

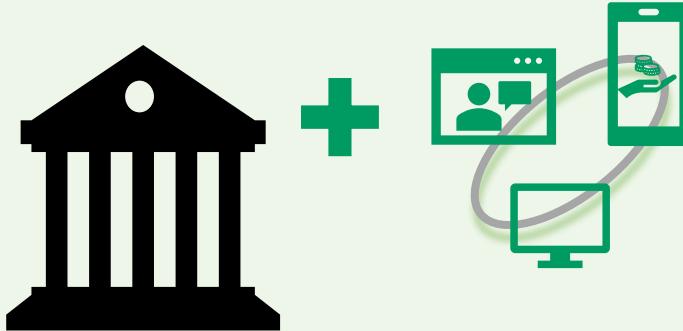
名古屋銀行 DX戦略

<2025年度～2027年度>

株式会社名古屋銀行

これまでの銀行取引

店舗が中心



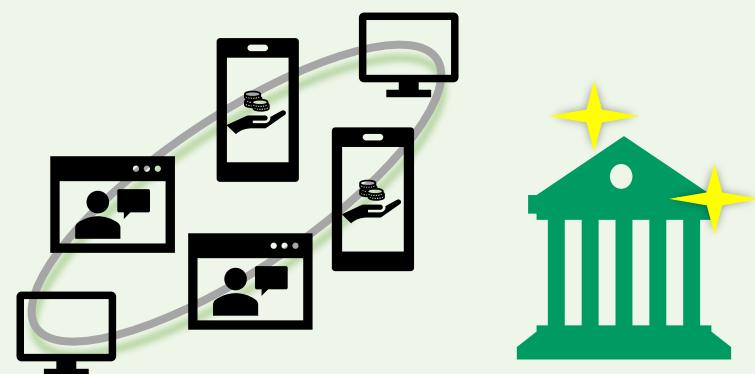
リアルが中心

デジタルは補完で
差別化要素

- リアルチャネル（店舗、対面）が中心
- デジタルチャネルは差別化要素
 - └ 顧客利便性“向上”のためにデジタル技術を活用

これからの銀行取引

店舗も強みに



デジタルが一般化

リアルも
差別化要素に

- デジタルチャネルが一般化
 - └ 顧客利便性“確保”のためにデジタル対応は不可欠
- リアルチャネルも差別化要素に

当行の
Purpose
(存在意義)

未来創造業宣言

私たちちは『未来創造業』です。

私たちちは、
法人のお客さまと **会社の発展につながる未来** を創ります。
個人のお客さまと **家族の幸せにつながる未来** を創ります。
そして、私たちはお客様と自分の未来のために一生懸命に仕事をします。

銀行業から未来創造業へ 私たちは歩み続けます



未来創造業の体現に向けて
DXで目指す目的とは？

「 未来創造業 × DX 」



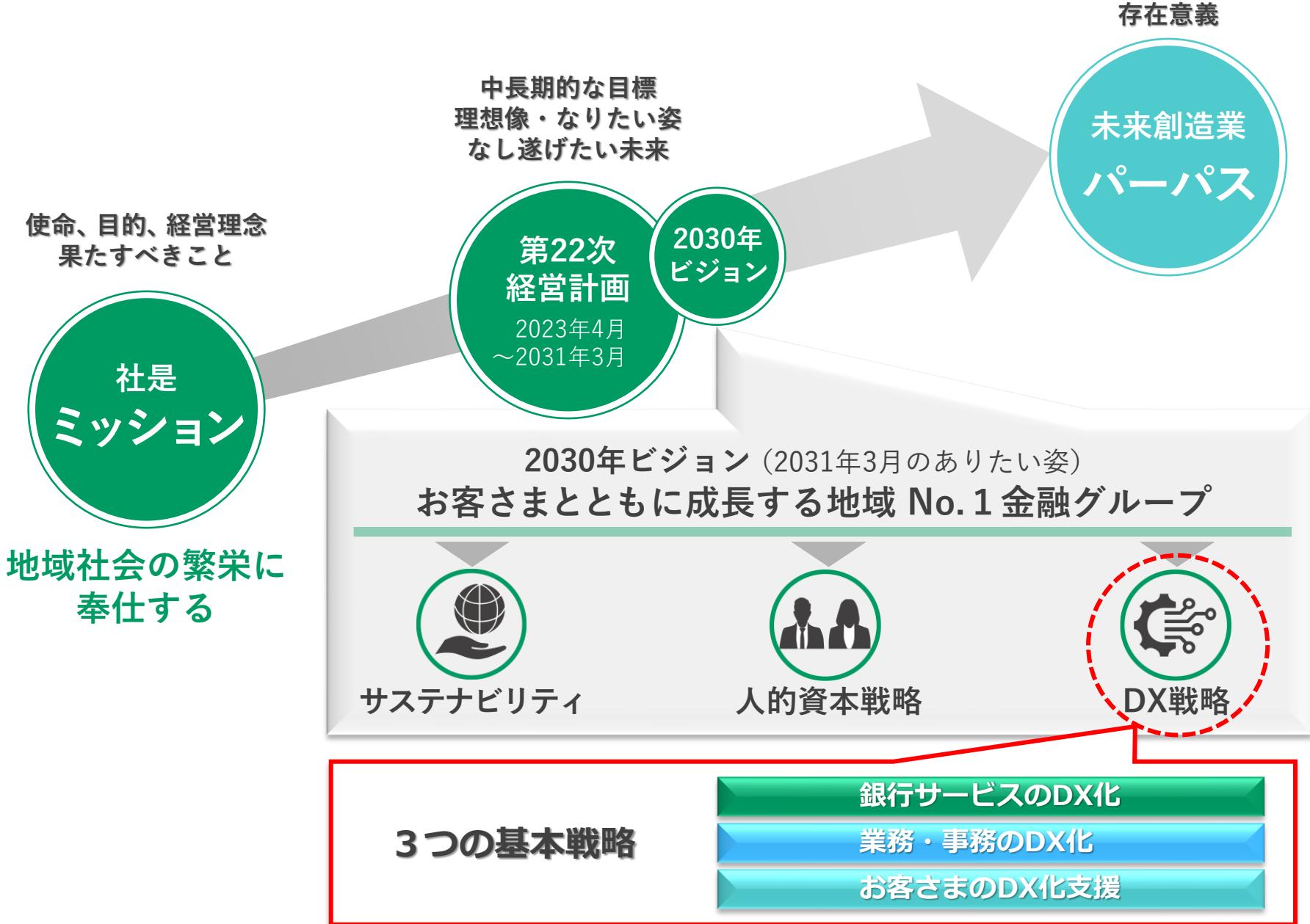
デジタルチャネルの強化とリアルチャネルとの融合により、**コンサルティングを重視したビジネスモデルへ変革**を進め、中長期的な成長を目指す



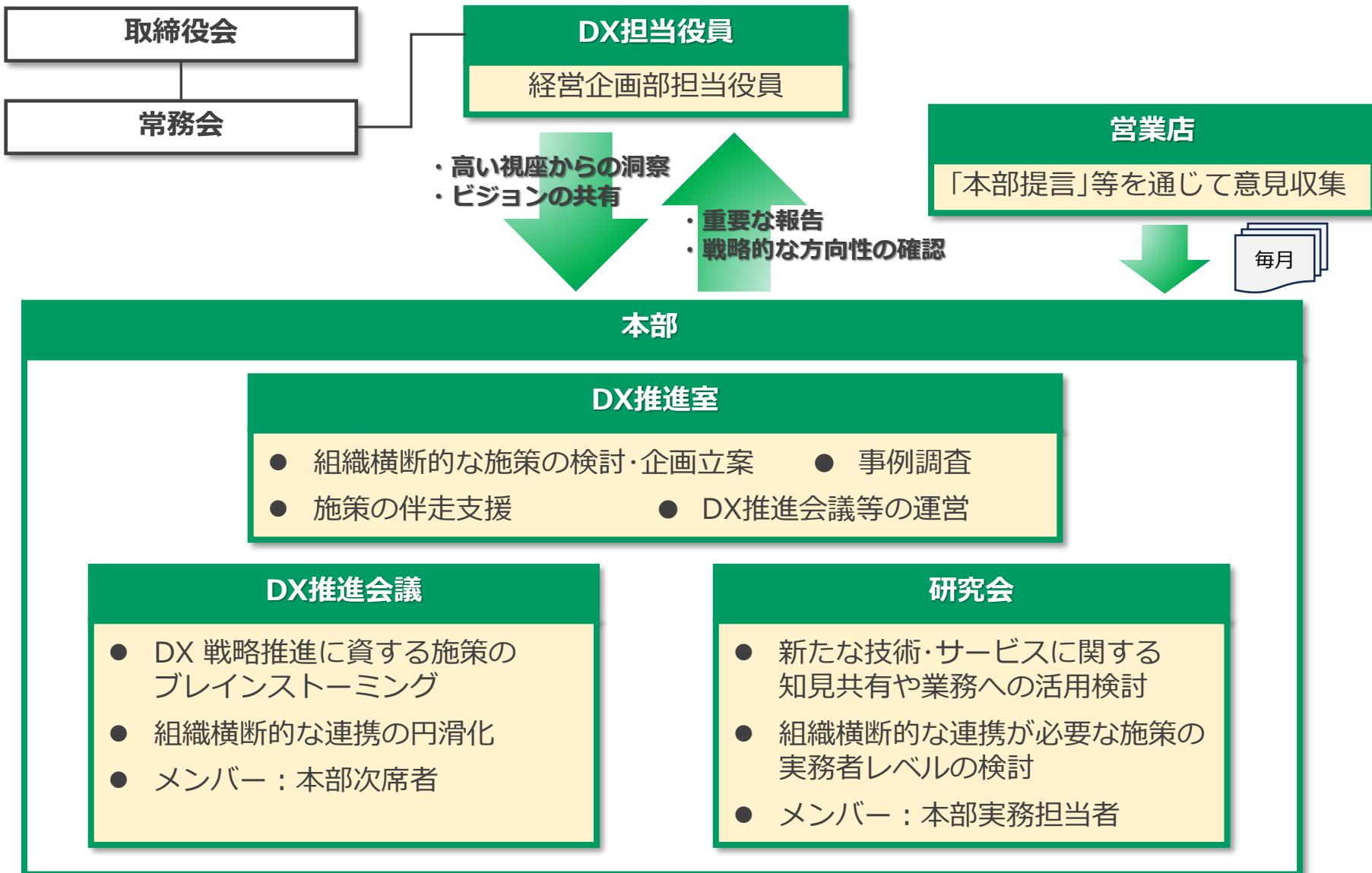
DXを通じて当行が蓄積した
**ナレッジ・ノウハウを地域や
お客様に還元**し、地域社会
の発展(デジタル化)に貢献する

デジタル技術やデータは"手段"であり、"目的"の達成にこだわる

1. 当行におけるデジタル活用の目的 (3)「第22次経営計画」におけるDX戦略の位置づけ



DX担当役員をトップに、DX推進室を中心とした組織横断の推進体制。



銀行サービスのDX化

| デジタルコネクト

●非対面チャネルの強化

「名古屋銀行アプリ」の機能拡充やWEB完結商品のラインナップ強化、WEBでの諸届受付などにより、お客さまとの接点拡大・利便性向上を図る。

業務・事務のDX化

| 業務効率化

●経営資源の営業シフト

RPA活用やペーパーレス化を積極的に推進。業務自動化・本部集中化により、営業店の事務ゼロ化と人員配置の最適化を図る。

お客さまのDX化支援

| 人材育成・環境整備

●デジタル人材育成

デジタルリテラシーの向上を図り、お客さまのDX化への対応をサポートするため、営業行員に国家資格である「ITパスポート」の取得を推奨。

●お客さまへのICT支援のための外部連携

システム開発を担う連結子会社株式会社ナイスと連携。
NTT西日本グループ社員の受け入れ、スタートアップ企業との提携など外部連携も強化。

「DX戦略」ロードマップ[®]

2020～2022年度 2023年度 2024年度 2025年度 2031年3月▼

第21次
中期経営計画

第22次経営計画

施策 ※()はサービス開始時期

銀行サービス
のDX化

非対面チャネル
の強化

業務・事務
のDX化

経営資源の
営業シフト

個人向けチャネル

- ことら (2022/4)
- 電子契約 (2023/2)
- WEBでの諸届受付 (2023/6)
- eKYC投信・NISA口座開設 (2023/11)
- 名古屋銀行アプリ機能拡充 (2024/10)

法人向けチャネル

- 法人EB機能拡充・ポータル化 [2028年度予定]

コンタクトチャネル関連

- スマホ貸与 (2023/5)
- 受電集中(2023/10)

融資関連

- りん議ペーパーレス (2023/10)

端末関連

- 営業店端末レス・タブレット化 [2025年度予定]

数値目標

指標項目	2024年度 目標	2025年 3月末 実績
ITパスポート 取得者数	600名	639名
名古屋銀行 アプリ登録数 ^(*1)	180千件	190,886 件
スマート通帳 口座数	35千件	40,532 件
非対面チャネルで の諸届受付率 ^(*2)	30%	月平均 14.4% 3月単月 31.0%
法人EB契約数	22千件	22,236 件

(*) 2024年10月にアプリとインターネットバンキングのサービス基盤を統合したため、上記実績は両サービスの合算計数。

(**) 諸届受付総件数に占める非対面チャネルの割合は、2024年度の年間月平均は14.4%、3月は単月で31.0%と利用拡大。

2020年～2022年度 | 2023年度 | 2024年度 | 2025年度 | 2026年度 | 2027年度

第21次
中期経営計画



DX戦略

2022年10月～2024年度
(2022/10～2025/3)

戦 略

- **デジタルコネクト**
非対面チャネルの強化
- **業務効率化**
経営資源の営業シフト
- **人材育成・環境整備**
デジタル人材育成・外部連携

成 果

- ✓ 銀行サービスが充実し、非対面チャネルの利用者増加
- ✓ 業務自動化と本部集中による営業店事務の削減進む
- ✓ 人員の営業シフト進む

課 題

- ✓ 非対面チャネルを活用したお客さまとの接点強化は途上
- ✓ データ活用で目指す将来像の行内での共有と実践

第22次経営計画

2025年度～2027年度
(2025/4～2028/3)

今後の取り組み

デジタル基盤を活用して
お客さまとの接点強化を図る

営業品質の底上げを目指し
データ利活用に取り組む

捻出した余力を
高付加価値業務へシフトする

基盤整備から 活用拡大へ



銀行サービスのDX化



| パーソナライズ・接点強化

業務・事務のDX化



| 業務効率化・データ利活用^(*1)

主要数値目標

営業店事務削減：月間15千時間

投信のWEB取引率：65%

個人

パーソナライズ提案と窓口事務の省力化

デジタルマーケティング等による精度の高いパーソナライズ提案で取引深耕を図る。
事務面では、店頭タブレット導入でセミセルフ化を進め、更なる省力化を図る。

法人

営業品質の底上げと営業担当の余力捻出

データ利活用の高度化^(*1)でお客さまの理解を深め、豊富なソリューションからニーズに
あった提案ができるよう営業支援基盤を強化。また、AI等を活用し更なる生産性の向上を
図り、捻出する余力を付加価値の高い業務へ振り向けていく。

お客様のDX化支援

| 人材育成

主要数値目標

DX化支援相談件数：年間100件

デジタル活用人材：累計150名

デジタルコーディネーター：累計150名

●お客様のDXの立ち上がりを支援

中小企業のよき相談相手となり、DXの初期段階の取り掛かり支援を強化。

●従業員のデジタル活用力向上に向けた人材育成

「ITパスポート」で基礎知識を習得した人材を、業務でデジタル活用が実践できるレベルへ育成。
行内DX推進を担う人材と、お客様に寄り添いDX化が推進できる人材を確保する。

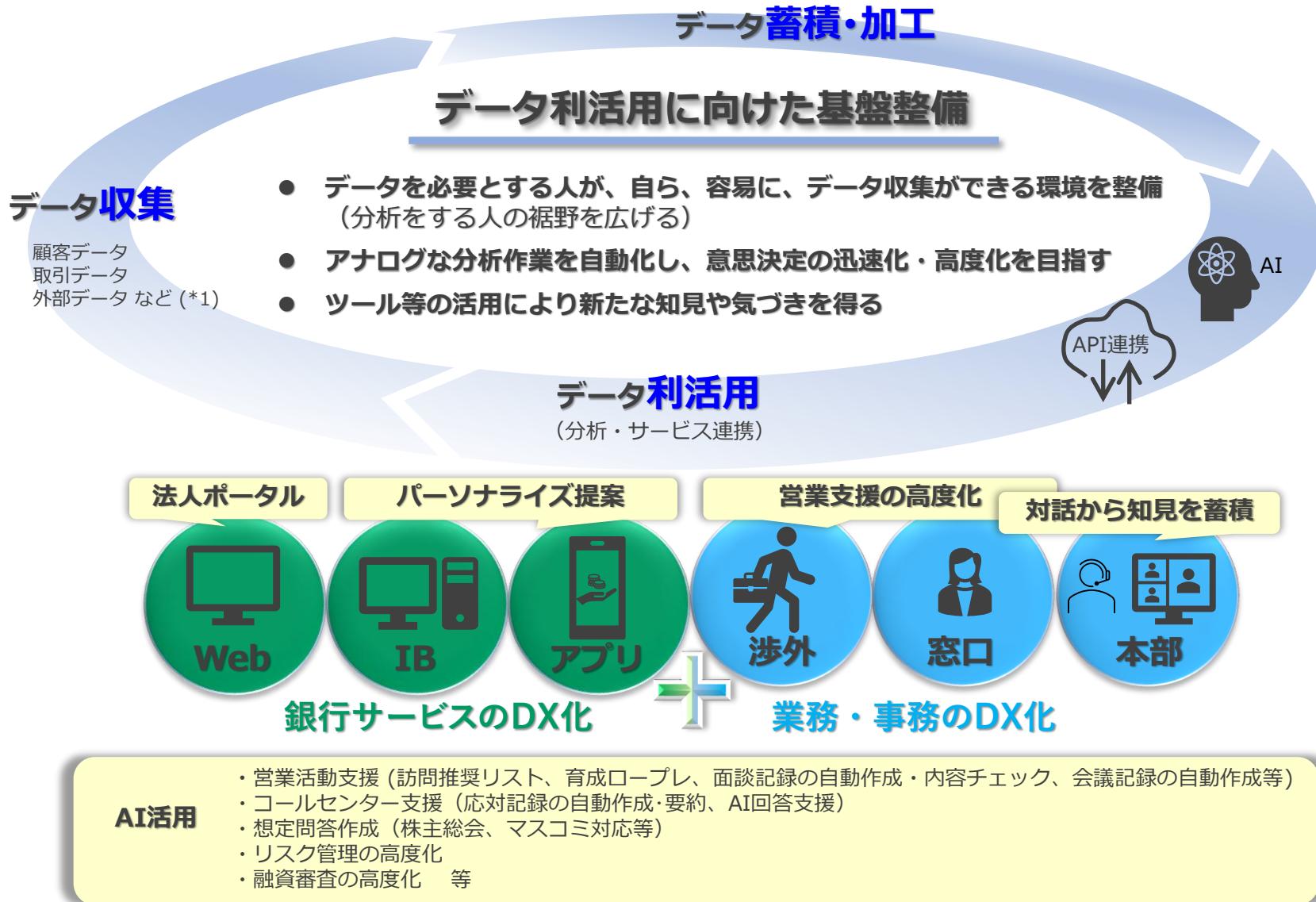
(*1) 銀行が従来保有している顧客属性・取引履歴・交渉履歴などのデータに加え、非対面サービス拡大に伴い取得できるようになった操作履歴等のデータを収集・蓄積・分析。アプリやIB等を活用した広告や、営業支援システムへの適時適切なレコメンド情報の展開など、お客様との接点強化や営業品質の底上げ、余力捻出に繋がる施策を実施していく。

3. 2025年度～2027年度の取り組み (2) DXロードマップ



名古屋銀行





(*1) 顧客データ
顧客属性
取引履歴
商品利用状況

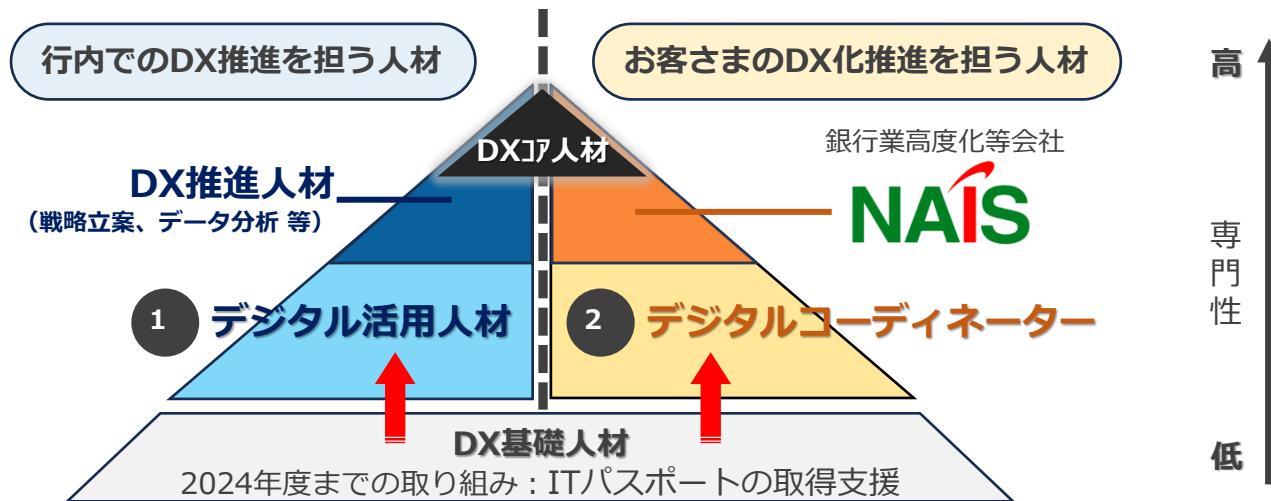
取引データ
ATM利用データ
窓口取引データ
IB・アプリ利用データ

マーケティングデータ
キャンペーン反応データ
チャネル利用動向
顧客満足度調査結果

リスク管理データ
信用スコア
不正取引検知データ
市場リスクデータ

外部データ
統計データ
市場データ
など

データ利活用や生成AI等のスキルの重要度が増すことを念頭に、業務でデジタル活用を実践できるレベルを目指し、新たに①②の人材モデルを定義し、計画的に育成する。



人材モデル (行内呼称)	求めるスキル	育成方法	主な対象者
DX基礎人材	・DXの基礎知識	・資格取得を推奨 (ITパスポート、金融業務3級(DX))	全行員
1 デジタル活用人材 (*1)	・RPA ・AI ・データ理解・活用 ・マーケティング	・行内のDX推進活動への参画 ・e-ラーニング ・通信教育	本部勤務者
2 デジタル コーディネーター (*2)	・現状分析 ・課題明確化 ・商品知識	・DX支援トレーニー(短期出向) ・課題別講習会 ・階層別研修 ・通信教育	法人営業担当者

(*1) 提供されるデジタル技術を業務に活用しDXに取り組める人材。ITパスポート等の業務に有用なIT系資格 + DX推進活動参画/eラーニング受講を踏まえて社内資格として認定。
 e-ラーニングは、IPAのデジタルスキル標準に準拠した講座を中心に組み立て。

(*2) お客様のDXニーズを把握し適切にトスアップ等ができる人材。ITパスポート等の業務に有用なIT系資格 + トレーニー/講習会受講 + DX支援実績を踏まえて認定。

指標	DX戦略の柱			2027年度・ 2028年3月末 計画	2025年度上期・ 2025年9月末 実績
	銀行サービスのDX化	業務・事務のDX化	お客さまのDX化支援		
営業店事務の削減時間		●		(*1) 月間 15,000時間	(*1) 月間 1,311時間
投信のWeb取引率	●	●		65%	72.5%
DX化支援相談件数			●	年間 100件	78件
デジタル活用人材		●		3年累計 150名	37名
デジタルコーディネーター		●	●	3年累計 150名	37名

(*1) 施策毎に「営業店から削減できる時間（施策実施前の所要時間 - 施策実施後の所要時間）× 対象としている業務の取扱件数」を算出し、サービス開始により削減実績に加算する。なお施策によって、取扱件数等に代わる適切な計数（対象としている業務の従業人数 等）を用いる。

本件に関するお問い合わせ

名古屋銀行 経営企画部 DX戦略室