

顧客接点の革新ーモバイル技術を活用した次世代モデルの推進ー

東京海上日動システムズ株式会社

宇野 直樹

1. 代理店ビジネスモデルをとる損保の I T 活用の必要性

(1) 代理店ビジネスモデルをとる損保の経営課題

損保では、殆どの商品の契約期間が 1 年であるため、各社とも数千万件に及ぶ契約を毎年更新している。また、損保会社は、自動車保険を中心としたダイレクト系を除けば、契約の締結権が代理店にある代理店ビジネスモデルを採用している。この代理店ビジネスモデルでは、契約者の事故対応、引受リスク量の把握等を行うために、数千万件の契約情報を保険会社が早期に把握することが大きな課題であった。

(2) 課題解決のための I T 活用の沿革

このため、損保会社は積極的に I T を活用してきた。1960 年代に始まったメインフレームの時代には保険会社内の I T 化を進め、80 年代後半には営業第一線で契約情報をエントリーするオンラインシステムを構築した。1990 年代から始まったインターネット、クライアント・サーバーの時代には代理店システムを構築し、代理店内で契約情報をエントリーする仕組みを整えた。

(3) 経営課題の最終解としての次世代モデル

2000 年代から始まったモバイル技術を活用した次世代モデルは、顧客接点で契約手続きが完結するビジネスプロセスであり、契約情報の早期把握の最終解決策である。

2. モバイルがもたらすビジネスプロセスの変革

(1) モバイル以前の I T 活用

1960 年代から始まったメインフレームの時代も 90 年代から始まったインターネット、クライアント・サーバーの時代も、I T はケーブルで接続された机上の端末或いは PC

で利用されてきた。

(2) 顧客接点では紙を必要としたモバイル以前のビジネスプロセス

保険の契約プロセスでも、顧客との契約締結を行う際にはオフィスで打ち出した紙の申込書を使うため、打ち出した申込書の内容と契約後にエントリーした情報に齟齬が発生する可能性があった。また、打ち出した申込書の内容を変更したい場合は、申込書の再打ち出しと顧客訪問日程の再調整が必要になることから、顧客・代理店共にミスの可能性が内在する、快適とは言えない手続きが必要とされてきた。

(3) モバイルの活用で顧客・代理店の利便性を高める次世代モデル

一方で、モバイルは無線接続であり、使う場所を選ばない。

この自在性を活かし、顧客接点で契約手続きが完結する新たなビジネスプロセスを構築することで、PC と紙の申込書では実現できなかった顧客・代理店の利便性を高めることも次世代モデルの狙いである。

3. 代理店が顧客接点で使う次世代モデル

(1) マルチプラットフォームの必要性

代理店は損保会社とは別法人であり、機器も自前のものを利用している。代理店が利用している様々な機器で稼動するシステム、即ちマルチプラットフォームが求められるのは代理店ビジネスモデルをとる損保のシステム的な特徴である。

(2) 次世代モデルのシステム的な特徴

代理店が顧客接点で使う次世代モデルの利用機器は、顧客の見易さを勘案し、iPad、Android タブレット等で 10 インチ以上の画面を有するものとし、HTML5 を採用することでマルチプラットフォーム対応を行った。HTML5 を採用し、タブレットに情報を保持しないアプリとすることで、タブレット紛失・盗難時の情報漏えいリスクを解消している。なお、このアプリは、タブレットによる操作を想定しているが、PC でも稼動する。

(3) 新たな価値提供のための「ご加入一覧」

次世代モデルのアプリである「ご加入一覧」は、契約者がどういう保険に加入しているか、家族の補償はどうなっているかが一目で確認できるものである。「ご加入一覧」は、満期日の異なる自動車保険、火災保険等の契約毎に更新手続きをし、加入している保険契約の全体像を把握していない契約者に好評を博している。これには、個人版と中堅・中小企業を想定した法人版がある。

(4) モバイルならではのビジネスプロセス「ペーパーレス手続き」

「ペーパーレス手続き」は、顧客にとって分かりやすく快適で、代理店にとって説明しやすいことを目指したものである。具体的には、タブレット上で氏名、住所等の契約者情報、自動車などの付保対象物の情報、対人賠償額等の契約条件等を、順を追って確認しながら手続きを行うものであり、次画面に進む際には、顧客の確認を求める等、漏れのない手続きを保証するものである。

これによって、経験が浅い募集人でも一定の品質を担保した手続きが可能となり、適切な募集に寄与するものと考えている。

また、良くある質問については、動画やPDFの説明資料を用意して正確な説明を行えるようにしており、顧客の疑問は全て解消して契約締結出来るようにしている。タブレットで画面の拡大が自在に行えることが、高齢者には好評であり、これも紙の申込書にはない快適さの提供となっている。

「ペーパーレス手続き」は、2012年4月の自動車保険から始め、火災保険、超保険、傷害保険等の損害保険に加え、生命保険でも実現済みである。

(5) 顧客接点即時完結の実現

契約者が加入したい商品のパンフレット、説明資料は、タップすればタブレットに表示され、その場で見積り～申し込みができる。また、更新の際などの契約条件の変更にも、その場で再見積り～申し込みが出来る。従来のPCと紙のプロセスでは、オフィスに戻って紙の申込書を打ち出すことが必要なため実現できなかった顧客接点即時完結の壁が、モバイルの活用でクリアーできた。

(6) モバイルの活用による事故対応アプリ

モバイルの活用については、契約手続きのみならず、契約者が事故に遭われた際に、マップアプリに事故場所を表示するなど代理店が事故対応を行う際の支援機能を盛り込んだアプリも実現済みである。

4. 契約者自身が使う次世代モデル

次世代モデルでは、契約者が iPhone、Android 等のスマホで使用するアプリも提供しており、内容は代理店や事故対応センター、各種サービスセンター等の連絡先一覧、契約内容照会、事故に遭われた際の対応を円滑に行うもの等である。

事故の際の迅速な対応には、事故場所の特定が不可欠である。旅行先や夜間の事故で目印が乏しい場所でも GPS 機能を使って事故場所を特定できることは、スマホならではの利便性といえる。

5. 今後の方向性

(1) モバイルの一層の進展

2020 年には 500 億の機器がネットに接続されるとの予測がなされている。接続数が全人類の数を超えているのは、センサーなどの機械が接続されていることによるが、これはモバイル接続が実現したものであり、ビッグデータなどの様々な新しい領域も開拓され始めている。モバイル技術を使って顧客接点を快適にする次世代モデルはスタートして 2 年余りであるが、この間にも回線は接続速度と共につながり易さも向上した。デバイスも益々進化している。

(2) IT 活用の主体は顧客へ

メインフレーム、インターネット、クライアント・サーバーの時代は、高価な機器を先行して購入できる企業が IT 活用の主体であった。が、モバイルの時代は、スマホ等のコミュニケーションツールを利用する顧客が主体であり、その活用については寧ろ企業が遅れをとっている。

(3) モバイルの時代への対応と機会

企業にとっては、日々進化する技術を使いこなす顧客に遅れることなく、進化した技術を使って顧客の利便性を高めるという視点を持って不断の見直しを行うことが必要な時代である。

開発のためのノウハウも新たなものが必要であり、このための人材の育成も急務である。

これからの成長が期待されるエマージングカントリーではPCよりも携帯の普及の方が進んでおり、ケーブル接続のPCと紙を使った先進国のビジネスプロセスを経ないでモバイルを活用したビジネスプロセスが主流になる可能性が高い。モバイルを活用した次世代モデルは、エマージングカントリーにも展開できるものと認識している。