

損保各社のデジタル化とプロ代理店の未来

東京代協城北支部

大手4社営業開発部署担当者との交流会

東京都

東京代協城北支部(清水健二支部長)は1月26日、保険会社担当者との交流会をWeb形式で実施した。当日は、大手損保4社の営業開発部署の社員4氏がパネリストとなり、「各社のデジタル化とプロ代理店の未来」をテーマに各社のデジタル戦略やプロ代理店の今後のあり方などについて意見を交わした。司会進行は同支部の大和親英氏と大橋徹也氏が務めた。

顧客向けデジタル戦略を紹介

パネルディスカッションで独自性語る

—— 自社の主な顧客向けデジタルツールとその特長について。

青本(以下S) 当社によるお客様向けのデジタル関連の取り組みとしては「LINEの活用」や「デジタルでの加入手続きの完結」が特徴的だと考えている。ラインとクラウドフォームを活用しつつ、セキュリティ向上のことも考えて当社独自のライン用の環境を整備したうえで代理店と当社損害査定部署とのやりとりや、お客様写真や見積もりのやりとりなどを実施している。もう一つは、「デジタルでの加入手続きの完結」だ。保険募集自体は従来どおり代理店が担当だが、加入マイレージというポイントプログラムもあり、楽

しく自動車に乗っていたり、だいたいの機能も備えている。—— シーマップはリアルタイム被害予測ウェブサービス「アプリだ」。最近も九州で大きな地震があったが、こうした災害時に迅速な被害予測を確認できる。シーマップは当社の契約者だけでなくも利用できるため、代理店が情報提供ツールとしてお客様に案内するなどの幅広い用途で活用してもらえらるのにならぬ。

—— こうした顧客向けデジタルツールの将来展望や目指す先は。

TN お客様から選ばれるために、人の力とデジタルのベストミックスというものを追求したいと考えている。その一環として当社が重視しているのが、代理店システムとデジタルツールの連携だ。当社では大きく分けて、新たな代理店システム「NEXT(ネクスト)」を提供し始めた。さきほかに紹介した「マイレージ」や「超AIアップランニング」というデジタル

お客様、お客様と保険会社の接点をつなげていくことに取り組んでいる。井戸浦(以下AD) 当社のお客様向けデジタルツールとしては「テレマアプリ」や「cmap.dev(以下、シーマップ)」などがある。当社の保険契約で最も大きな割合を示す自動車保険について、事故が起きた後の補償という従来の役割に加えて、事故を未然に防ぐということに焦点を当てて提供している。テレマティクス自動車保険のお客様向けのアプリだ。アプリ内にADテレランスフォーメーションを推進するというのが当社の基本的な考え方

で、その観点から当社がお客様向けのデジタルツールとして開発・提供するものに「ご契約者さま専用ページ」「MSIBrain リモート」「スマ防災時ナビ」などがある。

「ご契約者さま専用ページ」ではスマホで契約照会ができるといった基本的なことだけでなく、運転年齢条件の変更の必要があるお客様には事前

—— プロ代理店の価値は下がらない

対面とオンラインのベストミックス追求

—— こうした顧客向けデジタルツールの将来展望や目指す先は。

TN お客様から選ばれるために、人の力とデジタルのベストミックスというものを追求したいと考えている。その一環として当社が重視しているのが、代理店システムとデジタルツールの連携だ。当社では大きく分けて、新たな代理店システム「NEXT(ネクスト)」を提供し始めた。さきほかに紹介した「マイレージ」や「超AIアップランニング」というデジタル

◆パネリスト	
●損保ジャパン営業企画部	青本 哲也氏
●あいおいニッセイ同和損害保険営業開発部	井戸浦 祐介氏
●三井住友海上営業推進部	小寺 英範氏
●東京海上日動営業開発部	中挟 直明氏



青本氏



井戸浦氏



小寺氏



中挟氏

新時代を切り拓く代理店

—— プロ代理店に必要不可欠な存在

MS 当社では、リスクとテクノロジーを掛け合わせた「Risk Tech(リステック)」という取り組みや、AIデータ分析などを活用して事故を未然に防いだり社会的課題を解決したりする新たなビジネスモデルの創造に取り組んでいく考えだ。例えば、当社のドローンが撮影した日本全国の道路損傷個所などの



パネルディスカッション

—— 10年後も代理店が成長し続けるためには、

AD 新たなことに挑戦しようと思ったときに、取り組めるような体制づくりではないかと思っております。そのためにすべきことの1つが時間の創出だ。時間がなければ新たなことに挑戦することはできないし、不測の変化が起きたときに対応もできない。10年後、20年後を考えていくためにも、時間創出により余力を生み出すことが重要ではないだろうか。

—— 対面販売の価値

TN 徹底したお客様への価値提供に尽きるのではないだろうか。将来ではないだろうか。将来的に、その代理店が地域にいないとほならない存在になることがゴールだと思っております。そのためにもお客様に寄り添い、それぞれのお客様に合わせた価値を提供できるかどうか、そして専門代理店の一番の強みでもある高度な損害サービスの提供により安心安全をご提供できるかどうか、ひいてはこれらを行うための組織が構築できるかどうか、重要なことになってくるのではないだろうか。

—— 10年後も代理店が成長し続けるためには、

AD 新たなことに挑戦しようと思ったときに、取り組めるような体制づくりではないかと思っております。そのためにすべきことの1つが時間の創出だ。時間がなければ新たなことに挑戦することはできないし、不測の変化が起きたときに対応もできない。10年後、20年後を考えていくためにも、時間創出により余力を生み出すことが重要ではないだろうか。

—— 対面販売の価値

TN 徹底したお客様への価値提供に尽きるのではないだろうか。将来ではないだろうか。将来的に、その代理店が地域にいないとほならない存在になることがゴールだと思っております。そのためにもお客様に寄り添い、それぞれのお客様に合わせた価値を提供できるかどうか、そして専門代理店の一番の強みでもある高度な損害サービスの提供により安心安全をご提供できるかどうか、ひいてはこれらを行うための組織が構築できるかどうか、重要なことになってくるのではないだろうか。

—— 10年後も代理店が成長し続けるためには、

AD 新たなことに挑戦しようと思ったときに、取り組めるような体制づくりではないかと思っております。そのためにすべきことの1つが時間の創出だ。時間がなければ新たなことに挑戦することはできないし、不測の変化が起きたときに対応もできない。10年後、20年後を考えていくためにも、時間創出により余力を生み出すことが重要ではないだろうか。