

「お客さま本位の業務運営に関する方針」の成果指標(KPI) 2025年の取組み状況について

REAL LIFE 株式会社はお客さま本位の業務運営方針に基づき「お客さまの最善の利益」を最優先に取組むことで、常に安心の提供を行っています。

その取組みの2025年度の成果指標(KPI)を以下のとおり公表いたします。

1. お客さま本位の業務運営を社内外に周知し、着実に実行します

当社がお客さまに選ばれ続けるためには時代の変化にあわせて自らを変革し、自らを律する代理店へと進化する必要があると考えています。

本方針を実施することにより、今後もお客さまに選んで頂けるかを総合的に判断することができる指標として、「生命保険契約の継続率」「損害保険(自動車保険)の更改率」において以下の評価をいただきました。

生命保険契約の継続率(各年度 販売件数上位3社)

	2025年度	2024年度	2023年度
1位	アクサ生命保険 (97.1% / MOF13)	チューリッヒ生命保険 (97.7% / IQA24)	チューリッヒ生命保険 (98.9% / IQA24)
2位	ネオファースト生命保険 (99.6% / IQA24)	アクサ生命保険 (95.0% / MOF13)	アクサ生命保険 (98.9% / MOF13)
3位	なないろ生命保険 (100.0% / IQA24)	ネオファースト生命保険 (98.7% / IQA24)	ネオファースト生命保険 (98.3% / IQA24)

2025年度(2024年11月～2025年10月) ※各年度における、新規取扱い件数の上位3社を記載しています。

(注)

- ・IQA24継続率：契約日が24ヶ月目に有効な割合(契約日が25ヶ月前から13ヶ月前までに成立した契約が対象)
- ・MOF13継続率：契約日が継続率算出対象期間に属する契約のうち、13カ月目に有効な契約の割合

自動車保険の更改率 (各年度 販売件数上位3社)

	2025年度	2024年度	2023年度
1位	東京海上日動火災保険 (84.9%)	東京海上日動火災保険 (91.8%)	東京海上日動火災保険 (83.6%)
2位	損害保険ジャパン (85.6%)	三井住友海上火災保険 (100.0%)	三井住友海上火災保険 (99.9%)
3位	あいおいニッセイ同和損害保険 (87.40%)	損害保険ジャパン (96.7%)	損害保険ジャパン (84.0%)

2025年度(2024年11月～2025年10月) ※各年度における、新規取扱い件数の上位3社を記載しています。

2. 利益相反の適切な管理を行います

お客さまの利益に反する取引を適切に把握・管理するため、以下の体制を整えています。

・コンプライアンス室の設置

営業部門から独立したコンプライアンス室を設置し、内部監査およびマネージャー会議にて「早期消滅契約」「乗換契約」「高齢者募集」「お客さまの声」などの報告書をもとにモニタリングを行い、チェックしています。

・意向記録システムの活用

お客さまとの提案・申込時におけるご意向や商談内容を意向記録システムに入力し、成約に至った案件の情報等を最終的に内部管理部門に集積させ、定期的にチェックしています。

2025年も管理者が入力内容を全件確認し、指導を行いました。募集経緯が適切であったかどうか、お客さまにどのようなご説明を行い保険商品のご加入に至ったか、その経緯が適切であったかについて確認・指導しました。

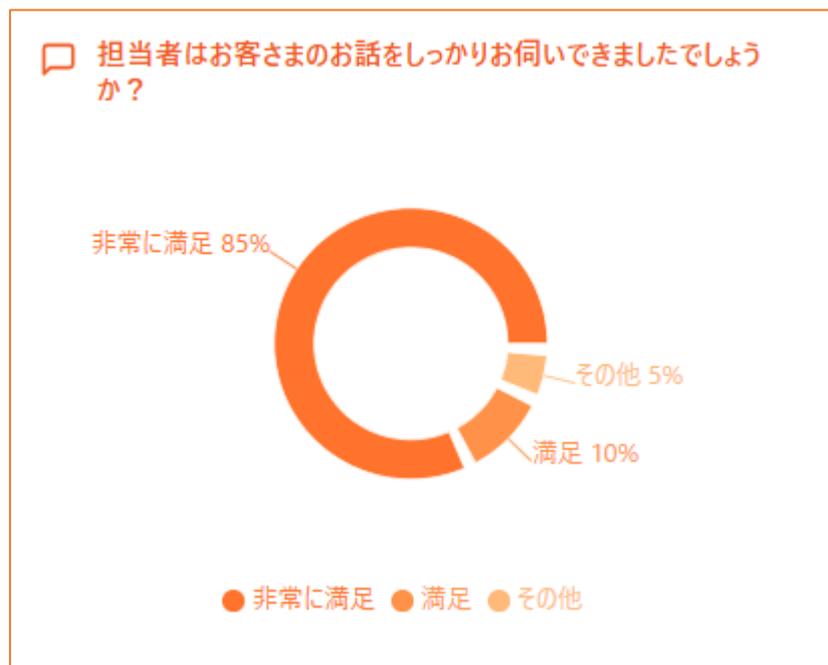
その結果、2025年も利益相反に該当するケースはございませんでした。

3. お客さまの最善の利益の追求とわかりやすい説明を行います

お客さまに安心を提供するためには、お客さまの状況をしっかりと確認することが何よりも重要だと考えています。担当者は丁寧かつ十分なヒアリングを行い、お客さまのさまざまなご意向を把握し、最適かつ最善の商品をご提案します。当該商品がお客さまの状況に本当に適切であるかを確認したうえでお勧めしています。

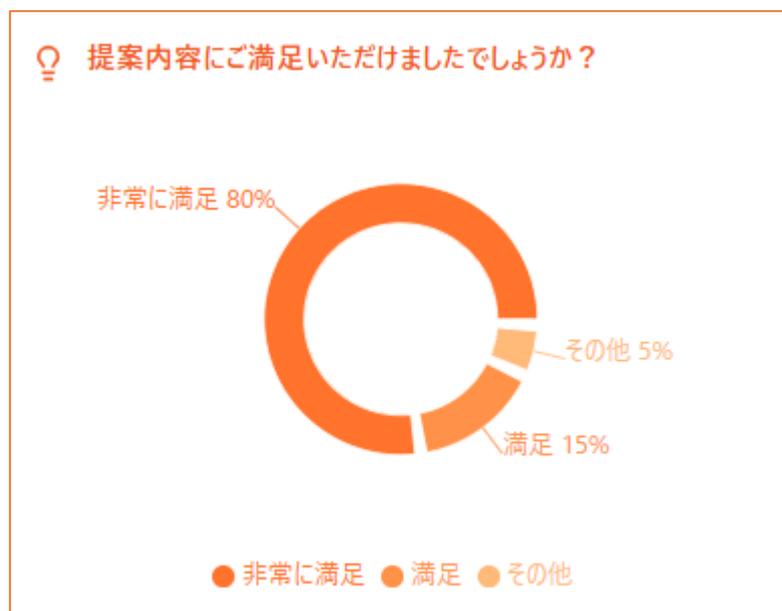
その結果、「質問 1.新契約時のお客さまアンケート」の「担当者はお客さまのお話をしっかりお伺いできましたでしょうか」では以下の結果となりました。

(集計期間：2024年11月～2025年10月)



「質問 2.新契約時のお客さまアンケート」の「提案内容にご満足いただけましたでしょうか」では以下の結果となりました。

(集計期間：2024年11月～2025年10月)



4. お客さまにふさわしいサービスの提供を行います

お客さまにご契約いただいた保険は、いざという時に保険金や給付金をお受け取りいただいて初めてお客さまのお役に立つことができると認識しております。

「保険は、加入者が自ら請求する『請求主義』により成り立つ商品」であることをお申し込み段階にてお客さまに必ず説明いたします。

「請求できる保険に気づきやすくすること」「自分が請求できない状況に備えて家族に加入保険を共有しておくこと」の対策として、請求漏れを防ぐ目的の保険管理アプリ「保険簿」をご案内しています。

名刺やお申し込み時のチェックシートに保険簿のアプリをダウンロードできる QR コードを記載してご案内もれがないような体制を整えています。

また、契約内容の確認・変更等手続きのサポートを行うとともに、ご加入後に訪れるお客さまの生活環境・経済状況の変化によって生じる各種手続きや新しいサービス等についても、定期的に REAL 通信やブログにて情報を提供しております。

今後もお客さまの生活をサポートするような有益な情報をお届けしてまいります。

- ・毎月 1 回 REAL 通信の配信
- ・ブログと Instagram の更新回数

REAL 通信

月	回数	月	回数
2024年11月	1	2025年5月	1
2024年12月	1	2025年6月	1
2025年1月	1	2025年7月	1
2025年2月	1	2025年8月	1
2025年3月	1	2025年9月	1
2025年4月	1	2025年10月	1

ブログ更新回数

月	回数	月	回数
2024年11月	3	2025年5月	3
2024年12月	3	2025年6月	3
2025年1月	3	2025年7月	3
2025年2月	3	2025年8月	3
2025年3月	3	2025年9月	3
2025年4月	3	2025年10月	3

Instagram更新回数

月	回数	月	回数
2024年11月	10	2025年5月	8
2024年12月	13	2025年6月	9
2025年1月	8	2025年7月	8
2025年2月	9	2025年8月	4
2025年3月	10	2025年9月	3
2025年4月	10	2025年10月	3

ご高齢のお客さまに対してはさらにフォローが大切だと考えており、より一層ご安心頂けるように、年に 1 回お手紙をお送りしています。

2025 年は 12 月に、住所変更など生活環境の変化はないか、保険金・給付金の請求漏れがないか、契約内容、ご家族登録推奨などをご確認いただくお手紙をご案内しました。

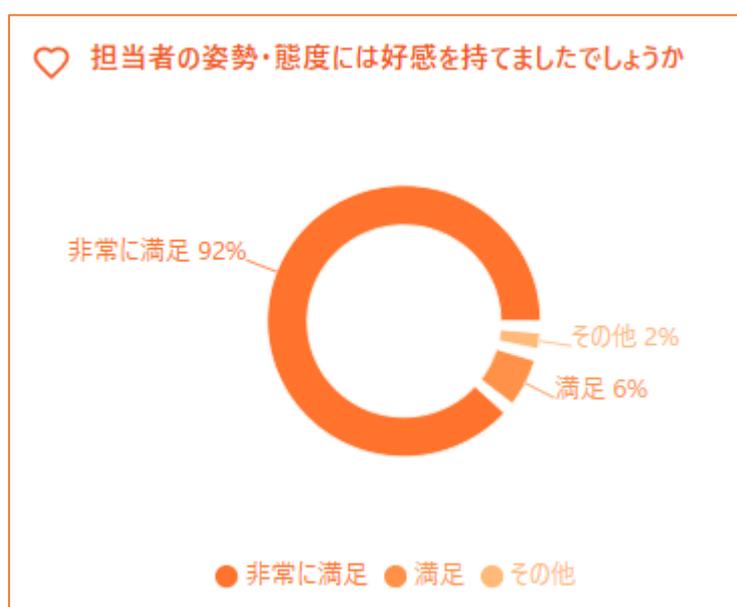
5. お客さまから寄せられた声を業務運営に生かすための取組み

お客さまから寄せられた保険商品・手続き等に対する提言、苦情、お褒めの言葉などは、システムに対応した担当者が報告するフローになっています。

お客さまから寄せられた声を、役員・マネージャーを中心としたメンバーにて共有し、発生原因や再発防止策を確認しています。さらに、毎月実施している社員全員が参加する定期ミーティングにてポイントを共有し、検証・改善等を行うことを通じて、お客さまの声を経営に反映させ、より良質かつ公正な営業体制の構築に努めています。

また、「質問 3.新契約時のお客さまアンケート」の「担当者の姿勢・態度には好感を持ってましたでしょうか」では以下の結果となりました。

(集計期間：2024年11月～2025年10月)



契約時だけでなく契約後も、お客さまのためにお金に関する情報を通じて一緒に考えアドバイスをする専門家になれるよう、お客さまから頂いた貴重なご意見を今後の業務運営に反映させています。

6. お客さま本位を推進するための社員教育を行います

当社は、「お金に関わる情報を通じて、安心を提供する」の最前線は社員であるとの認識のもと、本方針における「お客さまの最善の利益追求」のための社員教育計画を策定し、これに資するための報酬・評価制度を定め、これに基づき日々の営業活動を行っています。

昨今、商品が多様化していることを踏まえ、商品の仕組みや内容・販売に関わる研修を定期的実施しています。特に為替などのリスクのある特定保険商品やご高齢者への対

応など、トラブルが生じやすい商品については重点テーマとし、リスクの度合いに応じた教育を行います。これにより、お客さまに適切に対応するための体制を構築いたします。

当社は、専門の e ラーニングシステムを導入し、以下について月 1 回教育・研修を実施しております。

正解率 100%になるまで設問は終わらないシステムになっており、昨今のめまぐるしく変化する状況に対応できるよう担当者は研鑽しています。

- ・コンプライアンス問題
- ・公的保険制度問題
- ・生命保険の商品知識問題
- ・損害保険の商品知識問題

<e ラーニングの初回正答率と履修率の結果>

社員教育の強化(コンプライアンスと商品知識のeラーニングの初回正答率と実施率)

集計期間：2024年11月～2025年10月まで

コンプライアンス問題	
初回正答率	94.4%
履修率	98.0%

商品知識問題	
初回正答率	72.0%
履修率	98.0%

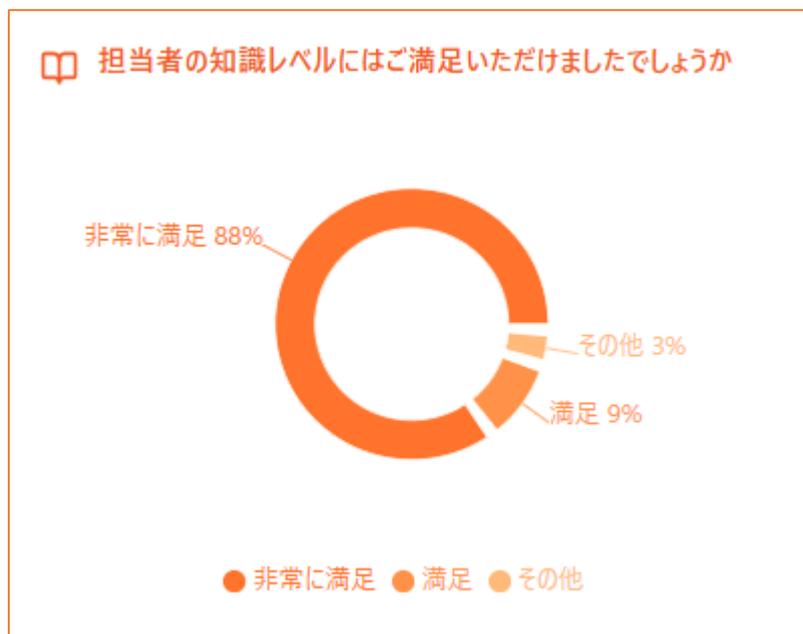
公的保険制度問題	
初回正答率	81.2%
履修率	98.0%

また、担当者の経験値や習熟度を鑑みて以下の研修会・勉強会を実施しました。

- ・ REAL LIFE 研修～個人保険・法人保険の勉強会～
- ・ オンライン募集マスター研修
- ・ ライフプランニングアドバイザー勉強会
- ・ 意向把握勉強会
- ・ 生命保険、損害保険の商品研修
- ・ IFA 実践研修

その結果、「質問 4.新契約時のお客さまアンケート」の「担当者の知識レベルにはご満足いただけましたでしょうか」では以下の結果となりました。

(集計期間：2024年11月～2025年10月)



7. お客さま本位の業務運営の定着に向けた取組みを行います

当社は、高度な専門性と職業倫理を保持し、お客さまに対して誠実・公正・公平に業務を行うことを通じて、「お客さまの最善の利益」の実現を追求するものとし、本方針に基づく業務運営を企業文化として定着させるべく、以下を実施いたしました。

(1) コンプライアンスプログラム

2025年のコンプライアンスプログラムを作成し、「お客さま本位の業務運営に関する方針」の定着に向けた取組みを計画し実践しました。

お客さま本位の行動とコンプライアンス優先の取組みを徹底するため、業務品質向上・コンプライアンス研修やeラーニングによる確認テスト等を継続的に実施し、コンプライアンスに対する従業員の理解を高め、浸透を図ってまいりました。

(2) 会議・研修

2025年会議・研修 (期間：2024年11月～2025年10月)	頻度	回数
取締役会	毎月	12回
マネージャー会議	毎月	12回
全社定期ミーティング	毎週※	43回
コンプライアンスに関する社内システムへのお知らせ発信	毎月	12回
コンプライアンス重点項目の策定	年	2月に策定

※2025年7月より毎月2回に変更

2025年度の成果指標を振り返り、多くのお客さまから信頼をお寄せいただいたことを深く感謝申し上げます。

私たちは「お金に関わる情報を通じて、安心を提供する」という原点に立ち返り、本報告で見えてきた「商品知識のさらなる深化」という課題に対しても、継続的な教育研修を通じて真摯に取り組んでまいります。

2026年度も、コンプライアンスを遵守し、お客さまの状況変化に寄り添った「最善の提案」を行うことで、より一層の安心を皆さまにお届けすることをお約束いたします。

2025年12月
REAL LIFE 株式会社

