

地方銀行CX革命！ 顧客体験の未来-実例と戦略



株式会社プロシード
コンサルティング部 部長
野村 昇平

Agenda

- 01 | プロシードについて
- 02 | 地方銀行の現状
- 03 | フレームワークの活用
- 04 | まとめ



| プロシードについて

- プロシードは30年以上にわたりコンタクトセンター業界に特化したコンサルティングを行っています
- グローバルの優れた手法を活用し、事業戦略から運営改善まで幅広い領域のご支援が可能です

| 会社概要

- 商号 株式会社プロシード
- 設立 1991年6月24日
- 資本金 100(百万円)
- 代表者 柳楽 仁史
- HP www.proseed.co.jp
- 連絡先 ☎ 03-4223-3161
- 主な事業内容
 - ✓ コンタクトセンター立ち上げ支援
 - ✓ コンタクトセンター戦略・将来構想策定
 - ✓ COPCアセスメント
 - ✓ COPC認証審査
- ミッション 理想のコンタクトセンターデザインで、企業価値を高める

グローバルのフレームワークを活用した
CXコンサルティングのプロフェッショナル



COPC(Customer Operations Performance Center)
コンタクトセンターマネジメントフレームワーク



KCS(Knowledge Center Service)
ナレッジマネジメントの体系的な手法



ICXI(International Customer Experience Institute)
カスタマーサポートのグローバル規格

| 2026年から船井総研プロシード事業部へと変革



50社以上の運用

エンタープライズ

総受講者7000名

COPC認証・認証取得支援

センター出身者多数

コンタクトセンターコンサル

金融機関向け研究会

地銀非対面チャネル最適化



中堅・大手企業向け

社員数1200名超

DX・システム導入/AI

経営全体の最適化

コンタクトセンターBPO事業

業績向上

地方銀行・信用金庫

アライアンス締結

船井総合研究所プロシード事業部となることで両社の知見を融合し、

CXコンサルティング領域における事業拡大とサービスの高度化を実現(2026年1月~)

| SPEAKER紹介



株式会社プロシード
コンサルティング部 部長
一般社団法人日本コンタクトセンター教育検定協会 理事

野村 昇平

Nomura Shohei

大手BPO会社にてオペレーターからMGRまで約20年にわたり数多くの「現場」を経験。特に金融機関業務に精通。2020年プロシード入社。

研修部門責任者としてグローバル規格「COPC」を軸としながら、業界”時流”を取り入れ年間1000名以上へのトレーニングを実施。プロアスリートとの交流も深いことから、アスリートのメンタリティメカニズムを取り入れた1on1トレーニングも受講者から好評を得ている。

現在はコンサルティング部責任者として「理想のコンタクトセンターデザインで企業価値を高める」をコンセプトにトレーニング領域のみならずコンタクトセンターコンサルティング全般を手掛けている。

そのお客様体験、 デザインできていますか？？

Have you designed that customer experience?



| デザインとはなにか

1. 問題解決のための「計画」である

デザインとは、単なる見た目の美しさや装飾ではない。その本質は、特定の目的や課題を解決するための計画(プラン)を立て、それを具体化するプロセスである。

2. 意図と機能を持った「形」である

デザインされたものは、偶然できたものではなく、すべてに意図と理由がある。形、色、配置、構造など、あらゆる要素が特定の機能を果たすように選び抜かれている。

3. 「使い手」のための行為である

デザインは、自己満足や芸術表現ではなく、最終的にそれを使う人、体験する人(ユーザー、顧客)のために存在する。

「顧客体験(CX)のデザインとはなにか」を皆様と一緒に考えていきます

| 地方銀行とのかかわり

ニッキン

非対面のCX向上へ

取得のフロー
COPC認証
初期診断によるデータ収集
規格要求の構築
業務プロセス改善
申請と審査

地域銀
伊予銀は国際認証取得

地域銀行は、非対面チャネルの顧客体験強化(CX)向上を進める。デジタル化の推進に加え、支店網の拡大による顧客サービスの拡充から、コマンクトセンターの運営が本格化する動きが広がる。伊予銀行は月「4日、コンタクトセンターの国際認証基準規格「COPC認証」を取得。銀行で初めて取得した発表した。

一部地銀銀行は、「全国」で営業店の業務を実施する非対面チャネルを統一化して対応を取扱った。また、ダイレクトコールや店舗訪問による接客を組む時間帯を設定するなど、非対面でのコミュニケーションを確立する一方で、オンラインチャネルでの顧客対応も強調している。一方で、電話や電子メールなどの複数のチャネルを併用するアドバイスも実施する。世界70万社以上導入されている同規格では、コマンクトセンターのCX向上の一環として、認定基準を満たすためのマップを用いて、各銀行が自らの現状を評価する。伊予銀行は、他にも複数の銀行がCOPC認証を取得している。伊予銀行は、他の銀行と同様に、COPC認証を取得するための取り組みを実施している。伊予銀行は、他の銀行と同様に、COPC認証を取得するための取り組みを実施している。

日本金融通信社が記事利用を許諾しています
ニッキン 2025年4月18日号4面

| 始まりは伊予銀行様から

- ✓ これまでメガバンクを中心に活用されてきたCOPC認証(※後述)を初めて伊予銀行が取得した
- ✓ 地方銀行におけるCX領域の発展は、メガバンクに追随する勢いを見せていくものの、まだ発展途上にある

→改めて地方銀行におけるCXの現在地を把握

COPC認証を取得している企業(一部抜粋)



ニッキンへの掲載

ニッキン

大手行や地域銀 非対面応対の質向上急ぐ 国際規格活用しUX改善

大手行や地域銀などは、顧客からの問い合わせに対応するコントラクトセンターの質向上を急ぐ。国際規格活用しUX改善を図る。非対面の重要性が高まるとともに、非対面への取り組みを強化する。また、業務の標準化などを実現するため、COPC規格などに取り組むところだ。

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン 2024年8月23日号 1面

ニッキン



日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン 2024年8月23日号 1面

ニッキン ONLINE

伊予銀、コンタクトセンターの国際品質保証規格認証 地銀で初

2025.04.04 15:59

伊予銀行は4月4日、コンタクトセンターの国際品質保証規格「COPC@CX規格 Release 7.0」を取得したと発表した。非対面チャネルにおけるサービスの正確性や品質、業務連携の効率性が評価され、地方銀行としては初めての取得となった。

今回の認証取得は、2024年度中長期経営計画で掲げた「Digital」と「Human」が高度に融合したコンサルティング体制の構築を進める一環として実施。並行して、地銀の品質向上を図るために設置した「カレントコンサルティング部」の運営を見据えて準備された。5月には、新本社ビル開館と同時に、高品質サービスの提供を通じて地域の顧客の課題解決に取り組む。

COPC@CX規格は、1996年に米国で誕生し、世界70カ国以上で導入されている品質保証規格。コンタクトセンター業務の品質と顧客満足度を向上させるためのマネジメントモデルであり、パフォーマンス実績を重視する点が特徴。

金融界では、SMBC信託銀行やみずほ証券などが認証を取得している。

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン ONLINE 2025年4月4日

ニッキン

電話対応削減急ぐ 業務の選別が課題

大手行・地域銀

大手銀や地域銀などは、電話による問い合わせの選別が課題となってきた。顧客の多様なニーズに対する柔軟な対応を実現するため、電話対応を削減する動きも加速している。一方で、セミナーなどのイベントや顧客満足度向上のための顧客接点を確保する必要がある。そこで、電話対応を削減する一方で、顧客接点を確保するための取り組みが求められる。具体的には、電話対応の削減と顧客接点の確保を両立させるための業務の選別が必要となる。

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン 2025年8月8日号 4面

ニッキン

非対面のCX向上へ 伊予銀は国際認証取得

伊予銀行は4月4日、コンタクトセンターの国際品質保証規格「COPC@CX規格 Release 7.0」を取得したと発表した。非対面チャネルにおけるサービスの正確性や品質、業務連携の効率性が評価され、地方銀行としては初めての取得となった。

今回の認証取得は、2024年度中長期経営計画で掲げた「Digital」と「Human」が高度に融合したコンサルティング体制の構築を進める一環として実施。並行して、地銀の品質向上を図るために設置した「カレントコンサルティング部」の運営を見据えて準備された。5月には、新本社ビル開館と同時に、高品質サービスの提供を通じて地域の顧客の課題解決に取り組む。

COPC@CX規格は、1996年に米国で誕生し、世界70カ国以上で導入されている品質保証規格。コンタクトセンター業務の品質と顧客満足度を向上させるためのマネジメントモデルであり、パフォーマンス実績を重視する点が特徴。

金融界では、SMBC信託銀行やみずほ証券などが認証を取得している。

ニッキン ONLINE

プロシード、非対面応対向上へ研究会 金融関係者ら40人が参加

2024.09.20 17:10



金融界の非対面応対向上へ研究会が開催された。主催はプロシードで、金融関係者ら40人が参加した。会場は東京の某会議場。

会場では、各銀行の代表者が非対面応対向上の取り組みや課題について発表を行った。特に、伊予銀行の伊藤社長が「COPC@CX規格」の認証取得について発表し、多くの注目を集められた。また、日興証券の山田社長が「AIチャットボットの導入による顧客接点の拡張」というテーマで発表を行った。

会場では、多くの意見交換が行われ、今後も非対面応対向上に向けた取り組みが進むことが期待される。

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン ONLINE 2024年9月20日

ニッキン

非対面拠点の運営姿勢 待ちから「攻め」へ

地銀・信金

非対面拠点の運営姿勢が「待ち」から「攻め」へと変化している。地銀・信金では、顧客接点を拡張するため、非対面拠点の開設やオンラインチャネルの強化が進められている。特に、伊予銀行は「COPC@CX規格」の認証取得により、非対面応対の質向上に成功した。一方で、日興証券はAIチャットボットの導入により、顧客接点を拡張する取り組みを行っている。

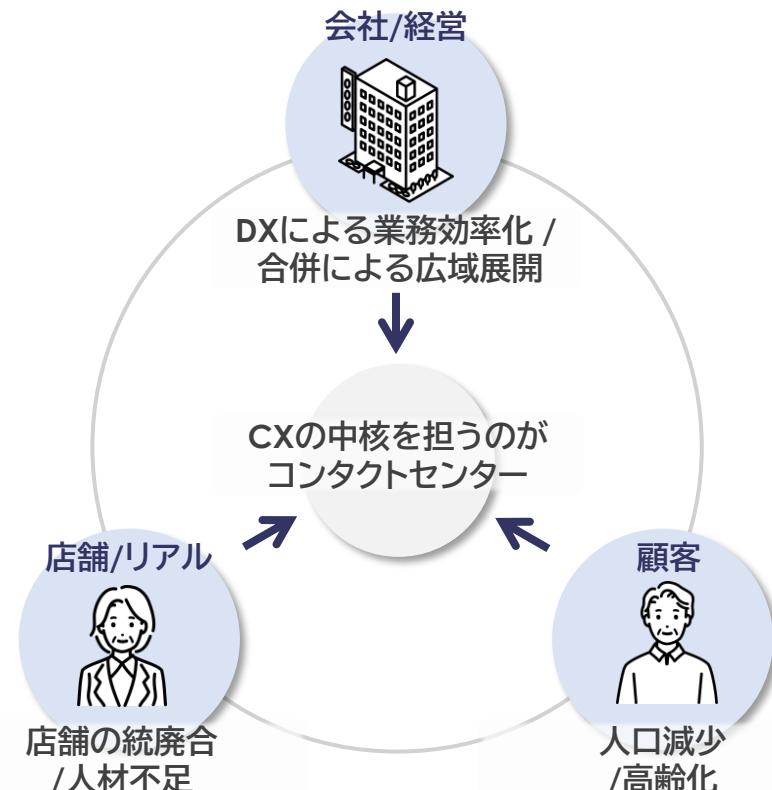
日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン 2024年9月20日

| CXの重要性とコンタクトセンターへの期待

- 地方の人口減少により顧客基盤が縮小する中、顧客一人ひとりの満足度・ロイヤリティ向上が重要課題となっている
- その戦略領域が「CX」であり、コンタクトセンターはその中核を担う存在
- 企業のCX向上にはコンタクトセンターの存在が非常に重要となっている

地方銀行を取り巻く環境の変化



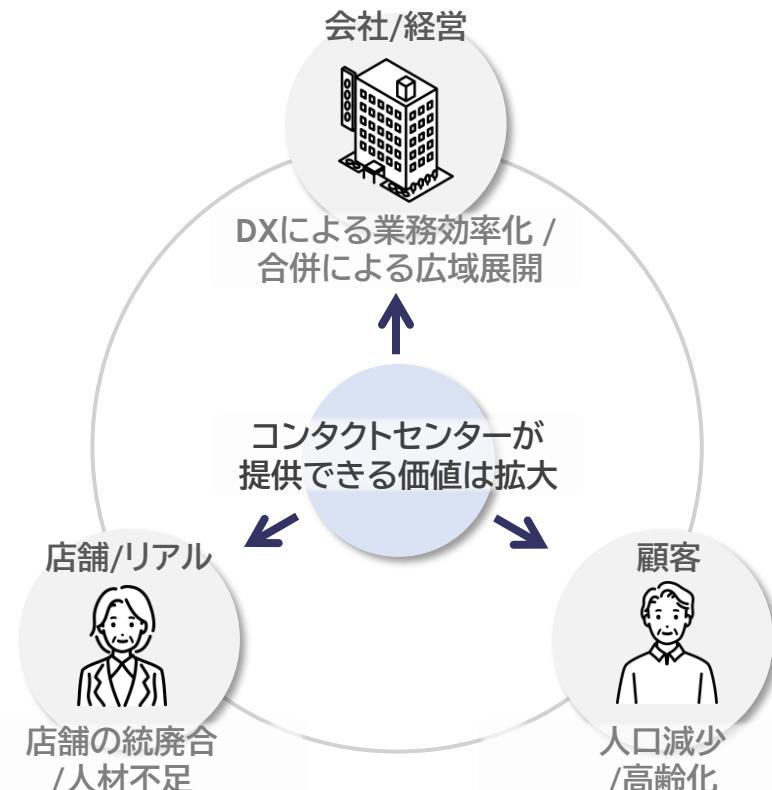
コンタクトセンターに寄せられる期待

- 会社/経営 から
 - 店舗に代わる顧客接点となってほしい
 - ロイヤリティや満足を高めてほしい
 - DXを活用しながら低コストな運営をしてほしい
- 顧客 から
 - システムや手続きをわかりやすくしてほしい
 - 店舗のような寄り添った対応をしてほしい
 - 自身の好むチャネルで問い合わせをしたい
- 店舗/リアル から
 - 店舗に代わる顧客接点となってほしい
 - 行員に変わりマス向けのセールスをしてほしい
 - 照会など一部業務をセンターで担ってほしい

| 優秀なコンタクトセンターのトレンド

- 多様な期待の実現に対し、コンタクトセンターへ問合わせを集約し、営業効率を向上させる、顧客接点としてVoCを会社に積極的に届けつつ、高品質かつ高い一次解決が実現できる体制を構築している
- 業務支援システムの導入など、DXにも積極的に取り組んでいる

地方銀行を取り巻く環境の変化

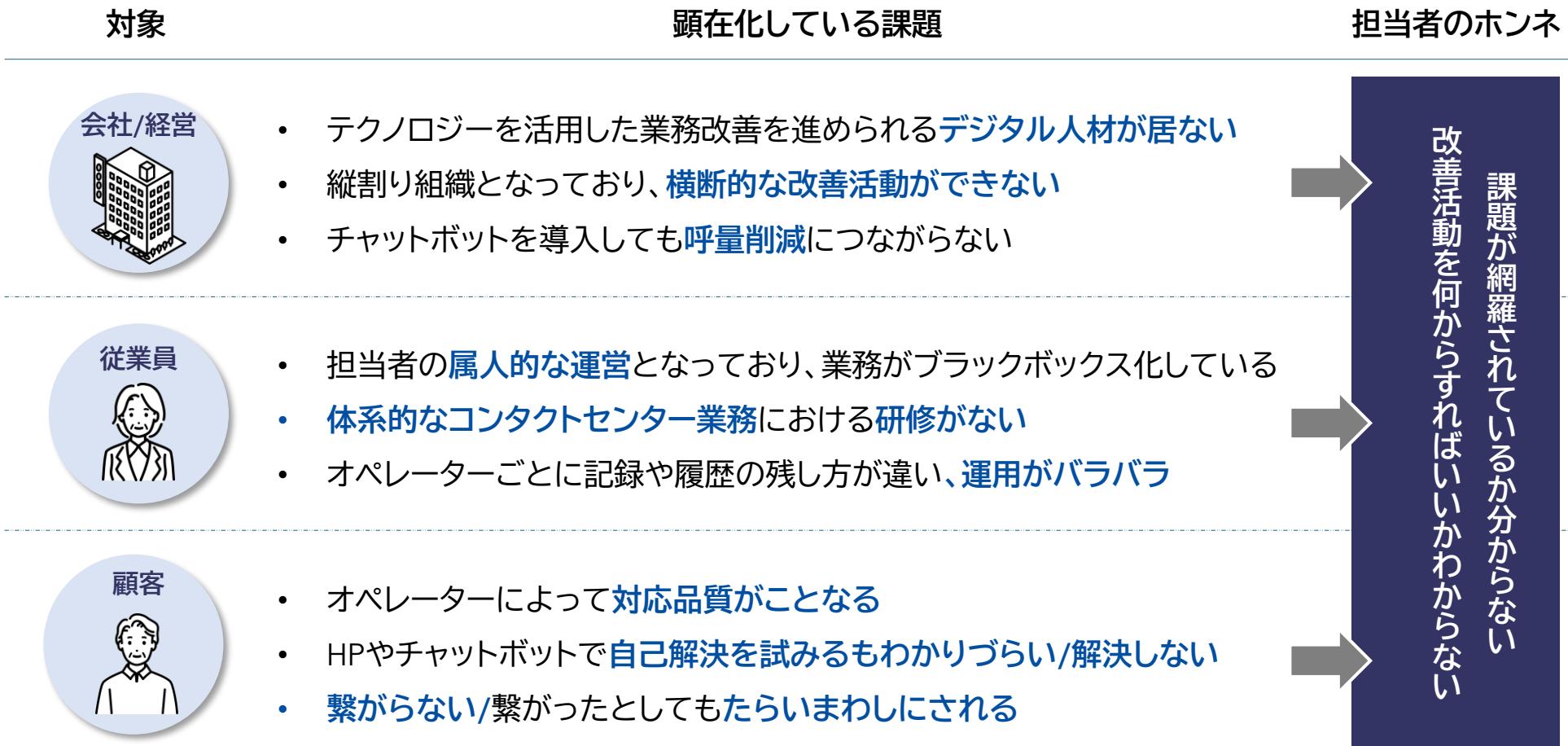


コンタクトセンターが提供できる価値

- 店舗への問合せを集約し、**営業効率を向上**
(優良顧客を営業担当者へ、それ以外はCCへ)
- 顧客接点として、**顧客の声を会社に届ける**
- 顧客に合った**セルフサービスやチャネルの提供**
- オペレーターによる**高品質な有人対応、対応範囲の拡大**(応対の難易度による窓口のすみ分け)
- 受電集中による**営業店の負荷軽減**
- リモート勤務や役職定年者の雇用など**人材の利活用**

| コンタクトセンターの抱える課題

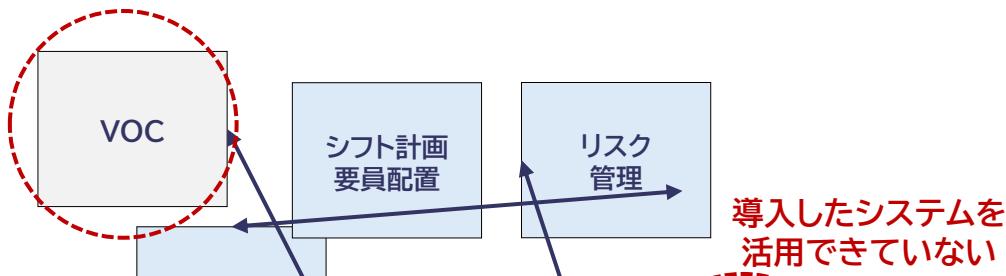
- コンタクトセンターへの期待が高まる一方で、顕在化した課題に対して、担当者は改善の方向性を定めるのが難しい
- これはコンタクトセンターという組織の特異性、複雑化した課題によるものが起因している



| コンタクトセンターで起こっていること

よくあるケース：
コンタクトセンター運営が煩雑化している

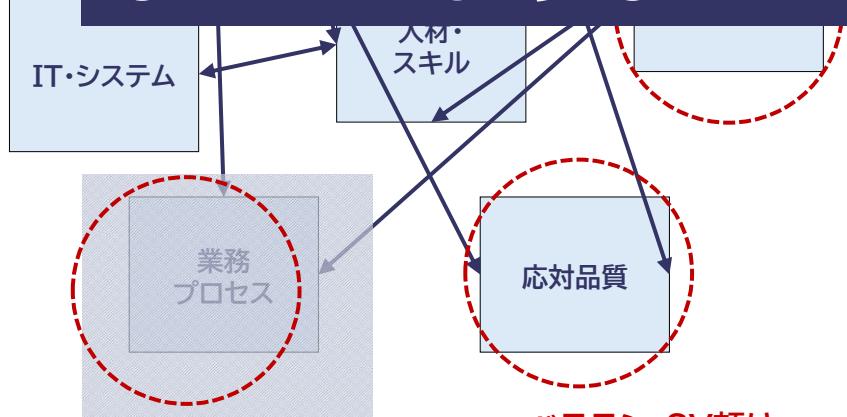
収集/活用できていない



体系的なコンタクトセンター運営となっていない

- ・ 属人化しており運営がブラックボックス
- ・ 各活動が連動していない

なぜこのようなことが起きるのでしょうか？



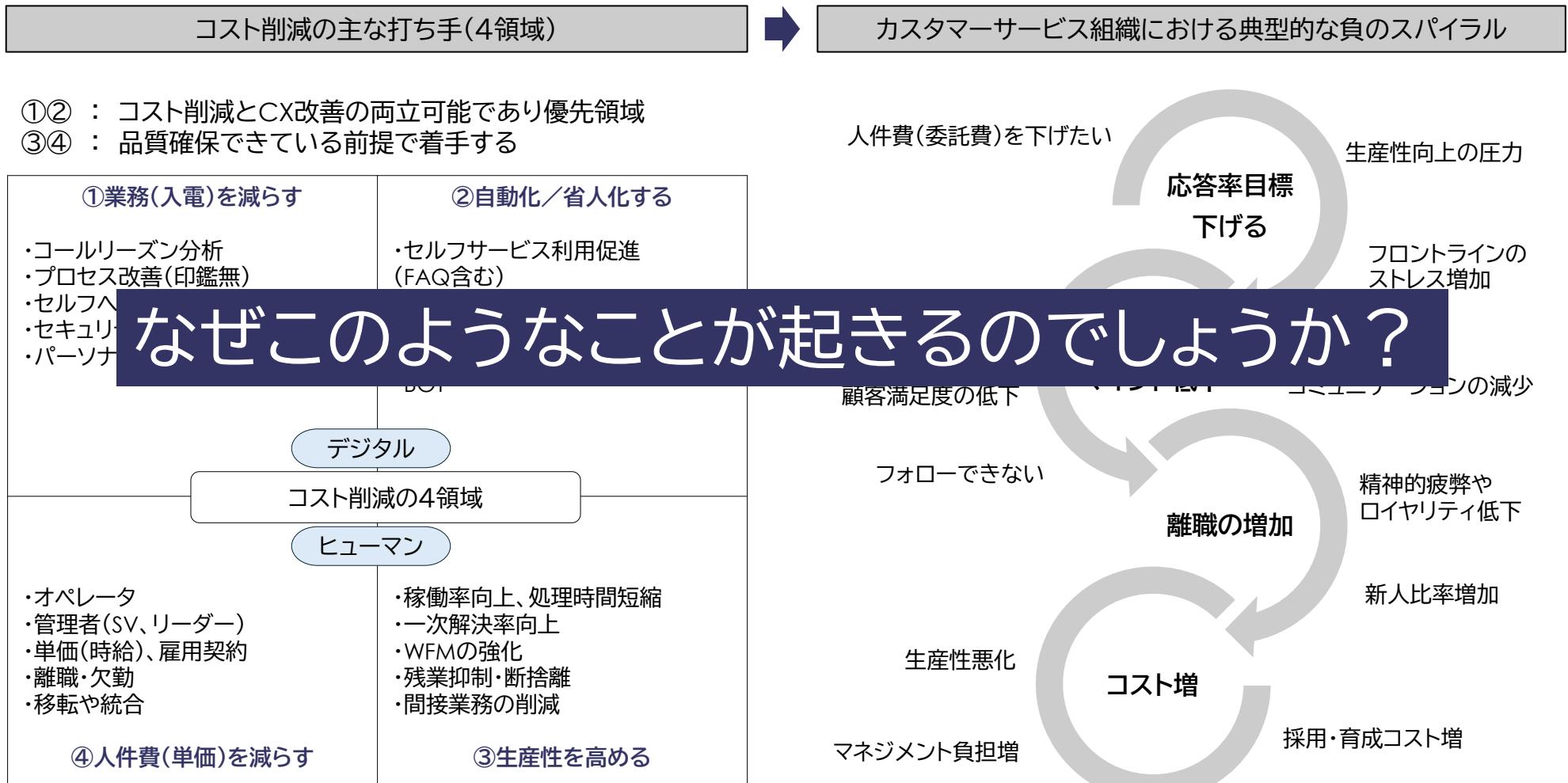
また、応答率確保やコスト削減のための暫定的な対応は、センター運営を複雑化し、かえって悪化させてしまう可能性がある

属人化/ブラックボックス

|コスト削減を推進したが、品質低下とコスト増に向かうパターン

- コスト削減のマネジメント戦略の打ち手を間違えると、コスト増になります

誤った打ち手を選択すると…



再度皆様へのお伺い

そのお客様体験、
デザインできていますか？？

Have you designed that customer experience?



| 【再掲】デザインとはなにか

1. 問題解決のための「計画」である

①
デザインとは、単なる見た目の美しさや装飾ではない。その本質は、特定の目的や課題を解決するための計画(プラン)を立て、それを具体化するプロセスである。

2. 意図と機能を持った「形」である

②
デザインされたものは、偶然できたものではなく、すべてに意図と理由がある。形、色、配置、構造など、あらゆる要素が特定の機能を果たすように選び抜かれている。

3. 「使い手」のための行為である

③
デザインは、自己満足や芸術表現ではなく、最終的にそれを使う人、体験する人(ユーザー、顧客)のために存在する。

①②③を実現すること = 顧客体験(CX)をデザインすることです

デザインを描くためのポイント

良いデザインを描くための
ポイントを解説します

key points for creating good design



| コンタクトセンター運営のフレームワーク紹介

コンタクトセンターの運営モデル(フレームワーク)こそが、COPC CX規格です

COPC CX規格とは、コンタクトセンターのパフォーマンス向上を目的に1996年に米国で策定。現在ではコンタクトセンター運営手法の国際標準として世界70か国以上で広く普及・活用されている。

30年以上にわたり広く活用され続けている理由には、成果を導く実践性とグローバルのトレンドを取り入れ進化を続けていることが特徴としてあるため。



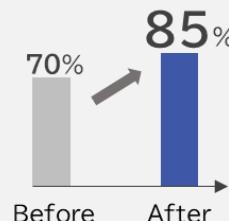
COPC活用の目的

- ・顧客体験(CX)や顧客満足度(CS)の向上
- ・コスト削減や生産性の向上
- ・応答率や返答速度、解決率の向上



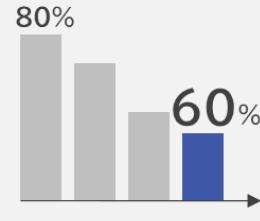
| 具体的な効果

①顧客満足度の向上



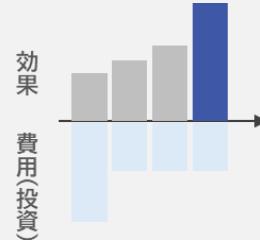
1年で15%増加

②運営コスト



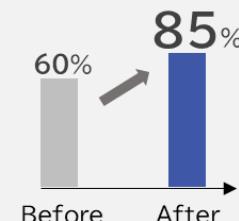
1年で10%～20%減少

③費用対効果(ROI)の向上



1年で2～5倍増加

④効率性



1年で15%～30%増加

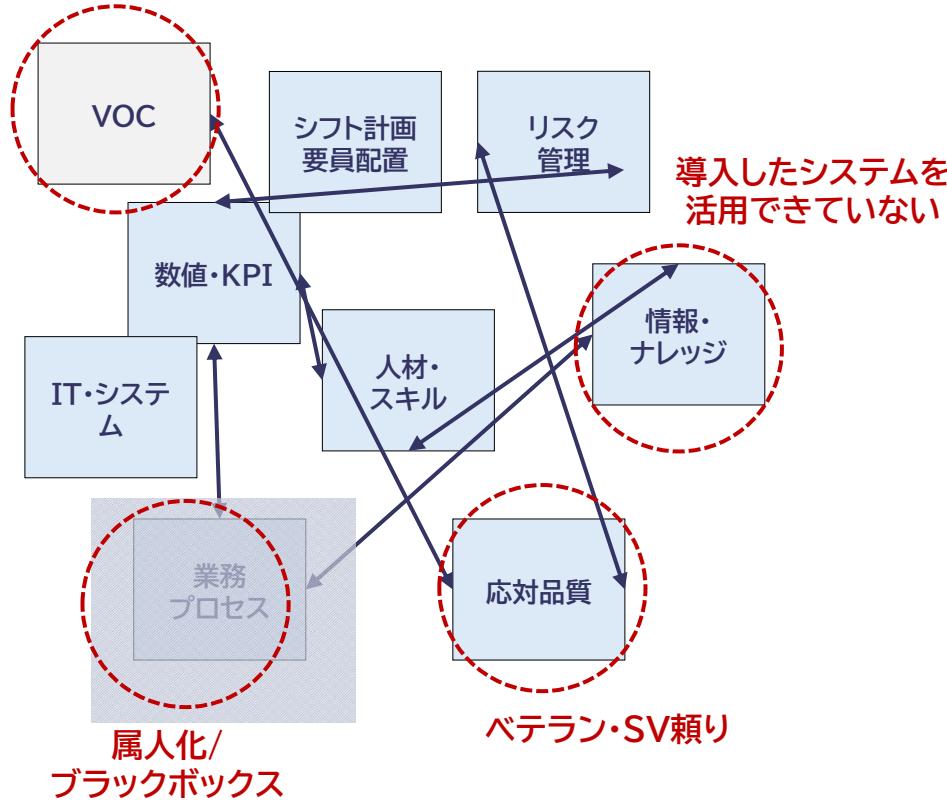
| COPCを活用したセンターの機能強化

マネジメントの整理と適切な改善

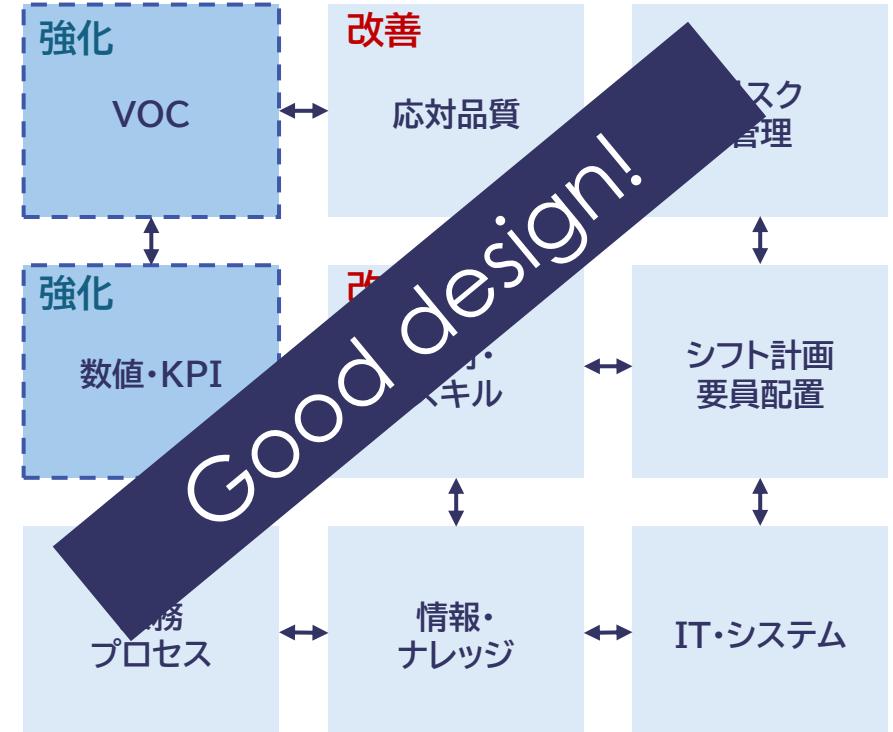
コンタクトセンター運営が煩雑化している

不足領域を改善し、強みをさらに伸ばす

収集/分析できていない

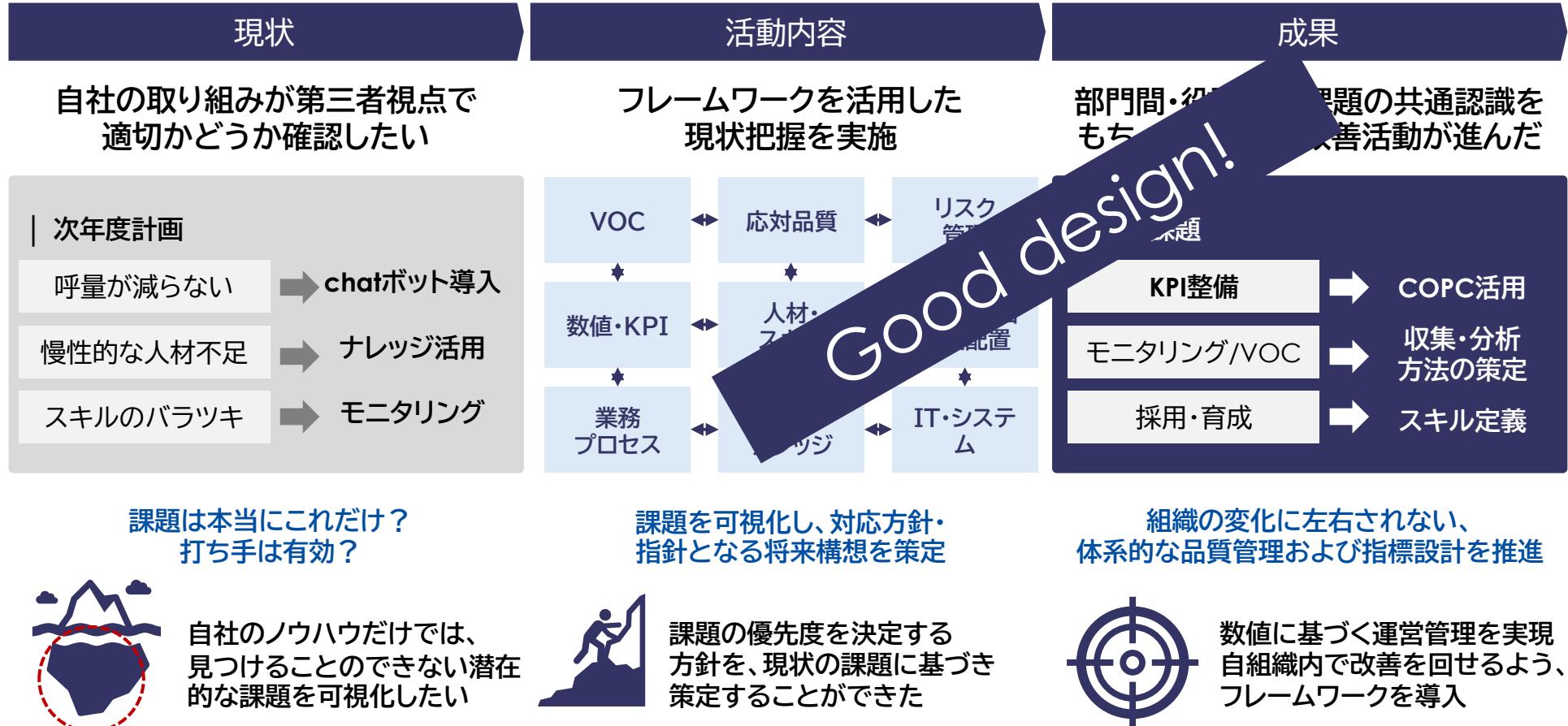


copc®



| 事例1:将来構想実現のためのフレームワーク活用

- 当該クライアントは自社の顕在化した課題が網羅的であるか、および改善の方向性について疑問視していた
- そこで、第三者視点で課題の洗い出し、および改善の方向性を示すパートナーを探していた

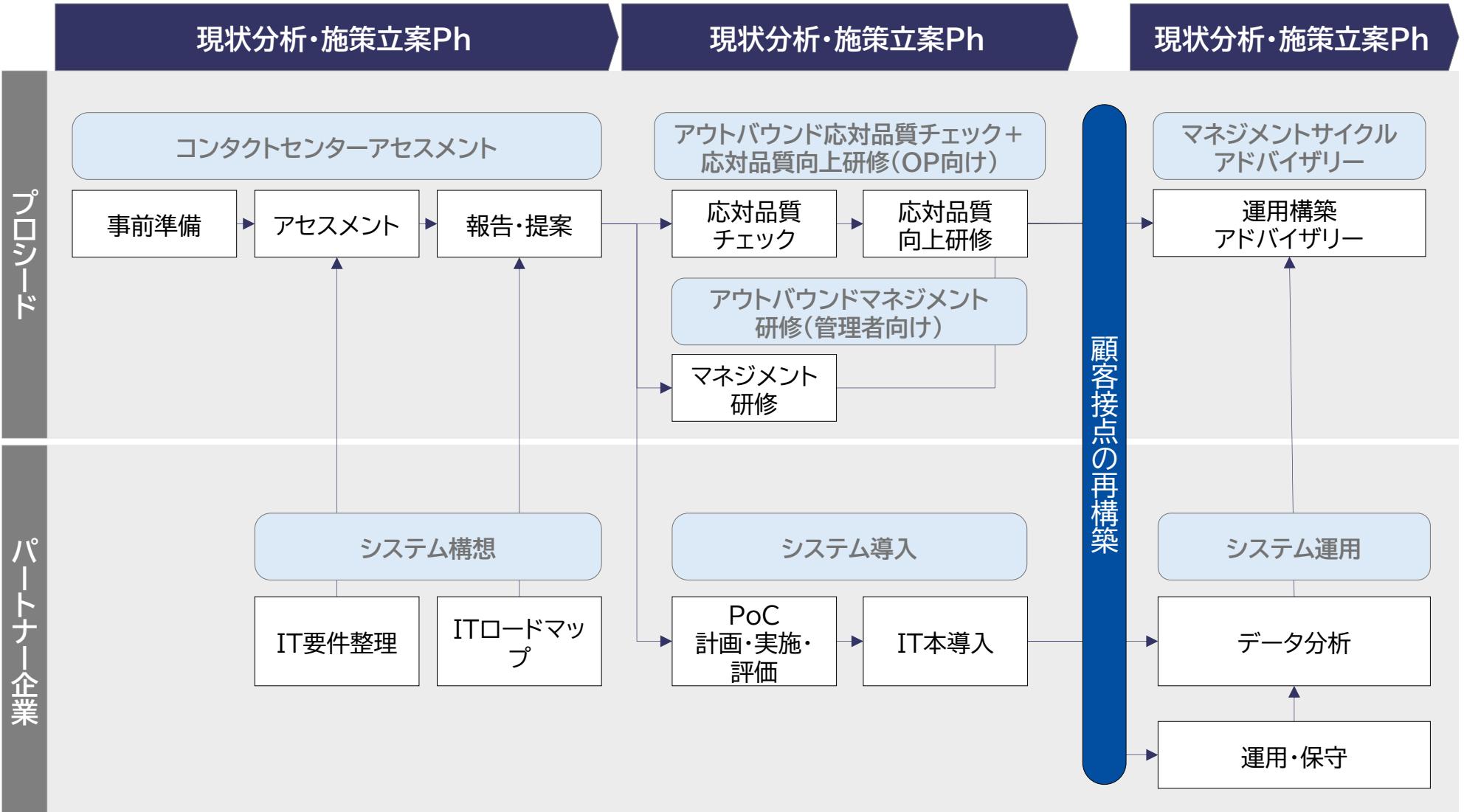


| 事例2:DX推進×拠点統合におけるセンター最適化

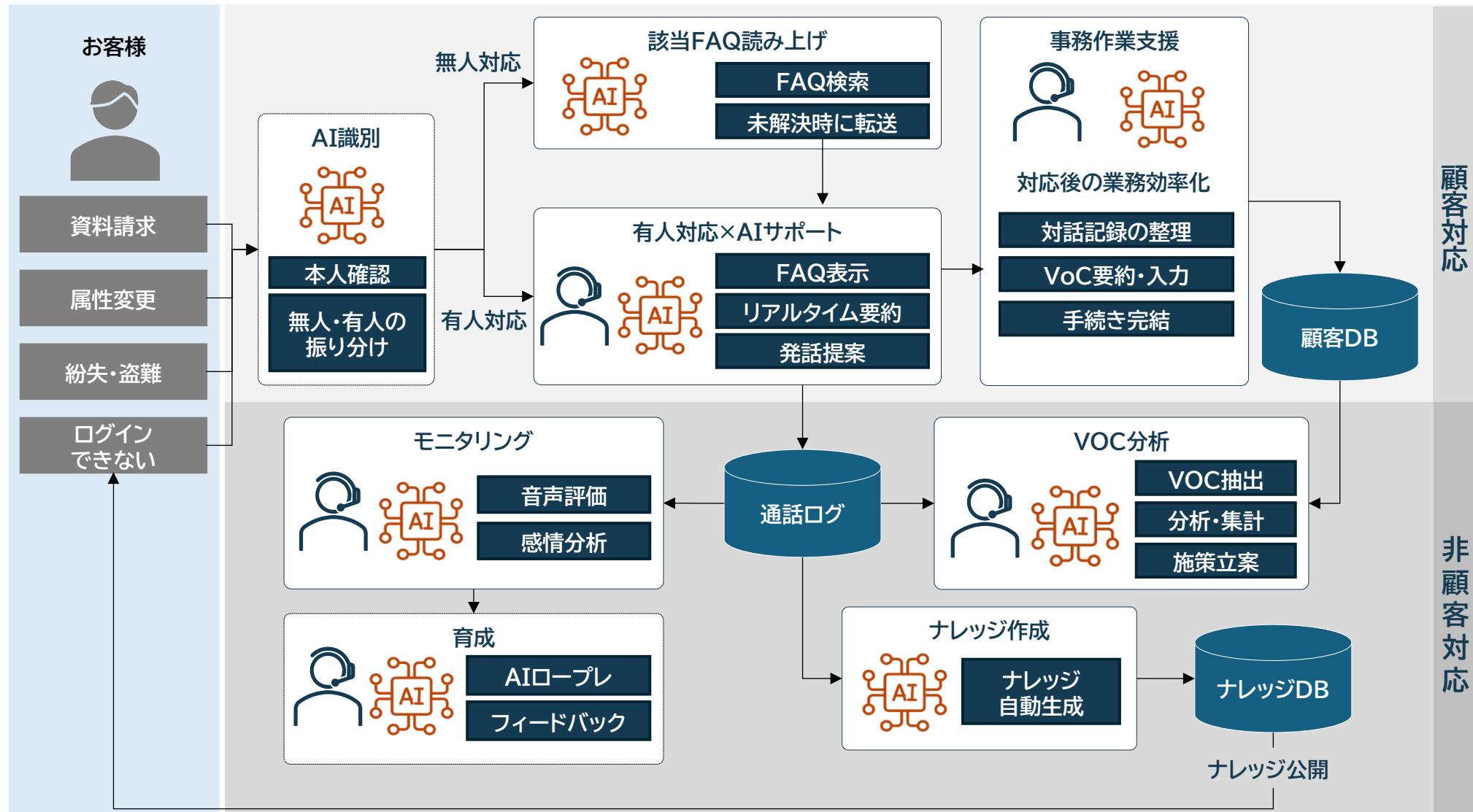
- 当該クライアントは大規模なシステム更改および拠点集約を控えていた
- そこでセンター運営の土台作り、および共通言語の醸成を目指していた



| DX×CXの一気通貫への取り組み(アウトバウンド領域)



| その課題…AIで解決するべき？



※上記の他にも呼量予測やシフト表の作成など、様々な領域で生成AIの活用検討は進んでいる

| 振り返り

POINT for design

非対面チャネルの強化は地方銀行における
CX/DX/UX向上のための一丁目一番地

POINT for design

暫定的な対応はかえって顧客体験/コスト/パフォーマンスの低下を招く

デザインを描くためのポイント

地方銀行にしかできない、
地方銀行ならではの
CXをデザインすることが
顧客体験の未来を創る

Creating the future of customer experience.



金融業界コンタクトセンター エグゼクティブリーダーサミット

Financial Industry Contact Center Executive Leader Summit

Financial
Contact Center
Executive
Leader Summit

変わらない安心と時代に合わせた価値の提供

金融業界コンタクトセンターエグゼクティブリーダーサミットでは、パネルディスカッションや講演を通じて、特別な情報や洞察を提供いたします。



実践事例・ノウハウ・学びの場

有識者による最新トレンドや実践者による事例紹介に基づく学びの場

1

調査資料・ツールの提供

様々な判断に役立つベンチマーク調査結果やデータを提供

2

国内唯一の金融機関に特化した人脈形成

参加者は金融業界コンタクトセンターの役員・部長以上

3

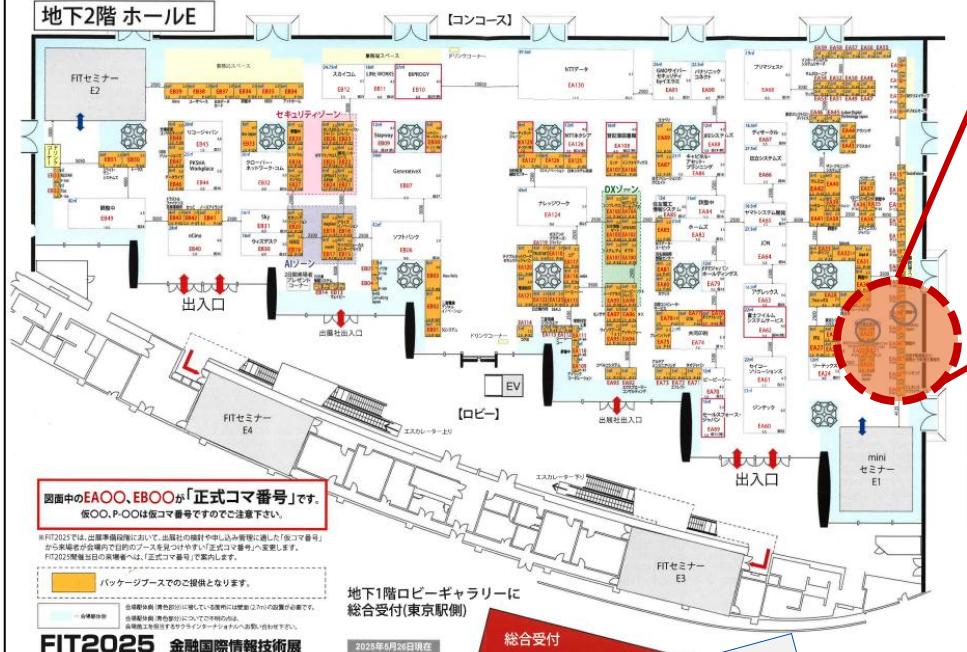
これまでのご登壇企業

- ・ 株式会社セブン銀行
- ・ あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
- ・ 株式会社みずほ銀行
- ・ 三井住友トラストクラブ株式会社
- ・ アコム株式会社(登壇&センター見学会)
- ・ 株式会社かんぽ生命保険
- ・ 株式会社オリエントコーポレーション
- ・ 三井住友海上火災保険株式会社
- ・ オリックス生命保険株式会社
- ・ 住信SBIネット銀行株式会社

| ブース情報



地下2階ホールE



プロシード / 船井総研ブースへ
是非お立ち寄りください！



アンケートに答えるだけ！
書籍配布中！

成果物サンプルご紹介！

「地方銀行CX革命！顧客体験の未来 - 実例と戦略」へ、
ご参加いただき、誠にありがとうございました。

お手元の資料にアンケートがございます。

ご協力のほど、どうぞよろしくお願ひいたします。

(回答時間目安:1, 2分程度)

回答したアンケートは弊社スタッフへお渡し下さい。



Thank you for attending the Proseed seminar.