



※当資料は、2020年11月に米国で発表された資料を元に、日本語バージョンのレポート完成を受け、日本向けに内容を加筆・再編集したものです。

2021年3月22日
株式会社セールスフォース・ドットコム

セールスフォース・ドットコム、「金融サービス業界のトレンド」を発表

～長期的な成長に重点を置く金融機関はコロナ禍で顧客体験（CX）改善を強化～

株式会社セールスフォース・ドットコム（本社：東京都千代田区、代表取締役会長 兼 社長：小出 伸一、以下：セールスフォース・ドットコム）は本日、「金融サービス業界のトレンド」を発表しました。本レポートは、世界規模のパンデミック発生が引き起こした急激な変化へ対応する金融機関のトレンドを明らかにしています。2019年と2020年のデータの比較により、パンデミックのしわ寄せは顧客体験（CX）に及んでいることが判明しました。また、金融機関は優先順位の組み替えを行い、コロナ後の成長を見据え新しいテクノロジーを活用して競争優位性に取り組むトレンドが明らかになりました。

Salesforce Researchは、北米、南米、欧州、アジア太平洋地域の保険、リテールバンキング、ウェルスマネジメント分野のグローバルリーダー約2,800人として、パンデミック前とそのおよそ1年後という、2つの大きな節目に調査を実施しました。日本からの回答者は200人に上りました。この2つの調査結果を重ねると、金融サービス業界の進化、そして、成長志向の組織に特徴的なことが見えてきました。このレポートでは以下の点を明らかにしています。

- パンデミックによる金融サービス業界の優先順位の変化と顧客体験への影響
 - 金融機関が採用した成長戦略とその方法
 - 金融サービス自動化*の役割
- *Forrester社が「顧客に代わって判断や処理を担うアルゴリズム駆動型の金融サービス」と定義

本年から新たに国別・金融セクター別にインタラクティブにデータを表示するTableauの利用が可能となりました。

金融機関による優先順位の組み替え

パンデミックは、あらゆる産業を一変させました。金融サービスも例外ではありません。68%の顧客が、新型コロナウイルスの影響で企業に高いデジタル能力を期待するようになったと回答しています**。パンデミック前には最優先のビジネス目標であった顧客体験向上の取り組みは5位に後退し、デジタル需要の急増に対応する新たなテクノロジーの実装が1位に上がりました。金融機関が全面的に顧客中心と考えている消費者や法人顧客は、わずか27%でした。さらに、金融機関がこの危機に最善を尽くして対応したと考える顧客の割合は、それを下回りわずか23%でした**。



コロナ禍で顧客体験の優先順位が低下

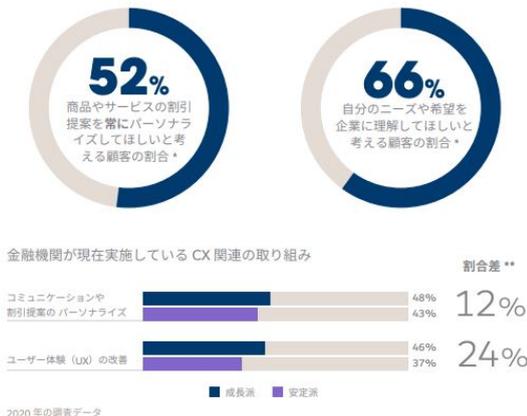


成長志向の金融機関が取り組むCXの改善

今日の顧客は、単なる取引関係以上のものを求めています。80%の顧客は、企業が提供する製品やサービスと同じくらい、その企業が提供する体験を重視しています**。また、顧客の3人に2人は、自分のニーズや期待事項を企業に理解してほしいと考えています**。今日の環境下では、パーソナライズされた体験を提供し、期待通りの成果を提供する企業が成功を収めることができます。これは、金融サービス業界でも同じことが言えます。

今回の調査では、長期的な視点をもつ金融機関は、短期的な視点をもつ競合他社よりも一歩先に進んでいることが明らかになりました。安定派に比べると、成長派は顧客への支援対策をパーソナライズする傾向が12%多く、UXの改善に取り組む傾向が24%多くなっています。

CXの改善：成長志向の金融機関は顧客中心主義





成長実現に向けて重要な役割を果たすインテリジェントオートメーション

もちろん、顧客体験を大幅に向上させることは難しいことです。しかし、人工知能（AI）や自動化などのテクノロジーは、顧客の期待と金融機関が提供できるものとの間のギャップを埋めるのに役立ちます。リテールバンキング分野であれば、過去の行動に基づく口座振替の自動化などが考えられます。一方、保険分野であれば、大量のリソースが必要な手作業から発生する保険金請求業務の自動化が考えられます。

金融サービス自動化の影響は各業種に広がっている

金融サービス自動化の主なユースケース（リテールバンキング）

- 1 口座振替の自動化
- 2 パーソナライズされた製品の推奨
- 3 自動の事前審査

金融サービス自動化の主なユースケース（保険）

- 1 請求処理
- 2 リスクモデリングとリスクモニタリング
- 3 リスク評価

金融サービス自動化の主なユースケース（ウェルスマネジメント）

- 1 ファイナンシャルアドバイザー業務
- 2 ポートフォリオの最適化
- 3 未公開企業投資ファンドの最適化

2019年の調査データ

詳細はこちらをご覧ください。

- 国別・金融セクター別のデータを表示可能なインタラクティブな[Tableauダッシュボード](#)

「金融サービス業界のトレンド」は以下のリンクからダウンロードいただけます。

<https://www.salesforce.com/jp/form/industries/financial-services/trends-in-financial-services-report/>

**「コネクテッドカスタマーの最新事情」（Salesforce Research、2020年10月）

調査手法

Salesforce Research は、このレポートのデータを2回の二重盲検調査を通して取得しました。1回目は2019年11月12日から12月12日にかけて実施し、北米、南米、欧州、アジア太平洋地域の保険、リテールバンキング、ウェルスマネジメント分野のリーダー1,400人から回答が寄せられました。2回目は2020年8月21日から9月21日にかけて、同地域、同業種のリーダー1,360人を対象としています。回答はすべてサードパーティのパネルプロバイダーによって収集されたものです（Salesforceの顧客に限定されません）。四捨五入の関係上、パーセンテージの合計が100%とならない場合もあります。すべての比較は、四捨五入していない数字に基づいています。本調査では、オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、日本、オランダ、ニュージーランド、北欧諸国、スペイン、英国から回答が寄せられました。文化的な偏りは調査結果に影響を及ぼします。

セールスフォース・ドットコムについて

セールスフォース・ドットコムは、顧客関係管理（CRM）のグローバルリーダーであり、デジタル時代において企業と顧客を近づけるお手伝いをしています。1999年に設立されたセールスフォース・ドットコムは、あらゆる規模と業界の企業がクラウド、モバイル、ソーシャル、IoT、人工知能、音声、ブロック



チェーンなどの強力なテクノロジーを活用し、360度で顧客と繋がるためのツールを提供します。セールスフォース・ドットコム（NYSE：CRM）の詳細については、www.salesforce.comをご覧ください。

本リリースおよび他のリリースや発表などで言及している今後提供予定のサービスや機能は、現在のところ利用できません。サービスおよび機能の提供開始日は事前の予告なく延期または中止される可能性があります。セールスフォース・ドットコムのアプリケーションを購入する場合は、現在利用可能な機能を基に、購入の意思決定を行うものとします。セールスフォース・ドットコムは、本社をサンフランシスコに置き、ヨーロッパならびにアジアでも事業を展開しています。同社は、ニューヨーク証券取引所に上場しており、ティッカーシンボル CRM で取引されています。