

## 「コミュニティ・バンク」がめざす経営姿勢

1. 時代の潮流変化を先取りする
2. 顧客志向の経営姿勢を追求する
3. リレーションシップ・インパクトを実践する
4. 顧客との信頼関係構築のために、モチベーションの高い職場風土をめざす  
(ノルマ廃止・おせっかいバンカー)
5. みんなで寄ってたかってソーシャルな地域をめざす

## 「おせっかい」とは？

良い意味で捉えると・・・

人に頼まれてもいないのに世話をする、人情深い、  
思いやりがある、人の喜ぶ顔が見たい、気を利かせる、世話好き

||

**相手のために行動する**

職員全員の心がお客様の方を向くためには

**これまでの社内の常識、従来の概念をひっくり返さないといけない**

おせっかいを焼く（ゴールはお客様・お客様志向）

（お客様の役に立ちたい、喜んでもらいたい、事業を発展させたい）

---

ノルマ・業績・KPI（内向的・会社志向）

## 私が考える“良い会社”

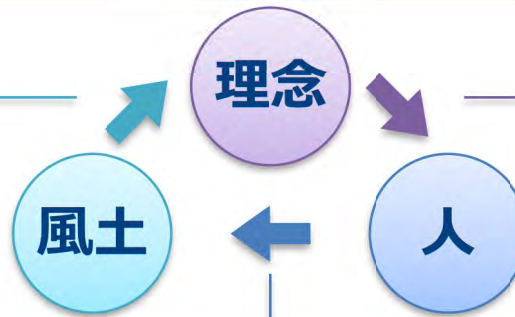
**理念** 企業がめざす経営ビジョンやミッションが明確である。

**風土** 職員同士がお互いを尊重し、明るい職場の雰囲気や皆で醸成する。

**人** 職員一人ひとりが高い使命感を持って働いている。

「理念・風土・人」のトライアングル

優れた「**風土**」は、  
しっかりした「**理念**」  
から醸成される



「**理念**」を活かすには、  
志高い「**人**」が必要

「**人**」の能力を活かすためには、自由で自走できる「**風土**」が必要

「**しっかりした理念**」「**優れた風土**」「**志高い職員**」の3要素が  
「**良い会社**」につながる

“良い会社”をつくるためのキーワード

# 対話型経営

II

2000人の職員との対話を通じて  
「職場のあるべき姿」を考える

## 対話型経営を実践するためのポイント

スピード感

近い距離感

# 毎朝の経営戦略会議



## 対話型経営を実践するためのポイント

スピード感

近い距離感



# 職員との対話『2000人のダイアログ』 —オープンで話しやすい環境の金融機関を目指す！—



第1回

2018年7～9月 全21会場



第2回

2019年8～9月 全22会場



第3回

2019年1～2月 全12会場



第4回

2019年12月 全14会場



第5回

2019年12月 全147会場

## コミュニケーション

「ゆたかなコミュニケーション室」設置  
上司から先に笑顔で挨拶！（あいさつ運動）  
顔写真入り名刺  
役員との交流イベント  
職員ポータルサイト開設  
京信FES（京信若葉会運営）  
「さん」付け呼び



## 人づくり



### 金融のプロを目指す

マイスター制度  
社内公募制度の拡充  
グループ内自由異動制度  
他流試合サポート制度

### 人間の幅を広げる

青年重役会制度  
ヤングアドベンチャー  
異業種交流会  
(Around 30 CO-LABセミナー)

## 働き方

カジュアルフライデー（私服デー）  
バースデー休暇（特別休暇）  
窓口休業時間（一斉昼休み）  
職場の参観日（特別休暇）  
早帰り奨励手当の支給  
シャワールームの設置



## 「コミュニティ・バンク」がめざす経営姿勢

1. 時代の潮流変化を先取りする
2. 顧客志向の経営姿勢を追求する
3. リレーションシップ・インパクトを実践する
4. 顧客との信頼関係構築のために、モチベーションの高い職場風土をめざす  
(ノルマ廃止・おせっかいバンカー)
5. みんなで寄ってたかってソーシャルな地域をめざす

## 京都信用金庫は社会課題の解決に 取り組む企業を応援します



ソーシャル企業認証制度 S 認証  
Social and Sustainable business standard

※これより先は一般社団法人ソーシャル企業認証機構のホームページへリンクします。  
リンク先の情報につきましては、ご利用者自身の責任の上でご利用ください。



### 世のため人のためを考える

ソーシャル企業認証制度は、京都信用金庫（本店 京都府京都市）、京都北都信用金庫（本店 京都府宮津市）、湖東信用金庫（本店 滋賀県東近江市）、龍谷大学ユヌスソーシャルビジネスリサーチセンターの間で締結された協定のもと、社会課題の解決やESG経営を目指す企業に対し、経営方針や事業内容、社会的インパクトなどを基準に、評価・認証を行う制度です。

### 評価・認証結果について

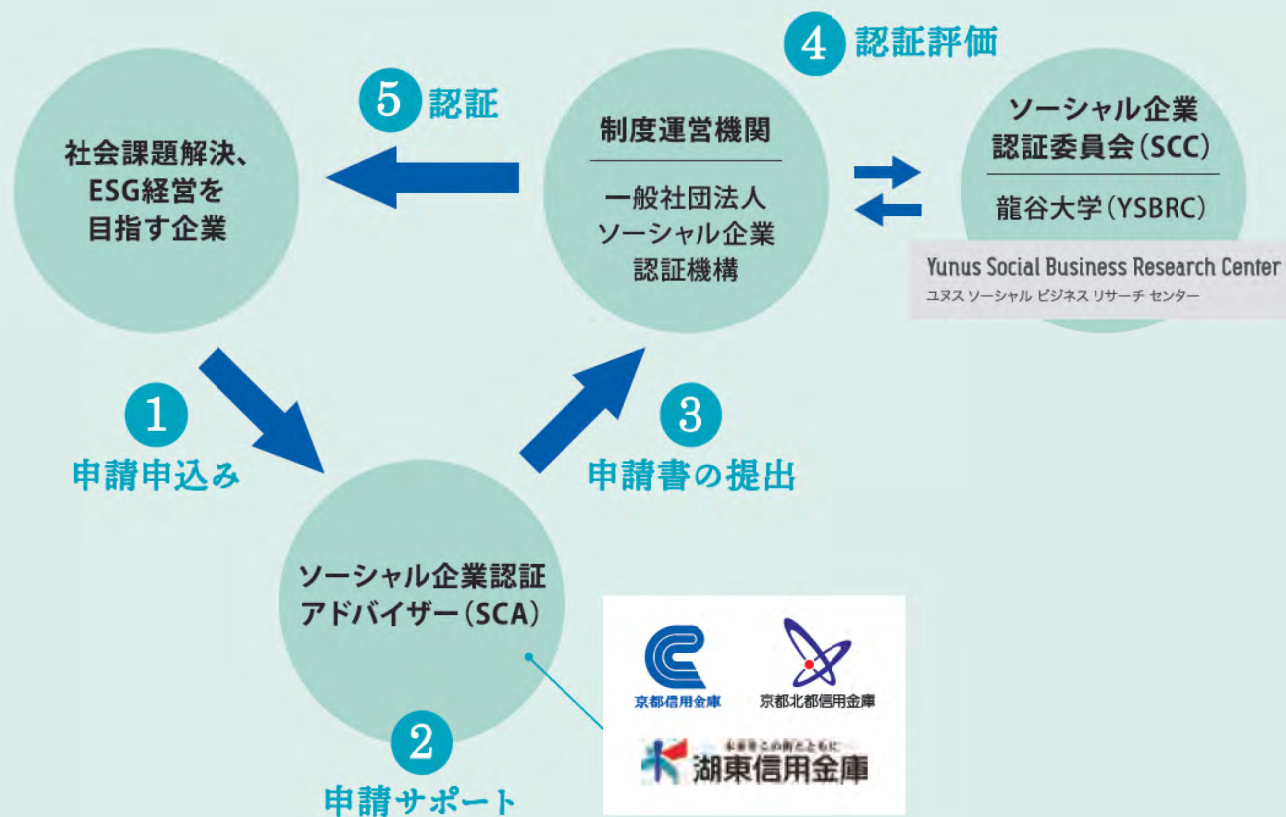
「経営方針」「世のため人のために取り組むこと」「地域社会や地域の人々に与える影響」など、企業理念や企業活動、企業活動の成果、社会的に影響を与えた内容等に基づいて評価を行います。評価・認証結果は、金融機関が行う企業の格付けや融資など企業と金融機関の個別案件に反映することを想定しているほか、ソーシャル認定企業の公表やソーシャル認定企業のコミュニティ形成などへの活用も視野に入れていきます。

### 認証の効果

認証を受けることで、以下の効果が見込まれます。

- 1 企業の社会的信用度やイメージの向上
- 2 それに伴う資金調達や業績などへのプラスの効果
- 3 共感者の増加や新たな購買層の獲得による売上の増加
- 4 学生の就職活動における新たな企業選定の基準に
- 5 働きがいや生きがいを感じる企業風土の確立
- 6 認証企業向けのイベント・コミュニティへの参加
- 7 社会課題に取り組む地域企業の成長を支えることで地域経済の持続的成長に繋がる企業・消費者のエコシステム構築を目指します。

## ソーシャル企業認証制度 申請フロー



## 「コミュニティ・バンク」がめざす経営姿勢

1. 時代の潮流変化を先取りする
2. 顧客志向の経営姿勢を追求する
3. リレーションシップ・インパクトを実践する
4. 顧客との信頼関係構築のために、モチベーションの高い職場風土をめざす  
(ノルマ廃止・おせっかいバンカー)
5. みんなで寄ってたかってソーシャルな地域をめざす

## ゆたかなコミュニティを形成するための5か条

- 1 場づくり** 多様なバックグラウンドを持つ人々が集う交流の場(Commons)をつくる。
- 2 寄ってたかって** オープンな環境のもと、集まった人が皆で(寄ってたかって)課題解決に取り組む。
- 3 お節介を焼く** お節介を焼く人(Community Manager)がいて、はじめてAさんとBさんがつながる。
- 4 先駆者の真似をする** 自分で何もかもできなくていい。いいところは真似をしてでも取り入れる柔軟な姿勢を持つ。
- 5 他流試合** 自分とは異なるフィールドに飛び込み価値観の異なる人と出会うことで「新たな気付きや学び」が生まれる。

**T**hank **Y**ou!

