



銀行支店の変化

における未開拓の好機

銀行支店は変動期にあります。バンキングがますますデジタル化するにつれて、銀行支店の役割も急速に進化しています。

顧客がいつ・どのように支店を利用するかに関するデータを使用することで、銀行は、銀行自身とその顧客の両者にメリットが生まれるように支店の資産とカスタマーエクスペリエンスを最適化できます。

ビデオデータ分析とネットワーク音声システムは、バンキングを未来に導く重要な役割を担います。**仕組みは次のとおりです。**

銀行の進化: ビジネスモデルを変える

数百年もの間、銀行支店は、銀行がどのようにあるべきか、すなわち、一生懸命稼いだお金を保管する、頑丈で、安定、安全な場所を物理的に体現したものでした。実際に、ここ数十年で数多くの銀行支店が使用する新古典的なスタイルの建築は、頑丈で安全なイメージを増進するデザインであり、お金が安全な場所に保管されているという確信を顧客に与えるものです。

しかしながら時は変わり、お金を融資し、預金を受け取り、金利や債券の発行を通じて収益を上げるといった小口銀行業務の基本はほぼ変わることなく、お金の性質、および顧客によるお金の使い方やアクセスの方法が変化しています。

そして、ほとんどのお金が現金ではなくデータで表示されており、分厚い石の壁や防弾ガラス、地下の安全な金庫室の必要性は大幅に減っています。

銀行支店の役割と必要性は調査が進められています。銀行の支店は消滅していくと考えている解説者もいるかもしれませんが、支店が完全に消滅するというレポートは非常に誇張されたものです。ただし、銀行支店の性質が変化しているということは明らかです。





小口銀行業務の課題

小口取引銀行の支店は、銀行ブランドをアピールする重要な場所であり、顧客との極めて重要な物理的接点です。支店の営業は小口取引銀行営業経費の約1/3を占めますが、顧客との強い関係を築き、抵当貸付や投資コンサルティングなどの重要なやり取りが行われる場所です。

そのため、課題となるのは、戦略の工夫、サービスデリバリーモデルの導入、テクノロジーの利用をどのように行えば、あらゆるタイプの銀行顧客（優れたサービスと人的なやり取りに価値を置く長期的な顧客から、銀行サービスへの迅速かつ効率的なアクセスを重視する顧客まで）に機能する最大限の効果が得られるかということです。かつてない幅広さの組織とブランドが銀行サービスを提供できるようにするオープンバンキングの時代になり、小口取引銀行の競合環境では、これまで以上の挑戦が求められています。

こうしたことから、競争力を維持し続けるため、銀行支店は優れたカスタマーエクスペリエンスの提供に焦点を合わせる必要があります。これもスタッフと空間利用を微調整してオペレーション効率を最適化することが極めて重要となる理由です。

どの小口取引銀行も支店改革に取り組んでいます。支店でのエクスペリエンスがどうあるべきかを定義するため、顧客のリサーチとデータが使用されることとなります。ただし、顧客に意見を求めることで分かるのは一面的なことであり、銀行支店の利用状況を観察すると、銀行がどのようにサービスとオペレーションを適応させるべきかをほぼリアルタイムでより正確に把握できます。

カスタマーエクスペリエンスを向上させる工夫と並行して高度なビデオ分析を使用することで、支店内のカスタマーエクスペリエンスの最適化に役立てることができます。たとえば、ビデオ分析を使用することで、待ち時間を減らして顧客満足度を改善し、これによりオペレーション効率も向上できます。またこのエクスペリエンスでは、一層心地よい環境を創出するため、支店内での音声の活用方法を構築することが可能であり、支店を人々が訪れたい空間に一変させることができます。

今日の銀行は、支店改革においてこれらのテクノロジーが提供できるメリットを十分有効に活用していません。さらに、こうしたテクノロジーは継続的な成功を測定・保証するためにも使用できます。

このパンフレットは、今後何十年も先まで価値ある社会的役割を支店が演じ続けられるようにするため、銀行にはどのようなビデオ分析とネットワーク音声システムの活用方法があるのかを理解しやすくすることを目的としています。

現代の銀行支店の目的は何でしょうか？

欧州連合全体で、9,100か所の支店が2016年中に閉店しました²。英国を例にとると、2/3 (63%) の人々がオンラインで銀行を利用し³、2017年中には700か所の銀行支店が閉店しており、閉店の進み方が加速していることを示します。現在は約8,000店の銀行支店で国全体にサービスを提供していることとなります。ノッティンガム大学によると、これは1989年に英国でサービスを提供していた17,831か所の銀行の半分以下になっていることを示します⁴。データスペシャリストのCACIによると、2022年までに支店訪問者数はさらに37%減少する見込みであり⁵、3,367か所の支店が「何もしていない」ことに相当します。

テクノロジーにより、バンキングの性質はマルチチャンネルのエクスペリエンスに変化しています。米国を例にとると、顧客の65パーセントが複数のチャンネルを通じて銀行とやり取りをしています。しかしながら、デジタルチャンネルの人気の高まる一方で、支店サービスにおいて、こうしたチャンネルは完全に置き換えられてはいません。

変化の速度はそれぞれの地域や経済で異なりますが、銀行支店が消滅から程遠いことを否定する人はいないでしょう。むしろそれを重荷とみなすのではなく、銀行は支店を資産に変えることができ、顧客と深く接点を保ち、銀行のブランドと触れ合うように人々を引き寄せる手段に変えることができます。

喫茶サービスや寄合室の提供など、支店に新しい目的を追加することで、銀行支店は「サードスペース」と呼ばれる場所（職場と自宅との間の社交場所）になる可能性があります。ただし、これを進めるには、最善の成果を銀行（来店者数の増加）とその顧客（より良いエクスペリエンス）に導くため、銀行が最適な場所と支店内サービスを継続的に評価する必要があります。

最近になり、アクセンチュアでは、現代の銀行支店の基本的な3つの役割をまとめました⁶。

- ▲ **デジタルアンバサダー**：銀行は、デジタル系に強くない顧客がデジタルツールを使用するのを支援できます。これは、銀行コストを削減し、銀行の顧客基盤を高めるのに役立ちます。
- ▲ **アドバイザリーハブ**：銀行は、複雑な製品、長期的なファイナンシャルプランニング、およびその他の非常に特殊なサービスに対してフルサービスを提供するアドバイザリーハブとして機能します。
- ▲ **プロBLEMソルバー**：銀行は、さまざまな顧客の問い合わせ（住宅ローンや年金など）に対応する重要な接点として機能します。

オペレーション効率とカスタマーエクスペリエンスをより良く理解するために分析を使用する

銀行サービスのデジタル化が進み、人々が支店に訪れる必要性が低減しています。Visaの調査では、欧州人の77%が自分の電話を使用して銀行を利用し、毎日の支払いを行っています。

調査では、若い世代がバンキングと金融に関するリサーチをオンラインで多く行っていることが示されていますが、バンキングにおける多くの手続き（ビジネスバンキング、住宅ローン相談、年金、ローンなど）は人対人で行うのが最善です。言うまでもなく、現金の引き出しに関しては、銀行支店内に配置されたATMを使用する方が消費者は遙かに安全だと感じていることが当社独自のリサーチで明らかになりました⁸。

利用頻度の違いは人それぞれですが、あらゆる年齢層の人が常に銀行支店を必要としています。銀行は、事業課題を解決するためにテクノロジーとデータ（分析）を使用する必要があり、こうした課題には以下を理解することが含まれます。

- > 毎日、毎週、毎月、毎年における足取り動向（スタッフ利用）
- > 銀行で最も使用されているエリアはどこか？（フロア利用）
- > 顧客統計：性別、年齢など（マーケティング）
- > 人々がキャンペーンにどのように反応するか
- > 足取りに天候条件がどのように影響するか
- > 列ができやすくなる時間帯

ここから、ビデオ分析を使用してオペレーションをストリームライン化し、リラックスできるおもてなしのBGMを効果的に使用することでカスタマーエクスペリエンスを改善できます。



オペレーション効率により支店内の処理を最適化し、カスタマーエクスペリエンスへの投資により、新しい顧客を引き寄せ、既存の顧客を定着させます。これらの両方が共に機能することで、より多くの人々が支店に訪れます。ただし、オペレーション効率を常に見直さないと、カスタマーエクスペリエンスに影響が生じます。したがって、効率とエクスペリエンスのバランスを保つ必要があります。

高度な分析を使用すると、来店者数が増加した状況で、銀行は一日のピーク時間を測定して追加スタッフを必要に応じて配置させ、待ち時間と待ち行列の長さを減らすことができます。これにより、カスタマーエクスペリエンスが改善されると共に、リソースの使用効率が最適化されます。

データをどこから抽出し、どのように分析し、データが示すインサイトに対してどのように行動するかを理解することで、その支店とスタッフのパフォーマンスを真に最適化でき、これを通じて総合的なカスタマーエクスペリエンスを改善します。顧客だけでなく、銀行にも、いいこと尽くめです。

銀行支店でビデオと音声を使用する新しい方法

従来、店内のカメらはセキュリティ装置として使用されていますが、今日の銀行支店は、ビデオ分析テクノロジーの恩恵を受けることができます。ネットワークカメラは、ビデオ分析を統合することで多目的装置になります。意思決定者は、来店者の店内行動について、これまでは把握できなかった新しい事柄を学習でき、こうしたインサイトを利用して全体的なエクスペリエンスを改善できます。

将来的には、顔認識情報を使用することも予想され、銀行は常連客を特定することが可能になり、こうした顧客のニーズを予測してより良いサービスを提供できるようになります。

分析を通じて、全体的なカスタマーエクスペリエンスを改善できるのです。このエクスペリエンスは、ネットワーク音声システムを使用することでさらに強化されます。音声を使用することで、驚くほどの違いを支店改革にもたらすことができます。

ネットワーク音声支店環境を強化する仕組みについて、いくつかの例を紹介しましょう。

▲ **BGM** - 心地良い環境を創出し、顧客が待っている間に心の不安を和らげて支店内での時間を楽しめるようにすることで、全体的に前向きなエクスペリエンスを創出します。

▲ **アナウンス** - 音声アラートは、フロアが忙しくなると、来店者をアシストするスタッフを移動させるのに役立てることができます。

▲ **ゾーニング** - それぞれの場所に異なる音声ゾーンを定義して複数の場所をいつでも遠隔的に管理・接続できる能力を提供し、一貫性のある支店エクスペリエンスを提供します。

▲ **サウンドマスキング** - BGMは、会話の機密性を高めるためにも使用できます。静寂さを乱す音楽で会話を聞き取りにくくし、脈絡を掴みにくくするので、声の届く範囲にいる人に対して顧客のプライベートな会話の機密性を確保できます。



結論

支店を最大限に活かす方法とは？

バンキングは変化しています。デジタルサービスの導入と適応は、顧客がバンキングを行うチャンネルは支店だけではなくなくなったことを意味します。支店のフォーマットは、新しい目的と機能で強化される必要があり、ビデオ分析を使用してフロアとスタッフの利用を最適化し、リラックスできるBGMで人々の感覚を満たすことでカスタマーエクスペリエンスを強化できます。

本質的には、以下に要約されます。

- ▲ **集客:** 新しい目的と機能で支店フォーマットを強化し、潜在顧客を引き寄せます。
- ▲ **バランス:** オペレーション効率とカスタマーエクスペリエンスのバランスを保ちます。
- ▲ **最適化:** リソースを管理し、待ち時間を極力少なくするため、ビデオ分析を使用してフロアとスタッフの利用を最適化します。
- ▲ **強化:** 顧客が店内に長く留まれるように、BGMでカスタマーエクスペリエンスを強化します。

ビデオ分析に関して言えば、銀行はまさにその模索が始まったばかりですが、すでに銀行支店内への導入が進んでいる映像監視ソリューションの延長として、ビデオ分析を追加することは理にかなっています。

支店の存在を最大限に活かすため、新しいテクノロジーを利用する可能性に目を向けてください。これらのテクノロジーが支店を人々が訪れたい場所に改革します。



支店の存在を最大限に活かすため、新しいテクノロジーを利用する可能性に目を向けてください。これらのテクノロジーが支店を人々が訪れたい場所に改革します。

詳しい仕組みについては、弊社までお問い合わせください！

www.axis.com

¹ www.ibm.com/industries/banking-financial-markets/resources/branch-transformation-digital-era/

² uk.reuters.com/article/uk-europe-banks-closures/eu-banks-close-branches-cut-jobs-as-customers-go-online-idUKKCN1BN2DU

³ www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/householdcharacteristics/homeinternetandsocialmediausage/bulletins/internetaccesshouseholdsandindividuals/2017

⁴ uk.reuters.com/article/uk-britain-banks-branches/british-banks-set-to-close-record-762-branches-this-year-idUKKCN1B31AY

⁵ CACI: How many branches does your bank need?

⁶ www.accenture.com/us-en/insight-digital-transforming-the-branch

⁷ www.visaeurope.com/newsroom/news/mobile-money-takes-off-as-77-of-europeans-use-their-phones-to-bank-and-make-everyday-payments

⁸ Global Consumer Perspectives on ATM Safety: www.axis.com/en-gb/solutions-by-industry/banking-and-finance/atm/overview

Axis Communicationsについて

アクシスは、セキュリティの向上とビジネスの新しい推進方法に関する洞察を提供するネットワークソリューションを生み出すことで、よりスマートでより安全な世界の実現を目指しています。ネットワークビデオ業界をけん引するリーダーとして、アクシスは映像監視、インテリジェントアプリケーション、アクセスコントロール、音声システムなどに関連する製品とサービスを提供しています。アクシスは50ヶ国以上に3,500人を超える熱意にあふれた従業員を擁し、世界中のパートナーと連携することで、カスタマーソリューションをお届けしています。アクシスは1984年に創業し、スウェーデン・ルンドに本社を構えています。

バンキングとファイナンスにおける安全性とセキュリティ、オペレーション効率、カスタマーエクスペリエンスを向上するソリューションについて詳しくは、弊社のウェブサイトをご覧ください:

www.axis.com