

平成 23 年 11 月 21 日

各 位

会社名 株式会社ほくほくフィナンシャルグループ  
代表者名 取締役社長 高木 繁雄  
(コード番号 8377 東証第一部・札証)

## 金融マーケティング分野における広範提携について ～地方銀行6行～

当グループの株式会社北陸銀行（頭取 高木 繁雄）および株式会社北海道銀行（頭取 堰八 義博）は、株式会社横浜銀行、株式会社北越銀行、株式会社京都銀行、株式会社西日本シティ銀行とともに、地方銀行 6 行による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。

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

本件に関するお問い合わせ先

北陸銀行 総合企画部 辰島

TEL 076 (423) 7111

北海道銀行 営業企画部 青木

TEL 011 (233) 1048

# 共同MCIFセンター（仮称） イメージ図

