

## 組み込み型保険の潮流 (1)

電子商取引サイト(EC)やスマホアプリに金融機能を組み込む「エンベデッドファイナンス」と呼ばれる新たな金融サービスが広がっている。消費者が商品やサービスをネットで購入する際に保険の加入までスムーズにできるようにしたのが「エンベデッドインシュアランス(組み込み型保険)」だ。

典型的なのが、旅行予約サイトに組み込んだキャンセル保険だ。航空券やホテルの予約手続きを進めていくと、キャンセル料を補償する保険が提案され、数回クリックするだけで申し込みが完了する。企業と保険会社がデータ連携することで、保険加入に必要な氏名や住所の再入力を不要としている。キャンセル料の不安がなくなり予約を後押しするため企業にも恩恵がある。

ポイントは、企業の商品やサービスに「シームレスに組み込む」ことと「一貫した顧客体験」として提供することだ。企業のサイトにバナーを埋め込んで保険会社のサイトに遷移させる手法では消費者に新たな手間を負わせることになり、簡単に購入できるネットの利便性に慣れた消費者が満足できる顧客体験にはならない。

国内では大手損保が取り組みを強化している。損保ジャパンは大手ECサイトで自転車購入者向けに自転車保険を販売、東京海上日動火災保険は投資用不動産販売サイトでマンション購入者向けに火災保険の販売を始めた。

エンベデッドインシュアランスというと、旅行など特定商品に関

連する「販売時追加提案型」の保険を思い浮かぶだろうが、最近はもう少し幅広く解釈されている。

例えば、フードデリバリーのプラットフォーム上で配達員向けに傷害保険などが提供されている。配達員が仕事を請け負う際に使うアプリを起動すると、配達中のケガなどを補償する保険に自動で加入する仕組みで、一部の国ではオプションで自転車の破損や盗難を補償する保険にも加入できる。いわば「付加価値提供型」だ。

事業者が保険を一括契約してユーザーに無料で提供する「サービス内包型」もある。保険料はユーザー料金に含まれているが、ユーザーからは見えないので「インビジブル保険」とも呼ばれている。

中国やアジアでは、決済サービス「アリペイ(支付宝)」や東南アジアの配車最大手「Grab」など圧倒的なシェアを持つスーパーアプリが元々備えているかのような自然な形で保険を提供している。

多くの人が日常的に使うアプリは、保険会社にとって膨大な見込み客にアプローチできる理想的な組み込み先だ。ユーザーにとっても、使い慣れたアプリで簡単に保険に加入できるため、ストレスが少なく決済もスムーズという利点がある。

# 商品とシームレスに保険提供



うちだ・まほ  
損保ジャパンの商品開発部門を経て、2016年より現職。デジタル新技術が企業や社会に与える影響、未来予測の調査研究に従事。インシュアテック(保険テック)を中心にデジタル関連の講演・寄稿多数。

エンベデッドインシュアランスの種類

保険のタイプ	保険提案のタイミング	保険提供方法
販売時追加提案型	商品購入時	親和性の高い保険を提案 (例)旅行予約サイトで宿泊キャンセル保険を販売
付加価値提供型	サービス利用時	サービスの無料特典または有料オプションとして明示的に提供
サービス内包型(インビジブル保険)	自動付帯	企業が一括契約し、ユーザー料金に含めて提供 (例)自転車ライドシェアサービスに自転車保険を無料付帯
スーパーアプリ経済圏型	常時	スーパーアプリの中で多種多様な保険を提供 (例)アリペイ、ウィーチャット、Grabなど