

スマートホームに商機見る損保

世界鳥瞰

2018年1月4日（木）

住宅保険業界で、スマートホームと保険を連動させる動きがある。保険会社自身が、センサーや防犯カメラを提供するセキュリティーサービスに参入する例もある。一方、消費者は、プライバシーが漏れる懸念から、ネット接続機器の導入に乗り気ではない。



家庭内の様々な機器がネットワークにつながり始めている（写真=AFP／アフロ）

パトリック・ミルン氏は、ロンドン北部の4部屋からなるテラスハウスに暮らしている。同氏はハイテク製品が大好きだ。家の中には、ドアセンサー、モーションセンサー、火災報知器、ガス漏れや水漏れの検知器、さらに屋内監視カメラが設置されている。もちろん、すべての機器はスマートフォンとつながっている。

ミルン氏はこれらの機器をタダで手に入れた。ネオスという英国の保険会社と住宅保険を契約したら付いてきたものだ。同社には、英国の有名な元サッカー選手ゲ

ーリー・リネカー氏が出資し、広告塔を務めている。

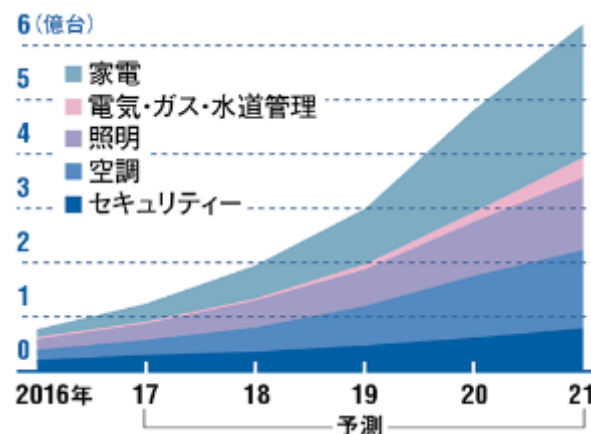
保険各社がこれらの防犯機器を無料で提供している理由は単純だ。彼らは保険金の請求が抑えられると期待している。加えて、この分野に投資することで、何百万人もの顧客がミルン氏の後が続いてくれればと願っている。

ミルン氏は機器が役立った実例を挙げる。「最初の1週間で水漏れ検知器が相応の仕事をした。ボイラーから水が漏れ、床に垂れ始めたんだ。すぐにアラームが鳴り出したから、バケツを持って行って水漏れ箇所の下に置いた。何千ポンドもの損害を出してしまうところが、ちょっとモップをかけるだけで済んだ」

インターネットに接続する住宅用“スマート”機器市場が急速に拡大している。グーグルやアマゾン・ドット・コムなど米IT（情報技術）大手も参入してきた。英情報サービス会社のIHSマークイットによれば、住宅用ネット接続機器の世界市場規模は、2017年には1億台強だったものが21年には約6億台に達する見通しだという。

スマート化する住宅

●ネットに接続された住宅機器の数



出所：Financial Times/IHSマークイット

スマートロックの普及は低調

しかし、住宅用ネット接続機器が増加すると、それに伴って問題が生じると懸念する人々もいる。例えば、住人が何を所有しているかをハッカーがのぞき見るリスクが拡大する。いつ留守にするか、場合によっては侵入する方法さえ知られてしまう恐れがある。

アマゾンは最近、スマートロックを発表した。商品を注文した顧客が留守でも、宅配人が家に入れるようにする装置だ。

ネオスはまだスマートロックを提供していない。同社の創業者であるマット・ポール氏は、市場調査によれば消費者はスマートロックの導入に熱心ではないようだ話す。「（心理的に）障害がある。顧客はハッキングを恐れている。それがスマートロックの普及率が低い理由だ」（ポール氏）

米アップルも最近、同社の「ホームキット」にあった不具合を修正しなければならなかった。スマートロックにハッカーが不正にアクセスできる危険があった。

スマートロックを備えた住宅を対象にした保険の料率を決めている保険会社はほとんどない。「機器をネットに接続すれば、ハッキングされるリスクは必ずある。こうした機器から得られるデータについて実地的な経験を持つ保険会社は非常に少ない」。欧州の保険大手アジアスで経営幹部を務めたリー・カールトン氏はこう話す。同氏は現在、英コンサルティング会社セルリアン・デジタルを経営している。

「保険会社は、タンブラーが最低限5つある（標準的な）錠をドアに付けているかどうかで保険料を決めるだろう。スマートロックを使用しているかどうかは算定基準にしない」（カールトン氏）

しかし保険会社は、顧客との関係を変えるためにスマート技術を利用したいと考えている。保険料を集めて保険金を支払うビジネスから、スマート技術を使ったサービスを提供する側になろうとしているのだ。これがうまくいけば、保険契約の年次更新に依存する構造から脱却できるだろう。

スイスの保険大手チャブの最高デジタル責任者、ショーン・リングステッド氏は、「技術を取り入れることで、保険会社と住宅所有者の関係が根本的に変わるはずだ。“修繕・交換”から“予測・予防”へと大きく変化する。保険は今や単なるリスク移転ではない。サービスが商品となるのだ」と語る。

こうした方向を見据えているのはチャブだけではない。英国では同業のRSAやアビバがスマートホーム保険に取り組んでいる。米ステートファーム、スイスのチューリッヒ、仏アクサ、独アリアンツも参入してきている。

この市場はベンチャー企業も引き寄せる。引っ越し業者として創業した英バズムーブは現在、ネオスと同様、ネット接続機器の設置を前提とする保険の提供を計画している。創業間もない英住宅保険のポリシーキャッスルは、「コクーン」というホーム・セキュリティー・システムを導入した顧客を対象に15%の保険料割引を開始した。

こうした中、古参の業界人の中には、顧客はそこまで熱心ではないだろうとの見方がある。カールトン氏は、「保険会社は顧客エンゲージメントとは何かを見誤っている」と指摘する。「保険会社は（スマートホームが進展すれば）顧客と毎週、あるいは毎日、情報がやり取りできるようになると言う。しかし、顧客がそれほど密な接触を望む理由があるだろうか」

懸念すべきはプライバシー

ネット接続されたスマートホームには、セキュリティーに関わる別の弱点もある。個人情報保護団体は、IT大手に対して不用意に情報を提供してしまう可能性がある」と警告する。

コンサルティング大手アクセンチュアのマネージングディレクター、マット・リーマン氏は「真に懸念すべきは信頼とプライバシー。顧客はデータがどのように使われるか知っておくべきだ。保険会社が顧客に対して透明性を保つことが非常に大切になる」と話す。

過去の経験を踏まえると、スマートホーム機器が付属する保険商品の販売も、迅速に進まない可能性がある。「ブラックボックス」を使用する自動車保険は何年も前から販売されているが、利用者は多くない。これは、クルマに小さな箱を取り付け、顧客の運転情報を保険会社が把握できるようにするもの。安全運転をする顧客は保険料の割引を受けられる。

最近まで機器のコストも障害になっていた。英国の平均的な自動車保険料は500ポンド（約7万6000円）以下だ。100ポンド（約1万5000円）以上していたブラックボックスを保険会社が用意するのはコスト面で見合わない。

スマートホーム向け機器についても同様の問題が起こり得る。カールトン氏は「現時点ではまだ、ビジネスに関わる議論が十分に積み重なっていない」と指摘する。

ネオスが提供する機器の価格は約700ポンド（約11万円）。英国の住宅・家財保険の平均保険料300ポンド（約4万5000円）を大きく上回る。同社のポール氏は「機器を大量購入することで割引を得ている。先行投資した分は、今後期待される保険金請求とコストの減少、顧客ロイヤルティーの向上で回収できると踏んでいる」と語る。

前出のミルン氏は、ネオスの保険をこれからも喜んで利用し続けると話す。「誰かが素晴らしい保険を考え出さない限り、これを使い続けると思う。ハイテクおもちゃは大好きだが、あまり複雑なものは好きではない。ものを壊すのは大得意だけれど、これは簡単には壊れないからね」

Oliver Ralph © Financial Times, Ltd. 2017 Dec.18

“

©The Financial Times Limited 2017. All Rights Reserved.

Users may not copy, email, redistribute, modify, edit, abstract, archive or create derivative works of this article.

Nikkei Business is solely responsible for providing this translated content and The Financial Times Limited does not accept any liability for the accuracy or quality of the translation.

”