

「つなぐ・つむぐ」の基盤となるデジタル戦略

デジタル戦略のコンセプト

デジタル戦略の基本的な考え方は、地域・お客さま接点・行内業務の3つの領域におけるデジタル化です。群馬銀行が進めているさまざまな施策には、この3領域のデジタル化が密接に関わっており、3つの領域のデジ

タル化を推進することが、群馬銀行の経営戦略を実現していくうえで基本となります。さらに、これらのデジタル化を支える人材の育成も進めています。(デジタル人材育成についてはP46参照)

「データ利活用の高度化」や組織の変革を進め、3つの領域のデジタル化を推進

- 1 地域のデジタル化
- 2 お客さま接点のデジタル化
- 3 行内業務のデジタル化

主な取組み状況

地域のデジタル化

地域のお客さまの業務効率化に資するIT導入支援やITコンサルティングなどにより、お客さまのデジタル化を支援しています。また、2024年1月(予定)にデビットカードの取扱いを開始するなど、地域のキャッシュレス化を推進するとともに、決済データを活用した広告、送客など、新たな価値を提供し、地域におけるデジタルエコシステムの構築を進めています。

お客さま接点のデジタル化

2022年4月に提供を開始した「ぐんぎんアプリ」は、新機能を順次追加し、お客さまの利便性向上に努めています。また、2023年7月に法人・個人事業主向けポータルサイト「ぐんぎんビジネスポータル」を導入したほか、2024年1月(予定)には、店頭タブレットを導入するなど、お客さま接点のデジタル化を進めています。

行内業務のデジタル化

Office365を導入し、ペーパーレス化の推進、場所や時間にとらわれないワークスタイルの構築に取り組んでいます。また、2023年7月よりダッシュボードを活用し、計数や各施策の推進状況など必要な情報の「見える化」

を行いました。今後、順次ダッシュボードの項目を追加し、報告ゼロ化を目指しています。

<最近の主な取組み>

- 「ぐんぎんアプリ」提供開始(2022年4月)
- 「群馬銀行 Mikatano ワークス」「群馬銀行 Mikatano 資金管理」「群馬銀行 Mikatano インボイス管理」の取扱開始(2022年12月)
- 当行ホームページリニューアル(2022年12月)
- 「DX認定事業者」(経済産業省)認定取得(2023年1月)



- 法人・個人事業主のお客さま向けポータルサイト「ぐんぎんビジネスポータル」導入(2023年7月)

<今後の予定>

- 店頭タブレット導入(2024年1月) [▶P.48参照](#)
- デビットカードの取扱開始(2024年1月)

「ぐんぎんアプリ」機能拡大

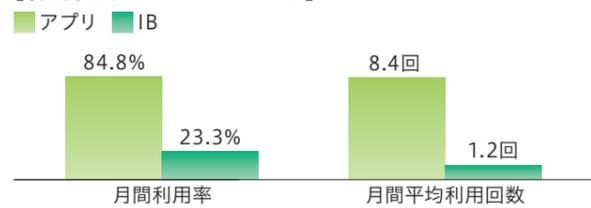
「ぐんぎんアプリ」は、「お客さまの最も身近な当行との接点」としてご利用いただくメインチャネルと位置付け、2022年4月に提供を開始しました。2023年3月末時点で約15.6万人にご利用いただいておりますが、利用率(1回以上ログインがある先の割合)、平均利用回数ともに既

存のインターネットバンキングを大きく上回っております。2023年3月には、税公金収納や引落予定明細表示等の機能を追加したほか、今後、投資信託取引(2023年9月予定)や電子交付サービス(2024年度)の機能も追加していく予定です。

【利用者数推移】



【利用状況(2023年3月平均)】



各戦略テーマのベースとなるデジタル化を推進することで「つなぐ」力を高め、未来をつむいでいきます

「ぐんぎんビジネスポータル」の導入

2023年7月、法人・個人事業主向けポータルサイト「ぐんぎんビジネスポータル」を導入しました。

複数の金融機関口座の取引状況を視覚的にグラフ化する機能や来店不要で各種手続きができる機能、お客さまごとに最適な商品・サービス、情報が受け取れる機能などを搭載しています。

今後も各種申込機能など継続的に機能追加を進めていきます。

画面イメージ



データ利活用の高度化

当行は、お客さまの取引履歴など膨大なデータを蓄積・保管しています。これらのデータを分析することで、お客さまが真に求めている商品や資金ニーズなど、さまざまな気づきを得ることができます。データを収集、蓄積、

分析し、課題解決・価値創出につなげるデータサイクルの構築を図るなど、データ利活用の高度化に向けた取組みを進めています。

データ利活用による活性化への貢献

地域

データを活用した新たなサービスの提供

- 域内キャッシュレスを推進するとともに、お客さまの事業拡大を見据えたデータ活用による新たなサービスを提供することで、地域エコシステムの循環・拡大を図っています。
- デビットカードの提供を開始し、決済データを蓄積。口座情報等と掛け合わせ、マーケティングの高度化や地域商社事業との連携などにつなげていきます。

One to One マーケティングの実現

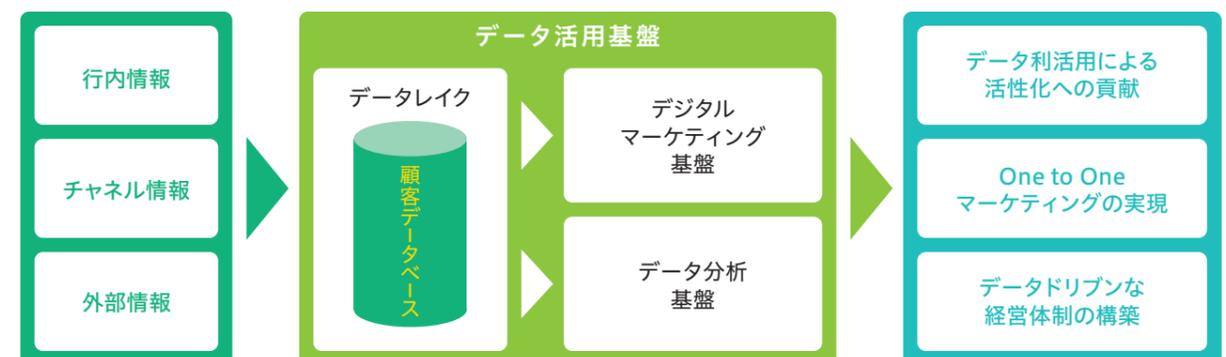
お客さまに最適化した情報を最適なタイミングで配信

- デジタルマーケティング基盤を構築し、お客さまのライフイベントに合わせて、必要とされるサービスや情報を最適なタイミングで提供していきます。
- お客さまに合わせた最適なチャネルで、お客さまのライフプラン・ニーズに沿ったサービスを提案していきます。

データドリブンな経営体制の構築

可視化されたデータを意思決定に活用

- データレイクに蓄積した情報を自動集計し、計数や各施策の推進状況等、ダッシュボードを活用し必要な情報の「見える化」を進めています。
- 行員自ら分析ツールを活用し、分析のPDCAサイクル(分析・効果検証・分析結果に基づく施策立案)を構築することでデータ活用の定着を図っています。



1 群馬銀行について

2 パーパスを実現するための戦略

3 パーパスの実現を支える経営基盤