

保険見直し本舗

保険金請求サポートサービス開始

終活アプリと連携し未請求を解消

保険金は万一の時に契約者とその家族を経済的に支えることに価値があるものの、契約者の死亡後に遺族が保険の存在を知らなかったり、手続きの煩雑さから請求に至らない「未請求」が少なからず発生しているのが保険業界の構造的課題となっている。保険見直し本舗は、そうした課題の解消に向けて、1月19日からデジタル技術を活用したエンディングプラットフォーム「SouSo」を運営する(株)そととと業務提携して、「保険金請求サポートサービス」の提供を開始した。同社は、サービスの提供を通じて、生前に遺した保険金の請求漏れを防ぐことで、保険代理店の役割を「売る」から「寄り添う」へと進化させ、より質の高いサービスを提供していく考えを示している。

保険金請求サポートサービスは、マイナンバーカードを活用した新しいデジタル終活サービスで、エンディングノート等の終活に必要なさまざまな機能をワンストップで提供するプラットフォームとなっている。

また、「SouSo」は、マイナンバーカードを活用した新しいデジタル終活サービスで、エンディングノート等の終活に必要なさまざまな機能をワンストップで提供するプラットフォームとなっている。

また、「SouSo」は、マイナンバーカードを活用した新しいデジタル終活サービスで、エンディングノート等の終活に必要なさまざまな機能をワンストップで提供するプラットフォームとなっている。



遠山社長

家族失った直後の顧客に寄り添う存在へ

関係ではなく、万一の際に、顧客が保険金を受け取れるところまでを支えることが軸となっていて、家族を失った直後の顧客

外部サービスとの連携により、マイナンバーカードを活用して電子署名の有効性を基に、逝去の可能性のデジタル判定を行い、保険見直し本舗の顧客である場合、その情報が同社に連携される。その上で、同社が保険請求に必要な書類や手続きの流れを整理し、遺族にとって分かりやすい形で案内する。同サービスでは、請求そのものを代理で行うことはできないものの、「何を、どこで、どの順番で行えばよいか」を示すことで、顧客の心理的・実務的な負担を大きく軽減することにつながる。

外部サービスとの連携により、マイナンバーカードを活用して電子署名の有効性を基に、逝去の可能性のデジタル判定を行い、保険見直し本舗の顧客である場合、その情報が同社に連携される。その上で、同社が保険請求に必要な書類や手続きの流れを整理し、遺族にとって分かりやすい形で案内する。同サービスでは、請求そのものを代理で行うことはできないものの、「何を、どこで、どの順番で行えばよいか」を示すことで、顧客の心理的・実務的な負担を大きく軽減することにつながる。

に寄り添う存在になることに意味があると強調し、「請求の代行はできなくても、お客さまの心理的、肉体的な労力を減らす」という明確な経営思想があると強調する。

特に、重視するのが、ホスピタリティの再構築だとし、販売力やデジタル施策が注目されがちな中で、「人としてどう顧客と向き合つか」という基本姿勢を組織全体に根付かせることの重要性を述べている。

遠山社長は、「この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。

らすることはできる。支払いの確実性だけでなく、負担を減らすことがホスピタリティにつながる」との考えを示している。

また、遠山社長は、同サービスが新たな契約獲得に直接結びつくものではないため、経営判断としては容易ではなかったと振り返る。それでも導入に踏み切った背景には、明確な経営思想がある。保険見直し本舗グループは、提案力、ホスピタリティ、デジタルトランスフォーメーションの三要素を掛け合わせることで「選ばれる代理店」を目指すという明確な経営思想があると強調する。

特に、重視するのが、ホスピタリティの再構築だとし、販売力やデジタル施策が注目されがちな中で、「人としてどう顧客と向き合つか」という基本姿勢を組織全体に根付かせることの重要性を述べている。

遠山社長は、この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。

遠山社長は、「この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。

遠山社長は、「この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。

遠山社長は、「この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。

遠山社長は、「この未請求問題の背景にある構造的要因として、代理店ビジネスのあり方そのものが、売れば売れば売上が上がるモデルで成り立っている。極端に言えば、売ることだけを考える。遠山社長は「信頼回復は一社だけでは成し得ることはできない。今回の取り組みは差別化の側面を持つのも、業界全体が受け取りまで責任を持つ姿勢に変化することが理想だ」と述べている。