

アイリックコーポレーション

共感と学びの募集人プラットフォーム
「AS platform」を独自開発

7月18日に既報のとおり、保険販売・ソリューション・システムの3軸で事業を展開するアイリックコーポレーションは6月20日から、募集人と保険会社双方の非効率なコミュニケーション課題を根本から解消する共感と学びのプラットフォーム「AS platform（エーエスプラットフォーム）」の提供を開始した。保険会社とのスムーズな情報連携を可能にし、募集活動に直結する実践的なコンテンツを提供することで、業務効率化と業務品質向上を支援する。また、同ツールを基盤に、募集人と保険会社営業担当者とのコミュニケーション、さらには保険募集人同士の情報共有を促進させることにより、共創型の新たな業務運営モデルの確立を目指す。

業務効率化・情報交換を支援

「AS platform」は、加入手続きや保全手続きといった募集業務に必要なさまざまな情報を効率的に収集・活用できるオンライン型の業務支援ツールだ。ホームページ画面には、日々の募集活動に役立つ事例やコラムの新着記事が週単位の更新で掲載され、募集人

は、周辺知識の習得によりスキルアップを図ることができる。なお、記事は「公的保障」「ライフイベント」「学習コンテンツ」「保険商品」「業界動向」などのカテゴリに分類されており、知りたい情報に素早くアクセスできる設計になっている。

保障内容検索機能では、蓄積された約6000件のデータから生保商

品の主契約・特約の保障内容を瞬時に検索可能で、支払事由や支払限度も一目で確認できる。ユーザーがコメントを残せる「オシエテ」機能

共創型の新たな業務運営モデル基盤に

能では、募集につながるリード喚起の手法や成功事例、募集現場で感じた疑問などをアンケート形式で収集し、取りまとめた結果を共有している。また、保険募集にまつわ

り、提供資料の整理・管理の負荷も軽減できる。さらに、保険会社と募集人の間のコミュニケーションの効率化に向け、保険会社の担当者やチャットで対話できる機能も近日公開予定だという。

代理店・保険会社双方の課題解決

「AS platform」は、募集現場の課題解決を目的に、綿密な市場調査を基に開発された。同社が募集人に対し日々の業務に関する課題をヒアリングした結果、「新規顧客の創出」「保険商品の情報収集」「リード喚起の手法」「加入・保全手続きに伴う業務

代理店は情報を二元的に収集したいと望んでおり、保険会社側も情報を均一的に届けることを希望している。これに対し、「AS platform」を導入することで、情報やマニュアル等を保険会社横断で一元的に収集・管理できる環境が整い、募集人は「聞く」から「調べる」への

転換を実現できる。また、保険会社側はソリシター業務の属人化を緩和できるとともに、コミュニケーションが希薄になりがちな遠方の代理店に対しても標準的な対応が可能になり、代理店・保険会社双方の課題解決につながる。

諸吉氏は、「募集人が効率的に情報収集・知識習得することで、コンサルティングの質が向上する。また、これまで情報収集に費やしていた時間をお客さまと向き合う時間に充てられるようになる。その結果、最適な提案が可能になり、最終的には契約者さまや潜在的なお客さまの利益の一助になると考えている」と話す。

顧客本位の流通改革を目指す

今後は、「AS platform」を基盤として、保険商品比較システム「AS BOX」や約款・規定検索システム「AS FINDER（エーエスファインダー）」など募集業務をサポートする「ASシリーズ」の各種ソリューションとのシームレスなサポート連携を行い、募集プロセス全体の効率化を支援する考えだ。また、募集現場の意見・要望を基に企画・開発を進め、データの整合性の確保やUX・UIの向上を図っていくという。

「AS platform」の画面



こうした声に応えるべく、同社は、募集人が必要な情報に迅速かつ効率的にアクセスでき、関係者とのコミュニケーションも促進できる同ツールを開発した。同ツールの企画立案者で、生保のソリシター経験もあるソリューション事業部長代理の諸吉純一氏は、「ソリシターは、代理店からの問い合わせに応じるため常に業務用の携帯電話を手放せない状態だ。一方で代理店側には『担当者すぐ連絡が取れない』といった不満も存在し、双方がストレスを抱える場面を数多く見てきた。こうした構造は、人口減少に伴う保険会社の人員不足や複雑化する制度対応により、さらに深刻化すると予想される。また、代

理店はさらなる自立を求められており、自ら募集に関する情報収集や体制整備に取り組みながら顧客意向に沿った保険提案を行うとなると、業務負担は一層増すものと考えられる」と話す。現在のコミュニケーションの在り方では、乗合代理店が複数の保険会社から発信される情報を網羅的に把握することは難しく、重要な情報の見極めにも課題が残る。一方、保険会社側も、営業担当者を介した情報伝達では浸透状況を把握しづらく、適切な情報提供が困難な状況にある。