

オンライン／オフライン融合による
新しい顧客体験の創出



Build Beyond As One.

顧客体験の変革

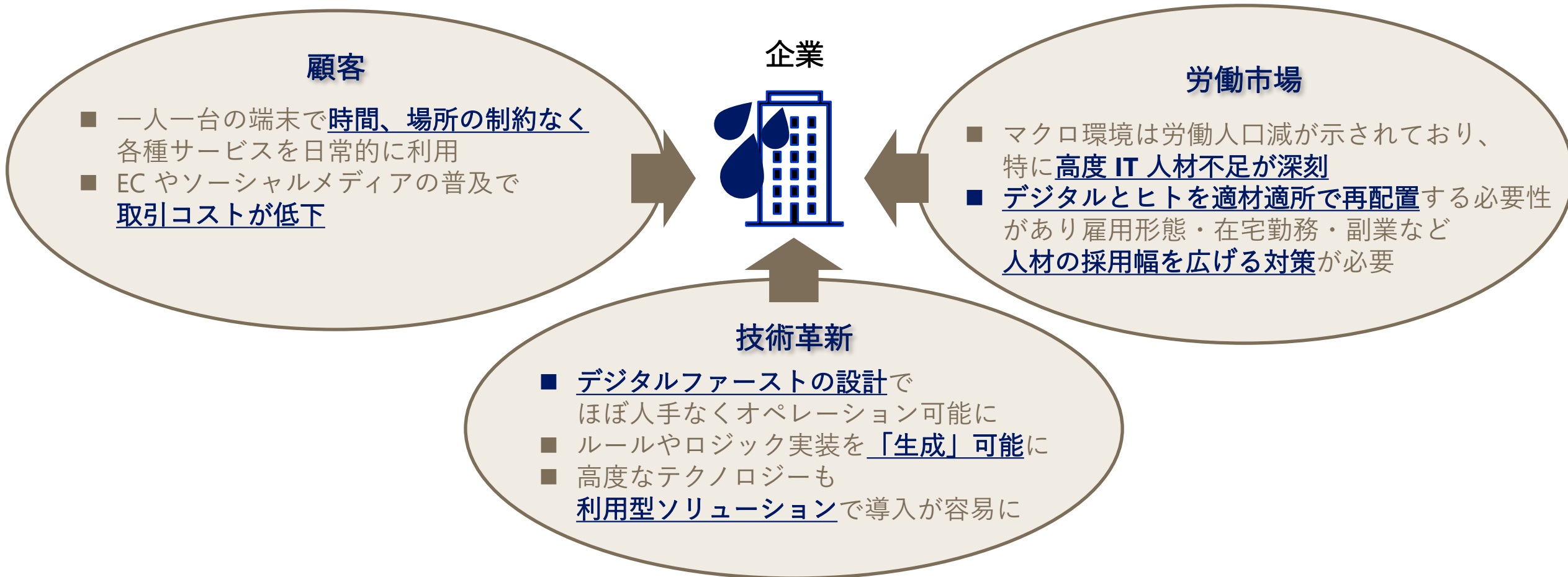
金融機関店舗 DX

サービス紹介

顧客体験の変革

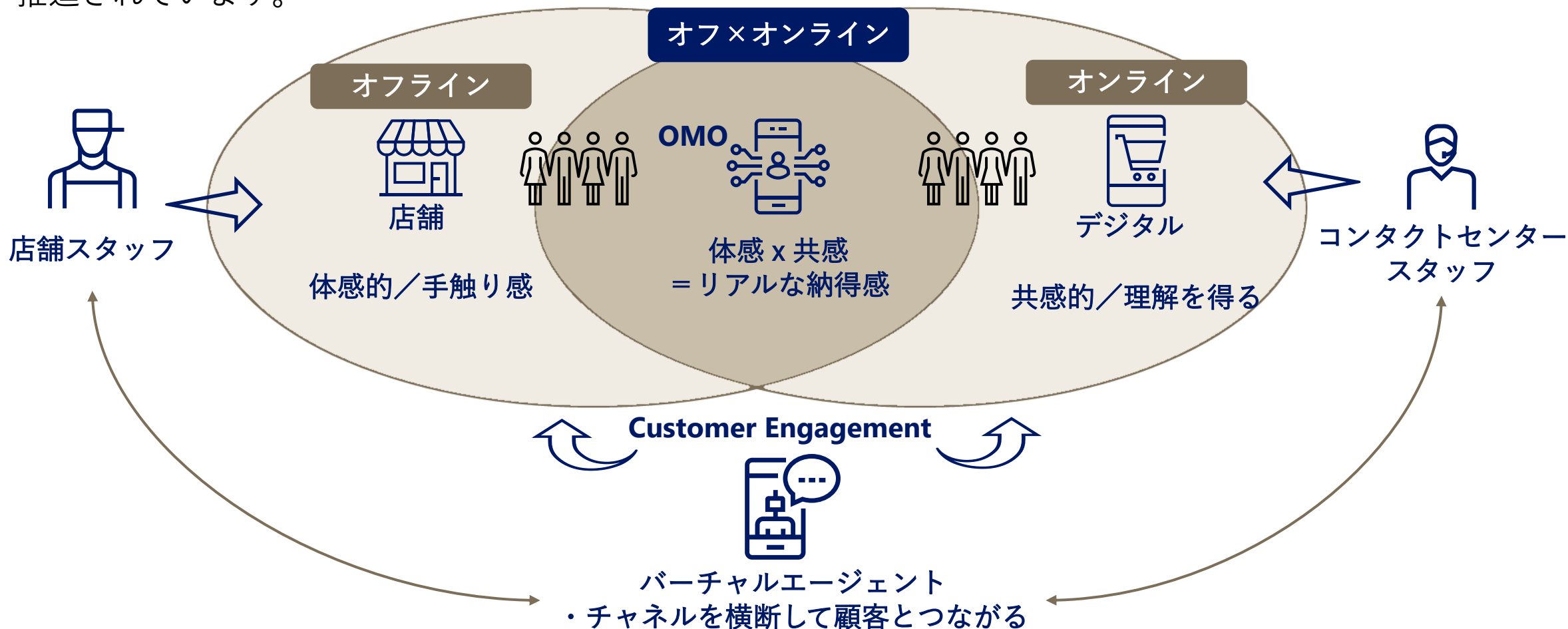
～ 産業構造変化を見据えて企業は・・・～

インターネット、モバイル、AI など過去数十年単位でのテクノロジーの進化によって、事業環境は変化してきました。先進テクノロジーに追随してオンラインのビジネスモデルを開拓した企業は、都市部や海外を中心にあたりまえ化している一方で、商圈ごとの特性により、従来型の店舗も必要とされる背景もあり、生産性向上に資する施策にお悩みの企業も多いと認識しています。



顧客体験の変革 ～ OMO の目指すところ ～

顧客環境に焦点を合わせると、スマホの世帯普及率は9割を超えており(2023年現在)、オンラインサービスは生活全般に浸透しています。顧客はプロダクトの手触り感を得る為に店舗を活用しており、購買体験のみならず、利用体験を含めたUX向上の為、小売業を中心にOMO施策(オンラインxオフライン融合)が推進されています。

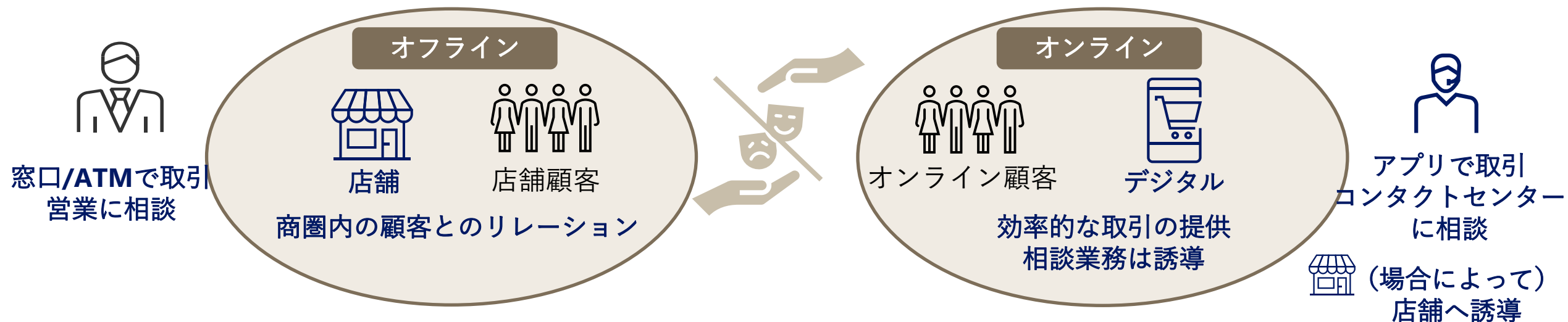


金融機関店舗 DX

～ 金融機関における OMO を阻害する要因 ～

金融サービスにおいてオンライン／オフラインの役割を整理した知見から、多くのサービスでは未だ顧客視点で分断状態にあると言えます。顧客が商圈内の店舗で人的なリレーション構築を前提に、顧客体験の全体を担うプロセスになっていることも要因の一つです。

店舗とデジタルが競合関係になっている



OMO 活用が進まない背景

- ・ 資産運用やリスクへの備えの相談を得るには、取引の手続などの来店のきっかけが必要
- ・ 店舗での手続効率化は関心があるが、オンラインへ誘導したいわけではない
- ・ 相談ニーズを精度高く店舗に誘導するには顧客とのリレーション情報が必要だが、店舗の入力負担になる
- ・ 店舗の改善施策と、オンラインの改善施策が競合関係に陥っている

金融機関店舗 DX

～ 役割分担の明確化 ～

オンライン／オフラインの融合によるメリットは顧客のデジタルシフトによって、相対的に店舗対応の顧客価値が低下している「均質なサービス」の位置づけの見直しと、各チャネル特性を活かした「高付加価値サービス」の提供を自社の競争優位性を鑑みて企画することです。



本質的な店舗の役割と変革施策

役割

ターゲット顧客と深い関係性を構築
中長期的な取引による成功体験の提供

施策

- ・ 事務効率化による余力創出
- ・ 相談業務対応力向上
 - 人材育成や相談センター化、BPOの活用
 - 異業種の店舗共同活用
- ・ 金融資産のカスタマーサクセスに資するサービスメニュー開発
 - 証券取引／保険などの資産運用
 - 収入アップ（人材サービス紹介）
 - 起業／副業の支援
 - 事業マッチングやビジネスサービス紹介
 - 会計コンサルティング、顧問契約



本質的なデジタルの役割と変革施策

役割

顧客全体に利便性の高い均質なサービス提供
生活利便性の高い付帯サービスによるエンゲージメント向上／離脱防止

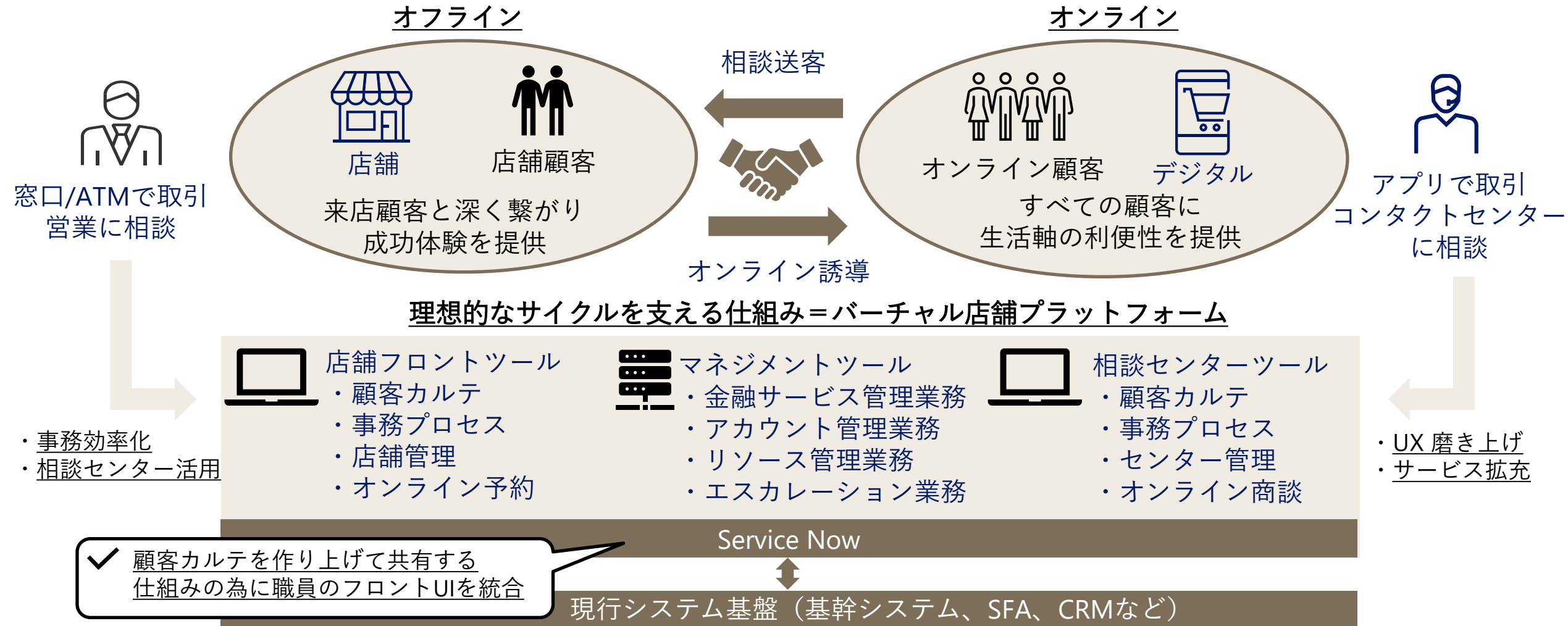
施策

- ・ デジタルマーケティングによる店舗送客
- ・ 基本的な取引サービスのUXモダナイズ
 - UXの法則に基づくアプローチ
 - オンライン手続きのカバレッジ向上
 - 定期的なアクセスを確保
- ・ 様々なオンラインサービスとのシナジー
 - サードパーティアプリとの連携
 - 戦略の核となる新サービス提供（資産管理やナビゲーションアプリなど）
- ・ 長期間のデータ蓄積に耐えうる拡張性と柔軟性のある構造

金融機関店舗 DX

～ 店舗効率化とデジタル誘導施策の両立に向けて ～

オンライン／オフライン融合の鍵は、デジタルから店舗への送客の精度向上にあります。
施策優先度の観点から、店舗の事務プロセスのDXにより店舗の負担軽減と顧客情報蓄積を両立させることを
始点としてサービスを順次拡充するアプローチが推奨されます。



サービス紹介

～ 金融機関店舗 DX アプローチ ～

① 店舗業務調査 効果アセスメント

主な タスク

- 店舗業務調査分析
- 提供サービス調査分析
- 顧客行動調査分析
- 変革GAP抽出・改革目標設定
- 施策検討、効果算定

② 店舗仮想化 構想策定

- 施策全体像・グランドデザイン検討
- 変革対象業務・システム要求整理
- センター業務・BPO検討
- 施策実施順検討
- ロードマップ策定
- 投資対効果試算

③ 施策実施・ 定着化支援

- プロジェクト推進支援
(PgMO/PMO)
- 「**バーチャル店舗プラットフォーム**」導入/システム連携開発
- 業務マニュアル等改定
- 移行トレーニング支援

主な 成果物

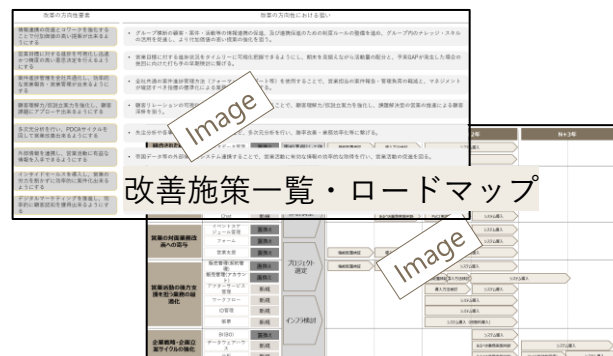
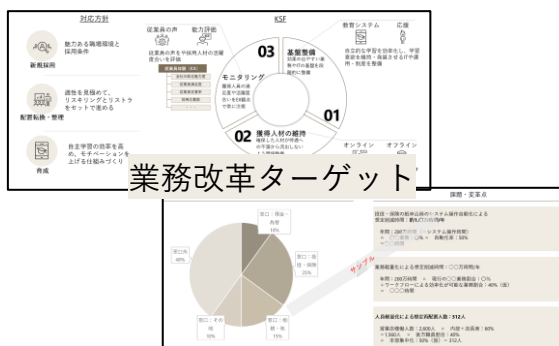
- バーチャル店舗全体像策定
- 業務改革サマリー
- 改善施策検討書

- グランドデザイン
- 施策一覧・ロードマップ
- 要求定義書
- 施策実行計画書

- プロジェクト計画書
- 要件定義書／設計書
- 新業務プロセス
- 業務マニュアル
- 展開計画書

等々

成果物 イメージ





アビーム、ABeam及びそのロゴは、アビームコンサルティング株式会社の日本その他の国における登録商標です。
本文に記載されている会社名及び製品名は各社の商号、商標又は登録商標です。 ©2024 ABeam Consulting Ltd.



Build Beyond As One®