

2023年6月30日

各 位

会 社 名 ライフネット生命保険株式会社  
代表者名 代表取締役社長 森 亮介  
(証券コード:7157 東証グロース市場)

## ライフネット生命保険「お客さま本位の業務運営に関する方針」の 2022年度の取組み結果を公表

ライフネット生命保険株式会社(URL:<https://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社:東京都千代田区、代表取締役社長:森亮介)は、お客さま本位の業務運営をより具体的に推進するため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2022年度の取組み結果を公表しましたので、お知らせします。

当社は、相互扶助という生命保険の原点を忘れず、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念のもと、「[ライフネットの生命保険マニフェスト](#)」を当社の役員および社員の行動指針として業務を運営しています。

当社は、常にお客さまの声に耳を傾け、お客さまの視点に立った商品・サービスの開発・提供を行うとともに、徹底した情報開示をすることで、お客さま視点の業務運営に努めており、その一環として継続的に「お客さま本位の業務運営に関する方針」を公表しています。

また、当方針における取組み状況および成果指標の数値を年に一度公表するとともに、当方針、取組み、および成果指標は、必要に応じて見直し、改善を図ることで、より良いお客さま本位の業務運営を目指しています。なお、当方針は、当社ウェブサイトに掲載しています。

- お客さま本位の業務運営に関する方針:[https://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/cs\\_policy/](https://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/cs_policy/)

### ライフネット生命について URL: <https://www.lifenet-seimei.co.jp/>

当社は、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念のもと、インターネットを主な販売チャネルとする生命保険会社です。デジタルテクノロジーを活用しながら、保険相談、お申し込みから保険金等のお支払いまで、一貫してお客さまの視点に立った商品・サービスの提供を実現するとともに、オンライン生保市場の拡大を力強く牽引するリーディングカンパニーを目指します。

会社及び商品の詳細は <https://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧ください。  
株主・投資家向けの情報は <https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/> をご覧ください。

本件に関するお問い合わせ先  
経営企画部 03-5216-7900



# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」 に基づく2022年度の取組み結果

ライフネット生命保険株式会社

# 目次



## 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく 2022年度の取組み結果

方針 1	お客さま本位の業務運営を実践するための「ライフネットの生命保険マニフェスト」	・・・P.2
方針 2	私たちの行動指針	・・・P.3
方針 3	生命保険を、もっと、わかりやすく	・・・P.4
方針 4	生命保険料を、安くする	・・・P.7
方針 5	生命保険を、もっと、手軽で便利に	・・・P.9
方針 6	お客さま本位の業務運営を継続するための取組み	・・・P.13
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社方針の対応関係		・・・P.17

## 1. お客さま本位の業務運営を実践するための「ライフネットの生命保険マニフェスト」

当社は、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念に基づき、「ライフネットの生命保険マニフェスト」を定めて業務を運営しています。当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」を行動指針にすることによって、お客さま本位の業務運営を実践できると考えており、「ライフネットの生命保険マニフェスト」に基づいて、お客さま一人ひとりの生き方を応援する企業でありたいと考えています。

### 具体的な取組み

- ・ 「ライフネットの生命保険マニフェスト」の策定・開示

## 2. 私たちの行動指針

当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」の第1章において、「私たちの行動指針」を定めています。当社は、お客さまの声に耳を傾け、お客さまにとって本当に必要なことを考え行動し、当社がどんな会社なのかを正直に伝えます。また、お客さまとの取引の際に利益相反が生じないよう管理を行うとともに、「自分たちの友人や家族に自信をもってすすめられる商品・サービスだけを届ける」ことを指針とします。さらに、お客さまに安心を届けるために、多様性を尊重し、協力しあうことで、変化に対応しつづけます。また、「常に誠実に行動し、コンプライアンスを遵守」していきます。

### 具体的な取組み

- 保険商品の付加保険料の開示
- 死亡保険金の受取人範囲の拡大（同性パートナーの受取人指定が可能）
- 保険商品の販売を委託する場合に支払う代理店手数料の開示

## 3. 生命保険を、もっと、わかりやすく

当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」の第2章を「生命保険を、もっと、わかりやすく」として、お客さまが自分にあった保障を納得して選べるように、必要な情報を積極的に提供します。そのために、誰もが読んで理解できる約款（保険契約書）をつくり、また、実際の保険金・給付金の請求時にこそわかりやすいと思ってもらえる商品やサービスを届けます。

### 具体的な取組み

- シンプルな保障の保険商品の提供
- ウェブサイトでの保険商品の約款の開示
- 保険相談も可能なコンタクトセンターの整備
- わかりやすいウェブサイト、パンフレットの作成

# 「3. 生命保険を、もっと、わかりやすく」に関わる 2022年度の取組み事例

## ■ AI搭載型FAQシステムをウェブサイトへ導入

ライフネット生命への加入を検討されているお客様やご契約者さまが、知りたい情報に簡単かつ迅速にアクセスできるようになりました。AIによるチューニングを行うことにより、お客様が求める情報に正確かつ簡単にたどり着けるようになりました。



※ 画面は2022年5月時点のキャプチャです。

# 「3. 生命保険を、もっと、わかりやすく」に関わる 2022年度の取組み結果



金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」5. 重要な情報の分かりやすい提供に対応する、  
当社「お客さま本位の業務運営に関する方針」3. 生命保険を、もっとわかりやすくについて  
2022年度の成果指標の結果は以下のとおりです。

## 成果指標

### ①商品の仕組みや内容等のわかりやすさへの満足度<sup>1</sup>：8.11（11段階評価）

お客さまが自分にあった保障を納得して選べる商品を提供していることを確認する目的により、指標として開示します。

### ②コンタクトセンター対応満足度<sup>2</sup>：8.81（11段階評価）

わかりやすく、お客さまの視点に立ったコンタクトセンターの高品質な対応の実現を確認する目的により、指標として開示します。

1. 2022年4月、7月、10月、2023年1月当社契約者アンケート調査（10（満足）～0（不満足））による平均値

2. 2022年度当社コンタクトセンター問合せアンケート調査（10（満足）～0（不満足））による、2022年4月1日から2023年3月15日までの平均値



## 4. 生命保険料を、安くする

当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」の第3章を「生命保険料を、安くする」として、お客さまに必要な保障を適正な保険料で提案できるように、保障内容を過剰にせず、よい商品を安く提供するための工夫をします。お客さまの立場に立ち、「生命保険料を抑え、その分をお客さまの人生の楽しみに使ってほしい」という願いを持っています。

### 具体的な取組み

- **お客さまご自身で、保険プランを作成・検討できるツール（ウェブサイト上での試算、パンフレットなど）の充実**
- **過度な保障とならないよう、関連する公的保障制度（高額療養費制度、傷病手当金など）のご紹介**
- **ウェブサイトより、お客さまご自身に個人情報等をペーパーレスで入力いただくことで経費を削減**

# 「4. 生命保険料を、安くする」に関わる 2022年度の取組み結果



金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」6. 顧客にふさわしいサービスの提供に対応する  
当社「お客さま本位の業務運営に関する方針」4. 生命保険料を、安くするについて、2022年度  
の成果指標の結果は以下のとおりです。

## 成果指標

### 保険料の安さへの満足度<sup>1</sup>：8.31（11段階評価）

お客さまにコストメリットを与えるだけでなく、保障内容と保険料のバランスが取れた商品を提供していることを確認する目的により、指標として開示します。

1. 2022年4月、7月、10月、2023年1月当社契約者アンケート調査（10（満足）～0（不満足））による平均値

## 5. 生命保険を、もっと、手軽で便利に

当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」の第4章を「生命保険を、もっと、便利に」として、当社の考えに共鳴するパートナーと協力し、保険の検討から保険金・給付金の受取りまで、保険に関するお客さまの利便性を追求します。また、生命保険の枠を超えて、「生きていく」ことを支える情報とサービスに触れる機会を増やします。そして、お客さまの期待の先にある「便利な生命保険」を通して、次の時代の当たり前をつくります。

### 具体的な取組み

- **ウェブサイト経由で、24時間、問合せ・新規申込み・保全手続き・給付金請求の受付が可能**
- **スマ速請求<sup>1</sup>（診断書不要・書類の郵送不要（画像で提出））等による、簡単で便利な給付金請求・支払い**
- **LINEを利用したチャットによる保険相談の受付**

1. 医療保険の給付金請求が対象です。ただし、一定の条件において、診断書提出が必要となる場合があります。

# 「5. 生命保険を、もっと、手軽で便利に」に関わる 2022年度の取組み事例

## 「顧客体験の革新」を実現する具体策の実行

### 「電子保険証券」の取扱いを開始

スマートフォンやパソコンからマイページにログインいただくだけで、お客さまのご都合の良い時にいつでも保険証券を確認することが可能となり、保険証券紛失時等の再発行のお手続きも不要になりました。



※ 電子保険証券のイメージ

### 「かぞく登録制度」の取扱いを開始

「かぞく登録制度」をご利用いただくことで、登録家族からの契約内容に関する照会や保険料のお支払い状況の確認、各種手続き書類のご契約者さま宛の送付依頼が可能となりました。



※ 画面は2022年11月時点のキャプチャです。

# 「5. 生命保険を、もっと、手軽で便利に」に関わる 2022年度の取組み事例

## ■ Pontaポイントがたまる「auの生命ほけん」の販売を開始

保険料還付金付き「auの生命ほけん」をPontaポイントがたまる「auの生命ほけん」にリニューアルしました。

Pontaポイントがたまる「auの生命ほけん」は、auの通信契約が無くても、au IDをお持ちであれば、保険期間にわたり、お支払いいただいた保険料の1%相当のPontaポイントがたまる生命保険です。たまったポイントは、Ponta提携店舗やウェブサービスで利用することができます。



# 「5. 生命保険を、もっと、手軽で便利に」に関わる 2022年度の取組み結果

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」6. 顧客にふさわしいサービスの提供に対応する  
当社「お客さま本位の業務運営に関する方針」5. 生命保険を、もっと、手軽で便利にについて  
2022年度の成果指標の結果は以下のとおりです。

## 成果指標

### ① 申込・契約の手続きの簡単さへの満足度<sup>1</sup>：8.70（11段階評価）

申込・契約手続きの場面における、お客さまの利便性を重視する目的により、指標として開示します。

### ② 保険金等のお支払いに要した平均営業日数<sup>2</sup>：7.27日<sup>3</sup>

保険会社のもっとも重要な責務であるお支払いの場面における、お客さまの利便性を重視する目的により、指標として開示します。

### ③ ライフネット生命レター到達率：99.73%<sup>3</sup>

保険金や給付金を確実にお支払いするため、登録情報と契約内容についてご確認をお願いするライフネット生命レターを定期的に郵送しています。  
オンラインであっても、お客さまとの接触ポイントの適切な確保を確認する目的により、指標として開示します。



1. 2022年4月、7月、10月、2023年1月当社契約者アンケート調査（10（満足）～0（不満足））による平均値
2. 事実の確認を行った事案や請求書に不備があった事案は除外しています。2022年度は新型コロナウイルス感染症関連のご請求が増加したことに伴い、お支払いに要した営業日数が長くなっています。
3. 2022年4月1日～2023年3月31日における平均値

## 6. お客さま本位の業務運営を継続するための取組み

当社は、「ライフネットの生命保険マニフェスト」が業務運営の基礎となることを強く認識するとともに、従業員に対しても教育等を通じて浸透を図ることに加え、その行動を適切に評価できるような人事評価の整備を行い、継続的な実践に努めます。

当社は、「販売手数料体系についての考え方」の中で、代理店に対する当社の考え方も開示し、継続的な見直しを行います。

### 具体的な取組み

- **ご契約者さまとの集い「ふれあいフェア」の開催**
- **お客さまについて考える会の実施**



# 「6. お客様本位の業務運営を継続するための取組み」に関わる 2022年度の取組み結果



## ■ お客様について考える会の実施

当社は、2018年11月に策定した経営方針における「重点領域」のひとつとして「顧客体験の革新」を掲げており、デジタルテクノロジーを活用し、全てのサービスを質的に高め進化させるため、「**お客さまとの接点をストレスフリーにすること**」、「**お客さまとのエンゲージメントを高めること**」に取り組んでいます。

「お客さまについて考える会」は、社長・役員を含む全社員を対象として実施され、顧客体験の革新を全社員が実現するための、土台（お客さま理解）づくりとなっています。

アンケート結果の共有・考察を通じて、お客さまを客観的に捉え、お客さまの期待や潜在的な要望を理解すること、**社員全員にお客さまを考える機会を提供することで、部門・業務で隔てることなく、改善活動に取り組む意識を醸成し、自律的な活動を促進**することを目的としています。

### 2022年度に実施した項目

2022年7月

保全手続きアンケート分析結果の共有



# 「6. お客様本位の業務運営を継続するための取組み」に関わる 2022年度の取組み結果

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等に対応する当社「お客様本位の業務運営に関する方針」6. お客様本位の業務運営を継続するための取組みについて、2022年度の成果指標の結果は以下のとおりです。

## 成果指標

### ご契約者さまとの集い「ふれあいフェア」実施回数：2回（2022年度）

定期的にご契約者さまとの集いを開催することで、オンラインの生命保険会社であっても顔の見える会社であるという姿勢をお伝えします。

#### ふれあいフェアとは

「ネットの会社だからこそお客様とのリアルな接点を大切にしたい」との思いで2008年の開業から継続しているご契約者さま向けイベントです。2023年7月には、50回目の開催を迎える予定です。

過去、東京をはじめ、大阪・福岡・名古屋・札幌など各地で開催実績があります。新型コロナウイルス感染症拡大後の2020年度から2021年度まではオンラインで開催していましたが、2022年度はリアルでの開催を計2回行いました。



## ■ コンタクトセンターやウェブサイトの評価

### 2022年 HDI格付けベンチマーク公開格付け調査

- 当社の「コンタクトセンター」「ウェブサイト」が生命保険業界で歴代最多<sup>1</sup>となる**10回目の三つ星ダブル受賞**
- 顧客体験の礎となる「ウェブサイト」は、**12年連続三つ星受賞**



# 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と 当社方針の対応関係



金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と、当社「お客さま本位の業務運営に関する方針」との対応関係は以下のとおりです。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」		対応する当社方針
2	顧客の最善の利益の追求	1. お客さま本位の業務運営を実践するための「生命保険マニフェスト」 2. 私たちの行動指針
3	利益相反の適切な管理	2. 私たちの行動指針
4	手数料の明確化	2. 私たちの行動指針 6. お客さま本位の業務運営を継続するための取組み
5	重要な情報の分かりやすい提供	3. 生命保険を、もっと、わかりやすく
6	顧客にふさわしいサービスの提供	2. 私たちの行動指針 4. 生命保険料を、安くする 5. 生命保険を、もっと、手軽で便利に
7	従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	6. お客さま本位の業務運営を継続するための取組み

当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等していません。そのため、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（原則5（注2）、原則6（注2））については当社方針の対象としていません。