

2022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、2021年度（2021年4月～2022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年度は、税制改正に伴う年末調整・確定申告方法に係る情報へのニーズの高まり等もあり、特に多くのお客様にご利用いただくことができました。
- ・2021年度については、当該ニーズの高まりは見られなかったなかでも、サイトの構造改善や各種コンテンツの充実などを通じてより多くのお客様に幅広くお役に立つサービスの提供に努めてまいりました。
- ・そのなかでも特に保険加入・見直しを検討されるお客様に向けたコンテンツの拡充・高度化に注力したこと、および、上記お客様ニーズの状況も含む外部環境の変化等の結果として、サイト全体での閲覧者数は減少しましたが、引続き多くのお客様にご利用いただけており、また、より満足度の高い保険相談を行っていただくための情報収集・比較に関するサービスレベルは着実に向上しているものと考えております。
- ・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。

|                    | 2021年度   | 2020年度     | 2019年度   |
|--------------------|----------|------------|----------|
| 「保険相談ニアエル」<br>閲覧者数 | 約 685 万人 | 約 1,405 万人 | 約 423 万人 |

※2021年度：2021年 4月～2022年 3月 2020年度：2020年 4月～2021年 3月  
2019年度：2019年 4月～2022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。
- ・2021年度については、引き続き、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、着実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。

|                        | 2021年度  | 2020年度  | 2019年度  |
|------------------------|---------|---------|---------|
| 「保険相談ニアエル」<br>掲載代理店店舗数 | 1,775 店 | 1,690 店 | 1,502 店 |

※2021年度：2022年 3月末 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。
- ・2021年度は、各社において、募集人人数や店舗数の拡大、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。

|             | 2021年度                              | 2020年度                | 2019年度                |
|-------------|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 新契約<br>取扱件数 | (生命保険) 約 9.6 万件<br>(損害保険) 約 26.6 万件 | 約 8.9 万件<br>約 24.0 万件 | 約 8.6 万件<br>約 22.8 万件 |

※2021年度：2021年4月～2022年3月 2020年度：2020年4月～2021年3月  
 2019年度：2019年4月～2022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を表す指標と考えております。
- ・2021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。

|               | 2021年度        | 2020年度 | 2019年度 |
|---------------|---------------|--------|--------|
| 生命保険<br>契約継続率 | (13ヶ月目) 96.3% | 96.3%  | 96.2%  |
|               | (25ヶ月目) 91.9% | 92.1%  | 91.8%  |
|               | (37ヶ月目) 86.6% | 86.6%  | —      |

※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

※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ます。
- ・2021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。

|               | 2021年度 | 2020年度 | 2019年度 |
|---------------|--------|--------|--------|
| 損害保険<br>契約更改率 | 93.0%  | 93.0%  | 93.0%  |

※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）

※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

### ○お客様の声件数

- ・お客様から寄せられたご意見、ご要望、ご不満等の「お客様の声」は、当社および当社グループ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、2021年度より公表しております。
- ・2021年度は、各社および当社グループ全体としてお客様の声を共有し、改善取組を進めた結果、お客様の声件数（ご不満件数）は減少しております。
- ・今後も、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。

|                    | 2021年度 | 2020年度 |
|--------------------|--------|--------|
| お客様の声件数<br>(ご不満件数) | 1,062件 | 1,140件 |

※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LHLについては含まず

### ○お客様満足度

※2022年度より追加とする指標（KPI）の為、2021年度分はご参考として公表

- ・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。
- ・2021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。
- ・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。

|        | 2021年度 |
|--------|--------|
| お客様満足度 | 99.1%  |

※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、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。

※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、より多くの地域にお住まいのお客様に、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着実に増加しました。
- ・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。

## **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**

- ・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、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として掲げている新契約取扱件数は、生命保険、損害保険ともに増加しております。
- ・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**

- ・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。
- ・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。

#### **取組結果 5. 利益相反の適切な管理**

- ・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、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。

#### **取組結果 6. 方針の浸透に向けた取組**

- ・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面において、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。
- ・加えて、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。

「顧客本位の業務運営に関する原則」に示されている内容との対応関係に係る公表

・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）に示されている内容と、当社の取組状況における該当箇所との対応関係は以下のとおりです。

| 顧客本位の業務運営に関する原則  |            | 取組状況における該当箇所                                 |
|------------------|------------|--|
| 【顧客の最善の利益の追求】    | 原則2        | 取組結果6. 方針の浸透に向けた取組                           |
|                  | （注）        | 取組結果1. お客様本位の業務運営                            |
|                  |            | 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 |
|                  |            | 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                |
|                  |            | 取組結果4. お客様の声を経営に活かす取組                        |
|                  |            | 取組結果5. 利益相反の適切な管理                            |
| 【利益相反の適切な管理】     | 原則3        | 取組結果5. 利益相反の適切な管理                            |
|                  | （注）        | 取組結果5. 利益相反の適切な管理                            |
| 【手数料等の明確化】       | 原則4        | 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                |
| 【重要な情報の分かりやすい提供】 | 原則5        | 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 |
|                  |            | 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                |
|                  |            | 取組結果5. 利益相反の適切な管理                            |
|                  | （注1）       | 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 |
|                  |            | 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                |
|                  |            | 取組結果5. 利益相反の適切な管理                            |
|                  | （注2）<br>※1 | -  |
|                  | （注3）       | 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 |
|                  |            | 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                |
|                  | （注4）       | 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                |
|                  | （注5）       | 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 |
|                  |            | 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                |



|                       |            |  |
|-----------------------|------------|--|
| 【顧客にふさわしいサービスの提供】     | 原則6        | 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                    |
|                       | (注1)       | 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、<br>保険相談のサポート |
|                       |            | 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                    |
|                       | (注2)<br>※1 | -  |
|                       | (注3)<br>※2 | -  |
|                       | (注4)       | 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                    |
|                       | (注5)       | 取組結果6. 方針の浸透に向けた取組                               |
| 【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 | 原則7        | 取組結果6. 方針の浸透に向けた取組                               |
|                       | (注)        | 取組結果6. 方針の浸透に向けた取組                               |

※1 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為

※2 代理店として金融商品の組成は実施していない為

以上