

FP
コンサルティング
最前線!

第5回

SMBC信託銀行
プレスティアクライアントファーストを第一に
お客さまが持つあらゆる悩みを解決

「総合的な外貨の老舗」として質の高いコンサルティングを行い、顧客基盤を拡大していく。このような狙いを持って、2015年11月、SMBC信託銀行の新ブランド「プレスティア」が誕生した。

本稿では、SMBC信託プレスティアが行うコンサルティングの特徴、実際の提案事例などをレポートする。

独自性を明示するため
新ブランドを立ち上げる

2015年11月1日、SMBC信託銀行はシティバンク銀行

のリテールバンク事業（預金残高：約2兆4300億円、従業員数：約1540名、店舗数：34拠点、顧客数：約72万人）を統合。新ブランド「PRESTIA（プレスティア）」として

営業をスタートさせた。

外貨運用を中心とした質の高いコンサルティングや「海外でも使えるキャッシュカード」に代表される外貨関連サービスなど、「総合的な外貨の老舗」として培ってきた独自性をお客さまにわかりやすく明示していくために、商品・サービス・店舗などに「プレスティア」を冠したのである。

加えて、三井住友銀行、SMBC日興証券などグループ間でお客さまを相互に紹介し合うことにより、お客さまが持つ多様なニーズに対応していくとしている。

「KYC」を意識することが
コンサルティングの第一歩

SMBC信託プレスティアでは、きめ細やかなコンサルティングができる体制を整備している。

例えば、預入額1000万円以上のお客さまは「プレスティアゴールド」とし、お客さま専任の担当者である「プレスティアゴールドエグゼクティブ」がコンサルティングにあたる。預入金額が5000万円以上になると、「プレスティアゴールドプレミアム」と位置付けられ、

リレーションシップマネージャー（RM）という担当者が付くようになる。

RMとは、各支店に在籍する専門的な金融知識を持つ担当者のこと。その名のとおり、「お客さまとの関係性を築いていくこと」が主な役割である。「RMに限った話ではありません

んが、当行ではすべての担当者に「KYC（know your customer：お客さまを知ること）」を強く意識させています。お客さまが持つバックグラウンドを把握し、どんなお考えを持っているのかを聞く——これがコンサルティングの第一ステップなのです」（福永藤隆・支店営業

推進部長）

RMは高度な金融知識を有しており、お客さまの運用ニーズに対してベストな解決策を提案することに努めている。そのうえで、分散投資などの、より高度なアドバイスを必要とする案件や「相続対策」「事業承継対策」など、より踏み込んだ対応が求められる案件もあり、そんなときには、プレミアム・アドバイザー部という本部のスペシャリストの出番となる。

「当行が行うコンサルティングでは『クライアントファースト』に重きを置いています。アドバイザーの結果、最終的に銀行の収益につながることもあるのは事実ですが、あくまでも個々の提案で最優先すべきは、お客さまの利益です。たとえば、そのときは銀行の収益にならない提案でも、お客さまに喜んでいただけるときのあれば、継続的なお付き合いに発展します。長期的に見れば、銀行にとってもメリッ

トのあることなのです」（半田道・プレミアム・アドバイザー部部長）

安定的な会社存続を第二に
事業承継対策をサポート

ここで、SMBC信託プレスティアの目指す「クライアントファースト」が表れている事業承継提案の事例を紹介しよう。

そのお客さま（Aさん）は会社経営者で、自社株評価が下がったことをきっかけに後継者への株式移転を検討していた。自社株評価が低ければ株式の移転コストも低くなるため、事業承継のチャンスだと考える人もいる。しかし、半田部長はそうは見えていなかった。

「確かに、コストは低ければそれに越したことはありません。しかし、事業承継の本質は、会社を安定的に存続させていくことです。経営陣をどうするのか、どのような株主構成にするのか

