

第一生命グループ 新中期経営計画

CONNECT 2020

2018/3/29

第一生命ホールディングス株式会社



Dai-ichi Life
Holdings

- 第一生命ホールディングスの稲垣です。本日は年度末の御多忙の中、またショートノーティスにも拘らず、電話会議にご参加頂き、有り難うございます。
- 本日4時半のプレスリリースの通り、第一生命グループの2018－2020年度中期経営計画「CONNECT2020」を策定しましたので、その概要について説明させていただきます。はじめに、私から、新中計のコンセプトについて説明させていただきます、常務執行役員の山本が、新中計の全体像やKPIについて説明します。
- 最後に第一生命の取締役常務執行役員である南部より、この3月22日から販売を開始した第一生命の新商品について、説明させていただきます。
- 次のページをご覧ください。

新中期経営計画「CONNECT 2020」

～コンセプト～

- 最初に新中計「CONNECT2020」の考え方について説明します。現中計「D-Ambitious」は計画名称の通り、「国内生命保険事業」・「海外生命保険事業」・「資産運用・アセットマネジメント事業」という3つの成長エンジンのそれぞれで、事業基盤の拡大・分散を通じて、非連続な成長の加速を実現しようとするものでした。同時に、持株会社体制への移行や海外地域統括会社の本格稼働等、その成長を支えるグローバル・ガバナンス態勢も着実に進化させてきました。
- 新中計では、第一生命グループがこれまで築き上げてきた事業基盤をベースに国内外でのオーガニック成長を機軸とした新たなフェーズでの成長実現を目指していくことが焦点となります。
- 次のページをご覧ください。



2013 2014 2015 2016 2017

Action D

D-Ambitious

2018 2019 2020

新中期経営計画
CONNECT 2020

安心の最高峰を、地域へ、世界へ

CONNECT 2020

～ コンセプト ～

- 変化の激しい時代の今こそ、お客さま・社会、多様なビジネスパートナーとの“CONNECT(つながり)”のあり方を磨き、「あらゆる人々の、自分らしいQOL※向上」に貢献できる商品・サービス・チャネルを追求していく
- 競争の激しい時代の今こそ、グループ各社の“CONNECT(連帯・協働)”の力を高め、各社それぞれの成長と独自のシナジー創出を、地域で、世界で実現していく

QOL(Quality of Life) …… 物理的な豊かさや個々の身辺自立のみでなく、精神面を含めた生活全体の豊かさとして自己実現を含めた概念

第一生命グループは「一生涯のパートナー」をグループミッションに掲げ、「お客さま第一(お客さま本位)の業務運営」の絶えざる向上を図ってきました。上記コンセプトは、この「お客さま第一の業務運営」の具現化という高い次元での実践を企図するものであり、各種の取組を通じて、お客さまから選ばれ続ける保険グループを目指します。

(参考) 第一生命グループ「お客さま第一の業務運営方針」URL …… http://www.dai-ichi-life-hd.com/about/customer_first/index.html

2

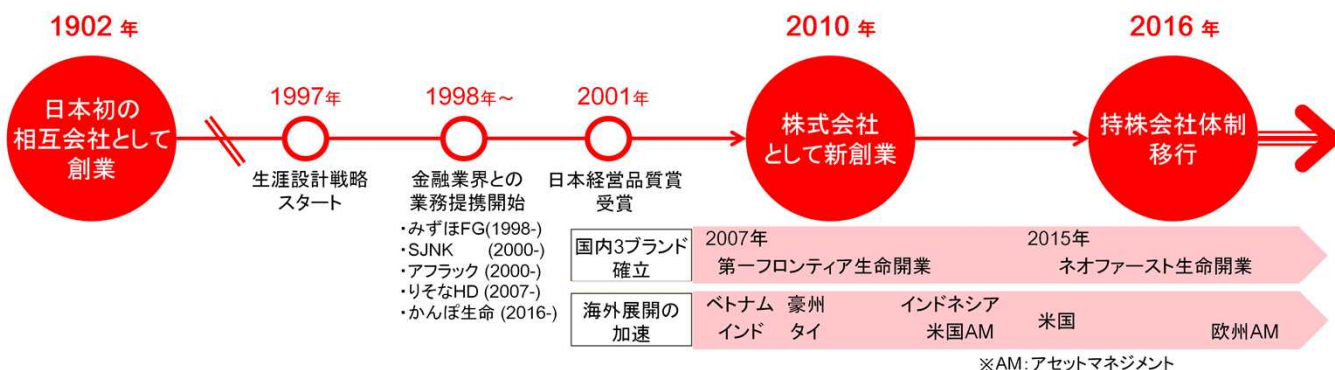
- 人口動態の変化や技術革新により、生命保険業界の事業環境は大きく変化しようとしています。お客さまのニーズが多様化・高度化しているのはもちろん、異業種による保険事業参入など、業界の垣根を越えた競争が激化しようとしています。さらに超低金利環境が継続されるなど、むしろ逆風の時代にあって、持続的な成長を実現するには何が必要かを考えました。
- そして、百年を超える歴史の中で築き上げた第一生命グループの強みを生かしながら、「お客さま」・「社会」・「多様なビジネスパートナー」・「グループ会社」とのつながりをさらに強化することで、これまでの保険ビジネスの枠組みを超え、あらゆる人々の自分らしいQOLの向上につながる商品・サービスを提供する、そのサイクルを通じて企業価値創造につなげてゆくことではないかとの結論に至りました。
- この「つながり(CONNECT)」が新中計のコンセプトになります。
- 次のページをご覧ください。

第一生命グループの強み



Dai-ichi Life Holdings

創業来「一生涯のパートナー」として、変革を通じて人々のQOL向上に貢献し続け、現在のプレゼンスを構築



一世紀を超える歴史の中で築いた高いブランド力

一生涯のパートナー

第一生命 1902年~

Protective 1907年~

TAL 1869年~

確固たる事業基盤と多様な人財

- 国内生命保険事業
 - 国内トップ水準の市場シェア
 - 窓販市場シェア1位
 - 第三分野市場シェア2位
- 海外生命保険事業
 - 過去56件の実績を誇る米国買収事業
 - 豪州1位の市場シェア
 - ベトナム3位の市場シェア
- 資産運用・アセットマネジメント事業
 - アジアNo.1の受託資産額
 - 米・欧市場双方で10兆円超の受託資産額

変革と成長を支える多様な人財、高度な専門性と蓄積された経験

- 多様性に富んだ7ヶ国7万名の人財
- MDRT会員※ 国内180名 海外106名
- この10年間に海外従業員は計1万名増加
- グローバル人材交流施策への参加者 延べ約1,700名/5年

※ Million Dollar Round Table (MDRT) は世界69の国と地域の500社以上で活躍する、生命保険と金融サービスの専門家による国際的かつ独立した組織です。MDRT会員は卓越した商品知識をもち、厳しい倫理基準を満たし、優れた顧客サービスを提供していることから、生命保険と金融サービス業界の最高水準として世界中で認知されています

- 私が社長に就任してから今日に至るまで約1年間、「第一生命グループの強み」とは何か、「第一生命グループはステークホルダーに対してどのような形でQOL向上に貢献できるのか」といったことについて議論を進めてきました。
- 第一生命は1902年の創業以来、絶えずお客さまの「一生涯のパートナー」として、様々な変革に挑戦しながら、生命保険事業を通じて社会課題を解決することを使命と考えて取り組んできました。
- また、第一生命グループが内外で築き上げてきた確固たる事業基盤や多様な人財、パートナーシップの広がり、常にお客さまのニーズに応える商品・サービスを提供し、生活の質の向上に資する努力を続ける一方、それを実現するために率先して時に大胆な変革を受け入れてきた歴史によって築かれており、これが第一生命グループのブランド力であり、第一生命グループの強みの源泉だと考えています。
- 次のページをご覧ください。

グループの成長に向けた構図



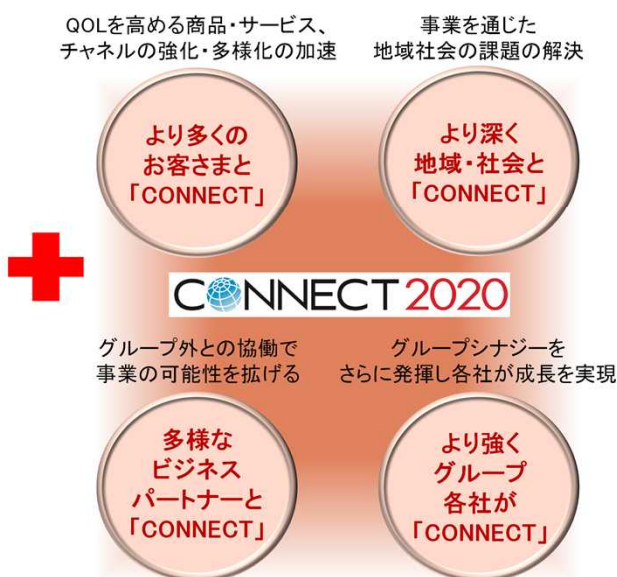
Dai-ichi Life Holdings

■ グループの強みを「CONNECT」の視点でさらに強化し、あらゆる人々のQOL向上へ貢献することで成長を実現

新中期経営計画のコンセプト

QOL向上への貢献 (私たちの社会価値創造)

第一生命グループの強み



第一生命グループの成長

国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」の中から、当社グループにとって重要度が高く、かつ当社グループの強みを活かして価値創造に取り組むべき優先領域としてフォーカスしたものを掲載

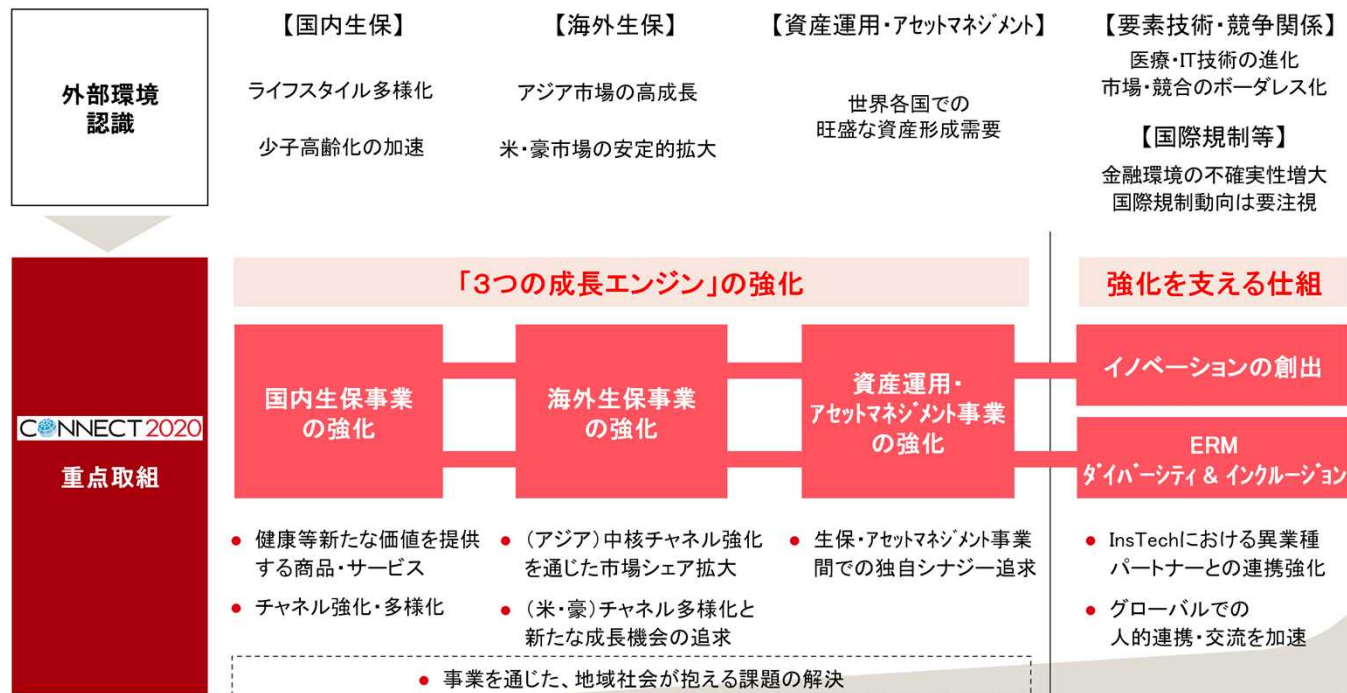
- 今後も社会課題の解決を通じて持続的な成長を実現するためには、百年を超える歴史の中で築き上げた第一生命グループの強みに加え、ステークホルダーとの「つながり(CONNECT)」を強化すること、具体的には以下の4つの取組みを通じて、ステークホルダーと共に保険普及等による生活の安定に加え、あらゆる人々の健康の増進など、QOLの向上に貢献し、社会価値をお客さま・社会と共に創っていくことが必要だと考えています。
- より多くのお客さまとのつながりに取り組むこととは、「カスタマー・ファースト」、「お客さま本位の取組み」の追求そのものですが、QOLを高める商品・サービスの提供や、販売チャンネルの強化・多様化を加速することです。このうち、3月22日から販売開始した第一生命の新商品「ジャスト」や業界初となる保険料割引制度「健診割」については後ほど詳しく説明します。
- より深く地域・社会とのつながりに取り組むこととは、事業を通じ人々の健康増進に貢献することや、地域社会の課題の解決を進めることです。
- 多様なビジネスパートナーとのつながりに取り組むこととは、多様な強みを持つ異業種企業との連携によってグループ外のリソースも活用しながら、ひとりひとりのQOLの向上への貢献といった、お客さまや社会のニーズの変化に対応することです。
- より強くグループ各社がつながる取組みとは、グループシナジーをさらに発揮し各社が成長を実現すること、例えば国内生保事業におけるマルチブランド・マルチチャンネル戦略を進化させることです。
- 次のページをご覧ください。

グループの成長に向けた重点取組



Dai-ichi Life Holdings

■ 外部環境変化を踏まえ、下記の重点取組により「3つの成長エンジン」を強化



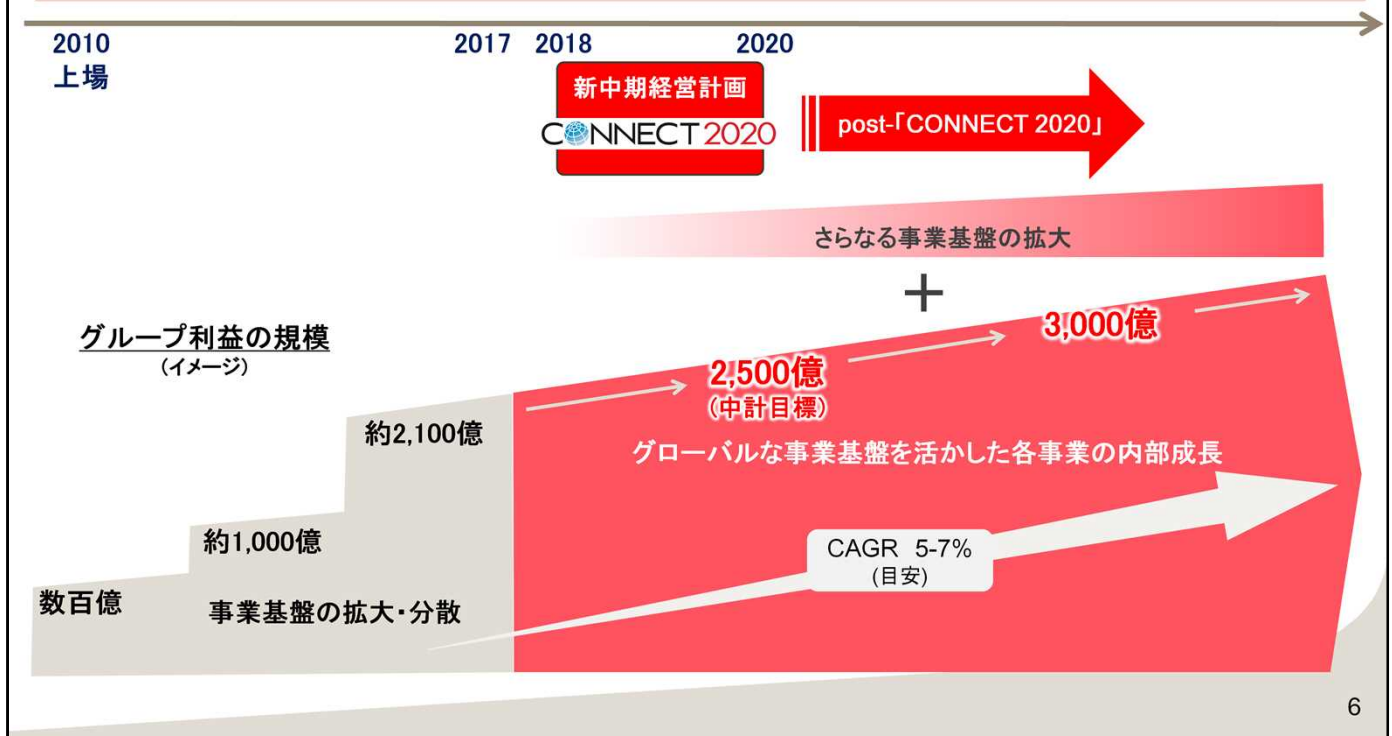
- 事業環境が大きく変動していることは冒頭でも触れたとおりですが、「国内生命保険事業」・「海外生命保険事業」・「資産運用・アセットマネジメント事業」という3つの成長エンジンを強化してゆくために、それぞれの事業における環境認識と、重点取組をまとめています。
- また3つの成長エンジンを支える仕組みとしてイノベーションの創出、ERM強化、ダイバーシティ&インクルージョンの推進も重要な取組みです。一部取組みについては新中計「CONNECT2020」の期間を超えて効果を発揮するものも含まれています。後ほど、各取組みと期待される成果について常務執行役員の山本から説明します。
- 次のページをご覧ください。

グループ利益成長のイメージ



Dai-ichi Life
Holdings

- 重点取組の遂行等を通じた持続的成長の実現により、次の計画期間を目処に3,000億円程度の利益水準到達を目指す
- グループの成長は「事業基盤の拡大・分散」フェーズから「グローバルな事業基盤を活かした各事業の内部成長」フェーズへ



- 総括しますと、第一生命グループは事業環境が大きく変わる中でも一貫して社会課題の解決を通じた価値創造を目指し、自らが大きく変革することで成長の加速を実現してきました。その成果の一側面として、上場当初の利益水準は数百億であったものが、1,000億円、2,000億円へと非連続の拡大を実現してきました。
- 新中計「CONNECT2020」期間中のグループの成長はこれまでのような「事業基盤の拡大・分散フェーズ」から、「グローバルな事業基盤を活かした各事業のオーガニック成長フェーズ」を軸としつつ、さらなる事業基盤の拡大にも挑戦する新たなフェーズに移行しますが、重点取組みの遂行により年率換算で5～7%の成長を実現し、2020年度のグループ修正利益で2,500億円を目指します。また中計期間を超えて成果につながる施策も踏まえ、5～7%の成長は中長期に実現可能と考えており、オーガニックに3,000億円を目指していくこととなります。
- 以上で私からの説明を終わります。

新中期経営計画の経営目標と中長期的に目指す姿



Dai-ichi Life Holdings

		項目	目標値
経営目標 (計数目標)	会計利益	グループ修正利益	2020年度 2,500億円程度
	将来利益 (経済価値)	グループ新契約価値	2020年度 2,300億円程度
		項目	中長期的に目指す水準
中長期的に 目指す姿	資本効率	EV成長率(ROEV)	中長期的に 平均8%成長 を目指す
	健全性	資本充足率 (経済価値)	中長期的な時間軸で 170~200%到達 を目指す

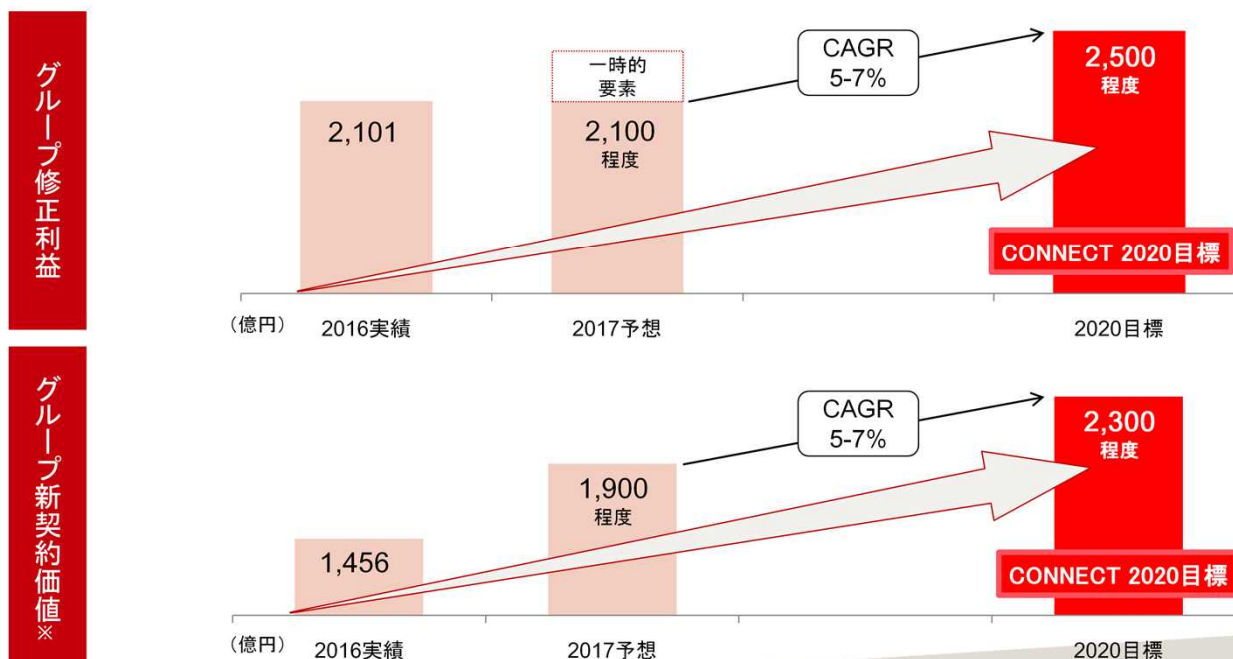
- 経営企画ユニット担当の山本です。これより、新中期経営計画「CONNECT2020」の数値目標と重点取組み、期待される成果について説明します。
- 数値目標については、中計期間中に目指す経営目標と、中長期的に目指す姿で構成されています。中計期間中に目指す経営目標は、グループ修正利益で2020年度に2,500億円程度、グループ新契約価値で同2,300億円程度とします。中長期的に目指す姿に変更はなく、年平均8%のEV成長を目指すことと、経済価値ベースの資本充足率を170~200%のレンジ内にコントロールすることを目指します。
- 次のページをご覧ください。

グループ修正利益・新契約価値の成長



Dai-ichi Life Holdings

- 2021年3月期のグループ修正利益は、現在の実質的な利益生成力2,100億円から**2,500億円**を目指す
- 将来利益の確保に向け、グループ新契約価値でも年平均5-7%成長となる**2,300億円**を目指す



※中計経営目標の計測対象として、2017年度実績から第一生命ベトナム、スター・ユニオン・第一ライフ(インド)及びパニン・第一ライフ(インドネシア)を含める予定です。オーシャンライフ(タイ)の計測の取扱は検討中ですが、グループ全体数値への影響に鑑み、同社の取扱に関わらず2020目標は変更しない予定です

- 今年度のグループ修正利益は2,300億円程度を予想していますが、これには先日の決算電話会議でも説明したとおり、内外の株価上昇等の影響を受けた一時的な要素が多く含まれており、2,100億円程度がいわゆる「実力ベース」の着地点ではないかと認識しています。
- これをベースとして、重点取組みを通じた年率5~7%のオーガニック成長により、2020年度には2,500億円達成を目指します。また将来にわたる利益成長を確保し、8%のEV成長を実現するために、グループ新契約価値も年率5~7%の成長を実現し、2020年度に2,300億円程度を目指します。なお、このグループ新契約価値の目標には、国内3社・海外2社に加えて、第一生命ベトナムと、関連会社2社の新契約価値を含める予定です。
- 次のページ以降では重点取組みと期待される成果について説明します。

重点取組① 国内生保事業の強化



商品・サービス・チャネルの進化等に資源を投下、これにより新契約価値を向上しつつ、利益水準は維持

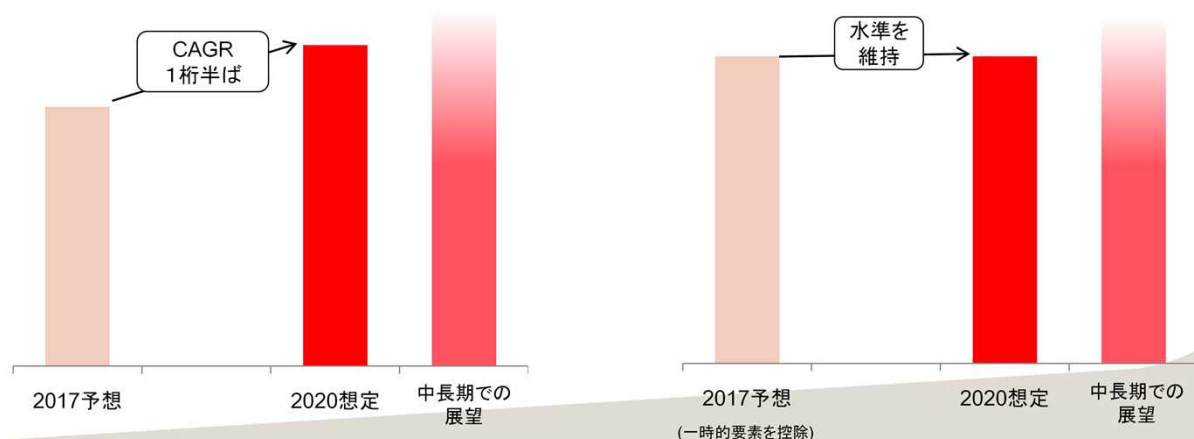
- 国内3ブランド体制は商品・サービスの相互活用を拡大する新たな次元へ
- 生涯設計デザイナーのコンサルティング力を強化、代理店の積極拡大によるマルチチャネル化も加速
- QOL向上を訴求する商品戦略を展開、加えてお客さま・社会のニーズの変化を先取りするパートナーシップを拡大

商品・サービス・チャネルの進化等により新契約価値を向上

新戦略への資源投下を踏まえても利益水準は維持

国内生保新契約価値合計

国内生保修正利益合計



- 国内生命保険事業は、商品・サービス・チャネルの進化等に資源を投入する期間と位置付けています。この間、新契約価値を伸ばしながら、利益水準を維持していくことを目指します。17年度の決算が確定していないため、スライドに数字はなく、イメージのみお示ししていますが、5月の決算経営説明会では数字と合わせてお示します。
- 商品・サービス面では、第一生命が今回発売した「ジャスト」に代表されるような、国内3社が個人・法人のお客さまに向け、生活の安定や資産形成ニーズを支えるだけでなく、健康増進に貢献するなど新たな付加価値を備えた商品ラインアップを取り揃え、幅広いお客さまのニーズに細かに対応していきます。
- チャネル面では、生涯設計デザイナーのコンサルティング力を強化し、第一フロンティア生命の貯蓄性商品の販売を拡大します。また既存の提携先・代理店との関係強化に加え、お客さま・社会のニーズの変化を先取りする異業種も含めたパートナーシップの拡大を模索するなど、マルチチャネル化を積極的に進めていきます。
- 3生保が独立して個々のチャネルで商品・サービスを提供するのではなく、3生保による商品・サービスの相互活用(マルチブランド・マルチチャネル)を進めることで、3社全体で新契約価値の拡大を目指し、一方で成長に向けた資源投下や効率化に向けた取組みも本格化させます。
- 詳しくはプレスリリース19～23ページをご覧ください。技術革新を通じた生産性向上については本資料12ページで説明します。
- 次のページをご覧ください。

重点取組② 海外生保事業の強化

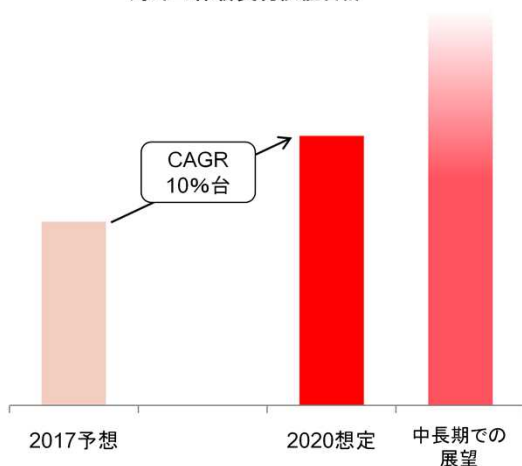


各国の事業ステージに応じた戦略で高いオーガニック成長を目指すと共に、新たな成長機会も追求する

- 先進国では持続的成長により海外生保の利益成長を牽引、新興国ではトップラインに軸を置き、チャンネル強化等により市場シェア拡大
- アーリーステージにおける豊かな外部成長を求め、メコン地域での取組を本格化

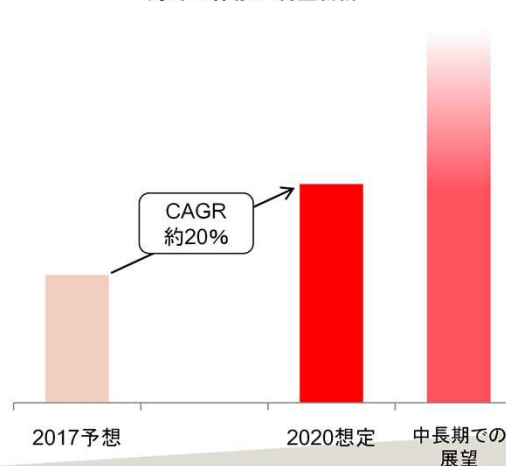
チャンネルの強化等により新契約を大幅に拡大

海外生保新契約価値合計



先進国の持続的成長により利益貢献拡大

海外生保修正利益合計



10

- 海外生命保険事業は、進出先市場における保険普及等を通じたオーガニック成長を通じて利益を拡大していくと共に、中長期的な成長を見据えて新たな成長機会も模索します。
- 先進国市場では一定の成長と安定した利益貢献に注力し、アジア新興国市場ではトップライン成長に軸をおき、チャンネルの強化等により市場シェアの拡大を目指します。
- 米国のプロテクティブは引き続き、リテール事業と買収事業の相乗効果を追求する独自のビジネスモデルで市場成長を上回る高い利益成長が期待されます。オーストラリアのTALは、競争環境が強まる中、チャンネルの多角化や商品の付加価値向上により、同市場でのリーディングポジションを維持します。
- また新規の外部成長機会を求め、カンボジア等での事業開始に向けた取組みを本格化します。こうした取組みを通じて、修正利益は年率20%成長、新契約価値も年率10%成長を目指します。
- 次のページをご覧ください。

重点取組③ 資産運用・アセットマネジメント事業の強化



グローバル展開により世界の市場成長を享受しつつ、生保各社を含むシナジー創出を追求

- アセットマネジメント2社は経営統合により競争力を強化し、運用受託資産の拡大を通じて利益成長を加速
- 2社間のシナジーに加え、グループ生保会社も交えたグローバルなシナジー創出も追求
- ジャナス・ヘンダーソンの関連会社化に向け、同社株式の株式市場を通じた追加購入を実施中

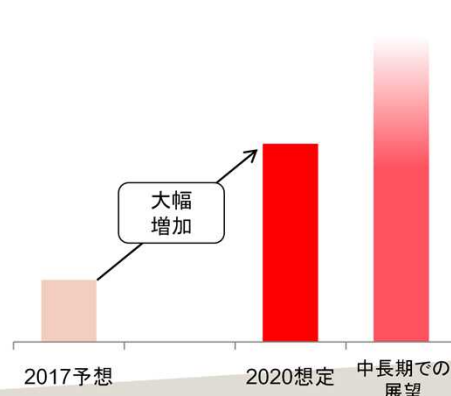
高い成長が見込まれる市場において、各社の経営統合により事業規模・収益基盤は拡大

グループ2社の運用受託資産



統合効果を最大化し利益貢献を加速

アセットマネジメント事業修正利益



11

- 資産運用・アセットマネジメント事業は、世界的な資産形成需要の高まりに対応し、グローバル展開により市場成長を享受しつつ、グループ生保各社を含むシナジー創出を目指します。
- 第一生命の資産運用につきましては現在の低金利環境をメインシナリオとしつつ、将来の環境変化の可能性も視野に入れて資産運用の高度化(例えば、成長分野への投融資など)・リスクコントロールを強化していきます。
- アセットマネジメント事業についてはアセットマネジメントOne、ジャナス・ヘンダーソン両社が経営統合によるシナジーのみならず、競争力の高い運用商品や販売チャネルを相互活用することで成長の加速を目指し、利益貢献を加速させます。
- また両社の資産運用ノウハウをグループ生保各社の商品開発にも活用することで、グループの収益成長へのシナジー創出も目指します。
- 現在、株式の追加購入を進めているジャナス・ヘンダーソンの関連会社化を前提に、アセットマネジメント事業の修正利益は大幅増を目指します。
- 次のページをご覧ください。

重点取組④ イノベーションの創出



環境変化を捉え、先端技術の活用、新たな価値創造への挑戦をさらに加速



- 先端技術の活用により**利便性・生産性を向上**、国内外の業務に順次応用
- 産学連携による医療ビッグデータ解析により、ご加入可能範囲の拡大とともに**新たな商品・サービス**を提供
- 既存のビジネスモデルの延長や単なる価格競争にとどまらない、**新たな市場・競争軸**を生むための**イノベーションの創出を加速**

先端技術活用による利便性・生産性向上 ※第一生命での展開例

- 顧客インターフェースのデジタル化で利便性を向上

給付金のお支払いや各種手続きをデジタル化、
より便利&スピーディーなサービス提供

- 事務オペレーションのオートメーション化で生産性を向上

①上記デジタル化 ②定型業務のオートメーション化
③働き方改革等 による生産性向上

雇用環境逼迫下でも人財を確保

5年程度で2,100名分の業務を国内外の成長分野等にシフト

医療ビッグデータの解析・活用

- 大学、ナショナルセンター、テクノロジー企業との連携
- 社内外の医療ビッグデータ解析

ご加入可能範囲の拡大

新たな商品・サービスの開発

新たな市場・競争軸を生むイノベーション創出

- 「Dai-ichi Life Innovation Lab」の創設
イノベーションの具体化による新たなビジネスモデル創出
多様な外部人財も活用



- 先端テクノロジー・ビジネスモデルを有するベンチャー企業への機動的な投資も検討

- InsTechを通じたイノベーションの創出では、先端デジタル技術の活用によりお客さまの契約から給付金請求までのお手続き等の約8割をお客さま面前で完結するなど利便性を大幅に向上すると同時に、事務オペレーションについてはデジタル化・ダイレクト化、AIやロボティクスを活用した効率化により、約2,000名規模の人財リソースを成長分野にシフト、生産性を向上させます。
- また保険ビジネスの領域拡大や関連ビジネスへの展開、シニア向けビジネスなどの分野を視野に入れ、将来に向けて新たな市場・競争軸を生み出すため、Dai-ichi Life Innovation Labをベースにグループ内各社や異業種パートナーとの連携を加速していきます。
- 次のページをご覧ください。

重点取組⑤-1 ERM

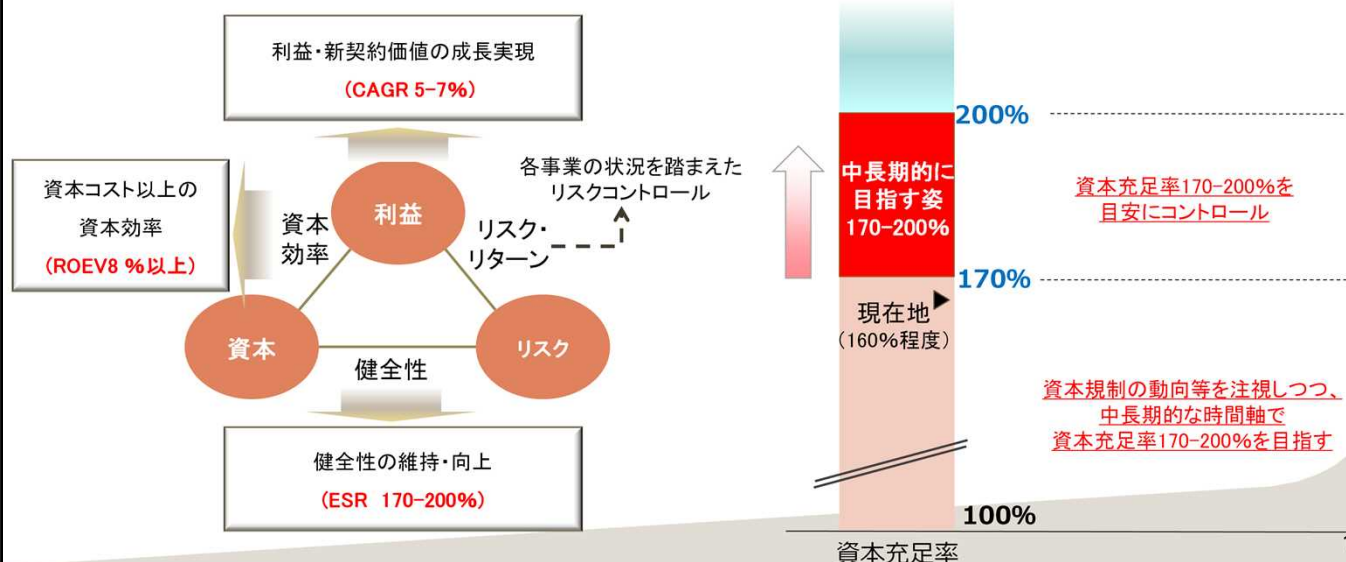


利益・資本・リスクのバランス確保を通じて、持続的成長を実現

- グループ各社の**基礎的成長力の強化**により、中長期的に平均8%のEV成長と利益成長を目指す
- 国際規制導入迄の時間的猶予も活用し、**規律あるリスクコントロール**を通じ、中長期的な時間軸で資本充足率170~200%を目指す
- **総還元性向は40%を目処**。当社グループ事業強化に資する**厳選した成長機会に内部留保を再配賦**し、グループ全体で成長を実現

ERM取組を通じた資本効率・企業価値向上

資本充足率を踏まえたリスクコントロール



13

- 引き続き利益・資本・リスクのバランスを確保し、持続的成長を支えるERMの枠組みを強化します。グループ各社の基礎的成長力の強化により、中長期的に平均8%のEV成長と利益成長を目指すべく、投資機会を厳選した上で資本の再配賦を行います。
- 国際的な資本規制導入は2020年以降と見込まれており、その時間軸も利用しながら各市場の事業環境や各事業の財務状況を踏まえたリスクコントロールを行い、経済価値ベースの資本充足率が170~200%のレンジ内で安定することを目指します。
- 全体のバランスの中で中計期間中の総還元性向については、グループ修正利益の40%を目処とします。
- 次のページをご覧ください。

重点取組⑤-2 ダイバーシティ&インクルージョン



人財のダイバーシティ(多様性)&インクルージョン(包摂)を持続的成長の原動力として、変革と新しい価値創造を実現

- 経営目標達成に向けた各戦略を支える個人・組織の生産性・競争力向上を、卓越したダイバーシティ&インクルージョンによって実現
- 「共に尊重し、共に学びあい、共に成長する」をコンセプトとし、グループの人的リソースの総力を結集したシナジー創出も加速



- 最後にダイバーシティ&インクルージョンについてです。多様な個性を互いに尊重し、認め合うと同時に一人ひとりが生き生きと働き、共に活躍・成長する環境を整備することで、経営目標達成に向けた重要取組みを支えるための個人・組織の生産性・競争力の向上を目指します。グループ各社が「共に尊重し、共に学びあい、共に成長する」コンセプトを共有し、ノウハウの共有・相互活用を通じた価値創造シナジーの創出も加速させていきます。
- 以上で中期経営計画「CONNECT2020」の全体像に関する説明を終わります。
- 次に第一生命が3月22日から販売開始した商品「ジャスト」について第一生命保険の取締役常務執行役員の南部から説明します。

国内生命保険事業の戦略

第一生命の新商品「ジャスト」

<リリース> 第一生命の新商品について

<http://www.dai-ichi-life-hd.com/sustainability/index.html>



Dai-ichi Life
Holdings

- 第一生命の南部です。
- これより、新商品「ジャスト」についてご説明いたします。
- 新商品「ジャスト」の発売は新中計「CONNECT2020」の3つの成長エンジンの1つである国内生命保険事業の強化に資するものであります。
- 次のページをご覧ください。

1902年
経営理念 お客さま第一主義

2018年 新中期経営計画 CONNECT 2020
お客さま本位の提案
(カスタマー・ファースト提案)



お客さま・社会の期待

● 経済的保障・財産形成

+

● 多様化するライフスタイル、顧客ニーズ・
価値観への対応

● 加入後も変化しつづける、ライフスタイル・
価値観への柔軟な対応

● 持続可能な社会保障制度への貢献

● 健康寿命の延伸

- 当社は1902年の創業以来、「お客さま第一主義」を経営理念とし、特に経済的な観点からお客さまや社会の期待に応えてきました。
- 時代の変化に伴い、これまで以上に多様化する顧客ニーズにお応えするとともに、持続可能な社会保障制度の確立、健康寿命の延伸等、社会課題解決への貢献も、生命保険会社に期待される時代になったと我々は認識しております。
- そういった背景の中、新中期経営計画期間である2018～2020年において、これまでのお客さま第一主義をもう一段深化させ、より一層お客さまに寄り添ったカスタマー・ファーストな提案を推進し、お客さま一人ひとりのQOL向上、社会課題解決に貢献していきたいとの思いで、「ジャスト」を発売しました。
- 次のページをご覧ください。



2017年4月
(標準利率引下げ)

2018年4月 商品対応
(標準生命表改定)

お客さま・社会の期待

- 多様化するライフスタイル、顧客ニーズ
価値観への対応
- 加入後も変化しつづける、ライフスタイル・
価値観への柔軟な対応
- 持続可能な社会保障制度への貢献
- 健康寿命の延伸

ぴったりが見つかる保険

新商品 **ジャスト**

カスタマー・ファースト提案

オール主契約化

新保障見直し制度

健康増進・早期治療をサポートする給付

健診割

生命保険業界初⁽¹⁾

新給付（糖尿病）など

**健康
第一**

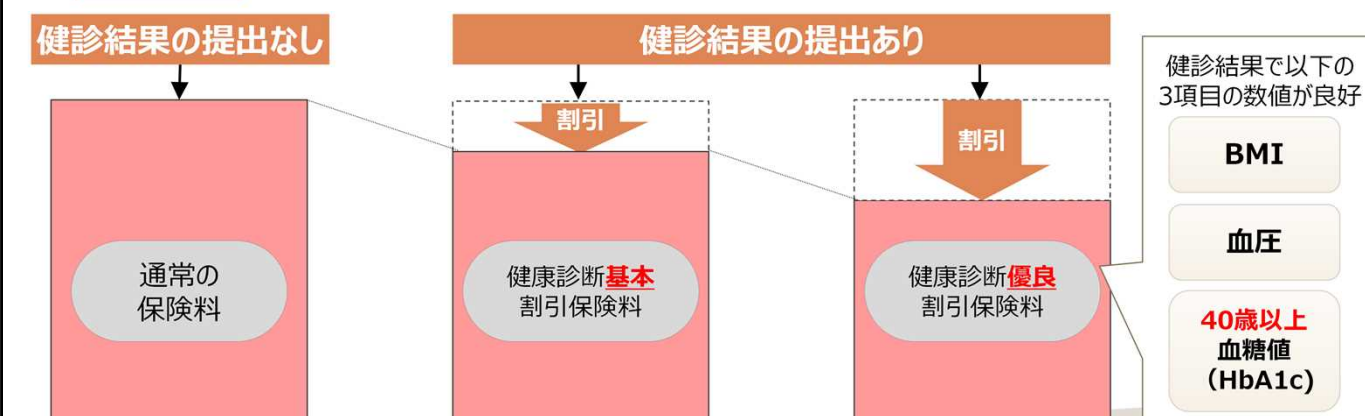
健康第一アプリ・健康増進サービス

(1) 2018年2月第一生命調べ。所定の健康診断書等を提出するだけで、保険料の割引が適用される商品は生保業界初。

- このページは、お客さま・社会からの様々な期待に「ジャスト」がどう
応えていくのかを、「オール主契約化」「新保障見直し制度」「健診割」
「新給付」の4つのキーワードで示したものになります。
- 詳細については次のページ以降でご説明いたします。

- 「健康への第一歩は健診から」との考えのもと、健康な人だけでなく、健康増進に取り組む人を幅広く応援
- 4万名の生涯設計デザイナーのネットワークを活かし、お客さま一人ひとりに健康診断の意義を訴求
- 「健康寿命の延伸」や「持続可能な社会保障制度」への貢献も可能

健診割の仕組み



(1) 2018年2月第一生命調べ。所定の健康診断書等を提出するだけで、保険料の割引が適用される商品は生保業界初。

18

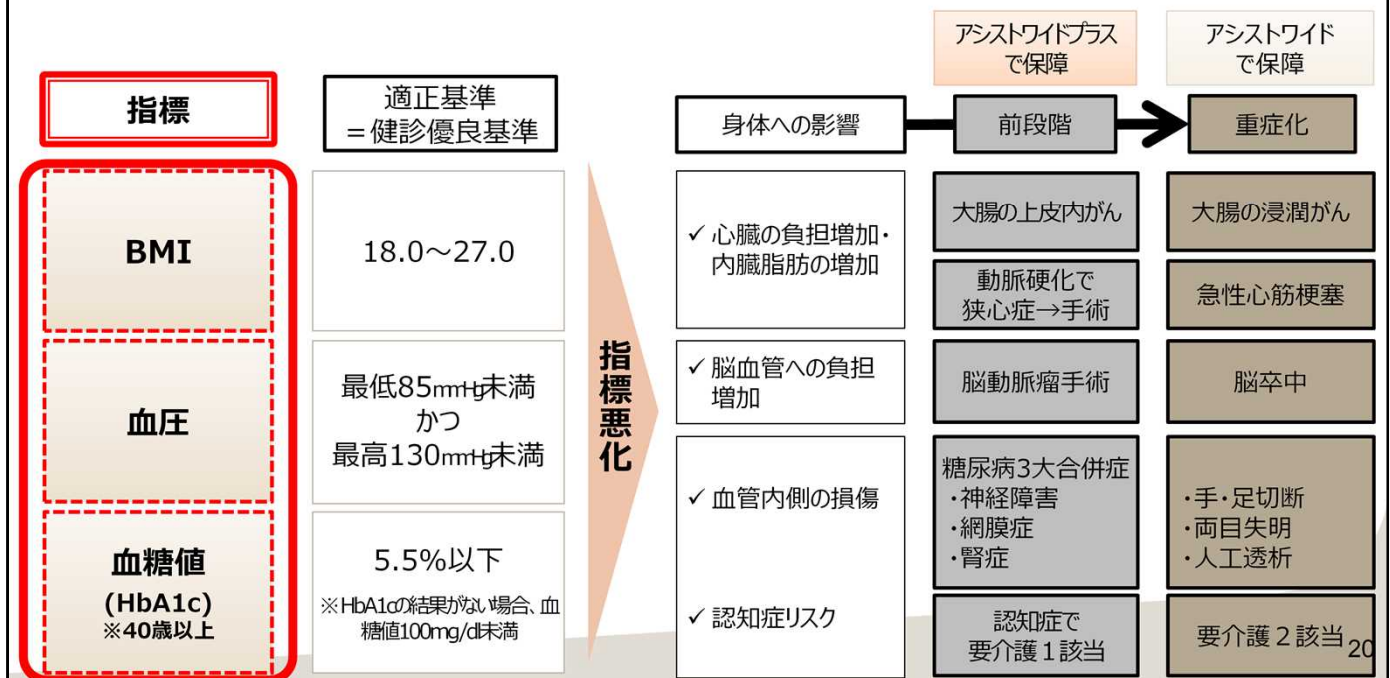
- まず始めに「健診割」のコンセプト・仕組みをご説明します。
- 「健康への第一歩は健診から」との考えのもと、健康な人だけでなく、健康増進に取り組む人を幅広く応援したいとのコンセプトで開発しました。
- 当社の強みである4万名の生涯設計デザイナーのネットワークを活かし、お客さま一人ひとりに直接お会いして健康診断の意義を訴求することで、国民全体の健康増進への意識向上、ひいては「健康寿命の延伸」や「持続可能な社会保障制度」への貢献も可能であると考えております。
- 仕組みは健康診断の結果を提出すれば保険料を割り引き、「BMI」「血圧」「血糖値 (HbA1c)」の数値が良好であれば、さらに保険料を割り引く、という制度です。
- 次のページをご覧ください。

- 1,000万件を超える保有契約の情報を細かく分析することにより、健康診断を受診した人と受診していない人の間で、死亡や特定疾病等の発生率に有意な差があることを確認（当社が取り組む「InsTech」の成果）



- 「健診割」は当社が取り組むInsTechの成果でもあります。
- 1,000万件を超える保有契約の情報を細かく分析することにより、健康診断を受診した人と受診していない人の間で、死亡や特定疾病等の発生率に有意な差があることが確認できました。
- このデータ分析の結果を割引の水準に反映させました。
- 次のページをご覧ください。

- 第一生命の医療ビッグデータ解析から、3つの指標(「BMI」「血圧」「血糖値」)のコントロールが重要と判明



- 健診優良基準の判定に用いる3つの指標(「BMI」「血圧」「血糖値」)についても、当社の医療ビッグデータの解析により導き出されたものです。
- 資料にあります通り、この3つの指標が悪化すると、3大疾病や身体障害、要介護のリスクが高まることから、3つの指標を適正基準の範囲内にコントロールすることが重要となります。
- 次のページをご覧ください。

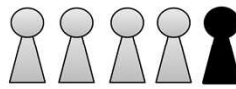
- 糖尿病は、発症すると治癒が困難であり、重症化すると人々のQOLに大きな影響を与える
- ➡ お客さまのQOL低下を防ぐため、「糖尿病による合併症」の給付を導入(支払事由拡大)

➤ 成人の5人に1人が糖尿病の可能性あり

糖尿病が強く疑われる者（糖尿病有病者）・
糖尿病の可能性のある者（糖尿病予備群）の推計人数

合計2,000万人

およそ成人の5人に1人



※厚生労働省／「平成28年 国民健康・栄養調査結果の概要」

➤ 糖尿病が重症化するとQOLに大きな影響あり

糖尿病を指摘されたことがある人のうち、糖尿病の
治療を行っていない人の割合（20歳以上）

35.7%

糖尿病の3大合併症

腎症

網膜症

神経障害

重症化

人工透析

失明

手・足切断

※厚生労働省／「平成28年 国民健康・栄養調査結果の概要」

早期治療をサポートする新給付

21

- 次に「糖尿病への新給付」です。
- 糖尿病は、発症すると治癒が困難であり、腎症、網膜症、神経障害などの合併症を引き起こし、さらに重症化すると人工透析、失明、手足の切断といった状態になるなど、人々のQOLに大きな影響を与える疾患です。
- そこで、お客さまのQOL低下を防ぐため、早期治療をサポートすべく「糖尿病による合併症」の給付を導入しました。
- 次のページをご覧ください。



■ 17商品を自在に組み合わせ、お客さま一人ひとりのニーズに“ぴったり”な保障を提供

3大疾病・ 介護等への 備え	アシストワイド 健	インカムサポートワイド 健
	アシストワイドプラス 健	特定疾病定期保険 健
	介護年金保険	特定疾病充実保障定期保険 健
死亡への 備え	定期保険 健	終身保険
	逓減定期保険 健	養老保険
	生存給付金付定期保険	
病気・けがへの 備え	総合医療保険	先進医療保険
	生活習慣病入院保険	レディエールモア
	女性特定疾病入院保険	特定損傷保険

(注) 「健診割」の適用対象商品に「健」マークを表示

➤ ジャスト以外の商品 (以下の商品は引き続き販売。単体加入のみ取り扱う)

長期定期保険『サクセス』	とんちん年金『ながいき物語』	生活障害年金定期保険『エクシード』
逓増定期保険『マジスティ』	Mickey	
積立年金『しあわせ物語』	こども応援団	

- 次に「オール主契約化」です。
- これまでは多くの場合、主契約に特約を付加するかたちでご加入いただいていたましたが、新商品の「ジャスト」では記載の17商品を自在に組み合わせ、お客さま一人ひとりのニーズにぴったりな保障を提供していきます。
- なお、黄色の「健」のマークがついている商品が健診割の対象となる商品になります。
- 次のページをご覧ください。

組み合わせ例



Dai-ichi Life
Holdings

- ・がんなどで働けなくなった場合に備えたい。
- ・糖尿病リスクにも備えたい。
- ・入院費用にも備えたい。

アシストワイドプラス
インカムサポートワイド
総合医療保険

- ・がん、糖尿病リスクや介護、入院費用に幅広く備えたい。
- ・死亡保障も必要。

アシストワイド
アシストワイドプラス
介護年金保険
定期保険
総合医療保険

- ・保険料が変わらない一生涯の保障がいい。
- ・死亡、介護、医療には備えたい。

介護年金保険
終身保険
総合医療保険

- ・女性特有の疾病に備えたい。
- ・医療保障だけでなく、治療費にも使える一時金の準備もしたい。

アシストワイドプラス
総合医療保険
女性特定疾病入院保険
レディエールモア

23

- ラインアップされている商品の組み合わせ例です。
- 記載のように、お客さまの様々なニーズに応じて、今まで以上にきめ細かく対応することができるようになります。
- 次のページをご覧ください。

ぴったり

あらゆる保障ニーズに“ぴったり”な設計が可能に！

- ✓ **オール主契約化**で組み合わせ自在！
- ✓ **新保障見直し制度**で加入後のライフサイクルの変化にも“ぴったり”な見直しを実現！

ワイド


将来のリスクは選べない。だから「ワイド」な保障で備える！

- ✓ 3大疾病・要介護・身体障害・死亡等のリスクに**ワイドに備える**！
- ✓ 糖尿病の合併症等の**早期治療をサポート**！

しかも割引

契約時に健康診断書を提出するだけで割引く **健診割**

生命保険
業界初⁽¹⁾

- ✓ **健康診断書の提出だけ**で割引。所定の基準を満たせば、さらに割引！ 
- ✓ 健康診断受診を推進し、お客さまの健康づくりをサポート。**健康で長生きできる社会を実現**！

(1) 2018年2月第一生命調べ。所定の健康診断書等を提出するだけで、保険料の割引が適用される商品は生保業界初。

- このページは、これまでご説明してきた「ジャスト」の機能を、3つのポイントとして整理しなおしたものになります。
- 「ぴったり」「ワイド」「しかも割引」という明快な表現で、お客さまに分かりやすく「ジャスト」の魅力を訴えていきたいと思えます。
- 次のページをご覧ください。

価格設定の考え方

収益性の確保

競争力の確保

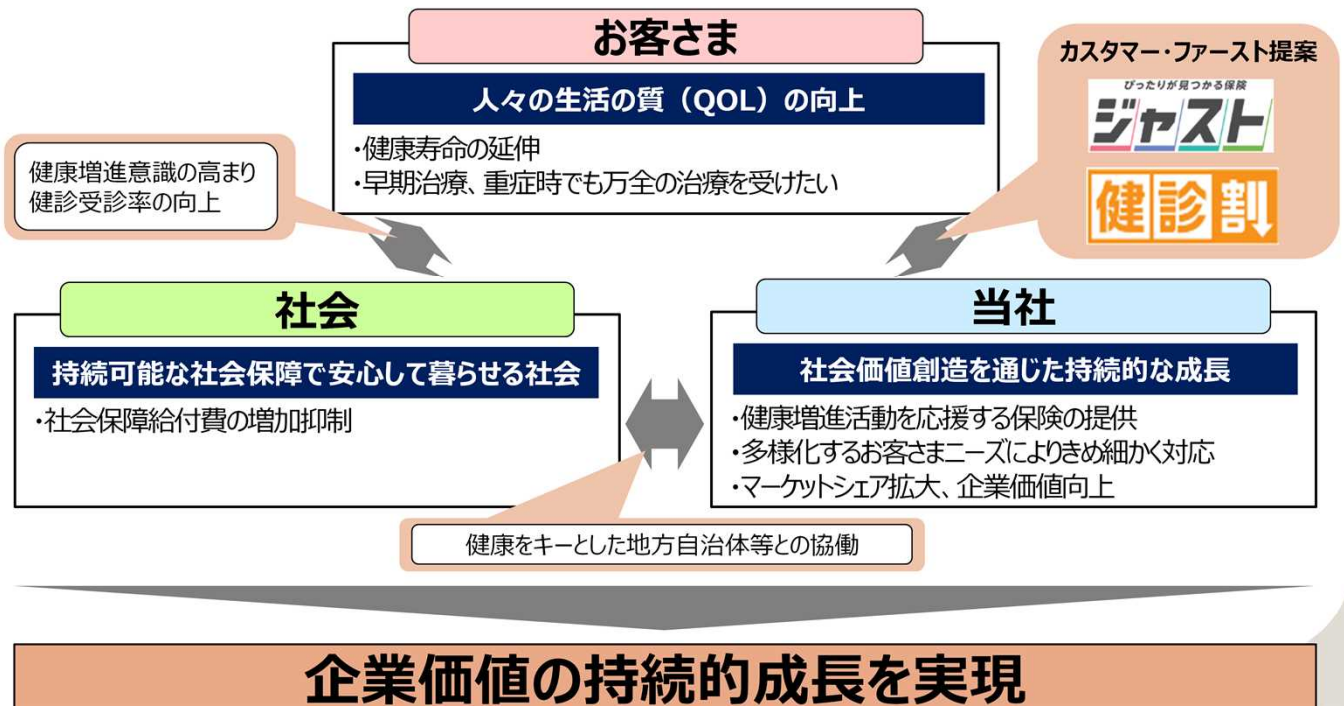
健康増進の推進

- 予定死亡率引下げの他、健診割導入、医療の予定発生率の見直し等により、収益性確保と競争力確保を両立させる戦略的な価格設定
- 17年4月に貯蓄性商品の予定利率を引き下げたが、保障性商品・経営者保険についても予定利率を引下げ(0.9%)
- お客さまのニーズを反映し、充実した保障を提供することで、トータルで営業収益価値※についてはほぼ従来と同水準の確保を目指す

※ 営業収益価値とは、営業部門の獲得収益を表す当社独自の指標であり、経済環境の変動要因を除外した、事業費等コスト控除前の新契約価値に相当します。

- 2018年4月以降の価格設定についてです。
- 収益性確保と競争力確保のほか、健康増進の推進を基本的な考え方とし、これらを同時に実現させた価格設定としています。
- また、2017年4月に貯蓄性商品の予定利率を引き下げましたが、今回、保障性商品・経営者保険についても予定利率を引き下げています。
- お客さまのニーズを反映し、充実した保障を提供することで、トータルで営業収益価値については、従来とほぼ同水準の確保を目指してまいります。
- 次のページをご覧ください。

- 「お客さま」「社会」「当社」が“つながり”、一体となってQOL向上に資する活動を推進



- CONNECT2020のコンセプト、特に「お客さま」や「社会」と当社とのCONNECTについての総括になります。
- 「ジャスト」や「健診割」を軸に、カスタマー・ファースト提案をはじめとした、人々のQOLの向上に貢献できる商品・サービスの提供を行い、また、地方自治体などと連携しながら持続可能な社会保障制度への貢献を行うことで、お客さまや社会からの支持を拡大させ、マーケットシェアの拡大・企業価値の持続的成長の実現につなげていきたいと考えております。
- 私からの説明は以上となります。
- ご清聴ありがとうございました。



本資料の問い合わせ先

第一生命ホールディングス株式会社
経営企画ユニット IRグループ
電話：050-3780-6930

免責事項

本プレゼンテーション資料の作成にあたり、第一生命ホールディングス株式会社(以下「当社」という。)は当社が入手可能なあらゆる情報の正確性や完全性に依拠し、それを前提としていますが、その正確性または完全性について、当社は何ら表明または保証するものではありません。本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本プレゼンテーション資料およびその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が公開または利用することはできません。

将来の業績に関して本プレゼンテーション資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、これに限りませんが「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」または「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更または訂正する一切の義務を当社は負いません。