

# 新中期経営計画 「Customer Centric 2017」 ～顧客本位のビジネスモデルの実現～

計画期間：平成29年4月から平成32年3月までの3年間

当行はこれまで中期経営計画「Shared Value 2015」において、ITを活用したビジネス情報集約化やBPR推進、成長分野向け事業性取引の拡大やカード発行・加盟店業務を開始するなど、一定の成果を挙げることができました。その一方で、中期経営計画「Shared Value 2015」策定時には想定していなかった日本銀行の「マイナス金利政策」による経営環境の大きな変化に加え、「金融仲介機能のベンチマーク導入」や「FinTechの進展」、「労働市場の逼迫」等、新たな課題も浮上してきました。これらの課題解決に向け、中期経営計画「Shared Value 2015」を計画期間の1年を残して見直し、当行は平成29年度から新たな中期経営計画「Customer Centric 2017」をスタートさせました。新中期経営計画では、真にお客様にとって必要とされる商品、サービスを提供する「顧客本位のビジネスモデルの実現」を経営目標に掲げ、新しいビジネスモデルを構築します。

## 課題に対する新中計の考え方

環境の変化をチャンスと捉え、当行の課題解決を図るビジネスモデルを構築する。

経営課題

### 課題Ⅰ 収益力の低下

従来型の業務展開では収益確保が見通せない

### 課題Ⅱ 自己資本比率の低下

利ざや縮小をボリューム増で補う業務推進は持続困難

経営環境

### マイナス金利の継続

市場金利に影響されない収益源が必要

### ベンチマークの導入

取引先のニーズ・課題対応力が金融機関選択の指標に

### FinTechの進展

リアル店舗の強みとFinTechを融合した顧客利便性向上策が必要

### 労働市場の逼迫

取引先の労働生産性向上をサポートするとともに当行も抜本的な業務効率化が必要

目指すべき  
戦略の  
方向性

価格競争によらず、お客様本位の業務運営により収益を獲得する生産性・持続可能性の高い戦略が求められる！

## 経営目標

# 顧客本位のビジネスモデルの実現

## 計数目標

※計画値は平成31年度の想定

連結当期純利益  
50億円以上

連結自己資本比率  
8%台

貸出金平残  
1兆6,000億円

預金等平残  
2兆1,600億円

※預金+譲渡性預金

## 新中期経営計画

収益獲得に向けた活動を  
お客様中心に見直し、  
ビジネスモデルの持続可能性を高める

# Customer Centric 2017

### 法人ビジネス戦略

お客様の課題解決を本業とする持続可能なビジネスモデルの構築

### 個人ビジネス戦略

新たなターゲット層にお客様本位のアプローチを展開

### チャンネル・マーケティング改革

お客様一人ひとりが主役になる One to One マーケティングの実現

### 営業店現場改革

お客様に全力で向き合う自律的な営業店態勢の構築

### 人材育成改革

お客様の心に届く多様な価値を提供できる人材の創出