

事例紹介：株式会社 東邦銀行

お客さまに一層便利にご利用いただける次世代店舗の展開

【課題】

東邦銀行においては、お客さまに選ばれ続ける銀行をめざし、お客さまが来店された際に、どの営業店でも「わかりやすく」、「利用しやすく」、「親しみやすい」ブランド・イメージの確立を図るとともに、次世代営業店機能とレイアウトを通じて、「来店誘致の強化」と「お客さま満足度の底上げ」を図りたいと考えていました。

【解決】

東邦銀行では、「お客さまにとって利用しやすく、やさしい店づくり」と「店舗の事務処理の場から営業の場への転換」を図るべく、日立の店舗デザイン・コンサルテーション・サービスをご採用いただきました。日立では、次世代店舗の雛形となった北福島支店の店舗デザインを行うとともに、サービスの一環として店舗意匠デザインマニュアルを制定し、今後の店舗設計において、個々の事情に沿った組合せを行うことで、店舗イメージの統一を図りながら、東邦銀行自らが各店舗の環境・実態に合わせた最適なレイアウトを実現し、関連作業の効率化できる環境を整備しました。

【効果】

今回の日立による店舗設計／コンサルテーションを通じ、東邦銀行において「来店誘致強化」と「お客さま満足度の底上げ」を図るために、下記の点に最大限に留意しています：

1. お客さまにとって「利用しやすく」「やさしい」店づくり：
 - ① お客さまにとって「利用しやすく」「親しみやすく」「待ち時間を有効に過ごせ」、
 - ② 店頭でお客さまをお待たせすることなく、「プライバシーに配慮し、じっくりご相談に応じ」、
 - ③ 環境にも配慮しながら、ご来店から、お帰りになるまでのすべての時間において、お客さまにご満足いただける店舗
2. 店舗を「事務処理の場」から「営業の場」へ
 - ① お客さまの来店目的に応じて、適切なお取引の場へご案内し、
 - ② 安心してご相談いただける環境を整備しながら、
 - ③ 後方執務室とお客さまスペースを明確に区分。

これにより、お客さまに快適に取引いただける空間を提供するだけでなく、店頭でのマーケティング／セールスの強化が図られ、お客さま、行員の双方が満足できる店舗スタイルが確立されました。その結果、北福島支店は2013年度上期は一般店87拠点中、営業推進部門で第1位に輝いたほか、2013年10月からは土・日営業も開始し、融資残高も順調に増加しています(2014年3月2日現在、個人／事業性合算で2013年9月末比4.44億円増)。

また、店舗意匠デザインマニュアルの制定により、店舗の設計の標準化が実現し、店舗の新設、大規模改装等銀行の営業戦略の実現を、東邦銀行自らの手で、スピーディかつ効率的に実施できるようになり、基本コンセプトと整合性が保たれ、明確なブランド・イメージを訴求するスタイルの店舗の展開が可能となっています。

＜北福島支店のデザインコンセプト＞

北福島支店の店舗デザインでは、営業店の構成要素に関する基本的な考え方として、次のような点に配慮しています：

- ① 総合受付：お客さまの最適なお案内を行うために総合受付を設置するとともに、記帳台を兼用することで、お客さまがとまどいがちな伝票記入を総合受付係がその場でサポート。
- ② セルフオペレーションコーナー：お客さまの待ち時間を短縮できるよう、通帳繰越機、ロビー入金機を設置。
- ③ 喫茶コーナー・展示コーナー・キッズコーナー：お客さまに待ち時間を心地よくお過ごしいただくために、セルフサービスで利用可能な給茶機を設置するとともに、お客さまの作品展示にご利用いただくための展示コーナー、お子さま連れのお客さまに配慮したキッズスペースを設置。
- ④ 個室型コンサルブース：資産運用や融資相談のお客さまのプライバシーに最大限配慮するために、個室型のコンサルブースを設置。
- ⑤ ATM コーナー：ATM コーナーとロビーを一体化させ、開放感を演出するとともに、お客さまの荷物に配慮して、ATM 前面に荷物置きを設置し、コーナーには手荷物整理台を配置。
- ⑥ ロビー：従来にない広さのロビーを確保し、お客さまがゆったりとお待ちいただけるように配慮。
- ⑦ ユニバーサル・デザイン：高齢者や障がいをお持ちのお客さまをはじめ、全てのお客さまが安全かつ快適にご利用いただけるよう、通路幅、スロープ、点字ブロック、バリアフリー等、福島県が制定する「人にやさしいまちづくり条例」に適合。

併せて、自然エネルギー利用の観点から、太陽光発電並びに太陽光、風力兼用発電外灯を採用するほか、壁面緑化、LED 照明の採用、業務用車両への電気自動車の導入等、環境にも配慮した店づくりが行われています。

＜新店舗デザインへの評価＞

総括

新しい店舗意匠デザインマニュアルの制定により、「お客さまにとって利用しやすく、やさしい店づくり」というコンセプトの実現と、これまで統一感に欠けた各店舗を、お客さまにとって親しみやすいブランドイメージを与えうるものとするのが可能となりました。さきがけとなった北福島支店においては、レイアウトやイメージが驚くほど変わり、お客さまの快適性だけでなく、行員のはたらきやすさにも多数の配慮がなされており、来店客数の増加、業績への貢献につながっています。

お客さまの反応

- ・北福島支店においては、広く快適な店舗と、グレードの高さ、土日営業の利便性等が相まって、お客さまの待ち時間のストレスの軽減や、この店で取引をしたいというモチベーションにつながっています。
- ・壁面緑化の効果もあり、近隣の住民からの評価も高く、店舗環境に対するお客さま満足度のモニタリング結果も良好な結果が出ています。
- ・広い駐車場、バリアフリー、キッズコーナーなどの要素により、様々なお客さまにとって訪問しやすい店舗と感じていただいています。

行員さまへのメリット

- ・比較的若い行員さまの多い北福島支店において、来店客数の増加が接客／セールス機会を増加させ、ニーズ喚起型のスキルの上昇につながっています。
- ・総合受付でのお声がけにより、お客さまの戸惑いや不安が発生することがないため、お客様からのクレームが少なくなっています。また、お客さまのご要望の収集、対応を通じて、お客さまとの信頼関係がより強固なものとなっています。



北福島支店レイアウト・イメージ

<新店舗コンポーネントのイメージ>



ロビー・スペース



総合受付



ハイカウンタ



コンサルティング・ブース



ATM コーナー



キッズ・コーナー

ユーザ・プロフィール
すべてを地域のために
東邦銀行



株式会社 東邦銀行

本店 福島県福島市大町 3-25

設立 1941 年 11 月

資本金 235 億 19 百万円

従業員数 1,969 名(2014 年 3 月 31 日現在)

事業概要 普通銀行業務

コーポレート・メッセージ「すべてを地域のために」の考え方にに基づき、地域を見つめ、総合的な金融サービスをもって「ふくしま」の発展や地域住民の安定した生活のために貢献している。

株式会社 東邦銀行 Web サイト

<http://www.tohobank.co.jp/>

お問合せ先:

株式会社 日立製作所 情報・通信システム社 金融システム営業統括本部

〒100-8220 東京都千代田区丸の内一丁目 6 番 1 号

<http://www.hitachi.co.jp/finance-inq/>