

特集

ファイナンスを 超えていく SMBCグループの デジタル戦略



- 057 デジタル時代を支える次世代勘定系システムの開発
- 060 デザインの力で「最も選ばれる金融グループ」を創る
- 064 「金融グループ」という枠を超えて、法人向けデジタルソリューションを展開

Special Contents 1



執行役専務
グループCIO
増田 正治

デジタル時代を支える 次世代勘定系システムの開発

お客さまへのサービス価値向上と業務プロセスのデジタル化をより一層推進するため、三井住友銀行では、次世代勘定系システムの開発に着手しました。これまで実績として積み上げてきた「安定性」と「効率性」を強化しながらも、将来の変化に対応できる「柔軟性」と「迅速性」を実現するシステム構築に挑む背景と意義についてご説明します。

いつでもどこでも
利用可能な銀行
サービスの提供
を目指して

新システムで実現を目指すサービスのひとつが、24時間無停止のオンラインシステムです。決済の多様化やグローバル化の進展に伴い、昼夜を問わずオンラインシステムを使いたいというお客さまのニーズが高まる一方で、現在のシステムでは、メンテナンスのために日曜夜間はオンラインサービスを停止する必要がありました。今回の次世代勘定系システムの構築により、インターネットバンキングでの振込やコンビニATMでの入出金を24時間可能にするとともに、外国送金等のグローバル決済の即時化・受付时限延長のサービス機能を拡充することで、お客さまの利便性向上を実現します。

Special Contents

特集 ファイナンスを超えていくSMBCグループのデジタル戦略

将来を見据えた 布石を打つ

システムの刷新にあたり重視したのは、従来の実績として積み上げてきた「安定性」と「効率性」を向上させつつも、将来の環境の変化に対応できる「柔軟性」と「迅速性」も兼ね備えたシステムを作ることです。

三井住友銀行では、これまでいち早く勘定系システムのアップデートを継続して行ってきました。1994年に住友銀行(当時)が他行に先駆けて勘定系システムの全面刷新を行い、口座振替等の大量一括処理の件別処理化(バッチ処理のオンライン化)といった先進的な取組を実装したことをはじめ、国内で初めてメガバンクを形成する大規模な銀行合併を実施した際、2002年に旧住友銀行の勘定系システムへ一本化する方式を採用することで、低コストでのシステム統合を実現しています。2009年にはすべての勘定系プログラムをオープン系システムで稼働させる仕組を構築し、これにより、低コストかつ最新の技術を取り入れやすい構成への移行を選択肢に持つことができました。今回の次世代勘定系システムは、こうした既存のオンラインシステムをベースとしてシステムを拡張する手法を採用しています。

三井住友銀行の勘定系システム変遷

	1994年	2002年	2009年	2016年	2021~2025年	▶
特徴	4次オンライン化	システム統合	フルオープン化実証	機器更改・BCP強化	次世代勘定系プラットフォーム	
投資	バッチ処理オンライン化、アプリケーション部品化等	旧住友・さくら銀行の勘定系システム統合	実証完了、一部で本番稼働	東西相互バックアップ構成	オープン/メインフレーム“ベストミックス”なアーキテクチャ	
開発規模	600億円	600億円	50億円	300億円	500億円	

既存のプログラム を活かし、低コスト での開発を可能に

システムの改修にあたっては、既存のオンラインシステムの作り直しを含めた全面刷新も検討しました。しかし、既存システムの調査結果において、プログラムの肥大化、複雑化に関する評価指標がいずれも良好であり、ブラックボックス化していくなかつたことから、大規模な全面刷新を行うのではなく、既存システムをベースとした構築を選択しました。その結果、システムの改修に要する投資額は、全面刷新を行った場合には数千億円程度かかると試算されていたのに対し、500億円程度に抑えることができる目処が立ちました。

次世代勘定系システムにおいては、先進的なテクノロジーを活用できるオープン系プラットフォームをシステムの一部として作り、そこに勘定元帳の全量をリアルタイムにコピーした「元帳ミラー」というデータベースを構築する手法を採用します。これにより、元帳を管理するメインフレームに新たな負荷をかけることなく、新しい機能や商品を迅速かつ低コス

トで開発するとともに、全量をリアルタイムに分析することが可能となります。これまで三井住友銀行ではお客さまの取引履歴に応じて商品を提案する「イベント・ベースド・マーケティング(EBM)」に取り組んできましたが、今回の改修を踏まえ、お客さまの生の情報をよりスピーディーに分析し、一人ひとりに合わせた最適な商品をご提案する「ワン・トゥ・ワン・マーケティング」にも挑戦していきます。さらに、新たなプラットフォーマーとしてのビジネスの展開を見据え、内部および外部システムとの接続性を格段に向上させる勘定系APIを整備し、さまざまなパートナー企業との柔軟な連携を加速していきます。

一方で、元帳を管理する勘定系システム本体は、日本電気株式会社の協力の下、次世代NECメインフレームを活用することで、これまで実績として積み上げた「安定性」や「効率性」をさらに強化していきます。

オープンとメインフレームの“ベストミックス”なシステム構築

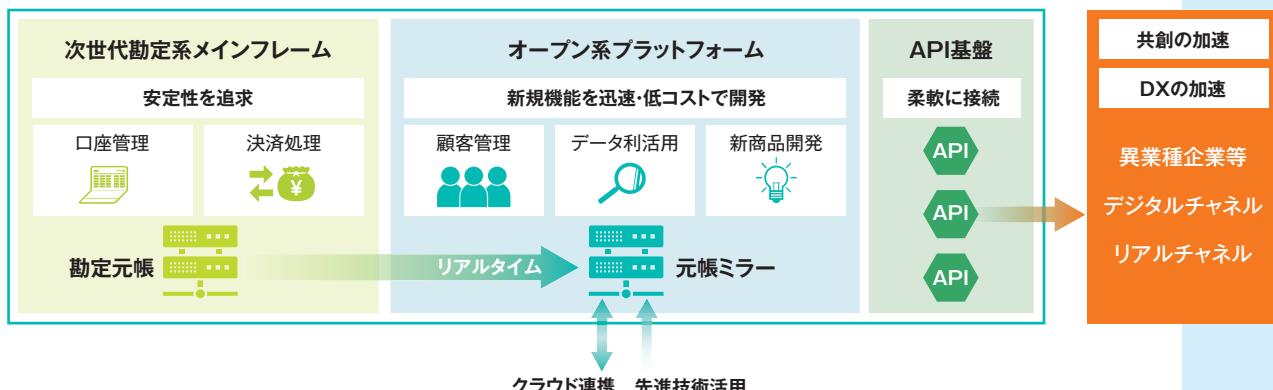
これまでのシステム開発の取組の総和ともいえる、オープン系プラットフォームとメインフレームの“ベストミックス”なシステムの構築には、現行システムからの移行を見越して開発してきた技術が活用されています。グローバルに見ても類似の形式を取っている金融機関は少なく、新システム完成後は、サービスや機能において他のメガバンクに大きく先行できると考えています。私たちはこれからもデジタル化ーションの進展を見据え、前例に囚われない新しい価値の創造に挑んでいきます。

次世代勘定系システムのイメージ

サービス価値向上	新たなビジネスの創造	経営基盤の強化	持続可能な開発
オンラインサービスの完全無停止化	国・自治体、異業種企業との共創加速	グループベースの統合顧客管理	先進技術の積極採用
グローバル決済の即時化・时限延長	グループ連携による新たなUXの提供	全勘定系データのリアルタイム分析	オープン・メインフレーム両利きの人材育成

* 災害対策訓練日等の特殊日程は除く

勘定系の安定性を向上しつつ、環境変化に迅速・柔軟に対応可能なアーキテクチャに刷新



Special Contents

特集 ファイナンスを超えていくSMBCグループのデジタル戦略

Special Contents 2

DESIGN SHIFT

創造する、銀行の未来を。



デザインの力で 「最も選ばれる金融グループ」を創る 「体験」をデザインするインハウスデザイナーの取組

私たちのデジタライゼーションの中心は、お客さまです。店頭でのお取引と変わらぬ真心で寄り添うサービスや、デジタルならではの新たな体験の提供を目指しています。本特集では、これらの体験を設計(デザイン)するインハウスデザイナーがどのように「カラを破って」、デジタルでもSMBCグループらしいサービスを創り出しているかをご紹介します。

Design Team

「デザイン」が、従来の銀行文化を変えられると信じる情熱を持ったデザイナー集団です。

4つのミッションステートメント(右記参照)を掲げ、ビジネスとデザインのバランスを図りつつ、お客さまにより良いサービスを提供することを、妥協することなく追求しています。



Designer Mission Statement

高いプレゼンス

プレゼンス「存在感」は、すなわち、実行力であり波及力である。我々はデザインの力が銀行内はもちろん社会に対しても良い価値を提供できると信じているから、プレゼンスを高める努力を決してやめない。

デザイン経営の中心

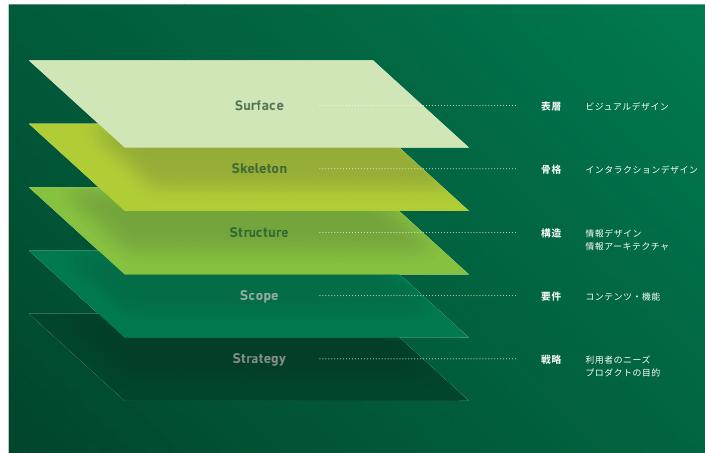
デザイン経営の役割は、ブランド力とイノベーション力の向上による企業競争力の向上である。我々はそのコアとなる機能だ。日々の業務の中で、設計から細部のクラフトに至るまで、企業競争力の中心に直結していることを忘れない。

一流の人材、一流の品質

プロだからわかる差を理解し、お客さまにとって最適なタイミングと品質で届けることができるることは当たり前の。一流の人材は、お客さまの期待の基準を新しく塗り替える品質を目指す。

力を発揮する環境は自ら創る

デザイナーは、無いものを具体化する集団である。時には自らツールすら創るマインドセットを持つ。環境がないからと愚痴をこぼすのはカッコ悪い。なければ、自らその環境を切り拓く。



インハウスデザイナーの役割と活動領域

インハウスデザイナーは、SMBCグループのカルチャーや価値観を理解し、デザイナーとしての豊富な経験と高度な技術を駆使してサービスを開発する従業員です。



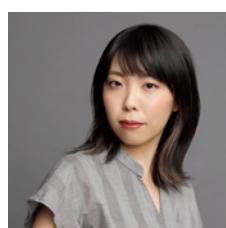
金澤 洋

2008年、武蔵野美術大学大学院テキスタイルデザインコース修了。卒業後は美術講師の傍ら、造形作家、Webデザイナーとして活動。2011年、Web制作会社に入社。大手企業のサイト構築、ネットバンクのオンライン業務立上を担当。2016年、三井住友銀行1人目のデザイナーとして入行。HCD-Net人間中心設計専門家



金子 直樹

2004年、求人広告の代理店に新卒入社。法人営業を担当。2006年、知人と起業。ECサイトの運営や、Webサイト、スマートアプリの企画・制作を担当。2013年、大手広告代理店系列のマーケティング会社にて、Webサイトの企画・制作・運用を担当。2017年、三井住友銀行に入行。HCD-Net人間中心設計スペシャリスト



堀 祐子

2017年に三井住友銀行に入行。銀行内のアプリやWebページ、銀行内システムのUI/UXデザインを担当。ユーザビリティテスト、UI仕様設計、ビジュアル制作等、上流工程からプロジェクトに参加し、具体的なデザイン・ビジュアルの提案・制作を行う。HCD-Net人間中心設計専門家

Special Contents

特集 ファイナンスを超えていくSMBCグループのデジタル戦略

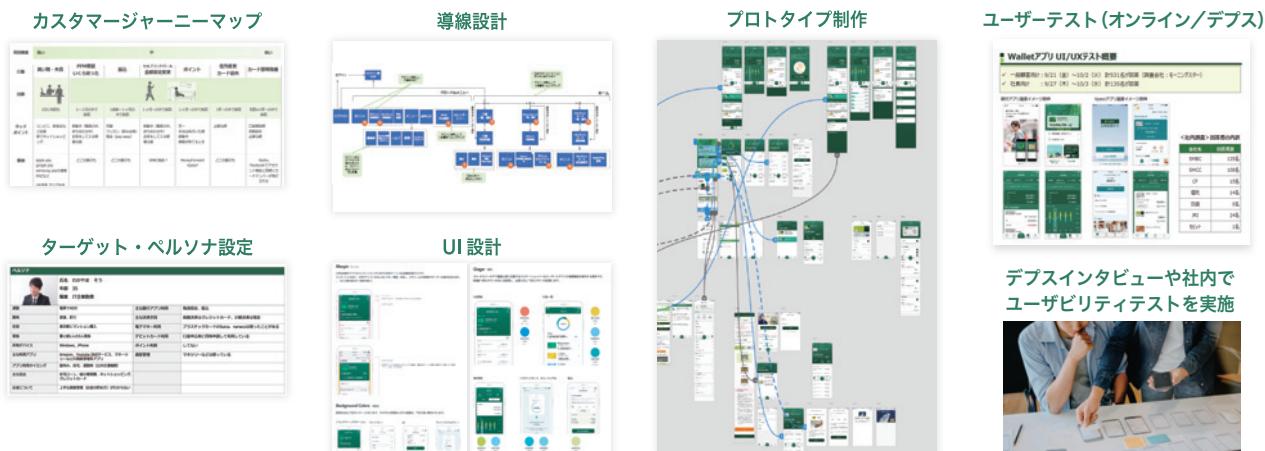
インハウスデザイナーの案件事例①

三井住友銀行アプリのリニューアル

デジタル初心者にも上級者にも使いやすいアプリへ

アプリは、お客さま一人ひとりの専用の支店と考えています。つまり、約900万店舗^{*1}。このデジタル店舗を、実店舗と変わらずSMBCらしく「日常は使い勝手よく、困った時には一番頼りになる存在」とするために、インハウスデザイナーが機能設計、操作性、色使いといった細部にまでこだわって、2019年3月にリニューアルを行いました。

*1 2021年6月末現在のアプリダウンロード数の概数



Column

2019年3月のリニューアルを振り返って



アプリ開発にあたっては人の自然な行動や使い勝手の観察からインターフェース等を考える、HCD(Human Centered Design)プロセスという手法を採用しました。

たとえば、ボタンの配置や色使い、タップした後の画面の動き等は、ユーザーテストを何度も行い、一つひとつ検証しました。加えて、今では他社でも導入していますが、当時、お客さまが三井住友銀行以外の金融機関も含めたお取引状況を一元的に管理したいというニーズにいち早く気づき、三井住友カードや家計

簿アプリ「Moneytree」との機能・データ連携を行いました。こうした機能追加は利便性を高める反面、使い方が複雑になる可能性もありますので、直観的に操作ができるよう細心の注意を払っています。

リニューアルの結果、新規ダウンロード数は同時期3ヵ月間の前年比で1.8倍と大幅に伸び、2019年度グッドデザイン賞を受賞することができました。私たちのデザインへの取組強化に合わせ、アプリも進化を続けていきます。

インハウスデザイナーの案件事例②

三井住友銀行ホームページのリニューアル

ホームページは、デジタル上の三井住友銀行の玄関と考えています。だからこそ、「対面と変わらない親切な接客」をコンセプトに、2021年3月22日にリニューアルを行いました。インハウスデザイナーが、UI^{*2}を抜本的に見直した上で、お客様のご要望をお伺いするアンケート機能等の新たな体験を提供しています。

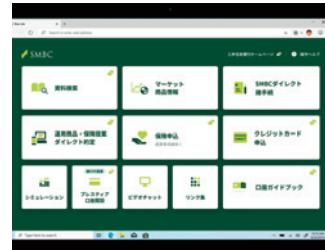
*2 UI=User Interfaceの略称で、ユーザー(利用者)と製品やサービスとのインターフェースのこと



インハウスデザイナーの案件事例③

SMBCタブレット

デジタルは、お客様との対面でのコミュニケーションも変えていきます。お客様との大切な時間をより有意義に活用したいと考える営業担当の従業員とインハウスデザイナーが、ディスカッションやユーザーテストを重ね、営業用タブレットのリニューアルを行いました。たとえば、ご提案をスムーズにする「お気に入り登録」や「マイフォルダ機能」等、複数の新たな機能を提供しています。



インハウスデザイナーの案件事例④

デザインシステム

ホームページ、インターネットバンキング、アプリ、SMBCタブレットと接点が増えても、お客様には統一感のあるサービスをお届けします。そのため、インハウスデザイナーを中心に共通の開発ルール「デザインシステム」を制作しました。今後ご提供していくサービスも、デザインシステムに準拠していきます。



デザインチームの その他の取組の紹介



note公式アカウント

インハウスデザイナーによるnoteの公式アカウントです。デザインに関する取組や活動報告等を綴っていきます。



デザイナー特設サイト

各デザイナーのプロフィールやプロジェクト紹介等を掲載した特設サイトを公開中です。デザイナーのキャリア採用も強化中です。

Special Contents

特集 ファイナンスを超えていくSMBCグループのデジタル戦略

Special Contents 3

「金融グループ」という枠を超える、 法人向け デジタルソリューションを展開

中堅・中小企業の
お客さまの業務効率化の課題を
デジタルツールで解消し、
成長を後押ししていきます。

株式会社プラリタウン

代表取締役社長

並木 亮

2008年、三井住友銀行に入行。法人営業、
ホールセール統括部、法人デジタルソリュー
ション部を経て、2020年5月、株式会社プラリ
タウンの代表取締役社長に就任。



SMBCグループでは、法人のお客さまの経営課題解決、新規事業創出を支援するため、「法人向けデジタルソリューションの展開」を中期経営計画における重点戦略のひとつとして推進しています。

その先陣を切って走るのが、「**SMBCクラウドサイン**」と「**プラリタウン**」の両社です。SMBCグループでは、前例や固定観念に囚われない従業員の新たなチャレンジを応援すべく、「社長製造業」として社内起業を後押ししており、両社ではともに30代の従業員が社長として活躍しています。本特集では、金融というカラを破って新たな挑戦を続ける両社の取組を紹介します。

「大企業 × ベンチャー」を
ひとつのキーワードとして、
これまでの銀行のイメージを超えた
新たなソリューションを提供していきます。

SMBCクラウドサイン株式会社

代表取締役社長

三嶋 英城

2018年、三井住友銀行にキャリア入行。オープンイノベーション拠点「hoops link tokyo」の統括をする傍ら、新規事業開発に従事。2019年10月、SMBCクラウドサイン株式会社の代表取締役社長に就任。



Special Contents

特集 ファイナンスを超えていくSMBCグループのデジタル戦略

契約の新たなスタンダード

SMBCクラウドサイン

SMBCグループは弁護士ドットコム株式会社と共同で、電子契約サービスを提供する「SMBCクラウドサイン」を2019年10月に設立しました。当社は、「契約プロセスを中心とした日本のレガシーな風習・業務プロセスの変革」を事業ビジョンに掲げ、オンライン上で締結から保管までを完結させる「クラウド型の電子契約サービス」を提供しています。契約交渉が完了した契約書を、利用者がクラウドにアップロードし、相手方がオンライン上で承認するだけで契約を締結することが可能です。この結果、契約締結のスピードアップ、コスト削減、検索性の向上を実現しました。

現在、新型コロナウィルス感染症を契機に「脱ハンコ」の流れが加速化しています。企業活動における従来型の紙の契約書による契約締結の手法は、大きな変革の時期を迎えており、「クラウド型の電子契約サービス」への関心が一層高まっています。

SMBCクラウドサインの仕組

契約締結から契約書管理まで可能な クラウド型の電子契約サービス



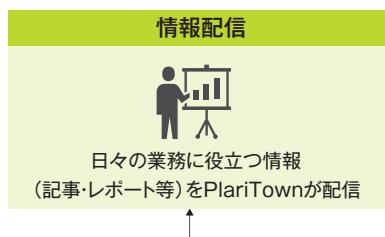
中堅・中小企業のデジタル化を支援する

PlariTown

当社は、2020年5月に設立されました。同時に、国内の中堅・中小企業のお客さまのデジタル化を支援するための法人向けデジタルプラットフォーム「PlariTown」を立ち上げ、2020年12月には、本格的なサービスの提供を開始しています。

「PlariTown」はSMBCグループのサービスだけではなく、協業するサービス提供企業のビジネスアプリやサービスと連携しており、お客様のニーズに合わせてパーソナライズされた情報配信やデジタルサービスを利用することができます。金融の枠を超えて、お客様が直面している業務効率化等の経営課題にお応えし、競争力の強化に貢献しています。

PlariTownが提供するサービス例



日常業務に必要な機能、情報をワンストップで提供

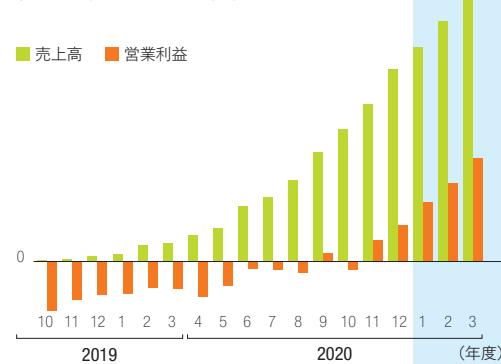
電子契約市場を勝ち抜く「競争優位の源泉」

現在、電子契約市場においては新規参入が増え、競争が非常に激化している状況です。その中の当社の優位性は、市場シェアの高さとSMBCブランドとしての安心感だと考えます。当社は弁護士ドットコム株式会社と合算した場合、国内最大シェアを獲得しています。また、SMBCグループの法人のお客さま基盤を営業活動に活かせるため、一般的なベンチャー企業に比べて、大企業や歴史の長い企業へもアプローチしやすいという利点もあります。SMBCグループの営業リソースを活用して企業へのニーズヒアリングを行う等、グループ間で連携を取りながら事業を推進しています。

「大企業×ベンチャー」による新たな価値創造

SMBCグループがグローバルソリューションプロバイダーを目指すには、金融にとどまらず、お客さまの課題全体を解決していく必要があります。当社のような、従業員のアイデアが新たなビジネスを創造する「大企業×ベンチャー」がひとつのキーワードとなり、これまでの銀行のイメージを超えた新たなソリューションを提供できると考えています。当社は、コロナ禍における脱ハンコ意識の高まりもあり、2020年度に設立1年半で通期黒字化、累積損失の解消を実現しました。今後もグループの利益に貢献できるように実績を積み重ねながら、社長製造業の成功事例として、これから先に続く従業員の起爆剤となるよう、日々の業務に取り組んでいきます。

売上高および営業利益の推移



日々の業務に寄り添うデジタルサービスを一気通貫で届けたい

私が三井住友銀行で法人営業をしていた時に、お客さまから「業務の効率化」に関する経営課題をご相談いただくケースが多くありました。そういうお客様のお悩みに対して、銀行として提供できるサービスには限りがあり、「もっと何かできることがあるのでは」と感じた経験が、当社設立のきっかけとなっています。

当社が提供するデジタルプラットフォーム「PlariTown」の大きな特長は、金融サービスにとどまらず、財務経理、営業、人事、法務、企画等、日々の業務を支援する複数のサービスを、ひとつのプラットフォームを通じてワンストップで提供する点にあります。デジタライゼーションが加速する中、中堅・中小企業のお客さまの業務効率化の課題をデジタルツールを使って解消し、企業としての成長を後押ししていくことが、グローバルソリューションプロバイダーを目指すSMBCグループの役割のひとつだと考えています。

付加価値の高いデジタルプラットフォームを目指して

当社を設立するにあたり、社内外の人材でチームを組めたことは大きな収穫でした。社内からは、法務や税務、IT等の専門知識を持ったスペシャリティの高い人材、社外からは志を同じくする多くのパートナー企業にプロジェクトメンバーとして参画してもらいました。こうしたプロジェクトを後押しする環境があることは、SMBCグループの大きな資産であると改めて感じています。また、協業する外部のパートナー企業の考え方やスピード感も参考になる部分が多く、そうした外部の視点もSMBCグループに還元していきたいと考えています。今後も社内外のさまざまな部署と連携しながら付加価値を高め、グループ全体のデジタルプラットフォームになることを目指します。

