

2023年6月29日
株式会社LHL

お客様本位の業務運営に関する取組結果の公表について

株式会社LHL（以下、「当社」）は、2022年度（2022年4月～2023年3月）におけるお客様本位の業務運営に関する取組結果を公表いたします。

当社は、今後も引き続き、健全な経営に徹するとともに、高い倫理観と良き企業市民意識を持ち、各種業務運営において、常にお客様本位で考え抜き、お客様に誠実かつ真摯に向き合っております。

取組結果1. お客様本位の業務運営

- ・当社および当社グループ代理店が、①お客様から選ばれる存在であるか、②お客様に高いレベルのサービスを提供できているか（当社グループと取引したい、取引を続けたいとお客様に思っただけにしているか）、を総合的に判断するための指標（KPI）として、下記項目を設定し、公表いたします。

<Webマーケティング事業に係る指標（KPI）>

LHL

○「保険相談ニアエル」閲覧者数

- ・「保険相談ニアエル」閲覧者数は、Webを通じた保険相談に関する情報・サービス提供を行う当社の個社事業領域において、お客様のご意向・ニーズに沿った情報・サービスを適切かつ機動的に提供できているかを表す指標と考えております。
- ・2022年度は、保険加入・見直しを検討されるお客様のニーズに即したサイト運営に努め、ページ表示速度の改善や予約フォームの変更等を実施し、操作性や視認性の向上が進みました。閲覧者数については前年度と概ね同水準を維持しております。
- ・今後も、保険相談に関するニーズの高いお客様をはじめとするより多くのお客様に閲覧・利用いただける情報・サービスの提供を目指してまいります。

	2022年度	2021年度	2020年度
「保険相談ニアエル」 閲覧者数	約159万人	約145万人	約153万人

※2022年度：2022年4月～2023年3月 2021年度：2021年4月～2022年3月

2020年度：2020年4月～2021年3月

※今年度公表の数値より、保険相談に直結しないサイトの閲覧数については除外しております。

LHL

○「保険相談ニアエル」掲載代理店店舗数

- ・「保険相談ニアエル」に掲載する代理店店舗数は、より多くのお客様に、ご意向に即した代理店・店舗で満足度の高い保険相談を行っていただくための起点となるサービスレベルを表す指標と考えております。
- ・2022年度については、代理店情報掲載に関する規約改定を実施し、取引実績のない代理店を中心に掲載店舗数は減少しましたが、今後も、更に多くのお客様をサポートすべく、より一層の掲載代理店店舗数の増加と掲載地域の拡大を目指してまいります。

	2022年度	2021年度	2020年度
「保険相談ニアエル」 掲載代理店店舗数	1,449店	1,775店	1,690店

※2022年度：2023年3月末 2021年度：2022年3月末 2020年度：2021年3月末

<保険募集代理店事業に係る指標（KPI）>

*特に記載がない限り、当社に加え、当社の子会社である株式会社ライフサロン、株式会社ライフプラザパートナーズ、株式会社ほけんの110番の合算値です。

LHLグループ

○新契約取扱件数

- ・お預かりする契約の数は、当社および当社グループ代理店の、お客様との接点の広がりやお客様からいただいた信頼を表す指標と考えております。
- ・2022年度は、各社において、募集人人数や店舗数の拡大、お客様本位の募集活動の推進に取り組みました。結果、生命保険、損害保険ともに増加しております。
- ・今後も、提案品質の向上とともに、より多くのお客様への提案を目指してまいります。

	2022年度	2021年度	2020年度
新契約 取扱件数	(生命保険) 約 10.8万件 (損害保険) 約 27.0万件	約 9.6万件 約 26.6万件	約 8.9万件 約 24.0万件

※2022年度：2022年4月～2023年3月 2021年度：2021年4月～2022年3月
2020年度：2020年4月～2021年3月

LHLグループ

○生命保険契約継続率

- ・ご加入いただいた生命保険契約の継続状況は、お客様のご意向を踏まえた提案やご加入後のアフターフォロー等を通じてお客様にご満足いただいているかどうかを表す指標と考えております。
- ・2022年度についても、引き続き、お客様へのきめ細かいフォローを進めた結果、前年度と概ね同水準を維持しております。
- ・今後も、新契約件数だけでなく、その後の継続状況のモニタリングを通じ、より一層の提案品質の向上や丁寧なアフターフォローに努めてまいります。

	2022年度	2021年度	2020年度
生命保険 契約継続率	(13ヶ月目) 96.4%	96.3%	96.3%
	(25ヶ月目) 91.8%	91.9%	92.1%
	(37ヶ月目) 86.2%	86.6%	86.6%

※2022年度：13ヶ月目：2021年4月～2022年3月契約の13ヶ月目継続率

25ヶ月目：2020年4月～2021年3月契約の25ヶ月目継続率

37ヶ月目：2019年4月～2020年3月契約の37ヶ月目継続率

※2021年度：13ヶ月目：2020年4月～2021年3月契約の13ヶ月目継続率

25ヶ月目：2019年4月～2020年3月契約の25ヶ月目継続率

37ヶ月目：2018年4月～2019年3月契約の37ヶ月目継続率

※2020年度：13ヶ月目：2019年4月～2020年3月契約の13ヶ月目継続率

25ヶ月目：2018年4月～2019年3月契約の25ヶ月目継続率

37ヶ月目：2017年4月～2018年3月契約の37ヶ月目継続率

※株式会社LHLについては含まず

LHLグループ

○損害保険契約更改率

- ・満期到来した損害保険契約に係る当社グループ代理店での更改状況は、ご加入・前回更改後のアフターフォロー等を通じてお客様にご満足いただいているかどうかを表す指標と考えております。
- ・2022年度についても、引き続き、お客様へのきめ細かいフォローならびに適時適切な情報のご案内に取り組んだ結果、前年度と同水準を維持しております。
- ・今後も、新契約件数だけでなく、その後の継続状況のモニタリングを通じ、より一層の提案品質の向上や丁寧なアフターフォローに努めてまいります。

	2022 年度	2021 年度	2020 年度
損害保険 契約更改率	93.4%	93.0%	93.0%

※2022 年度：2022 年 4 月～2023 年 3 月満期到来契約の更改率（全商品）

※2021 年度：2021 年 4 月～2022 年 3 月満期到来契約の更改率（全商品）

※2020 年度：2020 年 4 月～2021 年 3 月満期到来契約の更改率（全商品）

※株式会社 L H L については含まず

L H L グループ

○お客様の声件数

- ・「お客様の声」は、当社および当社グループ代理店が真摯にまた適切にお客様本位の業務運営に取り組んでいるかどうかを表す指標と考えております。
- ・2022 年度は、各社でお客様の声を共有し、改善取組を進めており、募集人を起因とする申出は減少している状況にある一方、コロナによる保険会社への給付金に関する問い合わせが増加したこと等の影響もあり、お客様の声件数（ご不満件数）は前年度より増加しております。引き続き、お客様の声を継続的に収集・分析し、改善に向けた対応を誠実かつ迅速に行うとともに、お客様の声を大切にし、学び、業務運営の改善に努めてまいります。

	2022 年度	2021 年度	2020 年度
お客様の声 件数 (ご不満件数)	1,238 件	1,062 件	1,140 件

※2022 年度：2022 年 4 月～2023 年 3 月

2021 年度：2021 年 4 月～2022 年 3 月

2020 年度：2020 年 4 月～2021 年 3 月

※株式会社 L H L については含まず

L H L グループ

○お客様満足度

- ・お客様満足度は、当社および当社グループ代理店のお客様本位の業務運営の取組の定着度合いを客観的に測るための総合的な評価を表す指標であると考えております。
- ・各種業務運営を適切にお客様本位で行えているかをお客様に評価いただき、業務運営の改善・向上に活かすべく、総合的な満足度に関するお客様アンケートを実施しております。
- ・2022 年度は、アンケートに回答いただいた大半のお客様より、高い評価をいた

- だいており、前年度と概ね同水準を維持しております。
- ・今後もすべてのお客様に高い満足度を実感いただけるよう、業務運営の改善に努めてまいります。

	2022 年度	2021 年度
お客様満足度	98.6%	99.1%

※2022 年度：2022 年 4 月～2023 年 3 月

※2021 年度：2021 年 4 月～2022 年 3 月

※5 段階アンケートでの 4 点・5 点の回答数を分子、回収数を分母として算出した数値

※株式会社 LHL については含まず

- ・今後も、これらの指標の中長期的なトレンドに基づき、お客様本位の業務運営の取組状況・定着度合いの定期的な検証・見直しを行い、お客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

※上記に掲載の数値については、当社における概念・定義に基づいて算出しております。

※当指標は、金融庁から公表された『顧客本位の業務運営に関する原則』定着に向けた取組み」を踏まえて設定しております。

取組結果 2. Web サイトを通じた適切な保険募集代理店情報等の提供、 保険相談のサポート

LHL

- ・当社は、お客様が代理店でより満足度の高い保険相談・加入を行っていただくために、利便性の高い Web サイトを通じて機動的かつ幅広い情報提供を行うこと、また、お客様自身がニーズに即した情報・代理店を適切かつ効率的に選択できるよう、お客様の考え方や行動を重視した情報・サービスの提供を行ってまいりました。
- ・具体的には、当社の Web サイトを通じ、お客様のご意向に沿った店舗を見つけていただき、満足度の高い保険相談を行っていただけるよう、「保険相談ニアエル」への掲載代理店店舗数の拡大や Web サイトの機能性・利便性向上に取り組んでまいりました。
- ・なお、前述の理由により掲載代理店店舗数は減少したものの、予約入力フォームの改善等、よりお客様目線でのサイト構築に努めました。
- ・また、お客様により多くの店舗情報を比較いただき、具体的なイメージを持って店舗を選び、不安・不便なく相談予約を行っていただけるよう、掲載代理店店舗に関する情報の充実にも取り組んでまいりました。
- ・具体的には、ご利用いただいたお客様からの口コミ評価の収集や店舗情報（店舗の特徴やアクセス、店舗・スタッフ写真等）の充実等、掲載代理店と協同しつつ、サービ

ス・コンテンツの拡充に継続的に取り組みました。また、相談予約を受け付けるコールセンターの運営についても、お客様の声などを踏まえて継続的に改善してまいりました。

取組結果 3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案

LHL

- ・当社は、Web サイトを通じた保険商品の募集や代理店店舗等での保険商品の募集にあたっては、お客様に商品内容等を正しくご理解いただくための適切かつわかりやすい情報提供と、法令等を遵守した適切な保険募集活動を行ってまいりました。
- ・具体的には、Web サイト「保険ノリアル」を通じて、幅広い保険商品をお客様にご紹介し、かつ、各商品内容等をよりわかりやすくお客様にお伝えすることで、十分にご理解・ご納得いただいたうえで保険商品を選んでいただけるよう、各商品ページの品質向上と内容充実に取り組んでまいりました。
- ・また、各子会社にて実施するコンプライアンス委員会への参加や、グループ全体でのコンプライアンス関係の会議の実施等を通じ、各子会社における保険募集の適切性の確認、体制・運営の改善・強化に向けた協議等を行ってまいりました。

取組結果 4. お客様の声を経営に活かす取組

LHL

- ・当社は、お客様から寄せられたご不満等を速やかに把握し、改善に向けた対応を迅速に行うよう、担当所管・コールセンターにおける受付・対応体制の実効的な運営に努めるとともに、ご不満等をお受けした際は、全件、コンプライアンス委員会にて共有し、発生原因や再発防止策を確認・協議する態勢を運用してまいりました。

LHLグループ

- ・また、各子会社にて受け付けたご不満等についても、当社グループ全体でのコンプライアンス関係の会議等で典型的に共有のうえ、発生原因や再発防止策を確認・協議し、各社の業務改善に取り組んでまいりました。

取組結果 5. 利益相反の適切な管理

LHL

- ・当社は、お客様の利益の保護に万全を尽くすため、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引・サービス（利益相反の可能性のある取引・サービス）を適切に把握・管理するための体制を整備してまいりました。
- ・前述のとおり、「保険相談ニアエル」には、当社グループ代理店も含む多くの代理店の店舗を掲載しておりますが、共通の評価基準に基づいて各種表示を行うことで、よ

り多くのお客様に幅広く保険代理店の情報収集・比較を行っていただけるよう取り組んでまいりました。

LHLグループ

- ・また、当社のWebサイト「保険ノリアル」および当社グループ代理店において、グループ会社以外の複数の保険会社と代理店委託契約を締結し、様々な商品ラインナップを揃えることで、お客様の多様なニーズにお応えできるよう取り組んでまいりました。
- ・今後も、当社および当社グループ代理店が適切な保険募集を行っているか、定期的な点検を行い、誠実かつ迅速に対応する体制を整えてまいります。

取組結果6. 方針の浸透に向けた取組

LHL

- ・当社は、事業ビジョンや、「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向けて、当方針制定以降、役員から全社員に対して主旨・内容を丁寧に語りかけることを通じて、全社員が常に“お客様本位”を心がけて各種事業・業務を行うよう、方針の浸透に取り組んでまいりました。

LHLグループ

- ・当社および当社子会社は、社員が保険代理店や保険商品等への理解を更に深めるとともに、お客様のご意向に即した情報・サービス提供を行えるよう、全社員に向けた情報提供、教育・指導等を行ってまいりました。当社では、定例会議や各種研修等の場において、当社子会社では社員のスキル・経験に応じた層別研修会等において、継続的な取組を進めております。

今後も、お客様本位の業務運営の取組状況・定着度合いについて定期的に検証・見直しを行い、お客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

○金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7（これらに付されている(注)含む）のなかで、「非該当」としている項目の理由

■原則5の(注2)

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである。

((注2)～(注5)は手数料等の情報を提供する場合においても同じ)。

について、代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していないため、「非該当」としております。

■原則6の(注2)

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。

について、代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していないため、「非該当」としております。

■原則6の(注3)

金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。

について、代理店として金融商品の組成は実施していないため、「非該当」としております。

なお、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との「対応関係表」は下記に掲載しております。

<https://www.lhl.co.jp/document/FSA-Principles-20230629.pdf>

以上