

横浜銀行の「バリュウアップ」戦略

青い鳥は自分の家にとまっていた

銀行のレベルアップで顧客の価値を高める

インタビュー

横浜銀行頭取

平澤 貞昭

行章の三隻の船は、取引先・株主・行員の三者が重なってつながっている。これが「バリュウアップ」の原点だ、ということに気がついた。いわば、地元に戻帰してみたら、自分の家に青い鳥が止まっていたというわけだ。これから考えなければならぬことはまだまだ山ほどある。

財務・人材のバリュウアップ

横浜銀行はトップの強力なリーダーシップによるドラステックな経費削減と業務のリストラクチャリングを進めた結

果、急速な業績の改善を実現している。次のステップとして、昨年度から新中期経営計画「バリュウアップ」をスタートさせているが、その背景にある頭取の考え方をうかがいたい

これまでのところは、経営サ

イドが決めればできたことが多い。

たとえば海外からの撤退も行内の一部に反対があったにしてもなんとか実行できた。株の持ち合い解消も八〇〇億円を二〇〇億円まで四分の一に減らし

てきた。支店の営業担当者などからは懸念の声もあったが、なんとか皆で努力してやってきた。また、不良債権も比較的早い段階で処理することができた。行員数も七 名から三五〇〇名まで縮小し、本部人員

横浜銀行は七年前、海外からの撤退、地元回帰、中小企業取引とリテールバンキングへの集中、そして徹底したリストラへ大きく舵を切った。その選択と集中の成果をふまえてつづいて四年のいま、銀行・顧客・株主、三者互恵の「バリュウアップ」を掲げ、「新生横浜銀行」へ大きく変身しつつある。

