
お客さま本位の業務運営に向けた 取組み状況に関するご報告 (2022年度版)

2023年6月29日

株式会社日立保険サービス

目次

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立	P2
2. お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底	P5
3. お客さまのご意向に沿った保険商品のご提案とお客さまが必要とするサービスのご提供	P10
4. お客さまの声を業務運営に活かす取組み	P14
5. お客さま本位の業務運営の定着を図るための教育・人事制度	P17
6. 当社独自の主要成果指標（KPI）	P21

※ 1. 本報告では、主に個人分野の取組み状況について記載しています。

報告書内の **原則 1** ～ **原則 7** は当社の取組みと金融庁策定の「[顧客本位の業務運営に関する原則](#)」内の各原則との関係を示しています。

※ 2. 当社が策定・公表している「お客さま本位の業務運営に関する方針」は[こちら](#)をご参照ください。

原則2

原則7

当社は、創業以来「カスタマーファースト（顧客第一）」を事業活動の基本に据え、長年にわたり培った経験・知識・保険技術を基に、多くのお客様に保険サービスをご提供してまいりました。

当社のめざす姿 保険の枠にとらわれない“お客様に役立つサービス” を提供するプロ集団

～ 個人分野 ～

安心・安全・健康面から
お客様とご家族のQOLを
支えるライフコンサルタント
としての活動を拡大して
まいります。

～ 企業分野 ～

リスクマネジメント領域で
お客様の企業価値向上に
資するリスクマネージャー
としての機能を拡大して
まいります。

※QOL : Quality of Life

(1) 内部管理態勢の整備

原則 2

原則 7

当社は「営業部門、営業推進部門での自律的管理」や「管理部門による牽制」を重視し、1線（営業部門、営業推進部門）・2線（管理部門）・3線（内部監査部）のいわゆる「3ラインモデル」を採用、内部管理態勢の整備、強化に努めています。

<p>営業部門 営業推進部門 (管理部門*)</p>	<p>「保険代理・媒介」「情報セキュリティ」「その他（人事総務・経理関連）」の各業務について自己点検を実施しています。 * 自己点検は営業部門、営業推進部門だけでなく、管理部門も含め全部門で実施。</p>
<p>経営企画部 コンプライアンス部</p>	<p>経営企画部を保険募集管理部門*とし、適正な保険募集管理態勢の構築に取り組んでいます。また、コンプライアンス部を日常的な業務運営の適切性を検証（モニタリング）する部門として位置付け「法令遵守状況」「保険代理・媒介業務に係る状況」「本社管理部門からの通知に基づく業務運営状況」の点検を実施しています。 * 2023年度から保険募集管理態勢の更なる強化を目的として募集管理グループを設置しました。</p>
<p>内部監査部</p>	<p>「業務が正確正当かつ合理的に処理されているかどうかを監査し、当該業務運営の現状を明らかにし、業務の改善及び業績の向上に資すること」を目的として内部監査部を設置しています。内部監査部では監査を「通常監査」「テーマ別監査」「特命監査」に区分しており、目的を達成するために最適な監査手法を選択し、実施しています。</p>

(2) コンプライアンスマネジメント委員会の開催 **原則2** **原則7**
 倫理・コンプライアンス責任者（常務取締役）を委員長とし、他の取締役、営業本部長および本社部門の部長を構成メンバーとする委員会組織です。

（オブザーバーとして監査役が参加）

当委員会およびそのメンバーは、すべてに優先してコンプライアンス問題に取り組み、保険事業の高い公共的使命と社会的責任を常に意識し、法令遵守はもとより高い企業倫理に基づいた誠実かつ公平な企業活動を実践します。当社は、お客様に優良な品質の安心とサービスを提供し、その期待に応え、社会から信頼される企業をめざして活動しています。

・開催実績：4月21日、7月7日、10月6日、1月26日 計4回開催
 ※2022年度実績。以下、当報告書における実績等は特に明記がない限り2022年度のものであります。

(3) 自己点検・モニタリング・内部監査 **原則2** **原則7**
 当社は「1（1）内部管理態勢の整備」記載の体制の下、下表の点検・モニタリング・監査を実施しました。

自己点検 (営業,営業推進部門)	43部門 (全部門)
モニタリング (コンプライアンス部)	業務モニタリング 43部門 / 情報セキュリティ監査 43部門 (全部門)
内部監査 (内部監査部)	通常監査 7部門 / 改善フォローアップ 6部門

2. お客様にとってわかりやすい情報提供の徹底

原則5

お客様のご期待に沿い、より良い保険サービス（適切なお提案やお手続き）をご提供できるよう社内体制の整備を始め、お客様満足度を高めるさまざまな取り組みを行っています。最近では、リモートでの説明や動画配信等のデジタルコンテンツの活用、オンライン面談サービスを拡大するなど、新常態でも従来と変わらぬ安心をお届けする保険商品の普及促進活動を推進してまいりました。また、WEBサイトの改善を継続的に進めるとともにご契約者さま専用「お客様ページ(マイページ)」を2021年8月に開設しました。

(1) 適切なお提案

原則5

取扱う保険会社の範囲や募集人の権限等を記載した当社独自の「オープニングシート」と契約概要や商品パンフレット等を用いて、より積極的な情報提供を行うことで、お客様とのコミュニケーションの充実を図り、お客様に寄り添ったご提案ができるよう常に心掛けています。また、保険診断(無料)を行うことによって保障内容の過不足等をご案内しています。

なお、保険商品をご提案する際には、必ず推奨理由をご説明させていただいています。

(保険診断実績：23,090件)

※推奨商品の選定にあたっては「商品検証委員会」での議論を経て、経営会議で承認するプロセスを採用しています。(商品検証委員会開催実績：2回)

2. お客様にとってわかりやすい情報提供の徹底

(2) 高齢のお客様への対応 **原則5**

高齢のお客様には、ご案内する保険商品の引受保険会社が定めたルールに従い対応しています。また、保険募集人の適切な対応を確保するため、各保険会社ルールを自動表示する社内管理システムを採用しています。

(3) オンライン保険相談の推進 **原則5**

お客様が利用可能なオンライン面談ツールを利用し、対面と同等の水準を確保しながら、お客様に寄り添ったご提案やお客様からのご相談に対応してまいりました。

(オンライン保険相談実績：6,770件)

(4) 「お客様ページ(マイページ)」の機能充実 **原則5**

2021年8月の開設以来、順次、機能の充実を図っています。

2022年度は登録者数増加を目的としたキャンペーン、提供サービス改善を目的としたアンケートを実施しました。

「お客様ページ(マイページ)」の主な機能は次のとおりです。

- ・お客様向けのお知らせ
- ・ご契約内容照会
- ・ご契約のお手続き依頼
- ・お手続きの進捗状況確認
- ・事故のご連絡
- ・保険金・給付金の申請 など

2. お客様にとってわかりやすい情報提供の徹底

今後もコンテンツの充実によってお客様へさまざまな情報をお届けするとともに、お客様利便性の向上を図ってまいります。

まだご登録をされていないお客様はぜひこの機会にご登録ください。

「お客様ページ（マイページ）」の詳細は[こちら](#)

株式会社 日立保険サービス お客様 ページ

2023年03月28日 【日立保険NEWSデジタル】No.012 春からの新習慣 買くはじめる「資産運用」 >

2023年02月22日 アンケート回答キャンペーン具品変更のお知らせ >

2023年02月01日 新認証方式への移行のお知らせ ※日立グループの認証基盤をご利用の方のみ >

もっと見る



ご契約内容照会 >



ご契約の各種変更手続き >



お手続き履歴 >



病気・ケガの保険金請求 >



自動車・火災保険
事故時の連絡先 >



ネット口座振替受付
退職者様・退職手続き
中のお客様専用 >



ライフプラン >

© Hitachi Insurance Services, Ltd. 2023. All rights reserved.

7

2. お客様にとってわかりやすい情報提供の徹底

(5) WEBサイトの継続的改善 原則5

当社では、お客さまが場所や時間に捉われずに保険商品やサービスを閲覧・確認でき、各種お手続きができるチャネルとしてWEBサイトを継続的に改善しています。

〈主な改善事例〉（数値はページビューの前年同期比です）

- ・保険料シミュレーション（在職者の方）ページの改善
既存の「医療保険」保険料試算ページに「NEW(希)保険」試算を組み込み、各商品ページ・保険診断ページ・WEB募集ページに進む分かりやすい導線をつくることで、操作性の向上とデザイン性の向上を図りました。（229%）

WEBサイトトップは[こちら](#)

2. お客様にとってわかりやすい情報提供の徹底

(6) 保険情報誌「日立保険NEWS」の発行 原則5

当社では1992年1月からご契約者さま向けの情報誌「日立保険NEWS」を発行しています。当初は自動車保険に関する情報を載せた小さな広報誌（A4サイズ3つ折り）でしたが、現在では保険情報だけでなく、防災情報や健康アドバイスなど多彩な記事を織り交ぜた「情報提供ツール」として、多くのお客さまからご好評をいただいています。

<2022年度発行実績>

- ・ 2022年9月発行（Vol.61）：180,072件
（お客さまからの返信ハガキ・メール：10,294件）
 - ・ 2023年3月発行（Vol.62）：178,659件
（お客さまからの返信ハガキ・メール：10,733件）
- ※ 年2回発行・A4サイズ・27ページ



3. お客様のご意向に沿った保険商品のご提案と お客様が必要とするサービスのご提供

原則2

原則3

原則5

原則6

保険募集に際しては、お客様の属性や状況を考慮し、お客様のご意向を十分理解したうえで保険商品のご提案を行い、ご契約時にはお客様のご意向に沿った内容となっているか検証しています。

また、既にご契約いただいているお客様に対しては契約管理、リスクマネジメント活動、事故軽減活動や事故発生時の助勢活動等、お客様サポート活動を推進しています。

(1) お客様のご意向に沿った保険商品のご提案

原則2

原則3

原則5

原則6

お客様の属性や状況を踏まえ、備えるべきリスクや必要となる保障額について、アンケートや保険診断、お客様との対話を通じ、ご意向の把握に努め、そのご意向に沿った保険商品やサービスをご提案するよう努めています。またご契約時には、お客様のご意向に沿った保障(補償)内容、お申込内容となっているか確認しており、独自の社内管理システムを使用し、記録・保存しています。

3. お客様のご意向に沿った保険商品のご提案と お客様が必要とするサービスのご提供

(2) 健康経営・安全運転に関するセミナー講習会の開催

原則2

原則5

原則6

オンラインメニューや動画配信等を拡充、健康経営・交通安全活動等、啓発活動のサポート等を積極的に実施しています。

<健康経営セミナー>

- ・「進化する健康経営」「ハラスメント対策」「どうする？自分のケア」の3テーマ・Web開催。申込者2,261名。

<健康セミナー・研修等>

- ・健康セミナー・研修 45回開催
- ・メンタルヘルス支援策 21回開催

<安全講習会実施件数>

- ・安全運転講習会96回開催 延べ9,404名参加。

◆健康経営等のサービスを提供するため次のような態勢を整備しました。

- ①担当営業社員と管理者の全員が「健康経営アドバイザー資格」を取得
- ②2022年10月に新組織「健幸経営推進プロジェクト」を発足

3. お客様のご意向に沿った保険商品のご提案と お客様が必要とするサービスのご提供

(3) 保険募集ルールの策定と徹底

原則2

原則3

原則5

原則6

①保険商品ご提案時のルールを定めた「保険募集マニュアル」を策定しています。
当マニュアルは、お客様に寄り添ったきめ細やかな対応の基本であり、均質なサービスの提供ができるよう、策定以降も継続的に見直しを実施しています。
(2023年4月時点で25回改訂)

②募集ルールに関する推進リーダーを各部門に設置しています。
推進リーダーには所定の役割を与え、部門長とともに所属部門内における保険募集ルールの継続的な改善を図っています。また、推進リーダーを対象とした討論会やリーダー間の情報交換ツールを使用し、継続的に各部門の状況や改善事項の共有、徹底を実施しています。

(4) 保険募集プロセス検証体制

原則2

原則3

原則5

原則6

不適切な保険募集が行われていないか常時モニタリングするため、保険募集人が記録した「お客様対応履歴（保険募集プロセス）」を点検しています。
(点検実績：28,850件)

※保険募集プロセスの検証体制については「1. (1) 内部管理態勢の整備」でもご紹介しています。

3. お客様のご意向に沿った保険商品のご提案と お客様が必要とするサービスのご提供

(5) お客様の利益の保護 **原則2** **原則3** **原則5**

お客様への保険商品のご提案に際し、当社や保険会社の利益を優先し、お客様の利益を不当に害することなく、適切に業務が行えるよう、毎年、コンプライアンス研修やテストで理解度を検証しています（100%受講）。
※研修等については「5.（2）教育・研修」をご参照ください。

4. お客様の声を業務運営に活かす取組み

(1) お客様の声管理の基本理念

原則 2

原則 7

お客様の声を真摯に受け止め、その結果を当社業務に反映させることで、サービス・顧客対応品質のより一層の向上を図ります。

(2) お客様の声管理方針

原則 2

原則 7

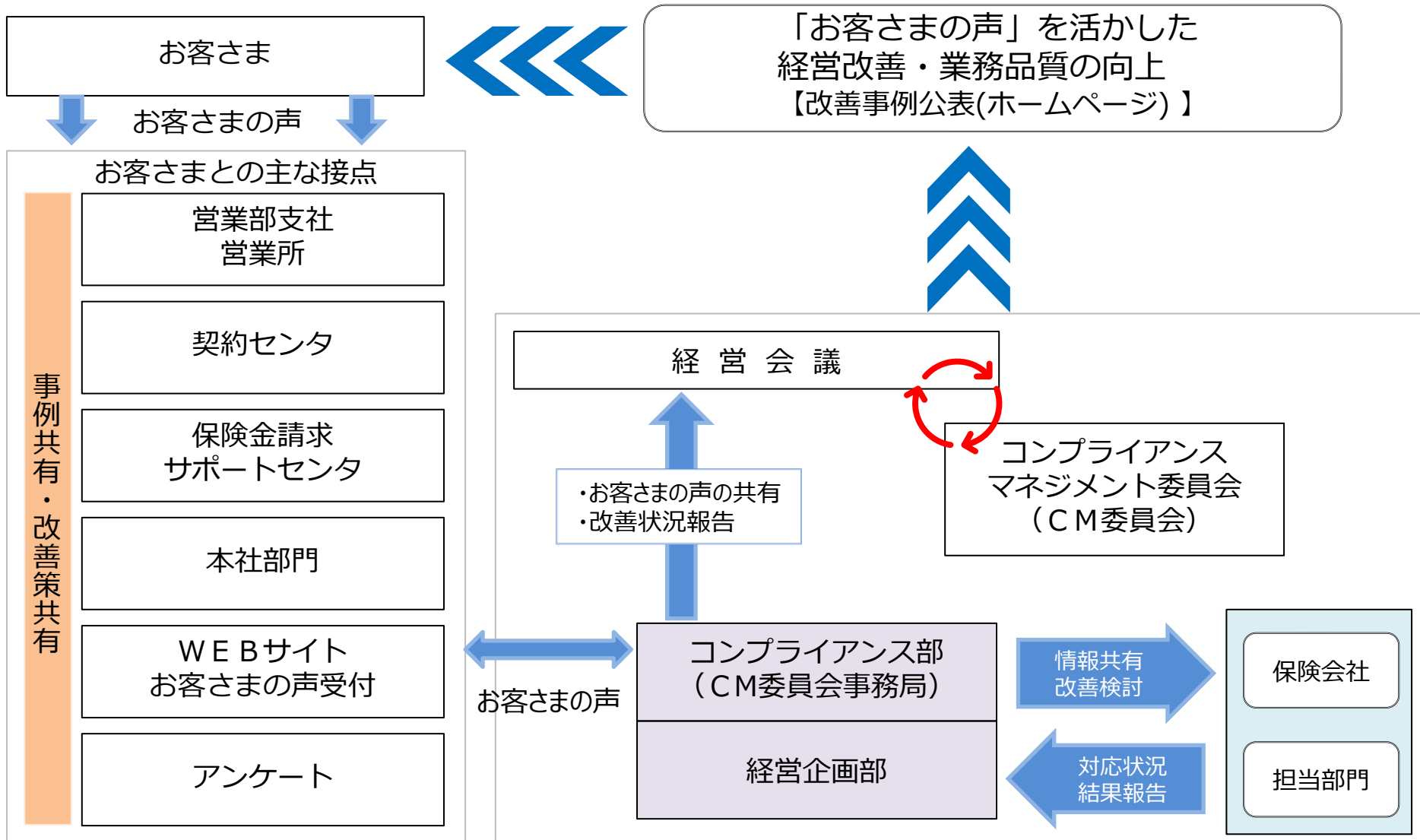
- ・お客様の声を積極的に受け止め、全ての部門において最優先の課題と認識して、公平・公正・誠実にお客様の声に対応します。
- ・お客様の声を通じて得られた個人情報、機密情報等の秘密保持を徹底します。
- ・お客様の声に関する情報を適宜、適切に分析し、お客様の声管理を全社で共有します。
- ・お客様の声を商品・サービス・業務運営の向上に積極的に活かし、お客様の声管理態勢を継続的に確保します。

4. お客様の声を業務運営に活かす取組み

(3) お客様の声を経営(業務)改善、品質向上につなげる仕組み

原則 2

原則 7



4. お客様の声を業務運営に活かす取組み

- (4) 「お客様の声白書」の作成、全社共有 原則2 原則7
 当社は毎年『「お客様の声」の現状（お客様の声白書）』を作成し、全社で共有しています。また「お客様の声」として[WEBサイト](#)にも一部掲載を行なっています。

* 「お客様の声白書」の例（2021年度版・目次）

目次	
1. はじめに.....	4
(1)「カスタマーファースト（顧客第一）」を事業活動の基本として.....	4
(2)「お客様の声白書」について.....	4
(3)お客様の声を業務改善、品質向上につなげる仕組み.....	5
2. 「お客様の声」を起点とした改善事例.....	6
(1)お客様の声からの改善事例.....	6
(2)改善検討中の事例.....	7
(3)保険会社に対するお客様の声で改善（変更）が難しい事例.....	7
(4)その他業務改善に向けた主な取組み.....	8
3. 弊社に寄せられた「お客様の声」（2021年度）.....	9
(1)弊社が管理する「お客様の声」.....	9
(2)お客さまからの「お褒めの言葉」.....	9
4. データ編.....	13
(1)「お客様の声」の推移.....	13
6. 今後の課題.....	30
(1)「お客様の声」と「再発防止策」の徹底、業務（経営）改善プロセスの確立.....	30
(2)内部統制との連動.....	30
(3)部門のサポート.....	31
(4)「お客様の声」の収集体制改善と分析能力の向上.....	31
(5)内部管理態勢の強化.....	31
7. おわりに.....	31
<資料1>苦情分類表.....	32
<資料2>「お客様の声」のレベル判定.....	33
<資料3>「重点事案・再発防止策策定シート」.....	34

5. お客さま本位の業務運営の定着を図るための教育・人事制度

原則6

原則7

当社は「すぐれた創造力を持ち、責任感と実行力の強い人財を育成すること」を目的として人財育成を図っています。

(1) 人財育成委員会

原則6

原則7

各年度の教育方針や下記①～④の教育内容を網羅した教育計画を策定する機関として、人財育成委員会を設置しています（事務局：人事総務部）。

当委員会は、取締役社長を委員長、人事総務部長を副委員長とし、2022年度は3回開催しました。また、人財育成に関する各種テーマを継続的に検討する組織として分科会を委員会の下部組織として設置しています。

- ①業務上必要な基礎的知識
- ②業務関連の全般的な知識
- ③職場管理能力の修得および業務改善提案と実行に関するもの
- ④業務上の企画力を養う関連情報や知識の履修

なお、従業員の教育受講履歴や資格取得状況は人事総務部が管理しています。

5. お客さま本位の業務運営の定着を図るための教育・人事制度

(2) 教育・研修

原則6

原則7

① グループ共通・保険会社開催研修

下表の研修はいずれも対象者全員が受講完了(100%)しています。

研 修 名
企業倫理・コンプライアンスコード研修
情報セキュリティ教育
個人情報保護の取り組み
ソーシャルメディアを利用する際の心構え、リスク対策
損害保険ジャパン代理店コンプライアンス研修
三井住友海上、あいおいニッセイ同和代理店必須研修
アフラック年次研修
生命保険募集人「継続教育確認テスト」
募集コンプライアンス研修

5. お客さま本位の業務運営の定着を図るための教育・人事制度

② 自社開催研修

前記①以外にも当社自らが開催している研修としてコンプライアンス研修、代理店業務の基本研修、階層別研修、分野別（企業・個人）研修、ITリテラシー教育などを実施しています。

また、従業員の資質向上を図るため、業務運営上必要とする知識・技能の資格取得者、及び取得が望ましい検定種目の資格取得者に対し、奨励制度を設けています。

主な資格の取得状況については「6.（1）ファイナンシャル・プランニング技能検定等資格取得数」をご参照ください。

5. お客さま本位の業務運営の定着を図るための教育 ・人事 制度

(3) 人事制度 **原則7**

当社は多様な人財が働きやすい職場環境の整備や、業績評価を含む人事制度の運用を行っています。

①多様な人財が働きやすい職場環境の整備の例

- ・「安全と健康を守ることは、全てに優先する」を基本姿勢とし、強く意識して諸活動に取り組んでいます。また、健康経営の推進にも力を入れ「健康経営優良法人・ホワイト500」の認定を5年連続して取得しています。
- ・多様な働き方（フレックス勤務制度、在宅勤務制度）
フレックスタイム制勤務規則、在宅勤務及びサテライトオフィス勤務規則
- ・妊娠中又は育児、介護に対応する社員の短時間勤務制度
育児休暇・勤務取扱規則、介護休暇・勤務取扱規則、妊娠中及び産後1年を経過しない女性社員勤務規則

②多面的な評価の実施

- ・個人の業績目標を設定する際の共通目標に『「基本と正道」の徹底』等を掲げ、会社の経営方針に沿ったコンピテンシーも設けるなど、数値目標だけではない多面的な評価を行っています。

6. 当社独自の主要成果指標（KPI）

(1) ファイナンシャル・プランニング技能検定等資格取得数

原則 2

原則 5

原則 6

原則 7

当社では、より高い知識の習得と、適切なアドバイスを有効に伝えることが出来るスキルを常に磨いていくためにファイナンシャル・プランニング(FP)技能士等の資格取得に注力しています。

	項目	2022年度
ファイナンシャル・プランニング 技能検定	取得率(注)	55.1%
	取得者数	312名
生命保険大学課程	取得率(注)	72.4%
	取得者数	410名
損保大学課程専門コース (法律・税務)	取得率(注)	80.6%
	取得者数	456名

(注)取得率を算出する際の分母について

保険募集人の登録をしている者を対象としており、その中には管理部門に所属する者も含まれています。

6. 当社独自の主要成果指標（KPI）

（2）「お客さまの声」受付数 原則2 原則7

当社では、お客さまから寄せられる「お客さまの声」を業務品質向上に欠かせないものと考え「お客さまの声」を取り纏め、業務運営に反映させるよう努めています。下表は苦情、ご要望・お褒め等のお客さまの声のうち「苦情」について纏めたものです。

【保険募集にかかる苦情の件数】

	2022年度
生命保険	386件
損害保険	665件
その他	105件
合計	1,156件

※1: 当社の「苦情の定義」は次のとおりです。

- ・お客さまから不満足 of 表明があったもの。
- ・不満足 of 表明がなくても、事故性の疑われる申出。

※2: 保険会社が直接受付けた苦情のうち、当社に連携された苦情については上表の件数に含めています。

※3: その他とは生命保険、損害保険に区分できない例えば「営業体制」や「社員の対応」などの苦情をいいます。

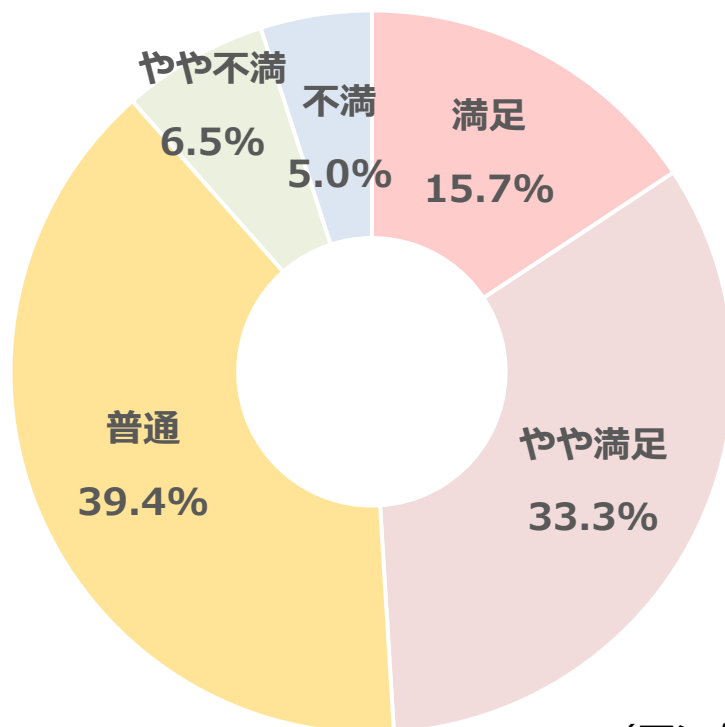
6. 当社独自の主要成果指標（KPI）

(3) お客様満足度 原則2 原則3 原則5 原則6 原則7

お客様アンケートから当社に対する満足度を算出しています。

「お客様満足度」はNPS®でご回答いただいた評価について、10,9点を「満足」、8,7点を「やや満足」、6,5,4点を「普通」、3点,2点を「やや不満」、1,0点を「不満」として算出しています。

NPS®はベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。



(アンケート回答期間：2023年3月28日～5月8日)
※2023年8月22日データ更新しました

6. 当社独自の主要成果指標（KPI）

(4) 「お客さまページ(マイページ)」登録者数

原則2

原則3

原則5

原則6

原則7

「お客さまページ(マイページ)」の内容の充実度およびお客さま満足度が登録者数の増加を左右する重要な指標と考えています。

	2023年6月
登録者数	37,322名

(5) 団体扱自動車保険の更改率

原則2

万一のときに信頼できる保険代理店として評価されていることが、多くのお客さまに選んでいただいている結果だと考えています。

	2023年3月末
更改率	98.0%

(6) 地震保険付帯率

原則2

お客さまの財産に甚大な影響をもたらす地震に備えることの重要性を丁寧にご案内している結果だと考えています。

	2023年3月末
地震保険付帯率	77.7%

END

