



人生に、
大切なことを、
わかりやすく。

ライフネット生命の 今後の営業戦略

2010年7月27日

ライフネット生命保険株式会社

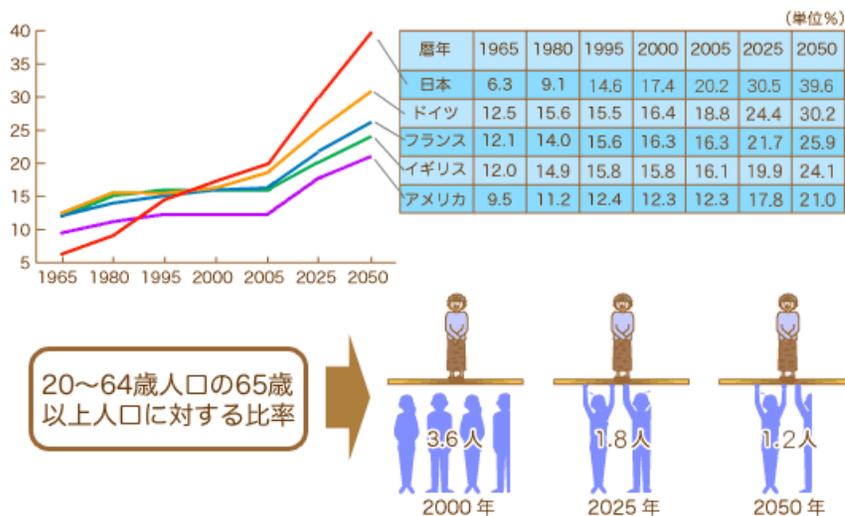
代表取締役社長 出口治明

- **生命保険業界の大きな流れ**
- **ライフネット生命の起業**
- **今後の営業戦略**

生命保険業界の 大きな流れ

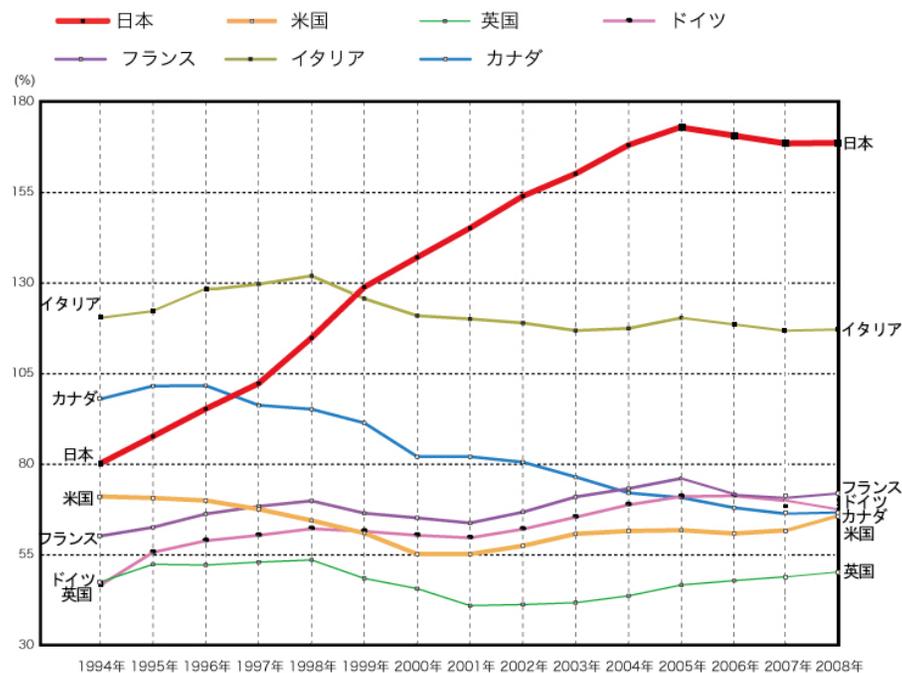
1. 日本の課題

65歳以上の対総人口比



出所:「国勢調査」(総務省)及び「日本の将来推計人口」(2006年12月国立社会保障・人口問題研究所)、外国は国連推計)

債務残高の国際比較(対GDP比)



出所:OECD/エコノミック・アウトルック(83号(2008年6月))。計数はSNAベース、一般政府。

2. 少子高齢化の衝撃

◆海外に出て行く

◆ちがうビジネスを行う

◆労働集約的なビジネスモデルを変える

- ・バンカシュランス
- ・ネット生保

3. 世の中の大きな流れ

1945年 戦後の復興始まる

1940年体制の世界(金融は全て大蔵省の一元指導)

- ・保険料は原則同一
- ・商品も原則同一

1995年 保険業法改正

- ・自由化(経営効率化の果実を消費者へ)
- ・健全性の確保
- ・公正な事業運営



- ・比較情報の自由化は進まず
チャネルの自由化も道半ば
- ・相次いだ生保破綻(8社)
- ・保険金等の不払い問題



- ・自由化、効率化を推進し、消費者利益を追求



4. 保険金不払い問題の教訓

不払い問題：保険会社・保険業界の構造的問題の露呈

= 保険商品の著しい複雑さ

+ 説明しない(できない)募集人の資質

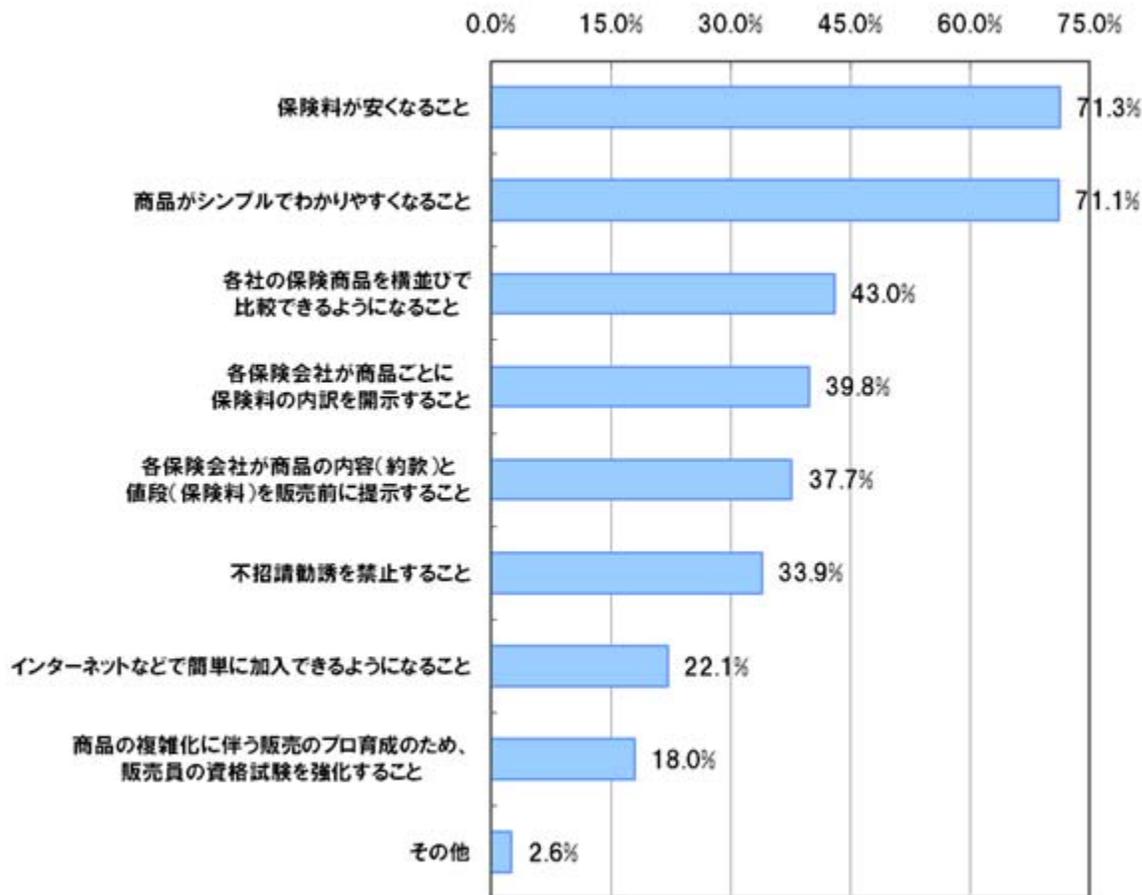
+ 保険会社の顧客の不知に乗じた戦略

(出所:「社団法人全国消費生活相談員協会」2008.4.24)



- 1. 生命保険商品をシンプルにわかりやすくすること**
- 2. お客さまにきちんと説明すること**
(生命保険募集人、代理店の資質の向上)
- 3. メーカーと消費者の間の情報格差(情報の非対称)を縮めること**

5. お客様は何を望んでいるのか



■全体 [n= 684]

出所: SBIアクサ生命・ライフネット生命
「ネット生保に関する共同調査」2009年4月

1. 安く
2. わかりやすく
- 3~5. 比較情報

6. 商品比較が行われない風土

生命保険加入時の 商品比較経験

(%)

他の民間の生命保険会社の生命保険（かんぽ生命を除く）	生協や全労済の生命共済	郵便局の簡易保険（かんぽ生命を除く）	かんぽ生命	J Aの生命共済	生命保険以外の金融商品（損害保険や預貯金、公社債、株式等）	特に比較はしなかった	不明
25.0	5.7	3.9	2.9	2.4	0.9	67.7	1.1

出所：生命保険文化センター2009年調査

生命保険の加入チャネル

(%)

生命保険会社の営業職員	68.1
家庭に来る営業職員	52.5
職場に来る営業職員	15.7
通信販売	8.7
インターネットを通じて	2.9
テレビ・新聞・雑誌などを通じて	5.7
生命保険会社の窓口	1.9
郵便局の窓口や営業職員	2.9
銀行・証券会社を通して	2.6
銀行を通して	2.6
都市銀行の窓口や銀行員（ゆうちょ銀行を含む）	1.1
地方銀行、信用金庫、信用組合の窓口や銀行員	1.1
信託銀行の窓口や銀行員	0.4
証券会社の窓口や営業職員	0.0
保険代理店の窓口や営業職員	6.4
勤め先や労働組合等を通じて	3.0
その他	4.9
不明	1.3

生命保険会社のHP上での 約款・保険料開示状況

生命保険協会加盟会社：45社（2009年11月1日現在）	約款	保険料表
アイエヌジー生命保険株式会社	×	×
あいおい生命保険株式会社	×	△
アイリオ生命保険株式会社	○	○
アクサ生命保険株式会社	×	×
朝日生命保険相互会社	△	△
アメリカンファミリー生命保険会社	×	△
アリアンツ生命保険株式会社	×	×
アリコジャパン	×	△
AIGエジソン生命保険株式会社	×	×
エイアイジー・スター生命保険株式会社	×	×
SBIアクサ生命保険株式会社	○	○
オリックス生命保険株式会社	△	△
カーディフ・アシュアランス・ヴィ 株式会社かんぼ生命保険	×	×
クレディ・アグリコル生命保険株式会社	△	△
ジブラルタ生命保険株式会社	×	×
住友生命保険相互会社	○	×
ソニー生命保険株式会社	×	×
損保ジャパン・ディー・アイ・ワイ生命保険株式会社	×	○
損保ジャパンひまわり生命保険株式会社	△	△
第一生命保険相互会社	○	×
第一フロンティア生命保険株式会社	○	×
大同生命保険株式会社	×	×
太陽生命保険株式会社	△	×
チューリッヒ・ライフ・インシュアランス・カンパニー・リミテッド	×	×
T&Dフィナンシャル生命保険株式会社	△	×
東京海上日動あんしん生命保険株式会社	△	×
東京海上日動フィナンシャル生命保険株式会社	×	×
日本興亜生命保険株式会社	×	△
日本生命保険相互会社	○	×
ハートフォード生命保険株式会社	×	×
ピーシーエー生命保険株式会社	×	△
富国生命保険相互会社	×	×
フコクしんらい生命保険株式会社	×	×
富士生命保険株式会社	×	×
プルデンシャル生命保険株式会社	○	×
プルデンシャル ファイナンシャル ジャパン生命保険株式会社	×	×
マスマチュアル生命保険株式会社	×	×
マニユライフ生命保険株式会社	×	×
三井生命保険株式会社	×	×
三井住友海上きらめき生命保険株式会社	○	△
三井住友海上メットライフ生命保険株式会社	×	×
みどり生命保険株式会社	×	×
明治安田生命保険相互会社	○	×
ライフネット生命保険株式会社	○	○

約款：

○は全商品開示

△は一部商品のみ開示

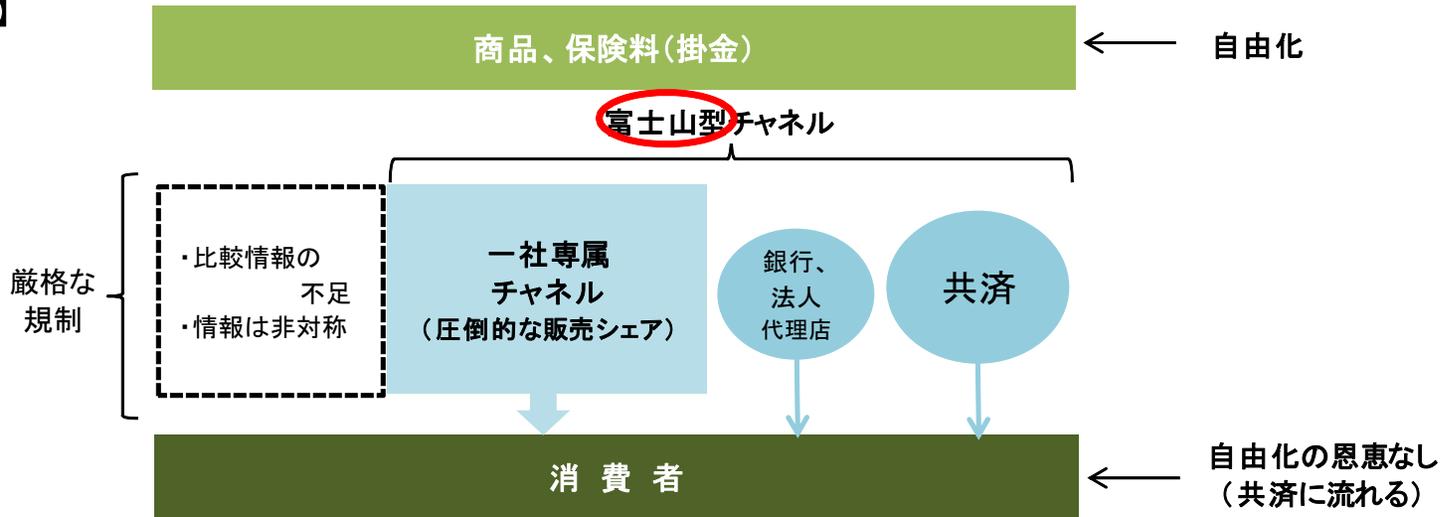
保険料表：

○は全年齢で開示

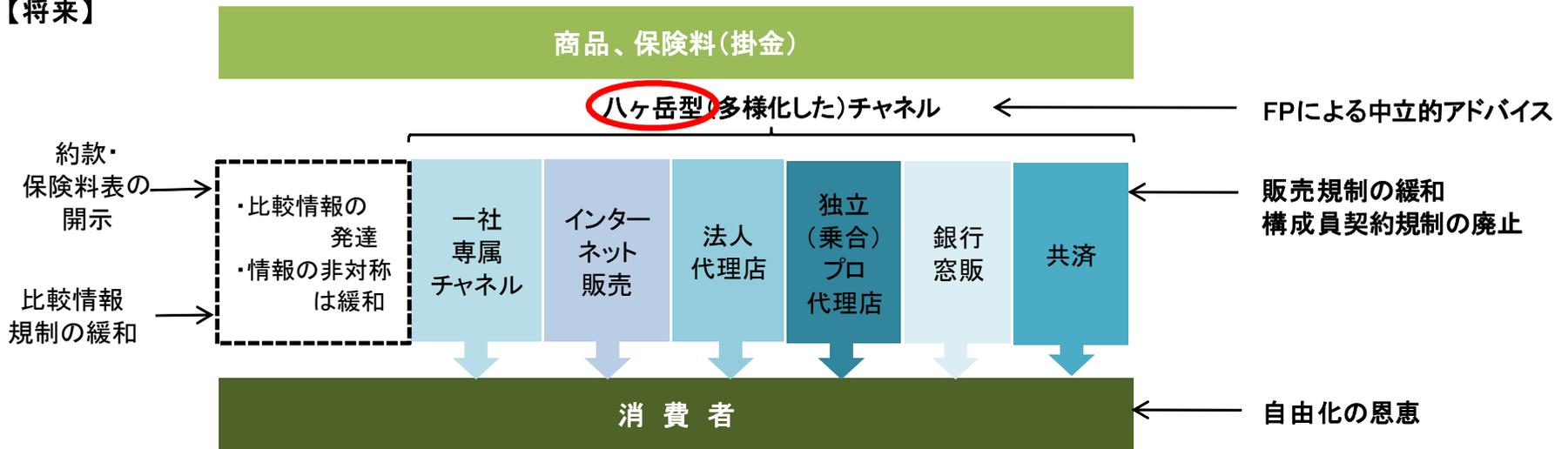
△は一部商品のみ開示

7. これからの消費者と保険

【現在】



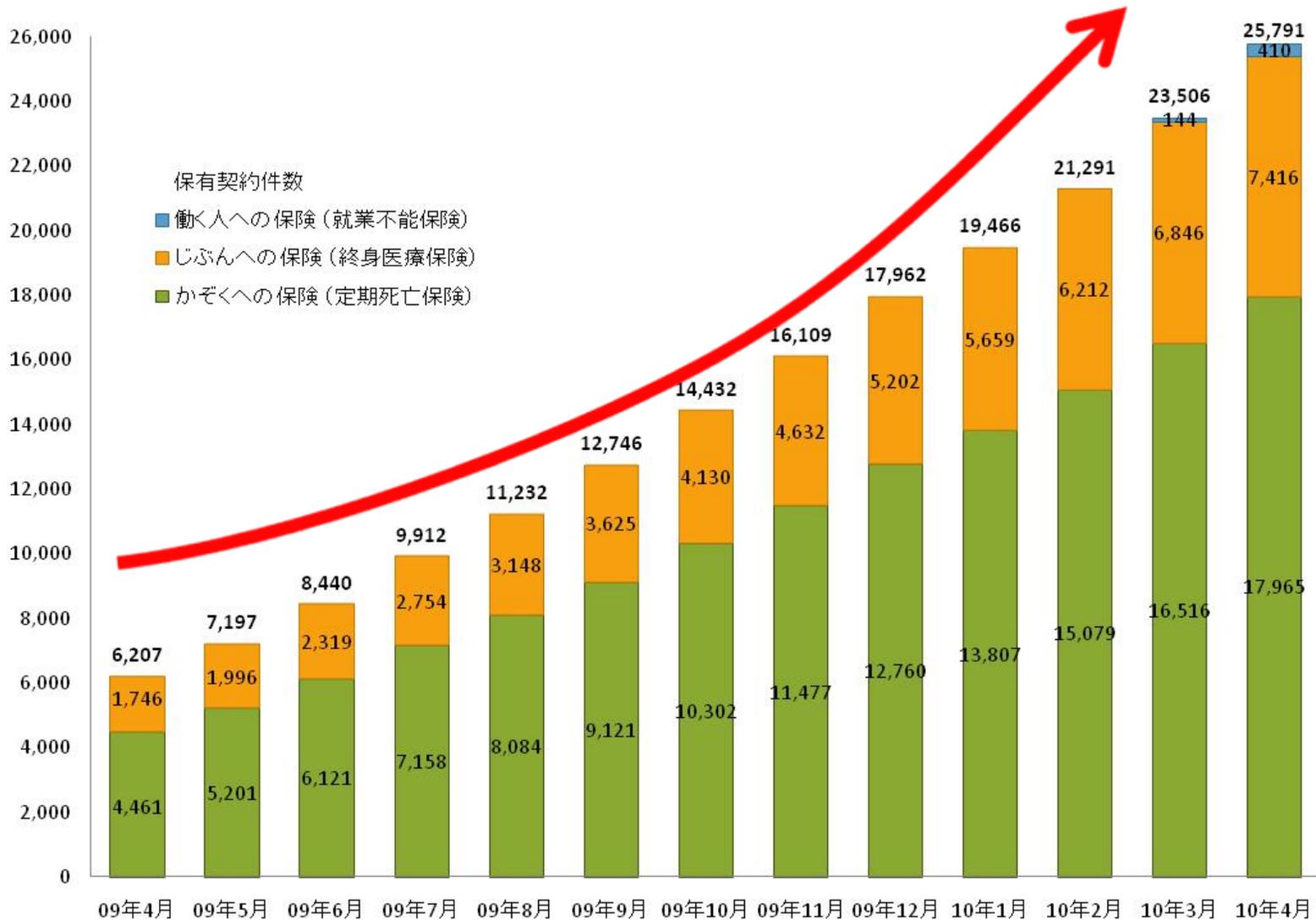
【将来】



ライフネット生命の起業

8. 保有契約の推移

～開業以来新契約は毎月平均10.8%増



9. プロの判断

2年連続

週刊ダイヤモンド プロが選ぶ(死亡保障部門)

「自分が入りたい保険」第1位 

※株式会社ダイヤモンド社発行「週刊ダイヤモンド」の2010年3月20日号特集企画「保険をリストラ」の「プロが選んだ 自分が入りたい保険ランキング」死亡保障部門で発売初年度から2年連続で第1位

“ネット直販のためシンプルでわかりやすい商品”
“全般的に保険料が安い”

日経ヴェリタス プロに聞いた(死亡保障部門)

「入りたい保険ランキング」第1位 

※2009年5月24日発行「日経ヴェリタス」『保険のプロに聞いた入りたい死亡保障ランキング』

“育ち盛りの子供がいる家庭などにお勧め”
“保険業界を改革する志を買う”



保険のプロ17人に聞いた入りたい死亡保障 カッコ内の社名は一部略称

- | | |
|--------------------|---|
| 1位
(47点) | 特徴 ネット直販の定期保険。特に若年層が安い
プロの目 育ち盛りの子供がいる家庭などにお勧め(嶋)、保険業界を改革する志を買う(後田) |
| 2位
(36点) | 特徴 ネット直販の定期保険。特に中年層が安い
プロの目 保険金が高額(2000万円以上)になると割引が大きい(田辺)、ネット販売なので手続きが簡単(紀平) |
| 3位
(25点) | 特徴 収入保障保険。一時払いでなく年金形式で受け取れる
プロの目 バランスの良い商品設計(田辺)、他社の収入保障保険より若干割安(和泉)、受け取り時に税や健康保険料の負担が大きく増える可能性に注意(深田) |
| 4位
(24点) | 特徴 通販、対面どちらでも買える割安定期保険
プロの目 比較的安くてシンプル。保険期間などの選択も多彩(明石)、割安(汀) |
| 5位
(18点) | 特徴 1年ごと更新の定期保険
プロの目 見直すべきだったのにそのまま時間がたってしまったということが起きにくい(内藤、深田、清水) |

10. ライフネット生命の概要

ライフネット生命保険株式会社

102-0083 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル

開業日 2008年5月18日(日)

資本金等 13,200,200千円 (資本準備金6,600,100千円を含む)

代表取締役社長 出口 治明

ソルベンシーマージン比率 8,731.5% (2010年3月末日現在)



LIFENET
LIFENET INSURANCE COMPANY

株主 (以下の会社もしくは以下の会社が運用する投資事業組合及びファンド)

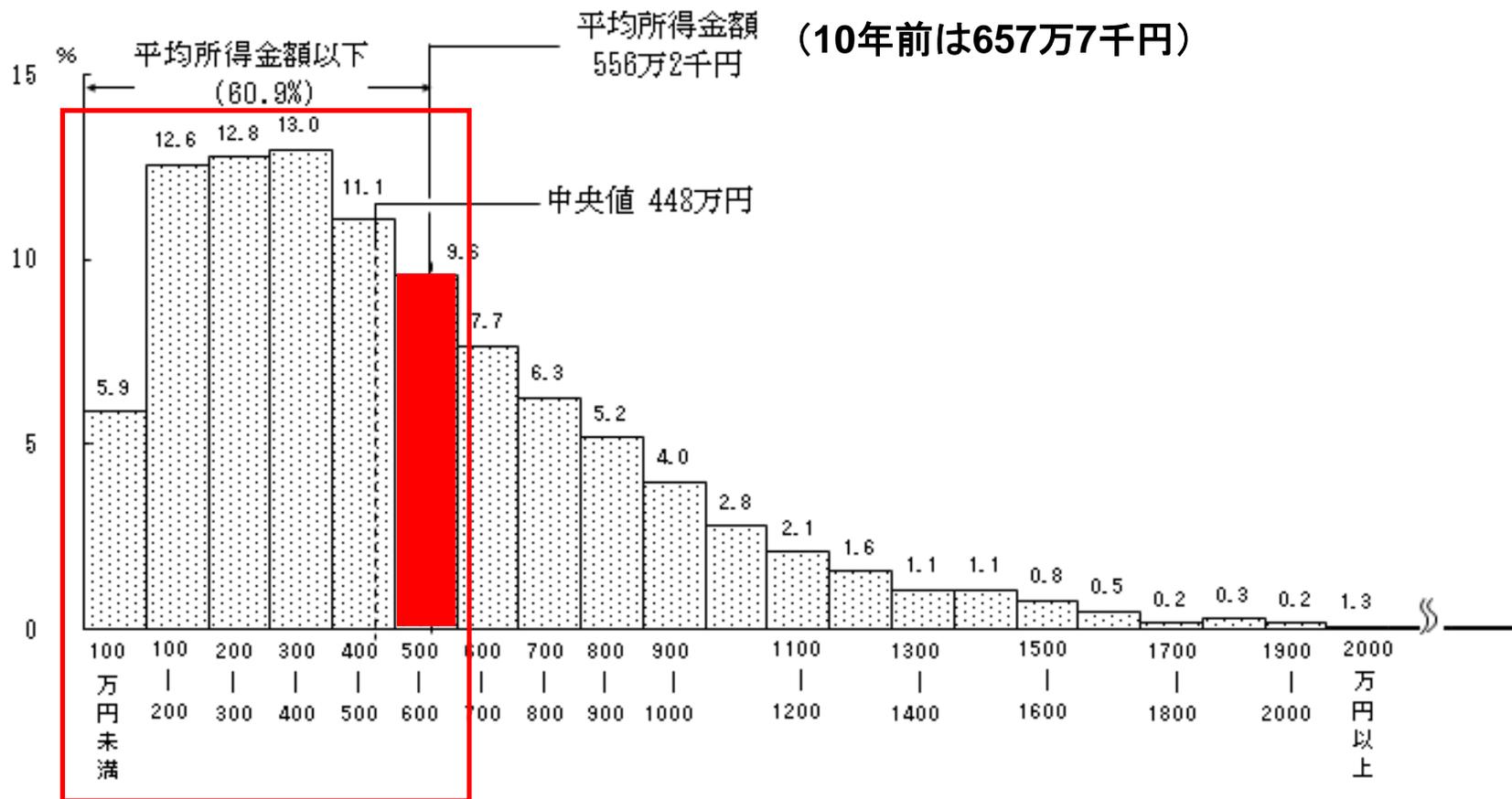
マネックスグループ株式会社
 あすかDBJ投資事業有限責任組合
 三井物産株式会社
 株式会社新生銀行
 株式会社セブン&アイ・フィナンシャル・グループ
 Farallon Capital Management, L.L.C.
 資産管理サービス信託銀行株式会社
 株式会社朝日ネット
 株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズ

株式会社リクルート
 株式会社東京大学エッジキャピタル
 三菱UFJキャピタル株式会社
 株式会社ジャフコ
 大和SMBCキャピタル株式会社
 りそなキャピタル株式会社
 ngi group株式会社
 株式会社アドバンスクリエイト

11. 生命保険料を半分にしたい

～平均所得はこの10年で15%減少～

1世帯当たりの所得金額

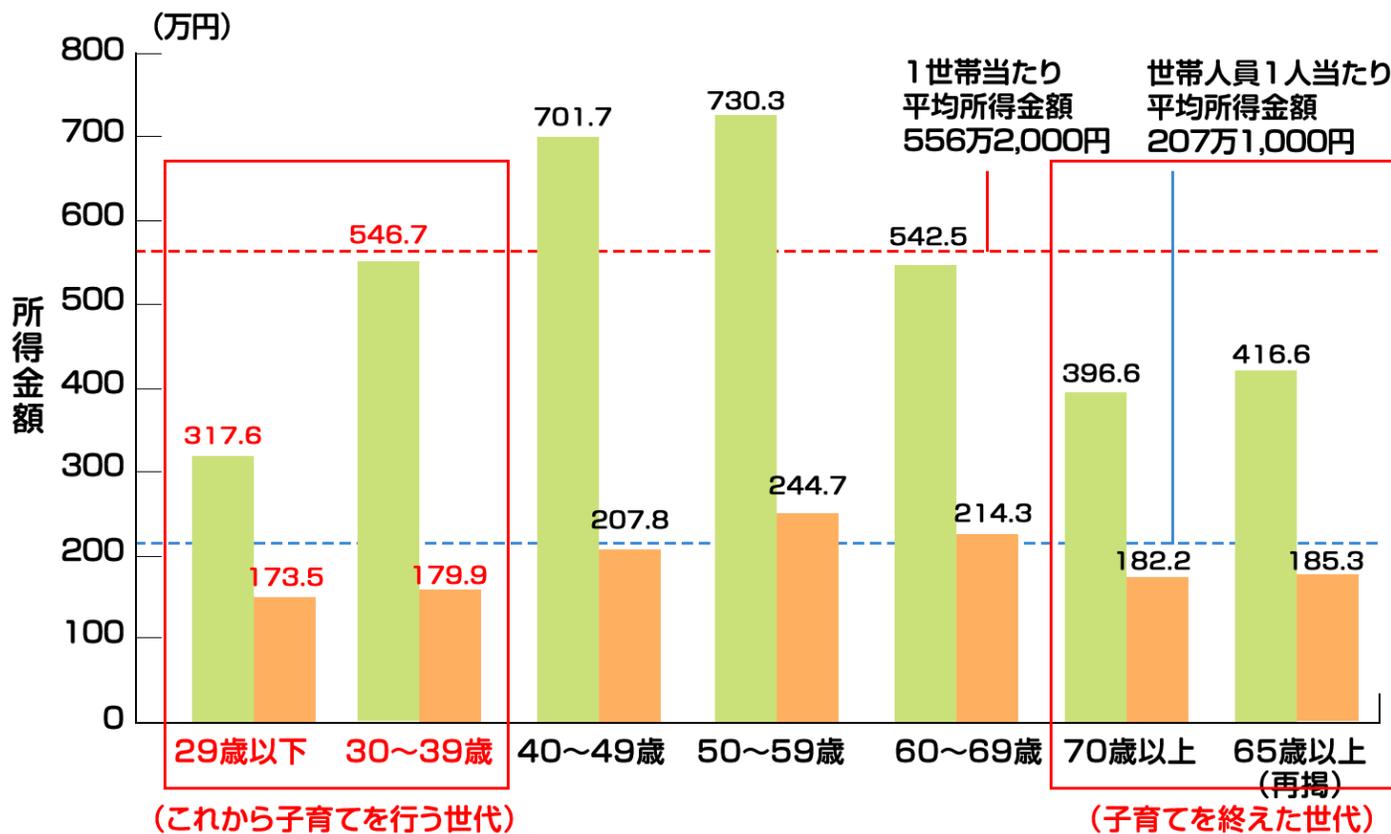


出所:厚生労働省「2008年 国民生活基礎調査の概況」

～20代、30代の子育て世代が一番貧しい

子育てを終えた世代より、これから子育てをする世代の方が貧しい。
これが今の日本の実態です。

●世帯主の年齢階級別に見た1世帯当たりおよび世帯1人当たり平均所得金額

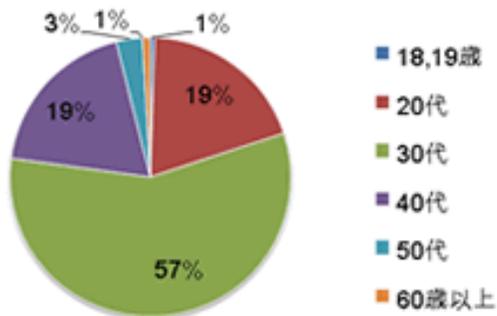


■ 1世帯当たり
■ 1人当たり

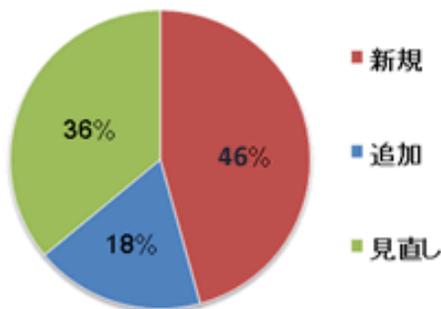
出所:厚生労働省「2008年 国民生活基礎調査の概況」

12. そして生命保険料は半分になった

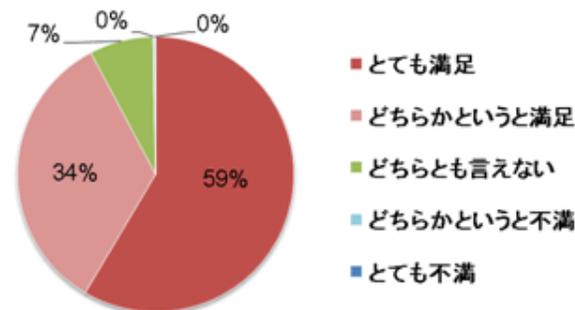
契約者年齢構成



加入状況



加入の満足度



平均月額保険料(※)

保険検討・以前	保険検討・完了後
14,550 円	7,881 円
削減額	削減率
6,669 円	46%

※見直しにあたり、53%の方が保障内容を「減らした」、25%の方が「増やした」、22%の方が「変わらない」と答えました。

大手生保4社の新契約1件当たりの月払い保険料

	新契約件数	月額保険料
日本生命	971,385件	19,914円
第一生命	912,930件	14,647円
住友生命	814,520件	13,796円
明治安田生命	575,588件	11,237円
四社平均	—	15,398円

※月額保険料算出のため、新契約のうち一時払契約を除く。
出所：Insurance2008年版生命保険統計号より計算

出所：ライフネット生命契約者アンケート
 ・調査期間：2009年9月24日～9月27日
 ・有効回答：993名（うち、保険の見直しを行った方：355名）

13. 純保険料と付加保険料の内訳

■個人保険契約条件:30歳男性、期間10年、保険金額3,000万円、月払口座振替扱い、特約なし



注1)健康体割引適用契約のうちC社は非喫煙条件あり

注2)A社とB社は有配当保険のため、両社開示の類似商品配当例の直近配当率から配当額を推定し年間保険料から減額した

14. 「信用」に対するライフネット生命の考え方

1. 政府のセーフティネットを活用

- ・預金・・・普通預金なら1,000万円まで保護
- ・生保・・・掛け捨て保険なら(ほぼ)100%保護

2. お客さまに見えないリスクを「最小限」にする

- ・商品は、3商品とも掛け捨て型
- ・当初は、株式も外貨も不動産は原則やらない
→運用は国債など高格付の円債が中心

3. 厚い資本(132億円)、安定感のある株主(17社)構成

4. 圧倒的に高いソルベンシーマージン比率

- 8731.5%(2010年3月末)
- 500%以上で経営を行うという内部ルール
(200%以上が健全な生命保険会社)

今後の営業戦略

15. ライフネット生命の特徴

保険金不払問題の原因

1. 複雑な商品
(比較情報をきらう)
2. 説明できないセールス
3. 1.2を放置した経営

(情報の非対称性を
縮める努力を放棄)

ライフネット生命では？

1. シンプルでわかりやすい商品
(比較をして買ってほしい)
2. プッシュ型営業を放棄
3. 徹底した情報公開により情報の
非対称性を少しでも小さくしたい

(付加保険料の開示
毎月業績報告)

16. ユニークな経営

- ◆ マニフェストの徹底が唯一の営業戦略
- ◆ 定年なし
 - 新卒採用は30才未満の未就業者
- ◆ 人材の多様性が成功の鍵
- ◆ 業界初(チャレンジ)を重視
 - ケータイから申し込める世界初の生保
 - 夜の10時まで電話がつながる初の生保
 - いつでも無料の保険相談を行っている生保

17. ブログで集まったスタッフ

私をはじめでネットライフを知ったとき、資本金は5000万円だった。当時会社の同僚と「ハーバードだかなんだか知らんけど、こりゃ本気じゃねーよ」と言いあった。

私をはじめでネットライフを訪ねたとき、やや薄暗いビルの郵便ポストには「ネットライフ企画」と書かれたちよいと汚れたラベルが貼ってあり、狭いオフィスには、狭くて岩瀬さんと出口さんしかいなかった。「本当に保険会社になるのだろうか。ここ」と思った。

私がネットライフ企画に行くことを上司に伝えたとき、「それって代理店？」と言われた。さらに、「こんな時期(不払い問題)にそんな会社に免許がでることは絶対がない。やめるべきだ。そんな時期に辞めるお前は無責任だ。」と言われた。

さらに別の上司に「そんなとこに免許出るわけないだろう！ 免許取れなかった準備会社にいた経歴なんてお前にとってなんのプラスにもならない。評価もされない。それでもいいのか！」と言われ、ボーナス月の前月に退職したため「あんたはどこまでお人よしの！！」とヨメにあきれられた。

私がか会社を辞める時、送別会で「どうしてそんな会社に応募したんですか？」と聞かれ「ブログで募集してたから」と答えると「そんないい加減なのでいいんですか！？」とまたあきれられた。

私がか会社を辞める時、父と母は「あんた東京でなんばのぼせとつとね！ 一か所で働き続けることもできんような根性無しに育てた覚えはなか！」と電話口でさんざん怒鳴られた。

……とまあ、いろいろあったのだが、こうやって予備免許をもらえた。これは本当にほんとーに素晴らしいことです。 いやー、よかったよかった。なにはともあれよかった！

18. ライフネット生命のマニフェスト

「生命保険はむずかしい」
そう言われる時代は、
もう、終わりにさせたい。

ライフネットの生命保険マニフェスト

18. ライフネット生命のマニフェスト

第1章 私たちの行動指針

- (1) 私たちは、生命保険を原点に戻す。生命保険は生活者の「ころばぬ先の杖が欲しい」という希望から生れてきたもので、生命保険会社という、制度が先にあったのではないという、原点に。
- (2) 一人一人のお客さまの、利益と利便性を最優先させる。私たちもお客さまも、同じ生活者であることを忘れない。
- (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しか作らない、売らない。
- (4) 顔の見える会社にする。経営情報も、商品情報も、職場も、すべてウェブサイトで公開する。
- (5) 私たちの会社は、学歴フリー、年齢フリー、国籍フリーで人材を採用する。そして子育てを重視する会社にしていく。働くひとがすべての束縛からフリーであることが、ヒューマンな生命保険サービスにつながると確信する。
- (6) 私たちは、個人情報の保護をはじめとしてコンプライアンスを遵守し、よき地球市民であることを誓う。あくまでも誠実に行動し、倫理を大切にする。

18. ライフネット生命のマニフェスト

第2章 生命保険を、もっと、わかりやすく

(1)初めてのひとが、私たちのウェブサイトを見れば理解できるような、簡単な商品構成とする。例えば、最初は、複雑な仕組みの「特約」を捨て、「単品」のみにした。

(2)お客さまが、自分に合った商品を自分の判断で、納得して買えるようにしたい。そのための情報はすべて開示する。例えば、私たちの最初の商品は、生命保険が生まれた時代の商品のよう、内容がシンプルで、コストも安く作られている。そのかわり、配当や解約返戻金や特約はない。保険料の支払いも月払いのみである。このような保険の内容も、つつみ隠さず知ってもらう。

(3)すべて、「納得いくまで」、「腑に落ちるまで」説明できる体制をととのえていく。わからないことは、いつでも、コンタクトセンターへ。またウェブサイト上に、音声や動画などを使用して、わかりやすく、退屈させないで説明できる工夫も、十分にしていこう。

(4)私たちのウェブサイトは、生命保険購入のためのみに機能するものではなく、「生命保険がわかる」ウェブサイトとする。

(5)生命保険は形の無い商品である。だから「約款」(保険契約書)の内容が商品内容である。普通のひとが読んで「むずかしい、わからない」では商品として重大な欠陥となる。誰でも読んで理解でき、納得できる「約款」にする。私たちは、約款作成にこだわりを持ち、全社員が意見をだしあって誠意をもって約款を作成した。

(6)生命保険は、リスク管理のための金融商品である。その内容について、お客さまが冷静に合理的に判断できる情報の提供が不可欠である。

18. ライフネット生命のマニフェスト

第3章 生命保険料を、安くする

- (1) 私たちは生命保険料は、必要最小限以上、払うべきではないと考える。このため、さまざまな工夫を行う。
- (2) 私たちの生命保険商品は、私たち自身で作れ私たちの手から、お客さまに販売する。だからその分、保険料を安くできる。
- (3) 保障金額を、過剰に高く設定しない。適正な金額とする。したがって、毎月の保険料そのものが割安となる。私たちのシミュレーションモデルは、残された家族が働く前提で作られている。「すべてのひとは、働くことが自然である」と考えるから。そのために、いざという場合の保険金額も、従来の水準よりも低く設定されている。
- (4) 確かな備えを、適正な価格で。私たちの最初の商品は、シンプルな内容の「単品」のみである。良い保険の商品とは、わかりやすく、適正な価格で、いつでもフレンドリーなサービスがあり、支払うときも、あやまりなく、スピーディーであるかが、問われると考える。それゆえに、あれこれ約束ごとを含む、複雑な特約とのセット販売は行わない。
- (5) 事務コストを抑える。そのために、紙の使用量を極力制限する。インターネット経由で、契約内容を確かめられるようにする。
- (6) 生命保険は、住宅の次に高い買物であると言われている。毎月の少しずつの節約が、長い人生を通してみると大きな差になることを、実証したい。
- (7) 生命保険料の支払いを少なくして、その分をお客さまの人生の楽しみに使える時代にしたいと考える。

18. ライフネット生命のマニフェスト

第4章 生命保険を、もっと、手軽で便利に

- (1) 私たちの生命保険の商品は、インターネットで、24時間×週7日、いつでもどこでも、申し込める。
- (2) 印鑑は使わなくてもよくした。法令上必要な書類はお客さまに郵送し、内容確認の上、サインして返送していただく。したがって、銀行振替申込書以外、押印は不要となる。
- (3) 満年齢方式を採用した。誕生日を起点に、一年中いつでも同じ保険料で加入できるように。
- (4) 私たちの商品の支払い事由は、死亡、高度障害、入院、手術のように、明確に定められている。この定められた事由により、正確に誠実に、遅滞なく支払いを実行する。手術の定義も、国の医療点数表に合わせた。この定義の採用は、日本ではまだ少ない。わかりやすくなり、「手術か、そうでないか」の議論の余地が少なくなる。なお、従来の生命保険では、88項目の制限列举方式が主だった。
- (5) 私たちは「少ない書類で請求」と「一日でも早い支払い」を実現させたい。そのために、保険金などの代理請求制度を、すべての商品に付加した。また、お客さまからコンタクトセンターにお電話いただければ、ただちに必要書類をお送りできる体制にした。そして、保険請求時の必要書類そのものを最小限に抑えた。このようなことが可能になるのも、生命保険の原点に戻った、シンプルな商品構成だからである。

このマニフェストを宣言で、終らせません。行動の指針とします。
私たちの出発を、見つめていてください。

ライフネット生命保険株式会社

19. 口コミのツール



ライフネット生命は、「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、便利で安い商品サービスの提供」を目指している、新しく生まれた独立系の生命保険会社です。生まれたばかりなので、まだ、ほとんど知られていません。

ライフネット生命のことを一人でも多くのお客さまに知っていただきたいと思っていますが、私たちは、大々的な広告宣伝を行うことはできません。なぜなら、安い保険料を実現する、という企業理念があるからです。私たちは、皆さんの口コミ＝ライフネット、人生のネットワークをお願いしたいと思っています。

どうか、わたしたちのウェブサイトをひらいてください。そして、もし気に入っていただけたら、親しいご友人の方々にご紹介ください。私たちは、皆さんのお力添えにより、ライフネット＝生命(いのち)のきずなが、少しずつ、世の中に広がっていくことを切に望んでいます。

ライフネット生命保険株式会社



www.lifenet-seimei.co.jp/

「ライフネット生命」で検索

ライフネット生命保険株式会社

〒102-0083 東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
 開業日 2008年5月18日(日)
 資本金等 13,200,200千円(資本準備金6,600,100千円を含む)
 代表取締役社長 出口 治明

株主

以下の会社もしくは以下の会社が運用する投資事業組合及びファンド

- マネックス・ビーンズ・ホールディングス株式会社
- あずかDBJ投資事業有限責任組合
- 三井物産株式会社
- 株式会社 新生銀行
- 株式会社セブン&アイ・フィナンシャル・グループ
- Farallon Capital Management, L.L.C.
- 資産管理サービス信託銀行株式会社
- 株式会社 朝日ネット
- 株式会社 グロービス・キャピタル・パートナーズ
- 株式会社 リクルート
- 株式会社 東京大学エッジキャピタル
- 三菱UFJキャピタル株式会社
- 株式会社 ドリームインキュベータ
- 株式会社 ジャフコ
- エヌ・アイ・エフSMBCベンチャーズ株式会社
- りそなキャピタル株式会社
- ngi capital株式会社 (2008年5月現在)

保険の申し込みに関するお問い合わせ

0120-205566

受付時間
 平日9時～22時、土曜日9時～18時(年末年始、日曜、祝日は除く)

20. ライフネット生命からのお願い

1. ウェブサイトを見てください(「ライフネット生命」で検索)

<http://www.lifenet-seimei.co.jp>

2. 気に入ったら

- ① 加入を検討してください
- ② 友人に口コミしてください

3. ブログやツイッターに書いてください

4. 応援ブログパーツを貼ってください

<http://frm.lifenet-seimei.co.jp/blogparts/>

5. どこへでも行きますから、会合(勉強会等)があれば呼んでください

6. そして皆さんの力で、ライフネット生命を支えてください

なお

- ・電話は、平日は夜10時までつながります
0120-205-566
- ・いつでも、会社で無料の保険相談をやっています
(ウェブサイトからお申し込みください)

携帯QRコード

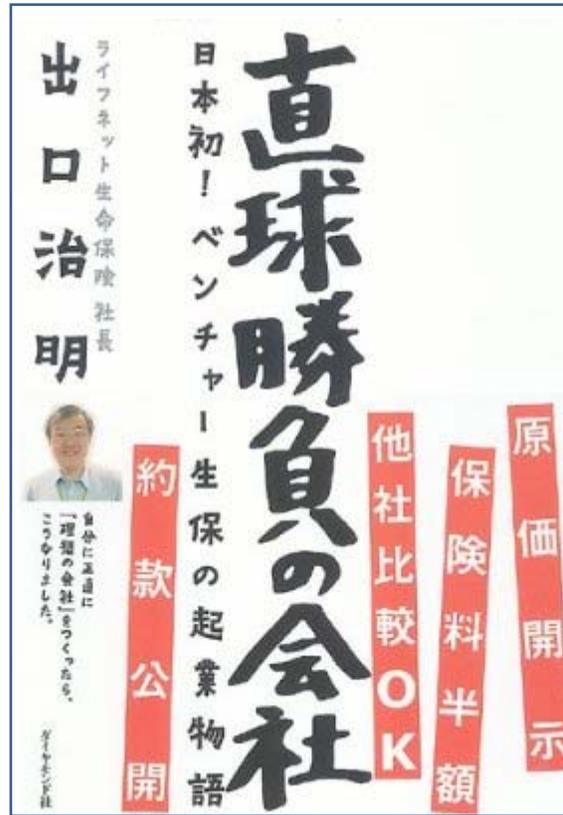


ライフネットの弛まめチャレンジを楽しみにしています。がんばれ！

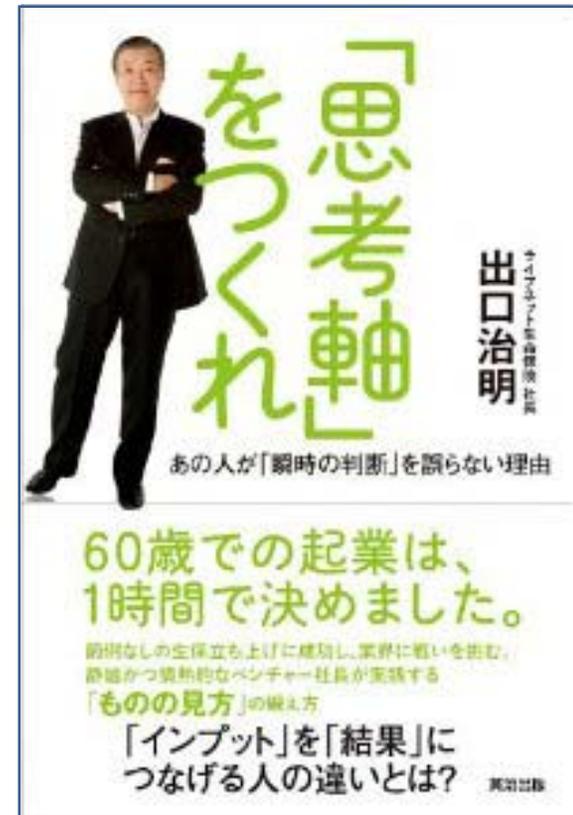
21. ご参考



2009/12/22 刊行



2009/4/10 刊行



2010/6/25 刊行