証券コード：7157

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果

ライフネット生命保険株式会社

2025年7月

目次

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024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.8

方針5　生命保険を、もっと、手軽で便利に　・・・P.11

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.16

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

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」

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**
- **「Lifenetter Values」の策定・開示**

方針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**
- **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**
- **お客さまの声を商品・サービスの改善に活かす機会の確保と、お客さまの声から実現した取組み事例の開示**
- **お客さまからいただく評価（ネットプロモータースコア（NPS）®）の開示**

方針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**
- **動画を活用したお客さまへのご案内 【2024年度より実施】**
- **「電話リレーサービス」の対応を開始 【2024年度より実施】**

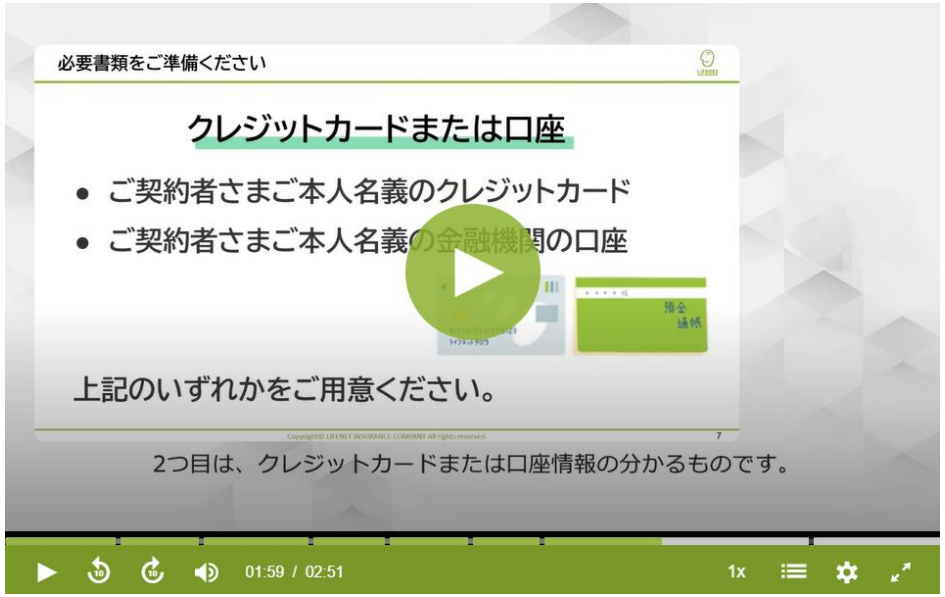
【2024年度の取組み事例】
方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく

2024年度の取組み

■ 動画を活用したお客さまへのご案内の拡大

当社では、保険検討時のポイントやお申し込み手続きについて、テキストでの説明に加えて動画を交えた情報提供を行っています。よりわかりやすい案内のため、2024年度は取組みを拡大しました。

ウェブサイト内の動画コンテンツの拡充



お申込み手続きの案内動画

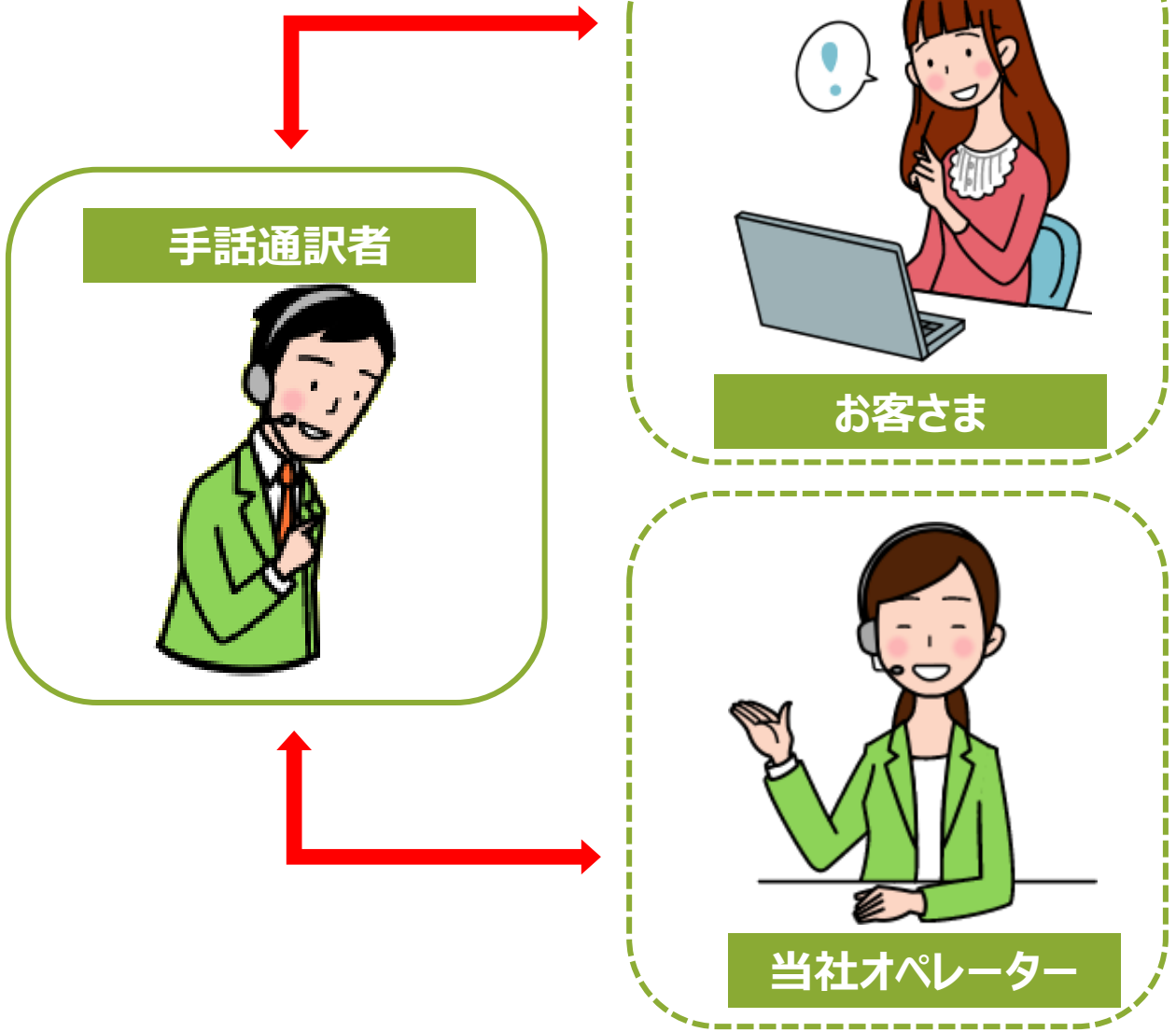
【2024年度の取組み事例】
方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく

2024年度の取組み

■ 「電話リレーサービス」の対応を開始

当社は、ユニバーサルデザインの一環として、耳や言葉の不自由なお客さまの利便性向上のため、総務大臣の指定を受けた一般社団法人日本財団電話リレーサービスの提供する「電話リレーサービス」を通じたお問い合わせに対応いたしました。

当社では、これまでもチャットやマイページなど、テキストを通じたお問い合わせ対応を行っておりますが、今後とも幅広いお客さまにより一層ご満足いただける商品・サービスを提供できるよう取り組んでまいります。



【2024年度の取組み結果】
方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく

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、
2024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[1]：8.05（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応対満足度[2]：8.99（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応対の実現を確認する目的により、指標として開示します。

1. 2024年4月、7月、10月、2025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. 2024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））による平均値。集計対象期間は、2024年4月1日から2025年3月31日

方針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**
- **低廉な保険料で保障を確保できる定期医療保険の販売開始 【2024年度より実施】**

【2024年度の取組み事例】
方針4.生命保険料を、安くする

2024年度の取組み

■　低廉な保険料で保障を確保できる定期医療保険の販売開始

当社は2024年10月に、定期医療保険「じぶんへの保険Z（ゼット）」、定期医療保険「じぶんへの保険Zレディース」の販売を開始しました。
特に若い世代はライフステージの変化とともに、必要な保障が変化します。必要な期間に絞って備えることで、月々の保険料を抑えて保障を準備できます。更新時には特定の条件のもと、終身医療保険への移行も可能です。見直しやすい定期医療保険が選択肢となることで、お客さまの保険選びもより豊かになると考えています。

定期医療保険
じぶんへの保険 Z

定期医療保険
じぶんへの保険 Z レディース

【2024年度の取組み結果】
方針4.生命保険料を、安くする

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、
2024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[1]：8.17（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提供を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. 2024年4月、7月、10月、2025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

方針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」としています。
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、お問い合わせ・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[1]（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**
- **認知症保険の販売開始と、認知症への啓発活動の実施 【2024年度より実施】**
- **ペアローン連生団体信用生命保険の提供を開始 【2024年度より実施】**
- **マルチペイメントシステムの導入 【2024年度より実施】**

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。

【2024年度の取組み事例】
方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に

2024年度の取組み

■ 認知症保険の販売開始と、認知症の啓発活動の実施

当社は2024年4月に、エーザイ株式会社と共同で開発した認知症保険「be」の販売を開始しました。本商品は「早期発見・早期治療」をコンセプトに、軽度認知障害（MCI）の段階から手厚い保障を提供し、認知症の早期発見・早期治療をサポートします。
また、LINE公式アカウント「ブレナビ」を通じて、脳の健康に関する情報提供や脳トレゲームなどを提供しているほか、認知症関連のイベントに出展するなど、認知症の啓発活動の実施も行っています。

認知症保険be

スマートフォンから二次元コードを読み取ることでLINEに遷移しブレナビを友だち追加できます。

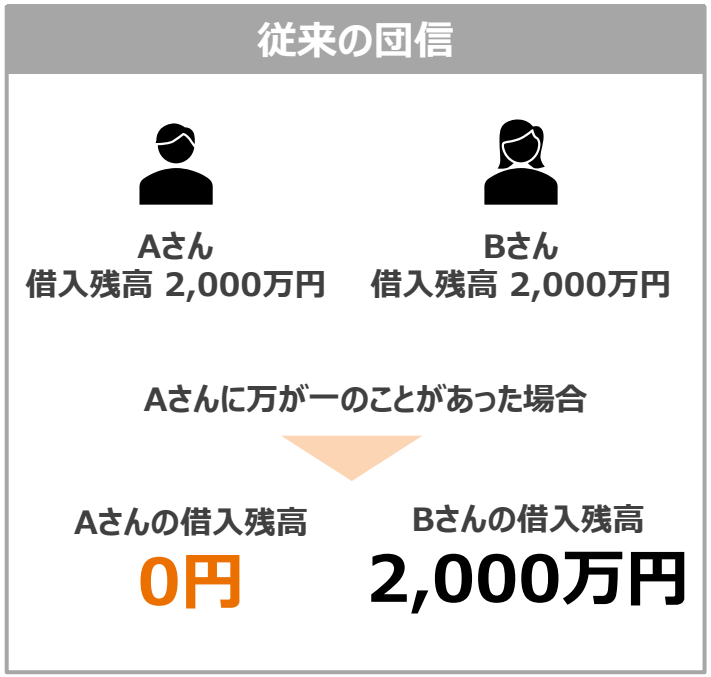
以下のURLのリンクからもブレナビの友だち追加が可能です。
https://lin.ee/LY9ZOTp

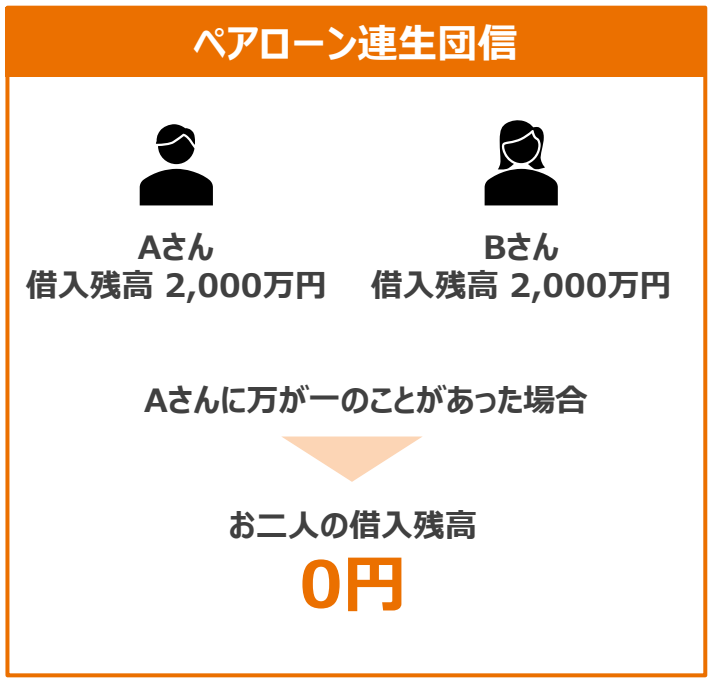
【2024年度の取組み事例】
方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に

2024年度の取組み

■　ペアローン連生団体信用生命保険の提供を開始

当社は2025年1月より、auじぶん銀行株式会社にてペアローンを利用して住宅ローンを組まれるお客さま向けに、「ペアローン連生団体信用生命保険」の提供を開始いたしました。近年、共働き世帯の増加や住宅価格の高騰に伴い、ペアローン利用者のニーズが増加傾向にあります。当社はこうした社会の変化に対応し、今後もお客さまにより一層ご支持いただける商品・サービスの開発と提供に努めてまいります。





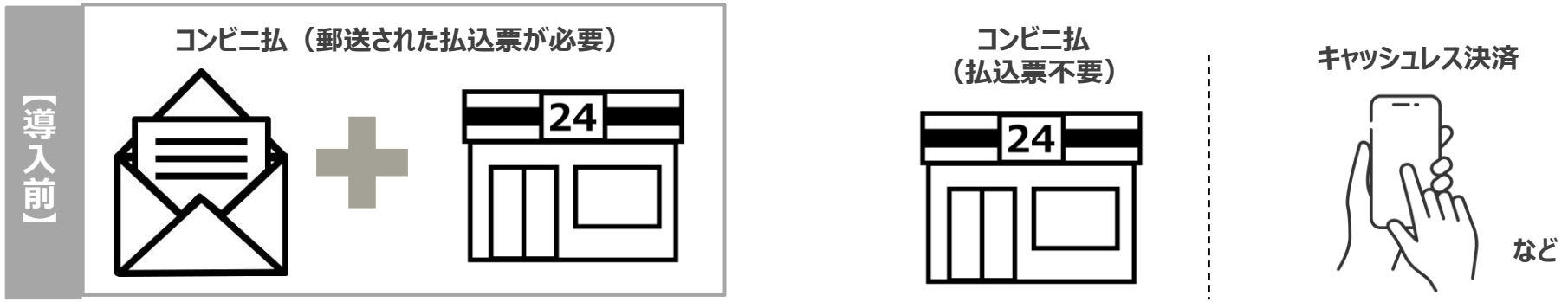
【2024年度の取組み事例】
方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に

2024年度の取組み

■ マルチペイメントシステムの導入

毎月の保険料のお支払いが滞ると、お客さまの大切な保障が失われてしまうリスクがあります。
このような事態を避けるため、保険料のお支払いが出来なかったお客さまには、払込票を郵送し、コンビニエンスストア店頭での保険料のお支払いや指定口座へのお振込みをお願いしていました。
マルチペイメントシステムの導入により、払込票での支払い方法に加えて、保険料のお支払いが出来なかったお客さまに決済用オンラインサービスのURLを送信することで、スマートフォン等を用いてご希望の決済手段で簡単にお支払いが完了できるようにしました。

【導入後】お支払方法の選択肢が拡大



【2024年度の取組み結果】
方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に

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、
2024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[1]：8.67（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：2.91日[2]
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：99.67%[3]
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。

1. 2024年4月、7月、10月、2025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. 2024年4月1日～2025年3月31日における、書類受領当日から支払い日までの日数。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。団体信用生命保険は除外しています。
3. 2024年4月1日～2025年3月31日発送分の実績

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

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**
- **全社員を対象にした「お客さまについて考える会」の実施**
- **部門横断でお客さまの声に基づく改善活動を行う「CS向上コミッティ」の継続開催**

【2024年度の取組み結果】
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

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「お客さま本位の業務運営に関する方針」**6. お客さま本位の業務運営を継続するための取組み**について、
2024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：4回（2024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さまとのリアルな接点を大切にしたい」という思いで2008年の創業当時から行っている、ご契約者さまとのリアルイベントです。
これまで57回の開催をしてまいりました。

2024年度は昨年度に引き続き外部イベントへの積極的な参加を行うとともに、ご契約者さまをご招待して開催するふれあいフェアを、当社の新オフィスにて初めて開催いたしました。これらの取組みにより、多くのお客さまとの貴重な交流の機会を得ることができました。

【2024年度の取組み事例】
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

2024年度の取組み

■　お客さまについて考える会の実施

当社は、ITサービスを活用し、お客さまの各種手続きの利便性を高めることに取り組み、**顧客体験の一層の向上**を目指しています。

「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、全社員がお客さま本位の業務運営を継続するための土台（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。

2024年度に実施した項目	
2025年3月	申し込み後アンケート集計結果の共有

2024年度における外部からの高い評価

当社の商品・サービスは、お客さまに支持いただいた結果として、外部から高い評価を受けています。

2025年 オリコン顧客満足度®調査

生命保険 総合第1位

J.D. パワー生命保険契約満足度調査[1]

ダイレクト生保5年連続 第1位

保険商品が比較サイトの申し込みランキングでNo.1を獲得[2]

定期保険
価格.com保険経由 申込数1位

がん保険
価格.com保険経由 申込数1位

コンタクトセンターとウェブサイトが
業界最多[3] 12回目の最高評価[4]

1. J.D. パワー2021-2025年生命保険契約満足度調査。2025年調査は新規契約・更新手続きをした顧客1,271名からの回答による。japan.jdpower.com/awards
2. 2024年1月1日～12月31日 保険市場調べ。『2025年版 最も選ばれた「保険ランキング」』生命保険（ネット申込）女性保険ランキング、がん保険ランキング、定期医療保険ランキングで第1位に選ばれました。
「価格.com保険」において2024年1月～12月の期間に、生命保険の部 定期保険で15商品から販売チャネルを総合して最も申込件数が多かった保険商品、がん保険の部で29商品から販売チャネルを総合して最も申込件数が多かった保険商品に選ばれました。
3. 当社調べ
4. 2024年「HDI格付けベンチマーク（公開格付け調査・生命保険業界）」において、「問合せ窓口格付け（コンタクトセンター）」「Web サポート格付け（ウェブサイト）」の両部門で、最高評価の三つ星を獲得。

掲載・更新年月日：　2025年7月11日

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」「プロダクトガバナンスに関する補充原則」との対応関係表

金融事業者の名称	ライフネット生命保険株式会社
■取組方針掲載ページのURL	https://www.lifenet-seimei.co.jp/policy/cs_policy/
■取組状況掲載ページのURL	https://www.lifenet-seimei.co.jp/policy/cs_policy/

原　則		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則2	**【顧客の最善の利益の追求】** 金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。	実施	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」 方針2.私たちの行動指針 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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P2-3, 16-18
注	金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針 方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3-15
原則3	**【利益相反の適切な管理】** 金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3
注	金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・金融商品の販売に携わる金融事業者が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合	実施	方針2.私たちの行動指針	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3
原則4	**【手数料等の明確化】** 金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。	実施	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」 方針2.私たちの行動指針	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P2-3
原則5	**【重要な情報の分かりやすい提供】** 金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
注1	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む） ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
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）。	非該当	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4
注3	金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
注4	金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配意した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
注5	金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
原則6	**【顧客にふさわしいサービスの提供】** 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3, 8-15
注1	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	方針2.私たちの行動指針 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3, 8-15
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。	非該当	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4
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、商品の特性等を踏まえて、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は、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3, 8-15
注4	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3, 8-15
注5	金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針 方針4.生命保険料を、安くする 方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3, 8-15
注6	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。	実施	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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P16-18
注7	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組みが行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。	実施	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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P16-18

原則7		【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	実施	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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P16-18
	注	金融事業者は、各原則(これらに付されている注を含む)に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	実施	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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P16-18
補充原則1		【基本理念】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。	実施	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	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P16-18
補充原則2		【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく 方針4.生命保険料を、安くする	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-10
	注1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく 方針4.生命保険料を、安くする	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-10
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCA サイクルを確立すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく 方針4.生命保険料を、安くする	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-10
補充原則3		【金融商品の組成時の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客(例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等)も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
補充原則4		【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討すべきである。また、金融商品の販売に携わる 金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注3	金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである 。	非該当	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4
補充原則5		【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7
	注1	金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて 、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。	実施	方針2.私たちの行動指針	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P3
	注2	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	実施	方針3.生命保険を、もっと、わかりやすく	「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2024年度の取組み結果　P4-7

【照会先】

部署	経営企画部
連絡先	03-5216-7900