



パーパス・ビジョンの制定および第15次中期経営計画の策定について

千葉銀行（頭取 米本 努）は、当行グループのパーパス・ビジョンを制定し、2023年4月からの3か年を計画期間とする第15次中期経営計画を策定しましたので、以下の通りお知らせします。

記

1. パーパス・ビジョン

パーパス 「一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする」

ビジョン 「地域に寄り添う エンゲージメントバンクグループ」

○当行グループの主要営業エリアである千葉県は、成田空港滑走路のさらなる整備のほか、圏央道や北千葉道路の開発が進むなど、地域としてのポテンシャルがますます高まっています。一方で、パンデミックや気候変動問題、地政学リスクの顕在化などの社会・経済情勢の急激な変化に直面し、地域の人々の価値観・行動様式が大きく変化しています。

○こうしたなか、当行グループは「**地域の課題解決に貢献するなど、社会的価値を提供すること**」こそが、企業グループとしての存在意義であると改めて思いを強くしています。お客さま・株主・職員をはじめとするあらゆるステークホルダーと思いをともにし、地域社会の一人ひとり・一社一社に寄り添った存在であり続け、地域社会を「ステークホルダーの思いが叶う場所」にしていくため、パーパス（存在意義）を「**一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする**」としました。

○パーパスのために、当行グループはビジョン（目指す姿）を「**地域に寄り添う エンゲージメントバンクグループ**」と定め、「お客さま・株主・職員などのステークホルダーとの深いつながりを背景とした価値提供を通じ、地域とともに成長し続ける銀行グループ」を目指します。ステークホルダーとの「深いつながり」を何より大切にし、既存の事業領域における取組みの磨き込み、新事業への挑戦などを続けていくことで、社会的価値の提供を実現していきます。

2. 第15次中期経営計画 「エンゲージメントバンクグループ ～フェーズ1～」

（1）取組指針

○パーパス・ビジョンに向け、本中期経営計画では、「**お客さま中心のビジネスモデルの進化**」を取組指針に掲げ、商品やサービス提供における視点を変え、最高の顧客体験を創り上げていくことで、お客さまとのさらなるエンゲージメント向上を実現します。

（2）基本方針・価値創出の基盤

○本中期経営計画では3つの「基本方針」のもとお客さまサービスの向上を図るとともに、それを支える5つの「価値創出の基盤」を強化してまいります。

【基本方針】

I. 最高の顧客体験の創造

さまざまなデータを活用し、パーソナライズした提案を行う。
リアル・リモート・デジタルの最適なチャネルを提供する。

II. 既存事業の質の向上

お客さまの課題を解決するため、ソリューションの質をより一層高める。

III. 新たな価値の提供

新たな事業領域への参入により、お客さまにこれまでにない価値を提供する。

【価値創出の基盤】

I. DX（デジタルトランスフォーメーション）

DX推進体制の強化およびそれに伴う人材・新技術活用・サイバーリスク管理の高度化

II. GX（グリーントランスフォーメーション）

地域の脱炭素を主導する取組みの強化

III. アライアンス

他行連携や異業種連携を通じた価値提供能力の向上

IV. 人的資本

最重要経営資本である「人材」への積極投資による人材育成の強化

V. グループ・ガバナンス

持株会社体制に相当するグループ一体経営に向けたグループ・ガバナンスの高度化


3. 主要計数項目

	2025 年度目標	2030 年度に目指す水準
連結ROE ^{※1}	7%台前半	8%程度
親会社株主に帰属する当期純利益	750億円	1,000億円
連結業務純益	1,200億円	
連結普通株式等Tier I比率 ^{※2}	10.5%~11.5%	
連結OHR	45%程度	

※1 「資本＝株主資本」にて算出

※2 バーゼルⅢ最終化完全実施ベース（有価証券評価差額金除き）

以 上



一人ひとりの思いを、
もっと実現できる
地域社会にする

第15次 中期経営計画
エンゲージメントバンクグループ
～フェーズ1～

計画期間
2023年度～2025年度

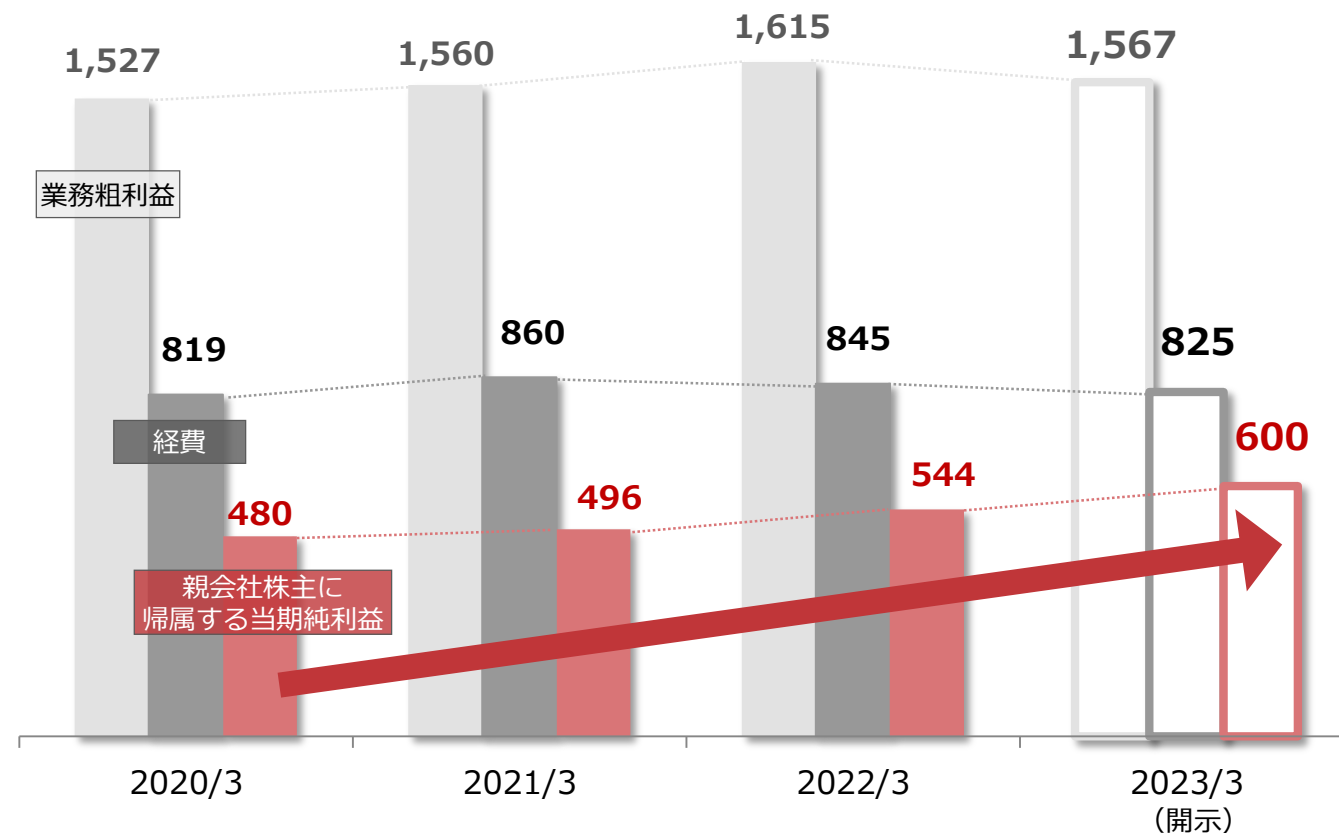


パーパス/ビジョンの制定について







主要課題における主な成果

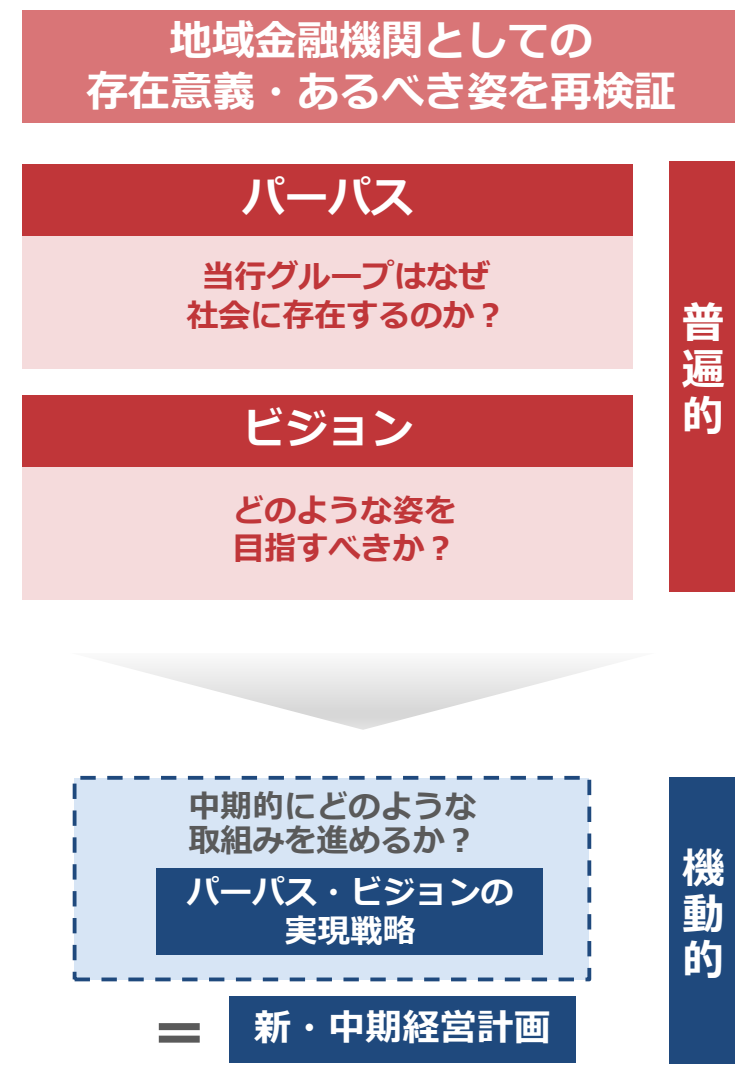
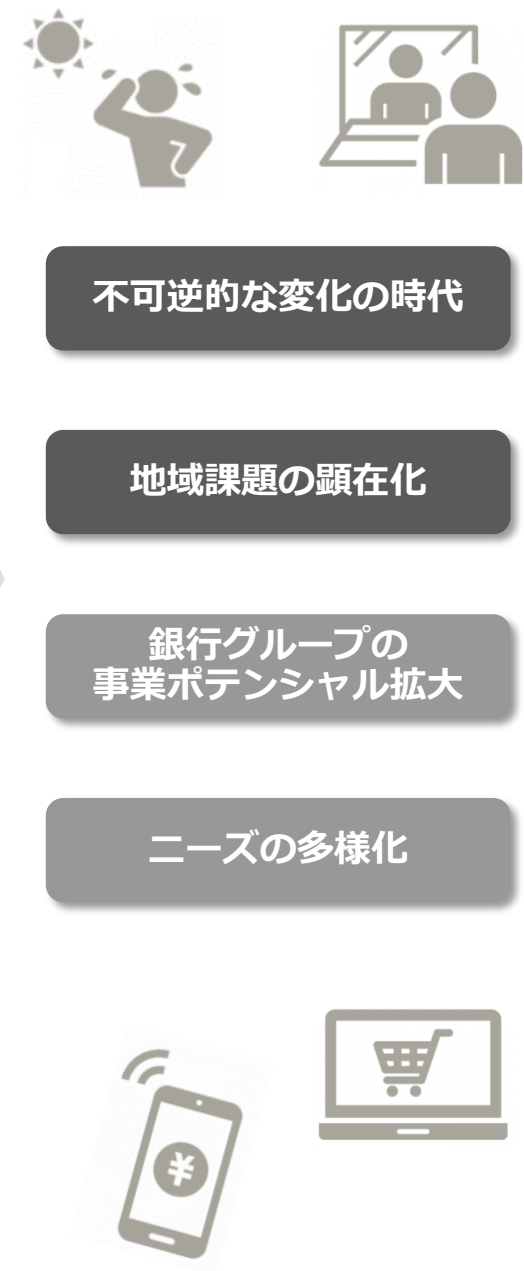
基本方針Ⅰ	お客さまに寄り添い共に進化し続けます	
	個人のライフプランに添った提案の実践	住宅ローン非対面契約化
	法人ソリューション強化	エリア営業部の新設
基本方針Ⅱ	お客さまの未来のために新たな価値を創造し続けます	
	アプリ・ポータル機能拡充	キャッシュレス事業拡大
	ちばぎん商店の設立	オンアドの設立
基本方針Ⅲ	提携戦略を高度化します	
	TSUBASAアライアンス アプリ等のシステム共同化拡大	千葉・武蔵野アライアンス キャッシュレス加盟店事業等、連携拡大
	千葉・横浜パートナーシップ 取引先支援等の連携強化	ソニー銀行との提携
基本方針Ⅳ	サステナブルな経営を実現します	
	サステナブルファイナンスの推進	カーボンニュートラル達成への取組強化
	気候変動に関する開示拡充	DX人材の育成



	2023年3月期に目標とする指標	進捗状況 達成見込み
親会社株主に帰属する当期純利益	600億円	600億円 (2022/11開示)
連結ROE	6%台半ば	6.35% (2022/11開示)
単体OHR	50%台半ば	49.0% (2022/11開示)

行員一人あたり業務純益：19.0百万円 (2022/11開示)

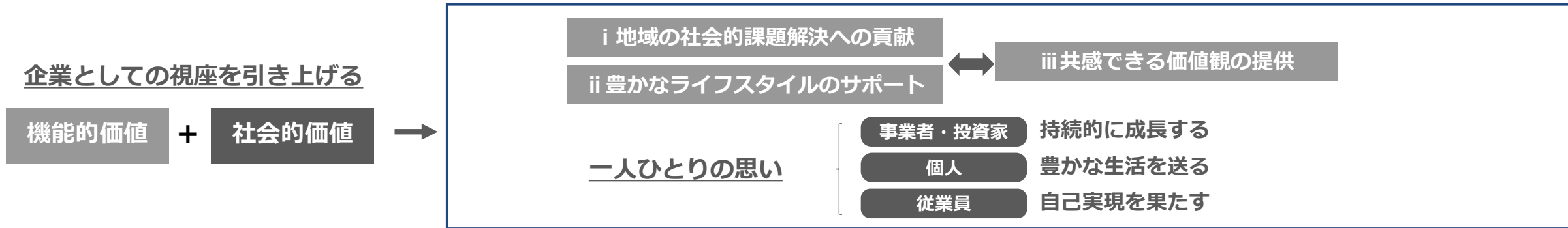
社会の変化 	<ul style="list-style-type: none">■ デジタル化の加速■ コロナウィルスとの共生■ 気候変動問題の深刻化■ 地政学リスクの顕在化
個人(消費者)の変化 	<ul style="list-style-type: none">■ 価値観の変化■ 行動様式の変化
政策動向 	<ul style="list-style-type: none">■ 新しい資本主義■ CBDC導入の潮流■ 規制緩和
千葉県の動向 	<ul style="list-style-type: none">■ 圏央道全線開通(2024年)■ 成田空港の更なる機能強化(~2029年)■ 世帯数の増加■ 人口減少・少子高齢化■ 県内の病床不足



パーパス

一人ひとりの思いを、もっと実現できる地域社会にする

当行グループは、金融機能を提供するなどの「機能的価値」に加え、地域の課題解決に貢献するなどの「社会的価値」を創出するために存在。
変化する時代の中で、地域を「ステークホルダーの思いが叶う場所」へ。



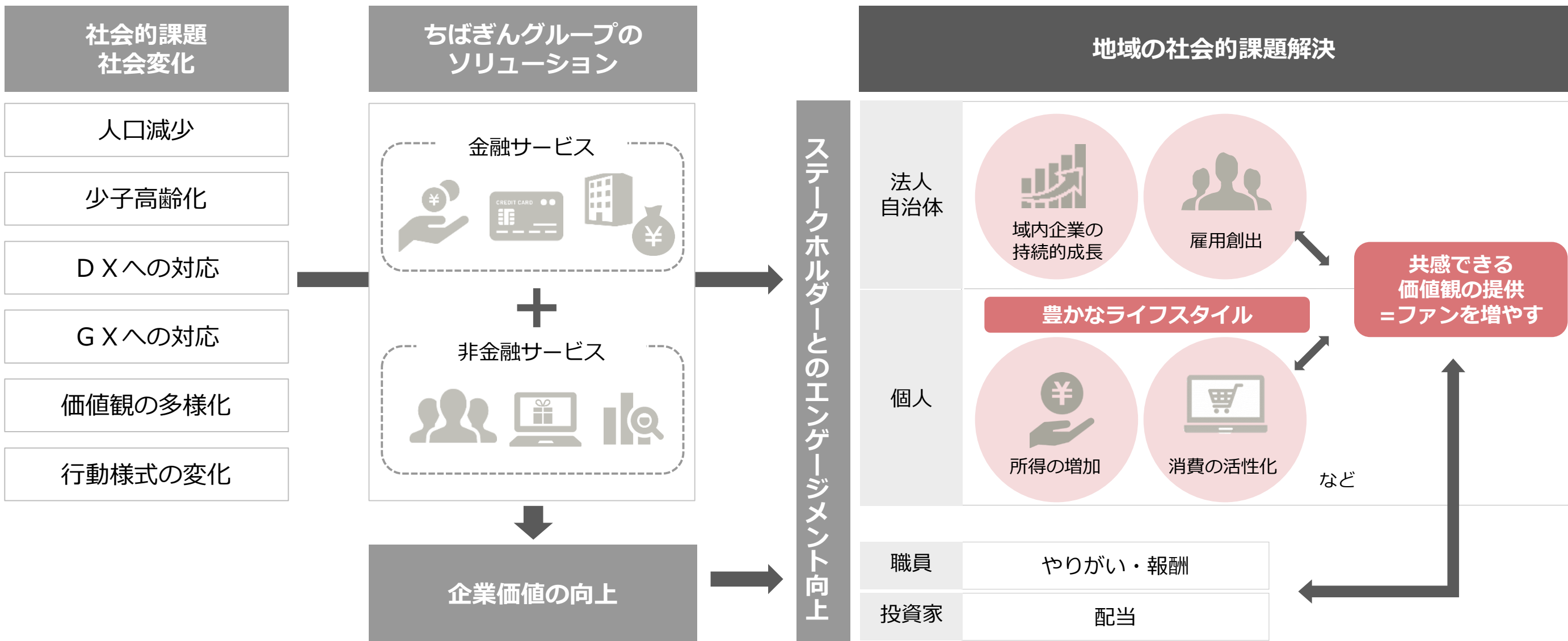
※地域の社会的課題…コロナ、デジタル化、SDGs、地方創生など、地域社会の持続性に関連する諸課題

ビジョン

地域に寄り添う エンゲージメントバンクグループ

【エンゲージメントバンクグループ】
お客さま、従業員、株主などのステークホルダーとの深いつながりを背景とした価値提供をつうじ、地域とともに成長し続ける銀行グループ

地域の社会的課題解決の結果として当行グループの企業価値を向上させ、すべてのステークホルダーの思いを実現し、ファンを増やす。



中期経営計画について



名称 第15次中期経営計画 エンゲージメントバンクグループ ～フェーズ1～
(計画期間：2023年4月～2026年3月)

取組指針：お客さま中心のビジネスモデルの進化

■ 地域への社会的価値の提供をつうじた「サステナビリティ経営」の実践

基本方針Ⅰ：最高の顧客体験の創造

さまざまなデータを活用し、パーソナライズした提案を行う。
リアル・リモート・デジタルの最適なチャネルを提供する。

基本方針Ⅱ：既存事業の質の向上

お客さまの課題を解決するため、
ソリューションの質をより一層高める。

基本方針Ⅲ：新たな価値の提供

新たな事業領域への参入により、
お客さまにこれまでにない価値を提供する。

取組方針

■ 「価値創出の基盤」を拡充



基盤

目標とする
財務指標

連結ROE
7%台前半

親会社株主に帰属する当期純利益
750億円
連結業務純益
1,200億円

連結普通株式等Tier1比率※
10.5%～11.5%
連結OHR
45%程度

※バーゼルⅢ最終化完全実施ベース
(有価証券評価差額金除き)

フェーズ2～

一人ひとりの思いを、
もっと実現できる
地域社会にする

当行Gの発展

2031年3月期に目指す水準

連結ROE
8%程度
親会社株主に帰属する
当期純利益
1,000億円

従来のビジネスモデルにおける課題や顧客ニーズの変化

① プロダクト中心の提案

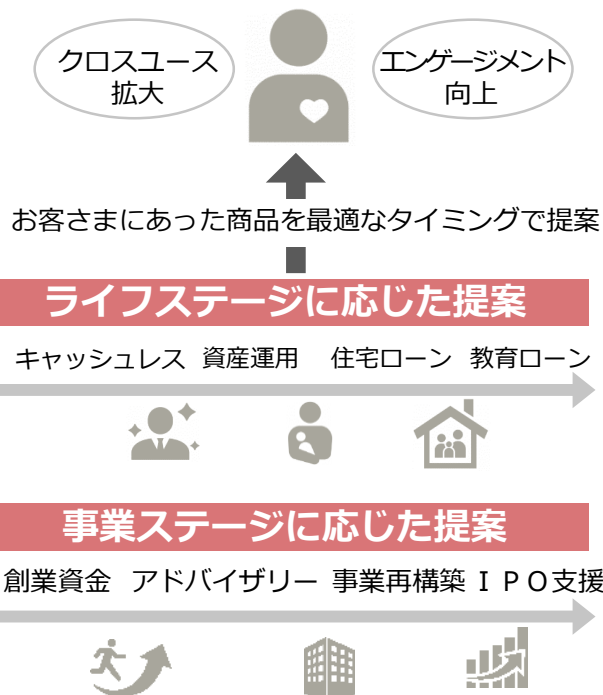
② 顕在化したニーズへの提案

③ 金融サービスのコモディティ化

④ 価値観・行動様式の変化

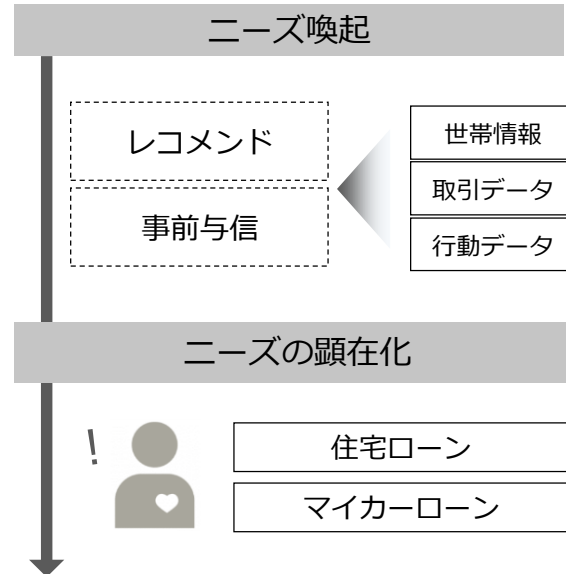
お客さま中心のビジネスモデルの進化 = 商品・サービス提供の「視点を変える」

最適な**パーソナライズ提案**による
クロスユース拡大

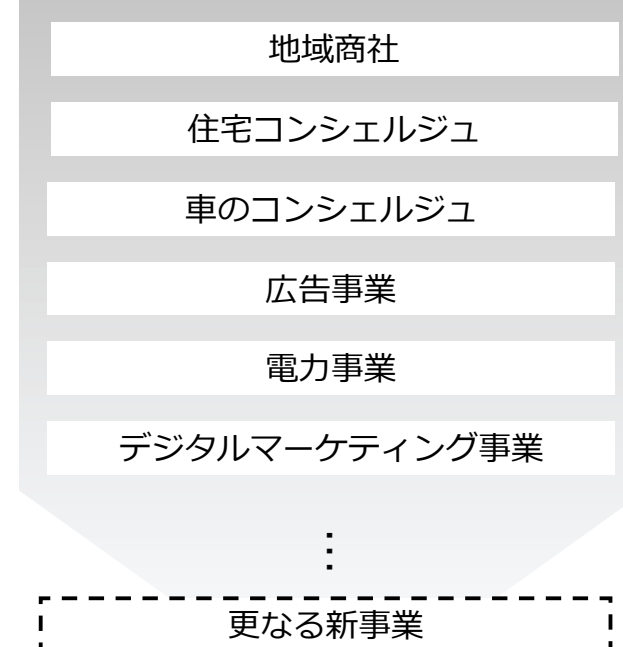


お客さまのニーズに先回りし、
商流の川上に立った提案

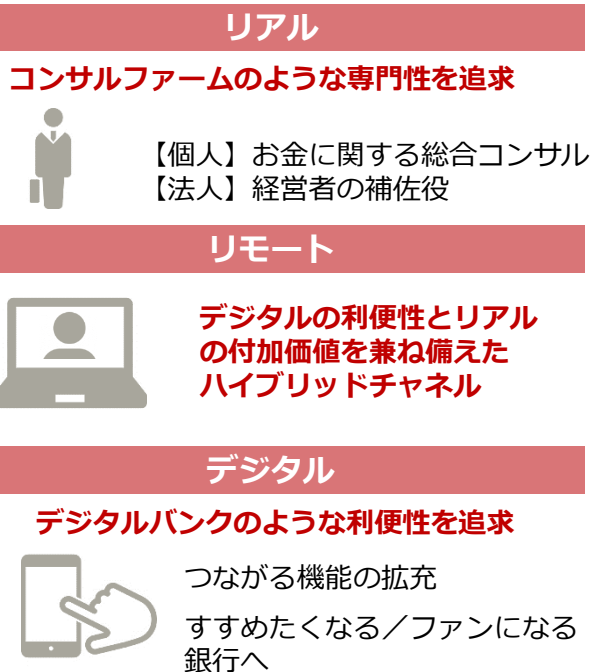
One to One マーケティング



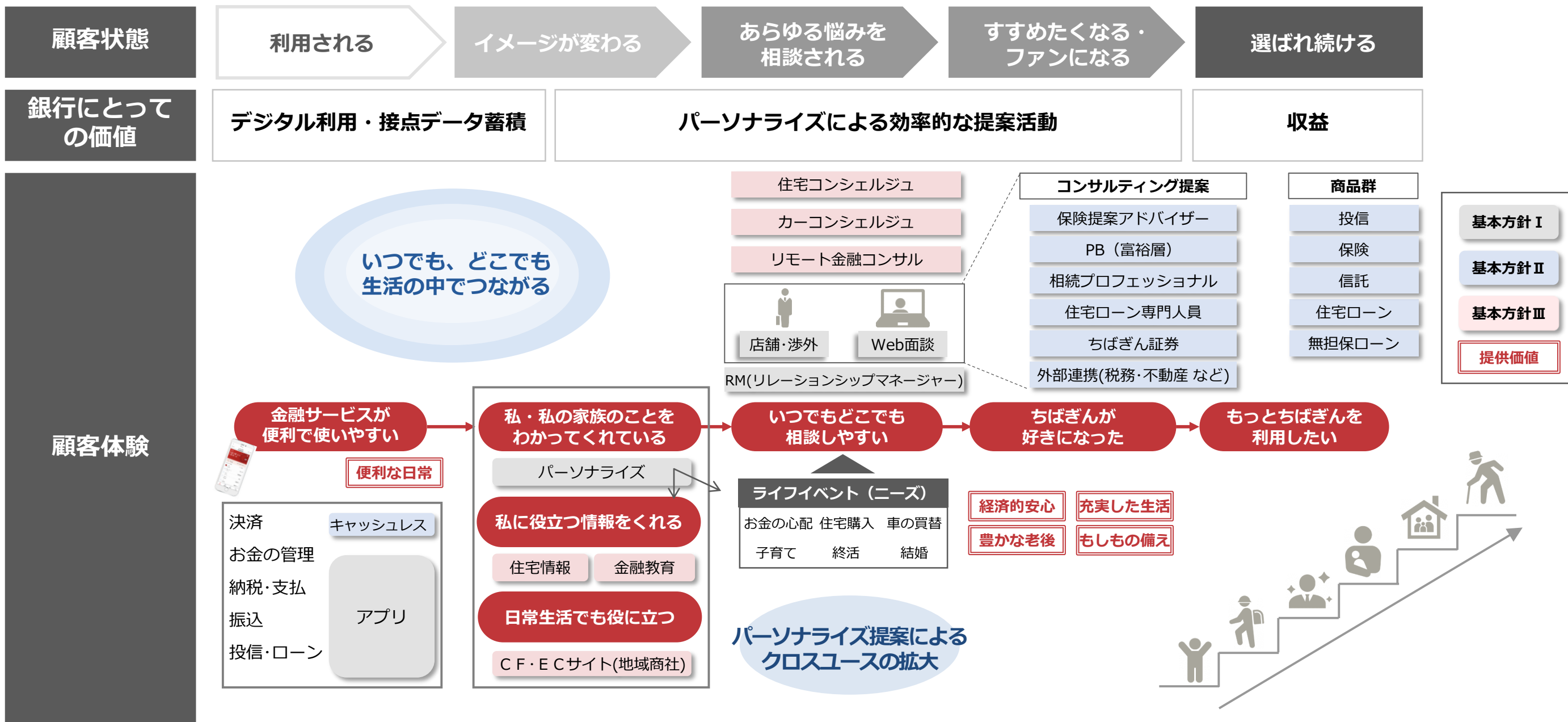
お客さまのニーズに沿った
非金融サービスの拡充



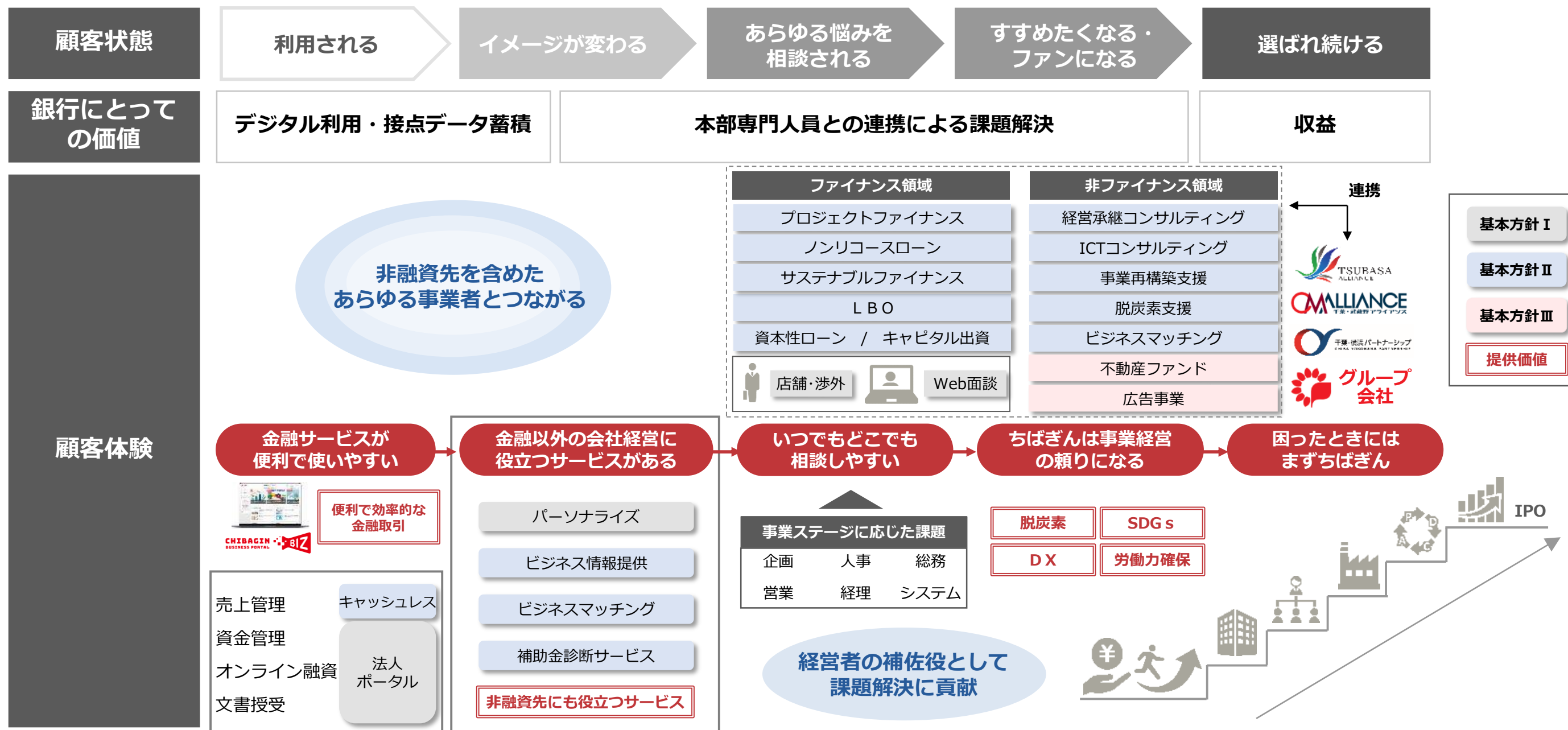
お客さまが選べる
最適な**タッチポイント**の構築



お客さま一人ひとりのライフスタイルに寄り添った価値を「デジタル × リモート × リアル」で提供



法人ポータルをつうじて便利なサービス・役立つ情報を提供し、経営者の補佐役として事業者の経営課題解決に貢献



「人材」を最も重要な経営資本と位置づけ、パーパス実現に必要な人材を育てていくための人材育成方針を制定

人材育成方針（パーパスに向けた方針）

「共に走り続ける人に。」 考え抜け 自分の強みを持って 仲間を増やせ

人材戦略（新中計における戦略）

「人が育つちばぎんグループ」の構築

「エンゲージメントの高い人材と組織」の創出

重点戦略 ①キャリアステップ支援 ②働きがい ③多様性のある組織 ④グループ一体運用 ⑤人材ポートフォリオ

地域社会の持続的成長

自己成長
働きがい・処遇の向上

目指す姿

お客さま



お客さまの思い
を実現する

社会的価値の提供

多様な専門家



職員の思い
を実現する

従業員



育成人数

前中計実績

148名

+132名

今中計計画

280名

法人営業担当	50名
個人営業担当	50名
DX人材	60名
本部人材	90名
〔法人ソリューション、審査、 マーケット、企画等〕	
経営人材	30名

既存のグループ会社における既存事業の磨き上げに加え、新事業領域の拡大

グループビジネスの拡大

既存領域の磨き込み

新事業領域の拡大

異業種との資本提携も検討

ファイナンス領域

ちばぎんリース

ちばぎんキャピタル

新領域

個人オートリース

新領域

バイアウトファンド

ちばぎん保証

ちば債権回収

コンサル・ソリューション領域

ちばぎん総合研究所

ちばぎんキャリアサービス

ちばぎんJCBカード

ちばぎんDCカード

資産運用領域

ちばぎん証券

ちばぎんAM

店舗・施設管理等

総武

システム領域

ちばぎんコンピューターサービス

T&Iイノベーションセンター

特例子会社

ちばぎんハートフル

新事業領域

グループ内

ちばぎん商店

グループ外

オンアド

ひまわり
グリーンエナジー

マネロン新会社 (検討)

…更なる新事業の検討

グループ管理態勢の高度化

「グループ戦略部」を新設

グループ会社の営業面・
管理面など執行全般を統括

持株会社体制に相当する
グループ一体経営を実現

グループ戦略部

管理グループ

リスク管理・経営資源配
分・施策等の統括

業務推進グループ

グループ各社の
企画・推進を統括

リスク管理

経営資源配分

施策等

ちばぎん証券

ちばぎんリース

ちばぎん総研

(グループ全15社)

人事のグループ一体運用

グループ一体採用

人事の流動化