

NTTイフ 稲葉秀司社長が就任

ICT活用し事業拡大

インターネット代理店のエヌ・ティ・ティ・イフ(NTTイフ、東京都千代田区)では4月1日、稲葉秀司新社長が就任した。「NTTグループならではのICT(インフォメーション&コミュニケーションテクノロジ)という強みを生かして業績アップを図る。保険業法改正を追い風に、すでに提供している乗合代理店向けシステムをレベルアップしてリリースしたい」と話す同氏に今後の方針や抱負を聞いた。

—就任の感想を。

稲葉 当社は、自動車 月に創業し、その後サー 保険の一括見積りもりのサ

イトとして2000年9 任して特に感じたことは 二つある。一つは、保険 関連サイトが増え、また 近年ではスマホの利用が 進むなど変化が激しいと いうこと。二つ目は、 「保険業法の改正」を機 に当社の強み をこれまで以 上に発揮でき るという点



稲葉社長

だ。NTTコミュニケーションズ、NTTレゾナントなどでの経営企画やインターネットの経験を生かして会社の発展に貢献したい。

—経営の柱は。

稲葉 NTTグループ 較・契約サイトを刷新し リニューアルオープンし た。情報の掲載方法やユ ーザビリティを見直し、サイトデザインも一新。いざというときに役立つカーライフの知識な どを分かりやすく表示し

ている。また、見たいコ ンテンツに素早くたどり 着けるよう工夫した。 —ASP事業やコー ルセンターについては。 稲葉 自動車保険など の比較サイト「保険マト リクス」と代理店業務に 必要なシステム「代理店 業務パッケージ」をイン ターネットで提供するA SP事業を行っている。 それぞれ企業のニーズに 合わせる形で提供してお り、システム利用先は約 30社になった。 また、自社コールセン ターを活用して自動車保 険更新の案内なども行っ ている。効率化のために 保険代理店部門のアウト

先代理店との代理店分担 で行うモデルだ。 —保険代理店事業に 関しては。 稲葉 利用客は順調に 増加している。当社の認 知度が高まっており、最 近では検索のキーワード に「NTTイフ」を入力 する例も多い。サイト利 用者が拡大していること に加えて、コールセンタ ーでは代理店パッケージ システムを使うことで、 顧客情報や契約の管理だ けでなく営業履歴も蓄積 でき効率的な営業につな がっている。 同システムは、来年施 行予定の改正保険業法の 「商品の比較推奨販売」

の「代理店業務パッケ ージ」だ。 —今年度の計画や予 定を。 稲葉 創業以来、イン ターネット、電話、郵送 を中心にサービスを展開 してきた。一方で、対面 コンサルティングの要望 も根強いことから、7年 前に協業代理店と連携す るマネーセミナーを開始 した。ここ2、3年のニ ーズの高まりが顕著で、 昨年度の開催回数は全国 で約300回に達した。 また昨年9月には、FP による訪問コンサルティ ングもスタートさせた。 今後は、自分の経験を生 かして、セミナーや訪問 コンサルのマ ーケティング にもICTを 活用していき たい。自動車保険から始 まったサイトリニューアルは、上平期中に海外旅 行保険、医療保険などに も広げていく。代理店向 けシステムの提供にも注 力する。 —代理店業界の展望

業法改正でシステム拡販へ

稲葉 乗合代理店とし ての適切な業務の遂行が 今年度の最大の課題であ り、当社がその解決に寄 与したい。代理店向けに 提供するシステムは、当 社が実際に代理店として 使っているという点が最 大のアピールポイント。 ASPで簡単に導入で き、顧客企業のニーズの 反映やシステムメンテナ ンスも保険募集人資格を 持った者が担当している ためスピーディーだ。今 後も、代理店を下支えす るシステムで業界に貢献 していきたい。

—商品の比較推奨販売—

コンサルのマ ーケティング にもICTを 活用してい

「客の意向把握」にも対 応する仕組みだ。お客さ まのニーズに基づいて入 力すると該当する複数商 品が表示され、提案した 商品や意向の変化を時系 列で把握できる。これを ASPサービス化したも

ソートリングを検討する会 社が増加しており、こち らの協業企業も同様に約 30社に上る。特に、企業 に勤務する従業員の団体 扱い自動車保険契約を当 社にアウトソースするケ