

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誘うケースも多いため、チャットボットで質問や疑問点にも即座に答えられることにより、多くの保険会社にも即座に答えられることにより、複

ホからの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

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られることにより、複

フィンテックも本格推進へ

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

下にして分かりやすくした。また、西暦と和暦を併記して直感的に選べるように変更。見積もり結果の画面についても、文字の大きさをデザインを

大幅に変えて、特約や割引、サービス・保障などの項目のデザインもより利用者が分かりやすいよう見直している。

さらに、9月にもスマホ

イラスト表示するとも保険会社名、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

そのため、同社の営業時間にかかわらず24時間利用できる点も好評だ。同社は、今年4月にユーザーを対象としたネットアンケートを実施し4

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

上がっている。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、節約ライフブ

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。フィンテ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。



岩田氏（左）と山田氏