

第 17 回定時株主総会 質疑応答

(株主総会当日出席者質問 4 名 8 問、オンライン質問 1 名 1 問)

2023 年 6 月 25 日

ライフネット生命保険株式会社

当社の第 17 回定時株主総会における質疑応答を開示します。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。なお、末尾には、事前に寄せられたご質問のうち、当日ご紹介できなかったものとその回答を記載しております。

Q1 2023 年度から国際財務報告基準第 17 号（以下、IFRS）を任意適用することで、ライフネット生命の期間損益が分かりやすくなると考えている。一方で、日本基準における 2022 年度の当期純利益は△5,164 百万円となり、このまま推移すると資本が大きく毀損する規模であると想定している。今後の資本の十分性に対する考え方や、日本基準における黒字化はいつ達成する見込みであるか教えてほしい。

(森) ご認識のとおり、現行の日本基準と比較すると IFRS は当社の期間損益や収益性の実態をより適切に表すことができると考えております。一方で、日本基準における資本の十分性についても従来と同様に考慮していく必要がございます。そのうえで、日本基準における黒字化の時期につきましては、現在 2020 年代後半を見込んでおります。また、日本基準における黒字化を達成するまでは一定程度の純資産の減少が続いていくことを見込んでおりますが、その後は純資産が増加に転じていくと認識しております。

今後は、さらなる成長を追求する一方で、資本の水準が当社のさらなる成長の制約とならないよう資本の効率性を考慮した経営を引き続き行ってまいります。

Q2 長谷部取締役から、この 1 年間の振り返りと今後の抱負を教えてください。長谷部取締役の過去の経歴も踏まえて、ライフネット生命の今後の成長戦略の打ち出し方についてはどのように考えているか。

(長谷部) これまでは、会社の今後の成長戦略を分かりやすく株主・投資家の皆さまに伝えていくことで、企業価値の向上を目指してきた経験がございます。当社は歴史ある生命保険業界の中で、変革や成長を目指して挑戦を続けている会社であると感じております。未来に向けて、会社の挑戦を具現化していくための成長戦略をつくることが求められていると考えておりますので、この点に貢献できるよう今後も努力してまいります。

Q3 お客さま満足度や解約率について教えてください。また、ライフネット生命以外にもオンラインで生命保険を提供する競合他社が増えてきているが、他社と比較した強みは

何か。これまでの当社のテレビ CM では、気軽にスマートフォンで見積りができることを訴求しているが、今後は他の顧客提供価値の観点でも訴求すべきではないか。

(近藤) お客さま満足度につきましては、外部の評価機関からも高い評価をいただいております。株式会社 J.D.パワージャパンが実施した、2023 年生命保険契約満足度調査において、3 年連続でダイレクト生保 No.1 に選ばれております。また、解約率につきましては、開業からの 15 年間でおおむね 6%半ばの水準で推移しており、営業職員を介さないオンラインという販売チャネルを考慮すると、低い水準ではないかと考えております。一方で、お客さま満足度の向上や解約率の低下に向けてはさらなる伸びしろがあると認識しております。

テレビ CM においてはまずは当社を認知していただくことや、保険料の安さについて特に訴求をしまいましたが、今後は保険料の安さに留まらない優位性についても訴求していくことで、お客さまにオンラインの生命保険の価値をよりご理解いただけるよう取組みを推進してまいります。

(森) オンラインで生命保険を提供することが世の中に広まっていない時から、当社は「オンラインで生命保険をお客さまにお届けすることができる」と信じて、この 15 年間経営を行ってまいりました。直近は他社の参入も増えてきている中で、オンライン生保市場が拡大していく転換期であると考えております。ゆえに、今は他社との差別化につながる当社の強みを改めて再確認する大切な時期であると考えております。その中で当社は、オンライン生保市場のリーディングカンパニーを目指すとともに、新しい領域に対していち早く挑戦することが当社の存在価値であると感じております。

今後も、オンライン生保市場の拡大に向けて、成長投資を継続し生命保険の未来をつくっていきたいと考えております。

Q4 ライフネット生命は今年で開業 15 周年を迎えたが、この 15 年間で振り返り現在の経営において従来と変えた点や変えていない点は何か。

(森) まず変わらない点は、当社のマニフェストを基軸とした事業運営です。従来、生命保険は生命保険会社がお客さまに対して「売る」ものというのが主流でしたが、生命保険会社の商品やサービスの設計の仕方によって、生命保険はお客さまが自ら主体的に判断して「買う」ものへと変えていくことができるという考え方は変わっておりません。

一方で、自らが経営を受け継いで以降、変えた点はオンラインの生命保険事業をパートナー企業と共に拡大させていくという方向性です。日常的にさまざまなオンラインのサービスを利用する際に、多くの企業のサービスが密接につながってお客さまの体験がつけられていることが多々あります。生命保険も同様に、当社とパートナー企業の強みをシームレスにつなげることで、より利便性の高いサービス

をお客さまに提供できると考えております。そのうえで、直近では開業以来注力しているインターネットチャネルに加え、パートナービジネスチャネルの拡大に向けて積極的に取組みを推進しております。これらの取組みを通じてオンラインの生保市場の拡大につなげていくことが、当社の中期的な目標であると考えております。

Q5 今年7月から団体信用生命保険事業に参入するが、当該事業をはじめ au フィナンシャルホールディングス株式会社におけるライフネット生命との提携関係に対する考え方について、社外取締役である齊藤取締役にお聞きしたい。また、森代表取締役社長からもライフネット生命、au フィナンシャルホールディングス株式会社、au じぶん銀行株式会社の3社における提携関係の今後の方向性について教えてほしい。

(森) KDDI グループにつきましては、従来展開している通信事業に限らず、金融事業の拡大にも注力していると認識しております。お客さまの生命保険に対するニーズは、日ごろから利用する銀行や決済など他の金融商品やサービスをきっかけに形成されることも多いため、金融経済圏の構築を進めている KDDI グループは当社にとって重要なパートナーであると考えております。今後も、お客さまの視点でどのようなサービスが必要とされているのかを協議しながら、取組みを推進してまいります。

(齊藤) KDDI グループとしては、au の携帯電話をご利用のお客さまが、金融サービスを併せて利用いただくことで、より長期的に携帯電話をご契約いただけると考えております。携帯電話の契約は約2年から3年に1回の頻度で更新や機種変更を検討するため、その時期に他社の携帯電話に乗り換えるお客さまが増えます。そこで、生命保険をはじめとする金融サービスと併せて携帯電話を長期的にご利用いただくことで、お客さまのエンゲージメントのさらなる向上につながるとともに、企業価値の向上に貢献してまいりたいと考えております。

Q6 現在のオンライン生保市場の拡大の見通しと、その道筋についてどのように考えているか。また、今後のデータ活用に関する方向性について教えてほしい。

(木庭) オンライン生保市場の現状について、オンラインで生命保険に加入することを希望するお客さまの割合と、実際にオンラインで生命保険に加入しているお客さまの割合には大きなかい離があります。まずは、このかい離を埋めるためのデジタルでの取組みに注力していきたいと考えております。

また、2022年8月にエーザイ株式会社と認知症領域等での協業に向けた資本業務提携契約を締結しましたが、少子高齢化といった日本の社会課題の解決を目指す新しい挑戦も行いながら、市場の拡大に努めてまいります。

(横澤) 当社のデータ活用につきましては、さらなる拡大の余地があると考えております。

まずは社内にあるさまざまなデータを統合して、お客さま向けのサービスに活用していくことが重要であると感じております。また、今後のテクノロジーの進展に伴い、さまざまなサービスからお客さまの情報が取得しやすくなる環境が整備されていくと見込んでおりますので、サービスの拡充を通じたお客さまへの新たな価値提供にもつながると考えております。

あわせて、当社の生命保険の加入を通してお客さまのライフスタイルに沿った長期的なデータを取得することができます。そして、お客さまのデータを蓄積していくことで新規事業にも生かすことができると考えておりますので、当社のさらなる成長に向けた新たなビジネスチャンスを逃さないように努めてまいります。

Q7 業務効率化やサービスの向上を進めるうえで、ChatGPTの活用についてはどのように考えているか。

(横澤) ChatGPTは、当社においてもさまざまな観点で活用できる可能性がありますので、積極的に検討を進めていきたいと考えております。直近では、子会社のライフネットみらいが、ChatGPTを活用したLINEチャットサービスの提供を開始しております。また、新たな技術の導入に関しましては、お客さまへの不利益が生じないよう適切なリスク評価等を実施しながら、積極的な活用を検討することでお客さまへの新たな価値を提供してまいりたいと考えております。

Q8 決議事項第1号議案「定款一部変更の件」で提案している、場所の定めのない株主総会（バーチャルオンリー株主総会）を開催可能とすることについて、具体的な実施の可能性があるのか教えてほしい。

(森) バーチャルオンリー株主総会を開催するメリットとしては、居住地に関わらず多くの株主の皆さまが株主総会に出席しやすくなると考えておりますので、株主総会の開催方法の選択肢を拡充するため、定款の一部変更をお諮りしております。当社は、株主総会が株主の皆さまとの貴重な対話の機会であるとともに、多くのステークホルダーの皆さまに当社をご理解いただく大切な場と位置付けております。今後バーチャルオンリー株主総会を開催する場合には、株主の皆さまからの質問の受付方法やインターネットのご利用が難しい株主さまへの対応など、株主の皆さまとの対話の機会を確保することがきわめて重要であると考えております。この点をきちんと考慮したうえで、今後バーチャルオンリー株主総会の開催是非を慎重に検討してまいります。

Q9 プライム市場への移行に向けて、当社株式の流動性確保に向けた考え方について教えてほしい。（※オンライン質問）

(森) 当社が東京証券取引所プライム市場への移行を目指している理由につきましては、

現在ご支援いただいている株主の皆さまだけでなく、より多くの投資家の皆さまに当社を応援し株式を保有していただきたいと考えている中で、投資家層のさらなる拡充や、当社に対するお客さまからの信頼向上、採用へのポジティブな効果等が期待できると考えております。

一部の投資家、特に機関投資家の方々から、当社株式の流動性が必ずしも高くはないことに関してご質問をいただくことがあります。このような課題に対しても、プライム市場に上場することで改善される効果が期待できると考えております。プライム市場への移行は当社にとって大きな挑戦となりますが、挑戦する価値のある選択肢と考え IFRS での業績予想を開示したタイミングで発表させていただきました。

(当日ご紹介できなかった主な事前質問)

事前質問 1

ライフネット生命の保険契約者の経済的不安を、解消できていると分析しているか。

(回答) 当社は、2008 年の開業以来、「正直に わかりやすく、安くて、便利に。」というマニフェストに基づいた経営を行っており、お客さまにシンプルな保障を、低廉な保険料で提供することで、家計の負担を抑えながら節約した分をお客さまの人生の楽しみに使ってもらいたいと考えております。当社で保険を見直して、保険料が安くなったと回答した方の平均削減額は、1 ヶ月平均 8,128 円であり、年間で 97,536 円相当の節約を実現できているというデータもあります。(※2022 年申込時アンケート結果 (有効回答数 230 名))

今後とも、さらに多くのお客さまに保障をお届けできるよう注力してまいります。

事前質問 2

「インターネットの生命保険会社」から「生命保険のインターネット企業」への変革というビジョンを掲げている中での、現状認識と今後の方向性について教えてほしい。

(回答) 経営方針の「目指す姿」としている、オンライン生保を力強く牽引するリーディングカンパニーとなるために、インターネットチャネルの中長期的な成長の再加速、そしてパートナー企業との協業によるオンライン生保市場の拡大が必要であると認識しております。インターネットチャネルにおいては、当社の主要な顧客層であり、デジタルと親和性の高い若年層のお客さまの獲得に重点を置くことなどにより、中長期的に営業効率を高めながら、保有契約業績の成長を再加速するための基盤づくりに注力していきたいと考えております。

また、この数年間取り組んできた、積極的な営業投資を行うことで認知度と顧客体

験を高める活動が昨今、パートナー企業の拡大にも貢献していると考えております。ブランド、優れたUI/UX、そしてオンライン生保のリーディングカンパニーというユニークポジションが、金融経済圏を構築しようとする強力なパートナーなどからのエンベデッド・インシュアランス（組み込み型保険）ビジネスの引き合いにつながってきております。既存のインターネットチャネルに加えて、パートナービジネスチャネルの拡大により、今後オンライン生保市場の拡大の加速を目指してまいります。

事前質問 3

子会社のライフネットみらい株式会社の特別損失の原因および減損額（185 百万円）の根拠は何か。

（回答）ライフネットみらいについては、事業基盤の構築段階における初期投資、固定費負担等から実質価額の下落に伴う減損処理を実施しています。現在、個人のお客さま向けのオンライン保険代理店としての事業規模拡大のほか、2023 年度から新たに、法人のお客さまに向けて、オンライン保険ビジネスに必要なシステムやデジタルツールを提供することを目指しております。今後は、個人向けと法人向けサービスの相互作用を通じて、お客さまに一層寄り添った金融サービスを構築し、オンライン生保市場の拡大に資する取組みを推進してまいります。

事前質問 4

中期計画や事業の進捗状況等を開示することについては、どのように考えているか。

（回答）中期計画の開示については、オンライン生保市場を取り巻く事業環境の変化に、柔軟かつ機動性をもって事業運営していくことが重要だと考えており、3 年先・5 年先を見据えた中期計画の開示は行っておりません。一方で、生命保険事業は超長期の事業モデルであり、そのような事業特性も踏まえて、開示の是非は引き続き検討をしてまいります。

事前質問 5

株式会社マネーフォワードとの提携を通じた事業の進捗および今後の取組みを教えてください。

（回答）現在、当社はお金の見える化サービス「マネーフォワード ME」を利用しているお客さまに対して、保険の見直しが行える診断ツールを提供するとともにマネーフォワードブランドの生命保険商品を提案し、オンライン上で生命保険の申し込みを完結いただけます。今後は、両社でさらなる検討を重ね、家計管理・保険領域での新たな顧客体験の創出に向けてサービスの向上を目指してまいります。

事前質問 6

2025 年度を目途に東証プライム市場への移行を目指す目的や狙いについて教えてほしい。
また、東証プライム市場の上場基準の一つである流通株式比率の水準は満たしているのか。

(回答) 東証プライム市場への移行は、投資家の拡充や、お客さまからの当社の信頼向上、採用への効果などをもたらすと考えております。特に、株主・投資家の皆さまと対話する中で、当社の株式流動性や時価総額等が投資対象としての制約になっているとお伺いすることがあります。プライム市場に上場することでこのような課題が改善されるのであれば、十分に挑戦する価値のある選択肢と考え、IFRS ベースでの 2023 年度の業績予想を開示したタイミングでプライム市場への移行を目指すことを発表しました。

また、プライム市場への移行に向けては、上場基準の一つとして流通株式比率 35% 以上を満たす必要があることは認識しております。2023 年 3 月末時点における当社の流通株式比率については、35%を上回る水準で推移していることを確認しており、引き続きその他の基準も含めて上場基準を満たすことができるよう努めてまいります。

事前質問 7

月次業績速報において、2023 年 7 月から開始する団体生命保険事業の業績はどのように開示することを想定しているか。

(回答) 今年 7 月から開始する団体信用生命保険事業は当社にとって新たな挑戦の機会であり、事業領域の拡大を通じて企業価値のさらなる向上を図るための新たな一歩となります。2023 年度の連結業績予想において成長性指標として設定した「保有契約年換算保険料」には、個人保険事業に加え、団体信用生命保険事業の予想数値も含めて開示しております。そのため、月次業績速報においても、株主・投資家の皆さまに、両事業の足元の状況を一定ご理解いただけるよう、その内容については社内にて検討を進めております。

事前質問 8

団体信用生命保険事業が 2023 年度の業績に与える影響について教えてほしい。

(回答) 団体信用生命保険事業につきましては 2023 年 7 月から開始予定ですが、保険料収入等においてプラスの影響を見込んでおります。業績予想でお知らせしておりますとおり、2023 年度末の保有契約年換算保険料は約 26 億円を予想しており、概ね個人保険の保有契約年換算保険料の 1 割程度となる見込みです。

事前質問 9

団体信用生命保険事業におけるライフネット生命の役割や強みは何か。

(回答) 当社の役割は、au じぶん銀行が提供する住宅ローンにあわせて必須で加入が必要な団体信用生命保険を提供します。当社の強みとして、当社の主要事業である個人保険事業ではインターネットを主として生命保険を提供しているため、au じぶん銀行のようにインターネットで住宅ローンを提供している会社との親和性が高く、インターネットで一体的に団体信用生命保険を提供できると考えております。

事前質問 10

子会社であるライフネットみらいを基軸としたプラットフォーム事業において、主な収入源は何の活動によるものか。本事業の今後の見通しを教えてください。

(回答) 保険に対するお客さまのニーズは、保険の加入時に限らず、加入前の検討・相談、また加入後の管理・契約の見直し・請求という生命保険の一連のプロセスにおいて多様化しております。当社は、これに伴い生ずるお客さまの不安や課題をオンラインで解決することが、お客さまから選ばれるうえで重要になっていくと考えております。そこで、一層高まるお客さまの期待に応えるために、当社はオンラインの生命保険プラットフォームを構築し、お客さまと商品・サービスをオンライン上で繋ぐ架け橋となることを目指すとともに、市場拡大を牽引してまいります。プラットフォーム事業において、子会社であるライフネットみらいを基軸に、三井住友カード株式会社と共にデジタルを起点とした顧客体験の実現に向けて取り組みを進めてまいります。

事前質問 11

海外の機関投資家から、直近大量保有報告書が提出されている中で、「身売り観測」といった記事を見たがこの記事に対する見解を教えてください。

(回答) 特定の記事が公表されていることは当社も認識しておりますが、当社が発表したものではなく、現時点でそのように決定した事実もございません。

事前質問 12

株式を保有している一部の海外機関投資家とライフネット生命が対立した場合、どのような対応策が考えられるか。

(回答) 前提として、個別の投資家とのやり取りの内容を公表することは差し控えさせていただきます。引き続き、保有契約業績の成長によって、EEV を増大させ、1株あたり価値を成長させることで、キャピタルゲインにより株主にお報いしたいと考えております。そのためにも、事業の成長と市場からの評価改善に向けて経営努力を続けてまいります。

事前質問 13

直近は新契約件数が減少傾向にあるが、どのような対策を行う予定か。

(回答) 個人保険事業につきましては、営業費用の投下は一定水準保ちながら、インターネットチャネルにおける若年層獲得のさらなる強化やパートナービジネスチャネルの推進により契約業績を中期的に再加速させることを目指してまいります。

インターネットチャネルにおける具体的な取組みは、テレビCMに留まらず、ブランド訴求の実行やオンライン広告の積極的な活用、データを活かした生命保険の購買意欲の醸成など、当社が提供する価値をお客さまにご理解いただくことにより、オンラインの生命保険市場の拡大と当社の保有契約業績の拡大を中長期的に目指してまいります。

以上