

2018年12月6日開催の会社説明会でいただいたご質問とご回答

Q 部門別損益のなかで顧客部門損益が反転し黒字化しているが、顧客部門全体の損益が与信関係費用除きよりも大きくなっているのは、どんな要因があるのか。

また、市場部門のなかで有価証券利息配当金の水準について、第3次中期経営計画の最終年度はどの程度になるか。

A 顧客部門全体の損益が与信関係費用除きよりも大きくなっているのは、与信関係費用が戻し入れの状態になっているため。

市場部門について、中計の中では売却益についてはかなり保守的に計画。有価証券運用に頼らずとも5年後（第4次中期経営計画最終年度）に安定して利益を計上できる経営体質にしていく方針で、経費削減や営業力の革新に取り組んでいる。

有価証券利息配当金は、期日償還された国内債は次の運用利回りはゼロとし、外債は現状のレートで計画。有価証券利息配当金の通期の実績は2018年3月期127億円、今期2019年3月期の計画は99億円。今期は中間期で51億円の実績だが、内外債券の残高減少を背景に利息収入の減少を見込む。さらに、投信の状況なども総合的に見たうえで、現時点で、来期、第3次中期経営計画最終年度は96億円を計画。2、3年前は有価証券利息配当金が高いパフォーマンスとなっていたが、金融環境が大きく変化し、現在のマーケットの状況を勘案した計画としている。

Q 以前の報道で、みずほ銀行が東北での営業活動を縮小し地元の地銀に取引先を紹介するようなことがいわれていたが、荘内銀行や北都銀行にも何か動きがあったか。

A みずほ銀行の取引先を両行に移すような動きは、現状では全く無い。

みずほ銀行からは、信託などソリューションの品揃えを充実させる一環として何か手伝えることはないか、お互いWin-Winの関係を気づけないかというご提案をもらっている。

Q 第3次中期経営計画の説明資料の9ページで、事業性評価に基づく融資先数やM&A、事業承継支援先数が大きく伸びている。コンサルティング営業への転換や一本化戦略のなかで、人材教育や女性の活用など、両行はどういうところが変わって先数の伸びにつながっているのか。

A 中計の最初の一年は、どうやってマイナス金利の中で成長を実現するか、どんな営

業改革や体制改革を進めていくのかを両行と議論して、大きな改革路線に踏み出した。その中で、営業企画を一本化したことにより、人員の効率化とともに両行の営業ノウハウの共有が進んだ。また、法人個人一体の営業に取り組むため、預かり資産の女性の営業担当に財務や法人営業、マル保の勉強をさせている。もともと両行は女性支店長の比率が高い。法人営業の面でも女性の活用を進めるように人材教育に取り組んでいる。研修制度も、両行それぞれだったものを一つの体系とし、財務の基礎、ソリューション営業、事業承継・M&Aなどを学ばせている。

Q 地銀全体では貸出金が伸びている中で、貸出金が前年同期比減少している。地元の資金需要が弱くなっているのか。

A 金利競争に陥らないよう採算面や収益性を勘案した対応、またリスクアセットコントロールに取り組んでいるが、地元向けの貸出金はしっかり伸ばしていきたい。事業性貸出については、第3次中期経営計画の説明資料の9ページにある通り、山形県、秋田県ともに増加傾向にある。他の地域に比べて特別に大きな需要があるという状況ではないが、お取引先のニーズに対応する中でしっかり需資を取り込んでいきたい。

Q 第3次中期経営計画の説明資料の8ページ、3つにセグメント分けしたそれぞれの顧客について、収益性についてはどう考えているか。

A 3つにセグメント分けしたそれぞれのセクターの収益性についての分析は、これからの課題となっている。コンサルティング営業先は、しっかり時間をかけて対応するため簡単には収益を享受しにくいのが、将来を見据えて地域企業との接点を拡大するために重視している。積極的に訪問しているターゲット先も同様だ。法個一体の営業体制、人材育成を推進し、オーナー層や富裕層のニーズにしっかり寄り添う対応を強化している。

Q グループ会社の活用や、他社、他行との連携についての考えは。

A お客さまに高度なソリューションを提案するために、グループ会社であるフィデア総研、フィデアカード、フィデアキャピタル、フィデア情報システムズなどのシナジーを追求していく。

また、10月にフィデアリースを子会社化した。秋田県にも営業を拡大し、グループとしてのソリューション提供力を高めていく。

自前で出来ないものは連携先との協働のなかで作っていく。第3次中期経営計画の説

明資料の17ページでふれているが、婚活、事業承継、中国向けEコマース、フィンテックなど、新しい分野についてもしっかり対応している。

Q 貸出金について、採算面も勘案した対応ということだが、人口減少や高齢化が進む営業地域の中で、個人の顧客基盤を確立するための住宅ローンの取り込みについて、どう考えているか。

A 住宅ローンについては、これまでは山形、秋田のほか、仙台や東京でも積極的に対応してきた。採算重視とはいっても、両行の営業基盤である山形や秋田では積極的に対応中。東京や仙台での金利競争は回避したい。

以上