

# インシユアテックイノベーション

16

## シヨップ運営からエコシステム構築まで

アイリックコーポレーション

エージェントソリューション部長 畔柳 主税

連載の最後に、新型コロナで保険業界のDXも急速に進展する中で、一人一人がどう向き合ったら良いのかを考えてみた。鍵は、「挑戦」「直観」「ご縁」だ。そして、インシユアテックに挑戦する方々への応援メッセージで本連載を締めくくる。

「優秀なビジネスマンが保守的な仕事に追われている」。14年前から保険業界にいる私の正直な感想である。保険業界は学生就職ランキングでも常に上位に入り優秀な人材を採用してきた。それらの方々が日本の社会・未来の変革をリードする仕事をしているケースが少ないと感じる。海外の脅威はないが行政の規制が大きく、国内他社との競争・守りの仕事が多いように思う。だから日本の優秀な人材が日本社会の変革・発展をリードすることも少ないようだ。

2019年9月、ラスベガスで開催されたInsurtech Connectに単身で乗り込んだ。日本のInsurtechをリードするSusuke Finantialの松井社長に、海外の最新動向をつかむのに必須だと励まされたからだ。私は2年間のオンライン英語で備えたが、現地ではしどろもど

ろでプレゼン・面談をこなし。いくつかのビジネスヒントを拾えたのが精一杯だった。一方、保険会社の方の多くは現地への出向者・主催企業のアテンドもあつた。7、8人で役割分担・情報交換しながらリサーチしていた。私も現地の出向者・ラボの方などと情報交換できた。そんな中、「日本の会社はリサーチ・検討ばかりなので米国のベンチャーからは相手にされにくい」「自分も良さそうな会社

動きも加速している。業界変革への挑戦を応援する意味で重要なことを三つ挙げたい。それは、「挑戦」「直観」「ご縁」だ。一つ目は「変革」への挑戦。私の好きなキャッチコピーは、「挑戦の数だけ保険がある」。東京海上日動が数年前にCMで出したものだ。私の保険業界の仕事は出光―東京海上日動の関係でスタートした。出光の創始者を描いた「海賊と呼ばれた男」では、出光がイランに自

も大きく動く中、日本の変革が必須だ。変革には早く多く挑戦して失敗・学習して変革の目を育てることが重要。業界の若い方にはそんな挑戦を多くして業界の将来を背負ってほしい。二つ目は「直観」。多くの企業で企画の予算承認の段階から、費用対効果・コンプラ・情報セキュリティ等を各部門から求められる。弊社のAI-OCRでも曖昧な企画に多くのQ&Aが発生し顧客・当社とも多大な負担がある。

認の段階から、費用対効果・コンプラ・情報セキュリティ等を各部門から求められる。弊社のAI-OCRでも曖昧な企画に多くのQ&Aが発生し顧客・当社とも多大な負担がある。一方で「本当に挑戦・実現したいのか」「通ずる覚悟はあるのか」は、曖昧なケースもある。組織

自然の中で仕事するのめり。私の事例をいくつか紹介したい。私は健康増進(検査・ヘルスコーチ等)を実践してヘルスケア業界をリサーチしている。賃貸経営を通して銀行(融資)・不動産業界の知識・人脈も広がっている。場所も関東の自宅を越後湯沢の2拠点生活をはじめ、さらに宮古島でも企画・執筆もしている。海で心身を浄化し山で癒やされて直観・創造力をパワーアップしている。さらにワーキングスペースで想定外の見方・人脈も生まれている。連載を読まれた方とも宮古島・越後湯沢などで創造的対話ができたら面白い。

最後に変革は他所者・馬鹿者・若者が必要だとされているが、私は他所者・馬鹿者なので今後は業界の若者に期待し、保険業界が大きく発展し若い優秀な方が世界を相手に活躍することを応援し続けたい。

【畔柳主税(あぜやなぎ・ちから)氏のプロフィール】静岡県富士市生まれ・東工大卒。石油会社のIT部門・企業代理店を経て、2013年から、保険業界向けのITソリューションの企画・営業に携わる。持ち味は、企業コラボ。

戦後約75年、世界情勢DX化の波が来て各社の

## 保険業界の変革には「挑戦」「直観」「ご縁」が必要



保険業界の流通革命を担うアイリックコーポレーションの若手社員

としてしっかりとしたPJ計画は必要だ。しかし変革案件には克服すべき課題は多く発生する。それらを直観ベースで創造的に解決することがポイントになる。三つ目は「ご縁」。変革には自社リソースだけでは実現に時間がかかる。他社の人・技術・サービスとのコラボが変革のスケール・スピードをともにアップさせる。直観ベースの創造的問題解決も「ご縁」のある人材との「ふとした会話」から得られることも多い。それでは「挑戦」「直観」「ご縁」を充実するにはどうしたらよいか? 同じ業界・会社・家(テレワーク含む)内の仕事・生活では難しいのではないか。たまには既存の場所・立場から離れることをお勧めしたい。生活者・消費者の立場で他業界の商品・サービスを体験・リサーチする。都会のオフィスを離れて

味なケースもある。組織

(おわり)