



# 三井住友海上火災保険株式会社様

**業界初の商品管理システム開発で、全商品を見える化。**

**「わかりやすい商品でお客さまに選ばれる損害保険会社に」を実現**

三井住友海上火災保険株式会社は、保険業界で初めて、自社の全商品を一括管理する商品管理システムを開発して、2008年4月から使い始めた。このシステムができたことで、保険商品の開発工程がワークフロー管理できるようになったことに加えて、複雑な保険商品の構造や時間軸に沿った改定履歴管理が的確にでき、商品認可内容を種目横断で一括管理することも可能になった。商品情報がわかりやすく「見える化」したことで、お客さまへの説明や情報提供もわかりやすくでき、保険金の支払いも正確かつ迅速に行える。三井住友海上火災保険は、「わかりやすさの追求」による企業価値増大を目指している。

## 三井住友海上火災保険株式会社

本社：東京都中央区新川二丁目27番2号  
設立：1918(大正7)年10月21日  
資本金：1,395億9,552万3,495円  
売上高：1兆5,410億3,200万円(2008年3月期)  
従業員数：14,421名  
事業概要：日本を代表する損害保険会社のひとつ。2008年、わかりやすく選びやすい自動車保険として、「GK クルマの保険」を発売。個人向け保険のブランドを「GK」に統一するなど、商品面でもわかりやすさを追求。出先でも自分の契約情報を容易に確認できる携帯サイトも好評。  
URL：http://www.ms-ins.com/

## 商品イノベーションを支える 商品管理システム

1996年から自由化が始まった日本の保険業界。10年以上にわたって商品も料率も自由化が進むなか、保険会社ではニーズに合わせて商品バリエーションを増やす動きを日常化し、商品ラインアップが一気に拡大した。「商品の種類も、特約の数も多すぎる」、「いままでのやり方では管理しきれない」、「契約条件が複雑になり、お客さまへの説明が困難」などの弊害を生み出すようになったのである。

損害保険会社のリーディングカンパニーである三井住友海上火災保険は、こうした事態を打開するためのイノベーション活動を進めてきたが、ついに2005年、「商品イノベーションプロジェクト」を立ち上げて全社的な取り組みを本格化した。

「複雑なものをシンプルにすること、わかりにくいものを『見える化』すること。これにより、社外向けと社内での両方で商品とサービスの品質を上げることができ、お客さまの信頼を得て成長すること、ひいては企業価値を高めていくためには不可欠である」と、商品本部部長(商品イノベーション担当)の石井伸夫氏はプロジェクトの目指すところがきわめて大きいと語る。

商品イノベーションのプロジェクトが進むと同時に、新しいシステム構築の必要性がクローズ

アップされてきた。

三井住友海上火災保険の保険商品は、種類が多いうえに、約款・特約などが相互に複雑な関係を持つ。しかも、販売する商品体系別に管理することも重要だし、契約期間の長さに応じて改定履歴を時間軸に沿って管理していくことも重要である。つまり、表計算ソフトや既存パッケージで管理することは不可能であり、専用の情報マスターを構築しなければならないのだ。さらに、商品開発の進捗状況や成果物の情報を部門間で共有することも必要である。したがって、専用の情報管理システムも開発しなければならない。

そこで2006年から、「商品管理システム」構築に向けての取り組みが始まった。

## 商品開発工程管理、文書管理、 商品情報管理の3機能

商品管理システムの機能は3つある。

第1は、商品開発工程管理システム。保険商品を開発する工程を管理し、可視化するワークフローシステムである。

「商品開発工程を規定したマニュアルが紙文書としてありましたので、これをWeb化し、さらに、ワークフローシステムとして最適化しました。ベースとなるツールとしては、MicrosoftのSharePointを使いました。安価で、短期開発が可能で、汎用的であるため教育が不要であることが採用の理由です」と、システム改革部長の今井泰氏は説明する。

第2は、文書管理システムである。商品部門や事務部門で膨大な紙文書として管理されてきた各種規定やマニュアルをデータベース化して、登録保存から検索・参照、廃棄までを一元管理する。ツールとしては、商品開発工程管理システムと同様にSharePointを使った。

第3は、商品情報管理システム、つまり、保険の商品情報マスター作りである。商品を構成する約款や特約事項の構成、関連する保険金の種類、改定履歴等を種目横断で管理できる。これは、UNIX環境でOracleデータベースを用いて作り込んだ。



三井住友海上システムズ株式会社  
システム改革部長  
今井 泰氏

## 商品情報の共有化、 見える化が大きく進化

商品管理システムの開発は、2007年3月にスタートし、約1年後の2008年4月に、3つの機能すべてを使い始めた。

利用者は、本店の商品部門、営業事務部門、保険金支払部門、システム部門など約2000ユーザである。

「工程管理や文書管理の機能は、日々の業務での利用が進んでいます。また、商品情報マスターはデータベース作りが完了し、全体の3分の2ぐらいの情報が格納できたところですので。これにより、お客さまに商品をわかりやすく説明し、保険金を正確かつ迅速にお支払いするための環境ができました。現在、商品ラインアップそのもののスリム化にも着手していますので、今後本格的に活用を進めていく予定です。」と、商品本部企画チーム課長の中村尚史氏は語る。

新システムは利用者からも歓迎されている。「いままでは、たくさんのシステムを起動したり、紙の書類を探したりしなければならなかつ



三井住友海上火災保険株式会社  
商品本部 部長  
(商品イノベーション担当)  
石井 伸夫氏



たことが、本当に簡単にスピーディにできるようになりました。調査、分析などの業務効率がグンとアップしたので」と、システム改革部 システム改革グループ システムマネージャーの藤田俊之氏は言う。



三井住友海上システムズ株式会社  
システム改革部 システム改革グループ  
システムマネージャー  
藤田 俊之氏

さらに今後、商品管理システムの利用が定着すれば、業務効率向上という効果が多くの部門に波及し、事務コスト削減の効果も出てくると予想される。つまり、新しいサービスへ投資を振り向けることも可能になり、最終的には、商品やサービスの品質向上、競争力強化、売上拡大へと貢献していく。社外と社内の両方で商品とサービスの品質を上げていくという、商品イノベーションの目標実現へ大きく近づくのである。

## 既存資産を活かしながら、「この世に存在したことがないもの」を具現化

開発にあたって、NTTデータをパートナーに選んだ理由は3つある。

ひとつは、損保・保険・金融などの業界での実績が豊富で、三井住友海上火災保険でも契約管理領域のシステム開発経験を持っているからだ。

もうひとつは、契約マスターをはじめとする既存システムを活かし、既存資産を継承しながら新規のシステムを作ろうという提案であった。

さらに、業界初のシステムであり、前例がどこにもなく、まだどのような形になるかわからないものを手探りで作っていくことに対して、前向きに取り組む姿勢があった。

「通常のシステムは、要件が最初にあって、これを具体化していきます。しかし今回は、抽象的でまだ形が見えないものを、関係者が全員で相談しながら、形にしていかなければなりません。実績豊富なNTTデータであれば、理論だけを先走させることなく、理論を実業務にあてはめたイメージを具体的に語るができるだろうと期待しました」と藤田氏は語る。

「他社からは、契約マスターを含めてシステム全体をまったく新しいアーキテクチャで統一して作り替える提案もいただきましたが、開発期間、コスト、リスクを考慮して、これは採用しませんでした。このころすでに保険法改正の動きがあり、商品管理システムは、新しい法律の施行に向けて商品改定へ力を振り向けなければならなくなるより前に、稼動を開始しておくことが必須条件だったのです。そして、実質1年で、しかも既存のものを活かしたままで、まったく新しいものを作ることができるベンダーとして、NTTデータに白羽の矢を立てたのです」と今井氏は言う。

## プロトタイプを数多くユーザーに提示して短期開発に成功

コストと時間が制限されているなかで、プロジェクトを成功に導くことのできたポイントは2つある。エンドユーザーを交えた検討会を早い段階から数多く実施したこと、プロトタイプ開発を積極的に活用したことである。

社内ユーザー約30人を中心にした検討会では、延べ80回開催した。しかし、現在の業務に精通しているユーザーも、まだ見ぬシステムについて具体的な意見を言うことはむずかしい。そこでNTTデータは、プロトタイプ画面、および動きのあるプロトタイプシステムをたくさん作って提示。これをたたき台にして議論することで、要件を具体化していくことができた。

「これまでは縦割り商品を開発し、管理し

てきましたから、社内の相互理解も不十分でした。たとえば自動車保険と火災保険では、約款も特約も前提そのものがまったく違いますから、打ち合わせを重ねないと必要なデータベースの形が見えてこないのです。NTTデータが丁寧な資料とプロトタイプ画面を何度もタイムリーに作ってくれたおかげで、社内の共通理解も深まってきました」と石井氏は語る。

さらに今井氏は、「ふつうのウォーターフォール型開発では間に合わなかったでしょう」と深くうなずいた。

## 商品情報マスターという基盤の確立で他システム連携も容易に

商品管理システムの構築によって、社内外の情報の共有化と見える化は大きく進化した。また、商品情報マスターを作り上げ、他のシステムとつないでいく基盤ができたという意義は大きい。ワンストップのマーケティングなどでも、商品情報マスターを活用していく方針だ。

「今回作り上げた商品情報マスターは、既存の契約マスター等と同様の基幹系マスター、という位置づけです。今後は、全社の全業務でこれらのマスターを活用していきたい」と今井氏、藤田氏は言う。

商品情報マスターが構築されたおかげで、システム開発も効率化・高品質化が可能になった。その一例が、携帯電話サイトの情報サービスである。

「商品情報マスターを活用したコンテンツ作りにより、誰でもいつでもどこでも、携帯電話さえあれば損害保険の情報を正確かつ迅速に入手できるようにになりました。開発工数も、商品情報マスターがない場合に比べて2割程度削減できています」と(中村氏)。

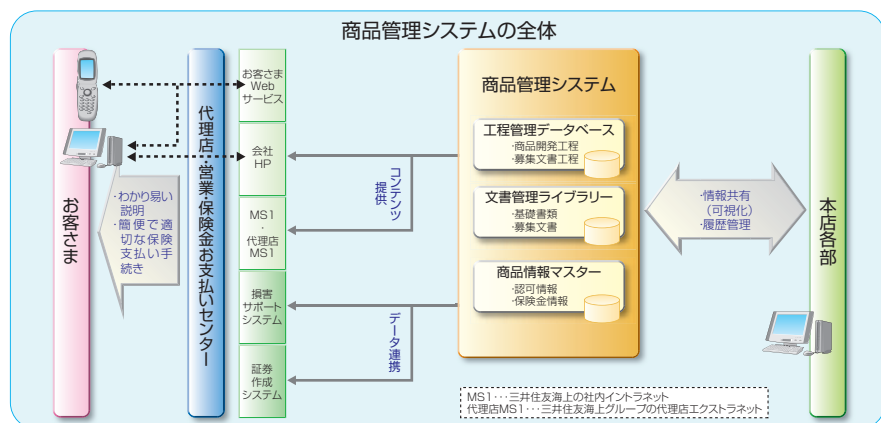


三井住友海上火災保険株式会社  
商品本部 企画チーム 課長  
中村 尚史氏

これからは、改正保険法の施行が予定される2010年に合わせて、ほとんどすべての商品を改定する作業が始まる。

「われわれはすでに商品管理システムを持っていますから、改定作業を正確にしかも高品質にやれるはず。商品管理システムは、ここでも威力を発揮するでしょう」と石井氏は語る。

わかりやすさの追求によって、企業価値向上を目指す三井住友海上火災保険。商品管理システムは、その先進的な取り組みを今後も柔軟に支えていく。



商品管理システムは、商品開発工程をワークフロー管理し、証跡管理を行う「商品開発工程管理システム」、商品部門や営業事務部門のペーパーレス化を推進する「文書管理システム」、商品情報(約款・特約・保険金構成・改定履歴など)を一元管理して、商品構造の可視化や商品構成の管理精度向上を図る「商品情報管理システム」の3つが基本。

今後、お客さまへの説明責任・支払責任を果たす支援機能、社外向けWebシステムとの連携強化などを、Ⅱ期として開発予定。

## 株式会社NTTデータ

金融ビジネス事業本部 保険・共済ビジネスユニット 営業企画部 営業担当  
TEL.050-5546-8448  
<http://www.nttdata.co.jp/services/casestudy/> (お客様事例)