



慶應義塾大学ビジネス・スクール

ライフネット生命保険株式会社

5

—ビジネスプラン—

ライフネット生命は、業界最大手の日本生命保険を中途退職した出口氏が立ち上げたベンチャーである。これは日本の生命保険業界において、74年ぶりとなる国内外の保険会社を親会社としない独立系企業の新規参入だった。インターネット専門の保険会社としては2番目、SBIアクサ生命（現アクサダイレクト生命）から1ヵ月遅れての参入だった。

10

日本の生命保険業界

15

日本は生命保険大国である。日本における生命保険の年間払込保険料は一世帯あたり平均で42万円、年齢層別にみると、50歳代の50万円をピークに、もっとも低いのが29歳以下の20万円、70歳以上でも38万円程度支払っている。たとえば25歳で生命保険に加入して75歳まで支払う総額は約2千万円になる。生命保険が住宅の次に高額な買い物と言われるゆえんである。また、世帯年収にしめる払込保険料の割合は平均で8.0%、若い世代ほどその割合は低く、逆に60歳代の比率がもっとも高い。つまり保険が必要な世代ほど備えが十分ではない。

20

日本の生命保険市場の規模が大きくなった要因は、戦後の国策に応じて、生命保険会社のセールスレディ（営業職員）が営業力をフルに発揮したことによるものである。日本の特色は（1）強力で高コストの1社専属の女性セールスからなる販売チャネルによって普及してきたこと、（2）そのビジネスモデルを維持するために、手数料の高い商品をつくらうとするインセンティブが生命保険会社に働いたこと、（3）他社との比較を難しくするような複雑な商品を作り出したこと、（4）その高い価格のために普通の人や若い人が気軽に加入できないこと、そして（5）営業職員でさえ理解できないくらい多くの商品

25

本ケースは出口治明氏（ライフネット生命保険株式会社代表取締役会長兼CEO）の承諾を得て慶應義塾大学ビジネス・スクールのクラス討議資料として磯辺剛彦が作成した。ライフネット生命保険株式会社が作成したビジネスプランのうち市場分析と経営戦略に関する部分を転載している。なお一部は可視性のためにオリジナルと異なっている。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は<http://www.kbs.keio.ac.jp/>へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 磯辺剛彦（2015年9月作成）