

# 第4次長期経営計画

当行では、より強靱な体質で持続的な成長を遂げ、地域社会とともに進化するために「高い付加価値を提供できる金融サービス業」の実現を図ってまいります。

この目標達成のため今次長期経営計画では、前計画の「3つのブランド戦略」の一つであった「知恵と親切の

しがぎん」を一段上の理念と位置づけました。そのうえで、新戦略として「ネットワークのしがぎん」を加え、「アジアに強いしがぎん」、「CSRのしがぎん」とともに3項目からなる「3つのブランド戦略～知恵と親切の提供～」を構築しました。

## トップライン強化

### (法人部門)

お取引先の企業価値向上を目的に、ビジネスマッチングをはじめとするソリューション活動や、「環境・観光」を中心とする分野での新しい**商流構築のコンサルティング機能**を充実いたします。このような取り組みで総合的な金融取引を推進し、地域での存在感を高めてまいります。

### (個人部門)

資産形成や運用に関するコンサルティング機能の充実など、リテール戦略を強化し、「しがぎん**ネットワーク(店舗網、グループ、商品)**」を有機的に活用し、お客さまへのサービスと利便性の向上を図ってまいります。

### (店舗戦略)

多様化するお客さまのニーズに対応した店舗網を構築するため、県内を中心に店舗のあり方を見直し、従来からのバンキング業務に加え、コンサルティング業務の充実を図るとともに、地域特性、店質を最大限に発揮する「機能特化型店舗」の展開を図ってまいります。

また、成長マーケットへの戦略的展開として、平成23年6月に大阪北法人営業部を梅田支店内から新大阪駅前に移転いたしました。今後も更なる運用力強化を行うとともに、当行が有するブランド力、情報力を十分に発揮できる滋賀・京都の隣接地域へ進出する「**にじみ出し戦略**」を引き続き展開いたします。

## 第4次長期経営計画

平成22年4月～平成25年3月(3年間)

### 基本ビジョン ～ NEXT STAGEへの挑戦～ “対話力” 強化

#### ● トップライン強化戦略

### 高い付加価値を提供できる金融サービス業の実現

《3つのブランド戦略》  
～知恵と親切の提供～

ネットワークのしがぎん

アジアに

「エリア営業体制」から地域の顧客ニーズに

#### 【営業戦略】

地域密着の徹底による収益力強化  
顧客接点重視の営業活動

#### 《法人部門》

- お取引先の企業価値向上を支援…「商流を起こす・つなぐ」
- ビジネスマッチングをはじめとしたソリューション活動
- 「環境」「観光」に代表される新しい商流構築の支援

質を伴った量の拡大  
リスクベースド・プライシングの実践

#### 《個人部門》

- しがぎんネットワークでお客さまへのサービスと利便性を向上
- コミュニケーション接点の強化
- ・個人預金の獲得増強
- ・流動性比率の向上
- ・総振、年金、決済口座の推進
- ・住宅ローンの推進
- ・資産運用コンサルティング能力の向上

#### 【現場力の強化】

戦略に基づいた人員配置  
●各店別コア人員+戦略的人員の適正配置

#### 店舗コンセプトの明確化

- 《県内店舗》
- 《県外店舗》
- ・地域シェアの維持拡大
- ・非価格競争力の確立
- ・にじみ出し戦略の浸透
- ・新たな展開の検討

エリア内店舗機能の再構築

#### アジア戦略

- 海外拠点と連携し、お取引先のアジアビジネスを積極的にサポート
- 海外との商流の創出

「FIRBの実践的活用」  
基礎的・内部的付手添

有価証券運用力の強化

#### CSR

- 「エコ・ファースト企業」として「環境金融」の推進
- 環境ビジネス支援
- ISO 26000 (SR規格) 導入

#### ● 生産性の向上

##### システム投資の可視化

- 投資効果を考えたコストの総務管理
- 情報系システムの活用
- 電子記録債権への取り組み

##### 店舗の効率化

- フルバンキングから機能特化型店舗へのシフト
- 効率的な店舗網の構築
- 本部機能の見直し
- 各店別コア人員の検討と再配置(変化に合わせた柔軟な人員体制)
- 本部行員の能力開発

##### 事務低コスト化の実現と事務品質の向上

- BPRの完遂
- 営業店の業務フロー再構築
- 融資事務フローの見直し
- グループ会社へのアウトソーシング

#### 長計推進委員会

〈長計推進チーム〉

戦略的人員配置検討チーム

《CSR憲章(経営理念)》

地域社会との共存共栄

## 生産性の向上

業務の見直しと効率化、グループ会社へのアウトソーシングなどで事務コストの低減と事務品質の向上を図るとともに、営業力を強化した総合的な生産性の向上を実現してまいります。

今次計画では3つのブランド戦略を展開するとともに、  
 具体的施策として、①トップライン強化②与信リスクのコントロール③生産性の向上④人材育成に全力で取り組んでいます。

金融環境が激変する中で、地域社会とともに進化を遂げ、  
 より強靱な体質で持続的な成長を果たすために

## による更なる共存共栄を目指して

### 与信リスクのコントロール戦略

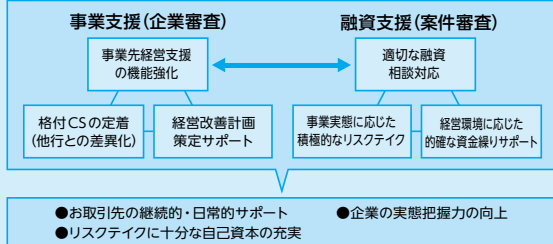
お取引先の企業価値向上 ↔ 当行の存在価値向上

強いしがざん

CSRのしがざん

応える「エリアマネジメント」へ

リレーションシップバンキングの実践～お取引先の成長なくして当行の成長なし



- CO<sub>2</sub>排出量の削減
- 生物多様性保全への取り組み(PLB格付BD)

- CSの向上
- 顧客目線でのサービスの充実

### 挑戦指標

- ・Tier1比率(連結) ...9.0%以上
- ・ROE(連結) ...3.5%以上
- ・OHR(単体) ...65%以下
- ・CO<sub>2</sub>排出量 ...25%削減(2006年度比較)

コンプライアンスへの取り組み

内部監査の高度化

## 挑戦指標

今次長期経営計画に掲げた戦略を着実に実施することにより、以下の挑戦指標の達成を目指しています。

計画の最終年度となる平成24年度には挑戦指標を達成できるよう、全力で取り組んでまいります。

| 項目                  | 平成25年3月末目標      | 平成24年3月末実績 |
|---------------------|-----------------|------------|
| Tier1比率(連結)         | 9.0%以上          | 9.42%      |
| ROE(連結)             | 3.5%以上          | 3.43%      |
| OHR(単体)             | 65%以下           | 67.72%     |
| CO <sub>2</sub> 排出量 | 25%削減(2006年度比較) | 58.29%削減*  |

\*排出権の購入によるカーボンオフセット効果30.63%の削減を含みます。

## 与信リスクのコントロール

共存共栄の理念のもとに"対話"を通じた営業活動を展開して相互理解を図り、お取引先の企業価値向上を積極的に支援いたします。具体的には、「格付コミュニケーション・サービス」の提供や「経営改善計画」策定のサポートなどで、お取引先の企業価値向上に注力してまいります。

- グループ戦略
- 総人員の効率的な配置
  - グループ連携の強化
  - グループ全体での新たなビジネスの展開
  - 新たな職務開発

### 人材育成

- 地域社会に貢献できる人材の育成
- 女性キャリアサポート体制の強化
- 部下育成・マネジメント能力の強化
- 若手行員の早期育成、中堅行員の能力開発の強化
- 潜在能力を引き出す人員配置
- ワークライフバランスの実現(職制見直し等)

国際会計基準(IFRS)対応

IRの充実

経費管理体制再構築チーム

システム活用検討チーム

融資BPR推進チーム

役職員との共存共栄

地球環境との共存共栄

## 人材育成

多様化、高度化するお客さまのニーズに的確にお応えするためには、「人材育成」が極めて重要となります。地域社会との更なる共存共栄を図るため、お客さまとの対話を通じてニーズに適切し、付加価値の高い金融サービスを実践する人材の育成に取り組んでまいります。