

フリクションレスな顧客体験と 金融機関店舗のスマート化を目指して

店頭での対面接客から顧客個人のスマートフォンによる非対面取引まで、顧客とのタッチポイントは多様化が進む。OSA推進室の「チャンネル企画担当」では、顧客体験と事務負担の削減の観点からユーザフロントエリア全体のあるべき姿をデザインし、地域金融機関のチャンネル戦略の実現に貢献していく。

チャンネル企画担当の ミッションについて

店舗内での対面接客から、顧客個人のスマートフォンを介した非対面取引、さらには、他社の顧客接点チャンネルを介した金融サービスの提供(エンベデッドファイナンス)など、金融機関と顧客との関係性は変化しつつあり、それに合わせてタッチポイントも多様化してきている。金融機関のチャンネル戦略としては、店舗やATMといった従来型チャンネルを維持しつつ、スマートフォンアプリやビデオ通話など新しいチャンネルへの投資も必要になっており、複雑化する中でのかじ取りが求められている。

このような背景をとらえて、OSA推進室の「チャンネル企画担当」では、対面・非対面、オフライン・オンラインといった従来型のチャンネル分類を融合し、顧客体験と事務負担削減の両観点からユーザフロントエリアのあるべき姿を再構築・再定義することをミッションとする。

OMOの時代に求められる チャンネル横断での検討体制

これまでNTTデータは、金融機関に対し、店舗内の勘定系取引端末を

軸にしたオフラインチャンネル領域と、インターネットバンキングを軸にしたオンラインチャンネル領域の両方向から、サービスの開発やソリューションの提案を行い、それぞれ実績を築いてきた。しかしながら近年のオープン化の流れもあり、オフラインチャンネル領域とオンラインチャンネル領域の単独で提供できるサービスは限定され、サービスの実現にはチャンネル領域間の相互連携が必要な案件が増えてきた。これを踏まえて、チャンネル企画担当のもとで検討体制を融合することで、チャンネル横断での議論を促進しOMO (Online Merges with Offline) の時代に即した新規サービスの創出



株式会社 NTT データ
バンキング統括本部 OSA 推進室 チャンネル企画担当
(左) 今泉 剛氏
(右) 谷口 善紀氏

を加速していく。

金融機関が提供するサービスと 顧客接点の双方が多様化が進む

金融機関が提供するサービスは、従来型の「金融サービス」だけではなく、ITや人材紹介など「非金融

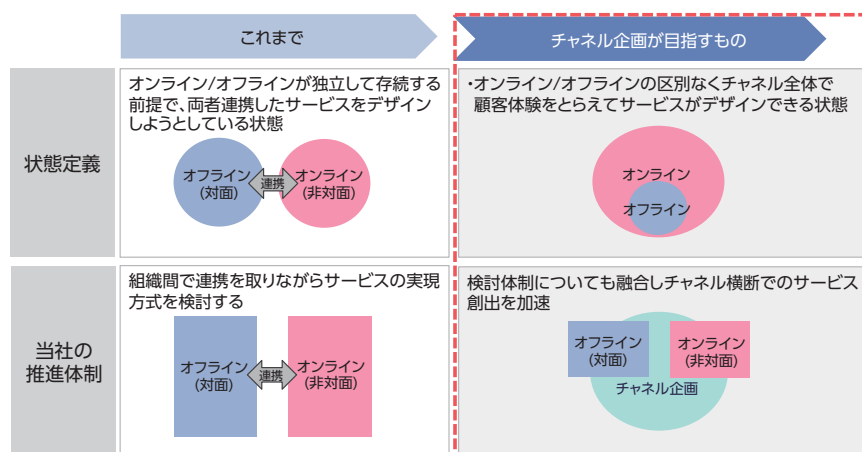


図1 チャンネル企画担当が目指すサービス創出に向けた取り組み

サービス」へと多様化が進む。また、顧客接点についても、店舗やアプリなど金融機関自身が保有するチャンネルを介した顧客接点だけではなく、他社保有チャンネルを介して顧客接点を持つケースも出てきている。

OMOの実現により、金融機関利用者と金融機関を支援

今日の金融業界においては未だOMOは実現されていない。オンラインでの銀行取引を支えるサービスは広く利用されているものの、オンラインとオフラインの両者は独立しており、顧客体験として一貫したものにはなっていない。

谷口氏は、金融機関のオンラインとオフラインの実態について、次のようにわかりやすく解説する。「少し前まで私たちの日常は、机の上でパソコンに向かって何かをする、その時だけがオンラインでした。けれども現在は、多くの人々がスマートフォンを携帯し、常にオンライン。それなのに、金融機関の店舗に入った途端、オフラインでの体験に完全に切り替わってしまうケースも多い。例えば、住所変更のために、通帳と印鑑と身分証明書を持って店舗に行き、手書きで伝票を書き、手続きが完了するまで待たなければならない。こうした現状に、多くの人々がストレスを感じています。これは、対

応する行員側にも同じく問題で、顧客の待ち時間が長いということは、その分、事務手続きに時間がかかっています。貴重な接客時間を顧客のストレス増幅のために使っているとしたら、それは悲劇です。

私たちは、オンラインとオフラインの融合を進め店舗内のフリクションレスを追求していくことで、顧客体験の向上と事務負担の削減の両立を目指していきます。」

フリクションレスな顧客体験と金融店舗スマート化のための構想案

煩わしいので店舗に足を運びたくないと考える人もいる一方で、安心安全のために店舗で対面取引をしたい人もいる。そのため、チャンネル企画担当としては、各顧客が好きなチャンネルを自由に選択できる状態を目指すべきだという構想を描いている(図2)。

また、契約手続きは対面がいいが、事前相談はビデオ通話がいいなど、フェーズによって使い分けたい人もいます。そのため、どのチャンネルを使っ

ても顧客行動履歴や取引の状態が共有されており、一貫通貫した顧客体験が実現できることも必要である。

今後の地域銀行の在り方と新しいチャンネルの可能性

今泉氏は今後の展開について、次のように抱負を語る。「来店不要のオンライン融資や、安い料金で送金できる新興フィンテックが登場する等、銀行を取り巻く環境は変化し、特に実店舗中心の既存の地域銀行は変革を迫られています。私たちは、地域銀行の魅力、価値、強みを活かした店舗のあり方についても視野に入れながら、今後の方針を固めていきたいと思えます。また、スマートフォン等のデバイスを所有していない金融機関利用者もいらっしゃいます。そうした方々にも目を向けながら、ユーザビリティを上げるために何をしたら良いのか、ということも検討していきたいと思えます」。

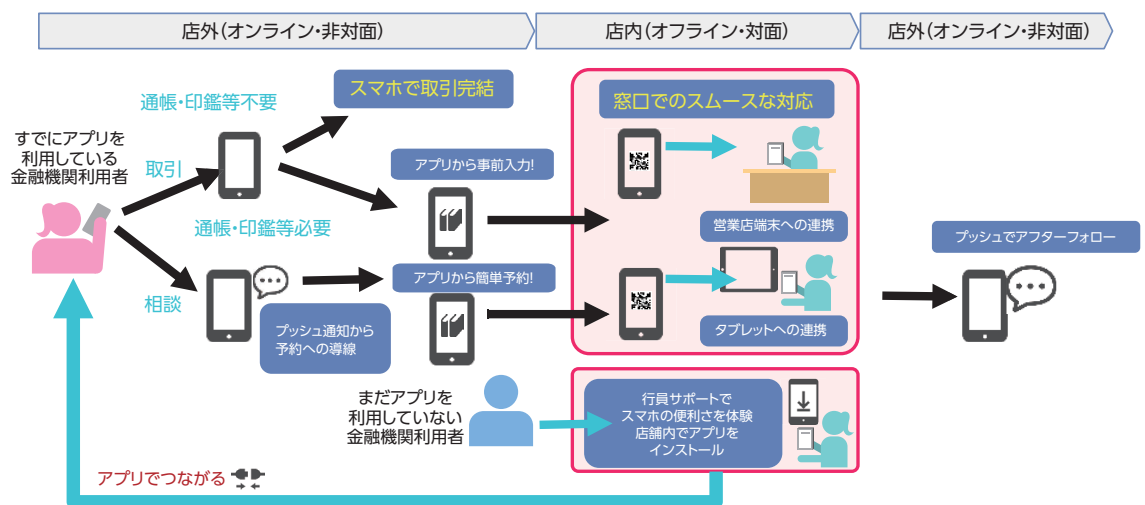


図2 フリクションレスな顧客体験と金融店舗スマート化のための構想案