



金融機関：スマートな戦略で大きな成果を目指す

アナリティクスを活用した金融機関の進化と発展に関する専門家の視点

特別編集版

エグゼクティブ・サマリー

アナリティクスを活用した 金融機関の進化と発展に関する 専門家の視点

金融サービスに従事する人々は、新旧織り交ぜて多くの問題に直面しており、顧客、リスク、不正行為、業務に関する課題を常に抱えています。さらにここ数年は、ビッグデータ、リアルタイムの対応を期待する顧客、犯行手口を刻々と変える狡猾な詐欺犯罪者など、さまざまな業務領域がより複雑になってきています。

その一方で幸いなことに、ビジネスの遂行方法についても、これまでは考えもしなかった画期的なテクノロジー、新鮮なアプローチ、まったく新しい手法が登場しています。本レポートでは、金融業界のビジネスを全面的に刷新するために、まさに今、従来の戦略の枠に収まらない新たな領域で進められている高度なアナリティクスの活用方法について、実際の事例をご紹介します。例えば以下のような疑問・課題への回答を見つけていただくことができます。

本レポートに収録された事例はいずれも、急速に変化する事業環境の一步先を進み続けるためには、企業自身の迅速な変化が重要であることを示しています。ぜひ一読いただき、意思決定の改善、まだ気付いていない隠れた機会の発掘、リスクの管理、その他さまざまな目的に役立つ真の知識を見出していいただければ幸いです。

本文書の完全版

より多くの事例が掲載された完全版はダウンロードしてご覧いただけます。
www.sascom.jp/download/ins_FSI_CaseStudy_1412/

[掲載内容]

米 SunTrust 銀行

グリッド・コンピューティングの活用により
あらゆる最新のビジネス要件に対応

シンガポール DBS 銀行

現金引き出しの利便性をアナリティクスで強化し、高い顧客満足度を維持

英銀行

ハイパフォーマンス・アナリティクスの活用による
リスク・エクスポージャーのリアルタイム管理

ブラジル銀行

ターゲットを絞り込んだスマートな商品とサービスで顧客ニーズに対応

XL Insurance Group

ビジュアル・アナリティクスによるビッグデータ分析・活用の取組み

全業種向けリスク管理

リスクの高い行動を適切に管理するための5つの鉄則

米 Ohio Mutual 社

大手顔負けの分析力を駆使する中堅保険会社

米 CNA 社

保険金詐欺の検知と防止で200万ドル以上の節減効果を実現

豪 Commonwealth Bank

画期的な不正検知の次に目指すべきこと

Scotiabank

SAS® Marketing Optimization が Scotiabank のウォレット・シェア拡大を支援



Scotiabankは、カナダの五大金融機関のひとつであり、普通預金や投資信託、住宅ローン、融資といった各種金融サービスを全国700万人の顧客に提供している。すべてのビジネス部門を合わせると保有口座数は約2億にも上る。Scotiabankは、既存の顧客基盤に対して効果的なマーケティング活動を行い、ウォレット・シェア（顧客一人ひとりが一定の期間に使用したお金のうち自社がどのくらい占めているかを表す指標）のさらなる拡大を目指すという戦略の下、顧客に適切なチャネルを通じて適切なタイミングで適切な商品およびサービスを提案していくという課題に取り組んでいる。

1年で600万件のリードを創出

Scotiabankでは以前は単発のキャンペーンを年間合計5～6回行っていた。しかしSAS® Marketing Optimizationを導入した現在では、1年間に行うキャンペーンの数が飛躍的に増え、これが売上の増加に貢献している。

Scotiabankでカナダ国内の銀行業務を担当する意思決定支援・管理部門のディレクター兼責任者、ヴィック・モースキトー（Vic Moschitto）氏は「今では年間30～60程度のキャンペーンを実施し、毎月50万人のお客様にアプローチしていますが、これによって1年で約600万件のセールスリードを創出しています。すべてのキャンペーンを別々に扱う旧来の方法では、これほど多くのリードを探し出すことは困難だったと思います」と説明する。

予測モデルと最適化の手法を駆使し、キャンペーンの内容や実施の意思決定を事業部門別にサポート

モースキトー氏が率いる分析チームは、事業部門ごとに何を改善すれば顧客維持につながるかを分析し、助言するという責任を負っている。チームは予測モデルと最適化の手法を使って、キャンペーンの実施や意思決定をサポートしている。事業部門のマネージャーが口座拡大についての年間目標を設定する一方で、アナリストは月ごとに、事業部門側のニーズを考慮しながら、リードを配分していくため、顧客にマーケティング・メッセージが押し寄せるといったことはない。

SAS® Marketing Optimizationを使えば、分析チームは700万人の顧客データを、最大18ヶ月分まで遡って掘り下げることができ、より対象を絞ったキャンペーンを行うためのインサイトを引き出すことができる。SASが提供するこのソリューションは、個々が顧客との間で行うコミュニケーションの質を高めることによってキャンペーン効果の最大化をサポートしてくれる。そして、ビジネス上の制約（各チャネルの処理能力やコンタクトポリシーなど）を評価するインサイトを提供すると同時に、それぞれの顧客に対する最適なオファーを見極めてくれるため、マーケティング部門のROI（投資対効果）向上にも貢献している。

戦略

- 既存の顧客基盤へのマーケティングの効果を高める
- ウォレット・シェアのさらなる拡大を目指す

課題

- 適切やチャネルを通して、適切なタイミングで、適切な商品／サービスを提案する

すべてのキャンペーンを別々に扱う旧来の方法では、これほど多くのリードを探し出すことは困難だったと思います

ヴィック・モースキトー（Vic Moschitto）氏
カナダ国内銀行業務担当
意思決定支援・管理部門ディレクター兼責任者





SASを採用することによって、100%を超えるROIが得られるようになりました。ソリューション導入のコストを考えれば、これは桁外れのリターンだと言えます。キャンペーンや顧客対応についての全体的な戦略の中に、このソリューションを取り込むことができたおかげで、私たちは強力な競争力を得ることができます

ヴィック・モースキトー (Vic Moschitto) 氏
カナダ国内銀行業務担当
意思決定支援・管理部門ディレクター兼責任者

例えば、マーケティング予算を50万件のリードに振り分けることになり、200万人の顧客がその候補と判断された場合、SASを使ってデータを加工して、さまざまなシナリオをモデル化してみる。各事業部門のマネージャーは、こうした情報を参考にして、限られた予算の中で最高の効果を上げるための方法を判断している。

「個客」に適したオファーを厳選して 控え目な頻度で提案することにより、 高い反応率を追求

「どの事業部門にとってもお客様との取引がビジネスチャンスということになるので、お客様にどんな提案をすべきかをしっかりと見極めなければなりません。SAS® Marketing Optimizationは、ある特定の時点において、それぞれのお客様に何が最も適した提案なのかを判断しやすくなっていますし、どんなサービスを提供すべきかについても助言してくれます。ですから、お客様に適したオファーと必要なサービスを組み合わせることでキャンペーンを組み立てることができ、同一のお客様にオファーが殺到するのを防ぐことができます」とモースキトー氏は語る。

さらにモースキトー氏は、「1人のお客様につき年3回だけ、その都度お客様に関連性の高い商品を3つご紹介する程度です。ひっきりなしにコンタクトしていたら、お客様は私たちからの提案を見てもくれなくなるでしょう。こちらとしては、アプローチした時には高い反応率が出るようにするのが狙いですから」と続ける。

年間の口座開設数が25%増加し、 桁外れのROIを達成

SAS® Marketing Optimizationは、Scotiabankのマーケティング戦略に目覚ましい成果をもたらしつつある。口座の新規開設数は、お客様が自然に来るのを待っていた頃には年間8万件だったが、より対象を絞ったキャンペーンを実施し、顧客サービスの向上を図った結果、年間10万件へと増加したという。

モースキトー氏は、「SASを使うようになって、100%を超えるROIが得られるようになりました。ソリューションの価格を考えれば、これは桁外れのリターンだと言えます。キャンペーンや顧客対応についての全体的な戦略の中に、このソリューションを取り込むことができたおかげで、私たちは強力な競争力を得ることができます」と説明してくれた。

SASの高度な包括性、自動化、柔軟性を 業務のさまざまな局面で有効活用

Scotiabankは、SASを活用することで従来よりもリソースを有効活用できるようになり、マーケティング・コンセプトの最適化、各事業部門へのリード配分、部門間での調整にかかる時間も短縮できるようになった。しかも、こうしたプロセスは自動化されているため、分析チームが常にキャンペーン企画を書き直さなければならないといったこともなくなった。

またSASは柔軟性を備えているため、アナリストたちが目標達成の手段を考える場合でも、単一の方法に頼ることはない。基礎的なプログラムを作成する際に、顧客ベースを分類したり、掘り下げたりするためにSASを利用できるほか、マーケティング最適化の手法を使って統計モデルを利用し、顧客行動を予測したりすることもできる。またフロントエンドのツールを使って、PDFやHTML形式で顧客宛てにメッセージを送ったり、ビジネス部門宛てに報告書を配信したりといったことも可能だ。

「SASをひいき目に見ることは決してありませんが、SASと同じように私たちが望んだとおりに業務を変えてくれるパッケージは他にないというのも事実です。今日の市場においてSASは最高のパッケージ製品だということは確かです」とモースキトー氏は結論づけた。

オンライン

製品案内: SAS® Marketing Optimization
sas.com/jp/go/mo



ブラジル最大の銀行が 中南米ナンバー1で ある理由

ブラジルは今や世界で第6位の経済大国であり、年5%という成長率は西半球では米国に次ぐ第2位の高さだ。

この経済成長を支えているのは再活性化された同国の金融サービス業界だが、この業界を牽引しているのがブラジル銀行(Banco do Brasil S.A.)である。同行は中南米第1位の資産規模を誇り、SAS Analyticsソリューションを積極的に導入している。

ブラジル銀行によるSASテクノロジーの活用は、基本的なレベルを超えて真のカスタマー・インテリジェンスの実現へと近づきつつある。具体的には、テラバイト規模のデータから必要な情報を選別した上でセグメンテーションとプロファイリングを行い、個々の顧客の属性と行動について理解を深めており、そこから得られた洞察を武器に、顧客満足度を高めて顧客との関係をより強固なものとし、コスト削減と収益性向上に結びつけているのだ。

「SASのソリューションは個々の顧客を分析し、それぞれの顧客ニーズを満たす可能性が極めて高い商品やサービスの組み合わせを自動的に提示してくれます」

ジョルジエ・ルイス・エンリケ (Jorge Luiz Henrique) 氏
ブラジル銀行、CRMアーキテクチャ担当マネージャー

クロスセル提案の的確性の向上

同行は2009年に新戦略を採用し、新しい施策、構想、プロセス、チャネル、モデルを用いてリテール・バンキング業務の変革に注力することを決断した。その最終的な目標は、5,500万に及ぶ顧客との個々の関係を明確に把握し、強化していくことである。

エグゼクティブ・マネージャーのルイス・レッサ (Luis Lessa) 氏によると、以前の手作業による顧客対応プロセスでは、商品やサービスの組み合わせの検討、アップセル/クロスセル戦略の立案といった作業は支店のマネージャーが担当していた。これらは時間のかかる作業であるため、マネージャーの繁忙度や力量次第で支店毎に顧客満足度と財務成績に大きなバラツキが生じる原因となっていた。

「勘や直感だけに頼った判断から脱却することが必要でした。データと分析から導き出した顧客理解を基盤として、事実にもとづくキャンペーンを展開したいと考えました。また、顧客行動に影響を及ぼす要素の相関関係や傾向をごく短時間で明らかにする必要もありました。それこそが、顧客サービスのプラットフォームとしてSASを選択した理由です」(レッサ氏)

ブラジル銀行の行員として特定の顧客にどの商品を勧めるべきか？ 顧客とそのプロフィールを特定するために不可欠な情報は何か？ SASのソリューションはカスタマー・リレーションシップ・マネジメント(CRM)ツールとの統合を通じて、こうした戦略的な疑問の数々に答えを見出し、顧客に最良のオファーを提示するために役立っている。

また、顧客をセグメントや行動パターンに分類し、将来の購買の可能性につながる共通の特性を洗い出すことも可能だ。このソリューションでは、好み、購買行動のスピード、顧客満足度、収益性などの要因も考慮される。その結果、このシステムを通じて顧客に提示したクロスセル/アップセルのオファーが販売に結びつく割合は20%に到達しているという。

アナリティクスの活用により顧客理解を深めているその他の事例

EXPEDIA 社は、的確で関連性の高いオファーを通じて顧客生涯価値を把握し、コンバージョン率の向上を実現。

GLOBE TELECOM 社は、強力な顧客重視戦略によって目覚ましい成果を実現。マーケティング・キャンペーンのセグメンテーションを細分化したことで創出した収益は4,200万ドル以上。

LOTTE.COMはSAS Customer Experience Analyticsを活用して、オンラインのショッピングカートが購買行動の途中で放棄される原因を特定し、導入初年度に1,000万ドルの売上増を実現。

DBS 銀行は与信プロセスを見直し、最適化が可能な領域を特定。

オンライン

www.sas.com/jp/go/ci/

「SASのソリューションは個々の顧客を分析し、それぞれの顧客ニーズを満たす可能性が極めて高い商品やサービスの組み合わせを自動的に提示してくれます」と話すのは、ブラジル銀行 CRM アーキテクチャ担当マネージャーのジョルジェ・ルイス・エンリケ (Jorge Luiz Henrique) 氏である。「その情報は支店の端末にも即座に表示されるため、マネージャーはすぐさま顧客に働きかけることができます。新しいプラットフォームは、速さ、使いやすさ、正確さのいずれも飛躍的に向上しています」

圧倒的なデータ量への対応

最初の成功を踏まえ、ブラジル銀行はアナリティクスの活用をブラジル全土の5,000支店に拡大していった。分析機能を販売自動化ツールやサービス提供ツールと組み合わせることで、顧客サービスのあらゆる接点をビジネスチャンスに変えようとしたのだ。しかし、顧客口座の数が余りに多いため、データ量が大きな課題として立ちはだかることになった。

「当行には数千万もの口座に関する構造化データと非構造化データがありましたが、この規模のデータを実用的な情報とビジネスチャンスに変える手段はありませんでした。SASは明らかに、それを可能にしてくれるソリューションだったのです」(レッサ氏)

5ヶ月間のモデル開発とテストを経て、同行は統合型のSAS Customer Intelligenceソリューションをリオデジャネイロの数支店に試験導入し、ワークフローの検証と顧客満足度の測定を行った。

「異なる顧客セグメントに提示した商品オファーが、本当にそれぞれの顧客ニーズを満たしているかどうかを確認したいと考えました。そこで何人かのお客様に電話をして感想をお聞きしたところ、全員が当行のパフォーマンスに満足されていることが分かりました」(エンリケ氏)

分析プラットフォームの全国展開が進むにつれて、ブラジル銀行では、顧客が支店を訪れることで生じるチャンスを最大限に活用する能力が大きく向上し、よりの確かなサービスをより迅速に提供する体制が整いつつあることを確信している。

「支店は今、以前よりもレベルの高いサービスを顧客に提供できるようになっています。当行にとってSASとの関係は極めて重要です。ブラジルは今後も発展と成長を続けることが見込まれますが、現在当行では、そこから生まれる経済的な機会を最大限に活用する準備が整っています」(レッサ氏)

オンライン

製品案内: SAS Customer Analytics for Banking (英語)

sas.com/sascom-caforbanking

銀行業におけるビッグデータの分析・活用に関するホワイトペーパー (英語)

sas.com/sascom-bankanalytics

「データと分析から導き出した顧客理解を基盤として、事実にもとづくキャンペーンを展開したいと考えました。また、相関関係や傾向をごく短時間で明らかにする必要もありました。だからこそSASを選択した理由です」

ルイス・レッサ (Luis Lessa) 氏
ブラジル銀行、エグゼクティブ・マネージャー



金融業界向けSASソリューション概要

顧客管理・マーケティング分析

- クロスセル、アップセル、レコメンデーション
- 顧客リテンション、休眠化防止
- マーケティング・オートメーション
- イベント・ベースド・マーケティング
- デジタル/オムニチャネル・マーケティング
- リアルタイム・マーケティング・デシジョン
- マーケティング・デシジョン最適化

不正検知・金融犯罪対策

- 各種不正の検知、対応、防止
(申込不正、不正請求、支払不正、引受詐欺、不正取引、市場濫用行為等)
- 金融犯罪対応、防止
- マネーロンダリング対策
- FATCA 対応

リスク管理 & コンプライアンス

- 統合リスク管理
- 信用リスク管理
- 市場リスク管理
- オペレーショナルリスク管理
- 流動性リスク管理
- Basel III, Solvency II 対応
- ALM
- 与信リスク管理

資本計画、収益管理

- 資本の計画、配分、最適化
- リスク調整後収益性管理 (RAPM)
- ストレステスト/シナリオ分析
- リスク管理と財務・収益管理の統合

アナリティクス

- 予測分析とデータマイニング
- 時系列予測と計量経済分析
- 数理的最適化とシミュレーション
- テキスト分析
- モデル・マネジメント
- ハイパフォーマンス・アナリティクス、Hadoop

データマネージメント

- データ接続
- データ統合
- データ品質
- マスターデータ管理 (MDM)
- データガバナンス

ビジネス・インテリジェンス

- クエリー & レポートニング
- ダッシュボード
- ビジュアライゼーション
- モバイル対応

詳細情報

SASの銀行業界向けソリューション

sas.com/jp/go/banking

SASの保険業界向けソリューション

sas.com/jp/go/insurance

SAS® Customer Intelligence

(顧客管理・マーケティング分析ソリューション)

sas.com/jp/go/ci

銀行業におけるビッグデータの分析・活用に関するホワイトペーパー (英語)

sas.com/sascom-bankanalytics

保険会社にとってのビッグデータの意義に関するホワイトペーパー (英語)

sas.com/sascom-bdinsurers

多層化アプローチによる不正の検知および防止に関するホワイトペーパー (英語)

sas.com/sascom-detectfraud

ハイパフォーマンス・リスク管理ソリューションに関するホワイトペーパー (英語)

sas.com/sascom-riskpaper

お問合せ先

SAS Institute Japan 株式会社 マーケティング本部

Email: jpnsasinfo@sas.com Tel: 03-6434-3700



THE
POWER
TO KNOW®

SAS Institute Japan 株式会社 www.sas.com/jp

本社 〒106-6111 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー 11F
大阪支店 〒530-0004 大阪市北区堂島浜1-4-16 アクア堂島西館 12F

jpnsasinfo@sas.com

Tel: 03 6434 3000 Fax: 03 6434 3001
Tel: 06 6345 5700 Fax: 06 6345 5655