

2021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 東証マザーズ)

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 2020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2020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」(URL:<https://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/manifesto/>)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、お客さま本位の業務運営に努めており、その一環として「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定期的に公表するとともに、当方針および成果指標は、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(URL: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
03-5216-7900

■ 2020 年度における、成果指標の見直しについて

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、「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、「お客さま本位の業務運営に関する方針」の 2020 年度の取組み結果の公表にあたり、成果指標の見直しを行いました。今回の成果指標の見直しは、経営理念に掲げる「わかりやすさ」「安さ」「便利さ」を示す指標として、従来の「保険商品の保障内容・保険料への満足度」を「コストパフォーマンス(保障内容と保険料のバランス)への満足度」に変更したうえで、「商品の仕組みや内容等のわかりやすさへの満足度」、「申込・契約の手続きの簡単さへの満足度」を加えることで、「ライフネットの生命保険マニフェスト」に定めた業務運営を実現しているかをより明確に開示するものです。

変更前	変更後
(新規追加)	商品の仕組みや内容等のわかりやすさへの満足度
保険商品の保障内容・保険料への満足度	コストパフォーマンス(保障内容と保険料のバランス)への満足度
(新規追加)	申込・契約の手続きの簡単さへの満足度

*コンタクトセンター対応満足度、保険金等のお支払いに要した平均営業日数、ライフネット生命レター到達率、ふれあいフェア実施回数は、従来通り開示しています。なお、2019 年度に開示した「当社で見直した保険料の節約額」は、2020 年度において算出していないことから、開示していません。

お客さま本位の業務運営に関する方針（2019年6月28日改定）

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」

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

<成果指標>

- ・商品の仕組みや内容等のわかりやすさへの満足度 **2020年度: 8.17 (11段階評価)¹**
 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
- ・コンタクトセンター対応満足度 **2020年度: 8.92 (11段階評価)²**
 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

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入力いただくことで経費を削減

<成果指標>

- ・コストパフォーマンス(保障内容と保険料のバランス)への満足度 **2020年度: 8.29 (11段階評価)³**
 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 2020年5月、7月、10月、2021年1月当社契約者アンケート調査(10(とても満足)~0(とても不満))による平均値

² 2020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))による平均値

³ 2020年5月、7月、10月、2021年1月当社契約者アンケート調査(10(とても満足)~0(とても不満))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・給付金の受け取りまで、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・新規申し込み・保全手続き・給付金請求の受付が可能
- ・スマ速請求(診断書不要・書類の郵送不要(画像で提出))等による、簡単に迅速な給付金請求・支払い
- ・LINEを利用したチャットによる保険相談の受付

<成果指標>

- ・申込・契約の手続きの簡単さへの満足度 **2020年度: 8.81 (11段階評価)⁴**

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

- ・保険金等のお支払いに要した平均営業日数 **2020年度: 2.59日⁵**

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

- ・ライフネット生命レター到達率 **2020年度: 99.06%**

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

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

<成果指標>

- ・ふれあいフェア実施回数 **2020年度: 3回**

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にする姿勢をあらわす目的により、指標として開示します

⁴ 2020年5月、7月、10月、2021年1月当社契約者アンケート調査(10(とても満足)~0(とても不満))による平均値

⁵ 事実の確認を行った事案や請求書類に不備があった事案は除外しています。

<2020 年度の主な取り組み>

・「顧客体験の革新」を実現する具体策の実行

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。当社は以下のような一つひとつの施策の積み重ねにより、「顧客体験の革新」を実現していきます。

（マイページログインがエラーとなったお客さまへの動画案内）

顧客体験をストレスフリーにするための施策として、「マイページログインがエラーとなったお客さまへの動画案内」を実施しました。本施策は、お客さまがログインパスワードを入力して、エラーが 10 分以内に 2 回以上続いた際に、パスワード再設定方法動画の再生ボタンがポップアップで表示されるものです。



PC サイトにおける表示イメージ



スマートフォンサイトにおける表示イメージ

これによりお客さまは、ログインエラーをスムーズに解決できるようになりました。

（社内 SNS「顧客体験の革新サロン」の開設）

社内 SNS を活用した取り組みとして、「顧客体験の革新サロン」を開設しました。「顧客体験の革新サロン」では、「顧客体験の革新」にまつわる施策について投稿することを通じて、社員の意見やアイデアを得ることに加えて、社内コミュニケーションの活性化を図っています。

・お客さまのご意見に対する取り組み

当社は、「お客さまの声」に耳を傾け、「正直に わかりやすく、安くて、便利に。」の経営理念を実現するため、サービスの継続的な改善とお客さま満足度の向上を図っています。

お客さまのご意見に対する取り組みとして、web 口座振替受付サービスを導入しました。これまで、お申し込み時の保険料お支払い方法の選択において口座振替を選ばれた場合、口座振替依頼書を郵送で提出する必要がありましたが、「申し込み手続きはすべてオンラインで行えると思っていた。」とのお客さまの声に対応し、口座振替をオンライン認証でお手続きいただけるようにしました。

・ご契約者さまとの集い「ふれあいフェア」をオンラインで開催

「ふれあいフェア」とは、「ネットの会社だからこそリアルな接点を大切にしたい」という思いで、当社が開業当時から毎年行っているご契約者さま向けのイベントです。2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、初めてオンラインで開催しました。

実際に参加された方からは、「遠方に住んでいるため、ふれあいフェアへの参加が難しかったが、オンラインなので参加できた」「小さい子どもがいるため参加を控えていたが、今回は育児しながらでも参加ができたのでよかった」などの声がありました。

当社は、「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づき、2021年度もお客さま本位の業務運営を推進していきます。

以上