

国内営業戦略

取締役専務執行役員

寺本 秀雄

一生涯のパートナー

第一生命

国内成長基本戦略

～ 多様化するお客さまニードへの対応 ～

3 社体制によるお客さまニードにあった商品提供

チャンネル強化に向けて

- ✓ 中心チャンネルである生涯設計デザイナーの高度化
- ✓ チャンネルの複線化・多様化

中長期視点での成長領域の模索

1. 3社体制によるお客さまニードにあった商品提供 ～ 国内生命保険市場に対する当社の取組～

多様化するお客さまニードに第一生命グループ国内3生保に最適なチャネルを組み合わせせて対応

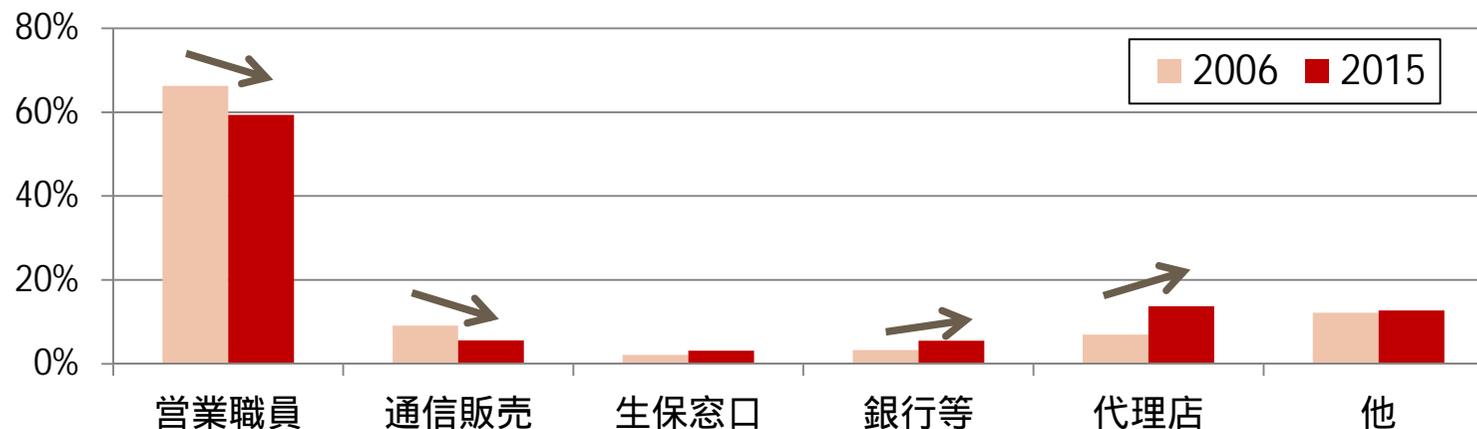


1. 3社体制によるお客さまニードにあった商品提供 ～国内個人保険チャンネルの変化への対応～

お客さま意向の変化に対応した商品供給・チャンネル展開を実行

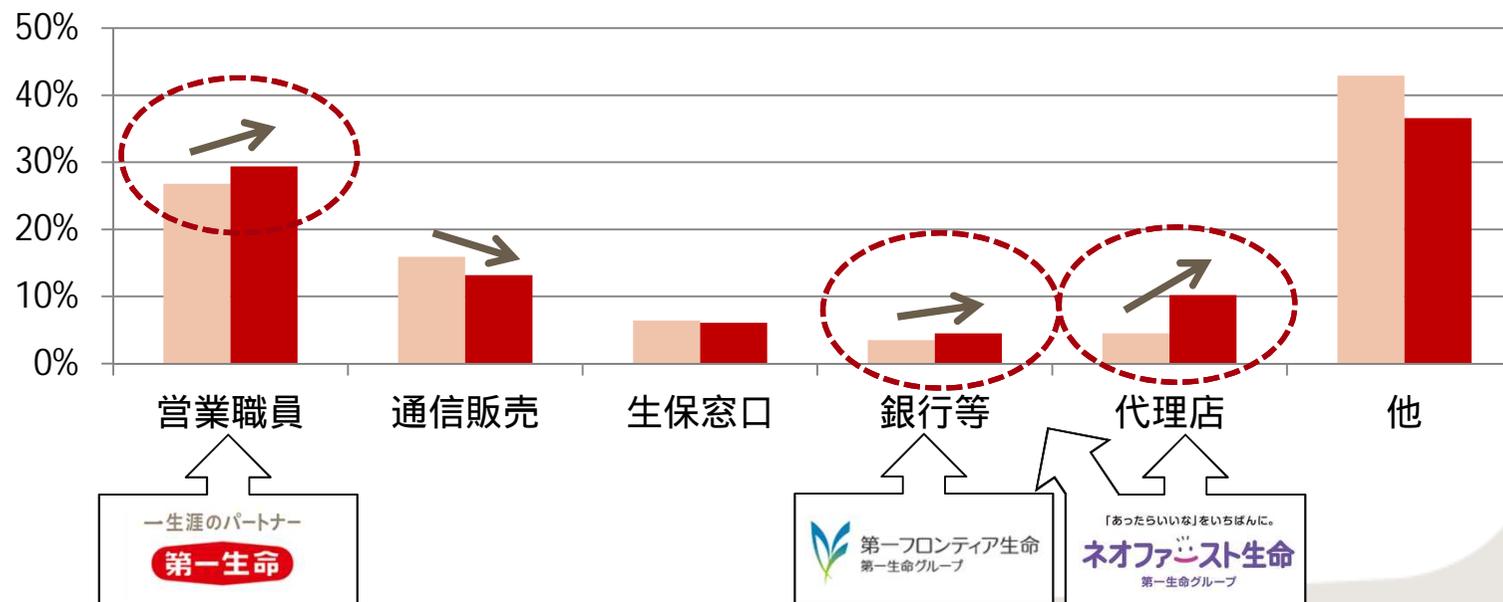
直近加入契約の 加入チャンネル

直近5年間に加入した契約対象



加入意向のある チャンネル

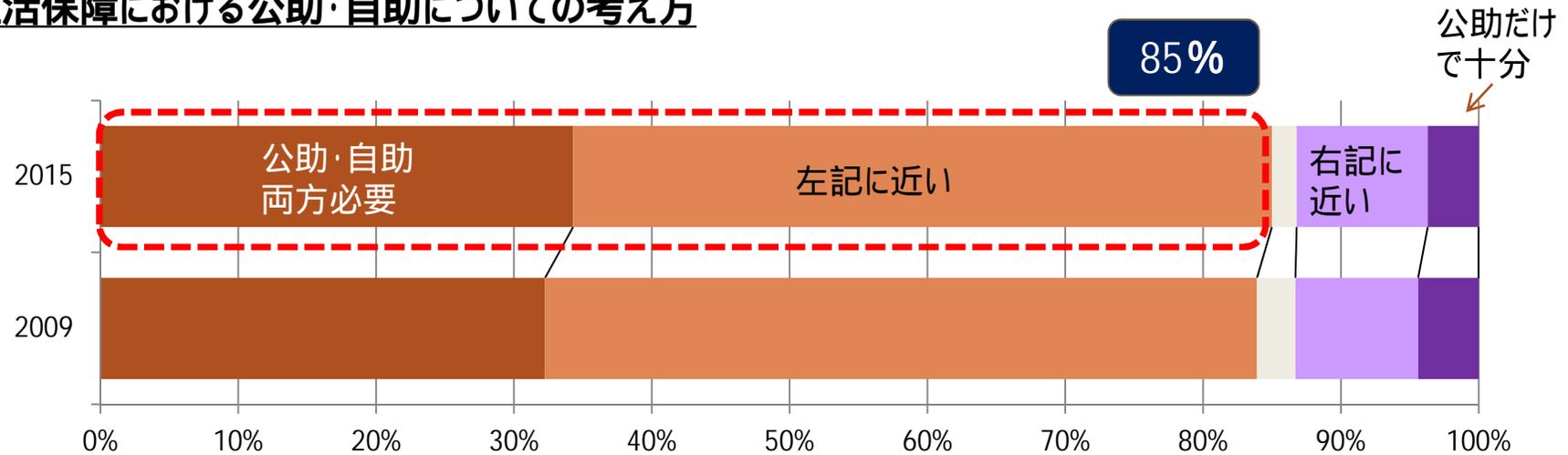
今後新たに加入するとした場合



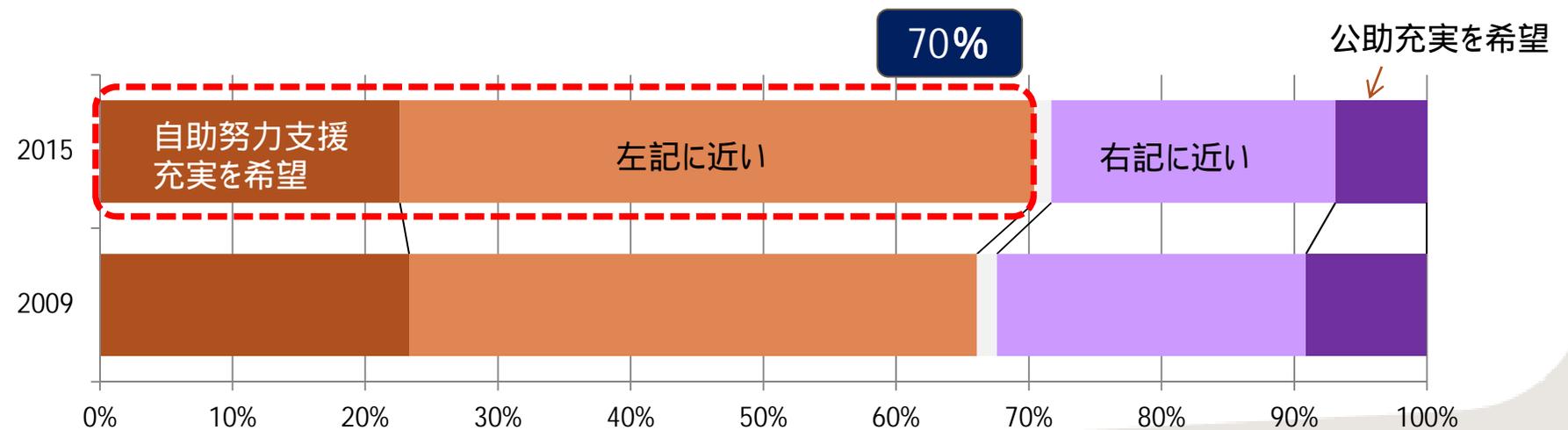
注) 「通信販売」にはインターネット生保を含む、「代理店」には保険ショップ等を含む、「他」には郵便局・職場や組合・その他・不明等を含む
出典：生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」2015.4-5月実施、世帯員2名以上の一般世帯対象、回収サンプル：4020

1. 3社体制によるお客さまニードにあった商品提供 ～ 更なる自助努力が求められる時代に～

生活保障における公助・自助についての考え方

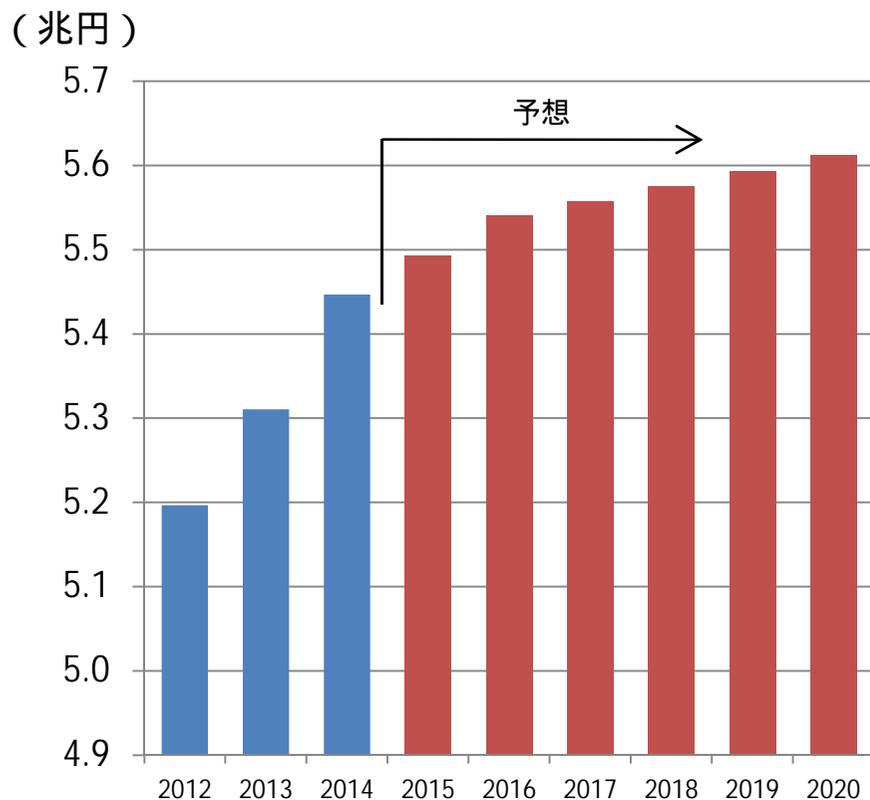


公助・自助の充実希望について（上記質問で「公助・自助両方が必要」とした回答者対象）



1. 3社体制によるお客さまニーズにあった商品提供 ～ 第三分野・貯蓄商品市場は更なる伸展を見込む～

第三分野保有年換算保険料の推移と予想



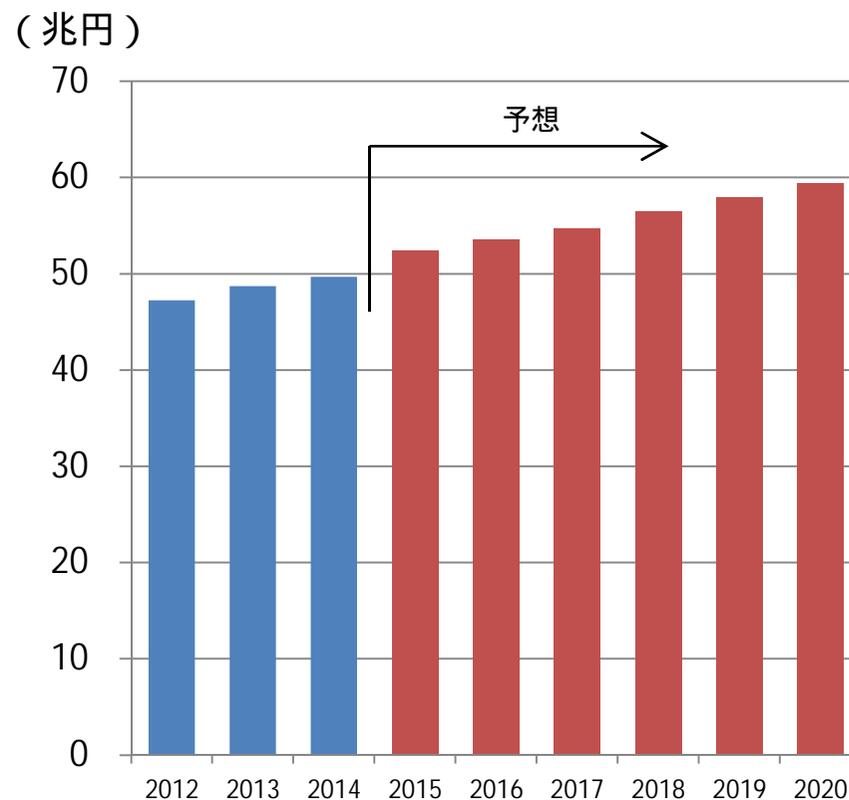
一生涯のパートナー

第一生命

+

「あったらいいな」をいちばんに。
ネオファースト生命
第一生命グループ

一時払個人年金資産残高の推移



一生涯のパートナー

第一生命

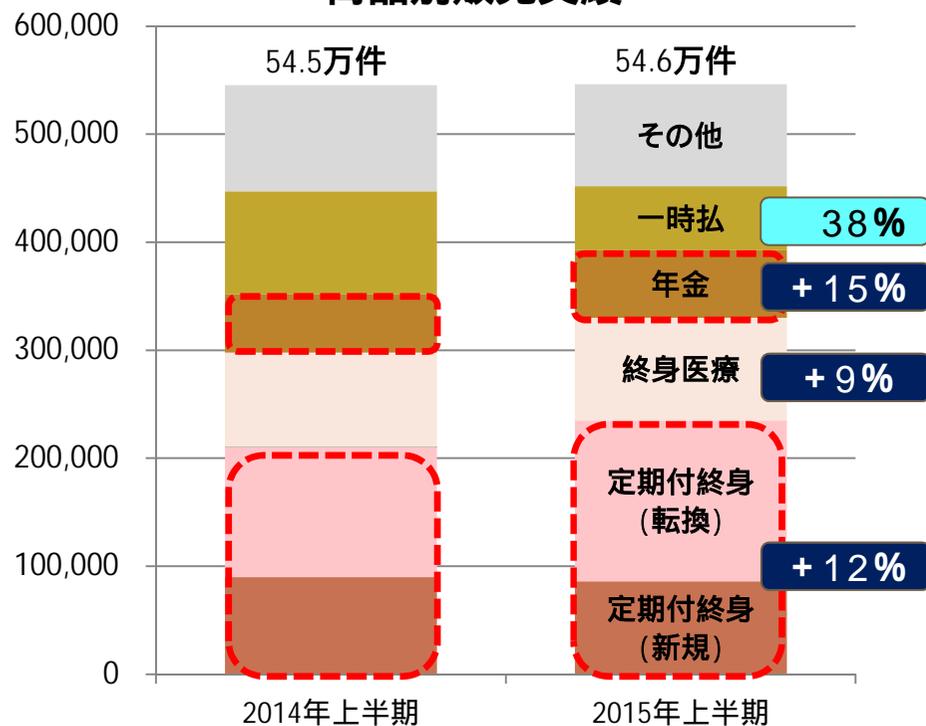
+

第一フロンティア生命
第一生命グループ

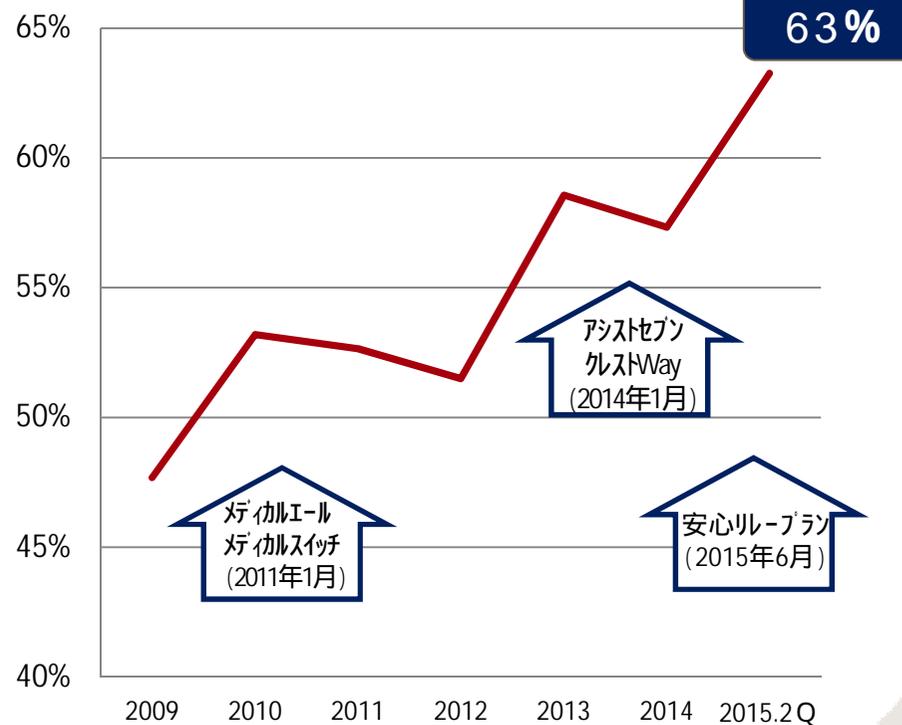
2. チャネル強化に向けて ～ 第一生命単体：上半期販売動向～

- 柔軟な保障見直しの推進による転換契約の増加、主力件数増加、第三分野の増加
 - ・部分保障見直し制度の導入（2015年6月）
- 生前贈与、相続対策を切り口とした加入推進
 - ・個人年金保険の加入年齢範囲の拡大（2015年4月）

商品別販売実績



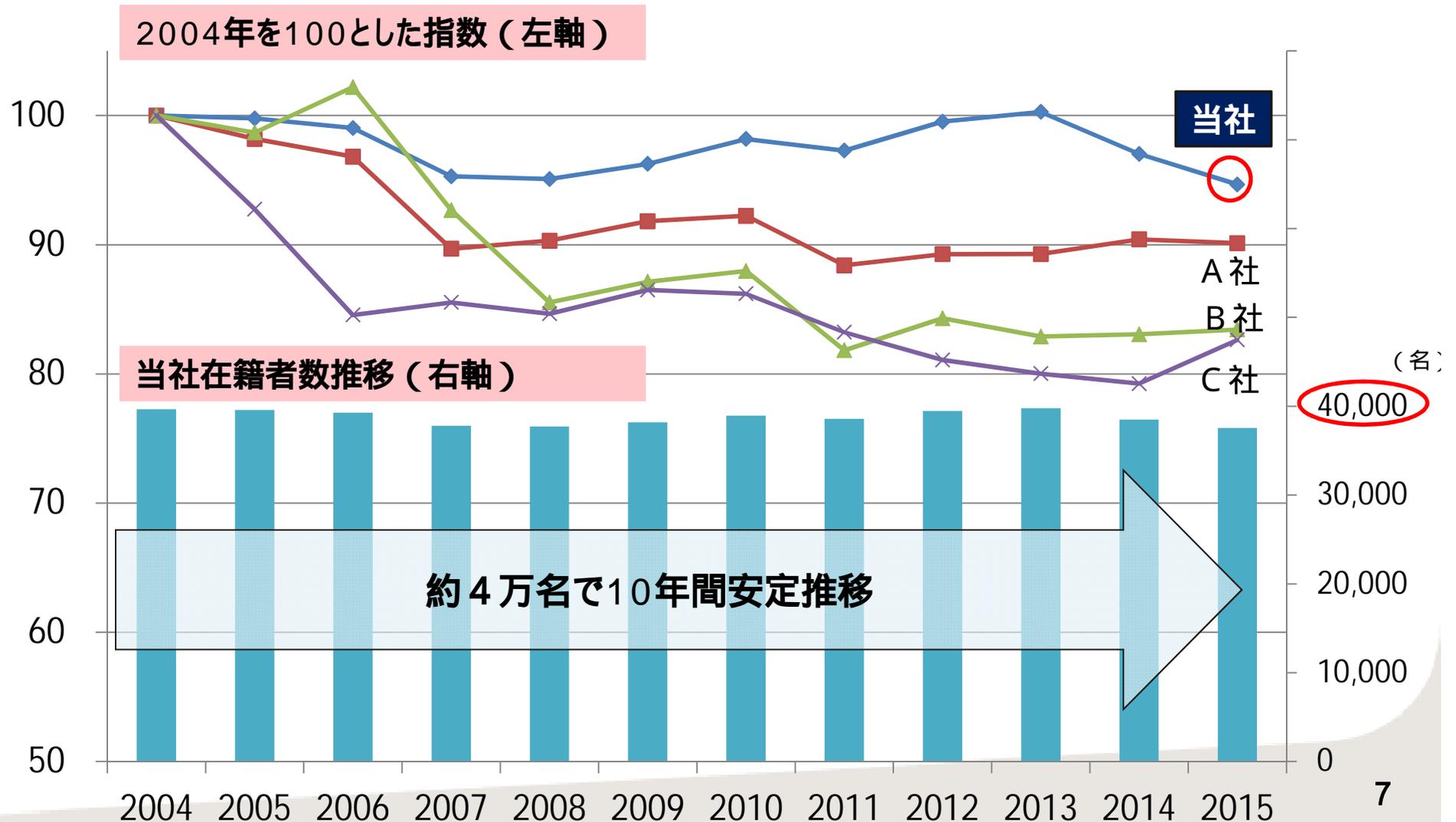
営業収益価値 第三分野占率



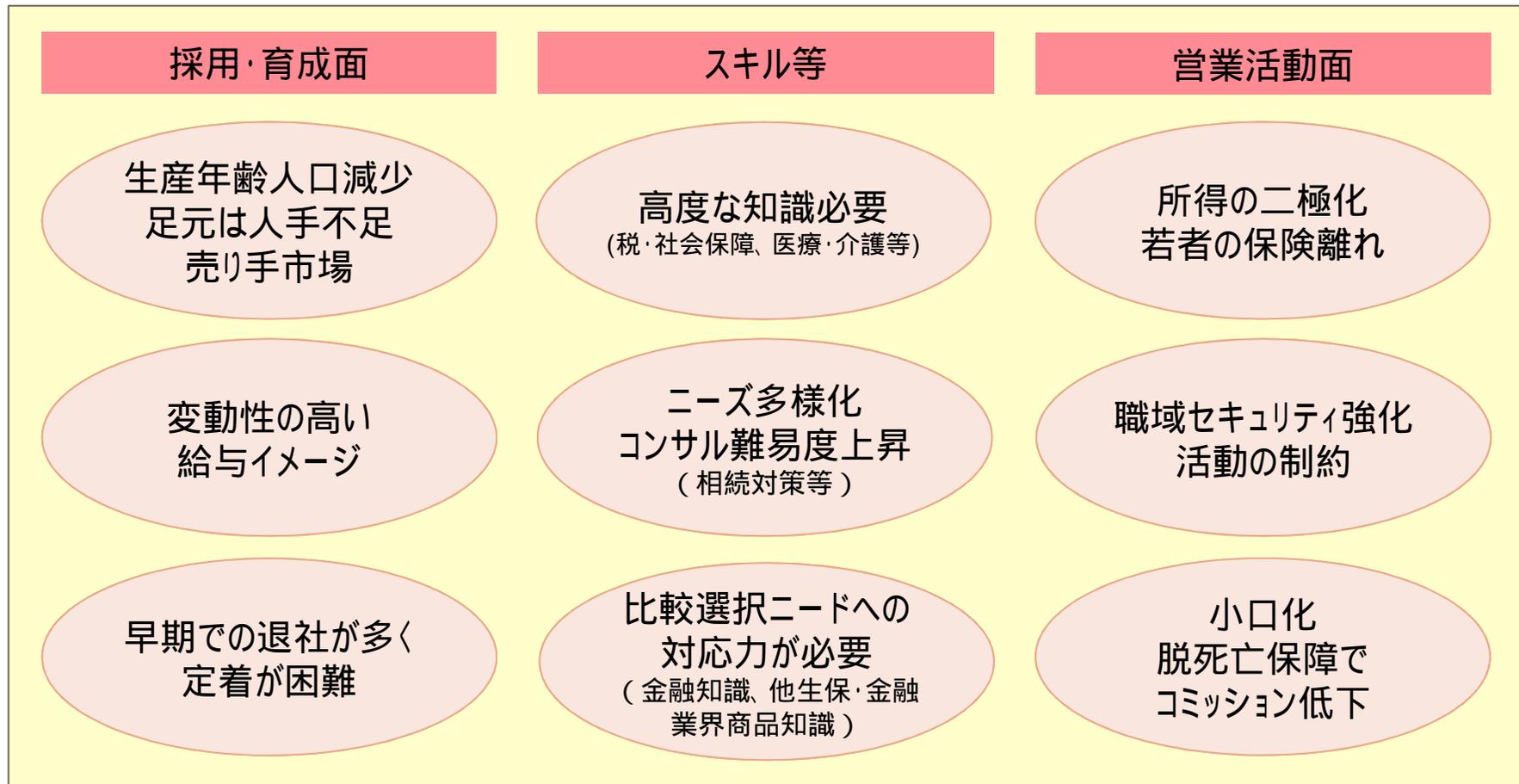
主として付加保険料および危険差損益の将来50年分を現在価値に割り戻した当社内における営業収益管理指標

2. チャネル強化に向けて ～生涯設計デザイナーの在籍者数推移～

中核チャネルである生涯設計デザイナーは安定的に推移
しかしながら足元での減少傾向は課題



2 . チャネル強化に向けて ～ 営業職員チャネルを取り巻く環境～



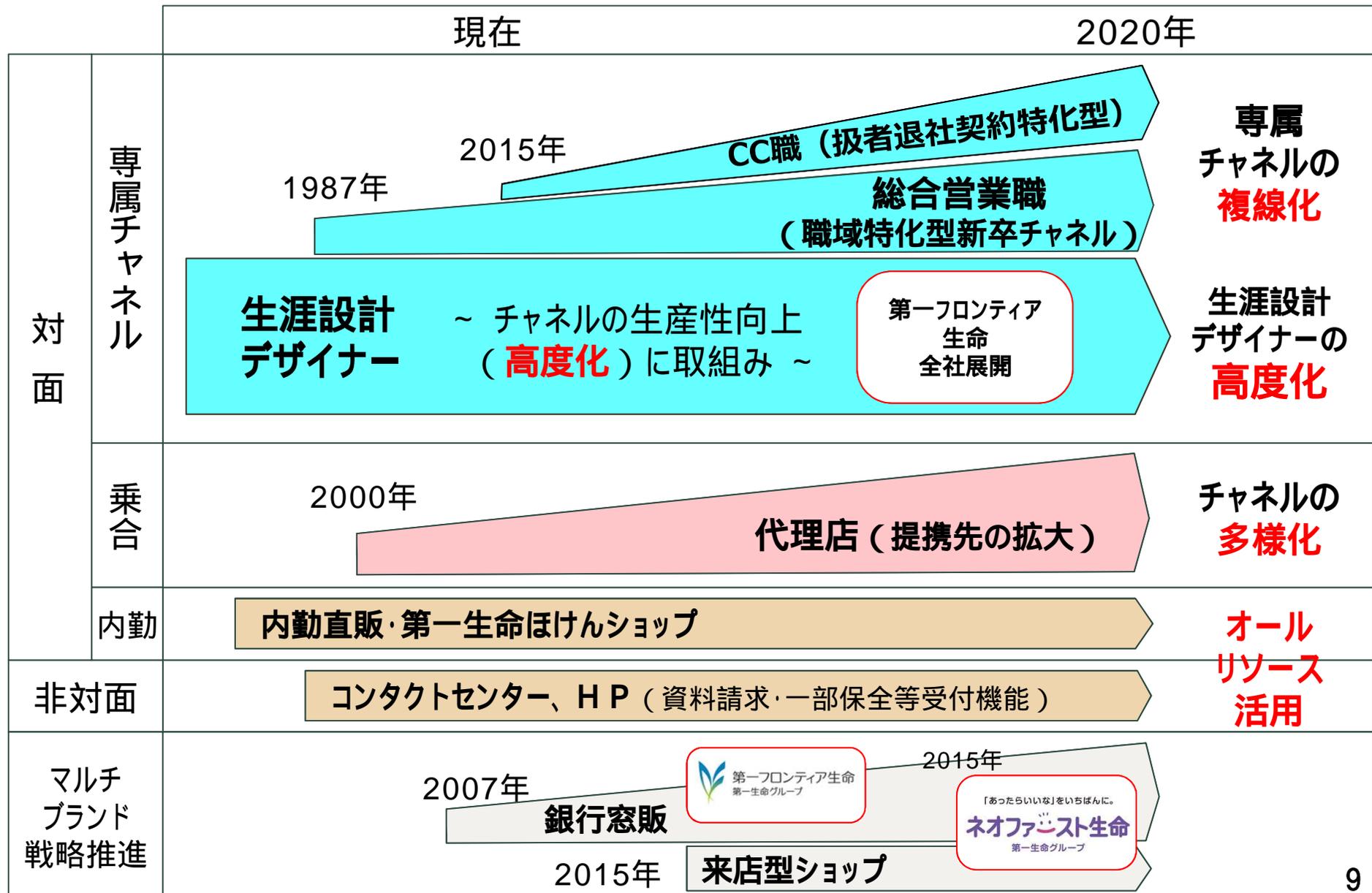
チャネル生産性を維持しつつ、在籍数を維持していくための挺入れ策を実行

2. チャネル強化に向けて

～ 国内市場深耕に向けた第一生命グループチャネル全体像 ～

一生涯のパートナー

第一生命



2 . チャネル強化に向けて ～ 今中計期間の戦略全体像 ～

営業職員チャネルの高度化

採用確保

育成率向上

個人能率向上

営業職員の生産性を向上させ、陣容の維持・拡大に繋げるべく、チャネル制度、活動の標準化、商品・サービス面での対応を実行

営業職員制度の改定

- 5年間育成による個人能率向上
- 職員育成に資するチャネル制度改定の実施

活動の標準化を促す仕組み

- 顧客の意識・行動分析に基づくセグメントマーケティング
- 既契約基盤から見込み情報を発掘・展開

競争力ある商品・サービス

- 柔軟な保障見直し制度の導入
- D F L 商品の営業職員による販売開始

営業職員チャネルの複線化、チャネルの多様化

総合営業職の拡大
(拠点拡大)

カスタマーコンサルタント職
の創設・拡大

代理店チャネルの拡大

2. チャネル強化に向けて

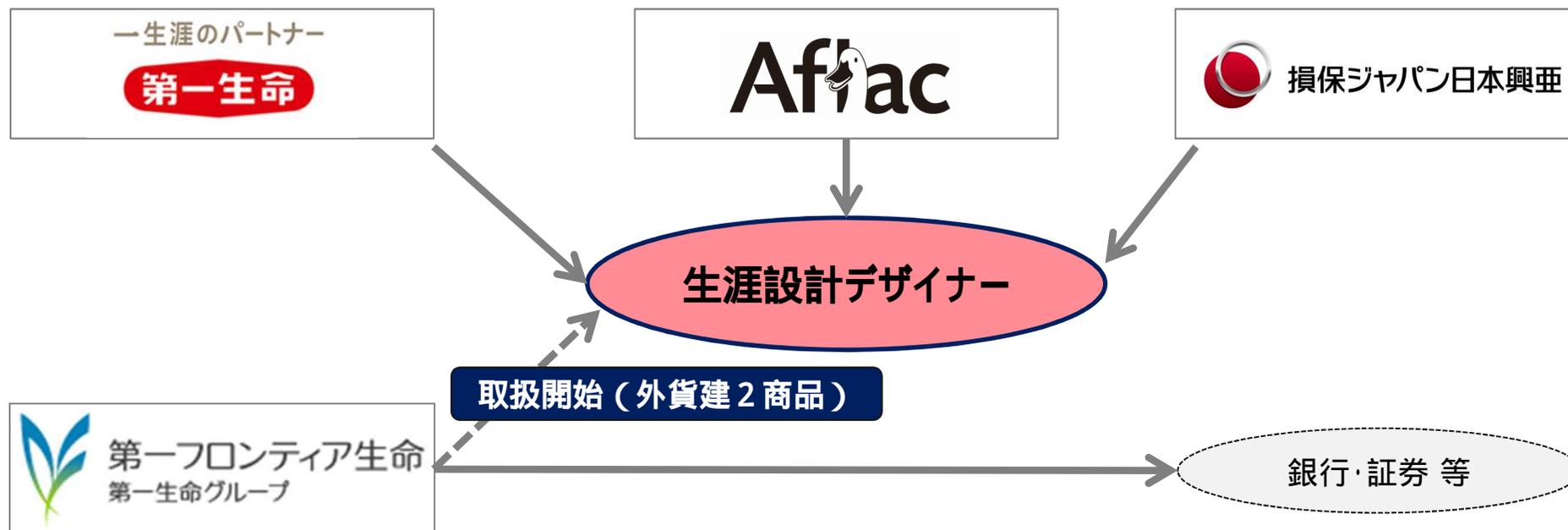
～ 生涯設計デザイナーによる第一フロンティア生命商品の取扱開始～

一生涯のパートナー

第一生命

営業職員の
目指す姿

第一生命の生涯設計デザイナーは、多様なお客さまのニーズに応じ、高度な金融商品提案を含む、幅広い生涯設計コンサルティングが提供できる。



< 展開スケジュール >

2015年5月

2015年9月

2016年5月

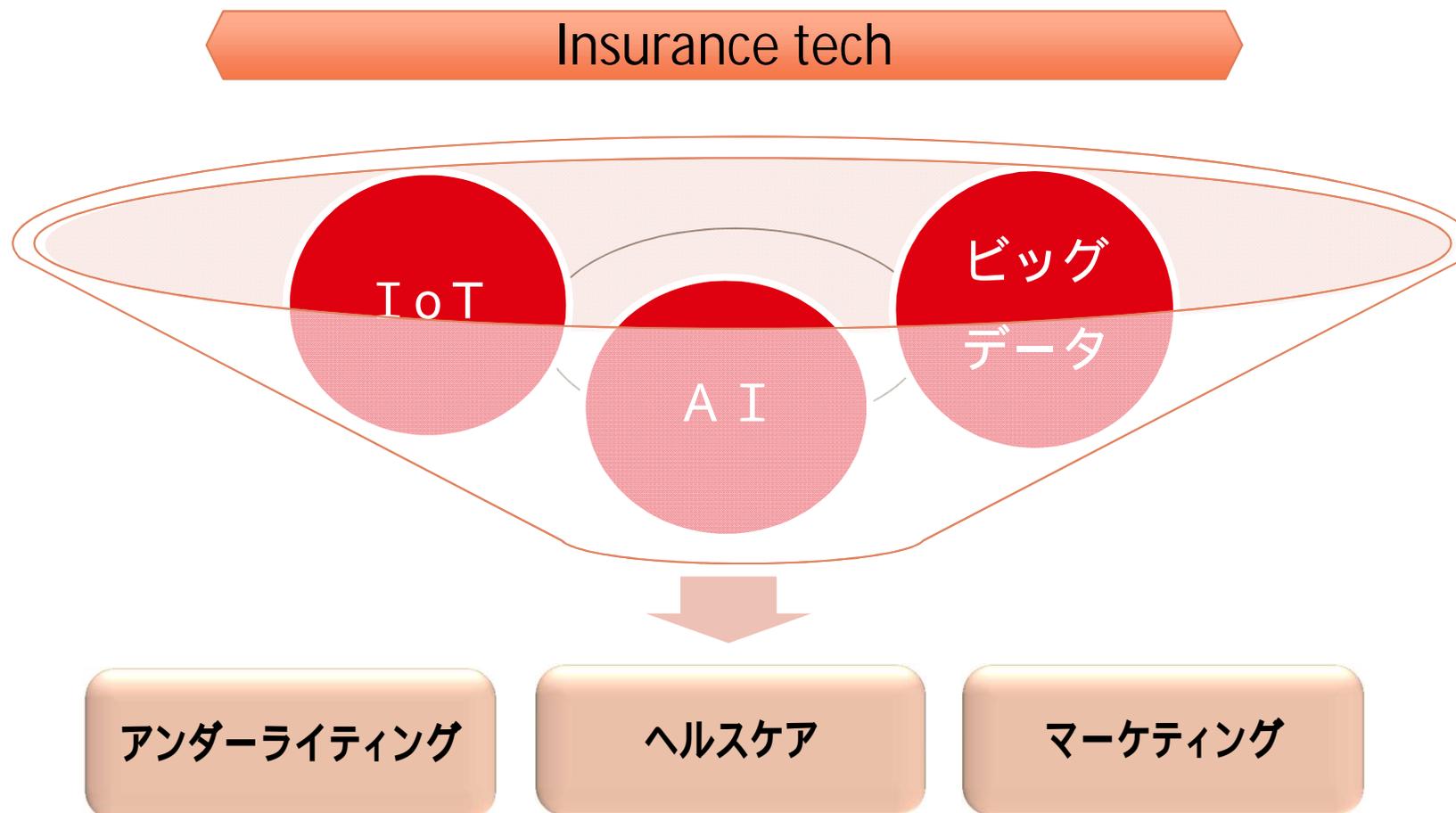
営業推進グループ (内勤)

都内の一部営業職員

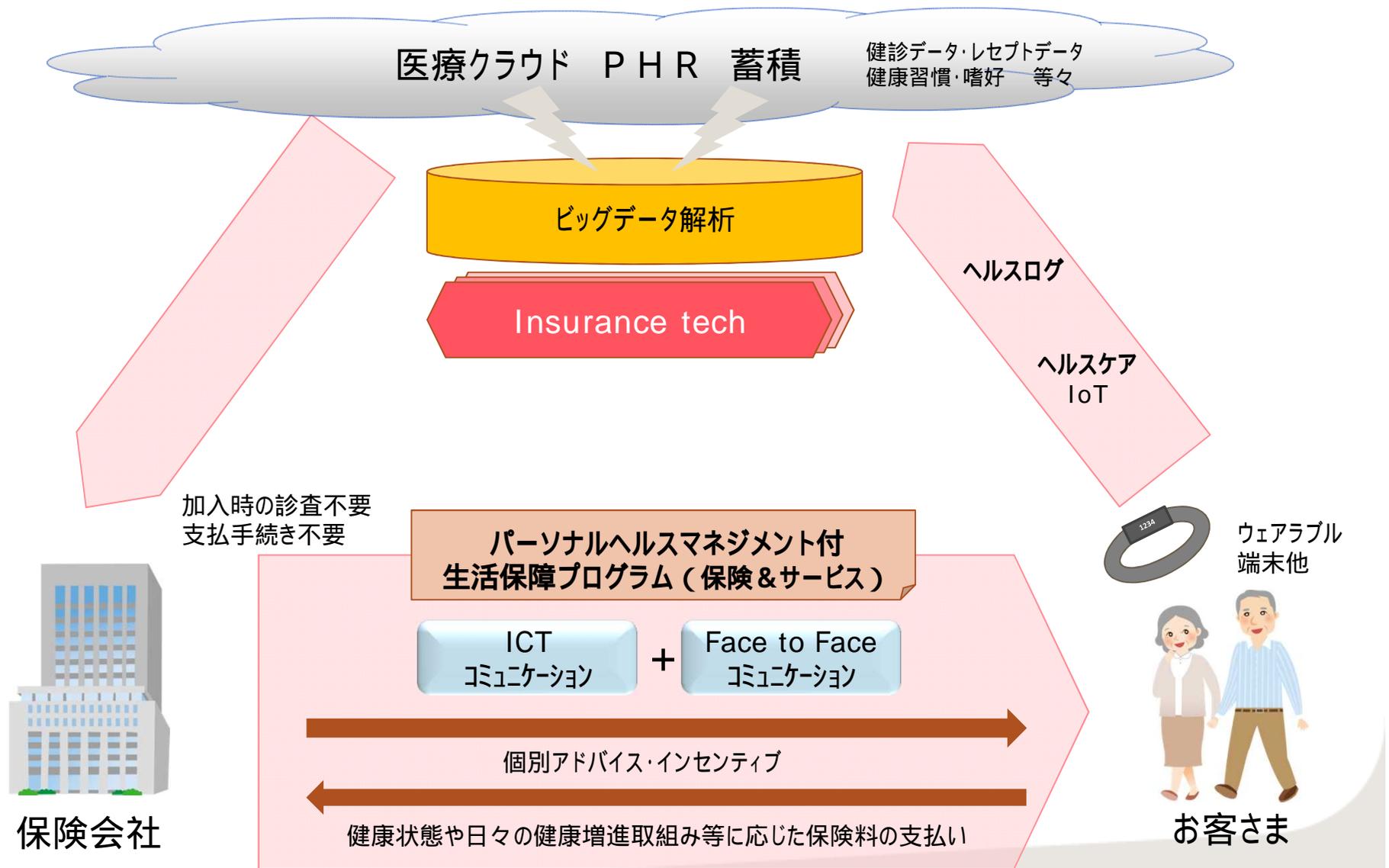
全国展開 (予定)

3 . 中長期視点での成長領域の模索 ～ Insurance tech ～

ICT技術革新に端を発する環境変化を捉えた中長期的視点での戦略検討



3 . 中長期視点での成長領域の模索 ~ Insurance tech ~



持続的な成長に向けて

中核チャネルの強化に取り組みつつ、マーケットにあわせたチャネル展開を実行

商品供給 3 社体制により競争力の高い商品を迅速に供給

時代の流れを先読みした次世代生命保険事業モデルの模索

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。

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、これに限りますが「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、様々なり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。