

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

株式会社ライフプラザパートナーズ（社長：山根隆男、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まとめましたので公表いたします。

当社は、「お客様本位の業務運営に係る方針」を基本とし、長期的な視野に立ち、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、当社の全業務運営において、お客様本位の業務運営を浸透・定着化させてまいります。

<「お客様本位の業務運営」の取組結果について>

当社は、生命保険協会による乗合代理店業務品質調査の結果、評価基準の基本項目をすべて達成しました。（2026/3/31 迄有効）

お客様により安心で品質の高いサービスを提供すべく、当運営に賛同して調査への申込を行い、協会の査定を受けたものです。

<業務品質評価運営とは>

「業務品質評価運営」とは、生命保険協会（以下、協会）が主体となり、「業務品質評価基準」に基づいて生命保険乗合代理店（以下、代理店）の業務品質向上をサポートする消費者のための取組みです。代理店・生命保険会社・消費者団体の代表等で構成される検討会にて、消費者にとって理想的な代理店に求められる取組が、「お客様対応」、「個人情報保護」、「代理店の管理体制」等の観点から「業務品質評価基準」としてとりまとめられました。

当運営の一環として、代理店は協会による「業務品質調査」に申し込むことができ、調査の結果、「業務品質評価基準」の基本項目をすべて達成した代理店が協会ホームページにて公表されます。

業務品質評価運営に関する詳細は、生命保険協会のホームページをご確認ください。
https://www.seiho.or.jp/quality_result/

取組結果1. お客様本位の業務運営

当社がお客様から選ばれる存在であるか、また一度取引を開始されたお客様にその後も当社との取引を続けたいと思っていただけているかを総合的に判断することが出来る指標（KPI）として、「新契約取扱件数」「生命保険契約継続率」「損害保険契約（自代理店内）更改率」「お客様の声件数」「お客様満足度」の5つを定め公表しております。

2022年度の取組みについては、以下の通りです。

※掲載の数値については、当社における概念、定義に基づき算出しております。

○新契約取扱件数

お預かりする契約の件数は、新たなお客様との接点の拡がり、お客様からいただいた信頼の表れと考えております。2022年度については、新型コロナウイルス感染症の影響が継続する中、当社は、お客様の同意を前提に、感染防止対策を実施して面談にあたったことや、非対面を希望

されるお客様において、対面と同等の提案品質を確保することに配慮しながら対応することに努めて参りました。加えて、山形、福井、姫路、徳島の4か所に営業部を新設、また、全国において積極的に営業社員を採用したことや、生命保険においては、老後に向けた資産形成商品の提案、損害保険においては、2022年10月の火災保険の料率改定や商品改定に合わせて補償の見直しや新たなご提案を進めたことで、生命保険は+20.0%、損害保険は+11.3%で契約件数を増加させることができました。引き続き、提案品質の向上とお客様にとって有益な情報提供に努めてまいります。

	2022年度※1	2021年度※2	2020年度※3
生命保険	7.2万件	6.0万件	5.3万件
損害保険	20.7万件	18.6万件	17.8万件

※1:対象期間 2022年4月～2023年3月契約 ※3:対象期間 2020年4月～2021年3月契約
 ※2:対象期間 2021年4月～2022年3月契約

○生命保険契約継続率

ご案内した生命保険を長く継続いただくことは、ご意向を踏まえた提案・わかりやすい情報提供により、お客様にご満足いただいた結果と考えております。2022年度も引き続き、短期のご解約等に対するご事情・背景等をヒアリング、保険料の収入管理、失効となった契約の復活勧奨を強化して取り組んでまいりました。しかし、長きにわたる新型コロナウイルス感染症の影響が拭い切れず、前年比において、生保25月目継続率は0.3%、37月目継続率は1.0%悪化しました。一方、13月目継続率はわずか0.1%とは言え良化しています。昨年度、新型コロナウイルス感染症の影響による収入面の不安を理由とされる解約が多かったことを踏まえ、申込の段階で、お客様の不安や要望、継続可能な保険料負担額等を丁寧に確認するといった対応を行った結果と考えております。今後も、お客様が必要とする保障を切らすことのないよう、丁寧に情報提供・フォローを継続してまいります。

	2022年度※4	2021年度※5	2020年度※6
生保13月目継続率	96.4%	96.3%	96.8%

※4:対象期間 2021年4月～2022年3月契約 ※6:対象期間 2019年4月～2020年3月契約
 ※5:対象期間 2020年4月～2021年3月契約

	2022年度※7	2021年度※8	2020年度※9
生保25月目継続率	91.8%	92.1%	92.8%

※7:対象期間 2020年4月～2021年3月契約 ※9:対象期間 2018年4月～2019年3月契約
 ※8:対象期間 2019年4月～2020年3月契約

	2022年度※10	2021年度※11	2020年度※12
生保37月目継続率	86.2%	87.2%	86.9%

※10:対象期間 2019年4月～2020年3月契約 ※12:対象期間 2017年4月～2018年3月契約
 ※11:対象期間 2018年4月～2019年3月契約

○損害保険契約（自代理店内）更改率

満期到来した損害保険を再び当社を通じて更改手続きいただくことは、丁寧なアフターフォロー等により、お客様にご満足いただいた結果と考えております。当社では、早期更改活動（満期日の1か月前までに更改手続きを完了できるよう早期にお客様へ満期のご案内をすること）に加え、直前更改（満期日5日前以降の更改）率の圧縮に取り組んでおります。お客様意向の確認・お客様が補償内容を検討するために必要となる時間を確保することにより、更改率の向上に努めてまいります。

	2022年度※13	2021年度※14	2020年度※15
損保（自代理店内）更改率	93.9%	93.6%	93.4%

※13:対象期間 2022年4月～2023年3月満期更改分 ※15:対象期間 2020年4月～2021年3月満期更改分

※14:対象期間 2021年4月～2022年3月満期更改分

○お客様の声件数

お客様から寄せられたご意見・ご要望・ご不満等を真摯に受け止め、社内で共有し、経営に活かすべく、「お客様の声」を収集しております。また、ご不満となるお申し出については早期解決に努めております。2022年度も多くのお客様の声をいただくことができました。引き続き、お客様にご満足いただけるサービス提供に向け、取り組んでまいります。

	2022年度※16	2021年度※17	2020年度※18
お客様の声件数	1,063件	858件	835件

※16:対象期間 2022年4月～2023年3月受付分 ※18:対象期間 2020年4月～2021年3月受付分

※17:対象期間 2021年4月～2022年3月受付分

当社が受け付けた件数及び保険会社が受け付けた件数の合計

○お客様満足度

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。結果は営業部の責任者が参加する会議で確認し、今後の業務運営や募集人指導の参考としており、さらなるお客様満足度の向上に努めてまいります。

	2022年度※19	2021年度※20
お客様総合満足度	98.9%	98.7%

※19:対象期間 2022年4月～2023年3月

※20:対象期間 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

取組結果2. 保険商品のご提案

当社は、保険商品の募集にあたっては、お客様のご意向を把握し、当該ご意向に対応した商品をご提案するとともに、当該商品がお客様のご意向にどのように対応しているかも含めて分かりやすく説明し、お客様自身に自らのご意向に対応したものであることをご確認いただくこ

とが重要と考えております。また、お客様に商品内容を正しくご理解いただくために、適切な情報提供や分かりやすい説明が重要と考えております。これに関連し、当社では従来より金融商品の販売等に関する法律にもとづき「勧誘方針」の策定・公表を行ってまいりました。

実際のご提案を行う際は、お客様を取り巻くリスクの分析やコンサルティング等を通じて、お客様の状況を総合的に勘案し、お客様のご意向や実情に沿った最適なプランをご提案できるよう努めてまいりました。

特に、市場リスクが存在する商品については、お客様のご年齢をはじめ、保険その他金融商品に関する知識及び取引経験、ご加入の目的、財産状況等を丁寧にお聞きするなかで適切な商品提案を行ってまいりました。

また、ご加入時に保険金・給付金等の額が確定している保険商品について、お客様にお支払いいただく保険料と、保険会社がお支払いする保険金・給付金等の金額等をお客様にご理解いただくために、「契約概要」で保険料・保険金額・支払事由等を、「注意喚起情報」で保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等の丁寧な説明を行ってまいりました。

加えて、特定保険契約については、ご加入時に保険金・給付金等の金額が確定しておらず、保険料のうち運用の原資となる金額が重要であるため、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「注意喚起情報」でお客様のご負担となる費用（保険契約関係費、資産運用関係費等）について丁寧な説明を行ってまいりました。

保険金・給付金等に関するお支払い請求、その他契約に関する保全関係のご要望等が発生した際には、速やかに保険会社と連携を取り、適切なフォローアップに取り組んでおります。

お客様に保険商品を提案するにあたり、全社員が適切な対応を行えるよう、特に以下の項目に対する社内教育を実施しました。

- ・お客様のご意向の把握とその適切な記録
- ・お客様のご意向に沿った適切な商品提案
- ・お客様への情報提供と重要事項説明
- ・既存のご契約を解約・減額し、新たに保険契約にご加入いただく際の注意点
- ・特定保険契約販売時の注意点
- ・ご高齢のお客様に対する保険募集ルール
- ・障がいのあるお客様に対する保険募集ルール

また、社員のスキル・経験等を踏まえて、特に以下の項目に対する社内教育を実施しました。

- ・e-ラーニングを通じた、商品の特性を理解するための研修
- ・感染症等、新たに発生したリスクや、自然災害等、顕在化したリスクに対する適切な商品選定と提案スキル向上を目的とした研修
- ・お客様向け金融セミナーの講師を養成するための研修
- ・優績営業社員による、全国の営業社員のスキルアップを目的とした営業研修
- ・営業社員の損保知識の底上げを目的とした階層別（初級・中級）の損保研修
- ・公的保険制度についての理解度向上を目的とした研修

- ・老後の資産形成準備について、長期投資の知識やリスク、適切な商品選定、提案スキル向上を目的とした研修

取組結果3. 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（利益相反の可能性のある取引）を適切に把握・管理するための体制を整備しております。

そのため、営業社員がお客様との対話の中で把握したご意向や商談経緯等は意向把握シートシステムに入力し、その記録は営業部の管理者、本部募集管理部門がいつでも閲覧できるようになっています。

2022年度も全営業部において、営業部責任者が入力内容を全件確認し、必要に応じて指導しております。また、本部募集管理部門は募集経緯が適切であったかどうかモニタリングし、加えて営業社員がお客様にどのようなご説明をし、保険商品のご加入に至ったか、さらにその経緯が適切であったかについて、確認・指導しました。

またモニタリングで課題が発見された営業部および営業社員は、再モニタリングを実施し改善を図りました。

上記のモニタリング結果を通じて、「お客様のご意向に対応した商品のご提案」を適切に実施すべく指導するとともに、利益相反の適切な管理に努めてまいります。

加えて、短期間で消滅したご契約の中からサンプル抽出したお客様に対して、主に以下の点を直接お電話で確認し、適正な募集が行われていたかどうかを確認しております。

- ・短期間で契約が消滅になった理由
- ・営業社員が募集時にお客様のご意向を把握していたこと
- ・営業社員が適切な資料（パンフレット、設計書、しおり・約款等）を使用して商品説明を行ったこと
- ・その他募集時に営業社員の対応等についてご不満をもたれていらっしゃらないか

取組結果4. お客様の声を経営に活かす取組

当社では、全国の営業社員が受け付けたお客様の声を全件、役員・部長層を中心メンバーとする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しております。また、当委員会での議論を踏まえ、特に全社的に共有が必要な案件については、毎月実施している全国の営業部課長が参加する会議の場で、営業社員に指導すべきポイントを具体的に明示し、業務改善に反映させております。

お客様からのお申し出事項に対して、不注意・失念により対応を漏らしてしまうことを撲滅するため、毎週営業部で実施している朝礼で、お客様からお預かりした書類、メール等を一斉点検する取り組みを実施しております。

また、ご契約いただいたお客様から「お客様満足度アンケート」に回答をいただき、お客様からのダイレクトな声を経営に活かす取り組みを進めております。

取組結果5. 方針の浸透に向けた取組

「基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向けては、役員が各部門長に対し、毎月の会議においてその意義や社員としてとるべき行動等について情報発信を行い、また役員が各営業部において直接社員に語りかける等を行っております。

毎週、営業部向けの教育資料を発行し、生命保険提案のヒント、損害保険提案のヒント、金融経済関連知識、社会情勢情報等を営業社員に提供しております。

加えて、昨年度は、管理職のコンプライアンス・内部統制・リスク管理・企業法務等の知識強化のため、営業部及び本部コンプライアンス・業務管理部門等の部課長全員が、一般社団法人コンプライアンス推進機構の通信研修を修了し、お客様本位の業務運営の支えとなるガバナンスの高度化に取り組んでおります。

- 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（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為「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為「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為「非該当」としております。

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.lifeplaza.co.jp/pdf/2023-06-26_taiokankei.pdf

以 上