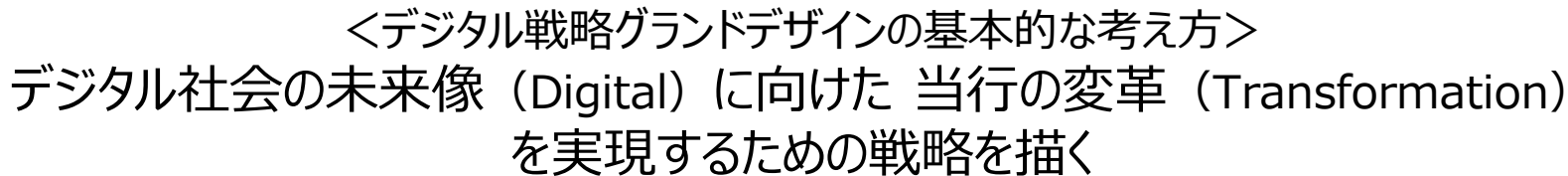


鹿児島銀行デジタル戦略

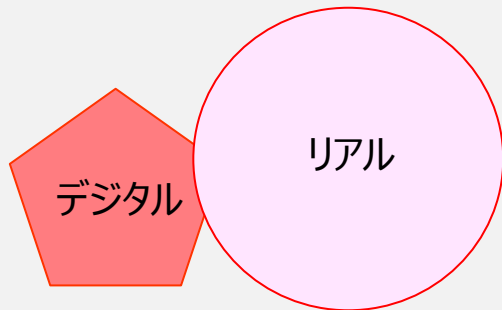
株式会社鹿児島銀行
2022年4月

 鹿児島銀行
Kagoshima Bank



2. デジタル社会の未来像① ～デジタルの役割

これまで

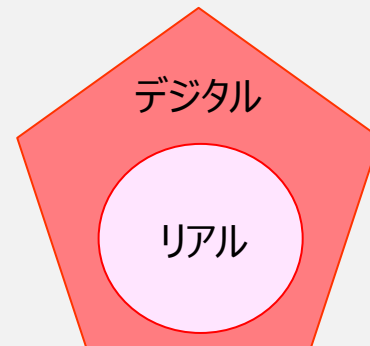


デジタル リアルの補完

リアル メイン

- ✓ リアル社会での対面接点が主体
- ✓ デジタルは「非対面チャネル」として対面の補完をするもの
- ✓ リアル戦略とデジタル戦略は別もの

これから (デジタル時代)



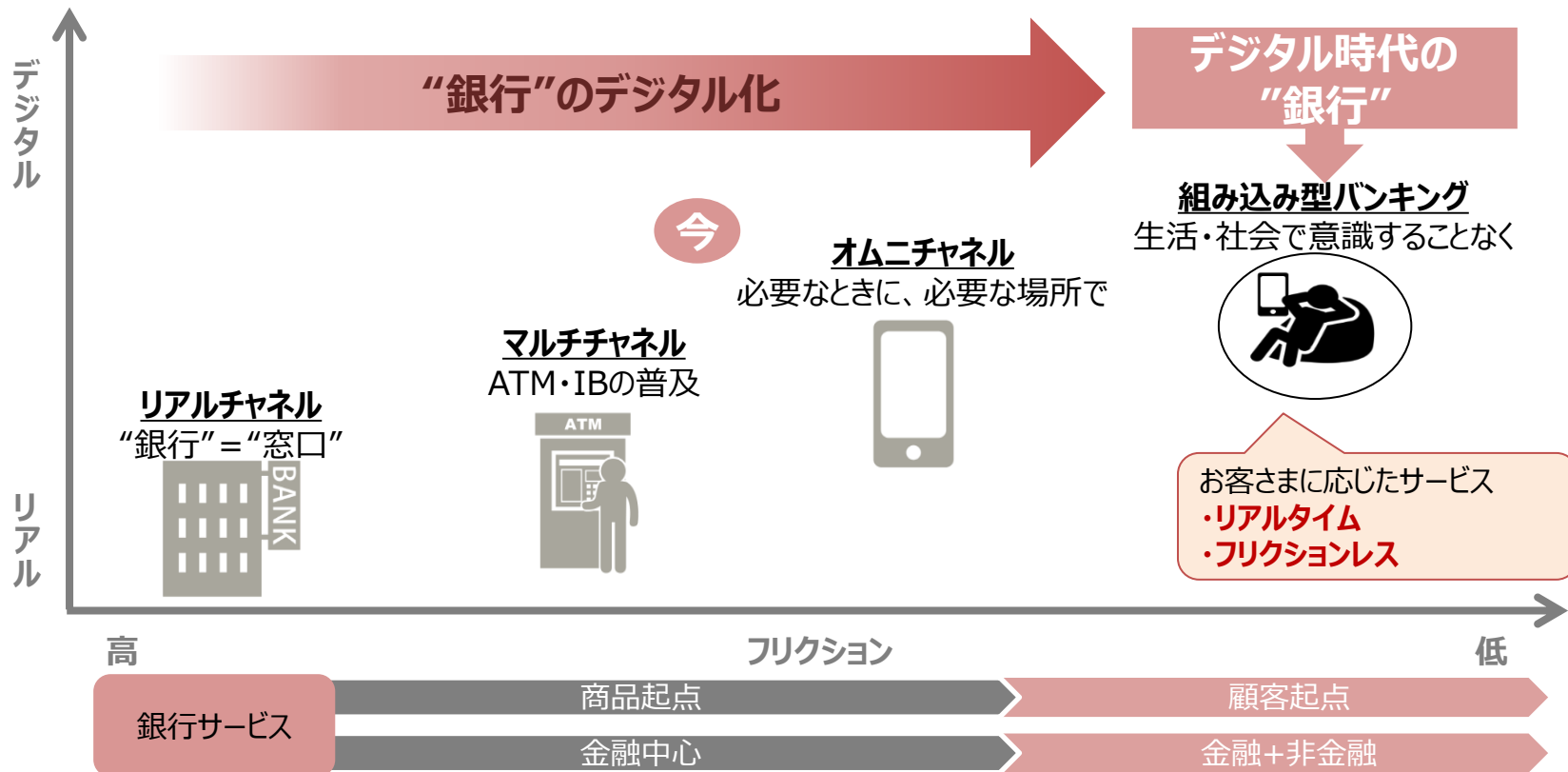
デジタル 常にお客さまと接点がある

リアル 差別化チャネルの1つ

- ✓ リアル社会での行動も全てデジタル世界の一部となる
- ✓ お客さまとは常にデジタルでつながっている
- ✓ 「オフラインが存在しない状態」を前提としたビジネス展開

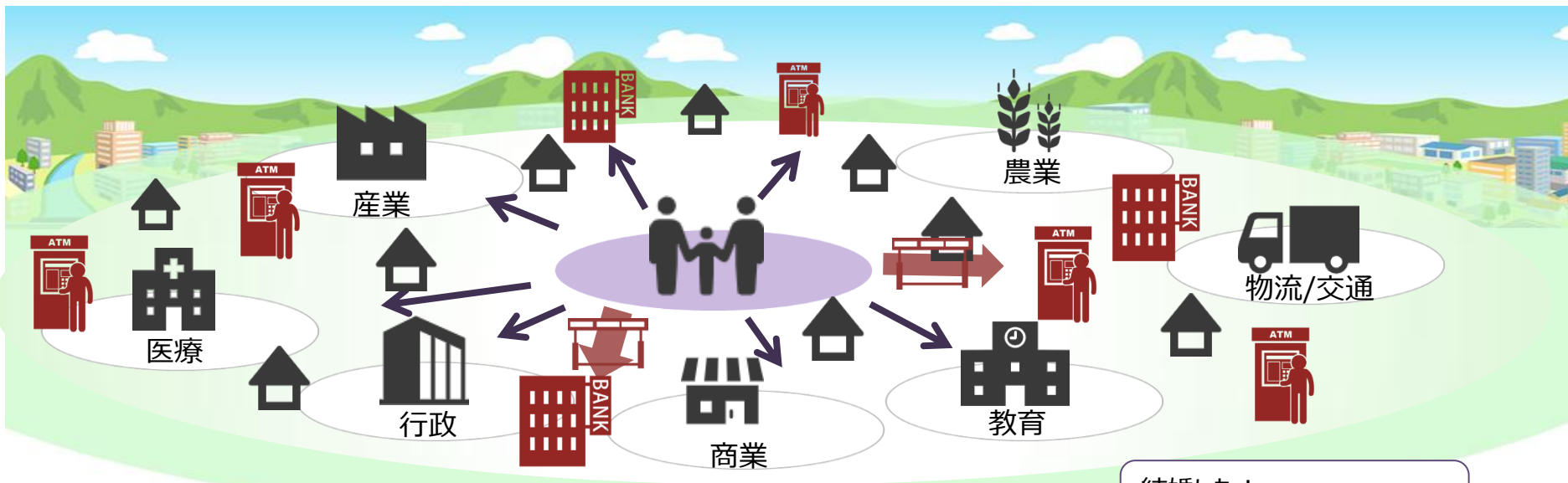
2. デジタル社会の未来像② ～銀行の変遷

- ✓ 現在：店舗中心型の技能のデジタルを推進
- ✓ 将来：生活・人生、経済・社会活動の中に銀行機能が浸透



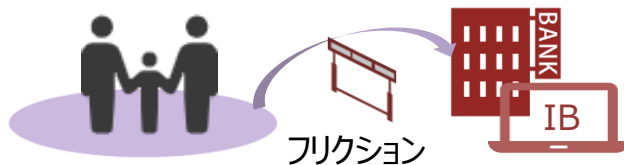
2. デジタル社会の未来像③ ～現在の銀行イメージ

- ✓ リアル・デジタル共に、お客さまにとって“金融サービス”は利用しに行くもの
- ✓ 対面取引・現金取引が主体のため、店舗とATMは欠かせない



「銀行」= “利用しに行く”もの

フリクション



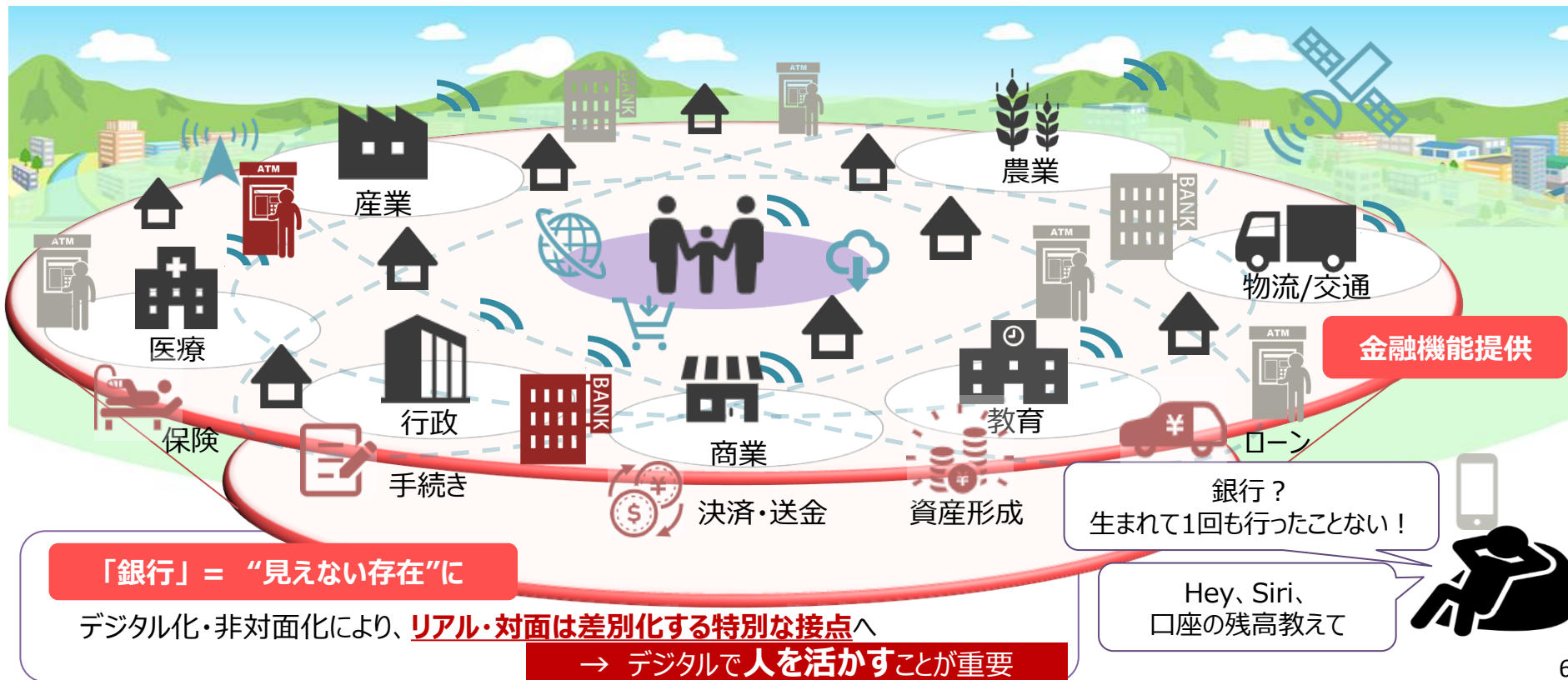
結婚した！
銀行の名義変更しないと！

I Bで口座残高
確認しよう



2. デジタル社会の未来像④ ～将来の銀行イメージ

- ✓ 銀行は“社会の裏側から金融機能を提供する存在”となり、お客さまから“見えない存在”に
- ✓ キャッシュレス浸透・チャネルの多様化によりATMや店舗は減少、**人の重要性が高まる**



3. デジタル戦略グランドデザイン（10年戦略）

骨子

✓ 10年ビジョンに向けた基本戦略および戦略ごとの目指す姿を体系化

10年 ビジョン

中計

お客さま、地域、社員とともに、より良い未来を創造する『地域価値共創グループ』への進化

目指す姿

地域社会のデジタル化をリードする企業グループ

必要な変革

変化に対応できる組織へ
～デジタルで人を活かす～

10年戦略

C X（カスタマーエクスペリエンス）の追求

地域社会のデジタル化

生産性・コスト構造改革

デジタルガバナンス・人材の高度化

目指す姿

全てのお客さまに選ばれる銀行

地域振興プラットフォームの確立

徹底した事務ゼロ・現物ゼロ

変革に対応できるシステム・人材

4つの 基本戦略

現在

10年後

地域社会のデジタル化

生産性・コスト構造改革

C X（カスタマーエクスペリエンス）の追求

デジタルガバナンス・人材の高度化

重点取組 時期イメージ

4. 第8次中期経営計画 デジタル戦略骨子

骨子

✓ グランドデザインとの関係性を重視し、第8次中期経営計画のデジタル戦略の柱を策定

基本戦略

デジタル戦略グランドデザイン

C X（カスタマーエクスペリエンス）の追求

地域社会のデジタル化

生産性・コスト構造改革

デジタルガバナンス・人材の高度化

第8次中期経営計画（2021～2023年度）

【事業戦略】地域総合金融機能の深化

【事業戦略】地域産業振興機能の拡充

【人材戦略】人づくりとエンゲージメント向上

【ガバナンス戦略】KFGビジネスモデルの確立

【デジタル戦略】デジタル社会に向けたD X推進

新たな体験・サービスの提供

プロセス改革による生産性向上

＜第8次中計3カ年における基本的な考え方＞

- ✓ 新常態（コロナ対応）におけるお客さま向けチャネル拡充（非対面・非接触）の重視
- ✓ グランドデザインに基づく「生産性・コスト構造改革」の徹底

4-1. デジタル戦略の柱 ～新たな体験・サービスの提供①

戦略の柱 新たな体験・サービスの提供 ①

- ・非対面チャネルの強化および対面チャネルの差別化により、各チャネルをお客さまに“選ばれる”チャネルへと高度化することを目指します。
- ・各チャネル連携とデータを活用しパーソナライズされたコンサルティングにより、高い満足度につながる“かぎん体験”を提供していきます。

非対面チャネル強化 ～“対面”の差別化～

非対面チャネル

お客さまの目的に応じて“全てのお客様が利用しやすい”チャネルへ

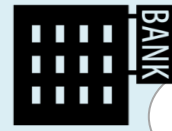


対面でしかできない手続き・相談業務

対面チャネル（店舗）

“課題解決や安心感を得る”場所へ

デジタルで“人”を活かす



来店



訪問



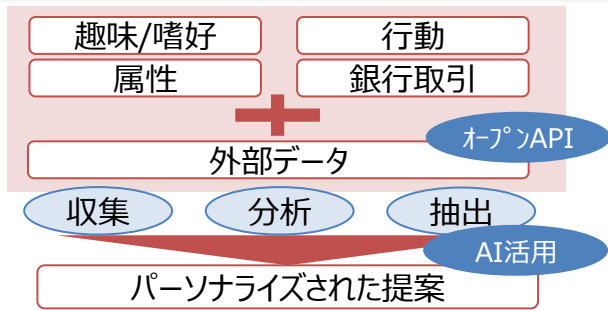
コールセンター



オンライン対話

かぎん体験

データ活用によるコンサルティング展開



提案チャネル拡大



顕在したお客さまのニーズの掘り起こし

非対面チャネル

- 機能拡充によるUI・UX改善
- 利用促進に向けたアプローチ
- 対面との取扱手数料差別化

対面チャネル

- 店舗・ATM網の再構築
- 外部との連携・協力体制構築
- 店舗機能の見直し

データ活用

- One To Oneサービス拡大・高度化
- 事業性評価手法の改革
- オープンAPI・AIの活用

4-1. デジタル戦略の柱 ～新たな体験・サービスの提供②

戦略の柱 新たな体験・サービスの提供 ②

- ・金融サービスプラットフォームとしての“Payどん”の加盟店拡大、利用拡大および機能拡充等を通じて、地域のキャッシュレス化を推進します。
- ・自治体や取引先との連携により地域デジタルプラットフォームを構築し、地域におけるDXを金融・非金融両面で推進していきます。

金融サービスプラットフォームの拡充

金融

非金融

地域におけるDX推進



コロナ禍における“Payどん”推進

営業店による
加盟店拡大



魅力向上による
ユーザーの利用拡大

さらに利用率を高める取組みヘシフト

取引先支援体制の強化

ビジネスマッチング提携先拡充

外部パートナー連携・活用



ソリューション
メニューのDX化

利用促進に向けた機能拡充

ユーザーへのアプローチ強化に向けた機能付加
金融機能の付加による収益獲得

連携先の拡充

コロナ禍における「デジタル地域振興券」活用等提案
コンビニ、スーパー等導入に向けたマルチ決済端末対応

取引先のデジタル化支援

外部パートナーと連携したEC化支援（ビジネスマッチング）
取引先デジタル投資ニーズの創出（医業、農業、観光等）

行政サービスのデジタル化支援

各種証明手数料キャッシュレス導入
各種手続きのオンライン化



金融・非金融両面での地域へのコミット

自治体・商店街単位での
プラットフォーム構築

仕組みを県全域展開へ

4-2. デジタル戦略の柱 ～プロセス改革による生産性向上①

戦略の柱 プロセス改革による生産性向上 ①

・営業店事務体制や店舗機能、ワークスタイル、バックオフィス部門の変革により、スリムで利便性・生産性・収益性の高い事務体制を実現します。

① 営業店事務体制の変革

5つの処理レス実現

窓口タブレット拡大

ペーパーレス

印鑑レス

タブレットへお客さま自身での入力
行員のオペレーション操作減少

セルフ入出金拡大

現金タッチレス

行員のオペレーション後
お客さま自身が現金処理

Web伝票推進

入力レス

検印レス

お客さまが作成したQRコード
付きの伝票を処理

後方事務ゼロへ

お客さまセルフ処理推進 ⇒ 1線完結

② 店舗機能の変革

店舗規模や地域特性に
即した事務体制へ

事務体制のスリム化

パートを中心とした軽量化業務体制

ロビーコンシェルジュ配置

お客さまを適切な場所・サービスへ誘導

オンライン相談窓口設置・活用

本部等が対応する高度な相談を
オンライン化へ

非対面チャネルへのシフト

IB/FB、通帳アプリ等の利用拡大

効果

営業店事務
相談業務への人員シフト

③ ワークスタイルの変革

コロナ禍における営業・
働き方改革の実現

デジタルデバイス活用

タブレット・スマホ機能の活用
非接触ツールの導入

行内業務のデジタル化

ペーパーレス・印鑑レス等の推進

④ バックオフィス部門の変革

徹底的なデジタル化による
事務フロー変革へ

集中事務のデジタル化

外部委託・共同化による適正化

効果

バックオフィス
事務コスト削減

4-2. デジタル戦略の柱 ～プロセス改革による生産性向上②

戦略の柱 プロセス改革による生産性向上 ②

- ・既存システムの廃止やスリム化、クラウド活用等により、システム全体の最適化を図り、投資と経費をコントロールします。
- ・デジタル戦略の実現に向け、I T部門の態勢強化および人材育成にも注力します。

I Tガバナンスの高度化 ～システム全体の最適化・システム経費のコントロール～

廃止・スリム化

利用頻度・戦略に応じた
廃止・スリム化推進

クラウド活用

IT資産を所有から利用へシフト

システム共同化

情報系システムは原則統合

I T投資管理
プロセスの高度化

システム経費/年
50億円未満

効果

顧客接点・
サービス向上

経営資源捻出
最新デジタル
技術の活用推進

クラウドサービス活用

A P I 活用

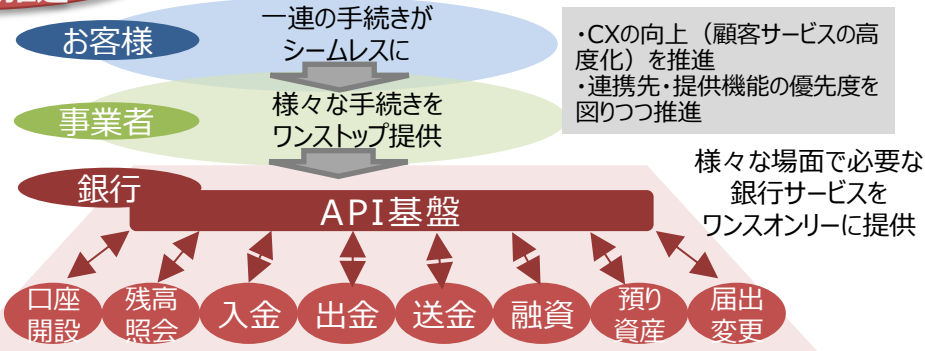
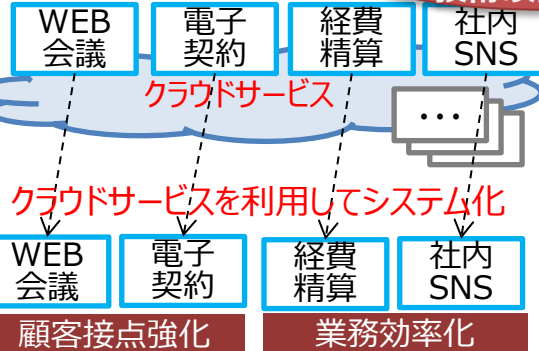
スピード
コスト低減

システム化企画

システム開発・導入

逐次改善

- ・アジャイル開発（良いものを素早く無駄なく）
- ・並行してセキュリティ面の強化が必要



I T部門の態勢強化

戦略分野で「自行主体」「アジリティ(スピード)」を発揮

システムエンジニア
(既存分野)

システムエンジニア
(最新技術)

データ
サイエンティスト

ビジネス
プランナー

I T部門主体のデジタル人材

全行横断的なデジタル人材

5. デジタル戦略の推進体制

- ・頭取を委員長とするデジタル・イノベーション委員会および4つの専門部会を中心に、全行一体となってDXを推進する体制を構築しています。
- ・戦略の実現に向け、人材の育成・確保、外部組織との連携等も積極的に行っていきます。

デジタル戦略推進体制

デジタル・イノベーション委員会

DX視点に基づく各種戦略の検討
(経営企画部デジタル戦略室)

審議・報告

() 内は事務局

【専門部会】 デジタル戦略の実現に必要な案件の
共有・協議・進捗管理・効果検証を横断的かつ機動的に行う

顧客サービス部会

商品・サービスの高度化に
向けた施策検討
(営業統括部)

営業店・集中事務部会

生産性向上・業務効率
化に向けた施策検討
(事務統括部)

ワークスタイル部会

ワークスタイル変革、本部
BPRに向けた施策検討
(経営企画部)

ITインフラ部会

ITインフラ変革に
向けた施策検討
(IT統括部)

全行員の参画

デジタル人材の育成

IT部門

開発、AI・クラウド活用

本部企画

DX企画・立案・推進

行内全体

デジタルスキル育成

資格・研修 + 外部人材登用

外部組織との連携

関係会社

クラウドサービス

ベンダー

外部パートナー

連携・協働 + 知見・提案受入

6. K P I DX指標

・総合的な管理指標としての「DX推進指標」に加え、「新たな体験・サービスの提供」「プロセス改革による生産性向上」「デジタル人材育成」の観点からもKPIを設定しています。

項 目	指 標	2023年度	(参考)
総合指標	DX推進指標（平均値）	3.0	1.9 (2021年12月現在)
新たな体験・サービスの提供	eバンクサービス・通帳アプリ会員数	30万人	18万人 (2020年度)
	Payどん口座登録者数	12万人	3万人 (2020年度)
プロセス改革による生産性向上	ペーパーレス枚数（2020年度比）	1,935千枚 (2020年度比削減枚数)	利用枚数：6,686千枚 (2020年度)
	システムのクラウド化、共同化、廃止	45システム	稼動システム数：146 (2020年度)
	戦略（DX）投資比率	40%以上	38% (2020年度)
デジタル人材育成	デジタル関連資格取得	250人	182人 (2021年12月現在)

本件に関するお問い合わせ先

鹿児島銀行 経営企画部 デジタル戦略室

TEL 099 (239) 9725