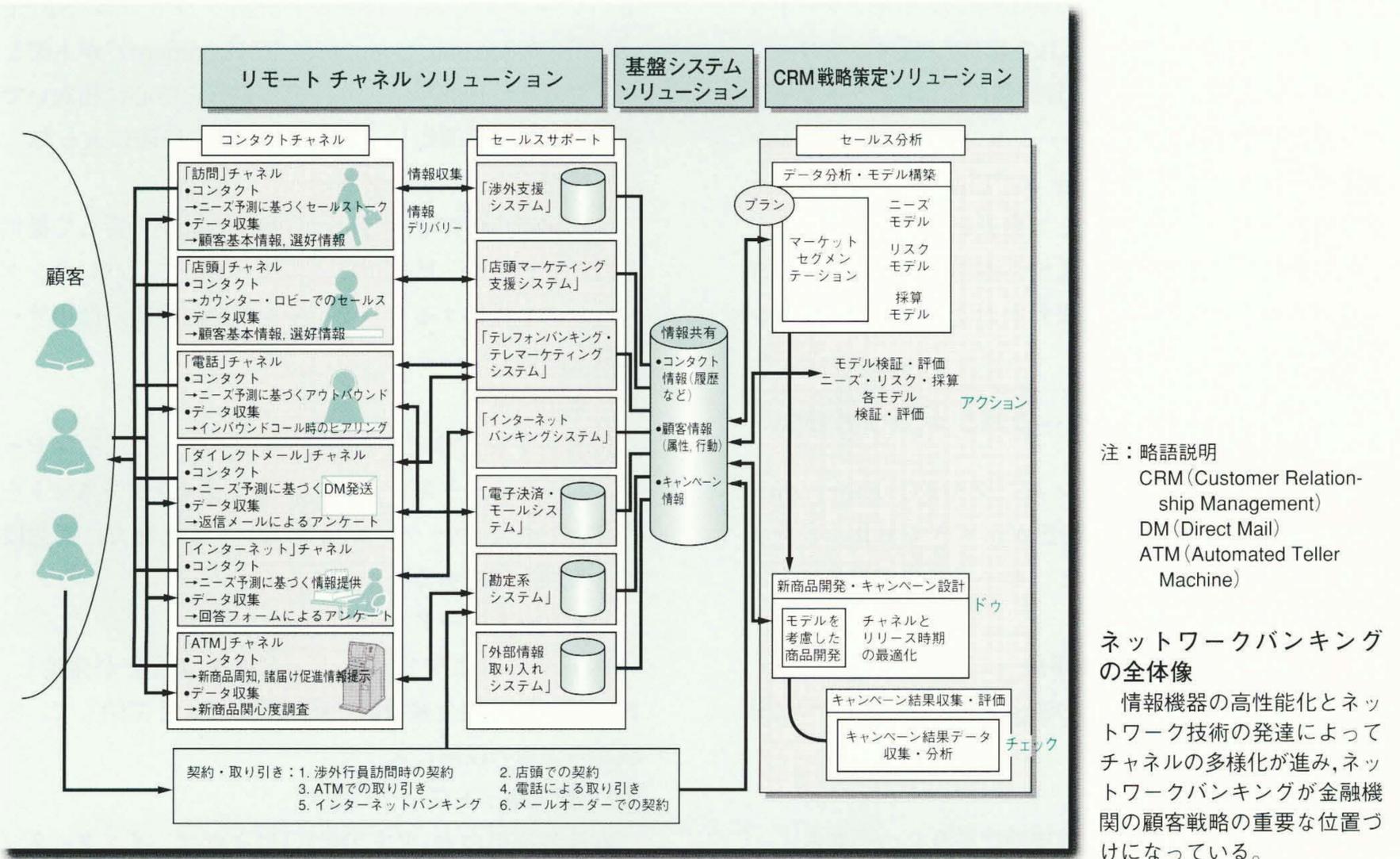


リテール戦略を支えるネットワーク バンキング システムの動向

Trends of Network Banking for Supporting Retail Strategies

山本 二雄 Tsugio Yamamoto
宮川 佳也 Yoshiya Miyagawa

井上 進一朗 Shin'ichirô Inoue
杉山 精一 Kiyokazu Sugiyama



わが国の金融システムを取り巻く環境は、金融自由化の進展、利用者のニーズの多様化と高度化、金融技術と情報技術の革新など、新しい変革の時代を迎えている。

こうした状況下で、金融機関は、顧客との関係とビジネスプロセスを見直す中で、ネットワークチャンネル強化戦略を打ち出し、顧客のライフスタイルとニーズに即応が可能な情報システムの構築に注力している。

日立製作所は、この強化戦略を支援することを目的として、金融ビッグバンソリューション“Solutionmax for Finance”の提案を開始した。

“Solutionmax for Finance”では、システム基盤ソリューションである「Hub & Spoke^{*1)}システム構築サービス」や「データウェアハウス構築サービス」などの基盤技術を背景に、きたるべきネットワーク社会を支える電話やインターネットなどを「チャンネル」と位置づけ、金融機関のリテール戦略^{*2)}を包括的にサポートする、「リモート チャンネル ソリューション」を展開している。これにより、インターネットバンキングやテレフォンバンキングなどのネットワーク戦略を強力に支援していく。

1 はじめに

現在、金融の分野では、金融ビッグバンに代表される規制緩和の進展によって競争が一段と激しさを増しており、各金融機関は、顧客に受け入れられる、特徴ある商品と戦略を求めている。ネットワーク技術の進展に伴う

顧客チャンネルの拡大には、日立Hub & Spokeシステムを活用することにより、CRM(Customer Relationship Management)との連携も可能であり、このシステムは、金融機関にとって顧客獲得戦略の重要な位置づけになっているものと考えられる。

さらに、顧客のチャンネルの多様化により、経営戦略上も、

※1) Hub & Spoke：複数のシステムを、Hubを中心として接続し、連携させるシステムアーキテクチャを示す技術用語である。

※2) リテール戦略：金融機関の小口顧客向け営業戦略

営業店コストの低減といったメリットが考えられることから、チャネルの多様化が急速な広がりを見せている。代表的なものとして、テレフォンバンキングやインターネットバンキングなどがあり、これを総称して「ネットワークバンキング」と呼んでいる。日立製作所は、ネットワークバンキングに対応するソリューションを「金融ビッグバンソリューション“Solutionmax for Finance”」のリモートチャネルソリューションとして発表し、提案している。

ここでは、今後ますます重要性が増してくるネットワークバンキングの現状と将来動向およびソリューションの特徴について述べる。

2 わが国のネットワークバンキングの動向

近年、ネットワークバンキングやEC(Electronic Commerce)関連で種々の構想が出てきており、多種多様な実証実験が行われるなど、サービスの実用化に向けた動きが活発である。

2.1 ネットワーク上の決済手段

わが国のネットワーク上の決済手段は、次の五つに分類できる(表1参照)。

(1) テレフォンバンキング

すでに実用化され、各金融機関に普及しつつある。

(2) インターネットバンキング

クレジット決済と銀行口座決済がある。クレジット決済は、セキュア決済プロトコル“SET(Secure Electronic

Transaction)”(Japan Payment Optionを含む。)ですすでに商用サービスとして実用化されている。インターネットバンキングでは、セキュア決済プロトコル“SECE(Secure Electronic Commerce Environment)”が主流となっており、1998年に入り、都市銀行を中心に相次いで商用サービスを開始し、実験から実用の段階に入った。

(3) 携帯電話バンキング

NTT移動通信網株式会社が1999年2月から新しく提供した「iモードサービス」の1メニューとして、バンキングサービスを提供するもので、多くの金融機関が商用サービスを開始している。

(4) 電子マネー

ICカードを媒体とした「ビザキャッシュ」、「モンデックス」、「スーパーキャッシュ」、およびインターネットを媒体とした「e-キャッシュ」がある。しかしまだ、構想段階、実験段階である。

(5) デビットカード

1998年に日本デビットカード推進協議会が発足し、1999年1月から8金融機関で商用サービスを開始して、実験から実用の段階に入った。

2.2 個人ネットワークの拡大

郵政省通信白書(平成10年版)によれば、インターネットの利用者数は1997年で1,155万人に達し、利用世帯数は287万世帯で、世帯普及率は6.4%となっている。また、2005年には、利用者数が4,136万人に達し、利用世帯数

表1 ネットワークでの決済手段の動向

EC関連を中心としたネットワーク決済手段を示す。

分類	媒体	プロダクト名	特徴	個人間決済	
				個人間決済	匿名性
テレフォンバンキング	一般電話	「テレフォンバンキング」	電話による 残高照会・資金移動など	不可	なし
インターネットバンキング	インターネット	クレジット決済“SET”	インターネット上での クレジット支払い	不可	なし
		インターネットバンキング “SECE”	インターネット上での 銀行口座デビット支払い	不可	なし
携帯電話バンキング	携帯電話	NTT移動通信網株式会社 「モバイルバンキング」	携帯電話を利用した 残高照会・資金移動など	不可	なし
電子マネー	ICカード	VISA・インターナショナル社 「ビザキャッシュ」	汎用プリペイドカード	不可	なし (取引履歴)
		マスターカード インターナショナル社 「モンデックス」	「バリュー」を保有する 電子キャッシュ	可 (連続譲渡も可)	あり
		スーパーキャッシュ協議会 「スーパーキャッシュ」	NTT電子現金を使用した 電子キャッシュ	不可	なし
	インターネット	デジキャッシュ社 「e-キャッシュ」	センター集中型の ソフトウェアマネー	可 (連続譲渡も可)	あり
デビットカード	キャッシュカード	「デビットカードサービス」	キャッシュカードによる オンラインショッピング	不可	なし

が1,929万世帯で、世帯普及率は41.8%と、わが国の半数近い世帯でインターネットが導入されると予測している。

携帯電話の契約数は、1998年で3,890万契約(郵政省統計資料)に達し、そのうちNTT移動通信網株式会社の携帯・自動車電話契約数は、1998年8月に2,000万件を突破している。

地上波放送テレビでもアナログ放送からデジタル化が進められ、2000年にデジタル放送試験の開始が、2003年から本放送の開始がそれぞれ予定されており、テレビを情報機器として活用する時代が到来しようとしている。

今後、個人顧客のネットワークは飛躍的に拡大する。ネットワークバンキングは、金融機関として取り組むべき重要課題の一つとなっている。

3 ネットワークバンキングに対する日立製作所の取組み

金融ビッグバンソリューション“Solutionmax for Finance”のリモートチャネルソリューションでは、銀行・証券・保険業界に対応した、インターネットと電話による商品販売ができるソリューションを提案または計画中である。

すでに、テレフォンバンキング・インターネットバンキングは、商品として提案中である。

ネットワークバンキングの具体例について以下に述べる。

3.1 インターネットバンキングソリューションと携帯電話バンキングソリューション

日立製作所は、1997年7月から1998年12月までの間、地方銀行15行、第二地方銀行協会加盟地方銀行10行で

それぞれインターネットバンキングの実証実験を実施した。この実証実験を通じて得た豊富なノウハウを基に、インターネットバンキング・携帯電話バンキングに対応し、プログラムプロダクトをベースにした、以下のソリューションサービス商品を提供している。

(1) 日立インターネットバンキング共同センタサービス
短期間に少ない投資でインターネットバンキングを実現するため、日立インターネットバンキング共同センタサービスを提案している(図1参照)。

このサービスでは、従来の共同センタ形式によるアウトソーシングとは異なり、各金融機関ごとに業務取り引きの選択や画面表示項目、運用スケジュールなどを独自に設定し、24時間サービスの運用も可能としている。

業務取り引きでは、資金移動、残高照会、取引明細照会などの基本取り引きだけでなく、定期預金の預け入れ、新規、解約、照会や自動積み立て定期預金、住所変更届など幅広い取り引きで提供機能を選択することができる(図2参照)。

また、各金融機関で商用サービスの際に問題となるのが、顧客からの問い合わせ窓口である。インターネットバンキングの操作面だけでなく、パソコンに関する専門知識を要求される問い合わせが多く、各金融機関での対応要員の確保が課題となっている。

日立製作所は、ヘルプデスクサービスも行っており、各金融機関のインターネットバンキングの実現を総合的に支援する。

(2) 携帯電話バンキングサービス
携帯電話バンキングサービスでは、NTT移動通信網株

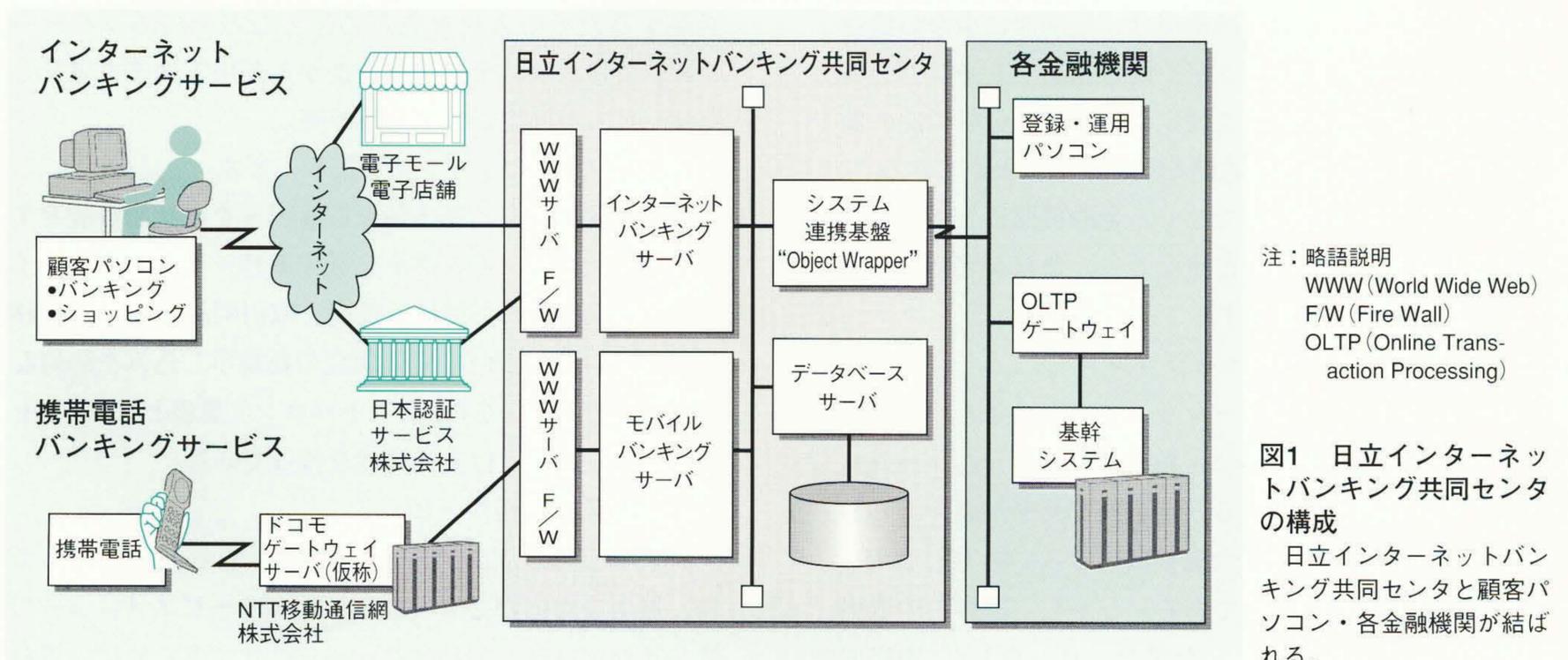


図1 日立インターネットバンキング共同センタの構成
日立インターネットバンキング共同センタと顧客パソコン・各金融機関が結ばれる。

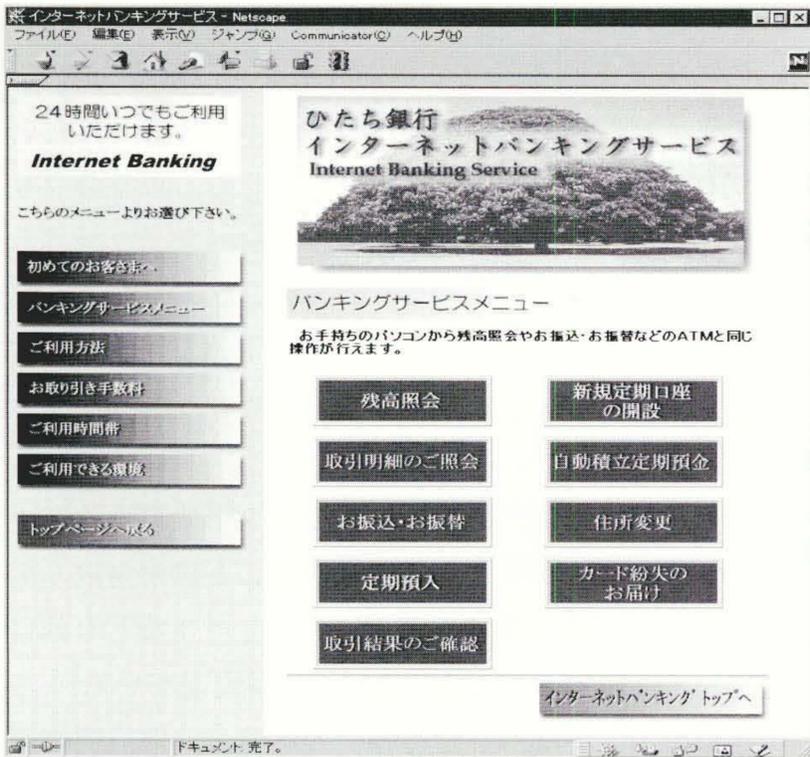


図2 日立インターネットバンキング共同センターの提供機能
日立インターネットバンキング共同センターのサービスとサポート機能についてのホームページの例を示す。

株式会社「iモードサービス」に対応するソリューションを提供する。携帯電話バンキングサービスでは、インターネットバンキング共同センターサービスのシステム基盤を活用し、金融機関からは契約者の登録や基幹システムとの接続など同一の方式で利用することが可能である(図1参照)。

業務取り引きでは、残高照会だけでなく資金移動取引も実現し、24時間サービスを提供できる。

また、ヘルプデスクについても、インターネットバンキングと同じ窓口で対応し、エンドユーザーに対するサービスを支援する。

(3) 活用メリット

日立インターネットバンキング共同センターサービスを活用することにより、金融機関は、短期間に少ない投資でインターネットバンキングや携帯電話バンキングを実現できるだけでなく、個別設定により、各金融機関の個性を打ち出したチャンネル戦略を展開することができる。

また、システム面だけでなく、金融機関にとって新しい業務となる認証などの業務面でも、豊富な実績をベースにしたノウハウを享受することができる。

3.2 コールセンターソリューション

コールセンターソリューションでは、電話というネットワークチャンネルを中心に、顧客とのコミュニケーションシステム基盤を提供する。電話は普及率が高く、基盤整備コストも低いので、金融機関にとって魅力的なネットワークチャンネルの一つである。しかし、顧客との取引関係維持・拡大を前提とした場合、バンキング(勘定取

表2 コールセンターソリューションのサービス

テレフォンバンキング支援サービス、相談業務支援サービス、およびシステム運用支援サービスで構成する。

ソリューションサービス名称	ソリューションサービス概要	
テレフォンバンキング支援サービス	勘定取り引き支援	勘定系システムとの接続支援など
	インバウンド支援	特に有人(オペレータ)対応での勘定系取引業務設計支援など
	アウトバウンド支援	単発的なものから、顧客ライフサイクルに観点を置いたキャンペーンの企画・実行支援
	本人認証支援	無人および有人(オペレータ)対応での本人確認手段の設計支援
相談業務支援サービス	資産運用相談支援	金融商品プランニング、ライフプラン、ローンプランシミュレーションなど
	税金相談支援	相続額試算、相続税対策シミュレーション、自社株試算、自社株対策シミュレーション、不動産売却にかかる税額試算など
	不動産投資相談支援	不動産投資シミュレーションなど
システム運用支援サービス	運用支援	テレフォンバンキング用サービス別スクリプト作成支援、PR・広告物作成支援、利用拡大キャンペーン設計支援など
	人材育成支援	テレフォンバンキング業務とシステム操作法の練習、オペレータへの疑似訓練スキル習得の確認など

り引き)機能の充実だけでは十分ではない。顧客ニーズを把握し、顧客との親密度を向上させ、複数のネットワークチャンネルでの折衝履歴を顧客単位に一元管理する仕組みが必要である。ここでは有人(オペレータ)対応が主になるため、営業店の渉外行員と同じく、営業最前線で活躍するための人材育成が必須となる。このソリューションでは、システム構築支援から運用支援まで包括したサービスが可能である(表2参照)。

(1) テレフォンバンキング支援サービス

銀行業務のうち、基本的な取り引きを電話で可能とするテレフォンバンキングを支援するサービスである。インバウンド業務としては、残高・取引明細照会、資金移動(振り込み・振替)、定期預金の新規申し込みや解約などが可能である。また、アウトバウンド業務として、キャンペーン設計と実行支援機能を持っている。

(2) 相談業務支援サービス

特に高度な商品・サービスを期待する顧客に対しては、適切な対応が必要となる。このサービスメニューでは、インバウンド業務メニューを強化するために、資産

運用や借り入れなどの各種相談業務を標準化し、有人(オペレータ)対応要員を高度ファイナンシャルプランナーへ養成する仕組みを提供する。

(3) システム運用支援サービス

コールセンタでは有人(オペレータ)対応が必須となっており、そのスキルの維持が重要である。このサービスメニューでは、システム操作の基礎教育から擬似訓練による高度コミュニケーション力の修得まで、システムとして運用する際に必要な仕組みを提供する。

3.3 モール決済ソリューション

インターネット上で電子決済が可能なモールでは、多くの場合、決済が可能な金融機関が限定されており、決済手段の選択の幅が限られていた。これは、SETやSECEといった規格を決済金融機関・製品提供ベンダーの枠組みを越えて相互運用をするには、さらに細かい実装方法の規定が必要であったからである。

消費者やモール運営者にとっては、決済が可能な金融機関が限定されたり、決済方式(銀行決済、クレジット決済など)が限定されることは望ましくない。このようなニーズにこたえるため、以下のアプローチにより、消費者・モール運営者にとって使いやすいシステムを提案している。

(1) 標準化の推進

日立製作所は、これまでSECE研究会の主要メンバーとして参画している。さらに、より実践的なアプローチとして、都市銀行3行共同プロジェクトや地方銀行インターネット共同センターなどのプロジェクトを推進して

きた。これらの成果を踏まえて、モール運営者に対して、より多くの決済金融機関との接続が可能となるソリューションを提案している。

(2) 複数の決済方式に対する対応

モールでは、銀行決済とクレジット会社決済の両方の決済方式をサポートする必要がある。また、“Pin-Base Debit”がSETのプロトコルとして正式に認定されるなど、今後の新しい決済方式にも追随する必要がある。

決済システム構築ソリューションでは、日立製作所の製品であるペイメントアダプタを利用することにより、モール運営者が必要な決済方式を選択できるようにしている。

4 ネットワークバンキングの将来

4.1 チャンネル展開

今後のネットワークバンキングは、ネットワーク技術の進展と、情報機器の高度化、小型化により、急速に広がっていくことが予想される。

このような背景を前提に、今後のネットワークバンキング、証券、保険業界の状況に対応するため、一步先を行く新サービスを展開する(図3参照)。

インターネットバンキング・携帯電話バンキングについては、ブラウザバンキングを活用した職域バンキングのサポートやサービスメニューの拡大を進めていく考えである。さらに、付加価値をいっそう高めるために、ショッピングモールとの提携も推進し、ショッピングの銀行決済を実現する計画である。

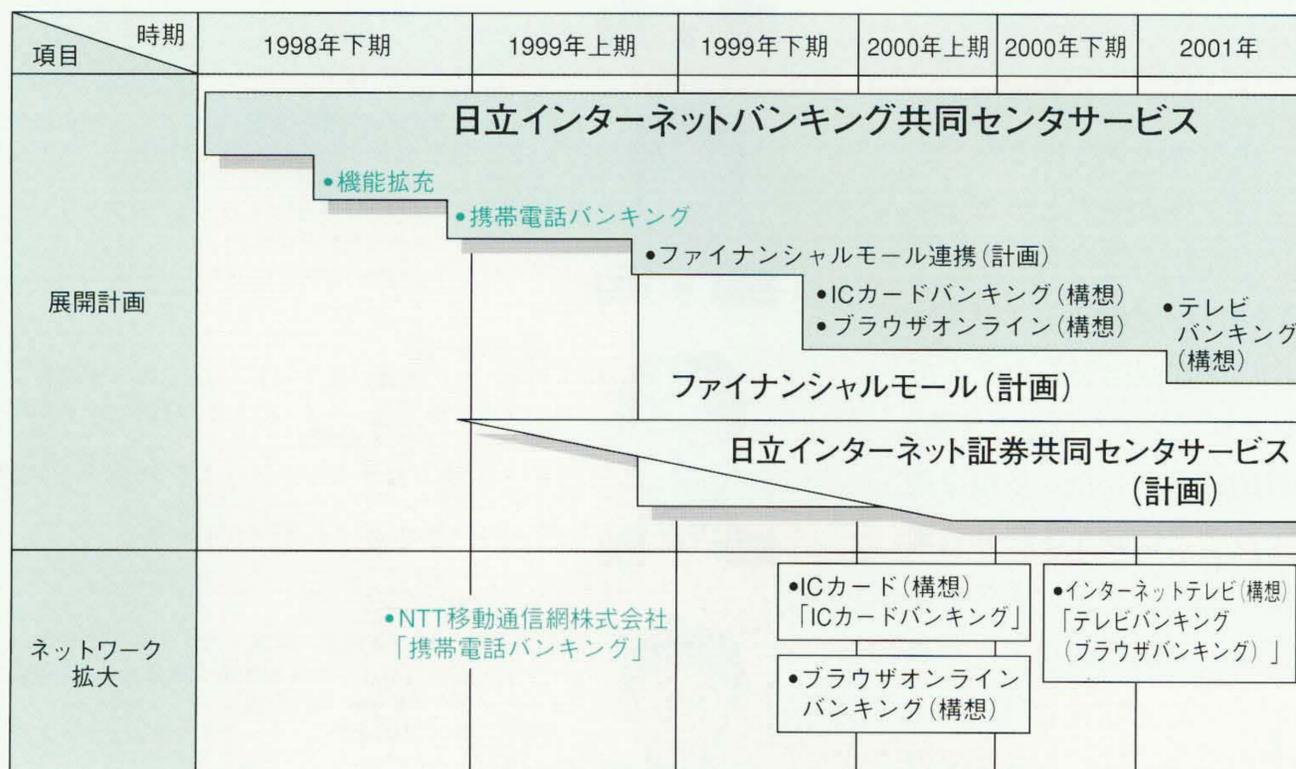


図3 日立製作所のネットワークバンキングの展開計画
種々のチャンネルやメディアを意識した将来展開を計画している。

また、情報機器面での対応も必要であり、ICカードサポート、テレビをはじめとする家庭内電子機器の情報デジタル化に伴うサービスの提案も考えている。

インターネットを使用した、証券や保険の商品売買についても、現在、製品化を検討している。

4.2 マーケティングマネジメント展開

ネットワークバンキングでは、顧客ニーズに応じた営業時間、場所、機会を提供できる営業エリアの拡大への挑戦を目標としている。しかし、取引機会と量の拡大が、金融機関の収益確保を保証するものではない。例えば、ネットワークバンキングでは、残高照会だけの取り引きはコストがかかる一方であり、収益に貢献しない。このような課題をどう解決するか、金融機関として顧客維持マーケティング活動を実施するかどうかの判断が問われることになる。

この課題を解決するために、金融ビッグバンソリューション“Solutionmax for Finance”のリモートチャンネルソリューションとCRM戦略策定ソリューションを組み合わせたシステムの構築を提案する。顧客単位に、取り引きごとの収益、マーケティング活動コストおよび信用リスク見合いのコストを把握し、業務純益ベースでの採算状況を評価することにより、ネットワークバンキングとしてローコストオペレーションを支援する。

これにより、顧客指向の営業戦略を展開する一方で、安定的な収益基盤を確保しながら、顧客コミュニケーションシステムの整備の実現を可能とする。

4.3 決済センター

決済手段が多様化する中で、決済センターは以下のような役割を担っていると考えられる。

(1) 多様化する決済手段に対して、統合された決済チャンネルを提供する。具体的には、磁気カードとICカードの両メディアの利用が可能なクレジットカードとデビットカード共用端末のサポートなどである。

(2) 金融機関をまたがった決済を行うためのクリアリング機能を提供する。これにより、店舗が直接契約を結んでいない金融機関のカードでのショッピングを可能とする。

実際には、決済センターの目的に合わせた、多様な機能を必要とする。また、決済手段ごとに異なる暗号処理を効率よく実施するなどの考慮も必要となり、システム構築には、業務ノウハウだけでなく、技術的なノウハウも必要となる。

これらの決済センター構築にあたっては、これまでのSI(System Integration)ベンダーとしての参画だけでな

く、電子決済システム開発センターをはじめとするバックアップ体制により、ビジネススキームの共同検討を含めたソリューションを提案することができる。

5 おわりに

ここでは、日立製作所が提案する金融ビッグバンソリューション“Solutionmax for Finance”のリモートチャンネルソリューションの中から、ネットワークバンキングを支えるソリューションを中心に述べた。

ネットワークバンキングの位置づけは、今後ますます重要になってくると予想される。身近な家電製品が情報機器となり、いつでも、どこでもバンキングができる時代が近づいている。証券や保険についても、ネットワークを利用した商品の販売は盛んになってくると考える。

今後も、時代のニーズを先取りしたリモートチャンネルソリューションの開発により、金融機関の顧客戦略、経営戦略を支援していく考えである。

参考文献

- 1) 財団法人日本情報処理開発協会：情報化白書1998
- 2) 郵政省：平成10年度通信白書
- 3) 日立総合計画研究所：電子マネーとオープンネットワーク社会(1996-10)
- 4) 日経BP社：デジタルマネーのすべて(1997)

執筆者紹介



山本 二雄

1978年日立製作所入社、情報・通信グループ 情報システム事業本部 情報システム事業部 金融第一システム本部 銀行第二システム部 所属
現在、金融機関向けシステム基盤技術の企画・提案に従事
E-mail: tgyamamo@system.hitachi.co.jp



宮川 佳也

1987年日立製作所入社、情報・通信グループ 情報システム事業本部 情報システム事業部 金融第一システム本部 銀行第一システム部 所属
現在、インターネットをはじめとした決済ソリューションの提案・システム構築に従事
E-mail: miyagawa@system.hitachi.co.jp



井上 進一郎

1987年日立製作所入社、情報・通信グループ 情報システム事業本部 情報システム事業部 金融第一システム本部 銀行第二システム部 所属
現在、インターネットバンキング関連ビジネスの企画・提案に従事
E-mail: s-inoue@system.hitachi.co.jp



杉山 精一

1988年日立製作所入社、情報・通信グループ 情報システム事業本部 情報システム事業部 金融ビッグバン推進本部 オープンソリューション部 所属
現在、ネットワークバンキング系ソリューションの提案に従事
E-mail: kisugiya@system.hitachi.co.jp