

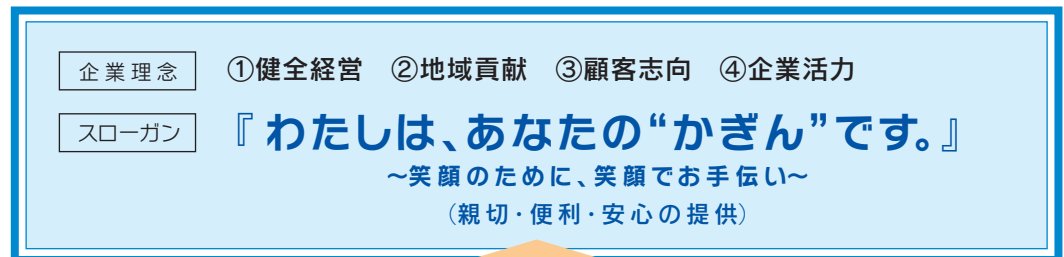
# 第4次経営戦略計画(略称:第4次マスタープラン)

## ▶ 計画のねらい

### 「効率化・基礎固めの2年、飛躍の3年目」

当初2年間は、地元の成長分野を中心に、これまで行ってきた地域密着型金融をさらに強化します。あわせて、将来に向けた効率化・基礎固め、人材育成を推進します。そうすることで、3年目の飛躍を目指します。

## ▶ 計画の体系(平成21年4月～平成24年3月)



## 第4次マスタープラン

### 基本方針 当行の存在意義を確立する“S”の追求

〈お客様〉 Satisfaction(満足) Speed(迅速)

〈地域〉 Economies Of Scope(地域経済活性化)

〈株主〉 Soundness(健全) Sustainability(持続性)

〈従業員〉 Smile(笑顔)

### 第4次マスタープランの“3つの柱”

営業基盤強化

経営効率化

人材育成強化

法人部門戦略

個人部門戦略

業務部門戦略

市場部門戦略

企業力の強化

## ▶ チャレンジ目標 (平成24年3月期)

### 〈利益目標〉

業務粗利益	580億円以上(566億円)
コア業務純益	170億円以上(181億円)
当期純利益	90億円以上(68億円)

### 〈経営指標目標〉

OHR	70.0%未満(67.93%)
Tier1 ROE※	4.2%以上(3.31%)
自己資本比率	13.5%以上(13.76%)
Tier1 比率	12.5%以上(12.51%)

※Tier1 ROE=  $\frac{\text{当期純利益}}{\text{株主資本(Tier1)}}$

( )は平成23年3月期実績。

## ▶ 第4次マスタープランの戦略

### 法人部門戦略

第3次マスタープランでも取り組んできた「営業利益改善支援」の実効性向上を図り、お客様の事業の持続性と収益拡大につながる活動をさらに強化します。これにより、今まで以上にお客様に満足いただき、お客様から常に選んでいただける銀行を目指します。

また、法人ビジネスセンターを効果的に活用することにより、人材育成機関として法人営業力の向上を図るとともに、営業店がリレーションシップバンキング実践に注力できる効率的な営業体制を構築します。

### 個人部門戦略

当行は地域金融機関であり、いつもお客様のそばにいる存在として、個人のお客様のライフステージに応じた情報・サービスを提供しつづけることにより、お客様との一生涯を通じたお付き合いのできる銀行を目指します。

資産運用や住宅ローンのお客様には、営業店を中心に「フェイス・トゥ・フェイス」のコミュニケーションを繰り返すことで、より親密な関係を構築し、何でも相談できる銀行を目指します。

あわせて、ダイレクトチャネルの有効活用により、利便性を向上させることで、お客様からの支持獲得を図ります。

### 業務部門戦略

平成20年度に導入したLINKER(営業店端末)の活用により、「ミスのない」事務を推進するとともに、本部集中化・チャネルシフト等で営業店事務のさらなる削減を図ります。

また、平成23年5月の基幹系システム更改にあわせて、営業店事務の抜本的な見直しを行います。さらに現行事務フローの改善及びLINKERの機能拡張等を図り、「誰でも、ミスなくできる」事務の確立を目指します。

このような取組みにより、「低コスト」で「高品質」な事務処理モデルを志向・追求し、「営業力・収益力強化」に向けた事務改革を目指します。

### 市場部門戦略

当行の有価証券運用の目的は、安定的な期間収益の獲得と流動性資産の確保により健全な銀行経営に寄与することです。

第4次マスタープランでは、経済の停滞と金融市場の混乱が続く中でも安定した収益の確保を目指し、債券を中心とした運用を行っていきます。同時に、シンプルかつ機動的な有価証券ポートフォリオを構築するとともに、リスク管理の高度化を図りながら、金融市場の局面変化に迅速に対応できる態勢を整えます。

## 企業力の強化

「法人部門」「個人部門」「業務部門」「市場部門」のそれぞれが実力を発揮しつつ、すべてのステークホルダーから見た当行の企業価値を高め、存在意義を今以上に確固としたものにしていくためには、企業としての基礎体力を強化することが大切です。

第4次マスタープランでは、「営業基盤強化」「経営効率化」「人材育成」の3つの観点から企業の基礎体力＝企業力の強化を図ります。