

金融ビッグバンに向けた新情報システム構想

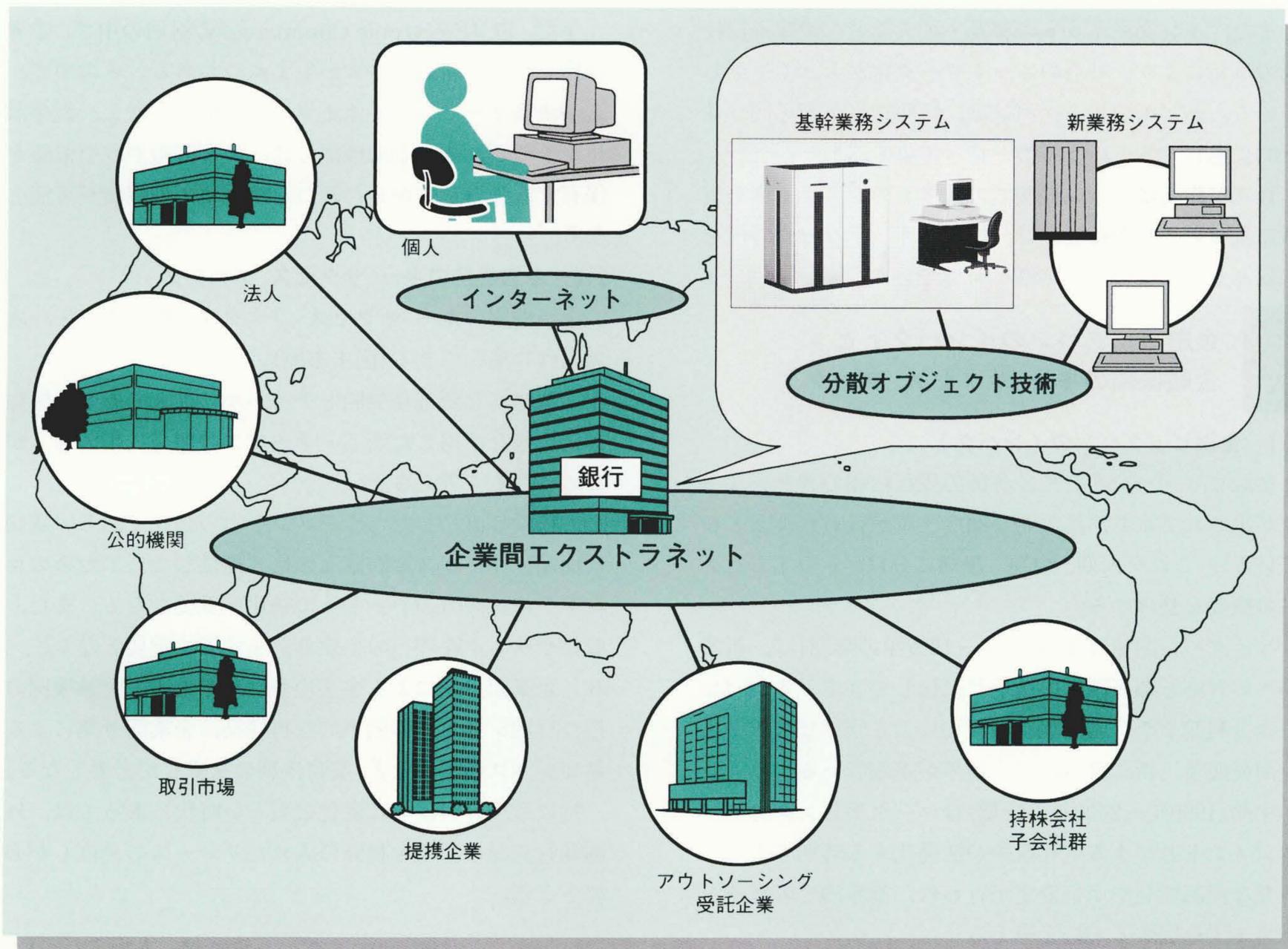
New Business System Concept for Financial "Big Bang"

渡部 芳邦 *Yoshikuni Watanabe*

山田 啓一 *Keiichi Yamada*

水野 康彦 *Yasuhiko Mizuno*

井上 進一朗 *Shin'ichirô Inoue*



銀行を中心とした将来のネットワークシステム像

金融ビッグバンや情報通信技術革新により、個人・法人との新たなチャネル構築、企業間ネットワークを活用した企業間分業体制など、新たなビジネススタイルが生まれる。

金融ビッグバン(大改革)の進展により、金融システムが大きく変革しようとしている。各金融機関は、戦略的な業務展開と事業の効率化を目指していくことになる。これに伴い、情報システムも新たな枠組みが必要となる。顧客サービス強化に向けたサービスチャネルの拡充や、新業務への低コストかつ迅速な取り込み、経営の効率化を推進するためのデータの統合と活用基盤の整備、企業間分業体制に向けた業務処理基盤の確立といった対応が必要となる。

日立製作所は、次世代をにらんだ情報システムに求め

られるコンセプトに基づいて金融機関向けのソリューション開発を推進し、きたるべき金融ビッグバンに対応していく考えである。具体的には、(1) サービスチャネルの拡充に対応するネットワーク バンキング システム、(2) 有力ベンダとの提携による新業務対応パッケージ群、(3) 経営力強化に対応したマーケティング、リスク・収益管理とデータ管理基盤、(4) 企業間分業や新旧システムのシームレス化に対応するための分散オブジェクトを活用した次世代業務処理基盤を提案する。

1 はじめに

今、金融ビッグバンを迎え、金融機関を取り巻く環境が大きく変化しようとしている。この金融自由化はその対象範囲が広く、かつ短期間に大幅な規制緩和を行うことが特徴である。

また、インターネットの普及・拡大など、情報通信技術の革新により、社会のネットワーク化が大きく進展している。わが国のビッグバンは、情報技術革新と同時並行的に進行するという特徴を持っている。

日立製作所は、金融機関での数多くのシステム構築実績に基づいて、各種製品群、特に、ネットワーク時代を先取りした基盤製品の整備に努めている。

2 金融ビッグバンのインパクトと金融機関のキーサクセスファクタ

2.1 金融ビッグバンのインパクト

金融ビッグバンとして、各種の規制緩和のスケジュールが出されており、具体的な制度改革が行われようとしている¹⁾。これを前期、中期、後期に分け、そのインパクトの概要を整理する。

ビッグバン開始直後(1997年～1998年の時期)は、新業務への対応と顧客確保の競争が激化してきている。また、預金金利競争や、店舗規制の緩和によるサービスチャネル開発競争、新業務への対応競争が進んでいる。

中期(1999年～2000年の時期)はマーケティング力・マネジメント力による生存競争が活発化する時期である。活発な商品開発や価格設定が行われ、業界内での競争がますます進展するものと考ええる。

後期(2001年以降)は規制緩和がほぼ完了し、グローバルコンペティションの時代を迎える。独自の強みを生かした自由な価格設定や、商品運用による競争時代に移行するとともに、他業界との企業間分業による効率的事業展開が促進されるものと考ええる。

2.2 ネットワーク化進展のインパクト

パソコンの低価格化や、インターネットの普及など、ネットワーク化が大きく進展しようとしている。このネットワーク化の進展も、銀行経営に影響を与える²⁾。

利用者は、ネットワークを介することによってみずからのニーズに合致した商品へのアクセスが容易となるため、金融機関や金融商品を選別する傾向が強まる。これは同時に、利用者から見れば、時間的・空間的な制約を越え、24時間365日のサービスを享受することが可能とな

ることを意味する。

金融機関にとっては、顧客の取引情報などを分析し、その顧客固有のサービスを提供する、いわゆる「One-to-One(ワン トゥ ワン)マーケティング」が可能となる。このようなネットワーク利用顧客を対象とした業務体制の構築や、事務処理体制の見直しが必要となる。

また、EC(Electronic Commerce)の進展の中で、業界の枠を越えた新ビジネスが生まれつつある。その中で、電子決済サービスなど他業界の参入機会も増え、競争激化が予想される。金融機関では、顧客情報や取引情報を保有する強みを生かした新たなサービスの創出が可能となる。

2.3 金融機関のキーサクセスファクタ

金融機関のキーサクセスファクタを整理すると、次の三つに集約できる(図1参照)。

- (1) 戦略的な新業務展開とチャネルの拡大である。情報通信技術を活用した商品・サービスの開発技術の導入が必須になると考える。
- (2) 経営に直結したマネジメント力の強化である。適切な商品・サービスを的確な価格で提供していくためのマーケティング力のいっそうの強化が重要となる。また、収益やリスク管理への取組みがますます重要となる。
- (3) 企業間分業による事業の合理化である。金融機関の持つ行内システムの効率的な再構築、企業間分業による新ビジネスの創出など、業務体制の見直しが必要となる。

特に、今日のように変化の激しい時代にあっては、外部経営資源の活用を視野に入れたリソースの見直しが必要となる。

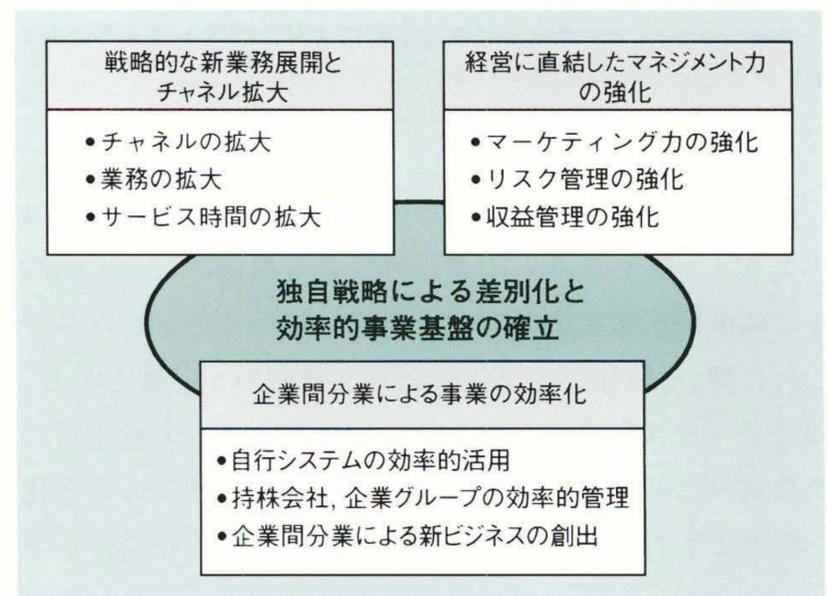


図1 金融機関のキーサクセスファクタ

変化の激しい時代にあっては、独自戦略による差別化と、変化に柔軟に対応できる効率的な事業基盤の確立が必須である。

3 新情報システム構想

3.1 全体構想

まず、チャネル拡大と新業務への早期参入のためには、徹底したデファクトスタンダード化とパッケージソフトウェアの積極的活用が必要となる。

次に、経営と直結したマネジメント力の強化のためには、効率的な大規模データ処理基盤として、統合マーケティングシステム、総合収益・リスク管理システム、大規模データ処理システムの導入が必要となる。

さらに、企業間分業による事業効率化には、新・旧システムの融合によるシステム再構築とアウトソーシングサービスの活用が重要となる。

こうした要件を踏まえ、日立製作所は、システム事業とサービスプロバイダ事業、それを支えるプロダクツ事業の3本の柱を明確に打ち出し、ベストソリューションを提案するための事業を進めている。

3.2 戦略的新業務展開とチャネル拡大

3.2.1 ネットワークバンキングによるチャネルの拡大

日立製作所は、インターネット上の標準決済手段としてSECE(Secure Electronic Commerce Environment)の開発に参画し、国際標準化を進めている。また、その手順を利用した日本認証サービス株式会社を、富士通株式会社、日本電気株式会社ほかと共同で1997年10月に設立し、サービスを開始した。

また日立製作所は、こうした各種メディアを統合的に活用し、顧客の使い勝手を向上するとともに、マーケテ

ィングデータの収集をいっそう高度なものにする「統合ネットワークバンキングシステム・ソリューション」を提案する(図2参照)。

現在、都市銀行、地方銀行などの各行とのトライアルを進めている。このトライアルにより、日立製作所が考えるインターネットバンキングの仕組みのデファクトスタンダード化を図るとともに、ここで培ったノウハウを基に、より良い商用システムを提供する考えである。

3.2.2 パッケージ活用による新規業務の早期立ち上げ

今後、ビッグバン進展に伴う新業務への参入に際し、パッケージソフトウェアの積極的活用による短期構築と先進業務ノウハウの吸収が効果的である。

日立製作所は、長年にわたる金融システムパッケージの提供実績をベースに、信頼性の高いパッケージを体系的に品ぞろえしている。今後も、相互参入や業務自由化の時期に対応し、有力シンクタンク、海外先進金融機関、ソフトウェアベンダなどとのアライアンスによるパッケージ化を中心に新業務ソリューションの充実を図っていく。

3.3 経営に直結したマネジメント力の強化

3.3.1 顧客別マーケティング力の強化

競争の激化に伴い、マス層顧客セールスの徹底したローコスト化が不可欠となる。また、新しいデリバリチャネルを積極的に活用した「One-to-Oneマーケティング」の導入が重要となる。

日立製作所は、前に述べた統合ネットワークバンキングシステムとも連携した「統合マーケティングシステム・ソリューション」を提案していく。

統合マーケティングシステムは、適正な情報提供を通じて顧客の満足度を高めることを目的とし、渉外員による訪問セールス支援機能や、営業員が効率よく活動するためのヘルプデスク、バックオフィス支援機能などで構成する。

3.3.2 リスク・収益管理の強化

リスク・収益管理の徹底によって経営基盤を確立し、時々刻々と変化するリスク・収益を定量的にとらえ、分析、情報化することで、高度かつ機動的な意思決定を促進するとともに、各収益部門の成果と責任を明確にしていくことが重要となる。

日立製作所は、収益管理機能、各種リスク管理機能、予算編成統制機能などを統合し、総合的に経営活動を支援する「総合収益リスク管理システム・ソリューション」を提案し、金融環境の激的な変化に迅速に適応する強固な経営基盤の確立に貢献する。

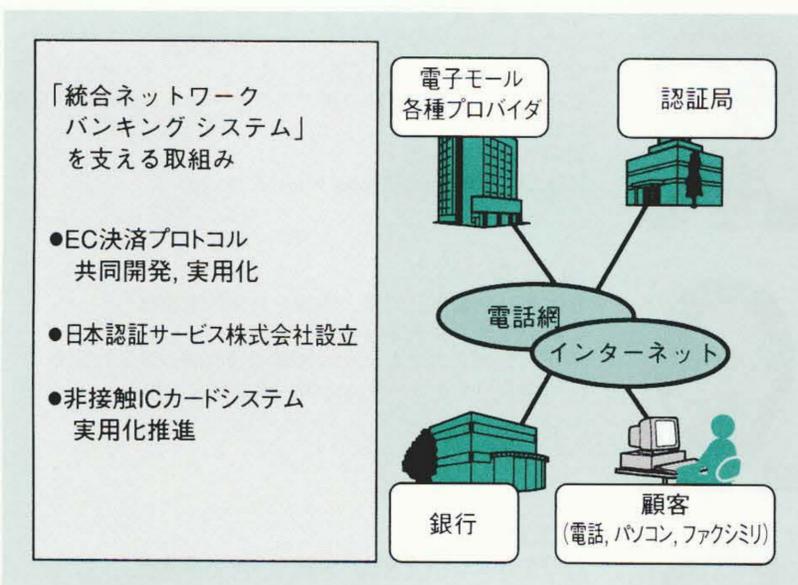


図2 統合ネットワークバンキングシステム・ソリューション

電話、ファクシミリ、パソコンなどの複数の営業チャネルの統合管理による高度ネットワークバンキングが実現する。

3.3.3 大規模データ処理基盤

高度なマーケティング、マネジメントには、大規模データ処理が必須となる。日立製作所は、大規模データを効率よく処理する基盤技術として、「データウェアハウス・ソリューション」を提案する(図3参照)。

また、大量データの高度処理を最も得意とする、世界最高速クラス、高信頼なエンタープライズサーバや、各種アプリケーションを効率よくドライブする「オープンシステムサーバ/PC」など、大規模データ処理基盤をトータルに提案していく。

3.4 企業間分業による事業効率化

3.4.1 分散オブジェクトの活用による

効率的事業基盤の確立

現行システムと新システムとを効率的に融合し、また、スピーディーな新システムの開発を実現する最新技術が、「分散オブジェクト技術」と呼ばれるものである。

日立製作所は、この分散オブジェクト技術を利用したソリューション“Network Objectplaza(ネットワークオブジェクトプラザ)”を積極的に開発、提案していく。

これにより、新業務を効率よく追加していくとともに、現行システムの徹底活用を可能とし、効率的なシステム再構築を実現する。

3.4.2 企業間分業のパラダイム

企業間分業のパラダイムでは、非本業や不得意分野を、他社との提携や子会社化などで一体化した、効率的ビジネス体制を確立しなければならない。

日立製作所は、「日立企業間ビジネスメディアサービス“TWX-21”」を商品化した。TWX-21は、ネットワー

クをサービスするだけでなく、キャッシュ マネジメント サービスなどを、アプリケーションとして実行するソリューションサービスである。

これにより、企業グループ、持株会社、子会社、提携企業などとの迅速なビジネス活動、さらには、重要顧客への密着サービスなどを、高度な連動によって実現する。

4 おわりに

ここでは、金融ビッグバンに対応するための、技術情報を活用したソリューションと、これに対する日立製作所の取組みについて述べた。

金融ビッグバンはグローバルスタンダード化を促進し、世界水準でのシステム化対応が必須の要件である。日立製作所は、急速に進展していく金融ビッグバンへの対応を支援するために、将来の世界を見据えたトータルソリューションプロバイダとして国内外の英知を結集し、タイムリーな商品、サービスの提案に今後とも積極的に取り組んでいく考えである。

参考文献ほか

- 1) www.mof.go.jp
- 2) 山下、外：エレクトロニックコマースの展開と新たな銀行システム、日立評論、79、5、437~440(平9-5)

執筆者紹介



渡部 芳邦

1978年日立製作所入社、情報システム事業部 金融第一システム部 所属
現在、金融機関の情報システムの研究開発に従事
技術士(情報工学分野)
E-mail: y-wata@system.hitachi.co.jp



水野 康彦

1977年日立製作所入社、システム開発本部 ビジネス計画第一部 所属
現在、公共・金融分野の新アプリケーションの企画・開発に従事
情報処理学会会員
E-mail: y-mizuno@iabs.hitachi.co.jp



山田 啓一

1982年日立製作所入社、情報システム事業部 金融システム技術部 所属
現在、金融システム全般の商品開発計画の策定に従事
E-mail: keyamada@system.hitachi.co.jp



井上 進一郎

1987年日立製作所入社、情報システム事業部 金融第二システム部 所属
現在、インターネットバンキングシステムの研究開発に従事
E-mail: s-inoue@system.hitachi.co.jp

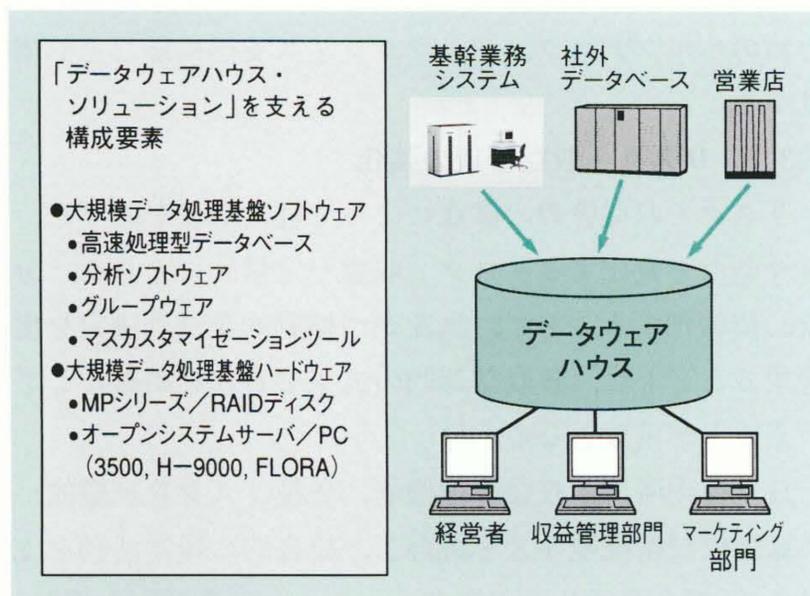


図3 「データウェアハウス・ソリューション」の構成
高度なマーケティング、マネジメントを行うには、大規模データ処理基盤の確立が必須となる。