

Ⅱ. 経営戦略

営業推進面の強化

- リテール貸出金の増強に向けた全行運動「リテールミッション1000」の実施
- 「提案力の強化による預り資産販売の強化」、「平準払保険の推進等によるストック収益基盤の増強」

営業体制面の強化

- 営業部門の本部組織を役割別（営業推進・営業店支援・商品開発）に再編
- 営業支援部では成長分野への取組みを強化

阪神エリアにおける営業強化

「大阪営業部」を設置し、大阪市内を中心とした阪神エリアでの営業を強化

「リテールミッション1000」全行運動（平成25年2月～）

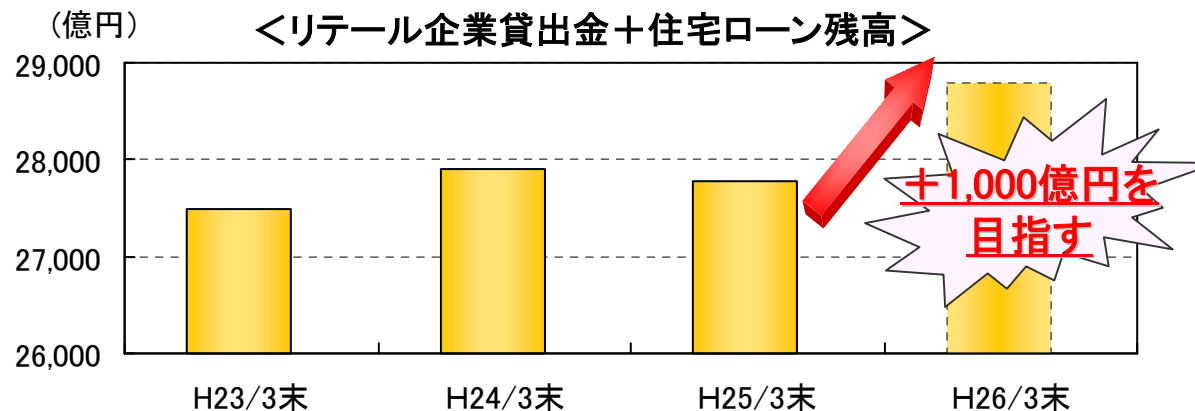
- 積極的な融資推進により、企業の成長を強力に支援
 - ・ リテール企業貸出金増量を目的とした戦略商品の投入
 - ・ 「融資推進室」を新設し、案件掘り起こしをサポート
 - ・ 個社別方針の継続的な推進による融資の拡大
- 「個人ローン室」を新設し、住宅ローンの推進を支援

目標

リテール部門貸出金残高 年増1,000億円

リテール企業貸出金残高+500億円 住宅ローン残高+500億円

※リテール企業貸出金＝リテール店(本店・大都市店除く)の企業貸出金



リテール企業貸出金

<施策①> リテール企業貸出金増量を目的とした戦略商品の投入

京銀シェアアップファンド	京銀スーパープライム融資3	京銀阪神エリア特別融資
<ul style="list-style-type: none"> ○ 京都府内の貸出金シェアアップを目指す戦略商品（平成25年4月～） ○ 「融資推進室」と連携し良質な貸出金の増量をはかる 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 京都・滋賀・奈良エリア向けの戦略商品（平成24年9月～） ○ 4月より融資対象先を拡大 <p>〔平成25年3月末までの実行額〕 563件／184億円</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 阪神エリア（大阪・兵庫）向けの戦略商品（平成24年7月～） ○ 4月より融資対象先を拡大 <p>〔平成25年3月末までの実行額〕 298件／91億円</p>

⇒ 3商品合わせて、平成25年度上期 500億円の新規実行を目指す

<施策②> 「融資推進室」を新設し、案件掘り起こしをサポート

- 営業統轄部内に、融資案件の掘り起こし、案件組成に対する営業店への指導・助言・支援を行う「融資推進室」を新設（平成25年4月）
- 「融資推進室」には支店長経験者3名を配置

<施策③> 個社別方針の継続的な推進による融資の拡大

- 営業店と本部が連携して取引先の実態把握を強化し、継続的により踏み込んだ個社別方針を策定・推進することで融資を拡大

住宅ローン

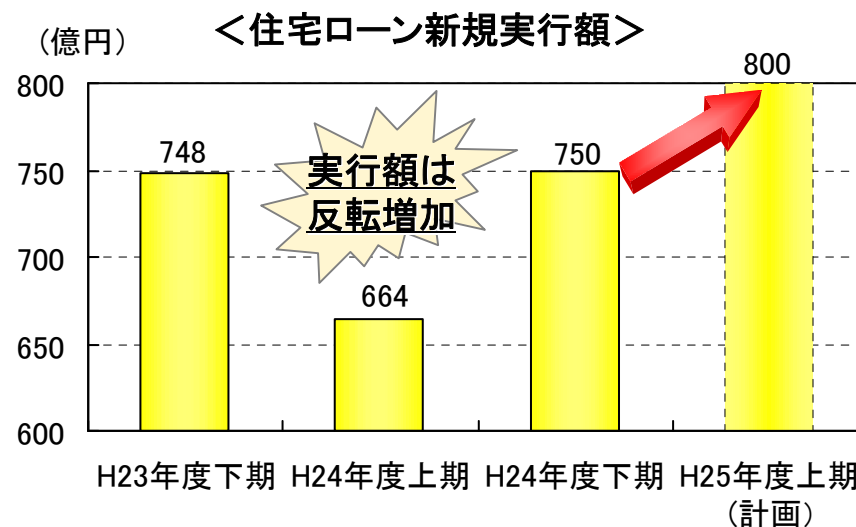
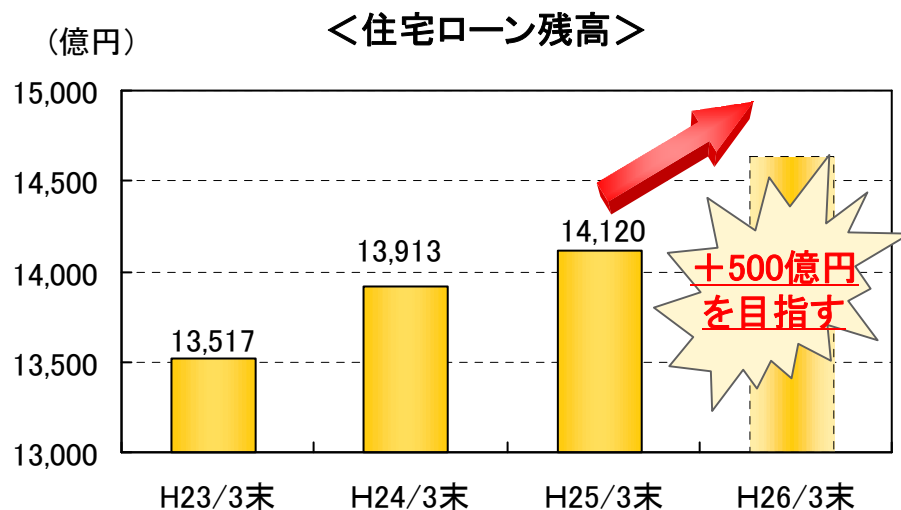
＜施策①＞ 「個人ローン室」を新設し、推進支援を強化

＜施策②＞ 住宅ローンセンターによる推進強化

- ・エリアチームによる有望エリアでの集中的借換活動の実施
- ・大阪営業部との連携による大阪市内営業の強化

＜施策③＞ 商品面における競争力向上

- ・がん団信、3大疾病団信等保険サービスの充実
- ・インターネットを活用したサービスの強化



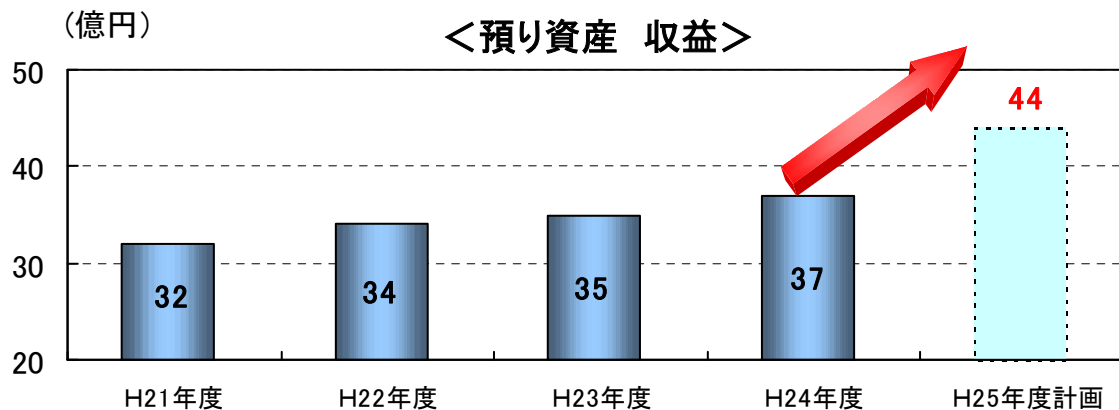
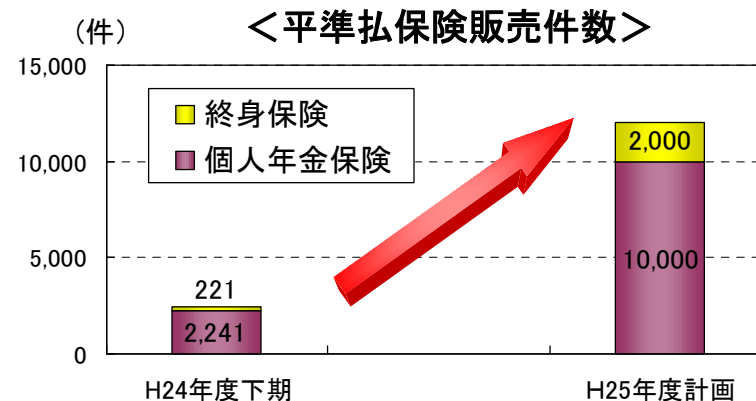
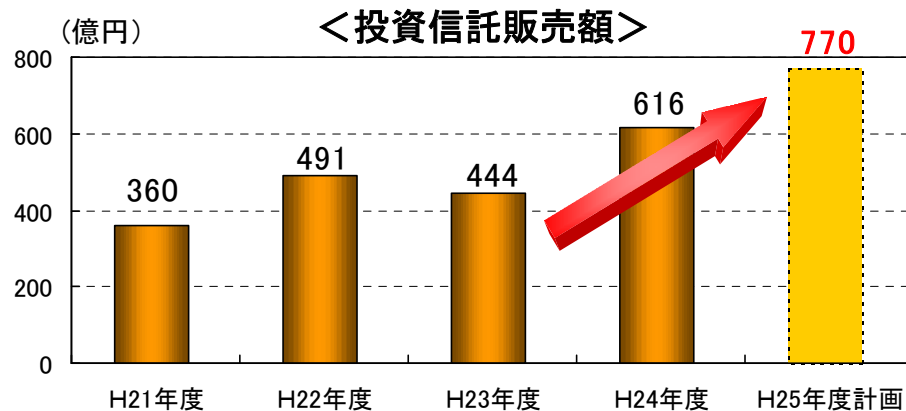
2. 営業部門施策②～預り資産の状況～

提案力の強化をはかり、大幅な販売額増加を目指す

- ①平成24年度下期より「預かり資産個人表彰」制度を導入
- ②平成25年5月よりEBM(イベント・ベスト・マーケティング)システムの試行開始
- ③スキル・実績に応じたきめ細かな研修を実施
 - ・個人金融アドバイザーのスキルアップによる強化
 - ・住宅ローン担当者等への研修による強化

平成24年度下期より、平準払保険の取扱いを開始

- ①保障ニーズ、貯蓄ニーズの両方に対応した商品を提供し、資産形成層、子育て世帯等との取引を拡大
- ②個人年金保険については、営業店毎に推進担当者を置き販売を強化

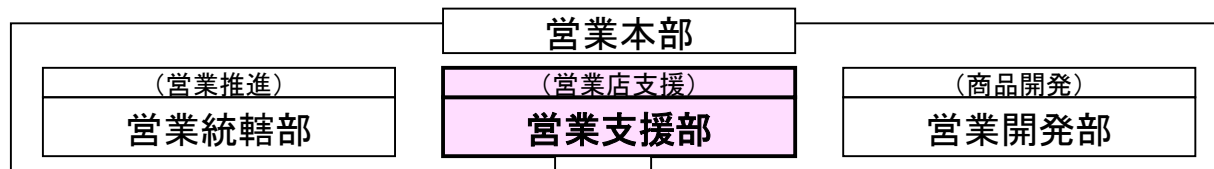


2. 営業部門施策③～成長分野への取組強化～

◆営業支援部による成長分野への取組みを強化

<平成25年4月～>

営業部門本部組織を役割別に再編
「営業本部」として一体運営を行う



※「個人向け」、「法人向け」それぞれのノウハウを融合し、営業店への支援を強化

個人コンサルティング推進室
(個人富裕層・企業オーナー等
に対する営業推進)

地域密着型金融推進室
(地域活性化への取組強化)

業種別専門営業部
(医療・福祉、建設・不動産等
専門性の高い業種の営業推進)

観光支援室

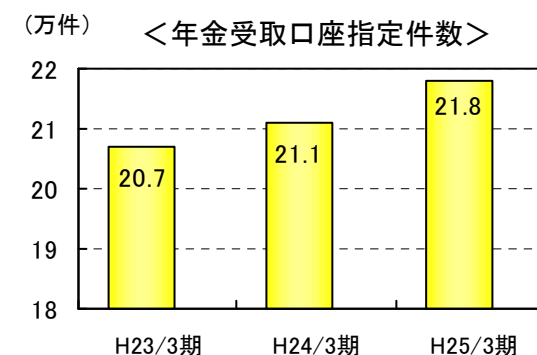
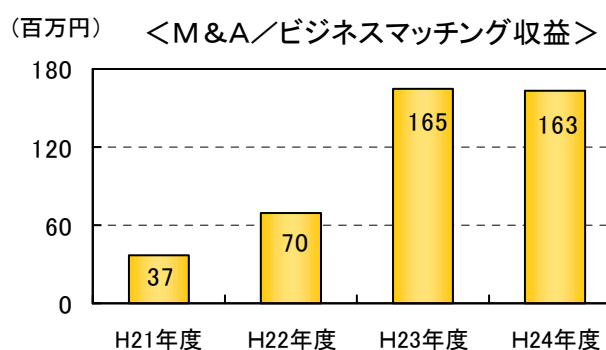
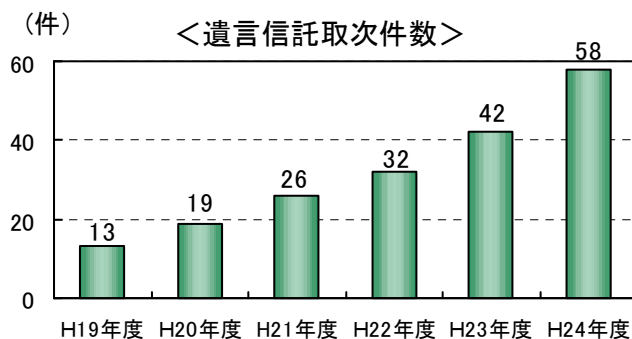
新規開拓ブロック

個人富裕層・企業オーナー等との取引深耕や相続対策等のシニア向けビジネスを強化

「相続」に関する相談が増加
・「相続対策」を切り口として融資・保険等の
取引拡大をはかる

「事業拡大」、「後継者問題」等、
企業オーナーが抱える課題に対応

シニア層との取引基盤である
年金受取口座も増加



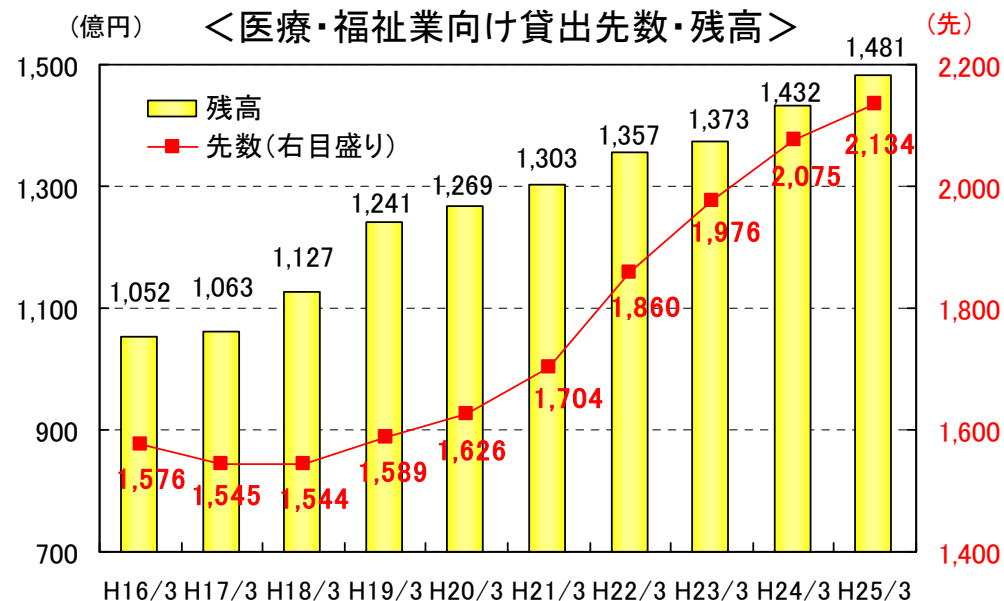
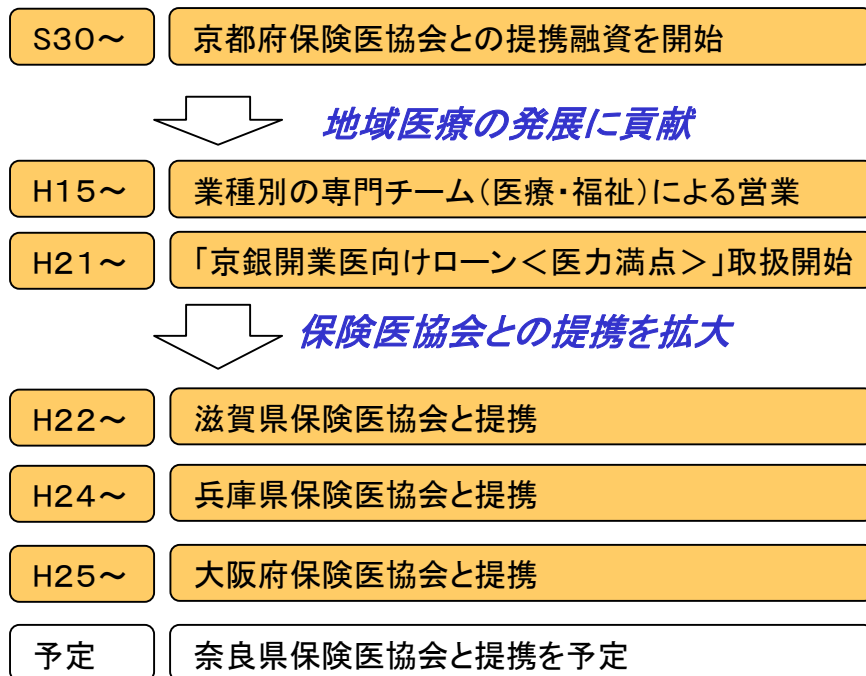
シニア向けビジネスへの取組み

高齢化社会の本格到来にあたり、シニア向けビジネスについて本部若手行員による検討会を立上げ、次期中期経営計画策定に反映

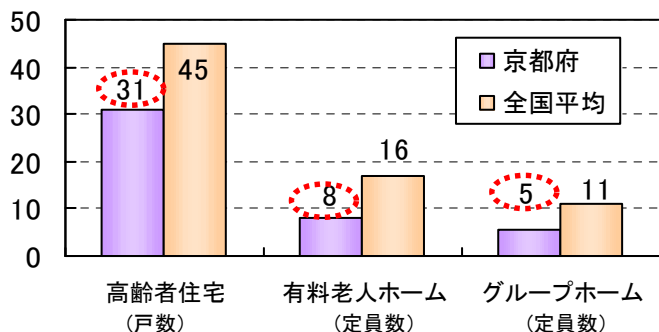
2. 営業部門施策③～成長分野への取組強化～

◆「医療・福祉」分野への取組みを強化

【当行の医療・福祉分野への取組み】



<75歳以上人口1,000人あたりの高齢者住宅数>



(出所)日本医師会総合政策研究機構「地域の医療提供体制現状と将来」

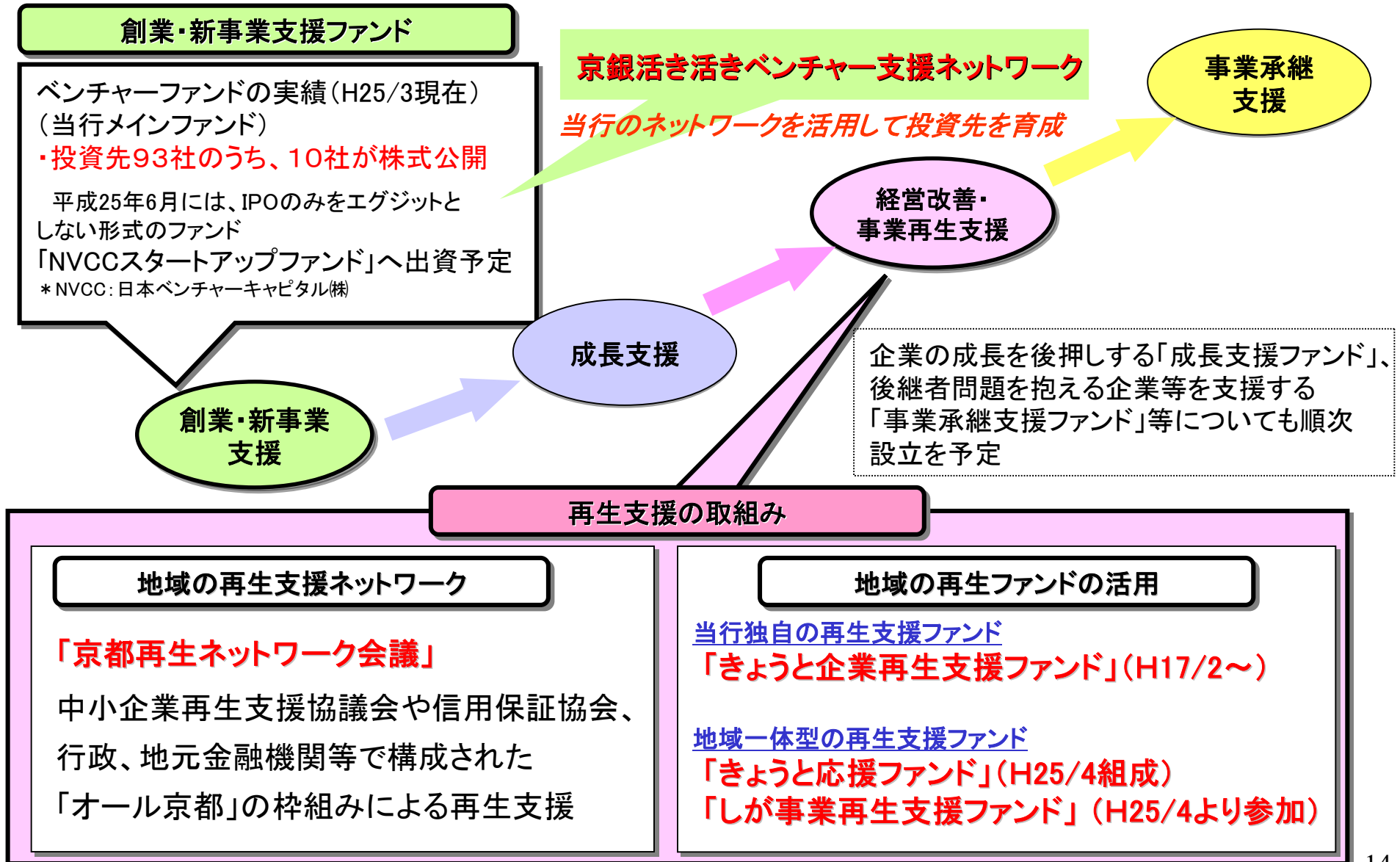
介護施設・サービス付き高齢者向け住宅等の 建築資金ニーズに積極的に対応

<業種別専門営業部 介護施設案件実績>

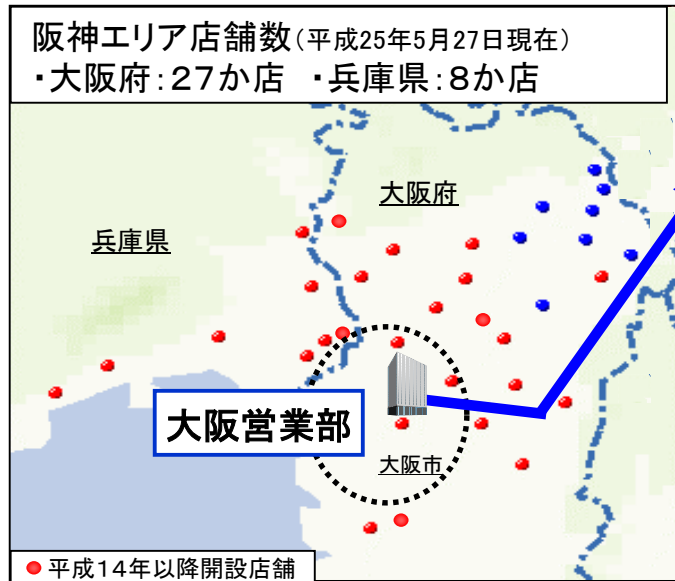
	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度
件数	14件	18件	15件	18件
融資実行額	26億円	33億円	34億円	30億円

2. 営業部門施策④～企業のライフステージに応じた支援～ 京都銀行

◆企業のライフステージに応じたファンドの設立を順次実施予定

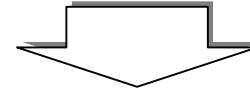


◆「大阪営業部」を中心とした阪神エリアの営業推進体制を整備

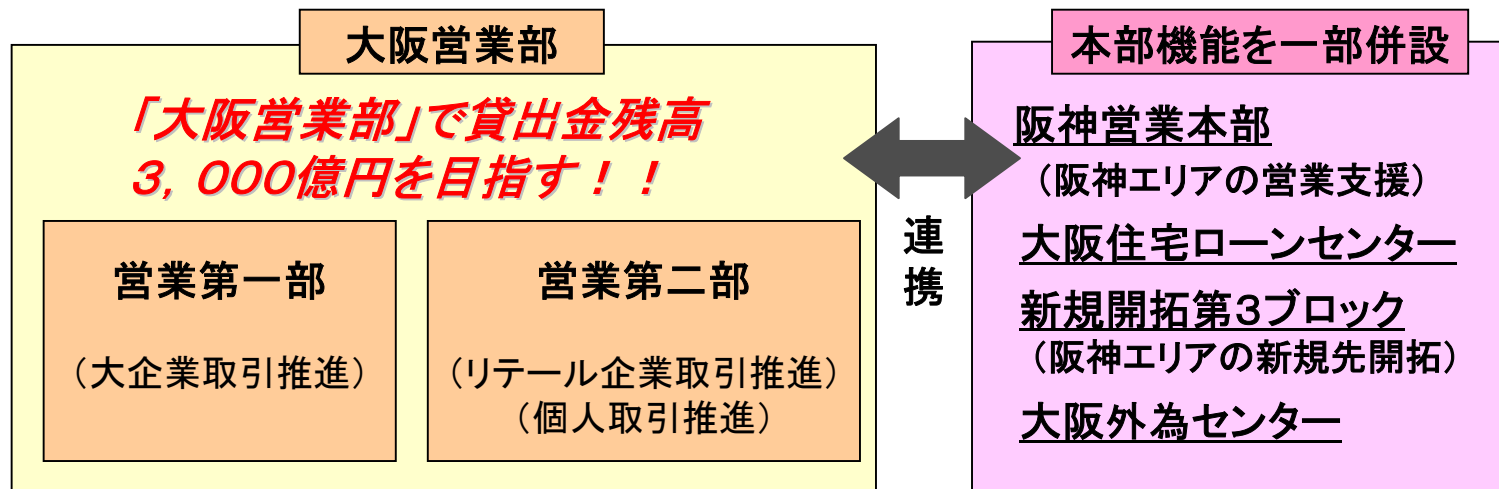


「大阪営業部」設置(平成25年5月27日)

本店営業部に準ずる存在と位置付け、大阪支店を「大阪営業部」に昇格(大阪支店と大阪中央支店を統合)

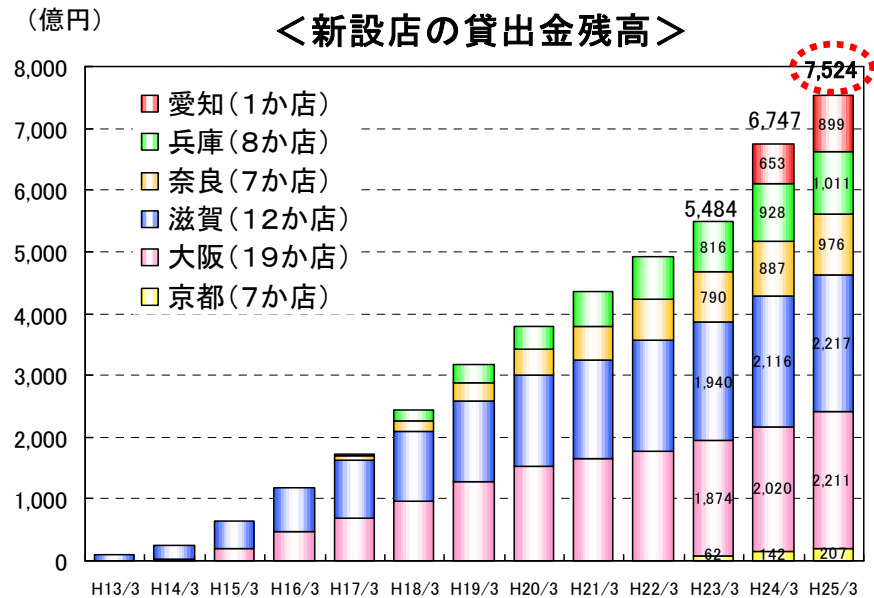
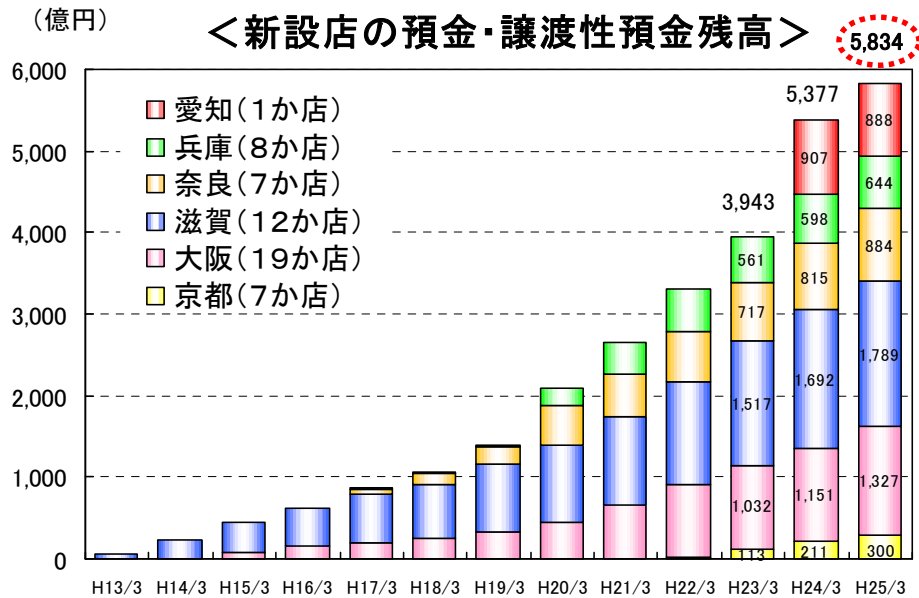


- 肥沃な法人・個人マーケットを有する大阪市内の営業を強化
- 阪神エリアの営業推進拠点として本部機能を併設

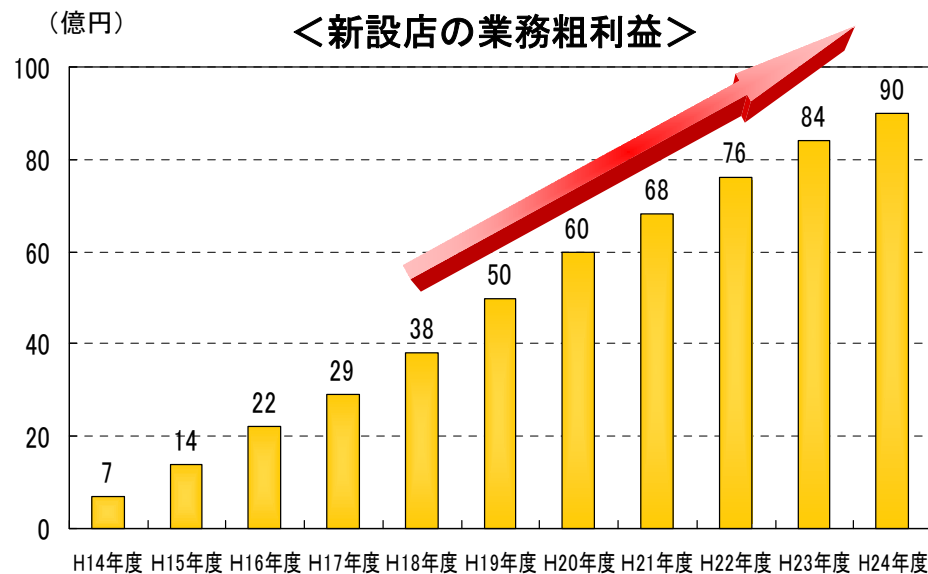


大阪営業部外観

3. チャネル戦略②～新設店の状況～



※新設店＝草津支店(平成12年12月)以降開設店舗。店舗数は平成25年3月末現在。

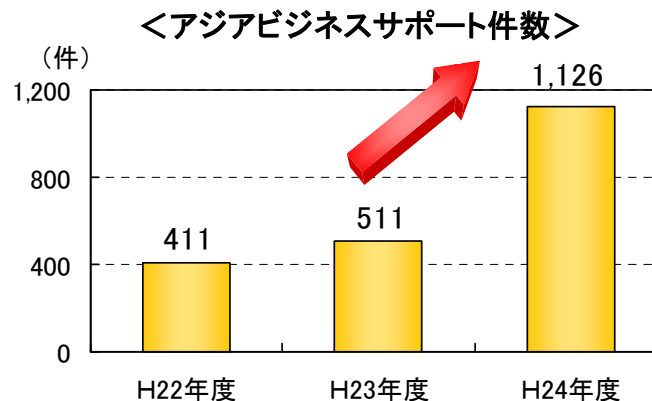
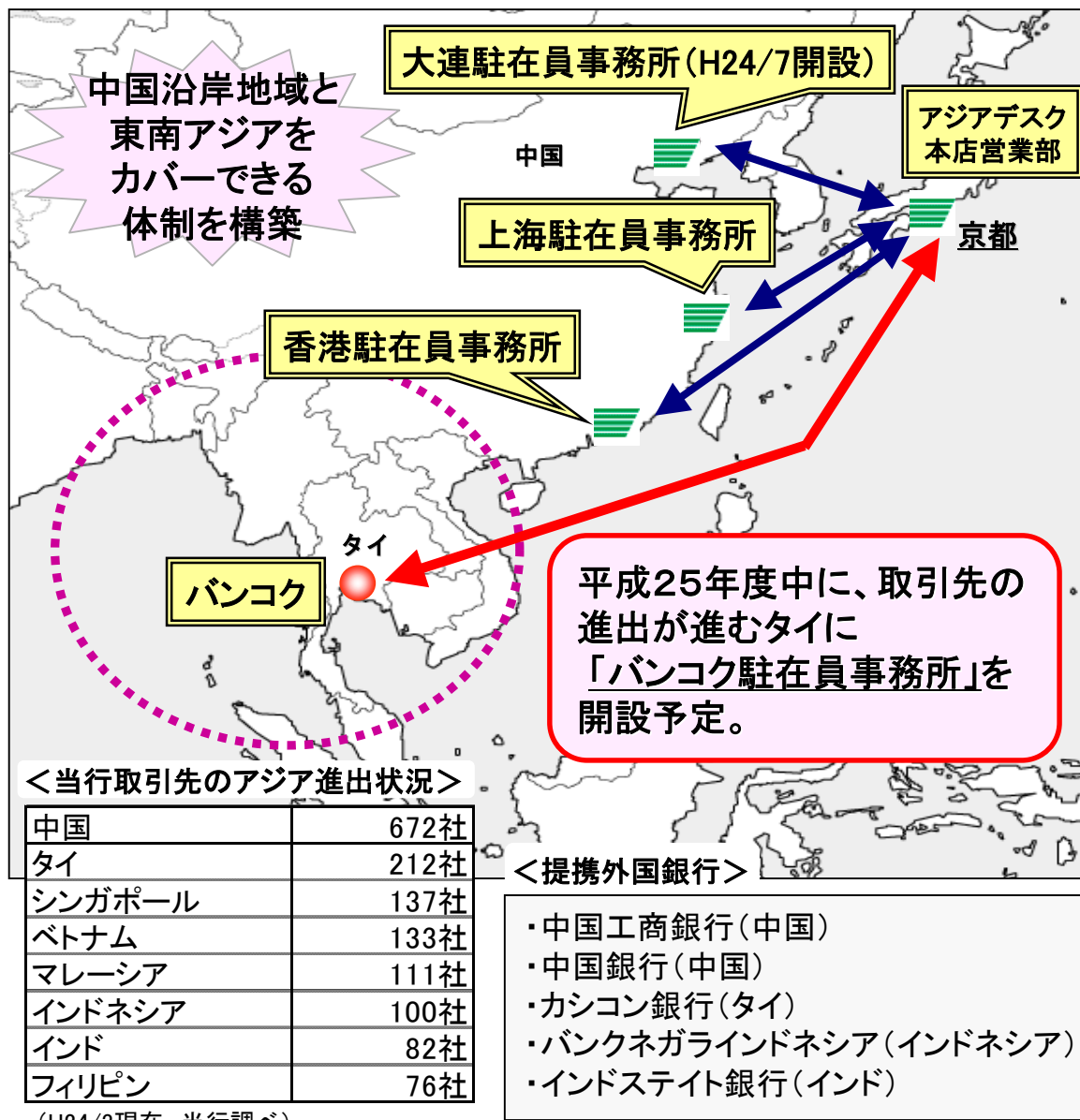


<平成24年度以降新設・リニューアル店舗(予定含む)>

	支店名	所在地
新設店舗	H24/4	池田支店 大阪府池田市
	H24/7	福知山駅南支店 京都府福知山市
	H24/9	尼崎北支店 兵庫県尼崎市
	H24/10	長岡京駅前支店 京都府長岡京市
	H25/1	堺北花田支店 大阪府堺市
	H25/5	大阪営業部 [大阪支店+大阪中央支店] 大阪市中央区
	H25/7	歌島橋支店(予定) 大阪市西淀川区
移転・建替	H24/6	東九条支店 京都市南区
	H24/9	六地藏支店 京都府宇治市
	H24/11	府庁前支店 京都市中京区
	H25/6	京都市役所前支店※(予定) 京都市中京区

※寺町二条支店から名称変更

◆海外ビジネス支援を切り口とした営業推進の強化



(※アジアデスク、香港・上海・大連駐在員事務所計)

海外ビジネス支援を切り口とした国内営業成果(平成24年度)

貸出49件／金額 8,027百万円

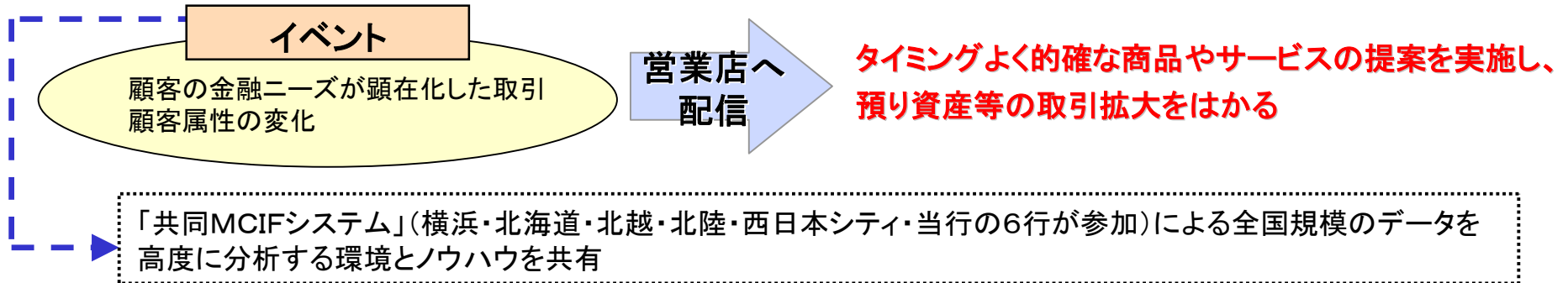
預金12件／金額 1,749百万円

外為32件、私募債2件

5. IT戦略①～EBMの活用～

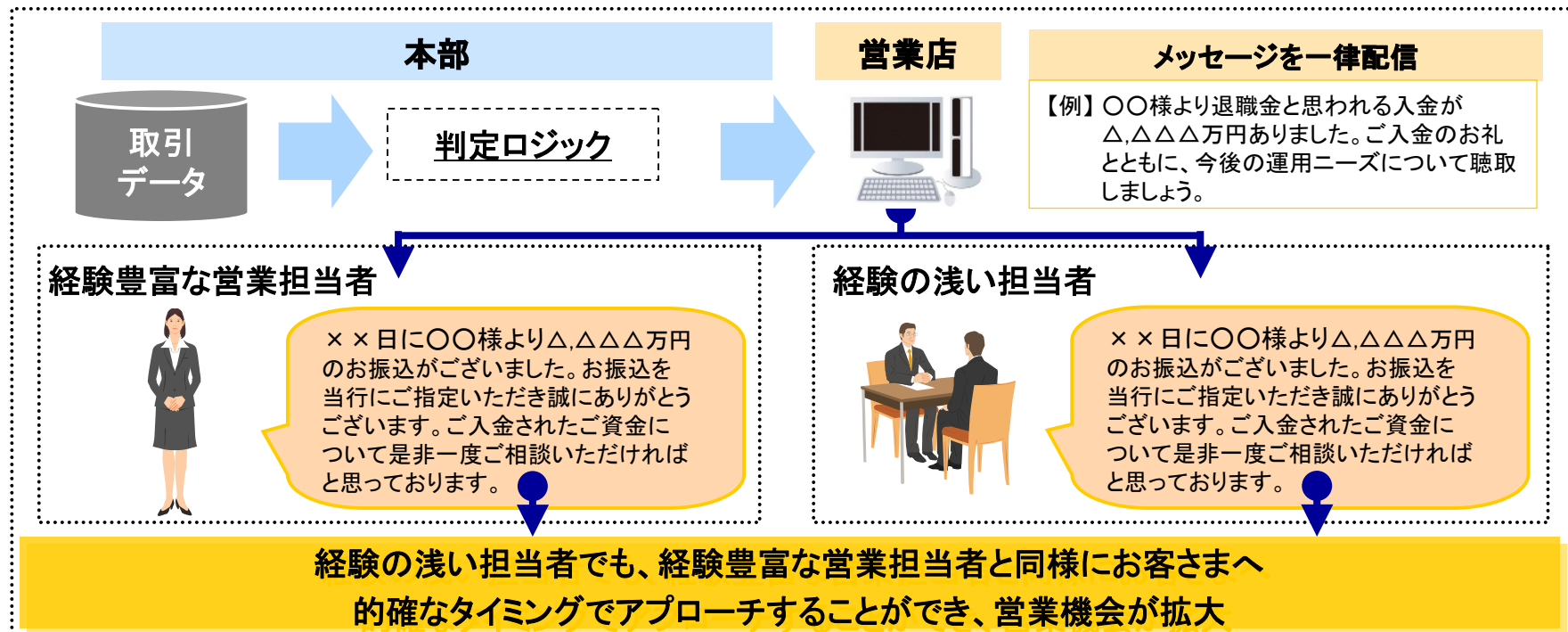
EBM(イベント・ベースド・マーケティング)システムの活用

※平成25年5月～ 試行開始



■EBM導入後(退職金入金の場合)

「退職金入金」という事象を自動判定し、すべての営業担当者に「気づいてもらう」仕組み



新営業店システムの全店展開

「伝票記入レス」、「印鑑レス」、
「ナビゲーション機能」による取引拡大



「双方向ナビゲーション端末」稼働開始(平成21年1月～)

(導入店舗) 新設店・リニューアル店舗
(対象業務) 預り資産業務、定期預金預入業務

「新営業店システム」順次導入(平成25年4月～)

- 【対象業務が拡大】
口座新規開設、入出金、振込、税金・公共料金納付等
- 【預り資産業務が効率化】
双方向ナビゲーション機能と勘定系機能が連携し、
営業事務が効率的に

窓口で顧客の手間軽減

京都銀が全店にシステム

京都銀行は窓口取引で顧客の負担を減らす新システムの運用を始めた。口座開設や振り込みの際、用紙に必要事項を書き込む必要がなく、口頭で行員に伝えるだけで主な取引が済む。年内に全167店に導入する。同様のサービスは一部の金融機関で展開しているが、全店で採用するのは珍しいという。

第一弾として22日、帷子ノ辻支店(京都市右京区)に導入した。6つの窓口で顧客用モニターと行員向け端末、静脈認証装置などを置いた。行員は顧客が伝えた氏名、住所などの情報を端末に打ち込む。顧客は行員と会話しながら入力結果をモニターで確認できる。行員向け端末には口座開設などの手続きのナビゲーション機能や、公共料金の支払い情報を読み取る機能を持たせ、誰でも簡単に使えるようにした。顧客は静脈認証を使うことで印鑑の押印が不要になる。事務作業の効率化で待ち時間を3割程度減らせるという。全店への導入投資額は50億円を見込む。

京都銀は2014年3月期までの3年間の中期経営計画の基本戦略の一つにIT(情報技術)活用を掲げている。営業効率を高めることでシェア争いが過熱する都市部などの顧客を取り込みたい考えだ。

日本経済新聞(平成25年4月23日付)より
※使用については日本経済新聞社の了解を得ております。

平成25年度中に全店展開予定