

Ⅲ 成長戦略

CONTENTS

- 37 既存ビジネスモデルの変革
- 37 お客さまを中心に据えた自己変革(CDOメッセージ)
- 39 「ヒューマン×デジタル」によるソリューション提供力の強化
- 41 デジタル活用/業務改革
- 43 ゴールベース型営業の実践_戦略系子会社との連携
- 45 みんなの銀行
- 49 福岡中央銀行との経営統合



KaTaRi-Bo

An inclusive space for everyone to Kataru. In Hakata dialect, "Kataru" means to join. A place where various people can join beyond their roles and positions. A place for launching exciting projects that people want to join. It is our hope that this space to Kataru will be a place of beginnings of opportunities...

Ⅲ
成長
戦略

既存ビジネスモデルの変革

お客さまを中心に据えた自己変革

ヒト・モノ・カネ・情報を循環させる
“地域プラットフォーム”の構築

FFG執行役員CDO
FFG DX推進部長
藤井 雅博



お客さま目線でのサービス開発

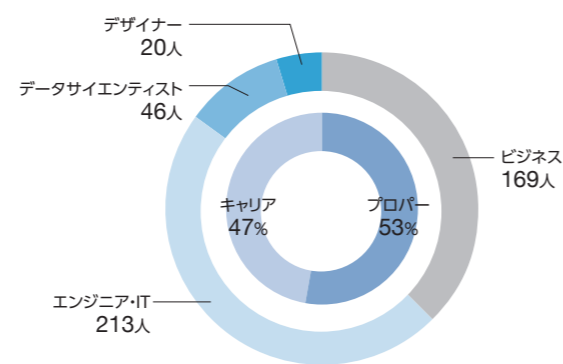
デジタル技術の進展に伴ってお客さまの行動や社会構造が大きく変化するなか、引き続きお客さまに選ばれ続けるためには、これまで以上にお客さま目線でのサービス開発と業務プロセスの変革にスピーディーに取り組んでいく必要があります。FFGでは、「デジタルトランスフォーメーション(DX)」を単なるデジタル化や効率化にとどまる取り組みではなく、「お客さまを中心に据えた自己変革」として捉え、銀行の将来像を模索するさまざまな取り組みにチャレンジしています。

具体的な取り組みとして、足元では「個人バンキングアプリ」の刷新と「事業者向けポータル」の構築を進めています。「個人バンキングアプリ」では、誰でも簡単に始められ、直感的かつ安心・安全にご利用いただけるサービスとして、まずは残高照会や振込など基本的な銀行機能からリリースしました。世の中では、非対面での取引ニーズが増す一方、デジタルに不安や苦手意識を抱えるお客さまもいらっしゃいます。そこで、FFGでは「あなたによりそう、銀行アプリ」をコンセプトに、お客さまのお金やデジタルにまつわる“分からない”や“不安”に寄り添った銀行アプリを提供しています。「事業者向けポータル」では、ウェブサイトの新設し、日頃リアルで面談しているお客さまに対して、新たにデジタルチャネル上での銀行接点を提供しています。財務情報から経営

課題を分析し、その解決に向けたソリューションまで一気通貫で提案する機能を備えており、お客さまの事業成長をデジタル上でもサポートします。

これらのサービスの開発においては、お客さまに実際の画面を使っていただきながらインタビューを行い、お客さまに支持していただけるレベルになるまで機能のブラッシュアップを繰り返してきました。まさに、お客さま目線でのサービス開発の実践です。今後も、「お客さまにいちばんよいものを提供したい」という変わらない想いを軸に、お客さまのご意見をもとにしたサービスの機能改善や新機能の開発にスピーディーに取り組んでいきます。

■ FFGで活躍するデジタル人材 (23/3末)



地域経済圏の創出による地域活性化

デジタルの世界では、伝統的な銀行との競争に加え、デジタルプラットフォーマーや異業種ともサービスを競い合っていかなければなりません。全国展開のプラットフォーマーは、誰もが便利に使える独自サービスの提供に加えて、銀行や証券などの金融機能も揃え、圧倒的な数の顧客を抱えながらデジタル上の経済圏を構築しています。

一方で、地域の事業者や住民が抱える課題は、そうした全国向けのサービスだけで全てを解決できるわけではありません。私たちがこれまで実践してきた地域ごとの実情に合わせたサービスへのニーズは、これからも存在し続けます。地域にフォーカスした質の高いサービスをいかに提供し続けられるかという点に、FFG、そして

地域経済が発展する道筋があると考えています。

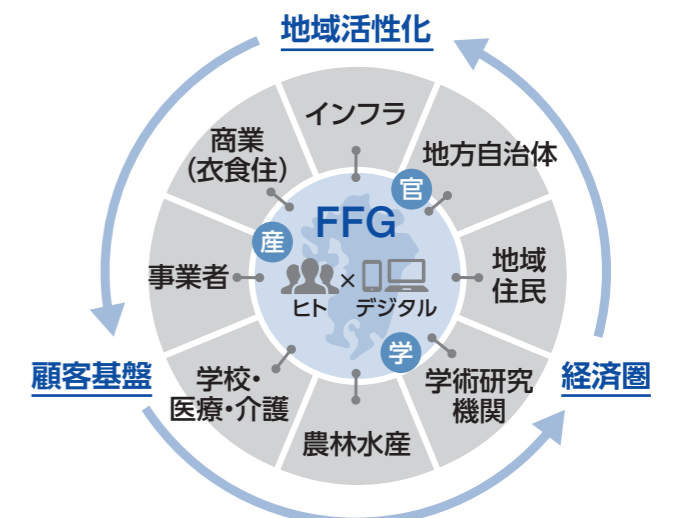
FFGは九州全域を継ぎ目なくカバーする広域展開型の地域金融グループであり、九州における「稠密なりアルチャンネル網」を持っています。また、各行が長い歴史の中で築いてきた地域企業との「深い信頼関係」があります。加えて、2017年にデジタル戦略部を発足して以降、デジタル領域における「サービス開発体制の強化」も着々と進めてきました。

FFGがこれまで培ってきたこれらの強みを活かしながら、また、iBankマーケティングやみんなの銀行など新領域で蓄積してきた経験や知識も活用しながら、地域経済の活性化を実現するのが、FFGがDXで目指す将来像です。

地域特化型のデジタルプラットフォーム構築

既存の営業店ネットワークと新たなデジタルチャネルを使って、お客さまに便利で価値ある金融サービスを提供し続けていくことに加え、FFGが長い年月をかけて信頼関係を築いてきた地域企業とデジタル上でも連携し、幅広い非金融サービスをリアルとデジタルの両面から提供していく。そうすることで、地域の事業課題や生活者の悩みを地域の中で解決し、ヒト・モノ・カネ・情報を地域内でより円滑に循環させていきます。

このように、地域企業と連携しながら地域特化型のプラットフォームを構築し、金融に限らない幅広いサービスをお客さまに提供していくことが、FFGの顧客基盤の維持・拡大のみならず、さまざまな人が集まる地域経済圏の創出にもつながっていくと考えています。また、それによって地域経済が活性化し、FFGの顧客基盤自体もより盤石なものとなっていきます。FFGは、“社会価値の提供”と“経済的価値の向上”の好循環サイクルによる「豊かな地域社会」を、デジタル技術を活用しながら実現していきます。



既存ビジネスモデルの変革

「ヒューマン×デジタル」によるソリューション提供力の強化



FFG 営業統括部長
山本 智正

FFGの営業戦略

地域と成長をともにする我々地域金融機関は、人口減少や少子高齢化による地域産業の衰退、地域経済縮小への対応といった社会課題を抱えています。また、ChatGPT等にみられるテクノロジーの進化やコロナ禍で加速した働き方の変化、個人の価値観の多様化によって、地域金融機関が社会から求められるものも変わりつつあると感じています。

そのような中、FFGが将来にわたって、地域社会に価値を提供し、ともに成長を続けるためには、お客さまから「FFG“が”いい」と選ばれ続けることが必要です。その実現のために第7次中期経営計画では、「既存ビジネスモデルの変革」に取り組んでいます。

既存ビジネスモデルの変革の全体像を右の図に示しました。

①ヒューマンとデジタルの融合

新たにリリースした個人バンキングアプリや事業者向けポータルにより、スマホやパソコンで手軽に銀行取引を可能にすることで、お客さまの利便性を高めるとともに、SFA(営業支援システム)を導入し、あらゆる情報・ノウハウをシームレスに連携することで、「営業生産性の向上」を図ります。(詳細P41,42)

②業務改革

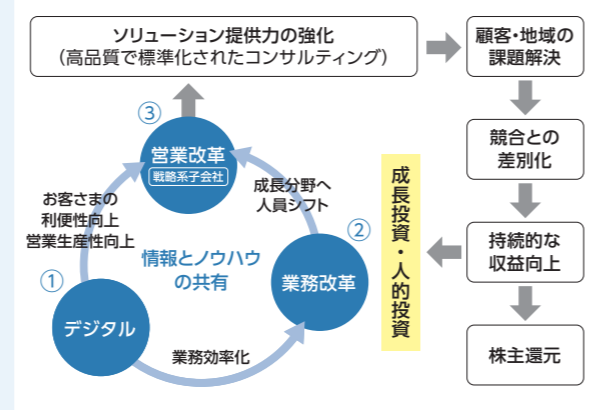
高機能ATMの導入、WEBサービスコーナーの設置等

により、お客さまの利便性を高めながら、店頭業務を軽量化する新たな店舗形態をスタートさせました。このような取り組みを通じて業務を効率化することで、「成長分野への人員シフト」を進め、コンサルティングにより注力できる体制を整えていきます。(詳細P42)

③営業改革

デジタル化、業務改革による「営業生産性の向上」や「成長分野への人員シフト」が生み出す効果に加えて、営業担当者の集約をはじめとする営業店構成の見直しやソリューション人財の育成、戦略系子会社の機能拡充・活用を進め、「高いレベルで標準化されたコンサルティング」を提供します。

■施策連携ストーリー



ゴールベース型営業

第7次中期経営計画では、お客さまをよく知る・理解することを起点として、中長期的なお客さまの目標やニーズ、課題や不安を共有し、その解決、実現に必要なソリューションを提供する「ゴールベース型営業」をFFGの営業スタイルとして掲げました。

この1年間の取り組みを通じて、全社的に「ゴールベース型営業」への理解・意識浸透が進みました。今後は、ソリューション力やコンサルティング力といった具体的なスキルを引き上げ、標準化し、お客さまに提供する実践フェーズに入ります。

法人ビジネスでは、引き続き資金ニーズ(融資)にしっかり対応しますが、取引先企業の「企業価値向上」に主眼をおいたソリューションの提供に注力します。(実践事例P43,44)

また、台湾の半導体受託製造企業TSMCの熊本県進出を契機としてさまざまな需要が拡大する「シリコンアイランド九州」の中で、地域に根差した金融機関だからこそ可能な支援、関連するビジネスの創出をグループ一体で進めます。(詳細P71,72)

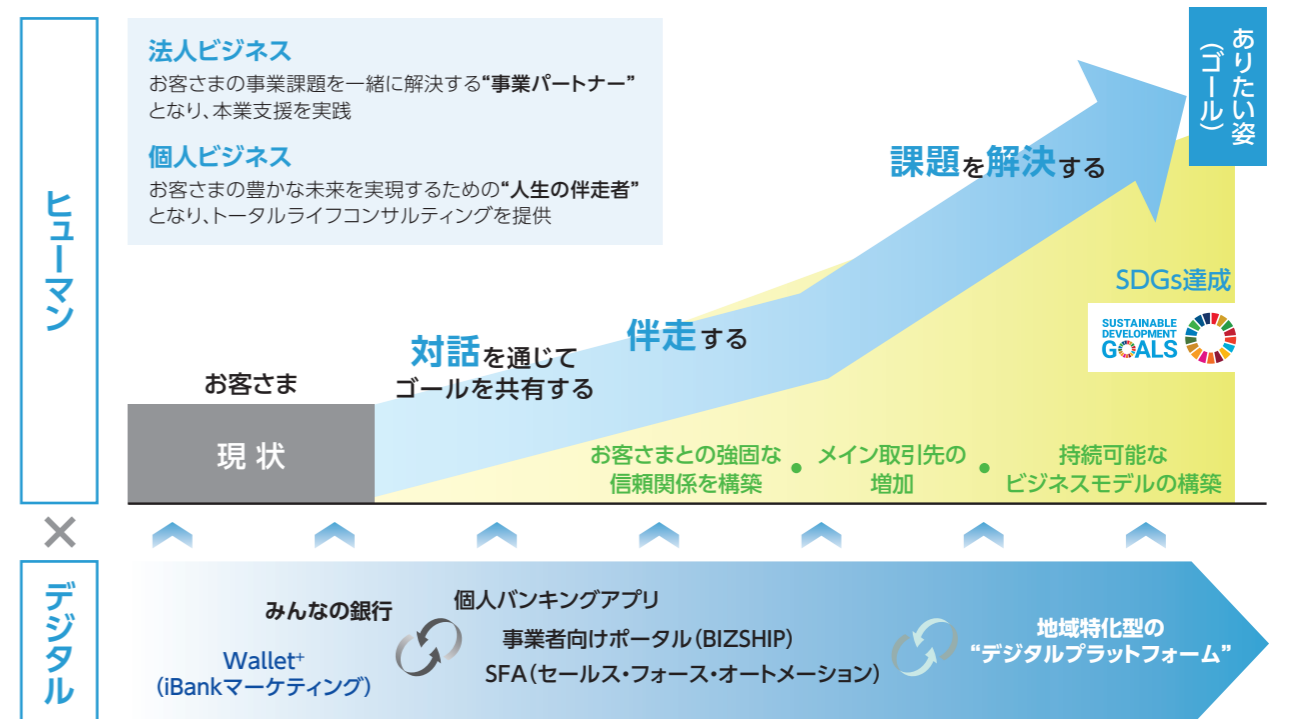
個人ビジネスでは、お客さまの人生に伴走するトータ

ルライフコンサルティングを実践し、特に「貯蓄から投資へ」の動きの後押しに注力します。

人生100年時代の中、お客さまのNISAやiDeCoの利用をはじめとした資産所得倍増をサポートしていくために、「お金の色分け」から「最適な資産配分」、「アフターフォロー」まで、証券子会社とグループ銀行が一体となり、高品質なコンサルティングを提供します。(実践事例P43,44)

法人・個人ともに今後のビジネスにおいては、デジタルの力を活用しながら、組織として情報・ノウハウを共有すること。そして、M&A、事業承継、SDGs支援など、戦略系子会社のソリューションをフル活用し、グループ総合力を発揮することが重要です。営業店と本部の専門担当者、戦略系子会社社員がシームレスに連携し、お客さまの課題を解決することで、地域における競争優位の確立を目指します。

FFGは、お客さまの声に親身に心から耳を傾け、対話し、ともに歩むことで、それぞれの「ゴール」の実現に貢献していきたいと考えています。



既存ビジネスモデルの変革

デジタル活用～お客さまの利便性向上～

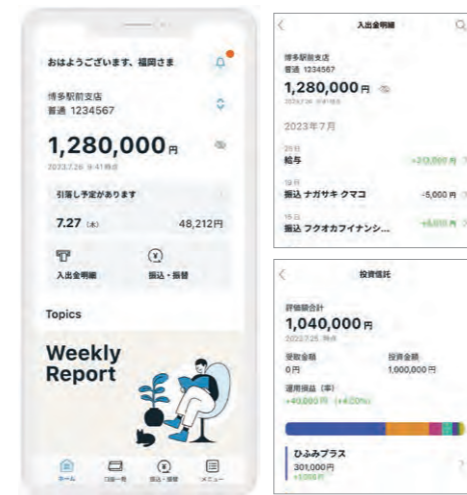
個人バンキングアプリ

近年のコロナ禍を通じた暮らしの変化やデジタル化の進展により、非対面サービスの利用ニーズが増す一方で、デジタルに苦手意識を抱えるお客さまにもご利用いただけるよう、「あなたによりそう」をコンセプトとした新たな銀行アプリを2023年7月に福岡銀行から先行してリリースしました。

残高照会や振込などの基本的な銀行機能のアプリ完結を実現するとともに、入出金明細のメモ登録や振込時のワントタイムパスワード自動入力など、各銀行機能に改善を加えることで利便性を飛躍的に向上させました。また、引落しの事前通知や、投資信託・カードローンの取引状況のグラフ化など、アプリならではの新しい機能を追加しています。

2023年10月には、定期的な振込のスケジュール登録や、請求書・納付書のスマホ支払いなどの機能追加を行い、熊本銀行・十八親和銀行でもアプリをリリースしました。

今後も、アプリを通じてお客さまのお金やデジタルにまつわる“分からない”や“不安”に寄り添い、継続的な機能追加や改善を行うことで、お客さまの利便性向上に加え、行員事務のチャネルシフト・営業生産性向上の実現を目指していきます。



事業者向けポータル

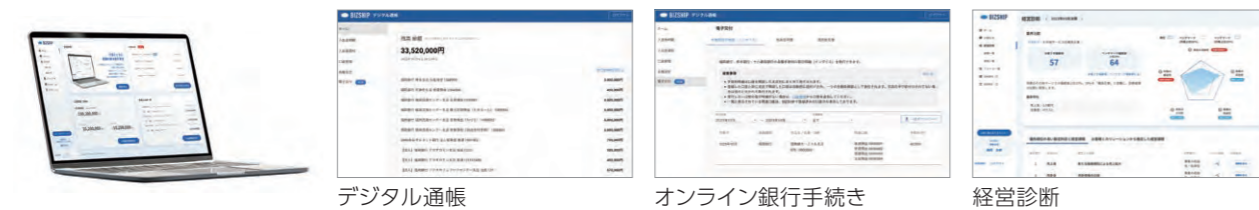
2023年10月、法人・個人事業主のお客さま向けに新たなデジタルチャネルとして事業者向けポータル「BIZSHIP」をリリースしました。

本サービスは、銀行取引のデジタル化にとどまらず、お客さまとの接点を一層強化するとともに、日々発生するお客さまの課題を解決するための機能が集まったポータルサイトです。

まずは、複数口座の一括管理や入出金通知、オンライン書類提出・受領、財務起点での経営診断といった本サービスの軸となる基本機能から実装し、その後は、お

客さまの利用状況や声を収集しながら顧客検証を繰り返し、スピーディーに機能改善や新機能開発へつなげていくことで、多様化するお客さまのニーズに対応していきます。

FFGが長い年月をかけて培ってきた強みである、地域の事業者との信頼関係と本サービスを掛け合わせることで、“デジタル”と“ヒューマン”を融合させた地域金融機関ならではの新たな顧客体験とビジネスモデルの創出を目指します。



デジタル活用～営業生産性の向上～

SFA(セールス・フォース・オートメーション)

他行と差別化されたFFGの営業を実現するため、SFA導入を中心とした営業支援システムの再構築を進めています。お客さま情報や案件情報の一元化、情報の可視化・共有化を進め、お客さま起点への意識の転換や営業の高度化・均一化を目指します。

■ 顧客ファーストビュー

お客さまの事業やライフイベント、ニーズ・案件、当行・他行との関係性などあらゆる情報を長期トレンドで集約し、グループ会社を含めたFFG全体としてお客さまへの理解を深めます。

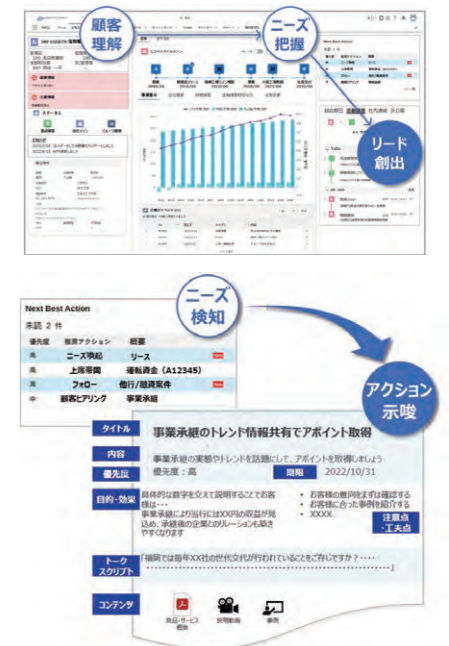
お客さまのニーズ把握・解決方法の提示を一画面で完結させることで、営業担当者が感覚的に操作できるシステムになっています。

■ NEXT Best Action

ハイパフォーマンス分析や各商材ごとの顕在・潜在ニーズ(顧客)の特定による営業シナリオから、営業担当者に具体的なアクションを示唆します。

さらには、推奨商品のパンフレットや好事例集、説明動画などの営業コンテンツを合わせて紹介します。

事業者向けポータル・個人アプリとも連携し、営業担当者が使えば使うほど、データ・情報が蓄積され、推奨アクションの精度が上がり、営業生産性が向上していきます。



業務改革～新しい店舗形態～

2023年9月、福岡銀行では店頭業務のセルフ化・キャッシュレス化をコンセプトとした新たな形態の店舗を、福岡県内の2店舗(けやき通り支店、千鳥支店)でスタートしました。

FFGでは、個人バンキングアプリや口座開設WEBなどの、非対面サービスを拡大しています。こうしたデジタルチャネルの拡大と併せて、店舗についても、取り扱い業務を拡充した高機能ATM、リモート窓口、WEBサービスコーナー等を設置した新しい店舗形態に取り組んでいます。

新しい店舗では、現金の取り扱いや、入出金等の通常取引をATMへ集約します。

また、口座開設や住所変更等を本部の専門担当が遠隔で受け付ける「リモート窓口」や、お客さまご自身で手続きいただけるWEBサービスコーナーを設置しています。

こうしたデジタル化・セルフ化により、店頭業務の人員を相談業務にシフトし、店舗を「コンサルティングの場」へと変革していきます。



既存ビジネスモデルの変革

ゴールベース型営業の実践_戦略系子会社との連携

Interview 1



福岡銀行 箱崎支店
課長代理

小笠原 直子

profile

2010年、福岡銀行七隈支店入行。姪浜支店、ウェルスマネジメントトレーナー、北九州営業部を経て、現在、箱崎支店で法人営業を担当

FFGの総合力でお客さまに寄り添います

お客さまとは、銀行とは直接関係のないささいなことでも、気軽に会話ができる関係でいたい。何度もお会いして、いろいろな話をする中で、ポロッと言われたことが真のニーズだったりするので、雑談も大切ですね。

以前、ある取引先から、土地購入のご相談を受けました。購入予定地が既存保有地を分断している状態であり、土地を購入することで一団の広い土地となるため、どのように有効活用するかがお取引先の悩みでした。FFGビジネスコンサルティング（FFGBC）と連携し、本業で利用する倉庫・廃材置き場を集約し、余剰地を有効活用する提案を行ったところ、満足いただき、FFGを選んでいただくことができました。

FFGBCとは日頃から頻りに情報交換をしています。不動産だけでなく、経営計画の立案や人材紹介など、幅広い専門知識があるため、支店のメンバーだけでは辿り着けない解決策やプラスαの提案ができるので、お客さまに喜んでいただいています。

お客さまから「信頼してもらえらる担当者」であるために

幅広い知識を身につけていくことは簡単ではないですが、いち早くお客さまのニーズを拾っていくために、日々、自己研鑽に取り組んでいます。お客さまの成長につながるサポートができたときは、嬉しいです。何かあったときに「とりえず小笠原に相談したらなんとかなるな」と思ってもらえるような担当者でいたいです。

Interview 2



熊本銀行 多良木支店

池邊 俊

profile

2019年、熊本銀行天草支店入行。TAC(トップ・アセット・コーディネーター)研修を経て、現在、多良木支店でFC業務に従事

お客さまとの信頼関係を築くために、“聴く”ことを大切にしています

お客さまの真のニーズを引き出すためには、私自身を信頼いただくことが不可欠だと考えています。何度もお客さまとお会いして、まずは、先入観を持たず、しっかり話をお聴きします。面談の際は、商品ありきの提案ではなく「何かお客さまのお役に立てることはないか」と常に心掛けています。

信頼関係を築いた後、お客さまの資産全体をヒアリングし、数年以内に使う予定のあるお金と、長期間使う予定のないお金の色分けを一緒に行っています。お客さまご自身に資産を正確に把握していただくことは、漠然とした将来への不安を解消する上で大切だと思っていますので、欠かさず行っています。

グループ会社との連携で提案の引き出しが増えました

お客さまの資産に対する考え方はさまざまです。株主優待や配当を楽しみに個別の株式購入を希望されるお客さまには、FFG証券をご紹介します。

普段から、FFG証券の担当者とは勉強会などでコミュニケーションを取っており、お客さまの悩みやご要望にすぐに対応できるようにしています。FFG証券には株式以外にも豊富なソリューションがあるので、提案の幅が広がり、お客さまに喜んでいただいています。グループ会社の機能を活用してあらゆる課題を解決できるのは、FFGの強みだと感じています。

Interview 3



十八親和銀行 西大村支店
課長代理

松尾 卓則

profile

1999年に旧親和銀行大村駅前支店に入行。田平支店、福岡営業部、福岡銀行への出向等でさまざまな業務を経験。現在は西大村支店で法人営業を担当

お客さまの課題・ニーズに“自分ごととして”向き合います

これまでの銀行員生活の中で、店頭やローン、資産運用、融資など幅広い業務を経験しました。この経験を活かして、融資に主眼を置いた営業スタイルではなく、お客さまの幅広いニーズ・課題を自分ごととして捉えた上で、「どうすればお客さまの成長に貢献することができるのか」を常に考え、迅速に行動しています。

FFGの総合力でお客さまの新たな挑戦をサポート

スーパーを経営する取引先から「少子高齢化や競合他社の進出がある中で、新事業の立ち上げを計画している。実行に向けて具体的に何から着手すべきか悩んでいる」というご相談を受けました。取引先が描く新事業には何が必要になるのか、FFGビジネ

スコンサルティングとともに検討し、新規事業立ち上げのノウハウを持つ人材の紹介を行いました。

また、同じ取引先に、リクルートの観点でホームページ（HP）を制作したいが、費用面で断念しているという悩みがありました。そこで、サブスク型のHP制作サービスを提供する企業をご紹介します。そのほかにも、当行のデジタル化推進部を通じて、バックオフィスの業務効率化が実現するなど、一連の提案を大変喜んでいただくことができました。

今後もお客さまの真意を捉えて、支店内、本部、グループ会社と連携し、お客さまの課題解決、ゴール（目標）の実現に貢献していきます。

戦略系子会社の強化

FFGではお客さまのニーズの多様化や規制緩和の状況を捉えながら、グループ会社の機能拡充・事業領域の拡大を進めています。

既存ビジネスモデルの変革に向けて、戦略系子会社と位置付けている以下の9社とグループ銀行が一体となってゴールベース型営業を実践しています。

FFG FFG証券

- ・引受業務(株式公開・公募増資)
- ・資産運用(株式・債権・ファンドラップ)

FFG FFGビジネスコンサルティング

- ・ビジネスマッチング、人材育成
- ・コンサルティング(事業全般・不動産関連等)
- ・人材紹介サービス

Bank

- ・スマホ向けアプリWallet+の運営
- ・デジタルマーケティング
- ・地域総合商社事業

FFG FFGベンチャービジネスパートナーズ

- ・スタートアップ企業への投資
- ・起業家育成支援

Sustainable Scale

- ・サステナビリティ経営支援
- ・ESG/SDGsスコアリングモデルサービスの提供

株式会社 FFG成長投資

- ・事業承継・事業再生・地域活性化を目的としたファンドの組成・運営

FFG FFGリース

- ・各種設備導入に対するリース並びに割賦販売
- ・自動車リース(メンテナンスリース含む)

FFG Succession

- ・M&Aアドバイザリーサービス
- ・事業承継コンサルティング

FFGインダストリーズ株式会社

- ・金属加工製品等を中心とする商社事業

みんなの銀行



みんなの銀行 取締役頭取

永吉 健一

2016年 iBankマーケティング設立。
2022年4月 みんなの銀行頭取に就任。



FFGとして新たな顧客層を開拓

みんなの銀行は2021年5月28日にサービスを開始し、今年2周年を迎えました。足元(2023年第一四半期)ではアプリのダウンロード数が209万件、口座開設数も72万口座とユーザーを拡大しています。当初は「地銀初のネット銀行」と紹介されることが多かったのですが、ようやく日本初で世界的にも珍しい「デジタルバンク」と紹介していただけるようになりました。

既存の銀行では顧客の7割を40代以上が占めますが、みんなの銀行は逆で30代以下が中心。地域も全国47都道府県に広がっており、スマホ専業でフレンドリーかつ使いやすいサービスは、デジタルネイティブ世代に刺さるだろうという狙い通りの結果が出ました。また、FFGとして新たな顧客層を開拓するというグループ戦略としても大きな成果を上げています。

10年後の銀行のあるべき姿を見据えて

このプロジェクトは、2014年にFFGの社長だった柴戸隆成(現会長)から「10年後の銀行のあるべき姿を見据えて、これまでの延長線上にない、非連続の成長戦略を描いてほしい」とのミッションを与えられたことから始まりました。

世の中の変化のスピードや非金融事業者からの参入の動きに対する危機感から、持続的なイノベーションに

とどまることなく、スピード感を持った破壊的イノベーションに挑戦していかなければならないと考えた結果がみんなの銀行です。

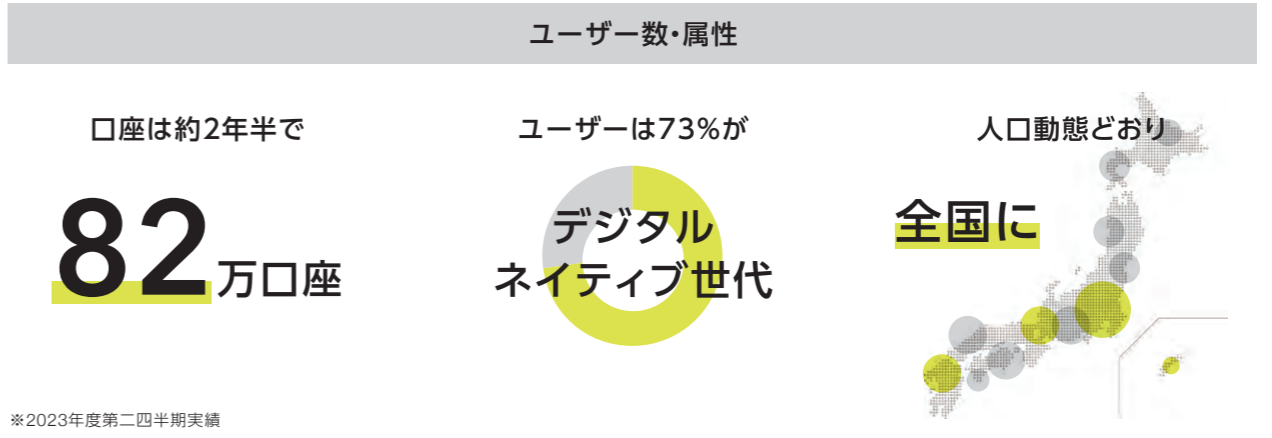
足元は、ローンが計画どおり獲得できず、黒字化の見通しを後ろ倒ししましたが、将来のFFGの収益の柱の一つとして成長させるべく、各種の取り組みを進めていきます。

B2C事業、そしてBaaS事業へ

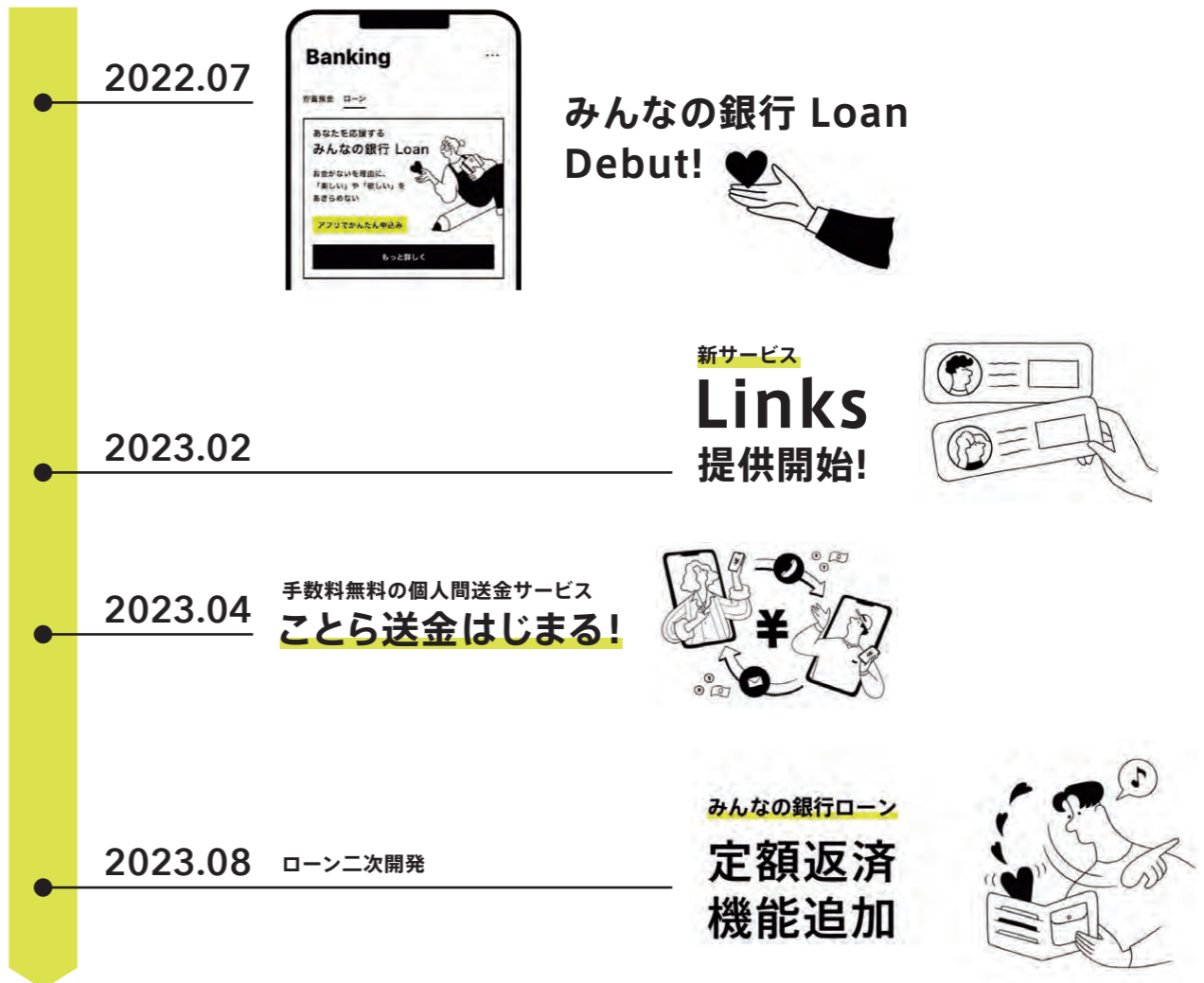
開業当初はデジタルネイティブ世代がどのような金融体験をしたいかにフォーカスし、個人向け金融サービスの提供「B2C事業」を先行してきました。ここからの1年は、BasS元年と位置付け、「BaaS事業(B2B2X事業)」を本格始動します。みんなの銀行の金融機能をAPI経由でパートナー企業へ提供し、新たな価値共創を実現していきます。



これまでの実績

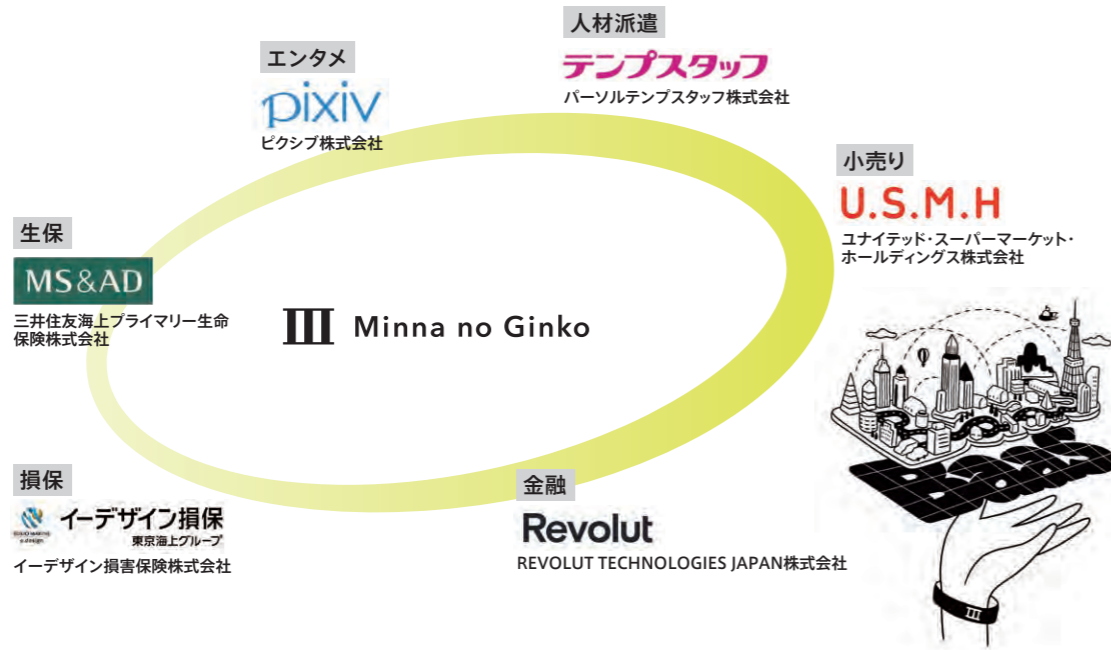


サービスリリース



みんなの銀行

新しい金融のカタチ “Banking as a Service”



■ 金融×非金融による新たな価値共創

サービスコンセプトの1つに「みんなの『暮らし』に溶け込む」を掲げるみんなの銀行では、金融×非金融による新たな価値共創を通じて、暮らしと密接に関わる消費・購買と金融機能がシームレスに結び付いた新たなサービスの提供を目指しています。

BaaS事業では、お客さま向けに開発した「みんなの銀行アプリ」の金融機能やサービスをビジネスパートナーの皆さま（事業者）が提供するスマホアプリやWEBサイトなどに、必要な機能やサービス単位で組み込むことが可能です。BaaSは、みんなの銀行のサービスを事業者様向けにAPIを通じてご提供することで、事業者様の向こう側にいるサービス利用者（お客さま）に、みんなの銀行をご利用いただくという新しい仕組みです。

■ 参照系 / 更新系APIの外部提供開始

2022年度は、サービス利用者（お客さま）が事業者様の提供するアプリやWEBサイトを通じて、本人確認

（取引時確認）や残高照会、入出金明細表示ができる参照系APIのほか、口座振替による支払いなどを可能にする更新系APIの開発が完了。2023年度には外部提供も開始しています。

■ 「+金融」で新しい顧客体験を

金融が暮らしのあらゆるシーンの中に溶け込み、多様な価値観やライフスタイルを持つデジタルネイティブ世代のお客さまにフリクションレスの新たな体験価値を提供することは、ビジネスパートナーの皆さま（事業者）にとっても新たな体験価値を創造することにつながります。

みんなの銀行ではBaaS事業の更なる進展に向けて、提供するAPIの拡充とアライアンスの拡大を推進していきます。

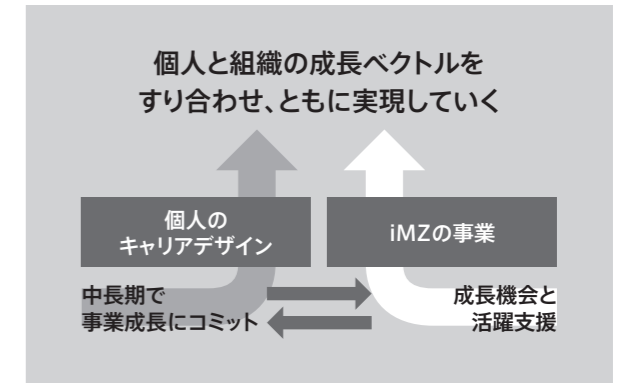


人財戦略

みんなの銀行のミッション“みんなに価値あるつながりを”目指して

みんなの銀行では、Mission / Visionを達成・実現するためには「組織・人財」領域においても「金融イノベーション組織としての飛躍的な成長」を遂げることが不可欠だと考え、さまざまな施策を展開しています。その一環として、人財をマネジメントする仕組みについても独自の制度を構築しました。

みんなの銀行の人事制度のコンセプトは「事業（企業）と個人（社員）がともに成長できる制度」です。この制度は、みんなの銀行に集まっている多様なバックグラウンドや強みを有するプロフェッショナル人財が、「相互の信頼に基づいたチームとなり、その力・強みをみんなの銀行の成長・金融イノベーション実現に向けて最大限発揮し、チャレンジを続けていく」とともに「みんなの銀行という場を通して、個人の自律的なキャリア形成、成長を実現する」という考えのもと、ゼロベースで構築したものです。これまでの銀行とは評価・等級（昇格）・賃金等の面で、大きく異なるものに



なっています。

みんなの銀行の人事制度は今年度から本格運用を開始しました。制度が組織・人財の活躍を支える仕組みとして効果を発揮するためには、運用が何よりも重要です。「働くみんなでつくる、みんなの制度」として、社員と一緒にあってより良い制度づくり、運用を目指していきます。



福岡中央銀行との経営統合



経営統合の目的

福岡中央銀行との経営統合は、ともに福岡県を本拠地とする両社が一緒になって、地域経済の持続的成長に貢献していくことを目的としたものです。

福岡県は、中小企業数が全国で上位に位置し、特に福岡市における開業率は、大都市の中でもトップ水準にあるなど、中小企業の事業活動が活発な魅力的マーケットといえます。一方、両社を取り巻く金融環境は依然厳しく、地域は従来から人口減少・少子高齢化といった構造的課題を抱えています。これに、テクノロジーの進化や脱炭素化等を背景とした社会構造の変化、地政学リスクの高まりの影響も加わって、社会環境は目まぐるしい速さで大きく変化しています。

こうした経営環境に将来にわたり対応するため、この経営統合によって福岡中央銀行の経営基盤を一層盤石なものとし、両社の経営資源や強みを活かすことで、FFGは、地域のあらゆるお客さまの課題解決や成長のサポートを行っていきます。

経営統合後のグループ/福岡中央銀行の姿

経営統合によって、両社が培ってきたお客さまとの強固なリレーションが掛け合わせ、FFGのお客さまとのネットワークはさらに充実します。FFGは、全てのセグメントのお客さまに対して、両社の経営資源を最大限活用し、グループ全体で重層的に質の高い最良の金融サービスを提供していきます。

経営統合後の福岡中央銀行は、これまで同行が経営理念に掲げてきた「中小企業専門金融機関」としての役割をさらに進化させます。業務の効率化を推進するとともに、最適な営業体制を構築し、その中で生じたリソースは積極的に営業部門に投入します。また、FFGの金融ノウハウ・サービスや情報ネットワーク等を最大限活用することで、多様化するお客さまのニーズに従来以上にきめ細かく対応していきます。なお、経営統合後、FFG傘下の福岡銀行と福岡中央銀行は、合併は行わず、地域のお客さまのために、それぞれの強みを活かした事業展開を行っていきます。



Interview 1

福岡中央銀行 雑餉隈支店
栗原 可菜子

profile
2012年、福岡中央銀行平尾支店入行。二日市支店、博多支店を経て、現在は雑餉隈支店で総合営業を担当



お客さまの身近な相談相手でありたいです

雑餉隈支店で約90先の事業者を担当し、融資、資産運用、ビジネスマッチングなど多岐にわたるサービスのご提案を行っています。

これまで、福岡中央銀行が掲げてきた「この街でいっしょに」のキャッチフレーズや、「フェイスツーフェイス」「ハートツーハート」というスローガンを胸に業務に取り組んできました。日頃から、お客さまの会社やご自宅に積極的に足を運び、直接対話をする中で、銀行を身

近に感じてもらえるように努めています。担当者として、相談しやすい雰囲気づくりやフットワークの軽さ、お客さまのご要望に対する対応スピードを意識しています。

福岡中央銀行は福岡県内のみならず拠点を置く地域密着型の銀行です。お客さまに寄り添い、お客さまと一緒に成長できることにやりがいを感じています。

DXでお客さまとの対話の時間が増えることを期待しています

FFGとの経営統合により、福岡中央銀行のDXと、私自身の営業面でのスキルアップに期待しています。銀行アプリの導入や、デジタルを活用した事務効率化等は、お客さまとの対話の時間の増加につながります。また、私自身も、グループ間での人材交流等を通じて、FFGが持つさまざまなノウハウを吸収し、お客さまに対する課題解決能力を高めていきたいと思っています。FFGとの統合を通じて、福岡中央銀行が持つ強みをより一層強化することで、必ずお客さまのお役に立てると思っています。

Interview 2

福岡中央銀行 総合企画部
小西 一史

profile
2016年に福岡中央銀行に入行。長尾支店、鶴田支店で総合営業を担当し、2023年から総合企画部でリスク管理業務を担当



従業員の熱い思いが福岡中央銀行の魅力です

福岡中央銀行に入行後、福岡市内の営業店2店舗に勤務し、事業者さまやその従業員、ご家族のサポートを行ってきました。営業活動では、地域の皆さまに必要とされる銀行員になるため、商品ありきではなく、お客さまの課題解決に向けたご提案を心掛けてきました。

現在は、銀行全体にかかるリスクの分析・評価やALM業務を担当しています。柔軟な考え方が求められ、そんな視点もあるのかと、日々新たな気づきを得ています。銀行の経営管理に関わる重要な業務であるため、身が引き締まるとともに、やりがいを感じています。

福岡中央銀行は、お客さまとの距離の近さや、つながりを大切にする銀行です。その姿勢は従業員同士の関係性にも表れており、従業員は面倒見のいい人が多く、距離感も近いです。

営業店でも本部でも、お客さまのニーズや悩みに真摯に向き合い、その課題解決に、福岡中央銀行はどのように役に立てるのか。職務や役職に関係なく、多くの行員が熱心に議論しています。そんな同僚を見て、「みんな、福岡中央銀行が好きなんだな」と感じます。

FFGが持つ変化に対する柔軟性とスピード感に期待しています

福岡中央銀行は、将来にわたり、お客さまに選ばれ続け、身近な相談相手として、価値あるサービスを提供していきます。そのためには、今持っている良いところを残しながら、社会の変化に柔軟に対応していくことが不可欠です。経営統合によって、FFGが持つ変化への柔軟な対応力やそのスピード感を取り込むことで、これまで以上にお客さまに寄り添うことができると考えています。