

2026 年 5 月 18 日 記者会見

発表内容：くらしを起点とした個人向けサービス 「りそなプラス」 の提供開始について

日 時：2026 年 5 月 18 日（月） 14 時 00 分～15 時 00 分

場 所：JP タワー ホール&カンファレンス カンファレンスルーム A2・A3

発 表 者：りそなホールディングス 取締役 兼 代表執行役社長 兼 グループ CEO 南 昌宏

第一ライフグループ 代表取締役社長 グループ CEO 菊田 徹也

ジェーシービー 代表取締役会長 兼 執行役員社長 二重 孝好

【質疑応答】

Q.1 今後、当該サービスに AI を活用していくとのことだが、具体的にどのような時間軸で考えているのか。また、AI を活用して、具体的にどういうサービスや提案のイメージを考えているのか。

A.1（りそなホールディングス 南社長）

これから検討する段階につき、断定的なこと申し上げられませんが、一般的にこれからの金融サービスはデータと AI の掛け算により生み出す答えを大きくすることがポイントと考えています。各社が持っているコンテンツやサービス、顧客情報も含めて、本当に質が高いものが揃っていると考えています。お客さまにとって良い形を提供できるものはなにかについて、今後検討を進めていき、グループアプリを通じて表現していきたいです。

Q.2 2,000 万会員についてはアカウント数という理解でいいのか。

A.2（りそなホールディングス 南社長）

まず、りそなグループアプリのダウンロード数は 1,000 万超で、金融デジタルプラットフォームによる地域金融機関の皆さまを通じたダウンロード数は 300 万ほどです。まず我々グループのお客さま基盤を活用して 2,000 万位に近づけていきたいです。また、地域金融機関の先にいらっしゃるお客さまに、今回の三社の協業からの提供価値を日本各地にも広げていきたいと考えています。まずは少しでも早く皆さまにご利用いただける環境を整えたいと考えていますし、その先のサービスの拡大もさらに進めていきたいとも考えています。

Q.3 今回のサービス提供を通じた預金の獲得量などイメージがあれば教えて欲しい。

A.3（りそなホールディングス 南社長）

預金の獲得目標は現時点で具体的に示せるものではありませんが、りそなグループとの取引の魅力は格段に高まると考えています。お客さまの基盤が広がり、トランザクションの数が増え、日常の決済を含めた資金の流れの中で流動性預金の滞留が増えていくと考えています。これまでとは異なるルートやお客さま層からの預金獲得が十分には図れると思っています。

Q.4 今回のサービスを中堅・中小企業向けに展開することは考えているのか。

A.4（りそなホールディングス 南社長）

本サービスは BtoC のサービスとして新しい価値を生み出すことができると確信しています。BtoB の面においても非常に大きな可能性があると考えていますが、現時点で BtoB 向けのサービスの話し合いをしているわけではありません。

（第一ライフグループ 菊田社長）

将来的な可能性は感じていますが、現段階では協議は行っていません。

（ジェーシービー 二重社長）

りそなグループさまとはこれまで法人分野の提携やステーブルコインの実証実験や UWB の実用化に向けた連携をさせてもらっています。引き続き、BtoB 向けのサービスについても検討をしていく方針です。第一ライフグループさまとは今回のご縁を活かし、協業の発展について検討できれば良いと考えています。

Q.5 他社のサービスにアプローチできることが、これからりそなグループで取引を開始する人に対してどのような訴求力があると考えているか。また、目指しているサービス実現に向けては、今回

の3社以外との協業も検討しているのか。

A.5 (りそなホールディングス 南社長)

りそなグループが持っている伝統的な銀行としての知見だけでは、多様化・高度化しているお客さまのニーズに応えることが難しくなっています。第一ライフグループさま、ジェーシービーさまの魅力的で多彩なコンテンツによって、お客さまに提供できる価値は格段に上がると思います。また、異業種の方々の連携により様々なサービスや機能を追加させていただくことでサービスの魅力を高める可能性もありますが、まずは、この三社でりそなプラスを発展させるための必要な機能や商品・サービスについて幅広い連携を図っていきたいと考えています。

Q.6 ベネフィット・ワンは法人に対するサービス提供の印象であるが、本サービスのように個人向けに提供するサービスについて第一ライフグループとしてどんな機会と捉えているか。

A.6 (第一ライフグループ 菊田社長)

ベネフィット・ワンは、主に法人向けに従業員を対象とする福利厚生サービスを提供していますが、CRM事業として、個人向けのサービス提供も行っています。その事業の一環として、本サービスにおいてもコンテンツ提供を行っていきます。

Q.7 SMBCのoliveやMUFJのエムットに対するものなのか、改めて伺いたい。

A.7 (りそなホールディングス 南社長)

お客さまが求めるものが変わってきていることを背景に、お客さま起点に自分たちのサービスを磨き上げるという観点で数年かけて考えてきた結果です。9月に第一弾のサービス開始を予定しているので、ご期待いただきたいと考えています。

Q.8 定量的な目標である2,000万会員に対して、達成時期を含めて詳細を教えてください。

A.8 (りそなホールディングス 南社長)

りそなグループの個人の顧客基盤は1,600万人になります。本サービスを通じた価値提供により、早期に1,600万人とデジタルで繋がりたいと思います。また、私たちのサービスにご賛同いただける新規のお客さまが増えることを期待していることに加え、地域金融機関の皆さまの先にいるお客さまに対してもサービスを提供することにより、早期に2,000万会員を達成したいと考えています。

Q.9 世の中には多くのポイント制度があると思うが、今回J-POINTと組むことを選ばれた理由を教えてください。

A.9 (りそなホールディングス 南社長)

我々はリテール、それから地域を基本軸に事業を進めています。JCBさんのJ-POINTは国内を中心に膨大で圧倒的な加盟店があります。また、我々は地域金融機関の皆さまと連携をしています。JCBさまも地域金融機関の皆さまと幅広いお取引とネットワークをお持ちになっています。これらの点については、今回のサービスの開発において、初期段階から着目していました。当社、第一ライフグループさま、JCBさまのお客さま基盤、事業基盤が重なり面白いプログラムになると確信しています。

(ジェーシービー 二重社長)

J-POINTは2026年の1月に新しいポイント制度としてリニューアルしました。我々の加盟店取引は国内で唯一日本全国をカバーしています。加盟店取引は65年前から始めているので、J-POINTという新しいポイント制度を始めるのであれば、J-POINTパートナーになっても良いという企業さまからのお声もいただいております。おかげさまで88社のパートナーさまがいらっしゃいます。パートナーの中にはサブスクのディズニープラスさま、ECサイトのAmazonさま、エンタメではユニバーサル・スタジオ・ジャパンさまがいらっしゃるの、お客さまに楽しさを提供するというポイント制度のところは、私どもの強みだと思っています。先ほど申し上げましたが、電車やバスのクレジットカード決済についても10%のポイント還元があります。J-POINTパートナーのホームページを見ていただくと幅広いパートナーがいるのだなとおわかりになると思いますので、ぜひご覧いただければと思います。そして、このパートナープログラムを一層広げていきたいと考えています。もう一つ面白いことは、南さんから今回お声をかけていただいたわけですが、第一ライフグループさまのベネフィット・ワンさまとの掛け算で、お客さまにはかなり楽しい暮らしを提供できるのではないかと考えています。

Q.10 リそなクラブポイントなどは J-POINT に全て置き換わるのか、また JCB において今回のサービス展開を機に共通ポイント化はするのか。

A.10 (りそなホールディングス 南社長)

我々は 20 年前くらいから実は独自のポイントプログラムを持っています。幅広いポイントサービスと提携させていただいており、早い段階からポイント交換サービスを提供し、お客さまから一定のご支持をいただいているという認識です。今後のりそなクラブポイントの運用については、これから協議はさせていただきますが、我々の強みをしっかりと残す、あるいは残せる部分がどこなのか、ということも含めて、しっかりと検討していきたいと考えています。

(ジェーシービー 二重社長)

あくまで JCB オリジナルシリーズ並びに提携の金融機関にカードを使っているポイントの共通ポイント化は現時点では考えていません。

Q.11 サービスはいつ完成するのか。

A.11 (りそなホールディングス 南社長)

2026 年 9 月に第一弾のサービス開始を予定していますが、完全な形ではありません。お客さまの声や様々なデータが得られることで、ブラッシュアップを続けていくことが勝ち筋になると考えています。より良いものを提供するために改善や修正をしていきますし、開発を進めていく中で新しい企業さまと連携し、新しい機能が追加されるかもしれません。そういった意味では終わらない進化をしなければならないと考えていますので、アジャイル開発を進めていきます。

Q.12 リそなプラスの便利さとは何か、もう少し踏み込んで教えて欲しい。

A.12 (りそなホールディングス 南社長)

ベネフィット・ワンさま、JCB さまのそれぞれのサービスは単体でも十分に魅力があるものです。今回の座組で各社さまのサービスを組み合わせることで、お客さまに提供する価値は繋がります。素晴らしいものが提供できと思っています。お客さまがこの繋がりをご理解いただき、頻繁に使っていただくことで、「迷わない」「探さない」「意思決定が早い」といった体験になると信じています。UI/UX も含めて、お客さまにとって自然に金融がつながる形にしていきます。

Q.13 第一ライフグループの説明資料において、金融データ、非金融データ、購買・利用データを掛け合わせとの記載があるが、三社間で個人情報は共有するのか

A.13 (第一ライフグループ 菊田社長)

現時点で個人情報を企業間で共有することはありませんし、原則できません。ただし、匿名化したデータを活用した分析を進めることで、プラットフォームもしくはシステムの価値を上げていくことはできると考えています。

Q.14 現在、アプリ機能を提供している金融機関でも今回発表された新サービスが使えるようになるのか。

A.14 (りそなホールディングス 南社長)

最初によりそなグループ内でベネフィット・ワンさまのサービスを提供します。ただこれは全体のエコシステムにおいて、一つの始まりに過ぎません。今後、デジタルを活用した形でどのようなシナジーを創出できるのか、というのを我々が一番わくわくしています。その上で、将来的に他の金融機関とも連携していく可能性はありますし、それぞれの強みを掛け合わせて新しい価値を創出したいと考えています。

(ジェーシービー 二重社長)

今まで JCB カードの会員の方々のご自身のカードの利用のみで J-POINT が付与されるだけでした。今回の枠組みに参加させていただくことで、銀行取引やベネフィット・ワンさんの取引と繋がりを持つことができますので、南さん、菊田さんからも仰っていましたが、三社が組むことで、各社の強みを掛け算していきたいと考えています。また、社内で「化学反応を起こす」とよく話しており、化学反応を起こすことでお客さまにより良いサービスを提供したいとも思っています。もう一つは、今回のりそなさまとの枠組みを見て、多くの金融機関の方々が、今後どのような戦略を立てていくか、を考えていらっしゃると思いますので、その金融機関の方々の状況に応じて変わってくるとは思いますが、多くの方々とお話しをできればとも考えています

以上