

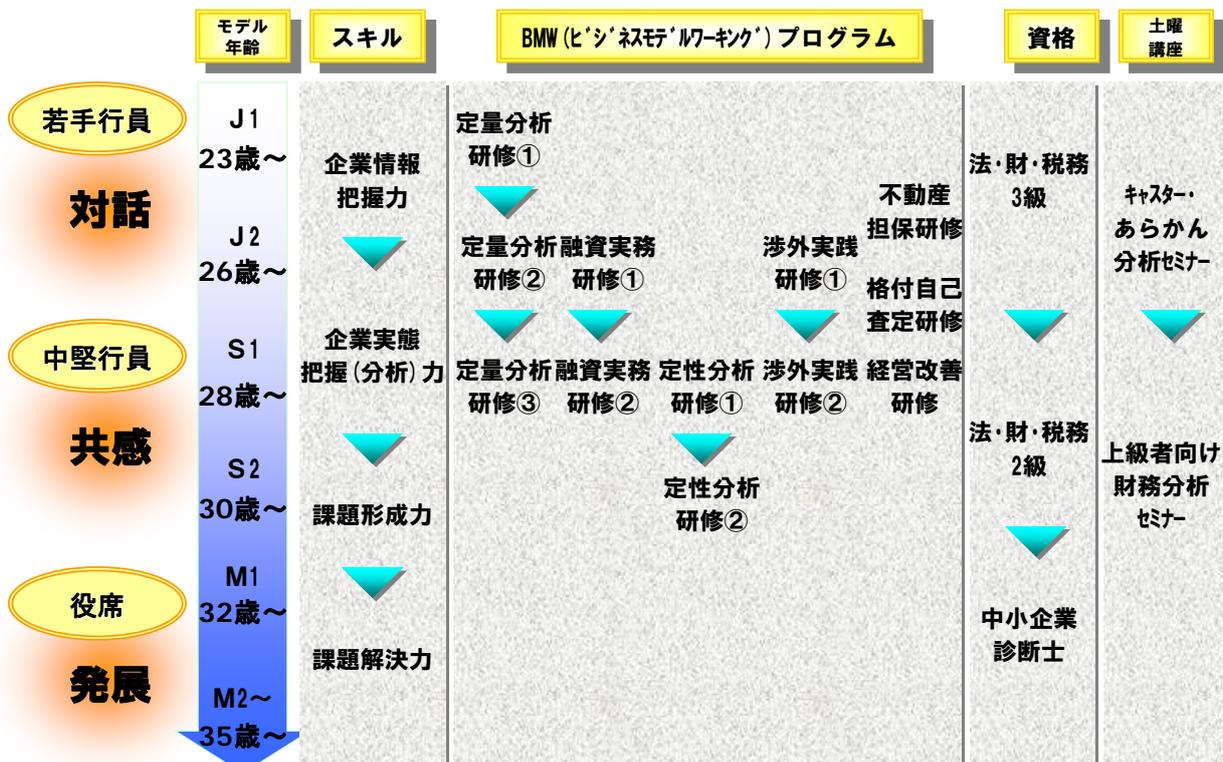
目利き養成に向けた5,000日研修の実施

(分野) 人材育成

(金融機関名) 清水銀行

1. 動機(経緯)	取引先の抱える問題を解決し、地域における存在感を高めるためには、行員一人ひとりの目利き能力を向上させる必要があり、研修を充実させることで自己研鑽意識の醸成を図った。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 研修は「行内研修」、「土曜講座」、「本部OJT研修」、「行外研修」があり、特に「行内研修」と「土曜講座」について重点的に開催した。 中小企業に対する円滑な金融仲介機能を発揮していくため、研修においても法人担当者向けの実践的な研修を企画、実施した。 専門的な知識を有する中小企業診断士や宅地建物取引主任者などの資格取得を促進する土曜講座を開催した。
3. 成果(効果)	<p><取引先> 問題解決型、企業価値創造型の提案が増加 取引先の状況を正確に把握できる行員が増加し、中小企業新事業活動促進法やビジネスマッチング等を絡めた提案が増加した。</p> <p><当行> 1. 研修参加延べ日数(研修参加者×研修日数)の目標達成 <目標 5,000日> 平成18年度 2,912日 平成19年度 4,755日 平成20年度 6,967日(目標達成)</p> <p>2. 自己研鑽意識の醸成</p> <ul style="list-style-type: none"> 研修を充実させたことで行員の成長意識が涵養され、1回あたりの研修参加人数が増加した。 平成18年度 36人/回 平成19年度 49人/回 平成20年度 65人/回 自ら志願して臨む「土曜講座」への参加が増加した。 平成18年度 673人 平成19年度 1,948人 平成20年度 2,181人
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 今後は研修参加延べ日数に目標は設定しないものの、行員の自己研鑽意識が高まっており、より質の高い実践的な研修を企画していくことで参加を促していく。 定量分析や定性分析などを通じた目利きのレベルは向上したものの、更なる問題解決型、企業価値創造型の金融仲介機能の発揮を目指し、目利き行員の養成は当行の不変の取組みとして継続していく。

目利き行員の養成に向けた研修プログラム



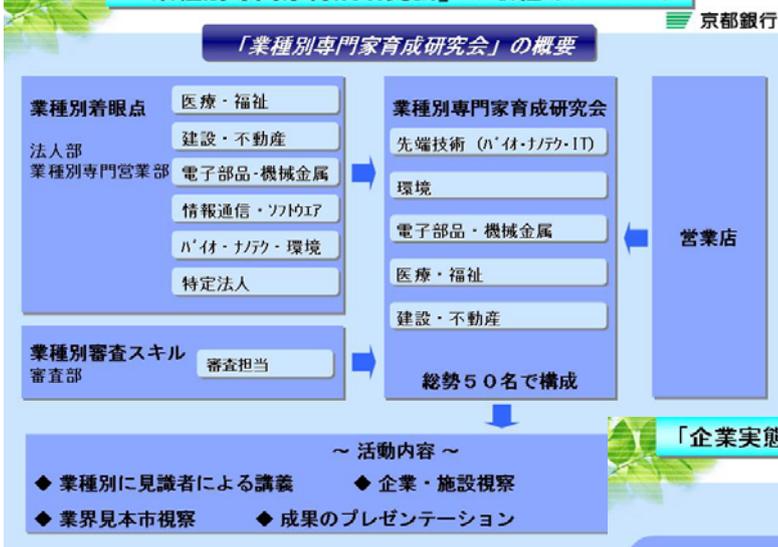
企業実態把握力の向上に向けた取組み

(分野) 人材育成

(金融機関名) 京都銀行

1. 動機(経緯)	<p>① 多様化する顧客ニーズに応え、質の高い金融サービスを提供するには、取引先を取り巻く業界・業種の特徴を把握し、各々の業種の取引推進に精通した人材を幅広く育成する必要がある。</p> <p>② また、法人営業の原点である「顧客を知る」ことの大切さを再認識するとともに、経験の浅い法人営業担当者に各種スキルやノウハウを継承していく必要がある。</p>
2. 概要	<p>①「業種別専門家育成研究会」の創設</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業店行員約 25 名に本部分行員を加えた計 50 名(上・下期の累計 100 名)を、10 業種5グループ(先端技術(バイオ・ナノテク・IT)、環境、電子部品・機械金属、医療・福祉、建設・不動産)に分け、グループ毎に外部講師による講義や、工場見学を実施し、業種別の専門知識を深めた。 ・ 研究成果については、次期研究会メンバー等に発表を行った。 <p>②「企業実態把握シート」策定全店コンテストの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各営業部店が主要取引先1社を抽出し、当該先に対する定性的・定量的分析を、制定書式「企業実態把握シート」を用いて実施。 ・ 審査部による採点により、最優秀シート4ヶ所店、優秀シート 11 ヶ店を選出。 ・ コンテストの表彰は業績表彰の加点対象とした。 ・ 営業部店では、「企業実態把握シート」の取組み方針に基づき、営業活動を展開。
3. 成果(効果)	<p>① 業種グループの研究成果(レポート)を法人部「業種別専門営業部」でストックし、以後の営業店サポートに役立っている。また、行内LANに掲示することにより、業界に対する知識を当行の独自ノウハウとして共有化を進めている。</p> <p>② 各営業部店の法人営業担当者全員で「企業実態把握シート」を策定することで、営業経験の浅い行員に対してもスキル・ノウハウの継承を行うことができた。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>① ノウハウの蓄積や本部・営業店間および営業店内の情報共有において一定の成果をあげているが、当行取引先を取り巻く環境の変化は一層スピードアップしている。そこで、より多くの法人営業担当者が業種別の専門知識を習得できるよう研究会の前段階として業種別のオープンセミナーを実施し、専門知識を有する人材の裾野拡大を図っている。</p> <p>② 「企業実態把握シート」策定コンテストについては、今後も継続実施する。内容については、業種・業界の調査を加えることにより、直面する外部環境からも取引先を把握することとする。</p>

「業種別専門家育成研究会」の取組みについて



「企業実態把握シート」策定全店コンテストの取組みについて



「M&A専門人材の育成」について

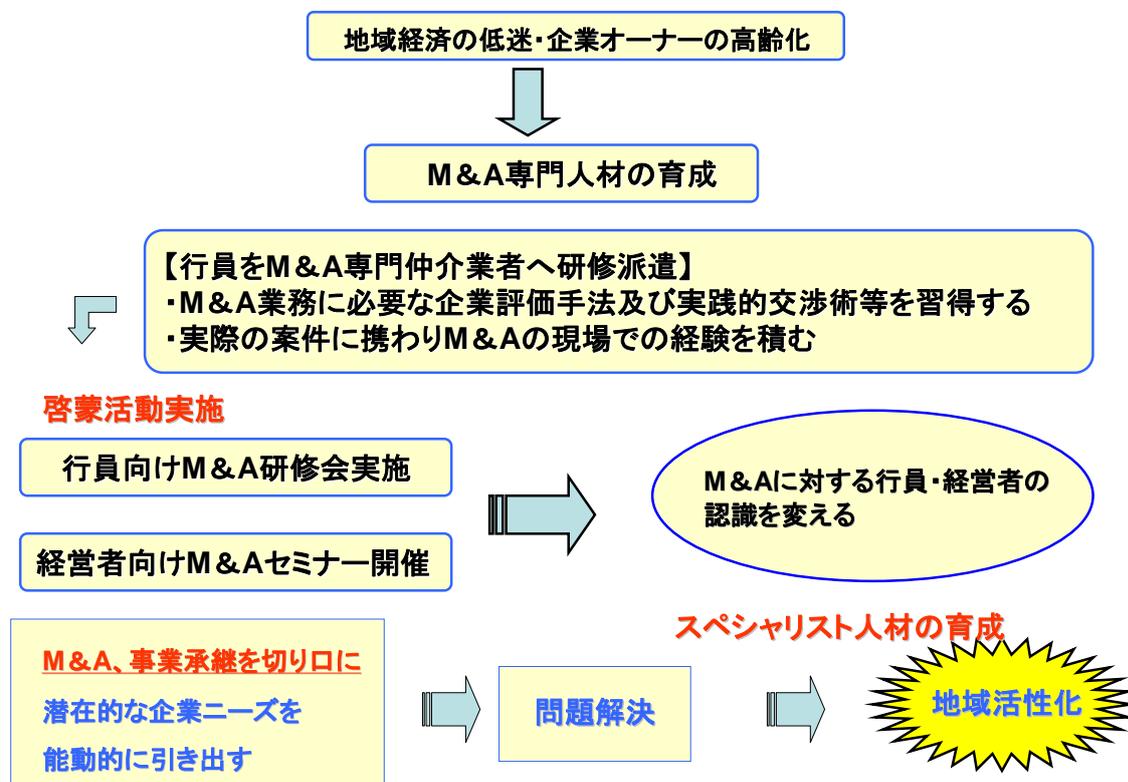
(分野) 人材育成

(金融機関名) 鳥取銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> 地域経済の低迷や企業オーナーの高齢化に伴い、M&AやM&Aを活用した事業承継のニーズが高まってきており、より高いレベルのノウハウとスキルを持った人材の育成が不可欠と判断。 特定分野に特化した専門人材を育成するため3ヶ月間の研修派遣を実施した。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> M&A業務に必要な税務、法務、企業評価手法及び実践的交渉術を習得するため、平成20年4月、専門部署の行員をM&A専門仲介会社へ研修派遣。平成21年1月にも同様の研修派遣を行った。 研修中は実際に多数の案件を担当し、マッチング先の開拓や企業概要書・評価書や契約書の作成、経営者との交渉、成約までのフォロー等を実施した。 研修中に研修先業者から講師を招聘し、行員向けM&A研修を3ブロックで開催。研修終了後は派遣行員を講師として、更に4ブロックで研修を実施した。 また、地元企業経営者向けに「事業承継問題に関するM&A活用法」と題したセミナーを開催した。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 行員向けM&A研修を開催し、基本的な知識や活用例を行員が学んだことで、従来の敵対的なM&Aのイメージが払拭され、M&Aは企業の経営課題の解決に向けた有効なビジネスツールとの意識が高まった。 研修開催後はM&A・事業承継を切り口とした提案活動が行われるようになり具体的な案件数も増加。 研修先であったM&A専門仲介業者から講師を招聘し、「事業承継問題に関するM&A活用法」と題した地元企業経営者向けの事業承継セミナーを開催。参加者からM&Aについてわかりやすく解説いただいたとの意見も多く、地元企業への啓蒙活動にも役立った。 平成20年度のM&A・事業承継提案数は、前年比8先増加の48先、M&A支援実績1先。当該M&A支援先は後継者問題を解決し、金融機関においても手数料収入の増加につながった。 平成21年度に入りM&A・事業承継提案数は前年度を上回って増加中。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 地域経済活性化のためにも、企業分析力や実態把握力等のレベルアップを図り、取引先ニーズに迅速に対応できるスペシャリスト人材の更なる育成に注力していく。

「M&A専門人材の育成」について

TOTTORI BANK  青い色の銀行です。鳥取銀行



医療福祉チームの創設について

(分野) 人材育成

(金融機関名) 埼玉縣信用金庫

1. 動機(経緯)	医療・福祉機関や関連業種の経営支援と発展および普及を目的として、平成 21 年3月、法人事業部内に医療福祉分野に特化した「医療福祉チーム」を新設。目利き能力を生かして、医療機関等の現状把握に努め、顧客ニーズにあった対応が図れるよう営業体制を強化した。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> ○業界団体・関連組織・地域企業・医師会・歯科医師会との情報交換、連携強化 ○開業予定の医師へのサポート ○医療機関・福祉施設・資産家層への問題解決型の営業訪問 ○営業店の推進活動の支援、営業店職員のスキルアップの支援、目利き能力の向上
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> ○業種専用プロパー融資商品の販売 <ul style="list-style-type: none"> ・病院・一般診療所の開業、運営資金、設備資金の提供 さいしんサポートローン応援宣言<ドクターα、β、γ>の推進販売 ・介護事業者へ賃貸する施設の建設資金の提供 さいしんグループホームローン<AP型>の推進販売 ○医療業の与信取引先、与信残高の増加 <ul style="list-style-type: none"> ・与信取引先は、医療福祉チーム発足後 59 先の増加 ・与信残高は、前年度末比 4.1%の増加 ○職員向けの研修、帯同訪問の実施により専門分野の人材育成強化 ○セミナー・研究会の参加、業界動向の調査、統計資料の収集・分析により目利き能力の向上
4. 今後の予定(課題)	<p>≪WIN(医療機関・福祉施設)、WIN(地域・取引先)の関係の構築≫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さいしんビジネスマッチングの活用 …HPの作成、オリジナルノベルティグッズの作成等 ・最新の医療情報の提供 …「さいしんメディカルレポート」、「さいしんデンタルレポート」の定例配布 ・セミナーの開催 …医療従事者、介護事業者向けセミナー、一般顧客向けの健康セミナー等

◆医療福祉チームの活動方針

- (1) 地域医療の担い手である医療機関に対するさいしんのサポート機能を高め、資金調達のみならず医療・福祉機関経営を幅広く応援していくことを目的とし、地域密着型金融のさらなる強化を図る。
- (2) ①人脈づくり、②資材・サービス関係(ビジネスマッチング)、③財務・資金管理関係のサービスの提供に努め、医療・福祉機関との関係強化を図る。
- (3) 医療・福祉機関および今後開業予定の取引先を対象とし、医療福祉分野の発展と普及に寄与する。

