

2021年6月30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、2020年度（2020年4月～2021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。

1. お客様本位の業務運営

- ・当社、および、当社グループが、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）>

○「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を通じて各種情報・サービス提供を行う当社事業において、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。
- ・2020年度については、サイトの構造改善や各種コンテンツの充実などを通じたサービス価値向上に取り組み、大幅に増加しております。
- ・今後も、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。

	2020年度	2019年度
「保険相談ニアエル」 閲覧者数	約1,405万人	約423万人

※2020年度：2020年4月～2021年3月

2019年度：2019年4月～2020年3月

○「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。
- ・2020年度については、掲載代理店店舗数の拡大に向けた代理店対応体制・運営の強化等に取り組んだ結果、大幅に増加しております。
- ・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を目指してまいります。

	2020年度	2019年度
「保険相談ニアエル」 掲載代理店店舗数	1,690店	1,502店

※2020年度：2021年3月末

2019年度：2020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。

○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。
- ・2020年度は、各社において、募集人人数の拡大やWebを通じた相談予約の増大、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。

	2020年度	2019年度
新契約 取扱件数	(生命保険) 約 8.9万件 (損害保険) 約 24.0万件	(生命保険) 約 8.6万件 (損害保険) 約 22.8万件

※2020年度：2020年4月～2021年3月

2019年度：2019年4月～2020年3月

○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

かを表す指標と考えており、今年度より新たに37ヶ月目の継続率も設定しております。

- ・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。

	2020年度	2019年度
生命保険 契約継続率	(13ヶ月目) 96.3% (25ヶ月目) 92.1% (37ヶ月目) 86.6%	(13ヶ月目) 96.2% (25ヶ月目) 91.8% (37ヶ月目) -

※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

※37ヶ月目の継続率は2020年度より設定

※株式会社LHLについては含まず

○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、今年度より新たに全商品に係る継続率を設定しております。
- ・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。

	2020年度	2019年度
損害保険 契約更改率	93.0%	93.0%

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

※2019年度：2019年4月～2020年3月満期到来契約の更改率（株式会社ライフサロン・株式会社ほけんの110番については自動車保険契約のみ対象）

※株式会社LHLについては含まず

- ・今後も、当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。
- ・また、当該指標項目については、グループガバナンス体制・運営を継続的に進化していくこととあわせ、必要に応じて拡充していく予定です。

※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。

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

- ・より多くの地域にお住いのお客様に、より多くの代理店店舗から、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に取り組んでまいりました。
- ・その結果、前述のとおり、K P Iとして掲げている掲載代理店店舗数は大幅に増加しました。

- ・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、各店舗から発信する情報（店舗の特徴やアクセス、店舗・スタッフ写真等）の充実や、ご利用いただいたお客様からの口コミ評価の増加に向け、各店舗への継続的な取組推進を働きかけるとともに、当社の各種機能・サービス・コンテンツの改善・充実を行い、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。

3. 保険募集代理店としての適切な保険商品のご提案

- ・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、取扱保険会社・商品の拡充、各商品ページの品質向上・内容充実に取り組んでまいりました。
- ・その結果、前述のとおり、K P Iとして掲げている損害保険の新契約件数は増加しました。

- ・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。

4. お客様の声を経営に活かす取組

- ・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、受け付けたご不満等は、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・協議し、業務改善に取り組んでまいりました。

- ・また、各子会社にて受け付けたご不満等についても、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。

5. 利益相反の適切な管理

- ・前述のとおり、「保険相談ニアエル」には、グループ会社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。
- ・また、当社の Web サイト「保険ノリアル」およびグループ子会社代理店において、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、当社およびグループ子会社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。

6. 方針の浸透に向けた取組

- ・当社における事業ビジョンや、「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。

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。