

FINOLAB InsurTechワーキンググループ

「企業代理店2・0」テーマにイベント

企業内代理店が直面する課題考察

FINOLAB InsurTechワーキンググループが主催する「InsurTech Startup Meetup」が10月18日、東京都千代田区のFINOLABで開催された。36回目となる今回のテーマは「国内大注目『企業代理店2・0』への取り組み」。企業内代理店はこれまで、多くの企業にとって「本業から最も遠い存在」とされてきたが、今や、改正保険業法の施行に伴う環境変化への対応や、日本という成熟した保険マーケットでの継続的な成長を実現するために、数多くのハードルに直面している。当日は企業内代理店の成長戦略について、野村総合研究所未来保険研究室室長の佐々木崇氏、三井物産インシユアランス・ホールディングス共創デザイン部の紺野恭平氏、hokan執行役員CPOの阿部隼氏が講演した他、関係者によるパネルディスカッションも行われた。会場は立ち見も出るほどの盛況ぶり、企業内代理店の動向に対する関心の高さが伺われた。



佐々木氏



紺野氏



阿部氏

第1部では野村総合研究所の佐々木氏が「保険チャネルの自立に向けた課題と展望」と題して講演した。同氏は、まず、商品の特性によって、適

と説明した。その上で、現在の保険業界におけるチャネルコンフリクトは、20年前の家電業界と似ていると語り、他業種からの教訓として、松下電器の事例を紹介した。松下電器は1980年代には2万5000店を越える系列店を展開していたが、今は8000店まで減少している。こうした流れについて、同氏は、流通小売におけるチ

成熟化で優良チャネルの選別・淘汰が進んだと説明。2000年以降はチャネルの統廃合が進み、リベートも廃止され、2010年からはSCM（サプライチェーンマネジメント）など、共同投資を経て、長期志向の協力関係を結ぶことや、系列店でのレンタル事業など新たな付加価値を高める動きが起きているとし

がある。また、チャネルの分け方・役割の見直しや、新しいインフラで厳選された優良チャネルだけが参加できる業界横断のチャネルプラットフォームの構築が求められている」と締めくくった。

第2部では、三井物産インシユアランス・ホールディングスの紺野氏が「企業代理店の課題『企業代理店2・0』への進化」をテーマに講演し

た歴史があると指摘し、企業代理店の課題として①中長期的な人材確保②コンプライアンスの浸透③将来性④業務効率向上などを挙げた。こうした課題に対し「企業代理店2・0」の文脈では、保険会社に対する企業代理店からの課題解決ソリューションの提供や、テクノロジーを持った企業との協業、他代理店との協業や、データやテクノロジーを駆使した業務品質の向上を進め、最終的には、顧客本位の業務運営や顧客体験価値の向上の実現を目標としていると説明した。

また、同部では、企業内代理店の認知度向上に向けて、10月には企業代理店に特化した情報を発信するオウンドメディア「企業代理店port」を立ち上げた。編集長を務める同氏は、「『共創』をキーワードに、さまざまな取り組みを通じ

求められる時代に合わせた「アップデート」

したチャネルの形態や役割は異なっており、損保は服飾品や旅行等の買回品に近く、生保は自動車や住宅等の専門品に近い

ヤネル政策の変化を、四つの時代に分類した。高度成長期の拡大期においては店舗を増やせば増やすほどリベート（手数料）が増え

現在の保険業界は、家庭電器における成熟期から長期志向の新たな関係構築に向けての過渡期にあるとの見解を示し、今後については「個別販売に対する手数料という考え方ではなく、バリエーション全体で顧客付加価値を最大化し、適切に分配するという視点で、チャネルネットワーク全体で認識を合わせる必要

た。タイトルにある「企業代理店2・0」は、同氏が所属する共創デザイン部が、「企業代理店は将来を見据えてバージョンアップしていく必要がある」との思いから掲げたスローガン。同氏は、

「企業代理店port」を立ち上げた。編集長を務める同氏は、「『共創』をキーワードに、さまざまな取り組みを通じ

て保険会社や他の保険代理店、Tech企業等との接点を増やし、新たなビジネス機会の創出に貢献することで業界全体の成長に資する存在となっていきたい」と思いを語った。

第3部ではhokanの阿部氏が「Insurtech企業から見た企業内保険代理店DXのソリューション」と題して講演した。同氏は、保険代理店のITシステム基盤について「多くの保険代理店がこの部分にかなりの費用をかけているが、保険代理店にとってこの部分は非競争領域。ここについてはできるだけ省力化して、変化の大きい競争領域で新しい世界に向かってもらえるよう支援することが『保険業界をアップデートする』という当社の理念にも通じる部分だと考えている」と強調。そのために同社では、共通基盤を構築し、

料）が増え、バブル時代を迎えた成熟期には、家電量販店が増えてきたことや商品の

現在の保険業界は、家庭電器における成熟期から長期志向の新たな関係構築に向けての過渡期にあるとの見解を示し、今後については「個別販売に対する手数料という考え方ではなく、バリエーション全体で顧客付加価値を最大化し、適切に分配するという視点で、チャネルネットワーク全体で認識を合わせる必要

た。タイトルにある「企業代理店2・0」は、同氏が所属する共創デザイン部が、「企業代理店は将来を見据えてバージョンアップしていく必要がある」との思いから掲げたスローガン。同氏は、

「企業代理店port」を立ち上げた。編集長を務める同氏は、「『共創』をキーワードに、さまざまな取り組みを通じ

て保険会社や他の保険代理店、Tech企業等との接点を増やし、新たなビジネス機会の創出に貢献することで業界全体の成長に資する存在となっていきたい」と思いを語った。

第4部のパネルディスカッションでは「業界プレイヤー別で見る企業代理店DXとは」をテーマに、三井物産インシユアランス・ホールディングス共創デザイン部の温水淳一氏、マネーツリーのマーク・マクダッド氏、hokanの阿部氏の3氏が活発な意見交換を行った。

各社が必要な機能が必要なタイミングで選択しながら使えるような仕組みを提供しているとして、同社のプロダクト「hokan®」について紹介した。

「hokan®」は、SaaS型の保険代理店システムで、同社に利用料を支払うことで導入後のメンテナンスをhokanが担う仕組み。これまでオンプレミスのシステム保守にかかっていたリソースを大幅に削減できる点が魅力となっている。同氏は「近年、エンジニアの採用も難しくなっている。保険代理店が有能なエンジニアを採用するのは、当社が有能な保険営業パーソンを採用するのと同様に困難だと思う。『hokan®』を導入することで、保険代理店はエンジニアの採用や、独自システムの老朽化等の問題から解放される。そうして生まれたリソースを競争領域に振り向けていただきたい」と呼び掛けた。

第4部のパネルディスカッションでは「業界プレイヤー別で見る企業代理店DXとは」をテーマに、三井物産インシユアランス・ホールディングス共創デザイン部の温水淳一氏、マネーツリーのマーク・マクダッド氏、hokanの阿部氏の3氏が活発な意見交換を行った。