

個人グループとしての戦略について

個々のお客さまとの最適なリレーションシップを構築して、より強固な信頼関係を構築。

1. 個人グループを取り巻く環境と役割

個人グループを取り巻く環境についてポイントの第一点は、日本版ビッグバンの本格化による競争の激化です。外資系金融機関をはじめ流通業、ノンバンクなどの異業種がさまざまな形で新たに金融サービスを提供しはじめるなど、熾烈な競争の時代を迎え、またその激しさは日増しに強くなってきています。

第二点は、本格的な「個客化」の進展です。お客さまは多様化する選択肢の中から、より自分自身のライフスタイルや価値観にあった金融機関やサービスを厳しく選別しています。「銀行」は、まさに今「サービス業」としての真価を問われる時代に突入しています。そのような状況下で当行がお客さまから選ばれる銀行であり続けるためには、一人ひとりのお客さまに最適なサービスを提供し、当行のサービスに満足し続けていただく必要があります。当行は、個々のお客さまに真に満足していただけるサービスを提供することによって、より深く、より永くお取引引きしていただける当行ファンのお客さまを増やしていけるよう取り組んでいきます。

2. 具体的戦略と今後の課題

個人グループでは、上記の役割を実現していくために以下に掲げる3つの課題に対し、適切な施策を実施していきます。

課題の第一は、お客さまのことをよりよく知ることを通じて、最適なサービスを提供し、お客さまの満足感を高めていく「リレーションシップマーケティング強化」です。

まずその中心施策は『富士ファーストクラブ(FFC)』です。FFCは、入会いただいたお客さまとの永く深いお取引引きと双方向のコミュニケーションを通じて、当行に満足していただける当行ファンのお客さまを着実に増やしていくサービ

スです。平成10年3月に発売以来、「自由金利定期預金のポイント化」や「ATM時間外手数料優遇」などのさまざまなレベルアップを実施し、約1年間で既に20万人を越えるお客さまをメンバーとして迎えています。

リレーションシップマーケティング強化の2つめのポイントは、お客さまとのより親密な関係を築きタイムリーにコミュニケーションをしていくための、データベースインフラの大幅なレベルアップです。既に開発を完了し、積極的な導入に着手しました。

3つめのポイントは、「安田信託銀行との提携」です。安田信託銀行は資産管理・運用業務において、都市銀行にはない高度な専門性とサービスを保有しています。安田信託銀行との提携により、お客さまの幅広いニーズに質の高いサービスで応えていきます。

第二の課題は「個人」のお客さま向けチャネルの開発です。その1つめは「個人」のお客さまに特化した有人店舗「個人専門店」の設置です。従来の総合型支店を個人のお客さ





ま専用の支店にすることで、より個人のお客さまのニーズに合ったサービスを提供していきます。また、平成11年4月には土日営業、フルバンクサービスを提供する本格的なインスタブランチを千葉県内の大型ショッピングセンターに設置しました。2つめは、利便性の高いATMネットワークの構築です。平成10年9月に当行のATMの24時間サービスを開始しました。さらにダイエー、ローソンなどと提携し、24時間利用可能なキャッシュデリバリーポイントを飛躍的に拡大させました。3つめは、個人の生活形態の大きな変化に対応するリモートチャネルの開発です。キャッシュカードで買い物ができるデビットカードサービスやテレホンバンキングの24時間サービスを開始すると同時に、インターネットバンキングサービス『富士サイバーバンク』を大幅にレベルアップしました。これらのチャネルにより、さまざまなお客さまに、より高度な利便性を提供していきます。

課題の第三は、当行の強みである商品・サービスへの取り組みを一層強化していくことです。その1つめは「住宅ローン」への取り組み強化です。「固定金利期間15年・20年の住宅ローン」「借換え・買い替えローン」の発売や、「休日の住宅ローン専用相談窓口」の設置を行いました。今後も引き続き、商品の開発・レベルアップを実施し、お客さまの人生の大切な場面で、専門家としてお客さまのお役に立てるよう取り組んでいきます。

2つめは「資産運用業務」への取り組み強化です。平成10年12月から「投資信託」の販売を開始しました。当行は都銀で唯一、東京・ニューヨークの2拠点に投信評価チームを設

置し、グローバルな視点による高品質な品揃えを実現しています。また、75カ店の窓口に「総合運用ご相談窓口」を設置すると同時に、『富士ポートフォリオ・アドバイザー・システム(通称F-PAS)』を全店に導入し、お客さまに応じた「ポートフォリオ提案」を実施しています。さらに、投資信託の販売開始と同時に、日本版CMAとも言うべき『富士総合マネジメント口座(FMA)』を発売しました。「決済機能」「預金」という伝統的な銀行特有のサービスに加え「運用管理機能」を備えた画期的な商品であるFMAを通じて、お客さまへ総合的な資産管理サービスを提供していきます。

