

2026年3月24日

各位

株式会社 山口フィナンシャルグループ
株式会社 山口銀行
株式会社 もみじ銀行
株式会社 北九州銀行

新 CRM 基盤の利用開始について

山口フィナンシャルグループ（代表取締役社長 CEO 椋梨 敬介）は、子会社である山口銀行（頭取 曾我 徳将）、もみじ銀行（頭取 平中 啓文）、北九州銀行（頭取 嘉藤 晃玉）において、株式会社セールスフォース・ジャパン（代表取締役会長兼社長 小出 伸一）が提供する金融業界向け CRM プラットフォーム^{※1}を基盤とした新 CRM 基盤を構築し、利用を開始いたしましたので、下記のとおりお知らせします。

今回の基盤稼働は、当社グループの YMFG 中期経営計画（2025 年度～2029 年度）における DX（デジタルトランスフォーメーション）戦略の中核施策の一つであり、営業活動、コンタクトセンター、マーケティングに分散していた顧客情報・接点情報を統合する^{※2}ことで、お客さま起点での提案力向上、顧客体験の高度化、および生産性向上を目指すものです。

また、本基盤は、マーケティングオートメーションツール Braze^{※3}、データ基盤 Snowflake^{※4}とも連携し、将来的な AI 活用も視野に入れた拡張性の高いアーキテクチャを採用することで、データとデジタル技術を活用した「お客さま起点」の金融サービス提供体制を高度化することを目的としています。これにより、地域のお客さま一人ひとりの状況・ニーズ・行動変化をより的確に把握し、最適なタイミング・最適なチャネルで提案・サポートを行う体制の高度化を進めてまいります。

※1 本 CRM プラットフォームは、Agentforce for Financial Services、Agentforce Service、Data 360（旧 Data Cloud）を採用しています

※2 お客さま情報の取り扱いにあたっては、各社の業務内容や法令・社内規定に基づき、適切に管理・運用します

※3 「Braze」とは、米国 Braze 社のマーケティングオートメーションツール。メール配信、アプリ通知等を通じてパーソナライズされた情報提供を行う仕組み

※4 「Snowflake」とは、米国 Snowflake 社が提供するクラウド型 AI データプラットフォーム。企業内外のデータを一元管理し BI 分析や高度なデータ活用、AI 活用を支援する仕組み

記

1. 背景・目的

近年、当社グループを取り巻く事業環境は、人口減少・事業承継課題の顕在化・デジタル接点の拡大などを背景に、大きく変化しています。こうした環境下では、従来の商品別・チャネル別の対応から、お客さま一人ひとりの状況や課題に応じた顧客単位での継続的な関係構築へと、営業・顧客対応のあり方を進化させることが重要となってきています。

そのため、当社グループは YMFG 中期経営計画（2025 年度～2029 年度）において、DX 戦略を重点施策の一つに位置づけています。特に営業領域においては、顧客理解の深化と提案高度化、チャネル横断での一貫した対応、ならびに生産性向上を通じて、地域のお客さまへの提供価値を高めることを目指しており、その基盤として新 CRM 基盤の構築を進めてまいりました。

今回の新 CRM 基盤の稼働は、単なるシステム刷新ではなく、当社グループが目指す「同舟共命型ビジネスモデル^{※5}の確立」を支える基盤整備であり、今後の営業改革、マーケティング高度化、データ活用・AI 活用の出発点と位置づけています。

※5 融資・エクイティ・ソリューションを複合的に組み合わせた総合的な支援を行い、課題解決型の付加価値を地域社会に還元すること

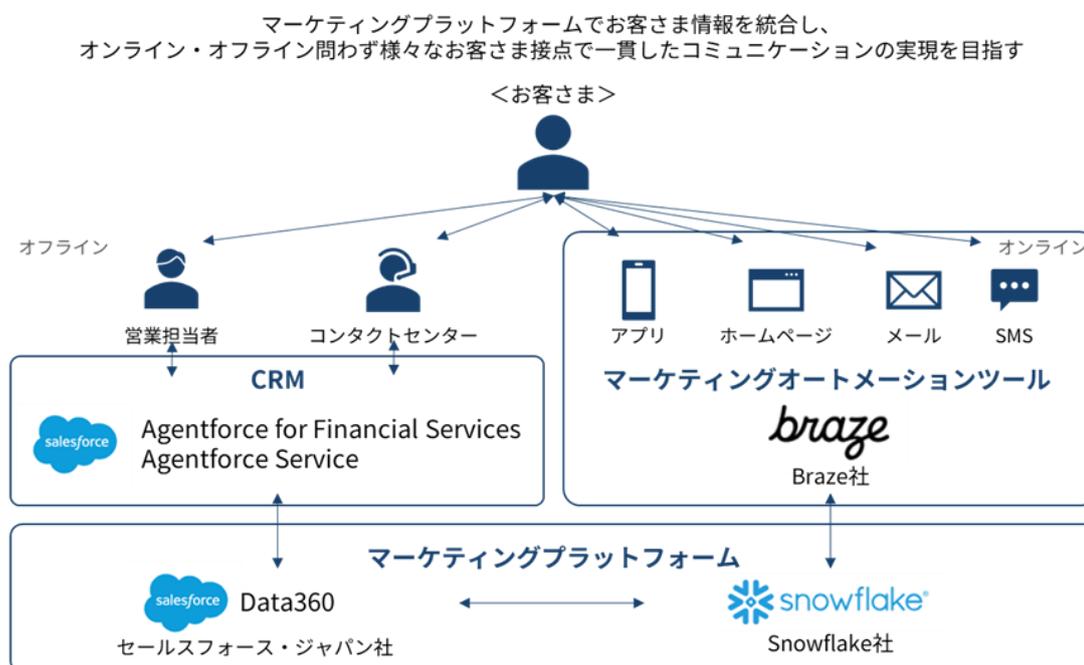
2. 新 CRM 基盤の概要

新 CRM 基盤では、お客さまの基本情報、取引履歴、営業活動履歴等を一元的に管理します。これにより、営業担当者はお客さまの状況やニーズの変化をよりの確に把握し、提案準備や情報確認にかかる負荷を軽減しながら、より付加価値の高い提案活動に注力できる環境を整備します。

また、本基盤は、マーケティングオートメーションツールである Braze とマーケティングプラットフォームを通じて連携しており、ウェブ閲覧やアプリ利用等の行動データを、営業活動やコンタクトセンター対応に活用できる構成としています。一方で、営業担当者やコンタクトセンターに蓄積されるお客さま対応情報をマーケティング施策にも反映することで、各顧客接点が共通の顧客理解のもとで連携する体制を目指します。

さらに、データ基盤として Snowflake を活用することで、社内に蓄積される各種データの分析・可視化・高度活用を進めていきます。将来的には、こうした統合データをもとに、顧客理解の高度化、提案示唆の高度化、業務支援の高度化など、AI 活用も段階的に進めていく方針です。

【新 CRM におけるお客さまへの統合されたコミュニケーションイメージ図】



3. 目指す効果

(1) お客さまへの提供価値向上

営業・マーケティング・コンタクトセンターの各接点において、お客さまの状況や行動変化をよりの確に把握し、最適なタイミング・最適なチャネルで、より一人ひとりに即した提案・サポートを行うことにより、顧客体験の向上を図ります。

(2) 営業・顧客対応の生産性向上

顧客情報の確認、過去接点の把握、提案準備等にかかる業務負荷を軽減し、営業担当者・対応担当者が付加価値の高い業務により多くの時間を充てられる体制の整備を進めます。あわせて、情報の見える化・共有化を通じ属人化の抑制やノウハウ蓄積も図ります。

(3) 中長期的な収益基盤強化

顧客理解の深化と提案精度向上を通じて、クロスセル・ソリューション提案・非対面/対面を組み合わせた接点最適化などを進め、中長期的な顧客基盤強化と収益力向上につなげてまいります。

4. 今後の展開

当社グループは、新 CRM 基盤の稼働を起点として、まずは山口銀行、もみじ銀行、北九州銀行の法人営業・個人営業部門における定着・活用を進め、その後、グループ子会社へ段階的に展開してまいります。これにより、グループ内での顧客情報・接点情報の活用高度化を進め、当社グループが掲げる「同舟共命型ビジネスモデルの確立」を支える基盤として発展させていく方針です。

当社グループは、今回の新 CRM 基盤の稼働を、地域のお客さまへの提供価値向上と、当社グループの持続的な成長を支える重要な経営基盤整備と位置づけています。今後も、データとデジタル技術を活用しながら、お客さま理解の深化、提案力の高度化、生産性向上を進め、地域のお客さまに選ばれ続ける金融グループの実現に取り組んでまいります。

以 上

【本件に関するお問い合わせ先】

山口フィナンシャルグループ DX 戦略部

担当：兼弘 TEL:080-4777-7231

担当：仁田 TEL:080-9450-7420