

横浜銀行とdentsu japanが拓く AIを活用した「真の1to1」の未来

目次

Contents

01

dentsu JapanとGoogle Cloudの取組

02

横浜銀行の紹介

03

会えない時代に、どうつながるか
(CDP導入と活用の変遷)

04

チャネルを再設計し、
AIによって顧客体験を進化させる

登壇メンバーのご紹介



株式会社 横浜銀行
南波 大介



株式会社 電通デジタル
岡田 将



株式会社 電通デジタル
佐藤 晃

目次

Contents

01

dentsu JapanとGoogle Cloudの取組

02

横浜銀行の紹介

03

会えない時代に、どうつながるか
(CDP導入と活用の変遷)

04

チャネルを再設計し、
AIによって顧客体験を進化させる

株式会社電通デジタル
チーフ・セールス・オフィサー

岡田 将

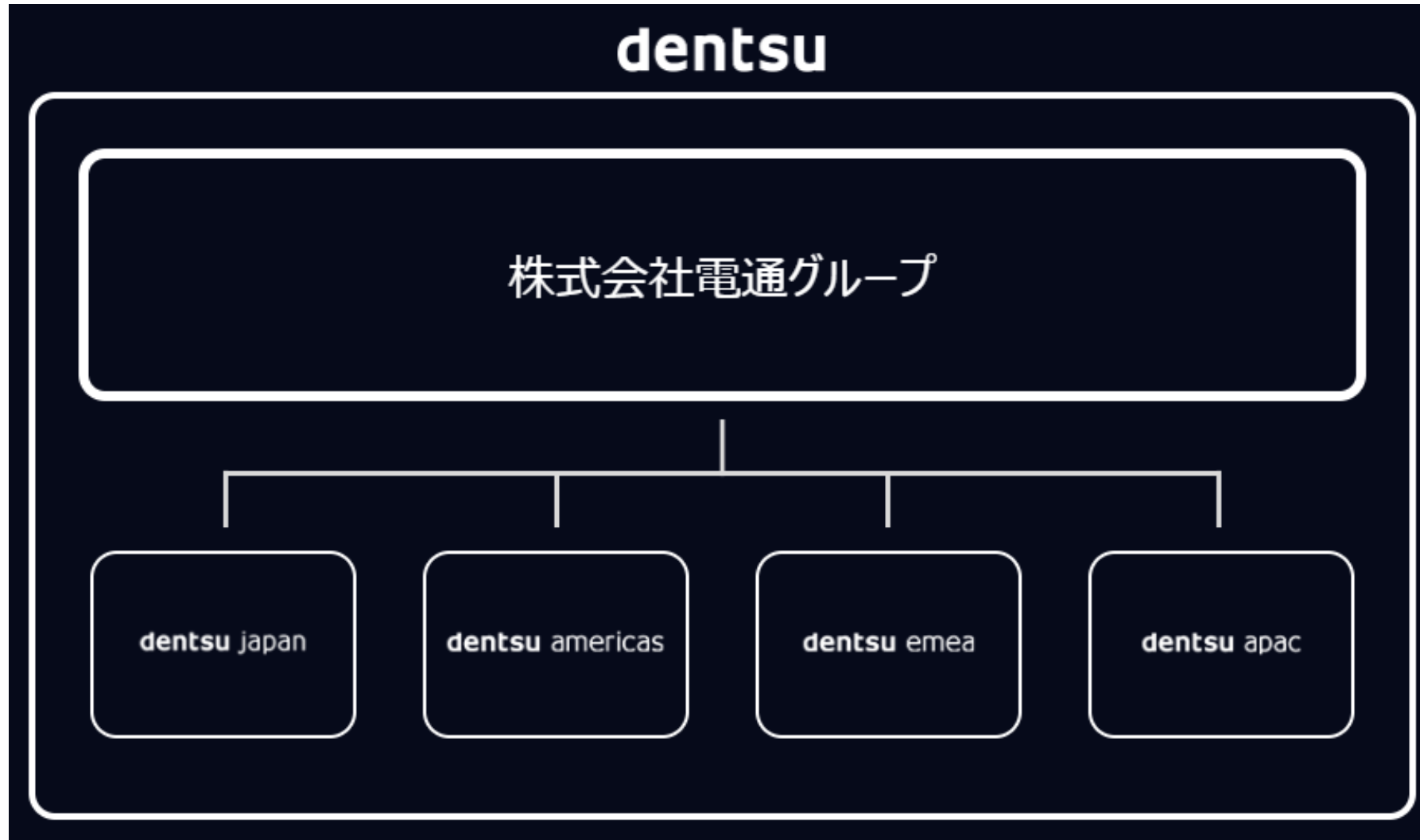
Sho Okada

経歴

事業会社で法人営業経験後、
総合広告会社にてブランド戦略、クリエイティブ
制作、メディアプランニング、販促、PR等の営業
に従事。2011年より外資系プラットフォーマー
にて広告会社とのアライアンスや、企業のデジタル
マーケティング、DX関連の支援を推進。
データ基盤サービス企業を経て、
2023年電通デジタル参画



dentsu Japanとは



DIGSフレームワークによるビジネスサポート

Discover



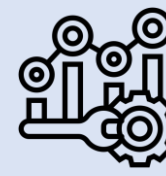
事業創出・市場探索

Iterate



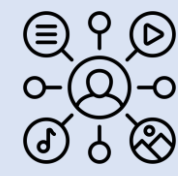
MVP開発 & 検証

Grow



システムスケール

Scale



マーケティング&
コミュニケーション



Ignition Point

- ・ビジネスコンサル
- ・新規事業創出



GNUS

- ・UX改善
- ・デジタルプロダクト開発
- ・DX推進支援



電通総研

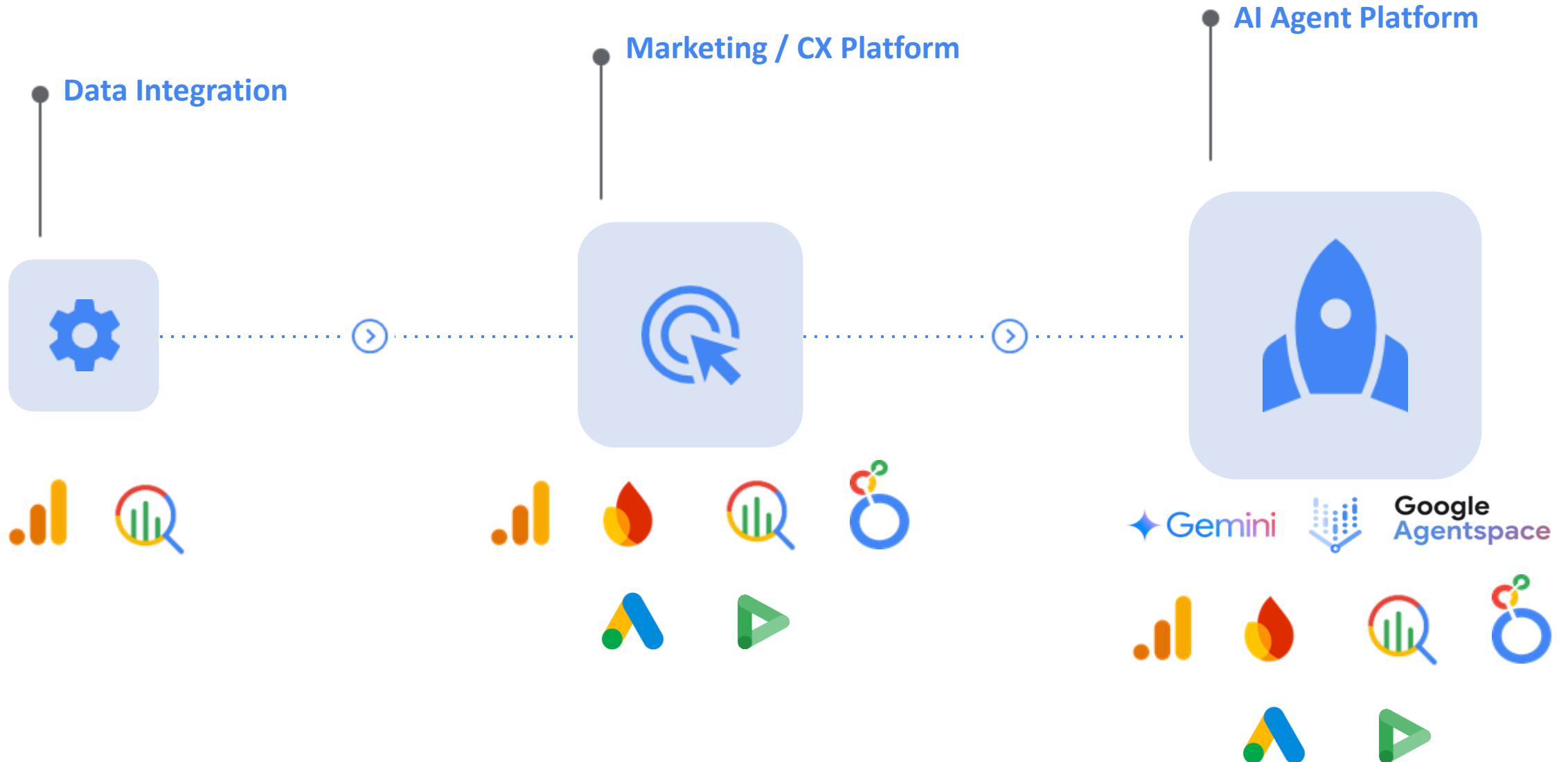
- ・ITコンサル
- ・システムインテグレーション

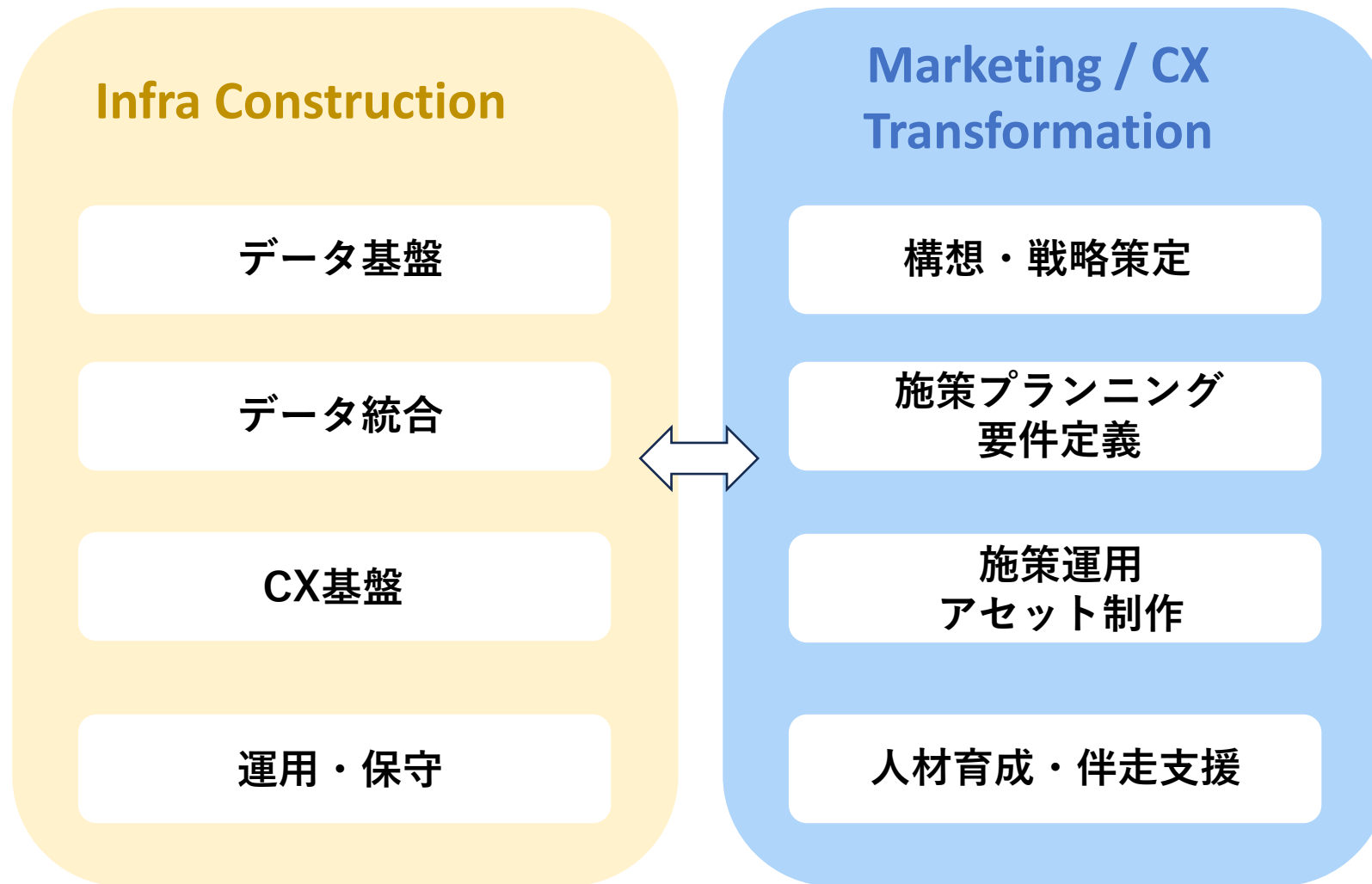
DENTSU
DIGITAL

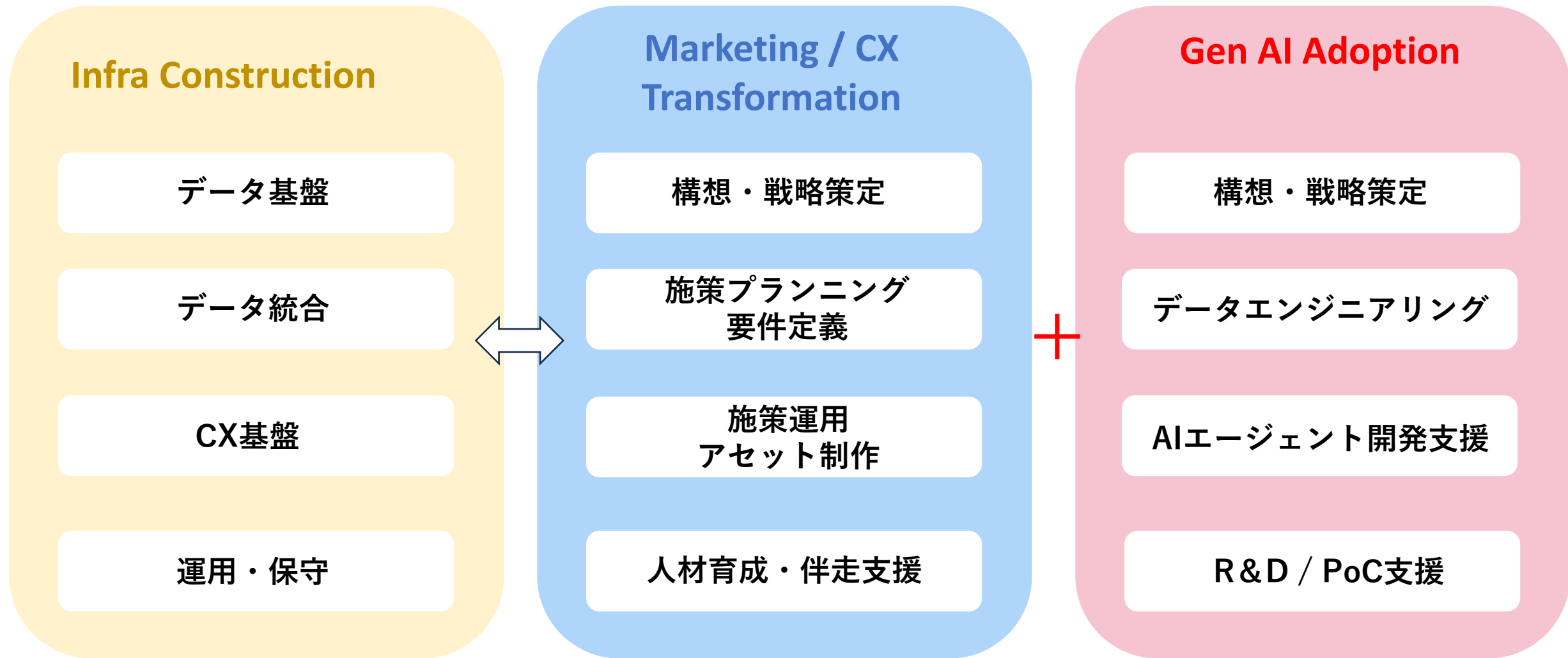
- ・マーケティングコンサル
- ・顧客体験設計
- ・クリエイティブ

Google Cloud

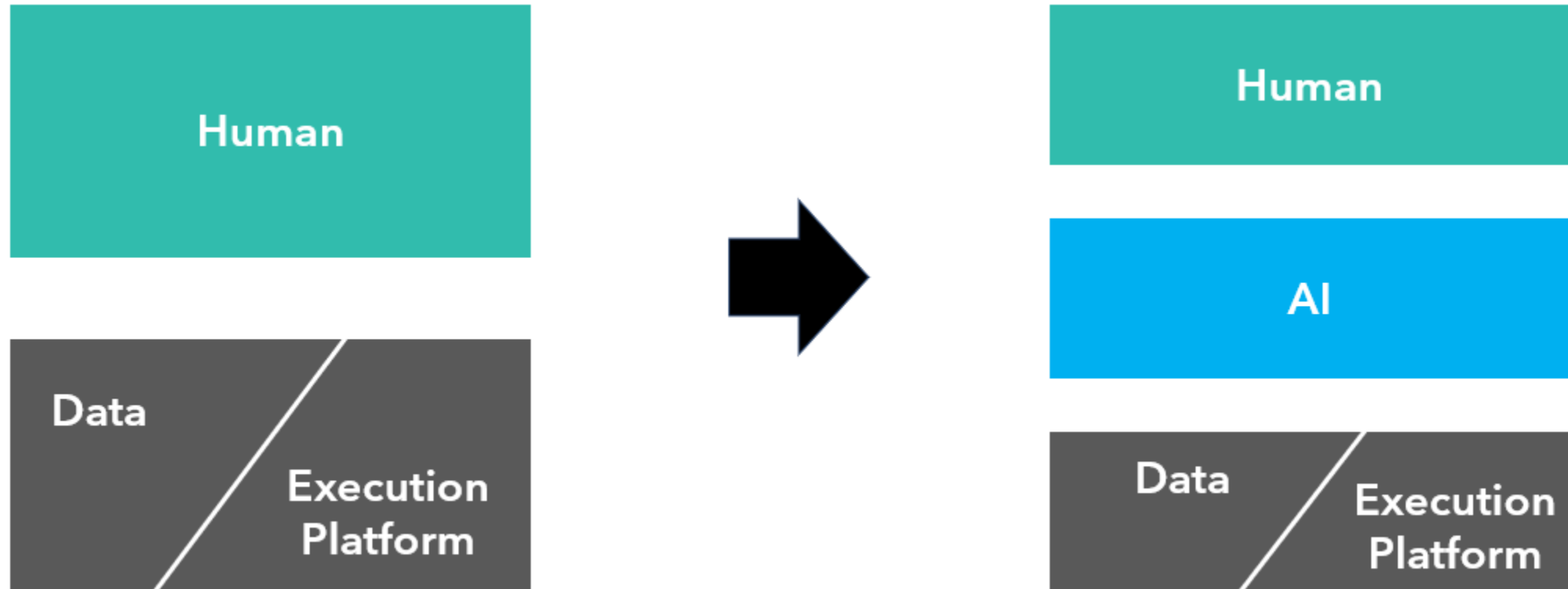
Google Cloudとdentsu Japanの「これまで」と「これから」



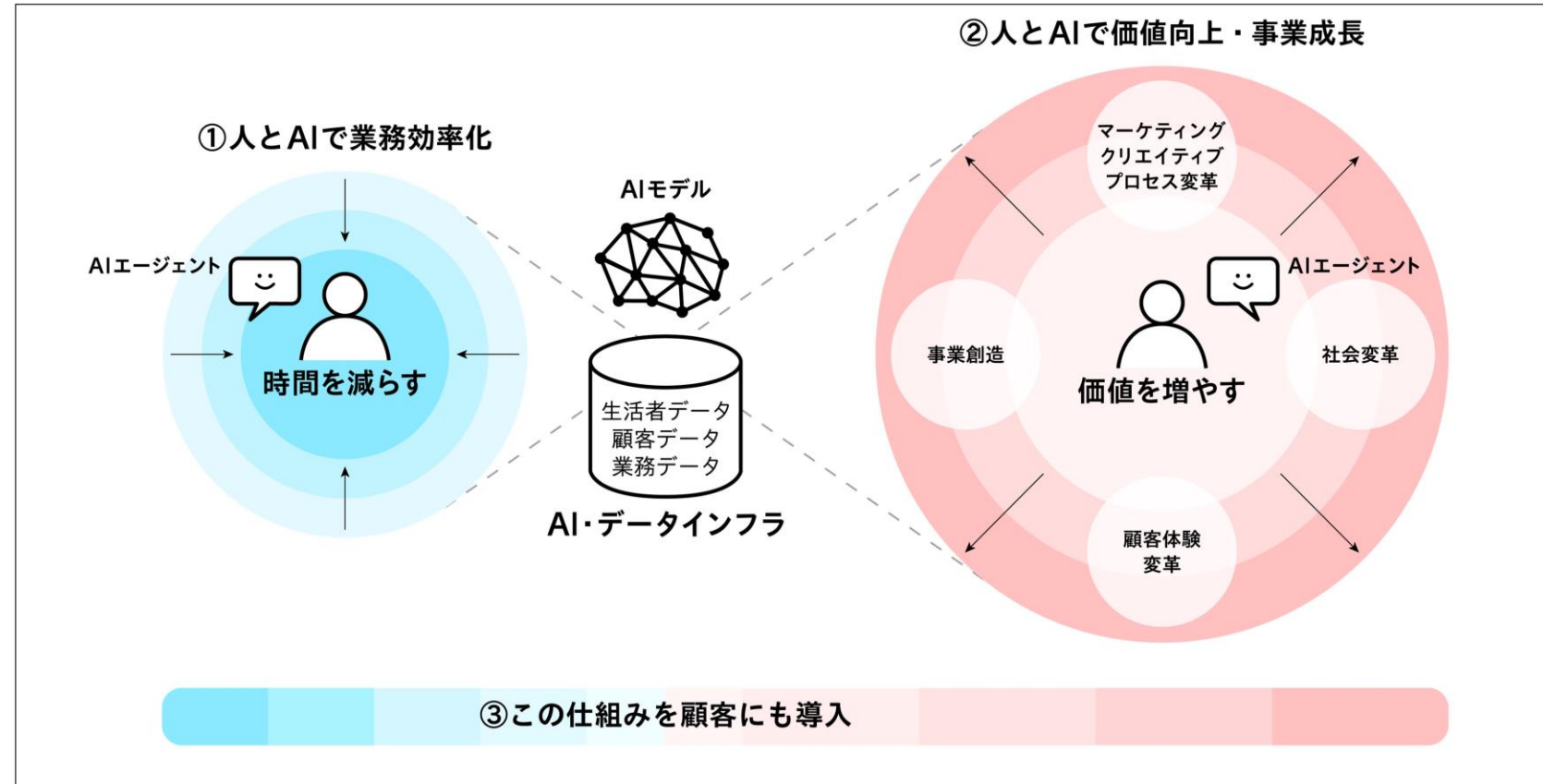




「Data Driven」 から 「AI Hacked」 へ



2025年5月「AI For Growth 2.0」発表



AI・データインフラを起点に、
「業務の効率化」「価値向上・事業成長」という両輪を加速させていく

2025年7月「dentsu Japan AI center」発足



2020年から横浜銀行様のビジネス変革のご支援を させていただいております



目次

Contents

01

dentsu JapanとGoogle Cloudの取組

02

横浜銀行の紹介

03

会えない時代に、どうつながるか
(CDP導入と活用の変遷)

04

チャネルを再設計し、
AIによって顧客体験を進化させる

株式会社横浜銀行 デジタル戦略部部長

南波 大介

Daisuke Namba

経歴

株式会社 横浜銀行
経営企画、海外駐在、営業企画等に従事。

新型コロナウイルス感染症への警戒が
高かった2020年3月に米国・ニューヨーク
から帰国し、非対面取引の重要性を再認識。

2024年4月から現ポジションで活動。





株式会社 横浜銀行

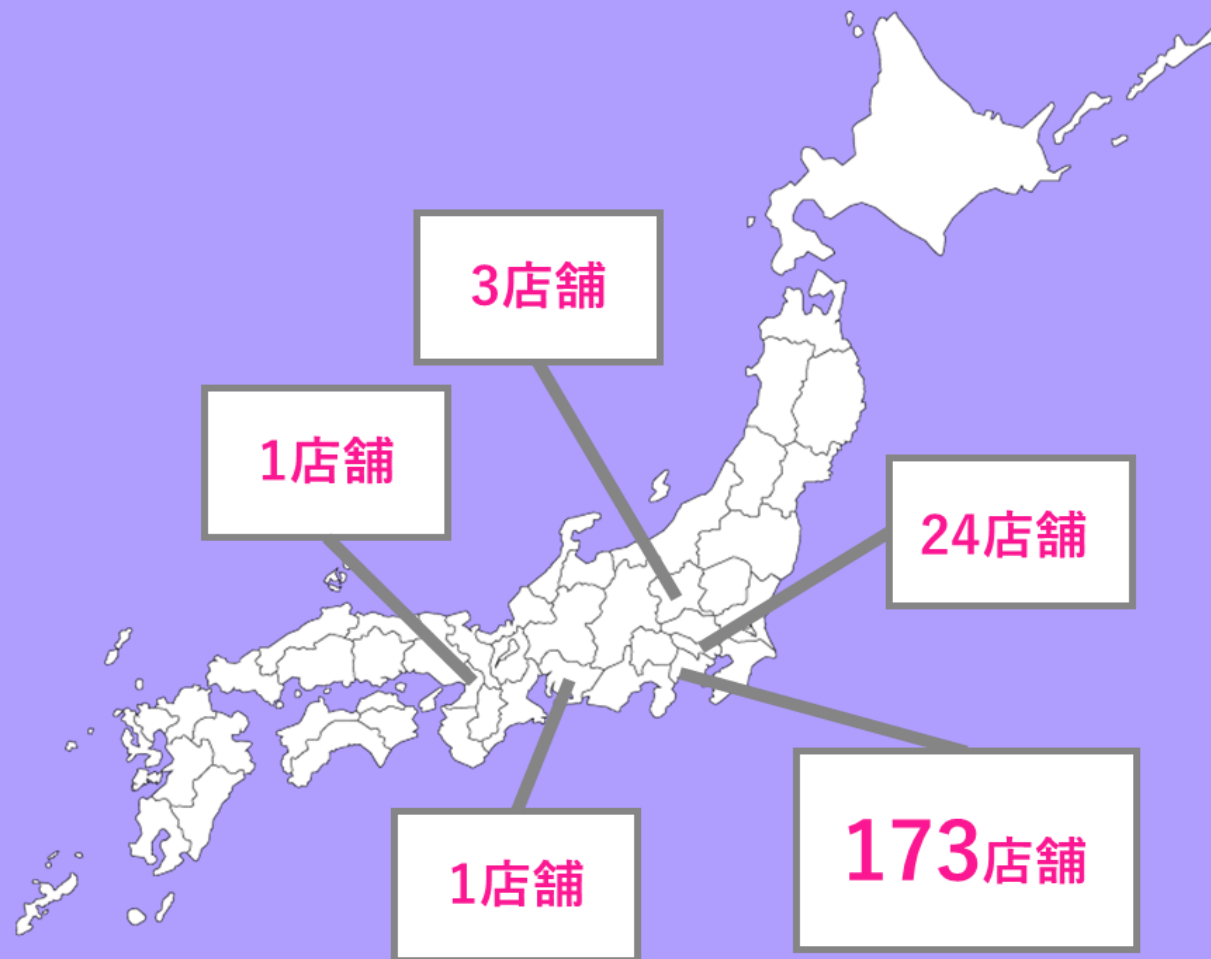
The Bank of Yokohama, Ltd.

創立 1920年12月16日

総資産 22兆3805億円（連結）

代表者 代表取締役頭取 片岡 達也

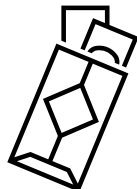
日本全国 202店舗



設立

1920年 

融資量

14兆円 

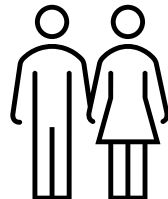
預金量

 17兆円

人的資本投資額

18.9億円 

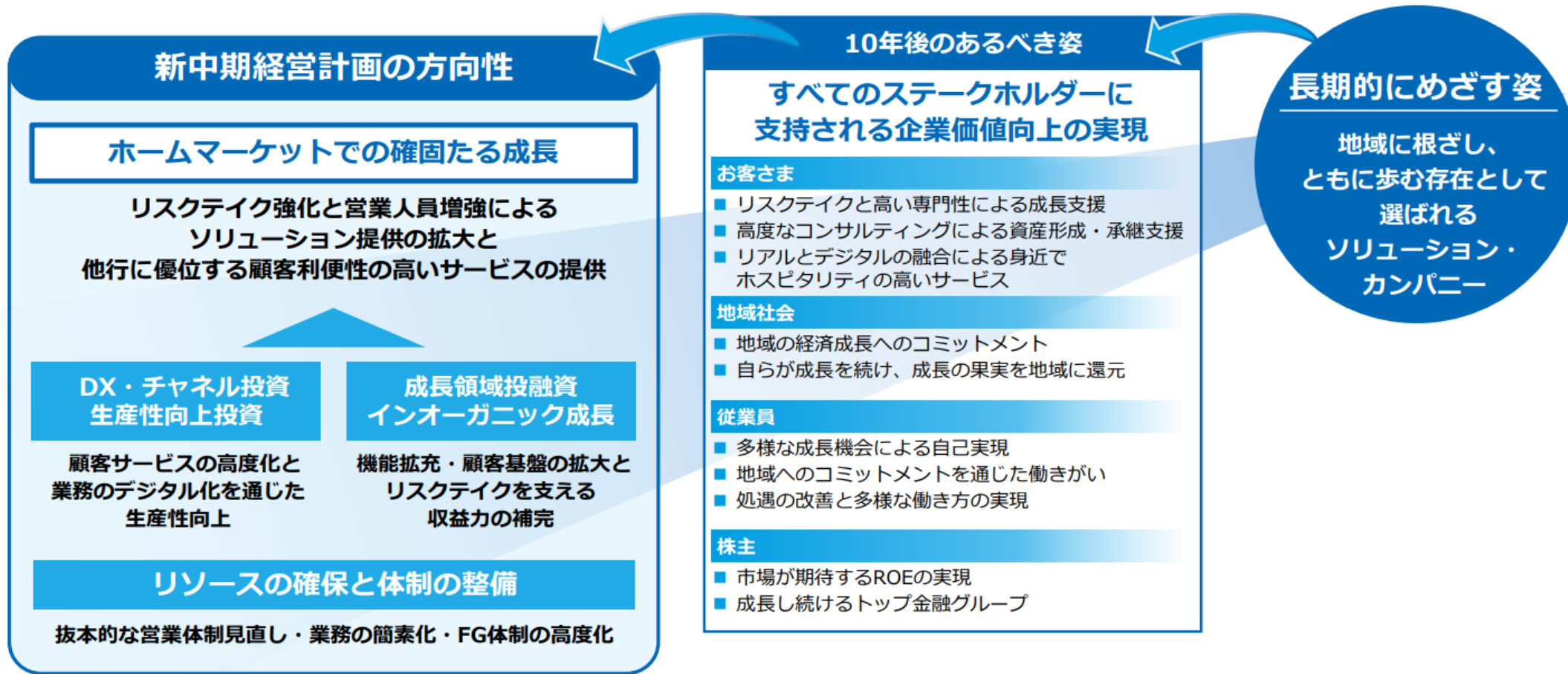
従業員比率

50.8%  49.2%

店舗数

 202店舗

10年後のあるべき姿からバックキャストし、課題認識を踏まえた中期経営計画を策定



目次

Contents

01

dentsu JapanとGoogle Cloudの取組

02

横浜銀行の紹介

03

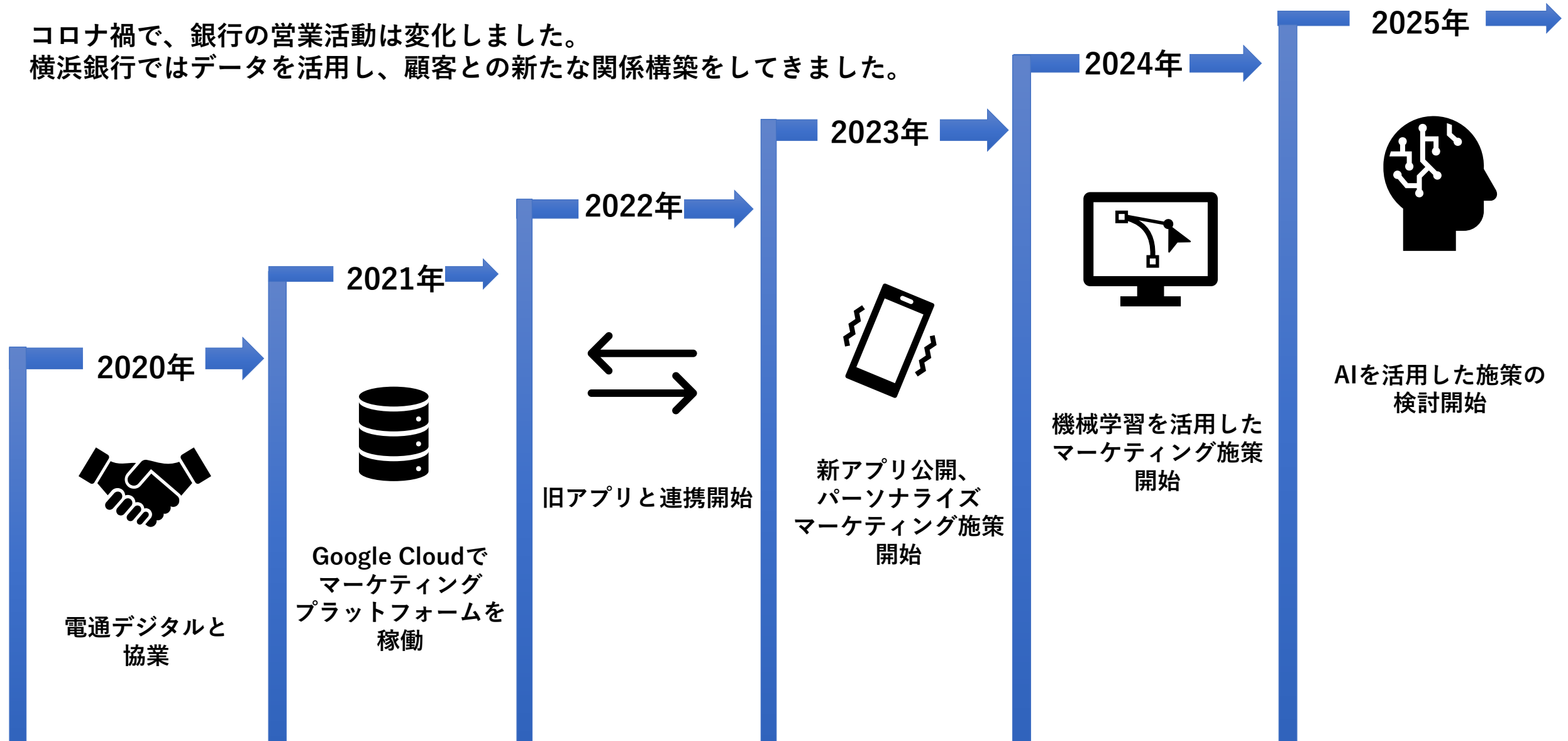
会えない時代に、どうつながるか
(CDP導入と活用の変遷)

04

チャネルを再設計し、
AIによって顧客体験を進化させる

「会えない9割のお客様」と、どう向き合うか——

コロナ禍で、銀行の営業活動は変化しました。
横浜銀行ではデータを活用し、顧客との新たな関係構築をしてきました。



2021-2022年 データ統合基盤とニーズ検知

データ基盤

期間

要件定義～実装を
約 9 か月で実施

施策

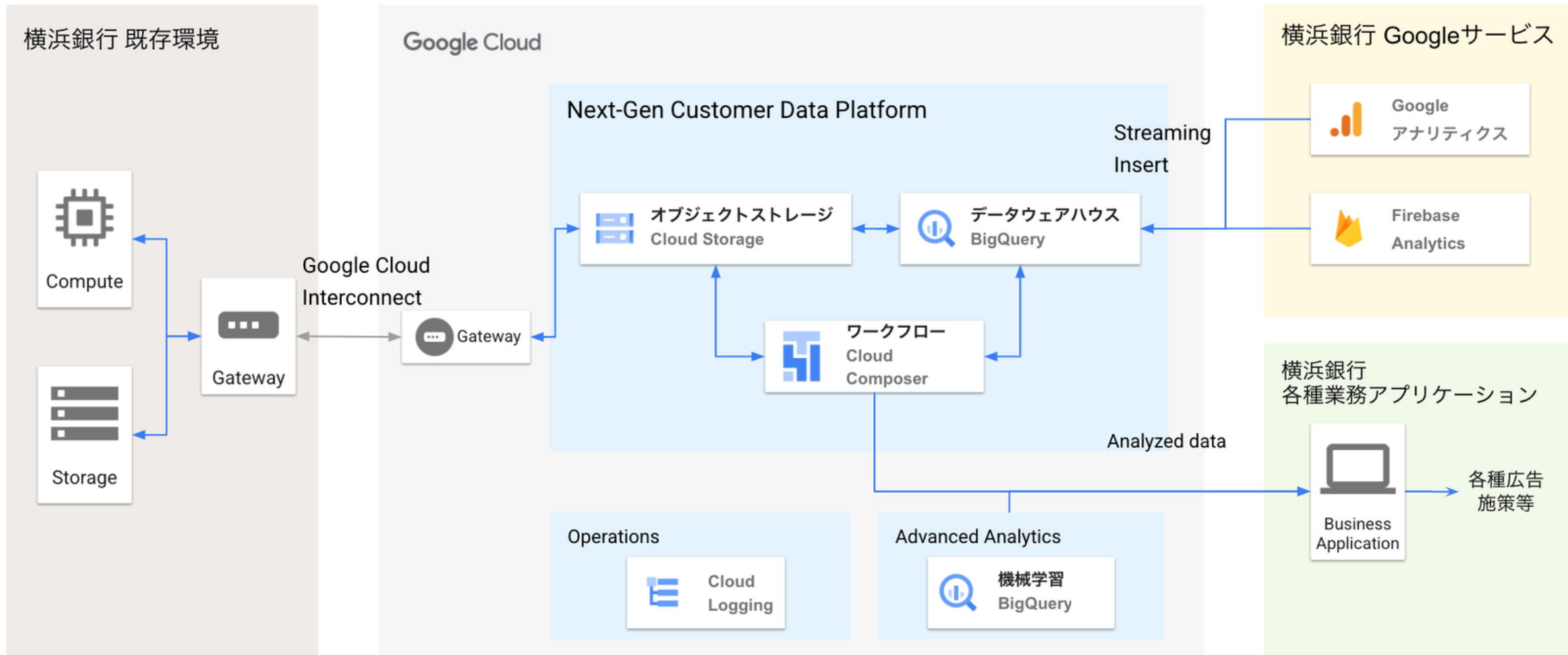
BigQuery での分析を
基にニーズを推定
→マーケティング施策

- ニーズが把握できたユーザーには、即時にメールやDMを送付している。

ニーズデータを起点としたメール配信・DM送付【住宅ローンの例】



Google Cloudで実現するデータ統合基盤



2022-2023年 新アプリリリース

はまぎん365

特長

ユーザー好みに
カスタマイズ可能

施策

パーソナライズドな
マーケティングの高度
化

アクティブ利用者数

140万人



顧客行動からニーズを検知
オンオフ問わず最適なチャネルでの
コミュニケーションを実現



データ収集

1to1
コミュニケーション

アプローチ

App

Mail

Sales



データ収集

1to1
コミュニケーション

アプローチ



住宅ローンのご案内【横浜銀行には、相談できる人がいます。】

いつも横浜銀行をご利用くださりまして、誠にありがとうございます。

本日は横浜銀行の住宅ローンのおすすめポイントとおトクなプランをご案内いたします。

住宅ローンセンターでは、専門スタッフがご相談を承ります。
事前審査のお申し込みはWebでカンタンにおこなえます（無料）。

▼商品の詳細・事前審査のお申し込みはこちら
<https://www.bay.co.jp/kojin/jutaku-loan/shinchiku/index.html>

※本メールと行き違いですでお申し込みいただいている場合には何卒ご了承ください。

横浜銀行のここがポイント

【その1】専門スタッフによる対面サポートで安心！
住宅ローンセンターでは専門知識が豊富なスタッフに相談ができます。
「Webで調べるだけでは不安で、誰かに相談したい」などはじめて住宅ローンを検討している方も安心です。
▼詳しくはこちら
<https://www.bay.co.jp/kojin/jutaku-loan/common/center/index.html>

広告クリック後、訴求メールを準リアルタイム配信

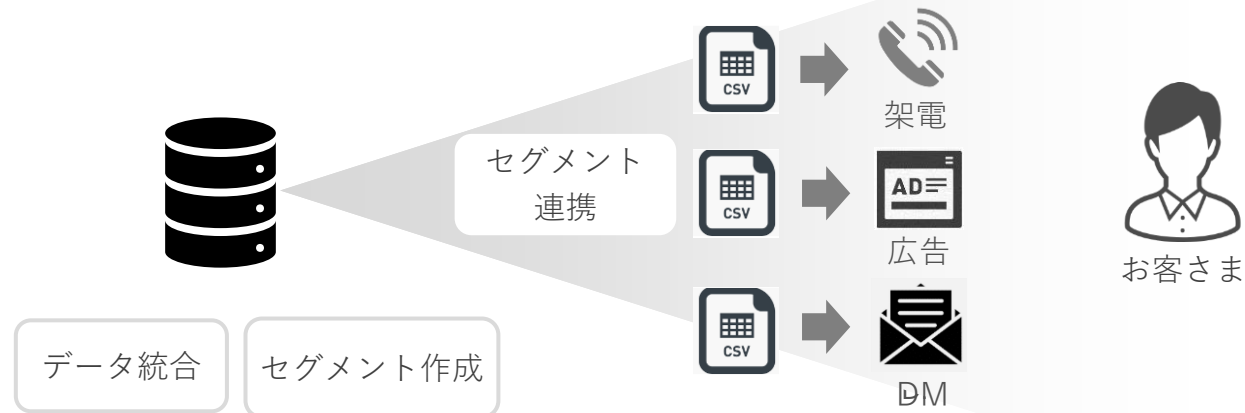
App

Mail

Sales

訪問者の識別情報と保有する顧客情報を統合しアプローチ対象者のリスト化

リストに対し、コールセンターから電話、オンラインで広告やDM等を活用したアプローチ



Mail

Sales

顧客満足度向上

- ・アクティブ利用者数140万人

データ収集

- ・アプリオーガニックログ/広告ログ連携
- ・顧客毎に約500種類のフラグ付与

Google Cloud

はまぎん

365

CX改善

- ・ニーズに基づいた提案
- ・アプリコンテンツのパーソナライズ

施策実行

- ・非金融コンテンツの拡充
- ・広告、シナリオ配信

2025年度の取り組み

顧客満足度向上

- ・アクティブ利用者数140万人

データ収集

- ・アプリオーガニックログ/広告ログ連携
- ・顧客毎に約500種類のフラグ付与

Hybrid Intelligence Marketingへ

ルールベースの「人の知恵」とAIベースの「機械の知能」を
融合させたマーケティング

CX改善

- ・ニーズに基づいた提案
- ・アプリコンテンツのパーソナライズ

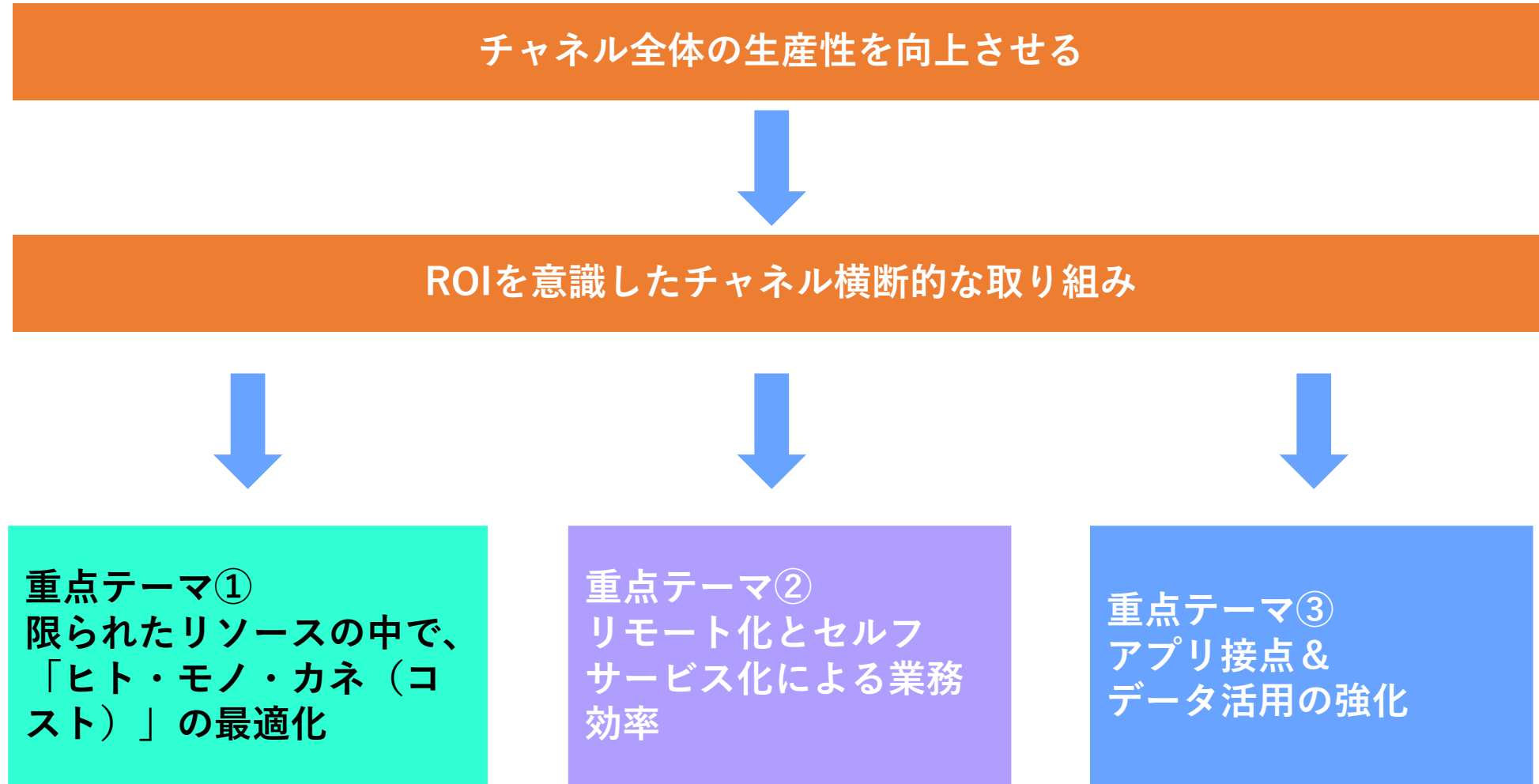
施策実行

- ・非金融コンテンツの拡充
- ・広告、シナリオ配信

365

現在、横浜銀行が向き合っている課題

横浜銀行が向き合っている課題



実現に対しての課題

銀行の顧客接点再構築と収益性の両立

AI・データを活用し、部門横断で
各チャネルを考え直す必要がある

重点テーマ①
限られたリソースの中で、
「ヒト・モノ・カネ（コ
スト）」の最適化

重点テーマ②
店頭サービスユーザー
へのセルフサービス化
の浸透

重点テーマ③
アプリ接点&
データ活用の強化

目次

Contents

01

dentsu JapanとGoogle Cloudの取組

02

横浜銀行の紹介

03

会えない時代に、どうつながるか
(CDP導入と活用の変遷)

04

チャネルを再設計し、
AIによって顧客体験を進化させる

株式会社電通デジタル
X&T領域X&C第2部門DXP事業部第5グループ
グループマネージャー

佐藤 晃

Akira Sato

経歴

2011年～2017年 新卒でSier入社
ETLを用いたデータ整備やデータ統合案件を
担当したのち、MA/BI案件を担当。

2017年～現在 株式会社電通デジタル
金融、小売、自動車、教育など業界問わず
MAの導入、運用案件に従事。

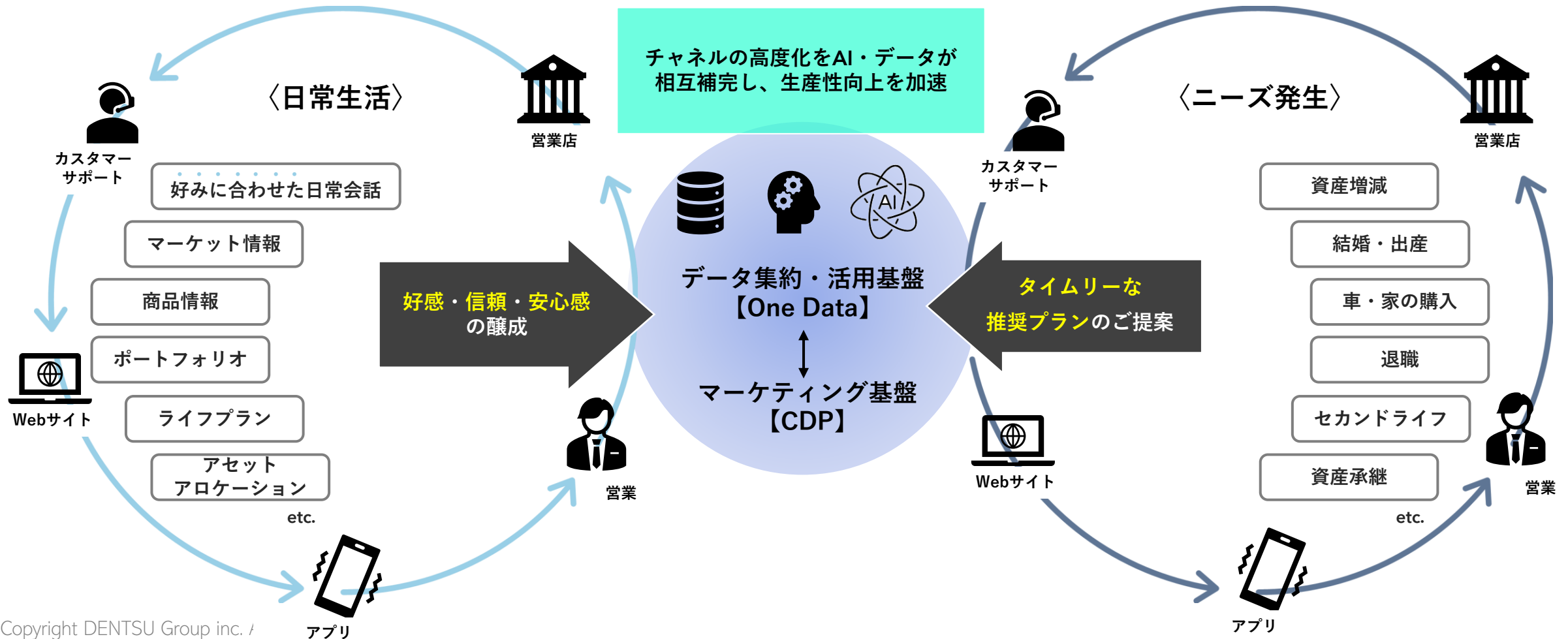
現在はCDPやWEB/APP計測ツールとの
連携案件PM業務をメインで担当。



銀行マーケティングの未来像

一人ひとりのお客様を深く理解し、丁寧なコミュニケーションを実現

～ 日頃から繋がり、デジタル上の行動データで提案確度を高め、ウォレットシェアを高めていく～



Case1

AIと有人とのシームレスな顧客体験

AIと有人のハイブリッド対応による パーソナルな提案



引継



将来の生活や大きな買い物に備えて、
定期預金をはじめてみようかな？

定期預金作成のための情報をいくつかお伺いします。
その後入出金データを確認し、
預金作成の判定を実施します。

追加で確認事項が御座います。
今回の預金作成の背景や、
ライフプランをお聞かせください。

実現に対しての課題

銀行の顧客接点再構築と収益性の両立

AI・データを活用し、部門横断で
各チャネルを考え直す必要がある

▶ 銀行業務における課題に対し、AIができることとは？

重点テーマ①

限られたリソースの中で、
「ヒト・モノ・カネ（コスト）」の最適化

重点テーマ②

店頭サービスユーザー
へのセルフサービス化
の浸透

重点テーマ③

アプリ接点 &
データ活用の強化

課題

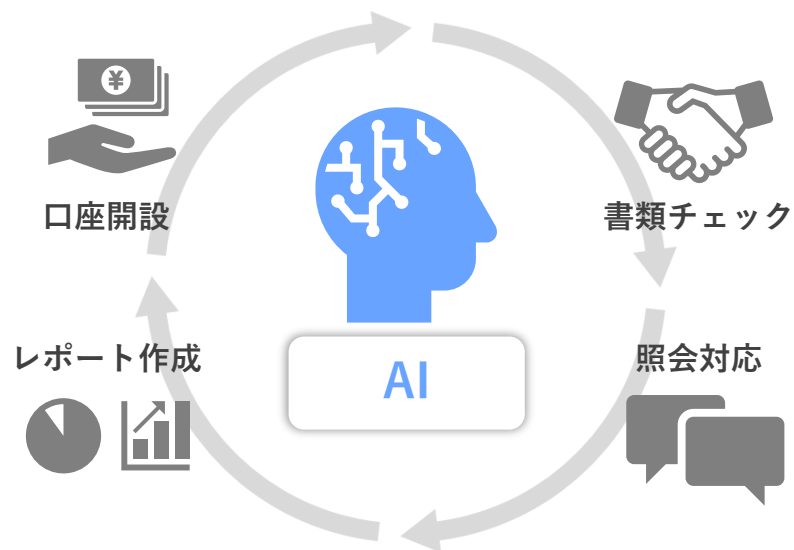
- 「ヒト」：人員の減少・採用難
- 「モノ」：店舗のあり方・設備老朽化
- 「カネ」：コスト圧縮・DX投資へのシフト

解決策

持続的な成長を目指し、慢性的な人材不足＋業務多様化に対応できる運営体制のアップデート

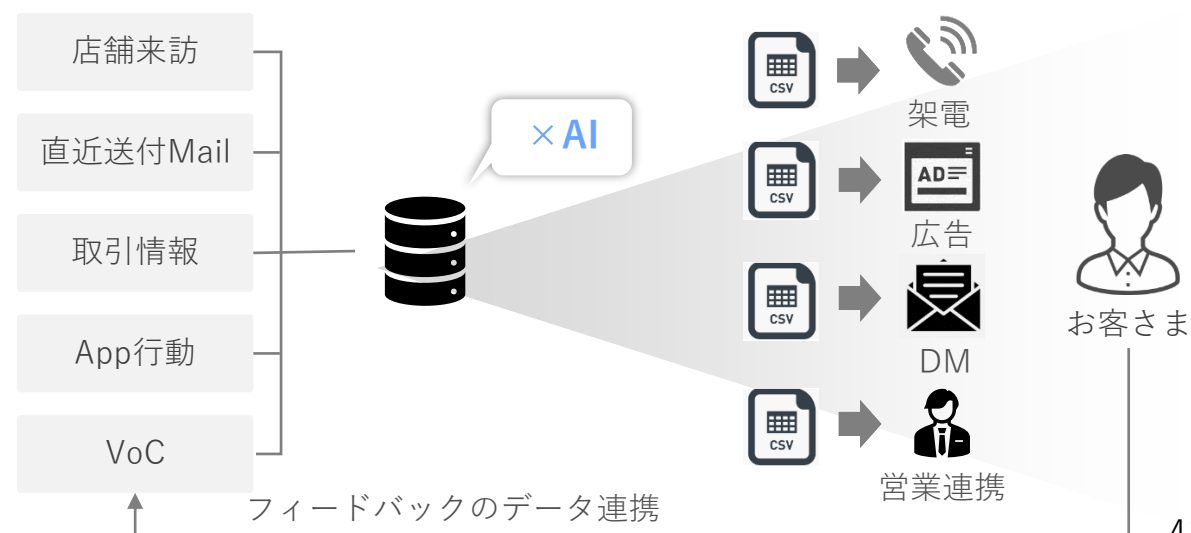
定型ルーチン業務の自動化と省力化

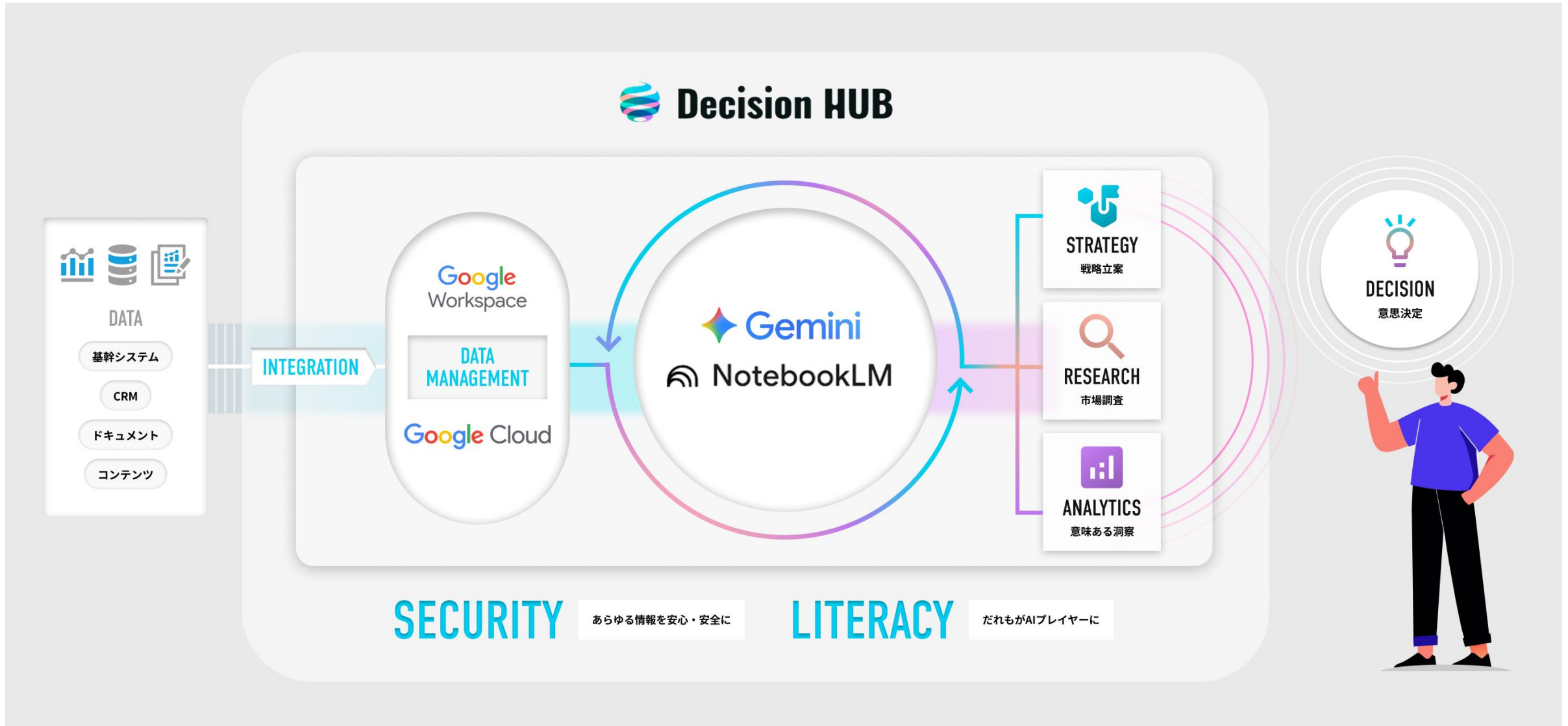
銀行業務における定型的・繰り返し発生する業務を
RPA・AI-OCR等デジタルツール活用で自動化/省力化



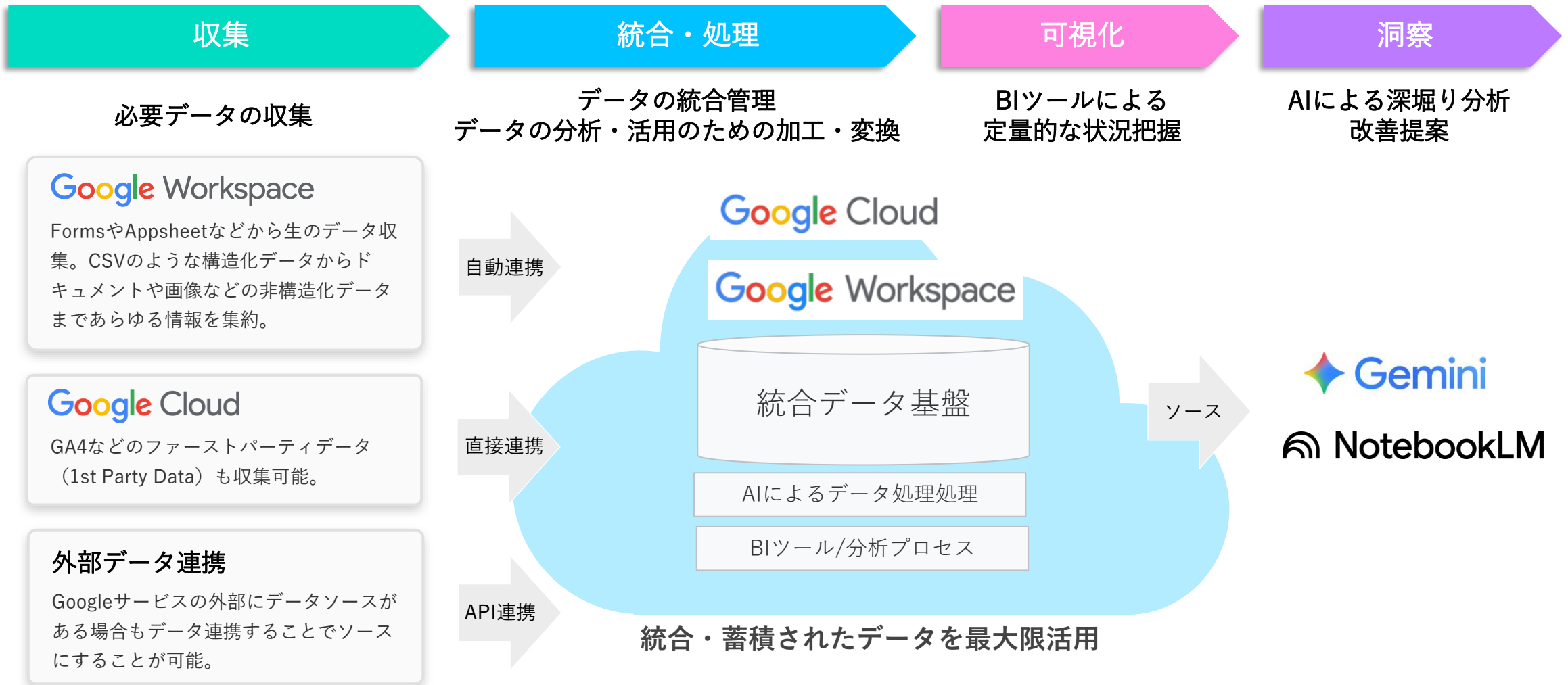
営業支援＋デジタル接点強化でのCX最大化

訪問者の識別情報と保有する顧客情報を統合し
アプローチ対象者のリスト化とAIによるスコアリング





Google Workspace, BigQueryはもちろん、外部SaaSや独自DBとのAPI連携、データパイプラインの構築を行うことであらゆるデータを効率よくAIに繋がります。



課題

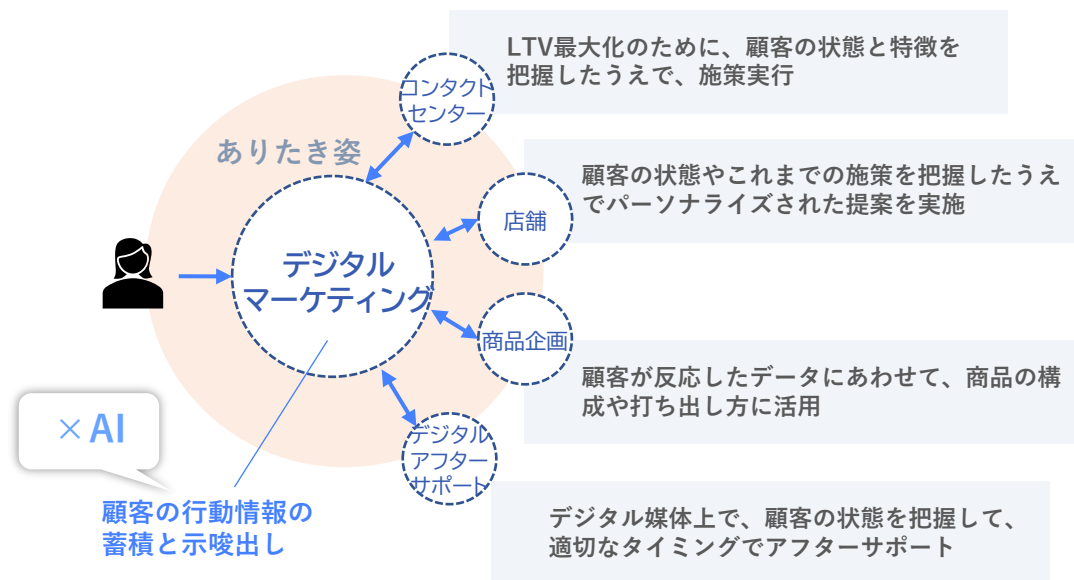
- 外部環境の変化：フィンテックやデジタル専門銀行との熾烈な競争に直面
- 顧客行動のデジタルシフト：モバイルやウェブ経由での取引を急速に増加

解決策

金融サービス・顧客コミュニケーション全般における利便性向上が必要

チャネルごとの利便性向上

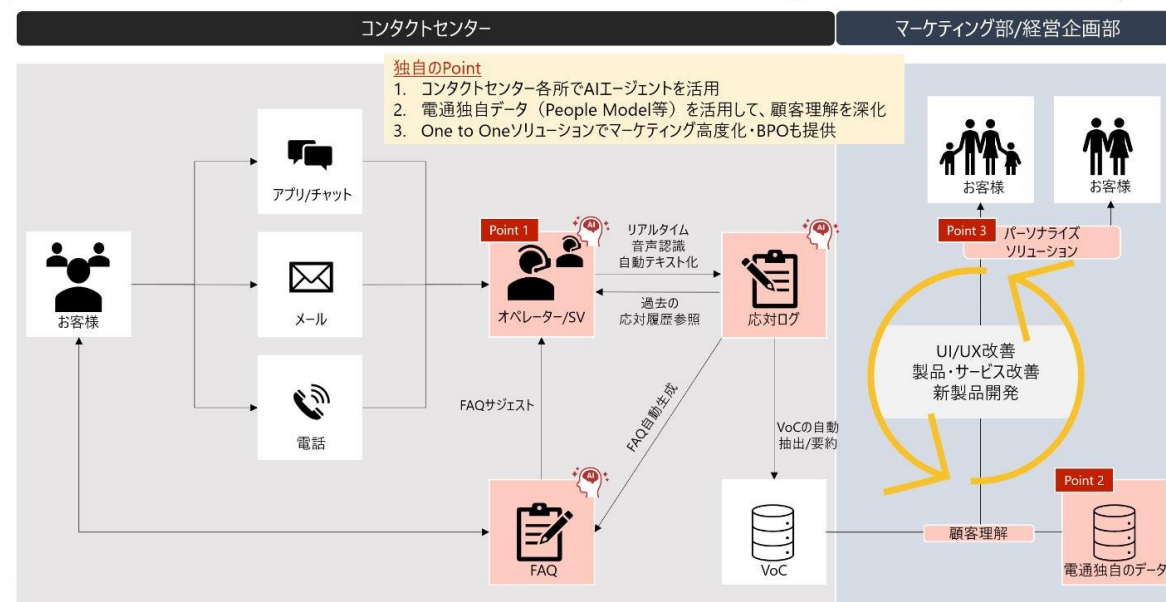
Chat機能強化。セルフサービス可能範囲の拡充とその周知
バーチャルファイナンシャルアドバイザーの提供
過去の問い合わせ内容からAIでQA内容パーソナライズ



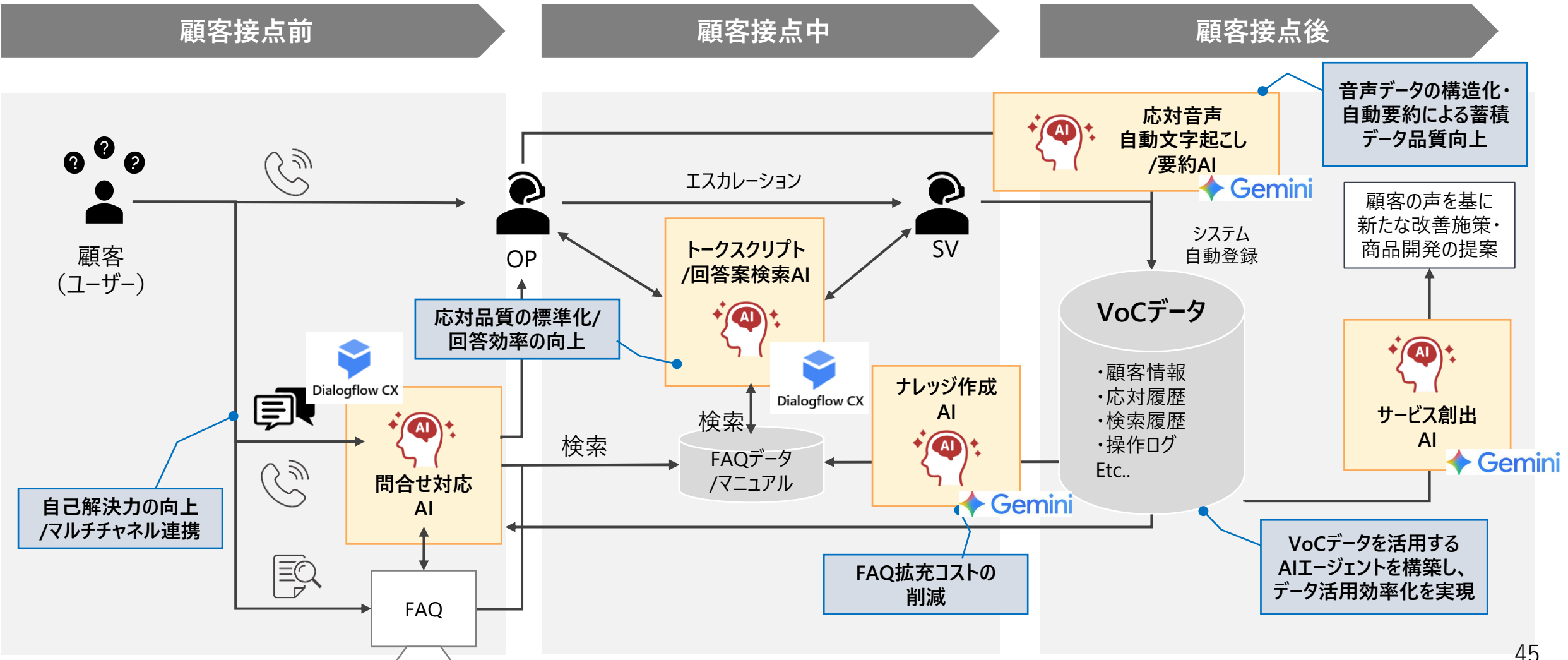
リモート・セルフサービスへの信頼醸成

非対面チャネルの対応品質の向上 & 改善

- ・コンタクトセンターの品質向上（AIエージェント活用）
- ・顧客からのフィードバックによるPDCA強化システム構築



生成AIを活用した次世代型コンタクトセンターは、オペレーション品質の向上と標準化・効率化を実現します。さらに、VoCデータの戦略的活用により、センター機能の高度化に加え、顧客の声を起点とした自社サービスの改善や新規事業創出の基盤となります。



課題

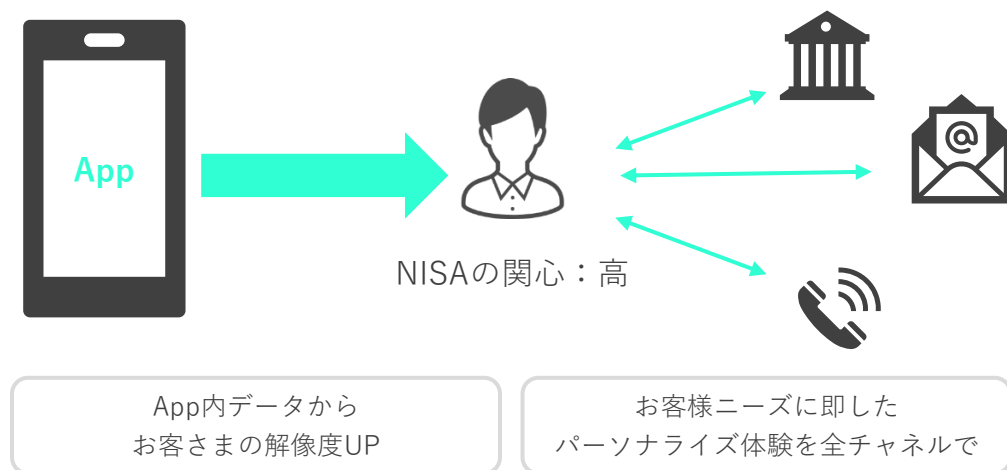
- モバイルバンキングの日常化 モバイルが主流チャネルへと急速に移行

解決策

顧客のモバイル利用急増による非対面接点の拡充が必要

アプリの強化と利便性認知

Hyper Personalizationを前提としたApp体験設計と情報発信
Appは対面より早く、メルマガよりパーソナライズされた情報をお届けするチャネルとしてのさらなる認知獲得
+ App行動データをもとにAIで他チャネルの利便性も向上



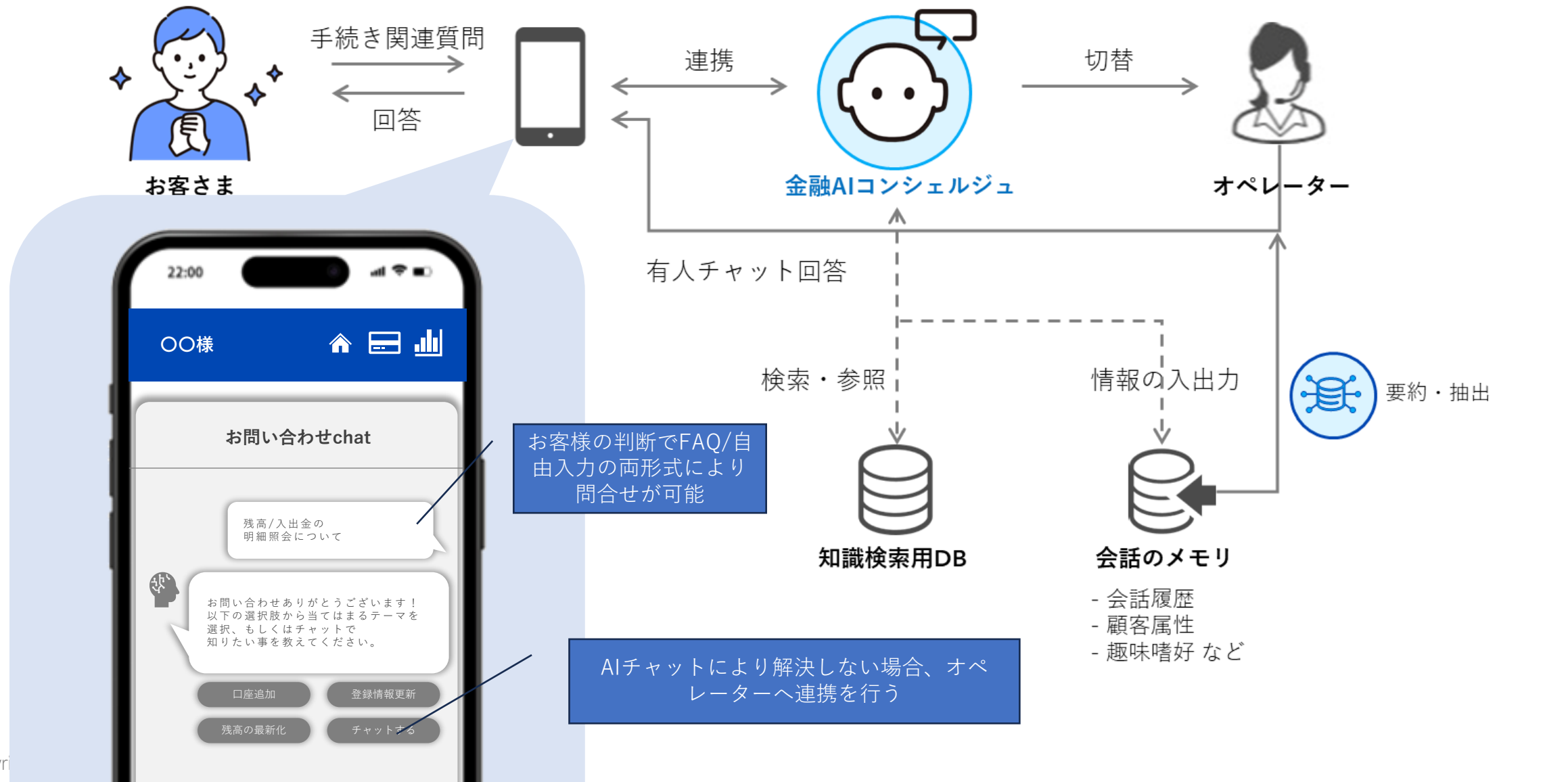
パーソナライズのためのデータ活用

CDP・MAのリアルタイム性強化。
もし内容で迷っていたら即時メール/Callなど別チャネルもPOPUPで案内、「Appさえ使っていれば困りごと解決は済む」状態に。顧客ニーズをとらえるためのデータ活用術が必要



お客さまの満足度・付加価値向上

行員の業務の効率化・品質向上

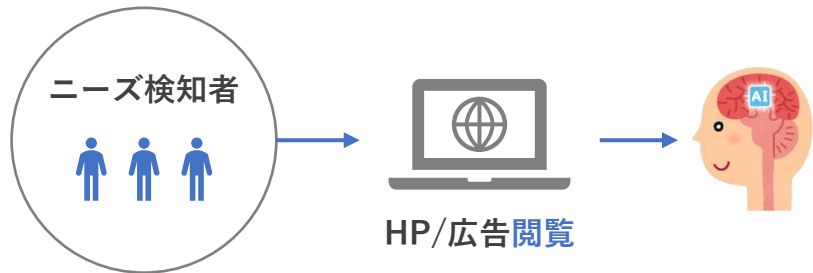


ニーズ検知の高度化イメージ

現在の仕組みを活かしながら、より高度なレコメンドを実現

ニーズ検知者

個別に推奨チャンネル/コンテンツをAIで判断/作成

ニーズ検知後、AIが閲覧結果から
マーケティング施策を判断/コンテンツ作成

- 推奨チャンネル：アプリPUSH
- 推奨コンテンツ：
【資金にお困りですか？】口座がなくてもOK！
審査結果は最短即日回答！

顧客接点チャネル

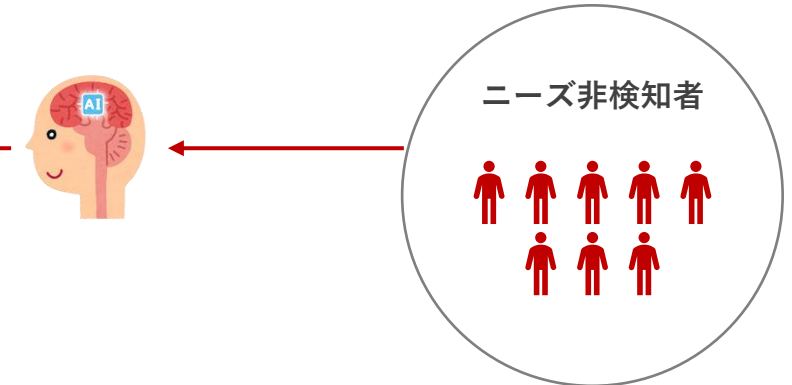


AIが判別

AIが判別

ニーズ非検知者

全員へ推奨商材等をAIで判定、営業アプローチ実施



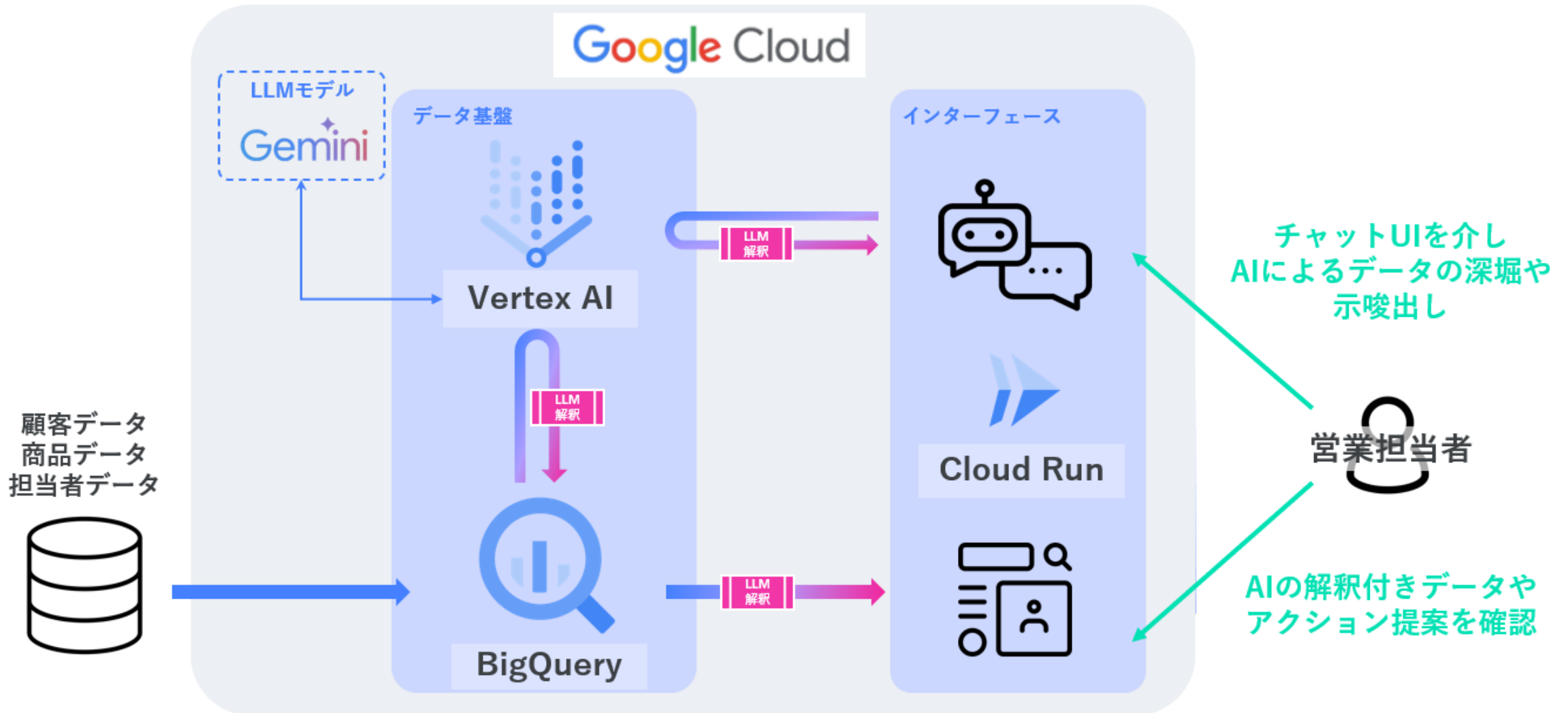
AIがCDP格納済のターゲット情報から施策推奨

- 推奨情報(AIが導き出した答え)
 - ・推奨商品：NISA、投資信託を店舗でレコメンド
 - ・推奨理由：32歳で投資経験は浅いが、預金に余裕があり生活資金は確保されている。カードローン契約から一定のリスク許容度も見込まれ、NISAを活用した長期・積立型の分散投資で、将来に向けた資産形成を始めるのが最適

営業アプローチに活かすことで、営業効率化/業務改善にも寄与！

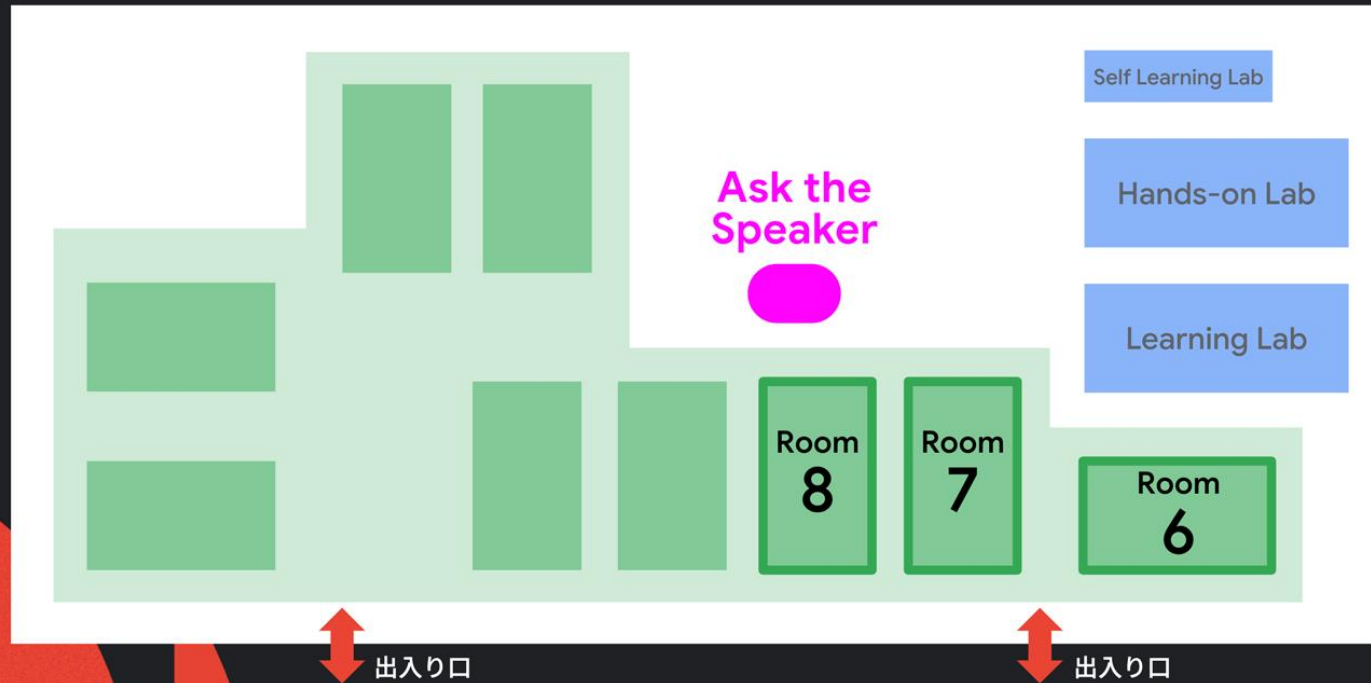
ニーズ検知の高度化イメージ

VertexAI(Gemini)とBigQueryを利用し、データ + LLMによる解釈を組合わせたデータ基盤を構築



Ask the Speaker にぜひお越しください（会場は 4F）

セッションに関する質問にスピーカーが直接お答えします！



Thank you

With Cloud, AI, Marketing

事業創出・市場探索

 Ignition Point

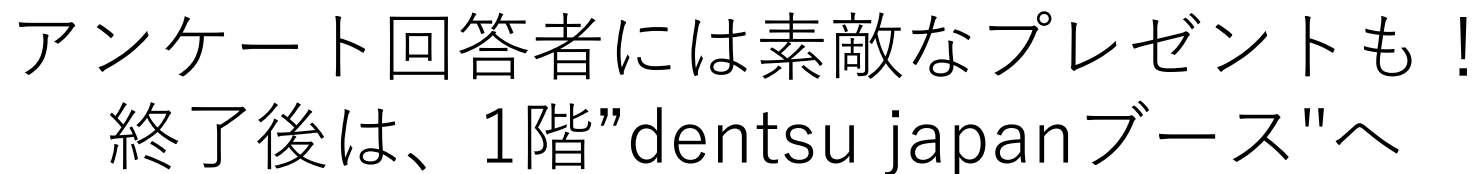
MVP開発 & 検証



システムスケール



抗張

DENTSU
DIGITAL

セッション資料Fin.

※以後は過去資料BK