

京都信用金庫のビジネスマッチング

京都信用金庫 理事長 増田寿幸

2014.4.14

1. 京都信用金庫のビジネスマッチングの特色

① 「ビジネスフェアのマッチング」ではなく 「通常営業活動時のマッチング」である

- ・ 常時受付するマッチングである
- ・ 売買マッチングだけでなく取扱い範囲が広い
- ・ マッチング内容は当然に詳細に知ることになる

1. 京都信用金庫のビジネスマッチングの特色

② 「本部専担部門マッチング」ではなく 「現場営業係マッチング」である

- ・ マッチングの実行者は支店現場の営業係であり専担者はいない
- ・ 扱いのプロセスで成長するのは少数の本部職員ではなく多数の現場営業職員である

1. 京都信用金庫のビジネスマッチングの特色

③ 「人手マッチング」ではなく 「ITマッチング」である

- ・社内ネットの電子掲示板を利用したマッチングである
- ・マッチング当事者以外の職員への情報提供機能を持つ

2. 中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針

このような観点から、金融機関は、資金供給者としての役割のみならず、顧客企業に対するコンサルティング機能の発揮を通じて、中小企業をはじめとする顧客企業の経営改善等に向けた取組みを最大限支援していくことも求められる。

(金融庁/Ⅱ銀行監督上の評価項目/Ⅱ-4金融仲介機能の発揮/Ⅱ-4-1基本的役割より抜粋)

3. マッチングの目的

- ① 取引先の経営支援と地域経済の活性化
- ② 取引先の実態把握
- ③ 人材の育成

4. 少し見えつつある成果

営業マンのマッチング活動量と同一期間の営業成績に明らかな正の相関関係が見られる

また、同一営業マンの時系列データで、マッチング活動と営業成績に正の相関がある