

NTTイフ 利用者が急増

相次ぐサイト改良が奏功

インターネットの保険代理店エヌ・ティ・ティ・イフ（NTTイフ）が今年進めているWebサイトのリニューアルが奏功している。8月9日の自動車保険一括見積サイトリニューアルでは、リニューアル後の1カ月間でスマホによる自動車保険比較見積もりの完了割合が、それまでの16%から26%へと大きく改善。この間のサイト訪問者数も前年同期期と比べて177%増と大きく伸びている。利用者に対する調査や分析で、「スマホとPCの利用割合は6対4」「利用者の8割が男性で年齢層は30～50歳代が中心」「主な利用者は、保険を比較検討して選みたい層と、保険会社で選みたい層に二分」といった傾向を把握しており、それをサイト改良にも生かしている。

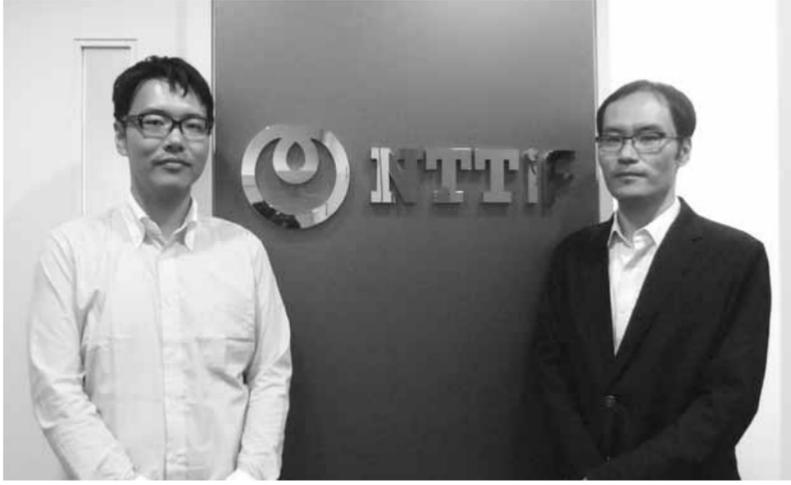
動車保険比較見積もりサービスにチャットボットを導入したが、1日平均600PV（ページビュー）あり、有効活用いただいている。自動車保険の見積もりでは入力項目が多く、単語の意味などに間違いを指摘する方も多かったが、チャットボットでは、画面上ですばやく的確な返答ができるという。自動応答型のサービスも導入した。今年度、相次いでリリースしたWebサイトの改良は、そこで得た声も最大限に反映させている。営業部戦略担当課長の山田若登氏は、「チャットボットはお客さま目線をつくっており、複数の保険会社にも即座に質問や疑問点にも即座に答えることができる。次はAIを導入する予定。NPS（ネットプロモーションスコア）を意

フィントックも本格推進へ

8月のサイトリニューアルでは、スマホ画面でも選びやすいようにボタンを大きくし、選択もれがある場合のエラーの表示場所を該当箇所のすぐ

イラスト表示するともな、保険会社名、自動車メーカー名、ノンフリート等級の表示ボタンも大きいものに変更している。同社では、「今年5月000人以上の声を収集したサービス運用を積極推進する」としており、同部の岩田大樹氏は、「4月から9月までの集客は前年同期比80%増となっており、自動車保険サイトの検索順位も

識したサービス運用を積極推進する」としており、同部の岩田大樹氏は、「4月から9月までの集客は前年同期比80%増となっており、自動車保険サイトの検索順位も



岩田氏（左）と山田氏

さらには、9月にもスマホからアクセス増加を意識した改良を実施。ナビプレート画像を表示して、ユーザーがひと目で（自分のナンバー種類を）判断できるようにした。免許証についても

上がった。ていねいなコンテンツづくりとサイト整備が好影響をもたらしている」と話す。さらに同社は、利用者の主軸である資産形成層に向けた情報提供にも力を入れており、SNSでの情報発信も拡大している。今年7月には、公式フェイスブックページも立ち上げて、自動車保険のほか、ペット保険やバイク保険、節約ライフプランなどの掲載を開始した。山田氏は、「今年度は、Fintech協会にも加入して次のステップを見据えている。今後、ICTもフルに活用していく。フィントックのベンチャー企業などとの協業の話も進んでおり、保険に関わるさまざまな課題解決の取り組みを加速させたい」と意欲を示している。