

Case Study 株式会社 エムアイカード

カード業務部

- ・リスクと収入の両面を考慮した新モデルにより売上増を実現



株式会社 エムアイカードについて

1988年に伊勢丹のハウスカードとして設立。2008年の三越伊勢丹ホールディングス設立に伴い、2009年9月に「株式会社エムアイカード」に社名変更。2010年より三越の提携カードを発行。百貨店発のクレジットカードとして質の高いサービスをベースに、2008年にはVisa、2011年にはアメリカン・エクスプレスとの提携カードを発行開始し、そのフィールドを拡大している。



お客さまご満足の半歩先を行く
「私の願いを叶えてくれるカード」

従来モデルでは成し得なかった「収益最大化」実現に向けて

審査・与信業務の体制は信用企画担当・カード発行担当・信用管理担当からなり、一連の業務は自社で実施している。2006年に初期与信モデルを、2008年に途上与信モデルを導入したが、与信モデルに下記の課題を抱えていた。

- ① リスク抑制が主目的のモデルであり、収入が十分に考慮されていない。
- ② ハウスカードを対象に構築したリスクモデルであったため、顧客層の拡大・変化、カード種類の拡充などに十分対応できていない。
- ③ 初期与信モデルと途上与信モデルが別々に作られていたため、与信基準に連続性がない。

テンソルによる新しい審査モデルで、入会審査6%・途上与信1%の売上増を実現

上記課題の解決に向け、複数社の提案を吟味した結果、カード業界で豊富なモデル構築の実績があり、「収益最大化の目標実現にマッチした提案内容」を提示した、テンソル社をパートナーに選んだ。テンソル社の手法では、収益最大化を実現するために、リスクだけでなく収入も考慮した限度額設定を行っている。これまでも収入面を考慮した方法は存在したが、テンソル社は顧客の利用パターンの裏にある潜在的なニーズを捉えている点が、これまでの手法と大きく異なっている。これにより、限度額の制限によって生じる機会損失額を適切に算出できるため、理にかなった収益最大化を実現する限度額設定ができる。

テンソル社のモデルによる限度額設定のリリースにより、初期与信で約6%・途上与信で約1%の売上向上が実現した（詳細は次ページ図参照）。

エムアイカード カード業務部の鈴木淳部長は、「今回のモデル再構築プロジェクトにおいては、テン

TENSOR CONSULTING

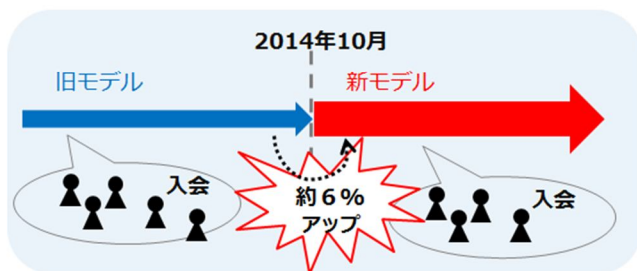
ソルの知見をいただき、収益最大化の実現へ向け基盤を固めることができた。今後は、当社の営業戦略や環境等の変化に機動的に対応できるよう、運用課題に取り組み、新しいビジネスにも取り組んでいきたいと考えている。」と語っている。

初期与信で約6%・途上与信で約1%の売上向上を実現

○初期与信

実検証期間を経て、2014年10月以降のすべての入会者に適用。

旧モデル時の入会者と比べると、**売上は約6%向上**



注1) ABテストではないため、時期変化や入会者数の差異の影響も含まれる

注2) 新限度額設定方式の時期の方が入会者数が1割強減っているが、それにも関わらず上記売上増を実現

注3) リスク（信用コスト）は約1.1倍に増加。金額にすると売上増による収入増加分の10%程度であり、収益はプラスとなる

○途上与信（実検証期間の結果）

2014年2月から1年間、全顧客の3%を対象にABテストを実施**約1%の売上向上**を実現



・リスクについては大きく変わらない結果

⇒実検証期間の結果を受け、2015年9月より全顧客に対して新モデル適用を開始

テンソル・コンサルティング株式会社

膨大なビジネスデータの中からデータの真のメッセージを掘り起こす「データマイニング」を専門領域とした経営コンサルティング会社。銀行・クレジットカード・リースなどの大手金融系企業、携帯電話・ポータルサイトなどの大手通信事業者、メーカー、通販業者など幅広い業態におけるマーケティング及びリスク分析に多数の実績がある。常に最新の技術を研究し、EC 検索エンジン自動学習法など最先端の統計数理技術を活用した複数の特許を持つ。

社名のテンソル (tensor) は、「神経を研ぎ澄ます」という意味の「tense」を語源にもち、空間に分布している力の状態を示す数学の概念に由来する。

本社所在地： 東京都千代田区一番町13番6号

電話番号： 03-3230-7011

ウェブサイト： <http://www.tensor.co.jp/> E-mail : info@tensor.co.jp