

金融機関と顧客との絶え間ない接点を実装する “CX Linkage”

“CX Linkage” that Implements Constant Contact Points between Financial Institutions and Customers

植村 裕紀

要約 金融機関ではデジタル化を推進しており、デジタル技術を活用して新たな価値や顧客体験を提供することが望まれている。また、新たな顧客体験を継続して生み出すためには、「ユースケースの連結」や「データ連携による最適化」を継続して実施し、金融機関の共存や金融業界としての「デジタルトランスフォーメーション (DX)」を実現することが不可欠である。BIPROGY は、そのためのサービスとして Eltropy, Moneythor, Moven とそれらを含むサービスを連携・制御する CX Linkage を提供している。

Abstract Financial institutions are promoting digitalization and need to provide new values and customer experiences by using digital technologies. In addition, in order to continuously create new customer experiences, it is necessary to continuously implement “use case consolidation” and “optimization through data collaboration” to achieve coexistence among financial institutions and “digital transformation (DX)” as a financial industry. BIPROGY provides Eltropy, Moneythor, and Moven as services that realize DX, and CX Linkage that links and controls them.

1. はじめに

多くの金融機関ではスマートフォンやタブレットなどのモバイル端末を使用した口座開設などのデジタル化の動きが活発になってきている。その背景には、デジタルネイティブ世代を中心にした一般消費者が、わざわざ店舗に赴かずにスマートフォンアプリを含むオンラインでの取引完結を望んでいることが挙げられる。金融機関は、営業店で来店を待っているだけのこれまでのスタイルでは、顧客との接点を失っていく一方であり、顧客離れが進むことで生き残れなくなるという、金融機関の危機感もこの流れを加速させる要因となっている。そのため、顧客との接点をこれまで以上に確保して顧客のエンゲージメントと金融機関のプレゼンスを高め、競合競争力を強化することが、金融機関にとって喫緊の課題である。

従来のアナログ媒体を使用した業務をデジタル化する「デジタイゼーション」にとどまるのではなく、デジタル技術を活用して新たな価値や顧客体験を提供する「デジタルトランスフォーメーション (DX)」のレベルに引き上げることで、顧客との接点をこれまで以上に確保し、顧客とのエンゲージメントを高めることができる。また、複数の DX サービスを組み合わせることで継続的に提供し、別のサービスや顧客体験に昇華するサイクルを回し続けることで、顧客との接点を維持することに繋がる。

本稿では、顧客との接点を確保・維持する複数の DX サービスとして、BIPROGY 株式会社 (ビプロジー株式会社。以下、BIPROGY) が提供するエンゲージメントプラットフォーム Eltropy (エルトロピー)、レコメンドエンジン Moneythor (マネーソー)、ファイナンシャル

マネジメントアプリ Moven（ムーブン）を2章で、そしてそれらを含むサービス・アセットの連携・制御を実現する CX Linkage を3章で紹介する。

2. 顧客との接点を確保・維持する DX サービス

本章では、BIPROGY が提供する、金融機関と顧客との接点の確保・維持に寄与する三つの DX サービスについて紹介する。また、DX を継続するために解決すべき課題についても述べる。

2.1 Eltropy（エルトロピー）

Eltropy は、米国 Eltropy Inc. が開発した、メッセージングアプリ経由で顧客とコミュニケーションをとることができるカスタマーエンゲージメントプラットフォームである。

従来のセールスは、対面時に顧客とコミュニケーションをとることで、興味や関心を把握してきた。しかし、非対面時には顧客の興味・関心度を把握する術がなく、顧客の興味の有無にかかわらず、電話などで非効率なフォローアップをしていた。

Eltropy を導入することで、企業（売り手）は紙媒体（商品パンフレットや見積書など）のセールス資料を配布する代わりに、SMS や LINE などのメッセージングアプリで電子ファイルや動画などのコンテンツを送付し、顧客は送付された「ユニークリンク^{*2}」から興味のあるコンテンツを閲覧できるようになる。企業側では「どのページをどれくらい見ていたか」といった顧客行動を追跡・分析し、興味を把握することで効果的なフォローアップにつなげることができる（図1）。

また、コロナ禍において、対面での営業活動が困難な状況ではあるものの、Eltropy が提供するオンラインでのコンテンツ共有やビデオ通話といった機能を利用することで、非対面でも効果的な営業活動ができる。

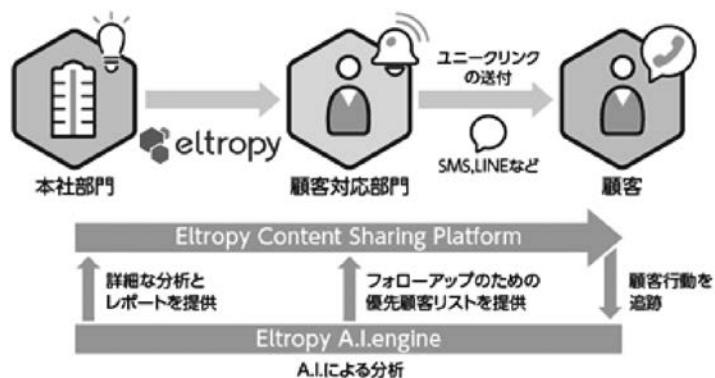


図1 Eltropy サービス概要

2.2 Moneythor（マネーソー）

Moneythor は、シンガポールの Moneythor Pte. Ltd が開発した、パーソナライズされたレコメンデーションやキャンペーン情報を最適なタイミングで配信できるエンジンである。金融機関は Moneythor を利用することで、顧客に対して貯金や節約のアドバイス、資産運用に関する情報といった、「日々の生活に溶け込んだ」資産形成サポートを提供することができるよ

うになる。顧客の将来のお金にまつわる不安を解消し、個々人のライフイベントや資産状況に合わせた提案やコミュニケーションにより、金融機関と顧客との関係性を強化することを目的としている。また、パーソナライズしたアドバイスや提案は行動経済学（ナッジ^{*3}）を応用しているため、顧客にとって身構えることなく気軽なコミュニケーションとして捉えられ、お金の管理に関する行動変容を促すことにつながる。

金融機関から見たレコメンデーションやキャンペーン配信までの流れは、図2の通りである。以下1)～3)で説明する。

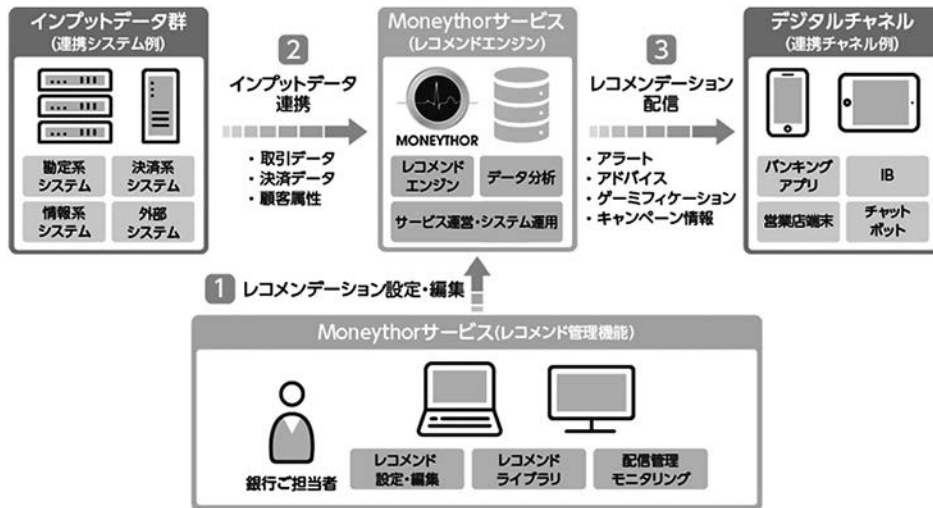


図2 Moneythor サービス概要

1) レコメンデーション設定・編集

管理画面を用いてレコメンデーションの内容や配信条件の設定を行う。あらかじめ用意されたレコメンデーションモデルから、グラフを用いたお金の見える化による顧客の資産形成の支援や、顧客にとってためになる情報の提供、アンケートなどのレコメンデーションを金融機関が作成する。

2) インプットデータ連携

金融機関から連携された取引データを基にレコメンドエンジンで自動分析する。収支パターンを学習し、入出金明細への食費や教育といったカテゴリの付与や、今後の収支予測を行い、節約すべきか、余剰資金が発生するかを予測する。その分析結果を利用することにより、顧客へふさわしいタイミングでの詳細なレコメンドを作成することができる。

3) レコメンデーション配信

レコメンデーションにはアラートやアドバイス、ゲーミフィケーション、キャンペーンといった様々な形式があり、そのレコメンデーション内にパーソナライズしたコンテンツ（グラフや集計値など）を反映することができる。レコメンデーションはAPIによる連携（配信）であること、およびその内容はHTML形式であるため、バンキングアプリだけでなく、あ

らゆるデジタルチャネルに配信することができる。

2.3 Moven (ムーヴン)

Moven は、米国 Moven 社が開発した個人向けファイナンシャルマネジメント (PFM: Personal Financial Management) アプリであり、「お客さまの日々のライフジャーニーに寄り添うサービス (手のひらに私だけの CFO)」をコンセプトとしている。Moven には、取得するデータを基に、顧客個々の消費に関する気づきを与えながら行動変容を促す「Financial Health」機能と、未来に向けた夢や身近な目標達成を消費行動面で支援する「Wish List」機能がある。AIを活用したこれらの機能が、パーソナライズされたアドバイスを適切なタイミングですることにより、顧客の一人一人がよりスマートな生活を送るというコンセプトの実現につながっている。

これまでの既存 PFM では過去の収支の「見える化」を行ってきたが、Moven では、一人一人に最適なタイミングでお金にまつわるアドバイスを提供し、過去の取引情報や貯金目的から未来を予測分析することで、貯蓄を推奨する提案を行うなど、顧客と金融機関との新たな接点を作り上げている (図 3)。暮らしをより豊かにするための支援や、一人一人の夢の達成のための支援を行うという体験を通じて、Moven の提供事業者は、顧客と新しい関係性を築くことができる。

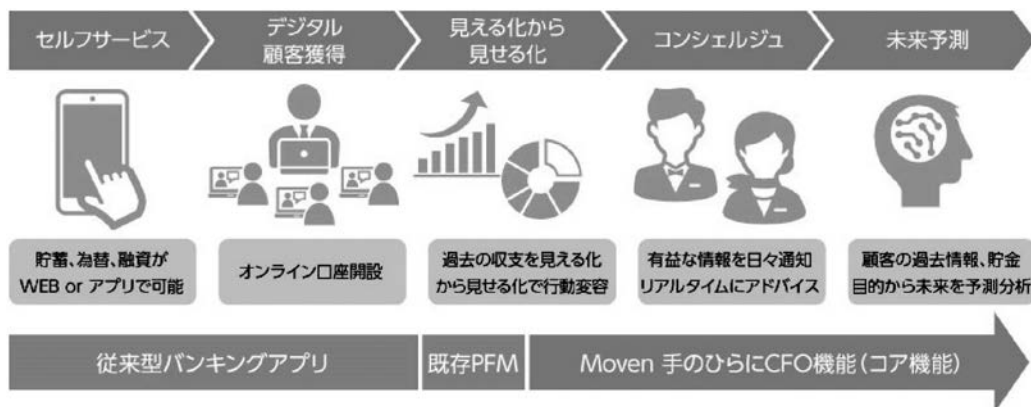


図 3 Moven サービス概要

2.4 DX を継続するための課題

前節までで紹介したサービスは単体のサービスとして「顧客の行動変容を促す」、「企業のDXを促す」といった一定の効果を出すものの、それぞれの活用シーンは限定的である。それに加え、金融業界のDXが進むにつれて、同種のサービスが乱立する可能性が高く、差別化を図るためには常に提供機能のアップデートや新規サービスを提供し続けるための柔軟性が不可欠である。しかし、ゼロから新たなサービスを生み出すことはハードルが高く、時間もかかることが予想される。

また、顧客との接点を増やすことに鑑みて、接点を特定のシーンに限るものではなく、絶え間なく維持させるためには様々なシーンをつなぎ合わせる事が重要と言える。既存のサービスを組み合わせることにより、比較的容易に顧客との接点を増やすことができる。そして、そ

の組み合わせ次第では、様々なバリエーションでサービスを提供することも可能である。一方で、サービスを組み合わせるためには、既存アセットへの改修を繰り返すこととなり、当初柔軟性を持っていたシステムであっても、次第に柔軟性を失い、煩雑なシステム構成となってしまうリスクも存在する。

3. CX Linkage による DX サービスの連携

2.4 節で述べた課題を解決するために、BIPROGY では金融機関が自社内外のアセット・サービスを連携させ、新たな顧客体験を提供するための「CX Linkage Reference Architecture」⁴を用意している。その中核となる CX Linkage について、本章で紹介する。

3.1 CX Linkage の概要

CX Linkage は、金融機関向けに自社内外のアセット・サービス・チャネルを有効活用しながらシームレスに連携し、新たな顧客体験・サービスを素早く・柔軟に提供することを目的とするサービス基盤である。CX Linkage の概要を図4に示す。主な機能は以下の①から③である。

① さまざまな顧客接点を繋ぐ

金融機関が顧客体験を提供するアセットと接続するためには、その都度システム対応を行うコストやリソースがかかることから、実装まで時間がかかったり、やれることが限られたりすることが懸念される。CX Linkage は、顧客体験を提供する各サービスと接続するための API コネクタ⁵を事前に準備しているため、金融機関は接続先サービスの仕組みを意識せずに CX Linkage と接続することで、サービスの組み合わせを容易に実装することができ、新たなカスタマージャーニーを築く際の障壁を取り除くことができる。なお、これらの仕組みは金融機関以外の事業者でも同じく利用することができる。

② エンドポイントの集約

API を繋ぎ合わせることで新たなユースケースを実現しようとする時、例えばフロントエンドのサービス提供事業者に対して、新たにビジネスロジックの作成やアプリの改修を依頼しなければならないケースも発生し得る。

CX Linkage は、複数の API を集約しビジネスロジック化した単体の API を提供するため、フロントエンド側のサービスで改修をせずとも、バックエンド側の処理を追加で呼び出した時、呼び出す処理を変更したりすることができる。

③ データ連携による最適化・自動化

CX Linkage が様々な API 連携を仲介し、顧客体験を束ねるという役割であることから、CX Linkage を経由していくデジタルデータは、顧客の行動データそのものである。

それらのデータを用いて「顧客がどのようなニーズを持っているか」を分析し、パーソナライズを強化することができる。また、顧客や市場の動向把握による顧客戦略分析を行うことで、潜在的なニーズの掘り起こしや新たな顧客体験サービスの創出へとつなげていくこともできる。

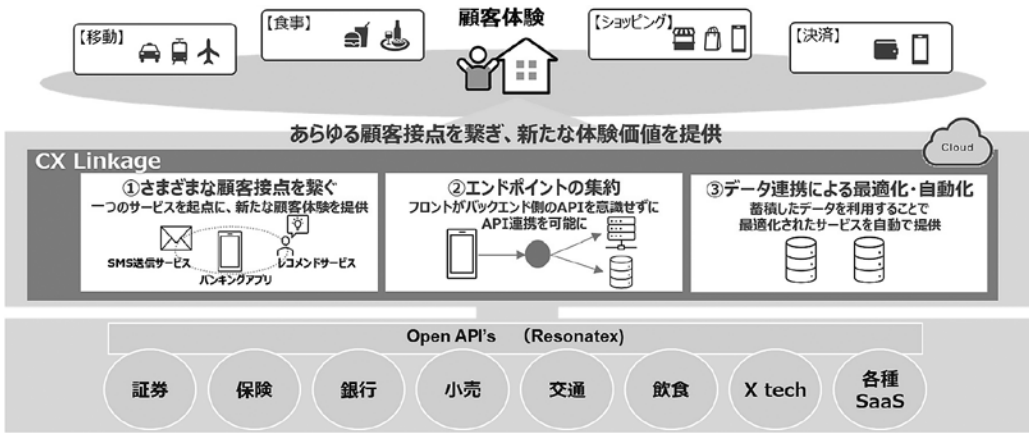


図 4 CX Linkage 概要

3.2 CX Linkage の具体的な使用例

図 5 は、CX Linkage を活用したユースケースとして、2 章に挙げた Eltropy と Moneythor とのサービス連携を例示したものである。図中の①から④について以下に説明する。

- ① 金融機関のバンキングアプリに、Moneythor を活用したレコメンデーションを配信する。
- ② そのレコメンデーションに興味を持った顧客に対して、Eltropy の SMS などの通知機能を使用して詳細な資料を通知する。
- ③ Eltropy による閲覧情報の分析機能を使用することで、資料に興味を持った顧客の行動データを確認する。
- ④ Moneythor のレコメンデーションに還元し、レコメンドの精度を高める。

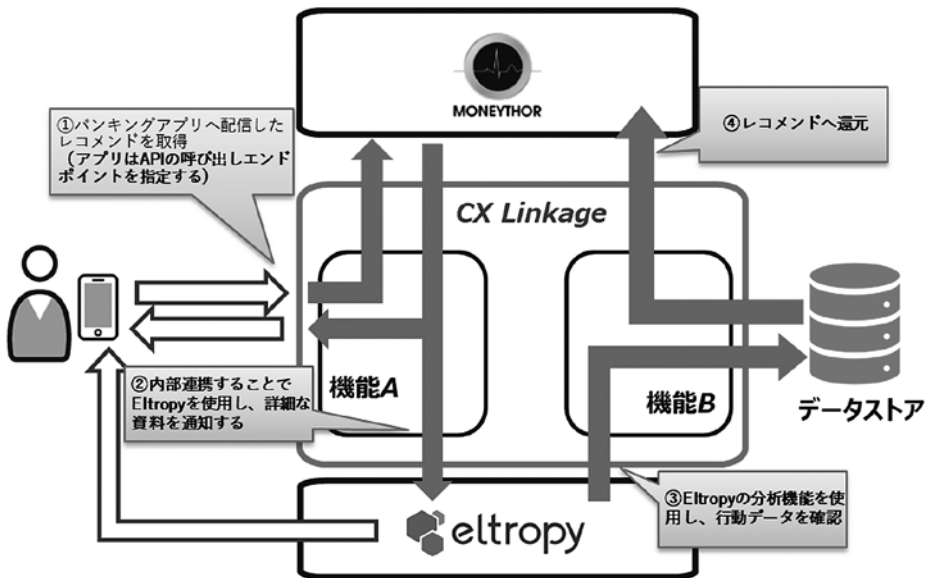


図 5 CX Linkage を使用したユースケース例

3.3 CX Linkageの将来像

CX Linkageを活用する価値は、利用企業側で複雑なシステム変更を行わずに、顧客体験を繋ぎ合わせ、継続的にサービスを提供し易くすることにある。顧客とのエンゲージメントを効果的に高めるためには、サービス間の連携のみならず、データに基づく分析が重要であり、SoE^{*6}・SoR^{*7}・SoI^{*8}の各領域を循環しながらデータ利活用を推進していくことが肝要であるため、この流れが活性化するような仕組みをBIPROGYは今後も強化していく方針である。

また、CX Linkageを活用して収集したこれらのデータ（個人情報を除く）は様々な金融機関に共通して有益な情報になり得るため、金融機関同士でデータや課題、そこから生み出されたサービスやノウハウを共有することで、金融機関の共存や、金融業界全体のDXの加速に寄与できるよう、継続的な拡張を図っていく。

4. おわりに

2020年からのコロナ禍において、人や物との接触が少ないキャッシュレス決済が日本でも普及し始めた。また、利用者が来店せずに口座を開設できるネット銀行も台頭している。地域金融機関は、従来のスピード感でデジタル化しているだけでは、淘汰される恐れが増すという悪条件下にある。そのため、旧来の制度改革などに備える受け身のシステム対応ではなく、顧客視点で新たなサービスを素早く提供し、競争上の優位性を確立するための攻めの姿勢が望まれる。また、地域金融機関単独でのサービス提供には限界がある。地域内、ひいては地域をまたがって顧客・他企業と連携することで、新たな顧客体験を提供することができる。BIPROGYは考えており、それらを実現する仕組みやアセットを準備している。BIPROGYは、金融機関だけでなく社会全体の視点で顧客企業と共に考え、地域の活性化に寄与できることを望んでいる。

-
- * 1 サービスを組み合わせることで、新たなサービスを再構築すること。
 - * 2 顧客ごとにアクセス可能なコンテンツへのアクセスリンク。
 - * 3 「注意や合図のために人の横腹を特にひじでやさしく押ししたり、軽く突いたりすること」行動経済学において、人々が強制によってではなく自発的に望ましい行動を選択するよう促す仕掛けや手法を示す用語として用いられる。
 - * 4 CX Linkage Reference Architecture とは、実現したい顧客体験（CX：Customer eXperience）に基づいたシステムを、最新技術を利用して短期間・低コストで構築するための「CX先行型」アーキテクチャである。その中核となるCX Linkageは、外部APIと内部APIの連携を最適化し、データ連携基盤との接続を支援するためのハブとなるシステムである。
 - * 5 他システムと連携するためにCX Linkageが提供するAPIを指す。
 - * 6 SoEとは「System of Engagement」の略で、顧客とのエンゲージメントを強化することを目的としたシステム、本稿で紹介したDXサービスなどを指している。
 - * 7 SoRとは「System of Records」の略で、データを記録することを目的としたシステムを指す。
 - * 8 SoIとは「System of Insight」の略で、蓄積されたデータを加工および分析し、何らかの洞察を得ることを目的としたシステムを指す。

- 参考文献** [1] デジタルトランスフォーメーションの加速に向けた研究会、DXレポート2（中間とりまとめ）、経済産業省、2020年12月28日、P34～P36
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_transformation_kasoku/pdf/20201228_3.pdf
- [2] 経済産業省、デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン（DX推進ガイドライン）Ver.1.0、2018年12月
<https://www.meti.go.jp/press/2018/12/20181212004/20181212004-1.pdf>

- [3] プレット・キング, Bank4.0 未来の銀行, 東洋経済新報社, 2019年4月,
- [4] 日本銀行金融機構局, わが国の銀行におけるデジタル・トランスフォーメーション(DX), 2021年3月,
https://www.boj.or.jp/research/wps_rev/rev_2021/rev21j02.htm
- [5] 中山靖司, ITを活用した金融の高度化とDX, 日本銀行金融機構局金融高度化センター, 2019年11月28日, https://www.boj.or.jp/finsys/c_aft/data/aft191217a1.pdf
- [6] 日本銀行金融機構局金融高度化センター, AIを活用した金融の高度化に関するワークショップ報告書, 2019年9月, https://www.boj.or.jp/finsys/c_aft/aft190902c.htm

※ 上記参考文献に含まれる URL のリンク先は, 2022年1月24日時点での存在を確認.

執筆者紹介 植村 裕紀 (Hiroki Uemura)

2004年日本ユニシス(株)入社。入社以来, 金融機関向けオープン対外系システムであるETAIGAIの開発, 導入, 保守を担当し, 複数のお客様の導入支援や制度対応のプロジェクトに従事。2021年より, 金融機関向けサービス利用型ビジネス企画を担当。

