

事業説明会 質疑応答

(11名、17問)

2012年6月24日

ライフネット生命保険株式会社

当社第6回定時株主総会終了後に開催した事業説明会の質疑応答を開示します。なお、本ファイルには、質疑応答の概要のみを記載しておりますので、ご了承ください。

Q 取締役への就任理由とこれまでの経験をどのように活かすことができるのか、栗田取締役にお聞きしたい。

(栗田) キャリアとしては、経営コンサルティングの会社に在籍後、現在は慶応大学大学院で教鞭を取りながら、企業の競争力に主眼を置いて研究を行っています。日本の金融サービス、特に保険業界はとても非効率な側面のある市場であり、消費者の本来のニーズが満たされていないと従来から感じていたことから、当社のわかりやすく、若いお客さまに保険を提供するという方針に共感しました。また、日本社会において、インターネットなどの情報通信技術は、さらに普及して、医療や教育など様々な分野でイノベーションを巻き起こすことができる可能性が高いと考えています。さらに、世界の情勢を見ても、情報通信技術は、社会を大きく変革し、個人に力を与える原動力になり得るものです。これらを併せ持った当社には、以前から興味を持っていました。加えて、岩瀬副社長とはダボス会議等で旧知の仲ですが、私と同世代の出口社長が若い人と組んで、事業を起こすというチャレンジをすることは、この世代にも新しい可能性があることを示すという点で興味深いと考えていました。今回、取締役就任のお話をいただいたので、保険の専門家ではないが、消費者の目線、特にグローバルな観点から貢献できるのではないかと思い、喜んでご協力することとしました。

(出口) 社外取締役には、コーポレートガバナンスの観点からも、狭義の経営経験だけではなく、幅広い知見をいただくことが、当社の経営に資すると考えていることから、依頼させていただきました。

Q 今後の商品戦略をどのように考えているのか。

(岩瀬) 生命保険は大きく分けると、保障性と貯蓄性の商品の2つがあり、現在、当社では保障性的の商品のみを扱っています。中長期的には、幅広いニーズを満たすという観点から、貯蓄性的の商品も検討したいと考えています。ただし、現状の長期金利水準を考えると、魅力的でかつ収益を確保できる商品を作ることは困難な状況であ

ることから、金利の情勢が大きく変わらない限りは、保障性の商品を中心に考えていきます。また、当社は、できるだけシンプルに商品を提供したいと考えているため、無闇にたくさんの商品を販売するつもりはありませんが、未だに満たされていない保障ニーズや市場の非効率性には着目していきたいと考えています。2010年2月に発売した就業不能保険は、欧米では極めて高いニーズの商品であるにも関わらず、国内の生命保険会社で個人向けの生命保険商品としては広く扱われていなかったという背景から、その代表例であると思います。今後も、変わりゆく社会に適応した商品を提供していきます。

Q 携帯電話で、見積もりはできるものの申込みはできないと認識しているが、規制があるのか。また、今後の方針はどうか。

(中田) 現在も、告知事項がなければ携帯電話からの申込みは可能です。現時点で、スマートフォンからの申込みはできないが、ニーズは理解しており、将来的には実現していきたいと考えています。

(※2012年6月24日時点。6月28日よりスマートフォンによる申込みの受付を開始しています。)

Q ウェブサイトのリニューアルはチャレンジだと思うが、その理由と効果を教えてほしい。

(中田) 念入りに消費者の意向を調査、分析し、本年4月にリニューアルを行いました。その結果、1人当たりのセット率と申込み完了までのコンバージョン率などが上昇しました。

(出口) ご指摘のとおり、ウェブサイトのリニューアルは勇気がいることであり、社内では不退転の決意を示すために、“ルビコンプロジェクト”と命名して、リニューアルを行いました。

Q [販売効率の説明スライド](#)で、当社の上位にいる2社はどのような理由で効率が良いのか。

(岩瀬) 2社のうち、最上位は共済から生命保険会社となった会社で、共済契約者を生命保険契約に移管しているため、限界費用が小額となっていると認識しています。2社目は、従来、主契約と特約をあわせて1契約としてカウントしていたものを、ばら売りして主契約としてカウントしているものです。上位2社は以上のような特殊要因であるため、当社は効率性で優位性を築くことができていると認識しています。

Q ウェブサイトの直販以外の販売チャンネルでは、成果報酬型なども含めて、どのようなも

のがあるのか。また、今後のチャンネル戦略はあるのか。

(中田) チャンネルについては2つの考え方を持っています。1つ目は、こういった形で当社を知ったかという認知チャンネルであり、約半数のお客さまがテレビ番組やテレビCMと回答されます。2つ目は、ウェブサイトはどこからいらっしゃったかという流入チャンネルであり、検索サイトにおける「ライフネット生命」という社名検索が圧倒的に多くなっています。これが、販売効率で優位性を確保できているひとつの要因であると考えています。「生命保険」や「医療保険」など、ビッグワードによる検索が多いと検索コストが増加する傾向にありますが、当社が“指名客”と呼んでいる社名検索が多い場合は、そのコストを抑えることができます。代理店などのチャンネルにも取り組んでいますが、現状では大部分を占めるには至っていません

Q 解約失効率は、同業他社と比べてどのような水準にあるのか。

(中田) 当社の解約失効率は、昨年度6.4%という水準です。他社の数値は持ち合わせていませんが、比べても決して高い水準ではないと認識しています。また、当社は、申込みと同様にウェブサイトでの解約手続きを完結させることが可能ですが、解約失効率の上昇には、あまり繋がっていないと認識しています。なお、他社契約への乗換えによる解約の場合は、無保険になる可能性のあるリスクも考慮して、他社契約の成立可否を確認しています。

(出口) 一般的に、貯蓄性の低い生命保険契約は、初年度の解約が多いと言われております。当社は、保有契約に占める1年目の契約の割合が高いため、構造的には解約失効率が高くなると考えられますが、その点を考慮しても、現時点では、業界平均に比べて高い水準ではないと認識しています。

Q 主な解約理由と改善策は何か。

(中田) 解約理由としては、保障に対する短期的なニーズがなくなったことや他社契約への乗換え、特にがん保険や先進医療保障などが当社の商品にはないという理由が主なものであると認識しています。

Q 和やかな質問をしたい。岩瀬副社長が皇居ランをするというツイッターを以前読んだことがあるが、最近の体調管理はどうか。

(岩瀬) 体調管理については出口への質問を想定していましたが、まさか自分に対して聞かれるとは思っていませんでした。最近忙しく、走ることができなかったの

すが、本日、株主総会でご承認していただいたことで、明日以降安心して走ることができます。

Q 就業不能保険は、逆選択や保険金不払いなどのリスクが高い商品ではないのか。

(岩瀬) ご指摘はよくわかります。現時点で精神疾患は保障の対象外としていることから、ケガなどの身体の障害に比べて、逆選択のリスクはある程度軽減されていると考えています。精神疾患も保障するニーズはあると考えていますが、現代は非常に精神疾患が増加しているため、安定的な発生率のデータが取得しにくいことや逆選択のリスクが高いことから、保障の対象外としています。企業保険であれば、組織単位で加入するので逆選択のリスクは軽減されますが、当社のように個人で加入する場合は、逆選択の懸念が払拭できません。また、就業不能状態の判断は、個々の医師の診断に差異が生じにくいものです。

(中田) 就業不能保険においては、2011年度の実績として18件の給付金をお支払いしていることを補足します。

Q EV（エンベディッド・バリュー）における将来的な利益の計算は、どの程度の期間を考えれば良いのか。

(岩瀬) ご説明した14～15年という値は、いわば解約等を考慮した全契約の平均保障期間です。医療保険は終身、就業不能保険は65歳まで保障しているため、それぞれの契約の実態に合わせて計算しています。

Q 株主総会でスマートフォンから申込みできないという説明があったが、タブレット端末からも申込みできないのか。できない場合、若年層を取り逃がすことにならないか。

(中田) 現状では、タブレット端末でもお申込みいただけません。資料請求は可能であるが、スマートフォン経由の資料請求が、携帯電話を逆転するほどであるため、スマートフォンへの対応は急務であると認識しています。

(※2012年6月24日時点。6月28日よりスマートフォンによる申込みの受付を開始しています。)

Q 本日は契約者として参加できて、非常に嬉しく思う。株主総会の冒頭で、契約者も大事なステークホルダーであると言われ、胸に響くものがあった。多様な業務の組織を限られた人数で運営していく秘訣はあるのか。人事部はないのか。

(出口) 人事は総務部で担当しています。保険会社は金融機関としてその業務運営には多くの部署が必要ですが、社員は少ないため、各組織とも少数精鋭で仕事をしています。経営者として心がけていることは、抽象的ですが、「朝起きて、楽しいからライフネット生命に行きたい」と思える組織を作ることであり、それが経営者の最も重要な任務であると認識しています。社員が毎日、元気で明るく楽しく過ごすことができなくて、お客さまに良いサービスができるわけがないという気持ちで経営しています。手前味噌ですが、今般の上場も30代のスタッフが中心となって、社外のアドバイザーなどに一切頼ることなく、独力でやり切ることができました。女性や若者を含めて、多様なバックグラウンドを持つ社員が、個性を生かして働いてくれていることに日々感謝しています。

Q 栗田取締役以外の新任取締役からも、就任に当たってのお考えを伺いたい。

(樋口) いつでも自然体で仕事をするを心がけています。当社は、日本の生命保険の世界に新しい風を吹き込もうとするとともに、若い社員が多く、組織が生き生きしている素晴らしい会社であると考えています。私自身は浅学非才ですので、先達に学ぶとともに、まずは担当職務であるコンプライアンスを中心に、目の前の課題ひとつひとつに対して丁寧に取り組んでいきたいと考えています。

(藤原) 私は30年間、新聞記者であったことに加え、現在も文筆業に従事しています。世の中の事象を、自分の足で歩いて調べて記録に残すことが私の仕事でした。新聞記者の経験の中では、経済、とりわけ金融に関して時間を割き、政府の審議会等に参画するとともに、副総裁として日本銀行の改革にも携わってきました。生命保険の専門性はないものの、ジャーナリストとしての知見を当社の経営に役立てていきたいと考えています。また、私は取締役の中で最も高齢であり、若い組織に対して提言しつつ、これまでの経験を参考にしてもらいながら、総合的に立派な組織にしていきたいと考えています。

(内田) 社外取締役は、一般的に、いわゆるネガティブチェックと呼ばれる外部からの監視機能を期待されていることが多いように感じていますが、私は、ポジティブチェックという成長のためのアドバイスや助言も積極的に行っていきたいと考えています。これまで経営コンサルタントとして多くの企業経営者と仕事をしてきたので、その知見を活かすことができると考えています。

Q 価格戦略はあるのか。定期的あるいは競合他社の動向による価格の見直しは考えていないのか。

(出口) 長期的に考えると、ご意見をいただいたような見直しも必要であると考えてい

ます。その一方で、生命保険に限らず、全ての商品は価格だけで競争しているわけではないと考えています。サービスや会社のあり方、理念等が一体となったブランドを築くことが成長の鍵であると思います。競争の激化に対応するために当社がやるべきことは、様々なご意見を参考に、ライフネット生命のブランドをお客さまに強く訴求し続けることではないかと考えています。

Q 役員が加入している保険会社を教えてください。

(出口) 代表取締役が回答いたします。私は当然のことながら、ライフネット生命に加入しています。

(岩瀬) 保険加入には病歴などの個人情報も関係するため、私と出口の回答でご容赦いただきたいと存じます。私も当社の3商品全てに加入しています。

Q 商品にがん保険や先進医療保険がないのはなぜか。他社の動向への見解などもお聞かせいただきたい。

(出口) 開業時に、がんや特定疾病に限らず、広く保障することが最優先であると考え、現在の医療保険を作った経緯があります。今後はお客さまの多様なニーズを聞きながら、商品戦略に反映していきたいと考えています。

(岩瀬) 朝日新聞に隔週で連載している「お金のミカタ」というコラムに、最近、先進医療の保障について原稿を書きました。その考え方としては、nice to have つまり“あったら良い”が、万が一の備えには優先順位があるものだと考えています。先進医療保障とは、全ての先進的な医療が該当するわけではなく、厚生労働省によって定められた治療のみに適用されるものです。特に、高額になるものには、限られた医療機関でしか治療を受けられないものもあり、保険金の給付事例も相対的に少ないものです。そのため、商品性の面では、基本的な保障に比べ、優先順位が高くはないと考えています。また、先進医療への保障のみを過度にアピールすることは、消費者を誤解させる可能性があるとも考えています。必要な保障の全体像を示した上で、その中のひとつの要素として検討していただくべきものであると考えています。ただし、治療を受ける可能性が低いものの、治療費が高額となり得るものであるため、保障が必要であるという観点は、万が一に備えるという意味で保険の本質でもあり、非常に有益なものであると考えています。

以上