



## 注目高まるConnected Carと、走行状況に応じた自動車保険

執筆者 KDDI総研 特別研究員 Jon Metzler (President, Blue Field Strategies)

🕒 記事のポイント

### サマリー

ここ数年、Connected Car（通信機能を活用する自動車）は、米国通信産業において、大きなテーマになりつつある。以前からテレマティクスや、M2Mサービスの一つとして自動車向けアプリケーションやビジネスモデルはあるが、今回は、特に最近注目されているコンシューマを対象とした二つの傾向を紹介する。「自動車向けコンテンツやアプリ配信」と、「usage-based insurance」（以後、UBI；実際の走行状況に応じた自動車保険プランの設定）の動きであるが、特に後者にフォーカスを当てたい。

9月4日～5日、米国シカゴ市にてInsurance Telematics USA 2013のカンファレンスが開催され、Sprint、AT&T Mobility、Verizon Wirelessなど大手キャリア、Progressive Insurance、State Farmなどの保険会社、Octo TelematicsなどUBIプラットフォーム・プロバイダー、またFord、Volkswagenなど自動車メーカーが参加した。キャリア、保険会社、自動車メーカーなどの試みや期待を紹介する。消費者にとってのメリットやプライバシーへの懸念も話題になった。

現時点において、米国ではProgressive InsuranceのSnapshot プログラムだけでも100万台の自動車に利用されているという。調査会社のABI Researchは、2018年までにUBI / PAYDの市場規模が107万台に成長すると予測しており、キャリアによる通信機能、自動車、保険会社のニーズにより生まれたこの新たな分野への期待は高い。

主な登場者 Progressive Insurance Octo Telematics AT&T Mobility Sprint Verizon Wireless

キーワード Usage-based insurance (UBI) テレマティクス 自動車保険 Connected Car

地域 米国

<b>Title</b>	The Rise of the Connected Car, and Usage-Based Insurance
<b>Author</b>	Jon Metzler, President, Blue Field Strategies
<b>Abstract</b>	<p>The Connected Car has become a major theme in the US wireless industry. Telematics has existed for years, and there are M2M services and applications targeting automobiles. In this paper we introduce two major trends: distribution of apps and content for vehicles; and usage-based insurance (UBI). We mainly focus on UBI.</p> <p>On September 4-5, 2013, the Insurance Telematics USA 2013 conference was held in Chicago, Illinois. The event featured participations from wireless carriers such as Sprint, AT&amp;T Mobility, and Verizon Wireless; insurance providers such as Progressive Insurance and State Farm; UBI platform providers such as Octo Telematics; and automakers such as Ford and Volkswagen. Here we introduce their initiatives and expectations for this market.</p> <p>In the US, Progressive Insurance's Snapshot program has over 1M vehicles under coverage. ABI Research estimates that by 2018, the UBI / PAYD market will reach 107M vehicles. Expectations for this market are high.</p>
<b>Players</b>	Progressive Insurance Octo Telematics AT&T Mobility Sprint Verizon Wireless
<b>Keywords</b>	Usage-based insurance (UBI) Telematics Car Insurance Connected Car
<b>Region</b>	United States

## 1 注目高まるConnected Car

### 1-1 シリコンバレーでの動き

トヨタ自動車、ホンダなどの日本メーカーは、以前からシリコンバレーに開発拠点を持つ。General Motors、Fordなど五大湖地域を中心とした米国メーカーは出張ベースでカバーし、ドイツのVolkswagenは開発拠点を持つ。2012年、ニッサン自動車も開発拠点を開設した。ここに来て、自動車メーカー開発拠点の集積が目立っている。

それを象徴するかのように、2012年11月、トヨタ、Renault、Volkswagen、Honda Silicon Valley Lab、Hyundai Ventures、Texas Instruments、Nvidia、AlpineなどのメンバーからなるAutotech Councilが発足した。ベンチャー企業からのプレゼンを受けられる、隔月のメンバー・ミーティングに加え、ほぼ毎月、一定のテーマにフォーカスするイベントが開催されている。

こうした傾向にはどのような要因があるのだろうか。移動通信ラジオを搭載する電気自動車メーカーTeslaの伸び、Uber、Lyftなどcar-sharing businessの創出、開発環境プロバイダー（例：Sencha、QNX、Appcelerator、Adobe）、交通関連技術プロバイダー（例：Streetline Networks）など、技術的な集積が吸引力など、さまざまな要因が考えられる。

最近では、Volkswagen、Fordなど、開発者のアプリを紹介するhackathonやdemo dayも開催したりしている<sup>④</sup>（脚注）。

【図表1】 Autotech Councilのメンバー企業事例



（出典） <http://www.autotechcouncil.com/members/>

### 1-2 自動車メーカーとコンテンツ・プロバイダー

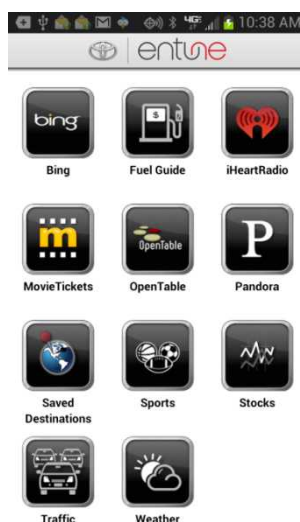
最近、テレコムでいう上位レイヤー企業のサービスが、自動車にもプリインストールされるようになった。筆者が運転するPrius V（日本名プリウスα）では、スマホにトヨタのEntuneサービスの関連アプリをインストールしておけば、Pandoraの音楽配信サービス、OpenTableのお店予約サービス、Bingの検索エンジンなどがプリ



<sup>④</sup>（脚注）海部 美知『シリコンバレーの自動車ハッカソンの状況』（KDDI総研R&A、2013/08/27発行）

インストールされ、ダッシュボード「Apps」ボタンを押せば、搭載アプリの一覧が表示される。通信機能を必要とするこうしたサービスは、運転手の所有するスマホと連携し、リアルタイムでコンテンツの送受信を行う。上位レイヤー・サービスのアカウントと連携をすれば、簡単に使える。筆者は、数年来、Pandora One (Pandoraの有料版) を愛用してきたが、車でもふつうに利用できるようになったのは、ありがたいことである。

【図表2】トヨタ社Entuneモバイル・アプリ (Android版)



(出典) 筆者撮影

BMWもコンテンツのプリインストールに積極的で、TuneInやNapsterの音楽配信サービス、Audibleのオーディオ書籍配信サービス (Amazon傘下)、Glympseの位置情報共有サービスなどと連携する。

米国で「インターネット・ラジオ市場」で75%のシェアを持つPandora社だが、23社の自動車メーカーと契約しており、2013年、米国で販売される自動車のうちの1/3に「プリインストール」される見込みだ。単純計算で500万台ほどにプリインストールされるわけだ<sup>①</sup> (脚注)。まさに衛星ラジオ・サービスのSirius XMが、歩んできた道をPandoraも歩んでいるのであるが、Sirius XMは、無料トライアル期間が終われば、年間200ドル程度の有料会員になる必要がある。Pandoraには、基本的にOTTサービスで、広告ベースの無料プランと、有料プラン (年間36ドル) の両方のプランが存在する。



<sup>①</sup> (脚注)

<http://investor.pandora.com/phoenix.zhtml?c=227956&p=irol-newsArticle&ID=1832680&highlight=>

注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

Pandoraのほか、Spotify、TuneIn、iHeartRadioなど、Pandora型「放送サービス」とSpotify型「オン・デマンド・サービス」が存在するが、全体的に、Pandoraの圧勝だ。2億のユーザを持ち、7000万のアクティブ・ユーザを持つ。以下は、PCブラウザを含め、米国の主要インターネット・ラジオ・プロバイダーのランキングである。

【図表3】米国Top 10デジタル・ラジオ・プロバイダー  
(平日、06:00-20:00の時間帯にて)

	会社名	平均アクティブ・セッション	セッション・リクエスト	平均利用時間 (単位：時間)
1	Pandora Corporate	1,655,957	888,182,546	0.59
2	Clear Channel Radio	316,605	171,324,649	0.59
3	Slacker	62,616	38,645,198	0.6
4	Cumulus Streaming Network	65,083	22,556,542	0.9
5	CBS Radio	61,208	23,167,056	0.83
6	NPR Member Stations	35,990	12,923,962	0.85
7	EMF Corporate	26,015	4,890,145	1.67
8	Cox Radio	23,162	8,319,481	0.88
9	ESPN Radio Corporate	21,659	10,094,714	0.68
10	Univision	20,821	14,479,201	0.46

平均アクティブ・セッション (Average Active Sessions) とは、合計利用時間 (Total Listening Hours) を当該時間帯 (06:00-20:00) で割ったもの。セッション・リクエスト (Session Starts) とは、一分以上流れたストリームの配信リクエスト数を言う。平均利用時間 (Average Time Spent Listening) とは、一分以上のセッションの平均時間を言う。

(出典) Triton Digital 推定、2013年7月の時点。

Ford、Toyota (上記のEntuneサービス) などの、最近の車載ナビゲーション・システムでは、運転手のスマホを通じてリアルタイム交通情報を提供する傾向がある。筆者は、2013年春、2006年に購入した2世代目のPriusからPrius Vへ乗り換えたわけだが、今回のモデルで渋滞情報などリアルタイム情報がダウンロード可能なのはありがたい。一方、車載コンソール・ナビの入力は、Google Maps、Wazeなどの入力 (または音声入力) に慣れた者として、使い勝手が劣るのは否定しがたい。また、スマホのように画面をpinch and zoomできないのは残念である。

米国最大のPND (パーソナル・ナビゲーション・デバイス) メーカーGarminは、リーマン・ショックとスマホブームというダブル・パンチを生きのび、ピークから縮小したものの、売上をキープしている。アウトドア、フィットネス分野へ注力し、事業ベースを多様化したことによるものと考えられる。

【図表4】 Garmin社・売上と利益の推移（単位：百ドル）

	2008	2009	2010	2011	2012
売上	3,494	2,946	2,690	2,759	2,716
利益	733	704	585	521	542

（出典）Garmin社2012年アニュアル・レポートを元に作成

## 2 Usage-based Insurance (UBI; 走行状況に応じた自動車保険)

### 2-1 UBIとは何か

さて、Telematics Insurance 2013のカンファレンスの主要テーマだったUsage-based InsuranceことUBI。そもそも、UBIとは何か。UBIは、自動車の実際の走行状況をもとにした自動車保険のプランのことを言う。（Pay As You Drive (PAYD)、Pay How You Drive (PHYD)、Pay As You Goなどの呼び方もあるが、本レポートではそれらすべてを含めるUBIに統一する。）たとえば、「あまり運転しない」という車のオーナーであれば、保険会社に対して一定の走行距離を超えない証拠があれば、ドライバーとしてのリスクが低いとみなされ、保険料が下がることがある。これが、消費者がUBIプランに加入するモチベーションのようだ。一方保険会社にとってもドライバーが加入の時点で申告された走行距離を確かめられるのは大きなメリットである。

走行距離のみ計ってオドメータ（走行距離計）と連携する比較的シンプルなプランがある。実際走った工程の位置情報などは活用しない。一方、走行距離だけでなく、実際の走行状況を反映するプランもある。この場合、位置情報の収集と分析が必要になる。筆者にとっては、UBIの「面白み」、また社会的付加価値は後者のプランの方が高い。たとえば、急ブレーキや加速が多かったり、シートベルトをちゃんと締めなかったりするドライバーであれば、保険料が上がってしまうだろう。また、走行状況を把握することで、乱暴な運転をするドライバーに対する教育効果を上げることができるかもしれない。運転教育の向上や、全体の安全性向上には、社会貢献の機会がありそうな一方、プライバシーの懸念や、「監視される」ことによる単なる気味悪さもあるかもしれない。

次節では、Insurance Telematics 2013カンファレンス概要、UBIソリューション概要、主なプレーヤー、保険会社、キャリア、消費者といったステークホルダーのモチベーションを紹介する。

### 2-2 Insurance Telematics 2013

Insurance Telematics 2013カンファレンスは、イギリスのTelematics Update 社（FC Business Intelligence社傘下）が主催したもので、9月4日～5日、米国シカゴ市

注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

にて行われた。本イベントに加え、Telematics Updateはブラジル、日本、ドイツなどでもテレマティクスに特化したイベントを開催する<sup>④</sup>（脚注）。

今回のシカゴのイベントには700名ほどの業界関係者が参加した。Deloitte、Octo、Verizon、AT&Kearney、Sprint、AT&T、Teletracなどがスポンサーとなっており、スポンサー企業の顔ぶれには、通信キャリア、コンサル、テレマティクス・プロバイダー、デバイス・メーカーなどが並んでいた。パネリストには、Progressive Insurance、State Farm、Liberty Mutual、Plymouth Rockなど、保険会社が多く、また、AT&T、Verizon、Sprintによる講演もあった。

イベント会場に着いた第一の感想としては、米国4大キャリア（AT&T、Verizon、Sprint、T-Mobile）のうちの3社（AT&T、Verizon、Sprint）がスポンサー企業であったことである。それに対し、元々法人領域に注力した秋のCTIA展示会で行われたMobileCON（10月16日～18日に開催）では、米国大手キャリアでスポンサーしたのはVerizonの一社のみである。UBIは米国キャリアの注力領域であると言って良いだろう。

### 2-3 UBIソリューション概要

次節以降に紹介するUBIソリューションは、一般的には以下の部分からなる。

- 自動車に設置する専用デバイス。自動車のOnBoard Diagnostic（OBD II）ポートに対応し、キャリアの通信モジュールを内蔵してデータの送受信を行う。また、GPSを搭載するデバイスが多いが、一部は搭載しないようだ。
- リアルタイム通信機能。業界リーダーのProgressive InsuranceのSnapshot UBIサービスのための専用デバイスでは、AT&Tのネットワークを利用する。
- 生データ集計・分析を行うサーバ。こちらは、保険会社が運用するものである。
- レポート・アラート機能。収集するデータをもとにしたドライブ・レポート（trip report）作成や、SMSなどを使うアラート機能を含める。
- ドライバー向けダッシュボード。PCブラウザ、スマホ・アプリなどに対応したポータルにあたる。



<sup>④</sup>（脚注） <http://analysis.telematicsupdate.com/events>

Telematics Japan 2013は、東京で、10月8日～10日開催され、またData Business for Connected Vehicles Japanは、2013年5月、東京で開催された。



#### 2-4 専用デバイスが前提の今のUBIだが、アプリを活用する試みも

米国では、Progressive Insuranceは現時点で業界のリーダーだ。ProgressiveのSnapshot UBIサービスでは、以下のデバイスが加入者の自動車に設置される。開発元はデバイス・メーカーのXirgo社だ。GPSを搭載しないのは、ドライバーのプライバシーへの懸念があるためだという。Progressive社にとって、位置情報よりもブレーキ、加速などからなる行動パターンの解析が肝心のようだ。

【図表5】 Progressive Insurance Snapshot OBDII デバイス  
(大きさは高さ5cmくらい)



(出典) <http://www.progressive.com/>

OBD II対応デバイスは、保険契約後、保険会社から送られてきて、消費者自身で取り付けできるもので、そのため、OBDIIデバイスを利用するUBIは、自動車の買い替えサイクルに特に左右されない。

Insurance Telematics 2013カンファレンスでは、保険会社の出展だけでなく、デバイス・メーカーなどの展示もあり、下記は、台湾のOBDIIデバイス・メーカーのATrack社のブースの様態だ。ほかのメーカーとしては、Calamp、Danlawなどがある。



注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

【図表6】 ATrack社展示ブースと最新のAx7 OBDIIデバイス事例



(出典) 筆者撮影

Progressive InsuranceはSnapshotプログラムの通信回線にAT&Tを採用したが、一方、State Farm Insuranceは、Drive Safe and Save with In-Driveプログラム<sup>(脚注1)</sup>は、Verizon Telematics を採用した<sup>(脚注2)</sup>。In-Driveは、UBI専用プログラムでなく、GM OnStarに類似するサービスである。加入者にとって、UBIによる保険料のディスカウントの可能性はあるが、それに加え、車が盗難されたときの場所確認（トラッキング）や、牽引車サービスなどもある<sup>(脚注3)</sup>。

OnStarは、2013年2月、長年の通信キャリア・パートナーのVerizonに代わって、今後AT&TのLTEネットワークを採用することを発表した。M2M市場における、2大キャリア間の競争は激しいようだが、最近の印象（直感）として、AT&Tの方が快調のようだ。下記はAT&Tの2Q-2013の純増を示す。Connected Device領域での純増が目立つ。



<sup>(脚注1)</sup> In-Driveは元々、Hughes Telematicsのプログラムで、2012年、VerizonはHughes Telematicsを買収した。

<sup>(脚注2)</sup>

<http://newscenter2.verizon.com/press-releases/verizon/2012/verizon-completes-acquisition.html>

<sup>(脚注3)</sup>

<https://www.in-drive.com/sf/howItWorks.html#IL>

注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

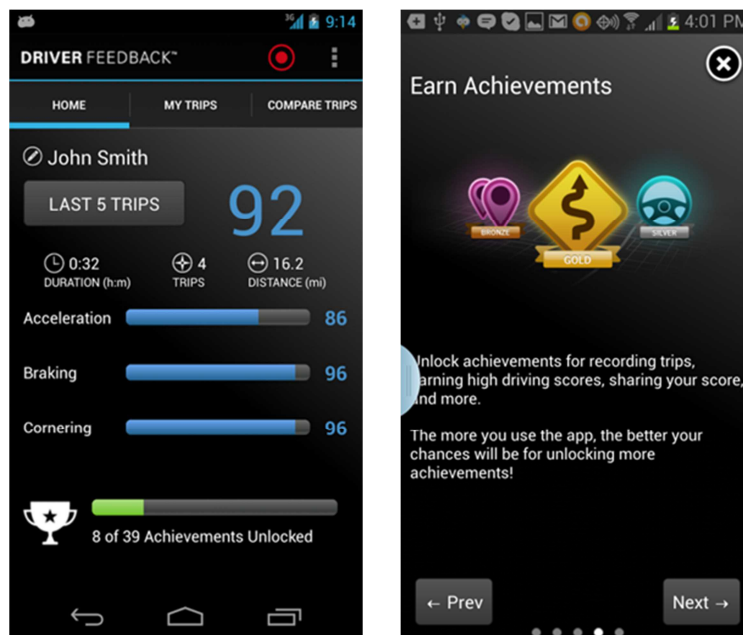
【図表7】 AT&Tの回線純増の推移

単位：000s	9/30/11	12/31/11	3/31/12	6/30/12	9/30/12	12/31/12	3/31/13	6/30/13
純増（合計）	2,123	2,497	726	1,266	678	1,094	291	632
ポストペイド純増	319	717	187	320	151	780	296	551
プリペイド純増	293	159	125	92	77	(166)	(184)	11
リセラー純増	473	592	184	472	137	234	(252)	(414)
Connected Device 純増	1,038	1,029	230	382	313	246	431	484
M&A、その他の整理	-	12	(33)	-	(13)	(8)	3	1

（出典）AT&T決算資料をもとに筆者作成

Progressive InsuranceのSnapshotとは異なり、専用デバイスでなくスマホのアプリだけを利用するサービスも最近出てきた。たとえば、保険会社のState Farm Insuranceは、「Driver Feedback」のアプリをiOS、Androidデバイス向けに提供し、その名前の通り実際の走行状況に応じ、ドライバーへのフィードバックを行う。また、ゲーム（gamification）要素もあり、安全運転を徹底すると、点数を集め、Foursquareなどのサービスのよう「実績(achievement)」を「アンロック(unlock)」できる<sup>④</sup>（脚注）。

【図表8】 State Farm社のDriver Feedbackアプリ



（出典）Google Play



<sup>④</sup>（脚注） ゲームの用語では、達成されたものを「achievement」、使えるような状態にすることを「unlock」と言うことがある。

注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

このアプリは、スマホのGPSと加速度計のみ利用し、自動車の詳細な診断情報を活用しない。そのため、このアプリとスマホで計る自動車の走行状況は、実際の保険プランに反映せず、また、このアプリによるデータは保存されないという。したがって、主に教育・認識向上のための試みとして考えられる。

Insurance Telematics 2013カンファレンスでは、Sprintの展示ブースを訪れ、こうしたアプリへの対応状況について話を聞いた。保険料に連動するUBIでは専用デバイスのインストールが前提になるとのことだったが、いずれアプリのみによるサービスも支援可能、と付け加えてくれた。また、Insurance Telematicsカンファレンスのパネルでは、「アプリは主に宣伝や認識向上の役割を果たす」というようなコメントがあった。下記は、Sprintブースの様相である。(担当者は、写真を撮られたがらず、撮影前に逃げてしまった。)

【図表9】 SprintのInsurance Telematics 2013展示ブース



(出典) 筆者撮影

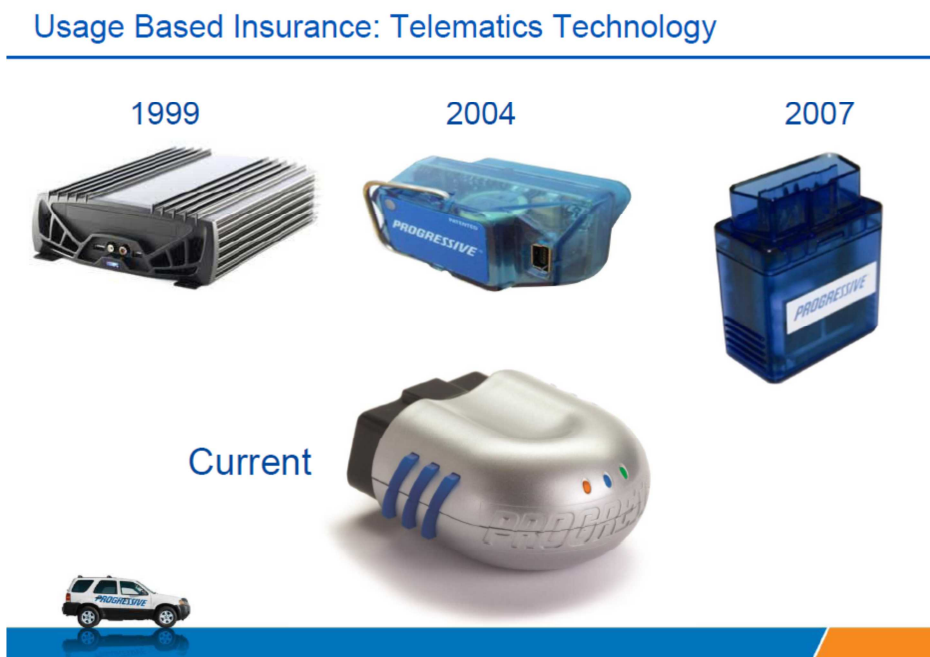
確かに、キャリアにとって、通信モジュールを搭載する専用デバイスの場合、専用回線であるため販売回線数として実績にも計上しやすく、営業のインセンティブにも繋げやすい。また、B-to-Bとしてお客様である保険会社を一度押さえれば、回線はしばらくチャーンしないであろう、という計算もキャリアにとって魅力的だ。一方でアプリの場合、保険会社の観点からみれば、専用回線をインストールする必要はなく、エンド・ユーザもキャリアとは関係なく利用できるためサービスとして拡大しやすい。いずれスマホのアプリのみでより信頼度の高いサービスが実現できれば、このUBIサービスの定着は加速化するかもしれない。

前述したようにProgressive Insuranceは、キャリアとしてAT&Tを採用した。AT&Tのブース担当者によると、このProgressive InsuranceのSnapshotサービスのみですでに100万回線の販売実績があるという。

Progressive Snapshotは、30日間の試用期間を経て、安全運転者向け割引の対象とする。数日間、安全運転を意識することは誰でもできるが、30日間見ればそのドライバーの本質がわかる、という考え方のようだ。期間後、加入者がデバイスを返送しなければ、50ドル請求される。保険料の割引は0%-30%だという。

2011年3月からスタートしたSnapshotだが、Progressive社として、15年間の経験（と特許）を活かしたサービスだという。以下は、テレマティクス・デバイスの変遷を描くスライドで、同社のInsurance Telematics 2013プレゼン資料による。

【図表10】 Progressive 社が支援してきた、テレマティクス・デバイスの変遷



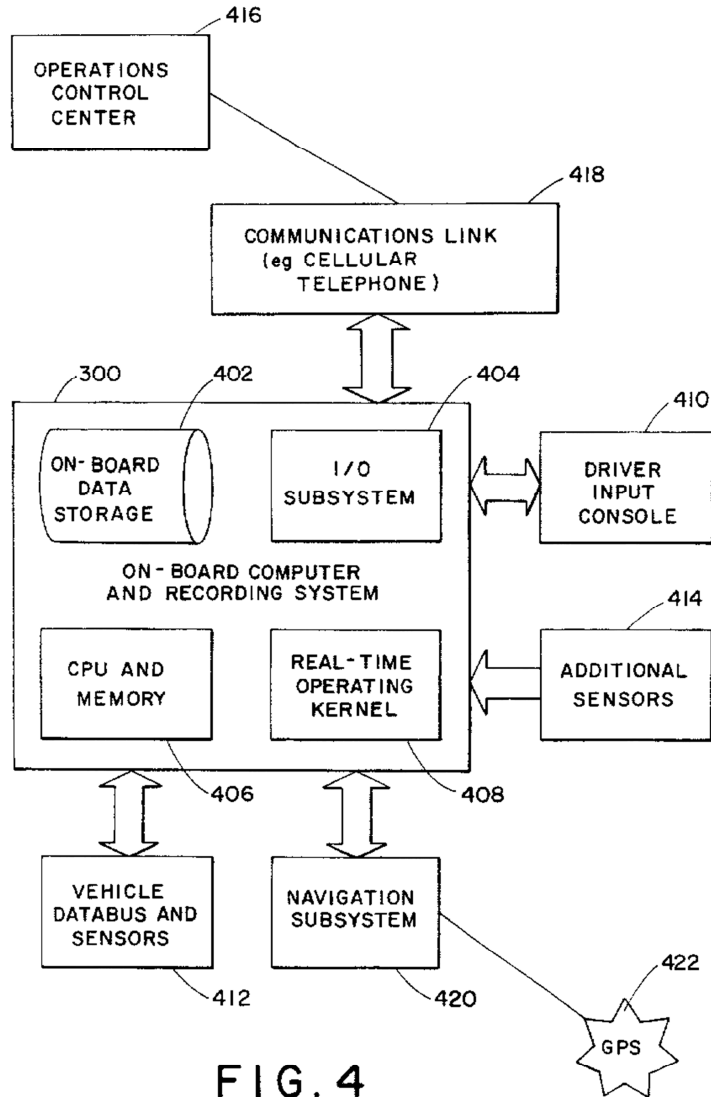
(出典) Progressive社のInsurance Telematics 2013プレゼン資料より

また、以下は、同社が1998年に取得した、こうしたサービスに関連する特許による図表だ。いまの「外付けデバイス」と違って、車載システムを前提とするようだ。

注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

【図表11】 Progressive 社の「保険プランの価格設定のための車載管理システム」  
の図表

U.S. Patent Aug. 18, 1998 Sheet 4 of 6 5,797,134



(出典) US Patent 5,797,134 “Motor vehicle system for determining a cost of insurance” より

そもそも、どのようなドライバーがSnapshotのような保険プランを利用するのか？ 宣伝では「あまりドライブしないドライバー」を狙った。宣伝のトーンは「せっかくの安全ドライバーなので、“rate sucker”（全体の保険料が高くなってしまいうパラサイト）に影響されないで節約しよう」のようなものだった。

確かに、普段から安全運転をする人で、かつあまり運転しない人であれば、「節約できるに越したことない」と思ってもおかしくない。だとすると、アーリー・アダプターはより安全なドライバーのはずだ。残りのドライバーは果たして加入するかは、今後の課題かもしれない。

日本でもトヨタ自動車のG-BOOKテレマティクス・システムを利用する自動車保険 (PAYD) が2004年から始まっている。あいおいニッセイ同和損害保険によるサービスだ<sup>※</sup> (脚注)。

では、かなり前からあるこのUBIは、なぜ、今話題なのか。このInsurance Telematicsカンファレンスでは、AT&T、Verizon、Sprint、T-MobileのBig 4のうちのBig 3 はスポンサー企業で、AT&TとSprintは展示ブースを構えた。市場への注目度をうかがわせる。

SprintとAT&T担当者によると、保険会社からの需要が高く、キャリアにSIer的な役割を求めるといふ。このProgressive Snapshotの試みはカタリストだったようだ。また、次に説明する専門事業者の登場も一つの要因なのかもしれない。

Octo Telematics社は、イタリアが本拠地で、UBIのプラットフォームを提供する。同社は、合わせて180万台の自動車をモニターしており、うち30万台は米国、残り150万台のほとんどはイタリアだといふ。現時点で米国7社の保険会社をサポートするといふ。類似する会社としては、Modus社がある。Octoは、サーバのホスティングや運用、レポート機能、ダッシュボード機能を垂直統合化する。中小規模の保険会社であれば、自前でUBIの機能をインテグレートする必要なく、ホワイト・ラベルでこのOctoのサービスが提供可能だといふ。

このような専門事業者は、M2M分野にみるJasper WirelessやKore Telematicsに類似する。実際、AT&Tが採用した、UBIのプラットフォームを提供するAxeda社は、AT&Tの既存M2Mプラットフォームを提供するJasperとも連携するといふ。以下は、Axeda社が提供する、“Connected Vehicle” のソリューション事例。いわゆる基準ソリューションで、お客様にニーズに応じてカスタマイズ可能だといふ。この基準パターンでは、Xirgo社のOBDIIデバイスの採用を前提とする。



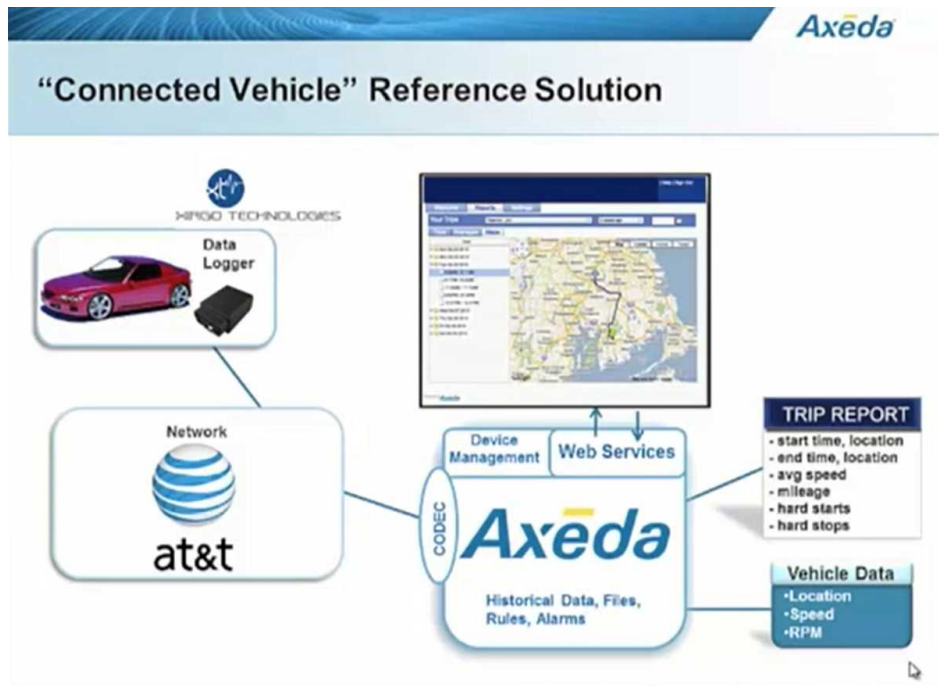
<sup>※</sup> (脚注) あいおい損害保険株式会社 (当時) のプレスリリース 2004年3月4日

<http://www.aioinissaydowa.co.jp/corporate/about/news/aioi/pdf/2004/T20040304PAID>  
HP.PDF



注目高まる Connected Car と、  
走行状況に応じた自動車保険

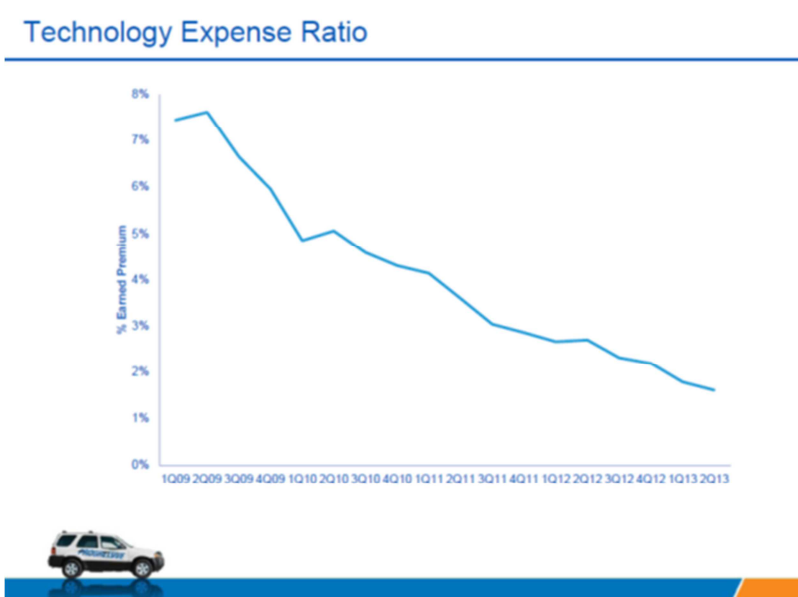
【図表12】 Axeda社の “Connected Vehicle” 基準ソリューション概要



(出典) Axeda社の宣伝資料より

もう一つの成功要因は、テレマティクス関連技術の成熟化とそれに伴うコストダウンかもしれない。UBIは明らかなビジネスモデルを有したテレマティクスあるいはM2Mプラットフォームサービスのアプリの一つでしかない。実際、Progressive社も、このコストダウンの貢献を指摘する。以下は、保険料のうちの「技術コストの割合」の推移を描く。

【図表13】 保険料とソリューションの技術コストの推移



(出典) Progressive社のInsurance Telematics 2013プレゼン資料より



また、前述したとおり、いまのUBIシステムはコンソール・インテグレーションを必要としない部分も大きいだろう。前述したように、ProgressiveなどのUBIシステムは、1995年以後、どのメーカーのどの車種も対応するOBDIIポートに対応するデバイスを前提とする。自動車の買い替えサイクルを待つ必要がなく、原価が安価（通信モジュール、GPSなどの原価から推定して）そんなデバイスで実現できてしまう。

消費者のプライバシー懸念への対応の進化も一つの要因であろう。UBIを実現するには、当然、消費者に受け入れてもらう必要がある。現時点で、消費者がUBIを受け入れる主な理由は、割引の対象になる可能性である。保険料が年間700ドルのドライバーであれば、30%の割引は210ドルの節約に相当する。個人情報を提供する必要のあるスマホ・アプリを躊躇しないでインストールしてしまうものは、30日間の試乗期間で210ドルを節約できるとなれば、戸惑いはないのかもしれない。

一方、UBIを慎重に検討する州もある。Progressive Snapshotは、州人口が最も大きいカリフォルニア州では提供されない。州政府は、保険会社が「ハイ・リスク」としてみなす低所得層が住む地区を車が通らなくなる事態を意識し、いま走行距離のみをはかるサービスしか認可されていない。

## 📖 執筆者コメント

Progressive InsuranceのSnapshotプログラムは、SnapshotのOBDIIデバイスを使えば、保険料を絶対あげない、と約束する。加入者の観点からは、参加によるリスクがヘッジされ、言ってみればダウンサイド（何か悪くなるシナリオ）がなく、アップサイド（良くなるシナリオ）しかない。最悪の場合、いまの保険料がキープされる。

すべての保険会社がそうだとはいえない。実際、Insurance Telematics 2013カンファレンスにて、「ドライバー教育によるクレーム抑制」というパネル・ディスカッションにて、「UBIで保険料があがったドライバーは、だいたい解約し、他社へ移る」というようなコメントがあった。つまり、UBIでリスクなドライバーを特定でき、保険料を上げて他社へチェーンさせるようなことが可能というのだ。保険料が高くなってしまいそうなリスクなドライバーはUBIに参加したがるかもしれない。

キャリアにとって、回線提供以上の付加価値はあるのか。AT&T、Sprintの担当者によると、保険会社からのリクエストが多く、SI的な役割を求められているという。また、Sprintの担当者は、同社のPinsight Media部門に言及し、加入者分析においても関与する可能性があるというコメントした。

## 【執筆者プロフィール】

氏名： Jon Metzler (ジョン・メツラー)

Founder and President of Blue Field Strategies (ブルーフィールドストラテジーズ 創立者・社長)

経歴：米シカゴ生まれ、現在サンフランシスコ在住。90年代初頭、5年間の滞日時、朝日新聞出版局、TBS、CBSなどを経て、98年本国へ帰国。UC-Berkeleyにて日本とシリコンバレーを比較研究し、ビジネスと東洋学の修士号を取得。後に、PAI社に入社し、多岐にわたるアメリカのベンチャー企業の日本市場開拓を受託する。その後、地上波放送電波を使った位置測定技術を開発したRosum社に入社し、アメリカ国内のテレコムと国防の事業開拓を務める一方、E911などの課題でFCCなど規制機関をも担当する。

シリコンバレー・ワシントンDC・日本での経験とネットワークを生かすBlue Field Strategiesは、テレコムとメディアの市場と規制の分析、提唱活動、事業開拓などを行い、またベンチャー投資のデューデリジェンス、日米のベンチマーキングをも受託する。

2008年8月より、KDDI総研の特別研究員として、米国の情報通信市場、規制動向等に関するレポート執筆、個別調査等に従事。主な関心分野は、モバイル放送、DTV変換、ロケーション・サービス、次世代UI、携帯端末の販売・リユース・リサイクルなど。