

## 秋田銀行DX戦略策定に関するお知らせ

株式会社秋田銀行（頭取 新谷 明弘）は、デジタル化による効率化、データ利活用によるマーケティングの高度化を進めるとともに、地域の経済活動・消費行動等の拡大に貢献する取組みを推進していくため、秋田銀行DX戦略を策定しましたのでお知らせいたします。

### 記

#### 1 目指す姿（2030年）

人口減少・高齢化社会の進展に加え、カーボンニュートラル・循環型社会への移行やデジタル化の加速により地域を取り巻く環境は急速に変化しています。

このような環境変化のなか、当行グループでは地域のお客さまが求める情報を提供し、地域の経済循環を拡大していくことを目指し、秋田銀行DX戦略を策定のうえ、3つのフェーズに分けて段階的にDXを推進します。

- フェーズ1 2024年度末まで  
「社内変革（社内の業務効率と従業員意識が変わる）」
- フェーズ2 2025年度～2027年度  
「ビジネス変革（お客さまをデジタルでつなぐ）」
- フェーズ3 2028年度～2030年度  
「地域の活性化（地域のお客さまが求める情報を提供し、地域の経済循環を拡大）」

#### 2 主な取組み

##### ① 新たなお客さま体験・サービス創出

- フェーズ1 2024年度末まで  
当行とお客さまがデジタルでつながる領域（範囲・量）を拡大し、DXの効果最大化に向けたベースを整備（デジタルチャネル拡充、デジタルマーケティングの強化）
- フェーズ2 2025年度～2027年度  
個人のお客さまに対して、アプリ上でOne to Oneマーケティングを展開  
デジタル・データ活用により、取引先の経営課題を支援

##### ② 業務のデジタル化

- フェーズ1 2024年度末まで  
社内業務のデジタル化を推進し、お客さまと当行行員の双方が抱える業務の煩雑さを解消（Webサービス拡充、本部集中業務の拡大、電子帳票/電子WFの取扱い拡大）
- フェーズ2 2025年度～2027年度  
本部集中化の取扱いを拡大、窓口事務のセルフ化および自動化を進め、店舗を軽量化（オペレーションレス、キャッシュタッチレス、店頭体制の刷新）

### ③ DX基盤の整備

- フェーズ1 2024年度末まで  
デジタル技術や社内外データの利活用に向けたインフラを整備、新たな機会/価値を創出する人材の育成を促進（データ分析基盤の整備、DX人材の育成）
- フェーズ2 2025年度～2027年度  
システム全体の軽量化・適正化を進め、高付加価値なサービス提供に注力できる基盤整備を加速（クラウド環境整備、データ利活用体制の整備、専門性の高いDX人材の育成・確保）

### 3 主要KPI

- フェーズ1 2024年度末まで

あきぎんアプリ利用者数	21万人
法人ポータル利用件数	12千件
ペーパーレス	▲3割（2021年度比 用紙印刷枚数）
DX人材	20人（専門人材3人、コア人材17人）



- フェーズ2 2025年度～2027年度

あきぎんアプリ利用者数	25万人
法人ポータル利用件数	15千件
デジタルマーケティング有効配信数	50件
デジタル化・DX支援件数	300件
ペーパーレス	▲8割（2021年度比 用紙印刷枚数）
DX人材	60人（専門人材10人、コア人材50人）

### 4 その他

詳細は別紙をご参照ください。

(以上)

		<p><b>SDGs (Sustainable Development Goals)</b> 2015年に国連で採択された持続可能な開発目標であり、2030年までに解決すべき世界的優先課題17目標と目標を達成するための169のターゲットが示されています。</p>
---	---	---

# 秋田銀行 D X 戦略

2024年3月5日



D X 戦略（全体像）	3
目指す姿（2030年）	4
取組み概要	5
主な取組み①（業務のデジタル化）	6
主な取組み②（新たなお客さま体験・サービス創出）	7, 8
主な取組み③（D X 基盤の整備）	9, 10

## フェーズ1 社内変革

【変わる】業務プロセス・環境・人材スキル

## フェーズ2 ビジネス変革

【つなぐ】チャネル・One To One・コンサル

## フェーズ3 地域の活性化

【循環する】地域エコシステム・広域連携

### 主な取組み

社内の業務効率と従業員意識が変わる

お客さまをデジタルでつなぐ

地域のお客さまが求める情報を提供、地域の経済循環を拡大

### 新たなお客さま体験・サービス創出

- 当行とお客さまがデジタルでつながる領域(範囲・量)を拡大し、DXの効果最大化に向けたベースを整備
  - ・デジタルチャネル拡充
  - ・デジタルマーケティングの強化

- アプリ上でOneToOneマーケティングを展開
- デジタル・データ活用により、取引先の経営課題を支援

### 業務のデジタル化

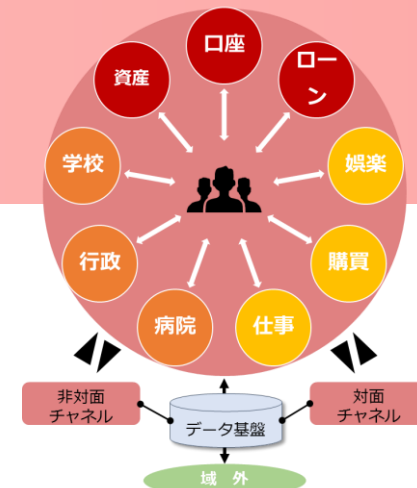
- 社内業務のデジタル化を推進し、業務の煩雑さを解消
  - ・Webサービス拡充
  - ・本部集中業務の拡大
  - ・電子帳票/電子WFの取扱い拡大

- 本部集中化の取扱いを拡大、窓口事務のセルフ化および自動化を進め、店舗を軽量化
  - ・オペレーションレス
  - ・キャッシュタッチレス
  - ・店頭体制の刷新

### DX基盤の整備

- デジタル技術や社内外データの利活用に向けたインフラを整備
- 新たな機会/価値を創出する人材の育成を促進
  - ・データ分析基盤の整備
  - ・DX人材の育成

- システム全体の軽量化・適正化を進め、高付加価値なサービス提供に注力できる基盤整備を加速
  - ・クラウド環境の整備
  - ・データ利活用体制の整備
  - ・専門性の高いDX人材の育成・確保



取引先支援や広域連携により、地域のお客さまに最高の価値を提供する地域エコシステムを構築

### 主要KPI

2024

2027

2030

### 新たなお客さま体験・サービス創出

あきぎんアプリ利用者数 21万人  
法人ポータル利用件数 12千件

あきぎんアプリ利用者数 25万人  
法人ポータル利用件数 15千件  
デジタルマーケティング有効配信数 50件  
デジタル化・DX支援件数 300件

### 業務のデジタル化

ペーパーレス (注) ▲3割  
(注) 2021年度比 用紙印刷枚数

ペーパーレス (注) ▲8割  
(注) 2021年度比 用紙印刷枚数

### DX基盤の整備

○ 専門人材 3人  
○ コア人材 17人

○ 専門人材 10人  
○ コア人材 50人

## 秋田銀行グループVISION

~価値をつくる。未来へつなぐ。~

## 地域エコシステム構築・広域連携

1

### 戦略策定

当行主体の地域エコシステムで目指す姿の構築、その実現に向けた課題・打ち手・道筋を明確化

2

### 仕組みの構築

当行のアプリ上に、非金融、教育・行政・病院などのパートナーと連携した仕組みを構築し、個人のお客さまが求める情報、機能を最適なタイミングで提供

3

### パートナー支援

アプリ上の利用データをパートナーに還元、パートナーの課題解決ソリューションとエコシステム内のサービスを向上

4

### 広域連携

エコシステム内で汲み取ったニーズ、情報、成功/失敗事例などを有機的に結合し、域外のエコシステムと連携することで地域の経済循環（売上増加・雇用創出等）を拡大

域外のエコシステム

4

## 地域のお客さまが求める情報を提供、地域の経済循環を拡大

1

### 金融



口座



資産



ローン

2

自治体ほか



学校



地域のお客さま



娯楽

非金融



行政



購買

3



病院



仕事



最適なタイミングで提案・配信

ニーズに応じて対面のメリットを付与

非対面チャネル



データ基盤

対面チャネル



今後実行していく主な取組み概要、ならびに目指す姿は以下表のとおり

	概要	目指す姿
業務のデジタル化	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 業務プロセスの改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ペーパーレスの徹底（デジタル化）</li> <li>・オペレーションレスの推進（本部集中化・セルフ化）</li> <li>・キャッシュタッチレスの仕組み構築（店頭体制の刷新）</li> </ul> </li> </ul>	<p>お客さまや当行の行員が抱える既存業務に関する煩雑さを解消し、営業店はコンサルティング営業の場に、本部は営業店支援の仕組みを高度化させている。</p>
新たなお客さま体験・サービス創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 地域のプラットフォーム提供                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルチャネルの整備/拡充</li> <li>・デジタルマーケティングの強化（お客さま接点の強化）</li> <li>・地域に役立つ情報配信</li> </ul> </li> </ul>	<p>デジタルチャネルを整備・機能拡充することで利便性を向上させるとともに、UI/UXの向上をはかる。お客さまとのコミュニケーション頻度と情報提供の質を向上させ、適したタイミング、チャネルを通じて一步先行く提案へつなげる。</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 取引先の伴走型パートナー                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・支援体制の整備（課題把握の仕組化、行内の支援体制）</li> <li>・外部事業者との連携強化</li> <li>・提供ソリューション・メニューの拡充</li> <li>・マーケティング支援、従業員へのデジタルセミナー</li> </ul> </li> </ul>	<p>取引先のDX課題を把握・整理のうえ伴走型パートナーとして打ち手まで案内できる。 外部事業者・団体と一体になった支援体制を構築し高度な支援が提供できており、地域DXの推進主体として地域をけん引している。</p>
DX基盤の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ IT/システム、データ、人材                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・業務用端末の適正化</li> <li>・システムの全体最適化</li> <li>・データ分析基盤の構築、データ利活用体制の整備</li> <li>・DX人材の育成</li> </ul> </li> </ul>	<p>DX推進に向けた基盤整備をIT/システム、データ、人材/組織の観点から整備していく。ITインフラの全体最適化、データ分析基盤・利活用体制の構築、DX人材ポートフォリオの実現、お客さま起点の思考定着などをおして実現していく。</p>

## 業務のデジタル化

### 業務プロセスの改善

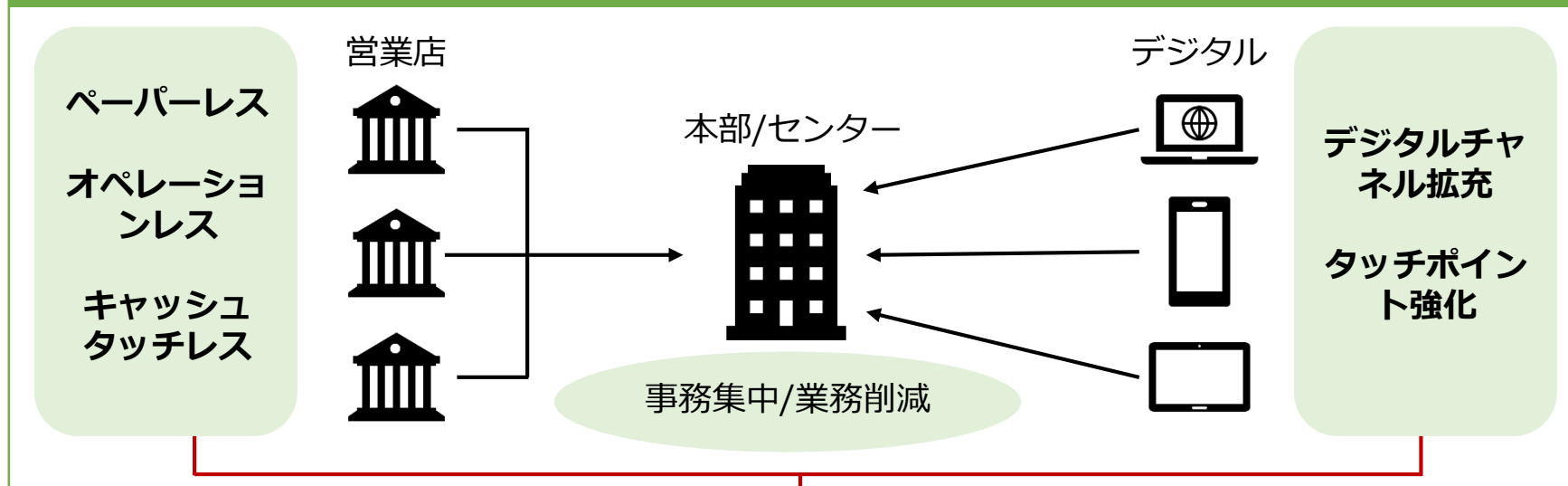
- ペーパーレスの徹底（デジタル化）
- オペレーションレスの推進（本部集中化・手続きのセルフ化）
- キャッシュタッチレスの仕組み構築（営業店システムの刷新）

徹底したデジタルシフト（電子化、ペーパーレス、印鑑レス等）により業務を削減

2024年度末まで、事務量削減2割、経費削減10億円、営業60名創出（2021年度比）

**営業店を事務から解放、コンサルティング営業の場へ。センター等のバック事務部門の再編**

## 業務プロセスの改善



『新たなお客さま体験・サービス創出』へ



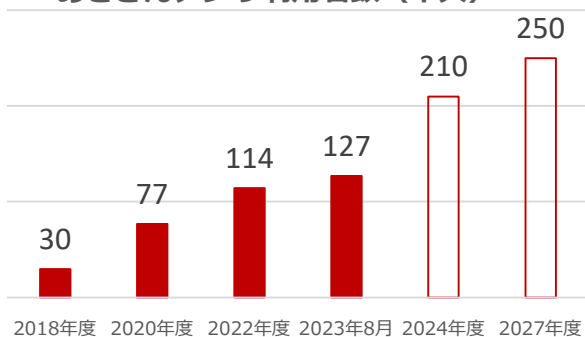
## 新たなお客さま体験・サービス創出

### 地域のプラットフォーム提供

- デジタルチャネルの整備/拡充
  - デジタルマーケティングの強化
  - 地域社会に役立つ情報配信
- 取引先の伴走型パートナー
- 支援体制の整備
  - 外部事業者との連携強化
  - 提供ソリューション・メニューの拡充

### あきぎんアプリ

■ あきぎんアプリ利用者数（千人）

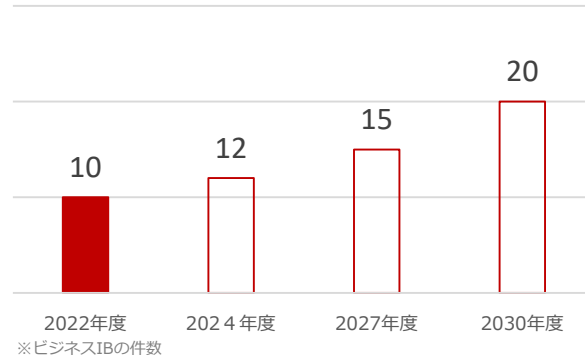


### 地域のプラットフォーム提供

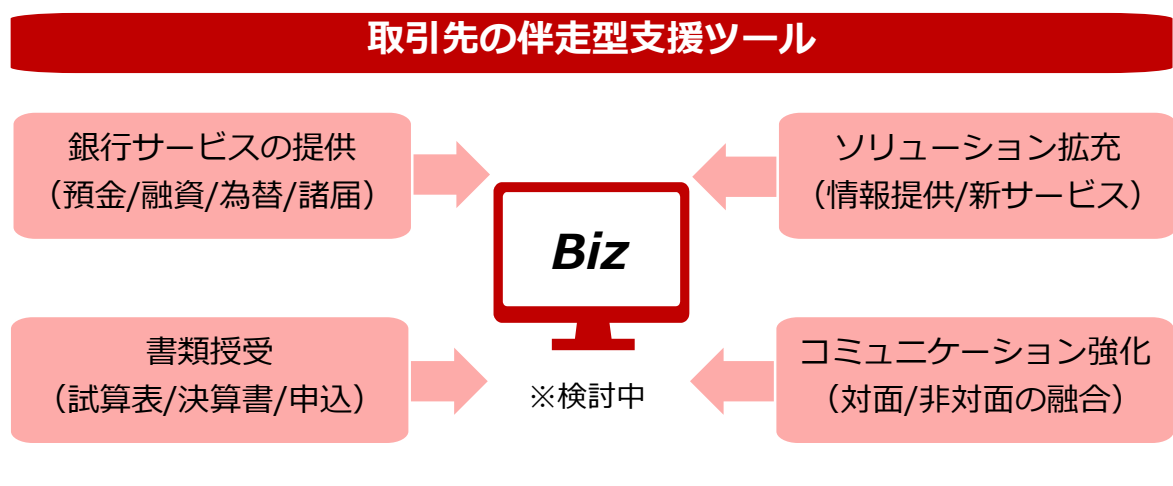


### 法人ポータル

■ 法人ポータル利用件数（千件）



### 取引先の伴走型支援ツール



## 新たなお客さま体験・サービス創出

### 地域のプラットフォーム提供

■ デジタルチャネルの整備/拡充 ■ デジタルマーケティングの強化 ■ 地域社会に役立つ情報配信

### 取引先の伴走型パートナー

■ 支援体制の整備 ■ 外部事業者との連携強化 ■ 提供ソリューション・メニューの拡充

## 秋田県の現状

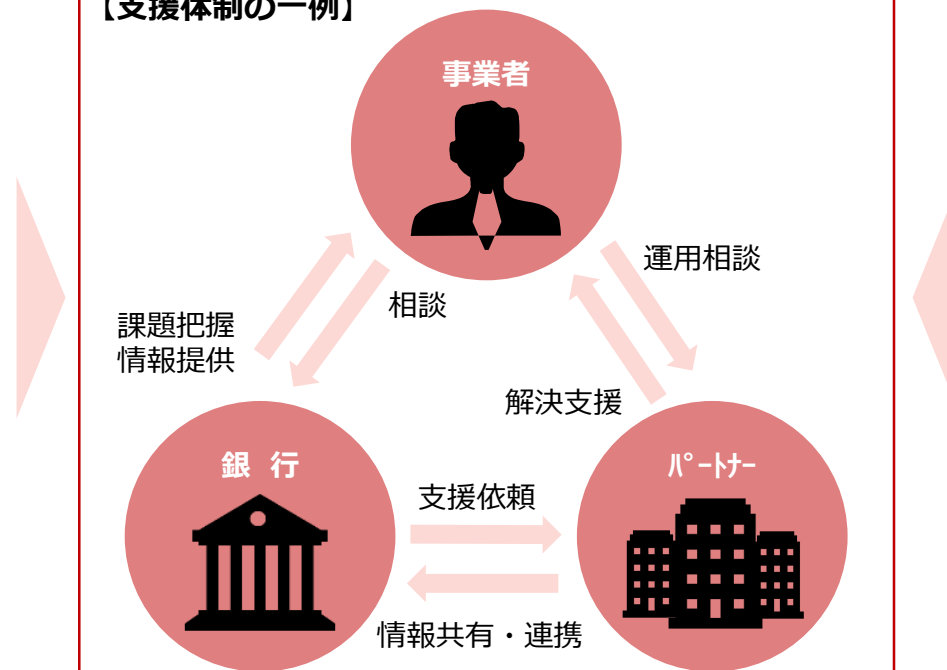
●人口減 有効求人倍率1.33倍（2023年3月） ●労働生産性の低迷 7,136千円(全国38位)

## 事業者の課題

- 人材不足
- 勤怠管理
- 給与計算
- ホームページ制作
- 販売・在庫管理
- 予約受付・管理
- ITリテラシー不足

## デジタル化・DX支援の体制

### 【支援体制の一例】



## 期待効果

- ◎ 売上拡大
- ◎ コスト削減
- ◎ 業務効率化
- ◎ 品質管理・向上
- ◎ 新事業開発
- ◎ 従業員満足度向上
- ◎ 競争力強化

## DX基盤の整備

### IT/システム、データ、人材

- 業務用端末の適正化
- システムの全体最適化
- データ分析基盤の構築、データ利活用体制の整備
- DX人材の採用強化・育成

### データ収集

#### 各種データソース

- 口座・属性データ
- 取引・購買データ
- 来客・接客データ
- Web・アプリ閲覧データ
- 各種施策反応データ

### データ統合・管理・分析

#### データ分析基盤

#### クラウド型DB + BIツール + AutoMLツール等

目的に応じてデータ利活用できる基盤を整備する。各種データの統合、だれでも・簡単に・あらゆる視点から分析できるようにデータを可視化、さらにAI/機械学習による高度な分析を目指す。

統合 → 可視化 → 分析

#### マーケティングツール（MAツール/CDP）

個人単位のデータ統合によってお客さまの解像度をあげ、お客さま理解を深めて最適な提案を目指す。

Web上のデータ収集 ↔ 個人単位データ管理 ↔ 施策実行効果検証

### データ活用（営業活動）

#### 各種コンテンツ・行動

- メール・SMS
- SNS
- アプリ・通知
- 接客
- レコメンド
- 広告配信

### 活用対象のデータ群

#### リアル接点

#### デジタル接点

#### 外部データ

インバウンド	営業店、ATM、看板、コールセンター	HP、あきぎんアプリ、IB、(オウンドメディア)
アウトバウンド	渉外活動、DM、アウトバウンドコール	メール、SMS、Push通知、SNS、デジタル広告



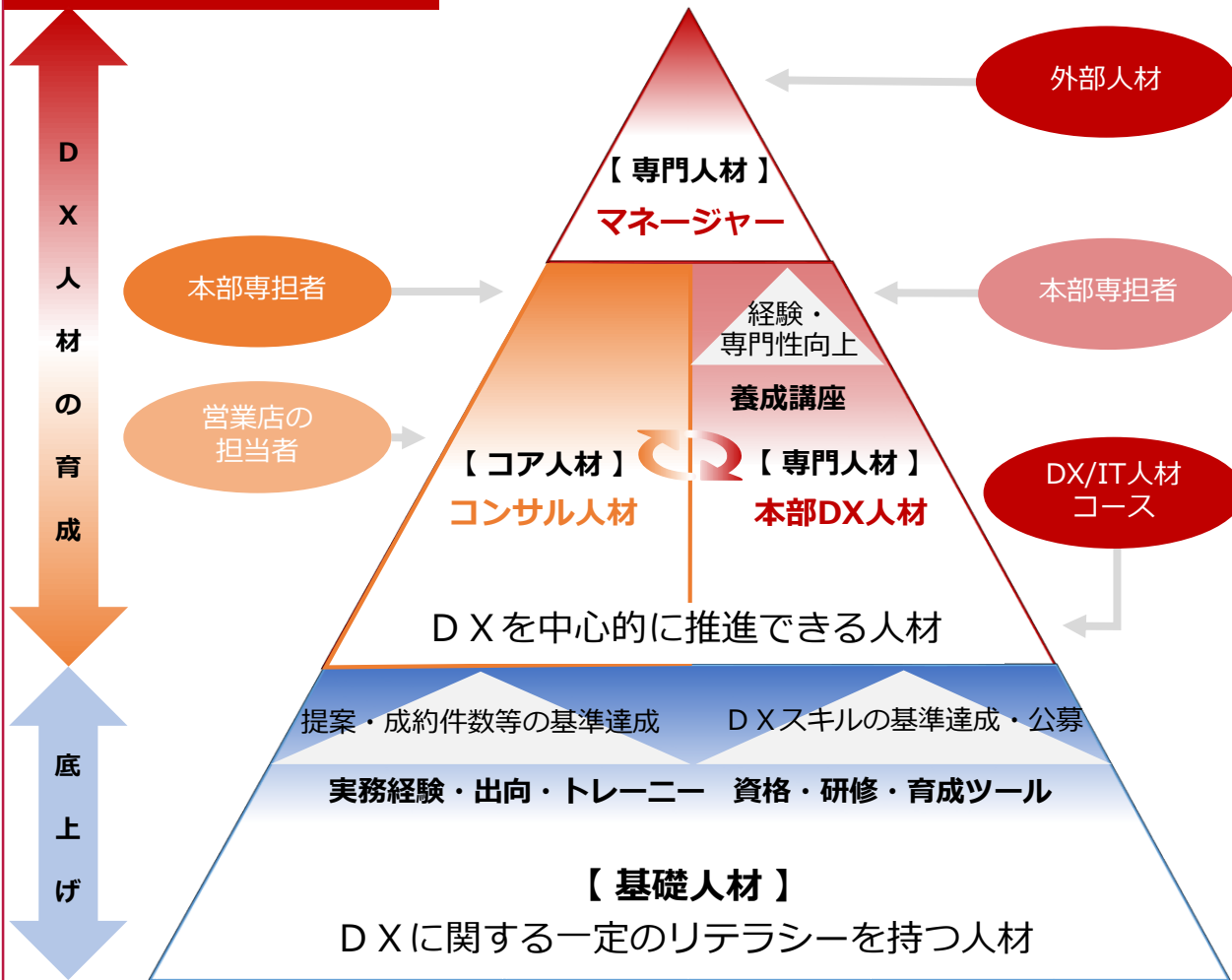
自治体  
外部事業者

## DX基盤の整備

### IT/システム、データ、人材

- 業務用端末の適正化
- システムの全体最適化
- データ分析基盤の構築、データ利活用体制の整備
- DX人材の採用強化・育成

## DX人材の育成・構成



## DX人材の類型

<b>【専門人材】</b> 本部DX人材・マネージャー 本部でDXを推進	
<b>マネージャー</b> 一定の専門性を持つマネージャー	
<b>①データサイエンティスト</b> AI・高度なデータ分析	2024年 3人 2027年 10人
<b>②エンジニア・アーキテクト</b> DXに関するシステム設計	
<b>③ビジネスデザイナー</b> 企画立案・推進・UI/UX設計	
<b>【コア人材】 コンサル人材</b> 取引先に価値を届ける	
<b>④DXコンサルタント(本部)</b> 高度な事業者向け支援	2024年 2人 2027年 5人
<b>⑤DXアドバイザー(営業店)</b> 事業者向け支援	2024年 15人 2027年 45人

本資料には、将来の業績にかかわる記述が含まれております。こうした記述は、その内容を保証するものではなく、環境等の変化による不確実性を有しておりますのでご留意ください。

[ 本資料に関するご照会先 ]

株式会社秋田銀行 経営企画部 DX推進室

TEL : 018-863-1212

[https : //www.akita-bank.co.jp](https://www.akita-bank.co.jp)