

連載 第2弾 インシュアテックイノベーション-Phase 2- 6

—生保エコシステムの新たなステージ—  
ヘルスケア分野への展開

アイリックコーポレーション(IRR)フェロー

保険・ヘルスケアDX担当 畔柳主税

定期健康診断の結果は、健康のバインポイントだ。大企業の従業員向けの顧客体験としては、定期健康診断を起点に、生活習慣の改善・保険相談・団体保険募集まで一気通貫とするのが理想的である。これを実現するには、これまで紹介してきたツールを活用したDXが必要だ。

狙うは定期健康診断結果が出たタイミング

職域マーケットにおいて保険販売の絶好の機会のは、年に1回の定期健康診断の結果が出た後だ。従業員が最も自分の健康が気になり、不安になる時だからだ。私も健康診断の前だけ禁酒して肝臓の数値(γ-GTP)をよしよしと企んだりしていた。実態としては、普通の従業員

は判定結果に一喜一憂するだけで、自分の健康を掘り下げる人は少ない。それでは、判定結果のレベルに応じて会社員の心理と必要な対応を考えてみよう。

まずは要精密検査・治療のレベル。例えば、血糖値が高いと病院に行つて糖尿病と診断されて、治療を開始しような場合だ。このとき、医療保険に入っていれば治療内容によっては、給付金の支払対象になる場合もある。治療開始後に保険を検討する場合、医療保険の加入が難しい場合は、緩和型を含めた検討が必要になる可能性がある。



健康診断結果と従業員の心理ステータスのイメージ  
(公益社団法人 日本人間ドック学会「2022年度 判定区分表」より引用)

次に、判定結果が要再検査・生活改善の未病レベル。最初、要再検査が出ると不安になる。しかし実際に検査して病気が判断されないと思安になります。さらに、翌年には自然に回復することもある。メタボ健診の結果、特定保健指導を受ける場合もあるが、運動・1日3食のバランスの良い食事・禁煙など、個人の事情を考慮しない指導では息苦しくなってしまう。

職域市場開拓に必要な保険募集・相談のDX・UX

また、近年、定期健康診断は社外の専門企業に委託する場合も多く、受託側は少しでも病気になるリスクがあれば、念のため再検査を求める傾向にある。穿(うが)つた見方をすれば、従業員の自己負担で再検査の売上を伸ばせる構造にもある。これらが何度か繰り返すと、再検査の費用・時間が無駄に思えてしまう。そこで、私はセンソ

保険サービス時代(10年前)に、健康診断結果の見方セミナーを開催し、早期発見のMRI・CTと保険の個別相談を提供した。人事部・従業員の評価は高かった。しかし、1年を通して継続的な生活習慣の改善をするには、ツール不足で時期

尚早だった。一方、コロナ禍で団体保険の一斉募集にも問題が出ている。従業員が出社しないので、募集資料の配布に手間がかかり、人事の協力を得にくくなっている。職域の保険販売には、団体保険の一斉募集・保険相談・健康増進の総合的

健康診断から一気通貫シナリオが見えてきた!

この時こそ、健康リスク予測アプリや健康増進型保険の出番だと思う。新たな顧客体験と必要なDXツールをイメージしてみる。健康診断の結果が出たら、時系列で数値のトレンド(悪化傾向)を掴み、さらに10年後の健康リスクも把握する(7月記事掲載)。これで、健康増進への意欲と保険見直しの必要性を喚起する。自分の健康への意識が高まったところで、ヘルスプランナーに生活習慣の改善と保険への備えをオンラインで気

実装への課題と展望

しかし、現実的には各業務もツールもバラバラに動く不十分な状況である。最初の一步としては、保険・健康の相談に乗るには、一斉募集事務



職域ロボアドのイメージ画像

なDXが必要になっている。それも、従業員のバインポイントである定期健康診断を起点とした新たな顧客体験(UX)の創造がポイントだ。

軽に相談する。その際、団体保険ロボアドバイザー(弊社で2022年6月リリース)で自分にピッタリの団体保険の組合せを作っておく。一方で、生活習慣の改善には、健康増進アプリ(9月・10月記事掲載)を利用してもらい、従業員の継続的な挑戦を支援していく。そして、年に1回の一斉募集時には、団体保険の紙・ウェブでのハイブリッド募集で、本社・工場・支店でも、手間なく加入する(弊社で22年7月に紙・ウェブ対応のAIOCRをリリース)。これで、健康診断から一斉募集まで一気通貫の従業員向けのシナリオが完成する。

【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部門から2008年より保険業界向けのITソリューション・DXの企画・営業に携わる。持ち味は企業コラボ。