

# 株式会社みずほ銀行様

## メガバンクとしてのグローバル戦略を支える 「みずほグローバルe-バンキング」を刷新

日本企業のグローバル進出や海外企業のM&Aがさらに活発化している近年、各企業の海外拠点や現地法人の口座と銀行をオンラインで結び、口座照会や送金指示などを行えるインターネットバンキングの需要が増えている。サービスを展開している国・企業数の増加につれ、各国特有の法制度への対応およびエンドユーザーのニーズに対応した機能拡充が求められてきている。こうした時代の要請に対応するべく、みずほ銀行は法人向け海外インターネットバンキングシステム「みずほグローバルe-バンキング」の全面的なリニューアルに踏み切った。競合する各国の現地銀行や外資系銀行などに対してもアドバンテージを発揮する顧客チャネルとして、サービスの拡充を図り、海外対顧収益比率を高めるといった経営目標を後押ししていく考えだ。

### お客様の課題

既存のインターネットバンキングシステムが、サービス開始から10年以上を経過して先進的な機能が取りこめていない状況

さまざまな国や地域特有の法制度や商習慣への対応など、決済や資金管理に関する顧客ニーズの多様化／高度化

海外対顧収益比率の向上を目指す中期経営計画の支援

### 導入効果

グローバル市場で競合する他行のインターネットバンキングに具備されている機能に追いつき、さらに先行

システム共通基盤として「intra-mart」を活用し、フレキシブルな画面設計などの柔軟性の高いシステムを実現

1万社以上が利用する顧客チャネルとして順調に成長

### 導入の背景と課題

#### グローバルで競争力を発揮する インターネットバンキングを目指す

みずほ銀行は、2013～2015年の中期経営計画「One MIZUHO New Frontierプラン」のもと、2012年に24%だった海外対顧収益比率を、2016年3月期に33%に高めることを目指している。そうした中で重要度を高めているのが、顧客企業が海外拠点や現地法人のPCから口座照会や資金移動指示を行えるインターネットバンキングだ。

みずほ銀行では3行統合（第一勧業銀行、富士銀行、日本興業銀行）以前の2001年より「みずほグローバルe-バンキング」のサービスを提供し、強化を図ってきた。e-ビジネス営業部 GCMS推進室の室長を務める徳久康人氏は、「いまやインターネットバンキングは店舗と同様に、最もベーシックなお客様との接点となっています。当行を代表する“顔”であり、お客様にとっては取引銀行を選ぶ際の判断材料にもなっています」と語る。

しかし、サービス開始から10年以上が経過するとインフラが老朽化し、画面の見栄えや使い勝手にも“古さ”が感じられ始めた。また顧客ニーズの変化に対応したサービスのレベルアップも困難になっていた。

e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開

発チーム 次長の高石功氏は、「お客様の海外進出が増えるに伴い、さまざまな国や地域における固有の法制度や商習慣に合わせた形でインターネットバンキングを利用したいというニーズが高まってきました。ところが、こうしたローカライズの要求にスピード感を持って対応したいと考えても、老朽化したシステムでは柔軟な動きがとれません。現地の地場銀行や外資系銀行と競い合っていく上で、システムの仕組みそのものを見直すべき大きな節目を迎えていたのです」と語る。

こうしてみずほ銀行は2011年、みずほグローバルe-バンキングの全面的なリニューアルに向けた取り組みを開始したのである。

### 評価ポイント

#### さまざまな国や地域特有のニーズに応える フレキシブルなシステムおよび グローバルなサポート体制を提案

みずほ銀行は複数のITベンダーに対してRFI（情報提供依頼書）、RFP（提案依頼書）を提示し、新システムの基本方針を固めるとともにソリューションの検討を進めた。その結果、NTTデータがプロジェクトのパートナーに決定した。

e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開発チーム 調査役の修行一氏は、「NTTデータが評価された最大のポイントは『総合力』です。イン

ターネットバンキングについても従前のシステムから長年にわたる実績があり、当行の課題を一番理解してくれていました。システム開発だけでなく、当行海外拠点にも常駐して現地で直接サポートしてくれる、グローバルなサポート体制にも大きな安心感がありました」と語る。

### 導入の流れ

#### 紙の書類で行っていた取引を Web化して顧客ビジネスに貢献

みずほグローバルe-バンキングの刷新プロジェクトは、2013年2月から2014年3月までの「フェーズ1」、2014年10月までの「フェーズ2」と、大きく2つのステップで推進された。e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開発チーム 調査役の高和弘氏は「フェーズ1では主に基盤および画面デザインの刷新を行い、フェーズ2ではさまざまな新機能の追加と利便性の向上を進めていきました」と説明する。

これにより、例えば新機能の一つである「送金・支払指示」では、各国／地域ごとの法制度や商習慣に合わせてきめ細かくカスタマイズされた画面上で、お客様が指示作成することが可能となった。「これまで紙の書類でやりとりしていた取引を、柔軟にWeb化してシステムに組み込むことで、お客様の業務要件を短期間で実現できるようになりま

した」と修行氏は話す。

また、顧客がホームページを自由にカスタマイズできるポータル機能を採用し、利用頻度の高いメニューに簡単にアクセスできる「ブックマークポータル」や「送金・支払指示」などのステータスが確認できる「承認待ポータル」を提供することにより、システムの利便性は一段と高まった。さらにセキュリティ面についても強化を図り、「電子署名トークンによる認証方式」に加え、送金指示などを行う際の承認ルートを拡充する「5段階承認」を実現した。

### 導入効果と今後の展望

#### 他資金管理システム (トレーディング、外国為替など)との 連動強化

インターネットバンキングをめぐる銀行間の競争はますます激しくなっているが、「他行に遅れをとっていると感じていた部分は、今回のリニューアルによって完全に挽回することができました。いまでは当行が先駆けている機能も数多く、みずほグローバルe-バンキングは世界のトップ集団に立ったと自負しています」と徳久氏は胸を張る。

実際、みずほグローバルe-バンキングは1万社以上が利用する顧客チャネルとして順調な成長を続けている。「海外対顧客収益比率を33%に高めるという目標もすでに32%を達成し、あと一歩のところまで漕ぎつけました。みずほグローバルe-バンキングが、海外事業を下支えする強力な武器になっていることは間違いありません」と高石氏も話す。「今後もさまざまな国や地域へのローカライズを進



株式会社みずほ銀行  
e-ビジネス営業部 GCMS推進室  
室長 徳久 康人氏



株式会社みずほ銀行  
e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開発チーム  
次長 高石 功氏



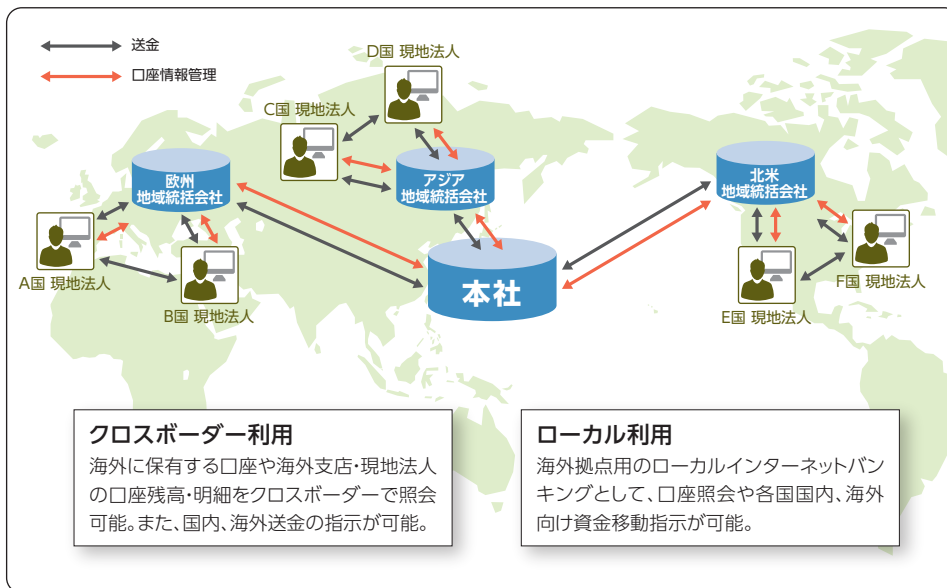
株式会社みずほ銀行  
e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開発チーム  
調査役 修行 一氏



株式会社みずほ銀行  
e-ビジネス営業部 GCMS推進室 GCMS企画開発チーム  
調査役 高 和弘氏

める一方、グローバルの共通基盤として財務やトレーディング、FX(外国為替取引)といった周辺システムともSSO(シングルサインオン)で連携させるなど、みずほグローバルe-バンキングを中心として、お客様サービスの拡充を図っていきたくと考えて

います。NTTデータにはインターネットバンキングに関する最先端の知見と豊富な経験を生かし、引き続き当行の取り組みを強力にサポートしていただければと思います」と、徳久氏は期待を寄せる。



### Company Profile



#### 株式会社みずほ銀行

英語表記 Mizuho Bank, Ltd.  
 所在地 東京都千代田区大手町1-5-5  
 発足 2013年7月1日  
 資本金 1兆4,040億円(2014年9月30日現在)  
 従業員数 26,884人(2014年9月30日現在)  
 事業概要 預金業務、貸出業務、商品有価証券売買業務、内国為替業務、外国為替業務、社債受託および登録業務、附帯業務  
 URL <http://www.mizuhobank.co.jp/>

### Global IT Innovator

株式会社 NTTデータ  
 第二金融事業本部  
 第一バンキング事業部  
 メガバンク統括部  
 メガバンク営業企画担当  
 Tel : 050-5547-5598