

無断複製・頒布を禁ず

ビジネスプラン作成 虎の巻 ④

ビジネスケーススタディ

アニコムホールディングス株式会社

株式会社エムアウト
事業開発グループ

保険業界に新たな市場が生まれようとしている。外資の新規参入でも、ガン保険でもない。どうぶつ専門の保険である。アニコムが参入する以前、すでに数十社がどうぶつ保険サービスを開始していたが、顧客のニーズを捕らえきれずに撤退を余儀なくされていた。しかしアニコムは徹底したマーケットアウトを行い、現在も急成長を続けている。どのようにしてマーケットアウトをペット保険ビジネスに取り入れたのかを探る。

1. 顧客の特定・ニーズ把握

初めてペットを飼う人にとって、最も困惑するのが、動物病院に行った時である。治療後に請求される、高い治療費に驚く。しかも、人間のような健康保険はなく、全額自己負担である。骨折した時などは、レントゲンや手術費用など、すべて含めると5万円以上になる場合もある。また治療費は、動物病院によって異なり、一定の基準や上限もない。

こうした状況において、すでに数十社がペット専門の保険サービスを開始していた。しかし、①疾病のカバー範囲が狭い(皮膚炎、外耳炎など発生確率の高い疾病をカバーしていない)②支払事由カバー範囲が狭い(入院・手術はカバーするが、通院は範囲外)③支払い手続きの面倒さ(診療の後に、給付申請する書類を送らないと、給付が受けられない)などの理由から、顧客は保険に加入するメリットをさほど感じる事ができず、サービスは受け入れられなかった。

そこでアニコムは、顧客への徹底したヒアリングを行い、ニーズの把握に努めた。その結果、顧客は、人間の健康保険制度と同等のサービスを求めていることがわかった。人間と同等とは、病院での支払いの際に、全額ではなく自己の負担分のみ支払えばよいと言う制度である。もちろん、通院の場合も適用されるし、手術や、入院の場合にもカバーされる。病院から書類をもらい、後日に送付して給付をもらうような、面倒な手続きは必要ない。

なぜ顧客は、人間と同等の保険サービスを求めるのか。それは、ペットを飼う人にとって「ペットは我が子」であるからである。「どうぶつを我が子のように扱ってくれる保険が欲しい」これこそが、応えるべき真のニーズであるとアニコム考えた。対象とする顧客は「ペットを家族の一員と思う人」である。顧客のニーズを的確に把握する、これがマーケットアウトの第1歩である。

2. ニーズの反映(提供する商品・サービス)

顧客のニーズに応える商品、サービスを作り込む。これがマーケットアウトを実践する第2歩目となる。
アニコムは徹底して顧客ニーズに応える保険サービスを作りこんだ。

- ①ガンを含む病気・ケガに対し治療費の50%を給付する。
手術、入院の場合はもちろん、通院の場合にも適用される。
但し、ワクチンで予防できる疾病は適用外としている。
予防できる病気は、事前に予防するのが親としての責任でもある、との考えである
(給付対象外のケース、1日の上限など、保険サービスの詳細は同社のHpを参照してください)。
- ②加入者に対して「健康保険証(ペットの写真が添付してある)」を発行し、
アニコムどうぶつ保険に対応する動物病院に提示すれば、給付対象の疾病、
ケガの場合には、その場で治療費が半額負担でOKとなる。限りなく人間の
健康保険制度に近いサービスを作り上げた。

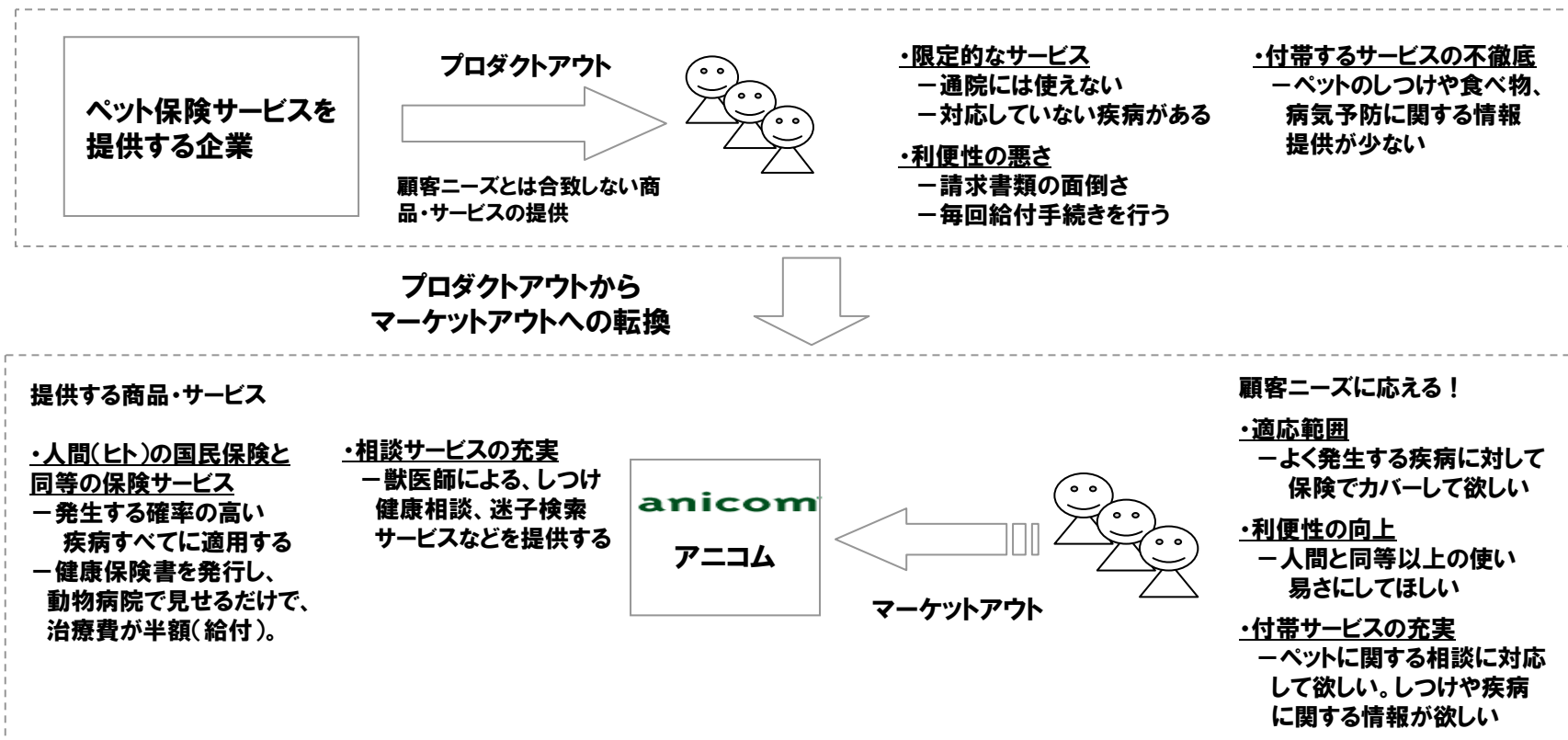
しかし、こうしたサービスは、アニコム単独で実現することはできない。協力して頂ける動物病院のネットワークが必要である。
そこで獣医の先生を1人1人訪問し、保険サービスの理解と、協力をお願いした。また、動物病院での精算業務効率化に有効な、アニコムレセプターと呼ばれるシステムを各病院に導入して頂き、顧客が精算する時には半額負担とし、残りの半額は後日アニコムから動物病院へ振り込まれる仕組みを構築した。

こうした新たな保険サービスが顧客に受け入れられ、アニコムは順調な成長を続けている。今後は、さらに顧客ニーズに応え続ける新たなサービスの提供を行う。これが第3歩目のマーケットアウトの成長・進化である。

3. プロダクトアウトからマーケットアウトへの転換

顧客が望むこと、顧客の真のニーズを確実にとらえる。同時に、なぜ現状では顧客ニーズが満たされていないのかを考える。業界構造に何か問題があるのか、固定概念や商習慣に問題があるのか。どこに、どのような問題があるのかを徹底して把握する。そうすると、プロダクトアウト(企業都合)の構造や既成概念、商習慣があることがわかる。こうしたプロダクトアウトの業界に、顧客ニーズに応える商品・サービスを提供することで、業界構造そのものをマーケットアウトへ転換する。これが、プロダクトアウトから、マーケットアウトへの転換である。

アニコムは、ペットを家族の一員と思う顧客のニーズに対して、徹底して応える保険サービスを提供することで、どうぶつ保険の業界をマーケットアウトへ転換している。



4. ビジネスコンセプト

コンセプトは「どうぶつも家族の一員です」としている。同社が参入する以前は、どうぶつ(ペット)は「モノ」として扱われていた。怪我や死亡した際には保険が適用されるが、通院や頻繁に発生する疾病には適用されない。同社では家族の一員、つまり「ヒト」として、どうぶつに対してサービスを提供し続ける事を第一に考えている。

「アニコムどうぶつ保険」の画面TOP



※サービス開始当初は、いぬ、ねこへのサービスであったが、顧客のニーズに対応し、現在はフェレット、うさぎ、とりへの保険サービスも行っている。



いぬ



ねこ



とり



うさぎ



フェレット