



平成 29 年 5 月 10 日

各 位

会 社 名 株式会社 琉 球 銀 行
代 表 者 名 取締役頭取 川上 康
コ ー ド 番 号 8399 (東証第一部、福証)
問 合 せ 先 執行役員総合企画部長 城間 泰
電 話 098-860-3787

新中期経営計画「Customer Centric 2017」の策定について

琉球銀行（頭取 川上 康）は、平成 29 年 4 月から平成 32 年 3 月までの 3 年間の計画期間とする新たな中期経営計画「Customer Centric 2017」を策定しましたので、概要を下記の通りお知らせします。

記

1. 計画期間

平成 29 年 4 月から平成 32 年 3 月までの 3 年間名称

2. 名称

「Customer Centric 2017」 ～顧客本位のビジネスモデルの実現～

3. 中期経営計画策定にあたってのコンセプト

当行はこれまで中期経営計画「Shared Value 2015」において、IT を活用したビジネス情報集約化や BPR 推進、成長分野向け事業性取引の拡大やカード発行・加盟店業務を開始するなど、一定の成果を挙げることができました。

その一方で、中期経営計画「Shared Value 2015」策定時には想定していなかった日本銀行の「マイナス金利政策」による経営環境の大きな変化に加え、「金融仲介機能のベンチマーク導入」や「FinTech の進展」、「労働市場の逼迫」等、新たな課題も浮上してきました。これらの課題解決に向け、中期経営計画「Shared Value 2015」を計画期間の 1 年を残して見直し、当行は平成 29 年度から新たな中期経営計画「Customer Centric 2017」をスタートさせました。

新中期経営計画では、真にお客様にとって必要とされる商品、サービスを提供する「顧客本位の収益モデルの実現」を経営目標に掲げ、当行の課題解決を図るビジネスモデルを構築します。

4. 計画の概要

- ① 法人ビジネス戦略
お客様の課題解決策を本業とする持続可能なビジネスモデルの構築
- ② 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
- ③ チャネル・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
- ④ 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
- ⑤ 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

※計画の詳細につきましては、別紙をご参照ください。

以上

(お問い合わせ) 総合企画部 担当：比嘉（伸）、多和田 電話：098-860-3787

中期経営計画

Customer Centric 2017

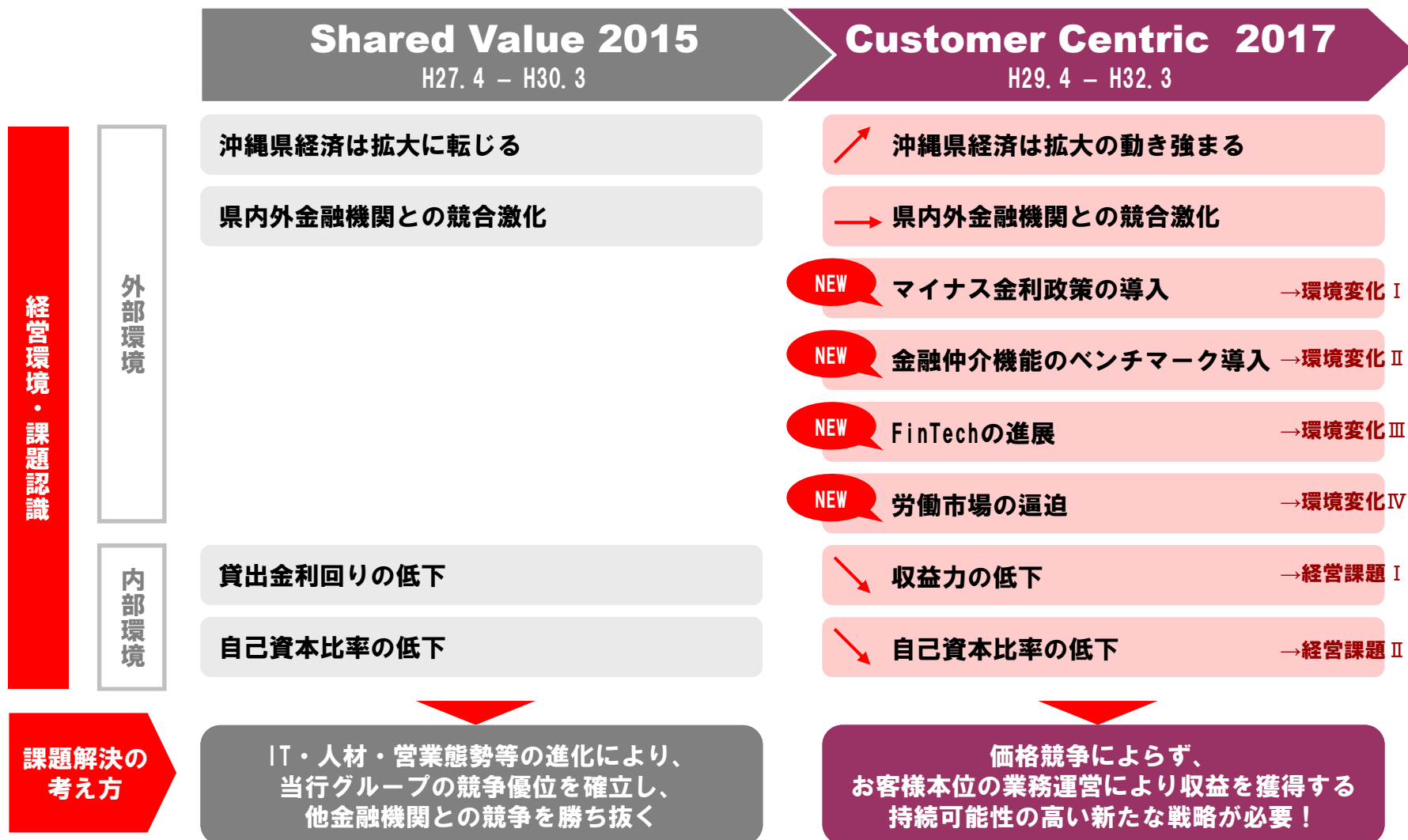
～顧客本位のビジネスモデルの実現～

平成29年4月～平成32年3月



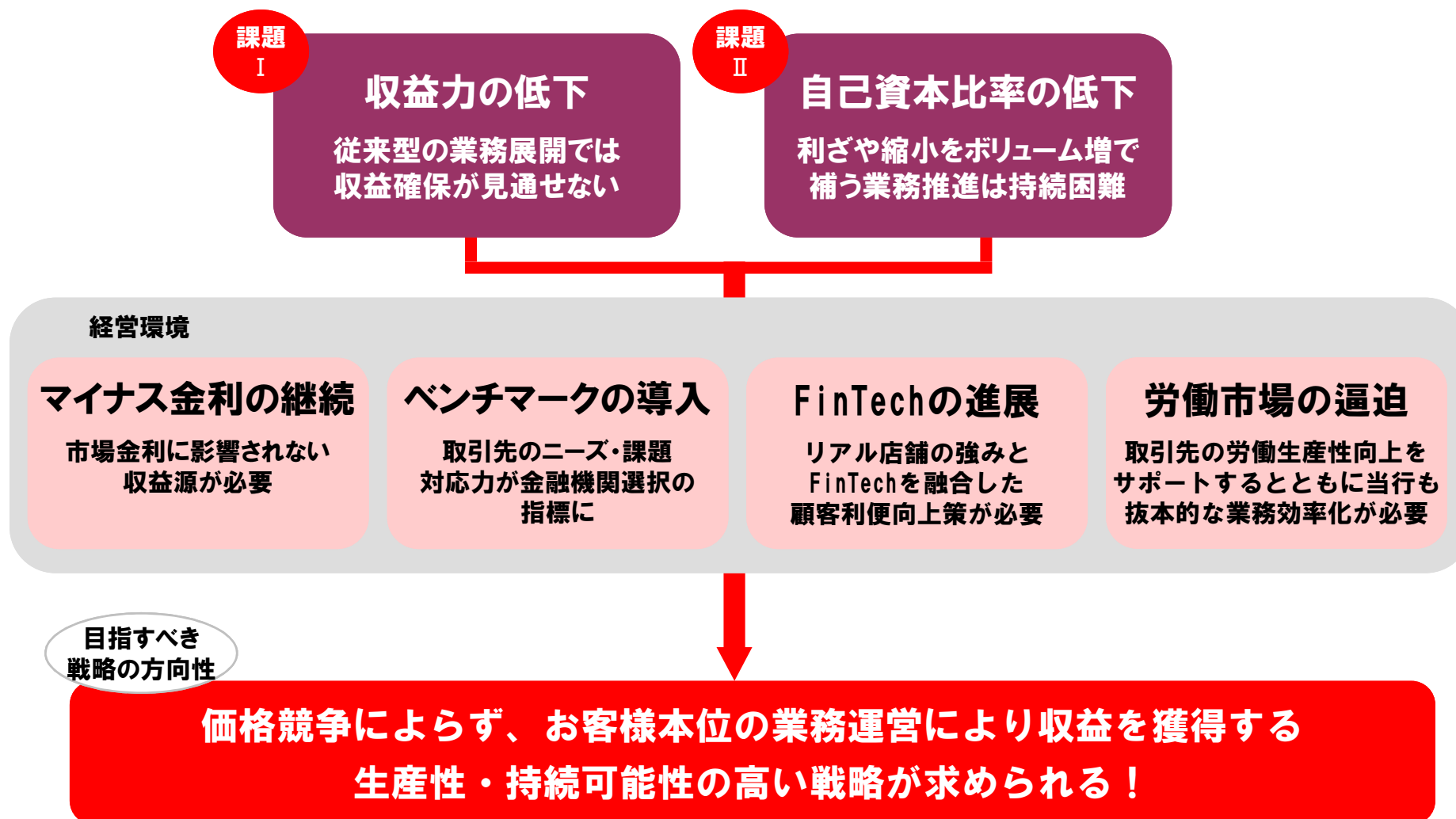
新中期経営計画の意義

前中計策定時には認識されていなかった経営環境の変化により、当行の課題は一層深刻に。前中計を前倒して終了し、新たな戦略により経営環境の変化に対処する。



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。



新中期経営計画

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

Customer Centric 2017

経営目標：顧客本位の収益モデルの実現

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

計数目標

**連結当期純利益
50億円以上**

**連結自己資本比率
8%台**

**貸出金平残
1兆6,000億円**

**預金等平残
2兆1,600億円**

※預金+譲渡性預金

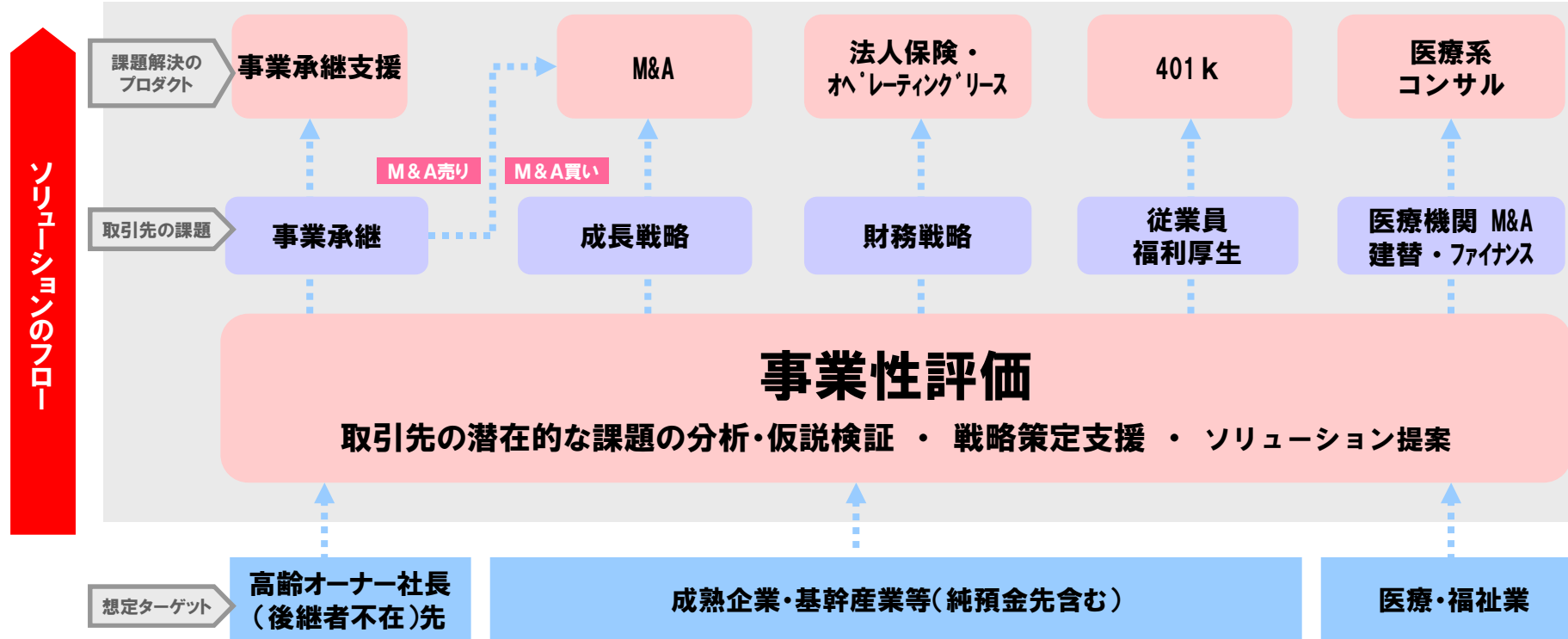
※計画値は31年度の想定

法人ビジネス戦略①

事業性評価に基づく深度ある対話により付加価値の高いソリューションを提供

本部専門部署が営業店と連携して事業性評価に基づくソリューションを提供することで、お客様の課題を解決するとともに収益を獲得する。

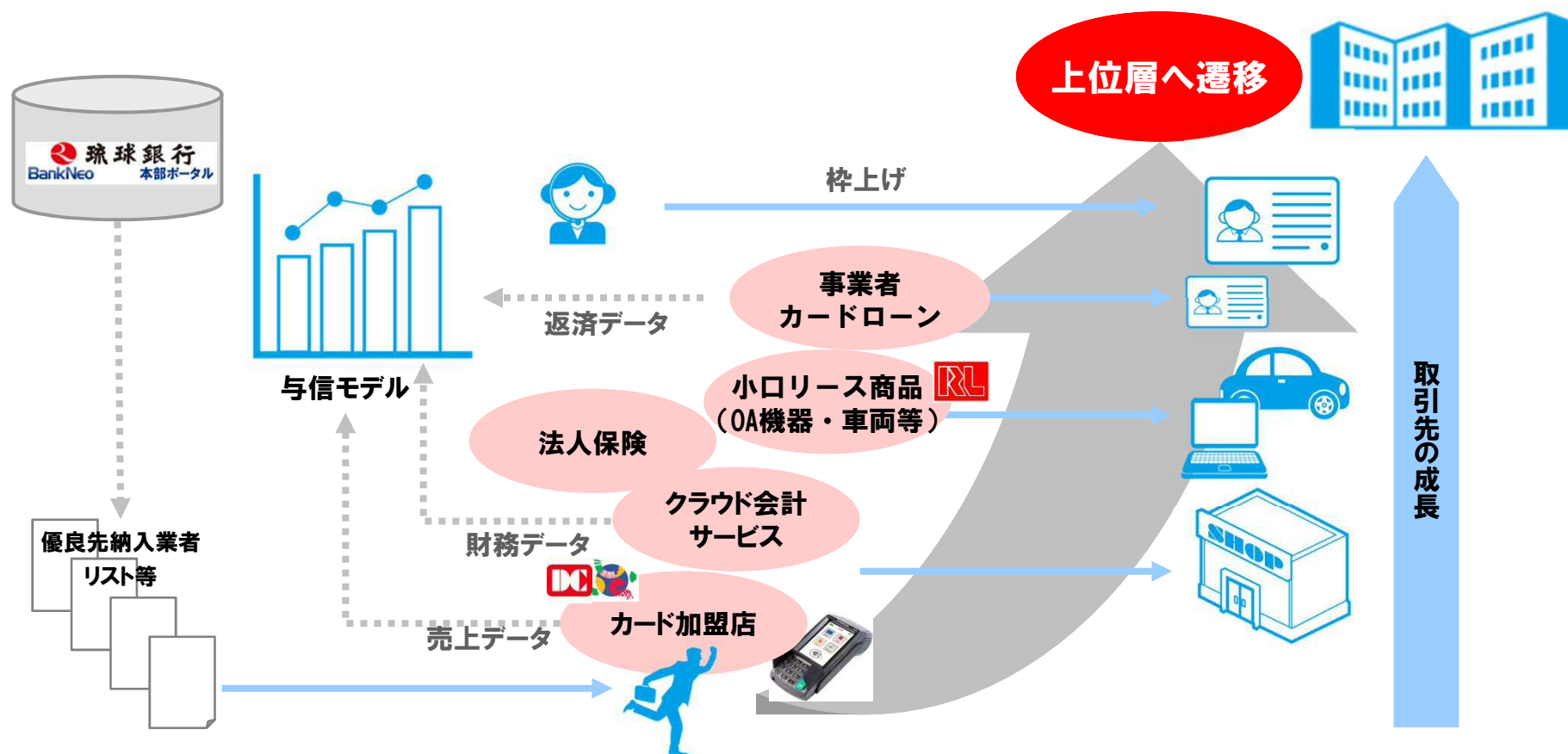
取引先の課題解決による当行グループ収益の拡大



法人ビジネス戦略②

非与信取引から得られる顧客データから効率的に与信取引を拡大

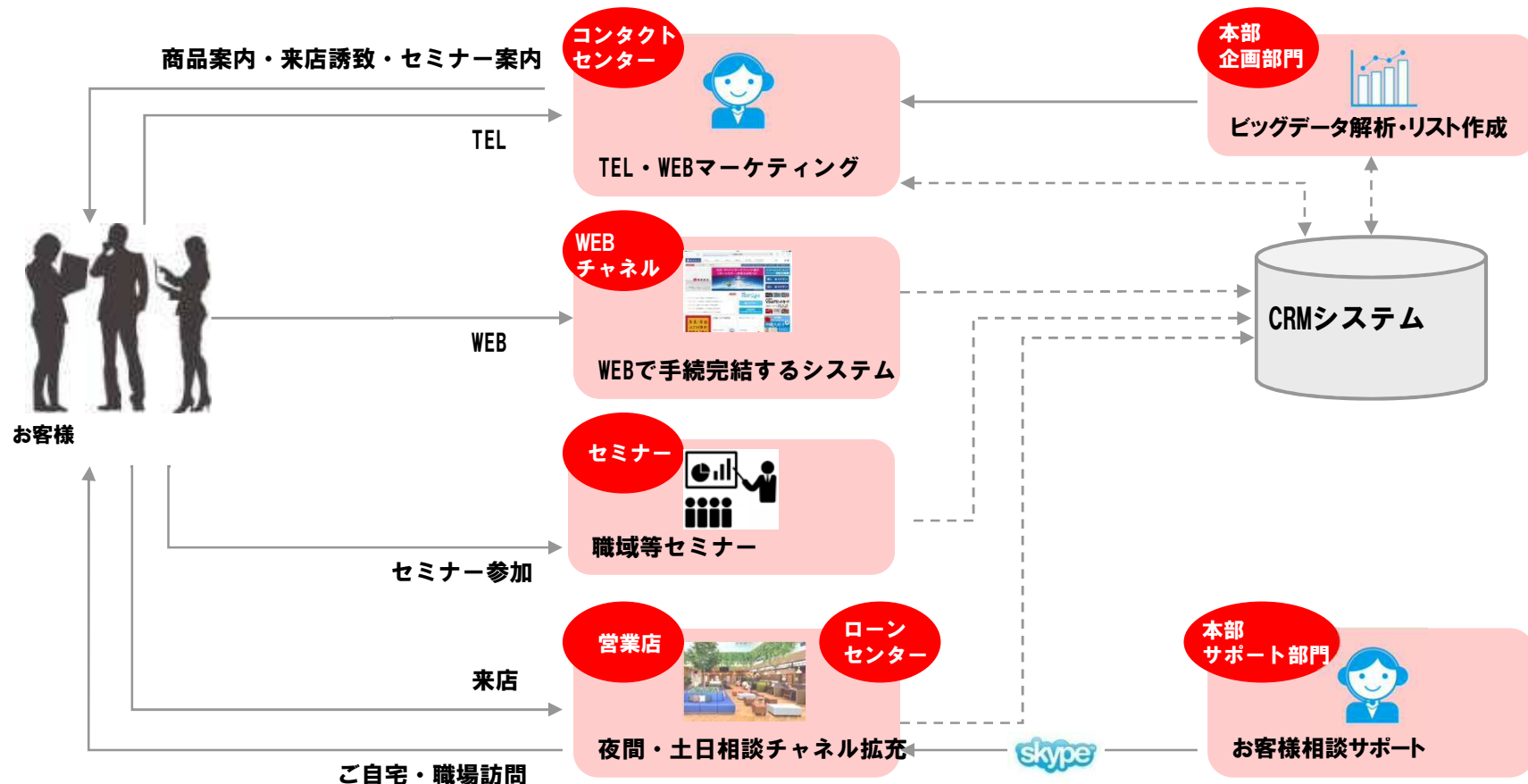
カード加盟店とクラウド会計サービス等を導入商品として、蓄積された決済情報や資金動向に基づく顧客分析・マーケティングにより、事業者カードローンや小口リース等の与信商品へのクロスセル～アップセルを効率的に推進する。



個人ビジネス戦略

チャンネルの利便性向上、チャンネル間連携強化により、お客様本位のアプローチ

店舗に来店されないお客様が多い中、利便性の高いチャンネルを配置して適時・適切なコミュニケーションをとり、必要に応じて来店誘致または非対面で行っていただく態勢を構築

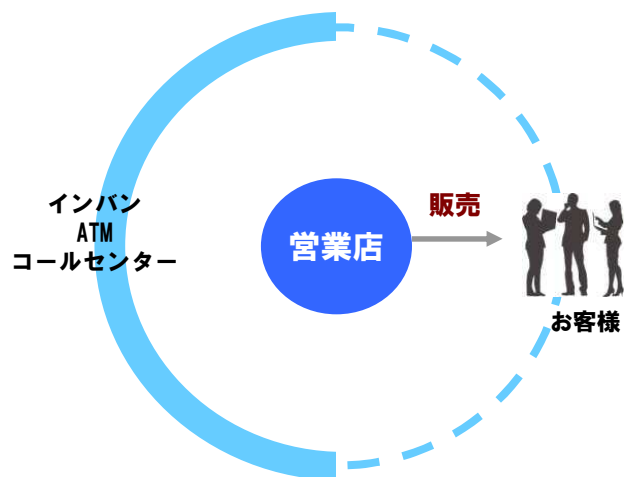


チャンネル・マーケティング改革

お客様中心のリレーションシップを構築し、「売る」から「売れる」仕組みへ

店舗に来店しないお客様が多い中、利便性の高いチャンネルを配置して適時・適切なコミュニケーションを取り、必要に応じて来店誘致または非対面でご取引いただく態勢を構築

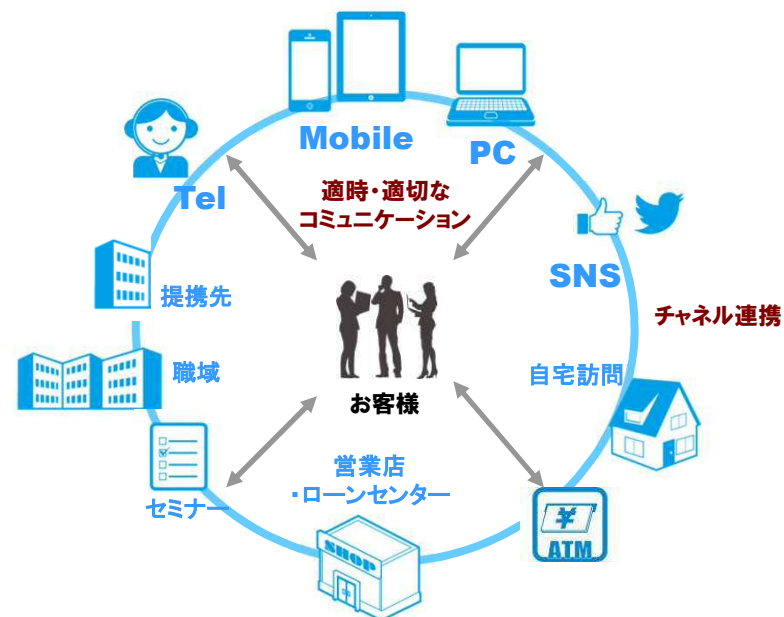
現在： 営業店を前提としたリレーションシップ



営業推進(セールス)

「この商品をどれだけ売るか？」の店別細分化

目指す姿： お客様中心のリレーションシップ



各チャンネルの有効性・収益性を適切に評価し、店舗も含めたチャンネル再編や営業時間見直しを機動的に実施

売れる仕組みづくり(マーケティング)

「このお客様が必要なものは何か？」の集積

営業店現場改革

お客様に全力で向き合い、自律的な業務運営を可能にする営業店態勢を目指す

多様で変化の早いお客様のニーズに的確に対応するため、現場の最前線がお客様としっかり向き合う時間が確保され、現場の裁量で自律的に業務運営できる態勢を目指す。

- お客様と向き合う時間の総量を最大化するためにブロック全体で係構成・役割を再編



お客様と向き合う時間を
最大化するための
係構成・役割再編

効率的な顧客アプローチ
高度な顧客提案を支える
本部サポート強化

- 精度の高い見込先還元等により営業店の効率的な営業を本部がサポート
- 高度・専門的な知識を要する顧客相談にはskypeの活用等により専門性の高いスタッフが全力でバックアップ



お客様に
全力で向き合う
自律的な営業店態勢

- 次世代営業店端末やタブレットによる受付システムの導入等により印鑑レス・ペーパーレス化を推進し、事務処理および事務に要する人員を大幅に削減



印鑑レス・ペーパーレス化
の推進等による
事務処理削減

自律的な支店経営を
可能にする
収益管理・業績表彰

- 自店の収益構造を商品別、顧客別に把握できる収益管理システムを構築
- 自店の強みを活かした自律的な支店経営を可能にする収益重視の業績表彰制度に見直し



次世代営業店端末（H30年度導入予定）

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を創出

多様な人材が「個」性を活かして自ら成長できる環境を整備すると同時に生産性を向上し、質の高い、合理的な規模の人材ポートフォリオを構築する。

人材育成改革

スキル見える化をベースに
「個」のスキルに合わせた
オーダーメイド型キャリア形成支援

重点施策

- ✓ 中小企業診断士、FP1級などの専門資格取得・活用支援
- ✓ 若手職員の早期育成に向けた人材育成体系の再構築
- ✓ 女性管理職倍増に向けたキャリア形成支援
- ✓ アサーティブなコミュニケーションスキル習得支援

働き方改革

多様性を受容し全職員が
いきいきと長く活躍できる環境整備

重点施策

- ✓ ワークライフマネジメントのサポート
- ✓ シニア層・時間的制約のある職員の活躍支援
- ✓ 生産性重視の評価

プロフェッショナルスキル醸成

人材育成改革

高度専門的なスキルで
取引先の企業価値を高める
コーポレートファイナンス人材
・特定業種コンサルタント

高い人間力で
お客様の懐に刺さる
リレーションシップ
マネージャー

組織のワクワク感を高める
マネジメント人材

お客様の“ライブ”を
豊かにする
ファイナンシャルプランナー

経営環境の変化に
卓越した分析力・構想力で
対処する
本部企画人材

生産性を重視した高いスキルをもつ
ハイパーフォーマーへの進化

働き方改革

生産性・多様性向上