



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2021年12月

ライフネット生命保険株式会社

I. 会社概要

II. 生命保険業界動向

III. ビジネスモデル

IV. 成長戦略

V. 事業等のリスク

- 「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」という経営理念のもと、インターネットを主な販売チャネルとする生命保険会社です。
- デジタルテクノロジーを活用しながら、一貫してお客さまの視点に立った商品・サービスの提供を実現するとともに、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を目指します。



**正直に
わかりやすく、
安くて、便利に。**

- 「ライフネットの生命保険マニフェスト」は、創業者の「ライフネット生命をこういう会社になりたい」という思いから生まれたものです。
- 開業時から当社のすべての役員・社員の行動指針となっています。

「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、倫理を大切にします。

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。

沿革

- 2006年 10月23日 会社設立
- 2008年 5月18日 営業開始
- 2012年 3月15日 東京証券取引所マザーズ上場
- 2015年 5月22日 KDDI株式会社に対する第三者割当による新株発行
- 2020年 7月20日 海外市場における募集による新株式発行
- 2021年 9月15日 海外市場における募集による新株式発行

株式基本情報

- 東京証券取引所マザーズ
- 証券コード 7157
- 発行可能株式総数 100,000,000株
- 発行済株式総数 69,674,538株（2021年9月30日現在）
- 株主数 4,953名（2021年9月30日現在）

主要財務数値（2021年3月期）

- 保有契約年換算保険料¹： 18,713 百万円
- 保有契約件数： 439,945件
- 保有契約高： 2,994,198 百万円
- 保険料等収入： 20,282 百万円
- 総資産： 54,501 百万円
- 純資産： 15,806 百万円
- エンベディッド・バリュー： 95,140 百万円
- 従業員数： 165人
ーうち営業職員数： 0人
- ソルベンシー・マージン比率： 2,647%

主な株主（2021年9月30日現在）

- | | |
|--|--------|
| auフィナンシャルホールディングス株式会社 | 18.37% |
| JP MORGAN CHASE BANK 380742 | 7.97% |
| MSIP CLIENT SECURITIES | 5.88% |
| 株式会社セブン・フィナンシャルサービス | 4.66% |
| GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL | 4.08% |
| NORTHERN TRUST CO.(AVFC) RE FIDELITY FUNDS | 3.74% |
| 株式会社日本カストディ銀行（信託口） | 2.77% |
| BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC) | 2.60% |
| J.P. MORGAN BANK LUXEMBOURG S.A. 384513 | 2.46% |
| INTERACTIVE BROKERS LLC | 2.31% |

1. 年換算保険料とは、1回あたりの保険料について、保険料の支払い方法に応じた係数を乗じ、1年あたりの保険料に換算した金額のことです。当社商品の保険料は全て月払いのみとなっているため、1ヶ月あたりの保険料に12を乗じたものが年換算保険料となります。

- 多様な経験と能力を有する30代から60代までの幅広い世代で構成しています。
- 当社は取締役会の監督機能を一層強化させるとともに、さらなるコーポレート・ガバナンスの強化を目指して、2021年6月に監査等委員会設置会社に移行しました。

取締役



森 亮介（もり りょうすけ）
代表取締役社長

ゴールドマン・サックス証券株式会社を経て、2012年9月に当社入社。経営戦略本部長、営業本部長を務める。2018年6月より現職。



木庭 康宏（こば やすひろ）
取締役副社長
営業本部長

厚生労働省を経て、2010年9月に当社入社。法務部長、コーポレート本部長、経営戦略本部長を務める。ライフネットみらい株式会社 取締役



近藤 良祐（こんどう りょうすけ）
取締役

【担当】経営企画部、商品開発部、資産運用部

株式会社かんぽ生命保険を経て、2012年3月に当社入社。経営企画部長、営業本部長を務める。



横澤 淳平（よこざわ じゅんぺい）
取締役
お客さまサービス本部長、システム戦略本部長

NTTデータネットワーク株式会社を経て、2008年5月に当社入社。営業本部KDDI事業部長、お客さまサービス本部事務企画部長を務める。



水越 豊（みずこし ゆたか）
社外取締役

ボストン コンサルティング グループ
シニア・アドバイザー



齊藤 剛（さいとう たけし）
社外取締役

auフィナンシャルホールディングス株式会社
執行役員常務 経営企画部長

取締役（監査等委員）



山崎 隆博（やまさき たかひろ）
取締役（常勤監査等委員）

日本生命保険相互会社、日本ベンチャーキャピタル株式会社を経て、2015年6月に当社入社。常勤監査役を務める。



林 敬子（はやし けいこ）
社外取締役（監査等委員）

日本公認会計士協会 常務理事
元監査法人トーマツ パートナー



山下 知之（やました ともゆき）
社外取締役（監査等委員）

イーオンソリューションズジャパン株式会社
代表取締役社長

- 当社は、マニフェストを軸に、「ガバナンスの継続的強化」「お客さま本位の業務運営」「社会変化への適応」を通じて、持続可能な社会の実現と当社の企業価値向上を目指します。

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。

ガバナンスの継続的強化

- 開業来、社外取締役・独立社外取締役を選任
- 任意の指名・報酬委員会を設置
- 役員報酬に譲渡制限付株式報酬を導入
- 有価証券報告書の株主総会前開示

お客さま本位の業務運営

- お客さま本位の業務運営に関する方針と取組み指標及び成果を開示
- 同性パートナーを保険金受取人として指定可能にするなど、多様性を意識した取組みを推進
- 保険料の内訳を業界で唯一開示¹
- オンライン上でストレスフリーなお客さま体験を実現し、ご契約者からNo.1評価を獲得²

社会変化への適応

- コロナ禍において、ご契約者の手続き負担軽減や従業員の働きやすい体制整備を実施
- 異業種パートナーとの協業を通じたオンライン生保市場の拡大により、便利なサービスを提供
- 子会社を通じて、オンラインでお客さまに寄り添った生命保険全般のサービスを展開

・サステナビリティウェブサイト <https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/sustainability.html>

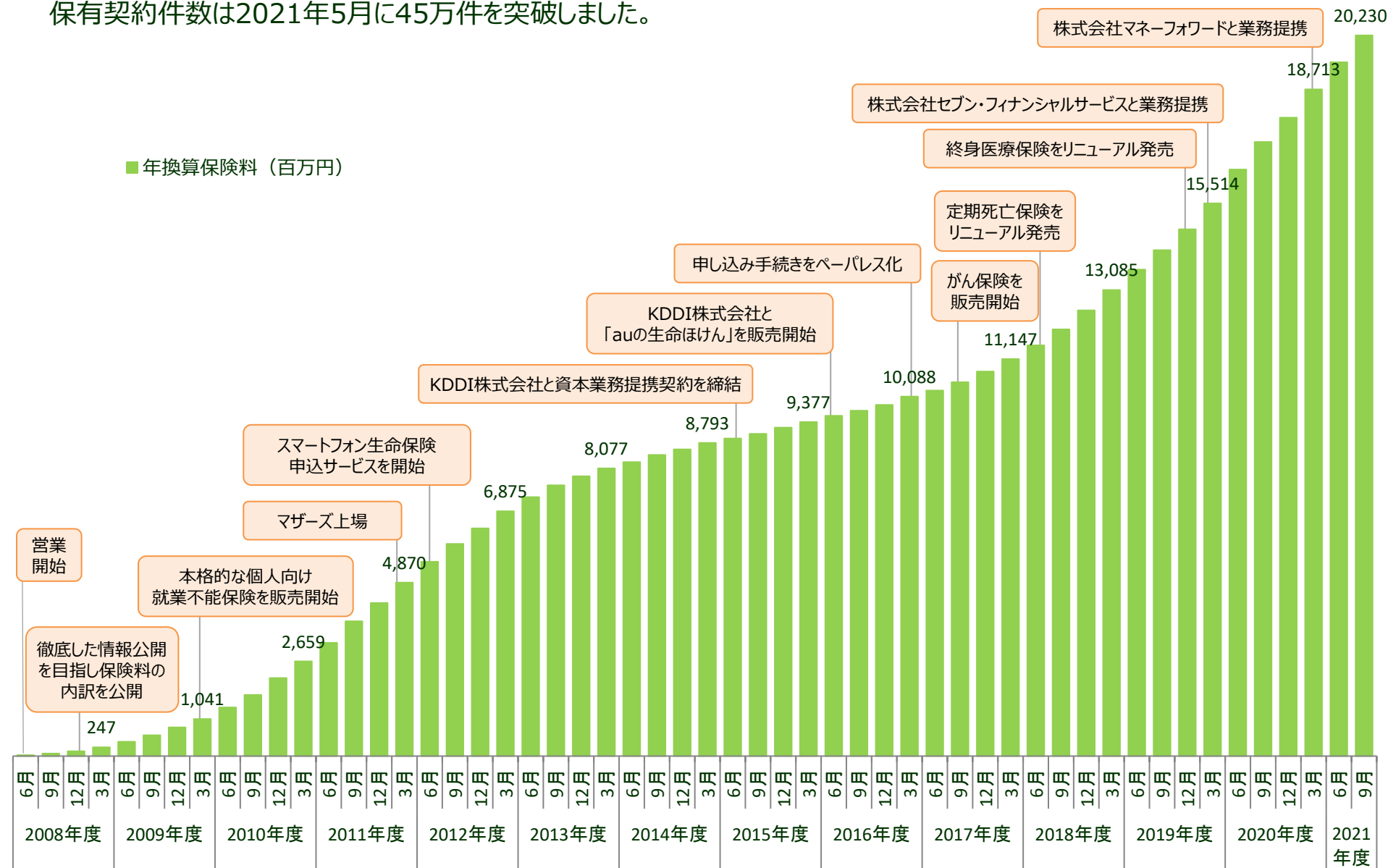
1. 当社調べ（2021年9月）
2. J.D. パワー「2021年生命保険契約満足度調査」ダイレクト型チャネル部門

保有契約の年換算保険料の推移と取組み

■ 開業以来、さまざまな取組みを通じて、保有契約業績は着実に増加しています。

保有契約件数は2021年5月に45万件を突破しました。

■ 年換算保険料（百万円）



I. 会社概要

II. 生命保険業界動向

III. ビジネスモデル

IV. 成長戦略

V. 事業等のリスク

- 現在の生命保険業界は、「大きな市場」に「大きな非効率」が存在する一方で、「大きな変化」が生じていると考えています。

大きな市場

年間保険料約30兆円
市場規模は世界第3位

1世帯あたり
約40万円の
年間払込保険料

大きな非効率

保険会社と消費者の間の
情報の非対称性

世帯収入が
低下傾向にある中
高止まりする
平均保険料

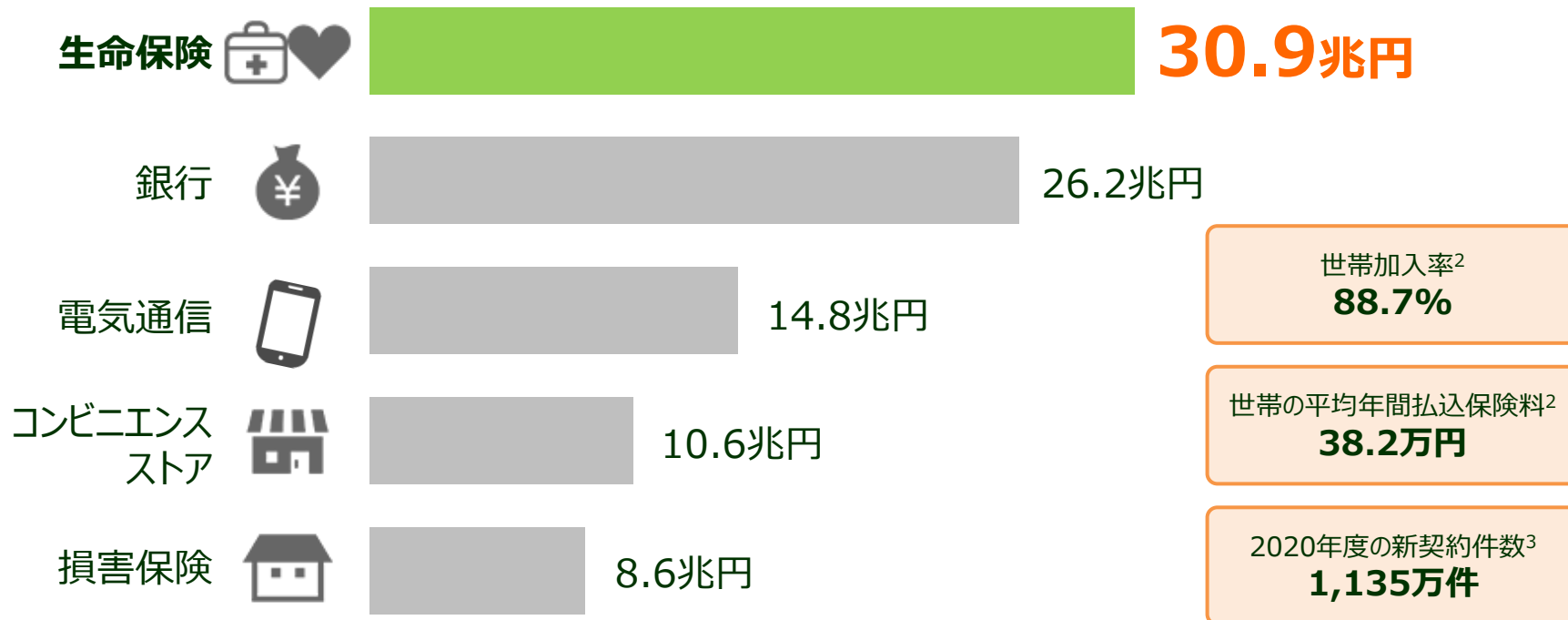
大きな変化

顧客本位の業務運営の
推進

生命保険においても
オンライン加入を嗜好する
お客さまは増加傾向

- 日本の生命保険市場は、約30兆円という巨大な市場規模です。すでに約90%の世帯が生命保険に加入している中、2020年度も約1,135万件の新規加入があり、生命保険のニーズは高いと考えています。

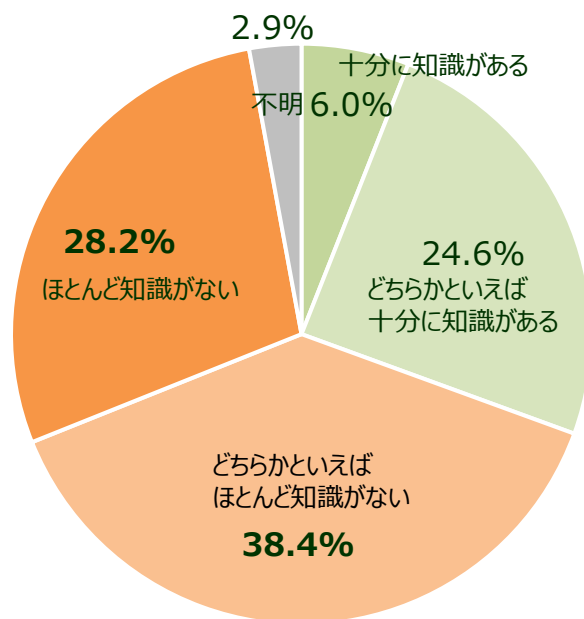
日本の業界別の市場規模¹



1. 生命保険は保険料等収入、銀行は経常収益、電気通信及びコンビニエンスストアは売上高、損害保険は正味収入保険料。一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2020年度）、財務省「法人企業統計調査」（令和元年度）、総務省情報流通行政局&経済産業省大臣官房調査統計グループ「2020年情報通信業基本調査」（2019年度実績）、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計調査年間集計」（2020年1月から12月）、一般社団法人日本損害保険協会「保険種目別データ」（2020年度）
2. 2018年の数値。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」
3. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2020年度）（転換契約を含まない）

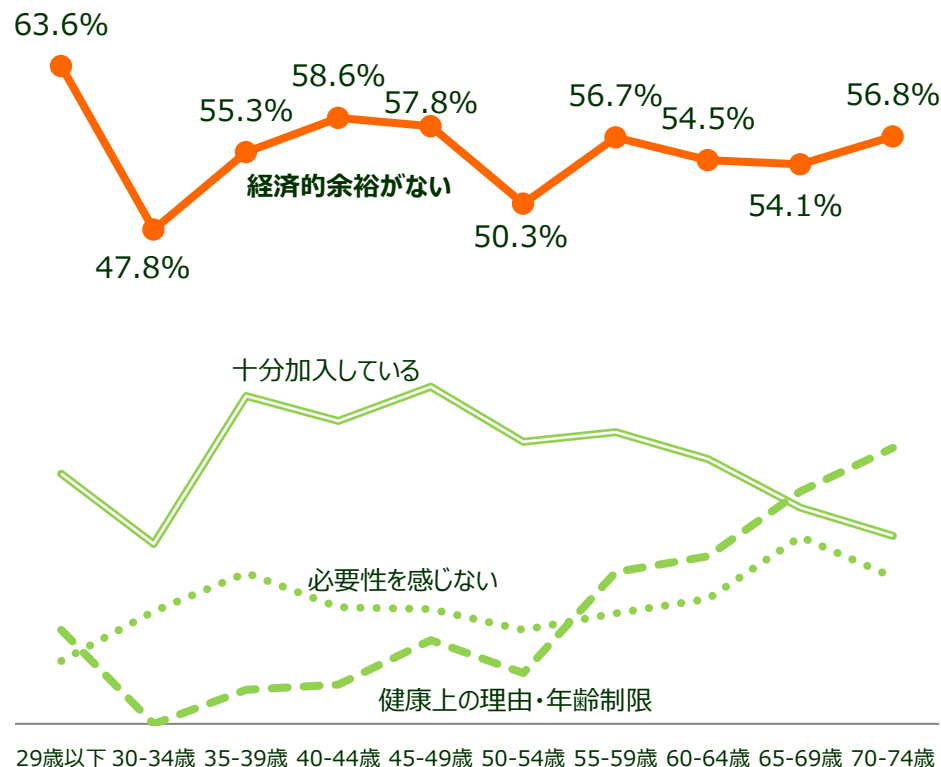
- 世帯加入率は約90%の一方で、生命保険に関して「ほとんど知識がない」が約70%を占めていることから、販売側の保険会社と購入側のお客さまの間で、情報の非対称性の存在が伺えます。
- また、すべての年齢において、生命保険の加入意向のない理由の第1位が「経済的余裕がない」であり、保険料において顧客ニーズを満たせていないことが考えられます。

生命保険に関する知識



**ほとんど知識がない
66.6%**

生命保険に加入・追加加入意向がない理由



- 金融庁による「顧客本位の業務運営に関する原則」の公表等により、金融機関の行動や販売商品を顧客にとって「見える化」する施策が促進されています。
- 生命保険の加入において、オンラインチャネルを嗜好するお客さまは増加傾向にあります。

フィデューシャリー・デューティーの徹底を促進¹

市場の公平性・透明性の確保などを目的として、各金融機関はお客さま本位の業務運営が求められています。

金融行政の重点施策（抜粋）

- ・ 「顧客本位の業務運営に関する原則」を公表、原則を採択した金融機関に取組方針の策定・公表を要請
- ・ 手数料の開示を促進
- ・ 商品のリスクの所在などの説明（資料）の改善
- ・ 顧客本位の取組みの開示の促進

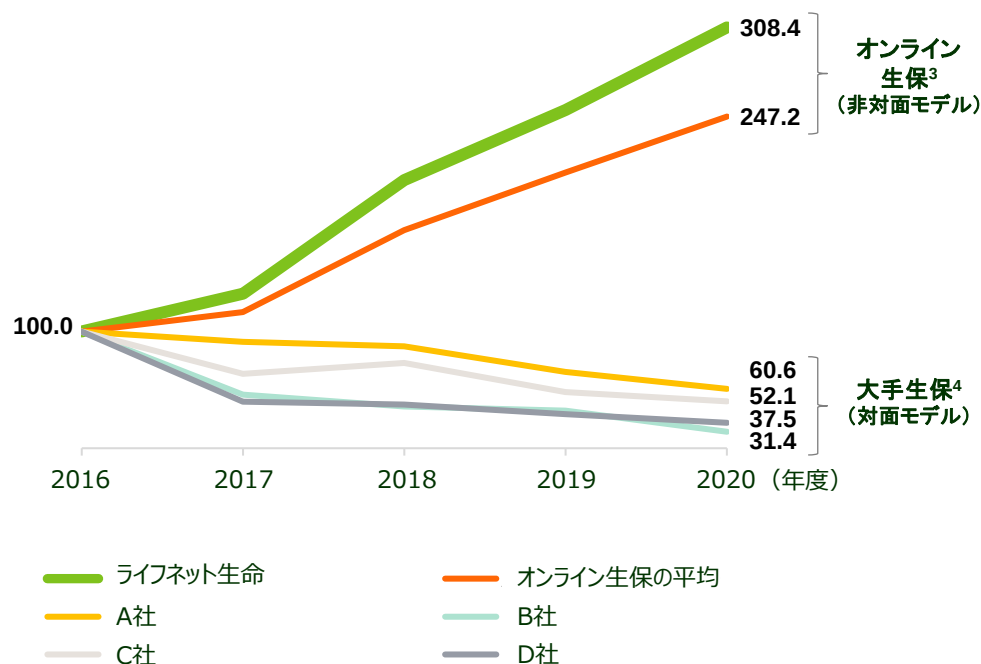


金融行政の目指す姿

- ・ 顧客のためになる良質な金融商品・サービスの提供
- ・ 顧客による金融商品の比較を容易とする仕組みの構築

オンライン生保と既存生保の新規加入の推移

過去5年間の新契約の年換算保険料において、オンライン生命保険は増加傾向にあります²。



1. 金融庁「金融行政方針」の平成27～29事務年度の資料より抜粋
 2. 2016年度の新契約の年換算保険料を100とした指数で表示
 3. オンライン生保の平均は、ライフネット生命とアクサダイレクト生命の2016年度から2020年度までの新契約年換算保険料の加重平均
 4. 各社の2016年度から2020年度の決算に関する公開情報をもとに作成

I. 会社概要

II. 生命保険業界動向

III. ビジネスモデル

IV. 成長戦略

V. 事業等のリスク

正直に

- 徹底した情報公開
- オンライン生保ながらも、「顔の見える会社」を重視

わかりやすく

- シンプルな商品設計
- 直観的に操作できるわかりやすいウェブサイト

安くて

- 主な販売チャネルであるインターネットを活用して、低廉な保険料を実現

便利に

- スマートフォンを通じたサービスの拡充
- 申し込みから給付金の請求まで、オンラインで手続きが可能

- オンラインで生命保険を届けながら、顔の見える会社を目指して、経営情報、商品、社員、職場もウェブサイトで公開します。

徹底した情報公開

- ・ 生命保険料の内訳の開示（付加保険料率の全面開示）
- ・ 代理店手数料の開示
- ・ 毎月の業績（速報）の開示

生命保険料の内訳の開示（例）

純保険料（原価にあたる部分） (営業) 保険料 付加保険料	定期死亡保険「かぞくへの保険」 (30歳男性、保険期間10年、保険金額3,000万円の場合)	
	純保険料	2,000円 (74%)
	付加保険料	704円 (26%)
	保険料 (純保険料 + 付加保険料)	2,704円 (100%)

(2021年11月30日時点)

顔の見える会社

- ・ 「ふれあいフェア」の定期的な開催
- ・ 開業以来続く社員ブログで社員や社内を紹介
- ・ 社員の半数は生命保険会社以外の経験を持つ、ダイバーシティに富む社内風土

社員ブログ等を掲載「ライフネットジャーナルオンライン」



<https://media.lifenet-seimei.co.jp/>

- 当社の商品はいずれも、保障性に特化し、シンプルさとわかりやすさを追求した商品です。
- 開業以来の主力商品である定期死亡保険は業界最安水準を実現、就業不能保険は業界初³の保障を付加した新商品を2021年6月より発売、がん保険は幅広い保障を提供しています。



定期死亡保険 かぞくへの保険

万が一のとき遺された家族を守る死亡保険



就業不能保険 働く人への保険³

病気やケガで長期間働けなくなったときの生活費をサポート



終身医療保険 じぶんへの保険³

保険料が一生涯上がらない医療保険



終身医療保険 じぶんへの保険³ レディース

女性特有の病気による入院に手厚い医療保険



がん保険 ダブルエール

長引く治療も安心！ニーズに合わせて選べるがん保険

1. いずれの商品も、満期保険金や配当、または解約返戻金はありません。
2. 2021年12月現在、定期療養保険「じぶんへの保険プラス」も販売しています。また、KDDI株式会社を通じて保険料還付金付き「auの生命ほけん」を、株式会社セブン・フィナンシャルサービスを通じて「セブン・フィナンシャルサービスの生命ほけん」、株式会社マネーフォワードを通じて「マネーフォワードの生命保険」を販売しています。
3. 当社調べ（2021年4月末時点）

■ 当社の商品は、お客さまに支持いただいた結果として、外部からも高い評価を受けています。



終身医療保険

じぶんへの保険③



定期死亡保険

かぞくへの保険



定期保険

総合



がん保険

ダブルエール



総合

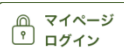
1. 保険市場「2021年版 昨年最も選ばれた保険ランキング」は、保険市場にて、対象期間中の申込件数（2020年1月1日～2020年12月31日）をもとに選出
2. 株式会社oriconMEが主催する、2021年 オリコン顧客満足度®調査
3. 価格.com保険アワードは総合保険比較サイト「価格.com保険」に掲載されている保険商品を対象に、2020年1月1日～2020年12月31日の期間に申込件数の多かった商品として選出

直観的に操作できるわかりやすいウェブサイト（例：保険料見積り）

- お客さまの保険検討をサポートできるよう、シンプルでわかりやすいウェブサイトを提供しています。



ライフネット生命
 人生に、大切なことを、わかりやすく。



メニュー

保険商品
 ▼

見積り

保険診断

保険料見積り

ネットだから24時間365日申し込みOK!

お客さまの生年月日・性別を入力してください

生年月日

1990 (平成2)
 ▼
 年

12
 月
 2
 日

性別

☒ 男性

☐ 女性

あなたの保険料はいくら？



保険料見積り
 スタート

万が一に備える
 商品の特長



定期死亡保険
 かぞくへの保険
[この保険に加入するメリット](#)

選択中

毎月の保険料
 659円

保障内容を確認・編集する

病気やケガ、がんに備える
 商品の特長



終身医療保険
 じぶんへの保険3
[この保険に加入するメリット](#)

選択中

毎月の保険料
 1,578円

保障内容を確認・編集する

がんに備える
 商品の特長



がん保険
 ダブルエール
[この保険に加入するメリット](#)

選択中

毎月の保険料
 1,209円

保障内容を確認・編集する

就業不能状態に備える
 商品の特長



就業不能保険
 働く人への保険3
[この保険に加入するメリット](#)

選択中

毎月の保険料
 1,646円

保障内容を確認・編集する

選択中の保険プラン

☒ 定期死亡保険
 659円/月

☒ 終身医療保険
 1,578円/月

☒ がん保険
 1,209円/月

☒ 就業不能保険
 1,646円/月

月額保険料合計
 5,092円

[ご予算が合わないと感じた方は](#)

お申し込みはネットでカンタン
 24時間OK!



▶ 「オンライン生命保険」安さのヒミツは？

月額保険料合計
 5,092円/月

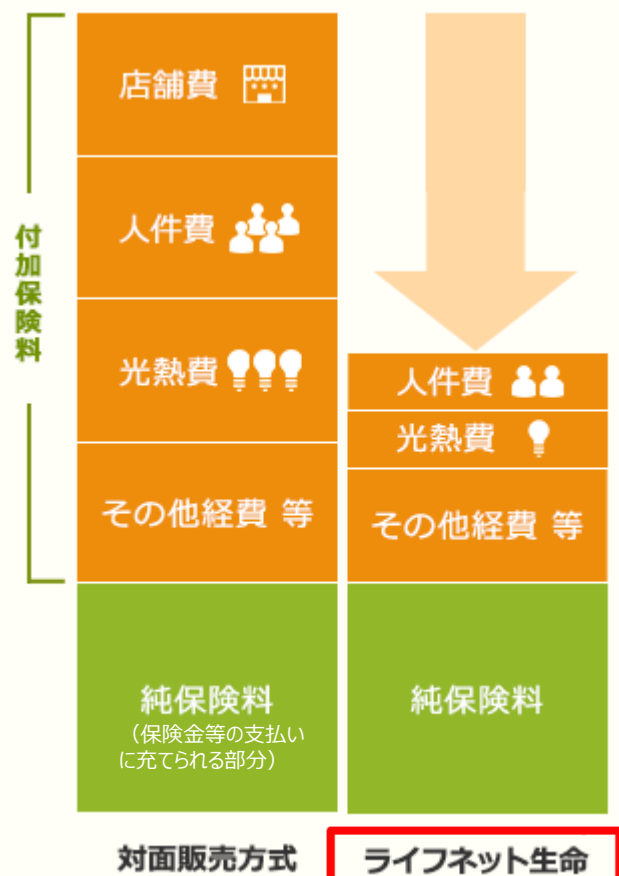
このプランの
 申し込みに進む

生年月日、性別、保険商品を選択するだけで、
かんたんに保険料のお見積りが可能

低廉な保険料を実現

- 当社は、生命保険を販売する営業職員や支店がなく、インターネットを主なチャネルとして販売しています。そのため、販売経費を抑えることが可能となり、高い価格競争力を有するとともに、低廉な保険料で商品を提供しています。

保険料の仕組みのイメージ（死亡保険の場合）



ライフネット生命で見直した保険料の節約額¹

年間で **88,704円** 相当の **節約** に！

1ヶ月平均
7,392円
節約できました！

月額保険料
平均
15,860円

見直し前

月額保険料
平均
8,468円

見直し後

1. 2019年度ご契約者さまアンケート結果（有効回答者数266名）

- オンライン生保ならではの利便性の提供に努めています。テクノロジーを活用しながら、24時間×365日、お客さまのライフスタイルに合わせて、保険相談から申し込み、給付金の請求手続きができる環境を整備しています。

スマートフォンを通じたサービスを拡充

保険相談

LINEを活用してチャットで
保険相談が可能に



(2016年7月開始)

お申し込み

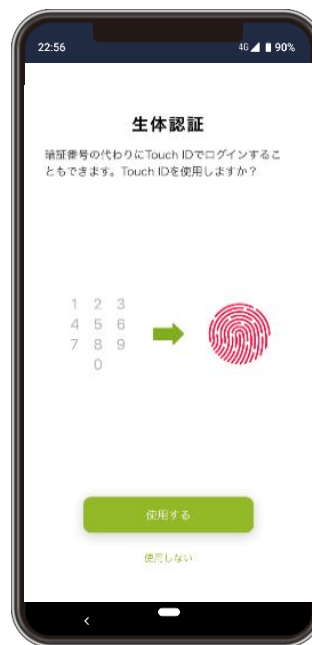
スマートフォンで必要書類を
写真に撮り送信することで、
ペーパーレス化を実現



(2016年12月開始)

ご契約中の 各種手続き

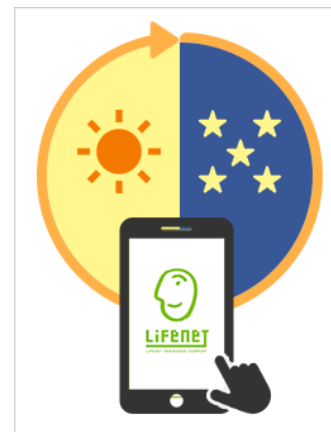
マイページ生体認証で
ログインが可能



(2018年6月開始)

給付金請求

診断書提出を原則不要¹
24時間ウェブサイトから給付
金の請求手続きが可能



2020年度保険金等
支払平均所要日数²
2.59日

1. 医療保険の給付金請求が対象です。ただし、一定の条件において、診断書提出が必要となる場合があります。
2. 請求書類の不備の補完に要した日数は除きます。また、事実の確認後に保険金等をお支払いした事案については平均所要日数の計算に含めていません。

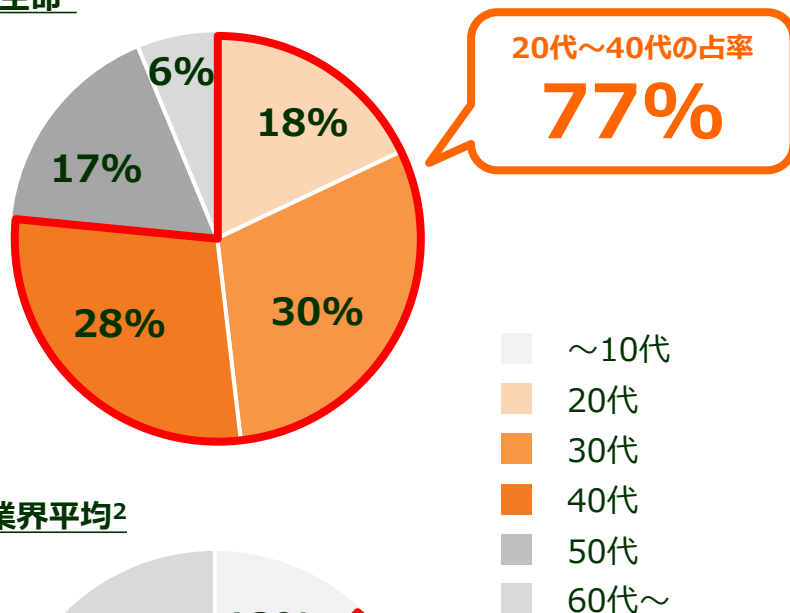
当社特有のユニークな顧客基盤

- 当社の新規ご契約者は20代から40代までが全体の77%を占め、生命保険業界平均に比べ、若年層から多くの支持を受けています。また、世帯加入率約9割の生命保険市場において、当社の加入者は新規での保険加入が半数以上です。

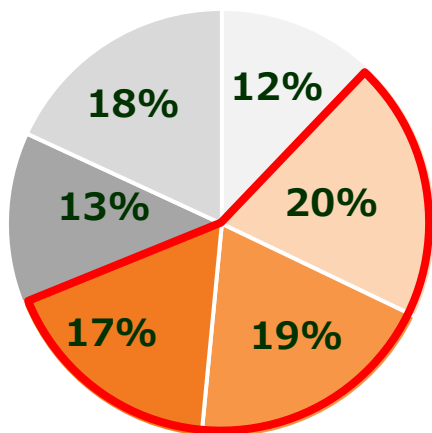
新契約件数 年代別割合

若年層を獲得し、中長期的視点で優良な顧客基盤を構築しています。

ライフネット生命¹

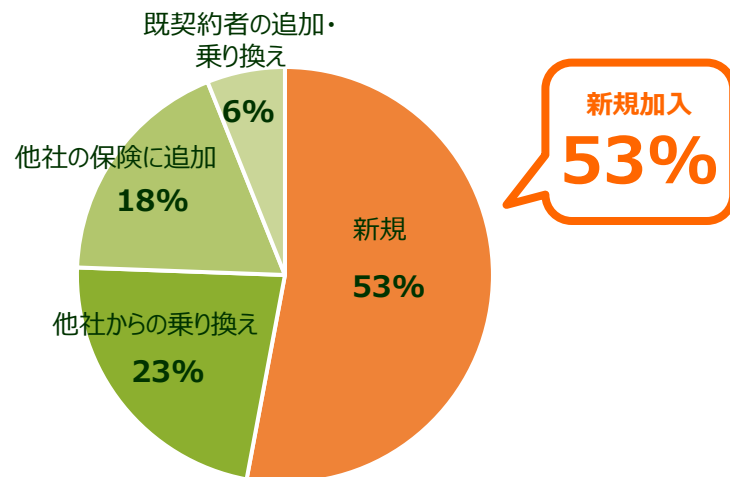


(参考) 業界平均²



加入者の状況³

世帯加入率90%の生命保険市場において、当社では、乗り換えよりも新規での保険加入が半数以上を占めています。



解約失効率

解約失効率は、2008年の開業から約6%～7%台で推移しています。

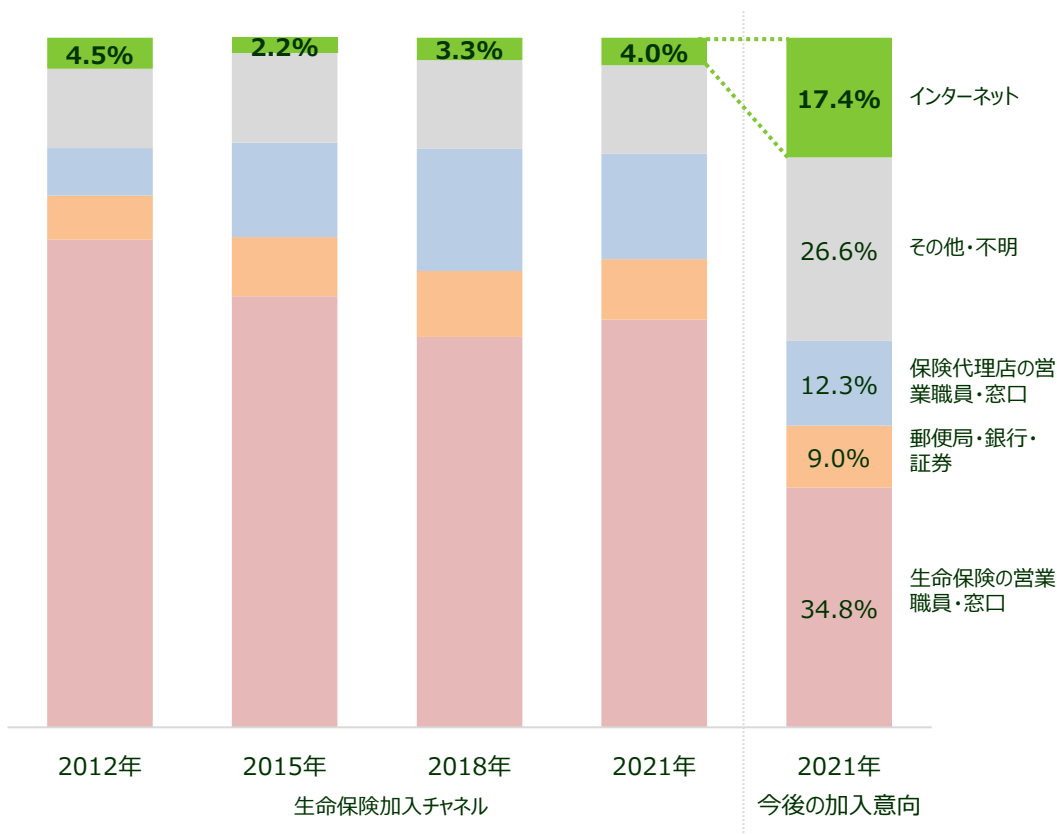
2020年度の解約失効率： 6.0%

1. 2020年度に成立した新契約件数ベース（100,587件） 出所：ライフネット生命 新契約データ（2020年度）
2. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況 年次統計 年齢階層別・男女別統計表（2020年度）」件数ベース
3. 2020年度の申込者数中、有効回答2,506名

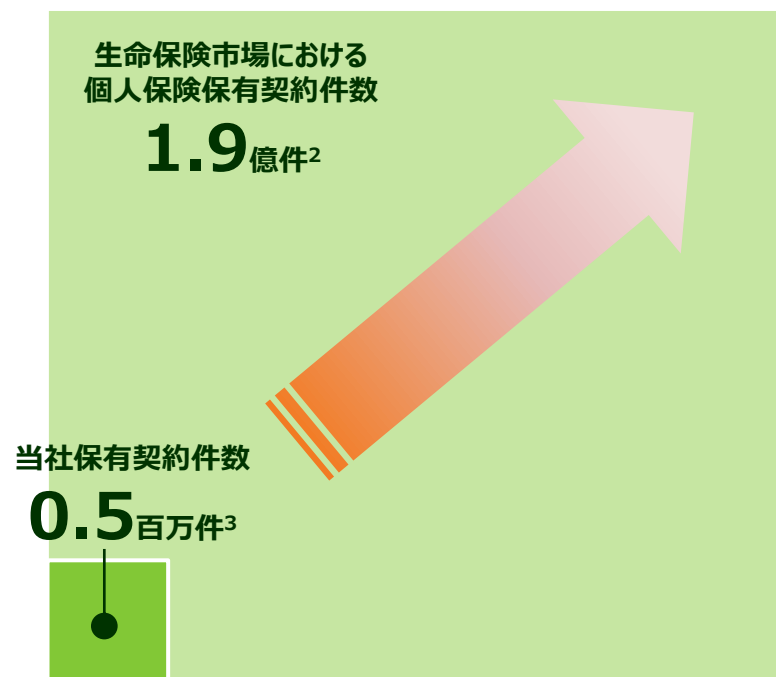
巨大市場の中でのオンライン生保のポジショニングと大きな成長可能性

- 巨大な生命保険事業において、現時点ではオンラインでの加入割合は限定的ではあるものの、金融のオンライン化という構造的な変化を背景に、インターネットチャネルを通じた今後の加入意向は大きく表れており、オンライン生保には大きな成長余地があると考えています。

生命保険加入チャネル推移と、今後の加入意向チャネル¹



生命保険市場全体及び当社保有契約件数



1. 生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」
2. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況 年次統計（2021年3月末時点）」
3. 当社「2021年11月の業績速報」

I. 会社概要

II. 生命保険業界動向

III. ビジネスモデル

IV. 成長戦略

V. 事業等のリスク

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

経営目標

EEV（ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー）を企業価値を表す重要な経営指標とし、早期の2,000億円到達を目指す

- 金融のデジタル化の進展という構造的な変化に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大は生活者の行動様式の変化をさらに加速させたと考えています。
- オンラインでサービスを提供する当社は、この変化を的確に捕え、中長期的な成長を実現することでオンライン生保市場のさらなる拡大を目指します。

一過性の変化

- ・ 健康不安による生命保険ニーズの顕在化
- ・ 外出自粛要請による営業活動の制限

構造的な変化

- ・ 対面から非対面へ、オンライン化の行動変容

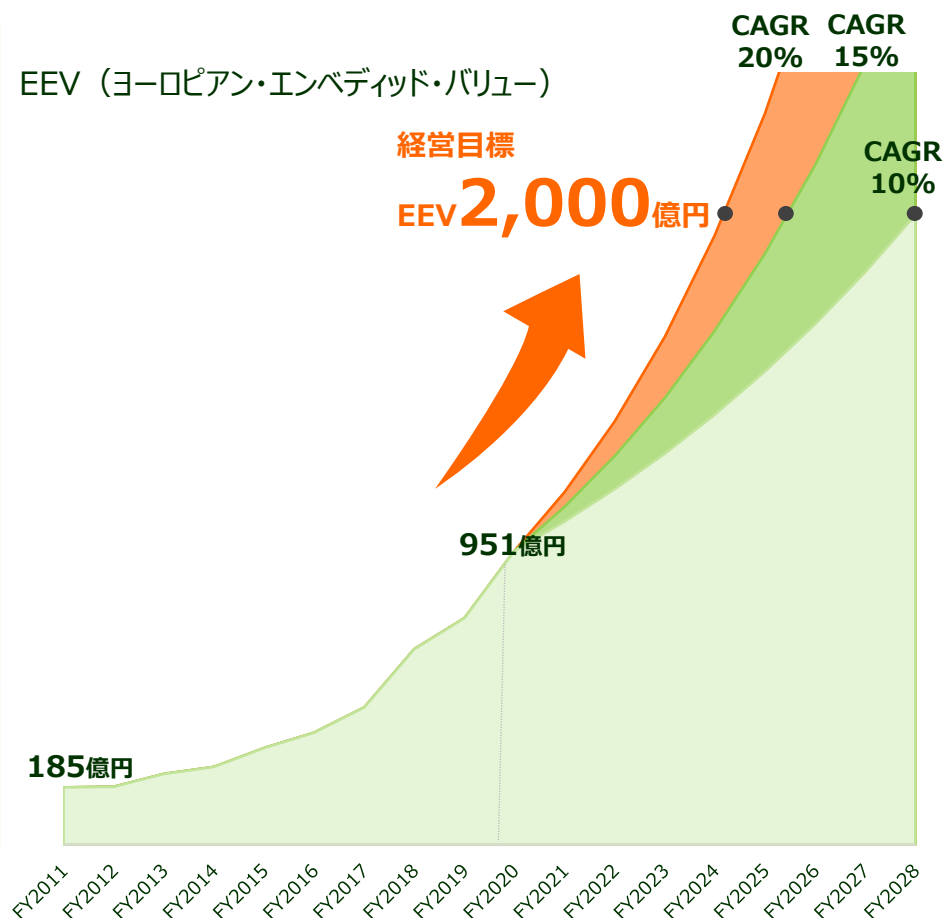


**超長期の事業である生命保険業にとっては、
構造的な変化を捕えることが持続的な成長機会となる**

2021年9月に海外公募増資を実施

- オンライン化への構造的な変化を背景として、多様化するお客さまのニーズから高まるオンラインサービスへの重要性を踏まえ、新たに調達した成長資本を基に、さらなる成長とオンライン生保のプラットフォームへの変革を目指します。

発行 株式数	普通株式 9,000,000株
調達額	約97億円
資金使途	・新契約獲得に伴う営業費用 ・変化に対応した商品・サービスを提供するためのシステム開発費用 ・パートナー企業との取組みの推進、オンライン生命保険プラットフォームを構築するための新規事業への投資
支出予定 期間	2022年3月期から2026年3月期まで

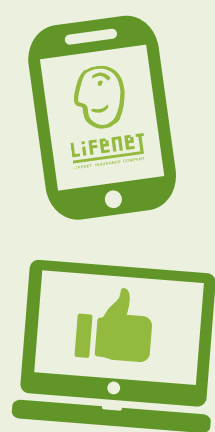


2つのチャネルを軸に成長を目指す

- 当社は、インターネット直販チャネルとホワイトレーベルチャネルで圧倒的な集客を実現し、業績のさらなる成長を目指します。
- インターネット直販チャネルは、当社ウェブサイトのUI/UXの向上とプロモーションの強化により、当社の業績を牽引しています。一方で、調査によると、当社の認知度は約4割に留まっていることから、今後も成長余地が存在すると考えています。
- ホワイトレーベルチャネルは、協業パートナー企業の幅広い顧客基盤と高いブランド力を活かして、より多くのお客さまに当社の商品価値を提供しています。

インターネット直販チャネル

ライフネット生命の顧客基盤を拡大



認知度¹の上昇を目指す

46.8%



大手生命保険
会社²の平均

70.5%

- お客さま視点のUI/UXを向上
- プロモーションにより自社サイトへのトラフィックを強化

ホワイトレーベルチャネル

異業種の協業パートナーを拡大



通信事業

顧客基盤
2,700万人³



小売業

顧客基盤
7,200万人⁴



Money Forward

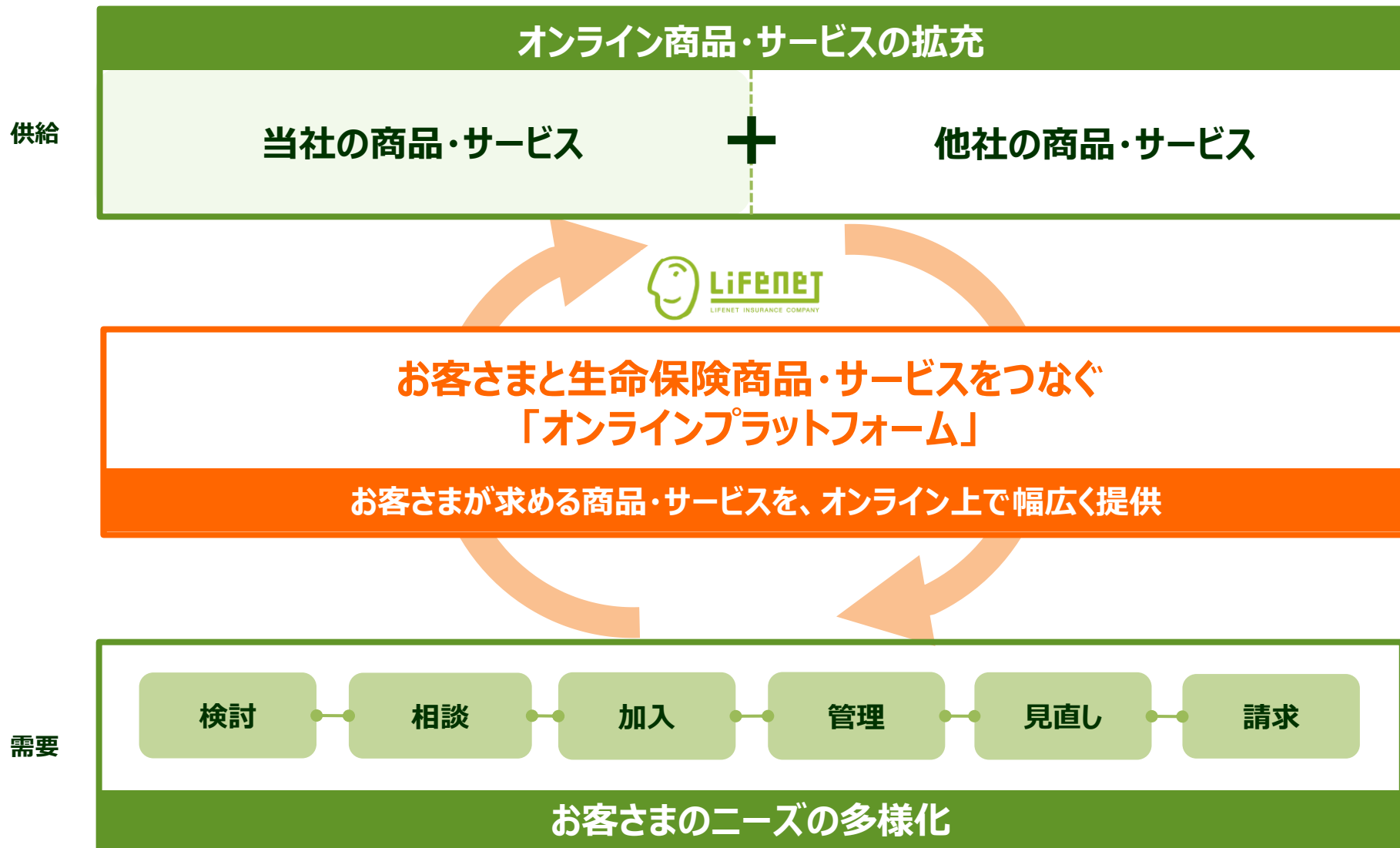
インターネット
サービス事業

顧客基盤
1,200万人⁵

- 幅広い顧客基盤と高いブランド力を持つパートナーと協業
- 各協業パートナーのお客さまに当社の商品価値を提供

1. 出所: 2020年12月のマイボイスコム分析認知率
 2. 株式会社かんぽ生命、日本生命保険相互会社、第一生命保険株式会社の3社の認知度の合計の平均値
 3. 出所: KDDI株式会社「統合レポート2019」au契約者数とMVNO契約数の合計となるモバイルID数
 4. 出所: 株式会社セブン・フィナンシャルサービス ホームページ「数字で見るセブン・フィナンシャルサービス」電子マネー・nanacoの発行枚数（2021年2月末現在）
 5. 出所: 株式会社マネーフォワード 2021年11月期 第1四半期決算説明資料 マネーフォワード MEの利用者数

- 生命保険に対するニーズは多様化し、今後はオンライン上でお客さまの期待に応えることが重要であると考えています。当社は、オンライン生保の強みを活かしながら、「お客さまと商品・サービスをつなぐ架け橋」となることを目指します。



- 2021年5月に子会社「ライフネットみらい株式会社」を設立し、7月からオンラインの保険販売代理店事業と、保険証券管理サービスの提供を開始しています。



保険比較サイト



保険比較シミュレーション /

☒ 限定告知型保険 ☐ 定期死亡保険

☐ 収入保障保険 ☐ 医療保険

☐ 終身保険 ☐ がん保険

30歳 ▼ ☒ 男性 ☐ 女性

🔍 今すぐ比較スタート

アクサダイレクト生命 | ネオフィニスト生命 | メディケア生命

証券管理



ホケカン生命
ホケカンサンプル生命保険
みらいのホケカン

被保険者 契約者 受取人

保険 太郎 保険 太郎 保険 はな子

証券番号 カ123456789F
保障期間 24歳～65歳
保険料 10,000 円/月

この保険の保障対象は？

死亡 入院 手術 がん 腎臓不全 三大疾病
七大疾病 介護 先進医療 女性疾病 貯蓄性 特約疾病

主な保障内容

ライフプラン提案



2018年度 経営方針を策定。早期のEEV1,000億円を経営目標に

2020年度 新型コロナウイルス感染症拡大による生活者の行動変容への適応によって成長が加速

2021年度

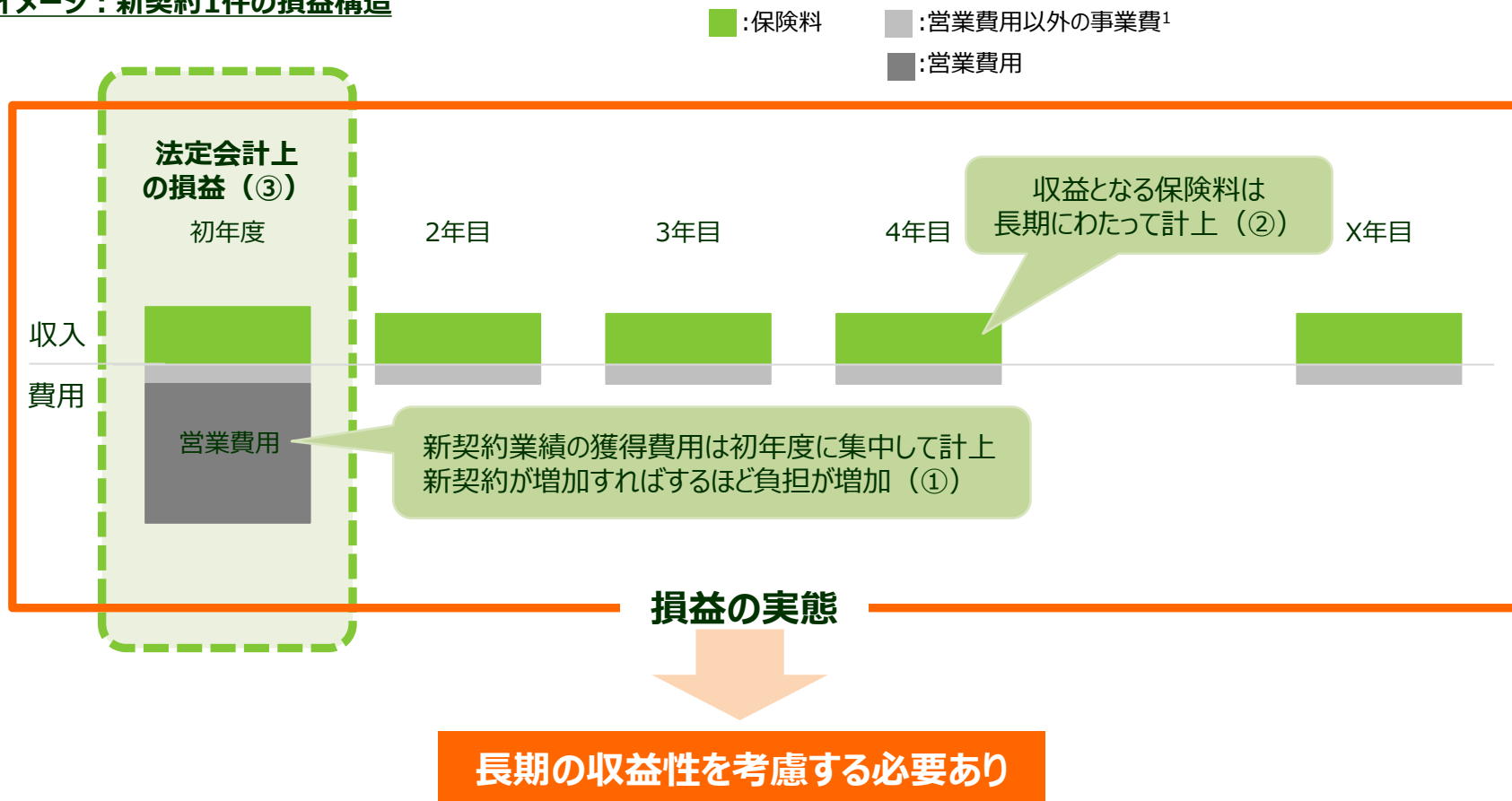
- ・2018年度に掲げたEEV1,000億円に到達
- ・事業環境やお客さまの行動様式の変化への適応
- ・生命保険のインターネット企業への変革
- ・保有契約の2桁パーセント超の成長

より一層の成長を重視し、早期のEEV2,000億円到達を目指す

エンベディッド・バリュー（EV）を指標とする背景

- 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ます（①）。一方で、収入となる保険料収入は長期にわたって計上されるため、収入と費用の発生に大きなズレが生じる構造です（②）。
- すなわち、新契約業績が成長するほど、当期の損益にはマイナスの影響を与えることから（③）、長期の収益性を考慮した生命保険会社の企業価値を表すエンベディッド・バリューを指標としています。

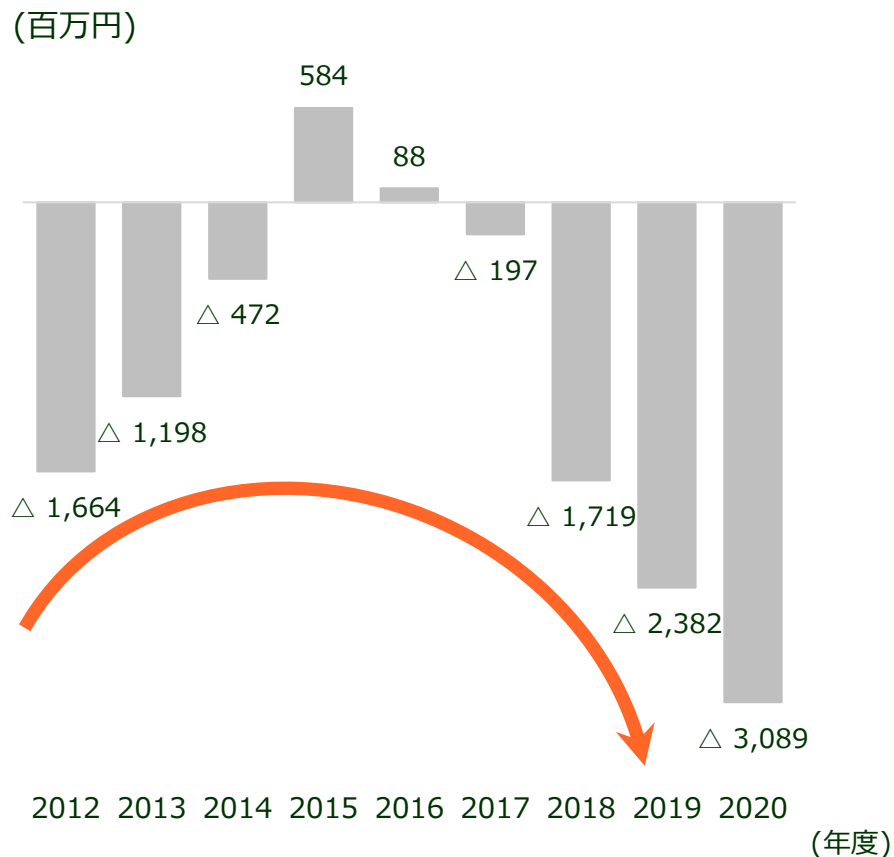
イメージ：新契約1件の損益構造



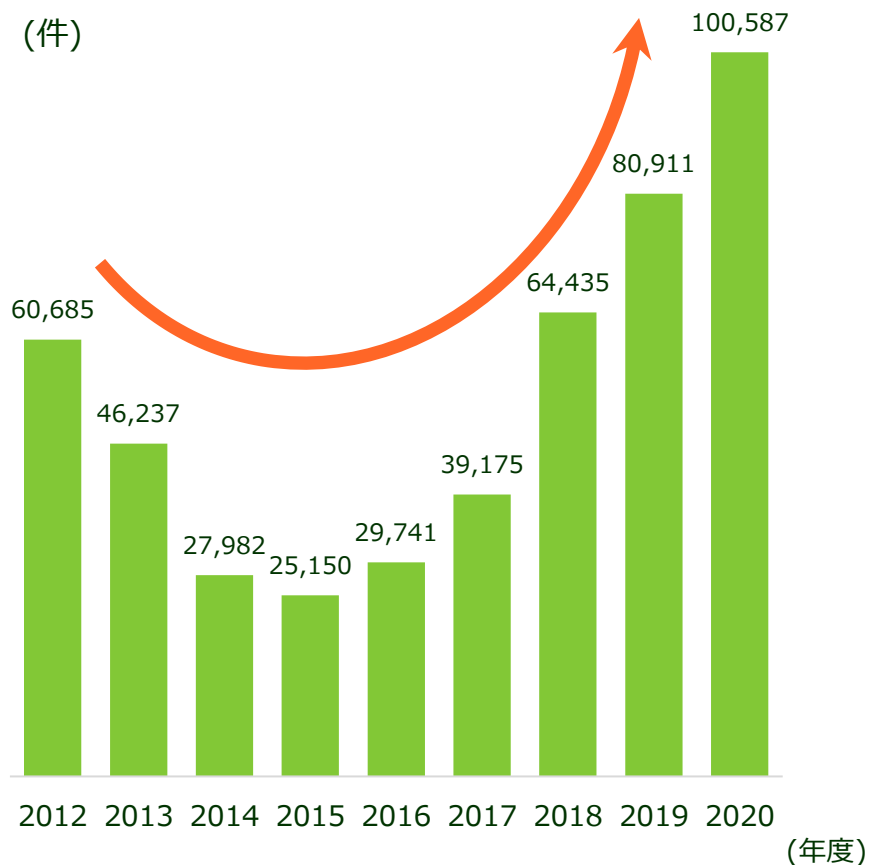
1. 契約の管理や保険金・給付金の支払いにかかる費用など

- 現行の法定会計における経常損益¹は2015年度に黒字となりましたが、新契約件数は2012年3月の上場以降、最も鈍化しました。一方で、2020年度は経常損失は拡大したものの、新契約業績は過去最高を更新しました。
- 生命保険契約は、新契約獲得時に費用が集中して計上され、収入と費用の発生にタイムラグが生じることに加え、当社は、新契約に占める保有契約が小さいことから、新契約業績が伸長するほど、単年度の損益は減少する構造となっています。

経常損益¹



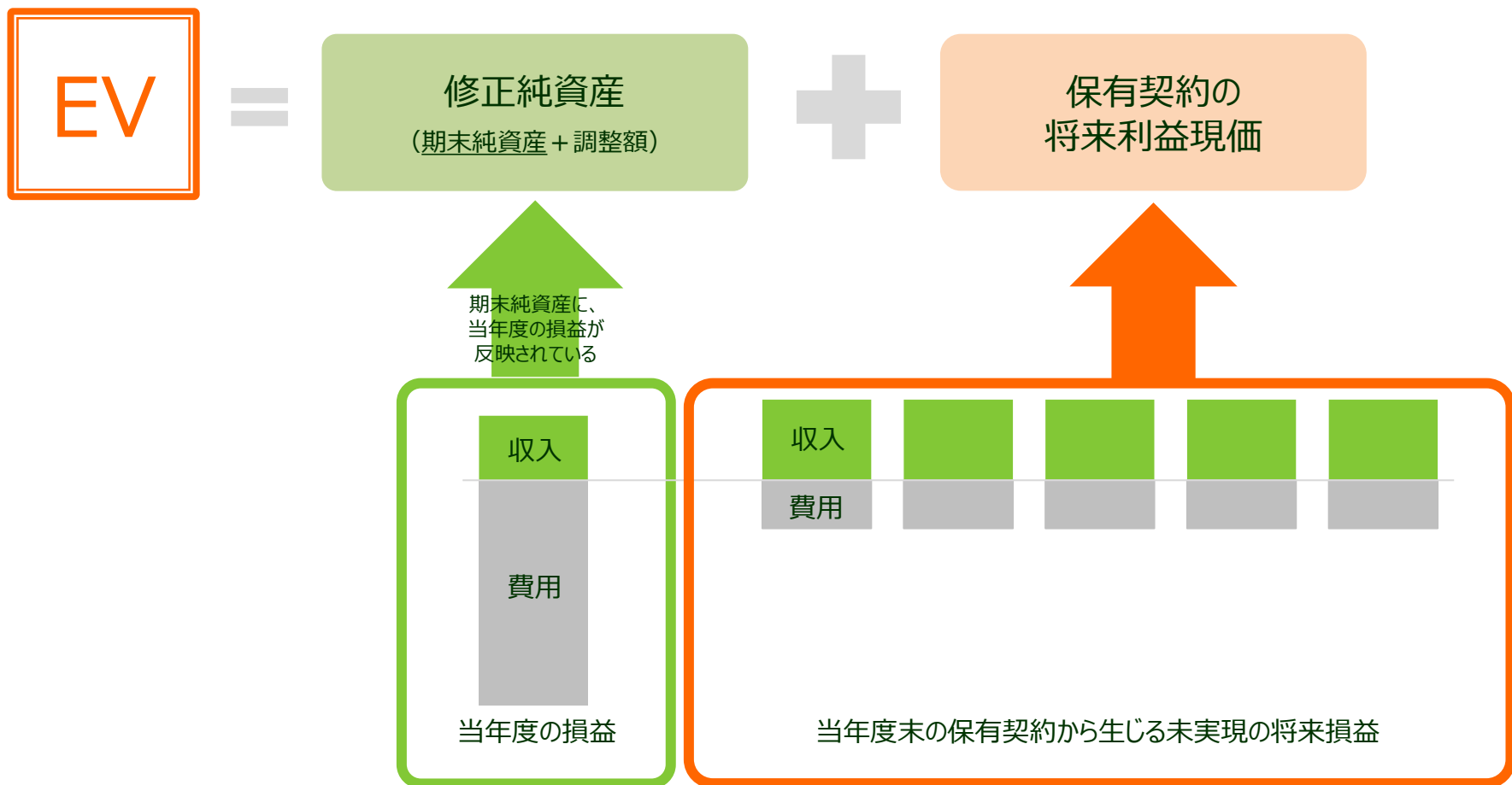
新契約件数



1. 2012年度から2016年度は、保険業法第113条繰延資産を考慮する前の経常損益

エンベディッド・バリュー（EV）の構造

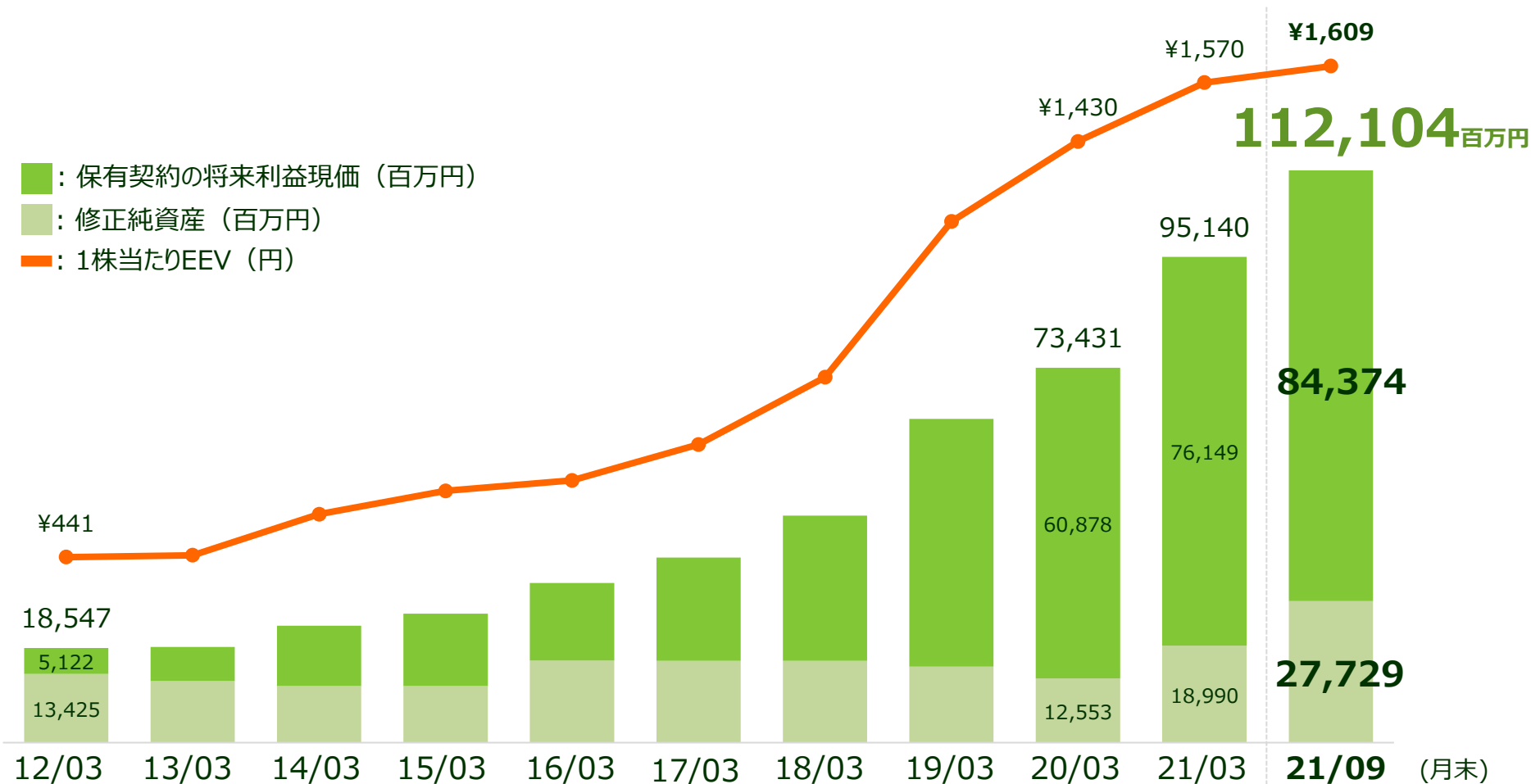
- エンベディッド・バリュー（EV）は、修正純資産と保有契約の将来利益現価を合計した、長期的な収益性の指標です。
- 現在の保有契約において、損益計算書上では未実現となっている将来の利益を計算し、現在価値に割り引いたものが、保有契約の将来利益現価です。
- 当年度の純損益は、修正純資産の増減に影響を与えます。また、一般的には、新契約業績が増加することにより、保有契約の将来利益現価が増加します。



EEV¹の力強い成長を実現

■ 上場来の年平均成長率は、EEV21%²、保有契約の将来利益現価34%と力強く成長しています。

■ また、1株当たりEEVも着実に増加しています。

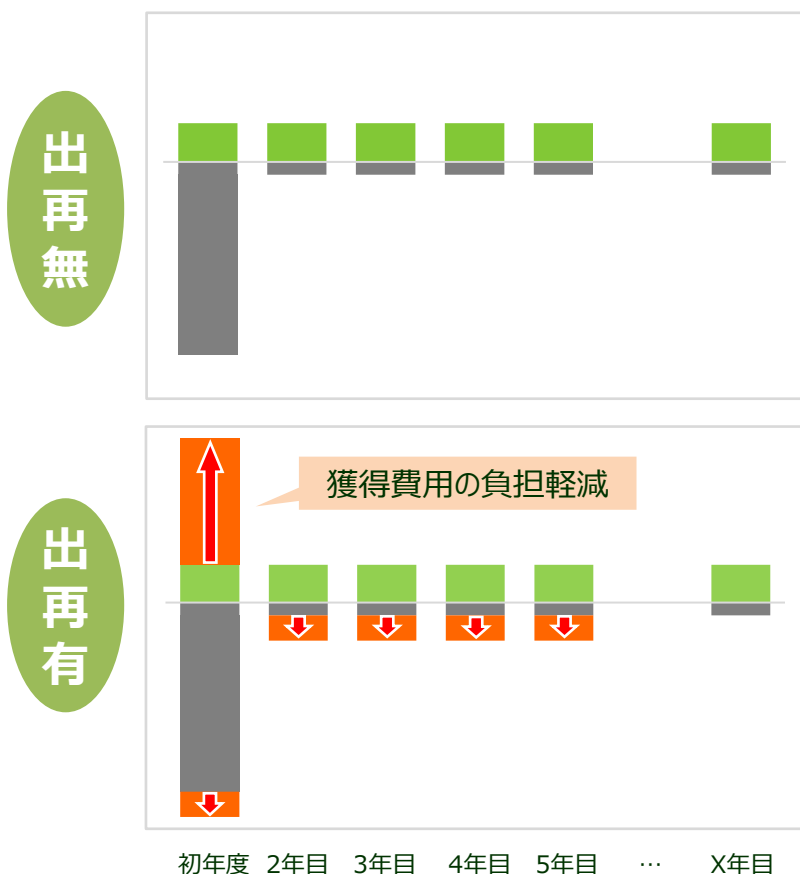


1. 当社では、EVの算出に当たって、EEV原則に従っているが、リスクの反映方法などについては部分的にMCEV（市場整合的エンベディッド・バリュー）原則を参考にしている。2016年度より、超長期の金利水準について、終局金利を用いた方法を適用。2015年度末におけるEEVについても同様の評価により再評価。また、2021年9月末のEEVは、2021年6月末の前提条件をアップデートして計算し、第三者の検証は受けていない
2. 2015年5月の第三者割当増資額30億4,000万円、2020年7月の海外公募増資による資本調達額90億542万円、2021年9月の海外公募増資による資本調達額97億7,184万円を含み算出

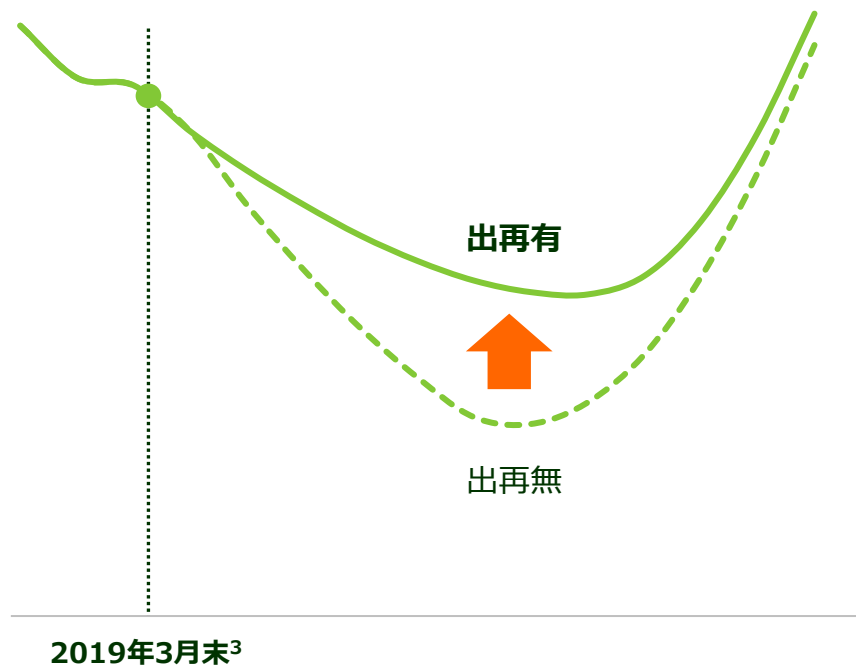
- 当社は、継続的な新契約業績の成長を目指すとともに、財務健全性の維持を目的として、2019年度から新契約の一部（以下、出再契約）を対象とした修正共同保険式再保険を行っています。
- 修正共同保険式再保険は、出再契約のリスク及び収支構造の一部を一定期間再保険会社に移転するもので、当該再保険を活用することで、新契約に係る費用の負担が、会計上の資本を急激に減少させる状況を緩和することが可能となります。

出再有無による収支構造の変化のイメージ¹

■ : 収入 ■ : 費用 ■ : 再保険の影響



出再有無による純資産の変化のイメージ²



1. 収支構造の変化は、新契約を単年度のみ出再した場合のイメージ
2. 純資産の変化は、新契約を複数年に渡り連続して出再した場合のイメージ
3. 当社は、2019年度から新契約の一部を対象として修正共同保険式再保険を活用

2021年度業績予想

■ 4期連続での過去最高の新契約業績の更新を目指すとともに、保有契約業績においても2桁パーセント超の成長を見込みます。

(百万円)

	2021年度予想	2020年度実績
保有契約 年換算保険料 ¹	21,900	18,713
新契約 年換算保険料 ¹	4,500	4,197

		うち再保険の 影響額		うち再保険の 影響額
経常収益	26,100	5,000	20,789	2,778
経常利益	△3,600	1,400	△3,089	804
当期純利益	△3,700	1,400	△3,114	804

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

I. 会社概要

II. 生命保険業界動向

III. ビジネスモデル

IV. 成長戦略

V. 事業等のリスク

- 成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性がある」と認識する主なリスク及び対応策は、以下のとおりです。現時点においてこれらリスクにおける顕在化の可能性は低く、また適切なモニタリングを継続することで事前のコントロールが可能と考えられますが、今後も事態発生回避及び発生した場合の迅速かつ適切な対応に努めます。

主なリスク

■ 営業費用の投下に係るリスク

営業活動が適切に行われない場合、又は当社が想定するほどにインターネットを通じた保険商品への購買行動が消費者に浸透しない場合には、営業費用効率が低下し、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

■ 競争状況に係るリスク

今後も同業他社及び異業種からの新規参入を含むインターネットを販売チャネルとする生命保険会社の増加によって、価格競争等が一層激化する可能性があります。

当社がインターネットチャネルにおける競争力を維持できない場合には、新契約件数の減少及び解約等による保有契約件数の減少により、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

■ 保険引受リスク

生命保険料は、予定死亡率、予定解約率、予定事業費率等の基礎率に基づいて計算されています。しかし、例えば、予定死亡率よりも実際の死亡率が高く、想定よりも多くの保険金を支払うこととなる可能性があります。

対応策

新契約の成長と営業費用効率のバランスが極めて重要であるとの認識のもと、事業環境等を注意深く観察しながら、営業費用の投下を判断しています。

お客さま視点で商品・サービスの設計・開発を行い、お客さまの当社に対するエンゲージメントを高めることで競争力の維持を図っています。その他、積極的な営業費用の投下や、ホワイトレーベル事業の拡大やオンラインを通じた他社商品の販売など、当社の今までの経験を活かした事業の拡大を進めています。

定期的に死亡率や解約率等の状況をモニタリングし、必要に応じて保険加入時の審査方法・基準等の見直しを実施しています。

主なリスク

■ 資産運用リスク

昨今、国債などの金利は低水準で推移しておりますが、現在の金利水準が将来も続く保証はなく、今後当社が保有している公社債の金利が上昇し、時価が下落する可能性があります。また、当社が保有する社債の発行企業の業績が著しく悪化し、当社が定める基準に抵触した場合、予期せぬタイミングで社債を売却することとなり、当社が損失を被る可能性があります。

■ システムリスク

当社は、インターネットを主な販売チャネルとしており、情報システムの安定運用に依拠して、生命保険の販売、引受け、契約の管理、統計データ及び顧客情報の記録・保存などの事業運営を行っています。事故、災害、停電、ユーザー集中、人為的ミス、妨害行為、内部・外部からの不正アクセス、ウイルス感染やネットワークへの不正侵入等の要因により、当社の情報システムが機能しなくなる可能性があります。

対応策

当該リスクを抑制するため、高格付けの公社債などを中心に保有しています。また、生命保険会社にとっては資産負債総合管理がリスク管理の要諦になるとの認識に立脚し、ALM¹委員会を設けています。

開業以来現在に至るまで大規模なシステムトラブルなどは発生しておらず、安定したシステム運用を行っておりますが、当社は情報システムの安定運用に依拠していることを認識し、情報システムに係るリスクの状況を定期的にモニタリングし、必要な対策を講じています。

※本項の記載内容はすべてのリスクを網羅しているものではありません。その他のリスクについては、[有価証券報告書](#)の「事業等のリスク」をご参照ください。
※今後の有価証券報告書の策定に際しては、改めてリスクを精査し、必要に応じて記載の更新を行う予定です。

1. Asset Liability Management（資産・負債の総合管理）



本資料は2021年12月現在の情報に基づき記載しています。

また、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、本資料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。当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、通期決算発表で開示することを予定しております。また、経営指標の進捗状況については、四半期決算発表における補足説明資料において開示することを予定しています。

<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

資料に関するお問い合わせ先
ライフネット生命保険株式会社 経営企画部
03-5216-7900
e-mail: ir@lifenet-seimei.co.jp