

6 データドリブン系ビジネス創出【取り組み事例4 共同MCIFセンター】

# 金融マーケティングにおける広域提携により 高度なビッグデータ分析を提供

2013年にEBM(イベントベースドマーケティング)の実現に向けてスタートした共同MCIFセンター(以下、MCIF)。同センターは、システム共同化スキーム「共同MCIFシステム」と、人材育成及びビジネス共創スキーム「ナレッジ・ラボ」から構成される。本稿ではその概要について紹介する。

## ビッグデータを活用し マーケティングを高度化

MCIFに参加している地域金融機関は現在10行。参加全行のデータを合計すると約3,400万CIFのデータとなり、メガバンク相当もしくはそれ以上の豊富なデータ数となる。これらのデータをMCIF参加行が共同利用することで、質・量共に単独では得られないデータの高度化利用が可能となる。MCIFは顧客データを長期保有(一部のデータは無期限に保有)し、分析ソフトウェアSASによる分析が可能。分析結果は、お客様接点となるチャネルシステムに連携。行員が自由に扱うことができオンデマンドで追加可能なディスク領域を具備している。

## ナレッジ・ラボの 取り組み

MCIFは、地域金融機関を取り巻く環境を踏まえ、参加行協議によりテーマを選定し、各種プロジェクトを実施するナレッジ・ラボを運営している。モデル構築・分析にとどまらず、創造した情報価値は知財管理の観点から積極的に特許取得を行っている。

「データのDX化を進める際には、スキームだけでなく人を育てるといふことも大きなポイントだと考えています。MCIFでは、地域金融機関



株式会社NTTデータ  
第二金融事業本部  
オファリング推進室

(左から) インテグレーション担当 課長代理 小城 光利氏  
課長 岡本 佳祐氏 部長 藤谷 直人氏  
コンサルティング&セールス担当 課長 花田 啓介氏  
主任 水口 隆志氏

の行員様をナレッジ・ラボへ派遣いただくことで、ビッグデータを活用できるマーケターを育成し、自走化をサポートしています」(花田氏)。

## 銀行の外にあるデータを活用し、 さらに高度なアプローチを

NTTデータは現在、外部連携やクラウド対応等ビッグデータの利用価値の向上に繋がる取り組みについて検討を行っている。今後、銀行内外の膨大な情報資源を保持するビッグデータ分析基盤として存在価値を増すと共に、外部分析資源への情報サプライヤとしての役割も果たしていきたいと考えている。

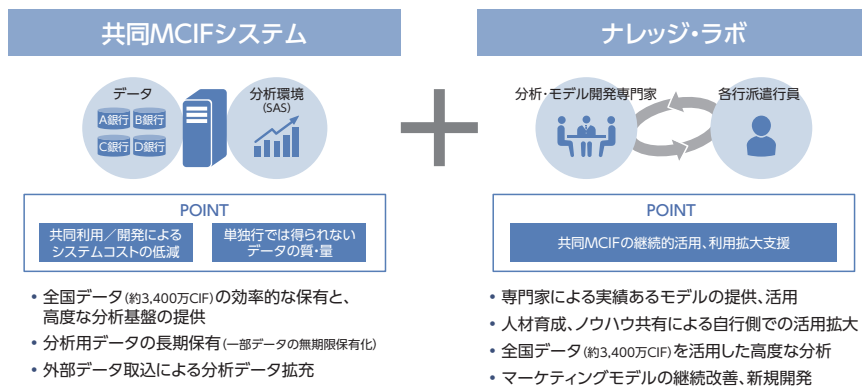


図1 共同MCIFシステムとナレッジ・ラボ