

リマークジャパン InsurTech Startup Meetup#33に登壇

データで見る世界と日本のInsurtech市場



坂上氏

リマークジャパンでビジネスディベロップメントディレクターを務める坂上譲二氏が、4月12日に東京都千代田区大手町のFINOLABイベントスペースで開催されたInsurTechスタートアップのミーティング「AIを活用した保険営業における最新ツールとは」にスペシャルゲストとして登壇した。同氏は「データから見る世界と日本のInsurtech市場における違い」と題して、リマーク社が毎年実施している世界消費者調査から得られた知見を紹介した。同イベントはオンラインでも配信された。

同氏はまず、自社について、フランスに拠点を置く大手再保険会社スコールのグループ企業であり、主に保険のセールスプロモーションをサポートする会社であると説明した。その上で、同社が消費者の保険に対する姿勢について世界規模で調査する「世界消費者調査」を毎年実施していることを紹介し、最新版の結果について解説した。最新版となる22-23年度版では22の世界主要保険市場の1万2728人を対象にオンライン調査を実施しており、同社ではその結果を「保険会社にとって重要な10のインサイト」人々に保険を選

キーとなる「10のインサイト」紹介

「インサイト1は「消費者が知っていること」と知らないこと」を知る」というもの。世界の保険リテラシーの調査(10点満点のテスト)では、世界の平均が6.25だったのに対して、日本のスコアは7.26と昨年の6.62と比べても大幅に上昇し、全調査対象地域で最も高い得点となった。その一方で保険知識に関する理解度の自己評価につ

加入の始まりは身近な場所から」ということで、保険加入の手続きを始める最も一般的なきっかけは友人や家族からの推奨で、加入経路に関して

は、オンライン経由が世界平均で26.4%、日本は19.3%となった。同氏はこの結果について、「日本の数値が高いと感じられるかもしれないが、この調査はオンラインで行っているため、多少なりともデジタルリテ

ラーの高い人たちの回答と考えれば妥当だといえる」との見方を示した。インサイト3は「次世代保険加入者のデジタル

ものだった。若い世代では活用が進みつつあるものの、それより上の世代ではあまり活用が進んでいない状況がうかがわれた。

また、保険金請求に関する仕組みができていないが、活用に向けては改善の余地があるのではないかと考えた。この他にも、保険会社とのデータ共有に対する意識や、コロナ禍によって変化した健康に対する意識、世代別で異なるス

トレスの原因、健康増進アプリの利用目的、サイバーセキュリティに対する認識、組み込み型保険に対する認識など、10のインサイトについて日本の調査結果をベースに解説した同氏は「今日ご紹介した調査結果は当社のホームページのPower BIで無料で見ることが出来る。国別の結果を見ることが出来るので、ぜひアクセスしてみてください」と締めくくった。

この日は他に、アイリックコーポレーションのエローの畔柳主税氏とMLIZ社長の田中徹氏も登壇し、それぞれの企業の最新取り組みを紹介した。

いては最下位となっており、この結果について同氏は「謙虚な国民性と、知識はあるけれど自信は無いので誰かからアドバイスを受けた」という気持ちで隠れているのではないかと考察した。インサイト2は「保険

ジャーニーのカスタマイズ」となっており、加入手続きについて、日本でも見積りや保険料の支払いなどでオンラインサービスが利用されているものが、最も多い回答は「オンラインサービスを利用しなかった」という

また、保険金請求に関する仕組みができていないが、活用に向けては改善の余地があるのではないかと考えた。この他にも、保険会社とのデータ共有に対する意識や、コロナ禍によって変化した健康に対する意識、世代別で異なるス

トレスの原因、健康増進アプリの利用目的、サイバーセキュリティに対する認識、組み込み型保険に対する認識など、10のインサイトについて日本の調査結果をベースに解説した同氏は「今日ご紹介した調査結果は当社のホームページのPower BIで無料で見ることが出来る。国別の結果を見ることが出来るので、ぜひアクセスしてみてください」と締めくくった。

この日は他に、アイリックコーポレーションのエローの畔柳主税氏とMLIZ社長の田中徹氏も登壇し、それぞれの企業の最新取り組みを紹介した。