



ソニー生命では、ミュンヘン再保険の自動査定ソリューションを利用した革新的な申込・告知プロセスの導入により、さらに質の高いコンサルティングサービスを提供しています。

ソニー生命の沿革・業績

ソニー生命は、1979年8月に創立し、1981年4月、「きょうから生命保険が変わる。ライフプランナーが変える。」の言葉を掲げ開業しました。「合理的な生命保険と質の高いサービスを提供することによって、顧客の経済的保障と安定を図る」という基本使命のもと、ライフプランナーのコンサルティングによる、オーダーメイドの生命保険を提供してきました。

2011年に営業開始30周年を迎え、総資産は5兆円を超えました。2012年度の新契約高¹は、前年度に比べ6.0%増加し4兆4,546億円となり、さらに同年末の保有契約高¹は、前年度末に比べ4.7%増加の37兆1,224億円と、営業開始以来継続的に伸展を続けています。

ライフプランナーバリュー4つの約束

ソニー生命では、開業とともに、ライフプランナー制度を発足しました。スタート当時は、わずか27名だったライフプランナーは、30年あまりを経て、現在4,000人を超えるコンサルタント集団となりました。コーポレートスローガンである「ライフプランナーバリュー」には、「お客さまの人生とともに歩み、夢の実現に貢献する」という思いが込められています。

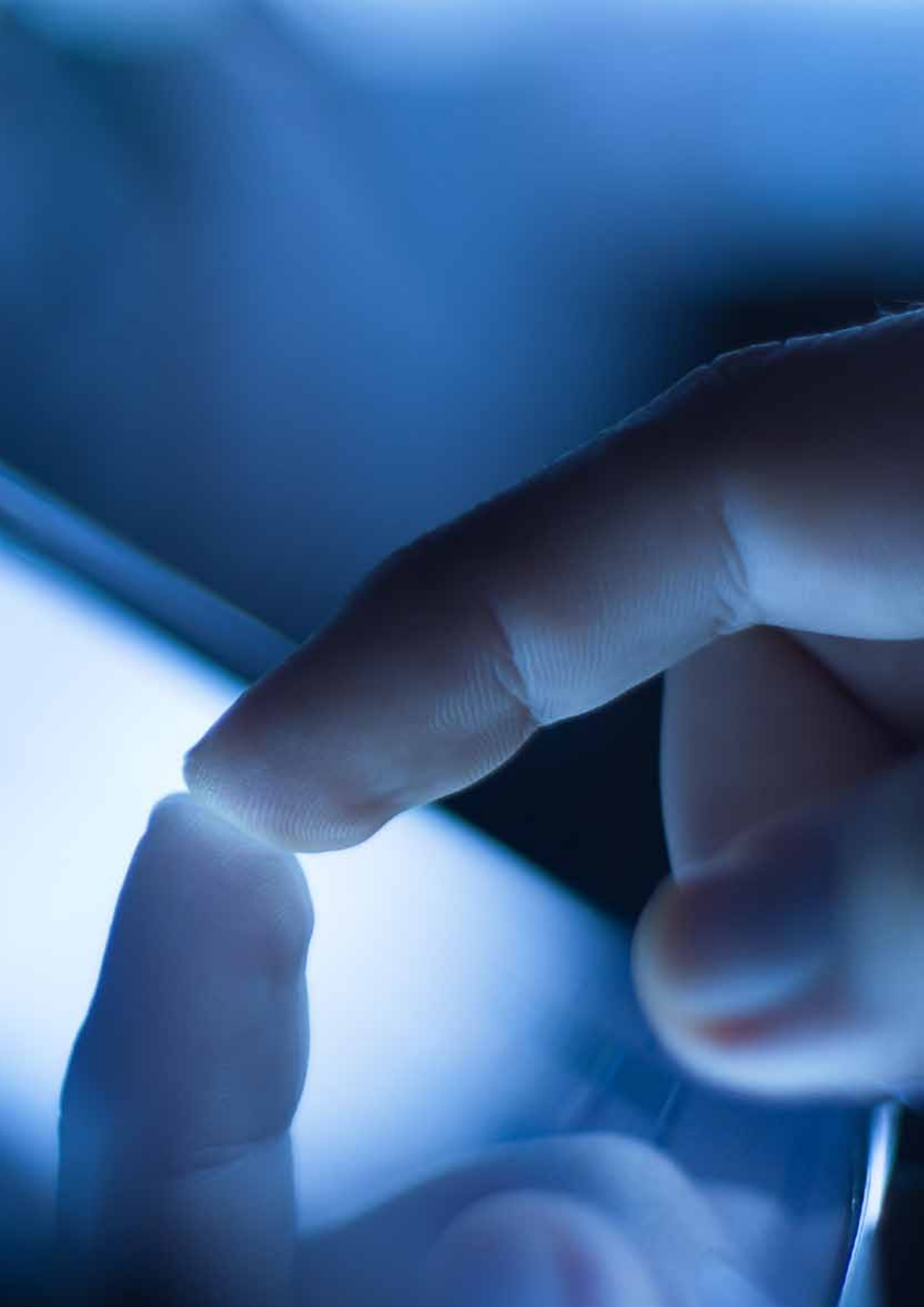
ソニー生命では、この思いを全社員が実現していくための行動指針として、「ライフプランナーバリュー 4つの約束」を策定しています。これは、全社員が具体的な行動によってお客さまとの約束を果たすために、ライフプランナーバリュー実現の道筋を『計画・共創・プロフェッショナル・社会』の4つの言葉で表したものです。社員一人ひとりがライフプランナーバリューの担い手として、全員が同じ方向を向き、それぞれの役割においてこの「行動指針」に基づき活動しています。

共創プロジェクト

ソニー生命では、アフターフォローを一層充実させるために、ご契約後のサービスを「コンサルティングフォロー」と名づけ、2009年に「共創プロジェクト」を立ち上げました。「ライフプランナーとお客さまが共に創り上げる」という意味が込められた「共創」という名のもと、質の高いサービスを幅広く効率的に提供できる基盤づくりに取り組んできました。

2012年5月にリリースした第1フェーズでは、「コンサルティングフォロー情報の提供」「定期的な保障内容の確認と点検」「病気・介護などの問題解決支援」の3つのお客さまサービスの提供を開始しました。

2012年10月にリリースした第2フェーズでは、約5,000台の新端末を導入し、営業支援システムを刷新するとともに、生命保険申込手続きのペーパーレス化を開始しました。ペーパーレス申込手続の開始により、申込手続、口座振替登録、健康診断書のペーパーレス化に加え、告知についても画面上での手続が可能になりました。これにより、リアルタイムでの処理を実現させ、情報流通コストの削減、お客さまやライフプランナーの負担軽減、さらには本社の事務処理プロセスの効率化を図っています。



最新テクノロジーを最大限に活用 して

ペーパーレスによる新たな告知プロセスでは、告知質問に対する回答を電子的に取得するだけでなく、傷病の告知がある場合には、必要な追加質問を自動的に表示し、その質問に回答するだけで告知を完結できる方式（質問回答方式）を採用しています。

この質問回答方式を実行するにあたっては、ミュージックリー オートメーションソリューションズの自動引受査定エンジン Underwriting Rules Engine（現 Allfinanz Interview Server）ⁱⁱ およびミュンヘン再保険会社がソニー生命の査定標準に準じてカスタマイズを手掛けた査定ルールが導入されました。

新たな申込・告知プロセスの開始にあたっては、最初に一つの支社を選定し、2ヶ月間の先行導入期間を経て全国展開されました。ミュージックリー オートメーションソリューションズの査定エンジンはデモモードでの使用も可能なため、ライフプランナーは新端末を使って自由に操作の練習を行うことができました。

現在では、全国で活躍する約 4,000 人のライフプランナーが、ペーパーレスによる申込・告知プロセスを最大限に活用しています。

ペーパーレス申込手続イメージ



タブレット型新端末により、申込開始から告知までを画面上で完結できる革新的なプロセスは、お客さまだけでなくライフプランナーにとっても大きな刺激となりました。

紙による申込みでは繁雑だった処理が簡素化されたことにより、スムーズな申込手続が可能となり、お客さまは非常に喜ばれています。お客さまの新鮮な反応は、この新たなプロセスをあっという間に全国のライフプランナーへ浸透させました。

全国展開からわずか2ヶ月間で、ペーパーレスプロセスにより手続きされた申込みは、利用対象となる申込の93%に達しました。これは、初年度目標を大幅に超える数字です。

従来どおり紙による申込手続きも対応している中、また、ペーパーレス申込みを強制しているわけでもない環境の中、新たなプロセスがこれほど早く浸透した背景には、単なる申込プロセスのペーパーレス化だけでなく、販売現場における傷病告知の電子的取得を実現したことも大きく影響しています。

ミュンヘン再保険が提供する自動引受査定ソリューションは、ソニー生命の新しい申込・告知プロセスに確かな付加価値を与えました。



ソニー生命保険株式会社
共創戦略部 統括部長（当時/現 執行役員）
長谷川 樹生 氏

「他の部分は我々で何とかなったかもしれませんが、しかし、査定エンジンという自分たちの専門領域ではない部分においては、プロジェクトの進め方や査定ルールの構築など、ミュンヘン再保険のノウハウがあったからこそ、予定していた期間と負荷で導入を行うことができました。専門的な知識がない中ですべてを自分たちだけで一からやっていたら、とてもやり切れませんでした。」

革新的な申込・告知プロセスがもたらす多大な効果

リリースから半年を待たずして、新たな申込・告知プロセスは目に見える効果をもたらしています。

処理日数の短縮

従来の紙による申込みの場合、お申込みをいただいてから本社で査定が行われるまでには、少なくとも数日を要していました。しかし、ペーパーレスプロセスの場合、申込手続完了後 30 分から 1 時間程度で必要な情報が本社に伝達されるため、最短で申込当日中の成立を実現しています。全体では、申込から成立までの処理日数は 50% 程度に短縮されています。

不備の削減

告知項目のマル漏れによる不備は、ペーパーレスプロセスの開始によりゼロになりました。さらに、ミュンヘン再保険がカスタマイズを手掛けた査定ルールが導き出すドリルダウン質問により、医的査定に必要な追加情報を効率的かつ効果的に取得できるようになったため、追加告知の不備もなくなりました。全体として、申込・告知不備は、70% 程度削減されています。不備の削減は、お客さまとライフプランナーの負担を減らすだけでなく、査定部門の業務効率化にとっても大きなメリットを与えています。

これまで査定者は、告知の記入漏れチェックなどの事務的な査定に多くの時間を奪われていました。しかし、新たな告知プロセスでは、それらの事務査定を機械的に完了するため、査定者は本質的な査定に集中できるようになりました。

査定結果の一貫性の確保

紙の告知書では、同じ傷病の病歴がある被保険者であっても、告知される情報は様々です。情報が少ないために引受判断が行えないケースがある一方で、不要な情報まで告知をされてしまったために、不備を出さざるを得ないケースもありました。

査定エンジンを活用した新たな告知プロセスにより、査定に必要な情報は確実に取得する一方で、過剰な告知を防ぐことが可能になり告知が適正化されました。また、膨大な案件を処理する中で起こりえる人的な査定ミスの防止という点でも、査定エンジンは非常に効果を発揮しています。

告知データの蓄積

査定エンジンにより取得された告知情報は、データとして蓄積されています。蓄積されたデータを分析することで、告知出現率、自動引受率、査定結果の内訳などについて、申込全体の傾向だけでなく、各傷病別の傾向についても把握することが可能になりました。ソニー生命では、分析結果を有効に活用し、効率的かつ効果的な査定ルールの改定に役立てています。

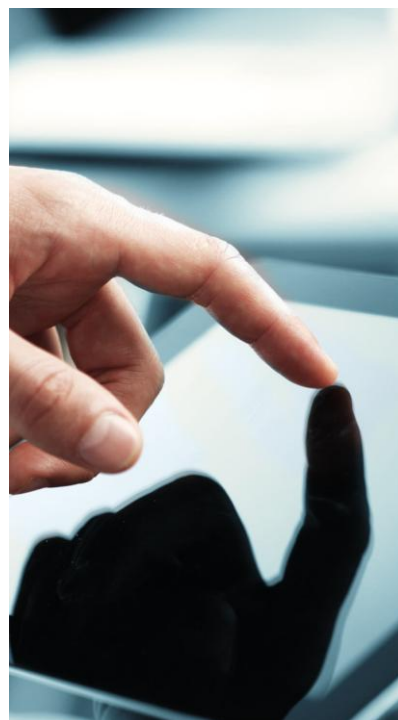
事務コストの削減

従来の紙による申込みの場合、お客さまにお渡しする書類やご記入いただく申込書・告知書は多岐に渡ります。新たな申込・告知プロセスは、紙のコストだけでなく、処理に係る情報流通コストも大幅に削減しました。

より充実したコンサルティングサービスの提供

プロセスが効率化されたことで、これまでライフプランナーが事務作業に費やしていた多くの時間を、お客さまのために使うことができる環境へと変化しました。これにより、お客さまとのコミュニケーションを深め、さらに質の高いコンサルティングサービスを提供することが可能になりました。

ソニー生命では、採用や人材育成にも力を注いでいます。営業管理職にとって、この部分の業務は非常に大きな割合を占めていますが、紙の書類をもとに管理業務を行うことに対しては限界を感じていました。これまで紙の書類を一枚ずつ確認していたような処理が効率化したと同時に、社内におけるコミュニケーションの質も変わりました。今どこで何が起きているのかを瞬時に捉えることを可能にしたこの新たな申込・告知プロセスは、マネジメントという面においても非常に有意義な仕組みであるといえます。



プロジェクト成功の鍵

利便性・拡張性に優れたソリューションの導入

「自分たちの専門領域ではない部分において、ミュンヘン再保険とやるということ、非常に決め手になったと思います。」

当時の共創戦略部統括部長であり、プロジェクトの責任者でもあった長谷川樹生氏（現 執行役員）は、査定エンジンの導入検討当時をこう振り返ります。

ソリューションの選定において、ソニー生命が最も重要視したのは、自社の査定標準を正しく査定ルールへ転化できるかどうかという点でした。限られた期間の中で、運用している査定標準を正しく反映し、かつ医務部門から納得が得られる査定ルールを構築するには、この領域で豊富な経験とノウハウを有するパートナーが不可欠でした。

ソリューションの候補には、自社開発、他の再保険会社が提供する査定エンジン、汎用的ビジネスルールエンジンに類似するシステムがありました。しかし、長谷川氏が最大のポイントとして強調する「豊富な経験と専門的なノウハウで査定ルールを作り上げる」という点において、ソニー生命が求める条件を満たすことができたのは、唯一ミュンヘン再保険でした。

ソリューションの選定に携わった共創戦略部（当時）の石橋氏は言います。

「コストが安いからという理由から、他の候補も検討しました。しかし、決められたスケジュールで優れたソリューションを導入するには、ミュンヘン再保険と一緒にやるのが最善だという決断がなされました。スタート時点からクオリティの高いものを作ることが出来たのは、この意思決定が非常に大きく影響していると思います。」

この決断をした長谷川氏は、ミュンヘン再保険の仕事ぶりをこう評価しています。

「査定ルールのカスタマイズを含め、査定システムを作り上げるという部分において、ミュンヘン再保険の対応は非常に素晴らしかったです。担当者は専門家で本当に信頼でき、計画通りの期間と負荷できちんと出来上がっていくのを見て、これはやっぱりその通りだなと感じました。」

2009年に立ち上げられた共創プロジェクトは、全体としては5,000人/月近い大規模なプロジェクトでありながら、期間・コスト・品質の3つすべての面において、当初の基本構想通りに進み完了しました。これは、過去を見ても極めて稀なことです。

長谷川氏は、査定エンジンの部分をミュンヘン再保険と一緒に進めていなければ、全体の期間はもっと長かかっていたに違いないと振り返っています。

査定標準から査定ルールへ

ミュンヘン再保険は、約220の傷病をカバーする日本市場向けの査定ルールを保有しています。海外市場の経験より、生命保険の申込において告知される傷病の多くが、これらの査定ルールでほぼ網羅できることが分かっています。これを裏付けるように、ミュンヘン再保険の査定ルールをもとにカスタマイズを行ったソニー生命版査定ルールは、何らかの告知がある申込の約97%をカバーしていることがすでに実証されています。

リリース後、数ヶ月間に渡るモニタリングの結果、査定者が実際に目で見て査定を行った結果と査定エンジンが導き出した結果は、見事に一致していました。今では、査定エンジンの結果は査定者にとって非常に有効な情報として認識されています。

査定ルールの追加や修正が容易にできる点も、ミュンヘン再保険のソリューションが評価されている点の1つです。実際に査定ルールのアップデートを行っている石橋氏は、

「一旦、初版のルールセットを構築してしまえば、その後の追加や修正を非常に簡単に行うことができるので、ミューニックリーオートメーションソリューションズの査定ルール構築ツールは、非常に優位性が高いツールだと感じています。」と話しています。

査定ルールの設定に所謂プログラミングが必要となる一般的なビジネスルールエンジンでは、査定ルールの追加・変更のために、作業コストを追加で確保しなければならず、実施にあたってはIT部門の介在が不可欠となります。また、導入後の使いやすさという点は、査定ルールを管理する部門に与える業務負荷の面からも無視することはできません。

ソニー生命では、ミューニックリーオートメーションソリューションズ独自の査定ルール構築ツールを活用することで、これらの懸念を抱えることなく、IT部門の介在は最小限に留めながら、定期的な査定ルールのアップデートを実施しています。



新たなステージに向かって

開業 30 周年記念事業の一環でもある「共創プロジェクト」では、30 年先はどうありたいかという思いのもと、次の 30 年に向けた基盤作りというのが 1 つの命題でした。

長谷川氏は、次のように述べています。

「生命保険は、20 年 30 年と非常に長いお付き合いになります。何世代にもわたるお付き合いとなれば、お客さま情報は引き継がれていかななくてはなりません。また、高齢化が進んでいく中で、変化に対応する商品やリスクをカバーしていくためには、加入時に実施したコンサルティングを何十年先も続け、常にお客さまにフィットした状態を作っていく必要があります。新契約をいただくだけでなく、契約後のフォローを行うことで、お客さまとの関係をより密接にしていきたいという思いで、このプロジェクトに取り組んできました。」

2012 年 5 月の第 1 フェーズ、そして 2012 年 10 月の第 2 フェーズを成功に収めた今、ソニー生命はさらに次のステージを目指して取り組みを開始しています。

現在、ライフプランナーチャネルを中心に活用されている新たな申込・告知プロセスは、今後、代理店チャネルでの利用拡大にも大きな期待が寄せられています。また、告知書扱い・通知書扱い（健診扱い）・人間ドック扱いだけでなく、医師扱いにおける活用の可能性についても検討が始められています。

最終的には、複雑なケースを除いた大半のケースが査定エンジンにより自動で査定され、複雑なケースや高額な保険は、従来通り査定者による引受判断がなされることになるでしょう。

ソニー生命では、すべての申込を自動査定で完結させることを目指しているわけではありません。告知漏れを防ぎ、医的査定に必要な情報を効率良く取得するために、査定エンジンは非常に有効なソリューションです。一方、診断書や医師の診査で得られた所見もまた、リスクを適正に判断するための重要な情報です。この部分をすべて機械任せにはできないのが医務査定の本質であり、査定者は本来こういった部分に注力すべきだと考えています。

新たな告知プロセスの導入により事務的な査定が不要になった今、査定者はさらにスキルを高め、この本質である体況査定を極めることに力を注いでいます。

『最新テクノロジーと人の理想的調和』

ソニー生命は、人とシステムそれぞれが持つ特性を生かしながら、この 2 つのバランスを保つことが大切だと考えています。

「ライフプランナーとお客さまが共に創り上げる」という意味が込められた「共創」という名のもと、次の 30 年、この新たな申込・告知プロセスは進化を遂げ、さらに質の高いコンサルティングサービスをお客さまへ提供することに大きく貢献することでしょう。

ミュンヘン再保険とミュニックスリーオートメーションソリューションズは、次の 30 年もソニー生命にとって、そしてすべてのお客さまにとってベストパートナーであり続けるために、今後も自動引受査定ソリューションの分野において市場をリードしてまいります。

ⁱ 新契約高、保有契約高は、個人保険と個人年金保険の合計です。

ⁱⁱ 本製品は、2011 年 12 月以降、Underwriting Rules Engine から Allfinanz Interview Server (AIS) へ名称が変更されました。

お問い合わせ先

パトリック サラン

日本における代表者、CEO
ミュンヘン再保険会社日本支店（生命再保険）

Tel.: 03 5251 6869

Fax : 03 5251 6840

psallin@munichre.com

岡崎 真也 FALU

マネージャー
アンダーライティング部
ミュンヘン再保険会社日本支店（生命再保険）

Tel.: 03 5251 6863

Fax : 03 5251 6840

sokazaki@munichre.com

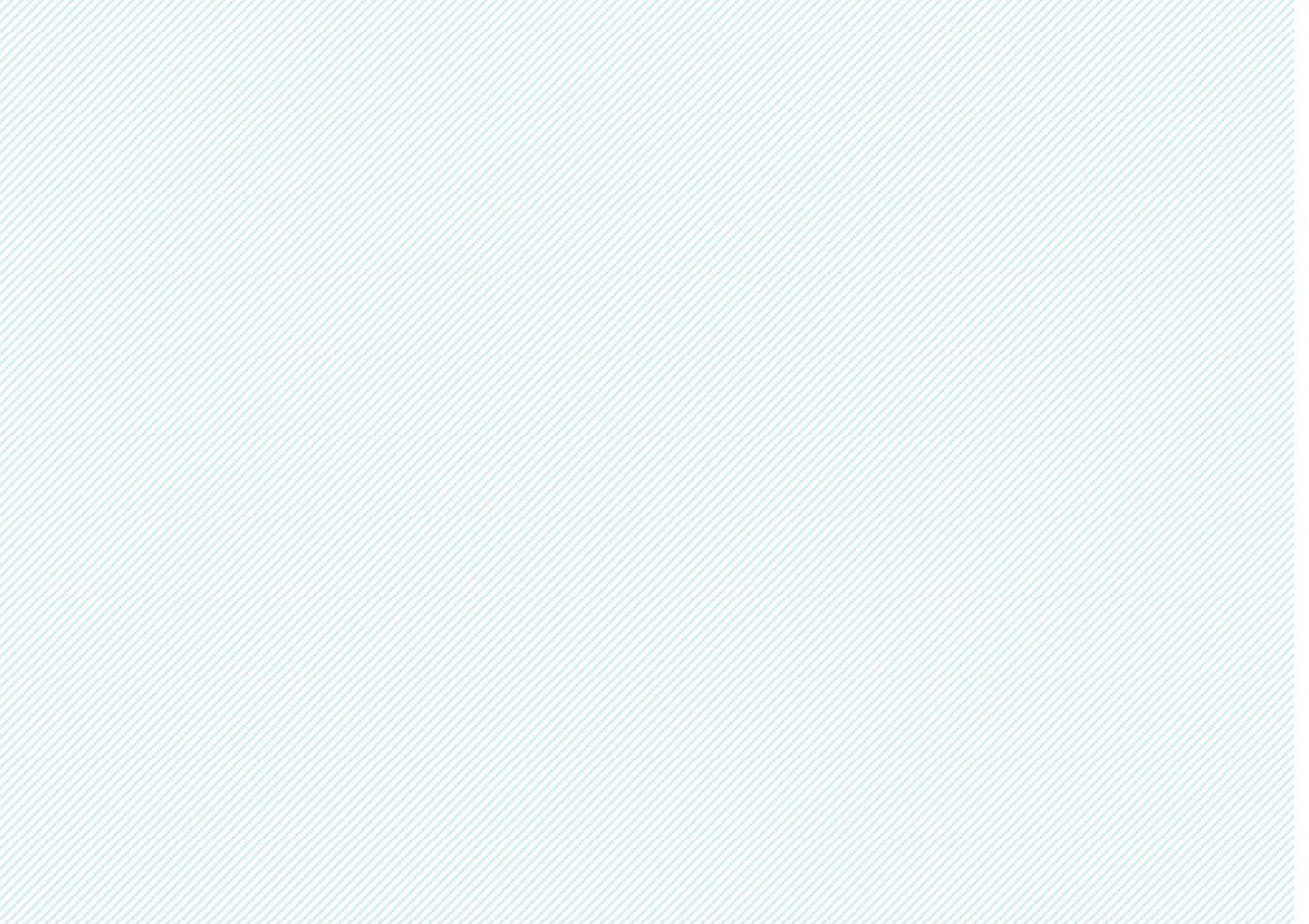
林 洋一

ディレクター、セールス&マーケティング
ミュニツクリーオートメーションソリューションズ株式会社

Tel.: 03 4550 1552

Fax: 03 3501 7731

YHayashi@munichre.com



© 2013

Munich Re Japan Life Branch

Sanno Park Tower 13F

2-11-1 Nagatacho, Chiyoda-ku, Tokyo 100-6113

Tel (03) 5251-6861

Fax (03) 5251-6840

<http://www.munichre.co.jp>