

5 デジタルチャネルビジネス創出

金融領域のOMOを実現する チャネル横断のプラットフォーム構想と 営業店スマート化ソリューション

顧客との長期的な信頼関係を築きながら顧客生涯価値（Life Time Value）を最大化していくことが金融機関の目指すべき方向性であるという認識の下、NTTデータは「デジタルファーストのトレンドへの追従」と「リアル接点の変革」の両輪のチャネルビジネス創出を推進している。本稿では、継続的かつ良質な顧客接点を創出・演出するチャネル横断のプラットフォーム構想と営業店スマート化の取り組みについて紹介する。

金融機関チャネルの目指す方向性

NTTデータは、顧客生涯価値の最大化のために「継続的かつ良質な顧客接点を創出・演出する場の提供」がチャネルの担うべき役割だと考えている。対面・非対面チャネルを融合し徹底的に顧客の利便性を高め、良質な顧客体験の演出することで顧客に選ばれる金融機関になることが肝要となる。

例えば個人のお客様であれば、口座開設⇒アプリでの日常的取引⇒Web会議での投資信託の購入⇒PCでのローン申込み⇒対面での相続の相談といった具合に、金融機関がお客様に対し、多様なチャネルを通して各ステップで良質な接点を提供できれば、当該金融機関のファンは拡大する。また、継続的な関係性にに基づき得られた行動情報や金融データを統合しチャネル全方位での顧客理解を深めることで、顧客にとって望ましいタイミングで提案可能となる。良質な顧客体験を演出することで、新たな顧客接点を創出し、チャネルを収益機会の場へと活用で

きるようにしていく。

リアル/デジタルの融合：OMO

今生活の多くのシーンでデジタルの利用が進んでおり、金融機関においてもデジタル完結は加速する。一方リアルの重要度は増していき、より価値の高い顧客接点の場への変革が進む。これら「デジタルファーストのトレンドへの追従」と「リアル接点の変革」の両輪を回していくことでOMOを実現する。

リアル/デジタルのシームレスな連携：チャネル横断のプラットフォーム構想

現在、NTTデータは多彩な顧客体験を効率的かつスピーディーに実現し、それらを継続的に改善できる仕組みとしてチャネル横断のプラットフォームを構想している（図1）。

これまで金融機関の顧客接点は、アプリ・店舗タブレット・リモートといった具合にそれぞれ別の扱いであった。しかし今後はお客様の都合



株式会社 NTT データ
第二金融事業本部
デジタルチャネル推進室 チャンネルソリューション担当
(左) 課長 谷口 善紀氏 (右) 課長 宇留野 章子氏

に合わせて好きな時にどこからでもどのチャネルでもつながる仕組みづくりが必要となる。また、バックエンドも人とデジタルを融合し、効率よく稼働するべきである。

具体的には、以下の4点の観点を考えている。

1 Oneプラットフォーム

さまざまな顧客接点の情報から顧客理解を深め、マーケティング利用やUX改善へと活用する

2 マルチデバイス対応

クロスチャネルでシームレスにサービス提供できる仕組みを作る

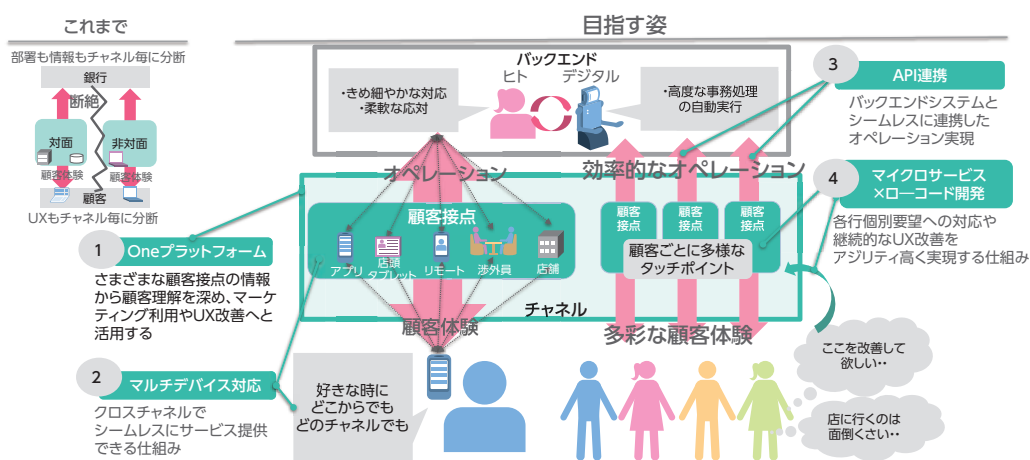


図1 クロスチャネルプラットフォームのイメージ

員の現金ハンドリングレスを実現

■行員が寄り添いながらのお客様に自身による取引により、コミュニケーション時間が拡大、行員リソースを事務から営業への担い手にシフト

■ソフトウェアの共通仕様化・汎用デバイスによる専用端末代替により、金融専用端末の最小化、システムコストの低減

3 API連携

バックエンドシステムとシームレスに連携したオペレーションを実現する

4 マイクロサービス×ローコード開発

各行個別要望への対応や継続的なUX改善をアジリティ高く実現する仕組みをつくる

リアル接点の変革： ～タブレットや汎用PCの活用で 実現する柔軟な営業店像

これまで銀行の営業店における接客では、銀行の事務手続き等に合わせて構築された金融専用端末を中心とした営業店システムが利用されてきた。インターネットバンキングやアプリなどの非対面チャネルの利用頻度の高まりや、パソコンやタブレット等の技術革新、コロナ禍など、銀行を取り巻く環境の変化を踏まえ、お客さまとの対話・説明補助に重きを置いた新たな

接客スタイルの実現が求められている。

NTT データは営業店スマート化ソリューションにより、事務の効率化・高付加価値業務へのシフト・新しい顧客体験を提供し、営業店を手続きから相談の場へ変革する。

■シナリオに沿った取引進行により、事務スキルによらない堅確な事務手続きや取引勘定精査事務を軽減

■お客様自身による取引入力現金操作により、お客様の伝票記入負担軽減や待ち時間の短縮に加え、行

■非対面チャネルとの連携によりバンキングアプリの即時利用登録等、利便性を向上

今後の展開

今後、NTT データは、「デジタルファーストのトレンドへの追従」と「リアル接点の変革」の両輪とそれらを融合するサービスを創出し、お客様に「継続的かつ良質な顧客接点を創出・演出する場」を提供するための、チャネルビジネスを創出していく。

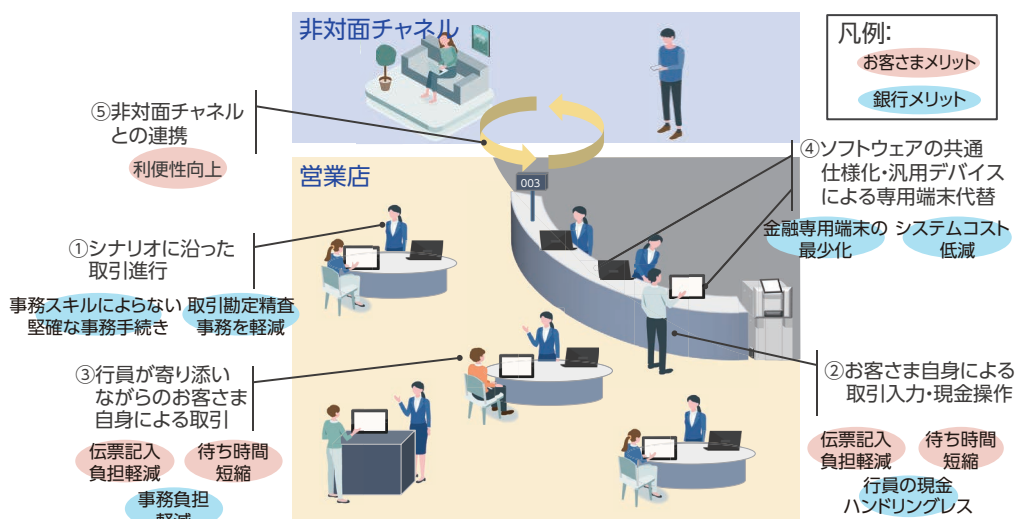


図2 営業店スマート化のイメージ