

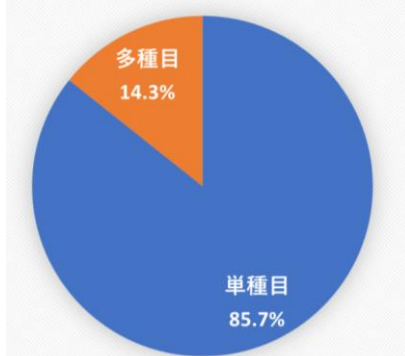
## お客さま本位の業務運営に関する方針の浸透と定着を測る指標（KPI）について

株式会社リンクジャパン（以下、「当社」）は、「お客さま本位の業務運営に関する方針」（以下、「当方針」）の策定にあわせ、当方針の浸透および定着の度合いを測る指標（KPI）を以下の通り設定し、公表します。

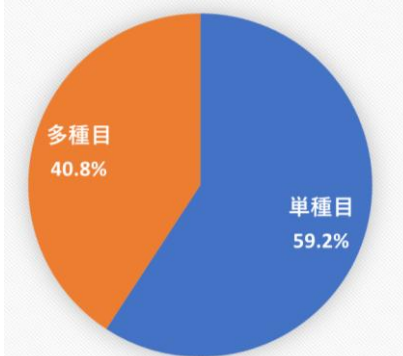
### 1. 多種目販売状況（2024 年 12 月時点） 【原則 2（注含む）に対応】

多種目販売状況は、当社で複数の保険に加入していただいているお客さまの割合を表しています。この数値は、お客さまから当社が保険の相談相手として信頼され、選んでいただいたことを表す結果と考えます。常に変わりゆく環境の中に出てくるお客さまの「夢・希望・不安・気づき」に対して、より多くのお客さまから信頼される代理店を目指します。

（個人のお客さま）多種目販売状況



（法人のお客さま）多種目販売状況



### 2. 契約更改率（損害保険） 【原則 5（注 1・2・4・5 含む）に対応】

**2024 年**

**89.76%**

契約更改率は、契約の満期が到来したお客さまが再び当社でご契約を更新していただいた数値を表しています。この数値は、お客さまが当社のアフターフォローにご満足いただいた結果と考えます。当社は、保険に関するアフターフォローのみならず、LINE 公式アカウントを用いた情報提供など独自のサービスに力を入れ、お客さまの満足度向上を目指します。

※ 対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月満期更改分

※ 商品販売停止、スポット契約、廃車など保険が不要になった契約を含む

### 3. 契約継続率（生命保険） 【原則 5（注 1・2・4・5 含む）に対応】

**2024 年**

**98.30%**

契約継続率は、1 年を超えて契約をご継続いただいた数値を表しています。この数値は、当社がお客さまの想いを丁寧にヒアリングし、お客さまのご意向に沿った保険商品を提案し、ご契約いただいた結果と考えます。今後も、お客さまに「あなたを頼ってよかった」と喜んでいただけるよう、丁寧なヒアリングおよびわかりやすい情報提供に努めます。

※ 対象期間：2023 年 1 月～2024 年 12 月

4. お客様の声 苦情件数 【原則 3（注含む）、原則 4、原則 6 の注 6、補助原則 3 の注 3、補充原則 4（注 3 含む）に対応】

毎週お客さまからいただいたお声（お褒めや要望、相談、ご不満など）を各自記入し、定期的に読み合わせをしています。苦情にまで達しないお声に対しても丁寧に拾い、業務改善を行っています。また、保険会社や保険商品に対する声を受け付けた際は保険会社へ連携し、より良い保険商品・サービスになるよう努めています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
お褒め	7	6	7	8	7	5	12	4	8	9	9	10	92
要望	2	2	4	4	1	5	3	2	4	3	0	3	33
相談	0	6	2	4	6	3	3	3	4	4	5	0	40
苦情	2	0	1	1	1	2	0	2	1	1	2	3	16
その他	6	4	3	2	1	1	2	1	2	0	1	1	24

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

5. 代理店独自の適合性確認 【原則 5 の注 3、原則 6（注 1 含む）に対応】

変額保険や外貨建保険等の特定保険は、運用リスクや為替リスクがあることから、お客さまの属性や理解度から提案可否の判断をするため、代理店独自の適合性確認を実施しています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
対象件数	0	3	14	2	3	0	4	0	1	4	0	1	32

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

6. 公式 LINE 情報配信回数 【原則 6 の注 1 に対応】

日常生活や災害時などに役立つ情報を定期的に配信しています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	月平均
情報配信	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	24	2.0

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

7. 高齢契約者の募集方法 【原則 6 の注 4 に対応】

高齢契約者の募集に対し、丁寧な募集ができているか意向把握シートを定期的に精査しています。当該期間において高齢契約者の更新契約は 318 件、新規契約は 11 件でした。計 329 件の契約は意向把握シートを確認し、当社で定める方法にて募集されていることを確認しております。

	更新	新規
対象件数	404	25

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

8. 社内商品勉強会実施回数 【原則 6 の注 5・7、補充原則 5（注含む）に対応】

お客さまに対して迅速かつ正確な情報提供ができるよう、定期的に商品研修を実施しています。

下記には保険会社が行う商品研修等の回数のみを記載しており、別途代理店で行っている研修は回数に含まれておりません。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	月平均
生損合計	1	0	0	3	1	1	3	0	0	1	1	1	12	1.0

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

9. 態勢整備会議の実施回数 【原則 7（注含む）に対応】

社内の募集品質の水準を一定以上にし、適切な募集ができるようコンプライアンスについて研修する機会を毎月設けています。

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
回数	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	10

※対象期間：2024 年 1 月～2024 年 12 月

10. その他 【原則 5 の注 2、原則 6 の注 2・3、補充原則 1、補充原則 2（注を含む）、補充原則 3 の注 1・2、補充原則 4 の注 1・2 に対応】

原則 5 の注 2、原則 6 の注 2・3、補充原則 1、補充原則 2（注を含む）、補充原則 3 の注 1・2、補充原則 4 の注 1・2 に関する取組は、下記の理由から実施しておりません。

<理由>

当社が取り扱う商品は、各生命保険会社および各損害保険会社から販売されている商品のみとなります。お客さまのご意向に合わせた商品を当社取扱商品の中からご提案させていただくため、複数の金融商品・サービスについて、当社が独自にパッケージとして販売・推奨を行うことはありません。また、当社は保険代理店であることから、保険商品および金融商品の組成には携わっておりません。

以上