

身近で頼りがいのある存在として、地域のために生き、地域の元気な未来をつくる

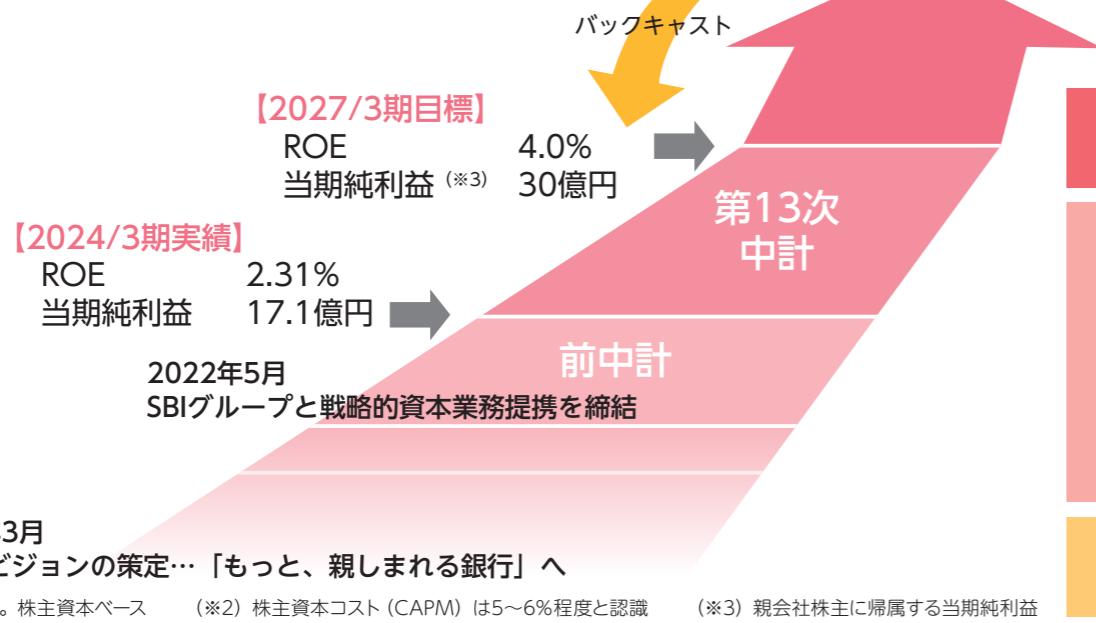
私たちの前身は無尽会社です。
「無尽」とは、地域の人々がお金を出し合い、その資金を元手に地域のためにお金を融通することを目的とした金融機関です。
当時の理念を引き継ぎながら、2024年3月には経営理念に基づく10年後に向けた長期戦略方針（ビジョン、ミッション、バリュー、パーパス）を策定しました。
誰にも負けない高い熱量でお客さまに親身に寄り添う「大光らしさ」に磨きをかけ、お客さまの目指す「なりたい姿」の実現に貢献することで、地域の元気な未来をつくってまいります。

〔経営理念体系〕

- | | |
|-----------------------|--|
| 経営理念 | <ul style="list-style-type: none"> ● お客様に信頼され、親しまれる銀行として地域社会の繁栄に奉仕する。 ● 健全経営に徹し、強固な経営体質を築き、安定した発展を持続する。 ● 優れた人材の育成に力を注ぎ、清新はつらつとした行風を確立する。 |
| Vision (なりたい姿) | <ul style="list-style-type: none"> ● 地域から信頼され、地域とともに成長し、地域の未来を創造する銀行 ● 働く全ての人々が互いに高め合い、いきいき・はつらつと輝いている銀行 |

〔10年後の目標〕

ROE^(※1) 株主資本コスト(CAPM)^(※2) 以上 → **10年後**
PBR 上場地域銀平均以上



2015年3月
前長期ビジョンの策定…「もっと、親しまれる銀行」へ

(※1) 連結。株主資本ベース (※2) 株主資本コスト(CAPM)は5~6%程度と認識 (※3) 親会社株主に帰属する当期純利益

目次

大光銀行グループの価値創造

- 1 経営理念体系・目次・編集方針
- 3 トップメッセージ
- 7 企業価値向上に向けた取組み
- 9 大光銀行のあゆみ
- 11 地域のポテンシャル
- 13 大光銀行グループの価値創造プロセス
- 15 サステナビリティへの取組み

価値創造のための経営戦略

- 19 長期戦略方針・中期経営計画
- 23 SBIグループとの資本業務提携
- 25 お客さまへの提供価値の向上に向けて
- 26 チャンネル戦略
- 27 法人戦略
- 32 個人戦略
- 37 業務改革
- 39 人材戦略
- 45 環境への取組み
- 47 社会への取組み
- 49 ステークホルダーコミュニケーション

価値創造を支える経営基盤

- 51 コーポレート・ガバナンス
- 57 役員一覧
- 59 リスク管理体制
- 61 コンプライアンス（法令等遵守）

コーポレート・データ

- 63 財務ハイライト
- 64 非財務ハイライト
- 65 会社概要／組織図
- 66 主要な業務の内容／大光銀行グループの状況
- 67 ネットワーク

編集方針

大光銀行では、ステークホルダーの皆さまに当行グループの持続的な価値創造に向けた取組みを分かりやすくお伝えすることを目的に「統合報告書2024」を作成いたしました。
編集にあたっては、IFRS財団が提唱する「国際統合報告フレームワーク」や、経済産業省の「価値協創ガイダンス」などを参考にしております。
本誌は、銀行法第21条に基づいて作成したディスクロージャー誌（業務および財産の状況に関する説明書類）を兼ねております。ディスクロージャー誌としてご利用の際は、「大光銀行ディスクロージャー誌 2024（資料編）」（当行ホームページ <https://www.taikobank.jp/>）に掲載をあわせてご覧ください。
本統合報告書には将来の業績に関する記述が含まれておりますが、これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、経営環境の変化等により、実際の数値と異なる可能性があります。



Mission (使命)

- お客さまの目指す「なりたい姿」の実現に貢献する

Value (行動規範)

- 【たいこうの「地域密着宣言」】
私たちは、お客さまの良き相談相手として、
- お客さまを一番理解する銀行を目指します
 - 「お客さま目線」で、全力で考えます
 - お客さまの未来のために、新鮮な気付きをお届けします
 - お客さまからのご相談に素早くお応えします
 - お客さま一人ひとりに、いつも笑顔で心を込めて接します

Purpose (存在意義)

- 身近で頼りがいのある存在として、地域のために生き、地域の元気な未来をつくる

大光銀行公式キャラクター | なじらっこ



お客さまとのコミュニケーションを大事にする当行のキャラクターとして、公募により、新潟の方言「なじら? (いかがですか?)」と「らっこ」を組み合わせてネーミングしています。
新潟県各地を巡って、おいしい情報や楽しい情報などをPICK UPし、ホームページ等で発信しています。

身近で頼りがいのある存在として、
地域の元気を創り、地域の元気を創る



取締役頭取

川合昌一

ごあいさつ

皆さまには、日頃より大光銀行グループをお引き立て賜り、誠にありがとうございます。

2024年6月に大光銀行の頭取に就任しました川合昌一と申します。1942年の創業以来受け継がれてきた、地域社会の繁栄に奉仕する「地域密着経営」をはじめ良き伝統を大切にしながら、身近で頼りがいのある存在として、地域のために生き、地域の元気を創る未来をつくってまいります。

当行では、2024年3月末で第12次中期経営計画が終了し、4月より、10年後を見据えた長期戦略方針と第13次中期経営計画「Value Up～ワクワクする未来へ～」をスタートさせております。

前中計の取組みの成果と課題、そして新たな長期戦略方針のもとで目指す姿と実現に向けた決意についてご説明します。

第12次中期経営計画を経て、本業利益は改善し、経営体質の強化が着実に進捗

2021年度～2023年度における第12次中期経営計画（以下「前中計」）では、経営基盤の強化を進め、経営のサステナビリティを向上させる観点から、最重要目標に日本銀行「特別当座預金制度」に定めるOHR要件の達成（2019年度からの変化率▲4%）を設定し、そのための基本戦略として、収益構造・コスト改革、ソリューション改革、業務運営改革、組織・人材改革の4つの改革を掲げました。

全5項目の計数目標は、このOHR目標を含め4項目達成しました。未達成となった中小企業向け貸出金平残（＝中小企業向け貸出金平残（運用目的の貸出を除く）＋個人向け貸出金平残）は、コロナ禍にあって、お客さまに万全のサポートを継続するために高い目標を掲げており、個人向け貸出は概ね計画どおりでしたが、ゼロゼロ融資の繰上返済などにより中小企業向け貸出が計画を下回り、合算でも未達成となったものであります。

【前中計の計数目標の達成状況】

目標項目 (単体)	2020年度 スタート値	2023年度 最終目標	2023年度 実績	
最重要目標 連結業務粗利益 OHR (日銀基準)	2019年度 79.87%	2022年度 (計画2年目) 76.51%以下	2022年度 (計画2年目) 69.36%	達成
コア業務純益 (投資信託解約損益除く)	19億91百万円	25億円以上 (2020年度比 +25%以上)	48億66百万円 (2020年度比 +144.3%)	達成
当期純利益	15億50百万円	13億円以上 (3年間毎期10億円以上)	16億89百万円	達成
中小企業向け 貸出金平残	7,816億円	+10%以上 (2020年度比)	8,400億円 (2020年度比+7.4%)	
自己資本比率	8.94%	8%程度	8.18%	達成

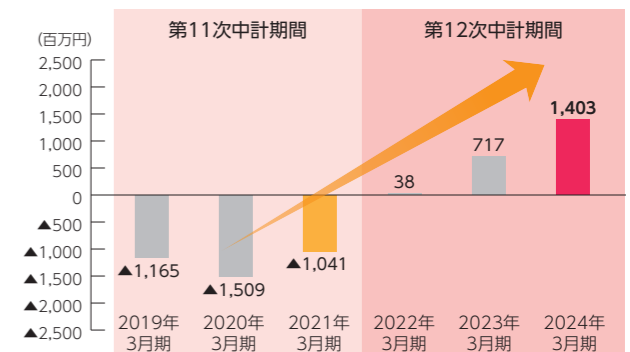
【前中計の成果と課題】

改革1 収益構造・コスト改革

前中計の策定時に最も課題視していた本業利益の水準は、3年間で24億44百万円改善し、黒字に転換させることができました。本業利益は、有価証券運用を含まない、お客さまへのサービスにかかる利益のことをいい、いわ

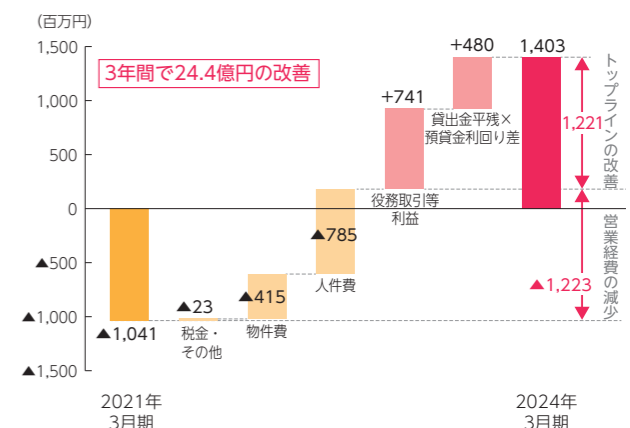
ば当行がどれだけお客さまのお役に立てたかを測る物差しになります。増加の内訳は、トップライン増加が12億21百万円、コスト削減が12億23百万円であり、バランス良く改善を進めることができたかと捉えています。

本業利益の推移



※本業利益＝貸出金平残×預貸金利回り差+役員取引等利益－営業経費

本業利益の変動内容 (前中計の3年間)



一方で、資本収益性を示す連結ROE（当期純利益ベース）は2.31%で上場地域銀平均と比較しても低い水準であり、収益力の強化が課題と認識しています。

改革2 ソリューション改革

コロナ禍で厳しい状況にある事業者に対し、親身に寄り添い、積極的に金融仲介機能を発揮し、資金繰り支援に加え、経営改善・事業再生支援などを強力に推進してきました。

また、2022年5月、SBIグループと戦略的資本業務提携を締結しました。前中計における最大のイベントであり、これによりお客さまに対するソリューションメニューは格段に充実し、総合サービス業へと転換を図る大きな一歩を踏み出したのではないかと考えています。当行の収益増加・コスト削減にも貢献しており、2023年度における寄与額は約2億円となりました。

2023年5月には、ファンドの運営・管理やコンサルティング業務などを行う子会社「大光キャピタル&コンサルティング株式会社」を設立し、経営改善計画の策定支援や資本性ローンの取組み、事業承継・M&A支援など、ファンドによる投資と親和性の高い業務を集約したことで、より専門性と付加価値の高いサービスの提供が可能

となりました。さらに、同年7月にSBI地域活性化支援株式会社と共同で「大光SBI地域活性化ファンド」を設立し、新規事業や事業の成長・発展、事業承継などに取り組むお客さまに対し、エクイティ資金の供給が可能な体制を構築しました。

これらの取組みの成果として、2024年2月に実施したお客さまアンケートの結果において、事業へのアドバイス、事業機会に関する情報提供、個人の資産形成へのアドバイスの全ての項目について、カスタマーエクスペリエンス(CX)が改善しました。これは、お客さまからの期待度に対する満足度が向上したことを意味しており、お客さまを理解するための活動が花開いてきた結果と捉えています。

一方で、期待度そのものは若干ですが低下しており、地域にとってなくてはならない銀行となっていくためには、お客さまの期待度、満足度をさらに高めていく必要があると認識しています。

【お客さまアンケート結果】

	期待度			満足度			CX (満足度－期待度)		
	前回	今回	増減	前回	今回	増減	前回	今回	増減
事業へのアドバイス	3.89	3.87	▲0.02	3.58	3.63	0.05	▲0.31	▲0.24	0.07
事業機会に関する情報提供	3.93	3.90	▲0.03	3.65	3.66	0.01	▲0.28	▲0.25	0.03
個人の資産形成へのアドバイス	3.62	3.58	▲0.04	3.42	3.46	0.04	▲0.20	▲0.13	0.07

※「前回」は2020年9月、「今回」は2024年2月に実施

改革3 業務運営改革 改革4 組織・人材改革

営業態勢の強化を目的に、人材等のリソースをコンサルティング機能の強化に資する領域に再配分するため、業務改革(BPR)を促進してきたほか、店舗政策を進め、店舗機能・ネットワークの最適化を図ってきました。3年間で5カ店をサテライト店としたほか、店舗内店舗方式にて7カ店を移転しており、店舗政策により生み出した経営資源は、より付加価値の高いサービスの提供に投下しています。

課題として、経営体質のさらなる強化に向けては、組織の一段のスリム化とともに、少人数でも質の高い価値を提供できるよう、人的資本の強化に継続して取り組むことが重要と認識しています。



基本 持続可能な社会の実現への貢献

全ての戦略の基本に据えていた持続可能な社会の実現への貢献については、2021年6月にサステナビリティ推進の統括部門として総合企画部内にSDGs推進室を設置し、サステナビリティ基本方針の策定のほか、重要課題(マテリアリティ)の整理と「たいこうSDGs宣言」の策定、環境にかかる目標の設定など、サステナビリティの推進態勢を整備しました。

2023年度より年間の「サステナビリティ推進プログラム」を策定し、アクションプランとKPIの進捗状況を半期毎に取締役会に報告し改善を図っています。

誰よりも高い熱量でお客さまに親身に寄り添うのが「大光らしさ」。これをさらに伸ばすのが長期戦略方針の基本

続いて、2024年度からスタートした長期戦略方針と第13次中期経営計画(以下「第13次中計」)について、基本的な考え方や背景、計画等に込めた思いなどをご説明します。

この第13次中計は、先行きの予測が困難なVUCA時代にも力強く存在価値を発揮できるよう、10年後を見据えたVisionと戦略方針を先に描き、それを実現するための最初の3年間の計画として「バックキャスト思考」で策定しています。そして、長期戦略方針の策定には、4ヵ月ほどかけて経営陣が毎週、じっくり議論し、他の金融機関にはない「大光らしさ」は何なのか、徹底的に追究してきました。

「誰にも負けない高い熱量でお客さまに親身に寄り添うこと」。これが私たちの考える「大光らしさ」です。無尽・相互銀行時代から組織文化として引き継がれてきた「親しみやすさ」は、2015年に策定した前長期ビジョン「もっと、親しまれる銀行」のもとで充実度が増してきたと考えており、地域やお客さまに対する熱い思いや、お客さまをより深く理解し、同じ目線で寄り添っていく姿勢は誰にも負けないと自負しています。この「大光らしさ」にさらに磨きをかけ、身近で頼りがいのある、地域の「かかりつけ医」のような役割を果たしていくことこそが、当行の存在意義、Purposeと心に刻んでいます。

このPurposeは、地域金融機関である当行グループにとって最も重要な資本は人的資本であることを意味しています。極論すれば、私たち地域金融機関の商品・サービスは「人」そのものであり、銀行経営の礎であるとともに、他の金融機関との差別化要因であります。人件費を当行グループの価値創造と中長期的な企業価値向上を支える人的資本と定義し、適切な投資や社内環境の整備を通じてやりがい・働きがいを高めることで、高い熱量でお客さまに寄り添っていく人材の育成に努めてまいります。

長期戦略方針のVisionは、地域金融機関として、当行グループのアウトカムで持続可能な社会の実現に貢献していく観点から、グローバルな社会課題より特定した15項目の重要課題(マテリアリティ)を起点に策定しています。E、S、Gのテーマごとに、どのような価値を提供していくのか、また価値提供を通じて10年後にどのような姿を目指していくのか、を整理し、目指す定性的な姿

とKPIを定めました。財務・非財務、また経済的価値・社会的価値の視点で設定したKPIは全9項目あり、うち株主各位(ガバナンス)に関連するKPIとして、「連結ROE(株主資本ベース)を株主資本コスト(CAPM)以上」「PBRを上場地域銀平均以上」の2つを掲げています。前中計の振り返りでご説明のとおり、本業利益の改善が進む一方で、連結ROEは上場地域銀平均と比較して低く、PBRが低水準にある最大の要因と捉えています。地域活性化への献身的な貢献を通じて当行グループが成長していく姿をお示しし、10年後には連結ROEを株主資本コスト(CAPM)以上の水準まで高めていきます。

長期戦略方針の使命、Missionは、「お客さまの目指す『なりたい姿』の実現に貢献する」としています。この「なりたい姿への貢献」というのが「大光らしさ」を表すキーワードの一つで、一般によく使われる「課題解決」のような「上から目線」ではなく、お客さまに寄り添っていく意を込めて、このような表現を使っています。

「お客さまを一番理解する銀行」を実現し、地域における社会的価値の創造をリードする

先ほど、当行グループにとって最も重要な資本は人的資本であるとお話ししましたが、関連して、この長期戦略方針のなかで私が最もこだわっていきたいのが、行動規範、Valueの最初に掲げる「お客さまを一番理解する銀行」の実現です。

企業は社会の公器ともいわれ、特に地域金融機関には、気候変動問題や少子高齢化の進展に伴う労働力の減少などの社会課題に率先して向き合い、地域における社会的価値の創造をリードしていくことが求められています。この価値創造プロセスにおいて大事なのが、「収益・利益のあげ方」(＝収益・利益の質)であり、収益・利益がお客さまにもたらされた付加価値、すなわちお客さまのなりたい姿に貢献することで得られるものであること、これこそが地域金融機関のサステナブルなビジネスモデルです。

この考え方を日々の行動に反映していくためには、役員全員が「お客さま本位の業務運営」を十分に理解した業務遂行を実践することが重要であり、そのための1丁目1番地として「お客さまを一番理解する」ことが必要不可欠と考えています。

では、どのようにして「お客さまを一番理解する銀行」を実現していくか。それは、より多くのお客さまと接し、対話を深めていくことです。分からないことはお客さまが教えてください。例えば事業者のお客さまであれば、事業内容、収益構造、強み、経営課題など個別に様々ですが、高い熱量でお客さまに親身に寄り添い、対話を重ねることで、お客さまから学び成長することができると考えています。私自身もできるだけ多くのお客さまのもとに伺い、お客さまからの声を経営に反映させていく考えです。

第13次中計の最重要目標は「ROE」と「自己資本比率」。健全性の維持と収益の最大化の両立を図る

長期戦略方針からのバックキャストにより策定した第

13次中計は、非財務にかかる計数目標は長期戦略方針のKPIと同じ項目とし、財務目標には4つの項目を掲げています。この財務目標のうち最も重視しているのが、ROE(株主資本ベース)と自己資本比率(いずれも連結ベース)です。ROEについては、長期戦略方針のKPIで「株主資本コスト(CAPM)以上」とする目標を掲げているなか、3年後には4%以上まで高めます。また、自己資本比率は8%以上を堅持し、健全性の維持と収益の最大化の両立を図っていきます。

SBIグループとの資本業務提携について、第13次中計では、戦略上の重要な社会・関係資本として提携業務の拡充を図り、オープン・イノベーションをさらに加速させることとしています。お客さまへの適時適切なソリューション提供により、地元企業の売上拡大や生産性向上、個人のお客さまの資産形成をご支援し、地方創生および持続可能な地域社会の実現に貢献していくとともに、当行グループのお客さま基盤の拡大を図っていきます。

地域の未来に向かって 大光銀行グループと共に歩んでいく ステークホルダーの皆さまへ

当行は地域金融機関として、地域やお客さまからの期待に対し適切にお応えすることで、この先10年、20年の未来に亘り、地域の活性化に責任を持って取り組んでまいります。このことは、サステナブルな地域社会の実現への貢献とともに、当行グループの存在意義を高め、従業員の働きがいや充実感にもつながっていくと考えています。

新たに策定した長期戦略方針のもとで、10年後のVisionの実現に向けて、第13次中計をやり遂げることが私の使命です。伝統に甘んじることなく、チャレンジ精神を持って進化を続けていきます。

私自身が先頭に立ち、グループ役職員とともに前へ進んでまいりますので、ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後とも格別のご支援、ご高配を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2024年7月

株式会社 大光銀行 取締役頭取

川合昌一



企業価値向上に向けた取組み

○ 企業価値にかかる現状分析

金融業界を取り巻く環境変化が続くなか、収益力の強化に取り組んできましたが、PBR（株価純資産倍率）は低水準であり、PBRの向上には、ROEの改善と株主資本コストの引下げに向けた取組みが重要と認識しています。

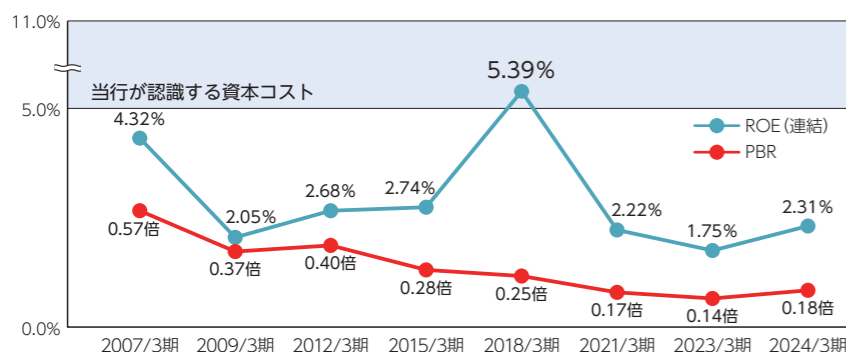
株主資本コストの現状認識

当行では、株主資本コストをCAPMおよび益利回り法により算定し、5%～11%程度と認識しています。

CAPMに基づく算定値 <small>(※1)</small>	5%～6%程度
益利回り法に基づく算定値 <small>(※2)</small>	11%程度

(※1) CAPM=リスクフリーレート+市場感応度×エクイティリスクプレミアム
(※2) 株式益利回り=1株当り純利益÷株価

ROE^(※)、PBRの推移 (※)株主資本ベース



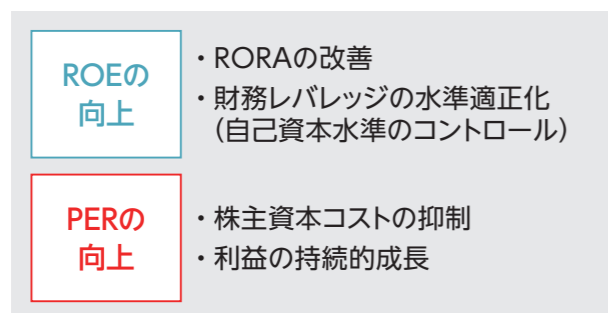
リーマンショックや金融緩和による低金利環境の長期化など、金融業界にとり厳しい経営環境が続くなか、ROE・PBRは低水準にとどまっていますが、企業価値の向上に向けた取組みを続けており、経営体制の強化は着実に進んでいると認識しています。

PBR・ROE・PERの関係

$$\begin{aligned}
 \text{PBR} &= \frac{\text{株価}}{\text{1株当り純資産}} = \frac{\text{ROE (企業努力)}}{\text{1株当り純利益}} \times \frac{\text{PER (マーケットの評価)}}{\text{1株当り純利益}} \\
 &= \frac{\text{RORA} \times \text{財務レバレッジ}}{\text{株主資本コスト} - \text{期待成長率}}
 \end{aligned}$$

(※1) RORA=純利益÷リスク・アセットで算出。アセット対比の収益性・効率性を表す
(※2) 財務レバレッジ=リスク・アセット÷純資産で算出。財政状態を表す

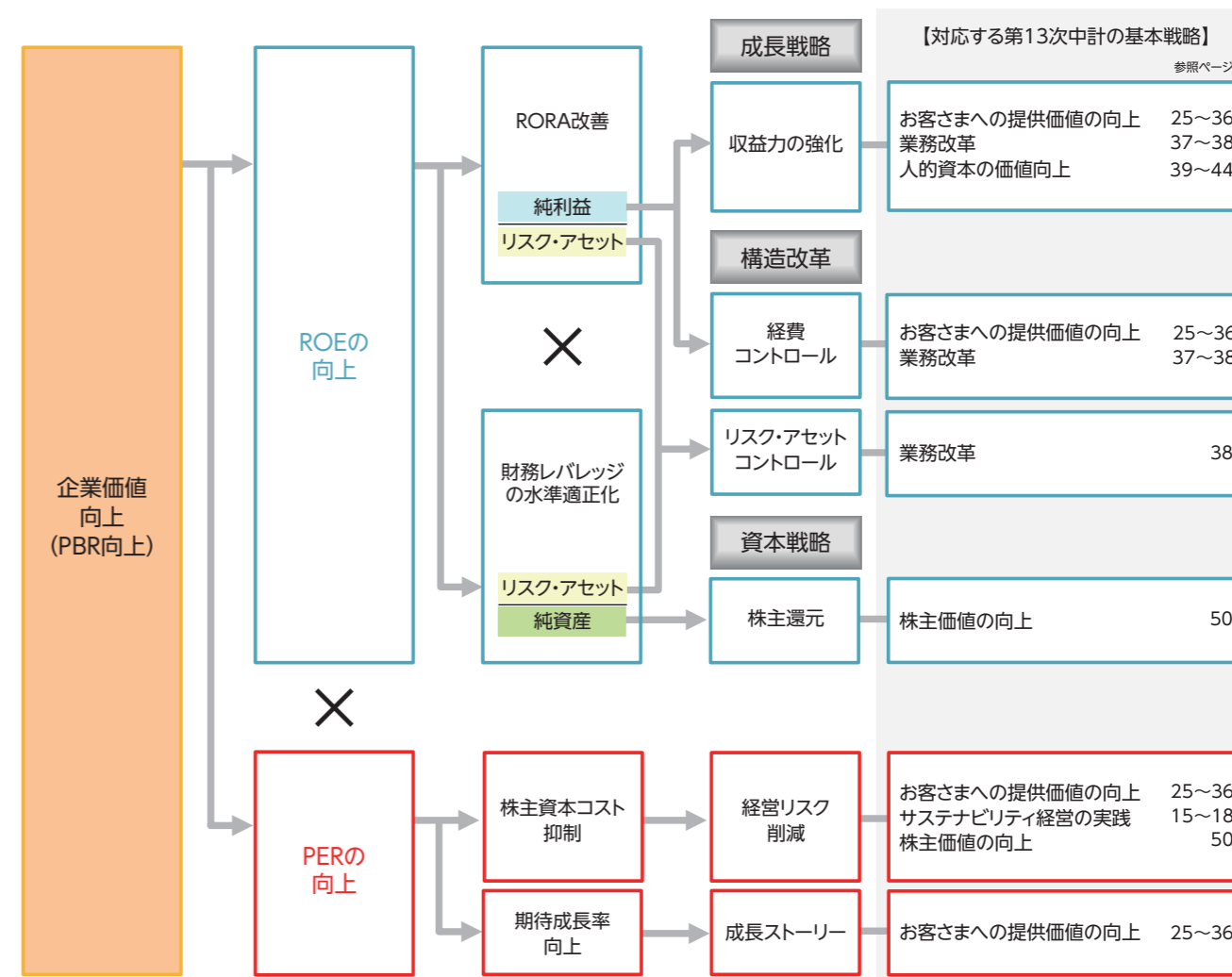
企業価値 (PBR) 向上のポイントを次のとおり認識



長期戦略方針、
第13次中計の主要テーマ

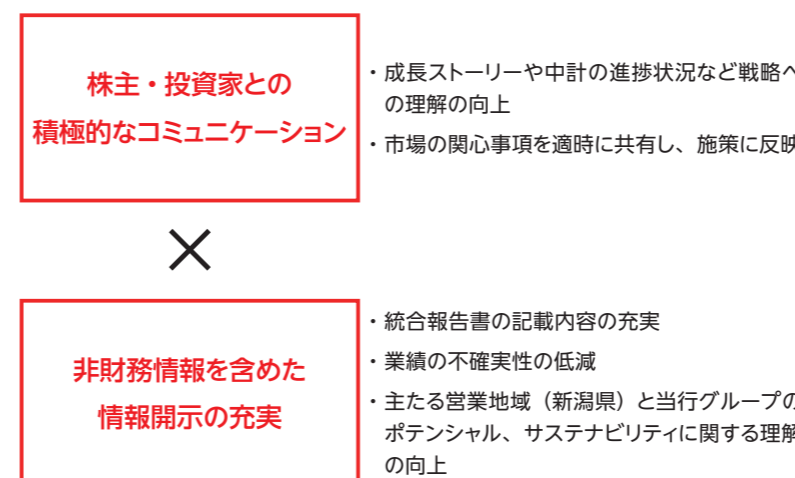
○ 企業価値向上ロジックツリー

長期戦略方針に基づく第13次中計の施策を着実に実践し、企業価値の向上を図ります。ROEの向上を最重要の経営指標に掲げ、第13次中計の最終年度は4.0%以上、10年後は株主資本コスト (CAPM) 以上に高め、PBRを10年後に上場地域銀平均以上に高めます。



株主資本コスト (CAPM) の抑制に向けた取組み

株主資本コスト (CAPM) の抑制に向け、株主・投資家との積極的なコミュニケーションを図るとともに、非財務情報を含めた情報開示を充実させていきます。



成長戦略の蓋然性を高めつつ、市場との対話を通じて情報の非対称性を緩和していくことで、株主資本コストの引下げを図ります

大光銀行のあゆみ

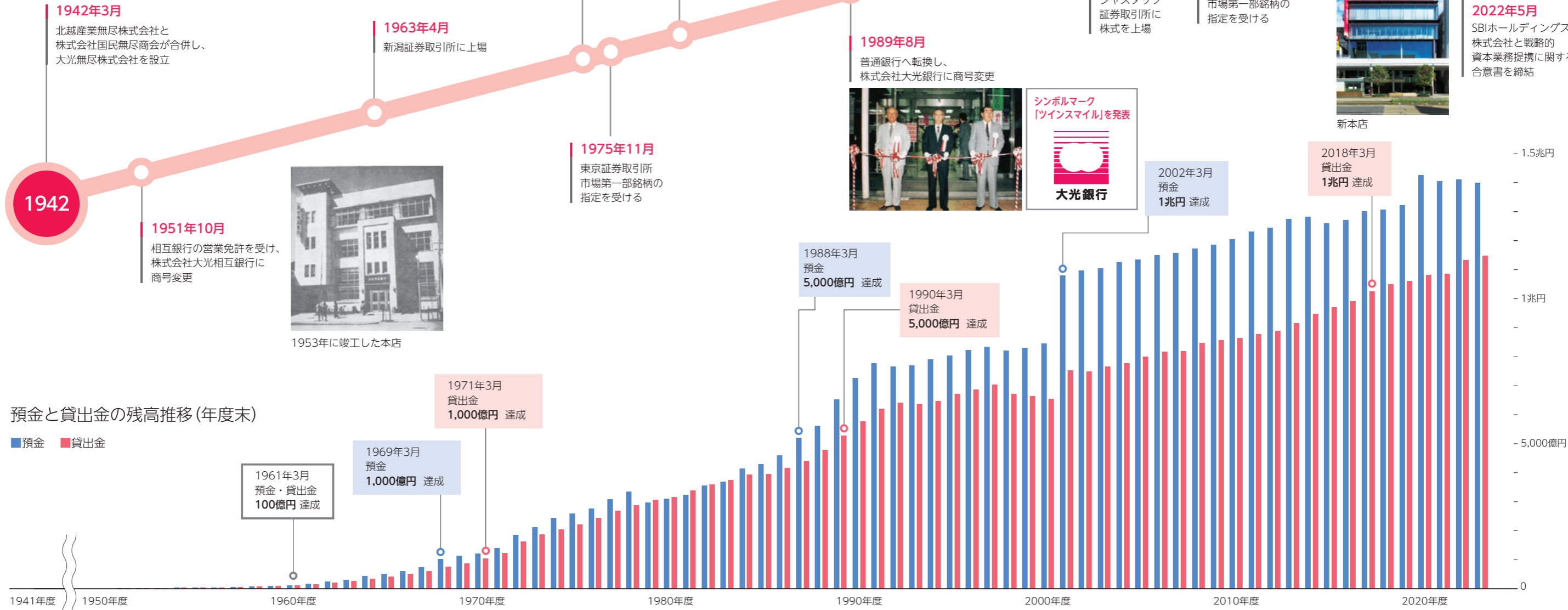
大光銀行は、無尽の「互助の精神」を受け継ぐ庶民の銀行として、地域社会・経済の活性化に貢献することで、地域とともに成長を続けています。

Vision(なりたい姿)

- 地域から信頼され、地域とともに成長し、地域の未来を創造する銀行
- 働く全ての人がいかに高め合い、いきいき・はつらつと輝いている銀行

大光の由来

観音経の一節「**廣大智慧観・無垢清浄光**」より命名
「清らかな光で将来を見据え、地域経済発展のために社会の隅々まで明るく照らし出す」という思いが込められている



預金と貸出金の残高推移(年度末)

■預金 ■貸出金

グループ会社の動き

- 1974年 株式会社中央リース設立
- 1990年 大光ミリオンカード株式会社設立
- 1995年 大光ジェーシービー株式会社設立
- 2002年 大光ミリオンカード株式会社がたいこうカード株式会社に商号変更
- 2002年 たいこうカード株式会社と大光ジェーシービー株式会社が合併し、商号をたいこうカード株式会社とする
- 2003年 株式会社中央リースが大光リース株式会社に商号変更
- 2023年 大光資本&コンサルティング株式会社設立

「大光らしさ」の進化

無尽・相互銀行時代から組織文化として引き継がれてきた「親しみやすさ」

誰にも負けない高い熱量でお客様に親身に寄り添う「身近で頼りがいのある存在」

大光銀行グループの価値創造

価値創造のための経営戦略

価値創造を支える経営基盤

コーポレート・データ

地域のポテンシャル

当行グループが主要な営業基盤として
いる新潟県は、本州の日本海沿岸のほぼ
中央部に位置し、広大な土地と豊かな自然
に恵まれ、日本一の米どころとして知ら
れています。製造業や建設業も盛んで、
特に製造業は地域の特色を生かした産業
が集積しており、その技術力は世界的に
も高く評価されています。

新潟県の基礎データ

	全国	新潟県	順位
面積	377,974km ²	12,583km ²	5位
人口	124,352千人	2,126千人	15位
県内総生産(名目)	5,375,615億円	88,575億円	16位
国内銀行預金残高 ^(※)	9,571,243億円	103,945億円	15位
国内銀行貸出残高	5,703,065億円	51,496億円	18位

(※) ゆうちょ銀行を除く

(出典) 新潟県勢要覧2024 (新潟県)

自然環境

新潟県は、東側に朝日山地、飯豊山地、越後山脈が連なり、西側には妙高山などの山々がそびえ、これらの山々を水源として、阿賀野川や信濃川などの数多くの河川が日本海に注いでいます。河川の下流には、越後平野、高田平野など広大で肥沃な平地地が広がり、全国有数の穀倉地帯となっています。日本海上には佐渡島と粟島の2つの離島があり、トキをはじめとする多種多様に恵まれた自然環境を有しています。

県内には20ヶ所の自然公園があり、その総面積は県土面積の4分の1を占め、全国で第2位の広さを誇っています。



経済・産業

新潟県産のコシヒカリは、「おいしいお米」の代名詞として広く知られており、米の産出額は全国1位となっています。米を中心とした農業をはじめ、農林水産物、天然資源や首都圏との交通利便性に優れた立地環境を生かし、食料品、機械、金属、化学、電子部品、繊維など、多様なものづくり産業が各地に集積しています。

また、地域発展の基盤となる社会資本の整備や災害対応・除雪など地域の安全・安心の確保のため、建設業が基幹産業として発展しており、事業所数、従業員数は全国でもトップクラスとなっています。

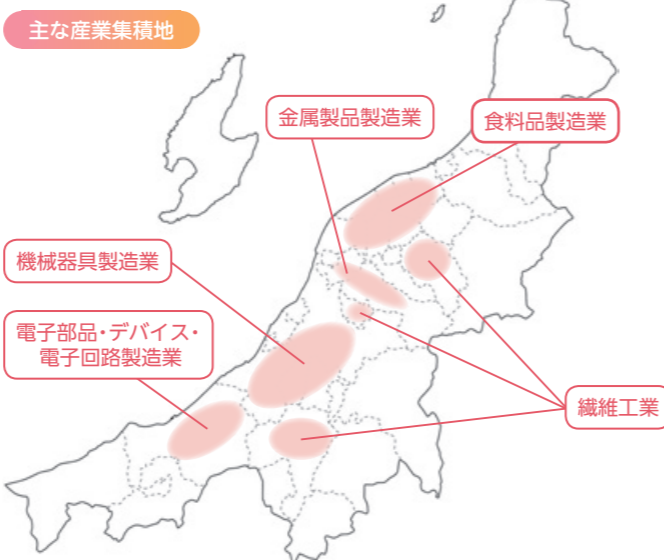
豊かな自然に育まれた食材と酒、温泉、文化・スポーツなど、地域資源を生かした観光などの取組みも活発となり、第1次産業、第2次産業、第3次産業の連携によりさらなる成長が期待される地域です。

	新潟県	順位
農業	農業経営体数 43,502	2位
	農業産出額 2,369億円	14位
工業	事業所数 5,777	14位
	製造品出荷額等 51,193億円	23位
商業	事業所数 25,467	14位
	年間商品販売額 65,569億円	15位

主な全国1位

- 米の産出額
- 米菓の出荷額
- 切餅・包装餅の出荷額
- 水産練製品の出荷額
(魚肉ハム・ソーセージを除く)
- 石油ストーブの出荷額
- ニット製女子セーター
他の出荷額
- 金属洋器の出荷額
- 原油の生産量
- 天然ガスの生産量
- 海水浴場の数

(出典) 新潟県勢要覧2024 (新潟県)



交通インフラ

新幹線、高速道路網、空港、港湾の充実した交通インフラが整備され、国内各方面や対岸諸国との交通ネットワークが築かれています。

主な交通インフラ

- 新潟と関東・北陸の各地を結ぶ2つの新幹線
(上越新幹線・北陸新幹線)
- 関東・東北・北陸の各地を結ぶ5つの高速道路
(関越道・北陸道・磐越道・上信越道・日本海東北道)
- 新潟空港
(国内線：札幌・仙台・名古屋・大阪・福岡・沖縄)
(国際線：ソウル・ハルビン・上海・台北)
※2024年6月30日現在の運航先
- 港湾 (新潟港・直江津港・両津港・小木港など)



家計と暮らし

持ち家比率が全国的にも高い一方で、1世帯当たりの年間収入は全国平均よりもやや低くなっており、1世帯当たりの金融資産や家計資産は全国的にも低い順位となっています。安定的な資産形成・資産継承がより一層重要となっています。

	全国	新潟県	順位
持ち家比率	61.2%	74.0%	7位
年間収入 (1世帯当たり)	5,584千円	5,517千円	22位
月間消費支出 ^(※1) (1世帯当たり)	318千円	322千円	22位
金融資産 (1世帯当たり)	12,797千円	11,626千円	29位
家計資産 ^(※2) (1世帯当たり)	28,337千円	19,996千円	33位

(※1) 県庁所在市

(※2) 家計資産=金融資産-金融負債+住宅・宅地資産

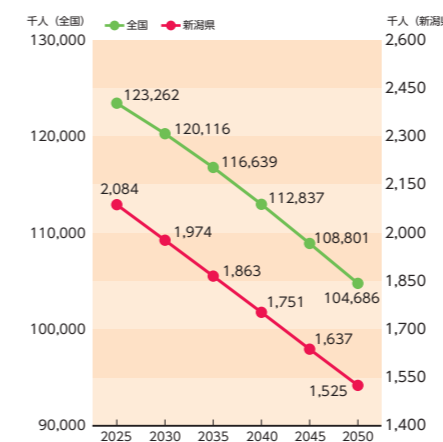
(出典) 新潟県勢要覧2024 (新潟県)、2019年全国家計構造調査 (総務省)

地域の課題

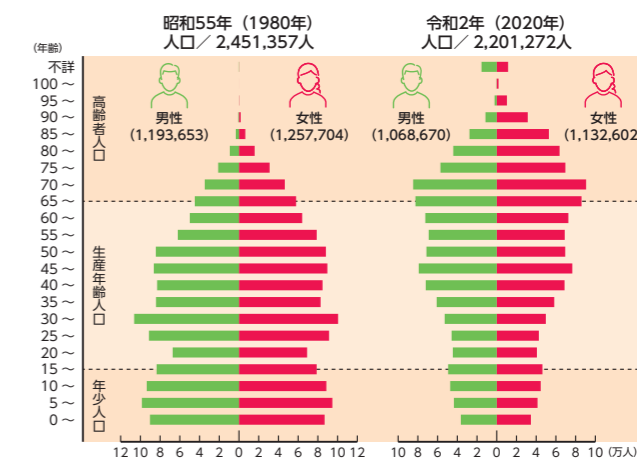
新潟県の総人口は、1997年の249万人をピークに年々減少し、2023年10月には212万人まで減少しており、今後も減少が続いた場合、2050年には152万人 (2023年10月の71.6%) まで減少するという予測もあります。高齢化も進んでおり、新潟県の高齢化率は34.0% (2023年10月) と年々上昇しています。働き手不足が見込まれるなか、地域企業には生産性の向上が求められています。

また、新潟県の開業率は2.7% (2019年度) と全国平均の4.2%を大きく下回り、全国45位の水準となっています。事業所数や老舗企業数が多いことも要因の一つですが、経済の新陳代謝を活性化し多様なビジネスを生み出していくためにも、起業家の育成や支援を積極的に進めていく必要があります。

人口減少や少子高齢化に対応し、地域の持続可能性を高めていくには、進学・就職などにより県外への転出が多い若者を中心に、定住者を増加させることが必要であり、産業育成や地域企業の成長による働く場の創出、安心して生活できる環境づくりなど、地域の魅力を向上させることが重要な課題となっています。



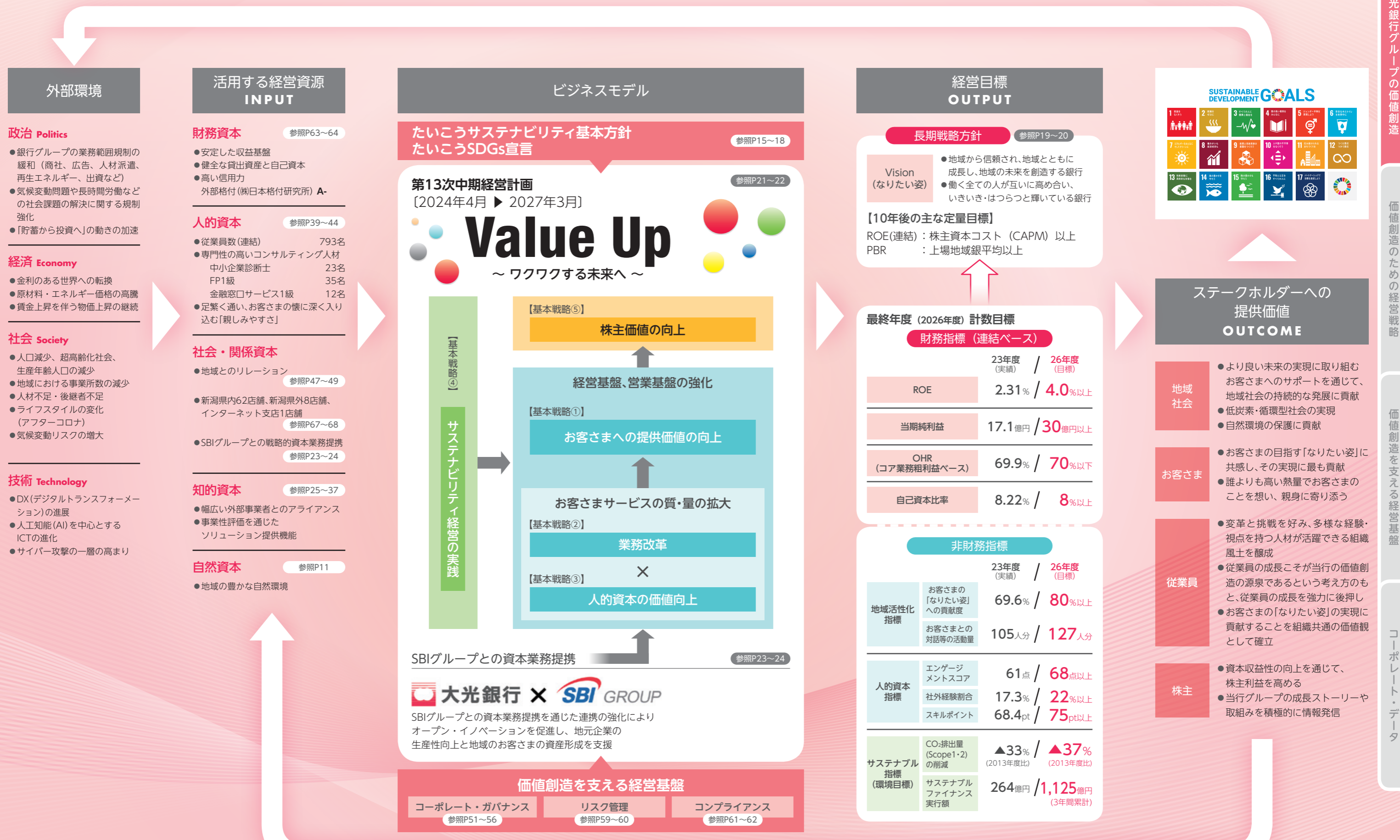
(出典) 「日本の地域別将来推計人口 (令和5年推計)」
国立社会保障・人口問題研究所



(出典) 「国勢調査結果」総務省

大光銀行グループの価値創造プロセス

当行グループは、持続可能な社会の実現に向け、地域社会を取り巻くさまざまな課題の解決に向けた活動に取り組み、地域の活性化と当行グループの中長期的な企業価値の向上の両立を目指す持続的経営を行っています。当行グループが創造し各ステークホルダーに提供される価値は、当行グループが活用する経営資源を増強し、さらなる価値の創造へとつながります。



外部環境

- 政治 Politics**
- 銀行グループの業務範囲規制の緩和（商社、広告、人材派遣、再生エネルギー、出資など）
 - 気候変動問題や長時間労働などの社会課題の解決に関する規制強化
 - 「貯蓄から投資へ」の動きの加速
- 経済 Economy**
- 金利のある世界への転換
 - 原材料・エネルギー価格の高騰
 - 賃金上昇を伴う物価上昇の継続
- 社会 Society**
- 人口減少、超高齢化社会、生産年齢人口の減少
 - 地域における事業所数の減少
 - 人材不足・後継者不足
 - ライフスタイルの変化（アフターコロナ）
 - 気候変動リスクの増大
- 技術 Technology**
- DX（デジタルトランスフォーメーション）の進展
 - 人工知能（AI）を中心とするICTの進化
 - サイバー攻撃の一層の高まり

活用する経営資源 INPUT

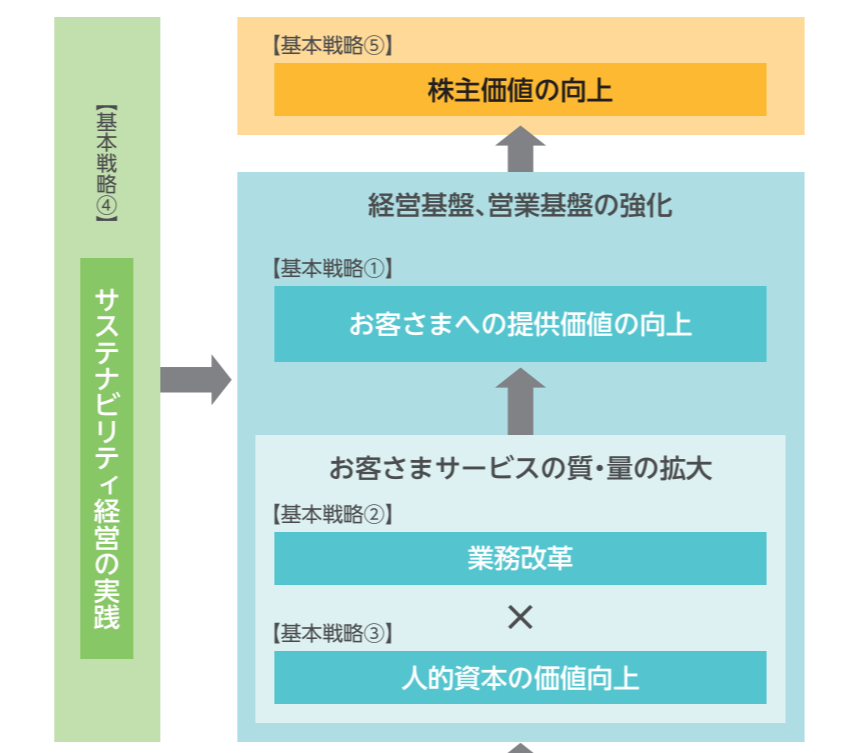
- 財務資本** 参照P63~64
- 安定した収益基盤
 - 健全な貸出資産と自己資本
 - 高い信用力
 - 外部格付（株日本格付研究所）A-
- 人的資本** 参照P39~44
- 従業員数（連結） 793名
 - 専門性の高いコンサルティング人材
 - 中小企業診断士 23名
 - FP1級 35名
 - 金融窓口サービス1級 12名
 - 足繁く通い、お客さまの懐に深く入り込む「親しみやすさ」
- 社会・関係資本**
- 地域とのリレーション 参照P47~49
 - 新潟県内62店舗、新潟県外8店舗、インターネット支店1店舗 参照P67~68
 - SBIグループとの戦略的資本業務提携 参照P23~24
- 知的資本** 参照P25~37
- 幅広い外部事業者とのアライアンス
 - 事業性評価を通じたソリューション提供機能
- 自然資本** 参照P11
- 地域の豊かな自然環境

ビジネスモデル

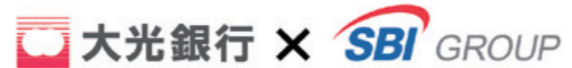
たいこうサステナビリティ基本方針
たいこうSDGs宣言 参照P15~18

第13次中期経営計画
〔2024年4月 ▶ 2027年3月〕 参照P21~22

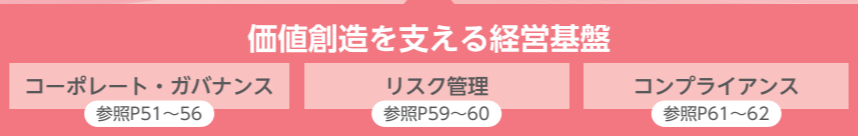
Value Up
～ワクワクする未来へ～



SBIグループとの資本業務提携 参照P23~24



SBIグループとの資本業務提携を通じた連携の強化によりオープン・イノベーションを促進し、地元企業の生産性向上と地域のお客さまの資産形成を支援



経営目標 OUTPUT

長期戦略方針 参照P19~20

Vision (なりたい姿)

- 地域から信頼され、地域とともに成長し、地域の未来を創造する銀行
- 働く全ての人が互いに高め合い、いきいき・はつらつと輝いている銀行

【10年後の主な定量目標】

ROE(連結)：株主資本コスト（CAPM）以上
PBR：上場地域銀平均以上

最終年度（2026年度）計数目標

財務指標（連結ベース）

ROE	23年度 (実績) / 26年度 (目標)	2.31% / 4.0%以上
当期純利益		17.1億円 / 30億円以上
OHR (コア業務粗利益ベース)		69.9% / 70%以下
自己資本比率		8.22% / 8%以上

非財務指標

地域活性化指標	お客さまの「なりたい姿」への貢献度	23年度 (実績) / 26年度 (目標)	69.6% / 80%以上
	お客さまとの対話等の活動量		105人分 / 127人分
人的資本指標	エンゲージメントスコア		61点 / 68点以上
	社外経験割合		17.3% / 22%以上
	スキルポイント		68.4pt / 75pt以上
サステナブル指標 (環境目標)	CO ₂ 排出量 (Scope1・2) の削減		▲33% / ▲37% (2013年度比)
	サステナブルファイナンス実行額		264億円 / 1,125億円 (3年間累計)



ステークホルダーへの提供価値 OUTCOME

- 地域社会**
- より良い未来の実現に取り組むお客さまへのサポートを通じて、地域社会の持続的な発展に貢献
 - 低炭素・循環型社会の実現
 - 自然環境の保護に貢献
- お客さま**
- お客さまの目指す「なりたい姿」に共感し、その実現に最も貢献
 - 誰よりも高い熱量でお客さまのことを想い、親身に寄り添う
- 従業員**
- 変革と挑戦を好み、多様な経験・視点を持つ人材が活躍できる組織風土を醸成
 - 従業員の成長こそが当行の価値創造の源泉であるという考えのもと、従業員の成長を強力に後押し
 - お客さまの「なりたい姿」の実現に貢献することを組織共通の価値観として確立
- 株主**
- 資本収益性の向上を通じて、株主利益を高める
 - 当行グループの成長ストーリーや取組みを積極的に情報発信

大光銀行グループの価値創造

価値創造のための経営戦略

価値創造を支える経営基盤

コーポレート・データ

サステナビリティへの取組み

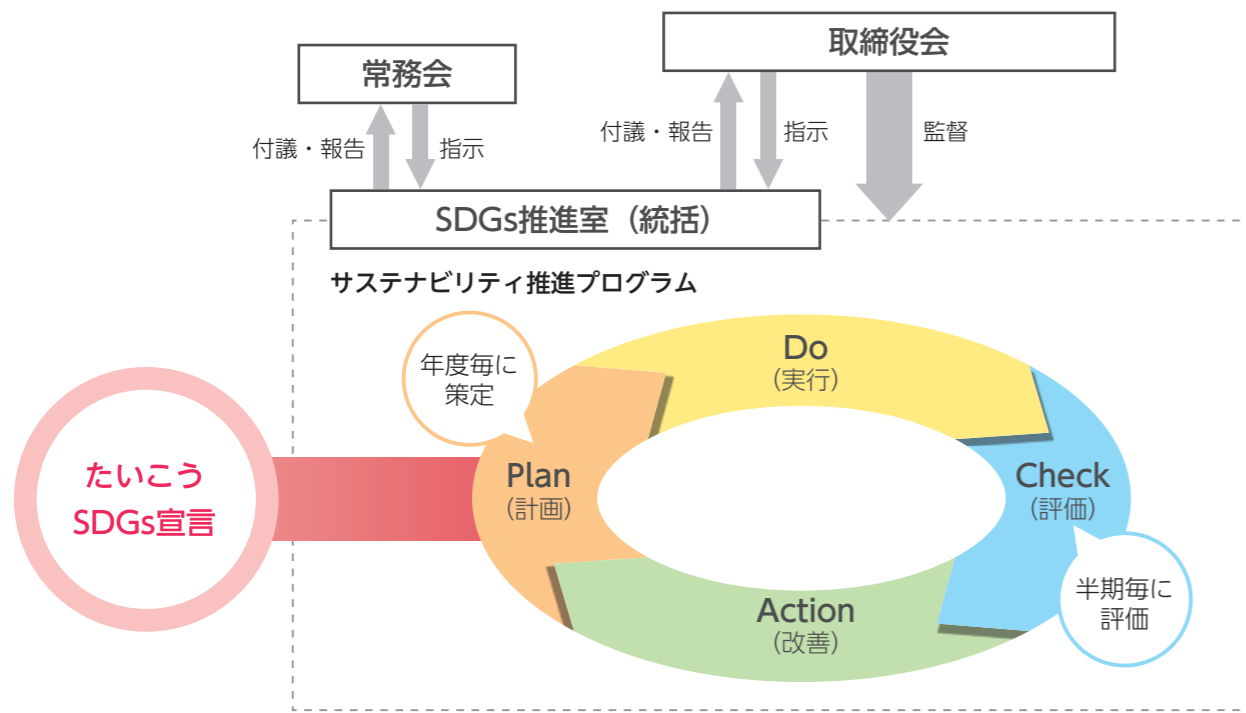
当行グループでは、地域の活性化と中長期的な企業価値の向上の両立を目指す持続的経営を基本方針とし、「たいこうSDGs宣言」に掲げる4つのテーマに則した15の重要課題に対し、グループ一体となり、事業活動を通じた課題解決に取り組んでいます。

サステナビリティ基本方針

当行グループは、持続可能な社会の実現に向け、経営理念に基づく企業活動を通じて、地域社会の抱える課題や気候変動等の環境問題など、地域社会を取り巻くさまざまな課題の解決に向けた活動に取り組み、地域の活性化と当行グループの中長期的な企業価値の向上の両立を目指す持続的経営を行ってまいります。

サステナビリティ推進態勢

当行は、SDGs（持続可能な開発目標）の達成や、政府が掲げる2050年カーボンニュートラルの実現に向けた取組みをグループ一体で推進していくため、総合企画部内にSDGs推進室を設置し、グループ全体を統括しています。SDGs推進室の主導のもと、年度毎に取締役会の承認を受けた「サステナビリティ推進プログラム」を策定しています。「サステナビリティ推進プログラム」には、当行グループが重要課題に掲げる事項について、年度の取組みと目標値（KPI）を定め、実施状況やKPIの実績値を半期毎に取締役会に報告し、改善を図っていく態勢としています。

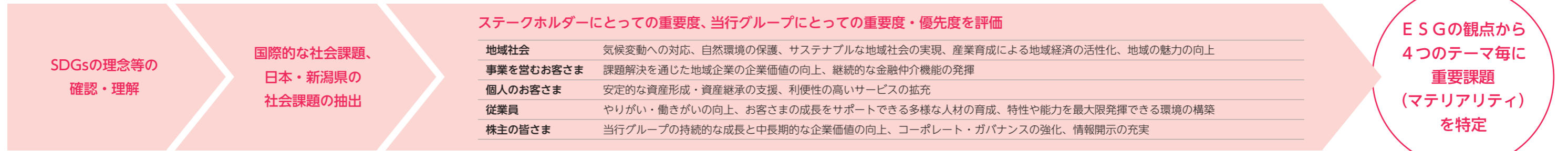


2024年度「サステナビリティ推進プログラム」の概要

カテゴリー	主な実施内容	KPI
環境		
サステナブルファイナンスの推進	・魅力的なサステナブルファイナンス商品の開発	2023年度～2030年度までの8年間の累計実行額 3,000億円以上 <2024年度目標 390億円>
環境保全・気候変動対応に資するソリューションの推進	・SDGs関連ソリューションの推進 参照P.46 「たいこうSDGsサポートサービス、省エネ診断、CO ₂ 排出量可視化サービス、省エネ設備導入支援サービス、省エネ補助金申請支援サービス、太陽光発電設備導入支援サービス、カーボン・オフセットの取次ぎ、J-クレジットの申請、電力料金削減サービス等」	2024年度の利用件数 100件以上
CO ₂ 排出量の削減 (Scope1・Scope2)	・クールビズ・ウォームビズの実施 ・残業時間の縮減 ・省エネ設備の導入 (低燃費車輦への入替、店舗新築時のZEB認証の取得等)	CO ₂ 排出量 (Scope1・2) の削減目標として2030年度までに2013年度比▲46% <2024年度目標 2013年度比▲35%>
CO ₂ 排出量の削減 (Scope3)	・Scope3算定方法の調査・研究	
気候変動リスクに関する認識強化	・気候変動リスク (物理的リスク) に関するシナリオ分析の調査・研究	
地域経済・社会		
お客様の目指す「なりたい姿」の実現への貢献	※第13次中期経営計画の「お客さまへの提供価値の向上」の施策 参照P.25～36	※第13次中期経営計画の「地域活性化指標」
基本的人権の尊重	・「人権方針」 参照P.18 に基づく人権デューデリジェンスの実施	
責任ある投融資	・「サステナブル投融資方針」 参照P.17 の遵守状況のモニタリング	
社会貢献の取組み	・「1店舗1貢献運動」 参照P.48 の継続実施 ・地域の文化・スポーツの振興 参照P.47	
ダイバーシティ		
多様な人材の育成、ウェルビーイングの向上	※第13次中期経営計画の「人的資本の価値向上」の施策 参照P.39～44	※第13次中期経営計画の「人的資本指標」
女性活躍の推進	・キャリア形成の支援体制構築 ・退職者の復職制度導入および転換制度の積極運用	管理職 (副長以上) に占める女性の割合 2024年度末 26%以上
ガバナンス		
取締役会の実効性の確保	・役員アンケートの実施と実施結果に基づく改善対応	
内部統制システムの整備	・「内部統制の体制整備の基本方針」に基づく体制整備	
情報開示の充実	・統合報告書の充実 ・会社説明会などを活用したIR活動の充実 参照P.49～50	

重要課題(マテリアリティ)と「たいこうSDGs宣言」

重要課題 (マテリアリティ) の特定プロセス



重要課題 (マテリアリティ)、事業機会とリスク、「たいこうSDGs宣言」

テーマ	重要課題 (マテリアリティ)	当行グループにとっての事業機会とリスク		たいこうSDGs宣言
		事業機会	リスク	
E 環境	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動への対応 自然環境の保護 	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素化に向けた設備投資等の資金需要の増加 環境保全・気候変動対応につながる商品・サービスのニーズの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 技術革新や市場変化への対応の遅れなどによるお客さまの業績の悪化 お客さまの事業施設の被災による業績の悪化や担保価値の毀損 当行の事業施設の被災 	<p>当行グループは、サステナビリティ基本方針に基づき、地域社会を取り巻くさまざまな課題の解決に向けた活動に取り組み、国連において採択されたSDGs (持続可能な開発目標) の達成に貢献してまいります。</p> <p>事業活動を通じて環境保全の取組みを積極的かつ継続的に展開することで、低炭素・循環型社会の実現に貢献します。 参照P45~46</p>
S 地域経済・社会	<ul style="list-style-type: none"> サステナブルな地域社会の実現 産業育成による地域経済の活性化 地域の魅力の向上 課題解決を通じた地域企業の企業価値の向上 継続的な金融仲介機能の発揮 安定的な資産形成・資産継承の支援 利便性の高いサービスの拡充 	<ul style="list-style-type: none"> 外部環境の変化に対応するための資金繰り支援・本業支援の機会の増加 事業承継・M&Aニーズの拡大 資産形成・資産運用ニーズの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の企業の生産性が向上しないことによる業績の悪化 経営者の高齢化などによる事業所数の減少 地域の魅力低下による人口減少の加速 地域の預金等の資産の地域外への流出 	<p>お客さまに深く入り込み、課題解決をサポートすることで、地域経済の活性化と持続可能な社会の実現に貢献します。 参照P25~36、P47~48</p>
S ダイバーシティ	<ul style="list-style-type: none"> やりがい・働きがいの向上 お客さまの成長をサポートできる多様な人材の育成 特性や能力を最大限発揮できる環境の構築 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な人材の活躍によるサービスの高付加価値化 組織の活性化を通じた生産性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> サービスの悪化による競争力の低下 人材不足による組織体制の弱体化 	<p>ワークライフバランスの実現や人材育成機会の充実などにより、多様な人材が誇りと高いモチベーションを持って働ける職場環境の構築に取り組みます。 参照P39~44</p>
G ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> 当行グループの持続的な成長と中長期的な企業価値の向上 コーポレート・ガバナンスの強化 情報開示の充実 	<ul style="list-style-type: none"> 持続的な企業価値の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 社会からの信頼の低下 	<p>コーポレート・ガバナンスの充実により、健全で透明性の高い経営体制の確立に努めます。 参照P51~56</p>

サステナブル投融資方針

環境や社会に大きな影響を与えると考えられる分野への投融資に関する取組姿勢を明確化し、環境・社会的課題に配慮した投融資を行っていくため、サステナブル投融資方針を制定しています。

サステナブル投融資方針

<基本姿勢>
当行グループは、「たいこうサステナビリティ基本方針」に基づき、主要業務である投融資活動について、社会や環境への影響を、ポジティブインパクトの創出と、ネガティブインパクトの抑制の2つの観点から適切に評価したうえで判断を行います。

<ポジティブインパクトの創出のために積極的に支援する事業>

- 気候変動リスクを低減する再生可能・省エネルギー関連事業
- 自然環境の保護、資源・土地利用の持続可能な管理に関する事業
- 少子高齢化等の社会課題の解決につながる事業
- その他持続可能な社会の形成にポジティブな影響を与える事業

<ネガティブインパクトの抑制のために慎重に判断する事業>

- 石炭火力発電事業
- 森林伐採事業
- パーム油農園開発事業
- 兵器製造事業

人権方針

当行グループの人権に対する取組みを明確化し、全役職員に定着させ、実践していくため、人権方針を制定しています。

人権方針

当行グループは、お客さまに信頼され、親しまれる銀行グループとして、サステナブルな地域社会を実現するために、お客さま、役職員、あらゆるステークホルダーの人権を尊重します。

- 国際規範の尊重
「世界人権宣言」、「ビジネスと人権に関する指導原則」、「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」等の人権に関する国際規範に則って人権を尊重します。
- 役職員の人権の尊重
全役職員の人権を尊重し、全役職員がお互いをビジネスパートナーとして認め合う働きやすい職場環境の構築に努めます。人種、皮膚の色、性、言語、宗教、政治上その他の意見、国民的若しくは社会的出身、財産、門地、その他の地位又はこれに類するいかなる事由による差別、ハラメント行為、人権侵害を容認しません。
- お客さまに対する対応
お客さまの人権を尊重し、サービスの提供にあたり差別的な扱いのないよう努めます。また、お客さまに対しても、人権を尊重し、人権を侵害しないよう働きかけていきます。
- サプライヤーに対する対応
サプライヤーに対しても人権を尊重し、人権を侵害しないよう求めていきます。サプライヤーが人権に対し、負の影響を及ぼしている場合には、適切な対応をとるよう働きかけていきます。
- 人権に関する教育
人権課題の解決に向け、役職員一人ひとりが人権に関する正しい知識と理解を深めるため、人権啓発活動や教育・研修を継続的に実施します。