



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2023年6月

ライフネット生命保険株式会社

I. 会社概要・ビジネスモデル

II. 生命保険業界動向

III. 2022年度業績

IV. 今後の成長戦略

V. 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。**

- 生命保険に関するお客さまの課題は、保険の検討を始めた段階から、給付金・保険金の請求に至るまで顕在化しています。
- 私たちは、「正直に わかりやすく、安くて、便利に。」というマニフェストのもと、一人ひとりのお客さまに寄り添いながら、商品・サービスの提供を通じて、生命保険に関わる課題を解決することを目指します。

各タッチポイントにおいてお客さまが直面する課題

検討

相談

加入

管理

見直し

請求

- ・ 生命保険業界への不信
- ・ 商品がむずかしい

- ・ 保険料が高い
- ・ 手続きが面倒



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。

- 「ライフネットの生命保険マニフェスト」は、2008年開業時から、当社の役員・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 会社設立
- 2008年 5月 営業開始
- 2012年 3月 東京証券取引所マザーズ上場
- 2015年 5月 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 海外市場における募集による新株式発行
- 2021年 9月 海外市場における募集による新株式発行
- 2022年 4月 東京証券取引所グロース市場へ移行

主要財務数値（2023年3月期）

- 保有契約年換算保険料¹： 24,033 百万円
- 保有契約件数： 568,674件
- 保有契約高： 3,633,704 百万円
- 保険料等収入： 29,207 百万円
- 総資産： 68,600 百万円
- 純資産： 15,574 百万円
- インベディッド・バリュー： 124,666 百万円
- 従業員数： 208人
 - ーうち営業職員数： 0人
- ソルベンシー・マージン比率： 3,158%

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。

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 69,736,419株（2023年3月31日現在）
- 株主数 5,569名（2023年3月31日現在）

主な株主（2023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 18.35%
- GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL 13.95%
- 株式会社日本カストディ銀行（信託口） 5.16%
- 株式会社セブン・フィナンシャルサービス 4.66%
- GOLDMAN,SACHS & CO.REG 3.52%
- BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC) 3.47%
- STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103 2.97%
- STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 510312 2.47%
- THE BANK OF NEW YORK 133652 2.31%
- 立花証券株式会社 2.28%

■ 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。

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。



近藤 良祐（こんどう りょうすけ）
取締役 執行役員

【担当】営業本部、データサイエンス推進室

株式会社かんぼ生命保険を経て、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



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



木庭 康宏（こば やすひろ）

取締役副社長 執行役員

【担当】事業開発部、商品開発部、団信事業部、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。



横澤 淳平（よこざわ じゅんぺい）

取締役 執行役員

【担当】システム戦略本部

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。



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
専務取締役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



山下 知之（やました ともゆき）

社外取締役（監査等委員）

エ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



林 敬子（はやし けいこ）

社外取締役（監査等委員）

早稲田大学 大学院会計研究科
教授



阿部 絵美麻（あべ えみま）

社外取締役（監査等委員）

宮益坂ザ・ファーム法律会計事務所
弁護士

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ています。

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	704円 (26%)	
付加 保険料		保険料 (純保険料 + 付加保険料)	2,704円 (100%)

(2023年6月30日時点)

顔の見える会社

- ご契約者さまとの集い「ふれあいフェア」の定期的な開催
- 「ライフネットジャーナルオンライン」では、ライフネット生命の日常も紹介
- 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

「ライフネットジャーナルオンライン」



The screenshot shows the LIFENET JOURNAL online website. At the top, there is a navigation bar with tabs for '人生' (Life), '仕事' (Work), 'お金' (Money), '健康' (Health), '保険' (Insurance), 'がんと就労' (Cancer and Employment), '妊娠・子育て' (Pregnancy and Child-rearing), 'いろいろ' (Various), and '社員ブログ' (Employee Blog). Below the navigation bar, there is a search bar and a '社員ブログ' (Employee Blog) section. The main content area features a featured article titled 「社員ブログ」に関する記事一覧 (List of articles related to Employee Blog) and a list of recent articles, including one about age-related changes and another about participating in a fair.

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

- 当社の商品はいずれも保障性に特化¹し、シンプルさとわかりやすさを追求した商品²です。
- 開業以来の主力商品である定期死亡保険はお手頃な保険料を実現、就業不能保険は業界初³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³

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³

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³ 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. 2023年6月現在、KDDI株式会社を通じてPontaポイントがたまる「auの生命ほけん」、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）

わかりやすいウェブサイト（例：保険料見積り）

■ お客さま視点のUI/UX向上のための改善活動を重ね、ストレスフリーな顧客体験を提供しています。



ライフネット生命

見積り 保険商品 保険診断

保険料見積り

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

12 月 1 日

性別

男性 女性

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**



ライフネット生命

見積り結果

生年月日：1992年12月1日 変更する

契約年齢：30歳 性別：男性

選択中

定期死亡保険 商品特長・メリット

かぞくへの保険

あなたが亡くなったときや、高度障害状態になったときに、保険金が支払われる保険です。

毎月の保険料 **659** 円/月

保険金額 500万円

保険期間 10年間

見積りを編集する 開く

保険料と保障内容の変更はこちらから

選択中

終身医療保険 商品特長・メリット

じぶんへの保険

病気やケガの治療で入院したときや、手術をしたときの治療費に備える保険です。

毎月の保険料 **1,578** 円/月

入院給付金 日額 5,000円

内訳を見る

見積りを編集する 開く



選択中

就業不能保険 商品特長・メリット

働く人への保険

病気やケガで入院や療養をしていて長期間働けないときの収入減少に備えるための保険です。

毎月の保険料 **1,646** 円/月

就業不能給付金 月額 10万円

内訳を見る

見積りを編集する 開く

選択中の保険プラン

定期死亡保険 659 円

終身医療保険 1,578 円

がん保険 1,209 円

就業不能保険 1,646 円

毎月の保険料合計 **5,092** 円

お申し込みはネットで完結！24時間OK

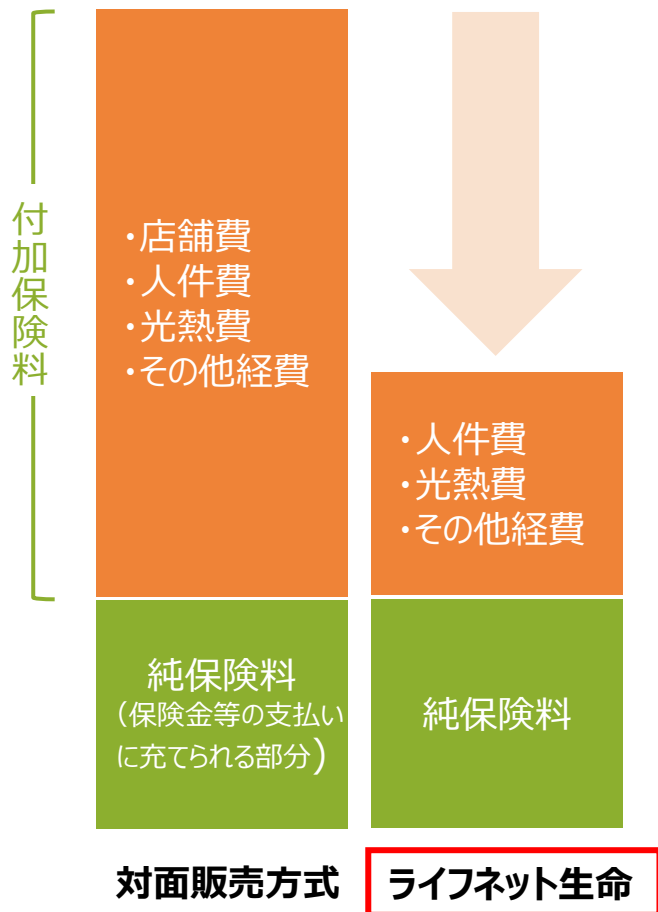
このプランの **申し込みに進む**

この見積り結果を保存する

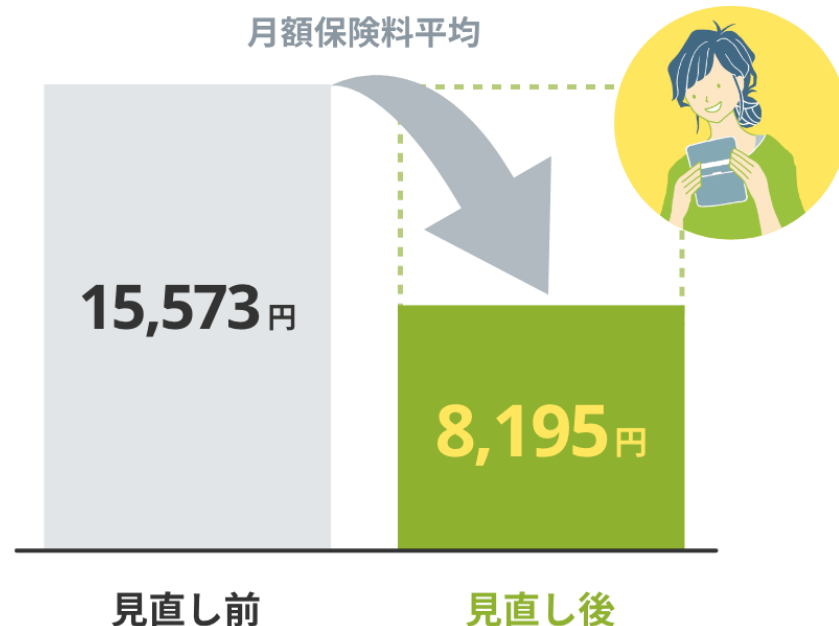
低廉な保険料を実現

- 当社は、インターネットを主な販売チャネルとしており、生命保険を販売する営業職員や支店がありません。その分、販売経費が抑えられ、お客さまに低廉な保険料で高い価格競争力を有する商品を提供することができます。

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¹



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¹
24時間ウェブサイトから給付金の請求手続きが可能



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。

- 当社の商品・サービスは、お客さまに支持いただいた結果として、外部から高い評価を受けています。

2022年度の主な受賞歴



J.D. パワー2023年生命保険契約満足度調査¹
ダイレクト生保3年連続
第1位

保険商品が
No.1を獲得²



定期保険



2023年版ネット申込ランキング

コンタクトセンターとウェブサイトが
業界最多10回目の最高評価³



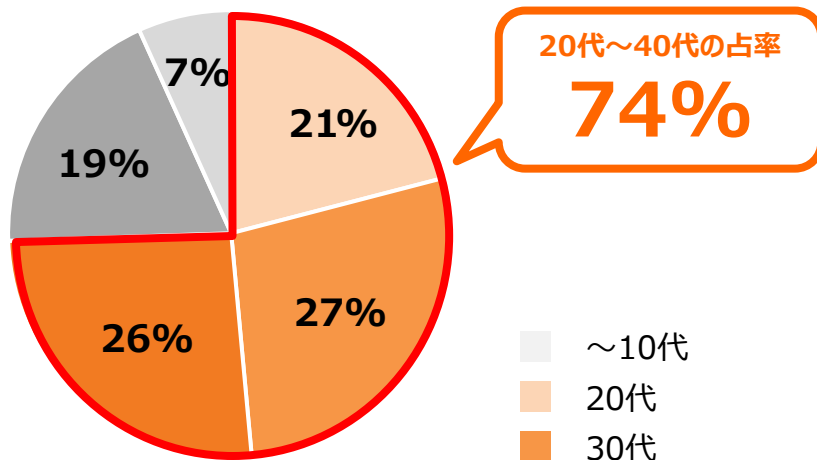
1. J.D. パワー「2021-2023年生命保険契約満足度調査」。2023年調査は新規契約・更新手続きをしたお客さま1,280名からの回答による。https://japan.jdpower.com/awards
2. 「価格.com保険」において2022年1月～12月の期間に、「価格.com保険アワード2023年版」生命保険の部 定期保険で販売チャネルを総合して最も申込件数が多かった保険商品に選出。「保険市場」において2022年1月～12月の期間に、『2023年版 昨年最も選ばれた「保険ランキング」』生命保険（ネット申込）がん保険ランキングで第1位に選出。
3. HDI-Japan主催「HDI格付けベンチマーク公開格付け調査（生命保険業界）」

- 当社の新規ご契約者は20代から40代までが全体の74%を占め、「初めて保険に加入する」お客さまが半数にのぼります。

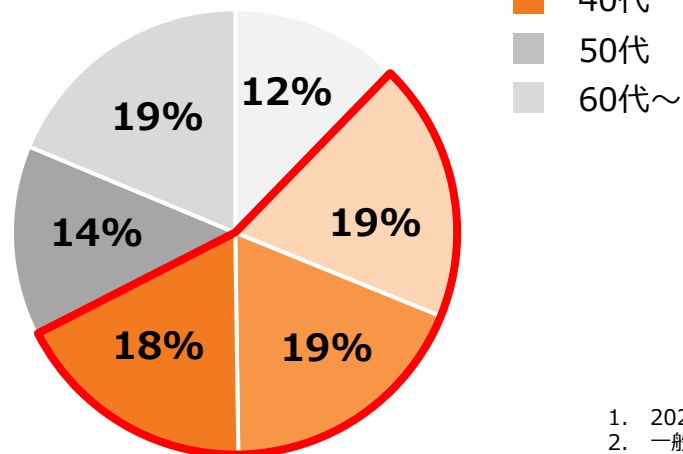
新契約件数 年代別割合

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¹

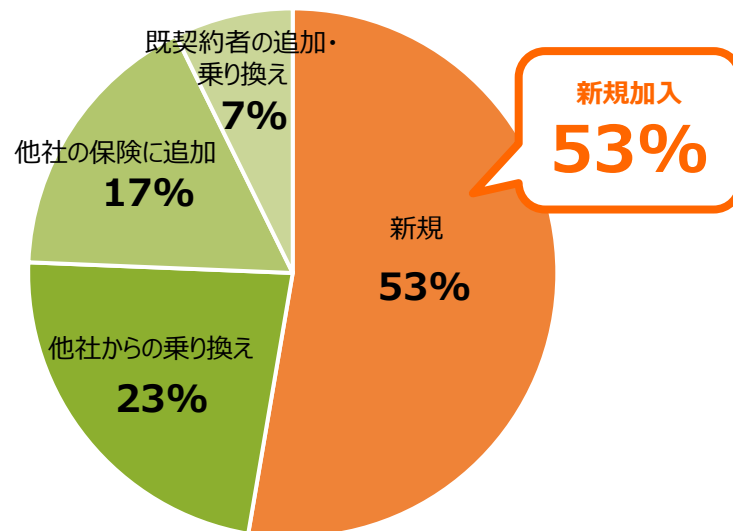


(参考) 業界平均²



加入者の状況³

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。



1. 2022年度に成立した新契約件数ベース (98,532件) 出所: ライフネット生命 新契約データ (2022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 (2021年度)」件数ベース
 3. 2022年度の申込者数中、有効回答1,634名

I. 会社概要・ビジネスモデル

II. 生命保険業界動向

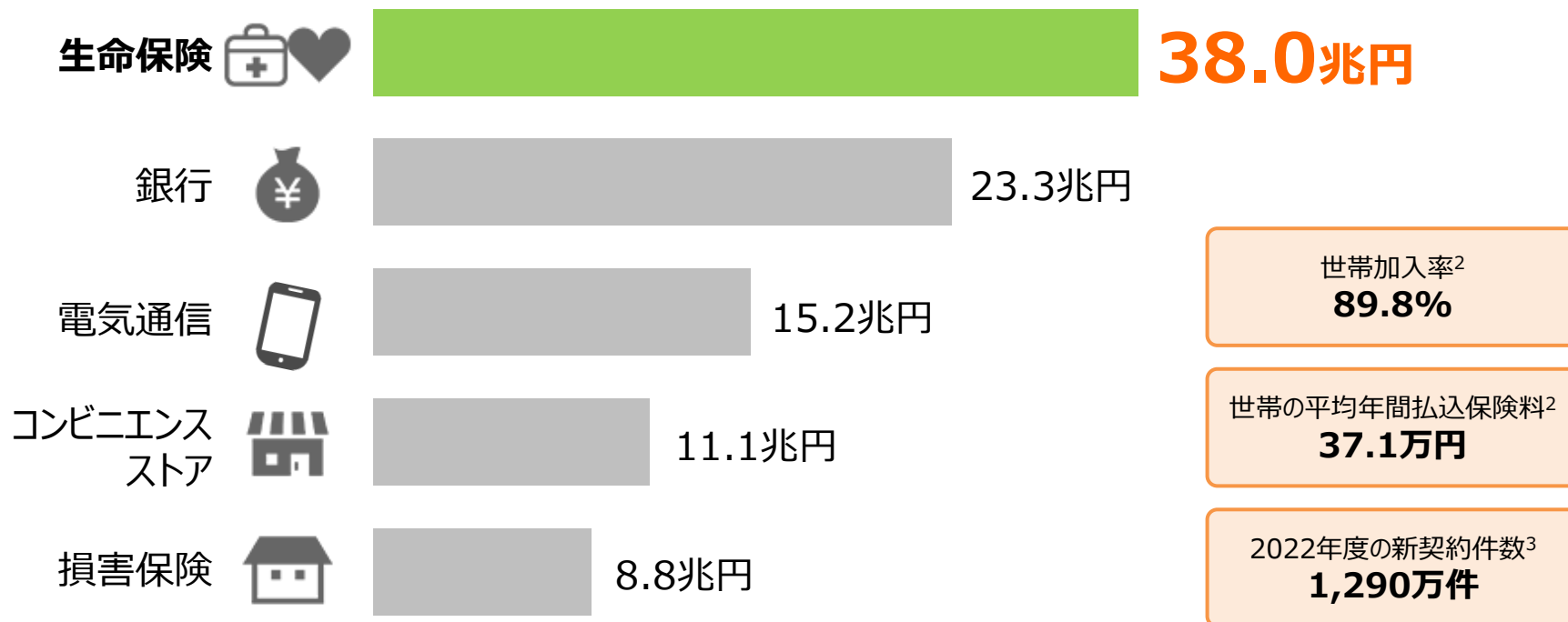
III. 2022年度業績

IV. 今後の成長戦略

V. 主要なリスク

- 日本の生命保険市場は38兆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、2022年度も約1,290万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¹



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」（2022年度）、財務省「法人企業統計調査」（令和3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「2021年情報通信業基本調査」（2020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」（2022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」（2021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」（2022年度）（転換契約を含まない）

- 生命保険業界における個人保険の保有契約件数は約1.9億件にのぼります。
- 商品別では、万が一に備える死亡保障の「定期保険」や「終身保険」、病気やケガを保障する「医療保険」、「がん保険」が高いシェアを誇っています。

生命保険市場全体及び当社保有契約件数

生命保険市場における
個人保険の保有契約件数¹

1.9億件

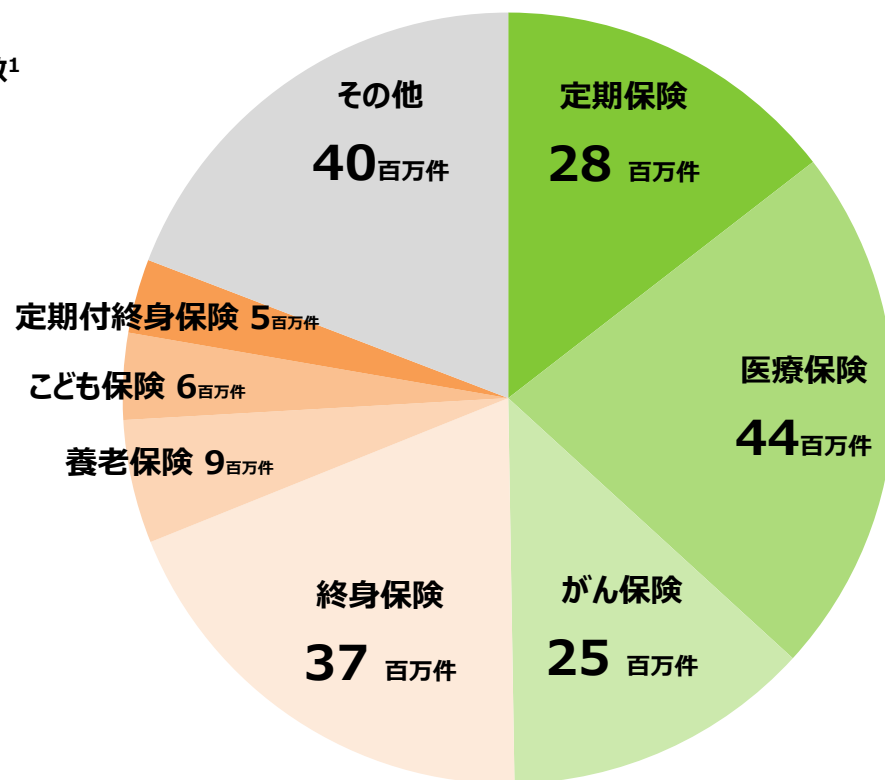
当社保有契約件数²

0.5百万件



1. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」(2022年度)
2. 当社「2023年5月業績速報」

生命保険市場の商品別保有契約件数¹

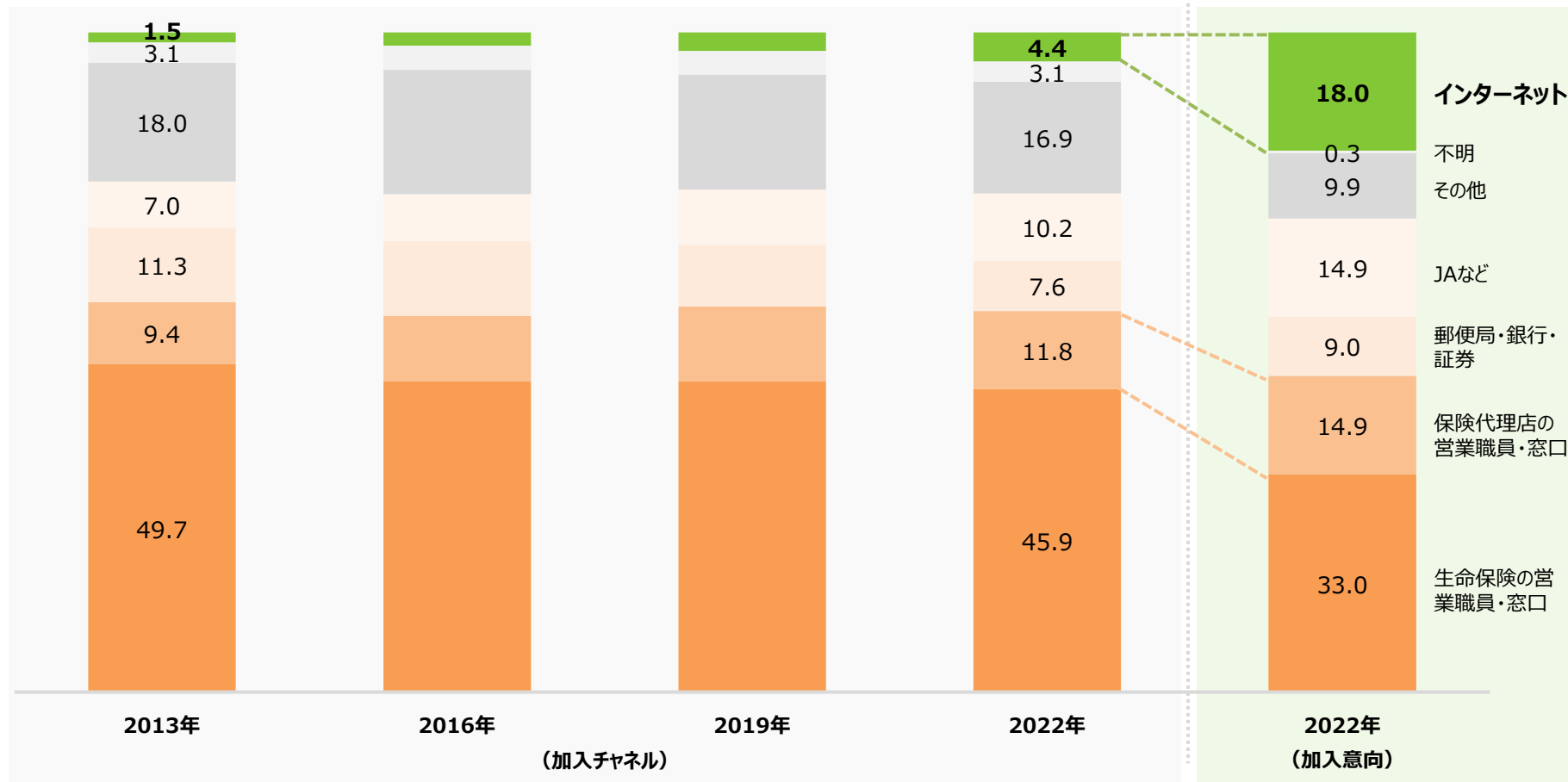


個人保険における加入チャネルの変遷と今後

- 加入チャネルは依然として生命保険の営業職員経由の加入割合が高いものの、「今後加入したいチャネル」としてはインターネットチャネルや保険代理店等が増加傾向にあり、お客さまの加入チャネルへのニーズが多様化しています。

過去の生命保険加入チャネルの推移¹

今後の加入チャネル意向¹

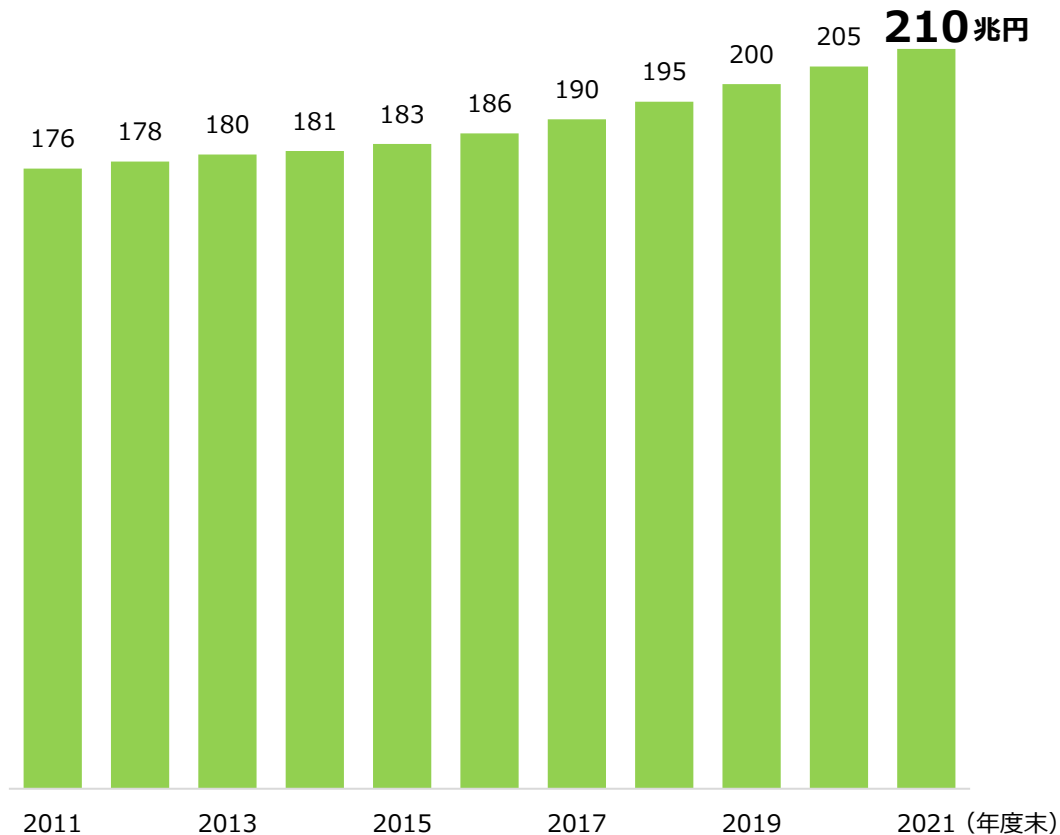


1. 生命保険文化センター「生活保障に関する調査」

団体信用生命保険市場

- 日本国内における住宅ローン貸付残高は年々増加しており、2021年度末時点では210兆円にのびます。
- 2023年度から当社が新たに参入する団体信用生命保険市場は、大手生保4社が6割、外資系生保が2割の販売シェアを占めています。

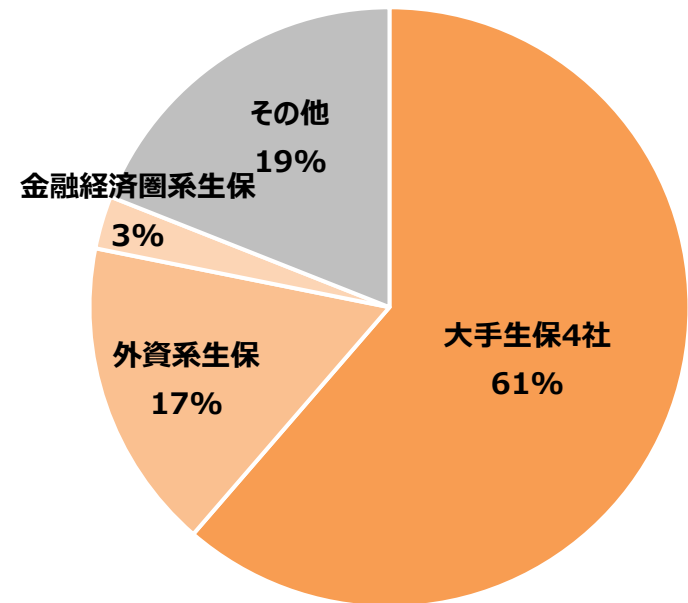
住宅ローン貸付残高の推移（兆円）¹



団体信用生命保険のシェア²

2021年度団体信用生命保険の保有契約高

210兆円



1. 住宅金融公庫「業態別の住宅ローン新規貸出額及び貸出残高に関する調査結果」
 2. 当社調べ

I. 会社概要・ビジネスモデル

II. 生命保険業界動向

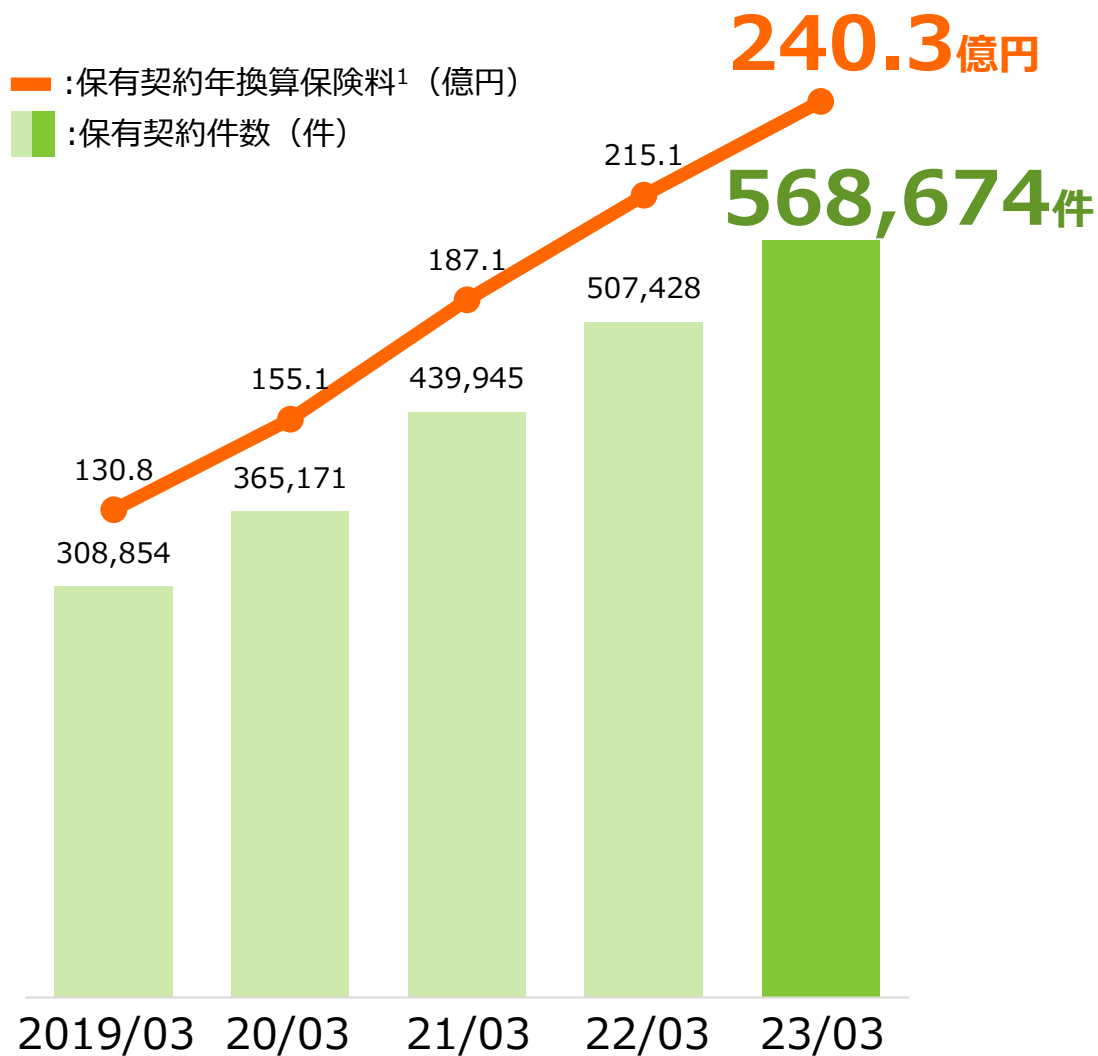
III. 2022年度業績

IV. 今後の成長戦略

V. 主要なリスク

保有契約業績の成長

■ Annual Recurring Revenueに相当する保有契約の年換算保険料は2023年3月末で240億円、件数は56万8,674件となりました。金額・件数のいずれも過去最高で、前年度末から2桁%超の成長を実現しています。



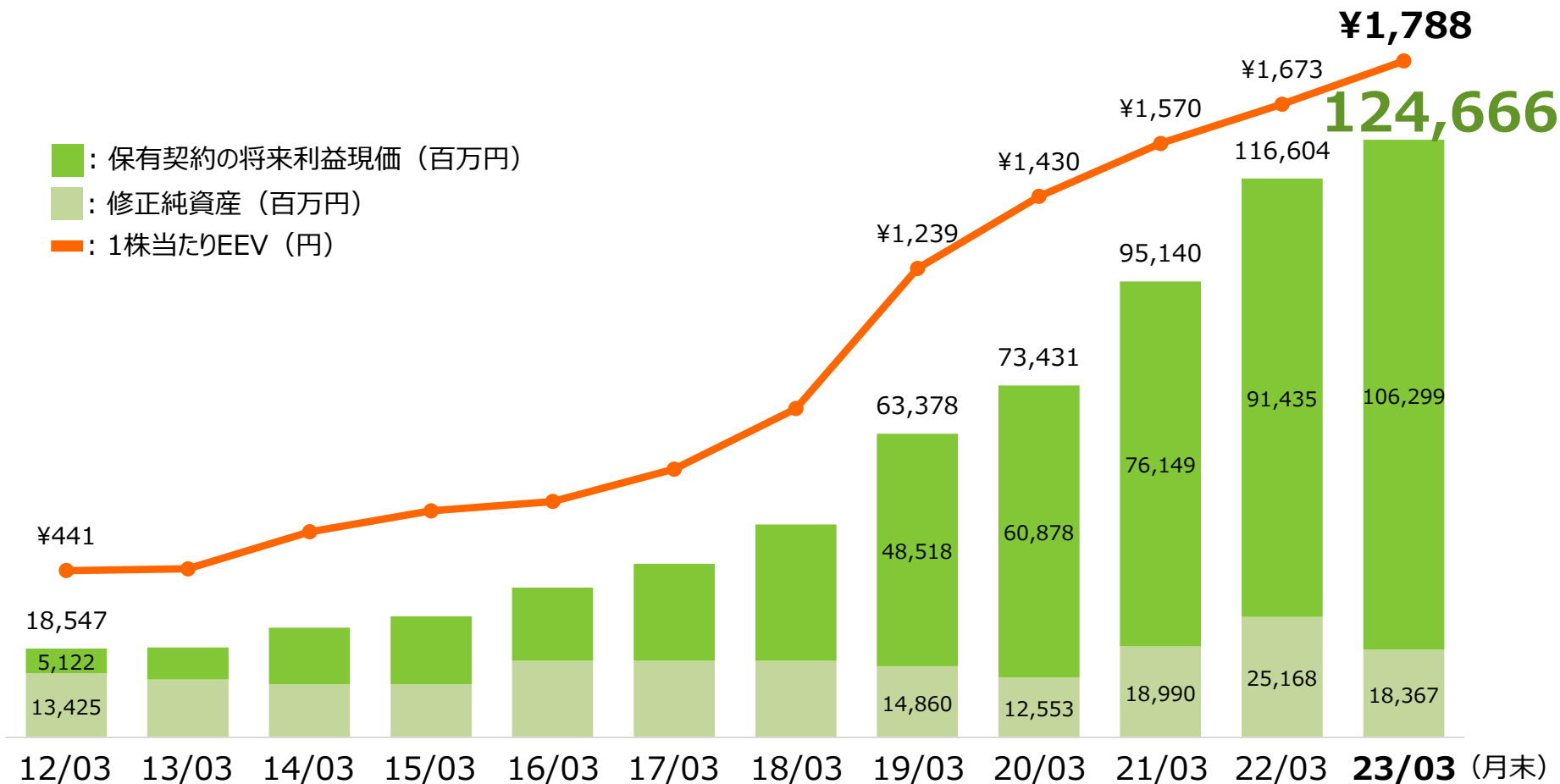
■ **2桁%成長を
持続的に達成**

■ **前年度末比
年換算保険料
111.7%
件数
112.1%**

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

EEV (ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー) ¹の力強い成長

- EEVの2012年3月上場以降の年平均成長率は19%²、保有契約から生じる会計上未実現の将来利益である「保有契約の将来利益現価」は年平均成長率32%と高い成長率を実現しています。
- また、1株当たりEEVも着実に増加しています。



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

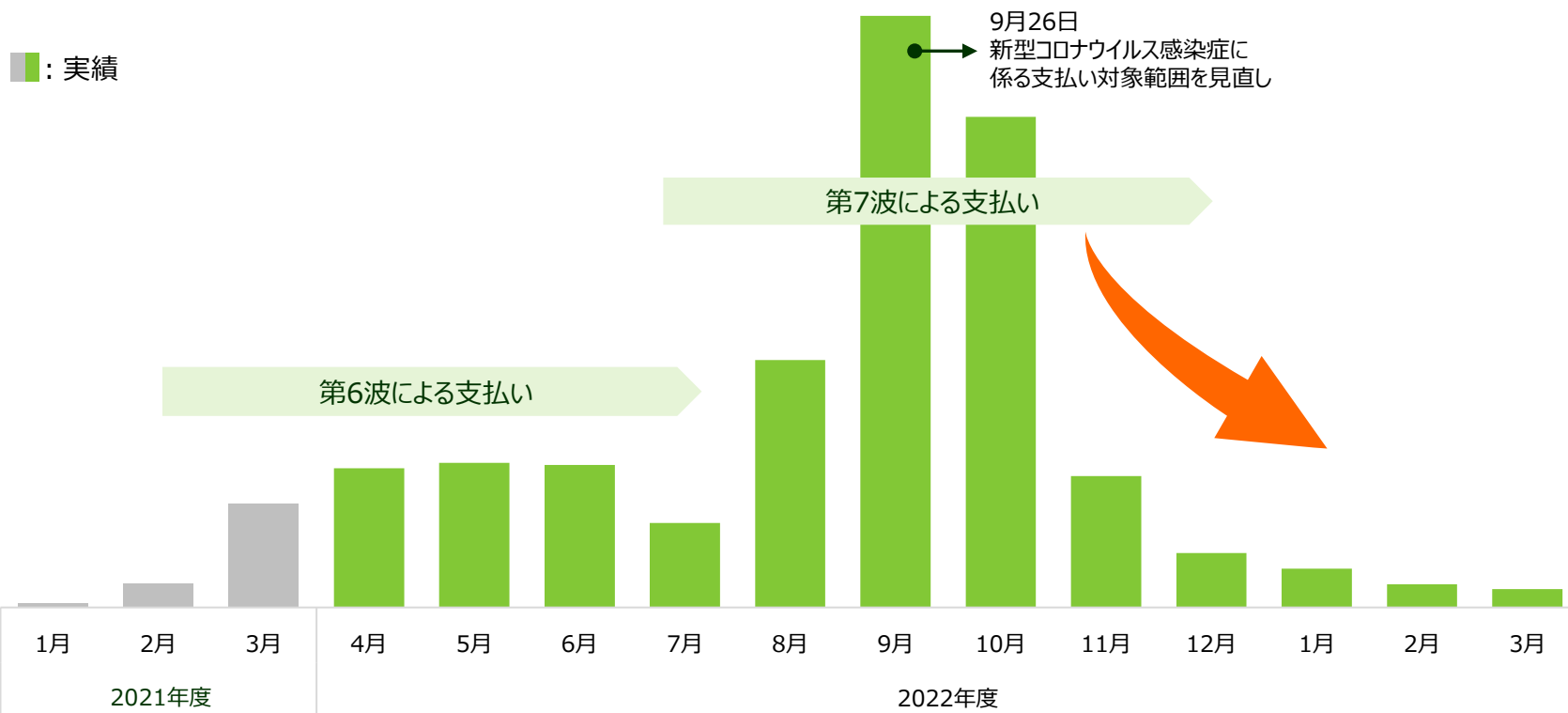
新型コロナウイルス感染症に係る支払い

- 2022年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、当該感染症に係る保険金及び給付金の支払いが13.7億円発生しました。

新型コロナウイルス感染症に係る保険金・給付金支払い額

2022年4月～2023年3月支払い額

約**13.7**億円



- 2022年度に掲げた成長戦略における主な結果・進捗は、以下のとおりです。

事業成長

- コロナ感染拡大・縮小の影響を受けるも、保有契約業績は2桁%成長を継続
- 営業費用効率の悪化、コロナ関連支払い、金利上昇及びインフレがマイナス方向に作用も、EEVは着実に成長

将来施策

- 中長期の持続的成長の実現に向けて、新しいパートナーとの業務提携契約を締結



- オンライン生保のプラットフォームを目指して、保険比較サイト「betterChoice」上の取り扱い商品数を約60商品まで拡充

財務報告

- 2023年度からの国際財務報告基準（IFRS）の任意適用を機関決定

I. 会社概要・ビジネスモデル

II. 生命保険業界動向

III. 2022年度業績

IV. 今後の成長戦略

V. 主要なリスク

- 当社は今後も着実な成長を続け、中長期において高い収益力を実現するために、以下の経営方針を策定しています。

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

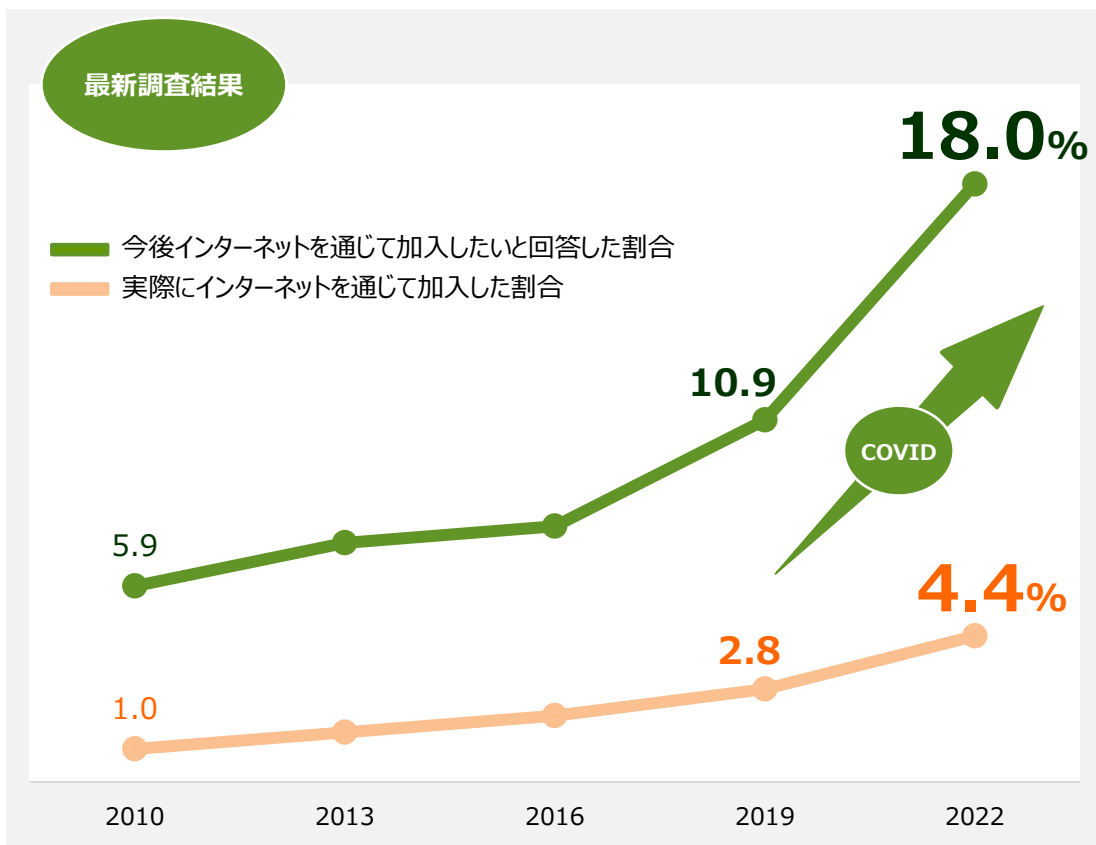
積極的プロモーション及び代理店・ホワイトレーベルの拡大により、圧倒的な集客を実現する

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

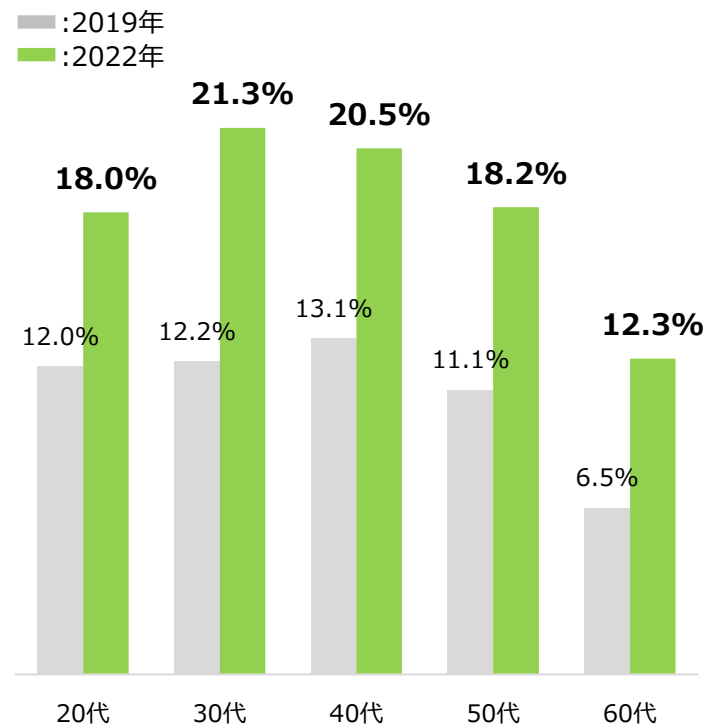
- 金融サービスのデジタル化という構造的な変化を背景として、オンライン生保市場の成長可能性は確実に拡大しており、特に直近の3年間に於いては、新型コロナウイルスの感染拡大を機にオンラインでの加入意向がさらに増加しています。
- また、年代を問わず幅広い世代でオンラインでの加入意向が高まっていることも、今後のオンライン生保市場の拡大に追い風であると考えています。

コロナを機に、オンライン生保への加入意向はさらに増加¹



オンライン生保は幅広い世代に浸透¹

直近3年間で年代別加入意向の変化



1. 生命保険文化センター「生活保障に関する調査」

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、少数の企業が市場開拓する時期、参入企業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企業が享受する時期の3段階があると考えています。
- 現状の環境は競争しながら市場が拡大する時期にあると考えており、当社はここで成長投資を継続することで、圧倒的なNo.1ポジションを構築し、将来の企業価値の最大化を目指します。

オンライン生保市場の広がり当社ポジション（イメージ）



No.1ポジションを活かした成長サイクル

- ライフネット生命というブランド、お客さま視点のUI/UX、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からの組み込み型保険ビジネスの引き合いに繋がっています。
- パートナービジネスの拡大により、今後オンライン生保市場の拡大がさらに加速し、その結果、当社の事業規模が加速度的に成長する、という成長サイクルこそが、現在のライフネット生命の独自性（ユニークネス）であると考えています。

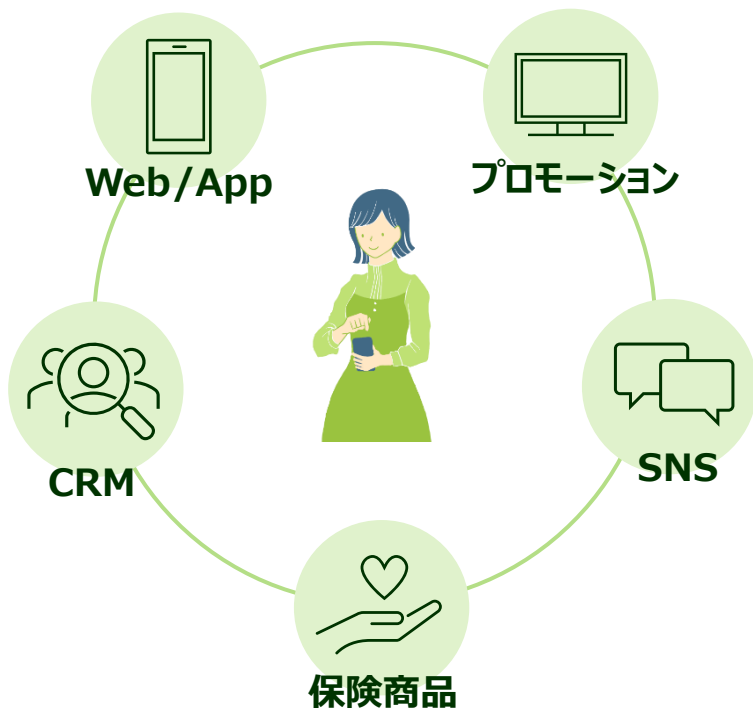


個人保険事業の取組み

- 主力のインターネットチャネルにおいては、若年層をはじめ時代とともに変化するお客さまの行動様式への適応を図ることで、中期的に成長を再加速させていくことを目指します。
- パートナービジネスチャネルにおいては、オンライン生保のリーディングポジションにあるという強みを活かして、パートナー企業との協業に積極的に取り組み、業績貢献度を中期的に高めます。

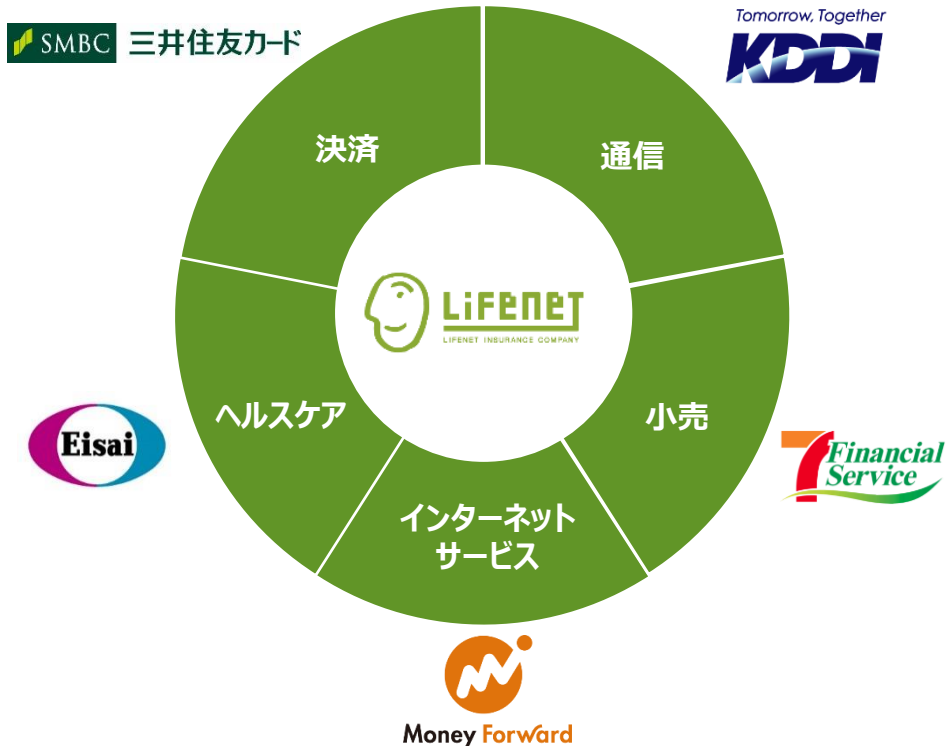
インターネットチャネル

若年層を起点に、お客さまニーズの変化へ適応



パートナービジネスチャネル

各パートナー企業の幅広い顧客基盤とブランド力を活用



団体信用生命保険事業の取組み

- 開業来初となる団体信用生命保険事業として、2023年7月より、auじぶん銀行株式会社の住宅ローン利用者に向けて団体信用生命保険の提供を開始します。
- 当事業への取組みは新たな挑戦であり、事業領域の拡大を通じて企業価値のさらなる向上を目指します。

取組み

2023年7月1日（予定）より、auじぶん銀行の住宅ローン利用者向けに団体信用生命保険の提供を開始



auじぶん銀行株式会社 2022年11月15日ニュースリリースより引用



団体信用生命保険の提供

- auじぶん銀行が取り扱う既存の団信契約の引受保険会社を当社へ変更
- オンラインビジネスの特性を活かした保険商品・サービスを提供

- 当社は、オンライン生保のプラットフォーマーを目指して2021年度に子会社「ライフネットみらい株式会社」を設立しました。
- 2023年度は、個人のお客さま向けに提供する保険比較サイトのUI/UX向上に努めることなどにより、オンライン保険代理店としての事業規模拡大を目指します。
- さらに、2023年度から、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BtoB領域にも挑戦します。

to Consumer (個人向け)

オンラインプラットフォームとしてのUI/UXのさらなる進化



子会社

ライフネットみらい

相互作用
両輪で成長

to Business (法人向け)

オンライン保険ビジネスに必要なシステム・デジタルツール等の提供



事業会社



金融機関



中期的な成長軌道

- 個人保険事業は、主力のインターネットチャネルの成長を中期的に再加速させることに加え、パートナービジネスチャネルの保有契約業績への貢献度をさらに高めることを目指します。
- その上で、団体信用生命保険事業を当社の安定的かつ新たな収益基盤とすることを目指します。

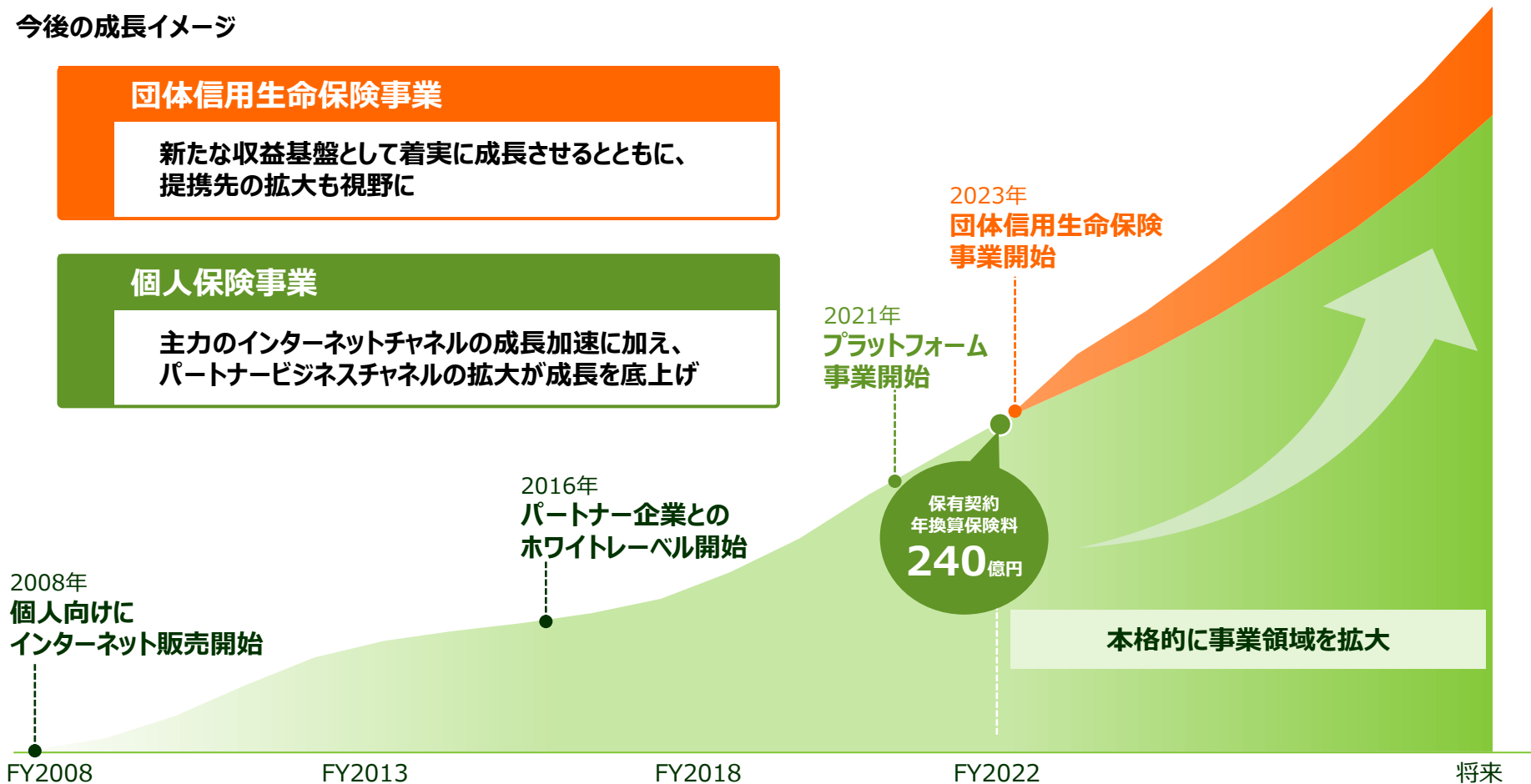
今後の成長イメージ

団体信用生命保険事業




新たな収益基盤として着実に成長させるとともに、提携先の拡大も視野に

個人保険事業

主力のインターネットチャネルの成長加速に加え、パートナービジネスチャネルの拡大が成長を底上げ



- 当社は、2023年度からIFRS17号を用いて財務報告を行います。
- IFRSは新契約の獲得にかかる費用の一部を保険期間に渡って繰り延べすることが可能となるなど、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、株主・投資家の皆さまにこれまで以上に有用な情報を提供できると考えています。

	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"> ・ 保守的に設定 ・ 契約獲得時に基礎率を固定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経験に基づいた最良の前提 ・ 每期見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経験に基づいた最良の前提 ・ 每期見直し
利益認識のタイミング (新契約獲得の影響)	<p>獲得時点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即時に認識する</p> 	<p>見込まれる利益が保険期間にわたって、配分される</p> 

1. IFRS任意適用後も、資本十分性と剰余金の配当は法定会計に準じる

- IFRSへの財務報告変更に伴い、「ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー」「保有契約年換算保険料」「保険サービス損益」を、株主・投資家の皆さまに今後優先して着目いただく指標として設定します。

企業価値を表す
経営指標

ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー
(EEV)

成長性指標

保有契約年換算保険料¹

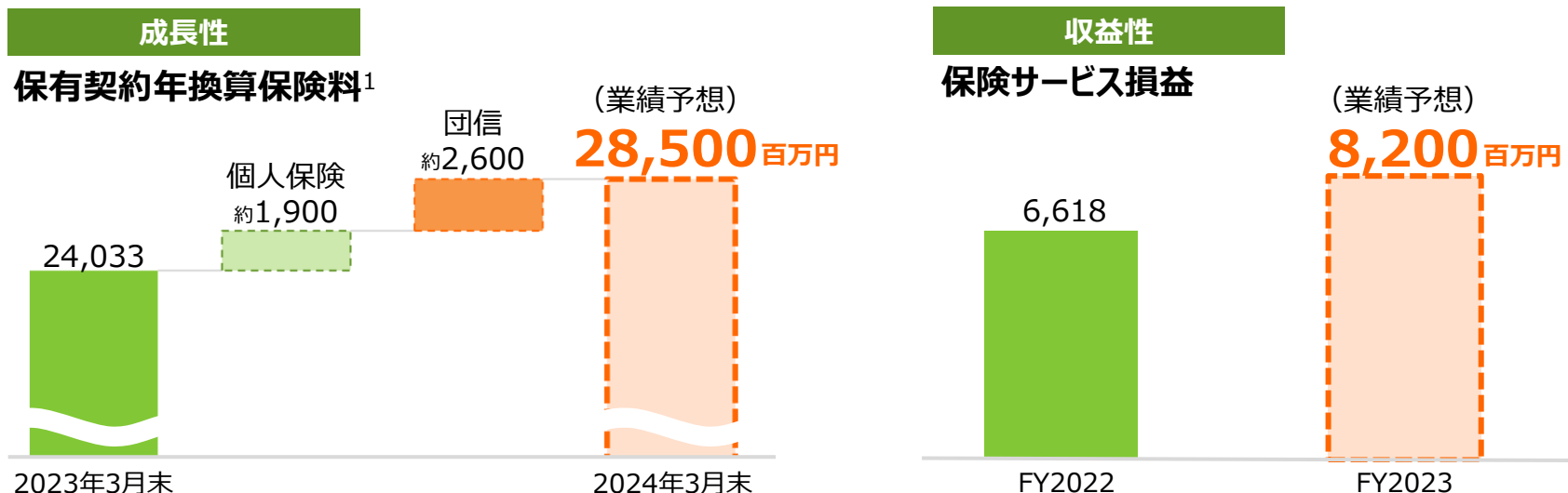
収益性指標

保険サービス損益
(IFRS)

1. 個人保険と団体信用生命保険を合算した保有契約年換算保険料。年換算保険料とは、1回当たりの保険料（団信は、保有契約を元に算出される翌月の収入保険料）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を指します。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ヶ月当たりの保険料に12を乗じたものが年換算保険料となります。

2023年度連結業績予想

- 2024年3月末の保有契約年換算保険料¹は285億円を見込みます。
- また、IFRS適用初年度である2023年度の保険サービス損益は82億円、最終利益である親会社の所有者に帰属する当期利益は53億円の黒字を見込みます。



(百万円)	2022年度業績 ²	2023年度業績予想 ³
保有契約年換算保険料 ¹	24,033	28,500
保険収益	20,732	24,900
保険サービス損益	6,618	8,200
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,575	5,300

1. 年換算保険料とは、1回当たりの保険料（団信は、保有契約を元に算出される翌月の収入保険料）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を指します。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ヶ月当たりの保険料に12を乗じたものが年換算保険料となります。
2. 保険収益・保険サービス損益・親会社の所有者に帰属する当期利益はIFRSの科目で、会計監査前の数値です。
3. 2023年度業績予想は、2023年7月（予定）から開始する団体信用生命保険事業による影響を含みます。

IFRS主要項目の過年度推移¹

- 株主・投資家の皆さまにIFRSへのご理解を深めていただくため、IFRS主要項目の過去5事業年度分の参考数値（未監査）を開示しています。

(百万円)		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	
IFRS PL	保険サービス損益	4,885	5,419	6,606	7,216	6,618	
	保険収益	10,560	12,550	15,220	17,987	20,732	
	保険サービス費用	5,509	7,038	8,468	10,429	13,874	
	再保険損益	△165	△92	△144	△341	△239	
	金融損益 ²	-	-	-	-	△435	
	その他損益	-	-	-	-	△822	
	税引前当期利益	-	遡及計算の対象外			-	5,360
	親会社の所有者に帰属する当期利益	-	-	-	-	3,575	

IFRS B S	資本	-	-	-	71,871	75,716
	期始CSM	22,979	44,835	55,103	65,736	74,907
	新契約CSM	3,536	4,813	8,908	7,690	6,879
	利息による増加	309	461	595	640	710
	前提変更等による調整	21,497	9,293	6,369	6,597	7,508
CSM償却	CSM償却	△3,486	△4,300	△5,241	△5,757	△6,401
	期末CSM	44,835	55,103	65,736	74,907	83,604

他	保険獲得CF ³	5,225	7,484	8,339	9,854	10,390
	維持費 ⁴	2,070	2,386	2,761	3,480	4,049

1. 2018年度から2021年度の各数値は、遡及計算の過程においての過去数値の算出結果であり、会計監査を行っていない。2022年度の各数値は現時点では会計監査前の数値

2. 金融資産から生じる投資損益、保険金融損益及び再保険金融損益の小計

3. 保険獲得CFのうち当期発生分

4. 契約の履行に直接関連する経費であり、保険獲得CFに含まれないもの

- 2023年度以降は、インターネットチャネルの成長の中期的な再加速に加え、団信事業等の事業領域の拡大を目指します。
- これらの取組みを通じて、「保険サービス損益の10%成長の継続」という高い利益成長の実現に加え、2025年度を目途に「東証プライム市場への移行」を目指します。
- その上で、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。

2022年度

- ・ 主力のインターネットチャネルにおける効率悪化
- ・ 団信事業、新たな業務提携の発表

2023年度以降

- ・ インターネットチャネルの成長を中期的に再加速
- ・ 団信事業等の事業領域の拡大
- ・ 保険サービス損益の10%成長の継続
- ・ 2025年度を目途に東証プライム市場への移行を目指す¹

将来

- ・ 経営目標
EEV2,000億円
の早期達成

1. 当社は現在、東証プライム市場への上場基準として定められている「収益基盤」の項目が未充足の状態にあります。当項目における「最近2年間の利益合計25億円以上」の充足に向けて、当社が2023年度から適用するIFRSにおいて、2023年度・2024年度の2年間の利益合計での充足を実現し、東証プライム市場への移行を目指します。

I. 会社概要・ビジネスモデル

II. 生命保険業界動向

III. 2022年度業績

IV. 今後の成長戦略

V. 主要なリスク

リスク分類

- 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	A-1 競争状況に係るリスク	○
	A-2 営業費用の投下に係るリスク	
	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 サステナビリティ全般に係るリスク	
	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-1 死亡率・罹患率等に係るリスク	○
	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	C-1 金利変動に係るリスク	○
	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	D-1 システムリスク	○
	D-2 法令等違反及び社会規範逸脱に係るリスク	
	D-3 情報漏えいに係るリスク	
	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 人材の確保・維持に関するリスク	
	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 (1/3)

■ 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>■ 競争状況に係るリスク 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の増加によって保有契約件数が減少し、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推進するなど、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>「正直に わかりやすく、安くて、便利に。」というライフネットの生命保険マニフェストのもと、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・強化を図っています。その他、積極的な営業費用の投下や、パートナービジネスチャネルにおける協業の推進、団体信用生命保険事業への取組み、子会社であるライフネットみらい社によるオンラインの生命保険プラットフォームの構築など、当社の今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>■ 営業費用の投下に係るリスク 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、また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>お客さまの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。当社の商品・サービスやマーケティングにおいてこれらへの対応が適切になされない場合、今後、現状の規模での営業費用の投下を継続したとしても新契約業績が低下し、適正な商品収益性が確保できないこととなります。</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。これらのコントロールを通じて、営業費用の投下に係るリスクの発生可能性を抑制することができると考えています。</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います。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・エンベディッド・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、グローバルに物価上昇が進行し、欧米各国も政策金利の引き上げを行っています。

これらの状況において、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診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、必要に応じて診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。

現在、金融経済の動向を踏まえ、金利変動リスクの抑制と法定会計上の耐性を高めることを目的として、債券のデュレーションの短期化、及び会計上の保有目的区分について「その他有価証券」から「満期保有」への割合のシフトを進めています。

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います。しかし、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。加えてこれらが原因で、当社がお客さまに提供するサービス、保険金・給付金の支払いや保険料の収納、資産運用業務などを一時的に中断せざるを得ない事態が生じる可能性があります。その結果、お客さまの信頼及び当社のレピュテーションの低下を招くとともに、行政処分につながるおそれがあり、当社の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）

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）の運営等を行っています。

※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。

補足資料



LIFENET

LIFENET INSURANCE COMPANY

- 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。
- 生命保険の原点である「相互扶助」の考え方を踏まえ、10項目のマテリアリティ（重要課題）を特定しました。

ライフネット生命のマテリアリティ 生命保険の未来をつくる

お客さまのために
未来をつくる



1. 正直にわかりやすく、安くて、便利にする
2. セキュリティを高める

よりよい社会のために
未来をつくる



3. パートナーシップを積極的に活用する
4. 気候変動に対応する
5. 責任ある投資をする

従業員とともに
未来をつくる



6. 多様性を大切にする
7. 成長の機会をつくる

未来をつくるガバナンス

8. ガバナンスを強くする

9. リスク管理を高める

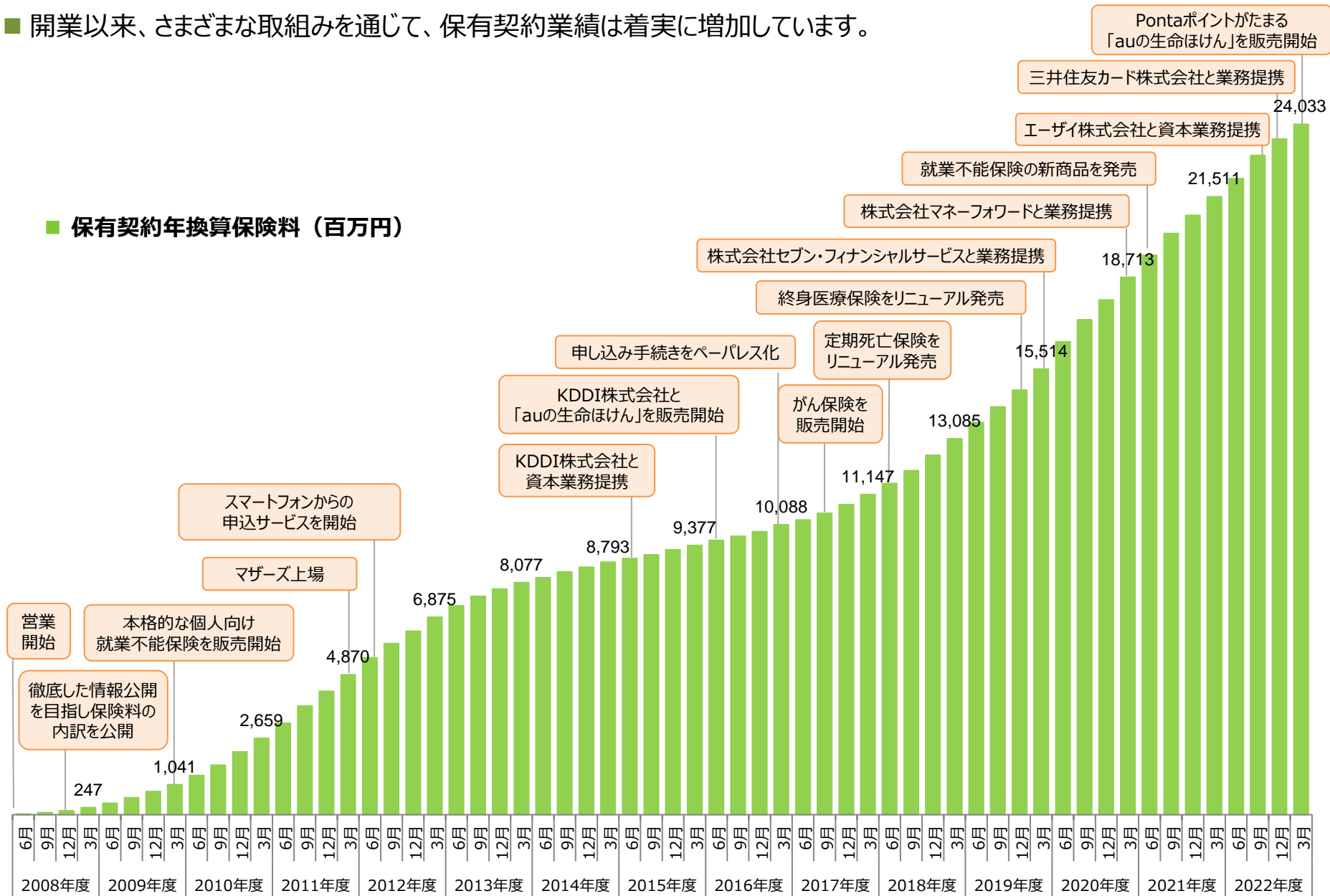
10. 企業倫理を大切にする

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

保有契約の推移と主な取組み

■ 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。

■ 保有契約年換算保険料（百万円）



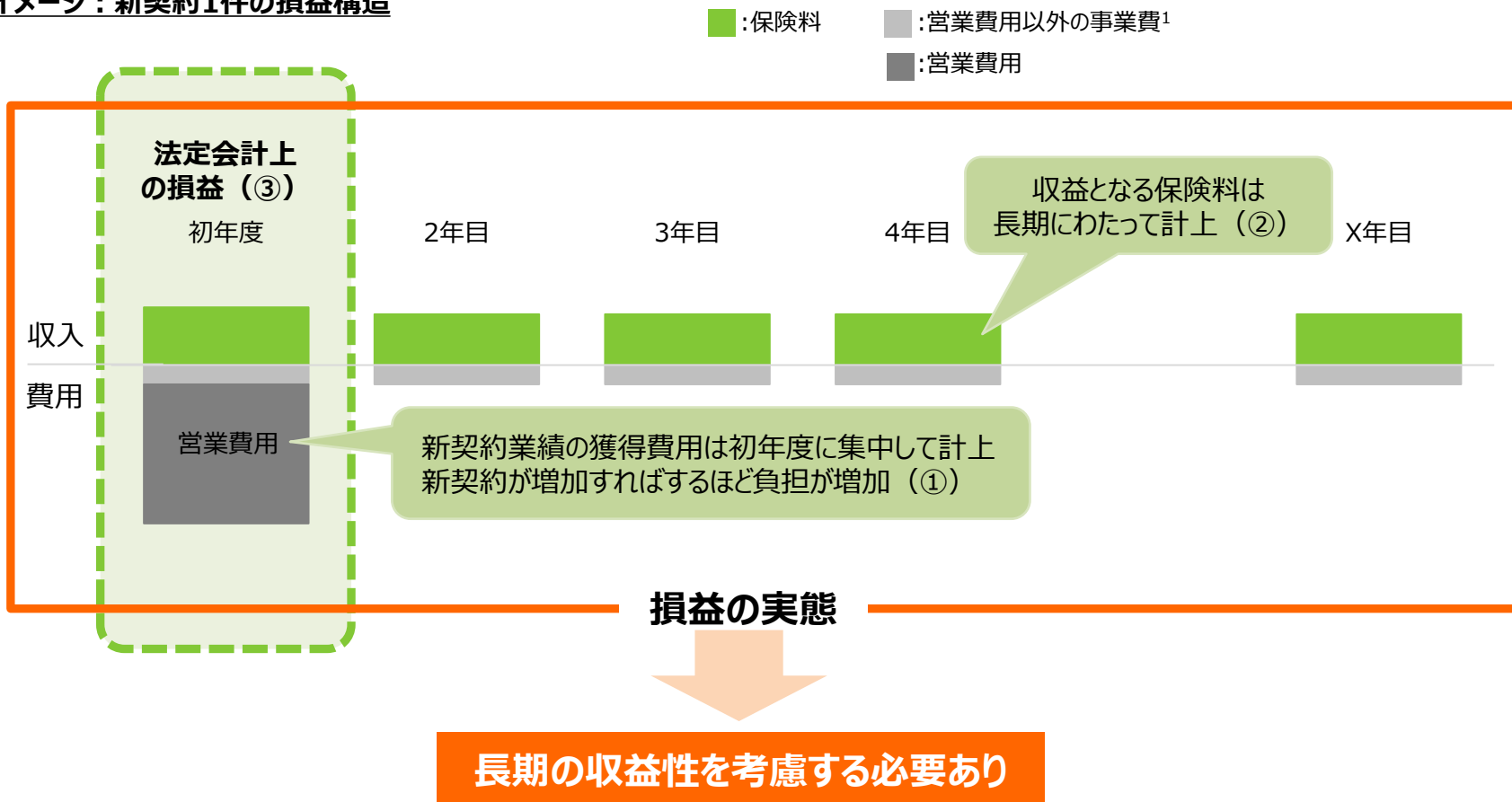
2021年9月海外公募増資の概要

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 (2021年度)	充当額 (2022年度)
	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	1,500百万円
	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	100百万円
	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	700百万円
支出予定期間	2022年3月期から2026年3月期まで			

現行法定会計の収益構造

- 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。

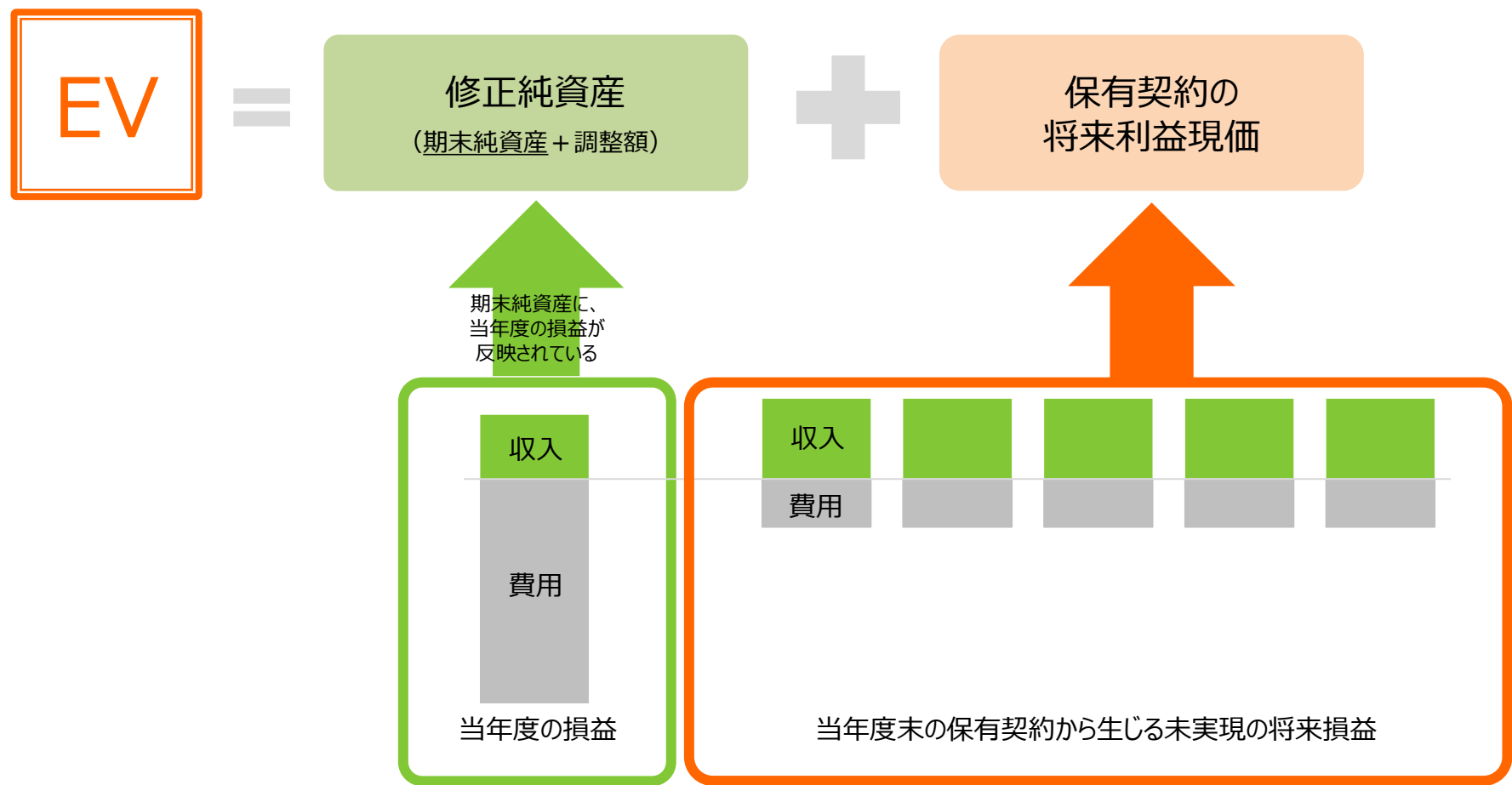
イメージ：新契約1件の損益構造



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。





本資料は2023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。

なお、次回の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」の開示
は、2024年6月を予定しております。

<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