

組込型保険（Embedded Insurance）の展望と課題

－欧米の事例を中心に－

主席研究員 渡部 美奈子

目 次

1. はじめに

2. 組込型保険とは

- (1) 歴史
- (2) 定義・メリット等
- (3) 商品種類・販売形態
- (4) 提携事業者
- (5) AI 等先進技術の活用

3. 保険会社の取組事例

- (1) アリアンツ
- (2) チャブ
- (3) スイス再保険
- (4) Companjon
- (5) Hippo

4. 組込型保険市場の成長予測

- (1) 全体
- (2) 保険種目別

5. 課題等

- (1) 戦略上の課題と対応
- (2) 組込型保険に対する新たな視点

6. おわりに

要旨

デジタル化の進展により、新たな保険販売形態の 1 つとして、2020 年頃から組込型保険（Embedded Insurance）が注目されるようになった。

組込型保険自体は、過去から存在する販売形態の 1 つであるが、注目されている新たな組込型保険の特徴は、販売手法がデジタル化されていること、および商品販売時における顧客接点が保険商品販売と一体化されていることなどである。このため、使いやすいデジタルプラットフォームの構築や、商品・サービスを提供する保険会社以外の事業者等との提携、提供する保険商品の選択、および販売を通じて得られるデータの有効活用等が保険会社に求められる。

組込型保険には、商品やサービスと一体化したシームレスな保険の導入、顧客データの活用、効率的な業務運営などにより、顧客体験の向上につなげることができるメリットがあり、先進技術等の進展もあいまって、販売方法の変革につながる可能性がある。一方、保険会社側の課題として、組込型保険が広く普及し、保険商品の差異化が難しくなってしまうこと、保険事業者以外の事業者を介して保険契約を締結することで、保険契約者と保険会社の関係が希薄になる可能性があること、および従来の販売チャネルである保険代理店による販売への影響があることなどの懸念が挙げられている。

保険会社は、組込型保険を販売戦略の 1 つとして、どのように位置付け、どのように提携する事業者を選択するかを決定するとともに、先進技術等の活用により販売コストを削減し、顧客ニーズに適した保険商品の提供を検討する必要がある。

一方、環境や生活様式、顧客ニーズの変化にあわせ、市場の変化への適応、および補償ギャップや社会課題の解決などの新たな視点で組込型保険の取組みを検討することも重要と考えられる。

1. はじめに

デジタル化の進展により、新たな保険販売形態の1つとして、2020年頃から組込型保険（Embedded Insurance）が、注目されるようになった¹。組込型保険という用語自体は比較的新しいものの、保険販売の形態としては、過去から存在する。例えばクレジットカードに付帯される旅行保険、クレジットカードで購入した商品を補償するカード付帯のショッピングプロテクション（動産総合保険）など、商品やサービスにあらかじめ保険商品が組み込まれているものや、商品やサービス購入時に追加で保険商品を購入するなどの形態である。

本稿では、デジタル化により進展してきた保険商品販売の事例の1つとして、組込型保険を取り上げる。これは、保険会社と、商品・サービス提供者が協働し、革新的な手法により、保険商品を保険商品以外の事業者の商品・サービスと一体化して提供することで、消費者の利便性を向上させるとともに、商品・サービスの付加価値を高めることを目的としている。先進技術の利用により、保険契約手続きを効率化し、保険商品以外の事業者の商品・サービスに適した保険商品を、最も適切なタイミングで提供することにより、顧客体験を向上させることを目指している。

例えば、インターネットショッピングサイトにおいて、購入した商品を補償する保険をワンクリックで追加購入する事例が該当する。商品購入などのサービス提供者を通じて得られる顧客データを利用することで、保険契約者の属性情報や保険の対象などの保険契約締結時に必要な情報を入手し、保険契約手続きを簡素化するとともに、顧客に応じてカスタマイズされた保険商品を提供することができる。

本稿では、欧米における組込型保険の直近の動向を中心に、従来の組込型保険との相違や販売形態等について説明し、具体的な事例を紹介するとともに、今後の課題などについて説明する。

なお、本稿における意見・考察は筆者の個人的見解であり、所属する組織を代表するものではないことをお断りしておく。

2. 組込型保険とは

本項では、組込型保険の歴史、定義・メリット等、商品種類・販売形態、提携事業者、およびAI等先進技術の活用について説明する。

(1) 歴史

保険商品を保険以外の商品やサービスに組み込むという概念は新しいものではない。欧州や米国においては、19世紀後半に、販売する商品と一緒に保険による補償を提供

¹ ジャパン・リスク・スペシャリスト「エンベデッド・インシュアランス（組込型保険）のメリットと国内外の事例」（2023.11）

していた事例があり、例えば 1870 年に米国のミシン製造会社シンガー（Singer）が提供したミシン保険がある²。当時、同社のミシンを購入した顧客には、ミシンの損害を補償する保険が自動的に付帯され、提供されていた。米国では、1925 年に自動車メーカーのクライスラー（Chrysler）が Palmetto Fire Insurance と提携して、車両価格に 1 年間の火災・盗難保険が含まれる商品プランを開発したことが、当時の新聞記事に掲載されている³。その後、ゼネラル・モーターズ（General Motors）や保険会社の Allstate などが、車両の販売とあわせて自動車保険を販売するプランを開発した。さらに、フォード（Ford）などの自動車メーカーが保険会社と提携して、自動車の販売時に保険商品を販売するようになった。

欧州では 1960 年代に自動車メーカーと保険会社が提携し、自動車メーカーのブランドで保険商品を販売する形態（OEM）⁴が登場し、現在も同様の形態で保険商品が販売されている。ミュンヘン再保険のグループ会社で元受事業を行う Ergo の最高デジタル責任者（CDO）は、「保険商品以外の商品やサービスと、保険商品のパッケージや一体化には長い歴史があるものの、現在のように、組込型保険が注目されることはなかった」と述べている⁵。

（2）定義・メリット等

組込型保険に決まった概念はなく、複数の定義が存在する。最もシンプルな定義は、「商品やサービスに組み込まれた（付帯された）保険商品」であるが、先進技術の進展とともにその定義や目的が変化している。例えばイギリスの組込型金融・保険の専門家である Simon Torrance 氏は、「先進技術を活用し、商品やサービスに保険商品をスムーズに統合することによって、人々が最も必要なタイミングで必要な補償を、手頃な価格で購入できるようにすること」と定義している⁶。また、コンサルティング会社のアーnst・アンド・ヤング（Ernst & Young）は、「保険会社等が API⁷等の技術を活用しながら外部サービスに保険を組み込むこと」と定義しており⁸、先進技術を活用して、顧客の購買体験の中に直接保険の提供を組み込むことで、利便性と保険商品へのアクセスを向上させることができるとしている。

² Mark Klein, “A digital renaissance-the rise of embedded insurance” (Ergo, 2024.8)

³ Coverager & PwC, “Embedded Insurance: The art and science of unselling insurance” (2022.11)

⁴ OEM は「Original Equipment Manufacturing」の略称で、委託を受けて相手方のブランドで製品を製造することをいう (Automotive News Europe, “Insurers and car manufacturers: how to unlock the potential of true collaboration” (2022.6))。

⁵ 前掲脚注 2 を参照願う。

⁶ Simon Torrance, “Embedded Insurance: a \$3 Trillion market opportunity, that could also help close the protection gap” (2020.12)

⁷ API とは「アプリケーション・プログラミング・インターフェース (Application Programming Interface)」の略称で、ソフトウェアやプログラム、ウェブサービスの間をつなぐ接点を指す (ビジネス+IT ウェブサイト)。

⁸ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「エンベデッド・インシュアランスを通じて保険会社が競争優位性を維持していくためには？～国内外の事例と解説～」(2023.11)

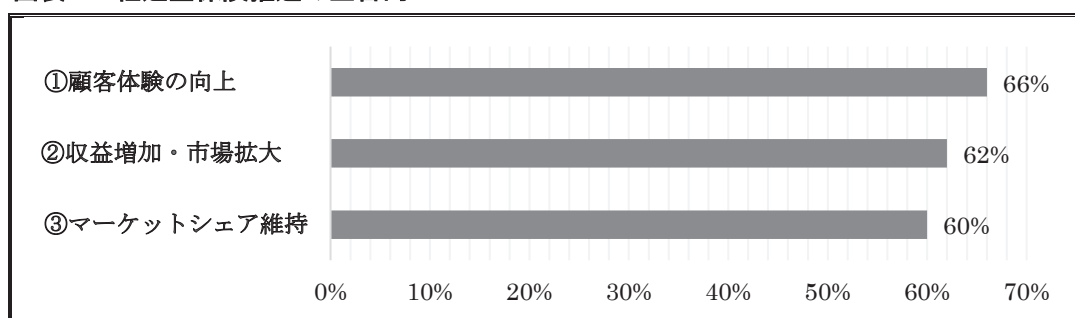
組込型保険は、提携事業者にとって、商品やサービスに対する付加価値の向上となり得るが、保険会社にとっても他の商品やサービスに保険商品を組み込むことにより、新たな顧客層へアクセスし、販売網の拡大につなげることができる。その他の主なメリットは以下のとおりである。

- 顧客に対する付加価値の提供
- 顧客のロイヤリティとエンゲージメントを深める
- 新たな収益源の追加
- ビジネスの差異化により、投資家を惹きつける
- ブランド・エクイティの構築

オランダに本社を置き、保険業界向けに先進技術やソフトウェアを提供する Adacta は、2023 年 12 月に、欧州の保険会社、保険総代理店（Managing General Agent：以下「MGA」）⁹、保険ブローカー等に対して組込型保険に対する調査を行った¹⁰。この調査は、近年、組込型保険が注目を集める中、保険会社がこれを一時的な動向としてとらえているのか、それとも長期戦略の重要な要素としてとらえているのかを判断することなどを目的としており、組込型保険に対するビジョンや提携事業者、開発戦略、および課題などに焦点が当てられた。

これによると、組込型保険の企業戦略における位置付けについて、調査回答者の 94% が組込型保険を長期戦略の重要な要素として認識していることがわかった。また、組込型保険を推進する主な目的として、①「顧客体験の向上」が最も多く挙げられ（66%）、以下②「収益増加・市場拡大」（62%）、③「マーケットシェア維持」（60%）が続いた（図表 1 参照）。

図表 1 組込型保険推進の主目的（注）



（注）複数回答となっている。

（出典：Adacta, “State of Embedded Insurance 2024”（2024.4）をもとに作成）

⁹ MGA とは、保険会社から一定の権限を委譲され、保険会社が担う業務の一部である、保険契約の補償範囲・保険料率の設定および引受、ならびに保険金支払いを担うことができる代理店をいう。

¹⁰ Adacta, “State of Embedded Insurance 2024”（2024.4）

(3) 商品種類・販売形態

組込型保険として、既に多くの保険商品（種目）が販売されている。例えば、レンタカー利用者向けの自動車保険、住宅関連サービスにおける火災保険、航空券購入や旅行契約締結時に提供される旅行保険などがある（図表 2 参照）。組込型保険の販売は通常商品購入と同時に短時間で行われ、申込時点で顧客に対する商品等の助言はほとんど提供されない。このため、保険商品はシンプルでわかりやすく、顧客の特定のニーズと明確に合致することが求められる。

販売形態は、大別すると 3 種類ある（図表 3 参照）。1 つ目は、オンラインショッピングなどの、非保険事業者の商品やサービスの購入時にこれらと関連した保険商品を追加で購入するもので、非保険事業者のプラットフォームに保険や決済業務などの金融事業を組み込むビジネスモデルである。

2 つ目は、あらかじめ商品やサービスに、保険による補償が組み込まれている一体型で、例えば自動車のライドシェアプラットフォームやレンタル e スクーター（電動キックボード）に組み込まれた第三者賠償責任保険などが挙げられ、サービスの利用料金に保険料が含まれていることもある。

3 つ目は、オンライン金融事業者である銀行やデジタル決済プラットフォームに組み込まれた保険商品、あるいはこれらと連動したアプリに保険商品が組み込まれるケースである。自社の中核ビジネスのサービス拡充の一環として、保険商品が追加されるケースで、販売される保険商品の種類は様々であり、顧客は好きなタイミングで保険商品を購入することができる。例えば、中国のアリババグループ（Alibaba Group）の金融子会社である、アントグループ（Ant Group）が運営するアリペイ（Alipay）¹¹のような、決済機能を備えたスーパーアプリ¹²内の保険商品は、組込型保険の成功例の 1 つとして取り上げられている。アントグループは、大手保険会社の中国平安保険、太平洋保険を含む約 90 社の保険会社と提携し、生命・医療保険、旅行保険、自動車保険など生命保険・損害保険をあわせて約 2,000 種類の保険商品を提供している。同社は顧客の購買行動に関するデータにアクセスし、生命・医療保険から損害保険に至るまで、顧客のためにカスタマイズされた保険ソリューションを開発する¹³。2023 年時点では、アリペイの国内利用者は、10 億人を超えているという。一方、スーパーアプリには、異なるアプリ間での情報共有や、サービスを組み合わせる場合にメインのサービスで多くの利

¹¹ アリペイが提供するスマートフォンアプリは、タクシー・ホテル予約、列車・映画チケットの購入、知人への送金、公共料金の支払い、病院の予約、振込や資産運用商品の購入等、約 60 種類のサービスを提供する。このほか、資産運用、ローン、保険等の総合的なサービスから成る新しいビジネスモデルをグループで構築し展開している（笠原康弘「各国におけるキャッシュレス化と保険販売ーアジア諸国におけるモバイル決済を中心にー」損保総研レポート第 125 号（損害保険事業総合研究所、2018.11））。

¹² スーパーアプリは、1 つの基幹となるプラットフォームに、支払いやメッセージングサービスなどの複数のサービスを備えたアプリである。顧客は複数のアプリを行き来する必要がなく、また、決済機能を備えているため、決済時にクレジットカードなどの情報を入力する必要はない。

¹³ 内田真穂「エンベデッド・インシュアランス～新時代の保険販売手法「組込型保険」をどう見るか～」SOMPO インスティテュート・プラス（2021.9）

用者を確保していることなどの課題もあるとされている。

図表 2 欧米における組込型保険の例

保険種類	内容
自動車保険	○レンタカー利用者向けの自動車保険 ○ライドシェアプラットフォーム向けに提供される自動車保険
火災保険	○住宅ローン、住宅関連サービス契約を通じて提供される火災保険 ○住宅の煙や水漏れなどの、予防センサー ^(注) に付帯される火災保険
新種保険	○航空券購入、旅行契約締結時に提供される旅行保険 ○Airbnbなどの宿泊施設マッチングプラットフォームに付帯された賠償責任保険 ○e コマースの出品者向けに提供される第三者賠償責任保険 ○サイバーセキュリティ・サービスを通じて提供されるサイバー保険等

(注) 建物等に設置された機器で、センサーを使って建物の状態を 24 時間リアルタイムでモニタリングし、煙や水漏れなどを検知する。

(出典：各種資料をもとに作成)

図表 3 組込型保険の販売形態

項目	追加購入型	一体型	プラットフォーム等追加型
提供方法	○商品・サービス提供時に、保険商品を追加で提供	○商品・サービスと保険商品が一体化されて提供	○別途提供 基幹プラットフォームのサービスの一部
顧客層	○商品・サービスを購入した顧客を想定	○商品・サービスを購入した顧客を想定	○特定しない
保険商品の種類	○商品・サービスと関連が高い商品に限定	○商品・サービスと関連が高い商品に限定	○商品種類を問わない
成約率	○高い	—	○低い

(出典：各種資料をもとに作成)

(4) 提携事業者

組込型保険の運営には、複数の事業者の関与が必要となる。例えば、顧客と直接接する事業者（銀行、小売業者、決済事業者等）、保険契約を管理するプラットフォームの提供者であるインシュアテック企業等、ならびに保険代理店、保険ブローカー、MGA、および保険会社等で構成される。保険契約の引受については、保険ブローカーが行う場合もあれば、提携先のインシュアテック企業や MGA が行う場合もある。保険の仲介事業者・保険会社の認可や保険販売に関わる規制は国や地域によって異なり、複数地域で販売を行う場合は、これらの要件を満たさなければならない。

Adacta の調査¹⁴では、組込型保険の検討における特に重要な要素の 1 つとして、戦略的な事業提携が挙げられており、回答者の 63%がすでに組込型保険のために他の事業者と提携していると回答した。提携先として最も多かったのが金融機関で、健康・ウ

¹⁴ 前掲脚注 10 を参照願う。

ヘルネスサービス事業者¹⁵、自動車メーカー・ディーラー、旅行代理店・航空会社・ホテル等がこれに続いた（図表 4 参照）。

図表 4 提携事業者の例

種類	割合（注）
金融機関	63%
健康・ウェルネスサービス事業者	51%
自動車メーカー・ディーラー	50%
旅行代理店・航空会社・ホテル	48%
他の保険会社	40%
e コマースプラットフォーム	37%
家電製品販売事業者	36%
電気・ガスなどのユーティリティ事業者	29%

（注）複数回答となっている。

（出典：Adacta, “State of Embedded Insurance 2024”（2024.4）

をもとに作成）

（5）AI 等先進技術の活用

従来の組込型保険は、自動車メーカーや、事業者（ブランド）のウェブサイトには保険会社のリンクがあり、それをクリックして保険会社のウェブサイトに移動し、保険契約手続きを行うタイプが多く、顧客は商品を購入後に、別途保険契約を締結する必要があった。しかし、現在は保険引受に必要な機能を短時間で他のサービスと連携させるだけでなく、人工知能（Artificial Intelligence：以下「AI」）や機械学習（Machine Learning：以下「ML」）等の利用により、保険商品の提供方法に様々な変化が見られるようになった。

欧米の組込型金融・保険の専門家はこれらを「組込型保険 2.0（Embedded Insurance 2.0）」と呼んで、従来型の「組込型保険 1.0（Embedded Insurance 1.0）」と区別し、商品やサービスと一体化したシームレスな保険の導入、顧客データの活用、効率的な業務運営などを特徴として挙げている（図表 5 参照）。AI や ML などの先進技術は、組込型保険に特化したものではないが、膨大なデータを分析し、個々のニーズや行動に合わせた保険商品を提供する点で組込型保険においても有効となる。例えば、自動車の通信技術を利用した「使用ベースの保険（Used Base Insurance：以下「UBI」）」は運転データを使用して保険料を算出する。具体的な事例として、テスラ保険¹⁶は車両購入者

¹⁵ 病気の予防や健康維持を促進するため、顧客の健康データの管理や、健康的な行動を促進するためのアプリなどを行う事業者をいう。

¹⁶ テスラ保険は、テスラの車両に装備された車両搭載デバイス、および車両の複数のセンサーやカメラを利用して、ドライバーの運転特性を正確に把握し、リアルタイムの運転データをもとに保険料を算出する。保険料は、ドライバーの急ブレーキや急加速などの運転行動に基づき算出された安全スコア、走行距離、車両情報、および居住地等に基づき毎月算出され、他の保険会社が一般的に使用する保険契約者の年齢、性別、事故歴、交通違反履歴などを考慮しないとしている（渡部美奈子「欧米における異業種から損害保険事業への参入ーテスラ、GM、フォード、Amazon の事例を中心にー」損保総研レポート第 146 号（損害保険事業総合研究所、2024.2））。

が所有者向けアプリを使って保険契約を締結できる組込型保険を提供しており、車両に搭載されたデバイスから取得した運転データをもとに保険料を算出する。

商品等の販売を通じて得られたデータを最大限利用することで、保険契約時に改めて顧客情報や保険の対象に係る情報を入力する必要がなくなり、契約手続きを簡素化して、コストの削減に貢献できる可能性がある（図表 6 参照）。

図表 5 組込型保険 1.0 と 2.0 の主な相違点

項目	組込型保険 1.0	組込型保険 2.0
仕組み	○事業者の商品やサービス販売時における保険の追加販売 ○保険会社のウェブサイト以案内され、別途手続き	○事業者と保険会社等の提携により、付加価値向上を目的として保険商品を組み込み、一体化することで顧客体験を向上
提供される保険商品の 特徴	○比較的シンプル、一般的で画一的	○個々の特定のニーズに合わせた保険商品
提案価値	○利便性、新規顧客獲得	○保険契約締結から、契約維持・サービス、および保険金請求に至るまで手間のかからない総合的な顧客体験の向上
提携	○事業者との協働は限定的でシンプルな提携	○データ知見の交換、データの収益化、共同ブランドの利用による提携価値の向上
先進技術	○見積りや契約締結プロセスが API によって統合 ○事業者主導型で紙ベースの対応	○効率化と顧客エンゲージメント向上のため、リスク評価、保険料の最適化、および個別化されたサービスの提供にデータ分析と AI を幅広く活用 ○保険業務と保険販売など複数のプラットフォームが簡素化されて統合
事例	○航空会社のウェブサイトにおける旅行保険の提供	○ライドシェアプラットフォームと統合された自動車保険は、実際の走行距離と運転行動に基づき保険料を算出

（出典：Davit Singh & Namitha Anand, “A fresh perspective on embedded insurance”

（Thoughtworks, 2024.5）ほかをもとに作成）

図表 6 活用可能な先進技術の例

種類	内容
AI と ML	○AI と ML のアルゴリズム^(注1) は膨大なデータを分析し、顧客の個々のニーズや行動に合わせた保険商品を提供する。 ○高度な分析により、保険会社はリスクをより正確に評価し、保険料設定や引受を改善する。 ○AI 搭載のチャットボット^(注2) や自動化システムは保険金請求対応を効率化し、保険会社と顧客の手続きを簡素化する。 ○事例 ・アイルランドの保険会社 Companjon は AI を活用し、すべての顧客に対して同一の組込型保険を提供するのではなく、商品の種類やモデル、顧客の行動に基づき、提供する保険商品や保険料等を調整する（後記 3. (4) c 参照）。 ・米国の保険会社 Hippo は、AI ベースの引受プラットフォームを利用して、保険引受時の手続きを簡素化する。顧客が入力した建物等の情報と人工衛星やドローンを利用した建物周辺の画像を組み合わせ、ほぼリアルタイムで不動産の詳細な物理的特性を把握し、保険引受に活用している（後記 3. (5) c 参照）。
モノのインターネット化 (Internet of Things : IoT)	○予防センサー^(注3) やウェアラブル健康モニターなどの IoT デバイスはリアルタイムでデータを提供し、利用者に伝えることで、事前に損害等を防止する。 ○事例 ・Hippo の火災保険は、建物のセンサーにより、煙、水漏れなどを検知し、24 時間モニタリングする。モニタリング結果や警告は保険契約者の携帯電話のアプリに通知される（後記 3. (5) a 参照）。
テレマティクス・UBI	○車両に取り付けられたデバイスにより、走行距離や運転速度、ブレーキのかけ方などの運転特性を把握し保険料を算出する。これにより、安全運転が促進されるとともに、保険料が運転者ごとに個別に設定される。 ○事例 ・テスラの車両購入者は、所有者向けアプリからテスラ保険の契約手続きを行うことができる。テスラ保険は、車載デバイスから取得した運転データを利用して、リアルタイムの運転行動に基づき保険料を算出する仕組みで、アプリに運転行動を測定したスコアがリアルタイムで表示される。保険金請求や車両の修理依頼も同一アプリで行うことができる。
モバイル技術	○モバイルアプリは顧客が保険契約を購入、管理、保険金を請求するための最適な方法をアドバイスし、顧客体験とエンゲージメントを向上させる。 ○モバイルプラットフォームは、旅行保険やレンタカー保険などの短期またはイベントごとの保険をスマートフォンを用いて直接購入することを可能にする。 ○事例 ・ブルガリアの大手通信事業者 Yettel は、チャブと提携し、旅行中のローミング^(注4) 期間に対応したスマート旅行保険を提供している。顧客の携帯電話が、国外におけるネットワークでローミングしていることを検知し、旅行保険が自動的に適用開始される。旅行履歴はアプリで管理され、保険料は Yettel の料金とあわせてアプリで決済される（後記 3. (2) b. (a) 参照）。

(注1) プログラムへ組み込まれた計算手順や処理のプロセスをいう。

(注2) チャットボットは、音声やテキストにより、ユーザーとの会話を自動で行うシステムをいう。

(注3) 前掲図表 2 (注) を参照願う。

(注4) 利用者が契約している通信事業者の提供サービス範囲外の場所で、他の事業者の設備を通じて音声通話やインターネットなどのデータ通信を利用することをいう。

(出典：各種資料をもとに作成)

3. 保険会社の取組事例

本項では、保険会社による組込型保険の具体的な取組事例として、アリアンツ・グループ(以下「アリアンツ」)、チャブ・グループ(以下「チャブ」)、スイス再保険、Companjon、および Hippo を取り上げる。

(1) アリアンツ

a. 概要

アリアンツは、ドイツのミュンヘンに本社を置く総合保険グループで、70 カ国以上で損害保険、生命保険、医療保険、および資産運用等に関わる商品・サービスを提供している。旅行保険等の商品は主にアリアンツ・パートナーズ (Allianz Partners)¹⁷が提供し、アシスタンス・サービス分野では、アリアンツ・グローバル・アシスタンス (Allianz Global Assistance) が 30 年以上にわたって緊急医療サービスを提供している。

アリアンツの組込型保険の取組みは、インシュアテック企業をはじめとする提携事業者とともに推進されており、例えば 2022 年 9 月に同社の子会社となった Simpleurance¹⁸、および 2023 年 10 月の Bolttech¹⁹との提携がある。2023 年の Bolttech との提携時のニュースリリースでは、組込型保険をグローバルに展開し、モバイルデバイスやデジタルデバイス、家電製品などを対象に、顧客が必要なときに、より簡便な方法で保険による補償を提供できるようにすると述べている²⁰。

b. 商品・サービス事例

本項では、アリアンツの取組みの具体的な事例として、車両販売と一体化した自動車保険、オンライン中古車販売への組込型自動車保険、金融アプリ会員向け旅行保険、および組込型サイバー保険を取り上げる。

(a) 車両販売と一体化した自動車保険

アリアンツは 2021 年 6 月にボルボ (Volvo) と提携して、ボルボのピュアエレクトリック EV (XC40 Recharge Pure Electric) を購入した顧客に、3 年間の自動車総

¹⁷ 2014 年に旅行保険に重点を置くアリアンツ・グローバル・アシスタンス、生命保険・医療保険に重点を置く Allianz Worldwide Care、自動車メーカーとの提携に重点を置く Allianz Global Automotive の 3 社を統合しアリアンツ・ワールドワイド・パートナーズ (Allianz Worldwide Partners) を設立した。その後、2018 年に現在の名称である、アリアンツ・パートナーズに名称変更した (Allianz Partners ウェブサイトによる)。

¹⁸ Simpleurance は、2012 年にドイツのベルリンで設立されたインシュアテック企業である。

¹⁹ Bolttech は、シンガポールに拠点を置くインシュアテック企業で、2020 年に設立された。デジタル保険のマーケットプレイスとして運営され、企業と保険会社をつなぐデジタル完結型の保険を提供する。2023 年 9 月時点で 35 の市場において 200 万人以上の消費者にサービスを提供している (Rashi Shrivastava 「シンガポールの保険テック新興企業 Bolttech、累計 730 億円を調達」 (Forbes Japan, 2023.9))。

²⁰ Allianz Partners, “Allianz Partners announces strategic partnership with bolttech” (2023.10)

合保険を提供すると公表した。従来のような、自動車メーカーがウェブサイトから保険会社を案内する方式ではなく、オンライン自動車購入の一部として自動車保険が組み込まれている（図表 7 参照）。

補償内容は、第三者賠償責任補償のほか、専門工場における車両損害の修理費用の補償など、EV の総合的な補償をパッケージ化したもので、オールリスク補償の一部として、バッテリーの損害・紛失、充電ケーブルの盗難による損害も補償する²¹。

2023 年 6 月には、Jaguar Land Rover（以下「JLR」）²²と提携して、新車の購入者に最初の 1 カ月間を保険期間とする自動車保険が付保される新たなプログラム「Simply Drive」の提供を開始した。高級車購入の特典として、顧客は保険料の負担なしで即時に包括的な保険の適用が受けられるとしている。

このプログラムは最初にドイツで、以降オーストリア、ベルギー、フランス、イタリア、オランダ、ポルトガル、スペインなどにも展開される予定であるとしている²³。

図表 7 アリアンツのニュースリリースイメージ



（出典：Allianz ウェブサイトをもとに作成）

(b) オンライン中古車販売への組込型自動車保険

イギリスでは、アリアンツが出資する中古車マーケットプレイス、heycar とインシュアテック企業 Wrisk²⁴との提携により、2022 年にオンライン販売の中古車向け

²¹ ただし、通常の経年劣化によるもの、設計または資材の欠陥、および化学反応によるものは対象外である（Gabriella Ben-Hutta, “Volvo XC40 Recharge Pure Electric now comes with 3-year insurance from Allianz” (Coverager, 2021.6)）。

²² インドの大手自動車会社 Tata Motors が所有するイギリスの自動車会社で、米国大手自動車会社フォード・モーターから高級車ブランド「Jaguar」と「Land Rover」を買収して設立された。

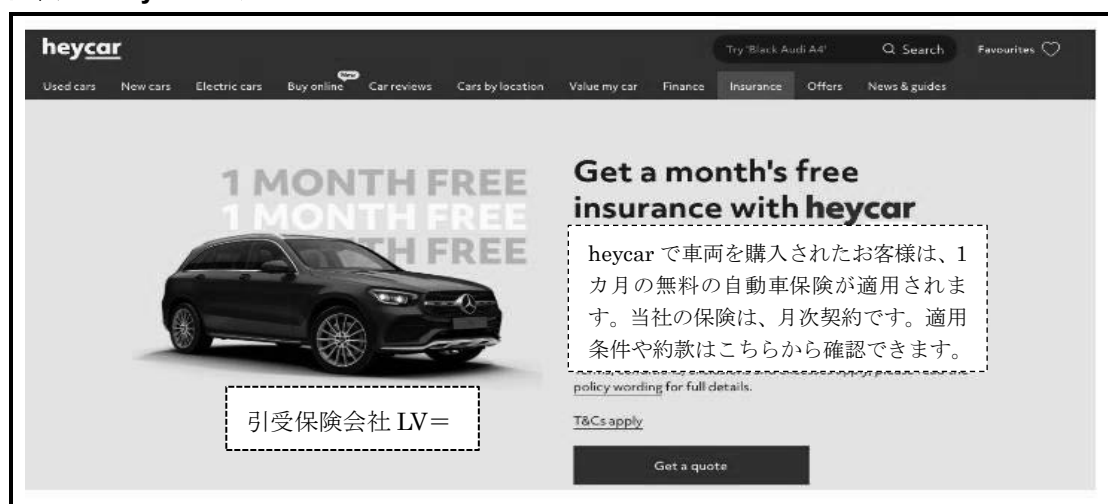
²³ Allianz Partners, “Jaguar Land Rover and Allianz Partners launch Simply Drive” (2023.6)

²⁴ Wrisk の組込型保険プラットフォームは、BMW、MINI などの自動車メーカーにおいてすでに利用されている。自動車の販売手続きと保険購入手続きを一体化させるとともに、保険契約手続きが簡素化され

に、月次契約の組込型自動車保険の提供を開始した。顧客は毎月の定額料金の支払いにより保険による補償が受けられ、必要に応じてキャンセルすることができる。このプランは、**heycar** で購入したすべての中古車が対象となり、条件を満たす顧客は 1 カ月間の自動車保険が顧客の費用負担なしで提供される（図表 8 参照）。

顧客対応などのフロント業務は **Wrisk** グループの **MGA** が担い、保険の引受は、イギリスにおけるアリアンツの子会社「**LV=**（**Liverpool Victoria**）」が行う²⁵²⁶。

図表 8 heycar のウェブサイトイメージ



（出典：Coverager ウェブサイトをもとに作成）

（c）金融アプリ会員向け旅行保険

アリアンツは、2022 年にキャッシュレス決済サービスを提供する **Revolut**²⁷と提携し、**Revolut** の会員向けに、欧州経済領域（**EEA**）²⁸とイギリスで包括的な旅行保険の提供を開始した。対象となる **Revolut** の会員は、新型コロナウイルスを含むパンデミックや伝染病が発生した場合に、旅行のキャンセルや旅行の中断費用について、補償を受けることができる。補償内容には、旅行中の緊急搬送、旅行のキャンセル・中断、手荷物の紛失・目的地への到着遅延、およびスキー、スノーボードなどの

ており、様々なデバイスから保険契約の手続き、変更等ができるとされている。

²⁵ Gabriella Ben-Hutta, “heycar partners with Wrisk” (Coverager, 2022.8)、Shefi Ben-Hutta, “Embedded insurance is free insurance” (Coverager, 2022.7)

²⁶ イギリスでは、自動車ディーラーで車両を購入した際に、家まで運転するために短期間の保険を付保するのが一般的である（3 日、1 カ月など）。これを組込型の月次保険契約としたものである。

²⁷ **Revolut** は 2015 年に設立された、イギリスのロンドンに拠点を置くキャッシュレス決済サービス事業者で、同社の提供する金融アプリは、外貨両替、海外送金、国内外の決済から取引まで、個人と企業を含むすべての顧客がスマートフォン 1 つでお金を管理できるとされている。2024 年 10 月時点において、90 の国・地域で 4,500 万人以上の個人、50 万以上の事業者が同社のサービスを利用している（**Revolut Japan** ウェブサイトによる）。

²⁸ 欧州経済領域（**European Economic Area**）とは、EU（欧州連合）に **EFTA**（欧州自由貿易連合）のノルウェー、アイスランド、リヒテンシュタインを含めた共同市場で、1994 年に発足した。

ウィンタースポーツの用具補償が含まれるとともに、24 時間、年中無休の医療支援ホットラインを利用することができる²⁹。

(d) 組込型サイバー保険

アリアンツは、2024 年にサイバー攻撃に対する予防措置と保険による補償を備えた、組込型サイバー保険の提供を開始した³⁰。「allyz Cyber Care」と呼ばれるこの保険商品は、デジタルプラットフォームやオンラインサービスに組み込まれ、セキュリティサービスと保険による補償の両方を提供することを目的としており、予防措置として、疑わしいウェブページについて警告を発したり、詐欺的なサイトから保護したりする機能を備えている。このほか、オンライン ID の保護や、重要なデータをモニタリングすることなどが含まれる。また、データ漏えい等の検出時には、警告を発出するとともに、専門家による対応方法のアドバイスを受けることができる。保険による補償については、フィッシング³¹などによるオンライン不正取引による損害を補償する。

Allyz Cyber Care は、ドイツ、フランス、イタリア、オランダで提供されており、今後さらに他国での展開を予定している。

(2) チャブ

a. 概要

チャブは、スイスのチューリッヒに本社を置き、米国を中心に世界 54 カ国で損害保険および生命保険等の保険・金融商品、サービスを提供している。

チャブは、非保険事業者と提携して組込型の保険商品を提供するほか、提携事業者による組込型保険のスキーム構築を支援するため、2020 年に「Chubb Studio」と呼ばれるデジタルプラットフォームを立ち上げた。これにより、様々な業種の事業者が、自社の商品やサービスにデジタル保険オプションを追加する仕組みを構築することを支援するとしており、e コマース、フィンテック、航空会社、通信事業者などを対象としている。提供する保険商品は、建物・家財保険、傷害保険、医療・生命保険、携帯電話の補償保険、旅行保険、および中小企業向けの各種保険である。Chubb Studio のプラットフォームは、保険商品の提供、顧客対応、および保険金請求などの、保険業務に必要な一連の機能を備えており、提携事業者は短期間で組込型保険商品の仕組みを構築することができる³²。

²⁹ Allianz Partners ウェブサイトによる。

³⁰ Allianz Partners, “Allianz Partners launches allyz Cyber Care, aimed at protecting customers against cyber threats” (2024.5)

³¹ 実在する金融機関や企業などを装った偽の e メールやウェブサイトにより、クレジットカードの情報やユーザーID、パスワードなどの重要な情報を盗み出す詐欺をいう。

³² Chubb, “Chubb's Integration Engine, Chubb Studio, Expands Tech Features, Growing Revenue and Increasing Value for Partners” (2022.11)

b. 商品・サービス事例

チャブは、全世界の提携事業者に組込型保険を提供している。例えばキャセイ・パシフィック航空（Cathay Pacific Airways）などの大手航空会社向けの旅行保険や、e コマース向けの保険のほか、時計などの高級品・貴重品に特化した補償を提供する組込型保険がある。また、同社の取組みの中には、ブラジル、フィリピン等の新興国において、一般の保険商品へのアクセスが限定されていた人々に対する低価格のマイクロインシュアランスの提供も含まれており、補償ギャップ³³の解消や、金融包摂³⁴を推進する取組みとして位置付けられているものもある。本項では、スマート旅行保険、マイクロインシュアランス、およびライドシェアアプリにおける組込型保険の事例を取り上げる。

(a) スマート旅行保険「Pay As You Roam」

チャブは、2020 年 6 月から、ブルガリアで約 300 万人の顧客を有する大手通信事業者 Yettel³⁵と提携し、利用者の旅行中のローミング³⁶期間に対応した「Pay As You Roam」と呼ばれる旅行保険の提供を開始した。これは、海外旅行の頻度が高い人向けに設計された、組込型の旅行保険で、以下のような特徴を有している。

- ローミングを検知して自動的に保険を適用

顧客の携帯電話が、国外におけるネットワークでローミングしていることを検知し、旅行保険が自動的に適用される。顧客は、旅行の都度保険の手配をする必要はなく、既に保険契約を締結しているなど、保険が不要な場合は、ローミングの開始時に保険を適用しない選択をすることもできる。

- 保険料

保険料は、国外に滞在している期間に対して日割りで算出され、支払いは Yettel 請求書に追加され、同時に決済される。

- 補償範囲

医療費用、ロードアシスタンス、携行品補償、航空機等の遅延、賠償責任補償、緊急歯科治療など、緊急時のアシスタンス・サービスを含めて旅行時の包括的な補償を提供する。また、最大 10 人の同行者を被保険者として追加することができる。

- アプリによるデジタル管理

保険に関する機能は、すべて Yettel のアプリを通じて管理できる。例えば、

³³ 事故等により発生した経済損失額と、実際に保険で補償されている補償額との差をいう。

³⁴ 一般の保険市場の対象とされていない、または保険の提供を十分に受けていない層を対象とする保険を指す。詳細は、奥山絹代「諸外国におけるインクルーシブ・インシュアランス取組みの現状」損保総研レポート第 148 号（損害保険事業総合研究所、2024.8）を参照願う。

³⁵ Yettel は、ブルガリア、ハンガリー、セルビア、スロバキアで事業を展開する大手通信事業者 PPF テレコムグループの一員である。

³⁶ 前掲図表 6（注 4）を参照願う。

旅行履歴の確認、保険契約の内容確認等がアプリで行え、補償内容の追加や削除にも対応している。

(b) デジタルプラットフォームを介したマイクロインシュアランス

ブラジルで 2013 年に設立された新興デジタルバンクである Nubank³⁷は、ラテンアメリカ全域で約 1 億人の利用者に対して、個人・法人口座、クレジットカード、投資、ローン、および暗号資産などの金融サービスを提供している。チャブは、Nubank との提携により、これまで保険商品にアクセスできなかった人々に、シンプルな手続き、かつ手頃な保険料で保険商品やサービスを提供する仕組みを構築した。ブラジルでは、2022 年時点の保険の浸透率（GDP に占める保険料収入の割合）が約 4.0%³⁸で、わが国の保険の浸透率 8.2%の約半分以下となっており、低価格のマイクロインシュアランス³⁹の普及率も低水準となっている。

提供されるのは、Nubank のアプリ内に組み込まれた 3 種類のシンプルでかつ完全にデジタル化された保険商品で、保険料は月額約 0.8 ドルからとなっており、Nubank の銀行口座や登録しているクレジットカードにより決済される。

最初の保険商品は、2020 年に開始された定期生命保険で、Chubb Studio のプラットフォームを利用して Nubank により開発された。このほか、携帯電話本体の補償、および失業を補償する保険商品が提供されている。これらは、携帯電話を利用して簡単に加入できること、および手頃な保険料設定であることの 2 点から加入者が大きく増加し、生命保険については 2024 年時点で約 100 万件の保有契約があるとされている。Nubank が実施した保険契約者への調査では、保険契約者の 50%以上にとって、これが初めての生命保険、および携帯電話保険であり、Nubank は多くの人に保険加入の機会を提供したとされている。

また、チャブは、フィリピンにおいて、電子マネーやクレジットカードなどの情報を管理できる電子ウォレットで、8,000 万人以上の利用者を擁するアプリの提供企業 GCash⁴⁰と提携して、商品の購入代金の支払い、オンラインショッピングに対する補

³⁷ Nubank は、オンラインで完結する新興系デジタルバンクである。利便性や商品性、コスト面での競争優位性を土台として、金融包摂が課題となっている国において、若年層や銀行口座を持たない層に対して、便利で安価な金融サービスを提供することで、顧客数を伸ばし、世界屈指のデジタルバンクに成長してきた（谷栄治「新興デジタルバンクの現状と今後の課題～成功モデルとして注目されるブラジル Nubank～」(日本総研、2022.2)）。

³⁸ 生命保険と損害保険をあわせた保険の浸透率である（Jennifer Rudden, “Life and non-life insurance penetration in selected countries and territories worldwide from 2020 to 2022” (Statista, 2024.6)）。

³⁹ マイクロインシュアランスの定義は国によって異なるが、本稿では「被保険者のリスクに応じて保険料水準が抑えられ、低所得層のニーズに応えるために特別に開発されたもの」と定義している。補償対象者数は、生命保険、信用生命保険・ローン返済保証保険、農業保険の順に多い（奥山絹代「諸外国におけるインクルーシブ・インシュアランス取組みの現状」損保総研レポート第 148 号（損害保険事業総合研究所、2024.8)）。

⁴⁰ GCash のアプリは、フィリピンで最大のキャッシュレスエコシステムである。GCash アプリにより、プリペイドの通話サービスの購入手続き、提携する請求事業者を介した請求書の支払いや、フィリピン国内どこからでも送金や受取りを行うことができる。なお、GCash は財務的に持続可能なフィンテック企

償などの保険商品を提供している。商品の購入代金の支払いに対する補償は、決済を行った日から 30 日以内に、事故による死亡や後遺障害を被った場合に、購入代金の 36 倍に相当する一時金が、180 万ペソ（約 480 万円）⁴¹を限度として、保険金として支払われる。オンラインショッピングに対する補償は、補償の申込みを行った日から 30 日以内に購入した商品が対象で、商品購入日から 60 日以内の商品の未着、破損、盗難に対して、最大 2 万ペソ（約 5 万 3,000 円）が保険金として支払われる。GCash の利用者は、アプリにより商品の購入を行い、決済時に保険に加入することができる。

(c) ライドシェアアプリ「Grab」

チャブは、2018 年にライドシェアプラットフォームを運営する Grab との提携により、東南アジア全域において、Grab のドライバー約 260 万人に対して、アプリを通じた組込型保険の提供を開始した⁴²。Grab は、東南アジアの人々の生活を向上させるという同グループのビジョンを掲げ、ドライバーの福利厚生を最優先事項として位置付け、所得補償保険、個人傷害保険、自動車保険などを提供するとしている。また、テレマティクス、ML、予測分析など、Grab のデータテクノロジーを利用して、様々なドライバーのニーズに応じた保険ソリューションを提供することを検討するとしている⁴³。

Grab のライドシェアサービスの利用者向け保険商品も提供されている。例えば、フィリピンでは、搭乗者傷害補償として、最大 100 万ペソ（約 270 万円）と遅延補償が提供される。ドライバーの遅延時間をパラメーターとしたパラメトリック保険⁴⁴が導入されており、15 分の遅延に対して 50 ペソ（約 130 円）の金券が発行される。1 回の乗車に対する保険料は 7 ペソ（約 19 円）である。アプリ内で保険料の見積り、支払い、契約書類の発行、保険金請求などのセルフサービス機能を提供しており、利用者は乗車の予約時にサービスの利用を申し込むことができる。

(3) スイス再保険

a. 概要

スイス再保険は、1863 年にスイスのチューリッヒで創設され、世界 80 カ所に事業拠点を置き、保険会社、一般事業者、および公的機関に対して再保険、元受保険、およ

業の 1 つであり、金融サービスが届いていないコミュニティとの格差を埋めることに尽力しており、国際連合（United Nations）の持続可能な開発目標（SDGs）の強力な支持者であるとされる（共同通信 PR Newswire「GCash、フィリピンおよび海外でのデジタル金融包摂の先駆けとして 20 周年を迎える」（2024.10））。

⁴¹ 2024 年 10 月末時点の為替レートである 1 ペソ=2.66 円により換算した。以下同様とする。

⁴² Chubb Studio ウェブサイトによる。

⁴³ Grab ウェブサイトによる。

⁴⁴ パラメトリック保険は、損害と因果関係のある指標（パラメーター）が、契約時に設定した条件を満たした場合に、予め決められた一定額の保険金を支払う保険をいう（濱田和博「パラメトリック保険の現状と課題」損保総研レポート第 129 号（損害保険事業総合研究所、2019.11））。

びその他の保険におけるリスク移転ソリューションを提供している。同社は、先進技術の活用により、保険会社、保険仲介事業者、銀行、一般企業等との長期的な提携関係を構築し、消費者にとって保険をより身近でわかりやすいものにするを目的として、2014年にデジタル B2B2C⁴⁵保険会社である iptiQ を立ち上げた。iptiQ は、50 以上の販売事業者と提携し、2023 年時点で約 270 万件の保険契約を保有している。提携事業者のニーズにあわせて、オーダーメイドの保険ソリューションを提供するとおり、エンドユーザーに対して価値あるプロテクション・ソリューションを提供するとともに、提携事業者のビジネスの成長を支援するとしている⁴⁶。

また、2020 年には、ダイムラー（Daimler、現メルセデス・ベンツ）とのジョイントベンチャーとして、ドイツのベルリンで、自動車保険に特化した MGA の Movinx を立ち上げた。完全にデジタル化されたビジネスモデルを駆使して自動車保険とモビリティ保険を改革するとしており、組込型保険も含まれている⁴⁷。この背景には、自動車を所有せず、シェアして利用するなどの行動様式の変化、およびレンタルや定期利用契約に重点が置かれるようになったことがあり、先行してこれらに対応することなどを目的としている⁴⁸。

b. 商品・サービス事例

(a) イケア（IKEA）との提携

iptiQ は、2020 年にスイスにおいて、家具専門販売のイケア（IKEA）との提携により、イケアのウェブサイトからアクセスできる家財・賠償責任保険「HEMSÄKER」⁴⁹を開発した。この保険商品は、イケアのオンラインストアに組み込まれており、顧客は 5 つの簡単な質問に答えるだけで即時に保険料の見積りを取得し、手頃な保険料で保険契約を締結することができる（図表 9 参照）。質問の内容は、①部屋の数、②居住者数、③家財の状況（シンプル、普通、高価）、③所有・賃貸の区分、④居住地、および⑤保険契約者の生年月日となっている。顧客が入力した情報をもとに、家財補償と賠償責任補償の基本補償プランが提案され、所有区分や家族構成にあわせて、追加補償オプションが提示される。家財補償は、基本補償である火災・水災補償に加え、オプションの盗難補償、ガラス損害補償があり、顧客は補償内容、保険金額、免責金額、保険料などを確認したうえで必要な補償内容を選択できる。賠償責任補償については、基本補償として個人賠償責任、賃貸人向け賠償責任、ペットに起因する賠償責任などが含まれる。

⁴⁵ 「Business to Business to Consumer」の略称で、企業が消費者に商品やサービスを提供するまでに別の企業が介在するビジネスモデルを指す。

⁴⁶ iptiQ ウェブサイトによる。

⁴⁷ Swiss Re, “Swiss Re and Daimler launch new company Movinx to transform automotive and mobility insurance business” (2020.10)

⁴⁸ Movinx ウェブサイトによる。

⁴⁹ スウェーデン語で「家」と「安全」を意味する。

オンラインの火災保険は価格比較サイトからでも契約できるが、イケアはシンプルな手続きで、かつ手頃な保険料での保険商品提供を志向しており、顧客は提示される補償オプションから必要な内容を選択し、短時間で保険契約を締結することができる。一方、価格比較サイトで提供される保険商品は、様々な保険会社から複数の保険商品が提供され、種類は多いが補償内容や条件等が異なり、複数の見積りを比較するには適しているが、不慣れな人には複雑で時間がかかる場合もあるとされている。

図表 9 iptiQ の保険料見積り画面のイメージ

The screenshot displays the iptiQ insurance quote process. On the left, the 'Initial Quote Screen' asks for the number of rooms (3.5). On the right, the 'Quote Result' shows a total annual cost of CHF 127.05. This includes a base home contents insurance of CHF 53.75 and an optional burglary, robbery, and theft insurance of CHF 35.55. A callout box on the right explains that users can select only the options they need from the list.

(出典：iptiQ ウェブサイトをもとに作成)

(b) Goboony

iptiQによる提携事業者のニーズにあわせた保険商品と販売プラットフォームの構築事例として、キャンピングカーのP2P（Peer to Peer）⁵⁰ レンタルプラットフォームである Goboony⁵¹への組込型保険の提供がある。キャンピングカーに対する自動車保険では、貸出中の第三者による事故が補償されていないことが多く、所有者は車両を貸し出すことに対して積極的ではなかった。Goboony は所有者の具体的なニーズを把握するため、自動車所有者とレンタル利用者の双方に対する調査を実施し、その結果、レンタル期間中の補償、事故時の代替車両や代替宿泊施設、およびロードアシスタンスなどの具体的な要望を把握した。これらをもとに、iptiQ はキャンピングカー所有者と利用者に、手頃な価格で保険を提供するというニーズに応え、貸出中の第三者賠償責任補償や車両損害等を補償する包括的な保険商品を開発した⁵²。

これは、1日単位の補償が可能で、貸出期間が開始すると自動的に保険が適用され、

⁵⁰ コンピュータ用語の「ピア・ツー・ピア」の略称で、ここでは、個人間で直接やりとりをする方式をいう。

⁵¹ Goboony は、2015年にオランダで設立され、オンラインのキャンピングカーレンタルプラットフォームを運営している。欧州17カ国で展開しており、2023年時点で約3万台以上の車両が登録され、欧州最大の規模であるとされる。

⁵² Fintech Finance, “Goboony and Swiss Re's iptiQ launch tailored insurance solution for motorhome owners” (2024.2)

緊急時のロードアシスタンスが含まれる。保険商品は iptiQ の API を利用して Goboony のオンラインプラットフォームに統合され、利用者は、車両のレンタル手続きと同時に保険による補償の有無、適用条件を確認し、車両の予約と同時に保険契約手続きを完了することができる。基本保険料はレンタル料金に含まれており、利用者は、運転免許証のコピーと居住地を提示し、運転履歴などをもとに保険料が算出される。ドライバーを追加したり、免責金額を変更したりするなど、保険契約の条件を変更することも可能である。

この保険商品は、オランダで提供開始され、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、スイス、およびイギリスなど欧州 17 カ国で販売されている。

c. 事業戦略の見直し

スイス再保険は、2024 年 5 月に自社戦略の見直しの結果、デジタル保険事業である iptiQ の撤退を決定した。主な理由として、①需要の低迷、②市場環境の変化、③中核事業への専念を挙げている。具体的には、同社に対する需要が予想よりも低かったこと、iptiQ が設立された 2014 年から約 9 年が経過し、市場環境の変化により、事業の継続が難しくなったことを挙げ、中核事業である再保険事業に資本とリソースを集中させるとしている。iptiQ は 2023 年に 2 億 5,000 万ドルの損失を出したものの、2024 年には損失が減少することが見込まれていた。しかし、スイス再保険の CFO は、同社の 2024 年第 1 四半期決算の会見において、そのリソースを中核事業に使った方が良いと判断したという。

その後、スイス再保険は、2024 年 11 月にアリアンツ傘下の Allianz Direct に iptiQ の欧州損害保険事業を売却することで合意したと発表した。監督当局からの承認などを経て、2025 年第 2 四半期から第 3 四半期頃取引を完了する予定としている⁵³。

(4) Companjon

a. 概要

Companion は、スイスの保険会社 Swiss Mobiliar が 100%出資して 2020 年に設立された、アイルランドのダブリンに拠点を置く、組込型保険に特化した B2B2C 保険会社である⁵⁴。AI と ML を利用し、欧州において革新的な組込型保険を提供するとしており、自社の提供する保険のコンセプトを「人々が必要とする補償を、最も必要なときに、必要な期間だけ、手頃な価格で提供するもので、従来の保険とは異なる」と説明し

⁵³ Swiss Re, “Swiss Re agrees to sell iptiQ’s European P&C business to Allianz Direct” (2024.11)

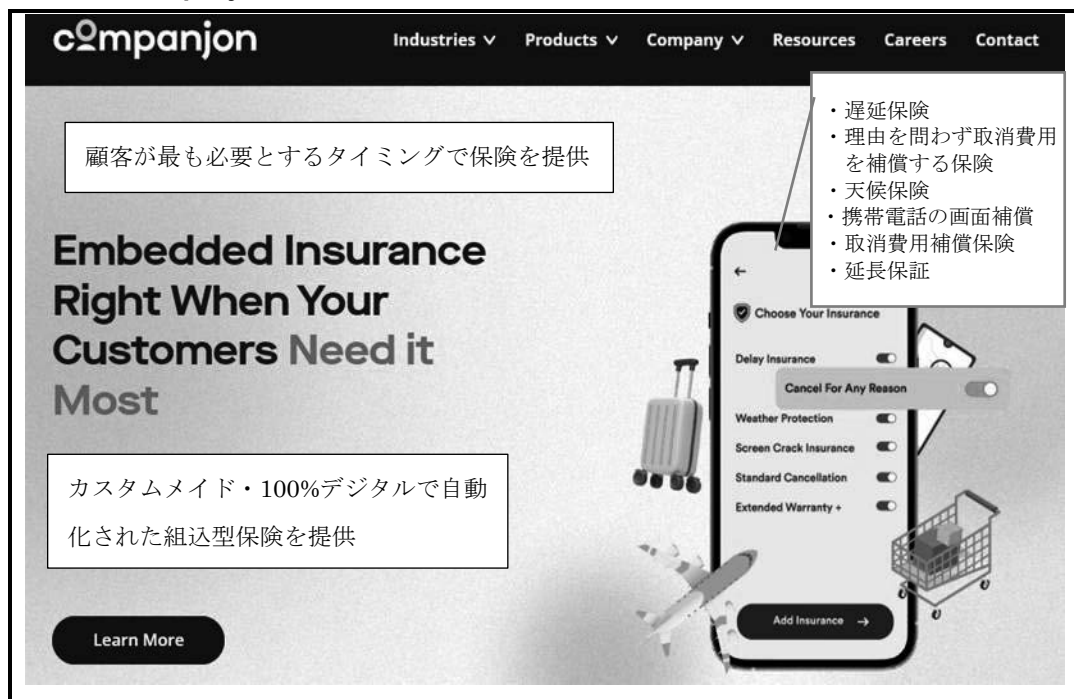
⁵⁴ Companion は、2021 年から 4 年連続で専門調査会社の FinTech Global が発行する InsurTech100 に選出されている。InsurTech100 は、テクノロジーを活用して業界の重大な課題に取り組む能力、保険バリューチェーン全体の効率を高める能力に基づいて評価され、最も革新的で影響力のある企業をランク付けしている。

ている（図表 10 参照）。

Companjon が提供する保険商品は、旅行、イベントとエンターテインメント、e コマース、モビリティなどのビジネスに関連した保険商品で、具体的には、交通機関の遅延・イベント等のキャンセル時の補償、天候補償、スマートフォンの画面補償などである。事業者は、Companjon の提供するデジタルプラットフォームを利用して、短期間で独自の組込型保険を導入することができるとしており、これにはスマートフォンを数回クリックするだけで保険契約締結が可能となる仕組みや、即時の保険金支払いが含まれる。

Companjon は、2021 年にアイルランドで事業認可を取得後、イギリス、およびドイツで保険ブローカーを設立し、欧州と北米の 32 カ国で事業を展開しており、2023 年には 3,300 万件以上の取引を達成したとしている⁵⁵。

図表 10 Companjon のウェブサイトイメージ



（出典：Companjon ウェブサイトをもとに作成）

b. 商品・サービス事例

（a）取消費用補償保険

Companjon は、オンライン旅行代理店等向けに、旅行、列車、行事やイベント等の取消費用補償保険を提供している。顧客は、特定の期間（通常は 24 時間前）までに予約をキャンセルした場合、取消費用の補償を受けることができる。

⁵⁵ Fintech Global & Investor Network, “AI Fintech 100” (2024.6)

さらに柔軟性のある保険商品として、理由を問わず取消費用を補償する保険（Cancel For Any Reason）を提供している。これは、航空券や列車の乗車券、行事やイベントなどを、予期せぬ事態により変更やキャンセルした場合の、取消費用を最大 8 割補償する。「どんな理由でも」とは、その名称のとおり理由を問わず、最大 1 時間前までのキャンセルが対象となる。すべての手続きがスマートフォンのワンクリックで完了し、キャンセルの事由に対する証拠書類の提出や書類の作成も不要としている。

ドイツのベルリンに拠点を置き、欧州で飛行機や列車、バス、フェリーなどの交通機関の予約プラットフォームを運営する Omio は、Companjon と提携し、Omio の会員向けのサービスとして、Companjon の「理由を問わず取消費用を補償する保険」を提供している。Omio Flex と呼ばれるこのプランにより、列車、バス、フェリーのチケット購入者は、出発の 2 時間前までに、理由を問わず旅程をキャンセルでき、取消費用の最大 80% が補償される⁵⁶。

(b) 天候保険

天候保険は、シンプルでわかりやすいパラメトリック型の保険商品である。屋外コンサート、野外ツアーなどの屋外のイベントにおいて、悪天候によりイベントが中止となった場合の補償を提供する。

Companjon は、外部のサービス提供者と提携して、天候状況をモニタリングしており、イベントの中止、および予約したイベント中に雨、雪、暴風などが発生した場合にはこれを検知して、即時に保険金支払いが開始される。

(c) 遅延保険

遅延保険は、航空機、鉄道、バスなどの交通機関向けの、パラメトリック保険である。旅行期間中は、交通機関の状況がリアルタイムでモニターされ、遅延が発生した場合、顧客は即時に通知を受け、保険金を受領することができる。パラメトリック保険のため、遅延証明書の提出や、保険金請求の必要もない。

フライト遅延保険の仕組みはシンプルである。顧客が選択した補償オプションに応じて、30 分の遅延から補償の対象となり、一定の条件に合致するとその後は 1 分遅延するごとに補償額が追加されるプランもある。鉄道・バスの遅延保険も同様に、遅延時間をパラメーターとして補償が行われる。組込型保険を導入する事業者のニーズにあわせて、例えば目的地に応じて異なる補償金額を設定するなどの柔軟な保険の設定ができるとされている⁵⁷。

⁵⁶ Omio, “Omio prioritizes traveler’s flexibility and freedom with Omio Flex in partnership with leading insurtech partner Companjon” (2024.9)

⁵⁷ Companjon ウェブサイトによる。

保険契約締結時には、リアルタイムのデータを使って見積りを行い、保険証券は即時に発行される。自動化されたカスタマーセンターでは 24 時間・365 日サポートを提供する。

(d) 携帯電話の画面補償

携帯電話の画面補償は、携帯電話の画面が破損した場合の補償を提供する。補償の対象となるのは、新品の携帯電話機器だけではなく、中古の機器も含まれる。

事故が発生した場合、AI がわずか数秒で画面の破損を検出、損害を評価し、即座に保険金が支払われる。すべての対応は自動化されており、保険金請求手続きも不要のため、顧客は保険金を受領後、すぐに修理を行うことができる⁵⁸。

c. 保険商品の特徴

Companion の特徴は、AI を活用して顧客にあわせた柔軟な対応ができることである。例えば、標準的な組込型保険において、すべての顧客に対して同一の補償内容が提供される場合があるが、Companion では、製品の種類やモデル、顧客の行動に基づいて提供する保険商品・保険期間・免責金額などをその場で設定することができるとしている。同社の CEO は「例えば新しい携帯電話を購入する場合、低価格の機種を選ぶ顧客は、コストを重視し、広範囲の補償は不要と感じるかもしれないが、最新の機種を購入した顧客は、より充実した補償を求める可能性が高い。保険会社としても、それに応じた補償オプションを提供すべきだ」と説明している。さらに、このような個々の保険商品設定の考え方は、電子機器以外にも、家具や家庭用品、さらにはフライト遅延や天候補償などのパラメトリック保険などあらゆる損害保険商品に適用できるとしている⁵⁹。

(5) Hippo

a. 概要

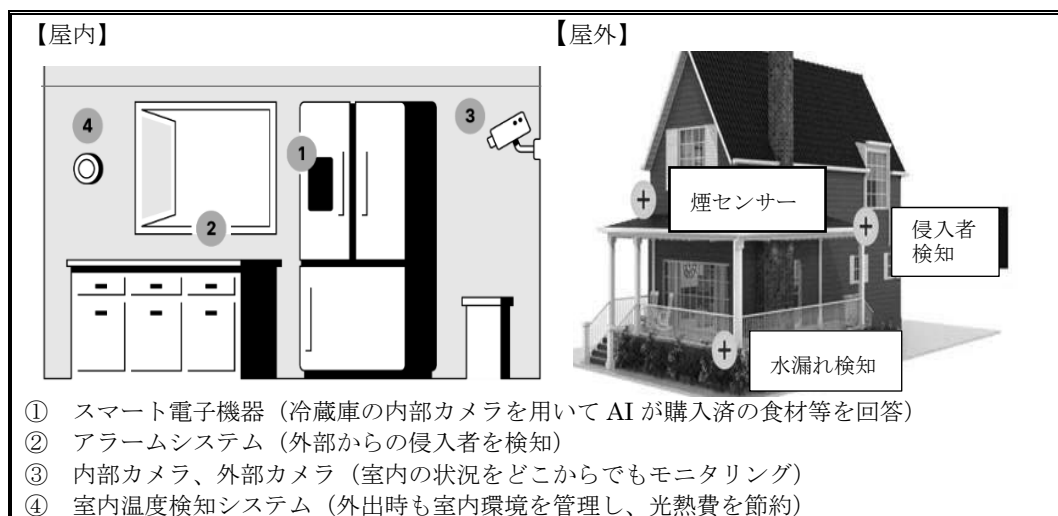
Hippo は、2015 年に設立された、米国のカリフォルニア州に拠点を置く保険会社で、オンラインの火災保険を中心に取り扱っている。同社は、先進技術を利用した迅速かつ簡潔な見積りの提供や保険金支払いを強みとしている。建物に設置されたスマートホームデバイス⁶⁰により、水漏れや煙、不法侵入などを 24 時間モニタリングし、検知することで損害防止を行う（図表 11 参照）。これらのデバイスを設置した保険契約者には、保険料にスマートホーム割引が適用される。

⁵⁸ 前掲脚注 57 を参照願う。

⁵⁹ 前掲脚注 55 を参照願う。

⁶⁰ スマートホームデバイスは、希望する保険契約者に対して無料で提供される。なお、データは保険契約者のスマートフォンに送られるが、Hippo はモニタリング機能がオンになっているかのみを把握し、データ自体は取得しない。

図表 11 スマートデバイスを備えたスマートホームのイメージ



（出典：Hippo Insurance ウェブサイトをもとに作成）

b. 商品・サービス事例

Hippo は、建設会社やハウスメーカー等と提携して、住宅火災保険を提供しており、2019 年に米国大手ハウスメーカーの Lennar と提携し、新築住宅所有者向けに包括的な保険商品の提供を開始した。補償内容は、建物、家財、その他の費用、および賠償責任補償となっている。

Hippo は直近 5 年間で、米国内で 20 万件を超える新築住宅の成約を支援したとしており、住宅を購入する顧客に対する保険アクセスの向上を目的として、組込型火災保険に注力するとしている。Lennar のウェブサイトでは、Hippo を含めた複数の保険会社の保険商品が案内され、新築住宅購入者はその中から保険会社を選択することができるが、2022 年には新築住宅購入者の約 75%が Hippo を選択したとされている。

c. AI と衛星データの利用

Hippo が短時間でより正確な保険料見積りを可能とすることを支援する先進技術の 1 つとして、Arturo⁶¹との提携による、AI ベースの引受プラットフォームの利用がある。Arturo は、顧客が入力した建物等の情報と人工衛星やドローンを利用した建物周辺の画像を組み合わせることによって、より正確に、かつ詳細に保険の対象となる建物や周囲の状況を把握できるとしており、これにより、ほぼリアルタイムで不動産の詳細な物理的特性を把握し、保険引受に利用できるとされている。例えば、屋根の材質、プールの有無、周辺の建物、河川や森林などの重要な不動産データや情報を取得し、保険契約締結時の情報として提供することで、顧客からの情報提供を省略すると

⁶¹ Arturo は、米国のシカゴに所在し、AI を利用した不動産分析を専門とする企業である。アメリカンファミリー保険内のプロジェクトの一部であったが、2019 年に独立した企業となった。

ともに、保険会社が正確な初期評価と引受判断を行うのに役立つとしている。また、先進技術の利用により、平均的な火災保険の保険料より最大 25%安い保険料水準での保険引受が可能になるとしている⁶²。

4. 組込型保険市場の成長予測

(1) 全体

組込型保険市場については、複数の専門家による成長予測がなされている。例えば、前記 2. (2) の Simon Torrance 氏によると、2030 年までに世界の損害保険市場だけで 7,000 億ドル以上の収入保険料に達する可能性があり、これは市場全体の約 25%を占める。生命保険および医療保険を含めると、2030 年までに組込型保険は 3 兆ドル以上の市場規模に達する可能性があるという⁶³。コンサルティング会社のデロイト (Deloitte) は、全世界における 7,000 億ドルの収入保険料のうち、米国では約 700 億ドルに達すると予測しており、仮に 2030 年までに米国の個人自動車保険の 20%が組込型保険に移行した場合、約 500 億ドルの収入保険料が従来の販売チャネルから移行する可能性があるとしている⁶⁴。

また、チャブが 2023 年第 2 四半期に世界各地の金融業界における 200 社を対象に実施した調査においても、組込型保険の大幅な成長が予測されている。これによると、保険事業にかかわる責任を担う役員の半数以上（約 56%）が、3 年以内に組込型保険から得られる収益が全体の 10%以上になると予測している。なお、調査時点において、組込型保険から得られる収益が全体の収益の 10%以上と報告した企業は約 2 割程度であった⁶⁵。

(2) 保険種目別

米国のニューヨークに拠点を置くコンサルティング会社である ReSource Pro は、同社のレポート「組込型保険の将来-破壊的革新か、一過性のトレンドか」⁶⁶において、2030 年までの組込型保険の成長予測を分析している。その中で、収入保険料の 15%以上を占めることが予測される成長率の高い保険種目として、自動車保険と新種保険を挙げており、具体的には、レンタカーやキャンピングカーなどのレジャー向け車両に対

⁶² Arturo, “Arturo Partners with Hippo Insurance to Provide Homeowners Better Pricing, Underwriting, and Renewals” (2019.7)

⁶³ 前掲脚注 6 を参照願う。

⁶⁴ Kelly Cusick, Michelle Canaan & Val Srinivas, “Embedded insurance is poised for exponential growth” (Deloitte, 2023.7)

⁶⁵ Chubb, “The “Digital Wallet Race” Intensifies as Banks and Fintechs Around the World Invest in Insurance: Chubb Survey” (2023.8)

⁶⁶ Mark Breeding & Meredith Barnes-Cook, “The Future of embedded Insurance: Will it be a disruptor or a distraction?” (ReSource Pro, 2024.3)

する補償、イベントや旅行のキャンセル補償、およびペット保険⁶⁷などを挙げている（図表 12 参照）。火災保険や財産保険、中小企業向けデジタルプラットフォーム、ビジネスオーナー向け保険、およびサイバー保険などは、これらに次いで中程度の成長率を見込んでおり、収入保険料の 15%未満と予測している。

図表 12 2030 年までに高い成長率が見込まれる組込型保険の例

	保険種目	組込みの対象・事業者等
自動車	個人自動車保険 レンタカー保険	○レンタカー会社、旅行プラットフォーム ○自動車ディーラー、オンライン中古車プラットフォーム
新種	イベント等のチケットに対するプロテクション	○イベント向けプラットフォーム、コンサート・イベント会場、イベント関連用品等レンタル会社 ○チケット販売プラットフォーム、エンターテインメント施設
	ペット保険	○ペット用品、ペットフード販売事業者、動物保護団体・協会、ドッグトレーニングプラットフォーム ○ペットクリニック
	転居保険	○転居サービスプラットフォーム、オンラインレビュープラットフォーム、転居事業者
	ショッピングプロテクション	○e コマースプラットフォーム、クレジットカード会社、デジタル決済プロバイダ
	キャンピングカー、ボート、二輪車、四輪バギー、スノーモービル	○車両等販売プラットフォーム、融資会社 ○車両関連サービスまたは修理プロバイダ
	配送時のプロテクション	○e コマース・ソリューション、運送プラットフォーム
	旅行保険、旅行中断・遅延保険	○航空会社、クルーズ会社、旅行会社・旅行関連プラットフォーム、クレジットカード会社

（出典：Mark Breeding & Meredith Barnes-Cook, “The Future of embedded Insurance: Will it be a disruptor or a distraction?” (ReSource Pro, 2024.3) をもとに作成）

5. 課題等

本項では、組込型保険の課題等として、戦略上の課題と対応、および組込型保険に対する新たな視点に分けて説明する。

(1) 戦略上の課題と対応

組込型保険により、顧客の利便性を高めることができるメリットがある一方、保険会

⁶⁷ 例えばイギリスでは、2023 年のペット保険の収入保険料は約 17 億 5,000 万ポンド^{*}（約 3,500 億円）で、対前年で 7.7%増加した。ペット保険の加入状況は、犬の飼い主が約 25%、猫の飼い主が約 12%となっており、今後数年間で市場が大幅に成長する可能性があるとされている。一方、2022 年の調査では、保険に未加入のペットオーナーのうち、約 42%が、保険料が高すぎると感じているという。具体的には、保険料の高騰に対する不満と、ペット保険に対する消費者の理解や信頼不足があり、保険会社は顧客のニーズを満たす手頃な価格のペット保険の開発・提供が求められるとしている（Global Data, “United Kingdom (UK) Pet Insurance Market Dynamics, Trends and Opportunities” (2024.10)、Shreyas C Vasanthkumar, “Embedded Insurance meets pet insurance: what’s the potential?” (Coverager, 2023.1)、Duck Creek Technologies, “Underserved Pet Insurance Market in UK Presents Opportunities for Insurers” (2022.6)）。

社にとって懸念される点もいくつかある⁶⁸。具体的には、組込型保険の拡大により、このような形態が一般的となり、保険商品の差異がなくなってしまうこと、保険商品以外の商品を提供する事業者が前面に立つため、顧客と保険会社の関係がこれまでより希薄になる可能性があること、および保険代理店などの既存の保険販売チャネルへの影響などが考えられる。

次に、データプラットフォームを統合し、異なる事業者間で顧客データを共有する場合に、データとセキュリティに対するリスクが高まることがある。これは、情報漏えいだけでなく、顧客データの不正使用や悪用も含まれる。保険会社は、顧客の機密データを保護するために強固なサイバーセキュリティ対策に投資しなければならない可能性もある。

また、組込型保険の拡大・進展に伴い、規制要件が変化する可能性があることを考慮しなければならない。具体的には、保険商品の販売者・仲介者の許認可、データ収集・保護・利用、個人情報保護、販売時における広告などの分野である。例えばすでに監督当局が AI の利用に関して、保険事業者に対して、公平で偏見のないデータ利用を確保することなどを求めている⁶⁹。

さらに、提携事業者との利益配分がある。必要な先進技術への投資や規制対応を行ったうえで、組込型保険のスキームが、保険会社と事業者の双方にとって利益を生むものでなければならないという点である。シンプルな保険商品は顧客にとってわかりやすい一方、単価の低い保険商品について、どのように多数の顧客を確保し、継続して利益を上げていくかが大きな課題となる。

(2) 組込型保険に対する新たな視点

このような中、組込型保険を、新たな視点でとらえ直す必要があるとする複数の指摘がある。まず、非保険事業者の商品やサービスとのシームレスな一体化である。顧客は商品やサービスの購入時に必ずしも組込型保険を期待しているわけではないため、既に利用している購入プロセスを中断することなく、簡潔に保険商品を購入できる手法を検討する必要がある⁷⁰。ただし、プロセスを簡素化する中で、顧客が十分に保険商品を理解しなかったり、誤解したりするリスクに留意しなければならない。

2 つ目は、補償ギャップの縮小に対する取組みへの貢献の可能性である。世界の大手保険会社等で構成される組込型保険のピアグループ (Peer Group) ⁷¹が 2022 年に発行

⁶⁸ 前掲脚注 64 ほかによる。

⁶⁹ 米国のニューヨーク州では、保険会社が AI システム・外部消費者データ・情報源を利用して保険引受と保険料設定をする場合、顧客となる消費者に対して差別的な取扱いをしないことを保険会社に求めている。詳細は、佐藤智行「保険事業における AI 利用に関する海外主要規制・監督機関等の主な取組み」損保総研レポート第 147 号 (損害保険事業総合研究所、2024.6) を参照願う。

⁷⁰ Amelia Matthewson, “Five Tips For Successful Embedded Insurance Deployment” (InsurTech Digital, 2024.5)

⁷¹ 組込型保険市場の現状と今後の可能性について議論することを目的として、2021 年から 2022 年に世

したレポート⁷²では、補償ギャップの要因は、主に①保険に対する認知度、②保険へのアクセス、③入手可能な保険料、④魅力的な商品設計と顧客体験等、の欠如の組み合わせにより発生するというジュネーブ協会（Geneva Association）⁷³の分析に触れ、全世界における補償ギャップが拡大する中、顧客の信頼を得ている事業者やブランドと、モバイル技術などを活用した組込型保険を有効活用することによって、補償ギャップの縮小に貢献できる可能性があるとしている。例えば保険へのアクセスが困難な人に対する医療保険の提供や小規模農場などに対する保険の提供がある。

ボストンコンサルティンググループ（Boston Consulting Group）は、保険会社の社会的課題に対する取組みの1つとして、組込型保険の可能性を挙げている。すでに、多くの保険会社が従業員の多様性、公平性、インクルージョンを向上させるプログラムを実施しているが、脆弱な顧客を含む幅広い社会的なニーズに対応することで、より大きなビジネスチャンスを掴める可能性があるとしている⁷⁴。

6. おわりに

本稿では、組込型保険の現状に関わる具体的な事例と今後の課題等を取り上げたが、これらの事例は、ほんの一部にすぎない。ほかにも多様な事例があり、その特徴や販売形態は国や地域によって大きく異なると考えられる。

コンサルティング会社のプライスウォーターハウスクーパース（PricewaterhouseCoopers : PwC）は、組込型保険における成功の共通要因として、①シンプルな補償内容、②廉価な保険料、③保険加入の意思決定が直感的に行える商品設計、および④保険加入をスムーズに行える顧客体験が重要であるとしている。一方、組込型保険においては、顧客の主な目的が保険の購入ではないため、前記の要因が1つでも欠けると保険加入に結びつかない可能性があるとして指摘する⁷⁵。このことから、自動車保険や旅行保険などの組込型保険として親和性の高い保険種目や手続き面の簡素化などの個々の要素以外にも、保険商品提案のタイミングや総合的な顧客体験が重要になるといえよう。

組込型保険のスタートアップは、2021年から2022年半ばにかけて、全世界で10億ドルのベンチャーキャピタル資金を調達したとされている。これらの企業は、よりシンプ

界の大手保険会社（アリアンツ、アメリカンファミリー、アクサ、Ergo、マーシュ、ミュンヘン再保険、スイス再保険、トラベラーズ）等のメンバーにより構成され、Simon Torrence氏と米国のインシュアテックスタートアップ支援会社のDawn LeBlanc氏が進行・取り纏めを行った。

⁷² Embedded insurance peer group report, “How and why insurers should increase investment in Embedded Insurance 2.0” (2022.10)

⁷³ スイス・ジュネーブに拠点を置き、保険会社約70社のCEOで構成されるシンクタンクである。

⁷⁴ Rebecca Waddell, Lorenzo Fantini, David Cockerill, Douglas Beal, Benedetta Testino & Virginia Barbier, “The Social Impact Opportunity in Insurance” (Boston Consulting Group, 2023.11)

⁷⁵ PwC「成功要諦を踏まえた取り組むべき Embedded Insurance の方向性」(2023.6)

ルで迅速、かつ利便性の高い保険商品やサービス提供を目指して市場に参入している⁷⁶。一方、保険会社はこれまでの経験や知見を生かし、より複雑な商品も組み込んでいくことで、変化していく組込型保険市場で競争力を発揮できる可能性がある。

組込型保険に取り組む保険会社は、販売戦略の1つとして、組込型保険をどのように位置付け、どのように提携する事業者を選択するかを決定するとともに、先進技術等の活用によりコストを削減し、顧客ニーズに適した保険商品の提供を検討する必要がある。組込型保険は、顧客の利便性と満足度を向上させるだけでなく、保険会社や保険業界以外の企業にも新たな収益源を提供することができる。そして、競争優位性としての組込型保険の導入について、保険会社との提携を検討している非保険事業者も、このことに気づきつつある。環境や生活様式、顧客ニーズの変化にあわせ、市場の変化にどのように適応していくのかを注視することとあわせ、補償ギャップや社会課題の解決などの新たな視点で組込型保険の取組みを検討することも重要と考えられる。

⁷⁶ Caitlin Cahalan & Eleni Digalaki, “P&C insurers must decide their role in the embedded insurance market” (eMarketer, 2023.5)

<参考資料>

- ・ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「エンベデッド・インシュアランスを通じて保険会社が競争優位性を維持していくためには？～国内外の事例と解説～」(2023.11)
- ・ FinTech Journal「組込型保険とは何か？ 国内外の事例、メリット、今後の可能性をわかりやすく解説」(2023.6)
- ・ Insurtech Japan【セミナーレポート】第14回 Fintech 保険分科会『エンベデッドインシュアランス「新たな解釈」でブレークスルーへ』(2023.12)
- ・ PwC「成功要諦を踏まえた取り組むべき Embedded Insurance の方向性」(2023.6)
- ・ Rashi Shrivastava「シンガポールの保険テック新興企業 Bolttech、累計 730 億円を調達」(Forbes Japan、2023.9)
- ・ 伊藤祐一郎「着実に発展・成長を遂げる国内の組み込み型金融－顧客ロイヤリティーの向上や本業との相乗効果を狙う事例も」(金融財政事情、2024.10)
- ・ 内田真穂「エンベデッド・インシュアランス～新時代の保険販売手法「組込型保険」をどう見るか～」SOMPO インスティテュート・プラス (2021.9)
- ・ 浦上純「世界における主要な補償ギャップの現状と対策について－最新のサイバーリスク動向を含めて－」損保総研レポート第 143 号(損害保険事業総合研究所、2023.6)
- ・ 奥山絹代「諸外国におけるインクルーシブ・インシュアランス取組みの現状」損保総研レポート第 148 号(損害保険事業総合研究所、2024.8)
- ・ 笠原康弘「各国におけるキャッシュレス化と保険販売－アジア諸国におけるモバイル決済を中心に－」損保総研レポート第 125 号(損害保険事業総合研究所、2018.11)
- ・ 共同通信 PR Newswire「GCash、フィリピンおよび海外でのデジタル金融包摂の先駆けとして 20 周年を迎える」(2024.10)
- ・ 佐藤智行「保険事業における AI 利用に関する海外主要規制・監督機関等の主な取組み」損保総研レポート第 147 号(損害保険事業総合研究所、2024.6)
- ・ ジャパン・リスク・スペシャリスト「エンベデッド・インシュアランス(組込型保険)のメリットと国内外の事例」(2023.11)
- ・ 損害保険事業総合研究所「諸外国における保険代理店・ブローカーに対する規制および企業保険の募集実態について」(2024.9)
- ・ 損害保険事業総合研究所、「諸外国の保険会社におけるビジネスモデルの在り方について」(2021.9)
- ・ 谷栄治「新興デジタルバンクの現状と今後の課題～成功モデルとして注目されるブラジル Nubank～」(日本総研、2022.2)
- ・ 濱田和博「パラメトリック保険の現状と課題」損保総研レポート第 129 号(損害保険事業総合研究所、2019.11)
- ・ 渡部美奈子「欧米における異業種から損害保険事業への参入－テスラ、GM、フォード、Amazon の事例を中心に－」損保総研レポート第 146 号(損害保険事業総合研究所、2024.2)
- ・ Adacta, “State of Embedded Insurance 2024” (2024.4)

- Allianz, “Allianz invests in quality used car platform heycar and becomes insurance & services partner” (2021.7)
- Allianz Partners, “Allianz-backed simpleinsurance divests “Schutzclick Makler” to expand focus on core embedded insurance offer” (2023.12)
- Allianz Partners, “Allianz Partners announces strategic partnership with bolttech” (2023.10)
- Allianz Partners, “Allianz Partners launches allyz Cyber Care, aimed at protecting customers against cyber threats” (2024.5)
- Allianz Partners, “Jaguar Land Rover and Allianz Partners launch Simply Drive” (2023.6)
- Amelia Matthewson, “Five Tips For Successful Embedded Insurance Deployment” (InsurTech Digital, 2024.5)
- Anthony R. O'Donnell, “Duck Creek Launches New Capabilities for U.K. Pet Insurance Market” (Insurance Innovation Reporter, 2022.9)
- Arturo, “Arturo Partners with Hippo Insurance to Provide Homeowners Better Pricing, Underwriting, and Renewals” (2019.7)
- Automobive News Europe, “Insurance Insurers and car manufacturers: how to unlock the potential of true collaboration” (2022.6)
- Avi Ben-Hutta, “Nubank and Chubb reach 2 million active insurance policies in Brazil” (Coverager, 2024.6)
- Caitlin Cahalan & Eleni Digalaki, “P&C insurers must decide their role in the embedded insurance market” (eMarketer, 2023.5)
- Chubb, “Chubb's Integration Engine, Chubb Studio, Expands Tech Features, Growing Revenue and Increasing Value for Partners” (2022.11)
- Chubb, “The “Digital Wallet Race” Intensifies as Banks and Fintechs Around the World Invest in Insurance: Chubb Survey” (2023.8)
- Coverager & PwC, “Embedded Insurance: The art and science of unselling insurance” (2022.11)
- Davnit Singh & Namitha Anand, “A fresh perspective on embedded insurance” (Thoughtworks, 2024.5)
- Duck Creek Technologies, “Underserved Pet Insurance Market in UK Presents Opportunities for Insurers” (2022.6)
- Embedded insurance peer group report, “How and why insurers should increase investment in Embedded Insurance 2.0” (2022.10)
- Fintech Finance, “Goboony and Swiss Re's iptiQ launch tailored insurance solution for motorhome owners” (2024.2)
- Fintech Global & Investor Network, “AI Fintech 100” (2024.6)
- Gabriella Ben-Hutta, “heycar partners with Wrisk” (Coverager, 2022.8)
- Gabriella Ben-Hutta, “Volvo XC40 Recharge Pure Electric now comes with 3-year insurance from

- Allianz” (Coverager, 2021.6)
- Global Data, “United Kingdom (UK) Pet Insurance Market Dynamics, Trends and Opportunities” (2024.10)
 - Jennifer Rudden, “Life and non-life insurance penetration in selected countries and territories worldwide from 2020 to 2022” (Statista, 2024.6)
 - Joan Cuscó, “Embedded insurance: just how far can it grow from here?” (Mapfre, 2021.9)
 - Kelly Cusick, Michelle Canaan & Val Srinivas, “Embedded insurance is poised for exponential growth” (Deloitte, 2023.7)
 - L.S. Howard, “Swiss Re to Withdraw From Digital Insurer iptiQ, Reports Strong Q1 Net Income of \$1.1B” (Insurance Journal, 2024.5)
 - Mark Breeding & Meredith Barnes-Cook, “The Future of embedded insurance: Will it be a disruptor or a distraction?” (ReSource Pro, 2024.3)
 - Mark Klein, “A digital renaissance – the rise of embedded insurance” (Ergo, 2024.8)
 - MarketScreener, “Nu : Nubank reaches 2 million active insurance policies in Brazil” (2024.11)
 - Ola Oyekan & Dipa Dass, “To Embed or Not? Six Key Considerations for Embedded Insurance” (RGA, 2023.7)
 - Omio, “Omio prioritizes traveler’s flexibility and freedom with Omio Flex in partnership with leading insurtech partner Companjon” (2024.9)
 - Rebecca Waddell, Lorenzo Fantini, David Cockerill, Douglas Beal, Benedetta Testino & Virginia Barbier, “The Social Impact Opportunity in Insurance” (Boston Consulting Group, 2023.11)
 - Shefi Ben-Hutta, “Embedded insurance is free insurance” (Coverager, 2022.7)
 - Shreyas C Vasanthkumar, “Embedded Insurance meets pet insurance: what’s the potential?” (Coverager, 2023.1)
 - Simon Torrance, “Embedded Insurance: a \$3 Trillion market opportunity, that could also help close the protection gap” (2020.12)
 - Swiss Re, “Swiss Re agrees to sell iptiQ's European P&C business to Allianz Direct” (2024.11)
 - Swiss Re, “Swiss Re and Daimler launch new company Movinx to transform automotive and mobility insurance business” (2020.12)

<参考ウェブサイト>

- アビームコンサルティング <https://www.abeam.com/>
- ビジネス+IT <https://www.sbbit.jp/>
- Forbs Japan <https://forbesjapan.com/>
- Revolut Japan <https://www.revolut.com/>
- Adacta <https://www.adacta-fintech.com/>
- Allianz <https://www.allianz.com/>

- Allianz Partners <https://www.allianz-partners.com/>
- Aperture Insurance Solutions <https://apertureinsure.com/>
- Arturo <https://www.arturo.ai/>
- Bolttech <https://bolttech.io/>
- Chubb <https://www.chubb.com/>
- Companjon <https://www.companjon.com/>
- Coverager <https://coverager.com/>
- Deloitte <https://www2.deloitte.com/>
- ERGO <https://www.ergo.com/>
- EY <https://www.ey.com/>
- Fintech Global <https://fintech.global/>
- GCash <https://new.gcash.com/>
- Goboony <https://www.goboony.com/>
- Grab <https://www.grab.com/>
- Hippo Insurance <https://www.hippo.com/>
- IKEA <https://www.ikea.com/>
- InsurTech UK <https://insurtechuk.org/>
- iptiQ <https://www.iptiq.com/>
- Movinx <https://movinx.com/>
- Nubank <https://nubank.com.br/>
- Omio <https://www.omio.com/>
- PwC <https://www.pwc.com/>
- Swiss Re <https://www.swissre.com/>
- Yettel Bulgaria <https://www.yettel.bg/>
- Wrisk <https://www.wrisk.co/>