

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、持続的・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、投資家の各経済主体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。

存在意義(パーパス)

信託の力で、新たな価値を創造し、
お客さまや社会の豊かな未来を花開かせる

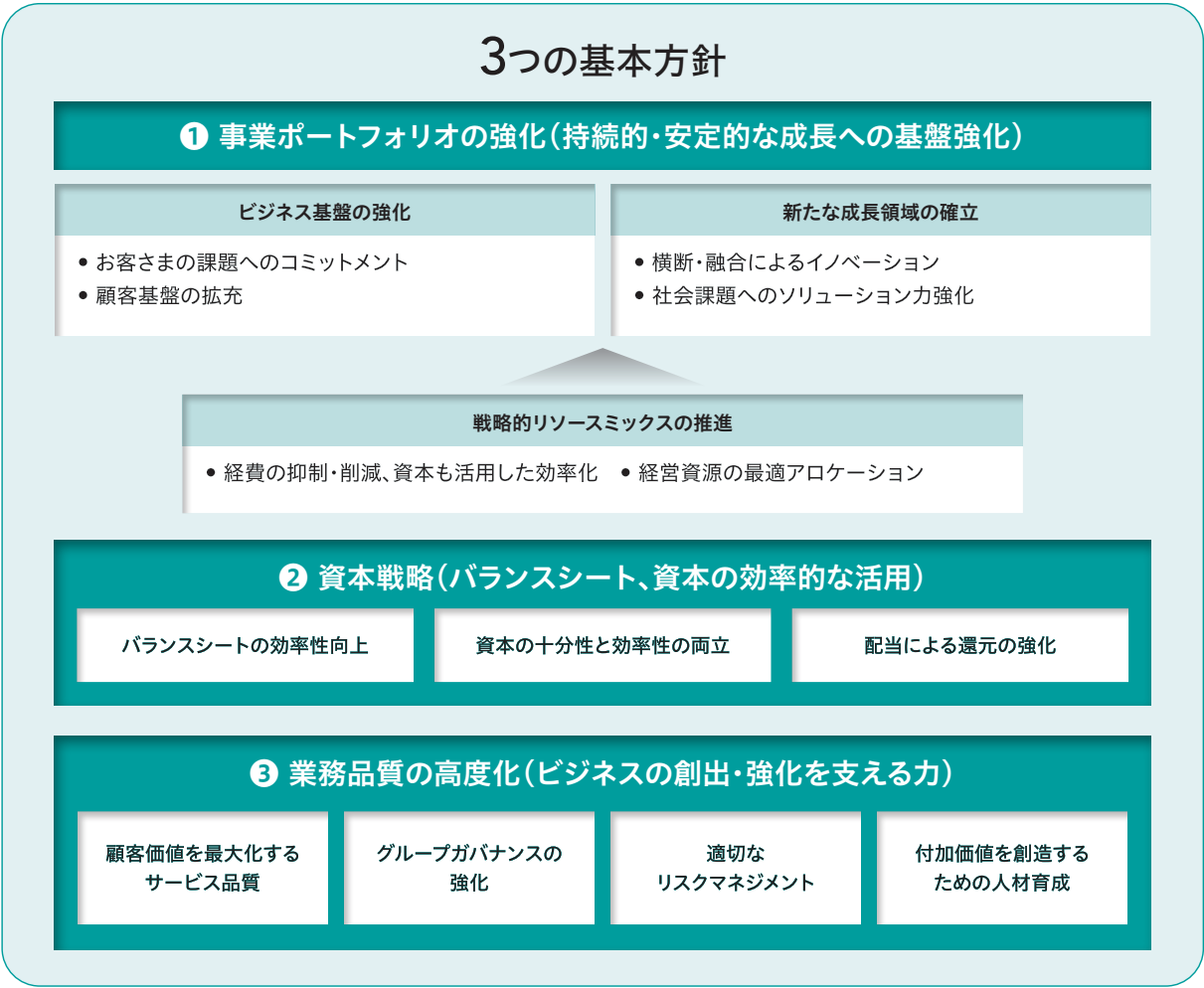


基本方針

2020年度からの中期経営計画では、3つの基本方針を経営の中心に据え、成長の持続性・安定性をさらに向上させる取り組みを進めています。

社会的価値創出と経済的価値創出の両立

社会課題解決に向けたポジティブインパクトの創出



マテリアリティ・マネジメントとビジネス戦略の統合的な一体運営
(経営システムの高度化＝価値創造プロセスの機能向上)

経営数値目標と主要KPI

	2020年度 (実績)	2021年度 (実績)	中期経営 計画発表時 (目標)	現時点の 2022年度 (予想)	中長期 ターゲット
実質業務純益	2,947億円	3,460億円	2,900億円	3,100億円	
親会社 株主純利益	1,421億円	1,690億円	1,900億円	1,900億円	
経費率(OHR)	60.1%	57.1%	60%台前半	60%台前半	50%台後半
普通株式等 Tier1比率※1	9.4%	9.9%	10%台半ば	10%台前半	安定的に 10%台維持
自己資本ROE	5.41%	6.25%	7%程度	7%程度	9%程度
手数料収益比率	52.9%	54.0%	50%台後半	50%台半ば	安定的に 60%以上
配当性向	39.5%	37.7%	40%程度	40%程度	
顧客基盤					
	2020年度 (実績)	2021年度 (実績)	中期経営 計画発表時 (目標)	現時点の 2022年度 (目標)	中長期 ターゲット
個人	27万人	28万人	29万人	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	643社	690社	690社	

※1 パーゼル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