



近年の個人部門は、種々の規制緩和に伴う業務範囲の拡大や、ITを活用したビジネスモデルの多様化・高度化を背景として、金融機関にとって経営戦略上最も重要な業務の一つとなっています。一方、金融グループの統合や異業種からの金融事業参入等により、個人業務を巡る競争は一層激化しています。このような流れのなかで、当行の個人部門は、個人向け投資信託残高、個人向けローン残高、顧客基盤(口座数)等において本邦最高の実績<sup>\*1</sup>を挙げており、このポジションをテコとして今まで培ってきた商品・サービスやチャネルの開発力と、専門性の高い人材による相談力を最大限に活用し、従来以上に付加価値の高い金融サービスを提供するよう努めていきます。また、営業店組織としては、ブロック、支店、ローンプラザ、コールセンター等を設置しており、プライベートバンキング層・資産運用層・資産形成層等の顧客セグメント別ビジネスモデルの高度化を図り、お客さまのニーズに応じた商品・サービスを適切なチャネル・プロセスを通じて提供していきます。

<sup>\*1</sup> 個人向け投資信託残高1兆4,000億円、個人向けローン残高13兆5,000億円、個人普通預金2,700万口座(平成14年3月末現在)。

### ブランド戦略

当行は、『One's Next「ひとりひとり」のこれからを提案するサービス業へ』を個人ビジネスのブランドスローガンに掲げ、お客さまひとりひとりの「これから」に対してお役に立てる「新しい価値」、すなわち安心と便利を実感していただける商品・サービスを提供していきます。こうしたブランドスローガンに基づく行動を徹底するため、平成14年度から各支店に「ブランドマネージャー」を配置し、きめの細かいブランド戦略を積極的に推進しています。これらにより、お客さまに最も信頼されるリーディングバンクとしての確固たるブランド価値の構築を目指していきます。

## One's Next

「ひとりひとり」の  
これからの提案するサービス業へ

## 有人店舗ネットワークの再編

有人店舗ネットワークについては、個人取引推進の観点から店舗インフラを立地特性・マーケット規模ごとに機能・レイアウト構成を見直し、事務手続の場からセールスの場へと戦略的に転換していくことで営業力の強化を図っていきます。平成13年度には、支店ベースで14カ店の店舗統合に加え、平成14年7月のシステム統合に先行して一つの店舗内に複数の支店を同居させる、いわゆる「共同店舗」を20カ所で行いました。今後、国内本支店(平成13年4月合併時578カ店)については、立地重複店を中心にさらなる統合を実施することにより400カ店体制を目指しています。



## 商品・サービスの拡充

邦銀トップクラスの豊富な品揃え(平成14年6月末現在、運用会社25社、53本)を有する投資信託については、パフォーマンス等総合的に判断し、「三井住友銀行ファンドセレクション」として27本を選定していますが、平成13年度は6月に「ワールド・パッケージ・オープン 愛称：協奏」、1月に「ユーロ短期債ファンド」の新規ファンドを販売開始しており、それぞれ平成13年度販売実績は約260億円、240億円となりました。

平成13年4月には、定期預金に投信や外貨預金をプラスした新商品「資産づくりセット」の取り扱いを開始しています。お客さまからその商品性を高く評価され、平成13年度販売実績は約6,700億円となりました。また同年7月には、当行が販売した金融商品に関し、資産の分散投資状況、残高・入出金の状況、損益明細等の情報をレポートに取りまとめ、毎月お客さまに送付するサービスとして「お取引総合レポートサービス(マンスリーボイス)」の取り扱いを開始しました。

さらに、電話・インターネット・iモードのいずれのチャネルからでも振込、残高照会、定期・外貨預金取引、投信取引等が利用可能なサービス「One to Direct」はお客さまから高い評価をいただき、その月間利用件数は約240万件(平成14年3月実績。前年同月比+90万件)を達成しました。

平成14年4月からは新築物件を対象として住宅ローンの金利を優遇する商品として、「新築限定ローン」の取り扱いを開始しています。また、期間限定のキャンペーン商品として、給与振込のご指定・One to Direct等の申し込みをいただいたお客さま向けに住宅ローンの金利を優遇する「おとくな住宅ローン」の取り扱いのほか、外貨定期預金の金利上乘せキャンペーンの取り扱いを平成13年度に引き続き実施しています。



ローンプラザ

## 資産形成ビジネス

老後生活に備えての金融資産形成や住宅取得のための資金調達などお客さまのライフステージに応じた資産形成ニーズに対し、有人拠点における相談業務と、コールセンターをマーケットハブとしたセールスプロモーション、さらに、テレホンバンキング、インターネットバンキング等リモートチャネルを組み合わせ、お客さまに最適なチャネル・プロセスで商品・サービスを提供するよう努めています。また、平成14年度からは、「エリアマーケティングオフィサー」を各ブロックに配置し、一段とお客さまのニーズに応じた効果的なプロモーションを展開しています。

有人拠点としての支店には、「マネーライフ・コンサルティング・デスク(平成13年度122カ所増設、平成14年3月末現在240カ所設置)」等の総合相談カウンターに、専門スタッフを配置して、投資信託や外貨預金などでの運用・積立ニーズ、住宅の一次・二次取得や増改築、教育資金等の借入れニーズ等運用・調達両面の金融ニーズに対し、一元的に対応しています。

このように、当行では、ライフステージに応じた資産形成ニーズをお持ちのお客さまに効率的でユニークな商品・サービスを提供することで、「生涯にわたるメインバンクにするなら三井住友」というブランドの確立を目指しています。



マネーライフ・コンサルティング・デスク

## 資産運用ビジネス

資産運用に関する高度かつ公平な立場からのコンサルティングを求めているお客さまに対しては、各ブロックに配置された専門性の高いファイナンシャルコンサルタントが「金融資産全体のポートフォリオ提案」を軸に、オーダーメイドのきめ細かな資産・負債の総合管理を行っています。

また、資産運用層向けチャンネルとして「資産運用プラザ」を全国64カ所(平成14年6月末現在)に設置しており、この資産運用プラザには、テレビ会議システムを備えたセミナールーム、個室等の相談スペースや大型の情報ベンダー等の資産運用相談拠点としてのインフラを整備していきます。

このように、当行では資産運用に関するお客さまのニーズに幅広くかつ個別にお応えする体制を整備し、「資産運用サービスなら三井住友」というリーディングブランドの確立を目指しています。

## プライベートバンキングビジネス

株式公開や上場見込み、あるいは既に公開・上場を実施した成長企業オーナー等を対象に、資本政策や資産運用等、オーナー固有の金融ニーズに対して、長期間にわたりご相談やアドバイスを行います。

資本政策に関しては、法人取引や海外等での高度な金融商品の経験者をプライベートバンカーとして配置することにより、株式公開や事業継承などさまざまなニーズにお応えします。また資産運用については、お客さまのポートフォリオやアセットアロケーションの考案、お客さまの相場観に応じたオーダーメイド型の商品・サービスの開発・提供に取り組んでいます。

いずれの分野でもお客さまとの長期リレーションシップを前提に、ベストパートナーとなることを目指します。

## 支払い・決済サービス

情報・通信分野の急速な発展やライフスタイルの多様化から、個人のお客さまの支払い・決済サービスに対するニーズは多岐にわたっています。

このため当行では、電話やパソコン、携帯電話などのリモートチャンネルを利用したバンキングサービス「One 5ダイレクト」のレベルアップを図るとともに、リモートチャンネルの有人拠点との相互補完機能をさらに充実させ、日常取引のメインチャンネルとしてお客さまの認知をいただけるよう努めており、平成14年3月末のリモートサービス契約者数は460万人となっています。

さらに、(株)エーエム・ピーエム・ジャパン(am/pm)との提携による「@B NK(アットバンク)」や、E-net(イーネット)、ローソンおよびアイワイバンク銀行との提携によるコンビニATMを積極的に展開することで、One 5ダイレクトのレベルアップと合わせ、コストを削

減しつつ、利便性が高くかつ幅広いニーズに応じたきめ細やかな顧客サービスを提供しています。

このようなサービスの提供により、当行では「日常取引で最も便利な銀行なら三井住友」というブランドの確立を目指しています。



コールセンター

## グループ金融力の活用

三井住友カード(株)〔平成13年4月に(株)住友クレジットサービスより社名変更〕は、平成13年7月のさくらカード(株)のUCカード事業部門との統合によって国内トップレベルの業容を誇るカード会社となりました。今後も、「安心・安全・便利」をキーワードに「最も使いやすく最も役に立つカード」を提供することで、日本の「VISA」のパイオニアとして築きあげてきた「三井住友VISAカード」のブランド価値をさらに高めていきます。

平成12年10月に開業した(株)ジャパンネット銀行は日本初のインターネット専門銀行であり、「24時間・365日アクセスできる」という便利さと「高い預金金利と安い手数料」という有利さを魅力としています。当社はネットユーザーにとってのメインバンクとなるべく、当行や他の出資各社、提携先とともに、インターネットの特性やITを活かした利便性の高い金融機能を提供し、21世紀型の銀行を目指していきます。

また、平成12年6月に設立したアットローン(株)〔平成13年8月にさくらローンパートナー(株)より社名変更〕は、従来の銀行ローンとは異なる全く新たな小口無担

保カードローン@Loan(アットローン)の提供を開始しました。高機能ローン相談端末「@LoanBOX(アットローンボックス)」を首都圏を中心とするコンビニエンスストアam/pm内に406カ所(平成14年6月末現在)設置しています。引き続きテレビCMの放映等により認知度アップを図るほか、関西地区への@LoanBOX展開を実施していきます。

今後とも当行では、クレジットカード、無担保カードローン等のファイナンス機能や決済サービス機能を、三井住友銀行グループ全体での新たなビジネスモデルとして、より幅広く積極的に提供していきます。



@BANK、@LoanBOX

## リモート取引契約者数・件数推移

