

今月の焦点

国内経済金融

のと共栄信金の「地域と共に」のための経営力アップ策

「地域と生きる」が経営の基本

のと共栄信用金庫（以下、同信金という）は、有名な和倉温泉などを持つ石川県能登半島の七尾市に本店を置く。破綻した信組・地銀からの事業譲渡や他信金との合併などを経て、小松市と加賀市を除く同県の広域を営業エリアに経営を展開し、成果をあげてきた（図表1）。

同信金は「地域金融機関として地域とともに生き、その活性化を手助けする力となる」姿勢を基本に、それを果たしていくため様々な経営の改革や独自の取組みを長年にわたり行ってきた。以下では、特徴ある人材育成プログラムの推進や渉外活動態勢の改革など経営力アップの取組み、地域活性化の発想に基づく地域密着の預金商品の開発、地域振興・地域興しへの支援活動を紹介する。

独自の人材育成戦略を実施

同信金は創立80周年を迎えた95年、中堅層職員向け人材育成プログラム「のとしんカレッジ」を創設した。それは、長期的に地域に貢献し続ける信金であるためには、次代を担う職員の人材力の一層のパワーアップが何よりも重要との発想からであった。

30歳前後の職員を10人程度選び、企

渡部 喜智・寺林 暁良
業分析やマーケティングを勉強する研修を始めた。10期生からは融資関連のカリキュラム充実や修了期間の3年への延長を含め、やや内容・仕組みを変え、ジュニア・コースと上級のマスター・コースに分けて継続。現在(09年)は、15期目となっている。

「百錬塾」は鉄を百度鍛え刀の鋼が作られる喩えに従い、融資先をケーススタディの題材に、改善計画の策定まで行う実践的研修だ。融資における目利き力を高め企業の再生・支援も行い、期間1年で毎月勉強会を行い、最後に発表会を実施する。毎年、能登地区と金沢地区で合計40人前後が参加している。

また、興味を惹かれるのは、渉外、融資、内務の若手優秀者の中の選抜者が、全国各地の3先(金融業種2先、異業種1先)を自らアポイントを取り3日間の日程で各人が訪問し、話を聞き報告書にまとめる「チャレンジ・マルコポーロ」の制度である。年度上期に実施し、報告発表会を10月に開催するが、職員の積極性向上や社外との関係構築など効果は大きいという。

さらに、管理職(次長)登用に当たっての必要単位制度を明定したことが注目される。管理職への昇格に当たっては、21の必須研修・試験合格ほか、FPや各種の銀行業務検定、中小企業診断士などを独自にポイント化し合計で100ポイント取得することが必要となった。これまでも研修・資

図表1 のと共栄信金の概要

期 末	(単位:店, 億円, %)				
項 目	05/3	06/3	07/3	08/3	09/3
店舗数(店)	33	33	30	30	30
預金残高	2,423	2,446	2,459	2,533	2,571
貸出金合計	1,435	1,445	1,451	1,515	1,570

資料NEEDS-Financial Questなどより作成

格取得を励行してきたが、管理職になるにあたり総合的な能力を備えていることを確認し、組織力を底上げするため有効な方策という判断だ。

渉外体制の改革と融資開拓への効果

同信金は渉外業務の効率化と質の向上の観点から渉外体制の改革を進めてきた。

従来、渉外担当者の仕事は集金中心になりがちであるとともに、支店テリトリー外に所在する遠隔顧客への対応も取引経緯などから行なうことがあった。そのような状況を改善するため、94年に複数店舗の渉外担当者を集めた「まごころセンター」(渉外担当の所属は営業店のまま)を設置し、テリトリー内の顧客が自分の所属営業店か、僚店かの取引に関係なく全て管理・対応するようにした。

その上で渉外担当者を、集金を主とするリテール班と、未取引先開拓を担う地区管理開拓班、事業性融資の開拓を目指す企業開拓班の三層組織にした。

まごころセンターは現在、7カ所あり、43人の渉外担当者が勤務している。

これにより取引先開拓を担う人員創出がはかられたことにより、その後の個人ローン増強や企業取引先の開拓に大きな



写真1 店頭に掲示された地元祭事写真

力となった。事業性融資の取引先数が20年度4%伸びたが、21年度もそれを上回るペースで推移している。

地域密着の顧客コミュニケーション

同信金は地域密着型の様々な対応を行ない、顧客コミュニケーションの強化をはかってきた。それが同信金への共感・理解を高めていることは確かだ。

預金商品の開発では、地域人口の減少が進むなか、多子家族を応援するという発想から作った「子宝1000」が注目されている。多子家族の事前マーケティングに基づき、子供3人：スーパー定期1年店頭表示利率+0.3%、4人：同+0.4%、5人：同+0.5%という利率にしており、07年2月の発売後、09年9月末には残高が208億円に達した。

また、水産業は地場の重要産業であるが、「森が海をつくる」ことに結びつき、観光業の活性化にも寄与するという考えから発売した、能登の森づくり定期預金「やまもり」も好評だ。金利上乘せを実施した上で預金者が受取利息の5%、同信金が預入総額の0.03%を寄付し、人口林整備を職員のボランティアも募りながら実施(08年度は3ha)している。募集総額は08年度に200億円、09年度もすでに150億円にのぼる。

同信金の店頭掲示写真やコミュニティ誌「Ninjin」、ホームページに、顧客が被写体となったり紹介されたりする形で数多く参加していることで有名である。これによる効果はPR上だけでなく、顧客コミュニケーション上も大きい。

以上のような改革を行いながら、地域活性化支援を進める同信金は大いに参考となる事例だろう。