

2016年度(2017年3月期)第3四半期決算説明会 質疑応答

2017年2月9日

ライフネット生命保険株式会社

2016年度(2017年3月期)第3四半期決算に伴う電話会議における質疑応答の概要を開示します。

<開催概要>

開催日時:2017年2月9日(木曜日)午後5時

回答者:代表取締役社長 岩瀬 大輔

執行役員 経営戦略本部長 森 亮介

Q 2016年度第3四半期累計期間の業績に対して、定性的な評価を教えてください。

(岩瀬) 着実に年度を通じた新契約業績の反転の確度が高まってきていることは良い点であると考えている。一方で、KDDI チャンネルは、「au の生命ほけん」の法的整理を行った関係上、2016年12月に再スタートしたため、想定よりも出足が遅れたと感じている。また、ネット直販は、申し込みから支払いまでスマートフォンで完結できたり、LINE を通じた取り組みを行ったり、スマホ時代に適した生命保険サービスの提供を進めることができた。加えて、代理店を中心に、就業不能保険は好評である。下半期に、追加の事業費の投下を決定し、年末年始で少しずつ良い流れが出てきたと感じている。

Q [決算参考資料 17 ページ](#)の事業費について、第3四半期において、月ごとにどのように投下したのか。2017年1月の月次業績の申込件数は、その事業費の投下が寄与しているものなのか。

(森) 保険料還付金付き「au の生命ほけん」の販売開始にあわせて、特に2016年12月に事業費を多く投下している。これが、2017年1月の申込件数の増加に貢献しているのではないかと考えている。

Q [決算参考資料 34 ページ](#)にある2017年1月の申込件数の水準が、今後も続くと考えているか。

(森) 良い投資を継続することで、現在の水準を維持していきたいと考えている。

Q [決算参考資料 34 ページ](#)の2017年1月の申込件数のうち、保険料還付金付き「au の生命ほけん」はどの程度の割合か。また、申し込みにおける保険料の単価はこれまでの傾向と変わらないか。

(森) 2016年12月に保険料還付金付き「au の生命ほけん」に切り替えて販売を開始してから、申込件数に占める「au の生命ほけん」の割合は、従前説明していた1割強という水準より高まっている。一方で、新商品の発売直後であり、この実績が継続的な水準となるか、当社でも見極めている段階であるため、具体的な割合は非開示としたい。また、単価は、これまでと特に傾向は変わっていない。

Q [決算参考資料 34 ページ](#)の営業費用の投下について、具体的にどこに注力しているのか。それによって、顧客層に変化はあるか。

(森) 特に、ネット直販の広告宣伝費などのプロモーションに関する費用を2016年12月以降、積極的に投下している。顧客層の変化は、営業費用の投下の影響よりも、ネット直販とKDDIチャネルとの間に顧客層の違いがあることから生じていると考えている。

Q 2017年4月から平準払いの生命保険契約の標準利率が、1%から0.25%へ引き下げとなることにより、予定利率の引き下げを行うのか。

(森) 当社の保険商品は、掛け捨ての保障性の商品のみであるため、貯蓄性の商品と比較すると、相対的に標準利率の引き下げによる収益への影響が限定的であると考えている。金利市場の動向や他社の価格戦略を注視しながら、検討したいと考えている。

Q 予定利率の引き下げを行わず、保険料が据え置きとなる場合でも、追加的な責任準備金繰入額がそれほど大きな負担にならないという認識か。

(森) そのとおりである。

Q 2016年度第3四半期累計期間の広告宣伝費はどの程度か。

(森) 6億円強の水準である。

Q [決算参考資料 32 ページ](#)のKDDI株式会社の店舗とコールセンターの体制構築について、現状の取り組みを教えてください。

(森) 店舗では、ほとんど保険の募集をしていない。コールセンターは、現在はインバウンドの問い合わせ対応や、一部問い合わせのあるお客さまに対してのアウトバウンドでの案内を行っている。

Q 営業費用の積極的な投下は来年度以降も継続する方針なのか。

(岩瀬) [決算参考資料 29 ページ](#)のとおり、2016年度は新契約業績を反転させ、2017年度は持続可能な収益基盤を確立し、2018年度に中期計画の経営目標を達成したいと考えている。この経営目標に向けて新契約業績を力強く伸ばしていくために、必要な投資は行っていきたい。

以上