

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

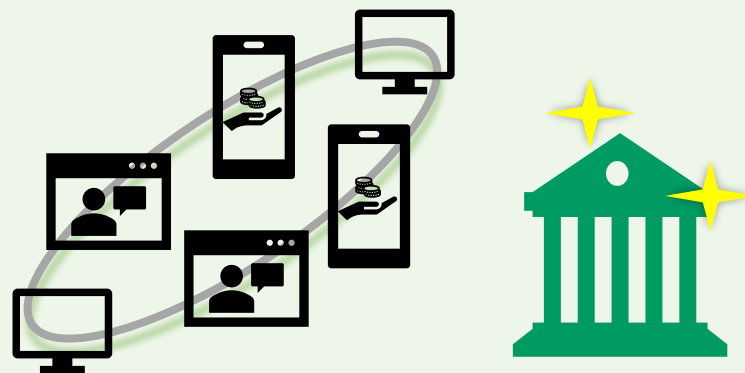


リアルが中心

デジタルは補完で
差別化要素

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

- 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

- 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



私たちは『未来創造業』です。

私たちは、
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、私たちはお客さま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？



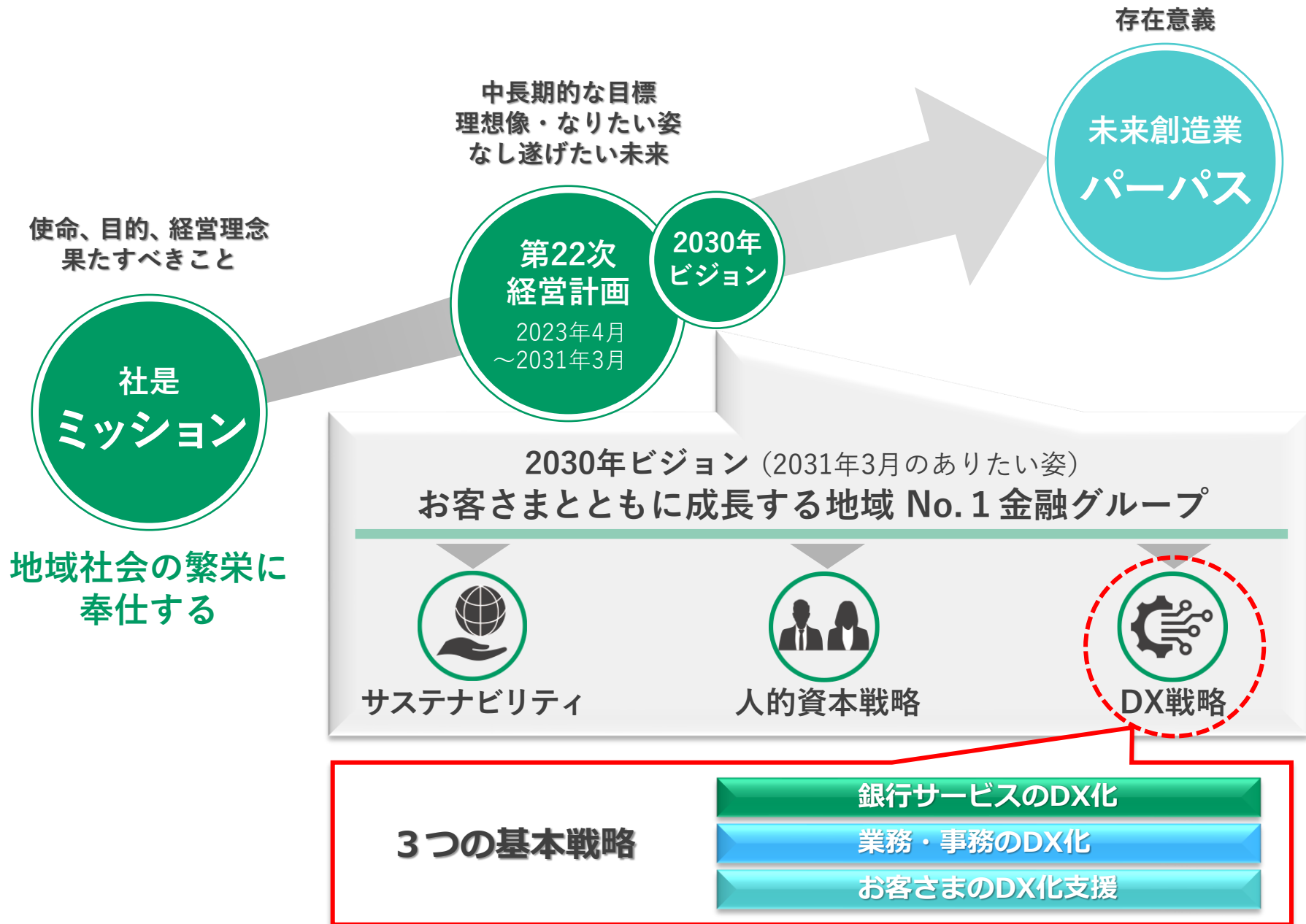
デジタルチャネルの強化とリアルチャネルとの融合により、**コンサルティングを重視したビジネスモデルへ変革**を進め、中長期的な成長を目指す



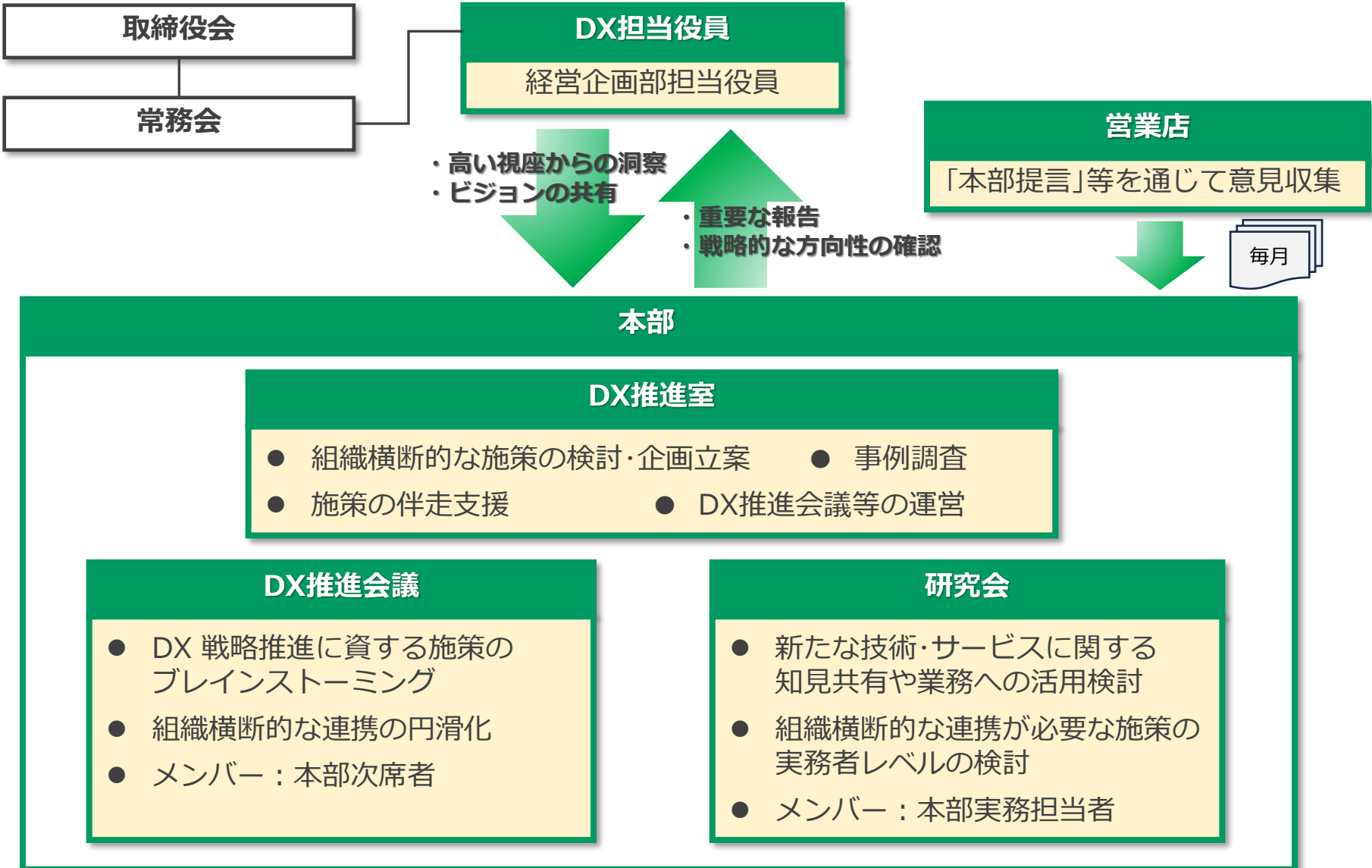
DXを通じて当行が蓄積した**ナレッジ・ノウハウを地域やお客さまに還元**し、地域社会の発展(デジタル化)に貢献する

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
(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。

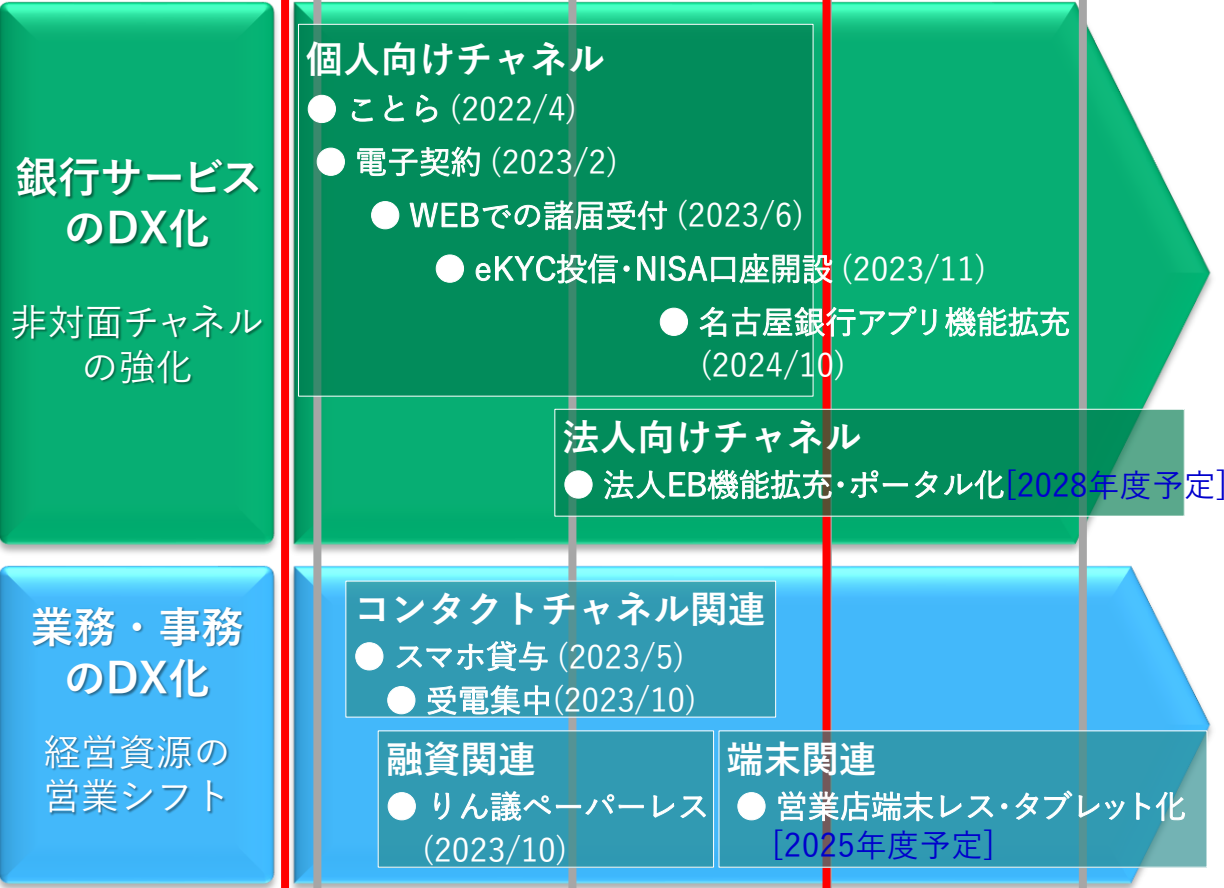
●お客さまへのICT支援のための外部連携

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



施策 ※()はサービス開始時期



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

(*1) 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。
(*2) 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

第22次経営計画



DX戦略

2022年10月～2024年度
(2022/10～2025/3)

2025年度～2027年度
(2025/4～2028/3)

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

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%→**75%**

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。

お客さまのDX化支援

人材育成

●お客さまの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、お客さまに寄り添いDX化が推進できる人材を確保する。

主要数値目標

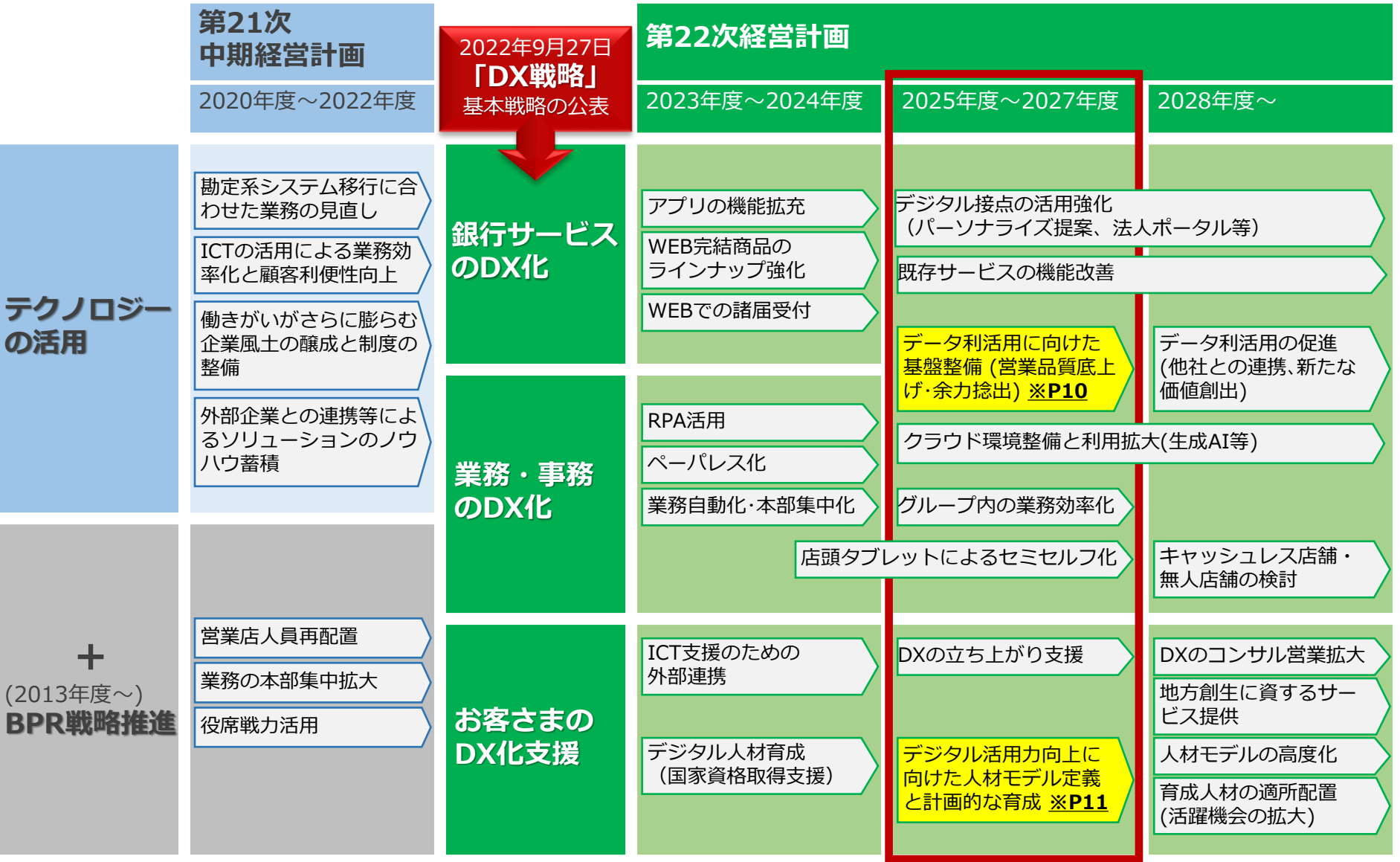
DX化支援相談件数：年間100件
→**年間150件**

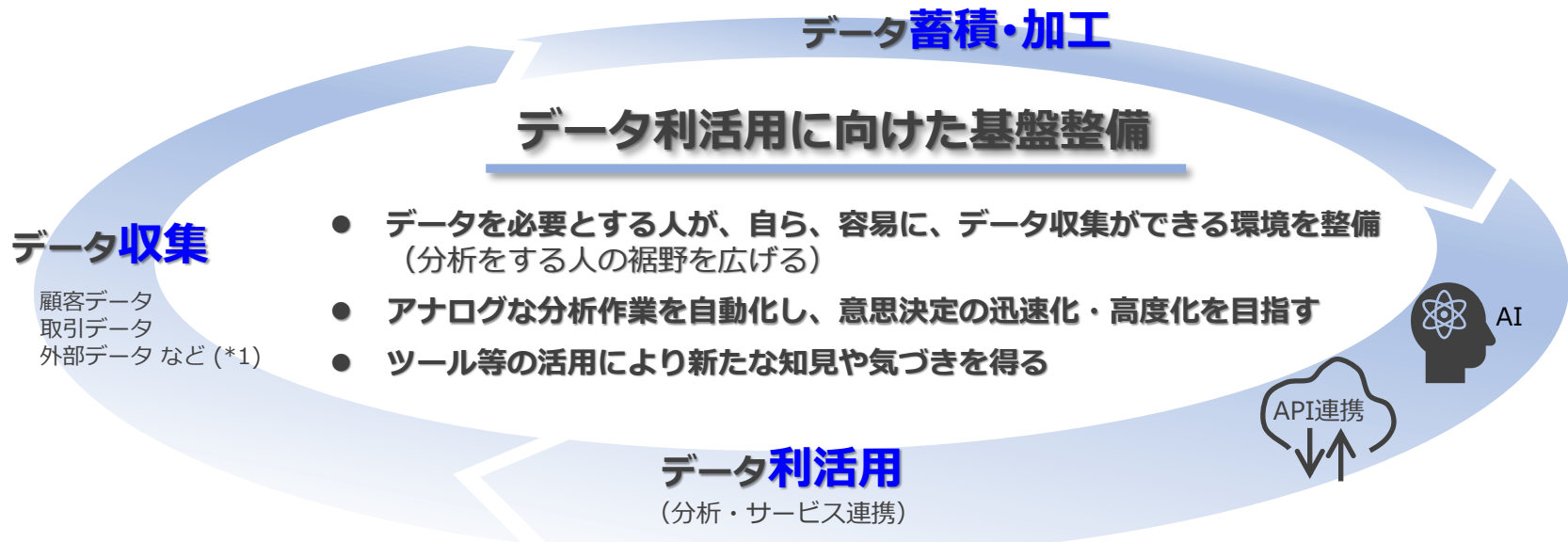
デジタル活用人材：累計150名

デジタルコーディネーター：累計150名

(*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、お客さま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





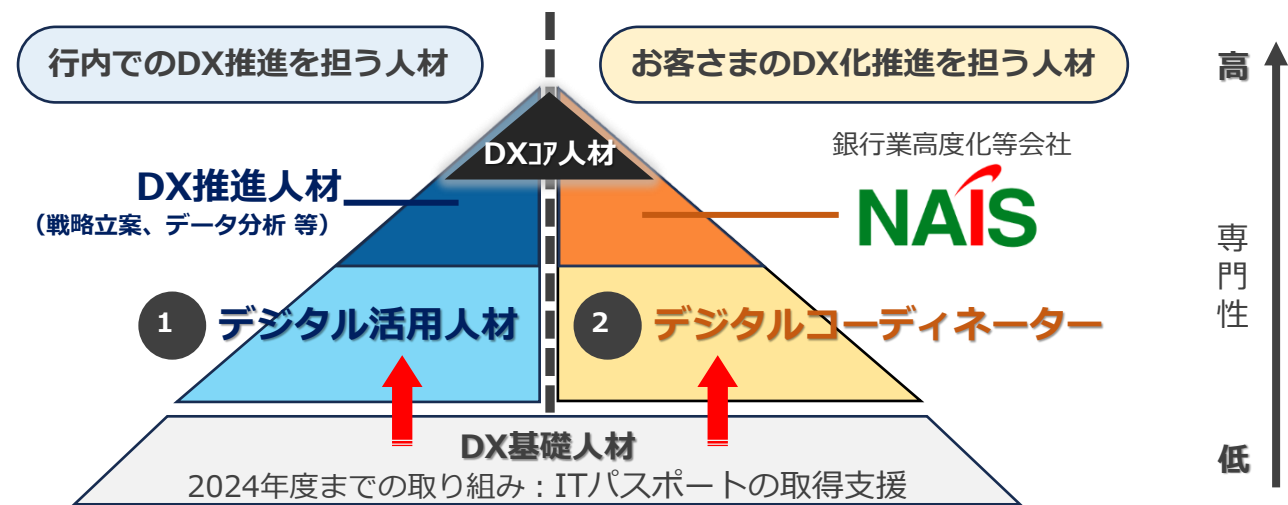
AI活用

- ・ 営業活動支援 (訪問推奨リスト、育成ロープレ、面談記録の自動作成・内容チェック、会議記録の自動作成等)
- ・ コールセンター支援 (応対記録の自動作成・要約、AI回答支援)
- ・ 想定問答作成 (株主総会、マスコミ対応等)
- ・ リスク管理の高度化
- ・ 融資審査の高度化 等

(*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
---	--	---	---	--------------------------------------

3. 2025年度～2027年度の取り組み
(4) 人材育成について

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) お客さまの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。

3. 2025年度～2027年度の取り組み
(5) 主要数値目標

指標	DX戦略の柱			2027年度・ 2028年3月末 計画	2025年度・ 2026年3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 3,696時間
投信のWeb取引率	●	●		65% (※2) 75%	78.0%
DX化支援相談件数			●	年間 100件 (※2) 年間 150件	年間 240件
デジタル活用人材		●		3年累計 150名	累計 83名
デジタルコーディネーター		●	●	3年累計 150名	累計 69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員数 等）を用いる。

(※2) 主要数値目標を上方修正。（2026年5月公表）

本件に関するお問い合わせ
名古屋銀行 経営企画部 DX推進グループ