中国銀行グループの価値創造プロセス

中国銀行グループは社会課題や環境の変化からリスクと機会を見出し、
金融を中心とした総合サービスの提供を通じて、お客さまや地域社会の課題解決を進めてまいります。
当行グループの資源と強みを最大限活用し、あらゆるステークホルダーの価値創造の実現を通じて、
企業価値の向上に努めてまいります。

社会課題

- 人口減少
- 少子高齢化
- 地域の過疎化
- 地域格差

- 超低金利の継続
- 地方経済の衰退
- 後継者不足

- 自然災害の発生
- 環境規制
- 感染症の発生
- 地球温暖化

- 個人ニーズの多様化
- デジタル技術の急速な発展
- フィンテック企業の金融への参入

天の時

さまざまな社会課題や環境の変化から、中国銀行グループの事業機会を見出します。

投下する資本

人的資本

- 多様なプロフェッショナル人財
- 充実した人財育成制度
- 従業員数4,870名（連結）

知的資本

- 広範囲にわたるソリューションの提供
- 的確な事業性評価
- BCP（事業継続計画）に沿った迅速な対応力

財務資本

- 健全な財務基盤
- 安定した収益構造
- 純資産5,111億円（連結）

社会関係資本

- 地域トップバンクとしての厚い顧客基盤
- 広域な店舗網 … 161の国内本支店・出張所
- ATM … 214か所に238台設置
- 海外ネットワーク … 1支店4駐在員事務所

中国銀行グループの事業活動

経営理念

自主健全経営を貫き、
ゆるぎない信頼と卓越した総合金融サービスで、
地域社会とともに発展する。

事業活動を支えるガバナンス
P37～48

「地の利」
P9～10

「人の和」
P11～12

経営ビジョン

地域のお客さまに『選ばれ』『信頼される』銀行

ステークホルダーに提供する価値

お客さま
P54

最良のご提案と課題解決

地域社会・環境
P55～56

地域の活性化、持続可能な社会

株主・投資家
P57

企業価値の向上、株主還元の充実

従業員
P58

働きがいと成長の場