

株式会社 京都銀行

京都市下京区烏丸通松原上る
郵便番号600-8652

個人リテール分野の 金融マーケティングについて地方銀行6行が提携！

京都銀行（頭取 高崎 秀夫）は、北海道銀行、横浜銀行、北越銀行、北陸銀行、西日本シティ銀行の地方銀行6行で「個人リテール分野における金融マーケティング」について、広範に提携することで合意しましたのでお知らせいたします。

平成25年を目途に、株式会社NTTデータと「共同MCIFセンター(仮称)」(1)を設立し、システムを共同開発・共同利用するとともに、同センター内に、各行行員と専門家が活動する「ナレッジ・ラボ」を設置し、ノウハウ共有と人材育成に加え、高度な金融マーケティングモデルの共同開発をおこないます。

個人リテール分野は、近年イベント・ベースド・マーケティング(2)の導入などによりマーケティングの高度化が進んでおり、これまで各行は、地域金融マーケティング研究会(会長 西日本シティ銀行 久保田勇夫頭取)(3)にて共同研究を進めてきました。

本スキームにより6行がさらなる連携をはかることで、システムコストを削減しつつ各行の営業ノウハウやデータ活用技術を共有し、各行単独では困難な全国規模のデータを高度に分析する体制が整います。これにより、お客さまのニーズの発生を的確に捉え、最適なタイミングとチャンネルで商品・サービスをご提供する、最先端のマーケティング戦略を構築することが可能となります。

今回は6行で合意しましたが、本スキームは、勘定系システムやその提供ベンダーが異なっても参加が可能であり、今後、さらなる地方銀行の参加も呼びかけていきます。

- (1) 各行のデータを収納する「共同MCIFシステム」と、各行行員と分析・モデル専門家が活動する「ナレッジ・ラボ」からなる。別紙イメージ図を参照。
- (2) イベント・ベースド・マーケティング(EBM)とは、顧客ニーズのある商品をタイミングよく、最適なチャンネルで提供するマーケティング手法。従来の「販売側が売りたい商品」を起点とせず、「顧客ニーズの発生や変化」を捉えることから、より顧客中心の施策と言われる。
- (3) 平成19年10月発足。現在、地方銀行21行、浜銀総合研究所が参加し、マーケティングに関する研究とマーケティングモデルの試行開発などをおこなっている。

以上

共同MCIFセンター（仮称）イメージ図

