

店頭受付システム

宮田 和彦

金融機関においては、規制緩和による競争の激化に伴い、画一的サービスから差別化サービスへと商品戦略の転換が図られ、同時に、ローコスト経営、特に店舗運営の効率化が強く求められている。一方、差別化サービスへの転換は、顧客ニーズを喚起、分散させ、金融商品の多様化を加速させている。顧客は、「自分に価値のあるサービス」「望むときにすぐに対応してもらえる利便性」、あるいは「特別なサービス（優遇）」等の多様なニーズを持ちながら金融商品を選択する時代を迎えている。

金融機関の店頭サービスには、このような金融機関と顧客の双方のニーズへの対応が求められ、店頭受付のシステム化が推進されている。

本稿では、当社が開発した店頭受付システムによる店頭サービスの高度化について、事例を交え紹介する。

システムの概要

店頭受付システムのシステム構成を図1に、構成要素を

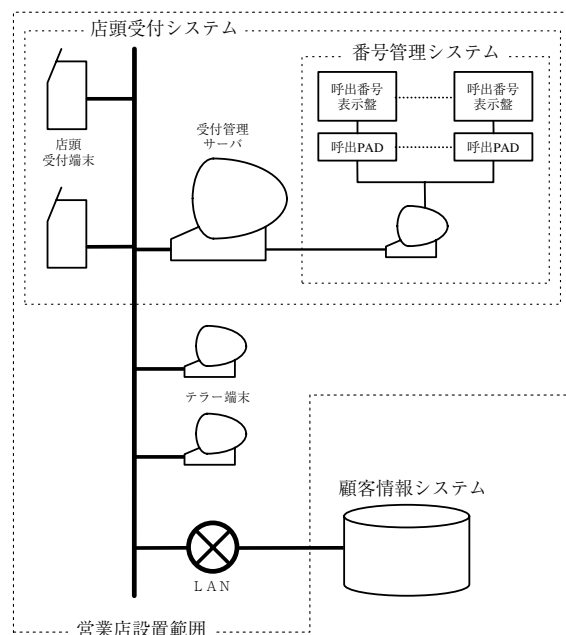


図1 店頭受付システムのシステム構成

表1に示す。また、図2は、顧客が店頭で操作する店頭受付端末の概観図である。

現在使われている店頭受付システムは、受付の順番を管理、印刷する機能しかなく、顧客情報との連動は行われていない。ここで紹介する店頭受付システムは、店頭で顧客に来店目的の入力と通帳またはキャッシュカード

表1 店頭受付システムの構成要素

構成要素	内容
店頭受付端末	来店顧客が操作を行う端末 (通帳またはキャッシュカードを挿入し 受付番号券を発行する)
受付管理サーバ	店頭受付端末の管理と番号管理システム、 顧客情報システムとのインタフェースを 行う端末
番号管理システム	受付番号および受付待ち状態を 管理するシステム
顧客情報システム	顧客情報を保有するシステム
テラー端末	ハイカウンタ、相談カウンタにある テラー端末



図2 店頭受付端末（概観図）

を挿入していただくことにより、顧客の用件の把握と顧客認識を行う。この識別情報をもとに顧客情報システムから詳細な顧客情報を入手する。その顧客情報と顧客が入力する来店目的から、対応するカウンタを「ハイカウンタ（単純処理業務用の立ったまま対応する背の高いカウンタ）」か「相談カウンタ（相談業務用の椅子のある背の低いカウンタ）」かのどちらかに振り分ける。また、従来システム同様に受付番号を印刷した受付番号券を発券する。

受付処理フロー

金融機関の営業店に来店した顧客を、本システムにより受付処理する際のフローは以下の通りである。

(1) 顧客による操作

①来店目的の選択（図3）

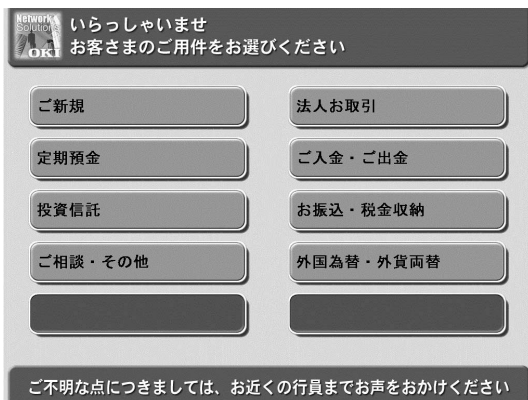


図3 来店目的画面

②通帳またはキャッシュカードの挿入（図4）

この操作により、店頭受付システムは顧客認識を行う。



図4 媒体挿入画面

(2) 店頭受付システムによる受付処理

①受付番号券の発券（図5）

受付番号券の番号は、ハイカウンタ対応、相談カウンタ対応に分けて採番し発券される。

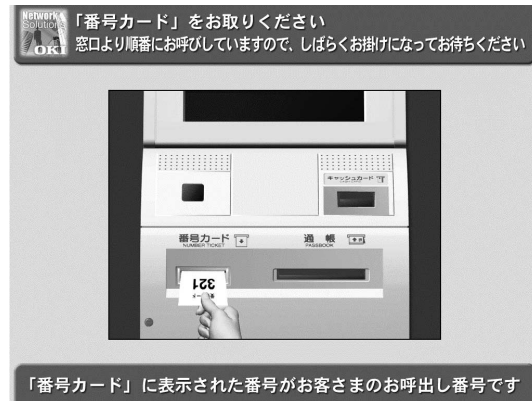


図5 受付番号券発券画面

②顧客情報を記載した「待ち行列」の生成

受付番号、来店目的のほか、顧客氏名、顧客ランク等を記載した待ち行列を生成する。テラーは、この待ち行列を確認し次の顧客への対応内容を準備した上で顧客を呼び出す。

顧客情報システムの活用

本システムの最大のメリットは、テラーが事前に顧客の用件や顧客情報を把握し、顧客が求めるセールス／サービスをスムーズに進めることができる点にある。また、顧客情報に基づいた具体的なセールスメニューをテラー端末に提供することにより、経験の浅いテラーでもベテラン並みのタイムリーで最適なセールス活動を行うことが可能となる。

以下に、顧客情報システムを活用した店頭受付端末の具体例を記す。なお、画面例は前章『受付処理フロー』の(1)~②以降に表示されるものであり、顧客情報システムの情報をもとに顧客氏名やメッセージを表示している。

(1) チャネル連携

顧客が店頭受付端末において受付処理をすると、その情報は受付管理サーバに保管される。顧客をハイカウンタまたは相談カウンタに誘導する際、テラー端末は受付管理サーバの「待ち行列」を表示し、テラーにこれから対応する予定の顧客の氏名・口座番号などの顧客情報を引き継ぐ。この連携により、顧客は店頭受付端末に通帳またはキャッシュカードを一度挿入するだけで、営業店

内のすべてのセールス／サービスを最適な環境で受けることができる。

また、次の具体例に挙げる店頭受付端末から役席端末へのVIP（Very Important Person）来店通知／内線電話転送もチャネル連携の1つである。

(2) 優良顧客への対応（図6）

優良顧客来店の際には、顧客の来店目的が入出金／振込であっても、顧客に有利な商品情報等がある場合は、相談カウンタに誘導することができる。

また、特に大切なVIP顧客来店の際には、役席行員による対応が考えられる。受付処理と同時に、顧客情報システムを通して役席端末にVIP顧客来店を通知すれば、迅速な対応が可能となる。

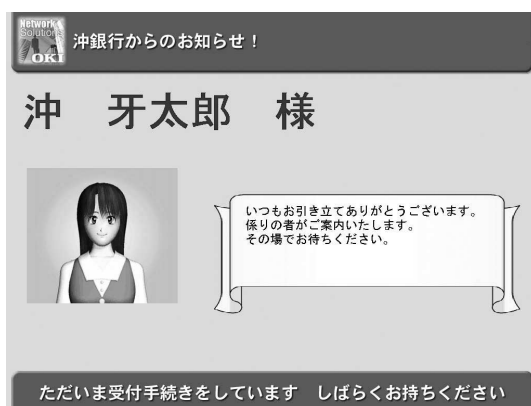


図6 VIPキャンペーン画面

(3) キャンペーン告知

顧客ニーズや取引実績などをもとに、特定顧客に対するキャンペーン告知を行うことができる。金融機関にとっては、他の用件で来店した特定顧客に対するキャンペーン告知により、セールス／サービスの案内が可能となる。また、特定顧客にとっても、キャンペーン告知により商品選択の幅を広げることができる。以下に、キャンペーン実施例を示す。

①投資信託セールスキャンペーン（図7）

窓口で投資信託セールスを行う。そのきっかけづくりとして、来店してすぐにキャンペーン告知をすることにより顧客に商品に対する認識を深めていただき、契約に結びつけるセールスを行う。顧客にとっても「興味はあるが、今まで相談の機会がなかった」商品に接する機会が増えるという効果が期待できる。また、事前告知という方法により、ロビーでの待ち時間中にロビーにあるパンフレットなどで事前に金融商品に触れていただくき

かけにもなる。

②取引10周年キャンペーン（図8）

顧客情報システムの検索機能を活用し「取引を開始してから10年経過の顧客」に対し、景品やポイントを進呈するキャンペーンを行う。顧客にとっては、取引を継続することが楽しみの一つになるものと思われる。

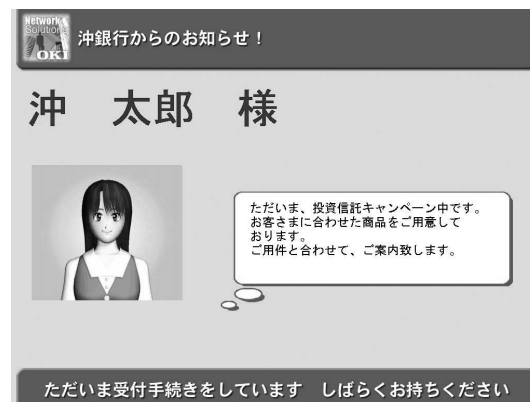


図7 投資信託キャンペーン画面

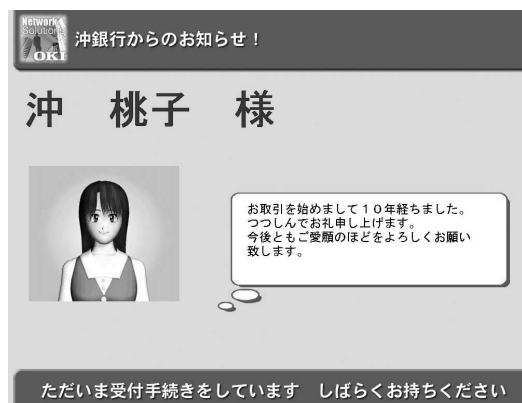


図8 取引10周年キャンペーン画面

(4) 受付番号券による広告

店頭受付端末が発券する受付番号券には、金融商品やその他の広告、天気予報などを印刷することが可能である。また、受付番号券の発券前に顧客情報を把握するため、お客様ごとに「今日の占い」などを印刷することも可能である。

営業店に来店する全顧客がこの受付番号券を手にするため、数多くの顧客へセールス／サービスを呼び掛けられるほか、顧客が興味を持つ内容を印刷することで、受付処理後のロビーでの待ち時間の有効活用が期待される。

その他の活用方法

店頭受付システムは、受付番号の取得・管理、受付番号券の発券、窓口への誘導が本来の機能である。上記の通り、店頭受付端末による顧客確認機能は、店頭運営の高度化のためには大変重要な付加価値機能である。この顧客認識機能を用いた他のサービスの例を以下に示す。

(1) 事前予約対応

本システムは営業店舗内に設置されるため、顧客は来店して初めて受付処理ができる。また、相談カウンタに誘導される場合は、待ち時間が長くなることもあり、先を急ぐ顧客にとっては「イライラする時間」となる。

そのため、顧客にとって時間の有効活用ができないと思われる。そこで、本システムに当社のCTstageを接続することにより、電話による事前予約ができる。

(2) 情報KIOSK端末としての利用

店頭受付端末は窓口業務の受付処理を前提としているため、窓口営業時間以外は使用されないことになる。そこで、時間外には「マーケット情報」や「金融商品の説明」や「時間外営業店舗の案内」など、顧客に役立つ情報の提供ツールとして使うことができる。

今後の取組み¹⁾

今後の金融機関営業店チャンネルに求められる姿は、高度なセールス拠点への変革である。そのためにも、店頭でのセールス・マーケティングと事務手続き処理の効率化をさらに推進させていく必要がある。そのキーワードとして、ペーパーレス化、事務処理判断のシステムサポート化などが挙げられる。

本システムを用いた金融機関営業店では、来店顧客が本システムで受付処理を終えた後、記帳台に行き伝票を記入する手順となっている。今後はその記帳台をさらに高度化し、受付処理と伝票記入をワンストップで行う電子記帳台化を推進する。また、ワークフローシステムと機能連携させることで、シームレスな取引連携を図る。これにより、窓口での機能を軽量化することができ、金融機関が求めている「ローコスト経営、店舗運営の効率化」がさらに促進されるものと考えている。◆◆

参考文献

1) 中田真人, 近藤和洋: 沖テクニカルレビュー185号 “金融機関デリバリーチャンネルシステムの今後の展望—変貌するチャンネルシステムと沖電気の対応—”, Vol.68 No.1, pp.36-41, 2001年1月

筆者紹介

宮田和彦: Kazuhiko Miyata.金融ソリューションカンパニー 金融ソリューション第一本部 ソリューションコンサルティング部