

テクノロジーによって、

横浜銀行と地域の人々の距離をもっと近くする。

理想は、リレーションシップバンキング。



### Ryota Hara

自動車メーカー、アルコール飲料メーカー、タバコメーカー。自分の趣味や好みを重視して就職活動をしていたと振り返る原。だが、「リレーションシップバンキング」という言葉を知り、地方銀行にも関心を深めていったという。4年半の営業店時代を経て、財務省出向を経験。本部ではデジタル戦略に携わる機会が多く、以前にも増してお客様との「リレーション」の重要性を噛みしめることが増えたと語る。

自らのキャリアを、自ら切り開く  
そのために手を挙げた財務省出向

# 株式会社 横浜銀行

デジタル戦略部  
戦略企画グループ 調査役

原 亮太

自分はビジネスパーソンとして、どのレベルにいるのか。労働市場の中で、高い評価を得られるのか。価値ある人材としてのビジネススキルは身につけているのか。原亮太は自らに問う。横浜銀行という恵まれた環境にあぐらをかくのではなく、自分のキャリアを自分の能力でコントロールできる、主体的な生き方がしたいのだと原は言う。

「人に言われてやるのではなく、自分がやりたいと思うこと、チャレンジしたいと思うことを実践していきたいんです。それは横浜銀行に入社してからずっと変わらない私の考えです。そう自身が語るように、原は自ら手を挙げ、自らのキャリアを切り開いてきた。そのきっかけとなったのが財務省出向というできごとだった。入付4年目の秋、日本の中核とも言える霞が関の地に、原は勇んで足を踏み入れた。行内公募の外部出向先として、取引先や地方自治体、他の金融機関

など選択肢は他にもあったが、原は財務省を選択した。大学時代に網羅できなかった、金融の専門知識を現場で学び直したい気持ちがあった。

### 養われたのは数的な根拠をベースに ビジネスを見ること

「財務官僚の多くが海外留学をして修士号や博士号を取得して帰ってくるのですが、そこに向けた研修プログラムにも参加させてもらいました。大学院受験のための内容なので、それは難しかったです。大学で学ぶことができませんでした。研修プログラムの最後には、応用経済に関する論文も提出しました。」

証拠に基づく政策 (Evidence-based policy)、略EBCP)が重要になってきている中、財務省のシンクタンクとして、財政経済に関する基礎的、総合的な調査・研究をおこなう「財務省財務総合政策研究所」において、持続可能な高齢社会の研究会に参加したり、家計調査や全国消費実態調査を利用して家計の貯蓄や消費の行動を研究することがミッションだった。

「2年間の出向で得たのは、やはり数的な根拠をベースにしてビジネスを概観するという習慣だったと思います。感覚や感性も大切ですが、それは客観的な数字があつてはじめて通用すること。出向から戻り、営業企画部・個人戦略企画室(現営業戦略部)に配属され、中期経営計画の基礎となる収益計画を練ることになったのですが、そこでも経営企画部門と折衝する際に数字がものを言いました。」

### 金融の最前線である DX施策の担当者指名される

銀行員としての原のキャリアが大きく転回したのは、2016年に副調査役に昇進したタイミングだった。今や時代のホットワードにもなっているデジタルトランスフォーメーション(DX)の施策担当

者に、原が指名されたのだ。「スマートフォンファーストだとかフィンテックだとか、そんな単語が出始めていた頃です。ただし決まっていたのは、アプリを開発して、お客様の新たな体験(UX)を創出するという程度のこと。ほとんど白紙状態。初期投資をするだけの体力があるのも横浜銀行の魅力ですが、一人ひとりの行員に裁量権や自由度を与えて任せるのも横浜銀行の特徴かもしれません。」

究極的にはオンタイムで更新され、入金や送金といった取引がおこなえるアプリが理想だったろう。だが当時は、まだ金融機関が内部で使用するシステムやソフトウェアとユーザーアプリケーションを連携できるだけの、堅牢なAPI (Application Programming Interface) が数多く出回っている状況ではなかった。そこで原は、まず残高照会を中心としたお金の管理ができるアプリ開発を進めた。「機能はもろんですが、デザイン面についても企画しなければならず、新しいことの連続でした。その後、テクノロジーの信頼性も向上してきたので、後任が少しずつ機能拡張を進めています。」

### タブレット端末を使用した 革新的なサービスで 店舗オペレーションを効率化

原が次に手がけたのは、営業店のオペレーションを効率化するためのDX施策。これまでお客様が普通預金口座の開設や届出事項の変更をする際には、申込用紙にある多数の項目に手書きで記入をし、押印する必要があった。その紙ベースの情報を行員が確認し、パソコンに入力している間、お客様は窓口で待つことになる。お客様と行員を拘束していた時間をなくす。それが本プロジェクトの最大の目的だった。

「営業店にタブレット端末を用意し、画面に表示されるチャットに従ってお客様ご自身に個人情報を入力作業をおこなっていたとき、行員が最終チェックをすれば自動的に口座開設が完了する。革新的な「AGENT」による新サービスです。2017年には実

装できなかったAPIを介して、業務システムに連携させることで、ペーパーレスもオペレーションレスも格段に進みました」と原は説明する。2020年初冬のローンチを皮切りに、クレジットカードの申込氏名変更など順次アップデートも予定されているという。

### 改めて学生時代に描いた リレーションシップバンキングに 想いを馳せる

学生時代に耳にした「リレーションシップバンキング」という単語が、原の脳裏に蘇ることがあるという。財務諸表や年収といったハードな情報だけでなく、継続的な関係性の中で見えてくるソフトな情報をも重視し、貸出などの金融サービスを提供していくビジネスモデルのことだ。そして横浜銀行こそ、その「リレーションシップバンキング」を実践するにふさわしい金融機関なのだという想いも抱く。

「横浜川崎、相模原といった都市を持つ神奈川県、私たち横浜銀行の存在は際立っています。人口流出の危機に直面する地方都市と違い、神奈川県にはまだまだポテンシャルがある。競争は激しいですが、地域に密着してきたアドバンテージをさらに強みに変えていきたいですね。」

そのためにこそ、原が担うデジタル戦略は意味が



### Company Information

#### 創り出そう。想像を超えた未来を。

企業概要: 横浜銀行は、2020年に創立100周年を迎える伝統ある企業でありながら、常に「挑戦」続ける銀行です。これからは選ばれ続ける銀行となるために、地方銀行として神奈川県・東京都に軸足を置き、地域のお客さまのお役に立つことで信頼され選ばれる銀行となること、そして地域経済の中核的担い手として、地域の課題に対して金融サービス機能を活用したソリューションをご提案して地域社会の発展に貢献することをめざしています。事業内容: 預金・貸出・為替・投資型商品の販売業務、金融仲介、相続関連業務、投資銀行業務、事業承継、ビジネスマッチングなど多様化するニーズに対する幅広い金融商品・サービスをご提供しています。神奈川県と東京都を中心に200店を超える店舗を構え、この稠密な店舗ネットワークを活用し、地域によってそれぞれ異なるお客さまのニーズに合わせた、きめ細かいサービスをご提供しています。

#### 会社概要

社名/株式会社横浜銀行 英文社名/The Bank of Yokohama Ltd. 設立/1920年12月16日  
資本金/2,156億28百万円(2020年3月31日現在) 代表取締役頭取/大矢 恭好  
本社所在地/〒220-8611 神奈川県横浜西区みなとみらい3丁目1番1号



ある。事務作業に追われる行員の負担をテクノロジーによって軽減し、その労働力をより付加価値の高い業務に投入する。原が考える付加価値とは、お客様との「リレーションシップ」をいっそう深めることだと言っている。テクノロジーを活用した効率化や自動化というのは、ハードウェア的な部分というが、パーソナライズされたアナログな人間関係構築のための手段だと私は思うんです。それはメガバンクや新興フィンテック企業にはつくれない。デジタル戦略に携わることで、改めて「リレーションシップバンキング」という存在の意義に気づかされる毎日です。」