

2018年11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 森 亮介
 (証券コード:7157 東証マザーズ)

ライフネット生命保険 新たな経営方針策定のお知らせ
生命保険の顧客体験の革新と販売力強化によりオンライン生保市場の拡大を目指す

ライフネット生命保険株式会社 (URL: <https://www.lifenet-seimei.co.jp/>) 本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 森亮介)は、新たな経営方針を策定したことをお知らせします。

当社は、2008年5月の開業以来、「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実現してきました。この結果、着実に成長を続け、2018年9月に保有契約件数は28万件を突破し、2018年10月には過去最高の新契約業績となりました。

開業10年を迎え、今後も着実な成長を続けるために、2018年6月の経営体制の変更に伴い、新たな経営方針を策定しました。その骨子は以下のとおりです。

新経営方針の骨子

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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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1,000億円到達を目指す

なお、これまでの事業の振り返り及び新経営方針の概要は、以下のとおりです。

1. 開業から10年の振り返り

当社は、戦後初の独立系生命保険会社として開業して以来、「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」という経営理念の実現に向けて、先進的な取り組みを続けてきました。

- 創業期 (2008年度～2012年度)
わかりやすく、価格競争力のある商品を、ウェブサイトを通じて販売し、独自のプロモーションを行うことで、成長を実現しました。また、保険料の内訳を開示するなど徹底した情報公開を行いました。

- 前中期計画（2013年度～2015年度）
インターネットを利用するお客さまのデバイスが、パソコンからスマートフォンへ変わっていく中、当社の「店舗」であるウェブサイトもスマートフォン対応を開始したものの、顧客期待に十分に答えられず、営業費用も縮小した結果、新契約業績が鈍化しました。
- 現行中期計画（2016年度～2018年度）
前中期計画で認識した課題をもとに、スマートフォン向けのウェブサイトを改善するとともに、KDDI 株式会社を募集代理店としてホワイトレーベルの商品を発売するなど、販売チャネルを多角化しました。また、商品改定や新商品の発売を行うなど、積極的に商品開発を行いました。こうした取組みにより事業基盤を整備したうえで、積極的に営業費用を投下した結果、一時鈍化していた新契約業績は再び勢いを取り戻し、2018年10月には過去最高となりました。

2. 事業環境の認識と新経営方針の概要

開業から10年間の取組み及び現行中期計画期間の新契約業績の反転を振返り、当社が経営理念を実現するためには、お客さまが求めるものを、変化するお客さまの生活スタイルに合わせて提供すること、さらにその提供価値を積極的に訴求していくことが重要であると認識しました。

生命保険の加入経路についての調査^{*1}によると、インターネットを通じた加入は市場の約3%に留まる一方、今後の加入意向は上昇傾向にあり、直近では約12%に達しています。なお、隣接する損害保険業界におけるダイレクト自動車保険は、立ち上がりから順調に成長を続け、直近の市場シェアは約8%と言われています。このことから、当社はオンライン生保市場の成長余地は、確実に存在しており、現在はお客さまのニーズに十分答えられていない状況であると考えています。

これらの認識に基づき、今後、当社は「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」を経営理念とし、次の取組みを通じて、自らオンライン生保市場の拡大を力強く牽引します。

- 顧客体験の革新
当社は開業以来、スマートフォン申し込みや、各種お手続きのペーパーレス化、SNSを通じた保険相談など、先進的な取組みを行うことで高い顧客利便性を実現しました。今後は、より一層デジタルテクノロジーを活用し、時代の変化に合わせて全てのサービスの質を高め続けることで、常に新しい保険の顧客体験を提供していきます。
- 販売力の強化
当社は直近の取組みにおいて、商品やサービスの質を高めたうえで、より多くのお客さまにご利用いただくために販売力を強化しました。今後も、積極的に営業費用を投下することで力強く訴求を行うとともに、代理店やホワイトレーベルを通じたオンラインでの販売を拡大し、圧倒的な集客を実現してまいります。

また、経営目標について、これまで当社は、中期計画の経営目標として経常収益及び経常損益を掲げてきました。しかし、現行の法定会計においては、新契約の獲得にかかる費用を初年度に集中的に計上する一方、収益となる保険料は長期にわたって計上します。このため、保有契約における新契約の割合が大きい当社は、長期の収益性を適切に表すことができません。

このため、当社は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捉え、早期の1,000億円到達を目指します。また、保有契約から生じる利益を示す指標として、当期の営業費用を新契約獲得の費用として経常損益から除いた修正利益を開示します。

*1 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〈速報版〉」

ライフネット生命について URL: <https://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び方を推奨し、「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 <https://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧ください。

株主・投資家向けの情報は <https://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: 加藤)



証券コード：7157



新経営方針 補足資料

LIFENET

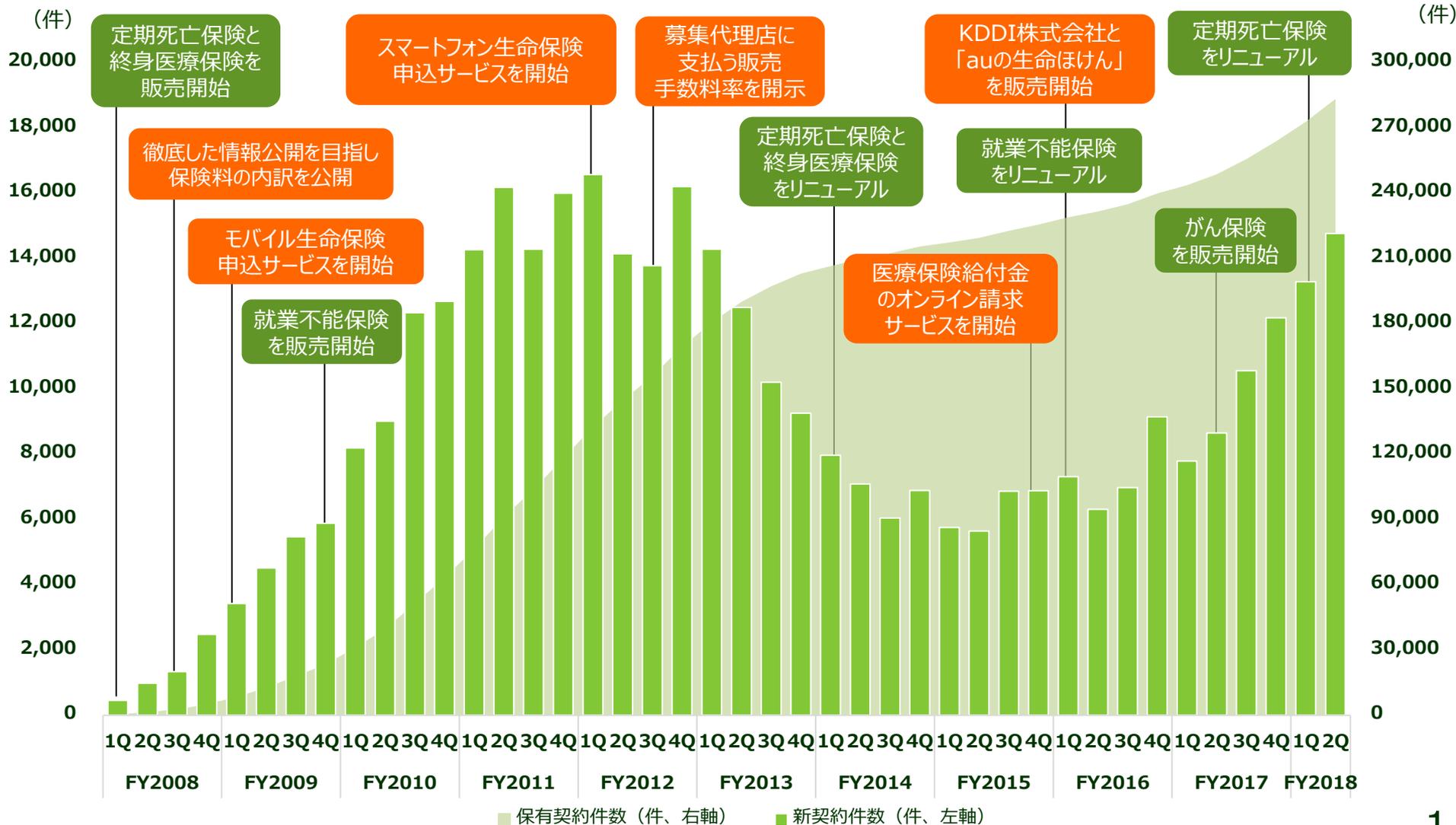
LIFENET INSURANCE COMPANY

ライフネット生命保険株式会社

2018年11月12日

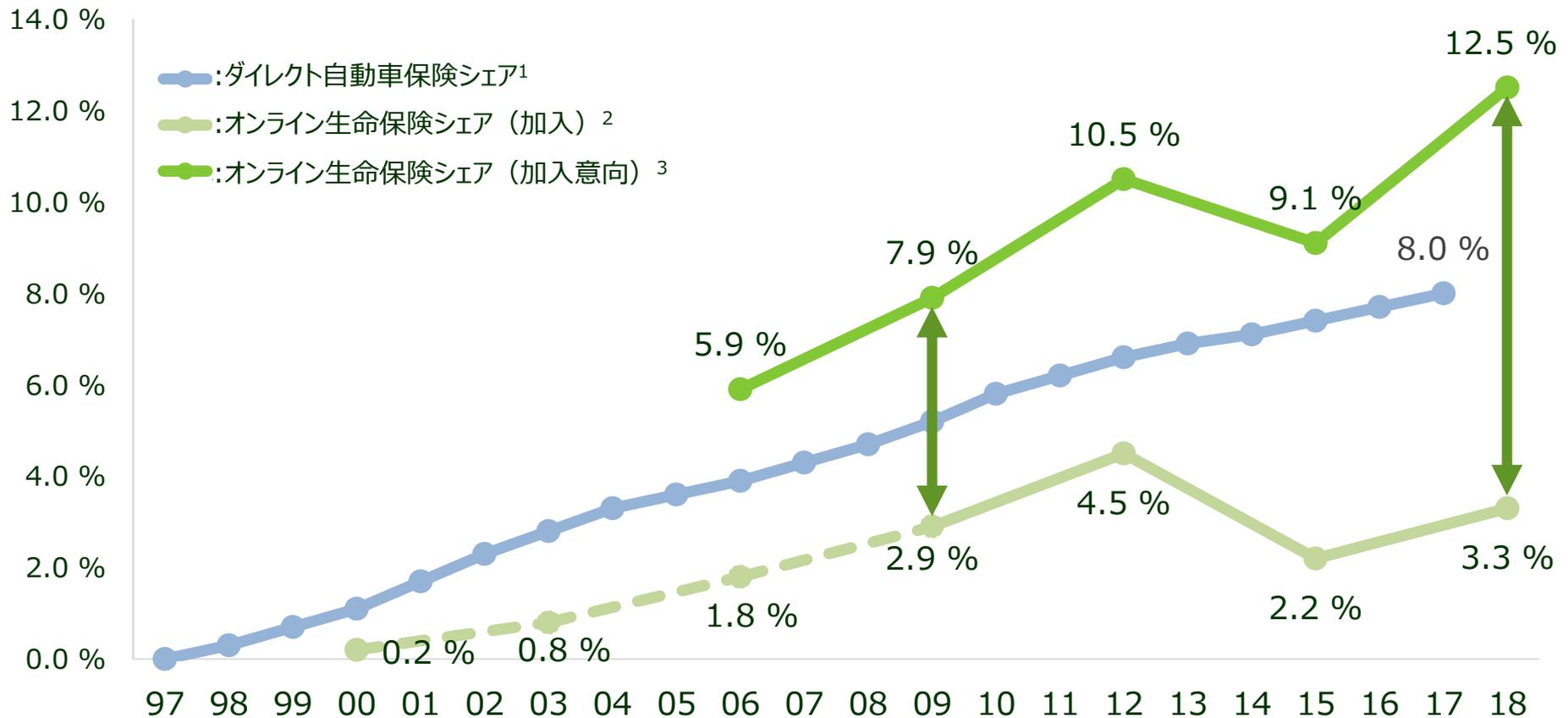
開業来10年間の振り返り

■ 契約業績は成長が一時鈍化も再び成長軌道へ回帰



オンライン生保市場の成長可能性

■オンライン生保市場は上昇する加入意向を背景として 構造的な成長可能性を見込む



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」及びソニーフィナンシャルホールディングス株式会社開示資料、より当社作成

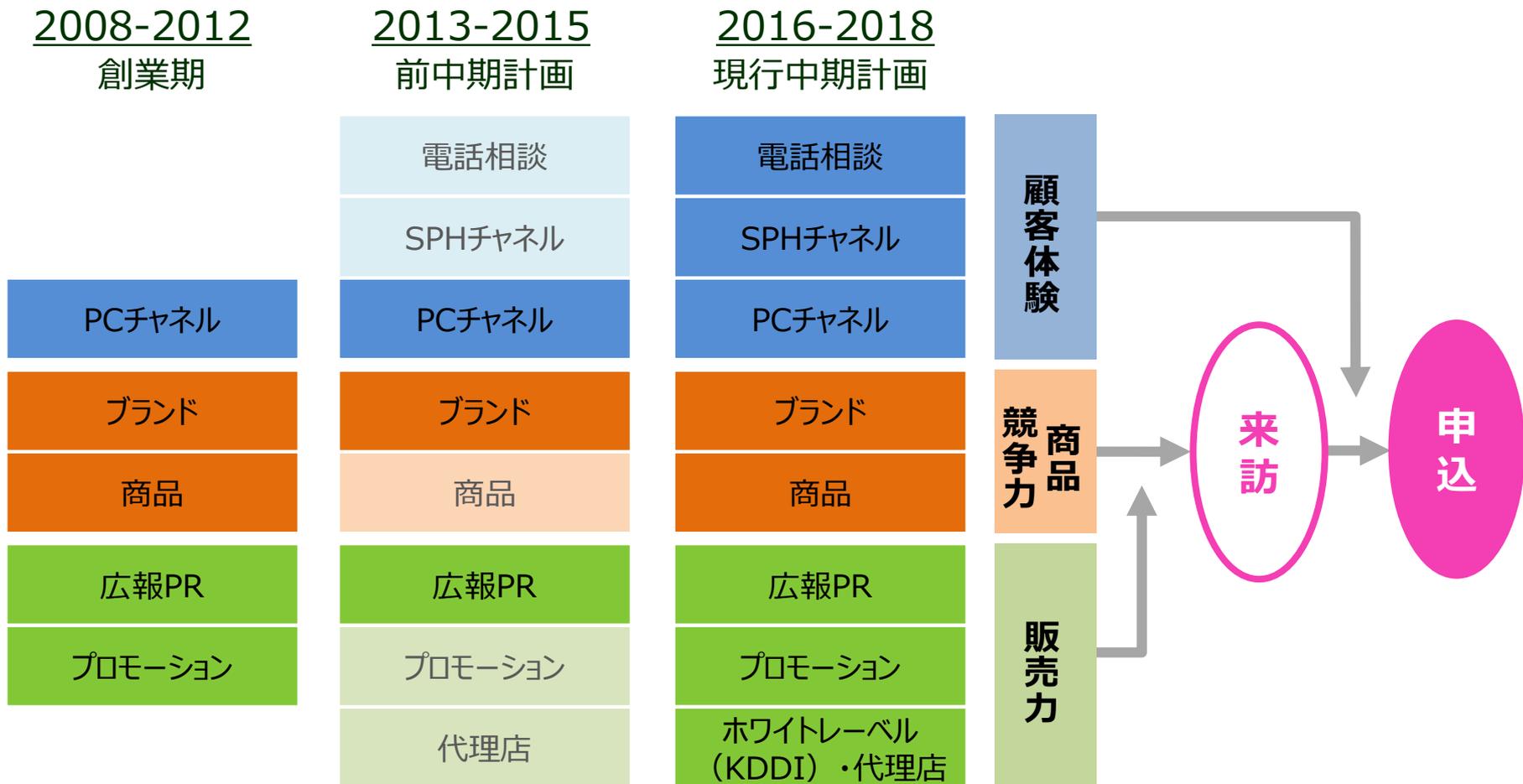
1. 「ダイレクト自動車保険シェア」は、元受正味保険料ベースの自動車保険市場全体に占めるダイレクトの割合

2. 「オンライン生命保険シェア（加入）」は、直近加入契約の加入経路（加入チャネル）に占める「インターネットを通じた加入」の割合

3. 「オンライン生命保険シェア（加入意向）」は、今後仮に生命保険や個人年金保険に加入する際に利用したい加入経路（加入チャネル）に占める「インターネットを通じた加入」の割合

開業来10年間の注力領域の変遷

■ 変化する顧客期待に適応し、持続的成長へ



今後の経営方針



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

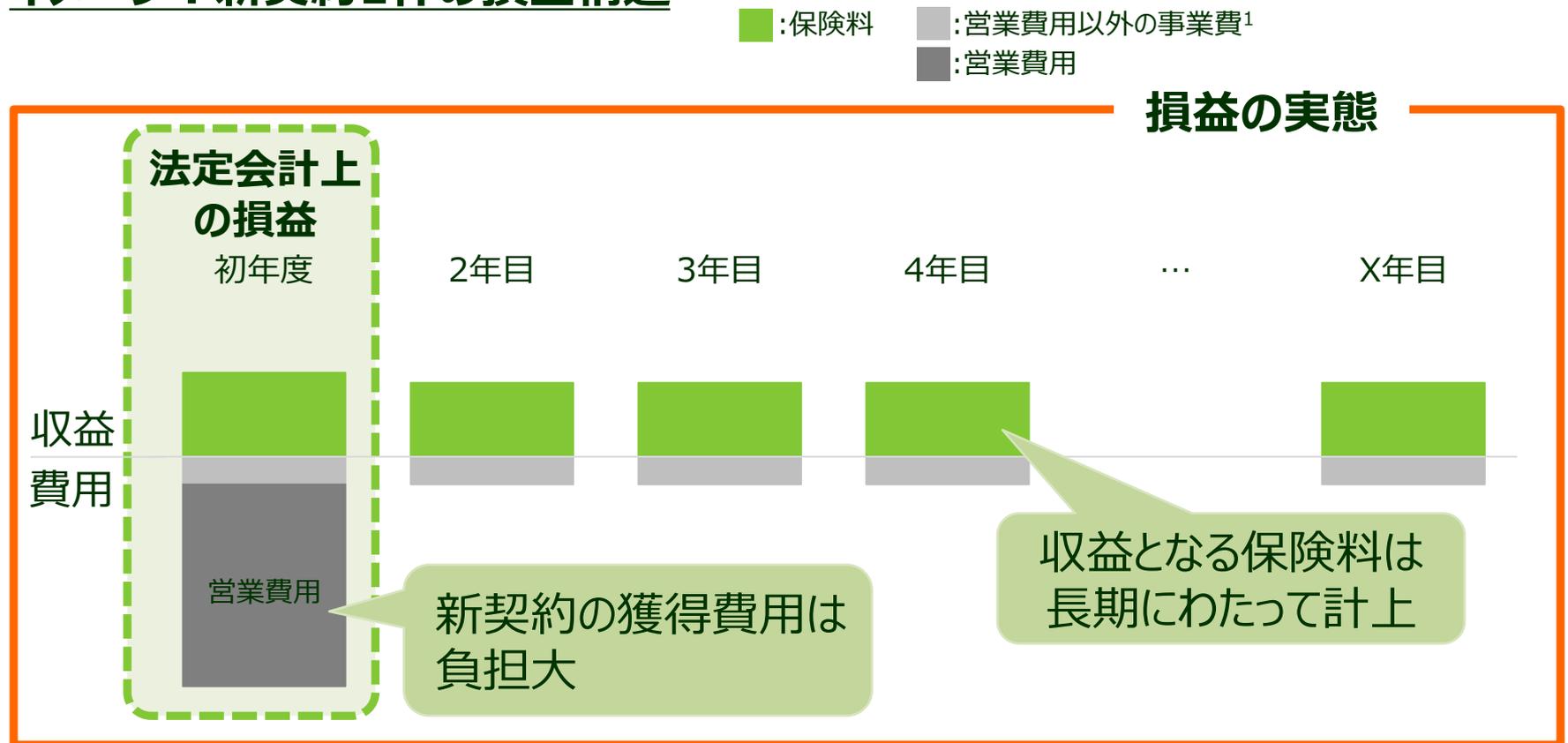
重点領域

- **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

現行法定会計では長期の収益性を表せず

- 営業費用は初年度に計上も、収益は長期にわたり計上するため、**利益が生じるまでに時間を要す構造**

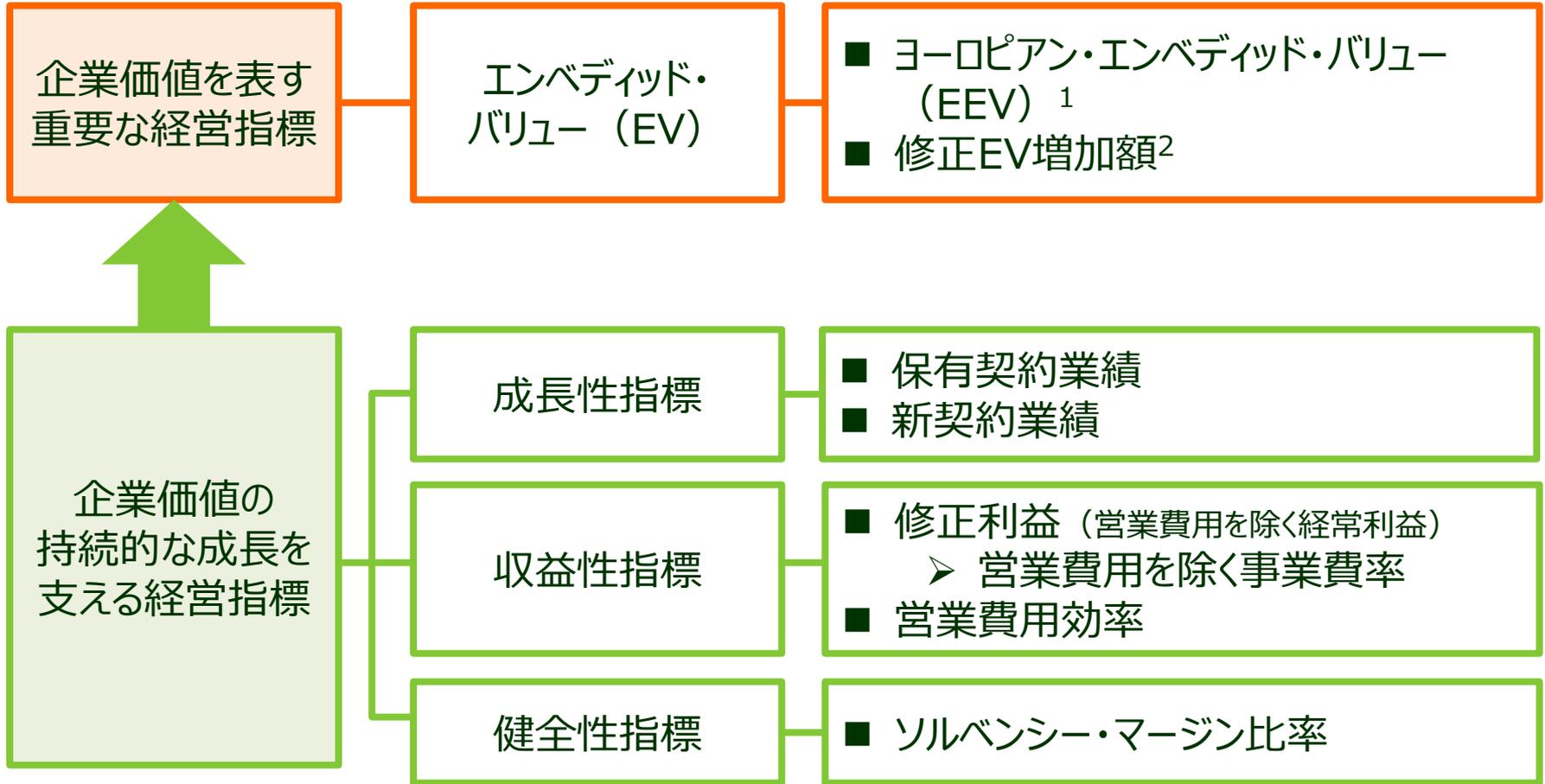
イメージ：新契約1件の損益構造



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

経営指標

■ エンベディッド・バリューの持続的な成長を目指す



1. EVの計算方法のひとつ。EVの計算手法、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に、欧州の大手保険会社のCFOから構成されるCFOフォーラムにより制定されたEEV原則及びそれに関するガイダンスに準拠するEVがEEV
2. 修正EV増加額は、EV増加額のうち、当社の期間業績の成長を適切に表す要素で構成。

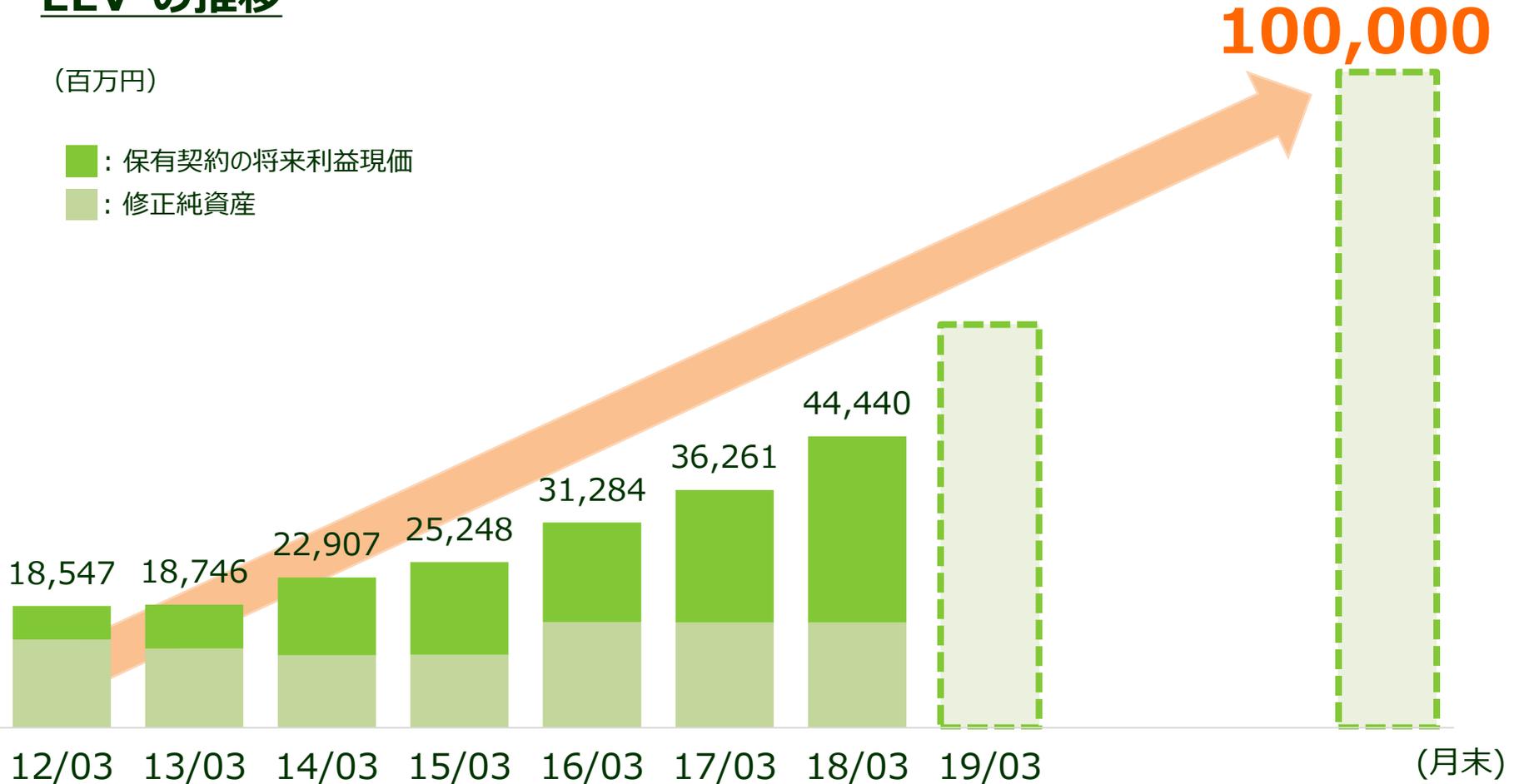
経営目標

■ 契約業績の成長で早期にEEV1,000億円へ

EEV¹の推移

(百万円)

- : 保有契約の将来利益現価
- : 修正純資産



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

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。」

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

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

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。



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。

<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