平成 29 年 10 月 13 日

株式会社三菱東京 UFJ 銀行
株式会社ロイヤリティ マーケティング

共通ポイントサービス「Ponta」を活用した金融ロイヤリティプログラム、および新たなマーケティングサービスの開発に関する資本業務提携の基本合意について

株式会社三菱東京 UFJ 銀行（取締役頭取執行役員 三毛（みけ） 兼承（かねつぐ）、以下「三菱東京 UFJ 銀行」）と株式会社ロイヤリティ マーケティング（代表取締役社長 長谷川（はせがわ） 剛（つよし）、以下「ロイヤリティ マーケティング」）は、今般、ロイヤリティ マーケティングが運営する共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を活用した金融ロイヤリティプログラムの開発、両社のお客さまの基盤を連携した新たなマーケティングサービスの開発に関する資本業務提携について基本合意しました。

1. 資本業務提携の趣旨

お客さまのライフスタイルは変化し、金融に関するニーズは一層と多様化・高度化しています。また、金融機関を取り巻く環境も、「FinTech」が脚光を浴びるなど近年大きく変化し、その変化のスピードはますます加速しています。

そのような環境下、三菱東京 UFJ 銀行は、今回の資本業務提携を通じ、ロイヤリティ マーケティングが有する国内最大級の 8,300 万人を超える会員基盤と、日常の消費領域から交通、電力等の生活インフラに至る Ponta の多様な会員接点を活用し、お客さまの生活、人生に、さらに寄り添い、ひとりひとりの異なるニーズに的確にお応えする金融サービスを提供することを目指してまいります。

ロイヤリティ マーケティングは、今回の資本業務提携を通じ、三菱東京 UFJ 銀行が有する国内最大級の個人約 4,000 万口座に上る圧倒的な顧客基盤との連携により Ponta の会員接点を強化するとともに、ロイヤリティ マーケティングの企業理念である「無駄のない消費社会構築への貢献」に向け、世界中の生活者の皆様にワクワクするサービスを提供し、提携企業の圧倒的顧客満足の実現を目指してまいります。

2. 概要

（1） 資本提携

三菱東京 UFJ 銀行は、ロイヤリティ マーケティングの株式の一部を取得し、5%の資本参加をいたします。

（2） 業務提携

三菱東京 UFJ 銀行の金融サービスに「Ponta」を活用することで、お客さまのライフステージに寄り添い、お客さまから愛される金融ロイヤリティプログラムの提供を目指してまいります。

また、三菱東京 UFJ 銀行の有する顧客基盤とロイヤリティ マーケティングの有する会員基盤との連携、ビッグデータ活用による新たなマーケティングサービスの開発を進めてまいります。

三菱東京 UFJ 銀行とロイヤリティ マーケティングは、お客さまの幅広いニーズに応えるため、両社のサービスの更なる利便性向上に向けた検討を引き続き進めてまいります。

以 上