

お客さま本位の業務運営方針 2021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
2022年6月29日



BNP PARIBAS
CARDIF

The insurer for a changing world

カーディフ生命 お客様本位の業務運営方針

カーディフ生命は、「お客様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. お客様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様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

当社の主要なお客様である「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様に提供します。お客様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、時代の変化に適應したシンプルで便利なお客様サービスを提供します。

3. お客様に大切な情報をわかりやすく提供する

お客様が商品・サービスを十分に理解し、最適な選択ができるよう、お客様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、お客様本位のコミュニケーションに努めます。

4. お客様の声に耳を傾け、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、お客様の行動データ、ご意見、ご要望などを「お客様の声」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、お客様の利益をまもる

お客様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。

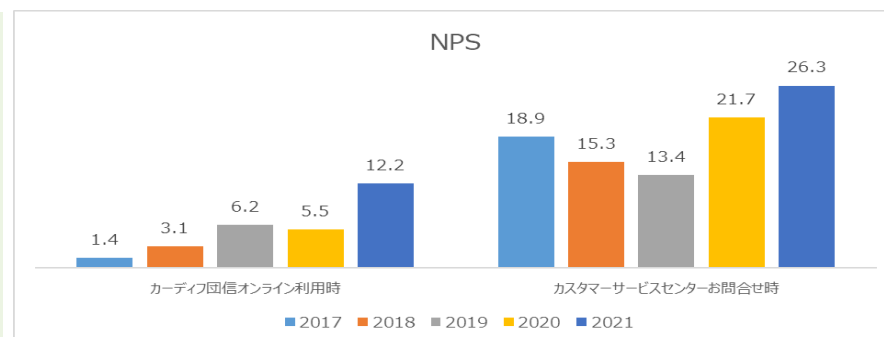
2021年度の結果 NPS

() 内は前年比

カーディフ団信オンライン※利用時： **12.2 (+6.7)**

カスタマーサービスセンターお問合せ時： **26.3 (+4.6)**

※: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：2021年4月～2022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：5,633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

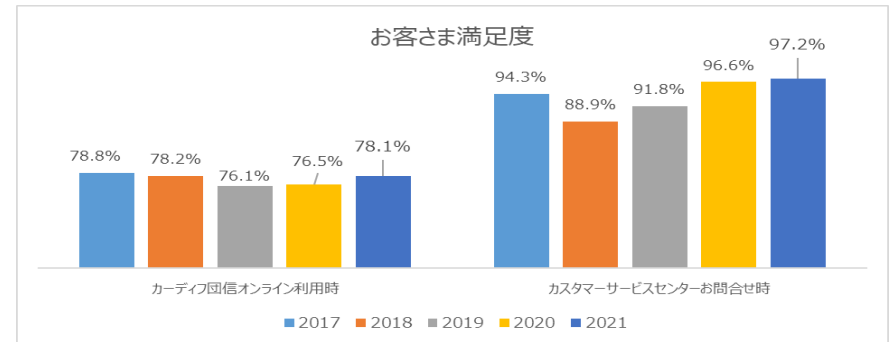
2021年度の結果 お客さま満足度※

() 内は前年比

カーディフ団信オンライン利用時： **78.1%** (+1.6)

カスタマーサービスセンターお問合せ時： **97.2%** (+0.6)

※： 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



- 保障の面で死亡時だけでなく、がんと診断され治療を始めたら その対象になるという所が安心できるといった。生きて頑張る人のための保険だと思った。
- 入力しやすかったです。結果も早く素晴らしいと思います。できれば利用することなく過ごしたいです。
- よくこういう問い合わせだとなかなか電話が通じなかったりするんですけど、電話もすぐに通じて、かつ非常にクリアな説明をいただいたので、非常に助かりました。ありがとうございました。



- 入力の途中で急用が入り、中断したかったができなかった。改めて入力しなおしたのが不便だったので、一時中断の機能があればよいと思います。
- 告知に関してどこまで書けば良いのか分かりにくく、記入例が見たかった。
- スマホのダウンロードで少し手間取った。

「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。
- 経営陣から全社員への語りかけのほか、トップと社員が部署を超えて「お客さま本位」について自由に意見を述べ合う場も設けています。また、定期的を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。
- 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、「Code of Conduct Week」を実施しました（2021年11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展開し、各国でトレーニングを実施しています。

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。

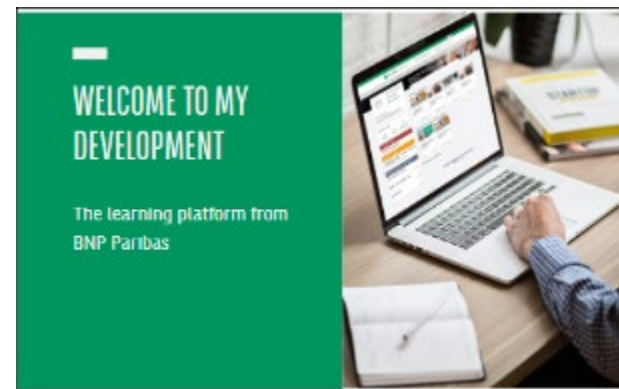
■ お客さま本位の行動を促進する評価体系

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価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。2021年度には80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



「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

● 「がん団信」の引受条件を緩和

金融機関で住宅ローンをご利用になるお客さまに提供する「がん保障特約付き団体信用生命保険（がん団信）」について、がん既往歴のあるお客さまもご加入いただけるよう引受条件を2022年1月4日より一部緩和しました。

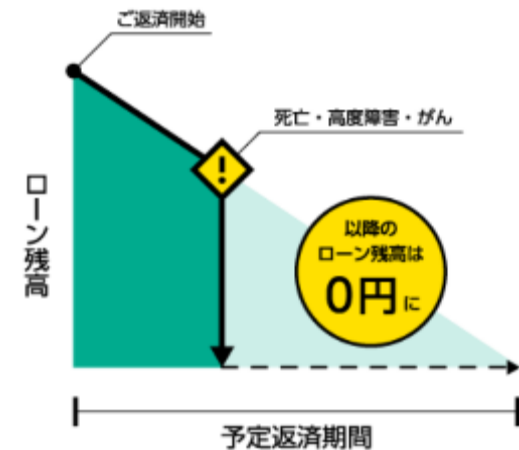
「がん団信」は、死亡や高度障害に加えて、ローン契約者が生まれて初めてがんと診断された場合に、その時点のローン残高を保険金として金融機関にお支払いすることでローンを完済するものです。今回、引受条件を緩和することで、がん既往歴があり、従来はお引き受けの対象外だった方も、経験されたがんの種類や治療内容、経過期間等によっては、当社の定める範囲でがん団信にご加入いただくことが可能となりました。がん既往歴のあるお客さまへのがん団信の提供は日本初となります。

● 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。

「がん団信」引受条件の緩和

団体信用生命保険の保障イメージ



既往がんの種類や治療内容、経過期間等によって、がん既往歴がある方も「がん団信」への加入が可能に

「2. お客様が必要とする商品とサービスを提供する」取り組み

■ お客様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

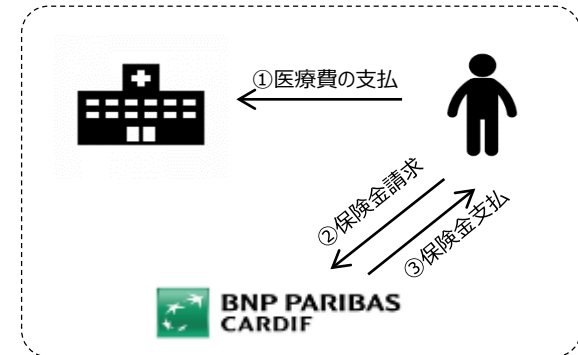
保険金・給付金請求時のご負担を軽減するため、書類の数や記入項目の削減など必要書類の見直しや、一定の条件を満たす請求手続の場合は、診断書に代えて退院証明書または領収証のコピーでもご請求を可能にするなど、手続きの簡素化に努めています。

● 先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービス開始

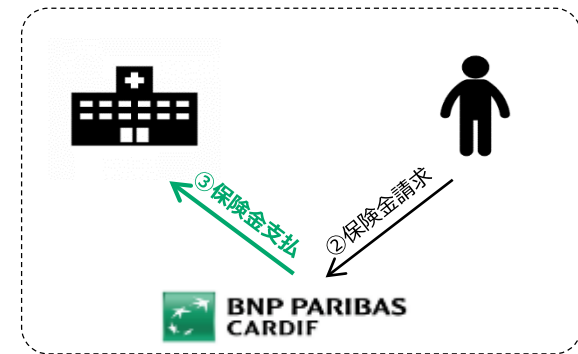
先進医療は公的医療保険の対象外であるため、お客様自身が医療機関に高額な費用をお支払いする必要があり、大きな経済的負担となります。そこで、保険会社から医療機関に直接支払いすることで、少しでもそのご負担を軽減し安心して治療に専念していただけるよう、先進医療給付金直接支払サービスを提供しています。

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、お客様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。

「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。

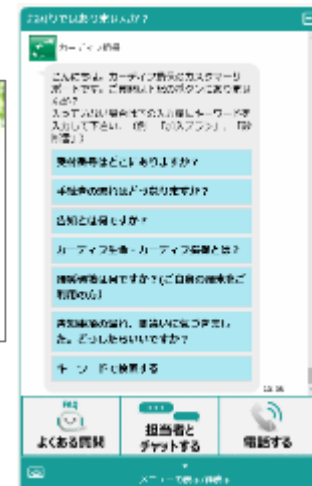
デジタルサービスの推進



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。

● 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・カードィフ 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

■ トレーニング資料とフォローアップの体系化

- 提携金融機関におけるナレッジやスキルの均質化を目指し、共通する総合研修資料をベースに資料の見直しを行いました。
- 研修実施後は受講者にwebアンケートに回答いただき、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伝える体制を整えました。

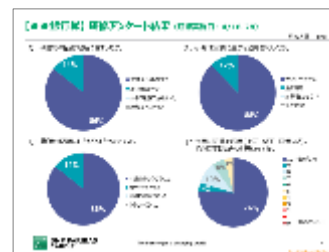
■ 非対面研修ツール

対面研修が継続的に制限される中、各種非対面研修ツールを拡充しました。

- 「e-learningコンテンツ動画」：加入勧奨の留意点、告知書記入のポイント、保険金支払事例紹介など、行員から研修プログラムとして要望の多かったコンテンツを動画化し、提供しています。
- 「トータルコンサルティング動画」：金融機関とお客さまが将来の目標を共有し、お客さまにとって最適な商品やサービスを適切なタイミングで提供できるようライフプランニングをはじめとする動画を準備しました。



総合研修資料



研修後アンケート



データブック



E-learningコンテンツ



トータルコンサルティング動画

「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。



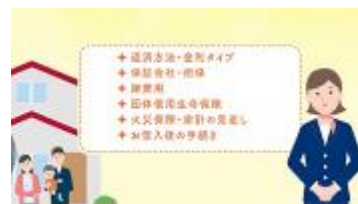
デジタルパンフレット



スマイルすまい



ソーシャルメディア



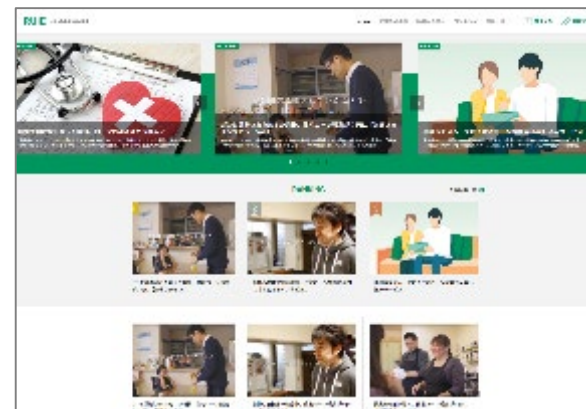
ローンスマートナビ



「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。



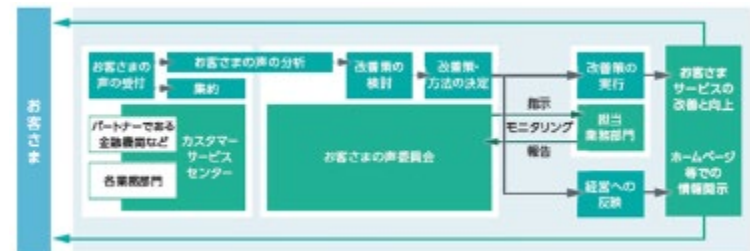
住宅販売業者向け情報サイト「RUIE」

「4. お客様の声に耳を傾け、経営に活かす」取り組み

■ お客様の声を集め、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様の声委員会を四半期毎に開催し、お客様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、お客様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립トを見直すなど、お客様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様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。
- お客様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様の声を反映させています。

お客様の声を経営に生かす仕組み



社内の電子掲示板





**BNP PARIBAS
CARDIF**