

# インシユアテックイノベーション

12

## シヨップ運営からエコシステム構築まで

アイリックコーポレーション

エージェントソリューション部長 畔柳 主税

保険証券分析システムでのDXは、「顧客の痛みを解決する顧客体験の創造」というエレベーター登頂並みの挑戦だった。実際には、現状業務・システムの改善という富士山に登りつつ、さらなる高みを粘り強く追い続けて、5年目でようやく実現する。高みを見据えつつ、自らを実験台に一步步前進する。すると、新たな人やサービスとも出会い、それらがつながってDXソリューションが実現していく。

コロナ禍でのオンライン化加速で保険業界もDXが加速している。どうしたらDXの企画ができるのか？

よく「顧客の立場で考える」と言われるが、人的サービスならよいが新たなDXソリューションでは不十分だ。顧客の痛み(ペインポイント)を感じる必要がある。それは営業としてどう企画したらいいか？

私は顧客と同じ体験をするために顧客企業のユーザーになる。その上で痛みを解決する新たな顧客体験を思い付く。例えば固定資産税の支払い。

日本の不動産では納税通知書が届いたら、現金を用意して指定の銀行・コンビニで支払って領収書を経理システムに入力する。数日の時間と手間もかかって大変だ。一方で米国の不動産では、日本にいなから15分で完了する。チャットで物件・金額が出てきて銀行口座の情報を入れるだけで完了通知と領収書がメールで届く。海外での新たな体験で日本のサービスがかなり面倒で痛みを感じる。こんな体験が地方自治体の申請・交付等のA I O C R 適用のヒントになり大手CRMベンダーとPJを進めている。保険分野でも私が当社に入社した2013年から「保険営業が使う証券分析も顧客が気軽に受けられる証券診断サービスにしたい」とすぐに思い付いた。そのコンセプト



2社でのシステム連携MTGの様子  
(左上：盛氏、右上：永井氏、下：小林氏)

きてくださ「い」と言われて好評なのに先行開発できずにもどかしかった。そんな時、SOM P O M わり生命の永井課長(金融機関推進部)から、ライフプランコーナーの道のりはさらに遠い。それでも粘り強く顧客に訴求は続ける。まずは、カスタマー・ジャーニーも入れたプレゼン資料を作った。そして銀行チームリーダーの盛を中心にして、銀行・プラットフォーム向けに私たちの構想を訴え、共同開発の可能性はあるかと訴え続けた。「こういうのがあったらいいね」と反応は好評だった。ただし「いつできるの?」できたら持つて

はシステム部の小林課長(現・部長代理)に相談して知恵を出してもらった。苦肉の策として顧客の体験はそのままに、裏で人が証券分析を補完するフローで実現した。弊社のスマートO C R の強みも生きた。当時、A I O C R はR P A と組み合わせるバックヤード事務の効率化がメインだった。弊社はDX対応を視野に入れて、顧客が紙を写メすることを想定していた。顧客が写メすると写真がゆがんだり斜めになったりする。そこでゆがみ補正・台形補正・縦横変換等の写メ対応の機能を搭載している。写メ+ A I O C R の技術とカスタマー・ジャー

の道は、20年7月に常陽銀行を皮切りにスタートとして、銀行の店頭からオンラインへの動きが加速し引き合いも増えている。さらに盛のアイデアを起点に、死亡保障額以外の保障の連携も検討している。また、保険ク

リニックのDXプロジェクトの中で弊社の証券分析もさらなる進化を遂げようとしている。それだけにとまらない。保険証券フォルダーは東京海上白動のモバイルエージェントへ、自動車保険A I O C R は三井ダイレクト・共栄火災へ、診療明細A I O C R は給付金ウェブ請求へと実用化している。陽の目を見ない企画ネタもご縁のあるパートナーが現れるのを期待しつつ、機会を逃さずにプレゼンを続けている。そんな粘り強さが届いたのか、保険・ヘルスケア等の個人情報バンク発想の取り組みにも声がかかり、未知の領域への挑戦も始まるうとしている。

## 保険証券分析をプロから顧客のスマホへ

を具体化したイメージビデオを作成し富士通や福岡銀行でのピッチでプレゼンした。実際には募集人の保険証券の手入力を省力化するところからスタートし、実現に2年を要した。最終ゴールまで

に、保険証券を写メしたら、現状の保障額を重ねて過不足を示すのだ。まさに新たな顧客体験の創造だった。ぜひ実現したいところだが、また、A I O C R の読み取りは完璧でなかったため、盛

【畔柳主税(あぜやなぎ・ちから)氏のプロフィール】静岡県富士市生まれ・東工大卒。石油会社のIT部門・企業代理店を経て、2013年から、保険業界向けのITソリューションの企画・営業に携わる。持ち味は、企業コラボ。