



千葉銀行Webサイト
〔IRライブラリ〕



一人ひとりの思いを、
もっと実現できる地域社会にする

ちばぎんIRDay (DX戦略)



2024年4月8日

DX戦略の全体像

ちばぎんのDX戦略	3
ちばぎんDX「3.0」	4
パーソナライズ戦略	5
地域エコシステム戦略	6

最高の顧客価値の創造

デジタルマーケティング	7-10
ちばぎんアプリ	11-12
法人ポータル	13
キャッシュレス	14
新事業	15
メタバース・BaaS・AML	15
ちばぎん商店	16
広告	17
オンアド・JBP	18
業務効率化	19

DXによる組織の変革

DX人材	21
組織風土改革①（採用・人事制度）	22
組織風土改革②（アイデアピッチコンテスト）	23
組織風土改革③（DXサポーター制度・イノベーションラウンジ）	24

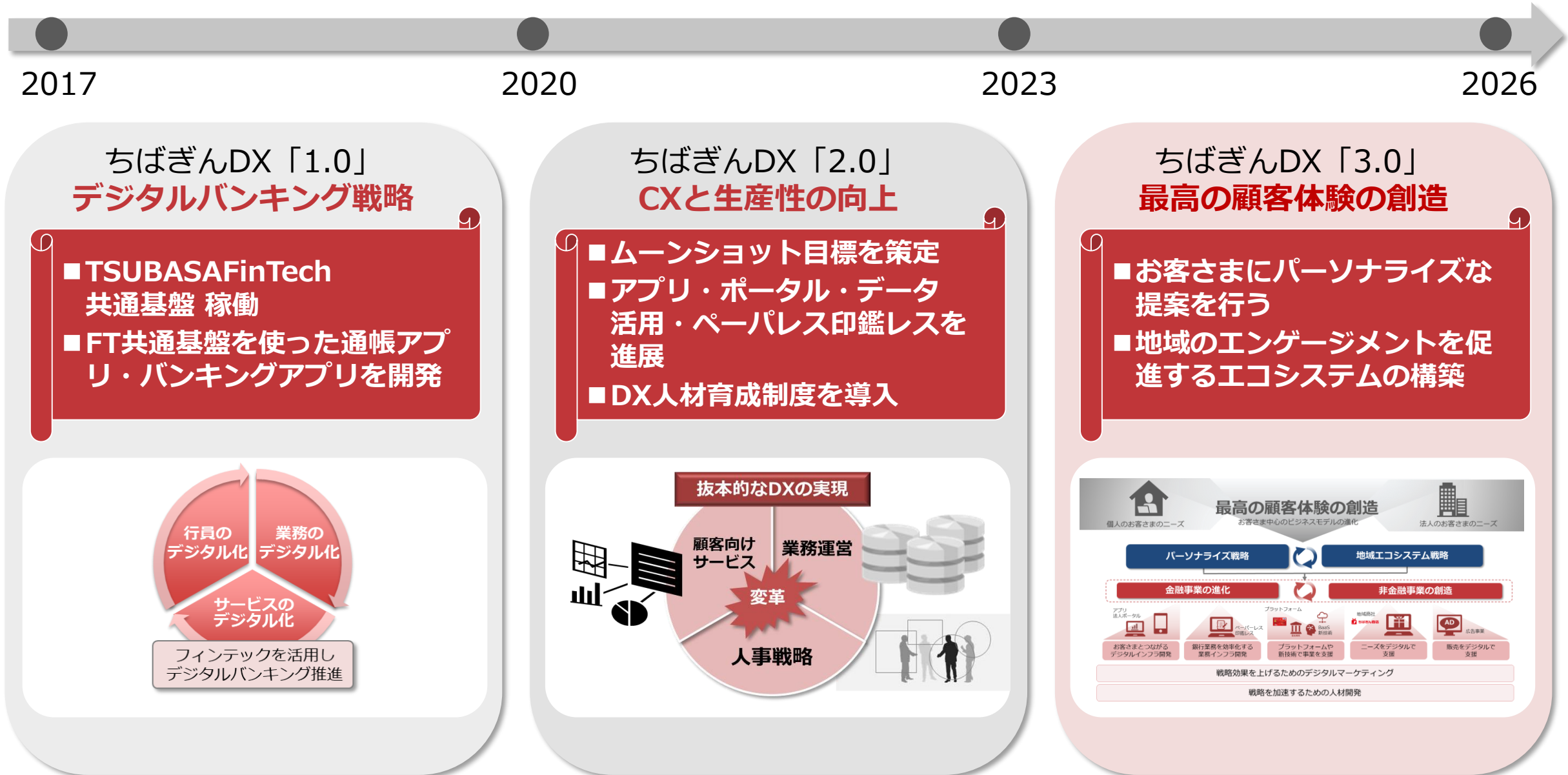
今後の姿

ファンの変化	26
DXによる変革	27
DXの加速	28

DX戦略の全体像



DX戦略による最高の顧客価値の創造へ



お客さま中心のビジネスモデルを進化



個人のお客さまのニーズ

最高の顧客体験の創造

お客さま中心のビジネスモデルの進化



法人のお客さまのニーズ

パーソナライズ戦略



地域エコシステム戦略

金融事業の進化



非金融事業の創造

アプリ
法人ポータル



お客さまとつながる
デジタルインフラ開発



ペーパーレス
印鑑レス

銀行業務を効率化する
業務インフラ開発

プラットフォーム



プラットフォームや
新技術で事業を支援

地域商社
ちばぎん商店



ニーズをデジタルで
支援



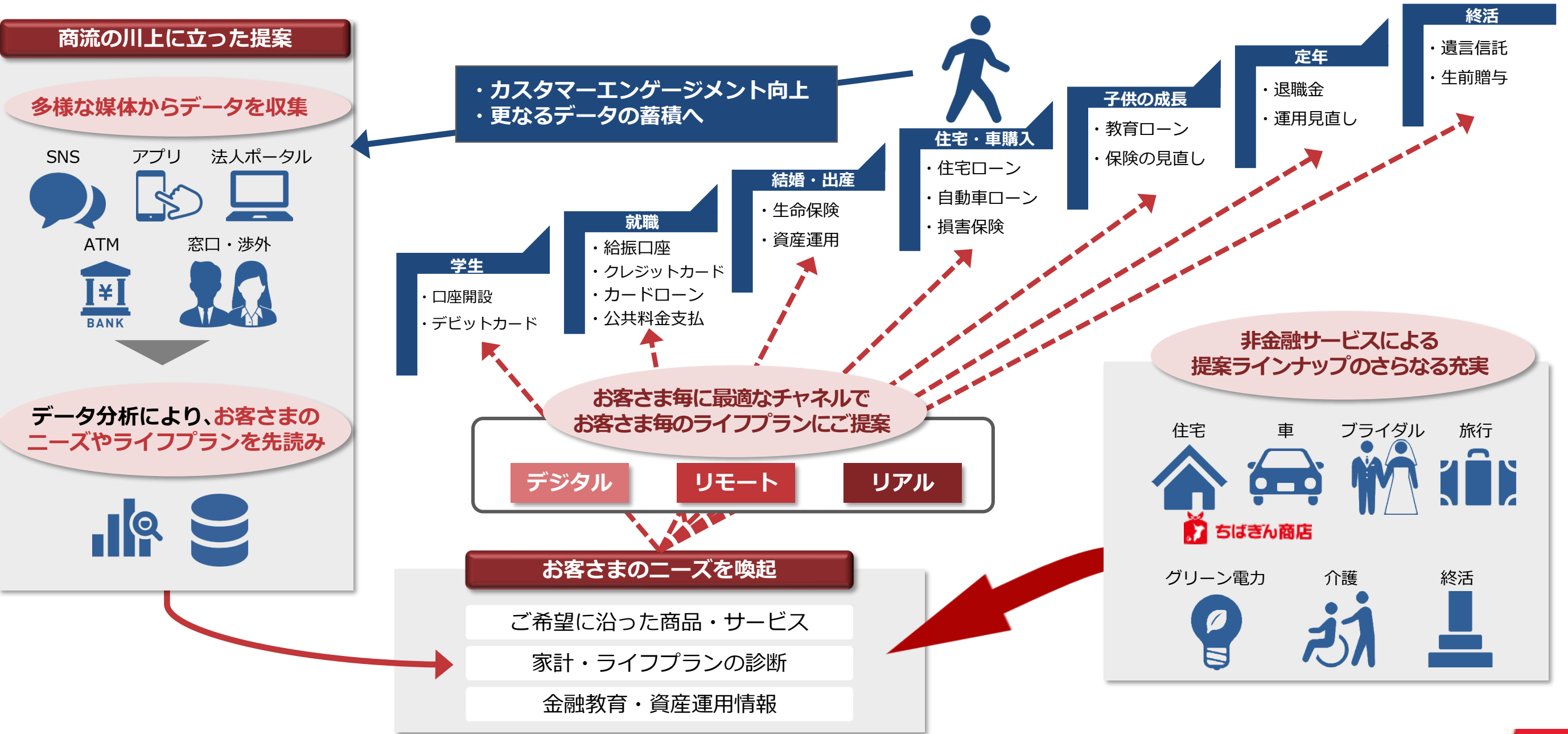
広告事業

販売をデジタルで
支援

戦略効果を上げるためのデジタルマーケティング

戦略を加速するための人材開発

データを活用してお客さま毎の悩みに適した解決策を提案し、ファンを増やしていく



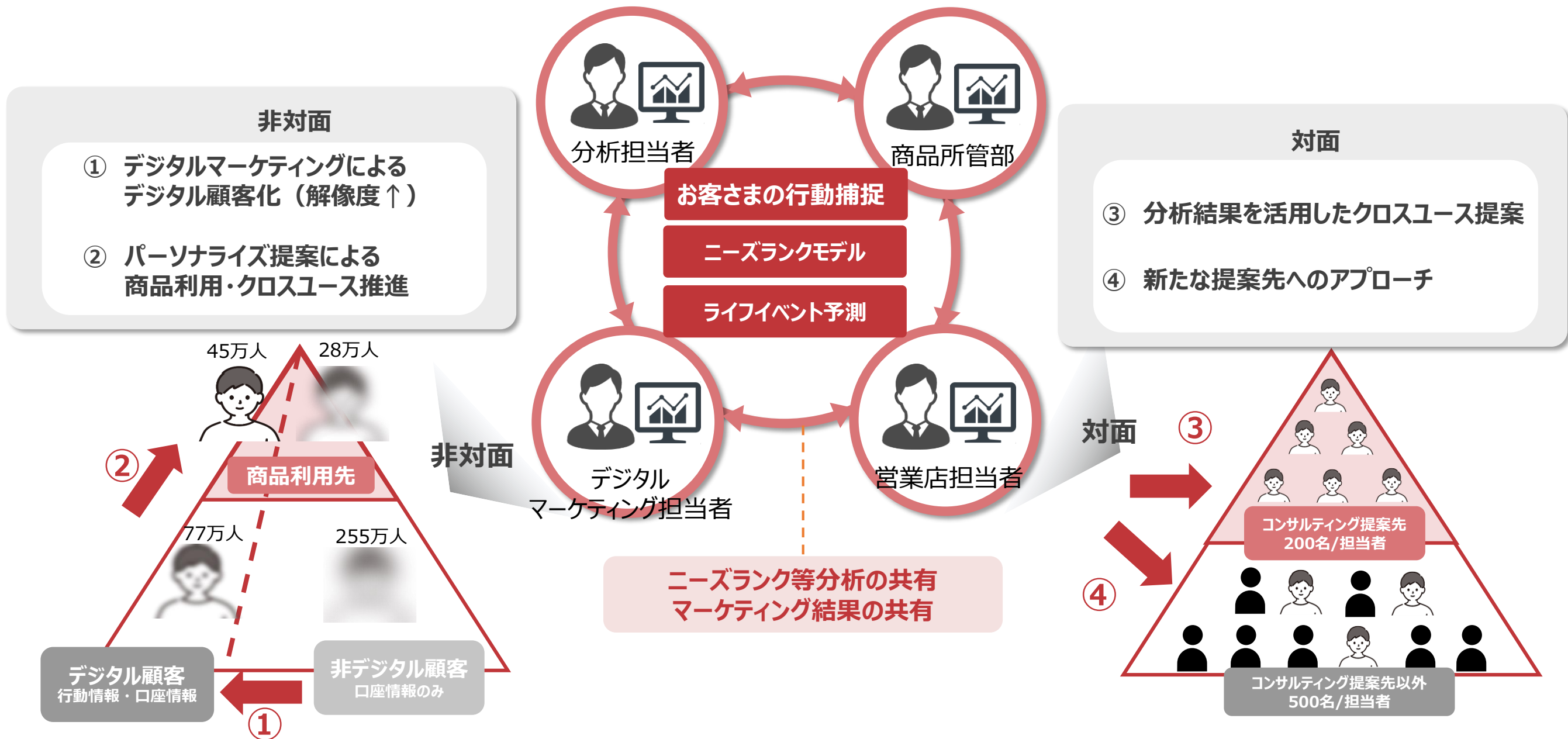
地域のお客さまと事業者を繋ぎ、経済循環を構築



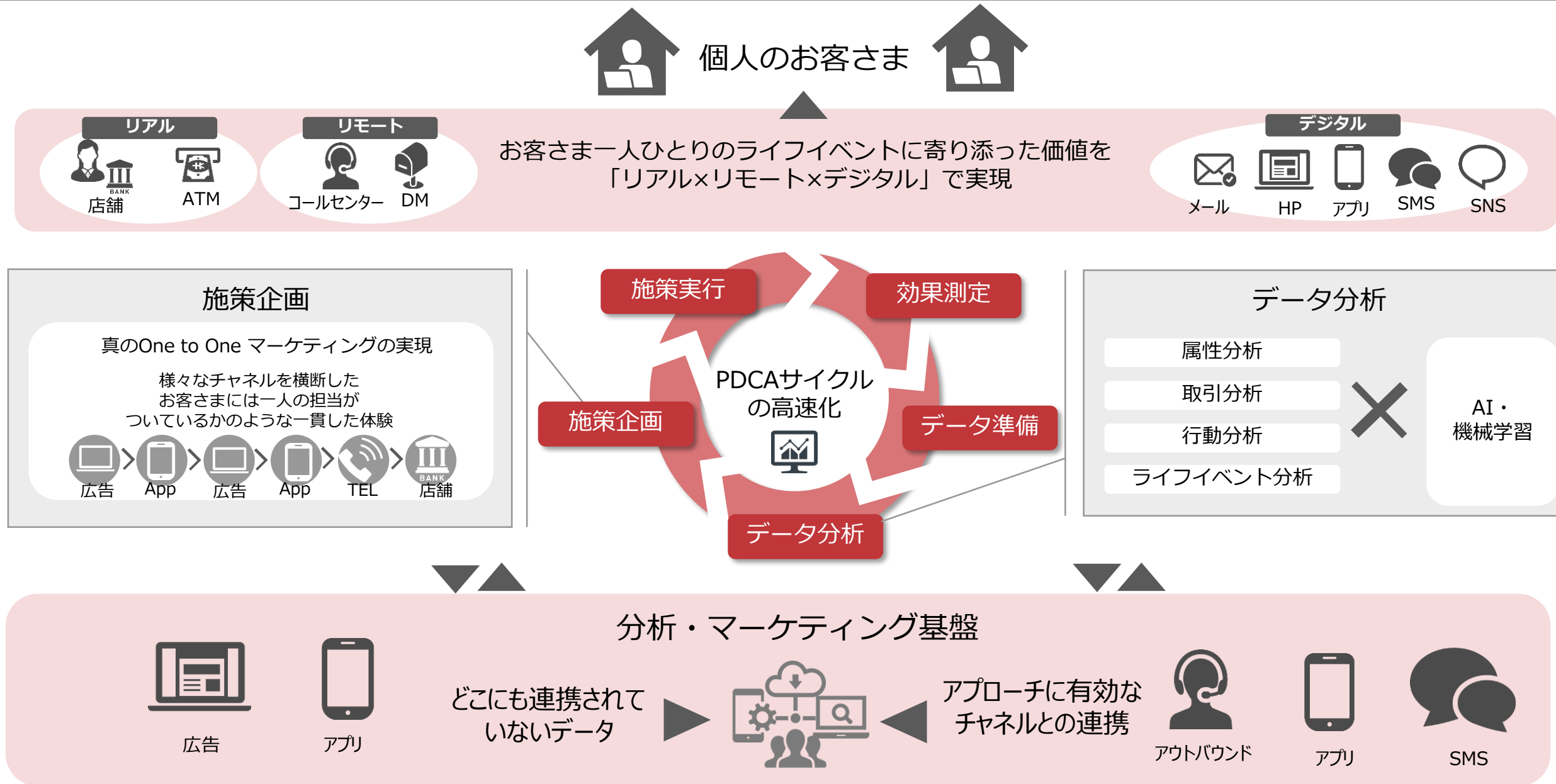
最高の顧客体験の創造



本部専門部署によるデジタルマーケティング × 分析結果を活用した営業店担当者による一人ひとりにあったクロスユース提案



あらゆるデータの一元管理によって、分析から効果測定までマーケティングのPDCAを高速化



あらゆるチャネルでタイミングよく顧客ニーズにあった提案を実現し、顧客体験を変革

既に実現している事例

ニーズランクモデルの構築


メールマーケティングの実施


顧客体験の向上
担当者によるアプローチ

興味やニーズを予測

実際に関心の強い顧客が分かる

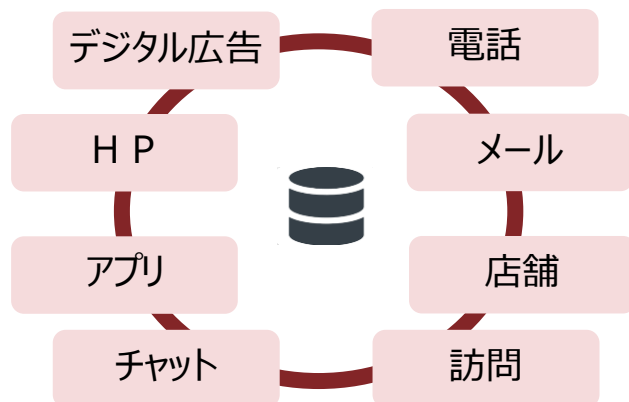
興味がある先に
タイミングよくアプローチ

データ分析 

クリック  メール開封

担当者がデータを活用して提案

顧客体験の変革



あらゆる顧客接点におけるデータを統合
データ分析・AIの活用によるニーズの予測
さまざまなチャネルでデータを活用した顧客アプローチ

「気になっていたら、ちょうどちばぎんから〇〇がきた」

対面提案
DM
電話
メール
アプリ通知

わたしのことを分かっている…
当行グループのファンに

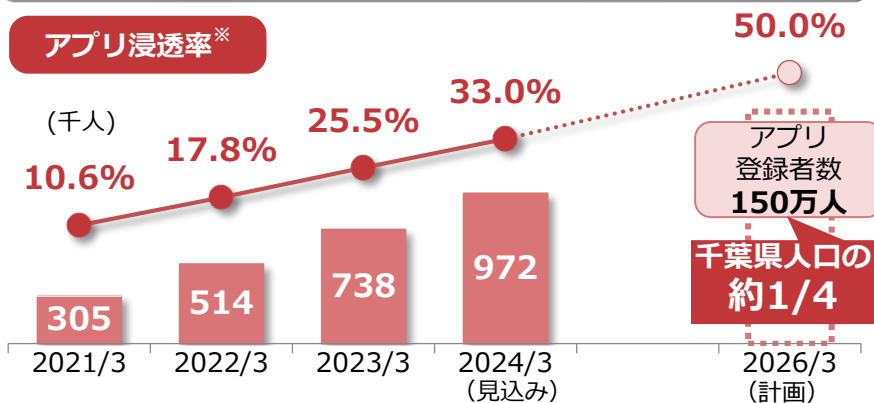
- 当行の成長へ
- クロスユースの拡大
- 生産性の向上
- 更なる一人当たり業務粗利益の向上

あらゆる困りごとを解決できるアプリへ



1つのチャンネルで
どんな困りごとでも解決できる

アプリ登録者数・浸透率



※ちばぎんアプリ登録者数÷個人の稼働顧客先数

■1日あたりアプリ利用者数

15万人

※1回以上アプリの利用があったユーザー数

(2024年2月末現在)

機能を拡充させる

身近な金融サービスのアプリ化
店頭取引のデジタル化

金融サービスの充実
便利で安心なサービスの充実

くらしにつながる
他サービスへの連携

顧客接点を増やす

パーソナライズ

取引・資産の可視化 / 個客に応じた提案

UI/UXの向上

スマホ上での心地よい体験

シンプル・簡単操作でワクワクするデザイン

コミュニケーション

いつでもどこでも気軽に相談

手軽なコミュニケーション / 対面取引との連携

実装済み

今後の計画

2025/3期

2026/3期～

- ・バーコード支払
- ・振替・振込
- ・残高・入出金明細表
- ・定期預金入金・解約・口座開設
- ・WEB口座開設・口座振替申込

- ・ローン返済予定表
- ・アプリ内ローン
- ・投信明細照会
- ・投信口座開設
- ・住宅ローン繰上返済
- ・ファンドラップ残高

- ・Google Pay Apple Pay
- ・地方税統一QR
- ・API連携

- ・自治体・異業種・マイナンバー連携

- ・公的個人認証
- ・公金受取口座の登録
- ・諸届
- ・継続的顧客管理

- ・証券口座照会
- ・外貨預金・保険

- ・データ分析結果を取り入れたアプリ推進
- ・引き落とし予定お知らせ

- ・資産／契約情報一覧化
- ・エンゲージメントツール

- ・家計簿診断・LPシミュレーション

- ・きせかえ
- ・通帳モード(明細検索、メモ登録等)
- ・導線やボタンなどの随時改善

- ・UI/UXの継続的な改善
- ・他チャネルへの認証連携

- ・来店予約
- ・お友だち紹介
- ・広告配信

- ・チャット・オンライン相談等

アプリの提供により顧客体験は着実に変化

利便性の高いアプリの提供

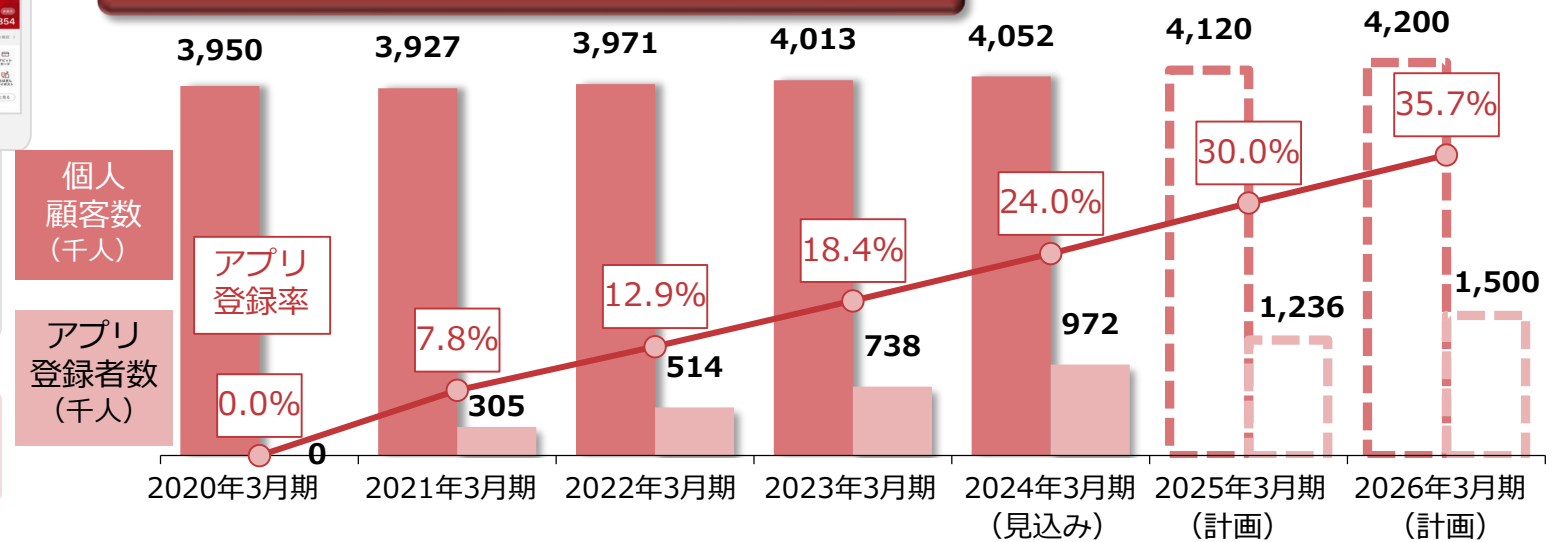
足許

稼働口座約300万に対し、
2024年3月のアプリ登録者は約97万人
(稼働口座浸透率：**33%**)



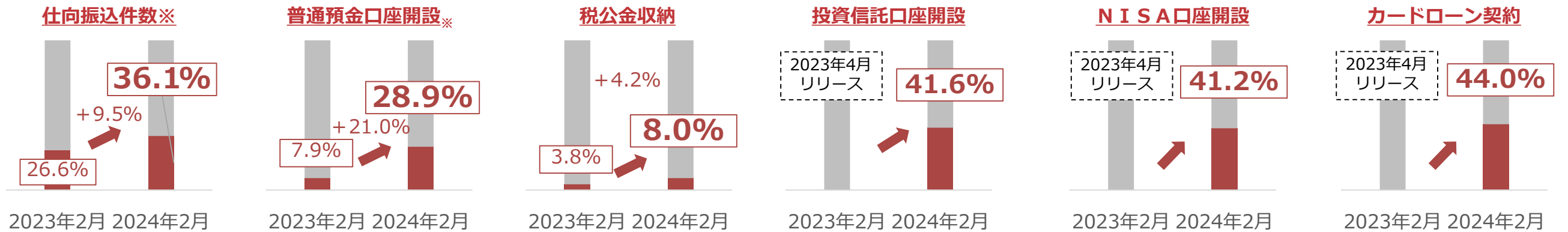
数字で見る顧客体験の変化

個人顧客数・アプリ口座登録者数



※ 普通預金口座開設のみ「web口座開設」の数値

アプリを利用した取引の割合 (月次)



仕向振込全体	2021年3月期	2024年3月期 (見込み)	増加率
件数	544万	697万	+28%
手数料	15.8億円	19.7億円	+24%

※ 仕向振込全体の件数は全体で増加
アプリ経由の手数料単価を低く設定しているが、全体の手数料も増加

全てのお客さまにとって機能的でわかりやすいポータルサイト



- ・全てのお客さまにとって機能的でわかりやすいポータルサイト
- ・オンライン店舗として経理事務の合理化につながる機能を実装（法人取引のコンシェルジュ）

リアルでもデジタルでも
身近な銀行を目指す



1

使ってみる

窓口に行かなくてもポータルで完結

銀行サービスの提供 コンシェルジュ

預金

入出金管理をWebで完結

- 口座残高・入出金明細
- 入出金推移(グラフ化)
- 口座情報比較
- 他行口座一覧表示

融資

- 借入一覧照会
- 返済予定表
- 当座借入・返済受付
- 融資関連書類電子化

為替

Web-EBとのスムーズな連携

諸届等

- 届出事項変更
- 残高証明書発行

全てのお客さまに案内

2

サービスを知る

必要な情報を必要な時に取得

ソリューションの紹介

情報提供

ちばぎんのトリセツ

- 情報発信
- セミナー情報
- 当行グループのソリューション案内
- CO2排出測定

新たなサービス

- 外部サービスの連携強化
- オンライン融資

接点の活用
マーケティング

3

相談する・申込む

自社の課題を適切に解決

対面取引

高度な営業

- ・既存顧客とのリレーション強化
- ・コンサルティング機能の強化

対面取引へ

非対面取引

デジタル接点

- パーソナライズ
リコmend
- ・純預金先・小口先との取引維持/拡大
- ・新たな顧客層の獲得

営業生産性の向上

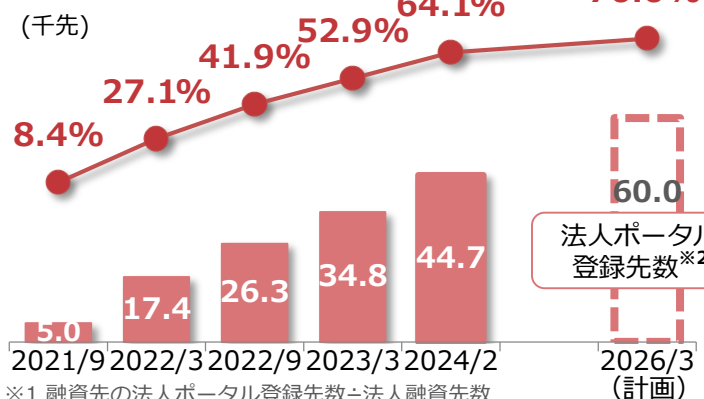
お客さまにあわせた取引チャネル

実線：実現済

点線：将来構想

ポータル登録先数・融資先浸透率

融資先ポータル浸透率^{※1}



※1 融資先の法人ポータル登録先数÷法人融資先数

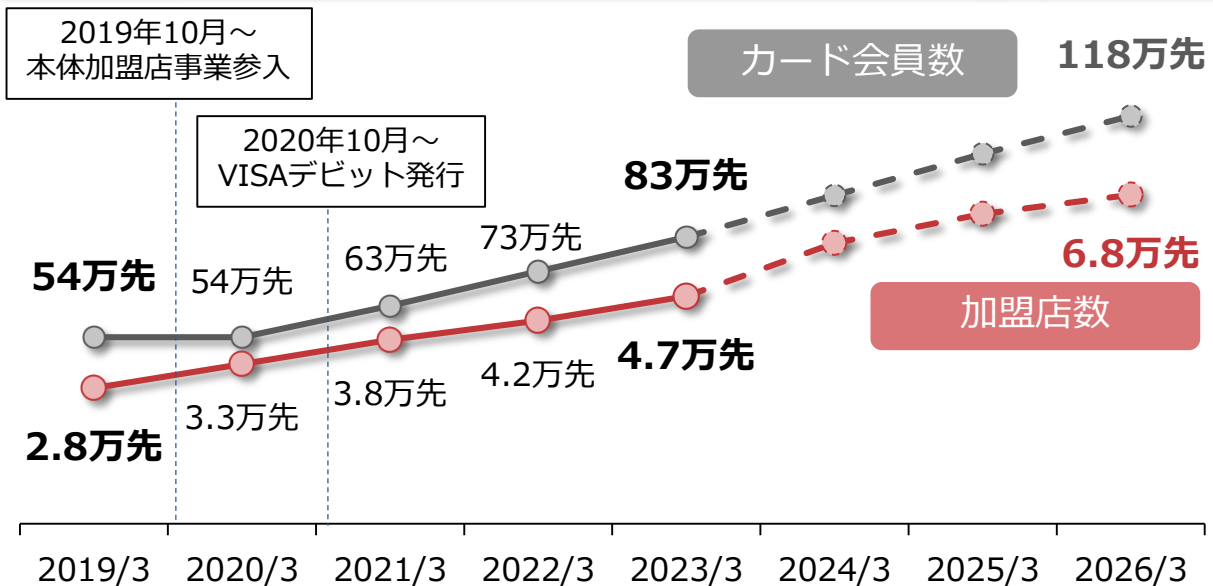
※2 法人ポータルへのログイン履歴がない先を除いた件数を記載

機能追加

- ちばぎんe-Taxデータ受付 (2024/1~)
e-Taxにて電子申告した税務申告データのオンライン提出が可能に
- C-checker (2023/9~)
お客さまの事業活動から排出されるCO2の可視化

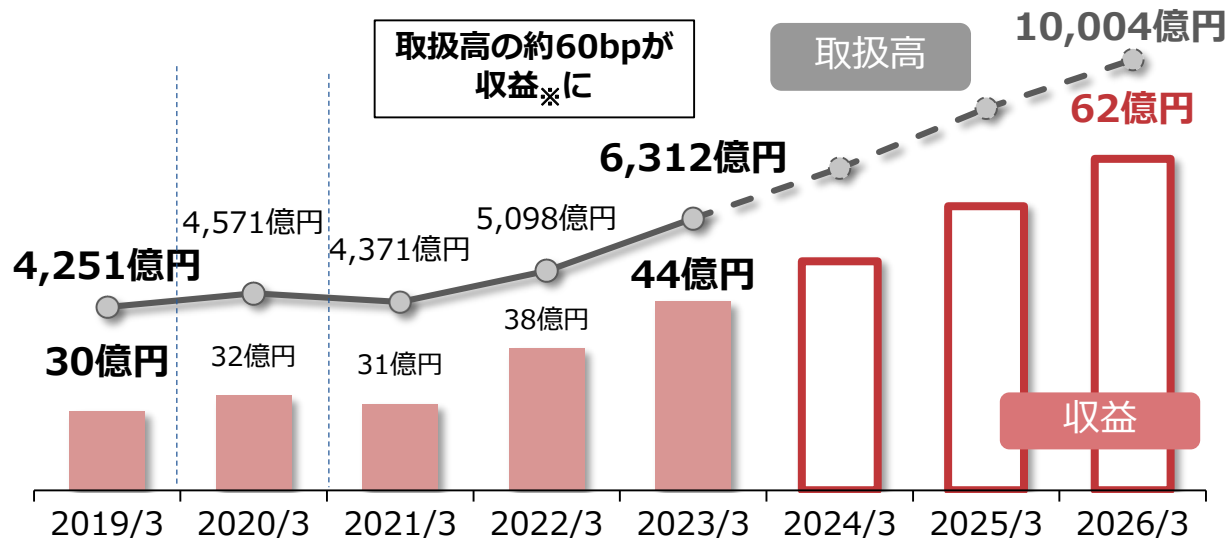


グループカード会員数・加盟店数

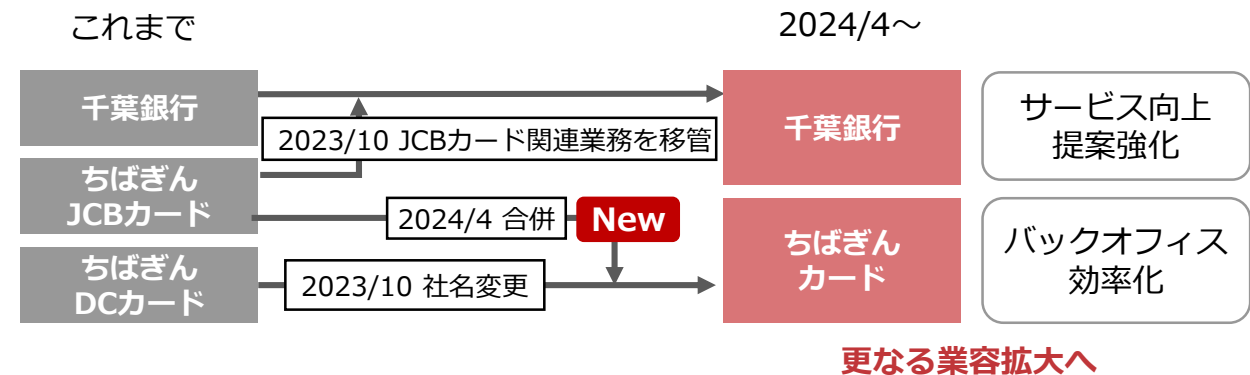


グループ取扱高・収益

※グループ会社の収益は、銀行本体（役員利益）と同じ基準で算出



グループ業務再編の完了



新たな取組み

本体加盟店事業



POSレジ機能強化

- POSレジ・決済端末の連動（調剤薬局向け）
- モバイルPOSサービスの提供

加盟店紹介に関する契約書の締結

銚子市観光協会（2024年2月）

今後、他の観光協会とも契約締結へ

Visa デビット



アプリとの連携強化

- アプリからデビット会員Webへのシングルサインオン接続（予定）
- アプリ申込機能（予定）

今後も新たな事業分野に参入して、非金融サービスの充実・収益の多角化を図る

メタバース



BaaS事業



事業者

キャッシュレスプラットフォーム

ローン機能

- 不動産事業者
- 小売事業者
- 職域
- 大学
- 広域医療施設
- 地方自治体 他

アプリ

TSUBASA
ポイント

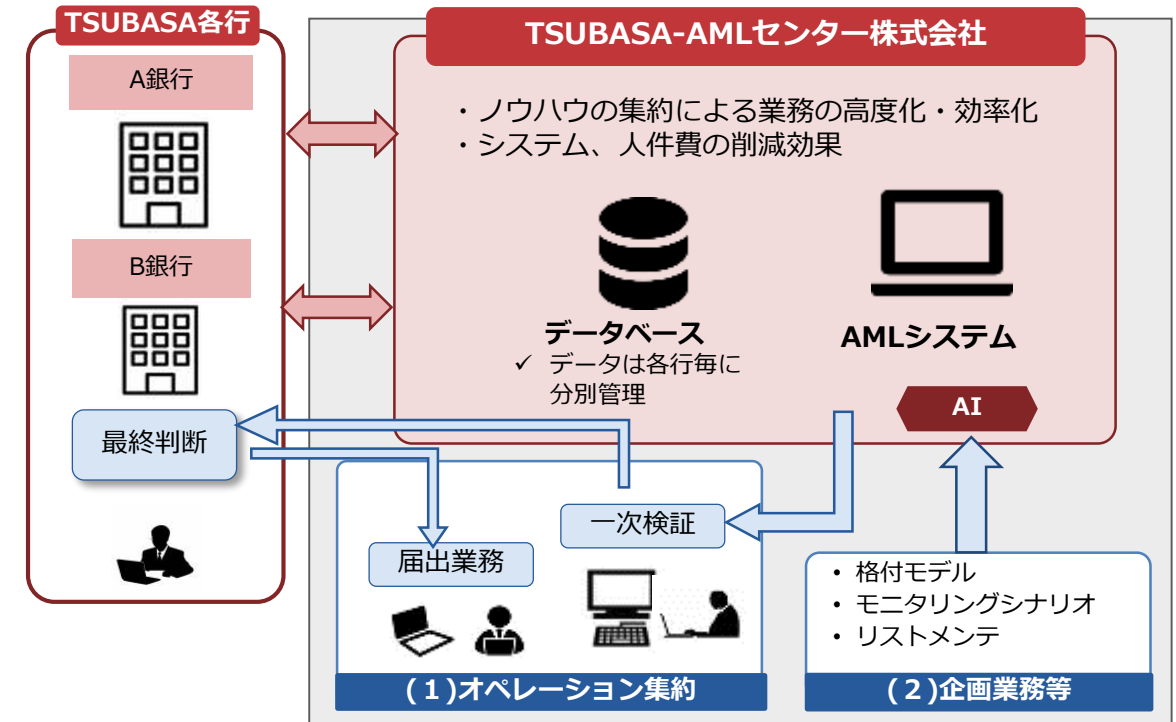


キャッシュ
レス

域内広告

他

TSUBASA-AMLセンター株式会社



TSUBASA-AMLセンター株式会社
(千葉・第四北越・中国・NRIが参加)



連携

TSUBASAアライアンス株式会社
(TSUBASA加盟行全10行が参加)
AMLセンター

今後も新たな事業分野に参入して、非金融サービスの充実・収益の多角化を図る

地域商社：ちばぎん商店

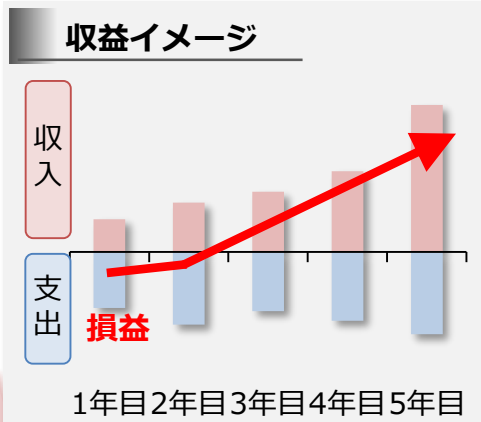
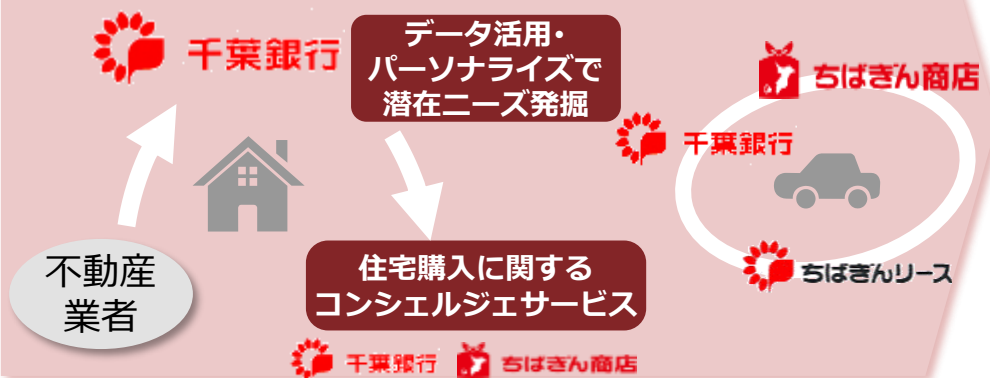
STEP 1 地域産品

千葉発の「地方創生の起爆剤」を生み出す



STEP 2 ライフイベント

商流の川上に立った新たなビジネスモデルを確立



住宅購入コンシェルジュ

25~49歳
当行住宅ローンなし
約160万先

約400万先

1 メールマーケティングにより統計的に把握

25万先 (約15%) が住宅購入検討の可能性

コンシェルジュサービスのターゲット

2 銀行本体・デジタル戦略部においても、データベース活用により400万先のうち潜在的に住宅購入ニーズのある先の特定を実施

ターゲットにアプローチするチャンネルの強化

Web広告

ランディングページの製作

オウンドメディア

個人向けオートリース



グループ役職員向けにサービス提供開始

サービスを高度化し、一般顧客向けに展開へ



ニーズ・課題を把握

車のコンシェルジュの検討

STEP 3 暮らし

新たな日常における消費活動を支援し「暮らしとつながる」を実現する

【主要領域】



健康/介護



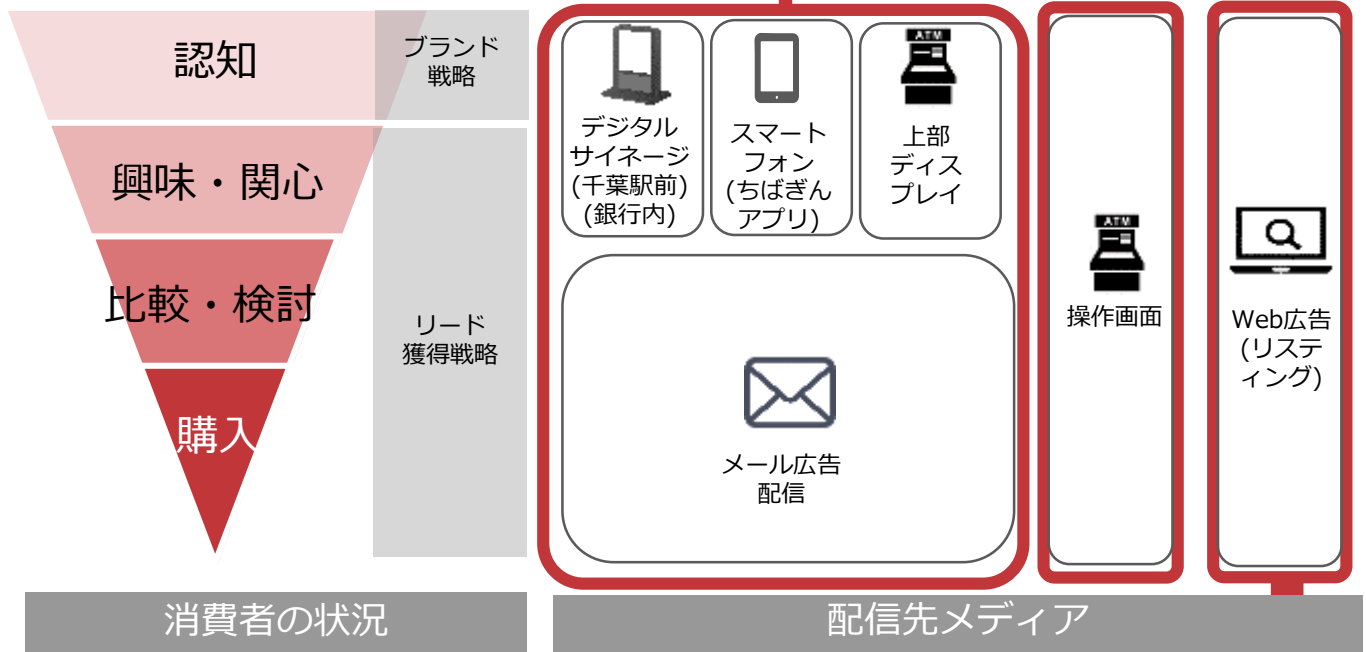
教育



食品小売

消費者のブランド認知から商品・サービス購入までのステージに応じたサービスを提供

ブランド認知と対応メディア



広告媒体業務

▼千葉駅前デジタルサイネージ ▼ロビーサイネージ ▼ATMコーナーサイネージ

▼ちばぎんアプリ_おすすめ欄 ▼ATM上部ディスプレイ ▼メール※

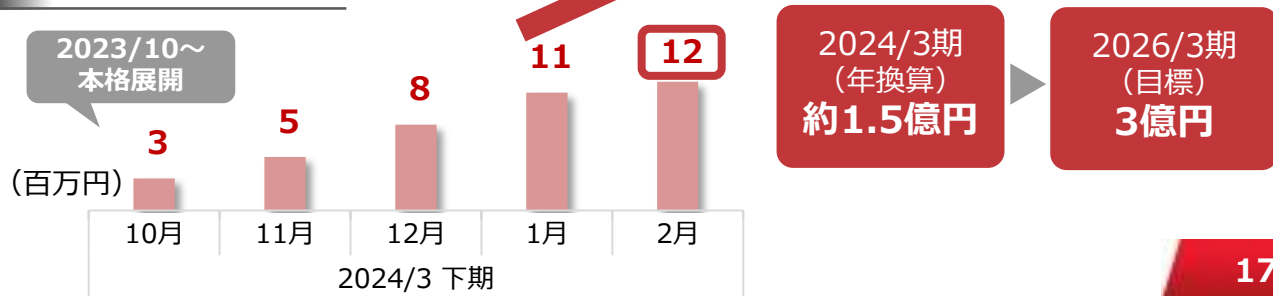
媒体種類	拠点数	広告枠数
千葉駅前デジタルサイネージ	1か所	12枠
支店ロビーサイネージ	152店舗	270枠
ATMコーナーサイネージ	93店舗	270枠
ATM上部ディスプレイ	12店舗	108枠
アプリ (登録者数)	94万人	3枠
広告枠合計		663枠

2024/3末
契約率
約34%

広告コンサルティング業務



業務粗利益



リモート金融コンサルティングサービス：オンアド

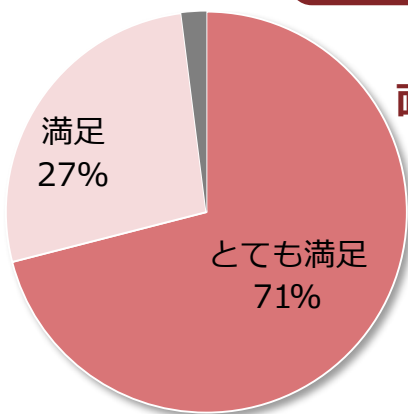


「ファイナンシャル・ウェルネス」への貢献

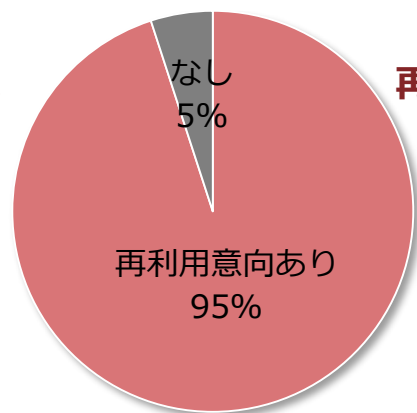
個人

法人サービス

有料面談先からの高い評価



98%が
面談内容に満足



95%が
再利用意向あり

GoogleCloudとのジョイントビジネスプラン（JB P）

2024年1月に合意 **New**



Googleのマーケティングツール・Google Cloudの活用

オンライン広告や動画を活用したマーケティング

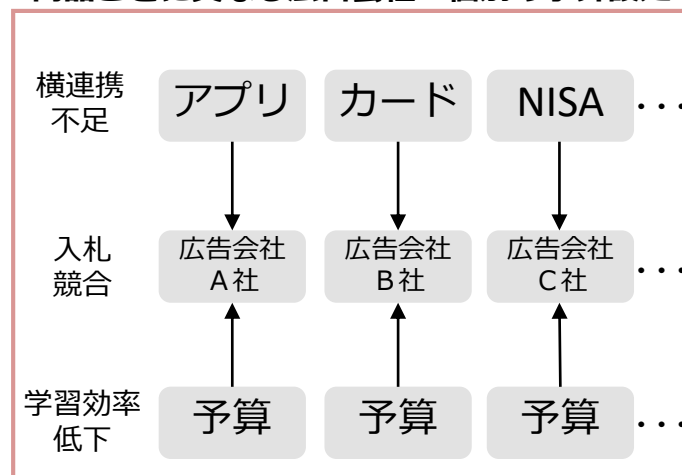
Google Cloud の AI・機械学習を活用したデータ解析技術

クラウドデータ環境の整備

「One to One マーケティング」の高度化

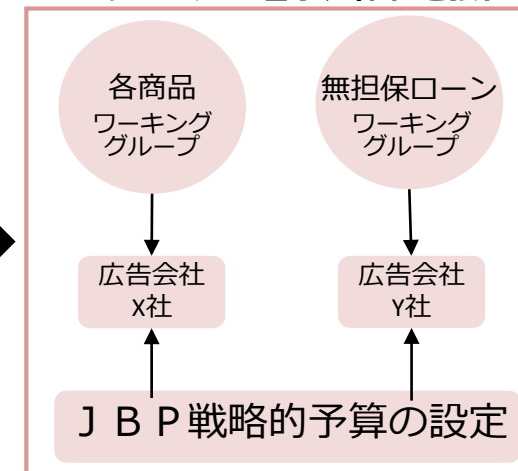
体制強化による JB P を通じたノウハウ蓄積の加速

商品ごとに異なる広告会社・個別の予算設定



分散・非効率

2つのWGに整理し、体制を強化



集約・効率化

店舗運営の効率化によって、チャネル最適化と人員再配置を両輪で進める

店舗運営の効率化

店舗軽量化

浜松町支店・水戸支店で導入
(2023年開設)

■ テラー・内部役席を置かない店舗運営



本部オペレーターが遠隔で受付



検印担当者が遠隔でチェック

お客さま
来店

お客さま

遠隔受付
(テラー)

遠隔検印
(役席)

- **TSUBASA smile**
各種受付のペーパレス
- **テレプレゼンスシステム「窓」**
その場に相手がいるような体験

- **PL基盤**
後続事務完全ペーパレス

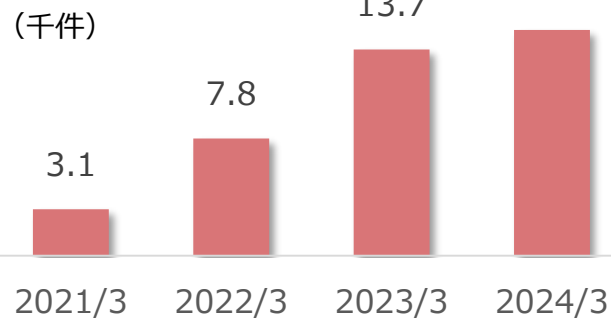
リモートチャネル拡充

■ リモートチャネルの拡充によりお客さまをお待たせしない店頭態勢構築

受付メニュー

- ・ 相続
- ・ 教育資金贈与
- ・ 諸届
- ・ ローン/資産運用 他

相続受付件数



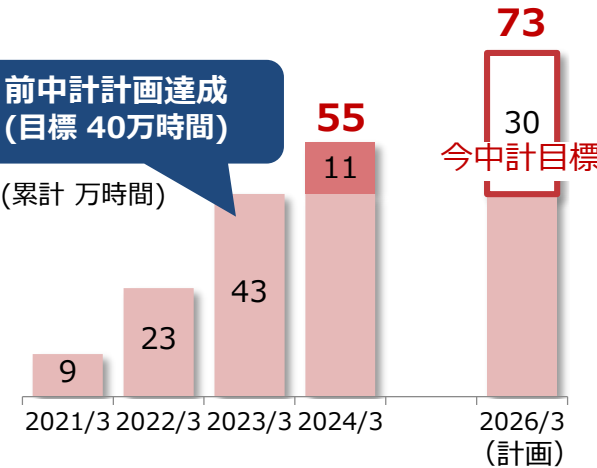
業務削減

業務削減量

(2020/4～累積)

前中計計画達成
(目標 40万時間)

(累計 万時間)



人員再配置

事務等 ▶ 企画・営業等

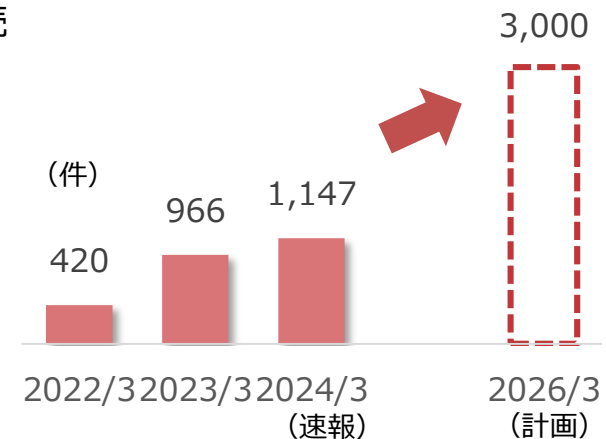
捻出内訳	2024/3期		中計計画
	2024/3期	中計計画	
営業店	▲約10名	▲約200名	▲約200名
本部	▲約60名	▲約100名	▲約100名
グループ	▲約10名	▲約70名	▲約70名
合計	約80名	約370名	約370名
主な再配置	企画 (新事業・DX等)		+約30名
	営業 (本部)		+約90名
	営業 (営業店・海外店)		+約110名
	グループ会社		+約60名

提案制度

■ 提案制度を活用した業務改善の継続

提案内容 (一例)

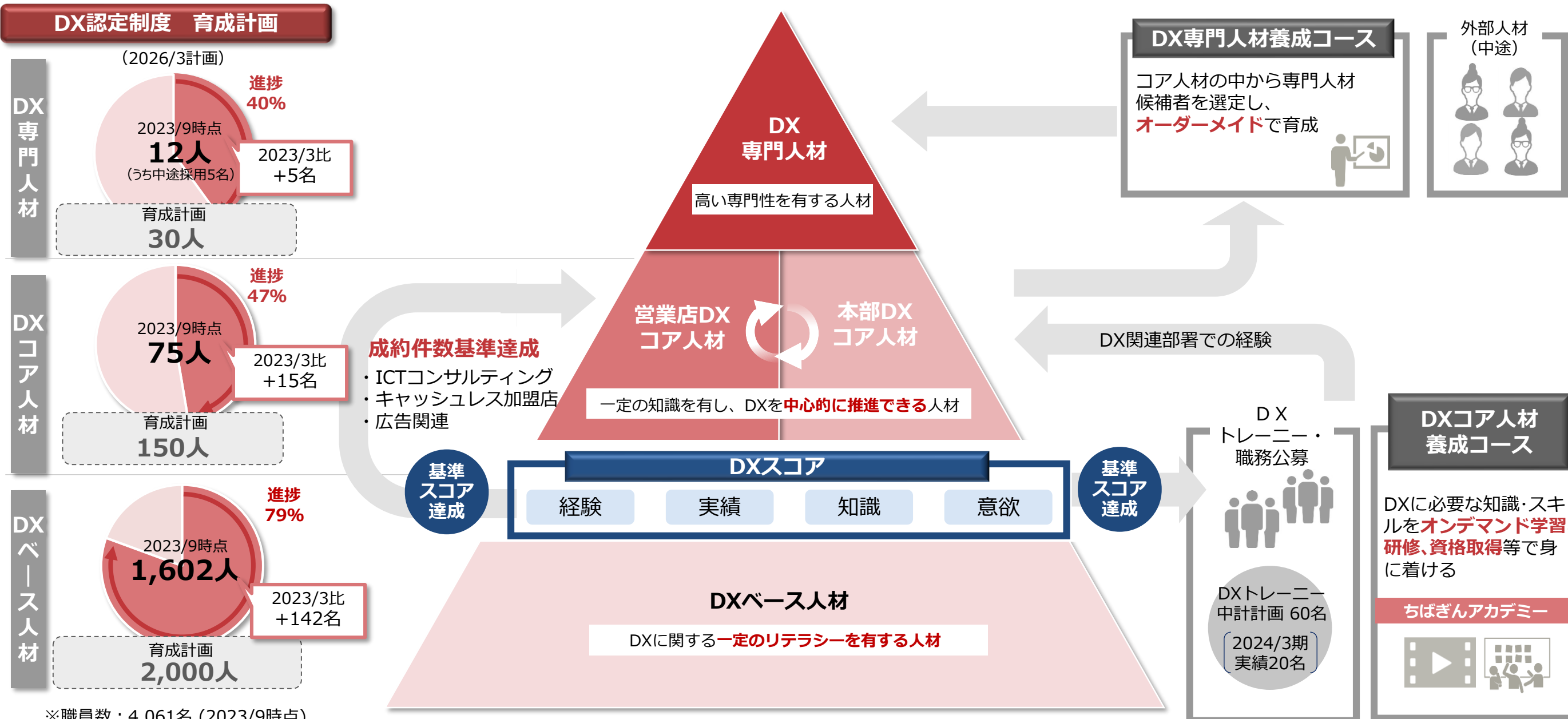
- ・ おかねのバスケットとアプリの連携
- ・ 営業店融資システム内の改善・機能拡大



DXによる組織の変革



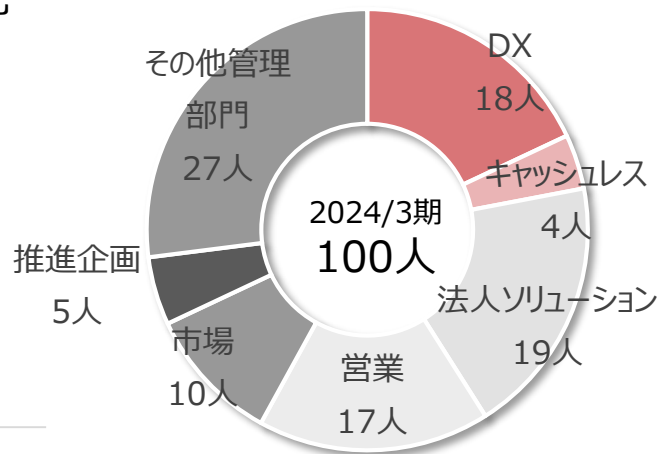
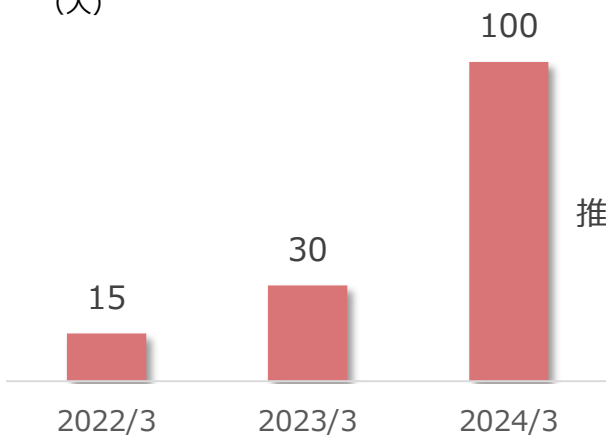
営業店を含めてDX人材を育成



キャリア採用の強化や新たな人事制度の創設によってDX推進を加速

専門人材 キャリア採用

- DXの中核を担う人材の採用強化 (人)



キャリア採用 専門人材の例

当行に入行するまでのキャリア

最終キャリアは非金融業界のデジタルイノベーション部門の事業部長

- デジタルを軸に複数社を経験
- Web団体の理事も担い、国内当該業界のDX底上げを図る

- 各デジタルデバイスへのコンテンツ企画開発
- Web/アプリのUI/UX向上、サブスク増、デジタルマーケティング
- 媒体側の広告企画営業、アドテク
- システム管理を含めたシリコンバレー駐在
- DX人材育成、全社DX推進・新規事業担当

当行入行後のキャリア

現在は、デジタル戦略部担当部長としてDXの幅広い業務を統括

- 当行初の非金融業界出身の管理職として入行
- DX人材育成や、関連部署へのナレッジ提供など当行のDX推進底上げにも注力

- これまで参画した代表的なPT等
- アプリ企画開発
 - 新事業として広告事業の立上げ
 - 今中計のDX戦略策定
 - デザイン思考、マーケティング等新しいフレームワークの導入

専門職コース

- 高い専門性を有する人材確保のため、スペシャリスト型の人事制度を創設
- キャリア採用の拡大、専門職志向の既存行員のリテンション

制度の特徴

対象者	「高度な専門性」を有する人材
キャリア形成	スペシャリスト型 (⇔ジェネラリスト型)
職務	ジョブディスクリプション (職務記述書) に応じた専門業務に特化して従事
賞与	評価による変動幅大 (成果を重視)

想定される職種

- ✓ データサイエンス
- ✓ システム企画・SE
- ✓ 新事業
- ✓ マーケティング
- ✓ ストラクチャー
- ✓ M&A
- ✓ プライベートバンキング 他

新卒採用

- オープンコースのほか、専門人材確保のため3つのコースで採用を実施

オープンコース

(銀行業務全般に従事)

デジタルコース
マーケットコース
エンジニアコース

(初期配属から専門部署)

アイデアピッチコンテストの開催により、挑戦する風土を醸成するとともにアイデアを施策として実現

アイデアピッチコンテスト

2021年12月に初回開催
累計324のアイデア、応募総人数258人

2024年2月 第5回 アイデアピッチコンテスト開催

- テーマ -

「地域に寄り添うエンゲージメントバンクグループ」に資するアイデア・サービス



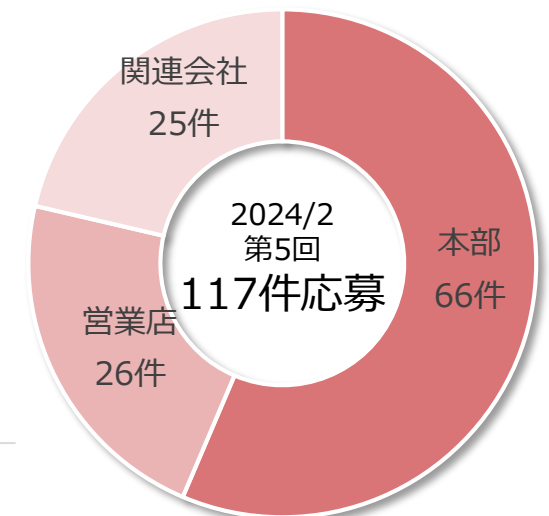
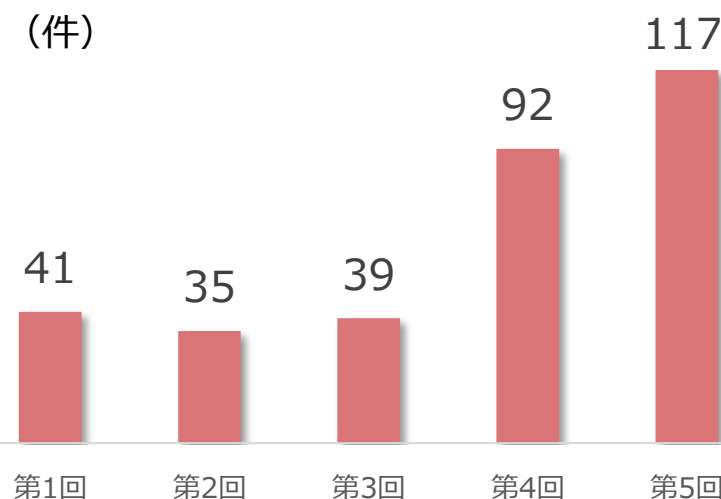
- グループ全職員を対象にアイデアを募集
- 頭取が審査委員長
- 最終審査会場に観覧席を用意するとともに、オンラインビューイングも実施

組織風土改革

- パーパス・ビジョンの浸透
- DX、挑戦する風土の醸成

アイデアの発掘

- アイデアを参考にして実現した施策
 - ・ちばぎんアプリのお友だち紹介キャンペーン
- アイデアを参考にして検討中の施策
 - ・カタログギフト (ちばぎん商店新サービス)
 - ・アプリのライフプランシミュレーション機能



新たな発想や挑戦を後押しする組織へ

DXサポーター制度

- 新サービスの提供前に、職員から「お客さま目線での率直な声」を収集
 → **お客さま目線のサービスの提供、DXの風土醸成・自分事化**

職員2,000名以上が参加

実証実験

- ちばぎんアプリ
Apple Watch/通帳機能
- メタバース住宅展示場 他

アンケート

- ちばぎん商店コラム
- 広告、オウンドメディア 他

アプリ通帳モード機能へ声の反映



通帳の前月・翌月画面への遷移時、横持ちだとボタンのタップがしづらい

日付	お支払い金額	お預り金額	お取引内容	差引残高
3/06/15				¥97,248,301
3/06/19		¥10,00		¥97,248,311
3/06/20				¥97,248,311
3/06/21	¥1			¥97,248,311

スワイプ機能を追加

前月

翌月

ちばぎんイノベーションラウンジ

- ちばぎんアプリの登録・操作方法の体験・ご案内のほか、各種イベントを開催

当行グループの新しい取組みを発信

今後はテストマーケティング、デプスインタビュー※の場としても活用

※対象者とインタビュー1対1の定性調査

アプリキャンペーン

NISAキャンペーン
スマート納付キャンペーン

デジタル体験

VRイベント（鋸山・千葉氏）
バーチャルサイクリング
ぬり絵水族館

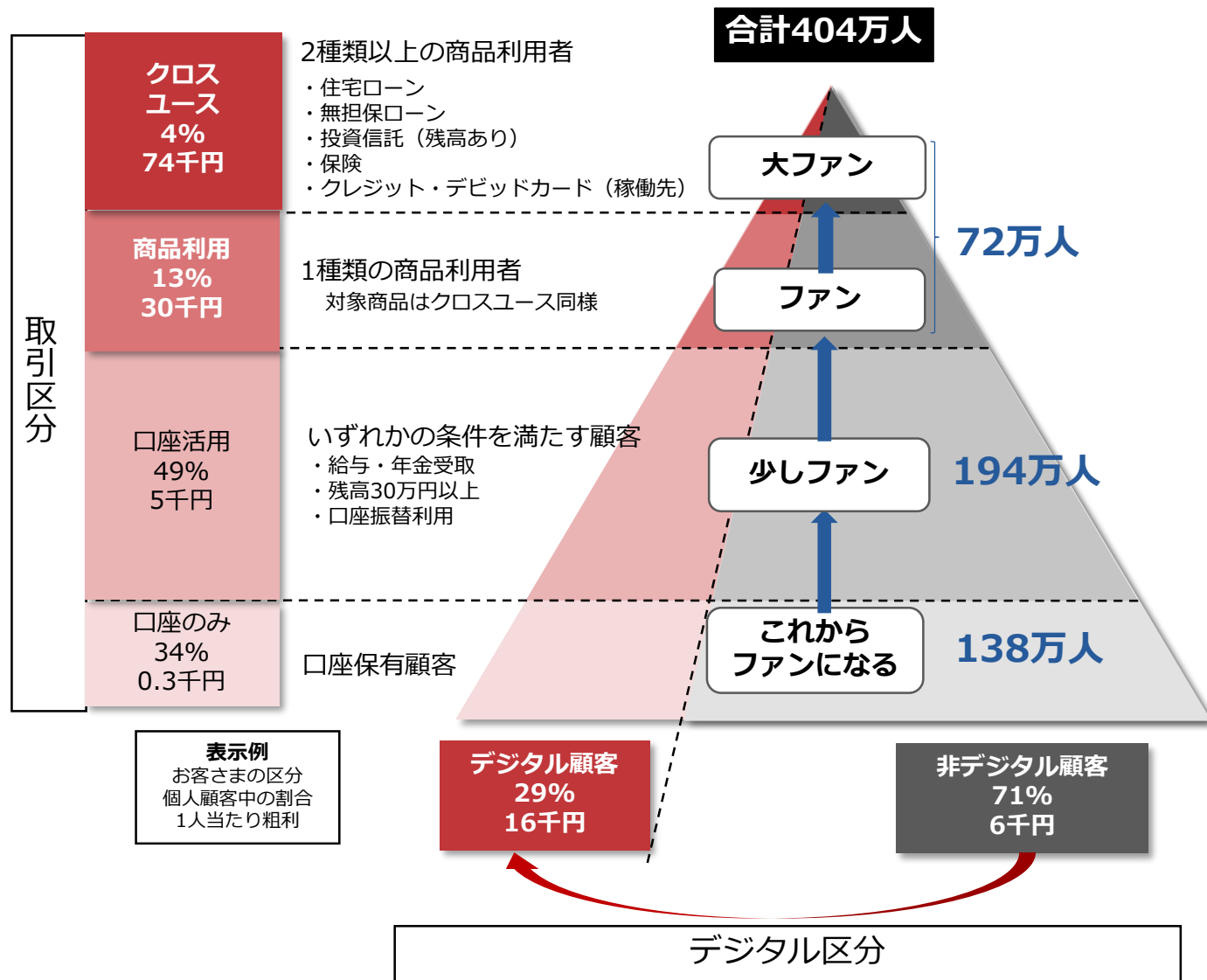


今後の姿

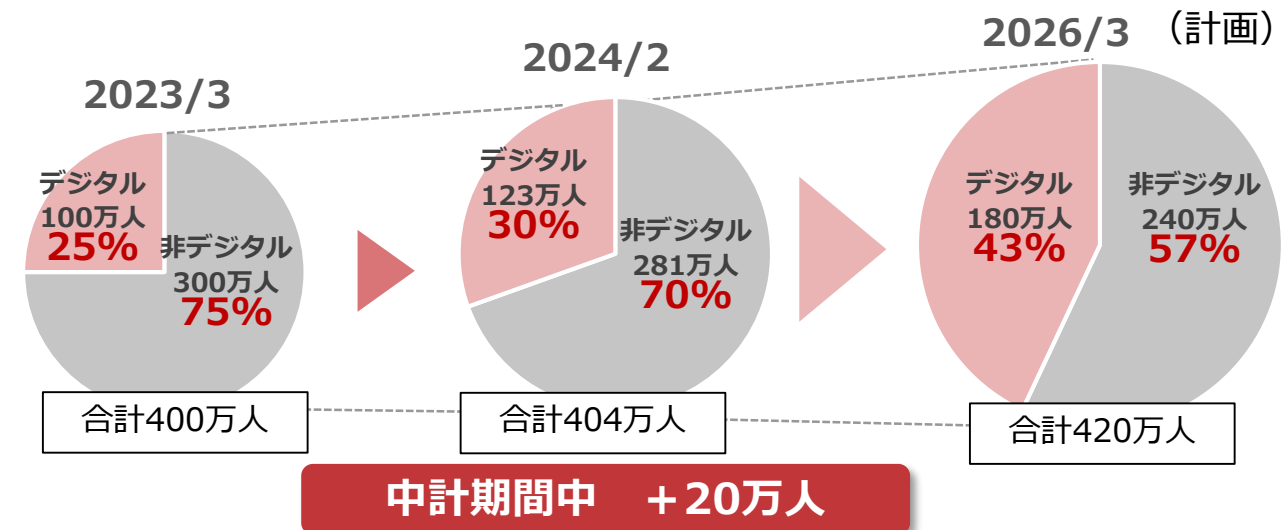


デジタル顧客を増やすと共に、商品・サービスの利用を促進して顧客単価の向上を目指す

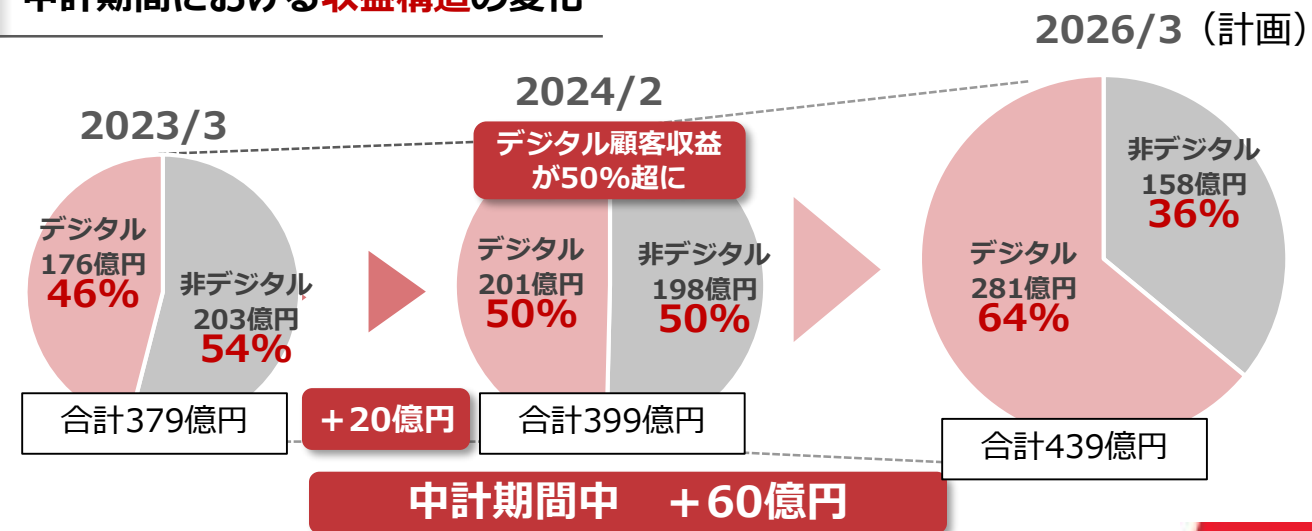
DX戦略に基づく個人役務収益向上プロセス



中計期間における人数構成の変化



中計期間における収益構造の変化



DXによりトップライン向上・コスト削減を実現 / 更なる顧客体験の変革へ

トップライン・コストへの効果

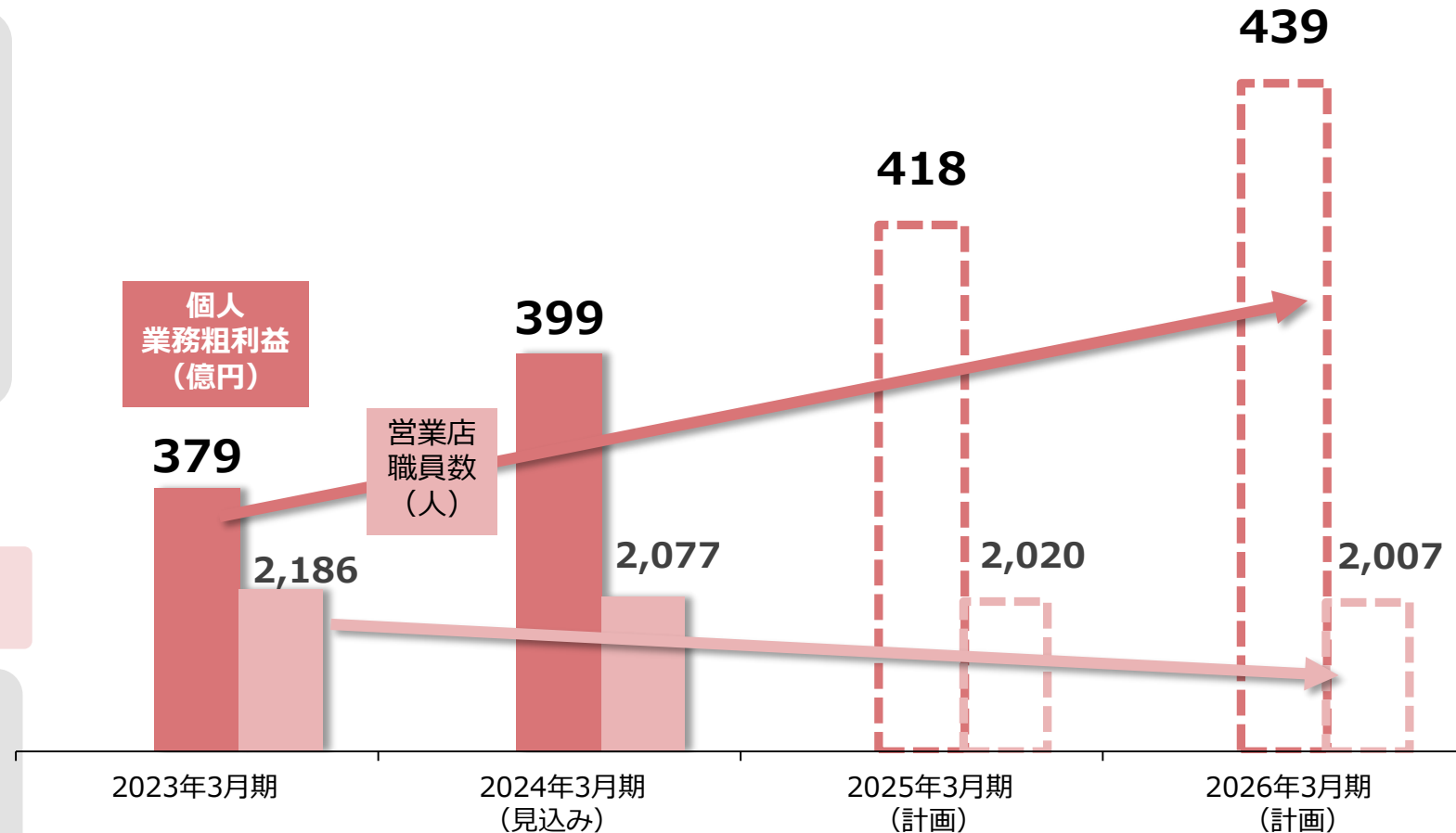
トランザクションのデジタル移行に伴い、
個人業務粗利益を伸ばしながら
営業店職員数を抑制することが可能に

更なる顧客体験の変革へ

デジタルトランザクションで得たデータの活用・
AI分析により、更なる顧客体験の変革を目指す

営業店職員数・個人業粗（億円）

※ 新入行員を除く



営業店職員数	2020年3月期	2023年3月期	2026年3月期 (計画)
	2,484人	2,186人	2,007人
	(前中計実績▲298人・▲11.9%)		(今中計計画▲179人・▲8.1%)

最高の顧客体験の創造



本資料に関するご意見、ご感想、お問い合わせは
下記 I R 担当までお願いいたします。

株式会社 千葉銀行経営企画部（I R 担当）

Tel : 043-301-8459

Fax: 043-242-9121

E-Mail: ir@chibabank.co.jp

本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、特定の証券の売買を勧誘するものではありません。

本資料に記載された事項の全部又は一部は予告なく修正又は変更されることがあります。本資料には、将来の業績にかかる記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化等により異なる可能性があることにご留意ください。