

金融 機関



.YOM
ドットヨム

『金融機関.YOM』は銀行員のための総合サイト『銀行員.COM (ドットコム)』(<http://www.ginkouin.com/>)と連動した情報を紙面でお届けするメディアです。

七十七銀行特集

第8号

「高い使命感で 地域と共に発展する」

代表取締役頭取 鎌田 宏

女性スタッフ8人が創る 「入りやすく相談しやすい」銀行窓口

エアリ相談プラザ所長 笹原 京子

七十七銀行の取組

菓子づくりに科学者の目 独自の世界を

株式会社菓匠三全
代表取締役社長 田中 裕人

金融市場の勝者

みずほ証券株式会社
市場調査本部統括部長 高田 創



ていたよりも金利の上がり方が少し遅いことから、その影響もあるだろうと考えています。

澁谷…青森への法人営業所の設置、山形等への法人営業部員の駐在など、県外の営業力強化に取組んでいらつしやいますが、その成果などについてお聞かせください。

鎌田頭取…2006年11月から、山形と郡山、盛岡の3か所に法人営業部員を駐在員として2人ずつ配置して始めました。地区によって、駐在員は新規先だけ行き、既存先は支店の行員が担当するというように、支店にかなり裁量権を与えながら工夫をして取り組んでいます。山形はものづくりの優秀な企業が多く、訪問範囲はどんどん広がってきています。横の移動は雪が降るとなかなか難しいですが、逆に縦は幹線道路がありますので、東根から米沢あたりまでずっと伸びてきています。

郡山の場合は、上場企業も数多くありますので、新規先だけではなく、M&Aなど高度なニーズがある既存のお取引先企業にも訪問をしています。各地域の中で自分たちが強い部分や弱いところは、やはり現場の支店が一番よく知っており、それらを踏まえ、各県の地域性の違いなどに応じ営業展開をしています。

澁谷…東北の経済状況は厳しいと言われています。東北のリーディングバンクである御行の地域活性化へのお考え、取組みをお聞かせください。

さい。

鎌田頭取…東北のみんなが一緒にやらなくてはいけないという意識が徐々に浸透してきています。今までは、例えば観光であれば宮城県に来てもらって松島を見てもらえばいい、青葉城址を見てもらえばいいといった感覚で、あまり東北全体という視点で考えてはいなかったと思います。

東北の発展はやっぱり自分の県だけということではなく、東北は一つだという連携意識、みんなでやろうという気持ちが一番大切だと思います。東北は、一番南の福島県の白河から青森の端まで500キロあります。東京から500キロというと、岡山あたりまでになるわけです。それだけ広い東北ですが、最近では、例えば、仙台と山形県の仙山交流会議など新たな取組みが始まり、お互いの理解が進んできていると思います。

法人先へのトップセールス

澁谷…全法人先に対して、頭取、役員、支店長がトップセールスを行っているということですが、その成果はいかがでしょうか。

鎌田頭取…2007年4月の支店長会議で、その体制を敷き現在も継続しております。フェース・トゥ・フェースのお付き合いが大切で、まずは話を聞いてくるのが基本だと思っています。役員も常務以上が取引、融資推進ができる

先、あるいはできるかできないかというボーダーラインの先に行くことを目標としています。私はまだ今のところ支店を回っている段階ですが、将来には個別に訪問するつもりです。

澁谷…新規先に対してもトップセールスをやるといふことでしょうか。

鎌田頭取…そのつもりです。

澁谷…実際に最初からトップセールスだとはりお客様の対応は違ってくるのでしょうか。

鎌田頭取…以前は、支店長は、あまり外訪しないという印象を持つお客様もおられました。支店長としても債務者区分などを意識して、行きにくいということが、あったのかもしれませんが、ただ仮に取引先の業況が思わしくなくてもリンクアップする手段はいろいろありますから、お客様と本音で話し合ってお互いに生き延びていく方法を見つけようということ、これもトップが訪問する目的だと思います。

澁谷…支店長の時間的な制約、負担はいかがでしょうか。

鎌田頭取…負担とは考えていません。支店長は必ずしも店内に常時いなければいけないということでもないのです。目配りというか、支店で日常起きていることを支店長が掌握していて、支店長に十分掌握されていると行員たちが

分かっていればいいのです。事務管理面での指導でも、たとえ一人の行員への注意や指導であっても支店長がしっかり意識すれば、その発言は周囲にしっかり伝わりますし、そういう点では、やはりやり方があるのではないかと思えます。席に座って支店の中を見ているだけが支店長の管理ではないわけで、お客様を訪問する時間は十分あるものと思います。管理も営業もいろいろな手法があるわけで、支店長自らが考えて、自分で創意工夫してやりなさいということです。

企業サポートの取組について

澁谷…ベンチャー企業や事業の創業をお手伝いするファンドをお作りになったと伺いました。仕組みや内容、企業サポートの取組みなどについて教えてください。

鎌田頭取…120周年のときに「七十七ビジネス振興財団」というものを作りました。ベンチャー支援は、銀行の貸出になかなかない部分がありますので、この財団を通じて毎年3社ずつ、1社あたり200万円の助成金を交付するという取組みをおこなっています。既に10年近い歴史と30社程の交付実績があります。助成金は、銀行が出資している財団が表彰、支給するという仕組みですから、受け取る企業からみると、銀行からの直接の投資、融資ではありません。これがけっこう喜ばれておりまして、受賞されたベンチャー企業の中には、現在ずい



ぶん大きく成長されている企業もあります。入賞ベンチャーの決定は、東北大学大学院の教授に審査委員長になって頂き、銀行員は殆ど介在しないようにして審査員の先生方に審査を任せるなど、客観的な取組みをしています。

澁谷…ビジネスマッチングについてはいかがですか。

鎌田頭取…2006年から食をテーマとした商談会を始めておりますが、実際に始めてみた

ら、取引先が喜ぶことが多くて当行にとっても大変な喜びになっていきます。

ある参加者の方は、「我々は例えば東京のスーパーでもデパートでも、ものを何とか売り込みたいと思っても相手にしてもらえないが、今回は銀行の紹介、推薦ということで相手がちゃんと机に座って待っていてくれた。こんなありがたいことはない。お金を借りられるよりうれしい。」と言ってくれました。七十七銀行のビジネスマッチングに選ばれただけで、町の中では相当なステータスになっているわけです。期待されるし、信頼される商品だということで、銀行から、日本全国から認めてもらったということになりますから、同業者の中の評価も高まるのです。

澁谷…こうした形の営業はこれからますます大切だと思いますが、いかがでしょうか。

鎌田頭取…そう思っていますね。上海でも2007年の7月に合同商談会を行いました。日本人の進出企業同士でも北海道の人と、福岡の人、三重県と岡山とか、全然お互い知らないところが中国でお互い店が並んでいますから、日本企業同士が多く集まって活発な商談をしていました。

澁谷…東北大学との連携をすすめていると聞きましたか。

鎌田頭取…当行では2007年1月に、東北大

学と連携協力協定を締結しました。法人営業部が窓口になっています。

東北大学の技術は、素晴らしくてノーベル賞候補が多いです。

ところがその技術を地元では利用しきれず、東京に行ってしまったり、大学だけでその研究が止まっているということが非常に多かったのです。以前、大学は研究の塔という概念もあったようですが、独立行政法人になって大学も変わってきました、民間と助け合おうというニーズが出てきました。そこで、取引先と大学が手をつなぐ協力を始めました。

最初は講演から始めまして、井上総長にも講演してもらったりしました。

今度は個別の実務的な発明品を商品化していく、その窓口をやつていこうと思っています。

しかし、やはり大学のレベルと民間のレベルでは様々な面で違いがありますので、その辺のギャップを埋めるのがなかなか大変です。ただ先程お話しした当行のビジネス振興財団で表彰したベンチャー企業の中にも、上昇志向をもっているところが多くあり、今でも大学とある程度繋がっていますが、当行がその繋がりをもう少し太くする手助けができればと思っています。

澁谷… ゆうち銀行の問題について、頭取はどういうふうにお考えでしょうか。

鎌田頭取… 当行も負けずにしっかりとやるしかないですが、住宅ローン、それから預り資産の

競争が大変だろうと考えています。

当行よりも地域とのつながり合いは深いところもありますから、やはり相当脅威だと思っています。

澁谷… 金融商品取引法の施行で、やはりコンプライアンス、説明責任、内部管理態勢、SOXとか、攻めと同時に内部の守りもやつていかなければいけないですね。

鎌田頭取… アクセルというのは、ブレーキがあるから踏めるんです。ブレーキがしっかりとしないとアクセルは危なくて踏めません。だからやっぱりブレーキをきちんとして、それでアクセルを踏むという考えでないといけないと思っています。

そこに非常にしっかりとしたブレーキを組み込んでいくということです。

CSR活動について

澁谷… CSRについてどういうふうにお考えになっていますか。

鎌田頭取… 当行も音楽やスポーツに力を入れています。小中学生を対象に、迫力ある生演奏を届ける仙台フィルのオーケストラコンサートを開催しています。12月には「七十七スターライトシンフォニー」という冠コンサートをやっていますが、仙台の定禅寺通りというケヤキ並木がイルミネーションで飾られる仙台・光



のページェントの点灯式に合わせており、大変な人気です。広く抽選で1600名の地域の皆様を招待するとともに、交通遺児の方も毎年お招きしています。

スポーツでは当行の運動部である硬式野球、陸上競技、それからバドミントンの3部の部員による地域の小中学生、高校生を対象とした技術指導を行っています。

澁谷… 銀行、金融機関を取り巻く環境が大きく変化しています。今後企業経営者に選ばれる地

方銀行のあり方や機能、役割についてどのようなようにお考えでしょうか。

鎌田頭取…中期経営計画の中で、地域と共に歩み地域と共に発展する、ベストクオリティバンクを目指すということを言っています。結局は、お客様のいろいろなニーズに、どうやって的確にお応えできるかということで、やはり企業経営者からそこが一番望まれていることではないかと思っています。お客様のニーズも本当にいろいろ多様化していますので、我々はそれに負けないようにやっていかなければいけません。例えば法人営業では、預金・貸出だけではなく投資銀行的な仕事でもできる行員を育て、ローンサポートとかビジネスサポートチームを作り、取組ませております。

そしてやはり我々は地方銀行ですから、地域経済の運命共同体として、我々だけどこかへ逃げてしまうことはできません。お客様にもそれは十分に理解して頂いていますが、そうした意識を前面に持ち続けることが信頼感を強めることに繋がっていくのではないかと思います。

スピードを大切に

澁谷…頭取になられてから最も注力してきたこと、仰ってきたことについてお聞かせください。

鎌田頭取…ずっとスピードが大切だと言ってきました。中期経営計画の一番の目的は収益力

の回復ですが、やっぱりスピードがないと収益力がついてきません。審査の判断や新しい商品展開、あるいは店舗展開にしても、ゆっくり考えていたのではだめだと最初から言ってきました。そのせいか、最近は、ずいぶんスピードが上がったと感じています。例えば、2007年2月にショッピングモールの中に当行初のインストアブランチ、エアリ出張所を作った時は、営業時間や従業員の人数をサービス業の発想で行おうと考え、午前10時から午後10時まで店を開け、来店されるお客様の人数にあわせて従業員の勤務シフトを調整しました。つまり、朝9時から夕方まで勤務人数はずっと同じという銀行内の常識を変えたわけです。

2007年7月に仙台圏北部の人口増加地域に開店させた明石台支店は相談コーナーと銀行業務のブースを分けて、相談コーナーは土日も営業しています。

これまでの支店の相談窓口には、通帳をなくしたとか、カードをなくした、住所変更をしたとか、実はそういう方の来店が結構多いんですね。明石台支店は、区役所のようにちゃんと受付種類毎に別コーナーにして、こちらは届出事項の変更、こちらは相談専門というように、仕分けたづくりの店にしました。

これまでは、このような今までにないものをやる場合には、ものすごく時間が掛かっていましたが、スッと考えてくれるようになりました。今でも機会を捉えて、あらゆる面でスピードが大事だと言っています。

澁谷…冒頭で、御行は慎重な行風というお話がありました。そういう中であってスピードを重視される頭取のお考えが行員の方にも伝わってきているのですか。これからの若手行員や、これから銀行に入って働きたいと思っている学生の方々などに対して、頭取が期待されることはどのようなものでしょうか。

勉強する気持ちを持つことが大切

鎌田頭取…銀行に入って、勉強する気持ちが欲しいと思います。入行式などでもよく言っていますが、これだけいろいろな変化の時代にあって、常に勉強する気持ち、努力する気持ちを持っていないと、お客様のニーズに応えていきませんし、なかなか他の銀行に勝てないと思います。ですから、若い人に一番言うのは、「一生勉強するつもりでやりなさい」ということです。

それから、お客様のところによく行くようにと言っています。経営者の方は色々なことを考えているし、業界事情や専門的なことも含めて、お客様と接することで鍛えられるのです。

澁谷…最後に、頭取が金融に携わるお仕事をずっとされてきて、銀行員になってよかったこと、やりがいを感じられたことなどのお話を伺えますか。

鎌田頭取…やはりお客様に喜んでいただき、そ



れが言葉で返ってきたときは嬉しいですね。融資の案件や資産運用の案件、あるいは不要になった不動産を処分したいとか、色々なケースはありますが、その時に「あなたに相談してよかった」と言ってもらえることが、一番銀行員冥利に尽きるという感じがします。そして、やはり常にお客様の立場でものを考えていないと、そうした経験、心境にはなかなか結びつかないと思います。

七十七銀行概要

代 表 者	鎌田 宏
本 店 所 在 地	宮城県仙台市青葉区中央3丁目3番20号
設 立	明治11年12月9日
資 本 金	246億円
総 資 産	5兆6,141億円
預金・譲渡性預金	5兆508億円
貸 出 金	3兆1,559億円
自己資本比率	「国内基準」単体13.10% 連結13.31%
従 業 員 数	2,740人
拠 点 数	139(本支店132、主張所7)

(平成19年9月30日現在)



七十七銀行は、明治11年12月に77番目の国立銀行として設立された第七十七国立銀行が前身であり、現在の行名の由来となっています。東北大学との連携やベンチャー支援、全取引先に対する役員・支店長などトップセールスの実施など宮城県だけでなく、東北地方全体での存在感を一層高めるべく積極的な活動を展開している同行の戦略に今後も注目が集まります。

女性スタッフ8人が創る 「入りやすく相談しやすい」銀行窓口

七十七銀行 エアリ相談プラザ所長

笹原 京子

七十七銀行は、2007年2月に宮城県名取市の大規模複合商業施設「イオンモール名取エアリ」に女性スタッフだけのインストアランチ(店舗内店舗)を開設しました。年金や預り資産の運用、各種ローンなどの相談業務が中心です。

店内は、これまでの銀行窓口のイメージを変える、女性ならではのアイデアや手作り感にあふれています。

笹原所長に、女性客や家族連れが気軽に立ち寄れるお店にするために工夫した点や、開店準備の苦労などについてお話を伺いました。

聞き手: リッキービジネスソリューション(株) 村田 智浩



村田…七十七銀行初のインストアランチ、初の女性のみの店舗と初づくしということですが、開店準備でのご苦労などがありましたらお聞かせください。

笹原…当行初の店舗形態であり、誰も経験がなかったものですから、私たち女性スタッフも本部スタッフも手探り状態でスタートしました。通常は新店舗を開設する時には、開設準備室を立ち上げるのですが、今回は準備室を設置せず、本部の所管部署に席を置きながらの開設準備となりました。

本部スタッフに色々教えていただきながら一緒に準備したのですが、私たちにとっては、開設準備もインストアランチも店舗の企画はすべてが初めての経験であり、何をいつまでどのようにといったことが全然分からず大変でした。女性3名で右往左往しながら立ち上げたという感じですが、こうして出来上がった店舗をみて、女性ならではのアイデアは十分に出すことができたと感じています。

村田…当初着任された3名の方は、立ち上げメンバー業務に立候補などをされたのですか？

笹原…いいえ、私たち3人ともそれぞれ得意分野があつて選ばれてきたと思いますが、正直想定外の異動でした。ただ、この3人は三者三様の個性や異なる経験、得意分野を持っていたので良かったと思います。

村田…笹原所長はこれまでどんな業務をご経験されていらつしやったのでしょうか。

笹原…私は、職員、職位者時代を通して店頭窓口分野を担当してきました。職位者になってからは、部下はほとんど女性でしたから、今回女性だけの店舗の所長となりましたが、違和感というか、意外な感じはそれほどありませんでした。

現在、8名のメンバーが勤務していますが、ローンに強い者と資産運用に強い者で、ほぼ半分に分かれています。これからの課題は、いづ、どのようなお客様がいらつしやった場合であっても、ローン・資産運用の分け隔てなく質の高いサービスを提供できるよう、行員のレベルアップを図ることだと思います。

村田…実際に業務が始まり、設立準備での想定と異なっていたことなどはありますか？

笹原…インストアランチとはいえ、それ程お客様が来店されないのではないかと心配していました。ところが開店した当初から大勢のお客様に来店いただきまして、お客様で相談件数もかなり多くなっています。もしかしたら全然お客様が来ないのではないかと、特にローンのご相談は全くいらつしやらないのではないかと本当に心配していましたが、遅い時間まで相談にご来店いただき、私自身驚くとともに、感謝しています。

遅い時間に相談にいらつしやる方は、当店が夜10時まで開いていることを来店理由に挙げて



女性スタッフ 8 人が創る「入りやすく相談しやすい」銀行窓口

います。お客様のニーズがあるということですね。また、買い物に来てATMをご利用された際に私たちのサービスに興味を持っていただき、次は相談のためにご来店なさるお客様もいらっしゃるようです。

当初、相談内容としては資産運用と消費者ローンの相談が半々と見込んでいたのですが結構ローンのご相談が多いですね。

村田…こちらの相談プラザで受け付けた住宅ローンの申込や預り資産の購入注文は、その後のような事務手続きを行うのでしょうか。

笹原…口座開設から約定、決裁まで事務手続きを含めて、すべて行います。事務スペースとしてバックヤードも持っています。

また、普通の営業店と異なり来店客のピークも様々です。朝から混み合うこともありますし、比較的空いている時間帯としてはお昼時の12時から2時まで、夕方の6時から7時頃です。ATMコーナーも同様です。

村田…こちらの店舗は、白が基調となっていてとても綺麗な作りですが、内装やデザインにも女性ならではの意見が反映されていらつしやるのでしょうか。

笹原…基本的な設計は本部で行いましたが、色合いや机等の備品など、随所に私たち女性スタッフの意見も採り上げられています。制服も同様です。また、入口にセミナーの案内看板を置

いていますが、これも工夫しました。印刷ではなくすべて手書きにすることにより、お客様に見ていただいた印象がいかなど。ウインドウショッピングの途中で、手書きで書かれている看板があると思わず立ち止まる場合がありますよね。逆に綺麗な印刷看板だと見過ごしたりしますよね。下手とか上手いとかではなく、心をこめて手書きにしました。

デザインではありませんが、ここエアリ相談プラザではモールの他のショップ同様、行員がロビー内で立ってお客様をお待ちしています。通路を歩いているお客様にこちらからお声をお掛けしたり、チラシをお渡ししたりしています。従来の店舗では、カウンターがあつてカウンター越しに銀行員が待機しているわけですが、ここはカウンターもありません。入りやすく、相談しやすいお店作りを心がけています。

村田…「入りやすく相談しやすい」はこちらのキャッチフレーズなんですね。

笹原…はい、そうです。相談プラザではミニセミナーも開催しておりますが、お客様にはお茶を飲みながら、自宅でお話をしているような感じで聞いていただければ、と考えています。1回のセミナーに参加されるお客様は1回に4、5人程度を予定しています。どうしても大人数になると聞きたいことも聞けなかったりとかしますよね。お友達と買い物ついでに、ちょっとお茶を飲みながら、そんなアットホームな雰囲気を作りたいですね。

こちらからの一方的な話だけではなく、お客様と会話を楽しめるセミナーを目指しています。村田…これまでの銀行のイメージとは随分異なりますね。

笹原…そうですね。今までの銀行というのはお客様と銀行員の間にはカウンターがあるわけですが、こちらの相談プラザは開放的なデザインになっておりますし、常に店舗の前ではチラシ配りやお声がけを行っています。また、通路に面して大型ビジョンを設置して、当行の商品等をアピールしています。どちらかというと、「店舗に来ていただく」というより「店舗から情報を発信する」イメージです。

村田…この相談プラザをどのように育てていかれるのか、また、笹原所長ご自身のキャリアプランなどについてお聞かせください。

笹原…ご来店頂いたお客様にご満足いただけることが重要です。お客様と一緒に考え、お客様の夢の実現のお手伝いが出るような、そんな店にしたいです。

今後ますます女性の活躍が期待できますし、その分野に係わりたく考えています。この相談プラザを成功させることは、行内での女性のモチベーションを高めることに繋がりますし、責任とやりがいを感じています。

クローズアップ 七十七銀行の取組

七十七銀行は東北地方のリーディングカンパニーとして、地域に密着した営業活動を行っている。その中から特に注目すべき活動として「個人取引特化店舗である明石台支店」「東北大学との産学連携協力協定」「同行運動部の地域スポーツ振興への取組」を紹介する。

個人取引特化店舗

明石台支店

明石台支店は、2007年7月に仙台圏北部で人口の増加が著しい明石台団地の一面に、年中無休（年末・年始の12月31日から1月3日までを除く）の個人顧客専用の店舗として設置された。個人取引の特化店として、個人向けの預金事務だけでなく、各種ローンや定期預金・投資信託等の預り資産の相談に時間をかけて応じるなど、きめ細やかなサービスを展開している。

個人取引に特化した形態の店舗は、全国の地銀、都銀で既に導入されているが、この七十七銀行明石台支店はレイアウトからユニークな造りとなっている。

入り口を入ると店舗は半分に分割されている。右側のエリアが税金や口座開設、住所変更などの事務を担当するエリア。左側のエリアがローンや投資信託などの預り資産の相談を担当する相談業務のエリアとなっている。行員のスペースは繋がっているが、顧客からその様子は見えない。こうして、顧客のエリアを物件に応じて完全に分割することで、事務手続きのために来店する顧客は短時間で、

物件を済ませることができるとし、逆にローンや資産運用の相談をじっくりとしたい顧客には、行員が十分な時間をかけて対応ができるようになっていく。

明石台支店はCS意識も徹底された造りになっている。事務エリアにおけるカウンターは、混み具合に応じてカウンターの高さが変化する可動型になっていて、普段は顧客がゆったりと椅子に腰掛けて物件を済ませることができるローカウンター、掛けて物件を済ませることができないローカウンター、繁忙日は待ち時間短縮のため、ハイカウンターに変化する。行員もローカウンターの時は座って、ハイカウンターの時は立って接客できるようカウンター周りも整理されているため、常に顧客の視線にあわせて接客できる形だ。

相談業務エリアも落ち着いた雰囲気演出しており、くつろいで順番を待つことができるようになっている。また各相談ブースは完全に仕切られ、プライバシーに配慮した造りにもなっているが、入口には顧客誘導の受付が備えられており、顧客が戸惑うことがないように配慮されている。

営業時間帯も、事務エリアの営業時間帯は平日の午前9時～午後3時と一般の支店と変わらないが、相談エリアと400個ある貸金庫室は年末・

年始を除き年中無休であり、平日に時間のない顧客層のニーズに応えている。

明石台支店の澤口公男支店長は「これからの銀行は地域、形態にあわせた店舗が必要で、お客様のスタイル、ニーズに合わせた銀行が選ばれていくと思います。だからこそ明石台支店では、お客様のニーズに100%応えようと努力しています。まず明石台支店と取引をして良かったと思ってもらえるお客様の数を増やしたいですし、その結果が七十七銀行を選んでくれるお客様の増加に繋がると思います。」と話す。

こうした方針のもと、支店を開設する段階から、「お客様の目線を見て物事を作っていく、日常のコミュニケーションに気配りし接客を行う」をキー



▲ 明石台支店正面入口

ワードに、支店の行員一丸となって、接客意識の向上を図ってきている。またローンと資産運用の両方の分野で相談に乗れるよう各自で勉強会を実施したり、新規の顧客を増やす活動も行っている。「ゆつくり相談できて嬉しい」「手続きの時間が短くて助かる」と顧客の評判は上々で、またその口コミ効果によっても着実に顧客数は増えていて、顧客一人あたりの取引金額は大規模店に比べ少ない場合もあるが、リピーターや契約数・新規預入件数では同行トップクラスだという。

これは、「何度も相談しづらい」とか「銀行はいつでも混んでいる」という顧客の不満に対する解決策の一つである。また銀行にとっても、顧客と十分な面談機会を持つことによって、信頼関係や納得の上で、ローンや預り資産商品販売できるメリットがある。金商法の施行により、顧客への説明義務が強化されるなかでの銀行側の解決策の一つにもなっているといえよう。

リテール分野の向上が各金融機関の共通課題となっている昨今、明石台支店は、地域のスタイルに合わせて、顧客ごとのニーズに応える地域密着型金融の代表例として、大いに参考になるだろう。

東北大学との 産学連携協力協定締結について 法人営業部

2007年1月31日に、七十七銀行は、「自己の利益と公共の利益との調和をはかりながら、地域社会に貢献する」という経営の基本理念に基づき、

産学の連携を通じた地域の発展を目的として、東北大学と連携協力協定を締結した。

七十七銀行にとって、大学との連携は初の取組みであり、東北大学にとっても金融機関との包括的連携は初の試みとなる。2004年4月の同大学の法人化以来、同行がメインバンクとなっているほか、関係諸団体を含め様々な人材交流を行ってきたが、今年、同大学が創立100周年を迎え、同行が来年の創立130周年を直前に控えたことを節目として、一層強固な連携関係の構築に至った。

東北大学は、1907年に三番目の帝国大学として創立され、現在は、10学部、15大学院研究科、3専門職大学院、5附置研究所に加えて、多数の



教育研究に関わるセンターと、常勤・非常勤合せて約10000名の教職員と、学部・大学院生約18700名を擁する国内有数の大学として発展している。金融機関と大学における産学連携協定は各地域で行われているが、実際、旧帝大で、地銀を連携金融機関として指定している大学は珍しいケースだという。

以前より東北大学は、産学官連携として、東北経済連合会や宮城県、仙台市などと協力し、大学の知的資源を、実用化技術やベンチャー創出といった実効的な形で社会に還元していたが、より密接に地元中小企業への貢献・橋渡しができる金融機関として同行が選ばれたのは、真に地域に密着する銀行として認められているからではないだろうか。

七十七銀行法人営業部の北浦聡部長が「世界的なレベルにある東北大学の技術を、当行がコーディネーター役・通訳となつて、東北地域の企業に広め、届ける使命がある。」と話すように、同行としても、地元での創業支援や既存企業の第2創業支援などのリレーションシップバンキング強化を意識しており、タイミングよくスムーズに協定が進んだという。

当面の活動内容は以下の通り。

- 東北大学発ベンチャー企業に関する情報交換・支援
- 東北大学のシーズと地域企業とのマッチングコーディネート
- 七十七銀行の取引先企業からの技術相談
- 相互の人材交流
- 講演・セミナー等の開催

実務が本格的にスタートするのは、これからであるそうだが、七十七銀行は創立120周年時にビジネス振興財団を設立し、新規性や独創性のある技術・ノウハウ等を持つ企業や起業家を育成してきた実績もある。輝ける次の100年に向けて、東北地方に根を張った活動を行い、東北地方を競争力のある教育・研究拠点、そして産業集積拠点とするために、産学連携の推進に真摯に取り組んでいくにちがいない。

地域スポーツ振興への貢献

人事部

七十七銀行では、硬式野球部による野球教室や、陸上競技部・バドミントン部による技術指導教室の開催により、地域の小中学生や高校生に直接指導を行い、地域との交流を図るとともに、スポーツ技術の向上に寄与している。

七十七銀行では、現在、硬式野球部、陸上競技部、バドミントン部の3部が運動部として活動している。スポーツ活動から撤退する企業が増えているなか、継続して活動に力を入れてきた銀行である。硬式野球部は、毎年東京ドームで開催されている、「都市対抗野球全国大会」でベスト4の実績を有し、陸上競技部やバドミントン部も、それぞれ日本のトップレベルの大会で活躍している。

このように、それぞれの部は、非常にレベルの高い実績を残しているのだが、当然部員のすべてが銀行員としての顔も持つ。限られた時間のなか

で、必死に日常業務をこなし、同じように練習に打ち込む姿からは、文武両道の精神を強く感じることが出来る。

また、選手たちは運動部活動の理解を得るための努力も欠かさない。責任を持って日常業務を行うことはもちろん、すべてに真摯に取り組む姿勢を示すことで、所属する部課店から信頼と理解を得られることを自覚し、仕事と競技の両立に取り組んでいる。周囲の理解が得られれば、競技への応援の声も大きくなるし、ひいては行員へスポーツによる感動を与え、行内の一体感を生むことにもつながっていく。スポーツ活動が、企業内での存在価値を問われているなか、行内を活性化し、元気付けてきたという点では、特筆できる。

このように企業スポーツとしての活動を行う一方、小中学生・高校生向けの技術指導教室も定期的に開催している。陸上競技部は、今年度中学・高校生や一般の選手を対象とした初の競技記録会を開催し、約8百名の参加者があったという。

人事部に勤務する、同行陸上競技部の名取英二監督は次のように話す。

「仕事をしながら競技をしているのではなく、競技も仕事という意識をもって指導を行っています。もちろん高い目標、勝負の勝ち負けは大事ですが、それ以外にも伝わるもの、伝えなければいけないものもあります。スポーツの草の根活動として、皆に理解をいただいて、広くスポーツの良さを伝えるのも業務の一つだと思います。」

こうした指導教室や競技大会の写真を見てみると、どの子供たちも生き生きとした顔をしているのを見てとれる。この子供たちが将来大きくなったときには、自然と七十七銀行を選ぶのではないだろうか。どの金融機関、企業もCSR活動に力を入れているが、こうした自然体で、銀行のファンを増やす試みは意外に少ない。「地域と共に歩み、地域と共に発展する『ベストクオリティバンク』」としての存在感を示す取組みの代表例といえよう。



▲ 硬式野球部による野球教室

満員御礼!

出展社:208社

バイヤー:7000人
来場

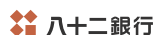
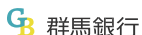
地方銀行8行主催「食のイベント」大盛況!



▲ 開会式には8行の頭取全員が出席してテープカットを行いました。



七十七銀行



埋もれた地域の名品・特産品というべき食品・食材を広く市場に流通させることは、地域経済の活性化だけでなく、全国の生活者に「安心・安全・本物」の生命の糧を提供するという非常に重要な意味を持つものと考え、地方銀行8行が主催となり、「地方と中央、地方と地方の食品ビジネスをつなぐ」この食品展示・商談会を開催いたしました。

当日は、多くの食品関係のバイヤー様にご来場を賜り、会場は予想を上回る熱気に終日包まれ、多くの商談を生み出す機会を提供することができました。



▲ スペシャルゲストに「オテル・ドゥ・ミクニ」の三國清三シェフと、ベジタブル&フルーツマイスターの王理恵さんを迎えてのトークセッション

Food Selection 2007

「地方から新しい食」の風

地方銀行 フードセレクション 2007

<http://www.food-selection.com>

日時 2007年11月14日(水) 10:00~17:00

会場 東京国際フォーラム 展示ホール1

主催 地方銀行 フードセレクション2007実行委員会
北海道銀行 七十七銀行 群馬銀行 常陽銀行
千葉銀行 八十二銀行 北陸銀行 静岡銀行

企画運営 リッキービジネスソリューション株式会社

協賛 全日本空輸株式会社 みずほ証券株式会社 株式会社内田洋行
ロイヤル・バンク・オブ・スコットランド 株式会社日本食糧新聞社

後援 農林水産省、農林漁業金融公庫、(社)共同通信社、北海道、宮城県、茨城県、群馬県、千葉県、富山県、石川県、福井県、長野県、静岡県

協力 (社)日本セルフ・サービス協会 他



菓子づくりに科学者の目。独自の世界を

株式会社菓匠三全 代表取締役社長

田中 裕人

仙台に出張に行くなら「萩の月」を買ってきてほしい、と会社でリクエストされたことはないだろうか。おみやげ菓子といえば「萩の月」というほど全国ブランドになっているこの菓子を製造・販売しているのが菓匠三全である。

年間160種類の和洋菓子を製造販売、仙台市を中心に80の店舗を展開。創業者である同社長の父の科学者精神のもと、常に新しい商品開発にチャレンジしてきた同社の創業秘話や、銀行に期待することなどについてリッキービジネスソリューション澁谷耕一がお話を伺いました。

聞き手…リッキービジネスソリューション(株) 代表取締役 澁谷 耕一



田中 裕人

昭和16年1月3日生 北海道 夕張市出身
昭和35年3月 宮城県白石高等学校 卒業
昭和35年4月 田中製菓(現:菓匠三全)入社
昭和36年3月 仙台経理専門学校 卒業
平成6年10月 代表取締役社長就任
平成14年10年連続でモンドセレクション特別金賞を受賞。
これを評価されクリスタルトロフィー授与
平成15年 アントレプレナー・マスター賞を授賞
現在に至る。
兼職: 株式会社 萩月 代表取締役社長
株式会社 ハウストン 代表取締役社長
株式会社 アイル 代表取締役社長
株式会社 アクティブスタッフセンター 代表取締役社長

澁谷…会社の沿革と製品について教えてください。

田中…菓匠三全は、先代である私の父が昭和22年に創業しました。現在は年間160種類の和洋菓子を製造販売していますが、創業当時は飴をつくり、販売しておりました。

父は20代後半に、科学を志しました。生まれ育った北海道の夕張で小学校の教員をしておりましたが、思うところがあって、当時の東京物理学校今の東京理科大学に入り直し、卒業後は戦闘機で有名な中島飛行機でエンジニアとなりました。その後研究所に移り、真空管の研究に携わりました。ところが終戦を迎え、父は一念発起。開墾地で農業をすることになったのです。当時、祖父母と私を入れて子供が3人の、計7人を食べさせて行く為

に、研究職を諦め、農業を選んだようです。食糧難だっただけに、農業をすれば食べ物に困らないだろうという思いもあったようです。

秋になって収穫物のなかにサツイマイモがありました。それを見た科学者の父は「これで飴が作れる。皆甘い物に飢えているから、よく売れるのではないか」と思いついたのです。実際、これがよく売れました。そんな経緯で、昭和22年に、菓匠三全の前身がスタートしたわけです。

戦後の混乱も徐々に落ち着き澱粉(でんぷん)の統制が解けると、飴は大量に造られる時代になりました。そこで次に目をつけたのが「かりんとう」です。他で扱っていないものをと工夫を重ねて、白い生地には赤い生地を重ねて巻いた「うず巻きかりんとう」。これがまたよく売れて、年々売上をあげるなか、

「田中製菓工場」として工場を建てるほどになりました。昭和28年のことです。

澁谷…会社に大きな転機があつて、「伊達絵巻」の販売に至ったと伺いましたが。

田中…そうです。東京オリンピックを境に「かりんとう」も徐々に他のお菓子に押されはじめ、父は競争のない独創的な仕事をしなければダメだと思ったのです。ちょうど石油ショックで、当社も資金繰りが苦しくなった昭和45年当時の話です。

父は好奇心が強く、東京に行つては、今流行っているものを見て歩いたり、体験したりということが好きでした。もちろん、取引先なども多くあったので、定期的に行つていたということもあります。そんな東京から

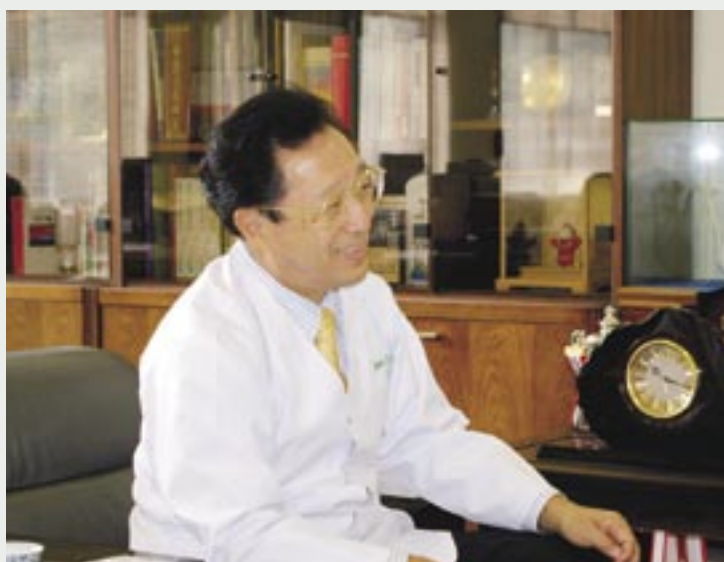
菓子づくりに科学者の目。独自の世界を

の帰り道、新しいことをやらなければと思ひ悩みながら、帰りの電車に乗ったそうです。すると駅の構内で、宇都宮名物「宮の餅」が販売されていました。それを見て、ふと「おみやげなら独自のものがつくれる。仙台名物をつくればいい」と思いついたのです。

当時、NHKの大河ドラマで『樅の木は残った』が話題になったばかりで、仙台は観光地として賑っておりました。そこでドイツのバウムクーヘンにヒントを得た新しいお菓子を作り、「伊達絵巻」と名づけました。一つ一つをきれいに包装して、立派な箱に入れ、「仙台銘菓 伊達絵巻」として売り出したのです。当時は、私も学校を卒業して販売担当として戦列に加わっていましたが、最初は「聞いたことがない」と言うことで、デパートでは置いていただけませんでした。ところが仙台空港での販売をはじめた途端、矢のように売れはじめました。そこからもう、デパートでも鉄道弘済会でもどんどん売れて、おみやげ菓子としてのわが社の礎ができたのです。

澁谷…そして「萩の月」の誕生に至るわけですね。

田中…はい。「伊達絵巻」の大ヒットをきっかけに、わが社は直営店の展開もはじめました。そこで売る新しいお菓子として、当時一番売れているシュークリームと、贈答品として人気のあったカステラの良さを合わせた商品ができないだろうかと模索し、開発したのが「萩の月」です。ところが、とてもおいしいのです



が、日持ちしない。冷蔵ケースの中で売れ残っては捨てるような有様でした。私はこんなおいしいお菓子なのだから、店頭で売るより、おみやげとして広く売れるようにすべきだと強く思いました。ただ、日持ちのするシュークリームなんて、世の中にありません。それをやるうというのですから、並大抵のことではありませんでした。

そこで父の研究者魂が発揮されました。まず大変だったのが、日持ちをさせるための工夫。普通なら食品添加物の保存料を使うのですが、父には『我が子に安心して食べさせられるお菓子を』という強い思いがあって、

わが社では添加物を使わない。どうしようかと頭を悩ませているときに、東京の三菱ガス化学さんから、酸素を取り去れば菌の繁殖を抑えられるとのご提案がありました。そこで脱酸素剤エージレス®のお菓子への転用に共同で取り組みました。開発に3年以上かかりましたが、うまく実用化でき、食品業界への脱酸素剤利用の、先鞭をつける結果となりました。開発途中では鉄粉のニオイが残るという問題にぶつかりましたが、これは活性炭の利用で、乗り切ることができました。こうして、時間はかかりましたが、おみやげ菓子の「萩の月」が誕生したのです。

売り出す前に仙台―博多間の機内食に採用されました。これがおいしいと好評で、どこで売っているのかと評判になりました。苦労してがんばった甲斐があったというものです。澁谷…何回も危機に合わねながらも、ここまで発展なさったとのことですが、銀行とはどのようなお付き合いをされてきたのでしょうか。

田中…危機といえば、「萩の月」が売れて、もつと生産するためには億単位の投資が必要、という難題がわが社にふりかかってきました。もし失敗すればそれこそ倒産ですし、大した担保もない父と私はそのことで四苦八苦していました。そんなとき、融資のご決断をいただいたのが、七十七銀行さんです。今考えても、このときのご判断には頭が下がります。おかげさまで、その後のわが社は売上が、3億円・

7億円：60億円と急速に上がっていききました。創業以来、資金繰りには何度となく苦労してきましたが、あの時が一番大変な時期だったと思います。ただ、飛躍に向けたあの投資があったからこそ、今のわが社があります。七十七銀行さんには、その後も何かとアドバイスをいただき、ときには厳しいお言葉を頂きますが、よきアドバイザーとしてずっとお付き合いいただいております。

澁谷…今後、七十七銀行に期待することや要望などあればお聞かせください。

田中…われわれはお菓子の道を60年歩んできましたが、世の中の動きや経済の動きを読むという部分ではプロではありません。銀行はその道のプロとして経営指導をしていただきたいと思っています。

「萩の月」の設備投資面では、銀行という立場からご指導いただき、順調な発展をして参りました。客観的な指導を頂くと、最初は小さくてもどんどん強く良い企業に押し上がっていきます。そのような会社はたくさんあるのではないのでしょうか。銀行の視点で活力ある会社を開拓し、世の中の活性化に貢献していただきたいですね。それは我々の力の源となり、最終的には銀行の財産となるでしょう。共存共栄というのでしょうか。強い信頼関係が築いていければと思います。

澁谷…今日はどうもありがとうございました。

株式会社菓匠三全 会社概要

- 社 名：株式会社菓匠三全
- 事業内容：「萩の月」をはじめとする約160種類のお菓子の製造・販売並びに研究・開発
- 本 社：宮城県柴田郡大河原町大谷字保料前18
- 設 立：1947年10月15日
- 資 本 金：1億円(2007年11月現在)
- 従業員数：400人(2007年11月現在)
- U R L：<http://www.sanzen.co.jp/>



私たちには見えています。 顧客が銀行に何を期待しているのか—

リッキービジネスソリューション株式会社は、銀行出身者を中心とした、顧客と銀行の関係を考えるコンサルティングファームです。

豊富な経営コンサルティングの実績と利用者の目線を持ち、銀行からは見えにくい、銀行の顧客＝“企業経営者と個人”の『本音と期待』を最も理解しています。

“顧客から 選ばれる銀行”

となるための戦略について、
私たちに是非ご相談ください。

信頼を勝ち得る ソリューション

金融機関と、企業経営者の双方に厚い信頼のネットワークを持つ RBS。

金融機関事情にも、企業経営者の悩みにも精通したコンサルタントが、お客様に信頼され選ばれる金融機関になるためのベストソリューションをご提案します。

Bank-Supporter

P lanning

中期経営計画

中期経営計画策定サポート

ほか部内企画書・プレゼン資料・
行内マニュアル策定

S trategy

営業戦略

営業戦略サポート

ビジネスマッチング企画・運営
異業態視察

M arketing

マーケティング

マーケティング調査

CS 調査
ブランドイメージ調査

T raining

人材育成

人材育成サポート

セミナー・研修開催
人事制度の企画・策定

お問合せ・ご相談は



企業と金融機関をつなぐベスト・ソリューション・パートナー
リッキービジネスソリューション株式会社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-1-1 バレスビル7F

<http://www.rickie-bs.com>
TEL : 03-3282-7711

FAX : 03-3282-7714 E-mail : mail@rickie-bs.com

金融市場の勝者

みずほ証券株式会社 市場調査本部統括部長

高田 創

「地域貢献」とはなにか

筆者が25年前に銀行に入ったとき、先輩から教えられた言葉は、銀行は「企業とともに歩む」こと、支店では「地元とともに歩む」ことだった。それからや25年が経過したが、現在もこの言葉を胸に抱く気持ちは変わらない。しかし、バブル崩壊以降、過去10年余に味わった実感は「企業とともに」という気持ちを抱きつつ、企業とともに歩んだら共倒れになってしまいかもしれないという不安を経験したことだった。バブル崩壊以降導入されたリスク管理はある面で「企業とともに歩まない」ことを意味した。「企業とともに歩む」とは、いわば貸出が「疑似エクイティ」性を帯びていること、すなわち、日本の銀行の貸出しが短期貸出しも借換えが暗黙のうちに期待され、しかも企業の業容が悪化した場合には真っ先に負担する「劣後性」をもつ等、一定のサポートが行なわれることが暗黙のうちに期待されることを意味していた。「持ち合い」とされながらも株式の保有を行い、バランスシート上のデットもエクイティも丸抱えするような状況であったなか、企業と銀行は一体化した、まさに「運命共同体」だった。貸出しは「疑似エクイティ」としたが、なかでも主力銀行が行なう貸出は、最近の言葉で言えば、デット性とエクイティ性を兼ね備えた実質的「ハイブリッド商品」と考えることもできるだろう。しかし、90年代以降、銀行が感じたのは、主力銀行の「擬

似エクイティ」貸出しは「劣後ローン」として「エクイティ」の性格を有したものの、その見返りの追加スプレッドが得られない、割にあわないものだったことだ。さらに、「メイン寄せ」まであれば、元本以上の負担を負ってしまう、通常のファイナンスでは考えられない状況にあった。振り返れば実際に企業支援では以上のことが行なわれたし、今後、地方でも地公体の支援も含め地域企業に対し同様のことが生じるリスクも存在する。

90年代以降、市場型間接金融としてシンジケートローンを中心にした市場化・流動化が生じた。こうした背景には市場の風に晒すことによつてリスクに見合ったスプレッドを確保すること、少なくとも負担だけ負うような状況から回避することを、「リスク管理」という名のもとに行なってきたことを意味している。

しかし、ようやく経済も正常化したなか、「リスク管理」の状況を経て銀行が見た世界はなんだったか。今度は企業が良くなってもそこから受ける還元が乏しい世界だった。企業は収益性を回復したが、その果実を銀行と共に分かち合う運命共同体の状況ではなく、企業が富を自らに溜め込むか、還元してもそれは株主（エクイティ保有者）へであり、銀行（デット保有者）ではない。もとより、筆者が銀行に入った25年余り前の80年代初、部門別の資金過不足でみて、余剰セクターである個人の資金を預金で預かり、不足セクターである企業に貸出を行なうの

が銀行の機能であると疑いなく信じていた。しかし、90年代以降、企業セクターが資金余剰となった状態は資金需要がないことを意味した。資金余剰の企業に向つて、「お金を借りませんか」というのは、「南極で氷」を売りにいくようなものでもある。それを無理に売りに行けば価格が下がる、そうした「理屈通り」の状況が「低スプレッド」として日本全国で生じている。企業が「南極でも欲しい氷」は「エクイティ」だったのかもしれないが、この10年銀行は南極で氷を売る如く、デット（貸出し）を抱えようとして、企業が本当にもつて欲しいと思われていたエクイティ（株式）を売りつづけてきたのかもしれない。

今や企業はバランスシートを圧縮するだけの、ダイエツトのような状態ではなくなった。即ち選別的な資金調達にも向かいだした。しかし、そこで求められる調達はあくまでも企業価値を高めるもの、調達の自由度が高い、社債、シンジケートローン、ノンリコースファイナンス、エクイティファイナンス、ハイブリッド調達等、従来の貸出しだけでない市場型間接金融の分野にも多く拡大している。2000年代以降、中小企業対策やリレーシヨシツパンキングの名のもとに再び貸出し重視が政策目標にされたが、それは銀行に公的資金を供与するための見返りにされた面も多かったのではないか。また、地域に対してはリレーシヨシツパンキングとして、ダブルスタンダードにするためであった面もあろう。

銀行員であれば誰しも貸出しを伸ばしたいと思っ
ていても、現場の実感では内心「南極で氷」を売
る状況も十分に認識していたが、建前として「貸
出し重視」・「本業回帰」を唱えていた面もあった
ように見える。

企業収益は6年連続の増収増益を続けるが、今や
企業は海外で儲ける時代であり、その還元は自ずと
地方に薄い。従来は公的に地方に還元するルートと
して補助金、公共投資が存在したが、それらの回復
シナリオは乏しい。そもそも、企業セクターが海外
で生き残りをかけて海外進出までおこなったのは国
内の投資機会喪失を反映したものだ。一方、資金を
供給する個人も投信商品を通じて積極的に海外に運
用対象を求める時代である。銀行を取り巻く、入り
口と出口は海外に視野を移し、銀行だけが内向き閉
塞状況にある。90年代以降、最大の不足セクターに
転じたのが、公共セクターであり、その生み出す国
債・地方債に運用上依存してきたのは資金フロー面
の必然だった。

地域貢献が地域金融機関にとって重要であること
は言うまでもない。ただし、現実を考えれば、一般
企業でも地域だけで仕入れも販売も完結する企業は
地方にどのくらいあるだろうか。リテール業として
各地域にベースを置いた地域一番店のスーパー・百
貨店・建設業が衰退の流れにあるなか、銀行だけが
地域だけをベースに存続することは容易でない。そ
もそも地域金融機関が貸出しよりも預金を上回る
「ローン行」であったことは、地域だけでは完結せず
、「余資」とされながらも資金運用に依存せざるを得
ない状況が前提にあった。同時に、預金が出しを上
回ることは、地域金融機関の存立基盤が実は貸出

しよりも、個人との安定した関係、資金調達力にあっ
たと考えることもできる。欧米で地域銀行のM&A
が行なわれるときの企業価値算定に当たって、貸出
し力と同時に預金吸収力の安定性、コア預金の評価
が行なわれることが多い。日本より一歩先に経済が
成熟化し、企業の資金不足を背景にした貸出しモデ
ルに依存しにくくなった欧米銀行では預金の安定性
が銀行評価の第一になったのだろう。もとより、
地域でのネットワークを考えればバランスシートの
左側の資産サイドにある貸出先よりも、右側の
負債サイドにある預金者のネットワークの方が圧
倒的に多く、その向けた貢献も大きな「地域貢献」
に値する。

いまや預金者からの預金は、実は「資産担保証券、
CLO」と考えることもできるのではないか。銀行
とは資産サイドに貸出しが多い、「貸出ファン」の
ようなもので、預金という確定利回りの投信を売
るようなものである。その投信の商品性・信頼度を
上げる、即ち、地域貢献を行なうには資産サイドの
収益性と安全性を高めてはいけない。そうした
観点からみて、貸出は重要な資産であるの言うま
でもないが、それ以外のものを含めなくては十分な
還元・貢献ができない。これまでも、還元の原資は
貸出以外の運用が担っていた。銀行を貸出しファン
ドとみなせば、その貸出先に地元企業が多いのは情
報の優位性の点で当然だ。但し、その情報の優位性
はプライベートエクイティのように、地元企業に「か
ね・知恵・人」を一括で供給する、エクイティ投資
的な性格のなかで還元がされてきたものとも考えら
れる。それは、単に人材受け入れ先となるだけのもの
でもない。個人の資金は潤沢にある。その個人の

資金を安定した運用で還元するのが重要な地元貢献
になってきたのではないか。それは、高い運用力で
高い預金金利で還元する対応もあれば、個人に高い
運用の商品を仲介することでもいい。そのための「目
利き」は単に貸出しの世界にとどまらず、運用商品
の選別にも通じるものだ。

筆者も含め、銀行員の発想は企業が資金不足時代
から変わっていないように思える。また、変わって
欲しくないと思いつづけてきたのかもしれない。し
かし、銀行が寄って立つ大きな前提が転換したなか、
個人に目を向けた地域貢献の世界も広がる。いまや、
銀行に残された大きな機能は「預金吸収」と「決済
機能」である。そこには、競争相手として民営化さ
れたゆうちょ銀行や流通業のネットワークが存在す
る。また、資金決済機能を単に新たな金融機関に明
け渡すだけでいいののかも改めて真剣に考える必要も
あるのではないか。地域金融機関がもつ存立基盤を
改めて考える段階にきている。

高田 創(たかた はじめ)

昭和57年東京大学経済学部卒

昭和61年オックスフォード大学修士課程修了

(開発経済学)

昭和57年日本興業銀行入行。市場営業部、審査部を経て、
昭和62年興銀証券市場営業グループ投資戦略部チーフ
ストラテジストに就任。

平成12年10月みずほ証券市場営業グループ投資戦略
部長チーフストラテジスト、平成18年10月同市場調
査本部長チーフストラテジストに就任。
現在に至る。

「金融市場の勝者」

東洋経済新報社

高田 創・柴崎 健 著

2007年2月発行



リッキービジネスソリューションは

金融機関の『営業戦略』と『研修』をお手伝いします。



営業企画

営業戦略/マニュアルの企画・策定
 ビジネスマッチング企画・運営
 情報収集・分析・活用支援

銀行の 営業戦略

人事企画

人事制度の企画・策定
 営業研修計画の策定・運営
 研修・講演の運営

経営企画

経営企画書/
 マニュアルの
 企画・策定

信頼を勝ち得るソリューション

金融機関トップと、企業経営者の双方に厚い信頼のネットワークを持つRBS。

金融機関事情にも、企業経営者の悩みにも精通したコンサルタントが、お客様に信頼され選ばれる金融機関になるためのベストソリューション・営業戦略などをご提案します。

研修・セミナーによる充実のフォローアップ

メガバンク・地方銀行ほかで、研修・講演を数多く開催しております。
 営業スキル・ノウハウの定着をお手伝いします。

銀行員のための総合情報サイト

<http://www.ginkouin.com>



個人投資家向けIR説明会 & IR

個人投資家を対象とした企業のサポーター作りと、IR説明会の企画、実施サポートを行っています。



▲ IR説明会

お問合せ/資料請求

企業と金融機関をつなぐベスト・ソリューション・パートナー

リッキービジネスソリューション株式会社



〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-1-1 パレスビル7F
 TEL: 03-3282-7711 FAX: 03-3282-7714
 URL: <http://www.rickie-bs.com>
 E-mail: mail@rickie-bs.com