

経営基盤強化への取組み

「長期ビジョン」－将来を見据えた長期戦略方針－

今後長期的に持続可能なビジネスモデルとして、長期ビジョンを策定しております。長期ビジョンは、地域社会・経済の活性化に積極的に貢献することで、地

域から愛され、真に必要とされる銀行を目指すことを基本精神としております。

長期ビジョン

存在意義	<p>新潟県経済の底上げ・成長のけん引役となる、中小企業・個人のお客さまに深く入り込み、課題解決のサポートにより地域の活性化に貢献する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先企業を深く理解し、必要な時に必要な支援を行い、事業の成長、ひいては地域産業の活性化を促進する ・個人のお客さまの悩みや課題そのものの解決を図ることで安心・安全を提供する
お客さまへの提供価値	<p>地域に親しまれる銀行として、お客さまのニーズに沿った金融商品・サービスを安定的に提供する</p> <p>地域の持続的な成長を実現するために、異業種との幅広い連携を通じて、非金融サービスを提供する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業や生活支援に必要な全ての機能・サービスを異業種も含めた幅広い連携を通じて提供する
目指す姿	<p>地域社会・経済の活性化に責任を持ち、お客さまの成長をサポートすることで「もっと、親しまれる銀行」</p>

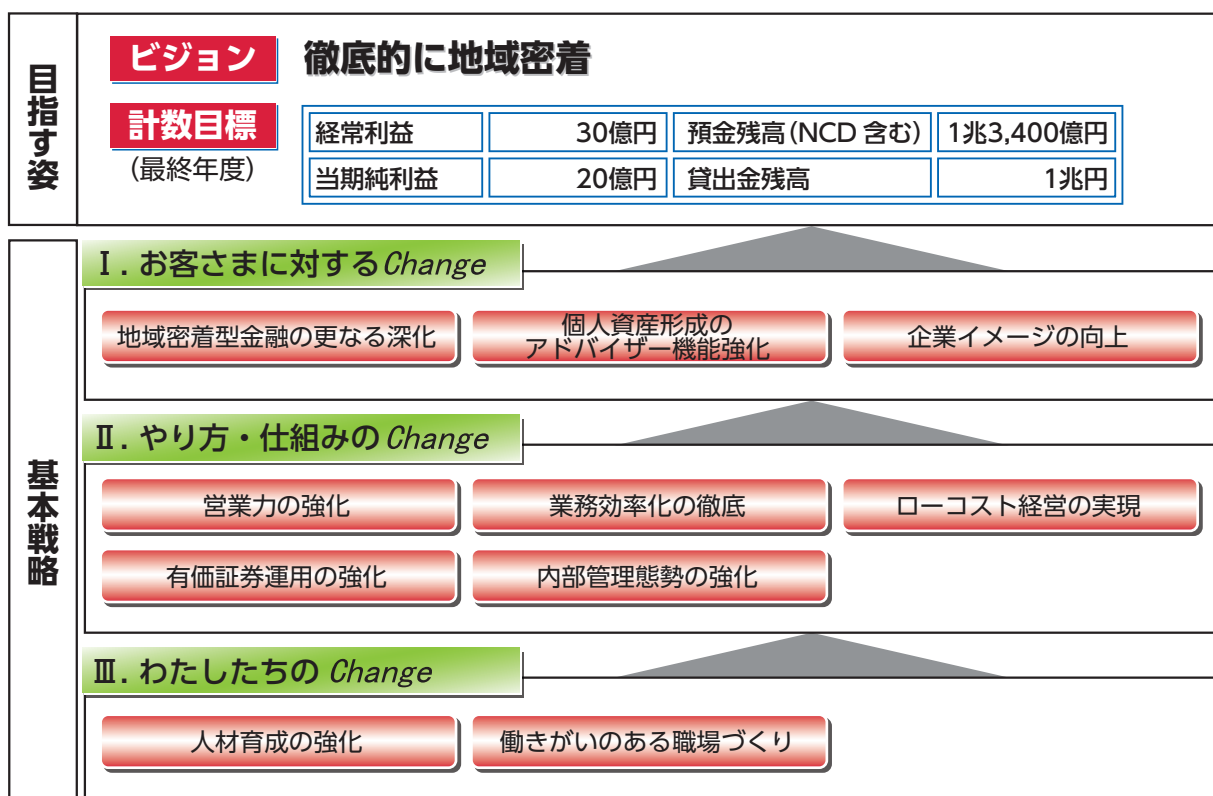
第10次中期経営計画「Change ～だから、変わる。～」

長期ビジョンの実現に向けた最初の3年間の計画として、第10次中期経営計画「Change ～だから、変わる。～」(平成27年度～平成29年度)を推進しております。

本計画を着実に実行し、金融仲介機能を適切かつ積極的に発揮していくことで、地域社会の持続的な活性化に全力を尽くしてまいります。

第10次中期経営計画
〔2015年4月～2018年3月〕

Change ～だから、変わる。～



経営基盤強化に向けた今後の重点的取組み

基本的な考え方

<外部環境の変化に関する当行の認識>

当行を取り巻く外部環境の変化の要素として、次の3項目に分類しております。

①マーケット

少子高齢化に伴う人口減少、さらには地域社会・経済の縮小懸念といった営業基盤そのものにかかる課題であり、国内で活動する地域金融機関には共通する課題であります。

②競合

県内地方銀行2行の経営統合により、当行も含め県内金融機関の経営環境に大きな変化が生じることが予想されるほか、他業態からの銀行業務参入により、競合は業界の垣根を越え、ますます激しくなることが予想されます。

③テクノロジー

金融とITの融合（フィンテック）は近年、加速度的に進展しており、金融サービスのIT化に対する機動的かつ適切な対応は、金融機関にとり重要な経営課題のひとつとなっております。

以上のような外部環境の変化が見込まれるなか、地域金融機関の使命から捉えた場合の最重要課題は、「地域社会・経済の持続的な活性化」であると考えております。マーケットの縮小は、地域で事業を営む方にとっては事業そのものの縮小につながるほか、働く従業員の生活にも影響を与える重要な課題であります。地域金融機関として、地域社会・経済の持続的な活性化に

向けしっかりと貢献していくことで、必然的に地域の皆さまから選ばれる銀行であり続けることができると確信しております。

<今後の重点的取組みにかかる基本的な考え方>

こうした認識のもとで、今後の重点的取組みにかかる基本的な考え方は、「当行を信頼し、利用いただいている事業者、個人のお取引先それぞれの企業価値・生活の向上に向け、これまで以上にしっかりとサポートし、地域に根差した金融機関としての使命を果たしていくとともに、地域に役立つ銀行として存在価値を高めていく」こととあります。役職員全員が常にこの考え方を念頭に置き、地域への深い思いとともに、地域社会・経済の持続的な活性化に向け、一丸で取り組んでまいります。

今後の重点的取組みにおけるキーワードとなるのは、「共通価値の創造」、「お取引先の企業価値向上」、そして「地方創生への積極関与」の3つであります。「共通価値の創造」という言葉は、金融庁の金融行政方針の中で使われており、金融機関がお客さま本位の良質な金融サービスを提供し、企業の生産性向上や国民の資産形成をサポートすることで、金融機関自身も安定した顧客基盤と収益を確保するという好循環を作り出すことを意味しております。当行はこの3つのキーワードのもと、お客さま目線に立ち、真にお客さまのためになる商品・サービスを提供してまいります。

お客さまサポート態勢の整備・構築

営業推進体制の改革 ～営業部門のセグメント化～

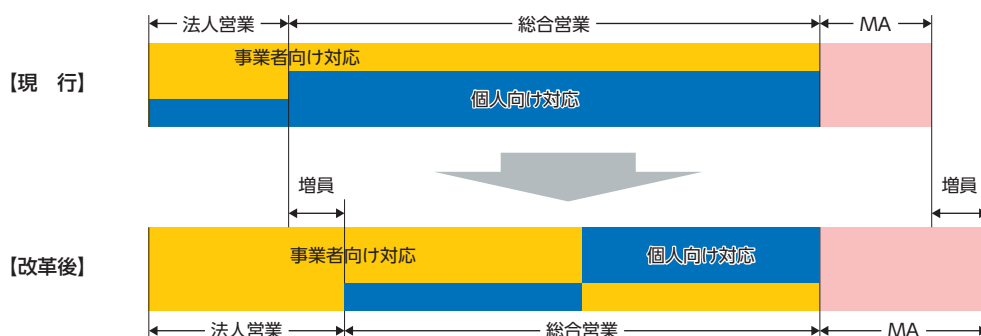
営業推進体制の改革として、対象とするお客さまごとに営業部門をセグメント化（分類）し、営業担当者を「専門化」することでアドバイザー機能を強化してまいります。

当行の営業部門は現状、主として事業者のお客さまを担当する「法人営業」、事業者・個人のいずれのお客さまも担当する「総合営業」、個人のお客さまの資産運用相談を専門に担当する「MA（マネーアドバイザー）」の3つに区分されております。

改革後は、人員面では、総合営業からの人員シフトにより法人営業を増員するほか、内勤の事務部門から

の人員シフトによりMAを増員いたします。業務面では、現状は法人営業が一部、個人のお客さまも担当しておりますが、事業者のお客さま対応に専念し、専門化による提案力の向上を図ってまいります。また、総合営業については、主たる取引対象の業務ウェイトにより2つに区分し、それぞれ、より専門性を高めてまいります。

営業部門のセグメント化により営業推進体制を改革することで、お客さま一人ひとりに対し従来以上に密着するとともに、よりご満足いただけるよう、提案力の向上を図ってまいります。



頭取メッセージ

業務改革（BPR）の促進

当行では、平成26年に行内組織として「BPR実施プロジェクトチーム」を設置し、本格的にBPRに取り組んでおります。BPRにより事務にかかる業務量を削減することで、お客さまと接触できる十分な時間を確保し、お

客さまの販路拡大に向けたアドバイスなど、より付加価値の高い営業活動を展開していくほか、事務部門から営業部門への人員再配置を進めてまいります。

※BPR（Business Process Re-engineering）

企業活動全体を対象とした総括的な改革で、効率や生産性を向上させることを目的に、既存の業務の流れやルールなどを見直し、再設計すること

人材育成

お客さまサポート態勢のベースとなる取組みとして、お客さまの多様化するニーズに適切に対応していくため、専門的な知識・ノウハウを持つ人材を育成してまいります。当行では、平成29年3月末現在で、中小企業診断士が14名、1級FP技能士が10名、1級金融窓口サービス技能士が9名、計33名の専門資格の取得者がおり、全行員に占める割合は約4%となっておりますが、この割合を中長期的に10%、人員にして80から100名まで

高めることを目標としております。営業部門のセグメント化と併せ、豊富なノウハウを持つ人材を育成することで、お客さまのニーズとご期待に、適切に対応してまいります。

営業部門のセグメント化と併せ、豊富なノウハウを持つ人材を育成することで、お客さまのニーズとご期待に、適切に対処してまいります。

地域社会の活性化に向けた取組み

「地域金融機関の社会的責任（CSR）」とは、安定的な資金供給、各種金融サービスの提供といった地域金融機関の本来の役割にとどまらず、さまざまな面から地域社会の発展に貢献していくことであると考えております。

こうした考えのもと、当行ではこれまで、長岡交響楽団の定期演奏会「大光ツインスマイルコンサート」や新潟県女子駅伝大会に協賛し、地域の文化・スポーツの振興に取り組んでまいりました。また、次世代社会を担う子どもたちへの金融授業の実施など、地域社会の将来に向けた活動を行っ

てまいりました。そのほか、平成23年度からは「1店舗1貢献運動」の取組みを毎年行っております。チャリティバザーの開催や、公園や河川敷などの清掃活動、地域行事への参加など、全営業店および本部のそれぞれが地域に密着した活動を展開しております。これらの取組みの詳細については本誌18～19ページに掲載しております。

今後もこうした取組みを継続することで地域社会の活性化に貢献し、地域からの信頼の向上、地域金融機関としての企業価値の向上を図ってまいります。