

特集

ホンダジェット、F1、フィット…
夢と現実、見えてきた課題

平成28年4月1日発行 毎月1日10発行 第31巻第4号(通巻183号)2016年12月3日現在印刷

月刊ボス 2016 / 04

定価 ¥600

ホンダは変わるか



TOP
INTERVIEW

八郷隆弘
本田技研工業社長

荻田敏宏
ホテルオークラ社長

高岡浩三
ネスレ日本社長



Really



Honda change?



特別 対談
Special
Conversation

瀬戸健

RIZAP社長

北尾吉孝

SBIホールディングス社長



April 2016

月刊 BOSS



弘川 剛

SBIカード社長

住信SBIネット銀行との 一体化サービスで目指す 顧客満足度ナンバーワン



ひろかわ・つよし 1974年生まれ、97年慶応大学文学部卒。2006年SBIホールディングス入社。14年住信SBIネット銀行執行役員としてマーケティングを担出（兼任）、15年SBIカード取締役兼執行役員となり今年1月4日、社長に就任した。

SBIグループのカード会社、SBIカードが昨秋、生まれ変わった。住信SBIネット銀行の子会社になることで、銀行と一体化したサービスを提供するという。1人が複数枚のクレジットカードを持つ時代に、どうやって選ばれるカードになるかとしているのか。弘川剛・SBIカード社長に同社の特徴と戦略・戦術を聞いた。

ゴールド会員の年会費は3000円

— SBIカードは、昨年10月に新たなスタートを切ったそうですね。
SBIグループでは2007年からクレ

ジットカードの発行を始めていますが、昨年10月、住信SBIネット銀行がSBIカードを買収、完全子会社としました。その目的は、銀行と一体の運営を行うことにより、銀行利用者にとってこれまで以上に有利なサービスを提供するためです。それにより、お客様に選ばれるメインカードを自指していきます。

— どのような「利便なサービス」を提供しているのですか。
住信SBIネット銀行は、定期預金金利や住宅ローン金利、ATM手数料などにおいてお客様から高い評価を得て、各種の顧客満足度調査で第1位をいただいています。

1万円を超えます。なぜそんなことが可能なのですか。
多くのカード会社の場合、会員を獲得するために広告宣伝をします。また、会員サービスの一端として、会報誌も発行しています。それがコストに上乗せされています。その点、SBIカードは、広く集客するのではなく、住信SBIネット銀行に口座を持つている方たちを中心にアプローチをしていますから、広告宣伝費もそれほどかかりません。また会報誌も発行していませんので、そこでもコストを抑えています。

ただし、ゴールドカードとしての必要な機能はすべてもっています。例えば旅行傷害保険は、他社のゴールドカードと同様の最高5000万円の補償を無償でつけています。

「選ばれ、使われる」カードを目指す

— 新体制になって4カ月が過ぎましたが、出足はいかがですか。
ゴールドカードの会員を積極的に増やしていく方針です。そのためのもあって、ゴールドカードとレギュラーカードの申し込み数がほぼ同じという日もあります。一般的に、全カード会員のうち、ゴールド会員は1割です。でもSBIカードの場合、ゴ

ールド会員を3割程度にまで持つていけるのではないかと考えています。

— 会員数の目標を教えてください。
現在の発行枚数は約8万枚ですが、住信SBIネット銀行には250万人のお客様がいらっしやいます。そのうちの1割、20万~30万会員の獲得をまずは目指します。そのためにも2011、2年が勝負です。

— 目標達成のためには何が必要ですか。
私たちは後発ですから、機能に特徴を持たなければ、選ばれることも使われることもありません。そこで、お客様のニーズを目標め、必要なサービスを出していく。それによって住信SBIネット銀行のお客様の利便性を高めていきます。

先月末、銀行ではデビットカードの発行を始めました。これはクレジットカードを持ってない若いお客様へのアプローチのひとつです。SBIカードも銀行もお客様の大半が30~40代。デビットカードによってまずは銀行に言年債を取り込み、いずれSBIカードの会員もなっていたらいい、と考えています。

2月に住信SBIネット銀行が始めた「スマートプログラム」では、銀行口座を持つ方がSBIカード会員になれば、無料でATMを使用できる回数が増えるということです。例えば非会員では5回だったお客

カードの場合なら、年会費やポイント還元率といった基本的な商品内容でお客様に選ばれるようになります。実際、ゴールドカード、プラチナカードでは競争力のあるカードとなっています。

— ゴールドカードの場合、年会費は初年度3000円、ポイント還元率は最大1・2%で、いつでもキャッシュバックが可能です。従来、ポイント還元率は一律でしたが、10月以降、利用額の多い方ほど、高くなるように変更。さらには利用額に応じてボーナスポイントも付与します。またリボ払いの手数料率も、4・8~9・8%です。

— 一般的にゴールドカードの年会費は

様が、会員になると7回または5回まで利用可能になります。このように、カード単体だけではなく、銀行と一体になったサービスを拡充させていきます。

— いまや財布の中は、キャッシュカードやクレジットカード、ポイントカードで溢れ返っています。もうカードは増やしたくないという人も多くいます。

— そこでそうしたカードを1枚にまとめ、さらには電子マネー機能も持ったカードの発行を検討しています。これも銀行の子会社になったから不可能になったことです。また、住信SBIネット銀行は昨年マネーフォワードと業務提携し「マネーフォワードfor住信SBIネット銀行」をリリース。利用者の利便性を高める取り組みをしています。今後はSBIカードの使用明細と銀行口座を一括管理することも可能にしていく予定です。さらには銀行のポイントとカードのポイントを融合していく。このようなサービスを検討しています。

— カード業界でどのようなポジションを目指しますか。
先行カード会社には規模ではないかもしれませんが、だからこそ、選ばれ、使われるカードになりたい。使い勝手をさらに高め、ゴールドカードでは、顧客満足度ナンバーワンとなることを目標です。