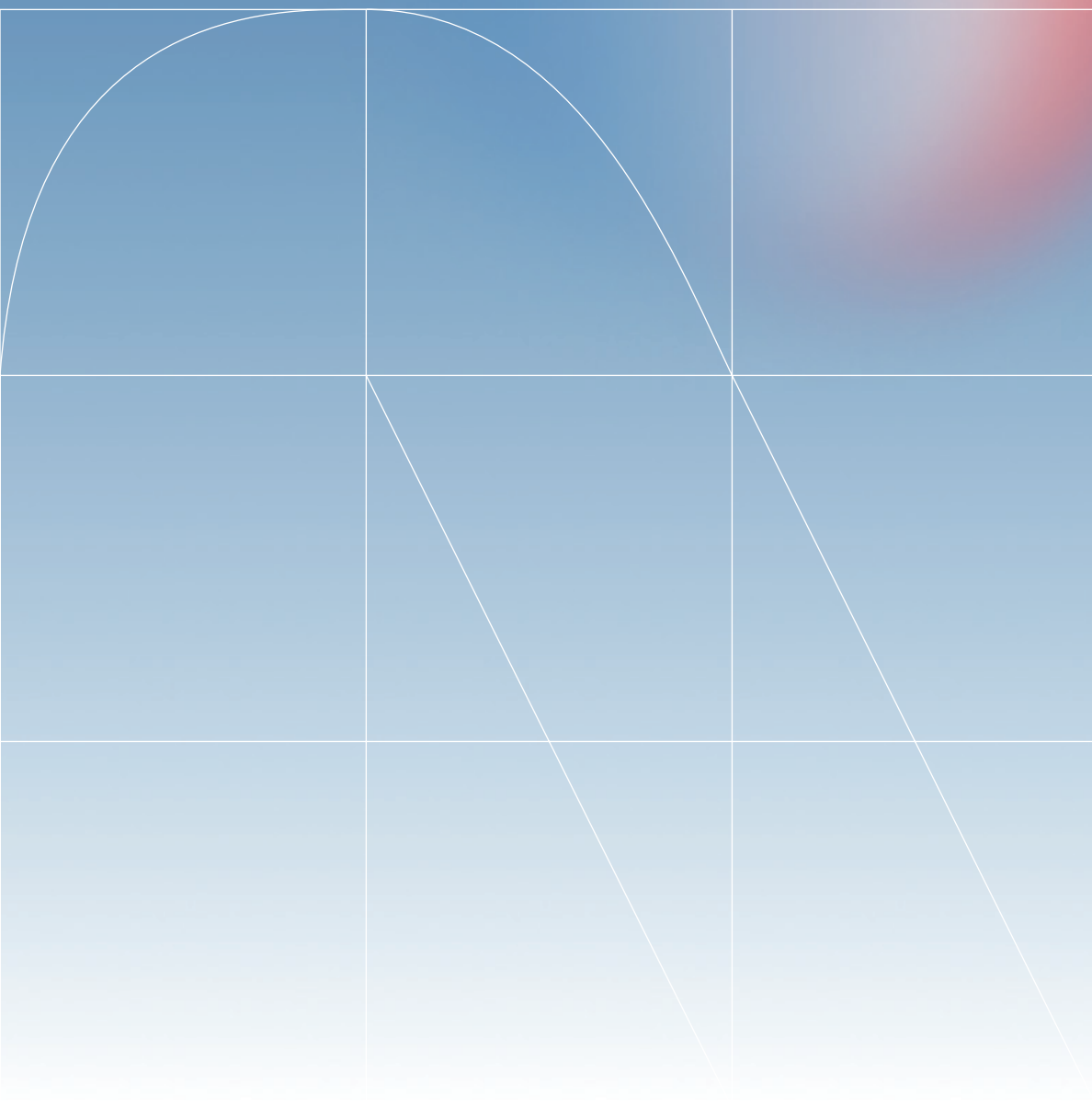


2023年の 保険ビジョン

ソートリーダーシップ



目次

4 はじめに

なぜ？
どのように？

8 IT変革の加速

新興テクノロジー
AIドリブン型企業になる
効率性とシンプルさに集中

16 エコシステムとのオーケストレーション

業界を加速させる4つの力
_ 保険規制
_ 保険会社とそのデジタル組織
_ スタートアップ、学術機関および研究開発機関
_ 新規参入企業とテックジャイアント

22 新たな保険商品を生み出す

26 ESGの組み込み

気候変動：保険業界のネットゼロへの移行
_ ビジネスモデル
- パラメトリック保険
- MGA/MGU
- データテックプロバイダー
_ 保険会社への要点：ネットゼロ保険戦略の構築
人材と企業文化についての課題を再定義する：世界の企業のウェルネス市場における機会
_ 予防モデルへの移行
_ 保険会社への要点：企業健康保険での機会を掴むためのフレームワーク

40 予期せぬ変化を管理する - デジタルリスク/サイバーセキュリティ

現在および未来のサイバーセキュリティ環境に影響を及ぼす、3つの主要因
_ リモートワークおよびハイブリッドワークの増加
_ 仮想プライベートネットワーク(VPN)からゼロトラストネットワークアクセス(ZTNA)への移行
_ クラウドベースのデリバリモデルへの移行
保険会社への要点：保険会社に求められているのは、サイバー能力の育成

46 スマートディストリビューション

48 結び

はじめに

なぜ？

2023年は変化の年であり、保険ではそれが顕著になっています。いくつかの要因が業界を変革させており、今後のビジネスの方向性を決定する課題を提示しています。新しいテクノロジーが登場し、より多くの対立が世界の現状を脅かしていることは、保険が新時代に入ったことを予感させています。

新しい時代を予感させるような需要に適応できる個人および企業は、混乱と不安定さ、不透明さに満ちた時代の、競争が激化している世界で成功を収められるでしょう。

とは言え、恐れる理由はありません。このことは、新しい保険商品、新しいビジネス展望、ならびにESGとの関係性が深い取り組みを生み出す機会をもたらします。このレポートでは、これらの要因に対応して活動している企業の例をいくつか紹介します。

保険業界の変化を加速しているのは、ほんの数年間に起こり、業界に大きな影響を与えている、いくつかの予期せぬイベントです。これらの影響の大きさを示すような、具体的な例と事実を掘り下げてみましょう。

まずは、COVID-19が大流行する中、世界的な健康危機が保険業界に与えた大きな影響について留意することが重要となります。保険会社は、事業中断に関係する、かつてない量の保険金請求を受けました。パンデミックは、デジタルトランスフォーメーションの重要性も浮き彫りにし、保険会社はリモートワークや仮想的なカスタマーサービス、デジタルでの保険金請求処理を急速に導入しました。

経済危機：パンデミック、戦争、インフレーションおよび他の要因を引き金とする景気の停滞により、保険会社には財政面でのプレッシャーがかかっています。金利の上昇と不安定な市場動向が金融業界に影響を与え、保険料と保険金請求が総じて増えています。保険会社は、リスクモデルと価格戦略を再検討し、このような厳しい経済状況を乗り切ろうとしています。

世界政治の変化：貿易摩擦や地政学的緊張といった、全世界での政治の変化が、保険業界に直接的に影響する、不透明な状況を招いています。貿易戦争と制裁措置によって、国際取引のパターンが変化するようになり、影響を受けている地域で活動している企業を対象とした補償およびリスク評価を調整することが必要とされています。

さらに、ウクライナで進行中の戦争のような、地政学的な紛争が、世界経済に影響を与えています。このような状況によって不透明感がさらに高まり、投資のために使用できる現金がさらに縮小され、不必要な出費が削減されるようになるでしょう。

どのように？

また、山火事、ハリケーンおよび洪水といった自然災害の発生頻度と深刻さが、ここ数年間で急速に高まっています。これらのイベントは、気候関連リスクが保険会社にとって重大であることを如実に示しています。現在、保険会社は、天候リスクを正確に評価して、価格付けしながら、レジリエンスと持続可能な業務遂行を促進するという、課題に取り組んでいます。

それと並行して、我々が創る保険ビジョン (Insurance Vision) も、業界の進化の速度に追随しなければなりません。上記のようなイベントを考慮した場合、業界の課題およびペインポイントへの対処の緊急性はより高まっています。かつては新しい機能やソリューションと思えたものが、現在では、保険の商品およびサービスの標準になりつつあります。これらの課題に能動的に適應することにより、保険会社は、ますますダイナミックで複雑になる状況で成功を収めることができます。また、顧客の絶えず進化するニーズに対応し、現在の保険業界が直面している課題を効果的に乗り切れるようになるでしょう。

「Insurtech Global Outlook」では、新しい保険市場の説明とともに、保険ビジョンに適應するために変化する方法と、現在の業界の課題により良く対応する方法が示されています。このレポートでは、Insurtech 業界への投資動向、投資家が重視している領域、テクノロジーおよびビジネスモデルが示されており、保険ビジョンを効果的に評価することを可能にします。そのため、新しいビジョンでは、市場の需要と動向の両方について考え、2023年の保険会社にとって最も重要な話題を採り上げています。

「Insurtech Global Outlook」では、右の図のような5つの注目すべき課題が書かれています。

2016年以降、私たちは、保険業界と他の業界のプレイヤーが事業を変革し、人々の新しいニーズに適應する方法について学んできました。2023年には、世界の体系的かつ迅速な変化により、保険システムは1歩先に進み、すべてのアクターが迅速に対処すべきである新たな問題を含めた、これら5つの課題を保険ビジョンに組み込まざるを得なくなりました。

それにより、「Insurtech Global Outlook」に示されている、市場の実際のシグナル、現在の保険市場のあらゆる側面を考慮した理論的な調査、ならびに数年間にわたって保険のエキスパートから与えられた専門知識と整合する、より総合的なアプローチがとられ、保険アクターに対する包括的なビジョンが策定されるようになるでしょう。

	持続可能な世界	気候変動は、大きな災害の頻度と深刻さが飛躍的に高まっている原因となっています。異常気象事象による被害の額は1年間で3,160億米ドルにのぼり、それらのおよそ3分の2は無保険の状態となっています。
	スマート ディストリビューション	販売提携により、双方が売上と収益を効果的に増やすことができます。保険会社は、販売パートナーの顧客ベースを通じて、ニッチマーケットへの特権的なアクセスを手に入れます。
	デジタル リスク	AXA Future Risk Report 2022によれば、サイバーセキュリティは、世界の新興リスクトップ10の第3位にランクされており、その上位にあるのは、気候変動と地政学的な不安定さだけとなっています。
	保険引受の 新たなステージ	引受実績は、保険業務の運営と長期的な競争力を見るための重要な指標です。さらに、それぞれが保険会社の2つの主要な利益源であるため、投資収益が減ると、破産状態になることを避けるために、引受利益をなんとかして増やす必要があります。
	従業員ケアを 行う企業	世界のヘルスケア保険市場は拡大を続けています。新しい商品とサービスは、保険金請求決済の向上と医療保険に対する意識の高まりとともに、この市場の拡大に貢献しています。

IT変革の加速

新興 テクノロジー

データドリブン型の変革に直接関連する「IT変革の加速」には、ビジネス面でデータを活用するために、テクノロジーを構造的に変革することが含まれています。インテリジェンスのないデータそのものだけでは、何の意味もありません。そのためには、保険基幹システムのモダナイゼーションとクラウドテクノロジーが必要となります。これらの構造的な変化はいずれも、新しい保険業界に求められる、最低限の基準を満たし、新しいレベルの価値提案に到達するために不可欠なものとなっています。

IT変革に欠かせないものの1つは、保険基幹システムのモダナイゼーションです。これによって、保険会社は、リスクの評価、価格の設定、および保険契約についての意思決定を改善できるようになります。また、さまざまな情報源を集約し、顧客、契約および保険金請求の全体像を得ることもできます。その結果、よりパーソナライズされた提案やより円滑な契約管理が可能になります。

もう1つ重要となるのは、保険会社のためのクラウドテクノロジーです。このテクノロジーにより、大量のデータを柔軟かつ費用対効果の高い方法で保存および処理することができます。保険会社は必要に応じてリソースを拡張でき、費用を削減し、自社システムの管理の煩わしさを回避できるようになります。先進的分析能力を手に入れることで、保険会社はデータから洞察を得て、より良い意思決定ができるようになります。クラウドのセキュリティ機能により、顧客情報は保護され、規制に準拠できるようになります。

このビジョンの補完には、新興テクノロジーが含まれていなければなりません。この新しい話題は、データに基づくビジネス変革という意味では、このような行動と基本的に整合しています。言い換えれば、保険会社は、データを活用するためにより良い構造を持つだけでなく、データを収集および理解し、データに基づいて行動する、新しい方法も見つけなければなりません。

- **自動化**には、ソフトウェアとアルゴリズムを使って、反復的なタスクと処理を実行することが含まれます。手動の、時間のかかる活動を自動化することにより、保険会社は、効率性の向上とミスの削減が可能になり、より複雑で、付加価値のある作業を社員に割り振ることができるようになります。

- **人工知能(AI)**と予測分析も、保険会社が変革を果たすためのテクノロジーです。AIのアルゴリズムで膨大な量のデータを処理することによって、パターンの発見、異常の検知、および予測が可能になります。これによって、保険会社は、リスク評価の強化、潜在的な不正の検知、および顧客とのパーソナライズされたコミュニケーションを行うことが可能になります。

- ネット接続されたセンサーやウェアラブルといった**IoTデバイス**により、保険対象となっている資産または個人についてのリアルタイムデータを収集することができます。このデータを使えば、リスクの能動的な識別、パーソナライズされた保険の提供とともに、損失の予防も可能になります。

- **API**を通じて、保険会社は、モバイルアプリ、カスタマーポータルおよびチャットボットなどによるパーソナライズされたエクスペリエンスを提供できるようになります。さらに、APIは、開発企業と保険会社とのコラボレーションを実現することでイノベーションを育み、新しい保険商品の開発と今後のビジネスモデルの追求を可能にします。さらに、APIはエコシステムの統合を促進するため、保険会社は、パートナーとの連携、新興テクノロジーの組み込み、および保険ソリューションのバンドル化またはカスタマイズが可能となります。

AIドリブン型 企業になる

世界的な傾向とは別に、保険会社に力をつける新たなテクノロジーを求める動きが、Open AI製品の成功によって加速しています。ChatGPTと他の生成AI製品は現在、保険業界にとって有望なアプリケーションを備えています。さらに、AI全体が、不安定な環境で積極的に機会を追い求めている投資家および企業からの注目を集め、後押しされています。

AIから提供されるデータを取り入れることで、保険会社のビジネスが大幅に拡大する可能性があります。ChatGPTやその他の生成AI製品といったテクノロジーの台頭は、保険業界の新たな可能性への口火を切ろうとしています。これらのテクノロジーの進化は、急速に変化する環境で機会を追い求めている投資家および企業からの注目を集めています。保険業界では、このテクノロジーはかなり前から使用されており、そのアプリケーションがビジネスの新たな方法や側面を切り開いています。クライアントのオンボーディングから保険金請求処理のスピードアップまで、AIはすでに日々の保険ビジネスの一部となっており、このテクノロジーを活用して既存の保険システムを補完している、あるいはシステム全体の置き換えを目指している、新規参入企業ではその傾向がとりわけ顕著になっています。

同様に、生成AIの潜在能力は保険会社をさらに強化し、テクノロジーの新たなレイヤーを通じてバリューチェーン全体を改善する可能性があります。たとえば、社内の自動化タスク、カスタマーエクスペリエンス、および保険引受が、人員の効率的な配置、対話型エージェント、および生成AIを活用した自然言語処理によって、改善されるかもしれません。

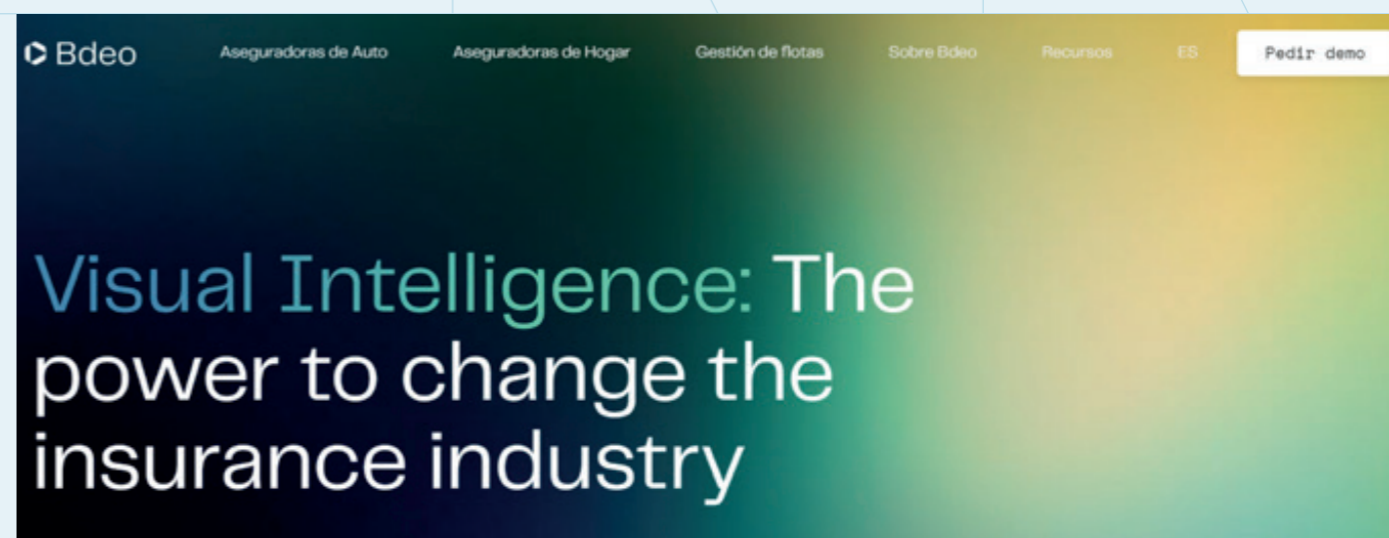
そのため、急速な進化が見られる状況では、保険会社にはAIを活用した方針を確立することが不可欠となっています。生成AIのようなAIテクノロジーの活用による変革は、競争で有利な立場を維持し、進化し続ける顧客のニーズに応えるための魅力的な機会を保険会社にもたらしています。

AIを活用したソリューションを業務に組み込むことにより、保険会社は効率性を高め、プロセスを最適化し、パーソナライズされたエクスペリエンスを提供できるようになります。顧客ニーズの変革に追いつき、保険の新しい標準を構築するためには、データ推論に基づいた行動が不可欠です。

AIの活用によって、リスク評価、不正検知、顧客サービスまたは引受のいずれを行うにしても、AI主導型の取り組みを実施することが、ますますデータドリブン型になっている業界における、保険会社の適応、イノベーションおよび繁栄には欠かせません。

Bdeo

Bdeoは、AIを使って自動車および住宅の損害を画像から認識しているInsurtechで、クライアントの保険金請求管理、不正検知およびオンボーディングプロセスを改善しています。同社は、KfundやBig Sur Venturesといった大手の投資家から630万ユーロの資金を受けています。さらに、2022年に同社は、Chubb、Zurich、Mutua MadrileñaおよびGeneraliといった、30以上の保険クライアントのために、150万件の取引を処理するという、驚異的な業績を収めています。

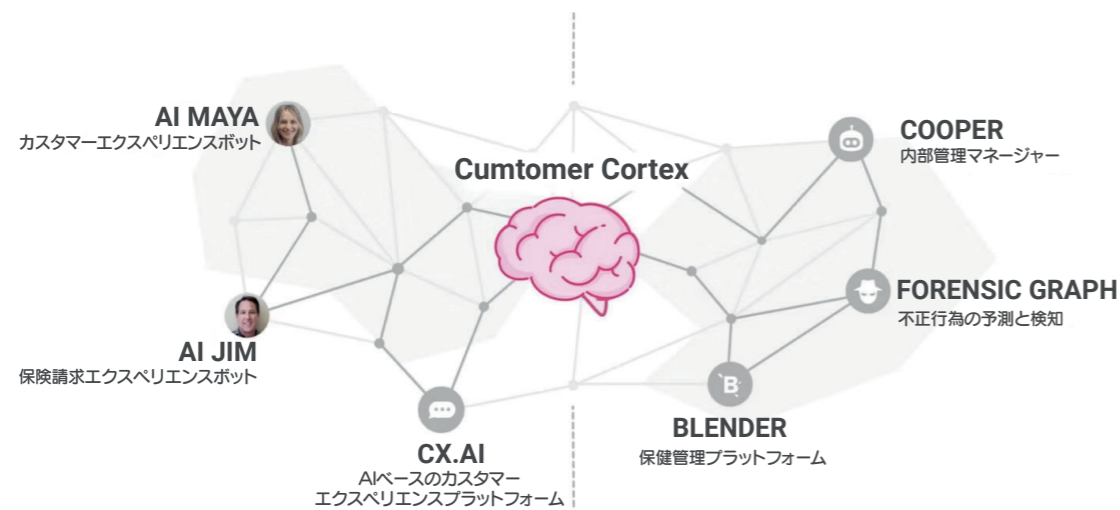


自動車保険会社および火災保険会社のためのビジュアルインテリジェンス - Bdeo

効率性と シンプルさに 集中

Lemonade

社内プロセスの自動化からカスタマーエクスペリエンスに至る、事業のさまざまな部分を運営および改良している、この企業のコアにあるのはAIです。独自テクノロジーにより、Lemonade LTVモデルを改善することができ、それによって顧客に応じた、より正確な価格設定ができ、顧客とデータセットが増えるにつれ、モデル自体をさらに向上させることができます。その結果、Lemonadeは、保険ビジネスにおけるAIアプリケーションの優れた例となっています。



資料: Insurtech Global Outlook 2023

データ変革のために最初に手がけるのは、データを受信し、処理することのできるしくみを作ることであり、その後AIのアプリケーションがデータのほとんどを処理できるようにし、最後に効率性とシンプルさに注力します。後半部分の行動はAIとIT変革によって進めることができ、それによって保険会社は効率性とシンプルさに集中できるようになります。

第1のポイントである効率性は意味合いの広い用語ですが、より少ないリソースでより良い、あるいは同等の成果を出すという意味です。組織がデータを活用して、業務の効率を上げ、イノベーションを育もうとするのは、最近の現象ではありません。これまで企業は物理的および人的な資産を最適化するために、「科学的な管理手法」を採用しています。それにもかかわらず、この10年は斬新なツール、手法およびデータソースが続々と登場し、事業計画とイノベーションの状況を激変させています。

この場合、収益と価格という財務メトリクスという点から見れば、効率性とは業績に焦点を当てたものとなるでしょう。たとえば、効率性に焦点を当てている企業は、マーケティングの支出を抑えつつ、リードを広げる必要があります。このようなケースでは、商品購入までのカスタマージャーニーの途中で保険商品を置くことで、購入時により多くのクライアントを獲得しようとしている保険会社にとっては、組み込み型保険が採用候補となるでしょう。

さらに、資本市場では緊縮に向けた動きが強まっているため、業績を重視する傾向がこれまで以上に広がっています。取引市場でのInsurtechの株価が低迷しているなか、効率的な企業には、アーリーステージから持続可能な方法で結果を出さなければならないというバイアスがかかっています。傾向としては、保険ビジネスの改善に注力している、あるいは異なったビジネスモデルを持つ、一連のInsurtechが好まれているようです。

健康保険のOscar HealthからAlanまで、自動車保険で利用できるRoot Insurance、また保険種目をまたいだLemonadeからBolttechまで、現在台頭しているInsurtechは、より直接的な収益源と高い利益率を誇っています。

2番目のポイントであるシンプルさでは、データ洞察に基づいた、シンプルなプロセスと商品を開発することが求められます。データの活用により、保険会社は引受から保険金請求に至るストレートスループロセスを構築でき、それによって、保険商品の複雑さとカスタマーエクスペリエンスを大幅に改善できるようになります。その際、保険のシンプルさということは直感的にわかりづらく、データを使ってプロセスと商品をシンプルにし、価値創造を改良するための方法を作り出す必要があります。

デジタルツインと呼ばれる、新興の仮想モデルにより、コアの保険業務での効率性を高めることができます。保険業界でデジタルツインを設計し、導入することにより、保険金請求管理の効率性向上、リスク評価の正確性アップ、ならびに能動的なリスク緩和戦略の策定が可能になり、最終的には、より良いカスタマーエクスペリエンスとビジネス上の成果を生み出せるようになります。

シンプルさを実現するためには、顧客を知ること、APIの組み込み、および摩擦のないプロセスが、保険会社にとって重要となります。顧客のニーズ、好みおよび振る舞いをありのままに知ることにより、保険会社は、顧客の具体的な要件に答えるものを設計できるようになり、最終的には保険商品とサービスによって顧客のエクスペリエンスをシンプルなものにすることができます。

Bolttech

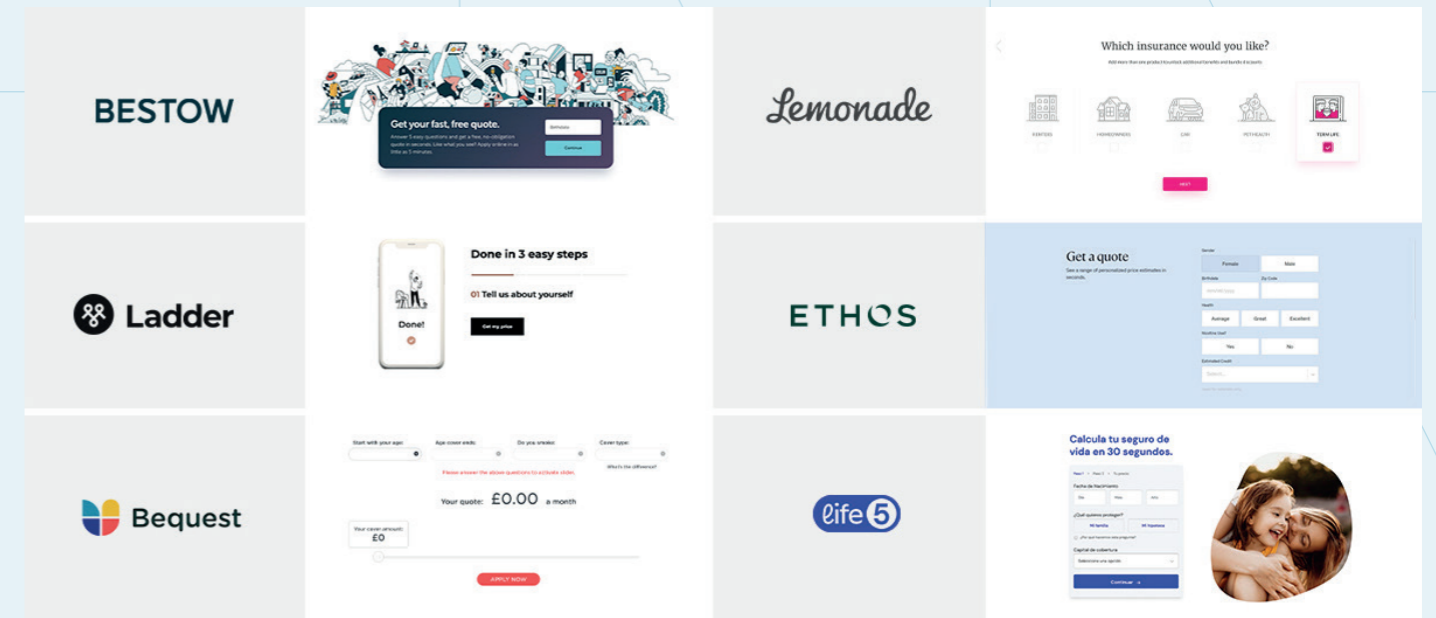
2020年創業のBolttechはすでにユニコーン企業となっており、Alma MundiやTokio Marineといった大手保険会社から2億米ドルを超える出資を受けています。この企業のビジネスモデルの収益性は、アジア、欧州および北米という、3つの主要 Insurtech 市場で投資家から注目されています。Bolttechはこれらすべての地域で存在感を発揮しており、2022年には30の国で活動し、評価額は15億米ドルで、全世界で800を超えるクライアントと取引しています。

さらに、アプリケーションプログラミングインターフェース (API) の組み込みが、シンプルさを実現するためのカギとなります。よく設計されたAPIを通じて、さまざまなシステムおよびデータソースとつながることにより、保険会社は、効率的なデータ共有とプロセスの合理化が可能になるほか、情報のシームレスな流れを促進できるようになり、結果的に顧客と内部の利害関係者の両方に、よりまとまりのあるシンプルなエクスペリエンスを提供できるようになります。

このようにしてシンプルさを追い求めるなかで、プロセスの摩擦を最小化することが、保険会社にとっての重要な目標となっています。無駄な複雑さ、冗長さ、およびボトルネックをなくすことにより、保険会社は、滑らかなインタラクション、すばやいサービス提供、および無駄のないカスタマージャーニーを実現する、摩擦のないプロセスを生み出すことができます。

生命保険

生命保険では、若い顧客からの新たな要望を満たし、現代のテック商品への期待に応えるためには、シンプルさが重要となります。



資料：Insurtech Global Outlook 2023

エコシステムとの オーケストレーション

保険市場は、一体となって保険のエコシステムを形成する相互接続されたステークホルダーで構成されています。この市場では、保険関係の企業は、業界を加速させる4つの力と関係を持ち、カスタマーエクスペリエンス(CX)という点で期待に応えるという、最低限の要件を満たすことを求められています。そのため、「エコシステムとのオーケストレーション」は、保険市場内の自社エコシステムで活動している、他のアクターのインセンティブを生み出すために、戦略的に実施されることとなります。

オーケストレーターとして成功するためには、2つの行動を起こさなければなりません。自社のCXとエコシステムを連動させることと、業界を加速させる4つの力を利用することです。市場が業績を重視しているため、これら2つの行動は、最終的には以下の目標の1つまたはそれ以上にリンクしていなければなりません。

つながる：顧客、クライアントおよびパートナーとつながるために、企業はエコシステムの期待に沿うべきです。保険業界では、これらの期待に応えるための事柄のほとんどは、顧客中心のアプローチに関連するもので、これを通じて、潜在的な顧客とパートナーの両方から、企業としての価値の高さが判断されます。

関係を深める：保険という文脈では、エコシステムを形成しているアクターと効果的に接点を増やすことは、企業が自社を信頼できる、価値あるパートナーとして確立するために不可欠となります。保険会社は、顧客、エージェント、ブローカーおよびパートナーを含む、利害関係者に対して、価値ある洞察、付加価値のあるサービス、ならびに利害関係者のエクスペリエンスを高め、相互の成長を促進するイノベティブな商品を提供すべきです。

行動させる：インセンティブ、割引、またはパーソナライズされた補償オプションは、見込み客が購入を決定する動機となり、それによって、その見込み客を顧客にすることができます。保険会社は、相互にシームレスなエクスペリエンス、バンドルのオプション、またはロイヤリティプログラムを提供することで、ほしいという気にさせ、価値提案を向上させるべきです。

一貫性のあるCXにより、顧客は、やり取りしている組織に関係なく、シームレスなエクスペリエンスを得られるようになります。それによって、混乱がなくなり、摩擦が減り、会社の商品、サービス、パートナーシップ、さらにブランディングへの需要を生み出すために最も重要な、全体的な満足度が向上します。統一したCXアプローチがなされると、エコシステムのプレイヤーと顧客を、エコシステム内のさまざまな組織が提供している、さまざまなサービスまたは商品へと簡単に誘導できるようになります。その結果、つながる、関係を深める、行動させるという3つの目標は、エコシステムと連動したカスタマーエクスペリエンスによって左右されます。

さらに、カスタマーエクスペリエンスと連動させるためには、業界を加速させる4つの力を利用することが、企業が競争力を付けるためには欠かせません。ここで言う、「利用する」とは、アクターの動きを予測すること、機会を活かすこと、ならびに保険規制、保険会社とそのデジタル組織、スタートアップ、学術機関および研究開発機関、ならびに新規参入企業とテックジャイアントから生み出される、不可避な活動に迅速に適応することを意味します。これらの勢力をよりわかりやすく説明するために、以下に概略を記します。

業界を加速させる 4つの力

保険規制

さまざまな場所にある、多くのサンドボックスが規制で認められるようになると、新しいビジネスモデル、商品およびサービスの拡散が目撃されるようになるでしょう。このメカニズムにより、安全な環境で実際のクライアントを使った、新しいユースケースのテストが可能になり、それによってイノベティブなアイデアが奨励され、このモデルで実装されるようになるでしょう。その上で、バイアスのかかってない保険業界についての規制と顧客データの使用に関する法律が必要となります。

保険会社とそのデジタル組織

この分野から生まれるイノベーションは、通常は最先端のものには見えませんが、加速を続けており、業界を一新するような新鮮なアイデアを届けているプレイヤーがたくさんいます。保険会社のもう1つの推進役となっているのは、保険エコシステムで強固なプレイヤーを育ててきた、それぞれの企業ベンチャーキャピタルです。

Alma Mundiのポートフォリオ



<https://www.mundiventures.com/companies?sector=Insurtech>

スタートアップ、学術機関 および研究開発機関

Insurtechは何年にもわたって業界をディスラプトし、バリューチェーンのさまざまな分野に変革をもたらしてきました。プロセスを改善したり、多くの作業をシンプルにしたり効率化したりするためのテクノロジーの独自の活用が見られます。保険会社、テックジャイアント、さらには新規参入者は、これらのスタートアップが自社の成長にどのように貢献しているか、好意的に高評価しています。

新規参入企業と テックジャイアント

しばらくの間、他の業界の企業が保険業界に参入することに大きな関心と意欲がありました。通信事業、バンキング、製薬および小売りの多くの企業が、保険の商品とサービスを提供しており、保険契約の単なるリセラーとしてではなく、総合的なアプローチでそれを行っています。これらの企業の多くは、大規模な顧客基盤を持ち、それぞれの顧客とより頻繁に、定期的に対話しています。この状況では、テックジャイアントが重要な役割を果たしており、保険のような新たな領域に次々と参入しようとしています。

CybSafe

CybSafeは、個人および組織にトレーニングおよび教育を提供することで、サイバーセキュリティの人的要素に焦点を当て、リスクとそれを購入する方法をよりよく理解しようとしているサイバーセキュリティ企業です。CybSafeは学術機関との関係を通じて、人間の振るまいモデルを開発し、デジタルリスクでのヒューマンエラーを削減しようとしています。現在の提携先には、UCLとケント大学が含まれています。

多様なクライアント業界



振るまい研究のパートナー

CybSafeは、人々がセキュリティについてより良い意思決定を行い、セキュリティ行動を改善するのを支援する、振るまいベースのセキュリティとデータ分析のプラットフォームです。

総資金調達額：
4,000万米ドル

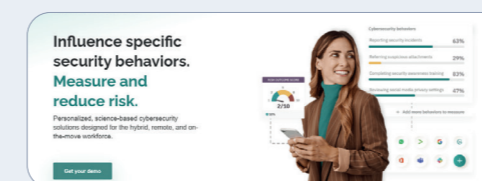
投資家：
Hannover Re

ビジネスモデルとテクノロジー：
Cybsafeは、社員を教育し、ガイダンスとリスクスコアリングを提供する、振るまいベースの科学手法によって人的エラーを減らし、サイバーリスクを予防することを目指している、SaaS企業です。同社のプラットフォームは、広く使われているソフトウェアソリューションと簡単に統合でき、最先端のアナリティクスと機械学習を活用できるため、リスク評価とクライアントのサイバーリスクレポートを向上させることができます。

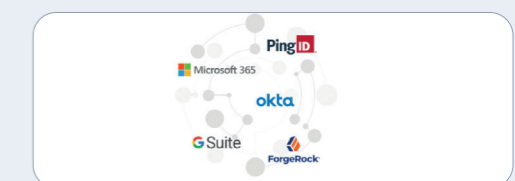
トレーニングとガイダンス



セキュリティでの振るまい



統合が容易



資料：Insurtech Global Outlook 2023

新たな保険商品を 生み出す

保険業界は、ディスラプションとイノベーションが銀行などの他の業界に比べて困難になっているという独自の課題を抱えています。さまざまなプレイヤーが保険独自のペインポイントに対処しようとしていますが、この業界では、前述の業界に匹敵するような迅速で効果的なディスラプションは起こっていません。ただし、ここ数年は、保険会社の事業に対する見方が変化しており、新しい商品の開発、収益源の拡大、およびカスタマーエクスペリエンスの向上をもたらす機会を生み出そうとする動きが見られています。

現在の市場状況では、イノベーションがなにより大切であり、保険会社はリスクの織り込み、戦略の調整、変化の絶えない需要への適応、新しいアプローチの採用、ならびに提供物の継続的なテストを厭わずに行う必要があります。これは、保険ビジネスの難しい特性を考えた場合、とりわけ重要となります。

Insurtech企業はアジリティを発揮して、進化を続ける市場の需要に自社の製品をすばやく適応させる能力を発揮しています。これらのスタートアップは、より良い市場機会を狙って、ビジネスモデルをたびたび変更しており、イノベーションを通じて利益率を上げるための近道を見つけざるを得ません。様々な危機または前途が不透明なときには、この傾向が強まっています。

保険市場の新たな参入企業のいくつかは、価格設定、リスク評価、保険金請求処理、契約管理および顧客のオンボーディングといった、保険基幹業務の改善に焦点を当てており、これら企業は、このような領域の既存企業を上回るという、厳しい課題に直面しています。ただし、この点でなんとか成功を収められた企業には、明るい未来が待ち受けています。

ただし、保険基幹業務で優れた成果を出そうとするのは簡単なことでも、費用のかからないことでもありません。興味深いことに、多くのInsurtech企業はアプローチを変えて、保険だけに焦点を当てるのではなく、保険を自社の幅広い提供物の1つとして扱うようになっています。そうすることで、これら企業は多様な可能性を解き放ち、保険業界の地平を拡大させています。

Insurtechは、保険による補償を提供するだけでは、顧客の変化し続けるニーズと期待に応えるには十分ではないと認識しています。そうする代わりに、これらの企業はより総合的なアプローチをとり、商品とサービスの包括的なポートフォリオのなかに保険を組み込もうとしています。この戦略変更により、これらの企業は、従来の補償の域を超えた付加価値の付いたソリューションを提供できるようになっており、顧客により魅力的な提案ができるようになっていきます。(Alanの例を参照)。その結果、絶えず変化する、保険を巡る現在の状況で成功を収めるためには、新商品のテストが大切なことだと受けとめることが、保険会社には欠かせません。従来の保険の枠を超えようとする保険会社のほうが、成長への新たな道筋の発見、進化を続ける顧客の好みに対する価値ある洞察の獲得、ならびに新たに登場するリスクに対処する、パーソナライズされたソリューションを開発できる可能性が高いのかもしれない。

エコシステムを構築するときには、新興のテクノロジーも考慮に入れるべきです。たとえば、メタバースを使えば、仮想環境にさまざまな要素や利害関係者を組み込んで、保険のエコシステムを構築することができます。保険業界で使えば、カスタマーエクスペリエンス、リスク評価、保険金請求処理、トレーニング、コラボレーションおよび不正防止を仮想で実行できるようになります。メタバースの活用により、保険会社は、顧客エンゲージメントの向上、コラボレーションの推進、効率的なプロセスの促進、イノベーションの奨励、および保険業界内でのリスク管理の向上が可能な、相互接続されたエコシステムを構築することができます。

Alan

Alan: 成功を収めた健康保険サブスクリプションモデル

Alanは、健康保険プランの価格と品質のバランスに焦点を当てて保険サービスを提供している、健康保険プラットフォームです。



資金調達額:
5億6,000万米ドル

投資家:
RIBIT CAPITAL、TEMASEK、
COATEAU

カギとなる数字

KPI	2022年末	前年比での成長率
契約メンバー数 (単位:千人)	283	53%
契約サービスがすべて利用された場合のARR (Annual Recurring Revenue) (単位:百万米ドル)	258	62%
サービスから創出された総利益 (単位:百万米ドル)	15	806%
Alaners (契約加入者)	522	26%

2億2,200万ユーロ
契約ARRの額

35万8,000
ユーザー
ユーザー数

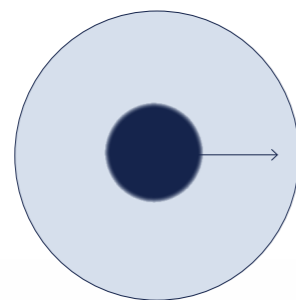
8%
総利益率

75%
収益の伸び率

30%
加入者の伸び率

すべての業界 (小売り、接客、卸売り、製造、テクノロジー) で急速なペースの顧客獲得

保険料 = 保険金 (予想)
Alanが目指す損害率 = 100%



Alan、健康保険のパートナー。Alanサブスクリプションは、同社の主要な収益源の1つ。

Alanサブスクリプションは、
9ユーロから

- メンタルヘルス
- 遠隔医療
- 選付
- 人事部門向けツール
- ヘルスケアネットワークへのアクセス
- Alan Glasses

83%
の雇用主がAlanによって業績向上。

資料: Insurtech Global Outlook 2023

ESGの組み込み

環境、社会およびガバナンス (ESG) は、ここ数年の保険業界が考慮すべき、重要事項となっています。ESGは、保険会社の多くの社員および顧客が強く意識しています。保険会社は、業務と意思決定プロセスにESGという原則を組み込むことが重要であるという認識を持ちつつあります。

1つめにある環境についての事柄は、保険会社が気候変動や自然災害、生態系へのその他の懸念に関するリスクを評価するなかで、高い注目を集めるようになっています。保険会社は、自社の業務そして提供する商品を通じて、カーボンフットプリントを削減し、持続可能なビジネスを促進するための方法を積極的に見つけようとしています。2つめにある社会への配慮は、保険業界でますます現実的な問題となりつつあります。企業は、職場内でのダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(多様性、公平性および包括性)の促進だけでなく、保険契約者が公正で、倫理的な扱いを受けられるようにすることにも注力しています。最後のガバナンスということには、透明性、説明責任およびリスク管理業務が含まれています。保険会社は、強固なガバナンスフレームワークを導入して、新興のリスクに対処し、規制要件に適合しようとしています。

全体として言えば、保険業界でのESG原則の組み込みは、長年にわたる持続可能性、責任ある投資、ならびに社会および環境の絶えず変化するニーズへの対応という、業界の取り組みと一致したものとなっています。

気候変動： 保険業界のネットゼロ への移行

気候変動は世界の10大リスクで第1位のリスクとなっています。気候変動は、大きな災害の頻度と深刻さがエクスポネンシャルに高まっている原因となっています。異常気象による被害の額は1年間で3,160億米ドルにもなっており、それらのおよそ3分の2は無保険の状態となっています。気候変動は、補償と引受の想定に大きな、あるいはきわめて大きな影響を与える可能性があり、このことは保険会社にとって大きな機会となるかもしれません。Insurtech Global Outlookレポート(2023)によれば、保険会社は、以下の3つの主要領域で、気候に焦点を当てたソリューションを見極め、開発することができます。

- ネットゼロ移行への保険
- 増えつつある物理的リスクを対象とした、新しいリスク移転ソリューションの開発
- 適応およびレジリエンスのためのサービスの提供

ビジネスモデル

A. パラメトリック保険

保険会社とInsurtechが、世界中で行動を起こしつつあります。リスク移転ソリューションのなかでも、パラメトリック保険が注目を集めています。この保険は、組織が天候に対するレジリエンスを身につけ、災害対応と災害復旧を強化するための、より有効な選択肢となるかもしれません。ハザードモデルは改良され続けており、気象観測所と衛星が気候関連のパラメータをより正確に把握するようになっています。

データとモデルが向上しているなか、パラメトリックな補償は、市場における、より効率的かつ適正価格の有効なオプションとなっています。

FloodFlash

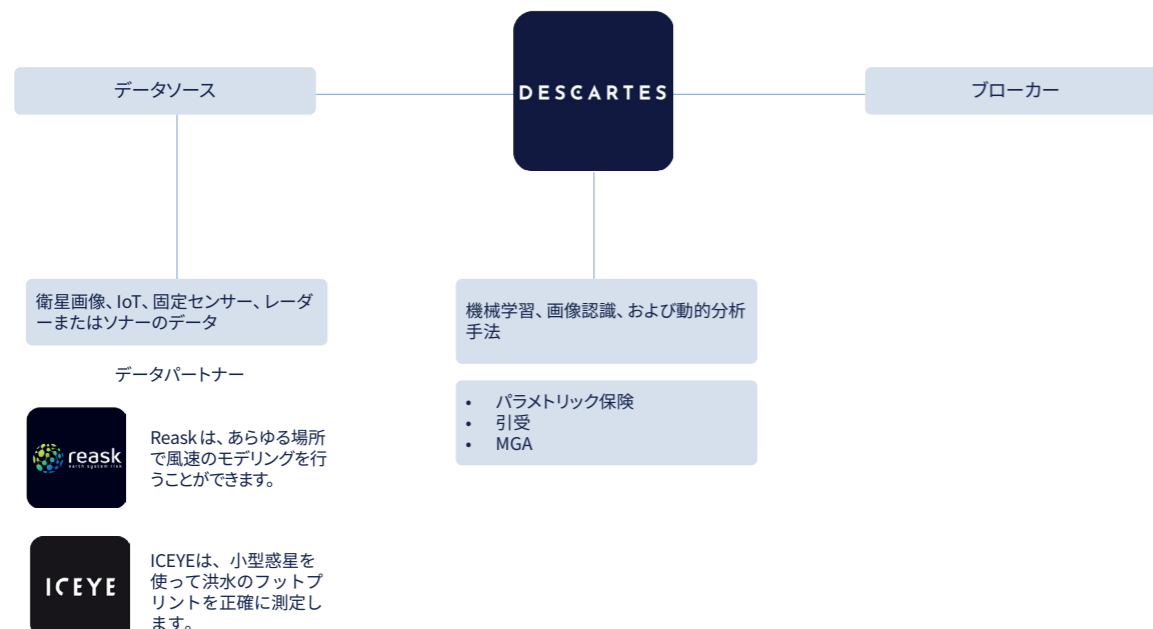
FloodFlashは、マスマーケットにパラメトリックな洪水保険を提供する、保険テクノロジー企業です。FloodFlashとMunich Reは、英国と世界の成長市場でパラメトリック保険の発行を促進することを目的とした協業を新たに発表しました。



B. MGA/MGU

気候変動に焦点を当てているMGAは、保険会社や引受企業と密接に連携することで、気候変動を原因とする特定のリスクに対処する、専門的な保険商品を開発することができます。これには、異常気象イベントを対象とした契約、洪水保険、山火事補償、または気候関連のディスラプションを原因とする事業中断などが含まれます。さらに、気候変動を専門としているMGAは、価値のある洞察とリスク管理戦略を保険会社に提供することができます。MGAは、天候の影響に関連するデータと傾向を分析して、保険会社がさまざまな地域の潜在的なリスクを理解するのを助け、気候関連イベントによる損害を減らすためのリスク緩和戦略を策定することができます。

ビジネスモデルとテクノロジー

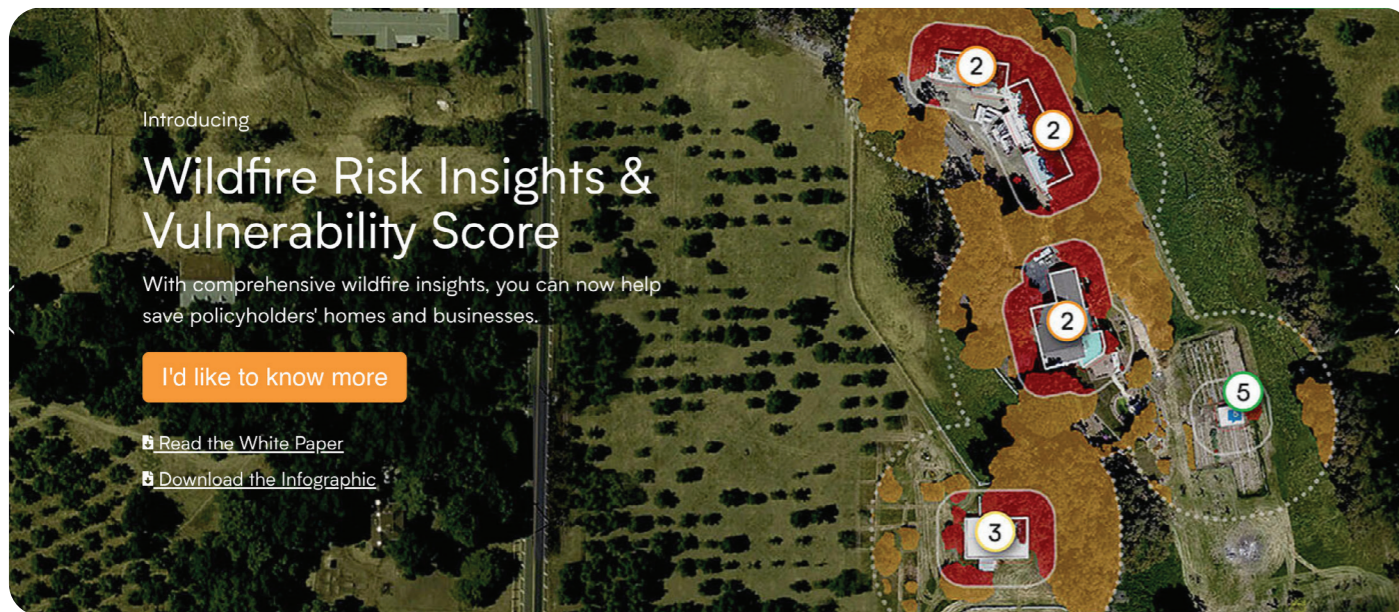


Descartes Underwriting

Descartes Underwritingは、気候リスクのモデリングとデータドリブン型リスク移転を専門とするInsurtech企業です。Descartes Underwritingは、IoT、衛星画像、固定センサー、レーダーおよびサードパーティデータといった新しいデータソースを活用しており、それらを機械学習や最新のアルゴリズムと組み合わせることで、引受についての有益な洞察を導き出しています。

C. データ/テクノロジープロバイダー

技術の進歩によって、衛星の画像とデータ、ドローン、IoTと固定センサーといった新しいソリューションが生まれ、これらを利用して、気候関連の多様なデータの収集が可能になっています。AI、機械学習、コンピュータービジョンおよびデジタルツインを活用することで、データサイエンティストは、これらのソースを分析し、気候パターンの視覚化と予測を可能にするデータモデルを生成することができます。私たちは、新たな業務遂行、パラメトリック保険のようなビジネスモデル、および新しい引受モデルで、このようなテクノロジーの応用例をすでに目にしています。



Betterview

Betterviewは、損害保険会社の行動につながる情報を提供しています。Betterviewは、航空画像、コンピュータービジョンおよびサードパーティーのデータを活用して、損害保険会社による引受の簡素化、損失の予想と予防、ならびにより良いカスタマーエクスペリエンスの提供を支援しています。

人材と企業文化についての課題を再定義する:世界の企業のウェルネス市場における機会

保険会社への要点:ネットゼロ保険戦略の構築

投資と保険業務(引受および保険金請求)は、カーボンフットプリントを減らすために保険会社が対処する必要のある、2つの主要な事業分野です。投資ポートフォリオという見方をすれば、ESGスコアのシステムを投資先の評価に導入することが可能です。企業経営はカーボンフットプリントの非常に少ない比率を占めているだけですが、保険会社は支出管理と社員の意識喚起を通じて、排出量を改善させることができます。

保険業界は、以下のような、人材と文化についての課題を抱えています。

1. 業界が必要とするトップクラスの人材を獲得し、引き留める。
2. 技術スキルの違いをなくし、デジタルトランスフォーメーションを実現する。
3. リーダー層の人々に対し、多様性と包括性を促進する。
4. 経験豊かな社員の退職に備えた引き継ぎを計画する。
5. イノベーションを生み出す、アジャイルで、順応性のある文化を育む。
6. 新しい役割に対応できるように社員のリススキルおよびアップスキルを行う。

保険業界が成功するためには、これらの課題への対処が欠かせません。そのためには、モダナイゼーションのための活動の提示、デジタルスキルトレーニングへの投資、多様性の促進、継承計画の導入、アジャイルな文化の育成、ならびにリスキリングのための機会の提供が必要となります。

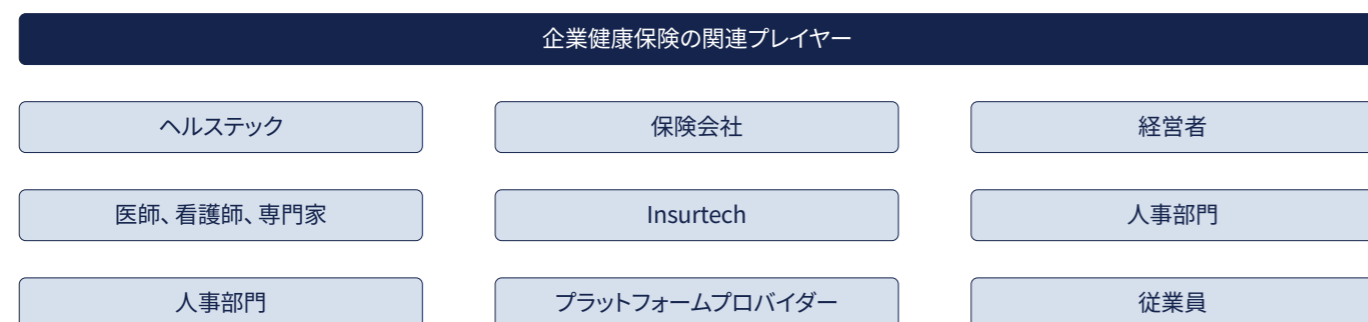
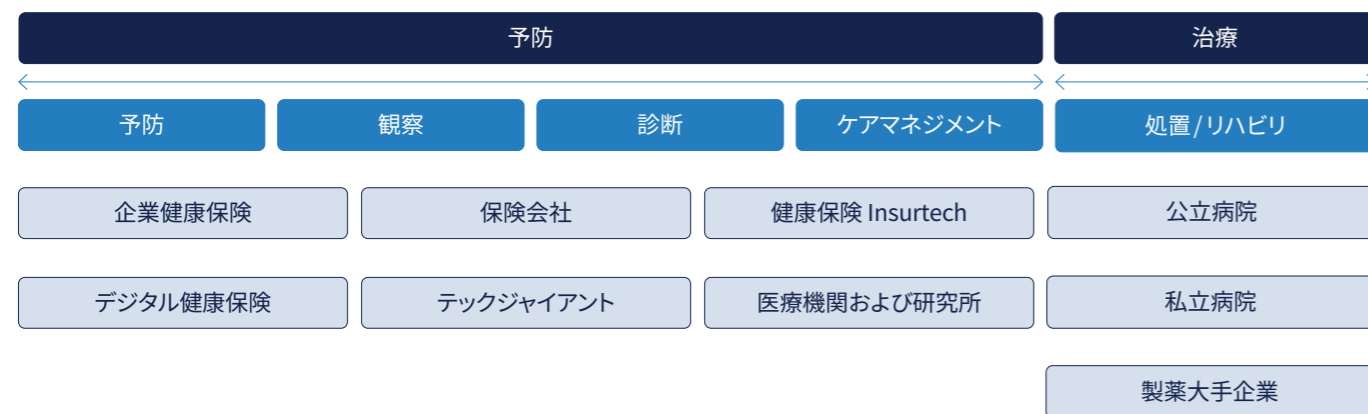
ただし、人材と文化の課題ということになると、「保険会社の中」だけの話ということにはなりません。その課題と機会はどちらも、保険会社自体の範疇に留まらない可能性があり、大きな収益源となる可能性があります。

消費者はウェルネスについて非常に気を配っており、その関心が高まりつつあります。このことは世界の企業ウェルネス市場の拡大を見れば明らかで、それには主として2つの理由があります。その1つは、COVID-19の経験により、世界的に価値感のリセットが起こっており、それがウェルネス関連のいくつもの分野で顕在化しつつあるということです。もう1つは、心血管疾患や呼吸器疾患といった生活習慣病、および癌が世界の主要な死因となっているなか、ウェルネスに対する意識や消費者の健康に対する行動の変化が、消費者の健康トレンドの中心になっているということです。現在、消費者はデータプライバシーよりもパーソナライゼーションに価値を見出しており、保険会社のイノベーションとデジタルヘルスケアがそれを担っていることを、私たちは見てきました。

ビジネスという点で見ると、健康とウェルビーイングへの対応は、最も重要な職務条件の1つとなっており、雇用主はこれに基づいて人材を採用および引き留めることができ、今日の厳しい環境で成功を収めることができます。さらに、社員が慢性疾患を管理できるようにすることは、費用抑制という意味で、企業のためにもなります。米国の国立慢性疾患予防・健康増進センター(NCCDPHP)によれば、米国では、ウェルビーイングと健康を促進し、慢性疾患予防プランを提供する企業プログラムが、1億5,000万人の被雇用者に影響を及ぼし、ヘルスケアの費用を大幅に減らす可能性があるとしています。

予防モデルへの移行

デジタル健康保険の発展と、医療ケアリソースのさらなる組み込みのおかげで、保険会社、Insurtech、テックジャイアント、医療機関および研究所などを含む、ますます多くのプレイヤーが予防モデルに移行しつつあります。そのため、企業健康保険は、これらすべてのプレイヤーが数百万人の被雇用者にアプローチするための入り口となっています。さらに、いくつかのアナリスト(Gartnerなど)が、企業健康保険で仲介不在の傾向が始まると予想しており、これにより、保険会社が関連のリスクを直接引き受けることとなります。



Alan

Alan (フランス) は、ユーザーエクスペリエンスを向上しながら、価格と品質の比率が優れた健康保険プランを提供することに焦点を当てることで、健康保険に革命をもたらすことを目指している、デジタル健康保険の会社です。

Vitality

Vitality は、健康的なライフスタイルのための特別なリワードスキームを打ち出しているウェルネスプログラムの1つです。同社は、ネット接続されたデバイスと健康アプリを使って会員の活動を追跡し、いわゆる「活動ポイント」を会員に与えており、このポイントを使えば、割引を受けられたり、パートナー組織のプレゼント商品を受け取ったりすることができます。

保険会社への要点: 企業健康保険での機会を掴むためのフレームワーク

治療モデルから予防モデルへの移行が、企業健康保険に巨大な機会をもたらしています。テクノロジーの利用とリソースの集約により、以下の図のような、健康保険エコシステムへの参加者が考慮することのできる、3つの重要なフェーズが見えてきます。これまでのところ、企業健康保険市場はかなり細分化されており、上流と下流、バックエンドとフロントエンドの能力を集約できるプレイヤーの登場が必要となっています。



予期せぬ変化を管理する - デジタルリスク/ サイバーセキュリティ

サイバーセキュリティは、世界の新興リスクトップ10の第3位にランクされており、その上位にあるのは、気候変動と地政学的な不安定さだけとなっています。テクノロジーが進歩し、企業のデジタルシステムおよびデータへの依存が高まっているため、データ侵害、ランサムウェア攻撃およびネットワークの断絶といったサイバー脅威のリスクが、大きくなっています。サイバー保険契約は、サイバーインシデントの際の金銭面での保護と支援を提供することで、これらのリスクを緩和できるようにするためのものです。

しかし、サイバー脅威の特性が絶えず変化し、サイバーセキュリティの課題が複雑化するなかで、企業が被る、金銭面での潜在的な損害と保険契約による補償の間には、大きな隔たりが生まれています。世界のサイバー保険市場は、2020年の総収入保険料 (GWP) ベースで70億米ドルの規模があり、2025年までには206億米ドルに達するでしょう。Global Data によれば、COVID-19後の市場は好況が続くでしょう。2021年全体では、企業のネットワークへの1週間当たりの攻撃数は2020年に比べて50%増加していることを示す調査もあります。サイバー保険の補償ギャップを埋めることが必要となっています。

サイバー保険の補償ギャップは、保険会社、企業、政治家およびサイバーセキュリティの専門家が相互に強力して対処すべき、複雑な問題です。156の国 (全体の80%) がサイバー犯罪対策の法律を制定しています。その傾向は地域によって異なり、欧州の採用率が最も高く (91%)、アフリカが最も低くなっています (72%)。保険会社は先行者利益を活用して、検討中となっている、いくつかの種類の規制を理解するとともに、不透明性と潜在的な影響を把握し、行動する準備を整えておく必要があります。

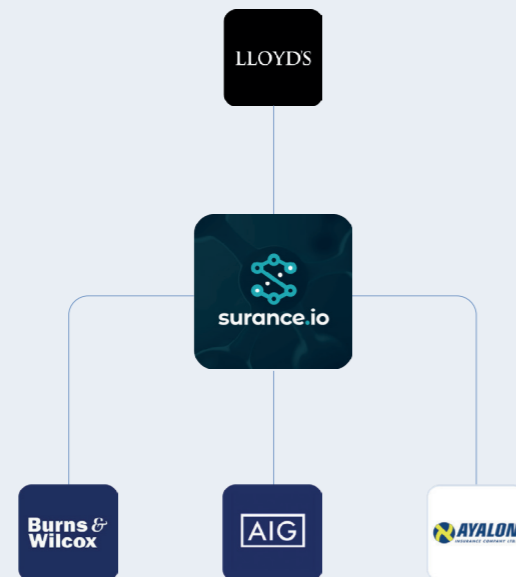
攻撃者が何をしようとしたのか、インシデントについての情報公開が進むことで、保険会社は以下を最適化することができます。

- サイバーセキュリティ向け保険商品の設計 (たとえば、パラメトリックなトリガーの使用)。
- リスクの評価と移転 (たとえば、再保険と ILS)。
- さまざまなタイプのサイバー脆弱性に対する価格設定。

現在および未来のサイバーセキュリティ環境に影響を及ぼす、3つの主要要因

Surance.io

Surance.ioは、個人向けサイバー保護と保険のサービスを提供しています。



B2B2C

個人向けサイバー保護

Surance.io solution
White-label, mobile app to complement your cyber insurance offering

リアルタイムでのサイバー攻撃監視



- Discover the digital assets**
Home network, mobile device and dark web scan and monitoring
- IoT devices protection and recommendations**
Learn if your IoT devices need a firmware upgrade or a password change
- Recovery services and cyber expert response team**
Professional team is ready to assist in case of a cyber attack
- Secure data backup solutions**
Protect valuable documents and pictures

1. リモートワークおよびハイブリッドワークの増加

リモートワークが投資を主導し続けています。セキュアなリモートおよびハイブリッドの仕事環境を実現するテクノロジーへの需要は、2022年以降も増加するでしょう。組織は安全な在宅勤務環境の構築を望んでおり、投資を短期間で回収できるソリューションを求めています。そのため、ウェブアプリケーションファイアウォール (WAF) やアクセス管理 (AM)、エンドポイント保護プラットフォーム (EPP)、セキュアウェブゲートウェイ (SWG) などのテクノロジーが、少なくとも2023年中は短期的な需要を集めるでしょう。

2. 仮想プライベートネットワーク (VPN) からゼロトラストネットワークアクセス (ZTNA) への移行

ZTNAはネットワークセキュリティのなかで最も急速に成長しているセグメントで、リモートワークのためのゼロトラスト保護への需要の増加、ならびにVPNでのセキュアアクセスに対する組織の信頼が弱まっていることを追い風として、2023年までに31%成長すると予測されています。組織がZTNAについてよく知るようになっており、リモートワークだけでなく、オフィス内の社員にもこれを使う傾向が高まっています。このシナリオでは、2025年までに新しいリモートアクセスの少なくとも70%でZTNAが圧倒的な優位を築き、その逆にVPNサービスは2021年末までの上昇幅が10%未満になる、とGartnerは見ています。

3. クラウドベースのデリバリーモデルへの移行

マルチクラウド環境の導入により、組織ではセキュリティリスクが高まり、複数のテクノロジーの運営および管理がさらに複雑化しています。Gartnerによれば、このような状況ではクラウドセキュリティの必要性が高まり、クラウドネイティブのソフトウェアソリューションの市場シェアが拡大するようになります。クラウドアクセスセキュリティプロセッサ (CASB) とクラウドワークロード保護プラットフォーム (CWPP) とが組み合わせられた市場は、2023年までに26.8%成長し、67億ドル規模になるでしょう。エンドポイントでの検知&対応 (EDR) およびマネージドディテクション&レスポンス (MDR) といった、クラウドでの検知および対応のためのソリューションへの需要も、今後数年間で増えるでしょう。こうした変革を背景に、サイバー攻撃を原因として損失が発生した場合の財務的な補償、ならびにサイバー保険で提供されるべきインシデント対応とリスク管理が必要となるでしょう。

サイバーセキュリティの保険会社

米国のサイバーセキュリティ保険会社トップ10 (2022年)



保険会社への要点：保険会社に求められているのは、サイバー能力の育成

Munich Re

Munich Re US, Inc. は、危険度の高いシングルリスクプログラムのための任意再保険から、成熟したサイバー能力を有するクライアント向けの特約再保険、ならびに中小企業・組織を対象とした、クライアント別かつターンキーのサイバー商品に至る、さまざまな方法でサイバー保険のイニシアティブを支援しています。

CybSafe

CybSafeは、人々がセキュリティについてより良い意思決定を行い、セキュリティ行動を改善するのを支援する、振る舞いベースのセキュリティとデータ分析のプラットフォームです。

パンデミックによってサイバー保険の必要性が一気に高まったものの、保険会社は、この機会に乗じて浸透率を高めるまでは至っていません。サイバーリスクの高まりを理由とした需要も増えていますが、最近におけるサイバー攻撃の急増により、保険料が高くなっており、企業にとってサイバー保険はリスクな投資になりつつあります。保険会社は、ブレインコンピューティング、モバイルロボットおよび量子コンピューティングなどの新興のテクノロジー、ならびにそれらが関係するリスクについても意識しておくべきです。国際的な尺度によって導入率は異なりますが、民間組織または公的機関でこれらのテクノロジーが普及すると、システム間での相互運用性とデータの量が加速するようになります。量子コンピューティングを例にとると、Celentによれば、ハードウェアの向上、フルスタックのソリューション、より良いアルゴリズム、シミュレーターおよびクラウド機能があるため、量子コンピューティングを計画に入れる時期も来ています。この分野のトップレベルの専門家は、量子コンピューティングを使った脅威は5年から10年の間に具現化すると予想しています。保険会社はこのような敵に備え、量子コンピューティングによって事業運営で違いが生まれるユースケースに注目しておかなければなりません。

多様なクライアント業界



振る舞い研究のパートナー

スマート ディストリビューション

経済および政治における不透明な状況が、保険料と保険金請求費用の変動を招く可能性があります。コンパウンドレシオが上昇しているこの時期、顧客獲得費用を下げ業績を上げるためのカギとなるのが、保険商品の販売です。ただし、「万能」の販売モデルというものはなく、実際には、デジタルチャネル、ブローカーとエージェント、MGAまたは組み込み型保険は、ある商品には役立つ代替手段となるかもしれませんが、他の商品には役立ちません。

保険会社が商品販売のためのより良いソリューションを見つけようとしているなか、市場は、「スマートディストリビューション」という1つの決定的なアイデアに収斂しています。スマートディストリビューションでは、保険は単なる補償ではなく、サードパーティーを通じて商品を販売し、顧客の期待にマッチした価値を生み出す可能性を示唆している、「Insurance as a Service」となります。ここで言う「スマートディストリビューション」とは、個々の保険商品のニーズに合った、効率的なチャネルを通じて保険を販売するためのテスト、ならびに準備を意味しています。

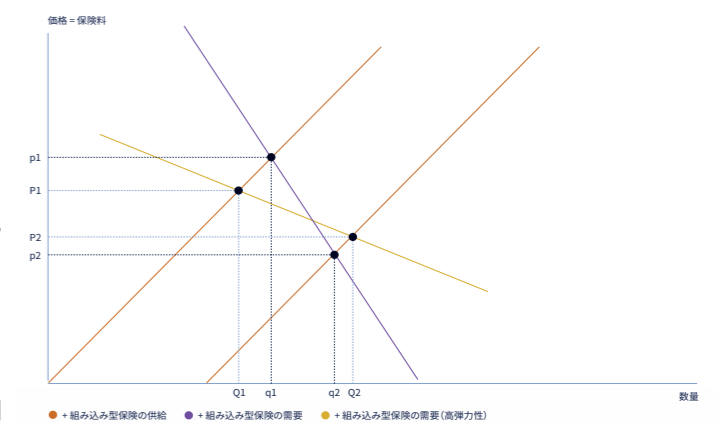
そのため、保険会社は、自社の商品を、顧客の期待に応えるかたちで、さまざまなカスタマージャーニーにつなげる意思を持ち、そのための準備をしなければなりません。保険会社のサービスおよび商品の提供内容に応じて、販売モデルをより効率的にすることで価値と資産を生み出す新しい方法は、必ずテストしなければなりません。たとえば、組み込み型保険のモデル（以下で説明）は、販売される補償のタイプに応じて、さまざまな効果をもたらします。

さらに、販売チャネルには静的な費用がありません。例えば、デジタルチャネルを通じての販売の費用は過去より安くなりましたが、競合相手が同じ手法に移行するようになると、これらのチャネルも非効率になり、費用が増加するため、スマートディストリビューションに「Insurance as a service」を組み込むことが重要となります。

この文脈での Insurance as a Service とは、顧客の需要に合わせて保険を作れるだけの十分な柔軟性を備え、データの活用によって商品とサービスの包括的なポートフォリオを構築して、具体的な価値提案ができる、完全デジタルの保険機能を提供できることを意味しています。そのため、このタイプのデジタル機能は、最終顧客やクライアントから、保険エコシステムの内外に組み込むように求められることが多くあるようです。

「スマートディストリビューション」というコンセプトは、最先端のアイデアとして市場に登場しました。このコンセプトは、従来の保険による補償の先を行くもので、「Insurance as a Service」を提供することを目指しており、サードパーティーによる販売の活用によって、顧客の期待に則した価値を生み出します。保険会社は、自社の提供物をさまざまなカスタマージャーニーに適用および関連させ、価値を生み出す新たな方法をテストし、サービスと商品にとって最も効率的な販売モデルを判断しなければなりません。

高い需要と価格弾力性を備えた保険種目



結び

2023年、保険業界は大きな変化と課題に直面しています。世界的な健康危機、景気の停滞、地政学的な変化、ならびに気候関連のリスクの影響がすべて、保険会社に及んでいます。しかし、不透明な状況のなかにも、成功とイノベーションの機会があります。保険会社はこの変革の時期の需要に適応しようとしており、折々の課題に対応し続けるために、いくつかの行動をとることができます。

「Insurtech Global Outlook」では、持続可能な世界の構築、スマートディストリビューションの活用、デジタルリスクの緩和、引受業務の発展、ならびに成長を続けるヘルスケア保険市場への対応といった、5つの課題が指摘されています。保険会社は、これらの課題を受け入れ、これらを自社の保険ビジョンに組み入れることにより、ダイナミックで複雑な業界で成功を収められるようになります。つまり、保険の潜在能力を活用して、進化を続けている市場の状況に立ち向かうためのものとしては、以下のような5つの主要な活動があります。

保険ビジョンにおける最初のアクションポイントは、IT変革を加速することの重要性にこだわり、AIを活用した企業として、効率性とシンプルさに集中することです。コアシステムの近代化、クラウドテクノロジーの活用、ならびに自動化、AI、IoTおよびAPIといった新興テクノロジーの組み込みにより、保険会社は、データの力を活用できるようになり、リスク評価の向上、プロセスの合理化、および顧客へのパーソナライズされたエクスペリエンスの提供が可能になります。このIT変革により、保険会社は絶えず競合相手をリードし、変化を続ける顧客ニーズに対応できるほか、業界でイノベーションを主導する立場となることができます。

さらに、ChatGPTなどの生成AIを含めた、AI活用型ソリューションを導入することにより、保険会社は、業務の最適化、効率性アップ、およびバリューチェーンのさまざまな部分を向上を実現する、新たな機会を得ることができます。AIは、手動タスクを自動化し、顧客とのインタラクションを向上させ、引受プロセスを最適化するだけでなく、保険会社全体の成長と成功に寄与することができます。

2つめのアクションポイントは保険エコシステムのオーケストレーションで、これは保険会社が今日の市場で繁栄するために不可欠なこととなります。この活動で成功するためには、企業は、カスタマーエクスペリエンス(CX)とエコシステムを統合させることに焦点を当て、保険規制、保険会社とそのデジタル組織、スタートアップ、学術機関と研究開発機関、ならびに新規参入企業とテックジャイアントという、業界を加速させる4つの力を活用しなければなりません。

CXとエコシステムを統合させることには、顧客中心のアプローチの採用と潜在的な顧客およびパートナーへの価値提供が含まれます。つながる、関係を深める、行動させるという3つの目標、つまり顧客とつながり、エコシステムのアクターと関係を深め、見込み客を顧客に変換することは、CXがエコシステムと統合する場合に達成可能となります。

3つめのアクションは、アジリティと開放性が備わったソリューションを見つけ、新たな需要を迅速に見極めるためのイノベーションへと導くことがベースとなります。現在では、新しい商品を探し、変化を続ける需要に適応することが、企業にとって不可欠となっています。Insurtech企業は、自社の提供物を迅速に適応させることで、市場のニーズに応えるアジリティを示していますが、保険会社はリスクをとり、自社の商品を継続的にテストする意思を持たなければなりません。状況の変化に応じて多様なソリューションが生まれるようになっており、保険会社は未開発の成長機会に足を踏み入れることで、顧客により魅力的な提案をすることができるようになります。

「砂漠では、なにものも育たない」。4つめのアクションは、保険業界と他のすべての市場で最も重要なものです。保険会社は、環境、社会およびガバナンスへの配慮が重要であることを認識しており、それらを業務のなかに積極的に取り込んでいます。保険会社は、気候変動リスクへの対処、ダイバーシティ&インクルージョン(多様性および包括性)の促進、および強固なガバナンスフレームワークの導入によって、持続可能性、責任ある投資、ならびに社会および環境の絶えず変化するニーズへの対応を実現するための取り組みを実施しています。最新テクノロジーの活用、ならびに気候リスクモデリングとデータ分析を専門としている Insurtech 企業との提携により、保険会社は気候関連の課題に効果的に対処すること、ならびに引受業務を改善することがさらに可能になります。最終的には、これらの機会を受け入れ、状況の変化に適用している保険会社は、長期にわたる成功を収められるようになり、より持続可能で、レジリエントな未来に貢献できるようになります。

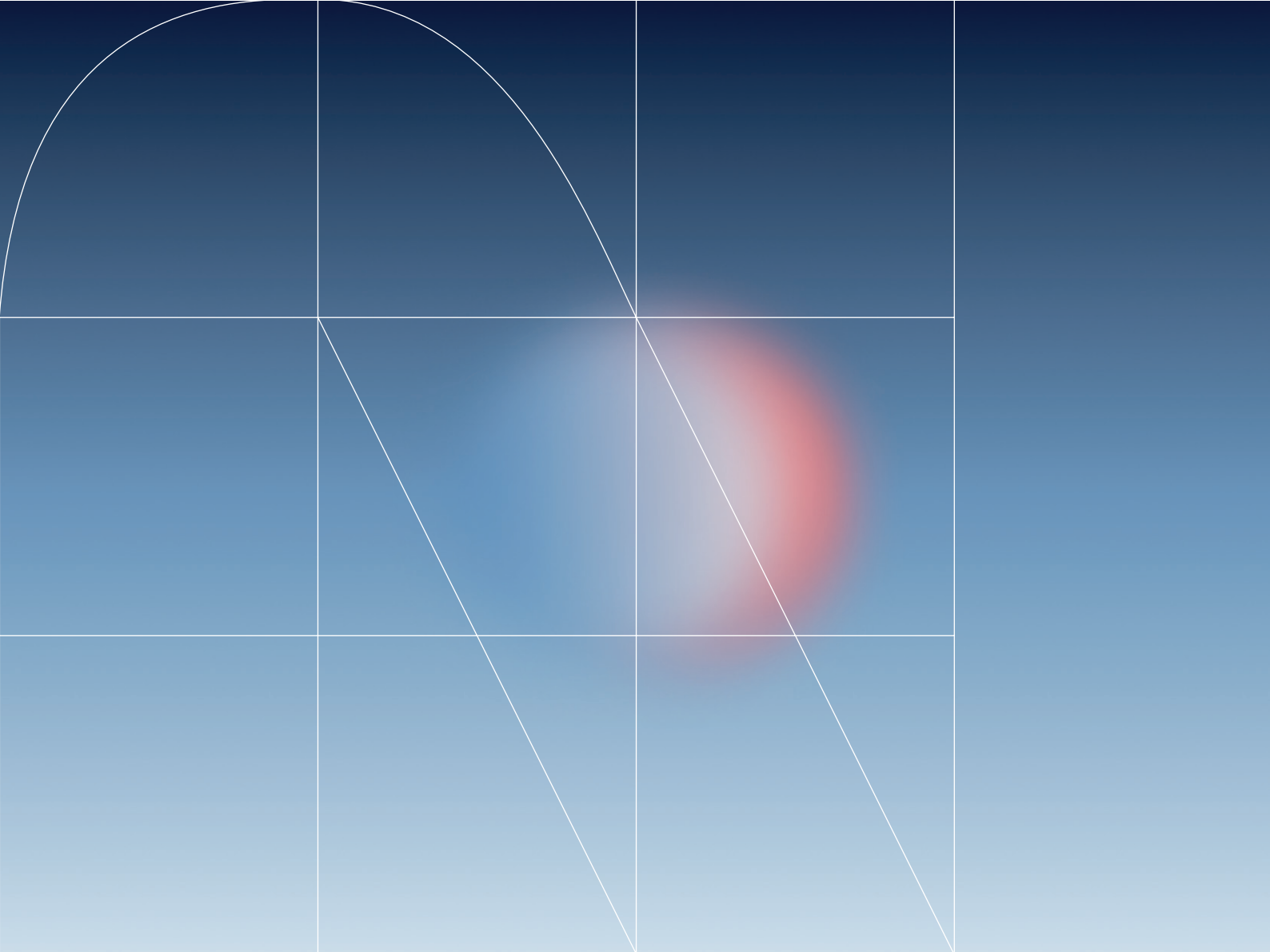
5つめのアクションは、デジタルリスクに関するものです。サイバーセキュリティリスクは、世界のリスクのなかでも上位にランクされており、サイバー保険への需要は増え続けています。ただし、企業が被る、潜在的な財務損失と保険契約で提供される補償には顕著な差があります。このサイバー保険の補償ギャップを埋めるには、保険会社、企業、政治家およびサイバーセキュリティの専門家によるコラボレーションが必要です。保険会社は、新たに登場する規制を先読みした対応、商品設計の最適化、リスクの評価と移転のためのメカニズムの改善、ならびにサイバー脆弱性に対する個別の、正確な価格設定が必要となります。

サイバーセキュリティ環境に影響を及ぼしている、3つの主要な要因は、リモートワークおよびハイブリッドワークの増加、仮想プライベートネットワーク (VPN) からゼロトラストネットワークアクセス (ZTNA) への移行、ならびにクラウドベースのデリバリモデルへの移行です。

保険会社は、サイバー攻撃による損失に対する補償の提供、インシデント対応とリスク管理の支援、ならびにサイバー能力の構築によって進化するこれらの傾向に適応する必要があります。Munich Re や CybSafe といった企業は、サイバー保険の世界ですでに地歩を築いており、それぞれが再保険と挙動ベースのセキュリティプラットフォームを提供しています。さらに、保険会社は、量子コンピューティングといったような新興テクノロジーへの備えをしておくべきで、量子コンピューティングは、能動的な計画とリスク緩和戦略を必要とする、新たなリスクをはらんでいます。

さらに、「スマートディストリビューション」というコンセプトが注目を集めており、保険会社の提供する商品をさまざまなカスタマージャーニーに結びつけ、顧客の期待に応える価値を生み出す必要を強調しています。その結果として、デジタルチャネル、ブローカーとエージェント、MGA、または組み込み型保険といったように、販売される商品に応じてさまざまな販売モデルが活用されるようになってきました。保険会社は「Insurance as a Service」という発想も採り入れ、データを活用してパーソナライズされたソリューションを提供することが可能で、保険エコシステムの内外で組み込むことができる、柔軟で、完全にデジタル化された保険商品を提供しなければなりません。

全体として言えば、保険会社は、IT 変革の加速、保険エコシステムのオーケストレーション、新商品の開発、環境および社会への配慮、ならびにデジタルリスクの緩和といった、主要なアクションポイントに対応することで、長期にわたる成功を収めることができます。保険会社は、より持続可能な未来への貢献、変化を続ける顧客ニーズへの適応、および変化の絶えない市場状況がもたらす複雑さへの対応ができるようになるでしょう。



NTT DATA

Carlos Ordóñez

Head of Strategy & Advisory at NTT DATA Insurance EMEAL.

NTT Groupの一員であるNTTデータは、高い信頼を得ている、ITとビジネスサービスの世界的なイノベーターで、本社は東京にあります。当社は、コンサルティング、産業ソリューション、ビジネスプロセスサービス、IT近代化およびマネージドサービスを通じて、お客様のトランスフォーメーションを支援しています。NTTデータにより、お客様ならびに社会は、デジタルの未来へと安心して移行することができます。当社は、お客様の長期的な成功を願っており、世界的な規模と地域のお客様への対応を組み合わせ、50以上の国で活動しています。詳細は、以下のウェブサイトをご覧ください。 insurance.nttdata.com