

世界が進むチカラになる

MUFG ②

挑戦
する企業

急激なデジタル化に伴い、他業界から参入したスマートフォン決済事業者らが魅力的なインセンティブで銀行の顧客基盤を揺るがした。三菱UFJ銀行も個人顧客向けサービスのデジタル化を進めたが、執行役員デジタルサービス企画部長の山下邦裕は「中長期でどう戦うかを十分に描き切れていなかった」と指摘す

顧客接点を拡大

対面・非対面サービス融合

られる利益を算出したラ イフタイムバリュー(LTV、顧客生涯価値)をなどの「リモート」に銀行が追求していなかっ た点を挙げる。デジタル 属性を見ながら中長期で 顧客基盤を拡大するビジ

る。 中長期で戦略 山下はその要因につい て、顧客が自社サービス の使用を始めてから使用 を終えるまでに自社が得 る。 ネスモデルに変えねば、 フィンテック(金融とIT の融合)業者との競争 に勝てなくなる。 解決策の一つが顧客と のつながりを深めるタツ チポイント(接点)の拡 具体的には、人流ア ンalysisでターゲットとす る属性の顧客が多く回遊 する場所を特定。その場 所に合ったコンセットの 店舗網に再編する。顧客 が好きな時間に好きな場

対面・非対面のベストミックス	
店頭	・タブレットで取引、行員がサポート ・窓口・ブースでの運用相談
オンライン	・口座開設から諸届、運用までアプリ完結 ・オンラインで有人の運用相談
BaaS	・MUFGの金融機能を外部企業へ提供 ・外部企業顧客へサービス提供機会を創出

所でオンライン相談がで きるサービスも拡充す る。 アプリ中心に 山下が主戦場に位置付 けるデジタルではMUFG が持つさまざまな金融 機能を提供している相統支援、 家計簿、資産運用など各 種金融サービスをにつなげ ることで「MUFGにア

一タを預ければ、 ある程度そのまま にしていても必要 なときに必要なア ドバイスが得られ る(山下)。 対面でのアドバ イスが必要になっ た場合はオンライン で事前予約し、 店舗での手続きも タブレット端末を 使って待ち時間を大幅に 減らす。 対面サービスと非対面 サービスのベストミックスが三菱UFJ銀行の新 たな姿となる。(敬称略)