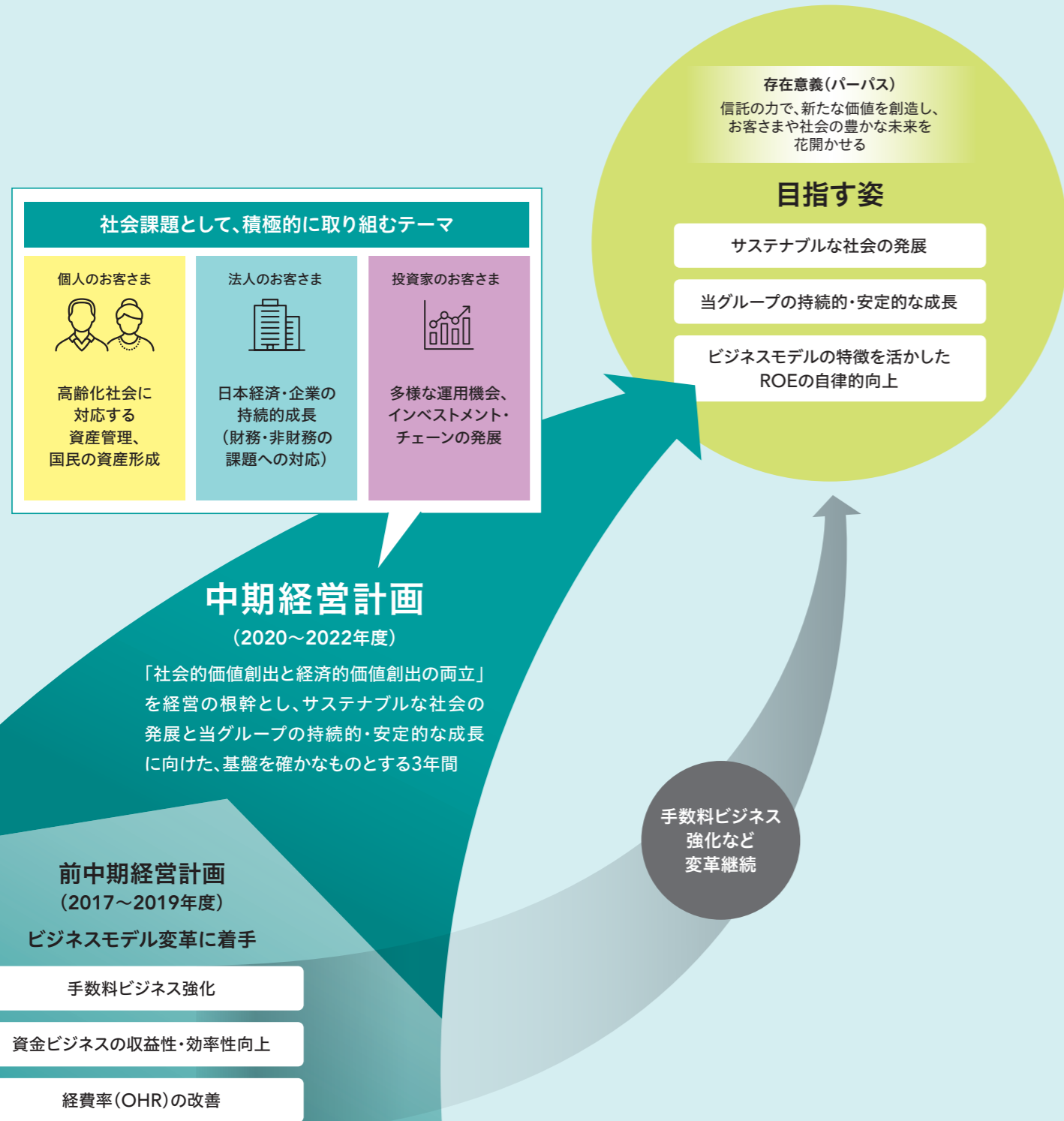


中期経営計画(2020~2022年度)

当グループは、2020年度からスタートさせた中期経営計画の3年間を、継続的・安定的な成長に向けた基盤を確かなものとする期間と位置付けています。

過去より進めてきたビジネスモデル変革をもう一段進めるとともに、我々の存在意義(パーパス)を胸に、個人、法人、投資家のお客さまそれぞれに生じる社会課題に真正面から取り組み、当グループの持続的・安定的な成長に向けて取り組んでいきます。



	2020年度 (実績)	2022年度 (目標)	中期経営計画の目指す姿 (2022年度目標)	中長期 ターゲット
実質業務純益	2,947億円	2,900億円	ビジネスモデル変革加速/横断融合による成長	
親会社株主純利益	1,421億円	1,900億円	持続的・安定的成長	
経費率(OHR)	60.1%	60%台前半	経費コントロールに留意しつつ 将来へ投資	50%台後半
普通株式等Tier1比率 ^{※1}	9.4%	10%台半ば	資本十分性を確保	安定的に 10%台維持
自己資本ROE	5.4%	7%程度	ROEの自律的向上を目指す	9%程度
手数料収益比率	52.9%	50%台後半	安定的手数料強化	安定的に 60%以上
配当性向	39.5%	40%程度	業績に応じた利益の還元として配当を重視/ 株主還元強化	
顧客基盤 (プレ・ベストパートナー)	個人	27万人	29万人	良質な関係を築き、結果として当グループを「ベストパート ナー」 ^{※2} として長期/継続的に選択いただいているお客 さまを増やすため、その前段階である「プレ・ベストパート ナー」の基盤を強化
	法人	620社	690社	
コロナショック後の 社会への対応 (オンラインチャネル利用個人顧客 ^{※3})	199万人	238万人	コロナショックによる社会やコミュニケーションの在り 方の変化にも対応、お客さまにとっての利便性と、当グ ループの生産性向上を図る	

※1 バーゼルIII最終化ベース
 ※2 「ベストパートナー」はお客さまから見た当グループの位置付け
 ※3 ダイレクトバンキングやライフガイドの利用顧客

基本戦略

中期経営計画では、3つの基本戦略を経営の中心に据え、取り組みを進めます。

1. 事業ポートフォリオの強化(持続的・安定的な成長への基盤強化)

• ビジネス基盤の強化

既存のお客さまに対して、長期かつ包括的な信頼関係をベースに、新たな商品・サービスやトータルソリューションの提供機会を拡充します。

併せて、当グループが強みを有する領域を中心に、新たなお客さまを増やし、預かり資産残高の積み上げを推進します。これらの取り組みを通じ、お客さま・社会のニーズに応えとともに、当グループの持続的成長に向けた経済的価値を創出します。

• 新たな成長領域の確立

今後想定される社会課題や、足元で顕在化しつつあるお客さまのニーズを踏まえ、その解決を事業横断で

図るビジネスを確立し、新たな成長を目指します。当グループが伝統的に強みとしてきた、事業・機能を横断し融合させる事業創造力を活かすべく、当グループの中核を担う三井住友信託銀行で組織改編を行い、重点的に資源投下・リスクテイクを行います。

• 戦略的リソースミックスの推進

当グループの経営体質の強化・効率化の推進に向け、集中すべき分野への多様な資源を組み合わせた最適配分を進めます。デジタル技術の進化や資本の活用を含め、グループ内の経営資源を柔軟に組み合わせ、資源の最適配分と最大活用を両立する強靱な体質構築を目指します。

2. 資本戦略(バランスシート、資本の効率的な活用)

• 資本の十分性を維持した上で、戦略投資の積極化、政策保有株式の削減・リスクアセットのコントロールなど、従来以上に能動的な資本戦略を進め、健全性と資本効率を両立させる資本政策を推進します。

• 資産回転の推進などによるリスクアセットのコントロールや、外貨調達構造の多様化を進め、個人・法人双方の与信ポートフォリオの収益性改善に継続的に取り組みます。

• 配当による還元を重視し、持続的・安定的な利益成長に即した株主還元強化を目指します。

3. 業務品質の高度化(ビジネスの創出・強化を支える力)

• 信託銀行グループとして、「顧客本位」「顧客満足」を差別化の源泉として強化すべく、フィデューシャリー・デューティーとCS(顧客満足)に関する組織を一体化し、業務品質の管理能力を高め、営業現場に対するリスク文化を含む意識の浸透を徹底します。

• 事業環境の変化、新たな規制対応、グループ戦略の重要性の高まりなどを踏まえ、人事・財務・リスク管理などの分野でグループベースでの経営管理の高度化を進めます。