

AI・デジタルを「前提」とした業務の再構築

2026年7月31日

株式会社かんぽ生命保険

執行役員 兼 DX戦略部 部長 中根 祐二



株式会社かんぽ生命保険
執行役員 兼 DX戦略部 部長

中根 祐二（なかね ゆうじ）

D < X

- 1994年に大手印刷会社に入社。マーケティング、コンサルティング、新規事業開発、DX推進などの業務を担当。
- 2020年にかんぽ生命に入社し、同社のDX推進担当として、リアルとデジタルを組み合わせたお客さま体験価値向上の実現に向けて、オウンドメディアによるデジタル接点の拡大、オンラインサービスの拡充、お客さま接点業務の高度化のためのSFA/CRM基盤導入、AIの利活用環境の導入等を推進。
- 2023年にかんぽデジタルシステムズ株式会社の社外取締役役に就任。
- 2024年に株式会社JPデジタルの社外取締役役に就任。

- ① かんぽ生命について
- ② 「変革」って何？
- ③ AIは「手段」なのか？
- ④ AI導入で業務変革が進む？
- ⑤ まとめ



かんぽ生命について



かんぽ生命

経営理念

いつでもそばにいる。どこにいても支える。すべての人生を、守り続けたい。

経営方針

かんぽ生命保険は、お客さまから選ばれる真に日本一の保険会社を目指します。

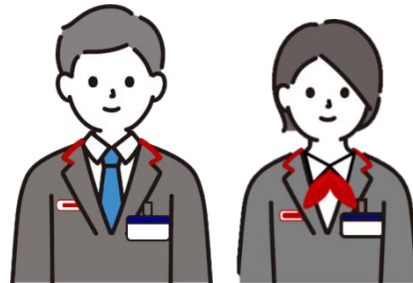
1916 簡易生命保険事業創業

2007 郵政民営化(日本郵政グループ発足)

2015 東証一部上場



- お客さま数※ 1,692万人
- 保険金等支払額※ 4.1兆円



- 郵便局(代理店)数※ 20,318局
- 従業員数※ 17,952人

「変革」って何？

かんぽ生命のDXの戦略的で迅速な実現

データ、AIを前提とした事業変革、業務変革を
社内外の様々なメンバーと
一体となって伴走し、アジャイルに推進

かんぽ生命の変革の担い手



かんぽ生命のコールセンターの事例

AIによる後処理の一部自動化

音声の自動テキスト化から、AIが対応内容を要約

対応履歴画面



----要約----

ほとんど自動入力

音声のテキスト化



AI



かんぽ生命のコールセンターの事例

【効果】

電話終了後、応対履歴の作成に掛かる時間の短縮

コールセンター領域

5:08



1:30 (▲71%)

ヘルプデスク領域

2:00



1:10 (▲42%)

かんぽ生命のコールセンターの事例

変革に向けた「真」の効果

メモ取り等の電話の後の
対応に必要なとなる
作業がなくなる



お客さま対応に集中でき

**お客さまと
今まで以上に
向き合える**



AIは「手段」なのか？

AIは「手段」だからと“理屈”を優先

目的をはっきりさせないと、意味がない。
まずは目的をはっきりさせよう、それで必要ならAIを使おう。



AIは「目的」ではない。

しかしながら目的を達成する手段だと「利用しない」選択も出てしまう。

確かにAIは「手段」である。
しかしながら「前提」とするべき。

例えば、保険営業の「役割」は？

これまで

お客さまの情報を調べる

提案書を作る

商品を説明する

専門の知識に基づき提案する

AI前提

AIがお客さま情報を整理

AIが提案のたたき台を作る

AIが説明シナリオを考える

お客さまの意思決定に寄り添う



例えば、保険営業の「役割」は？

これまで

知識ある専門家が
相談を受け
説明をする会社

AI前提

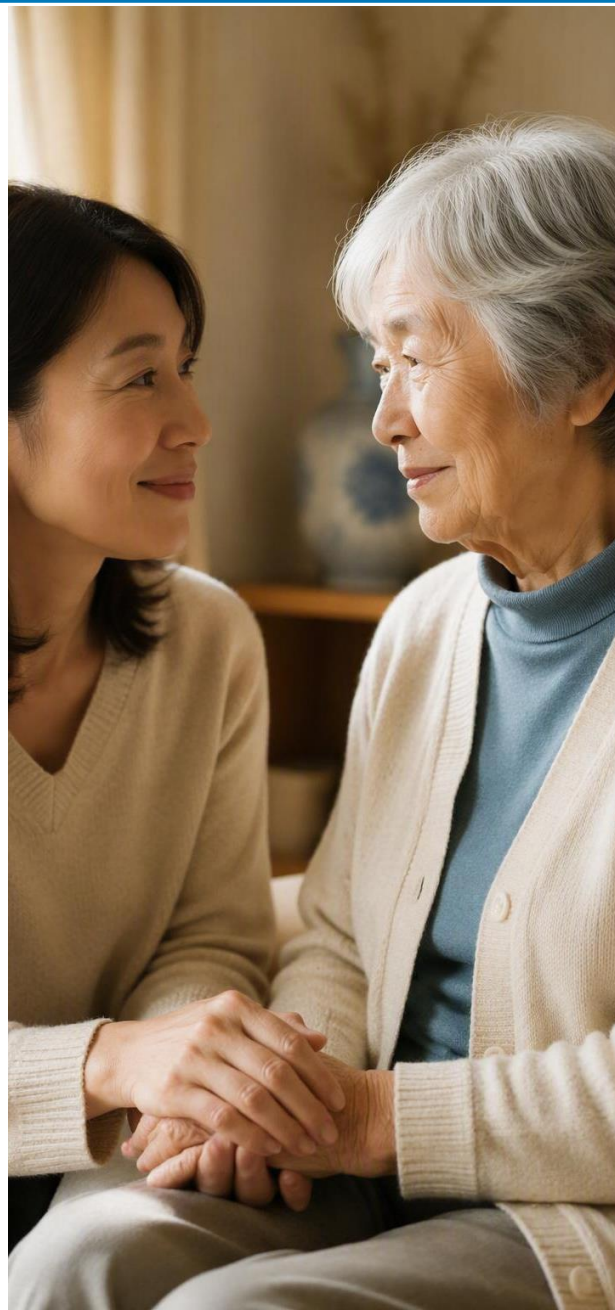
悩みや価値観を
一緒に考え
寄り添う会社

AIで営業の仕事は決してなくなる。
仕事の中身＝営業の「役割」は変わる。

お客さま自身も手のひらにAIを持つ時代



知識を提供する
だけではなく、
不安や悩みに
お客さまと共感し
一緒に考えるときに、
そばに居て
寄り添える存在に。



AIを「手段」ではなく、「前提」とすると、問いが変わる

「手段」の場合

- どこにAIを使うか？
- 作業をどう減らすか？
- 今の業務をどう効率化するか？

「前提」の場合

- 仕事をどう組み直すか？
- 人がどこで価値を出すか？
- 意義・役割をどう再設計するか？

AIを導入するのではない。
AIがあることを前提に仕事を再設計する。

AI導入で業務変革が進む？

AIで、何が、どう変わるの？

- ・まだそこまでできないと**聞いている**...
- ・実際に導入した企業は使い勝手が悪く成果が出ないという**声もある**...



言葉や資料で伝えても、**実感**できないし、**不安**

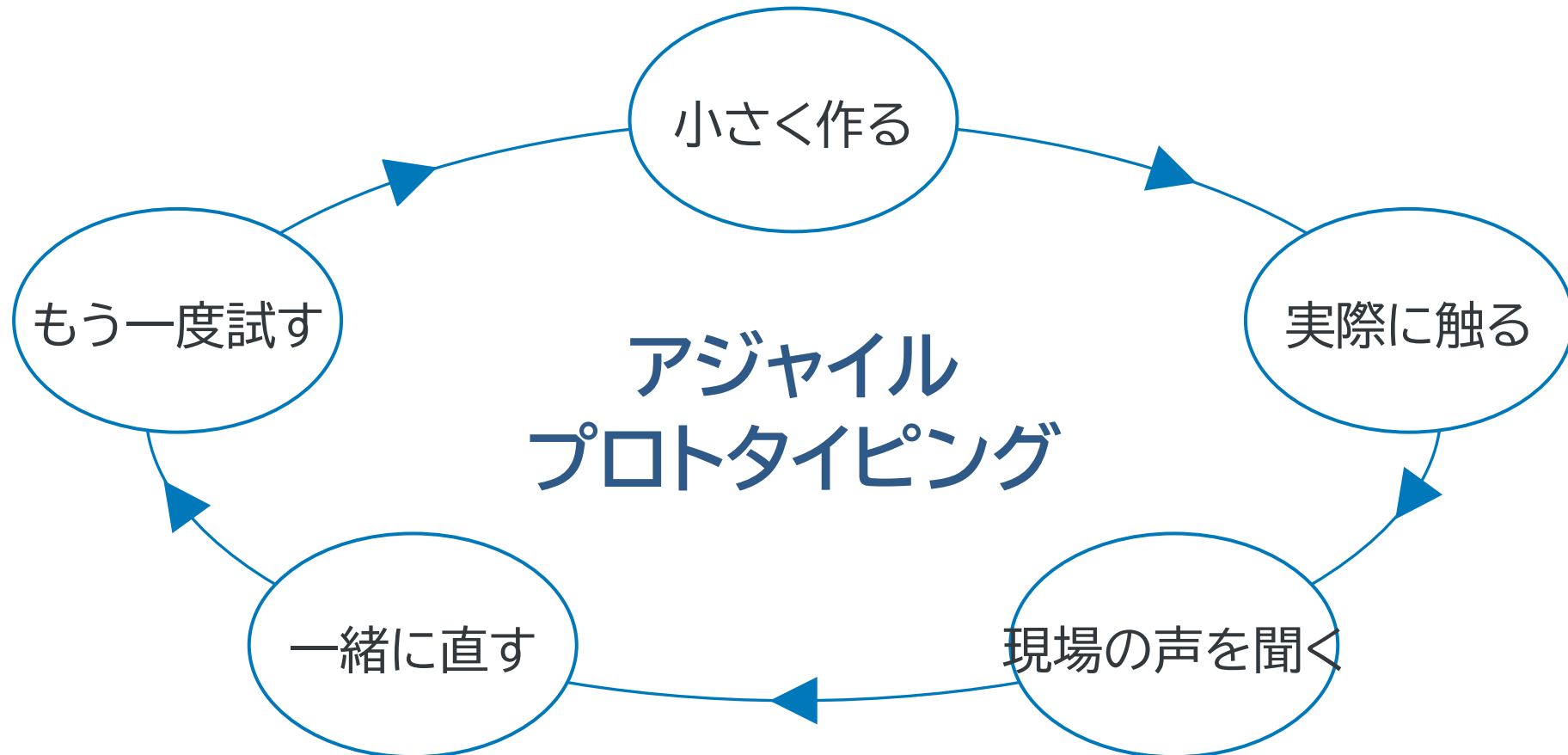
人は、「変化を嫌う」ようにできている。



変わる姿を説明するより、
良くなる姿を見てもらう。

未来は説明しない。

未来を体験してもらう。



一人では、未来は作れない — スクラムチーム —



一緒に作る。一緒に学ぶ。

かんぽ生命 アジャイルルーム

50名以上が複数のチームに所属してAI開発

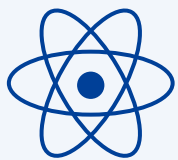


ビジョン共有と対話で自律

資料だけではなく動くもの

現場やお客さまの意見で改善

AI推進体制



AI CoE

AIによる
全社的価値創出
のハブ組織

推進を支える組織

かんぽ生命

システム子会社

外部パートナー(専門家)

AI CoEが担う5つのテーマ



戦略

- 全社AI戦略とロードマップの立案
- AI案件の進捗管理・優先順位付け
- 最新AI技術の調査・検証



伴走・実装

- 相談窓口・ユースケースの発掘・選定
- プロジェクトの伴走支援・技術サポート
- 本番実装への円滑な移行支援



ガバナンス

- AIガイドラインの策定・運用
- リスクマネジメント・法規制対応



基盤整備

- 共通プラットフォームの提供
- 全社最適化に向けた標準化推進



人材育成

- OJT/実践環境の整備
- 階層別教育プログラムの提供

伴走支援 【通称】AIファクトリー



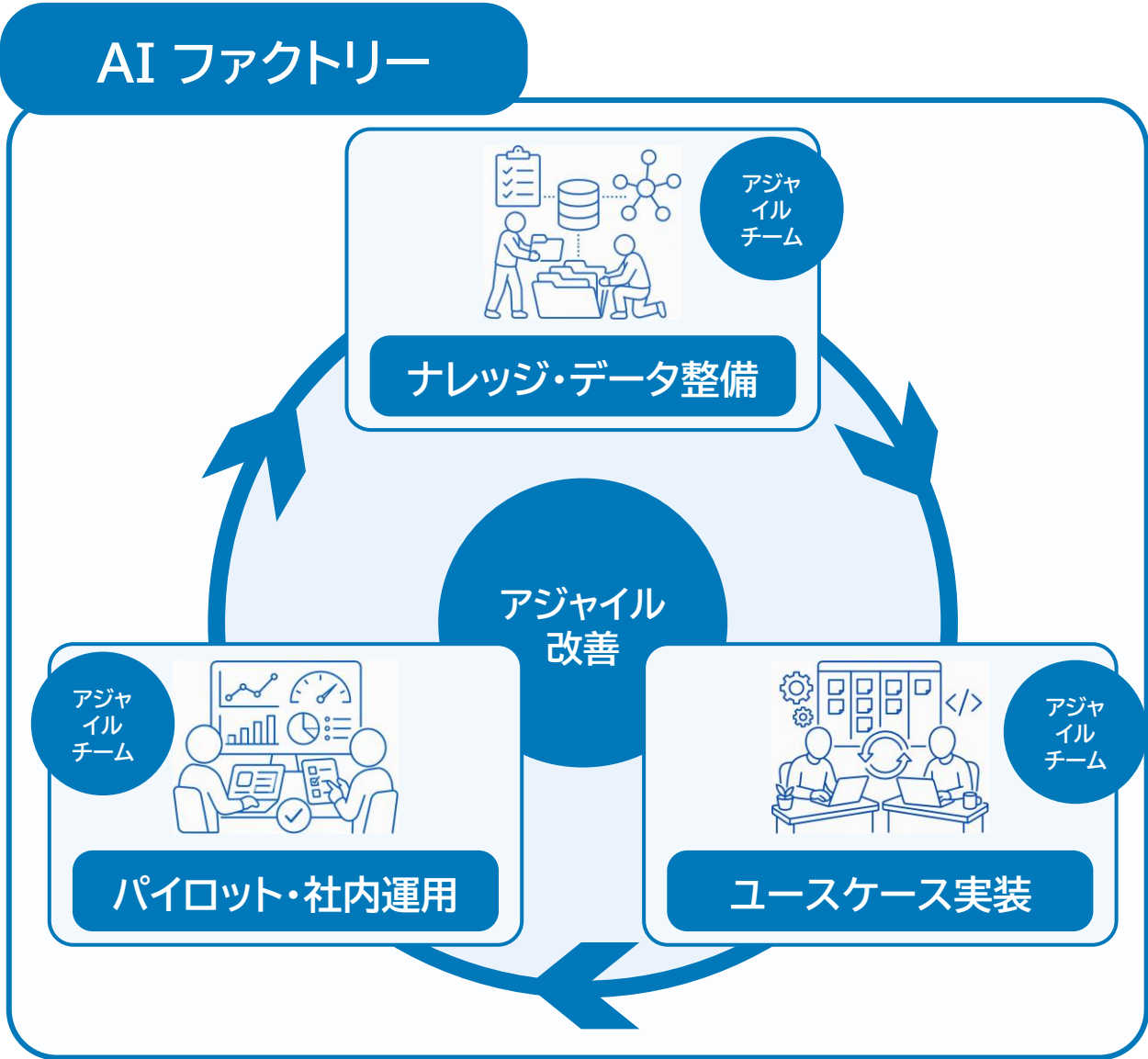
優先度を整理
して案件投入



進捗、課題



改善、対策



ぐるぐる回して継続改善



本格展開

全社へ
本格展開

まとめ

「前提」&「アジャイルアプローチ」

前提にするとは、当たり前になったときに想像すること。

当たり前になったものは、

なかった時のことを考えられなくする力がある。

人は**自分がイメージできない**ことを作れない。

イメージ共有の近道がプロトタイプ。

プロトタイプで会社を動かし、CX/EXの未来をデザイン。

かんぽ生命もその挑戦を始めたばかり。

1

かんぽ生命の変革に参加できる

2

お客さまや社員に直接利用されるものを生み出せる

3

社内外のプロと一緒に仕事することでスキルが身につく

会社と一緒に、自分もぐんぐん成長していける仕事

好奇心を刺激する仕事に取り組みながら、
会社の変化と自分のキャリアが同じスピードで伸びていく

AI前提の業務変革で、お客さまともっと向きあえる

効率化の先にあるのは、
人がより人らしい価値を発揮する未来。

それを創ることが私たちの役割。



かんぽ生命

ご清聴ありがとうございました