

AIU保険

数万件の被災調査を3カ月で完了

速い フィールド サービス

2011年4月初旬、AIU保険(東京都墨田区)の100人以上の社員が東北、北関東エリアに出立した。損害保険契約顧客の東日本大震災による被災状況を調査するためだ。約3カ月で数万件の契約顧客の被災状況を調査し、「原発付近の立ち入り禁止地域などを除くほとんどの契約者の調査を、予定を前倒して7月末に完了できた」と損害サービス統括部の岡本博幸統括責任者は話す。この速さを実現したのが、調査員に与えられた合計40台のiPad 2と60台のiPhoneだった。

3つの要因で速さを実現

iPadとiPhoneは調査で3つの要因によって速さを実現した。1つは作業のリアルタイム性だ。査定用の調査項目を画面に表示させ、調査担当者が「損害あり」「損害なし」といった選択肢を指定したり、損壊度の数値を入力したりするだけで調査レポートを自動作成できる。iPadやiPhoneで現場の写真を撮影すると、自動的にレポートに組

み込まれる。全ての項目を入力して本社に情報を送信すると、本部の査定部門が瞬時に支払い額を算出して調査担当者にフィードバックし、その場で契約者に確認を取る。

採用したアプリはゴーイング・ドットコム(東京都台東区)が提供する「SmartAttack」。社外での作業結果を社内に報告するもので、設備点検などでの利用例が多かった。AIU保険では写真を取り込める点などに着目し、調査項目をカスタマイズして利用した。

従来の調査プロセスでは、調査担当者がチェックリストを持ち込んで建物や家具などの損傷状況を確認し、デジカメで現場を撮影した後に、オフィスに戻ってからパソコンでレポートを作成していた。SmartAttackを使えば「レポート作成に費やす時間が不要になるので、調査担当者が現場に滞在できる時間が長くなり、1日で回れる件数が増えた」と現地で業務に当たった林敏明氏(グループ企業チャーティス・クレイム・ソリューション・ジャパンのアシスタントゼネラルマネージャー)

●AIU保険のビフォーアフター

対象業務 東日本大震災の保険金支払いのための現地調査

ビフォー デジカメで現場を撮影し、パソコンでレポートを作成して本部に送付。パソコンでの画像取り込みや、レポート作成にノウハウが必要

アフター iPadやiPhoneで写真を撮影し、アプリの指示に従って情報を入力すればレポートが完成。ノウハウの無い社員も、短時間で多くの件数を処理できる

システム概要 iPad 2を40台、iPhoneを60台導入し、ゴーイング・ドットコムの報告用クラウドサービス「SmartAttack」を利用

●端末を使った調査業務の流れ。写真を撮影すれば自動で取り込まれる



は話す。

2つ目の速さを実現したのは、調査員の数だ。今回の調査では専任の担当者だけでなく、バックオフィスや営業を担当する社員も交代で現地に入り、人海戦術で業務に当たった。調査に不慣れな助っ人たちを戦力化するに当たり、SmartAttackは仕事の手順を指示するナビゲーションの役割も果たした。

保険の査定では、家屋の損傷状況はもちろん、食器や家具などの破損状況も細かく把握する必要がある。調査項目は30個に上り、「食器陶器類」「電気器具類」といった大分類から「食器」「陶器置物」「調理器具」などへと細分化されている。それぞれが資産額全体に占める割合を見積もって、足すと100%になるように調整したうえで、それぞれの損壊度をかけ合わせて支払い金額を算出する必要がある。

SmartAttackを使うと、全ての項目の割合を足すと100%になるかどうかなどをすぐにチェックできる。その場で情報を本社に送信するので、査定するうえでもう少し詳しい情報が必要な場合にはすぐに指示が出せた。

個人情報を載せずに開発をスピードアップ

3つ目の速さは、端末を配布するまでの時間の短縮だ。iPad 2やiPhoneを東日本大震災の被災調



システム開発に当たった損害サービス統括部の東心マネージャー(左)と岡本博幸統括責任者

査に使ったきっかけは、震災1週間後に英国の親会社からiPad 2が40台送られてきたことだった。それからSmartAttackの採用を決め、約2週間後の4月6日にはテスト稼働に漕ぎ付けた。

迅速な開発を行うため、顧客の個人情報を端末側に取り込まないことにした。保険会社である同社は個人情報の扱いに特に気を配っている。端末に取り込むと、セキュリティーを強化するための様々な作り込みが発生し、開発に時間がかかることが明らかだった。万が一端末を紛失したり、盗難に遭ったりしても、個人情報が端末に残っていないければ情報漏えいは防げると判断した。

今回の調査では、顧客ごとに「タスクナンバー」を発行してタスクナンバーとひも付けた顧客の名前や住所などの個人情報は紙で配布した。「調査員の利便性を考えれば、端末で顧客の氏名や住所を参照し、そのまま地図アプリで行き先を確認できる方が楽だが、あえてそこまでは踏み込まなかった」と岡本統括責任者は話す。

使いこなしのポイント②

個人情報を 端末に取り込まない

利用者の声

調査終了後にレポートを作成する必要が無いので、1件でも多く調査に回ろうというモチベーションが高まった



チャーティス・クレイム・ソリューション・ジャパンの林敏明アシスタントゼネラルマネージャー