

# 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 (2025年度版)

Prepared by

株式会社 日立保険サービス

Date

2026/7/1

# Contents

## 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 (2025年度版)

Chapter 1 お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立

Chapter 2 お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底

Chapter 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

Chapter 4 お客さまの声を業務運営に活かす取組み

Chapter 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

Chapter 6 当社独自の主要成果指標 (KPI)

- ※ 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。

Chapter 1

お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立

# お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立

原則 2

原則 7

2024年に創立75周年の節目の年を迎え、改めて当社がめざすべき方向を定義するべく、「ミッション (Mission) ・ビジョン (Vision) ・バリュー(Value)」(MVV)を新たに策定しました。

## ミッション (Mission)

当社が果たすべき  
使命

卓越したリスクソリューションの提供を通じて、  
お客さまと社会のより良い未来に貢献する

## ビジョン (Vision)

当社が中長期的  
にめざす理想の  
姿・実現したい  
未来

- **未来を共に歩むベストパートナー**  
リスクソリューションの担い手として広く認識され、全てのステークホルダーの期待と信頼に応えるパフォーマンスを発揮する
- **確かな価値の提供**  
高い専門性に裏打ちされた革新的・協創的リスクソリューションを通じて、お客さまにとっての確かな価値をグローバルに提供する
- **レジリエントな社会の実現**  
企業の社会的責任を自覚し、困難や危機に揺るがない持続的成長が可能な社会の実現に貢献する

## バリュー (Value)

当社従業員の  
行動指針

- **信頼**  
私たちは、職業倫理に基づく誠実な行動、高い業務品質の提供を通じて、全てのステークホルダーとの信頼関係を築きます
- **対話**  
私たちは、お客さまに真摯に寄り添う対話を通じて、リスク・課題を深く理解し、常にお客さまにとっての最良を追求します
- **挑戦**  
私たちは、現状に満足せず、新たな価値の提供のため、社会・環境の変化に適応しながら、常に革新と創造を追求します
- **成長**  
私たちは、絶え間ない自己研鑽と積極的な学びの共有を通じて、プロフェッショナルとして成長し続けます
- **チームワーク**  
私たちは、多様な意見や立場を尊重し、協力して課題解決に取り組むことで、チーム力を最大限に発揮します

## お客さま本位の業務運営の実践と企業文化の確立

### (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>コンプライアンス部</p>	<p>コンプライアンス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。コンプライアンス部では募集管理の他、「お客さまの声」を所管する部門として位置付けるとともに、「法令遵守状況」「保険代理・媒介業務に係る状況」、「お客さまの声を起点とした業務改善」の取り組みを行っています。 ※2025年度より保険募集管理態勢の更なる強化を目的として募集管理機能をコンプライアンス部に統合しました。</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、自律的な「内部管理態勢構築」の支援および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>

※2024年度から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て内部管理態勢の一層の強化を図っております。

## 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：4月24日、7月24日、10月23日、1月22日 計4回開催  
※2025年度実績。

### (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、下表の部門監査を実施しました。

自己点検(営業,営業推進部門)	44箇所（全部門）
情報セキュリティ監査	44箇所（全部門）
内部監査(内部監査部)	34部門（全部門）/往査：21部門・自己監査：13部門

Chapter 2

お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底

## お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底

### 原則 5

お客さまのご期待に沿い、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、お客さま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「お客さまページ(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87,236名(2026年3月時点・前年同月比較で+16,984名)のみなさまにご登録いただいております。

### (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、お客さまとのコミュニケーションの充実を図り、お客さまに寄り添ったお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：19,950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：10月28日・2月5日 2回)

## 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)」の改定

**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。

2025年度はログイン方法の改善など操作性向上を行い、マイページの登録者数が増加しました。

昨年度の「お客さまページ(マイページ)」の主な改善点は以下の通りです。

- ・ログインまでの導線を整理して、わかりやすくしました。
- ・初回登録時やログインIDを忘れた場合、お客さま自身の契約情報をもとにログインIDを確認できる機能を追加しました。

## お客さま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さまへさまざまな情報をお届けするとともに、お客さま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さまはぜひこの機会にご登録ください。

「お客さまページ（マイページ）」の詳細はこちら→[お客さまページのご案内：日立保険サービス](#)

**HITACHI**

株式会社 日立保険サービス

🔍 お客さまページ(マイページ)    ✉ お問い合わせ    🔍 検索

---

サイトトップ > 日立保険サービス お客さまページのご案内

LINE連携でログインが  
かんたんになります！  
詳しくはこちらから👉



### 日立保険サービス お客さまページ (マイページ)のご案内

日立保険サービスお客さまページでできることをご紹介  
します。

新規登録・ログインはこちら

**Point**  
**02**

**保険の請求・事故のご連絡**

対象となる複数のご契約の請求手続きを一括で依頼  
できるため便利です。  
また、万が一の事故時のご連絡先をワンタッチ表示、  
スマートフォンの場合は電話番号をタップするだけで  
そのままお電話いただけます。



---

**Point**  
**01**

**契約照会・お手続き**

WEB上でかんたんにご契約内容の確認や各種  
お手続きをご依頼いただけます。  
保険に関する相談申し込みもこちらから！



**Point**  
**03**

**口座振替関連**

保険料振替口座の登録・変更がWEBでできます！  
また、口座振替予定金額も確認いただけます。  
※既に給与控除可能な会社を退職されている方、これから退職  
手続きをされる方専用の機能です。



## お客さまにとってわかりやすい情報提供の徹底

### (5) お客さま向けWEBサイトのリニューアル

#### 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。2025年4月に必要な情報にアクセスしやすくすること等を目的にお客さま向けのWEBサイトのリニューアルを行いました。

HITACHI

🔍 お客さまページ(マイページ)    ✉ お問い合わせ    🔍 検索

株式会社 日立保険サービス

個人のお客さま    法人のお客さま    会社情報    よくあるご質問

## ミッション・ビジョン・バリュー

当社の使命・めざす姿・行動指針



詳細はこちらから

### 事故のご連絡

自動車・火災保険  
事故時のご連絡先

病気・ケガの  
保険金請求

### 個人のお客さま

#### ご検討中のお客さま

日立グループ従業員向け商品のご案内 >  
日立グループの従業員、退職者の方へ向け  
た商品をご案内します

一般の個人のお客さま向け商品のご案内 >  
日立グループ以外の方もご契約可能な商品  
をご案内します

#### お手続きはこちら

お手続きはこちら(ご契約者さま向け) >  
ご契約内容の確認や、自動車保険のネット継  
続手続き等の各種お手続きをご案内します

団体保険 インターネット  
自動車保険 継続サービス

### 法人のお客さま

事業活動を取り巻く様々なリスクに備える、法人企業向けの保険です  
商品のご案内 >  
日立保険サービスならではのトータルサポート >

## お客さま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ます。

#### ・2025年度発行実績

2025年12月発行（Vol.65）：204,000部

冊子発送:約12.5万名、お客さまページ登録者(PDF)案内:7.9万名

※ A3サイズ2つ折り・20ページ

#### < 主なコンテンツ >

- ◆ 保険のきほん[個人賠償責任保険と施設賠償責任保険の違い]
- ◆ 冬道の安全運転術[見えない危険に備える冬のドライバーの心得]
- ◆ 健康アドバイス：「ヒートショック」から身を守る！ 冬の入浴安全術 等



Chapter 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

## 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

原則 2

原則 3

原則 5

原則 6

保険募集に際しては、お客さまの属性や状況を考慮し、お客さま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、ご契約時にはお客さま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さま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、お客さまサポート活動を推進しています。

### (1) お客さま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

お客さま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さまとの対話を通じて、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、お客さま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、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。

お客さまへのライフコンサルティングを通じて、お客さまひとりひとりに寄り添い、お客さま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。

## 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

## (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

## &lt; 健康経営セミナー &gt;

- ・「カスハラから考える心理的安全性」、「STOP！介護離職」、「人的資本経営」の3テーマをWeb開催  
視聴者2,064名

## &lt; 健康セミナー・研修等 &gt;

- ・健康セミナー・研修 46回開催（+ 合同禁煙セミナー 1回）
- ・メンタルヘルス支援策 29回開催

## &lt; 安全講習会実施件数 &gt;

- ・安全運転講習会103回開催 延べ11,474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
- ②2025年4月より「健幸経営サポート部」を新設し、専門組織体制を強化

## 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

### (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。

(2025年4月時点で34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「お客さま対応履歴（保険募集プロセス）」を点検しています。

(点検実績：27,707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。

## 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

### (5) お客さまの利益の保護

**原則 2****原則 3****原則 5**

お客さま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、お客さま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。

※研修等については「5. (2) 教育・研修」をご参照ください。

Chapter 4

お客様の声を業務運営に活かす取組み

## お客様の声を業務運営に活かす取組み

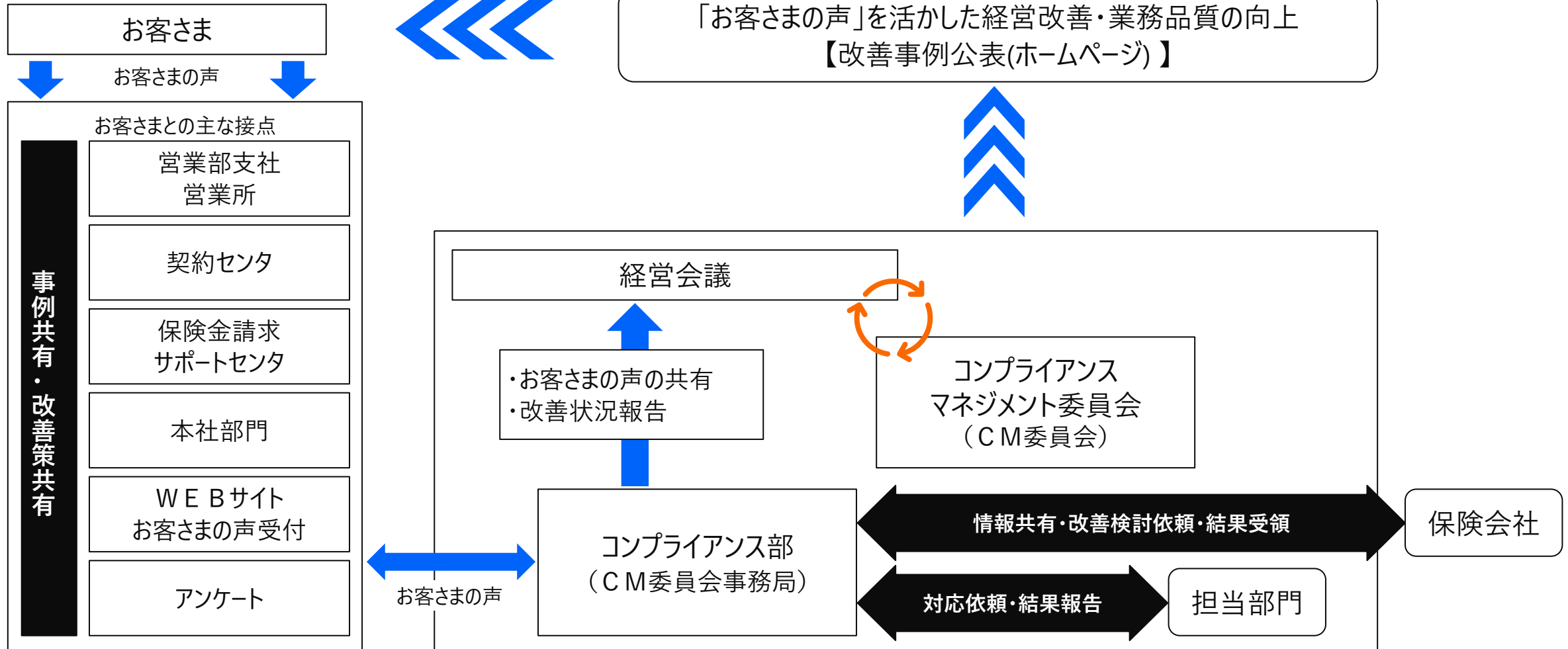
- (1) お客様の声管理の基本理念 **原則2** **原則7**  
お客様の声を真摯に受け止め、その結果を当社業務に反映させることで、サービス・顧客対応品質のより一層の向上を図ります。
- (2) お客様の声管理方針 **原則2** **原則7**  
・お客様の声を積極的に受け止め、全ての部門において最優先の課題と認識して、公平・公正・誠実にお客様の声に対応します。  
・お客様の声を通じて得られた個人情報、機密情報等の秘密保持を徹底します。  
・お客様の声に関する情報を適宜、適切に分析し、お客様の声管理を全社で共有します。  
・お客様の声を商品・サービス・業務運営の向上に積極的に活かし、お客様の声管理態勢を継続的に確保します。
- (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に対応すべきもの、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。

# 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 (2025年度)

原則2 原則7

「お客様の声」を活かした経営改善・業務品質の向上  
【改善事例公表(ホームページ)】



# お客様の声を業務運営に活かす取組み

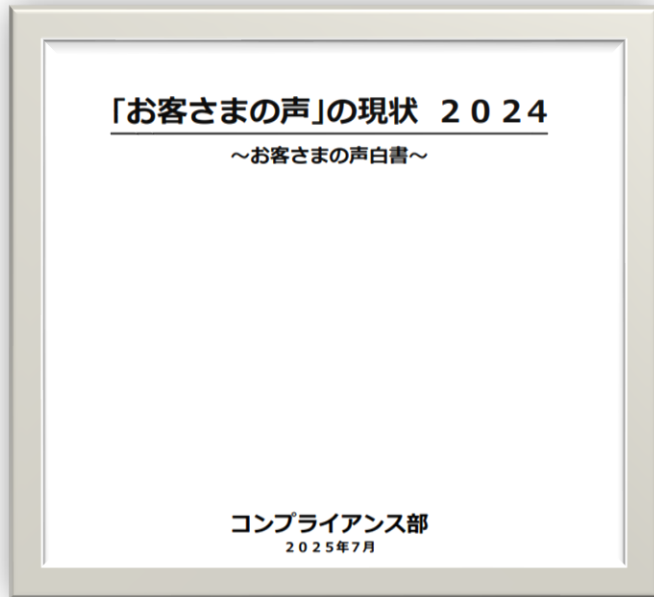
## (5) 「お客様の声白書」の作成、全社共有

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。→ [お客様の声](#) ぜひ、ご覧ください。

### \* 「お客様の声白書」の例（2024年度版の一部）



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. 弊社に寄せられた「お客様の声」（2024年度）.....	6
(1) 弊社が管理する「お客様の声」.....	6
(2) お客様の声の事例.....	7
3. データ編.....	8
(1) 「お客様の声」の推移.....	8
(2) 苦情受付件数内訳（2023年度・2024年度）.....	9
(3) 苦情の内ヒューマンエラー件数の推移.....	10
(4) ヒューマンエラーの内訳.....	11
(5) 苦情における保険種類別の状況（保険種類「不明」は除く）.....	14
(6) 入社年次別・1人当たり苦情件数.....	16
(7) 苦情・部門別報告件数（単位：件）<全レベル>.....	17
(8) 苦情・部門別報告件数（単位：件）<レベル2以上>.....	20
4. お客様の声への対応（重点事業）.....	21
(1) 2024年度 重点事業概要.....	21
(2) 重点事業の事故類型.....	22
(3) 再発防止策の取組み.....	23
(4) 再発防止策の有効性確認.....	24
5. 今後の課題.....	25
(1) 「お客様の声」と「再発防止策」の徹底・業務/経営改善プロセスサイクルの加速化.....	25

【(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】

【お客様の声白書の概要】

当社は、創業以来、「カスタマーファースト（顧客第一）」を事業活動の基本とし、長年にわたり培った経験、知識、保険技術を基に、法人のお客様には、専門家の観点から経営リスクを分析して、リスクソリューションをご提案すること、また、個人のお客様には保険コンサルティングを通じて、ライフスタイルに合わせた保険商品をご提案することで、お客様により良い保険サービスの提供をめざして参りました。

また、2024年は創立75周年の節目の年を迎え、「カスタマーファースト（顧客第一）」を更に昇華させた形で10月に「ミッション(Mission)・ビジョン(Vision)・バリュー(Value) (MVV)」を新たに策定し当社がめざすべき方向を定義しました。当社のミッションである「卓越したリスクソリューションの提供を通じて、お客様と社会のより良い未来に貢献する」のもと、リスクマネジメント領域でのお客様企業価値の向上および従業員とご家族のQOL向上をサポートしていきます。

【(2) 「お客様の声白書」について】

当社では、お客様から寄せられた私たちの事業活動に関する苦情、問い合わせ、相談、要望、お褒め、感謝等の御言葉すべてを「お客様の声」ととらえており、本白書を通して「お客様の声」を理解し、真摯に受け止め、サービス・顧客対応品質のより一層の向上を図ります。また、今後さらに多くのお客様の声をしっかりと受け止め、「真にお客様のお役に立つ」ことをめざして参ります。

◆お客様の声管理の基本理念  
お客様の声を真摯に受け止め、その結果を弊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。

◆お客様の声管理方針

- 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。

～お客様の声管理マニュアル第1章 総則より～

Chapter 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

## 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、2025年度は3回開催しました。

- 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。

## 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昨年度実施の主な研修

下表の研修の他にも商品研修や事務処理研修なども適宜実施しております。

	研修名
1	募集ルール研修（新入社員・キャリア採用者）
2	企業倫理コンプライアンス研修
3	コンプライアンス研修
4	独禁法・不正競争防止法・個人情報保護法確認テスト
5	代理店・扱者基礎研修
6	独禁法講座
7	代理店体制強化に係る年次研修
8	募集ルール確認テスト

	研修名
9	継続教育研修
10	「利益相反」への対応
11	声を上げる文化の更なる定着に向けて
12	独禁法・不正競争防止法の理解度確認
13	2026年保険業法改正ポイント
14	コンプライアンスの日（毎月実施）
15	2025年度コンプライアンス研修

## 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、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。

## 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6

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8年連続で取得しています。  
(2026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。

Chapter 6

# 当社独自の主要成果指標（KPI）

## 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。

研 修 名	項 目	2025年度
ファイナンシャル・プランニング技能検定	取得率 <sup>(注)</sup>	57.0%
	取得者数	314名
生命保険大学課程	取得率 <sup>(注)</sup>	72.1%
	取得者数	397名
損保大学課程専門コース(法律・税務)	取得率 <sup>(注)</sup>	79.5%
	取得者数	438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。

## 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】

	2025年度
生命保険	115件
損害保険	482件
その他	91件
合計	688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説明があったもの。
- ・不満足の説明がなくても、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。

## 当社独自の主要成果指標（KPI）

### （3）「お客さまページ(マイページ)」登録者数

「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。

	2026年3月末
登録者数	87,236名

原則2

原則3

原則5

原則6

### （4）地震保険付帯率

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。

	2026年3月末
地震保険付帯率	82.2%

原則2

# HITACHI

株式会社日立保険サービス

## 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 (2025年度版)

Prepared for

お客さま各位

Prepared by

株式会社日立保険サービス

Date

2026/7/1

**HITACHI**