

インシュアテックイノベーション

ショップ運営からエコシステム構築まで

アイリックコーポレーション
エージェントソリューション部部長

畔柳 主税

システム販売事業の拡大には新たなソリューションが必須だった。営業が考えるしかない。保険クリニック創業の遺伝子が後押しして、商品企画・集客・営業が連動するスタイルが生まれる。これが他社とのアライアンスという副次効果も生んで発展していく。



アイリックを率いる弟の勝本竜二氏(左)とシステムを統括する兄の勝本伸弘氏



新ソリューション(健康診断書OCR)のニュースリリース

システム販売事業も展示会・オンラインセミナーなどマーケティング活動により順調に売上を伸ばしてきた。ただ売上規模が7年で5倍になってくると前年対比での増加額も数倍求められる。そうなる新たな商品が必要だった。

「えっ? 営業なのに商品企画もやるの?」と愚痴をこぼす暇はない。「面白い、やろうじゃないか」との思いで商品企画に挑戦してみた。すると経営陣・システム部門からは当然のこと、「販売見込みがない

創業の遺伝子が生んだ三位一体のソリューション

三位一体のパターンは試作品・共同開発・エコシステムの三つだ。一つ目の試作品は、東京海上日動のモバイルエージェンツに採用された生損保基本A-I-O-C-R(保険フォルダー)だ。これは、子会社のインフォディオが試作品アプリとし

て一般消費者にリリースされたことが起点となった。二つ目の共同開発が三井ダイレクト損保・NTTイフ・IRRCの3社で取り組んだ自動車保険証券A-I-O-C-R(カシャ見積)だ。3社連合

だ。6社の診療明細(400枚)のPOCを実施し各社ニーズを取り込んだ方式を設計した。三位一体のパターンは大手企業のように商品企画・開発・マーケティング・営業・ITに部門が

分かれていたら難しくなかつたかもしれない。保険クリニックの創業当初、営業畑の弟(社長)とシステム開発の兄(CTO)の勝本兄弟が息を合わせ

その後POC・見積比較するので、保険会社は新施策の予算確保、弊社は見込客確保と双方に有効だった。

うれしいことに副次効果もあった。見込客からのヒアリング・POCで彼らのニーズに合ったシステム作りにつながった。また「御社と組めば、さらによくなる」

【畔柳主税(あぜやなぎ・ちから)氏のプロフィール】静岡県富士市生まれ・東工大卒。石油会社のIT部門・企業代理店を経て、2013年から、保険業界向けのITソリューションの企画・営業に携わる。持ち味は、企業コラボ。