

2017 年度(2018 年 3 月期) 決算説明会 質疑応答

2018 年 5 月 16 日

ライフネット生命保険株式会社

2017 年度(2018 年 3 月期)決算に伴う決算説明会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:2018 年 5 月 16 日(水曜日)14 時 00 分

回答者:代表取締役社長 岩瀬 大輔

取締役 執行役員 経営戦略本部長 木庭 康宏

執行役員 コーポレート本部長補佐 岸本 巖

Q [決算説明会資料 12 ページ](#)において、月次の新契約年換算保険料が一定でないのは、季節性によるものか、それとも営業費用投下の影響によるものか。

(岩瀬) 例えば 2017 年 3 月は、保険業界全体として保険料改定を控えていたことによるお客さまのニーズの高まりによって、新契約業績が増加したことがあった。また、2017 年 8 月以降は積極的に営業費用を投下してきたことによって、テレビ CM の広告効果が改善し、新契約業績が増加している。

Q [決算説明会資料 12 ページ](#)において、2017 年 8 月のがん保険発売以降、新契約業績の水準が上がっているが、ここからさらに 2018 年度はどのように新契約業績を伸長させるのか。

(木庭) 2018 年 4 月からの販売開始した「au のがんほけん」に加えて、継続的なウェブサイトの改善や広告宣伝費の効果的な投下を推進していくことで、新契約業績の増加を目指していきたい。

Q [決算説明会資料 34 ページ](#)の中期計画における経営目標未達の見込みの理由として、チャネルの活用が不十分であり、その対応策として「au の生命ほけん」の認知度拡大を目指すとするが、時間の経過とともに認知度は拡大するものと捉えているか。

(岩瀬) KDDI 社での保険販売が本格的に開始したのは 2016 年 12 月であるため、まだ KDDI 社が生命保険を取り扱っているということは全国的に十分認識されていない状況にあり、今後認知度の拡大とともに、新契約業績は増加すると考えている。また、KDDI 社は今後より一層、生命保険を含むライフデザイン戦略を推進する方針を掲げている。当社も KDDI 社との協業領域を拡大させることで、KDDI 社のお客さまに対するリーチを拡大できると考えている。

Q [決算説明会資料 41 ページ](#)に関して、なぜ開業 10 年目で経営体制の変更を行ったのか。

(岩瀬) 営業開始した 2008 年から 2012 年までの 5 年間は出口が社長を務め、2013 年から

2018年までの5年間は私が社長を務めた。前身の準備会社を含め、12年間当社の経営に携わる中で、事業を推進するスピードが今まで以上に必要だと感じることもあり、非常に社内の雰囲気も明るく新契約も力強く伸びているこのタイミングで、営業本部長としてこの成長を推進し、34歳という年齢からデジタルに対する感覚も優れている森へ社長を交代することで、次の10年に向けた経営の礎を作っていくことが当社にとって一番良いと考えた。

Q [決算説明会資料 17 ページ](#)の標準責任準備金への移行による、2018年度以降の損益計算書への影響を教えてください。この移行がなければ2018年度は黒字だったのか。

(岸本) 標準責任準備金への移行については、差額の16億4千8百万円を2018年度から5事業年度かけて解消する予定であるが、5年均等ではなく2020年度までの3事業年度に解消する部分が多い。この積立計画を踏まえて、当初は黒字化を計画していた。

Q [決算説明会資料 29 ページ](#)の新契約価値のEVの感応度分析の「感応度1a(リスクフリーレート1.0%上昇)」と「感応度1c(リスクフリーレート0.5%上昇)」に関して、上昇幅が小さいとEVにプラスの影響があり、上昇幅が大きいとEVへマイナスの影響となる理由を教えてください。

(岸本) EVの感応度分析において、その要因は一概には言えない面があるが、リスクフリーレートの上昇はマイナスの影響とプラスの影響の両方を含んでいるため、上昇幅が小さいケースで、たまたまプラスの影響が大きかったという結果である。

Q 6月の株主総会以降の経営体制について、今後何が変わるのか。

(岩瀬) 大きく2点ある。まず、当初中期計画で損益目標を掲げていたこともあり、短期的な損益を指標としてきたが、今後は改めて規模の拡大を目指すと考えている。次に、これまでの当社のビジネスモデルではインターネットの可能性を限定的にしか使用できていなかったが、[決算説明会資料 38 ページ](#)に掲げているように、これを広げていきたい。

Q 就業不能保険とがん保険の競争環境について、どのように感じているか。

(岩瀬) 現在の日本の就業不能保険の普及率は1%程度と低いですが、欧米では30%というデータもあるように普及率が高い。他社が積極的に広告宣伝を行うことで就業不能保険の必要性の啓発になるため、当社のような小規模の企業には追い風と考えている。実際に、[決算説明会資料 14 ページ](#)のように、就業不能保険が保有契約に占める割合は高まってきている。同様に、8月に発売開始したがん保険については、同ページの保有契約数値を年換算すると通年の業績を推計いただけるが、新商品を追加した場合の想定範囲内と考えている。私自身、この商品の開発に関わり、がん患者の方の意見を取り入れた良い商品ができたことと確信しているが、がん保険市場は競合他社が多いため、お客さまへ新しいコンセプトをお届けするまでには一定の時間が必要と感じている。

Q インターネットの可能性を広げていきたいとのことだが、その実現にはKDDI社など他社との協

業が不可欠と考えているか、それとも独自で行うものか。

(岩瀬) 両方だと考えている。まず、当社の SM 比率は 2,400%以上あり、資本の有効活用が検討課題である。デジタル環境が大きく変化する中、あらゆる機会に対してオープンでありたいと考えている。次に、KDDI 社については 2017 年 11 月に株主比率が 16%から 25%に上昇しており、今後より一層両社の協働のもと「au の生命ほけん」を進めていくという先方の考えの表れと捉えている。KDDI 社とのアライアンスを強化していくことで、先方の顧客基盤に効率よく生命保険を届けていくチャレンジを続けたい。

Q 当初の中期計画では 2018 年度経営目標は黒字となっていたが、2018 年度の業績予想においては経常損益ゼロ円となっている。これは利益を経常損益ゼロ円になるまで営業費用として再投下し続けるという意味か。

(岩瀬) [決算説明会資料 18 ページ](#)にあるように、過去一時期は営業費用を投下してもなかなか手応えを感じなかったため、かなり費用を絞って筋肉質な経営をしていた。一方、現在、ウェブサイトの改善や商品ラインナップの拡充、KDDI 社との提携などが出そろったうえで営業費用を投下する中で、かなりの手応えを感じており、月次業績も積み上がってきている。現状はこの良い流れを繋げるために営業費用の積極的な投下を継続することを考えている。

Q 次の中期計画では、現在のように損益項目の目標数値を開示するか、それとも新しい形の目標とするか。

(岩瀬) 中期計画の開示の在り方については昨今議論されていると思うが、特に保険会社の場合は、会計ベースか経済価値ベースかという問題や、3 年でよいのかという期間の問題、さらに会計数値を目標にすることが本当に企業の成長に寄与するのかという問題がある。このため、現在の指標以外で、マーケットの理解と当社の中長期の成長の両面で良い道しるべとなるものを議論したうえで、開示項目を検討していきたい。

以上