



千葉銀行Webサイト
〔IRライブラリ〕



一人ひとりの思いを、
もっと実現できる地域社会にする

ちばぎん IRDay (営業基盤)



2025年4月4日

キーマッセージ	
キーマッセージ	4
営業基盤（ビジネスの持続・拡大に向けて）	
当行の強み	6
営業基盤の状況（貸出金・預金・役務取引等利益）	7
C X 指標（戦略への示唆）	8
営業基盤の拡充（ビジネスの持続・拡大）に向けた戦略	1 0
店舗戦略	1 1
法人ビジネスの持続・拡大	
リアル・デジタルのハイブリッドによる収益向上	1 4
非ファイナンスソリューション	1 5
アドバイザリー業務	1 6
M&A・経営承継	1 7
新たなソリューション・バイアウトファンド	1 8
新たなソリューション・不動産ファンド	1 9
人的資本・専門性の向上	2 0
経営の補佐役としてのソリューション活動	2 1
個人ビジネスの持続・拡大	
D X による一人あたり粗利益の増加	2 3
個人総合コンサルタント	2 4
相続・信託	2 5

キャッシュレス・地域エコシステム	
キャッシュレスビジネスの深化	2 7
地域エコシステム	2 9
預金獲得	3 0
参考資料	
金利上昇シミュレーション	3 3
組織改定	3 4



千葉銀行
常務執行役員 経営企画部長
伊藤 信一

1994年 千葉銀行 入行
千葉県内3カ店・都内1カ店の支店長、
執行役員資産運用コンサルティング部長、
執行役員法人営業部長などを歴任後、
2025年4月より現職。



千葉銀行
カード事業部長
葛城 康喜

1996年 千葉銀行 入行
営業支援部副部長、営業企画部副部長、
カード事業部副部長などを歴任後、
現在に至る。

営業基盤（ビジネスの持続性）

【営業基盤全般】

- ◆ **預金は前年同期比+ 2.9%、貸出も同+ 4.1%と、中計前提を上回るペースで増加。**役務取引等利益の拡大も続き、当行の強みである**営業基盤は順調に拡大**
- ◆ 人口減少・高齢化、人手不足、課題の多様化（DX・GX等）金利上昇などの環境変化が進む中、引き続き**基盤の維持・拡大を図る**
- ◆ 他行が店舗機能の縮小・統廃合を進める中、**強固な店舗ネットワークを維持することで、顧客接点は相対的に拡充**

【法人戦略】

- ◆ DX・GX・事業承継など、地域で顕在化する課題へのソリューション提供を強化しており、**今後の成約につながる案件のストックは着実に積みあがっている**
- ◆ 2024年9月に組成したバイアウトファンド「ちばエンゲージメントファンド1号」は、1号案件を実行。不動産ファンドについても、WBGなど2件の案件に取組み。取引先のニーズは強く、引き続き案件は増加していく見通し
- ◆ **ソリューションの担い手となる人的資本を拡充させながら、更なるソリューション機能の高度化を図る**
- ◆ 地域の中核企業であるアドバイザリー特定先への伴走支援により、**地域企業の業績・雇用拡大に貢献するとともに、当行の貸出・ソリューション成約は持続的に増加**

【個人戦略】

- ◆ **利便性の高いデジタルチャネル（アプリ）の提供、個人総合コンサルタントとしての専門的な対面提案を組み合わせ、ファンを増やし、粗利を持続的に増やしていく**

地域エコシステム・個人預金

- ◆ 今中計中に、**キャッシュレス事業は、カード会員110万会員、加盟店数6万店舗、取扱高約1兆円に拡大する計画**
- ◆ アプリと県内に拡大したキャッシュレス基盤を活用し、**ポイントサービスをロイヤリティプログラムと一体的に提供することで、地域内の個人と法人が好循環を生み出す経済圏「地域エコシステム」の構築を目指す**
- ◆ **個人預金の増加率は、デジタルを中心とした利便性の高さから他行比でも高く、エコシステムの構築により預金獲得基盤をより一層強化していく**

営業基盤（ビジネスの持続・拡大に向けて）



さまざまな環境変化により、営業基盤の更なる拡充が一層重要に

本日の
メインテーマ

営業基盤

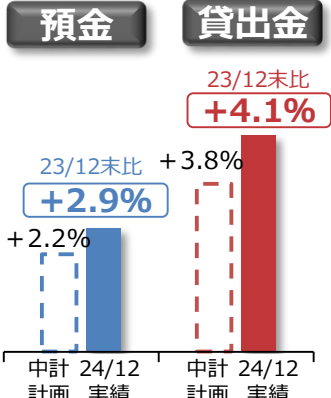
千葉県人口
628万人
全国6位

県内総生産
20兆円
全国7位

足許の状況

預金は中計計画
+2.2%を上回る伸び

貸出金は中計計画
+3.8%を上回る伸び



今後の対応

課題認識

環境変化の中での
持続性の確保・拡充

人口減少・高齢化
人手不足
課題の多様化
(DX・GX等)
金利上昇

顧客接点の強化

デジタルの利便性向上

専門性の向上

財務基盤

効率性

健全性

安定性

連結OHRは40%台後半から更に低下見通し

不良債権比率は0.9%

連結CET 1 比率※は11.92%
(レンジ上限+0.42%)
※パーゼルⅢ最終化完全実施ベース (評価差額金除き)

DXによる
トップラインの向上・コスト削減

ソリューション検討MTGによる与信コストの抑制

資本を活用した更なる成長・還元の強化

アライアンス

TSUBASAアライアンス
じゅうだん会との共同研究会

千葉武蔵野アライアンス

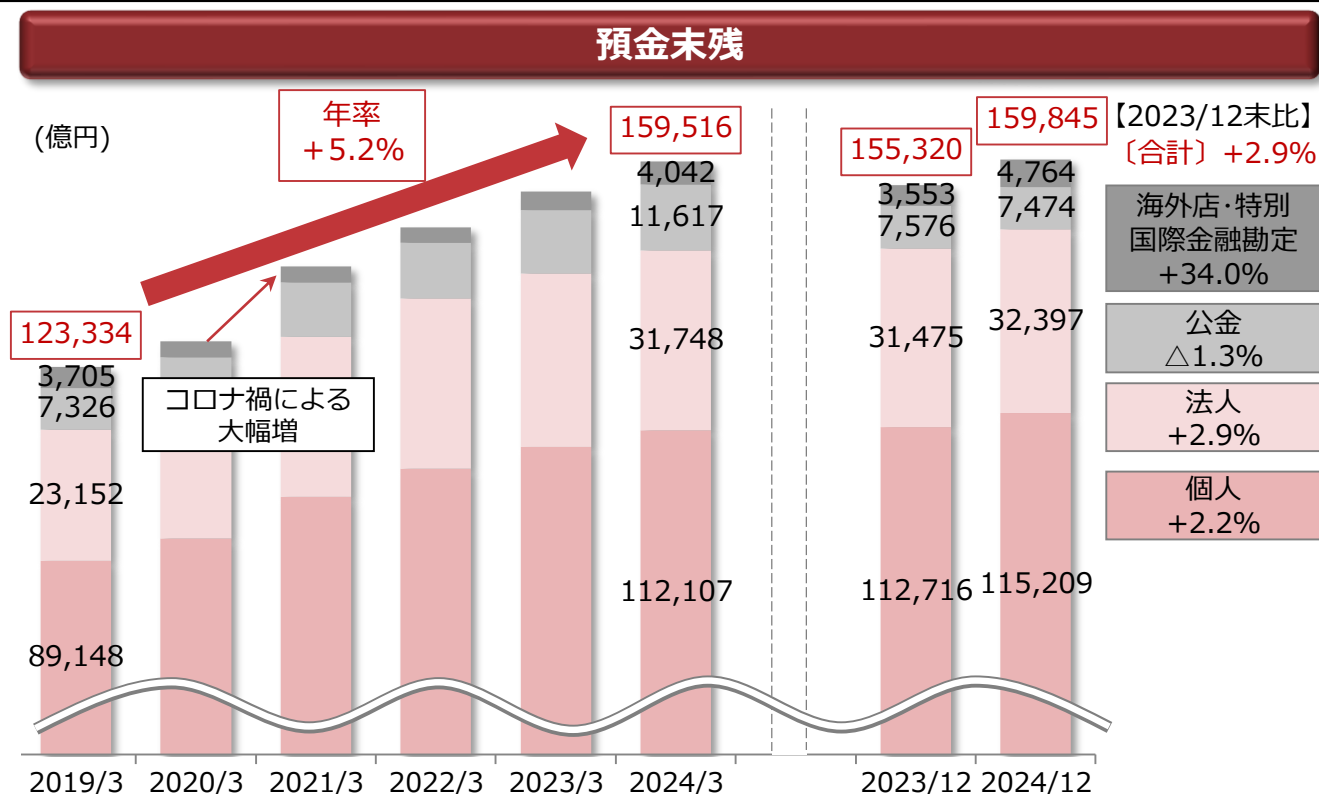
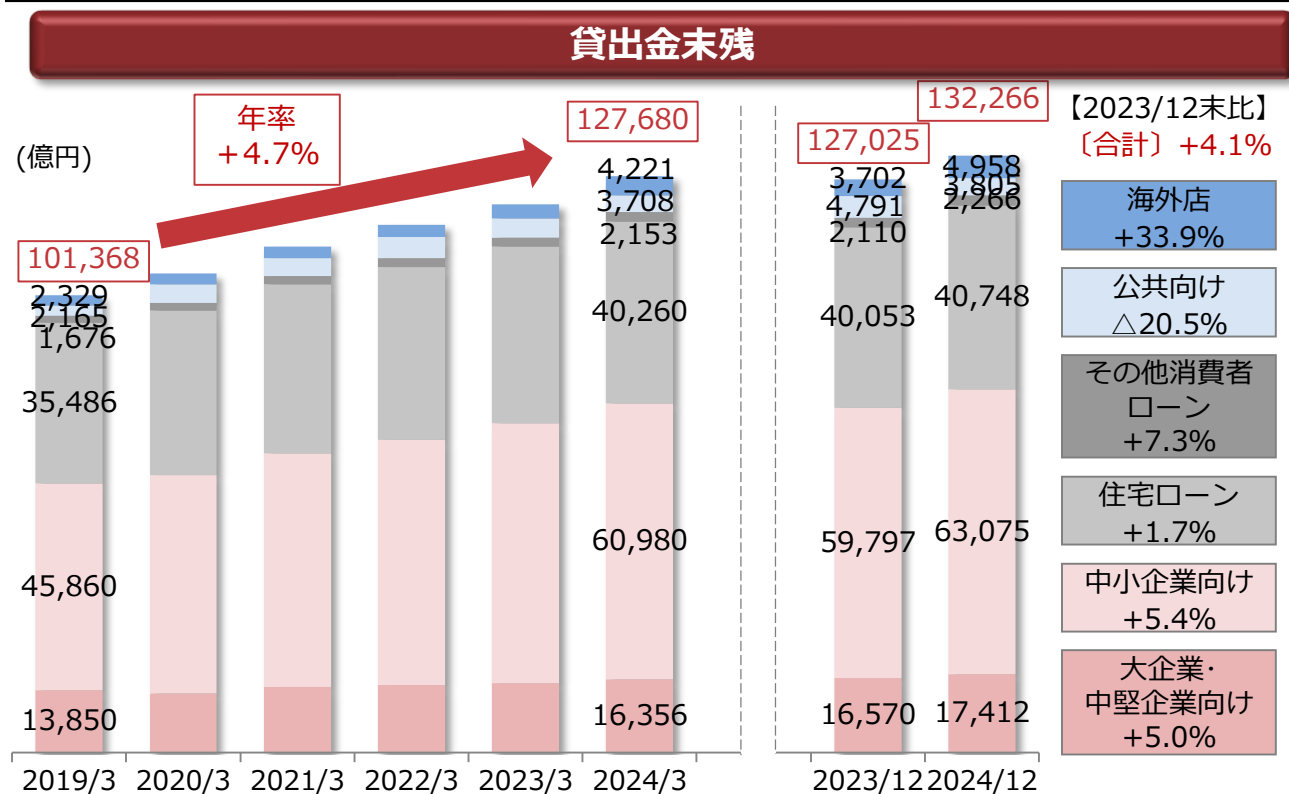
千葉横浜パートナーシップ

ソニー銀行との提携

各種連携を一層強化

更なるトップラインの向上
×
コスト削減

営業基盤の拡充は中長期的に堅調。足許でも順調に拡大



現状

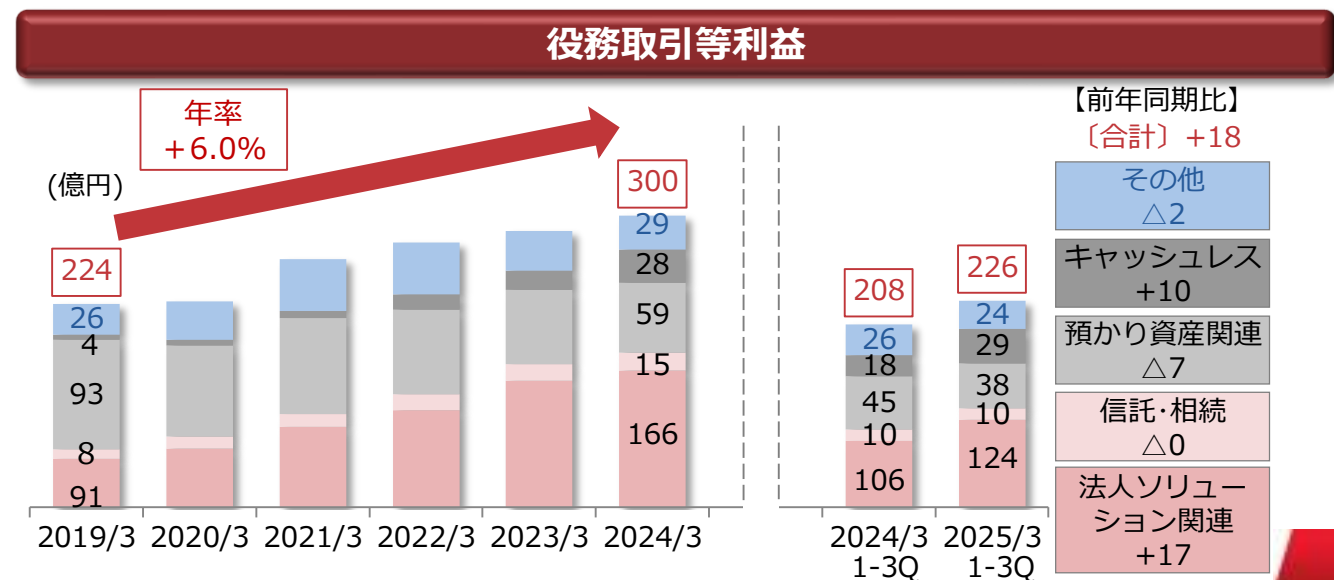
環境認識

課題認識

- 貸出金・預金・役務取引等利益は、持続的な成長を実現

- 人口減少・高齢化の進展
- 金利上昇による預貸金ビジネス環境の改善
- 金利、人手不足、原料高などの経営者の課題の多様化

- 引き続き持続的な成長に向けた取組み強化が必要



「接触数」「専門性」「デジタルの利便性」などがC X 指標の上昇を通じ、収益と高い相関を示す

CX指標※1

CX指標を算出する
3つのご意向

継続意向

推奨意向

購入意向

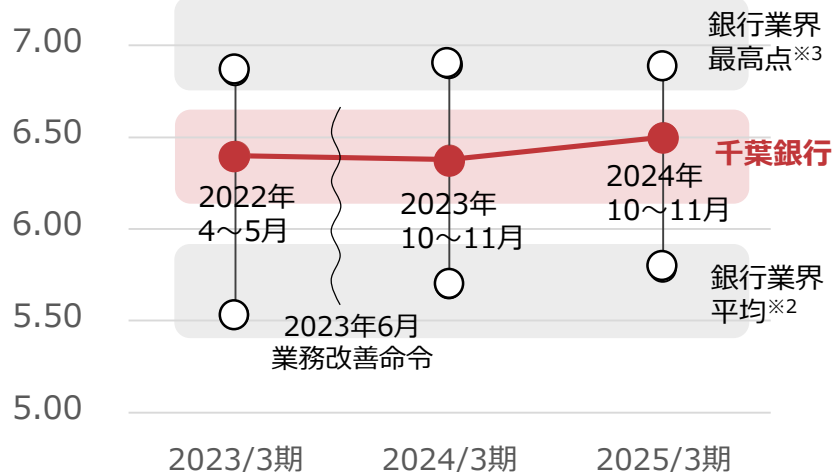
改善点の把握



当行がお客さまに提供する
様々な価値に対して、
評価と期待の差を把握し
優先すべき課題を分析

経営層への報告
全部室への説明会
営業店還元（お客さまの声）

各施策への反映



※1 CX指標は、株式会社野村総合研究所のCXMM®に準拠しています
CXMM®は株式会社野村総合研究所の登録商標です
<https://www.nri.com/jp/service/solution/fis/cxmm>

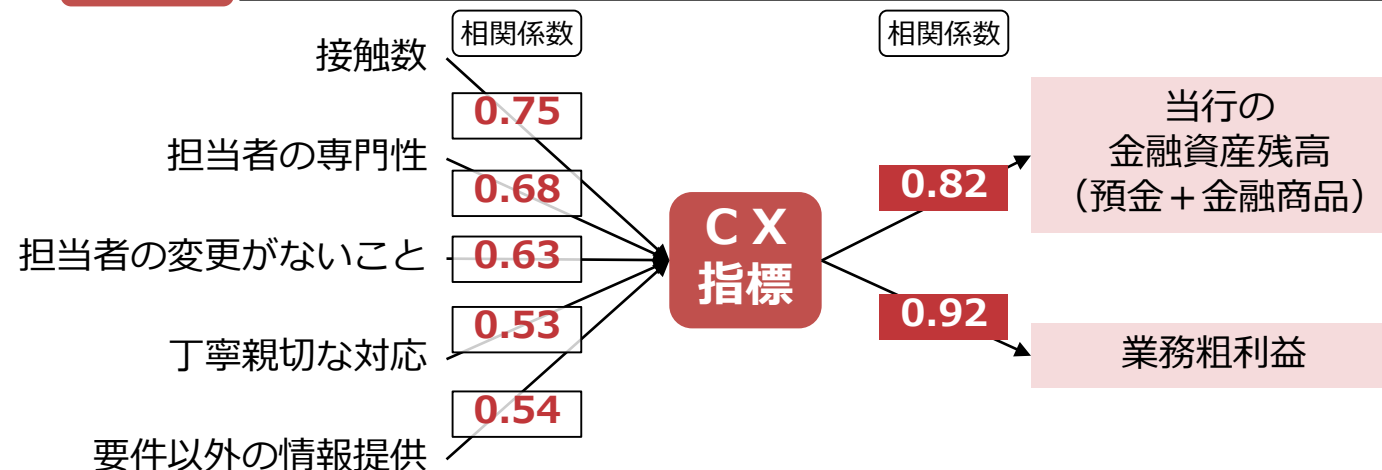
※2 CXベンチマーク調査2024年度版は、株式会社野村総合研究所が実施した調査です
実施時期：2022年度は2021年12月、2023年度は2023年12月、2024年度は12月の数値

※3 当行の各年度調査分析完了時点より、直近1年間のCXMM®導入銀行最高点

顧客の評価・C X 指標・業績の相関

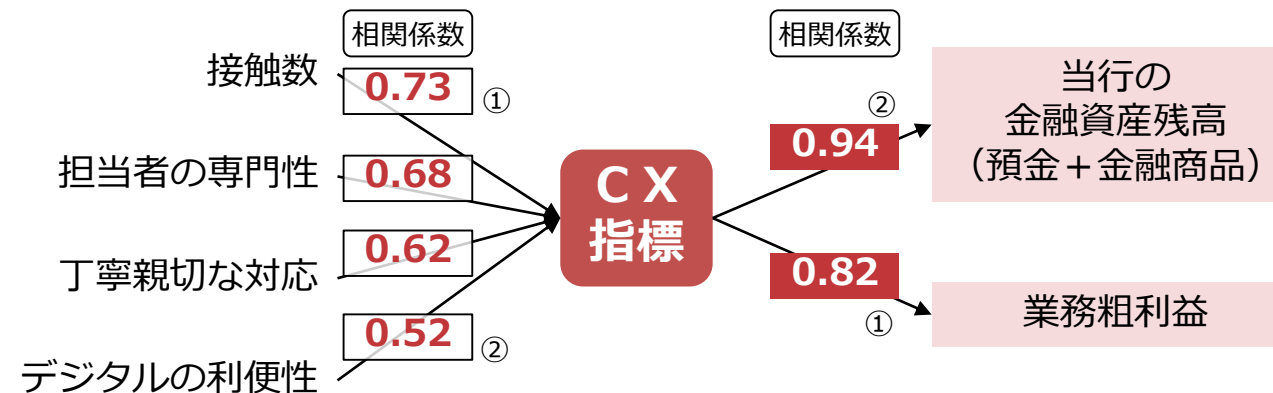
法人

接触数・専門性・幅広い提案が収益に繋がるという示唆



個人

接触数・専門性・デジタルチャネルの高度化が収益・預金に繋がるという示唆



(例) ① 接触数が多い顧客→C X 指標が高い→業務粗利益が高い
② デジタルの利便性が高いと評価している顧客
→C X 指標が高い→金融資産残高が多い

0.7以上：かなり強い相関
0.4以上0.7未満：やや相関あり
0.2以上0.4未満：弱い相関あり
0.2未満：ほとんど相関なし

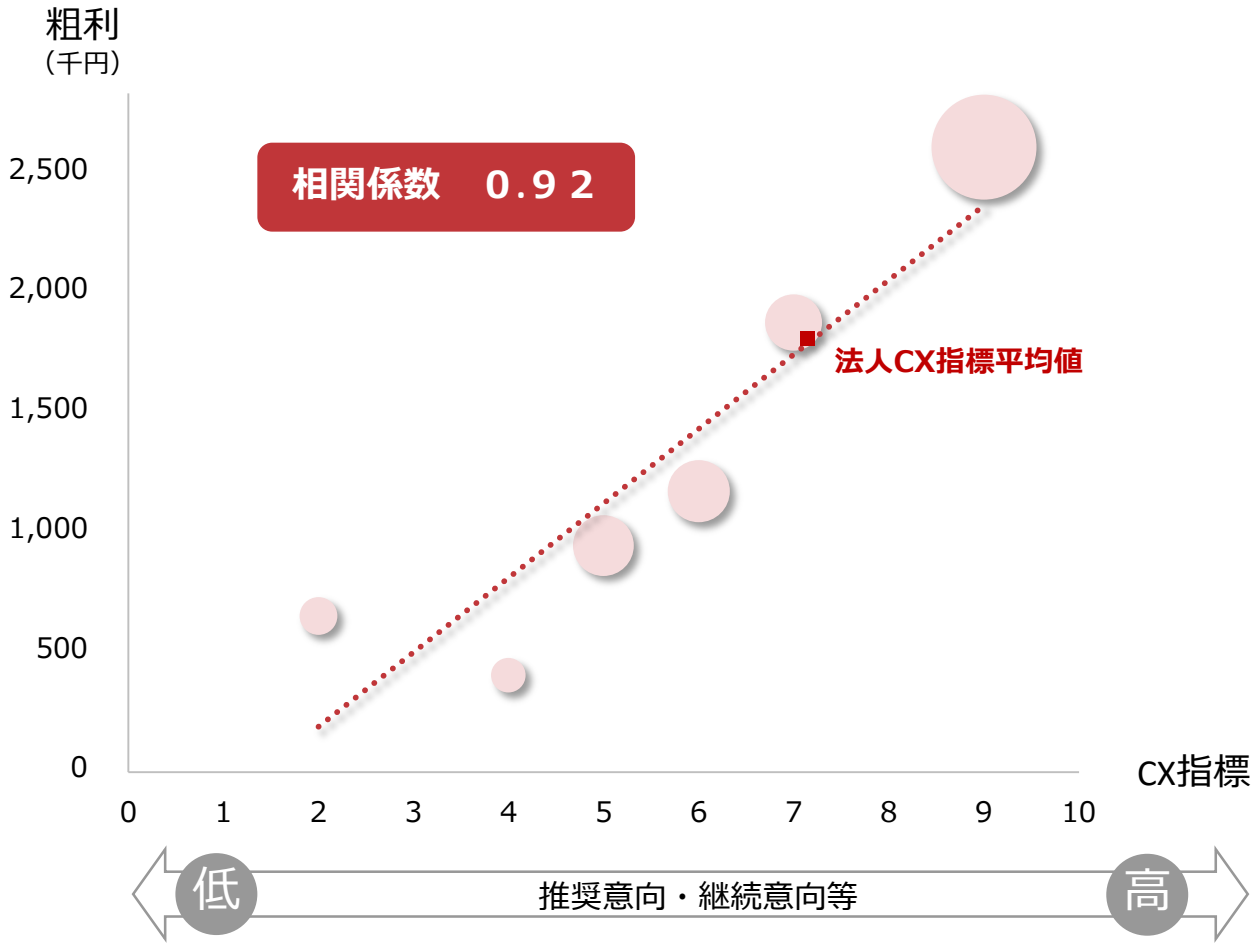
CX指標の上昇を通じて法人・個人のお客さまの粗利増加へ

※年間粗利（2025年3月期上期粗利×2）と2024年調査の相関

法人

[試算] CX指標0.1pt上昇 ▶ 法人粗利46億円増加

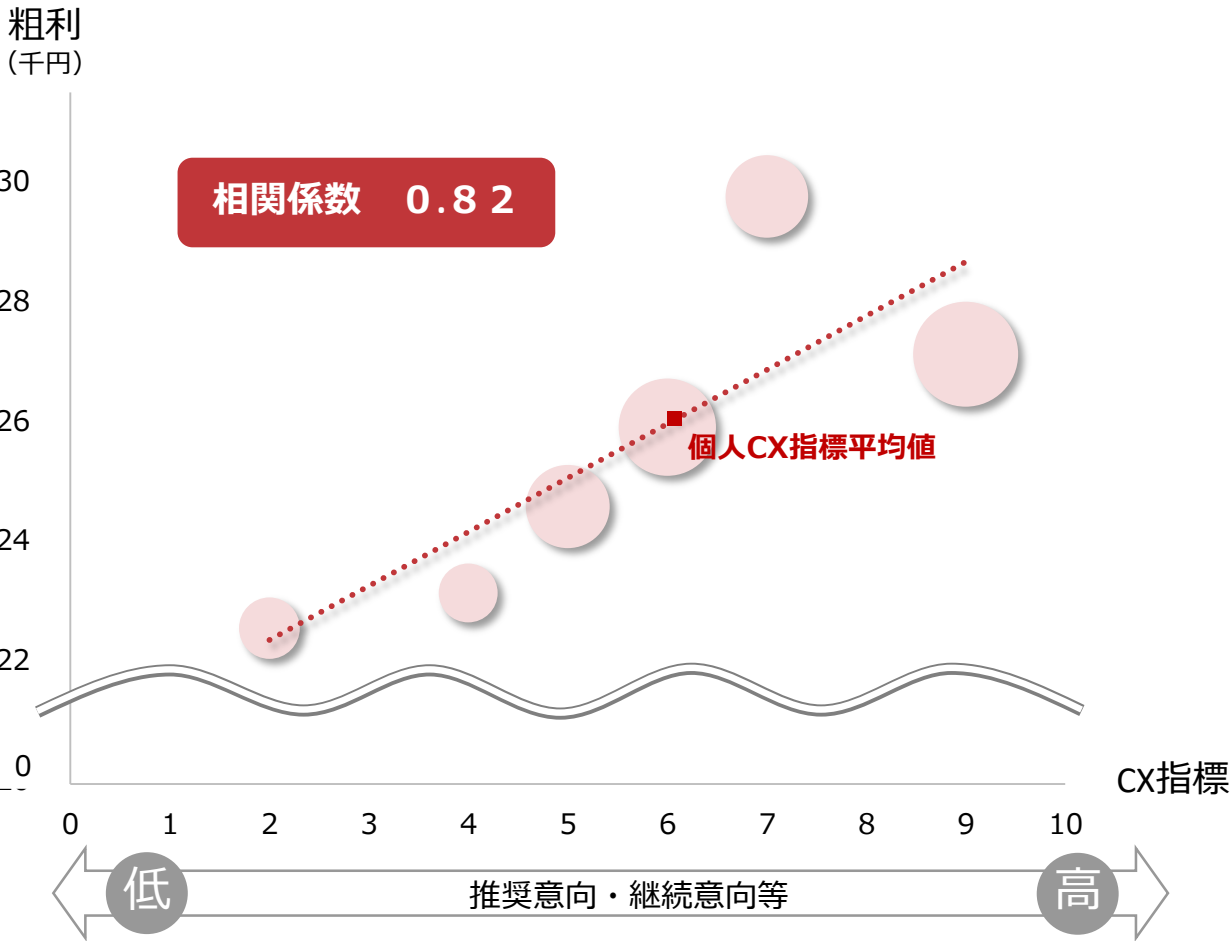
バブルの大きさ：回答数



個人

[試算] CX指標0.1pt上昇 ▶ 個人粗利3.6億円増加

バブルの大きさ：回答数

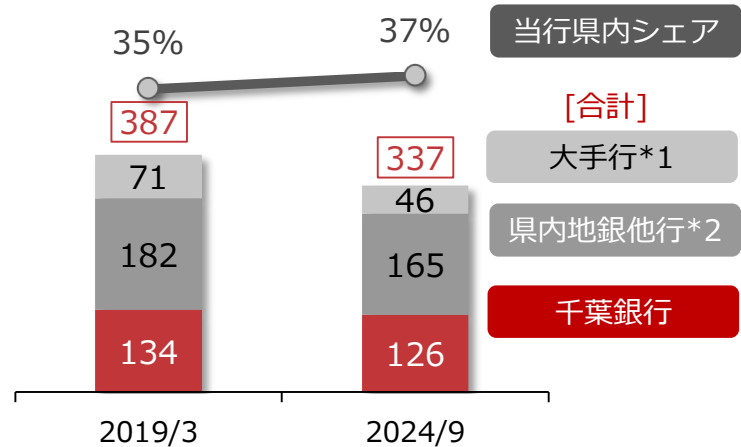


※CX指標別の回答者数が少ない0～3と8～10を、統計的に有意な回答者数になるように0～3⇒2、8～10⇒9にまとめている

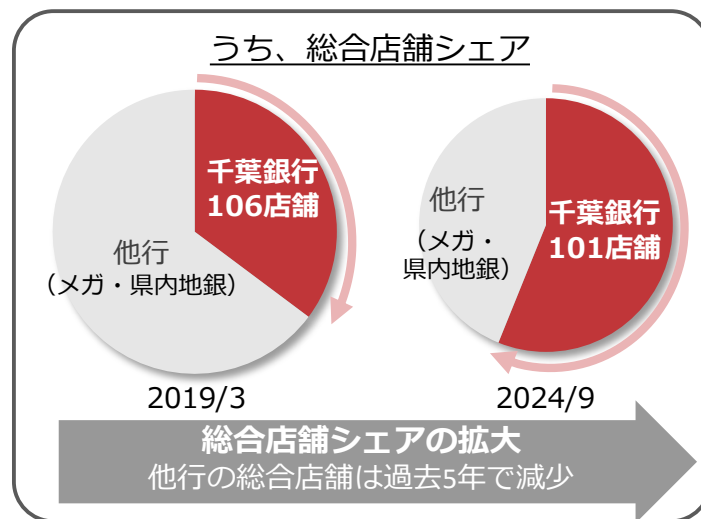
①接点・接触数を増やす	②専門性の高い提案 差別化されたサービス	③デジタルの利便性向上
店舗ネットワーク	専門性の向上・差別化	D X
P 1 1 県内 総合店舗ネットワークの維持 ・顧客接点の拡大 県外 県外マーケットへの浸透 ・貸出シェア2%未満であり 浸透余地大	法人 P 1 3 経営の補佐役 アドバイザリーの強化 新たなアセットへの 投融資 人的資本の強化 本部・グループ会社 横断的な研修の新設 認定制度によるスキルの 見える化 個人 P 2 2 個人の総合コンサルタント 住宅ローン 無担保ローン 相続・信託 キャッシュレス 人的資本の強化 本部・グループ会社 横断的な研修の新設 認定制度によるスキルの 見える化 地域エコシステム戦略 P 2 9 ヒト・モノ・カネを地域で循環させる地域で最も便利な ポイント経済圏の構築	法人ポータル 与信管理へのデータ活用 アプリ デジタルマーケティング

強みである店舗ネットワークを維持・強化し、リアルでの顧客接点を確保

店舗ネットワーク網の維持



*1. 三菱UFJ、三井住友、みずほ、りそな
*2. 京葉、千葉興業



アドバイザー・M&A・
事業承継
成約件数

+ 26 %

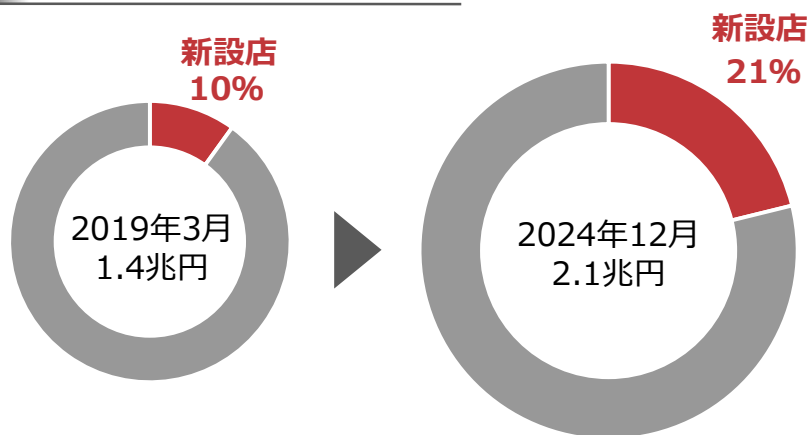
※2022年3月期→2024年3月期

1先あたりの平均接触数
(法人)

+ 20 %

※2023年度→2024年度
※C X 調査による調査回答者のデータ

県外リテール店舗貸出



※新設店: 2015年以降の新設店
(品川・恵比寿・池袋・水戸・浜松町)

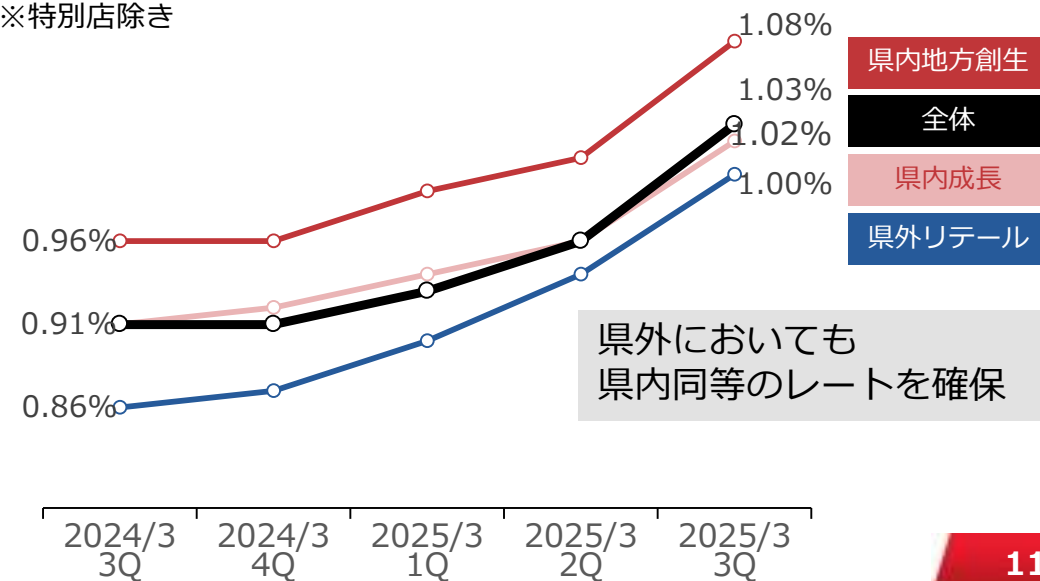
【過去1年の出店】

2024年6月 新宿西法人営業所
(ローンセンター併設)
2025年3月 京橋法人営業所

今後の県外リテール貸出の増加に貢献

エリア別のストックレートの状況 (事業性資金)

※特別店除き



効率的な店舗運営により県内のネットワークを維持し預金を確保 / 法人渉外を増強し、都内を含めたマーケットを深掘り

エリア営業部制

従来

人口減少エリアの店舗には地域インフラ維持という役割が一定程度存在

変化

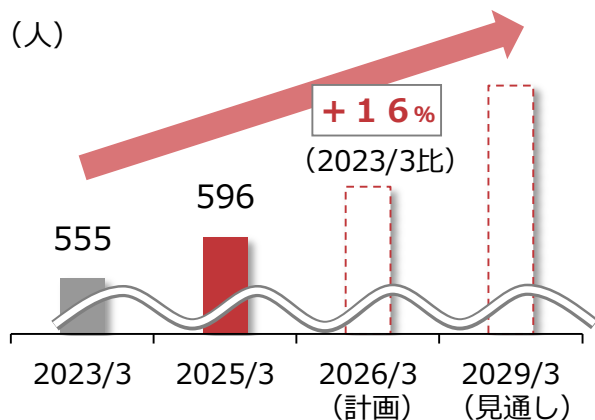
金利上昇により、銀行財務への影響がポジティブに変化

- ・ 預金確保
- ・ 他エリアへの貸出、運用原資の供給

法人部門（渉外・本部人員）の増強

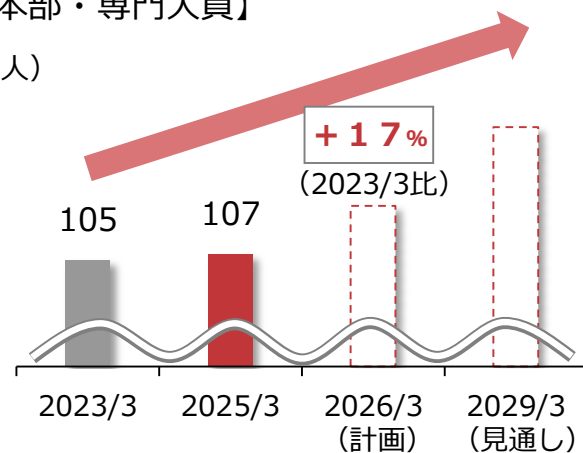
【営業店・法人渉外】

(人)



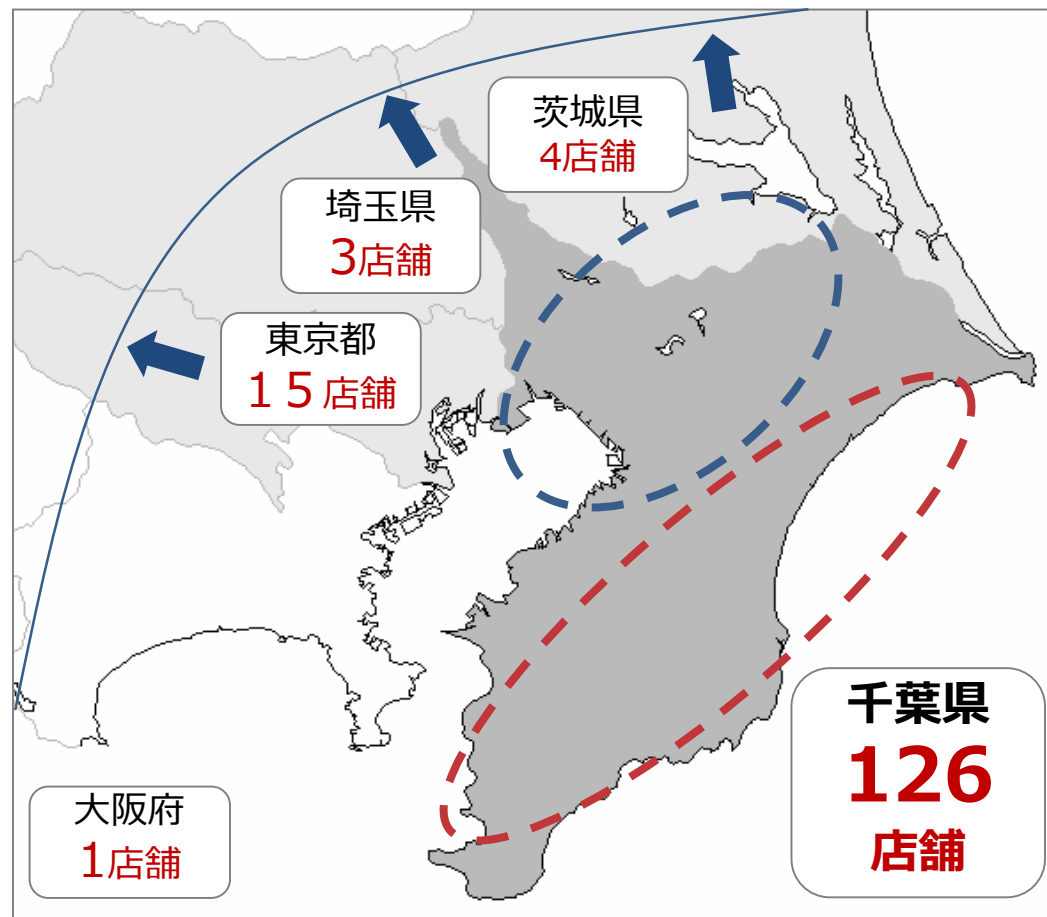
【本部・専門人員】

(人)



国内店舗網

〔店舗内店舗・出張所・ローンセンター・インターネット支店を除く〕



法人ビジネスの持続・拡大



取引先をよく知り、経営の補佐役として継続的なソリューション提案を行うことで、地域の社会的課題解決へ貢献する

デジタル×リアルでの強い顧客接点を形成

デジタル

利便性の高いデジタルのタッチポイント



事業者と銀行をつなぐ
あらゆるサービスのハブとなるデジタルチャネル

事業活動に不可欠な基本インフラへ

デジタルとリアルのハイブリッド

リアル

コンサルティングファームのような専門性を提供



本質的経営課題への伴走支援

専門性向上

経営の「補佐役」

社会課題の解決に
繋がるサポート

経営課題に対する
サポート

DX

ICTコンサル
EB・法人ポータル活用
C-checker
サステナブルファイナンス
アドバイザリー（人事制度）
人材紹介

GX

WX

企画

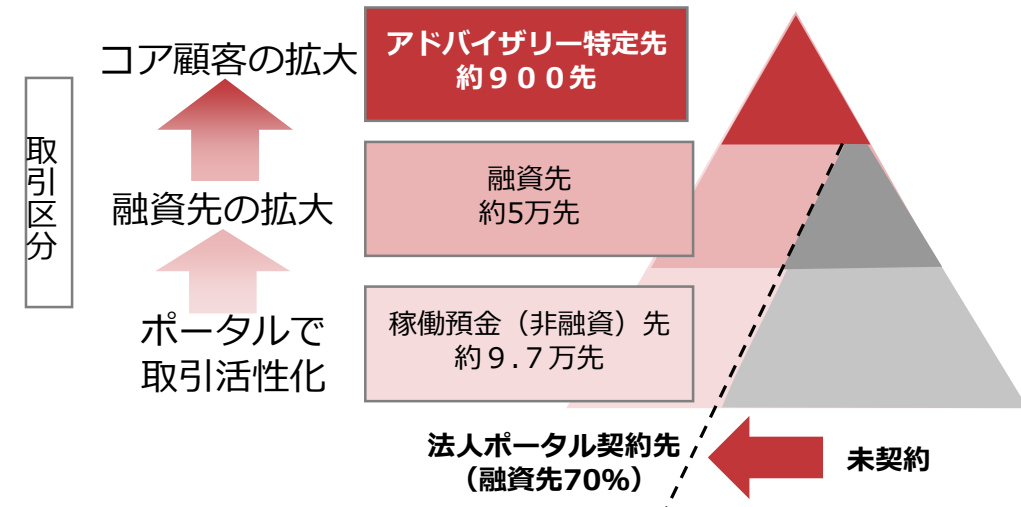
財務

総務

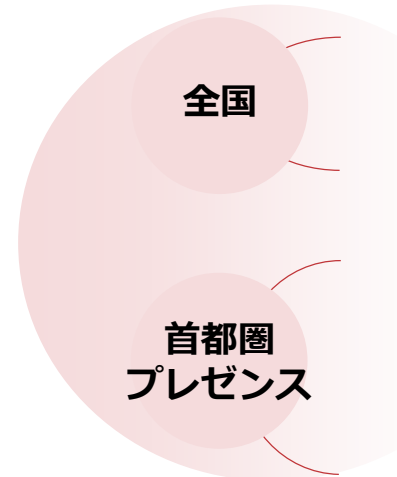
アドバイザリー
コンサル業務
（産業調査担当の配置）

資金対応
ビジネスマッチング

法人取引における収益向上プロセス



他行連携による法人ビジネスの強化



■ 広域情報網を駆使した営業連携
ビジネスマッチング、LBOローン、
不動産ノンリコースローン等の強化



■ 共同拠点における協業
共同拠点：池袋支店・浜松町支店
■ ファイナンス分野での連携



■ ファイナンス分野での連携
■ 法人部門における人材交流

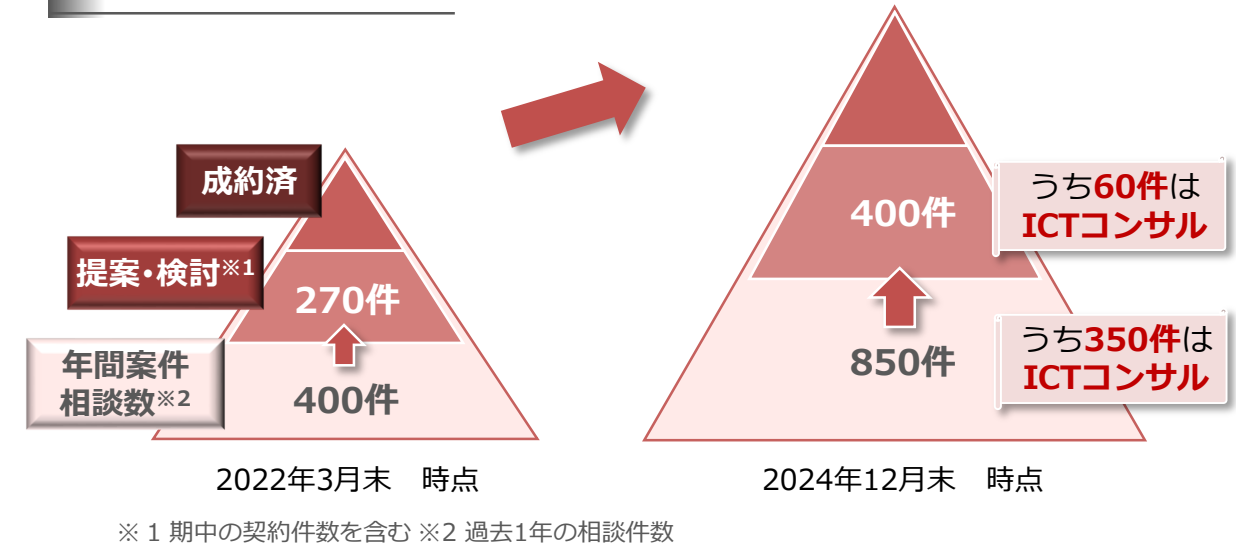
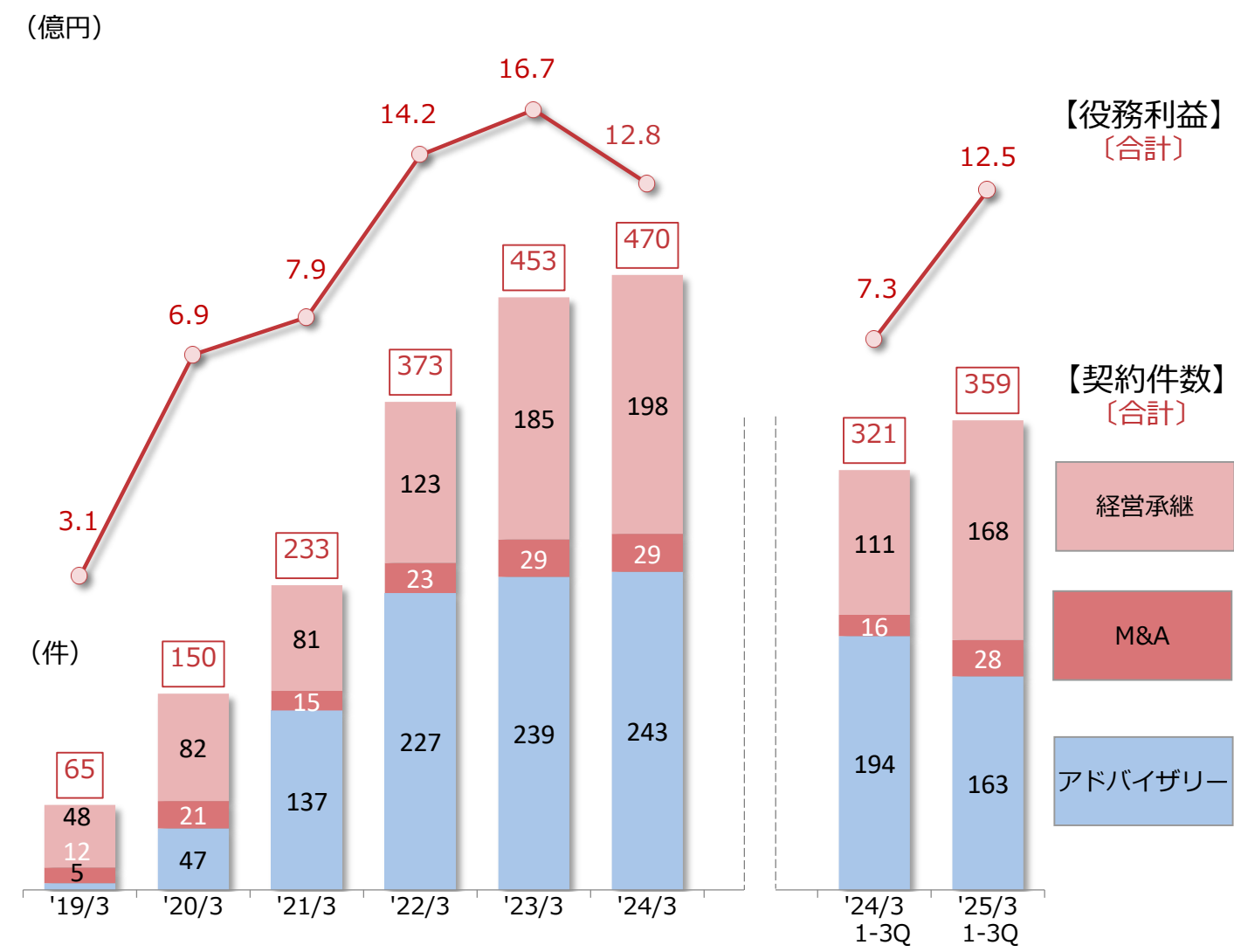
グループ全体でも非ファイナンスソリューションは拡大基調、案件ストックも順調に積み上げ

非ファイナンスソリューションの拡大

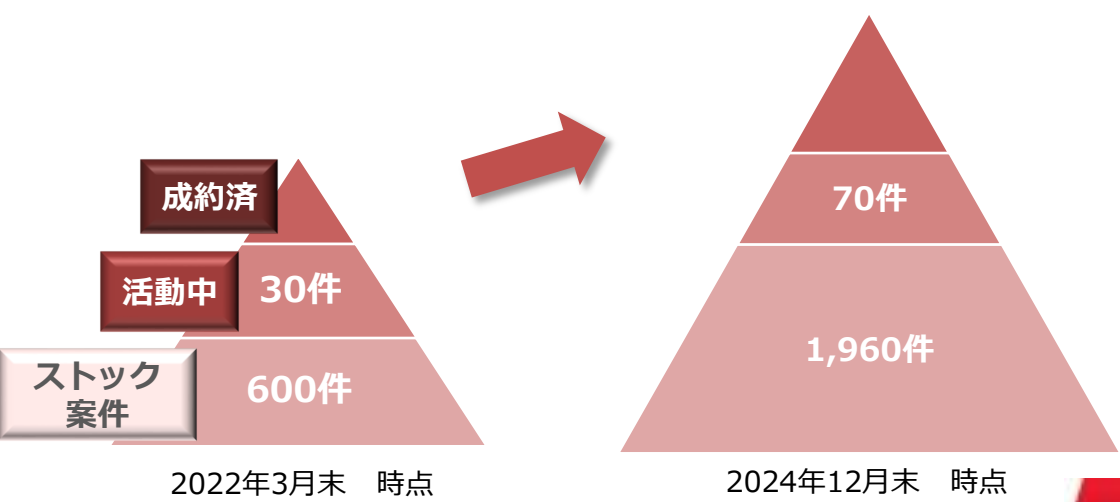
案件ストック

契約件数・役務利益

アドバイザリー業務



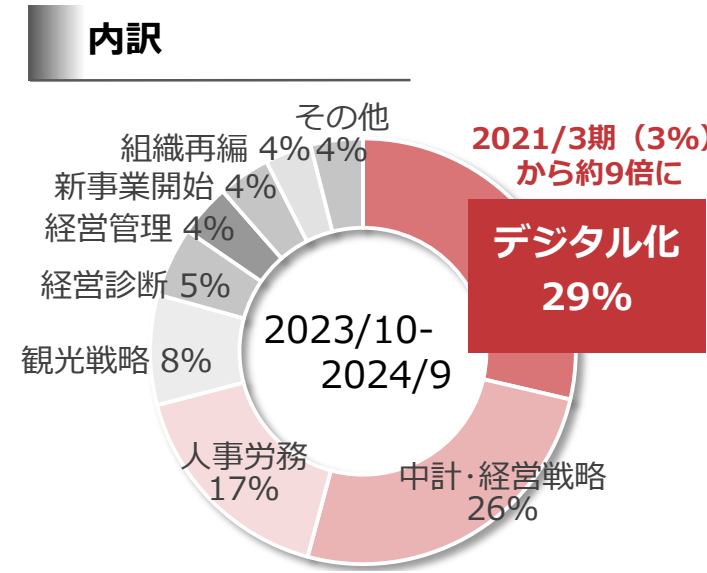
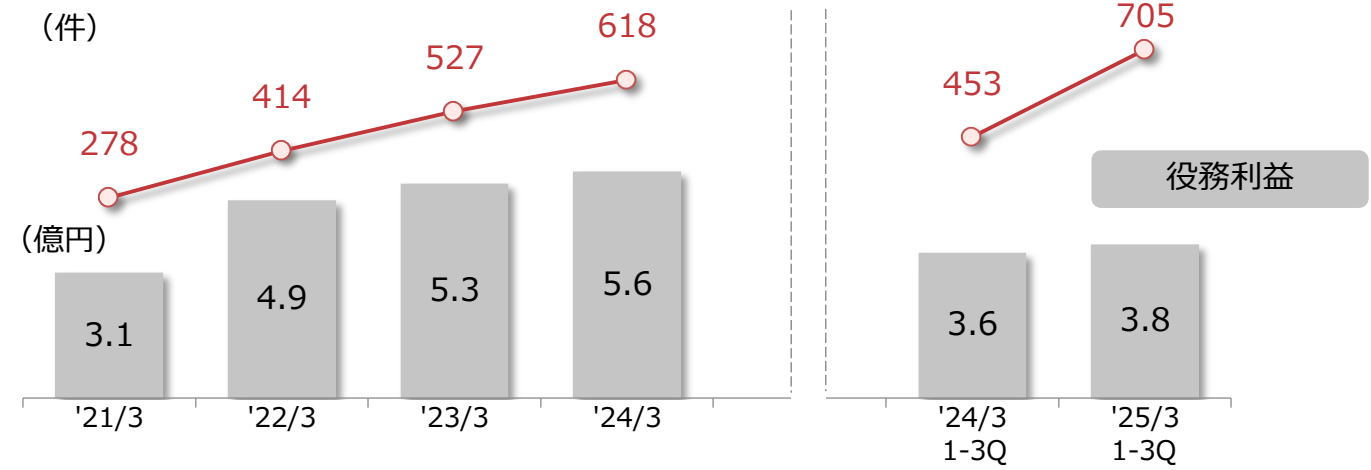
M&A・経営承継業務



アドバイザリー業務を通じ、企業の経営課題に対しあらゆるサポートを行う

アドバイザリー業務

役務利益・トスアップ件数



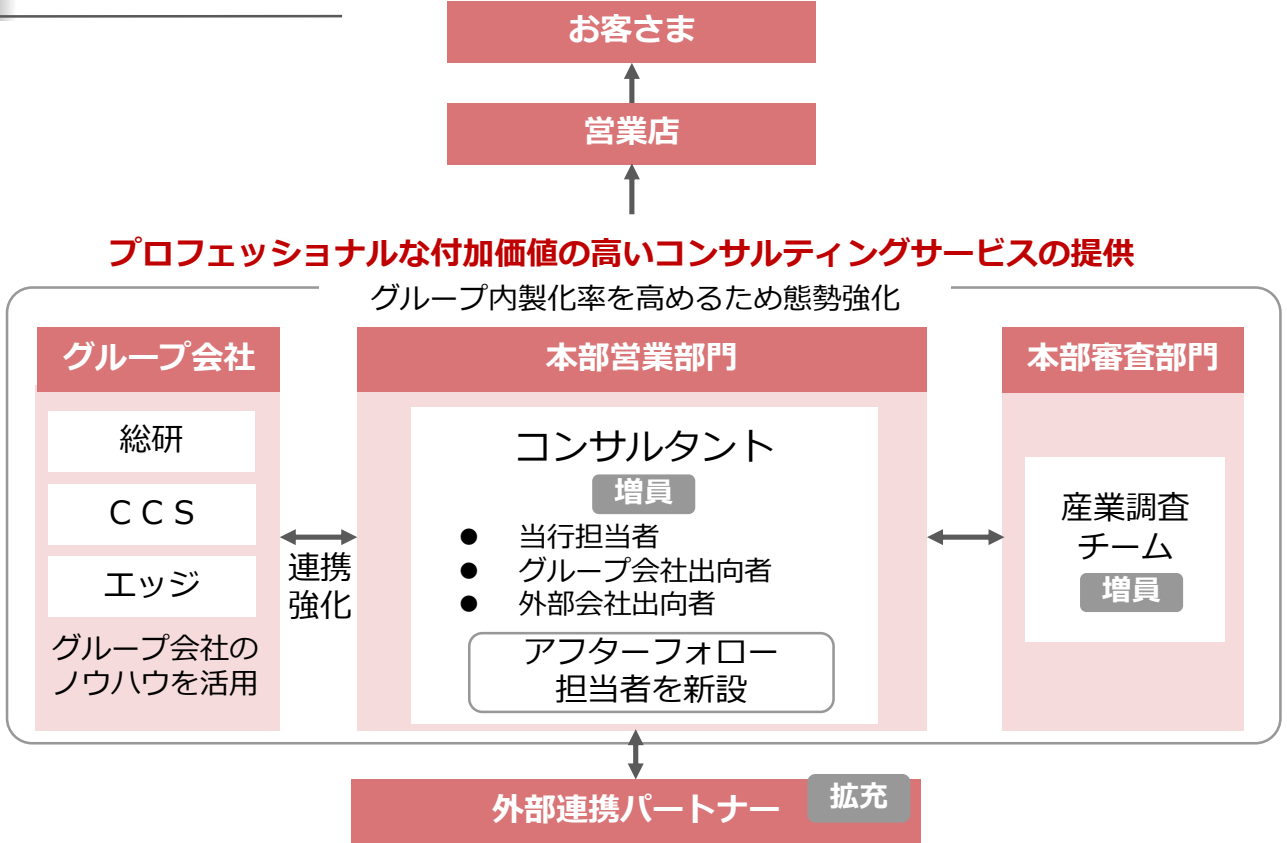
ICTコンサルティング

相談案件数 × 高度ソリューション

- ICTコンサルの認知度向上
- 中小企業におけるデジタル化機運向上
- 提案ノウハウの蓄積

エッジテクノロジー社との協業によるAI関連案件の取込み

今後の活動態勢



■ 今後の取組み施策（予定）

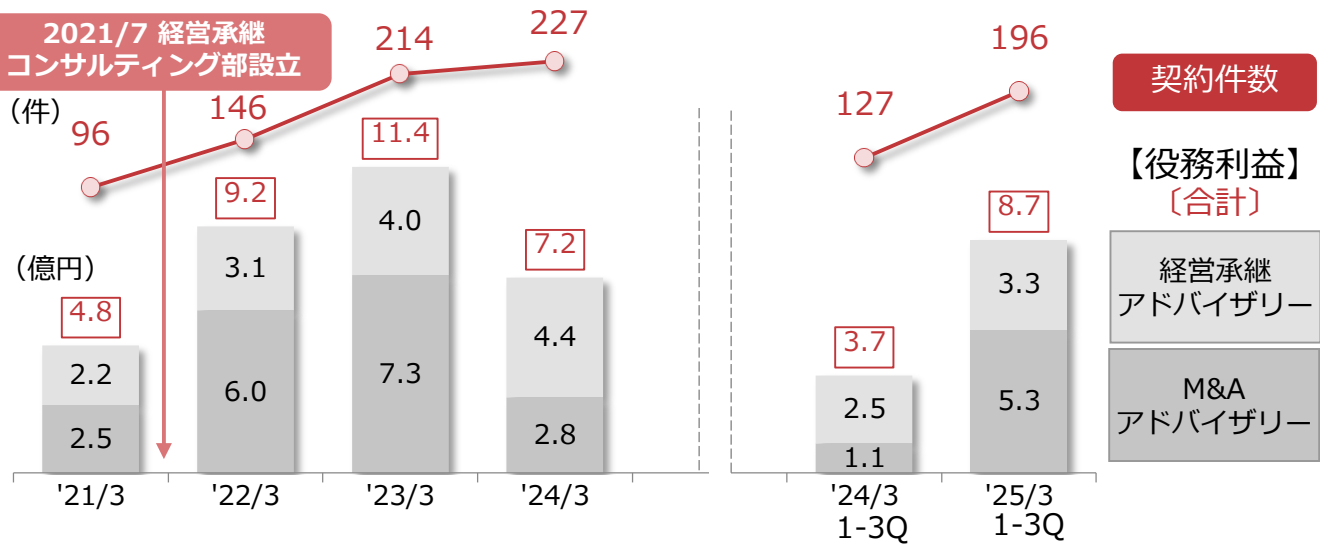
- 新たなメニューの追加
↳ エンゲージメントコンサルティング等
- デジタル化機運の醸成
↳ DX診断ツールの活用等
- 付加価値の高い提案強化
↳ 上場先やアドバイザリー特定先等



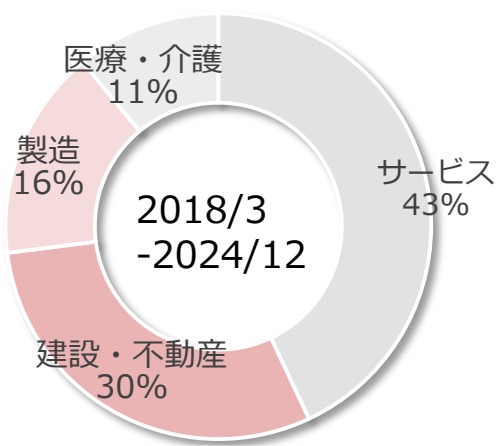
事業承継やノンコア事業の切り離し、M&Aによる新規事業参入など、地域の企業の新陳代謝を支援していく

M&A・経営承継

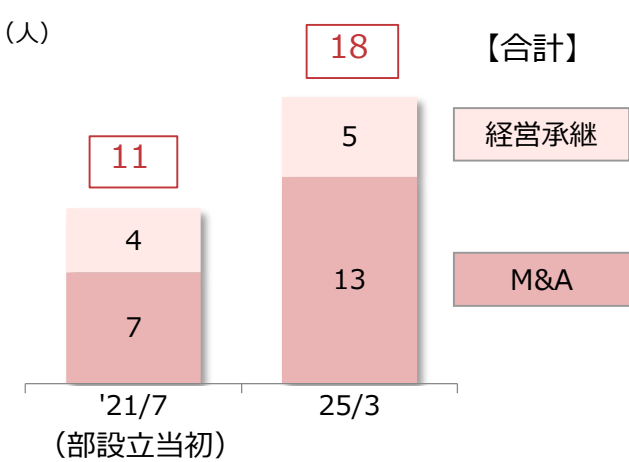
役務利益・契約件数



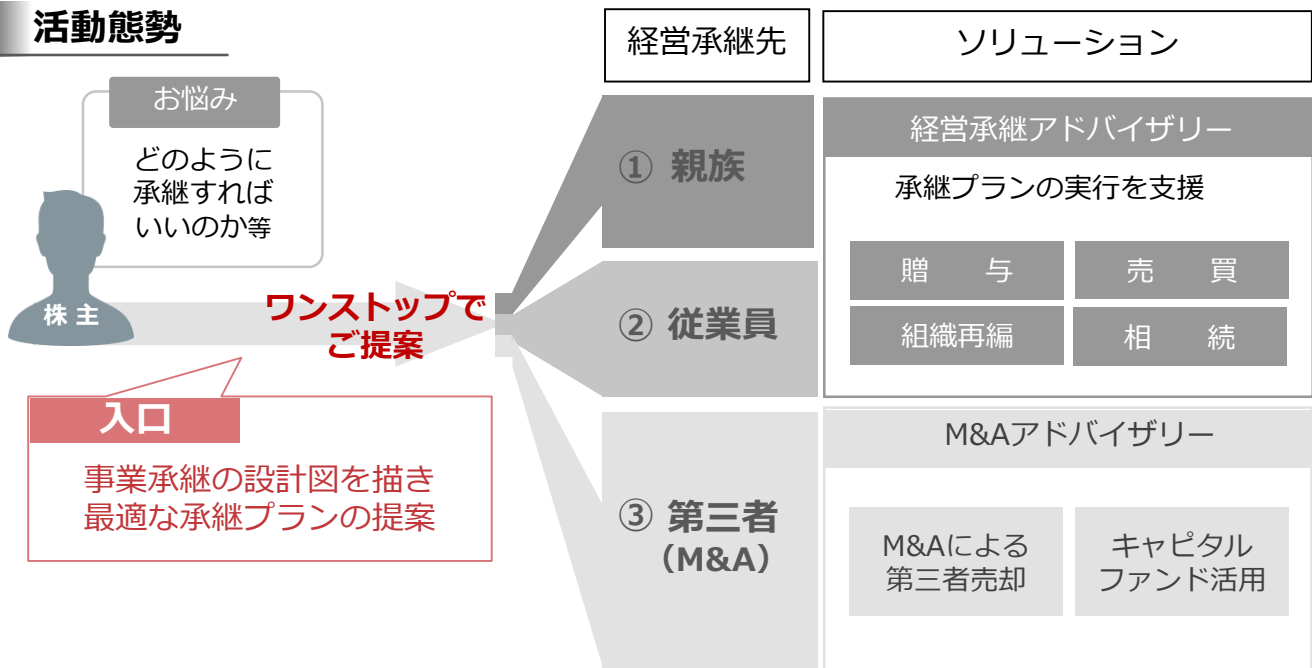
M&A業種別実績



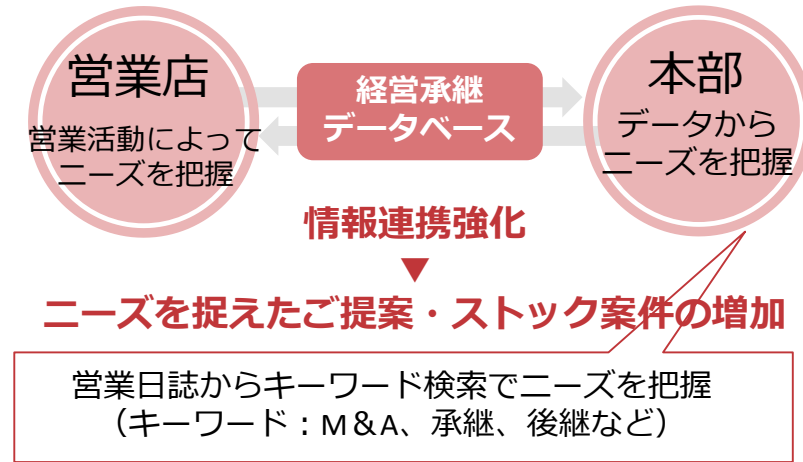
人員数（営業担当）



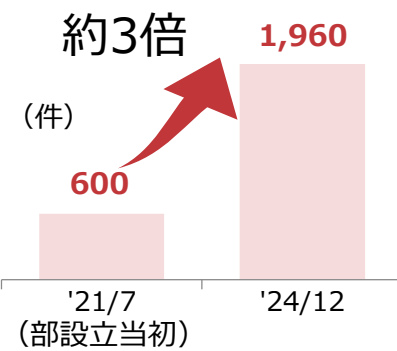
活動態勢



情報連携



ストック案件数



バイアウトファンドを活用したハンズオン支援

岩崎機械工業株式会社

- ✓ 千葉県東金市に所在する創業約 90 年の地域事業者
- ✓ 金属加工および自動機設計製作
- ✓ 顧客の自動化・省人化に貢献

全株式を取得

円滑な事業承継

さらなる成長のため
の経営基盤構築



不動産ファンドを活用したソリューション提供により、地域の課題・取引先の課題解決に貢献する

不動産ファンドによるソリューション機能の高度化

地域の課題解決

＜不動産へのファイナンス等を通じ、地方創生・地域活性化に貢献＞

- 「地域の賑わい創出」
- 「地域の人々の豊かなライフスタイルの実現」

取引先の課題解決

＜取引先へ提供するソリューション機能の高度化＞

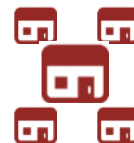
- 「単純な不動産売買ニーズとは異なる課題解決」
- 「企業体力を上回る成長投資の実現」

お客様の課題を深掘りしつつ、パイプラインを拡充

経営課題の一例

新たに物流施設を開発したいが、BSは膨らませたくない

固定資産を流動化し、新規出店や店舗リニューアルの原資にしたい



不動産
ファンド

ファイナンス

千葉銀行を含む
金融機関・投資家

検討中アセット

オフィス

レジデンス

物流施設

商業施設

ホテル 等

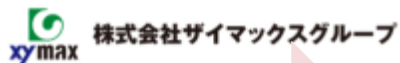
2024年度の実施事例

地域の課題解決

ワールドビジネスガーデンを裏付資産とした取組



融資・出資



出資 他

- ・ アセットマネジメント
- ・ プロパティマネジメント
- ・ ビルメンテナンス

不動産私募ファンド



千葉県内最大のオフィスビル
WBG

幕張新都心のランドマーク
であるWBGの安定稼働を支える

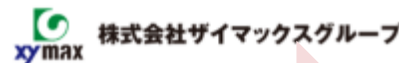
雇用促進・経済活性化

取引先の課題解決

自動車ディーラー店舗の底地を裏付資産とした取組



融資・出資



アセットマネジメント 他

不動産私募ファンド



ディーラー店舗
(底地) 5物件

固定資産を有効活用
(セール&リースバック)

成長資金の捻出・資産効率の向上

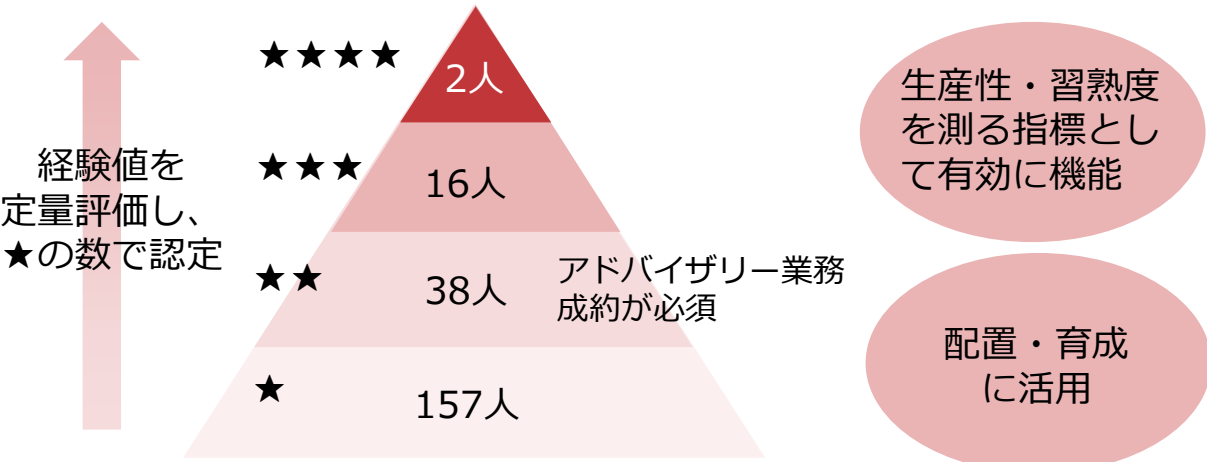
法人部門のスキルを見える化しながら育成を強化し、ソリューション提供に必要な人材を確保

法人部門の人的資本に関する課題と対応

課題	対応
客観的なスキルが見えない	認定制度によるスキルの可視化 担当者のモチベーション向上
店舗OJTが中心 （配属により成長機会に大きな差）	グループ横断的な研修の実施
若手担当者増加に伴う スキルの引き上げ	法人担当サポート体制の強化 （若手渉外担当への本部支援など）



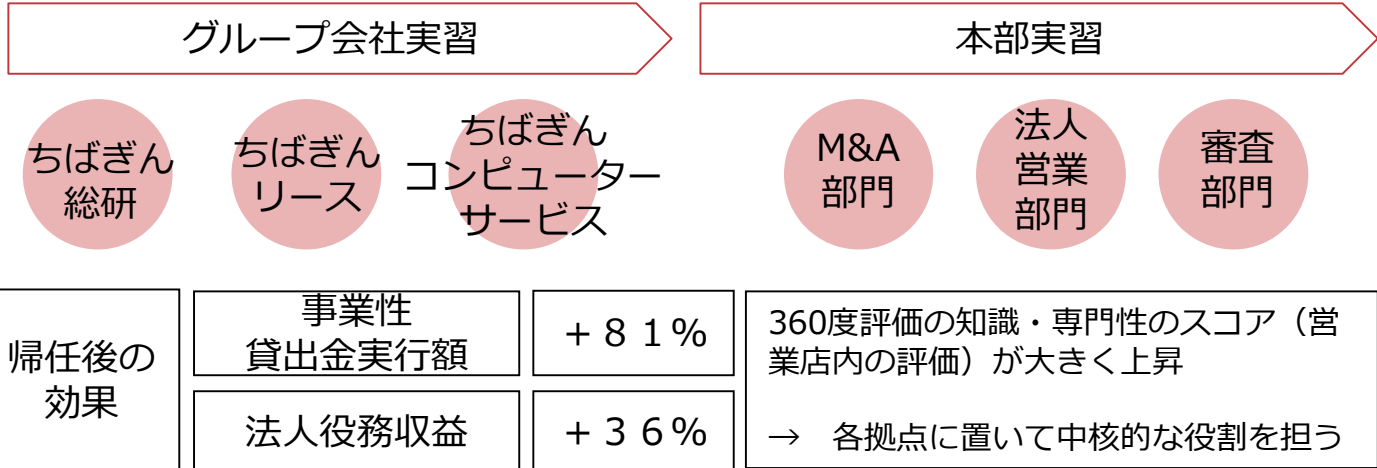
認定制度 高度なソリューション提案の複数成約が必須



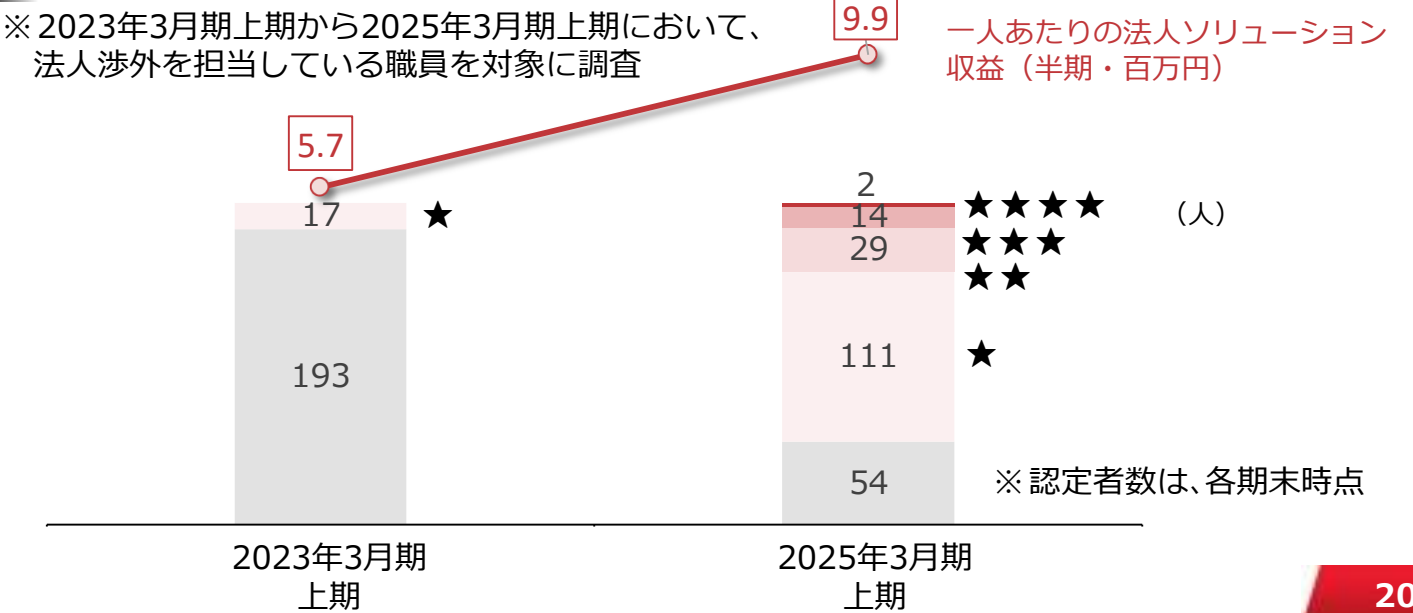
法人トレーニー研修

今中計期間中に
累計50人育成

1年をかけて、グループ会社・本部専門部署の現場で学習



ソリューション提案スキル見える化と向上



※ 2022年4月開始
※ 認定者数は2024年12月末時点

徹底的な事業支援を通じ、地域の中核企業の業績・地域雇用の拡大に貢献

アドバイザー特定先

地域の中核企業約900社を「アドバイザー特定先」として選定

パートナーとして徹底的に事業支援するため、
ミーティングを通じて1社1社の経営課題を深堀り

営業店

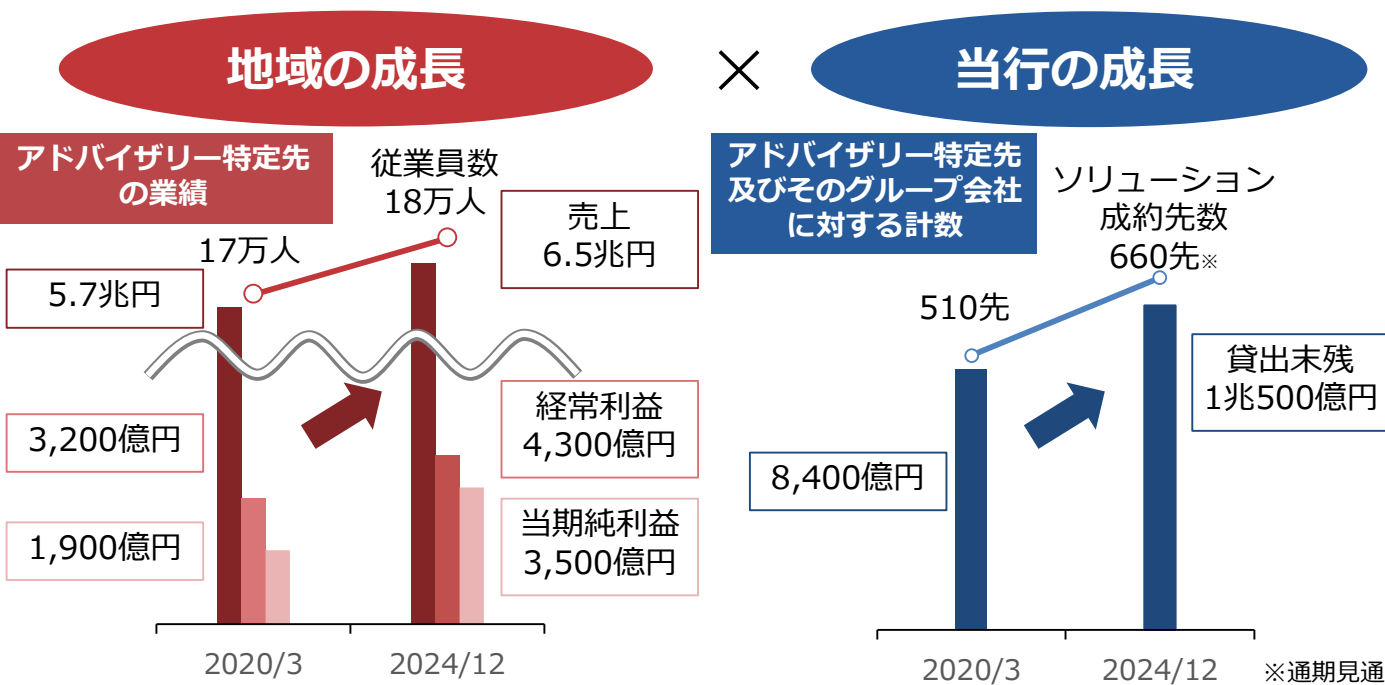
×

本部営業部門、本部審査部門、
グループ会社

取引先の
経営課題の把握

専門的な
知見の提供

アドバイザー特定先の成長



サポート事例1 サステナブルファイナンス

企業像	製造業 / 売上高60億円 / 従業員100名
経緯	・サステナビリティ経営の取組みを強化する観点から、環境経営や健康経営といった取組みを資金調達にも反映させたいという思いを相談いただいた。
取組み	・地方銀行として初となる「ポジティブインパクト評価（PI評価）」の策定 ・PI評価に基づくポジティブインパクトファイナンスの実行
お客さまの効果	・PI評価の策定したことにより、今後、複数の金融機関から本PI評価に基づくポジティブインパクトファイナンスによる資金調達が可能となった ・KPIの進捗状況を当行と定期的に確認することによる社内意識の向上

サポート事例2 事業者向けアドバイザー、ICTコンサルティング

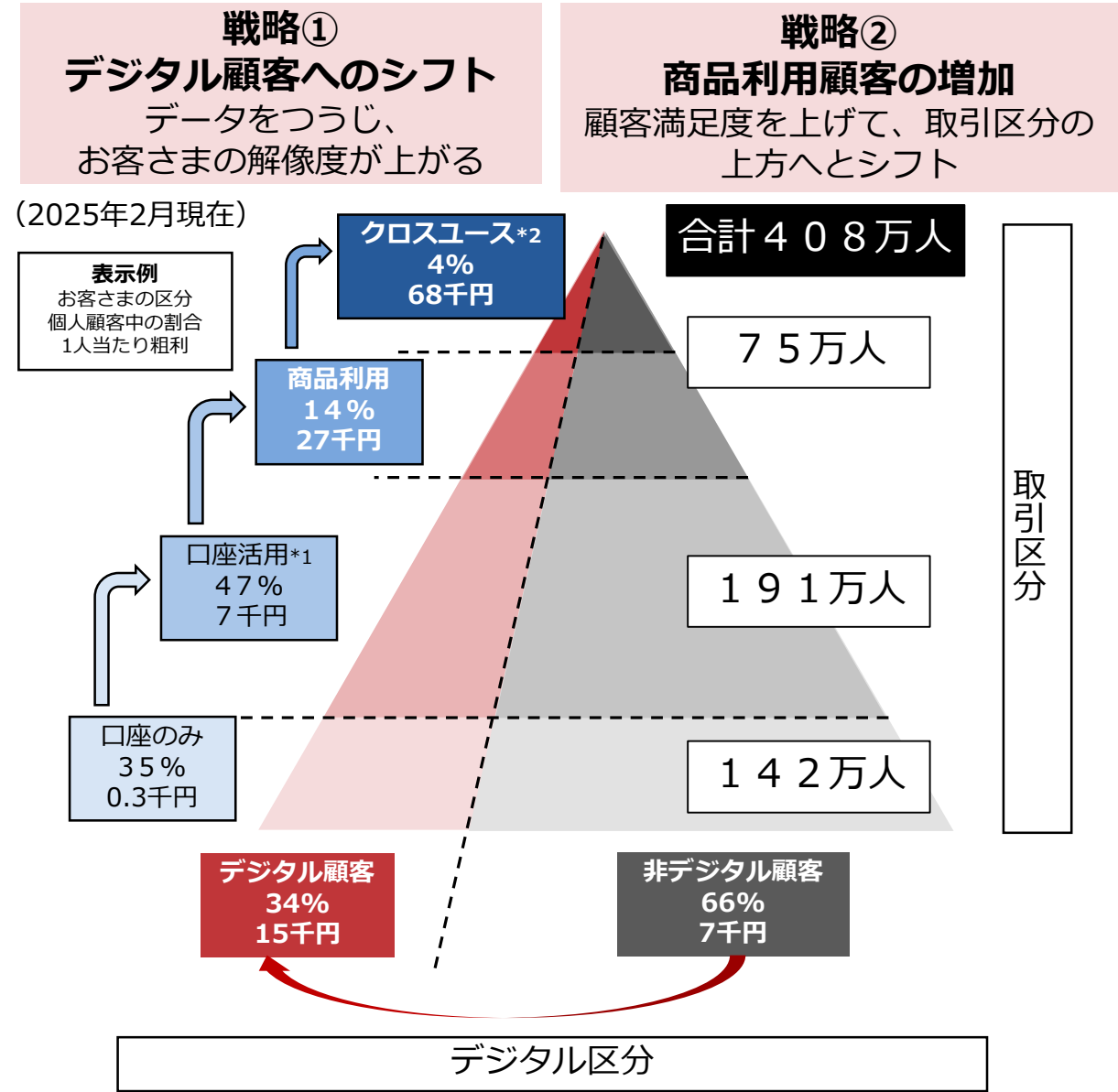
企業像	不動産業 / 売上高30億円 / 従業員20名
経緯	・経営者の強いリーダーシップにより事業拡大をしてきたが、事業規模の拡大に伴い、組織として持続的成長できる企業になりたいという思いを相談いただいた。
取組み	・現状分析による課題の洗い出し ・「業務の属人化」といった課題に対する業務フローの可視化及びデジタル化に向けたツール選定と導入のサポート ・課題「人材育成」に対して、人事制度の再構築をサポート
お客さまの効果	・各業務における担当者の明確化、分業化を図る業務フローを確立 ・デジタルツール導入による事務作業時間の削減 ・新人事制度による従業員エンゲージメントの向上

個人ビジネスの持続・拡大



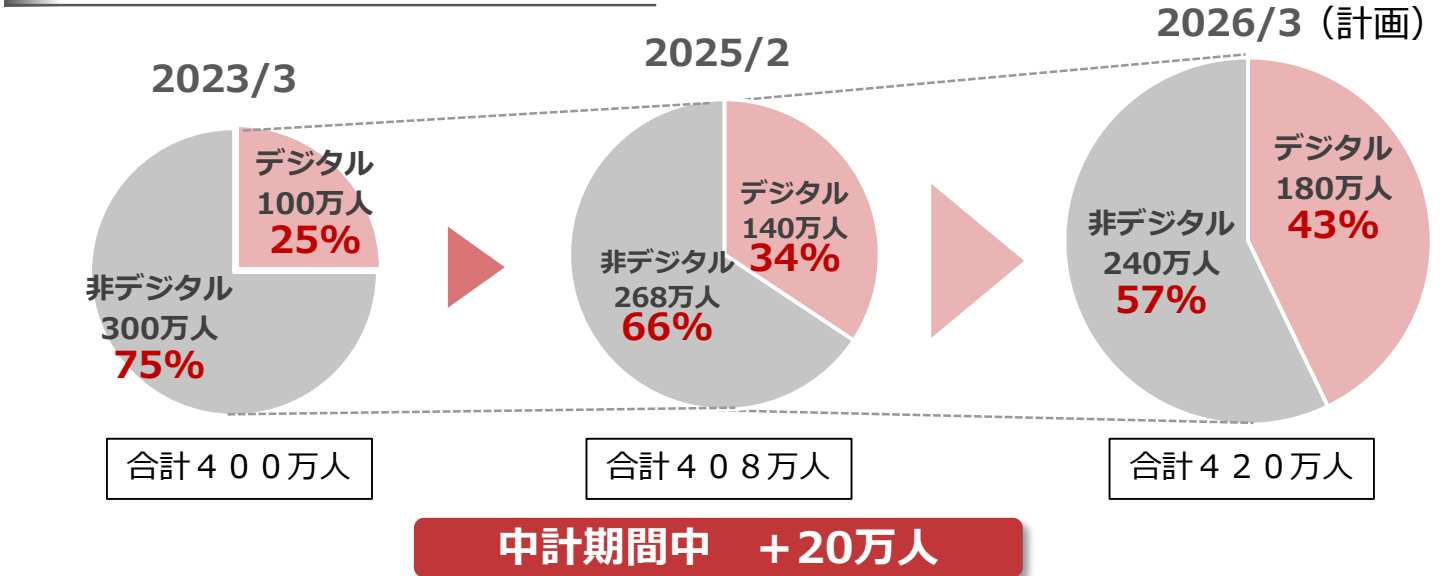
デジタル顧客を増やすと共に、商品・サービスの利用を促進して顧客単価の向上を目指す

DX戦略に基づく個人役務収益向上プロセス

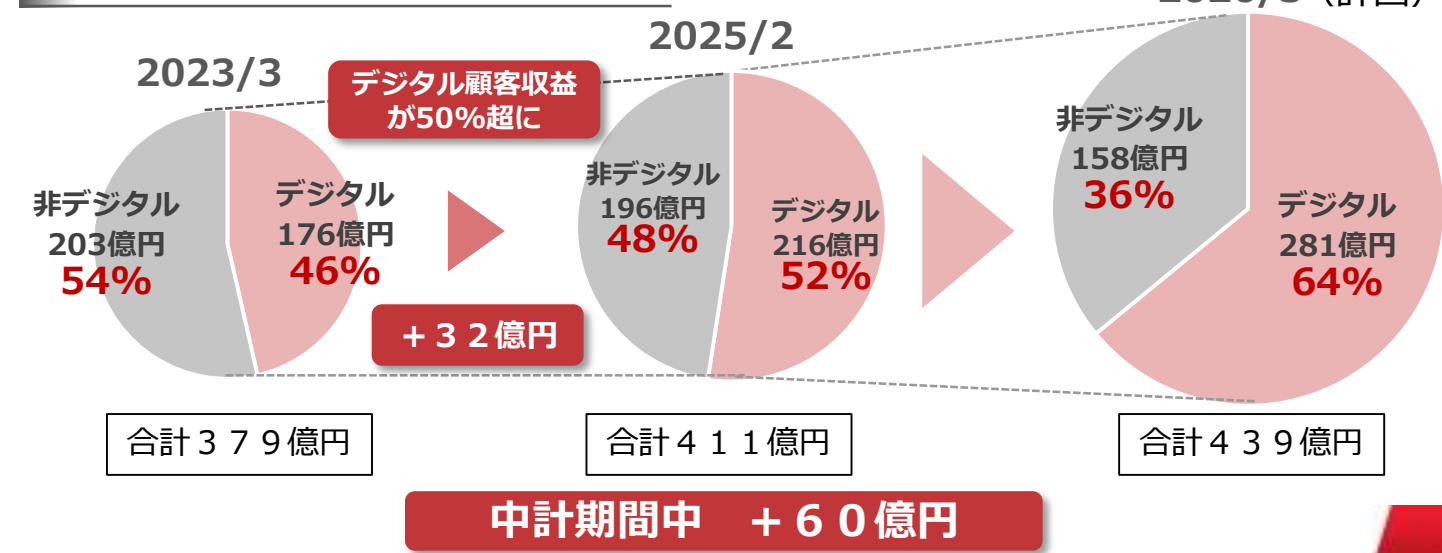


*1. 口座活用：給与・年金受取、残高30万円以上、口座振替利用いずれかの条件を満たす顧客
*2. クロスユース：2種類以上の商品利用者

中計期間における人数構成の変化

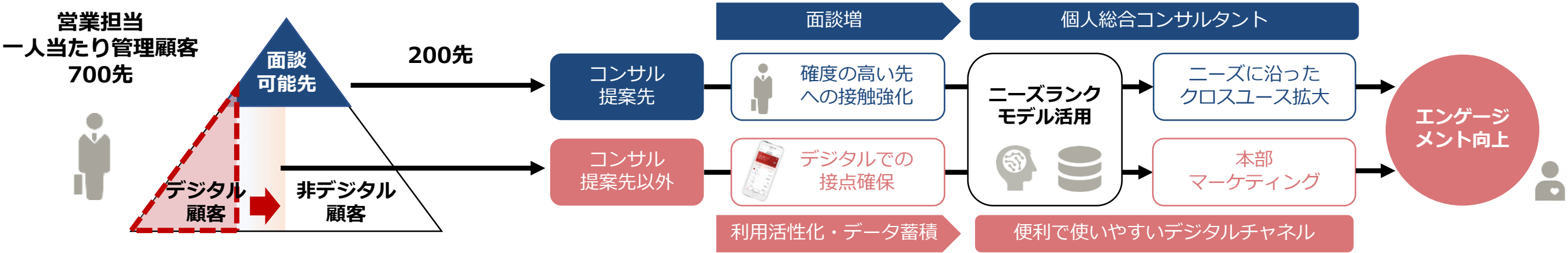


中計期間における収益構造の変化 ※個人部門業務粗利益



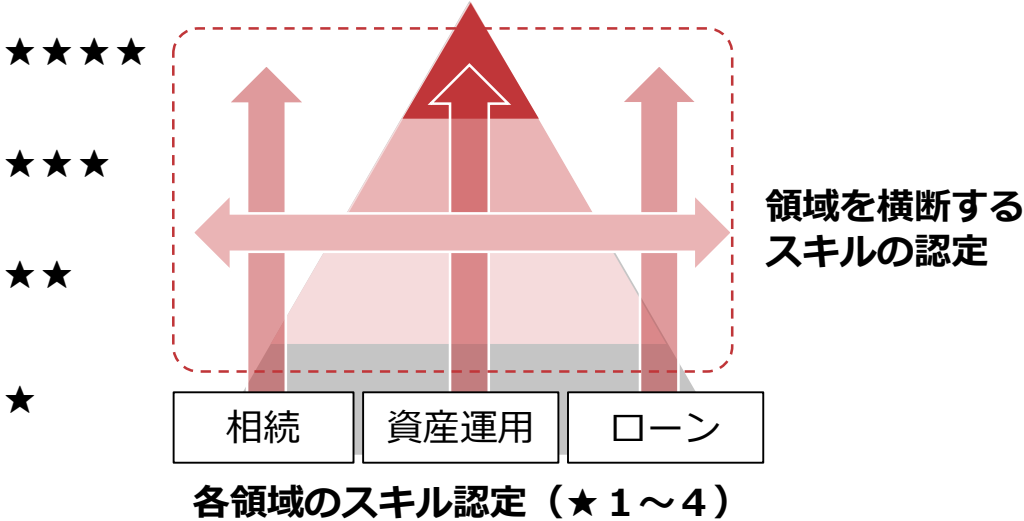
リアル・デジタルを組み合わせた営業活動により、顧客エンゲージメント向上を実現する

個人の営業活動見直し



「個人総合アドバイザー」認定制度

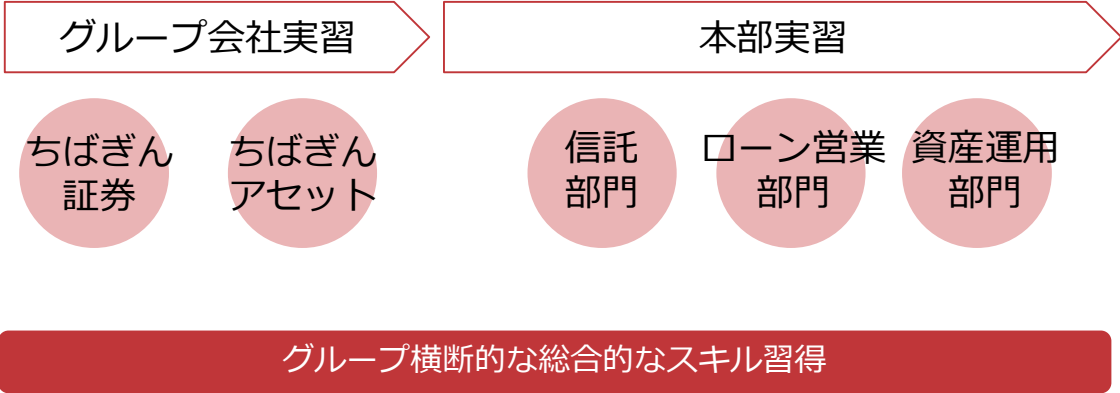
複数領域・合計★6以上で「個人総合アドバイザー」認定



個人営業育成プログラム

今中計期間中に
累計50人育成

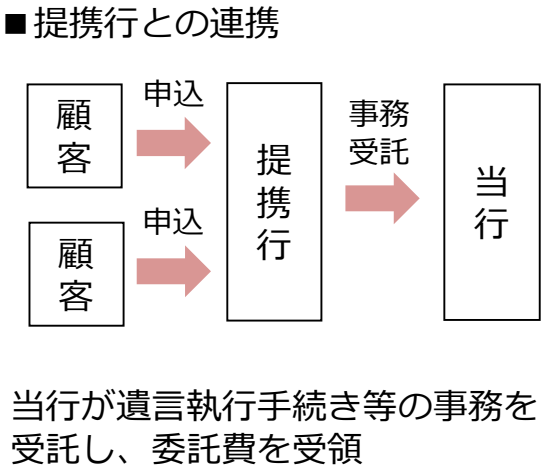
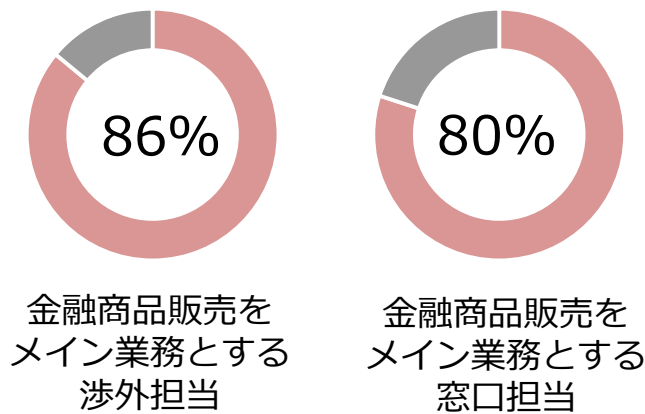
6か月をかけて、グループ会社・本部専門部署の現場で学習



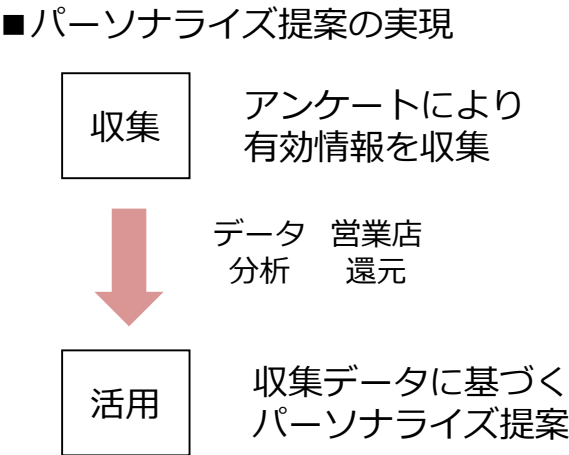
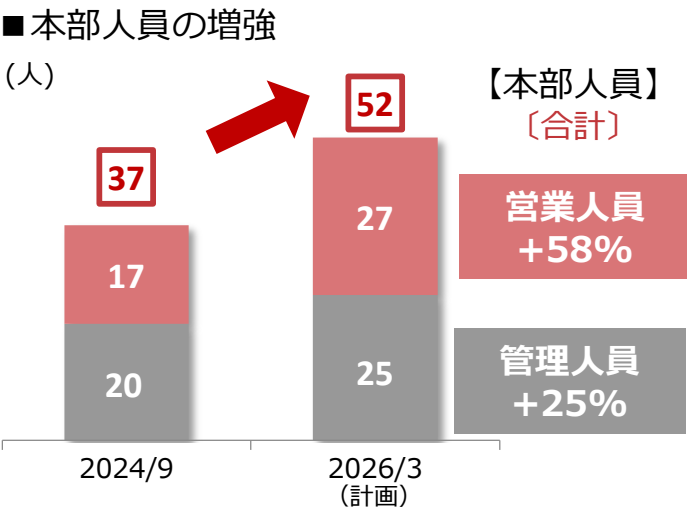
人員増強により営業態勢を強化。相続関連業務を起点として個人への総合コンサルを展開

当行の特徴

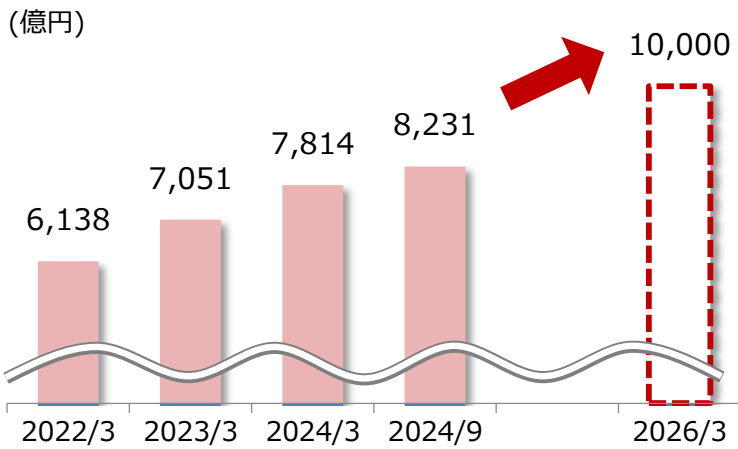
- 2006年6月より銀行本体で相続関連業務をスタート（地銀初）
- 営業店人員の相続関連業務経験率
- 提携行との連携



強化に向けた取組み

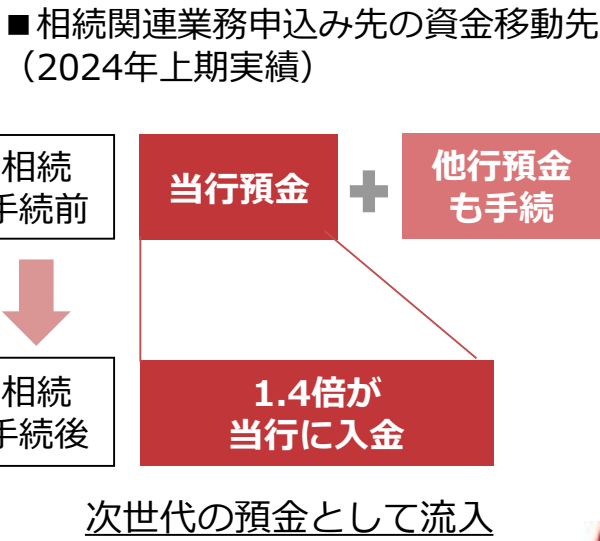
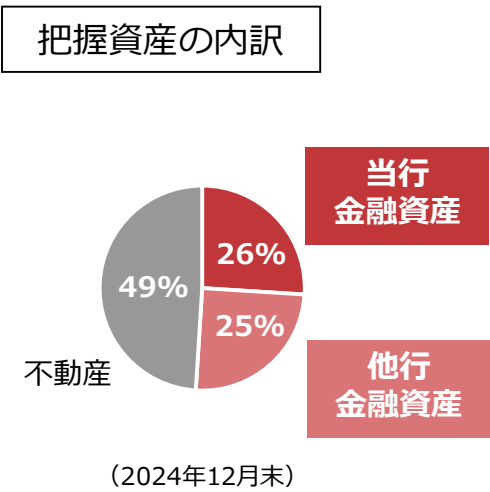


相続関連業務を通じた把握資産額



- 把握資産の活用
- 金融資産
 - ・ 遺言作成時の資産構成見直し
 - ・ 預金の当行集約の提案
 - ・ 相続金の運用提案
- 不動産
 - ・ 売却や有効活用に関する提案

相続資金の取込み



キャッシュレス・地域エコシステム



ビジネスモデルを変革させキャッシュレス決済プラットフォームを構築し、利用が拡大

これまでの歩み

FCモデル

カード会社のFCとして、
業務・システムの提供を受けて
事業を運営

2019年
Visa・Mastercardの
プリンシパルメンバーに

内製化

業務・システムを含めて
銀行本体で、事業を運営

拡大

プラットフォームとして他行に展開
地域エコシステムの構築

TSUBASAキャッシュレス決済プラットフォームの構築

2019年10月～
銀行本体で加盟店事業を開始

- ・ 地公体へのキャッシュレス導入
- ・ キャッシュレス券売機 /POSレジ/リカーリング
- ・ 自動精算機や大手POSレジメーカーとの連携

2020年10月～
銀行本体でVisaデビットの発行を開始

- ・ TSUBASAポイントの取扱開始
- ・ Google Pay

2023年10月～ グループの事業再編

加盟店事業

- グループ会社で加盟店事業を開始(1982年)

カード発行事業

- グループ会社でクレジットの発行を開始(1982年)
- 銀行本体でクレジットの発行を開始(2005年)
- 銀行本体でJCBデビットの発行を開始(2014年)
※JCB ブランドは【日本初】

■ アライアンス行への展開



地域とともに
未来へはばたく
TSUBASA
ALLIANCE

加盟店事業への参入



武蔵野銀行 (2022年1月)



第四北越銀行 (2024年10月)

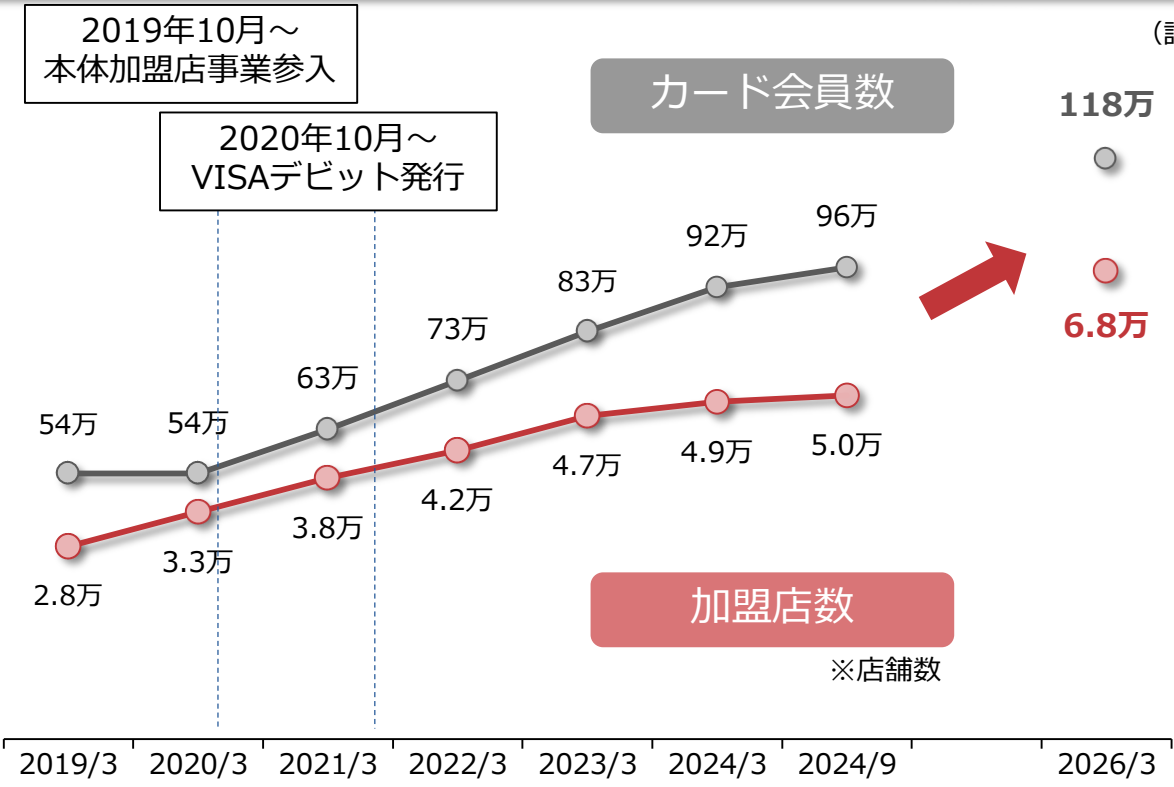
■ 利用の拡大 (当行グループ・2026/3計画)

- ✓ カード会員数 約110万会員
- ✓ 加盟店数 約6万店舗
- ✓ 年間取扱高 約1兆円

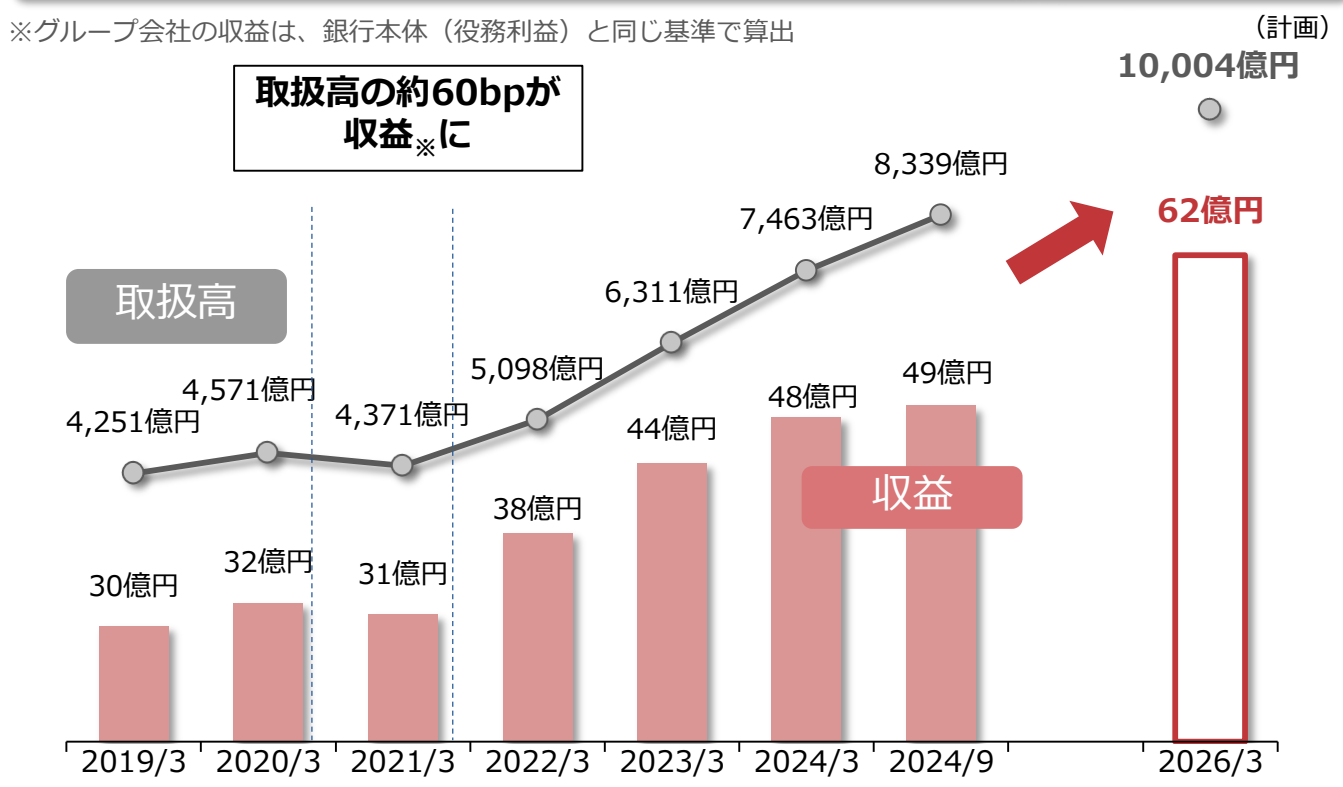
プラットフォームの更なる進化
地域エコシステムの構築

グループ取扱高の増加に向けて、利便性の追求により更なる利用拡大を目指す

グループカード会員数・加盟店数



グループ取扱高・収益



顧客利便性の向上のため新たなパートナーと提携へ

Soft Space との業務提携（今後出資も検討）



- スマホ型の決済端末による加盟店システム 等
- アプリにおけるウォレット機能 等



TSUBASAキャッシュレス
決済プラットフォーム



プラットフォームの深化
顧客利便性の向上

※アジアを中心に、約30か国約90以上の事業者へ決済ソリューションサービスを提供するフィンテック企業（マレーシア）

個人のお客さま・法人のお客さまとのWIN・WIN・WINの関係を構築

地域エコシステム戦略



おトクにポイント
が貯まる

個人のお客さま



- ✓ おトクで、使いやすい
クレジット・デビット
カードサービスを追加
- ✓ バーチャルカード等
アプリと連動したサービス



便利でおトクに
買い物ができる

TSUBASA ポイント

- ✓ おトクで、便利な
地域ポイントへ進化
- ✓ TSUBASAポイントを活用した
新たなロイヤリティプログラム

データ活用



- ✓ 加盟店のクーポンや広告を
個人のお客さまに
パーソナライズに提供

ちばぎんアプリ



- ✓ UI/UXに徹底的に
こだわった
決済機能を追求
- ✓ TSUBASAポイント
の利用、クーポン・
広告の配信 等



さまざまなシーンで
ポイントを付与できる



法人のお客さま



- ✓ 便利で、使いやすい加盟店
サービスを追求
- ✓ スマホ型端末等を活用した
新しい加盟店サービス



ちばぎん商店

お客さまが
集まる・増える



エンゲージ
メント
向上

流動性預金
増加

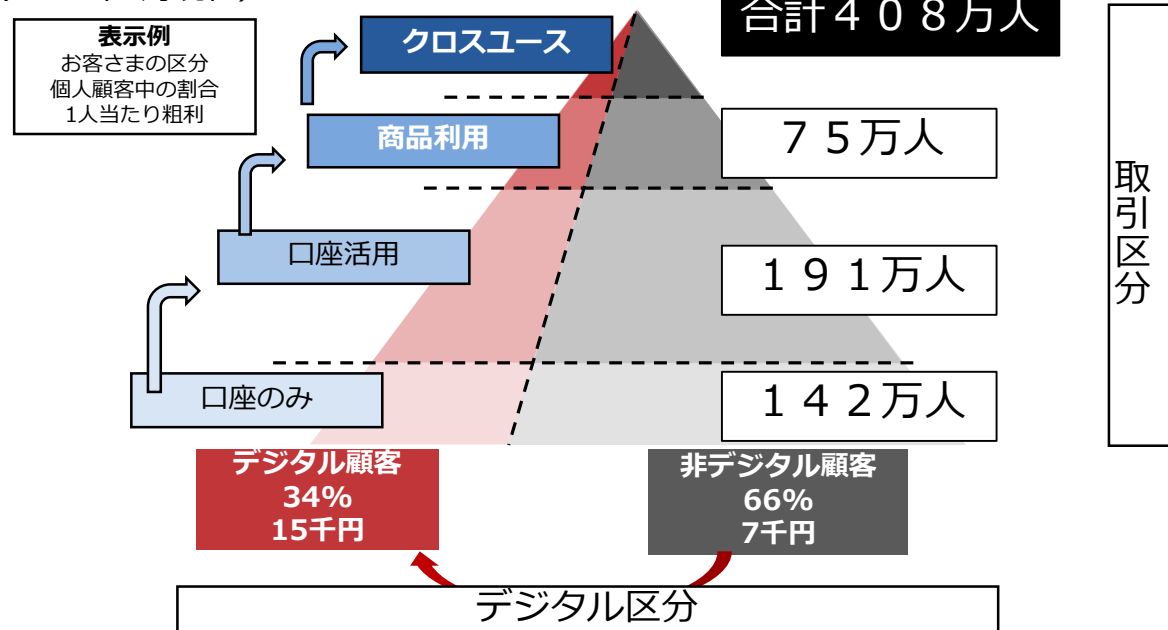
決済取扱高
増加

LTVの
最大化

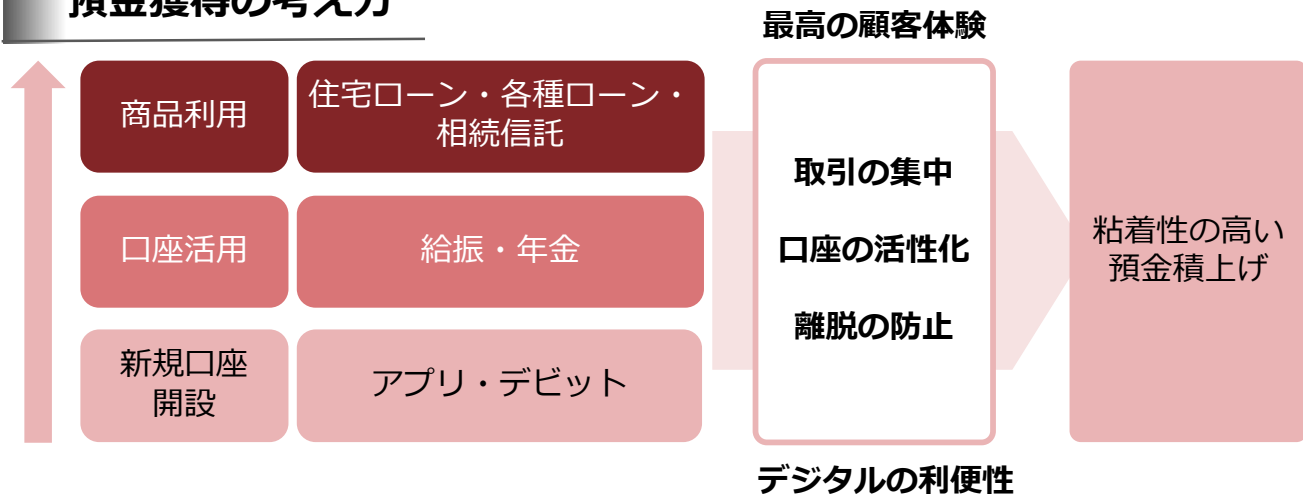
預金増加率は、他行比で優位な水準を維持

個人預金の獲得に向けて

(2025年2月現在)

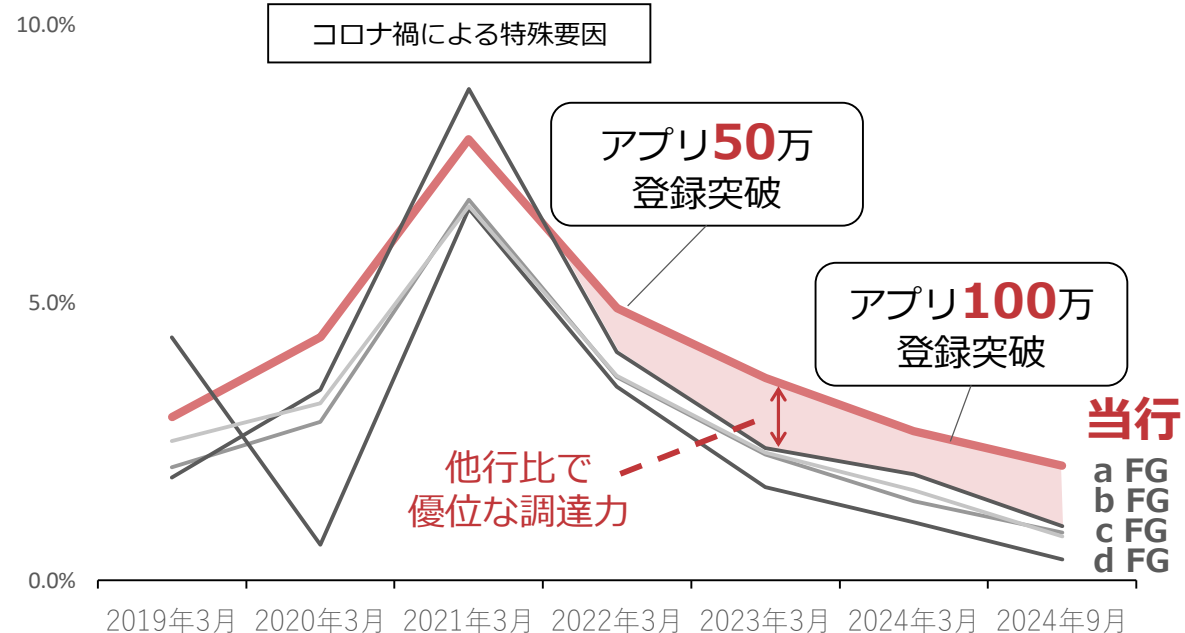


預金獲得の考え方

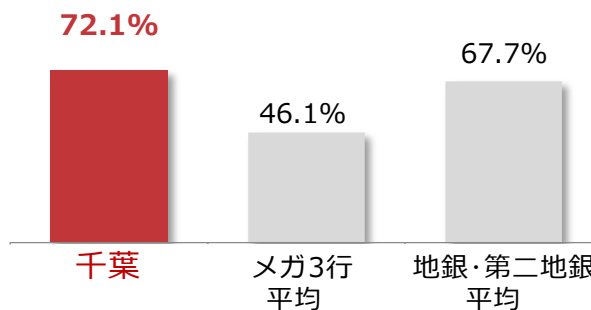


個人預金増加率

個人預金増加率（時価総額上位5行（FG含む地銀）比較）



個人預金比率（2024/3）

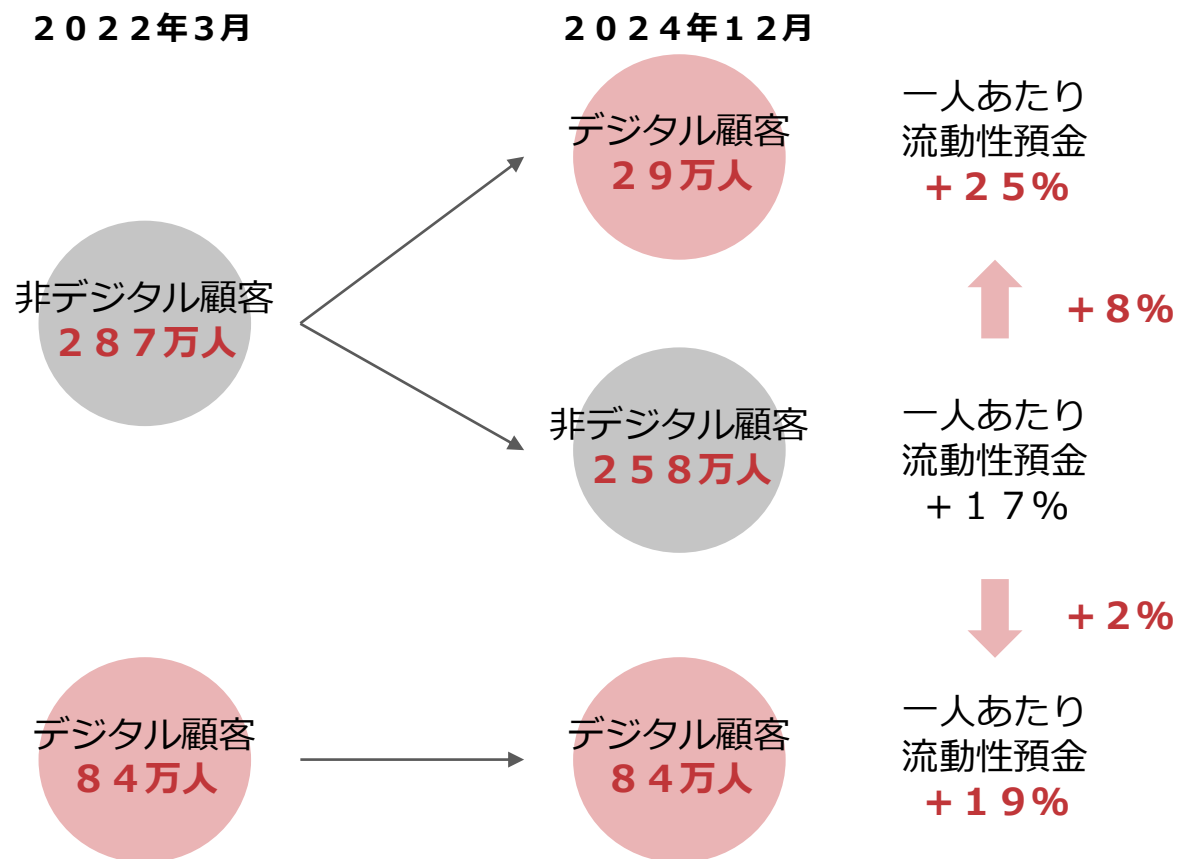


※出所：ニッキンレポートより、単純平均にて算出（2024/3期）

デジタルの利便性の高さから、更なる預金増加の実現へ

デジタルによる預金増加効果

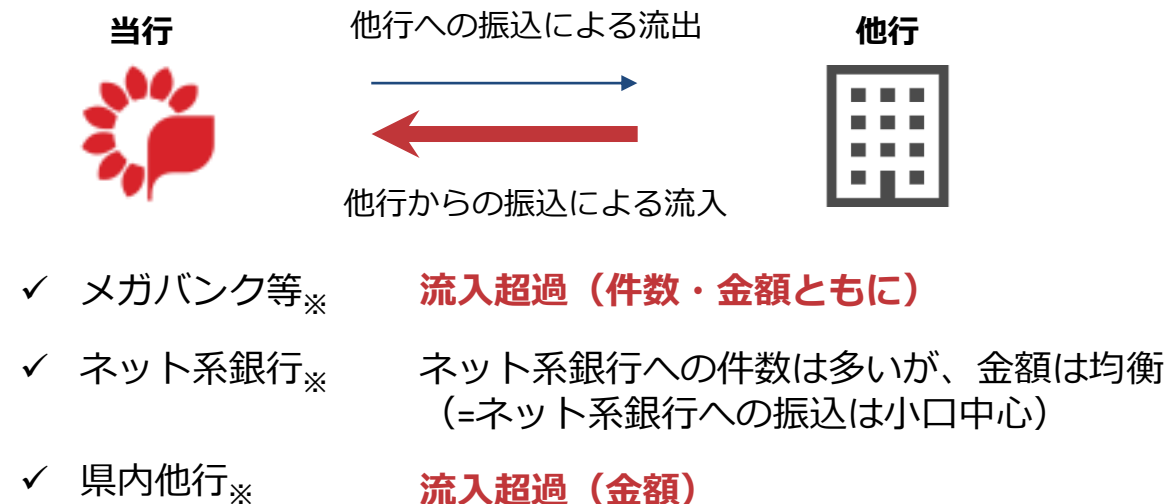
デジタル区分の遷移・流動性預金の変動額（2022年3月～2024年12月）



※ 非デジタル顧客の預金増加率に対する差分をデジタル効果として試算
 ※ 上記期間において別途23万人の顧客が新規デジタル顧客として取引を開始しており、同様に効果額に算入

同一個人間の振込による入出金

【「千葉花子」から「千葉花子」宛など、同一名義への振込を集計】（2025年3月期・2月まで）



※メガバンク等：三菱UFJ銀行、三井住友銀行、みずほ銀行、りそな銀行
 ※ネット系銀行：住信SBIネット銀行、楽天銀行、PayPay銀行
 ※県内他行：京葉銀行、千葉興業銀行

預金増強施策

Web口座開設の拡大

✓ 普通預金新規口座開設
に占める割合 約3割

ターゲットを明確化した
戦略的なキャンペーン

各種特典の検討

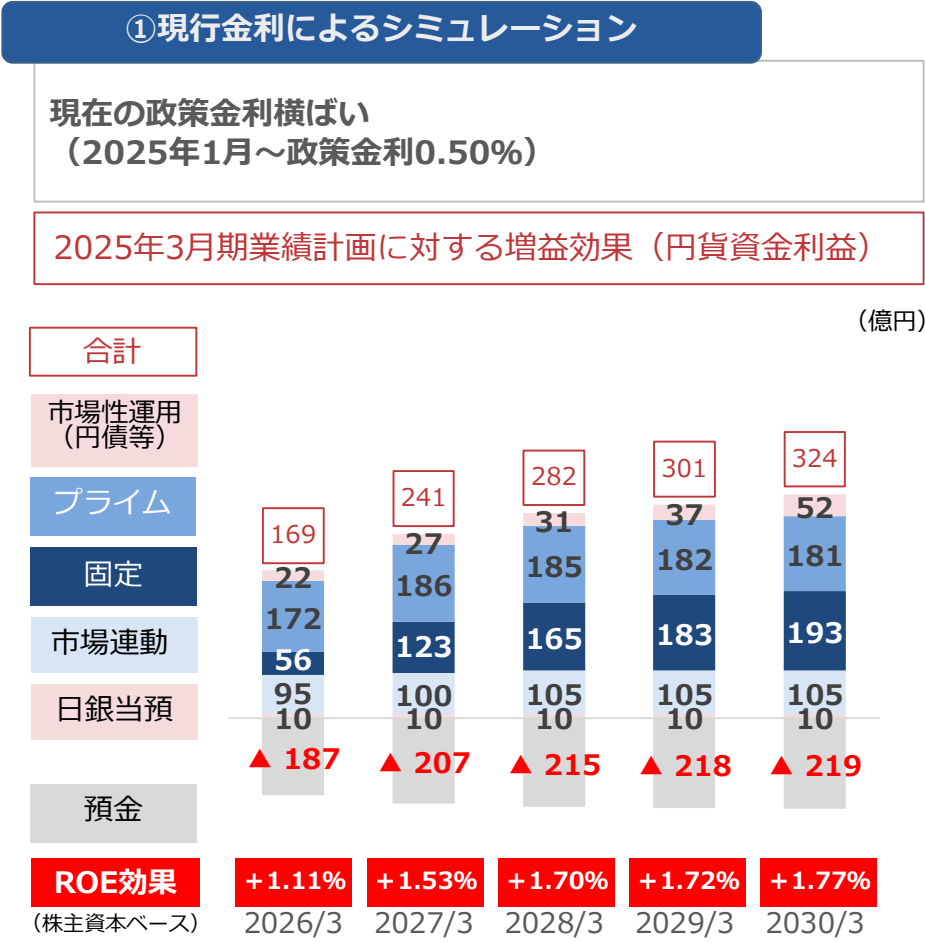
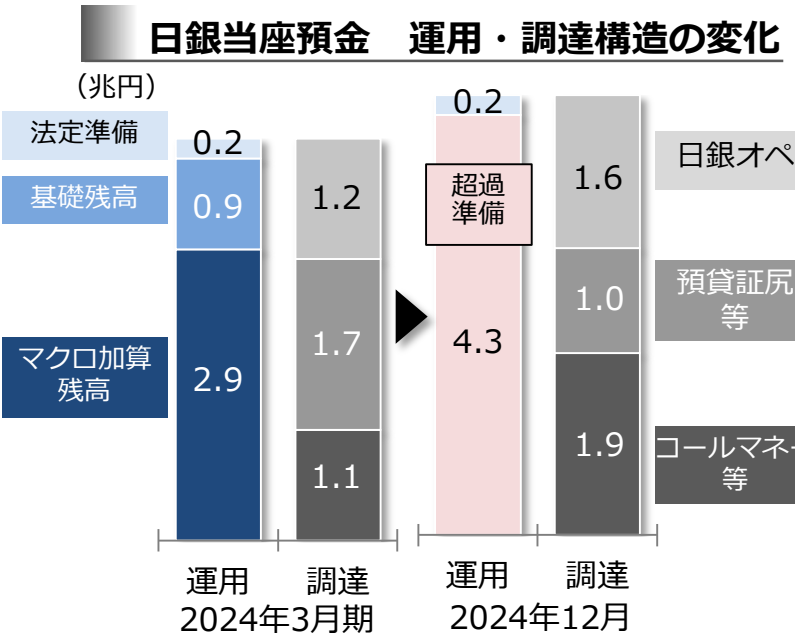
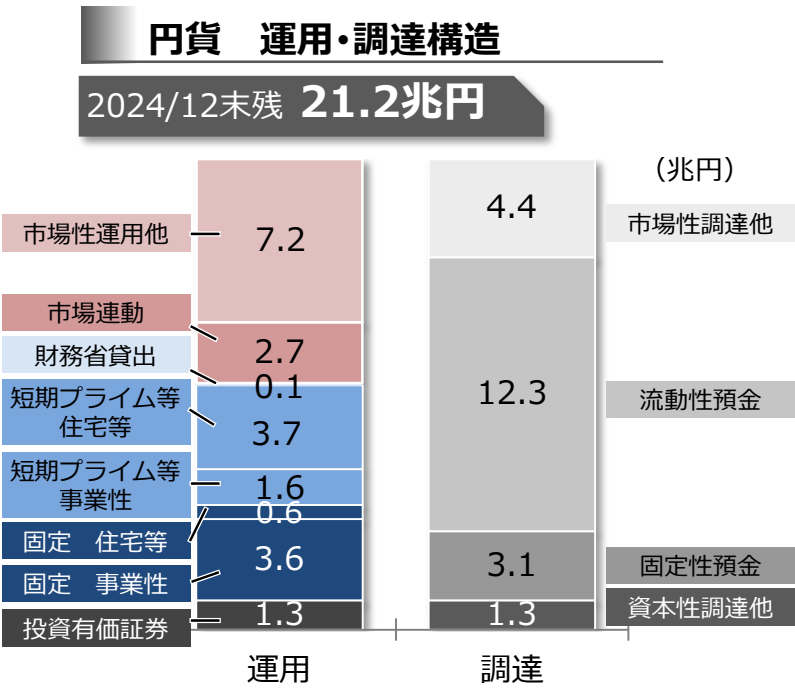
アプリ向け
退職金

職域向け
相続預金

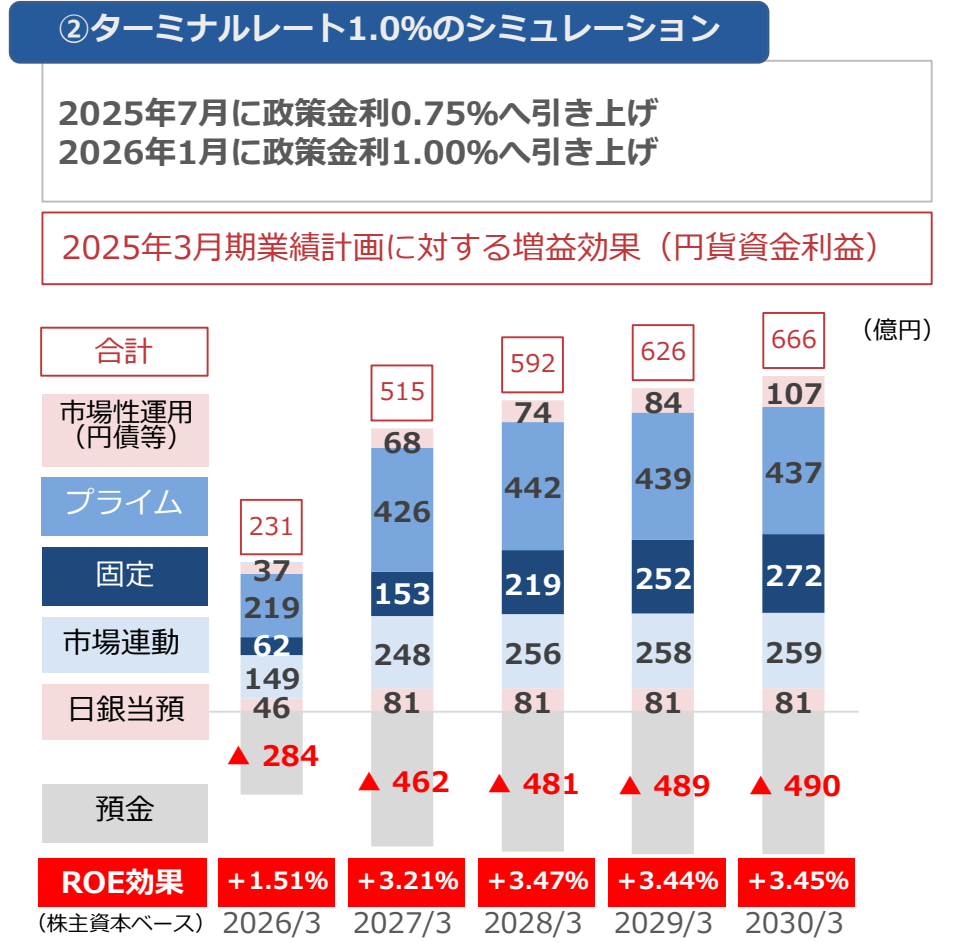
ご参考



日銀の政策金利変更に伴う利上げ効果を試算



- ボリューム増加による効果は上記試算に含まれていない
- 日銀当座預金特別付利の剥落影響を含む
- 国債10年利回り1.2%まで上昇
- TIBOR (2025年1月以降) 2024年9月平均金利+0.25%の水準
- 短期プライムレート(2025年3月以降)現在レート+0.25%
- 2024年12月末のポートフォリオを前提に残高横ばいで試算
- 事業性貸出において固定貸出の追従率60%、プライム貸出の追従率80%
- 預金金利は市場金利の上昇を踏まえた引き上げを想定



- ボリューム増加による効果は上記試算に含まれていない
- 日銀当座預金特別付利の剥落影響を含む
- 国債10年利回り1.45%まで上昇
- TIBOR (2025年1月以降) 2024年9月平均金利+0.25%の水準
(2025年7月以降) 2024年9月平均金利+0.50%の水準
(2026年1月以降) 2024年9月平均金利+0.75%の水準
- 短期プライムレート(2025年3月以降)現在レート+0.25%
(2025年9月以降)現在レート+0.50%
(2026年3月以降)現在レート+0.75%
- ポートフォリオ前提・追従率の想定はシミュレーション①と同様

営業態勢高度化に向けた組織の見直しを実施

営業統括部の機能強化

営業部門の管理・統括を行ってきた営業統括部に2グループ・1室を新設

新設

法人企画グループ

新設

個人企画グループ

新設

メインバンクサービス室

ビジネスライン毎に企画・管理・統括 全ての機能を集約



法人・個人ビジネスそれぞれ全体を俯瞰したうえで、関連部に横串を差し、組織横断的な取組みを強化

専門性の高い本部人員による地域の中核企業等への伴奏支援を一層強化

本資料に関するご意見、ご感想、お問い合わせは
下記 I R 担当までお願いいたします。

株式会社 千葉銀行経営企画部（I R 担当）

Tel : 043-301-8459
E-Mail: ir@chibabank.co.jp

本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、特定の証券の売買を勧誘するものではありません。

本資料に記載された事項の全部又は一部は予告なく修正又は変更されることがあります。本資料には、将来の業績にかかる記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化等により異なる可能性があることにご留意ください。