

2017 年度(2018 年 3 月期)第 1 四半期決算電話会議 質疑応答

2017 年 8 月 10 日

ライフネット生命保険株式会社

2017 年度(2018 年 3 月期)第 1 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 8 月 10 日(木曜日)午前 10 時

回答者:代表取締役社長 岩瀬 大輔

経営戦略本部長 木庭 康宏

Q [決算参考資料 13 ページ](#)の新契約件数について、前年度同期と比較すると 2017 年度第 1 四半期は 400 件強増加しているが、増加した要因を教えてください。インターネット直販の比率や代理店の構成、競争環境などの変化によるものか。

(岩瀬) 2016 年 12 月から、KDDI 社を通じて保険料還付金付き「au の生命ほけん」を発売したことと、これに併せて当商品のマーケティングを本格化したことが要因として挙げられる。インターネット直販やその他の代理店経由の新契約獲得については、多少の増減がある。

Q [決算参考資料 16 ページ](#)について、2017 年度第 1 四半期の営業費用が前年度同期から増加している。この増加分が、部分的に当第 1 四半期の新契約件数の増加に寄与したと考えてよいか。

(岩瀬) そのような認識で大きな相違はないと考えている。

Q [決算参考資料 23 ページ](#)の KDDI チャンネルにおける試験販売の今後の方向性を教えてください。仮に、試験販売が成功した場合は、他の店舗でも販売を開始するののか。

(岩瀬) 現在は、店舗を活用して、リアルとネットを組み合わせお客さまに保険商品を届ける方法を模索しながら、販売を試験的に行っている。試験販売を通じて、効果的な方法で届けられるのであれば、より多くの店舗で広げていきたいと考えている。

Q KDDI 社の直営店舗を通じての販売は、当初の au SHINJUKU の 1 店舗から、現在は全国に拡大しているが、当初から全国に広げる予定だったのか。あるいは、KDDI 社との検討の結果、拡大することとなったのか。

(岩瀬) KDDI 社との検討の結果、新しい保険商品の届け方として挑戦していくこととなり、今回、先方の直営店舗で試験販売を拡大した。

Q 新商品ライフネットのがん保険「ダブルエール」の販売状況について、手ごたえを聞きたい。新契約業績に大きく寄与する商品となり得ると考えているか。

(岩瀬) 発売して1週間程度であるものの、フィナンシャルプランナー向けや代理店向けに当商品を説明した際の反応や、実際のがんを経験された方々との対話をふまえると、保障内容が良く、競争力の高い商品ができたと感じているので、積極的に広めていきたい。今後、当商品の認知度をどのように高め、お客さまに届けるかが課題であると認識している。

Q 2018年度以降に、標準生命表が改定されることが見込まれているが、ライフネット生命の対応方針を教えてください。また、改定の影響による競争環境の変化についてどのように考えているか。

(岩瀬) 標準生命表の改定により、保険料が一定程度引き下げられた水準に改定されると考えている。特に、定期死亡保険の死亡率の改定の影響は、当社の定期死亡保険が主力商品であることをふまえると、影響は大きいと考えている。保険料の引き下げなどの対応については、他社の動向を見ながら、タイミングや内容を検討のうえ、慎重に検討していきたい。競争環境については、他社も周りの動向をふまえて対応すると思われるため、大きく変わるとは考えていない。

Q KDDI社で試験販売店舗を拡大したとのことだが、販売を行う主体はどの企業か。

(岩瀬) KDDI社の直営店を運営する子会社が販売を行っている。販売員の方には研修を経て資格を取得いただいている。現在は、商品を店舗で案内したうえで、auフィナンシャルサポートセンターからの電話でのフォローに繋げる方法を実施している。

Q 新商品ライフネットのがん保険「ダブルエール」は、他社にない保障内容やサービスで、がん経験者の悩みに寄り添うという印象を受けたが、マーケティングにおいては他社のように銀行窓販チャネルを使うことは考えているか。

(岩瀬) 新商品のがん保険は、発売から「ほけんの窓口」においても取扱いを開始したが、「ほけんの窓口」にて商品説明会を実施した際に、がん治療給付金の支払い条件の手厚さが良いなど、保障の専門的な部分も含めて評価いただき、かなり痒いところに手が届く商品になったと感じている。複数の商品を取り扱う乗合代理店では、販売の観点から商品ごとの差を意識されているため、商品の良さをよりご理解いただけたと考えており、現在取り扱っていただいている代理店から始め、今後より多くのお客さまに新商品を届けられるよう試行錯誤していきたい。

Q 新商品ライフネットのがん保険「ダブルエール」のエンベディッド・バリュー(EV)への貢献の見通しを教えてください。

(岩瀬) 保障の期間や内容によって、商品ごとに新契約価値は異なるものの、新商品の発売は全体のポートフォリオを押し上げる形で、EVにプラスに寄与すると考えている。

Q [決算参考資料 29 ページ](#)のフィンテックについて、今後どのようなことを期待できるか。

(岩瀬) 開業 10 年目の現在、業界にフィンテックの流れがあることはネット生保の当社にとって追い風である。フィンテックの本質は、金融がデジタル技術によって透明化し、中間取引コストが下がることで、よりお客さまにスムーズに商品をお届けられるようになることだと考えているが、この大きな流れの中、銀行や証券、保険会社は、スピードの差はあるものの必ず変化していくことが求められる。加えて、金融業界に起きている大きな流れとして、透明性を高めることや、お客さま本位で商品設計を行いお届けすることなどの、顧客本位の業務運営がより求められるようになってきているが、これはまさに当社が開業当社から掲げている理念である。この大きな 2 つの流れを当局が後押ししている中で、今後金融商品のデジタル化が進むとともに、ますます便利で低コストなものがお客さまに選ばれる時代に変化していくことは、当社にとってプラスである。

以上