



お客さま本位の業務運営方針

カーディフ生命保険株式会社は、お客さまの視点で考え行動する「お客さま本位の業務運営」をより一層推進するため、以下の方針を定めます。

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障商品を開発し、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に係る取り組み内容

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。

ミッション、行動規範の浸透

- BNP パリバ・カーディフが全世界で掲げる「ひとりでも多くの人に、保険への扉をひらく」という使命のもと、その達成に向けて取るべき行動を定義した「行動規範」を策定しています。
- これらを従業員一人ひとりが深く理解し、常にお客さまを意識して業務にあたる姿勢を醸成するために、さまざまなコミュニケーションの場を設けて意識向上を図っています。

お客さま本位の企業文化を醸成する教育・研修

- 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。
- お客さまの多様なご要望にお応えするため、資格の取得促進や社内勉強会などを実施して、自社のビジネスや商品・サービスに関する知識の習得に努めています。

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います。
- コンプライアンス研修の履修状況をモニタリングし、評価に反映する仕組みを取り入れています。

顧客体験価値ガバナンス

- さまざまな調査を通じてお客さまの価値観やニーズを把握し、それにかなう商品の開発に取り組んでいます。商品化の段階では、BNP パリバ・カーディフ共通のガバナンスである「顧客体験価値ガバナンス」に基づき、商品・サービスの提供価値を数値化し、商品性や利便性において一定以上の品質を保つよう努めています。

2. お客様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障商品を開発し、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な保険金・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。

顧客調査等に基づく商品開発および改善

- 当社は全国の銀行とパートナーシップを結び、金融商品と保険を組み合わせることで新たな価値の創出を目指し、商品・サービスの開発を行っています。2001 年には日本で初めてがん団信を開発するなど、住宅ローン返済保障分野において常に新しい価値を提案し続けています。
- お客さまや金融機関の声を定期的に収集し、必要に応じて商品・サービスを改定する体制を整えています。

お客さまの利便性を高めるサービス

- 住宅ローン保険の告知から申込みまですべてのお手続きがウェブで行える「カーディフ団信オンライン」サービスを提供しています。2024 年にはマイページや書類アップロードなど新機能を含むバージョンアップを行うなど、お客さまの期待にお応えできるようサービス向上に取り組んでいます。
- 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）」を提供しています。簡単な質問にお答えいただくだけで、お客さまのリスク性向やご意向に沿った最適なプランをお選びいただけます。
- 住宅ローン保険のお客さまを対象に、24 時間対応の医療・健康相談からホームアシスタンス、弁護士相談まで、日常生活に役立つ「カーディフ・アシスタンスサービス Home Concierge（ホーム コンシェルジュ）」を提供しています。
- 保険金・給付金請求時の負担を軽減するため、書類の数や記入項目の削減など必要書類の見直しや、一定の条件を満たす保険金・給付金の請求手続の場合は診断書に代えて退院証明書または領収証のコピーでも請求を可能にするなど、手続きの簡素化に努めています。
- 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・給付金の確実なお支払い

- 「保険金等支払方針」のもと、適切かつ迅速に保険金・給付金の支払いを行うため指標を設定し、定期的にレビューすることで改善に努めています。
- 個人保険をご契約いただいているお客さまに年に一度リーフレットを送付し、保険金・給付金を漏れなくご請求いただけるように努めています。

- グループ会社（生命保険会社、損害保険会社）それぞれにご加入いただいているお客さまから漏れなくご請求いただけるよう、グループ会社間の情報管理ルールを定めたうえで請求勧奨に努めています。
- 支払査定の適切性を確保するため、査定が完了した請求は外部機関によって全件検証を行っています。

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。

ご加入時のわかりやすい情報提供

- 保険商品を正しくご理解いただくため、ご加入時にお渡しする重要書類の平易化に努めています。また、各種重要書類は、時間や場所を問わず、いつでも確認できるようにオンライン化を進めています。インターネットブラウザの検索機能などを利用することで、確認したい事項に素早くアクセスでき、また印刷物と異なり紛失するリスクが低減されています。
- 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。

中立的な立場で、生活者に役立つ情報を身近に届ける

- 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。
- ソーシャルメディアの活用にも力を入れています。ソーシャルメディアでは必要な情報をできるだけコンパクトにまとめ、お客さまが楽しく保険を学べるような工夫をしています。複数のSNS アカウントを併用して、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。

ご加入後のフォローアップ

- 住宅ローン保険については、ローン実行日から一定の年数を経過したお客さまを対象に、ご加入いただいている保障概要をご案内する取り組みを開始しています。
- 個人保険のご契約者さまに「ご契約内容のお知らせ」などを年に一度お送りし、保障内容等をご確認いただくため情報提供の充実化に取り組んでいます。
- さらに保障概要のご案内から当社 LINE の友だち登録ができるようになり、LINE で友だち追加してくださったお客さまには毎年保障概要を LINE で送信する準備を開始しました。

金融機関等の商品知識向上サポート

- お客さまが商品内容を十分に理解して加入できるよう、当社商品を取り扱う金融機関を対象に随時、商品勉強会を実施しています。また、コールセンターでは金融機関からの各種お問い合わせに対して迅速かつわかりやすく対応しています。
- 加えて、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・勉強会の開催やインターネットを通じた情報提供に努めています。

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。

お客さまの声を収集し、経営に取り入れる仕組み

- お客さまから寄せられたお申し出・お問い合わせなどは「お客さまの声」を一元的に集約・管理する「お客さまの声委員会」に報告し、改善策の策定、実施状況の検証を行い、お客さまの声が確実に経営に活かせるよう取り組んでいます。
- 当社に対するお客さまの満足度・信頼度を端的に表す重要指標として NPS（ネットプロモータースコア）を測り、業務の改善を図っています。
- お客さまから寄せられたさまざまな声を社内で共有し、従業員の意識向上を図っています。
- ソーシャルリスニングの手法を取り入れ、SNSを通じて発信されている生活者の声を集め、業務改善に役立てています。

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。

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て利益相反を適切に管理する態勢を整えています。
- 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。

代理店への教育・研修について

- 当社では、金融機関が募集代理店として適正な募集活動を行えるよう、必要な知識とスキルを習得するための教育体系を構築しています。