

2026年7月3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 横澤 淳平
(証券コード:7157 東証プライム市場)

「お客さま本位の業務運営に関する方針」の 2025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](#)(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:横澤淳平)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2025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、「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](#)」を行動指針としているとともに、この「ライフネットの生命保険マニフェスト」の実現のために、「Lifenetter Values」で役職員一人ひとりが大切にしている価値観を言語化しています。

この経営理念、行動指針および大切にしている価値観をもとに、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/

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

ライフネット生命は「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」という経営理念を、「ライフネットの生命保険マニフェスト」にまとめ、営業開始から一貫してお客さま視点に立った生命保険の実現に挑戦し続けています。オンライン生保のリーディングカンパニーとして、デジタルテクノロジーを積極的に活用して、「最高の保険体験を届ける」ことを約束します。

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
広報/IR 03-5216-7900



「お客さま本位の業務運営に関する方針」 に基づく2025年度の取組み結果

ライフネット生命保険株式会社

2026年7月

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく2025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」および「Lifenetter Values」 ……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」および「Lifenetter Values」

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」を行動指針としています。

また、「ライフネットの生命保険マニフェスト」の実現のために、「Lifenetter Values」で役職員一人ひとりが大切にしている価値観を言語化しています。

この経営理念、行動指針および大切にしている価値観をもとに、これからもお客さまを起点とした業務の運営に努めてまいります。

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（基本手数料は保険商品ごとの手数料率）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
- 告知事項の一部改訂 **【2025年度に実施】**
- お客さま向けサービス「ライフネットケア」ページの新設 **【2025年度に実施】**

2025年度の取組み

■ 告知事項の一部改訂

当社では、お客さまのお申し込み手続きの負担軽減と保険契約者間の公平性の両立を目的に、2025年10月より告知事項¹の一部を改訂しました。

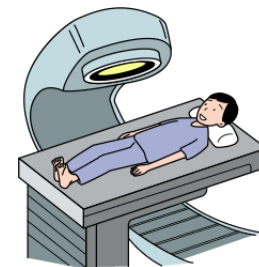
過去5年以内の「病気やケガによる手術、7日間以上の入院・受診」について告知期間を過去3年以内に短縮²



就業不能保険について給付金月額に応じた健康診断書の提出を撤廃



過去3ヶ月以内の「検査の予定の有無」を告知事項に追加²



1. 生命保険の公平な引き受けのため、お申し込み手続き時に過去の傷病歴、現在の健康状態、職業等についての告知をお願いしています。詳しくは、「[\(FAQ\) 告知とは何のために必要なのですか？](#)」をご確認ください。
2. 告知内容の詳細は「[健康診断・健康状態に関する質問項目例](#)」を参考にしてください。

2025年度の取組み

■ お客さま向けサービス「ライフネットケア」ページの新設

「付帯サービスやおすすめのサービスにはどのようなものがあるのか知りたい」などのお客さまの声にお応えするとともに、ご契約後のお客さまのニーズに合ったサービスを提供することでお客さまの安心感を醸成するため、お客さまにご利用いただけるサービスをわかりやすくご紹介する「[ライフネットケア](#)」ページを新設しました。

ライフネットケアは「**支える、をもっと身近に**」をコンセプトとしており、今後はライフネットケアを通じてお客さまとの接点を増やしなが、お客さま満足度のさらなる向上につなげてまいります。



【2025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、
2025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¹：8.04（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²：9.03（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. 2025年4月、7月、10月、2026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. 2025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、2025年4月1日から2026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
- 低廉な保険料で保障を確保できる定期がん保険の販売開始 **【2025年度に実施】**

【2025年度の取組み事例】

方針4.生命保険料を、安くする

2025年度の取組み

■ 低廉な保険料で保障を確保できる定期がん保険の販売開始

当社は2025年12月に、「ライフネット生命の定期がん保険」、「ライフネット生命の定期がん保険レディース」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、終身がん保険への移行も可能です。見直しやすい定期がん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。

ライフネット生命の
定期がん保険

ライフネット生命の
定期がん保険
レディース

【2025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、
2025年度の成果指標の結果は以下のとおりです。

成果指標

保障に対する保険料の手頃さへの満足度¹：8.07（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. 2025年4月、7月、10月、2026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

- オンラインで、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
- 保険金・給付金の最短当日支払いを開始 【2025年度に実施】
- コンタクトセンターで対話型AIおよびAIボイスボットの導入 【2025年度に実施】
- ご契約内容をお知らせする「ライフネット生命レター」の電子化を開始 【2025年度に実施】

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。

【2025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

2025年度の取組み

■ 保険金・給付金の最短当日支払いを開始

当社は2025年8月より、お客さまへ一層の安心と、さらなる質の高いサービスをご提供するため、保険金・給付金の「最短当日支払い」を開始しました。

2025年度の成果指標の一つである「保険金等のお支払いに要した平均営業日数」(P15)は前年度と比較して大きく短縮することができており、本取組みが寄与していると考えています。

「スマ速請求」なら、ご連絡をいただいてから **最短当日**のお支払い!

書類が到着してから **最短当日**のお支払い!

ステップ1

ご請求の連絡

マイページまたは
お電話にてご連絡ください
請求書類のご案内をいたします



ステップ2

必要書類の提出

必要書類を揃えて
ご提出ください

スマートフォンから
画像による
提出もできます



ステップ3

保険金・給付金の 受け取り

ご指定の口座に保険金・
給付金が振り込まれます

請求書類
到着から
最短で当日中



※書類到着日を1日目として、営業日ベースで計算した日数です。

※お客さまの指定する金融機関によっては、ご入金翌営業日となる場合があります。

【2025年度の取組み事例】

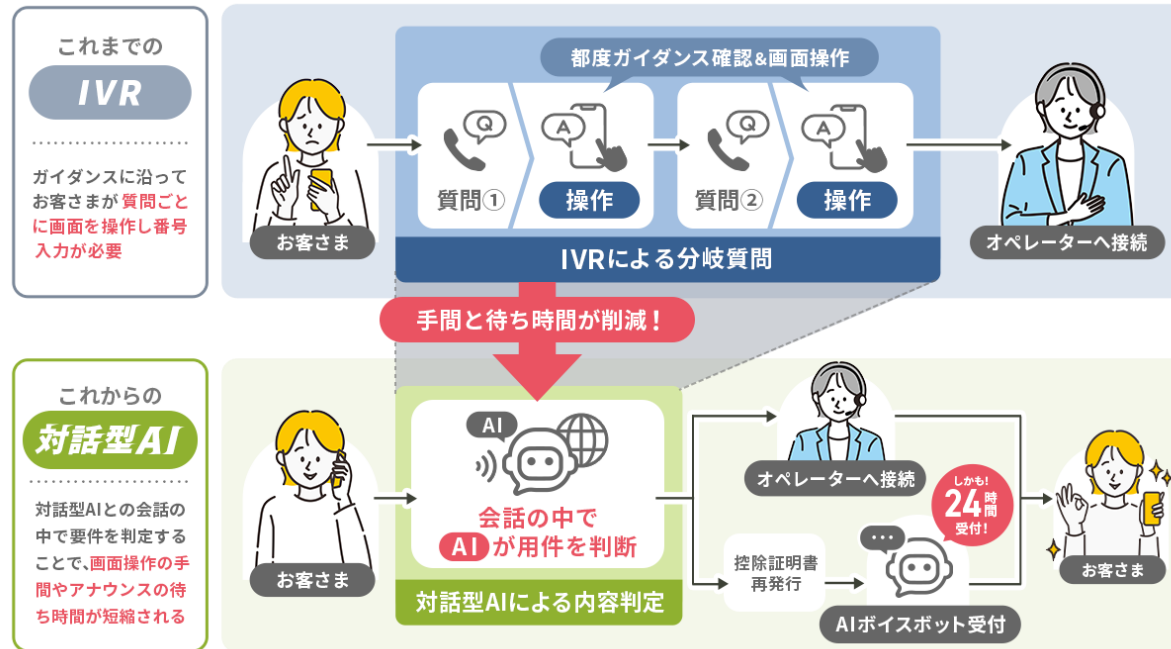
方針5.生命保険を、もっと、手軽で便利に

2025年度の取組み

■ コンタクトセンターで対話型AIおよびAIボイスボットの導入

当社は、お客さまの利便性向上のため、コンタクトセンターで対話型AIとAIボイスボットを導入し、回線コールフローに組み込むことで、応対品質の向上や控除証明書再発行の24時間受付を実現しました。

【お手続きの流れ】



【対話型AI・AIボイスボット導入による変更点】

Before IVRを経由

- プッシュボタン選択、複雑なメニュー階層 → 操作の手間と待ち時間の発生
- すべての応対が営業時間内のみ

After 対話型AI・AIボイスボット

- AIによる自然な対話、適切なオペレーターへの接続 → 手間と待ち時間を削減!
- 控除証明書再発行受付24時間対応可能

【2025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

2025年度の取組み

■ ご契約内容をお知らせする「ライフネット生命レター」の電子化を開始

ご契約内容をお知らせする「ライフネット生命レター」について、2026年3月分より電子化を開始し、ご契約者さまの利便性向上の実現とともにペーパーレス推進による環境負荷の低減を目指しています。

「ご契約者さまのご要望にお応えしました！」

ライフネット生命レターがお手元のスマートフォンなどからいつでも、どこでも確認できるようになります！



【2025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、2025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¹：8.66（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：1.08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：99.70%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ご案内しています。

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. 2025年4月、7月、10月、2026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. 2025年4月1日～2026年3月31日における、書類受領日の翌営業日から着金日までの日数です。土・日・休日を除きます。（例：書類が到着した当日にお支払いを決定し、当日中に着金した場合は「0日」となります）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. 2026年3月分より電子化を開始したことから、2025年4月1日～2026年2月28日発送分の実績を記載しています。

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**

【2025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、2025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：1回（2025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58回の開催をしております。

2025年度は昨年度に引き続き、ご契約者さまをご招待して開催するふれあいフェアを、当社のオフィスに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。



2025年度の取組み

■ お客さまについて考える会の実施

当社は、AIなどの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組み、**最高の保険体験を届ける**ことを目指しています。

「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。

お客さまの現状の理解・分析と今後に向けた考察を通じて、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。

2025年度に実施した項目

2025年9月	お客さま像に関する分析とギャップ
2026年3月	お客さまから寄せられたご意見
2026年3月	解約率の分析と対策

2025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。



2026年 オリコン顧客満足度®調査で
2年連続 生命保険 **総合第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¹



定期保険
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² 13回目の最高評価³



- 2025年1月1日～12月31日 保険市場調べ。『2026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。がん保険は、リニューアル前のがん保険「ダブルエール」との合算。「価格.com保険」において2025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。
- 当社調べ
- 2025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。

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」および「Lifenetter Values」 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2025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2025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2025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2025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」および「Lifenetter Values」 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2025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2025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こと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2025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2025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2025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慮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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025年度の取組み結果 P16-18	

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
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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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2025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合っ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事実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2025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2025年度の取組み結果 P4-7

【照会先】

部署	経営企画部
連絡先	電話番号：03-5216-7900 メールアドレス：StratDivCP@lifenet-seimei.co.jp