

業務時間30%削減、WEB申込率100%を6ヶ月で実現 住宅ローンの抜本的な業務変革で 証明した、Fit to Standardと 完全内製化の価値

創業95年、山口県内を中心に32店舗を展開する西京銀行。住宅ローン業務ではウェブ受付をいち早く導入していましたが、その先には6つのサブシステムが分散する複雑な業務フローが残っており、本部事務の負担とお客さまの来店負担は解消されないままでした。その課題感から抜本的な業務変革を目指してnCinoを採用。Fit to Standardを徹底したノンカスタマイズ導入により、わずか6ヶ月で本番稼働を実現し、業務時間30%削減・WEB申込率100%を達成しました。さらに導入後わずか3ヶ月でリテールローン4商品への拡張も完全内製によって実現しています。



事例のポイント

- 6つのサブシステムを1プラットフォームに統合
- 業務時間30%削減・申込項目30%削減・WEB申込率100%を達成
- Fit to Standardを徹底し、6ヶ月という短期間でノンカスタマイズ導入を実現
- 非エンジニアを含む少人数チームで保守・運用の完全内製化を達成
- 導入後わずか3ヶ月でリテールローン4商品に拡張

先行していたからこそ見えた壁——完全非対面化への挑戦

—西京銀行様は、nCino導入以前からデジタル化に取り組まれていらっしゃいました。どのような経緯でnCinoの検討に至ったのでしょうか。

秋吉氏: 私が2022年10月にDX推進室の室長に就任したあと、様々な行内の業務改革やデジタル施策の推進を行っていましたが、最初に住宅ローン受付のウェブ化に着手しました。2023年4月にウェブ受付を開始し、受付後の

(写真・左から)

株式会社西京銀行 営業統括部 副部長 高杉 勇雄 氏、
ビジネスコンサルティング部 DX推進室長 秋吉 郁
弥 氏、ビジネスコンサルティング部 DX推進室 副調
査役 佐伯 雄一 氏

※肩書は2025年10月取材当時



株式会社西京銀行
営業統括部
副部長

高杉 勇雄 氏

**nCino検討・導入の
業務側統括責任者**



株式会社西京銀行
ビジネスコンサルティング部
DX推進室 副調査役

佐伯 雄一 氏

**内製化体制構築の
リーダー**



株式会社西京銀行
ビジネスコンサルティング部
DX推進室長

秋吉 郁弥 氏

**nCino検討・導入の
プロジェクトリーダー**

バック事務を本部に集中化しました。これによりお客さまの利便性も向上しましたし、営業店および本部の業務も大きく効率化することができました。

高杉氏:しかしウェブ受付導入後、お客さまからは便利になったというお声をいただく一方、それでは片手落ちだと感じていました。受付から契約まで一連の業務を6つのサブシステムで回していたため、各システム間のデータ連携は依然として手作業で行っていました。それでは、入力ミスやデータ連携エラーのリスクは残り続ける。そして何より、お客さまには本申込とご契約で最低2回のご来店をお願いしている状態でした。

ローン受付のウェブ化を進めたことで、むしろ次の課題が見えてきました。完全非対面化、つまり受付から契約まで一切来店不要にすることを実現しなければ、本当の意味での業務変革とは言えない。その確信が、nCino検討のスタート地点でした。

一数あるソリューションの中からnCinoを選んだ理由はどこにありましたか。

高杉氏:実は検討の段階からnCino以外のソリューショ

ンをほとんど比較対象に挙げていませんでした。当行の求める要件を満たすのはnCinoしかないという確信がずでにあったのだと思います。

秋吉氏:そうですね。私たちが求めていたのは、単なるシステムの置き換えではありませんでした。まずは「合理性」です。銀行の融資業務プロセスを徹底的に効率化・標準化しており、世界2,700行以上の知見を定期アップデートで取り込み続けるクラウド型SaaSという点。既存の延長線上でシステムを作るのではなく、世界標準のベストプラクティスに自分たちの業務を合わせていく。そのコンセプトに強く共感しました。

もう一つが「拡張性」です。住宅ローンを起点に、マイカーローン・教育ローンなど全てのリテールローンをnCinoに集約していくことを、最初から描いていました。導入することがゴールではなく、内製で保守・運用・拡張まで自走できる体制をつくることが目的でした。この2点を両立できるソリューションは、私たちが検討した中ではnCino以外にありませんでした。

Fit to Standardが実現した、6ヶ月での本番稼働

一Fit to Standardへのこだわりが短期導入を実現したとおっしゃっていましたが、具体的にどのように徹底されたのでしょうか。

高杉氏:「徹底的にFit to Standardに沿ってノンカスタマイズで導入する」というコンセプトを、プロジェクトチーム内で一貫して保ち続けることが重要でした。様々な意思決定をしていく中で、どうしても人や業務を起点に考えてしまいがちですが、部署を横断して取り組み、柔軟

に行内のルールや制度・業務を変えていけるかどうかが肝心だと思っています。

秋吉氏:nCinoのデモ画面を最初に見せていただいたとき、「このデモ画面をそのまま導入できないか」と考えました。そのまま導入するのであれば、極端な話、明日からでもこの最新のクラウド型ソリューションを活用できるのではないかと。それくらいFit to Standardを徹底していました。

※肩書は2025年10月取材当時

高杉氏: このコンセプトは経営層から現場まで一貫して共有されていました。プロジェクトを進める中で「自行の業務に合わせてカスタマイズしたい」という声が出ることもありましたが、その都度「まずnCinoの標準機能で実現できないか」を議論の起点に置くことで、プロジェクト全体の方向性をぶらさずに進めることができました。また、プロジェクト中は、その場にいるメンバーが迅速に意思決定を積み重ねていきました。論点が生じればその場で結論を出し、持ち帰り事項を極力つぐらない進め方が、6ヶ月という短期間での導入につながったのだと思います。

—2024年1月の導入決定から12月の本番稼働まで、具体的な流れを教えてください。

秋吉氏: 約1年間の検討期間を経て、2024年1月にnCinoの導入を決定しました。その後4ヶ月間の事前準備を経て6月にプロジェクトをキックオフし、12月に住宅ローンの本番稼働を迎えました。

佐伯氏: 事前準備の段階では、SalesforceのeラーニングでベースとなるnCino製品の知識を習得しました。プロジェクト期間中は導入パートナーによるハンズオン型の

トレーニングを並行して受講し、必要なスキルとノウハウを身につけていきました。これがスムーズな内製運用・拡張への移行につながったと考えています。

体制面も振り返ると、プロジェクト当初はエンジニア2名と非エンジニア1名の3名で取り組んでいましたが、現在はリテールローンへの拡張もほぼ完了し、エンジニア1名で保守・運用を回せる体制になっています。内製化の経験を積むことで、スリムで自走可能なチームをつくることができました。



本番稼働をスタートラインに、完全内製で拡張する

—稼働から現在にかけて、どのように拡張を進めてきたのでしょうか。

高杉氏: 本番稼働後わずか1ヶ月で住宅ローンの最初の改修を行いました。お客さまや行内の意見を集約し、スピーディーに反映できたのは内製化しているからこそです。

佐伯氏: 2025年4月には、マイカーローン・教育ローンな

どリテールローン4商品を本番リリースしました。プロジェクト期間は3ヶ月です。nCinoの平均プロジェクト期間が約10ヶ月とお聞きしていますので、それと比較しても非常に短期間での実現となりましたが、これは内製化だからこそ可能だったと考えています。

高杉氏: 最初から100点を目指すのではなく、トライアル

導入効果

効果 1	効果 2	効果 3	効果 4
統合したシステム 6 システム # リアルタイム共有 # 進捗見える化	業務時間削減率 30 % # 業務効率化 # ボリューム拡大	申込項目削減率 30 % # 項目最適化 # ボリューム拡大	WEB申込率 100 % # 非対面化の実現 # お客さま利便性の向上
拡張したローン商品数 現在 4 商品		今年度目標 7 商品 # 完全内製化 # ノンカスタマイズ # 圧倒的スピード	

導入プロジェクトのポイント

Fit-to-Standard # コンセプチュアルなプロジェクト進行 # ノンカスタマイズ導入の徹底	業務変革 # 部署横断的なプロジェクト推進 # デジタルオリエンテッドな業務変革
--	---

的に挑戦してみるというマインドセットも、当行の良いカルチャーなのかもしれません。これから全てのリテールローン商品をnCinoに集約する予定です。

佐伯氏：私たち内製化チームでは「まず内製でできるか」から考えるのが一貫したアプローチです。内製でできる手段を考え、そこから挑戦する。その挑戦を周囲が正しく後押ししてくれる風土があります。任せてもらえて、背中を押してもらえ環境が、このスピードを支えているのだと感じています。

—導入後、現場にはどのような変化が生まれていますか。

秋吉氏：6つのサブシステムを一元化したことで、申込を受付した時点から融資実行までの事務に必要な情報がシームレスに流れるようになりました。結果として入力ミスやデータ連携エラーは激減しました。

高杉氏：申込・受付・審査の情報がリアルタイム化されたことで、本部の報告業務が減少し、本部バック事務の業務負担が大きく削減されています。

営業店についても、ウェブ完結による業務負担の軽減に加えて、申込の進捗がリアルタイムに見える化することによって、お客さまへの複合取引の提案や提携業者様とのリレーション構築など、本来の業務に集中できる環境が整いました。単なる効率化や工数削減ではなく、銀行のトップライン拡大に資するプロジェクトとして戦略的に位置づけています。



探求心を持つ若手が引っ張る内製化チーム

—DX推進室の組織体制と人材育成についても聞かせてください。

秋吉氏：DX推進室は私を含めて13名で構成されており、うち10名が20代から30代前半の若手です。銀行員はどうしても真面目でルールを重んじる傾向があり、私自身もそうなりがちですが、デジタル世代の若手はこうした内製化プロジェクトに対しても徹底的に探求心を持って取り組んでくれます。そういった若手をどんどん呼び込みながら、人材育成にも取り組んでいます。マネジメントとして大切にしているのは、「責任感を持って考え抜いてもらうこと」と「抑え込まないこと」です。効率化を求めるあまり、せっかくの探求心を押さえ

てしまっては本末転倒です。やりたいようにやってもらい、気持ちよく働いてもらうことが、良いパフォーマンスの源泉だと考えています。

佐伯氏：日々内製化のプロジェクトに取り組む中で感じるのは、メンバー一人ひとりが自分事として課題を捉え、主体的に解決策を考えていることです。nCinoの標準機能をただ使いこなすだけでなく、「この機能をどう業務に活かすか」を自ら深掘りするメンバーが多い。内製化が単なるコスト削減ではなく、チームの成長と組織のケイパビリティ向上につながっているのだと感じています。

今後の展望

—最後に、今後の展望をお聞かせください。

高杉氏：WEB申込率100%という数字は達成しましたが、手続きの煩わしさをどこまで減らせるかという追求に終わりはありません。商品を拡張していく中でも、その感覚を忘れずに改善を重ねていくことが私たちの役割だと思っています。

秋吉氏：全てのリテールローン商品をnCinoに集約する

ことが直近の目標です。住宅ローンという受付から審査完了までリードタイムの長い商品からスタートしたことで、他の商品への拡張はそれほど時間がかからないと考えています。システムの拡張はあくまで手段であり、目的はお客さまの利便性向上と行員が本来の業務に集中できる環境の実現です。その目標に向けて、挑戦を続けていきます。