

# 2020年3月期第2四半期 決算・経営説明会

2019年11月21日

第一生命ホールディングス株式会社



**Dai-ichi Life**  
Holdings

# 本日のスケジュール



Dai-ichi Life  
Holdings

時間	テーマ	スピーカー	役職
グループ経営戦略			
13:00 ~ 13:10	・2020年3月期第2四半期業績 ・経営戦略アップデート	稲垣 精二	第一生命ホールディングス株式会社 代表取締役社長
海外生命保険事業戦略			
13:10 ~ 13:30	[米国] ・プロテクティブの成長戦略	Steven G. Walker (スティーブン・ウォーカー)	Protective Life Corporation Executive Vice President 兼 CFO
13:30 ~ 13:50	[アジアパシフィック] ・ベトナムおよびメコン地域戦略 ・アジアパシフィック地域におけるシナジー	藤井 隆	DLI ASIA PACIFIC PTE. LTD. 会長
13:50 ~	・質疑応答		

## グループ経営戦略

- ・2020年3月期第2四半期業績
- ・経営戦略アップデート

第一生命ホールディングス株式会社

代表取締役社長 稲垣 精二



Dai-ichi Life  
Holdings



# 決算ハイライト①

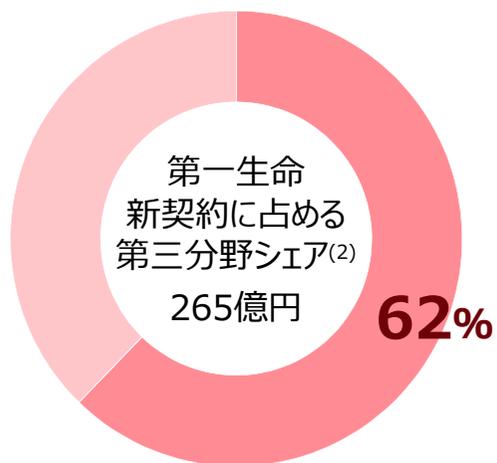
## 国内生保・営業業績

新契約年換算保険料  
第2四半期実績 **1,128億円**  
(前年同期比) (▲46%)

経営者保険除く<sup>(1)</sup>  
前年同期比 **▲23%**

うち第三分野商品  
年換算保険料 **306億円**

経営者保険除く<sup>(1)</sup>  
第三分野商品  
前年同期比 **+15%**



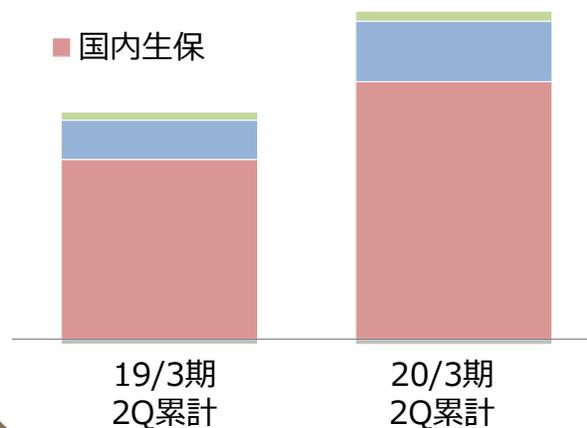
## グループ修正利益

第2四半期実績 **1,818億円**  
(前年同期比) (+45%)

対通期予想  
進捗率 **76%**

(市場変動に伴う増益要因除き **約6割**)

■ アセットマネジメント  
■ 海外生保  
■ 国内生保



## グループ新契約価値

第2四半期実績 **650億円**  
(前年同期比) (▲29%)

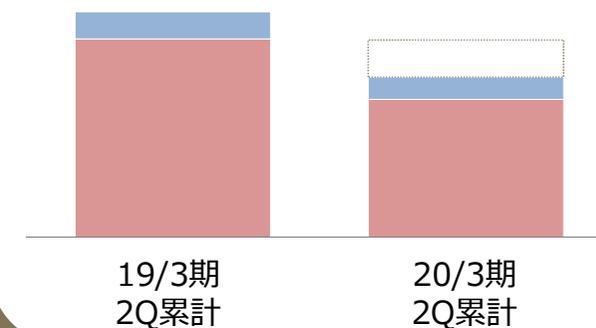
うち第一生命単体  
前年同期比 **▲5%**

豪TAL案件含む  
グループ新契約価値 **約800億円**

豪TAL案件含む  
前年同期比 **▲12%**

■ 海外生保  
■ 国内生保

豪TAL大型案件獲得  
約+150億円  
3Q計上予定



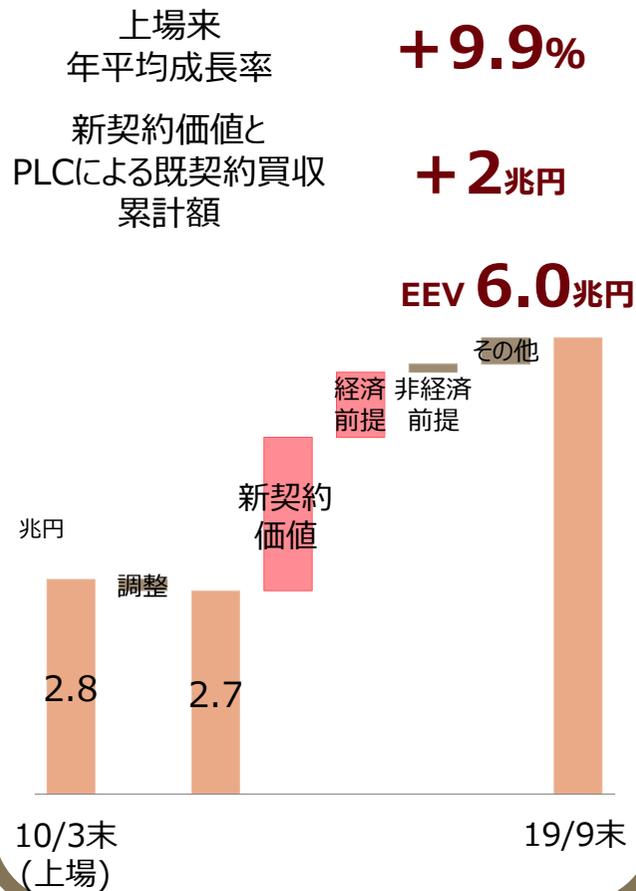
(1) 2019年2月より販売停止としていた経営者向け保険商品を除く  
お客様へのご説明体制、専属チャネル・代理店への教育体制を再整備の上、8月より専属チャネル、9月より代理店にて販売を再開  
(2) 2020年3月期第2四半期実績 新契約年換算保険料ベース

# 決算ハイライト②



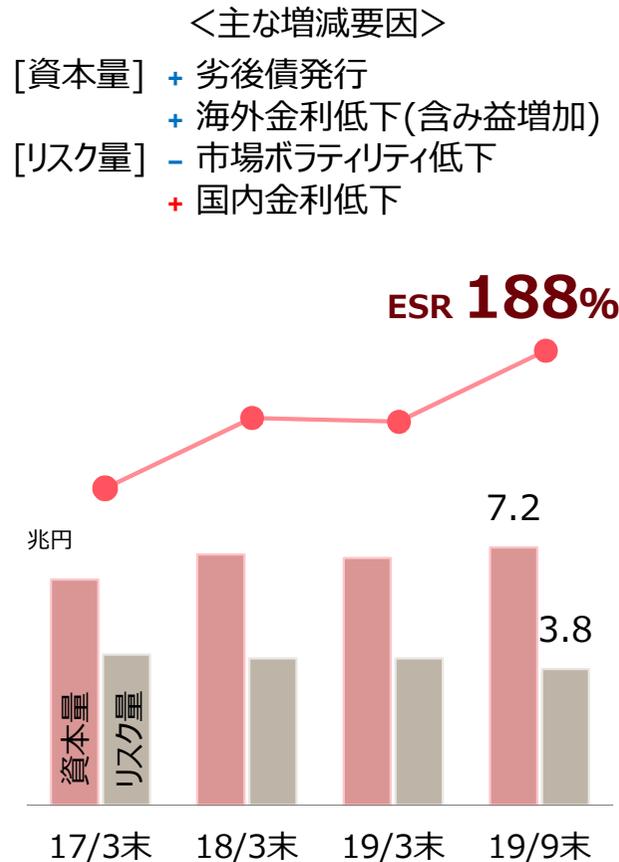
## グループEEV

2019年9月末 **6兆204億円**  
(3月末比) (+1.4%)



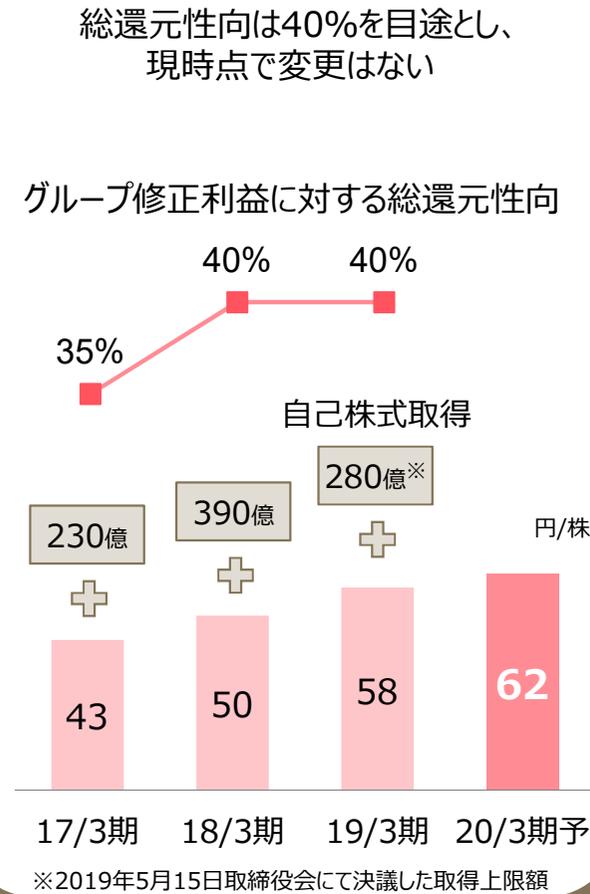
## 資本充足率(ESR)

2019年9月末 **188%**  
(3月末比) (+19pt)



## 株主還元

2020年3月期  
1株あたり配当予想 **62円**  
(前期比) (+4円増配)



(グループEEV)

調整：期始および期末EEVの調整の合計額 新契約価値：プロテクトによる買収に伴うグループEEVの変動を含む

経済前提：期待収益(市場整合的手法、トップダウン手法)および前提条件(経済前提)と実績の差異の合計額 非経済前提：前提条件(非経済前提)と実績の差異および変更の合計額

その他：持株会社体制への移行の影響額、対象事業以外における事業活動および経済変動に伴う増減およびその他の要因に基づく差異の合計額

(資本充足率)

リスク量は内部モデルに基づき、信頼水準99.5%にて算出(保有期間1年 資本量・リスク量はいずれも税引後ベース)



# 中期経営計画「CONNECT 2020」の中間振り返り

## 目標値・中長期的に目指す水準

## 進捗状況と振り返り・課題認識

経営目標  
(計数目標)

会計  
利益

グループ修正利益  
2021年3月期  
**2,500億円程度**

将来  
利益

グループ新契約価値  
2021年3月期  
**2,300億円程度**

中長期的に  
目指す姿

資本  
効率

EEV成長率(ROEV)  
中長期的に  
**平均8%成長**

健全性

資本充足率(経済価値)  
中長期的な時間軸で  
**170~200%**

### <進捗状況>

2020年3月期目標  
2Q累計実績  
進捗率  
(目標2,400億円)

**実質  
約6割**

2020年3月期  
2Q累計実績  
豪TAL案件含む  
(前年同期比)

**約800億円  
(▲12%)**

上場来平均  
(2019年9月末まで)

**平均  
9.9%成長**

2019年9月末

**188%**

### <振り返り・課題>

- ▶ グループ修正利益は順調に推移し、海外事業などが利益貢献を拡大
- ▶ 新契約価値は、海外での大型契約獲得などの貢献はあるものの、国内では環境変化を踏まえた、商品・販売展開が課題

- ▶ 目指す水準の範囲内にあるが、低金利環境の長期化を想定し、安定的な水準確保に向けた取組を推進



# 低金利環境と当社グループ戦略：これまでの取組

日本20年国債利回り<sup>(1)</sup>



**国内生保**

- ▶ マルチブランド/マルチチャネルの確立
- 2007年：第一フロンティア生命開業 (窓販トップシェア)
- 2015年：ネオファースト生命開業 (医療保険・代理店)

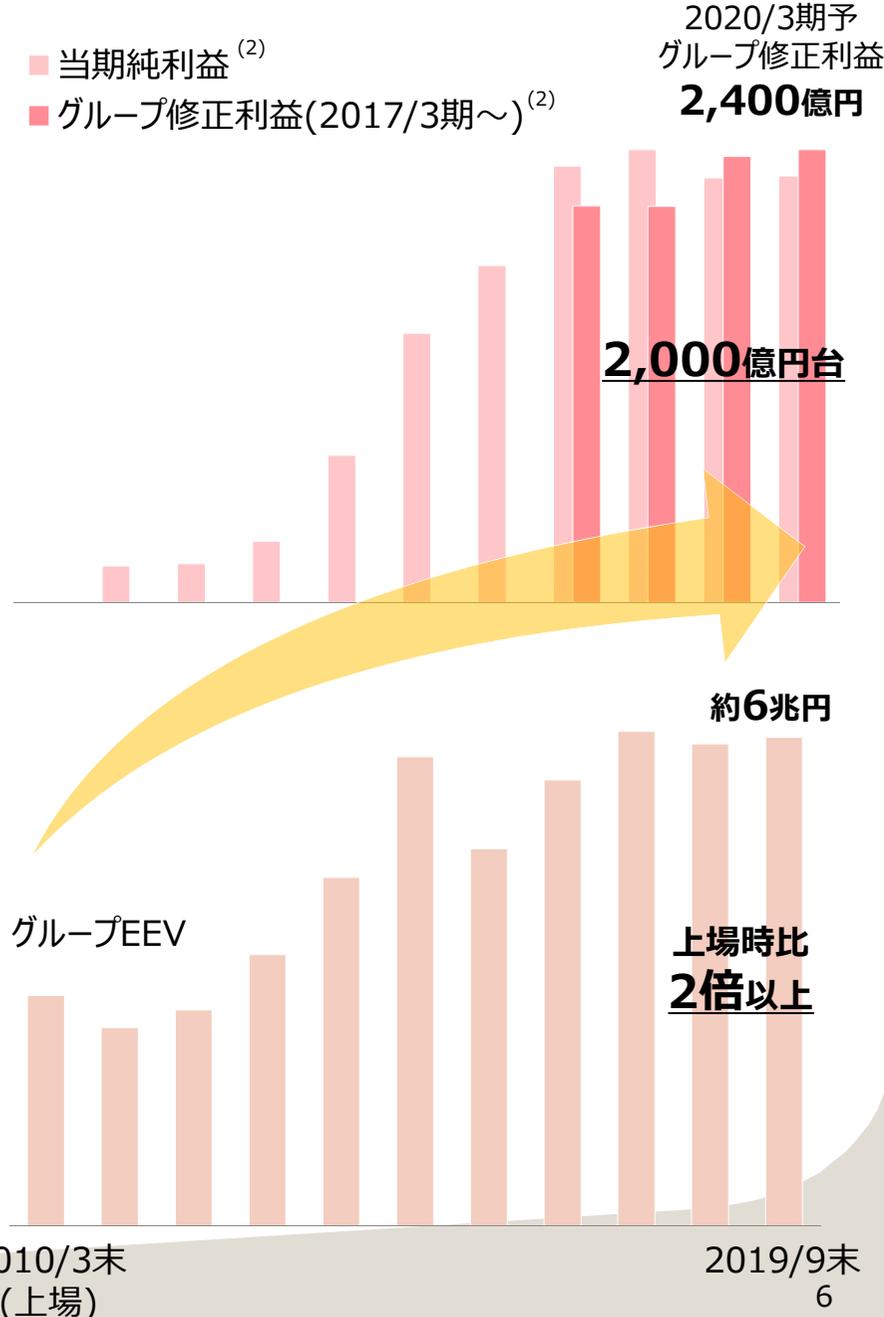


**資産運用アセマネ**

- ▶ 第一生命の市場リスクコントロール
- ・債券デュレーションコントロール
- ・保有株式の削減
- ▶ アセマネ3極体制(日米欧)の確立

**海外生保**

- ▶ 米/豪先進国での収益基盤確保と将来に向けたアジア成長市場への投資
- ・海外8か国展開 (米/豪+アジア6か国)
- ・海外子会社を通じたM&Aによる利益規模拡大



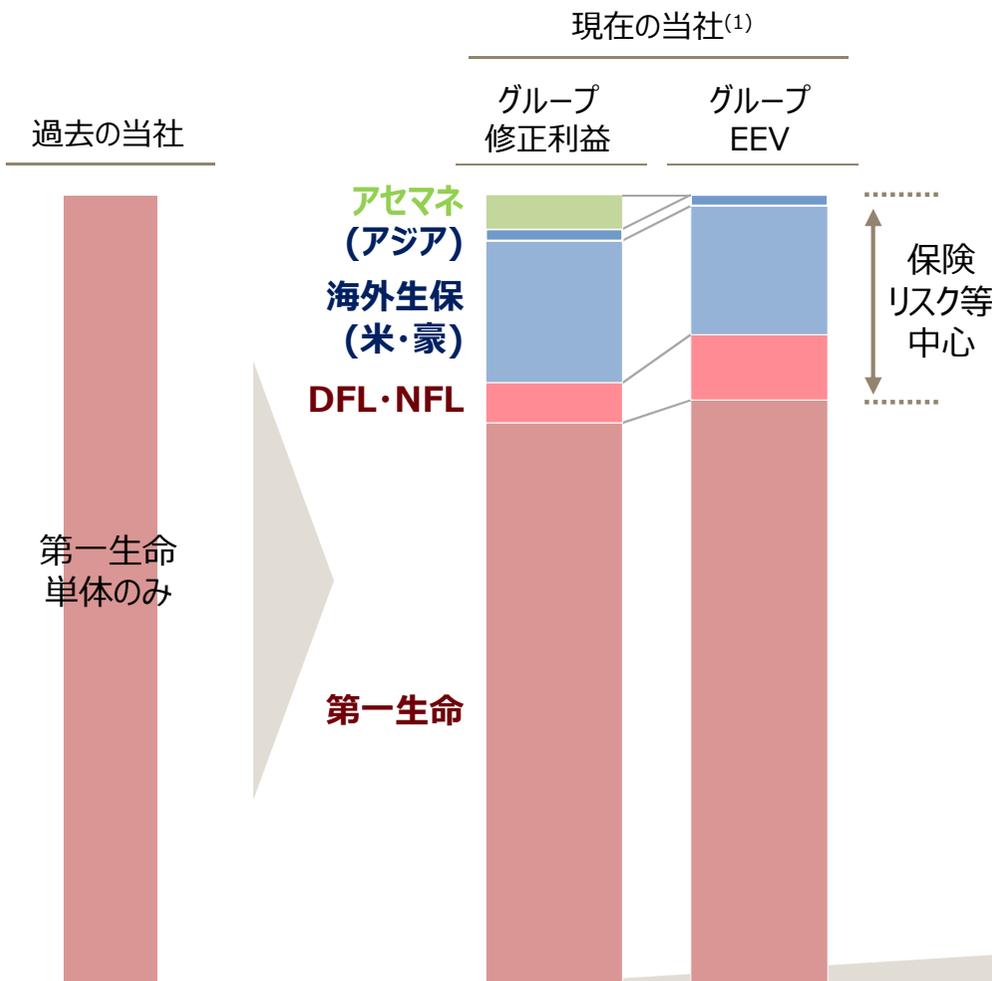
(1) Bloomberg  
 (2) 2018/3期の当期純利益は株式交換益や米国法人減税等に伴う一時益を除く、グループ修正利益は投信解約など市場要因に起因する要素を除く



# 低金利環境と当社グループ戦略：持続的成長に向けて

低金利環境の長期化を踏まえた、  
保険リスク等へのシフトと金融市場リスクコントロール

## 更なる持続的成長に向けた取組



- 基盤拡大と事業分散の機会追求
- ▶ 米・豪生保市場における成長機会の追求
  - ▶ 利益貢献フェーズとなるアジア生保のグループ貢献の最大化  
更なる将来成長に向けたアーリーステージ展開
  - ▶ グループリソースを活用した不動産アセマネ事業展開
  - ▶ マルチチャネルを活用したDFL・NFL商品の販売拡大

- ▶ 「ジャスト」「健診割」など、時代・QOLにマッチした商品展開  
「認知症保険」「就業不能保険」など第三分野商品の拡大
- ▶ パートナーシップ戦略などによる新たな顧客基盤へのアプローチ
- ▶ デリバティブ・再保険等も活用した金利リスクコントロールの強化  
保有株式の計画的な削減

保険リスク拡大と金融市場リスクコントロール強化

(1) 2019/3期実績

(会社名略称) DFL：第一フロンティア生命 NFL：ネオファースト生命



# 国内生命保険事業：多面的な顧客基盤へのアプローチと戦略的な第三分野展開

マルチブランド・マルチチャネル

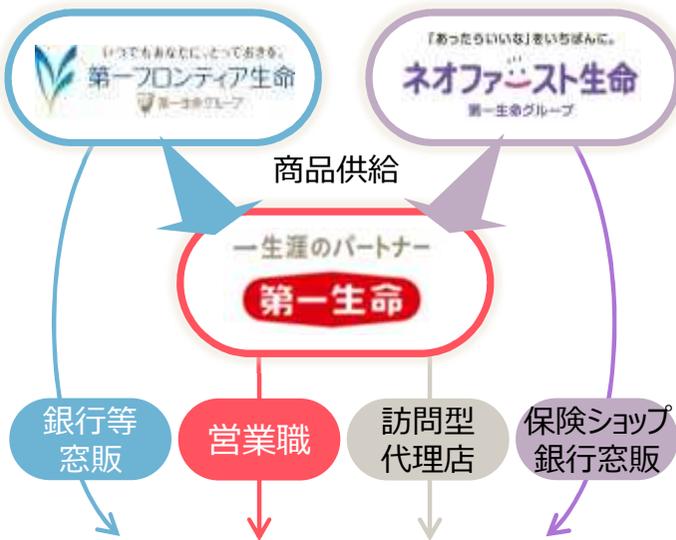


第三分野商品拡大



新たな顧客基盤へのアプローチ

- 国内営業環境が変化中、営業職(自社チャネル)を通じた販売がDFL・NFLをサポート



商品ニーズに合わせたお客さまへアプローチ

DFL・NFL商品の  
第一生命営業職を通じた販売

\*2019/3期実績

2社合計新契約  
年換算保険料のうち

約2割

販売件数のうち

約3割

知人・友人経由

## 認知症保険

(2018年12月発売)

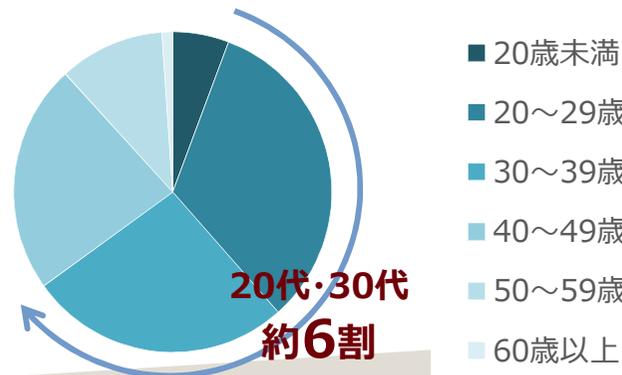
- 販売件数は16万件を突破 \*2019/11月まで実績
- 高齢化・要介護認定者の増加を背景に、70代以上に高い支持
- 予防アプリ等の認知症保険サービスを通じたQOL向上への貢献とともに、お客さま本人から家族・友人などへの展開を推進

## 就業不能保険

(2019年9月発売)

- 病気やケガによる「働けない状態」に備え、働き盛りの20代・30代を中心に好評

契約件数の契約年齢別割合 \*2019/9~10月実績



- 価値観・ライフスタイルが多様化するお客さま一人ひとりのニーズに合った商品を提供するパートナーシップ戦略



2019年2月提携 10月取扱開始  
ペット保険

メイン顧客  
女性

- 新たな切り口で女性顧客との接点を拡大
- 日本のペット保険加入率は海外比で低く、ペット保険市場は2桁成長が見込まれる



2019年8月取扱開始  
少額短期保険

メイン顧客  
若者

- スマートフォン完結型のWebインターフェース「Snap Insurance」アプリ
- ミレニアル・Z世代と呼ばれる若年層に対し、デジタルチャネルによる保険販売の展開

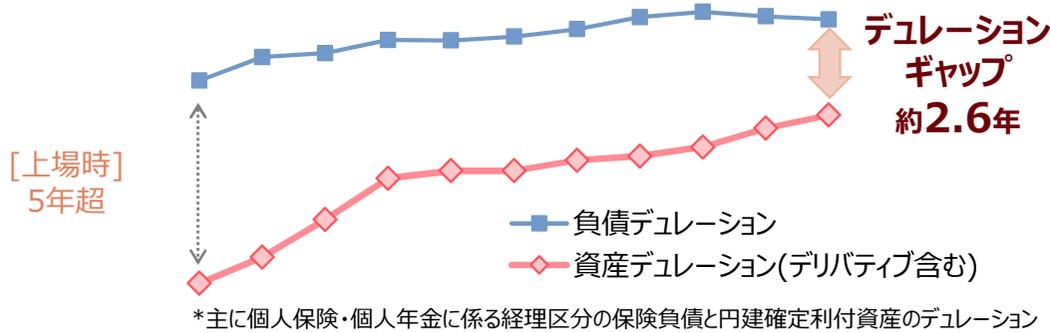


# 資産運用・アセマネ事業：資産・負債両面からのリスクコントロール強化（第一生命）

## 資産サイドの取組（金利リスク・株式リスク）

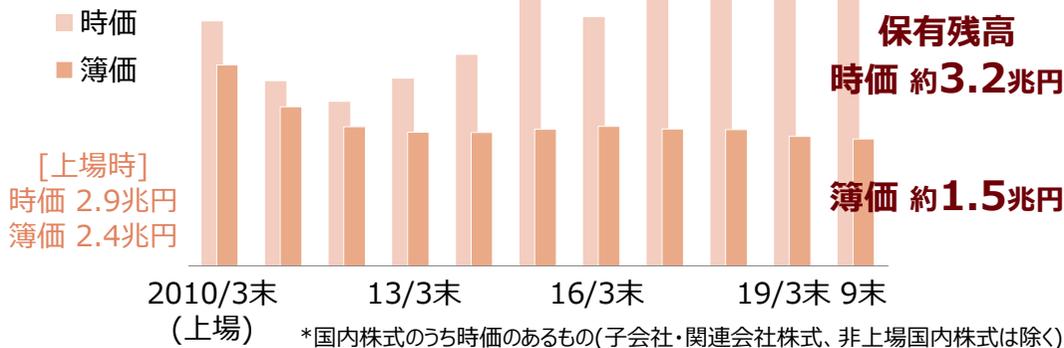
### 債券デュレーションコントロール

- ▶ 債券デュレーション長期化やデリバティブ(スワップションなど)の活用により、低金利環境の長期化に備えた追加対応を実施
- ▶ 引き続き、金利リスクは抑制方向でコントロールを強化



### 株式残高コントロール

- ▶ 計画的な保有株式の削減を継続



## 保険負債における取組（高予定利率負債）

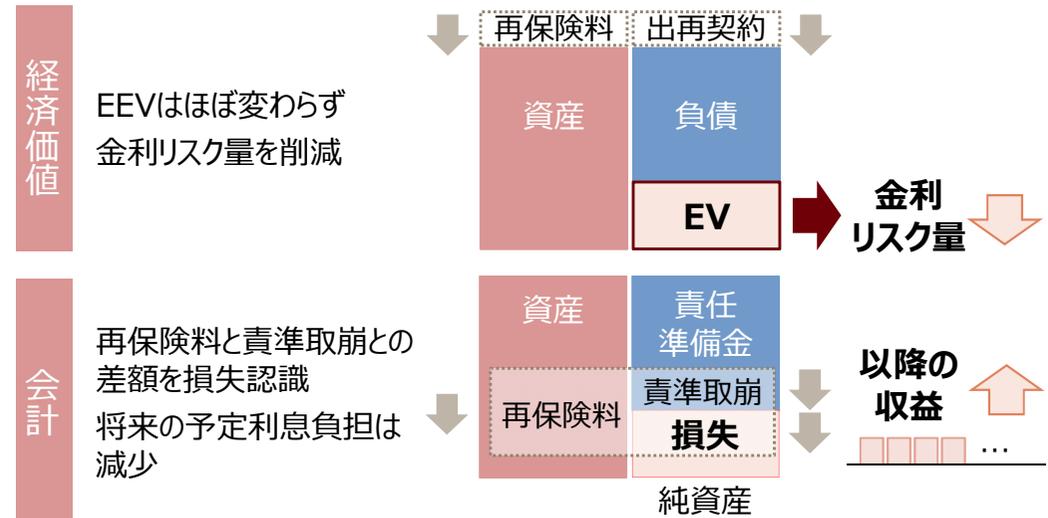
### 追加責任準備金の継続積立

積立残高 約9,800億円  
 予定利率 約▲40bp  
 引き下げ効果 (2.57%→2.17%)  
 \*2019/9末

### 再保険会社への出再

- ▶ 資本効率を高める経営戦略上の新たなリスクコントロール手段
- ▶ 金融環境や再保険会社のキャパシティなどを踏まえ、規模やタイミングのほか、対象とするブロックなど、効果的な取組み可能性を検討

### 前回実施した取引の効果



## 資産運用収益力の強化

- ▶ オルタナティブ投資の拡大により運用収益力を強化 (2019年4月より専門部署を設置)

## アセットマネジメント事業

- ▶ 不動産アセマネ「第一生命リアルティ」設立、第一ビル子会社化
- ▶ 団体年金特別勘定におけるグループアセマネとの共同商品開発



# 海外生命保険事業：先進国での収益基盤確保と将来に向けた成長市場への投資

2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019

上場

持株会社化

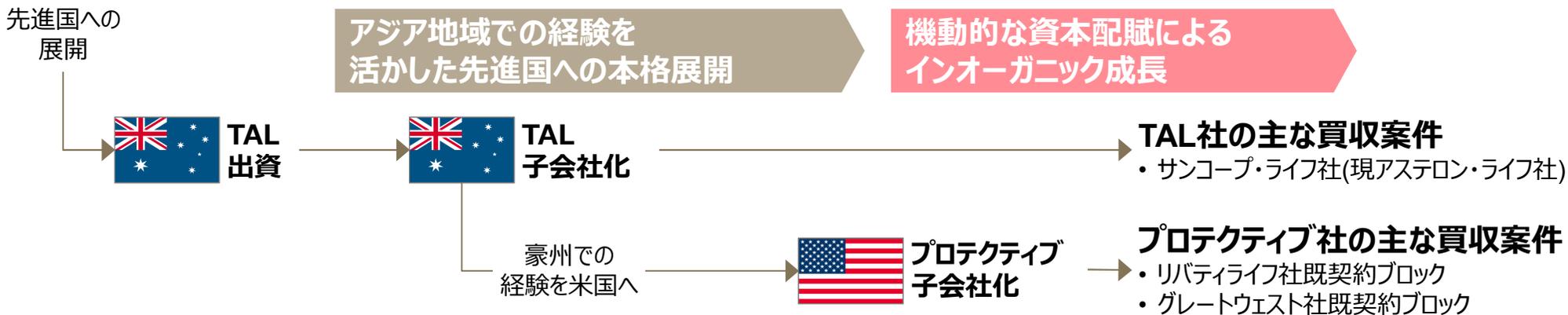
アジア新興国の高成長取込みに向け、海外へ展開

海外グループ各社とのグループシナジーの追求

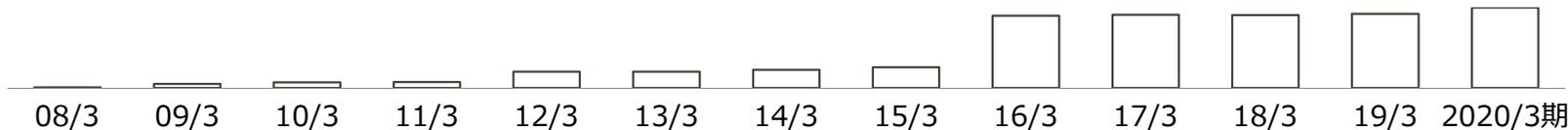
新興国



先進国



累計出資額



累計出資額<sup>(1)</sup>  
約**9,100**億円

プロテクティブの買収案件総投資額(当社子会社化以降)	ジェンワース	USWC	リバティライフ	グレートウェスト
	約700億円	約150億円	約1,400億円	約1,300億円

(1) 出資時点の為替に基づく累計額

# 海外生命保険事業：持続的な利益成長を通じたグループ貢献の拡大

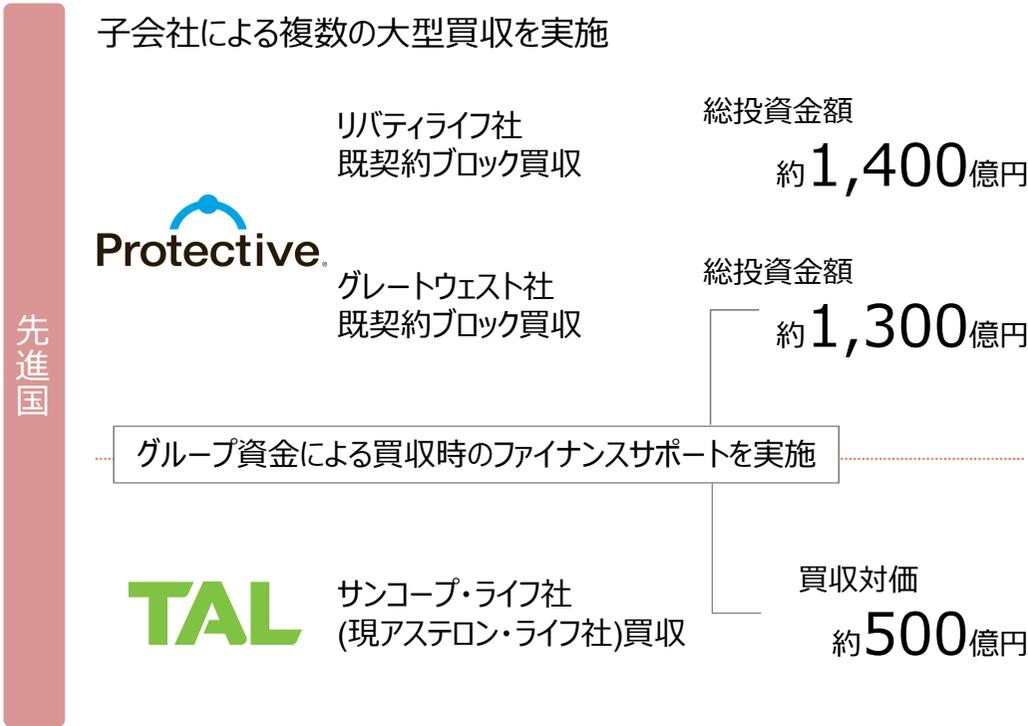
## 近年の取組み

- ▶ 米・豪で複数の大型買収を実施
- ▶ 第一生命ベトナム等、新興国が徐々に利益貢献フェーズへ

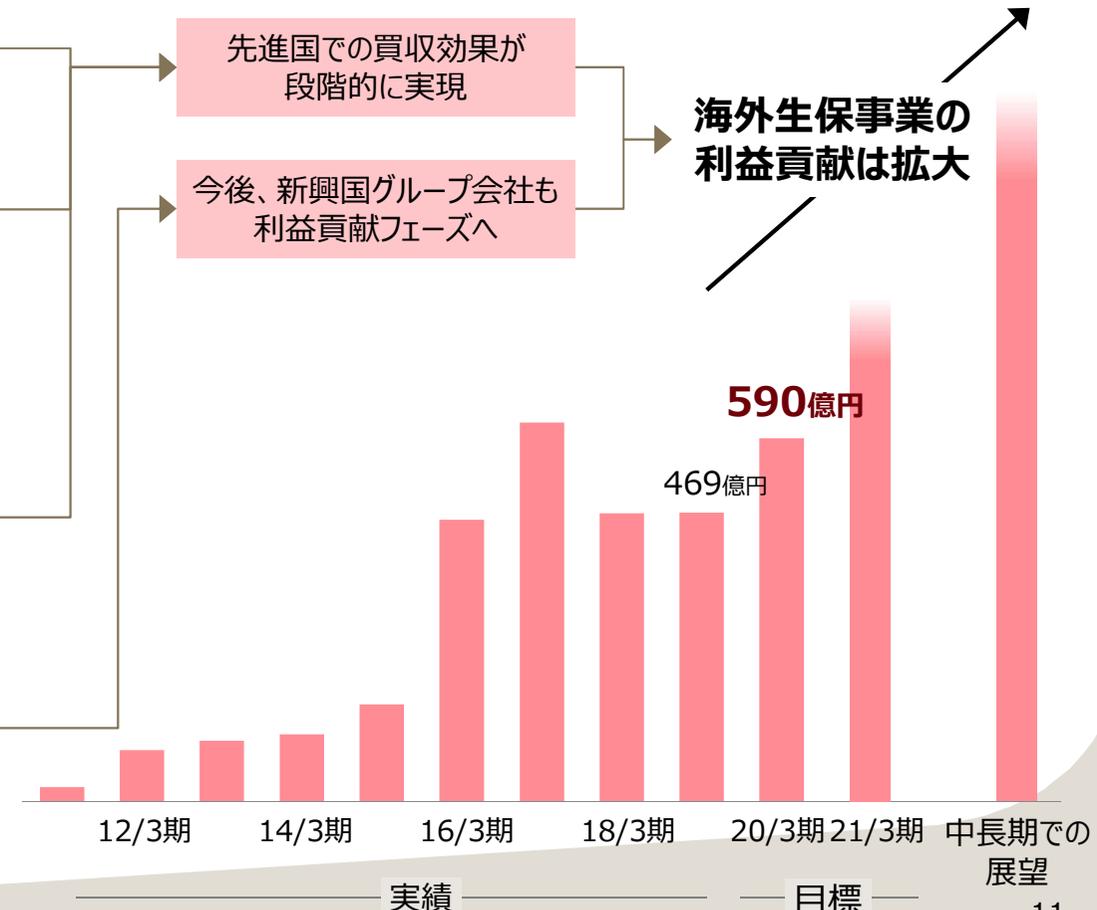
## 今後の利益成長

- ▶ 先進国での買収効果の実現を通じた持続的利​​益成長
- ▶ 成長性の高いアジア新興国からの利益貢献の開始

子会社による複数の大型買収を実施



海外生保事業 修正利益



第一生命ベトナム等が徐々に利益貢献フェーズへ



# 参考資料



Dai-ichi Life  
Holdings

# 第一生命グループ中期経営計画

CONNECT 2020



Dai-ichi Life  
Holdings



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

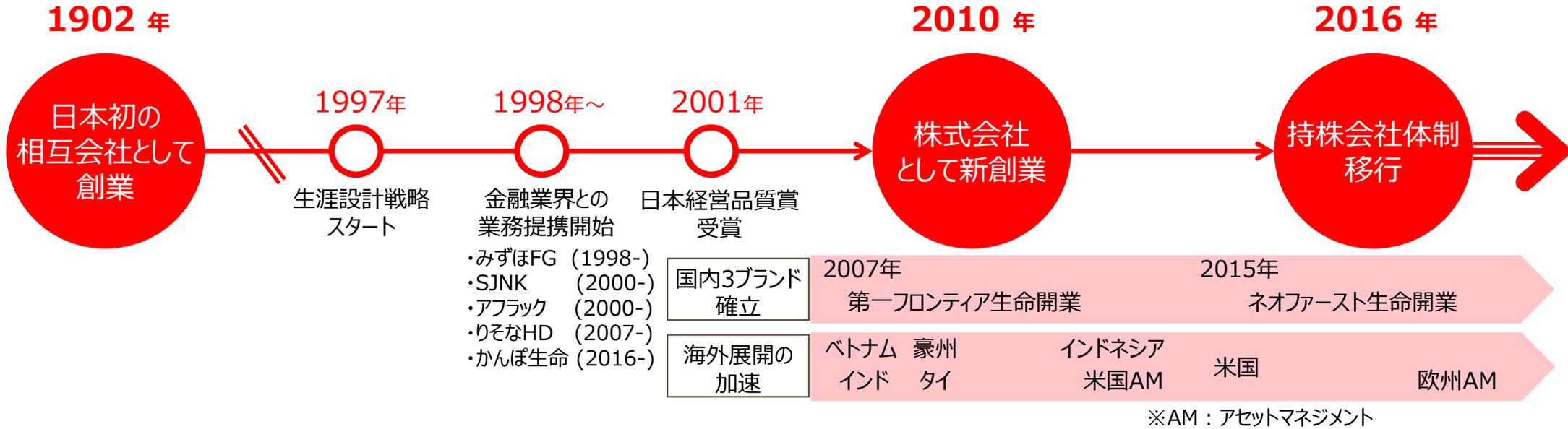
第一生命グループは「一生涯のパートナー」をグループミッションに掲げ、「お客さま第一(お客さま本位)の業務運営」の絶えざる向上を図ってきました。上記コンセプトは、この「お客さま第一の業務運営」の具現化といっそう高い次元での実践を企図するものであり、各種の取組を通じて、お客さまから選ばれ続ける保険グループを目指します。

(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](http://www.dai-ichi-life-hd.com/about/customer_first/index.html)



# 第一生命グループの強み

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
  - ✓ この10年間に海外従業員は計1万名増加
- MDRT会員※ 国内180名 海外106名
- グローバル人財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

■ 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を高める商品・サービス、  
チャンネルの強化・多様化の加速

事業を通じた  
地域社会の課題の解決

より多くの  
お客さまと  
「CONNECT」

より深く  
地域・社会と  
「CONNECT」

**CONNECT 2020**

グループ外との協働で  
事業の可能性を広げる

グループシナジーを  
さらに発揮し各社が成長を実現

多様な  
ビジネス  
パートナーと  
「CONNECT」

より強く  
グループ  
各社が  
「CONNECT」

第一生命グループの強み

## QOL向上への貢献 (私たちの社会価値創造)



あらゆる人々の  
健康の増進



保険普及等による  
生活の安定



人生100年時代の  
安心した老後



安心・安全で  
住みやすい地域づくり



安心を広げる  
先端技術の創出



責任ある投融資を通じた  
社会への貢献



女性の活躍推進  
労働者の権利保護

第一生命グループの成長



2030年に掲げて  
世界が合意した  
「持続可能な開発目標」です

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



# グループの成長に向けた重点取組

■ 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

外部環境  
認識

### 【国内生保】

ライフスタイル多様化  
少子高齢化の加速

### 【海外生保】

アジア市場の高成長  
米・豪市場の安定的拡大

### 【資産運用・アセットマネジメント】

世界各国での  
旺盛な資産形成需要

### 【要素技術・競争関係】

医療・IT技術の進化  
市場・競合のボーダレス化

### 【国際規制等】

金融環境の不確実性増大  
新たな国際資本規制

## 「3つの成長エンジン」の強化

国内生保事業  
の強化

海外生保事業  
の強化

資産運用・  
アセットマネジメント事業  
の強化

イノベーションの創出

ERM

ダイバーシティ & インクルージョン

- 健康等新たな価値を提供する商品・サービスの開発
- チャンネルの強化・多様化

- (アジア) 中核チャネル強化を通じた市場シェア拡大
- (米・豪) チャネル多様化と新たな成長機会の追求

- 生保・アセットマネジメント事業間での独自シナジー追求

- InsTechにおける異業種パートナーとの連携強化
- グローバルでの人的連携・交流の加速

- 事業を通じた、地域社会が抱える課題の解決

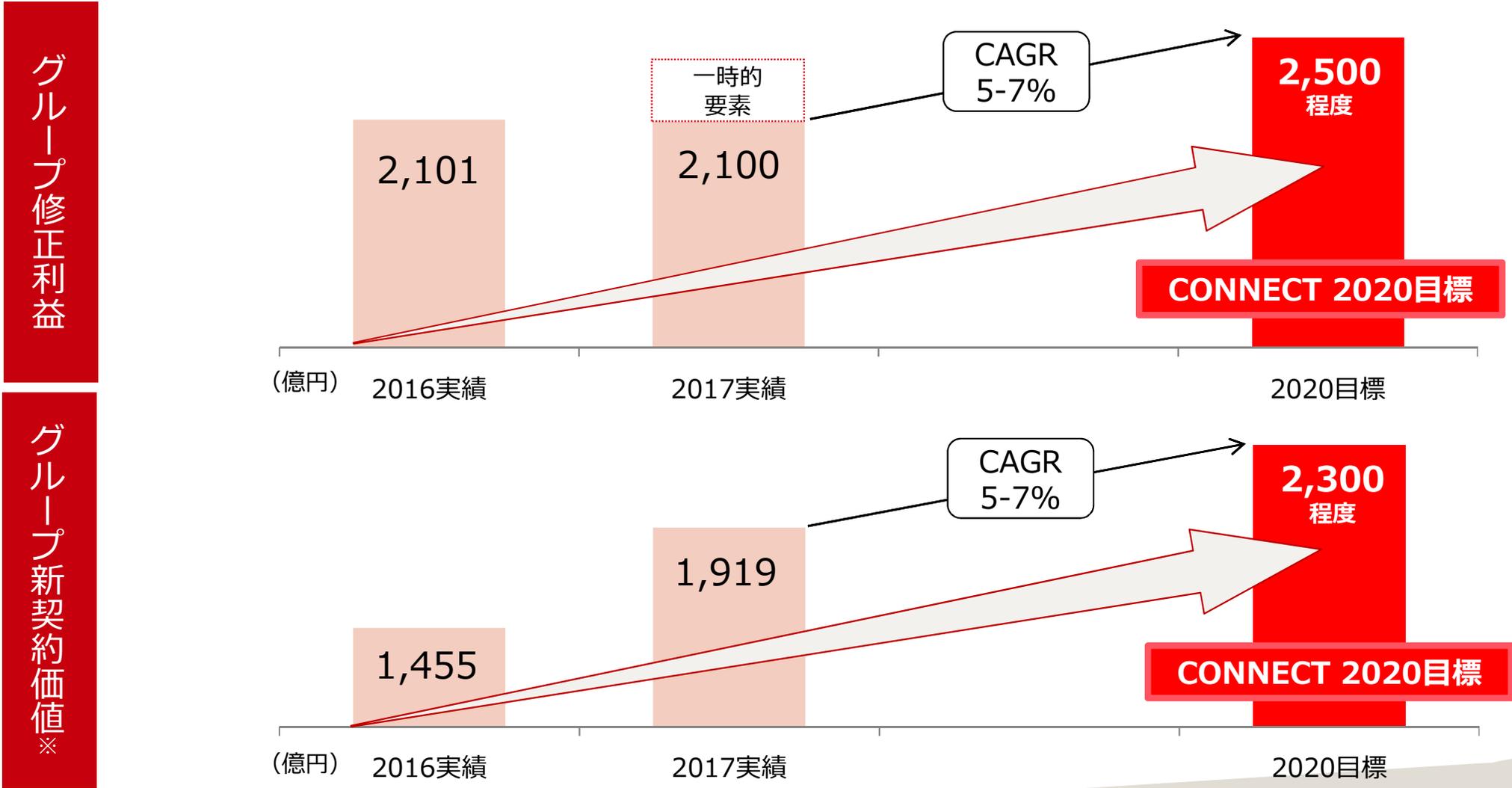
CONNECT2020

重点取組



# グループ修正利益・新契約価値の成長

- 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)を含めています。オーシャンライフ(タイ)の計測の取扱いは検討中ですが、グループ全体数値への影響に鑑み、同社の取扱いに関わらず2020目標は変更しない予定です。

# 海外グループ生命保険会社の概要

(2018年度)



**Dai-ichi Life**  
Holdings

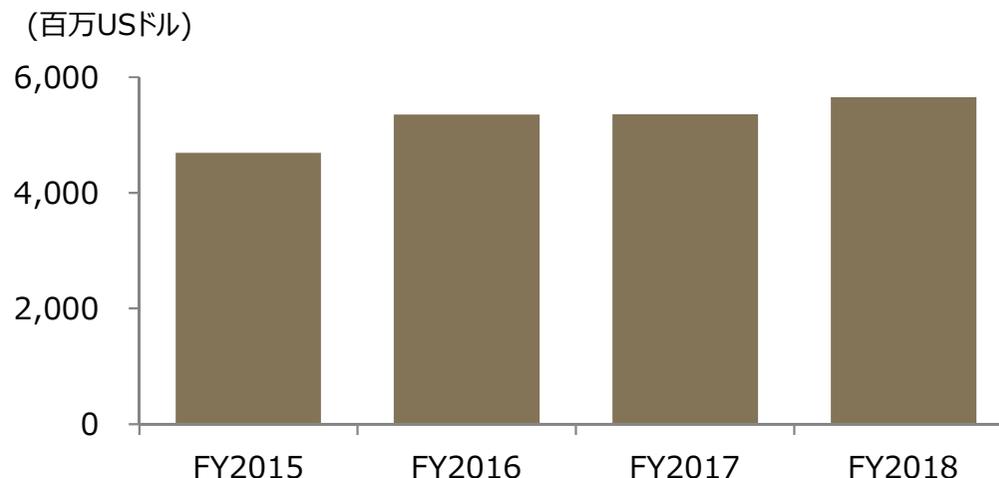
## 会社概要

- 設立年: 1907年
- グループ参入: 2015年 (完全子会社化)
- 従業員数: 2,936名 (2019年3月)
- 所在地: 米国 アラバマ州 バーミングハム
- 販売チャネル: 独立代理人、証券会社、銀行、ダイレクト等
- 商品: ユニバーサル保険、変額・定額年金、インデックス型年金、車両故障修理費用保険等
- 市場シェア: 2.6% (2018年12月末、正味収入保険料ベース)
- 市場順位: 12位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 328百万人、GDP 20,576十億米ドル  
保険深度(生保) 2.88% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: Metlife, Prudential, AIG 等

## 保険料等収入の推移(1)



### ■ これまでの取り組み

既存の販売チャネルの強化に加え、チャネル拡充等によりオーガニック成長を推進。特に年金事業では、大手金融機関との提携販売や新商品の投入により販売を拡大。買収事業では、Liberty Lifeのブロック買収と並び、過去最大級の投資規模となるGreat-Westにおける個人保険・年金既契約ブロック買収を実現。

### ■ 今後の施策

既存の大型買収案件の統合作業に注力するとともに、引き続き新規買収機会も注視。また、オーガニック成長に向けて、提携先の強化・拡大に加え、InsTechの活用も推進。

(1) 会計年度は1月～12月

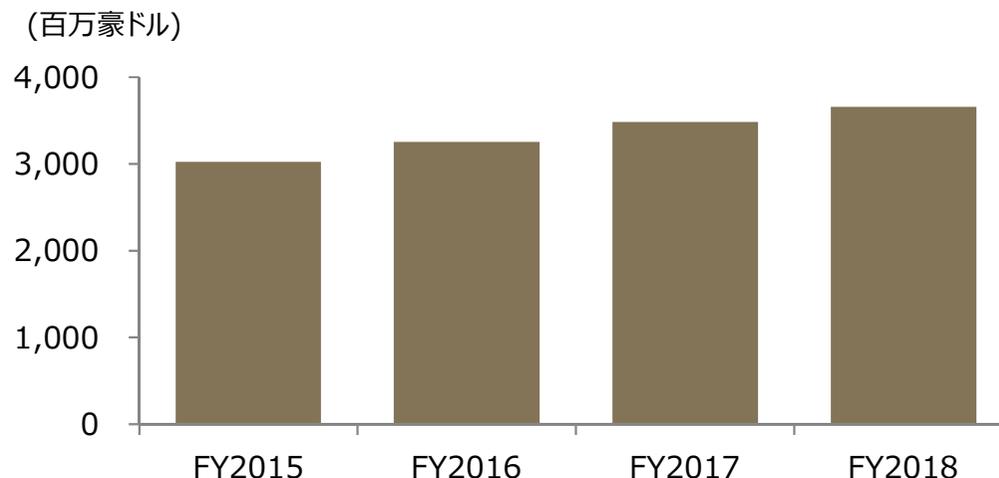
## 会社概要

- 設立年: 1869年 (当初はNZ政府系保険会社として設立)
- グループ参加: 2008年 (関連会社化)  
2011年 (完全子会社化)
- 従業員数: 2,014名 (2019年3月)
- 所在地: 豪州 シドニー
- 販売チャネル: 独立アドバイザー(IFA)、  
ダイレクト(コールセンター・提携)
- 商品: 死亡・高度障害・所得補償等
- 市場シェア: 18.1%  
(2018年12月末、保障市場の保有年換算保険料ベース)
- 市場順位: 1位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 25百万人、GDP 1,417十億米ドル  
保険深度(生保) 2.13% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: AIA, AMP, NAB/MLC 等  
  
シェア10%超を有するトップ5社で市場の70%近くを占める寡占市場

## 保険料等収入の推移(1)



### ■ これまでの取り組み

当局による業界調査や規制環境の大幅な変化に対応。独立アドバイザーとの関係強化や既契約団体との関係維持によって、既存チャネル基盤を強化。Suncorpグループの生保事業を買収完了。

### ■ 今後の施策

規制強化や競争激化などマーケット環境が厳しくなる中、販売チャネルの強化を通じて、強固な事業基盤を構築するとともに、商品の多様化や顧客サービスの改善を推進。Suncorpグループとの提携販売推進や買収案件の統合推進の着実な遂行により、トップライン・ボトムラインの更なる拡大を目指す。

(1) 会計年度は4月～3月

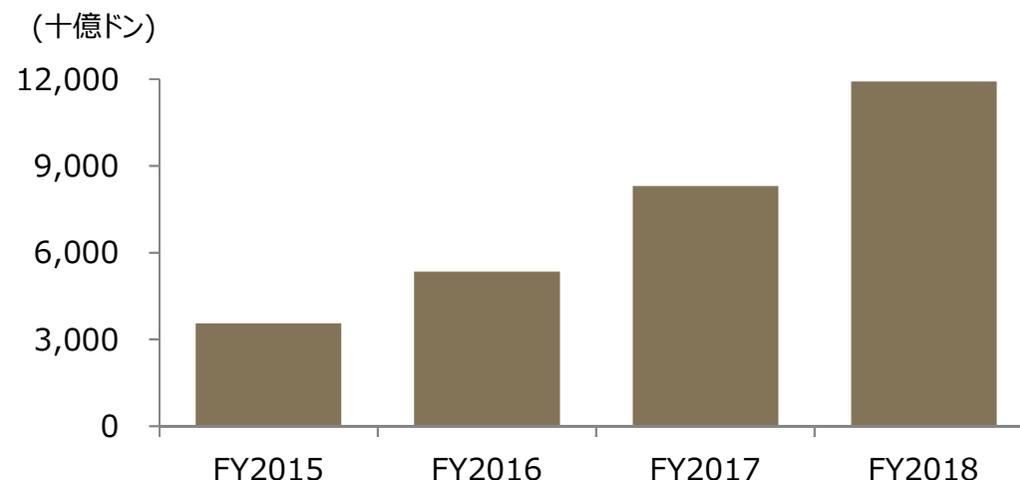
## 会社概要

- 設立年: 1999年 (当社参入前は豪越合併のバオミンCMG社)
- グループ参入: 2007年 (完全子会社化)
- 従業員数: 内勤 1,382名 (2019年3月)  
個人代理人 約9.2万人 (非専業)
- 所在地: ベトナム ホーチミン
- 販売チャネル: 個人代理人、ベトナム郵便・銀行窓販等
- 商品: ユニバーサル保険、  
利率変動型養老保険等
- 市場シェア: 13.3% (2018年12月末、収入保険料ベース)
- 市場順位: 3位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 96百万人、GDP 241十億米ドル  
保険深度(生保) 1.58% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: Prudential, Bao Viet, Manulife 等  
  
トップ7社で市場の約92%を占める寡占市場

## 保険料等収入の推移(1)



- これまでの取り組み  
個人代理人の育成強化・販売ネットワークの拡大などを通じた個人代理人チャネルの増強、戦略商品の投入、オルタナティブチャネルの展開などにより、市場シェアを着実に拡大。
- 今後の施策  
個人代理人チャネルにおいては契約品質の向上に注力し、オルタナティブチャネルでは、引き続き販売拡大を目指すことで継続的な成長を目指す。

(1) 会計年度は1月～12月



## 会社概要

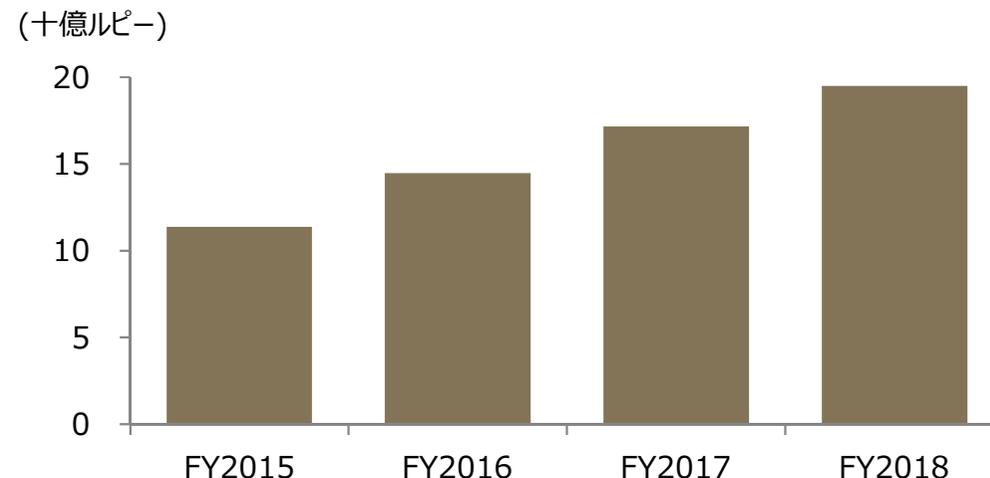
- 設立年: 2009年開業
- グループ参加: 2009年  
(国有銀行: バンクオブ インド, 二つのバンクオブ インドとの合併)
- 出資比率: 45.94%
- 従業員数: 内勤 2,810名 (2019年3月)
- 所在地: インド ナビムンバイ
- 販売チャネル: 銀行窓販、個人代理人
- 商品: 無配当養老保険、無配当年金保険等
- 市場シェア: 1.4%  
(2018年12月末、換算初年度保険料、LICを除く民間ベース)
- 市場順位: 15位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 1,356百万人、GDP 2,696十億米ドル  
保険深度(生保) 2.74% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: ICICI Prudential(Prudential(UK)), SBI Life(Cardif), HDFC Life(Standard Life)等

国営生保LICが市場の約44%を占め、民間生保が追従する市場(2018年3月末、換算初年度保険料ベース)

## 保険料等収入の推移(1)(2)



- これまでの取り組み  
合併パートナーとの協業による銀行窓販チャネル運営の強化、個人チャネルではフルコミッション型から固定給型へのシフト、ユニットリンクから伝統的商品への主力商品のシフトなどにより、収入保険料の増加と収益性の向上を推進。
- 今後の施策  
合併パートナーとのさらなる協業、ホールセラーの人財増員と活動量増加、個人チャネル(固定給営業職員)における高能率職員の育成、継続率向上への取り組みにより、収入保険料と収益力のさらなる成長を目指す。

(1) 会計年度は4月～3月 持分考慮前

(2) 換算収入保険料: 換算初年度保険料(個人保険のうち一時払商品保険料は1/10のみ計上かつ団体保険のうち年金保険料を除外したもの)と更新保険料の和

## 会社概要

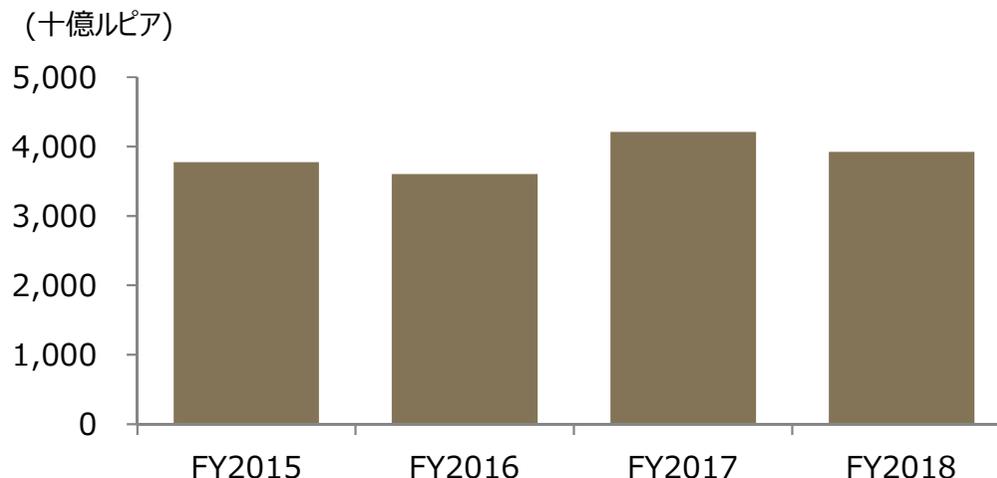
- 設立年: 1974年
- グループ参入: 2013年 (関連会社化)
- 出資比率: 40%
- 従業員数: 内勤 348名 (2019年3月)  
個人代理人 約9.7千人 (非専業)
- 所在地: インドネシア ジャカルタ
- 販売チャネル: 個人代理人、銀行窓販(主にパニン銀行)
- 商品: ユニットリンク、一時払短期預金代替商品等
- 市場シェア: 1.5% (2018年12月末、収入保険料ベース\*)  
\*single premiumのみ1/10で計上
- 市場順位: 17位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 267百万人、GDP 1,043十億米ドル  
保険深度(生保) 1.49% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: Prudential(UK), INDOLIFE, JIWASRAYA, AIA 等

トップ10社で市場の約7割を占める、比較的寡占化が進んだ市場

## 保険料等収入の推移(1)



### ■ これまでの取り組み

持続的な成長の実現に向け、営業基盤の確立・拡大を図るべく、チャネルの強化を推進(個人代理人の採用・育成による陣容拡大の継続、グループ銀行と共同で販売推進体制を整備)。

### ■ 今後の施策

個人代理人・銀行窓販の両チャネルのさらなる強化(個人代理人の陣容拡大、銀行との協働取組みの確実な実行など)を中心に、収益性の向上を目指す。

(1) 会計年度は1月～12月 持分考慮前

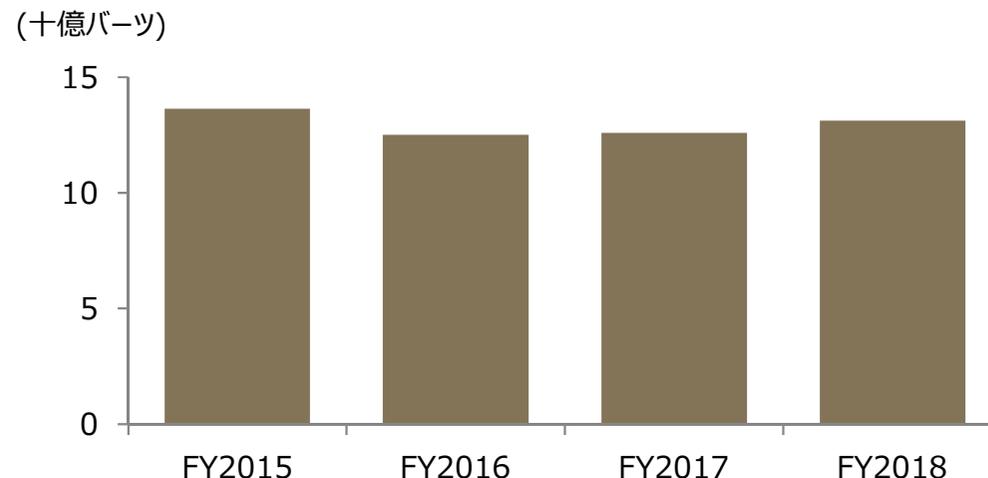
## 会社概要

- 設立年: 1949年創業  
(当初損保, 1951年生保進出、1992年生保分離)
- グループ参入: 2008年 (関連会社化)
- 出資比率: 24%
- 従業員数: 内勤 1,870名 (2019年3月)  
個人代理人 約1.7万人 (非専業)
- 所在地: タイ バンコク
- 販売チャネル: 個人代理人等
- 商品: 養老、終身、年金等
- 市場シェア: 2.1% (2018年12月末、収入保険料ベース\*)
- 市場順位: 11位 (同上)

## 市場概要

- 市場規模: 人口 69百万人、GDP 505十億米ドル  
保険深度(生保) 3.59% (2018年)  
出所: Swiss Re, sigma No 3/2019
- 主な会社: AIA, Muang Thai Life(Ageas), Thai Life  
(明治安田生命), Bangkok Life(日本生命) 等  
  
トップ10社で市場の大部分を占める寡占市場

## 保険料等収入の推移(1)



- これまでの取り組み  
チーム運営を主眼においた採用・育成取組(サブリーダー制度の導入等)の整備や、活動基盤づくり等、協働取組を推進。将来の成長に関わる基盤整備(職域開拓、タイポストとの提携販売、投資性商品開発)。
- 今後の施策  
個人代理人チャネルにおける新人採用・育成取組の継続及びその担い手となるリーダー層の拡充、将来の成長に関わる基盤整備の更なる推進を通じて持続的な成長を目指す。

(1) 会計年度は1月～12月 持分考慮前



## 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。