



保険：未来への加速

2021年3月
サマリー・ペーパー

協賛



エグゼクティブ・サマリー

ザ・エコノミスト・イベントとIBMは2021年3月、新たな時代における保険セクターのあり方を検証するウェビナー『Insurance: Accelerating for Tomorrow』を開催した。本ウェビナーでは、The Economistのデジタル担当副編集長 Patrick Lane氏がモデレーターを務め、IBMからはグローバル保険ディレクター Mark McLaughlin氏とグローバル保険ゼネラル・マネージャー Bea Elbert氏が出演者としてディスカッションに参加した。

ディスカッションのテーマとなったのは、保険セクターが現在直面する次のような課題だ：

- “保険契約者”から“顧客”へのパラダイムシフト
- 顧客価値の最大化
- 新たなテクノロジー（例：クラウド・AI・IOT）がもたらすポテンシャル：商品ポートフォリオとコスト削減・市場化スピード向上に向けた業務効率化
- 保険バリューチェーンにおけるデジタル化の最適領域
- 新商品・サービスが顧客ロイヤルティ・エンゲージメント向上に果たす役割
- イノベーション推進要因としてのパートナー・エコシステム
- こうした取り組みを組織レベルで従業員の新たなスキルへと転換するための戦略
- 柔軟性の低いレガシーシステム・業務プロセスがデジタルトランスフォーメーションにもたらす影響



業務スピードに対する顧客の期待値は高まりをみせていたが、新型コロナウイルスはその傾向を一アドバイザーサービス、保険引受、保険金支払いなどの分野で一更に顕著にした。



新たな市場環境では、価値そのものよりも商品がもたらす“体験”が大きな差別化要因となる。この大きな変化へ適応するためには、単なる既存業務プロセスのデジタル化にとどまらない先進的取り組みが不可欠だ。

新型コロナウイルス感染症と顧客期待の変化:

世界規模で猛威を振るう新型コロナウイルス感染症は、社会の変化が顧客期待にもたらす影響を改めて浮き彫りにした。アドバイザーサービス、保険引受、保険金支払いなどの分野で高まりつつあった業務スピード向上の必要性は、今回の危機によりさらに顕著となっている。またいわゆる“ビッグ・テック” (Big Tech) の台頭により、ユーザビリティの重要性が業種の枠組みを越えて高まっており、顧客期待を“裏切らない”商品・サービスの開発・提供がますます不可欠となっている。消費者が今求めているのは、単なる保険契約の取引にとどまらない“リスク・パートナー”、つまり継続的コミュニケーションをつうじて複雑化する顧客の個別リスクへ対応するアドバイザーだ。

レガシーシステムの克服:

イノベーションやスケールメリットの実現を模索する保険会社にとって大きな足かせとなっているのはレガシーシステムの存在だ。旧型システムの運用に伴うサイバーリスクの増加は特に大きな課題となっている。更新・再生を念頭に置いた設計アプローチなど、ビッグ・テックの取り組みから学ぶべき点は多い。長期にわたって段階的にシステム改良を重ねるオープン化の思想を取り入れることも重要となるだろう。レガシーシステムにまつわるコストの制約を受けないフィンテック・インシュアテックは、課題克服に取り組む既存保険会社にとって今後も大きな脅威となる可能性が高い。

//

イノベーションやスケールメリットの実現を模索する保険会社にとって大きな足かせとなっているのはレガシーシステムの存在だ。

//

更新・再生を念頭に置いた設計アプローチなど、ビッグ・テックの取り組みから学ぶべき点は多い。

//

保険ニーズは、人間の活動に伴う形で生じることが多い。消費者が日常的に利用する商品・サービスと関連付けた保険の販売は、その意味でも理に適ったアプローチだ。

エコシステム構築の重要性:

保険ニーズは、人間の活動に伴う形で生じることが多い。消費者が日常的に利用する商品・サービスと関連付けた保険の販売は、その意味でも理に適ったアプローチだ。コロナ危機を通じて姿を現しつつあるニューノーマルの世界で新たな“リスク体験”を創造するため、保険会社は競合他社とのパートナーシップという選択肢も視野に入れる必要がある。自社のコアプラットフォームをサードパーティへ公開し、バリューチェーンのあらゆる領域へアクセスすることでスケールメリットの実現を試みる保険会社は増えつつある。スマートデバイスを介したつながりがさらに強まりつつある現代においては、こうした取り組みのメリットが特に大きいだろう。収集される膨大なデータを活用し、リスクの予防・早期発見と緩和につなげる取り組みはその一例だ。しかし保険セクターでは(他の業界と同様)、デジタル技術を駆使したデータ主導のビジネスを推進していく上で求められる規制的対応に遅れが目立つ。より柔軟な契約内容の最適化を通じ、規制の変化へ適応可能な環境作りをさらに進めることが求められる。

保険業界は、保守的なイメージと完全に決別するべく積極的な取り組みを進めている。デジタル・ファーストが大前提となるミレニアル世代・Z世代のニーズ、そしてオンライン・オンリーのコミュニケーションが主流となるポストコロナ時代の要請に応えるためには、これまでにない急速な進化を遂げる必要がある。こうした流れを受けてクラウドやAIテクノロジーの活用が進めば、商品・サービスそのものにも革命的变化が生じるだろう。デジタル時代の保険ビジネスで鍵を握るのは、顧客との信頼関係だ。こうした信頼関係の構築・維持がますます困難になる新たな時代に適応し、訴求力の高い新たな顧客体験とリスクの軽減を両立させるため、保険業界には絶え間ないイノベーションの努力が求められている。

追加参考資料(スポンサーより)

ハイブリッド・クラウドやAIをはじめとする新技術は、運営コストの削減、新製品の開発スピードの向上などをはじめ、保険契約者様へのサービス向上に寄与しています。詳細についてはこちらのリンクをご覧ください: ibm.com/insurance

Copyright

© 2021 The Economist Group. All rights reserved. Neither this publication nor any part of it may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior permission of The Economist Group. Whilst every effort has been taken to verify the accuracy of information presented at this conference, neither The Economist Group nor its affiliates can accept any responsibility or liability for reliance by any person on this information.

The Economist Events

The Economist Events is a part of The Economist Group, publisher of *The Economist* newspaper. Sharing *The Economist's* commitment to informed, impartial and independent debate, we are recognised the world over as a leading provider of highly interactive meetings—including industry conferences, private gatherings and government roundtables—for senior executives seeking new insights into important strategic issues.

20 Cabot Square, London, E14 4QW, United Kingdom
events.economist.com