

日本人壽保險市場2021最新情況： 人壽保險公司透過「DX戰略」力求獲取什麼？

創造超越保險範圍的新價值

透過上綫感受最先進的數字服務和考量中的服務，成為回顧，重新審查，共有數字的契機。

日本在2021年將10月10日～11日定為「數字化日」，Aflac推動「數位轉型（DX）戰略」，在此期間公司對內對外采取了各項措施。

為實現社會整體，即每個人都能使用簡便的數字化，在「數字化日」接觸數字化、找到使用方法以及獲取樂趣的方法，配合新設置的數字化部門，於2021年新設定了該記念日。

Aflac作為DX認定企業配合「數字化日」，在10月4日～11日的8天內，公司內部舉辦了「數字化服務體驗活動」。還在9月15日至10月6日，實施了以促進理解DX為目的的電子化員工教育。其背景也覆蓋DX戰略因素。

Aflac將於2024年迎接創業50周年慶典、旨在「躍居創造存活的龍頭企業」、大力推進中期經營策略「Aflac VISION 2024」。為實現該目標積極活用數字技術，公司作為一個整體采用DX戰略。

Aflac在癌症保險市場擁有絕對優勢，癌症保險的現有保單件數已超過1500萬件。

那麼，讓我們來看看DX戰略的要點。

< 金融科技/保險科技 >

與金融科技企業攜手合作，透過活用開放式創新、AI的數字化創新、實現提供客戶服務和業務的效率化。

< 客戶體驗的進化 >

在客戶接觸點方面活用數字技術，提供整套的體驗價值、能夠快速減輕客戶的煩惱。

< 活用數據 >

透過活用AI的數據分析、合理運用預測模式，在最合適的時機為客戶提供商品和服務。

< 系統開發過程的自動化 >

將開發過程人工作業自動化、力求加快系統開發速度並提高系統質量、提供快速且高效率的高質量服務。

為推動企業整體的DX戰略而設立專門機構，與此同時為推動DX戰略在公司內部醞釀企業文化，並著力於推動DX的人才培養。

在KPI（重要業績評估指標）中，使用客戶滿意程度和數字化接觸點數，觀測DX完成情況。

對傾注於DX戰略的構思闡述如下。

“『爲了生存的保險』作爲中心業務的龍頭、透過數字科技提供有價值的商品和服務。在新的商業領域，活用數字科技，與保險服務和保險以外的服務相結合，創造超越保險範圍的新價值。”

導入3D頭像聊天機器人

Aflac截至目前爲止關於「保險科技」采取了以下措施。

2019年5月：導入「搭載AI的公司內部有益資訊的搜索系統」。

2020年3月：導入3D頭像聊天機器人。

2020年3月：導入「支援營業AI」。

「搭載AI的公司內部有益資訊的搜索系統」，能夠全面搜索公司內部的多項資訊和技能，提高了公司內部的業務工作的正確性，加快了速度。

「3D頭像聊天機器人」，接到投保人的諮詢，運用漫畫方式的操作進行對話和回答，提供雙向性的交流體驗。

「營業支援AI」透過學習解析大數據而獲取的最佳方法，可以爲業務員提供最合適的「提議要點」。

參照客戶行動方式的多樣化，透過多種方式的接觸點，提高顧客的體驗價值。

例如，爲了在客戶接觸點方面提供有一貫性的體驗價值，製作人機交互界面(UI/User Interface)和用戶體驗(UE/User Experience)的指南，活用消費者旅程，努力“發現客戶的真正要求和苦惱，並迅速找到改善措施”。

而且，Aflac獲得亞洲保險大獎2021，這是既2020年連續2年獲獎。

該獎是表彰進行前衛的技術革新，帶給保險業衝擊的商品、服務並展開活動的亞洲保險公司。2016年由查爾頓傳媒集團開始舉辦。該集團將據點設置在新加坡。

貫徹事業運營的效率和標準

明治安田人壽認識到活用數字科技是不可缺少的，爲了持續發展，以下述4個方針爲

標準，集結全力貫徹事業運營的效率和高標準。

- ① 提高「人才」的職能：確保“人才”能進行高附加價值的業務並專心於新業務的銷售和服務的環境。
- ② 追求UI/UX：對應快速的需求變化，持續改進並完善非面對面平臺的前衛商品和服務。
- ③ 強化與公司外部的合作：與地方區域的自治團體，企業，研究機關，醫療機關互相合作，透過活用外部資源（技術、服務、數據等），提高「人才」的職能，並推進對CX・UI/UX的追求。
- ④ 絕對的效率和高標準化：建立健全的業務運營體制和業務流程，得以控制成本和提高生產能力。

在追求UI/UX時，靈活的新商品系統開發和縮短商品開發周期成爲重要條件。力爭為“患者旅程”提供預防、尚未得病、住院、術後、復建等大範圍的商品和服務。

提高事業運營的效率和職能是成本競爭的關鍵，主要因素如下。

- 3減少（去除文件、蓋章、傳真）。
- 進一步推進判斷業務的機械化。
- 明確數據的活使用的目的和分析主題。
- 培養數據科學家。

進一步活用數據於商品服務、銷售及服務活動，力爭操作業務的高速度的同時，確保「傳統的遺留系統和新技術的良好平衡，活用有效的系統，並從中長期的角度推進體制整頓」。DX戰略的推進體制、於2021年4月新設「DX・健康護理推進擔當執行董事」，與此同時設置「數字戰略部」和「DX戰略推進特別項目小組」。

DX戰略的KPI（關鍵業績指標），刊登顧客滿意程度、投保人數、非面對面的訪問次數、數據科學家培訓講座的聽課人數等。

啓動集團整體的IT人材培訓項目

在銷售支援、保險事務服務，資產運營等各種領域，面臨推進活用數據的經營課題，確保具備高技能的IT人才變得越來越重要。日本人壽開始了大規模的IT人才的培訓項目。其意圖如下。

目前，日本生命集團的IT人才約有3000名。分別是日本人壽約有400名，NIT（Nissay Information Technology）約有2000名（其中為日本生命的開發人員約有900名），大樹生命

約有500名，Nippon Wealth Life約有70名、Hanasaku Life約有30名。

指出了目前為止的問題點如下。

- ① 擔負個別的培訓課題。
- ② 研修體制的整頓存在差異。

NIT在2020年度建立「NISSAY IT學院」，為集團提供IT技術研修以及開發的實際業務研修等80個課程。

這次的項目，是由日本人壽和日本人壽情報科技（NIT）共同合作，推進集團整體的培訓體制的建立。並進一步擴充「NISSAY IT學院」的培訓內容。

- ① 約100項研修內容。
- ② AI、雲端的新技術培訓。
- ③ 包含編程在內3個月的初期培訓。
- ④ 基於實際業務實際業績的技能認定制度。
- ⑤ 召開集團人才培訓擔當的「IT人才培訓委員會」。

擴充內容的同時，著手於研修設施的配備。日本人壽現有設施基礎上，再配備最多可以容納150名學員的培訓場地（約600平方米）。預計2022年3月可以完工。

配備網絡設施，讓聽課學員在現場和線上都可參加，預計初期費用約是1億5000萬日元。

期待這個研修基礎設施、能成為集團整體的IT人材培訓的象徵物、提高集團存在，與品牌推廣相連接。

今後，對年輕員工的初期教育，編程和數據分析等基礎內容將成為必修課程。課長助理和年輕課長級別將於2021年度實施技能開發協助的「DX推進培訓」。

對於有必要活用數據的部門，將其視為培訓對象、實施專業技能培訓（Brain Pad公司的數據科學講座）。

NIT為了進一步強化，和大學的產學合作，計劃參與東京大學數理和數據科學財團。預定每年選派約20名年輕員工參加其成年人講座。

以Job型雇用應屆畢業生時，與「保險數理人」「資產運用」并列，於2019年新設了「IT戰略」課程、力爭強化對理科以及大學院畢業專業人才的培訓。準備2022年度招聘時，新設「IT專管招聘小組」。



我們瀏覽了人壽保險公司的DX戰略，認知DX戰略不會只停留在RPA（機器人過程自動

化)、電子化等業務運營的改善和提高效率的數字化階段。

從中長期角度來看，對應社會和顧客的需求，改革「現有的商業模式」的同時，將目標瞄準與人壽保險事業有較強親和力的健康護理，開發推進「新領域的商業模式」。

因此承擔該職能的是具備高技能的IT人才。雖然幾年前就一直在強調其重要性，但人壽保險公司近年開始將其視為最重要的經營課題。

他們成為「人壽保險事業的DX專家」、為加快社會數字化提供了新的價值，也影響到社會課題的解決。毫無疑問這也是人壽保險公司發展的一項動力。

作者簡介

鈴木健市，保險新聞工作者。任職於大型保險專業報社 35 年。2000 年以後，採訪範圍廣，涉及網絡保險，保險代理店，人壽保險大公司打入海外市場，經營戰略，保險審議會，保險科技等。主持「保險市場研究會」。多次擔任 OLIS 研修會的講師，在台北，首爾，北京，曼谷，雅加達等地演講。