お客さま本位の業務運営方針
2023年度取り組み結果について

カーディフ生命保険株式会社
2024年6月27日

BNP PARIBAS CARDIF

The insurer for a changing world

カーディフ生命 お客さま本位の業務運営方針

カーディフ生命は、「お客さま本位の業務運営方針（以下、当方針）」を以下のとおり定めています。

1. お客さま本位を推進し企業文化とする
カーディフの使命は「ひとりでも多くの人に、保険への扉をひらく」ことです。すべての従業員がこの使命の遂行に誠実に取り組み、業務運営にあたってお客さま本位であることが企業文化として揺るぎなく浸透するよう努めます。

2. お客さまが必要とする商品とサービスを提供する
当社の主要なお客さまである「住宅ローン世代」のニーズに応える保険商品を開発し、的確なアドバイスとともにお客さまに提供します。お客さまに正確かつ迅速に保険金・給付金をお支払いするとともに、時代の変化に適応したシンプルで便利なお客さまサービスを提供します。

3. お客さまに大切な情報をわかりやすく提供する
お客さまが商品・サービスを十分に理解し、最適な選択ができるよう、お客さまのリスクや不利益になりうることも含め大切な情報をわかりやすく提供し、お客さま本位のコミュニケーションに努めます。

4. お客さまの声に耳を傾け、経営に活かす
当社の事業パートナーである金融機関等のご協力も得て、お客さまの行動データ、ご意見、ご要望などを「お客さまの声」として集め、これに真摯に向き合い、そこから学ぶことで業務運営を不断に改善していきます。

5. 利益相反を適切に管理し、お客さまの利益をまもる
お客さまの利益を不当に害することのないよう、利益相反のおそれのある取引を適切に管理する態勢を構築し、維持いたします。

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく指標について

当社は、当方針のより一層の定着を図る指標として、「お客さま満足度」および、お客さまのロイヤルティを測る指標である「NPS （ネットプロモータースコア）」を設定しています。

これらの指標を継続的にモニタリングし、当方針の実現に向けた取り組みを実践していくことで、従業員一人ひとりが使命の遂行に誠実に向き合い、真にお客さまのお役にたてる保険会社となることを目指してまいります。

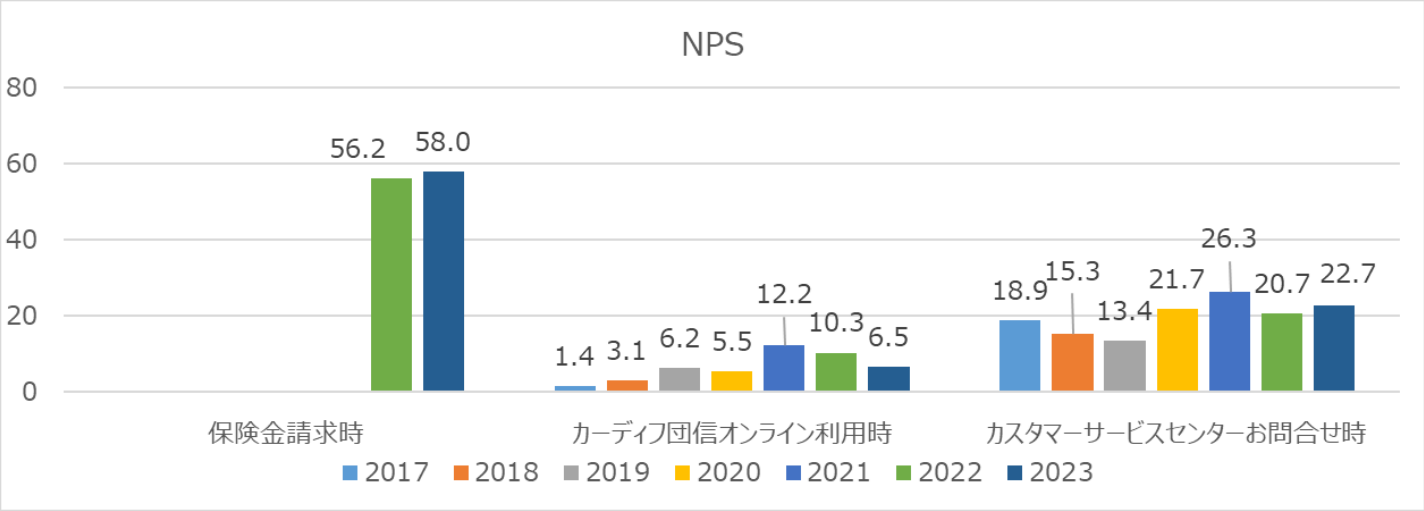
2023年度の結果　NPS

保険金請求時：**58.0**（2022年度から指標に設定）

カーディフ団信オンライン※利用時：　**6.5**

カスタマーサービスセンターお問合せ時：　**22.7**

※:住宅ローンに付帯している保険のお申込みをウェブで行うサービス



＜調査概要＞
調査対象者：団体信用生命保険被保険者、カーディフ団信オンラインご利用者
調査期間：2023年4月～2024年3月
調査方法：インターネット、 IVR（自動音声応答システム）、有効回答数：4,013名

NPSとは
お客さまの企業へのロイヤルティ（信頼や愛着の度合い）を測る指標。「この会社（商品）を友人や同僚に薦める可能性はどのくらいありますか？」という質問に0~10点で評価してもらい、9、10点と回答した方を「推奨者」、7、8点を「中立者」、0~6点を「批判者」と定義し、「推奨者」の割合から「批判者」の割合を引いて算出します。

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく指標について

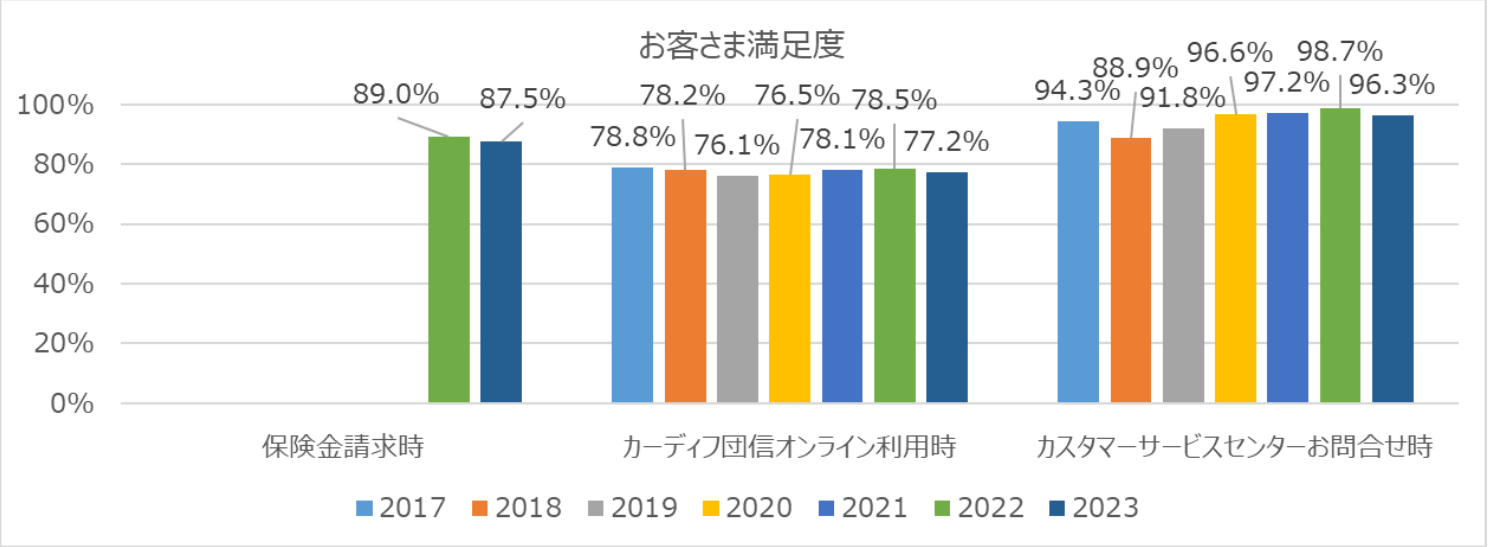
2023年度の結果　お客さま満足度※

保険金請求時：**87.5%**（2022年度から指標に設定）

カーディフ団信オンライン利用時：**77.2%**

カスタマーサービスセンターお問合せ時：**96.3%**

※：　カーディフに対する総合的な満足度を 11 段階（0 点～10 点）で評価してもらい、7 点以上を「満足」と定義して算出しています。



お客さまから寄せられたご意見

- Webでの加入手続きは日頃からスマホ、パソコンを利用される方ならスムーズに申し込みできると思います。
- 保険金請求書類が簡潔でわかりやすかった。書類到着時等適宜お知らせメールが届き分かり易くてよかった。またコールセンターの方の説明もわかりやすかった。
- お守りのつもりで保険をかけていましたがまさか自分が病気になるとは思わずショックでした。働きながら病気と向き合うことになり改めてこの保険に加入していてよかったと思ってます。保険に悩む人がいたら間違いなく勧めていきたいと思ってます。

- Webでの加入手続きが途中から再度申請できるよう一時保存できるようにしてほしかった。
- 保険金請求の書類が届くまでに少し時間がかかった。
- 保険金請求の手続き書類の記入例があると書きやすかったです。
- 全てWEB上で保険金請求が完結すれば便利だと感じました。

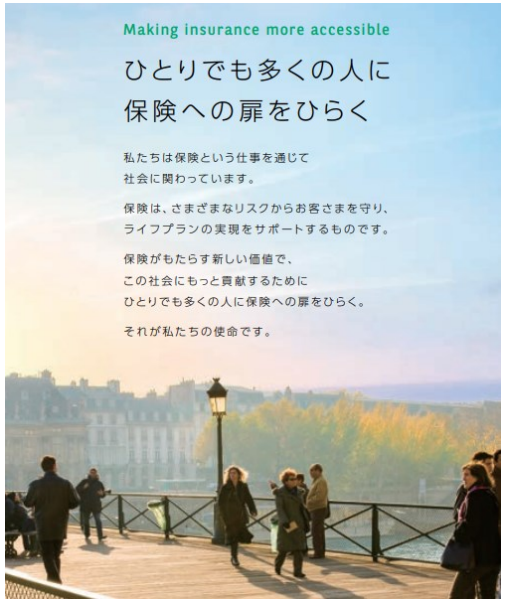
「1.お客さま本位を推進し企業文化とする」取り組み

■ ミッション、行動規範の浸透

- 当社では、お客さまをリスクから守り、ライフプランの実現をサポートするという保険本来の価値を正しく伝え、お届けし続けるために、「ひとりでも多くの人に、保険への扉をひらくー Making insurance more accessible」をミッションとして掲げています。

- 経営陣から全社員への語りかけのほか、部署を超えて社員が「お客さま本位」について自由に意見を述べ合う場を設けています。2023年には、“Conduct Week”と題して、「パートナー・顧客へもたらす価値を第一に考えること」を含めた私たちが共有する価値と日々の行動（＝コンダクト）の関わり合いを考えるワークショップを開催し、9割以上の社員が参加しました。

- 定期的に実施する社員満足度調査では、ミッションに対する理解・共感度を測り、さらなる浸透に向けた計画立案に活かしています。2023年の調査では、「会社のミッションに賛同している」との回答は91ポイントにのぼりました。



ミッションの浸透

Conduct Weekワークショップ

「1. お客さま本位を推進し企業文化とする」取り組み

■ お客さま本位の企業文化を醸成する研修・啓蒙活動

お客さま本位の意識醸成や、お客さまの信頼にお応えするためのコンプライアンス強化を目的に、定期的に社内研修を実施しています。

■ お客さま本位の行動を促進する評価体系

お客さま本位の企業文化の定着を図るため、「顧客価値最優先」を評価対象のひとつとして組み込んでおります。

必須コンプライアンス研修を受講していない場合には報酬制度に反映させることとし、お客さま本位の意識醸成やコンプライアンス強化に努めています。

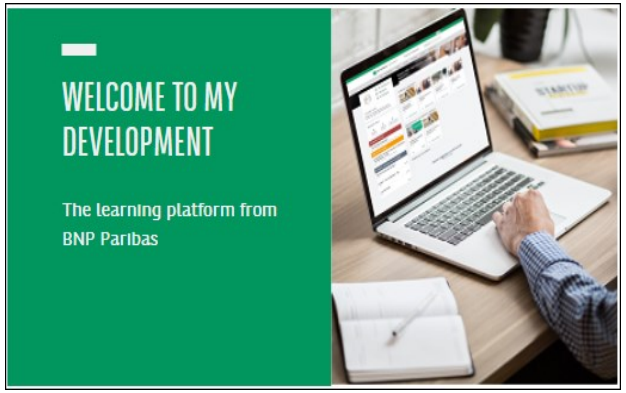
■ 「顧客体験価値ガバナンス」の新設

顧客体験価値ガバナンスは、保険商品を販売する前にその保険商品がお客さまにとって十分価値のある商品となっているかの事前評価を行うカーディフグループ全体で取り組んでいる評価プロセスです。

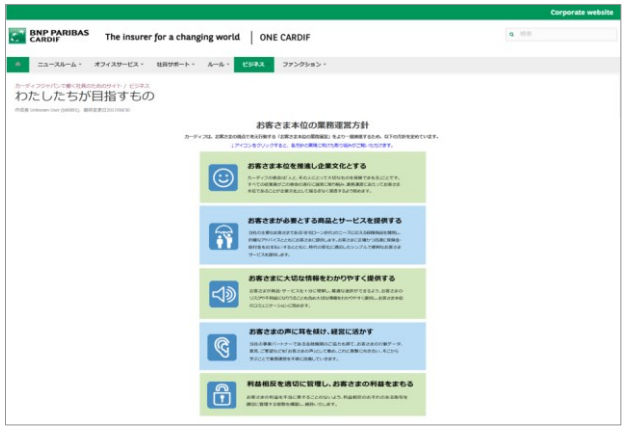
保険金の受け取りやすさなどの複数の評価項目をスコア化して評価を行います。

事前評価でスコアが低い場合には、日本だけでなく、カーディフグループのアジア地域の承認を得る必要があり、お客さまにとって価値が低い商品の流通リスクが低減される仕組みとなっています。

eラーニングによる研修



社内イントラネットでの周知活動



「2. お客さまが必要とする商品とサービスを提供する」取り組み

■ 顧客調査等に基づく商品開発および改善

● 「ガン先進医療特約」の保障拡大

ローン債務者が所定のがん先進医療を受けたときにお支払いする「ガン先進医療給付金」の１回の療養あたりのお支払い金額の上限（500万円）を拡大し、また同給付金の通算金額の上限を、従来の1,000万円から2,000万円に引き上げました。

さらに、生活・食事療養や交通・宿泊に関わる費用など、先進医療にかかわる技術料以外の費用をカバーいただけるよう、一時金として10万円をお支払いいたします。

● カードローン向けに疾病保障付き団信を提供開始

ローンをご利用のお客さまが死亡・高度障害状態となった場合、またはがんと診断された場合に、その時点のローン残高を保険金等としてお支払いし、ローンを完済するものです。
これに加えて、急性心筋梗塞または脳卒中で所定の状態になった場合も保障します。

がん・急性心筋梗塞・脳卒中の三大疾病をカバーする返済保障付きカードローンとしては、国内で唯一となります。(2024年3月現在)

「ガン先進医療特約」の保障拡大

①ガン先進医療給付金の給付限度額を引き上げ

	従来		拡大
1回限度	500万円	▶	限度なし
通算限度	1,000万円		2,000万円

②ガン先進医療支援給付金の創設

支払金額	**10万円**
受取人	被保険者
支払事由	ガン先進医療給付金が支払われる療養を受けたとき

「2. お客さまが必要とする商品とサービスを提供する」取り組み

■ お客さまの利便性を高めるサービス

● 保険金・給付金の請求手続きの簡素化

保険金・給付金請求時のご負担を軽減するため、必要書類の見直しや、診断書に代えて退院証明書または領収証のコピーでもご請求を可能にするなど、手続きの簡素化に努めています。

● 先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービス

高額な技術料を保険会社から医療機関に直接お支払いすることで、少しでもお客さまの経済的負担を軽減し、安心して治療に専念していただけるよう、先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービスを提供しています。

● 保険金等請求手続き進捗状況のSMSによる通知

金融機関を通じて提供する団体信用生命保険に加入するお客さまが保険金等を請求した際に、請求書類の受付時および保険金等の支払い決定のタイミングでSMSにて通知しています。

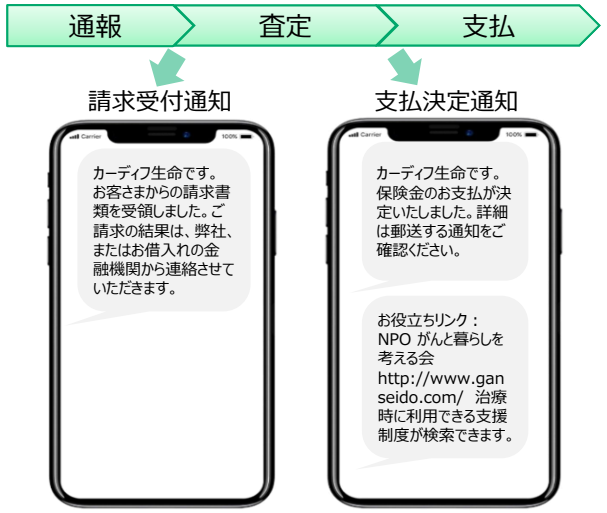
● 「がん制度ドック」のSMSによる紹介サービス

がんを事由とした保険金等の支払い対象のお客さまに、がん患者の経済的な問題に関連した制度を検索できる「がん制度ドック」を紹介するサービスを提供しています。

● 新型コロナウイルス感染症に関する対応

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、保険金等請求件数が増加する中、迅速なお支払い実現に向け、担当者増員のうえ対応しました。

請求手続き進捗状況のSMS通知



「がん制度ドック」紹介サービス

「2. お客さまが必要とする商品とサービスを提供する」取り組み

■ お客さまの利便性を高めるサービス

● デジタルサービスの推進

「カーディフ団信オンライン」サービスの向上

PCやスマートフォンからいつでも住宅ローン保険にお申込みいただける「カーディフ団信オンライン」は、自動引受査定エンジンの搭載により、その場で保険加入の審査結果を受け取り、住宅ローン契約の可否をよりスピーディーに確認することが可能です。金融機関と当社を専用回線で結び、お客さま情報をデータ連携することですべての書面手続きを省略した“ネット完結型”の導入も拡大しています。

チャットボットでお問い合わせに24時間対応

「カーディフ団信オンライン」で当社の住宅ローン保険にお申込みいただいたお客さまには、チャットボットおよび担当者によるライブチャットサービスにより、24時間いつでもご質問に回答することが可能となっています。

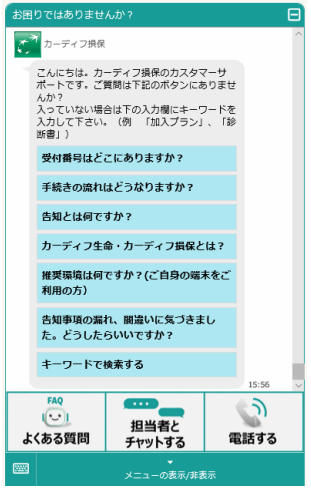
保険金・給付金のオンライン請求サービス

ネットで保険金請求をしたいというお客さまの声を受けて、2020年6月より、保険金・給付金の請求書類の発送依頼を24時間ホームページで受け付けるサービスを開始しました。今後はさらにサービスを拡大していく予定です。

デジタルサービスの推進

カーディフ団信オンライン

保険金・給付金の
オンライン請求サービス



チャットボット／ライブチャットサービス

「2. お客さまが必要とする商品とサービスを提供する」取り組み

■ お客さまに最適なサービスを提供するための取り組み

● 暮らしに役立つ付帯サービスの提供

当社の保険にご加入のすべてのお客さまがご利用いただけるアシスタンスサービス「Home Concierge」では、24時間対応の医療・介護、健康相談やホームアシスタンスなどお客さまの日常生活をサポートするサービスを提供しています。

● ニーズに迅速に応える「イノベーションファクトリー」

お客さまが求めるサービスを迅速に開発し提供するためのプロジェクト「イノベーションファクトリー」を、BNPパリバ・カーディフ アジア地域で展開しています。部門横断的な少人数のチームを結成し、お客さまが抱える課題を解決するサービスを短期間で開発するアジャイル手法を用いて取り組んでいます。

最適なサービスをご提供するために

Home Concierge（ホームコンシェルジュ）

「3. お客さまに大切な情報をわかりやすく提供する」取り組み

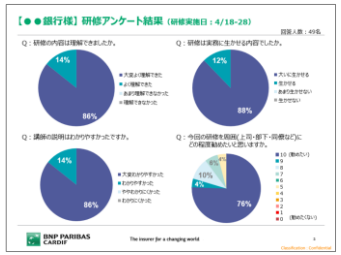
■ フォローアップの体系化と効果的なトレーニングプログラムの再構築

- 前年に引き続き、ご提携金融機関におけるナレッジやスキルの向上、均質化を目的としてトレーニングの企画、提案、実施、振返りのPDCAを体系化。住宅ローンの現場においてお客さまに最適な保障をお選びいただける体制づくりのお手伝いを継続しています。
- 研修実施後は受講者にwebアンケートへ回答いただき、研修の効果を測定するとともに、次ステップへ向けた具体的なフォローアップメニューを確立しています。
- また、疾病や制度に関わる各種データは、お客さまに配布できる形でデータブックに集約。適切な情報提供と保障の必要性を確実にお伝えする体制も整えました。

■ 団信マイスター制度

- 2023年にはパートナー銀行向けのトレーニング制度として、団信マイスター制度を開始しました。
- 認定制度を通して、団体信用生命保険の必要性や意義、商品価値機能およびその機能がどのように発揮されるのかを深く学び理解を深めます。
- 認定されたマイスターを通して、ローンセンターの中での勉強会の実施や住宅関連業者向け説明会の講師・お客さま向けセミナー講師を実施し、団信の価値をお客さまにお届けします。

総合研修資料



研修後アンケート

データブック

団信マイスター認定ロゴ

「3. お客さまに大切な情報をわかりやすく提供する」取り組み

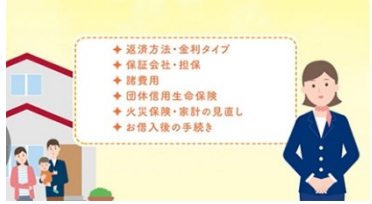
■ デジタルを活用した情報提供の工夫

- 複雑な保険の仕組みや、重要な免責事項をよりわかりやすくご理解いただくために、アニメーションを用いた「デジタルパンフレット」の普及に取り組んでいます。
- 住宅ローンの保険をより分かりやすく、身近にお伝えするための取り組みとして　”住まいと暮らしのヒントから団信まで”をコンセプトとした情報サイト「スマイルすまい」を運営しています。特に疾病保障など特約付きの団信の啓もう活動を通じて、お客さまが安心して住宅を購入できるように情報提供を行っています。また、LINEやインスタグラムなどソーシャルメディアの活用にも力を入れており、お客さまとのタッチポイントを拡大しながら多面的な情報提供活動を行っています。
- 住宅ローンをご利用予定のお客さま向けに、住宅ローンの仕組みや商品、団信などを動画で紹介する動画ツール「ローンスマートナビ」を提供しています。ローンスマートナビにより、お客さまは仮審査申込後、いつでも手軽に住宅ローン関連の説明動画を視聴することが可能です。
- 簡単な質問にお答えいただくだけで、住宅ローン保険選びをスピーディに行える「団信ロボットアドバイザー（団信ロボアド）」を開発し、2023年2月よりパイロット運用を開始しています。

デジタルパンフレット

ソーシャルメディア

スマイルすまい



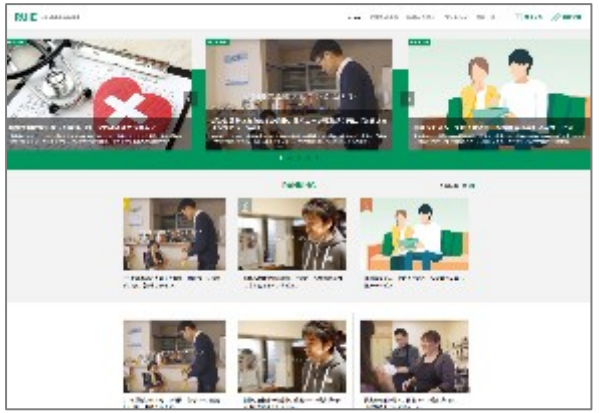
ローンスマートナビ

団信ロボアド

「3. お客さまに大切な情報をわかりやすく提供する」取り組み

■ 住宅販売業者に対する支援体制の構築

- 住宅販売業者の皆さまを対象としたセミナーや勉強会を実施し、お客さまに適切に情報提供いただけるようサポート体制を構築しています。
- また、金融機関、住宅販売業者の現場支援を目的とした専門チームを発足し、お客さまが住宅ローン保険の必要性を感じていただくとともに、安心して住宅ローンを組んでいただくためのサポートを行っています。
- 保障内容が多様化する住宅ローン保険をわかりやすく正確に情報提供することを目的に、住宅販売業者の皆さま向けのセミナー・勉強会の資料を継続的に改良しています。



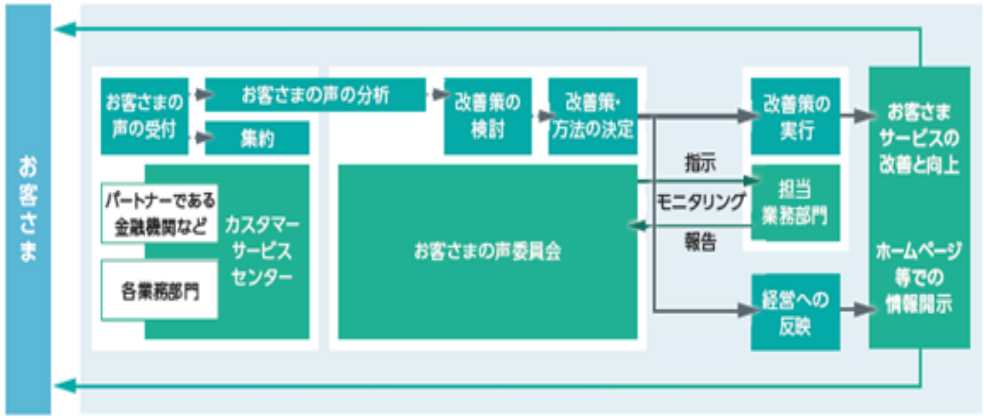
住宅販売業者向け情報サイト「RUIE」

「4. お客さまの声に耳を傾け、経営に活かす」取り組み

■ お客さまの声を収集し、経営に取り入れる仕組み

- 経営層を含むメンバーで構成するお客さまの声委員会を四半期毎に開催し、お客さまから寄せられたお申し出や苦情、NPSの結果等を一元管理し、改善活動に生かしています。
- たとえば、お客さまからのご意見をもとに、保険金、給付金請求のお手続きの進捗状況をメールでお知らせするサービスを開始するなど改善対応につなげています。
- また、NPSの結果に基づき「カーディフ団信オンライン」の入力画面を改良したほか、コールセンターのスクリプトを見直すなど、お客さまにとってのわかりやすさ、使いやすさの向上に継続的に努めています。
- NPS、満足度に関してはお客さま本位の業務運営を図る主要なKPIとして設定し、定期的に公表していきます。
- お客さまから寄せられるご意見やご要望は、社内のイントラネットやメールで全従業員と共有し、当社の事業のあらゆる面にお客さまの声を反映させています。

お客さまの声を経営に生かす仕組み



「5.利益相反を適切に管理し、お客さまの利益をまもる」取り組み

■ 利益相反管理態勢

- 「利益相反管理方針」に基づき、他の部門から独立した利益相反管理統括部署を設置し方針・規程・マニュアルに基づき適切に把握し管理しています。なお、2023年度中に利益相反のおそれがあり管理すべき対象取引は発生しませんでした。
- 利益相反管理に関する法令や社内規定を遵守するため、全従業員を対象に教育・研修を実施しています。

ホームページに掲載している
利益相反管理に関する情報

利益相反の管理について

カーディフ生命の利益相反の管理についてご案内します。

利益相反管理

利益相反の管理について

カーディフ生命、およびその関連会社（以下、「当社等」といいます。）は、当社等とお客さまとの間の利益相反のおそれのある取引、または当社等のお客さま相互間の利益相反のおそれのある取引に伴って、お客さまの利益を不当に害することのないよう、法令等および当社等の利益相反管理に関する内部規程等に従って、適切に業務を管理・遂行いたします。

1. 利益相反の定義

「利益相反」とは、当社等とお客さまとの間で利益が相反する状況、および当社等のお客さま相互間で利益が相反する状況をいいます。

2. 利益相反のおそれのある取引（対象取引）の特定および類型

当社等では、下記1～4の類型に該当する取引のうち、不当な利益相反のおそれのある取引（以下、「対象取引」といいます。）を特定したうえで、お客さまの利益を不当に害することのないよう管理します。

1. 当社等が契約等に基づく関係を有するお客さまとの間で行う取引
2. 当社等が契約等に基づく関係を有するお客さまと対立または競合する相手との間で行う取引
3. 当社等が契約等に基づく関係を有するお客さまから得た情報を不当に利用して行う取引
4. 上記1～3以外で、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引

3. 利益相反の管理方法

当社等は、対象取引の管理方法として、以下に掲げる方法を適宜選択しまたは組み合わせて講じることにより、利益相反管理を行います。

1. 部門の分離による情報の遮断
2. 取引の一方または双方の条件または方法の変更
3. 取引の一方または双方の中止
4. お客さまの利益が不当に害されるおそれがあることについて、当社等が負う守秘義務に違反しない限度での開示、および場合によってはこれに加えてお客さまからの同意の取得
5. 上記1～4以外で、その他適切な方法

4. 利益相反管理体制

当社は、適切に利益相反管理を行うため、①当社に関業部門から独立した利益相反管理統括部署および利益相反管理統括者を設置し、対象取引の特定および管理をー元的に行うとともに、②当社従業員に研修・教育を実施し周知・徹底します。
対象取引の特定および管理についての記録は、5年間適切に保存します。
当社等は、利益相反管理体制の適切性と有効性を定期的に検証・評価し、継続的に改善します。

5. 利益相反管理の対象となる会社の範囲

当社および以下の関連会社を利益相反管理の対象とします。

- カーディフ損害保険株式会社
- ビー・エヌ・ピー・パリバ銀行 東京支店
- BNPパリバ証券株式会社
- BNPパリバ・アセットマネジメント株式会社
- BNPパリバ・カーディフ（フランス）
- BNPパリバ（フランス）

BNP PARIBAS
CARDIF