

保険会社のチャネル変革を促す ドイツのインシュアテック

ドイツのインシュアテックへの関心が高まっている。イノベーションには保守的な姿勢であったドイツの保険業界が、代理店やブローカーなどのチャネル連携を円滑にするインシュアテックを活用し、チャネルフォーメーションの変革に本格着手する兆しがみられる。

ドイツにおけるインシュアテックの成長

ドイツのインシュアテック¹⁾の成長が著しい。2019～2022年のドイツのインシュアテックへの累積投資額は約18億6,000万ユーロで、イギリスやフランスを上回る²⁾。ドイツのインシュアテックの中でもベルリンを拠点とするWefoxは欧州最大の存在で、その企業価値は45億ドルにのぼる³⁾。なお、欧州で最もインシュアテックが多いのはイギリスだが、ドイツはその約半数の120社程度で、これはドイツの規制当局がインシュアテックに対して厳しい規制⁴⁾をかけていることが一因となっている。

ドイツ保険業界が直面する課題

ドイツの保険チャネルは収入料ベースで4割以上が保険会社の専属代理店⁵⁾、3割程度がブローカーで、その比率は過去5年間でほぼ変化していない。また、ドイツの消費者は利用する保険会社や代理店を乗り換えることが少ないといわれる。このため保険会社がイノベーションを創出しようとする機運が生まれにくい状況にあったといえよう。

しかしながら近年、保険業界を取り巻く環境変化により、保険会社が積極的にインシュアテックとの協働に力を入れ始めている。

その背景としてまず、既存チャネルの維持に限界が見えてきたことが挙げられる。欧州では2016年に保険販売業務指令（IDD：Insurance Distribution Directive）が導入され、保険販売の仲介業者は報酬や投資性商品にかかる詳細な説明が求められるほか、年間15時間の研修等一定の教育義務が課された。こうした

業務負荷の増加もあって、代理店数が減少傾向にあるほか、高齢化が進み後継者の育成も課題となっている。

次に、ITコストの増加がある。ドイツは代理店システムを保険会社が自前で構築することが多く、ドイツ保険業界のITコストは年間45億ユーロに上る。加えてサイバーリスクの増大により、ITシステムの維持負担も増大している。

こうした状況のもと保険会社は、自社の対面チャネルの見直しとダイレクトチャネルの強化のために異業種との提携を進めており、インシュアテックとの協働も、その一環として位置付けている。実際、複数の保険会社が共同出資によりインシュアテック拠点を設立する動きもみられる。

B2B型のインシュアテックが増加

2010年代に登場したインシュアテックは顧客と直接接点を持つB2C型が多く、保険会社を脅かす存在でもあった。しかしながら近年は、大手保険会社のビジネスモデルに寄り添い、チャネル連携や保険会社の内部プロセス改善を支援するB2B型のインシュアテックが増加している。実際、ドイツのインシュアテックの約7割はチャネル効率化をバリューチェーンとしている。既存チャネルのシステム維持の非効率性を課題意識とする保険業界の実態を反映しており、日本の保険業界に通じる課題でもある。

仲介プラットフォームとしてのWefox

2014年に設立されたWefoxは、①代理店、ブローカー、保険会社と消費者をつなぐB2B型の仲介プラットフォームと、②B2C型のデジタル保険事業を展開して

NOTE

- 1) インシュアテックは、保険 (Insurance) とテクノロジー (Technology) を掛け合わせた造語で、AIやIoTなどのテクノロジーを駆使し、企業の業務効率化や収益性の向上を実現し、サービスの利便性を高める概念を指す。本稿では、インシュアテックを提供するプレイヤーのうち、ベンチャー企業を便宜的にインシュアテックと表現する。
- 2) INSURLAB GERMANY "10 Years of InsurTech in Germany" (2023年1月24日)
- 3) CNBC "JPMorgan and Barclays back \$4.5 billion insurance tech giant Wefox" (2023年5月17日)
- 4) ドイツの監督当局Bafinは、インシュアテックに対して保険会社と同レベルの規制のもとで監督を行うことを明示している。
- 5) 自動車保険では46%、P & C保険では43%、生命保険では38.5%が専属代理店経由で販売されている (2021年)。(出所) GDV "Digitalisation and new distribution models" (2023年3月9日)
- 6) Techcrunch "Wefox secures new funding at \$4.5 billion valuation as it aims for profitability" (May 17, 2023)
- 7) wefox Insurance AG "2022 Annual Report"
- 8) デジタルトラストラベルは、スイスデジタルイニシアティブによって開発されたデジタルサービスまたはアプリの信頼性を認証する試みである。認証プロセスは、ISO 22301、ISO、GDPRなどの規格に基づく。(出所) WEF 2022: Swiss Digital Initiative takes the Digital Trust Label to the international level (2022年5月23日)
- 9) Thinkurance等が挙げられる。

図表 Wefoxの主な事業カバレッジ

カテゴリ	B2B			B2C	
	①仲介プラットフォーム	②エンベッドプラットフォーム (Koble Platform)	③データ分析	④ダイレクト保険 (One Insurance)	⑤リスクソリューション (Wefox Prevent)
対象顧客	専属代理店 一般代理店 ブローカー 価格比較サイト 保険会社	保険会社 ブローカー +非金融業者	大手保険会社 大手ブローカー	消費者	消費者
提供サービス	顧客管理システム 顧客向けスマホアプリ・ライブチャット ビデオ相談ツール 管理ポータル 請求処理	API 経由での商品提供 (保険商品をデジタル化、各商品を提携先と接続)	AIによるリード作成 ①年齢、性別、住所 ②チャーンレート、LTV ③リスクプロファイル、商品情報等からリード作成	オンライン完結保険 (自動車、住宅、ヘルスケアなど)	携帯電話やスマートホームのデータを活用。道路状況の悪さからドライバーに天候状況等の危険を警告
備考	専業代理店やブローカーを含む3,000社以上が利用	非金融業者を対象としたエンベッドソリューションを提供予定	20名ほどのデータサイエンティストが担当コスト効率観点から事業縮小傾向	2017年 One Insurance買収3分で購入・契約可能グループ収益の3割程度	2022年ローンチ プライシングに取得データを利用しないことを明示
今後の方向性	→	→	→	→	→

(出所) ヒアリング情報を基に野村総合研究所作成

いる。近時は①のB2B型の仲介プラットフォームが主力事業になりつつある⁶⁾。2022年のグループ収入は約6億ユーロ⁷⁾だが、プラットフォームを介した保険料収入の総額は約20億ユーロに上る。

同社の強みはITやシステム設計にあり、社員約1,100名のうち7割がエンジニアという。またIT部門をバルセロナに集約し、標準化した機能を幅広く提供することで、サービスコストを抑えている。

仲介プラットフォームは、顧客管理システムや顧客接点となるスマホでのライブチャット、ビデオ相談システムなどの基本的なモジュール機能を提供し、専業代理店やブローカーを含む3,000社に利用されている。AIや機械学習を活用してリアルタイムで顧客の購入ニーズの予測情報を提供し、営業担当者の時間効率を高めている。これにより保険会社の営業担当者を事務作業から解放し、顧客とのコンタクトを一日あたり2回から10回に増加させることが可能という。

消費者にとっても、自動車、医療、賠償責任等の保険の見積もり情報をアプリ、電話、Web等から選択して入手でき、簡易な保険はオンラインで購入できる。

また、Wefoxは保険会社と異業種とのチャンネル連携を円滑にするため、APIの開発にも取り組んでいる。加えて

データ保護と情報の透明性を訴求するため、インシュアテック企業として初めてスイスデジタルイニシアティブからデジタルトラストラベルのサービス認証を取得している⁸⁾。先行者メリットを狙う当社の戦略が透けて見える。

先行する一方で、インシュアテックらしく撤退にも逡巡しない。例えばデータ分析事業は縮小する。これは、顧客の性別や居住エリアなどの属性に応じて、商品、チャンネル、担当者を結びつけるアルゴリズム開発だが、コスト効率が劣ると判断したとのことである。

ドイツではWefox以外にもリテール領域のみならず、法人向け保険のチャンネル変革を促すプレイヤーも出現し始めている。あらたな動きにも注目したい⁹⁾。



Writer's Profile

小野 亜樹 Aki Ono

金融デジタルビジネスリサーチ部
エキスパートコンサルタント
専門はリテール金融
focus@nri.co.jp