

2016年5月12日

各位

会社名 ライフネット生命保険株式会社
 代表者名 代表取締役社長兼 COO 岩瀬 大輔
 (証券コード:7157 東証マザーズ)

ライフネット生命保険 新中期計画策定のお知らせ

経常収益 135 億円と経常損益の黒字化の達成を目指す

ライフネット生命保険株式会社 (URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社:東京都千代田区、代表取締役社長兼 COO:岩瀬大輔)は、2016 年度から2018 年度までの新中期計画を策定したことをお知らせします。

当社は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という経営理念の下、インターネットを主な販売チャネルとして、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立することで、着実な成長を実現してきました。この結果、2015 年 10 月には保有契約件数 22 万件、2016 年 3 月には保有契約者数 14 万人を突破しました。今後も着実な成長を実現するために、新中期計画を策定しました。その骨子は以下のとおりです。

新中期計画の骨子

2018 年度 経営目標	経常収益 135 億円 経常損益の黒字化
事業戦略	1. 「インターネット直販」、「KDDI(提携専属代理店)」、「対面代理店」を柱に 2. 全てのチャネルにおいて、独自の顧客価値を継続的に創出 3. 将来への投資や研究開発の努力
組織戦略	「変化」、「挑戦」、「一体感」
内部管理 態勢	事業戦略を支えるリスク管理・顧客保護態勢の高度化

なお、前中期計画の振返り及び新中期計画の概要は、以下のとおりです。

1.前中期計画の振返り

当社は、2015 年度を最終年度とする前中期計画において、目指す姿を、「新しい商品・サービスの提供を通じて生命保険の未来を創り出す「変革者」として、ステークホルダーの共感を集め、ネット生保 No.1 の持続的成長を実現する」と定め、経営目標である「2015 年度における経常収益 95 億円及び会計損益の黒字化¹の達成」に向けて取り組みました。

前中期計画期間において当社が直面した事業環境として、市場規模の拡大を見込んでいたネット生保市場の成長が鈍化するとともに、競合他社が参入したことにより、当社を取り巻く競争環境は一層激化しました。

このような環境の中、2015 年度の経常収益は 9,387 百万円となり、経営目標の 95 億円に対してわずかに未達となりました。一方で、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は

584 百万円となり、経営目標である黒字化を達成しました。

また、前中期計画において定めた、「保険料収入(トップライン)の持続的成長」、「生産性の向上」、「生命保険の「変革者」(フロントランナー)を志向」という重点領域への取り組み状況は、以下のとおりとなりました。

(1) 「保険料収入(トップライン)の持続的成長」

対面での説明を希望するお客さまのニーズに応じて、「ほけんの窓口」による代理店販売を開始しました。また、KDDI 株式会社との業務提携により、au のスマートフォンなどを利用しているお客さまに対して、「au の生命ほけん」を提供する準備を進めました。このように、代理店を活用し、従来のインターネット直販以外の販売チャネルを確保することで、より多くのお客さまに当社の商品をお届けすることが可能となりました。

(2) 「生産性の向上」

事業費を適切にコントロールすることで、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の黒字化を達成しました。

(3) 「生命保険の「変革者」(フロントランナー)を志向」

新たに、同性のパートナーを死亡保険金受取人に指定可能とする取り扱いを開始しました。また、契約時の必要書類をスマートフォン等で撮影し、ウェブサイトから提出できるサービスや医療保険の給付金請求手続きがオンラインで完結するサービスを開始するなど、テクノロジーを活用してお客さまの利便性の向上を実現しました。

この一方で、前中期計画期間においては、新契約業績の底上げが最大の課題となりました。継続的に対策を講じたことにより、直近の新契約業績は反転の兆しが見えつつあります。この流れを盤石なものとするために、引き続き、主力チャネルであるインターネット直販に注力しながら、その成長性を補完するために、代理店を通じた販売チャネルの構築と整備を行います。また、あらゆる観点において、独自の顧客価値を創出することで、競合他社との差別化を図ります。さらに、商品・サービスの提供を積極的に行うための体制の整備を行い、適切なタイミングでお客さまのニーズに合致した商品・サービスを提供することを目指します。

1. 保険業法第 113 条繰延資産償却費考慮前経常損益ベース

2. 新中期計画の概要

今後の事業環境として、年間の保険料収入が 40 兆円を超える大きな生命保険市場において、インターネットチャネルの加入意向割合は 10%程度あることに加え、近年の海外における生命保険会社のネット活用の動向から、ネット生保市場は直近の成長は鈍化しているものの、長期的に大きな成長余地があると見込んでいます。

前中期計画における課題や今後の事業環境を受け、当社が今後も着実な成長を実現するために、以下のとおり、2018 年度までの新中期計画を策定しました。

まず、経営目標として、2018 年度の経常収益を 135 億円とするとともに、経常損益の黒字化の達成を目指します。そのために、2016 年度において、新契約業績の反転を図り、2017 年度において、新契約業績を確実に成長させ、持続可能な収益性を生み出すことができる体制を確立することを目指します。その結果として、2018 年度において、経営目標を達成することを目指します。

当社は、この経営目標を達成するために、以下の事業戦略に注力します。

(1) 「インターネット直販」、「KDDI(提携専属代理店)」、「対面代理店」を柱に

前中期計画にて構築したパートナーシップを最大限活用し、「インターネット直販」に加えて、

「KDDI(提携専属代理店)」と「対面代理店」を柱とし、それぞれのチャンネルにあった商品・サービスを提供することで、2018年度において当社の過去最高である6万件以上の新契約件数の獲得を目指します。それぞれの注力分野は以下のとおりです。

インターネット直販

- ・ ウェブサイトへの来訪者増加に注力
- ・ スマートフォンを中心としたモバイル主体のライフスタイルへの最適化
- ・ 既存の契約者との接点強化

KDDI(提携専属代理店)

- ・ 着実な立ち上げ
- ・ パートナー企業の本業との相乗効果の創出

対面代理店

- ・ 販路拡大による安定的な成長
- ・ 就業不能保険の市場開拓

(2) 全てのチャンネルにおいて、独自の顧客価値を継続的に創出

競合他社との同質化を回避するため、マニフェストに基づき、独自のチャレンジとテクノロジーを活用するとともに、全てのチャンネルにおいて、他の生命保険会社と差別化された独自の顧客価値を継続的に創出することを目指します。

(3) 将来への投資や研究開発の努力

既存事業に対して必要な投資を行いながら、将来の成長を実現するための計画的な投資や事業開発に、一定の経営資源を継続的に活用することに努めます。

また、内部管理において、事業戦略を支えるリスク管理・顧客保護態勢の高度化の基盤を作ることを目指します。

以上の計画を実現するため、業務執行体制の強化を目的として、新中期計画に先行して2016年1月に組織改定を行い、執行役員が本部長を務める本部制を導入しました。この本部制を核とし、闊達なコミュニケーションを通じて、一体感を醸成するとともに、時代の流れやお客さまのニーズに対応するための変化を恐れず、特徴ある生命保険会社としての挑戦を続けることで、新たな経営目標の達成に向けて、着実に歩みを進めます。

ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャンネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選り方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧ください。
株主・投資家向けの情報は <http://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/> をご覧ください。

本件に関するお問い合わせ先
03-5216-7900(広報:関谷/IR:近藤)

証券コード:7157



LIFENET

LIFENET INSURANCE COMPANY

新中期計画 補足資料

ライフネット生命保険株式会社

2016年5月12日

目次

1.前中期計画の振り返り

2.新中期計画の概要

前中期計画の骨子

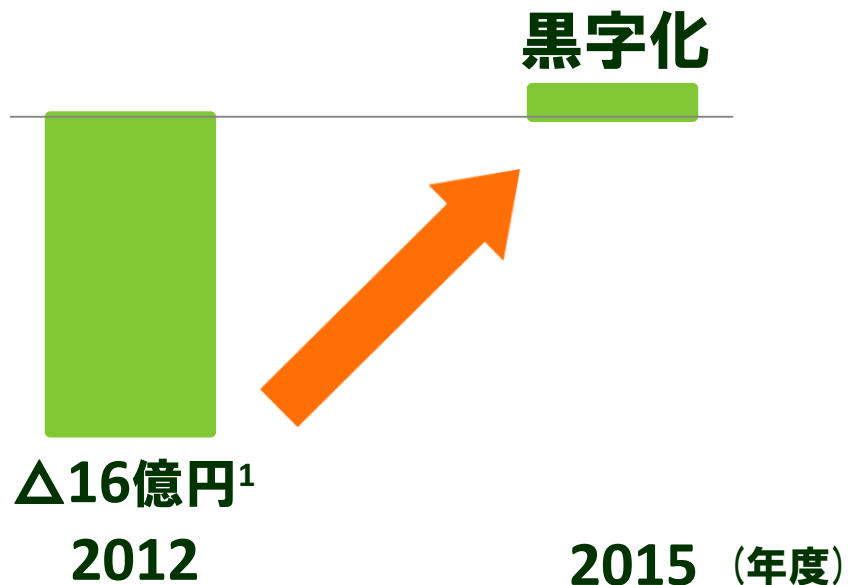
LIFENET 2015

新しい商品・サービスの提供を通じて生命保険の未来を創り出す「変革者」として、ステークホルダーの共感を集め、ネット生保No.1の持続的成長を実現する

経営目標

- ◆ 経常収益 **95億円**
- ◆ 会計損益 **黒字化**

(保険業法第113条繰延資産償却費考慮前経常損益ベース)

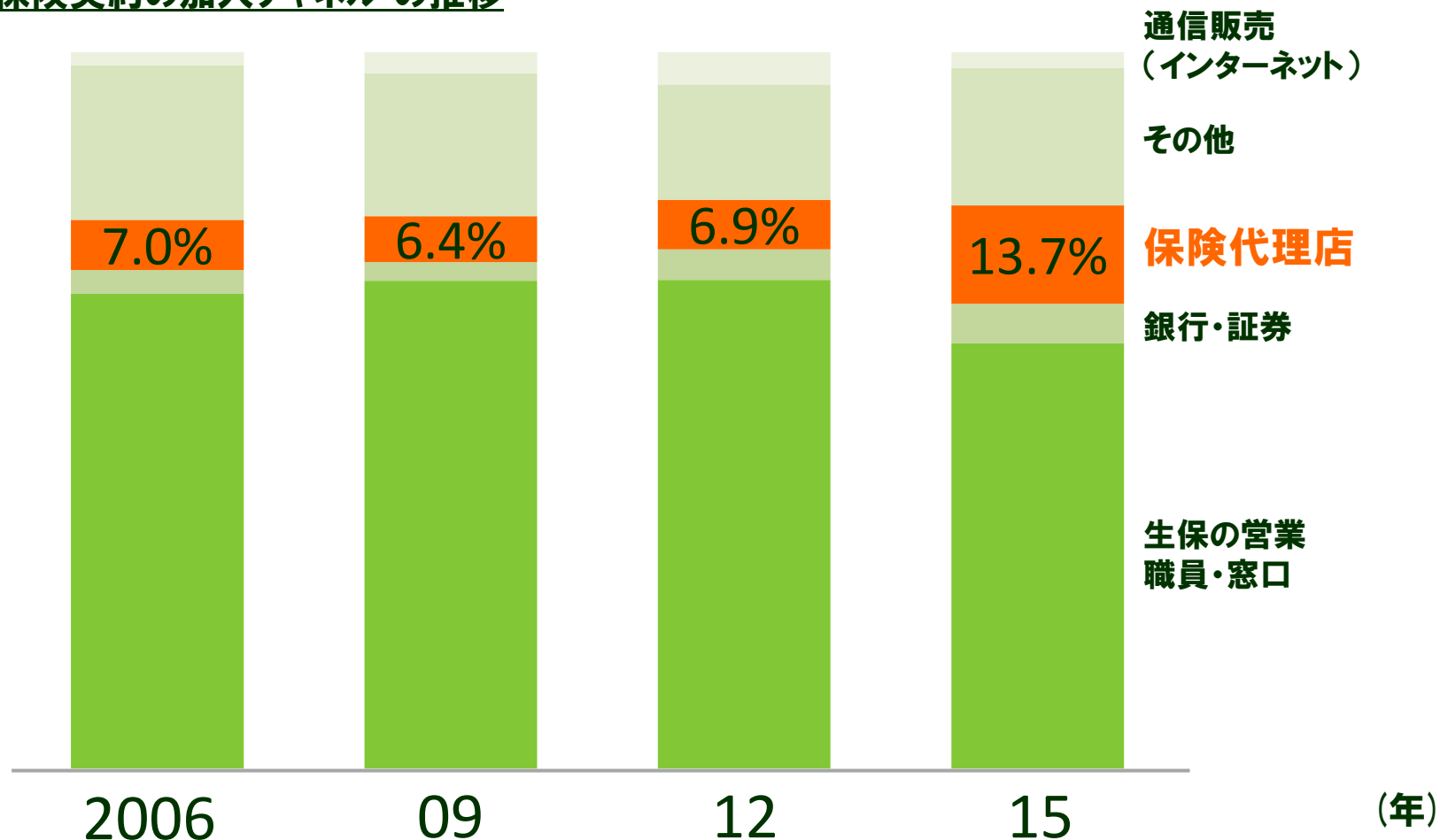


1. 責任準備金算出方法の変更による影響額5億円を含む。その影響を考慮しない場合、2012年度の保険業法第113条繰延資産考慮前の経常損失は21億円

生命保険市場の変化

■ 直近は代理店チャンネルが拡大

生命保険契約の加入チャンネル¹の推移

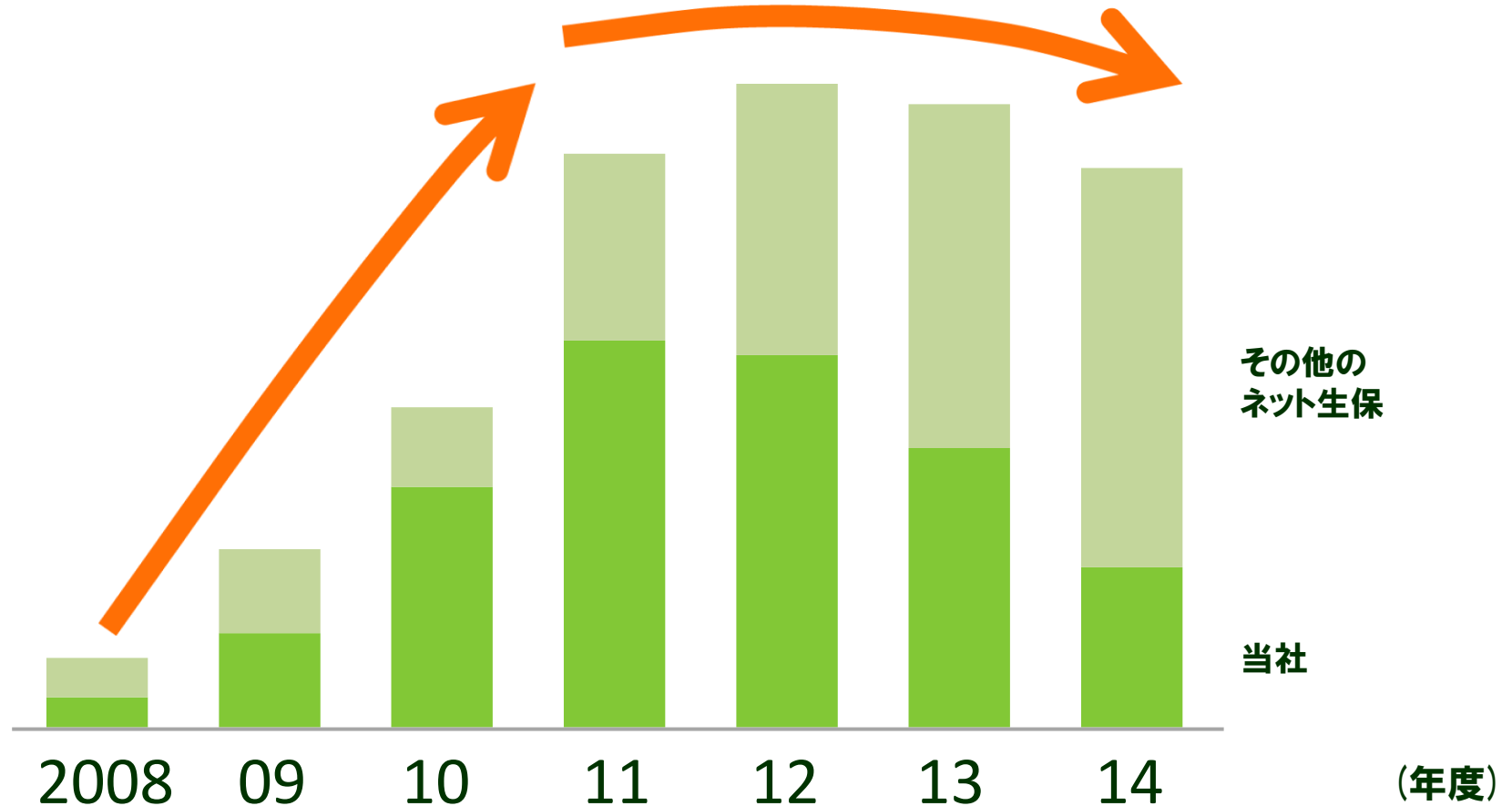


1. 生命保険文化センター「平成27年度生命保険に関する全国実態調査」より当社作成

ネット生保市場の現状

■ 市場の成長スピードが鈍化

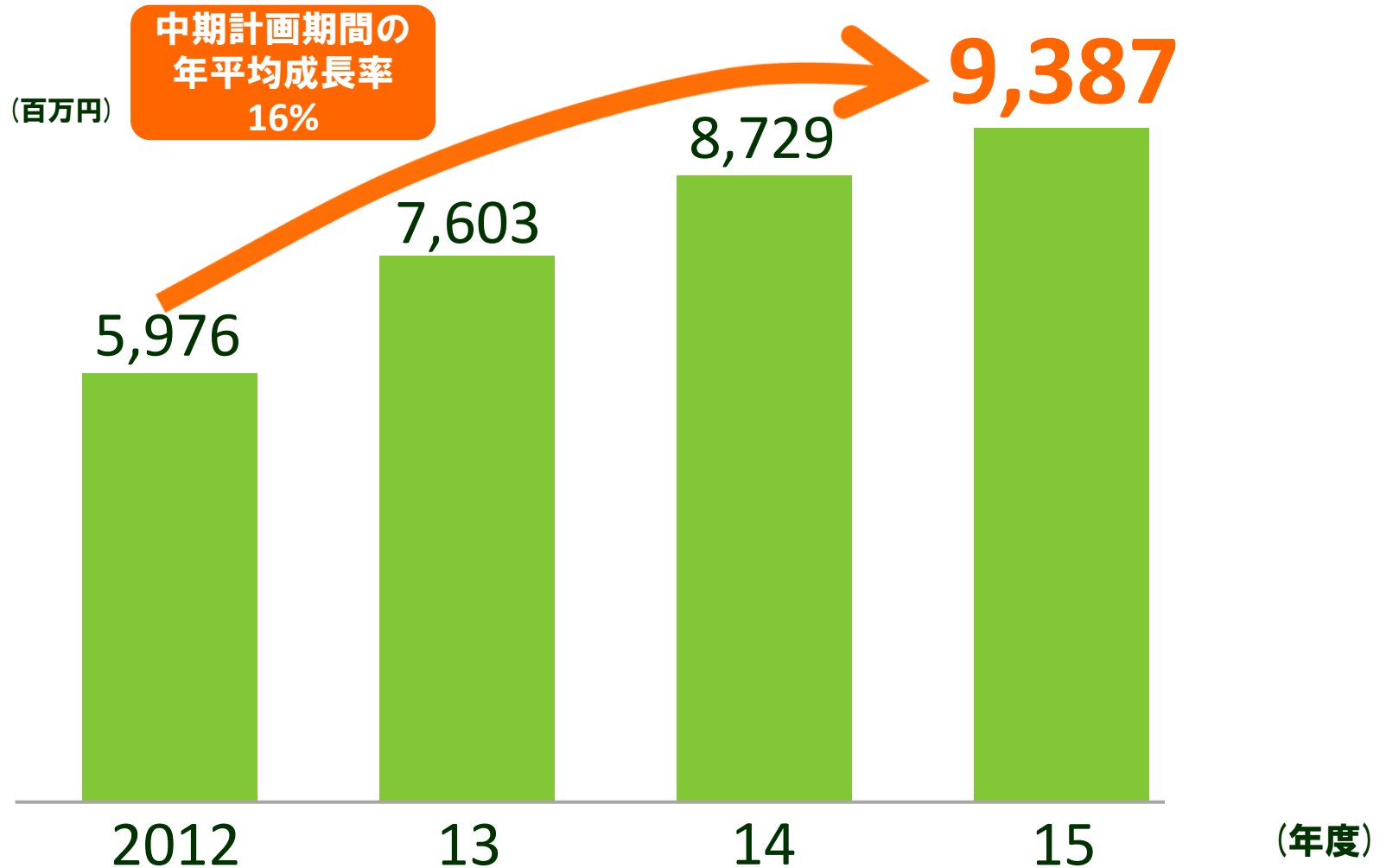
ネット生保の新契約件数の推移¹



1. 当社推計

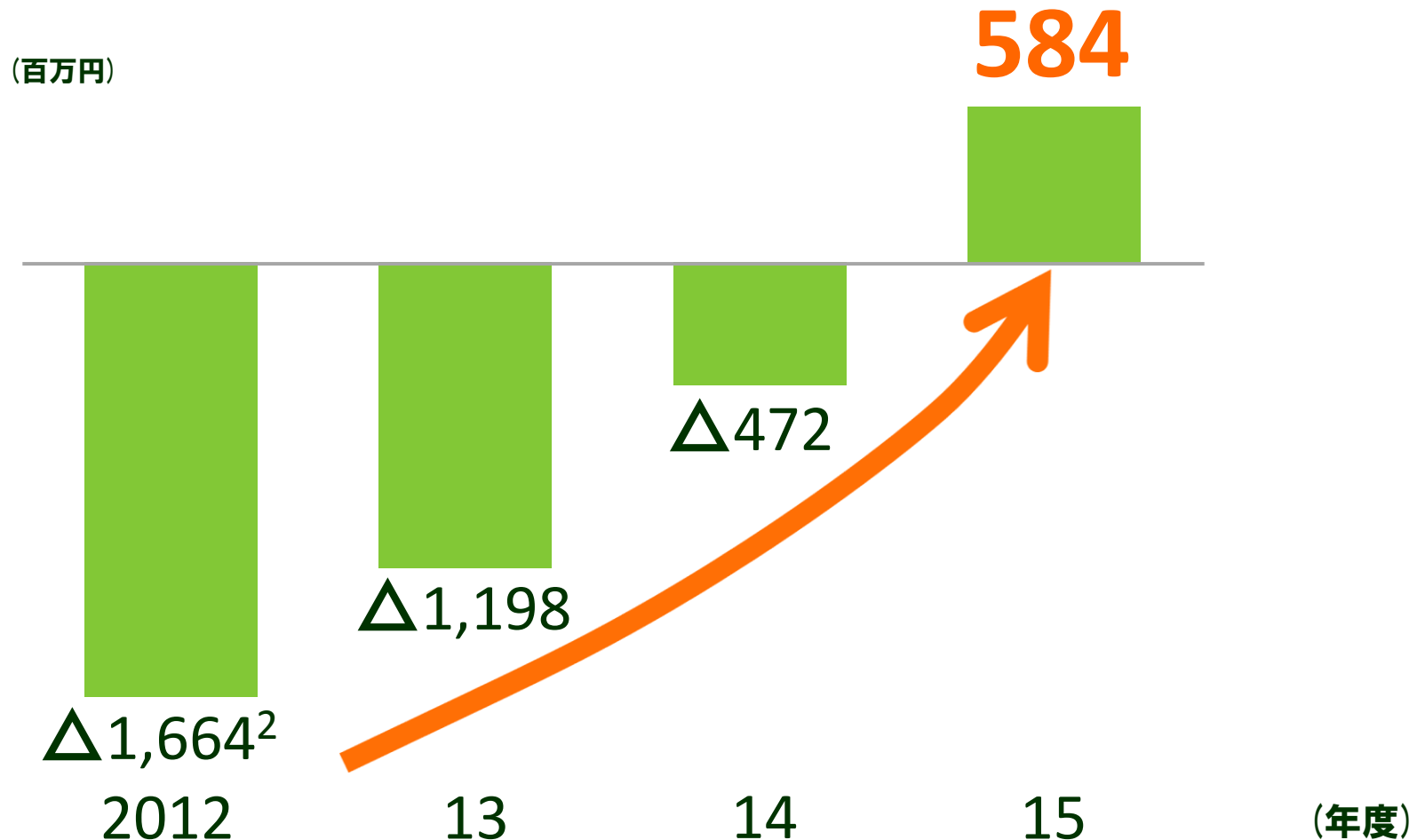
経営目標：経常収益

■ 経営目標の95億円には**わずかに未達**



経営目標：経常損益¹

■ 経営目標である実質的な黒字¹を達成



1. 保険業法第113条繰延資産考慮前経常損益

2. 責任準備金算出方法の変更による影響額501百万円を含む。その影響を考慮しない場合、2012年度の保険業法第113条繰延資産考慮前の経常損失は2,165百万円

重点領域への取組み状況

- ① 保険料収入(トップライン)の持続的成長
→ **新たな販売チャネルの確保**
- ② 生産性の向上
→ **実質的な黒字¹を達成**
- ③ 生命保険の「**変革者**」(フロントランナー)を志向
→ **お客さまの利便性を向上**

保険料収入(トップライン)の持続的成長

■ 販売チャネル強化のため、 代理店とのパートナーシップを強化



2014年12月



ほけんの窓口

2015年4月¹



KDDI

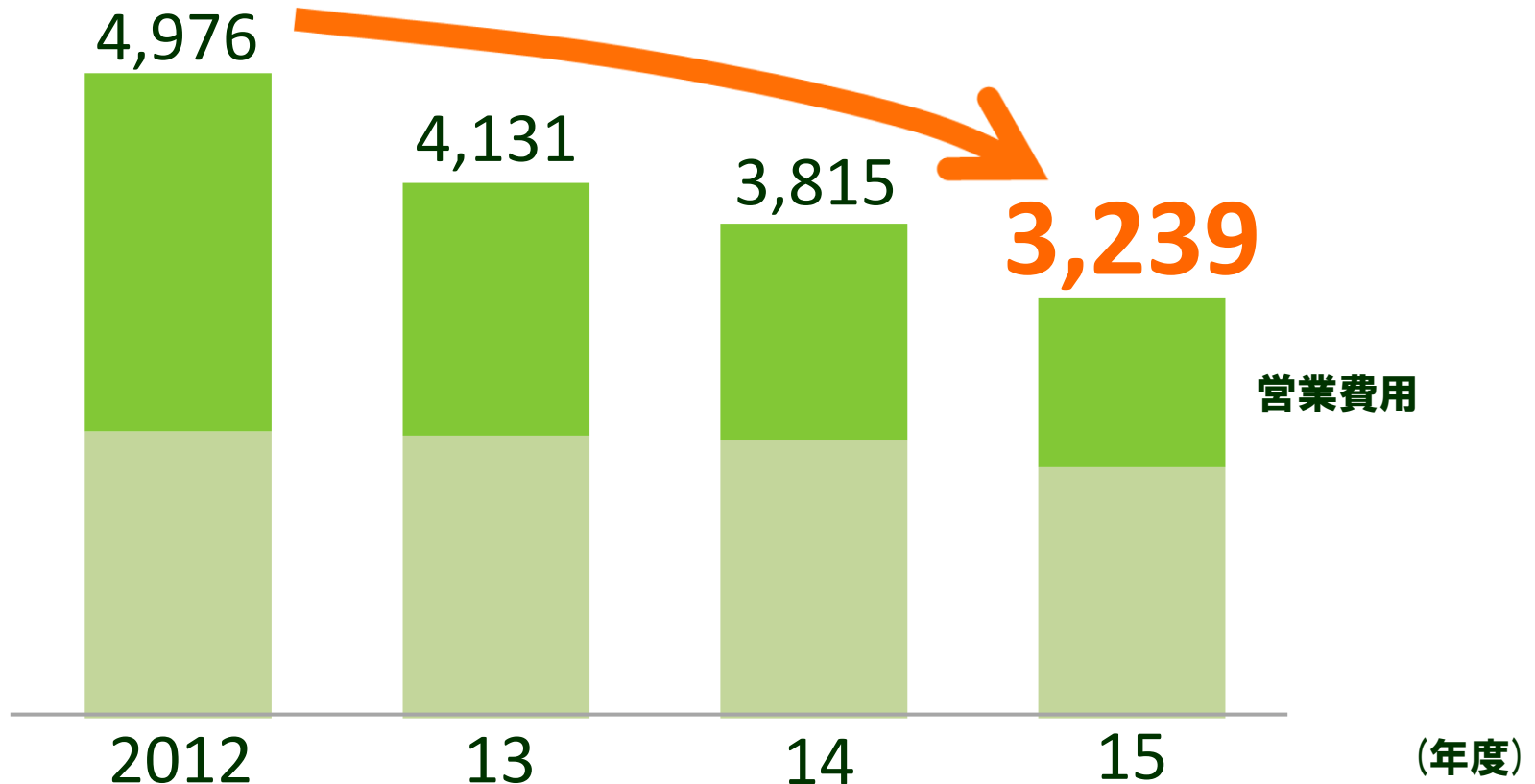
1. KDDI株式会社とは2015年11月に代理店契約を締結

生産性の向上

■ 営業費用を中心に事業費をコントロール

事業費の推移

(百万円)



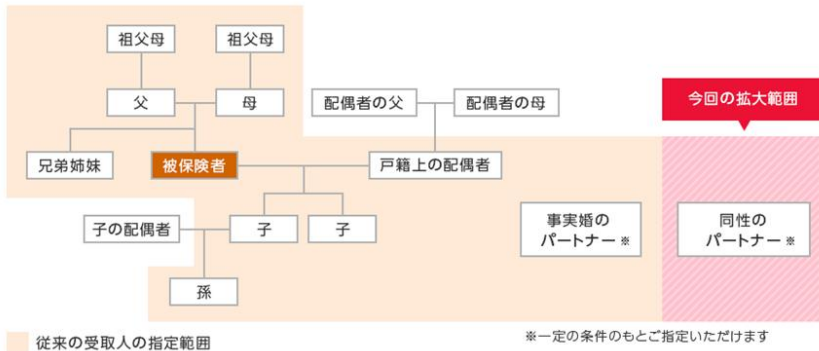
■ 継続的にお客さまの利便性を向上

死亡保険金受取人の範囲拡大

死亡保険金受取人の指定範囲の拡大
～「同性のパートナー」も指定可能に～



死亡保険金受取人の指定範囲



手続きの利便性向上



運転免許証や
健康診断書などの
コピーや郵送の
手間を省き、
スムーズな
申し込みを可能に
(2015.4～)



給付金請求時¹の
診療明細書などの
コピーや郵送の
手間を省き、
最短3日の
お支払いを実現
(2016.3～)

1. 保障内容や治療の内容によっては、郵送によるご提出が必要。また、終身医療保険「新じぶんへの保険レディース」は本サービスの対象外。

新中期計画への課題

① 新契約業績の底上げ

② 競合他社との同質化の回避

③ 積極的な商品・サービス開発の実行

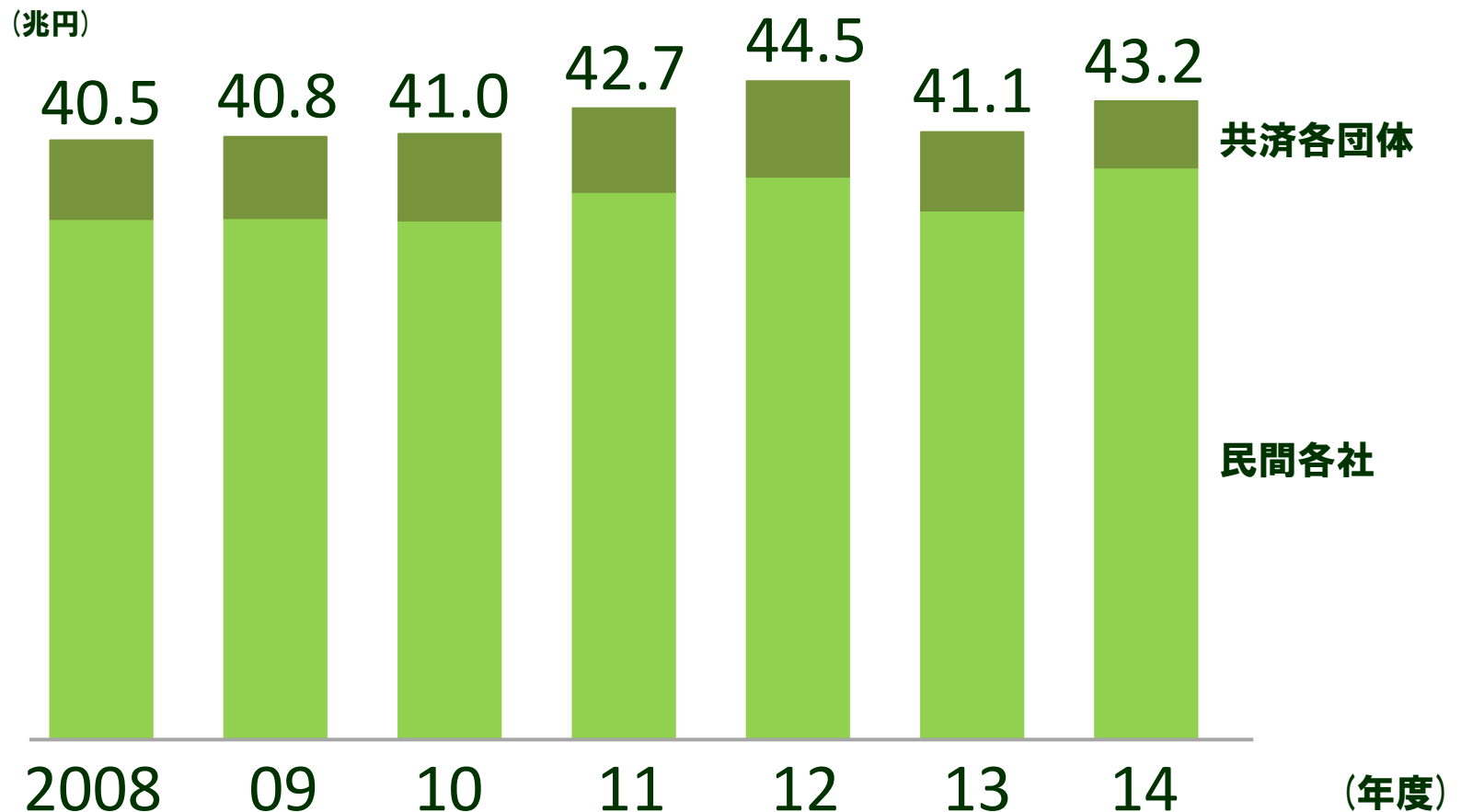
1.前中期計画の振り返り

2.新中期計画の概要

生命保険市場の現状

■ 40兆円を超える大きな成熟市場

生命保険市場の生命保険料の推移¹



1. 民間各社: 生命保険協会加盟の各社。数値は保険料等収入。共済各団体: 日本共済協会会員の各団体。数値は受入共済掛金。

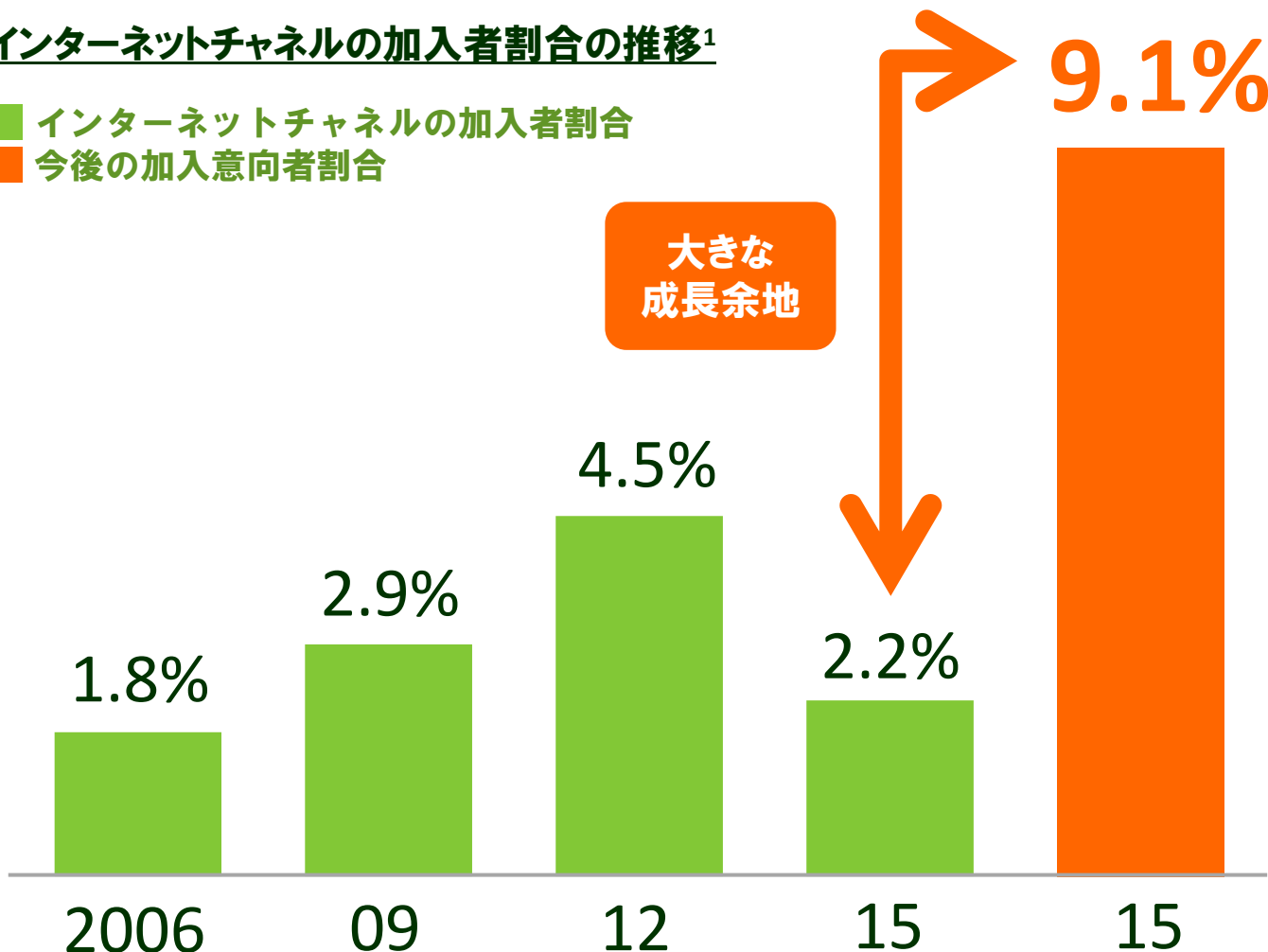
出所: 一般社団法人生命保険協会「生命保険の動向(2015年度版)」、一般社団法人日本共済協会「日本の共済事業 ファクトブック2015」より当社作成

ネット生保市場の将来性

■引き続き、成長ポテンシャルが大きい

インターネットチャネルの加入者割合の推移¹

■ インターネットチャネルの加入者割合
■ 今後の加入意向者割合



1. 生命保険文化センター「平成27年度生命保険に関する全国実態調査」より当社作成

海外のネット生保市場

■ 海外で「ネット×保険」の取組みが拡大



オスカー¹:グーグル・キャピタルが3,250万ドルを投資



アビバ:デジタル戦略の一環として、VCを設立



テンセント:ネット生保の立ち上げを計画



アリアンツ:中国でオンライン保険販売を計画

新中期計画の骨子

2018
年度
経営
目標

経常収益135億円
経常損益の黒字化

- ・新契約業績の確実な成長
- ・「ビジネスモデルと成長ストーリーを再構築する」基盤固め
- ・将来への計画的な投資の実行



- ・新契約業績の反転
- ・新契約業績の成長
- ・経営目標の達成
- ・持続可能な収益性基盤

全社
戦略

事業

「インターネット直販」、「KDDI
(提携専属代理店)」、「対面代理店」を柱に

全てのチャネルにおいて、
独自の顧客価値を継続的に創出

将来への投資や研究開発の努力

組織

変化

挑戦

一体感

内部
管理

全社戦略を支えるリスク管理・顧客保護態勢の高度化

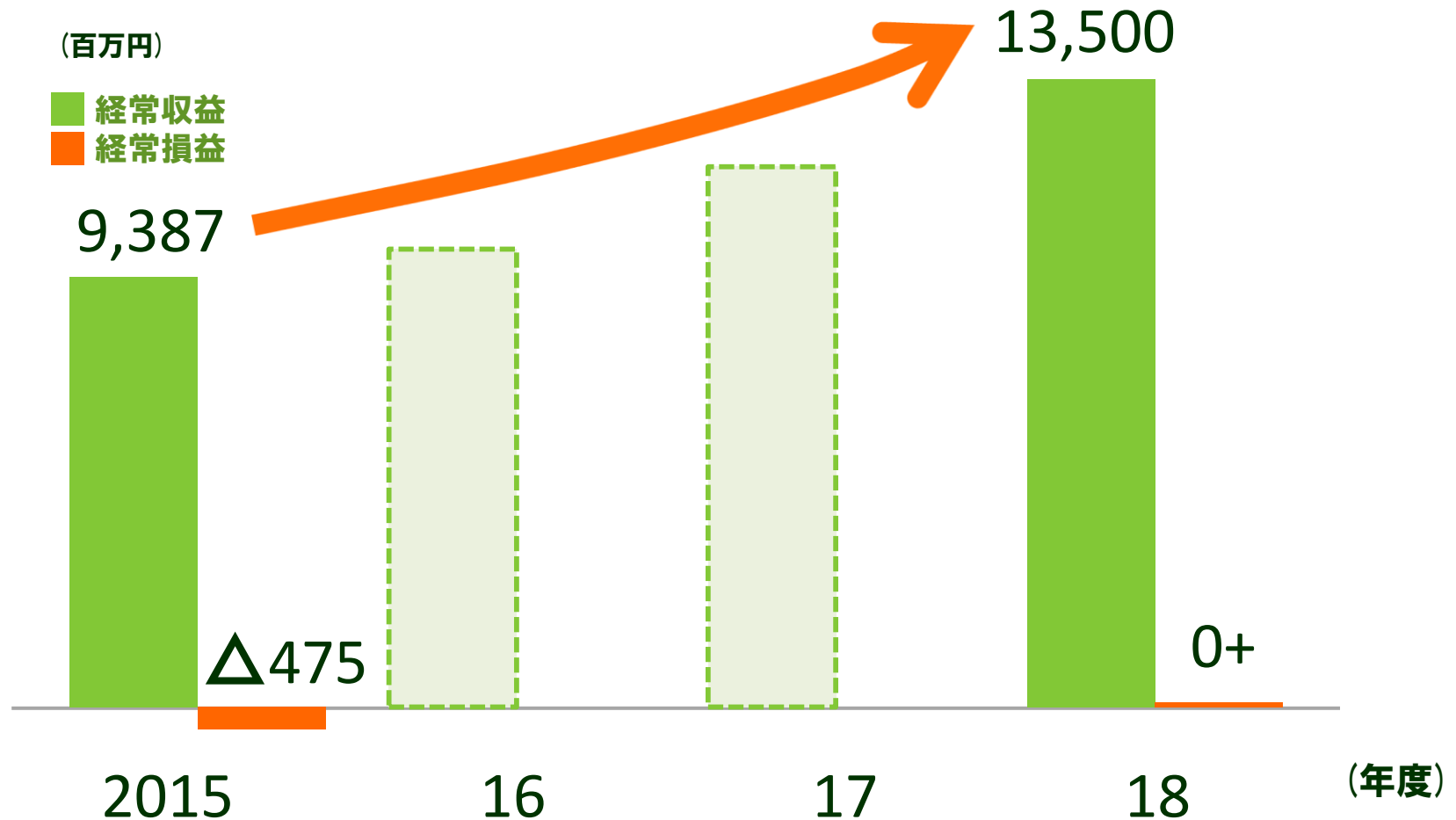
経営目標

■ 経常収益135億円と経常損益の黒字化

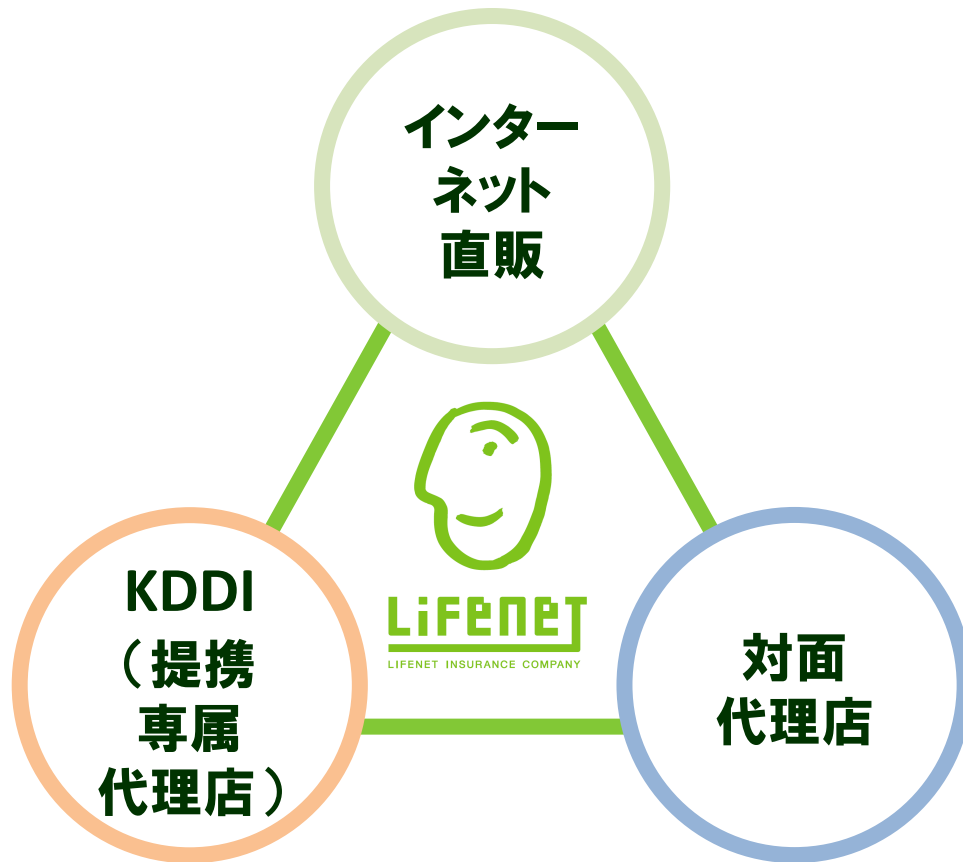
経常収益と経常損益の推移

(百万円)

■ 経常収益
■ 経常損益



■ 柱となる各チャンネルに適した戦略を実行



インターネット直販

- ・ ウェブサイトへの来訪者増加に注力
- ・ スマートフォンを中心としたモバイル主体のライフスタイルへの最適化
- ・ 既存の契約者との接点強化

KDDI(提携専属代理店)

- ・ 着実な立ち上げと中期的な成功の実現
- ・ パートナーの本業との相乗効果の創出

対面代理店

- ・ 販路拡大による安定的な成長
- ・ 就業不能保険の市場開拓

事業戦略

■ 新たな事業・サービスへの投資を実行



新商品の発売

■ 就業不能保険の新商品を6月に発売



「働く人への保険2」の主なポイント

お客様の
ご要望を受け、
リニューアル！

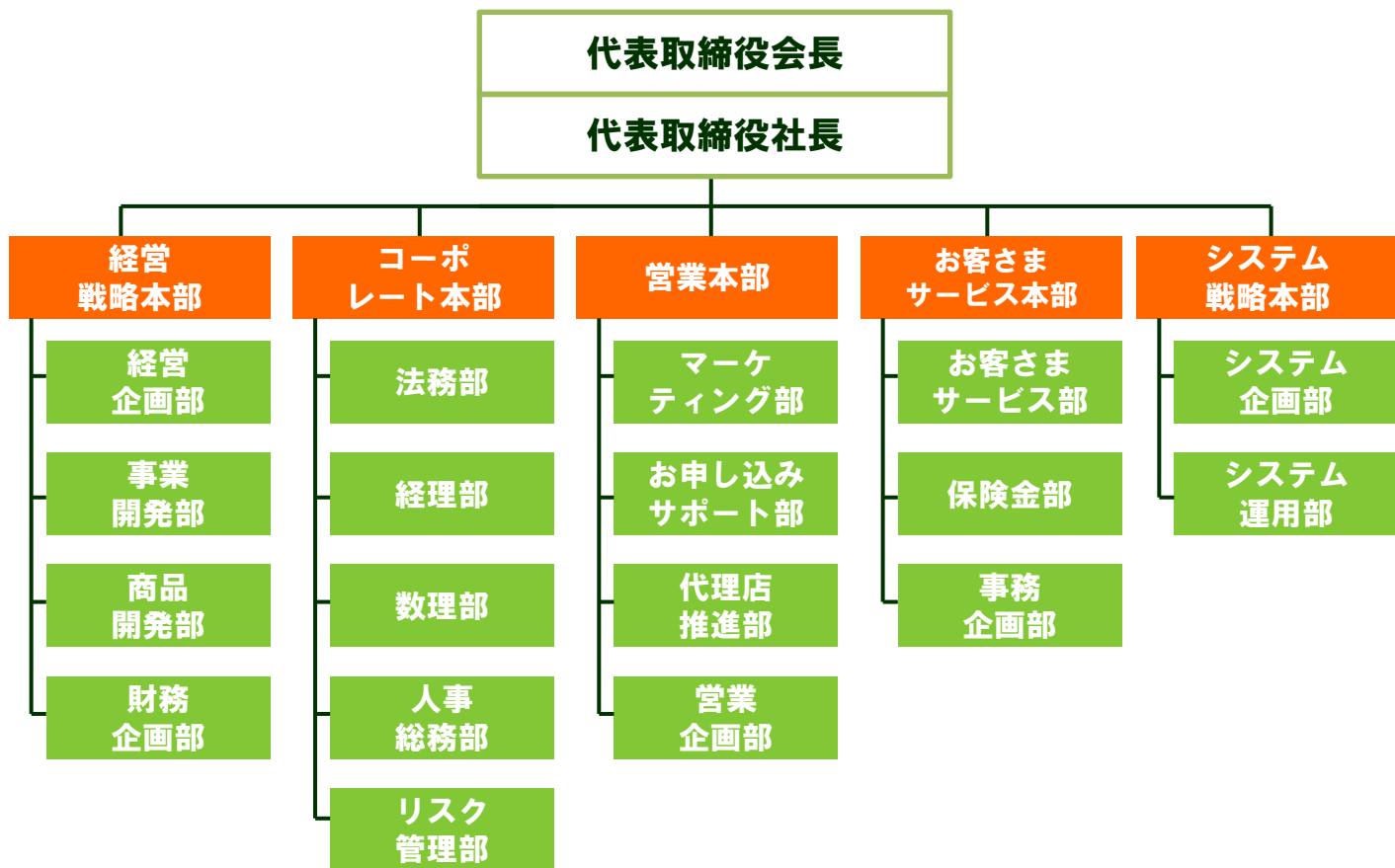
支払対象外期間に
「60日」を新設

保険期間を
選択式に変更

保険料を抑える
「ハーフタイプ」
を用意

組織改定

■ 新中期計画に先行して、
2016年1月から、5本部制を導入



■ 2トップ主導型の経営から、組織経営へ

変化

挑戦

一体感



中期計画における会計上の留意点



- ① 保険業法第113条繰延資産の償却完了
(2017年度末)
- ② 責任準備金の積立方式を
5年チルメル式から平準純保険料式に変更
(2018年度以降)
- ③ 株主還元方針は標準責任準備金との差額や
累積損失の金額等を**総合的に勘案予定**




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。

<http://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