

計画名称

プラス^{アルファ}計画 ～ 感謝を笑顔に、笑顔から信頼へ ～

計画期間

2012年4月 ～ 2015年3月（3ヵ年）

経営ビジョン

（目指す姿）

「親しみやすさ」のバージョンアップ、「相談したい銀行」地域 No.1

〔計画の基本的な考え方〕

当行はこれまで、第8次中期経営計画「BESTバランス・プラン」（2009年4月～2012年3月）において、お客さま・地域・株主・市場・従業員など、当行のステークホルダーそれぞれに対しバランスのとれた満足の提供に努めてまいりました。

この間を顧みますと、厳しい経営環境下ではありましたが、預貸金は増加し、業容を着実に拡大させてきたほか、2011年2月には長年の悲願であった東京証券取引所市場第一部への復帰を果たすなど、一定の成果をあげることができたと考えております。

当行を取り巻く環境を展望しますと、地域経済は緩やかな持ち直しを続けているものの実感に乏しく、経営環境の大きな好転は見込みにくい状況にあります。また、少子高齢化社会の進展、さらには企業の海外進出の加速など、社会構造や産業構造の変化による地域経済の縮小が懸念され、経営環境は一段と厳しさを増すことが予想されます。

このような環境下においては、地域金融機関の果たすべき役割である地域社会・経済の活性化に向け積極的に貢献していくことが重要であり、そのためには、当行自身が安定した経営を持続しながら成長・発展を遂げていかなければならないと考えております。

今後の進むべき方向性として第9次中期経営計画「プラス α 計画」では、円滑な資金供給や付加価値をプラスした金融サービスの提供を通じて地域社会・経済の活性化に尽力していくとともに、経営環境の変化に対しても十分に耐えうる効率的かつ強靱な経営体質を築き上げてまいります。特に、「収益力の強化」と「営業基盤の強化」をコア戦略とし、一段上、すなわちプラス α の成長を遂げることで、大競争時代を勝ち抜くための力を身に付けてまいります。

こうした取組みとあわせ、人材育成の強化を戦略のベースとして位置付け、当行の特徴である「親しみやすさ」にコンサルティング能力や高い業務知識といった付加価値をプラスすることで質を高め、お客さまより真っ先にご相談いただける銀行を目指してまいります。

今後とも地域の皆さまとの絆を大切にしながら、地域社会・経済の活性化に向け、役職員一同全力をあげて取り組んでまいります。

基本戦略

第9次中期経営計画「プラスα計画」では、基本的な考え方に基づき基本戦略に①地域社会・経済の活性化、②経営体質の強化、の2つのテーマを設け、二軸での推進を図ってまいります。

テーマ①

地域社会・経済の活性化

地域金融機関である当行の成長・発展は、地域社会・経済の活性化なくしてはあり得ず、地域振興への貢献は当行の重要な使命であります。

円滑な資金供給やコンサルティング機能の発揮等の地域密着型金融の取組みを通じ、地域社会・経済の活性化に向け積極的に貢献していくとともに、お客さまのニーズを的確に把握し、適時適切な金融サービスを提案・提供していくことで、お客さま満足度の向上に努めてまいります。

基本戦略Ⅰ

地域振興への積極的な貢献

お取引先や地域の方々より当行に求められる期待や要求に対し積極的に対応し、地域社会・経済の活性化に貢献してまいります。

特に、地域密着型金融の推進を当行のビジネスモデルとして明確に位置付け、これまでの取組みをより深化させてまいります。

基本戦略Ⅱ

顧客満足度の向上

これまで推し進めてきた高齢者にやさしい銀行づくりに継続的に取り組むほか、商品ラインアップの充実、付加価値の高い金融サービスの提案・提供を通じ、お客さま満足度の向上に努めてまいります。

テーマ②

経営体質の強化

地域マーケットの縮小が懸念されるなか、当行の特徴である「営業力」にさらに磨きをかけ、収益力、健全性、営業基盤の強化・向上に取り組むことで、経営環境の変化に対しても十分に耐えうる効率的かつ強靱な経営体質を構築してまいります。

基本戦略Ⅲ

収益力の強化

収益源の多様化に向け、預り資産販売体制や有価証券運用態勢を強化いたします。また、貸出金のボリューム増加、信用コストを勘案した適正な利ざやの確保に取り組むほか、重要性（優先順位）を意識したメリハリのあるコスト・コントロールに努めることで、収益力を強化してまいります。

基本戦略Ⅳ

健全性の向上

お取引先に対するきめ細かい営業活動を通じて経営課題等のご相談に真摯に対応し、経営改善計画の策定支援などお取引先の業況改善・業容拡大に向けた取組みを強化することで、資産の健全化を図ってまいります。

基本戦略Ⅴ

営業基盤の強化

若年層のお客さまより当行を選んでいただくため、インターネットバンキングなど非対面営業チャネルを強化し利便性の向上を図るほか、魅力ある専用商品を拡充してまいります。また、効果的な広告手法の研究を進めるなど、広告戦略を確立することでPR力を高め、当行のプレゼンス（存在感）の向上を目指してまいります。

基本戦略Ⅵ

営業力の強化 ～次期システムのメリット活用～

ジャンルごと（融資対応や資産運用相談など）の教育プログラムの再構築やOJTの充実を通じて営業能力の向上を図るほか、次期システムへの移行を見据えた事務改革や非効率業務の見直しなどにより業務効率化を促進することで営業力を強化してまいります。

戦略のベース

人材育成の強化

あらゆる戦略のベースとなるのは人材育成であります。継続して人材育成に取り組むとともに、「親しみやすさのバージョンアップ」を目指し、より効果的な育成法を追求・実践してまいります。

また、お客さまに安心して当行を選んでいただくため、コンプライアンス態勢、顧客保護等管理態勢を引続き強化してまいります。

計数目標

| 目標項目 | 最終年度（2014年度）目標値 |
|--------------------|-----------------|
| コア業務純益ROA | 0.41% |
| 経常利益 | 30億円 |
| Tier I比率（バーゼル2ベース） | 10% |

行動指針

3S+S（スリーエス プラス エス）

[「敏感に」(Sensibility)・「迅速に」(Speed)・「熱心に」(Spirit) + 「笑顔」(Smile)]

前中期経営計画の行動指針である^{スリーエス}3S（「敏感に」(Sensibility)「迅速に」(Speed)「熱心に」(Spirit)）に、親しみやすさの基本としてもう一つのS「笑顔」(Smile)をプラスいたしました。

お客さまへの感謝の気持ちを忘れず、笑顔でお客さまお一人おひとりに接していくことで、お客さまからも笑顔になっていただき、心の通い合う強い信頼関係を築き上げてまいります。

第9次中期経営計画 プラスα計画

第9次中計のシンボルマーク
「ツインスマイル」



～ 感謝を笑顔に、笑顔から信頼へ ～

〔 2012年4月 ～ 2015年3月 〕

| | | | |
|------|----------------|-----------------------------------|-------|
| 目指す姿 | 経営ビジョン | 「親しみやすさ」のバージョンアップ、「相談したい銀行」地域No.1 | |
| | 計数目標 (最終年度) | コア業務純益ROA | 0.41% |
| | | 経常利益 | 30 億円 |
| | | Tier I 比率(バーゼル2ベース) | 10% |

行動指針

3S+S (スリーエス プラス エス)
[「敏感に」(Sensibility)・「迅速に」(Speed)・「熱心に」(Spirit) + 「笑顔」(Smile)]

基本戦略

テーマ①

地域社会・経済の活性化

基本戦略 I

地域振興への積極的な貢献

基本戦略 II

顧客満足度の向上

テーマ②

経営体質の強化

基本戦略 III

収益力の強化

基本戦略 IV

健全性の向上

基本戦略 V

営業基盤の強化

基本戦略 VI

営業力の強化
～次期システムのメリット活用～

戦略のベース

人材育成の強化