

Ⅱ. 経営戦略

平成24年度 最重要戦略

“パワーアップ”収益V転！！

1. 中小企業貸出の徹底強化

平成24年9月末のリテール企業貸出金は年増プラスに反転。
平成25年3月末に向けて更なる拡大を目指す。

2. 個人まるごと営業の推進

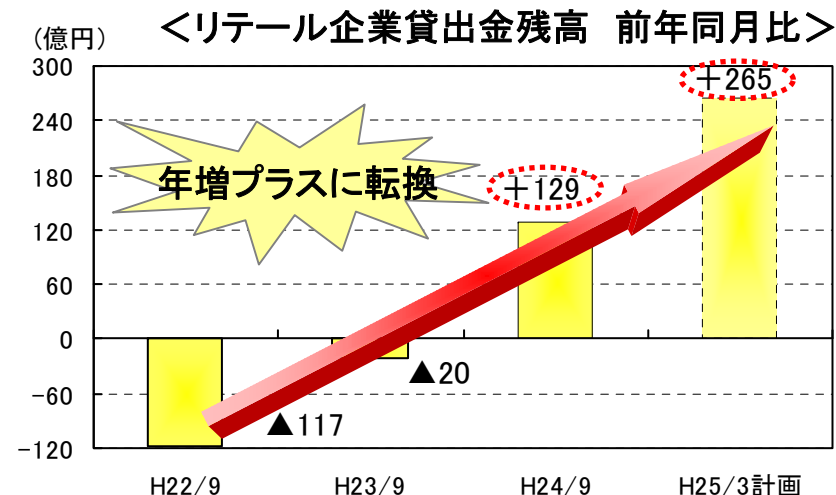
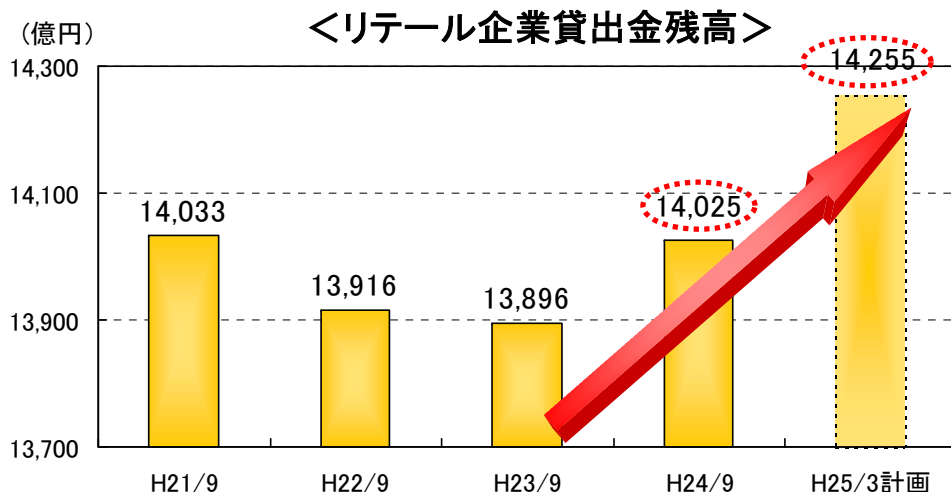
投資信託販売額は増加基調。顧客層の拡大により更なる収益拡大を目指す。
住宅ローンは残高拡大を維持しつつ、利回改善と信用リスク抑制を両立。

3. 経費の抑制

費用対効果を踏まえた徹底的な見直しにより、平成24年度経費は前年度実績内の568億円を見込む。

リテール企業貸出金残高は増加基調を維持

※リテール企業貸出金＝リテール店舗(本店・東京支店・大阪支店・名古屋支店を除く)の企業貸出金



貸出金増量施策

※平成23年度からの継続および戦略商品の導入

① **個社別方針の徹底による融資推進(H23/11～)**
 ※取引先の実態把握強化による個社別方針の策定・融資推進
 24年度も引続き取組みを強化し、貸出金増量につなげる

実行累計額(23/下+24/上)
543先/217億円
 ※営業店リストアップ先ベース

② **阪神エリア向け戦略商品の導入**
「京銀 阪神エリア特別融資」(H24/7～)
 ※貸出金増量とともに、総合取引化の目標を設定

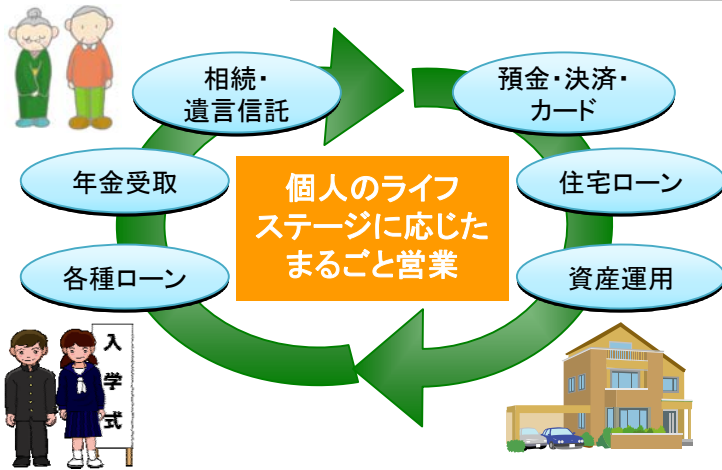
平成24年度上期実行額
 (3か月間)
167先/51億円

③ **京都・滋賀・奈良エリア向け戦略商品の導入**
「京銀スーパープライム融資3」(H24/9～)

平成24年度上期実行額
 (9営業日)
166先/58億円

3. 個人まるごと営業の推進①～預り資産～

低リスク商品の導入等により、預り資産顧客層を拡大



<預り資産販売のターゲット>

個人金融アドバイザー

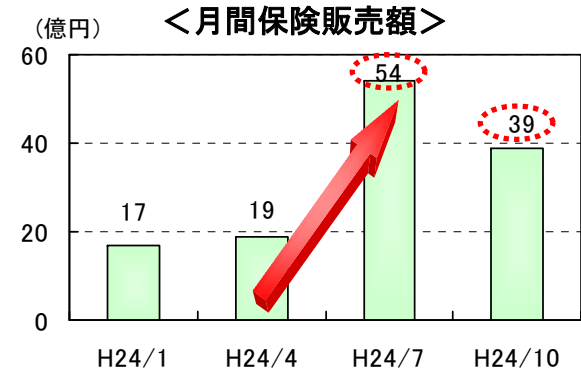
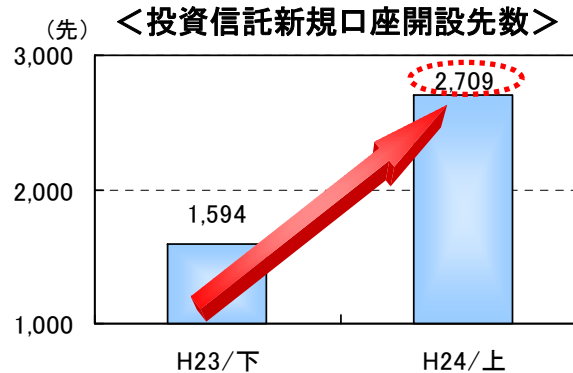
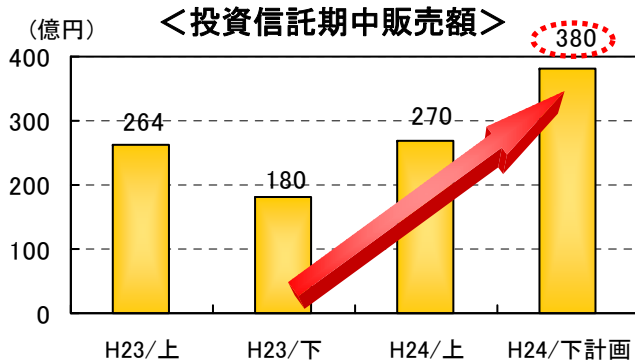
⇒ 投信・保険での運用経験がある顧客
退職金の運用や相続対策を必要とされる顧客

個人渉外担当

⇒ 事業先役員を含む新規の顧客
預金・公共債のみで運用を行っている顧客

低リスク商品の提案強化

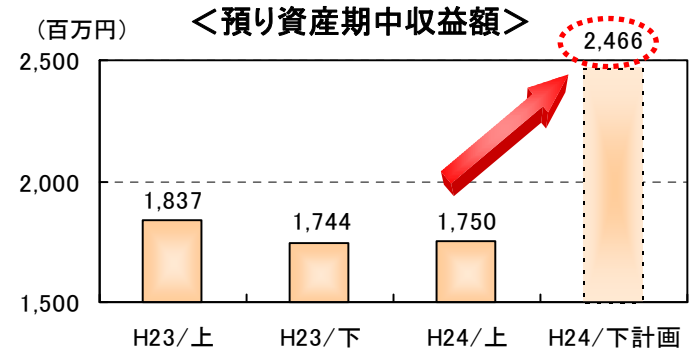
- ・投資信託
- ・国内債券ファンド、為替ヘッジ付外債ファンド
- ・保険
- ・一時払終身保険、円建定額年金保険



24年度下期の新たな施策

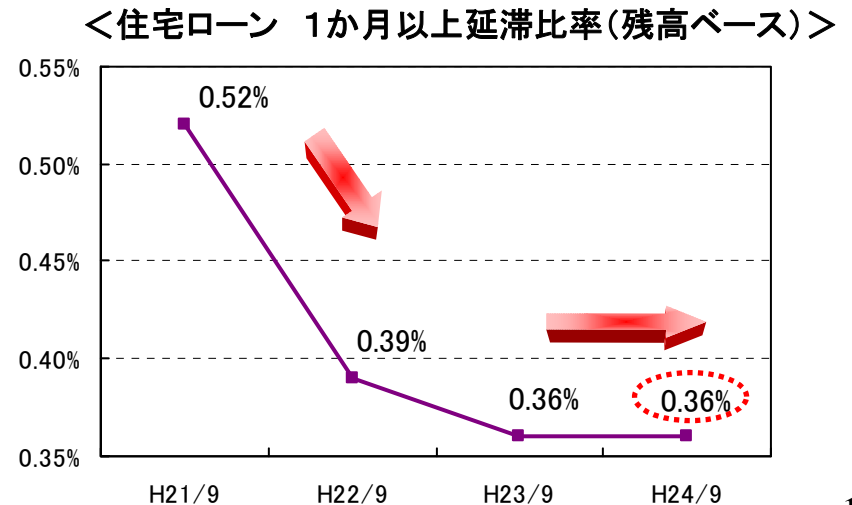
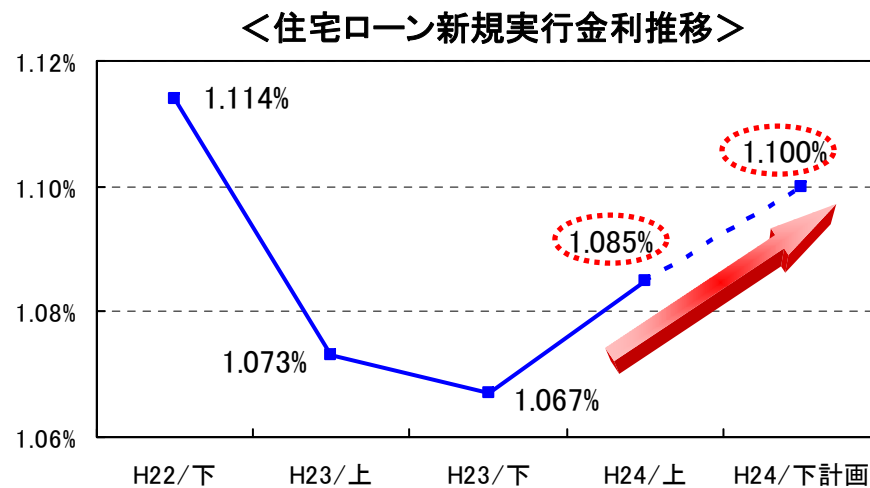
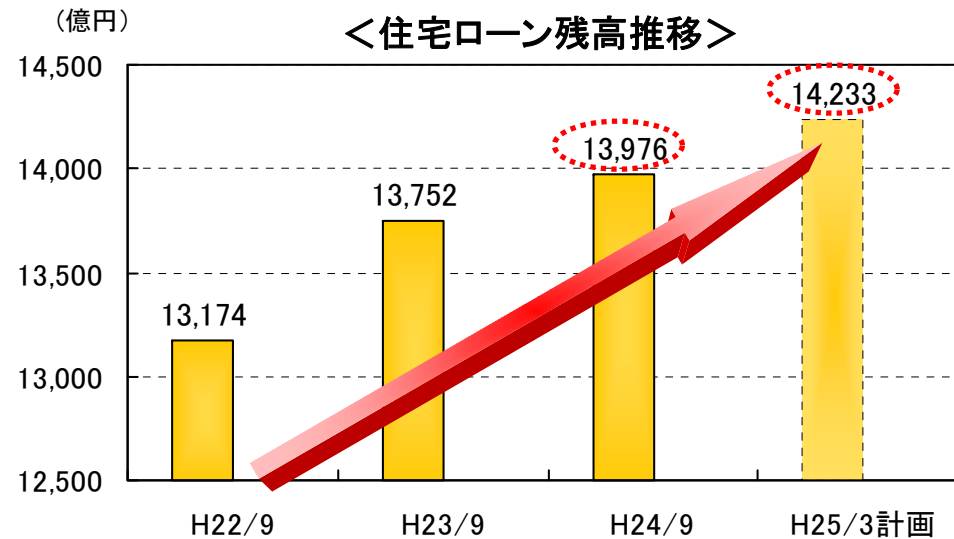
ストック収益増強と資産形成層をはじめとした顧客層拡大のため、
「平準払個人年金保険」の取扱いを開始(24年11月～)

⇒ 顧客層の拡大と商品の充実で下期の収益は大幅増加へ

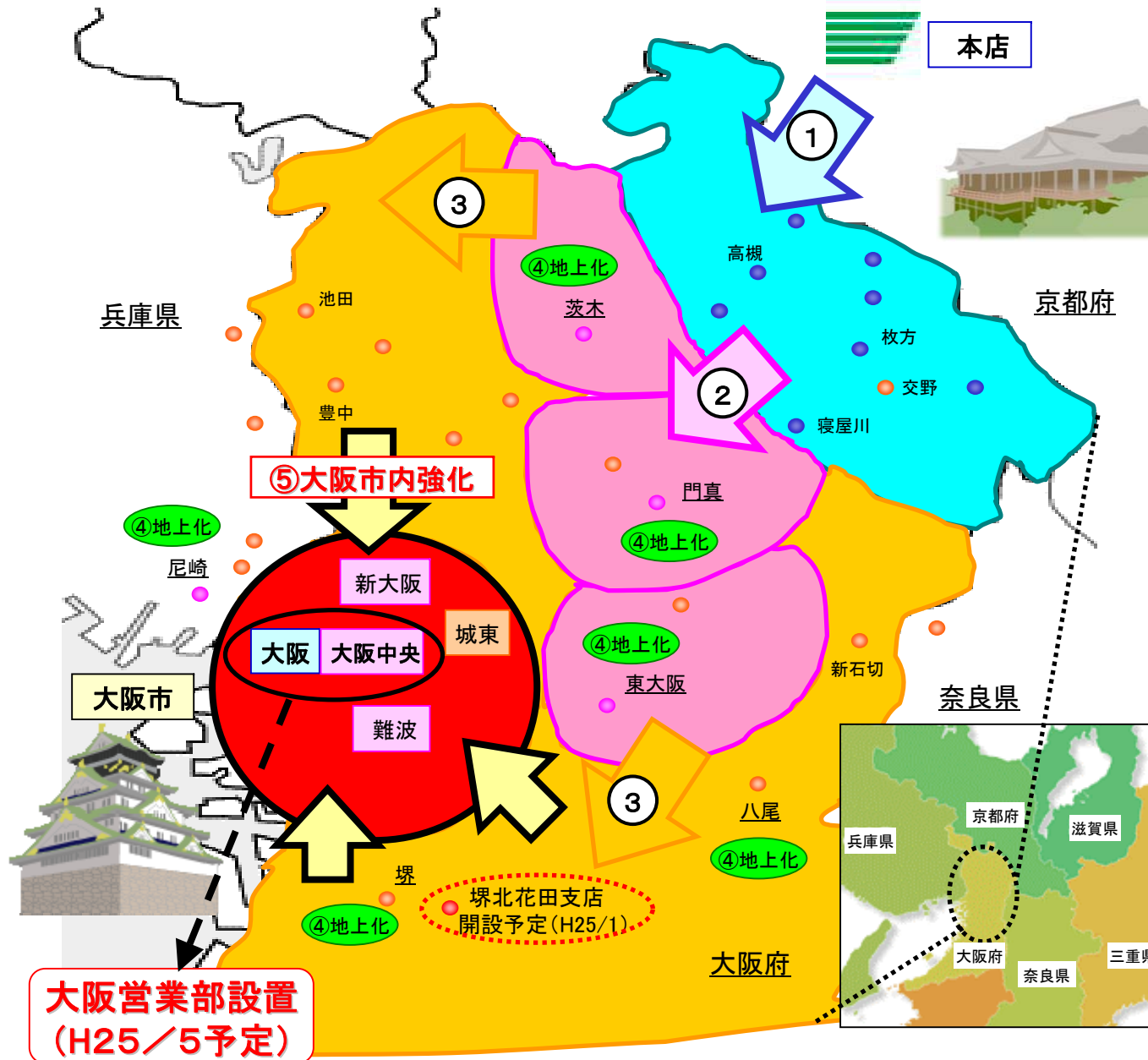


3. 個人まるごと営業の推進②～住宅ローン～

住宅ローンは残高拡大・金利改善をはかりつつ、
信用リスクも低位で安定



4. チャネル戦略①～大阪府内の店舗戦略～



<大阪府の店舗展開>

昭和28年 大阪支店開設
① 淀川流域に出店

↓ 店舗数9(H13/3)

②平成13年度～17年度
企業集積地への空中店舗展開

↓ 店舗数15(H18/3)

③平成18年度～
主要都市で法・個人併進営業
店舗間空白地への出店

④ ②の地上化による基盤強化

↓ 店舗数27(H24/9)

⑤H25/5 大阪営業部設置

広域化戦略の要として大阪市内を強化

大阪府内預貸金残高 (H24/9末・27か店計)

- ・貸出金 5,501億円
- ・預金+譲渡性預金 4,530億円

4. チャネル戦略②～「大阪営業部」の設置～

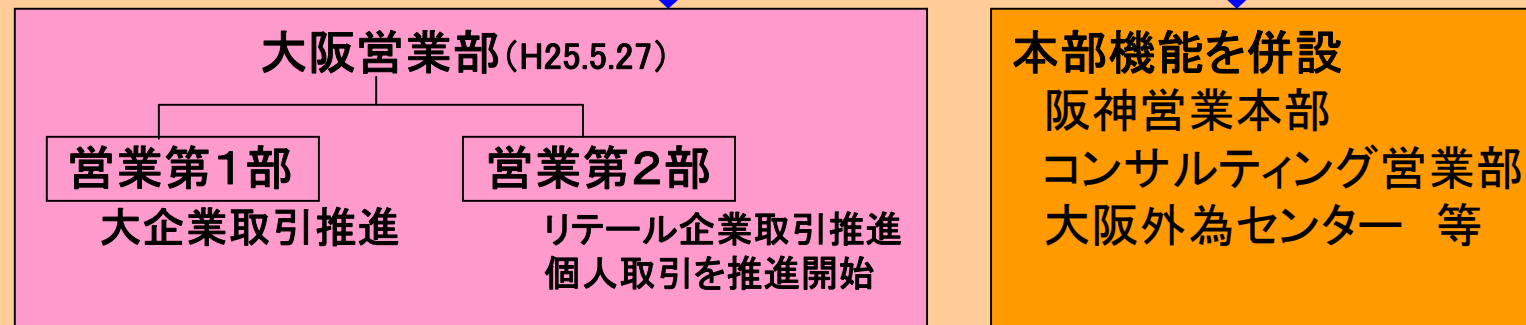
平成25年5月「大阪営業部」を設置し、
広域化戦略 最大のマーケット大阪市内へ攻勢

空中店舗	大阪支店 (S28.12開設) 大企業取引推進	大阪中央支店 (H15.2開設) リテール企業取引推進
------	----------------------------	--------------------------------

空中店舗から地上店舗へ転換し、来店誘致
大阪支店と大阪中央支店を統合し、営業部へ昇格
営業部長に常務執行役員を配置、7名増員(29名⇒36名)
本部機能併設による体制強化

地上店舗へ転換

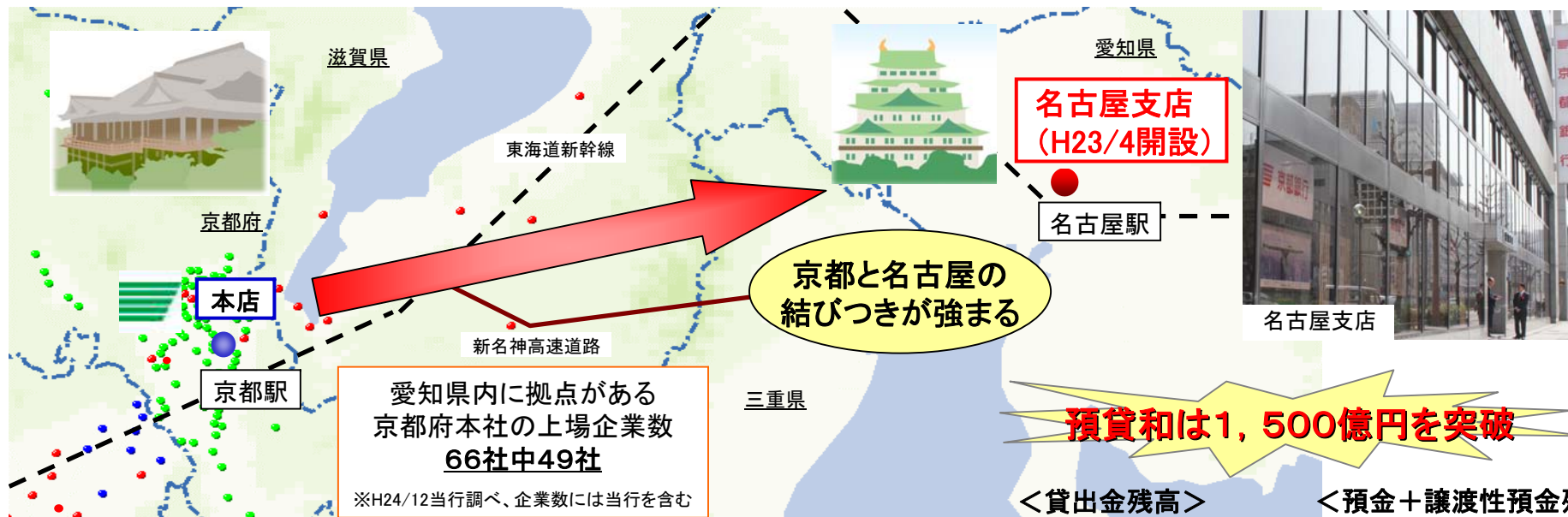
情報共有化による一体営業



貸出金残高3,000億円を目指す！！

4. チャネル戦略③～名古屋支店の業況～

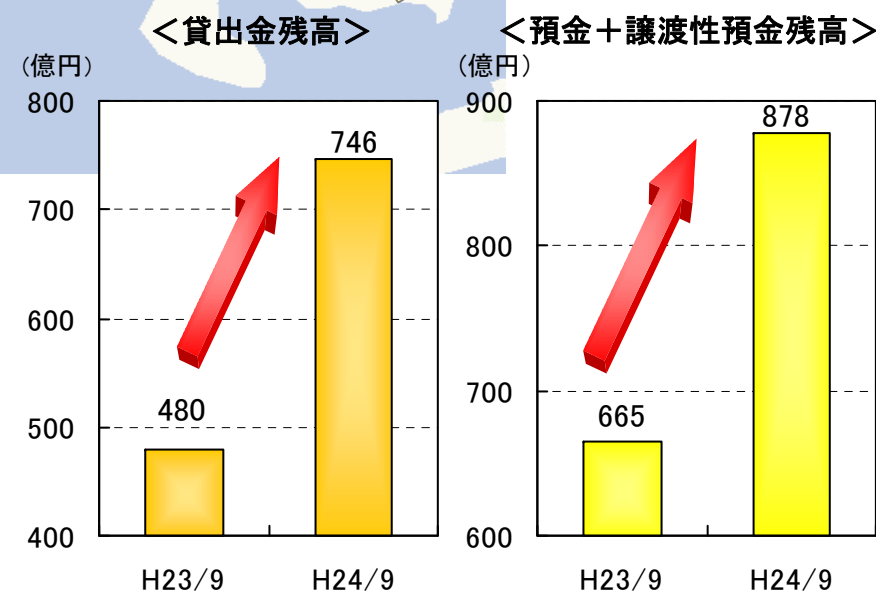
名古屋支店は開設1年半で黒字化を達成 ※業務純益ベース



○中部企業と京都企業とのマッチング
○海外進出支援
など各社のニーズに応じた対応で他行と差別化

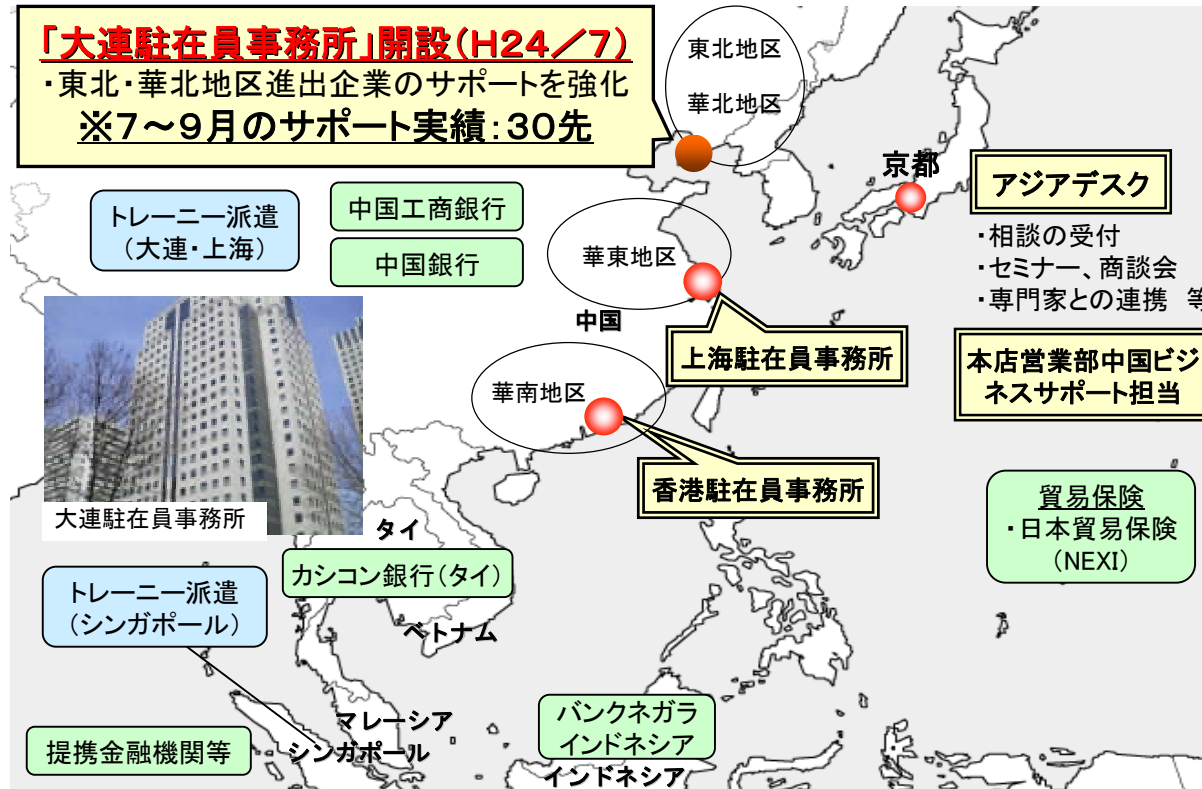
○愛知県本社の大企業グループとの取引を拡大

○名古屋大学と「産学連携に関する協定」を締結(平成23年9月) ※関西の金融機関初



4. チャネル戦略④～アジア戦略～

大連駐在員事務所開設でネットワークを強化。今後は東南アジア進出も積極的に支援



＜海外進出サポートによる新規取引＞

- A社 (名古屋エリア・飲食業)
 - ・中国進出情報を入手し訪問
 - ・サポート体制の説明と視察アレンジを実施
 - ・現地情報の提供の他、食材の調達ルートやテナントを紹介
 - ・「上海ビジネス交流会」への参加
- ⇒ **現地法人を設立**
資本金の送金と新規融資を実行。

**取引先の本業に入り込んだ
 細かなサポートにより、競合の
 厳しい地域で他行と差別化！！**

東南アジア向けのサポートを強化

「チャイナプラスワン」として企業の進出が増加

＜当行取引先の東南アジア進出状況＞

タイ	212社
シンガポール	137社
ベトナム	133社
マレーシア	111社
インドネシア	100社
インド	82社
フィリピン	76社

(H24/3現在・当行調べ)

- 東南アジアセミナーの実施
- トレーニーの派遣
- 現地銀行との提携
- 現地への進出サポート
 (コンサルティング会社、物件、提携銀行の紹介など)

＜東南アジア進出サポート状況＞

(平成24年1月～9月)

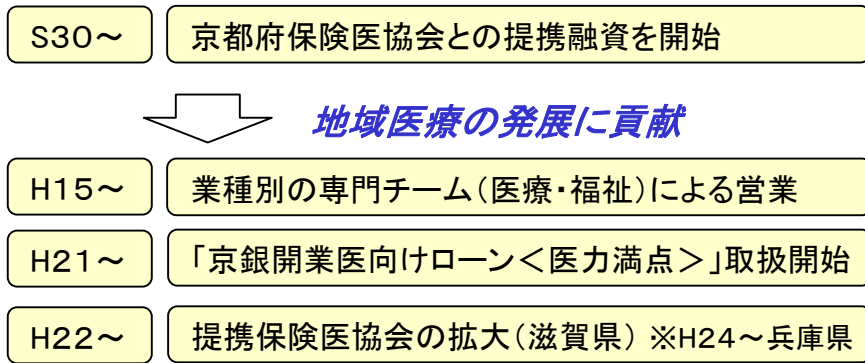
- サポート実施先 21先
- 融資取引につながった先 3先 / 165百万円
- 外為取引につながった先 5先

5. 成長分野への取組み～医療・福祉分野～

高齡化の進展で需要増加が見込まれる「医療・福祉」分野への取組みを強化

「業種別専門営業部」に蓄積された専門的なスキルを活かした営業を展開

【当行の医療・福祉分野への取組み】

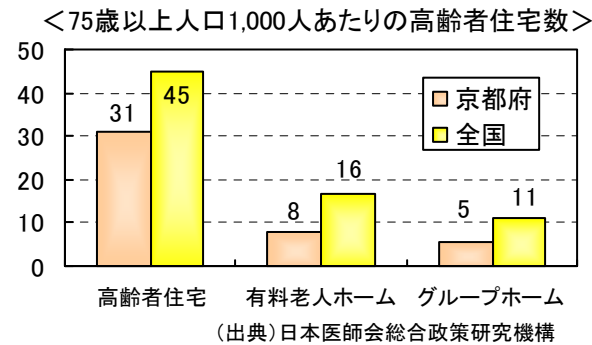


↓ 専門チームによる高度なサポート

医療・福祉業向け貸出は大きく増加



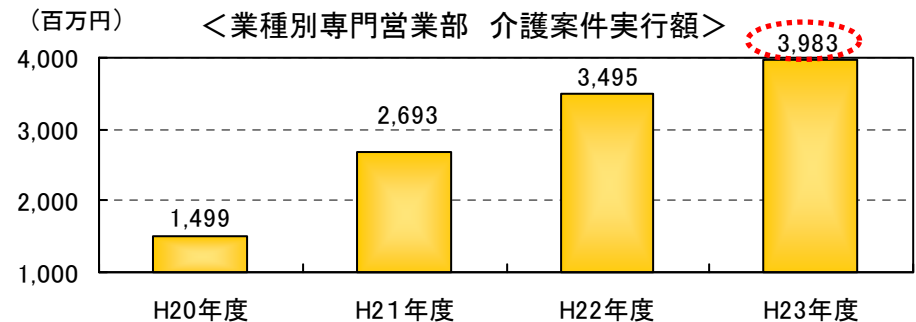
【介護ビジネス支援】



京都府の特別養護老人ホーム入所申込者数 5,610人(平成21年集計)

(出典)厚生労働省 平成21年集計 「特別養護老人ホームの入所申込者の状況」

京都府は全国平均を下回っており、今後の拡大が期待される



介護関連ニーズの高まりで、高齡者住宅等の建設案件が増加

【クリニック向け事業承継サポート】(平成24年6月～)

後継者不在の医師と新規開業希望の医師のニーズをマッチングし、地域医療を維持

⇒ 当行はクリニックを承継して開業する医師に対して、新規開業資金や改装資金を融資



「京都再生ネットワーク会議」の活用による企業再生

京都では、他の都道府県に先駆けてネットワークを構築

平成16年「企業再生担当者会議」発足

平成20年7月

「**京都再生ネットワーク会議**」に名称変更

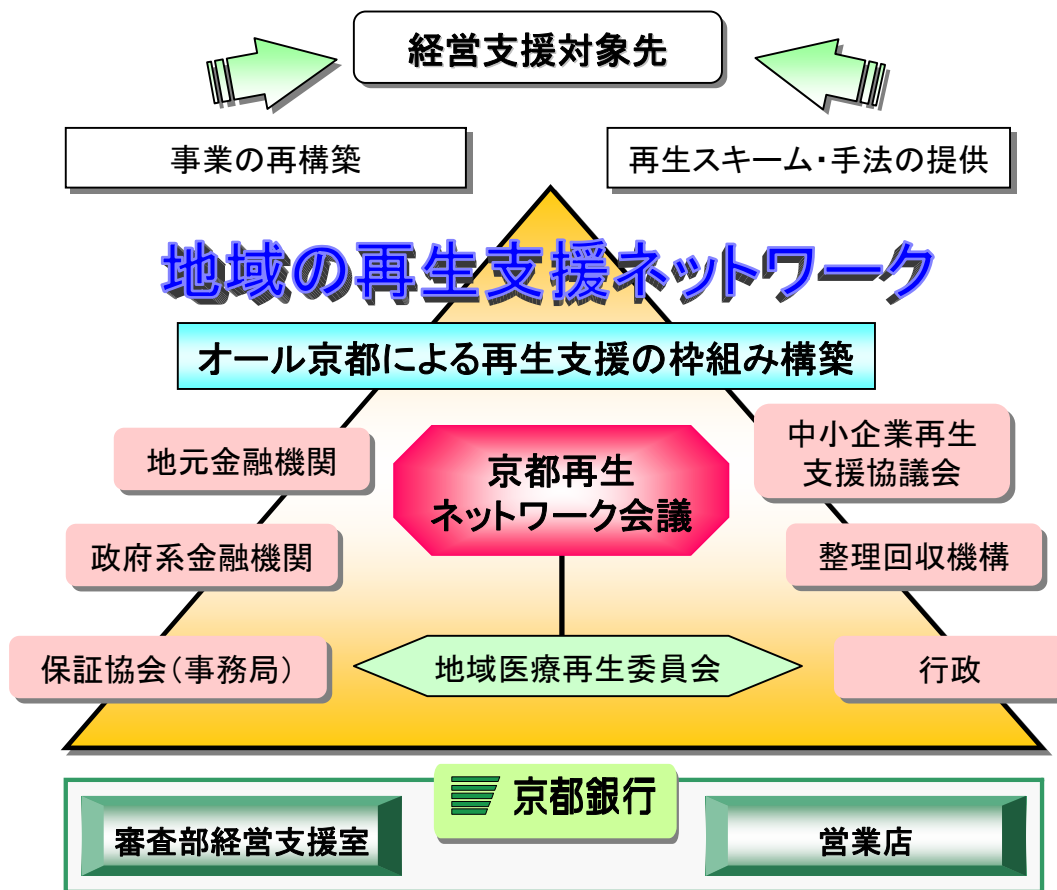
※「オール京都の再生担当者が一堂に会する会議」へ

自治体も積極的に関与

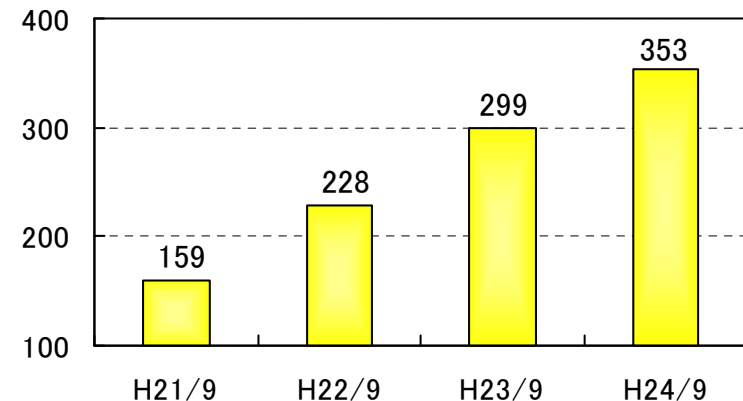
京都府・京都市協調

「**中小企業再生支援融資制度**」

※全取引金融機関が改善計画に合意することを条件に、「最長20年」かつ「最大4億円まで無担保」で支援



(億円) <中小企業再生支援融資制度実行累計額>



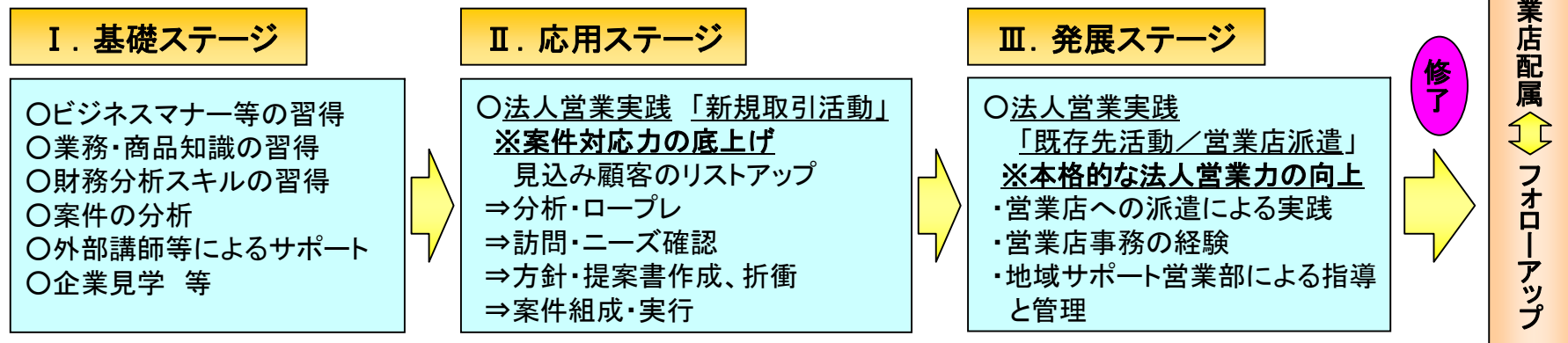
「地域サポート営業部」で若手行員に法人営業を徹底教育

地域サポート営業部(京都市内2拠点)

若手行員を本部営業組織で1年間徹底的に教育し、「法人営業のプロ」を育成

- 平成24年3月に第1期生29名が卒業
⇒ 将来の「渉外キャプテン」(法人営業の中核を担う戦力)候補生として、営業店に配属
- 平成24年4月より、第2期生30名の育成を開始

＜「地域サポート営業部」の育成工程＞



第1期生29人 営業店配属後の成果 有望な法人マーケットを有する23店舗に配属

平成24年度上期 純増案件の実行
286件／55億円
※1人あたり約2億円