# お客さま本位の業務運営方針 2020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 2021年6月24日



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」の二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。

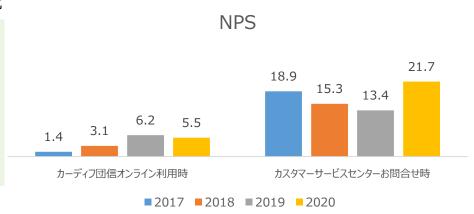
## 2020年度の結果 **NPS**

( )内は前年比

カーディフ団信オンライン\*利用時: **5.5** (-0.7)

カスタマーサービスセンターお問合せ時: 21.7 (+8.3)

※: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:2020年4月~2021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:5,003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

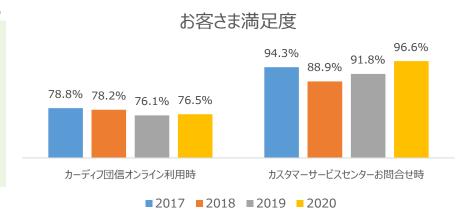
## 2020年度の結果 お客さま満足度\*

( )内は前年比

カーディフ団信オンライン利用時: 76.5% (+0.4)

カスタマーサービスセンターお問合せ時: 96.6% (+4.8)

※: 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



- ペーパーに書かずにWeb上で出来るのは、今のコロナ禍では 大変助かります。
- 入力のしやすさと誤入力防止策がバランスよく機能しており、ユーザビリティが高く感じた。
- 大変すばらしいサービスで、今回の保険に入っていて大変助かりました。ありがとうございます。感謝しかございません。こんないい保険は他の人にも是非薦めたいと思います。



- スマホだと保障内容の画面が見にくい。
- もう少しスムーズに入力や手続きができるような案内と入力例が あるといいと思いました。
- 説明内容がもう少々分かりやすい記載方法であったら、とは思いましたが、全体に重要な点は把握しやすく、非常に助かりました。



## 「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

- 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、全従業員を対象とするミーティング等を通じて継続的に訴求しました。
- 創立20周年を迎えた2020年には、フランス本社やリージョナルオフィスを交えてオンラインセレモニーを実施し、当社の存在意義とお客さまにお届けすべき価値を全従業員と共有しました。
- お客さまからのご期待や信頼に応えるための行動ルールであるBNPパリバ・グループの「Code of Conduct (行動規範)」の徹底を図るため、BNPパリバ・グループおよびBNPパリバ・カーディフのグローバルネットワークと連携して、「Code of Conduct Week」を実施しました(2020年6月)。
- BNPパリバ・カーディフ全体でお客さまに対するサービスカルチャーを浸透させるイニシアティブをスタートし、各国でトレーニングを開始しました。

#### ミッションの浸透



#### 行動規範の徹底





## 「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、お客さまの信頼に応えるための コンプライアンス強化を目的に、新入社員研修や、イントラ ネットを活用した定期的なトレーニングの実施および本方針 の従業員への周知・啓蒙に努めています。

#### ■ お客さま本位の行動を促進する評価体系

人事考課行動評価のひとつに「顧客価値最優先」を取り込み 評価を行っています。必須コンプライアンス研修を受講して いない場合には賞与評定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。

#### ■ 「お客さまの代理人」の設置

お客さまの声を代表し、独立した権限をもつ「クライアント・デピュティ (お客さまの代理人)」を社内の役職として設置し、商品や事務手続き、募集・契約関連の文書などすべてのサービスに対してお客さまの視点で点検し、改善を図っています。2020年度には67件の点検を実施しました。

#### eラーニングによる研修



## イントラネットでの周知活動





#### ■ 顧客調査等に基づく商品開発および改善

● 「ライフサイクルプラン」の取扱拡大

2018年6月に発売した組立タイプ保険「ライフサイクルプラン」について、お申込時の告知書扱の上限額を引き上げたほか、追加契約加入時のお申込可能期間を拡大することで、お客さまが必要とする保障に、よりご加入いただきやすくなりました。

また、申込書類を電子化することでお手続きの簡略化を図り、お客さまの利便性が向上しました。

#### ● 新型コロナウイルスに罹患されたお客さまへの対応

2020年2月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、同感染症を起因とする保険事故も保険金等のお支払対象となるよう保障範囲を拡大しました。このほか、同感染症により影響を受けられたお客さまへの保険料払込猶予期間の延長や、簡便なお手続きなどの特別取扱い等を実施しました。

#### 取扱拡大による利便性の向上





#### ■ 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

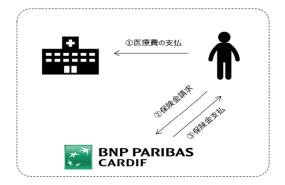
保険金・給付金請求時のご負担を軽減するため、書類の数や 記入項目の削減など必要書類の見直しや、一定の条件を満た す請求手続の場合は、診断書に代えて退院証明書または領収 証のコピーでもご請求を可能にするなど、手続きの簡素化に 努めています。

#### 先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービス開始

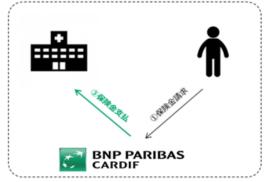
先進医療は公的医療保険の対象外であるため、お客さま自身が医療機関に高額な費用をお支払いする必要があり、大きな経済的負担となります。そこで、保険会社から医療機関に直接支払いすることで、少しでもそのご負担を軽減し安心して治療に専念していただけるよう、先進医療給付金直接支払サービスを提供しています。

#### 先進医療直接支払サービス

#### 通常の保険金支払の場合



#### "直接支払いサービス"による支払の場合



先進医療の技術料は、全額自己負担であり、陽子線治療や重粒子線治療などは約300万円と高額となっています。通常の支払であれば、一時的とはいえ、お客さま自身がそれを立て替えることは負担となりますが、このサービスを利用することでその負担はなくなります。



#### ■ 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。

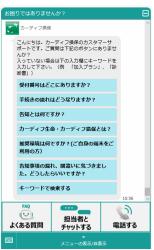
#### デジタルサービスの推進



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



#### ■ 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。

● 時流に合わせたサービスメニューの更新

住宅ローンご契約者世代が直面するご両親の介護や認知症に特化した「はじめての介護相談サービス」、「はじめての認知症相談ダイヤル」を新たに開設しました。また「Home Concierge」では、新型コロナウイルス感染症に関するご相談もお受けしています。

■ 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

#### ■ 提携金融機関向けオンラインセミナー

- コロナ下におけるリレーション強化や研修機会の継続を目的として、提携金融機関(パートナー)向けのオンラインセミナーを開催しました。
- セミナーでは実務におけるワンポイントレクチャー、当社 サービスの紹介、アンケートを用いた参加者間の情報交換 など幅広いコンテンツを提供しました。
- 総アクセス数約1,500件、約600名にご参加いただきました。提携金融機関向けの情報提供の場として今後も定期的に実施していく予定です。

#### ■ 非対面研修ツール

新型コロナの影響で対面研修が制限されたことを受けて、非対面研修ツールを拡充しました。

- 「5分でおさらい疾病保障動画」: 団信をはじめ各保障を 学べるショートムービー。行員向けe-Learningツール。
- **PIP演習問題**:団信の保障に関する演習問題。インタラクティブ形式では回答・集計が可能。
- **研修実施後確認テスト、アンケート**:確認テストを行うことで研修内容を確実に習得。併せてアンケートからも研修の効果を測定。



提携金融機関向けオンラインセミナー





# 「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。またTwitter、Facebook、YouTubeな どソーシャルメディアの公式アカウントを開設、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」の提供を2020年7月より開始しま した。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。



デジタルパンフレット



スマイルすまい





ソーシャルメディア



ローンスマートナビ

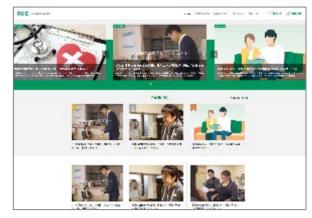




## 「3. お客さまに大切な情報をわかりやすく提供する」取り組み

## ■ 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。また不動産関連会社向け情報サイト「RUIE」では、住宅ローン保険の保障内容のほか、営業活用術や住宅ローンに関連した専門情報を提供し、住宅販売業者の皆さまの活動を支援しています。





住宅販売業者向け情報サイト「RUIE」

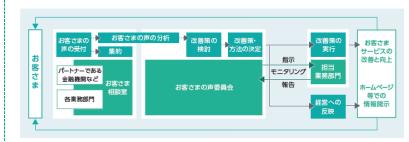


## 「4. お客さまの声に耳を傾け、経営に活かす」取り組み

#### ■ 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電子掲示板、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



#### 社内の電子掲示板





## 「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、2020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、研修等により利益相反に関する方針・規程を周知・徹底しています。

#### 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





