

## 事例紹介：株式会社 常陽銀行

新たな店舗スタイルを通じて、優れたお客さまサービスを提供

### 【課題】

常陽銀行においては、現在でも多くのお客さまが銀行との接点を「店頭」でお持ちになっており、お客さまの「店頭」における満足度が、銀行のブランド・イメージに大きく影響するものとなっていました。また、銀行にとっても、様々なお客さま層との接点を持つことができる「店頭」を、営業の場として活性化させることにより、お客さまの裾野の拡大に加え、収益向上への貢献を図ることが求められていました。

### 【解決】

常陽銀行では、「来店時のお客さま満足度の向上と店頭営業の活性化に資する店頭レイアウト」をめざした店頭設計の実施を図るべく、日立の店舗デザイン・コンサルテーション・サービスをご採用頂きました。日立では複数拠点の店舗デザインと、店頭設計ガイドラインの制定をご支援し、今後の店頭設計において、常陽銀行自身による各店舗の環境・実態に合わせた最適なレイアウトの実現と、関連作業の効率化およびコストの圧縮を実現できる環境の整備に貢献しました。

### 【効果】

今回の日立による店舗デザイン・コンサルテーションを通じ、常陽銀行において：

- ① お客さまが快適に過ごせる空間を創出し、
- ② 店頭でのお客さまの戸惑いをなくすとともに、
- ③ ご来店から、お帰りになるまでのすべての時間において、お客さまにご満足頂ける店舗を実現し、快適に取引頂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。

また、店頭設計ガイドラインの制定により、店頭設計の標準化を実現し、店舗の新設、改装等銀行の営業戦略の実現を、常陽銀行自らの手で、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・イメージを訴求しうるスタイルの店舗が各地に展開されています(2014年12月現在、49店舗：新店舗(移転・建替を含む)→15店舗、ガイドラインに基づく店頭相談環境整備→34店舗に適用済み)。

### <従来型店舗レイアウトの課題解決に向けての施策>

新しい店頭デザインでは、従来型の店頭レイアウトの持つ課題を解決するための基本的な考え方として、次のような要素を取り入れています：

- ① 総合受付カウンタの設置：お客さま来店時のご案内と店内動線を改善するとともに、伝票記入時のお客さまへのサポートを容易にして、取引の前さばきを確実に実施することで、お客さまの待ち時間を短縮。
- ② ハイ・カウンタ：一般に単純取引の場であるハイ・カウンタにおいても、お客さまにとっての使い勝手を向上させるため、お客さま用の荷物置きを設置するとともに、適切なカウンタ幅とカウンタ毎のパーティションによりプライバシーにも配慮。
- ③ ロー・カウンタ／コンサルティング・ブース：お客さまのプライベートな会話も増えるコンサルティング空間として、お客さまに安心して取引頂ける環境を提供し、店頭を「営業の場」として強化。
- ④ 待合スペース：銀行店頭における最大の不満要因である、待ち時間に対するお客さまの心理的なストレスの軽減を図るため、待合スペースを改善すると同時に、情報発信を強化。
- ⑤ ユニバーサル・デザインの採用：店頭の機能要件を満たすことに加え、どのようなお客さまにとっても、訪れやすく、利用しやすいものであるように配慮。

### <新店頭デザインの評価>

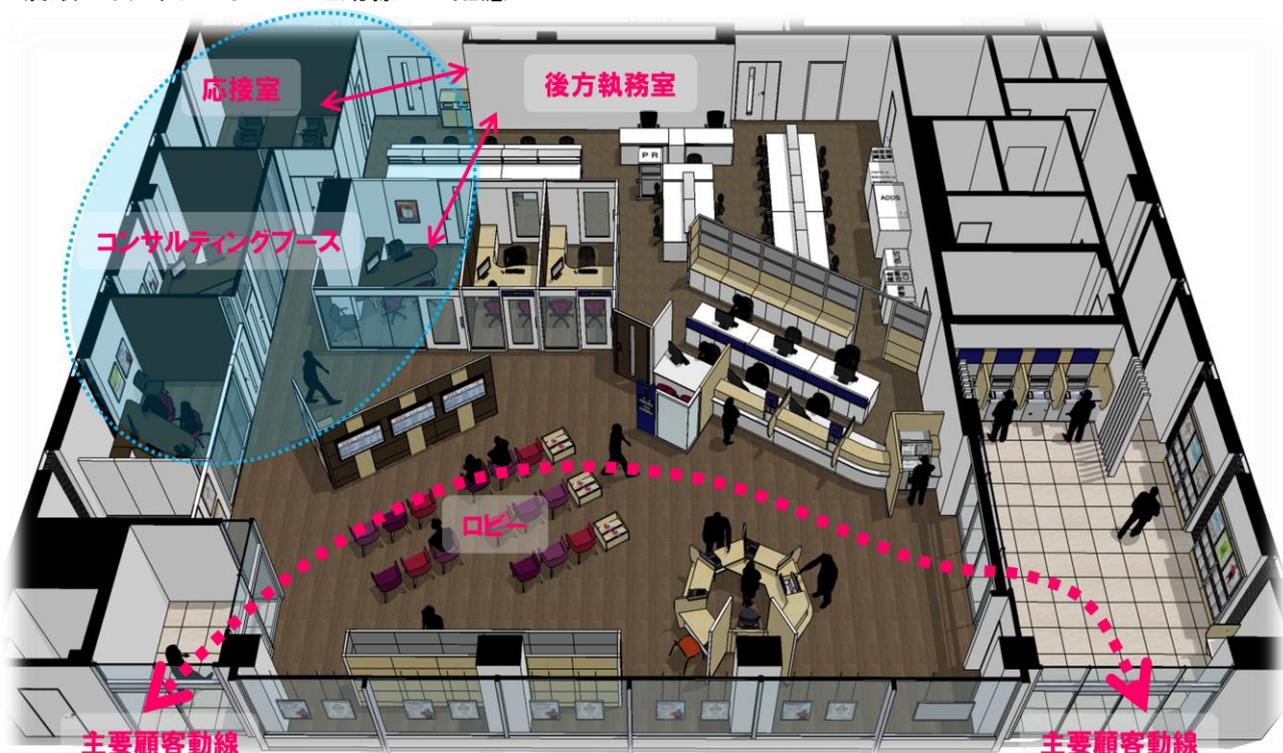
本案件につきましては、常陽銀行より、次のようなご評価を頂いております。

- お客さまからの評価も概ね良好であり、これまで明確な基準がないため、設計時期によりまちまちであった「店頭」のコンセプトを明確化し、ガイドラインを作成、統一的な取り組みを行ったことは画期的。
- 今回設定された店頭コンセプトは、常陽銀行がめざす「来店時の顧客満足度向上と店頭営業の活性化に資する店頭レイアウト」を具現化するものとして評価。
- 統一的なレイアウトにより、「常陽銀行の新店舗」としてイメージが定着しつつあり、店頭営業強化への取り組みの中、ハード面での環境整備にも寄与しており、今後も相乗効果を高めたい。
- ガイドラインの制定により、店頭レイアウト検討時の迷いが減り、検討時間の短縮を図ることができた。
- 店舗の新設、移転、建替の際には新店頭レイアウトを採用すると同時に、ガイドラインの内容を可能な限り反映させながら、既存店の環境整備にも取り組んでいる。

また、実際に店頭で働かれている行員の方々へのインタビューでは、次のようなご意見を頂いております。

- ◆ 個室仕様としたロー・カウンタ、並びにコンサルティング・ブースの採用により、お客さまにとって、プライバシーが保たれる空間が準備されたことで、お客さまの安心感が増し、その結果、コミュニケーションが活性化され、ビジネスへの貢献度が高い。
- ◆ ハイ・カウンタ形状並びに内部の伝票ラック等も標準化され、業務効率が従来に比べて高まっている。お客さまにとってはハイ・カウンタ取引時に、カウンタ手前に荷物を置けることが、顧客経験価値、取引環境の向上の観点で効果を発揮している。

### <店頭レイアウトのイメージと動線への配慮>



＜新店舗コンポーネントのイメージ＞



総合受付



ハイ・カウンタ



コンサルティング・ブース



待合ロビー



ATM コーナー



情報別に整理されたパンフレット・ラック

ユーザ・プロフィール  
株式会社 常陽銀行

本店：茨城県水戸市南町2丁目5番5号

設立：1935年7月30日

資本金 851億13百万円（2014年9月30日現在）

従業員数：3,738名（2014年9月30日現在）

ホームページへのリンク

茨城県を中心に法人／個人向けの金融サービス事業を手掛ける地方銀行。「健全、協創、地域と共に」という経営理念のもと、堅実な営業、健全な経営を行い、お客さま・地域とともに価値ある事業を創造していくことにより、地域社会・地域経済の発展に貢献。

**特記事項：**

本事例中に記載の内容は初掲載当時のものであり、変更されている可能性もあります。詳細はお問い合わせください。

事例は特定のお客さまでの事例であり、全てのお客さまについて同様の効果を実現することが可能なわけではありません。