

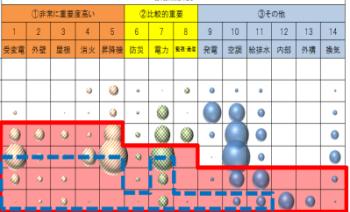
横浜銀行におけるFMの実践

5. 財務的側面からの経営貢献

物件の特性を加味し整備計画を策定、さらにOHRの改善に寄与するためコストコントロールを実現
 営業店舗：各設備に優先順位、重要度を3段階で設定。加えて劣化状況を考慮し、「選択と集中」投資を実現
 大型物件：部位・設備単位でリスク分析、工事手法や時期を見直し「コスト平準化」を実現

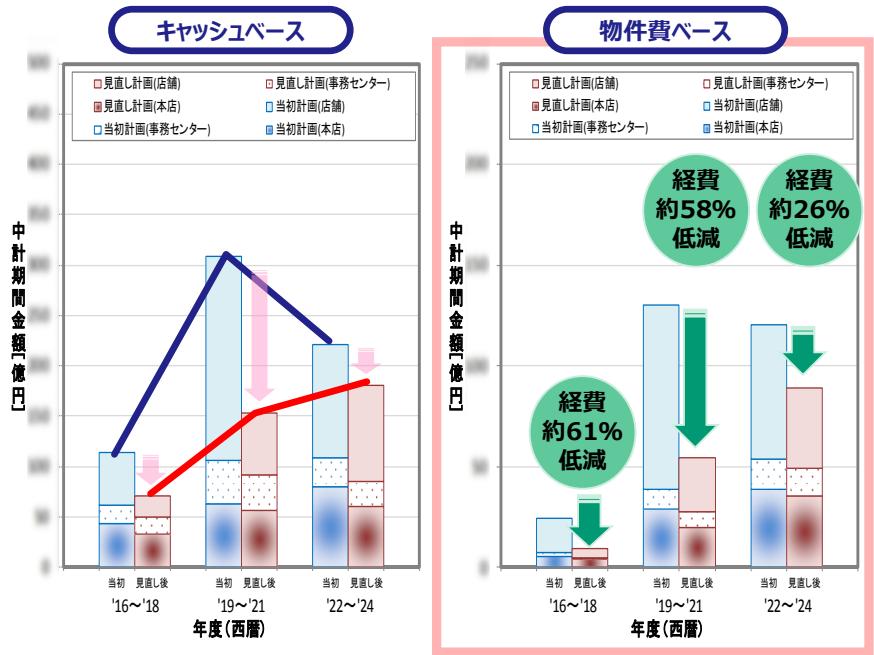
※OHR: 経費率 (Over Head Ratio) は、経費の粗利益に対する比率を表し、銀行の業務の効率性を示す指標の一つ

ランクA ランクB ランクC



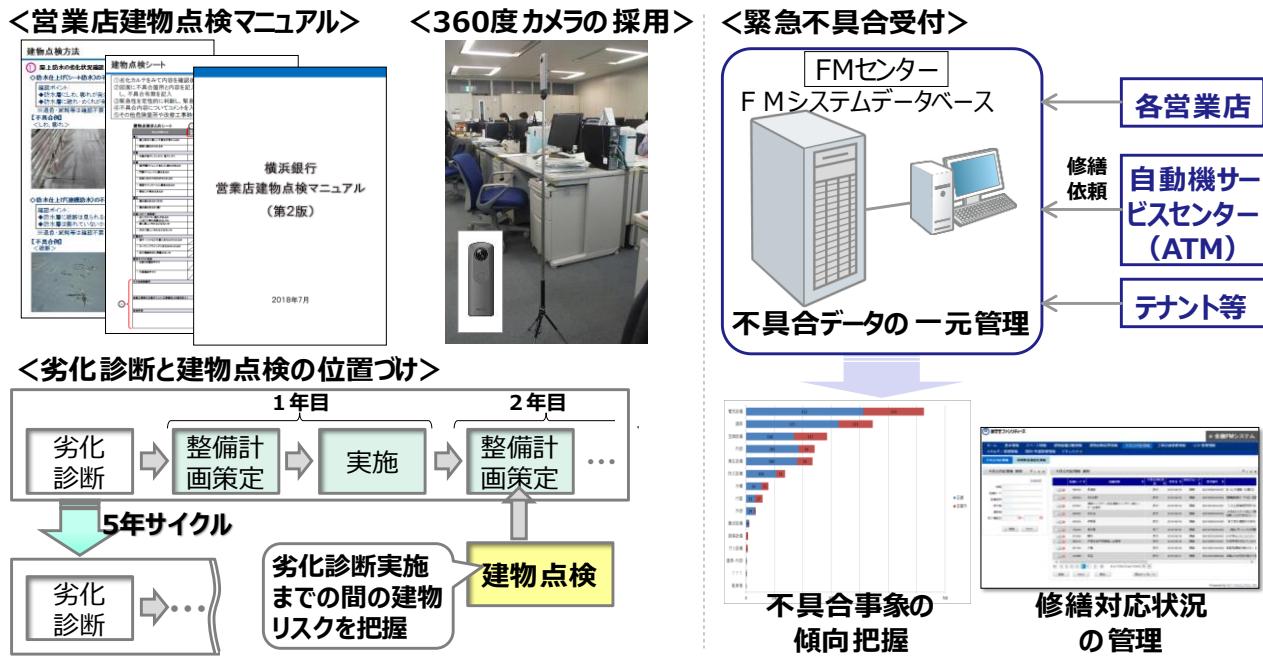
店舗ごとに工事金額を検証
 調整・確認
 大型物件の工事金額を検証

| 店舗 | 設備 | 16~18 | 19~21 | 22~24 |
|-----|-----|-------|-------|-------|
| 店舗A | 空調 | 100 | 100 | 100 |
| | 電力 | 100 | 100 | 100 |
| | 換気 | 100 | 100 | 100 |
| | 消火 | 100 | 100 | 100 |
| | 昇降機 | 100 | 100 | 100 |
| | 防災 | 100 | 100 | 100 |
| | 給排水 | 100 | 100 | 100 |
| | 内部 | 100 | 100 | 100 |
| | 外構 | 100 | 100 | 100 |
| | 受変電 | 100 | 100 | 100 |



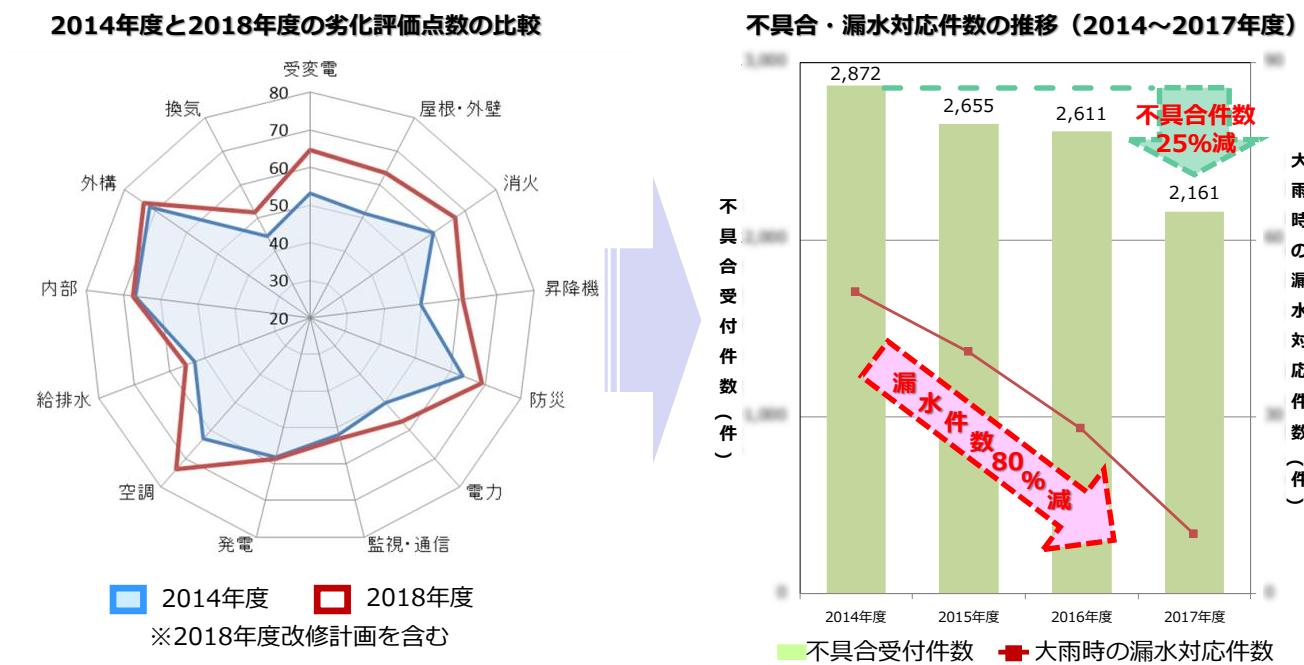
6. 建物点検による建物リスクの早期把握

・建物の劣化診断は5年サイクルで専門業者により実施。その間の劣化進行を把握するツールとして、**建物点検マニュアル**を策定し、FMセンターの人員が**定期に建物点検を実施**
 ・緊急修繕はFMシステムで受付を行い、**不具合データを一元管理、傾向把握や進捗把握に活用**



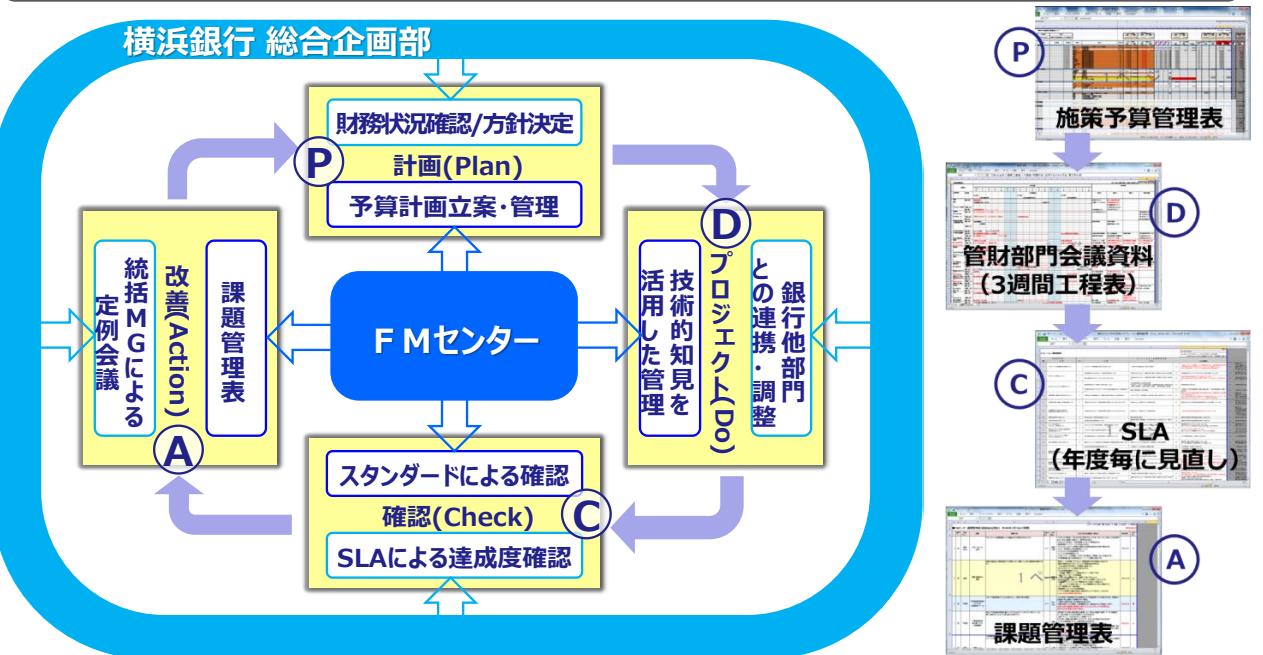
7. 中長期整備計画の実施による建物性能の向上

・中長期整備計画に基づく大規模改修の実施により、各部位・設備ともに建物劣化評価点は大幅に改善
 特に、受変電設備、屋上・外壁、昇降設備、空調設備に関しては、2014年度比で**10ポイント以上改善**
 ・評価点の上昇に伴い、不具合件数は減少。特に大雨時等の外壁の漏水については、FM導入前に比べ大幅に減少



8. FMサイクルの実践

P (Plan) : 統括MGが管財業務全般の施策・予算の計画立案し管理する
 D (Do) : 建築G、動産G、不動産Gが計画に基づきプロジェクトや工事を着実に実施
 C (Check) : 管財Gが、SLA等で適宜チェック
 A (Action) : 管財Gや統括MG担当が定例会議で改善に向けたアクションプランを検証



横浜銀行におけるFMの実践

9. ESG経営に向けた取り組み

- ・本店ビルでは脱炭素化をすすめるための取り組みを設備の老朽化対応に合わせて改修をエコ仕様とし、運用手法をチューニングすることで、**ビルの脱炭素化を実施**
- ・2017年9月には国内金融機関では初めて**LEED-EBOMを認証取得**
- ・空調更改やLED導入等により省エネについて積極的に取り組んできた成果として、「関東地区電気使用合理化委員会 優秀賞」の受賞（2018年2月）

ESG経営に向けた取り組み～脱炭素化社会の形成に向けて～

| | | |
|---|--|---|
| 大型ファシリティFM PJ期間:2013年～ ◇ 中長期整備計画策定(設備投資の最適化) ◇ 老朽化機器更新時省エネ機器に更新 | LEED認証 PJ期間:2014～2017年 ◇ 基準・体制づくり ◇ 現状把握・課題認識と対応 | 運用改善 PJ期間:2017～2018年 ◇ 室温傾向分析 ◇ 適時適切な温度管理 |
| ハード面の改善 | ハード面の改善 | ソフト面の改善 |
| ☆ エネルギー削減(電気:5%) ※ 関東地区電気使用合理化委員会「優秀賞」を受賞 | ☆ ESG経営発信 ☆ 体制構築 ☆ トイレ水使用量削減(約20%削減) | ☆ エネルギー削減(電気:5%) (冷水:10%) (蒸気:14%) |

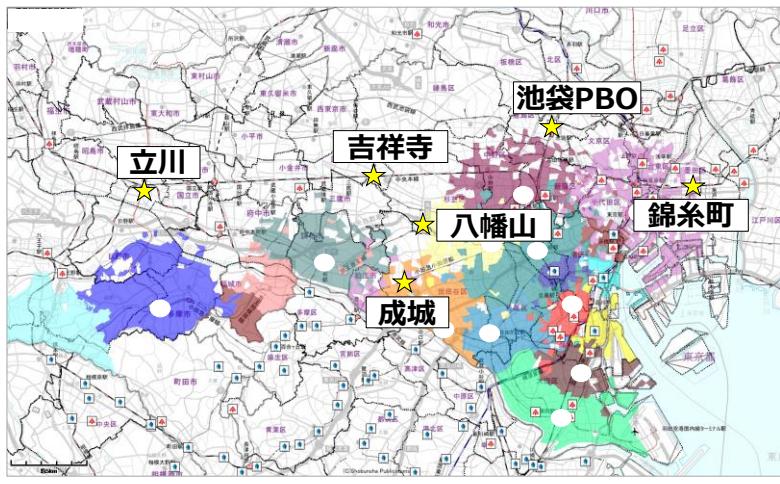
達成したこと

- ◇ 健康経営の最重要項目(KPI)の一つである炭素排出の削減手法とプロセスを可視化した
- ◇ 削減した費用を、次の投資に回す原資とできた
- ◇ オフィス環境向上により優秀な人材を確保することができる環境を構築



10. 東日本銀行との経営統合に伴う統合店舗の出店

- ・2016年4月に東日本銀行と経営統合し、約2年間で新たなコンセプトによる営業拠点を6拠点出店
- ・PBO(プライベートバンクオフィス)として、窓口をおかない営業拠点を設けるなど、市場規模や地域特性に合わせ、出店形態を戦略的に選択



PBO(プライベートバンクオフィス)
 訪問活動による個人のお客さまへの相談・提案などのために事務処理等をおこなう拠点。

【池袋PBO】
2017.10 OPEN



11. 地域活性化につながる店舗づくり

- ・箱根エリアではインバウンドの増加が予想され、新店舗では店内ATMコーナーに箱根湯本駅周辺の観光名所を多言語で案内する「箱根ガイドマップ」を設置するほか、外国人のお客さまへご案内がスムーズにできるように音声翻訳や観光案内のアプリが利用できるタブレットを設置
- ・店舗も外観を箱根町の伝統工芸品である寄木細工風にし、小田原提灯を飾るなど観光色を前面に打ち出したデザインとしている



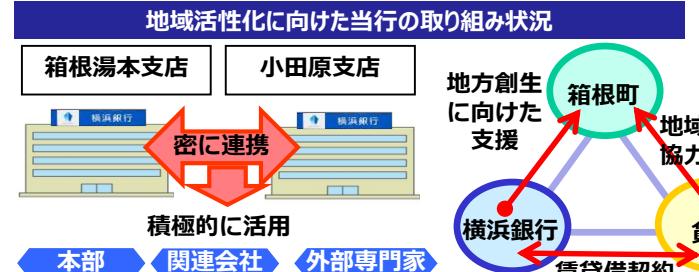
箱根湯本支店(外観写真) 竣工:2017年3月

箱根湯本支店を取り巻く環境

| | | | |
|------|------------|------------|--------|
| 外部環境 | ✗人口減少 | ✗高齢化 | ○観光客増加 |
| 内部要因 | ✗個人取引 縮小傾向 | ○法人貸出 増加傾向 | |

地域活性化の取り組み 県西地域活性化プロジェクトの始動、JTB提携協定締結など

箱根湯本支店の役割
 行政や企業、住民や各団体などと協力し、問題解決型営業への取り組みを通じて地域社会の維持・発展に貢献する



12. お客さまのご意見に対する対応

- ・お客さまからのご意見を本部に集約。ファシリティに関するご意見や要望に関しては、FMセンターにて実現可否、営業への影響等から優先順位を設け、お客さまの要望に対して着実に対応
- ・お客さまからのご意見に対する**対応済件数(2015.10～2018.3):72件 + お褒めの言葉:19件**

■お客さまご意見メモの項目別集計結果

| | |
|----------------------|-------------------------|
| ①内装、備品 : 128件(約29%) | ③サイン関連 : 60件(約13%) |
| ②駐車場、駐輪場 : 95件(約21%) | ④ユニバーサルデザイン : 54件(約12%) |

4つの事項の具体的内容

| 4つの事項 | 主な内容 |
|------------|--|
| 内装・備品類 | 椅子・ソファの変更、清掃等(30件)、カウンター・ATM周りに荷物置き場の設置(20件)等 |
| 駐車場・駐輪場 | 駐車場・駐輪場の確保(60件)、違法駐車・駐輪の取り締まり(6件)、駐車場の距離(4件)等 |
| サイン | 駐車場・駐輪場の案内図、店舗の窓口、窓口案内時間、駐車場の利用可能時間などを含めた案内図の作成等 |
| ユニバーサルデザイン | エレベータの設置(14件)、キッズスペースの確保(5件)、トイレの多機能化(5件)、段差の解消(4件)等 |

