

宮崎銀行にみる女性営業推進チームの取組み

女性目線を活かし サービス業を中心に 取引先の本業を支援する



宮崎 銀行で、女性行員だけの営業推進チーム「フェニックスブルー」が活躍している。これまで男性中心だった法人営業や有価証券運用などの分野で、女性

の目線・マーケット感覚を活かした活動を展開。同行の女性活躍のロールモデルとして、メンバーに寄せられる期待も大きい。

法人営業を担当するメンバーは、女性の感性をフルに活かす観点から、飲食・小売・宿泊などの

サービス業を主な推進先として活動・本業支援に注力している。

チーム発足以降、ワインの品揃えにこだわりを持つ食料品店にワインスクールの開催を提案したり、地元ホテルに朝食メニューの和洋選択サービスの実施を提案したりすることで、来店客増加・売上拡大に貢献。もちろん、融資取引の獲得にも成功している。

本レポートでは、フェニックスブルーの活動の中でも、特に法人

営業の分野にスポットを当て、日々の活動を追った。

地域経済活性化のため 女性活躍推進の施策を展開

そもそも、宮崎銀行がフェニックスブルーを設立した背景には、地域経済への危機感がある。少子高齢化・人口減少が進む中、地元マーケットは縮小を余儀なくされている。これに歯止めをかけることは宮崎銀行にとっても急務。そ

して、地域経済の活性化で鍵を握るのが、女性が活躍できる社会の実現である。

そこで同行は平成27年9月、女性活躍推進プロジェクト「ブルーウイングス」を始動。同年6月に就任した平野亘也頭取肝入りのプロジェクトであり、今年度から始まった3カ年の中期経営計画でも重要な施策と位置付けられている。中計の柱「みやぎん3本の矢」では、「地方創生」「事業性評

価」と並ぶ重点施策として、ブルーウイングスを主軸とした「女性活躍推進」が掲げられている。

ブルーウイングスは、地域への施策「北ウイング」と行内に対する施策「南ウイング」の二つに大別される(図表)。

北ウイングでは、女性向けの商品やサービスを開発・提供。これまでに、子育てに関わる資金や、働く女性が必要とする資金、女性の創業に必要な資金について、それぞれ専用のローン商品の取扱いを開始した。

もう一つの南ウイングでは、行員の産休・育休取得を促進する施

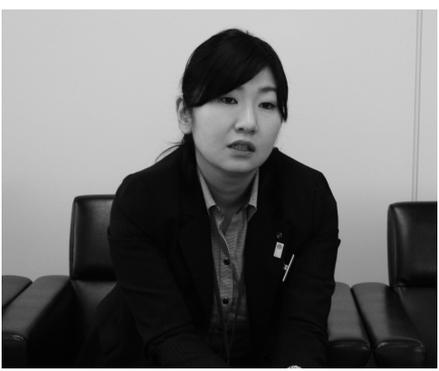


▶フェニックスブルーの法人営業担当者の皆さん

策にとどまらず、女性行員の活躍機会をより一層拡大する施策を実施する。その象徴的な取組みが、「フェニックスブルー」の発足である。

宮崎銀行では、女性行員に対して職域を制限していない。ただ、実際は女性行員の配属が窓口や預かり資産といった業務に偏る傾向が続いてきた。とりわけ法人営業は近年、若手を中心に希望する女性行員が増えているものの、現状の担当者はまだ少数にとどまるとい

う。そこで、フェニックスブルーの発足と同時に、これまで整備して



▶堀口智子・宮崎銀行地方創生部調査代理

きた産休・育休からの復職支援の充実などを円滑に利用できる組織風土の醸成に向け取組みを強化した。また法人営業を担当する女性行員を各営業店に配属するのではなく、チームとして本部に所属し活動する形をとったのも、同じ志を持つ女性同士のコミュニケーションを重視したためだ。

フェニックスブルーのメンバーは計7人。法人営業を担う営業統括部(現・地方創生部)の4人、有価証券運用を担う市場金融部の



2人、国際部の1人という構成になっている。

現場を見て利用して 顧客目線で本業支援

チームには法人営業の未経験者も所属している。そこでまず、2カ月にわたり本部で研修を受け、9月からチームとしての活動を開始。各自が個別に担当先を持たず、全員で同じ案件を協力して進めることで、法人営業の経験不足をフォローし合っている。中でも、決算書の見方など財務に関わるノウハウについては、4人の営業担当者のチーフを務め、法人融資部門で10年以上の経験を持つ堀口智子・調査役代理が牽引役を担っている。

推進の対象とするのは、経営支援が必要な先など、営業店から支援要請を受けた取引先。年に約30件を支援している。そのアプローチ方法が特徴的だ。すなわち、推進先企業の顧客(利用者)の目線から事業性を調査・分析、そのうえで経営課題を洗い出し、解決策を提案するのである。