

2018年1月31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 岩瀬 大輔  
(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」 に基づく成果指標を策定

ライフネット生命保険株式会社(URL:<http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社:東京都千代田区、代表取締役社長:岩瀬大輔)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」に基づく成果指標を策定しましたので、お知らせします。

当社は、開業以来、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもと、「ライフネットの生命保険マニフェスト(URL:<http://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/manifesto/>)」を当社の役員および社員の行動指針とするとともに、2017年6月には「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定して、お客さま視点での業務運営を徹底しています。

今後、当方針の取組みに対して、お客さま視点に立った業務運営のさらなる強化およびお客さまと長期にわたって信頼関係の維持・向上を図るために、成果指標を用いて測定のうえ、その結果を開示する予定です。具体的な成果指標は、添付の当方針の文中に記載したとおりです。

なお、当方針における取組み状況および成果指標の数値については、定期的に公表するとともに、当方針および成果指標については、必要に応じて見直しを行い、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ます。当方針は、当社ウェブサイトに掲載しています(URL:[http://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/cs\\_policy/](http://www.lifenet-seimei.co.jp/profile/cs_policy/))。

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

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選び方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧ください。

株主・投資家向けの情報は <http://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(広報:関谷/IR:前田)

ライフネット生命保険株式会社

## お客さま本位の業務運営に関する方針

### 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、2008年5月の開業時に、「生命保険はむずかしい」そう言われる時代は、もう、終りにさせたい」という思いを、「第1章 私たちの行動指針」、「第2章 生命保険を、もっと、わかりやすく」、「第3章 生命保険料を安くする」、「第4章 生命保険を、もっと、手軽で便利に」の4章から構成される「ライフネットの生命保険マニフェスト」として定め、行動指針とし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り、お客さま本位の業務運営を実践できると考えていることから、今後も、「ライフネットの生命保険マニフェスト」に基づいて、正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な生命保険商品やサービスをお客さまに提供します。

#### <具体的な取組み>

- ・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。この中で、「一人一人のお客さまの、利益と利便性を最優先させる。」ことを宣言しており、お客さまと同じ生活者であることを忘れず、保険商品やサービスを提供します。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、保険商品の開発において、「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しか作らない、売らない」ことを指針とします。さらに、ウェブサイトやSNS等を活用して積極的な情報公開を行います。また、「個人情報の保護をはじめとしてコンプライアンスを遵守」していきます。

#### <具体的な取組み>

- ・情報公開の徹底（保険商品の付加保険料の開示、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）
- ・死亡保険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）

### 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、複雑になりがちな保険商品をお客さまに理解していただくことを目指します。「簡単な商品構成とする」ことでお客さまの理解を促進する一方、ご自身で判断することが難しい場合は、コンタクトセンターや代理店を通じて、保険商品選びをサポートします。また、保険商品の選択において、「お客さまが冷静に合理的に判断できる」ように、必要な情報を積極的に開示します。

## <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
- ・保険商品の付加保険料の開示(再掲)
- ・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(再掲)
- ・保険相談も可能なコンタクトセンター
- ・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>

- ・コンタクトセンター対応満足度

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、業務運営の効率化により、お客さまの保険料を抑えていきます。お客さまの立場で、「生命保険料の支払いを少なくして、その分をお客さまの人生の楽しみに使える時代にしたい」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による、データエントリーコストの削減

## <成果指標>

- ・当社で見直した保険料の節約額

保険商品の見直しをされたお客さまのコストメリットを端的にあらわしていることから、お客さまの保険料を抑える実績を確認する目的により、指標として開示します。

- ・保険商品の保障内容・保険料への満足度

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。

## 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、手軽で便利に」として、インターネットを始めとする、時代に合ったテクノロジーや考え方を積極的に採り入れることで、お客様の保険に対する利便性を向上させます。また、保険金等のお支払いは、生命保険会社として最も重要な責務と認識し、正確に、遅滞なく実行することで、お客さまからの信頼を確保します。

### <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・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(画像提出))等による、簡単で迅速な給付金請求・支払
- ・LINE、Facebook Messenger を利用したチャットによる保険相談の受付

### <成果指標>

- ・ 保険金等のお支払いに要した平均営業日数

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

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。インターネット販売であっても、お客さまとのコンタクト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。

### <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
- ・ 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(再掲)

### <成果指標>

- ・ ふれあいフェア実施回数

定期的にご契約者との集いを開催することで、インターネットの生命保険会社であってもお客さまとのリアルな接点を重視する姿勢をあらわす目的により、指標として開示します。

以上

ライフネット生命保険株式会社