

# 第一生命保険株式会社

2014年アナリスト・デー

2014/9/18

一生涯のパートナー

**第一生命**

# 本日のスケジュール

一生のパートナー

第一生命

タイトル	プレゼンター	ページ
開会の挨拶 14:00～14:10	代表取締役社長 渡邊 光一郎	2
第一生命のチャネル戦略 14:10～14:40	取締役常務執行役員 櫻井 謙二	6
第一生命の商品戦略 14:40～15:10	取締役専務執行役員 浅野 友靖	26
第一生命の運用戦略 15:10～15:40	取締役常務執行役員 川島 貴志	46
(休憩)		
第一フロンティア生命の経営戦略 15:50～16:20	第一フロンティア生命保険株式会社 代表取締役社長 堤 悟	61
第一生命の海外生保事業戦略 16:20～16:50	代表取締役副社長執行役員 露木 繁夫	82
閉会の挨拶 16:50～17:00	執行役員 稲垣 精二	104

# 開会の挨拶

代表取締役社長

渡邊 光一郎

一生涯のパートナー

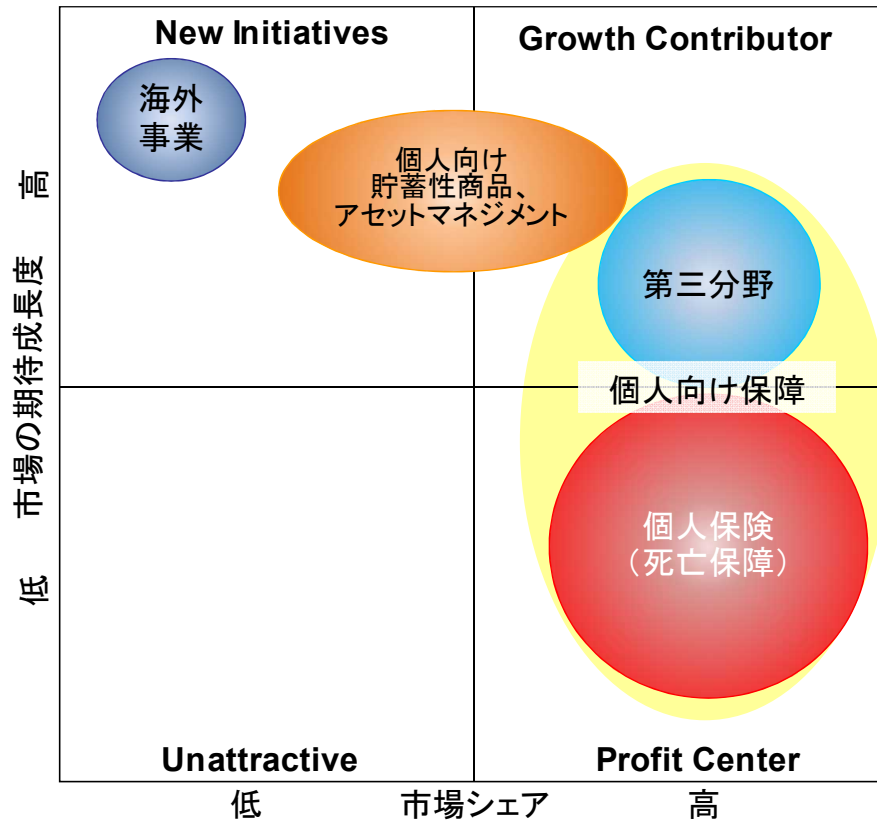
**第一生命**

# 第一生命グループの事業ポートフォリオと中長期戦略

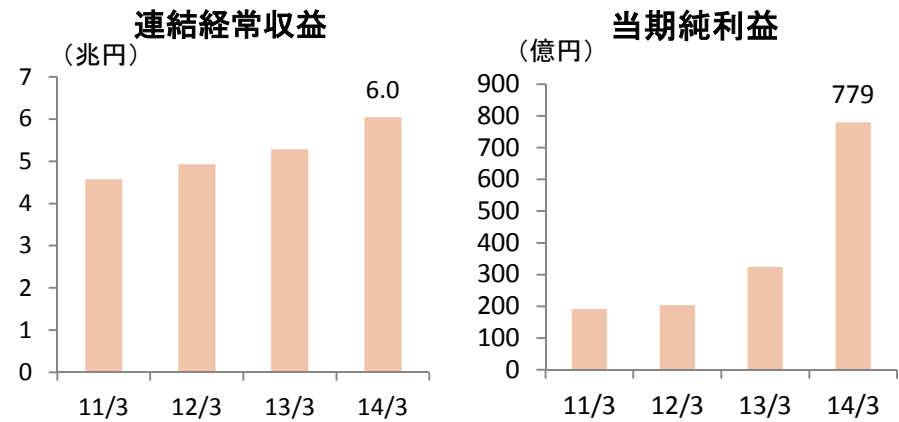
一生のパートナー

第一生命

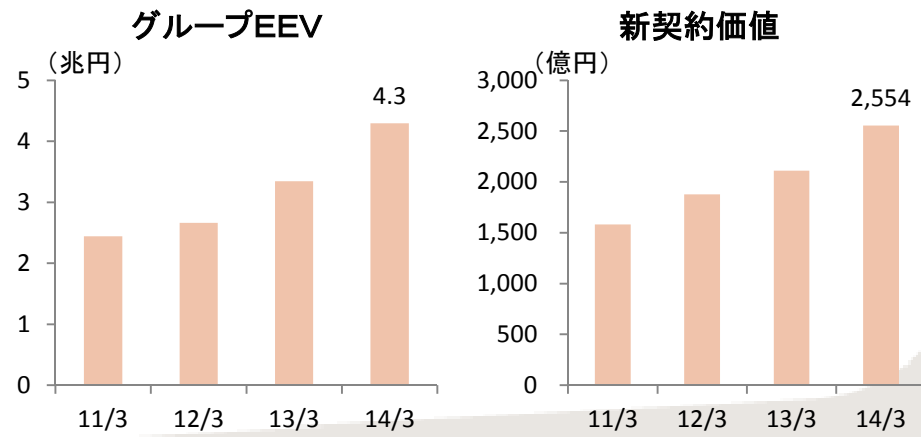
## 第一生命グループの事業ポートフォリオ



## 上場来、会計利益の拡大を実現



## 経済価値の拡大を実現



# 持続的成長に資するガバナンス体制の構築

一生涯のパートナー

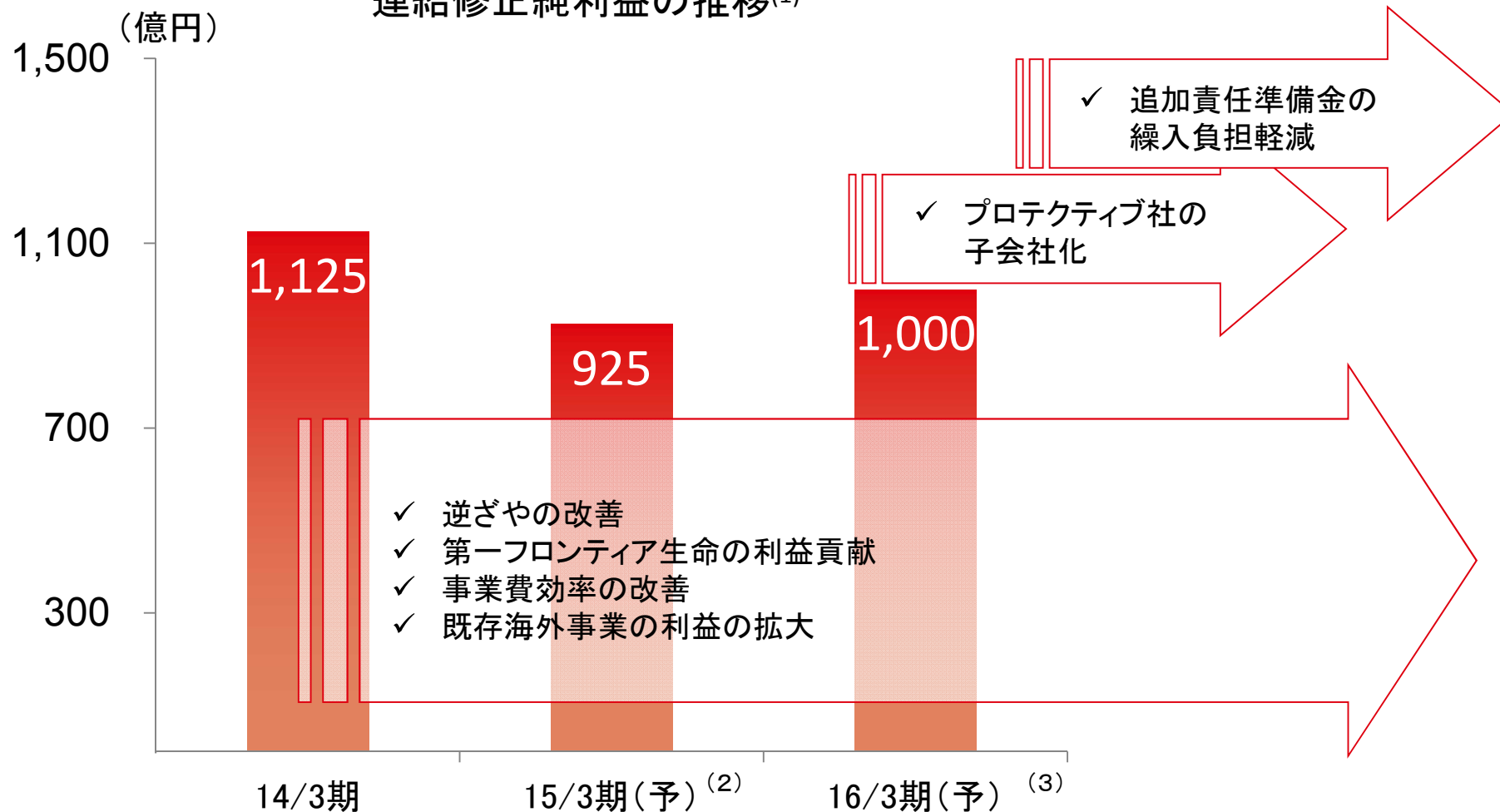
第一生命

日本、北米、アジア・パシフィックからなる三極体制「持続成長トライアングル」を構築。  
グループ経営本部を中心に一体となり、更なるグローバル展開を加速



# 更なる利益拡大へ

## 連結修正純利益の推移<sup>(1)</sup>



(1) 負債性内部留保(危険準備金繰入額、価格変動準備金繰入額)のうち、法定繰入額を超過した分を加算する(取崩しの場合はマイナスする)等。金額はすべて税後換算。

(2) 15/3期の連結修正純利益は業績予想に基づく数値。

(3) 16/3期の連結修正純利益は中期経営計画「Action D」における経営目標。

# 第一生命のチャネル戦略

取締役常務執行役員

櫻井 謙二

一生涯のパートナー

**第一生命**

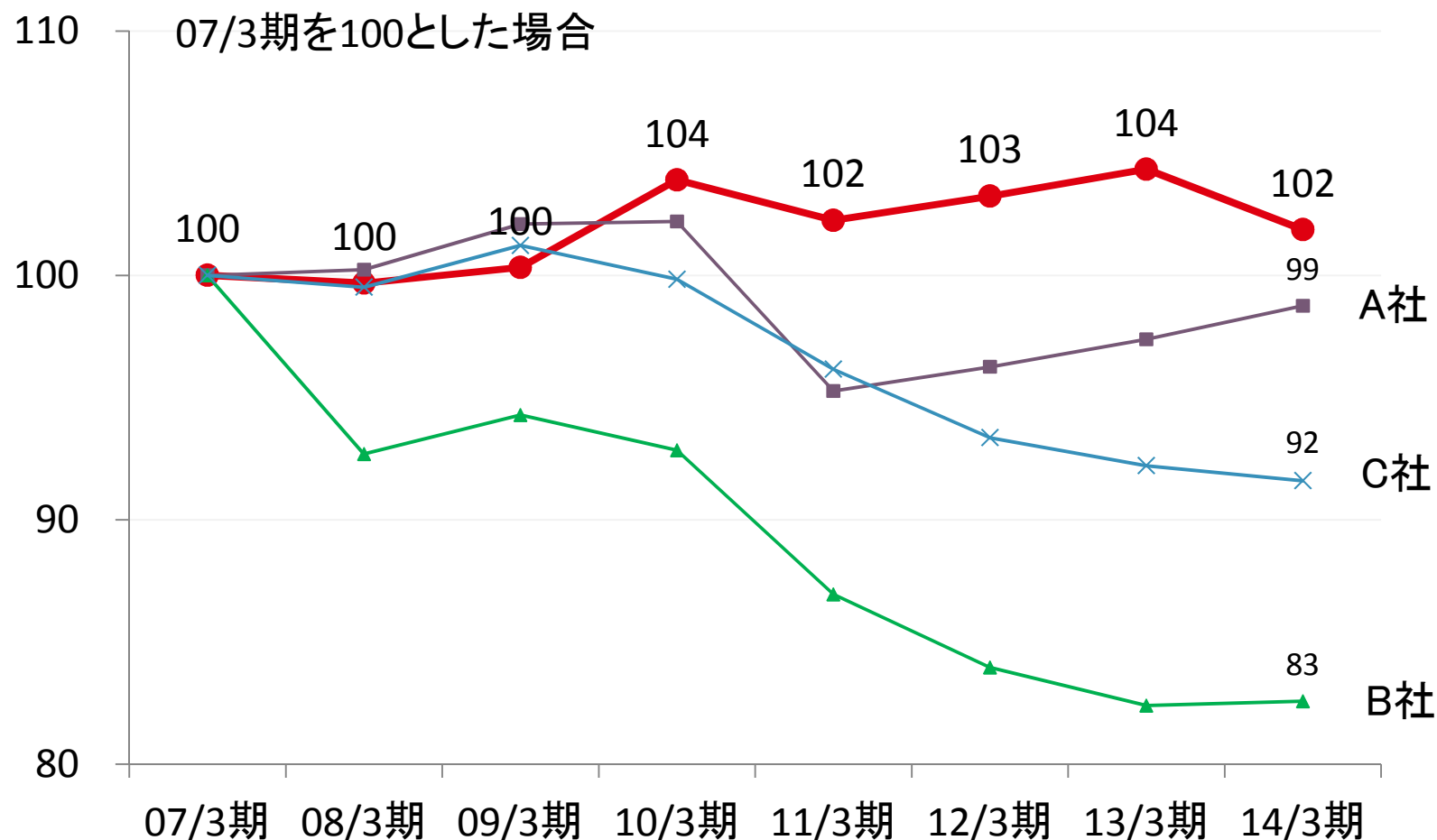
# I. 営業戦略の推移

## 1. 中期営業計画 ～「サクセス110!!」から「Action“D”」へ～

08/3期	09/3期	10/3期	11/3期	12/3期	13/3期	14/3期	15/3期	16/3期
105周年			株式会社		110周年		新創業5周年	
Value up 2010		サクセス110		Action“D”				
<p>営業革新105計画</p> <p>サクセス110!!</p> <p>採用・育成革新110!!</p>						<p>一生涯のパートナー With You プロジェクト</p> <p>営業職員販売事業3カ年計画 Action“D” Dynamic Revolution! ～更なる躍進に向けた革新～</p>		
<p>質的側面(継続率・解約失効率、在籍率・育成率)の劇的改善 コンプライアンス推進・事故の縮減を大前提とした営業業績の向上</p>						<p>オール第一生命による 「トータルコンサルティング」 の実行を通じて 営業実績の拡大を図る</p>		



## 2. 営業実績推移 ～在籍者数 大手他社比較～

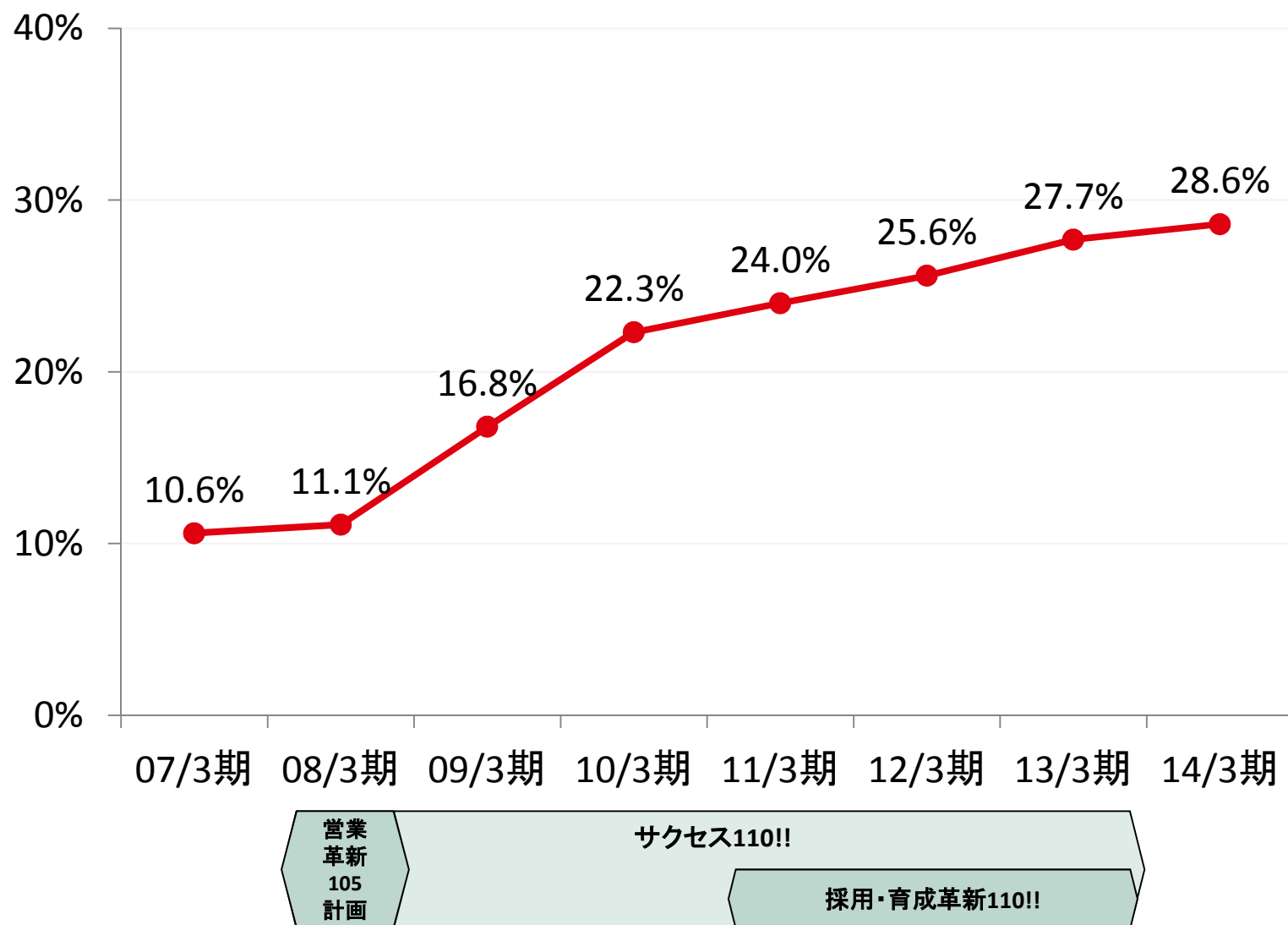


※ 各社のディスクロージャー誌より作成

## 2. 営業実績推移 ～ 専門職員在籍率(25月目)～

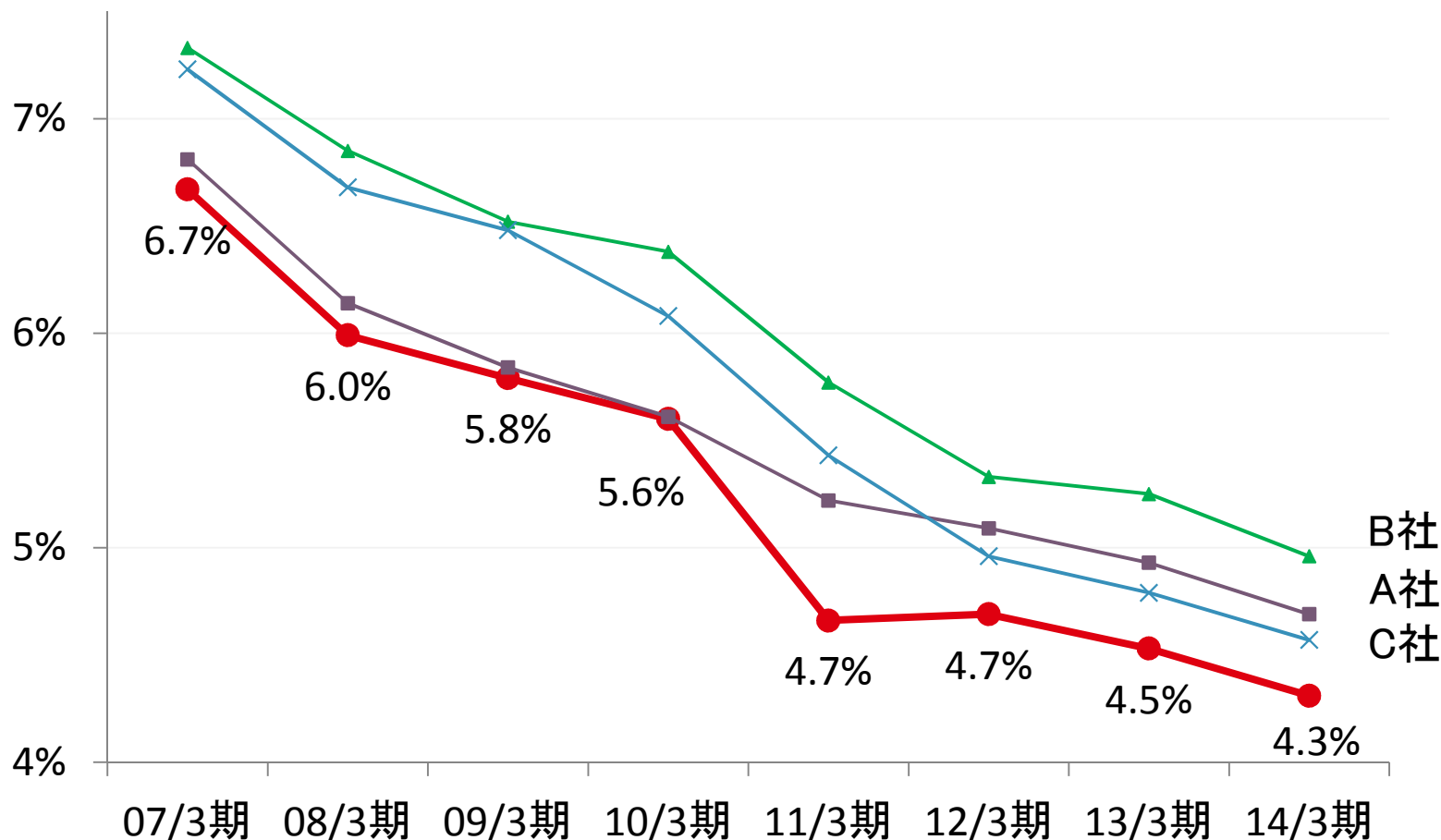
一生涯のパートナー

第一生命



※ 専門職員：直前12ヶ月に24件以上の挙績  
登録後9ヶ月間の取扱契約の総合13回目継続率が80%以上  
専門課程試験合格

## 2. 営業実績推移 ～解約失効率 大手他社比較～



※ 各社の決算資料等より作成

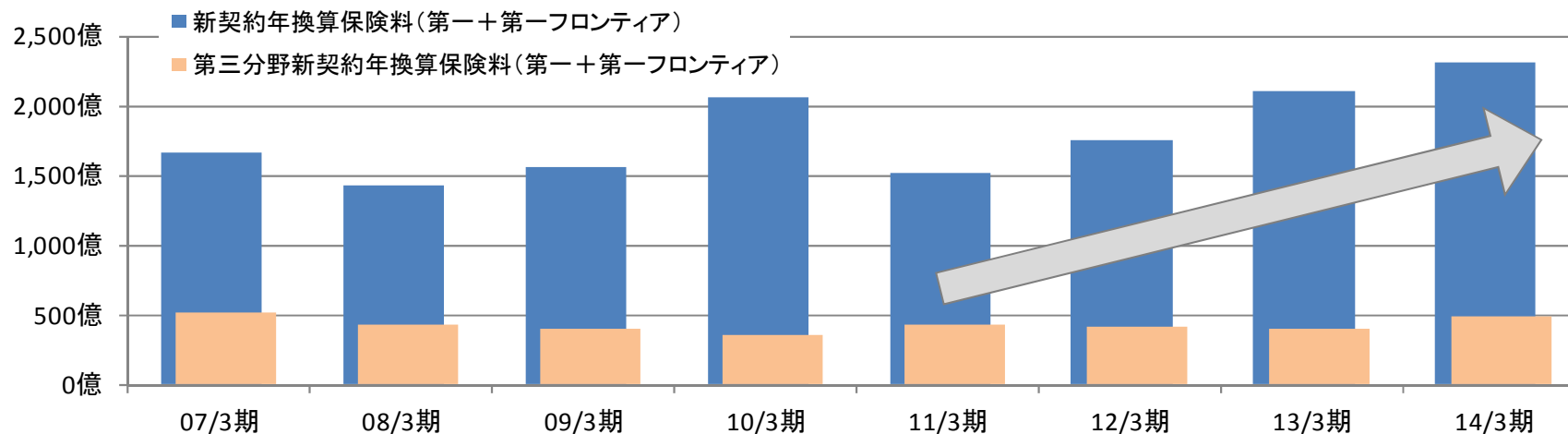
## 2. 営業実績推移 ～当社グループ(国内)の年換算保険料関連業績～

一生涯のパートナー

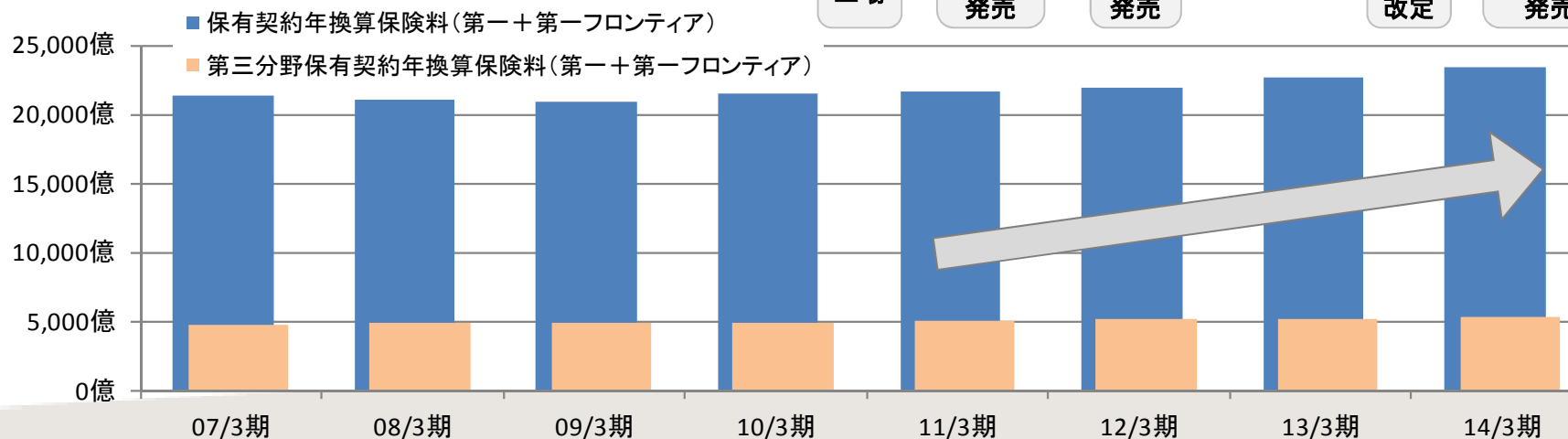
第一生命

- ・ マーケットを意識した新商品投入等により、新契約年換算保険料実績は伸展。
- ・ 解約失効率の改善も相俟って、保有年換算保険料についても前年伸展。

### <新契約>



### <保有契約>



## 2. 営業実績推移 ～新契約営業収益価値実績～

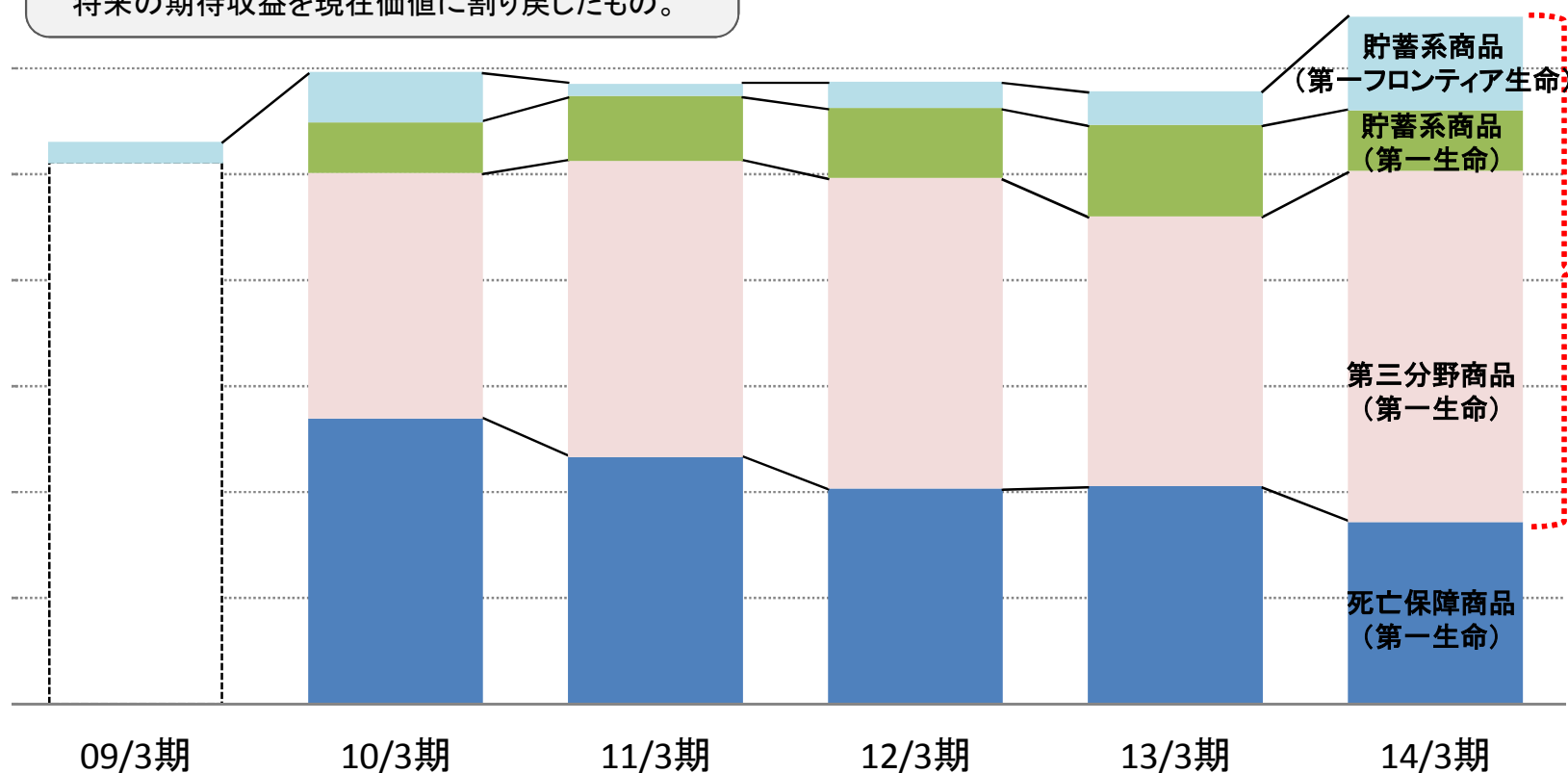
- ・ 営業収益価値の実績は、第一生命単体では微増、グループ全体では増加。
- ・ 成長領域である第三分野と貯蓄性商品でグループ全体実績の7割以上を占める。

営業収益価値とは・・・

環境の変動による影響を除外した上で、  
将来の期待収益を現在価値に割り戻したもの。

09/3期比：122%

成長領域  
占率  
7割以上



09/3期

10/3期

11/3期

12/3期

13/3期

14/3期

株  
転  
上  
場

メ  
ディ  
カ  
ル  
エ  
ール  
発  
売

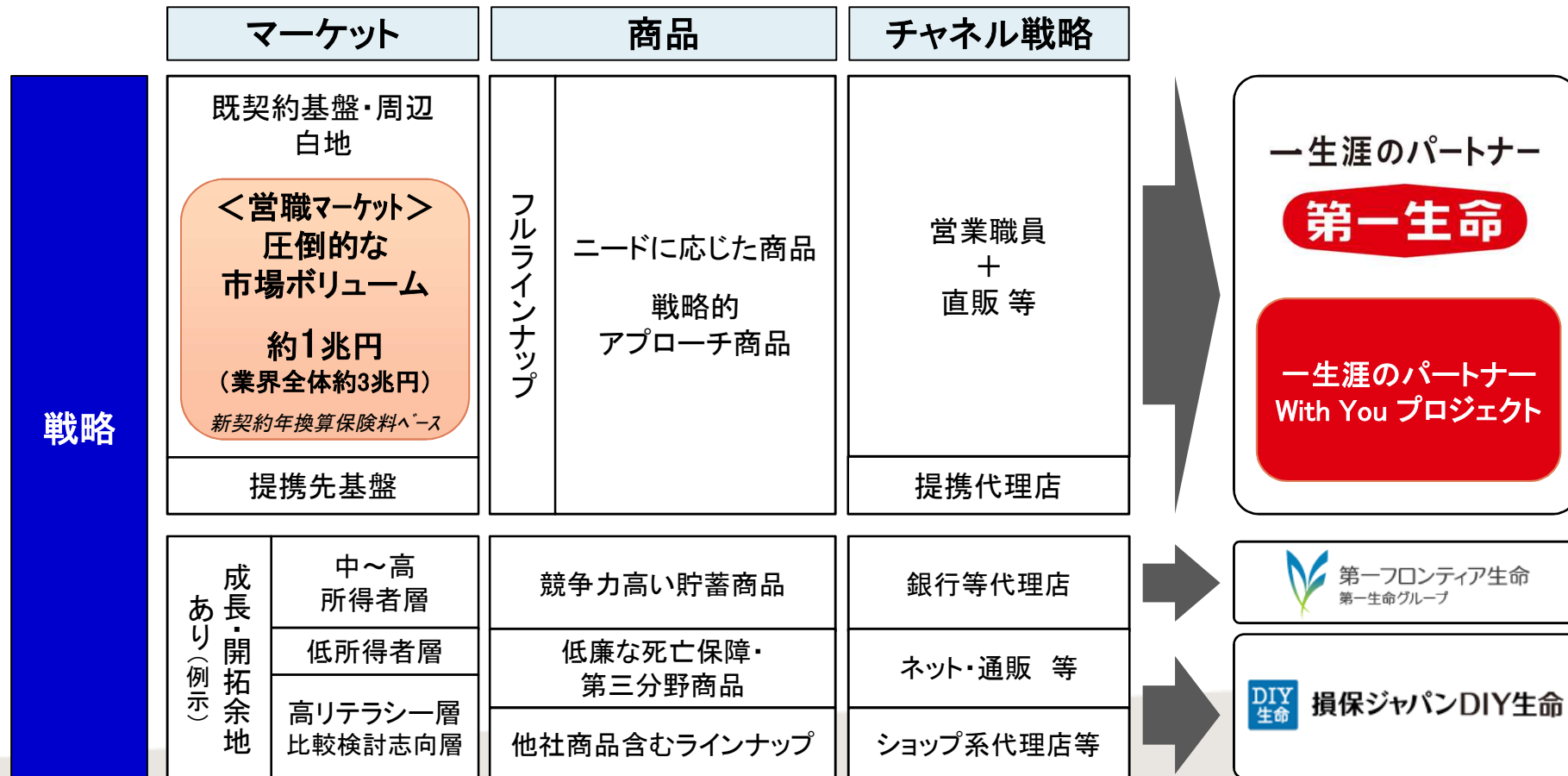
グ  
ラ  
ン  
ロ  
ード  
発  
売

予  
定  
利  
率  
改  
定

ブ  
ラ  
イ  
ト  
Way  
ク  
レ  
ス  
ト  
Way  
発  
売

## Ⅱ. 現在展開中の営業戦略

### 1. 第一生命グループの国内営業戦略の基本的考え方



## 2. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」(2013年12月 リリース)

一生涯のパートナー

第一生命

本業の生命保険を通じた【確かな安心】とともに、第一生命らしい【充実した健康サポート】を生涯設計デザイナー®をはじめとする高い専門性をもつ全役職員の「強固なチームワーク」で、お客さまお一人おひとりに提供。

### 確かな安心

保険金・給付金のお受取時の  
万全な対応

保険金クイック  
お受取サービス

想いの定期便  
生命保険信託

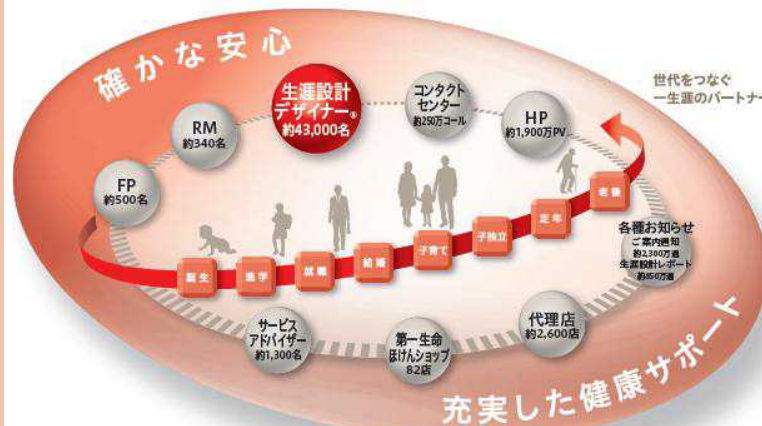
確実に保険金をお受け取り  
いただくための保険期間中の取組

“安心の定期点検”®

お役に立てる  
「生きていくための商品」の発売

第一生命の  
ウェイ  
ブライトWay

第一生命の  
ウェイ  
クレストWay



### 充実した健康サポート

- ・ 国立がん研究センター
  - ・ がん研究会
  - ・ 国立循環器病研究センター
- との包括提携

### 健康支援

メディカルサポート  
介護サービスワイド&ダブル

オール第一生命で“『一生涯のパートナー』に相応しいトータルコンサルティングをお約束”  
～お客さまに“安心の絆”をお届けし、お客さまの生活、そして家族を一生涯に亘ってお守りしつづける～

【ご提案・引受時】(入口)

【ご契約期間中】(中間)

【保険金お支払い・満了時】(出口)

### 3. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の基本的考え方

**オール第一生命**で一生涯のパートナーに相応しい**トータルコンサルティング**をお約束。

#### <保険料の安さを訴求>

- ・《引受会社》  
ネット等のダイレクト生保
- ・《チャネル》  
保険ショップ等の乗合代理店
- ・《商品》  
優良体割引

#### <「コンサルティング」を標榜>

- ・外資系男性チャネル
- ・独立系FP

#### <新規チャネルとして台頭>

- ・ダイレクト生保(ネット・電話等)の多角化
- ・保険ショップ等の競争激化や集客力低下
- ・見込客(Leads)の送客

保険料の価格競争が過熱

個人のネットワークによる  
コンサル

「非対面」・「対面」  
のコラボの進展  
見込客(Leads)購入に  
莫大な費用

「価格競争」ではなく  
「付加価値競争」へ  
「入口」・「中間」・「出口」  
でのコンサル

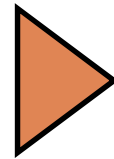
「個人コンサル」  
VS  
「会社(組織)コンサル」  
の競争構図へ

当社としての  
「非対面チャネル」  
「対面チャネル」 のコラボ



## 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～「入口」におけるコンサルティング～

生涯設計デザイナー<sup>®</sup>等による  
付加価値の高い「入口」コンサルティング  
ご契約時の高いお客さま満足



良好な継続率  
家族・紹介展開への好循環  
お客さまを守り、増やす

お客さまの適切な保障選択につながる情報を踏まえたコンサルティング

社会保障・税制

健康・医療

商品知識

コンサル  
知識付与

継続教育

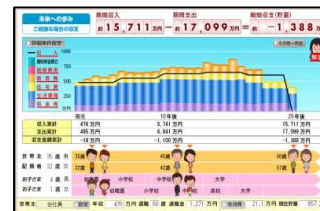
社内検定試験

ツール  
充実

DL Pad(営業・業務用パソコン)活用による高付加価値コンサルティング



簡単・スピーディーなご加入時  
のお手続き (2014年9月より)



各種シミュレーションツール



健康・医療・社会保障等の  
幅広い情報

相続税改正等対応パッケージ

# 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～「中間」におけるコンサルティング～

## “安心の定期点検<sup>®</sup>”

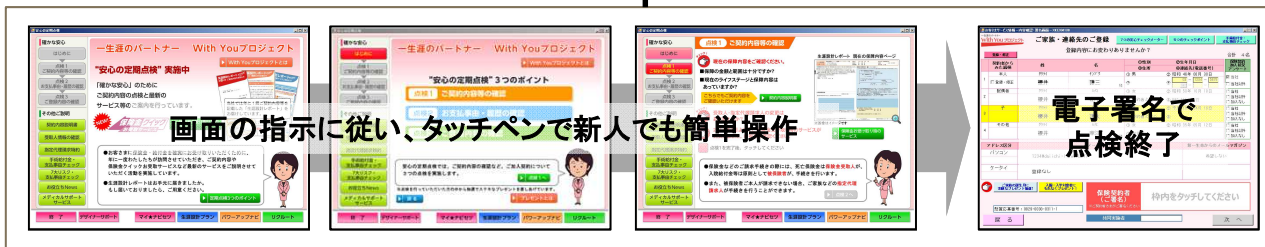
すべてのお客さまに最低年一回定期訪問 をする取組み

定期的な  
お客さまフォロー  
の徹底

3つの点検  
(ご契約内容、お支払事由・履歴、ご登録内容)  
+  
新サービス等のご案内

完全実施に向けて

- ・「DL Pad」でペーパーレス化
- ・あらゆるチャネルの投入
- ・発信平準化と活動日常化



画面の指示に従い、タッチペンで新人でも簡単操作

電子署名で  
点検終了

点検実施を通じて  
ニーズ確認した場合、  
保障見直し・追加・  
家族展開へ

## お客さまフォロー体制強化

すべてのお客さまに切れ目無いフォローをご提供 する体制作り

一人の営業職員による  
お客さまフォローの限界

営業職員の高齢化  
(ご契約残存期間とのアンマッチ)

お客さまの都合に合わせた  
フォローができる体制作り

- ・職域・地区の営業職員
- ・高齢職員の後継者
- ・近隣のほけんショップ
- ・コンタクトセンター

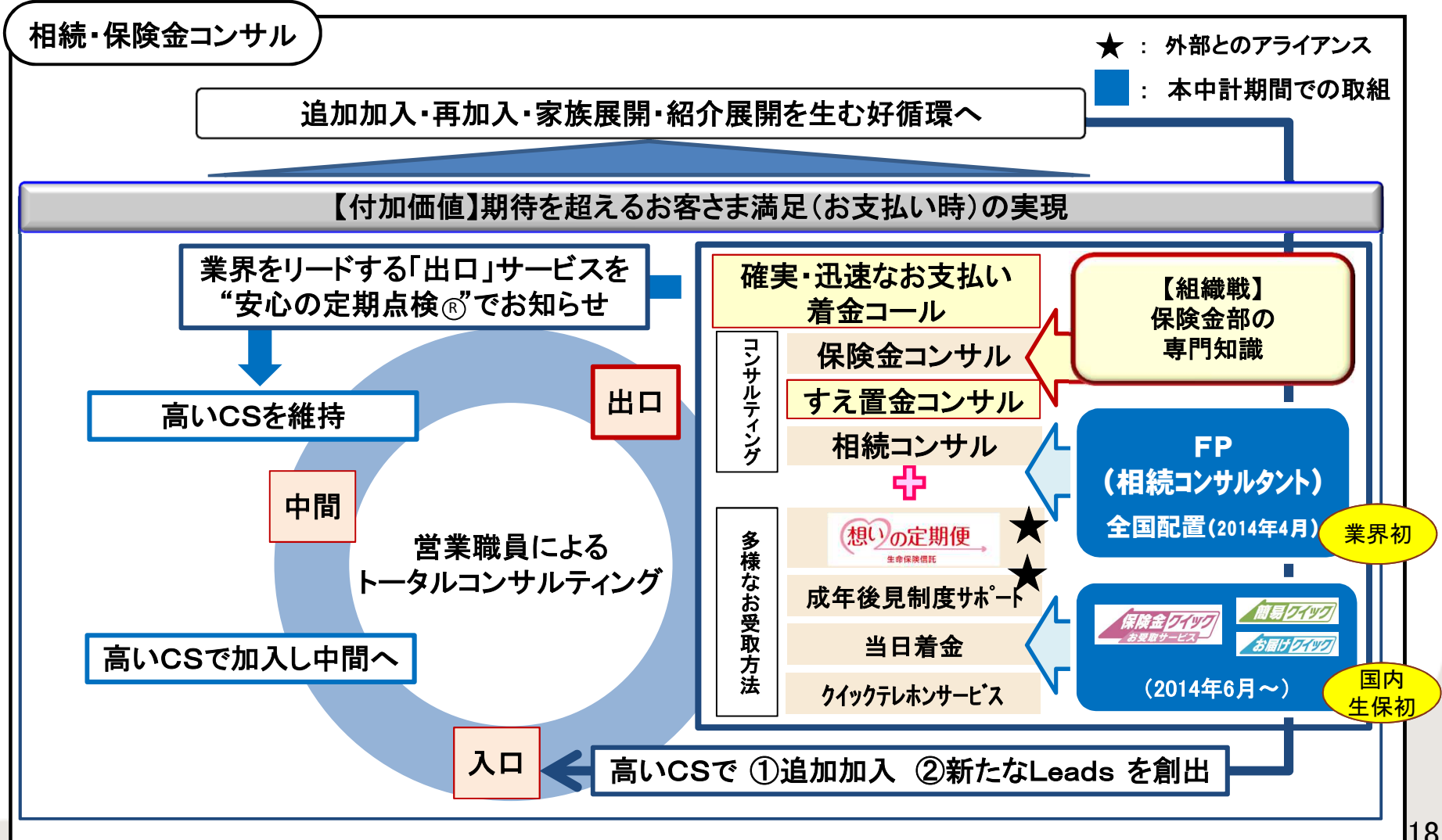
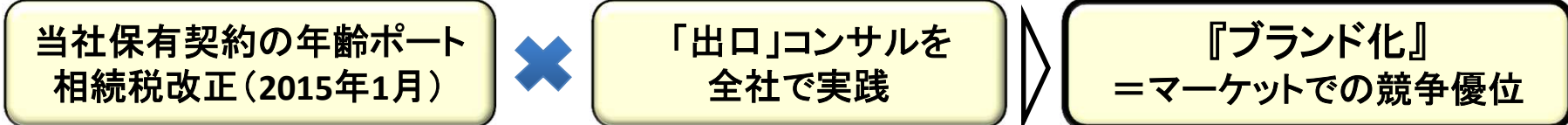
ベストパートナー制度  
・遠隔地、一部職域等

複数  
担当者  
2014年度～

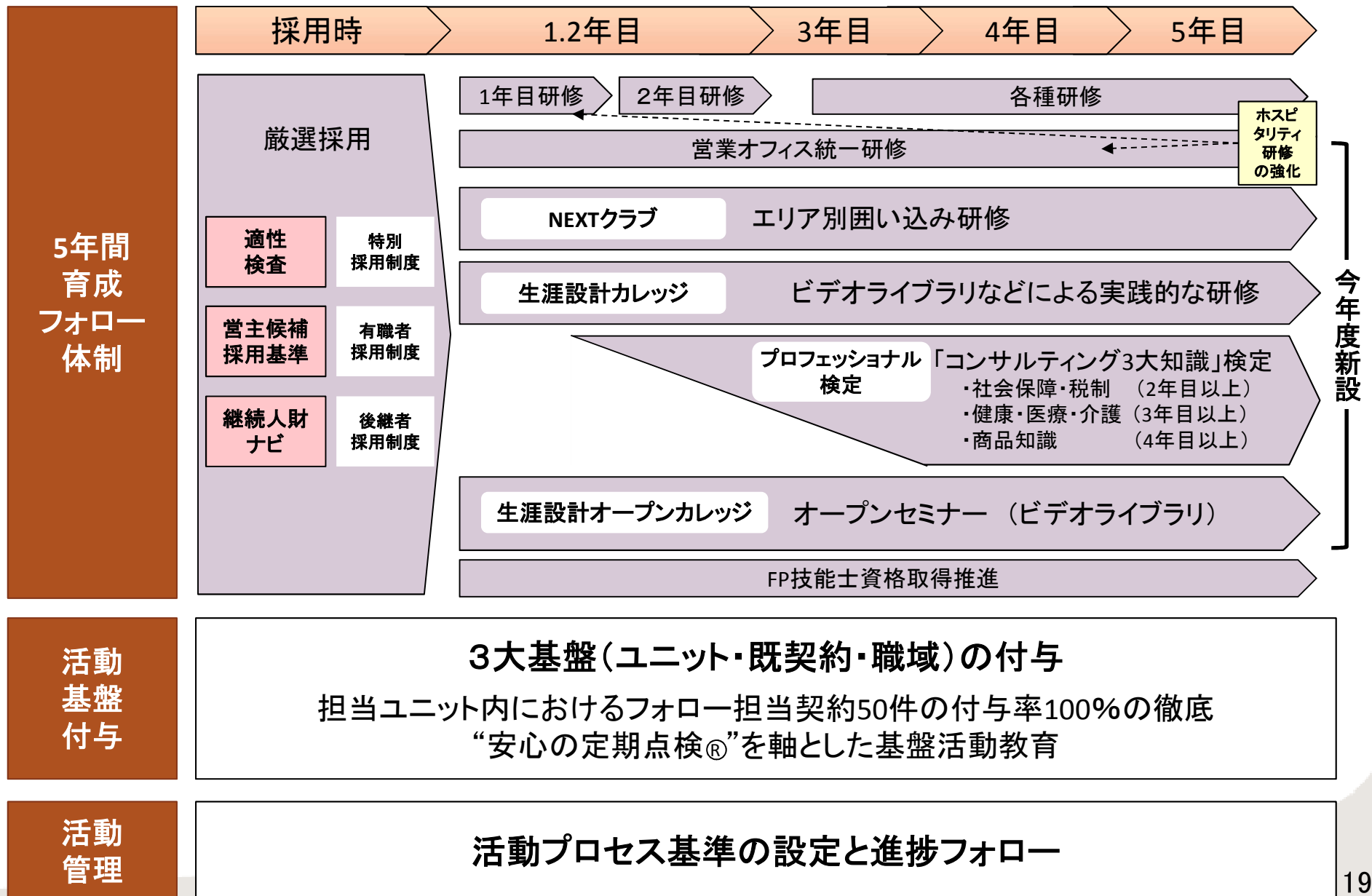
ダブルパートナー制度  
・65歳以上、保有200件以上

契約引継  
2014年度～  
本格展開

# 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～「出口」におけるコンサルティング～



# 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～生涯設計デザイナー®の高度化(採用・育成強化)～



## 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～営業職員チャネルの複線化・販売チャネルの多様化～

一生涯のパートナー

第一生命

営業職員  
チャネルの  
複線化

# 生涯設計デザイナー<sup>®</sup>

高度化

1987年4月

総合営業職（新卒の職域募集専門組織）

2015年1月（予定）

カスタマーコンサルタント職員

その他  
チャネルの  
多様化

代理店

2000年4月

内勤（FP・RM・直販）

2003年4月

第一生命ほけんショップ

コンタクトセンター

ホームページ

グループ  
での  
取組み

金融機関代理店

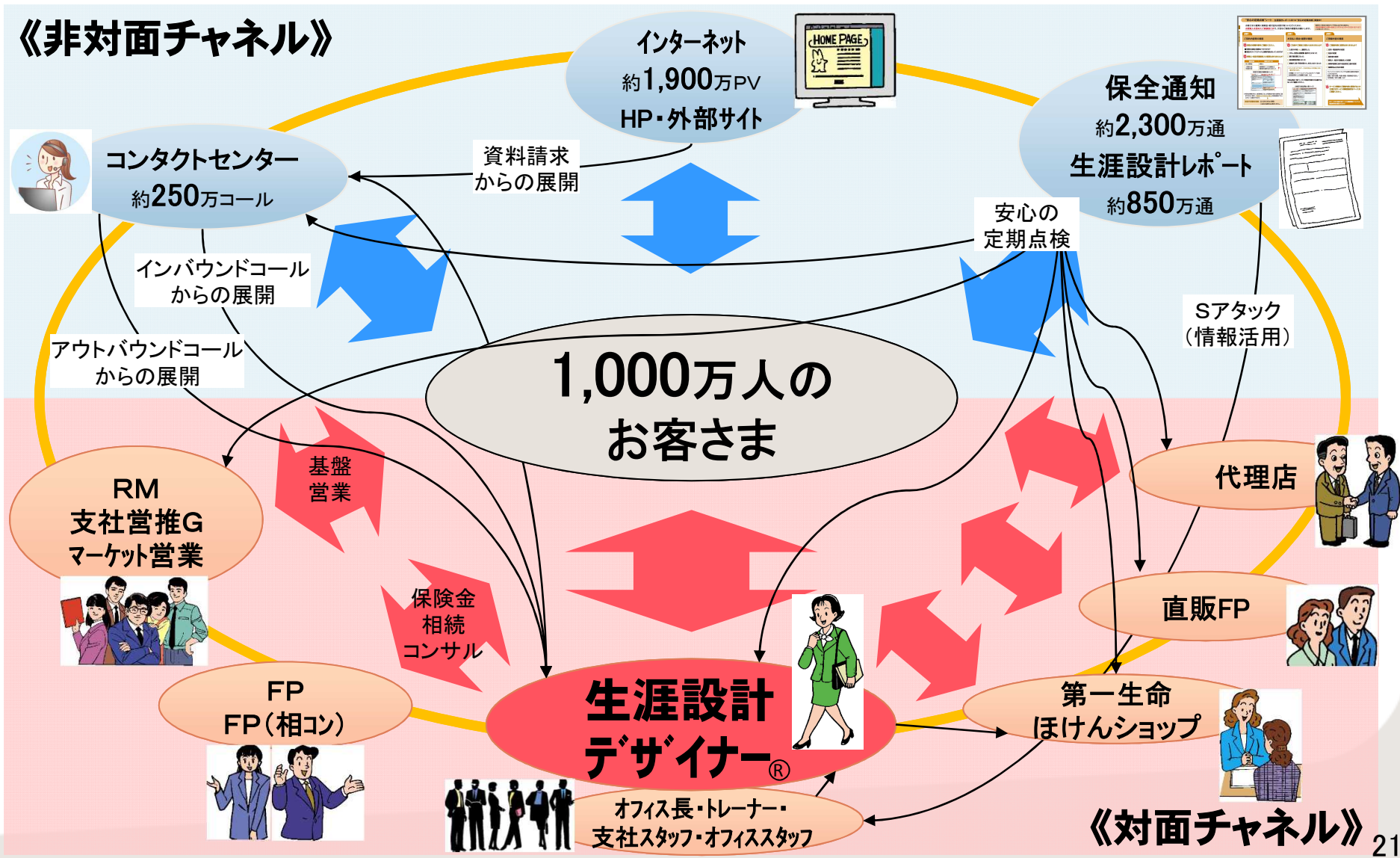
2007年10月

来店型保険ショップ

2015年下期（予定）

# 4. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の展開 ～第一生命版「オムニチャネル」の推進～

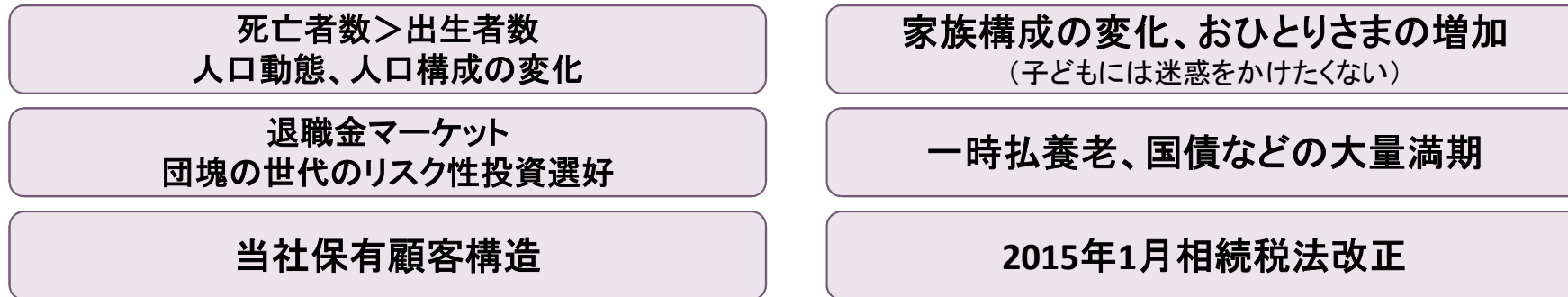
生涯設計デザイナー®を中心に当社としてのチャネルコラボを更に推進！



# Ⅲ. 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」の進化

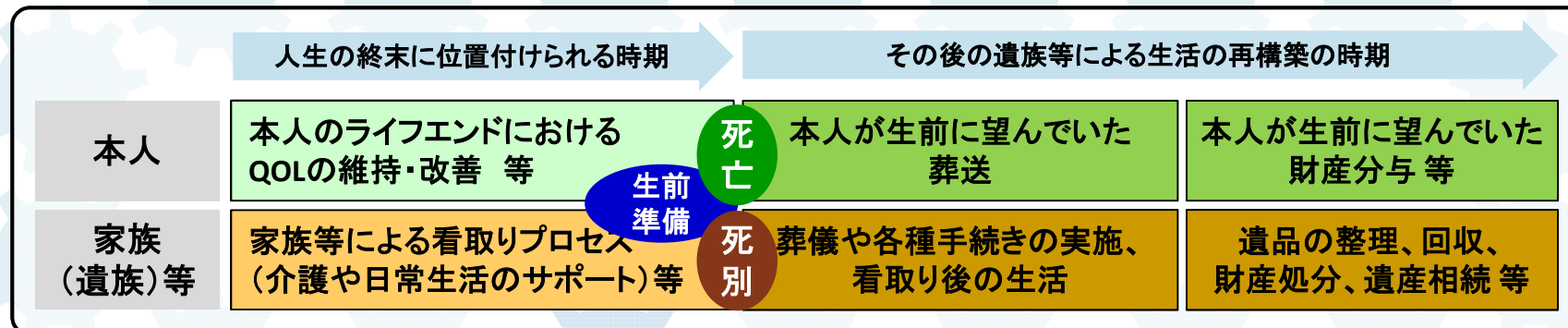
## 1. 「ライフエンディング・コンサルティング」の展開

### ～「ライフエンディング・コンサルティング」の背景～



### 「ライフエンディング・ステージ」のイメージ

サポートに携わる各分野の担い手



金融機関  
保険会社

経済産業省商務情報政策局サービス政策課サービス産業室

『安心と信頼のあるライフエンディング・ステージ』の創出に向けた普及啓発に関する研究会報告書』(2012年4月)を元に作成





# 1. 「ライフエンディング・コンサルティング」の展開 ～相続マーケットへの取組み～

一生涯のパートナー

第一生命

様々な取り組みにより、今年度、年換算保険料100万円以上個人年金保険の実績は、対前年で200%以上と好調！

- ・ 「FP（相続コンサルタント）」の配置 (2013年4月～段階的展開)
- ・ 相続マーケットに的を絞ったツールの本格的提供
  - お客さま向けパンフレット、職員向け教材 (2013年5月～)
  - 実効税率シミュレーションツール (2013年5月～)
- ・ 体系だった「相続セミナー」運営開始 (2013年10月～)
- ・ 「大切な方への絆ノート」（エンディングノート）の提供 (2014年4月～)

2014年度  
100回以上開催

本社専任講師による  
「第一生命版 相続セミナー」

年200回  
2名

+

全国のFP(相続コンサルタント)・FPによる  
「第一生命版 相続セミナー」の全支社展開

# IV. 第一生命グループの今後の国内営業戦略

一生涯のパートナー

**第一生命**

新たな子会社による新市場の開拓と第一生命グループの国内営業戦略の方向性

- ・ 高リテラシー層、比較検討志向層の増加に踏まえて、銀行窓口、来店型保険ショップなどのチャネルを通じ、医療保険等の第三分野商品を提供するべく「損保ジャパンDIY生命」を完全子会社化。(2015年度下期新商品・サービス提供開始予定)
- ・ 当社グループは独自性を高めた専門性のある子会社生保を所有。
- ・ 商品(元受)とチャネルの最適な組み合わせにより、マーケット開拓・深耕を図り、グループ収益の極大化を企図。



# 第一生命の商品戦略

取締役専務執行役員

浅野 友靖

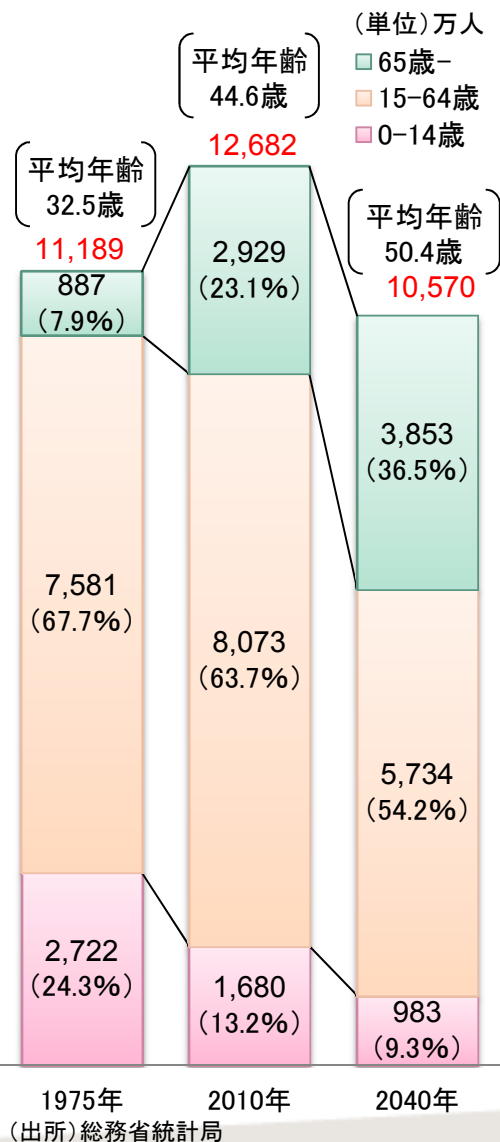
一生涯のパートナー

**第一生命**

# I. 社会環境の変化と市場動向

## ◎環境の変化

### (1) 「少子高齢化」



### (2) 政府の対応 (生活保障関連の実施・検討例)

#### A. 社会保障給付費の増加

(a) 社会保障と税の一体改革  
(自助を基本とした自助・共助・公助の最適な組合せ)

- ① 消費税・相続税の引上げ
- ② 医療費・高齢者医療負担の改定
- ③ 公的年金制度の見直し
- ④ 混合診療の見直し(患者申出療養制度の検討)
- ⑤ 介護制度・自己負担の見直し

#### B. 生産年齢人口の減少

(b) 成長戦略  
(景気回復に向けた動きと確実な成長軌道へ)

- ① 女性労働参加率の引上げ、待機児童解消加速化
- ② 国民の「健康寿命」の延伸、予防サービス・健康管理の推進  
(平均寿命－健康寿命  
＝男性9.13年、女性12.68年)

### (3) 今後の保障準備意向

#### ① 医療保障

2004年 62.2% → 2013年 67.2%

#### ② 介護保障

2004年 66.3% → 2013年 75.8%

#### ③ 老後保障

2004年 68.9% → 2013年 74.7%

#### ④ 死亡保障

2004年 53.3% → 2013年 60.6%

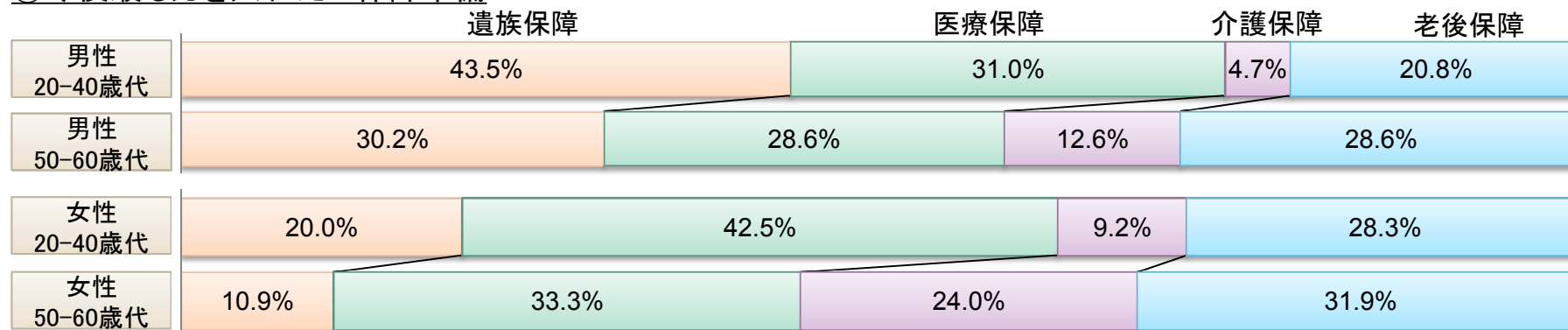
(出所)生命保険文化センター  
「平成25年度 生活保障に関する調査」

# I. 社会環境の変化と市場動向

## ◎保障ニーズの状況とライフスタイルの変化

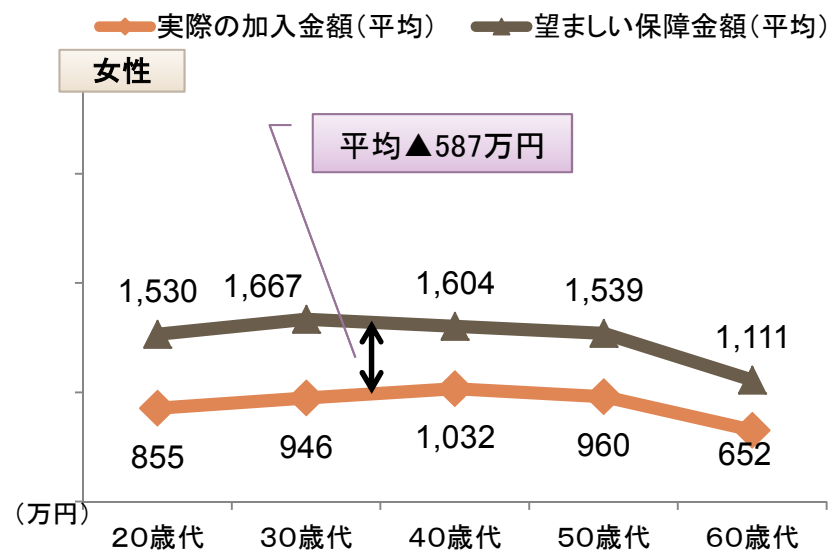
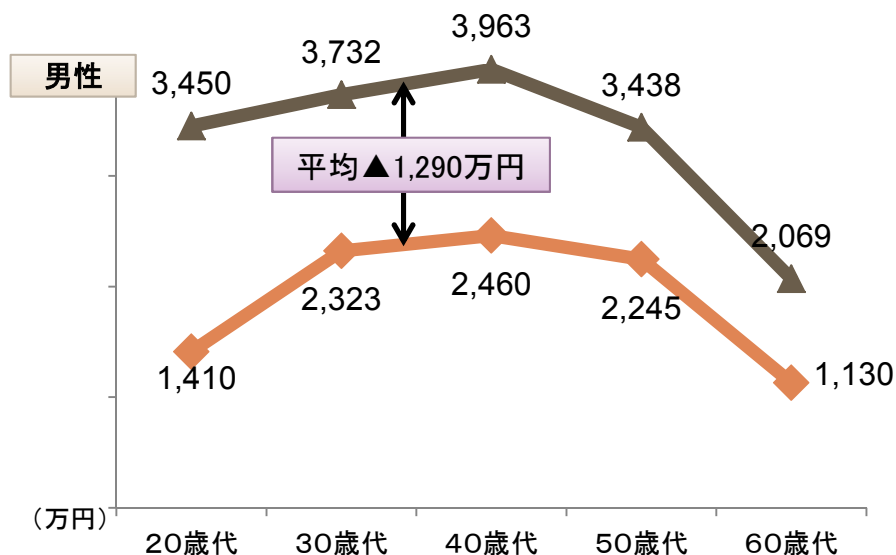
### (1) 性・年代別

#### ① 今後最も力を入れたい保障準備



(出所) 生命保険文化センター「平成25年度 生活保障に関する調査」  
回答のうち「特にない・分からない」を除く。

#### ② 必要と考える死亡保障金額と実際の加入金額



(出所) 生命保険文化センター「平成25年度生活保障に関する調査」 28

# I. 社会環境の変化と市場動向

## ◎保障ニーズの状況とライフスタイルの変化

### (2) ライフサイクル別

(※) 1995年データ

	1992年	2012年	増減
人口	12,347.6万人	12,595.7万人	102.0%
うち65歳以上	1,618.0万人	3,067万人	190.0%
出生者数	120.9万人	103.7万人	85.8%
死亡者数	85.7万人	125.6万人	146.6%
婚姻			
結婚(件数)	75.4万	66.9万	88.7%
離婚(件数)	19.9万(※)	23.5万	118.1%
要介護(要支援)者数	—	561.1万人	—

(出所) 人口動態調査、介護保険事業状況報告

### (3) 世帯構成別

	ひとり親+未婚の子			その他	
	単独世帯	夫婦のみ	夫婦+未婚の子	三世帯世帯	その他
1992年	22%	17%	37%	5%	13%
2012年	25%	23%	31%	7%	8%

	65歳以上のいる世帯数		<参考> 全人口(うち65歳以上)
	うち単独世帯数		
1992年	1,188.4万	186.5万(15.7%)	12,347.6万人(1,618.0万人)
2012年	2,093.0万	486.8万(23.3%)	12,595.7万人(3,067.0万人)

変化率: 単独世帯数 1.8倍, 65歳以上のいる世帯数 2.6倍, 参考人口 1.02(1.9)倍

(出所) 国民生活基礎調査

### 強みの発揮

① 1,000万人を超える顧客基盤

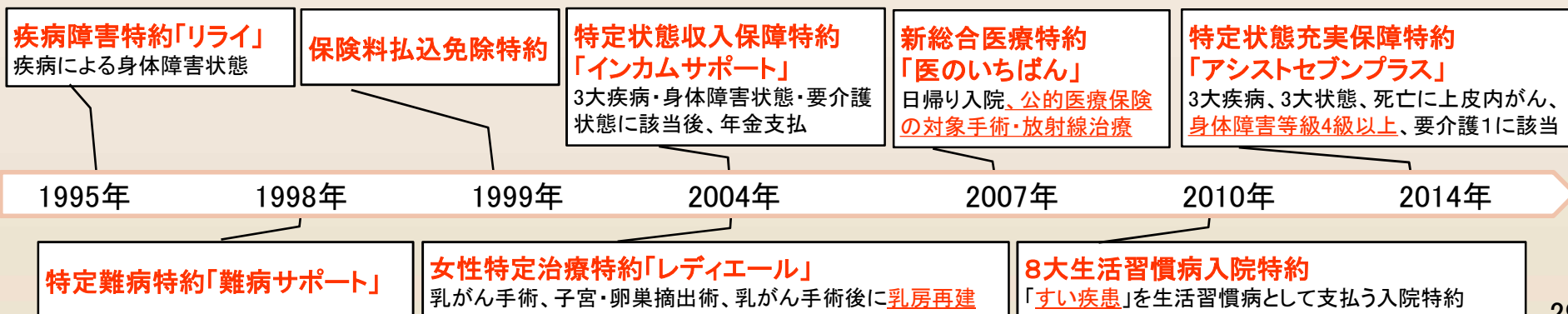
② 4万名の一社専属の営業職員+他チャネルによるコンサルティング

③ 商品・事務・IT・インフラ等の総合的な活用  
⇒すべてのリソースを活用



一生涯のパートナー

### 【「一生涯のパートナー」としてお客さまの生活を支えてきた、業界に先駆けて開発した商品】



## Ⅱ. 総合的な価値の提供

一生涯のパートナー

第一生命

### ◎お客さまニーズに対応した「総合的な商品競争力」の強化

#### 「生涯設計」(1997年～) <提供価値>

- ・ **良質な提案**  
(生涯設計プラン・Nav!t・eNav!t)
- ・ **良質な商品**  
(「備える」「貯める」「殖やす」・ラインアップの充実)
- ・ **良質なサービス**  
(ポイントサービス・webサービス)

堂堂人生・保険料払込免除特約・医療単品  
【業界初】

#### 「新・生涯設計」(2010年～) <提供対象・方法>

- ・ **すべてのお客さまに**  
(多様なニーズ、受取人・家族・周辺展開)
- ・ **私たちすべてが**  
(チャネル・サービスの組合せ、IT等活用、DL Pad)
- ・ **すべての接点で**  
(保全・保険金受取時を含めた「入口」「中間」「出口」の接点活用)

「一生涯のパートナー」

順風ライフ・メディカルエール  
メディカルスイッチ【業界初】  
グランロード(告知不要型)【業界初※営職取扱中】

#### 「一生涯のパートナー With You プロジェクト」(2013年～)

##### ①お役に立てる「生きていくための商品」

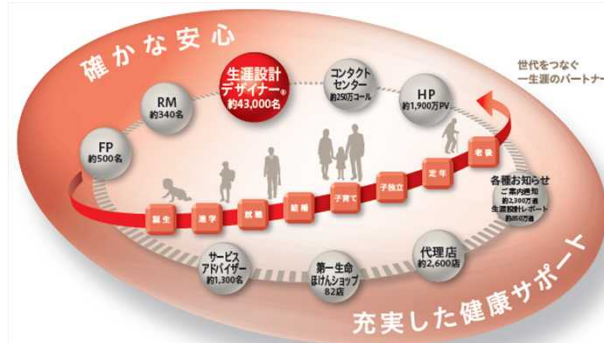
第一生命の **フライトWay** 第一生命の **クレストWay**

##### ②保険金・給付金のお受取時の万全な制度

(保険金クイックお受取サービス、成年後見制度活用によるお手続きサポート)

##### ③確実に保険金をお受取いただくための保険期間中の取組

(安心の定期点検)



##### ①健康・医療情報の提供

(国立がん研究センター、がん研究会、国立循環器病研究センターとの包括的連携協定)

##### ②メディカルサポートサービス

(専門相談員による総合的サポート、介護サービスワイド&ダブルなど)

##### ③第一生命けんこうサポートデスク

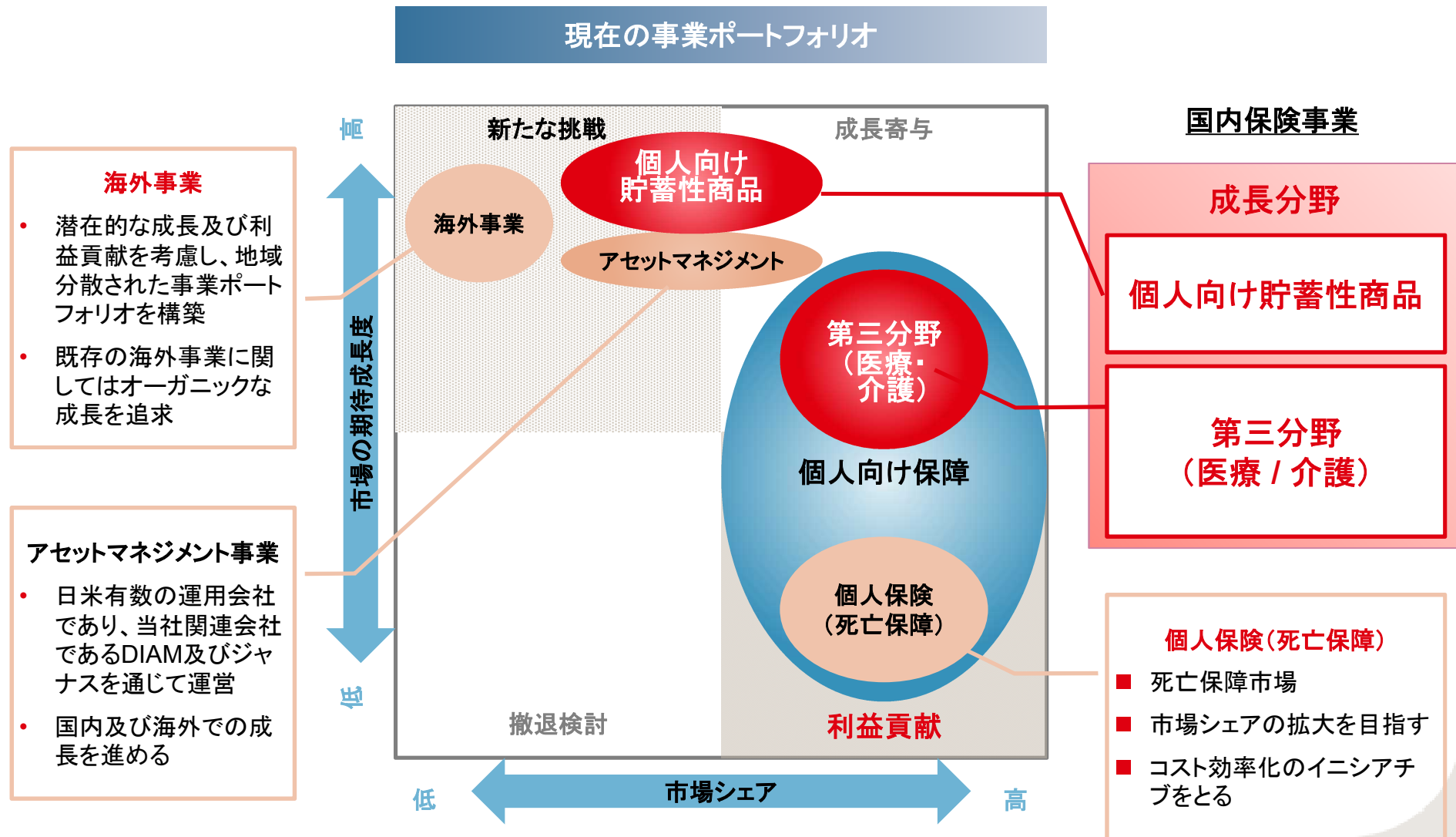
(健康支援も含めた福利厚生制度サポートなど)

ブライトWay (アシストセブン/アシストセブンプラス)  
【業界最高水準の給付】

クレストWay (成年後見制度サポート)【業界初】

## II. 総合的な価値の提供

### ◎国内保険事業における成長分野





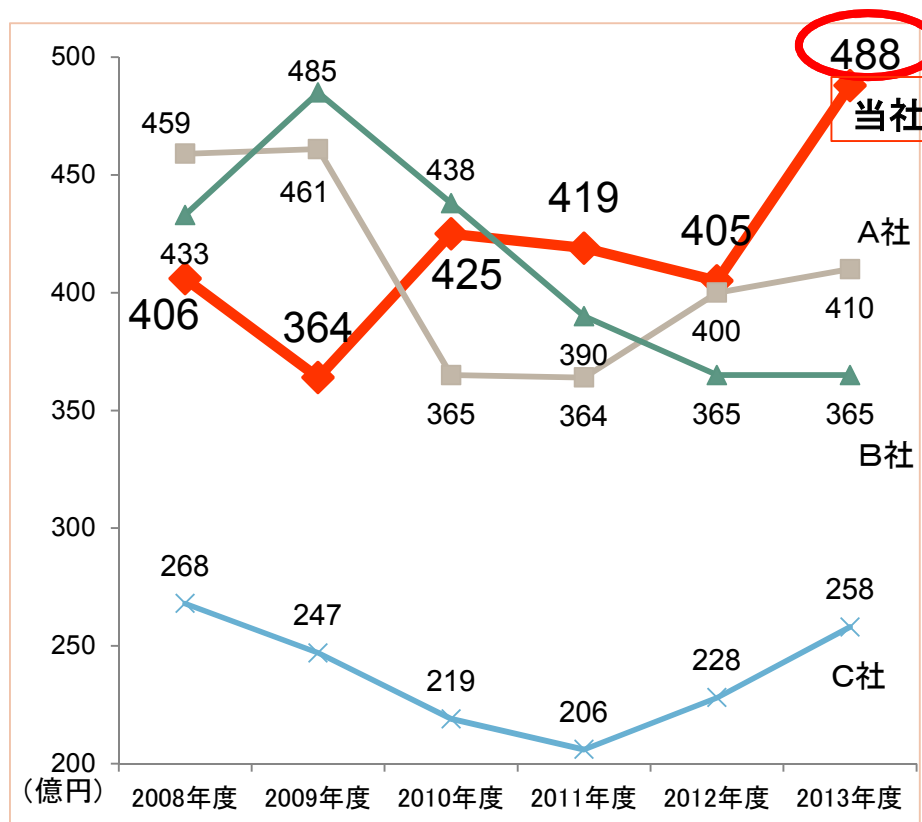
## Ⅱ. 総合的な価値の提供

### ◎第三分野の成長

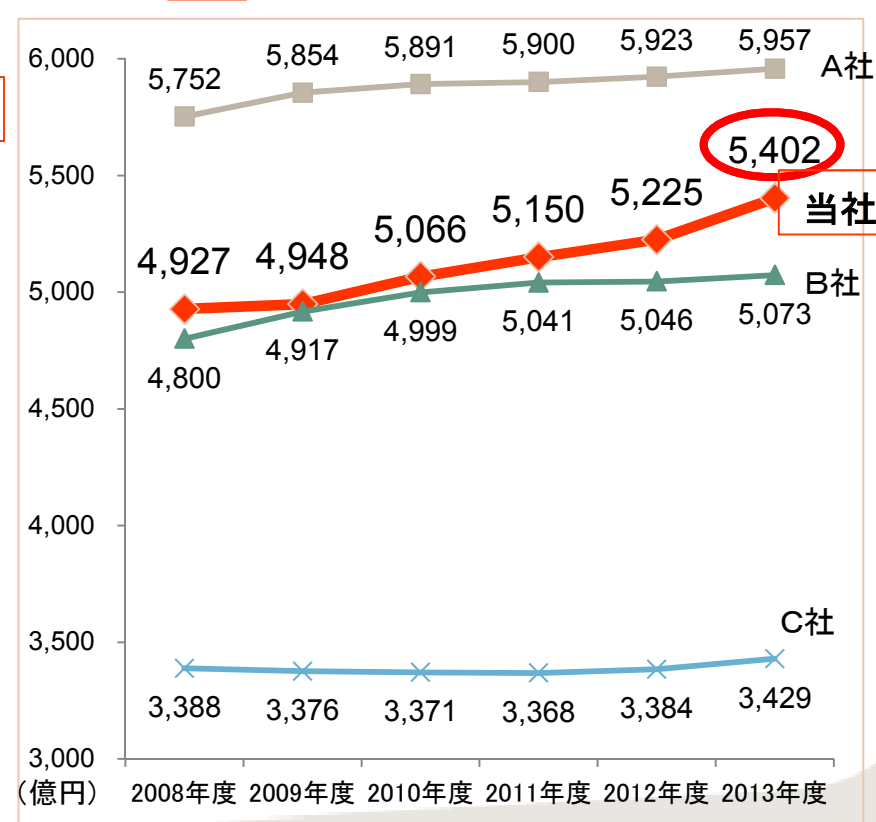
#### ■第三分野の実績推移

- 保険料払込免除特約、インカムサポート・医のいちばんNEO・メディカルエールなど、医療・長患といった第三分野への積極的な取組みによって、第三分野保険料を着実に積み上げている。

第三分野 **新契約** 年換算保険料実績推移



第三分野 **保有** 年換算保険料実績推移



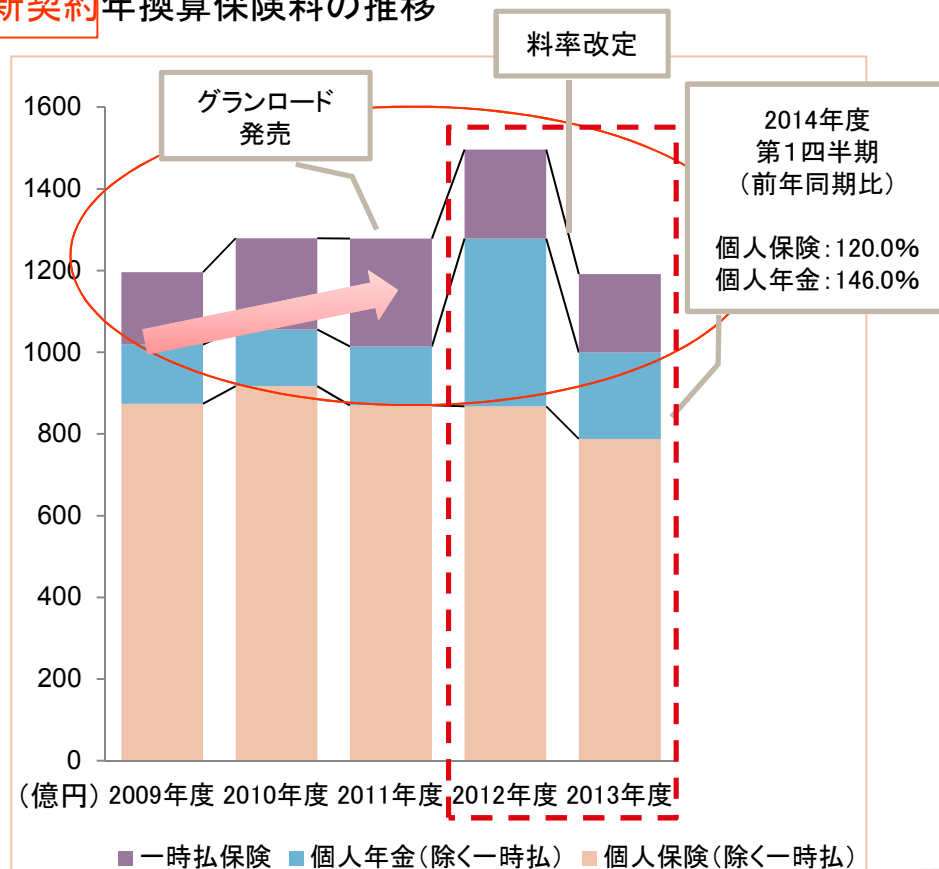
## II. 総合的な価値の提供

### ◎個人貯蓄分野の成長

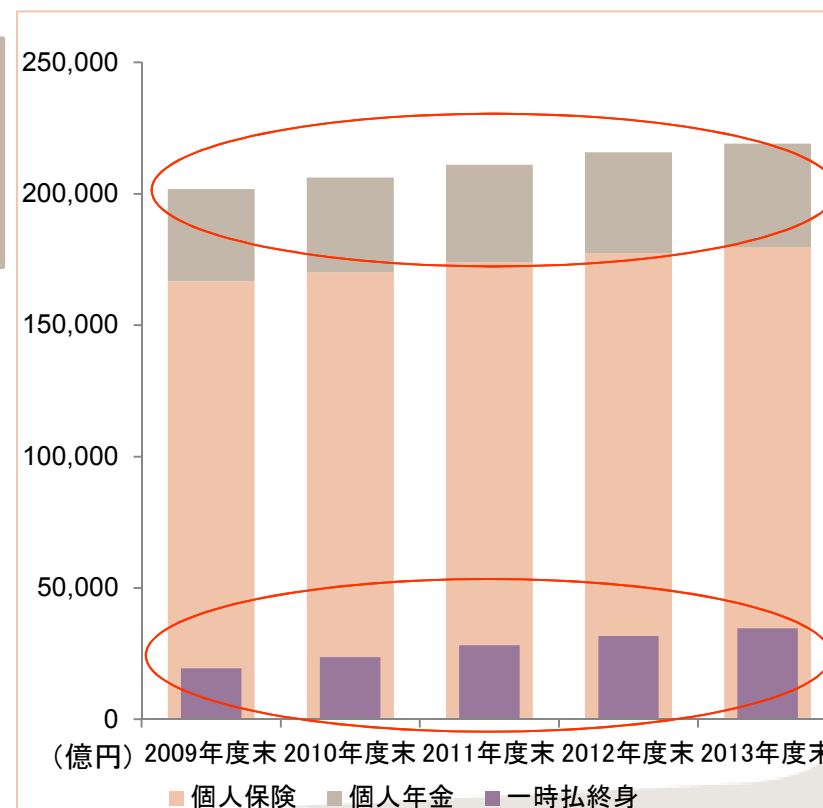
#### ■貯蓄性商品の実績推移

- ・ グランロードの投入によるシニアマーケットの積極取込み等により、実績は順調に推移。(2012年度は2013.4料率改定の駆け込みにより個人年金の実績が伸びた)

新契約年換算保険料の推移

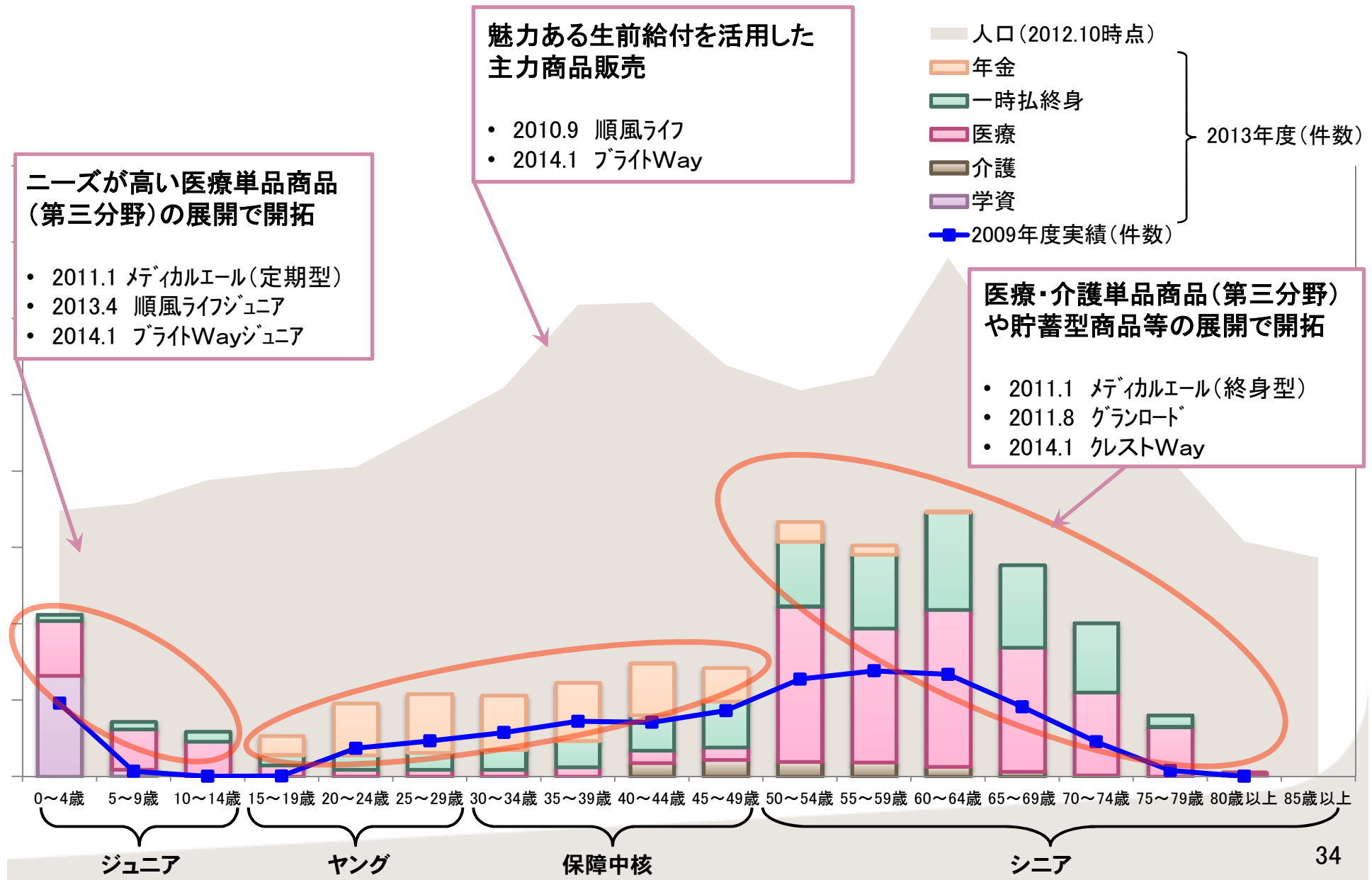


責任準備金残高の推移



## II. 総合的な価値の提供

### ◎年代別商品販売の伸展状況(第三分野・貯蓄性商品)



### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎最近の主な取り組み

#### 2013.4 標準利率対応⇒予定利率引き下げ

##### ●総合的な対応による商品競争力・リスクコントロールの強化

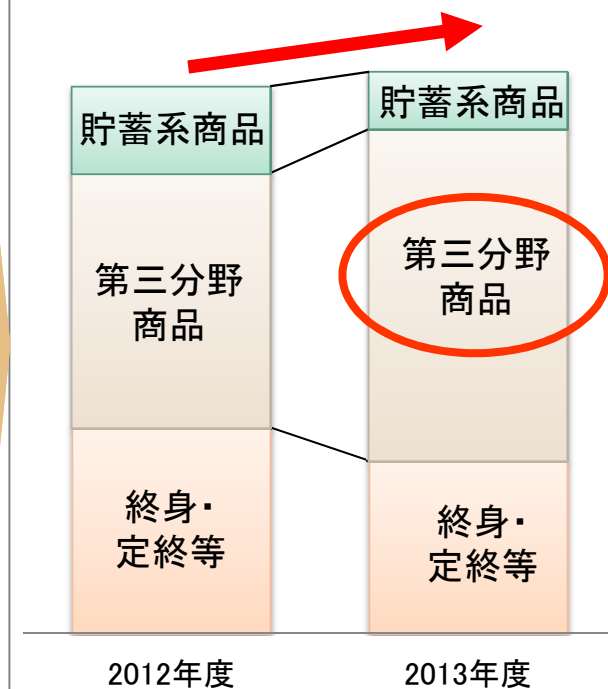
- ①商品性の維持・強化、ALMの推進  
保険料体系の見直し
- ②設計の自在性向上  
転換制度充実、Mickey・しあわせ物語改訂
- ③販売対象の拡大  
順風ライフジュニア発売、Mickey・しあわせ物語改訂

#### 2014.1 新商品発売

##### ●基幹商品の投入(「一生涯のパートナー With You プロジェクト」)

- ①**ブライトWay**(総合保障型商品)  
アシストセブン・アシストセブンプラス
  - ②**クレストWay**(介護・医療重視型商品)  
公的介護保険制度連動給付の導入
- ##### ●リスクコントロールの強化
- ①適切な予定発生率の設定  
危険差コントロール、保険料体系の見直し

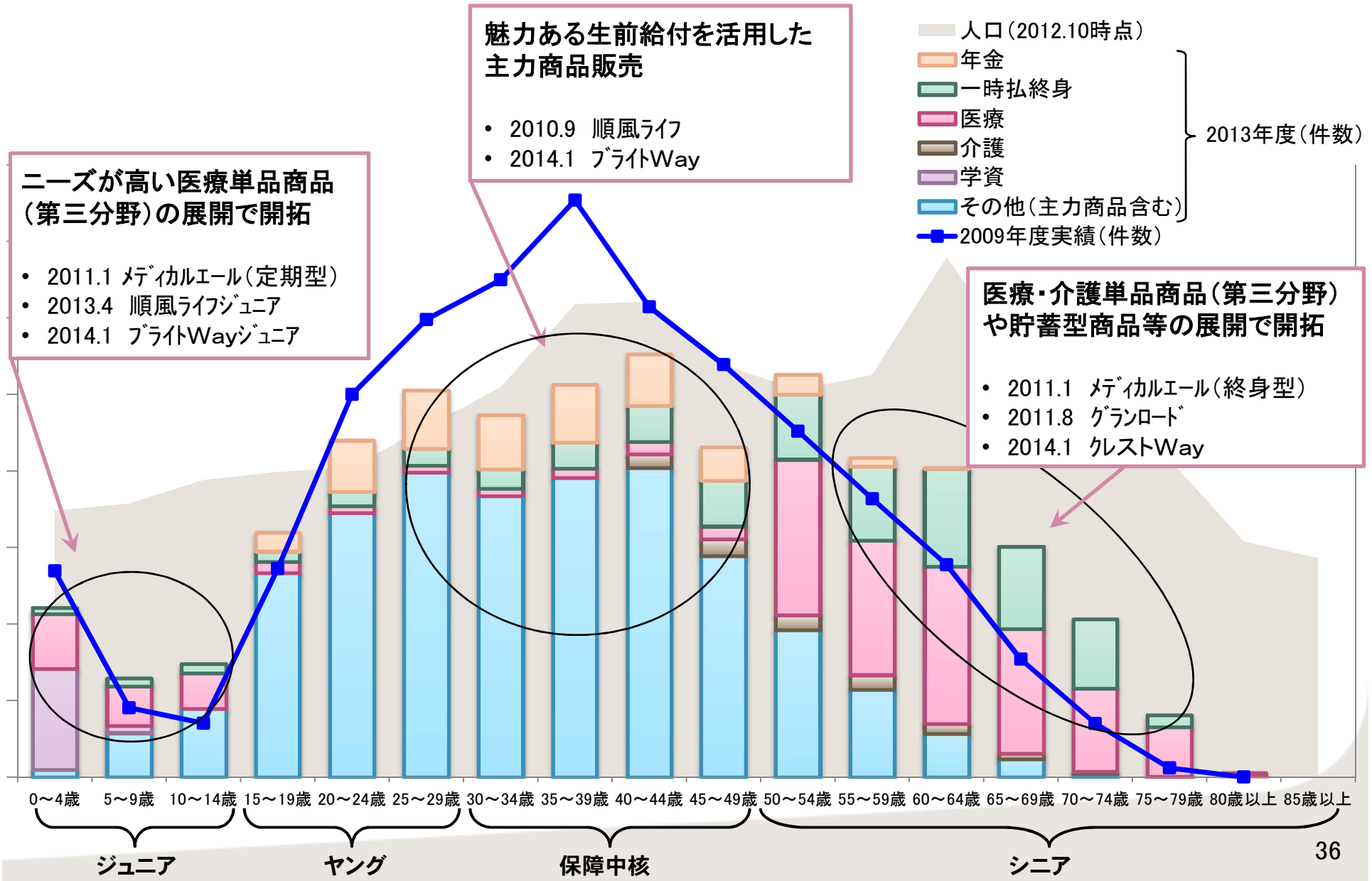
新契約における粗利ベースの将来期待収益  
(営業収益価値)の実績推移



- 標準利率改定で、競争は新たなステージへ突入。当社は総合的な対応で提供価値向上を目指してきた。
- 戦略的な新商品発売等によりリテンション機能を充実させ、総合的な商品魅力の強化を図った。

# Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

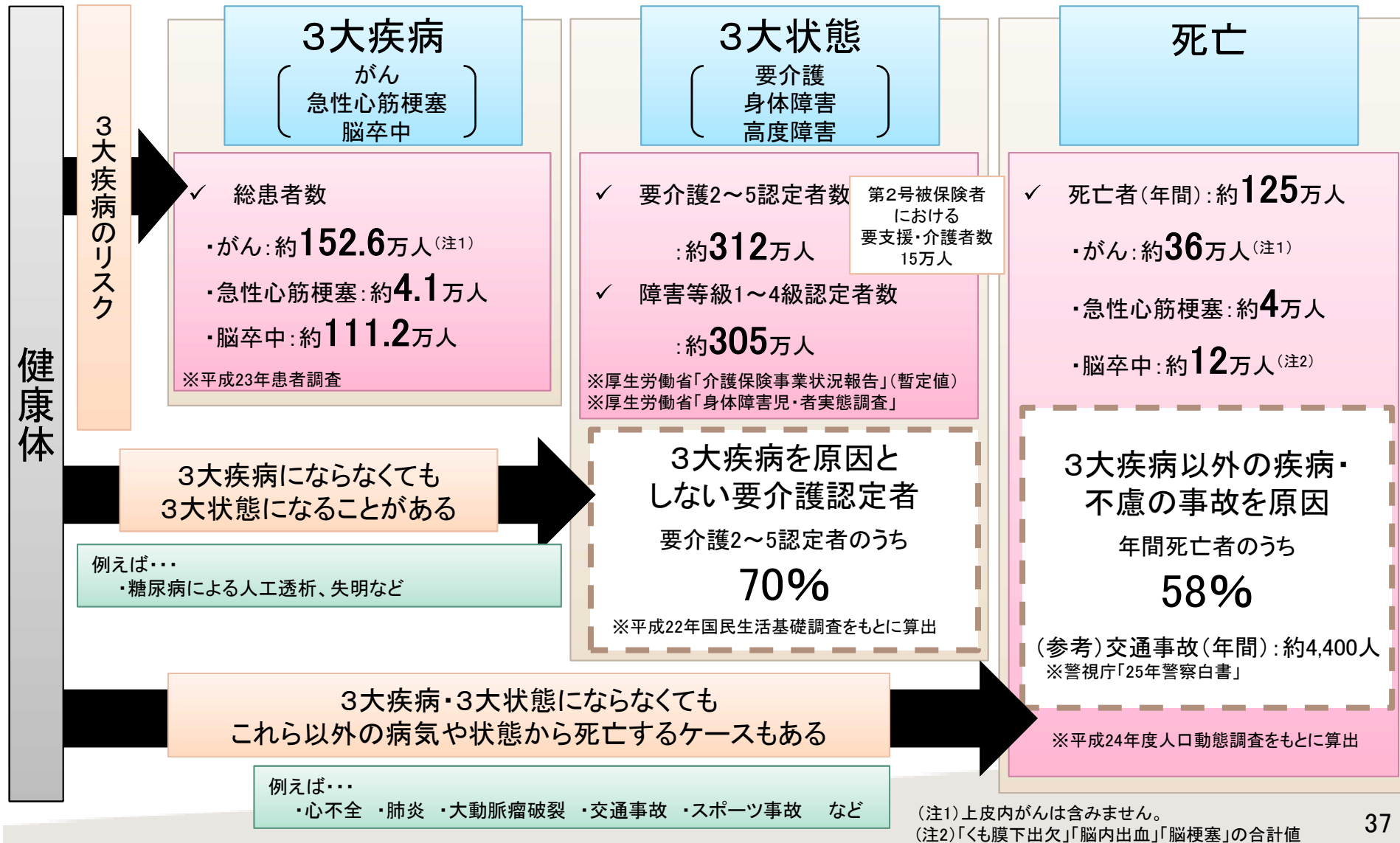
## ◎年代別商品販売の伸展状況



# Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

## ◎幅広いリスクへの対応による競争力強化

### ■給付の組み合わせの工夫 ～アシストセブン



### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎ 当社の強み(ブライトWay・クレストWay)

一生涯のパートナー

**第一生命**

#### ■ 大手4社の3大疾病・身体障害状態・介護状態への保障を備える商品

(2014.8現在)

	当社	A社	B社	C社
①がん	アシストセブン アシストセブンプラス			
②急性心筋梗塞				
③脳卒中				
④身体障害状態				
⑤要介護状態				
⑥高度障害状態				
⑦死亡				

#### < 3大疾病における初期・軽度状態 >

	当社	A社	B社	C社
上皮内がん	アシストセブンプラス			
急性心筋梗塞・脳卒中における 初期状態			—	

### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現 ◎当社の強み(ブライトWay)

#### ■2014年1月新商品の内容

#### ブライトWay<sup>ウェイ</sup> 5年ごと配当付終身保険

保険料払込免除特約(H25)付加

アシストセブン	2,900万円
アシストセブンプラス	100万円
終身保険(主契約)	30万円
医のいちばんNEO (60日型)	日額1万円
8大生活習慣病入院特約 (120日型)	日額1万円
先進医療特約	付加

35歳男性:21,495円

月払[口座振替扱]、契約当初10年間、  
65歳払込満了、平準払込方式、特約10年更新型

- 終身保険をベースとして医療保障や生存保障を特約で付加する総合保障
- 死亡保障から生存保障まで幅広くカバー可能

#### アシストセブン

7つのリスク(①がん ②急性心筋梗塞 ③脳卒中 ④要介護状態 ⑤身体障害状態 ⑥高度障害状態 ⑦死亡)を大きな保障(最高3,000万円)でまるごとカバー

#### アシストセブンプラス

アシストセブンの支払事由にさらに安心の5つの給付事由(①上皮内がん ②急性心筋梗塞(での入院) ③脳卒中(での入院) ④公的介護保険制度における「要介護1」 ⑤身体障害者福祉法における「1級~4級」)をプラス

#### 保険料払込免除特約(H25)

①がん ②急性心筋梗塞 ③脳卒中 ④要介護状態 ⑤身体障害状態 に該当した場合に、以後の保険料の払込が免除。「アシストセブン」の支払事由と連動して、わかりやすい保障を提供



### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎当社の強み(クレストWay)

#### ■2014年1月新商品の内容



5年ごと配当付介護年金保険(解約返還金なし型)

介護年金保険(主契約) 120万円

50歳男性: 14,420円 (月払[口座振替扱])

【付加できる特約(例)】

アシストセブン

アシストセブンプラス

医のいちばんNEO

- 一生涯にわたる充実した介護保障
- 医療保障ニーズにも対応できる介護・医療重視型商品

■ 解約返還金をなくすことにより保険料の低廉化を実現、手頃な保険料で介護保障の準備が可能

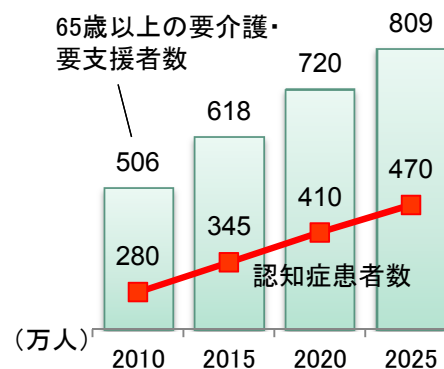
■ 要介護状態に該当した場合、生存されている限り終身にわたって年金を支払

■ 当社独自基準(公的介護保険制度において要介護2以上の認定を受ける程度の状態)の支払事由に加え、公的介護保険制度と連動した支払事由(要介護2以上)を導入し、幅広いカバー範囲を実現

#### 【販売実績(2014.1-6)】

	全体	全体	
		うち男性	うち女性
件数(件)	24,582	18,484	6,098
(参考)悠悠人生	2,048	1,462	586
平均年金額(万円)	75.7	77.4	66.0

※悠悠人生: 5年ごと配当付介護年金終身保障保険  
2014.1販売停止



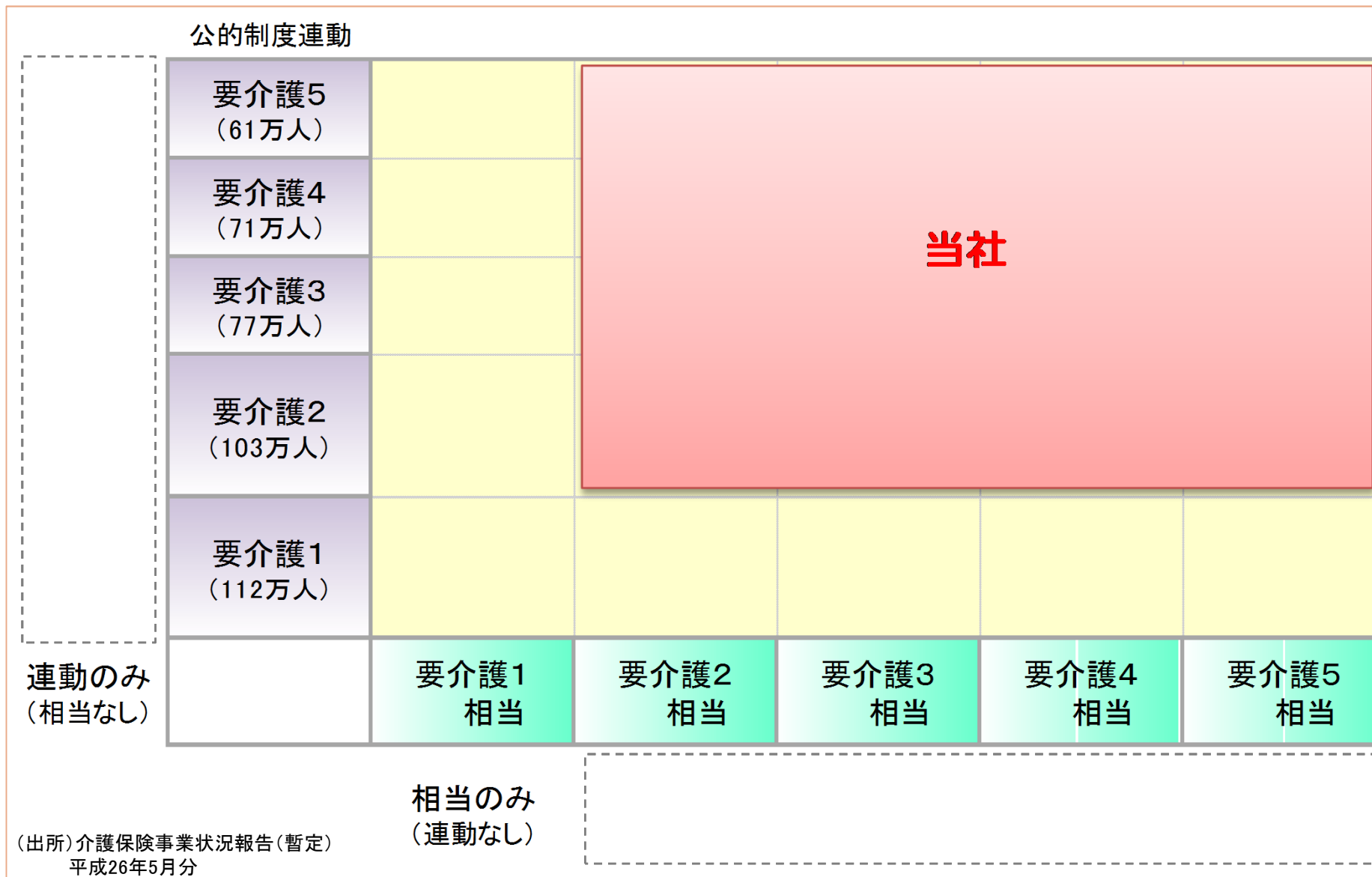
➤ 要介護・要支援者、認知症患者は今後さらに増加

➤ 認知症などで請求困難な場合の手続きをサポートする制度として「成年後見制度」サポートを導入

(出所)厚生労働省「介護保険事業状況報告(年報)」(2010年)、第一生命経済研究所推計  
厚生労働省「認知症高齢者の現状(平成22年)」

### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎当社の強み(介護給付のカバー範囲)

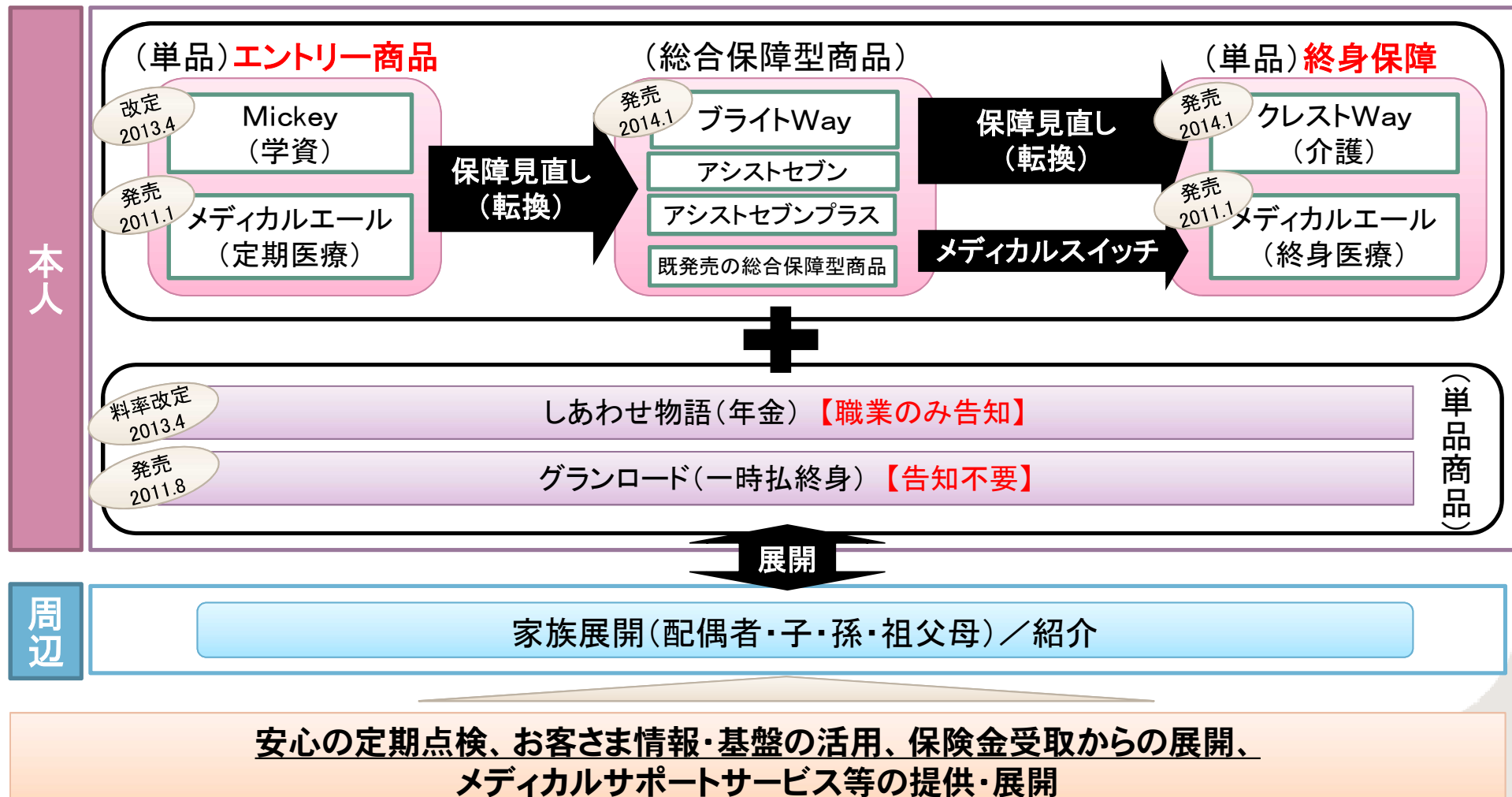


### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎ライフサイクルに合致したリテンション機能

##### ■顧客基盤を活かした商品・・・リテンション機能の強化

- 新規顧客を獲得しつつ、リテンションを強化した取組みによる商品総合力の向上を目指す

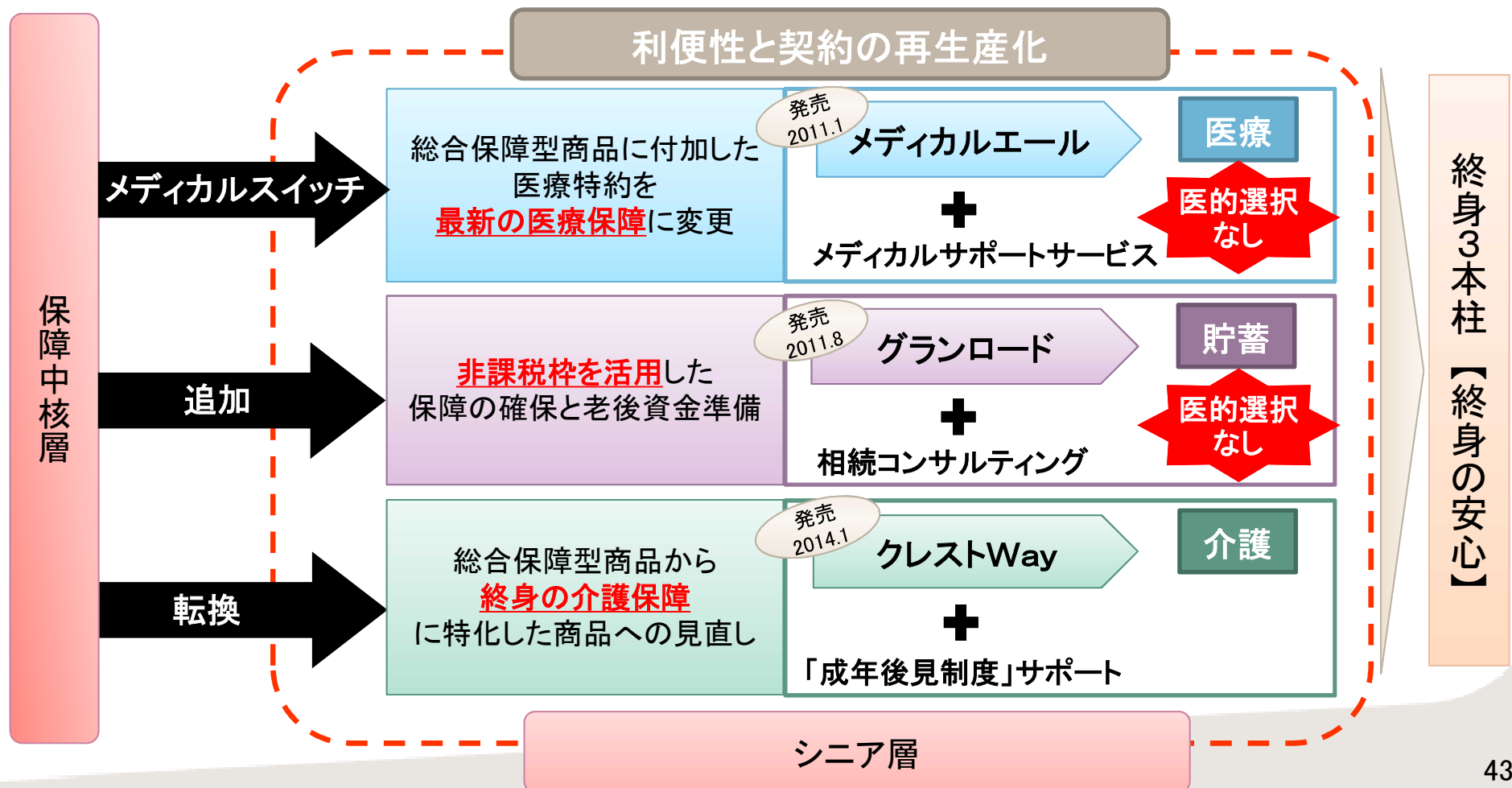


### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎シニアマーケットへの対応

#### ■3つの終身保障によるシニアマーケットの再生と深耕

- 保有契約の高齢化、健康不安を抱えるシニアマーケット(顧客基盤)を活かした、リテンションを支える商品ラインアップ

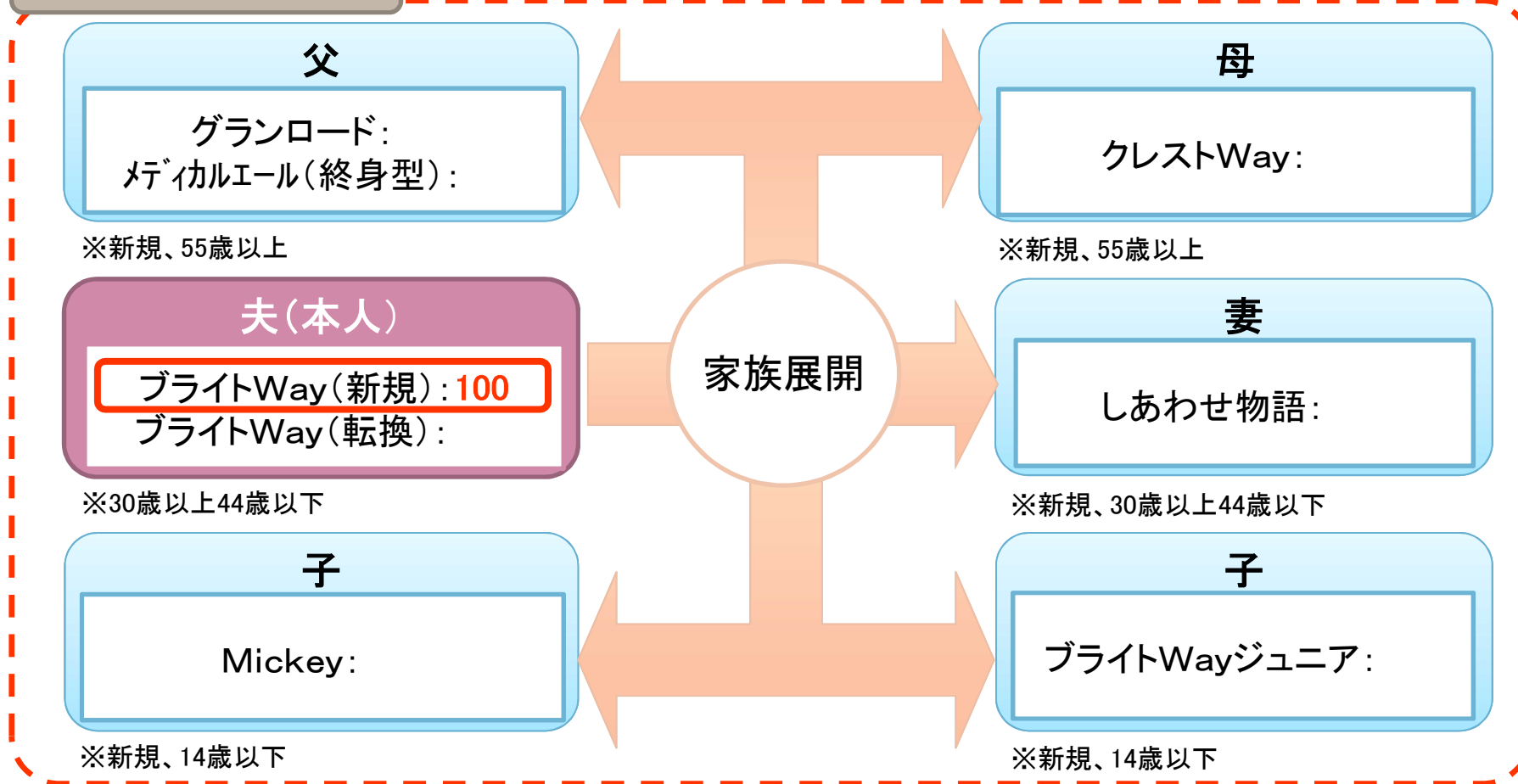


### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現 ◎商品ごとの収益性

#### ■家族展開による新規顧客の獲得

##### 家族展開の一例

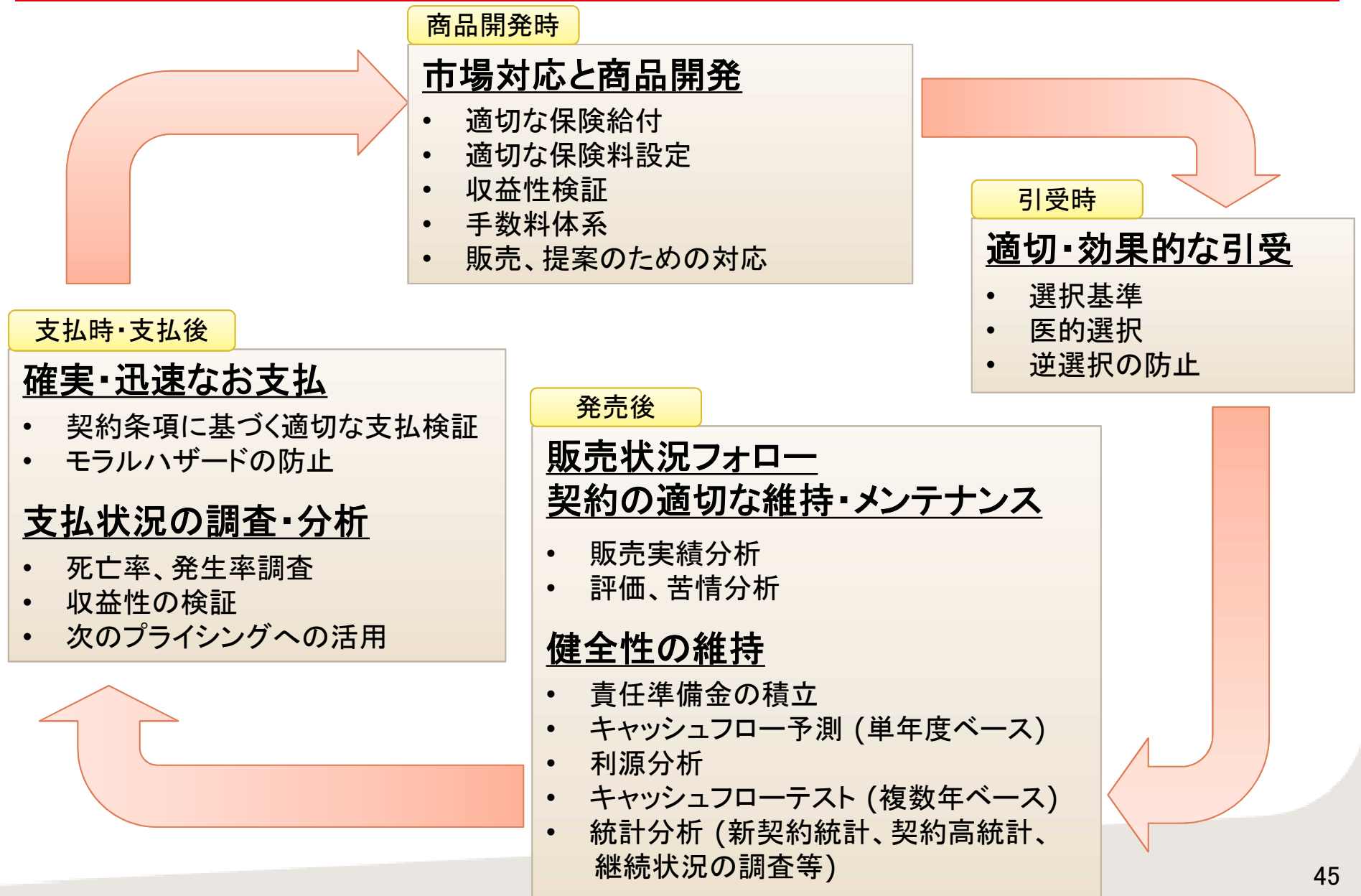
※数値は2013年度実績におけるブライトWay(新規)の1件あたり営業収益価値(男女合計)を100とした場合の指数



安心の定期点検・家族情報の収集・家族ぐるみで使えるメディカルサポートサービス

### Ⅲ. 商品競争力の強化による成長実現

#### ◎商品競争力強化と事業健全性向上のサイクル



#### 商品開発時

##### 市場対応と商品開発

- 適切な保険給付
- 適切な保険料設定
- 収益性検証
- 手数料体系
- 販売、提案のための対応

#### 引受時

##### 適切・効果的な引受

- 選択基準
- 医的選択
- 逆選択の防止

#### 発売後

##### 販売状況フォロー

##### 契約の適切な維持・メンテナンス

- 販売実績分析
- 評価、苦情分析

##### 健全性の維持

- 責任準備金の積立
- キャッシュフロー予測 (単年度ベース)
- 利源分析
- キャッシュフローテスト (複数年ベース)
- 統計分析 (新契約統計、契約高統計、継続状況の調査等)

#### 支払時・支払後

##### 確実・迅速なお支払

- 契約条項に基づく適切な支払検証
- モラルハザードの防止

##### 支払状況の調査・分析

- 死亡率、発生率調査
- 収益性の検証
- 次のプライシングへの活用

# 第一生命の運用戦略

取締役常務執行役員

川島 貴志

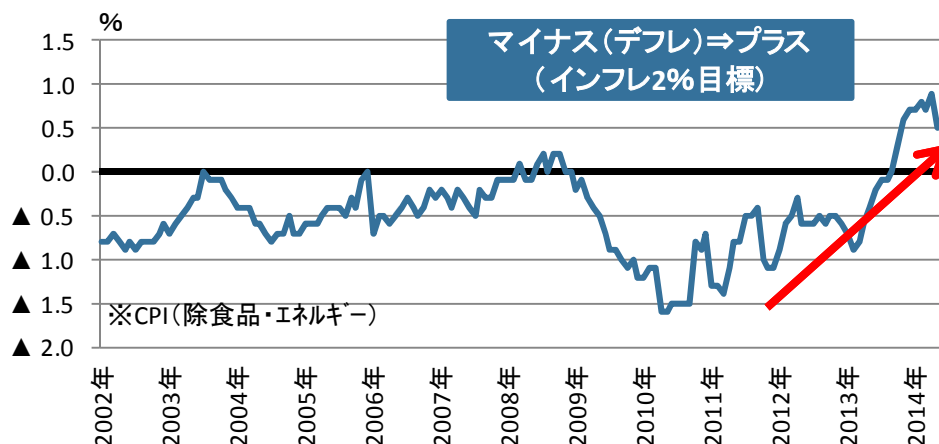
一生涯のパートナー

**第一生命**

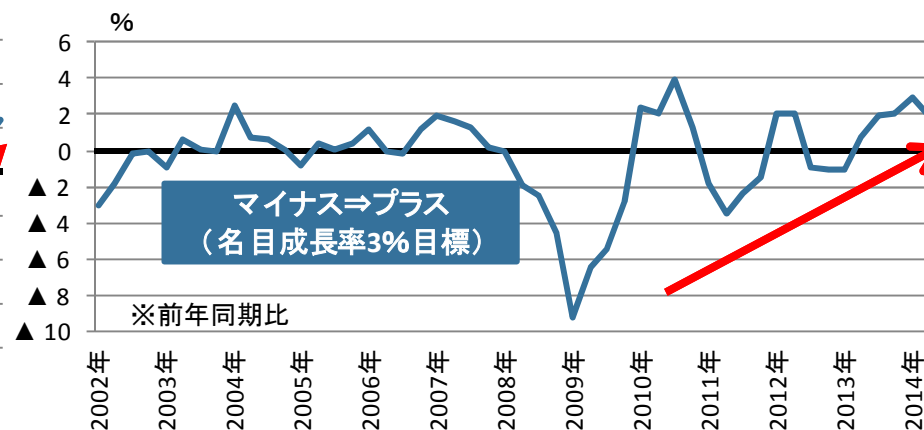
# 運用環境振り返り: アベノミクス以降、運用環境は改善

- ・デフレの終焉・成長率の回復期待等を背景に過度な円高・株安が是正
- ・一方で日銀による量的・質的金融緩和の影響により、国内金利は低水準で安定推移

### 物価上昇率



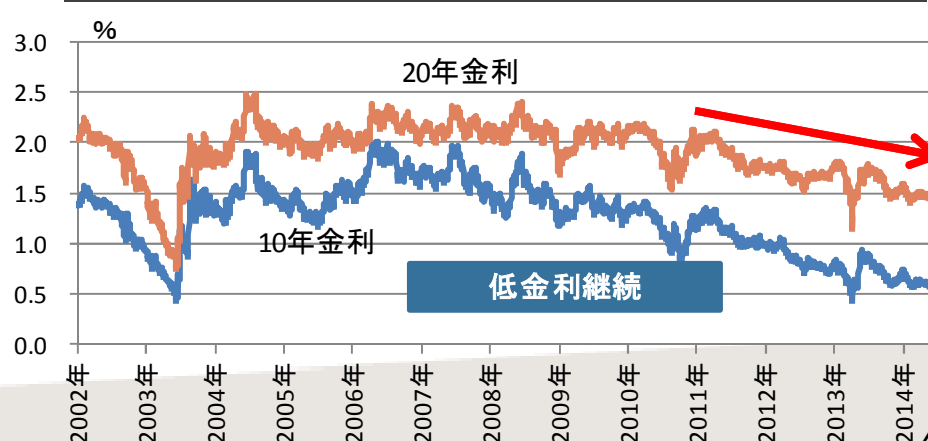
### 名目GDP



### ドル円と日経平均株価



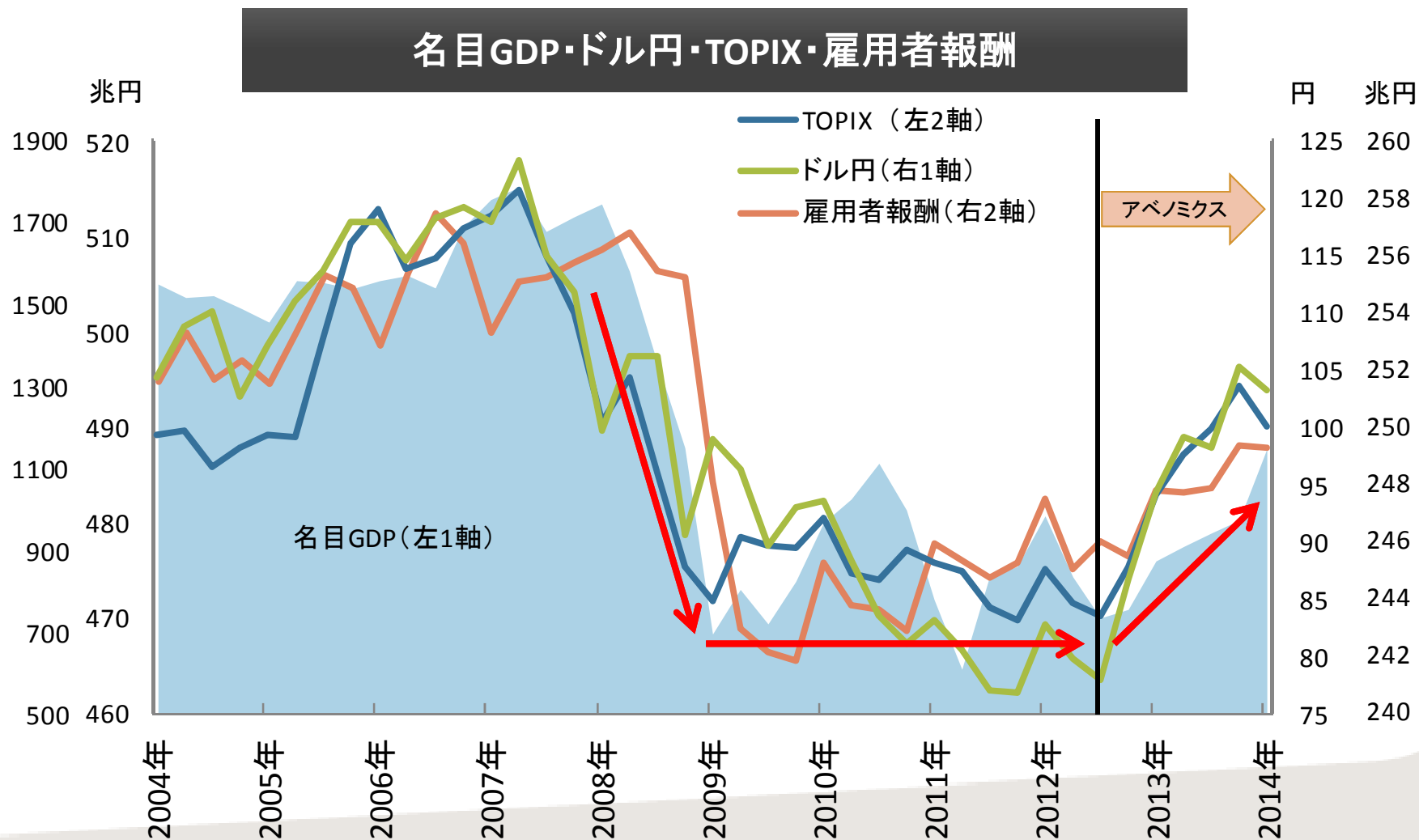
### 国内金利



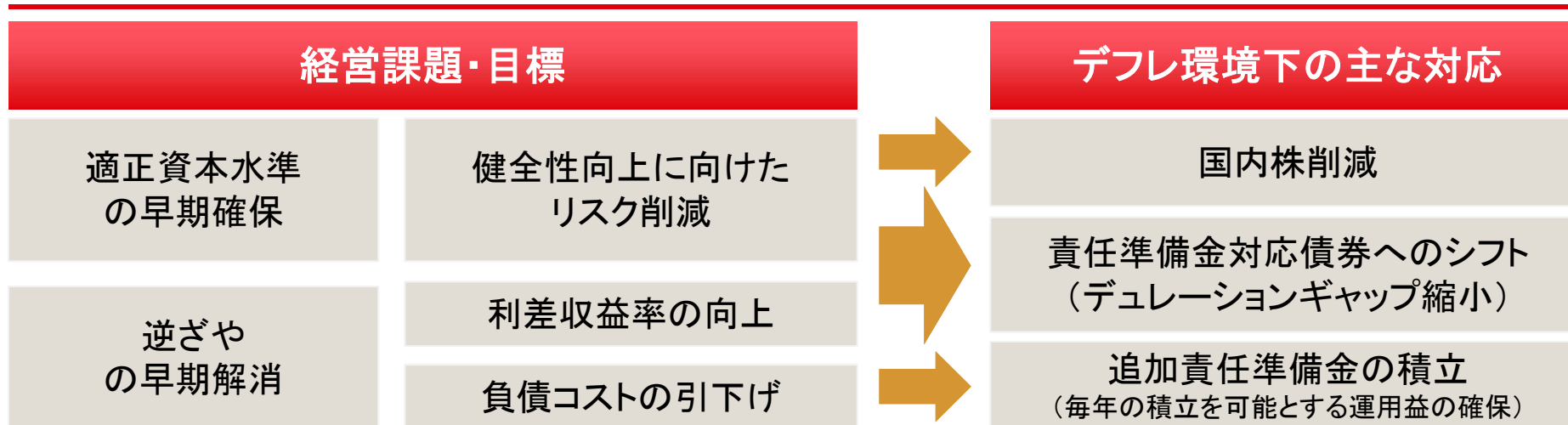


# 運用環境振り返り: アベノミクス前後の環境変化

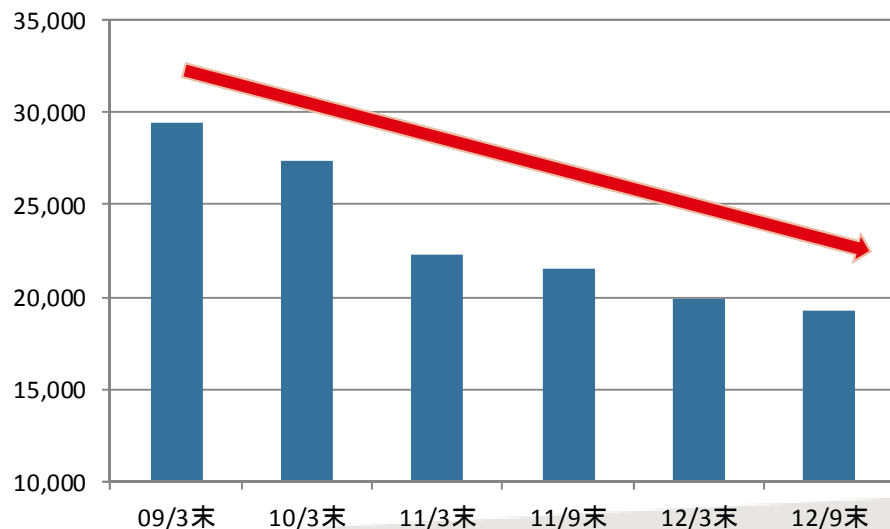
- ・リーマンショック以降、過度な円高の進行を受け株価下落、名目GDP低迷、雇用者報酬は減少
- ・アベノミクスにより過度な円高・株安が是正され、名目GDPが上昇、雇用者報酬も改善



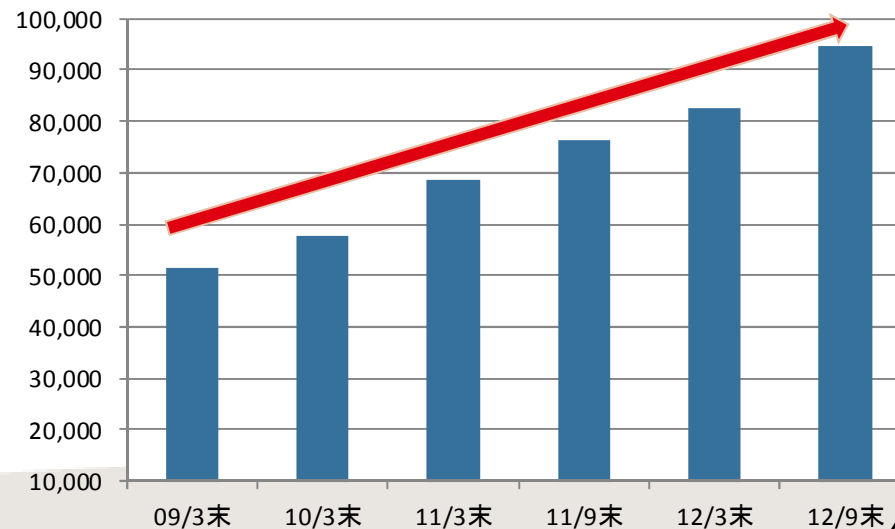
# デフレ環境下での投資行動の振り返り(金融危機後)



国内株式残高(億円)

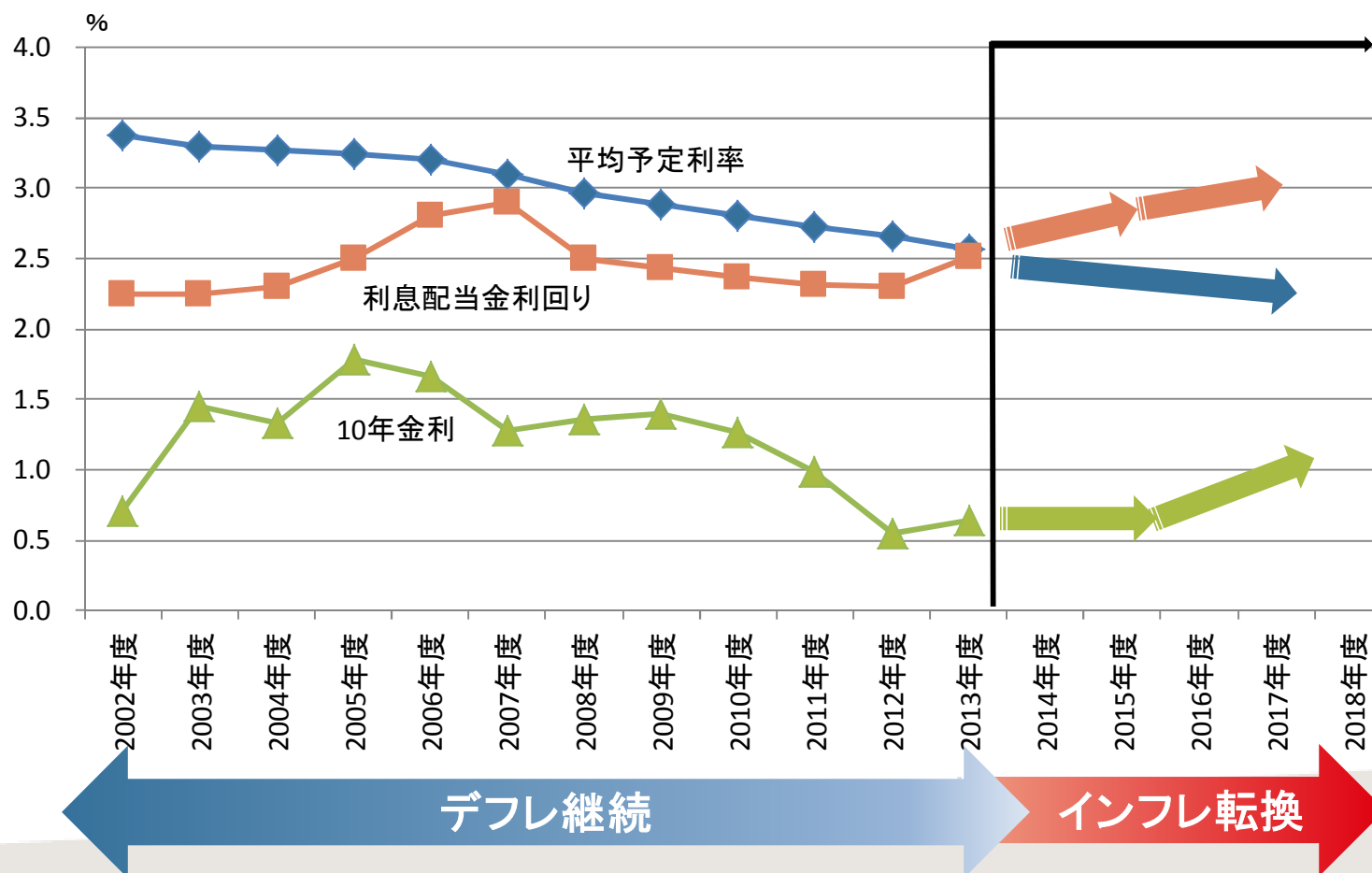


責任準備金対応債券残高(億円)



# 今後のALM運用戦略立案に向けて

- ・現在はデフレ克服から金利正常化へと向かう過渡期との認識(リスク性資産は一定程度回復済)
- ・平均予定利率は保険商品構成変化等の影響もあり今後も緩やかに低下見込み
- ⇒ 低金利継続時にも基礎収益力を維持・強化しうるような運用戦略の立案
- ⇒ 予定利率を上回る金利実現時の資産・負債マッチングを念頭に置いた運用戦略の立案



# 将来志向の運用戦略：金利上昇対応型バランス運用

## デフレ環境の資産運用 「デフレ避難型運用」

- ・ 市場金利 < 予定利率 という運用環境
- ・ 金利低下・株価低迷の運用環境のため、健全性維持を最優先（株式から債券へ資金配分）
- ・ 収益性維持のため、リスク性資産は限定的に組み入れ

## 現在

## 過渡期の資産運用 「金利上昇対応型バランス運用」

- ・ 市場金利 < 予定利率 という運用環境は継続
- ・ 金融政策の正常化による将来の金利上昇を意識
- ・ リスク性資産の収益性は一定程度回復

↓ ↓ ↓

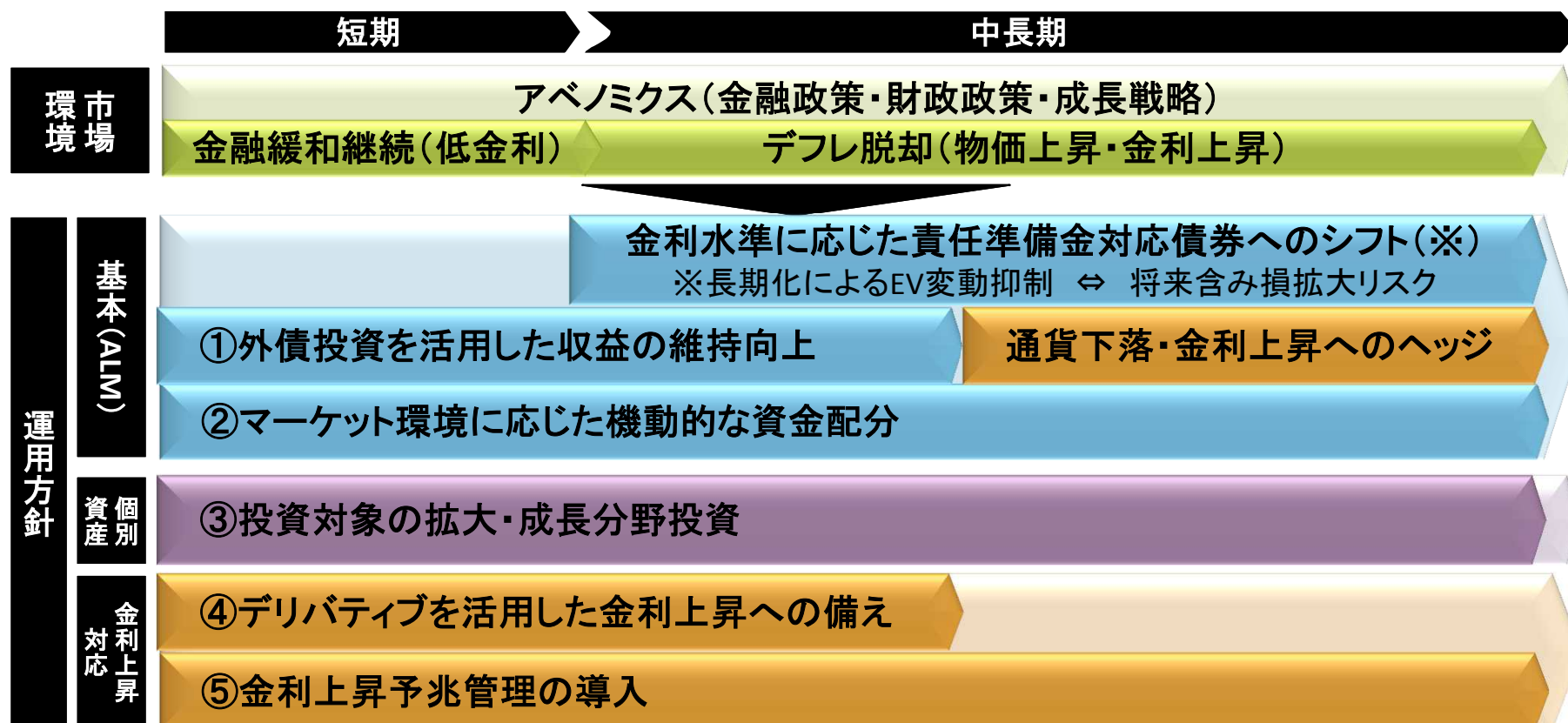
低金利環境で収益性を確保するためのバランス運用と金利上昇に向けた対応を両立

## 金融政策正常化後の資産運用 「確利資産によるALMの完成」

- ・ 市場金利が予定利率を超える水準まで上昇
- ・ 利ざや安定確保に向けた債券への資金配分
- ・ 付加収益獲得を目的とした機動的資金配分（リスク性資産への資金配分を含む）

# 金利上昇対応型バランス運用の概要

- ・「EV安定成長の実現」と「順ぎやの定着」を目標にALMを基本とした運用を実施
- ・コア戦略は金利水準に応じた責任準備金対応債券へのシフトによるデュレーション長期化戦略
- ・相場状況に応じ各種対応策を実施し、収益力の強化や金利上昇に向けた対応を図る



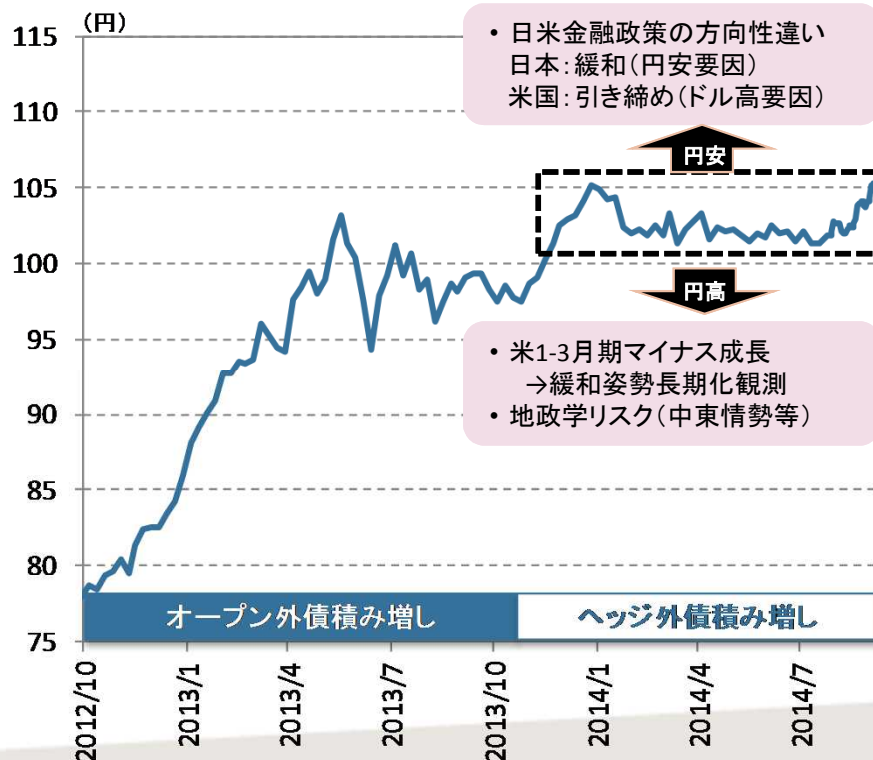
EV安定成長の実現・順ぎやの定着

# ①金利上昇対応型バランス運用：低金利下での収益性維持

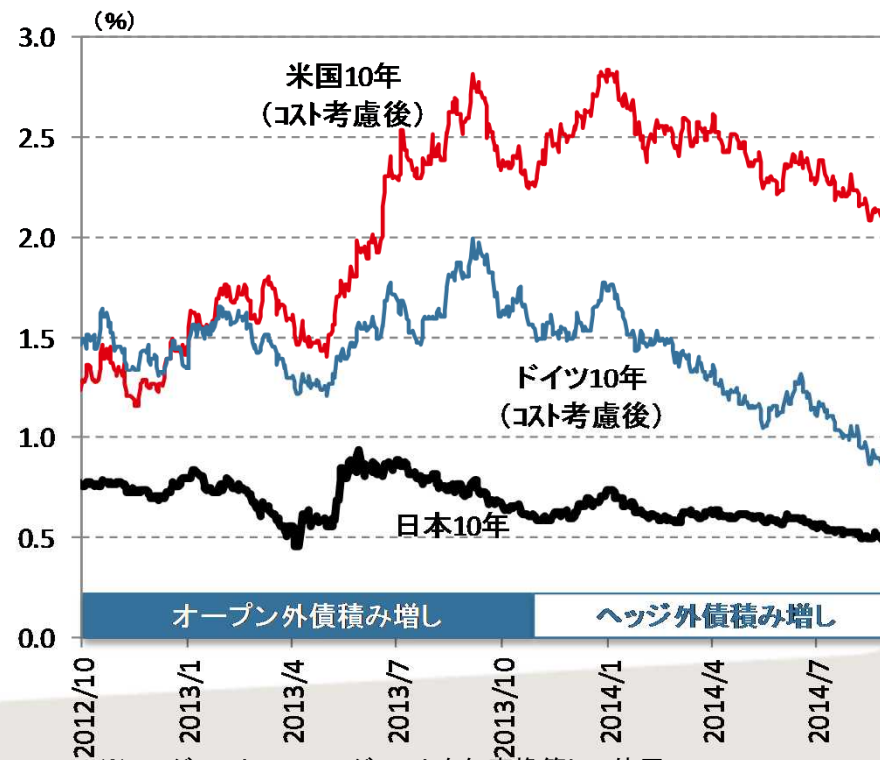
## 内外金利差を背景にした積極的な外債投資

- ・2012年度後半～2013年度半ばは過度な円高是正を背景にオープン外債投資を積極化
- ・2013年度後半以降は上下双方のリスク要因によりドル円相場はレンジ推移
- ・為替ヘッジコストが低位で推移しているため、円金利対比でのヘッジ外債の投資妙味が向上  
⇒2013年度後半よりヘッジ外債投資を積極化

### ドル円推移



### ヘッジコスト考慮後国債利回り

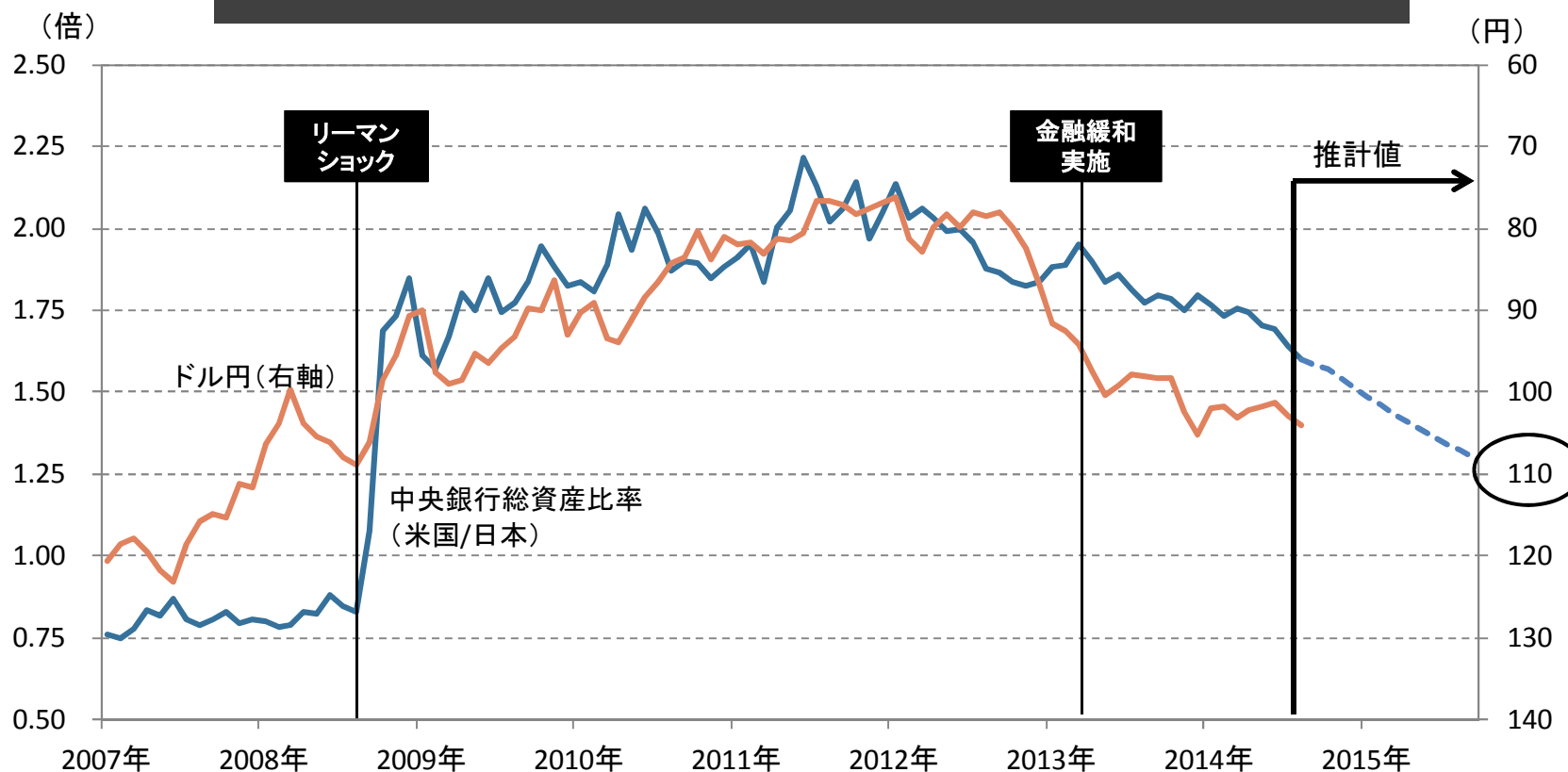


## ②金利上昇対応型バランス運用：低金利下での収益性維持

### マーケット環境に応じた機動的な資金配分（オープン外債）

- ・日米金融政策の方向感の違いは中期的な円安推移を示唆
- ・今後もオープン外債の残高を機動的にコントロールすることで、収益性の維持・向上を図る

### 日米中央銀行総資産比率とドル円

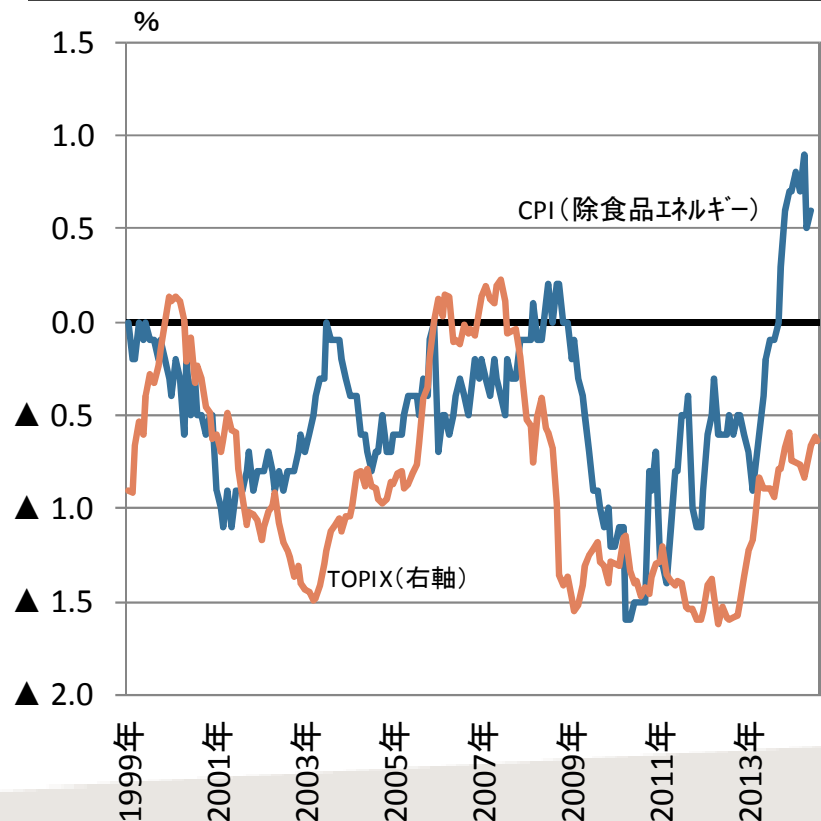


## ②金利上昇対応型バランス運用：低金利下での収益性維持

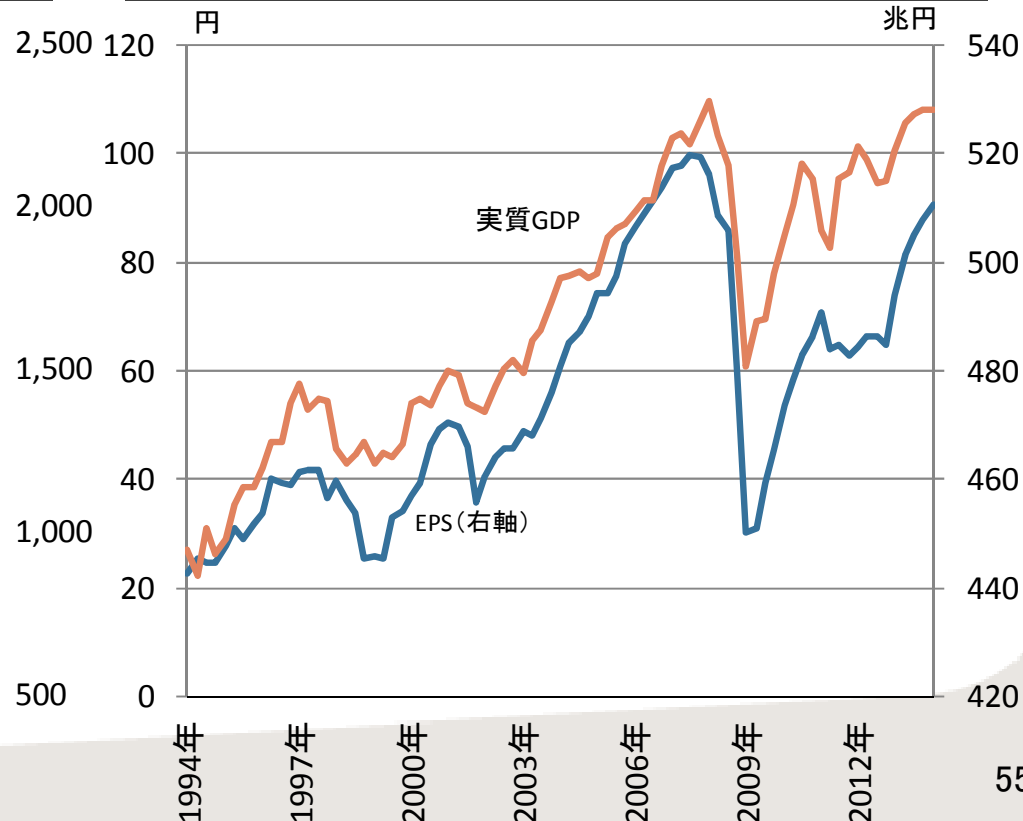
### マーケット環境に応じた機動的な資金配分（国内株式）

- ・成長率やインフレ率が正常化（プラス化）する局面では、国内株式の期待リターンは上昇傾向
- ・リスク許容度を踏まえつつ国内株式の残高を機動的にコントロールすることで、健全性維持と収益性向上を両立する

#### 消費者物価とTOPIX



#### 実質GDPとEPS



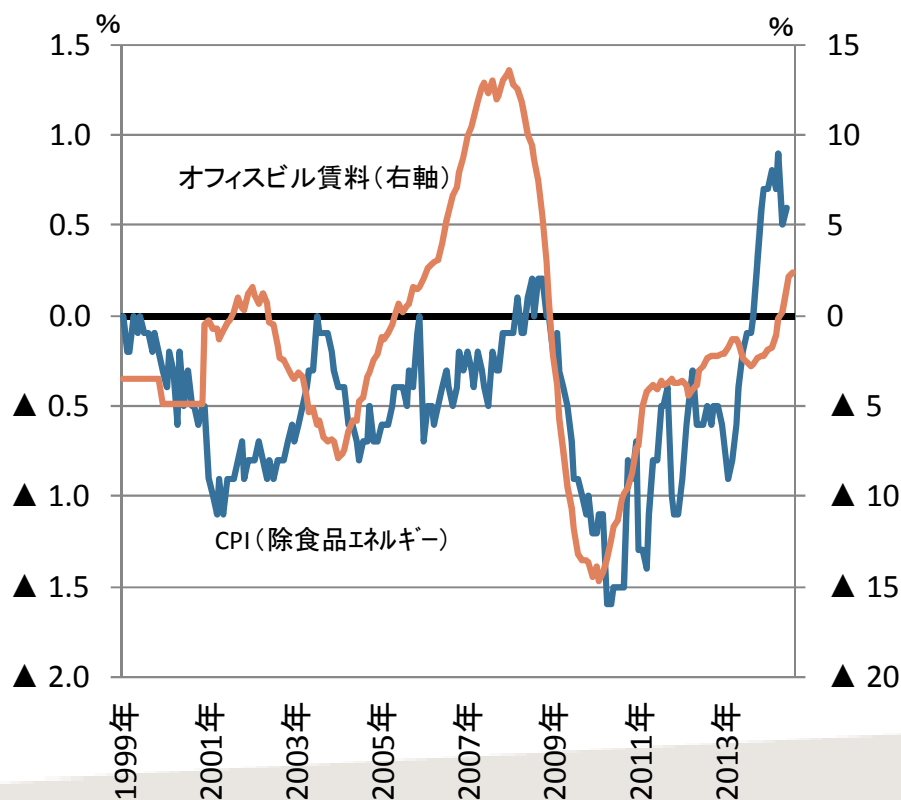


## ②金利上昇対応型バランス運用：低金利下での収益性維持

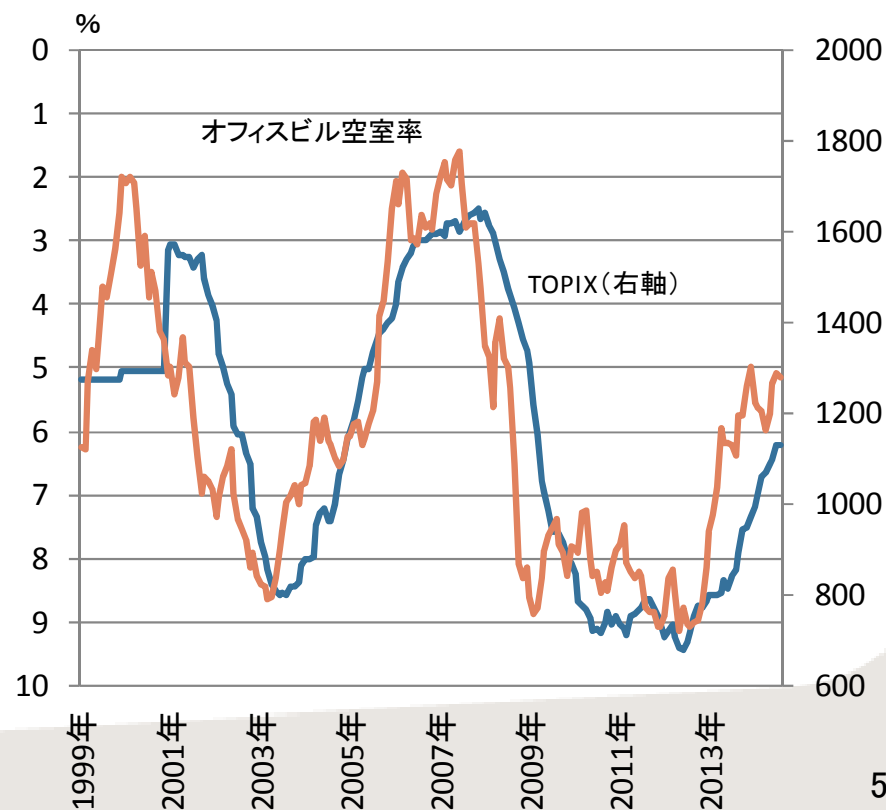
### マーケット環境に応じた機動的な資金配分(不動産)

- ・成長率やインフレ率が正常化(プラス化)する局面では、不動産の期待リターンは上昇傾向
- ・不動産の残高を一定程度維持することで、収益性向上を図る

#### 消費者物価とオフィスビル賃料



#### TOPIXとオフィスビル空室率

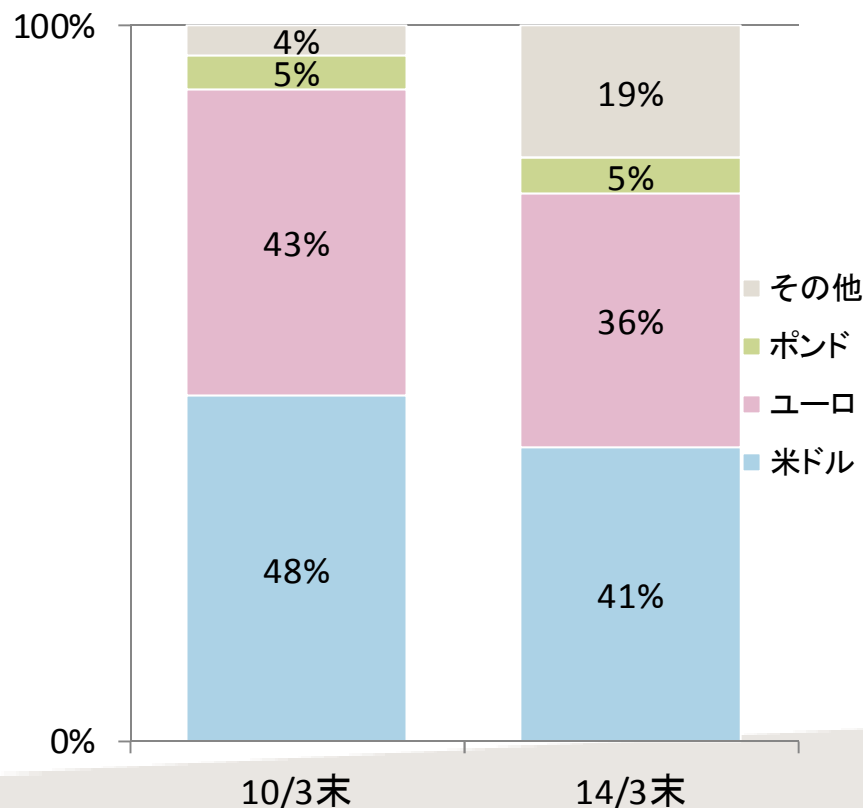


### ③金利上昇対応型バランス運用：低金利下での収益性維持

#### 投資対象拡大等により個別資産の収益力強化

- ・外国債券の投資先拡大(2010年3月末:19ヶ国・8通貨⇒2014年3月末:31ヶ国・20通貨)
- ・スマートベータ型投資商品の開発と投資実施
- ・成長分野への投資を拡大継続(2013~2015年度合計最大2,000億円)

#### 外国債券投資通貨別占率



#### スマートベータ運用の開始

企業の成長性に着目したスマートベータ商品 (JSG200) をDIAMと開発・投資実施

※JSG200: Japan Smart Growth 200

#### 成長分野への投資

国内外の環境・インフラ部門や国内成長株等へ最大2,000億円の投資を実施 (2013~2015年度合計)

## ④金利上昇対応型バランス運用：金利上昇に備えた取組み

### デリバティブを活用したヘッジポジションの構築

- ・金融政策正常化による緩やかな金利上昇や予期せぬ金利急騰に備えヘッジポジションを構築
- ・債券オプションや金利スワップを活用し国内債券のショートポジションを維持

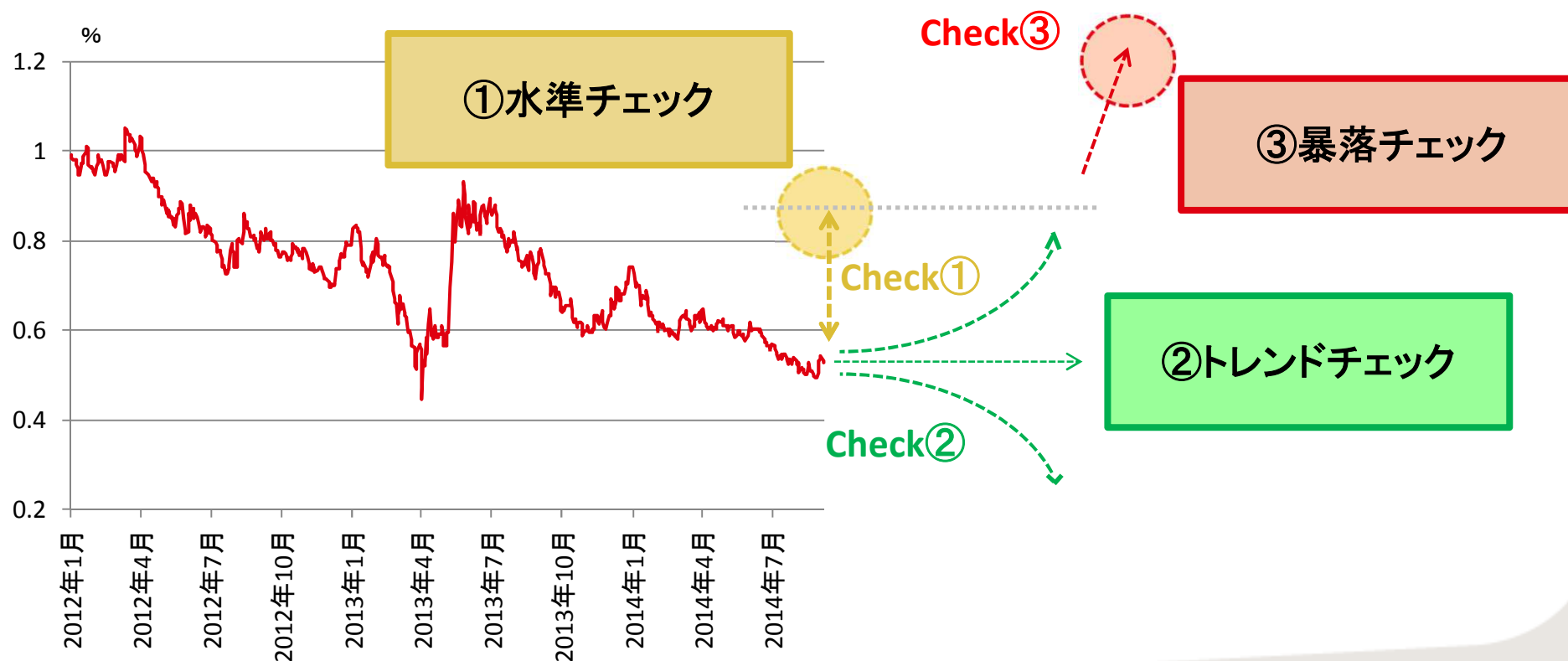
### デリバティブ残高推移

		13/3末	13/9末	14/3末
債券 関連	債券店頭オプション			
	コール 売建	61億円	3,361億円	4,316億円
	プット 買建	61億円	3,361億円	4,316億円
金利 関連	金利スワップション			
	固定金利支払 /変動金利受取	-	2,810億円	4,800億円

## ⑤金利上昇対応型バランス運用：金利上昇予兆管理の導入

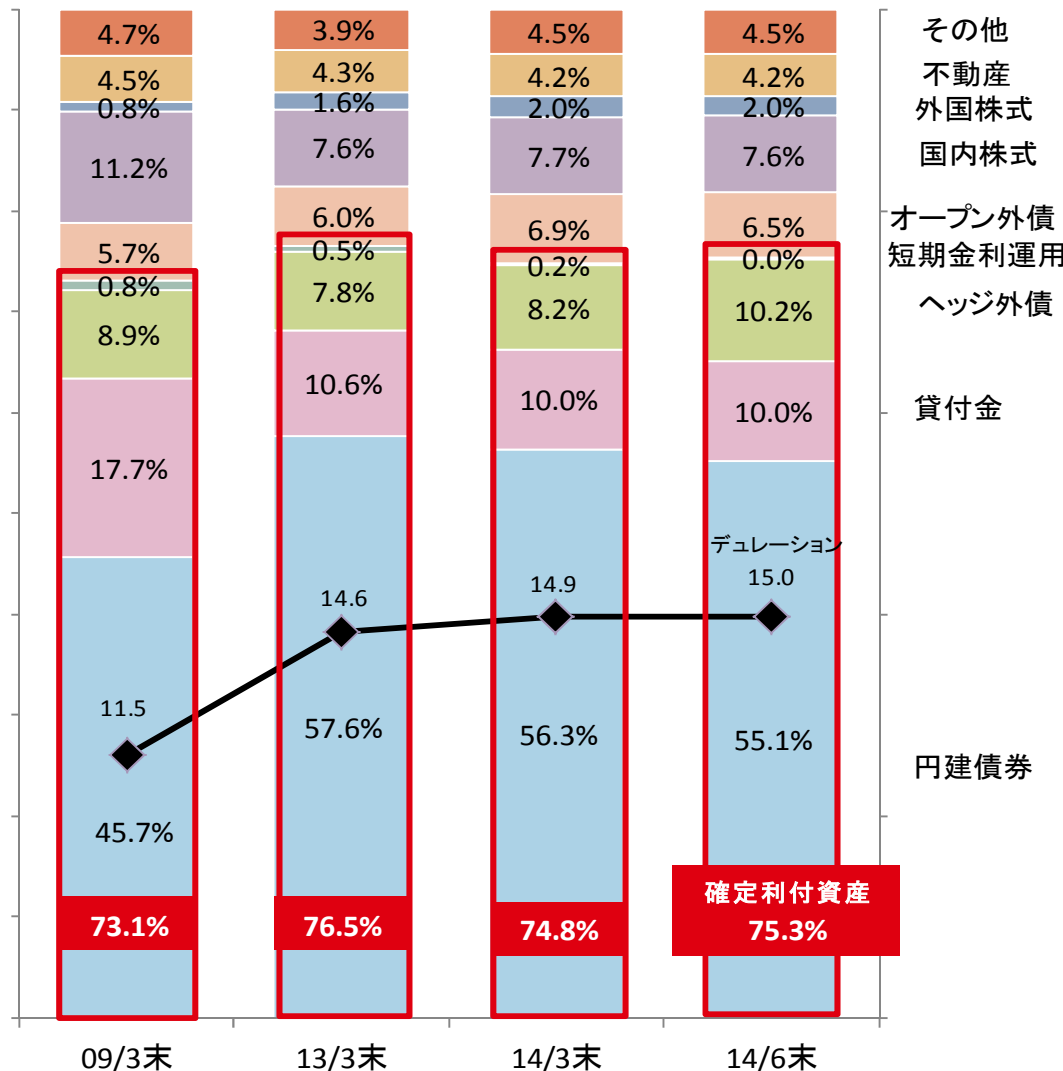
### 金利上昇予兆管理の実施

- ① 水準チェック：推計式等で算出した理論値との乖離から潜在的金利上昇リスクを確認
- ② トレンドチェック：金利変動の要因分析によりファンダメンタルズの変化を確認
- ③ 暴落チェック：悪性の金利上昇による、金利上昇の発生可能性を確認



# まとめ

## 一般勘定資産占率



※占率は社内管理基準

※デュレーションは個人保険・個人年金区分の数値

## 責任準備金対応債券

基本:金利水準に応じた積み増し  
 現状:最低買入水準を意識し見合せ  
 ⇒ EV安定成長の実現、順ぎやの定着

## ヘッジ外債

基本:円確定利付資産運用効率化  
 現状:内外金利差を背景に積み増し  
 ⇒ 順ぎやの定着、ROEVの向上

## 国内株式

基本:リスク抑制で削減方針  
 現状:リスク許容度に応じてコントロール  
 ⇒ EV安定成長の実現

## その他

投資対象の拡大、成長分野投資、オープン外債等への機動的資金配分  
 ⇒ 分散効果の追求、環境変化への対応

# 第一フロンティア生命の経営戦略

第一フロンティア生命保険株式会社

代表取締役社長 堤 悟

# 第一フロンティア生命の概要

- ◆2006年、金融機関窓販市場での地位確保のため、第一生命によって設立
- ◆国内生命保険会社による生命保険子会社の新規設立は、初の事例



第一フロンティア生命  
第一生命グループ

第一フロンティア生命の概要	
営業開始	2007年10月
資本金 (資本準備金含む)	1,850億円
株主	第一生命保険株式会社 (100%)
従業員数 (2014年4月1日現在) ※派遣社員等含む	354名
拠点	東京、名古屋、大阪、福岡
保有契約高 (2014年6月末)	3兆6,864億円
事業内容	金融機関チャネルにおける一時払商品の販売

◆販売チャネルの特性に応じた体制を整える必要があり、別会社化

## 営業職員チャネル

- 保障性商品中心
- 平準払タイプ中心

- 主に働き盛りの年代が中心

- 一社専属

- 全国一律での事務体制  
⇒多数の拠点での事務

商品

顧客層

チャネル

事務

## 窓販チャネル

- 貯蓄性商品中心
- 一時払タイプ中心

- 主に高齢者(≒富裕層)  
(退職金や余裕資金などの運用ニーズ)

- 乗合い

- 販売会社ごとに異なる事務の要請  
⇒集中事務が適する

第一生命

新しい体制の必要性



# 市場規模

- ◆日本の個人金融資産は約1,600兆円。うち50%超が現預金
- ◆保険(一時払)は市場全体の2.5%程度であり、成長余地あり

## 【日米個人金融資産のストック規模】

(兆円)

	保険(一時払)	投信	株式	現預金	その他 (信託、年金等)	(参考) 個人金融資産
日本	40	80	150	870	500	1,640
米国	280	710	1,370	870	3,620	6,850

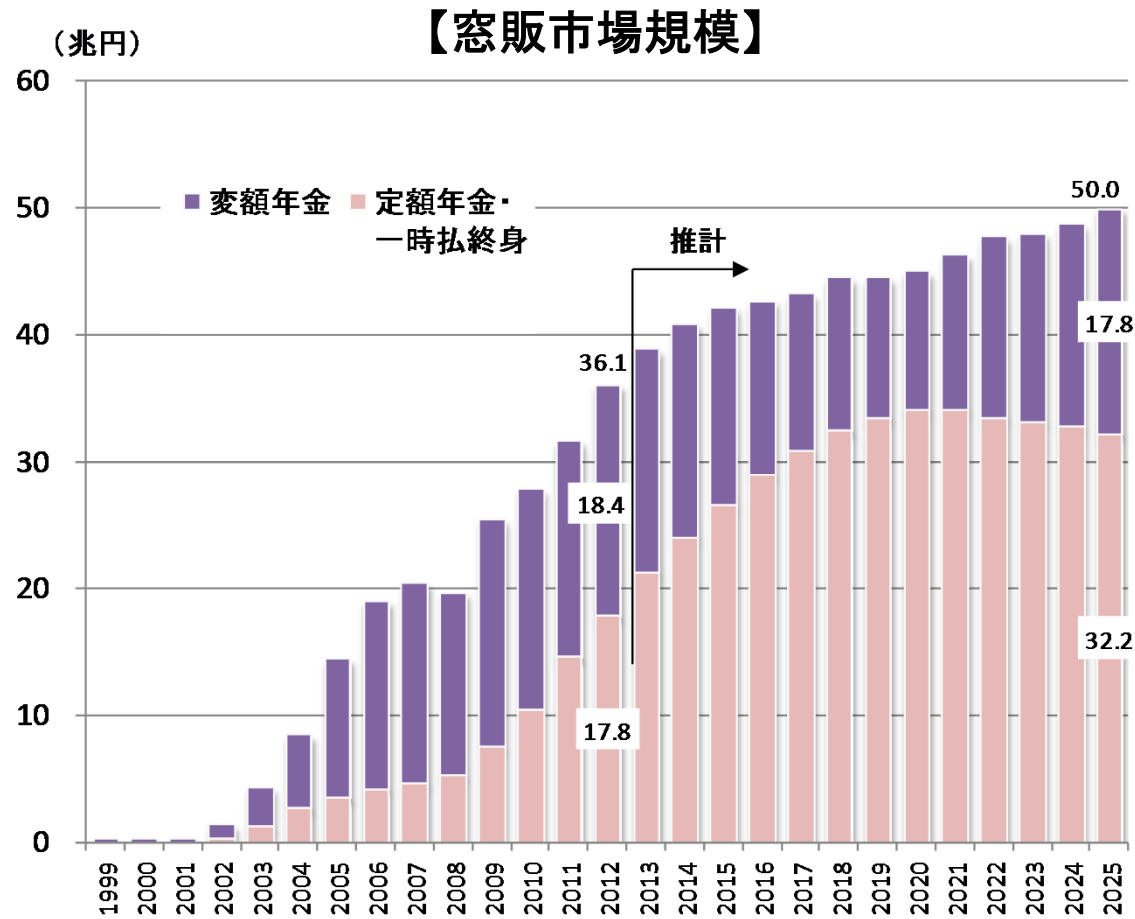
\*保険(一時払)について、日本は金融機関窓販のみ、米国は個人年金保険(太宗は一時払)

\*日本銀行「資金循環統計」、FRB「Flow of Funds Accounts of the United States」、LIMRA「U.S. Individual Annuity Yearbook2013」。日本の保険(一時払)は当社推計

\*米国資産は1ドル=103円(2014年3月末終値)で換算

# 窓販市場規模

◆ストックでは、ペースは緩まるものの、50兆円程度までの拡大を見込む



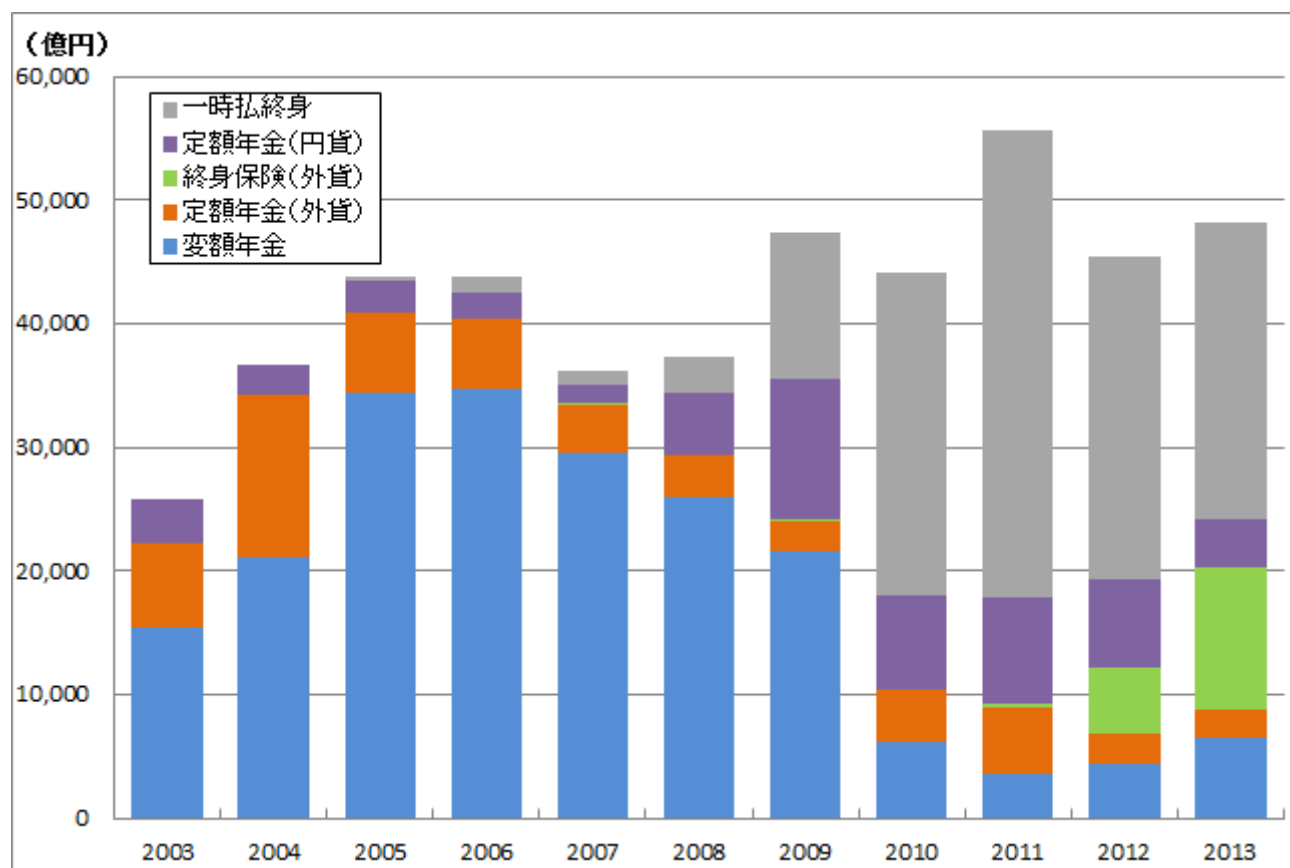
\*信金チャネルを含む

\*当社推計

# 窓販市場 販売動向

- ◆フロー（収入保険料）は、概ね年間4～5兆円程度で安定的に推移
- ◆変額年金を中心に市場が拡大するも、金融危機後に一時払終身にシフト
- ◆2011年度以降は、相対的に利回りが高い外貨建商品も伸展

【商品別販売実績】



\*ニッキンレポート等を基に当社推計

# 窓販プレーヤーの変遷

- ◆商品トレンドの変化が早く、主要生保の顔ぶれも数年で様変わり  
・2005年度時点の上位10社のうち、2013年度で上位に留まるのは4社

## 【保険料収入上位10社の推移】

2005年度	
会社名	
1	A社
2	B社
3	C社
4	D社
5	E社
6	F社
7	G社
8	H社
9	I社
10	J社

2010年度	
会社名	
1	K社
2	C社
3	L社
4	M社
5	B社
6	D社
7	第一フロンティア
8	F社
9	N社
10	O社

2013年度	
会社名	
1	第一フロンティア
2	K社
3	D社
4	M社
5	C社
6	B社
7	P社
8	J社
9	Q社
10	R社

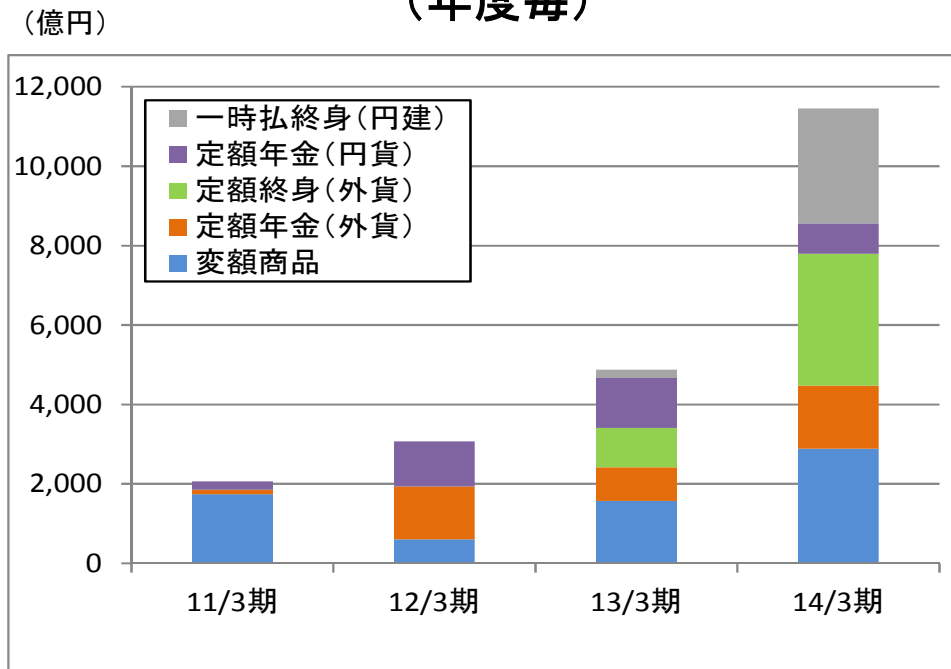
\*社名は2014年9月1日現在

\*当社推計

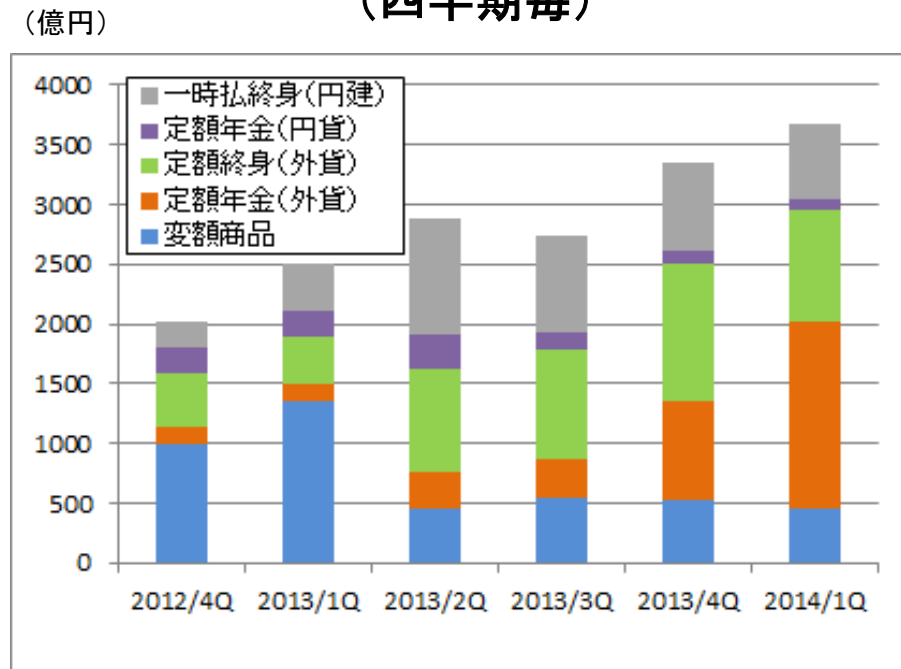
# 販売実績(DFL)

- ◆ 金融危機後のマーケットトレンドの変化を的確に捉え、順調に販売伸展
  - ・ リスクオフ志向を睨み、定額商品のラインナップを拡充
  - ・ 変額商品から撤退する会社が相次ぐ中、適切なリスクコントロールで販売継続
- ◆ 定額商品の更なる多様化のため外貨商品に力を入れ、足元では7割の占率

【商品別販売推移】  
(年度毎)



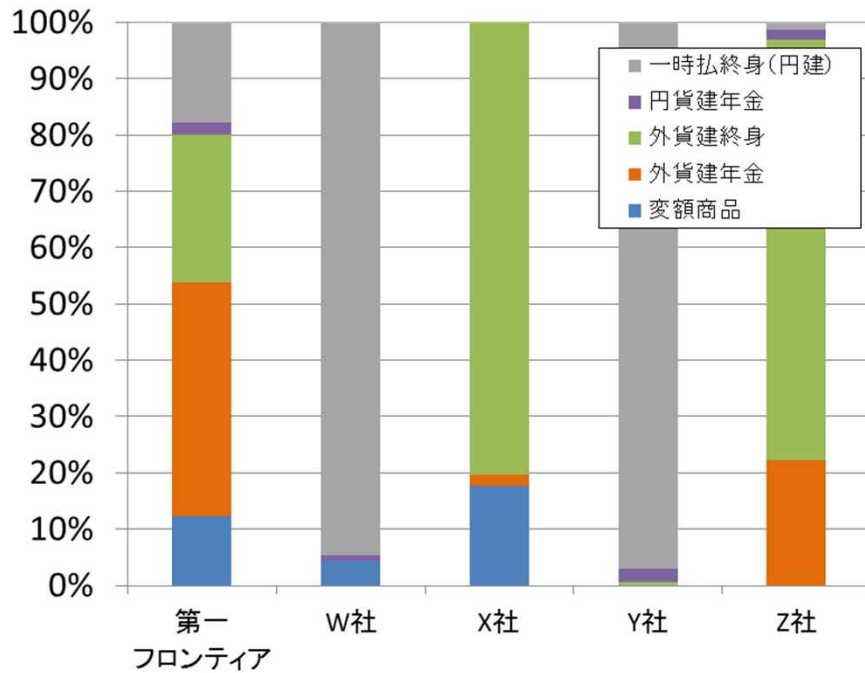
【商品別販売推移】  
(四半期毎)



# 販売実績(他社比較)

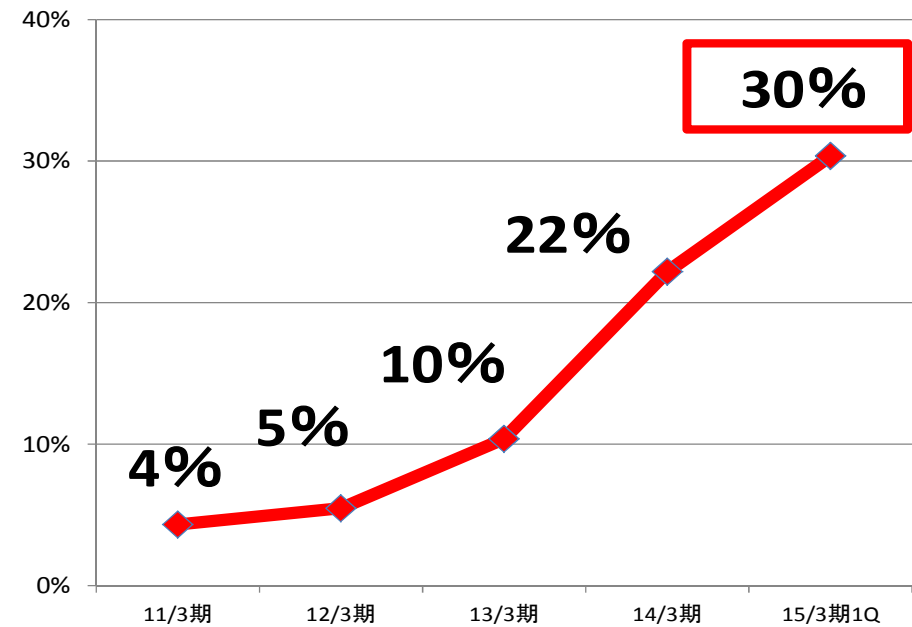
◆変額、外貨、円貨とバランスの良い商品ミックスを実現し、トップシェア獲得

【他社比較(販売商品別内訳)】  
2015年3月期1Q



\*当社推計

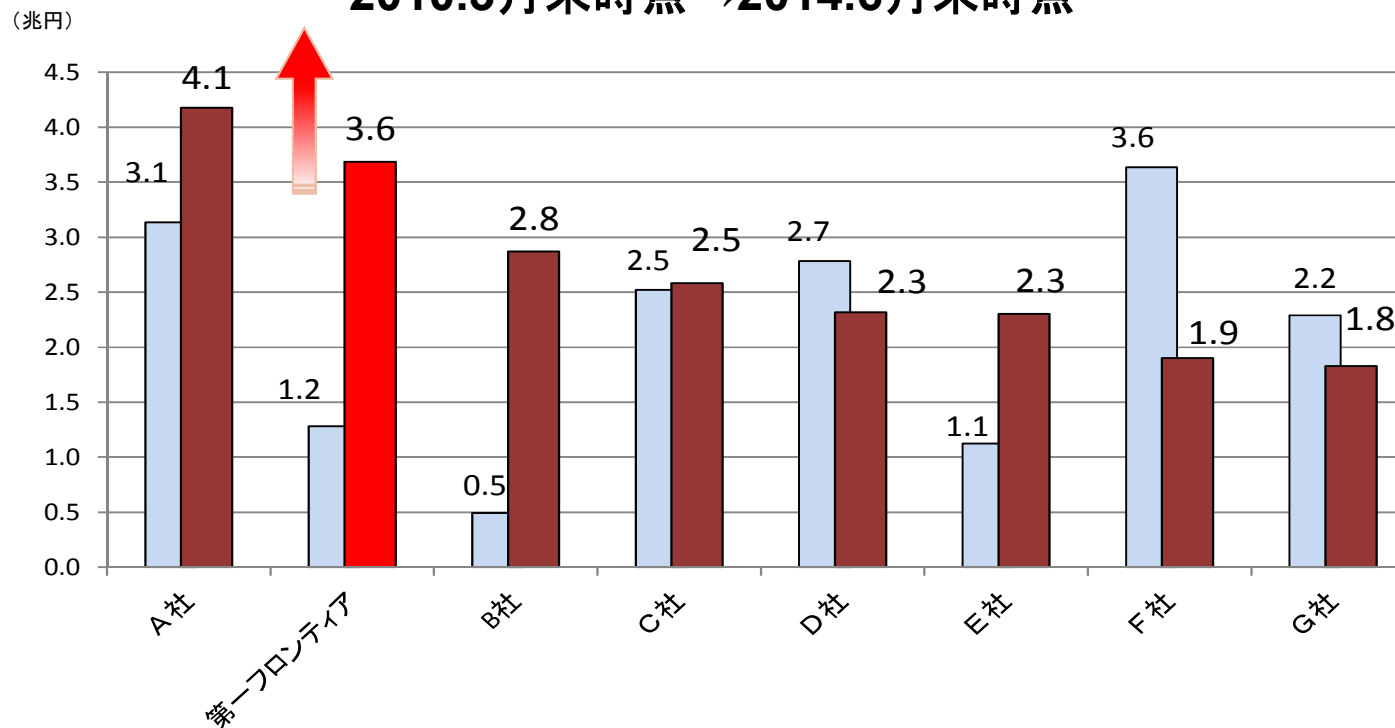
【シェアの推移】



# 保有契約高(他社比較)

- ◆保有契約高は、2014年6月末で3.6兆円まで伸展
- ◆窓販専業社では、第2位へ上昇(2010年3月末時点では第6位)

【各社保有契約高】  
2010.3月末時点→2014.6月末時点



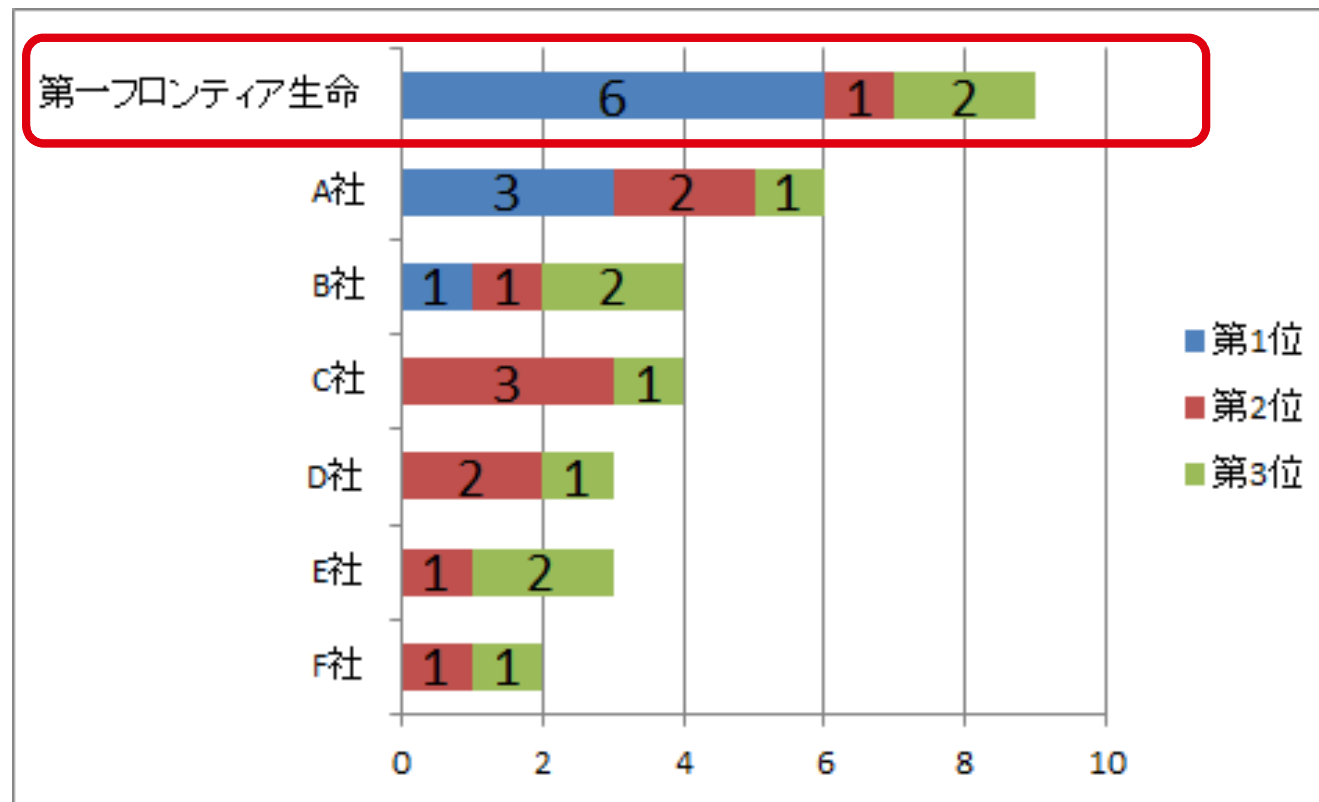
\*各社決算開示資料

\*窓販以外の保有契約を含む会社もある(マスマチュアル、東京海上日動F、フコクしんらい、T&Dフィナンシャル等)

## (参考)他社から見たDFL

- ◆DFLは、他社より強力な競合会社として認識されている
  - ・アンケート対象の12社のうち、半数の6社がDFLを第1の競合会社と回答

### 【窓販各社へのアンケート結果(窓販における競合会社)】

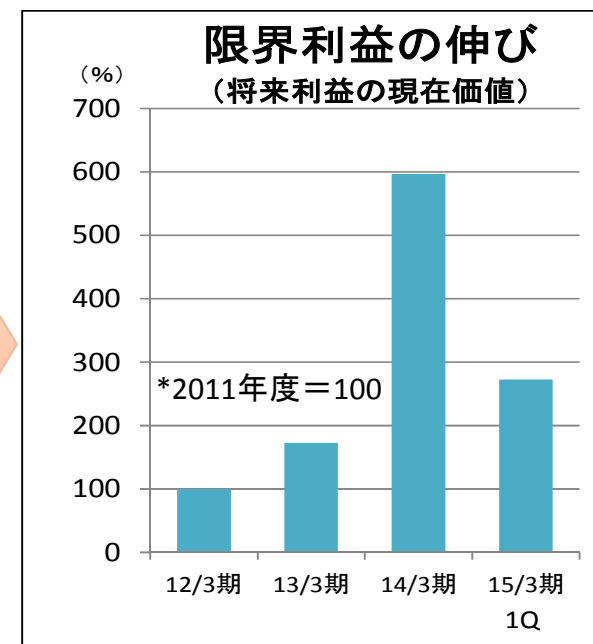
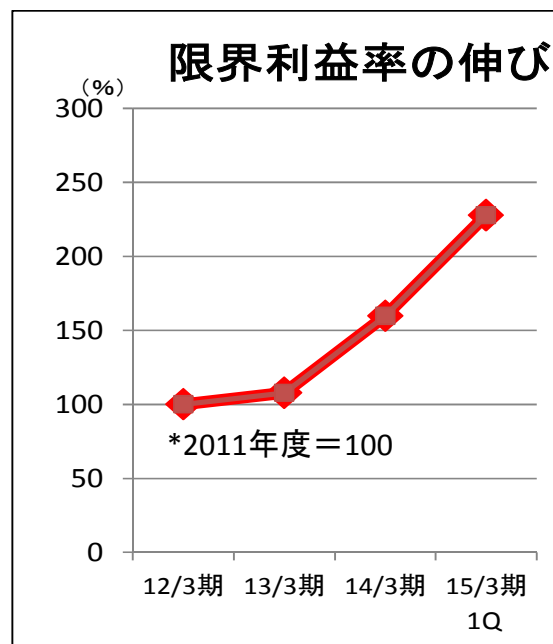
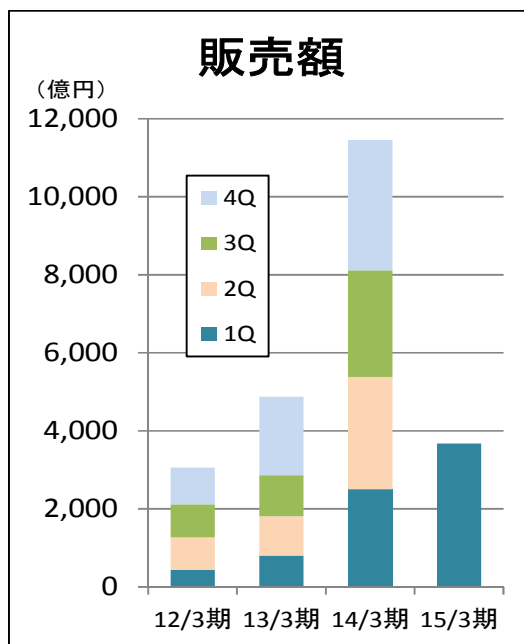


\*RGA Global Surveys – Japan Bancassurance Survey 2013より抜粋



# 利益生産力の推移

- ◆販売額に加えて、単位あたりの利益率も増加
  - ・外貨建商品を中心に収益性向上
- ◆新契約が生み出す将来利益は、飛躍的に拡大

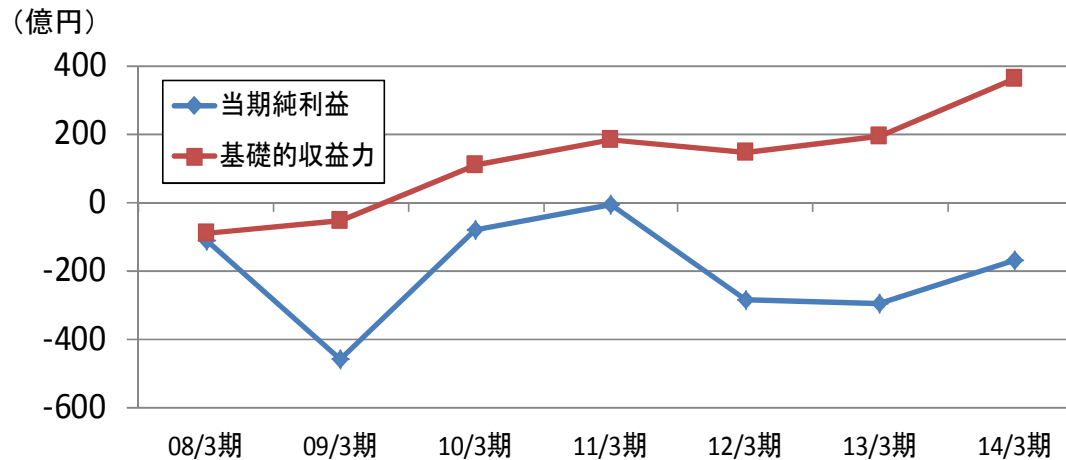


\*限界利益 = 新契約EVを補正した社内指標。将来利益の現在価値を計上  
(税前。コストは事業税を含む変動費を考慮)

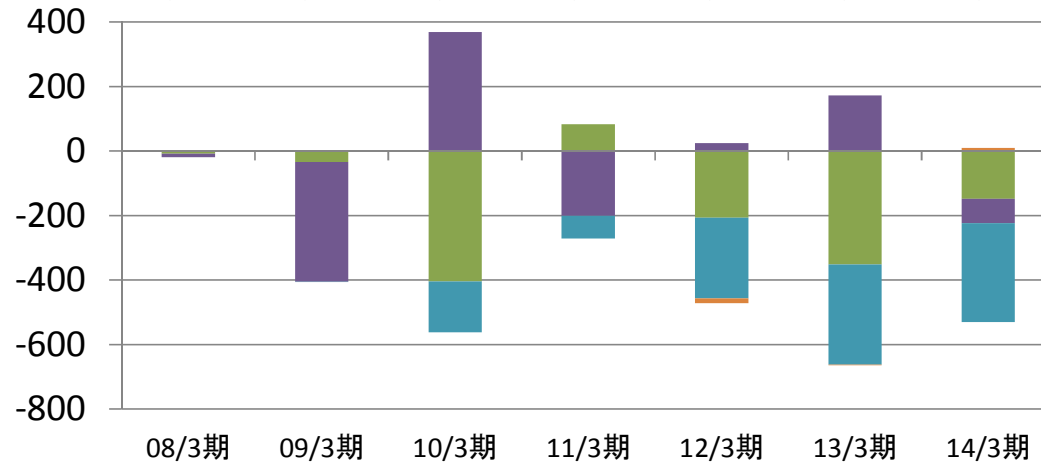
# 純利益の推移

- ◆最低保証関連損益や危険準備金繰入等により、当期純利益は赤字が継続
- ◆但し、これらの要因を除いた基礎的収益力は増加基調

【利益水準】



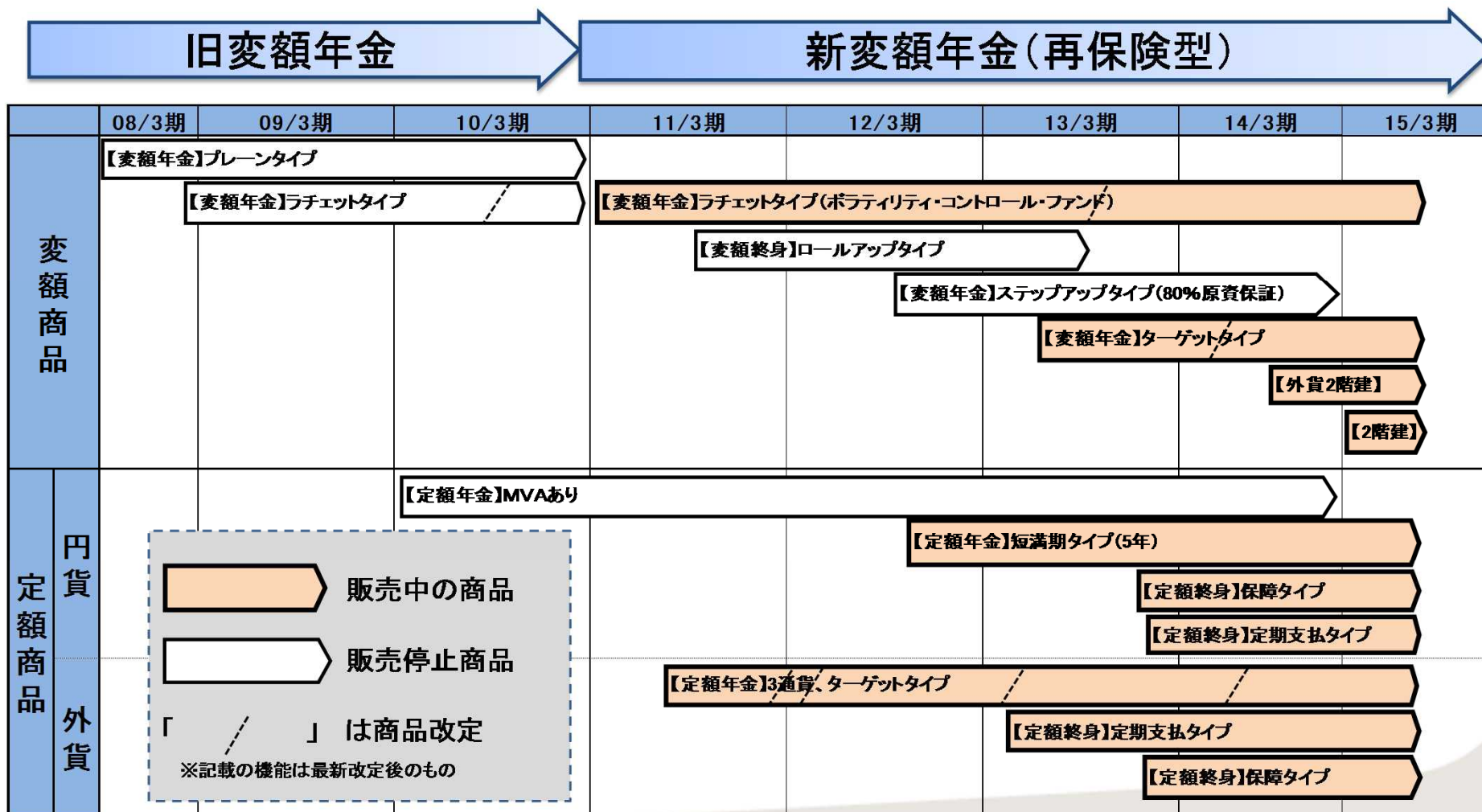
【差額の内訳】



■ 市場価格調整(MVA)に係る責任準備金繰入額
 ■ 最低保証リスクに対するヘッジ損益  
■ 最低保証リスクに係る責任準備金繰入額
 ■ 危険準備金繰入額

# 商品開発の状況(高収益商品へのシフト)

- ◆ 安定的収益源(利差益等)拡大のため、定額商品へシフト
- ◆ 相対的な高金利ニーズへの対応として外貨建商品を複数開発



# 商品ラインナップ

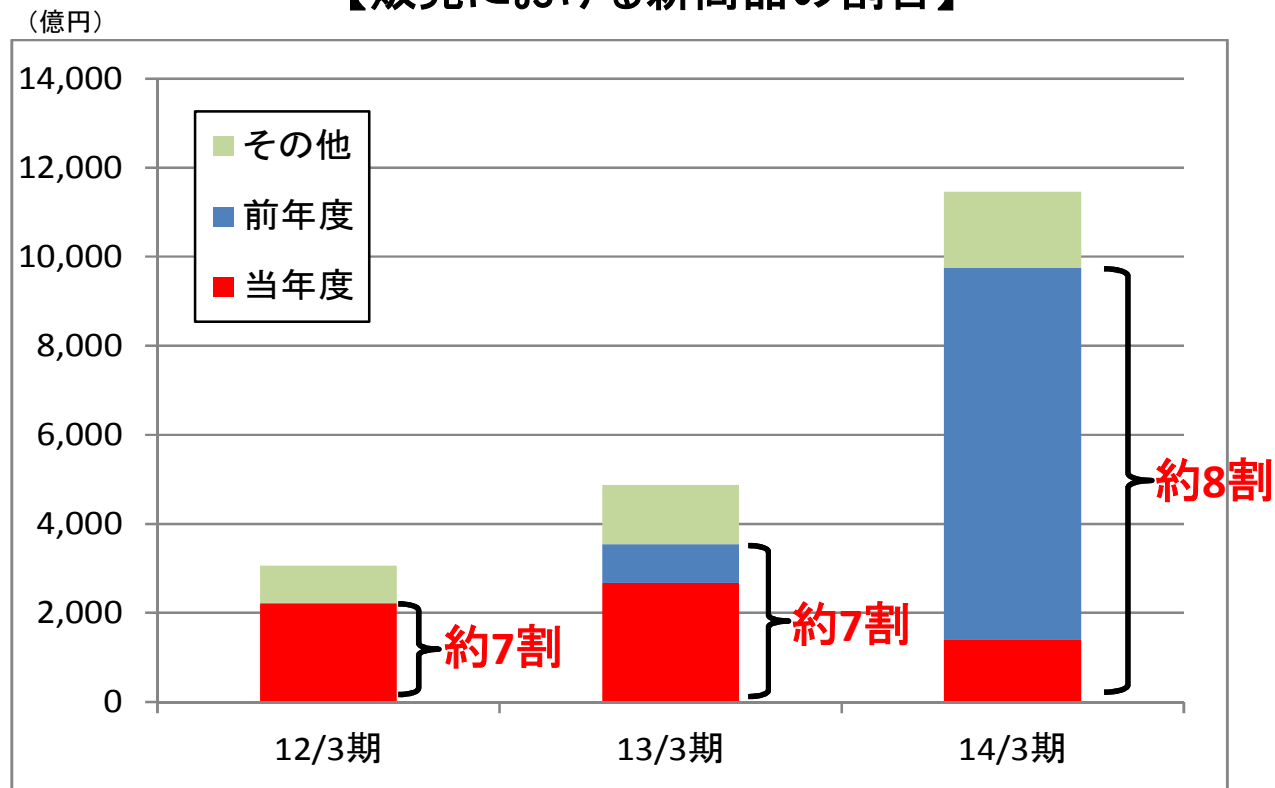
- ◆商品を逐次投入し、現時点で10商品のラインナップ
  - ・4年前は、下記  のカテゴリ内の2商品のみ
- ◆バランスの取れた商品開発により、業界随一のラインナップに

	定額		変額	
	円貨	外貨	円貨	外貨
年金	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;">  <p>プレミアムハピネス <small>生存保障兼別型個人年金保険</small></p> </div>	 <p>プレミアカレンシー・プラス+ <small>通貨指定型個人年金保険 (円貨) (ドル)</small></p>	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;">  <p>プレミアステップG <small>年金原資運用実績運動保証型変額個人年金保険 (11)</small></p>  <p>プレミアタッチ2 <small>年金原資保証型変額個人年金保険 (12)</small></p> </div>	 <p>プレミアジャンプ <small>年金原資積立部分付変額個人年金保険 (通貨指定型)</small></p>
終身	 <p>プレミアシーブ(円建) <small>定額元金付積立利率変動型終身保険</small></p>  <p>プレミアギフト(円建)</p>	 <p>プレミアシーブ(外貨建) <small>定額元金付積立利率変動型終身保険 (通貨指定型)</small></p>  <p>プレミアギフト(豪ドル建) <small>積立利率変動型終身保険 (豪ドル建)</small></p>	 <p>プライムメッセージ</p>	

# 収入保険料の内訳(新商品の割合)

- ◆収入保険料のうち、前年度・当年度の販売開始商品が太宗を占める状況
- ◆毎年継続的に新商品を供給しなければ、トップシェアの維持は困難

【販売における新商品の割合】



【2011年度】  
定額年金(外貨)  
定額年金(円貨)  
変額年金

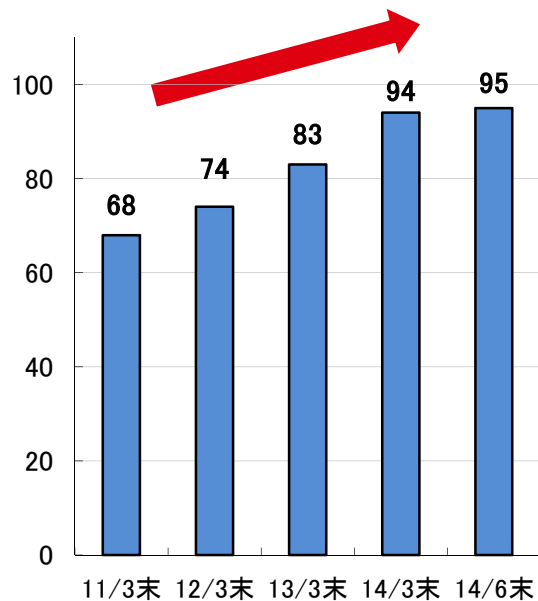
【2012年度】  
定額終身(外貨)×2  
定額終身(円貨)×2  
変額年金×2

【2013年度】  
変額年金  
2階建年金(外貨)

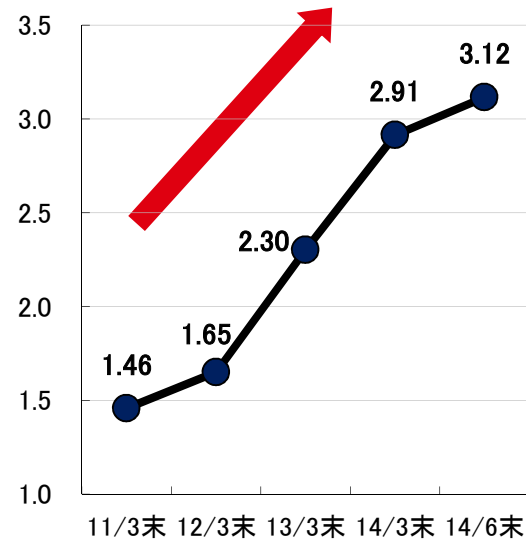
# 販売チャネルの拡大・深耕

- ◆ 委託代理店数、商品委託数ともに順調な伸び
- ◆ メガバンク、信託、証券会社に委託。第一地銀では64行中、55行に委託済み

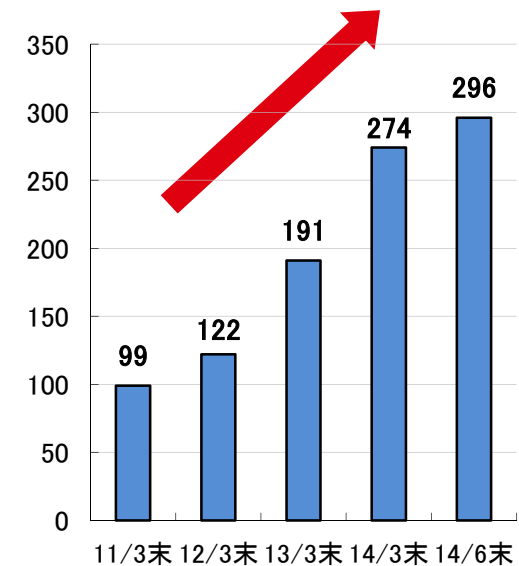
【委託代理店数】



【商品委託数(1代理店あたり)】



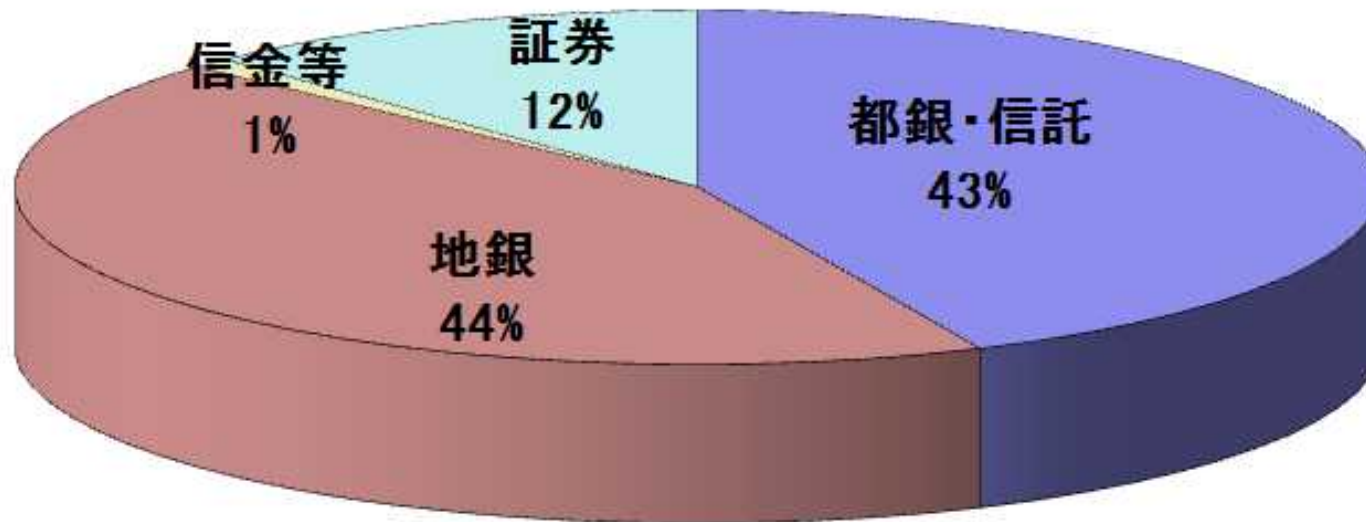
【のべ商品委託数】



## 有力金融機関との協業

- ◆全国展開するメガバンク、証券会社との共同組成商品等により、販売拡大
- ◆日本各地の有力地銀についても、高い販売サポート力で販売を伸展

【販売チャネル毎シェア】  
(2015年3月期1Q末)



# リスク管理・ALMの状況

◆変額商品の最低保証リスク、定額商品のALMリスク(資産・負債ミスマッチリスク)等について、適切なリスクコントロールを実施

## 【リスクコントロール手法(2014年6月末)】

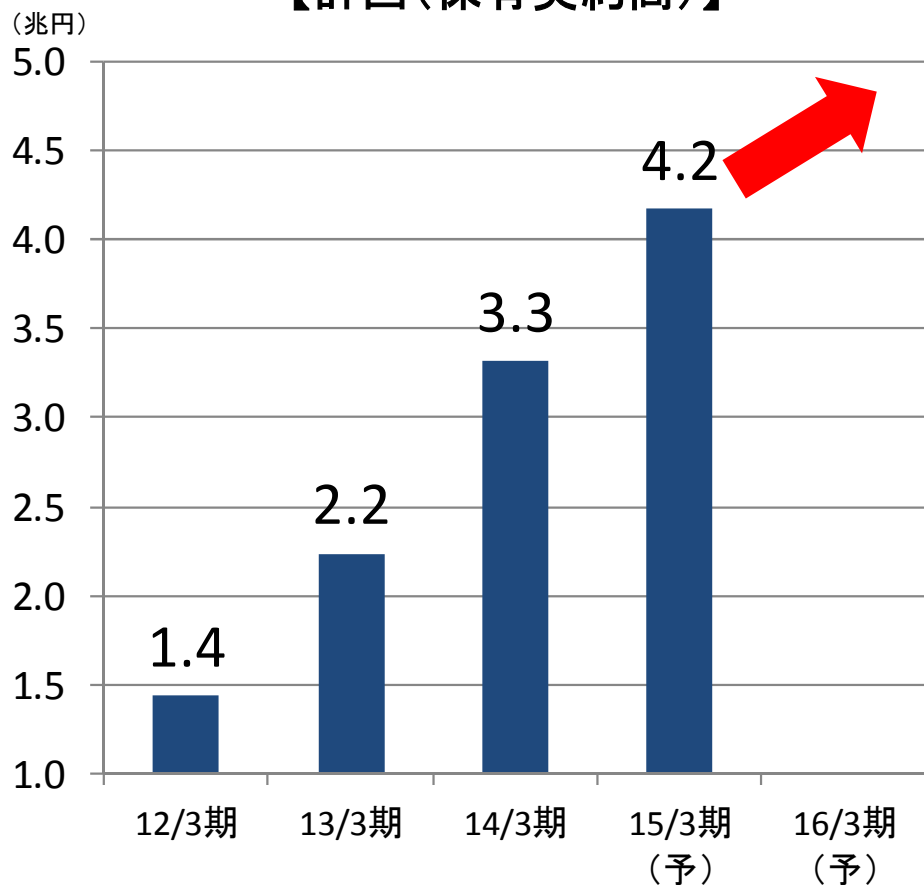
変額商品	旧商品(～2009年度) (残高:約11,000億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイナミックヘッジを実施(ヘッジ比率:87%)</li> <li>・現在は販売停止</li> </ul>
	新商品(2010年度～) (残高:約7,400億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売中商品は全て出再 (一部、ダイナミックヘッジを実施。(全額ヘッジ) 残高:約2,200億円)</li> <li>・商品内にリスクコントロール手段を含む (ボラティリティ・コントロール型のファンド等)</li> </ul>
定額商品	外貨建 (残高:約9,200億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュフローマッチング運用</li> <li>・MVAを適用</li> </ul>
	円貨建 (残高:約7,300億円)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュフローマッチング運用</li> <li>・MVAを適用 (一部、MVAなし商品あるも(残高:約2,800億円)、 商品上の工夫によりリスクを抑制(※))</li> </ul>

※短満期(5年)に限定、かつ満期時まで解約返戻金が一時払保険料を上回らない仕組み

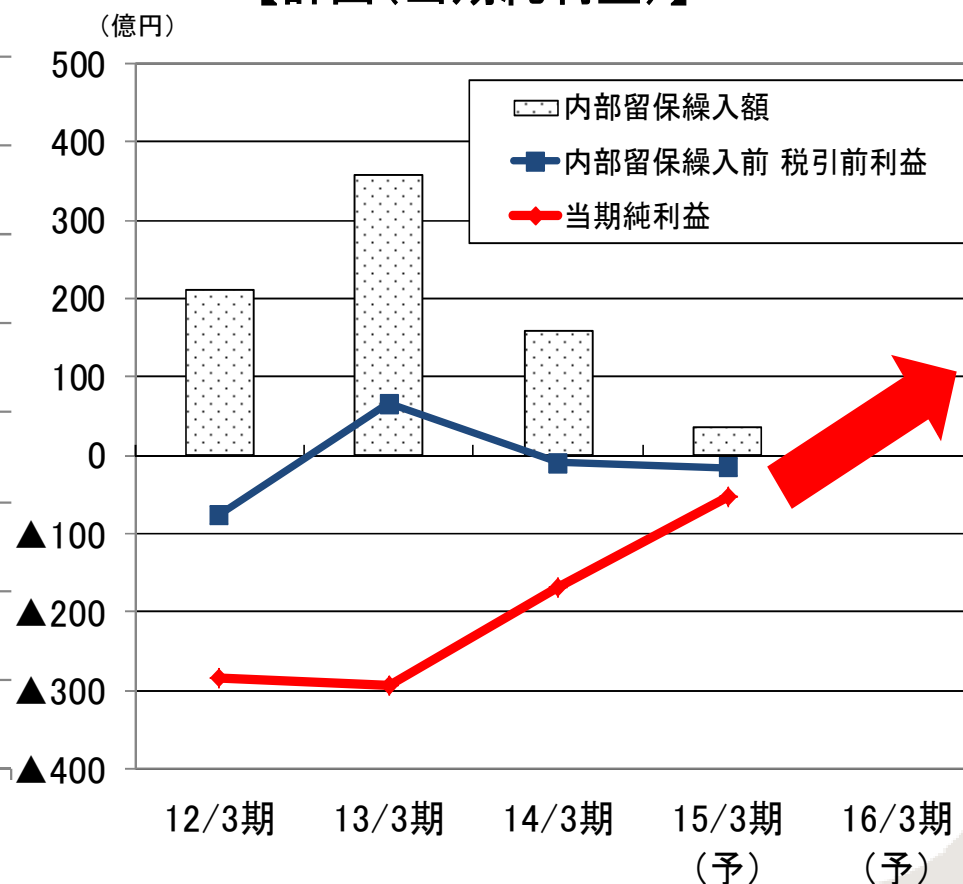


◆ 順調な保有の積み上がり等により、2015年度には単年度黒字化を目指す

【計画(保有契約高)】



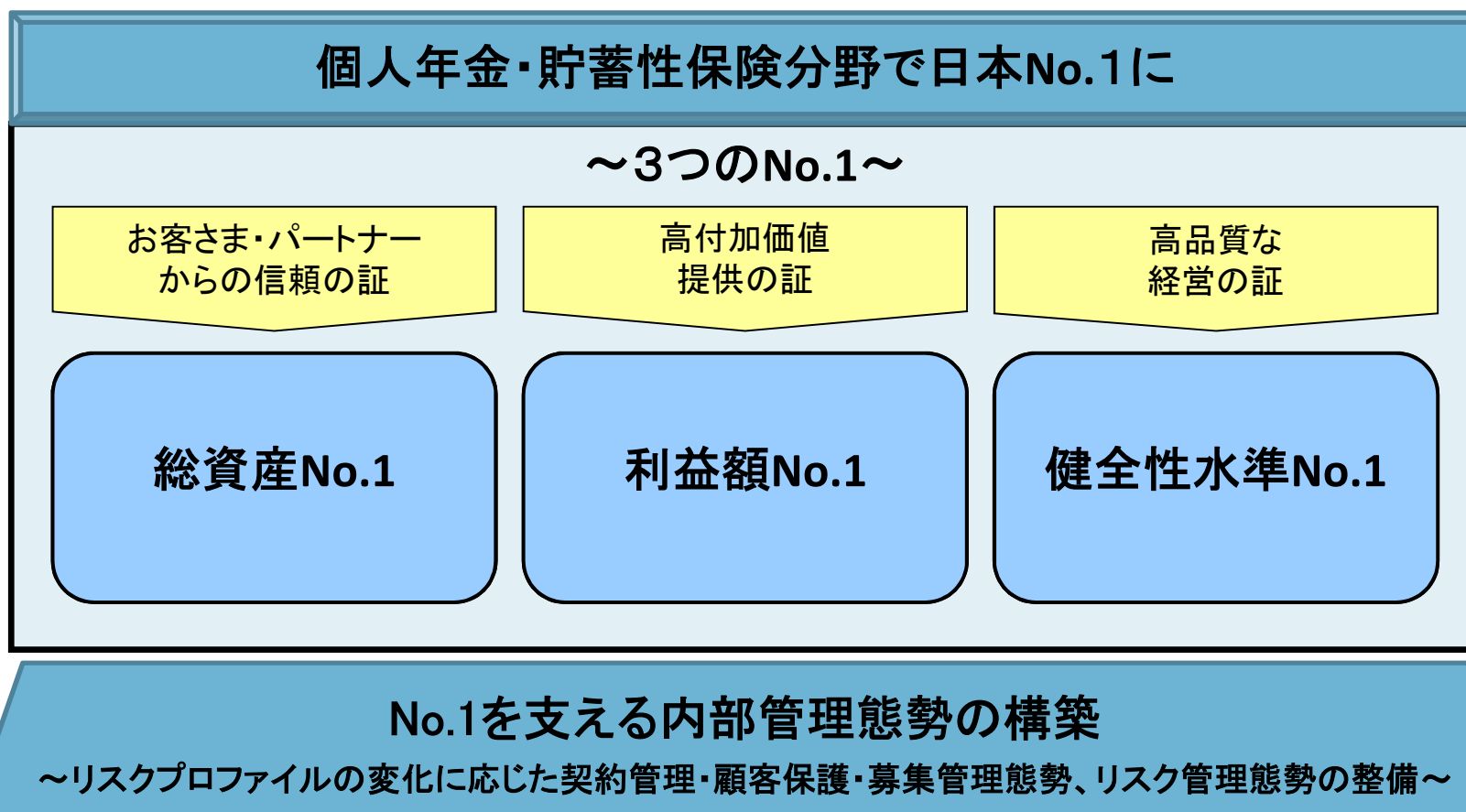
【計画(当期純利益)】



\*内部留保繰入額: 危険準備金繰入額+価格変動準備金繰入額

\*2014年度: 10,000億円、2015年度: 8,000億円の販売前提、その他一定の経済環境前提の元でのシミュレーション

- ◆中期的に、窓販分野でのNo.1を目指す
  - ・総資産、利益額、健全性水準で業界トップに



# 第一生命の海外生保事業戦略

代表取締役副社長執行役員

露木 繁夫

一生涯のパートナー

**第一生命**

1. 海外生保事業の現状
2. プロテクティブ社買収について
3. プロテクティブ社買収後の海外生保事業戦略



グループを挙げた更なる飛躍への挑戦  
お客さま視点でのActionでDSR経営を追求

成長事業  
比率

成長事業の連結利益貢献度  
2016年3月期  
海外事業 約30%

※海外事業は海外生保・アセットマネジメント事業を含む

## ステークホルダーの期待に応える成長の実現

### 連結収益への貢献

### 全社RoEVへの貢献

### 取組の四本柱

既進出先のバリューアップ

新規案件取組強化

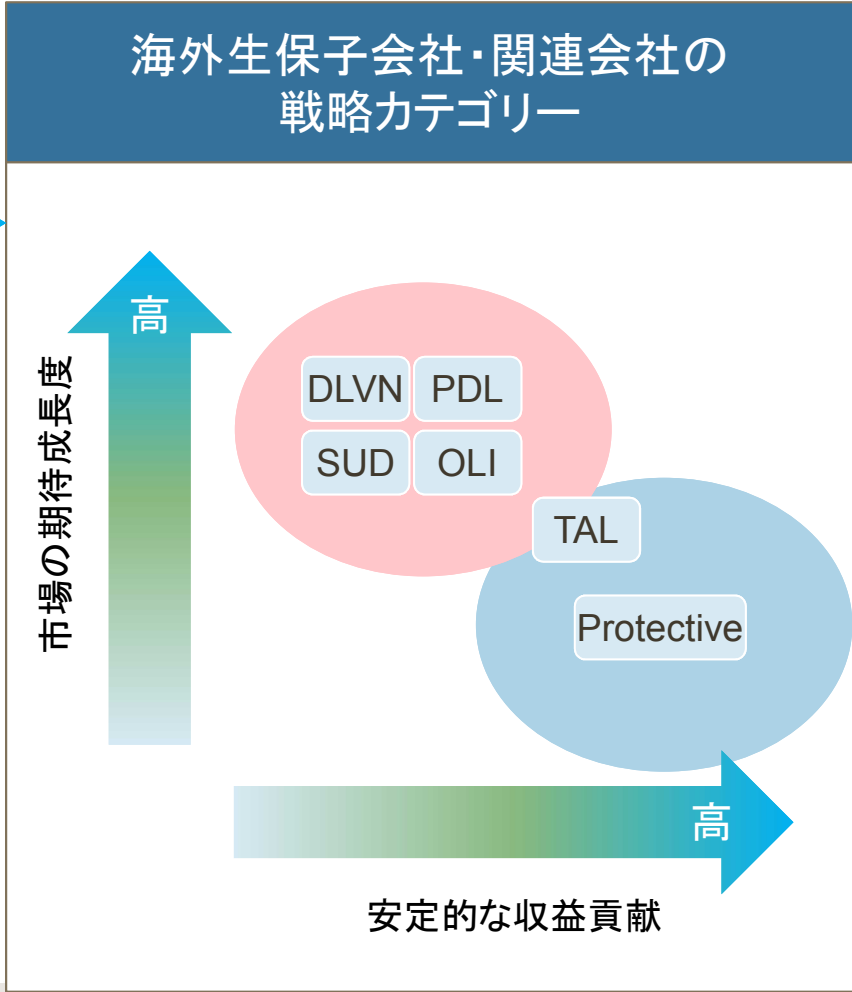
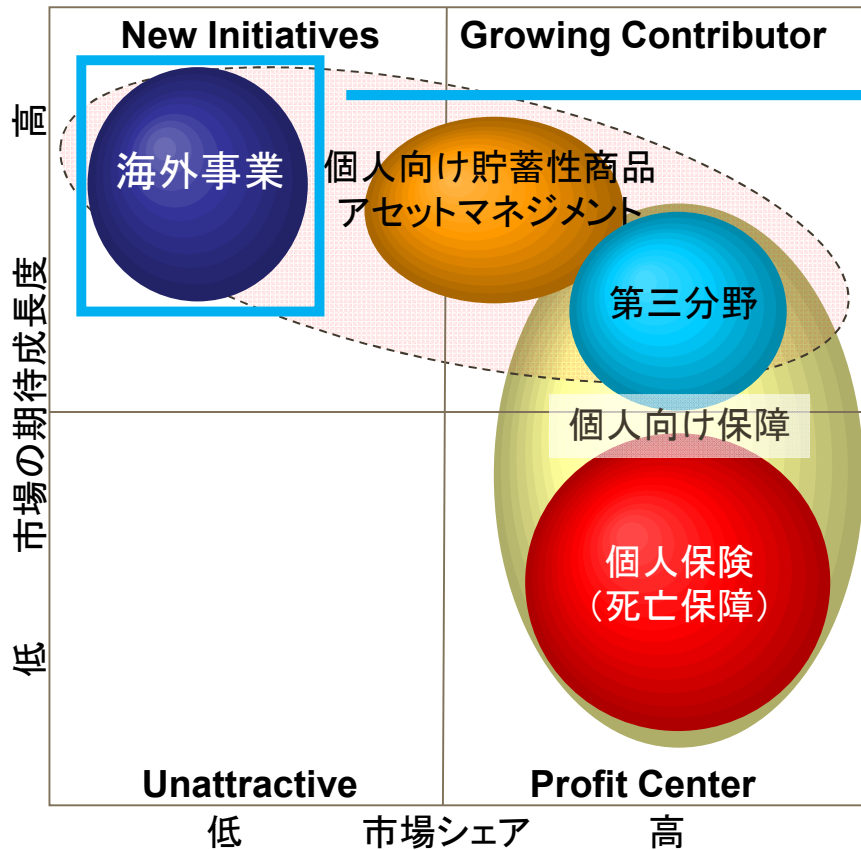
海外部門経営管理/ERM強化

付加価値(シナジー)創造モデル  
の確立/情報価値化

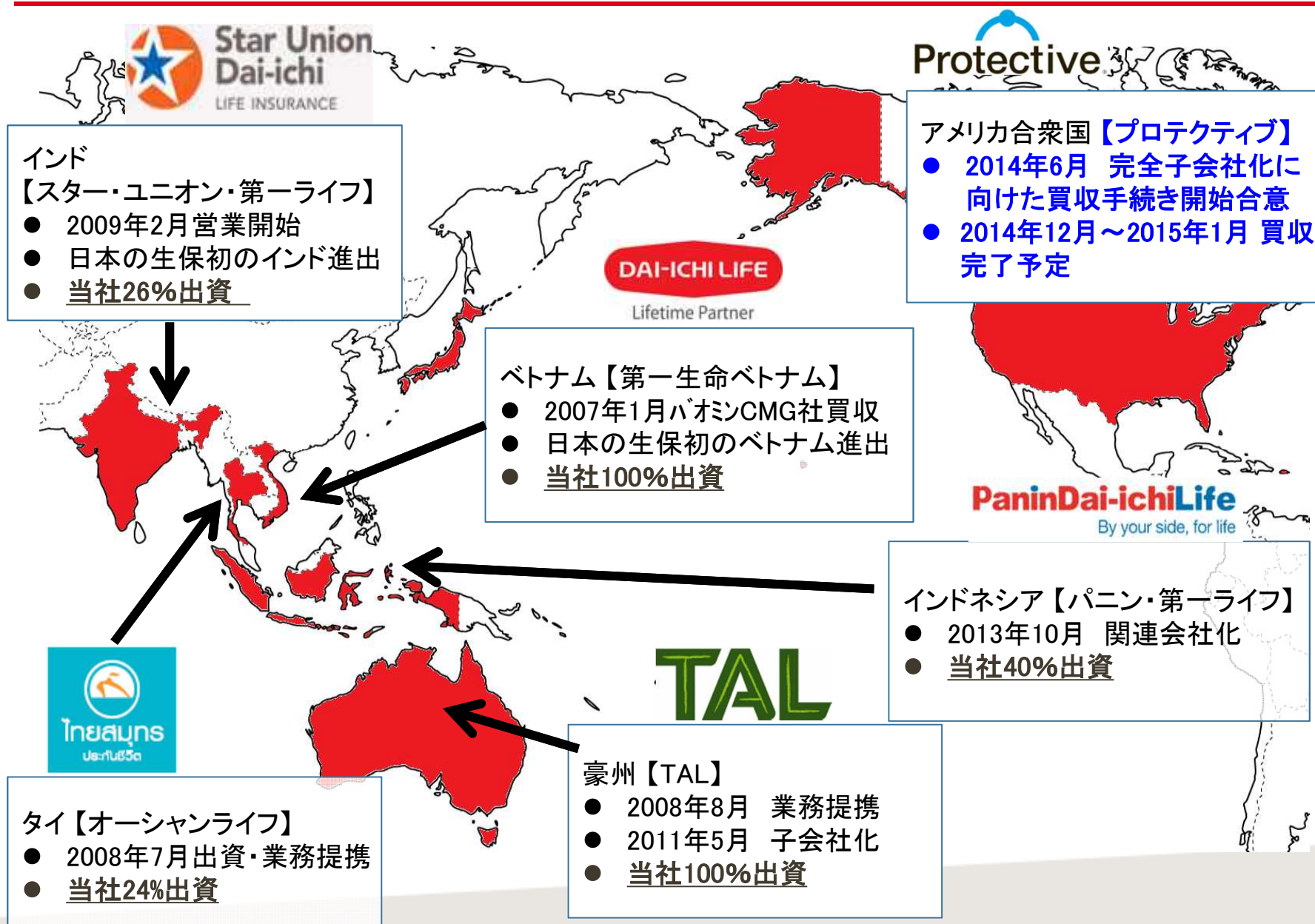
# 海外生保事業の位置付けと事業内戦略カテゴリー

- ◆ 海外事業は第一生命グループ全体の事業ポートフォリオにおける成長事業の一つ
- ◆ 海外生保事業においては成長期待と収益貢献をバランスよく両立

事業ポートフォリオ

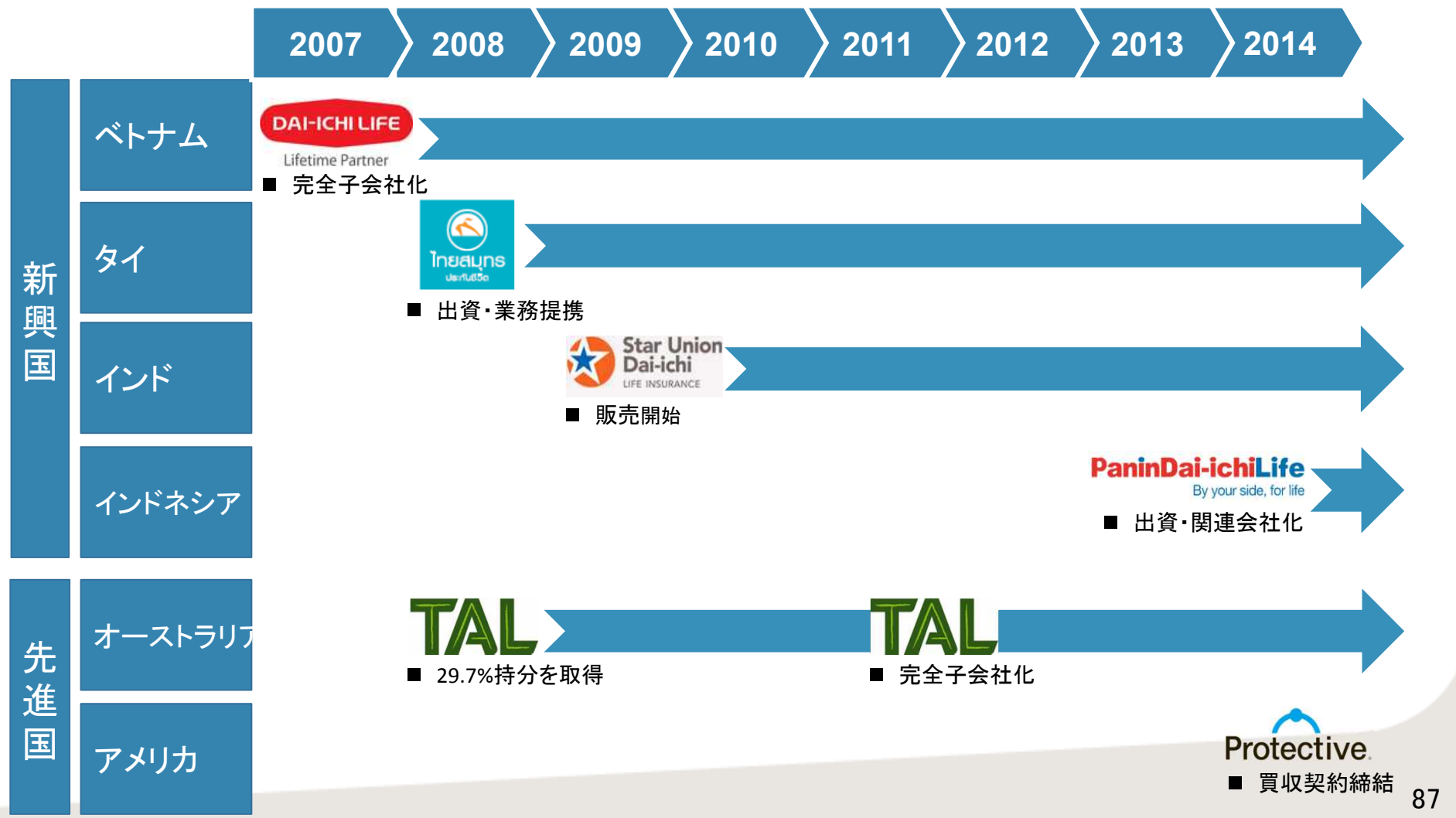


# 海外生保事業の展開状況



# 海外生保事業のこれまでの歩み

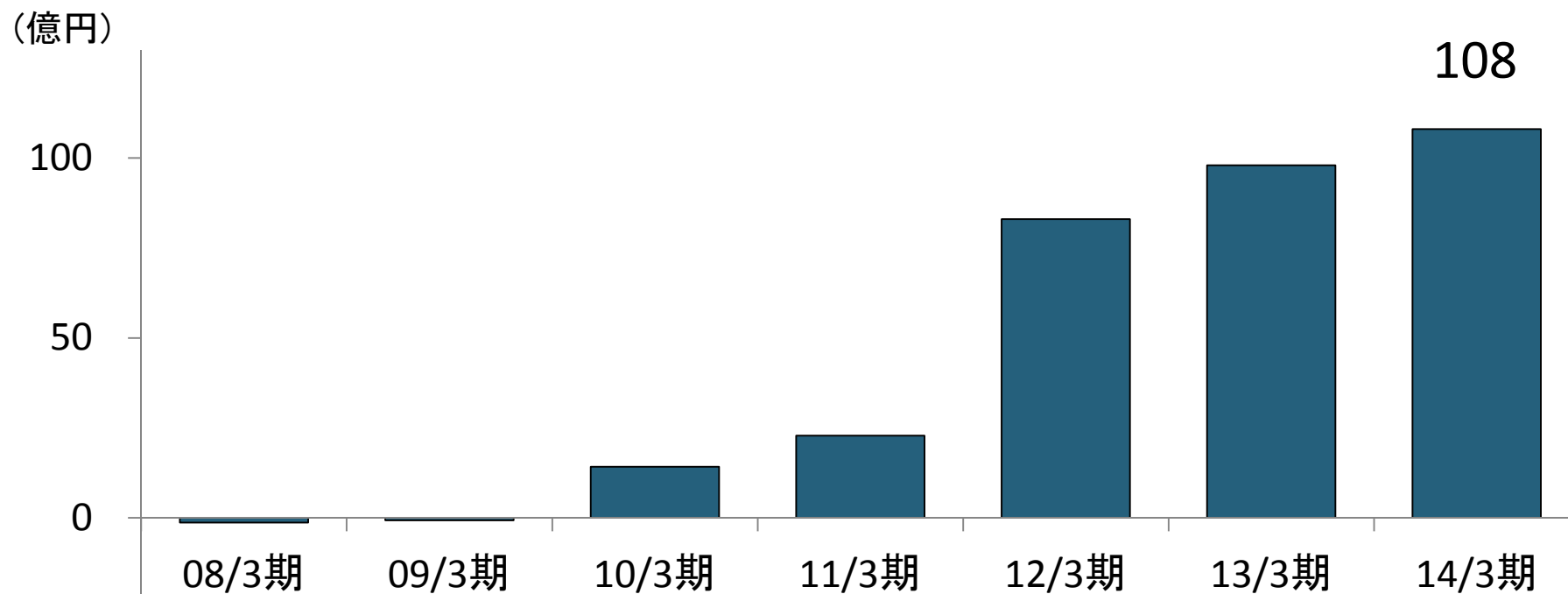
- ◆ アジアを中心とした新興国への展開による市場成長性の享受
- ◆ 先進国への展開によるグループ収益への寄与・地域分散の推進





# 海外生保事業の利益貢献

◆ 海外生保事業の利益は2013年度末時点で108億円まで成長



ベトナム  
(第一生命  
ベトナム)

タイ  
(オーシャンライフ)

インド  
(スター・ユニオン・  
第一ライフ)

インドネシア  
(パニン・第一  
ライフ)

豪州  
(TAL)

子会社化

豪州  
(TAL)

※持分考慮後

※パニン・第一ライフの利益は関連会社化後の10-12月期のみ合算

# 先進国市場におけるTAL社の成功事例



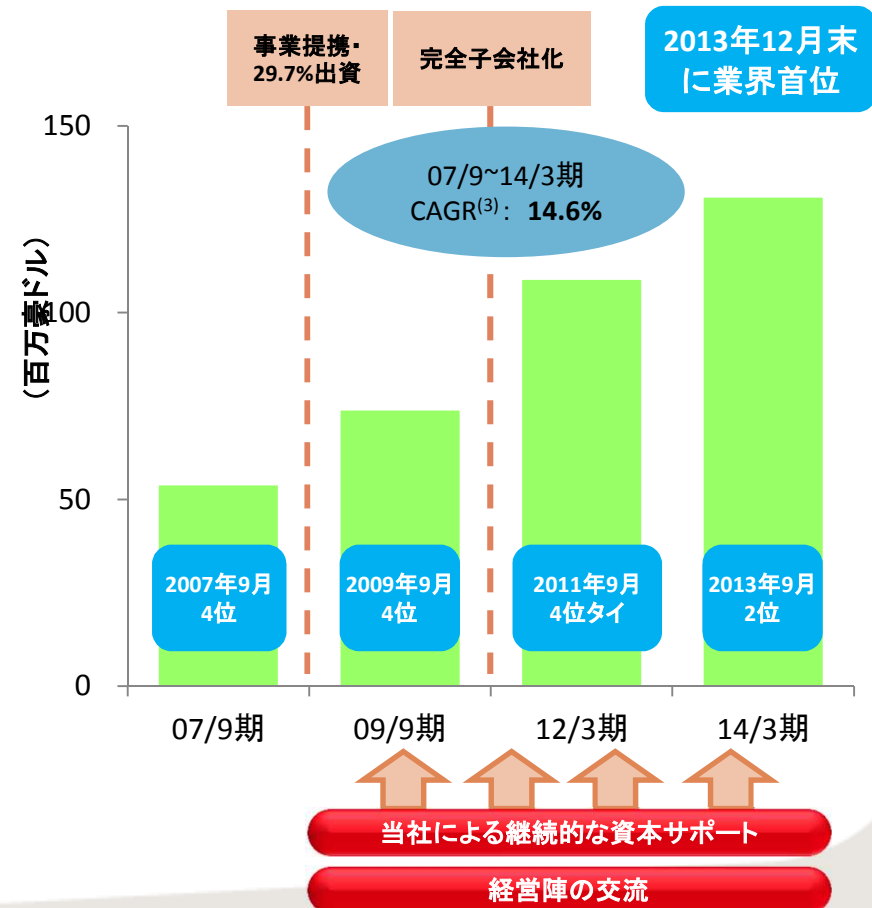
一生涯のパートナー  
第一生命

◆ 2008年の事業提携・出資以降、TAL社は著しい成長を遂げ、2013年には豪州生命保険市場首位に

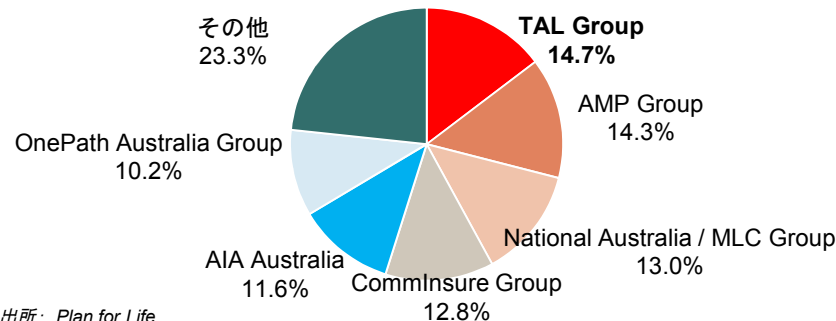
## 買収後の施策

- 買収後も、取締役会長・CEO・CFOなど主要取締役は留任
- 経営理念「お客さま第一主義」の共有・浸透
- 商品・オペレーション等の改善(2009年~)
  - 複雑な商品体系をシンプル化
  - 新契約・保険金支払・脱落防止等の各種オペレーションを大幅に改善
  - オンライン・ポータルや新契約申込画面等のテクノロジー強化
- 独立アドバイザーを束ねる傘下ディーラー・グループを拡充(2013年)
- 保険商品の比較を行うオンライン・ブローカーのNFS Groupを買収(2013年)
- 中長期的視点での戦略遂行を資本面でもサポート。リスクをコントロールしながら、市場を上回る成長を実現し、保有契約年換算保険料で市場首位に(2013年12月末)

## 修正利益<sup>(2)</sup>および保有契約年換算保険料市場シェア



## オーストラリアにおける保険料収入別市場シェア<sup>(1)</sup>



出所: Plan for Life

(1) 2013年12月時点。

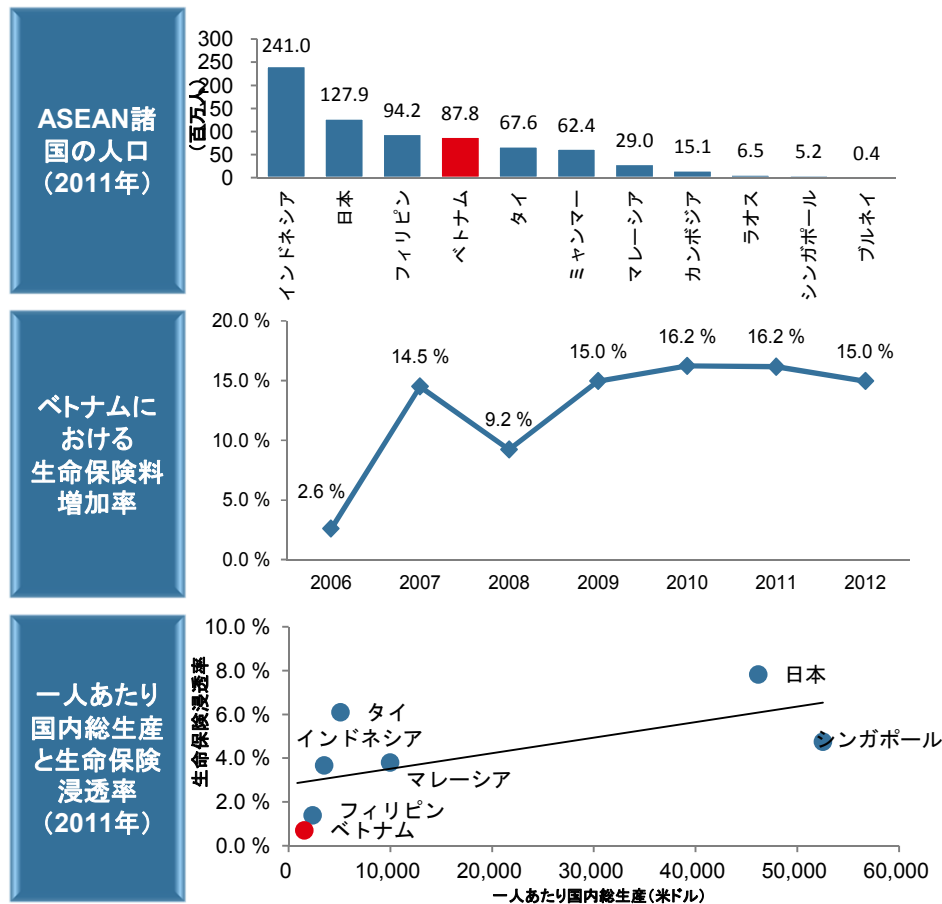
(2) TAL社の連結純利益より非現金項目等を調整(税引後)したもの。調整項目には割引率の変更、償却、減損損失、投資の期ズレ等を含む。

(3) CAGRについては、2011年9月期に実施した会計年度の変更(9月決算から3月決算へ変更)に伴う調整後。

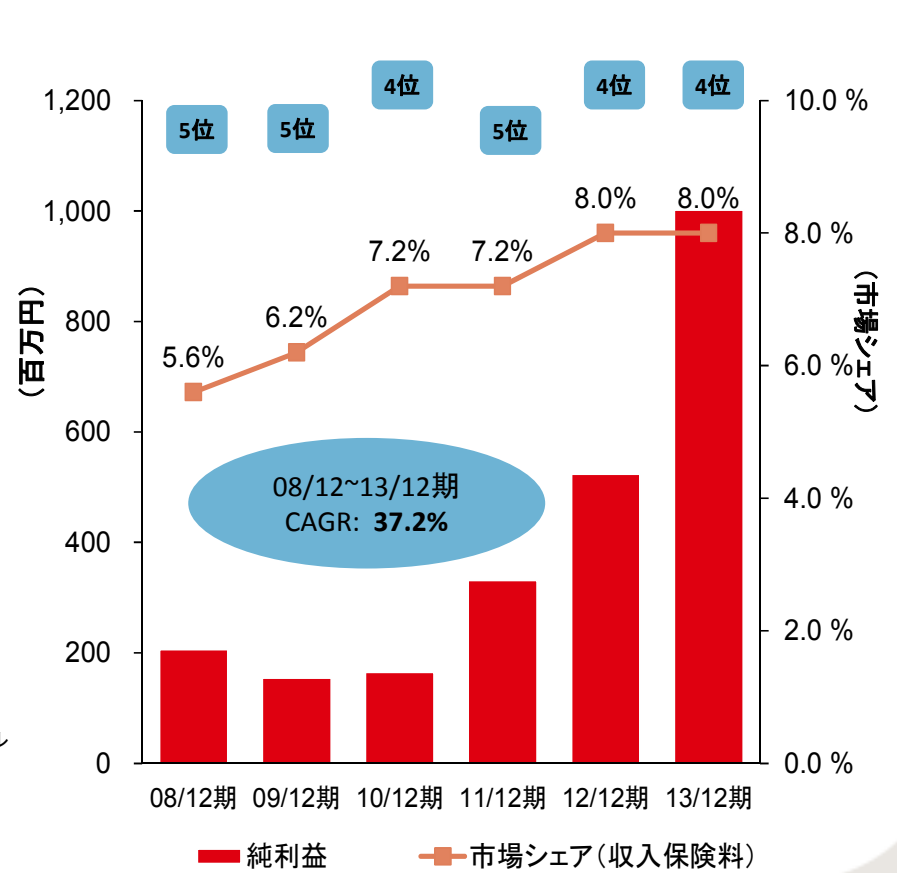
# 新興国市場における第一生命ベトナムの成功事例

◆ 有望な成長市場であるベトナムにおいて、市場シェアと利益の大幅な拡大を実現

## 魅力的なベトナムの市場動態



## 第一生命ベトナムの業績推移(1)



出所: IMF, Swiss Re, Association of Vietnamese Insurers  
(1) 順位は収入保険料シェアに基づく。

# プロテクティブ社買収および増資の概要

取引形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 逆三角合併によるプロテクティブ社の発行済株式100%の取得                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— ニューヨーク証券取引所上場(証券コード: PL)</li> </ul> </li> </ul>
1株当たり取得金額	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 完全希薄化後株式1株当たり70.00米ドル／現金対価</li> </ul>
総取得対価	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 57.08億米ドル                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 取引倍率: P/E 14.4x<sup>(1)</sup> / P/B 1.29x<sup>(2)</sup></li> </ul> </li> </ul>
取得資金	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 当社手元資金及び新規株式発行による調達資金を充当                     <ul style="list-style-type: none"> <li>— 新規株式発行による国内外からの調達資金 2,641億円                             <ul style="list-style-type: none"> <li>国内: 一般募集および第三者割当による売出し</li> <li>海外: Rule 144A および Regulation S</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
今後のスケジュール (予定)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ プロテクティブ社株主総会: 2014年10月6日</li> <li>■ 日米当局からの許認可取得: 2014年11月～12月</li> <li>■ 取得完了: 2014年12月～2015年1月</li> </ul>
完了条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ プロテクティブ社の株主総会の承認および関連規制当局からの許認可取得</li> </ul>

出所: プロテクティブ社開示資料、IBES (Institutional Brokers' Estimate System)

(1) IBES EPS 予測中央値(2014年12月期、2014年6月2日時点)に基づく。

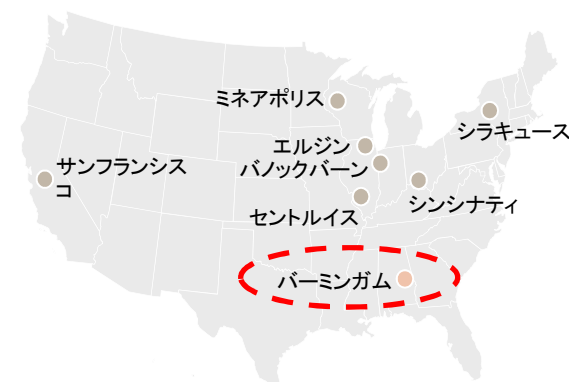
(2) 2014年3月末時点株主資本(その他包括利益累計額を含む)に基づく。

# プロテクティブ社の概要

## 会社概要

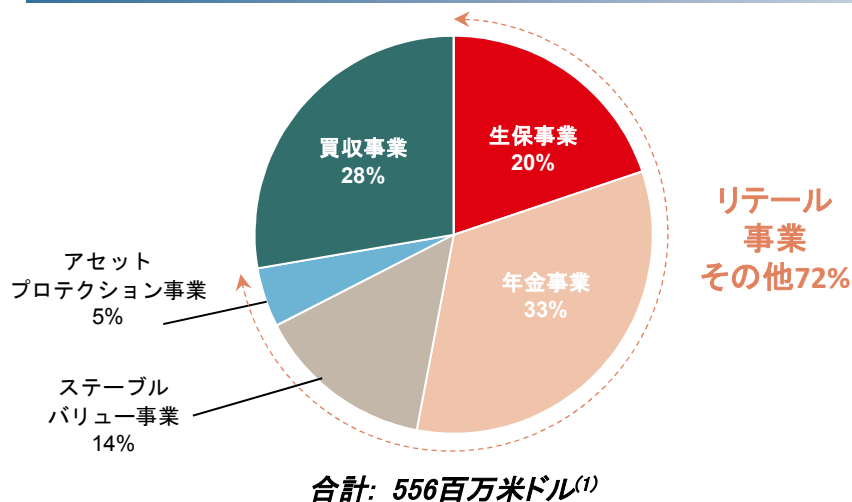
- 設立年: 1907年
- 従業員数: 2,400名
- 所在地: 本社は米国アラバマ州バーミンガム
  - 全米50州で事業展開、600万人の顧客を保有
- 主要指標<sup>(2)</sup>:
  - 総収入 40億米ドル
  - 保有契約高 7,730億米ドル
  - 株主自己資本 37億米ドル
  - RBC比率 (Risk Based Capital) 447%

## 主要拠点



## 事業概要

### 事業セグメント別利益内訳(2013年度税引前営業利益)



出所: プロテクティブ社開示資料、LIMRA  
 (1) 全社費用およびその他セグメント費用除く。  
 (2) 2013年度または2013年度末時点の数値。

### 主要商品

生保事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ユニバーサル生命保険</li> <li>■ 変額ユニバーサル生命保険</li> <li>■ 定期生命保険(平準保険料式定期生命保険)</li> </ul>
年金事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 変額年金保険</li> <li>■ 株価指数連動型年金</li> </ul>
ステータブルバリュー事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 保証投資契約 (Guaranteed investment contracts ("GICs"))</li> <li>■ ファンディング・ロール・アグリーメント ("FRAs")</li> </ul>
アセットプロテクション事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 車両サービス契約</li> <li>■ 資産保全保証</li> </ul>
買収事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 定期生命保険</li> <li>■ ユニバーサル生命保険</li> </ul>

# プロテクティブ社の主な強み

## 独自のビジネスモデルに牽引された 安定的な成長

- 業界内でも特徴的な、買収事業とリテール事業を組み合わせたバランスのとれたビジネスモデルにより、全社的な成長シナジーを創出
- 2003-2013年のトップライン成長率 (CAGR) は全社で7.3%、買収事業で9.9%

## 株主価値増大の確かな実績

- 直近4年間の利益成長率 (CAGR) は税引前営業利益で13%、EPSで14%
- 金融危機後、10%超の高いROEを安定して記録
- 低コストで収益性の高い事業運営

## 経験豊富な経営陣

- 業界における豊富な経験
- 生保市場および州保険当局との良好な関係構築
- 買収機会の選定および評価において経験豊富なチームの存在

## 主要商品における強固な 市場プレゼンス

- ユニバーサル生命保険8位<sup>(1)</sup>
- 変額ユニバーサル生命保険11位<sup>(1)</sup>
- 定期生命保険12位<sup>(1)</sup>

## 健全かつ強固な財務基盤

- 強固なバランス・シート: 格付け AA- (S&P) / A2 (Moody's)  
RBC比率 447%<sup>(2)</sup>
- 保守的な投資ポートフォリオ
- 変額年金に対する抑制の利いたエクスポージャー

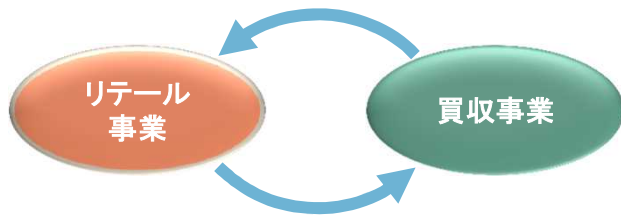
出所: プロテクティブ社開示資料、LIMRA

(1) 2013年度保険料等収入に基づく。いずれも米国市場におけるランキング。

(2) 2013年12月31日時点。

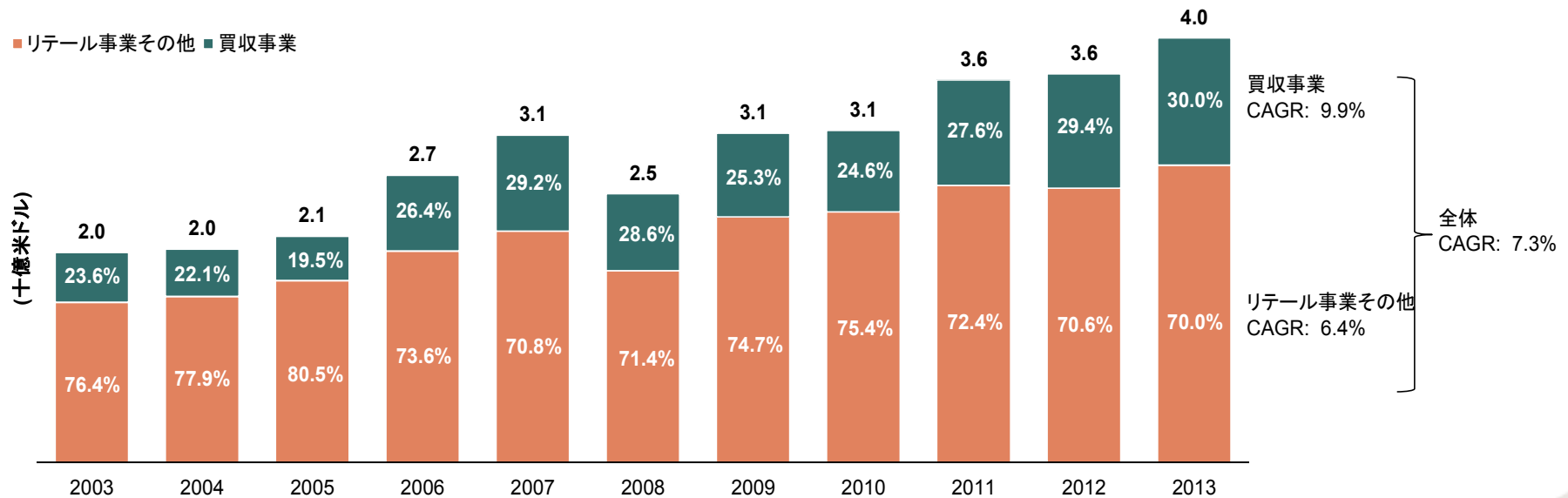
# 独自のビジネスモデルに牽引された安定的な成長

◆ 業界内でも特徴的な、リテール事業と買収事業を組み合わせたビジネスモデルにより、バランスのとれた成長シナジーを創出



- プロテクトティブ社は、1970年代以降47件の生保事業(主にクローズド・ブロック)の買収成功を通じ、実績とノウハウを蓄積
- 事業サイクル: 資本はリテール事業の保有契約および既存の買収事業から創出され、次の買収機会に投下される

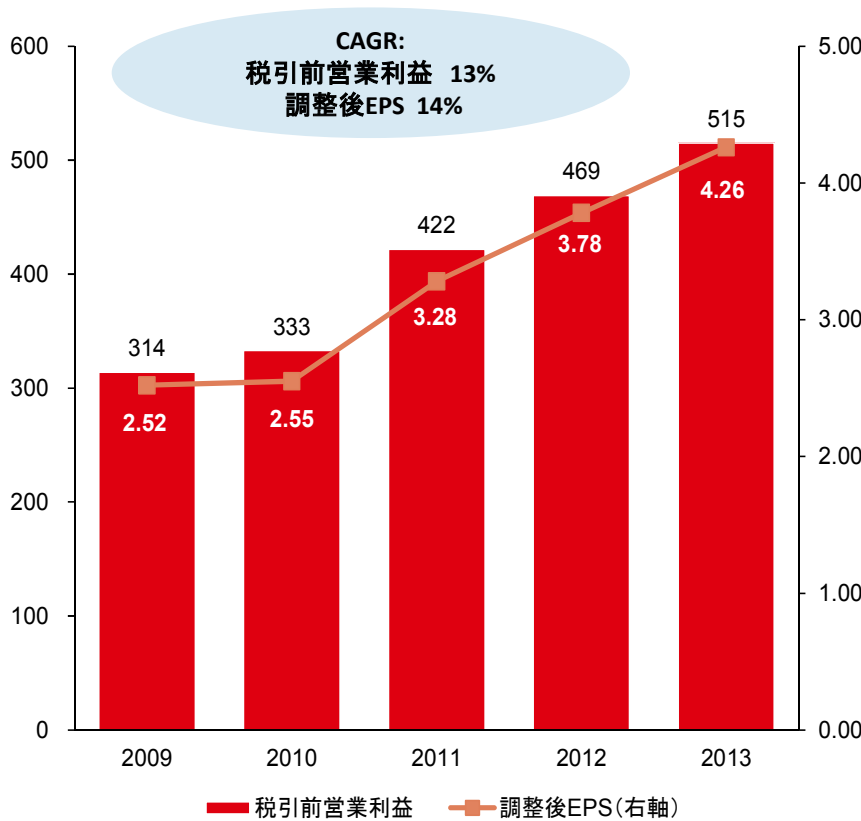
## プロテクトティブ社の総収入内訳推移



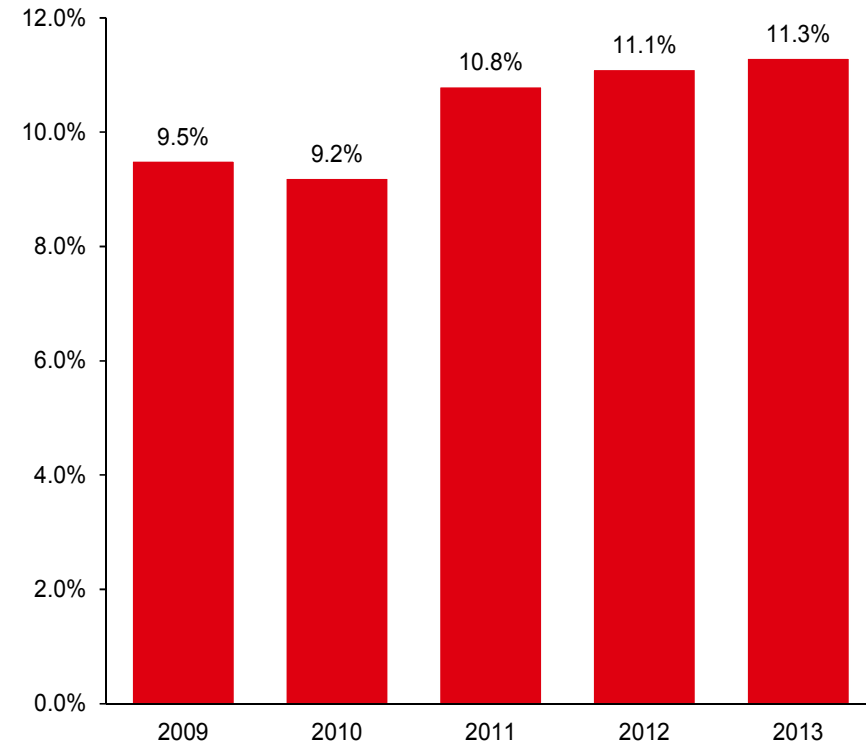
# 株主価値増大の確かな実績

◆ プロテクトィブ社は金融危機以降、力強い利益成長と安定的かつ高い収益性維持を実現

税引前営業利益(百万米ドル)<sup>(1)</sup> / 調整後EPS (米ドル) <sup>(1)(2)(3)</sup>



調整後ROE (%) <sup>(2)</sup>



出所: プロテクトィブ社開示資料

(1) 2009~2011年は、繰延新契約費の会計上および営業上の定義変更に伴う調整を反映。

(2) 調整後EPS及びROEは、デリバティブ商品・その他運用資産に係る実現損益及び関連償却費(税後)を控除している。

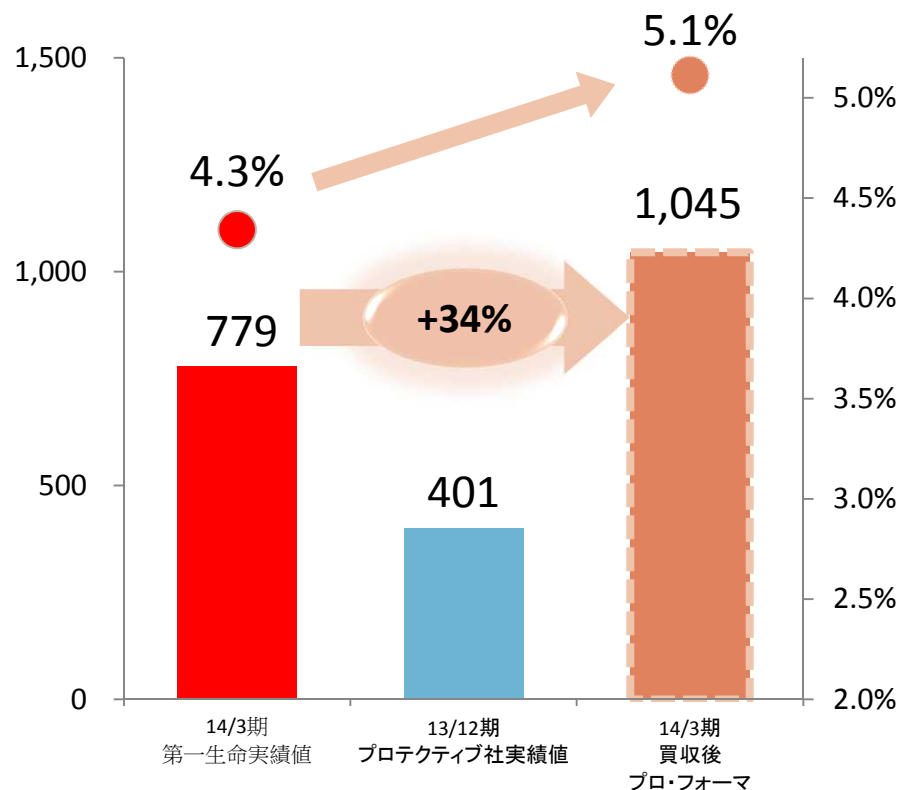
(3) 2009年の調整後EPSは、サープラス・ノートの買戻しに伴う1億2,600万ドルの税引前利益を35%の実効税率で調整。



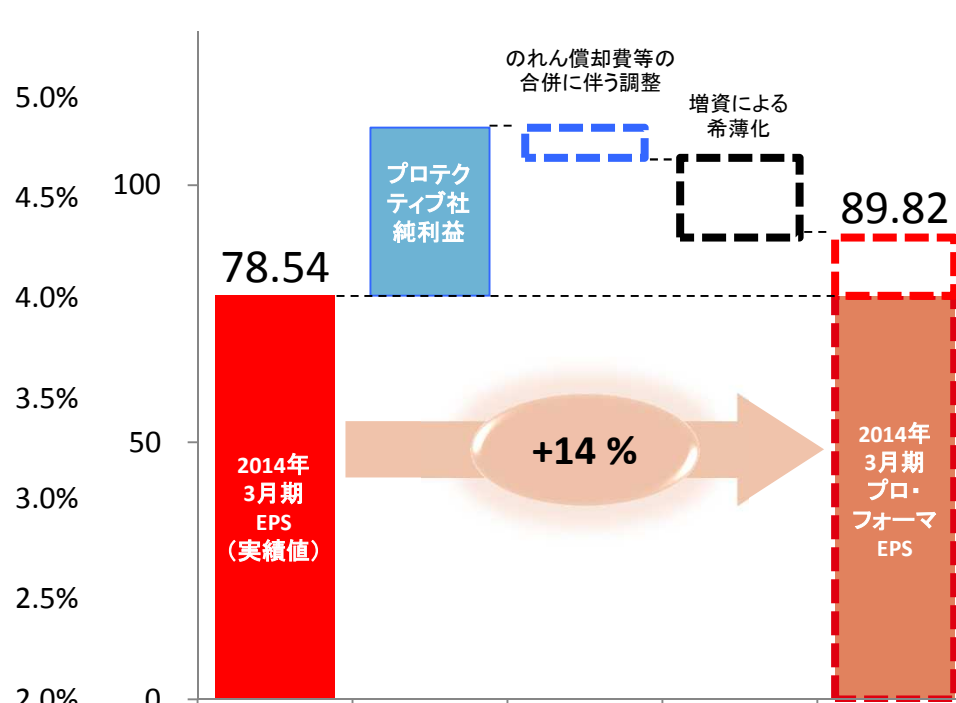
# プロテクティブ買収による、大幅な増益と収益性の向上

◆ 利益の大幅な向上、ROEおよびEPSの増大を実現する見込み

2014年3月期 純利益<sup>(1)</sup> (億円) / ROE<sup>(2)</sup> (%、右軸)



2014年3月期 潜在株式調整後EPS<sup>(3)</sup> (円)

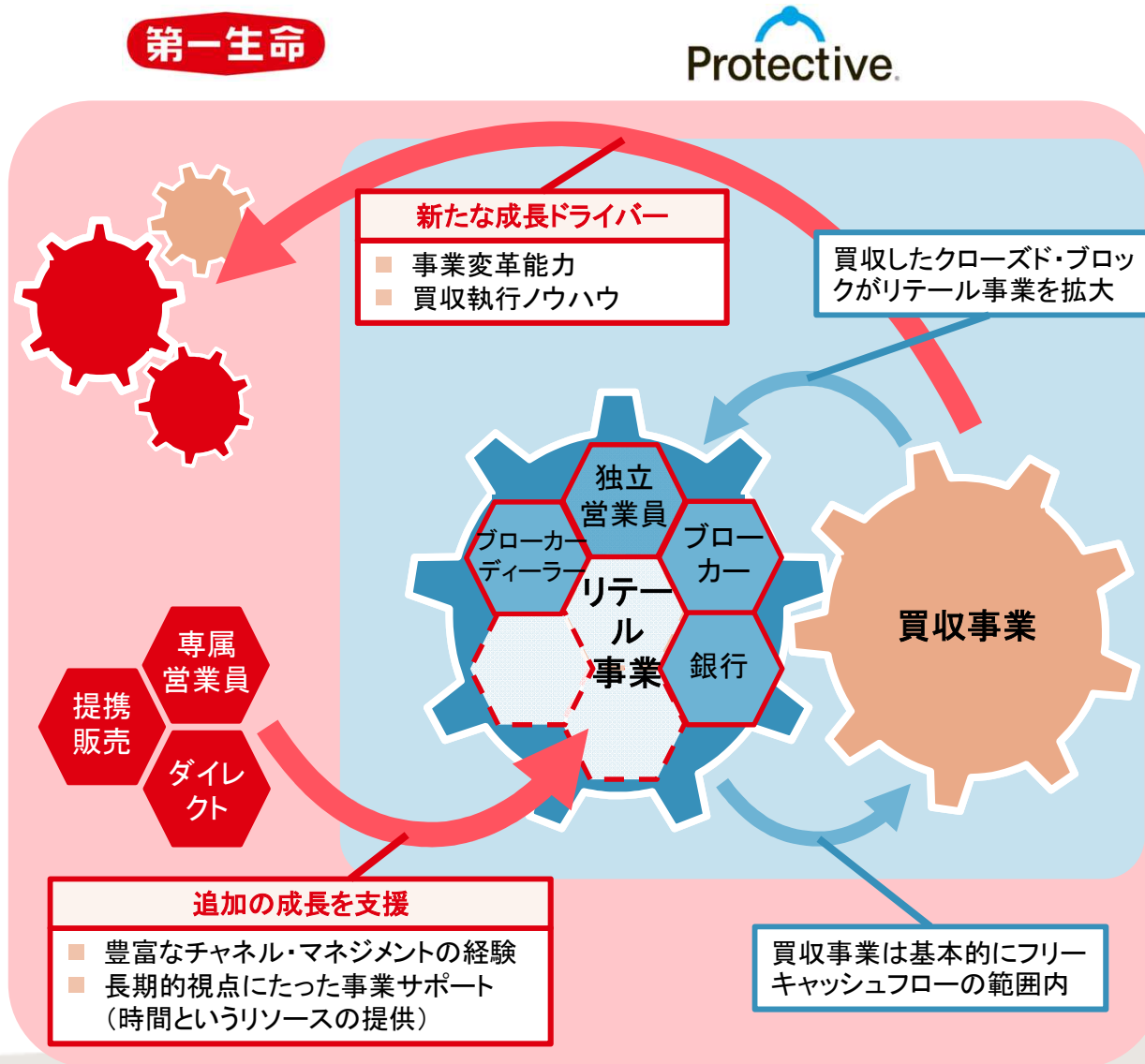


(1) 未監査のプロ・フォーマ要約連結財務情報を作成する目的では、英文目録見書の日付現在において使用可能な情報に基づき、取得原価配分を行っている。取得原価配分による主なプロ・フォーマ調整は、投資、のれん、Value of Business Acquired (VOBA)、及びその他。  
 (2) 自己資本は純資産の部合計より新株予約権、及び少数株主持分を控除した金額であり、期中平均自己資本は期首と期末の自己資本の残高を単純平均したものを使用。また、未監査のプロ・フォーマ要約連結財務諸表の自己資本の当期首残高は、本件募集が期首に実行されたとの仮定の下で算定。  
 (3) 未監査のプロ・フォーマ財務情報は、第一生命が本件募集により2,500億円を調達し、172百万株を期首に発行したという仮定のもとで算定。

# プロテクティブ社買収後の成長戦略

## プロテクティブ社との相乗効果の創出

## 買収後の経営体制

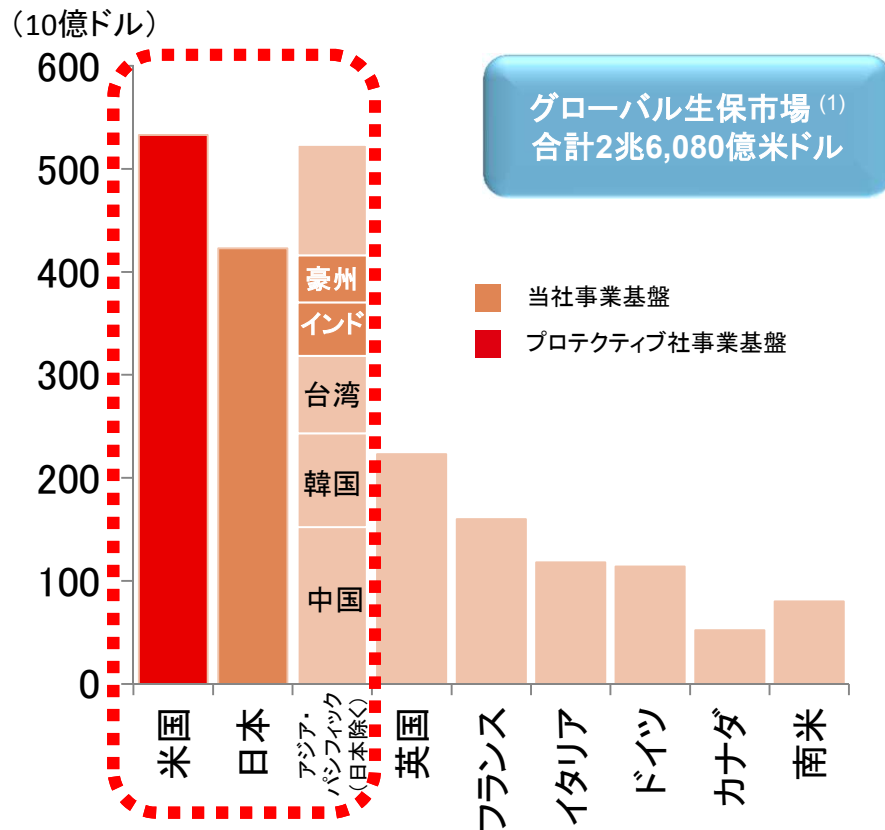


- 第一生命グループへの、経験豊富な経営リソースの取り込み
- プロテクティブ社経営陣とのステアリングコミッティの組成
- グループ経営本部のもとでのグループ経営の実践

# 世界最大の生保市場への本格参入

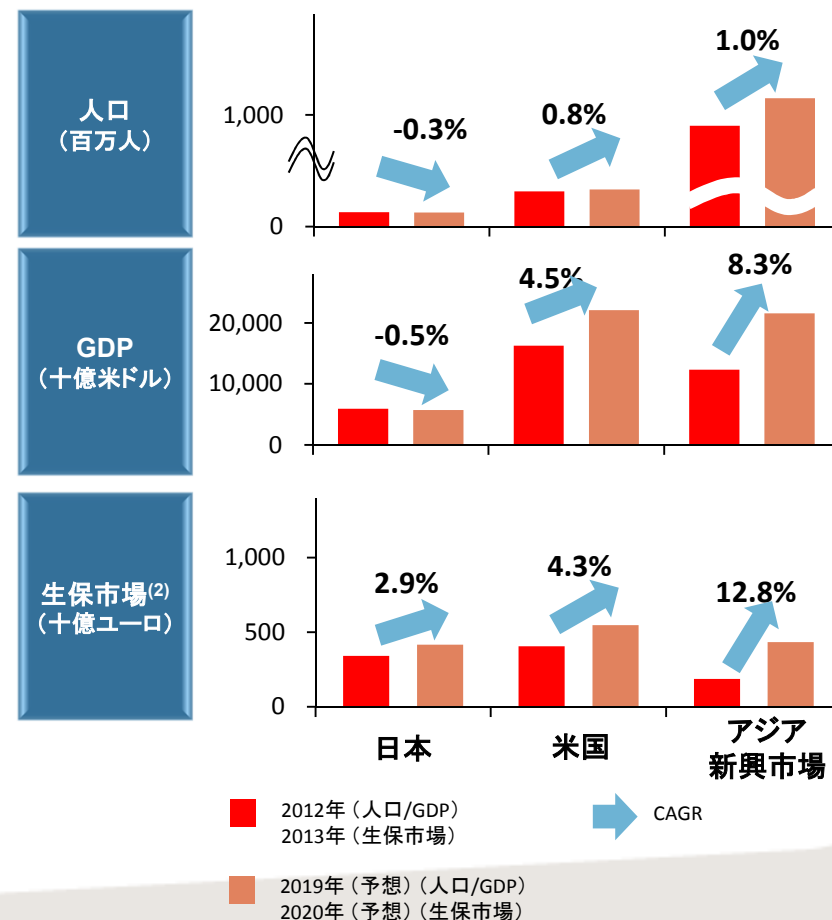
◆ グローバル生保市場において合計40%以上を占める世界第1位、第2位の市場において強固なプレゼンスを構築

国別生保市場<sup>(1)</sup> (2013年)



出所: Swiss Re, Munich Re Economic Research, IMF  
(1) Total premium volumeに基づく

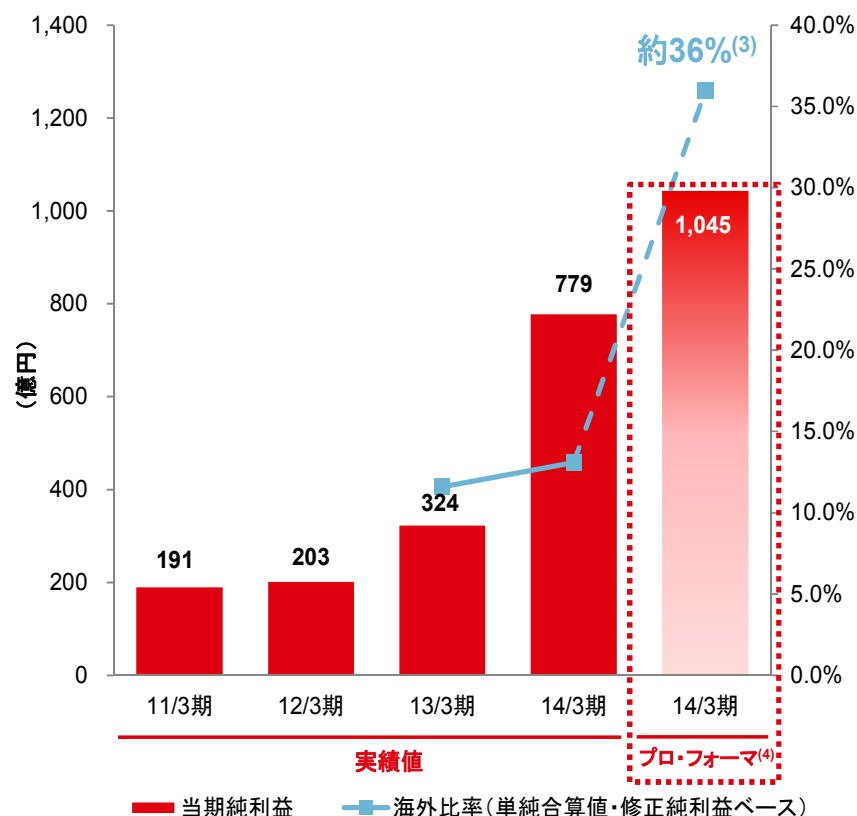
生保市場の予想成長率



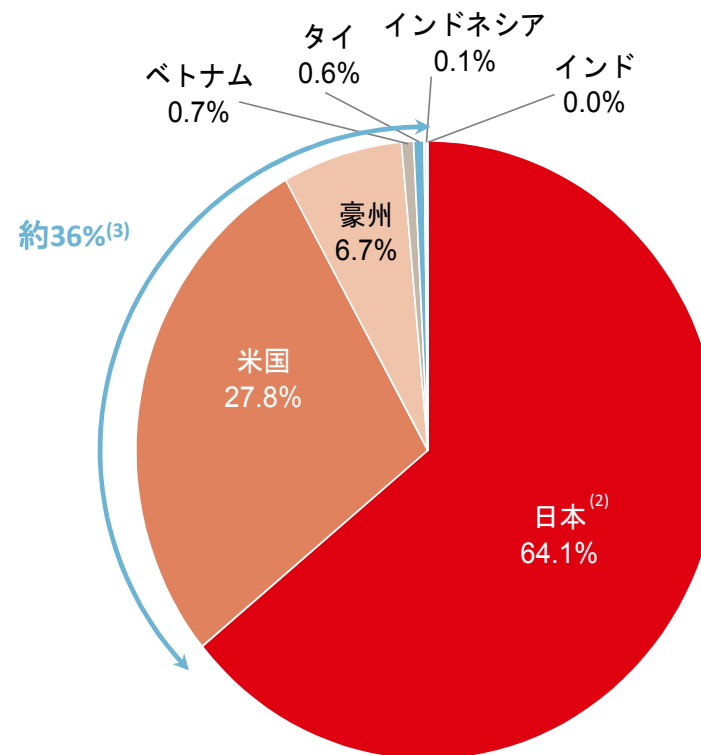
# 海外事業利益の拡大と地域分散の加速

◆ プロテクティブ社買収により、単純合算ベースの連結修正純利益<sup>(1)</sup>で、海外事業(海外生保および海外アセットマネジメント事業)の貢献は約36%となる

純利益／海外比率(修正純利益ベース)<sup>(2)</sup>の推移



国別内訳<sup>(5)</sup> (2014年3月期、単純合算値・修正純利益ベース)



(1) 第一生命グループは「修正純利益」を、グループの実質的な収益力を示す指標として用いている。株主利益の観点で、中期経営計画において修正純利益ベースの目標を設定している。負債性内部留保(危険準備金繰入額、価格変動準備金繰入額)のうち、法定繰入額を超過した分を加算する(取崩しの場合は減算する)等。金額はすべて税引後換算。

(2) 海外比率は連結修正純利益に対する海外子会社修正純利益の割合と定義しているため、日本の割合には連結調整等を含む。

(3) 第一生命グループの2014年3月期の連結修正純利益およびプロテクティブ社の2013年12月期純利益の単純合算ベース(のれん償却費およびその他統合関連費用を除く)。1米ドル = 102円で換算。

(4) 未監査のプロ・フォーマ要約連結財務情報を作成する目的では、英文目録見書の日付現在において使用可能な情報に基づき、取得原価配分を行っている。取得原価配分による主なプロ・フォーマ調整は、投資、のれん、Value of Business Acquired (VOBA)、及びその他。

(5) 米国はプロテクティブ社の2013年12月期実績値に基づく。日本およびその他地域については、2014年3月期実績値に基づく。1米ドル = 102円で換算。

## 新規出資

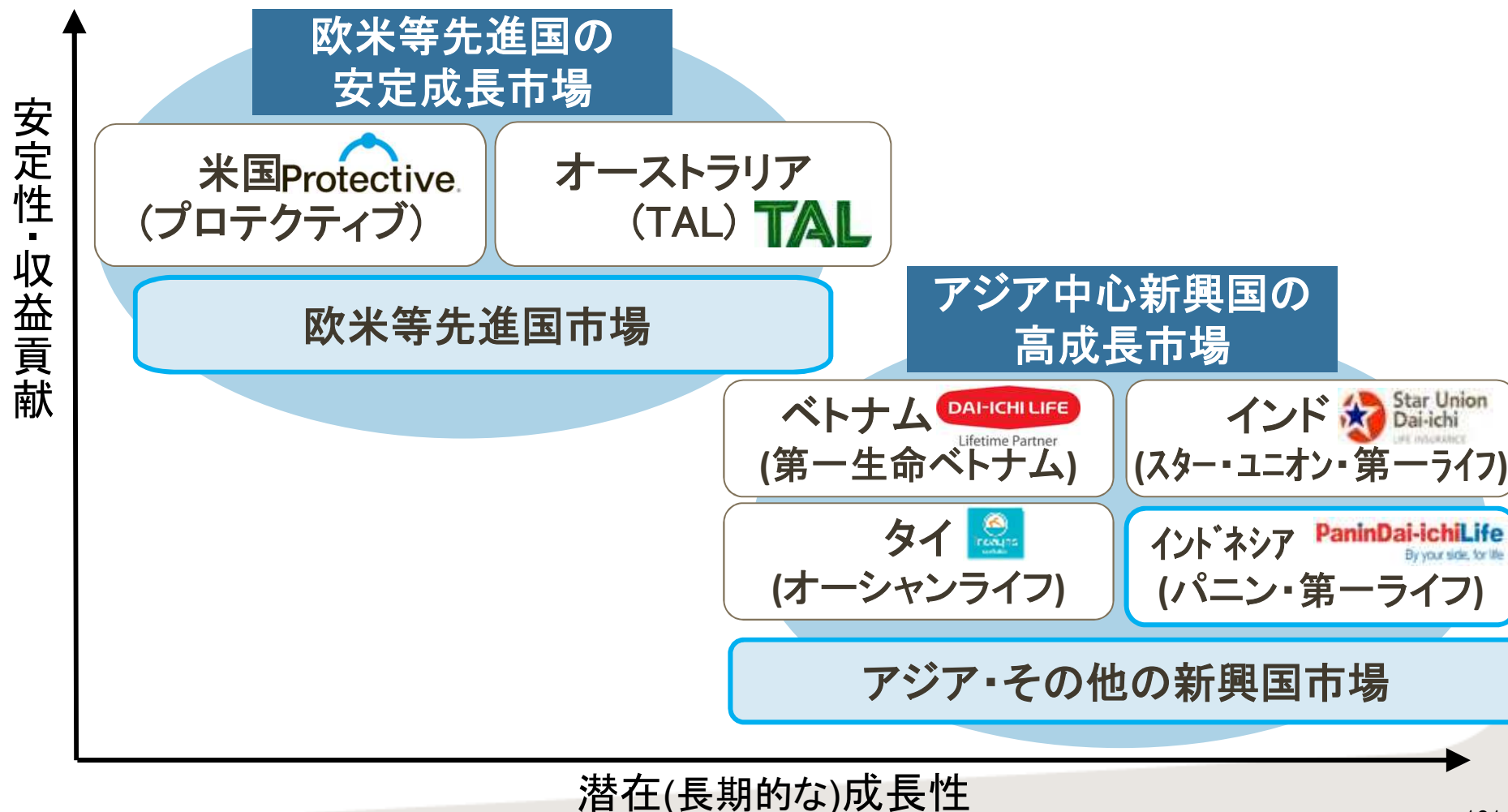
- ◆ 成長と収益貢献（新興国と先進国）のバランスを考慮した規律ある海外展開の促進
- ◆ 地域としては引続き、中長期的に見て市場拡大が期待されるアジアと、足元の収益貢献と安定的な成長が望める欧米等先進国を優先
- ◆ 戦略的投資の機会を継続して調査・検討するものの、戦略意義・投資基準との合致性に加えて、プロテクティブ社統合作業の進捗状況等も見極めながら実行可否を判断

## 成長戦略

- ◆ プロテクティブ社のPMI（Post Merger Integration）への注力
- ◆ 地域統括機能設置/会社設立による域内グループ会社に対するガバナンスの強化と更なる事業の発展を図る（アジア・パシフィック地域では、支援体制強化やグローバル人材採用を実施予定）
- ◆ 既存出資先におけるオーガニック／インオーガニック成長機会の追求

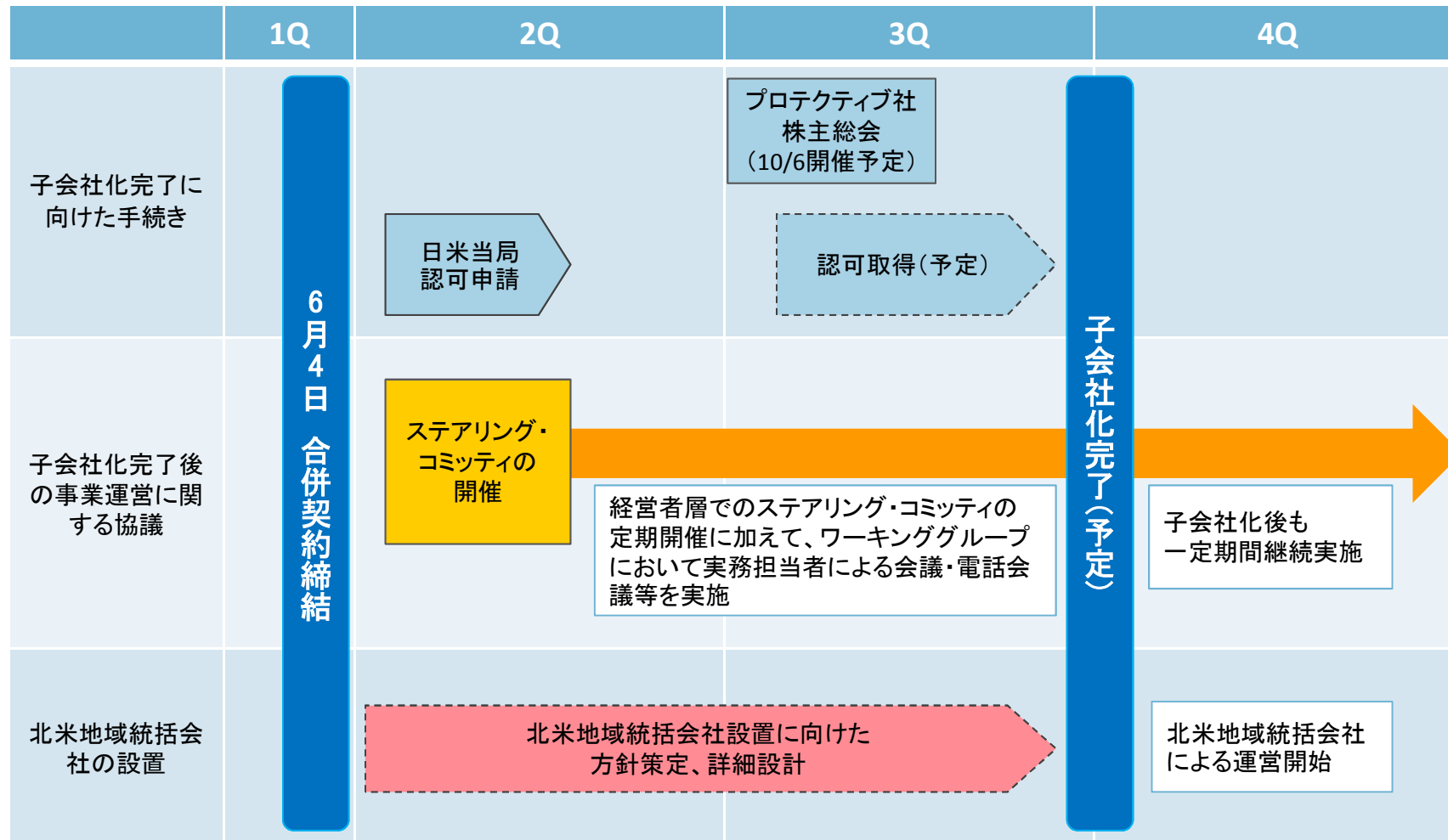
# 地域別の取組方針イメージ(収益性×成長性)

- ◆ 成長と収益貢献の両立に向けて、新興国・先進国での出資戦略を推進
- ◆ 戦略意義、投資基準を満たす案件について検討実施



# プロテクティブ社アップデート

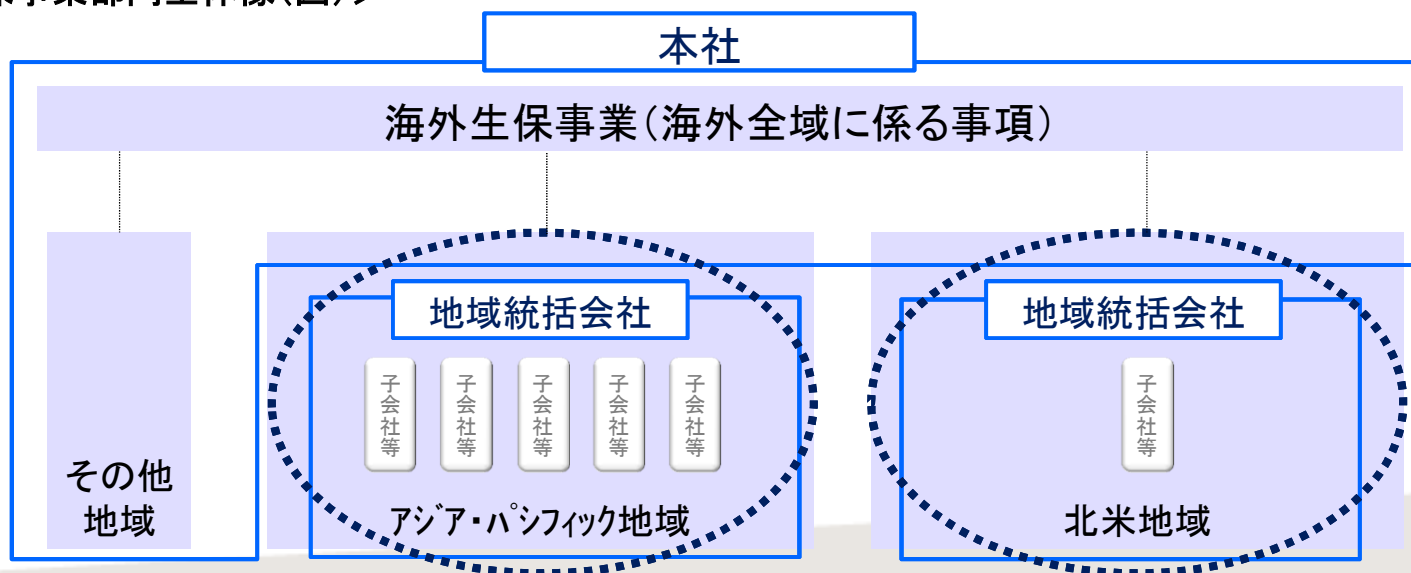
◆ 12月～来年1月のクロージングに向けて、必要な諸手続き、事業運営に関する協議は順調に進捗



# 海外の地域別管理体制の強化

- ◆ 北米地域統括はプロテクトィブ社の子会社化にあわせて機能設置、運営開始を想定
- ◆ アジア・パシフィック地域統括については設立準備が整い次第、グローバル人財採用に着手し、移行期間を経た後に本格稼動を想定
- ◆ 地域統括会社の設置に合わせ、北米およびアジア・パシフィック地域のガバナンス強化の為、責任者として執行役員を配置
- ◆ 域内に関する事項(立案・実施・子会社等の承認)は原則として地域統括会社に移管/委譲し、地域統括会社で日常的モニタリング・支援を円滑に実施できる態勢を確保
- ◆ アジア・パシフィック地域ではグローバル人財活用による支援体制強化

<海外生保事業部門全体像(図)>





# 閉会の挨拶

執行役員  
稲垣 精二

一生涯のパートナー

**第一生命**

# 免責事項

## 本資料の問い合わせ先

第一生命保険株式会社

経営企画部 IR室

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、第一生命保険株式会社(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。本プレゼンテーション資料に含まれているProtective Life Corporation(以下「プロテクティブ社」という。)に関する財務情報は、同社が米国証券取引委員会(Securities and Exchange Commission)に提出した開示書類に基づき記載したものです。

当社の将来の業績またはその他の将来の出来事、取引もしくは状況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、(以下に限りませんが)「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」もしくは「可能性」または将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現が含まれる場合があります。当社およびプロテクティブ社にかかる取引についての将来予想に関する記述には、(以下に限りませんが)将来の財務内容および業績を含む当該取引による意義ないし便益に関する記述、当社の計画、目的、予想および意図、当該取引の予定されている完了時期ならびに過去の事象ではない当該取引に関するその他の記述などが含まれます。

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想定、見積、評価、予想などの判断に基づいています。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績が将来予想に関する記述に明示または黙示された結果または予想とは大幅に異なることと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。

当社およびプロテクティブ社にかかる取引についての将来予想に関する記述につき、実際の結果が、関連する将来予想に関する記述に示されたものと大幅に異なるものとなる要因としては、以下のようなものがその重要なものとして考えられます(もっとも以下に限られるものではありません)。すなわち、①プロテクティブ社において必要となる株主総会での承認が得られるか否かについてのリスクおよび不確実性、②当社において必要となる関係当局からの許認可が得られないリスク、また、かかる許認可のため当該取引が遅延し、もしくはかかる許認可に条件が付され、想定していたとおりの便益が得られなくなってしまうリスク、さらにはかかる条件故に当該取引が行われなくなるリスク、③当該取引の実行条件が充足されないリスク、④当該取引の完了までに必要な期間が長期にわたらうこと、⑤当該取引後の事業統合が成功しないリスク、⑥想定していた戦略的意義を十分に実現できない、またはその実現に想定以上の時間を要するリスク、⑦当該取引の結果生じる混乱により、顧客および従業員との現状の関係を維持し、また今後の関係を構築することがより困難となること、⑧当該取引に関する事象の対応のために経営陣のリソースを割かなければならない可能性、⑨当該取引後、中核となる経営陣および従業員を雇用できなくなる可能性、⑩当該取引後の法規制の変更による影響、ならびに⑪当該取引後、当社または当社の子会社に対する信用格付けが想定と異なったものとなる可能性などを、こうした要因として挙げることができます。

本プレゼンテーション資料に記載された将来予想に関する記述は、本プレゼンテーション資料日現在のものです。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。