

お客さま本位の業務運営方針 2019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
2020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。

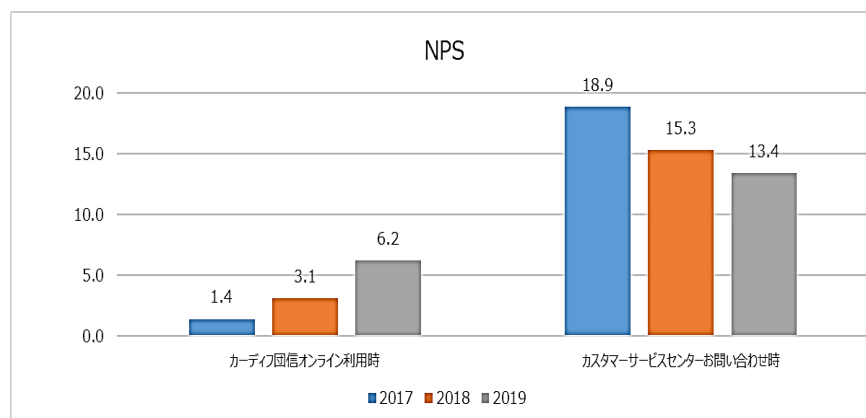
2019年度の結果 NPS

() 内は前年比

カーディフ団信オンライン※利用時： **6.2 (+3.1)**

カスタマーサービスセンターお問合せ時： **13.4 (-1.9)**

※: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：2019年4月～2020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：5,158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

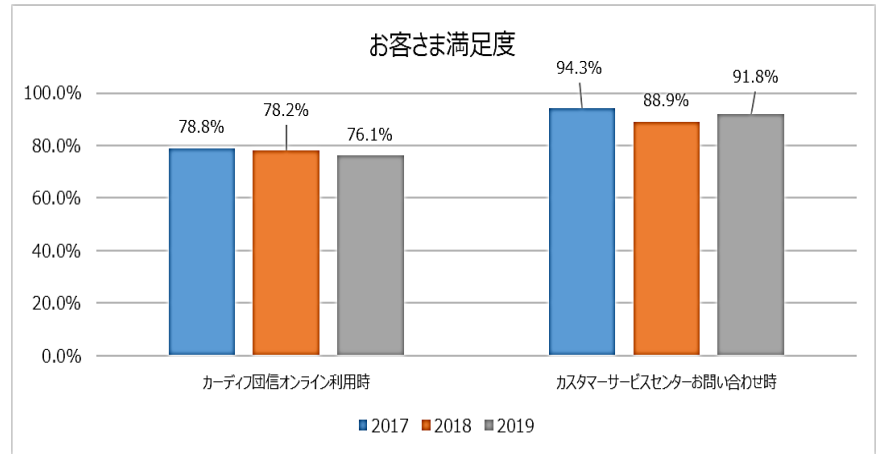
2019年度の結果 お客さま満足度※

() 内は前年比

カーディフ団信オンライン利用時： **76.1%** (-2.1)

カスタマーサービスセンターお問合せ時： **91.8%** (+2.9)

※： 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



- ネットで申し込めるところが、とてもよいです。また、書類も電子化されているので、これからの時代にマッチしていると感じます。
- 大変丁寧な対応を頂きまして、ありがとうございました。家内のお気遣いの言葉も頂きまして、大変恐縮しております。今後ともよろしくお願いします。



- スマホで手続きを行いました。画面が小さくストレスになりました。パソコンからだともっと操作性も上がり良かったと思います。
- 他の保険もそうですが、説明文が長すぎるので、箇条書きや一覧表を用いて、説明してもらえば、良いかなと思います。



**BNP PARIBAS
CARDIF**

The insurer for a changing world

「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、ビジョン、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 Make insurance accessible to the largest possible number of people」をミッションとして掲げ、全役職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。
- 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・カードィフのグローバルネットワークとも連携して、「Code of Conduct Week」を実施しました（2019年6月）。

ミッション & ビジョンの浸透



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。

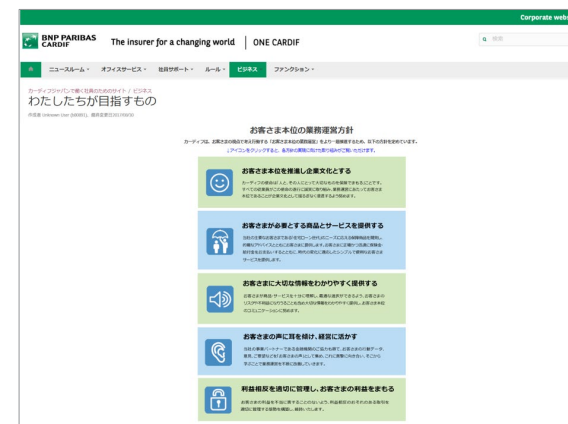
■ 「お客さまの代理人」の設置

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。2019年度には154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. お客様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

● 「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。

● 「重度疾病長期入院時保障特約」の発売

重度疾病（糖尿病・高血圧性疾患・慢性腎不全・肝疾患・肝疾患）による入院が継続して180日以上となった場合、ローン残高が0円となる新たな保障を追加しました。手厚い保障を提供することで、お客さまの生計の安定を図る団体信用生命保険により安心してご加入いただけるよう努めています。

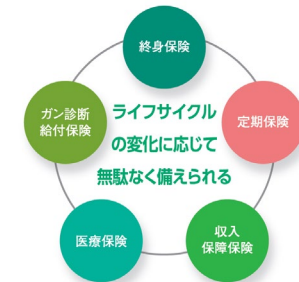
● 新型コロナウイルスに罹患されたお客さまへの対応

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ています。

取扱拡大による利便性の向上



シンプルな5つの商品



「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

● 先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービス開始

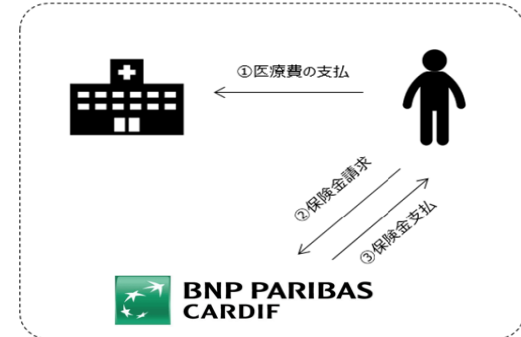
2019年5月22日より、先進医療給付金の医療機関あて直接支払サービスを開始しました。

先進医療を受けられるお客さまに先進医療にかかる技術料を当社より直接医療機関に支払うサービスです。

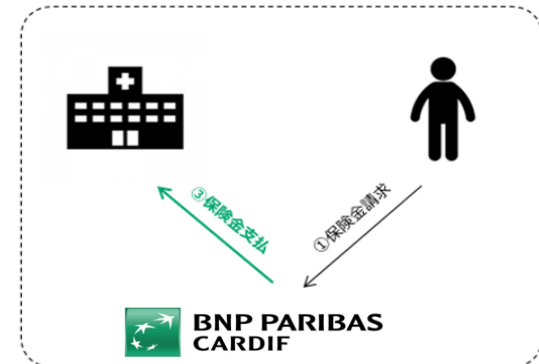
先進医療は公的医療保険の対象外であるため、お客さま自身が医療機関に高額な費用をお支払いする必要があり、大きな経済的負担となります。そこで、保険会社から医療機関に直接支払いすることで、少しでもそのご負担を軽減し安心して治療に専念していただけるようにしました。

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立て替えることは負担となりますが、このサービスならその負担はなくなります。

「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

● 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団信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できるようになりました。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を2019年11月より提供開始。24時間いつでもお客さまからのご質問に回答できるようになりました。

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、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げていく予定です。

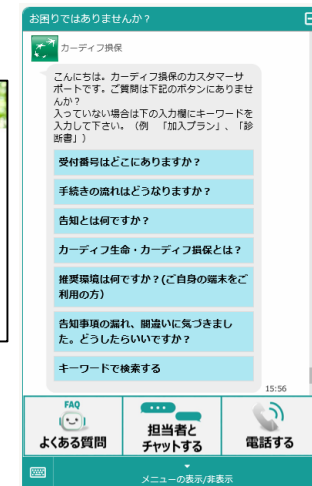
デジタルサービスの推進



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



**BNP PARIBAS
CARDIF**

The insurer for a changing world

「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

● 「ライフリスク適応性診断」のローンチ

保険を「勧められるもの」から「自発的に考えるもの」へ。
2019年4月に提供開始した「ライフリスク適応性診断」は、5つの簡単な質問に回答すると、独自のアルゴリズムと行動心理学に基づいてお客さまのリスクに対する適応性を判断するサービスです。ゲームを通じてご自身のリスクに対する考え方を理解し、将来のマネープランを考えるきっかけとなることを目指しています。

● 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、健康相談やハウスキーピング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。2020年4月には新たなサービスとしてWebメンタルヘルスチェックを追加しました。

● 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お届けするために、BNPパリバ・カードیفのアジア地域で展開するプログラム。部門横断的な少人数のチームにより、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



ライフリスク適応性診断のトップ画面



Home Concierge
(ホームコンシェルジュ)



BNP PARIBAS
CARDIF

The insurer for a changing world

「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。



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



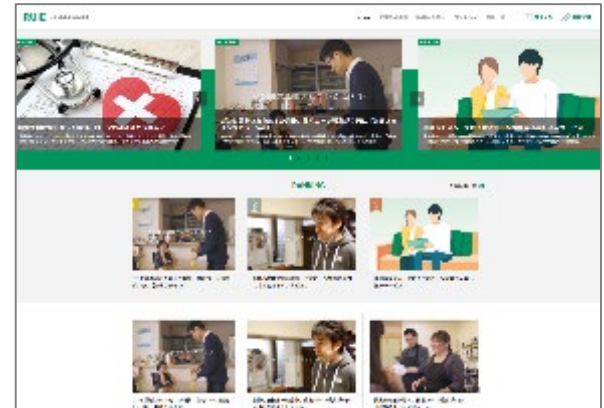
**BNP PARIBAS
CARDIF**

The insurer for a changing world

「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新たに発足し、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、2019年7月、不動産関連会社向け情報サイト「RUIE」を開設しました。本サイトでは、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、住宅販売業者のみなさまの活動を支援しています。



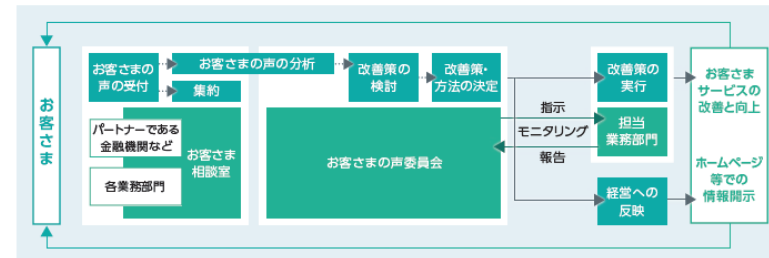
住宅販売業者向け情報サイト「RUIE」

「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にて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結び付けています。
- 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



「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、2019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



**BNP PARIBAS
CARDIF**

The insurer for a changing world



BNP PARIBAS
CARDIF