

保険見直し本舗 オンラインストア開発

保険各社の商品比較や契約申込可能に

保険見直し本舗は、次世代金融インフラの提供を通じて組込型金融を実現するFinatextの開発協力によって、保険の新規加入および保険の見直しを検討している顧客向けに、保険各社の商品比較や保険契約の申し込みが可能になるサービス「保険見直し本舗オンラインストア」を開発し2024年5月30日からサービスを開始している。保険見直し本舗カスターマーアトラクション事業本部マーケティング部長の川崎孝臣氏、開発支援をしたFinatext代表取締役CEOの木下あかね氏、同じくプロジェクトマネージャーの財津俊英氏に開発の背景や今後の展開などについて聞いた。

「保険見直し本舗 オンラインストア」について。また、保険商品に関する資料請求や商品の比較・検討が可能になる。また、保険商品に関する資料請求や商品の比較・検討が可能になる。また、保険商品に関する資料請求や商品の比較・検討が可能になる。

川崎 医療保険やがん保険、定期保険、終身保険の4種類について保険料シミュレーションと比較が可能であり、性別や年齢を入力するだけでお客さまに適した保険や保険ランキングが表示される。お客さまにより最適なサービスを提供できる。さらに、オンラインストア上で、保険商品に対する疑問や選び方などをテーマにした、専門家が執筆するコラムを掲載することで、保険商品選びの総合的な情報発信プラットフォームとして保険関連情報を積極的に発信できる。

――特長は。

川崎 当社の店舗の多くは、一般のお客さまの生活導線上にあり、当社では、店舗の利用者や店舗での契約者の動向、購入傾向などのデータを収集・分析している。当社が提供するランキングは、そうしたデータをより分かりやすくしたものだ。また、オンラインストアを提供できる。さらに、オンラインストア上で、保険商品に対する疑問や選び方などをテーマにした、専門家が執筆するコラムを掲載することで、保険商品選びの総合的な情報発信プラットフォームとして保険関連情報を積極的に発信できる。



川崎氏



左から財津氏と木下氏

Finatextが開発支援

トア自体も顧客目線を重視して、UIデザインをシンプルにしており、保険のことがよく分からないうという顧客層が店舗に

ヨップを全国展開しているところ、来店前にお客さまに保険商品のことを理解してもらいたいという当社の思いや、お客さま

――Finatextの開発支援の内容は。木下 保険見直し本舗から、オンラインのチャネルを設置したいという

相談を受けて、サービス内容やサービスの企画部分などに関する支援からさせていただいた。具体的には、サイトに訪問してほしいお客さま層やターゲット層、比較サイトの差別化方法などの顧客体験設計のところから一

緒に取り組みを進め、開発に加えて当社で運用も支援している。保険に詳しくないお客さまが、ネットの情報だけで比較検討

――開発支援で特に力を入れた点は。財津 サービスを開始してから、柔軟かつすぐに変更ができるようにすることに注力した。当社では、保険会社からの要望やサイトアクセスの

木下 店頭で相談できるチャネルをもっているのは大きな強みだと思う。その店舗事業を通じて得た多くの取引データ

来やすくなるような親しみが持てるデザインになっている点も特長になる。――開発背景について 川崎 当社は、来店シ

まからもっと詳しく保険のことを知りたいというニーズがあったため、そうしたニーズに対応するために開発を進めた。

相談を受けて、サービス内容やサービスの企画部分などに関する支援からさせていただいた。具体的には、サイトに訪問してほしいお客さま層やターゲット層、比較サイトの差別化方法などの顧客体験設計のところから一

緒に取り組みを進め、開発に加えて当社で運用も支援している。保険に詳しくないお客さまが、ネットの情報だけで比較検討

――両者が思うお互いの強みは。川崎 今回、さまざまなかようなディスカッションを通じて、金融業界のさまざまな知見や知識を生かして金融業界特有の難しい問題などを分かりやすくできることが強みだと感じた。今回のサービスもFinatextが開発支援してくれたからこそ、良いサービスが提供できたと思う。

木下 店頭で相談できるチャネルをもっているのは大きな強みだと思う。その店舗事業を通じて得た多くの取引データ

討し自分で判断してから申し込みをすることは難易度が高い。保険見直し本舗のように全ての保険がオンライン完結できるような仕組みも店舗を持つことでハイブリッドの動線ができたことは大きな強みだと思う。今回の開発では、当社が目指しているビジネスに近いサービスを提供できたので、お互いの価値観にあったサービスを構築できた。

――両者が思うお互いの強みは。川崎 今回、さまざまなかようなディスカッションを通じて、金融業界のさまざまな知見や知識を生かして金融業界特有の難しい問題などを分かりやすくできることが強みだと感じた。今回のサービスもFinatextが開発支援してくれたからこそ、良いサービスが提供できたと思う。

木下 店頭で相談できるチャネルをもっているのは大きな強みだと思う。その店舗事業を通じて得た多くの取引データ

を取り扱っているのは、ビジネスとして魅力に感じる。当社はこれまで、オンライン完結の保険商品の販売サイトの構築等にも取り組んできており、一定顧客層は一定商品をオンラインで自身で申込完結できるが、やはり人に相談したいというニーズが強いことも実感している。保険見直し本舗は、すでに店舗展開しているが、これからは、オンラインで集客した後、ナーチャリングして、最終的には店頭で契約につなげるというビジネスモデルを進めていると思うのでそのあたりを引き続き支援したい。――両者の今後の展開について。川崎 オンラインストアに載せたい商品はまだまだあるので、それを少しずつ拡大していきたい。また、開発・提供して終わりではなく、お客さまの反応を見ながら微調整が必要になるので、これからもFinatextに並走してもらいながら二人三脚で取り組みを進めていきたい。

木下 当社もこれからだと思っている。保険業界も保険代理店もこれからさまざまな取り組みが進むと思うが、そうした中で先駆けてさまざまな挑戦をしていく保険見直し本舗を引き続き支援させてもらいたい。