



ふくおかフィナンシャルグループ

社名：
株式会社ふくおかフィナンシャル
グループ

会社概要：
九州全域にネットワークを構築する
広域展開型の総合金融グループ
である「ふくおかフィナンシャル
グループ (FFG)」。地域金融機関とし
ては日本最大規模を誇り、福岡銀
行、熊本銀行、十八親和銀行を中
心に、証券会社、カード会社、コ
ンサルティング会社などをグループ
傘下に持つ。「あなたのいちばんに。」
をスローガンに、全てのステーク
ホルダーから、ともに価値を創造し
ていくパートナーと認められること
を目指して事業活動を展開する。

URL：
<https://www.fukuoka-fg.com/>

所在地：
福岡県福岡市中央区大手門一丁目8
番3号

「金融機関を取り巻く環境は、日々刻々と変化しています。このような環境下では、行内・行外のアイデアを参考に営業戦略を立て、短期間で分かりやすく営業店とコミュニケーションを取ることが重要になってきます。営業店に営業戦略を分かりやすく迅速に展開できるITシステム、これが当行におけるDynaTrekの位置付けです。これからもDynaTrekを活用することで、営業戦略を迅速に展開し、お客さまの満足度を高めることで持続的な成長を続けていきたいと考えています」

株式会社ふくおかフィナンシャル
グループ
執行役員 営業統括部長
山中満夫氏

株式会社ふくおかフィナンシャルグループ

全営業店で利用される 「営業マネジメントシステム」を構築 業績表彰管理、担当者実績管理、 法人・個人営業推進などで活用

株式会社ふくおかフィナンシャルグループ (以下、FFG) では、さらなる営業活動の効率化・高度化に向けてDynaTrekの導入を決定。構築開始から本格稼働までわずか3ヵ月というスピードで導入プロジェクトを行い、福岡銀行・熊本銀行・十八親和銀行の全営業店で活用する「営業マネジメントシステム」の活用を2019年度下期に開始した。導入後は、収益管理システムや統合データベース (預貸金や預り資産、活動履歴等の各種情報を格納)、手管理のExcelファイルなどのデータをDynaTrek上で一気通貫してつなげ、業績表彰管理、担当者実績管理、法人・個人営業推進で活用。「今、注力すべき分野」をスピーディに把握し、アプローチに必要なリストや交渉履歴・案件情報などを即座に分析できる仕組みなどを提供している。

サービス開始後も継続的にコンテンツを増やし続けており、環境変化に応じて本部がスピーディに営業店に分析の「切り口」を提供する手段として、今後更に活用を推進していく。

■ システム導入の背景 構造改革による 収益の引き上げを目指す

福岡銀行、熊本銀行、十八親和銀行を中心に、証券会社やカード会社、コンサルティング会社などを傘下に持ち、九州全域にネットワークを構築するFFG。同グループでは、2016年4月からの10年間で「進化のステージ」と位置づけ、長期ビジョンとして「持続的に高い競争力・成長力を実現する『ザ・ベストリージョナルバンク』」を掲げて事業活動を展開している。

「少子高齢化や人口減少、低金利環境の長期化、ICTの急速な発展に伴う異業種の銀行業への参入など、地域金融機関を取り巻く経営環境は日々めまぐるしく変化しています。こうした中、私たちFFGが成長戦略を描く上で、当面の大きな柱としているのが『構造改革による収益の引き上げ』です。つまり、日々の業務の必要性や手順の抜本的な見直しに

よって無駄な作業を削減し、業務効率化、生産性向上を図り、そこで捻出した人材や時間をサービスの高度化に活用することで持続的な成長を実現していくことです」と同グループ執行役員 営業統括部長である山中満夫氏は語る。



株式会社ふくおかフィナンシャルグループ
執行役員 営業統括部長 山中満夫氏

同グループではこれまでもRPAなど新しい技術を活用し業務手順の見直しに取り組んできたが、それをさらに進めて営業管理業務においても最先端のデジタル技術を導入し、業務の自動化・効率化を図る。そして、営業管理業務にかかる時間を削減し、お客さまと向き合う時間を増やすとともに、活動の質を高めることで、お客さま満足の向上を図り、収益機会の拡充を目指す。これが営業部門における構造改革の全体像である。

具体的に言えば、営業店における営業管理業務の一例として、支店長は自店の中長期的なトレンド、近隣他行店舗との比較、業績表彰など店舗全体の管理を行う必要がある。また、管理職の業務としては部下の営業活動の管理、案件管理などの担当者管理があり、営業担当者はお客さまとの交渉履歴管理や残高管理など顧客管理を行う必要がある。しかも、多くの管理業務には独立した専門のシステムや手管理のExcelファイルなどを使用している。

特に、①業績表彰の評点実績・見込管理、②営業推進項目の担当者別実績管理、③営業会議資料の作成の3つについては、半期あるいは年度で方針が見直されるケースが多く、従来のやり方ではシステム開発が間に合わず対応が困難であり、Excelを用いた手管理が中心となっていた。「これらの営業管理業務の簡略化を図ることで、より多くのお客さまとのコミュニケーションに時間をあ

てることが可能となります。そこで、私たちはこれらの業務の負担を減らすためにデジタル技術の導入を検討したわけです」と山中氏は言う。

営業部門の構造改革を短期間で遂行するにあたり、FFGが選んだのがDynaTrekである。「今回、私たちが求めたのは、従来のように提供するコンテンツを定め時間をかけて作りこんでいくことではありません。スピード感と適応力を兼ね備え、営業店のニーズを柔軟に汲み取って、そのニーズにリアルタイムで対応し続けられるITシステムであり、それがDynaTrekだったのです」と山中氏は語る。

また、FFGはDynaTrek導入の視察も実施。その際、「これまでデータが分散し把握しきれなかった情報がDynaTrekで『見える化』されたことで、営業活動のやり方がガラリと変わった」など導入行が大きなメリットを感じていることも選定の決め手となったという。

■システム導入

スタートから本格稼働まで 3か月でプロジェクトを完遂

2019年1月、FFGはDynaTrekの導入によってどのようなコストメリットがあるかを検証するため、約3か月間の試行プロジェクトをスタートした。「試行プロジェクトでは、従来は分散していたデー

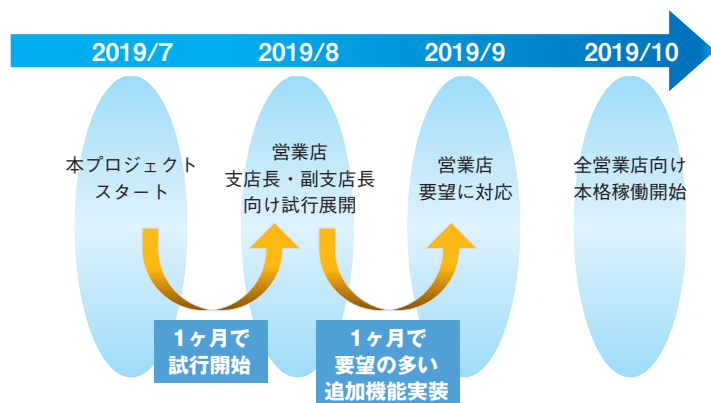
タをDynaTrekで有機的に組み合わせることで、すぐに活動につなげられるという手ごたえを得ることができました。こうしたことからDynaTrekの本格的な導入を決定したのです。また、同年7月にはDynaTrekのユーザー会議にも参加し、DynaTrekの既存の導入行とも交流を図り、今回のプロジェクトの進め方の参考とさせていただきます」と営業統括部 営業統括グループ 主任調査役の壇明宏氏は振り返る。

プロジェクトが本格的なスタートを切ったのは2019年7月。それからわずか1か月後の8月には提供コンテンツ一式をプロトタイプで構築し、5カ店の支店長・副支店長への試行展開を開始した。「営業店のニーズは地域の環境や市況によって随時変化していきます。そのため、いわゆるアジャイル開発の手法をとり、設計をつくり込むのではなく、高速で叩き台を作成し、ユーザーである営業店の声を取り入れながら精度を上げていくことに注力しました。このような開発手法をとれるのもDynaTrekの大きな利点だと思います」と壇氏は語る。

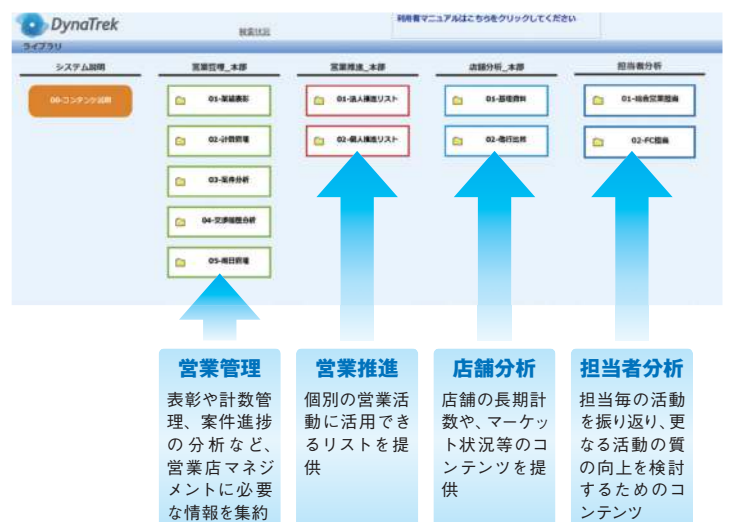
営業店試行では、「処理スピードも速く、使い勝手がよい」「各種分析・把握には視覚的にも分かりやすい」などの声が寄せられたという。

一方で、大型店では業務純益の着地

プロジェクトの進め方（スピード×インタラクティブ）



営業店でのポータル画面



予想を出すために、さらに詳細な役務収益情報を提供してほしいなどのニーズがあり、中規模店からは法人顧客の開拓のみならず、企業内個人の開拓のための資料を提供してほしいという声上がるなど、営業店ごとにニーズが異なることが試行によって明らかになった。これらの試行で寄せられたニーズを、カットオーバーまでの1か月で追加機能として実装することで、営業店にも「ニーズを上げれば、それが機能として、スピーディに提供される」ことが理解される。このようなプロセスを経ることで、「本部と営業店がともにつくりあげる」システムを実現したのである。

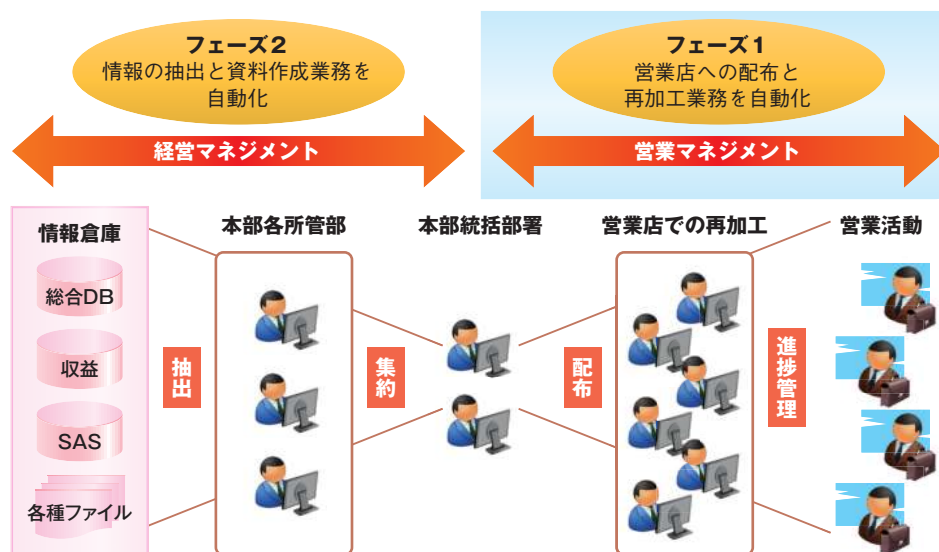
2019年8月に試行展開し、営業店から上がってきたさまざまなニーズに1か月で対応し9月には追加機能を実装。そして、10月7日には全営業店向けの本格稼働を開始した。プロジェクトのスタートから本格稼働までわずか3か月というスピードである。「プロジェクトが始まる前は、『営業店がデータを入力しきれないとよいコンテンツが提供できないのではないか』という懸念もありました。しかし、DynaTrekでスピーディにコンテンツを提供していくことで、データを入力することの意義が営業店にも理解いただくことができたのだと思います。入力したデータが自分たちの営業活動に役立つという認識が浸透するからこそ、データが網羅的になり、提供コンテンツの品質が上がる。そのような良いサイクルが、DynaTrekによって生まれたと感じています。DynaTrekの品質はもちろん、ダイナトレック社の担当者の方たちのスキルの高さ、スピード感、対応力を実感しました」と営業統括部 営業統括グループ 部長代理の井上修氏は振り返る。

■プロジェクトの成果

DynaTrek導入により PDCAサイクルが一通貫に

DynaTrekを活用したFFGの営業マネ

営業マネジメントシステムの対象業務



マネジメントシステムのポータル画面は以下の4つに分かれている。

- ①営業管理：業績表彰や計数管理、案件進捗の分析など、営業店マネジメントに必要な情報を集約
- ②営業推進：営業活動に活用できるリストを提供
- ③店舗分析：店舗の長期計数やマーケット状況などのコンテンツを提供
- ④担当者分析：担当者ごとの活動を振り返り、さらなる活動の質向上を検討するためのコンテンツを提供

例えば、業績表彰の資料についてはこれまでExcelで配信しており、配信された資料を営業店が独自に加工し、営業店内の会議資料などに活用してきた。DynaTrek導入後は、業績表彰の資料がグラフで自動的に閲覧でき、さらに支店ごとの一般貸出金平残の達成率や点数などもドリルダウンしながら見ることができるようになった。実際に営業店が最も活用しているコンテンツは業績表彰であり、営業店からも「とても便利になった」と高評価を得ている。

また、貸出金残高の資料については、全行の貸出金残高の推移はもちろん、ブロック別の推移、支店別の推移、そして支店の貸出金残高を構成する明細

まで粒度を細かくしながら閲覧でき、今期と前期を比較してどの顧客が伸長・減少しているかまで把握することが可能となった。さらに、例えば貸出金残高が減少している顧客があり、どのような営業活動を行っているかを知りたいと思ったら、営業担当者の交渉履歴まで見ることができるようになったのである。

上記は、DynaTrekの機能を活用してまずグラフを見て全体を把握した上で、より細かい粒度までドリルダウンする流れをつくった例だが、DynaTrekには分散している情報を集約して見せるという機能もある。その機能を活用して開発したコンテンツが、営業店カルテと担当者別カルテである。

営業店カルテは、元受の件数や給与振り込みの口座数といった基盤情報から、貸出金残高や預かり資産残高の推移など、その営業店がどのようなトレンドにあるのかを把握できる資料であり、支店長などが赴任してきた際はこの資料を見ることで自店がどのような店かを俯瞰的に理解することができる。

従来これらの情報を知るためには、分散したシステムからそれぞれ資料を抽出し、資料をいくつも突き合わせて見なければならなかったが、DynaTrek

の導入により1枚で把握できるようになったのである。

一方の担当者別カルテには、法人担当者向けと個人担当者向けの2つがある。例えば、個人担当者向けのカルテでは、管理顧客数や接触先数などの活動状況、投信販売金額などの投信状況、保険販売金額などの保険状況について、全行平均との比較ができるようになってきている。さらに、自分の活動状況と全行平均の比較をレーダーチャートで表示することも可能だ。レーダーチャートで可視化することにより、「成果を上げるために訪問を増やそう」など、営業担当者は自分自身の活動を見つめ直すことができる。

また、営業店の管理職向けにDynaTrekの研修を実施した際、好評だったのがこのレーダーチャートだったと営業統括部 営業統括グループ 主任調査役の蒲原直樹氏は語る。「営業担当者一人ひとりの強みや弱みがひと目で分かるので、指導やアドバイスが非常にしやすいという声が多く聞かれました」

壇氏は、DynaTrekの導入により、営業活動のPDCAサイクルを一気通貫して回す仕組みが構築できたと指摘する。「業績表彰管理画面で活動の指針を定め(Plan)、つぎに推進したい項目ごとに提供されるリストを用いて営業活動を実施(Do)。そして、例えば、営業担当者ごとに案件管理をリアルタイムに把握した上で、案件状況に応じて個々の営業担当者の活動の仕方や量をモニタリング(Check)。適宜活動指導を行いながら、さらなる案件成約を目指す(Action)。従来は個々のシステムを使って対応しなければならなかったPDCAサイクルを、DynaTrekでは一気通貫して回すことができるのです」



前列中央：山中 満夫氏
後列：右より蒲原 直樹氏、檀 明宏氏、井上 修氏、藤崎 響氏

■今後の展望

DynaTrekをフル活用し、 持続的な成長を続ける

DynaTrekの運用開始から約1年、その間もFFGではさまざまなコンテンツを追加してきた。いずれのコンテンツも営業統括部と社内エンジニアが主体となり、短期間でつくり上げることができたという。

そうした新規コンテンツの1つに、2020年2月より新たに開始したサービス「投信のパレット」の営業推進コンテンツがある。「投信のパレット」とは、営業担当者が「F-navi+」というFFG独自の投資信託の評価・分析・提案システムを活用して、お客さま一人ひとりに最適な運用プランを提案し、長期にわたる資産の成長をサポートするサービスである。「このサービス展開において、お客さまとのコンタクトや販売状況、残高推移など管理業務の全般でDynaTrekを活用しています。通常こうしたシステムを構築するには、必要な

データを集約し、CRMに新たな画面を作成するなど、さまざまなシステム施策が必要となるため数ヵ月はかかると思いますが、DynaTrekでは、このコンテンツを内製化で2週間というスピードで構築することができたのです」と壇氏は言う。

今後、FFGではDynaTrekをどのように活用していこうと考えているのだろうか。その方向性を山中氏はつぎのように語る。

「金融機関を取り巻く環境は、日々刻々と変化しています。このような環境下では、行内・行外のアイデアを参考に営業戦略を立て、短期間で分かりやすく営業店とコミュニケーションを取ることが重要になってきます。営業店に営業戦略を分かりやすく迅速に展開できるITシステム、これが当行におけるDynaTrekの位置付けです。

これからもDynaTrekを活用することで、営業戦略を迅速に展開し、お客さまの満足度を高めることで持続的な成長を続けていきたいと考えています」



株式会社ダイナトレック

<https://www.dynatrek.co.jp/>

〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-1 帝国ホテルタワー

TEL : 03-3539-1561 FAX : 03-3539-1562