

NTTイフ

ASP事業が好調

Insurtechサービスを更に加速

NTTイフ(東京都千代田区)では、昨年7月に杉原弘茂社長が就任し、事業の「選択と集中」を加速させたことで、16年度は、2本柱である「損害保険比較(一括)見積もりシステム」のASPサービス(注)と「損保の契約」が伸展した。業績も前年度を上回り好調だ。今後は、同社の強みと位置付けるWebサイトのリニューアルを加速させる予定。「今年度は、損保の新規開拓と既存のお客さまのCS向上、ASPサービスの拡大、働き方改革を軸に取り組み。ICTをフルに活用したマネーライフのサポートを通じてNTTグループならではの『安心』『ゆとり』をお客さまにお届けしたい」と話す杉原社長に、具体的な方針を聞いた。

——昨年度の振り返り

杉原 保険業法の改正を追い風として、引き続き比較推奨販売や意向把握・確認や情報提供義務に準拠したシステムを導入するお客さまは増えており、ASPサービスの

売上げが前年を大きく上回った。また、損害保険、特に自動車保険の新規契約はプロモーション施策の成果が出て非常に好調だった。費用対効果を考え、事業の選択と集中を加速させており、自動車、バイク、ペット

保険に力を入れ、通販生保の新規取り扱いには停止することにした。

——ASP導入先の特徴などは。

杉原 導入いただいたお客さまの規模は大手から中小まで幅広い。昨年度は、導入後のカスタマイズの要望が多く、そこに力を入れた。具体的には、「スマートフォンへの対応」「見積りのデータ分析から成約率の向上に結び付けること」「セグメントしてメールを送信すること」などで、当社のマーケティングノウハウ的なものと併せて提供しており、非常に好評だ。

——最新の取り組み

杉原 3月31日にはコーポレートサイトをリニューアルし、4月には比較見積もりサイトの海外

旅行保険・ペット保険のサイトを改良した。ページのトップから見積もりしやすい構成にし、スマホ向けサイトでもさまざまなユーザーが利用しやすいサイトとすべく改善を繰り返している。生保については、通販生保からは撤退したが、保全の対応や対面コンサルティングは継続している。

——サイトに関する取り組みは。

杉原 コーポレートサイトは、当社のビジョンやミッションを発信したいと考えてリニューアルした。また社員の行動指針も明確に示すことにした。見積もりサイト全体は、世の中のECサイトの流れも参考にしてデザインしている。グーグルの検索の評価方法が変更になっていることから、検索で上位に表示される作り(SEO)を意識している。また、同じURLでも、スマホでは画面サイズも見易いように、状況もPCとは異なるため、縦配列での一括試算結果画面やボタンサイズ、タップした際の色や直感的な操作につながる

専用の工夫もしている。——今年度の方針を。

杉原 今年度は、「損保の新規開拓と既存のお客さまのCS向上」「ASPサービスの拡大」「働き方改革の推進」を3本柱に据えている。損保の新規開拓では、Webサイトのスマホ化対応を更に進めるとともに、UI(ユーザーインターフェイス)の改善・SEO対策に力を入れた。また、既存のお客さまの契約更改をしやすいように、マイページのリニューアルも検討している。ASPサービスに関しては保険業界版のFinTechサービス、つまりInsurtech

サービスとしてPRしていきたい。当社のサービスの導入を契機とした働き方改革を提案しているが、自社の生産性向上や業務効率化についても進めていかなければならない。会社の「スピリッツ」として「私がやります(社員全員が一人称で前向きに取り組む)」「協力します(One for All, All for Oneの精神を大切にす)」「楽しくやります(明るく、楽しく元気に取り組む)」を掲げており、これを浸透させるとともに社員一人一人が働き方の工夫をするように社員の意識改革も進めていきたい。

(注) 同社が提供する保険の一括比較見積もりシステムである「保険マトリクス」は、自動車保険などの見積もりをオンラインで即時に行って保険会社各社の比較ができるもの。代理店がASPサービスを利用することのメリットは「代理店自らによるシステムの新規開発が不要」「自社のブランドでサービスを提供できる」「システムメンテナンスもNTTイフ任せ」など。ASP(アプリケーション・サービス・プロバイダー)はアプリケーションソフトの機能をネットワーク経由で顧客にサービスとして提供する。



杉原社長

——最新の取り組み

杉原 3月31日にはコーポレートサイトをリニューアルし、4月には比較見積もりサイトの海外

旅行保険・ペット保険のサイトを改良した。ページのトップから見積もりしやすい構成にし、スマホ向けサイトでもさまざまなユーザーが利用しやすいサイトとすべく改善を繰り返している。生保については、通販生保からは撤退したが、保全の対応や対面コンサルティングは継続している。

——サイトに関する取り組みは。

杉原 コーポレートサイトは、当社のビジョンやミッションを発信したいと考えてリニューアルした。また社員の行動指針も明確に示すことにした。見積もりサイト全体は、世の中のECサイトの流れも参考にしてデザインしている。グーグルの検索の評価方法が変更になっていることから、検索で上位に表示される作り(SEO)を意識している。また、同じURLでも、スマホでは画面サイズも見易いように、状況もPCとは異なるため、縦配列での一括試算結果画面やボタンサイズ、タップした際の色や直感的な操作につながる

専用の工夫もしている。——今年度の方針を。

杉原 今年度は、「損保の新規開拓と既存のお客さまのCS向上」「ASPサービスの拡大」「働き方改革の推進」を3本柱に据えている。損保の新規開拓では、Webサイトのスマホ化対応を更に進めるとともに、UI(ユーザーインターフェイス)の改善・SEO対策に力を入れた。また、既存のお客さまの契約更改をしやすいように、マイページのリニューアルも検討している。ASPサービスに関しては保険業界版のFinTechサービス、つまりInsurtech

サービスとしてPRしていきたい。当社のサービスの導入を契機とした働き方改革を提案しているが、自社の生産性向上や業務効率化についても進めていかなければならない。会社の「スピリッツ」として「私がやります(社員全員が一人称で前向きに取り組む)」「協力します(One for All, All for Oneの精神を大切にす)」「楽しくやります(明るく、楽しく元気に取り組む)」を掲げており、これを浸透させるとともに社員一人一人が働き方の工夫をするように社員の意識改革も進めていきたい。