



2020. 10. 30

「デジタル技術を活用した顧客体験の刷新」に向けて ～非対面金融サービスの機能拡充～

静岡銀行（頭取 柴田 久）では、第14次中期経営計画「COLORs ～多彩～」の基本戦略の一つである「イノベーション戦略」の一環として、次世代コンタクトセンターの構築ならびにマーケティングオートメーションの導入を開始しましたので、その概要をご案内します。

1. 運用開始日 10月26日（月）

2. 目的

- 静岡銀行では、第14次中期経営計画「COLORs ～多彩～」の基本戦略の一つとして「イノベーション戦略」を掲げ、非対面チャネルの強化に向けて、デジタル技術を活用した営業推進とお客さまの金融体験の刷新に取り組んでいます。
- ライフスタイルやワークスタイルの変化、さらには、ウィズコロナへの対応など、今後ますます多様化するお客さまのニーズにお応えするため、時間や場所を選ばずに利用可能な非対面金融サービスの機能拡充を図ります。
- これにより、従来、非対面では「ダイレクトサポートセンター」での電話応対に限定されていたお客さまとの接点を、チャットボット、有人チャット、ビデオ通話、Webフォーム受付など、段階的に拡大することで、お客さまの利便性向上に取り組めます。

3. 内容

（1）「次世代コンタクトセンター」の構築

- ・インターネット支店にコンタクトセンターシステムを導入し、応対履歴を蓄積することで、お客さまからの同様の照会に対してスムーズな対応の実現を目指すと同時に、チャットボットによる自動応答を開始します。
- ・今後、デジタル技術を活用した本人確認機能の強化と対象業務の拡大など、お客さまの利便性向上とセキュリティ強化に向けた基盤の整備に取り組めます。

（2）「マーケティングオートメーション」の導入

- ・お客さまの情報や特徴をAIなどのデジタル技術を活用して収集・分析して、お客さま一人ひとりに合った商品・サービスを、最適なタイミングとチャネルで自動的に提案する「マーケティングオートメーション」を導入し、マーケティング機能の強化を図ります。

4. 今後の展開について

- 今後も、営業店舗、モバイルアプリ、次世代コンタクトセンター、マーケティング機能の連携強化を図り、ウィズコロナ時代に求められる金融サービスの提供とお客さまの金融体験の刷新につながる取り組みを順次拡大していく方針です。