

株式会社横浜銀行

代表取締役頭取 / 小川 是

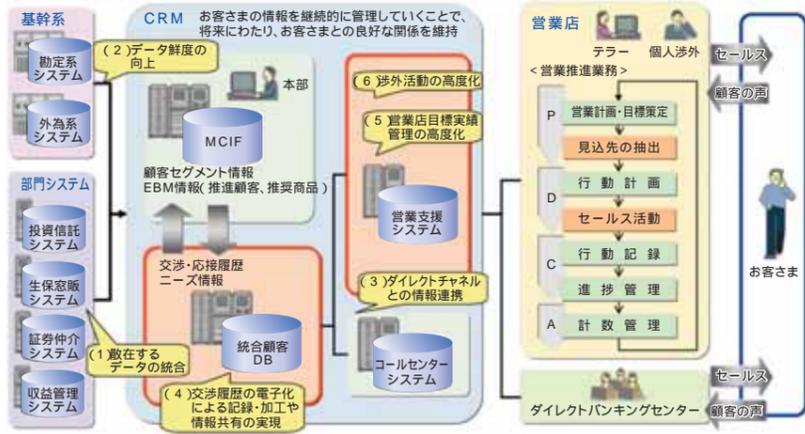
本社 / 神奈川県横浜市西区みなとみらい13-1-1

http://www.boy.co.jp/

株式会社横浜銀行は1920年12月の創立以来、神奈川県を地盤に質の高い金融サービスを提供している。国内の本支店、出張所はあわせて198カ所、海外駐在員事務所は4カ所。地域に深く根ざした活動を展開し、お客さま満足を第一に地域に愛され信頼される銀行を目指して高水準のサービスを提供している。

個人営業部門の課題・営業店の要望をふまえたシステム導入

第一ステップでは、お客さま情報を一元管理することを最優先課題として、散在するデータの統合およびデータ鮮度の向上をはかりつつ、営業支援システムおよび統合顧客DBを構築。



お客さま情報を一元管理することで、ニーズにあわせた情報をタイムリーに提供 長期的な信頼関係の構築を目指して

横浜銀行は変化の激しい金融業界の流れに対応するため、CRM営業推進体制の強化による収益性の向上と神奈川県内のシェア拡大を経営目標に掲げ、平成19年4月から平成22年3月の3年間を計画期間として、「New Horizon」あらたな「みらい」への第一歩として名付けた新中期経営計画を策定した。

徹底したヒアリングと業務分析

横浜銀行はその第一ステップとして、使い勝手のよさやノウハウに実績があるインテックの金融機関向けCRM営業支援システム³（エフキューブ）の採用を決めた。

導入にあたり横浜銀行は1年かけて問題点を洗い出した。平成17年1月から半年間、個人顧客向け部門の課題を経営レベルで議論し、その後、半年かけて各営業店へのアンケートや業務上の課題・問題点のヒアリングを行い、営業店側のニーズを集中的に調査した。インテックはこのヒアリングの段階から参画し、業務分析の支援を行ってきた。その結果、お客さま情報の散在・蓄積不足、営業店・ダイレクトチャネルの連携不足などにより、それぞれのお客さまに最適な提案をタイミングよく行う環境があまり整備されていないことがわかった。

CRM営業支援システムで収益力向上とお客さま満足を実現

昨今の金融業界を取り巻く環境は、規制緩和の一層の進展に加え、貯蓄から投資への流れ、キャッシュレス化、企業の社会的責任（CSR）の高まりなどにより大きく変化している。この変化の激しい金融業界を勝ち抜いていくためには、収益力の向上とお客さま満足が必須である。インテックが開発した金融機関向けCRM営業支援システム³（エフキューブ）の導入により、お客さま情報を一元管理し、ニーズにあわせてタイムリーに情報を提供できるようになった。

株式会社横浜銀行 個人営業部 個人企画グループ長 片岡 達也 氏

今回、インテックの金融機関向けCRM営業支援システム³（エフキューブ）を導入するにあたり、営業店の管理役職者・担当者が日頃感じている業務遂行上の問題点・ニーズを徹底して調査しました。インテックにもこの段階から営業店の生の声を一緒にヒアリングしてもらいました。また、実際の運用に際しては営業店向けに導入研修を実施し、段階的に展開しました。徹底したヒアリング、十分な業務分析、段階を踏んだ運用、そして継続的な利用啓蒙活動の実施が、このシステム導入・有効な活用のポイントだったと思っています。今後、金融商品取引法の改正などに対応するため、さらなるステップアップを目指しています。インテックには、第1ステップ同様、これからも私たちの「ニーズ」、そして「提供スケジュール」にあわせ、きめ細かい対応を期待しています。

課題は散在するデータの統合

システム開発は平成18年1月から1年かけて行われた。横浜銀行の従来のシステムは、基幹系システム（勘定系、外為系）と部門システム（投資信託、生保窓販、証券仲介、収益管理）で構成されていたが、このデータが一つに統合されていなかった。

そこで、統合顧客データベースとCRM営業支援システムを新しく構築することで散在するデータの統合を目指したのだ。この統合で渉外活動や営業店目標実績管理の高度化が実現された。完成したシステムは今年1月から段階的に導入、試行され、4月から全店展開を開始している。

タイムリーなアプローチが可能に

新システムは、大きくわけて顧客情報管理、担当者管理、汎用検索、目標実績管理などの機能がある。顧客情報管理では、従来のシステムでは散在していたお客さま情報を一元管理することができ、担当者管理では、正・副の二人体制で担当者コードを登録、お客さま管理を徹底できるようになった。また汎用検索では、自席のイントラネットからいままでもより柔軟に顧客属性や取引状況などの条件検索ができるようになった。目標実績管理

では、交渉結果や応接記録簿への実績入力および目標実績登録機能を活用した実績入力により、集計作業負荷の軽減と目標に対する担当者別のタイムリーな実績管理ができるようになった。このシステムの導入により、営業推進活動が高度化・効率化し、お客さまのニーズにあわせたタイムリーなアプローチができるようになったのである。

金融商品取引法への対応も

横浜銀行は今後、第二ステップとして次の三つについてさらなる展開を検討している。一つ目は、現在使用しているMCIFを更改し、その情報をCRM営業支援システムと連携して営業に一層役立てることである。二つ目は、CRM営業支援システムを担当者の意見に基づきさらに機能強化すること。そして三つ目は、金融商品取引法に即した投資型商品勧誘を支援するシステムの開発である。

今年の9月30日に金融商品取引法が改正され、投資性の強い金融商品を幅広く対象とする横断的な制度が整備された。これにより各銀行とも投資型商品の販売や勧誘のプロセスの見直しが必要となった。横浜銀行はインテックとともにこの第一ステップについても対応を検討し始め、さらなるステップアップを目指している。