

The logo for AWS Summit Online. It features the lowercase text 'aws' in white, with the Amazon smile arrow logo below it. To the right of this, the words 'SUMMIT' and 'ONLINE' are stacked vertically in a bold, uppercase, sans-serif font, also in white.

aws SUMMIT
ONLINE

JAPAN | MAY 11-12, 2021

CUS-41

「イーデザイン損保×AWS」

お客さま第一主義を貫く戦略と
アマゾン ウェブ サービス (AWS) とのコラボレーション

桑原茂雄

イーデザイン損害保険株式会社
取締役社長



自己紹介

桑原茂雄（くわばらしげお）

1989年、（現）東京海上日動火災保険入社

2000年、生損保一体型保険「超保険」の開発に参画

2004年、商品・事務・システム三位一体変革（抜本改革）プロジェクトに参画

2010年より、米国支店のCIOとして、基幹システム再構築プロジェクトを主導

2015年より、ビジネスプロセス改革部長として業務改革を主導

2018年、イーデザイン損保取締役社長に就任



イーデザイン 損保について

2009年6月開業

東京海上グループのネット型保険会社

取り扱い商品は自動車保険

クルーの数は560名

事故対応220名（東京・大阪）

カスタマーセンター 240名

（東京・仙台）

内部部門100名

お客さまの数は、約65万



目次

1. イーデザイン損保の戦略
2. イノベーションを生む仕組み
3. イーデザイン損保の戦略を支えるIT
4. お客様第一主義のシナジー withアマゾン ウェブ サービス (AWS)
5. 最後に

1. イーデザイン損保の戦略

自動車保険マーケットの将来展望

クルマの進化や所有から使用へのシフト

→全体のパイは縮小傾向

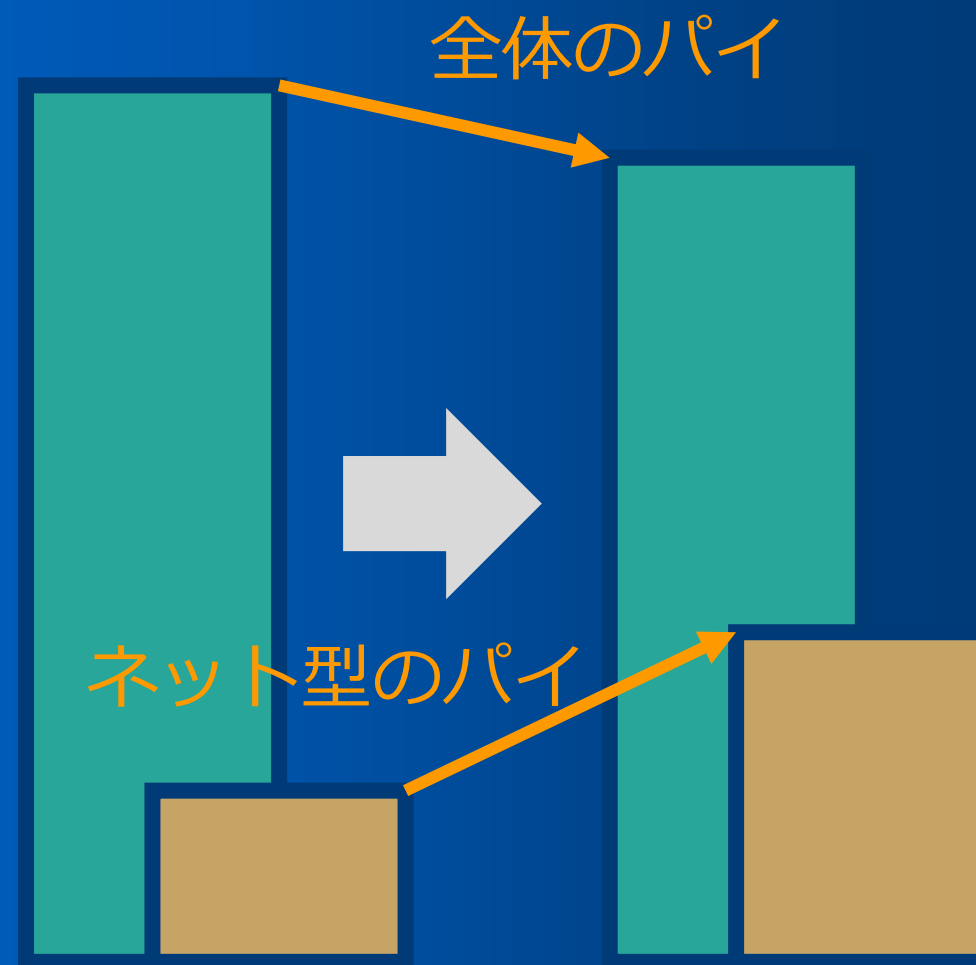
一方で、

デジタルネイティブの台頭

(購買行動の変化)

→代理店型からネット型へのシフト

→ネット型保険会社のパイは拡大



今後拡大傾向が見込まれる
ネット型自動車保険マーケットで
しっかりと存在感を示す

どこで、どうやって
存在感を示すか？



お客さまの
目に触れる
部分

TVCM

商品・サービス

画面のデザイン・操作性

IT

社内のオペレーション

従業員エンゲージメント

MVV・カルチャー

真似されやすい

真似されにくい

これらを強化する
必要あり



お客さまの
目に触れる
部分



TVCM

商品・サービス

画面のデザイン・操作性

IT

社内のオペレーション
従業員エンゲージメント
MVV・カルチャー

絶えず進化すると
真似されにくく
なり、それが
カルチャーにもなる



マネジメントトランスフォーメーション

真のCX戦略・DX戦略は
会社全体を変革すること

取り組み①

CX(Customer Experience)を
全ての起点にする

1クリック概算見積もり

ちょっと価格水準が知りたいだけのお客さま

これまでは

契約が前提の
ちゃんとした
お見積もり
(10分程度)

CX的視点

1クリック見積もり
価格水準がすぐに確認
できる・
正式価格とのブレも小さい



1クリック概算見積もり

15:21 edsp.co.jp

自動車保険
1クリック概算保険料
見積もり

GOOD DESIGN AWARD
2019年度受賞

概算保険料
シミュレーション

無料サービス
割引

マイカーをえらぶ

5ナンバー

アクア、フィット、フリード、ノート、
シエンタ、セレナ、ヴォクシーなど

メインで運転する人の
免許証をえらぶ

概算保険料
14,070円/年間

正確なお見積もり
はこちら

そもそも10分かかっていてよいのか？

1クリック見積もり

正式な価格が知りたくなったお客さま

これまでは

10分間の
入力の手間

CX視点

AI OCRで
入力削減

加入中の保険証券をAI
OCRが自動的にデータ化
(入力項目削減)



取り組み②

全員参加型のCX・DX

パーソナライズド動画

お支払見込額に応じて、保険を使うべきか否かの判断材料を動画でご提供

保険金請求のご確認のお願い

視聴時間 **4分**

動画の最後で、お客さまのご意向を選択いただくボタンがございます！

イーデザイン損保
TOKIO MARINE e.design 東京海上グループ



損害額

今回の事故での修理費などの損害額については以下となります

車両保険 支払額	
150,000円	
修理費等	120,000円
レッカー費用	25,000円
〇〇〇〇〇代	5,000円

対物賠償保険 支払額	
100,000円	
修理費等	80,000円
レッカー費用	20,000円 見込み

戻る 次へ



保険金請求の最終確認

画面のボタンを押して以下から選択してください

保険を使う
(保険で修理工場へお支払します)

保険を使わない
(ご自身で修理工場等へお支払となります)

担当者との相談を希望

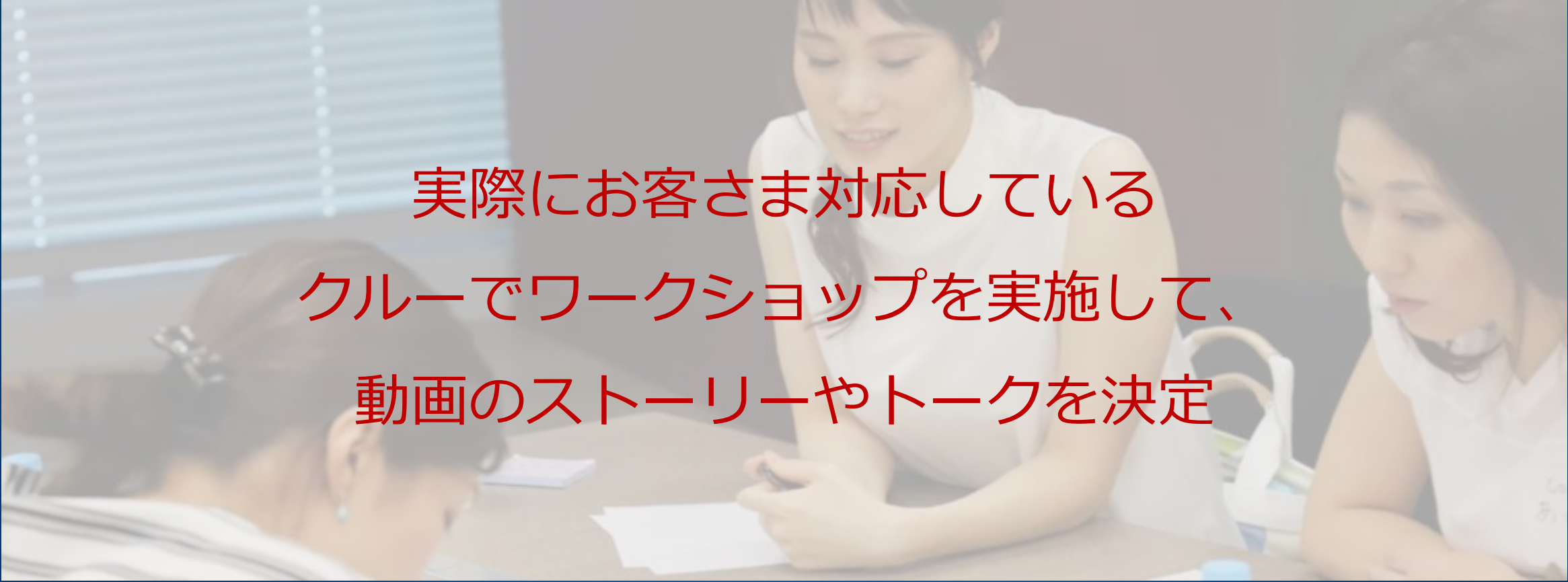
もう1度動画を見る

画面のボタンを押してください

パーソナライズド動画



パーソナライズド動画

A photograph showing three women in a meeting. One woman in the center is holding a smartphone and looking at it, while the other two women look on. They are sitting around a table with papers. The image is semi-transparent with red text overlaid.

実際にお客さま対応している
クルーでワークショップを実施して、
動画のストーリーやトークを決定

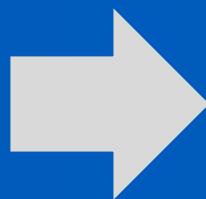
全員参加型のCX・DX

取り組み③

ミッションを再定義する

お客さまは..

ドリルが買いたいわけではなく



Product Driven

穴をあけたいだけ



Purpose Driven

保険にあてはめると..

Product Driven

保険を
買いたい
わけではなく

事故の際の
不安を
取り除きたい

Purpose Driven

そもそも事故
に遭わない・
起こさない
ようにしたい

事故のない
安心・安全な
世の中に
なって欲しい

イーデザイン損保のミッション

事故時の安心だけでなく、
事故のない世界そのものを
お客さまとともに共創する

取り組み④

事故のない世界そのものを
お客さまとともに共創する

安心・安全な世の中を実現する

Product Driven

Purpose Driven

保険を
買いたい
わけではなく

事故の際の
不安を
取り除きたい

そもそも事故
に遭わない・
起こさない
ようにしたい

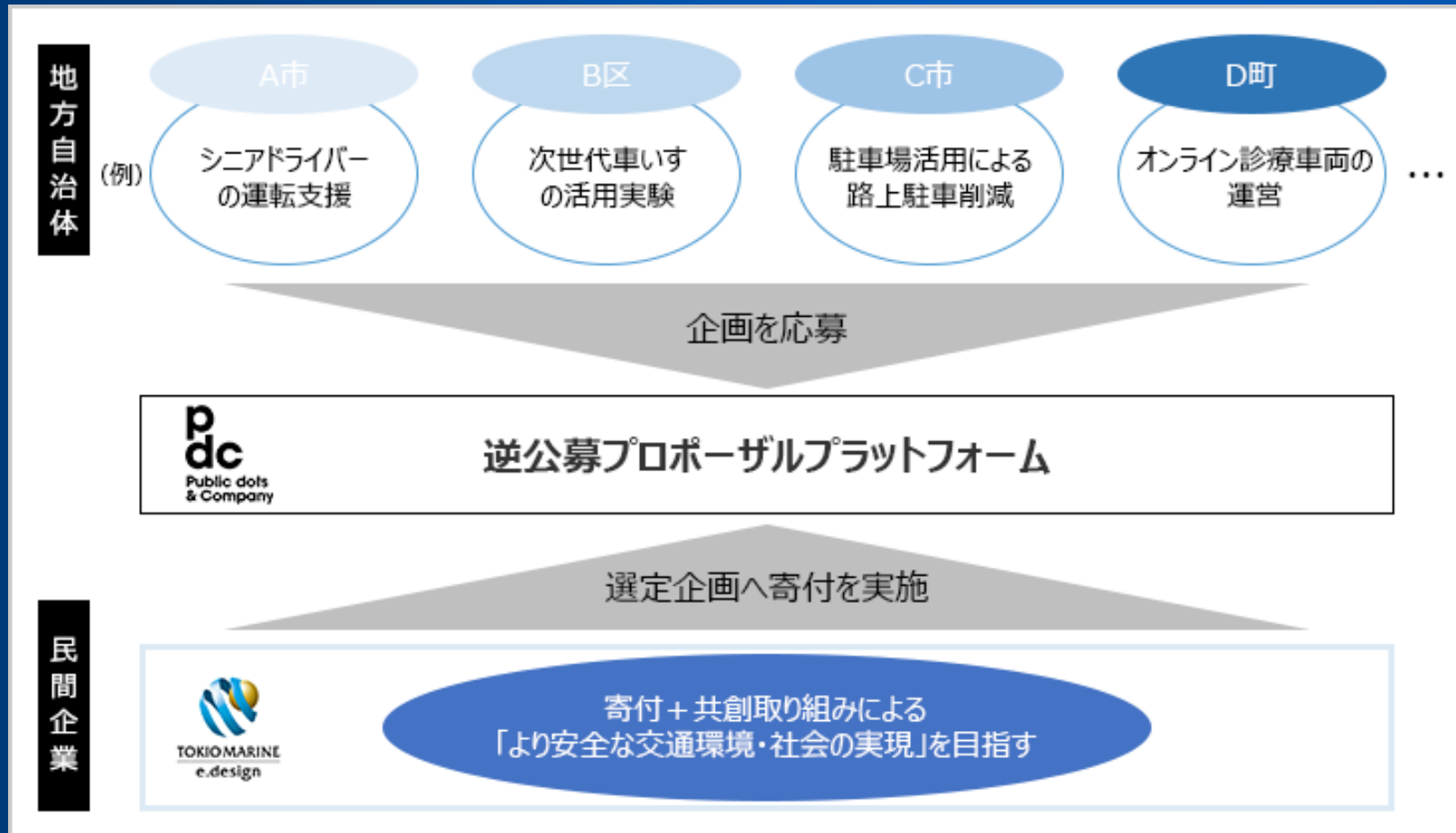
事故のない
安心・安全な
世の中にな
って欲しい

ここに着目

安心・安全な世の中を実現する

地方自治体との新たな価値創造の仕組みの構築

(2020年11月ニュースリリース)



地方自治体から
安心・安全の
アイデアを公募

【pdc】
プラットフォーム提供

【イーデザイン】
寄付を通じて
より安全な世界
を応援

2. イノベーションを生む仕組み

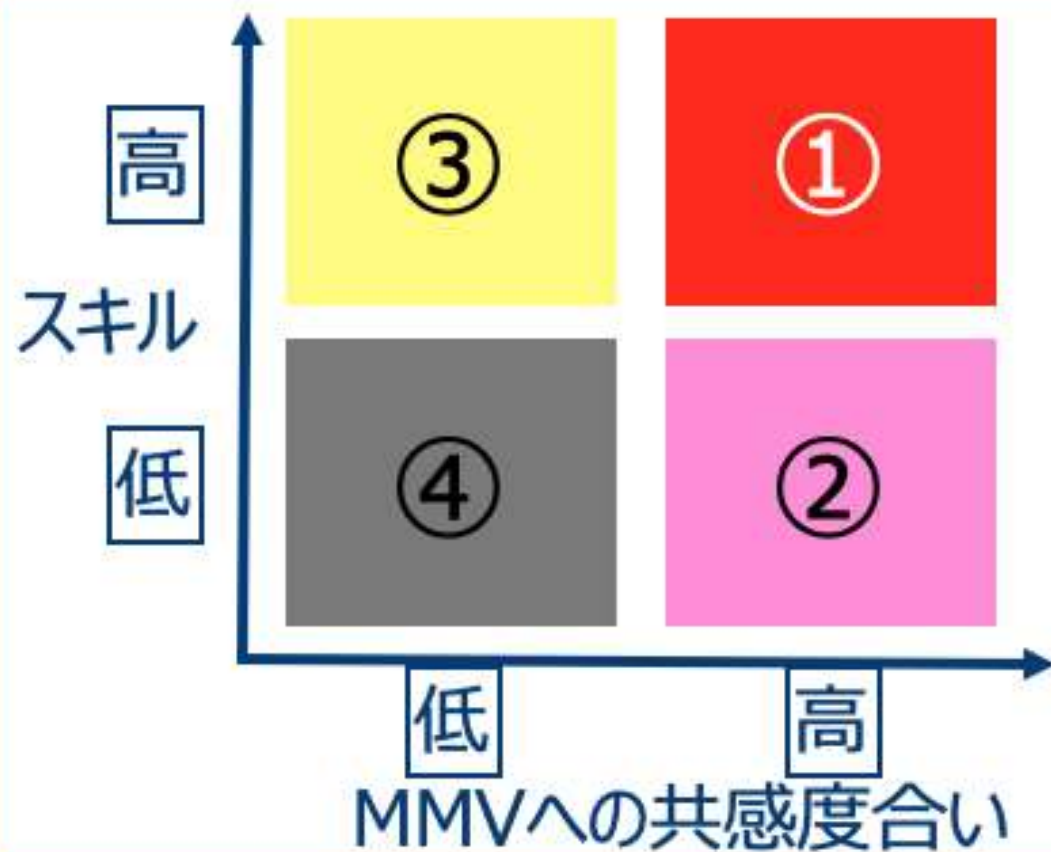
イノベーションを生む仕組み①

マネジメントチーム（外部人材の登用）



イノベーションを生む仕組み②

若手専門人材の積極採用・育成

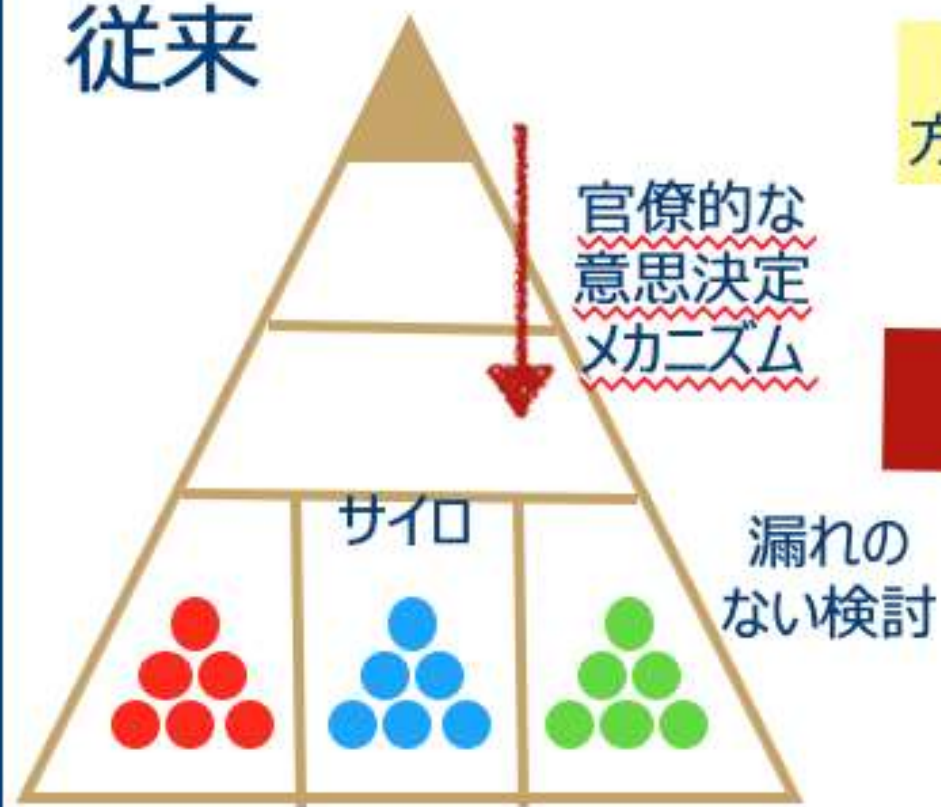


優先順位①→②で、マーケティング、データ、CX、エンジニアリングの若手人材を積極的に採用・育成していく

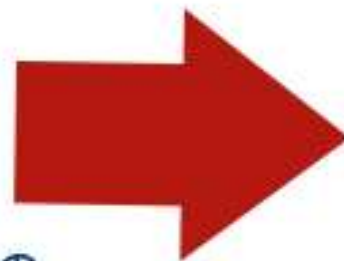
イノベーションを生む仕組み③

アジャイルな組織編成

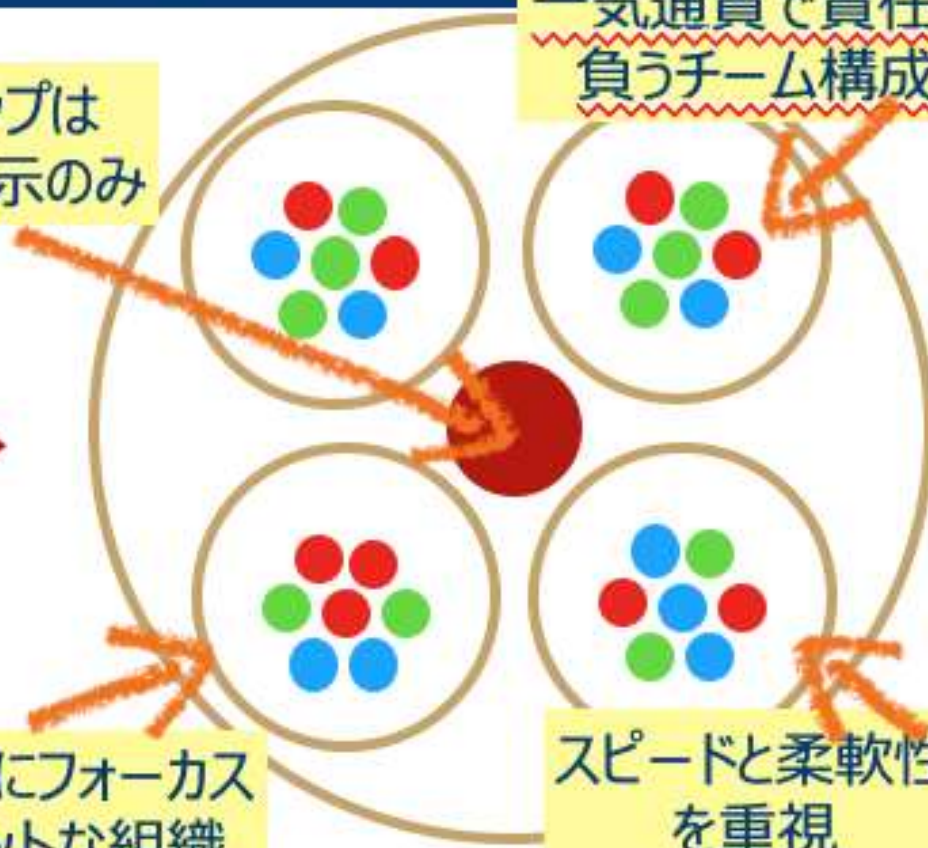
従来



リーダーシップは
方向性の提示のみ



アクションにフォーカス
したフラットな組織



イノベーションを生む仕組み④

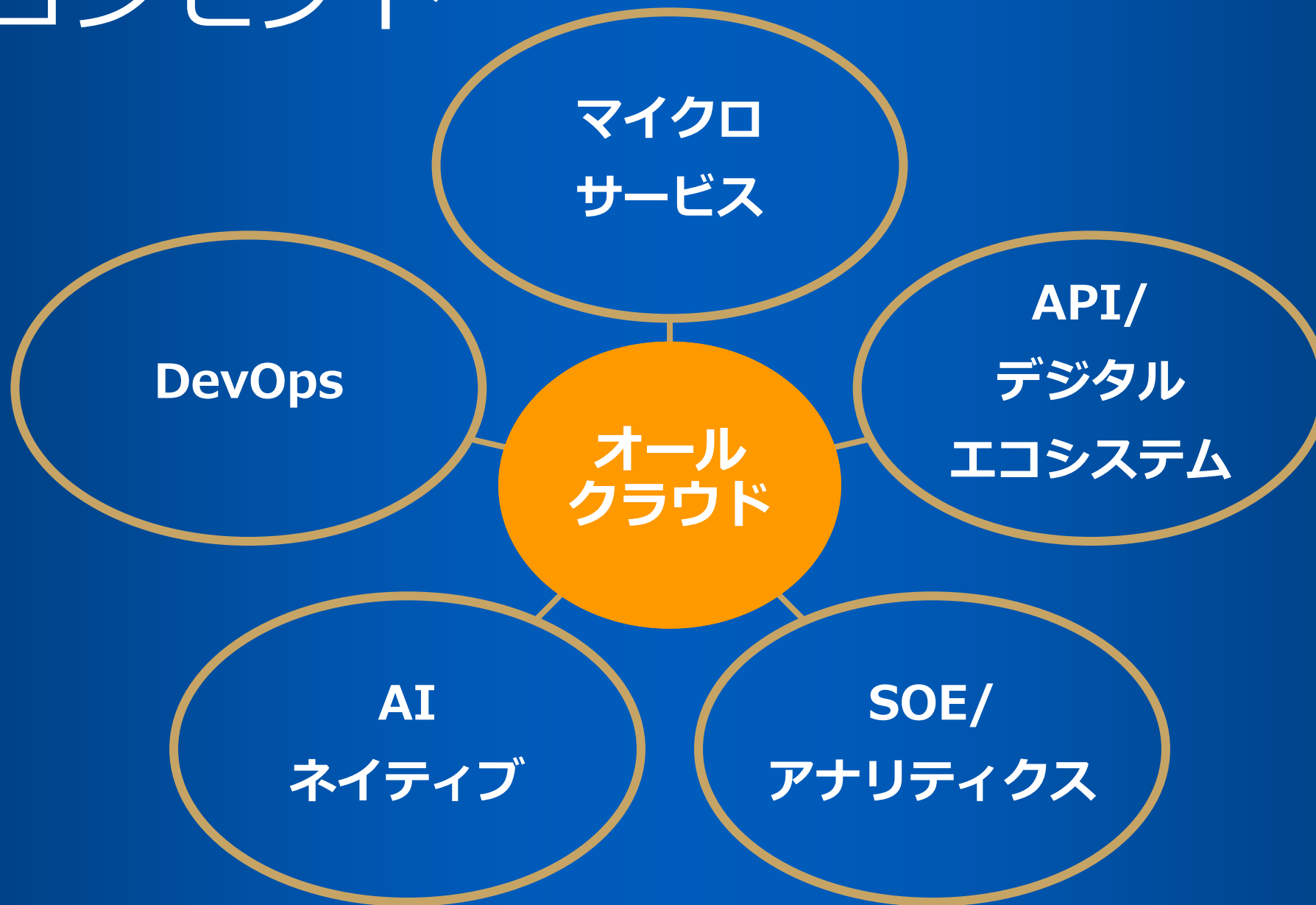
副業人材の活用



副業人材のみで短期集中チームを結成し、保険業界の常識にとらわれない自由な発想で、新たな商品・サービス（0 → 1）を考えプロトを制作する

3. イーデザイン損保の戦略を支えるIT

設計コンセプト



すべてをクラウド上で

可用性

耐障害性

デジタルエコシステム構築の柔軟性

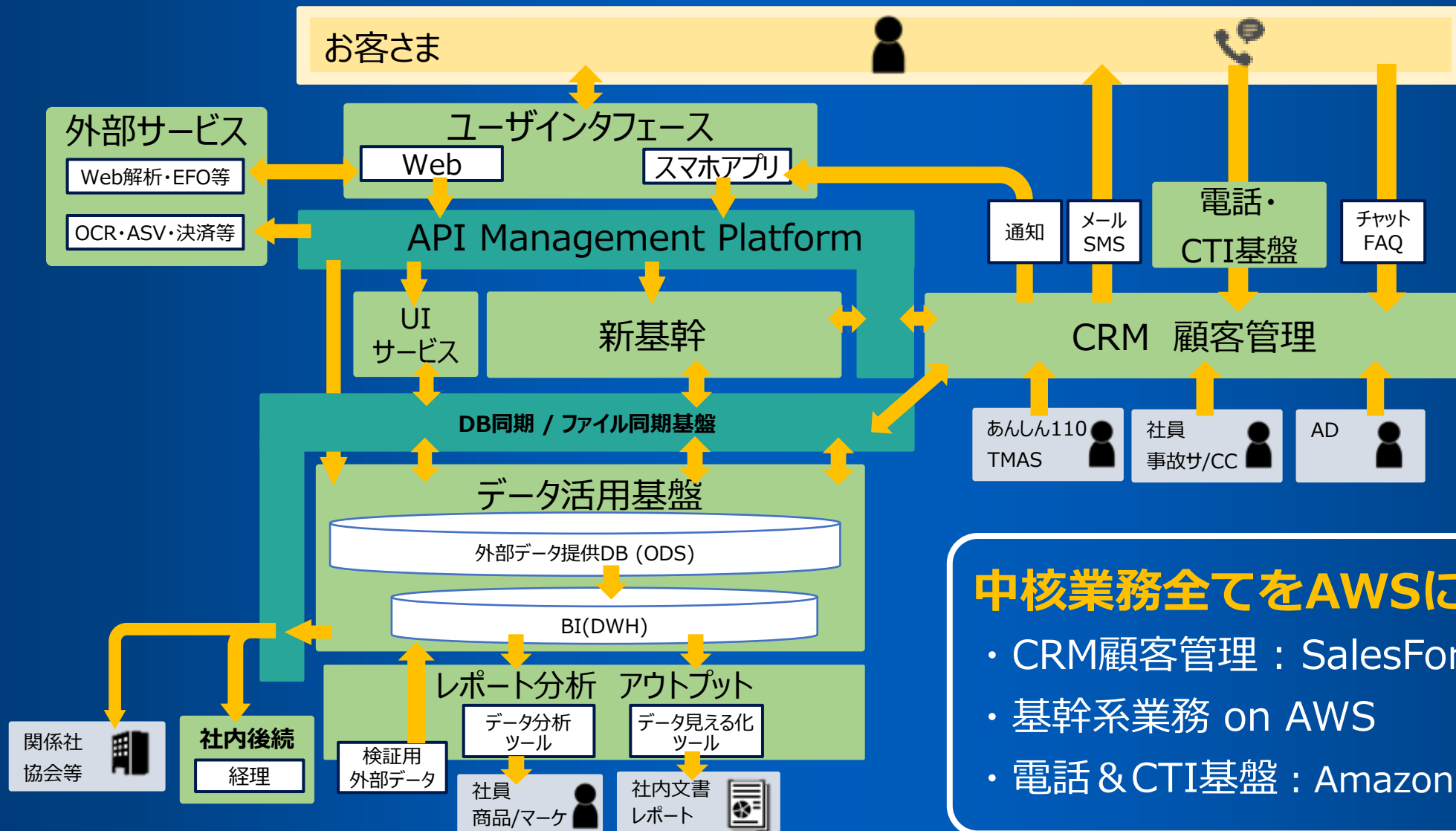
スケーラビリティ



アマゾン ウェブ サービス (AWS) の全面採用を決定

全体概要図

新DX顧客基盤をAWSにALL-IN



中核業務全てをAWSに実装

- CRM顧客管理 : Salesforce
- 基幹系業務 on AWS
- 電話 & CTI基盤 : Amazon Connect

4. お客様第一主義のシナジー

イーデザイン損保

×

アマゾン ウェブ サービス (AWS)

Amazon のイノベーションメカニズム

“Working Backwards” お客様から考える

Working Backwards : **お客様を起点に考える5つの質問**

お客様は**誰**ですか？

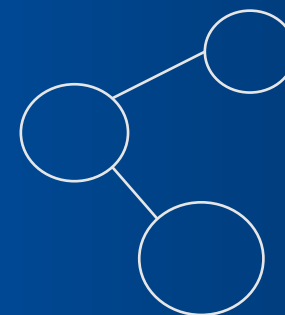
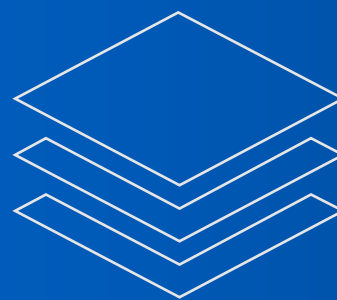
現在の**課題**と**新しい可能性**は何ですか？

お客様にとっての最大の**メリット**は何ですか？

お客様の**ニーズ**や**ウォンツ**をどのように知りましたか？

お客様の**体験**が描けていますか？

お客様から考える - Working Backwards



お客様を起点に考える
(5つの質問)

Delight customers
お客様の Wow!

プレスリリースを
書く
(社内検討用)

FAQを練る

ビジュアルで
お客様体験
を詰める

Digital Innovation Program (DIP) とは？

お客様と一緒に Working Backwards

ヒト中心の課題解決：お客様は誰か、課題は何か、どんなベネフィット/顧客体験をお届けできるか

①ワークショップ



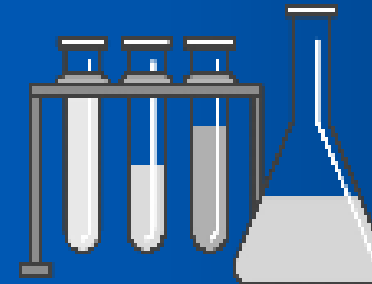
5つの質問の掘り下げ

②プレスリリース/FAQ



アイデアを文書化

③プロトタイプ



AWS上でカタチにする
(MVP: Minimum Viable Product)

Go/No-Go判断

Bias for Action! : 高速で**実現**までを走り抜ける

ワークショップの流れ（オンライン開催）

Kick Off (week0)

- 趣旨、課題説明
 - イノベーション文化
 - 事前課題説明
- 1.5時間

Day1 (week1)

- エンパシーマップ
 - ペルソナ
 - カスタマージャーニー
 - 問題再定義
- 3時間

Day2 (week2)

- アイデア創造
 - ソリューション構築
 - ストーリーボード作成
- 2.5時間

Day3 (week4)

- プレスリリース/FAQ
ディスカッション
- 2.5時間

1か月

1週間

1週間

2週間

課題・テーマ決定
参加者・場所・日程決定

Day1事前課題開始
(ユーザインタビュー)

プレスリリース/FAQ作成

準備開始

- 実施要領確認
 - 課題・テーマ検討開始
- 1時間～

最終報告会

- DIワークショップ振り返り
 - 今後の進め方協議など
- 1.5時間～

実施期間：約2か月

DIPでの取り組みテーマとリリース予定サービス

- ① **ターゲット**：都心に住む30代の夫婦は、
チャレンジ：どうすれば、音声デバイスを取り入れたモビリティ体験で、事故のリスクを減らし、快適な家族時間を過ごすことができるだろうか。

Amazon Echo Auto

- ② **ターゲット**：事故対応サービスのクルーは、
チャレンジ：どうすれば、業務へのやりがいを感じながら、それぞれのお客様に即した、温かみのあるコミュニケーションを通じて、ファンを増やしていけるだろうか。

Coming soon!

5. 最後に



お客さまの
目に触れる
部分

TVCM

商品・サービス

画面のデザイン・操作性

IT

社内のオペレーション

従業員エンゲージメント

MVV・カルチャー

真似されやすい

真似されにくい

これらを強化する
必要あり

「飛べねえ豚はただの豚だ」

「飛ばねえ豚はただの豚だ」

Thank you!

桑原茂雄

「イーデザイン損保×AWS」
お客さま第一主義を貫く戦略と
アマゾン ウェブ サービス (AWS) とのコラボレーション

