
富士通インターネットバンキング共同センターを利用した 金融バーチャルブランチシステムの構築

株式会社 百五銀行

執筆者 Profile



村 阪 浩 司

1976 年 (株)百五銀行入行
1977 年 事務管理部転勤
 第二次オンライン開発を担当
1990 年 第三次オンライン開発を担当
1995 年 オープン系システム主幹
1999 年 バーチャルブランチシステム企画
 現在、事務統括グループ所属
 (アシスタントリーダー)

論文要旨

百五銀行では、1998年よりインターネットバンキングの試行を行ってきたが、拡張性に問題があり、また、24時間365日稼働を実現するための事務センター側もふくめ無人化等の課題があった。一方、当行の営業基盤である東海地方においては、ITに対する先進金融機関が多く、インターネットバンキングの本格稼働は数行で開始されていた。当行は、この激戦区でインパクトのある登場をすべく次の二点を強調する戦術をとる事とした。一つ目は「バーチャル支店」という形態をとり、インターネット上に位置する総合店舗として、取引がインターネットだけで完結するスキームを採用した。二つ目は、CS（顧客満足度）を最重要課題として、インターネット上につながっている当行の顧客に対して、最大のサービス、One To One マーケティングを実践することであった。

上記の目的に対して「富士通インターネットバンキング共同センター」を利用してのシステム構築による解決を図ることとした。共同センター、行内システムをいかに融合して、シームレスなシステムを構築するかに留意しながら、開発をすすめた。

今後は、法人向けメニューの充実、地域金融情報ポータルシステムにつなげていく計画である。

論文目次

| | |
|-----------------------------------|------|
| 1 . はじめに | 《20》 |
| 1 . 1 百五銀行の概要..... | 《20》 |
| 1 . 2 地域金融機関をとりまく I T 環境の変化..... | 《20》 |
| 2 . 開発経緯 | 《21》 |
| 2 . 1 新インターネットバンキングシステム構築の背景..... | 《21》 |
| 2 . 2 富士通共同センターを採用することになった経緯..... | 《22》 |
| 2 . 3 開発体制とスケジュール..... | 《23》 |
| 3 . システムの目的 | 《24》 |
| 3 . 1 業務的コンセプト..... | 《24》 |
| 3 . 2 システム構築上の目的..... | 《27》 |
| 4 . システムの概要 | 《27》 |
| 4 . 1 システム構成..... | 《27》 |
| 4 . 2 システムの特徴..... | 《28》 |
| 5 . システム構築上の課題と対応 | 《29》 |
| 5 . 1 ホスト勘定系システムとの接続..... | 《29》 |
| 5 . 2 セキュリティの向上..... | 《29》 |
| 5 . 3 顧客へのヒューマンインターフェースの向上..... | 《29》 |
| 5 . 4 24時間365日稼働..... | 《29》 |
| 6 . システムの運用 | 《30》 |
| 7 . システムの評価 | 《31》 |
| 8 . 今後の対応 | 《31》 |
| 9 . おわりに | 《31》 |

図表一覧

| | | |
|-----|--------------------|------|
| 図 1 | 試行版システム概要図 | 《21》 |
| 図 2 | 百五インターネットプランチコンセプト | 《22》 |
| 図 3 | 共同センター移行コンセプト | 《23》 |
| 図 4 | スケジュール | 《24》 |
| 図 5 | インターネットバンキング取引一覧 | 《26》 |
| 図 6 | システム構成 | 《27》 |
| 図 7 | 当行内システム構成 | 《28》 |
| 図 8 | 課題と対応イメージ図 | 《30》 |

1. はじめに

1.1 百五銀行の概要

百五銀行は、明治11年に「第百五国立銀行」として創立され、三重県を中心に、愛知県、和歌山県、東京、大阪、海外にネットワークを持ち、地域の発展に貢献する地域金融機関である。創業以来、常に堅実経営を基本に、地域社会に根差した営業姿勢をとり、139の本支店・出張所・駐在事務所に加え、現金自動支払機を657台設置し、地域の金融機関としてきめ細かなサービスを提供している。

1.2 地域金融機関をとりまくIT環境の変化

インターネット人口は、約1600万人とも、2700万人ともいわれているが、少なくとも、国民の1割以上が何らかの手段によりインターネットを利用している。金融界に目を転じてみても、ネット証券の盛況やインターネット専門銀行の設立、i-モードに代表されるモバイル・バンキングなど、IT革命の一端ともいうべき事象には事欠かない状況である。また、都市銀行や大手企業を中心に、バーチャルモール(仮想商店街)やEC(電子商取引)などといったe-ビジネスの進展はめざましいものがある。近い将来には、電子マネーや携帯端末の普及により、キャッシュレスの時代の到来も予想される。

また、個人消費者のライフスタイルも、従前にくらべ、かなり多様化・複雑化してきており、インターネット・バンキングやテレホン・バンキングなどダイレクトチャネルに加え、コンビニATMやインスタブランチなど、従来にはない営業スタイルが広まりつつある。

その傾向を見ると、インターネットや情報機器の急速な普及により、一対多を基本とする取引形態から一対一を基本とした新たな取引形態が主流となりつつあることである。「個人化」ともいわれる現象は、個人対企業、企業対企業など商取引の分野で広がりつつある。また、個人対個人といった新たな取引形態をも生み出している。

このような状況下において、三重県における地方銀行はなにをなすべきであろうか。

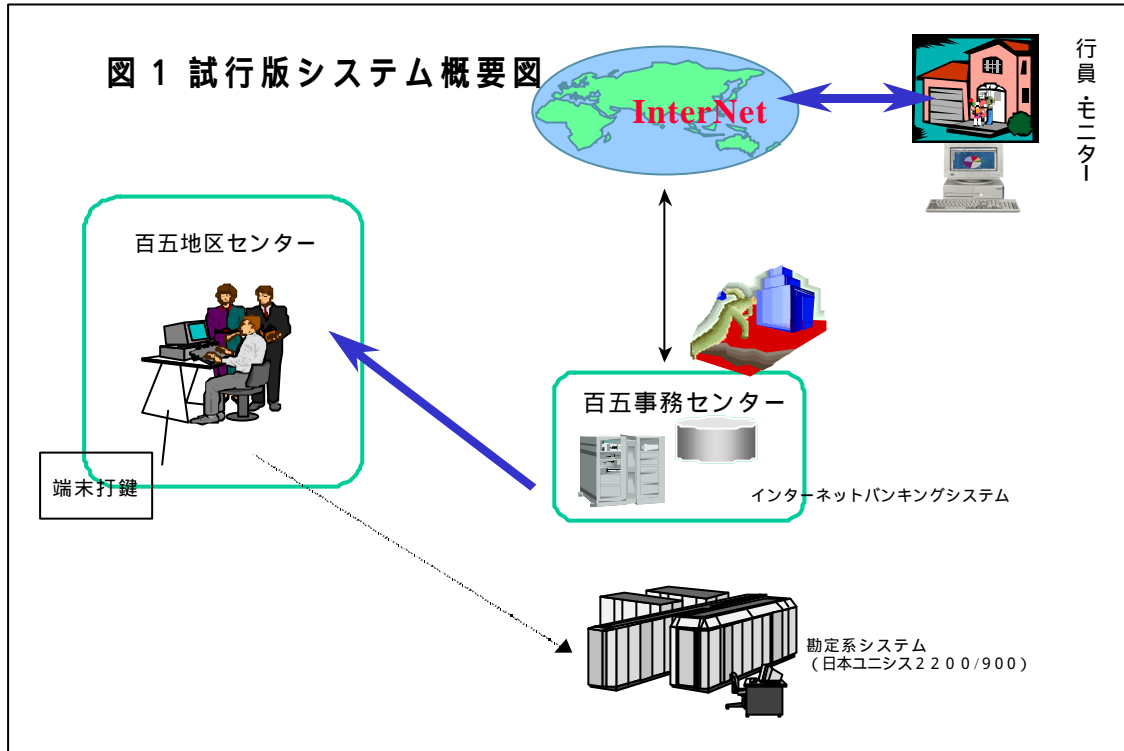
「地域密着型」なのか、「全国制覇型」なのか、いかなるビジネスモデルを想定するかが、今回のプロジェクトを左右すると思われた。結論的には、「中間方式」を採用、業務のターゲットとしては地域を基盤におきながら、システムは全国版で作ってしまおうという構想である。具体的には、顧客に提供するバンキングメニューに関しては、全国を意識して、都市銀行にも負けないコンテンツを提供するが、情報系メニューとしては、三重県という地域に限定した情報を提供する。将来の全国展開を考慮に入れ、大幅な修正は行わなくとも、移行できるスケラビリティを保証したシステム構築とした。

クライアントサーバシステムにおいても、システムポリシーが重要であり、一旦決めたシステムポリシーは変更は不可能であることは周知の事実であり、次の二点をシステムポリシーとした。一つ目は、拡張性を保証するということと、二つ目は、インターネット特有な瞬間性のトランザクションにも耐えられるシステムを作ることをポリシーとした。以降、システム構築における留意点、いかに低コストで手間のかからないシステムを構築するかを中心に論述してゆく。

2. 開発経緯

2.1 新インターネットバンキングシステム構築の背景

当行では、インターネットバンキングの試行を行うという目的で平成10年3月より、自前システムでインターネットバンキングのシステムを構築して、行員と少数のモニター向けにサービスを開始していた。この時のシステム構成は図1の通りである。



このシステムにおける問題点は二つある。まず、オープン系システムベースの開発であるため、機能追加をすることが当行の担当者ではできなかった。なぜなら、当行のホスト勘定系担当者はオープン系システムの経験がなく、また、当行は基本的にはオープン系の教育を行っていないことより、知識不足・経験不足であった為である。また、追加機能をソフトハウスに依頼するとそれなりの費用がかかってしまう。もう一つは、この図で明らかのように、人手を介するシステムとなっており、地区センターにあるプリンタでインターネットからの顧客の取引を印字して、地区センターの行員が再度、勘定系に向けて再打鍵するというオフライン処理になっている点である。試行段階の為、処理可能であったが、本格稼働を考えると、データ量の増加イコール人員の増加につながってしまい、その意味で、拡張性に問題があった。また、24時間365日稼働を実現する必要があり、事務センター側もふくめ無人化をいかにすすめるかが課題であった。

当行の営業基盤である東海地方においては、ITに対する先進金融機関が多く、インターネットバンキングの本格稼働は数行で開始されていた。当行としては、この激戦区でインパクトのある登場をすべく、次の二点を強調する戦術をとる事とした。まず、一つ目は「バーチャル支店」という形態をとり、インターネット上に位置する総合店舗として、取引がインターネットだけで完結するスキームを採用した。二つ目は、CS（顧客満足度）

を最重要課題として、インターネット上につながっている当行の顧客に対して、最大のサービス、One To One マーケティングを実践することである。

上記の具体化は、既存のシステムをレベルアップすることだけでは、実現することは不可能であり、早期の検討の段階で、新しいシステムを構築する方向に意見は一致していた。

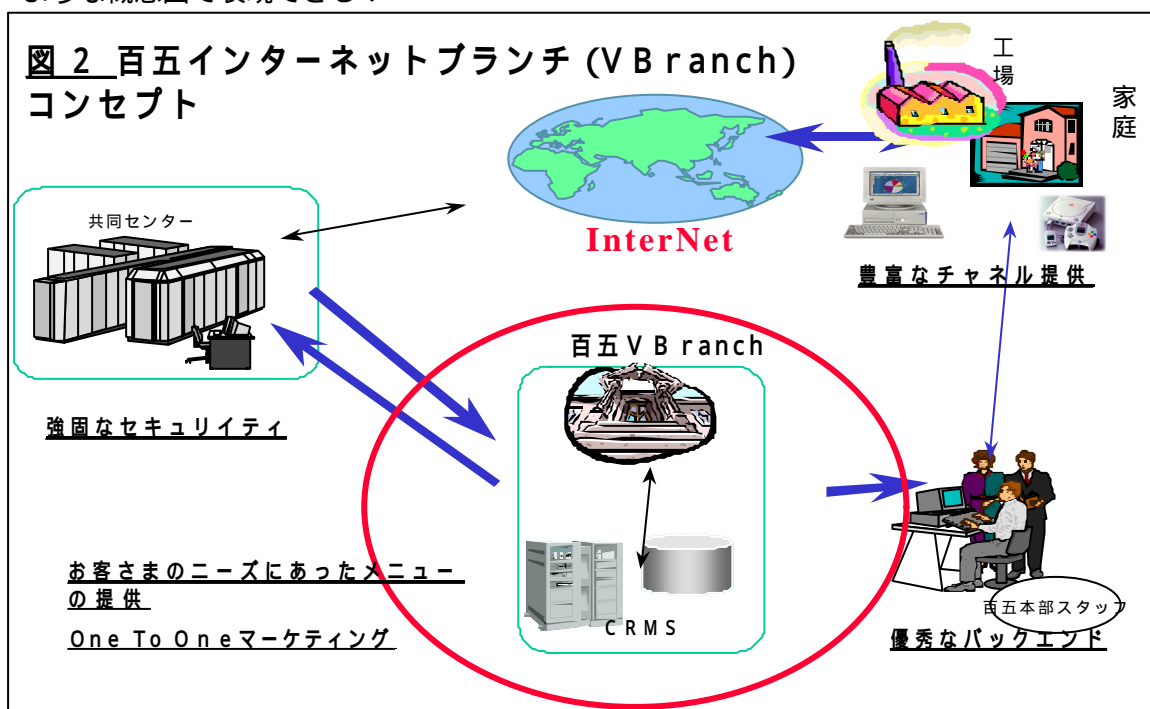
2.2 富士通共同センターを採用することになった経緯

2つの目的を完遂するためのシステム検討に入るにあたり、まずは、根本的なシステムスキームの決定が必要であり、選択肢としては a. 自前で開発、運営する b. 各メーカーの共同センターを利用する の二つの方法があった。試行期間が1年を超えており、この期間における経験から、例えば、深夜休日における対応体制の不備、長時間かかる障害時の復旧、オープン技術者の不足を肌で感じており、自行において、開発、運用することは実現が難しいと判断し、bのスキームを選択した。特に技術の進歩が早いインターネットインフラ、24時間365日運用の実現を考えて、共同センターを選択とした。

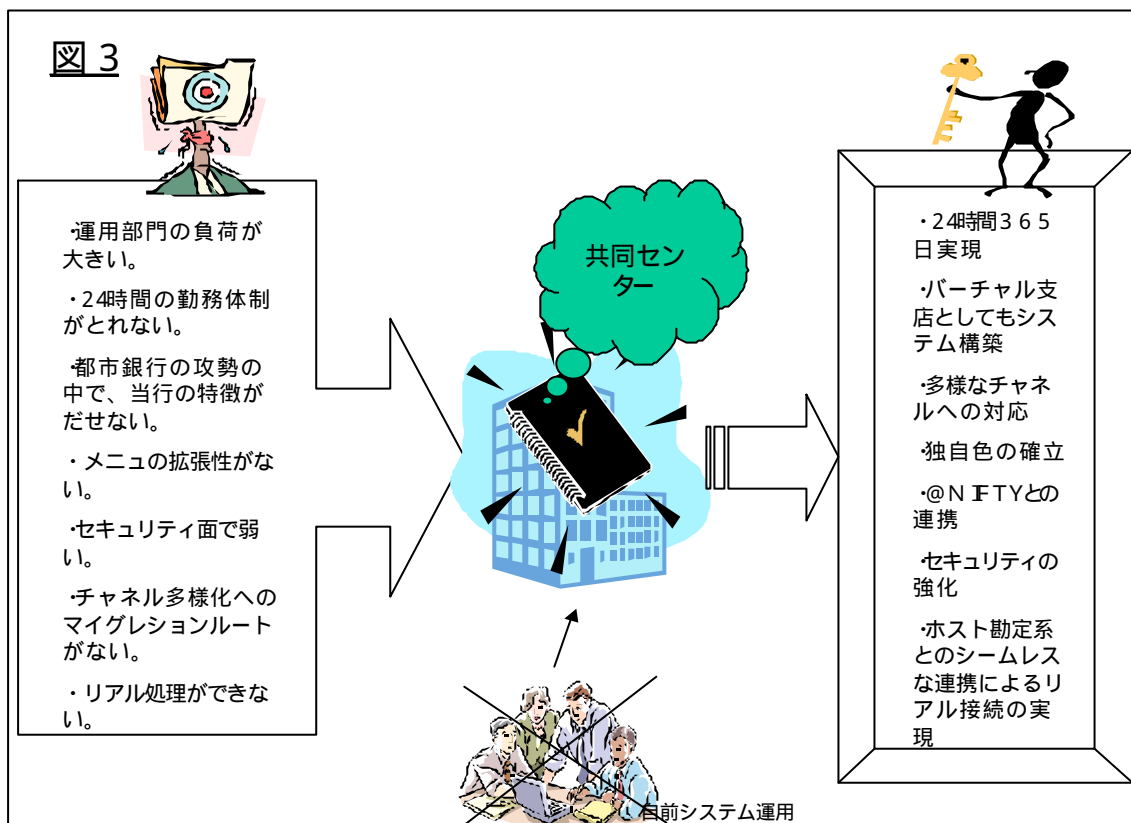
次に、下記の条件も加味して、各ベンダー提案の共同センターの選択を行った。

- (1) 共同センターというカテゴリー、制約の中で、個別要件の対応が可能であり、当行の独自性が保たれること。
- (2) 当行独自のサーバーが用意されること。サーバーを共有することにより生じる他の金融機関のシステム影響を受けることを避けることができる。
- (3) バックヤードとして、日本全国を網羅しているインターネットプロバイダーとの接続が易いこと。
- (4) コストパフォーマンスが高いこと。
- (5) 各種携帯電話、ゲーム機、TV等、多様な機器のインターネット規格に精通していること。
- (6) 365日24時間の運用が可能であること。

上記条件はそのまま、バーチャルブランチシステムのコンセプトとなりうるが、図2のような概念図で表現できる。



検討を行っている過程において、新しい対外系システムを富士通に委託構築している中であったので、新対外系システムの活用の目的もあり、共同センターの提案が、上記の条件にも合致していた、富士通の共同センター利用に決定した。@Niftyを保有していること、業務メニューの豊富さ、システム拡張性があり、また、インターネットバンキング専用サーバにより、勘定系システムの運用時間に左右されず、365日24時間運用が実現されることが採用要因となった。また、新対外系システムを利用することにより、ホスト勘定系システムへの接続も可能となることも要因であった。以上の総括として当行の現状システムの問題点と解決策を図3にて、整理した。



2.3 開発体制とスケジュール

共同センター部分とは別に、インターネット顧客への効率的なマーケティングを実現すべく、当行事務センター内に顧客DBとOne To One マーケティングシステムを開発、構築した。

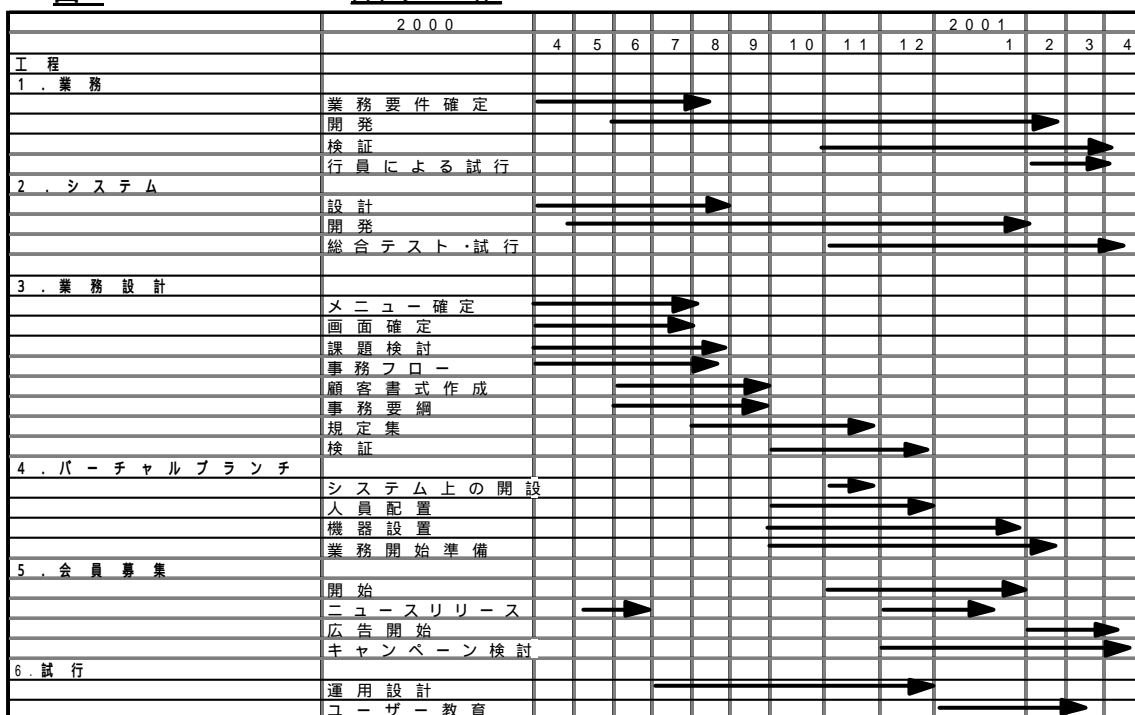
この開発部分はソフトウェアハウスの協力を得て当行で開発を行った。また、ホスト勘定系システムとの接続を可能にするために、対外系システム（富士通製）の機能連携部分を富士通に開発委託した。

このように、全体は、マルチベンダーのプロジェクトとなり、とりまとめを当行が行い、開発の管理を行った。また、要件定義を固めるフェーズにおいては、行内にワーキング組織を組成し、侃侃諤諤の議論を行い、他の金融機関のない特色をだすことに時間をかけた。特にバンキング以外の充実をポイントとして、若い世代の感覚を取り入れた検討を行った。例えば、トップメニュー画面においては、当行の女子行員をモチーフにした漫画を配置し

て、店頭で女子行員がお客さまに話しかけるようなイメージ作りをしている。また、顧客別のカレンダー提供など、ニューファミリー層に受けそうな情報メニューも揃えた。

企画グループの中にプロジェクトチームを立ち上げ、このチームが全体管理を行うこととした。毎週各社別に進捗会議を開催、月に一度全体の進捗会議を行い、全体の進捗の把握、マイルストンの設定、大きな課題の検討を行った。スケジュールは図4のとおりであり、特徴としては、a.富士通共同センター側の開発と歩調はとりながら、自行側システムの開発を行うこと b.業務側担当者が参画しての業務案件整理、基本設計に時間をかける c.ホスト接続に重点を置いたシステムテストの時間配分 d.試行というフェーズを設定して、行員をまき込んでのEUCベースの総合テストを行うこと e.「バーチャルブランチ(仮想支店)」という今までになかった営業形態をとるために、業務用運用マニュアル作成、バーチャル支店行員の教育に時間を費やすこととした。

図4 スケジュール



3. システム目的

3.1 業務的コンセプト

金融機関における従来型のチャネルではない、インターネットという新しいチャネルを提供することが一番の目的である。現時点では、インターネットだけで、完結する支店を構築している金融機関はほとんどない。当行が他行に先駆けて開設することにより、当行の顧客にたいして、先進性を表現することになる。具体的には、下記のような目的を実現することである。

- (1) 今までの営業対象地域以外からも、広く新規顧客を集めることができる。また、携帯電話によるバンキングサービスを始めることにより、今まで当行に取引のなかった若い世代を取り込む。

- (2) 既存の顧客においても、パソコン、携帯電話によって、「いつでも」、「どこでも」、バンキングメニューを利用することができ、利便性が向上する。
- (3) バーチャルブランチは、数名の行員が従事するだけであるが、対象顧客数は既存の店舗より多数（当初は1万5千先）であり、一顧客当りの事務コストは低くなる。顧客への事務の大半がサーバー上で自動スケジュールによる動かされるプログラムにより処理されるので、従来型の支店に比べて、事務コストが低減でき、その分を顧客に対して、手数料、利率など還元することができる。
- (4) 顧客データベースを充足することにより、顧客一人一人の属性情報等により、顧客にあった商品・サービスの提供を行うことにより、他行との差別化を図る。
- (5) パソコンになじみの薄い高齢者・主婦層に対しては、テレビによるバンキングサービスを提供して、従来の当行の収益の柱である顧客に対しても、懇切丁寧なシステムを提供して、当行からの離反を防ぐ。
- (6) One To Oneシステムは、当行で初めての導入であり、成果をみることもシステムの目的であったが、ビジネスルールデータベースの構築手順の作成も大きな目的であった。ビジネスルールは今までの各本部行員の頭の中だけにあったプロセスをルールというアルゴリズムに変換していくことであり、文科系人間の多い銀行本部には辛い作業ではあったが、試行錯誤の結果、平成13年4月リリース時点で必要なビジネスルールの蓄積は完了した。今後はこの手順をマニュアル化して、本部の他部署の行員の知識をデータベース化して、「百五銀行本部ナレッジデータベース」の構築につなげていきたい。

このような目的でシステムを構築、顧客へのメニューへも反映した。図5が、百五銀行バーチャルブランチのメニューであり、稼動時点では、都市銀行、ネット専用銀行にも劣らない中身になっていると自負している。特に、「外貨預金」「投資信託」などは、説明義務等、ネットで行うためには、越えなければいけないハードルがあるが、今回のシステム開発においては、先行証券会社のシステムを参考にしながら、業務担当者と頻繁な会議を行い、クリアしてきた。具体的には、承認ボタン押下時のログを残すとか、画面上、説明項目を読まないに次にすすめない工夫を行った。

バーチャルブランチシステムとしての特徴は、今まで、バンキングメニューになかったメールカレンダーサービスであり、顧客一人一人のカレンダーを提供している。地域情報として、当行以外の三重県の行事もカレンダーに掲載しており、顧客の記念日も登録できるようにしている。このカレンダーの情報ももとに、適時、顧客にメールを送付することも行っており、顧客が自己で管理しなくても、連絡メールにより、期日管理ができる。

バーチャルブランチにおいては、顧客、店内業務を問わず、ペーパーレスであり、従来の通帳、DMはがきを極力なくし、電子データとして金融情報を提供している。

図5

| | カテゴリー | | カテゴリー | | | |
|------------|---------------|--------------|-----------|--------------|---------------|--------|
| トップページ | | 入会受付 | ローン審査 | 審査受付 | | |
| | | インターネットバンキング | | 審査結果 | | |
| | | ご利用規定 | | 取扱商品 | | |
| | | サービスのご案内 | 普通・貯蓄 | 普通預金口座開設 | | |
| | | デモ画面 | | 普通預金解約 | | |
| | | 外貨宅配レート | | 貯蓄預金口座開設 | | |
| | | こんなときどうする | | 貯蓄預金解約 | | |
| | | テレホンバンキング | 相談窓口 | 相談受付 | | |
| 商品情報 | | | | | | |
| メニュー | ログイン・パスワードの変更 | | | | | |
| | メールアドレス変更 | | | FAQ照会 | | |
| | 振入(事前・都度) | | メール・カレンダー | メールサービス | | |
| | 振替 | | | | | |
| | 残高照会 | | | | | |
| | 入出金明細照会 | | | | | |
| | 取引照会 | 各種予約照会・取消し | | | | |
| | | 処理結果照会 | | | | |
| | 定期・積立定期 | 定期預金入金 | | | | カレンダー |
| | | 定期預金解約 | | | | キャンペーン |
| | | 定期預金明細照会 | | | | アンケート |
| | | 積立定期口座開設 | | | | 資料請求 |
| | | | | DCカード | | |
| | | 積立定期支払 | | 登録内容変更 | 住所・電話番号変更 | |
| | 積立定期解約 | | | 振入限度額変更 | | |
| | | 積立定期明細照会 | | 振入事前登録先照会・取消 | | |
| | 外貨預金 | 外貨普通預金口座開設 | | 外貨宅配 | 振替・照会口座の追加・取消 | |
| | | 外貨普通預金入金 | 投資信託 | | 退会受付 | |
| | | 外貨普通預金出金 | | | 口座開設 | |
| | | 外貨普通預金解約 | | | 投資信託ファンドの購入 | |
| 外貨預金残高照会 | | 投資信託ファンドの解約 | | | | |
| 外貨・金利・相場照会 | | | | | 商品ラインアップ | |
| | | | | | 保有ファンド照会 | |

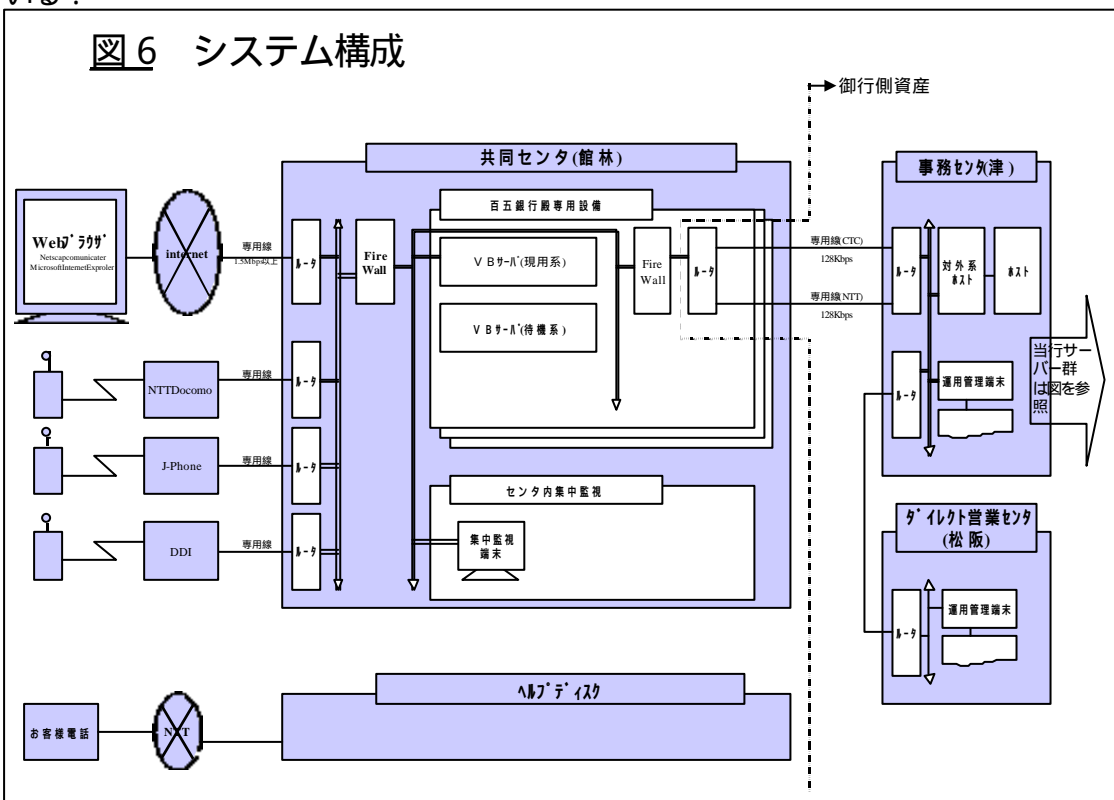
3.2 システム構築上の目的

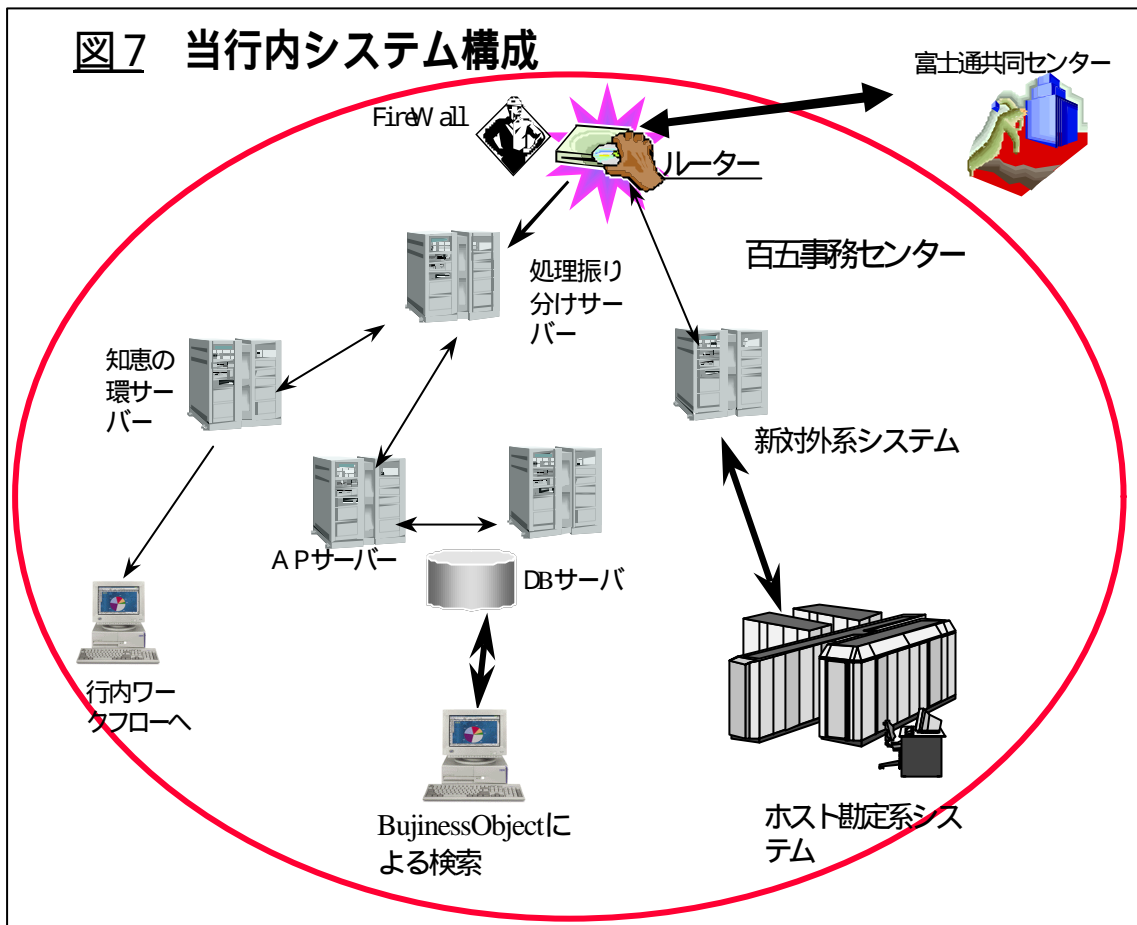
システムとして、当行側の運用コストを押えつつ、その反面拡張性をそこなわれないシステムを、共同センターというスキームを利用してどこまで実現できるか、を構築上の目的とした。また、One to one システムを当行ではじめて採用することにより、マーケティング面においていかに省力化を行えるか、マーケティングのヒット率の向上につながるかの検証を行う目的もあった。インターネットという新しいチャネルに関して、ピーク時のデータの流量予測、流量制御のパターンの設定、セキュリティにおける金融機関としてのポリシーの策定をも目的とした。

4. システムの概要

4.1 システム構成

システムのハードソフト構成は図6・7の通りである。基本的には、富士通共同センターを中心に、当事務センター、テレバンセンターをWANで接続するイントラネットシステムとなっている。各携帯電話会社と富士通共同センターとの間は、現時点では、携帯電話経由のインターネットにおいて、SSL128ビットが対応されていないこともあり、専用線で接続してセキュリティを確保している。また、図7にあるように、当行内においてもアプリケーションサーバーを設置する。今回のインターネットバンキングのメニューのうち、勘定系メニューは富士通共同センター、情報系メニューは当行事務センターと、アプリケーションの実行サーバーを分けることで、顧客へのサービスが完全に停止することを防いでいる。





4.2 システムの特徴

今回のシステムの特徴は数カ所に分散されたデータベースを事務センターのアプリケーションサーバを中心に、データ収集/発信を行い、データベース連携を実現している。

テレバンシステム、インターネットバンキングシステム、営業店勘定系システムを同じネット上に連動させている。顧客が電話による取引を行った時も、インターネットで取引を行った時も、取引データとしては、一元管理されており、チャンネルが違って、対応内容の筋が通ることを実現している。例えば、電話で顧客からの取引を受けた時も、「先程は、インターネットでご入金ありがとうございました。」というように、チャンネルの壁を越えて受け答えができる。データベースが物理的には分散しているが、バーチャルシステム上は、あたかも一つのデータベースとして取り扱えるようにシステムを構築している。また、このシステムで集めたデータをBlaze社「Advisor」というビジネスルールパッケージを使用して、分析、顧客へのマーケティングを行っており、顧客の属性情報と行動特性により、個々の顧客の嗜好を判断して、適確な商品・サービスを提供できるシステムを作り上げている。

5．システム構築上の課題と対応

5．1 ホスト勘定系システムとの接続

インターネット経由で、当行のホスト勘定系システムと高セキュリティでオンラインで接続することが今回のシステムの命題であったので、下記のようなシステム設計とした。当行のホスト勘定系システムは、現状の勘定データを処理することが最優先であり、オープン系のデータを勘定系のキューに変換して処理することは、CPUの負荷を考えると、むずかしい。また、オープン系システムと直に接続をしている実績が当行内ではなかった。このような問題点により、新対外系システムの中でプロトコル変換を行うことにより、接続を実現しようとした。顧客の家庭のパソコンを当行の営業店の勘定系端末と同等のレベルで電文を編集することによりホスト勘定系システムへの接続を可能にしている。

なお、新対外系システムは富士通製のサーバで稼動するパッケージであり、このシステムもバーチャルブランチシステムと同期をとって平成13年4月より稼動予定である。

5．2 セキュリティの向上

セキュリティ度を高めるべく、富士通共同センターを「大きなファイアーウォール」として位置付けている。当行事務センタにおいても、ファイアーウォールを設置してセキュリティの確保に努めているが、当行システム部門ではインターネット技術、ハッキング技術の進歩に追いついていけない部分もあり、この不安点の解消を富士通の共同センターに担ってもらった構成とした。インターネット経由で最初に、電文が通過するのは、富士通共同センタであり、共同センタが保有しているセキュリティレベルの高さを全幅に信頼し、「富士通共同センター=First Secure Gateway」と位置付けて、今回のシステムのキーポイントとした。

5．3 顧客へのヒューマンインターフェースの向上

顧客に提供するバンキングメニューに関しての開発において、a.多種多様な媒体を使用できる b.パソコン側にはアプリケーションをインストールしない c.セキュリティ度を高める、ということを実現してユーザフレンドリなシステムに近づけている。具体的には、パソコン以外でも、各種携帯電話（例えば、ドコモ、AU、J-Phone）、テレビ、ゲーム機でも利用できるように、画面仕様の設計、Javaの使用バージョンの選択を行った。また、画面設計においては、よりヒューマンタッチな画面とすべく、深夜等における画面操作の問い合わせを少なくできるように、通常の営業店において、顧客が伝票を手書きするような手順で、画面が遷移する設計としている。

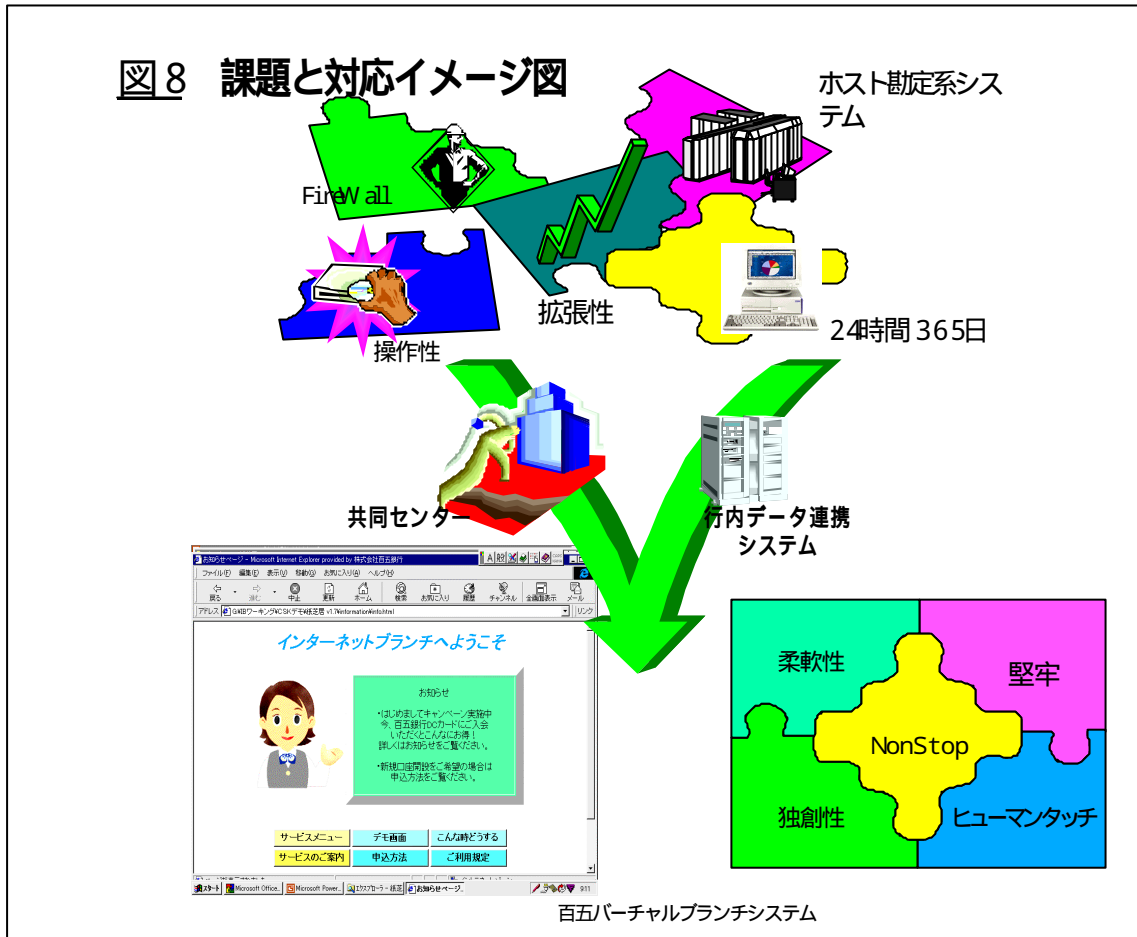
5．4 24時間365日稼動

金融機関の勘定系システムにおいては、CD・ATMの24時間365日の実現を顧客により切望されているが、現実に実現するためには乗り越えるべき課題は多い。ただし、インターネットユーザの生活様式を想定すれば、24時間365日は当然のサービスであり、今回のシステムにおいては第一目標で取組んできた。ホスト勘定系システムの稼動時間帯以外は、富士通共同センタまででの折り返しとし、予約処理とすることにより、取引を実

現している。

また、外貨預金取引においては、相場の適用があるため、特別に考慮し、相場の指し値を行えるようにしている。投資信託におけるファンドの購入も、現在の顧客の取引が予約なのか、リアル取引なのかを明確に画面表示して、リスクの回避を行っている。

以上の課題と対応のイメージを図8に表わす。



6. システムの運用

システムの運用に関しては、基本的には、バーチャル支店を中心として運用することとし、障害時の情報が富士通共同センター、事務センター等、各拠点から、この支店に集約できる仕組みとする。媒体としては、電子メール、FAX等複数予定しており、個々の媒体が使用不可になった場合の対応を重要視して、必ず、バーチャル支店に情報が集まることを最低条件としている。また、バックヤードとして、システム部門において監視を行うセッションを設け、サポートを行う体制としている。

バーチャル支店の行員は銀行業務以外にも、IT能力があることを必須条件として、配置する予定である。

7．システムの評価

この論文を記述している時点においては、このシステムはまだ構築中であり、実際の評価を行うことはできないが、システム開発としては、ほぼ全体像がみえている。現時点で予測している評価点は、以下の通りである。

- (1) 業務的には、当行として新しいチャネルの提供、特に今後活用の範囲が広がるインターネットの接点であり、当行の新しい顧客層開拓に大きな貢献が可能となろう。また、One to One マーケティングシステムにより、Face to Face の顧客対応ができ、顧客の当行からの離反度が少なくなる点も評価される。
- (2) システム的には、セキュリティ度の高さや拡張性が評価される。富士通共同センターをコアにした「ストレージエリアネットワークシステム」実現の開発経験は、今後の当行のインターネットシステムの開発技術の基礎となってくるものであり、将来のWebを利用した勘定系システムにつながるシステムとしての貴重な経験であったことを評価している。
- (3) e-CRM によるパーソナライズドWebサービスとしても評価できる。

8．今後の対応

今回のインターネットバンキングシステムは対個人向けであるが、今後は、法人向けのサービスの提供を検討していきたい。また、地域情報ポータルサイトも今回のインターネットバンキングシステムの延長線として考えていきたい。

One to one マーケティングに関しても、今回は初めての取組であり、マーケティング分析により明確になった法則を実店舗でのマーケティングにおいても活用できるかの検証も、行っていきたい。

9．おわりに

平成13年4月より、バーチャル支店では、インターネットを使用したフルバンキングメニューを提供する予定である。この論文を読者の方が読まれている頃には、もうすでに、サービスが開始されているが、開発担当者の自負としては、ソニー銀行、ジャパンネット銀行にも負けないシステム、メニューに品揃えができたと考えており、読者の方も、一度、当行のホームページにアクセスされ、バーチャルブランチのサービスを体験していただきたい。

(当行のインターネットブランチのアドレスはwww.hyakuho.co.jpです。)

以 上