
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

(2023年度版)

2024年6月24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、多くのお客さま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“お客さまに役立つサービス” を提供するプロ集団

～個人分野～

安心・安全・健康面から
お客さまとご家族の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
お客さまの企業価値向上に
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。

営業部門 営業推進部門 (管理部門*)	「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。
経営企画部 コンプライアンス部	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年度には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。
内部監査部	「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。

※2024年から2線が対応していた「業務モニタリング機能」を3線の内部監査部へ移管し、名実ともに3ラインモデルを用いた内部管理態勢の一層の強化を図っております。

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立

(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、お客さまに優れた質の高い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：7月10日、10月17日、1月25日 計3回開催

※2023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2023年度のものです。

(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)	40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 40部門 / 情報セキュリティ監査 40部門（全部門）
内部監査 (内部監査部)	通常監査 6部門 / 改善フォローアップ 9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（適切なご提案やお手続き）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従来と変わらぬ安心をお届けでき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)」登録推進を図るさまざまな施策を実施し、既に56,743名(2024年6月)のみなさまにご登録いただいております。

(1) 適切なご提案

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」と契約概要や保険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る。

（保険診断実績：22,171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：12月12日 1回）

2. お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底

(2) 高齢のお客さまへの対応

原則5

高齢のお客さまには、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

お客さま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、お客さまに寄り添ったご提案やお客さまからのご相談に対応しております。

(4) 「お客さまページ(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。

2023年度は登録者数増加を目的としたキャンペーンを開催するとともに、UI(ユーザーインターフェース)改善のため、お客さまページ・トップページのアイコンを整理するなどの改善を行いました。

「お客さまページ(マイページ)」の主な機能は次のとおりです。

- ・ご契約内容照会
- ・ご契約の各種変更のお手続き
- ・お手続き履歴
- ・保険の相談（保険診断サービス）
- ・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
- 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](#)

The screenshot shows the homepage of the Hitachi Insurance Services customer page. At the top, there is a banner for a campaign with a megaphone icon and the text "日立保険サービス お客様ページ(マイページ)" and "キャンペーン応募ははこちら!!". Below the banner, there are three main service categories: "契約照会・お手続き" (Contract Inquiry/Procedure), "保険の請求・事故のご連絡" (Claim/Fault Report), and "口座振替関連" (Bank Account Transfer Related). Under "契約照会・お手続き", there are links for "ご契約内容照会" (Contract Content Inquiry), "ご契約の各種変更お手続き" (Various Change Procedure for Contract), and "お手続き履歴" (Procedure History). There is also a link for "保険の相談 (保険診断サービス)" (Insurance Consultation (Insurance Diagnosis Service)). A section titled "制度保険について知りたい" (Want to know about institutional insurance?) contains links for "制度保険とは?" (What is institutional insurance?), "保険料シミュレーション" (Premium Simulation), "NEW(希)保険動画" (New (Rare) Insurance Video), "団体医療保険制度動画" (Group Medical Insurance System Video), "日立グループ商品ラインナップ" (Hitachi Group Product Lineup), and "保険の相談 (保険診断サービス)" (Insurance Consultation (Insurance Diagnosis Service)). A note at the bottom states: "※退職後は加入条件が異なる場合があります。制度保険の加入条件など、詳しくは日立保険サービスまでお問い合わせください。" (※After retirement, joining conditions may differ. For details on joining conditions for institutional insurance, please contact Hitachi Insurance Services.)

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、お客様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>

- ・あんしんカフェに体験談を追加
- ・ちょいのり保険（1日自動車保険）にご加入できるページを新設
- ・介護ポータルサイトを新設
- ・お客様ページの制度保険コンテンツを更新

*ページビュー前年同期比：約1.3倍

WEBサイトトップは[こちら](#)

The screenshot shows the homepage of the Hitachi Insurance Services website. At the top, there is a navigation bar with links for 'お客様ページ 従業員ID' (Customer Page Employee ID), 'お客様ページ 従業員ID以外' (Customer Page Non-Employee ID), 'お問い合わせ' (Contact), and a search bar. Below the navigation, there is a banner for '株式会社 日立保険サービス' (Hitachi Insurance Services). The main content area features a large image of a tree with sunlight filtering through the leaves, overlaid with the text '心をこめて… お届けするのは あんしん です。' (With care... We deliver安心 (peace of mind)). A blue box in the bottom right corner of the image contains the text 'おかげさまで 75周年 100年寄り添うパートナーをめざして' (Thank you for 75 years, aiming to be a partner that grows with 100 years) and a '75th Anniversary' logo. At the bottom of the page, there is a news banner: 'News 2023年10月24日 各種情報サイト「あんしんカフェ」体験談を更新しました。' (News October 24, 2023 Various information sites 'an shin cafe' experience report was updated.) and a blue button with the text '新入社員のみなさまへ' (To new employees) and '日立グループ制度保険のご紹介' (Introduction to Hitachi Group Insurance).

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いただいているいます。

・2023年度発行実績

2023年9月発行（Vol.63）：175,746件
(お客さまからの返信ハガキ・メール：9,193件)

※A4サイズ・27ページ

<主なコンテンツ>

- ◆今さら聞けない保険のきほん
- ◆ストップ交通事故！
- ◆昔の常識は今の非常識？災害時の対策をアップデート
- ◆50歳以上はワクチン予防も 帯状疱疹の症状と予防 等



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の管理、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やお客様との対話を通じて、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のご提案を実施しています。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を確認しており、これら募集プロセスについて独自の社内管理システムを使用し、記録・保存しています。

- 2023年度から「ライフコンサルタント制度」を導入しました。

お客様へのライフコンサルティングを通じて、お客様ひとりひとりに寄り添い、お客様それぞれの価値観やご意向に沿った保険商品を提供することができる「ライフコンサルタント」を育成する制度です。当社ではこの制度により「持続的な人財育成」と「社員の自律的成長」もめざしています。

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>

- ・「これからキャリア」、「若手の離職防止」、「戦略見直し健康経営」の3テーマ・Web開催。
申込者698名。

<健康セミナー・研修等>

- ・健康セミナー・研修 35回開催 (+合同禁煙セミナー 1回・66社参加)
- ・メンタルヘルス支援策 17回開催

<安全講習会実施件数>

- ・安全運転講習会110回開催 延べ12,541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ています。

- 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月からサービス提供推進組織「健幸経営推進プロジェクト」を設置。

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、お客さま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、策定以降も継続的な見直しや改善を実施しています。

(2024年4月時点で28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：27,434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・誠実にお客さまの声に対応します。
- ・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。

(3) 業務改善・業務品質向上に資するご意見・ご要望への取組み

原則 2

原則 7

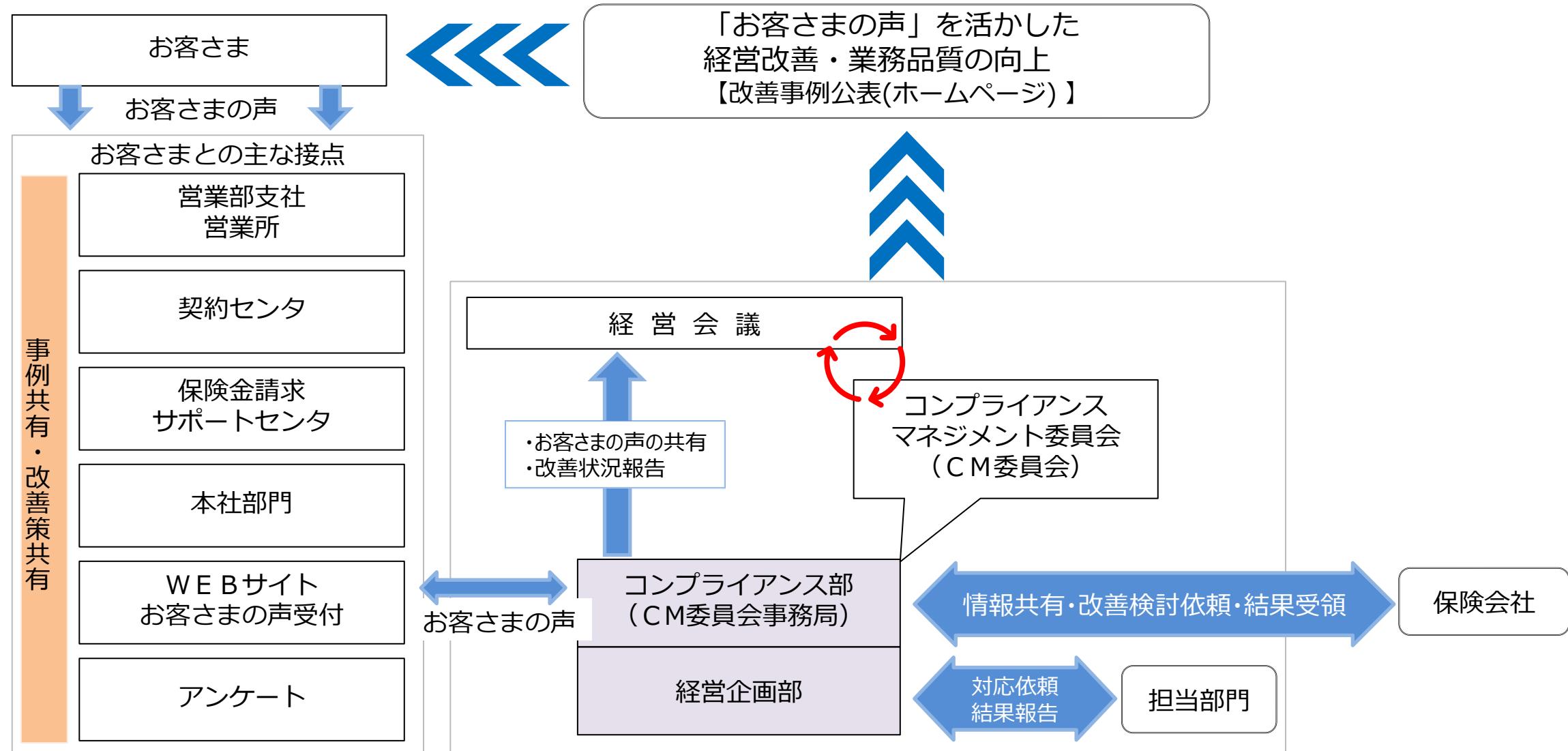
当社ではお客様からの苦情だけでなく、ご意見・ご要望についても社内で対応すべきもの、保険会社に検討を依頼するものに仕分けたうえで、その対応や検討状況、改善結果等をフォローアップしています。また、その内容を定期的に全社で共有しています。

4. お客様の声を業務運営に活かす取組み

(4) 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



(5) 「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。ぜひ、ご覧ください。

* 「お客様の声白書」の例（2022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) 改善中または改善検討中の事例	7
(3) 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	9
3. 弊社に寄せられた「お客様の声」（2022年度）	10

6. 今後の課題	33
(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	33
(2) 内部統制との連動	33
(3) 部門のサポート	33
(4) 「お客様の声」の収集体制改善と分析能力の向上	33
(5) 内部管理態勢の強化	33
7. おわりに	34
<資料1> 苦情分類表	35
<資料2> 「お客様の声」のレベル判定	36

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、2023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。

(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（主なもの）

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
倫理・コンプライアンス研修
情報セキュリティ教育
個人情報保護の取り組み
日立のダイバーシティ エクイティ インクルージョン
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 アソシエイツ(代理店)行動規範
生命保険募集人「継続教育確認テスト」
募集ルール確認テスト・顧客本位の業務運営

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、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。

(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」の認証を6年連続で取得しています（2024年3月）。
- ・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「コンプライアンス遵守=お客さまの信頼の源泉」といった考え方に基づき、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	2023年度
ファイナンシャル・プランニング 技能検定	取得率(注)	57.7%
	取得者数	313名
生命保険大学課程	取得率(注)	74.9%
	取得者数	406名
損害大学課程専門コース (法律・税務)	取得率(注)	82.8%
	取得者数	449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んでいます。

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】

	2023年度
生命保険	128件
損害保険	547件
その他	78件
合計	753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の表明があったもの。
- ・不満足の表明がなくても、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）お客さま満足度

原則2

原則3

原則5

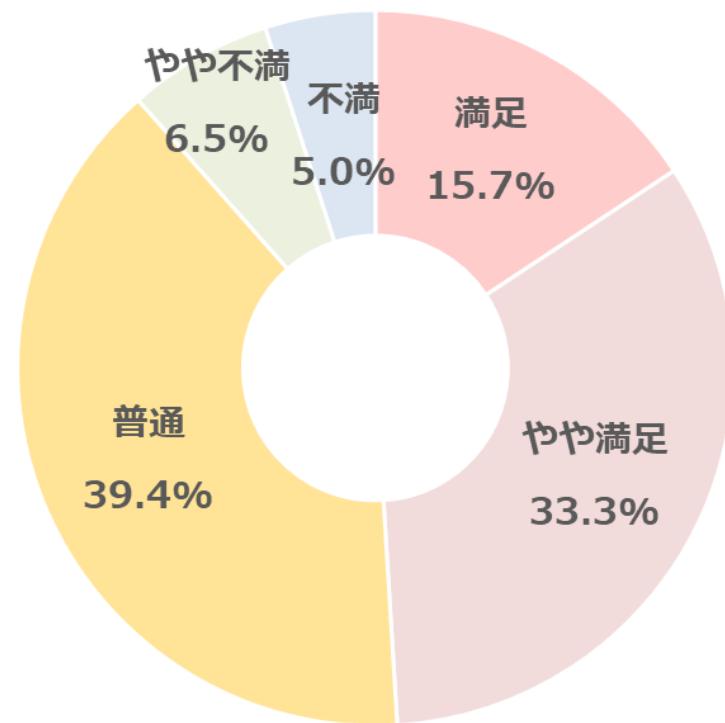
原則6

原則7

お客さまアンケートから当社に対する満足度を算出しています。

「お客さま満足度」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)

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。

	2024年6月
登録者数	56,743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。

	2024年3月末
更改率	98.1%

（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。今後もさまざまな災害への十分な備えをご提案してまいります。

	2024年3月末
地震保険付帯率	81.6%

END

