

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

2026.6.26



 日本生命グループ[®]



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、2025年度（2025年4月～2026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。

お客様本位の業務運営に係る方針

<https://www.lhl.co.jp/policy/fiduciaryduty/>

Index

取組結果1.	お客様本位の業務運営	3
	• Web マーケティング事業に係る指標（K P I）	
	• 保険募集代理店事業に係る指標（K P I）	
取組結果2.	Web サイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内	11
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	12
取組結果4.	お客様の声を経営に活かす取組	13
取組結果5.	利益相反の適切な管理	14
取組結果6.	方針の浸透に向けた取組	15

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であるか）、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）
 - サイト閲覧者数
- 保険募集代理店事業に係る指標（KPI）
 - 新契約取扱件数
 - 生命保険契約継続率
 - 損害保険契約更改率
 - お客様の声件数（ご不満件数）
 - お客様満足度

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。



取組結果 1. お客様本位の業務運営

Web マーケティング事業に係る指標（KPI）

LHL サイト閲覧者数

Webサイト「保険相談ニアエル」・「くらべる保険なび」の閲覧者数は、Webを通じた保険相談に関する情報・サービス提供・保険募集活動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。



保険ショップの検索・予約サイト

✓ 掲載店舗数全国No.1

✓ 掲載口コミ数No.1



保険の比較・見積もり・資料請求
保険選びの総合サイト



※ 1：調査機関：日本マーケティングリサーチ機構（2025年4月期_指定領域における市場調査）

※ 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 1. お客様本位の業務運営

Web マーケティング事業に係る指標（KPI）

LHL サイト閲覧者数

「保険相談ニアエル」は、2025年度も引き続き、お客様が使いやすいサイトを目指し、保険相談窓口の検索機能の充実や、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。

「くらべる保険ナビ」は、保険の人気ランキングや保険料・保障内容の比較等、充実したコンテンツで保険を初めて検討される方もわかりやすいサイト運営に取り組んでおります。

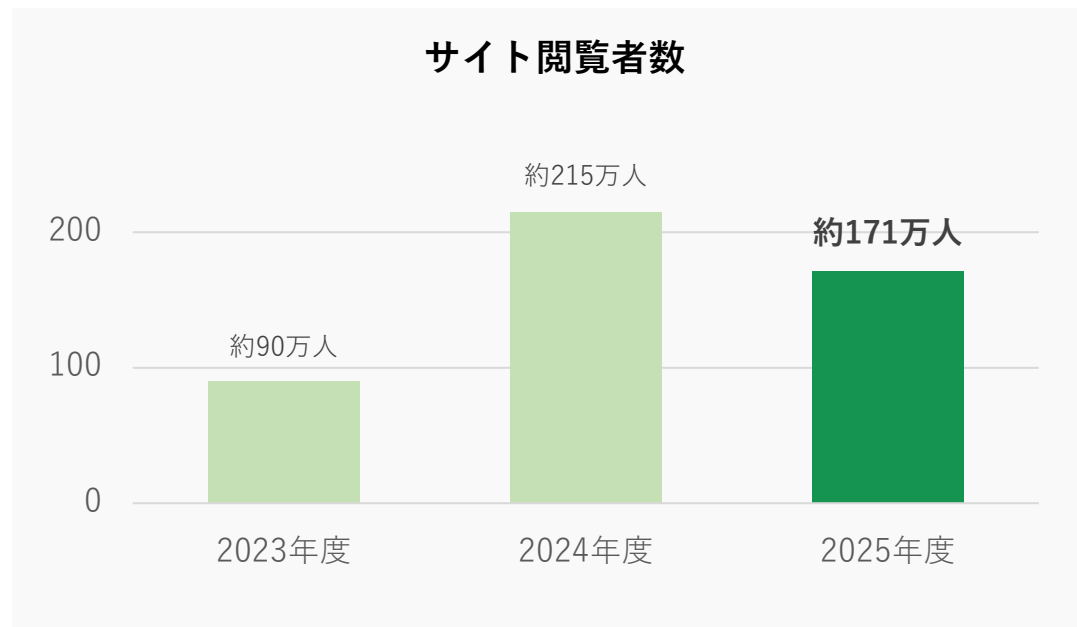
両サイトは、お客様の最適な保険選びの実現に向け、保険に関するコンテンツ記事や、AIを活用した口コミ要約を掲載し、客観的な情報をもとに納得して選べる安心感を提供してまいりました。

今後も、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。

※ 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。

サイト閲覧者数



※ 2023年度：2023年4月～2024年3月、2024年度：2024年4月～2025年3月、
2025年度：2025年4月～2026年3月

※ 2023年度は「保険相談ニアエル」のサイト閲覧者数、2024年度・2025年度は「保険相談ニアエル」「くらべる保険ナビ」のサイト閲覧者数合計を記載

取組結果 1. お客様本位の業務運営

保険募集代理店事業に係る指標（KPI）

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。

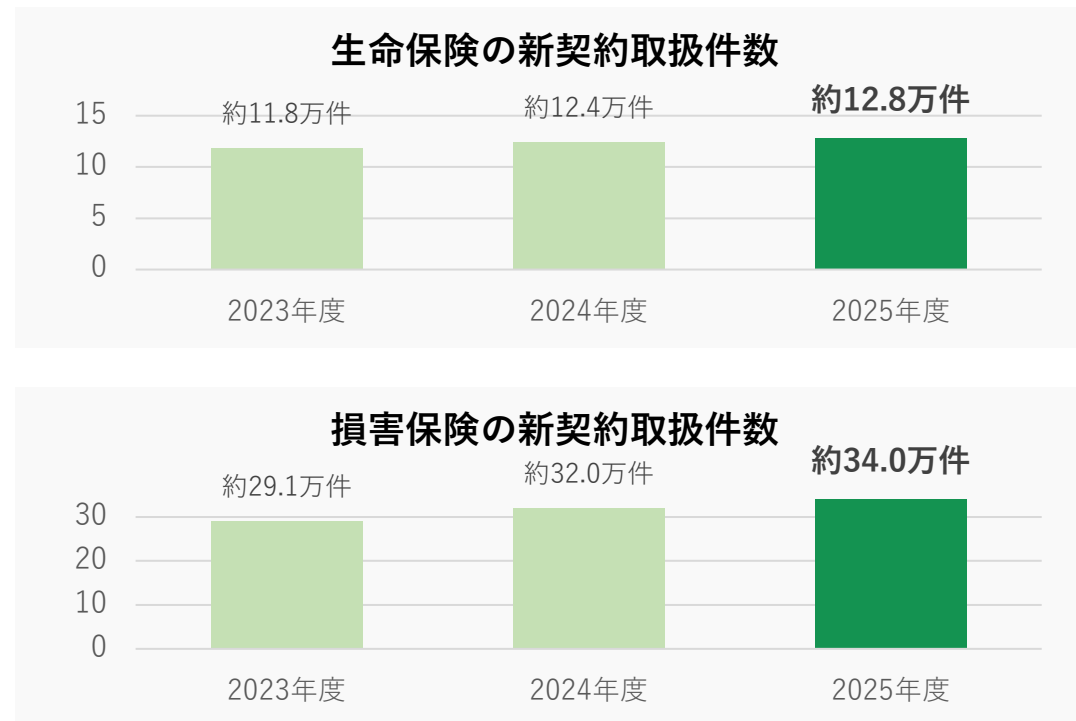
2025年度は、当社において、Webサイト「くらべる保険ナビ」「保険ノリアル」を展開し幅広い保険商品をお客様に選んでいただくとともに、グループ各社において、組織の拡大、お客様本位の募集活動の推進に取り組みました。結果、生命保険取扱件数、損害保険取扱件数ともに増加しております。

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。

※ 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。

※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。



※ 2023年度：2023年4月～2024年3月、2024年度：2024年4月～2025年3月、2025年度：2025年4月～2026年3月

取組結果 1. お客様本位の業務運営

保険募集代理店事業に係る指標（KPI）

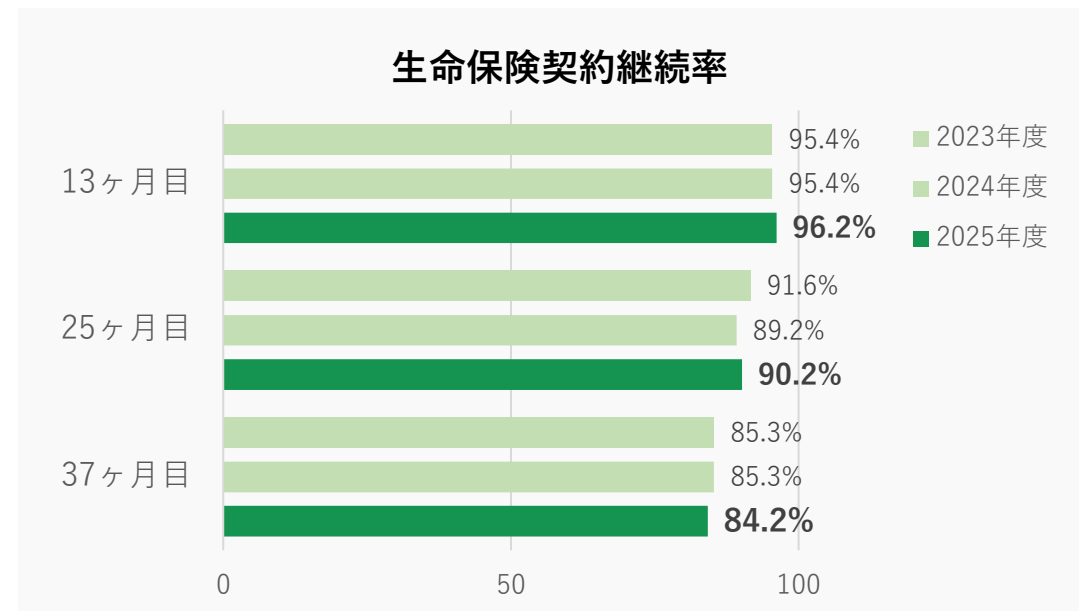
※特に記載がない限り、当社およびグループ各社の合算値です。

LHLグループ 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。

2025年度は、37ヶ月目継続率は低下するも、その他は大きな変動はなく、水準は高位で安定しております。

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：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
2024年度：13ヶ月目：2023年4月～2024年3月契約の13ヶ月目継続率、25ヶ月目：2022年4月～2023年3月契約の25ヶ月目継続率、37ヶ月目：2021年4月～2022年3月契約の37ヶ月目継続率
2025年度：13ヶ月目：2024年4月～2025年3月契約の13ヶ月目継続率、25ヶ月目：2023年4月～2024年3月契約の25ヶ月目継続率、37ヶ月目：2022年4月～2023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

※ 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 1. お客様本位の業務運営

保険募集代理店事業に係る指標（KPI）

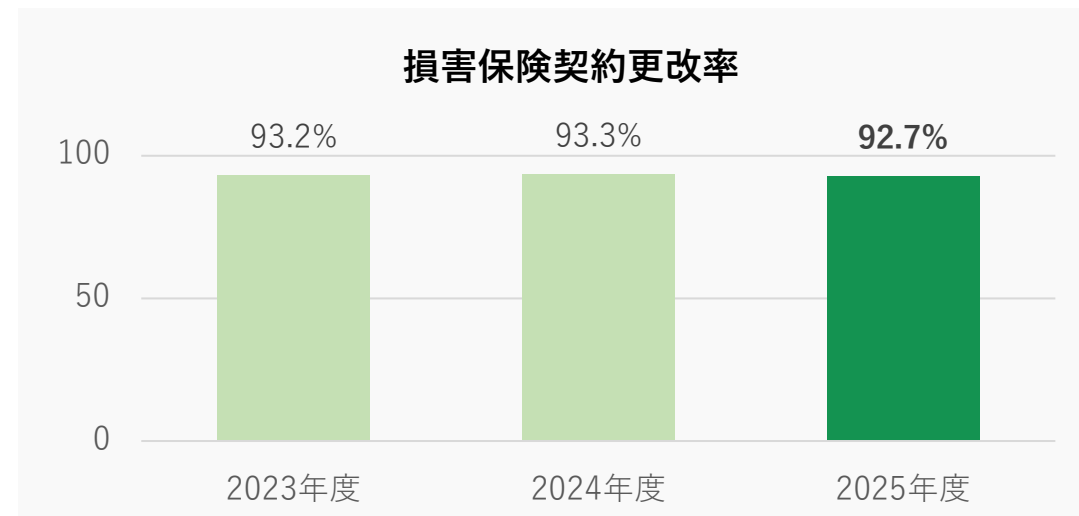
LHLグループ 損害保険契約更改率

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。

2025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。

※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。



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

2024年度：2024年4月～2025年3月満期到来契約の更改率（全商品）

2025年度：2025年4月～2026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

※ 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 1. お客様本位の業務運営

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 お客様の声件数（ご不満件数）

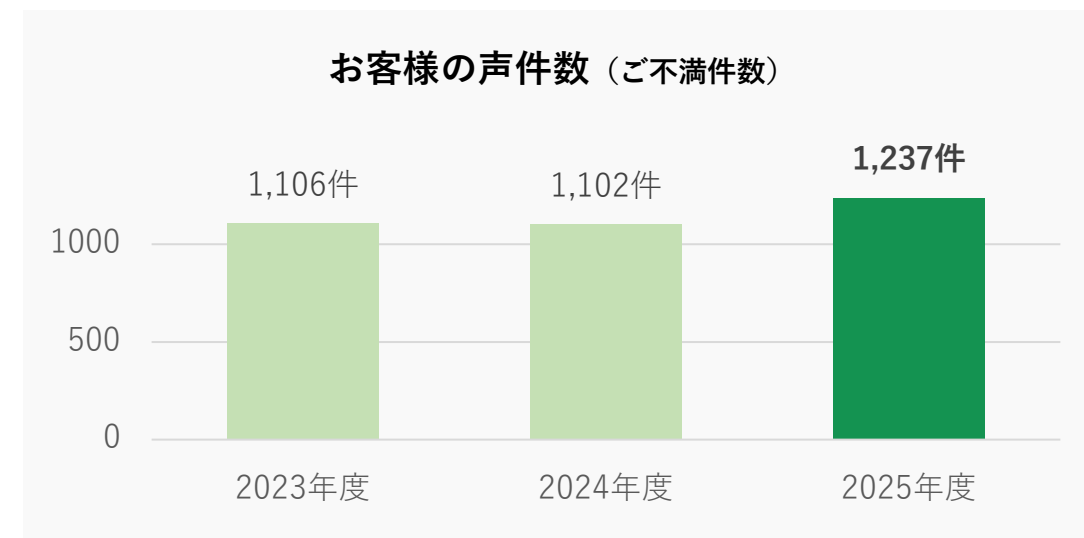
当社およびグループ各社は、お客様からいただいたご意見、ご要望、ご不満等に対して、真摯に向き合い、経営改善に努めていくため、お客様の声を収集していく体制を整えることが重要であると認識しております。特に「お客様の声件数（ご不満件数）」については、お客様本位の業務運営を実践できているかどうかを表す指標と考えております。

2025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、改善取組に努めていますが、結果、募集人を起因とするご不満の申出が増加している状況にあり、「お客様の声件数（ご不満件数）」は前年度より増加しております。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

※ 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。

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。



※ 2023年度：2023年4月～2024年3月、2024年度：2024年4月～2025年3月、2025年度：2025年4月～2026年3月

取組結果 1. お客様本位の業務運営

保険募集代理店事業に係る指標（KPI）

LHLグループ 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。

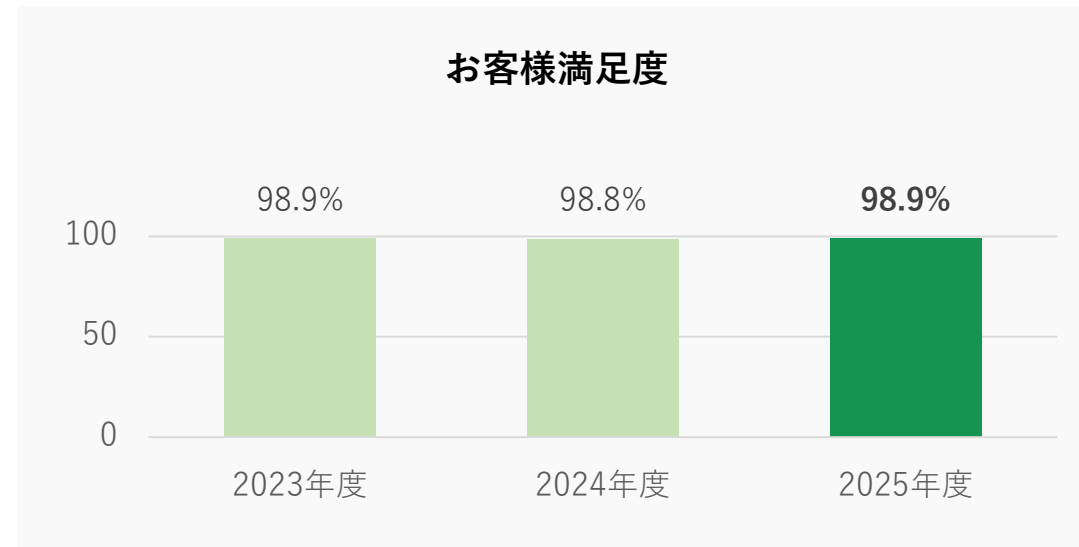
2025年度は、アンケートに回答いただいた大半のお客様より、高い評価をいただいております、前年度と概ね同水準を維持しております。

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。

※ 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。

※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。



※ 2023年度：2023年4月～2024年3月、 2024年度：2024年4月～2025年3月、
2025年度：2025年4月～2026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

取組結果 2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内

LHL

当社は、お客様に満足度の高い保険相談を行っていただくために、利便性の高いWebサイトを通じた機動的かつ幅広い情報提供や、相談先となる保険代理店を適切かつ効率的にお客様が選択できるよう、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」への掲載代理店紹介コンテンツの拡充や、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。

「保険相談ニアエル」掲載保険ショップブランドの一例



「保険相談ニアエル」掲載店舗数



※ 記載の内容は2026/5/30時点の情報です

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、お客様に安心・納得した保険加入・見直し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。

Webサイト「くらべる保険なび」は、生命保険の商品比較・保険相談から申し込みまで完結可能なWebサイトとして、お客様がご自身で、Webでの申し込みの完結または対面コンサルティング等を選択することができます。当社は、お客様が保険料・保障内容の比較を行いながら、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に、保険会社や対面コンサルティングを担うグループ会社（共同募集先）とも連携を取り、お客様の属性・ニーズに沿った保険商品を目的別にわかりやすくお伝えできるよう、サイト品質の向上に取り組んでまいりました。また、Webサイト「保険ノリアル」では、損害保険を中心に幅

広い保険商品をお客様にご紹介し、各商品内容等を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。

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。

当社およびグループ各社に寄せられたお客様の声



ご丁寧にわかりやすく対応いただいた。保険に入りたい友人がいたら、自分が契約した保険ショップを紹介したい。



希望していた商品を紹介してもらえた。無理な勧誘などもなく、信頼できる方に繋いでいただいた。



オンライン面談は特に問題なかった。設定はスムーズで画面操作やプランナーとの会話、意思疎通に不自由はなかった。



即答がなく、問い合わせで非常に待たされた。



指定していた時間帯以外に電話が来た。



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。

「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。

「くらべる保険ナビ」と「保険ノリアル」では、グループ会社を含む複数の保険会社と募集代理店委託契約を締結し、商品ラインナップの拡充に取り組んでおります。また、これらの商品のラインナップからお客様のご意向に対応した最適な商品をご提案できるよう努めております。

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。

	取扱保険会社数		
	生命保険	損害保険	少額短期保険
	12社	11社	2社
	30社	19社	-
	28社	17社	5社
	26社	13社	2社

※ 記載の内容は2026/4/1時点の情報です

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。

ビジョン浸透に向けた取組

全社員が集まる全体会議・分科会の様子



部門を跨いだメンバーで定期的に分科会を開催し、お客様満足向上に向けたサービスの導入・改善を検討しています。



金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

金融事業者の名称	株式会社LHL			
■取組方針掲載ページのURL:	https://www.lhl.co.jp/document/FD-Initiatives-20260626.pdf			
■取組状況掲載ページのURL:	https://www.lhl.co.jp/document/FD-Report-20260626.pdf			
	原則	実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則2	<p>【顧客の最善の利益の追求】 金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。</p>	実施	方針6. 方針の浸透に向けた取組【考え方】【具体取組】(研修・教育)(理念・方針等の浸透)【P.5】	取組結果6. 方針の浸透に向けた取組【P.15】
	<p>注 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。</p>	実施	方針1. お客様本位の業務運営【具体取組】【P.1～2】 方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】【P.2～3】 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】 方針4. お客様の声を経営に活かす取組【考え方】【具体取組】【P.3～4】 方針5. 利益相反の適切な管理【考え方】【具体取組】【P.4】	取組結果1. お客様本位の業務運営【P.3～10】 取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【P.11】 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【P.12】 取組結果4. お客様の声を経営に活かす取組【P.13】 取組結果5. 利益相反の適切な管理【P.14】
原則3	<p>【利益相反の適切な管理】 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。</p>	実施	方針5. 利益相反の適切な管理【考え方】【具体取組】【P.4】	取組結果5. 利益相反の適切な管理【P.14】
	<p>注 金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合</p>	実施	方針5. 利益相反の適切な管理【考え方】【具体取組】【P.4】	取組結果5. 利益相反の適切な管理【P.14】
原則4	<p>【手数料等の明確化】 金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。</p>	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】	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【P.12】
原則5	<p>【重要な情報の分かりやすい提供】 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。</p>	実施	方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】【P.2～3】 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】 方針5. 利益相反の適切な管理【考え方】【具体取組】【P.4】	取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【P.11】 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【P.12】 取組結果5. 利益相反の適切な管理【P.14】
	<p>注1 重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由(顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む) ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響</p>	実施	方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】【P.2～3】 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】 方針5. 利益相反の適切な管理【考え方】【具体取組】【P.4】	取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【P.11】 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【P.12】 取組結果5. 利益相反の適切な管理【P.14】
	<p>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。</p>	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	<p>注3 金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。</p>	実施	方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】【P.2～3】 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】	取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【P.11】 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【P.12】
	<p>注4 金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配意した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。</p>	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】	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【P.12】
<p>注5 金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。</p>	実施	方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】【P.2～3】 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】【P.3】	取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【P.11】 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【P.12】	

	原則	実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則6	【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】[P.3]	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[P.12]
	注1 金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容(手数料を含む)と比較しながら行うこと ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	方針2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内【考え方】【具体取組】[P.2~3] 方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】[P.3]	取組結果2. Webサイト上での適切な保険関連情報等の提供を通じた保険相談先のご案内[P.11] 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[P.12]
	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。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	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、商品の特性等を踏まえて、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は、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】[P.3]	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[P.12]
	注4 金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【考え方】【具体取組】[P.3]	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[P.12]
	注5 金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	方針6. 方針の浸透に向けた取組【考え方】【具体取組】(研修・教育)(理念・方針等の浸透)[P.5]	取組結果6. 方針の浸透に向けた取組[P.15]
	注6 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【具体取組】[P.3]	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[P.12]
	注7 金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。	実施	方針3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案【具体取組】[P.3]	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[P.12]
原則7	【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	方針6. 方針の浸透に向けた取組【考え方】【具体取組】(研修・教育)[P.5]	取組結果6. 方針の浸透に向けた取組[P.15]
	注 金融事業者は、各原則(これらに付されている注を含む)に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	実施	方針6. 方針の浸透に向けた取組【考え方】【具体取組】(理念・方針等の浸透)[P.5]	取組結果6. 方針の浸透に向けた取組[P.15]
補充原則1	【基本理念】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
補充原則2	【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCAサイクルを確立すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」

原則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則3	【金融商品の組成時の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているかを検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
注3 金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	
補充原則4	【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているかを検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
注3 金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	
補充原則5	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注1 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に合った情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供すべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」
	注2 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	非該当	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」	「別表 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表」内「注記」

※当社では、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・推奨等を実施していない為、原則5(注2)、原則6(注2)を「非該当」としております。
また、代理店として金融商品の組成は実施していない為、補充原則1～補充原則5(それぞれの注を含む)を「非該当」としております。

【照会先】

部署	グループ管理統括部
連絡先	03-6896-1350