

証券コード:7157



**LIFENET**

LIFENET INSURANCE COMPANY

**2012年度第2四半期  
決算説明会**

**ライフネット生命保険株式会社**

**2012年11月16日**

# ライフネット生命とは

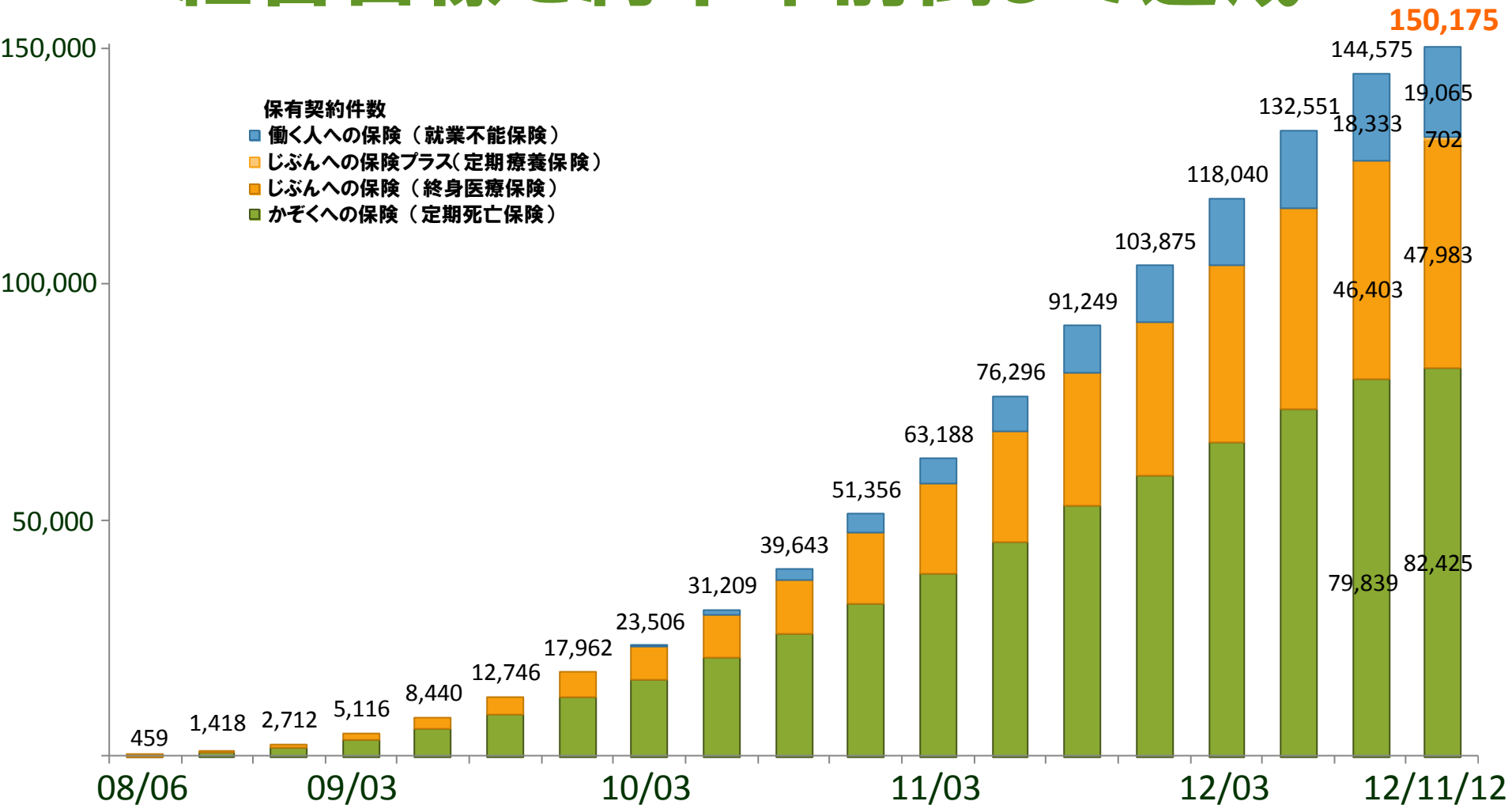


正直に  
わかりやすく、  
安くて、便利に。

- 相互扶助という生命保険の**原点**に戻る
- 若い世代の**保険料を半分**にして、安心して子どもを産み育てることができる社会をつくる
- 生命保険に「**比較し、理解し、納得して**」加入する社会をつくる

# 保有契約件数15万件突破

## ■ 経営目標を約半年前倒しで達成



# 保有契約件数15万件への歩み

2008年5月18日開業



就業不能保険  
「働く人への保険」



- 2008年11月 付加保険料の全面開示
- 2009年 8月 保有契約件数1万件突破
- 2010年 2月 就業不能保険「働く人への保険」発売
- 12月 保有契約件数5万件突破
- 2011年 7月 テレビ東京系列「カンブリア宮殿」出演
- 12月 保有契約件数10万件突破
- 2012年 3月 東京証券取引所マザーズ市場上場
- 10月 定期療養保険「じぶんへの保険プラス」発売
- 11月 開業4年半で保有契約件数15万件突破



定期療養保険 定期型  
「じぶんへの保険プラス」  
(がん・先進医療保障付き)

# 中期計画

## ■ 新たな経営目標を含む中期計画を 現在、策定中

### 現在の中期計画の骨子(2011年6月22日開示)

1. 共感され、支持される「ライフネット」ブランドの育成
2. 良質な生命保険サービス  
(わかりやすい・安い・便利)の提供
3. 改善とチャレンジを続けるしなやかで強い組織づくり

# 新たなステージへ

## ■ マニフェストに基づいて歩みを進めます



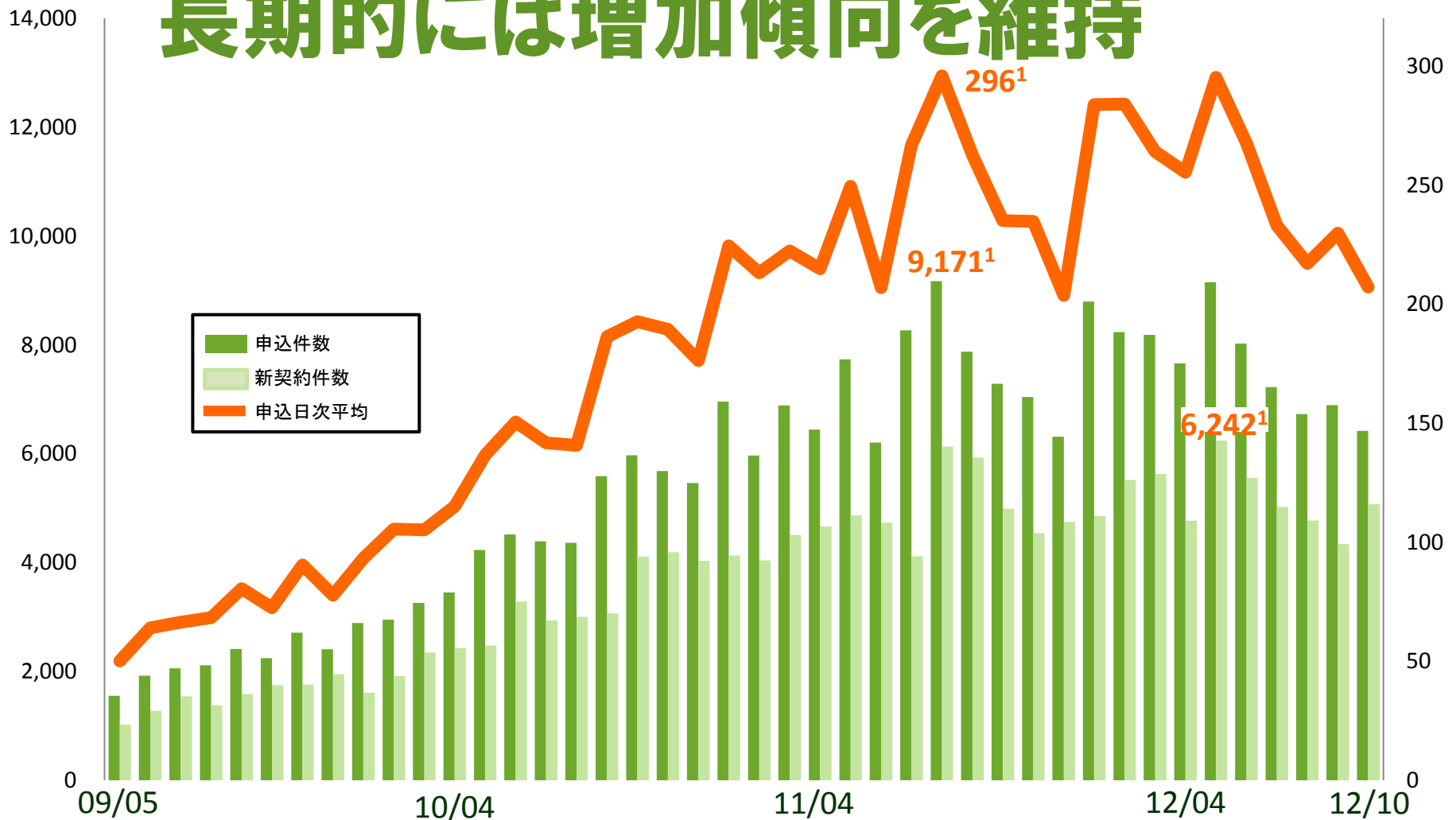
# 目次

## 1. 第2四半期業績ハイライト

## 2. 今後の取組み

# 申込件数、新契約件数の推移

■ 短期的な増減はあるものの、  
長期的には増加傾向を維持



1. 過去最高値



# 業績ハイライト（中間会計期間）



1. 経常収益

2,821百万円  
(前年同期比175%<sup>1</sup>)

2. 保有契約件数

144,575件  
(前年度末比122%<sup>2</sup>)

新契約件数

30,709件  
(前年同期並み<sup>2</sup>)

3. 新契約価値  
(均衡事業費ベース)

338百万円  
(前年同期比40%<sup>3</sup>)

1. 経常収益 2011年度1,611百万円 → 2012年度2,821百万円、いずれも中間会計期間

2. 新契約件数2011年度30,444件→2012年度30,709件、いずれも中間会計期間。保有契約件数2011年度末118,040件→2012年度中間期末144,575件

3. 新契約価値(均衡事業費ベース)2011年度 840百万円 → 2012年度 338百万円、いずれも中間会計期間

# 2012年度4月～9月のトピックス

## ■ ステークホルダーからの高い評価

ウェブサイト、コンタクトセンター等の受賞

「第三者」による客観的な評価



UCDAアワード  
「情報のわかりやすさ」賞

2012  
BRONZE  
STEVIE® WINNER  
INTERNATIONAL  
BUSINESS AWARDS



スティビーアワード  
カンパニー・オブ・ザ・イヤー(銅賞)

Best Contact Center  
of The Year 2012  
奨励賞  
(品質向上奨励賞)

JAPAN INSTITUTE OF INFORMATION TECHNOLOGY  
社団法人 企業情報化協会

優秀コンタクトセンター表彰制度  
奨励賞

## 好評を博した特設ウェブサイト企画



コンテンツバトル! 2012

CONTENTS BATTLE!



いのちのかぞえかた

いのちのかぞえかた

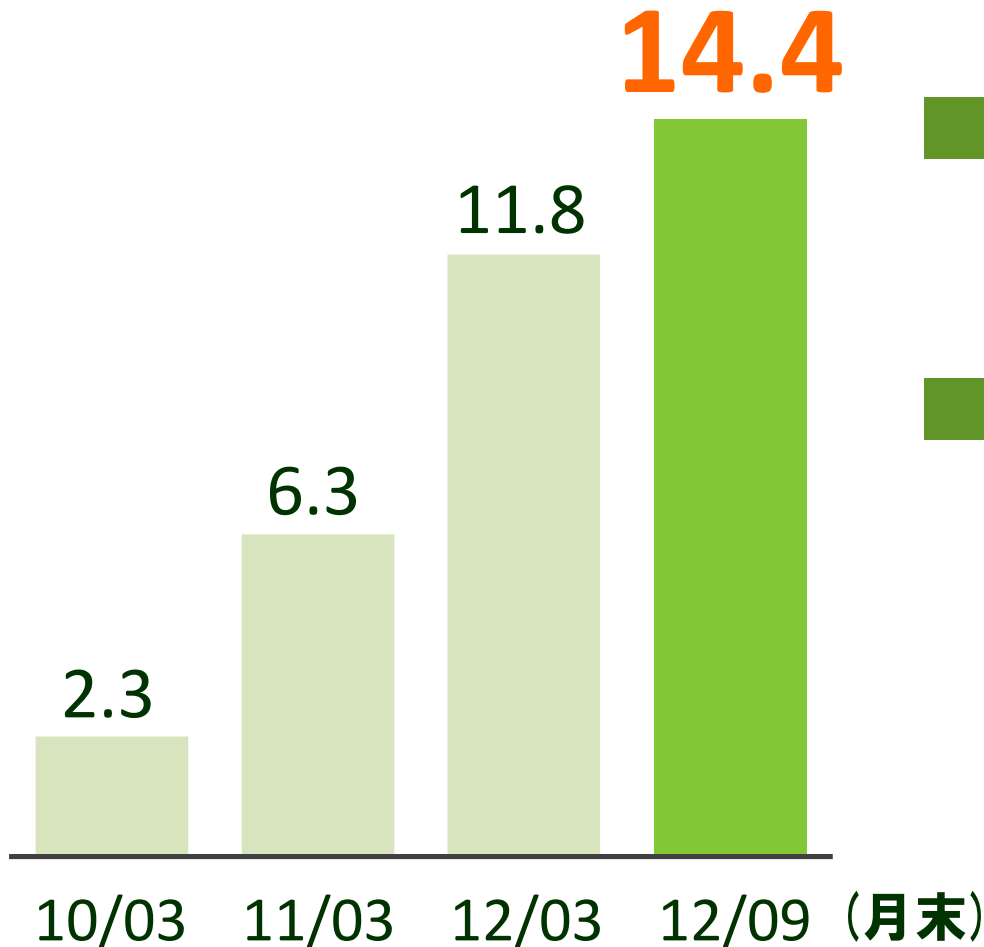
## 上場後初の株主総会



2012年6月24日 日曜開催

# 保有契約

(万件)

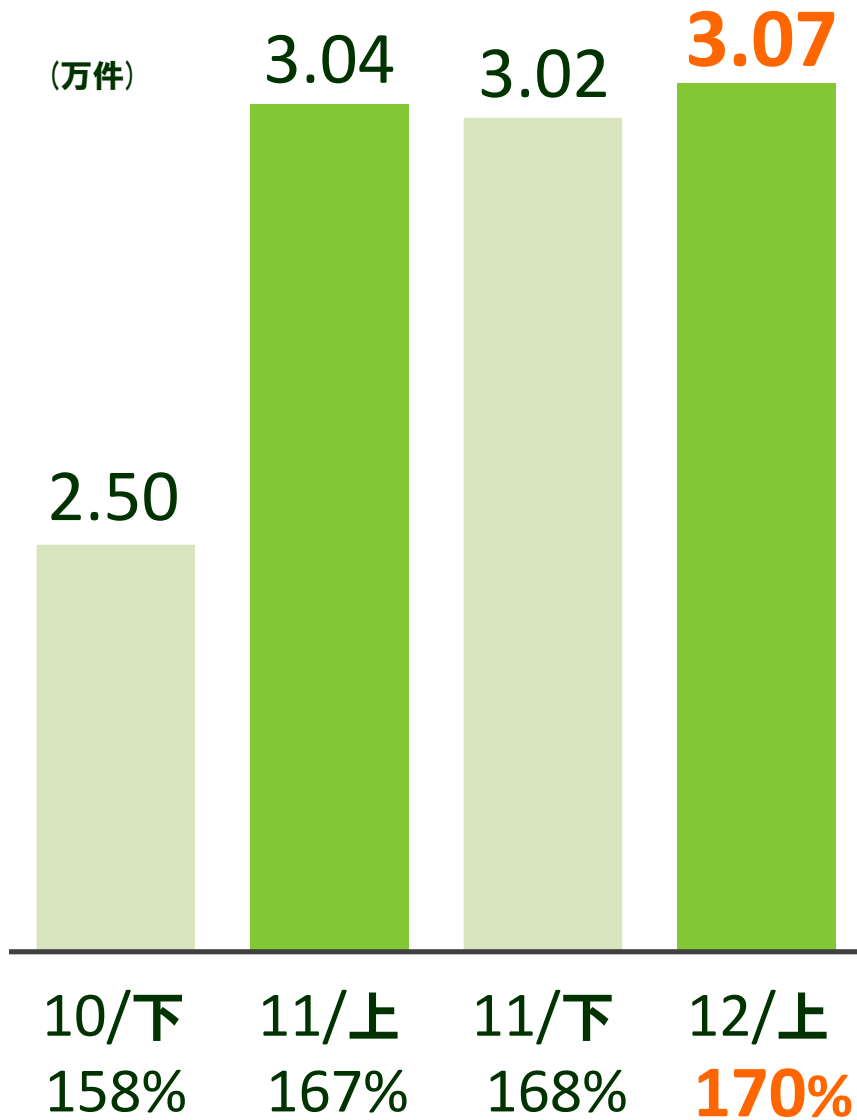


- 保有契約件数  
14万4,575件
- 年換算保険料<sup>1</sup>  
59億円

10.4    26.5    48.7    **59.5**    年換算保険料 (億円)

1. 1回当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

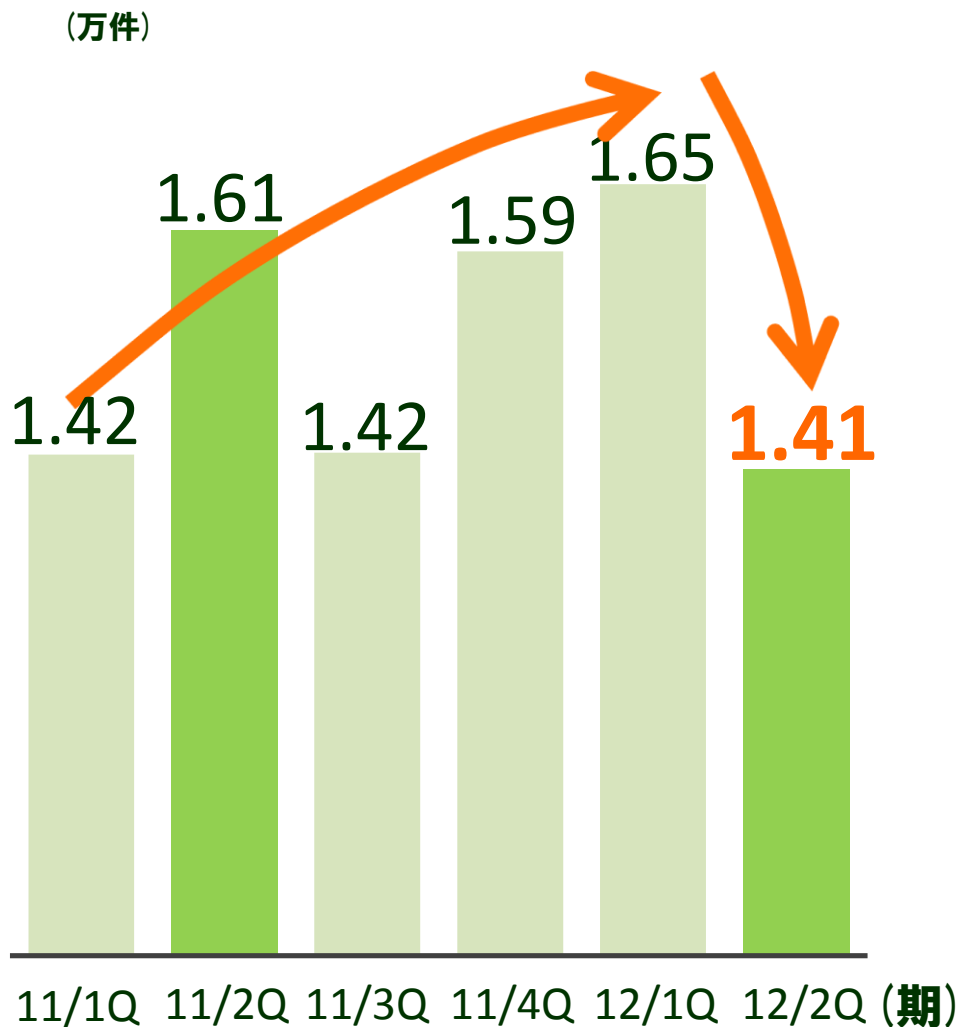
# 新契約件数(半期)



- 新契約件数は前年同期比 **0.9%増**
- セット率<sup>1</sup>は **170% へ向上**

1. 一定期間の新契約件数÷新契約者数として算出。既契約者による追加契約は、新契約者としてカウント

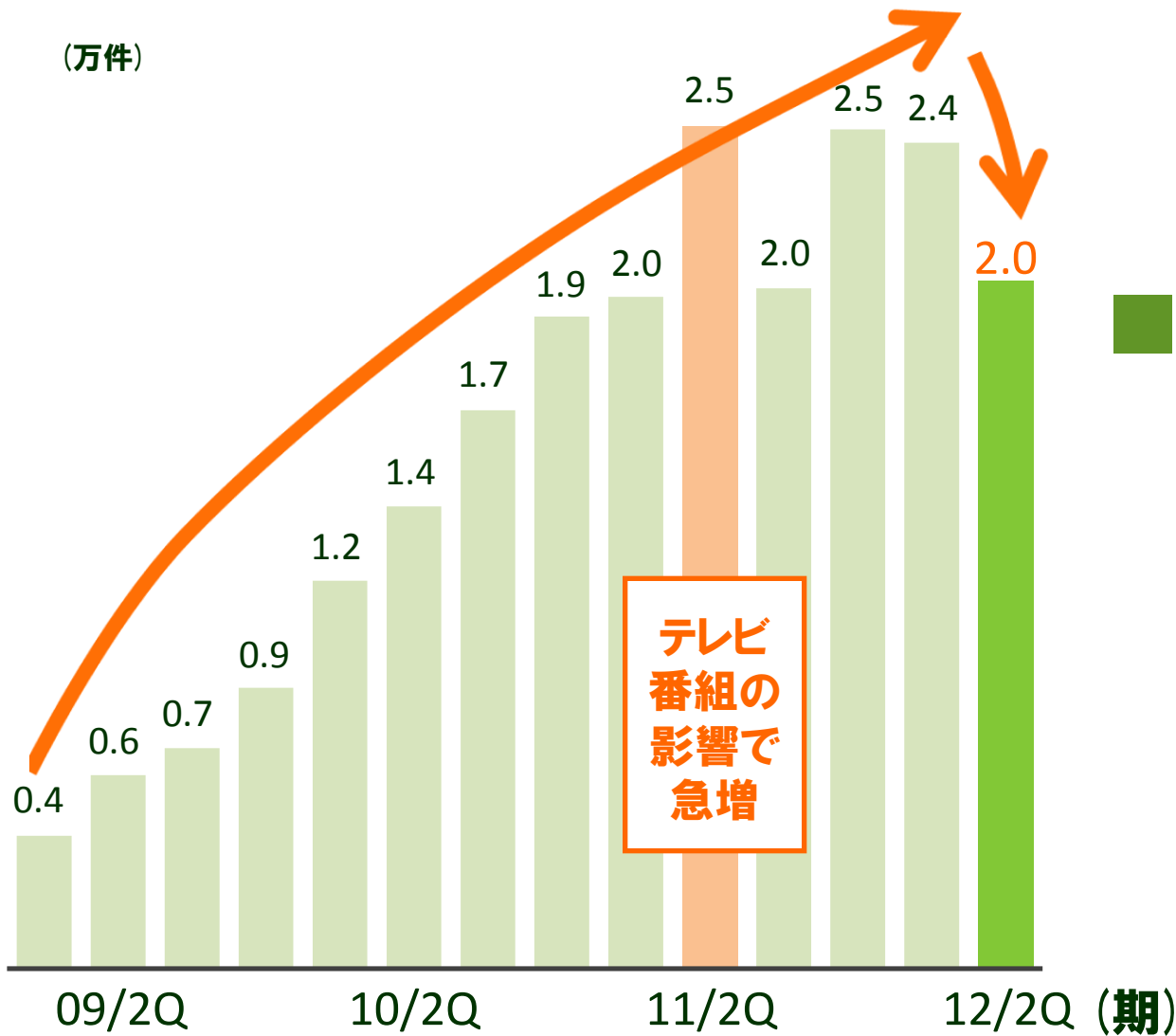
# 新契約件数(四半期)



- 新契約件数は前年同期比 **12.6%減少**
- 前年同期は **テレビ番組<sup>1</sup>の影響で急増**

1. テレビ東京系列「カンブリア宮殿」(2011年7月14日放映)

# 申込件数(四半期)の推移

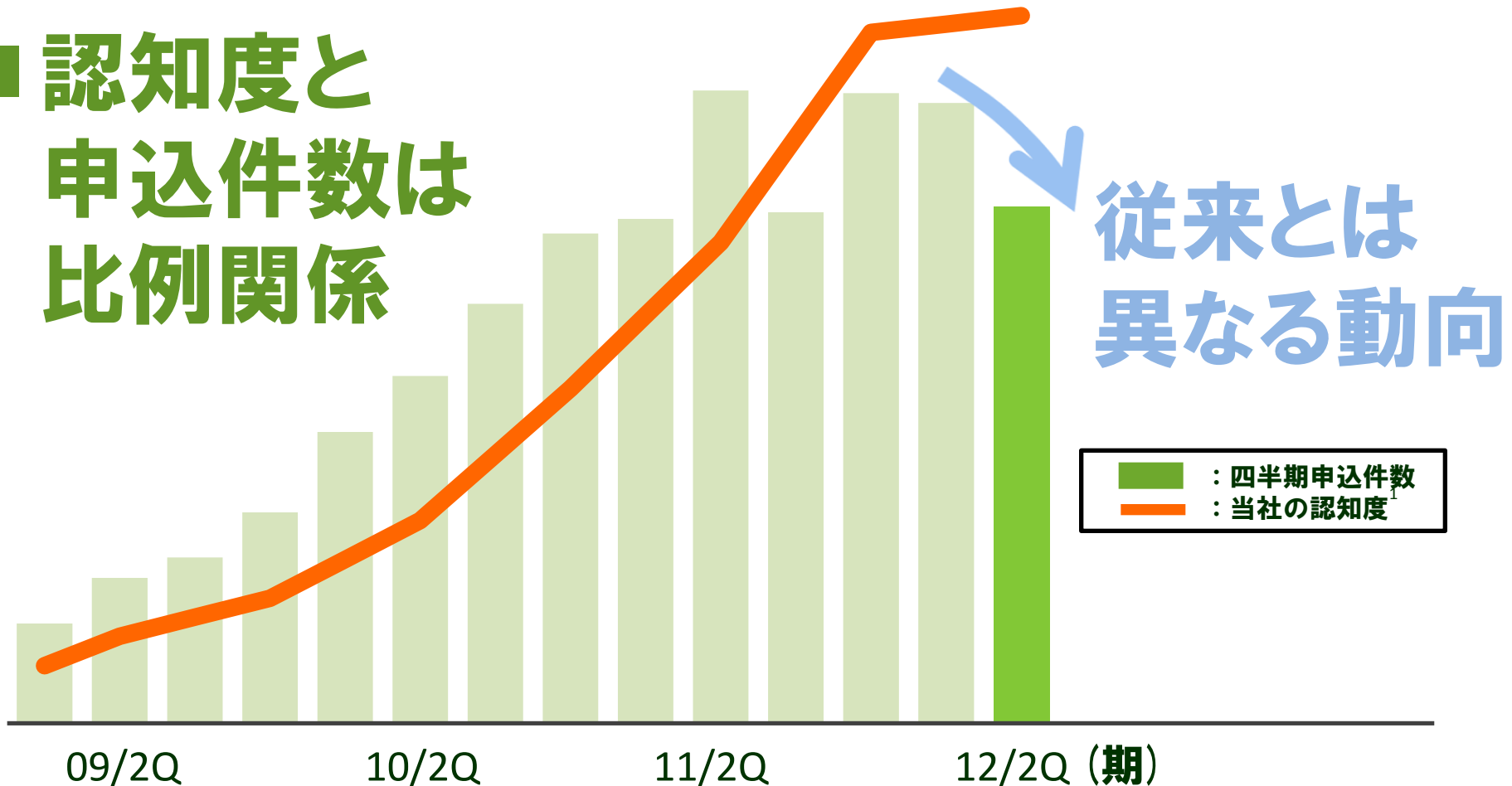


■ 増加基調にあるものの、当四半期は減速

# 認知度と申込件数

## 当社認知度<sup>1</sup>と申込件数の相関

■ 認知度と  
申込件数は  
比例関係



1. マイボイスコム社「生命保険会社のイメージに関するアンケート調査」

# 当四半期の申込減少要因

## ■ デバイスの変化

スマートフォン、タブレットの拡大

## ■ 顧客層の変化

アーリーアダプター層からセミマス層へ

## ■ 検索ウェブサイトの仕様変更

社名リスティング広告への

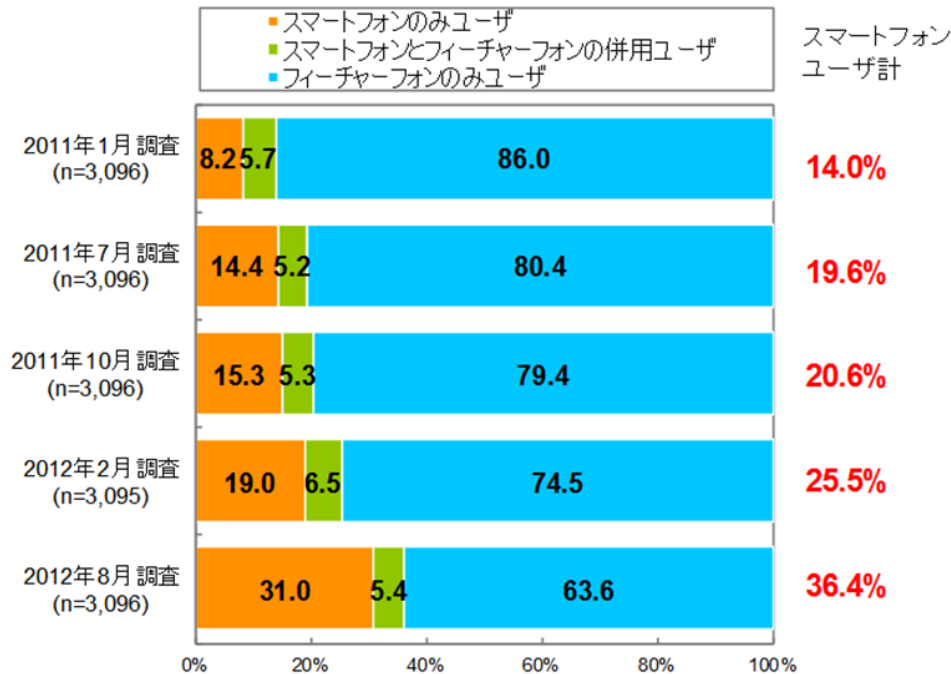
他社出稿による社名検索取りこぼし



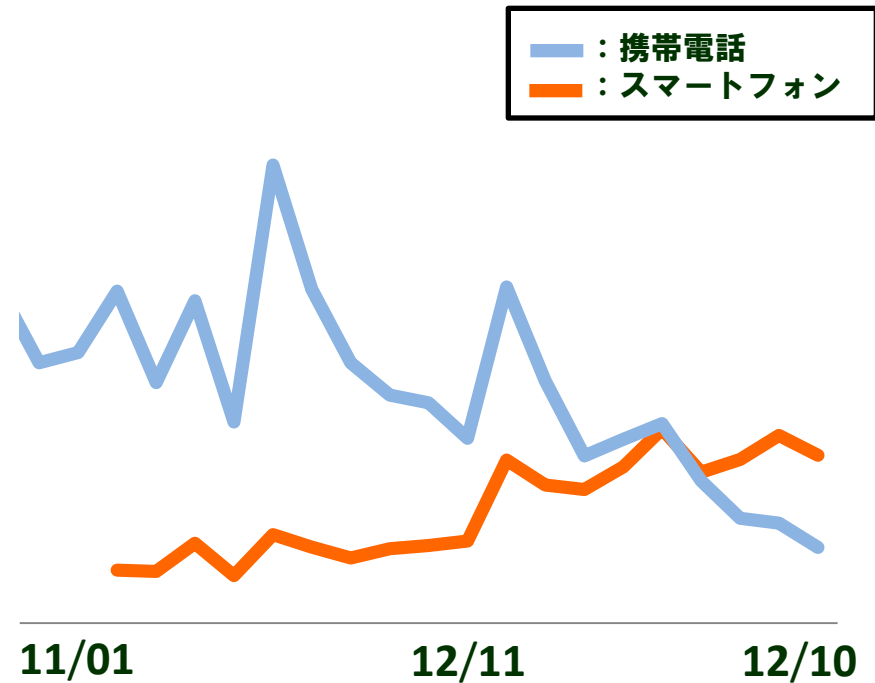
# デバイスの変化

## ■ スマートフォン、タブレットの拡大

スマートフォンユーザーの増加<sup>1</sup>



スマートフォンによる資料請求の増加<sup>2</sup>



1. 株式会社D2Cモバイル利用動向調査(2012年8月調査) <http://www.d2c.co.jp/news/2012/20121018-1526.html>より抜粋

2. 当社資料請求データ

# デバイスの変化

## ■ PCに加え、スマホ・タブレットも



Daisuke Iwase  
@totodaisuke



Following

最近、家ではスマホかタブレットだけで、PCは開くなくなった人が増えていると聞いたのですが、ホントですか

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite

「かなり減った」という声が予想以上に多くてびっくり



@totodaisuke 確かに。ほぼPCは使わなくなりました。  
2012.11.04 02:56 twitter



@totodaisuke 激減しました。PCは、週二回開くぐらいです。買って間もない、ウルトラブックでもスマホの気軽さにはかないません。  
2012.11.04 00:52 twitter



@totodaisuke かなりPCを開く回数は減りましたね。  
2012.11.04 06:53 twitter



ホントです。笑”@totodaisuke: 最近、家ではスマホかタブレットだけで、PCは開くなくなった人が増えていると聞いたのですが、ホントですか”  
2012.11.04 00:50 twitter



<http://matome.naver.jp/odai/2135208226487940101>

まだまだ続く、「めっきり減った」という声



はい、スマホで家ではほとんどPC開きません。週一以下です。”@totodaisuke: 最近、家ではスマホかタブレットだけで、PCは開くなくなった人が増えていると聞いたのですが、ホントですか”  
2012.11.04 09:34 twitter



@totodaisuke スマホは持っていませんが、iPadを購入してからは、5分の1以下に減ったと思います。。。  
2012.11.04 08:11 twitter



@totodaisuke 今の私がまさにそうです。起動する時間がストレスかも。

ちなみに、ネットショッピングはどうしてるの？



@totodaisuke 両方ですね。本とか、普段買う商品はスマホの比率が高くなりました。ただ、じっくり比較検討したい場合はPCですね。  
2012.11.04 00:57 twitter

最後に、プロのご意見。



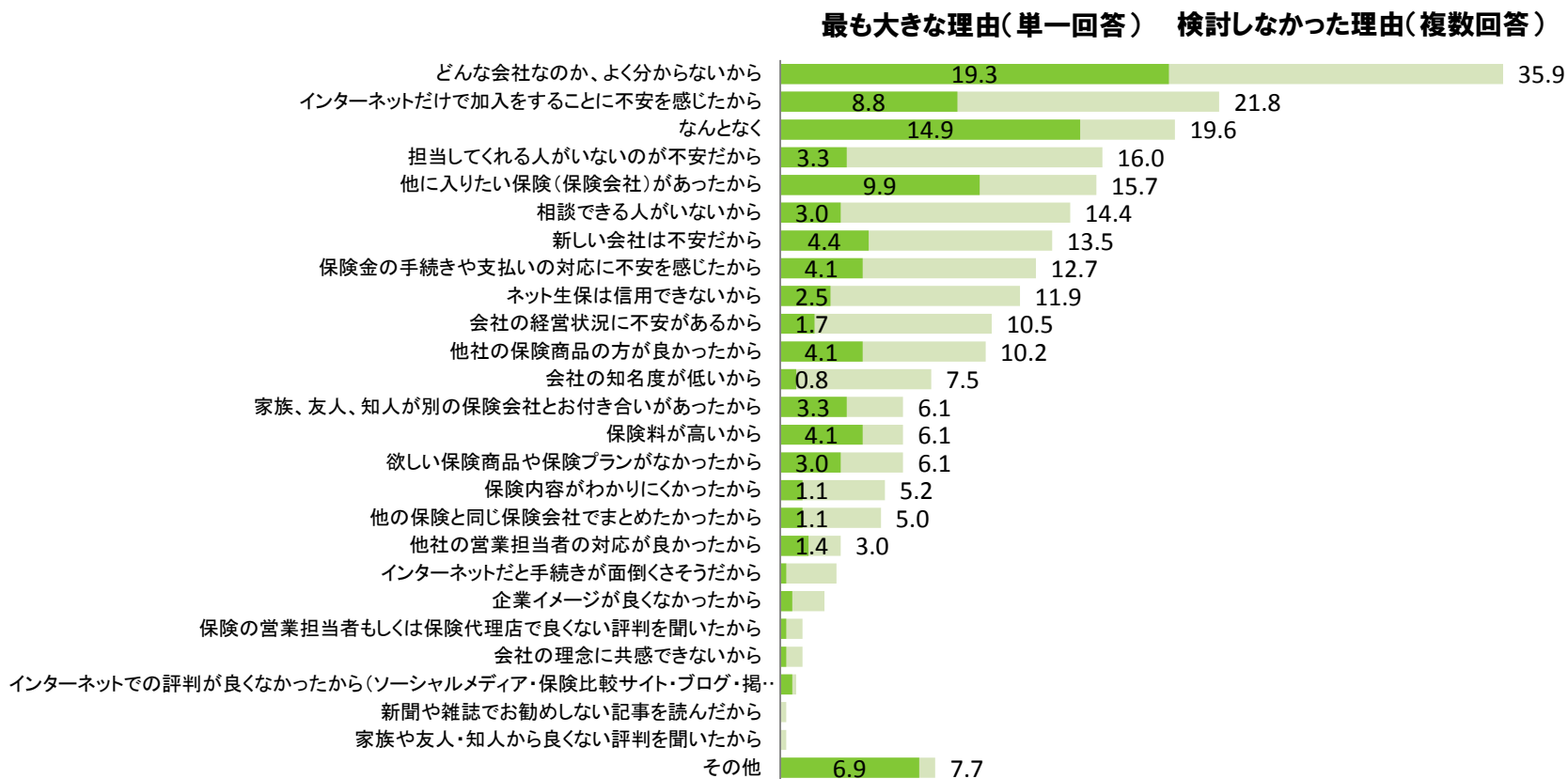
tabbata 田端 信太郎

@totodaisuke 弊社がマクロミルさん経由で調べた、LINEユーザーへのリサーチ結果からは、LINEユーザーのPCで併用事情は、スマホのみ利用10%、両方使うけどスマホ中心約50%、両方同じくらい20%で、LINEyaスマホユーザーでは、完全にスマホに重心が来てます。  
2012.11.04 09:40 twitter

# 顧客層の変化

## ■ アーリーアダプター層から セミマス層へ徐々に移行中

1年以内に死亡保険に加入した30代のうち、「ライフネット生命を認知」かつ「検討しなかった」人<sup>1</sup> (%)



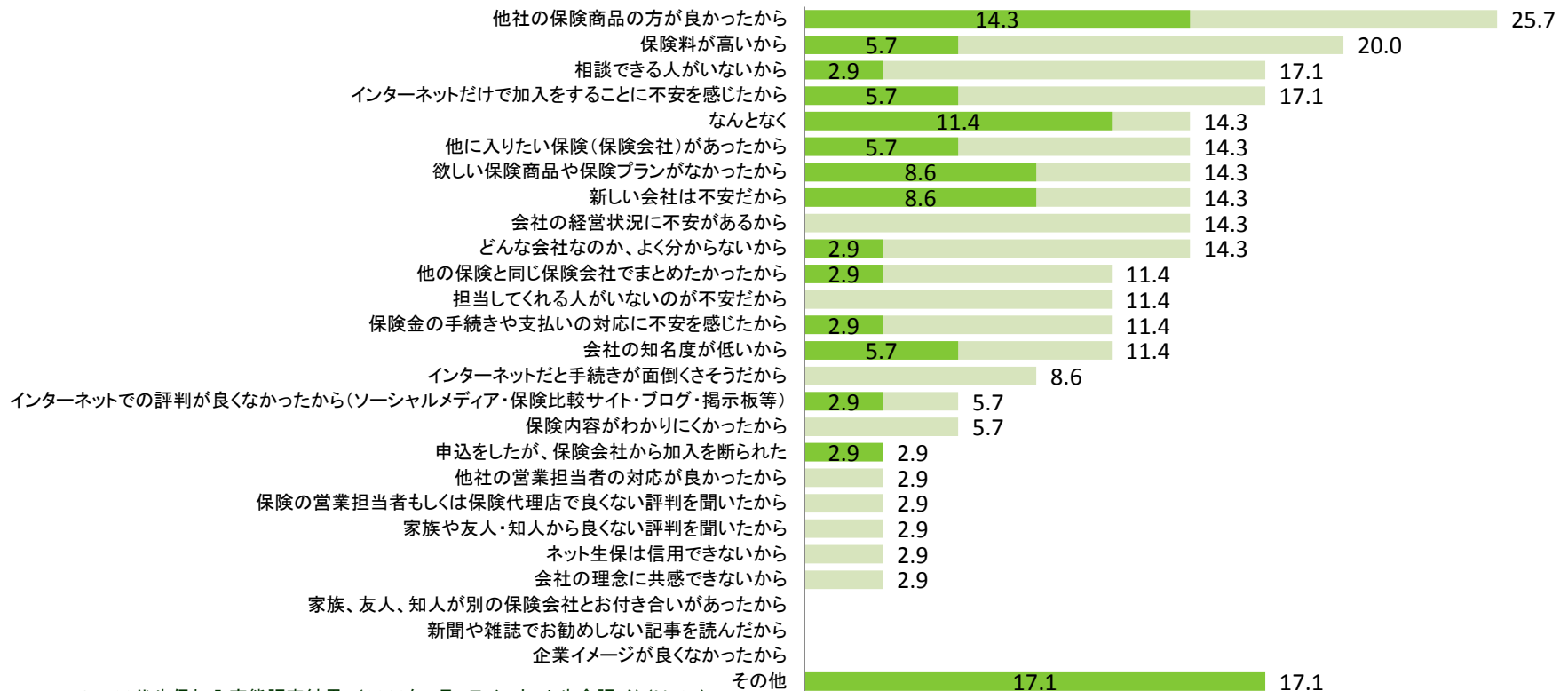
1. 30代生保加入実態調査結果 (2012年7月 ライフネット生命調べ) (N=362)

# 顧客層の変化

## ■ 新しい顧客層のニーズを把握しつつ、「安心」により無闇な不安を解消

1年以内に死亡保険に加入した30代のうち、「ライフネット生命を検討」かつ「加入しなかった」人<sup>1</sup> (%)

最も大きな理由(単一回答)      検討しなかった理由(複数回答)

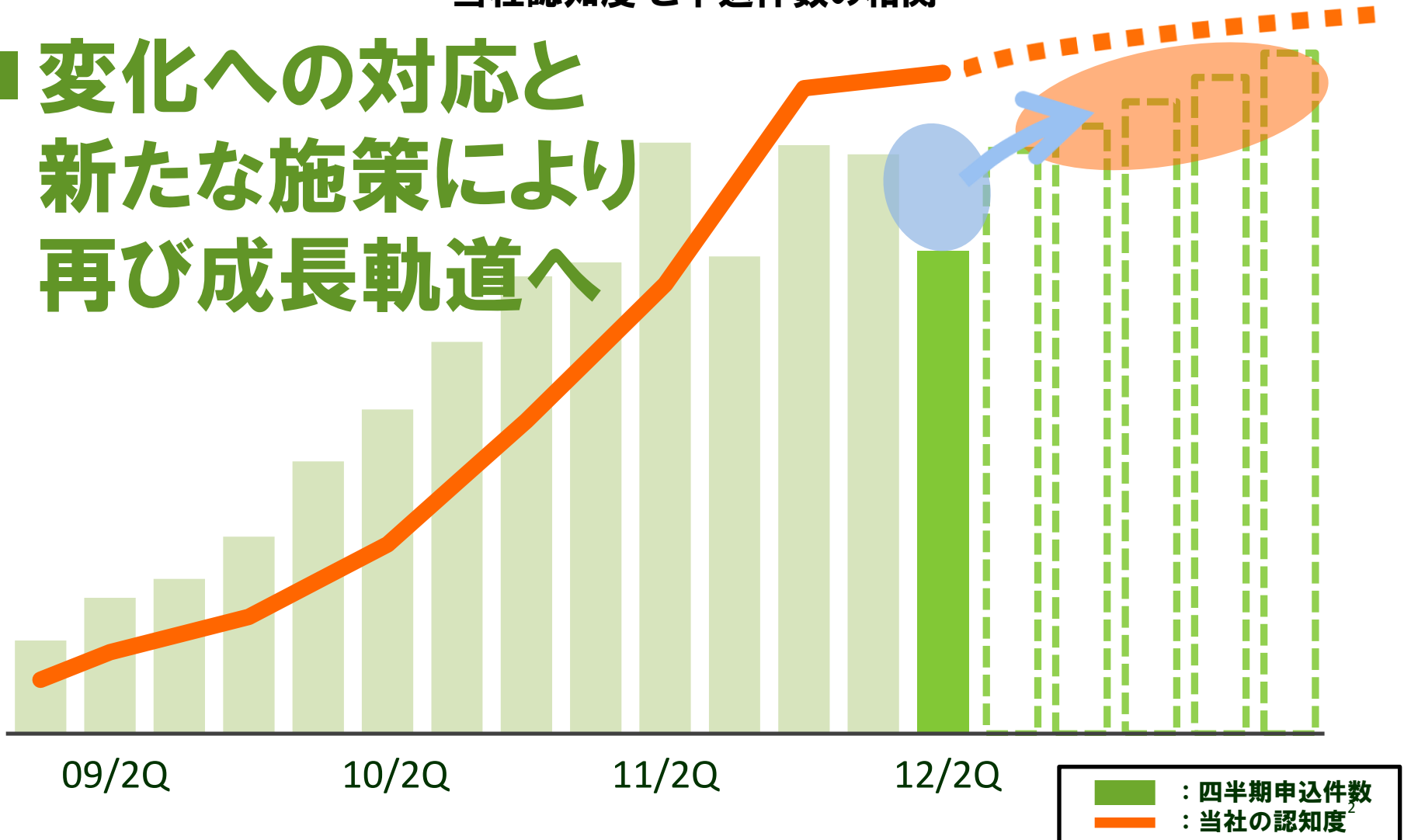


1. 30代生保加入実態調査結果 (2012年7月 ライフネット生命調べ) (N=35)

# 認知度と申込件数

## 当社認知度<sup>2</sup>と申込件数の相関

■ 変化への対応と  
新たな施策により  
再び成長軌道へ

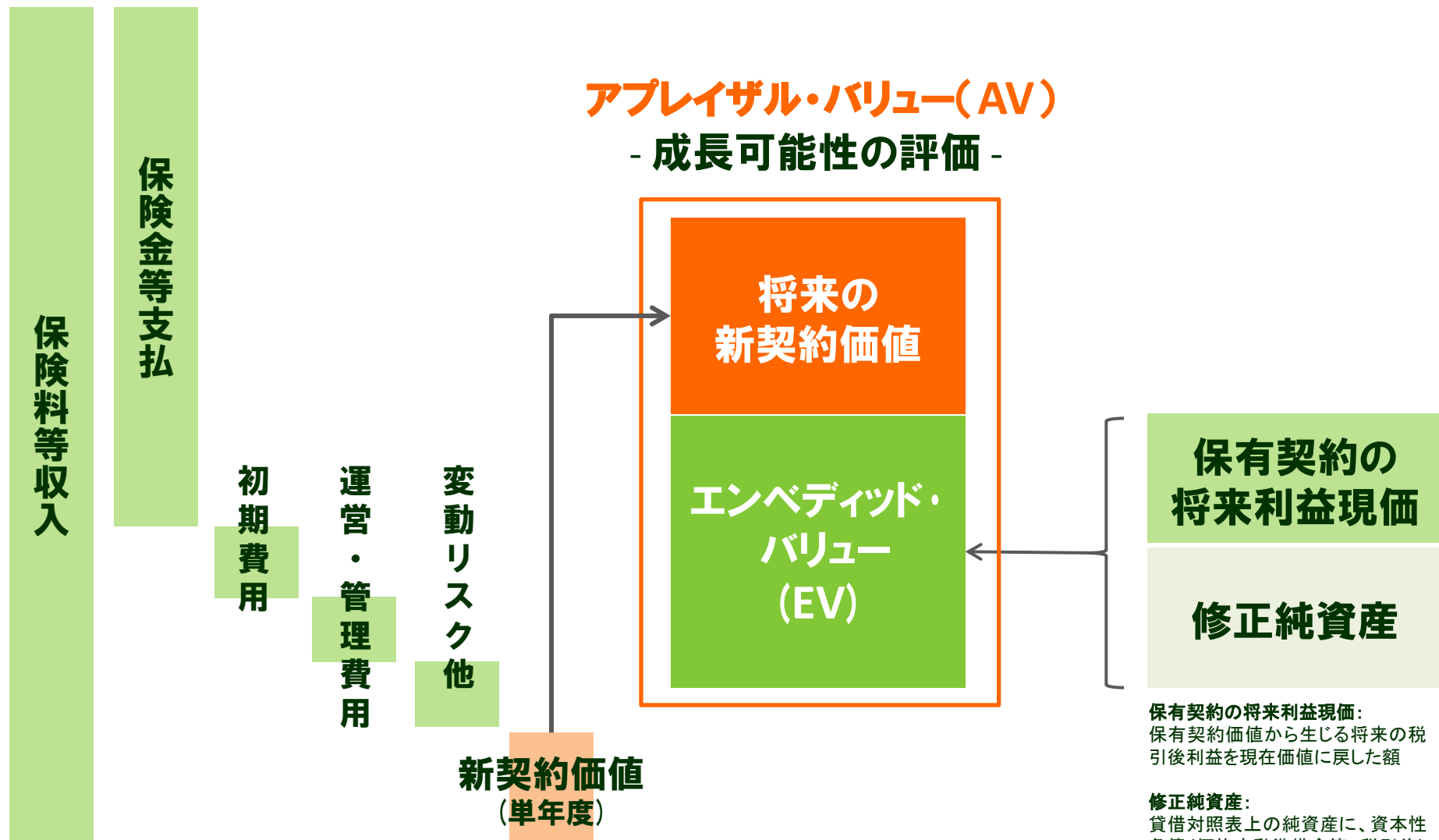


1. グラフの点線部分は、これまでの実績を基に表示したもので、将来予測等ではない。

2. マイボイスコム社「生命保険会社のイメージに関するアンケート調査」

# 「EV」「新契約価値」の考え方

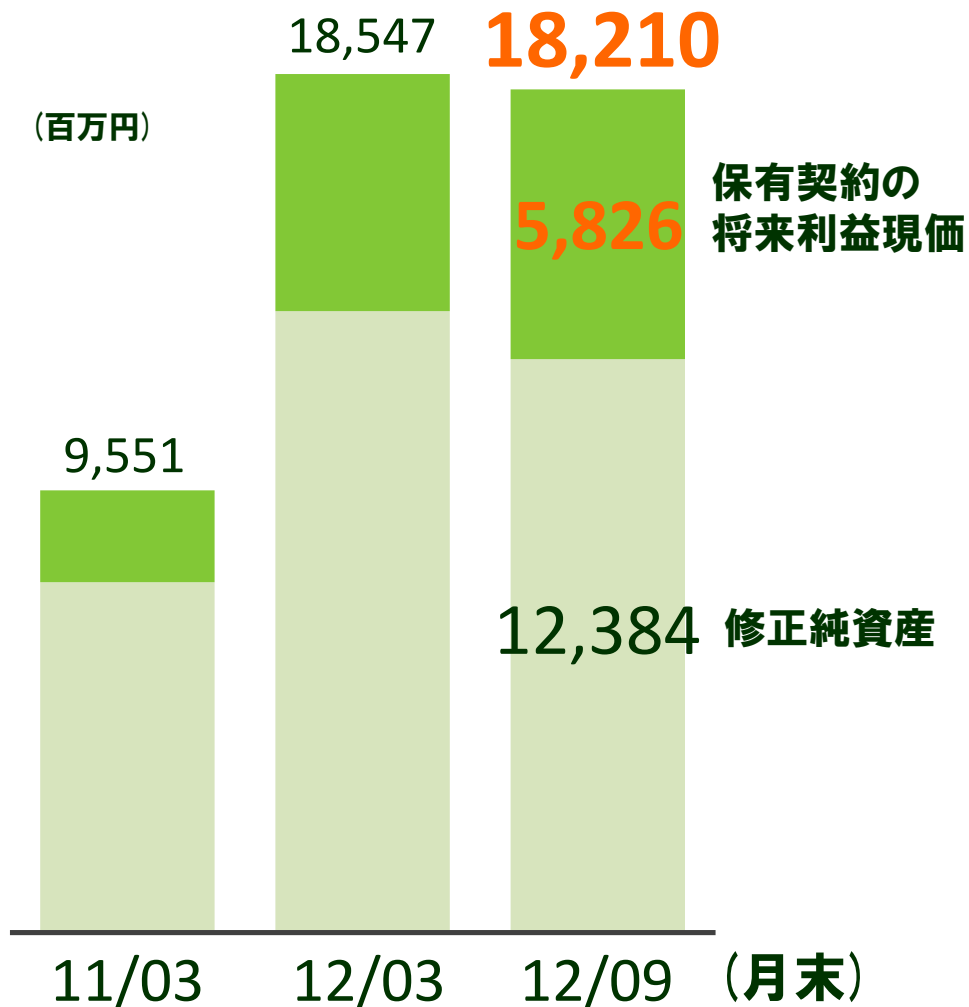
(イメージ図：全て現在価値ベース)



**保有契約の将来利益現価:**  
保有契約価値から生じる将来の税引後利益を現在価値に戻した額

**修正純資産:**  
貸借対照表上の純資産に、資本性負債(価格変動準備金等、税引後)を加算する等の調整を加えた額

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



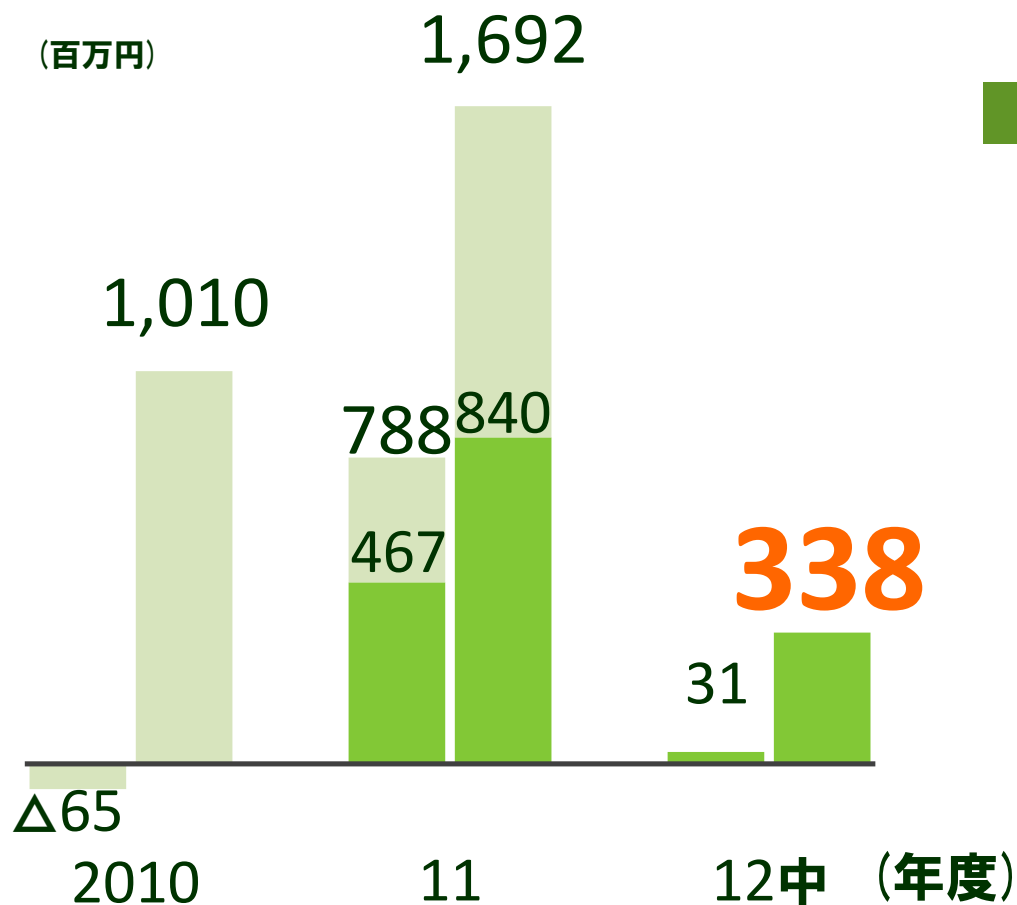
■ 保有契約の  
将来利益現価  
前年度末比  
**114%<sup>2</sup>**

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)原則を参考にした。伝統的なEVは使用する前提条件や計算方法によって計算結果が大きく異なってくるため、そのような中で、EVの計算方法や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として、2004年5月にヨーロッパの大手保険会社のCFO(最高財務責任者)から構成されるCFOフォーラムによって、ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー(EEV)原則とそれに関するガイダンスが制定された。さらに2008年6月には、リスクの反映方法などをより明確化したMCEV原則(The European Insurance CFO Forum Market Consistent Embedded Value Principles©)がCFOフォーラムにより発表された。

2. 保有契約の将来利益現価 2012年3月末 5,122百万円→ 2012年9月末 5,826百万円

# 新契約価値

■ :年度  
■ :中間会計期間  
左:新契約価値  
右:同(均衡事業費ベース)



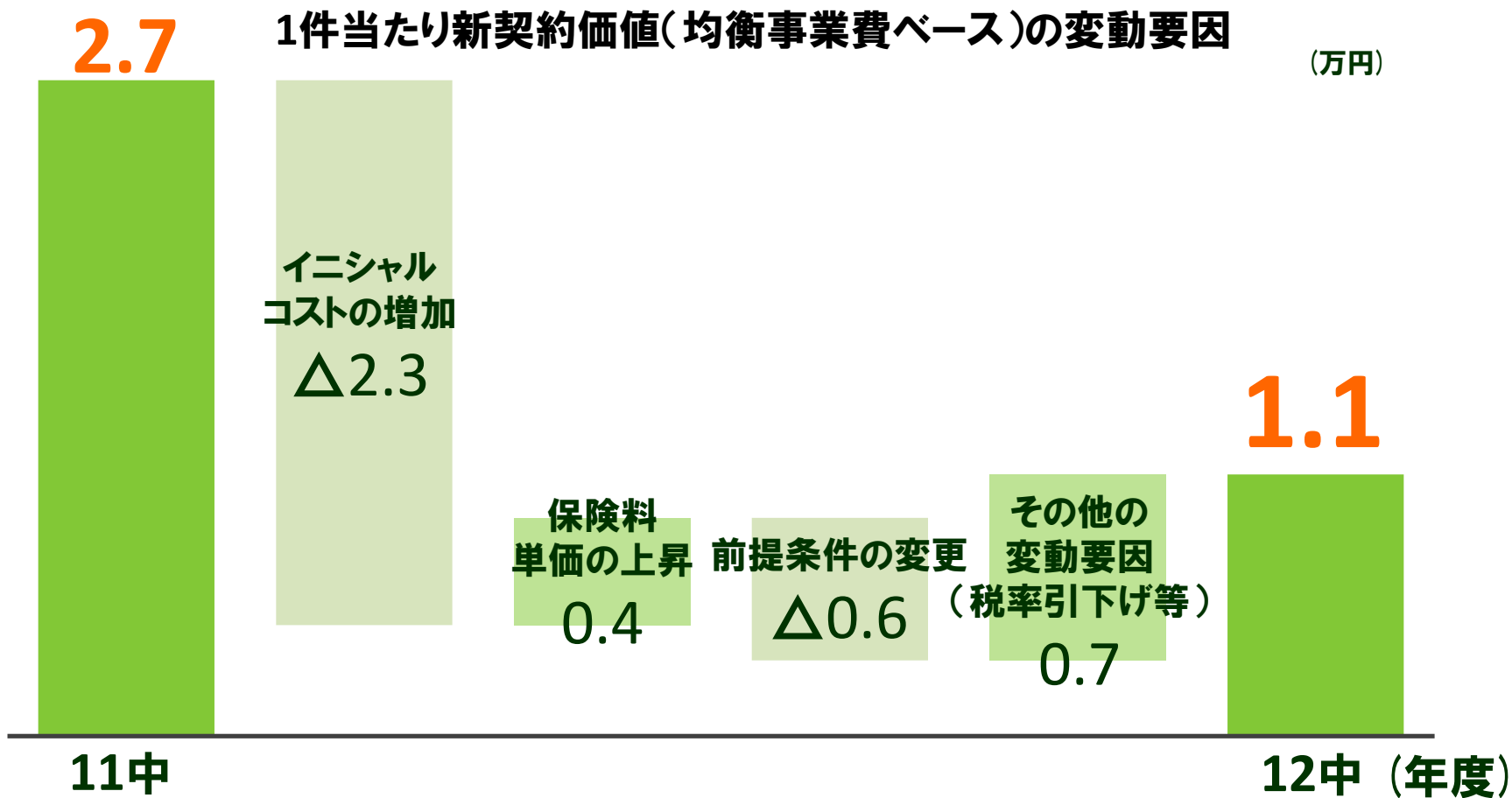
■ 新契約価値  
(均衡事業費ベース<sup>1</sup>)  
前年同期比  
40%

1. EEVおよび新契約価値の計算に用いた事業費の前提を、1件当たりの事業費が保有契約の増加に伴って逡減し、開業10年目(2017年度)に均衡に達するものと仮定。当該1件あたり事業費が契約獲得時から均衡水準にあるものとして計算した場合の新契約価値を、新契約価値(均衡事業費ベース)として表示



# 1件当たり新契約価値の増減分析

## ■ 上場を機に積極的に投下した 広告宣伝費の増加により、減少



# 新契約価値(均衡事業費ベース)

(百万円)	2011年度	2011年度 (中間)	2012年度 (中間)	新契約1件当たり 2012年度(中間) (万円)
确实性等価将来利益現価	6,270	3,070	3,417	11.1
一) オプションと保証の時間価値	—	—	—	—
一) 必要資本維持のための費用	△45	△27	△21	△0
一) 非市場性リスクに係る費用	△2,761	△1,334	△1,487	△4.8
将来利益現価	3,462	1,708	1,908	6.2
一) 修正純資産	△1,769	△867	△1,569	△5.1
新契約価値(均衡事業費ベース)	1,692	840	338	1.1
(参考:新契約価値)	788	467	31	0.1
(参考)保険料収入現価	34,393	17,313	17,913	
新契約件数(件)	60,725	30,444	30,709	

# 損益の推移

(百万円)	2010年度	2011年度	2011年度 (中間)	2012年度 (中間)
<b>経常収益</b>	<b>1,827</b>	<b>3,773</b>	<b>1,611</b>	<b>2,821</b>
保険料等収入	1,765	3,720	1,584	2,719
資産運用収益	60	47	25	24
その他経常収益	1	5	1	77
<b>経常費用</b>	<b>2,648</b>	<b>4,461</b>	<b>1,849</b>	<b>2,890</b>
保険金等支払金	154	410	174	261
責任準備金等繰入額 <sup>1</sup>	565	1,130	462	885
(うち危険準備金繰入額 <sup>2</sup> )	(246)	(295)	(151)	(140)
資産運用費用	0	0	0	0
事業費	2,724	3,984	1,710	2,621
(うち営業費用)	(1,438)	(2,160)	(901)	(1,567)
その他経常費用	595	1,041	377	657
保険業法第113条繰延額	△1,392	△2,106	△874	△1,535
<b>経常損失(△)</b>	<b>△820</b>	<b>△687</b>	<b>△238</b>	<b>△68</b>
<b>当期(中間)純損失(△)</b>	<b>△834</b>	<b>△900</b>	<b>△240</b>	<b>△154</b>
<b>基礎利益</b>	<b>△574</b>	<b>△391</b>	<b>△87</b>	<b>71</b>
<b>営業キャッシュ・フロー</b>	<b>△1,153</b>	<b>△799</b>	<b>△466</b>	<b>△433</b>
(参考) 新契約件数(件)	42,214	60,725	30,444	30,709
保有契約件数(件)	63,188	118,040	91,249	144,575

1. 保険料積立金については保険業法施行規則第69条第4項第4号の規定に基づき、5年テルメル式により計算

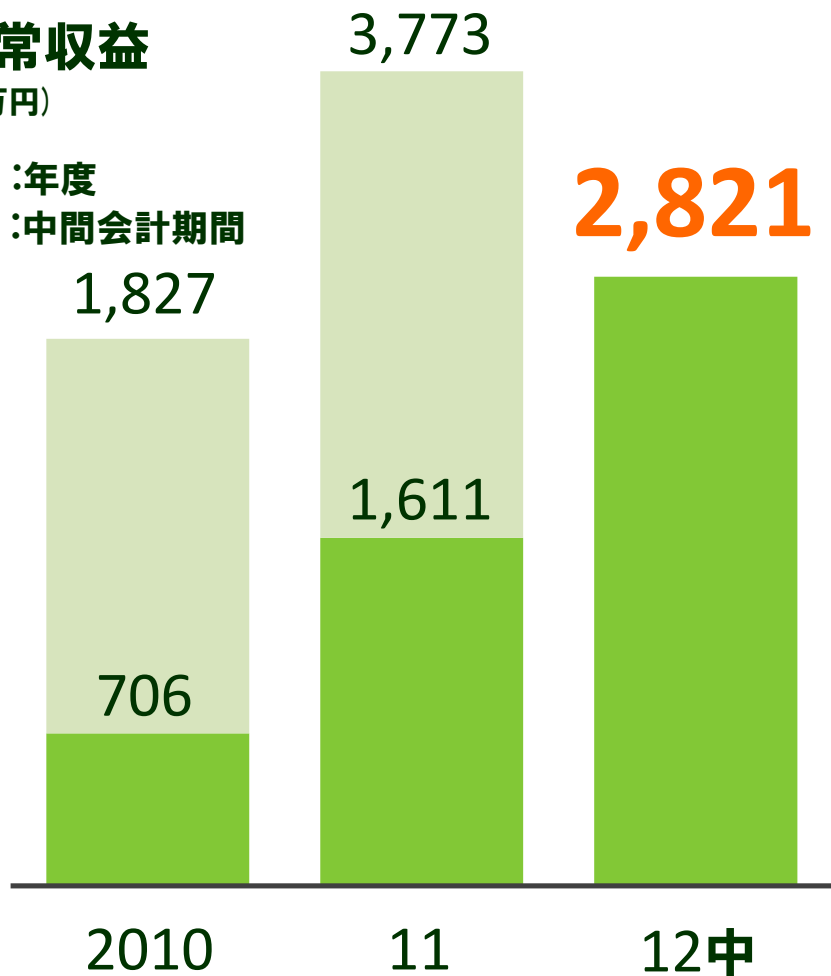
2. 当社の危険準備金(普通死亡リスク)は、当該事業年度末の普通死亡に係る危険保険金額が前事業年度末より増加している場合における当該増加金額に0.6/1000を乗じて得た額として計算

# 經常収益・經常損益

## ■ 經常収益 前年同期比 175%

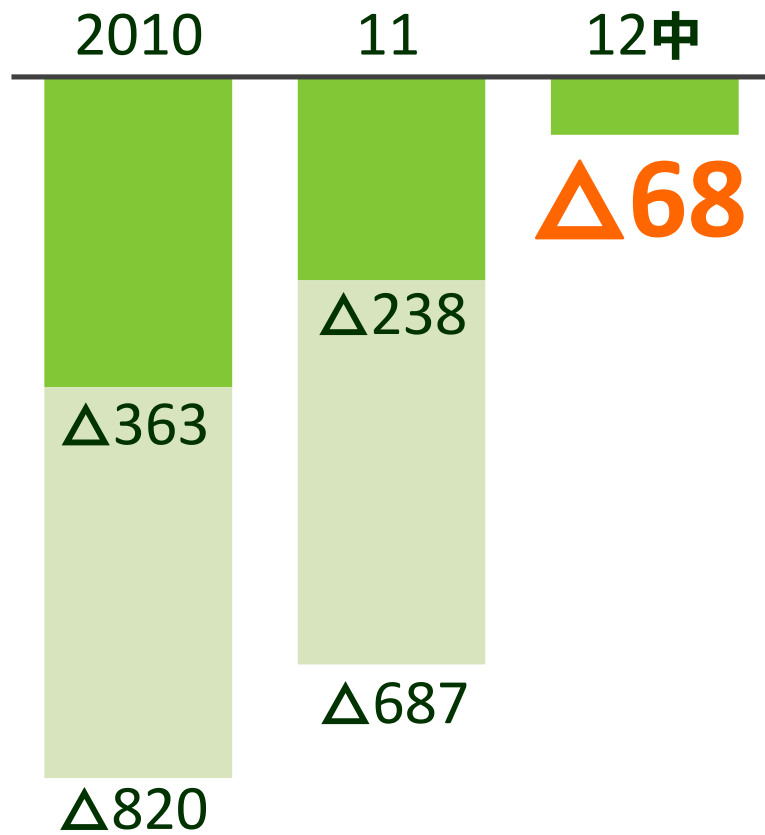
經常収益  
(百万円)

■ :年度  
■ :中間会計期間

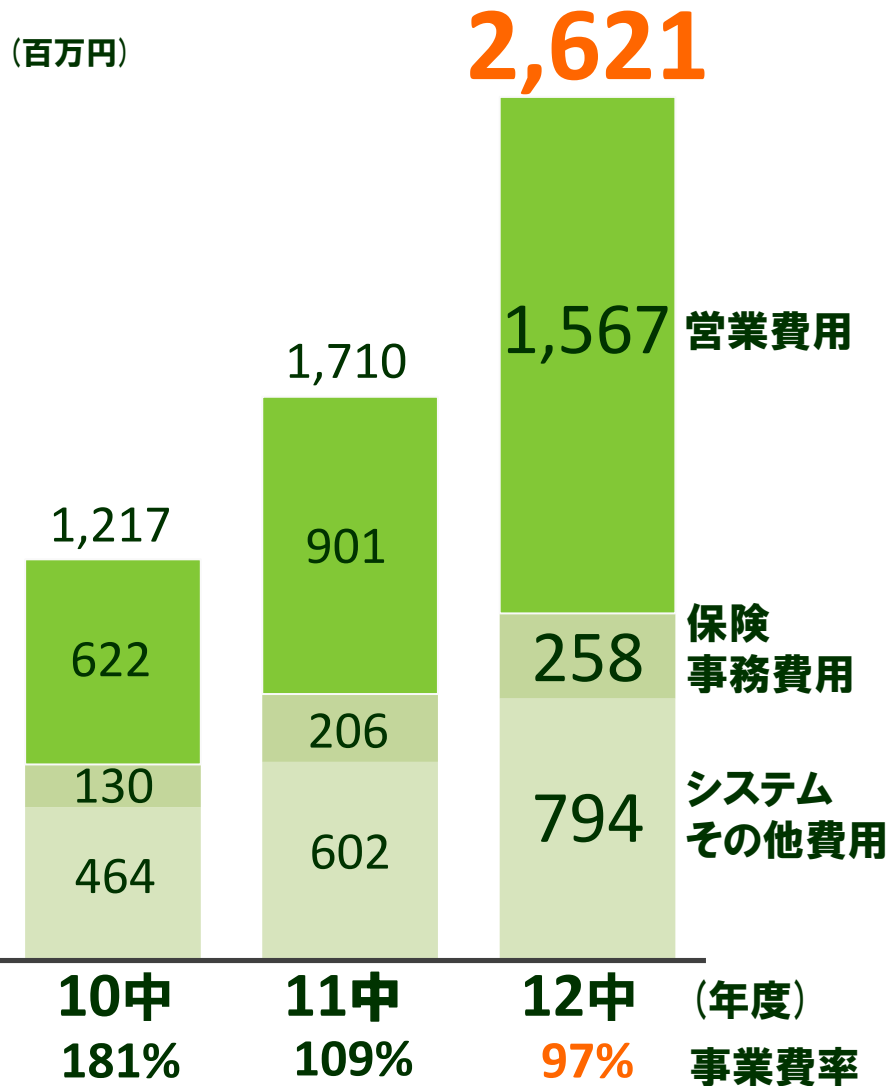


經常損失  
(百万円)

(年度)



# 事業費



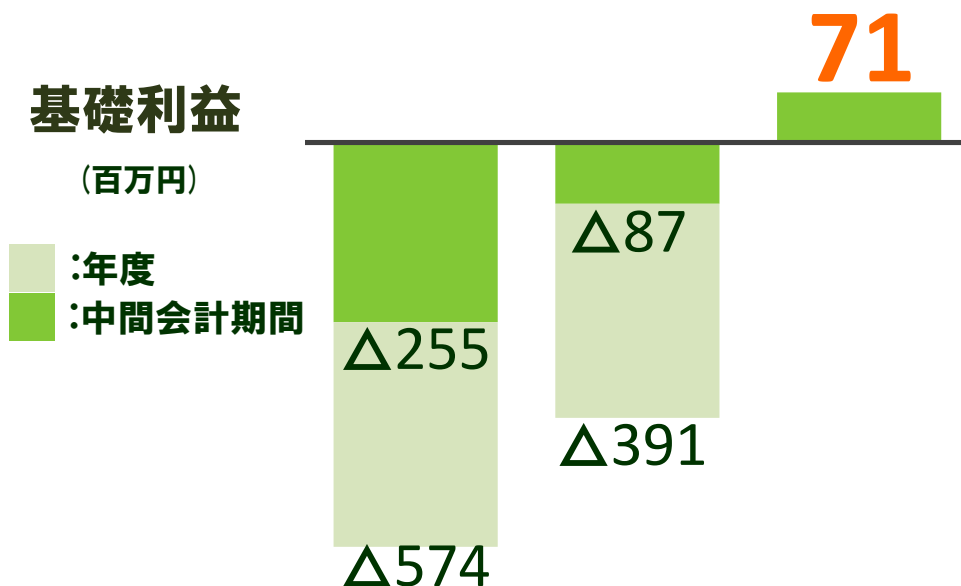
- 上場に伴う積極的なブランド投資継続
- 事業費率 97%<sup>1</sup>

1. 保険料収入に対する事業費の比率

# 基礎利益・三利源分析

(百万円)

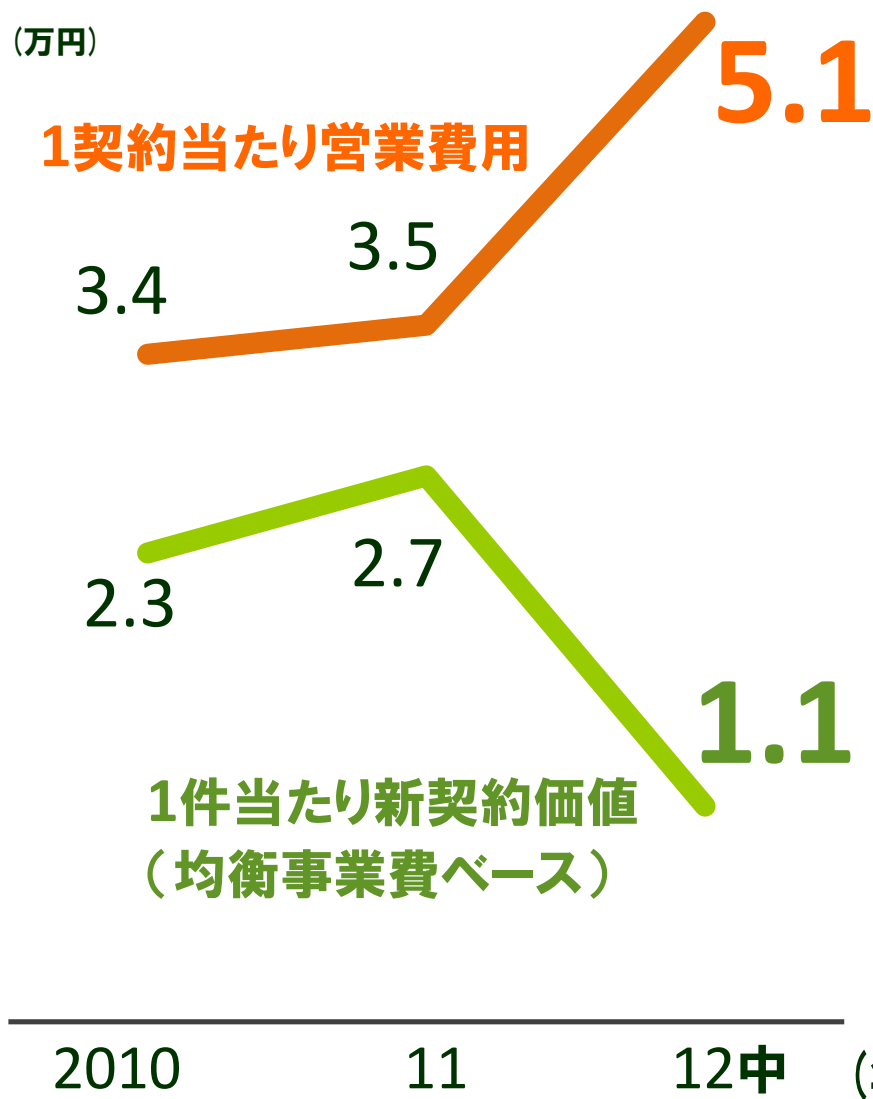
年度	2010	2011	2012中
危険差益	279	490	471
費差益	△911	△919	△414
利差益	58	37	14
(参考) 保険料等収入	1,765	3,720	2,719



- 基礎利益は  
中間期初の  
黒字化
- 危険差益は  
前年同期比  
2倍超<sup>1</sup>

1. 危険差益 2011年度229百万円→2012年度471百万円、いずれも中間会計期間

# 1契約当たり営業費用／新契約価値



- 積極的な広告宣伝と新契約の減速により変動
- 認知度向上に手応え

# 財務状況

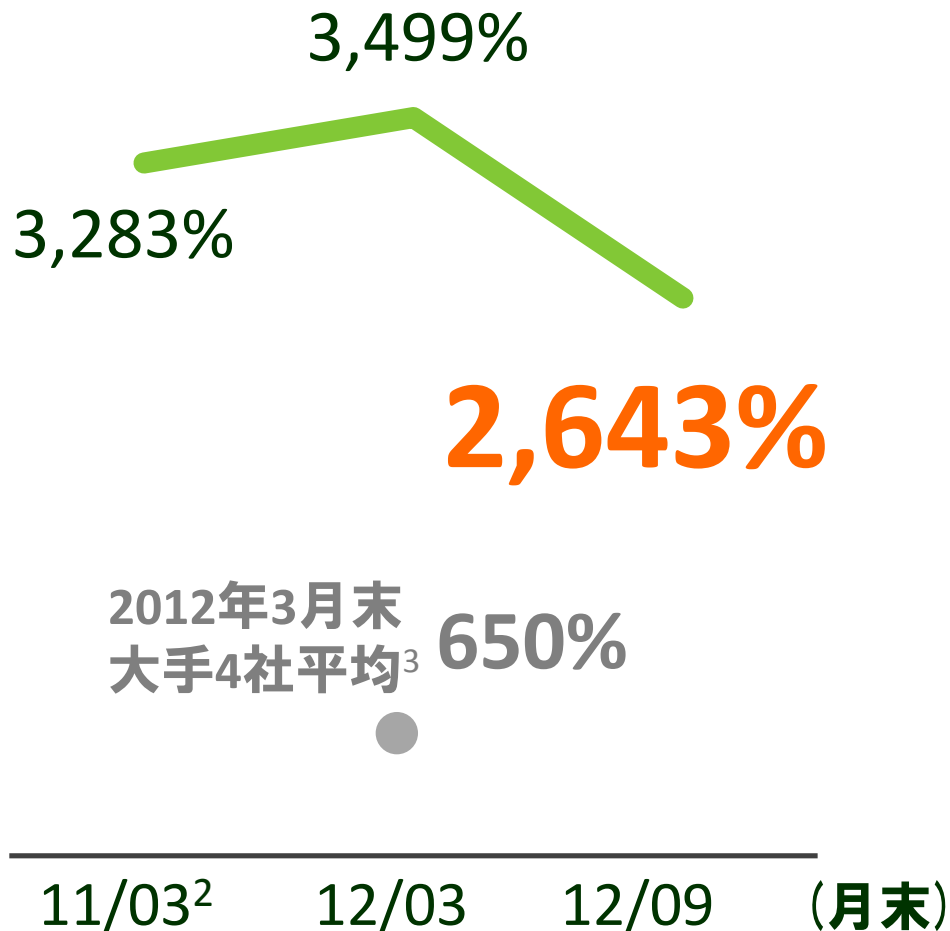
(百万円)	11/3	12/3	12/9
総資産	10,523	18,861	19,548
現金及び預貯金	380	428	395
有価証券	7,200	13,800	13,182
国債	3,556	9,939	6,453
地方債	-	-	-
社債	3,532	3,721	6,592
株式 <sup>1</sup>	111	139	136
負債合計	1,230	2,702	3,540
保険契約準備金	810	1,940	2,752
純資産	9,292	16,159	16,008

- 円建て債券による**保守的運用**を継続
- 短期国債を**社債**に入替え
- 有価証券の**平均残存期間 2.6年**

1. 生命保険のインターネット販売における協調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リエイトの株式を保有。純投資目的以外の目的での保有は1銘柄のみ



# ソルベンシー・マージン比率<sup>1</sup>



■ 保有契約増で減少するも、引き続き充分な水準を確保

1. ソルベンシー・マージン比率は、通常の予測を超えて発生するリスクに対応できる支払余力を有しているかどうかを判断するための行政監督上の指標の一つであり、経営の健全性について一つの基準を満たしていることを示す。この数値だけをとらえて経営の健全性のすべてを判断することは適当ではないが、生命保険会社の相対的な支払い能力を判断する上での参考指標となる。
2. 2011年3月末のソルベンシー・マージン比率は新基準を適用
3. 単純平均

## 1. 第2四半期業績ハイライト

## 2. 今後の取組み

# 2012年度の重点領域

1. **新契約件数・新契約価値の  
高成長持続**
2. **業務プロセスの見直しによる  
効率改善**
3. **上場企業にふさわしい  
組織体制の整備**

## ■ ライフネット生命の新たな挑戦



**LIFENET**  
LIFENET INSURANCE COMPANY

ライフネット生命は  
生命保険の  
常識を変えます。

<http://www.lifenet-seimei.co.jp/change/>

# 認知度向上 & 申込件数増に向けて

## ■ ライフネット生命の5つの挑戦と お客さまに約束する5つの安心

### ライフネット生命の、これまでの主なチャレンジ

<p>2008年5月</p>  <p><b>生命保険業界最長の 受付時間!</b> 平日夜22時まで営業する コンタクトセンター</p>	<p>2008年5月</p>  <p><b>子育て世代を応援</b> 妊娠週数にかかわらず 引き受け可能な終身医療保険</p>	<p>2008年11月</p>  <p><b>生命保険業界初!</b> 生命保険の手数料部分 「付加保険料率」を全面開示</p>	<p>2009年6月</p>  <p><b>若い世代の ライフスタイルにあわせて</b> 国内初、モバイルサイトでの 生命保険申し込みサービス 開始</p>
---	--	--	---

<http://www.lifenet-seimei.co.jp/change/>

# ライフネット生命の5つの挑戦



- 定期療養保険「じぶんへの保険プラス」発売
- 「特定疾病・部位不担保法」を導入
- 給付金請求時の診断書提出を不要に
- 提携保険プランナーの募集を開始
- 就業不能保険が累計2万件突破

# 「じぶんへの保険プラス」発売

## ■ 2年半ぶりの新商品で4商品に

### 死亡保障



定期死亡保険  
「かぞくへの保険」

### 医療保障



終身医療保険 **終身型**  
「じぶんへの保険」



**NEW**  
定期療養保険 **定期型**  
「じぶんへの保険プラス」  
(がん・先進医療保障付き)

### 就業不能保障



就業不能保険  
「働く人への保険」

# 「じぶんへの保険プラス」発売

## ■「じぶんへの保険プラス」の特長



定期療養保険 **定期型**

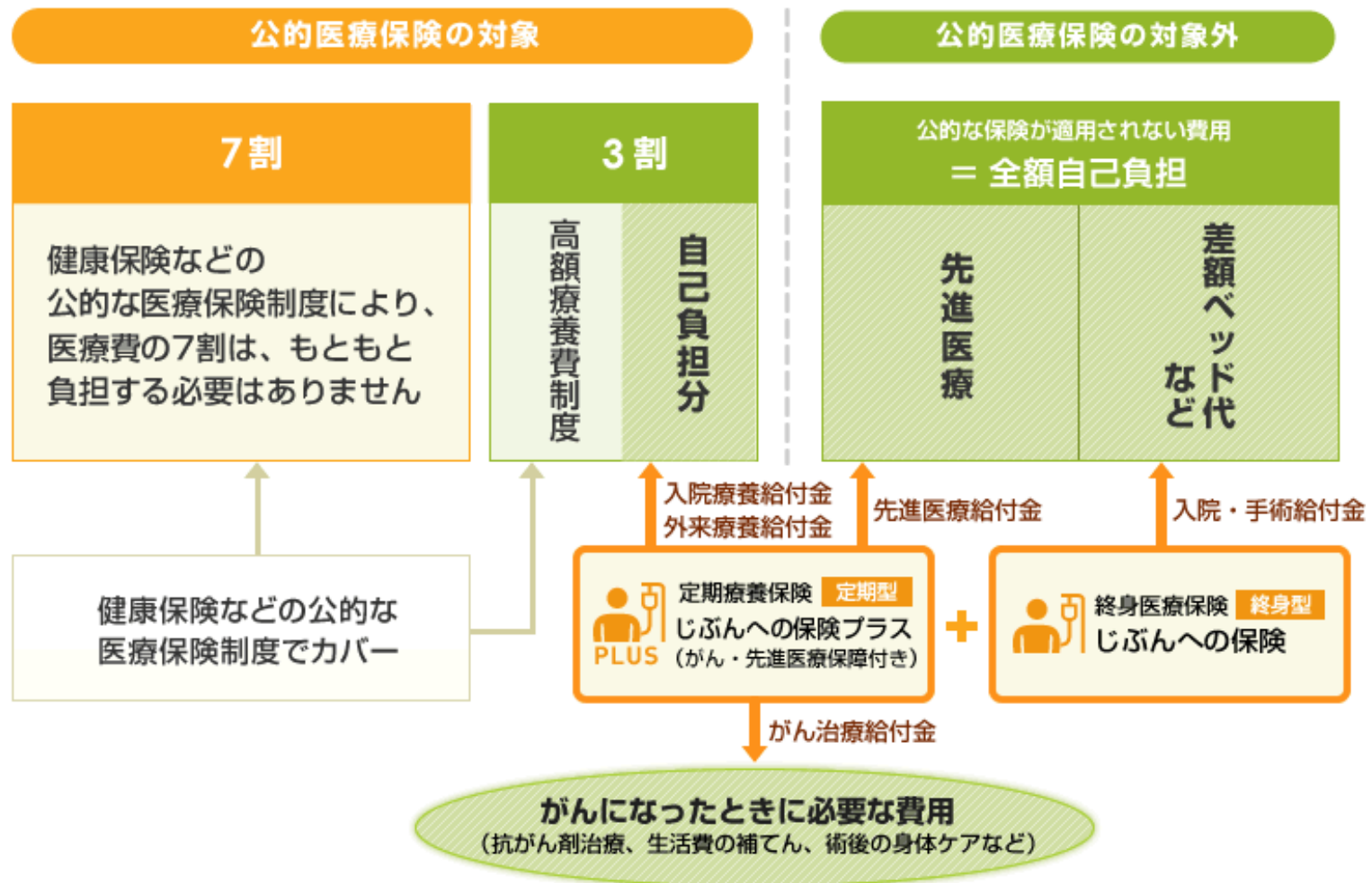
「じぶんへの保険プラス」  
(がん・先進医療保障付き)

- 入院日数にかかわらず、  
医療費負担連動タイプの医療保険
- 「がん」「先進医療」にも対応
- 10年定期タイプを採用
- 30歳男性は月額1,499円、30歳女性は2,207円
- PCでも、モバイルでも。  
申し込みは24時間いつでも受け付け



# 「じぶんへの保険プラス」発売

## ■ 医療費負担連動タイプの新たな保険



# 「じぶんへの保険プラス」発売



## ■ 10月ひと月で、1,163件のお申込み

- 10月2日以降の全申込者の**36%**に該当
- 20代が22%、30代が48%と**約7割**
- **71%**が男性、**29%**が女性
- 月額平均保険料は**2,458円**
- 申込者の**8割**が終身医療保険とセットで

# 特定疾病・部位不担保法での引受

## ■ 特別条件の付帯により引受範囲を拡大

特定疾病・部位不担保法適用の一例

これまで

お客さま

ウェブサイト  
で申込  
(帝王切開での  
出産歴を告知)

当社

告知内容に  
基づき審査

引受不可  
傷病歴(帝王切開)  
があるため

10月2日以降

お客さま

ウェブサイト  
で申込  
(帝王切開での  
出産歴を告知)

当社

告知内容に  
基づき審査

新たなプロセス

当社

引受可能な  
特別条件の提示  
('マイページ'上)

お客さま

提示された条件  
を確認し、承諾  
('マイページ'上)

特別条件付きで  
引受  
必要書類提出後、  
契約成立

# 特定疾病・部位不担保法での引受

## ■ 医療保険申込者の約3.7%に 特別条件提示、そのうち約85%が承諾

特定疾病・部位不担保法による引受実績(2012年10月)

### 新たなプロセス

お客さま

じぶんへの保険  
又はじぶんへの  
保険プラスを  
申込

医療保険申込者数  
約2,000名

当社

告知内容に  
基づき審査

当社

引受可能な  
特別条件の提示  
('マイページ'上)

75名  
約3.7%

お客さま

提示された条件  
を確認し、承諾  
('マイページ'上)

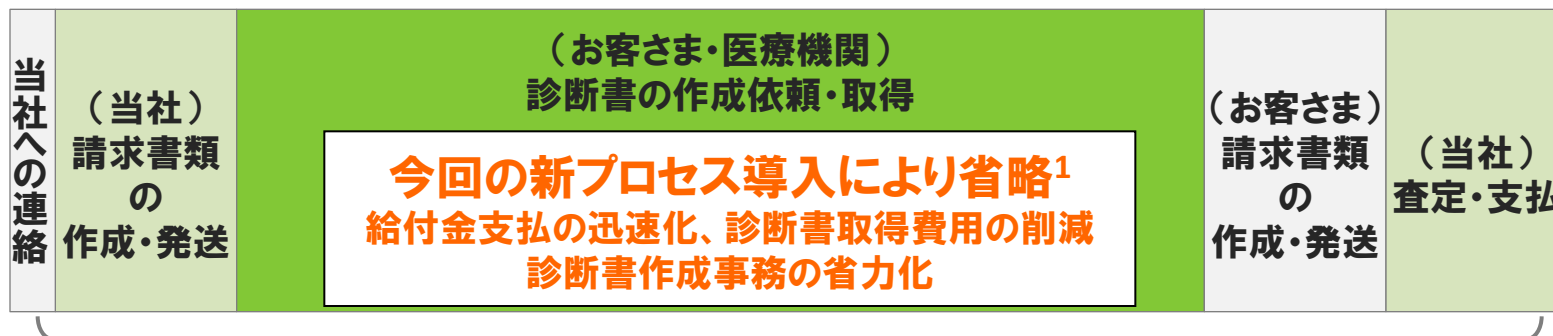
63名  
うち約85%

特別条件付きで  
引受  
必要書類提出後、  
契約成立

# 給付金請求時の診断書提出廃止

## ■さらなる「迅速な支払」の実現へ

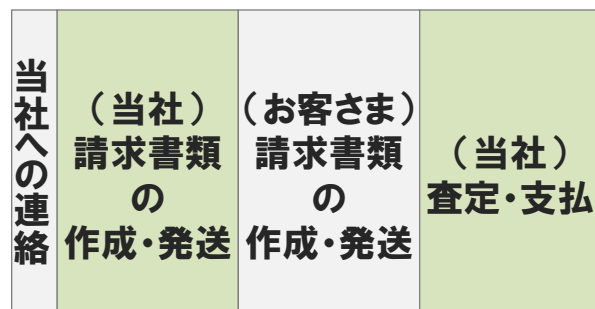
これまで



43日<sup>2</sup>

10月2日以降

給付金支払実績(2012年10月)(該当件数:59件)



当社への連絡から給付金の受け取りまでの日数

43日 → 16日(最短6日)

診断書の取得費用

約5,000円<sup>3</sup> → 原則 0円

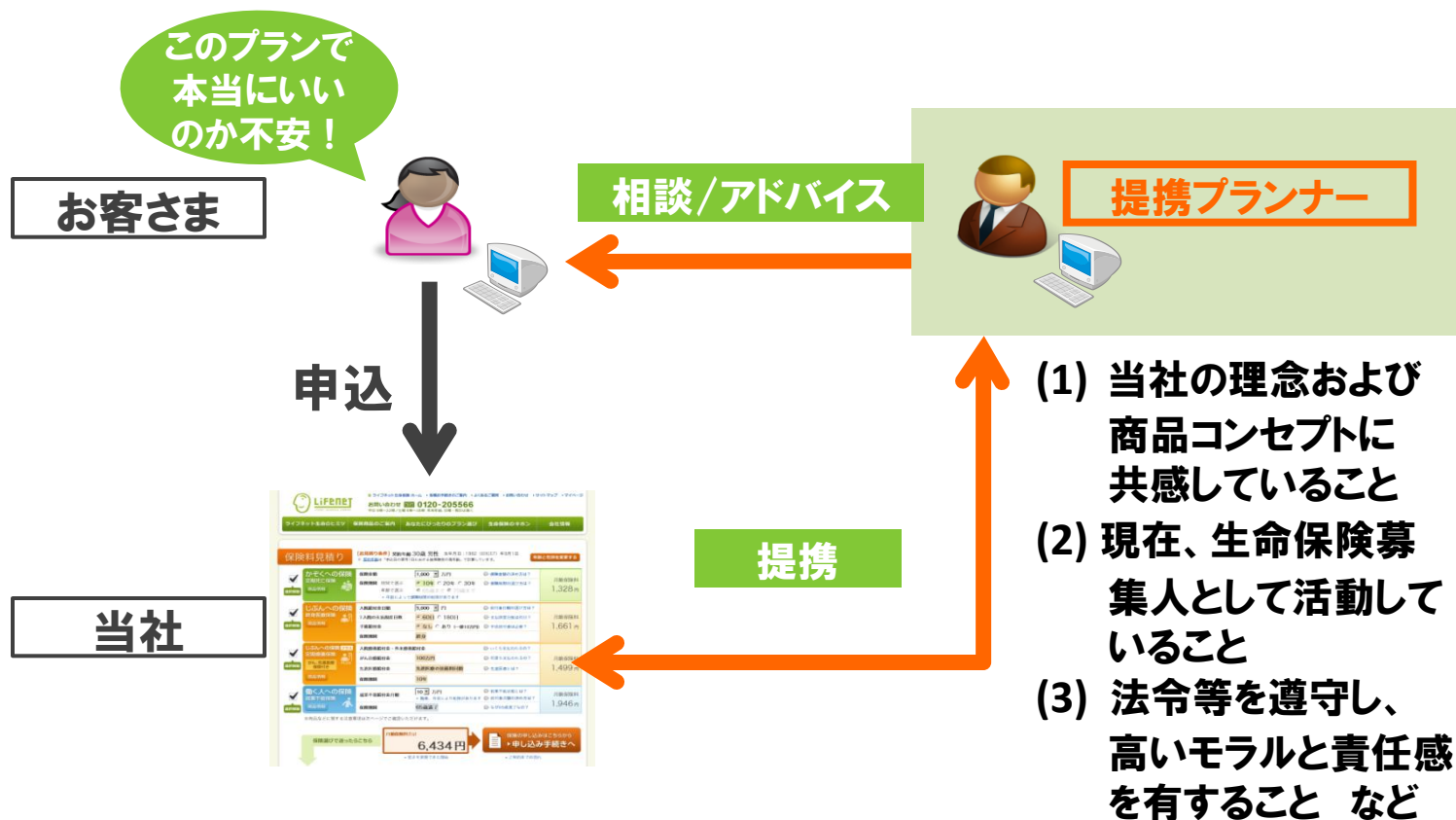
1. 診断書の提出を求めたり、当社から医療機関等に事実確認を行ったりすることがある。入院の原因等によってはその他の書類を提出いただく場合がある。

2. 開業～2012年8月に受け付けた医療保険の給付金請求における当社実績

3. 株式会社産労総合研究所「2007年医療機関における文書料金実態調査」

# 提携保険プランナーの募集を開始

- 定員(30名)超の応募を受け、  
選定・研修後、2013年活動開始予定



# 販売手数料の開示

## ■ ベストアドバイスを担保するために 代理店に対する販売手数料を開示

代理店手数料率 : 月額保険料の**7.5%**<sup>1</sup>

手数料の支払期間 : 最長5年(60ヶ月)

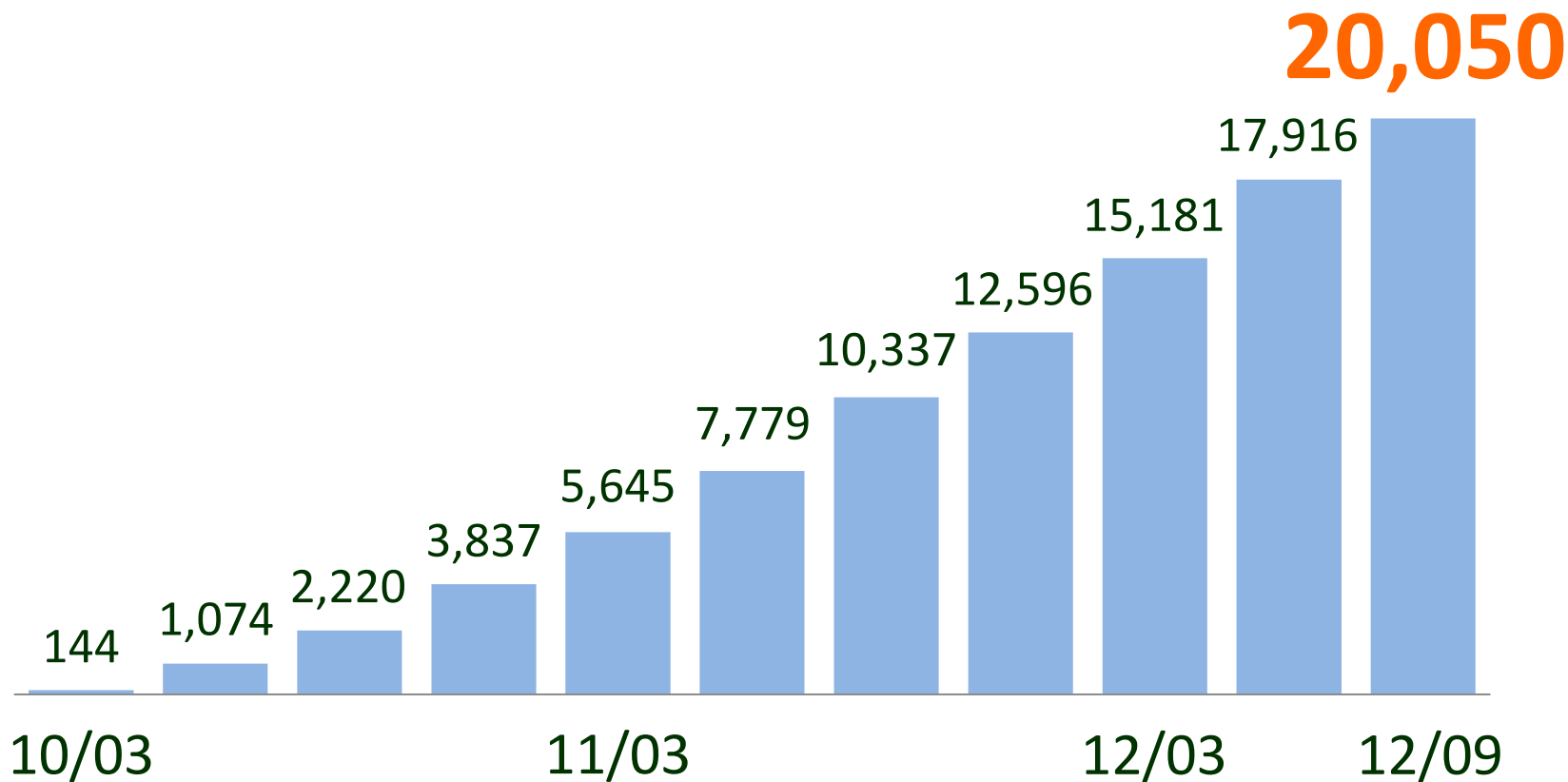
1. 現在、当社が委託契約を締結している代理店と同条件(2012年11月16日時点)

# 就業不能保険、累計2万件突破

## ■ 発売から 2年半で、累計2万件

### 就業不能保険「働く人への保険」累計契約件数

(単位:件)





# 就業不能保険、累計2万件突破

## ■ 契約者の職業トップは「医療業」

「働く人への保険」契約者の職業上位10職種 (2012年9月末時点)

	職業	構成比
1	医療業	8.6%
2	情報サービス業(ソフトウェア・情報処理 など)	7.2%
3	その他	6.6%
4	総合工事業(土木・建築・舗装・リフォーム工事 など)	4.4%
5	専門サービス業(法律・会計・特許・デザイン・写真 など)	4.3%
6	卸売業	3.6%
7	その他製造業	3.1%
8	社会保険・社会福祉・介護事業	3.0%
9	その他事業サービス業(警備・派遣・職業紹介 など)	2.7%
10	地方公務員	2.1%

# お客さまに約束する「5つの安心」



1 「本当に  
支払ってくれるの？」

- 支払実績(2,968件、約8億円) ※2012年9月末
- 支払の仕組み(「3重チェック体制」)

2 「ネットだけど何か  
あったときに大丈夫？」

- コンタクトセンターの営業時間は業界最長
- 東日本大震災における安否確認100%

3 「どんな人たちが  
働いているの？」

- リアルな接点でコミュニケーション  
(ふれあいフェア、株主総会、  
全国行脚、ソーシャルメディア)

4 「新しい会社だけど  
経営は大丈夫なの？」

- ソルベンシー・マージン比率2,643% ※2012年9月末
- 販売効率は業界最高水準

5 「他の生命保険会社と  
何が違うの？」

- マニフェスト経営  
「正直に、わかりやすく、安く、便利に」

<http://www.lifenet-seimei.co.jp/change/>

# 問合せ窓口格付けで三ツ星獲得<sup>1</sup>

## ■ コンタクトセンターと ウェブサイトがダブル受賞

問合せ窓口 (コンタクトセンター)

サポートポータル (ウェブサイト)



1. HDI-Japan (ヘルプデスク協会/運営会社: シンクサービス株式会社) が主催する2012年度「HDI問合せ窓口格付け(生命保険業界)」においての受賞

# ライフネットの生命保険マニフェスト



## 第一章 私たちの行動指針

- (一) 私たちは、生命保険を原点に戻す。生命保険は生活者の「ころばぬ先の杖が欲しい」という希望から生れてきたもので、生命保険会社という、制度が先にあったのではないという、原点から。
- (二) 一人一人のお客さまの、利益と利便性を最優先させる。私たちもお客さまも、同じ生活者であることを忘れない。
- (三) 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しか作らない、売らない。
- (四) 顔の見える会社にする。経営情報も、商品情報も、職場も、すべてウェブサイトで公開する。
- (五) 私たちの会社は、学歴フリー、年齢フリー、国籍フリーで人材を採用する。そして子育てを重視する会社にしていく。働くひとがすべての束縛からフリーであることが、ヒューマンな生命保険サービスにつながると確信する。
- (六) 私たちは、個人情報の保護をはじめとしてコンプライアンスを遵守し、よき地球市民であることを誓う。あくまでも誠実に行動し、倫理を大切にします。

## 第三章 生命保険料を、安くする

- (一) 私たちは生命保険料は、必要最小限以上、払うべきではないと考える。このため、さまざまな工夫を行う。
- (二) 私たちの生命保険商品は、私たち自身で作った私たちの手から、お客さまに販売する。だからその分、保険料を安くできる。
- (三) 保障金額を、過剰に高く設定しない。適正な金額とする。したがって、毎月の保険料そのものが割安となる。  
私たちのシミュレーションモデルは、残された家族が働く前提で作られている。「すべてのひとは、働くことが自然である」と考えるから。そのために、いざという場合の保険金額も、従来の水準よりも低く設定されている。
- (四) 確かな備えを、適正な価格で。私たちの最初の商品は、シンプルな内容の「単品」のみである。良い保険の商品とは、わかりやすく、適正な価格で、いつでもフレンドリーなサービスがあり、支払うときも、あやまりなく、スピーディーであるかが、問われると考える。それゆえに、あれこれ約束ごとを含む、複雑な特約とのセット販売は行わない。
- (五) 事務コストを抑える。そのために、紙の使用量を極力制限する。インターネット経由で、契約内容を確かめられるようにする。
- (六) 生命保険は、住宅の次に高い買物であると言われている。毎月の少しずつの節約が、長い人生を通してみると大きな差になることを、実証したい。
- (七) 生命保険料の支払いを少なくして、その分をお客さまの人生の楽しみに使える時代にしたいと考える。

## 第二章 生命保険を、もっと、わかりやすく

- (一) 初めてのひとが、私たちのウェブサイトを見れば理解できるような、簡単な商品構成とする。例えば、最初は、複雑な仕組みの「特約」を捨て、「単品」のみにした。
- (二) お客さまが、自分に合った商品を自分の判断で、納得して買えるようにしたい。そのための情報はすべて開示する。  
例えば、私たちの最初の商品は、生命保険が生れた時代の商品のように、内容がシンプルで、コストも安く作られている。そのかわり、配当や解約返戻金や特約はない。保険料の支払いも月払いのみである。このような保険の内容も、つつみ隠さず知ってもらおう。
- (三) すべて、「納得いくまで」、「腑に落ちるまで」説明できる体制をととのえていく。  
わからないことは、いつでも、コンタクトセンターへ。またウェブサイト上に、音声や動画などを使用して、わかりやすく、退屈させないで説明できる工夫も、十分にしていこう。
- (四) 私たちのウェブサイトは、生命保険購入のためのみに機能するものではなく、「生命保険がわかる」ウェブサイトとする。
- (五) 生命保険は形の無い商品である。だから「約款」(保険契約書)の内容が商品内容である。普通のひとが読んで「むずかしい、わからない」では商品として重大な欠陥となる。誰でも読んで理解でき、納得できる「約款」にする。私たちは、約款作成にこだわりを持ち、全社員が意見をだしあって誠意をもって約款を作成した。
- (六) 生命保険は、リスク管理のための金融商品である。その内容について、お客さまが冷静に合理的に判断できる情報の提供が不可欠である。

## 第四章 生命保険を、もっと、手軽で便利に

- (一) 私たちの生命保険の商品は、インターネットで、24時間×週7日、いつでもどこでも、申し込める。
- (二) 印鑑は使わなくてもよくした。法令上必要な書類はお客さまに郵送し、内容確認の上、サインして返送していただく。したがって、銀行振替申込書以外、押印は不要となる。
- (三) 満年齢方式を採用した。誕生日を起点に、一年中いつでも同じ保険料で加入できるように。
- (四) 私たちの商品の支払い事由は、死亡、高度障害、入院、手術のように、明確に定められている。この定められた事由により、正確に誠実に、遅滞なく支払いを実行する。  
手術の定義も、国の医療点数表に合わせた。この定義の採用は、日本ではまだ少ない。わかりやすくなり、「手術か、そうでないか」の議論の余地が少なくなる。なお、従来の生命保険では、88項目の制限列挙方式が主だった。
- (五) 私たちは「少ない書類で請求」と「一日でも早い支払い」を実現させたい。そのために、保険金などの代理請求制度を、すべての商品に付加した。また、お客さまからコンタクトセンターにお電話いただければ、ただちに必要書類をお送りできる体制にした。そして、保険請求時の必要書類そのものを最小限に抑えた。このようなことが可能になるのも、生命保険の原点に戻った、シンプルな商品構成だからである。

**このマニフェストを宣言で、終らせません。行動の指針とします。  
私たちの出発を、見つめていてください。**



**LIFENET**

LIFENET INSURANCE COMPANY

<http://ir.lifenet-seimei.co.jp/>

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。