

弊社のお客さま本位の業務運営に関する取組状況

2026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「お客さま本位の業務運営」を弊社の基本姿勢と位置づけ、従業員向けにトップメッセージを繰り返し発信しました。 ○ 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。2025年度は自動車保険更新契約のWeb比率47.5% (2024年度44.9%) を達成しました。 ○ 「お客さま本位の業務運営」および日本製鉄グループ企業、保険会社との徹底協業を推進していくため、「四線ディフェンス」を展開し、外部事業者から「より厳しく!より専門的に!より高い視点で!」当社三線ディフェンスの(監査、点検)を受ける態勢を整えました。 ○ 弊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)に積極的に取り組みました。個人の気づきを組織の知見としていく取り組みにつながっております。 (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。) ○ 2025年3月に弊社トップが自ら講師となり「お客さま本位の業務運営を考える」をテーマとした研修を実施しました。この研修内容を改めて取り上げ、2025年8月に「お客さま本位の業務運営を考える」研修を実施し、全従業員が参加しました。	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))	「内部監査対象箇所と実施率」 「保険募集管理部モニタリング対象箇所と実施率」
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自動車保険、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。 ○ さらに、より高いレベルを目指し、外部事業者によるロープレを複数箇所を対象に実施しました。 ○ 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るために、独自のパンフレットや動画を作成しました。加えて、弊社ホームページについても、お客さまに見やすい工夫をした掲示を行っております。 ○ 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7)) 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	○ 弊社はお客さまの最善利益を「お客さまに安心・安全、更に低廉・良質な商品・サービスをお届けする」事と定め、日本製鉄グループ各社と保険会社と協業し競争力があり、持続性のある団体保険制度を組成しております。 ○ 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、2025年度も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、安全運転講習会を実施しております。2025年度は参加型の講習である動画KYT研修を全面的に展開し、546回の講習会を実施しました。参加後のアンケートでは、多くの参加者から好評を頂いております。 ○ 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、高評価を頂いております。	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」 「KYT(危険予知トレーニング)研修実施回数」
方針4	お客さまの声を業務運営に活かす取り組み	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、2025年度の当社起票件数は1,189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。2025年度は53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に報告・共有しております。また、全従業員にも共有し、業務品質向上につながっております。 ○ お客さまの不満足の表明については、弊社関係部署で改善策を検討、実施しました。例えば、2026年度に入り、電話がつながりにくい状況に対して抜本的な対策を講じ、電話の応答率が飛躍的に高まりました。	原則2 (本文、(注)) 原則5 (本文、(注1)～(注5)) 原則7 (本文、(注))	「お客さまの声受付件数」 「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	○ 「コンプライアンス」や「お客さま本位の業務運営」等について、主管部門が年間の教育スケジュールを策定し、計画的な教育・研修を実践しております。 ○ 「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。 ○ ファイナンス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、「商品知識」「コンプライアンス」「お客さま本位の業務運営」に関して、2か月単位でテーマを2つ設定し毎日1問ずつ出題する取組を継続して実施しました。2022年8月～2026年3月まで1088問の出題をいたしました。	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