

■ 中期経営計画

■ 中期経営計画「Customer Centric 2017」

平成29年4月より、3年(平成29年4月～平成32年3月)を計画期間とする新中期経営計画「Customer Centric 2017」に取り組んでいます。

初年度となった平成29年度は、「顧客本位の収益モデルの構築」を目標に、顧客基盤拡大、非金利収入増強を図りながら、業務効率化および人事制度改革を積極的に推し進め、体制構築に重点的に取り組んでまいりました。



29年度経営目標：顧客本位の収益モデルの構築

Customer Centric 2017

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

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

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。

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！