連載 第2弾 | インシュアテックイノベーション -Phase 2- | 10（最終回）

―生保エコシステムの新たなステージ―

ヘルスケア分野への展開

アイリックコーポレーション（IRRC）フェロー
保険・ヘルスケアDX担当　畔柳 主税

《住友生命「Vitality」開発者に深掘り》

本シリーズの最終回は、2023年4月から住友生命のエグゼクティブ・フェローデジタル共創オフィサーに就任する岸氏との対談で締めくくる。18年の「Vitality」の立ち上げから23年の「Vitalityスマート」（健康プログラムのみ）の販売、保険業界のDX人材の育成までをお聞きする。

対談を行った住友生命岸氏（右）とIRRC畔柳氏

画期的商品「Vitality」開発への思い

畔柳　「Vitality」は、行動経済学（損失回避性・双曲割引）に基づいて、継続が難しい健康習慣の継続を実現している。実際に私も使ってみたが、抽選で当たる確率も高いので毎日歩くことができた。23年3月には「Vitality」の健康プログラムの一部を、保険契約と切り離して単独で提供する「Vitalityスマート」を月額330円で発売。保険業界にとって画期的な商品だが、その思いはどこにあるのか？

岸氏　簡潔に言うと、健康価値が高いものをより多くの日本人に提供させていただきたいと思っている。「Vitality」は18年の発売以来、130万人の健康データが蓄積され、それを疾病予測機能などとしてお客さまにお返しすることにより、価値を提供できるようになったと思っている。利用者は非利用者に比べて、入院率・死亡率が低くなっており、血糖値なども低くなっている。「Vitality」の利用料は月額880円だが、無料ではなく有料だからこそ払った金額で健康活動をしようという行動変容につながっている。「Vitalityスマート」も手軽に始めやすい330円という価格設定をしており、より多くの方に健康増進活動に取り組んでいただきたいと思っている。「Vitality」を使いたいけど保険の加入を悩んでいる方にぜひ使っていただきたい。通常の保険商品の場合、発売当初は販売数が増えるが、次第に商品の魅力は競合を含む新商品の発売で薄れていく。「Vitality」には健康価値があり、この価値で18年の発売以来売れている。

畔柳　50代を越えると健康意識が高まるが、若い人にも使ってほしい。私の職場でも、私より若い人の方がコロナに罹（かか）ったりする（笑）。

保険業界こそがヘルスケアで価値創造を担う

岸氏　自分の将来の収入を上げるためにも歩いてほしい（笑）。歩くことは、フィジカルだけでなく、駅で新しい店を見るなど、刺激があり、脳に良いと感じている。

新プログラム「Vitalityスマート」の予告

既存の壁を乗り越える：「完成責任を取るから協力してほしい」

畔柳　顧客の新たな体験価値を創造するDXの実現には、既存の業務・システムが壁となる。どうやって乗り越えれば良いか？

岸氏　技術的には新たなサービス・ITはなるべく既存のものと疎結合に作る。それでも、いろいろと課題は出てくるが、PM（プロジェクトマネージャー）が責任を持って進めることが重要だ。「Vitality」の場合、保険料が毎年変わる商品は今までの住友生命にはなかった。システムに詳しい情報システム部主導で進めたが、関係部署には協力をしてもらった。最後は「システムがしっかり作るから、完成責任を取るから協力してほしい」と言った。また、上層部への社内政治力も必要になる。難しい課題を社内で通せるようになると、その後、社内で対立しても乗り越えられるようになる。「岸が考えるので任せてほしい」とよく言っていた（笑）。

畔柳　私も前職ではIT部門に25年いたが、そのようにプロジェクトを進めていくのは相当の覚悟と知見が必要になる。

岸氏　DXを実現するためには新しいことを背負う覚悟が必要だ。覚悟には自信が必要。自信を高めるには、勉強して経験を積み重ねることは必須。技能を磨くことは、痛みを伴うが、やり続けることで強靭な筋肉質に生まれ変わり、できなかったことができるようになる。

DX人材育成の鍵：「会社を変えようという気持ち」

畔柳　保険業界でDXを担う人材を育成するにはどうしたらよいか？

岸氏　マインドセットが一番大事。会社を変えようという気持ちを持てるかどうか。その気持ちを持つためには、このままではいけないというペインを自分自身が抱くこと。それがなければ、デジタル化しても全社戦略に基づく部門横断的推進（経産省が定めるDX推進指標のレベル3）にまで至らず、新たな顧客価値は創造できない。

畔柳　岸さんのDXに関する本・研修プログラム・検定では、ビジネスモデルの理解を重視している。私はDXをビジネス・サービス・ITの3層で捉えていて、ITの前にビジネス・サービスをどう作るかが大事だと思っている。最近、AI―OCRの活用でも、読取精度やセキュリティの検討が先行している人が多い。ビジネス・サービスを先に考えて、関係者をリードできたら日本はもっと良くなると思う。

岸氏　顧客価値とビジネスモデルの関係がDXを高められる。そこにビジネスとしての継続性（サステナビリティ）が求められ、そこを解決するのはITの力だ。

DX力向上の秘訣：「問いを立て、答えを見つけるために歩く」

畔柳　岸さんはどうやってDX力を磨いているのか？秘訣を一つ教えてほしい。

岸氏　いつも問いを立ててその答えを見つけるために歩いている。「ペインは何か？」「ペインをどう解決するか？」「ITでサステナビリティを実現するには？」と問いを作る。そして歩きながら考える。すると、ヒントが目に飛び込んで来る。私の場合、築地から隅田川沿いに歩いていた。信号もないので思考の邪魔が入らない。だから、歩くのは健康に良いのはもちろんのこと、脳力アップにもなる。

畔柳　私も、朝一番で問いをメモに書いている。そして、東京・湯沢・宮古島・セブなど場所を変えて歩くので、思考・解決策も多様化している。もちろん、空気もおいしいので健康的だ（笑）。最後に、保険業界のDXに向けてのメッセージをお願いしたい。

岸氏　保険業界は、死亡・賠償など人生の大きな（取り返しがつかない）ペインへの金銭的な備えを提供してきた。汎用的な大きなペインから個別のペインへ。人のペインはこれらだけでなく、感覚的にはまだ3割ぐらいしかカバーしていないのではないか。社会も変化・多様化していて、結婚・出産・キャリアアップなどウェルビーイング向上に向けて、新たな形の保険があってもよい。そのために、住友生命だけでなく業界全体に役立つDXのリスキリングの本を書いており、書くことで、自分自身も進化させている。

畔柳　私も岸さんから多くを学んでいるが、DXを目指す方は、「実践リスキリング」をぜひ読んでほしい。弊社でも、保険×ヘルスケア、保険×不動産でDXを目指しており、興味のある方は声を掛けてほしい。共に保険業界のDXを実現したい。

◇

【畔柳主税（あぜやなぎ・ちから）氏のプロフィル】
静岡県富士市生まれ・東工大卒。石油会社のIT部門から2008年より保険業界向けのITソリューション・DXの企画・営業に携わる。持ち味は企業コラボ。