

特集 保険業界の発展に貢献する篤志家たち 1

動画通じ保険情報を発信

(株)プリモポスト 代表取締役 日吉浩之氏

保険会社や代理店、インシチュアテックなど、さまざまな企業や団体が保険業界に多様な価値を提供している中、「保険業界、ひいては社会をより良くしたい」という思いを原動力に営利を目的としない活動を通じて保険業界の発展に貢献している人々がいる。本特集では、保険業界で培った経験を生かし本業と両立しながら、もしくは退職後にさまざまな分野で業界・社会への貢献活動を行っている「篤志家」たちを紹介する。第1回では、マーケティング事業を展開する一方で動画チャンネル「ほけんYouTube予備校」を開設し、VTube講師として一般消費者に向け保険に関する情報を発信している(株)プリモポスト代表取締役の日吉浩之氏に、活動の目的や目指す姿などを聞いた。

——自身の経歴を。日吉 慶應義塾大学の堀田一吉先生のゼミで保険学を学んだ後、安田火災海上(現損保ジャパン)に入社し、SBIホールディングス、アイペット損保を経て2019年に(株)プリモポストを設立した。保険業界での経験とSBIホールディングス在籍時に身に付けたマーケティングの知見を生かし、メールマーケティングを中心にウェブ集客や個人情報活用支援を行うかたわら、「ほけんYouTube予備校」で保険の周辺知識や

選び方など消費者が知っておくべき情報をアニメーション動画を通じて配信している。——具体的には。日吉 自動車保険や火災保険、がん保険、ペット保険、国民健康保険、確定拠出年金などの各種保険について、①関連するリスクと保険の概要を説明②商品の選び方を解説③推奨商品を紹介の3本立ての構成で動画を配信している他、保険用語の説明やQ&A集などを1分間のショート動画でリリースしている。消費者の情報収集手段が多

様化しているため、YouTubeだけでなくXやTikTok、Instagramなど7カ所のSNSで動画を配信しているが、実際にTikTokを通じて公立学校の教員から年金の動画に関する問い合わせが来たこともある。「保険なんて見られることはないだろう」という先入観を捨て接機会を増やすよう

ければならない保険に対して、できるだけ「見て楽しい・面白い」といったポジティブな感情を持ってもらえるように留意して制作している。なお、公平な立場で透明性の高い情報発信するため、保険会社から商品紹介の対価は受け取らないという動画ポリシーを持って制作・配信に臨んでいる。

——動画の反響は。日吉 チャンネル開設から3年が経過した現在、チャンネル登録者数が2150人、総再生時間は2万時間を超えており、これは100人が参加する1・5時間のゼミナールを3年間で150回行った実績に相当する。動画の平均再生率は40%超とYouTube動画の中でも悪くない数字で、その中でも私が伝えたい「代理店を介して自動車保険に加入することの価値」を紹介する動画

理由は。日吉 動画マーケティング研究としての興味もあるが、保険人としての使命感が大きい。金融庁の監督下にある保険業界では、保険会社や代理店が募集に関する情報を自由に発信することができない。正しい情報の提供という利点がある一方、情報の透明性が損なわ

れ、消費者が保険選びに必要な情報に容易にアクセスできないという問題もあると考えている。また、「〇〇保険は不要」などといった専門外の人による誤った動画も出回っており、誤認を招く情報を正す必要性も感じている。

私は今、保険会社の従業員でもなければ代理店の店主・募集人でもなく、保険に関する情報を制約なく発信できる身だ。庭田範秋先生や堀田先生のゼミをはじめ慶應義塾大学三田キャンパスで教を受けた数多くの諸先輩、同期、後輩たちが保険業界にさまざまな価値を提供している中で、自分も何か業界に価値を提供できるのではな

り扱おうとしての思いがさらに大きくなった。また、東京オリンピックのボランティア活動を通じて出会った方々からも大きな影響を受けた。自分の価値を無償で社会に提供したいという奉仕の気持ちをもって日本各地から集まった方々と過ごした時間は、今の活動を後押ししている。

——今後の展開や目指す姿について。日吉 少短を含め新しい商品が続々と誕生し、消費者が日常生活でのリスクを軽減できる保険の選択肢が広がっている中で、引き続き動画を通じて保険選びに必要な情報を発信していきたい。日本の社会では、国民皆保険制度の下に加入が義務付けられている健康保険を含め保険について教わる機会がほとんどなかったが、「ほけんYouTube予備校」にアクセスすれば各種保険の情報をいつでも収集できる。このチャンネルが、保険に関する正しい知識を得られる「学びの場」となり、一人でも多くの方に「動画を見て良かった」と言ってもらえれば幸いだ。

「自分ならではの」の価値を提供

——動画配信を始めた理由は。日吉 動画マーケティング研究としての興味もあるが、保険人としての使命感が大きい。金融庁の監督下にある保険業界では、保険会社や代理店が募集に関する情報を自由に発信することができない。正しい情報の提供という利点がある一方、情報の透明性が損なわ

れ、消費者が保険選びに必要な情報に容易にアクセスできないという問題もあると考えている。また、「〇〇保険は不要」などといった専門外の人による誤った動画も出回っており、誤認を招く情報を正す必要性も感じている。

私は今、保険会社の従業員でもなければ代理店の店主・募集人でもなく、保険に関する情報を制約なく発信できる身だ。庭田範秋先生や堀田先生のゼミをはじめ慶應義塾大学三田キャンパスで教を受けた数多くの諸先輩、同期、後輩たちが保険業界にさまざまな価値を提供している中で、自分も何か業界に価値を提供できるのではな

り扱おうとしての思いがさらに大きくなった。また、東京オリンピックのボランティア活動を通じて出会った方々からも大きな影響を受けた。自分の価値を無償で社会に提供したいという奉仕の気持ちをもって日本各地から集まった方々と過ごした時間は、今の活動を後押ししている。

——どのような内容の動画か。日吉 代理店店主の方から聞いた話だ。お客さまが交通事故の加害者となつて相手を死亡させ、約3週間の拘留で身動きがとれないとき、そのお客さまの配偶者が事故相手の法要に一人で参列す

るという事態に陥る可能性がある。このような場合に、代理店店主は保険会社の帽子を被って法要に同行するのだという。その方が「万が一のときでも残された家族を一人にさせない『安心』を提供するのが代理店の存在価値」と言っていたことが強く心に残っている。これは保険の本質につながる価値でもあり、多くの消費者に伝えたく題材にして動画を作成した。代理店の選択は保険を選ぶ際の重要な要素なので、こうした思いを持って、自らの存在価値を広く消費者に届けてもらいたいと考えている。

——最後に、活動に込めた思いを。日吉 一度きりの人生、自分ならではの価値を創造したいという思いで動画配信を行っているが、こうした活動を目にした人が同じようにアクションを起こし、それがさらに別の人へと広がって、「善」の連鎖が発生すればうれしい。世の中は多様な人が多様な価値を提供することで発展している。社会をより良くするために、いろいろな人が自分ならではの価値の提供にチャレンジしてくれることを願っている。



日吉氏