

コロナ禍が生んだ新たな顧客層「デジタル・アダプター」の台頭 ～金融機関は顧客の金融リテラシー・ITリテラシーを考慮した 幅広い対応で CX を向上させよ～

金融 DX ビジネスデザイン部 田中 達雄

リテールソリューション企画部 東山 真隆

■ 要旨

- 野村総合研究所（NRI）が 2020 年 7 月に実施したアンケート結果によると、新型コロナウイルス（COVID-19）の影響による経済環境の変化に伴い、金融商品・サービスに関する相談や取引・契約ニーズが顕在化する中、金融機関のデジタル・チャンネルを利用することへの適応を迫られた「デジタル・アダプター」ともいえる人々が出現している。（調査の概要については、後段の【ご参考】調査概要を参照）
- 「デジタル・アダプター」とは、今回、調査にあたり、新たに定義したもので、従来は銀行または証券会社のデジタル・チャンネルを利用していなかったものの、新型コロナウイルスの感染拡大が起きた 2020 年 1 月以降に、初めてそれらを利用して金融商品・サービスの相談、契約、取引を行った人／行わざるをえなかった人を指している。
- コロナ禍の終わりが見えない中、今後も「デジタル・アダプター」は増加すると思われるが、「デジタル・アダプター」の約 37% は他の金融機関への乗換意向があり、さらに、顧客ロイヤルティが低い人の乗換意向は 70% を超えている。この結果から、「デジタル・アダプター」の期待に十分に答えることができれば、一定の顧客を失う可能性がある。
- 「デジタル・アダプター」の期待に応えるには、特にデジタル・チャンネルを活用した「相談」への対応が重要である。ただし、「デジタル・アダプター」の金融リテラシーと IT リテラシーを 2019 年 12 月以前から金融機関のデジタル・チャンネルを利用している人と比較すると、金融リテラシー・IT リテラシーともに低い層が多い。そのため、単にデジタル・チャンネルで相談できる機能を提供するだけでなく、顧客のリテラシー面を考慮しつつ、顧客の不安や困り事などの感情面に焦点を当てた施策をセットで提供することが、顧客のカスタマー・エクスペリエンス（CX）を向上させる上で肝要である。

■ コロナ禍で、金融サービス利用における「デジタル・アダプター」が出現

新型コロナウイルス（COVID-19）の影響により、インターネットショッピングや動画視聴など用途が拡大し、生活におけるデジタル活用が急速に進展している※1。こうした変化は、金融サービスの利用においても生じており、新型コロナウイルスの影響による経済環境の変化に伴い、金融商品・サービスに関する相談や取引・契約ニーズが顕在化する中、金融

機関のデジタル・チャンネル※2 を利用することへの適応を迫られた「デジタル・アダプター」ともいえる人々が出現していることが、野村総合研究所が 2020 年 7 月に行ったアンケート調査 から分かった。

「デジタル・アダプター」とは、今回、調査にあたり、新たに定義したものである。従来は銀行または証券会社のデジタル・チャンネルを利用していなかったものの、新型コロナウイルスの感染拡大が起きた 2020 年 1 月以降に、初めてそれらを利用して金融商品・サービスの相談、契約、取引を行った人／行わざるをえなかった人を指している。「デジタル・アダプター」は、2020 年 1 月から調査を実施した 7 月の前の月（つまり 6 月まで）の間で集計した結果、銀行または証券会社で相談、契約・取引を行った人の 29%を占め、デジタル・チャンネル利用者の急速な底上げにつながっている（図表 1）。このように、顧客接点が対面からデジタルへ移行しつつあることから、このタイミングを機に、デジタル・チャンネルにおけるカスタマー・エクスペリエンス（CX）の改善が求められそうだ。

■ 「デジタル・アダプター」の特徴

「デジタル・アダプター」の年齢は、40 代、50 代、60 代の比率が全体の 77%を占めた。一方、30 代以下は 13%と少なかった。そして、保有金融資産では、1 千万円以上が半数以上の 58%を占めた（図表 1）。

コロナ禍の終わりが見えない中、今後も「デジタル・アダプター」は増加すると思われるが、「デジタル・アダプター」の約 37%は他の金融機関への乗換意向があり、さらに、顧客ロイヤルティ（CX 指標※3）が低い人（2 点以下の人）の乗換意向は 70%を超えていた（図表 3）。この結果から、「デジタル・アダプター」の期待に十分に答えることができなければ、一定の顧客を失う可能性があることが伺える。

「デジタル・アダプター」の期待に応えるには、特にデジタル・チャンネルを活用した「相談」への対応が重要である。デジタル・チャンネルの利用用途（図表 4）をみると「デジタル・アダプター」は、2019 年 12 月以前からデジタル・チャンネルを最も好んで利用している人（図表 4 内の③）と比べ、「残高照会、情報閲覧」、「振込、振替、送金」、「金融商品・サービスの契約、取引」の割合が低い一方、「金融商品・サービスの相談」の割合が高く、他の利用用途の割合に差がある分、相対的に「相談」に対する利用ニーズが高いことが伺える。そして、将来的には、デジタル・チャンネル以外を最も好んで利用する人（図表 4 内の④）と同程度の 26%まで伸びる可能性がある。

■ 「デジタル・アダプター」の CX 向上に向けて

「デジタル・アダプター」の CX を向上させるためには、単に「相談」できるデジタル・チャンネルを提供するだけでは足りない。

「デジタル・アダプター」の金融リテラシーと IT リテラシーを 2019 年 12 月以前からデジタル・チャンネルを利用している人と比較すると、金融リテラシー・IT リテラシーともに低い層が多いことが分かる（図表 5）。

「デジタル・アダプター」の中でも、金融リテラシーは低いが IT リテラシーは高い人の場合、デジタル・チャンネルを使いこなせるため、乏しい金融知識でも金融商品の契約や取引ができてしまうことがある。または、自身の金融知識を補う営業員によるサポートを強く求めることも予想される。前者の場合、たとえデジタル・チャンネルで自己判断と言え、契約や取引をした金融商品が、その顧客に合わないものであれば、それを指摘する。後者であれば、デジタル・チャンネル上でも対面と同じように営業員と会話したり、アドバイスを受けられるようにする。このように、低い金融リテラシーを補う CX 施策が必要となる。

逆に、金融リテラシーは高いが IT リテラシーは低い人の場合、金融商品・サービスの契約や取引に十分な金融知識を備えているものの、不慣れなデジタル・チャンネルの操作に悪戦苦闘し、セキュリティ面にも不安を感じる事が予想される。そのため、IT に関する相談にも現場の営業員が対応できるようにしたり、テレビ会議などでは専用のソフトウェアをインストー

ルしなくても利用できるようにするなど、低い IT リテラシーを補う CX 施策が必要になる。

このように、「デジタル・アダプター」の CX を向上させるには、単にデジタル・チャンネルで相談できる機能を提供するだけでなく、顧客の不安や困り事などの感情面に焦点を当てた施策をセットで提供することが肝要である。

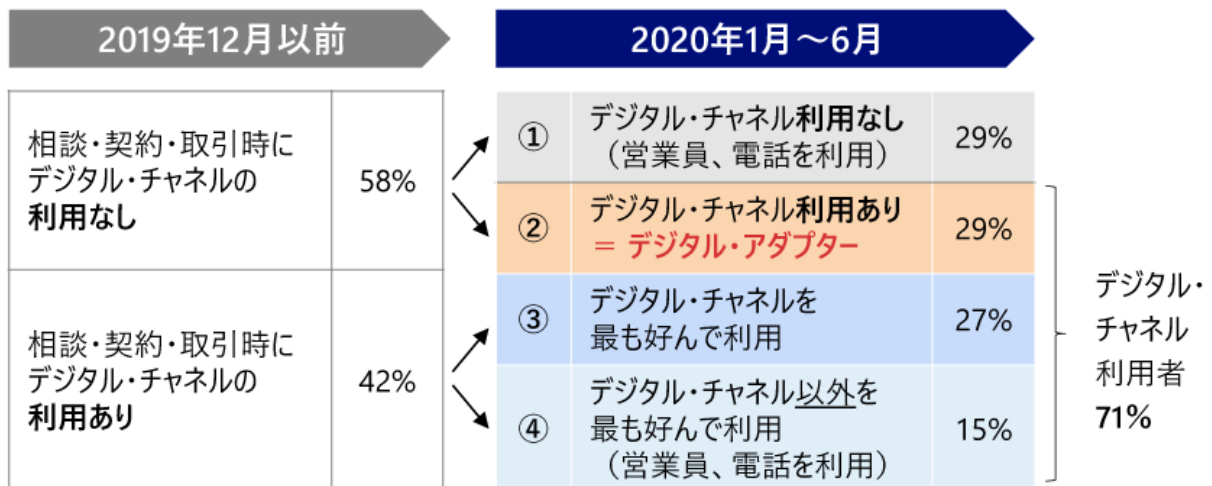
- ※1 野村総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大で生活におけるデジタル活用が急進展～「デジタル包摂」が急務～」<https://www.nri.com/jp/keyword/proposal/20200527>
- ※2 金融機関のウェブサイト（インターネットバンキングやオンライントレードなどのログインを必要とするものを含む）、金融機関のスマホアプリ、金融機関の営業員とのビデオ会議、チャット、テキストメッセージ／電子メールを指す。
- ※3 野村総合研究所と一橋大学の一橋和生教授が共同開発した日本の金融機関の顧客ロイヤルティを測定する指標 https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/lst/2019/cc/0903_1

【ご参考】調査概要

■調査名	「コロナ禍の金融機関利用実態調査」
■実施時期	2020年7月21日～26日
■調査方法	インターネットアンケート調査
■調査対象	日本全国の20歳～79歳の男女で、2020年1月～6月の期間に、銀行または証券会社で金融商品・サービスに関する相談、契約・取引を行った人
■有効回答数	6,007名

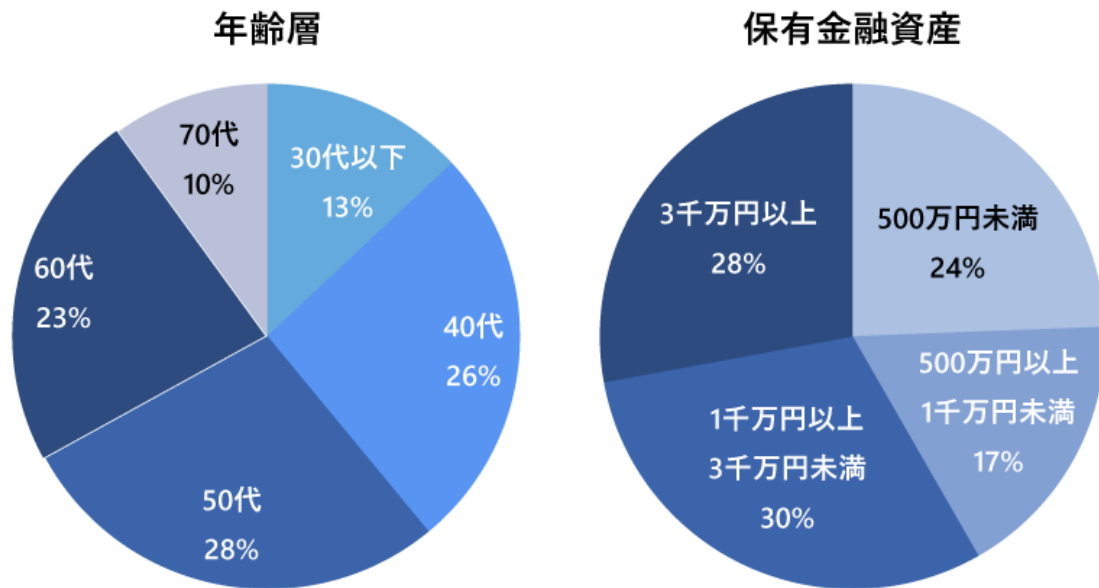
図表1 銀行・証券会社に相談・契約・取引する時のチャンネル

（対象は2020年1月～6月に相談・取引・契約した人）



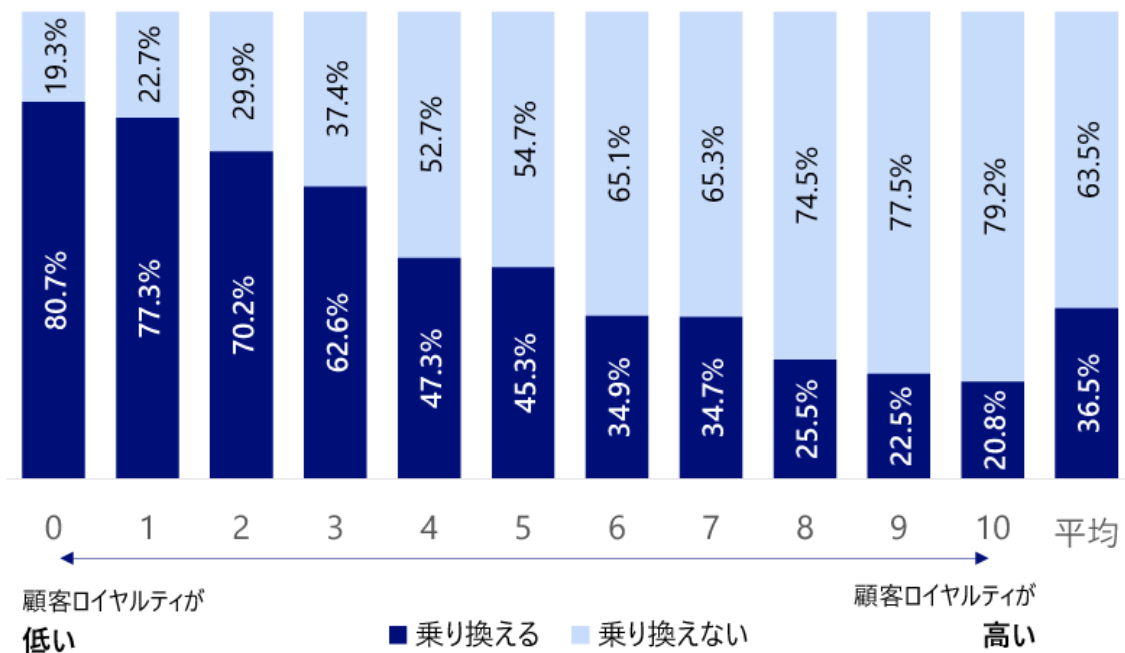
（出所）野村総合研究所「コロナ禍の金融機関利用実態調査」（2020年7月）

図表2 デジタル・アダプターの属性



(出所) 野村総合研究所 「コロナ禍の金融機関利用実態調査」 (2020年7月)

図表3 CX指標別 他の金融機関への乗換意向



(出所) 野村総合研究所 「コロナ禍の金融機関利用実態調査」 (2020年7月)

図表4 デジタル・チャネルの利用用途

		残高照会、 情報閲覧	振込、 振替、 送金	金融商品・サービス	
				契約・ 取引	相談
①	デジタル・チャネル利用なし	0%	0%	0%	0%
②	デジタル・アダプター	82%	71%	47%	18%
③	デジタル・チャネルを 最も好んで利用	90%	82%	71%	14%
④	デジタル・チャネル以外を 最も好んで利用	74%	66%	51%	26%

※2019年12月以前から「相談・契約・取引」の利用がある回答者で集計

(出所) 野村総合研究所 「コロナ禍の金融機関利用実態調査」 (2020年7月)

図表5 金融リテラシーとITリテラシーの比較

デジタル・アダプター

2019年12月以前からデジタル・チャネル利用

		ITリテラシー			
		低	中	高	計
金融リテラシー	低	4%	7%	11%	22%
	中	3%	11%	15%	29%
	高	3%	18%	28%	49%
	計	10%	36%	53%	100%

		ITリテラシー			
		低	中	高	計
金融リテラシー	低	1%	3%	9%	13%
	中	1%	7%	17%	26%
	高	1%	18%	42%	61%
	計	3%	28%	68%	100%

(出所) 野村総合研究所 「コロナ禍の金融機関利用実態調査」 (2020年7月)

以上

【NRIグループ 新型コロナウイルス対策緊急提言】

<https://www.nri.com/jp/keyword/proposal>

【提言内容に関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 未来創発センター

E-mail : miraisouhatsu@nri.co.jp

【報道関係者からのお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部

E-mail : kouhou@nri.co.jp