

ローコードで実現する

卓越した**デジタル**
エクスペリエンス





優れたカスタマー エクスペリエンスを実現し 求められる競争力を提供する

多くの業界で、小規模でも機敏な企業が巨大な企業に迫る勢いを見せ始めています。企業に問われているのはカスタマーエクスペリエンスであり、競争力を高めるための武器となるのがデジタルです。イノベーションは容赦ないペースで進行しています。

この状況が顕著であるのは金融サービスや保険業界です。これらの業界では「他社への乗り換え」に対する顧客の抵抗感が薄れており、数百万の顧客を維持するには、カスタマーエクスペリエンスのモダナイゼーションと向上が最も有効な方法となっています。

しかし、これらの業界でデジタルイノベーションを実現することは、以下のような多くの障壁があり、非常に困難です。

- 複雑なレガシーIT環境
- 機密性の高い顧客/財務データに関する懸念
- 規制コンプライアンス
- リスクとセキュリティ

このような状況の中では、デジタル環境のカスタマーエクスペリエンスを迅速に向上するためのアジャイル開発は容易ではありません。そのため、これらの障害を克服し成功を収めている金融サービスや保険業界の企業は注目に値します。

ここで紹介する5社の事例は、あらゆる業界組織で活用できる多くの教訓を提示しています。これらの事例から、顧客の心を捉えて他社との競争を優位に進めるために、既存企業もディスラプターもローコードを採用していることを明確に把握できます。

多くの障害

残念ながら、多くの顧客を満足させなければならない状況においては、新しく魅力的なデジタルエクスペリエンスを実現する上での障害はいくつもあります。

複雑さ

成功は一夜にして成し遂げられるものではありません。企業の中には、数十年あるいは数世紀もの成長過程で拡張や合併買収を重ねてきたものもあります。たとえば、保険の場合、火災保険、自動車保険、健康保険、生命保険、年金をすべて1つのブランドで提供する一方で、カスタマーエクスペリエンスとそれをサポートするITが統一されていないことがあります。

レガシー

複雑さは尾を引きます。既存の投資を維持するために使われるITリソースの比重が大きすぎて、イノベーションに投資する余地がほとんどありません（平均約25%）。¹ しかし、保険商品別/金融商品別にサイロ化したITシステムが問題となっているような企業では、イノベーションに振り向けることのできる比率はさらに小さくなっているでしょう。

リソースの制約

イノベーションに注力するためのリソースがほとんどない上に、最新のデジタル技術のスキルを有する開発者をさらに雇用することも困難です。人材が不足し、あらゆる場所で求められています。自社のデジタルイニシアチブのために採用したスタッフの多くが、FinTechやInsurTechのスタートアップ企業に奪われる可能性もあります。

ディスラプターの登場

そのような複雑な課題に拘束されないデジタルディスラプターとスタートアップ企業にとって、これらの障害はビジネスチャンスにもなっています。既存のエクスペリエンスに満足していない顧客を、「機敏な新規参入企業」が引きつけているのです。マッキンゼーによると、このような現象によって、イノベーションを推進するペースが遅い既存企業は **「売上増加の半分、収益の3分の1を失っている」** のです。²

これは金融サービス/保険業界で多くの企業が危惧していることです。

「既存企業の88%は、イノベーターに売上を奪われていると考えています」³

PWC、「Global Fintech Report 2017」

消費者の構成の変化、そして期待の進化

今日の消費者は、より優れた金融/保険商品を探すために必要な情報を手に入れることができるようになっています。価格比較サイトが市場を平坦化することに成功したとすれば、論理的に考えてカスタマーエクスペリエンスの重要性がより大きくなります。

また、ジェネレーションY（1980～1990年代生まれ）とジェネレーションZ（2000年代生まれ）に関する限り、これらの世代の顧客が求めているのは、Amazonなどの多くのデジタルコンシューマーブランドから提供される使いやすく自分が慣れ親しんだサービス、つまりカスタマーエクスペリエンスなのです。

アクセンチュアが金融サービスの消費者約33,000人を対象に実施したグローバルな調査では、若い世代の顧客が金融サービスのプロバイダーに求めている（あるいは期待している）内容に大きな変化が見られることが明らかになりました。⁴ さらに、これらの消費者はプロバイダーをより柔軟に選択するようになりつつあります。

アクセンチュアの調査では、消費者を次の3タイプ（ペルソナ）に分類できることが示されています。



遊牧民型（Nomads）。遊牧民型はデジタル面でアクティブな消費者であり、新しいデリバリーモデルを受け入れる準備ができています。新しいプロバイダーを選択肢として検討することに迷いがなく、抵抗なく乗り換えます。



狩猟民型（Hunters）。狩猟民型はメリットが最も大きいものを追及します。伝統的なプロバイダーを好みますが、デジタルサービスや1対1のサービスオプションも求めます。



品質重視型（Quality Seekers）。品質重視型は、卓越したサービスを受けられる限りは忠実です。このタイプは価格をあまり重要視しません。

2. Jacques BughinおよびTanguy Catlin、[What Successful Digital Transformations Have in Common]（Harvard Business Review、2017年12月19日）：<https://hbr.org/2017/12/what-successful-digital-transformations-have-in-common>

3. PWC、[Redrawing the lines: FinTech's growing influence on Financial Services]（2017年）：<https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/assets/pwc-global-fintech-report-2017.pdf>

4. Accenture、[Financial Providers: Transforming Distribution Models for the Evolving Consumer]：<https://www.accenture.com/us-en/insight-financial-services-distribution-marketing-consumer-study>

その結果、イノベーションの競争で後れをとる金融サービス/保険業界の巨大企業は、現状以上にデジタルの利便性、価格、品質を重視する顧客を失うという非常に大きなリスクを負っています。

これらの企業は厳しい状況にあります。複雑さ、過去の遺産、規制コンプライアンスが足かせとなっている一方で、自社のコールセンターにつながるよりも先に無数の選択肢を見つけられる顧客をつなぎとめるために懸命に努力しているのです。

両者の過去の負の遺産の捉え方

このイノベーションの競争における課題は、実際には既存企業とFinTechのスタートアップ企業の両方で類似しています。唯一の違いは、過去の負の遺産に対して後悔の念を抱くか危惧するかという捉え方だけです。過去の負の遺産とは、レガシーシステムと手を付けられないコードによってもたらされる一種の技術的な負債です。

既存企業

後悔：

過去の負の遺産から解放され、スタートアップ企業のようにイノベーションを起こしたいが、難しい！

レガシーシステムをすべて完全に置き換える余裕はないが、すでに複雑化した環境にこれ以上何も追加することなく、イノベーションを推進する必要がある。

スタートアップ企業

危惧：

成長に伴う過去の負の遺産の拡大を食い止めるには、どうしたらよいか？

規模を拡大して成熟する過程で過去の負の遺産を積み上げないようにするには、どうしたらよいか？5年後に既存企業のような問題を抱えることにならないか？

イノベーターの味方：ローコード

過去の負の遺産から解放されたい場合も、その肥大化を避けたい場合でも、ローコード開発プラットフォームで解決できます。そして、以下に紹介する事例が示すように、このアプローチは巨大企業でも新規参入企業でも採用されています。

フォレスターは、ローコード開発プラットフォームを次のように定義しています。

「プログラミングの代わりにビジュアルで宣言的な手法を採用する、アプリケーション開発のための製品/クラウドサービスであり、お客様は低価格（または無償）とわずかのトレーニング時間で利用を開始でき、コストはプラットフォームのビジネス価値に比例して発生する」⁵

ローコード開発の環境

2017年半ばに発表されたフォレスターのベンダー勢力図レポートでは、ベンダー76社が評価対象となりました。これらのベンダーは、次のような製品を提供しています。

- モバイル開発専用ツール
- 企業または「シチズンデベロッパー」向けの軽量ツール
- アプリケーション開発/デリバリー（AD&D）のプロフェッショナル向けプラットフォーム

フォレスターは過去のレポートで、**モバイル中心のローコードプラットフォーム**のみを採用することに価値はあまりないと評価しました。モバイルファーストの開発が盛んになってきている時代において、ビジネスで複数のローコードプラットフォームを使用することは意味がないというのが、その根拠です。したがって、企業は単一のスキルセットでWebとモバイルの両方のアプリケーションを同じように作成できる1つのプラットフォームを選択すべきです。

シチズンデベロッパー向け開発ツールは、一般的には「スプレッドシート/電子メールの使用排除」に役立ち、部門別またはチームベースの軽量アプリケーション向けに適しています。しかし、多数の顧客向けに卓越したデジタルエクスペリエンスを迅速に提供するためのツールとして選択すべきではありません。これには、少なくとも7つの理由があります。

5. フォレスター、「New Development Platforms Emerge For Customer-Facing Applications」（Clay Richardson, John R. Rymer with Christopher Mines, Alex Cullen, Dominique Whittaker）（2014年6月9日）

- 1 目標は、過去の負の遺産を削減することであり、ツールをさらに増やすことではありません。目標達成に必要なとなる機能や能力は、軽量ツールでは得られません。
- 2 長期的に広範囲でデジタルイノベーションに取り組みたい場合は、強力なガバナンスが不可欠です。シチズンデベロッパー向け開発ツールには、そのような機能が欠けています。
- 3 顧客データや財務データを扱うのであれば、セキュリティとコンプライアンスの扱いが非常に重要です。これは、シチズンデベロッパー向け開発ツールが得意とする分野ではありません。
- 4 統合の可能性に制約があってはなりません。通常、軽量ツールはこの条件を満たすことができません。
- 5 実現すべきは、ピクセルパーフェクトの卓越したユーザーエクスペリエンスです。お仕着せの機能だけでは達成できません。
- 6 ほとんどの場合、カスタマーエクスペリエンスのビジョンにはネイティブのモバイルアプリケーションも含まれます。しかし、大部分のシチズンデベロッパー向けツールは、ネイティブモバイル開発の機能が脆弱です。
- 7 多くの顧客を対象とする開発に、軽量ツールは適していません。

したがって、卓越したデジタルエクスペリエンスをより迅速に顧客に提供したいなら、**AD&D プロフェッショナル向けのローコードプラットフォーム**が賢明な選択肢になります。**AD&D プロフェッショナル向けローコード開発プラットフォーム部門に関する2017年第4四半期の Forrester Wave™レポート**に明確に示されるとおり、26以上の条件を考慮する必要があります。顧客向けの開発で決定的な重要性を持つ機能を、以下に紹介します。

卓越したデジタルエクスペリエンスのための ローコード開発機能

エンタープライズグレードのセキュリティ

多くの顧客に関係する顧客データや財務データを処理することになります。ローコードプラットフォームが万全のセキュリティ機能を備え、それを証明する認定を受けていることを確認する必要があります。

自在な統合

顧客にデジタルエクスペリエンスを提供するには、必然的に多くの内部システムとの統合が必要になります。多種多様なプラットフォームと統合可能なアプリケーションを開発でき、SOAPやREST APIを使用できるプラットフォームを選択する必要があります。それだけでなく、制約のない統合のために、独自の接続やバックエンドを開発できなければなりません。

優れたスケーラビリティ

多くの顧客を満足させることを目指すなら、エンタープライズクラスのスピード、スケーラビリティ、セキュリティ機能を備えたローコードプラットフォームを使用する必要があります。また、クラウド（プライベート、パブリック）、オンプレミス、またはハイブリッド環境に対応する柔軟なオプションが必要になる可能性も高くなります。

大規模な開発チーム向けのエンタープライズクラスのガバナンス

広範囲に及ぶデジタルトランスフォーメーションプログラムにローコードプラットフォームで対応するには、多数のチームで活動する多くの開発者のサポートが必要になります。継続的な統合開発サイクルの実装に必要なすべての機能を提供するローコードプラットフォームを採用しましょう。

Webおよびネイティブモバイル向けの優れたユーザーエクスペリエンス

多数の顧客に卓越したデジタルエクスペリエンスを提供するには、優れたユーザーエクスペリエンスが必要です。レスポンスWebと包括的機能を持つネイティブモバイルの両方に必要なデザイン機能を備えたローコードプラットフォームを選びましょう。

制約のないローコード開発

開発者が独自のカスタムコードでローコードアプリケーションを拡張できることを確認します。目標は、オープンスタンダードでベンダーロックインや懸念を排除し、長期的に効果的な開発環境を実現することです。

5つの成功事例が示す 実現方法

イノベーションを加速し、卓越したデジタルエクスペリエンスを提供するローコードによって大きな違いが生まれることは、OutSystemsのお客様5社の成功事例から明らかです。複雑さ、過去の負の遺産、リスク、コンプライアンスなどの障害にもかかわらず成功を達成したことで、その成果が際立っている金融サービス/保険業界の事例をご紹介します。

これらの企業が短期間で達成した成果は、金融サービス/保険以外の業界の企業にとっても啓発的であり、励みになります。



BlueZest

- FinTechのスタートアップ企業
- カスタマーオンボーディング
- 融資組成

「OutSystemsは、開発で視覚的な自己文書化アプローチを提供し、バージョン管理、テスト、デバッグもすべて組み込んでいます。したがって、迅速に開発できるだけでなく、アプリケーションの適応と強化もさらに加速できます」

— CTO、John Robinson氏

BlueZestはFinTechのデジタルディスラプターです。住宅ローン業界の経験者と技術者によって創立され、当初から住宅ローンの借り手のカスタマーエクスペリエンスを変革することをミッションとしています。

AI、ビッグデータ、自動化の活用の可能性を見越した同社は、住宅ローンの申請承認手続きを高速化することに取り組み、驚異的な成果を上げました。英国では、住宅ローン申請の承認には業界平均で18日以上かかっています。これに対して、BlueZestが見積もる所要時間は1時間未満です。

主な成果

5か月

アジャイル開発プロジェクト

専任の開発者3人

そのうち2人は新卒。さらに兼任の開発者1名が参加

数週間から1時間に短縮

住宅ローンの承認に要する時間

OutSystemsを選択した理由

- 市場投入のスピード、継続的な開発、イノベーション
- あらゆるプラットフォーム/デバイスでの優れたユーザーエクスペリエンス
- 複数のサードパーティWebサービスとの統合
- 組み込みのコンプライアンス/セキュリティ機能
- ローコード開発を約10倍に高速化
- 過去の負の遺産による将来のリスクを回避



- 米国の大手金融機関の95%が使用しているソフトウェアを提供
- 新しい債務関係の形成
- 多数の顧客向けの統合の迅速化/簡略化

「OutSystemsを使用することで、開発時間を75%短縮し、市場投入を3倍に高速化できました」

— 製品管理担当VP、David Lightfoot氏

1956年に創立されたFICOは、信用スコアリングなどの分析ソリューションを市場に投入しました。これらのソリューションは、米国の大手金融機関の95%をはじめ、100か国以上の企業で現在使用されています。

各国で規制が変化し続け、信用確認に使用される新しいデータソースが次々と登場する中で、FICOは顧客に一層柔軟な製品を提供し、迅速なリリースアップデートを提供する必要がありました。このビジョンを実現するため、FICOはOutSystemsを使用してFICO Origination Managerアプリケーションを再構築しました。

ローコード開発プラットフォームとしてOutSystemsを採用することで、FICOは半数の開発者で開発時間を75%削減できました。FICO Origination Managerはわずか6か月で市場投入され、当初の見積もりに比べて3倍の高速化を達成しました。

主な成果

50%削減

必要なFTEリソース

75%削減

開発者の労力

6か月

開発期間

OutSystemsを選択した理由

- 迅速な市場投入、継続的なリリース更新のコスト削減
- 市場の変化や規制変更に対応
- 新しい信用チェックデータソースの簡単な組み込み
- 多数の顧客向けの統合とカスタマイズの迅速化/簡略化



- 金融サービス
- ミッションクリティカルなコアシステムの刷新
- モバイル開発のセンターオブエクセレンス (COE)

「OutSystemsを使用して構築するネイティブモバイルアプリケーションは、大きな競争優位性をもたらし、当社が目標とする真のデジタルファイナンスパートナーを目指す上で役立つことでしょう」

— ITシニアマネージャー、
Erwin Kooiman氏

Credit Agricole Consumer Financeは、デジタルトランスフォーメーション戦略を進めるために、老朽化したコアバンキングシステムを刷新する必要がありました。その取り組みのために選択したのがOutSystemsです。

ミッションクリティカルではない一部のシステムで経験を積んだ開発チームは、すぐにミッションクリティカルなコアバンキングシステムの再開発に着手しました。ローコードによりアジャイル開発がさらに促進され、開発者、テスト担当者、ユーザーの間で迅速な反復とコラボレーションが実現しました。展開したカスタマーエクスペリエンスのイノベーションには、申請から承認、貸付までの与信契約を処理する顧客ポータルも含まれます。この開発プロジェクトにかかった期間は、わずか6週間でした。

開発のセンターオブエクセレンスとなったチームは、グループ向けのモバイルアプリケーションのデリバリーでOutSystemsを使用しています。

主な成果

6週間

顧客向けファイナンスアプリケーションの構築期間

ミッションクリティカル

コアバンキングシステムとESBの開発

モバイルアプリケーションのCOE

モバイルアプリケーション開発のセンターオブエクセレンス

OutSystemsを選択した理由

- コアシステムとの適合性
- 容易な統合
- プラットフォーム横断的なアプリケーション開発の加速
- アジャイル開発手法の採用
- 若く優秀な開発者に選ばれる職場



- 保険
- 仲介人向けポータル
- 保険請求処理

「OutSystemsを使用して迅速に構築したブローカー向けのWebポータルにより、顧客へのサービスを向上でき、不要なプロセスや遅延を排除できました」

— 請求処理担当ディレクター、
Chris Voller氏

世界最大級の保険会社であるAXAは、仲介人向けサービスを改善することを目指していました。コンタクトセンターに過大な負荷がかかっていたことから、デジタルの請求処理プロセスを提供することで、仲介人や顧客からセンターへの問い合わせを減らすことを目標としました。

しかし、同社の老朽化したレガシーシステムは、どのようなデバイスやブラウザからもアクセスできるポータルを提供するという課題に対応できるものではありませんでした。このため、ITチームはOutSystemsに注目しました。主な選択基準となったのは、堅牢なローコード開発/展開、ベンダーロックインを回避するオープンプラットフォーム、無制限の統合などでした。わずか3か月で、保険ポータルのeServeを提供することが可能になりました。従来の開発手法に比べると半分の時間で達成したことになります。その結果、デジタルエクスペリエンスが大幅に改善され、AXAの仲介人と顧客の満足度が高く維持されています。

主な成果

3か月

仲介人向け請求ポータルのデリバリーに要した期間

24時間365日のアクセス

コンタクトセンターへの問い合わせ件数を大幅に削減

26万件の請求

年間の処理数

OutSystemsを選択した理由

- 堅牢なローコード開発/展開
- アジャイル開発の促進
- ベンダーロックインのないオープンプラットフォーム
- レガシーシステムと新システムの統合の強み
- ITモダナイゼーションの推進



- 保険
- エンゲージメントシステムとモバイルアプリケーション
- 39のアプリケーションの展開

「すべてのカスタムアプリケーション開発、特にエンゲージメントシステムとモバイルアプリケーションでOutSystemsを活用しています」

— CIO, Eduardo Romano氏

Liberty Segurosは、全世界900拠点で幅広い保険商品/サービスを提供する大手保険会社のLiberty Mutual Groupに属する企業です。

同社は、すべての顧客プロセスをサードパーティの代理店が利用できるようにするという野心的な目標を掲げました。これを実現すれば、Libertyのコンタクトセンターがボトルネックになることなく、合理化された優れたカスタマーサービスを代理店が提供できるようになります。LibertyがOutSystemsを選択したのは、既存のバックエンド保険システムを統合して拡張し、仲介人とスタッフ専用のカスタマイズされたフロントエンドを構築することが可能であるためです。

Libertyは、デジタルイニシアチブを推進するために10年間にわたってOutSystemsを使用してきました。その結果、39のアプリケーションを統合する「Liberty Connect」が完成しました。このソリューション群により、4,000ユーザーに上る仲介人と従業員が同社のあらゆる領域に接続できるようになりました。

主な成果

2か月

アプリケーションの市場投入に要する平均期間

4つのプロジェクトを同時進行

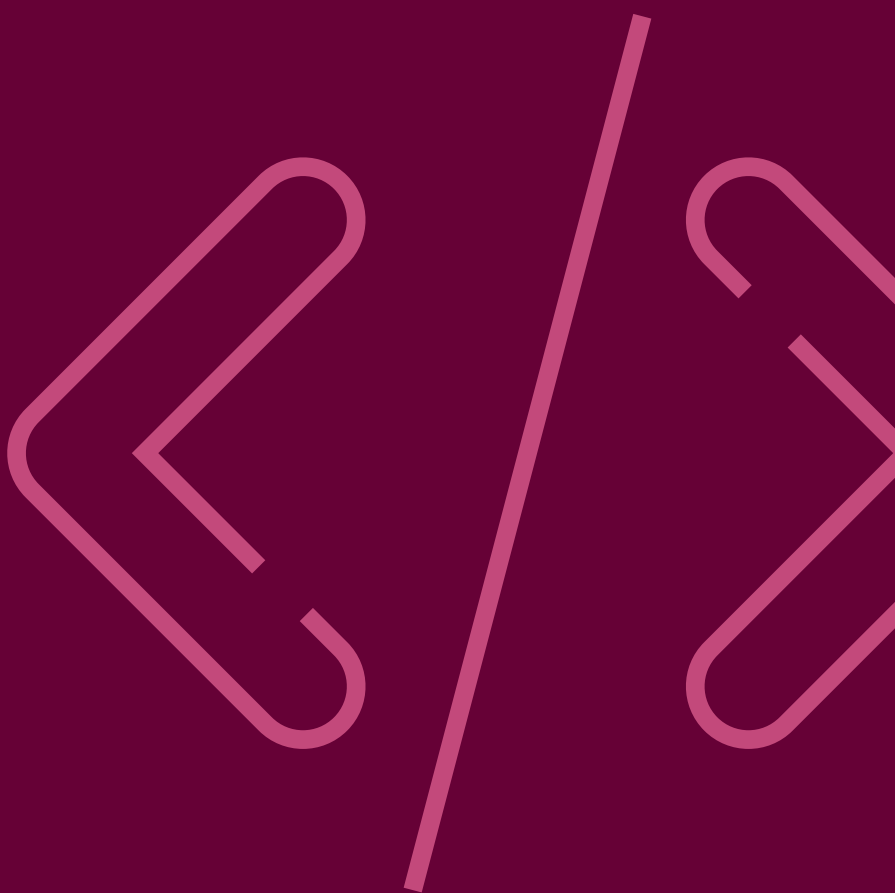
開発者12人で実現

10年間

OutSystemsとの戦略的パートナーシップ

OutSystemsを選択した理由

- バックエンド保険システムの統合/拡張
- 仲介人/従業員向けにカスタマイズされたフロントエンド
- 実行中のアプリケーションの変更における柔軟性向上
- 競争力を維持するための俊敏性の向上
- 高コストのCOTSパッケージの段階的廃止



まとめ

卓越したデジタルエクスペリエンスは、顧客の獲得と維持に効果を発揮するだけでなく、顧客へのサービス提供にも役立ちます。ここでご紹介した事例が示しているように、このようなデジタルのサービスは単に消費者に好まれるというだけではありません。プロバイダーも実際に効率性と費用対効果を高めることができます。

デジタルサービスがビジネスの優先事項であれば、いかに迅速にそれを実現できるかが鍵となることは明白です。スピードを制する者が、最終的に顧客や潜在顧客の心をつかむことができます。

OutSystemsのお客様の事例は、次の主要ポイントを明らかにしています。



ローコードによって、卓越したデジタルエクスペリエンスの創出を加速できる。



FinTechのスタートアップ企業やソフトウェア企業は、ローコードを採用することで過去の負の遺産の肥大化を回避できる。



既存企業は、ローコードを採用することで過去の負の遺産から解放される。



既存企業とスタートアップ企業の両方が、ローコードにより市場投入期間を短縮している。

どのような企業であっても、卓越したデジタルエクスペリエンスを実現できます。

どの業界でも、卓越したデジタルエクスペリエンスの創出を加速し、過去の負の遺産を克服できます。その方法について、OutSystemsにご相談ください。



お問い合わせ

デジタルイノベーションの加速方法をデモでご説明しています。

ぜひご予約ください。

www.outsystems.com/schedule-demo



詳細情報

OutSystemsは、卓越したデジタルエクスペリエンスを生み出す完璧なプラットフォームです。

詳細をご確認ください。

outsystems.com/platform

