

弊社のお客さま本位の業務運営に関する取組状況

2025年6月30日

No.	方針	該当する「顧客本位の業務運営に関する原則」	No.	取組状況	該当する「顧客本位の業務運営に関する原則」	取組み指標 (KPI)
方針1	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 (本文、(注)) 原則3 (本文、(注)) 原則6 (本文、(注1)～(注7)) 原則7 (本文、(注)) 補充原則1 (本文) 補充原則2 (本文、(注1)～(注2)) 補充原則3 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則4 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	取組状況1	○ 弊社トップが講師となり、「お客さま本位の業務運営を考える」というテーマで全従業員向けに研修を実施し、自ら肉声でメッセージを伝えました。 ○ いつでも自動車保険の手続きができ、お客さまにとって利便性が高いWEB手続きの取組みを推進しました。2024年度に実施した「お客さまアンケート」で50.3%のお客さまがWEBでの手続きを希望されました。 ○ 「お客さま本位の業務運営」の実践状況および法令等の遵守態勢をチェックするため、「四線ディフェンス」を構築しました。弊社における「三線ディフェンス」に加え、「より厳しく!より専門的に!より高い視点で!」外部事業者による「四線ディフェンス」(監査、点検)を受ける態勢を整えました。 ○ 当社従業員全員が主体的に「お客さま本位の業務運営」を考え行動していくため、QM(注)に積極的に取組み、一人の気づきを「全社ベスト」の観点で組織運営に活かしております。 (注:QMとは、「Quick&Quarter Meeting」の略称で、いつでも、どこでも、誰とでも、短時間で実施する小集団活動の名称です。) ○ 全従業員を対象に「相互注意を企業文化に」というテーマで取組み、顧問弁護士による研修やQMを実施しました。また内部監査やモニタリングで取組みの実施状況の検証をおこないました。	原則2 (本文、(注)) 原則6 (本文、(注1)～(注7)) 原則7 (本文、(注)) 補充原則1 (本文) 補充原則2 (本文、(注1)～(注2)) 補充原則3 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則4 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	「内部監査」 「保険募集管理部モニタリング実施回数」
方針2	お客さまへのわかりやすいご説明の実践	原則3 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則6 (本文、(注1)～(注7)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	取組状況2	○ 全営業箇所を対象に損害保険、生命保険商品のロープレを実施し、公的保険制度を含め、お客さまに必要な情報を分かりやすくお伝えするために研鑽を重ねております。 ○ 「公的保険制度」をわかりやすく説明できるようにするため、トークスクリプトの周知、ロープレの実施に加え、社外講師に委託し、営業社員向け研修を実施致しました。 ○ 日本製鉄グループ従業員の皆さまにメリットのある団体制度(団体総合生活保険(てつのお守り)、団体扱自動車保険)を分かり易くお伝えするために、「お客さまの声」を踏まえ、独自のパンフレットや動画を作成し、活用しております。 ○ お客さまアンケートを実施し、弊社のお客さま対応に関するアンケートを実施しました、アンケート結果を分析の上社内共有し、お客さま対応の向上に活かしております。	原則3 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則6 (本文、(注1)～(注5)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	お客さま満足度
方針3	お客さまのご意向に沿った保険商品のご提案、お客さまに必要なサービスのご提供	原則2 (本文、(注)) 原則3 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則6 (本文、(注1)～(注7)) 補充原則1 (本文) 補充原則2 (本文、(注1)～(注2)) 補充原則3 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則4 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	取組状況3	○ 日本製鉄グループ各社及び保険会社と協業し、「団体総合生活保険(てつのお守り)」について、改定を行い、「お客さまに安心・安全、更に低廉・良質」な商品をお届けいたしました。 ○ グループにメリットのある「団体扱自動車保険」「団体総合生活保険(てつのお守り)」について、日本製鉄株式会社をはじめグループ会社と連携して、認知度調査を実施しました。その結果全役職員の80%以上の回答を頂きました。 ○ 日本製鉄グループ全社における自動車事故低減を目指し、KYT(安全運転プログラム)を実施し、大変好評を頂きました。 (2024年度は実施回数は92回、延べ1,044名の方にご参加いただきました。) ○ 日本製鉄グループ各企業に対し、業務内容のヒアリングやリスクサーベイの実施等により、各企業のリスク実態に合ったプログラムをご提案し、多くのグループ企業に採用され、高評価を頂きました。	原則2 (本文、(注)) 原則3 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則6 (本文、(注1)～(注7)) 補充原則1 (本文) 補充原則2 (本文、(注1)～(注2)) 補充原則3 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則4 (本文、(注1)～(注3)) 補充原則5 (本文、(注1)～(注2))	「団体総合生活保険加入者数」 「交通安全運転講習会実施回数」
方針4	お客さまの声を業務運営に活かす取組み	原則2 (本文、(注)) 原則7 (本文、(注))	取組状況4	○ お客さまの声を積極的に収集し、2024年度の当社起票件数は1,378件となりました。 ○ 「お客さまの声」を組織的に活かすことを目指し、QMを実施して意見を出し合い、対策を講じる等の取り組みを行った事例を「お客さまの声を活かす」として起票する取り組みを行っております。 2024年度は68件起票いたしました。 ○ 頂いた「お客さまの声」を半期ごとに分析し、経営会議や取締役会をはじめ社内にて共有し、業務品質向上に向け取り組んでおります。 ○ お客さまの不満足の原因については、弊社関係部署で改善策を検討、実施しました。例えば、弊社の受電時のアナウンスの見直し、弊社からお客さまへの書類発送の見直し、弊社ホームページにQ&Aコーナーを設定する等の対応を行いました。	原則2 (本文、(注)) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則7 (本文、(注))	「お客さまの声受付数」 「お客さまの声を活かす受付件数」
方針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2 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則7 (本文、(注))	取組状況5	○ 「お客さま本位の業務運営」の理解を深めるため、弊社拠点長が所属拠点とは別の拠点向け研修の講師となり、「FD宣言研修」を弊社全従業員が受講しました。 ○ ファイナンシャルプランニング技能士や損保大学、生保大学等の資格取得を推進するため、「教育・研修および資格取得支援規程」を定め、受験費用等の負担や資格取得奨励金の支給を行っております。 ○ 弊社イントラシステムのトップ画面に「日めくり道場」というコーナーを設け、「お客さま本位の業務運営」に関するテーマを設定し、1日1問ずつ理解度テストを実施しました。(2024年4月～5月「お客さまの声関連」、2024年6月、2025年2月～3月「募集プロセス」。) ○ 弊社顧問弁護士による研修「企業文化(カルチャー)の醸成 相互注意を企業文化に」を実施し、全従業員が参加いたしました。	原則2 (本文、(注)) 原則4 (本文) 原則7 (本文、(注))	「お客さま本位の業務運営」定着に向けた全社員向け研修の実施回数