

株式会社 肥後銀行

LINE WORKS活用で肥後銀行DX計画を推進。法人・個人のお客様のLINEとのセキュアで緊密なやり取りで信頼感が向上し、営業成績アップに役立っています。



デジタルマーケティング部 デジタルマーケティング推進室 寝占 祐太さん (左)
デジタルマーケティング部 デジタルマーケティング推進室 西村 まりなさん (中)
本店営業部ブロック 本店営業ブロック部 (ブロック統括店) 個人営業グループ 兼 法人営業室 渉外係 宮本 光さん (右)



目的・効果

電話・メールの削減 | 従業員間の連絡
LINEとの連絡 | スマートフォン活用
業務自動化・Bot | コンプライアンス・セキュリティ

主な活用機能



トーク Bot

独自のDX計画を策定するなどデジタル戦略の推進に注力する株式会社 肥後銀行は、営業部門にLINE WORKSを導入。法人・個人のお客様のLINEと外部トーク連携でセキュアにつながることで、情報をタイムリーにやり取りできる体制を構築しました。その結果、ハウスメーカーの営業担当者との連携プレーが深まり、住宅ローンの成約数を拡大。個人のお客様とは、より身近な関係を築くことに役立っています。

御行の特長をご紹介ください。

寝占 (ねじめ) さん:

1925年に肥後協同銀行として設立され、1928年に商号を肥後銀行に改めた当行は「お客様第一主義」に徹し、100年近くにわたって豊かな地域社会の実現に貢献してきました。2015年には鹿児島銀行と経営統合して「九州フィナンシャルグループ」を設立し、新たな地域密着型のビジネスモデルを創出しています。近年はデジタル戦略にも注力し、非対面チャネルの拡充やMA (マーケティングオートメーション) の活用などを推進。当行自らがDXをさらに進展させるとともに、蓄積したDXのノウハウを地域社会へ還元する目的から2021年7月に「肥後銀行DX計画」を策定、デジタルテクノロジーによるさまざまなビジネスモデルの転換を目指しています。

西村さん:

地域活性化に向けたデジタル化の取り組みの一例に、当行が普及を促進しているチャージ式電子決済カード「くまモンのICカード」があります。現在は県内のバス・市電と商業加盟店 (約2,500店舗) でご利用いただけます。将来的には熊本県で広く使われる地域マネーとしての役割を担うことができたらと考えています。

以前はどのような課題を抱えていましたか。

寝占さん:

さまざまな銀行業務のデジタル化を進める中で、営業社員による法人や個人のお客様との連絡は、依然として電話、FAX、メール、SMSで行われていました。スムーズな営業活動には情報をリアルタイムに伝達・共有できる環境が必須であることから、お客様との連絡手段としてのコミュニケーションツールの導入を検討するようになりました。



宮本さん：

多彩な住宅ローン商品をラインアップする当行は、ハウスメーカーから多くのお客様をご紹介いただいています。私はハウスメーカーの営業担当者とやり取りをする機会が多いのですが、電話はお互いの業務を中断させますし、メールやSMSはすぐに見られない場合が少なくありません。住宅の購入を希望されるお客様にできるだけ早く審査を済ませてローンを組んでいただきたいと望む営業担当者の中には、当行との連絡に時間がかかることを不満に感じている人もいたようでした。そうした状況を改善するには、私どもが電話やメールに替わってスピーディにコミュニケーションを図れるツールを利用することが不可欠だと、以前から思っていました。



西村さん：

連絡手段が電話やメールでは、そこから営業社員の活動データを収集して分析することも容易ではありません。そうした観点からも最新のコミュニケーションツールが導入されるべきだと考えました。



課題解決のためにLINE WORKSを選定された理由と、運用開始までの経緯を教えてください。

寝占さん：

最近、当行の営業担当者とLINEでやり取りすることを希望されるお客様が増えておりました。そこで注目したのが、外部トーク連携で社外のLINE WORKSやLINEと安全につながることができ、トークログの監査といった管理機能も備えているLINE WORKSでした。

導入決定後、スマホを貸与している各営業店の営業社員全員にアカウントを発行してアプリをインストール。トークで口座の残高といったお客様のお取引内容に関する情報を送信したり、機微情報に触れたりしないルールを定めて運用を開始しました。セキュリティリスクに配慮して社給スマホはもともとカメラ機能を使えないようにしていましたが、

それに加えて画像やファイルの送信と、ファイルのダウンロードや印刷ができないように設定。当初はお客様から送られてくるファイルも受信できない設定にしていたのですが、それでは業務に支障が生じてしまうので、現在は閲覧だけ可能にしています。

LINE WORKSの具体的な活用シーンと導入効果をお聞かせください。

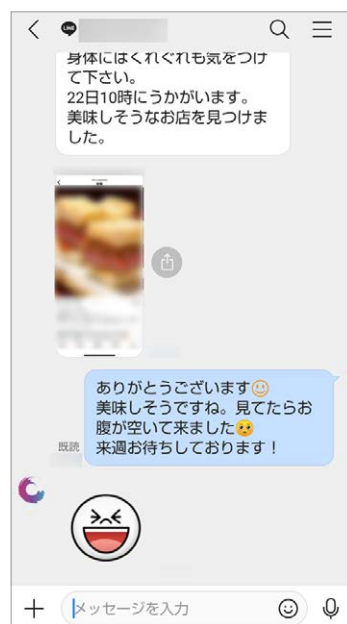
宮本さん：

LINE WORKSが導入されることになったときは、「これでやっとお客様との連絡が円滑になる」とうれしく思いました。その期待どおり、ハウスメーカーの営業担当者のLINEと外部トーク連携でつながり、電話、FAX、メール、SMSがトークに置き換わったことで、**コミュニケーション速度が飛躍的にアップ**。細かな確認や打ち合わせがスピーディになった結果、**お客様の紹介から審査を完了するまでの時間が大幅に短縮**されました。そのことで**当行に対する信頼感が増し**、住宅ローンをご利用になりたいお客様を、**レスポンスの早い私どもへ優先的に紹介**してくれるようになったハウスメーカーもあるほどです。

私は住宅ローン以外の個人のお客様への融資なども担当しており、社用携帯の番号をお伝えするときにLINEとのやり取りもできる旨をお伝えして、希望される方に友だち登録をしていただいています。「**電話やメールよりも気軽に相談しやすい**」と仰るお客様が多く、これからも積極的にお客様のLINEと連携したいと思っています。

西村さん：

個人のお客様との間で事務的な連絡をするだけでなく、直近の株価や経済指標を示しながらより効果的な資金運用をアドバイスするといった使い方をしている営業社員も見受けられます。やり取りが弾み、ご自身の趣味にまつわる写真をお送りになるといった方もおられ、トークは**お客様との距離感を縮めるためのツール**としても機能しているように感じます。

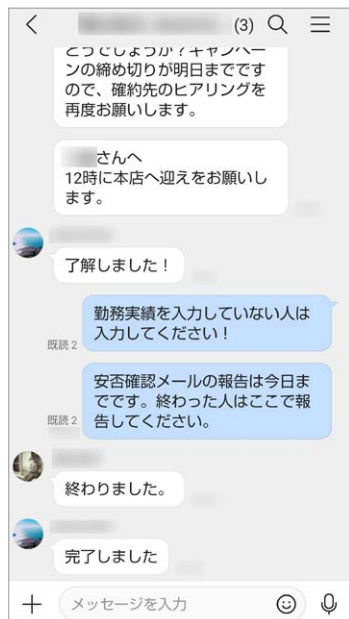


個人のお客様のLINEとつながることで距離感が縮まり、相談やアドバイスの機会創出につながっている

寝占さん：

各営業店の部署ごとに任意でグループを作成し、「今から帰社します」といった連絡事項を共有している事例もあるようです。LINE WORKS

はあくまでも法人や個人のお客様とのコミュニケーションツールとして導入したのですが、社員間のそうした情報共有に活用されることももちろん歓迎しています。

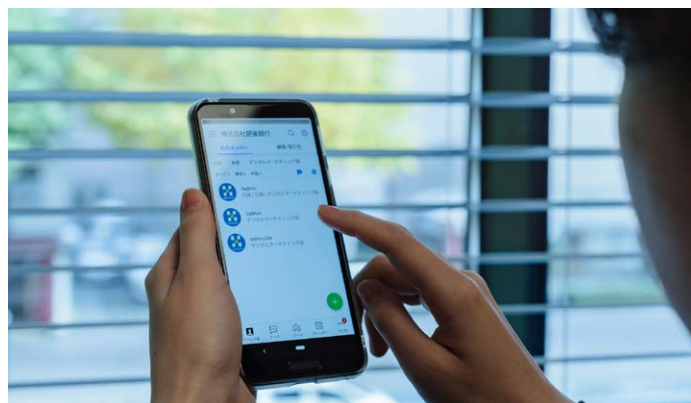


社内のグループも活用され、部署内のコミュニケーションが加速

LINE WORKSの利用状況をAPI連携で把握する試みもなされているそうですね。

寝占さん：

デジタルマーケティング部では、行内のシステムとLINE WORKSをAPI連携させ、日々のトーク件数や友だち登録数の推移などを自動集計しています。集積したデータをさまざまな角度から分析することで、LINE WORKSのよりよい活用をサポートできるのではないかと考えています。



また、LINE WORKSの標準機能である指定したキーワードをトークログから検出する「モニタリング」とは別に、当行が自社開発したAIツールを用いて、**コンプライアンス上の問題がありそうな文例を自然言語処理で検知して管理者に通知**する仕組みも構築しました。例えば「申し訳ございません」といった謝罪の言葉が頻繁に発せられていたとしたら、何らかのトラブルがあったと推測されます。まだ実証実験の段階ですが、こうした取り組みは問題の早期発見やリスク対策に有効となるとともに、社員を守るための手段にもなるはずで、逆にお客様との関係を良好にすることにつながった文例も検出できるので、将来的にはこの仕組みを、成功事例を導き出すためにも活用したいと思っています。

LINE WORKSの活用を、今後どのように発展させたいとお考えですか。

西村さん：

LINE WORKSの利用頻度は営業社員によって差が見られるので、注目すべき事例を集めて周知するなどして、さらなる有効活用を促進していきたいです。本部による施策が営業店にどう受け止められているかなど、現場サイドの社員の声を集めたりするのにアンケート機能を使ってみたいとも思っています。

寝占さん：

当行はデジタル戦略の一環として、お客様の取引状況や趣味・嗜好などをAIで分析しての「One to Oneマーケティング」を実践しようとしています。個々のお客様のニーズをしっかりと踏まえた上で、LINEとのやりとりによる営業活動も強化したいと考えています。



※掲載している内容、所属やお役職は取材を実施した2021年11月当時のものです。

提供元

WORKS MOBILE

ワークスマイルジャパン株式会社
東京都渋谷区神宮前 1-5-8 神宮前タワービルディング 11階
line.worksmobile.com



販売パートナー