

2018年度決算 説明資料

2019年5月24日

 **朝日生命保険相互会社**

2018年度決算のポイント

2018年度決算は増収減益

- 保険業績は、各種新商品効果により新契約が大幅に伸展し、当社が注力する「保障性商品」の保有契約も着実に増加。
- 基礎利益は、新契約業績の伸展に伴う初期費用の増大などにより減少。逆ざや額は着実に改善。

2018年度 of 取組みについて (トピックス)

営業職員チャネルの業績が伸展

- 2018年3月に発売した経営者向け商品「グランドステージ」、同年4月に発売した「通院保障特約」による医療保険、同年10月に発売した「あんしん介護 要支援保険」の販売が好調に推移したことにより、営業職員チャネルの業績は大きく伸展しました。

代理店チャネルの業績も着実に伸展

- 保険ショップ等において2018年4月に商品改訂を行った7大疾病保険「スマイルセブンSuper」の販売が好調に推移したことにより、代理店チャネルの業績も着実に伸展しました。



介護保険新契約件数は着実に伸展

- 2018年10月に発売した「あんしん介護 要支援保険」は販売計画を大幅に上回り、2018年度の介護保険新契約件数は着実に伸展しました。



資産運用の高度化を推進

- 2019年3月に、仏国の大手資産運用会社ナティクシス・インベストメント・マネージャーズ社と資産運用面の関係強化について合意しました。今後は同社の運用商品の活用、同社へのトレーニー派遣などを通じて、資産運用業務の更なる強化を図ります。
- また、同社のリソースを積極的に活用すること等により、ESG投融資を更に推進します。(2019年4月国連責任投資原則(PRI)に署名)

その他の取組み

- 2018年9月に、劣後債海外市場において米ドル建永久劣後債4.3億米ドル(約480億円)を発行する等、財務基盤の一層の充実を図りました。
- 2019年3月に、お客様への健康増進支援サービスの提供、ヘルスケア型保険の開発・提供等に向け、DeNA社と業務提携に合意しました。

1. 業績の状況(個人保険・個人年金保険)

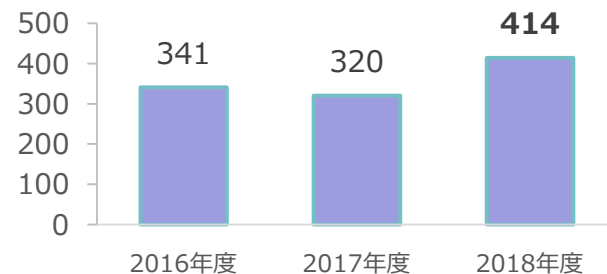
- ◆ 新契約年換算保険料は、前年度比129.3%と伸展しました。
- ◆ 消滅契約年換算保険料(解約+失効+減額-復活)は、前年度比103.5%と増加しました。
- ◆ 保有契約年換算保険料は、前年度末比101.5%と伸展しました。

新契約の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			前年度比	
新契約年換算保険料	341億円	320億円	414億円	129.3%
うち新規契約	283億円	272億円	375億円	137.7%
うち転換純増加	57億円	48億円	39億円	81.7%
うち第三分野	266億円	215億円	174億円(※)	81.0%

(※)経営者向け保険の主力商品が第三分野商品から第一分野商品に変わったため

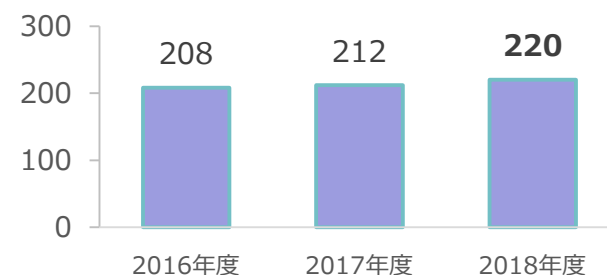
(億円)



消滅契約の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			前年度比	
消滅契約年換算保険料 (解約+失効+減額-復活)	208億円	212億円	220億円	103.5%
うち解約・失効契約	190億円	194億円	201億円	103.9%
対年度始消滅率	3.87%	3.97%	4.13%	+0.17ポイント

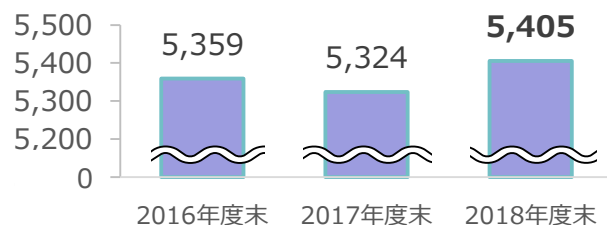
(億円)



保有契約の状況

区分	2016年度末	2017年度末	2018年度末	
			前年度末比	
保有契約年換算保険料	5,359億円	5,324億円	5,405億円	101.5%
うち第三分野部分	1,978億円	2,063億円	2,102億円	101.9%
構成比	36.9%	38.8%	38.9%	+0.1ポイント

(億円)



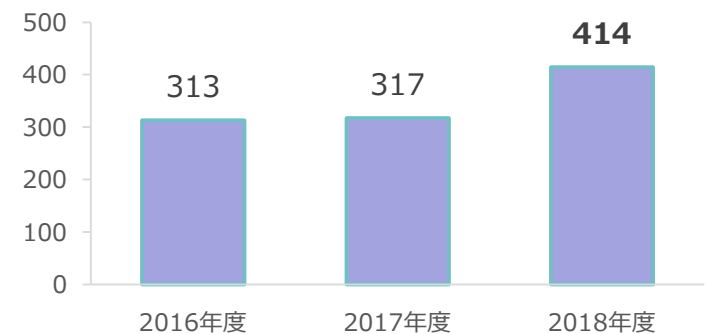
2. 保障性商品の業績の状況

- ◆ 保障性商品の新契約年換算保険料は、前年度比130.7%と伸展しました。
うち、営業職員チャネルは、主に経営者向け商品「グランドステージ」の好調等により、前年度比134.3%と大きく伸展し、代理店チャネルも前年度比109.1%と着実に伸展しました。
- ◆ 保障性商品の保有契約年換算保険料は、前年度末差+185億円と着実に増加し、2014年度に増加トレンドに転じて以来、順調に伸展を続けています。

保障性商品の新契約の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			前年度比	
新契約年換算保険料	313億円	317億円	414億円	130.7%
うち営業職員チャネル(※)	273億円	272億円	366億円	134.3%
うち代理店チャネル	40億円	44億円	48億円	109.1%

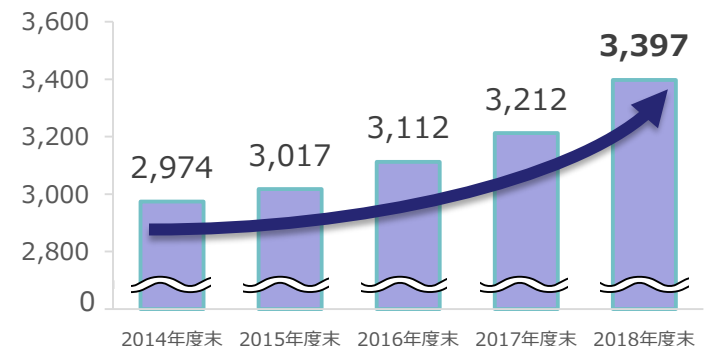
(億円)



保障性商品の保有契約の状況

区分	2016年度末	2017年度末	2018年度末	
			前年度末差	
保有契約年換算保険料	3,112億円	3,212億円	3,397億円	+185億円
うち営業職員チャネル(※)	3,032億円	3,100億円	3,255億円	+154億円
うち代理店チャネル	80億円	111億円	142億円	+31億円

(億円)



(※) 営業職員チャネルには、代理店経由での法人契約を含みます。

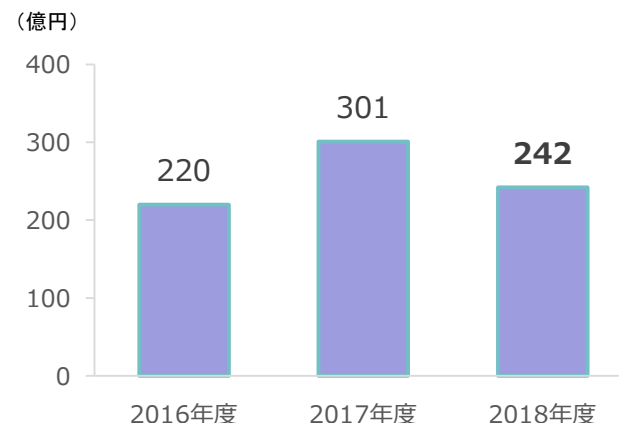
(注) 保障性商品とは、貯蓄性商品を除く、死亡保障および医療保障・介護保障・代理店で販売している無配当団体医療保険等の第三分野の合計です。

3. 収益の状況

- ◆ 基礎利益は、242億円となり、前年度と比べ58億円減少しました。
- ◆ うち、保険関係損益は、新契約業績の伸展に伴う事業費支出の増加、死亡保険金の支払額の増加（前年度の反動）等により、前年度と比べ89億円減少しました。
- ◆ 利差損益（逆ざや額）は、予定利息の減少等により、前年度と比べ31億円改善しました。

基礎利益の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			2018年度	対前年度増減
基礎利益	220億円	301億円	242億円	△58億円
保険関係損益	842億円	879億円	789億円	△89億円
利差損益（逆ざや額）	△621億円	△577億円	△546億円	+31億円



<参考①> 保険料等収入の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			2018年度	対前年度増減
保険料等収入	3,837億円	3,849億円	3,967億円	+117億円

<参考②> 経常利益・当期純剰余の状況

区分	2016年度	2017年度	2018年度	
			2018年度	対前年度増減
経常利益	389億円	375億円	246億円(※)	△129億円
当期純剰余	292億円	259億円	162億円	△97億円

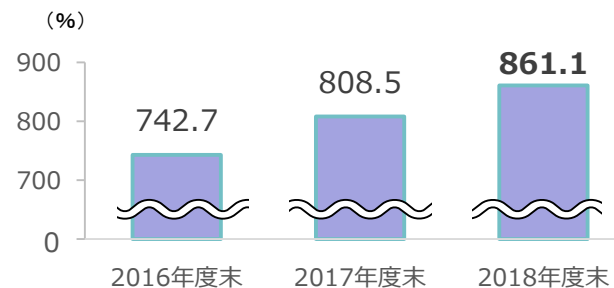
(※) 基礎利益の減少に加え、キャピタル損益が減少

4. 財務の状況

- ◆ ソルベンシー・マージン比率は、前年度末に比べ52.6ポイント上昇し、861.1%となりました。
- ◆ 実質純資産額は、前年度末に比べ642億円増加し、10,524億円となりました。

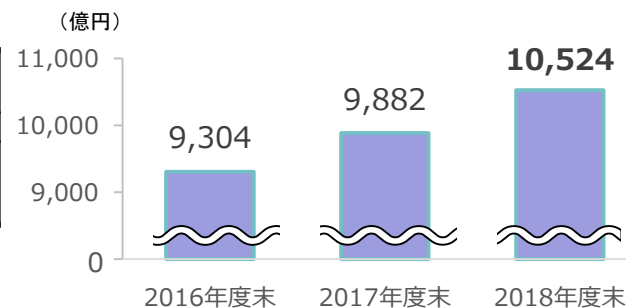
ソルベンシー・マージン比率の状況

区分	2016年度末	2017年度末	2018年度末	
			対前年度末増減	
ソルベンシー・マージン比率	742.7%	808.5%	861.1%	+52.6ポイント



実質純資産額の状況

区分	2016年度末	2017年度末	2018年度末	
			対前年度末増減	
実質純資産額	9,304億円	9,882億円	10,524億円	+642億円



<参考>有価証券の含み損益
有価証券の含み損益の状況【一般勘定】(有価証券のうち時価のあるもの)

区分	2016年度末	2017年度末	2018年度末	
			対前年度末増減	
有価証券全体	4,647億円	4,510億円	5,089億円	+578億円
うち国内株式	1,118億円	1,521億円	1,309億円	△212億円
うち国内債券	3,458億円	3,091億円	3,474億円	+382億円
うち外国証券	36億円	△123億円	298億円	+422億円
うちその他の証券	△3億円	△10億円	△25億円	△14億円

【参考】中期経営計画の進捗状況

中期経営計画「TRY NEXT～成長を実現し、未来を創る～」における経営戦略目標の進捗

中期経営計画における経営戦略目標の各項目実績については順調に推移しています。

- 個人のお客様数は年始差+1.8万名、企業のお客様数は年始差+0.2万社と着実に伸展しました。
- 保障性商品の保有契約(年換算保険料)は年始差+185億円と大幅に伸展しました。また、うち個人保険については年始差+7億円と伸展しました。
- 介護保険の新契約件数は2018年10月に発売した「あんしん介護 要支援保険」の販売が好調に推移したことにより、10万件(前年比104%)と伸展しました。

経営戦略目標の進捗状況

		2020年度目標	2018年度末の状況
お客様数	個人のお客様数	258万名	253.6万人 (年始差: +1.8万名)
	企業のお客様数	4.3万社	4.2万社 (年始差: +0.2万社)
保障性商品の保有契約 (年換算保険料)		3,470億円	3,397億円 (年始差: +185億円)
	うち個人保険(※)	2,830億円	2,740億円 (年始差: +7億円)
介護保険	新契約件数	9.8万件	10万件 (前年比: 104%)

(※)経営戦略目標における個人保険とは、保障性商品のうち、営業職員が個人のお客様に販売した保険と個人マーケット向け代理店が販売した保険の合計です。