

3つの「オムニ戦略」

りそなグループは、「りそな」ならではの強みを活かし、本業である金融サービスを通じて様々な社会課題の解決に努めています。基本戦略である3つの「オムニ戦略」を通じて、お客さま価値を創造し、「リテールNo. 1」を実現します。

オムニ・チャネル戦略

「オムニ・チャネル戦略」は、お客さまの「不便」「不安」「不満」「不信」という「不」を一つひとつ取り除き、より多くのお客さまに「いつでも」「どこでも」最適なソリューションをご提供していくことを目指す戦略です。インターネットやスマートフォンを通じたお客さまとの接点を拡充する「ネットチャネル」と、店舗でお客さまと対面する「リアルチャネル」をそれぞれ強化するとともに、両チャネルを連携・融合させていく取り組みを進めています。

ネットチャネル

ネットチャネルでは、スマートフォンを起点としたサービスを拡充しています。2018年2月にリリースしたスマートフォン向けアプリ「りそなグループアプリ」は、“銀行を持ち歩く”をコンセプトに、シンプルな画面デザインと操作性にこだわって開発を進めました。2018年度グッドデザイン賞を受賞し、2019年4月末にはダウンロード数が100万を突破しました。

スマートフォンを通じ、より幅広いお客さまに多様なお取引を日常的に、末永くご利用いただくことは、安定的なストック型収益の底上げにつながります。将来の収益効果として「300万人×+10円/日×365日=100億円」をイメージするなかで、お一人一日あたり+10円の目標に対して+3.5円まで進捗しています。

また、新たなお客さまとの接点確保という点においても、20代や30代のご利用者数が大きく増加しており、確かな手応えを得ています。

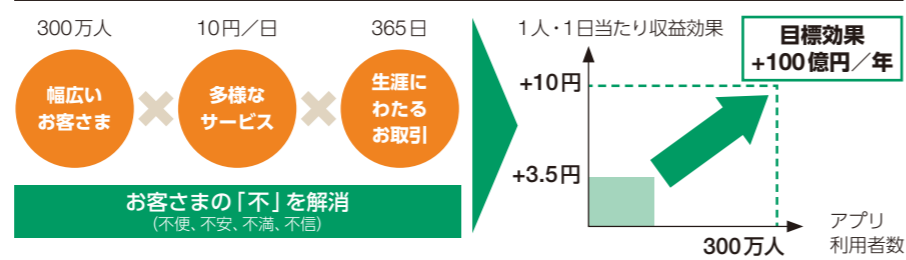
さらに、アプリの「お客さまお一人おひとりに最適なお提案を最適なタイミングでスマートフォンにお届けする」機能を活用してお客さまのニーズを喚起することが、お客さまとの多面的な取引の展開につながっています。2019年4月設置のデータサイエンス室では、データ分析に基づくコミュニケーションのさらなる改善に取り組みます。

今後も、取扱商品の拡充やマーケティング高度化を通じたサービスレベルの引き上げにより、お客さまのさらなる利便性の向上に取り組んでいきます。

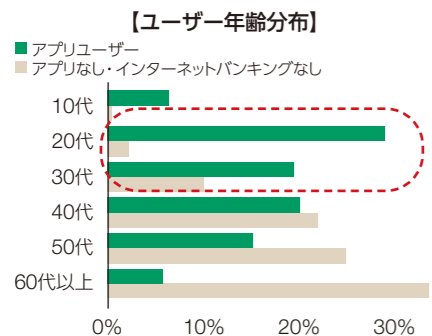
優れたデザイン、シンプルな操作性



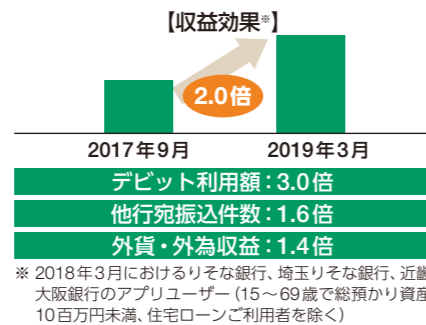
ストック型収益モデル



新たな顧客層との接点を確保



多面取引展開に寄与



継続的な改善

サービスメニュー拡充	
デビットカード切替 (2019年1月～)	投資信託口座開設 (2019年5月～)
店頭端末にアプリ導入 (試行) (2019年6月～)	クレジットカード申込 (2019年7月～)
マーケティング高度化	
データサイエンス室 (2019年4月)	自動提案(AI)

リアルチャネル

高齢化の進展やライフスタイルの多様化などにより、お客さまの銀行店舗に対するニーズも大きく変化しています。こうしたなか、りそなグループでは、「銀行に行ってもゆっくり相談したい」、「平日の昼間に銀行に行くことは難しい」といったお客さまの声にしっかりとお応えしていきたいと考えています。

長引く低金利環境下で店舗の削減を打ち出す銀行が散見されますが、りそなグループは引き続き店舗をお客さまとの重要な接点と位置づけ、店舗数は可能な限り維持していく方針です。

りそなグループでは、これまでもオペレーション改革を通じて、少人数運営体制を構築してきました。ここで培ったノウハウに加えて、さらにデジタル化を進めることでそれぞれの地域、店舗特性に応じたダウンサイジング、リプレイスを実施するなどの柔軟な店舗運営でお客さまの利便性向上とローコスト運営の両立を追求していきます。また、セブンデイズプラザなどの年中無休の相談特化型店舗は、2019年5月までに26拠点まで拡大しました。例えば、通常

の店舗では来店されるお客さまの過半が60代以上のお客さまであるのに対して、セブンデイズプラザでは、50代までの勤労層のお客さまが約8割を占めており、新たなお客さまとの接点拡充につながっています。

こうしたなか、お客さま利便性とローコスト運営のさらなる向上を目指して、次世代営業店システムの開発を進めています。新しい店舗では、標準的なお手続きはシステムが誘導して完結させ、後方で事務だけを行う社員をなくす一方、高度な相談や事務手続きは、テレビ窓口を通じて専門スタッフが対応します。このように、お客さまの満足度向上と営業店舗の負担軽減の同時実現を図ります。また、タブレットによるセルフ取引により、お客さまに新たな気づきをご提供します。お客さまとのコンサルティング時にもタブレットを活用、ロケーションフリーでご対応し、じっくりとお話を進めることで、相談と事務手続きが一度に完了します。

2020年度からのりそな銀行での導入を目指して、現在、東京本社内にあるラボ店舗で実証を重ねています。



グループ約840店舗の対面拠点

- 可能な限り維持
- マーケットに合わせた配置

ローコスト運営の確立

- デジタル化
 - ➔ 少人数運営体制
- ダウンサイジング・リプレイス
 - ➔ 最適装備と最適立地

休日営業拠点の拡大

- 年中無休の相談特化型店舗 (2019年6月現在26拠点)
 - ➔ 平日夜、土日祝も営業
 - ➔ 新規開設を継続

来店客の年齢構成

セブンデイズプラザ	80% (~50代)	20%
全店 (りそな銀行+埼玉りそな銀行)	45%	55% (60代～)

次期営業店システム (2020年度～)

カウンターレス・バックレス
簡易な手続きはその場で完了

デジタルサービスオフィス (TV窓口)
高度な相談・事務はTV電話で

お客さまによるセルフ取引
タブレット体験で気づきを提供

ロケーションフリー
タブレットにより、コンサルと手続き一体化