

ビーウィズ 保険代理店向け B P O サービスを展開

募集業務の標準化・可視化を支援

ビーウィズ㈱は、保険代理店向け B P O サービスの展開を本格化している。同社は 2000 年設立の B P O 事業者で、コンタクトセンター運営や業務系 B P O を主力とする。通話録音や応対記録、A I による音声のテキスト化・要約に対応する自社開発のクラウドシステム「O m n i a L I N K (オムニアリンク)」などを保有し、B P O 運営とデジタル技術を組み合わせた業務支援を手掛けている。保険分野では、07 年から大手損保会社の顧客対応センターの運営を受託し、契約更新や変更、新規申込手続きなどの業務領域で知見を蓄積してきた。改正保険業法の施行により、代理店には顧客本位の業務運営、比較推奨販売の適正化、交渉記録の保存、募集品質の管理などが一段と求められている。一方で、現場では募集人の高齢化、人材不足、教育負担、業務の属人化が課題となっている。同社は B P O 運営、人材育成、A I・デジタルツールを一体で提供することで、代理店業務の基盤づくりを支援する。執行役員の早川篤史氏と営業本部長の菊池賢希氏が、同社の取り組みと今後の展望について語った。

——貴社の事業の特徴は。

早川 当社は B P O ベンチャーであると同時に、自社でプロダクトを開発している点に特徴がある。B P O の現場で培った知見を基に、業務の高度化や効率化に資するシステムを開発し、社内運用だけでなく外部にも提供している。代表的なものがコンタクトセンター向けクラウドシステム

「O m n i a L I N K」だ。デジタル技術だけで完結するのではなく、創業以来培ってきた人材運用や業務運営の専門性と組み合わせることで、顧客企業の課題解決を支援している。

——保険分野ではどのような実績を積んできたのか。

早川 本格的に保険業界の B P O 業務を開始したのは 2007 年ごろだ。当時は保険金の支払漏れ・不払い問題などを契機に、保険業界全体で業務品質の向上が重要な課題となっていた。そうした中で、当社は契約更新や変更、新規申込手続きを行う大手損保のセン

ターの運営を業務受託してきた。今回のサービスは、こうした知見を基に、業法改正対応や人材不足といった代理店の課題解決を支援するものだ。

菊池 当社は本年 5 月 27 日、改正保険業法への対応を支援する保険代理店向け B P O サービスの提供開始を発表した。保険会社の保全業務や顧客対応を B P O 事業者が担

まへ、代理店の現場には

——改正保険業法を踏

かを実務として蓄積してきた。今回のサービスは、こうした知見を基に、業法改正対応や人材不足といった代理店の課題解決を支援するものだ。

A I 活用と B P O で業法改正対応を支援

う例はあるが、代理店業務を集約して運営するケースは国内では多くない。長年にわたる代理店業務支援の中で、募集人

にどのような教育が必要か、どの工程でデジタルを活用できるか、募集品質をどう維持・管理する

菊池 代理店は、顧客意向の把握や比較推奨の把握や比較推奨の説明、交渉記録の保存、

募集品質の評価・モニタリングなど、適正な募集プロセスをどう構築し、

運営するかを見直す必要

質のモニタリングも担

——募集人教育やモニ

タリングの仕組みは。

早川 自社開発のオンライン研修システム「B e e m o n (ビーモン)」は、複数拠点の募集人に対する研修やモニタリングを行うためのツールだ。一般的なウェブ会議では、講師一人が複数の募集人それぞれの画面を確認しながら、保険会社や代理店のシステム操作まで細かく見ることが難しい。B e e m o n では手元画面の操作も含めて確認できるため、実際に即した研修やモニタリングが可能になる。

菊池 「O m n i a L I N K」では、生成 A I を活用した応対内容の要約や音声のリアルタイムテキスト化が可能だ。保険ならではの専門用語は辞書登録機能によって認識精度を高められる。交渉記録を自動で残すことで、現場の入力負担を軽減しながら、証跡管理や応対内容の確認に活用できる。不適切な表現や説明漏れの有無も確認できるため、募集品質のモニタリングに役立つ。

——どのような代理店

を対象に考えているのか。

菊池 規模を限定して

いるわけではないが、主

な対象として想定してい

るのは、自動車ディーラ

ー、ハウスメーカー系代

理店、銀行系代理店など

だ。自動車ディーラーで

は、自動車販売の現場で

保険募集まで担う負担が

がある。業法改正を受け

て管理すべき工程は増え

ている一方、現場では人

材不足や高齢化、業務の

属人化が進んでいる。従

来は募集人の経験や個別

の管理に支えられてきた

面もあるが、同じやり方

で品質を維持し続けるこ

とは難しくなっている。

そこで当社は、業務設

計、B P O 運営、デジタ

ル・A I 導入の三つを柱

として支援している。

——具体的なソリューションは。

菊池 まず、業務設計

では、業法改正を踏まえ

た新たな募集モデルへの

転換を支援する。代理店

ごとの業務要件を整理

し、標準化された業務フ

ローやマニュアルを作成

した上で、人材採用や研

修にも対応する。次に B

P O 運営では、顧客意向

の把握や比較推奨の説

明、交渉記録の保存など

を含む募集プロセスを支

援し、証跡管理や募集品

質のモニタリングも担

業務がブラックボックス

化し、担当者が不在の際

に対応が滞るおそれもあ

る。P I L O T e では、

申込書の取り付けから計

上完了までの工程を可視

化し、組織的な進捗管理

につなげる。

——募集人教育やモニ

タリングの仕組みは。

早川 自社開発のオン

ライン研修システム「B

e e m o n (ビーモン)」は、複数拠点の募

集人に対する研修やモニ

タリングを行うためのツ

ールだ。一般的なウェブ

会議では、講師一人が複

多も可能だ。ただ、人材

を補うだけでは、一時的

な業務負担の軽減にとど

まり、属人化や品質管理

の課題は残りやすい。業

務プロセスそのものを見

直し、標準化し、効率化

することに価値があると

考えている。

——今後の展望は。

早川 人手不足が進む

中で、A I と人の力をど

う組み合わせるかが大き

なテーマになる。火災保

険の保険期間の短期化な

どにより、満期更改時の

顧客接点はこれまで以上

に重要になっている。更

改対応は、家族構成や建

物の利用状況、保有資

産、補償ニーズの変化を

把握する機会にもなる。

当社がセンター運営やデ

ジタルツールを通じて顧

客接点を支えることで、

追加提案や関係深化につ

ながる機会を逃さない運

営を支援していきたい。

保険募集では、効率化と

同時に、人が担う丁寧な

対応も欠かせない。デジ

タルと人の力を組み合わせ

せ、代理店業務の持続的

な運営を支えていきたく

い。



左から早川氏、 菊池氏