



証券コード：7157



# 2018年度 第2四半期 決算説明資料

ライフネット生命保険株式会社

2018年11月12日

2018年度第2四半期 決算説明会資料

ライフネット生命保険株式会社

代表取締役社長 森 亮介

常務取締役 執行役員 コーポレート本部長 逆井 幹則

取締役 執行役員 経営戦略本部長 木庭 康宏

- 当社が11月12日に開示しました2018年度中間決算及び2018年9月末時点のヨーロッパ・エンベディッド・バリューに加えて、業績予想の実質上方修正並びに新経営方針の策定について、ご説明します。
- 財務諸表は、決算短信に記載しているので、別途ご参照ください。

# ライフネット生命とは



**正直に  
わかりやすく、  
安くて、便利に。**

- 相互扶助という生命保険の**原点**を忘れない
- 時代が求める届け方で、必要な保障を、  
必要とするお客さまに

# 目次



## 1. 新経営方針

## 2. 2018年度2Q決算

2

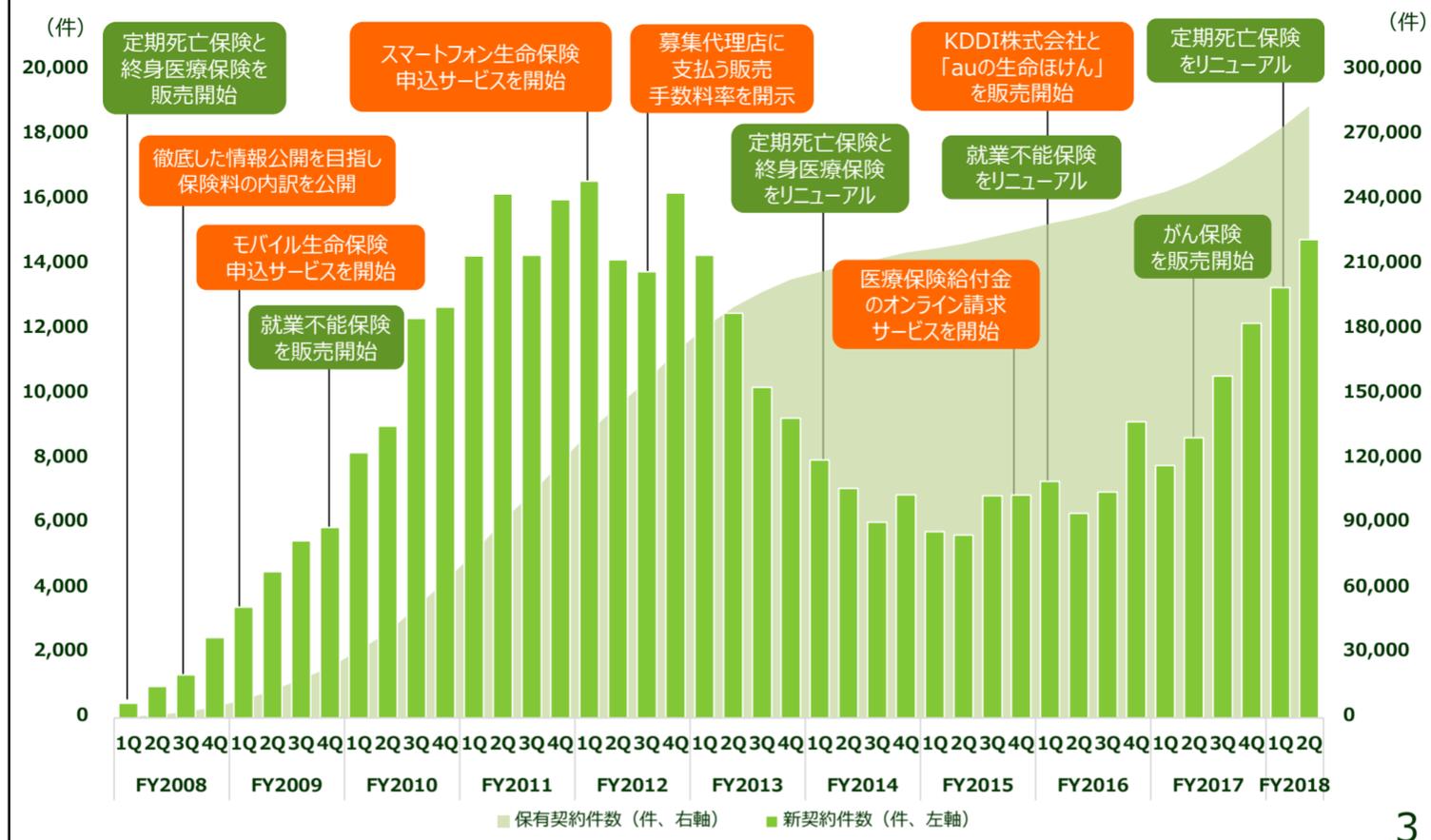
- まずは、新たな経営方針からご説明します。

# 開業来10年間の振り返り



LIFENET

## ■ 契約業績は成長が一時鈍化も再び成長軌道へ回帰



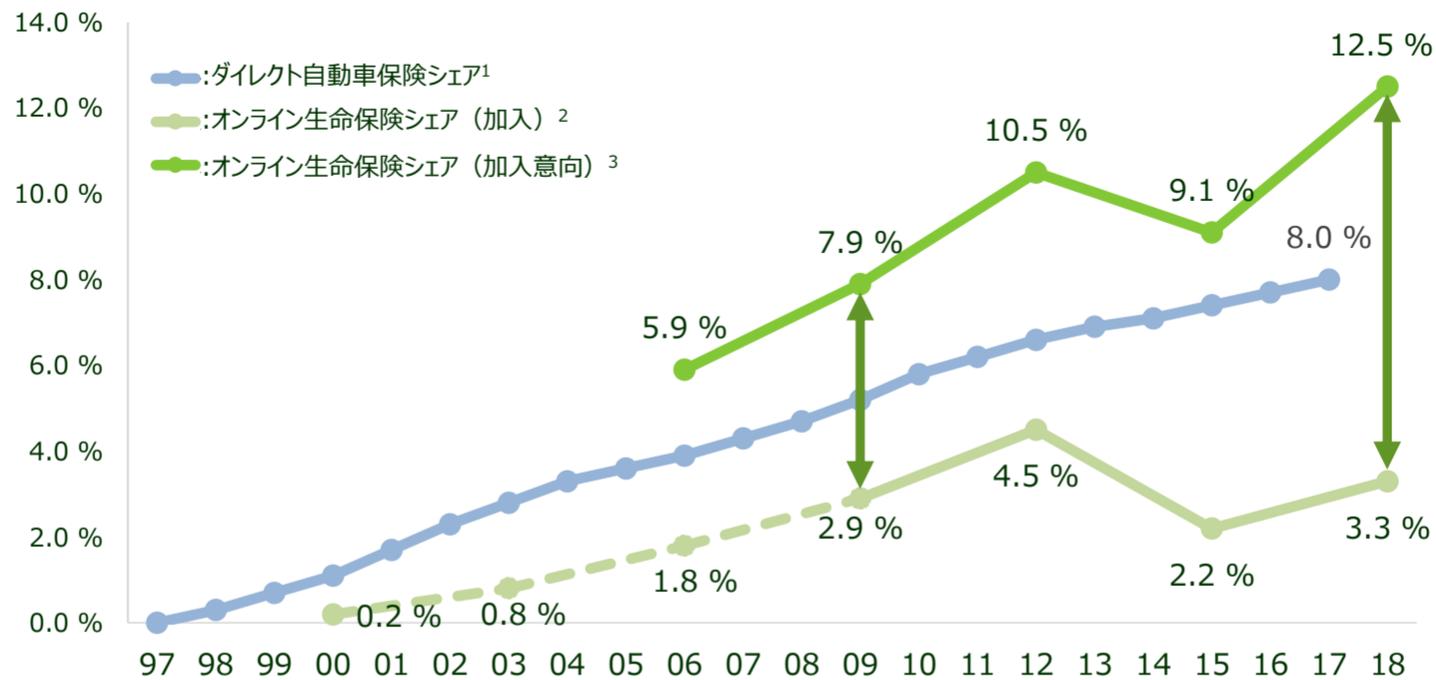
3

- 決算説明資料3ページをご覧ください。
- 当社は、今年5月に開業10周年を迎えました。この10年間を振り返りますと、実に多くの挑戦と困難に向き合いながら成長し、着実に保有契約業績を積み上げてきました。
- また、新契約業績は、グラフのバーチャートの推移に現れているとおり、成長が鈍化した時期がありましたが、現在は力強く伸長し、再び成長軌道にあると認識しています。
- この中でも、特に新契約業績が伸び悩んだ時期、対前年同期比での成長に苦しんだ時期がありました。その頃は、業界内外から、やはりインターネットで生命保険を提供することには限界があるのではないか、お客さまがどれだけ本当にインターネットを通じて、保険商品・サービスを求めているのだろうか、といった厳しい声をいただくこともありました。
- しかし、この10年間と現状を踏まえて考えると、当時、新契約業績の鈍化の原因となっていた要素とそうではない側面をいくつか認識しています。当社は、お客さまのニーズは明確に存在しているということを確認し、信じています。

# オンライン生保市場の成長可能性



## ■オンライン生保市場は上昇する加入意向を背景として 構造的な成長可能性を見込む



出所：生命保険文化センター「平成30年度生命保険に関する全国実態調査」及びソニーフィナンシャルホールディングス株式会社開示資料、より当社作成

1. 「ダイレクト自動車保険シェア」は、元受正味保険料ベースの自動車保険市場全体に占めるダイレクトの割合

2. 「オンライン生命保険シェア（加入）」は、直近加入契約の加入経路（加入チャネル）に占める「インターネットを通じた加入」の割合

3. 「オンライン生命保険シェア（加入意向）」は、今後仮に生命保険や個人年金保険に加入する際に利用したい加入経路（加入チャネル）に占める「インターネットを通じた加入」の割合

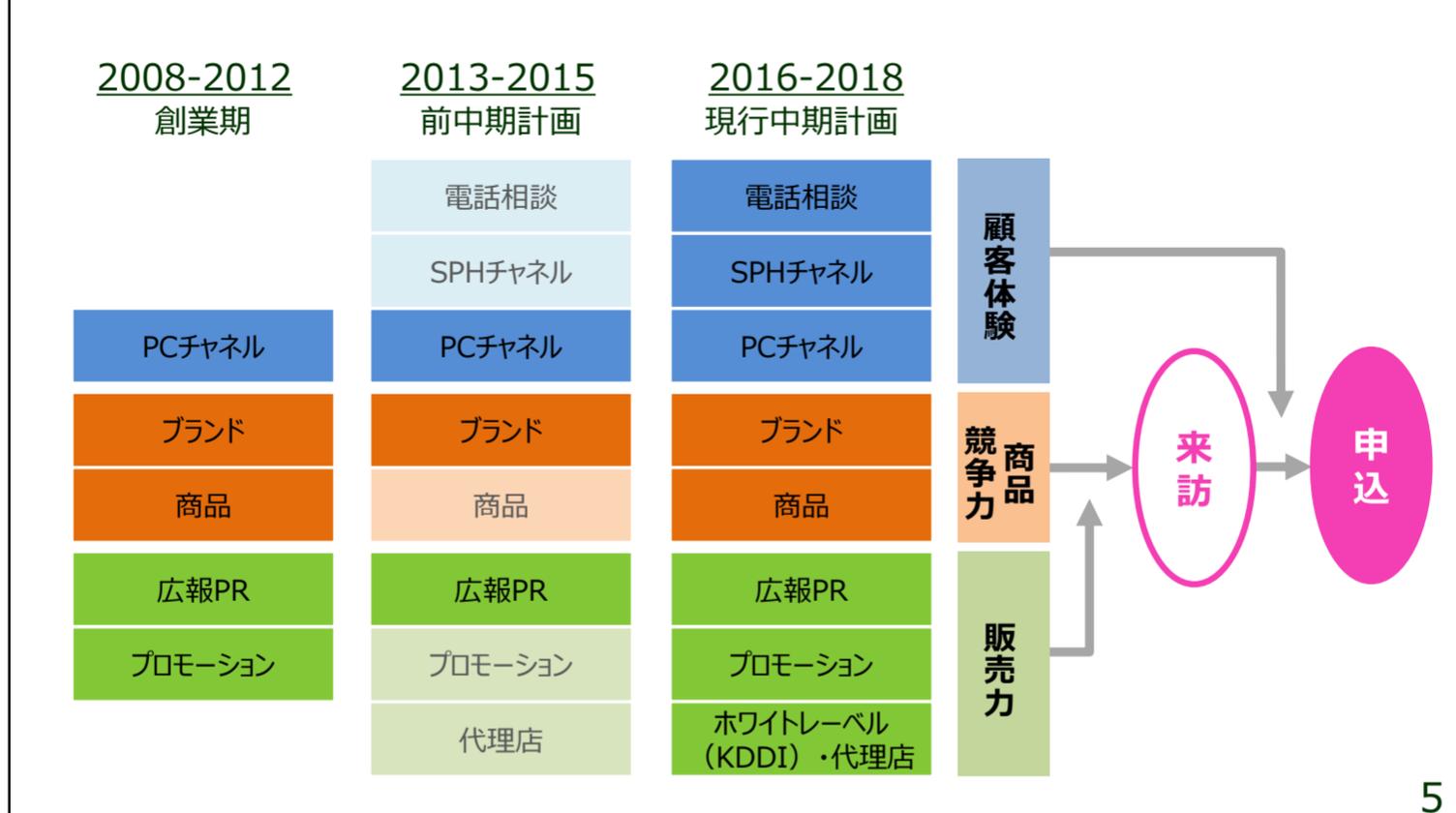
4

- 緑色の折れ線グラフは、インターネットを通じた生命保険の加入意向と実際の加入の推移についてお示したものです。
- 濃い緑色の折れ線のとおり、2018年は約12%の消費者が、インターネットを通じた生命保険への加入意向を示しています。一方で、薄い緑色の折れ線は、実際にインターネットを通じて加入された方の比率を示すもので約3%となっており、加入意向の12%との間には、大きな開きがあります。
- また、隣接する業界のダイレクト自動車保険のマーケットシェアは、立ち上げから順調に成長を続け、直近の市場シェアは約8%と言われています。
- 現状のマーケットの期待、お客さまの意向を踏まえると、当社が事業を開始した2008年頃から比べ、生命保険は「売るもの」から「買うもの」へのシフトが緩やかではありますが明確に進んでおり、当社を取り巻くオンライン生命保険の市場は、引き続き、お客さまのニーズに応じて成長していく大きな余地があると感じています。

# 開業来10年間の注力領域の変遷



## ■ 変化する顧客期待に適応し、持続的成長へ



5

- なぜ新契約業績が再び回復基調なのか、さらに立ち戻って、なぜ一時期成長が鈍化したのかを考えると、5ページのとおり、当社がお客さまのご期待に応えられていた程度が時期によって異なるためではないかと考えています。
- 創業期は、価格競争力のある商品を当社らしい独自のプロモーションでお客さまにお届けすることで、新契約業績の成長を実現しました。
- しかし、我々が開業した2008年は、まさにiphone3が日本で発売された年であり、その後、お客さまが使用するデバイスがフィーチャーフォンからスマートフォンへと移り、インターネットを活用するデバイスもパソコンからスマートフォンへと構造的にシフトしていきました。当社の開業後10年間は、お客さまのデバイスのシフトが急激に進んだ時期でもあったと感じています。
- そのため、2013年から2015年の前中期計画期間は、お客さまがスマートフォンを活用して当社のウェブサイトを訪れ、生命保険に加入することへの対応が求められている期間であったと感じています。
- また、商品の競争力についても、開業後5年～7年は商品投入ペースが緩やかであり、競争力を維持することに対して課題のあった時期が続きました。
- 加えて、前中期計画期間において、経常利益を経営目標のひとつとして掲げたことで、ときには事業費を抑制し、当社が取るべき経営上のアクションを妨げていたという側面もあります。実際に、プロモーション費用は本来投下すべき金額を下回り、縮減していた時期がありました。
- その後、前中期計画期間において新たに発生した課題に対して、現行の中期計画期間である2016年から2018年にかけて向き合いました。
- そして、当社が今そなえるべき経営上の能力や強みをもう一度創り上げたことが、現在の力強い新契約業績のトレンドに繋がっていると考えています。

# 今後の経営方針



経営理念

**正直に経営し、  
わかりやすく、安くて便利な  
商品・サービスを提供することで、  
お客さま一人ひとりの生き方を応援する**

目指す姿

**オンライン生保市場の拡大を  
力強く牽引するリーディングカンパニー**

重点領域

- **顧客体験の革新**  
デジタルテクノロジーを活用し、全てのサービスを質的に高め進化させる
- **販売力の強化**  
積極的プロモーション及び代理店・ホワイトレーベルの拡大により、  
圧倒的な集客を実現する

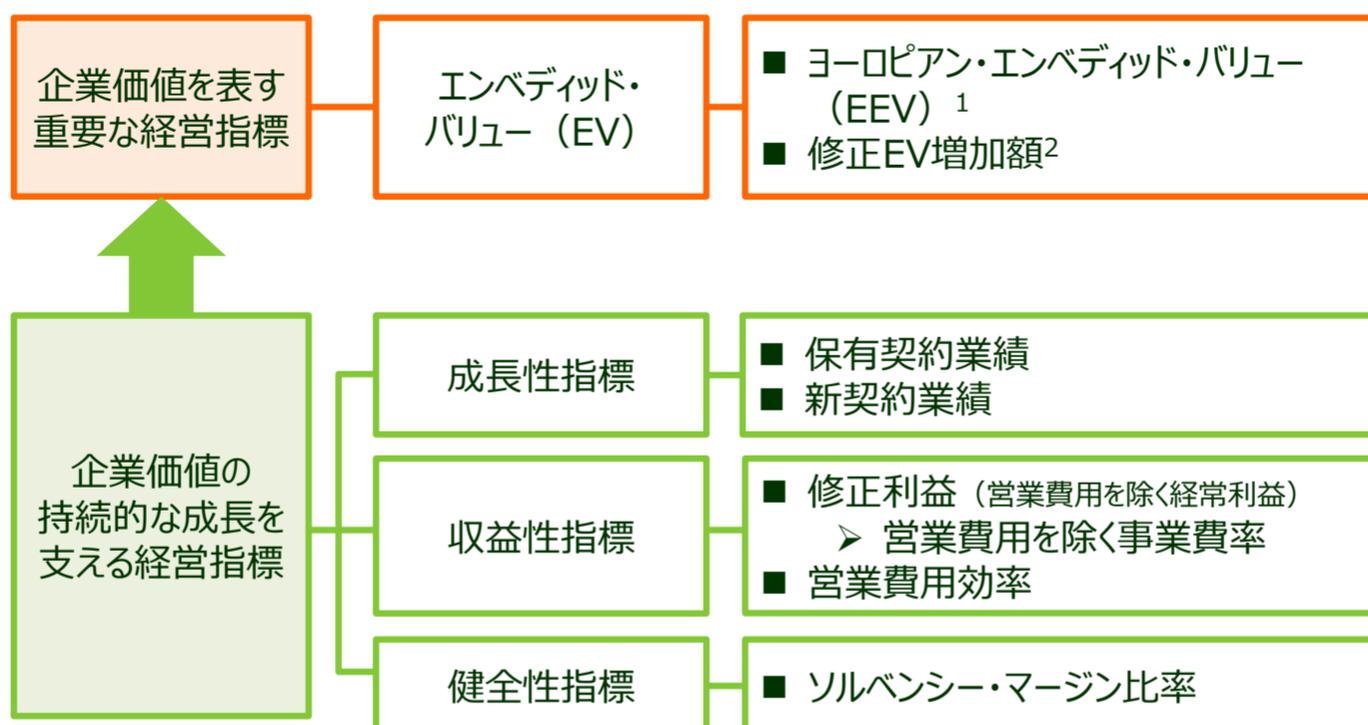
6

- 以上、10年間の振返りを踏まえ、今後の新たな経営方針を6ページのとおり策定しました。
- まず、新たな経営理念として、従来の経営理念を引き継ぎながらも進化させ、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」と決めました。
- さらに、当社がオンライン生保市場の拡大を力強くけん引し、リーディングカンパニーになることを目指す姿として定めています。
- 新たな経営理念と目指す姿を実現するために、当面当社が注力する2点を重点領域に掲げています。
- 1点目は顧客体験の革新です。当社は、開業以来、スマートフォンによる申し込みや、各種手続きのペーパーレス化、SNSを通じた保険相談など、先進的な取り組みを行うことで今の時代にあった、そして、顧客利便性の高い商品・サービスを実現しています。今後は、より一層デジタルテクノロジーを活用し、時代の変化にあわせて、申し込みに限らず、全てのサービスの質を高め続け、常に保険の新しい顧客体験をデザインし続けていきたいと考えています。
- 2点目は、販売力の強化です。当社は直近、商品やサービスの質を高めた上で、より多くのお客さまにご利用いただくために販売力を強化しています。今後も、積極的に営業費用を投下することで力強く当社の商品・サービスのメリットを訴求するとともに、代理店やKDDI株式会社との取組みに代表されるようなホワイトレーベルの事業を通じたオンラインでの販売を拡大し、圧倒的な集客力を実現してまいります。

# 経営指標



## ■ インベディット・バリューの持続的な成長を目指す



1. EVの計算方法のひとつ。EVの計算手法、開示内容について一貫性及び透明性を高めることを目的に、欧州の大手保険会社のCFOから構成されるCFOフォーラムにより制定されたEEV原則及びそれに関するガイダンスに準拠するEVがEEV
2. 修正EV増加額は、EV増加額のうち、当社の期間業績の成長を適切に表す要素で構成。詳細は23ページを参照

7

- 経営指標についても、従来から変更を踏まえてご説明します。
- 当社は、現行の中期計画及び前の中期計画において、経営目標として、損益計算書上の経常収益と経常損益の2つの指標を掲げました。
- しかし、保有契約に対して相対的に新契約の割合が大きい当社は、現行の法定会計において、長期の収益性を適切に表すことができません。そのため、この度ヨーロピアン・エンベディット・バリュー（以下、EEV）を、当社の企業価値を表す重要な経営指標として決めました。
- また、EEVの持続的な成長を支える経営指標として、成長性・収益性・健全性の観点から、ご覧のとおり指標を設定しました。
- 中でも、収益性指標の修正利益という概念は、この度新たに定義づけをして開示するものです。当期の営業費用を新契約獲得の費用として経常損益から除いたもので、いわば保有契約が生み出す利益と認識しています。

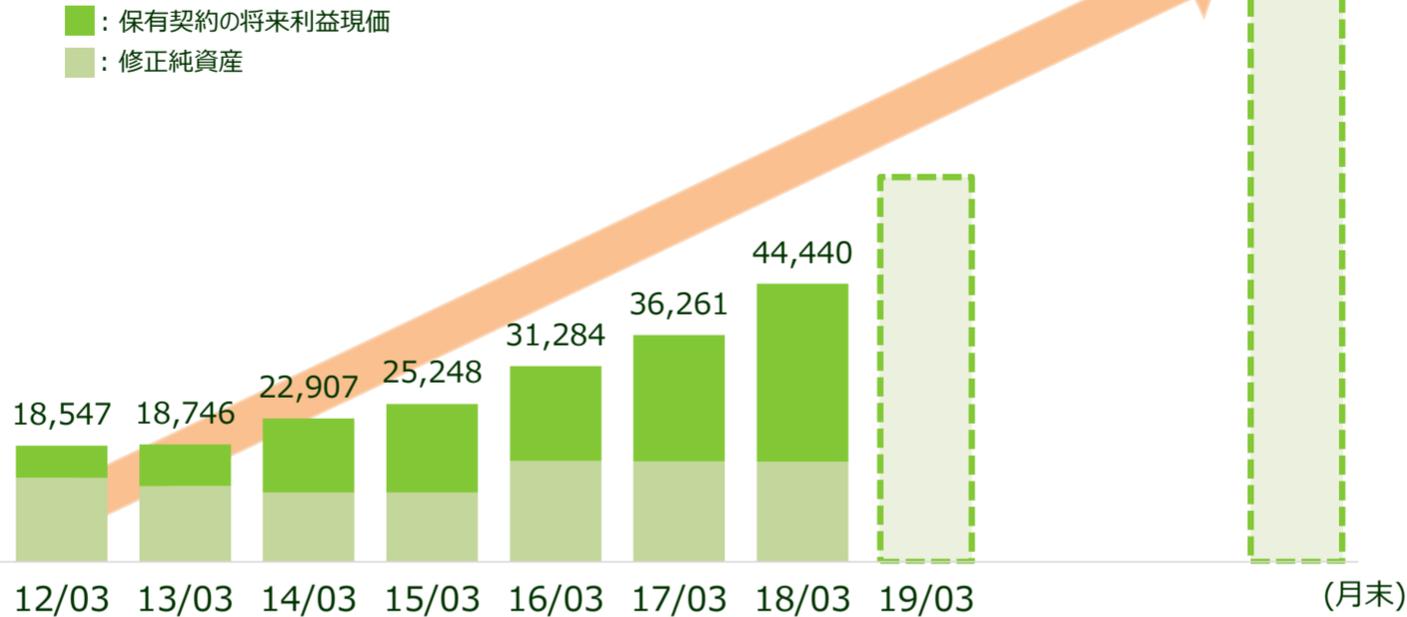
# 経営目標



## ■ 契約業績の成長で早期にEEV1,000億円へ

### EEV<sup>1</sup>の推移

(百万円)



1. 当社では、EVの算出に当たって、EEV原則に従っているが、リスクの反映方法などについては部分的にMCEV（市場整合的エンベディッド・バリュー）原則を参考にしている。2016年度より、超長期の金利水準について、終局金利を用いた方法を適用。2015年度末におけるEEVについても同様の評価により再評価

8

- 経営目標は、EEVを早期に1,000億の水準まで成長させることを目指し、そのために、契約業績を伸長させ、オンライン生保のマーケットの拡大を力強くけん引していきたいと考えています。
- 以上が、この度新たに開示した新経営方針の概要です。

# 目次



## 1. 新経営方針

## 2. 2018年度2Q決算

- 続きまして、2018年度第2四半期の決算ハイライトについてご説明します。

# 2018年度上半期の主な実績



## 保有契約年換算保険料<sup>1</sup>

**11,979** 百万円

(対前年度末比107.5%)

## 新契約年換算保険料<sup>1</sup>

**1,209** 百万円

(対前年同期比165.5%)

## 修正利益<sup>2</sup>

**1,345** 百万円

(対前年同期比120.4%)

## EEV (ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー)

**61,465** 百万円

(修正EV増加額<sup>3</sup> 1,992 百万円)

商品に対して高い  
外部評価を多数受賞

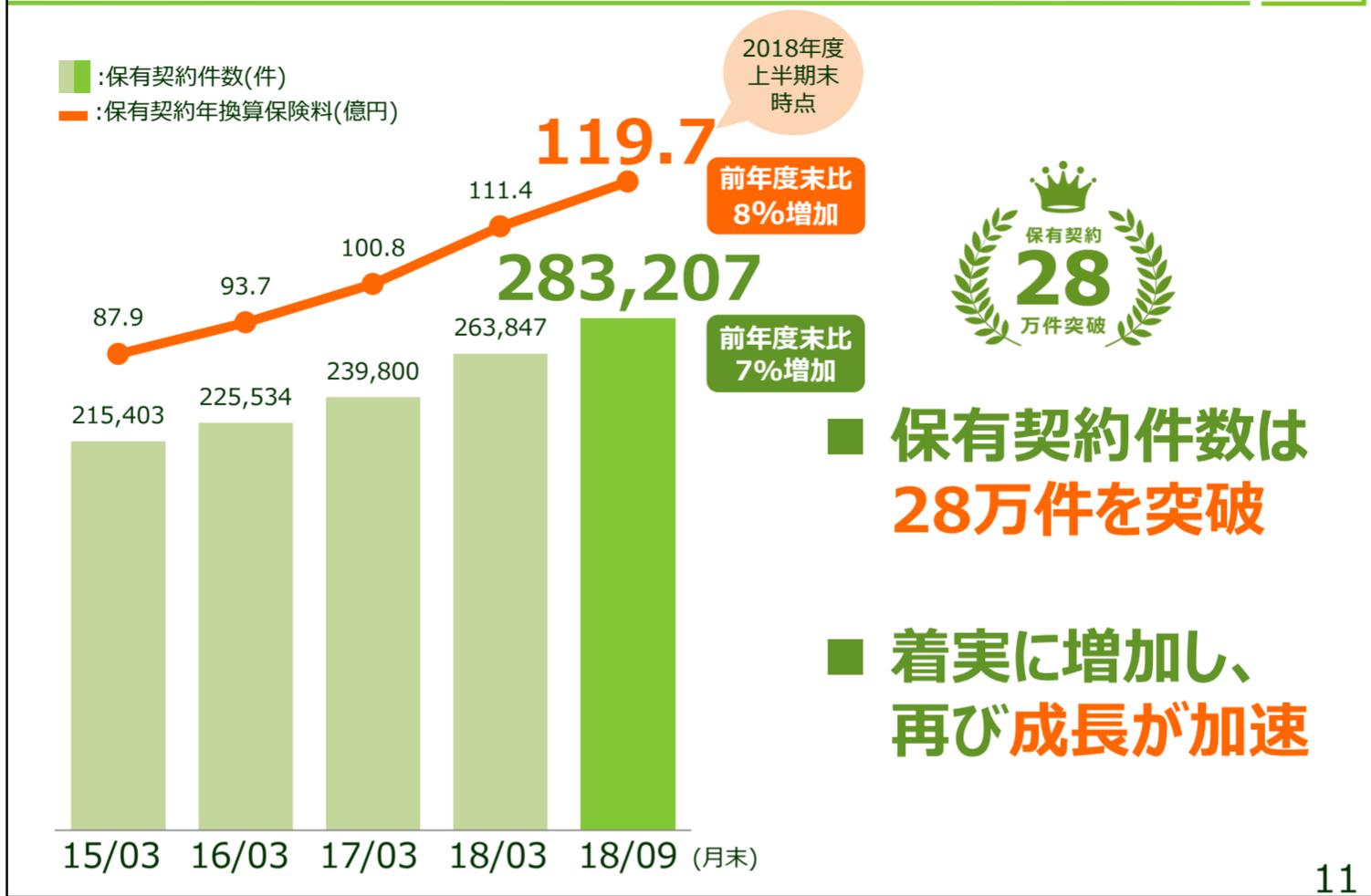


1. 年換算保険料は、1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出
2. 修正利益は、営業費用を除く経常利益。詳細は19ページ及び20ページを参照
3. 修正EV増加額は、EV増加額のうち、当社の期間業績の成長を適切に表す要素で構成。詳細は23ページを参照

10

- 10ページは、2018年度上半期の主な実績です。
- 新経営方針に沿った内容をお伝えするために、これまでの決算説明資料の構成を大幅に見直しています。まず、保有契約業績は、着実に増加し、年換算保険料は、前年度末から7.5%増加の119億7,900万円となりました。
- また、新契約業績は、力強く成長し、年換算保険料は、対前年同期から65%増加の12億9百万円となりました。
- そして、修正利益は、着実に増加し、対前年同期比20%増加の13億4,500万円となりました。
- EEVは、10年間の実績を踏まえ、前提条件の変更を行ったことなどにより、614億6,500万円となりました。さらに、今回から当社の期間業績の成長を適切に表すために、修正EV増加額という指標も新たに追加しています。
- 加えて、2018年度上半期は、当社の各商品に対して外部からの高い評価をいただいた期間でもありました。引き続き、経営理念にそった商品・サービスの開発に尽力してまいります。
- 次ページ以降で個別にご説明します。

# 保有契約年換算保険料/件数



- 保有契約の年換算保険料は119億7,900万円、件数は2018年9月に28万件を突破しました。
- 直近の新契約業績の成長により、保有は着実に増加するとともに、増加のペースも加速しています。

# 保有契約の内訳



## ■ 保有契約者数は2018年9月末で18万人を突破

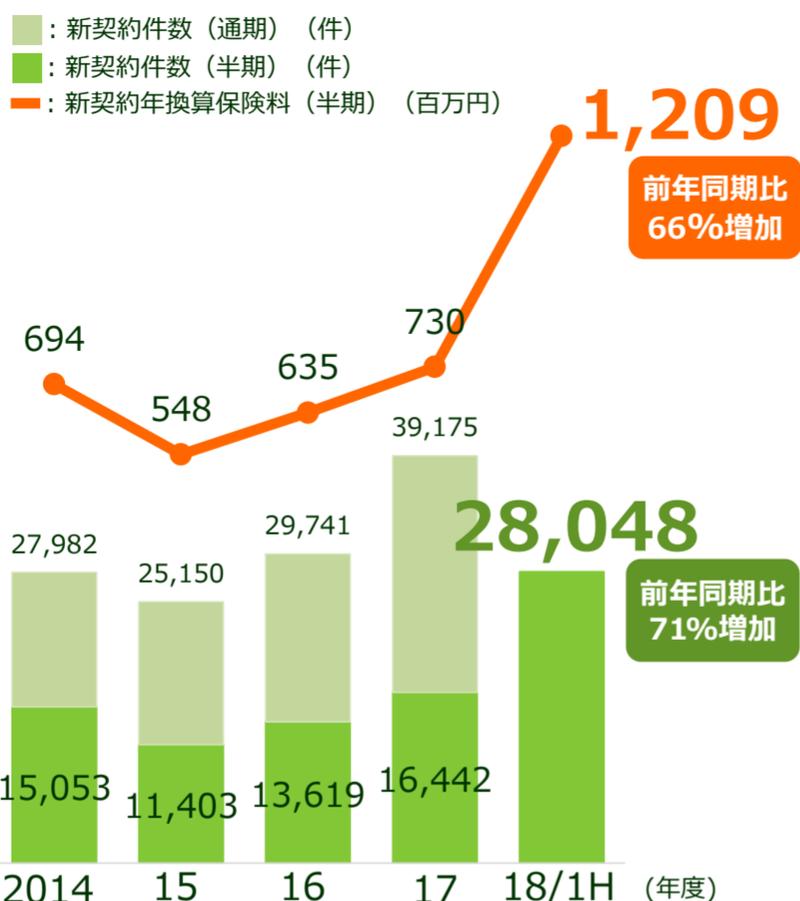
	18/03	18/09	構成比
保有契約件数	263,847件	<b>283,207件</b>	<b>100%</b>
内訳：定期死亡保険 <sup>1</sup>	131,256件	<b>139,479件</b>	<b>49%</b>
内訳：終身医療保険 <sup>1</sup>	76,606件	<b>80,349件</b>	<b>28%</b>
内訳：定期療養保険 <sup>1</sup>	9,924件	<b>9,726件</b>	<b>3%</b>
内訳：就業不能保険 <sup>1</sup>	42,629件	<b>46,013件</b>	<b>16%</b>
内訳：がん保険 <sup>1</sup>	3,432件	<b>7,640件</b>	<b>3%</b>
保有契約金額（保有契約高） <sup>2</sup> （百万円）	2,059,703	<b>2,160,391</b>	
保有契約者数	169,532人	<b>181,936人</b>	
	17/1H	18/1H	
(参考) 解約失効率 <sup>3</sup>	6.1%	<b>6.2%</b>	

1. 定期死亡保険は「かぞくへの保険」「au 定期ほけん」、終身医療保険は「じぶんへの保険」「新じぶんへの保険」「新じぶんへの保険レディース」「au 医療ほけん」「au 医療ほけんレディース」、定期療養保険は「じぶんへの保険プラス」、就業不能保険は「働く人への保険」「働く人への保険 2」「au 生活ほけん」、がん保険は「ダブルエール」「au がんほけん」を指す
2. 保有契約金額は死亡保障額の合計であり、第三分野保険（医療保障・生前給付保障等）の保障額を含まない
3. 解約失効率は、解約・失効の件数を月々の保有契約件数の平均で除した比率を年換算した数値

12

- 12ページでは、保有契約の商品ごとの内訳等を記載しています。
- 前年度末時点と比較しますと、構成比に大幅な変化はありませんが、商品の拡充やチャネルの効果等により、がん保険の割合がやや増加しています。
- また、保有契約者数は18万人を突破しました。

# 新契約年換算保険料/件数



■ **新契約業績は、力強く成長**

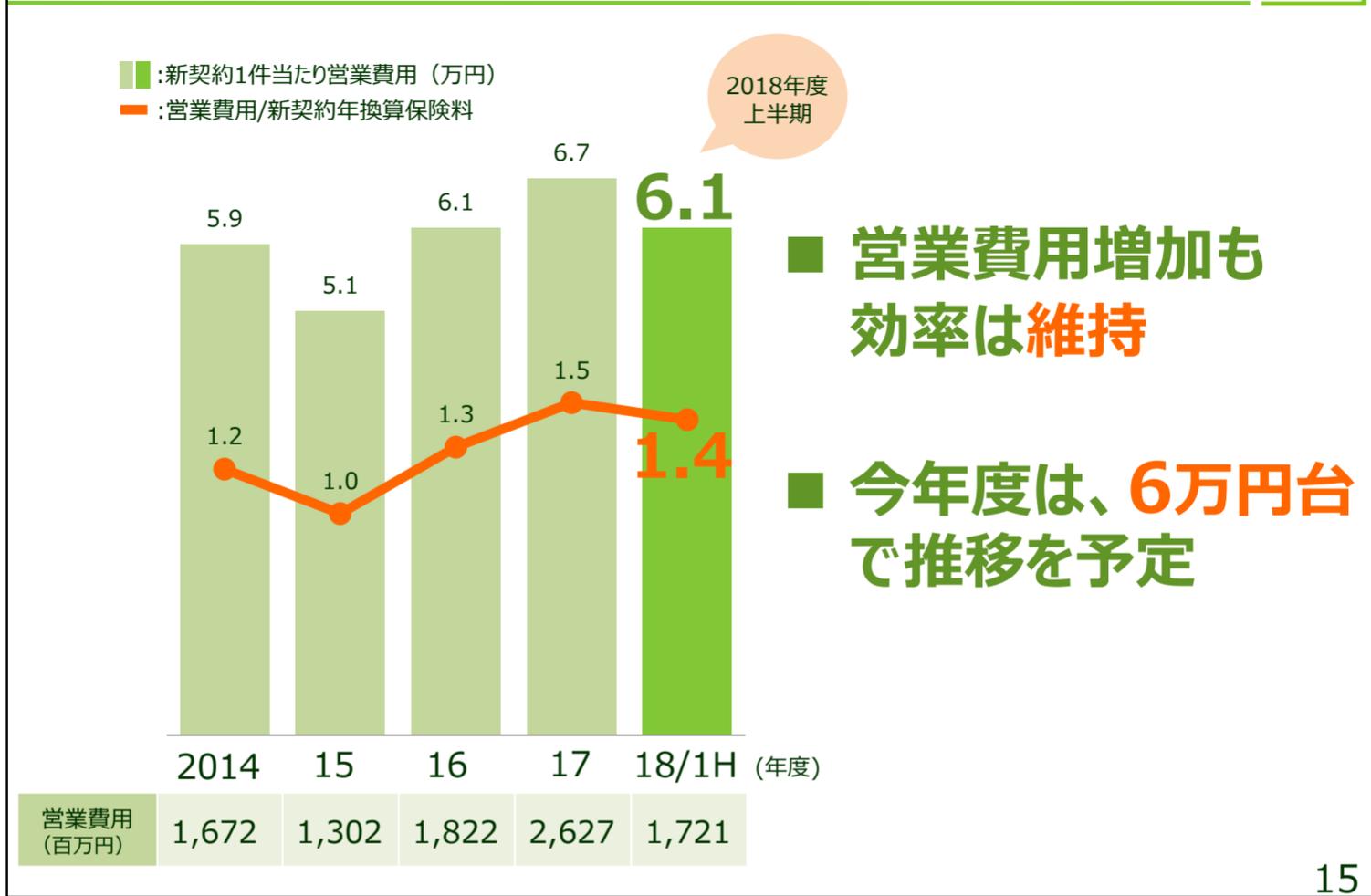
■ **成長要因**

- 広告宣伝費の投下による**ブランド力強化**
- ウェブサイト改善による**申込完了率の向上**
- **チャンネル多角化の効果**

- 新契約業績は、大変好調に推移し、年換算保険料は前年同期比66%増加の12億900万円、件数は71%増加の28,048件となりました。
- 主な成長要因は、広告宣伝費の投下によるサイトへの来訪者の増加、ウェブサイトの改善による申込完了率の向上、すなわちウェブサイト上における接客力の向上、更には、チャンネルの多角化の効果も功を奏したと考えています。

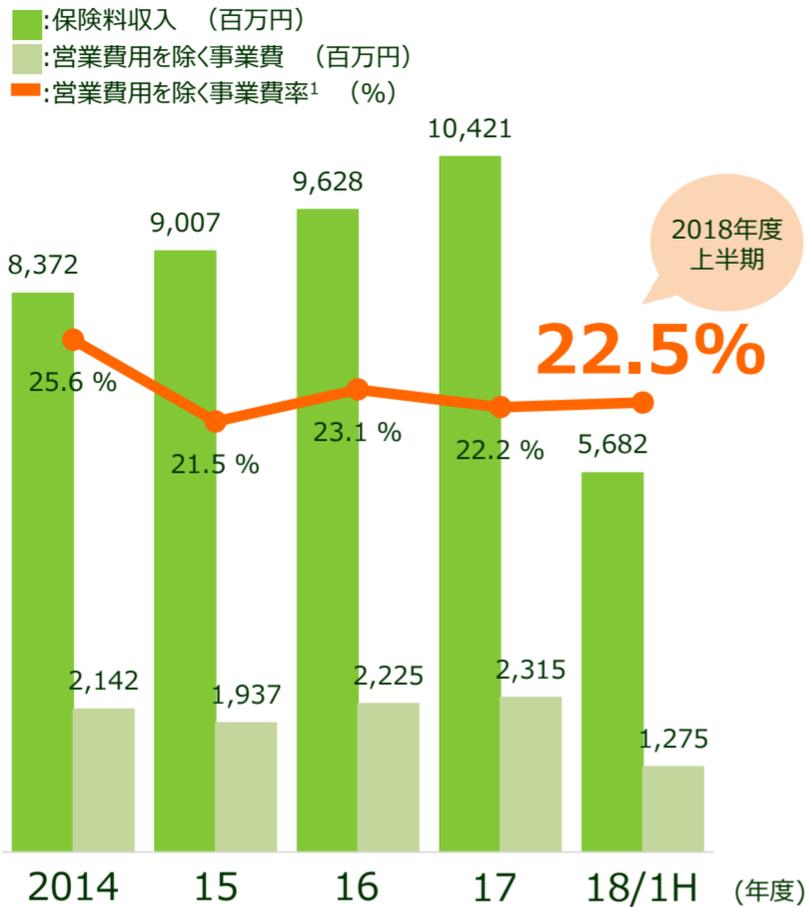


# 営業費用効率（新契約の獲得効率）



- ご説明したとおり、業績は好調である一方、当然ながら商品競争力を実現するため、事業費の効率も注視しなければなりません。
- 15ページの左下の表には、投下した営業費用の実額を記載しています。なお、2014年度から2017年度までは通期12か月分の金額であり、2018年度は上半期6か月分のものである点をご確認ください。この推移から、営業費用の投下ペースが如実に上昇していることが確認いただけます。
- 一方で、上のバーチャート及び折れ線グラフでは、増加する営業費用を良い効率を保ちながら契約獲得ができてきているのかを示しています。2018年度上半期の新契約1件当たりの営業費用は約6万1千円であり、新契約の年換算保険料1円を稼ぐための営業費用は約1.4円となりました。
- 2015年度から2017年度にかけては、営業効率がやや悪化した時期があったものの、直近は改善傾向となっています。
- 今年度は約6万円前後で推移をするような営業費用の投下を予定していますが、今後の経営課題のひとつとして、営業費用効率を着実に改善することが求められています。

# 営業費用を除く事業費率



■ 営業費用を除く事業費率<sup>1</sup> **22.5%**

■ 事業規模の拡大及びコスト削減により、改善を目指す

1. 営業費用を除く事業費を保険料で除した割合

16

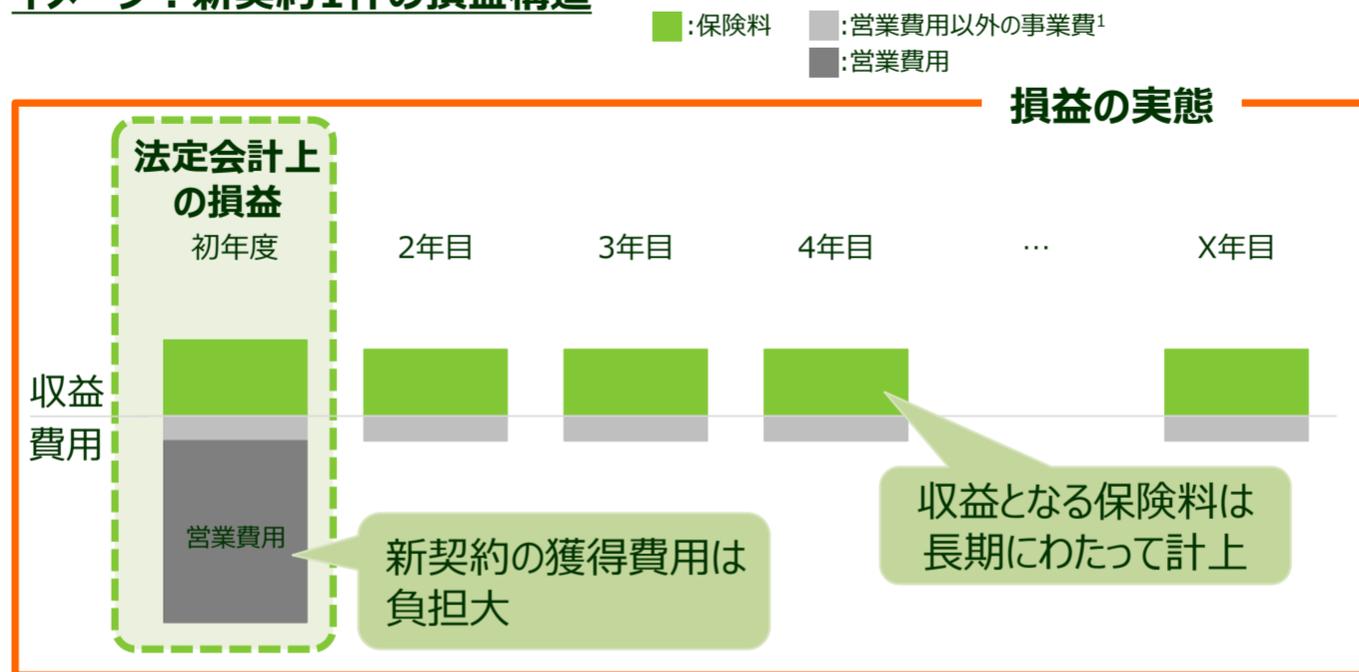
- 保険料収入に対する、営業費用を除く事業費の割合を示しています。
- 営業費用は、当社の経営判断によりコントロールできる費用ではありますが、営業費用を除く事業費である保険事務費用及びシステムなどにかかる費用は、保有契約を維持・管理するために必要な費用です。
- 営業費用を除く事業費は12億7,500万円、保険料収入に対する比率は22.5%となりました。
- ここ数年、保険料収入に対する比率が約22%前後で横ばいですが、インターネットをベースとした事業運営を行う当社としては、事業規模の拡大とともに、保険料収入に対する営業費用以外の事業費の比率を改善していかなければならないと認識しています。
- そのため、今後は、事業規模の拡大による固定費割合の低減や、コスト削減の努力を通じて、事業費率を低下させ、中長期的な収益性の向上に繋げてまいります。

# 現行法定会計では長期の収益性を表せず



## ■ 営業費用は初年度に計上も、収益は長期にわたり計上するため、利益が生じるまでに時間を要す構造

### イメージ：新契約1件の損益構造



1. 契約の管理や保険金・給付金の支払いにかかる費用など

17

- 17ページは、生命保険会社の会計構造に関するご説明です。
- 今回、新たな経営指標を設定するにいたった大きな問題意識であるため、丁寧にご説明します。まず、現行の法定会計においては、新契約の獲得にかかる営業費用が初年度に集中して計上される会計基準となっています。一方で、売上げに該当する保険料収入は、長期間にわたって計上されるため、売上げの計上タイミングと費用の計上タイミングに大幅なズレが生じる構造となっています。
- 従って、保有契約が相対的に小さい当社は、新契約業績が伸長すればするほど営業費用が拡大し、当期の経常損益に下方圧力がかかるという構造になっています。

# 重要な経営指標



## ■ 実質的な収益性を示す指標として開示

### 修正利益（営業費用を除く経常損益）

保有契約から生じる収益性を示す指標

### EEV（ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー<sup>1</sup>）

生命保険会社の長期的な収益性を示す指標

1. EVの計算方法のひとつ。EVの計算手法、開示内容について一貫性及び透明性を高めることを目的に、欧州の大手保険会社のCFOから構成されるCFOフォーラムにより制定されたEEV原則及びそれに関するガイダンスに準拠するEVがEEV

- そのため、当社の事業の実態を表した収益性を適切にお示しするための指標として、EEVに加えて、修正利益（営業費用を除く経常損益）についても開示しました。
- 修正利益は、いわば保有契約から生じる収益性を示す指標であり、当社の過年度の利益の推移をご覧いただくうえで参考になると考えています。

# 修正利益を新たに開示



LIFENET

## ■ 修正利益は、保有契約から生じる収益性を示す指標

### 「修正利益」開示の意義

- 収益と費用の発生時期が一致していないため、法定会計上の経常損益は実質的な収益性を表していない
- 発生時期が、収益とは大きく異なる営業費用を経常損益から除くことにより、保有契約から生じる利益を示す

営業費用を除く経常損益

**修正利益**

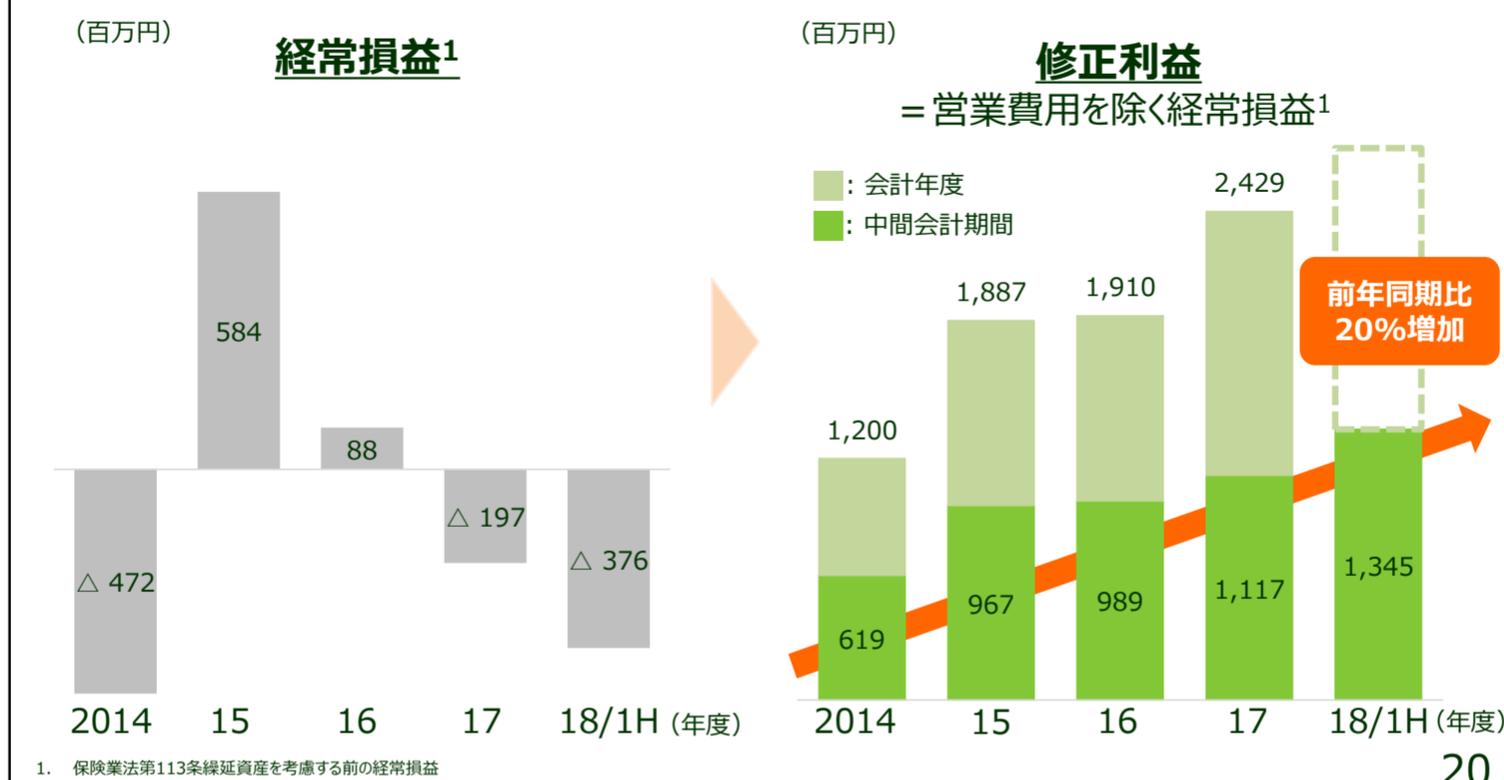
19

- 19ページに、修正利益を開示する意義について改めて記載しました。
- 先程申し上げたような収益と費用の発生時期のズレを一旦解消し、本来売上げが支えるべき費用のみに着目した場合の利益や、その利益の推移を示すことが修正利益を開示する意義であると考えています。

# 修正利益

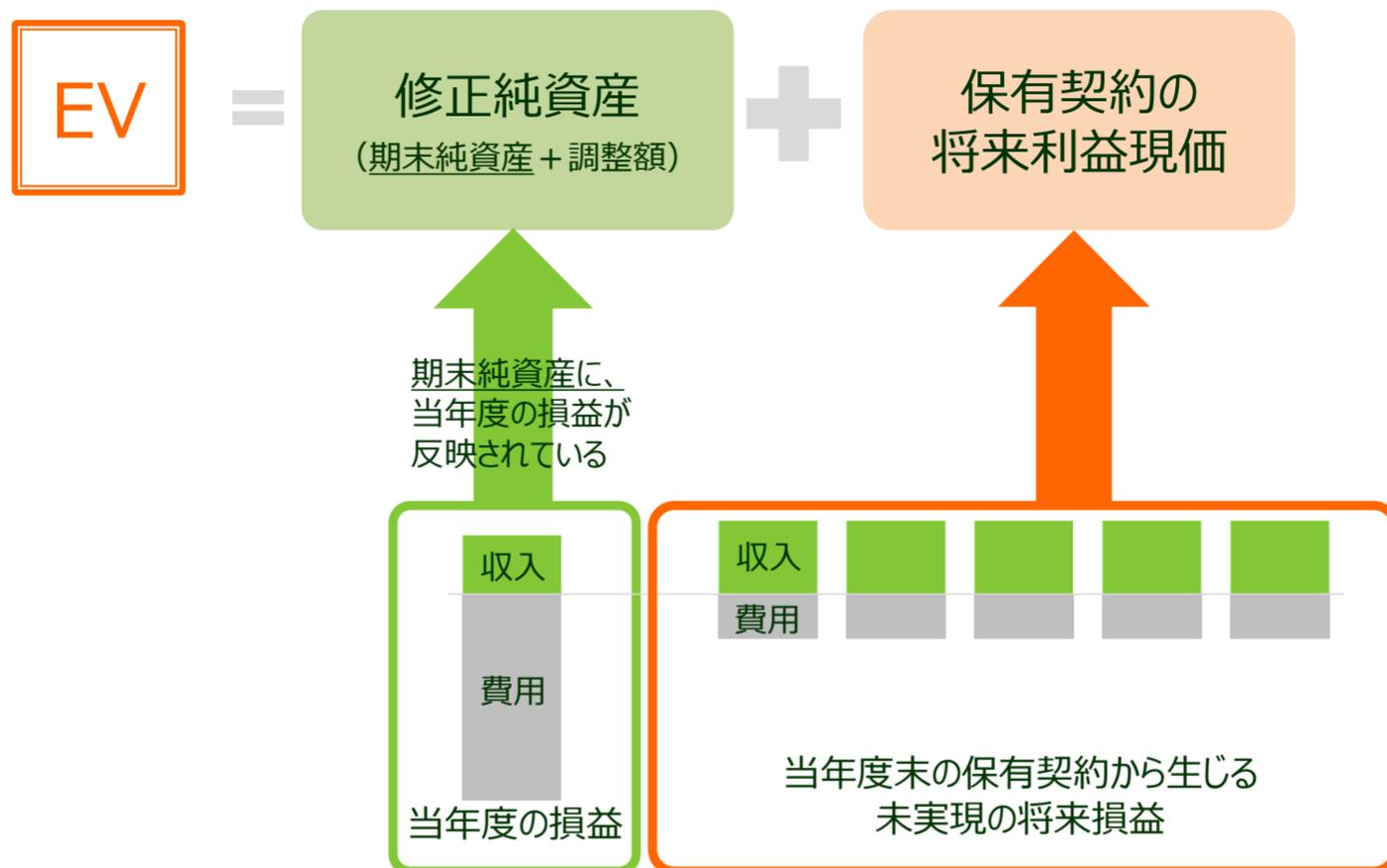


## ■ 経常損益<sup>1</sup>は、営業費用に影響を受けるが、修正利益は安定的に増加



- 左側のグラフは、損益計算書上における経常損益の推移です。なお、注記1に記載のとおり、2016年度以前は、保険業法第113条繰延資産償却費を考慮する前の経常損益を記載している点にご留意ください。
- 2014年から今年度の上半期にかけて、経常損益は大きく変動していることがわかります。過去5年において、特徴的なのは最も経常利益が計上された2015年度です。2015年度は、2012年3月の上場以降、新契約業績が最も鈍化した年度であり、当社が最も新契約の獲得に苦しんだ結果、営業費用の投下を絞った年度です。
- 一方、2018年度上半期は、新契約業績が再び力強く伸長しているものの、営業費用の投下の影響により、再び経常損益はマイナス水準となっています。
- 経常損益に大きく影響を与えている営業費用を控除した修正利益の推移が右側のグラフです。当上半期では、前年同期比20%増加の13億4,500万円となっています。
- また、別の見方として、新契約業績が最も鈍化した2015年度の修正利益の動きに着目すると、翌2016年度の修正利益が伸長できないという結果を招きます。
- 昨年度の新契約業績の着実な伸長が、2018年度上半期の修正利益20%増加に繋がっており、今年度の良好な新契約業績の傾向は、2019年度以降の修正利益の増加に着実に寄与するものと考えています。

# EV（エンベディッド・バリュー）の構造



21

- 続きまして、改めて、エンベディッド・バリュー（以下、EV）の構造を簡単にお伝えします。
- EVは、修正純資産と保有契約の将来利益を合計した指標です。当年度の純損益は、修正純資産の増減に影響を与えます。一方、現在の保有契約において、損益計算書上では未実現となっている将来の利益を計算し、現在価値に割り引いたものが、保有契約の将来利益現価です。
- 一般的には新契約業績が増加することにより、保有契約の将来利益現価が増加する構造です。
- 先ほどご説明したとおり、生命保険は一般的に契約期間が長期にわたるため、契約獲得と会計上の利益が実現するまでに、タイムラグが生じることから、EVというアプローチにより、タイムラグを現在価値ベースに引きなおすことで当社の実態を示す指標となっています。

# EEV (ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー<sup>1</sup>)

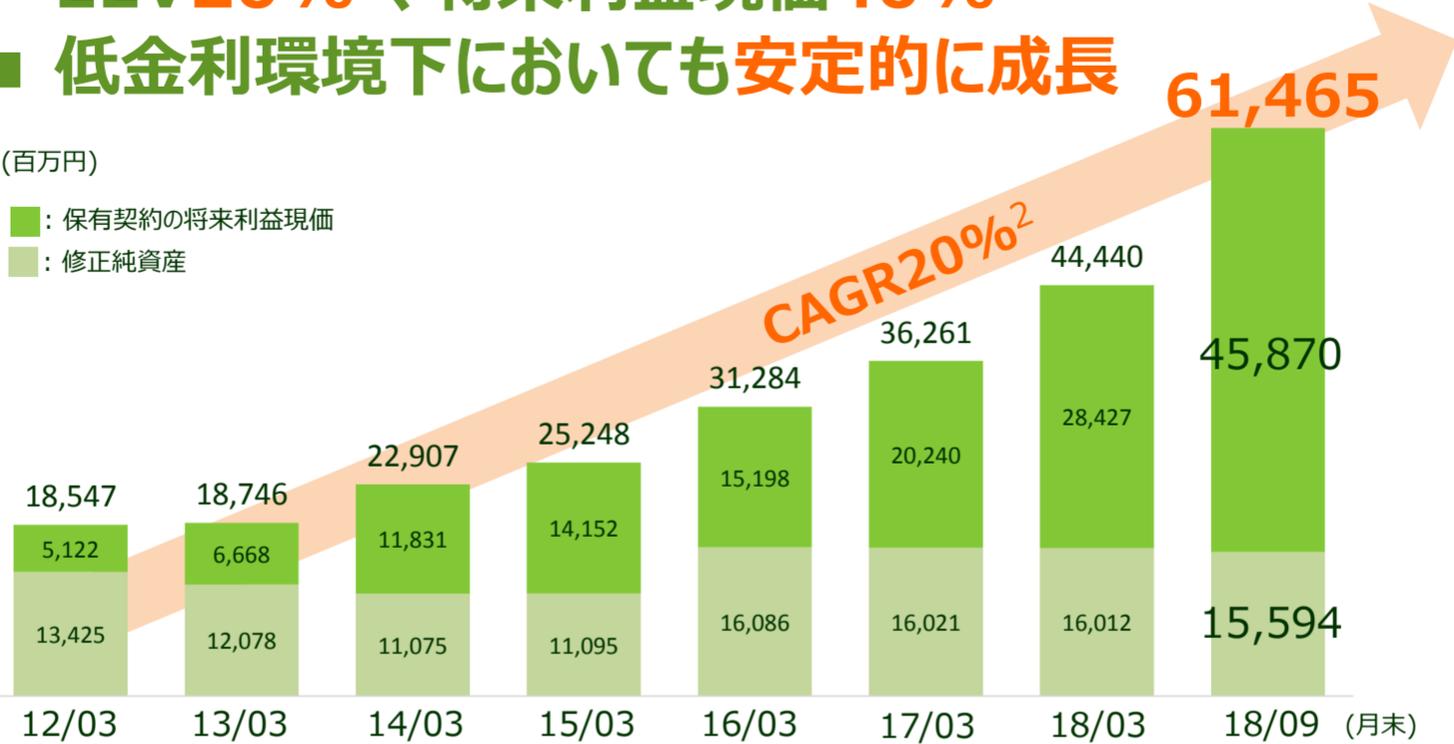


- 上場来の年平均成長率は、**EEV20%<sup>2</sup>**、将来利益現価**40%**

- 低金利環境下においても**安定的に成長**

(百万円)

■ : 保有契約の将来利益現価  
■ : 修正純資産



1. 当社では、EVの算出に当たって、EEV原則に従っているが、リスクの反映方法などについては部分的にMCEV (市場整合的エンベディッド・バリュー) 原則を参考にしている。2016年度より、超長期の金利水準について、終局金利を用いた方法を適用。2015年度末におけるEEVについても同様の評価により再評価  
2. 2015年5月の第三者割当増資額30億4,000万円を含み算出

- 22ページは、2012年3月上場来以降のEEVの推移です。
- 年平均成長率はEEVが20%、保有契約の将来利益現価が40%で順調に増加をしています。
- また、当社のEEVのもうひとつの特徴として、他の生命保険会社においては、過去に金利環境が大幅に変動した際、EEVの変動に大きな影響を与えましたが、当社は、保障性商品のみを取り扱っていることから、相対的に金利の変動の影響を受けにくく、低金利の環境下においても、EEVが安定的に成長しています。

## 修正EV増加額を新たに開示



- EEVの増加額のうち、当社の**期間業績の成長**を適切に表す指標

### 修正EV増加額

以下の要素で構成したものとして定義

- 当年度の新契約価値
- 将来利益現価の割り戻し
- 保険関係の前提条件と実績の差異

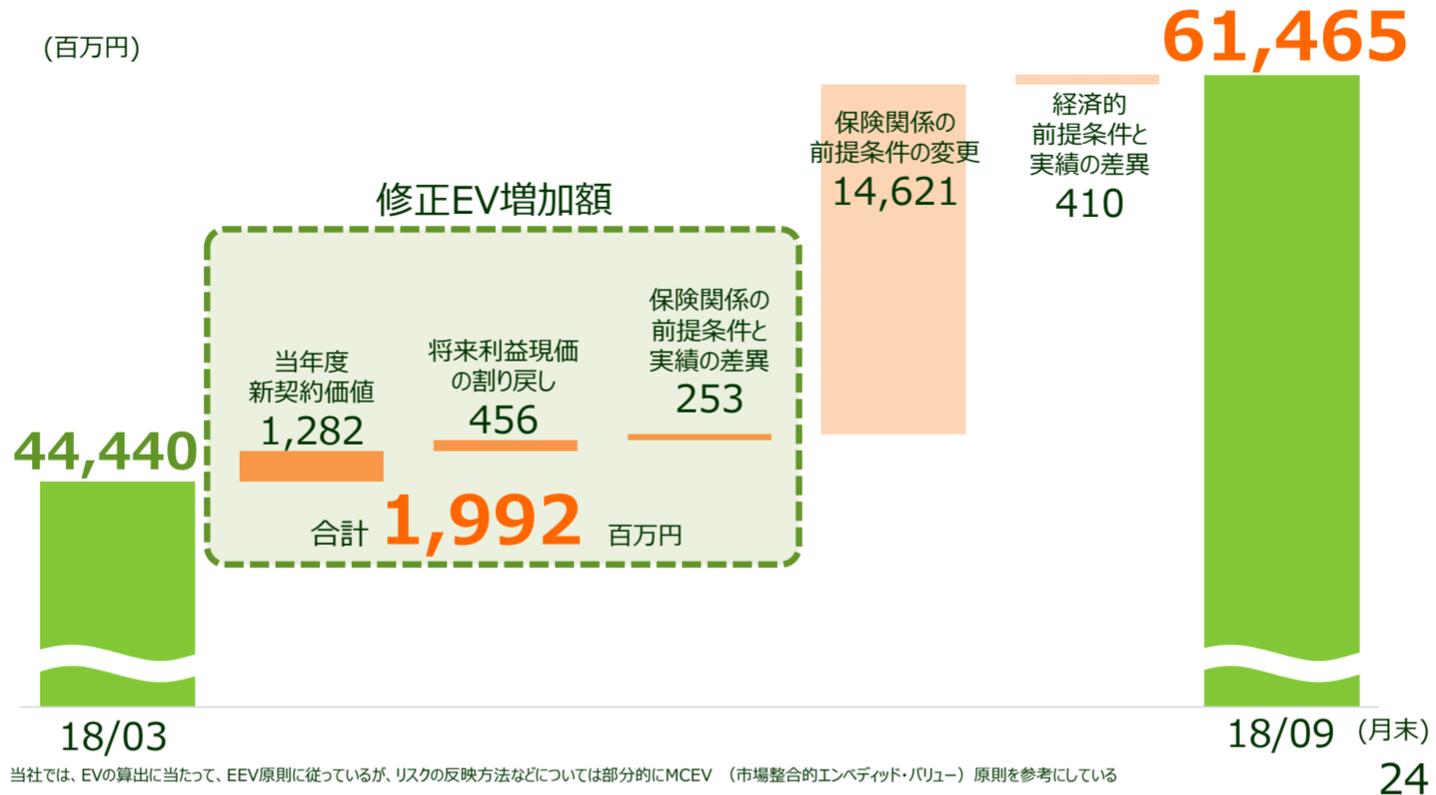
23

- 今回の決算から、EEVの増加額の中でも、当社の期間業績の成長を適切に表す指標として、修正EV増加額を開示しています。
- 次ページで、項目をご説明します。

# EEV<sup>1</sup>の変動要因分析



- 期間成長を表す修正EV増加額は、**1,992百万円**
- 開業後**10年間の実績**をもとに、前提条件を見直し



- 修正EV増加額は、新契約価値、将来利益現価の割り戻し、保険関係の前提条件と実績との差異の3つの数字を合計したもので表しており、2018年度上半期は、19億9,200万円となりました。
- 2018年9月末時点のEEVは、開業後10年間の当社の保有契約の実績をもとに、保険関係の前提条件を見直したことなどにより、大幅に改善しています。

# 財務状況



(百万円)	18/03	18/09
総資産	35,541	37,101
現金及び預貯金	926	1,022
買入金銭債権	1,999	999
金銭の信託	2,567	3,029
有価証券	28,303	30,222
国債	8,398	8,344
地方債	1,505	1,490
社債	13,892	15,528
株式 <sup>1</sup>	346	487
その他の証券 <sup>2</sup>	4,161	4,370
負債合計	22,153	23,983
保険契約準備金	21,186	22,965
純資産	13,387	13,118
ソルベンシー・ マージン(SM)比率	2,455%	2,289%

■ 保有債券の  
修正デュレーションは  
**11.7年**

■ SM比率、健全性は  
**十分に確保**

1. 生命保険のインターネット販売における協業等を目的とした業務提携による関係強化のため、株式会社アドバンスクワイートなどの株式を保有
2. 外国債券及び株式等を含む投資信託への投資

25

- 25ページでは、貸借対照表を記載しています。運用資産の保有債券の修正デュレーションは11.7年となりました。
- また、当社の支払い余力を示す指標のソルベンシー・マージン比率は、保有契約の増加や資産運用の多様化によりリスクは増加したものの、引き続き十分な健全性を確保しています。

# 商品への評価



## ■ 保険の専門家などから高い評価を獲得

<p><b>定期死亡保険</b> かぞくへの保険</p>	<p><b>就業不能保険</b> 働く人への保険</p>	<p><b>がん保険</b> ダブルエール</p>
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------

1. 価格.com保険アワードは総合保険比較サイト「価格.com保険」に掲載されている保険商品を対象に、2017年1月1日～2017年12月31日の期間に最も申し込みの多かった商品として選出
2. 保険市場「2018年版 昨年最も選ばれた保険ランキング」は、保険市場にて、対象期間中の申込件数（2017年1月1日～2017年12月31日）をもとに選出
3. 株式会社日経BP発行の雑誌「日経トレンドイ」2018年5月号「得する 銀行・保険」特集
4. 雑誌「MONOQLO the MONEY」（2018年12月号）の企画

26

- 最後に二点、直近のトピックスをご紹介します。
- 当社の各商品は、フィナンシャルプランナーなどの保険の専門家の方々から、保障内容や保険料において高い評価をいただいています。
- 今後も、必要な保障を多くのお客さまにお届けできるよう、新たな商品やサービスの開発に取り組みます。

# 一人ひとりの生き方を応援する会社へ



## ■ 多様な生き方を尊重し、一人ひとりの生き方を応援する会社を目指す

 がん罹患後の日常生活も支援することを目的とした「がん生活サポートサービス<sup>1</sup>」の提携企業を拡充



 LGBT<sup>2</sup>に対する取組みが評価され、wwP<sup>3</sup>で3年連続ゴールド受賞



1. 詳細URL : <https://www.lifenet-seimei.co.jp/survivorship/>

2. レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダー（性同一性障がいなど）の性的マイノリティを指す言葉

3. work with Prideは、企業などの団体において、レズビアン・ゲイ・バイセクシュアル・トランスジェンダーなどの性的マイノリティに関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体

- 27ページは、当社の「ライフネットの生命保険マニフェスト」のもと、お客さまの多様な生き方を尊重して、そのニーズにお応えできるような会社を目指してまいります。
- 直近の取組みとして、2017年8月のがん保険発売に合わせて、がん罹患後も、働きながら治療するお客さまを応援できるよう「がん生活サポートサービス」を開始し、その内容を拡充するとともに、数年来取り組んでいるLGBTに対する取組みについても、work with Prideが主催する「PRIDE指標2018」において、最高評価である「ゴールド」を、2018年10月に受賞し、3年連続の受賞となりました。

# 2018年度業績予想を修正



## ■ 新経営方針と好調な新契約業績を踏まえ、 単年度で**過去最高の契約獲得**を目指す

(百万円)

	【期初】 2018年5月15日	【前回修正】 2018年8月10日	【今回修正】 2018年11月12日
経常収益	12,000	12,300	12,600
経常損益	0	△800	△1,600
当期純損益	0	△600	△1,600

(参考) 新契約 年換算保険料 <sup>1</sup>	1,800	2,200	2,600
------------------------------------	-------	-------	-------

1. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出

28

- 2018年度の業績予想修正の実質上方修正をご説明します。
- 当社は、新経営方針のもと、好調な新契約業績を踏まえて、営業費用の投下を増加し、さらなる成長を目指します。そのため、今年度は2度目となる業績予想の修正を行います。
- 現時点では、単年度の損益よりも、中長期の収益性向上に向けて、新契約業績を着実に獲得することで、事業規模を成長させることを優先します。
- 保険会計の構造により、赤字幅は拡大するものの、これは我々の思いをより多くのお客さまにしっかりと届けたいという意思を反映した計画であり、いわば、規律を持った赤字、未来のある赤字であると考えています。将来の収益に繋がる成長投資を行い、事業規模の拡大に繋がります。
- この結果、経常収益は126億円、経常損益及び当期純損益は△16億円となる見込みです。
- なお、今年度の営業費用の投下により得られた新契約は、単年度の収益に与える影響が限定的であることから、ご参考までに、各業績予想発表時点における新契約の年換算保険料の予想値を示しています。
- 2018年5月時点では、新契約の年換算保険料の期初の予想は、通期で18億円程度を想定していましたが、2018年11月時点では、5月当時から5割弱程度の上方向修正となる26億円程度を見込んでいます。

# 今後の経営方針



経営理念

**正直に経営し、  
わかりやすく、安くて便利な  
商品・サービスを提供することで、  
お客さま一人ひとりの生き方を応援する**

目指す姿

**オンライン生保市場の拡大を  
力強く牽引するリーディングカンパニー**

重点領域

- **顧客体験の革新**  
デジタルテクノロジーを活用し、全てのサービスを質的に高め進化させる
- **販売力の強化**  
積極的プロモーション及び代理店・ホワイトレーベルの拡大により、  
圧倒的な集客を実現する

29

- 改めて、最後に、当社は経営理念を、「正直に経営をし、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」と定め、重点領域に注力しながら、オンライン生保市場の拡大を、当社が力強く牽引をしていきたいと考えています。
- 以上で、2018年度第2四半期の決算説明を終了します。

# ライフネットの生命保険マニフェスト



「正直に わかりやすく、安くて、便利に。」

## 第1章 私たちの行動指針

- (1) 私たちは、生命保険の未来をつくる。生命保険は生活者の「ころばぬ先の杖がほしい」という希望から生まれてきたという原点を忘れずに。
- (2) 私たちは、お客さまの声に耳を傾け、お客さまに何が必要かを常に考え行動する。
- (3) 私たちは、自分たちの友人や家族に自信をもってすすめられる商品・サービスだけを届ける。
- (4) 顔の見える会社にする。私たちは、経営のこと、商品のこと、社員のこと、どんな会社なのか、正直に伝える。
- (5) 私たちは、多様性を尊重し、協力しあうことで、変化に対応しつづける。100年後もお客さまに安心を届けられる会社であるために。
- (6) 私たちは、常に誠実に行動する。コンプライアンスを遵守し、倫理を大切にす。

## 第2章 生命保険を、もっと、わかりやすく

- (1) 私たちは、「生命保険がわかる」情報を提供する。お客さまが自分にあった保障を納得して、選べるように。
- (2) 私たちは、誰もが読んで理解できる「約款」（保険契約書）をつくる。
- (3) 私たちは、お申し込みだけでなく、保険金・給付金を請求するときにこそ、わかりやすいと思ってもらえる商品やサービスを届ける。

## 第3章 生命保険料を、安くする

- (1) 私たちは、保障内容を過剰にしない。必要な備えを、適正な生命保険料で提案する。
- (2) 私たちは、よい商品を安く提供するための工夫を怠らない。
- (3) 私たちは、生命保険料を抑え、その分をお客さまの人生の楽しみに使っ  
てほしいと考える。

## 第4章 生命保険を、もっと、便利に

- (1) 私たちは、ご契約の検討から保険金・給付金の受け取りまで、あらゆる  
場面でお客さまの便利を追求する。
- (2) 私たちは、私たちの考えに共鳴してくれたパートナーと協力して、お客  
さまに商品やサービスを届ける手段を増やす。
- (3) 私たちは、生命保険の枠を超えて、「生きていく」ことを支える情報とサー  
ビスに触れる機会を増やす。
- (4) 私たちは、お客さまの期待の先にある「便利な生命保険」を通して、次  
の時代の当たり前をつくる。

お客さま一人ひとりの生き方を応援する企業でありたい。  
そのために、これからも挑戦を続けます。



本資料に記載されている計画、見通し、戦略及びその他の歴史的事実以外は、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、さまざまなリスク及び不確実性が内在しています。実際の業績は経営環境の変動などにより、これら見通しと大きく異なる可能性があります。

また、本資料に記載されている当社及び当社以外の企業などに係る情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

<https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/>

「IRメール配信」へのご登録でニュースリリースの情報やIRサイトの更新情報を随時お届けします。

 IRメール配信

# 補足資料



**LIFENET**  
LIFENET INSURANCE COMPANY

# 要約損益計算書及び基礎利益（半期）



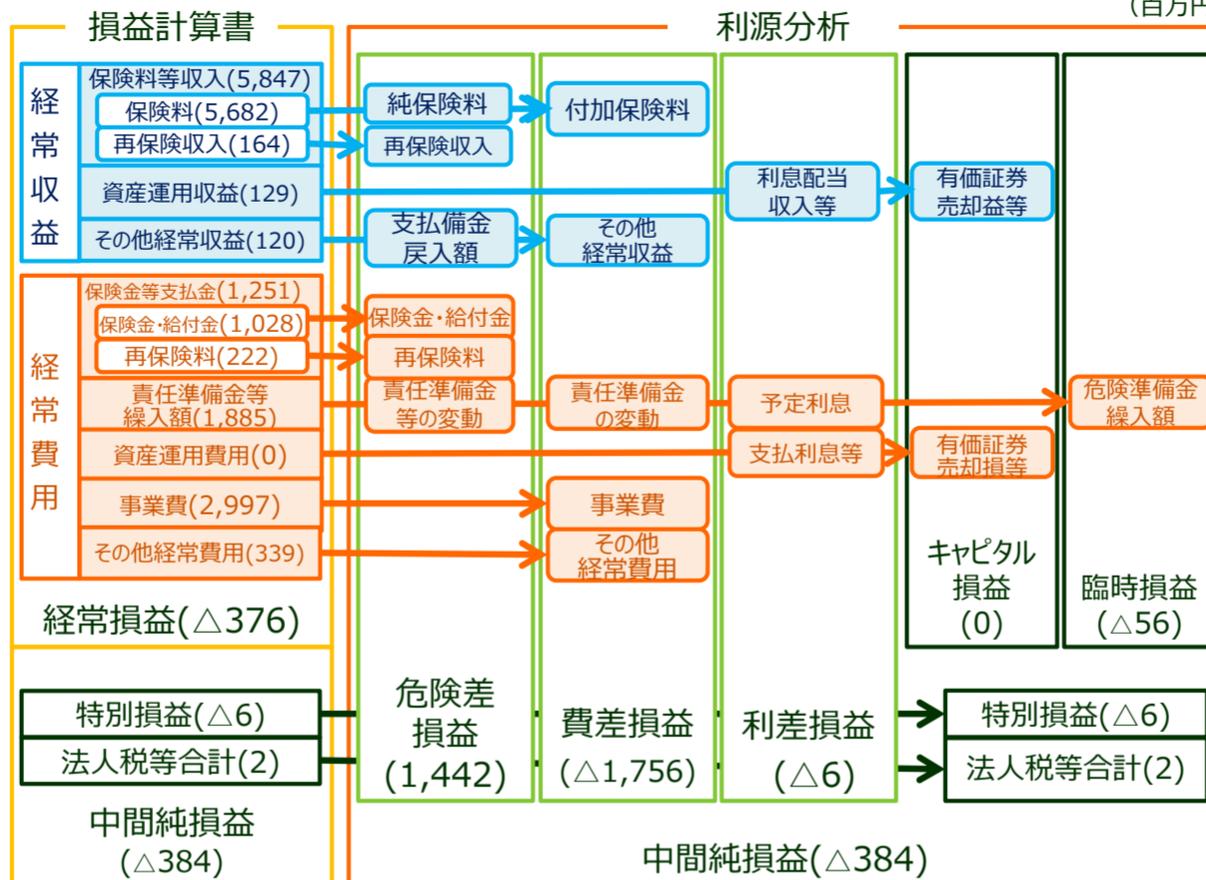
	(百万円)	2017/1H	2018/1H	増減	増減理由
要約損益計算書	保険料等収入	5,196	<b>5,847</b>	650	
	その他	142	<b>250</b>	107	
	経常収益	5,338	<b>6,097</b>	758	保有契約の伸長
	保険金等支払金	971	<b>1,251</b>	280	保有契約伸長に伴い増加。保険料に対する保険金及び給付金の割合は18.1%
	うち保険金	533	<b>710</b>	177	保険金の支払件数は、2017/1Hの35件から2018/1Hは48件へ増加
	うち給付金	288	<b>318</b>	30	給付金の支払い件数は、2017/1Hの3,039件から2018/1Hは3,331件へ増加
	責任準備金等繰入額	1,786	<b>1,885</b>	98	標準責任準備金の移行により微増。保険料に対する責任準備金繰入額（1,885百万円）の割合は33.2%
	事業費	2,295	<b>2,997</b>	702	広告宣伝費を中心とした営業費用が増加
	営業費用	1,115	<b>1,721</b>	605	
	保険事務費用	327	<b>367</b>	40	
	システム・その他	852	<b>908</b>	56	
	その他	283	<b>339</b>	55	
	経常費用	5,337	<b>6,473</b>	1,136	
	経常損益	1	<b>△376</b>	△377	
	特別損失・法人税等合計	16	<b>8</b>	△7	
	中間純損益	△15	<b>△384</b>	△369	
基礎利益	危険差損益	1,278	<b>1,442</b>	164	
	費差損益	△1,232	<b>△1,756</b>	△523	広告宣伝費を中心とした営業費用が増加
	利差損益	4	<b>△6</b>	△10	
	基礎利益	50	<b>△319</b>	△370	

# 基礎利益の利源分析の図解



2018年度上半期

(百万円)



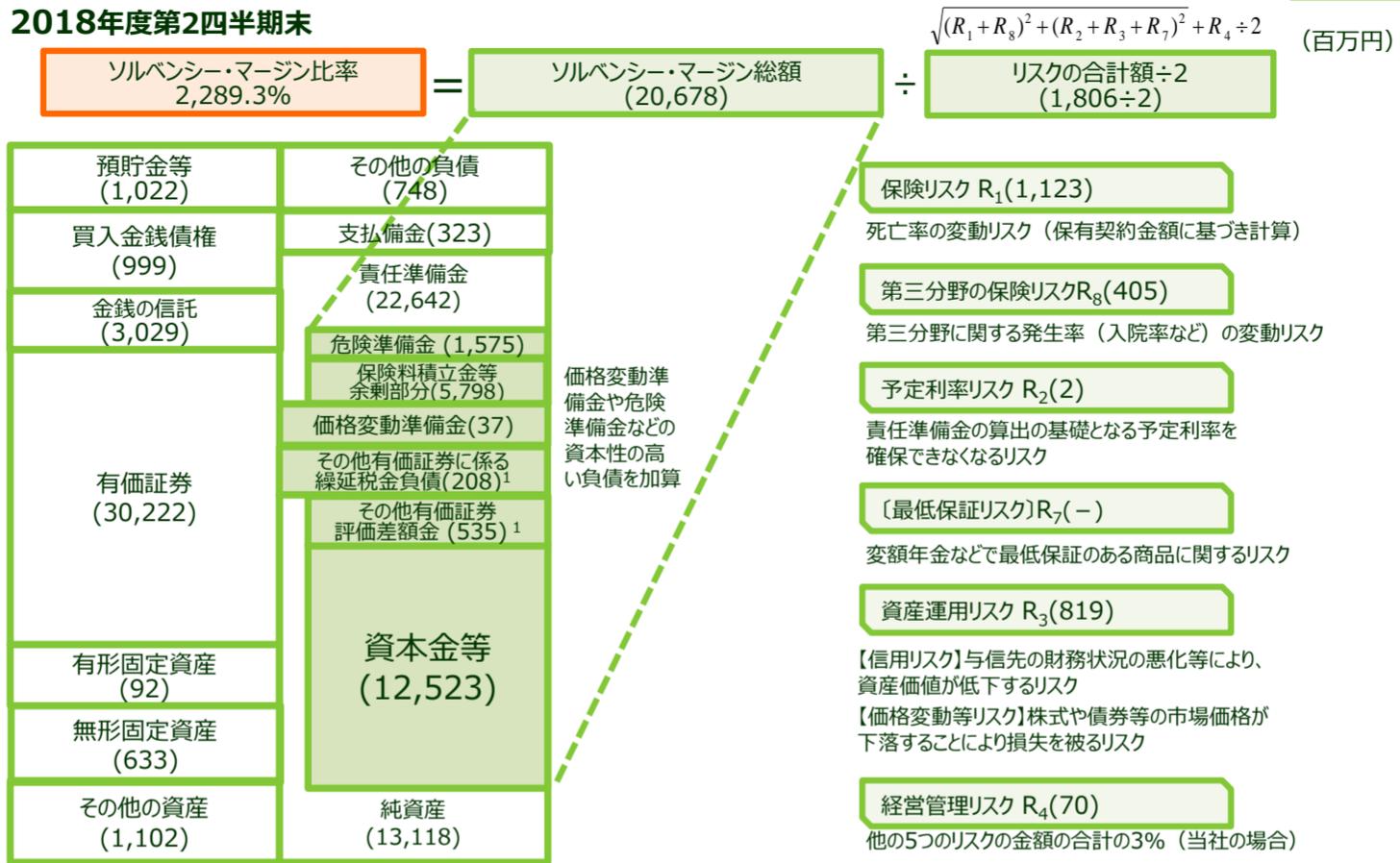
1. 金額微少の項目については、一部省略

# ソルベンシー・マージン比率の図解



LIFENET

2018年度第2四半期末



1. その他有価証券評価差額金・繰延ヘッジ損益 (税効果控除前) (90%又は100%)  
 2. 当社で該当するものがない項目や金額が微少な項目については、一部〔 〕で囲んで表記しているものを除き、省略