

タブレットとXiで多様な業務ソリューション 金融業界にドコモが提案攻勢

金融業界では、顧客への提案ツールとしてタブレットを活用する動きが広がっている。Android端末と「Xi」で金融業界のシェアを伸ばすNTTドコモの戦略を探った。

文◎村上麻里子(本誌)

「地方銀行を中心に、金融業界でタブレットへの関心が非常に高まっている」——。こう語るのは、NTTドコモ第一法人営業部第四営業担当部長の上原宏氏だ。

法人営業部が取り扱っている案件の中で、すでにタブレットの本格導入を決めたり、トライアルを開始している銀行は合わせて20行以上になる。「2012年度はかなり普及が進むのではないか」(上原氏)と手応えを感じている。

その一例として、北國銀行(石川県金沢市)は今春、渉外担当者向けに「Xi」対応Androidタブレットを1000台規模で導入する。金融商品の提案・販売に必要な説明事項や事務フローをタブレットの画面に表示することで、渉外活動を支援するのが目的だ。

このように渉外担当者の提案ツールを主な用途として、金融業界でタ

ブレットの大規模導入が相次いでいるのは次のような背景からだ。

まず、金融商品の多様化である。渉外担当者は顧客のニーズに合った商品を選んで紹介するために、複数の商品カタログを持ち歩かなければならない。電子カタログならば、必要な情報をダウンロードしてプレゼンテーションすればよく、担当者の負担軽減につながる。

また、投資信託や生命保険などの預かり資産の提案では今後の運用におけるリスクやリターン、ライフイベントにかかる費用などのシミュレーションは条件を変えて複数のパターンを作成することが多い。紙による提案ではそのたびにオフィスで資料を作成し、顧客を訪問するので双方にとって負担となるうえ、個人情報を持ち歩くことも課題だった。その点、タブレットなら顧客の前でシミュレーションを何度もやり直せ、最終的に



NTTドコモ
第一法人営業部
第四営業担当部長
上原宏氏



NTTドコモ
関西支社
法人営業部
第二営業担当課長
山本真睦氏

決定した条件のシミュレーションを印刷するので、業務効率化やペーパーレス、セキュリティの確保を実現する。

さらに見逃せないのが、「攻めのツール」としての効果だ。タブレットを使った提案は、斬新で顧客に与えるインパクトが大きい。画面を共有することで、一方通行の提案から、顧客も参加する双方向へと商談のスタイルそのものにも変化をもたらす。「タブレット導入後に成約率が1.5倍になった銀行もあると聞いている」(上原氏)という。

実は安全なAndroid

金融機関がタブレットを導入する際、最も重視するのがセキュリティだ。金融商品の電子カタログとしての用途であればそれほど問題にならないが、外出先で顧客情報のデ

金融機関におけるタブレット導入の主な効果

- ・パンフレットを持ち歩かないので、渉外担当者の負担が軽減する
- ・シミュレーションを変更するたびに顧客を訪問する必要がなく、業務効率化
- ・最終決定した条件のシミュレーションを印刷するので、ペーパーレス化を実現
- ・顧客情報をネットワーク側に預けることで、個人情報の保護になる
- ・PCを使うよりも斬新でインパクトある提案ができる