

第26回・コミュニケーションのデジタル化

株式会社NTTデータ経営研究所

金融政策コンサルティングユニット

エグゼクティブスペシャリスト

上野 博

本シリーズではデジタルライゼーションの潮流についてテーマごとに見ていく。第26回は、コミュニケーションのデジタル化について論じる。Face to Faceの密なコミュニケーションを通じて顧客との関係性は、信用金庫の特性であり強みでもある。ここでは「強みをさらに強化する」という視点でコミュニケーションのデジタル化のあり方を捉えてみたい。

1 Face to Faceの強化

信用金庫は、特定の地域内に稠密な支店網を形成して、訪問

営業を中心に据えた金融機能の発揮を通じて、地域内の中小企業の事業活動を支援し、地域の繁栄を目指している。Face to Faceという信用金庫全体のスローガンにもあるように、顧客の近くにいて、必要に応じてすぐに訪問して対面で直接コミュニケーションが取れることが、信用金庫の特性であり強みでもある。

コミュニケーション手段の中で対面は、最もリッチな情報が得られる。顧客の表情や声の調子に加えて、身ぶり・仕草、周囲の状況なども情報の一部として捉えられる。これに準じる

コミュニケーション手段として

は、会議ソフトやSNSアプリなどで顔を出して会話するものがあるが、対面と比べると入手できる情報量は大きく劣る。対面コミュニケーションは特に、込み入ったトピックや明確なテーマの決まっていない話、あるいは複数の書類などを一覧しながらの議論といった場合に力を発揮する。これは顧客側にとっても同様なので、互いに安心感が得られ、関係性が深められることにつながる。

その一方で、物理的に顧客に対面する必要があることから、1日で複数顧客を訪問する営業

3 業務活動のデジタル化とコミュニケーション

などのシンプルなやり取りや、ちょっとした声かけに適する。電話や電子メールよりも高い頻度で会話に近いやり取りができるため、訪問間隔の間を埋めるだけでなく、親密度を高めるツールとしての役割が期待できる。

また、金融機関内部でSNSツールを利用している例もある。SNSでは例えば家族/同級生/趣味の集まりといったコミュニティが形成され、その中でコミュニケーションが多く発生する。同様に、金融機関内で、職種/部門/特定支店経験者といったコミュニティを作れば、その中ではメールなどよりも効率的にやり取りが可能になる。業務以外にも、部活動やワーキングマザーといったコミュニティを作ることでもできるので、組織内での部門や階層をまたがったコミュニケーションの円滑化に役立つ。

ここまで純粋なコミュニケーションについて論じてきたが、それ以外にも業務に伴って発生するコミュニケーションやそれに付随する「紙」を含む作業の効率化がある。例えば、稟議資料や会議資料は多くの地域金融機関でデジタル化が進められている。他にも業務の現場では現在もデジタル化（業務プロセスのデジタル化）の余地は多い。また、コロナ禍の期間中にはリモート会議が普及した。その後、現在ではオフィスへの回帰も進んでいるが、リモート環境が整備されてリモートでも対面とほぼ同等の環境で会議に参加できる企業では、リアル/リモートの併用が定着している。物理的に集まる必要がない点で効率化に貢献している。住宅ローンの書類や契約書などもデジタル化が進んでいる。顧客側では来店が減る一

担当者としては、1軒の先にかけられる時間は限られる。すなわち対面は、強力ではあるが、制約も大きいコミュニケーション手段である。したがって、限られた営業時間の中で、対面の効果を最大化することが必要になる。ここに、信用金庫が非対面の手段を活用する機会があると言える。

非対面のコミュニケーションツールとしては、これまで、電話や電子メールといった手段が使われてきた。

ただし、電話は相手も同時参加が必要という点で対面に近い。また、アポなしの電話は「相手の貴重な時間を奪う」ことにもつながる。一方、電子メールは時間差があっても読めるのでその心配はないが、営業店で各個人にメールアドレスが付与されていない金融機関も多く、その場合はやり取りがかなり非効率的になる。また、顧客側も多種多様なメールが集中す

る中で、必要なメールを適時に認識するのが難しくなっている事情もある。こうした状況を避けるため、最近ではデジタルコミュニケーションツールの利用が増えつつある。

2 「コミュニケーション」のデジタル化

一部の地域金融機関では、SNSツールを顧客コミュニケーションに使い始めている（注）。金融機関が自らのSNSアカウントを作ってフォローを増やすアプローチとは異なる。業務用のクロースドな環境で利用できる（顧客は例えば「ゲスト」として参加可能）SNSツールを利用すれば、ふだん個人が使っているSNSサービスと同様の感覚で使うことができる。顧客とリアルタイム/時間差ありの双方でつながることができるうえに、会話に近い感覚でやり取りが可能なので、訪問予約やちょっとした確認、通知

方で、金融機関の側では書類の輸送・保管の負担が軽くなる。

地方銀行の中には書類管理の仕組みをデジタル化して住宅業者にも使用してもらい、業者とのコミュニケーションまで含んだ効率化を進めている向きもある。

他にも、2024年秋を目途に投資信託目論見書の電子交付が認められる見込みであり、営業担当者としては重い目論見書を持ち歩くことや、古いバージョンのものを誤って交付して再交付を行うなどの手間が軽くなるだろう。そうならば労力や時間が節約できるので、顧客とのコミュニケーションのデジタル化と併せて、より効果的な訪問活動が可能になると考えられる。ムダや負荷を排して、よりFace to Faceの価値を高める活動に専念できる機会が増えつつあると言えるだろう。

* * *