

自動車保険の新たな展開

—UBIが可能にする付加価値の高いサービス—

世界一の自動車大国といわれている米国では、自動車が生活に欠かせないものとなっており、保険やメンテナンスなど自動車関連サービスへの関心も高い。近年は、自動車に搭載された通信機器を利用した情報サービスが普及し、収集したデータに基づいて保険料の割引額を決めるUBI (Usage Based Insurance: 利用ベース保険) も本格的に普及しようとしている。

米国でのUBIの普及状況

10年以上前にProgressive社（米国オハイオ州に本社を置く損害保険会社。高リスクドライバーの保険引き受け、事故時出張サービスなどによって拡大した）やGeneral Motors Assurance社によって始められたUBIは、当初は単に走行距離に応じて保険料が決まるPAYD (Pay As You Drive) と呼ばれるものであった。このUBIは、認知度の低さ、プライバシー問題への懸念、標準化の遅れ、データ収集端末のコストなど課題も多く、これまであまり普及してこなかった。

そのUBIが今日のように普及することになった理由の1つには、2008年のリーマンショックによって米国人が消費に対して慎重になり、自動車保険の保険料についても目が向けられるようになったことがあると思われる。Progressive社が2010年から始めた「Snapshot」という名のUBIサービスは、ドライバーの運転の仕方に応じて保険料の割引額を決めるPHYD (Pay How You Drive) 型と呼ばれるものである。

Progressive社は、2014年3月時点でUBIの契約が200万件近くに達し、2013年の売り上

げが20億ドルに達したと発表した。同社は、米国の自動車保険に占めるUBIの割合は2020年には25%に達し、売り上げは300億ドルになると予想している。(Progressive社の2014年3月のプレスリリースより)

Progressive社のUBI

「Snapshot」は、通信機能を持つ独自端末を車両診断用のOBD (On Board Diagnostic. 自動車に搭載されたコンピュータによる自己故障診断) ポートに接続し、30日間の走行情報を取得・計測した後、保険料の割引額を決定する。急ブレーキの頻度、走行距離、速度、運転日時といったデータが随時同社に送信され、同社では契約者の運転状況と事故リスクについて分析を行う。(図1参照)

安全運転の契約者にとっては非常に割安な保険料（最大で30%の割引）が適用される。また、これまで保険の引き受けが難しかった高リスク層（若年ドライバーなど）へも積極的に保険を販売することが可能となった。

米国ではインターネット、ソーシャルメディアの発達に伴って、消費者1人1人の求める価値に適合するサービスや商品を企業が提供するようになってきている。自動車保険で

NRIアメリカ
 Research and Consulting Division
 Senior Research Analyst
 Head of Service and Healthcare Group
曾我一光（そがっこう）
 専門は米国市場の事業拡大支援、マーケティングなどに関する調査・分析

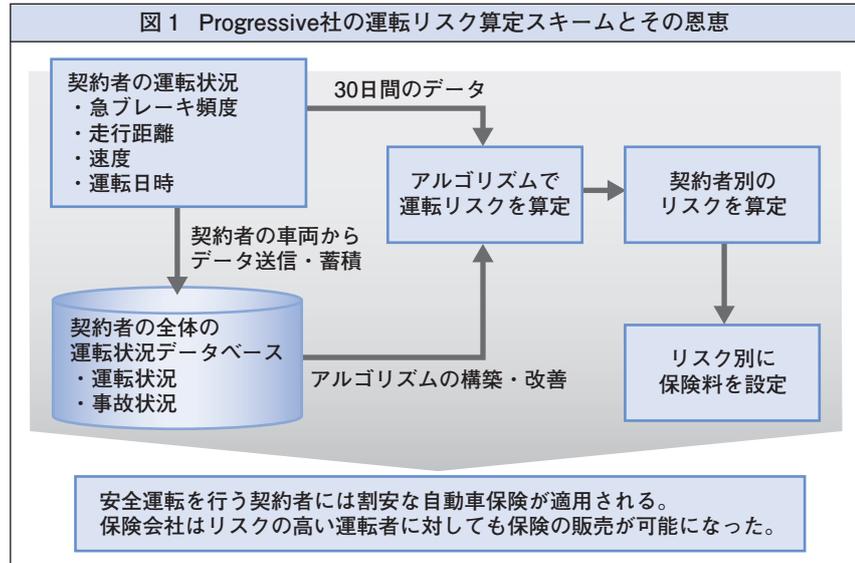


も、従来の自動車保険のような年齢、性別、車種、運転地域、事故歴、クレジットヒストリー（クレジットカードの利用・返済履歴）などを基準に保険料を決める平均価格モデルに対して、顧客を個人として取り扱うUBIの公平性が受け入れられるようになったといえるだろう。

ニューヨークの保険コンサルティング会社Towers Watson社が実施した2013年のUBI消費者調査によると、UBIに加入したい、または加入を考えたいと答えた人は79%に上り、保険料が上がらない保証があればという前提ならこの数字は89%に上昇するという（Towers Watson社の2013年9月4日のプレスリリースより）。

UBIがもたらす付加価値

UBIは、PAYD型からPHYD型へとシフトしただけでなく、運転診断フィードバック、事故予防警告（急停車、速度超過、長時間運転などの危険挙動時に警告を発する）、ロードサービス、盗難車追跡といったサービスも提供するようになってきている（次ページの表1参照）。これによってUBIは保険会社、社会、



顧客の三者に対して恩恵を与える。

保険会社は保険金の支払いや相談窓口以外で顧客との接点を持てるようになった。顧客との継続的なコミュニケーションおよび運転行動フィードバックのチャンネルとして利用することで、自社ブランドへの顧客のロイヤリティを高められると期待される。

UBIは、社会問題となっている若年層の交通事故を減らす効果も期待される。ドライバーは、常に運転行動が記録されていることを意識していれば、安全運転に努めるようになるだろう。また運転診断や車の位置の追跡を利用すれば、例えば親が子どもに運転の仕方を指導したり、どこにいるのかを確認したりすることが可能になる。

UBIは、安全運転を心がけている顧客に対して公平な基準で保険料を算定できるようになる。クレジットスコア（クレジットヒスト

表1 保険料売上トップ10の自動車保険会社によるUBIサービスの展開

保険会社	プログラム名	開始年	UBIタイプ	運転診断 フィードバック	事故予防 警告	ロード サービス	盗難車 追跡
State Farm	In-Drive	2011年	PHYD	○	○	○	○
Allstate	Drive Wise	2010年	PHYD	○	—	○	○
Berkshire (GEICO)	—	—	—	—	—	—	—
Progressive	SnapShot	2011年	PHYD	○	○	○	—
Farmers	—	—	—	—	—	—	—
USAA	Young Drivers Intelligence*1	2012年	—	○	—	—	—
Liberty Mutual	Right Track	2008年	PHYD	—	—	○	○
Nationwide	SmartRIDE	2013年	PHYD	○	○	○	○
Travelers	IntelliDrive	2011年	PHYD	○	—	○	○
American Family	UBI Trial*2	2011～2012年	PHYD	○	—	—	—

*1 若者の運転行動をモニタリングしながら安全運転のアドバイスを無料提供するもので、保険料には反映されない。
*2 試用のみ

リーなどによって信用度を点数化したもの)や年齢、性別など、運転のうまい、へたとはあまり関係がない基準よりも、個人の運転特性を基準にする方が納得しやすく受け入れられやすい。また保険料を下げのために走行距離を減らしたり、安全運転の習慣を身に付けたりすることはドライバーにとっても大きなメリットとなる。

日本でも始まったUBIサービス

日本でも、ようやく2013年に自動車から得られる情報を基にした自動車保険が登場した。損害保険ジャパンの自動車保険「ドラログ」で、通信機能を搭載した日産自動車の電気自動車「リーフ」を対象にしたものである。最近では、あいおいニッセイ同和損害保険がトヨタ自動車のテレマティクスサービス(移動体通信システムを利用したサービス)

「T-Connect」を活用した自動車保険の販売を2015年度に開始すると発表した。この2つのUBIはともにPAYD型である。「ドラログ」の場合、利用者は契約2年目から保険料が最大プラスマイナス約10%の幅で上下する仕組みであり、走行距離が少ないほど保険料が安く済むようになっている。

運転特性のデータを活用したサービスも始まっている。損害保険ジャパンはWebサイト上で、走行データ、急発進・急ブレーキといったデータに基づく分析結果を「エコ・安全運転診断」として提供している。同社は、将来的には分析結果を活用した保険商品を開発・提供していく方針である。

このような、データを利用した新サービスの登場を受け、国土交通省は2014年2月に「自動車関連情報の利活用に関する将来ビジョン検討会」を設置し、2014年6月に「中間

とりまとめ」を発表した。そこでは今後の取り組みの重点テーマとして以下が挙げられている。

- ①安全OBDに対応したスキャンツールの共通化
- ②テレマティクス等を活用した安全運転促進保険
- ③自動車の履歴情報を収集・活用したトレーサビリティ・サービスの展開による自動車流通市場の活性化
- ④検査と整備の相関分析等を通じた検査・整備の高度化・効率化

重点テーマに挙げられた技術やサービスの開発は、東京オリンピックが開かれる2020年を目指すとしている。近い将来、自動車とビッグデータを組み合わせた新しい技術やサービスが生まれていくことが予想される。

米国におけるUBIサービスの未来

現在のUBIのハードウェアは、Progressive社の端末のように、車両診断OBDポートにプラグインする専用機器によって構成されている。しかし、米国テキサス州の調査会社Compass Intelligence社は、将来のUBIハードウェアは2015年以降には工場インストール型となり、デバイス単体の成長率はマイナスになるという見通しを示している。また、車体から直接データを受信するUBIソリューションは継続的に成長していくという。

アフターマーケット（販売後の修理や管理

など各種サービスの市場）では、スマートフォンと連携したOBDデバイスや、ハードウェアを必要としないUBIアプリが増える可能性がある。

すでに米国では、カリフォルニア州の保険会社MetroMile社などが、車の利用が少ないドライバー向けに、スマートフォンとOBDデバイスを連携させたPAYD型UBIを提供するほか、エンジンチェック、ガソリン単体量当たりの走行距離、車両追跡、運転診断などの情報をスマートフォンを通じて提供している。スマートフォンのUBIアプリの分野では、カリフォルニア州のDriveway Software社などのベンチャー企業が、中小保険会社向けに、スマートフォンで利用できるクラウドベースの分析とUBIテレマティクスプラットフォーム（PHYD）を提供している。

世界的には、UBI市場は2015年には2014年に比べて15~30%拡大すると予想されており（「Market Watch」2014年5月20日の記事より）、米国ではその需要に対応できるよう事業拡大を活発に行っている企業もある。2014年5月には、データベースプロバイダーのLexisNexis社が、英国のテレマティクスサービス事業者のWunelli社を買収してグローバルUBI事業を拡大すると発表した。

このように、米国ではUBIへの関心が以前に増して高まっており、今後もさまざまな企業が市場に参入し競争が激化することが予想される。 ■