

# 住信SBIネット銀行株式会社様

ネット銀行が使うEBMシステムとSPIRAL®を連携  
業務効率が飛躍的に改善し、100時間を超える作業を削減  
～EBM連携に向け、専用APIをパイブドビッツが受託開発～

## 住信SBIネット銀行

**SBI Sumishin Net Bank**

住信 SBIネット銀行株式会社  
業務内容：インターネット専門銀行  
<https://www.netbk.co.jp/>

### 課題

- 複数のDBから顧客情報をダウンロードし、ターゲティングのためにリスト化する作業を自動化しなかった
- EBMシステムを活用して、顧客に対してよりタイムリーに的確な内容でメール配信を行っていた

### 解決策

- EBMシステムとスパイラル®を専用APIで連携し、僅かな作業で、よりターゲティングされたメールを適切なタイミングで配信できるようにした

### 選定理由

- メール配信システムとして以前からスパイラル®を利用しており、カスタマイズも進んでいたため
- パイブドビッツが、EBMシステムとスパイラル®を連携する専用APIを開発できたため

### 導入後の効果

- 月間108時間の作業工程を削減し、業務効率化とコスト削減を実現した
- よりタイムリーでお客様ごとに細分化されたメールマーケティングを展開できるようになった

### 主な機能

- API 開発
- メール配信



執行役員・営業企画部長 弘川 剛氏（右）、  
営業企画部コンテンツグループ・アシスタントマネージャー 関 衛介氏（左）



住信SBIネット銀行株式会社は、インターネット上のみでサービスを提供するネット銀行だ。同社はこのほど、マーケティング施策の強化を目的に、DB上の顧客情報を活用する「EBM（※）」システムを導入。それに合わせ、以前から顧客向けメール配信に活用していたスパイラル®とAPI連携を実施した。その結果、大幅な業務効率化を実現、100時間を超える作業を削減することができたという。ここでは、EBMシステムとスパイラル®の連携の経緯やその効果について、同社執行役員・営業企画部長の弘川 剛氏と、営業企画部コンテンツグループ・アシスタントマネージャーの関 衛介氏に伺った。

※ 「EBM (Event Based Marketing)」とは、マーケティングの各プロセスごとのアクションを自動化する「マーケティング・オートメーション (MA)」の一種で、顧客の行動を分析することで、顧客に起きる重要な「イベント」を予想し、適切な商品や情報、サービスを提供するマーケティング。金融機関での導入が進んでいます。

## 導入前は、膨大な時間と手間をかけた、配信先を手作業でリスト化。

—— まず、貴社および貴部署の業務内容やミッションについてお聞かせください。

当社は、三井住友信託銀行とSBIホールディングスを出資会社として2007年に設立したインターネット専門の銀行です。預金やローン、決済サービスといった通常の銀行と同様のサービスを24時間・365日提供しています。

営業企画部は、販売促進案の立案や、広告やキャンペーンの企画、Webやアプリの企画などを担当する、いわゆる“マーケティング”の部署で、コンテンツの制作なども行っています。最近では「データベースマーケティング」を使い、お客様に送るメールの企画・制作や、どういったお客様にどういう広告を出すかといった戦略を考えるミッションにも取り組んでいます。

これは、お客様をセグメント化し、それに合わせたターゲティングを行い、より精度の高いマーケティングを実施することを目的としたものです。今までは、お客様のデータを手作業でDBから抽出して、それを、AccessやExcelでリスト化してからスパイラル®にデータを送ってメールを配信していました。この作業を自動化したのが今回の取り組みです。

—— EBMシステムとスパイラル®を連携させ、どのように利用していますか？

例えば、当社では全国各地で住宅ローンのセミナーを開催しているのですが、そのご案内メールをそれぞれの都道府県ごとに限定で送るなどのマーケティング活動に利用しています。住宅ローンのセミナーの場合、すでに住宅ローンをご利用の方にお知らせしても効果は見込めません。ご案内をお送りする年代や地域、当社のお取引内容などを分析、セグメント化し、より効果の見込めるメールを配信しています。



執行役員・営業企画部長 弘川 剛氏

こうした施策を毎日展開しており、メールは月80通以上お送りしています。EBMシステムとスパイラル®の連携がなかったら、かなり大変な作業です。

—— 今回のシステム連携が実現する前は、どのような運用をしていましたか？

当社で運用しているお客様関連のDBは、機能や種類によってさまざまな種類が存在しています。以前は、担当者がそれらのDBから必要な情報をダウンロードし、データを整理してリストを作り、それをスパイラル®にインポートしてから配信するという作業をしていました。

こうした作業は、対象の顧客数も多く、その数が数百万件にもなると、ダウンロードするだけで何十分もかかるうえ、書き出しに1時間以上かかることもあります。とにかく時間と手間がかかっており、この頃は、1通送るのに半日程度かかることもありました。

また、いろいろな抽出条件があるため、リストの作成にはそれなりのスキルと経験が必要とされ、慣れた人でないと難しく、比較的属人的な作業だったのも課題でした。さらに、手動の工程が多いということは、それだけ事故のリスクも大きかったと言えます。



営業企画部コンテンツグループ・アシスタントマネージャー 関 衛介 氏

## スパイラル®を迷いなく選択。「自動化できるところはすべて自動化」を実現。

### ——スパイラル®とEBMシステムを連携させた経緯や理由を教えてください。

スパイラル®は、2007年の当社設立当初から利用しています。SBIグループでスパイラル®を使っていたという経緯があり、コスト的なメリットがあるので導入しました。2014年にEBMシステムの導入を決めた際も、EBMシステムが一番効果を発揮するジャンルの1つがメールマーケティングでもあるので、スパイラル®との連携は最初から視野に入れて計画を進めています。これまで、さまざまにスパイラル®のカスタマイズを行ってきていたため、他のシステムに変えるという選択肢はありませんでした。

### ——導入に際し、ご苦労された点や問題になったことはありましたか？

当初の作業は、スパイラル®の既存のAPIをカスタマイズして連携する想定で進めていたのですが、データが数百万件レベルであったり、リストを大量に連結しなければならなかったりと、こちら

の要望の規模が大きいこともあり、そのままではうまく連携できないことが分かったため、ほぼフルスクラッチでAPIを専用開発していただきました。

また、当社のセキュリティポリシー上、テストは独立した環境で行わなければならないので専用のテストサーバを建てる必要が発生したりなど、当初は想定していなかった部分にエネルギーを使うことになりました。その点は、当社もパイブドビッツさんも大変だったと思います。

### ——開発に際し、こだわった点はありますか？

“自動化できるところはすべて自動化させる”ことにこだわりました。事故を防ぐという意味と、属人的な部分を排し、専門知識がなくても誰でも作業できるようにしたかったからです。

例えば、メールの種類によってモバイルに送る・送らないとか、差出人をこうするといった細かい設定がメールによって決まっています。その設定情報をスパイラル®の中に持たせ、それとEBMシステムを紐付けて、データを連携させたら自動的に各設定でメールが送信されるという環境になっています。作業としては文面を入れる必要がありますが、もし文面が変わらなければ、スパイラル®にデータを流したらあとは送信ボタンを押すだけです。

## 連携実現で、108時間の作業を一気に削減。より効果的なマーケティングも実現。

### ——今回のシステム連携は狙い通りの効果を発揮しましたか？

月間80通、多い月には100通くらい送信する場合もありますが、その中の60通くらいはEBMシステムと連携させています。導入前にこれを全部手動でやったらどれくらいかかるか試算したのですが、月間108時間かかる計算になりました。今は、各商品担当や部内の人員がリストを

作っていたこの時間分の作業がまるまるなくなっていて、かなりの工数を削減できていることを実感しています。コストに換算しても相当な削減効果が出ていると言えます。

また、メール送信の“タイミング”という点でも効果が出ています。以前は、抽出作業が大変だったため企画から配信までに時間がかかり、最適なタイミングでメールを出せていなかったこともありました。それが現在は、対象のセグメント化という部分だけでなく、キメの細やかさという点では、“タイミング”も含めて対応できる仕組みになっているということです。

1日に3本も4本も自分に関係のない内容のメールを受信すると、オプトアウトの率が増えてしまいます。そうすると、ビジネスチャンスを逃すことになります。なるべく、お客様に最適化された内容だけお知らせするようにすることで、顧客満足度の低下を防ぎ、オプトアウトされるのを防ぐ効果もあると思っています。

### ——運用上の問題点や今後の改善点、次期開発の予定などはありますか？

せっかくスパイラル®を使ってメールを配信しているので、配信結果データを活用してマーケティング精度を上げていきたいと考えています。例えば、開封してくれた方にメールを送るとか、開封しなかった方は除外するとか、クリックした方は次の段階のメールを送るなどです。

また、今までよりも、お客様の絞り込みやタイミングなどの精度を上げたいと思っています。そのためにはまだ、いろいろ試行錯誤しながらチューンナップしていく必要がありそうです。

今後は、こうした運用レベルを高め、効果を最大化していきたいと考えています。

## パイブドビッツの開発力や技術力を高評価。ユーザーズデスクも「すごい」とヘビーユーザーに。

### ——弊社の業務クオリティや対応、サポートなどはいかがですか？

パイブドビッツさんの開発力や技術力は高く、他社とくらべてもキチンと対応していただいていると思います。マーケティングの基盤となるようなツールとして柔軟性があるため、通常のパッケージシステムだと「ここからはできません」という部分があったりするのですが、スパイラル®はカスタマイズさえすれば、できないことはないのではないかと考えるほどです。

対応に関しては、いろいろ細かなオードアをしておりましたが、真摯に対応いただけました。一番よかったのは、例えばテスト段階の話ですが、不具合を見つけた際にこちらが連絡する前にパイブドビッツさんから電話が来るなど、迅速な対応と逐一知らせてくれるというのは非常に助かりました。

ユーザーズデスクは、ヘビーユーザーと言えるほど利用させていただいています(笑)。ユーザーズデスクに連絡すると、ホントに5分以内に電話がかかってくるのがすごいと思いました。EBMシステムの部分も質問にお答えいただけるなど、非常に助かっています。

——本日はありがとうございました。

## EBMシステムとスパイラル®の連携の概要

