

The logo for AWS Summit Online. It features the lowercase text 'aws' in a white sans-serif font, with a white curved arrow underneath it pointing to the right. To the right of this is the text 'SUMMIT' on the top line and 'ONLINE' on the bottom line, both in a white, all-caps, sans-serif font.

aws SUMMIT  
ONLINE

JAPAN | MAY 11-12, 2021

CUS-47

# デジタルチャネルを活用した ユーザーエンゲージメントの最前線

矢上 聡洋

GMOあおぞらネット銀行株式会社  
CTO

木庭康宏

ライフネット生命保険株式会社  
取締役 執行役員/営業本部長

松原 武司

アマゾン ウェブ サービス ジャパン株式会社  
シニア ソリューションアーキテクト



# 本セッション (リレートーク) の構成

社会環境の変化を受けて、顧客チャネルのデジタル化が加速  
→ 自社の提供価値をユーザーエンゲージメントに結びつけ、  
ユニークなポジションを確立された 2社様 にご登壇を頂きます。

**銀行APIというデジタルチャネル  
を武器に描くユーザー体験**



**デジタル接点での  
ユーザーエンゲージメント**

矢上 聡洋 様

GMOあおぞらネット銀行 株式会社  
企画・事業開発グループ  
CTO

木庭 康宏 様

ライフネット生命保険 株式会社  
営業本部長  
取締役 執行役員

# ご講演概要

銀行APIというデジタルチャネルを武器に描くユーザー体験

GMOあおぞらネット銀行 さま

従来、銀行は支店を中心としたチャネルでお客様に銀行サービスを提供してきました。我々は支店を持たない代わりに、インターネットバンキングと銀行APIを通じて銀行サービスを提供しています。インターネットバンキングが人を前提としたデザインであるのに対し、銀行APIはシステム同士の接続インターフェースです。では、銀行APIを通じて得られるユーザー体験はどのようなものか？従来と何が違うのか、何が素晴らしいのか？— GMOあおぞらネット銀行CTOがクイックに解説いたします。

ライフネット生命保険 さま

デジタル接点でのユーザーエンゲージメント

インターネットやスマートフォンの普及により、保険業界を取り巻く状況も著しい変化が起こっています。その中で、保険業界では珍しい「デジタルチャネルに特化した生命保険会社」として、お客さまのニーズをどのように捉え、どのような価値を提供していくのか。お客さまとの関係をどのように構築し、そこでAWSが果たす役割とは何なのか、ビジネス視点からの戦略を中心にご紹介いたします。

CUS-47

# 銀行APIというデジタルチャネルを 武器に描くユーザー体験

矢上 聡洋

GMOあおぞらネット銀行株式会社 CTO

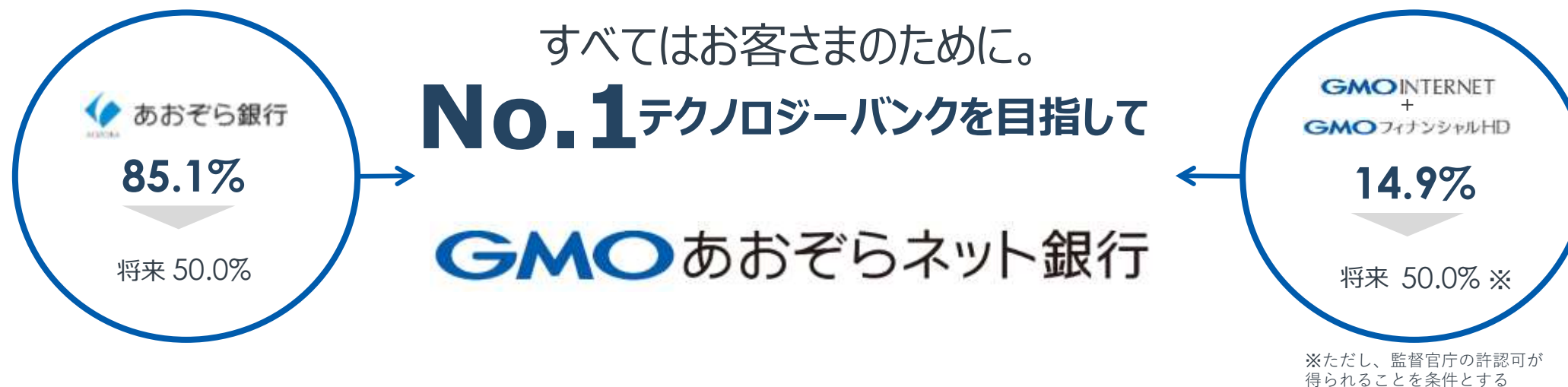




## 矢上 聡洋(Akihiro Yagami)

GMOあおぞらネット銀行株式会社 CTO

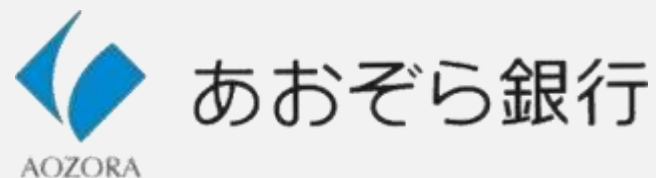
外資系ITベンダー入社後、カード・信販系のお客様担当エンジニア、SE、アーキテクトとして従事。その後、金融系チーフアーキテクト部門責任者として、金融全般のお客様におけるエンタープライズアーキテクチャ、インフラアーキテクチャ設計を推進。2019年7月よりGMOあおぞらネット銀行にて現職、「sunabar-GMOあおぞらネット銀行API実験場-」の開発をリード。



あおぞら銀行の「**銀行経営ノウハウ**」× GMOインターネットグループが持つ「**テクノロジー**」

## 銀行とITの融合

ユニークで専門性の高い金融サービスを提供  
フィンテックへの挑戦で新たなビジネス分野を開拓



進化する「頼れる、もうひとつのパートナーバンク」として  
～ あおぞらは より“あおぞら”らしい銀行へ ～



総合インターネットグループとしての強みを生かし  
金融事業を新たなステージに引き上げる



インターネットをさらに便利に、豊かに。  
新たなネット金融サービスでお客さまを笑顔にしたい。

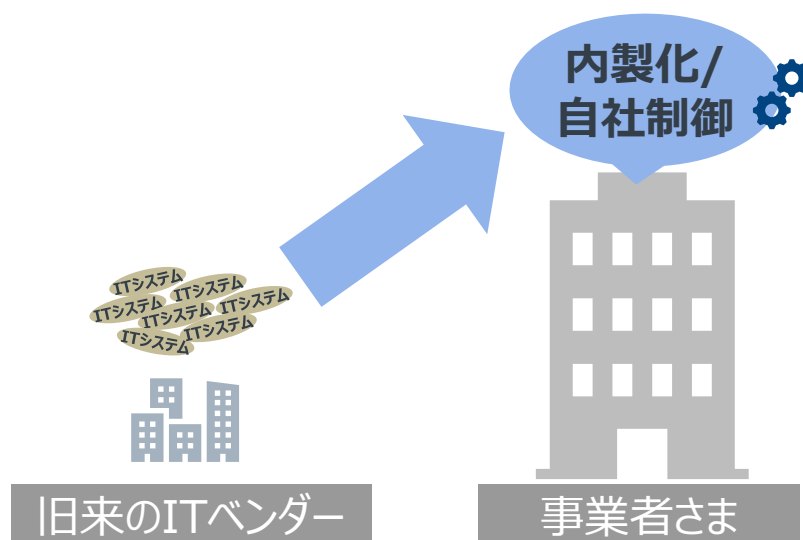
# DXにおけるBaaS(Banking-as-a-Service)の役割とユーザー体験

# 本質的なDXの意味とは？

ITを単なる効率化ツールとして捉えるのではなく、  
自らの「手の内化」してIT活用する



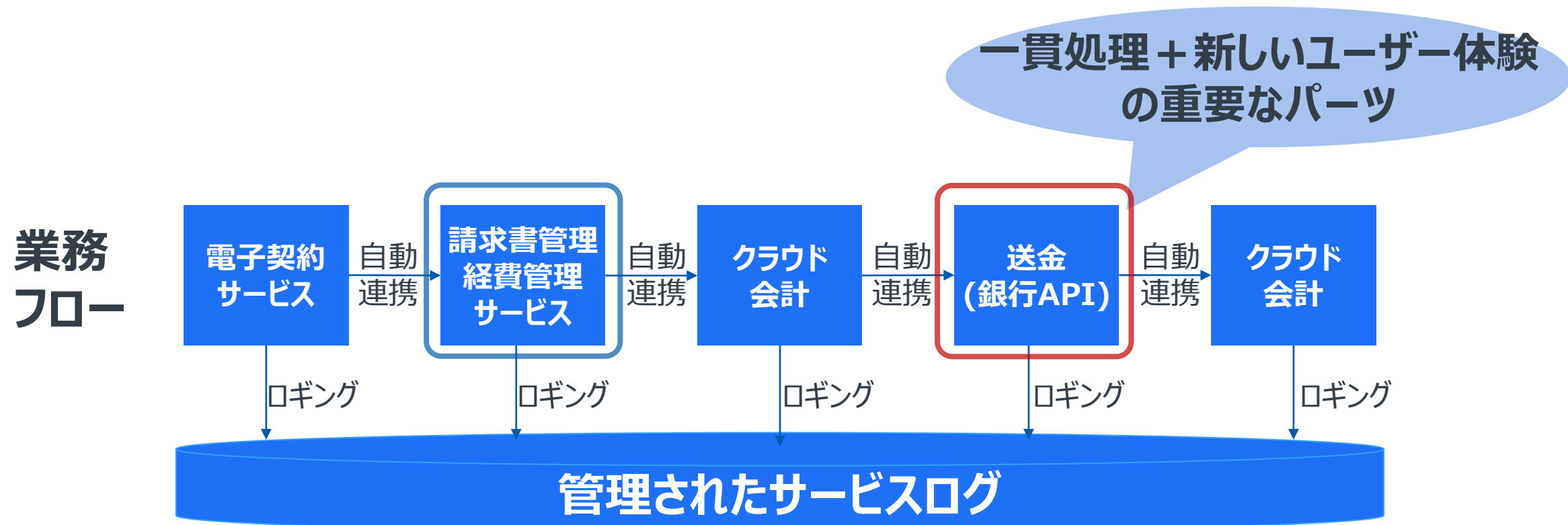
自ら、ITを制御できる状況にする  
+ 企業の活動をデジタル化



「電帳法」や「新金融仲介」など、  
規制面のサポートも続々とスタート。  
技術やxTech型クラウドサービスも揃い、  
企業活動のデジタル化実現の土壌は、日々整いつつある

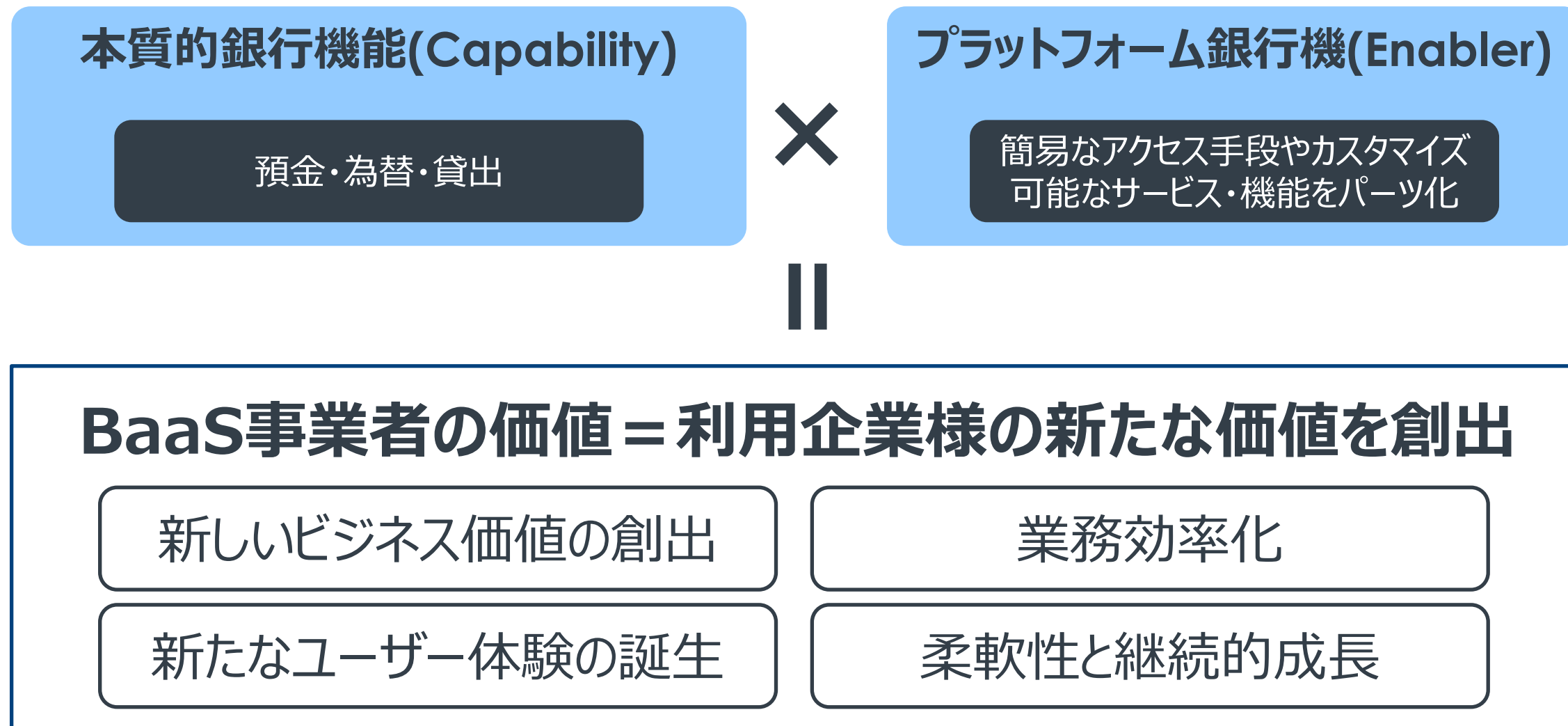
# 企業の活動をデジタル化 | DXのキーはBaaSと銀行API

- ✓ 企業活動の一連の流れを**システムで強く連携**させる
- ✓ かつ、極力**人的処理を排除**させる



**組込**が可能な**金融(銀行)取引パーツ**を提供することが**BaaS**  
その物理的な手段が**銀行API**

銀行が持つ「**本質的銀行機能**」に、  
「**プラットフォーム銀行機能 = Enabler機能**」を付加することで、利用企業さまに価値を提供



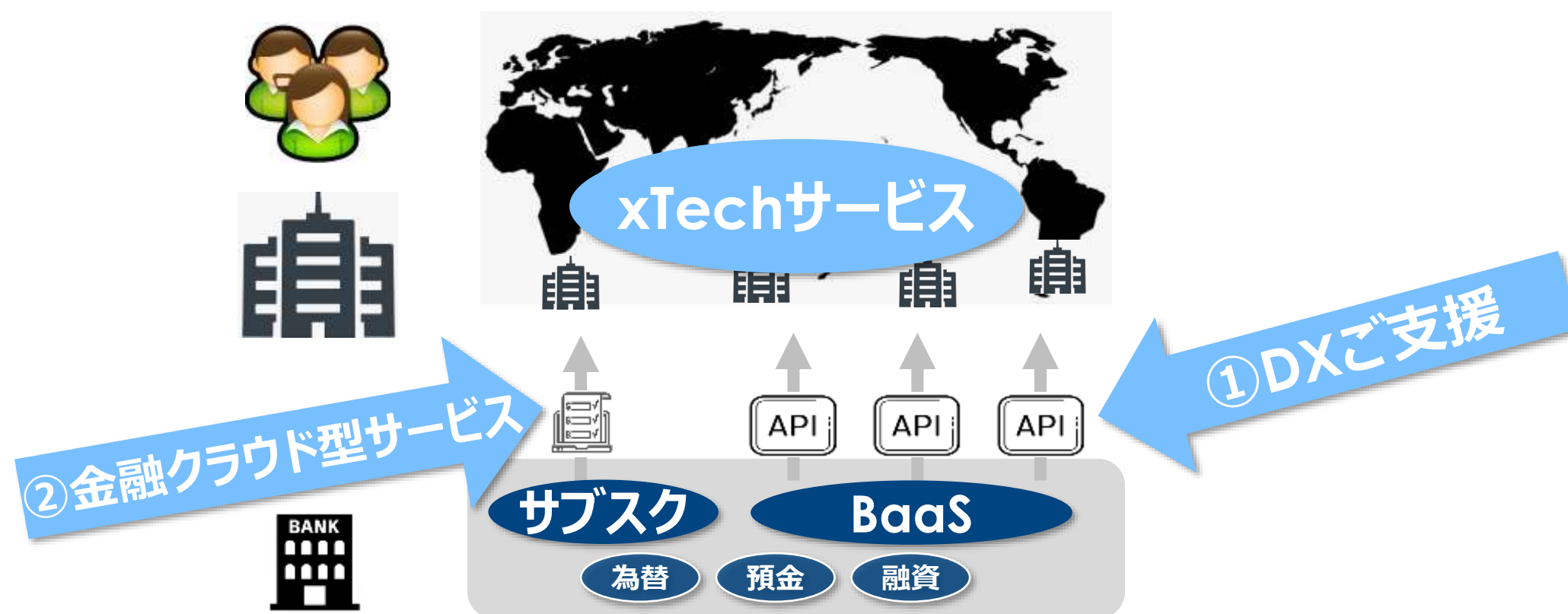
**銀行API**は業務効率化の部品から、**DXを実現**するためのサービスに発展し、新しい**ユーザー体験に完全に「溶け込む」**存在になる



# DX加速のために当社が担うべき2つの役割

1. DXを推進するお客さまへ**銀行API**を通じてその実現を支援
2. 銀行モデルを進化させ、IT産業型 = **クラウド型サービスモデル**を提供する新型銀行の先駆者として、業界の発展に貢献

## デジタル社会におけるネット銀行



2つの役割は両輪。お客さまと当社がサステナブルな関係、共存的持続的成長を構築

# 銀行APIへの取り組みとチャレンジ

# 当社APIの優位性 | 使いやすさ圧倒的No.1を目指して

## • オープンAPIによるプラットフォーム銀行体験

“お客さま企業のお客さま”の利用シーンや新しいユーザー体験に応じた銀行機能をAPIで提供

- 電子決済等代行業者でなくともAPI利用可
- エンジニア目線のAPI提供 (開発者向けポータル/SDK)

## • 業界標準認可フロー準拠

理解・実装しやすいセキュリティ機能  
OAuth2.0だけでなく、銀行業界では稀な「OpenID Connect」でのフローも用意

## • 内製化による早い開発スピード

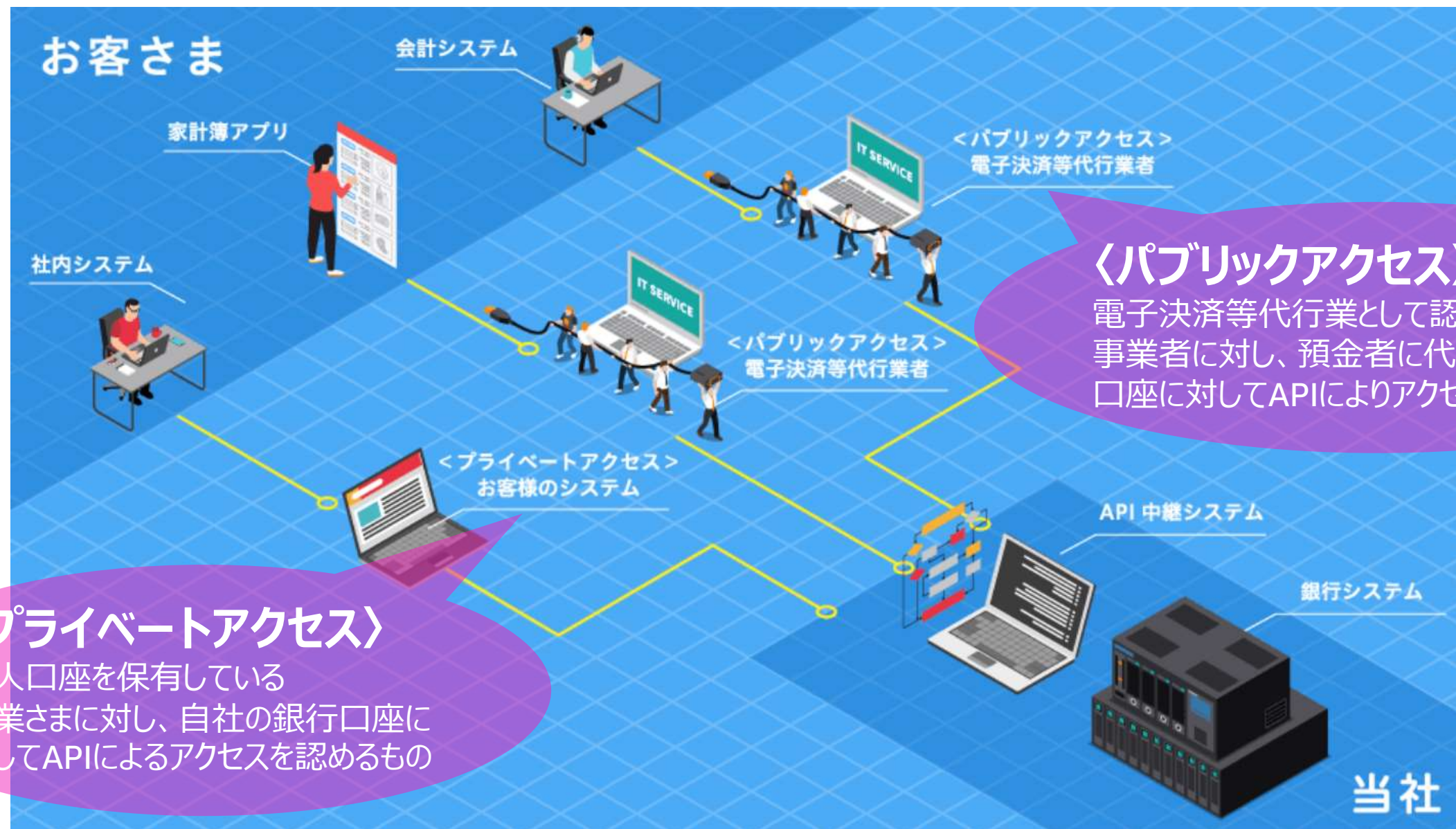
お客さまご要望に合わせたAPIの開発・提供を実現

## • スタANDARD API基本無償

経営とエンジニア目線の両面から、安価で使いやすい銀行APIをお届けしています

# 2つの銀行API利用方式のご提供

電子決済等代行業者の皆さまに加え、**法人のお客さまにも銀行APIを開放。**  
**プライベートアクセス方式で、自らDXを具現化**することが可能





## ユーザーフレンドリーで接続しやすい



「Japan Financial Innovation Award 2020」  
金融機関カテゴリ 優秀賞受賞

# 銀行APIへのチャレンジ | sunabarの開発&パワーアップ

2020年4月7日～

2021年2月24日～

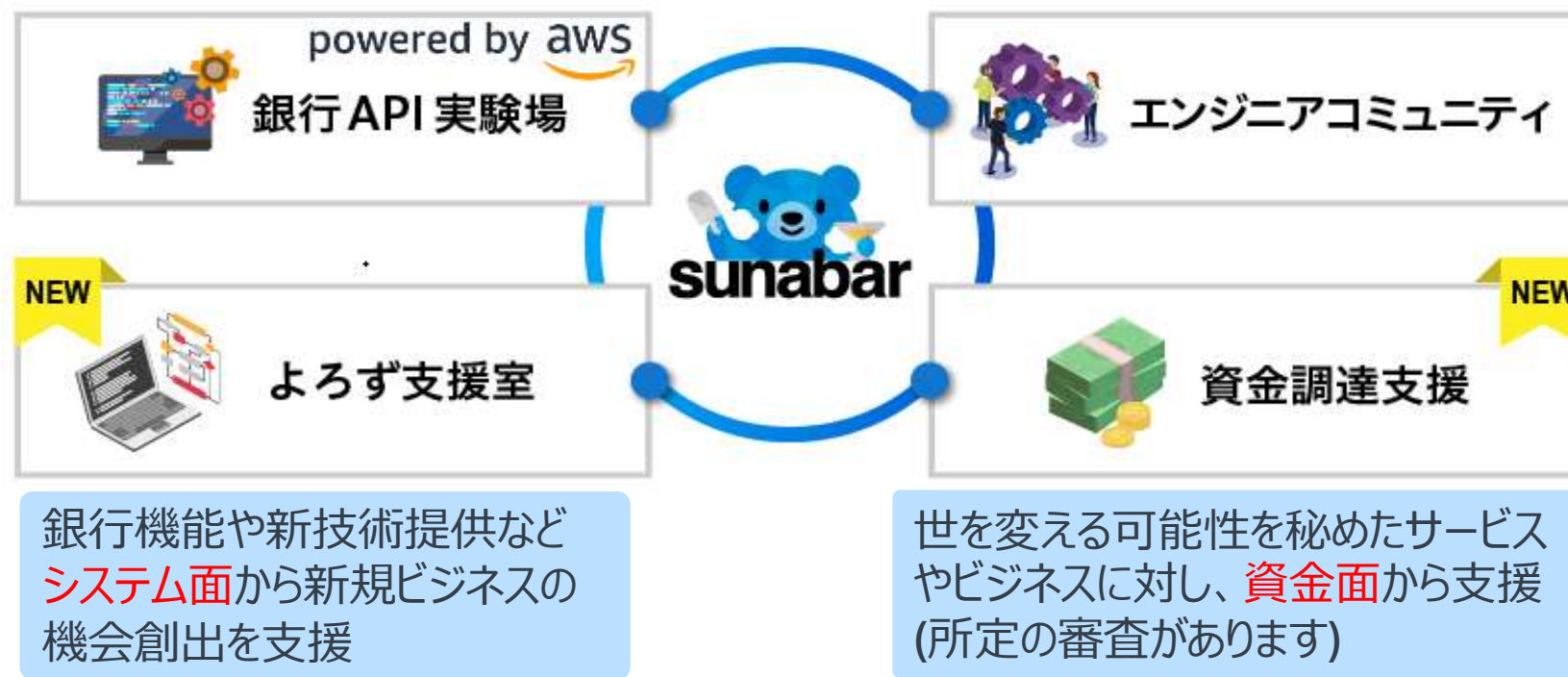
国内銀行初  
常時接続可能な実験環境を無償提供<sup>(※1)</sup>

「よろず支援室」、「資金調達支援」開始  
スモール&スタートアップ企業 支援No.1を目指す

API接続契約不要  
当社の口座があれば  
開発に着手できる

新たなサービスを  
検討の際、作動する  
プロトタイプが作れる

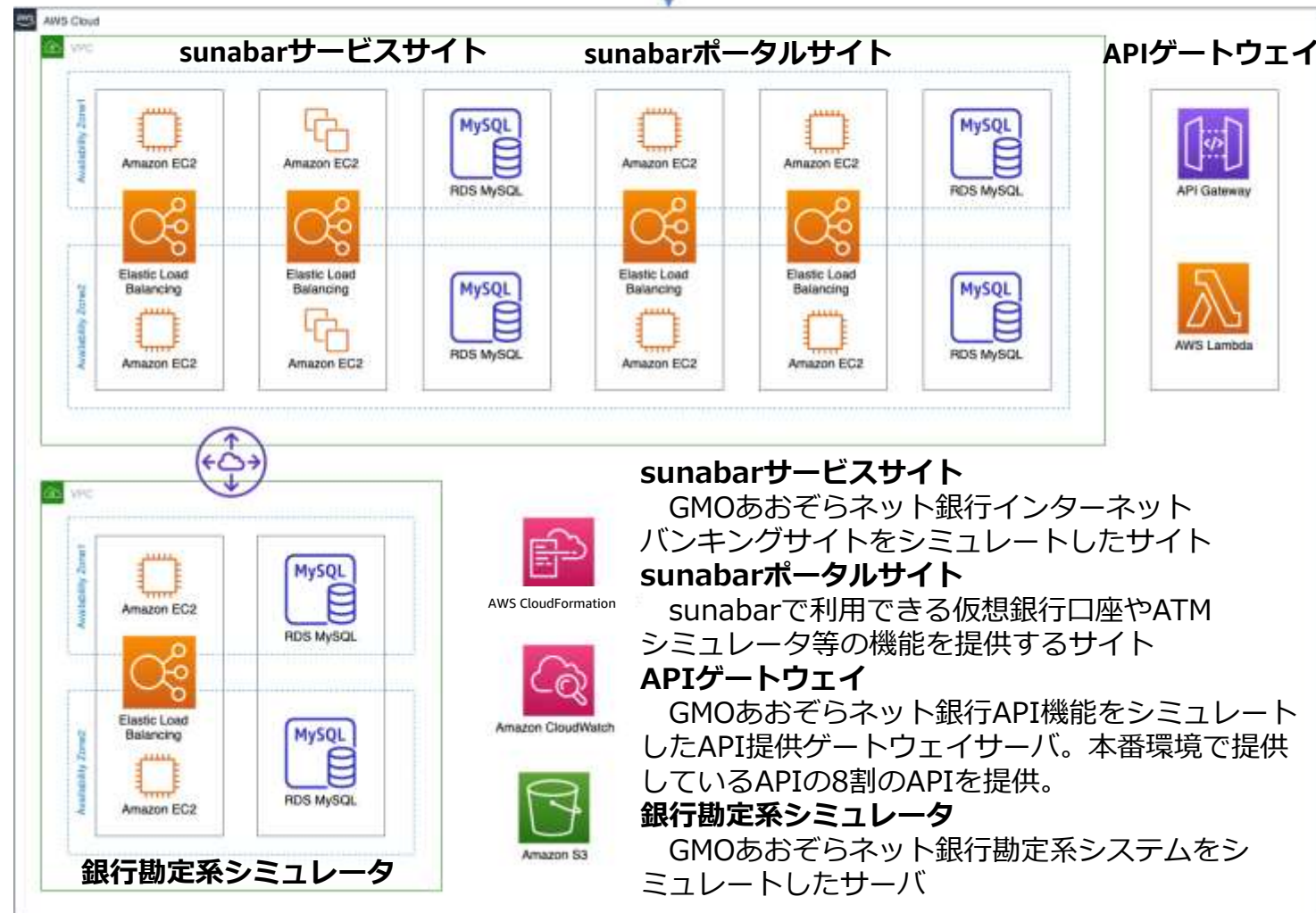
当社のAPI技術者と  
Slack上で直接コミュニ  
ケーションして開発可



\*1 2021年3月GMOあおぞらネット銀行調べ。提供時間帯はメンテナンス時を除く

# sunabar-銀行API実験場概要とアマゾン ウェブ サービス (AWS) を採用した理由

銀行勘定系シミュレータ機を中心とし、APIゲートウェイの他、開発時に必要となる付属機能を提供するsunabarポータルや、既存銀行フロント機能を提供するsunabarサービスサイトから成り立っています。銀行APIの開発をトータルで支援するためのサンドボックス環境です。

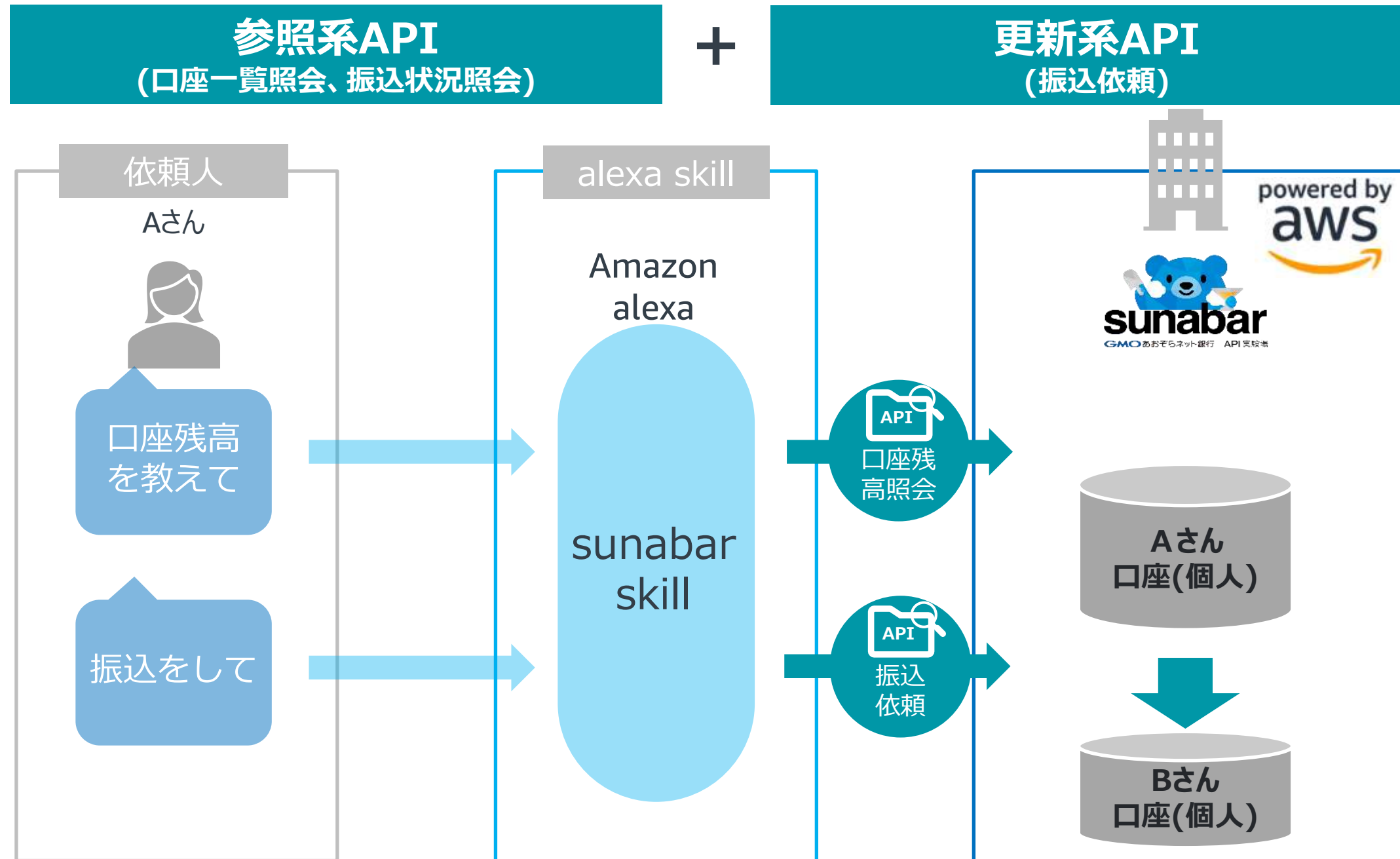


## AWSを選択した理由

- 金融業界での実績、サービスの豊富さ、アジリティ、スケーラビリティ、セキュリティ。特にオープンAPIはアクセス数が読み辛いいためサーバレスアーキテクチャとは相性が良い
- 開発の内製化をメインとしておりAWSに関する豊富な情報やドキュメントへのアクセスのしやすさ
- 立ち上げフェーズでのクラウド構築を支援する多彩なパートナー企業の存在

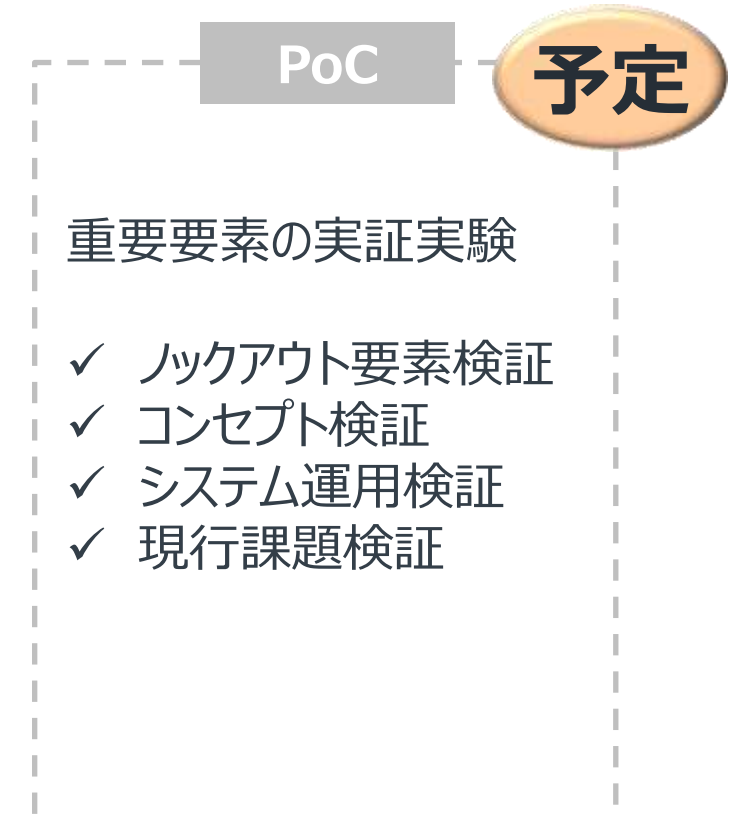
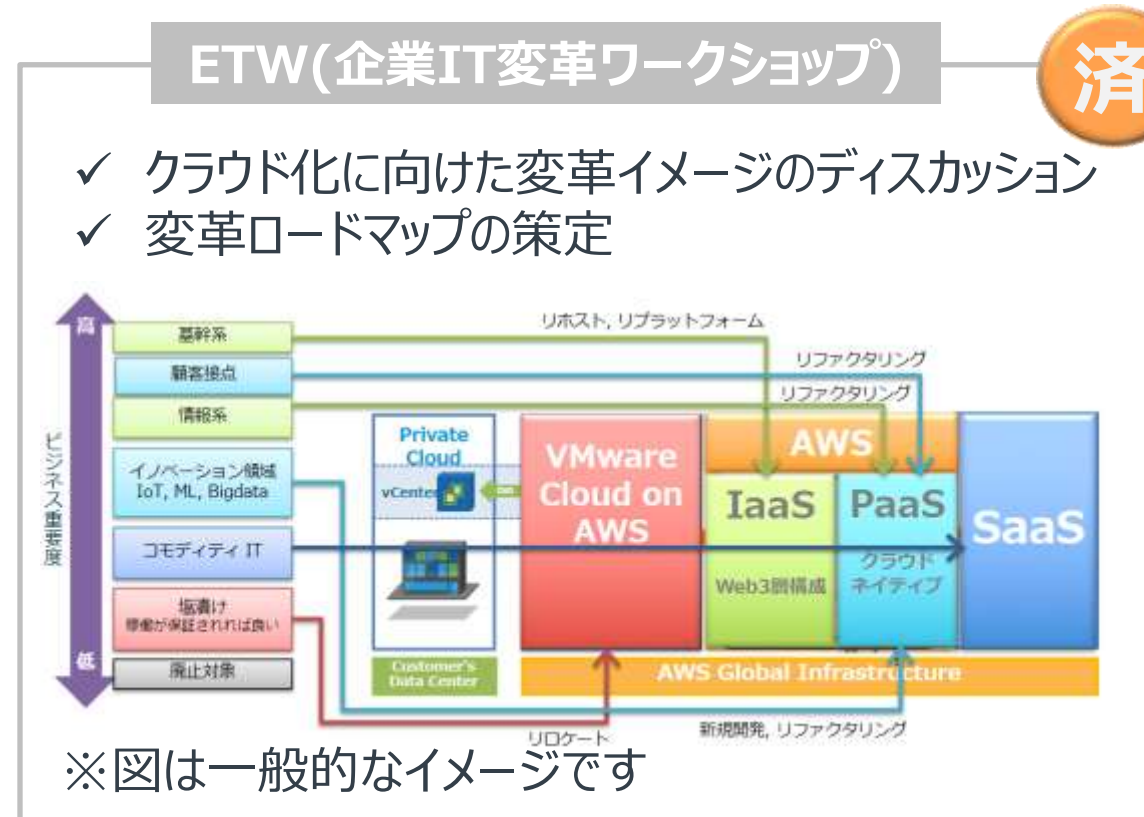
# sunabar-銀行API実験場を使ってできることの例

事前に個人口座用APIアクセストークンを登録しているalexa skillを作成、アクティベートし、振込依頼を実行



# 今後に向けて

- ✓ sunabarで培った当社銀行機能のAWS稼働実績をもとに、今後のクラウド化を検討
- ✓ AWSチームと一緒にEnterprise Transformation Workshop(企業IT変革ワークショップ)を実施
- ✓ 今後はETWの結果をもとに、重要要素についてのPoC(実証実験)を実施予定



**GMO** あおぞらネット銀行

## BaaS & 銀行API

お客さまのビジネスチャンスを  
拡大するキーテクノロジー

金融イノベーションのトリガーとなり、業界の変革に貢献

# Thank you!

矢上 聡洋

銀行APIというデジタルチャネルを  
武器に描くユーザー体験

CUS-47

# デジタル接点での ユーザーエンゲージメント

木庭康宏

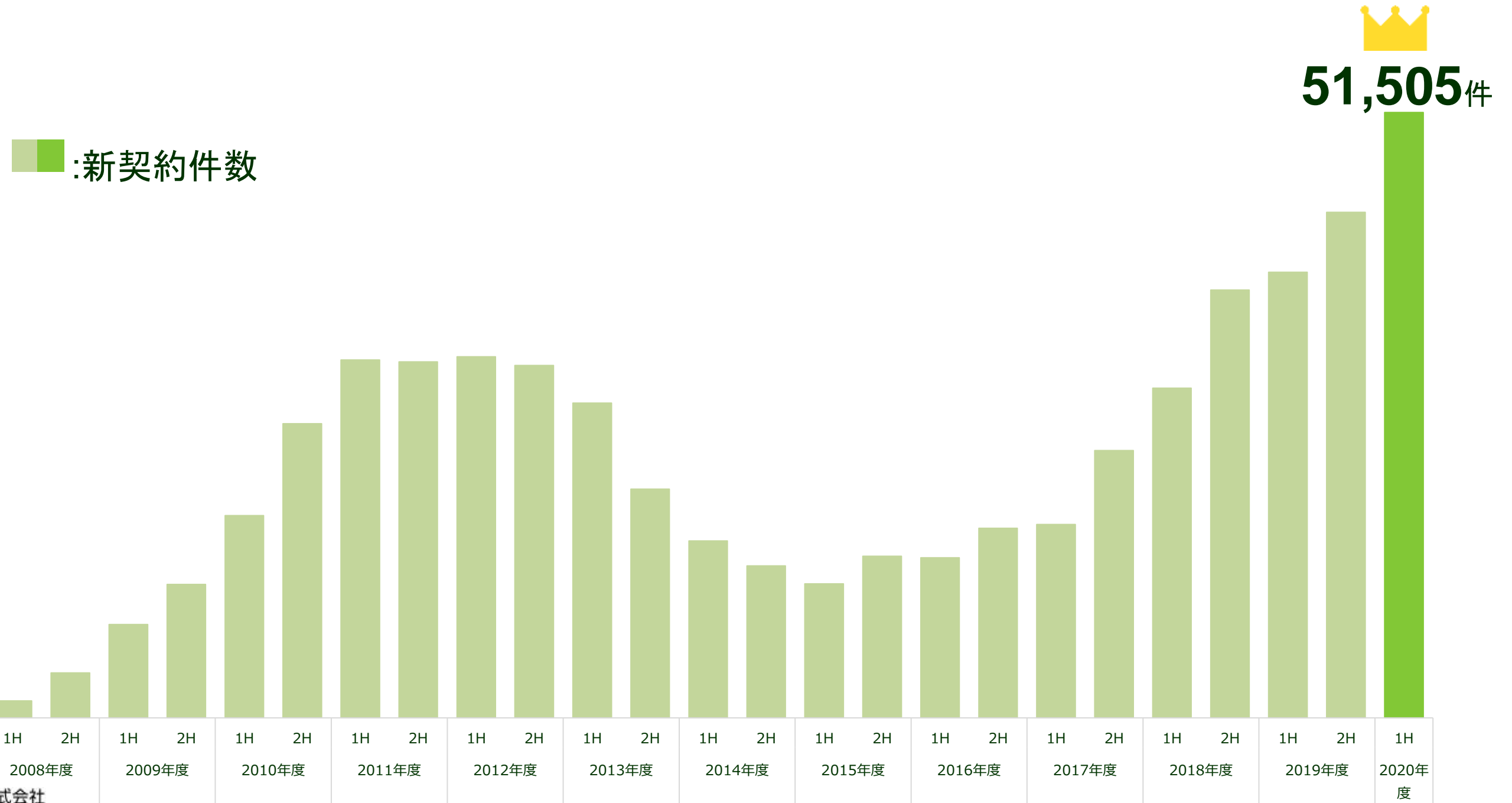
ライフネット生命保険株式会社 取締役 執行役員/営業本部長



## オンライン生保市場のリーディングカンパニーを目指しています



## 2020年度上半期は過去最高業績を達成



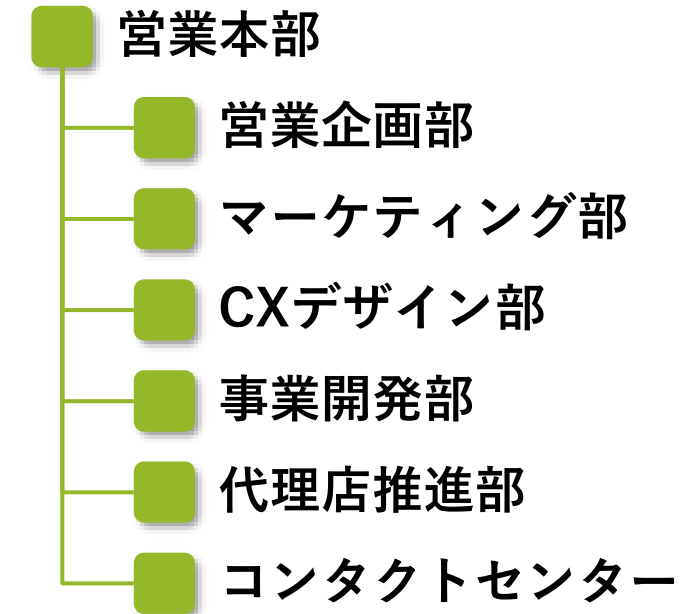


取締役 執行役員  
営業本部長  
**木庭 康宏**

## 略歴

2002年 4月	厚生労働省 入省
2010年 9月	ライフネット生命 入社
2013年 10月	法務部長
2016年 1月	コーポレート本部長
2017年 6月	経営戦略本部長
2019年 7月	営業本部長（現任）

## 営業本部 組織図



2020年12月  
コンタクトセンターにて  
**Amazon Connectを導入**

# 目次

- お客様が求めていること ▶ P007
- お客様に提供する価値 ▶ P013
- アマゾン ウェブ サービス (AWS) が果たす役割 ▶ P019

# 目次

- お客様が求めていること ▶ P007
- お客様に提供する価値 ▶ P013
- AWSが果たす役割 ▶ P019

## 金融行政の方針

市場の公平性・透明性の確保などを目的として、お客さま本位の業務運営が求められている

- 1 顧客のためになる良質な金融商品・サービスの提供
- 2 顧客による金融商品の比較を容易とする仕組みの構築

### 金融行政の重点施策（抜粋）

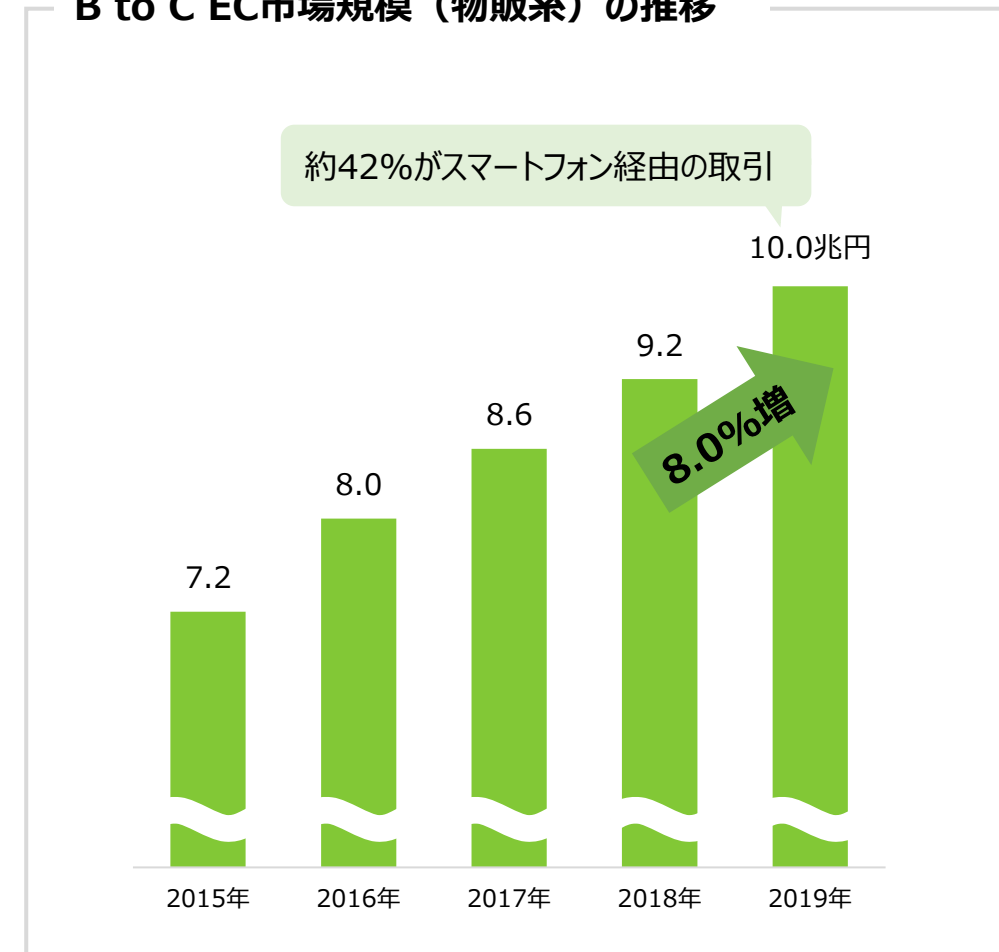
- ・ 「顧客本位の業務運営に関する原則」を公表、原則を採択した金融機関に取組方針の策定・公表を要請
- ・ 手数料の開示を促進
- ・ 商品のリスクの所在などの説明（資料）の改善
- ・ 顧客本位の取組みの開示の促進

顧客本位の業務運営を促進

## 消費者の行動変容

デジタルデバイスの変化による消費者行動・ニーズの変化に対応する必要性

B to C EC市場規模（物販系）の推移



スマートフォンの普及による購買方法の変化

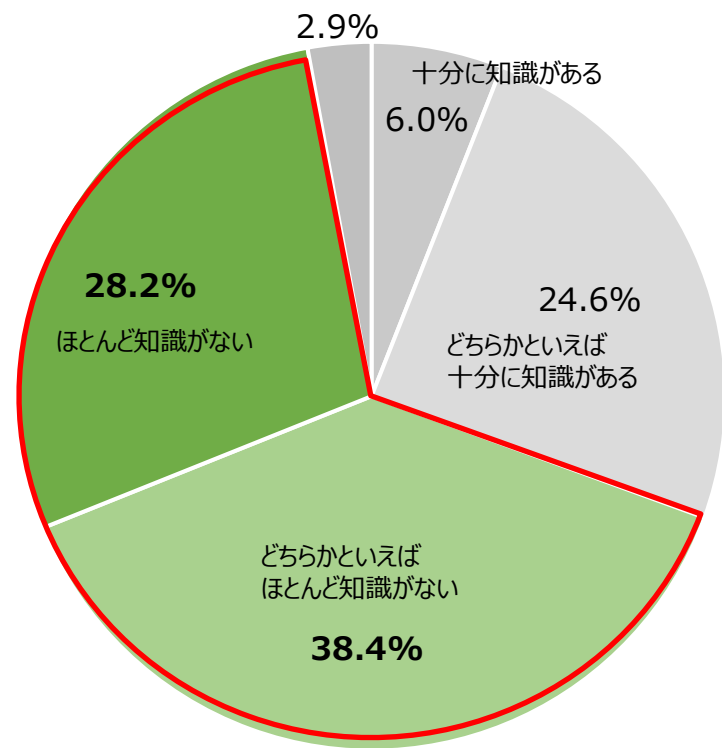
1  
分かりにくい  
保険の仕組み

2  
高額な保険料

3  
ニーズとの  
ギャップ

## ■ 分かりにくい保険の仕組み

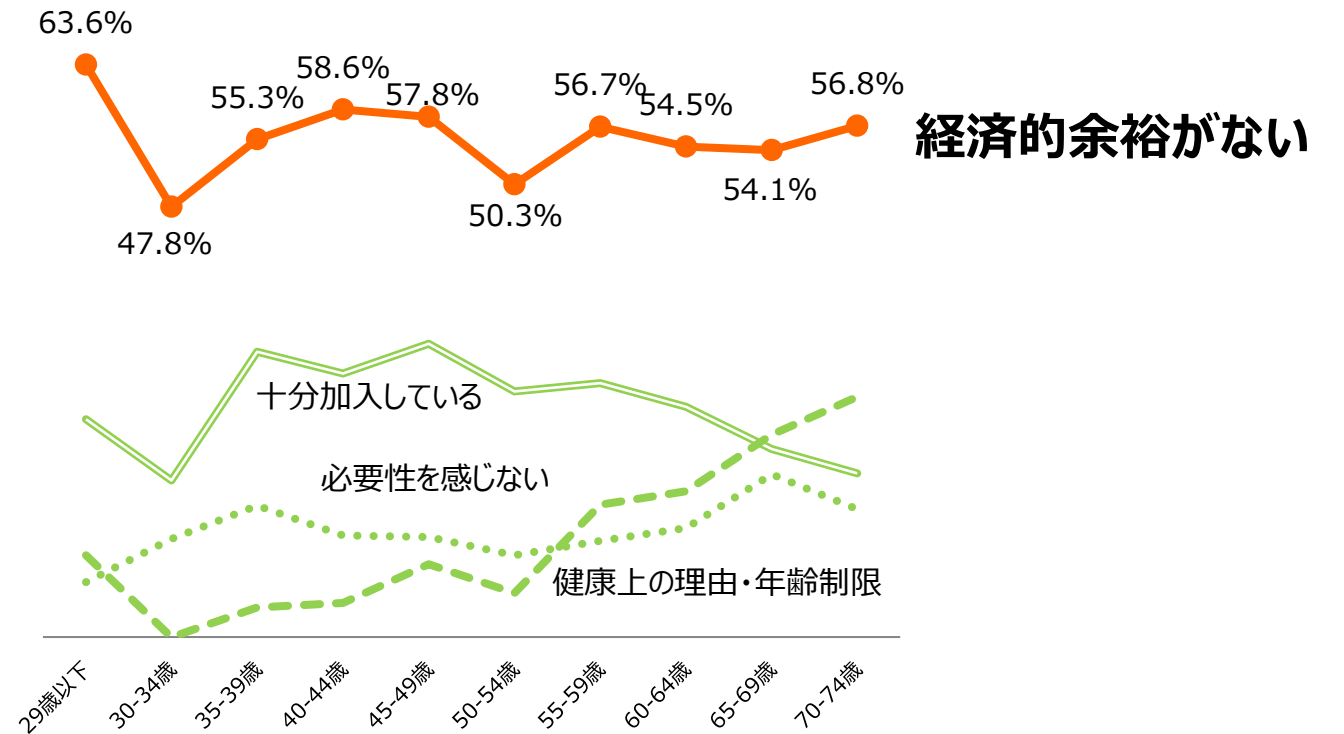
世帯加入率**90%**にも関わらず、  
**70%**が「ほとんど知識がない」



生命保険に関する知識

## ■ 高額な保険料

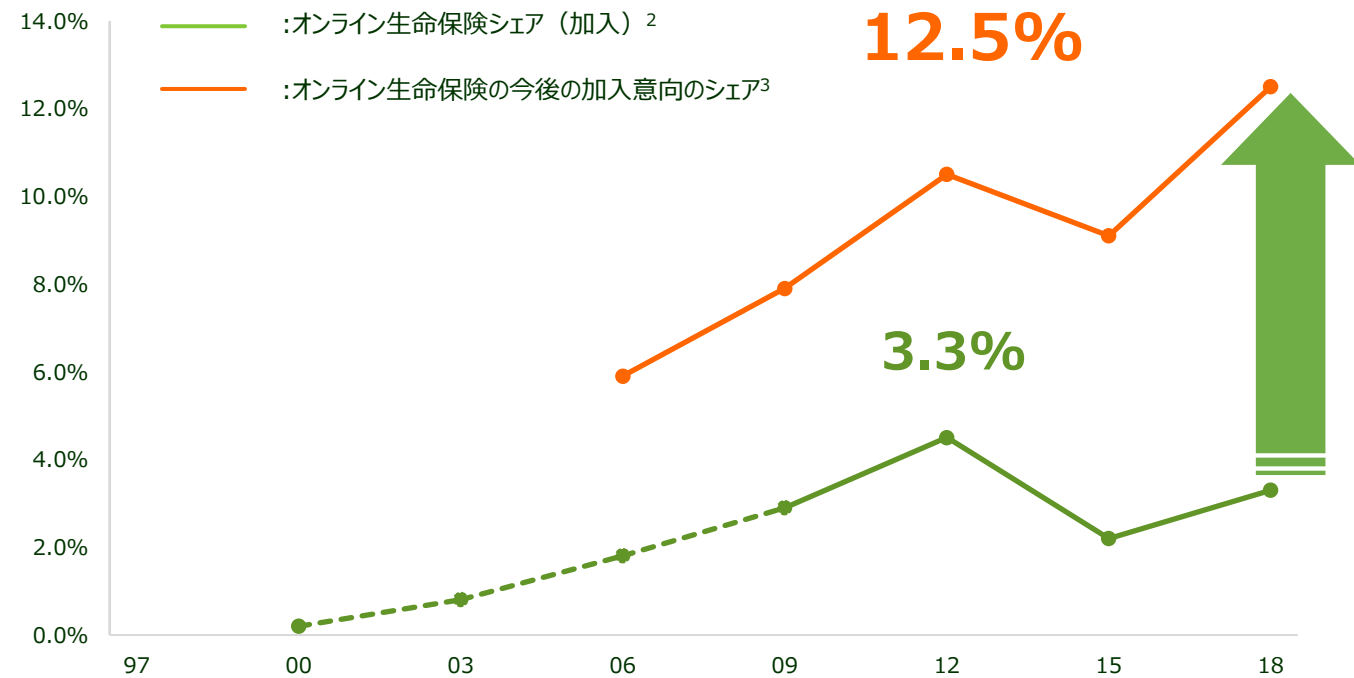
すべての年齢において生命保険に加入意向の無い理由の**第1位**が「**経済的に余裕がない**」



生命保険に加入・追加加入意向がない理由

## ニーズとのギャップ

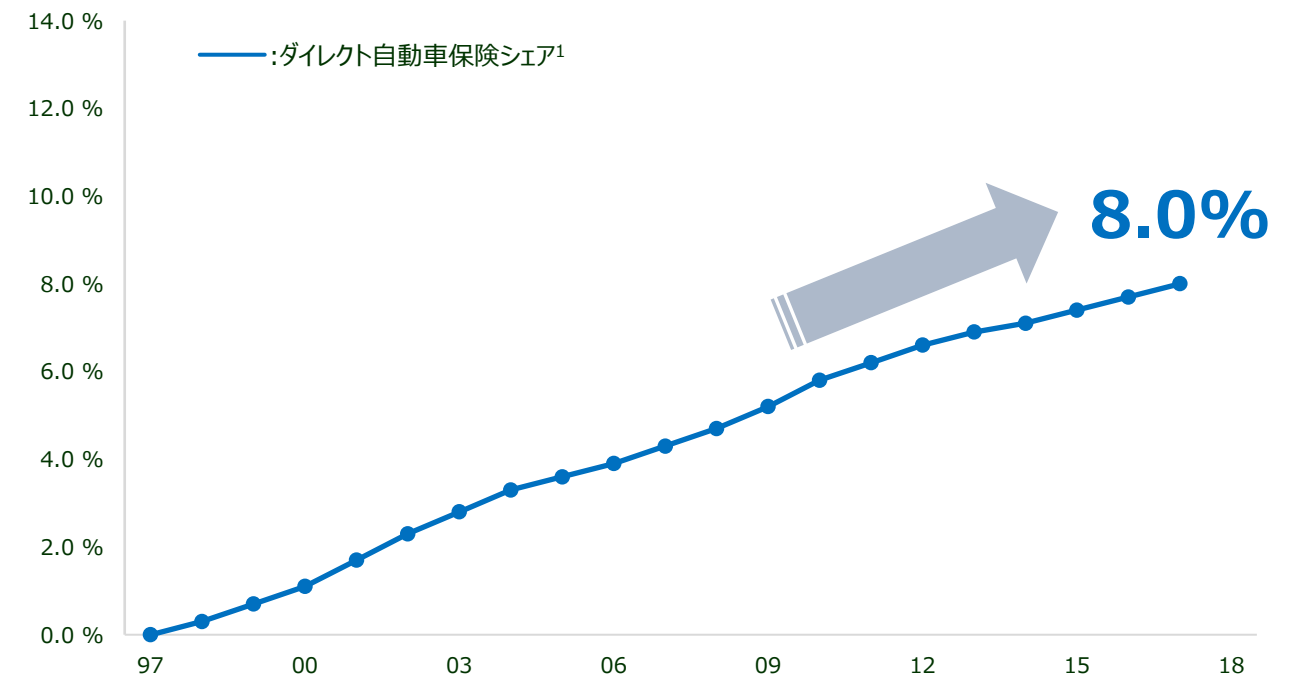
インターネットチャネルでの加入意向と、実際の加入実績には大きなギャップがあり、潜在ニーズが存在



オンライン生保シェアと加入意向

## 隣接業界のトレンド

隣接業界であるダイレクト自動車保険のインターネットチャネルでの加入は堅実に成長している



ダイレクト自動車保険シェア

1. 「ダイレクト自動車保険シェア」は、元受正味保険料ベースの自動車保険市場全体に占めるダイレクトの割合
2. 「オンライン生命保険シェア (加入)」は、直近加入契約の加入経路 (加入チャネル) に占める「インターネットを通じた加入」の割合
3. 「オンライン生命保険シェア (加入意向)」は、今後仮に生命保険や個人年金保険に加入する際に利用したい加入経路 (加入チャネル) に占める「インターネットを通じた加入」の割合
4. 出所：生命保険文化センター「平成30年度生命保険に関する全国実態調査」及びソニーフィナンシャルホールディングス株式会社開示資料、より当社作成

分かりにくい  
保険の仕組み

高額な保険料

ニーズとの  
ギャップ

シンプルで  
わかりやすい  
サービス設計

無駄のない  
安価な保険料

時代に即した  
顧客体験の提供

お客様の意向に合った商品をお客様の感覚で選択できるサービスの提供

インターネットチャネルを中心にすることでコストを低減

テクノロジーを活用しお客様が求める手段でのアクセスを提供

# 目次

- お客様が求めていること ▶ P007
- お客様に提供する価値 ▶ P013
- AWSが果たす役割 ▶ P019

## 顧客体験の革新を重点領域として設定

### 経営理念

正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する

### 目指す姿

オンライン生保市場の拡大を力強く牽引するリーディングカンパニー

## 重点領域

### 顧客体験の革新

デジタルテクノロジーを活用し、  
全てのサービスを質的に高め進化させる

### 販売力の強化

積極的プロモーション及び  
代理店・ホワイトレーベルの拡大により、  
圧倒的な集客を実現する

## 「選んでよかった」と感じてもらうことを第一に



### ■ ストレスフリー

サイト訪問～契約終了までのストレスを軽減

- 1 利便性の向上
- 2 シンプルな商品

### ■ エンゲージメント

オンライン生保だからこそ、お客様との接点を重視

- 1 お客様の求めるチャネルの提供
- 2 お客様に寄り添うコミュニケーション

## ■ オムニチャネル対応

お客さまが必要なときに、  
必要な方法で繋がることのできる  
環境を整備



## ■ 保険手続きもスマホで完結

煩わしい保険の手続きも、身近なスマホで完結。  
24時間×365日対応できる環境を整備

### 1 保険相談



チャットで  
相談

(2016年7月開始)

### 2 申し込み



必要書類も  
写真で  
アップロード

(2016年12月開始)

### 3 契約中の 各種手続き



生体認証で  
ログイン

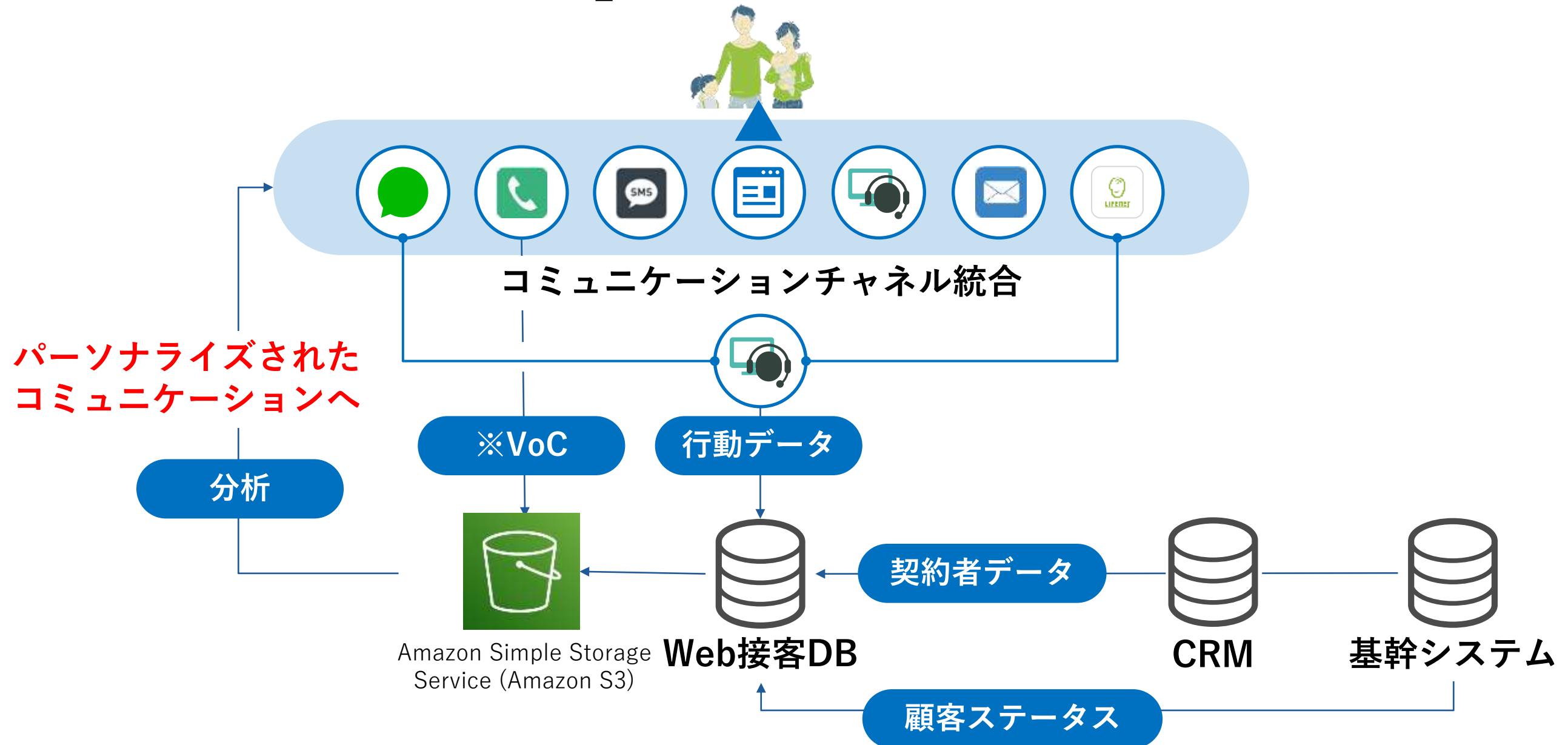
(2018年6月開始)

### 4 給付金請求



Webから  
給付金請求

## お客様データを活用し「ストレスフリー」から「パーソナライズド」コミュニケーションに向けた取り組み



## 2021年 オリコン顧客満足度®調査 医療保険ランキング 総合第1位

実際に給付金を受け取ったご契約者が選ぶ  
満足度調査でNo.1評価を獲得



## 申し込み手続きをされたお客さまの声

最初はむずかしいのではと思いましたが、  
簡単でわかりやすくて助かりました。  
人に会わずに煩わしさもなく、  
友達や家族にもおすすめです。

忙しい人にとっては、スマホでパパッと  
できるのは魅力的です。人と会うことも  
ないので、時間なども取られないことが  
何より楽でした。

# 目次

- お客様が求めていること ▶ P007
- お客様に提供する価値 ▶ P013
- AWSが果たす役割 ▶ P019

## データ取得・分析・活用までAWSをベースに構築し サービスの拡張性を担保





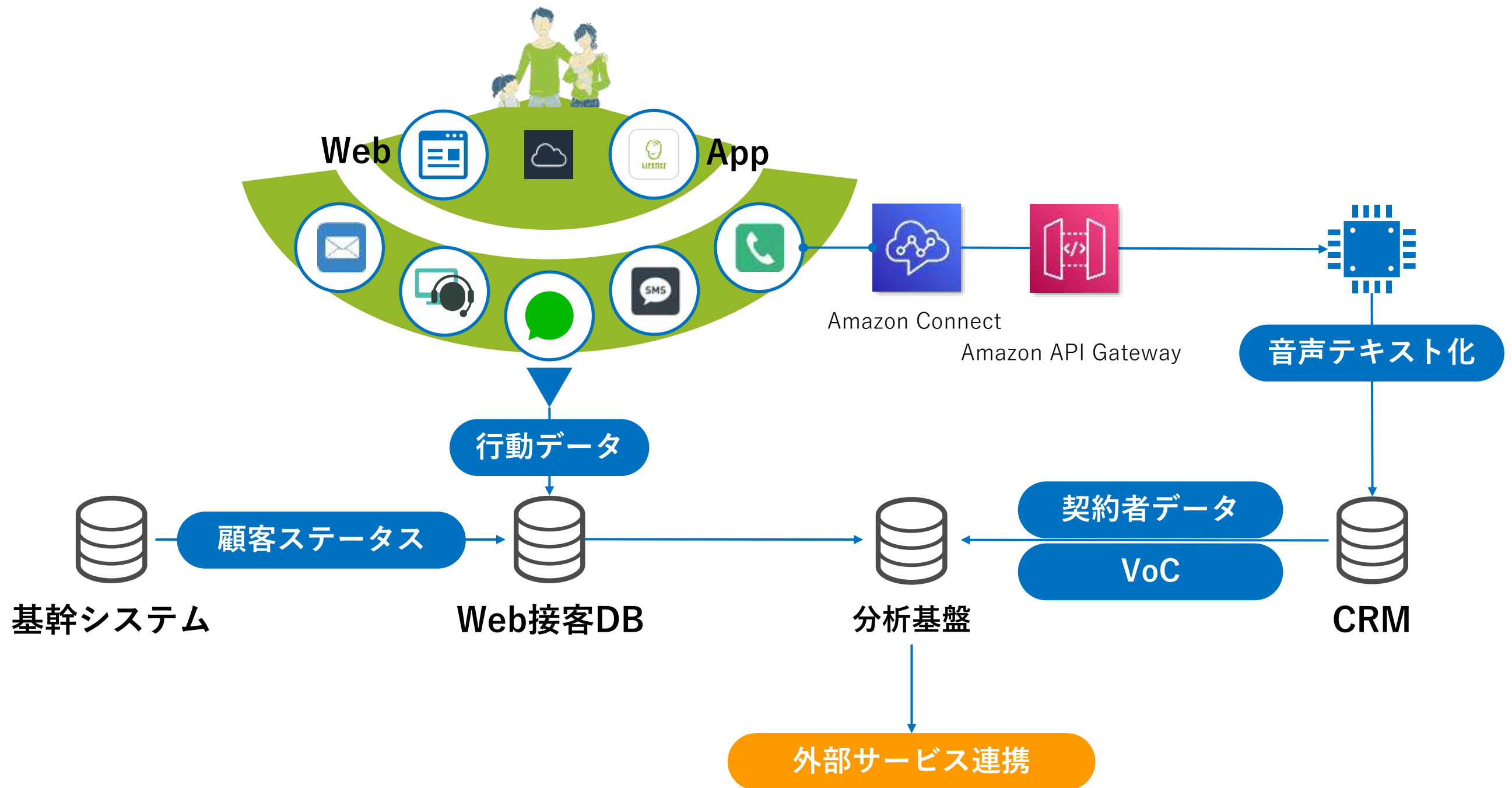
クラウドのサービス利用  
による拡張性



集約したデータをクラウド上の  
外部サービスと連携し活用



時代に合わせて最適な構成を  
柔軟かつセキュアに構築







## ■ コンタクトセンター

分断されていたVoCデータの統合や、センター運営の効率化のためAmazon Connectを採用

- 1 VoCデータ活用
- 2 電話基盤クラウド化による、在宅勤務体制の確立
- 3 音声テキスト化・AIチャットボット連携などによる、リソース効率化

## Amazon Connectへの移行をきっかけに テクノロジー×組織の両面にて改革を実施

導入前の課題

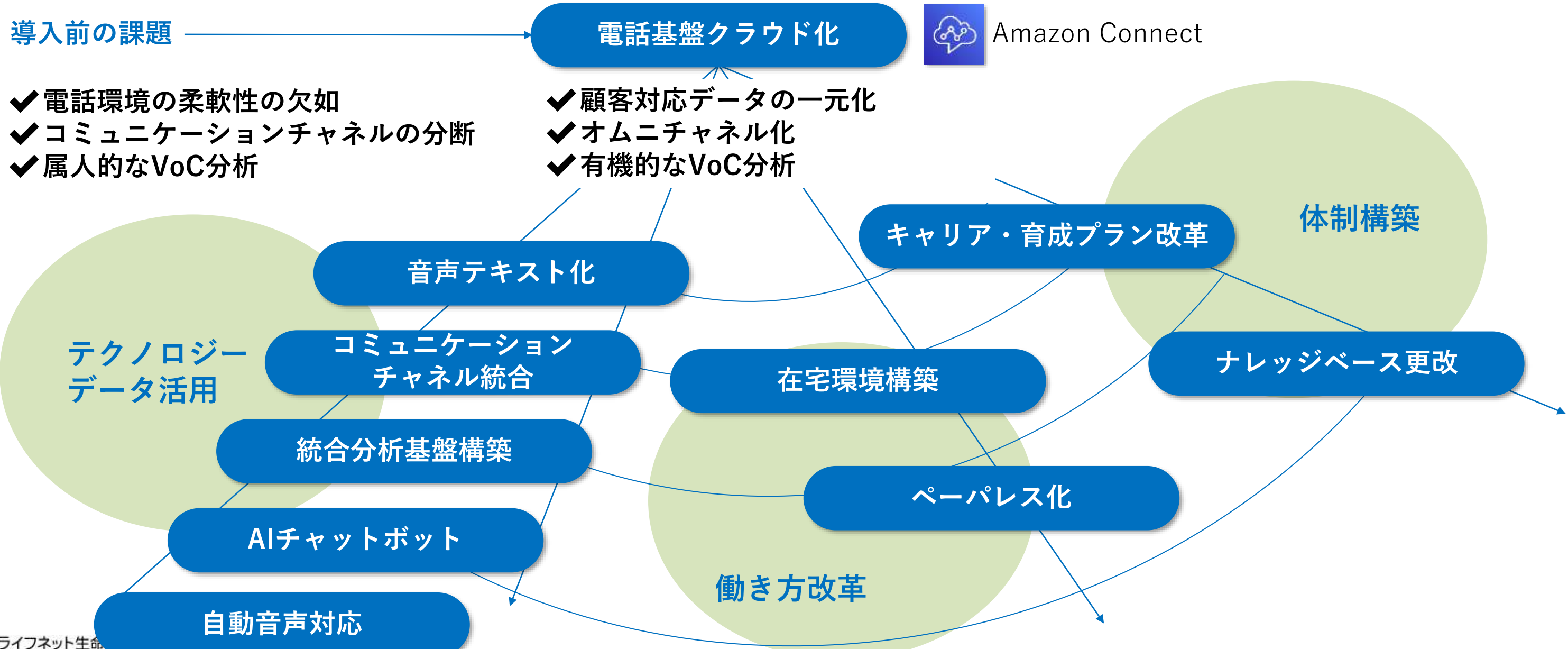
- ✓ 電話環境の柔軟性の欠如
- ✓ コミュニケーションチャネルの分断
- ✓ 属人的なVoC分析

電話基盤クラウド化

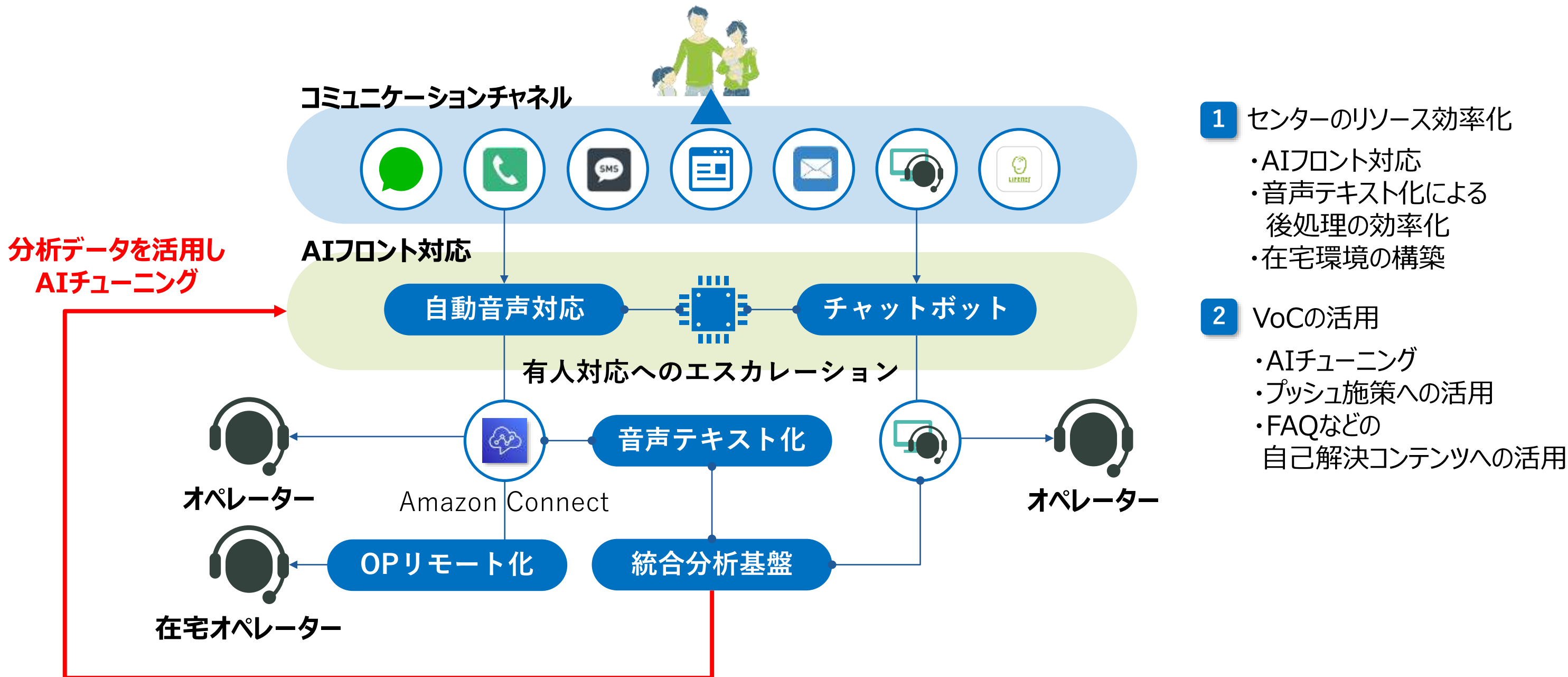


Amazon Connect

- ✓ 顧客対応データの一元化
- ✓ オムニチャンネル化
- ✓ 有機的なVoC分析



## テクノロジーを活用したハイパフォーマンスセンターへの変革



### 1 センターのリソース効率化

- ・AIフロント対応
- ・音声テキスト化による後処理の効率化
- ・在宅環境の構築

### 2 VoCの活用

- ・AIチューニング
- ・プッシュ施策への活用
- ・FAQなどの自己解決コンテンツへの活用

# 人とデジタルを組み合わせた「お客さまのためのセンター」へ



正直に  
わかりやすく、  
安くて、便利に。

# Thank you!

木庭康宏

デジタル接点での  
ユーザーエンゲージメント

