

第17次中期経営計画「CHANGE FOR VALUE ～新たな価値創造の3年～」

全国的に人口減少社会が到来し、地域金融機関には地域活性化と健全経営を両立させる持続可能性の高いビジネスモデルの構築、すなわち新しい価値創造が求められている中、今年度より、「お客さま目線の業務革新」に取組み、「新たな価値創造」を目指す第17次中期経営計画「CHANGE FOR VALUE」がスタートいたしました。

第17次中期経営計画「CHANGE FOR VALUE ～新たな価値創造の3年～」の骨子①

第17次中期経営計画 CHANGE FOR VALUE 新たな価値創造の3年 平成27年4月～平成30年3月(3年間)

～「お客さま目線の業務革新(チェンジ)」から「お客さま目線の新たな価値(バリュー)創造」へ～

これまで築き上げてきた「お客さま目線」の姿勢をもって、新たな時代に向けた「業務革新(チェンジ)」を具現化し、その定着を礎にして「お客さま目線の新たな価値(バリュー)」を創造提供することで、県民に一番愛される銀行「PEOPLE'S BANK」として地域のお客さまとともに成長し続けます。

「新たな価値創造の3年」で取組む3つの基本戦略

「お客さま目線」の業務革新

- お客さま目線を具現化した業務革新(権限委譲、スリム化、効率化)
- お客さま待ち時間の抜本的な改善に向けた取り組み
- お客さまに「魅力」を感じて頂ける営業体制づくり

「お客さま目線」の価値創造

- 高品質人材育成へのPDCAサイクルの確立と実践
- 「お客さま接点(営業拠点)」におけるサービス価値拡充
- 当行ブランド戦略と組み合わせた新たなサービスの実現

戦略的情報活用による生産性向上

- 情報に裏付けられたPDCA実現
- お客さまに価値を認めて頂けるIT活用への戦略構築(IT活用を効率化から価値創造へ)

お客さまに価値を評価して頂ける持続可能な新たなビジネスモデルの実現

地域ナンバーワンバンクとして地域活性化へ貢献する

中期経営計画「CHANGE FOR VALUE ～新たな価値創造の3年～」の骨子②

KPI導入によるPDCAサイクルの実現 ～お客さま目線に立った新たなビジネスモデルの構築～

～「お客さま目線の業務革新（チェンジ）」から「お客さま目線の新たな価値（バリュー）創造」へ～



- 結果** 地域金融機関として揺るぎのないビジネスモデルの基盤構築
- 3年目** 業務革新で生み出した経営資源による「お客さま目線の価値創造」
- 2年目** 業務革新の成果および定着をKPIで検証
- 1年目** 権限委譲・組織改革・営業店業務改革をエンジンとした「お客さま目線の業務革新」
- 現在** 第16次中計で徹底した「お客さま目線」を礎として、さらなる飛躍を具現化する。

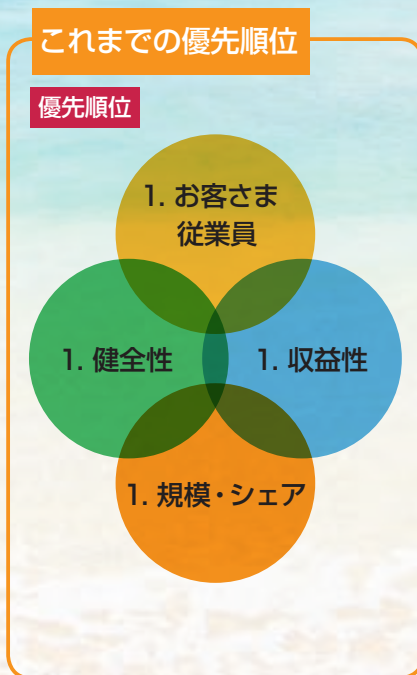
■ KPI (Key Performance Indicators = 重要業績評価指標)

目標の達成度合いを計る定量的な指標のこと。目標に向かって日々業務を進めていくにあたり、「何を持って進捗とするのか」を定義するために設定される尺度で、現況を指し示す様々な指標の中から、目標の達成に向け進捗を表現するのに最も適していると思われるものを設定する。

「お客さま目線」の実践 ～最優先事項の明確化～

持続可能なビジネスモデル構築に向けて「お客さま満足」「従業員満足」を最優先事項と明確化

中期経営計画 ～CHANGE FOR VALUE～



優先順位	基本的な考え方
1. お客さま満足	「経営理念(地域密着・地域貢献)」の実践による「お客さま満足」が当行の存在意義であり、大競争時代を勝ち抜くための最優先事項とする。
2. 従業員満足	「お客さま満足」が真の働きがいであることを実践し、県民に愛され、役職員のやる気・躍動感があふれる「PEOPLE'S BANK」を創りあげる。
3. 収益性	お客さま満足に裏付けられたトップライン収益の増強を図るための業務革新を成し遂げる。
4. 健全性	県内No.1の健全性を維持し、沖縄県の継続的な発展に寄与する。
5. 規模・県内シェア	お客さま満足度を高め、お客さまの方から選んで頂き、顧客基盤の着実な拡大を図る。