

2025年3月25日

DX戦略- 1.1

※DX戦略1.1：DX戦略1.0を策定した2023年3月から5年後を見据えた計画期間内の見直し

長期ビジョン

すまいるプロデュース Only One Bank
～笑顔あふれる地域をめざして、私達は走り続けます～

DX - Vision

新しいFace to Faceを実現し、より身近な信用金庫へ

～サービスや業務へのデジタルの活用と、組織のDXリテラシーの底上げを通じて、非対面・対面サービスの相乗効果を発揮する～



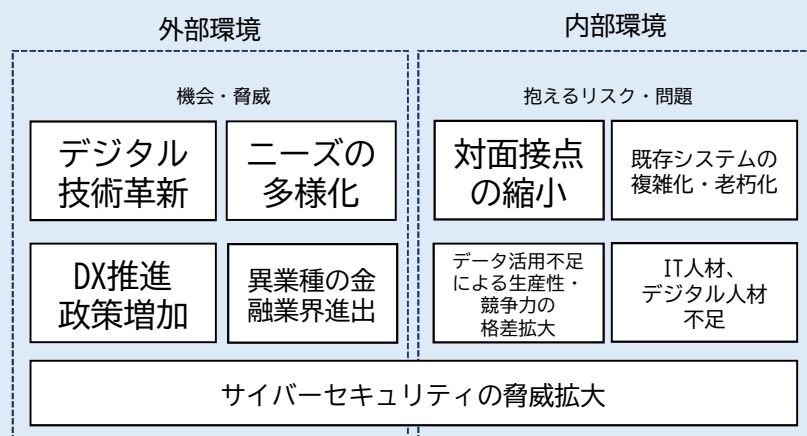
DX戦略1.0の振り返りとDX戦略1.1の方向性

成果

戦略Ⅰ.お客さま向けデジタルサービスの利用者の規模が拡大し、デジタルマーケティングの取り組みを前進
戦略Ⅱ.金庫内業務のスリム化・レス化に向けたインフラ基盤の強化
戦略Ⅲ. IT人材・デジタル人材の定義および育成体系の確立
態勢整備. ITガバナンス発揮に向けた、組織横断的な協議の継続実施

課題

戦略Ⅰ. 対面・非対面の融合×データ利活用によるUXの更なる向上
（＝提案力・営業力強化）
戦略Ⅱ. デジタルを活用した生産性向上・提案力強化とEX向上に向けた環境構築
戦略Ⅲ. 実効性のある育成計画のブラッシュアップ
態勢整備. 組織横断的なDX推進、全職員のIT、デジタルリテラシー向上



【新長期ビジョン】

すまいるプロデュース
Only One Bank

<DX戦略1.1の方向性>

※DX戦略1.1：DX戦略1.0を策定した2023年3月から5年後を見据えた計画期間内の見直し

新しいFace to Faceを実現し、
より身近な信用金庫へ

対面・非対面接点の融合×データ利活用により、
お客さまサービスの質・量・提供スピードを向上させる！



多様化するお客さまニーズへの対応、職員の業務効率化・生産性向上に向けた業務プロセス変革・意識変革・環境構築にチャレンジする！

第11次中期経営計画(2024.4～2026.3)

【地域社会に笑顔を生み出し続けるための
土台作りの3年計画】

ビジョン

DX戦略 1.1

※2023年を起点に5年後を見据えた取組方針

KPI

- ①デジタルユーザー数
- ②対面と非対面の融合による営業活動量
- ③業務効率化・生産性向上
- ④デジタル人材数

DX推進における課題

- 対面・非対面の融合×データ活用によるUXの更なる向上(=提案力・営業力強化)
- デジタルを活用した生産性向上・提案力強化とEX向上に向けた環境構築
- 実効性のある育成計画のブラッシュアップ
- 組織横断的なDX推進、全職員のIT、デジタルリテラシー向上

これまでの取り組み

デジタルサービス利用者の一定数獲得とデジタルマーケティングにおける活用

金庫内業務のスリム化・レス化に向けたインフラ基盤の強化

IT人材・デジタル人材の定義および育成体系の確立

ITガバナンス発揮に向けた、組織横断的な協議の継続実施

DX戦略 1.1

3つの基本戦略と1つの土台

I.お客様ファーストなサービス展開

II.業務効率化・生産性向上

III.人材育成

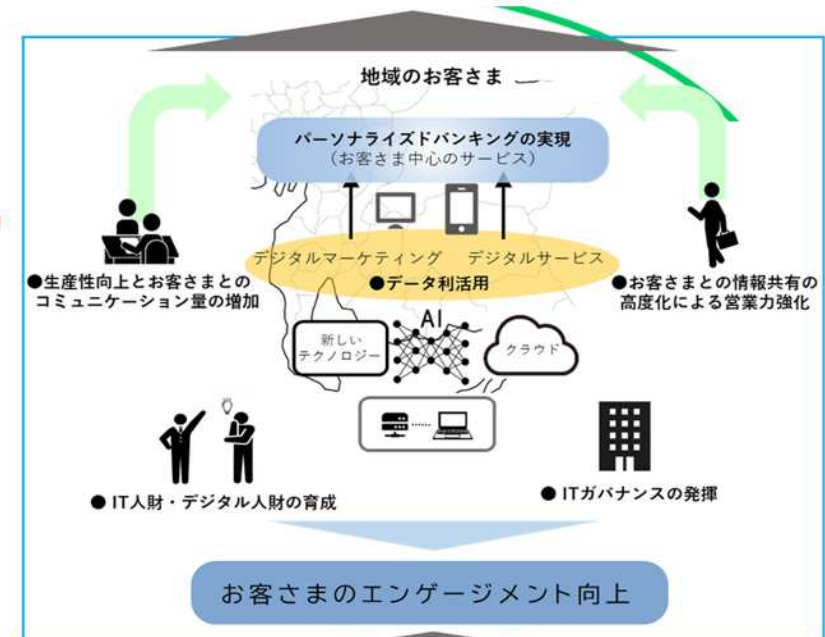
ITガバナンスの発揮

ビジョン2030:

すまいるプロデュース Only One Bank
～笑顔あふれる地域を目指して、私達は走り続けます～

DXビジョン:新しいFace to Faceを実現し、より身近な信用金庫へ

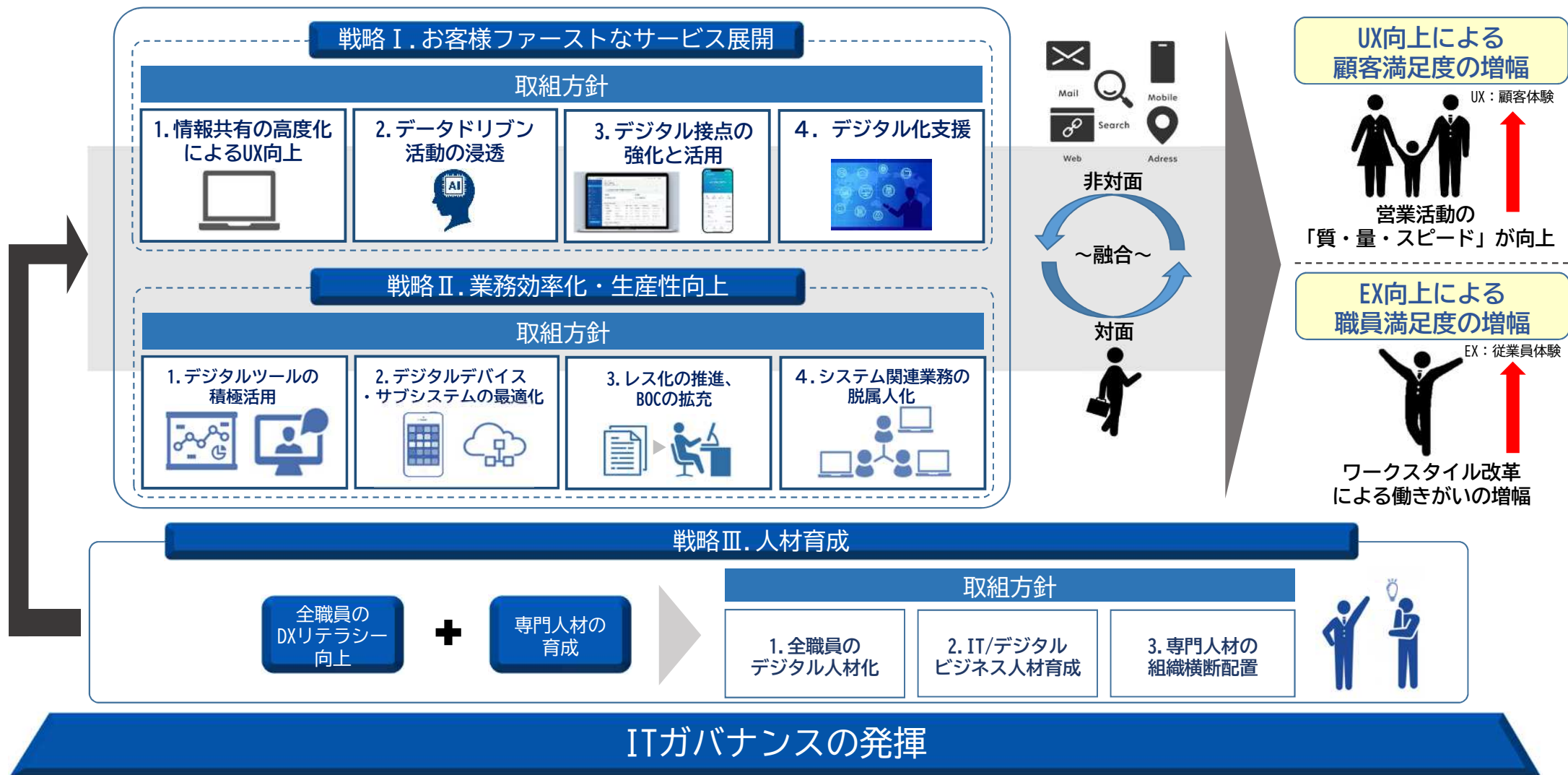
～サービスや業務へのデジタルの活用と、組織のDXリテラシーの底上げを通じて、非対面・対面サービスの相乗効果を発揮する～



第11次中期経営計画 (計画期間:2024~2026年度)

3つの基本戦略	戦略1	永遠のファンを増やす ～地域支援力の更なる強化～
	戦略2	笑顔の組織をつくる ～お客さま、職員満足度向上に向けた庫内環境づくり～
	戦略3	金庫の価値を高める ～持続的成長を実現する基盤の構築～

基本戦略全体像



基本戦略

I

お客様ファーストな
サービス展開

デジタル接点の拡大及びコミュニケーション量の増加を図るとともに、データに基づく活動を通して
UXの向上を図る。また、そこで培ったノウハウを活かし、地域事業者の深度あるデジタル化支援を展開する。

取組方針1. 情報共有の高度化によるUX向上

本部各部と営業店間の情報共有を
活性化し、お客さまへ還元

本部各部と営業店間における
データ(情報)共有の高度化



非対面
マーケティング

OMO

Online Merges with Offline の略、
「オンラインとオフラインの融合」

お客さまが求める接点＋
お客さまが求めるサービスの提供
＝パーソナライズドバンキング化

ポイント

当金庫内部での情報共有を高度化することで、
質が高く、スピード感のある提案活動・営業
活動の展開を実現し、顧客体験(≒満足度)の向
上へ繋げてまいります。

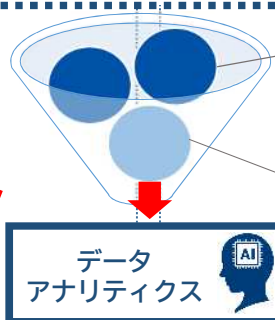
取組方針2. データドリブン活動の浸透

ニーズ把握＋
ターゲティングの高度化
による営業力強化

データに基づく
営業活動展開

既に当金庫が保有する
顧客データ × 新たに取得可能な
顧客データ

ニーズ把握、
ターゲティング高度化



ポイント

当金庫が取得できるデジタルサービスの利用
状況や取引状況等のデータ化・分析を通じ、
高度なニーズ把握やターゲティングを実現し、
お客さまが真に求めるサービス提供に努めて
まいります。

取組方針3. デジタル接点の強化と活用

各種デジタル接点の
更なる拡大と
コミュニケーション量の増加



ポイント

デジタルサービスの更なる拡大を通じて、
利用者と当金庫はより多くのコミュニケー
ションを図ることができるようになります。
そこで取得できたデータを利活用し、より便
利なサービスの提供に努めてまいります。

取組方針4. デジタル化支援

当地域、中小事業者への
深度あるデジタル化支援展開



ビジネスマッチング
による課題解決



コンサルティング
による伴走支援

ポイント

地域デジタル化支援促進事業等、国の政策に
よるデジタル化支援の後押しや、当金庫のお
客さまにおけるニーズの高まりを背景に、当
地域における深度あるデジタル化支援の展開
を通じて本業支援を図ってまいります。

基本戦略

Ⅱ

業務効率化・生産性向上

適切なシステム投資等により業務効率化を実現し、省力化・省人化による生産性向上および捻出したリソースの活用による営業効率の向上、組織力の強化に取り組む

取組方針1. デジタルツールの積極活用



- ① デジタルを活かした効率的な営業スタイルへ
 - ・ 対面営業の強みは活かしつつ、スマホ、チャット、電子メール、Web面談ツール、スマート管理Bizを積極的に活用
- ② 情報の有効活用
 - ・ CRM等に蓄積された顧客情報や面談履歴の有効活用
 - ・ データ分析ツール（KI）の組織横断的な利活用
- ③ 生成AI活用
 - ・ 生成AIを活用した情報の取扱方法の高度化

取組方針2. デジタルデバイス・サブシステムの最適化



- ① 様々なシーンで快適に利用できるデバイスへ
 - ・ 各種インターネットサービスの利用によるEX向上
 - ・ スマホ、タブレット、パソコン等、デバイスの最適化
 - ・ EXを損なわないスペックの確保
- ② サブシステムの統合・連携
 - ・ 用途が重複しているシステムを統合しコスト削減
 - ・ サブシステム間の情報を連携させることで、システムを利用する職員の作業負担を軽減

取組方針3. レス化の推進、BOCの拡充

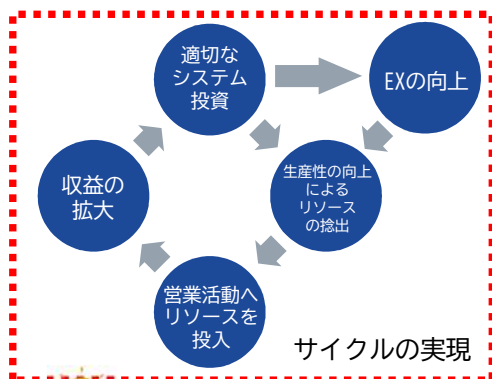


- ① レス化の推進
 - ・ ペーパーレス化の促進、Web完結取引の拡充により、対顧客業務のレス化を推進
 - ・ ワークフロー化、自動化等の促進により、金庫内業務のレス化を推進
- ② BOCの拡充
 - ・ 営業店業務のバックオフィス化を促進し、営業店業務を省力化・省人化

取組方針4. システム関連業務の脱属人化



- ① 業務のアウトソース
 - ・ キットティング作業、開発作業をアウトソースし、リソースを管理業務から企画業務へシフト
- ② システム権限範囲の拡大(本部内展開)
 - ・ ワークフローの作成権限拡大



ポイント

スマートフォンやチャット等のデジタルツールの活用と情報の有効活用を進めるとともに、3レス推進(ペーパーレス、印鑑レス、キャッシュレス)、BOC(※)の拡充を通じ、職員がお客さまと向き合う時間の創出とコミュニケーション量の増加を図り、営業力強化、組織力強化につなげてまいります。 ※BOC：バックオフィスセンター⇒営業店業務の事務センター集中化

基本戦略

Ⅲ

人材育成

金庫全体のリテラシーの底上げ、およびデジタルを活用する文化の醸成に取り組む他、システムインフラを支える人材の育成等に取り組む

各人材の定義

●デジタル人材

デジタルツールを活用して業務効率化の追求やお客さまの生産性向上支援等を能動的に活動できる人材

<認定要件>

右記マイスター制度における「デジタル人材認定」+α

●デジタルビジネス人材

デジタルを活用したお客さま向けのサービス企画・開発や推進施策の立案、業務改革等を率先する人材

●IT人材

システムの企画・開発・保守・運用に携わる人材

●先端IT人材

システムの企画・開発に携わり、サービスに革新をもたらす人材（データ、RPA、AI、IoTなどに関するスキルを持つ人材）

取組方針1. 全職員のデジタル人材化

①DX/ITリテラシーの底上げ

具体策：①Excel、Word、PowerPoint研修
②マイスター制度の導入

②既存の各種デジタルツール利活用

・各種デジタルツールの利活用を通じた営業力強化と組織内コミュニケーションの活性化
例）CRM、グループウェア、しんきんdirect
・専門人材の営業店派遣による風土醸成（詳細右記）

取組方針2. IT/デジタルビジネス人材確保・育成

①人材の獲得、確保

・継続的な新卒採用の配置
・即戦力となる中途採用者の積極的な採用
・本部公募の活性化
・人材獲得、確保のためのリソース投下

②適性のある人材の集中的な教育

・本部関係部署へのトレーニングの実施や外部企業への派遣等により、専門性の高い人材を育成

③IT/デジタルビジネス人材の交流活性化

・（人事異動を伴わない）人的交流の活性化によるDX推進の円滑化

④外部リソースの活用

・先端IT人材の内部育成は困難であるため、必要に応じて、外部リソースを活用

取組方針3. 専門人材の組織横断配置

専門人材・・・デジタルビジネス人材

①デジタルビジネス人材の分散配置

・育成後の専門人材を本部、事務センターに配置

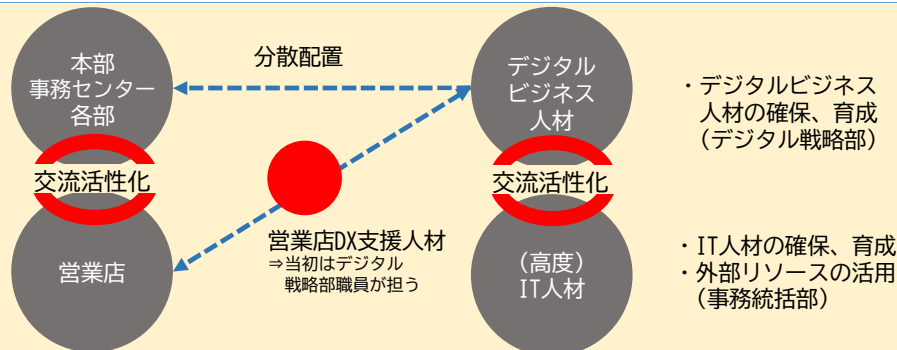
②営業店DX支援人材の配置

・所属は本部で、本部から営業店の各種DXを支援する、さらに対顧客業務の支援まで担う人材の配置

③人事制度、営業戦略の見直し

・専門人材活躍のための人事制度・営業戦略の見直しを実施

全職員のデジタル人材化



<専門人材の育成>

- ・組織内での人材確保
- ・新卒/中途採用に向けた採用要綱（給与・働き方等）の見直し
- ・専門人材を育成するための時間の確保

全職員がデジタル人材化し、組織全体で業務効率化・生産性向上を図ることでリソース（ヒト・カネ・時間）捻出を可能とする



ポイント

今や金融機関職員においても欠かせないDX/ITリテラシーについて、組織全体で底上げを図るとともに、専門人材の育成・確保を進め、「戦略Ⅰ」「戦略Ⅱ」の実効性確保に努めてまいります。

3. DX戦略1.1 — 推進体制

- デジタル技術やデータの活用を推進する専担部署として、2021年4月「デジタル戦略部」を新設。
- 「DX推進委員会」を2021年11月に新設し、経営陣が主導的にDX戦略の策定や推進に向けた協議・検討・指示を行う体制を構築。
- DXの企画部門であるデジタル戦略部と情報システム部門である事務統括部が、DX推進の中心的な役割を担い、組織横断的な取り組みを外部組織とも連携を図りながら、ITガバナンスの発揮と共に推進していく。
- 「サイバーセキュリティ対策委員会」を2024年12月に新設し、経営陣が主導的にサイバーセキュリティ管理態勢強化に向けた協議・検討・指示を行う体制を構築。

