

## 金融チャンネルソリューション

# 営業店の変革

## 事務処理の場からセールスの場へ — 統合チャンネルソリューション「FREIA21<sup>+</sup>」

金融・経済のグローバル化やお客さまニーズの多様化などを背景に、ますます激化する競争を勝ち抜くため、多くの金融機関がリテール（個人取り引き）強化に力を入れており、お客さまサービスのさらなる向上、店舗運営コストなどの低減といったことへの関心が高まっています。

なかでもお客さまとの重要な接点となる「営業店」は、商品・サービスの多様化や本人確認の厳格化、チェック体制の強化などから、行員の事務作業量が増えており、いかに効率化して生産性を向上させるか、そして営業店そのものを“事務”から“セールス”の場へとシフトさせられるかが大きなテーマとなっています。お客さまとの接点を拡大するための迅速な出店戦略、店舗運営コストの低減、オムニチャンネルへの対応も含め、日立は統合チャンネルソリューション「FREIA21<sup>+</sup>」により、お客さまの心に響く、より柔軟でサービスレベルの高い営業店システムを提供していきます。



営業店システムとは、銀行や金融機関の窓口で行員が利用する取り引き端末や、一般のお客さまが利用するATMなどを含めたシステムのことです。日立は銀行の本店と支店を結ぶ第一次オンラインが始まった1960年代以降、各オンライン世代に対応した営業店システム、勘定系システム、情報系システムをトータルに構築してきた歴史を持ち、常に業界をリードする技術と業務機能をサポートして

きました。その実績やノウハウをベースに開発されたのが、営業店向け統合チャンネルソリューション「FREIA21<sup>+</sup>」です。

### セールス重視へのシフトを促進

FREIA21<sup>+</sup>は、従来の勘定系処理を中心としたイメージワークフローの活用による事務効率化の推進に加え、金融機関のニーズに合わせた各種機能を組み

合わせることで、事務のお客さまセルフ化/集中化を促進。事務効率の向上やCRM連携によるお客さま情報のタイムリーな活用によって、営業店を「事務処理の場」から「セールスの場」へと変革させることが可能です。

リテール強化が課題となる現在のビジネス環境では、業務プロセスやITシステムの見直しに加え、銀行を利用するお客さまの視点から、サービスやセールス、

店舗空間などの改革も必要となります。そこで日立はITシステムのみならず、店舗デザイン・コンサルテーション・サービスや、BPR(業務改革)調査なども提供し、金融機関の次世代チャネルの構築をトータルに支援していきます。

こうした充実した機能とコンセプトが評価され、すでにFREIA21+は上位地銀をはじめとした26行(2014年9月現在)

の金融機関に採用されています。

### サービス改革を支援するFREIA21+の多彩な機能

FREIA21+が提供している代表的な機能を3つの視点で紹介します。

#### 1. 事務効率化

高精度の帳票認識/文字認識技術

で伝票取り引きを効率化する「イメージ処理機能」、営業店の事務負担を効率よく削減できる「センター集中化」、取り引きジャーナルやオペレーター統計情報などを分析する「金融向け統計・分析ソリューション」などがあります。

#### 2. お客さま満足の向上

お客さま負担の大きい伝票記入を極力排除し、行員がお客さまと話しなが

ら必要項目を代わって入力。その手順漏れや入力ミスを抑止するナビゲーション機能を備えた「対話型カウンター」を提供します。また、入出金・振り込みなどの簡易取り引きをお客さま自身で容易・スピーディに行える「セルフ端末」、誰もが直感的に操作できるタブレット端末を使った「電子記帳台」なども順次拡張していきます。これにより、お客さまの伝票記入負担や待ち時間を大幅に軽減するとともに、行員もスキル的高低に関わらず入力ミスを最小化できる、安定的かつ効率的な事務処理を行うことが可能となります。

#### 3. セールス強化

「CRM連携」によりお客さまの特性をいち早くつかんだ事務対応で行員のセールス意識を活性化させます。さらに今後、ATMやインターネットバンキングの利用時に、お客さまの属性に応じたセールス情報や、毎月決まった金額の引き出し、振り込みがワンタッチで行える専用ボタンを表示する「パーソナライズサービス」なども提供していきます。

へのスピーディな新規出店、業務を特化して人員・コストを削減した「軽量店舗」にも対応します。利用者操作型のセルフカウンターやタブレット端末、高性能なATMを活用することで、金融機関の迅速な店舗展開を促進し、ビジネスチャンスを逃さない顧客接点の拡大と店舗の低コスト運営の両立を図ることが可能となります。

さらに、日立ならではの付加価値ソリューションとして高い評価を得ているのが「BPR施策」です。営業店改革の本質課題の理解と整理に向けた業務プロセス調査を行い、ステークホルダー全員で理想像の見える化を図るものです。ここでは、要件定義以前の“超上流”工程に、システム開発プロセスの改革を推進する新手法「Exアプローチ」を適用したシステム刷新を実現していきます。

また、お客さまへのサービスを考慮し、店舗の現状とあるべき姿のギャップ分析、店舗ゾーニングと動線計画、マルチチャネル・デリバリー訴求を推進するためのレイアウト、ブランディングなどをトータルに担う「店舗デザイン・コンサルテーション・サービス」も提供。日立の長年にわたる金融機関のシステム構築と運用実績、デザイン本部の店舗空間デザインのノウハウの活用で、行員とお客さまが快適にコミュニケーションできる、お客さま本位

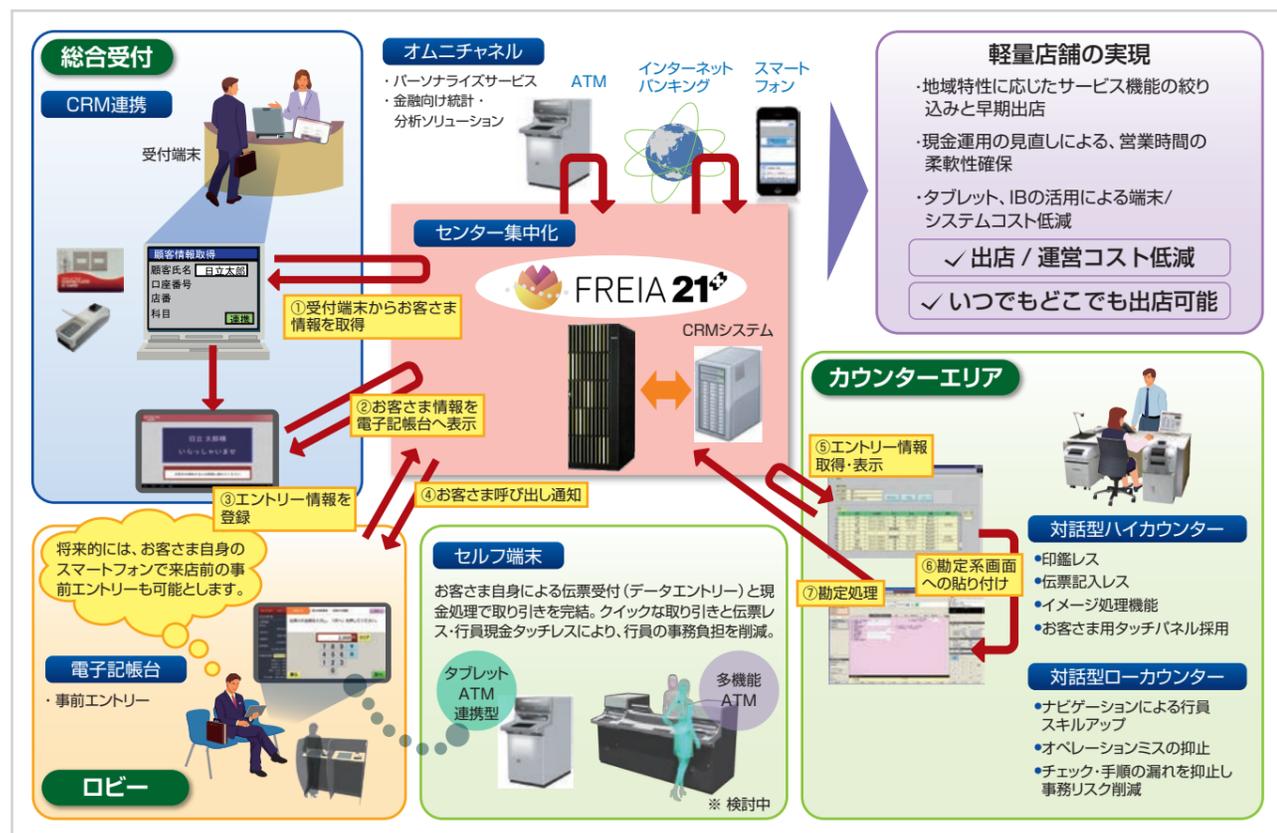
の営業店構築を支援します。

### オムニチャネルによる新たな価値提供

銀行の利用者ニーズは今後、簡易な取り引きは、より簡潔・迅速に、相談業務などの取り引きは、わかりやすく丁寧な説明と質の高いサービスを求めるといった二極化傾向が一層強まっていくと考えられます。そのため商品・サービスの購入意思決定にあたっては、営業店を主軸とした対面チャネルの重要度が一段と増していくでしょう。

そこでFREIA21+では、ATMやインターネットバンキングといった非対面チャネルにおいて利用者自身のセルフ取り引きによって完結できる領域を充実させる一方、営業店や渉外員の対面チャネルについては、各種情報系サブシステムとの連携や、タブレット、スマートフォンなどの活用により、機動力とサービス力のさらなる強化を図っていきます。

そして、これら非対面/対面チャネルをシームレスに連携させたオムニチャネル環境を確立させ、お客さまが適切な金融サービスを楽しむことができるサービス価値を提供し、“選ばれる金融機関”のチャネル戦略を強力にサポートしていきます。これからのFREIA21+の進化に、どうぞご期待ください。



### 「軽量店舗」によるスピーディな新規出店でビジネスチャンスを拡大

FREIA21+は、リテール業務競争が拡大する中で、新興住宅地やショッピングモールなど多くの集客の見込める地域

#### お問い合わせ先

(株)日立製作所 金融システム営業統括本部 事業企画本部  
http://www.hitachi.co.jp/finance-inq/

情報提供サイト  
http://www.hitachi.co.jp/FREIA/