

Retail Business Unit

リテール事業部門

銀行・証券・カード・コンシューマーファイナンス、それぞれの業界トップクラスの企業が、個人のお客さまのニーズに「グループ総合力」によるサービスでお応えし、お客さまから最も選ばれる本邦No.1のリテール金融ビジネスの実現を目指しています。



執行役専務
リテール事業部門長

山下 剛史

連結業務純益に占める割合(2022年度)

2,216 億円

12%

	2022年度 実績	前年比 ^{*1}
業務粗利益	11,502億円	(140)億円
経費	9,333億円	+7億円
ベース経費	7,022億円	(381)億円
業務純益	2,216億円	(135)億円
ROCE ^{*2}	11.0%	+0.8%
リスクアセット	13.3兆円	+0.6兆円

*1 金利・為替影響等調整後ベース *2 除く利息返還損失引当金繰入等

リテール事業部門は、資産運用ビジネス、決済ビジネス、コンシューマーファイナンス等の主要分野で国内トップクラスの事業基盤を誇り、高品質な対面コンサルティング力、先進的な決済やファイナンスの商品・サービスを有しています。

前中期経営計画では新型コロナウイルス感染症等の影響が各ビジネスに及びましたが、資産運用ビジネスではストック収益資産残高が計画を上回る4兆円の増加、決済・ファイナンスビジネスでは買物取扱高が10兆円の増加と計画をキャッチアップし、コロナ影響で減少したカードローン残高は2022年度に前年比増加に転じています。

また、キャッシュレス化・デジタル化の加速、貯蓄から投資への進展、人生100年時代に備えるニーズの増加等、リテールビジネスを取り巻く環境は大きく変化しました。その中で、

「SMBCダイレクト」の機能拡充、個人専用店舗の展開、「SMBCエルダープログラム」の導入等、環境変化をいち早く捉えた施策を実行してきました。

新中期経営計画では、グループベースの資産運用ビジネスモデルの構築により、富裕層ビジネスの差別化を図り、競争力を強化することでマーケットでの存在感を高めていきます。また、リテールビジネスを「Olive」を軸としたデジタルモデルへ変革することで、全国に顧客基盤を拡大し、グループベースで商品・サービスを提供します。さらには、「デジタル」と「ヒューマンタッチ」を活かしたハイブリッド戦略の展開等により、各ビジネスにおけるマーケットシェア拡大や、デジタル化による利便性向上とコスト削減の両立を通じて、「本邦No.1の持続的な事業基盤を誇るリテール金融グループ」の実現を目指します。

リテール事業部門

重点領域

1

富裕層取引No.1に向けた グループ体での富裕層ビジネス構築

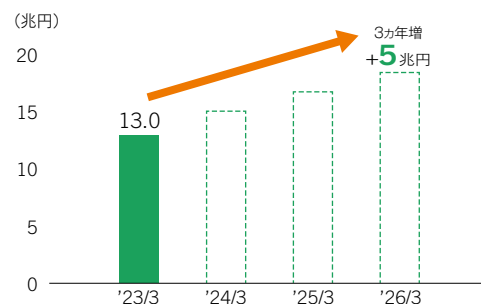
高度なポートフォリオ提案や相続・承継、事業性貸金等の多様なニーズに対応するため、銀行・証券・信託の連携によるグループ総合力でトータルコンサルティングを提供していきます。

法人オーナー等の大口富裕層のお客さまには、法人・個人営業、グループ会社間の連携強化により、お客さまのニーズへの対応力とアプローチを強化し、マーケットシェアの拡大を図ります。

相続ビジネスにおいても、同様の連携の強化により、SMBC日興証券の遺言信託・遺産整理ニーズへの対応力を強化し、資産集約・次世代取引獲得を推進します。

また、インフレや通貨安等に伴うお客さまの資産価値下落リスクに対しては、三井住友銀行、SMBC信託銀行で「PRESTIA」ブランドを活用し、通貨分散の提案を促進します。

AM*・外貨残高



* 投資信託・ファンドラップ等

重点領域

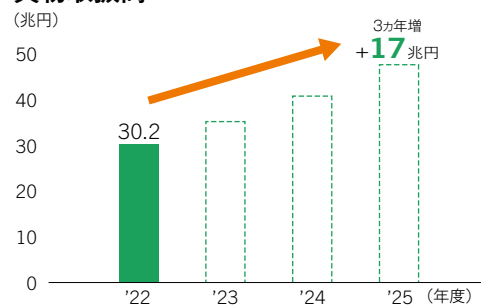
2

ペイメントビジネスにおけるシェア拡大

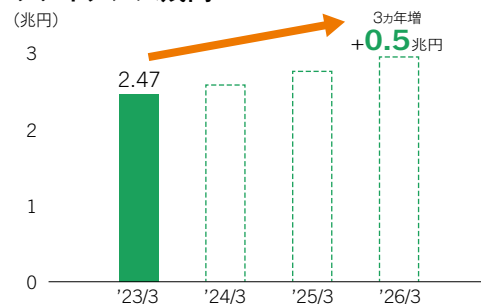
コロナ禍でのキャッシュレス化・デジタル化の加速を踏まえ、モバイル上で決済・手続・サービスが完結する「モバイル決済の標準化」を推進します。さらに、非金融サービスとの連携による付加価値の向上等を通じて、利便性や利得性起点での利用者の獲得を目指します。事業者のお客さまには、さまざまな利用シーンに対応すべく、「stera terminal」のマルチデバイス化や、公共交通機関への「stera transit」の導入を進めます。また、外部連携も含めたSMBCグループ共通ポイントであるVポイントの活用を通じて、利便性・利得性を向上させます。

コンシューマーファイナンスでは、個人消費の回復を捉え、決済利用を契機としたファイナンスニーズや、手続のデジタル化等、より多くのお客さまのニーズに対応していきます。

買物取扱高



ファイナンス残高



重点領域

3

「Olive」を軸としたデジタルモデルへの変革

キャッシュレス化・デジタル化が浸透する中、「店舗での取引」ではなく、「モバイルアプリ上の取引」を前提にした新しいビジネスモデルを展開していきます。銀行口座、カード決済、ファイナンス、証券、保険等の機能をデジタル上でシームレスに展開する「Olive」を通じて、全国の個人のお客さまに新しい総合金融サービスを提供します。

日常の手続きはお客さまのご都合の良い時にデジタルで受け付ける一方、デジタルチャネルの補完として、足を運びやすい商業施設にて少人数で運営する「ストア」を展開します。富裕層のお客さまには、銀行・証券・信託のコンサルタントが集約された「グループ一体チャネル」でアプローチし、デジタルとリアルハイブリッドモデルを追求していきます。



「Olive」についてはP.070、P.106をご参照ください。



ストア(イオンモール熱田店)

社会的価値の創造に向けた取組

お客さまのお金に関連するさまざまな課題を解決することで、あらゆる世代の豊かで安全な暮らしを支援していきます。

人生100年時代においてお客さまに安心とゆとりをお届けするため、コンシェルジュがお金以外のお困りごとやご要望にも応える「SMBCエルダープログラム」や「SMBCデジタルセーフティボックス」、家族のさまざまなリスクに備える情報共有アプリ「ファミリーネットワークサービス」等を提供してきました。今後も、金融面に加え、健康、安心、生きがいのある暮らし等をサポートする、非金融領域のサービスラインアップを拡充します。

また、グループ各社の知識やノウハウを活かして、グループベースでの金融経済教育活動にも注力しています。SMBCグループは「SMBCグループ サステナビリティ宣言」に基づいて、2020年度から2029年度で金融経済教育を延べ150万人に提供することをKPIとしています。今後も、学校、職場、高齢者施設等、対象範囲を拡大しつつ、誰もがお金に対する正しい知識を身に付け、安心して暮らせる社会の実現に貢献していきます。



愛媛県内の高校における三井住友銀行とSMBCコンシューマーファイナンスの共同セミナー