

第一フロンティア生命の目指す方向性

2020年11月20日

第一フロンティア生命保険株式会社
代表取締役社長 武富 正夫

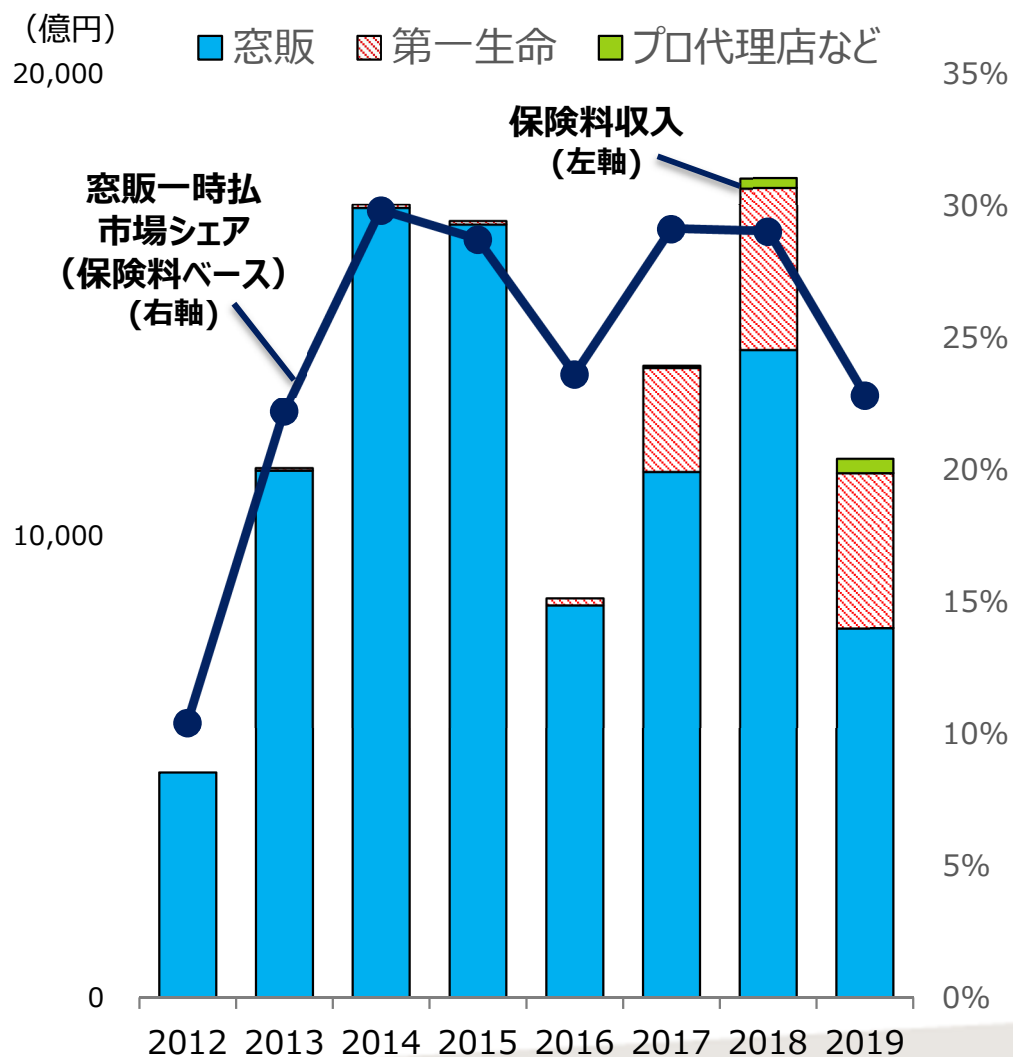


第一フロンティア生命
第一生命グループ

第一フロンティア生命の振り返り

- ◆ 販売の伸展により保有契約高・保有契約件数は大きく拡大し、年金のお支払い額も大きく増加
- ◆ 窓販における一時払市場シェア（保険料ベース）はトップレベルを維持

販売実績



各種指標の推移

2012年度(末) 2019年度(末)

保有契約高 約2.2兆円 → 約8.5兆円

保有契約件数 約38万件 → 約160万件

保険料収入（一時払） 約4,800億円 → 約11,600億円

年金※1支払額 約7億円 → 約5,490億円

委託代理店数※2 103代理店 → 209代理店

従業員数 235名 → 425名

窓販一時払市場シェア※3 約10% → 約23%

※1 年金原資額の一時払を含む

※2 募集代理店委託契約を締結している代理店数

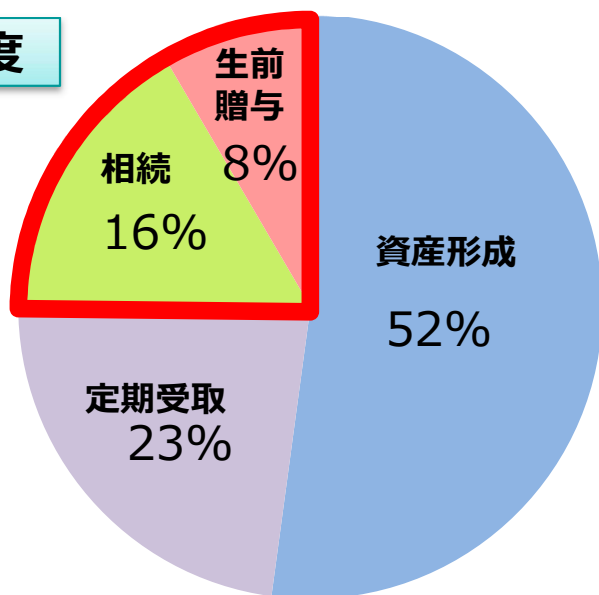
※3 保険料ベース、当社推計値

窓販マーケットにおけるお客さまニーズの変化と商品展開

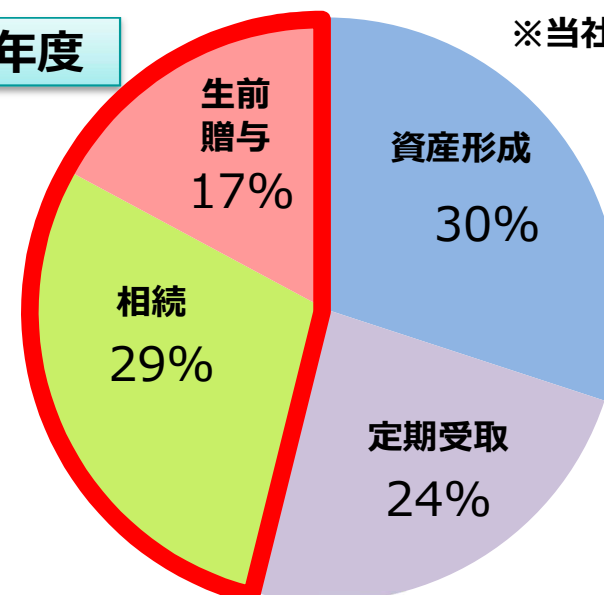
- ◆ 窓販マーケットでは、2016年度では資産形成・運用タイプの商品が販売の大半を占めていたが、昨今は相続や生前贈与といった保険機能を活かした資産承継タイプの商品が拡大
- ◆ 当社はお客さまニーズの多様化を捉え、機動的に商品を提供

窓販マーケットにおける商品タイプ別販売占率

2016年度



2019年度



※当社推計値

当社
新商品

相続

2017年8月

プレミアプレゼント

贈与

2018年9月

プレミアストーリー2

資産形成
(トンチン)

2019年10月

プレミアカレンシー3

相続

(認知症・介護プラン追加等)

2020年7月

プレミアプレゼント2

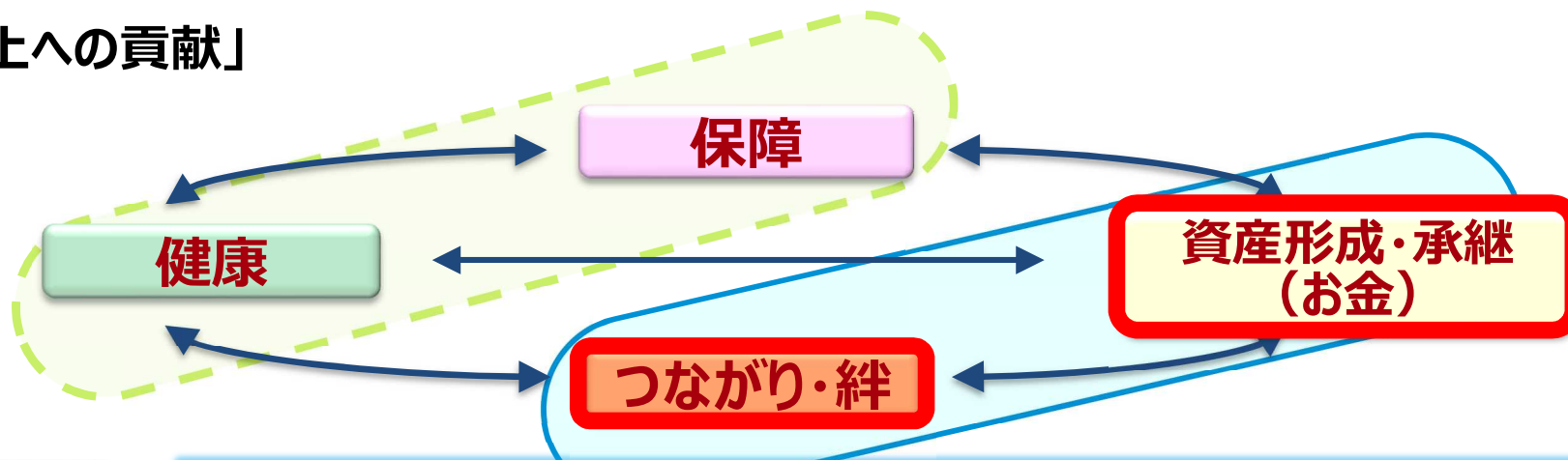
贈与

(指定通貨に円建追加等)

2020年11月

プレミアストーリー3

◆「QOL向上への貢献」



DFLの
目指す姿

人生100年時代の安心と豊かさを支える
『貯蓄性保険分野におけるトップブランド会社』

お客さま

資産形成

安心で豊かな生活に
向けた資金の準備

資産承継

大切な資産を次の
世代へつなぐ・のこす

代理店

トータルコンサルティングのサポート

社会・地域

社会・地域の課題解決



第一フロンティア生命を取り巻く環境変化（～2030年）

◆ 当社を取り巻く外部環境について、中期（23年）・長期（30年）に、その変化を予測

		2019年	2023年	2030年	2019年⇒2030年
社会の変化	全人口	1.26億人	1.23億人	1.19億人	少子化等を背景に人口減
	高齢者 (65歳以上)	3,561万人	3,658万人	3,716万人	高齢者人口は今後も増加
	後期高齢者 (75歳以上)	1,800万人	2,040万人	2,288万人	
市場の変化	保有金融資産 (家計)	1,860兆円	1,884兆円	1,904兆円	金融資産は1,900兆円を突破見込み 60歳以上がその7割を保有
	相続件数	138万件	148万件	161万件	相続件数増加・'19年比23万件増
	生前贈与 件数	209.7万件	229.8万件	269.5万件	2015年の相続税法改正等の影響で、 生前贈与ニーズ拡大・同60万件増
	公的年金 所得代替率	62%	61%	58%	老後生活資金需要の拡大 公助の機能低下で、自助の必要性増す

経営環境の変化と課題認識

<経済・社会環境>

- ✓ 主要国金利の超低位継続
- ✓ フィデューシャリー・デューティーの社会への浸透

<お客さまニーズ>

- ✓ 次世代への資産承継ニーズの拡大
- ✓ 若中年層の資産形成ニーズの多様化
- ✓ withコロナ環境における、非接触・デジタル手続きニーズの拡大

<販売代理店・競争環境>

- ✓ 銀行のコンサルティング強化・営業人員シフト
- ✓ 窓販マーケットにおける競争激化(商品供給・利回り競争激化)

取組み（次期中計）の方向性

① 商品戦略

資産承継(相続・贈与)マーケットでの付加価値創造

- お客さまニーズの変化を捉えた資産承継・長期積立型商品の拡充

② 営業・チャネル戦略

お客さまコンタクト(チャネル展開)・代理店サポートの多様化・高度化

- 金融機関中心ながらも、生保プロ代理店・来店型ショップ・ダイレクト販売等多様化を推進
- 代理店へのトータルコンサルティングサポート
- ダイレクトアフターフォローによる価値提供

③ FDX*

デジタルを有効活用しリアルを強くする

- デジタルを活用した代理店サポートのレベルアップ
- Web手続き等の拡充、外部プラットフォーム連携
- アジャイルな商品・サービス開発、固定費の削減

④ 財務・運用戦略

リスクマネジメント強化を前提とした利益生産力の最大化

- 「RCAリターン*」を活用した厳格なリスク・リターン管理
- 低金利環境長期化を踏まえた信用リスクテイク
- 財務・健全性の安定化へのグループ内再保等の取組み

お客さまの多様なニーズと商品提供

若中年層
(～50 歳)

リタイアメント前後
(50～75 歳)

シニア層
(75 歳～)

人生100年時代
における主な
お客さまニーズ

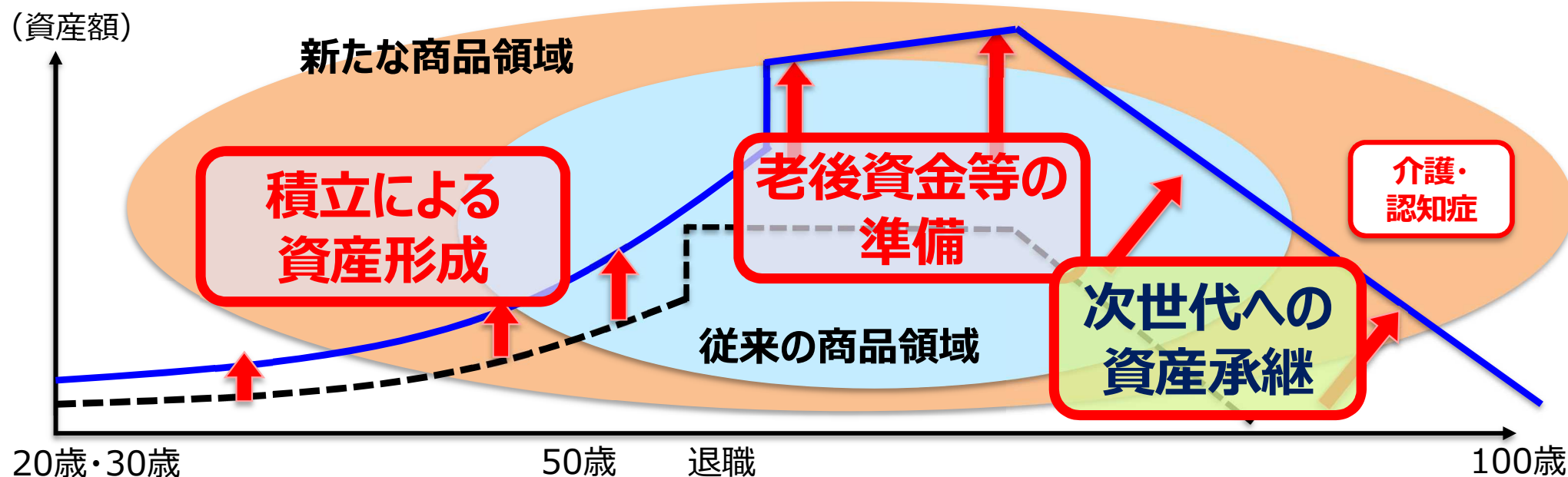
将来に向けた資産形成

長寿化による老後資金不足への備え

現役世代への資産移転

認知症・要介護への備え

相続準備



対応
商品

資産形成ニーズへの対応

平準払商品

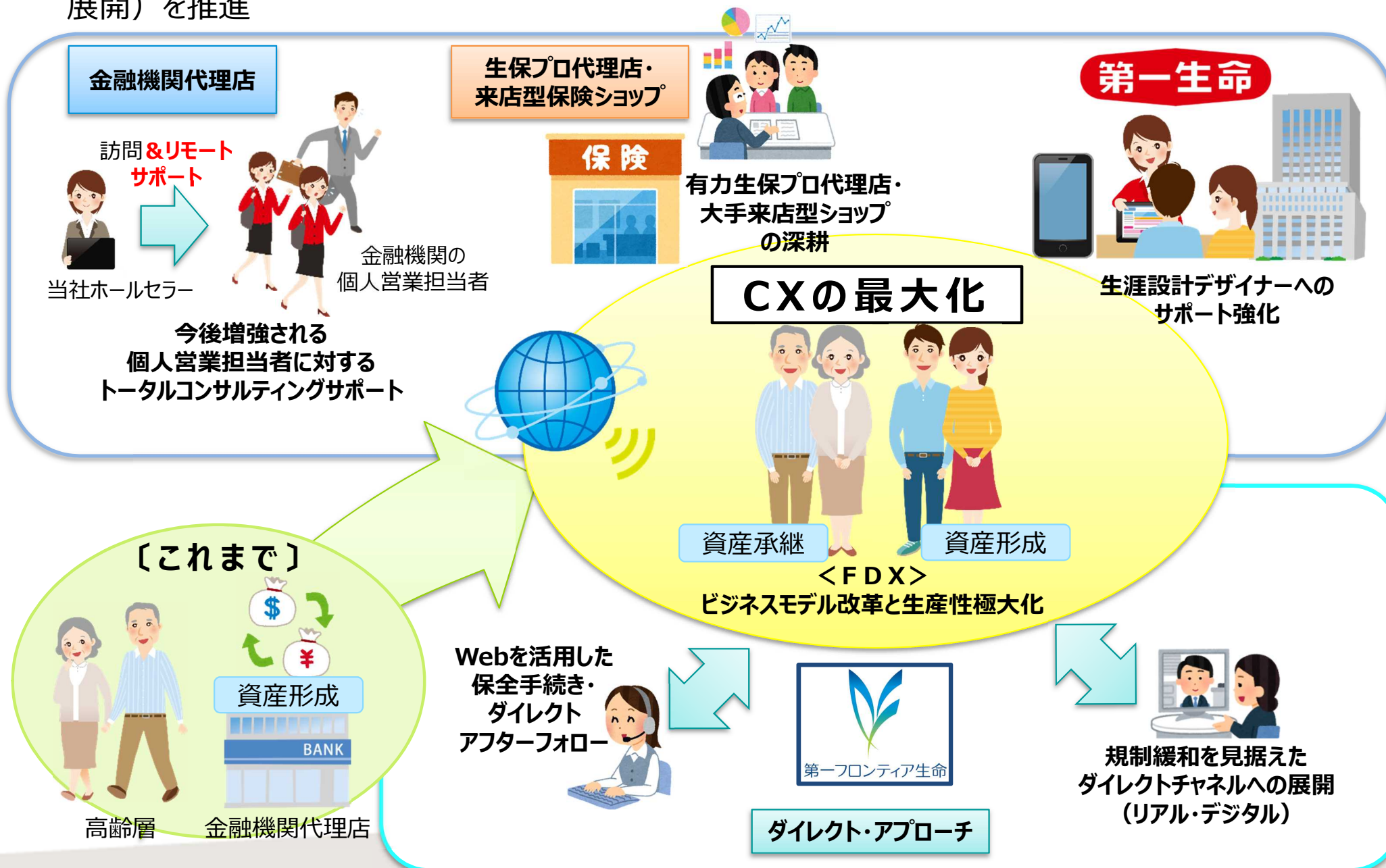
一時払年金・終身

資産承継ニーズへの対応

一時払養老・終身

チャネル展開の方向性

- ◆ お客さまのライフスタイルの変化や技術革新・規制緩和を背景とした、お客さまコンタクトの拡充（＝チャネル展開）を推進



デジタルを有効活用してリアルを強くする

FDXは「お客さま利便性の向上」「時間と距離を超える代理店サポート」

「アジャイルな商品・サービス開発」「社員の働き方改革」「固定費の削減」等の個別戦略実現の重要な原動力

お客さま

- お客さま接点のダイレクト化を推進
⇒Web手続き等の拡充
- 外部プラットフォームと連携した
お手続きのワンストップ化に対応

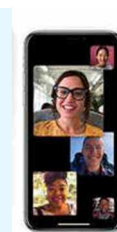


D F L



代理店

- デジタルを活用した代理店サポートの
レベルアップ・コンテンツ増強
- 本部からの高度な研修を全国に
リモート配信



- 現物事務から脱却しデジタル＆リモート化を推進

アジャイルな
商品・サービス開発の実現

固定費の削減

- システム基盤更改費用圧縮
- 事務コスト抑制 など

多様な働き方、 人財の更なる高度化をサポート

- 非対面コミュニケーションスキルの向上
- リモートワークの更なる推進
- 時短勤務者等の活躍 など

デジタルを活用した代理店サポート（フロンティア・カレッジ）

- ◆ スマホ・タブレットから当社商品等をいつでも・どこでも学習できる「**フロンティア・カレッジ**」を代理店に提供
- ◆ 2020年度においては、**新機能「勉強会Live配信」の導入や研修動画の大幅拡充等のリニューアルを実施**、採用代理店数も拡大

採用代理店数 拡大中

●採用代理店数

70代理店（2020年9月末）

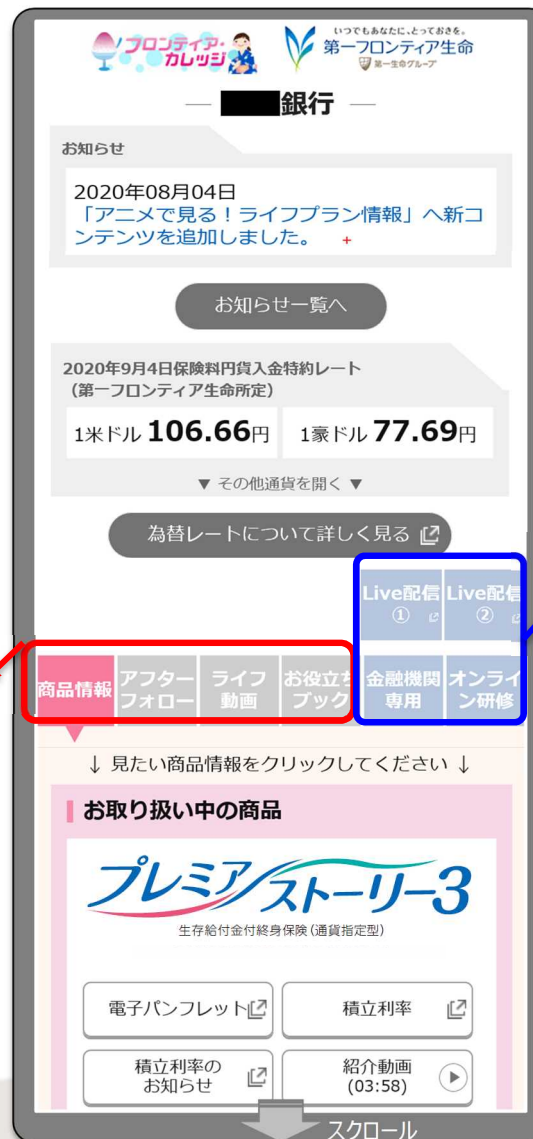
採用代理店は3月末の
37代理店から大幅増

■お客さま提示可能コンテンツ

- 資産形成・承継ニーズに関する情報提供ツール（動画・電子ブック）等



スマホ画面イメージ



■代理店専用コンテンツ

- 商品、提案手法、金融知識、税務等の研修動画
- **「勉強会Live配信」** 等

Live配信イメージ



豊富な情報に簡易アクセス可能で、
営業活用に加え、新任者・育休明け担当者の基礎学習など、教育・
育成用ツールとして好評

◆ 当社では、保険負債特性を踏まえた厳格なキャッシュフロー・マッチング運用・リスクコントロール態勢を構築

➤ マッチング運用による金利リスク抑制

- 資産・負債のデュレーションギャップは±5%程度

(参考) 米ドル建商品の資産・負債デュレーション

2020年9月末	資産	負債
米ドル建ファンド	8.8	9.1

➤ 分散投資強化等による信用リスクコントロール

- グループリソースを最大限に活用



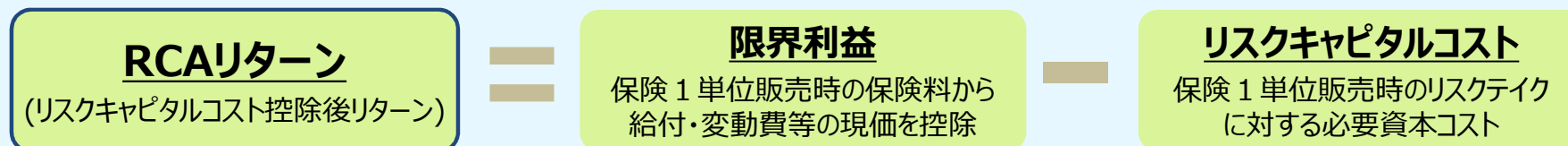
2018年11月 委託開始



2019年10月 委託開始

➤ 独自指標（RCAリターン）による、経済価値ベースでの厳格なリスクリターン・資本コスト管理

- 保険販売時の収益コントロールのため試行を繰り返し、2015年度から導入→ICS等を踏まえ毎年レベルアップ
- リスクテイクに対する資本コストを控除した、商品別リスクリターンをタイムリーに計測のうえ、厳格にプライシング



目指す方向性

外部環境

- ✓ 長期化する低金利環境
- ✓ 経済価値による監督規制への流れ

経済価値ベースでは
十分な健全性を維持
(安定的に170~200%を維持)

リスクマネジメント強化を通じた利益生産力
(RCAリターン率×販売量)の最大化

MVAによる
会計変動リスクの抑制

- 資本コストを上回るEV成長
- 次期中計期間中の累損解消
- 経済価値ベース資本管理の加速

リスクマネジメントの強化

- ◆ 超低金利環境下における魅力ある利率提供と事業成長の両立に向け、信用リスクテイクを強化（金利リスクは引き続き抑制）
- ◆ 適切なリスクマネジメントを通じ、利益生産力（販売額×RCAリターン率）の最大化を目指す

良質な銘柄選択、
投資先・銘柄分散の
拡大

➤ 米ドル投資拡大も見据え、外部委託の活用拡大

米ドルファンドの概要	18年9月末	20年9月末
資産残高	1.4兆円	2.9兆円
投資適格債占率	100%	100%
投資先数	156社	406社
うち外部委託(AMOne, JH)	0社	128社

今後の方向性

引き続き拡大見通し

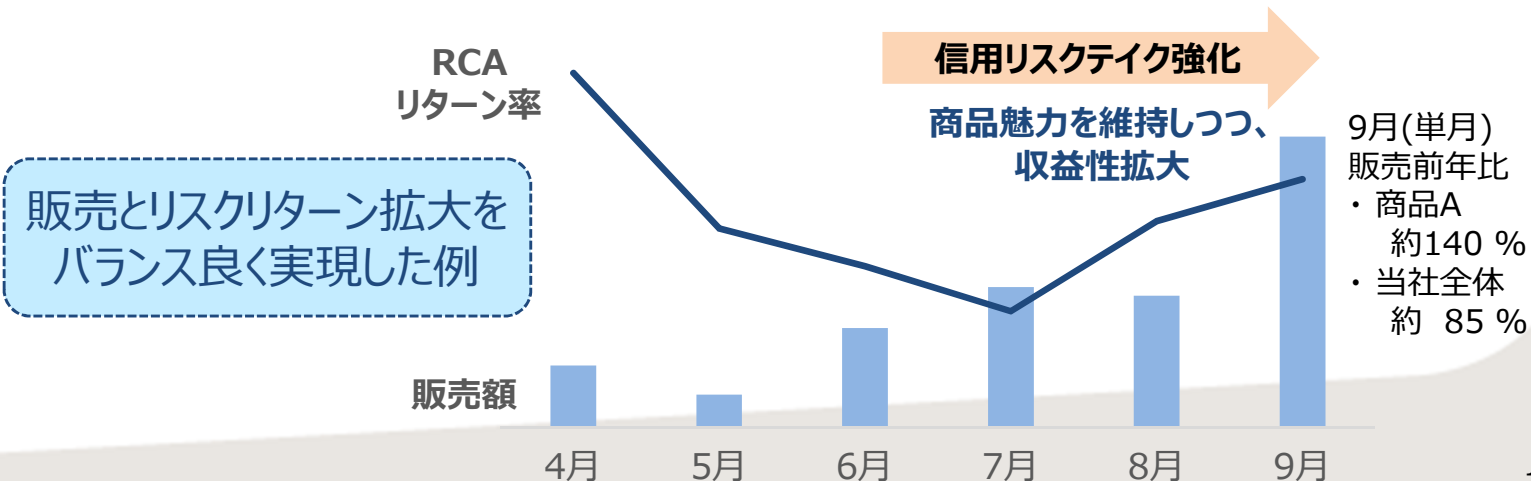
ポリシー継続

分散投資の更なる強化

RCAリターン
運営による厳格な
プライシング

➤ リスクリターンをタイムリーかつきめ細やかに計測・分析、手法の継続レベルアップ

- 当社主力商品Aの月別販売額・RCAリターン率の推移（20年度上期）



健全なリスクテイクにより
利益生産力を最大化

MVAによる会計変動リスクへの対応

- ◆ 適切なALMにより経済価値での金利変動リスクを抑制も、現行会計基準でMVAによる損益変動が発生
- ◆ 資産増加や金利変動により影響が拡大していることを踏まえ、従来からの取組みに加え、今後はグループ内再保への出再も活用し、財務の安定化を目指す

変動リスク抑制に向けた対応策の実行

当社における主な対応策(2019年度の実施例)

外部出再 (共同保険式)	出再ブロックの会計変動も含めた全リスクを社外移転 ※コスト水準や与信枠等を踏まえ実施
有価証券の 保有区分変更	豪ドルブロックにおいて責任準備金対応債券から、 その他有価証券への区分変更を実施
危険準備金の 取崩し	取崩し分をMVAに係る責任準備金繰入の財源に使用 ※取崩し分は今後のMVA戻入を踏まえ超過繰入予定



グループリソースを活用した対応策

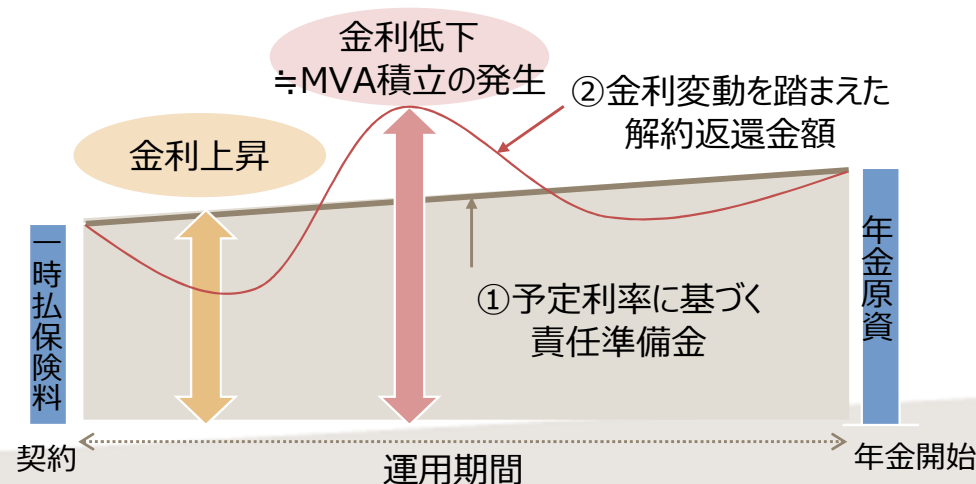
グループ内再保険会社*への新契約出再

- 出再ブロックの全リスクをグループ内再保へ移転
 - 資産・負債がともに時価評価されるため、金利変動の影響が整合的に財務会計に反映

**出再ブロックからMVA関連損益が発生せず、
会計上の必要資本が金利によらず安定化
⇒より効率的な資本コントロールが可能**

* 設立に関する関連当局からの認可取得を前提とします

(参考:MVAによる責任準備金繰入の発生イメージ)



- 各期末における会計上の負債評価額は、①または②の大きい金額となり、金利低下により②>①となる場合、差額の責任準備金の積立を実施
- MVAに係る責任準備金は、積立後の金利上昇や期間経過により取り崩され、運用期間満了時にはゼロとなるため、期間を通算すれば会計収支への影響はニュートラル

① 商品戦略

資産承継(相続・贈与)マーケットでの付加価値創造

- お客さまニーズの変化を捉えた資産承継・長期積立型商品の拡充

② 営業・チャンネル戦略

お客さまコンタクト(チャネル展開)・代理店サポートの多様化・高度化

- 金融機関中心ながらも、生保プロ代理店・来店型ショップ・ダイレクト販売等多様化を推進
- 代理店へのトータルコンサルティングサポート
- ダイレクトアフターフォローによる価値提供

③ FDX

デジタルを有効活用しリアルを強くする

- デジタルを活用した代理店サポートのレベルアップ
- Web手続き等の拡充、外部プラットフォームとの連携
- アジャイルな商品・サービス開発、固定費の削減

④ 財務・運用戦略

リスクマネジメント強化を前提とした利益生産力の最大化

- 「RCAリターン」を活用した厳格なリスク・リターン管理
- 低金利環境長期化を踏まえた信用リスクテイク
- 財務・健全性の安定化へのグループ内再保等の取組み

「コンサルティング・デジタル・ダイレクト」をベースに持続的な利益・企業価値成長へ

参考資料

資産承継（相続・贈与）商品の提供

- ◆ 高齢化を背景に高まるお客さまの資産承継ニーズに対応し、2020年度より「プレミアプレゼント2」、
「プレミアストーリー3」を提供開始

お客さまニーズ



<相続・生前贈与件数の予測>

	2019年	2023年	2030年
相続件数	138万件	148万件	161万件
生前贈与件数	209.7万件	229.8万件	269.5万件

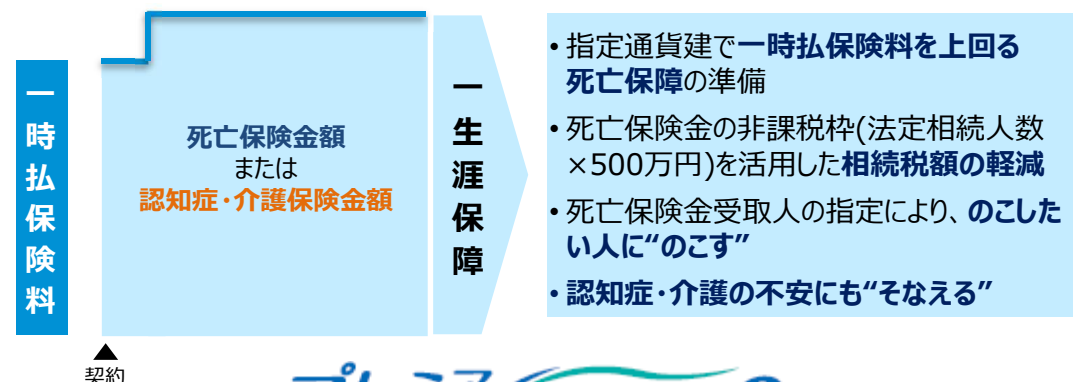
(出所)国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(H29年推計)」等より
第一フロンティア生命作成

当社の商品提供

プレミアプレゼント2 2020/7~

大切なご家族のためにご資産を“のこす”(相続)

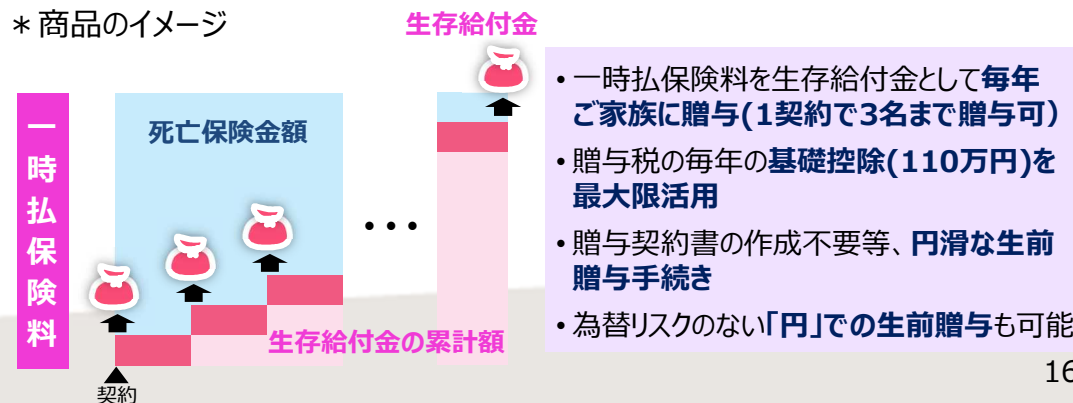
* 商品のイメージ



プレミアストーリー3 2020/11~

大切なご家族へご資産を“つなぐ”(生前贈与)

* 商品のイメージ

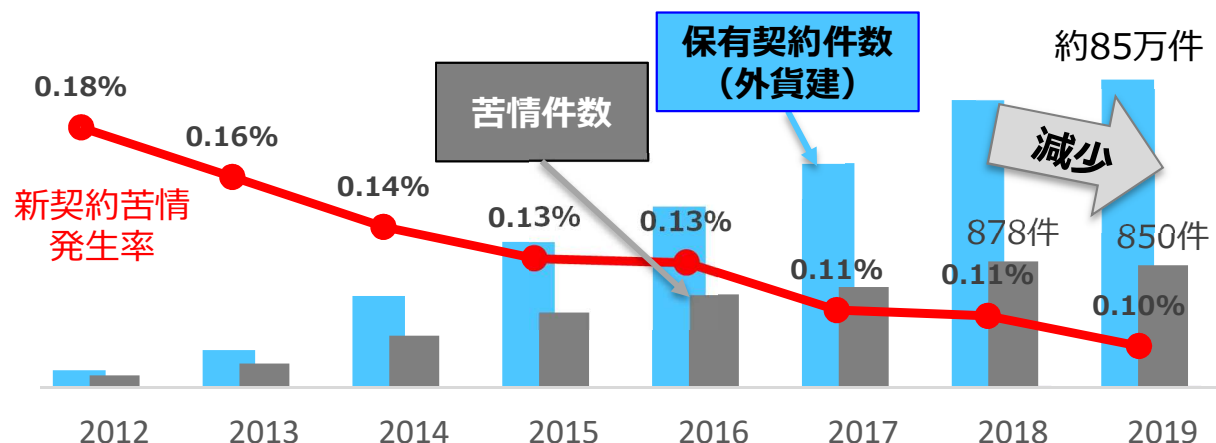


- ◆ 販売・保有の増加に伴い、苦情件数も増加してきたものの、各種取組みの効果として2019年度は減少
- ◆ 契約から6ヵ月以内に発生する苦情件数は大幅に減少（募集時における説明不十分に起因する苦情の縮減に注力し、適合性確認やF Dの取組みを強化したことが奏功）
- ◆ 今後も、適合性確認の更なる強化や、適時・適切なアフターフォロー等を推進

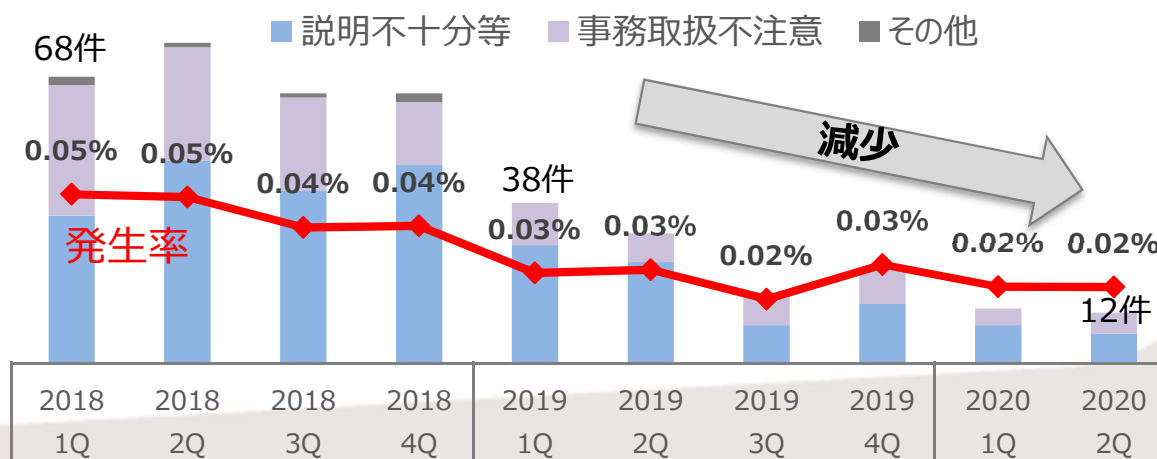
これまでの取組み

- ・ お客さまへの情報提供の充実
- ・ 高齢者募集ルールの強化
- ・ 意向・適合性確認の強化
- ・ 代理店への金融ジェロントロジー研修
- ・ 代理店とのFD推進協議会の実施
- ・ 共同GWを通じた代理店への契約データ定期提供（アフターフォロー強化）etc

保有契約件数・新契約関係苦情件数（銀行等代理店に起因するもの）



うち、契約後6ヵ月以内に発生したもの



これからの取組み

- ・ 適合性確認の更なる強化
- ・ 適時・適切なアフターフォローの推進（ダイレクトアフターフォローの態勢整備）etc

小中学生、大学生の金融リテラシー教育の推進

- 小中学生に対する金融リテラシー教育を目的として当社が自主開発した「**ライフシミュレーションゲームFrontier World**」が姫路市にて採用される
⇒全国の自治体・学校・金融機関（若手研修）・第一生命へ展開中
- 早稲田大学のゼミナール「大隈塾」への寄付講座の実施



ESG投資の推進

- 2017年以降、SDGs債への投資を開始
累計投資実績：41件1,150億円（2020年9月迄）
- 世界初となる廃プラスチック削減債への投資を第一生命と共同実施（2020年7月）



女性活躍推進

- 地域金融機関の女性支店長など、各地域で活躍している女性リーダー層の交流会を実施し、意見交換・人脈作りをサポート

2017年度より実施 <累計参加者> 64金融機関／211名



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。