店自身による自社分析の機会の提供につなげたい考えだ。

S

O

〇代理店支援

b o

や実績、平均単価の表

タの中の補償アップ指標 アップ運動」の進捗デー 動車保険指標「トリプル

> 戦略を立てるなどしてい 理店にデータを持参し だ。今までは、社員が

たが、同システムの展

る」と説明する。

第1弾は、「ノンフリ

ト対策」と「(プロ代

迅速に得ることができ

く。この点も、代理店に ュー拡大を展開してい

いる情報やアドバイスを

することで、必要として だ。このシステムを活用

保険や新種保険等のメニ

今後については、火災

によって、代理店が自

汞

取り組みの指示、

Ê

管理する仕組みの創出

つながる。

タ提供を求めるなど、

料作成やデータ収集に含

の本質的な課題に対し 用によって、経営課題等

みもできる。募集人一人

社員と代理店が共に

解決策のブラッシュアッ 解決を図ることにより、

することで、お客さまに

最適な『補償』をお届け

人が、"お客さま"に

/を目指している。

は、代理店会議資料の

また、従来の代理店

ジャパン日本興亜MV 理店向け表彰制度)損保

P」の支援コンテンツを

は、人材育成などについ

笠原氏は「同システム

いくとの考えを示す。 約しながら開発を進めて 全国の代理店の意見を集 活用してもらうことで、

ても、一定の法則や成功

成に保険会社からのデ

リリースした。

同社は、システムの活

事例などが増えること

で、アドバイスする仕組

12-11/25 24 VAD 124.5



【アイリックコーポレーション 勝本竜二社長に聞く (7面) 来店型ショップ 開始から20年

■ CDP 調査 3メガ損保がAリスト企業に (2面)

■法人開拓に役立つ「社長の年金」のポイント 第45回(4面)

■ニッセイ財団シンポ 高齢社会安心して暮らせる地域づくり(10面)

## 損保ジャパン日本興亜



笠原氏

(左から)吉田氏、山本氏、 る。 特長 ら展開を開 データ、ツ 店の現状分 まな情報や は、さまざ のノンフリ ールを搭載 - ト契約か

代理店としての業務運営 援bot (代理店支援b をデジタル技術でサポー ot) 」は、 することを目的に開発 たシステム。保険販売 顧客から選ばれ続ける SOMPO代理店支 将来にわた でいるが、保険会社の社

のが現状だっ なることが期待されてお こうした課題の解決策と 代理店支援botは、 自動車保険 り、最初は

代理店を通じて行われ

め、代理店によっては独員のサポートがあるた できていない場合もある 自で戦略を考えることが ポートできることだ。

実行までをトータルにサ べき課題)、解決策の提 確認(最優先に取り組む 具体的には、現状の分 (確率の高い取り組み (強み・弱み)、課題

内や説明を行う。

目社分析から戦略実行までをサポー

は、システムの展開によって、社員と代理店が共に解決を図ることによる相乗効果や、代理報を顧客へ提供することを目指すプロ代理店を支援することをコンセプトにしている。同社 は、システムの展開によって、社員と代理店が共に解決を図ることによる相乗効果や、 略の実行までをトータルサポートするもので、徹底的な顧客本位を実践し、 同システムは、さまざまな情報やデータ、ツールなどを搭載し、各代理店の現状分析から戦 でサポートする「SOMPO代理店支援bot(代理店支援bot)」の提供を開始した。 **損保ジャパン日本興亜はこのほど、専業代理店(プロ代理店)の業務運営をデジタル技術** 理店の「自立化」促進 t」提供開 ストやツールなど)につ いてアバターが音声で案 更新され、代理店はその ニーズの強い情

値との比較、強み、実績 アドバイスや実績、平均 要なデータをはじめ、3 間の自動車保険のノンフ 討することができる。 年間の保険料の推移や増 に対する現在の順位を表 分析を行い、戦略を検 自店の状況の確認

らに、補償内容や単価の とでは顧客が減少すると にした取り組み課題、さ ままの戦略を継続するこ また、例えば、従来の

> を案内する。 方などのアプローチ方法 理店の苦手分野など、優 まな情報を分析し、 付加価値のアピールの仕 供の手法、同社の特約の から取り組みたい指標を 示する。代理店がその中 先するべき業務項目を提 同けた手順のリストアッ 選択すると、普及推進に ノや、電話による情報提 ポイントは、デジタル 同システムは、さまざ

> > まず、トライアル機を問 援策の検討を開始した。 ジタル技術を活用した 課題の解決に向けて、 た。同社では、そうし くの時間が割かれて

店に活用してもらいなが

が代理店の本質的な課題

である経営に寄り添うこ

の効率化によって、社員

笠原氏は「代理店業務

ポートすることを目指し 選ばれ続ける代理店をサ

いる」と話す。同社で

同システムの提供を

実際に一部の代理

供に至った。

う。また、専業代理店を

続けるといった他にはな い情報を代理店に提供し 常に変化を続け、より良 報をいち早く取り込み、 通じ、商品改定や最新情

い保険会社になることに

れは、専業以外に展開で 対象としているが、いず

挑戦していく方針だ。

良を繰り返し、

、今回の提

う方向にシフトするため とに注力できる。そうい

の仕掛けでもある」とい

などを集約。その上でr り、改善点や要望、意思

刊(但土曜 日曜 祝日休刊) 定価1カ月4,115円(送料+税込み)

発 行 所

## 🕪 保険毎日新聞社

東京都千代田区岩本町1丁目4番7号 〒101-0032

話 03 (3865) 1401 (代表) 替 00140 - 6 - 70860

© 保険毎日新聞社

## レガシーからの脱却 基幹業務システム導入

RIFE オムニチャネル プラットフォーム

アジャイル導入支援

お客様のデジタル変革を 叶えるパートナー

Cisollers | 2

https://sollers.eu/ja/

ソラーズコンサルティング(株) お問合せ:contact@sollers.eu

どを指示する。

この他、同社独自の自

値、強化する取り組みな価のプロチャネルの平均

うに、「誰でもいつ ないということがない

システムが目指す役割 室長の笠原俊介氏は「同

を進めていきたい考え きるように引き続き研究

も」をコンセプトに簡単

に情報が取得できる点

現状分析の表示、更改単

## プ画面には、過去3年 課題などについての ト契約の保険料と手 顧客数といった主 社実績、平均値も表示す

がシステムを使いこなせ に苦手意識を持つ年齢層

ョンズ人財開発本部企 POビジネスソリュー 開発メンバーのSO