

2024年6月28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、2023年度（2023年4月～2024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まいります。

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（以下「グループ各社」）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・ニーズに沿う情報・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。
- ・2023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るべく、予約カレンダー機能の改善や地図からの店舗検索等、サイトの操作性や視認性の向上に向けた種々の取組を行いました。また、サイト内の情報を充実させるとともに、タイムリーな情報発信にも努めてまいりました。しかしながら、競争激化や保険選びの経路が多様化するなか、閲覧者数については前年度から減少しております。今後は、お客様のニーズに幅広く対応すべくサービスを充実させ、お客様の期待により一層応えられるよう努めてまいります。

	2023 年度	2022 年度	2021 年度
「保険相談ニアエル」 閲覧者数	約 90 万人	約 159 万人	約 145 万人

※2023 年度：2023 年 4 月～2024 年 3 月 2022 年度：2022 年 4 月～2023 年 3 月
2021 年度：2021 年 4 月～2022 年 3 月

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けるよう、お客様との豊富な接点の提供を表す指標と考えております。
 - ・2023 年度は、大型代理店の新規掲載により、掲載代理店店舗数は大幅に増加し、掲載エリアが拡大したことで、お客様の保険代理店選びがさらに充実しました。なお、「保険相談ニアエル」は、保険ショップの検索・予約サイト部門の「掲載店舗数」および「口コミ数」において引続き No.1※を獲得しております。
- ※日本マーケティングリサーチ機構による調査（2023 年 11 月 1 日時点）

	2023 年度	2022 年度	2021 年度
「保険相談ニアエル」 掲載代理店店舗数	2,045 店	1,449 店	1,775 店

※2023 年度：2024 年 3 月末 2022 年度：2023 年 3 月末 2021 年度：2022 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、当社およびグループ各社の合算値です。

LHLグループ

○新契約取扱件数

- ・お預かりする契約の数は、当社およびグループ各社の、お客様との接点の拡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。
- ・2023 年度は、グループ各社において、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。

	2023年度	2022年度	2021年度
新契約 取扱件数	(生命保険) 約 11.8 万件 (損害保険) 約 29.1 万件	約 10.8 万件 約 27.0 万件	約 9.6 万件 約 26.6 万件

※2023年度：2023年4月～2024年3月 2022年度：2022年4月～2023年3月
2021年度：2021年4月～2022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。
- ・2023年度は、前年度より若干悪化しております。
- ・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。

	2023年度	2022年度	2021年度
生命保険 契約継続率	(13ヶ月目) 95.4% (25ヶ月目) 91.6% (37ヶ月目) 85.3%	96.4% 91.8% 86.2%	96.3% 91.9% 86.6%

※2023年度：13ヶ月目：2022年4月～2023年3月契約の13ヶ月目継続率
25ヶ月目：2021年4月～2022年3月契約の25ヶ月目継続率
37ヶ月目：2020年4月～2021年3月契約の37ヶ月目継続率
※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

※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グループ各社での更改状況は、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。

- ・2023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。

	2023年度	2022年度	2021年度
損害保険 契約更改率	93.2%	93.4%	93.0%

※2023年度：2023年4月～2024年3月満期到来契約の更改率（全商品）

※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）

※株式会社LHLについては含まず

LHLグループ

○お客様の声件数（ご不満件数）

- ・当社およびグループ各社は、お客様からいただいたご意見、ご要望、ご不満等に対して、真摯に向き合い、経営改善に努めていくため、お客様の声を収集していく体制を整えることが重要であると認識しております。特に「お客様の声件数（ご不満件数）」については、お客様本位の業務運営を実践できているかどうかを表す指標と考えております。
- ・2023年度は、当社およびグループ各社で「お客様の声件数(ご不満件数)」を共有し、改善取組を進めた結果、募集人を起因とするご不満の申出は減少している状況にあり、「お客様の声件数（ご不満件数）」は前年度より減少しております。今後も、当社およびグループ各社で実施しているアンケート内容を充実させるなか、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、学び、業務運営の改善に努めてまいります。

	2023年度	2022年度	2021年度
お客様の声件数 (ご不満件数)	1,106件	1,238件	1,062件

※2023年度：2023年4月～2024年3月 2022年度：2022年4月～2023年3月

2021年度：2021年4月～2022年3月

※株式会社LHLについては含まず

○お客様満足度

- ・お客様満足度は、当社およびグループ各社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。
- ・2023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ます。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。

	2023年度	2022年度	2021年度
お客様満足度	98.9%	98.6%	99.1%

※2023年度：2023年4月～2024年3月

※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**

- ・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

お客様自身がニーズに即した代理店情報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。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、損害保険を中心とし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、インターネット上で保険に関する情報収集や比較・見積もりを行うお客様が増加していることを受け、これまで当社グループで培ってきた Web サービスや対面コンサルティングの経験を活かし、生命保険についても商品比較・保険相談から申し込みまで完結可能な Web サイト「くらべる保険なび」を、2024 年 3 月より開始しました。

LHLグループ

- ・当社は、グループ各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開催等を通じ、グループ各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、お客様の声を収集する体制を整備の上、お客様から寄せられたご不満等の声を速やかに把握・分析し、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・協議する態勢を整備してまいりました。

LHLグループ

- ・当社は、グループ各社にて受け付けたご不満についても、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（利益相反の可能性がある取引・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、グループ各社を含む多くの代理店の店舗を掲載しておりますが、グループ各社を含む全ての代理店において共通の評価基準に基づいて各種表示を行うことで、特定の代理店に偏ることなく、お客様のニーズに合った保険代理店の情報収集・比較を幅広く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

- ・当社およびグループ各社は、資本関係のある保険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、当社およびグループ各社が適切な保険募集を行っているか、定期的な点検を行ってまいります。

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

- ・当社およびグループ各社は、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

場面において、グループ各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-20240628.pdf>

以上