

# シリーズ：『挑戦』を支えるもの

## ～対面販売型の保険募集ビジネスプロセス変革～

### 【対面型店舗の課題と「挑戦」】

デジタルデバイスの急速な普及もあり、旅行商品販売においてもWeb販売やメールによるお客様とのコミュニケーションが増加しています。対面で説明を受けて安心して旅行を申し込みたいというお客様もまだまだ多くおられます。

一方、旅行商品の対面販売には、販売人員の配置や教育、書類管理やシステム操作等の現場事務負担等、業務効率化を目指したい旅行会社にとっていくつもの課題があります。旅行保険の販売においても同様に、多忙なカウンター店舗で保険商品の説明、申込書記入、書類管理やシステム操作等を効率的に行う必要があります。対面販売の強みであるお客様の安心感や顧客接点の強さとデジタルデバイスの利便性、その双方を活かした新しいモデルができないか、東京海上日動では、対面販売型のひとつの新しいビジネスモデルに「挑戦」を始めています。

### ■eコマースモデルのリアル活用

旅行会社のWeb販売を想定して開発した旅行保険eコマース「Tripi」(トリッピー)の機能を一部拡充し、対面販売における「紙」の手続きをデジタル化することで、店舗での保険関係業務を大幅に効率化・削減する取り組みを、本年

1月から開始します。

具体的には、①店頭でお客様がご自身のスマホでQRコードを読み込む②お客様が専用の申込ページで保険加入手続きをする③保険商品の内容等はおお客様がスマホで簡単に確認でき、店舗の社員は必要に応じて補足説明を行う

というモデルで、保険パンフレットや申込書の保管・記入・送付が不要になる、お客様の待ち時間を有効活用できる、お客様ご自身で手続き頂くことで店舗社員の業務が削減できる、保険の案内・重要事項説明等の品質が標準化できる等、多くのメリットがあります。

【店頭案内チラシ】



### ■『たびレジ』登録連携

また、保険会社初の取り組みとして、海外旅行保険に加入されたお客様に対して外務省の『たびレジ』登録を後押しする取り組みを開始しています。Tripiの手続き画面内の推移の中で簡単に『たびレジ』登録をすることが出来ます。お客様が『たびレジ』に登録して頂くことで、外務省が発信する渡航先の最新情報や、緊急時には在外公館からの連絡を受け取ることができ、留守宅にも安全情報を共有することが出来ます。

旅行商品の販売方法が多様化しても、お客様にとって、旅行会社経由で旅行保険に加入いただくメリットに変わりはありません。

話しやすい旅行会社のカウンター店舗で、お客様が安心して安全な旅を手配・購入し楽しんでいただくため、東京海上日動も皆さんと一緒に挑戦をして参ります。

【Trip-i「たびレジ」登録画面】



(東京海上日動火災保険株式会社  
旅行業営業部)

# 挑戦の数だけ、 保険がある。

To Be a Good Company



東京海上日動

