



生成 AI の保険への影響

目次

生成AIと保険への影響	3
オポチュニティ	4
投資を通じた価値の創出	5
保険分野別の価値創造機会	6
主要なエコシステムの機会	7
潜在的なリスクと規制上の影響	8
はじめのステップ	9

生成AIと保険への影響

生成AI（Gen AI）は、人間の創造性と想像力を拡張することで、人工知能を新たなレベルに引き上げている。それは、より高次の機会（保険バリューチェーン全体での新しいサービス、ビジネスモデル、生産性の向上）を創出することによって、保険業界を変革する可能性を秘めている。破壊的技術の時代において、生成AIは明示的なプログラミングなしで新しいコンテンツを作成する能力で際立っている。既存のデータやプロセスの最適化に主に依存する他の破壊的技術（自動化、機械学習）とは異なり、生成AIには、技術的な適性に関係なく、人々がアクセスできる斬新で創造的なアウトプットを生み出す可能性がある。

そう遠くない未来を見てみよう。顧客が初めての車に保険を申し込むときだ。彼らが探しているものを生成AIが搭載されたチャットボックスに入力すると、必要な情報がすべて収集され、それが匿名のままボットに渡されて、個人を特定できる情報を含まないデジタルツインが生成される。これにより保険会社はデジタルツインを活用し、顧客タイプに合わせてパーソナライズされた見積もりを生成できるようになる。顧客が選択を行うと、保険会社は「Statement of Value」（SOV）の抽出、サードパーティデータの拡張、デジタル上でのリスク計算を通じて、引受プロセスを自動化し、迅速化することができる。同様の進歩は、Edge AIを介した請求処理でも実現できる。車のセンサーが衝撃を評価し、保険会社とデータを共有する。これらはすべてバックグラウンドで実行され、顧客は保険金請求するかどうかを選択するだけでよい。

オポチュニティ

今日のような生成AIの黎明期において、企業のオポチュニティやユースケースとしては、さまざまな業界や機能に横断的に適用できる多目的なものが多い。（これらはしばしば「水平的」ユースケースと分類される。）例としては、バーチャルアシスタントの対話生成、自動コード生成、マーケティング・セールスコンテンツの生成などがある。これらの業界横断的なユースケースにより、組織は外部の機能を活用し、市場への対応速度を向上させたり、他社に迅速に追随することができるようになる。

一方で、保険業界には「垂直的」ユースケースと呼ばれる、業界特有の持続可能な価値創造の機会があり、その実現にはドメイン知識、コンテキストの理解、専門知識を要し、既存モデルのファインチューニングや特化モデルの構築に対する投資が必要となる可能性もある。例えば、非構造化データを分析し、リスクパターンを特定して引受判断に役立てたり、請求者から最初の損失連絡が入った際に即時に情報を提供したりするために作成された専門的ソリューションである。保険業界にとって真のゲームチェンジャーは、さまざまなユースケースを統合して、包括的でシームレスなEnd-to-Endのソリューションを大規模に構築することだろう。



投資を通じた価値の創出

保険会社は、それぞれの事業戦略に沿ってよく考えられた投資を行うことで、大きな価値を生み出し、生成AIの可能性を実現する素晴らしい機会を得ている。収益性と成長性、コスト削減と効率性、運用インテリジェンスと有効性という3つの重要な価値の側面に焦点を当てることで、保険会社は変革的な成果を生み出すことができる。

1. **収益性と成長**：戦略的な投資により、保険会社は未開拓の成長機会を特定し、商品や販売を強化し、市場を拡大することができ、最終的に収益性を高めることができる。多くの保険会社は、新しい収益源を生み出すユースケースを可能にするためにGen AIの適用を検討しているが、これはテクノロジー分野で既に実現されている。例えば、高度な機能を備えたGoogle Bardは、生成AIによる変革を可能にする基盤技術として機能することで、すでに新しい収益源を生み出している。
2. **コスト削減と効率性**：低リスクのユースケースにおいては、コンテンツ生成に関連する生成AIソリューションに投資することで、保険会社はリスクの低い機能全体の支出を削減でき、効率的な支出配分が可能になる。これは、大幅なコスト削減と運用効率の向上をもたらす。例としては、マーケティング（販売およびブランディング）、人事（求人）、法務（契約作成）などがある。
3. **運用のインテリジェンスと有効性**：生成AIを自律的なコーディングに活用することで、ソフトウェア開発のライフサイクルを加速させ、結果的にトレーニング時間の短縮と従業員の生産性向上をもたらす可能性がある。「Code Interpreter for ChatGPT」などの最近の追加機能は、営業チームとサポートチームがドキュメント分析（最適な文字認識）を自動化し、データを視覚化するのに役立つ。

これらの目的に応じて事業戦略に整合した投資を行うことで、保険会社は目に見える形で生成AIの価値を引き出し、ダイナミックに変化していく保険業界において長期的な成功を収めることができる。

保険分野別の価値創造機会

生成AIによる価値創造の機会は、保険業界のバリューチェーン全体に広がっている。しかし、生成AIは発展途上にあり、保険会社はこの新たな技術の価値を活用することと、リスク管理の適切なバランスを取ろうとしている。これらも踏まえ、各分野の保険業界において最も注目を集めているユースケースを紹介する。

損害保険

生成AIは、損害保険会社の保険金請求プロセスを合理化し、リスク管理を最適化するのに役立つ。

- 請求処理の合理化（創出価値：従業員の生産性向上、コスト削減と効率化の実現）：生成AIを搭載したチャットボットは、損失の最初の通知を記録して応答し、トリアージと修理サービスに関するリアルタイム情報を顧客に提供して、所要時間と顧客体験を向上させることができる。
- 損失の未然防止と管理強化（創出価値：従業員の生産性向上、新たな収益源の創出）：生成AIはリスクの特定と軽減に重要な役割を果たすことができる。生成AIモデルは、複数のソースと形式（例：IoT、動画、テキスト）、過去の請求、外的要因（例：天候パターン）から請求データを分析することで、損害保険会社が損失を出しやすい分野を特定し、リスク軽減戦略および計画の策定に役立てることができる。（例：安全性改善のための推奨、将来の損失を減らすための契約変更の提案）

生命保険・年金保険

生命保険・年金保険会社にとって、保険に関する誤解や知識不足が、購入を妨げる主な要因となってきた（例えば、ミレニアル世代の10人に8人は生命保険のコストを過大評価しており、ミレニアル世代の3人に1人は、自分には資格がないと考えているか、アプローチを受けていないため、生命保険に加入していない¹⁾）。保険会社は、生成AI機能を利用して、より費用対効果の高い方法で無保険者にアプローチし、販売することができる。

- 商品のパーソナライズ（創出価値：新たな収益源の創出）：顧客がオンラインで保険商品を検索しているため、生成AIは顧客獲得に効果的に利用できる。生成AIを活用すれば、保険会社のすべてのタッチポイントとその他サードパーティのデータソース（例えば、請求データ、保険の選好、ソーシャルメディア、現行保険のカバー範囲と必要保障のギャップなど）を横断して顧客データを解析し、パーソナライズされた商品・保障範囲の推奨を行うための顧客ニーズを推測できる。このような個別化された保険プランは、個々の顧客のニーズや好みに合致する可能性がより高くなる。

- 代理店支援（創出価値：従業員の生産性向上）：保険代理店や販売者は、CRMツールにGen AIを補うことで、顧客に関する豊富でパーソナライズされた情報を得ることができ、販売を効率化できる。Gen AIは、テキストやイメージ画像ベースの商品概要、保障範囲の比較やパーソナライズされた提案をリアルタイムで作成できることで、代理店が顧客とエンゲージする際に関連情報を提供したり、その場で質問に答えたりするのに役立つ。
- 引受およびプライシングの最適化（創出価値：従業員の生産性向上、コスト削減と効率化の実現）：Gen AIモデルは、潜在的なリスクの評価、請求確率の推定、効率的な引受判断、各顧客の適切なプライシングを行うために、構造化データ（例：請求データ、位置データ、医療データなど）と非構造化データ（例：ソーシャルメディアからのデータや画像）の両方を含む膨大な量の履歴データを分析することができる。

団体保険

団体保険会社はGen AIを活用することで、顧客に合わせたインサイトと提案を通じて雇用主と従業員に付加価値を提供できる。

- カスタマイズされた団体プラン（創出価値：新たな収益源の創出、従業員の生産性向上）：Gen AIは、さまざまなソース（例：団体メンバーの人口統計学的情報、健康プロフィール、請求履歴データ）からのデータを分析してインサイトを生成し、それを団体保険プランや福利厚生パッケージおよびオプションのカスタマイズに適用して、雇用主による福利厚生パッケージの価値向上を可能にする。
- メンバーエンゲージメントの向上（創出価値：新たな収益源の創出、従業員の生産性向上）：加入者データ（例えば、好み、購入履歴、ソーシャルメディアデータなど）を活用して分析することで、Gen AIモデルは健康に関するパーソナライズされたヒントを生成したり、経済的なアドバイスを提供したりして、有益なインサイトを積極的に加入者に提供し、全体的な健康を促進することができる。

主要なエコシステムの機会

さまざまなテクノロジー企業が、インフラストラクチャや基盤モデルレイヤー全体、あるいはアプリケーション開発を通じてGen AI機能を積極的に構築し、価値を引き出し、獲得しようとしている。各レイヤーでは、規模、データアクセス、ブランド、および顧客基盤など、さまざまな要素からなる競争力学が働いている。

インフラストラクチャレイヤー内では、ハイパースケラ（Google、Microsoft、Amazon²）が、スケラブルなコンピューティングパワーを提供し、さらに将来のワークロードを保証するため基盤モデルプロバイダー（例えば、AzureのOpenAI、GoogleのAnthropic³など）とのコミットメントを締結することで粘着性を高め、市場を支配している。

基盤モデルレイヤーでは、モデルビルダー（例えば、OpenAI、Stability.ai、Google、Amazon Bedrock）が、モデルの堅牢性と信頼性を確保するためのガードレールおよび学習メカニズムを設計するAI人材を引き付け、維持している。彼らは、投資を回収するために利用料を取るか、マネタイズされた製品と統合している（例えば、GPT-3.5をEdgeに、LaMDAをGoogle検索に統合したり、GPT-4のCode Interpreterのようなプラグインを使用したりしている）。

最後に、アプリケーションレイヤーでは、多くのスタートアップが進化するニーズに応えるため、保険業界に特化したアプリケーションを構築し始めている。

- **Sixfold⁴**は、複数のサードパーティデータソースを通じて無数のデータを収集してパターンを見つけ、それを保険会社の希望する引受レポート形式に要約することで引受プロセスを簡素化および合理化し、リスクを評価する、最初のGen AIベースのツールを発表した。
- **Dais Technology⁵**はPaladin Groupと協力して、UnderwriteGPTと呼ばれる大規模言語モデル（LLM）とGen AIベースの引受ツールを発表した。これにより、引受およびリスク管理プロセスが加速され、保険契約者のプライシングと補償範囲が改善される。

- Roots Automationによって開発された**InsurGPT⁶**は、保険市場に焦点を当てて調整された独自のLLMであり、構造化されたドキュメント（例：ACORD、医療請求フォーム）と構造化されていないドキュメント（例：見積もり、FNOL、保険申請、通信）にわたってデータを読み取り、抽出する。システムとプロセスの知識に加えて、保険固有のデータとドキュメントの豊富なコーパスを利用して、データ抽出と推論の精度、速度、有効性を大幅に向上させ、誤検出を減らす。
- Coalitionが立ち上げた**CoalitionAI⁷**は、ブローカーや企業がサイバーリスクから身を守るためにGen AIとLLMを導入する。サイバーセキュリティのベストプラクティスやポリシーの詳細について米国のブローカーを教育するチャットボットや、サイバーリスクの評価と監視のための制御プラットフォームなどの機能を提供する。
- **Simplifai⁸**は、InsuranceGPTを発表した。これは、ノーコードのAIプラットフォームを利用して保険関連データに特化したトレーニングを受けた、同社初のLLMだ。

保険会社は、あらゆるプレーヤーのイノベーション原動力に繋がりに続けるための戦略を策定すべきである。エコシステムを活用することで、新しいAI機能を市場に投入する速度を向上させることができる。

潜在的なリスクと規制上の影響

生成AIには潜在的なリスクがあり、スケーリング時に次の点を考慮しないと、導入に時間がかかる可能性がある。

- 悪意のあるハルシネーションとディープフェイク、フィッシングとプロンプトインジェクション、および外部攻撃者は、攻撃対象領域を晒し、顧客の信頼を損なう可能性がある。
- 生成AIは、ガードレールや継続的な監視なしに実装されると、バイアスを模倣したり、差別的な行動を広めたりする傾向がある。
- モデルは、独自の、そして多くの場合プライベートなデータのコーパスでトレーニングされ、規制への準拠、ノードの分離、ソースのトレサビリティを必要とする。
- 保険会社における顧客サービスとエンゲージメントには、特に請求処理の際に、高い共感性と柔軟な人間関係スキルが要求される。AIによる自動化を重視しすぎると、人間味が不足し、顧客満足度やロイヤルティが低下する可能性がある。
- 保険規制当局は、保険会社のAIモデルに対する監視を求めており、保険会社がAIリスクを管理することを期待している。州レベルでのAI監視活動は、複数の州法および連邦法に基づく権限を主張する保険コミッショナーからの通知を受けて、法律が施行または検討されつつあり、前進している。⁹

これらの課題を軽減するために、保険会社は、倫理的なAI開発を優先し、多様で代表的なトレーニングデータを活用し、堅牢なガバナンスモデルを通じて常にAIシステムを評価・監査し、意思決定の透明性を維持する必要がある。

- コンプライアンスのための現行の法律やガイダンスの枠組みを常に把握しておく。
- AIシステムの定期的な調査とガバナンスを、社内およびベンダーとともに確立する。外部ベンダーのAIモデルやアウトプットを使用する際には、外部ベンダーへの強固な監視とコミュニケーションを維持する。
- 顧客に不利な決定がなされた場合には、透明性高く情報を共有できるようにしておく（例えば、保険料の上昇、契約の拒否など）。また、顧客の苦情に対応し、バイアスを軽減し、バイアスが特定された場合には対処する。
- Gen AI使用に関する組織全体でのトレーニング計画を構築する。
- 新たな規制要件が策定された場合にそれらを組み込めるように、システムの柔軟性を確保する。
- ブランドリスク管理のため、Gen AI導入に際して、経験豊富なマーケティングおよびコミュニケーション担当役員を確実に関与させる。

はじめのステップ

革新的なテクノロジーが登場するたびに、その目新しさのために実験に駆り立てられる組織があるが、それでは期待されるリターンをもたらさない「当てずっぽうなデジタル活動」となりかねない。Gen AIでビジネス上の成果を生み出すには、分野横断的なチームによる戦略とコラボレーションが必要である。さらに、Gen AIのように急速に進歩・成熟しているテクノロジーにおいては、単独で先に進みたくする気持ちを抑えて、この分野で活動しているパートナー、同僚、第三者組織からサポートと知識を得るべきである。

- Gen AIの可能性とリスクについて経営陣に説明を行い、今後の方向性についての共通の理解を醸成して足並みを揃える。
- 情報に基づいた市場対応を展開するために、ビジネスリーダーや関連する経営幹部を含む、機能横断的・多角的なステイクホルダーグループを組織内に組成する。
- ユースケースに優先順位を付け、特に自動化の恩恵を最も受ける組織・領域をターゲットにする。投資収益率が明確なユースケースに投資する。
- データエンジニアリングとパイプライン、MLOpsツール、AIに対応できる人材など、明確なテクノロジー戦略を策定する。
- 競争上の優位性をもたらすもの、特に独自のデータを特定し、来るべきGen AIのユースケースの波に向けて収集を開始する。
- アドバイザーとパートナーのエコシステムを積極的に活用して、先行者利益を創出し、新しいソリューションを試す。
- 規制状況を継続的にモニターし、セキュリティとリスクを管理するためのガードレールを実装する。



連絡先

Sandee Suhrada

Principal
Deloitte Consulting LLP
ssuhrada@deloitte.com

Napoleon Howell

Manager
Deloitte Consulting LLP
naphowell@deloitte.com

Anshumita Sen

Senior manager
Deloitte Consulting LLP
anssen@deloitte.com

Rohan Shinde

Manager
Deloitte Consulting LLP
roshinde@deloitte.com

日本

福島 渉

パートナー | 保険セクターリーダー
デロイト トーマツ グループ
wfukushima@tohmatu.co.jp

西川 浩史

シニアマネジャー
デロイト トーマツ コンサルティング合同会社
hirnishikawa@tohmatu.co.jp

文末脚注

1. LIMRA, "[It's time to help get more millennials insured](#)," July 6, 2022.
2. Anirban Ghoshal, "[AWS shifts focus to LLMs, generative AI as growth continues to taper](#)," *CIO*, April 28, 2023.
3. Google, "[A new partnership to promote responsible AI](#)," *The Keyword Blog*, July 26, 2023.
4. Sixfold [homepage](#), accessed September 1, 2023.
5. Dais Technology, "[Revolutionary AI underwriting tool unveiled: UnderwriteGPT changes the game for insurance industry](#)," press release, February 1, 2023.
6. Roots Automation, "[InsurGPT™](#)," accessed September 1, 2023.
7. Coalition, "[Coalition announces CoalitionAI, generative artificial intelligence for brokers and businesses](#)," press release, April 10, 2023.
8. Simplifai, "[Simplifai launches world-first generative AI tool for insurance](#)," press release, June 1, 2023.
9. Rich Godfrey et al., "[Artificial intelligence \(AI\) state of play in insurance regulation](#)," Deloitte, March 2023.

Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ リスクアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ グループ合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 30 都市に約 2 万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト、www.deloitte.com/jp をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 175 年余りの歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの 45 万人超の人材の活動の詳細については、www.deloitte.com をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。また DTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生し得るいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTL ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2024. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMS それぞれの認証範囲はこちらをご覧ください
<http://www.bsigroup.com/clientDirectory>