

## リテール事業部門

# 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、  
それぞれの業界における  
トップクラスの企業が個人のお客さまの  
あらゆる金融ニーズにお応えすべく、  
グループ連携を深め、  
お客さまから最も信頼される  
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

田村 直樹

**国** 内のリテール金融のフィールドは、貯蓄から資産形成への大きな流れ、人生100年時代、キャッシュレスの一段の拡大、デジタイゼーション等、マーケットが拡大する大きなチャンスがあります。

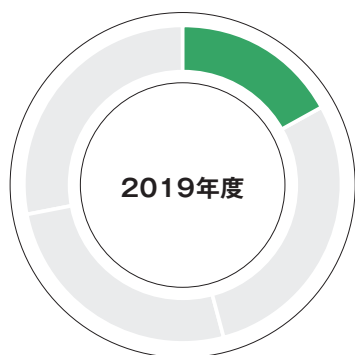
我々はこうした環境の中、「本邦No.1のリテール金融ビジネスの実現」を目指し、お客さま本位を軸とした資産管理型ビジネスへの転換やキャッシュレス化、デジタイゼーション等、いち早くビジネスモデル改革に取り組んできました。資産運用、決済・ファイナンスではストック収益資産や買物取扱高、カードローン残高が着実に拡大し、店舗改革ではお客さまの利便性向上とコスト削減の両面を実現しました。また、グループでのお客さま本位の業務運営への取組や、三井住友銀行・三井住友カードのスマートフォンアプリが外部機関から高い評価を受ける等、持続的成長に向けた実力が着実に向上しています。

新中期経営計画では、「サステナブルに本邦No.1であるリテール金融ビジネスの確立」を目指していきます。主要ビジネスにおいては、大口富裕層・キャッシュレス・コンシューマーファイナンス等の成長マーケットに対して積極的に資源を配分し、お客さまへのサービス提供レベルを向上させる等、競争力を強化していきます。これまでも進めてきた店舗改革、事務・ミドルバック集約等においては、一層の効率化を図り、ビジネスプロセスを抜本的に見直すことで、お客さまの利便性向上とコスト削減を追求していきます。また、デジタル・ITを活用した新たなビジネスの創出にも挑戦し、競争激化の環境の中で新たな収益機会を作り、事業部門全体での持続的成長を実現していきます。



連結業務純益に占める割合

**2,345** 億円 **17** %



	2019年度	前年比 <sup>*1</sup>
業務粗利益	12,577億円	(96)億円
経費	10,252億円	+45億円
(経費率)	81.5%	+1.0%
<b>業務純益</b>	<b>2,345億円</b>	<b>(139)億円</b>
ROE <sup>*2</sup>	7.2%	(0.5)%
リスクアセット	12.3兆円	(0.4)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

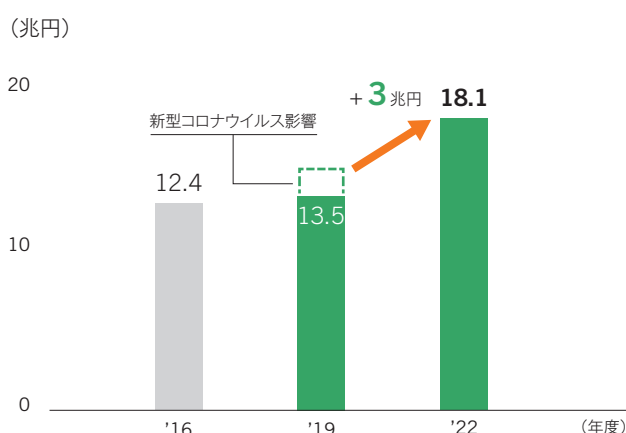
重点戦略

## 1

### 資産運用ビジネスのサステナブルな成長

セグメントの成長ポテンシャルに応じた資源配分の見直しを行います。富裕層は、企業オーナーを中心とした大口富裕層の取引シェア拡大に向けて、銀行・信託・証券のグループサービス集約や専門人材投入による営業力の強化を通じ、新たなサービスブランド「SMBC Private Wealth」を強力に推進していきます。資産形成ニーズが拡大しているマスアフルエント層に対しては、お客さまにとって利便性が高いデジタル・リモートを活用することで生産性の高い営業スタイルへとモデルを転換し、広大な未開拓マーケットを効率的に捕捉していきます。ストック収益資産拡大と抜本的な効率化を実現し、資産運用ビジネスの持続的な成長を実現していきます。

### ストック収益資産残高



重点戦略

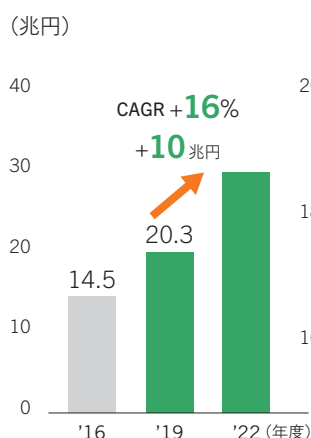
## 2

### ペイメントビジネスにおけるNo.1の地位確立

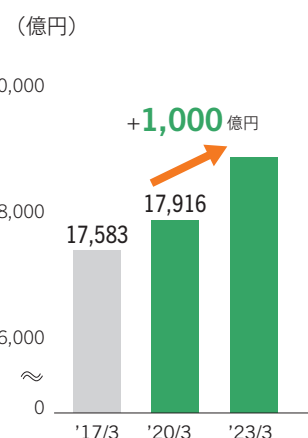
キャッシュレス決済戦略の実行を加速し、事業者・利用者双方のお客さまの観点からの利便性向上を通じて、マーケットを上回る成長を実現していきます。事業者に対しては、次世代決済プラットフォーム「stera」を本格展開し、加盟店シェアの拡大を目指します。利用者に対しては、アプリサービスの高度化やグループ共通のポイント制度「Vポイント」等、利便性・利得性の高いサービスの提供に取り組んでいきます。

成長ドライバーであるコンシューマーファイナンスの分野においては、キャッシュレス決済の成長に伴って拡大しているファイナンスニーズを着実に取り込むとともに、就業人口の変化によって生まれた新たな顧客層の開拓に取り組んでいきます。

### 買物取扱高



### カードローン残高



## 重点戦略

## 3

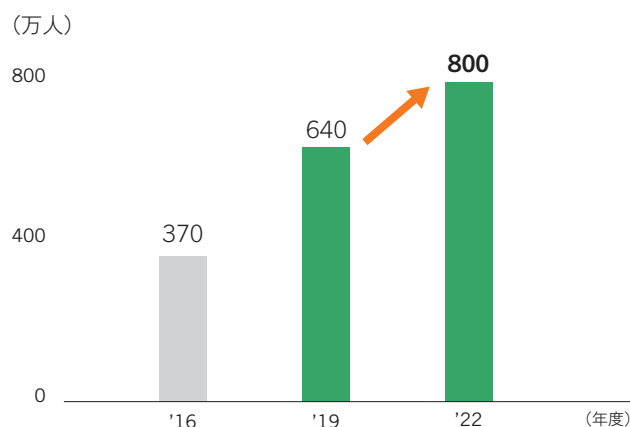
## Online Merges with Offline戦略への取組

お客さまとの接点の急速なオンライン化を踏まえ、これまでのフェイス・トゥ・フェイス中心のビジネスプロセスからオンライン起点のビジネスモデルへの転換を図ります。

AIターゲティングやデジタルツールの拡充等、デジタル・リモートを徹底的に活用し、業務プロセスを効率化していきます。また、お客さまへの提供サービスにおいても、デジタル・リモートチャネルを強化し、対面でのコンサルティングと連携することで、オンライン・オフライン両面からお客さまの利便性を向上していきます。

また、グループでのアプリ連携等、グループのインフラ・ノウハウ・リソースを活用したデジタル商品・サービスの利便性向上にも取り組んでいきます。

## SMBCダイレクト利用者数\*



\* SMBCダイレクトに半年で1回以上ログインしたお客さま数

## 新型コロナウイルス感染症への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大防止に向けたさまざまな対策措置が日常生活に広く甚大な影響を及ぼす中、生活を支えるご融資・決済サービス等、社会のインフラとして金融機関に求められるサービスを継続的に提供することを第一に対応しています。

三井住友銀行等での店頭営業維持に加え、本感染症の影響を受けたお客さま専用のファイナンス商品をグループ各社で提供する等、お客さまの状況に応じた各種の支援策を実施しています。また、ご来店をいただかずにさまざまなお取引が行えるよう、各種オンラインサービスの充実



を図っています。インターネットバンキング・クレジットカードのアプリの提供に加え、インターネットバンキングの取引に応じた医療従事者への寄付プロジェクト等も行っています。