



# 事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2022年6月

ライフネット生命保険株式会社

## I. 会社概要と生命保険業界動向

## II. ライフネット生命のビジネスモデル

## III. 今後の成長戦略

## IV. 主要なリスク

- 「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」という経営理念のもと、インターネットを主な販売チャネルとする生命保険会社です。
- デジタルテクノロジーを活用しながら、一貫してお客さまの視点に立った商品・サービスの提供を実現するとともに、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を目指します。



**正直に  
わかりやすく、  
安くて、便利に。**

- 「ライフネットの生命保険マニフェスト」は、創業者の「ライフネット生命をこういう会社になりたい」という思いから生まれたものです。
- 開業時から当社のすべての役員・社員の行動指針となっています。

## 「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、倫理を大切にす。

### 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てほしいと考える。

### 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。

## 沿革

- 2006年 10月23日 会社設立
- 2008年 5月18日 営業開始
- 2012年 3月15日 東京証券取引所マザーズ上場
- 2015年 5月22日 KDDI株式会社に対する第三者割当による新株発行
- 2020年 7月20日 海外市場における募集による新株式発行
- 2021年 9月15日 海外市場における募集による新株式発行

## 主要財務数値 (2022年3月期)

- 保有契約年換算保険料<sup>1</sup> : 21,511 百万円
- 保有契約件数 : 507,428件
- 保有契約高 : 3,351,278 百万円
- 保険料等収入 : 25,420 百万円
- 総資産 : 67,820 百万円
- 純資産 : 22,071 百万円
- エンベディッド・バリュー : 116,604 百万円
- 従業員数 : 174人
  - ーうち営業職員数 : 0人
- ソルベンシー・マージン比率 : 3,182%

## 株式基本情報

- 東京証券取引所グロース市場
- 証券コード 7157
- 発行可能株式総数 200,000,000株
- 発行済株式総数 69,679,538株 (2022年3月31日現在)
- 株主数 5,845名 (2022年3月31日現在)

## 主な株主 (2022年3月31日現在)

- auフィナンシャルホールディングス株式会社 18.36%
- JP MORGAN CHASE BANK 380742 8.15%
- GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL 7.62%
- 株式会社セブン・フィナンシャルサービス 4.66%
- 株式会社日本カストディ銀行 (信託口) 3.83%
- GOVERNMENT OF NORWAY 2.89%
- 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口) 2.65%
- STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103 2.48%
- INTERACTIVE BROKERS LLC 2.03%
- STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 510312 1.83%

1. 年換算保険料とは、1回あ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年あたりの保険料に換算した金額のことです。当社商品の保険料は全て月払いのみとなっているため、1ヶ月あたりの保険料に12を乗じたものが年換算保険料となります。

- 多様な経験と能力を有する30代から60代までの幅広い世代で構成しています。
- 当社は取締役会の監督機能を一層強化させるとともに、さらなるコーポレート・ガバナンスの強化を目指して、2021年6月に監査等委員会設置会社に移行しました。

## 取締役



**森 亮介** (もり りょうすけ)  
代表取締役社長

ゴールドマン・サックス証券株式会社を経て、2012年9月に当社入社。経営戦略本部長、営業本部長を務める。2018年6月より現職。



**木庭 康宏** (こば やすひろ)  
取締役副社長 執行役員  
【担当】商品開発部、資産運用部

厚生労働省を経て、2010年9月に当社入社。法務部長、コーポレート本部長、経営戦略本部長、営業本部長を務める。



**近藤 良祐** (こんどう りょうすけ)  
取締役 執行役員  
営業本部長

株式会社かんぽ生命保険を経て、2012年3月に当社入社。経営企画部長、経営企画・商品開発・資産運用の担当役員を務める。  
ライフネットみらい株式会社 取締役



**横澤 淳平** (よこざわ じゅんぺい)  
取締役 執行役員  
お客さまサービス本部長、システム戦略本部長

NTTデータネットワーク株式会社を経て、2008年5月に当社入社。営業本部KDDI事業部長、お客さまサービス本部事務企画部長を務める。



**長谷部 潤** (はせべ じゅん)  
社外取締役

株式会社東京リレーションズ  
代表取締役社長



**齊藤 剛** (さいとう たけし)  
社外取締役

auフィナンシャルホールディングス株式会社  
常務取締役CFO

## 取締役（監査等委員）



**山崎 隆博** (やまさき たかひろ)  
取締役（常勤監査等委員）

日本生命保険相互会社、日本ベンチャーキャピタル株式会社を経て、2015年6月に当社入社。常勤監査役を務める。  
ライフネットみらい株式会社 監査役



**林 敬子** (はやし けいこ)  
社外取締役（監査等委員）

日本公認会計士協会 常務理事  
元監査法人トーマツ パートナー

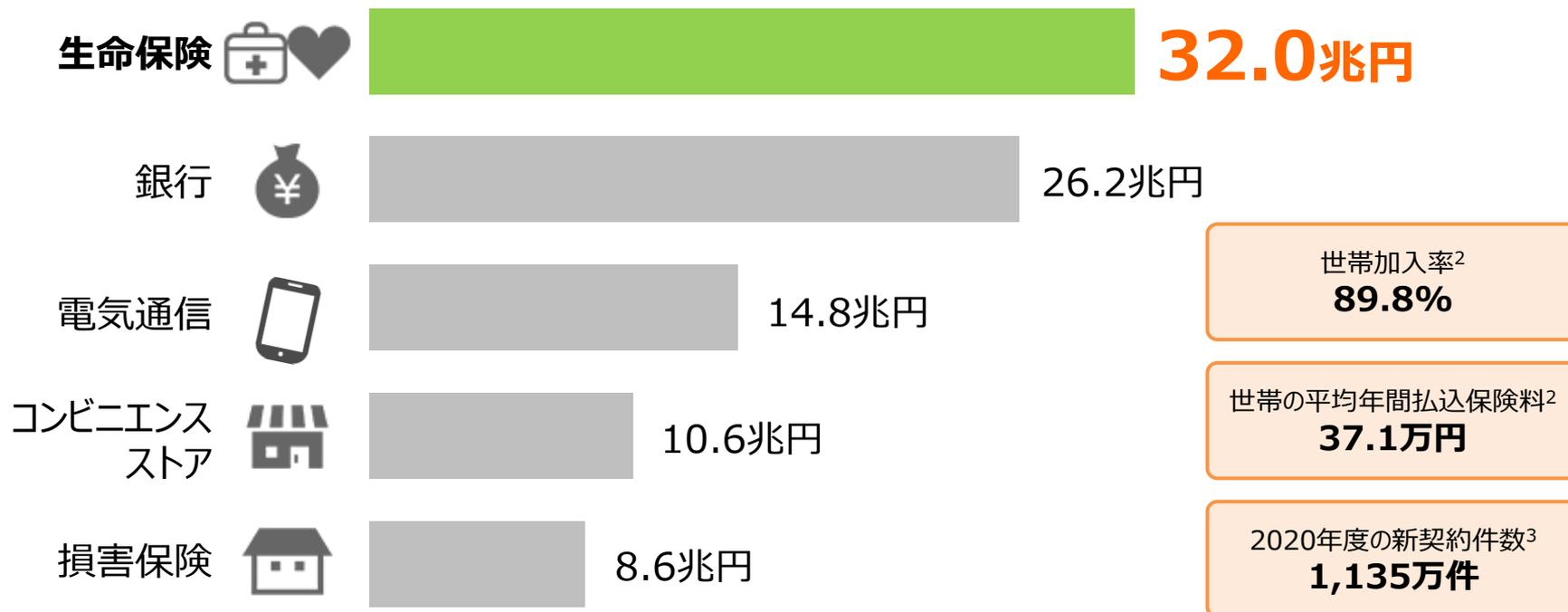


**山下 知之** (やました ともゆき)  
社外取締役（監査等委員）

イーオンソリューションズジャパン株式会社  
代表取締役社長

- 日本の生命保険市場は、約30兆円という巨大な市場規模です。すでに、約90%の世帯が生命保険に加入している中、2020年度も約1,135万件の新規加入があり、生命保険のニーズは高いと考えています。

## 日本の業界別の市場規模<sup>1</sup>

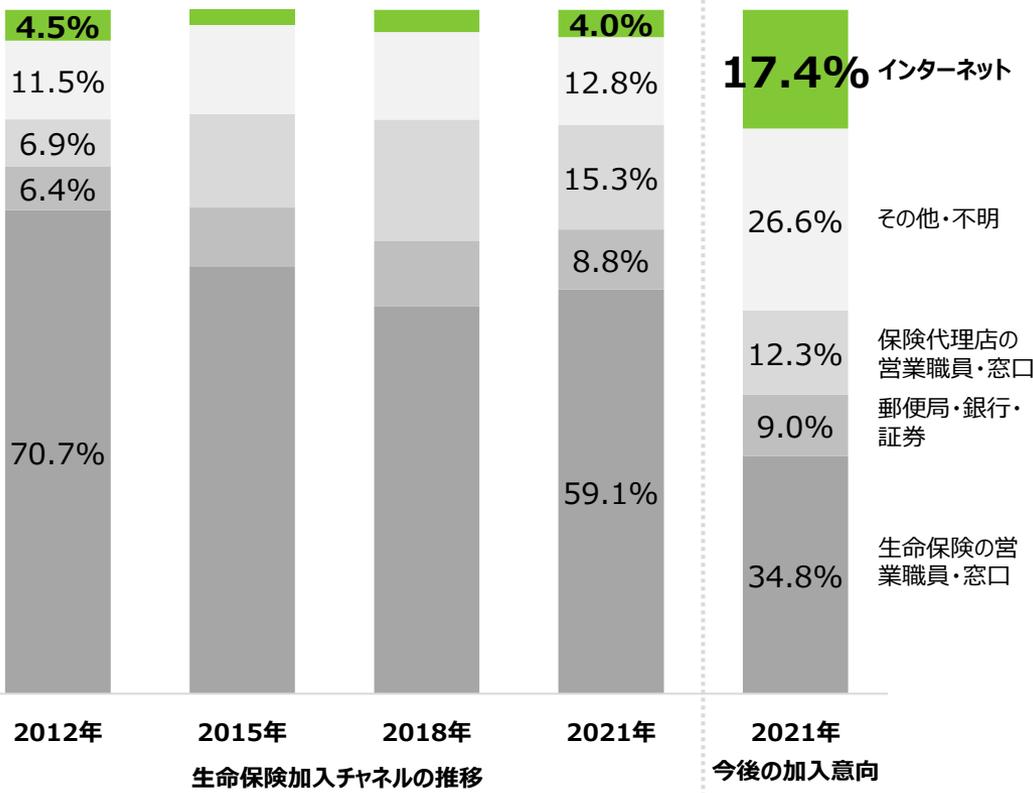


1. 生命保険は保険料等収入、銀行は経常収益、電気通信及びコンビニエンスストアは売上高、損害保険は正味収入保険料。一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2020年度）、財務省「法人企業統計調査」（令和元年度）、総務省情報流通行政局 & 経済産業省大臣官房調査統計グループ「2020年情報通信業基本調査」（2019年度実績）、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計調査年間集計」（2020年1月から12月）、一般社団法人日本損害保険協会「保険種目別データ」（2020年度）
2. 生命保険文化センター「2021（令和3）年度生命保険に関する全国実態調査」
3. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2020年度）（転換契約を含まない）

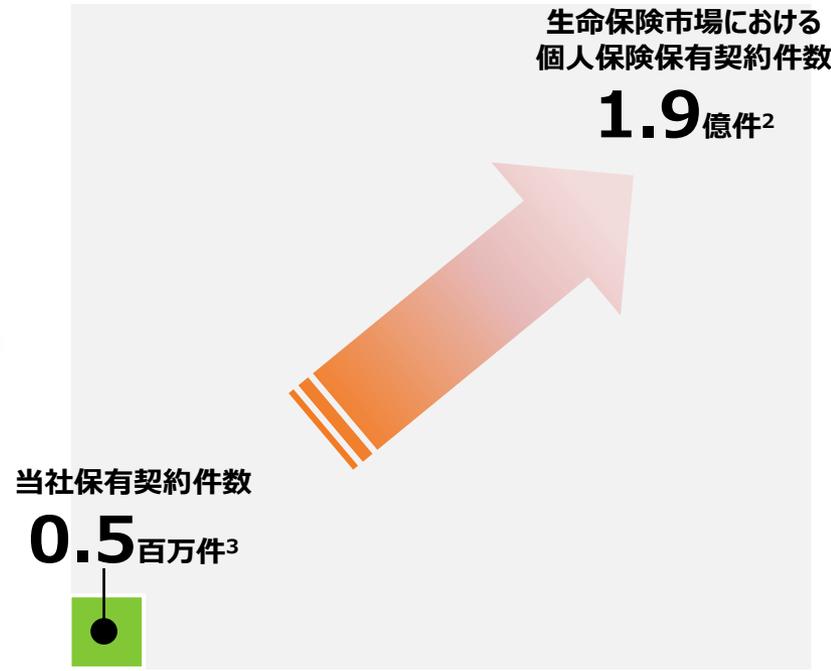
# 過去の加入チャネルの推移と今後の加入意向

■過去の生命保険加入チャネルは、営業職員チャネルの割合が引き続き多いものの、保険ショップ等の台頭により保険代理店の割合が増加しています。また、今後の加入意向では、お客さまの加入意向チャネルが多様化していることがわかりいただけます。

## 生命保険加入チャネル推移と、今後の加入意向チャネル<sup>1</sup>



## 生命保険市場全体及び当社保有契約件数



1. 生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」  
 2. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計（2020年度）」  
 3. 当社「2022年5月の業績速報」

## I. 会社概要と生命保険業界動向

## II. ライフネット生命のビジネスモデル

## III. 今後の成長戦略

## IV. 主要なリスク

## 正直に

- 徹底した情報公開
- オンライン生保ながらも、「顔の見える会社」を重視

## わかりやすく

- シンプルな商品設計
- 直感的に操作できるわかりやすいウェブサイト

## 安くて

- 主な販売チャネルであるインターネットを活用して、低廉な保険料を実現

## 便利に

- スマートフォンを通じたサービスの拡充
- 申し込みから給付金の請求まで、オンラインで手続きが可能

- オンラインで生命保険を届けながら、顔の見える会社を目指して、経営情報、商品、社員、職場もウェブサイトで公開します。

## 徹底した情報公開

- 生命保険料の内訳の開示（付加保険料率の全面開示）
- 代理店手数料の開示
- 毎月の業績（速報）の開示

## 生命保険料の内訳の開示（例）

純保険料 (原価にあたる部分)	(営業) 保険料	定期死亡保険「かぞくへの保険」 (30歳男性、保険期間10年保険金額 3,000万円の場合)	
		純保険料	2,000円 (74%)
付加 保険料		付加保険料	704円 (26%)
		保険料 (純保険料 + 付加保険料)	2,704円 (100%)

(2022年6月30日時点)

## 顔の見える会社

- 「ふれあいフェア」の定期的な開催
- 開業以来続く社員ブログで社員や社内を紹介
- 社員の半数は生命保険会社以外の経験を持つ、  
ダイバーシティに富む社内風土

## 社員ブログ等を掲載「ライフネットジャーナルオンライン」

The screenshot shows the LIFENET JOURNAL online interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs for '人生', '仕事', 'お金', '健康', '保険', 'がん&就労', '妊娠・子育て', 'いろいろ', and '社員ブログ'. Below the navigation, there's a section titled 「社員ブログ」に関する記事一覧 (List of articles related to 'Employee Blog'). It features two article cards: one about '成年年齢引き下げで変わること・変わらないこと' (Changes and constants with the age of majority) and another about 'ふれあいフェアへの参加を通じて' (Participation in the 'Fureai Fair'). The right sidebar includes social media icons for LINE, Twitter, and Facebook, and a section for 'よく読まれる記事' (Popular articles).

<https://media.lifenet-seimei.co.jp/>

- 当社の商品はいずれも、保障性に特化し、シンプルさとわかりやすさを追求した商品です。
- 開業以来の主力商品である定期死亡保険は業界最安水準を実現、就業不能保険は業界初<sup>3</sup>の保障を付加した新商品を2021年6月より発売、がん保険は幅広い保障を提供しています。



## 定期死亡保険 かぞくへの保険

万が一のとき遺された家族を守る死亡保険



## 就業不能保険 働く人への保険<sup>3</sup>

病気やケガで長期間働けなくなったときの生活費をサポート



## 終身医療保険 じぶんへの保険<sup>3</sup>

保険料が一生涯上がらない医療保険



## 終身医療保険 じぶんへの保険<sup>3</sup> レディース

女性特有の病気による入院に手厚い医療保険



## がん保険 ダブルエール

長引く治療も安心！ニーズに合わせて選べるがん保険

1. いずれの商品も、満期保険金や配当、または解約返戻金はありません。
2. 2022年6月現在、KDDI株式会社を通じて保険料還付金付き「auの生命ほけん」を、株式会社セブン・フィナンシャルサービスを通じて「セブン・フィナンシャルサービスの生命ほけん」、株式会社マネーフォワードを通じて「マネーフォワードの生命保険」を販売しています。
3. 当社調べ（2021年4月末時点）

- 当社の商品は、お客さまに支持いただいた結果として、外部からも高い評価を受けています。



**終身医療保険**  
じぶんへの保険③



第**1**位  
医療保険・入院保険  
保険市場  
HOKEN ICHIBA  
The Insurance Market Place  
★2022年版ネット申込ランキング★



**定期死亡保険**  
かぞくへの保険



2022  
価格.com  
保険アワード  
第**1**位  
生命保険の部  
定期保険  
総合



**がん保険**  
ダブルエール



第**1**位  
がん保険  
保険市場  
HOKEN ICHIBA  
The Insurance Market Place  
★2022年版ネット申込ランキング★

1. 保険市場『2022年版 昨年最も選ばれた「保険ランキング」』は、保険市場にて、対象期間中の申込件数（2021年1月1日～2021年12月31日）をもとに選出
2. 価格.com保険アワードは総合保険比較サイト「価格.com保険」に掲載されている保険商品を対象に、2021年1月1日～2021年12月31日の期間に申込件数の多かった商品として選出

# 直感的に操作できるわかりやすいウェブサイト（例：保険料見積り）

- お客さまの保険検討をサポートできるよう、シンプルでわかりやすいウェブサイトを提供しています。



ライフネット生命  
人生に、大切なことを、わかりやすく。

マイページ  
ログイン

メニュー

保険商品  
見積り  
保険診断

## 保険料見積り

ネットだから24時間365日申し込みOK!

お客さまの生年月日・性別を入力してください

生年月日

1992 (平成4) 年

6 月 1 日

性別

男性  女性

あなたの保険料はいくら？

保険料見積り  
スタート

生年月日、性別、保険商品を選択するだけで、  
かんたんに保険料のお見積りが可能



万が一に備える 商品の特長

定期死亡保険  
かぞくへの保険  
選択中  
この保険に加入するメリット

毎月の保険料 659円

保障内容を確認・編集する 開く +

病気やケガ、がんにも備える 商品の特長

終身医療保険  
じぶんへの保険3  
選択中  
この保険に加入するメリット

毎月の保険料 1,578円

保障内容を確認・編集する 開く +

がんにも備える 商品の特長

がん保険  
ダブルエール  
選択中  
この保険に加入するメリット

毎月の保険料 1,209円

保障内容を確認・編集する 開く +

就業不能状態にも備える 商品の特長

就業不能保険  
働く人への保険3  
選択中  
この保険に加入するメリット

毎月の保険料 1,646円

保障内容を確認・編集する 開く +



定期死亡保険 659円/月

終身医療保険 1,578円/月

がん保険 1,209円/月

就業不能保険 1,646円/月

月額保険料合計 5,092円

ご予算が合わないと感じた方は

お申し込みはネットでカンタン  
24時間OK!

このプランで  
検討を進める

「オンライン生命保険」安さのヒミツは？

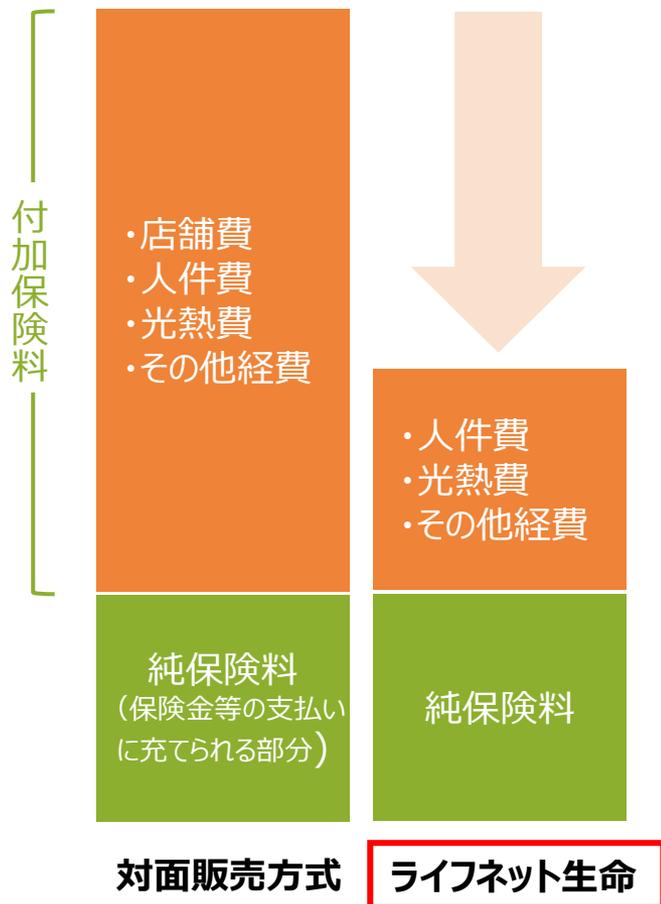
月額保険料合計 5,092円/月

このプランで  
検討を進める

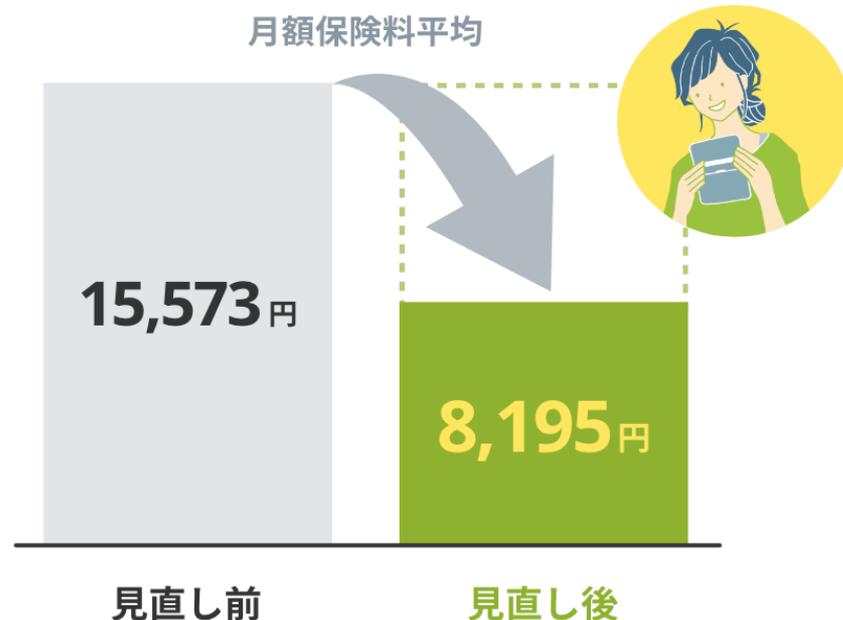
# 低廉な保険料を実現

- 当社は、生命保険を販売する営業職員や支店がなく、インターネットを主なチャネルとして販売しています。そのため、販売経費を抑えることが可能となり、高い価格競争力を有するとともに、低廉な保険料で商品を提供しています。

## 保険料の仕組み（死亡保険の場合）



## ライフネット生命で見直した保険料の節約額<sup>1</sup>



1. 2021年申込時アンケート結果（有効回答数326名）

# 手軽さと利便性を追求

■ オンライン生保ならではの利便性の提供に努めています。テクノロジーを活用しながら、24時間×365日、お客様のライフスタイルに合わせて、保険相談から申し込み、給付金の請求手続きができる環境を整備しています。

## スマートフォンを通じたサービスを拡充

### 保険相談

LINEを活用してチャットで保険相談が可能に



(2016年7月開始)

### お申し込み

スマートフォンで必要書類を写真に撮り送信することで、ペーパーレス化を実現



(2016年12月開始)

### ご契約中の各種手続き

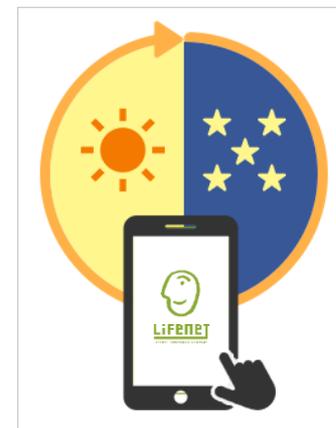
マイページ生体認証でログインが可能



(2018年6月開始)

### 給付金請求

診断書提出を原則不要<sup>1</sup>  
24時間ウェブサイトから給付金の請求手続きが可能



2021年度保険金等  
支払平均所要日数<sup>2</sup>  
**2.84日**

1. 医療保険の給付金請求が対象です。ただし、一定の条件において、診断書提出が必要となる場合があります。  
2. 請求書類の不備の補完に要した日数は除きます。また、事実の確認後に保険金等をお支払いした事案については平均所要日数の計算に含めていません。

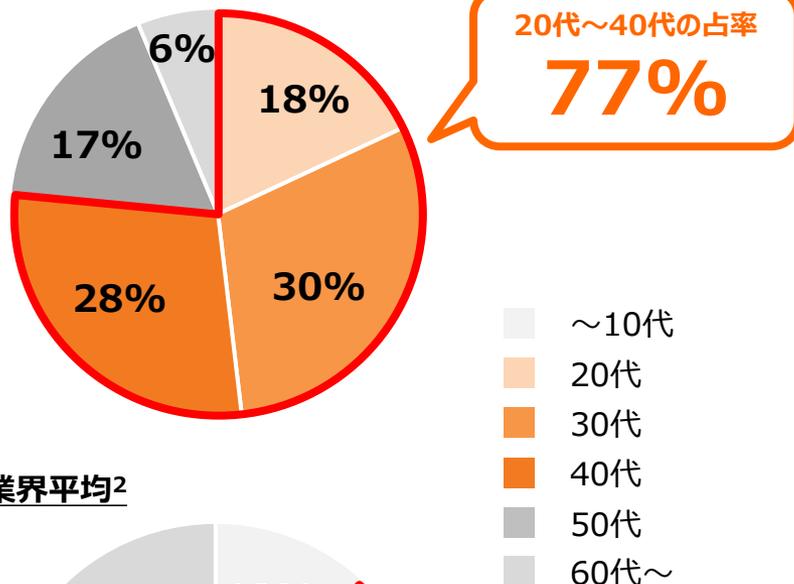
# 優良な顧客基盤の構築

- 当社の新規ご契約者は20代から40代までが全体の77%を占め、新規での保険加入が半数以上です。また、開業以来、解約失効率は一定水準を保っています。

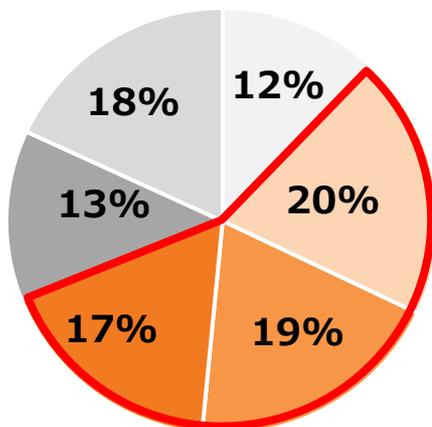
## 新契約件数 年代別割合

若年層を獲得し、中長期的視点で優良な顧客基盤を構築しています。

### ライフネット生命<sup>1</sup>

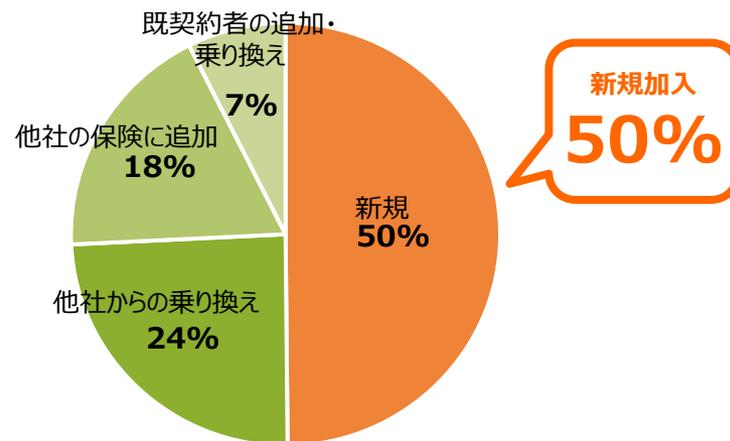


### (参考) 業界平均<sup>2</sup>



## 加入者の状況<sup>3</sup>

世帯加入率90%の生命保険市場において、当社では、乗り換えよりも新規での保険加入が半数を占めています。



## 解約失効率

解約失効率は、2008年の開業から約6%~7%台で推移しています。

2021年度の解約失効率： 6.6%

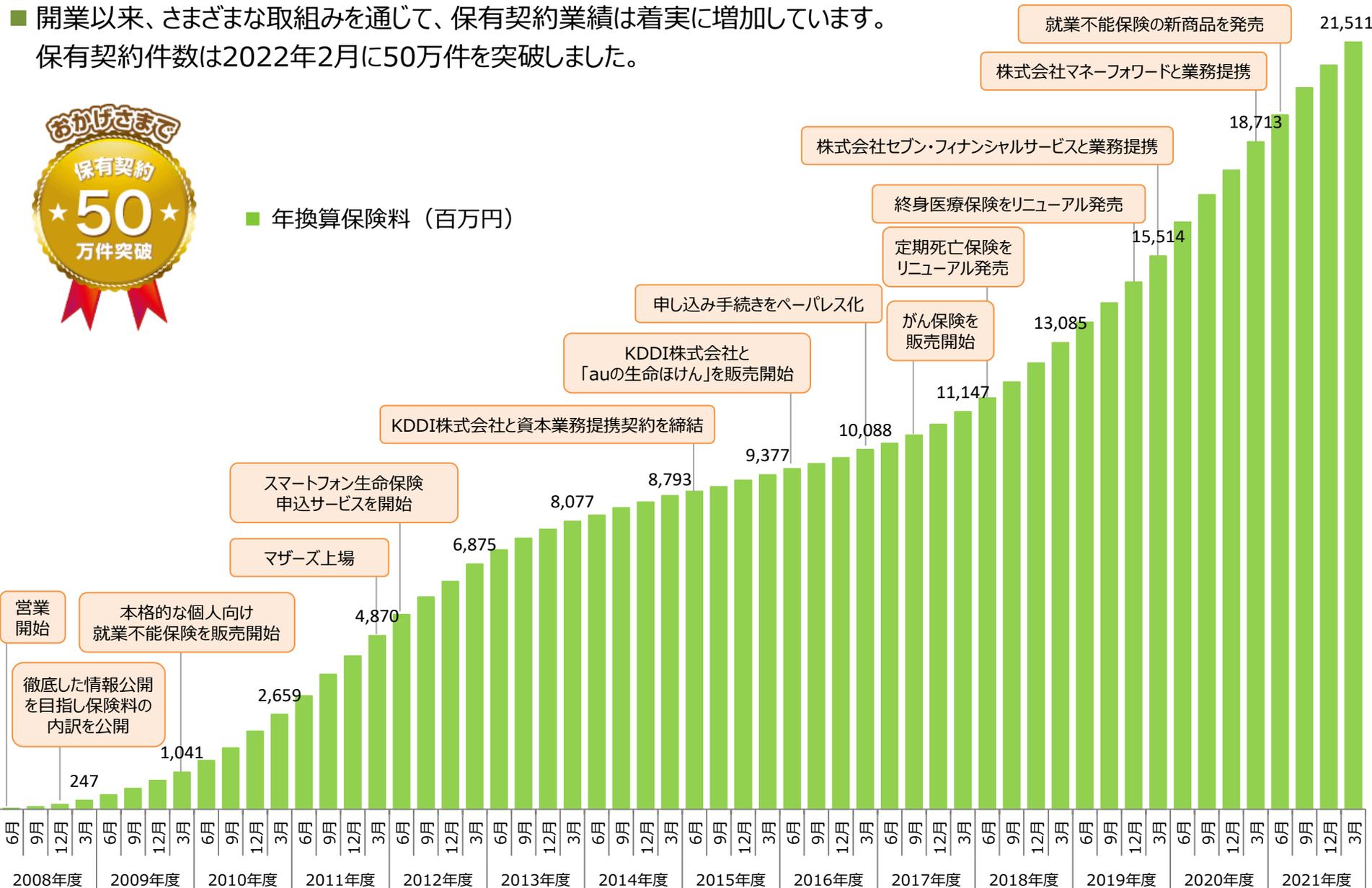
1. 2020年度に成立した新契約件数ベース (100,587件) 出所：ライフネット生命 新契約データ (2020年度)
2. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況 年次統計 年齢階層別・男女別統計表 (2020年度)」件数ベース
3. 2021年度の申込者数中、有効回答2,022名

# 保有契約の年換算保険料の推移とこれまでの主な取組み

- 開業以来、さまざまな取組みを通じて、保有契約業績は着実に増加しています。保有契約件数は2022年2月に50万件を突破しました。



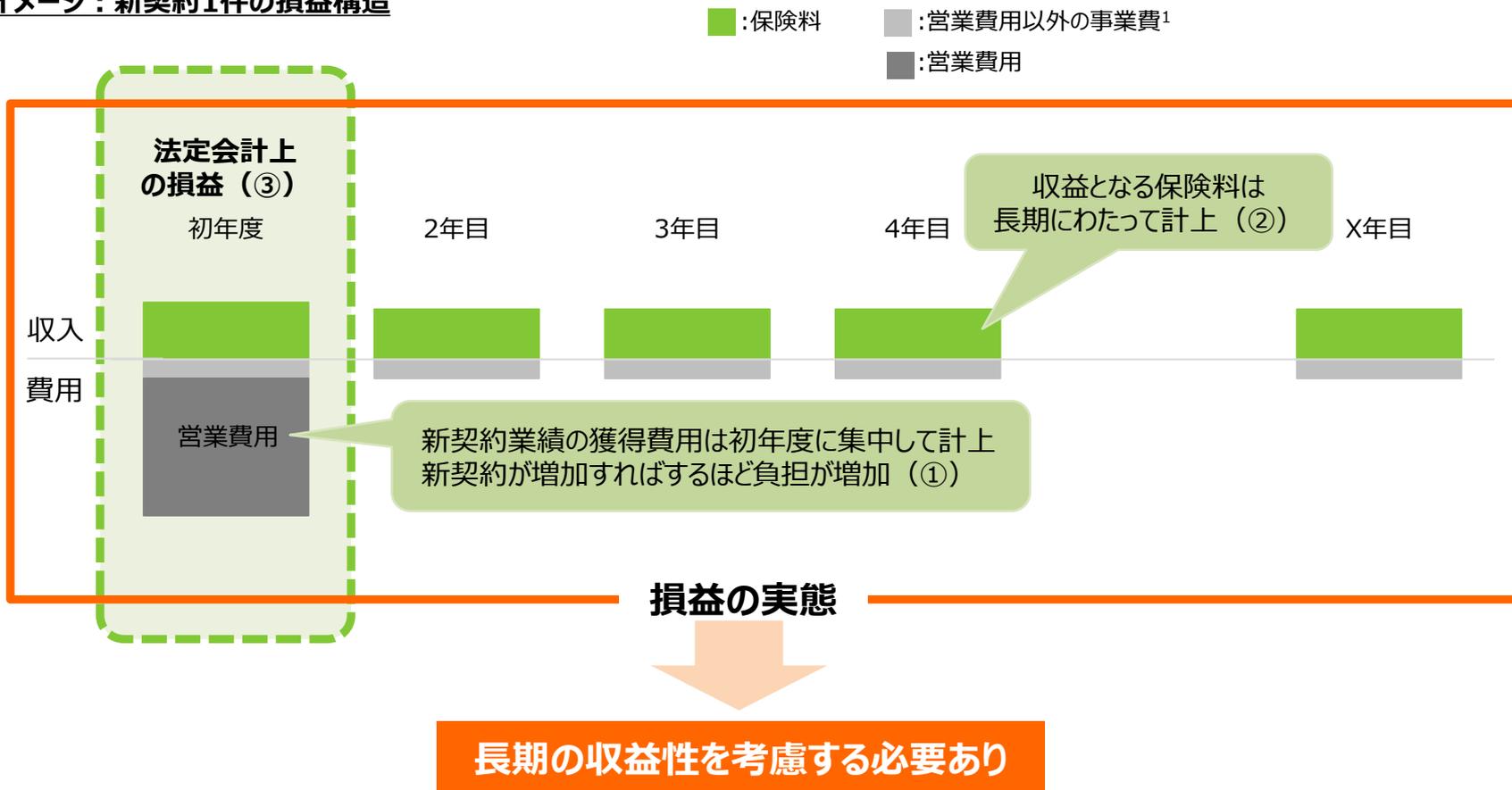
■ 年換算保険料（百万円）



# エンベディッド・バリュー（EV）を指標とする背景

- 現行の法定会計においては、新契約の獲得にかかる営業費用が、初年度に集中して計上されます（①）。一方で、収入となる保険料収入は長期にわたって計上されるため、収入と費用の発生に大きなズレが生じる構造です（②）。
- すなわち、新契約業績が成長するほど、当期の損益にはマイナスの影響を与えることから（③）、長期の収益性を考慮した生命保険会社の企業価値を表すエンベディッド・バリューを指標としています。

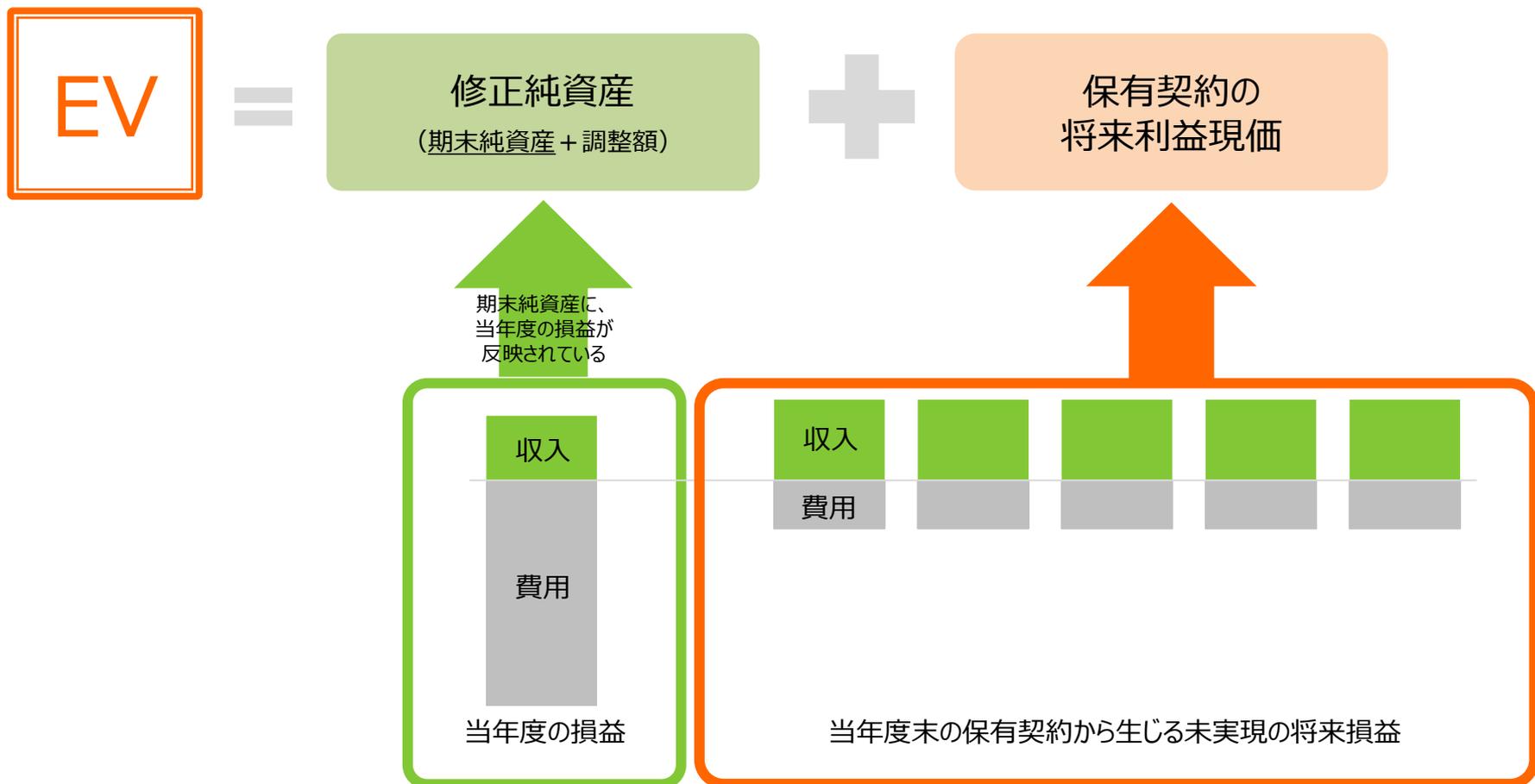
## イメージ：新契約1件の損益構造



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

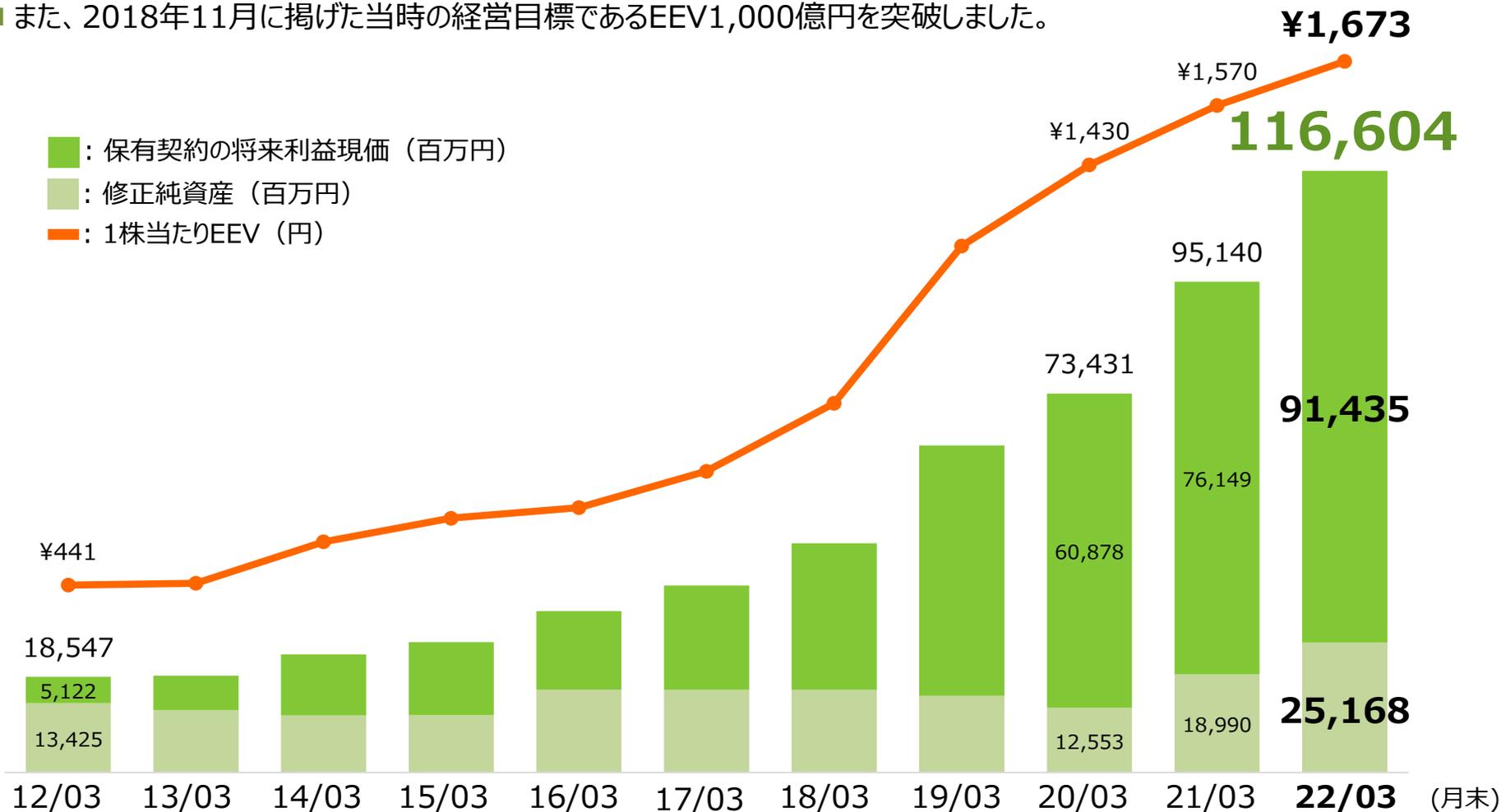
# エンベディッド・バリュー（EV）の構造

- エンベディッド・バリュー（EV）は、修正純資産と保有契約の将来利益現価を合計した、長期的な収益性の指標です。
- 現在の保有契約において、損益計算書上では未実現となっている将来の利益を計算し、現在価値に割り引いたものが、保有契約の将来利益現価です。
- 当年度の純損益は、修正純資産の増減に影響を与えます。また、一般的には、新契約業績が増加することにより、保有契約の将来利益現価が増加します。



# EEV<sup>1</sup>の力強い成長を実現

- 上場来の年平均成長率は、EEV20%<sup>2</sup>、保有契約の将来利益現価33%と力強く成長し、1株当たりEEVも着実に増加しています。
- また、2018年11月に掲げた当時の経営目標であるEEV1,000億円を突破しました。



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。

2. 2015年5月の第三者割当増資額30億4,000万円、2020年7月の海外公募増資による資本調達額90億542万円、2021年9月の海外公募増資による資本調達額97億7,184万円を含み算出

# 2021年度業績

■ 保有契約の年換算保険料<sup>1</sup>は前年度末比15%増加の215億円となり、2桁%の成長を継続することができました。

(百万円)

	2021年度実績		2020年度実績	
保有契約 年換算保険料 <sup>1</sup>	21,511		18,713	
新契約 年換算保険料 <sup>1</sup>	4,089		4,197	
		うち再保険の 影響額		うち再保険の 影響額
経常収益	26,167	4,852	20,789	2,778
経常利益	△3,245	1,283	△3,089	804
当期純利益	△3,319	1,283	△3,114	804

1. 1回当たりの保険料について保険料の支払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

# 2021年9月に海外公募増資を実施

- オンライン化への構造的な変化を背景として、多様化するお客さまのニーズから高まるオンラインサービスへの重要性を踏まえ、新たに調達した成長資本を基に、さらなる成長とオンライン生保のプラットフォームへの変革を目指します。

## 2021年9月海外公募増資の概要

発行株式数	普通株式 9,000,000株		
調達額	約97億円		
資金使途	項目	調達額	充当額 (2022年3月末時点)
	新契約獲得に伴うマーケティング費用を主とする営業費用	6,800百万円	680百万円
	変化に対応した商品・サービスを提供するためのシステム開発費用	1,372百万円	46百万円
	パートナー企業との取組みの推進、オンライン生命保険プラットフォームを構築するための新規事業への投資	1,500百万円	3百万円
支出予定期間	2022年3月期から2026年3月期まで		

## I. 会社概要と生命保険業界動向

## II. ライフネット生命のビジネスモデル

## III. 今後の成長戦略

## IV. 主要なリスク

## 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

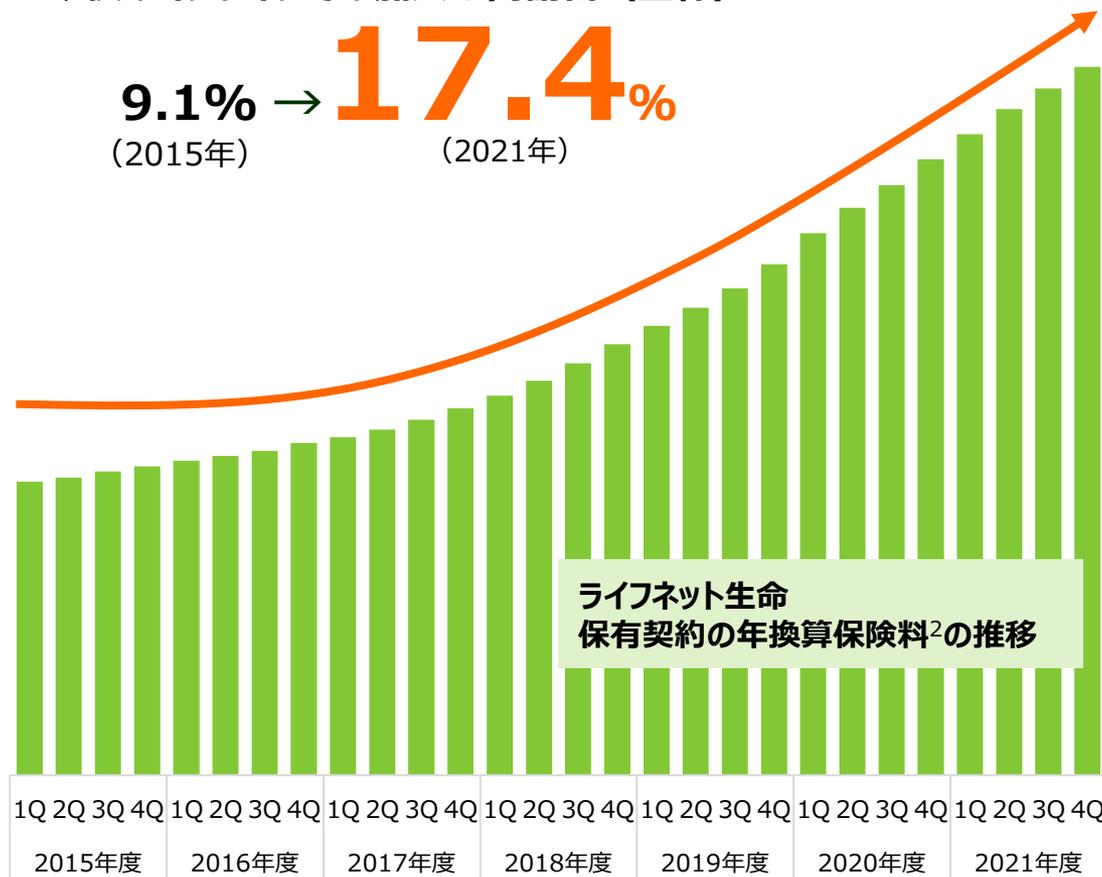
## 経営目標

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2,000億円到達を目指す

■ 金融サービスのデジタル化・オンライン化という構造的なメガトレンドを背景として、オンライン生保市場の成長可能性は確実に拡大していると考えており、加入意向の増加にあわせて当社の保有契約業績も成長を持続しています。

## 今後のオンラインでの加入意向割合（全体）<sup>1</sup>

9.1% → **17.4%**  
 (2015年) (2021年)



## 全世代において意向割合は増加

世代別のオンラインでの加入意向割合<sup>1</sup>

	2015年	2021年
～29歳	12.5%	<b>19.2%</b>
30代	11.2%	<b>19.0%</b>
40代	14.6%	<b>23.7%</b>
50代	13.3%	<b>20.9%</b>
60代	7.9%	<b>19.9%</b>
70代～	2.2%	<b>7.4%</b>

1. 生命保険文化センター 2015年度及び2021年度の「生命保険に関する全国実態調査」

2. 1回当たりの保険料について保険料の支払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

# オンライン生保市場の競争環境

- 新たな市場が発展していくプロセスにおいては、少数のプレイヤーが市場開拓する時期、プレイヤーが増えることで競争しながら市場が拡大する時期、その後拡大した市場の果実を少数の勝ち組プレイヤーが享受する時期、の3段階があると考えています。
- 当社は、これまでに築き上げてきた競争優位性を維持・強化し、オンライン生保No.1としてのポジションを強固にするため、これまでに以上に成長投資を行います。

## オンライン生保市場の広がり当社ポジション（イメージ）

市場

先駆企業の市場開拓

新規参入による  
市場の拡大・厳しい競争環境

主要プレイヤーは  
数社に収れん

当社

● :オンライン生保市場規模（イメージ）

  
 業界挑戦者としての  
 メリットを享受

開業時

  
 積極的な投資で  
 競争優位性を維持・強化

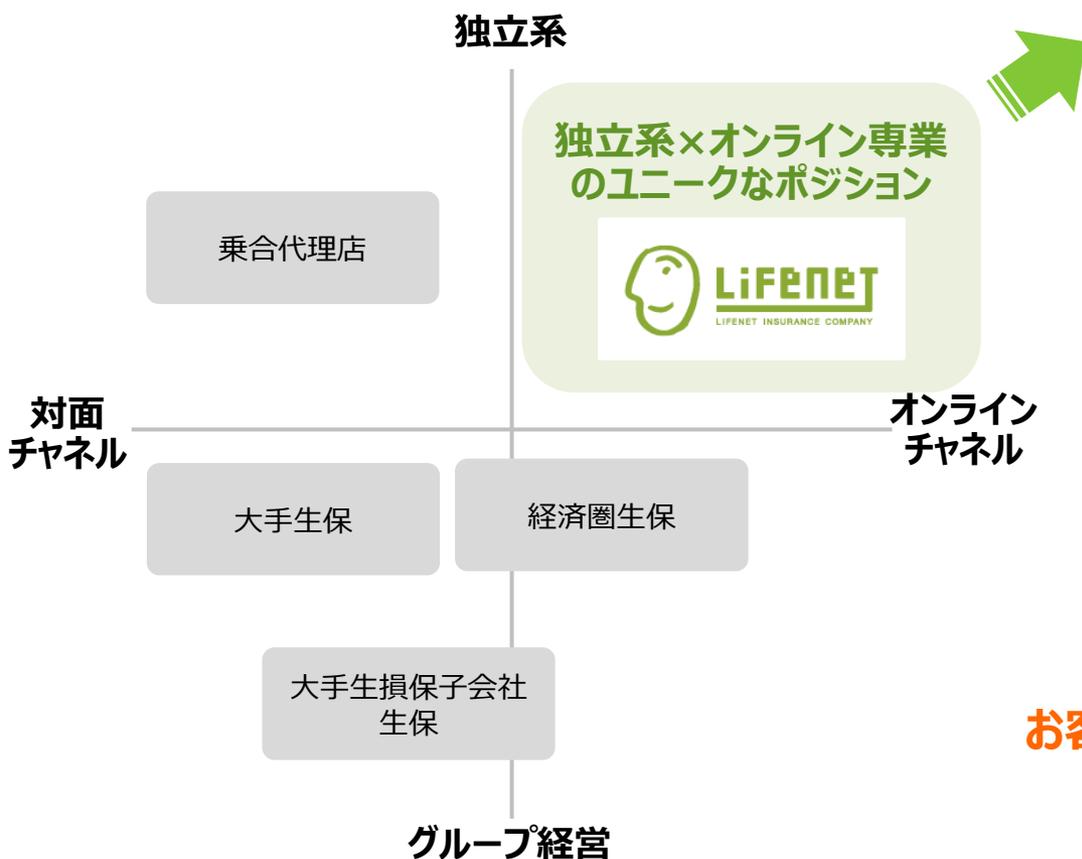
現在

  
 オンライン生保市場の  
 圧倒的No.1プレイヤーへ  
 事業費効率化は安定

将来

- 当社は、独立した経営権を保持することで創業から一貫して「ライフネットの生命保険マニフェスト」を軸としたお客さま視点の経営を実現するとともに、オンラインの特性を活かしてビジネスを行っています。
- わかりやすく、安くて、便利な商品・サービスをインターネット直販で提供し続けるとともに、さまざまなパートナー企業との提携も活用しながら、当社の価値を多くのお客さまに届けています。

## 生命保険市場における当社ポジション（イメージ）



## ユニークな提供価値

- 独立系
  - ・ 常にお客さま視点のビジネスを追求
  - ・ マニフェストに共感するパートナー企業・代理店と協業
- オンラインチャンネル
  - ・ シンプルでわかりやすい保障内容
  - ・ 低廉な保険料
  - ・ いつでも便利にスマホで手続き可能

インターネットを活用して、  
お客さま視点の新しい生命保険価値を提供

- 独立系のオンライン専業生保としてこれまでに築き上げてきた競争優位性を維持・強化し、オンライン生保No.1としてのポジションを強固にするため、事業・システム・組織という3つの領域に積極的に投資を行います。

## 事業



- **ウェブサイトのUI/UXの継続的改善と販売チャネル強化**
- **プラットフォームビジネスを拡充**

## システム



- **顧客接点の最適化**
- **クラウドを導入し、基盤コストを効率化**

## 組織



- **多様な人材の確保を推進**
- **挑戦・成長を育む機会の提供**

## 2つのチャネルを軸とした成長

- 事業への投資として当社は、インターネット直販チャネルとホワイトレーベルチャネルで圧倒的な集客を実現し、保有契約業績の2桁%成長を目指します。

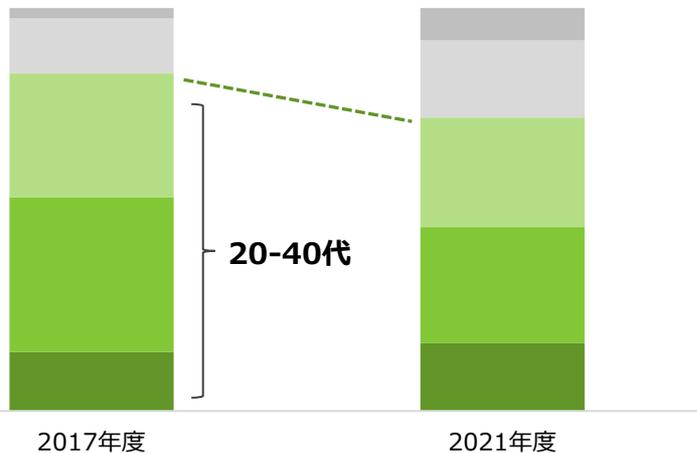
### インターネット直販

中高年齢層の割合が増加傾向にある中、改めて若年層とのタッチポイントを強化

- ・ プロモーションの多角化及び若年層に適した訴求に取り組む



世代別の新規契約者分布の推移<sup>1</sup>



1. ライフネット生命の各年度に加入した新規契約者数に基づき作成

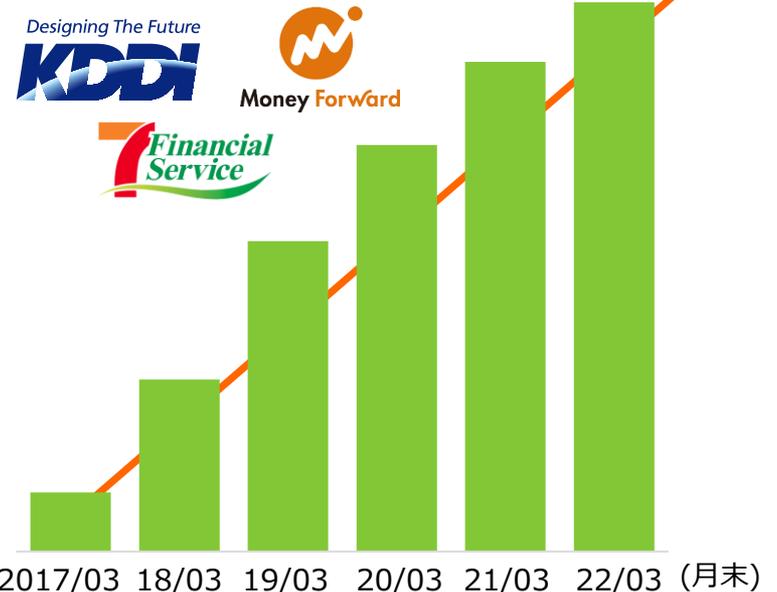
2. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出

### ホワイトレーベル

既存パートナーと新たな顧客体験を提供

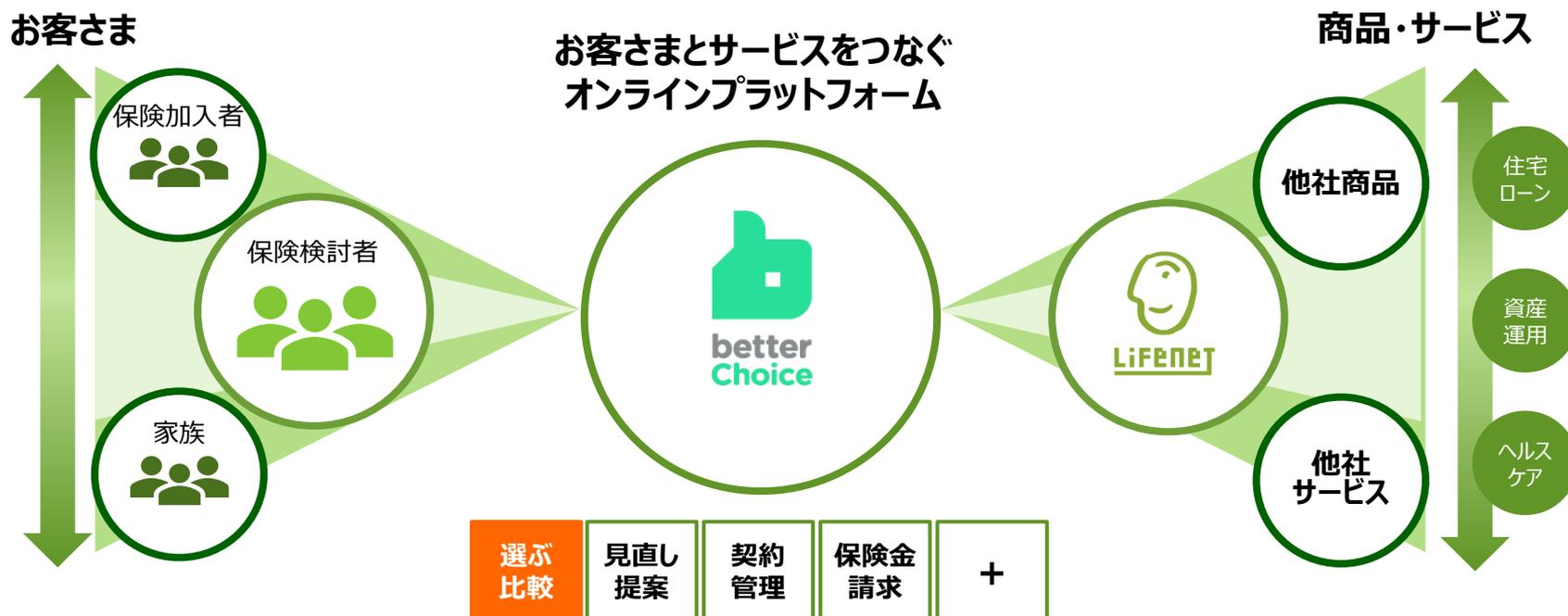
- ・ パートナー企業の持つ資産を活用した取組みを協議中
- ・ 新規パートナーの可能性も模索

ホワイトレーベルチャネルの保有契約年換算保険料<sup>2</sup>の推移



- 当社は、オンライン生保のプラットフォームを目指して、2021年度に子会社を設立しました。2022年度は、特にオンライン保険代理店事業に注力し、今後、すべてのネット完結型商品の掲載を目指して、その基盤作りに尽力します。
- 将来的には、生活者の保険を含む金融サービスに対する不安や課題をオンラインで解決するプラットフォームを目指します。

オンラインの生命保険プラットフォーム（イメージ）



## 2021年度

### ライフネットみらい株式会社を設立

- 保険代理店事業と保険証券管理サービスを開始
- プラットフォーム上に約20商品を掲載

## 2022年度

### オンライン保険代理店事業に注力

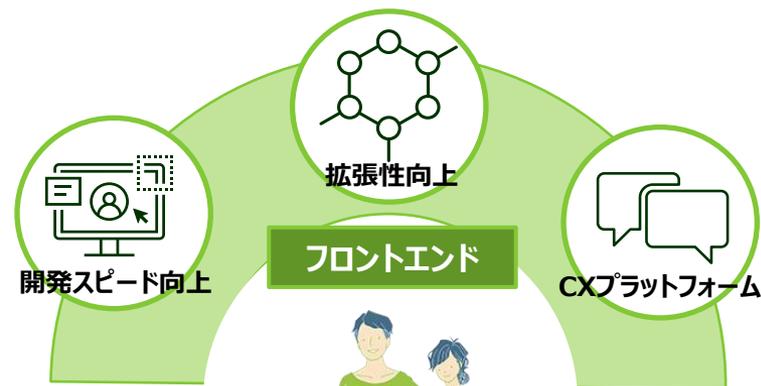
- 将来的にすべてのネット完結商品（約100商品）掲載を目指し、商品数を拡充
- 保険比較サイトの機能と集客を強化

- 2022年度以降は、バックエンドにおいて積極的に投資を進めます。これらの投資により、顧客体験の向上に加え、事業費率の改善、そして将来の事業拡張にも柔軟に対応できる強固なシステム体制を構築します。

## 2021年度



- ウェブサイトのUI/UX開発及び改善スピード向上
- スケーラビリティ、オンデマンド性の向上



## 2022年度以降



- データ分析の効率化や顧客接点の最適化による顧客体験の革新
- 基盤コストの効率化により、事業費を圧縮



- 当社は2008年の開業以来、独立系のオンライン生命保険会社として、業界の常識にとらわれない多様なバックグラウンドを持つ人材を採用し、お客さま視点の新しい生命保険の価値を提供しています。
- 2022年度においては、採用活動の積極化やダイバーシティのさらなる推進、組織と個人の成長と挑戦を支える人事制度の運用を行い、持続的な企業価値の向上に資する人材投資を行います。

## 行動指針

ライフネットの生命保険マニフェスト：  
**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。**

PRIDE指標  
 最高評価を6年連続受賞<sup>1</sup>

work with Pride



「健康経営優良法人2022」に認定<sup>2</sup>



テーマ

これまでの取組み

2022年度～の投資

**ダイバーシティ&  
 インクルージョンの推進**

- ・ 多様な人材を確保①②
- ・ 社員向けLGBTQ研修の実施

**従業員の  
 エンゲージメント**

- ・ 四半期毎のエンゲージメント調査
- ・ 定期的な1on1実施

**人材の育成**

- ・ キャリアアップ・資格取得の支援
- ・ 挑戦と成長をサポートする人事制度③

**従業員の健康**

- ・ がんと就労の両立を支援
- ・ ストレスチェック・健康診断の実施

**働きやすい職場づくり**

- ・ フレックス・在宅勤務制度の導入
- ・ 勤務形態の選択が可能

① 重点領域に向け、システム人材を中心とした採用活動を強化

② 女性の管理職割合30%以上を目標

③ 組織と個人の挑戦・成長をより関連付けた新制度を開始

1. work with Pride主催。企業や団体のLGBTQなどのセクシュアルマイノリティに関する取組みを評価  
 2. 経済産業省と日本健康会議が運営する健康経営優良法人認定制度

- 当社のサステナビリティの根幹には、「ライフネットの生命保険マニフェスト」があります。当社が今後も保険会社としてお客さまに必要とされ、そして上場会社として株主・投資家から応援される存在であり続けるため、マニフェストを軸としてサステナビリティの取り組みを推進するとともに、開示の充実を図ります。

## 2021年度

- 開業来の取り組みを
  - ガバナンスの継続的強化
  - お客さま本位の業務運営
  - 社会変化への適応に分類して開示
- IRウェブサイト「サステナビリティ」を新設

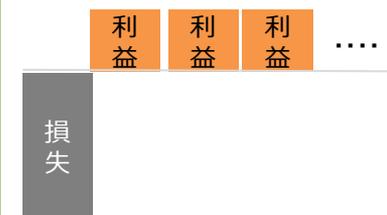


## 2022年度以降

- マニフェスト 正直にわかりやすく、安くて、便利に。に基づき取り組みを推進、さらなる情報開示を目指す
- ESG評価機関との継続的なコミュニケーションを実施

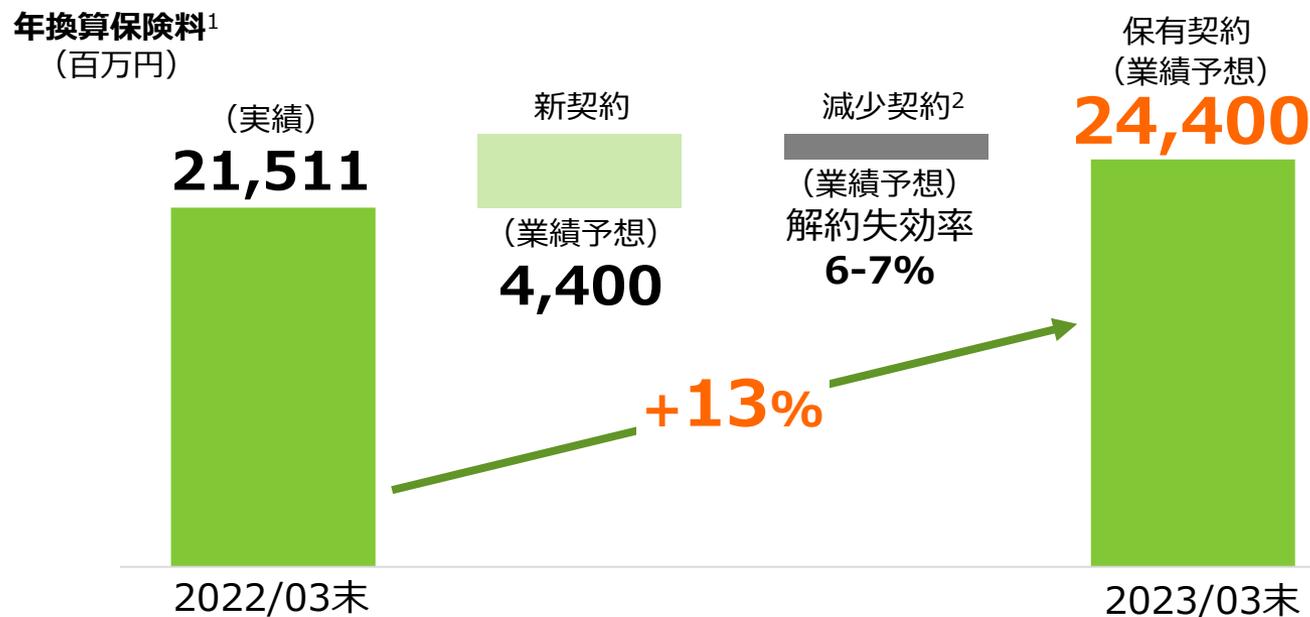
<https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/sustainability.html>

- 当社は、当社業績をより適切に表し、国際的に比較可能性の高い財務情報を提供するため、2023年度からIFRS17号の任意適用を目指します。IFRSの任意適用後は、適用初年度からの継続的な利益計上を見込みます。<sup>1</sup>
- 資本十分性<sup>2</sup>と剰余金の配当は、IFRS適用後も法定会計に準拠することとなります。

	法定会計 (J-GAAP)	エンベディッド・バリュー (新契約価値)	IFRS17号
重視する観点	契約者保護	保険契約の経済価値	投資家の意思決定に 有用な情報の提供
保険負債(責任準備金) の評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 保守的に設定</li> <li>・ 契約獲得時に基礎率を固定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経験に基づいた最良の前提</li> <li>・ 毎期見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経験に基づいた最良の前提</li> <li>・ 毎期見直し</li> </ul>
利益認識のタイミング (新契約獲得の影響)	<p><b>獲得時点</b>で費用が認識されるため、獲得時は赤字になりやすい</p> 	<p>保険期間に見込まれる利益を<b>即時</b>に認識する</p> 	<p>見込まれる利益が<b>保険期間にわたって</b>、配分される</p> 

1. IFRSの任意適用は、準備・検討中の段階であり、現時点の概算によって想定される見込みを記載。確定前の未監査情報であり、将来開示される実際の開示と異なる可能性がある。  
 2. 資本十分性については、経済価値ベースのソルベンシー規制が2025年の施行を念頭に検討されている。

■ 2022年度においても、保有契約業績の2桁%の持続的な成長を目指します。



(百万円)	2022年度業績予想	うち再保険 <sup>3</sup> の影響額	2021年度実績	うち再保険 <sup>3</sup> の影響額
経常収益	<b>30,300</b>	<b>6,300</b>	26,167	4,852
経常利益	<b>△3,400</b>	<b>1,000</b>	△3,245	1,283
当期純利益	<b>△3,400</b>	<b>1,000</b>	△3,319	1,283

1. 1回当たりの保険料について保険料の支払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
2. 減少契約件数には死亡・満了等の解約失効以外の減少件数も含む
3. 修正共同保険式再保険

# 今後の方向性

- 2022年度においては、継続的な保有契約業績の2桁%成長の実現、オンラインプラットフォームへの着実な歩みを進めるとともに、IFRS17号の任意適用を目指して取組みを進めます。
- その上で、2023年度においては、IFRS17号の利益計上を見込むとともに、中長期の目標として経営目標に掲げている「早期のEEV2,000億円到達」を目指します。

## 2021年度

- EEV1,000億円達成、目標を2,000億円に変更
- 前年度末比15%増で保有契約50万件突破
- 海外公募増資で成長資本を獲得

## 2022年度

- 構造的変化の中で保有契約業績の2桁%成長を継続
- オンライン生保のプラットフォーム変革への投資
- IFRSの任意適用への対応

## 2023年度

IFRSによる  
利益計上を見込む<sup>1</sup>

## 将来

経営目標  
早期のEEV  
2,000億円到達  
の実現

1. IFRSの任意適用は、2023年度の導入を目指して準備・検討中の段階であり、現時点の概算によって想定される見込みを記載。確定前の未監査情報であり、将来開示される実際の開示と異なる可能性がある。

## I. 会社概要と生命保険業界動向

## II. ライフネット生命のビジネスモデル

## III. 今後の成長戦略

## IV. 主要なリスク

# 主要なリスク (1/4)

- 当社では、27のリスクを「事業戦略リスク」「保険引受リスク」「市場リスク・信用リスク・流動性リスク」「オペレーショナルリスク」に分類しています。そのうち、発生した場合の影響度及び発生可能性に鑑みて特に重要性の高いリスクは以下のとおりです。

リスク分類	主要なリスク	重要度高
A.事業戦略リスク	<b>A-1 競争状況に係るリスク</b>	○
	<b>A-2 営業費用の投下に係るリスク</b>	
	A-3 提携先との関係及び提携先の業績に係るリスク	-
	A-4 日本国内の人口動態に係るリスク	
	A-5 気候変動に係るリスク	
	A-6 サステナビリティに係るリスク	
	A-7 法規制に係るリスク	
	A-8 社会保障制度等の変更に係るリスク	
	A-9 他の生命保険会社の破綻に係るリスク	
	A-10 オンライン生保業界の風評に係るリスク	
	A-11 技術革新に係るリスク	
B.保険引受リスク	<b>B-1 死亡率・罹患率等に係るリスク</b>	○
	B-2 責任準備金の積み立てに係るリスク	-
C.市場リスク・信用リスク・流動性リスク	<b>C-1 金利変動に係るリスク</b>	○
	C-2 再保険取引に係るリスク	-
	C-3 株価・為替等の変動に係るリスク	
	C-4 社債等に係る信用リスク	
	C-5 流動性リスク	
D.オペレーショナルリスク	<b>D-1 システムリスク</b>	○
	<b>D-2 法令等違反及び社会規範逸脱に係るリスク</b>	
	<b>D-3 情報漏えいに係るリスク</b>	
	D-4 大規模災害等における事業継続性に係るリスク	-
	D-5 事務リスク	
	D-6 保険金・給付金の支払い漏れに係るリスク	
	D-7 当社従業員の雇用等に係るリスク	
	D-8 訴訟リスク	
	D-9 リスク管理体制に係るリスク	

# 主要なリスク (2/4)

■ 生命保険事業を営む当社の事業固有のリスクについて、その内容と対応策は以下のとおりです。

主なリスク	重要度高 (発生可能性及び影響度)	対応策
<p><b>■ 競争状況に係るリスク</b> 日本の生命保険市場において、国内生命保険会社、外資系生命保険会社、保険子会社を保有している国内の大手金融機関との競争に直面しております。当社が主力としているインターネットチャネルにおいて、当社の競争力を維持できない場合には、新契約件数の減少及び解約等による保有契約件数の減少により、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>金融サービスのデジタル化や新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、対面チャネルを主力としていた会社も一部オンライン化を迫られるなど、新規プレイヤーが参入しており、今後、オンライン生保市場の拡大とともに競争環境の厳しさが増していく可能性は高いと考えています。</p>	<p>お客さま視点で商品・サービスの設計・開発を行い、お客さまの当社に対するエンゲージメントを高めることで競争力の維持を図っています。その他、積極的な営業費用の投下や、ホワイトレーベル事業の拡大、代理代行制度を通じた他社商品の販売など、当社のこれまでの経験を活かした事業の拡大を進め、これまでに築き上げてきたオンライン生保市場での競争優位性を維持・強化していきます。</p>
<p><b>■ 営業費用の投下に係るリスク</b> 当社は、認知度の向上や新契約の獲得を目的として、テレビCMや検索連動型広告に代表される各種の広告宣伝を積極的に行っております。営業活動の効果が十分に得られない場合、営業活動が適切に行われない場合、又は当社が想定するほどにインターネットを通じた保険商品への購買行動が消費者に浸透しない場合には、営業費用効率が低下し、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>顧客ニーズの変化や社会経済環境の動きには様々な短期的要因や長期的要因があり、それらの影響を受けて営業費用効率も常に変動します。定期的なモニタリング・分析を実施し、適切なコントロールを行うことで、営業費用の投下に係るリスクの発生可能性を抑制できると考えています。</p>	<p>新契約の成長と営業費用効率のバランスを定期的にモニタリング・分析を行いながら、営業費用の投下を判断してまいります。</p>

## 主なリスク

### ■ 死亡率・罹患率等に係るリスク

生命保険料は、予定死亡率、予定罹患率、予定解約率、予定事業費率等の基礎率に基づいて計算されています。このため、例えば、実際の死亡率が予定死亡率よりも高い水準となること、または、過去の死亡率実績から増加することにより、想定よりも多くの保険金を支払うこととなる可能性があります。

### ■ 金利変動に係るリスク

当社は、高格付けの公社債などを資産運用の主たる手段として保有しております。今後、市場金利が大幅に上昇する場合、当社が保有している公社債の時価が想定を超えて下落する可能性があります。

また、保険契約の将来キャッシュ・フローの価値や、それらを反映し企業価値を表すEEV（ヨーロッパ・エンベティッド・バリュー）や経済価値ベースの資本も、金利変動による影響を受けます。当社によって対処し得る程度を超えて市場環境が大きく変動した場合、当社の財務内容及び業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

## 重要度高（発生可能性及び影響度）

新型コロナウイルス感染症を超えるような感染症の大流行や東京や大阪等の人口密集地域を襲う地震・津波・テロ等の大規模災害を原因として大量の死傷者が発生した場合、当社は保険給付に関する予測不可能な大きな債務を負うリスクにさらされます。一方、現状の国民の死亡率や疾病・障害の罹患率の動向等に鑑みれば、現時点での発生可能性は低いと考えています。

現在、新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢などの影響のもと世界経済や国際政治状況が大きく変化するなかで、金利変動の蓋然性は高まっていると認識していますが、当社は現状では十分な資本を確保し、経済価値ベースにおいても保障性商品中心の商品ポートフォリオにより金利変動による影響は限定的と考えています。

## 対応策

当社では、死亡率や罹患率等が適正な範囲を超えることがないよう、商品開発時に保障内容や審査方法等を適切に設定するとともに、死亡率や罹患率等の状況を定期的にモニタリングし、必要に応じて審査方法等の見直しや商品改定を実施する体制としています。また、ストレステストを実施し、大規模災害が発生した場合の影響や対応を確認しています。

当社では、金利リスクを含む市場リスクに対しリスクリミットを設定したうえで、その状況を定期的にモニタリングし、必要に応じて資産運用方針等を見直す体制としています。また、ALM（Asset Liability Management：資産・負債の総合管理）のために設置されたALM委員会等を通じ、資産と負債の双方が抱える金利リスクのバランスを管理しています。

## 主なリスク

### ■ システムリスク

当社は、情報システムの安定運用に依拠して、生命保険の販売、引受け、契約の管理、統計データ及び顧客情報の記録・保存などの事業運営を行っております。事故、災害、停電、ユーザー集中、人為的ミス、妨害行為、内部・外部からの不正アクセス、ウイルス感染やネットワークへの不正侵入、外部からのサービス妨害攻撃、ソフトウェアやハードウェアの異常等の要因により、当社の情報システムが機能しなくなる可能性があります。また、情報システムの刷新にあたり問題が発生する可能性もあります。それらの場合、機会損失や追加費用が発生する可能性があります。

## 重要度高（発生可能性及び影響度）

当社では、開業以来現在に至るまで大規模なシステムトラブルなどは発生しておらず、安定したシステム運用を行っています。想定外の原因により大規模なシステムトラブルが発生する可能性は、今後も低いと考えているものの、他の金融機関と同様に存在すると考えています。

## 対応策

当社では、情報システムを安定運用するための基本的な考え方や方策を社内規程等に定め、それらに基づく情報システムの開発、運用状況の監視、バックアップ体制の整備、障害発生時の対策等を行っております。また、外部からの攻撃等に備え、ファイアウォールやウイルス対策ソフト等による不正侵入や不正使用の防止と監視、ソフトウェアの脆弱性診断や、有事に適切な対応を図るためのCSIRT（Computer Security Incident Response Team）の運営等を行っております。

※本項の記載内容はすべてのリスクを網羅しているものではありません。

その他のリスクについては、[有価証券報告書](#)の「事業等のリスク」をご参照ください。



本資料は2022年6月現在の情報に基づき記載しています。

また、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、本資料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。当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、決算発表で開示することを予定しております。また、経営指標の進捗状況等については、2023年6月に開示することを予定しています。

<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

資料に関するお問い合わせ先  
ライフネット生命保険株式会社 経営企画部  
03-5216-7900  
e-mail: ir@lifenet-seimei.co.jp