



平成 23 年 3 月 31 日

各 位

会 社 名 株式会社名古屋銀行  
代表者名 取締役頭取 築瀬 悠紀夫  
(コード:8522 東証・名証第一部)  
問合せ先 総合企画部長 鶴飼 昌吾  
(TEL. 052-951-5911)

## 第 18 次経営計画の策定について

名古屋銀行（頭取 築瀬 悠紀夫）は、今後 3 年間（平成 23 年 4 月 1 日～平成 26 年 3 月 31 日）に取組む経営計画を策定いたしましたので、その概要についてお知らせいたします。

記

### 1. 計画名称

へんかく と ちょうせん  
「 変革&挑戦 ～地域トップバンクを目指して～ 」

前経営計画「For the Customer ～お客さまとともに～」期間は厳しい経済環境が続く中、「サービス業の原点に立ち返る 3 年間」と位置付け、お客さまとの結びつき（絆）を強化すべく数々の取組みを行うとともに、創立 60 周年を機に新たなブランド戦略を立ち上げました。

当行を取巻く環境は、近隣地銀に加えメガバンクを含めた愛知県への出店攻勢など、今後も一層の金融競争激化が想定されますが、いかなる環境下においても「地域トップバンクを目指し、当行自身の変革と挑戦を行い成長し続ける」事を意図し、当計画名称としました。

### 2. 基本ビジョン

「 愛知県トップ地銀の基盤を固め、更なる飛躍への変革を進める 3 年間 」

当行は愛知県の地銀の中で、ボリュームや有人店舗数などの計数では既にトップ地銀ですが、今後は「愛知県トップ地銀」としてのブランド強化、及びお客さまとの絆の強化等の基盤を固め、将来の飛躍に向けた変革を進め、名実共に「愛知県トップ地銀」として当行の地位を一層高める事を意図しております。

### 3. 主要戦略

#### 【5つのトップバンク】

- ・満足度トップバンク
- ・行動力トップバンク
- ・提案力トップバンク
- ・信頼度トップバンク
- ・情熱トップバンク

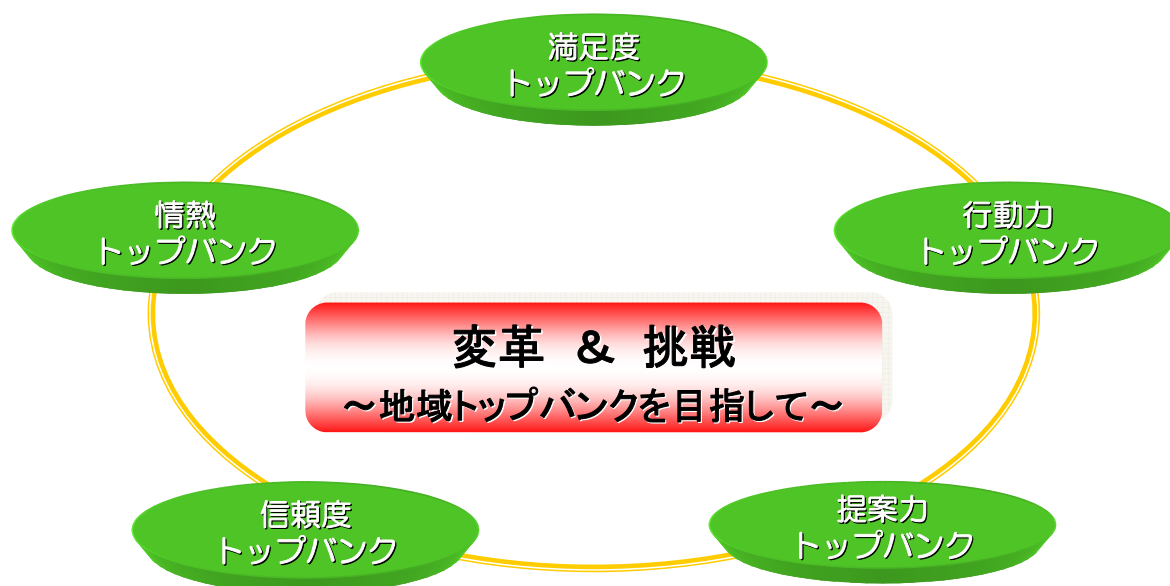
基本ビジョン達成の主要戦略として「5つのトップバンク」を掲げております。

第18次経営計画期間中は主要戦略である「5つのトップバンク」をキャッチフレーズとし、全役職員一丸となり「情熱を持って」「行動し」「提案し」「お客さまから信頼され」「お客さまにご満足いただき」、その結果として基本ビジョン達成を図る事を意図しております。

### 4. 第18次経営計画 全体像



愛知県トップ地銀の基盤を固め、  
更なる飛躍への変革を進める3年間



## 5. 主要戦略【5つのトップバンク】

### 満足度 トップバンク

---

#### 名古屋銀行ブランドの浸透・定着

- ◆「絆をつくる、明日へつなぐ。」をスローガンとして、お客さまとの絆を深める。
- ◆「名古屋銀行スタイル」の定着によるCS向上活動の取組を行う。

#### 商品力・サービス力の強化

- ◆インターネット・携帯電話等のITチャネルの充実を図る。
- ◆若年層・女性・高齢のお客さま等のニーズに基づいた商品・サービスの開発を実施する。

#### 営業インフラの充実

- ◆県内空白地への新規出店やリロケイト等店舗チャネルの再構築を実施する。
- ◆休日営業ローンプラザ増設によりお客さまの利便性を向上する。
- ◆リニューアルによる既存店舗の活性化を図る。

### 行動力 トップバンク

---

#### お客さまニーズへのスピーディーな対応

- ◆当行の強みである「フェイストゥーフェイスの営業体制」を強化する。
- ◆エリアの特性を生かし、営業活動の効率化につなげる。
- ◆渉外の役割明確化（エリア法担・法人担当・地区担当・リテール担当・LA・FA）を実施する。

#### リレーションシップ向上による地域との絆の強化

- ◆当行のコアカスタマーである「中小企業のお客さま・個人のお客さま」との絆を強化する。
- ◆地域密着型金融の取組（経営改善支援やビジネスマッチング）、金融円滑化の取組を継続する。
- ◆世帯取引・職域取引を強化し、お客さまの増加を図る。

#### 本部渉外機能の強化

- ◆成長基盤強化を支援するための資金供給を強化する。
- ◆LA（ローンアドバイザー）を中心とし、住宅ローン推進を強化する。
- ◆法人業務及び営業店渉外サポートの強化を図る。

## 提案力 トップバンク

---

### アジアビジネスサポートの強化

- ◆「中国に強い名古屋銀行」のブランド強化を図る。
- ◆海外へ進出するお客さまへのトータルサービスの提供を実施する。

### コンサルティング機能の強化

- ◆経済・産業構造の変化に対応したビジネスサポート機能を強化する。
- ◆相続対策・資産運用の提案・サポートやセミナーの開催・充実を図る。
- ◆お客さまとの総合取引（クロスセル）を強化する。

### 名銀グループ体となったサービスの提供

- ◆決済口座の獲得により事業所取引や家計のメイン化を図る。
- ◆若年層取引増加を意図した商品開発、アプローチを実施する。

## 信頼度 トップバンク

---

### 健全性の維持

- ◆審査能力・モニタリング能力向上による不良債権発生防止を図る。
- ◆リスク・リターン管理（経営体力に見合った適切なリスク管理）を実施する。
- ◆経費削減の取組により経費構造の改善に努める。

### CSRの取組強化

- ◆環境保護やバリアフリーの取組等社会的要請への対応を実施する。
- ◆ステークホルダーとの共栄を図る。
- ◆ボランティア活動の取組を継続する。

### コンプライアンスの重視

- ◆説明責任を果たし、安心を提供できる銀行を目指す。
- ◆相互けん制機能の強化を図る。

## 情熱 トップバンク

### 人材育成を通じた行員力の強化

- ◆ＯＪＴを中心とした、若手行員育成の取組を強化する。
- ◆「渉外虎の巻」を活用し渉外力の強化を図る。
- ◆トレーニー制度を活用し法人対応力の強化を図る。

### 行員全員の営業マインド醸成

- ◆適材適所の人員再配置により営業力の強化を図る。
- ◆女性行員の積極的登用を実施する。
- ◆店頭ＦＡ・店頭ＬＡを中心とした店頭営業マインドの醸成を図る。

### 行員満足度の向上

- ◆風通しのよい職場環境作りに努める。
- ◆ワークライフバランス意識醸成への取組みを継続する。

## 6. 計数目標（平成 25 年度目標）

| 項 目           | 平成25年度目標<br>(平成26年3月期) | 備 考                                       |
|---------------|------------------------|-------------------------------------------|
| 自己資本比率(連結)    | 12%                    | $\frac{\text{自己資本額}}{\text{リスク・アセット等}}$   |
| Tier I 比率(連結) | 10%                    | $\frac{\text{中核的自己資本}}{\text{リスク・アセット等}}$ |
| 当期純利益         | 50億円                   |                                           |
| OHR           | 70%台前半                 | $\frac{\text{経費}}{\text{業務粗利益}}$          |
| 事業性融資先数       | 25,000社                |                                           |

※ 自己資本比率、Tier I 比率は国際統一基準

以 上