

環境認識と取組方針

デジタル技術の急速な進展によるキャッシュレス化や異業種による金融ビジネスへの参入に加え、コロナ禍を経て人々の価値観や行動の変容が進むなど、金融を取り巻く環境は大きく変化しております。一方、規制緩和や技術革新に伴い、新たなサービス・価値の創出が可能となり始めています。

当行は、前中期経営計画がスタートする前年（2019年）に、デジタル戦略の企画・立案および統括部署である「イノベーション・デジタル戦略部」を創設しました。「銀行業務・事務手続のデジタル化（銀行自身のデジタル化）」、「銀行サービスのデジタル化」、「お客さまのデジタル化支援」、の3つのデジタル化を前中期経営計画期間で段階的に進めてきました。そして、データに基づくビジネス展開・意思決定＝データドリブン経営を掲げ、新中期経営計画をスタートさせております。

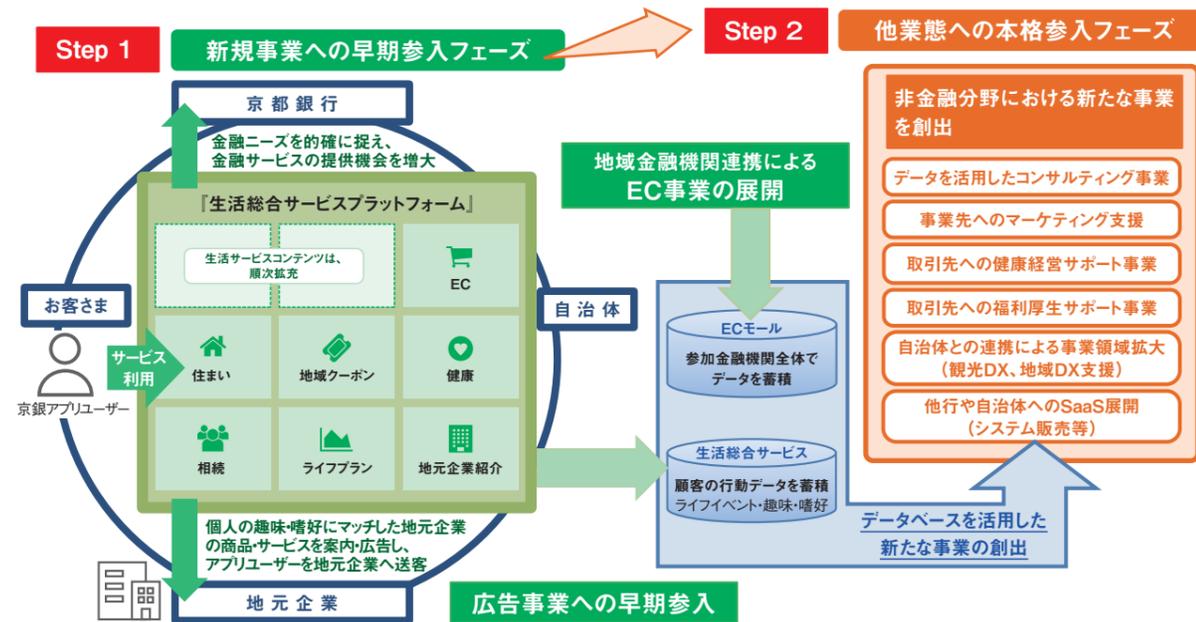
新たなビジネスへの展開

DX分野における新たな非金融ビジネスの創出に向けて、2022年8月にイノベーション・デジタル戦略部内に「DXビジネス開発部」を新設し、非金融ビジネスの第1弾として、2022年11月にオンラインショップ「ことよりモール」および地域金融機関のECサイトを連携させるプラットフォーム「&WA（アンドワ）」のサービス提供を開始しております。「ことよりモール」は、「地元の発展に貢献したい」、「地元企業を応援したい」という想いから誕生し、地域金融機関が運営するオンラインショップならではの「知る人ぞ知る商材」や「イチオシ商品」をラインナップに揃えています。

さらに、「京銀アプリ」上に個人のお客さまと地域の事業者をつなぐ「生活総合サービスプラットフォーム」の構築を進めております。当行の保有している金融データと、本プラットフォームから取得できる非金融データを掛け合わせて活用することで、お客さまの「真のニーズ」にマッチした情報発信や提案などが可能となり、お客さまの課題解決につなげていくことを目指しています。

生活総合サービスプラットフォーム上で展開する、ECモール事業、広告事業を足がかりとして、非金融分野における新たなビジネスの創出に向けて積極的にチャレンジしていきます。

■新規ビジネスへの展開イメージ



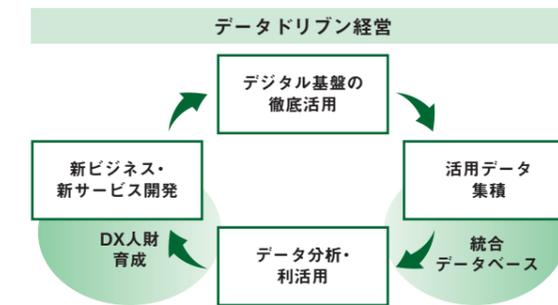
データドリブン経営の推進

競合他行はもとより、異業種も含めた競争に打ち勝つためには、「お客さまの真のニーズを起点としたビジネス展開」と「新技術・新ビジネスモデルの継続的探究・検討」に、これまで以上にスピード感をもって取り組む必要があります。そのため、2023年2月、銀行グループ横断的にデータの「集積・分析・利活用」を推進する「データドリブン推進室」を新設しました。

また、行内の各種システムに散在するデータをはじめ、グループ会社や外部情報を含めた膨大かつ多種多様なデータについて、一元的に管理・集約し、分析・利活用する統合データベースを構築しております。

加えて、新たに導入するAI分析ツールやBIツールのほか、既に導入しているCRMシステムなどをフル活用することで、効果的・効率的な営業手法の確立、業務の生産性向上、さらには革新的なビジネス創出につなげるような仕組み・体制を構築しております。

■データドリブン経営のイメージ



DX人財育成

これらのDX戦略を担う、専門人材の創出・活用については、既に取り組みをスタートさせております。具体的には、行内において習熟度別の認定を設け、最上位のDXスペシャリスト（50名）、DXアドバイザー（ゴールド認定500名）、デジタル・サポーター（ゴールド認定1,000名）の育成を行っております。

また、2025年度までに35名のデータサイエンティストの育成を目指しております。



DXによる新たな営業店の形に向けて

外部環境の変化により拠点削減に舵を切る金融機関が多かった近年ですが、当行は顧客接点である拠点は不可欠との認識のもと、効率的な拠点運営と充実したコンサルティング提供の実現に注力してきました。専門拠点の新設や地域グループ営業体制を活用したエリア全体のソリューション水準の底上げなど、コンサルティング高度化に向けた施策を実施した一方、従来型の事務手続を見直し、拠点運営の効率化を進めてまいりました。

新中期経営計画においては、一定の地域・エリア内の近隣店舗を1つの集合体として捉え、エリア全体でのコンサルティング機能の強化をはかるとともに、ご来店されたお客さまに対し、各種手続きを本部の専門知識をもった行員がタブレット端末等を介して説明を行う「京銀リモートサービス」の対象となる店舗・業務を拡大する等、さらなる利便性向上に取り組んでまいります。