



データカルチャー
保険会社の成長と
レジリエンスのために
不可欠なこと



データカルチャー

データを使用して情報に基づき意思決定を行う、企業の取り組み。

60%

の北米の生命保険会社は、データインサイトが売上と収益の向上につながったと回答²

今こそ絶好のチャンス： 会社全体でデータの使い方を変革して業界の 課題に対処し、戦略的な優位性を獲得しましょう

保険業界が直面している課題は、世界的なパンデミックを契機に増大しています。パンデミックは経済を揺るがせたうえ、保険会社との関わり方に対する顧客の期待の変化にも拍車をかけ、デジタルファーストで効率的な、パーソナライズされた関係が求められるようになりました。

Deloitte 社の Center for Financial Services が実施した世界の見通しに関する調査では¹、保険会社の経営幹部の 48% が、パンデミックによって「自社が経済界に吹き荒れる嵐を乗り切る準備ができていなかったことが判明した」ことに同意しています。一方、「運用および財務のレジリエンスを維持するための明確なビジョンとアクションプラン」を持っていたことに同意したのは、25% のみでした。

保険会社にとってこれまで以上に重要になっているのは、問題を解決し、イノベーションを起こし、競争力を維持するために、簡単にデータを見て理解できることです。リーダーは現状を打破し、会社全体に浸透するデータカルチャーを構築する必要があります。

データを活用しセルフサービス分析ツールを導入すると、インサイトを得るまでの時間を短縮し、競争力とレジリエンスを高め、顧客対応をパーソナライズすることができます。しかし、それだけではありません。成長のための極めて重要なチャンスも生み出されます。

このレポートでは、確固としたデータカルチャーの構築によって、質の高い意思決定、カスタマーエクスペリエンスの改善、運営の合理化、コストの削減、利益率の向上につながる実用的なインサイトを、従業員が生データからどうやって引き出せるようになるかを探ります。

¹ Deloitte 社「金融サービス企業の世界的な見通し調査」、2020 年

² Willis Towers Watson 社「生命保険会社の予測分析に関する調査」、2019 年

80%

の消費者が、企業が提供するエクスペリエンスはその製品と同様に重要であると回答⁴

「保険会社は、4つの主要領域を連携させて強化することを検討する必要があります。その領域とは、戦略とガバナンス、データと分析、テクノロジー、カルチャーと人材です。これらの領域は相互につながり、相互に依存しています。つまり、変革のプロセスの成功は、4つの各領域全体で継続的に前進できるかどうかにかかっているとと言えます」

Deloitte 社「大きな価値をもたらす保険引受人の出現」(英語)

カスタマーエクスペリエンスの強化にデータを活用

Deloitte 社の 2021 年保険業界の見通しレポートによると³、保険業界のリーダーにとって最も優先度の高い項目の 1 つは、革新的なカスタマーエクスペリエンスです。事実、新型コロナウイルス感染症のパンデミックによって加速された急速なデジタル化は、顧客の習慣や期待を根本的に変えました。このような変化に直面して、レジリエンスを発揮し、イノベーションができれば、長期的な市場シェアに大きな悪影響を及ぼす可能性があります。

「保険会社にとって重要なことは、パンデミックの影響だけでなく、テクノロジー、経済、消費者選好に関する長期的なシフトにどのように対応するかということです。さらに、保険契約、営業戦略、運営、カスタマーエクスペリエンスで継続的にイノベーションを生み出せば、2021 年以降の最大の差別化要因を得られるかもしれません」
- Deloitte 社「保険業界の見通し」、2021 年

強力なデータカルチャーと柔軟でスケーラブルな分析プラットフォームを持つ企業は、ビジネスインテリジェンス (BI)、人工知能 (AI)、機械学習の領域の重要な機能を活用してインサイトを収集できます。これらの強力なツールにより、情報に基づく意思決定に必要なデータとインサイトが企業のあらゆるレベルで得られるようになります。そして、意思決定を支援するためにデータをインテリジェントに活用するというカルチャーへの移行と組み合わせれば、カスタマーエクスペリエンスを完全に変革し、顧客の維持と収益の両方を改善することができます。

³ Deloitte 社「保険業界の見通し」、2021 年

⁴ Salesforce「コネクテッドカスタマーの最新事情」調査、2020 年

合理化された顧客対応

フロントオフィスの従業員は、Tableau などのデータ分析ソリューションとの統合によって強化された Salesforce のような強力な CRM プラットフォームを使用すると、よりシームレスなサービスを顧客に迅速に提供できます。信頼できる単一のソースにより、各顧客に対して商品やサービスをカスタマイズすることができ、詳細なリスク分析を行ったり、マーケティングから保険金請求までのプロセスを自動化することさえできます。これによって、より迅速でパーソナライズされたタッチポイントが実現し、顧客は注目され重視されていると感じられるようになるため、ロイヤルティと信頼を高めることができます。また、より掘り下げたインサイトが生成されるため、価格、リスク選択、資本管理を改善することで収益を増進することができます。

モノのインターネット (IoT)

IoT は、保険業界にとってますます重要なテクノロジーとなっています。健康を監視するウェアラブルからテレマティクスまで、IoT は保険会社がリスクを軽減し、顧客が保険料を削減するのに役立ちます。さまざまなプログラムによって生成される膨大な量のデータを活用するには、適応可能なエンタープライズ対応のデータ分析プラットフォームと、データカルチャーへの強い取り組みが必要です。

データドリブンな意思決定を行うというカルチャーがなければ、IoT プログラムは、期待に応えることができない表面的な商品やサービスを提供してしまうリスクがあります。IoT プログラムの主要なステークホルダーには、収益性と成長の達成に必要な、情報に基づいた調整を行うために、力強いデータカルチャーが必要

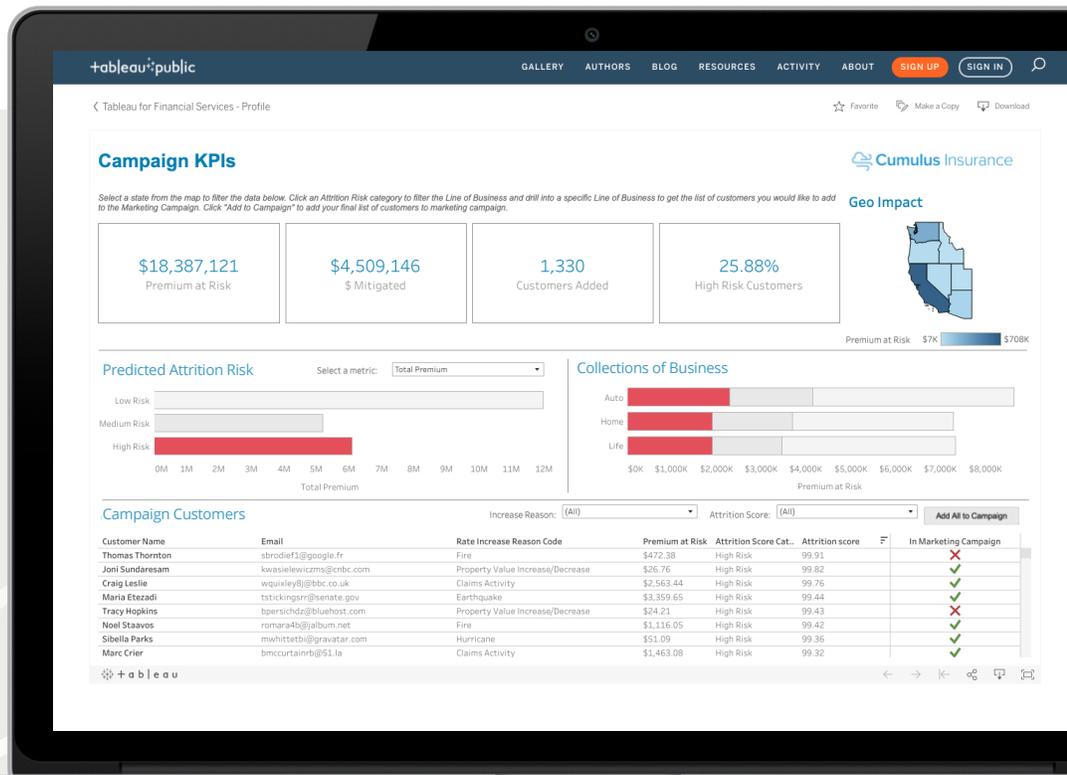
です。保険会社は IoT を正しく活用することで、リスク監視からリスク予防へとシフトすることができます。

事前対応のエンゲージメント

データやそれを活用するプラットフォームの重要性を認識しているマーケティングと営業のチームはいずれも、**事後対応のカスタマーエンゲージメントから事前対応のカスタマーエンゲージメントへと移行することで収益性を強化**できます。たとえば、Salesforce の Einstein Discovery などの AI ツールは、離れていくリスクが高い顧客を特定したり、ロイヤルティの獲得と顧客維持の改善にターゲットを絞ったキャンペーンを作成したりするのに役立ちます。また、クロスセルやアップセルの強力な候補となる顧客を特定し、それに応じてリードを優先順位付けすることもできます。

ダッシュボード例

最新の顧客離れのリスク、種目、地域別の危険保険料など、顧客パフォーマンスのライブデータの全体的な概要をマネージャーに示す、Tableau ダッシュボードの例です。



分析と BI のツールは データカルチャーと どのように関係しているか

データカルチャーとは、データを基にしたインサイトを日々の意思決定に取り入れるためのものです。分析と BI の信頼できるプラットフォームは、必要なデータを見つけやすくかつ活用しやすくする、信頼できる唯一の情報源を生み出します。またデータカルチャーに至る見通しのきかない道を整備して、道筋を示す役割を持っています。

運営効率の改善

運営を通じて、保険会社の従業員や保険契約者は真のデータカルチャーを体験します。データドリブンな意思決定に対する現在の障壁を取り除くことで、全社のビジネスプロセスの効率とアジリティが改善されます。そのような改善により、ますます高まっていく複雑さと業界での競争の中で成功を収めるために必要なレジリエンスが構築されます。たとえば、Deloitte 社の 2021 年保険業界の見通しレポートでは、保険引受業務が、新たなリスクに適応し、運営コストを削減するための重要な機会であると特定しています。

「保険会社の多くは、引受業務の変革プロジェクトの初期段階にいます... その最終的な目標は、AI、代替のデータソース、より高度な予測モデルを有効活用して保険引受人の能力を強化し、やがてはその役割をさらに高いレベルの多面的なものへと移行させることです」⁵

保険の引受、保険金請求プロセス、商品管理、保険数理分析、財務など、保険会社の運営には、高いスキルが要求される仕事や時間のかかる業務があり、そこには確実にビジネスを効率化できる機会があります。それは、単にテクノロジーを導入することだけではありません。プラットフォーム、プロセスと同時に、情報に基づいた意思決定へとつながるデータファーストのマインドセットを持つ従業員を育てるデータカルチャーも必要です。具体的な例を見てみましょう。

⁵ Deloitte 社「保険業界の見通し」、2021 年



自動化と 信頼できる唯一の情報源

保険会社の多くの従業員は、あちこちらのデータソースの参照にかなりの時間を費やししながら、タスクを完了しています。手作業での介入や次善策が必要な断片的なプロセスを使って作業しているのです。一元管理されたデータストレージと、Tableau などの分析プラットフォームがあれば、運営チームは情報に基づく意思決定を行うために必要なデータを簡単に見つけ、整理し、分析できます。これまでは手作業で行われていた業務のステップが自動化できるようになり、作業時間を削減して、ビジネス拡大の機会や最適化への努力により多くの時間を費やすことが可能になります。

たとえば、適切なビジネスデータをスムーズに利用できるようにすると、ラインアップのどの商品で最も利益が出ているのかについてインサイトが得られます。市場で拡大、縮小するべき商品がわかれば、戦略的に大きな優位性になる可能性があります。

信頼できる唯一の情報源が持つもうひとつのメリットは柔軟性です。保険会社がデータウェアハウスをモダナイズするに当たって必要なのは、旧来のオンプレミスデータ、複数ある記録のシステム、モダナイズされたクラウドベースのデータウェアハウスのいずれにも適応し、取り入れることのできるプラットフォームです。

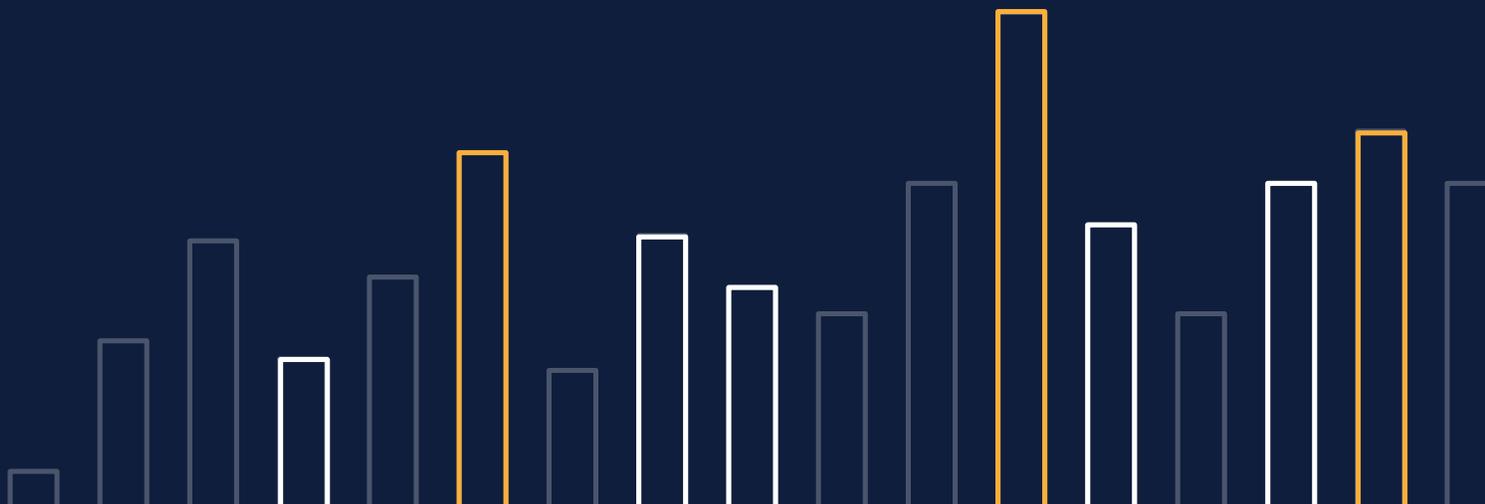


サイロ化されたデータの 一元化

これまで、多くのデータシステムは保険会社のさまざまなグループによるアクセスができませんでした。サイロ化されていることが当たり前だったのです。たとえば、保険引受人、保険数理士、アナリストがそれぞれ、伝えるべきストーリーや測定するパラメーターが異なる別々のデータソースを使って作業している場合があります。

また、商品管理についても、複数の商品を所有するアカウントとして顧客を捉えるのではなく、往々にして個別の保険契約として捉えられていました。顧客の保険契約を、契約ごとではなくポートフォリオ全体として見ることであれば、マーケターはよりパーソナライズされたメッセージを提示することができ、アナリストはより豊富な情報に基づいてリスクの測定とスコアリングを行うことができます。

それらのコンテキストでデータがサイロ化されていると、不要な摩擦やノイズが発生して非効率的になり、インサイトをタイムリーに取得することが難しくなります。Tableau や MuleSoft などのツールを使用してデータソース間の接続性を改善することは、そのような非効率性をなくすための効果的なソリューションとなります。API の管理および統合プラットフォームである MuleSoft を使用すれば、保険会社はレガシーシステムと最新システム全体を接続して、さまざまな種類のツールやプロセスを合理化できます。





戦略的インサイトの支援

ビジネス上の戦略的な意思決定を行おうとしている経営幹部には、それらの意思決定の基盤となるリアルタイムのデータが必要です。しかし、そのようなデータはレガシーシステムや、財務、マーケティング、購入顧客のデータなど、さまざまな場所から収集されます。サイロ化されたデータを使用してビジネス上の戦略的な意思決定を行おうとすれば、大変な作業となり、時間もかかります。レポートの生成に3か月かかるとしても特に珍しいことではありません。

一元化されたほぼリアルタイムのデータにアクセスし、結果を簡単に視覚化できるツールがあれば、経営幹部は自社でのデータカルチャーの模範を示し、主導していくことができます。また、Einstein DiscoveryなどのAIおよびML機能によって傾向を特定、予測することで、戦略的な意思決定を日々すばやく行うことが可能になります。

簡単な例を挙げましょう。プロダクトマネージャーが地域別の業績を分析しており、ある州で目標が達成されていないことに気づいたとします。さらに粒度の高いレベルでデータを分析できれば、マネージャーはその問題を一層詳細に調べられます。詳しく調べると、その地域の業績が低いのはただ、特定の2つの郡でおそらくは価格設定が競争上の問題があるためだとわかりました。このように問題に対して的確なインサイトが得られると、たいていはより効率的な解決策につながります。

ダッシュボード例

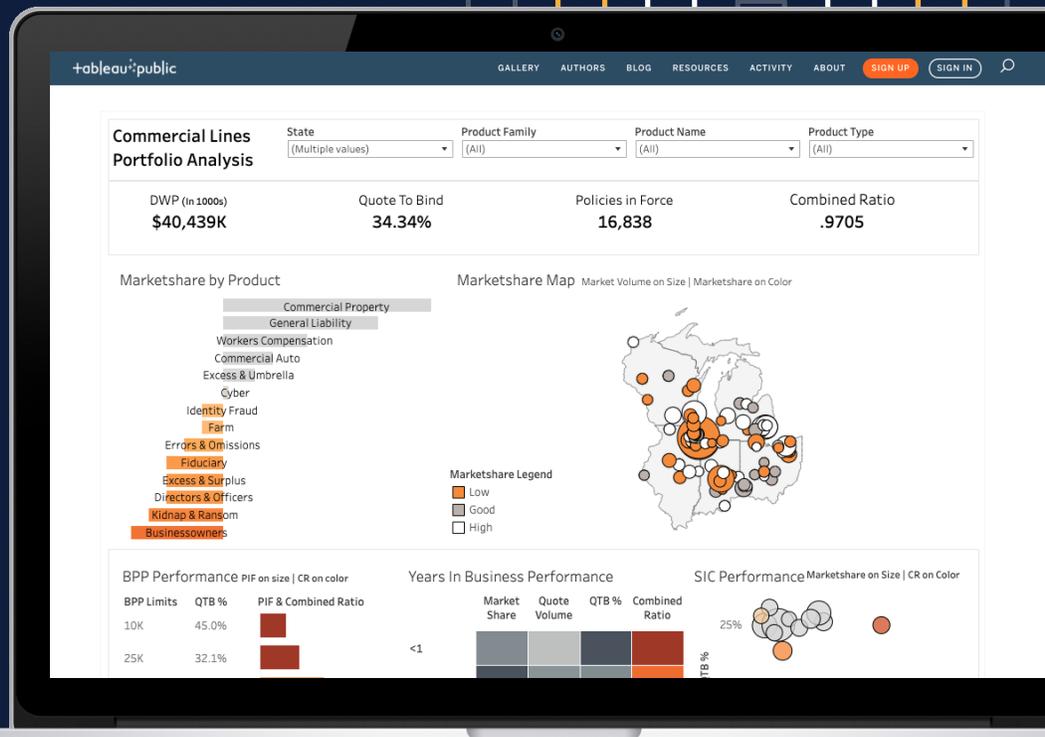
地域別の市場シェア、元受保険料、保有契約数など、商品実績のライブデータの全体的な概要をマネージャーに示す、Tableau ダッシュボードの例です。



不正行為に対する予防的なアプローチ

保険業界での詐欺や不正の状況は常に変化し続けています。これを防ぐ最良の方法の1つは、警告となる兆候をできるだけ早く特定することです。そのための強力なツールとなるのがデータ分析です。

不正検出チームには、保険請求や保険契約の情報に関する何百万ものレコードを集約する効果的で効率的な方法が必要です。それがあれば、データ内の傾向や危険信号を見つける方法を開発することができます。これは業務の範囲に収まるまた新たなシナリオであり、データドリブンな企業文化に適切なツールを組み合わせることにより、複雑な問題に対する予防的かつ効果的なソリューションが導入できるようになります。



適切なプラットフォームと適切なチーム

企業でデータカルチャーの導入を具体的に進展させるために、どのような実践的な手段があるのでしょうか。その最初のステップは、組織全体の人々がデータを見て理解し、データドリブンな意思決定でビジネスを進められるようになるデータ分析ソリューションを見つけることです。Tableau は業界をリードするデータ分析と BI のプラットフォームで、人々が実用的なインサイトを見つけて共有できるようにデータの探索と管理を支援します。また、Tableau は Salesforce Customer 360 プラットフォームとネイティブで統合されており、これまで以上に、保険顧客の 360 度ビューによる豊富な情報にアクセスしやすくなっています。

適切なテクノロジーソリューションを採用したら、次のステップは適切なチームを見つけることです。Deloitte Digital Analytics は、実績のある Tableau エキスパートです。データカルチャーを概念から日々の現実へと変えられるように、保険会社を支援してきた豊富な経験を持っています。Deloitte Digital は、主なステークホルダーと緊密に連携してニーズを理解し、ソリューションを設計し、それらのソリューションを大規模に展開することで、ROI の向上と価値創出までの時間の短縮を支援します。

データドリブンな成功の例



背景

大手生命保険会社である Lincoln Financial 社は、変化する消費者の需要、激動する市場環境、競争圧力にさらされながらも、イノベーションとテクノロジーを活用して成功を収めることに注力しています。データの面から考えて、同社のリーダーはデータドリブンな組織になることの価値に気づき、会社組織全体でのデータへのアクセスを向上させるためのポイントを特定しました。データがサイロ化し、信頼できる情報源も複数あるという問題に直面しており、基本的なインサイトを得るために、暫定的に手作業で処理を行う必要がありました。

ソリューション

Lincoln Financial 社は Deloitte 社と手を組み、LifelIQ データプラットフォームを構築しました。Tableau と AWS を活用したこのプラットフォームは、全事業部門でのデータの利用しやすさと可視性を助けるクラウドベースの一元的なソリューションで、データドリブンなインサイトによる機敏な戦略的意思決定、手作業によるプロセスの排除を実現しました。LifelIQ は、Lincoln Financial 社のデータ活用の可能性を大きく広げ、社内での確固としたデータカルチャーをサポートしています。

成果

LifelIQ プラットフォームにより、膨大な数の Tableau ダッシュボードが作成され、管理の行き届いたスケーラブルな形で分析への数多くの取り組みが支えられたうえ、予定日より前にメリットに関する目標も達成できました。顕著な成果として挙げられるのは、月例レポート作成プロセスにかかる時間の 75% 短縮、定性的な新規ビジネス分析用の抽出 500 件以上の動的な自動生成、業務プロセスの自動化と標準化、透明性の改善などです。

データカルチャーに 向けて次の一歩を 踏み出す

保険業界にとって、今は「避難して嵐をやり過ごす」べきときではありません。課題に対処するための変革を行わない組織はリスクに直面しています。それは、優れたカスタマーエクスペリエンスや効率的な業務プロセスを持ち、不正行為の把握と防止に秀でている競合他社に、顧客を奪われるというリスクです。

Tableau のようなデータ分析と BI のソリューションに、Salesforce のような業界をリードする CRM プラットフォーム、そして Deloitte Digital のような信頼されるコンサルティングと導入のエキスパートを組み合わせましょう。それにより急速に変化し続ける業界で、データカルチャーへの取り組みを、適応力の高いレジリエンスと確実な成長のきっかけにつなげることができます。

Tableau、Deloitte Digital、Salesforce、MuleSoft の各チームは、お客様固有のビジネスニーズに合わせた統合ソリューションを見出すことに力を注いでいます。情報を活用しながら、データを用いて保険会社のカスタマーエクスペリエンスと運営効率を改善することに熱意を持って取り組んでいます。



Fortune 500 に含まれる金融サービス企業の 90% 以上がビジネスインテリジェンスプラットフォームとして採用している Tableau は、データ主導でビジネスを進めていくことに注力している組織にとって実証済みのソリューションです。Tableau は、包括的な統合分析プラットフォームを提供し、チームの協同作業を可能にするばかりでなく、機械学習、統計、自然言語、スマートなデータ準備を使用してデータから掘り下げたインサイトを取得することを可能にします。Tableau を選択した保険会社は、トレーニングや認定試験、Tableau Blueprint、熱意溢れる Tableau コミュニティからのインスピレーションやサポートなどの支援リソースを活用できるため、自信を持ってその導入を成功させ、データドリブンなカルチャーを築いていくことができます。

Deloitte. Digital

Deloitte Digital は、創造性、テクノロジー、戦略、パートナーシップの力を使用して、機械的な取引を信頼できる関係へと変えられるようにクライアントを支援しています。自らを未来を作り出すイノベーター、デザイナー、アーキテクトとして位置付けており、「人」を中心に置いたソリューションを構築しています。Salesforce とともに、クライアントが従業員やサプライヤー、顧客との関わり方を再構築できるように支援します。

戦略とビジョン



開発と検証



導入



結果の分析と反復

詳細情報

 Tableau 保険業界
分析ソリューション

 Deloitte 保険業界

 Salesforce 保険業界

 MuleSoft 保険業界

デモのご予約に関する お問い合わせ先

Meghan Cooney

Tableau 分析 & AI 部門担当
リージョナルバイスプレジデント兼
営業リーダー

mcooney@salesforce.com

M. Sean Augustine DR. 博士

Tableau パートナーアカウント
ディレクター

saugustine@salesforce.com

Gaurav Vohra

Deloitte Consulting LLP
マネージングディレクター

gvohra@deloitte.com

John Matley

Deloitte Consulting LLP
プリンシパル

jmatley@deloitte.com

Tom King

Salesforce 保険担当ディレクター、
業界アドバイザー

Evan Groot

Salesforce 保険担当ディレクター、
業界アドバイザー



Salesforce は世界 No.1 の CRM プラットフォームです。マーケティング、営業、サービス、コマース、HR など、企業と顧客のインタラクションすべてを統合します。Salesforce ファミリーの Tableau は、Customer 360 プラットフォーム全体の製品とシームレスに接続するように設計されています。そのため、Tableau を使用して、どのクラウドにある Salesforce データでも他のビジネスデータとブレンドし、顧客の包括的なビューを得ることができます。業務のすべての中心に顧客を据え、顧客が期待するシームレスなエクスペリエンスを実現できます。



MuleSoft プラットフォームは組織のビジネス促進とアジャイル化を支援します。統合プラットフォームにアプリケーション、データ、デバイスをシームレスに接続することで、保険会社のデジタル変革の目標をサポートします。MuleSoft を活用することで、開発者や IT スタッフは、規模に応じてアプリケーションネットワーク内で安全にデータを活用し、API 主導の採用を促進し、より優れたアジリティでミッションクリティカルなプロジェクトに取り組むことができます。MuleSoft はプロジェクトの完了を促進し、自動化された、コンプライアンス準拠のすぐ使えるセキュリティ標準を実現することができるため、世界中の保険会社から信頼されています。99% のアップタイムとどこからでも導入できる柔軟性を誇る MuleSoft は、ビジネスのレジリエンスの基盤を提供します。

All rights reserved. Deloitte とは、イギリスの非公開有限責任保証会社である Deloitte Touche Tohmatsu Limited (「DTTL」)、そのメンバーファームネットワーク、および関係法人の 1 つまたは複数数を指します。DTTL およびそのそれぞれのメンバーファームは、法的に別個の独立した法人です。DTTL (「Deloitte Global」とも称されます) は顧客にサービスを提供していません。米国の場合、Deloitte とは、DTTL の米国内のメンバーファーム、米国内で「Deloitte」の名称を用いて運営している関係法人、およびそのそれぞれの関連会社の 1 つまたは複数数を指します。公会計の規則および規制に従い、一部のサービスは顧客の証明のために利用できない場合があります。メンバーファームのグローバルネットワークについて詳しくは、www.deloitte.com/about をご覧ください。