

FFGのマスリテール戦略

2026/01/21



一歩先に行く発想で、
地域に真のゆたかさを。

第8次中期経営計画の基本方針・重点取組

- 第8次中期経営計画では、5つの基本方針ごとに足元の課題・長期戦略で目指す姿を踏まえて、重点取組を設定
- 「既存ビジネスの変革」では、ディストラプターに先んじた顧客基盤の拡大に向け、お客さまとの接点高度化に取り組み中

既存ビジネスの持続的成長と新たな価値の共創に向けて成長基盤を構築する3年間

重点取組

① 既存ビジネスの変革

商業銀行

(ディストラプターに先んじた顧客基盤拡大に向け)
□ お客さまとの接点高度化[営業の質・量の引き上げ]を徹底追求

法人/
個人

- 産業特性やニーズに合わせたエリア戦略/セグメント別営業の展開
- デジタル/AI活用によるチャネル拡充・サービス高度化
- 専門人財増強やコンサル機能集約/差配体制構築によるソリューション強化
- 地場企業に対するBaaS積極推進(みん銀連携)
- チャンネルシフト、AI活用による事務効率化

預金/基盤

営業事務改革

連携

② 投資銀行ビジネスの強化

投資銀行

□ 地域産業の強化(九州産業再編・トランジションリード)や新産業創出に向けた基盤拡大と土台作り

M&A

エクイティ

GX/ストファイ

スタートアップ

- グループ内情報/ナレッジ融合、人員増強による推進強化
- 外部ファンド協業によるビジネス拡大・人財育成
- 既存アセット拡大等による良質なポートフォリオ構築
- GX等の新たなビジネス参入
- 人財育成/獲得による推進強化、デット本格展開

③ 新たな収益の獲得

市場部門他

(持続的な収益拡大と非連続な成長に向けた)
□ 成長分野でのビジネス拡大、成長投資の推進

市場運用

みんなの銀行

インオーガニック

- 金利リスクテイク手段拡充
- 多様化投資推進
- 事業共同化を軸とした収益化
- 次の成長に向けたM&A/アライアンス推進

④ アプローチの革新

外部パートナーとの積極的な連携によるビジネス推進※

先端ノウハウを持つ事業者

自治体・大学

地域事業者

※基本方針Ⅰ～Ⅲ(各重点取組)へのアプローチ

⑤ 強靱な経営基盤造り

□ 成長戦略(①～③)を支える経営基盤の構築

最適なガバナンス構築

人財戦略

リスク管理高度化

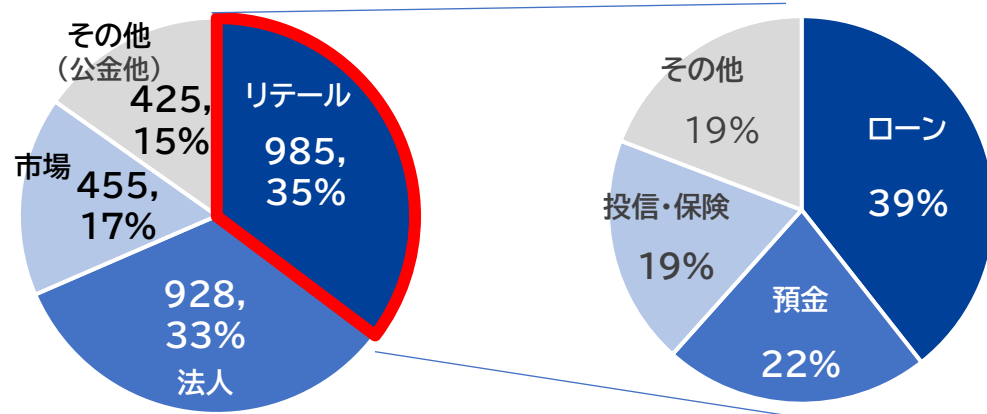
- 抜本的な本部効率化・運営体制見直し
- 戦略的人財ポートフォリオの構築、従業員エンゲージメント向上
- ポートフォリオ管理高度化・効率化
- コンプライアンス徹底

FFGのリテールビジネスの状況

- リテール部門の収益はFFGの重要な収益の柱であり、堅調に推移
- 預金、貸出金、投資信託残高等の業容面も着実に積み上げ

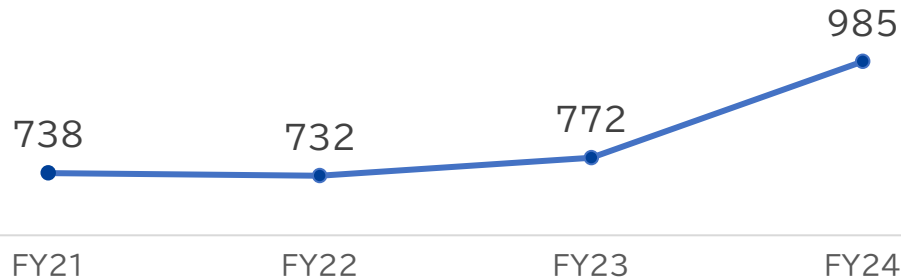
事業ポート (FY24)

連結コア業務粗利益 2,793億円



リテール部門の収益推移

(単位: 億円)



※リテール収益: リアル銀行3行合算

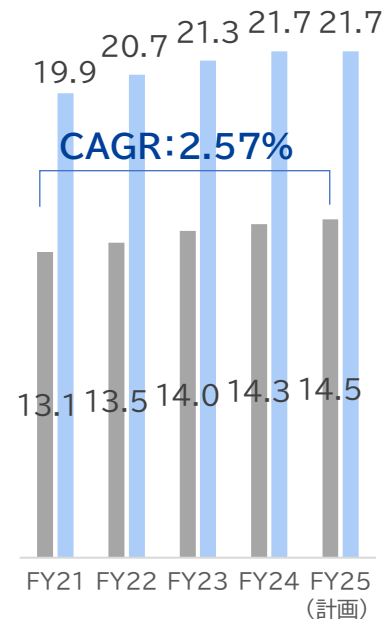
リテール部門の業容推移

個人預金平残

(単位: 兆円)

■ 個人預金 ■ 総資金

CAGR: 2.19%

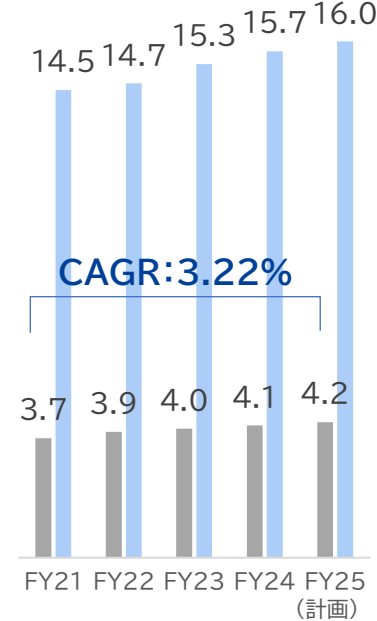


個人貸出金平残

(単位: 兆円)

■ 個人貸出金 ■ 総貸出金

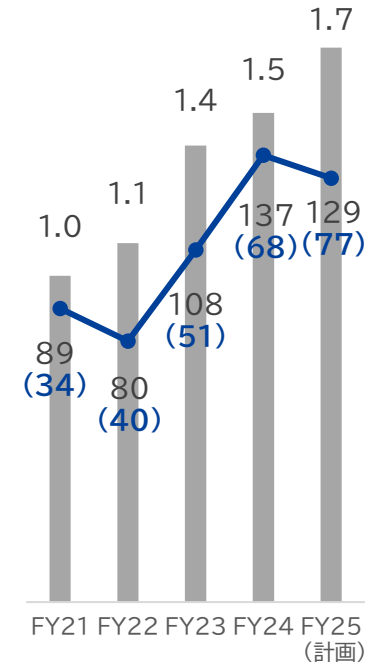
CAGR: 2.65%



投資信託残高

(残高: 兆円、収益: 億円)

■ 残高 ■ 収益



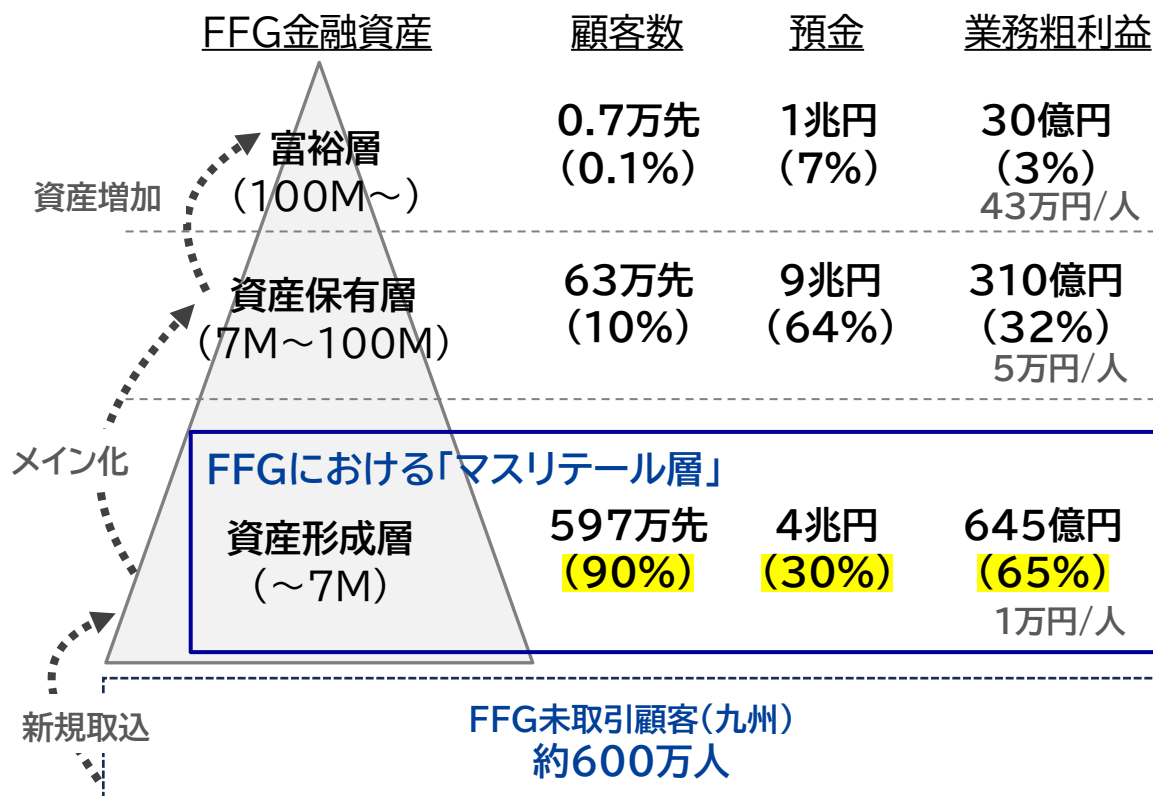
※ リアル銀行合算 (~FY23下からFCB含む)、
投信残高はFFG証券(投信・債券・株式<販売額のみ>)を含む、収益額の()は信託報酬額

リテールビジネス全体におけるマスリテール顧客の位置づけ

- マスリテール層はFFG個人顧客(660万人)の9割を占め、収益の6割を構成する重要な基盤
- 将来の基盤となる新規顧客の獲得と取引のメイン化を図り、効率的・効果的にLTVを拡大させることが重要

個人顧客分布とセグメント

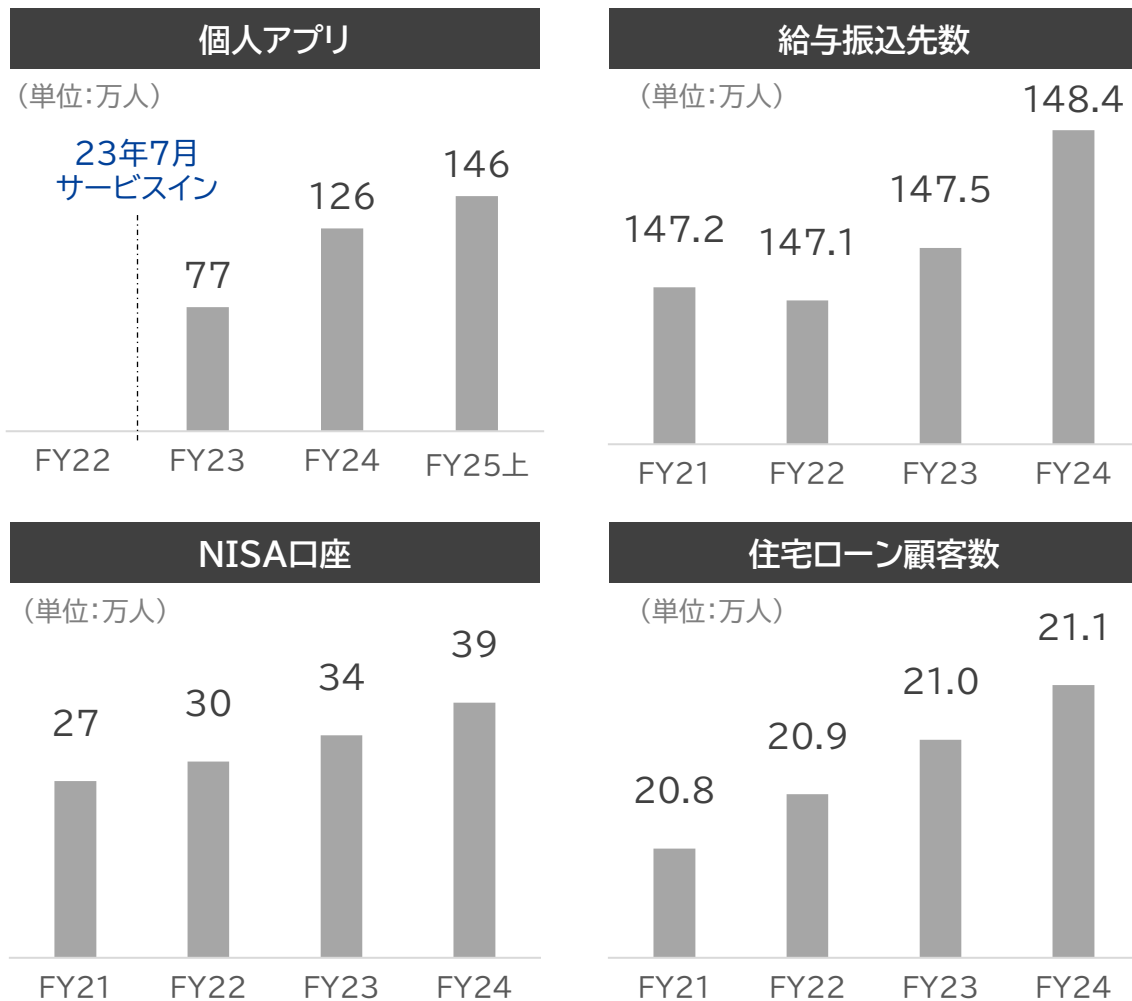
※リアル銀行3行合算



**マスリテール層は将来収益に繋がる
重要な顧客基盤の位置付け**

基盤取引の状況

※リアル銀行3行合算



リテールビジネスを取り巻く環境変化と課題への対応

- 人口減少やディスラプターの浸食などリテールビジネスを取り巻く環境は大きく変化
- これらの環境変化を踏まえ、戦略的に顧客基盤の拡大や収益向上に取り組むことが必要

環境変化を踏まえた課題認識

市場

- 人口減少・少子高齢化
 - ✓ 地域経済の縮小、顧客減少
- デジタルニーズの高まり
 - ✓ デジタル取引の定着、AI活用



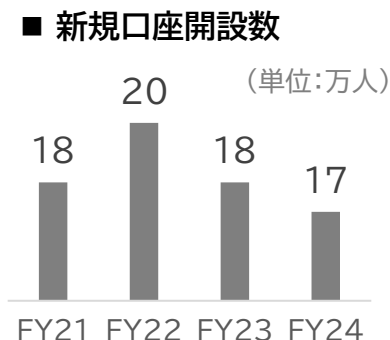
競合

- ディスラプターの浸食
 - ✓ 異業種、ネット系の台頭
 - ✓ メガバンクのデジタルチャネル拡大



自社（課題）

- FFG基盤の維持・拡大
 - ✓ 新規口座開設数の伸びが鈍化
 - 現役層・若年層を中心とした多くの顧客へリーチできる仕組み
- 取引のメイン化と収益向上
 - ✓ 給与振込等、取引基盤剥落の恐れ
 - メイン口座として日常的に使われるための仕掛け



マスリテール顧客を戦略的に獲得し、囲い込むことが必要

個人マスリテール戦略の全体像

- “FFGならではの”提供価値を届けることで、存在意義である『地域に真のゆたかさを。』を実現
- 「顧客接点拡大(チャネル)」・「メイン化(決済強化)」・「LTV拡大(マーケティング)」の循環サイクルを意識した戦略を展開

目指す姿

FFGと事業者が共創して地域経済圏を構築し、
最適なサービスを提供することで豊かな生活を実現

提供価値

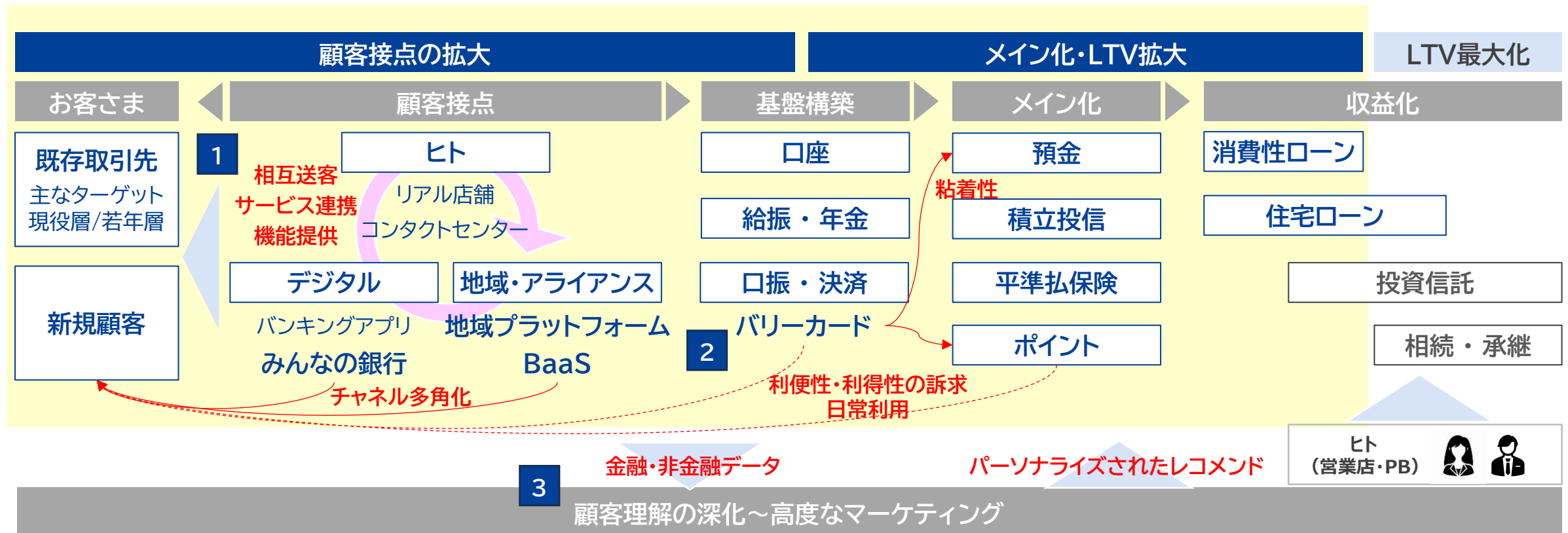
競合他行が真似できない”FFGならではの”の最高の顧客体験

便利

お得

安心

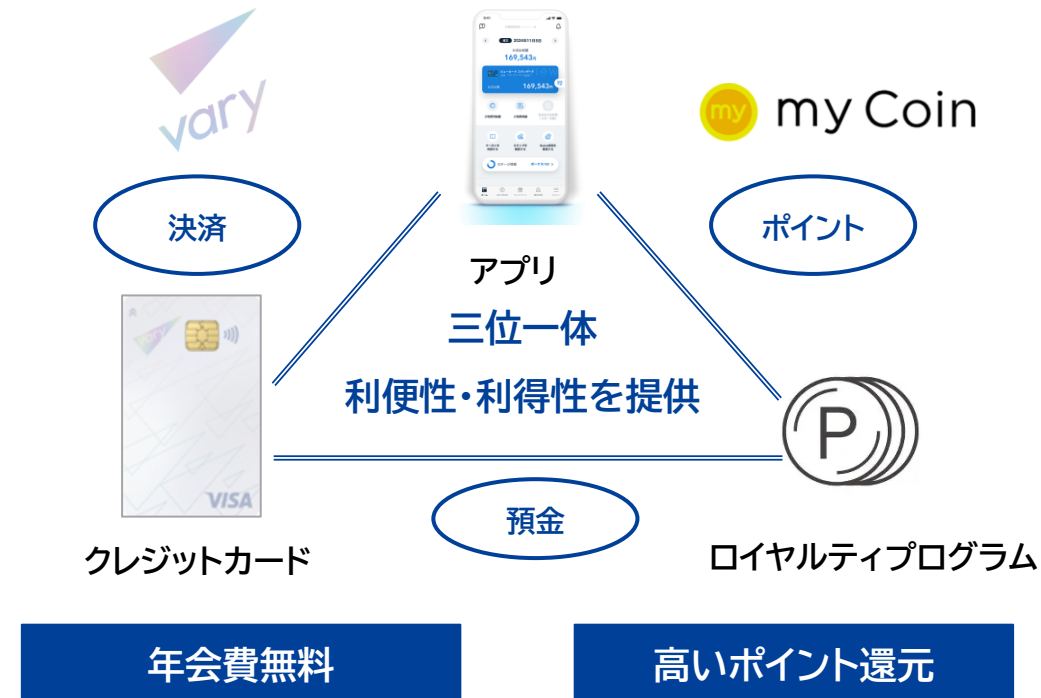
楽しみ



主な取組み① ～バリーサービスの展開

- アプリ・クレジットカード・ロイヤルティプログラムを三位一体で提供する新サービス“バリー”をリリース
- 地域と連携した高いポイント還元で差別化し、九州での日常使いで利便性・利得性を提供

バリーサービスの概要



①通常還元 ②決済額 ③銀行取引 ④4つのコース で上乗せ

最大20%のポイント還元を実現

サービス比較

これまで



- ✓ 認知度が低い
- ✓ わかりづらい
- ✓ 魅力が小さい (特典が分散)

先行他社



- ✓ 特定店や自社PFで高いポイント還元

バリー



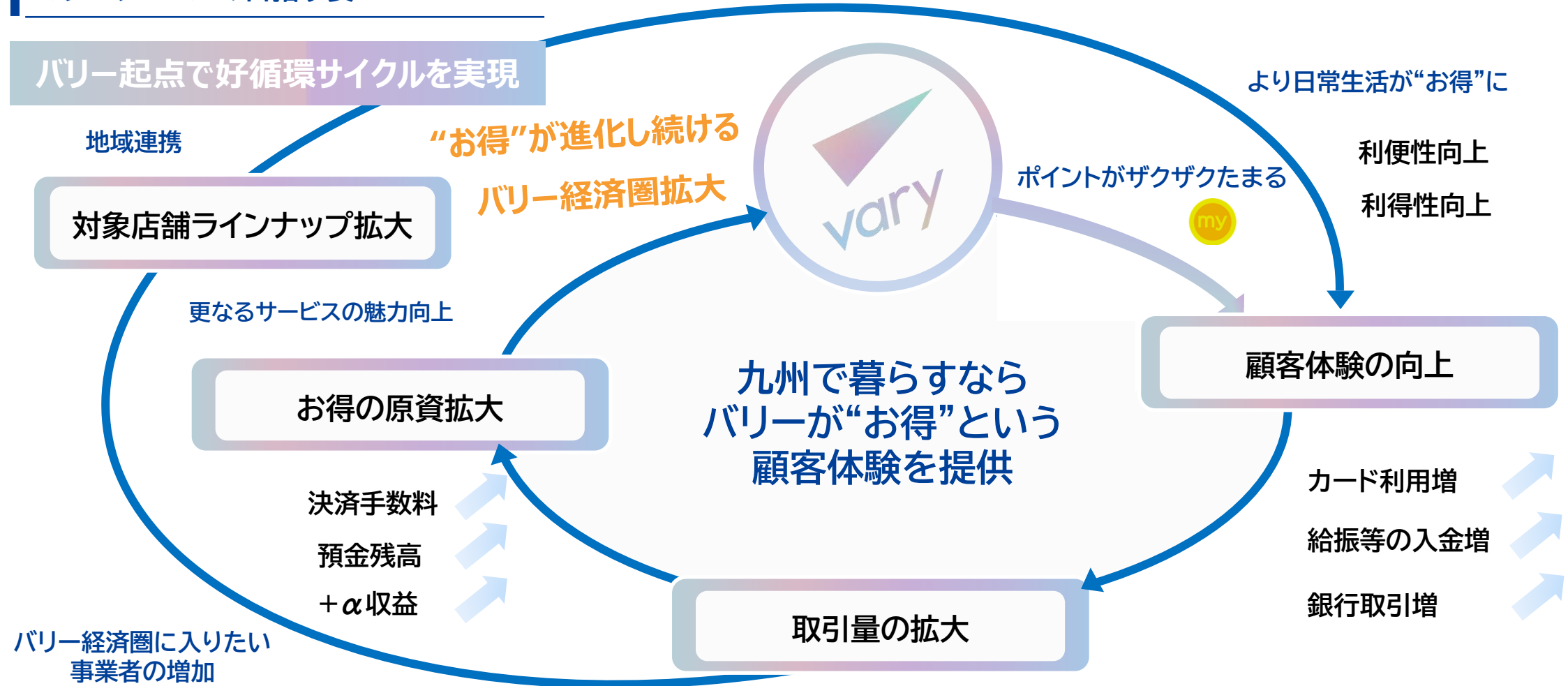
- ✓ アプリで簡単に申込
- ✓ シンプルなコース設計
- ✓ バリーカードでお得

- ✓ 全国チェーンの特定店で高いポイント還元 (最大15%)
- ✓ 九州チェーンの特定店で更に高いポイント還元 (最大20%)
- ✓ 地域との連携(独自性)

主な取組み① ～バリーサービスの目指す姿

- “九州で暮らすならバリーがお得”という顧客体験を提供し、バリーを起点とした好循環サイクルを実現
- 顧客体験を向上させ取引のメイン化を促進することで、決済に加えて粘着性の高い預金や更なる取引拡大を目指す

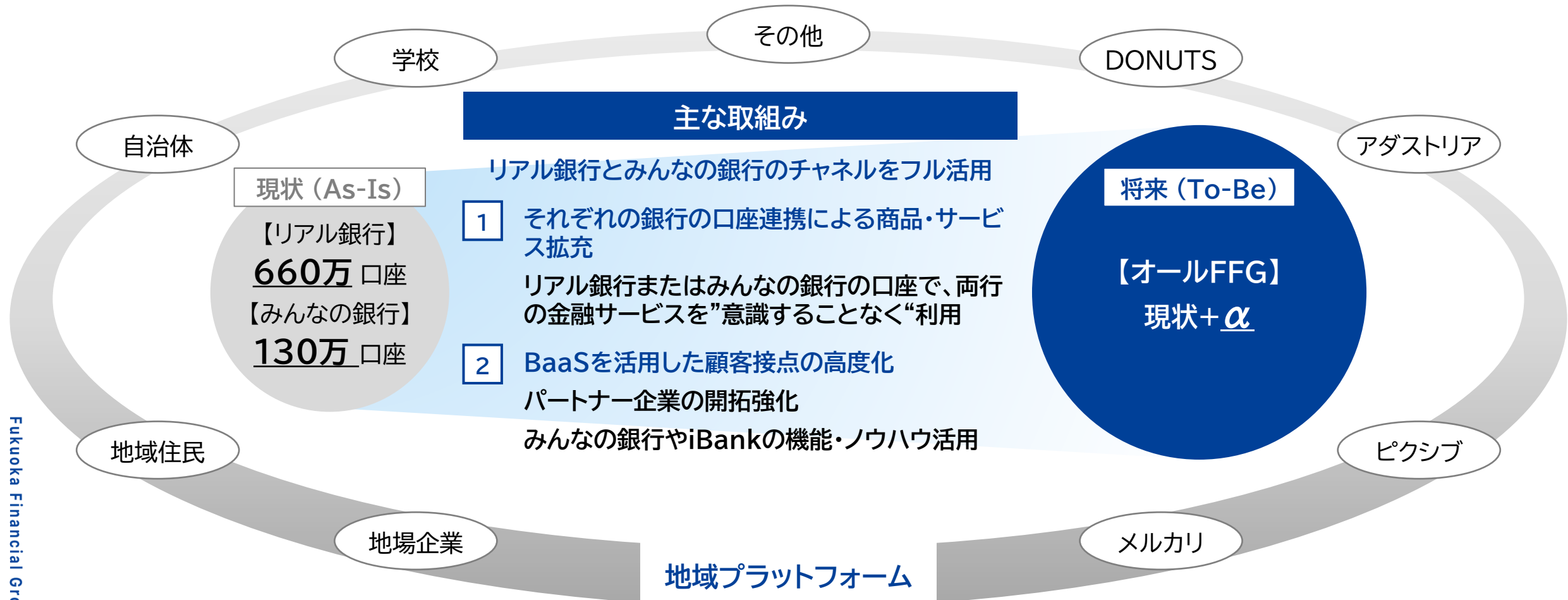
バリーサービスの目指す姿



主な取組み② ～みんなの銀行・iBankのグループ連携

- リアル銀行とみんなの銀行・iBankの連携を強化し、オールFFGとしての一体感を創出
- FFG版BaaSの構築およびパートナー企業の開拓により、ネット銀行等のディスラプターの脅威を排除

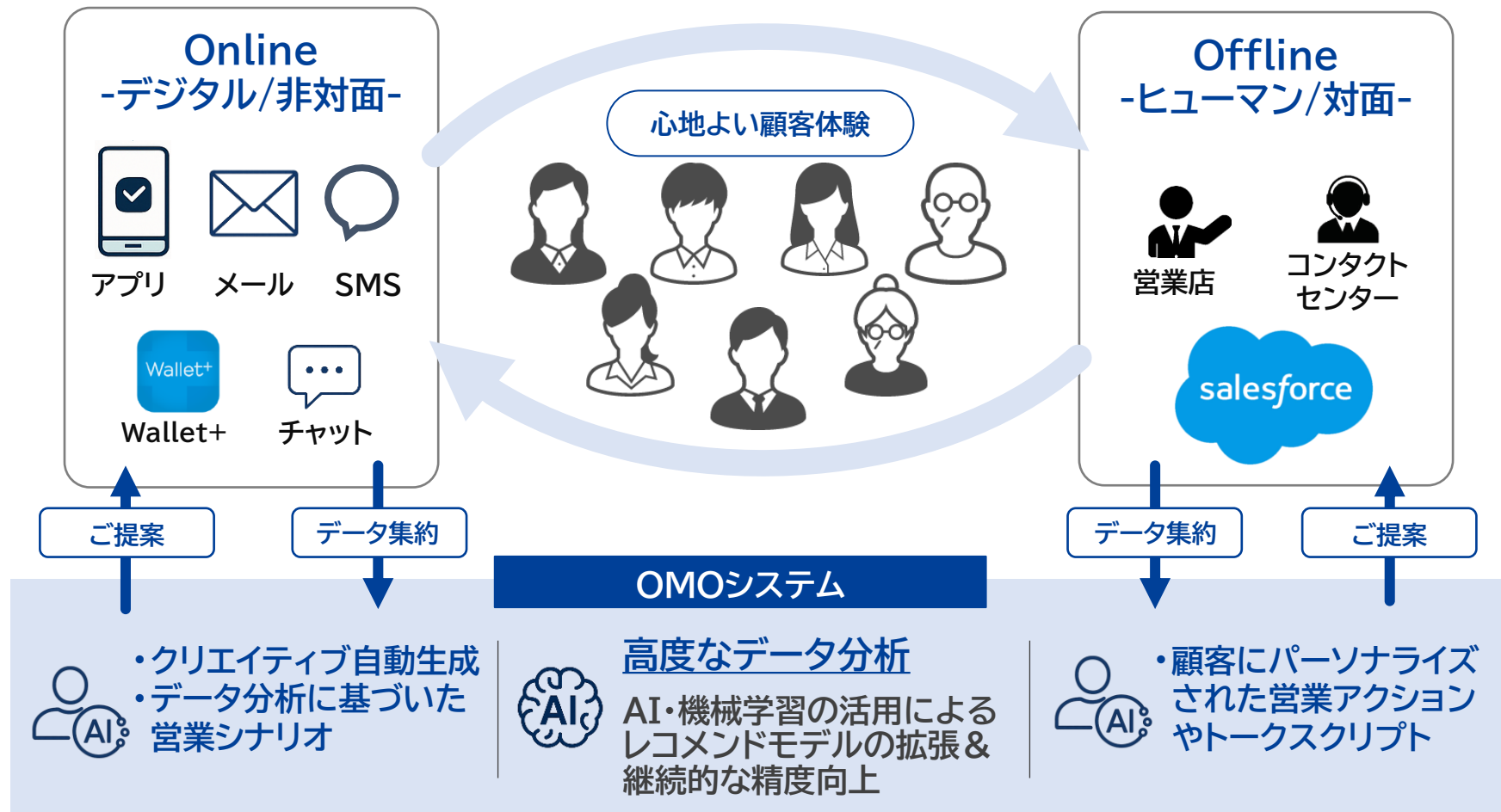
リアル銀行とみんなの銀行の連携によるシナジー効果創出



主な取組み③ ～OMO(Online Merged with Offline)戦略

- Online -デジタル/非対面- とOffline -ヒューマン/対面- における顧客行動データの集約・分析
- 最適なチャネルを用いた顧客へのハイパーパーソナライズ提案によるLTV最大化

OMOによる顧客体験の進化



営業シナリオ例



3. 期待効果

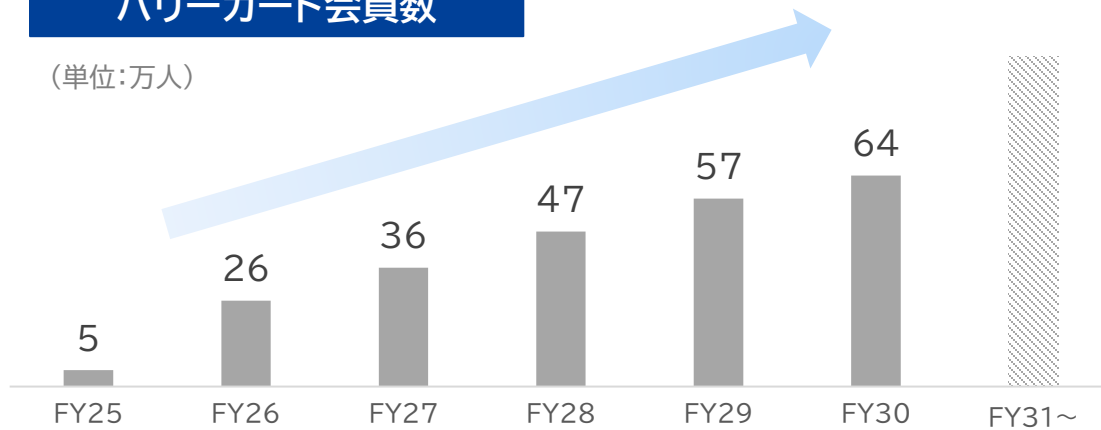
収益インパクト

- バリーカードはリリース5年で64万人の会員を獲得し、400億円の預金を積み上げる計画
- 収益インパクトは5年で約40億円、みんなの銀行の活用やバリーサービスによるメイン化促進で更なる積上げも期待

バリーカードの獲得計画

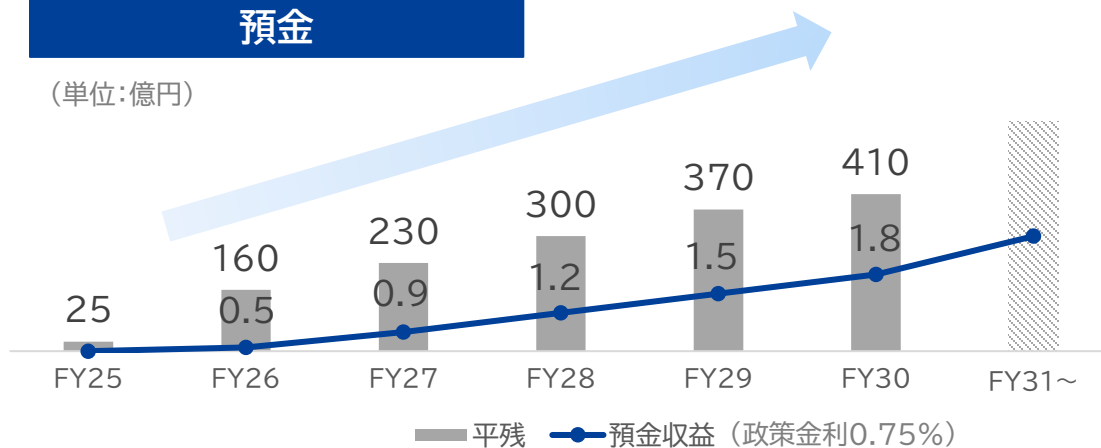
バリーカード会員数

(単位:万人)



預金

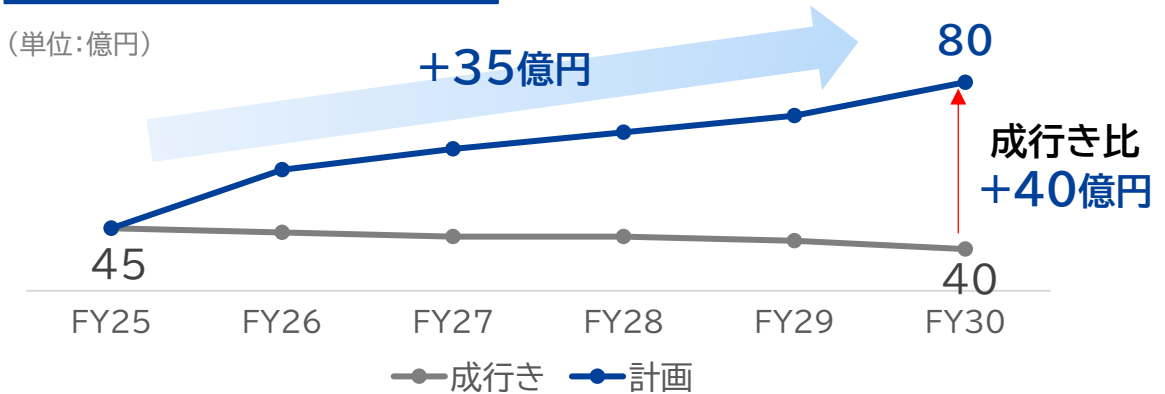
(単位:億円)



将来的なリテールビジネスにおける期待収益

カード収益

(単位:億円)



マスリテール期待収益

(単位:億円)



FFGの持続的な成長の実現

法人顧客

事業成長を後押し

本業支援／地域の産業振興

- ・ 売上入金
- ・ 仕入資金支払
- ・ 家賃引落し etc



収益機会
の拡大

法人メイン先
4.3万社
※ 地銀グループトップ



取引先の事業成長

取引先従業員数
440万人
※ FFG九州内支店の
取引企業従業員数
(未取引の従業員含む)

流動性預金の拡大

個人顧客

日常生活を豊かに

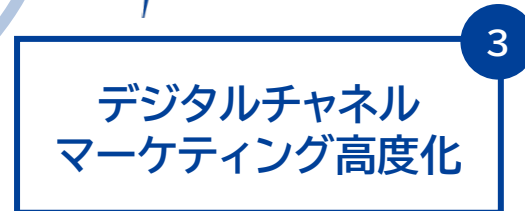
便利・お得・安心・楽しみ／ライフイベント支援

- ・ 給与受取
- ・ クレジットカード支払
- ・ 家賃引落し etc



リピート・
クロスセルで
収益機会
の拡大

個人顧客
660万人



顧客のデータ蓄積

メルペイ社とのBaaS業務提携の概要

2026/01/21



一歩先に行く発想で、
地域に真のゆたかさを。

2025.12.18 サービスリリース

株式会社メルペイとのBaaS業務提携による複数APIの連携開始、 フリマアプリ「メルカリ」でシームレスな金融体験を実現



メルカリの売上金を
即時かつ手数料なしで
メルカリアプリから直接
「メルカリバンク」(みんなの
銀行の普通預金口座)に
送金可能

口座開設は最短**5分**



メルカリアプリから直接
普通預金残高(口座情報)
の確認や口座振替による
メルペイチャージ等の
各種支払いが可能

ATM出金手数料が
毎月3回まで**無料**になる
優遇プログラムを提供

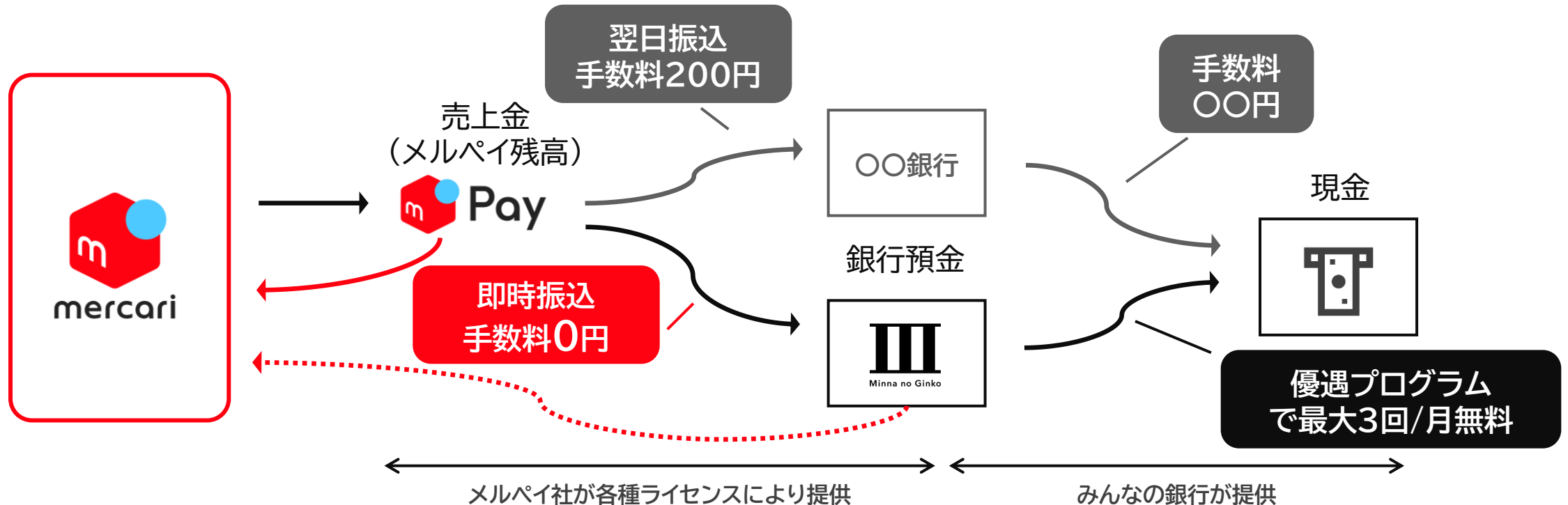
メルカリバンクとは

「メルカリバンク」はみんなの銀行口座をメルペイとAPI連携することで、利用できるサービス

1. メルカリの売上金(メルペイ残高)を即時かつ無料でみんなの銀行普通預金口座に送金
2. 普通預金残高(口座情報)の確認・口座振替によるメルペイチャージ等の各種支払い
3. みんなの銀行が提供する優遇プログラムによるATM出金手数料の優遇

メルペイ社が各種ライセンス
により提供

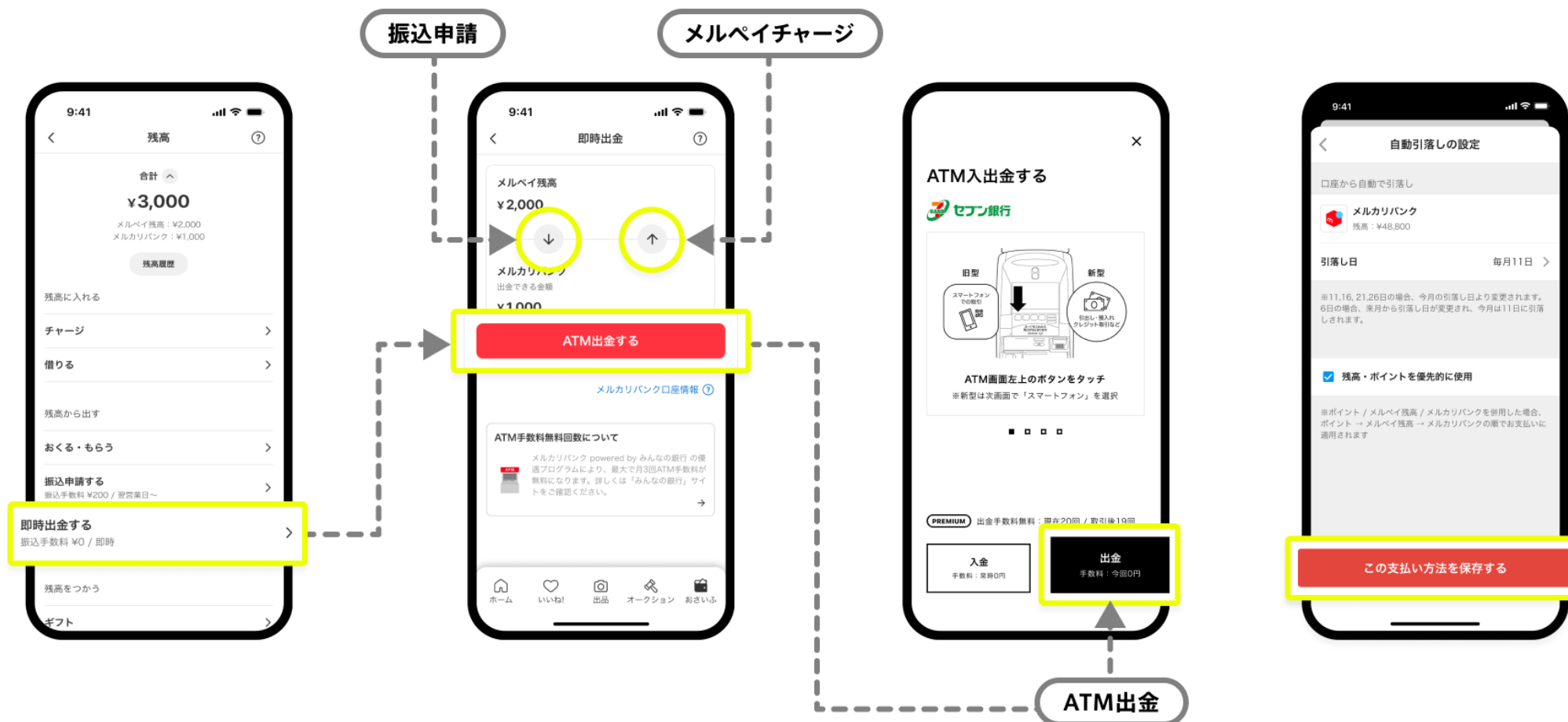
みんなの銀行が提供



画面イメージ

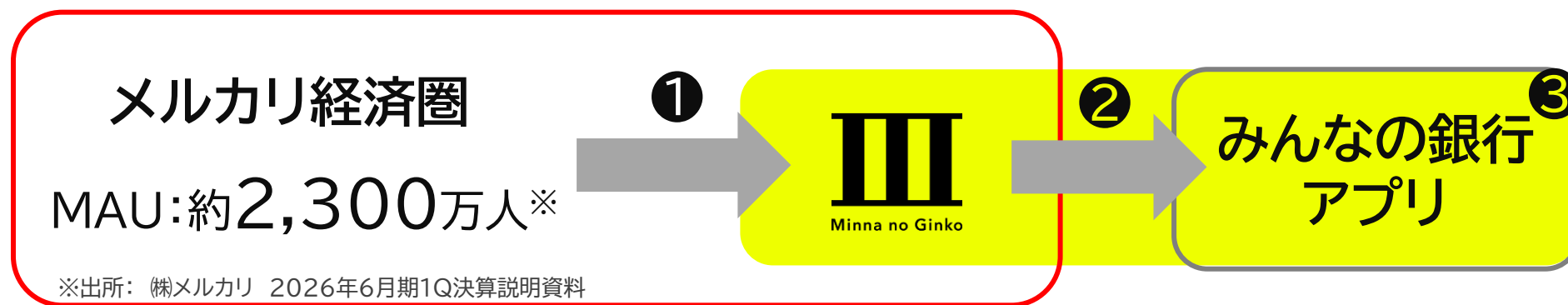
メルカリアプリの「残高ページ」からシームレスに
振込申請・メルペイへのチャージ・ATM出金導線への遷移が可能

各種精算にも対応



「メルカリバンクプログラム」を通じた預金・ローン獲得の流れ

- ①即時かつ無料での送金を可能にすることで口座を獲得。
- ②ATM出金手数料の無料回数の条件として、預金残高やみんなの銀行アプリへのログイン等を設定。
- ③金利が付与される預金への預入インセンティブや、アプリログインを通じたローンマーケティングにより、預金やローンの獲得に繋げていく。



「メルカリバンクプログラム」

Point 01

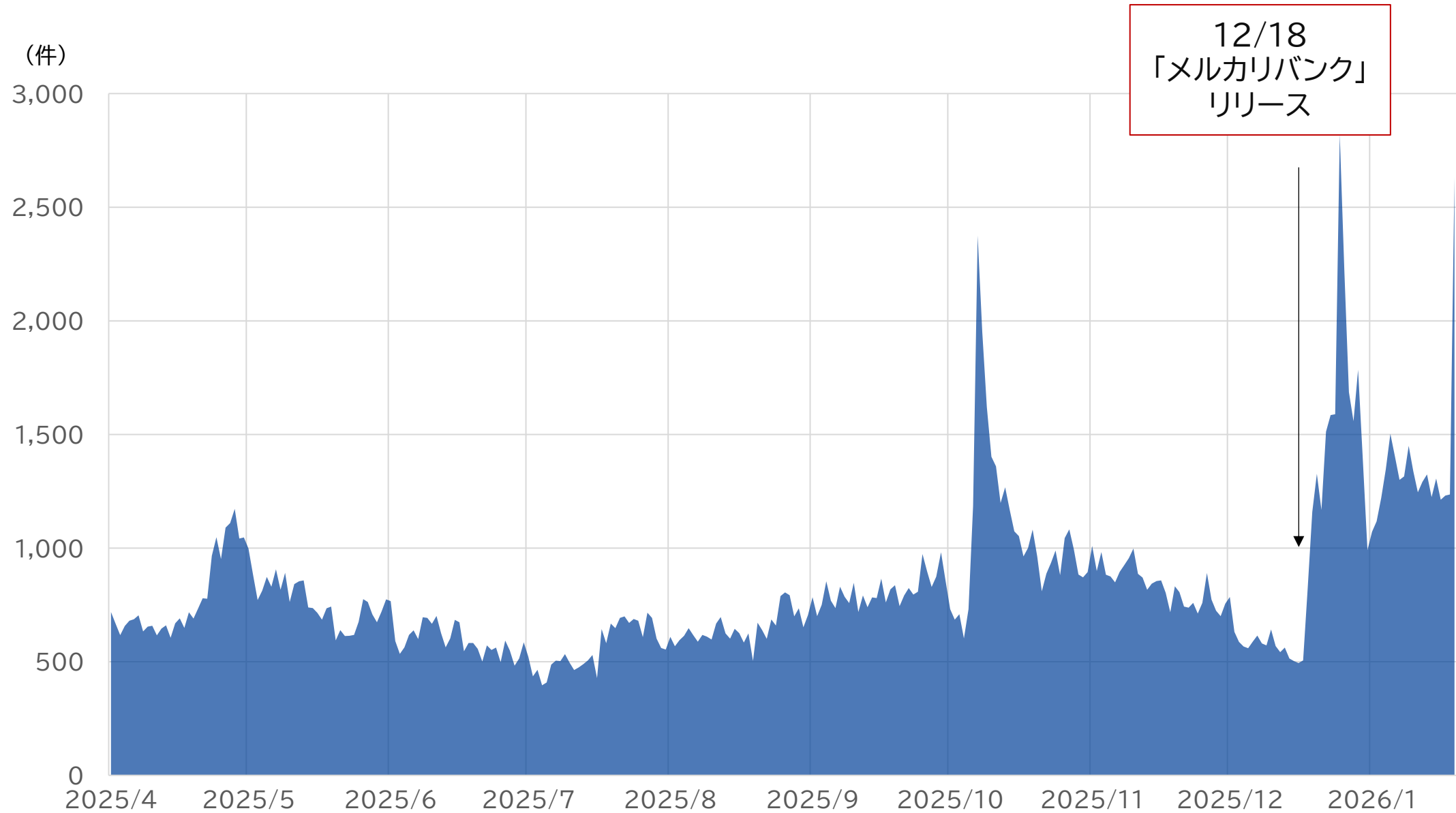
メルカリ支店を開設、またはメルカリアカウントとの連携で
ATM出金手数料が毎月**1回無料**

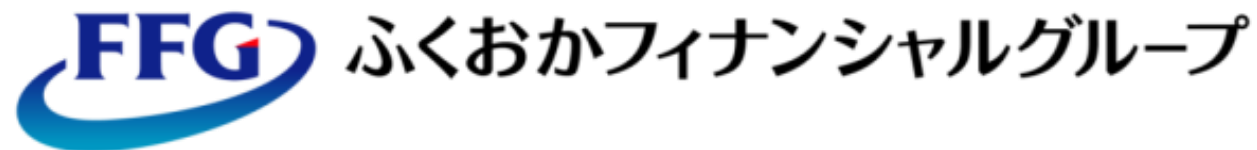
Point 02

Point01の条件達成に加え、
普通預金残高10万円以上・
みんなの銀行アプリにログインで

さらにATM出金手数料が毎月**最大2回無料**

みんなの銀行全体の口座獲得数の推移(日次増加数)





- 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、特定の証券の売買を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている事項の全部または一部は予告なく修正または変更されることがあります。
- 本資料に記述された将来の業績に関する記述につきましては、経営環境の変化等に伴い、予想あるいは目標対比変化し得ることにご留意ください。
- なお、本資料の全部又は一部を当社の承諾なしに転写・複製し、又は第三者に伝達することはできませんのでご注意ください。

〈本資料に関する問い合わせ先〉

株式会社ふうおかフィナンシャルグループ 経営企画部 経営企画グループ

TEL : 092-723-2255 E-Mail : ffg-ir@fukuoka-fg.com