

リテール分野での収益拡大に貢献する 次世代営業店システム

小林 茂 中津 正太郎
山北 治

パソコンや携帯電話によるインターネット利用者は平成18年末で8,754万人、人口普及率では68.5%（総務省「通信利用動向調査」結果）¹⁾に達し、これを活用したさまざまな金融サービスが展開されている。たとえば、パソコンからの投資相談、諸手続きの申込みやペイジー（Pay-easy）による税公金などの支払い、携帯電話からの新規口座開設や電子マネーチャージ等がある。さらに、保険商品の銀行窓口販売全面解禁といった規制緩和により新たな金融商品が次々と開発されている。

一方、消費者保護の観点から金融商品取引法が改正されるなど、コンプライアンス強化に向けた取り組みも重要視されている。

金融機関の利用者はインターネットを通じて各金融機関の具体的なサービス内容について容易に知ることができ、利用したいサービスによって金融機関を選定することも多い。

今後の金融機関においては、個々の顧客にとっての利便性を向上させながら、安心して安全に利用できる金融サービスを実現することが、顧客獲得につながり、リテール分野での収益拡大を実現する。

本稿では、もっとも代表的な顧客利用チャネルである営業店の変革、変革を支えるアーキテクチャについて解説するとともに、代表的なソリューションを紹介する。

リテール金融強化における営業店の変革

金融機関のサービスの変革は、顧客との接点であるチャネルのあり方も変化させていく。顧客との代表的なチャネルである営業店は、業務の主体を事務処理から販売業務へとシフトし、リテール分野での商品販売に注力した金融サービス提供拠点への変革が求められている²⁾。そのため、次の3点を実現する必要がある。

① 一貫性のあるセールス機能強化

チャネル間での顧客情報共有による一貫性のあるセールスの実現

② 事務処理コストの低減

パート化推進、セルフ化推進、事務処理の集中化拡大等による事務処理コストの低減

③ コンプライアンスおよびリスク管理

法制度変更への柔軟な対応

次世代営業店システムアーキテクチャ

この営業店の変革を実現するためのアーキテクチャは、次の4つの要件を満足することが重要である。

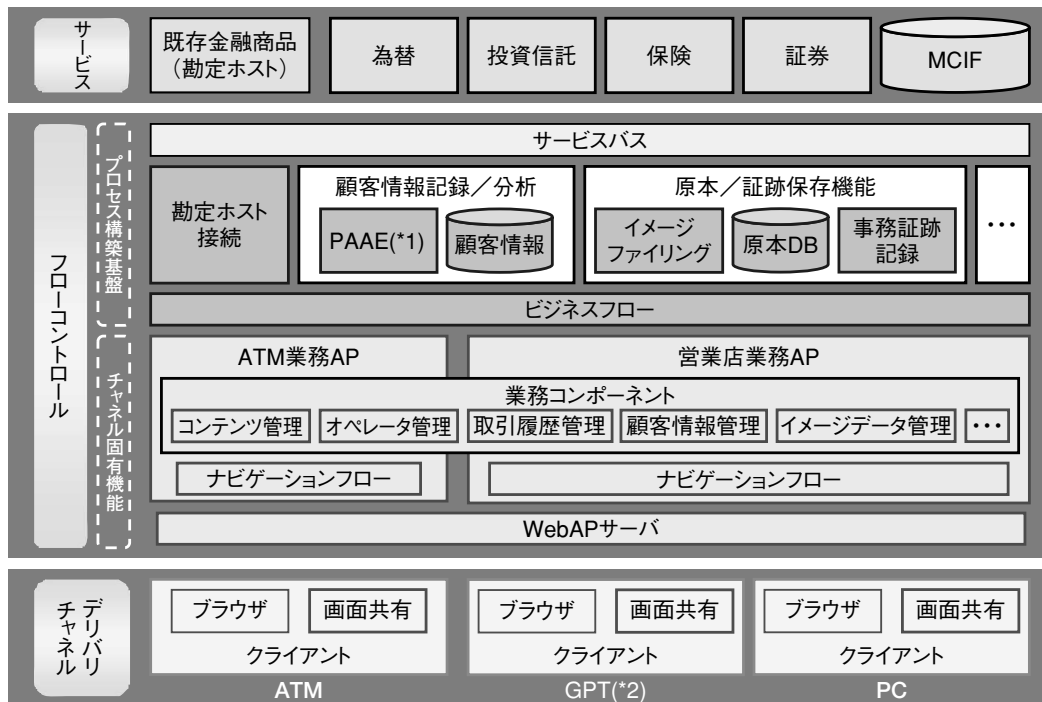
- 外部のサプライヤが提供する金融サービスを柔軟に取り込み自社のサービスとして提供可能であること
- 顧客情報を保有し、各チャネルからの参照・更新が可能であること
- 業務プロセスが各チャネルにまたがって実行可能であること
- 安心・安全の提供ができること、コンプライアンスが強化されること

この考え方に基づいたOKIの考える次世代営業店システムの基本アーキテクチャを図1に示す。この基本アーキテクチャは、「サービス」「フローコントロール」「デリバリチャネル」の3層構造とし、「サービス」により提供される商品を「フローコントロール」で規定したワークフローにより「デリバリチャネル」に届けることを特長としている。

(1) サービス

顧客に提供する金融商品・金融サービスであり、勘定系ホスト、投信・保険・証券といった提携企業（サプライヤ）のシステム、為替やMCIFなどの既存業務システムが該当する。

各サービスはサービスパスを介して接続することにより容易な手順で利用することが可能となる。



(*1) PAAE (Personal Activity Analyze Engine) : 顧客のイベントを検知し、最適なコンテンツを抽出するエンジン
 (*2) GPT (General Purpose Terminal) : 汎用窓口端末

図1 次世代営業店システムの基本アーキテクチャ

(2) フローコントロール

勘定系業務や販売系業務の業務プロセスを制御するものであり、「プロセス構築基盤」と「チャンネル固有機能」からなる。プロセス構築基盤は、複数のチャンネルで顧客情報を共有するためのデータベースを持ち、サービスと連携するためのサービスバスと業務プロセスを定義するビジネスフローからなる。チャンネル固有機能は、デリバリチャンネルに必要な業務コンポーネントと事務規程を定義するナビゲーションフローからなる。

「ビジネスフロー」は商品説明、契約、入金、書類発行といった業務プロセスを規定し、チャンネル間で共有される。商品紹介から成約にいたるまで、顧客が任意のチャンネルからアクセスしても、一貫したサービスが提供可能となる。

「ナビゲーションフロー」はビジネスフローで規定した各タスクの実行手続きを定めたものである。

ビジネスフローとナビゲーションフローで業務プロセスを構築することにより、デリバリチャンネルに依存しないシステムの構築が可能となる。

(3) デリバリチャネル

顧客が金融機関から商品やサービスの提供を受ける力

スタマコンタクトポイントであり、携帯電話やATM、営業店がある。本アーキテクチャにおいて、各チャンネルクライアントはWeb技術に基づいて実装されたThin Client型を基本としており、業務コンポーネント、コンテンツの共有化が可能となる。

これにより、各チャンネルへのサービス提供が短期間で可能となる。

次世代営業店システムにおけるソリューションのラインナップ

(1) 店頭顧客ナビゲーション

店頭顧客ナビゲーションは、顧客の来店理由に合わせて、最適なサービス形態を選択・誘導するソリューションである。携帯電話やパソコンから、事前取引内容を登録しておくとともに来店予約を実施することにより、予約内容に合った最適なサービスが提供できる。図2(次ページ)は店頭顧客ナビゲーションの概要を示したものである。

来店した顧客は、コンシェルジュカウンタにて受付を行う。コンシェルジュカウンタでは顧客の要件に応じて最適なカウンタへ誘導するとともに、受付手続き中に顧

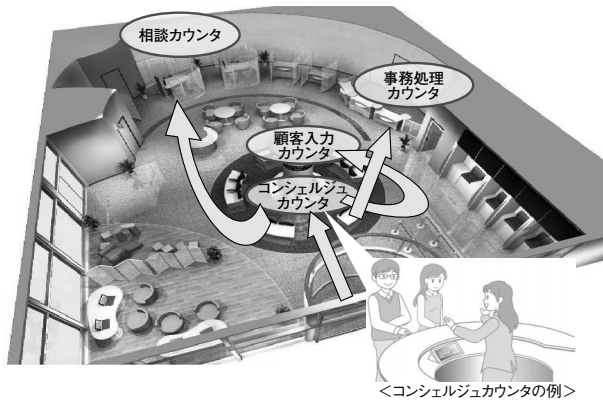


図2 店頭顧客ナビゲーションの概要

客情報や仕掛り中のプロセスを表示することにより、顧客ニーズにあった商品紹介などのセールス活動を実施することも可能である。

(2) 事務ナビゲーション

金融機関では、営業店でのローコストオペレーションを実現するための施策の一環として、パート化を推進している。今後、営業店事務処理スタイル革新の取り組みとして、顧客自身の機器操作にて取引内容を入力することも実施されていく。こういったパート化やセルフ化において事務品質向上を図るのが事務ナビゲーションである。

「誰でも正しく簡単にできる事務の実現」を図るものである。事務ナビゲーションは次の2つの機能から構成される。

- ナビゲーション機能
- 事務確認機能

事務ナビゲーションの概要を図3に示す。

ナビゲーション機能は、事務規程／事務マニュアルに定められている手順や手続きをフロー化することによって事務を誘導するものである。オペレータあるいは顧客が実施すべき手続きや画面が自動的に順番に誘導されるため、不慣れな事務や複雑な事務であっても、間違いなく必要な手続きを遂行することができる。また、一連の事務手続きと、現在の処理状況を画面上に表示できるため、事務手続きの進捗状況を把握しながら事務を進めることができる。

事務確認機能は、事務確認項目やチェック項目をガイダンスやチェックリストとして表示する機能である。たとえば、融資事務における徴収書類をチェックリストとして表示することや、顧客説明が必要な場合に、ガイダンスを画面表示することで、オペレータをサポートする。

ナビゲーション機能および事務確認機能において、ナビゲーションフロー定義やチェックリストなどの開発については、ツールが提供され、可視化可能となる。

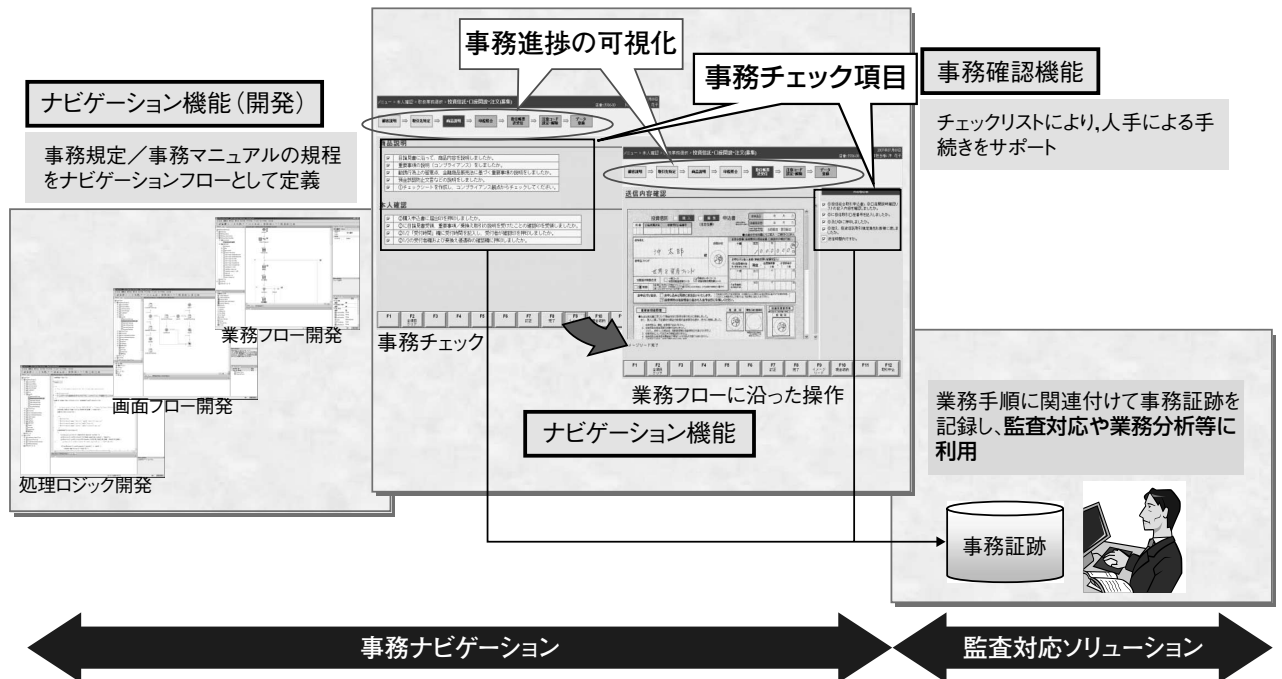


図3 事務ナビゲーションと監査対応ソリューション

(3) 監査対応ソリューション

リテール金融サービスにおける利便性の向上とともに、安心して安全なサービスの提供も求められる。営業店の業務監査は以前より行われているが、2007年2月の金融検査マニュアルの改訂によるリスク管理態勢の強化、2008年3月のパーゼルIIのオペレーショナルリスクの計量化における先進的手法の開始、2009年3月期決算から適用になる金融商品取引法による内部統制強化（日本版SOX）といった法・制度改正の背景を受け、業務プロセスと関連づけて、リスクおよび統制を管理していく必要がある。

監査対応ソリューションは、事務ナビゲーションと連携して、実施した事務手続きを「事務証跡」として記録し、集計・分析する機能を提供する。ナビゲーション機能により事務を実施した手順や、事務確認機能によるチェック履歴を事務フローに関連付けて一元的に記録・管理でき、これにより店舗別・オペレータ別等の事務リスク分析が可能となる。記録された事務証跡は集計・分析機能により、さまざまな角度から集計したり、集計結果の中から指定部分の一覧を表示し、選択した取引の詳細なデータを参照したりすることも可能である。これにより、規程の遵守状況、異例事務や事務違反の検出といった統制状況の管理、リスクの多い事務手続きの改善、あるいは監査への迅速かつ確実な対応が可能となる（表1）。

表1 法律・規制等への対応（例）

法律・規制名	監査対応ソリューションでの対応
金融商品取引法にて定める内部統制（日本版SOX：'06/6制定）	財務に関わるプロセス・タスクに対し、事務証跡により統制状況をモニタリング
パーゼルII（先進的手法の開始：'08/3）	監査証跡に基づいた異例事務件数等の集計によるオペレーショナルリスクの計量
金融検査マニュアル改訂（'07/2公表）	事務証跡によるオペレーショナルリスク観点での金融検査への対応

最後に

今後、顧客利便性の高い金融サービスを提供するためのチャネルを拡大していく中、営業店は顧客との対面によるコンタクトポイントとして重要な位置づけを持ち続ける。

OKIは本稿で説明した営業店システムのアーキテクチャをベースに、金融商品拡販のためのコンタクトチャネル

および事務効率化の両面からシステムの検討を進め、営業店窓口端末システム、販売支援ソリューション、店舗コンサルティング等の営業店の収益向上と顧客満足度向上を実現するためのソリューションを提供していく。



参考文献

- 報道資料：平成18年「通信利用動向調査」の結果、総務省、平成19年5月25日
http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/070525_1.html
- 金融ソリューション特集号、沖テクニカルレビュー191号、Vol.69 No.3、2002年7月

筆者紹介

小林茂：Shigeru Kobayashi. 金融ソリューションカンパニー 金融システム本部 次世代ソリューション開発部
 中津正太郎：Syotaro Nakatsu. 金融ソリューションカンパニー 金融システム本部 金融ソリューションSE第二部
 山北治：Osamu Yamakita. 金融ソリューションカンパニー 金融システム本部 金融ユビキタスサービス開発部