

大光銀行 統合報告書

ディスクロージャー誌
情報編

2026



大光銀行

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

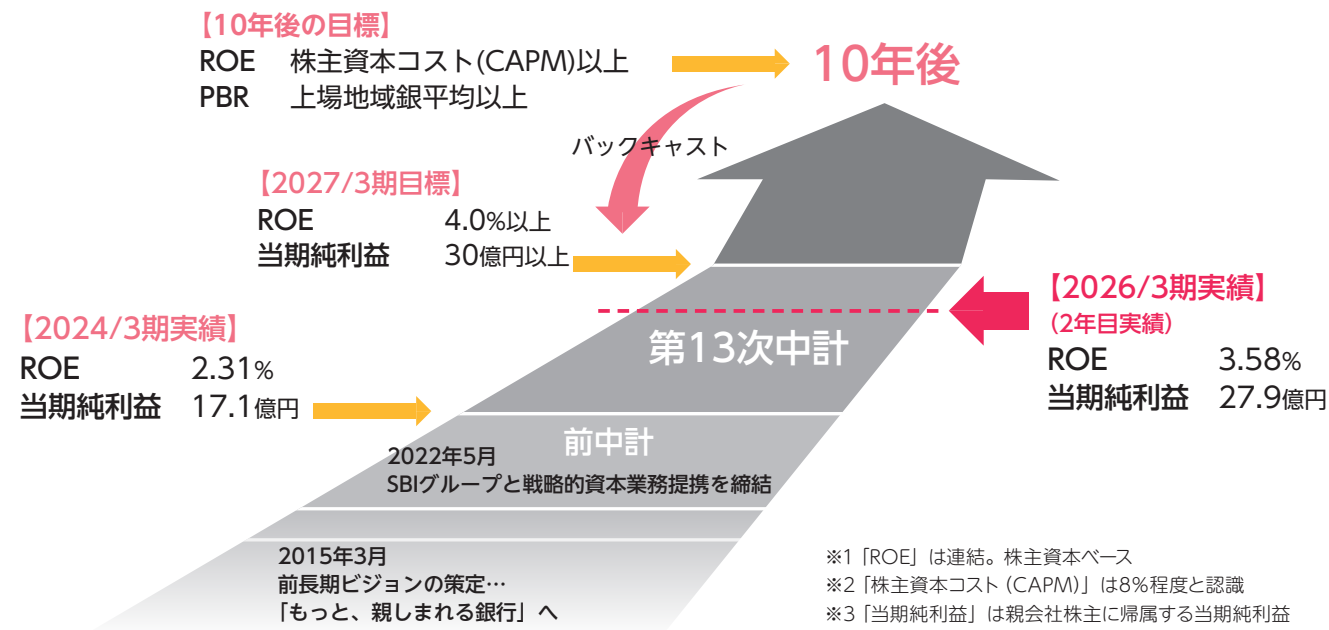
私たちの前身は無尽会社です。
「無尽」とは、地域の人々がお金を出し合い、
その資金を元手に地域のためにお金を融通することを目的とした金融形態です。
当時の理念を引き継ぎながら、2024年3月には経営理念に基づく
10年後に向けた長期戦略方針（ビジョン、ミッション、バリュー、パーパス）を策定しました。
誰にも負けない高い熱量でお客さまに親身に寄り添う「大光らしさ」に磨きをかけ、
お客さまの目指す「なりたい姿」の実現に貢献することで、
地域の元気な未来をつくってまいります。

経営理念

- 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)

- 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



※1「ROE」は連結。株主資本ベース
※2「株主資本コスト(CAPM)」は8%程度と認識
※3「当期純利益」は親会社株主に帰属する当期純利益



「統合報告書2026」で 読んでいただきたいポイント

Value Up の進捗

第13次中計「Value Up〜ワクワクする未来へ〜」は2年目を終え、最終年度を迎えています。これまでの中計の進捗と併せ、経営トップとしてのこだわりや地域への想い、今後の方針について、「トップメッセージ」でお伝えします。(参照P3〜8)

大光 らしさ

「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」。私たちの考える、この「大光らしさ」は、どんな場面で、どのように発揮されているのか。お客さまからいただいた声や担当者の熱い想いも交えて、「大光銀行の『地域金融力』の発揮」として紹介します。(参照P31〜32)

ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの充実にに向けた取組みの一つとして、取締役会の実効性強化や企業価値向上について社外取締役各位からお考えを伺い、頭取と意見交換を行いました。その内容を「社外取締役メッセージ」として紹介します。(参照P61〜64)

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。

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
- 9 企業価値向上に向けた取組み
- 11 大光銀行のあゆみ
- 13 地域のポテンシャル
- 15 大光銀行グループの価値創造プロセス
- 17 財務ハイライト
- 18 非財務ハイライト
- 19 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

- 23 長期戦略方針・中期経営計画
- 28 SBIグループとの資本業務提携
- 29 お客さまへの提供価値の向上に向けて
- 30 チャネル戦略
- 31 大光銀行の「地域金融力」の発揮
- 33 法人戦略
- 38 個人戦略
- 43 業務改革
- 45 人材戦略
- 51 環境への取組み
- 53 社会への取組み
- 55 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

- 57 コーポレート・ガバナンス
- 61 社外取締役メッセージ
- 65 役員一覧
- 67 リスク管理態勢
- 70 コンプライアンス（法令等遵守）

コーポレート・データ

- 71 会社概要／組織図
- 72 主要な業務の内容／
大光銀行グループの状況
- 73 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2026」を作成いたしました。

編集にあたっては、国際統合報告評議会（IIRC、現・IFRS財団）が発表した「国際統合報告フレームワーク」、経済産業省の「価値協創ガイダンス2.0」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 2026（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いますが、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。



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

取締役頭取 川合昌一

営業現場の最前線で体現される「大光らしさ」。目指すは「お客さまを一番理解する銀行」

「あの『タイコーさん、タイコーさん』のCMのタイコーさん、大光銀行の行員を上手く表現しているねえ」。これは一昨年から昨年にかけて、当行のイメージCMを観られた多くのお客さまから異口同音にいただいた言葉です。10年後に向けた長期戦略方針、そしてその1stステージとなる第13次中期経営計画「Value Up～ワクワクする未来へ～」のスタートと同時期に放映を始めたこのCMでは、長期戦略方針のPurpose（存在意義）をもとに、お客さまにとって身近で頼りがいのある存在でありたいという思いを「タイコーさん」という銀行員で表現しています。放映と併せ新たに設定したキャッチコピーは「Just My Bank! TAIKO」。決して大きな銀行ではないからこそ、肩肘張らずに胸襟を開いて相談できる存在。でも、ちゃんと付加価値を提供してくれる。お客さまにとって、そんな「ちょうどいい銀行」でありたい、という当行の姿勢を端的に言語化したのが「Just My Bank! TAIKO」です。

お客さまから見た当行の行員は、CMの「タイコーさん」

のように映っている。お客さまから冒頭の言葉をいただいたとき、私は嬉しさとともに、行員をととても誇らしく思いました。「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」。私たちの考える、創業時から脈々と受け継がれてきたこの「大光らしさ」は、営業現場の最前線で間違いなく体現されています。

【イメージCMのQRコードと新たに設定したキャッチコピー】



Just My Bank! TAIKO

「大光らしさ」の源泉は、当行の成り立ちにあります。相互扶助を旨とする無尽会社を前身にもつ当行は、「親しみやすさ」が組織文化として根付いており、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、これこそが当行のPurpose（存在意義）であり、地域の元気な未来につながっていくと確信しています。

そして、「大光らしさ」に磨きをかけることで成し遂げたい姿、それは「お客さまを一番理解する銀行」の実現にあります。私が2024年6月に頭取に就任する前からこだわり続け、長期戦略方針のValue（行動規範）の先頭にも掲げるこの命題は、役職員全員が「お客さま本位の業務運営」に則った活動を行っていくための1丁目1番地として必要不可欠であると同時に、当行が地域においてプレゼンスを発揮し、お客さまから選ばれ続けていくための必要条件であると考えています。言い換えれば、長期戦略方針のVision（なりたい姿）に掲げる「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」は、誰よりもお客さまを知ることなくしては成し得ないと思っています。

「お客さまを一番理解する銀行」の実現を図っていくうえで大切なことは、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。対話を重ねることで、お客さまから学び行員自身の成長につなげることができ、対話を通じてお客さまへの理解が深まることで、お客さまのお役に立ちたいという熱量がさらに増してくると思っています。そして、対話のベースにあるのが「大光らしさ」の発揮です。大光銀行の行員はどの金融機関よりも熱く、親しみやすく接してくれる。それでいて、自分のことを一番理解しようとしてくれる。より多くのお客さまがそう感じてくださるよう、私はこれからも「大光らしさ」の体現と「お客さまを一番理解する銀行」の実現にこだわり続けます。

2025年度の業績面では、おかげさまで当初予想を上回る業績を収めることができました。これもひとえに、地域のお客さまや当行グループの役職員、それに株主・投資家の皆さまとの対話等を通じて、当行のVision（なりたい姿）に向けて着実に歩を進められたからであり、全てのステークホルダーの皆さまに心より感謝申し上げます。

ここからは、2025年度の見えてきた課題、その対応も含めた今後の経営戦略について、少し掘り下げてお話しさせていただきます。

第13次中計は2年目を終え、いよいよ最終年度へ。充実した形で次のステージへつなげる

2024年4月より開始した第13次中計は2年目が終了しました。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、重要課題（マテリアリティ）を起点に10年後を見据えたVision（なりたい姿）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。

第13次中計を構成する基本戦略は5つあり、それぞれのポイントは次のとおりです。

- 戦略① お客さまへの提供価値の向上
- コンサルティング等の対面営業力をこれまで以上に強化し、お客さまに提供する付加価値を最大化する
- 戦略② 業務改革
- AIの活用、デジタル化の促進、BPR施策の拡充により、業務の効率化と組織のスリム化を図る
- 戦略③ 人的資本の価値向上
- 人材への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、お客さまの「なりたい姿」の実現に貢献できる多様な人材を育成する
- 戦略④ サステナビリティ経営の実践
- 「たいこうSDGs宣言」に従い、事業活動を通じた課題解決にグループ一体で取り組む
- 戦略⑤ 株主価値の向上

第13次中計の着実な実践により企業価値の向上を図るほか、株主還元方針に基づく株主還元、情報開示の充実による株主資本コストの引下げに取り組む

全てのステークホルダーに向けて価値を創出していく観点で設定した計数目標は、年次計画を別途定めている10項目中、財務指標の「ROE（連結・株主資本ベース）」、「当期純利益（連結）」、「OHR（コア業務粗利益ベース）」、「自己

資本比率」、人的資本指標の「スキルポイント」、サステナブル指標の「CO₂排出量の削減」、「サステナブルファイナンス実行額」の7項目について2年目の目標を達成しました。地域活性化指標の「お客さまとの対話等の活動量」、人的資本指標の「エンゲージメントスコア」は目標に達していませんが、いずれも2年目の単年では目標をクリアしており、最終目標に向けて着実に改善が図られています。人的資本指標の「社外経験割合」は、銀行員では持ちえない柔軟な発想を戦略に活かすことを目的に計数目標に掲げており、出向経験が3ヶ月以上ある行員と中途入行の行員が全行員に占める割合を高めていくことを目標としています。出向派遣と中途採用は一定程度行えているものの、目標値には届かず未達となっていますが、計画的に進めていくことで挽回を図っていきます。

健全性の維持と収益の最大化を図るという方針のもと、「自己資本比率」と並び最重要目標の一つに掲げている「ROE（連結・株主資本ベース）」は3.58%、また「当期純利益（連結）」は27億99百万円であり、いずれも年次計画に対し達成することができました。ROEはスタート値（2023年度実績）の2.31%との比較でも1.2ポイント程度の改善が図られています。ただ、改善が図られているとはいえ、市場金利の上昇により銀行業界全体として利益水準が高まっているなか、相対的な水準としてはまだ低く、収益力の一段の強化は引き続き課題として認識しています。

昨年度の統合報告書の本項でお話したとおり、第13次中計では、「対面営業力の強化」を軸に営業態勢の強化を進めています。「大光らしさ」を如何なく発揮できる場面は「対面営業」において他になく、対面営業力の強化は、まさに当行の強みを活かし、絶対的な武器といえるまで高めていこうとする戦略になります。第13次中計では、対面営業をチャンネル戦略の柱に据え、非対面チャンネルは、お客さまの利便性向上と併せ対面営業に人材を再配置していくため

のチャンネルとして整理し、それぞれについてこれまで、さまざまな施策を実施してきました。

対面営業チャンネルにおける仕組み・仕掛けとして、2025年度は、お客さまのセグメントごとに、提供価値の定義（どのような価値を提供するか）や担当する営業担当者、その評価方法などを整合的に見直しました。この営業体制の整備においては、お客さまの経営課題やニーズを正確に把握し、オーダーメイド型かつタイムリーに対応していくための体制として、個々の営業担当者の能力に依存した従来型の営業体制ではなく、各営業店内、あるいは営業店と本部の担当者が「チーム」を組み、大光銀行として最大限の価値を提供していく体制を構築し、運用を開始しています。このほか、中計1年目に開始した、「お客さまを一番理解する銀行」を支える情報・データの蓄積と利活用は着実に浸透が図られており、お客さまの潜在ニーズの把握など活用幅を拡げてきています。

営業態勢の構築と併行して2025年度も引き続き力を入れ



【第13次中計の計数目標と2年目実績】

【カテゴリ】		【目標項目】	【スタート値】 (2023年度)	【2年目実績】 (2025年度)	【最終年度目標】 (2026年度)
財務指標 (連結ベース)		ROE（※1）	2.31%	3.58%	4.0%以上
		当期純利益	17.1億円	27.9億円	30億円以上
		OHR(コア業務粗利益ベース)（※2）	69.9%	68.6%	70%以下
		自己資本比率	8.22%	8.55%	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（※3）	69.6%	—	80%以上
		お客さまとの対話等の活動量（※4）	105人分	116人分	127人分
	人的資本 指標	エンゲージメントスコア（※5）	61点	63点	68点以上
		社外経験割合（※6）	17.3%	16.6%	22%以上
		スキルポイント（※7）	68.4pt	74.1pt	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	(2013年度比) ▲33%	(2013年度比) ▲39%	(2013年度比) ▲37%
		サステナブルファイナンス実行額	264億円	886億円	(3年間累計) 1,125億円

（※1）株主資本ベース
（※2）コア業務粗利益は投資信託解約損益を除く
（※3）法人取引先へのアンケートにより、当行の貢献度の評価を5段階で5または4と回答した先の全回答先に占める割合
アンケートは中計終了時に実施するため、2025年度は未算定

（※4）営業店・本部の営業担当者がお客さまとの対話等にかける活動量
（※5）全従業員（休職者を除く）を対象としたエンゲージメントサーベイの総合スコア（「Wevox」により測定）
（※6）出向経験が3ヶ月以上ある行員および中途入行の行員の全行員に占める割合
（※7）「資格規程」に定める検定資格ポイント、通信教育ポイントの行員一人当たり平均値

【2026年度業績予想の主要計数】（※1）（単位：億円）

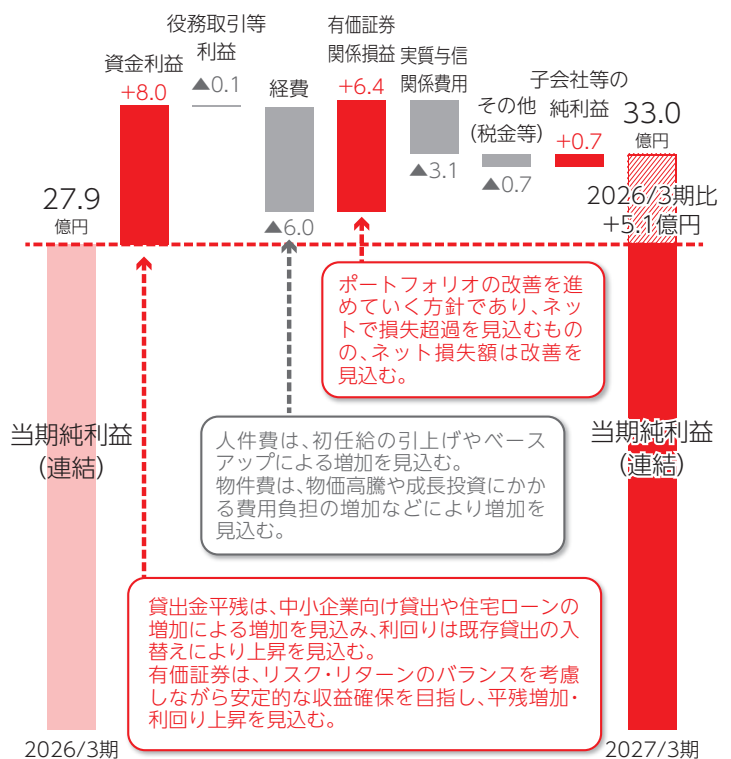
	2026/3期 実績 ①	2027/3期 予想 ②	増減 ②－①
コア業務粗利益 (除く投信解約損益)	185.2	193.1	+7.9
うち資金利益 (除く投信解約損益)	169.7	177.7	+8.0
うち役務取引等利益	15.3	15.2	▲0.1
経費（▲）	127.4	133.4	+6.0
コア業務純益 (除く投信解約損益)	57.7	59.7	+2.0
有価証券関係損益（※2）	▲13.5	▲7.1	+6.4
実質与信関係費用（▲）	5.0	8.1	+3.1
経常利益	39.5	46.5	+7.0
当期純利益	27.4	31.8	+4.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	27.9	33.0	+5.1
ROE (連結・株主資本ベース)	3.58%	4.1%程度	+0.5pt程度

（※1）2026年5月15日公表の業績予想に基づく主要計数（日本銀行による金融政策の見直しは織り込んでいない）
（※2）国債等債券関係損益+株式等関係損益+投資信託解約損益+金銭の信託等運用損益

てきたのが、リスク管理態勢の強化です。収益力の強化とリスク管理の強化は車の両輪と認識しており、リスク管理の高度化に向け、2線・3線の態勢強化を図ってきました。今後も収益・リスクの両方に目配せしながら強化を図っていく方針です。

このほか、SBIグループとの資本業務提携は、提供するソリューションの充実と浸透によるお客さまとのリレーション強化とともに、当行の収益増加・コスト削減にも貢献しており、2025年度における寄与額は約5.8億円、2022年に資本業務提携を開始して以降の累計額は約11.7億円にのぼっています。もとより、お客さまの持つ課題に対し、より速く、より深く向き合っていくため、オープン・イノベーションの促進による総合サービス業としての機能強化を志向した提携であり、その趣旨からは、当行グループのお客さま基盤の中長期的視点での拡充を主目的としていますが、提携開始から4年が経過し、収益増加・コスト削減にもインパクトを与えており、提携の効果を実感しています。また、より提携効果を高めていくために、2025年10月、全ての支店長・営業担当者を対象に、提携に基づく商品・サービスがお客さまとのリレーション強化にどのように役立っているかなどを問うアンケートを行いました。お客さまの「なりたい姿」の実現に貢献するための営業現場からの声はSBIグループとも共有しており、業務提携のさらなる充実に活用していく方針です。

2026年度に入り、第13次中計は最終年度を迎えています。当年度の親会社株主に帰属する当期純利益は33億円、ROE（連結・株主資本ベース）は4.1%程度を見込んでおり、これによりいずれも第13次中計の目標をクリアできる組立てとしています。これまでの取り組みの集大成として第13次中計をやり遂げ、長期戦略方針のもとで、充実した形で次のステージへとつなげてまいります。



地域の最大の課題は人口減少への対応。地域に寄り添い、地域とともに豊かで元気な未来をつくる

次に、当行グループが主要な営業基盤としている新潟県の現状と地域金融機関として当行が果たすべき使命についてお話しします。

新潟県は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。一方で、新潟県の開業率は2.5%（2022年度）と全国平均の3.9%を大きく下回り、全国44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が要因の一つですが、経済の新陳代謝を活発化し、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進めていく必要があります。

そして、地域に著しい影響を及ぼす最大の課題は、やはり人口減少です。新潟県においても例外ではなく、総人口は趨勢的に減少が進んでおり、1997年の249万人をピークに年々減少し、足もとの2024年10月には209万人まで減少しており、2050年には152万人（2024年10月の72.7%）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（全人口に占める65歳以上人口の割合）は年々上昇し、2024年10月では34.3%と全国の29.3%を上回る水準となっています。

コーポレート・ガバナンスの充実、は、最も重要な経営課題の一つ。
株主共同の利益とステークホルダーとの協働を確保しつつ、コーポレート・ガバナンスの充実に継続的に取り組む

次に、コーポレート・ガバナンスの充実にに向けた取組みについてお話しします。コーポレート・ガバナンスの充実とは企業経営において最も重要な経営課題の一つであり、中でも全ての企業活動の土台となる取締役会の機能強化は、当行が目指すVision（なりたい姿）の達成に向けた迅速かつ果断な経営判断を行っていくうえで、最も重要な取組みと認識しています。

当行では年1回、年度始めに役員アンケートを実施し、東京証券取引所の定めるコーポレートガバナンス・コードや当行の内部規程である「コーポレートガバナンス・ガイドライン」の遵守状況の自己評価を通じて、取締役会全体の実効性の確認を行っています。これまでに実施したアンケートでは、取締役会全体の実効性は確保されていることを確認しつつ、社外取締役からいただいた意見を踏まえ、オープンで自由闊達な議論を行うための仕組みとして、議題外のテーマに金融業界や当行と関係が深い提携先等の時事テーマを設定し意見交換を行う取組みを継続的に実施しています。また、取締役会ではより未来志向での骨太の議論を行っていくことを目的に、中計の省察など議論すべき重要議案については、特に社外取締役から進捗状況を深く理解いただき活発な意見交換を行っていくため、進捗説明と

人材は価値創造プロセスの起点であり、差別化要素。人的資本の価値向上で強みを絶対的な武器に昇華させる

次に、人的資本経営の実践についてです。長期的に労働力人口の減少が見込まれるなかにあって、将来に亘って企業価値を高めていくためには、人材を経営資源の一つとして捉えるだけでなく、人材が持つ知識・スキル・経験などの無形の能力を「価値を生む資本」として捉える「人的資本経営」の実践が重要です。

地域金融機関である当行グループにとり、最も重要な資本は人的資本であり、銀行経営の礎であるとともに、他の

人口減少という大きな流れに抗っていくことは容易ではありませんが、地域の活力を失わないためには、長期的な視点でアイデアを持って取り組んでいくことが重要です。私たち地域金融機関には、幅広い金融仲介機能を発揮しながら地域経済に貢献する「地域金融力」の担い手として、資金繰り支援等での下支えにとどまらず、人口減少等の構造的な環境の変化も踏まえ、社会全体が持続可能な姿に変革していくための後押しが求められています。働き手不足が見込まれるなかにあっては、企業にはDXをはじめとする生産性の向上策を提案する。後継者不在に悩む企業にはM&Aを通じた事業承継を提案する。こうした個々の地域企業に対するきめ細かいサポートをひたむきに続けていくことが、強い企業を育成し、地域経済の生産性を高めるとともに地域全体へと面的な広がりをつくり、地域の持続可能な活力につながっていくと確信しています。

そして何より、当行グループの姿勢としてこれまでもこれからも変わらないこと、それは、地元・新潟県とともに生き続けるということです。地域金融機関として地域に寄り添い、持続可能な社会と豊かで元気な未来に向かって地域とともに歩んでいきたいと考えています。

議論の日を分け、議論は論点設定したアジェンダに基づいて行うといった運営方法の見直しを行っています。

本年度実施したアンケートに基づく今後の取組みとしては、次期経営計画の策定に際し、人口減少など経営環境が変化するなかでのビジネスモデルの在り方など、より長期的な視点に立った議論を活発化させていく考えでいます。

政策投資株式の縮減にも取り組んでいます。当行が2026年3月末現在で保有する政策投資株式は、上場株式が22銘柄、非上場株式が41銘柄、時価合計額は97億66百万円、連結純資産額に占める割合は12.0%であり、上場地域銀行の中では相対的に低い水準と認識しています。政策投資株式については毎年、9月末基準で保有する全上場株式について、保有目的や経済合理性を精査し、取締役会で保有の適否を検証しており、2025年度に行った検証では保有する全ての銘柄に合理性ありと結論付けています。純投資目的に変更した株式については、相場や業界動向、個別事象などに照らして売却の妥当性を判断していく方針としており、2024年度末に6銘柄あった当該株式は2025年度末には2銘柄まで削減したほか、この2銘柄についても売却を進め、いずれも保有株式数は減少しています。

金融機関との差別化要因であると認識しています。「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」——私たちの考える「大光らしさ」も、やはり「人」に起因しています。

こうした考え方のもとで、当行では、適切な投資や社内環境の整備を通じて人的資本の価値向上に取り組んでおり、第13次中計では、基本戦略「人的資本経営の実践」に紐づく重点施策として、「多様な人材の育成と活躍促進」、「営業

担当者のお客さまとの対話等の活動量の拡大」、「ウェルビーイングの向上」の3つを掲げています。

先ほど、第13次中計のチャネル戦略の柱に「対面営業力の強化」を据えているというお話をさせていただきましたが、当行では、この対面営業力は「活動量」、「スキル」、「熱量」の3つの要素の掛け算で表現されると捉えています。それぞれの要素を充実させていく施策が3つの重点施策であり、対面営業力を強化するための3本の矢との位置付けです。

この中でも特に「熱量」は、「大光らしさ」を発揮しお客さまと強いリレーションを構築していくうえで、全ての活動の原動力ともいうべき最も重要な要素と認識しています。従業員一人ひとりの価値観を大切にしながら、共通価値を見出し、あるいは創造していくことで、お客さまの「なりたい姿」に真に寄り添った活動を行う態勢を構築していきます。

増配により株主還元を強化。ROEの改善を通じてPBRを高め、企業価値の向上を図る

最後に、企業価値の向上に向けた考え方についてお話しします。

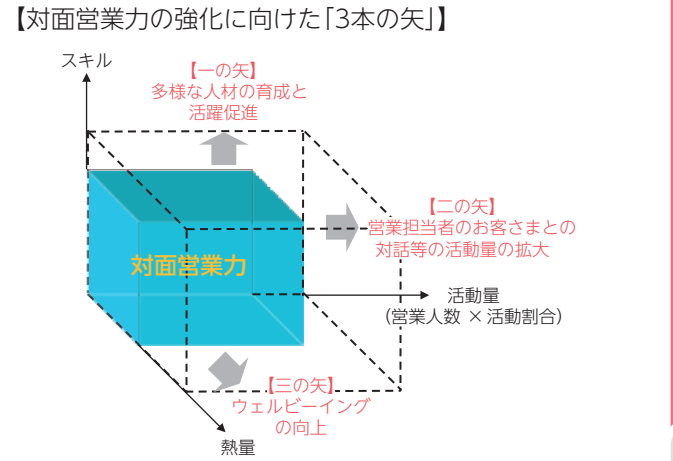
当行のPBR（株価純資産倍率）は、足もと（本年6月19日現在）で0.32倍と低位であり、上場地域銀行平均と比べても劣る状況にあります。

PBRの向上には、その算式要素であるROEやPER（株価収益率）の向上が必要ですが、当行の場合、特にROEの水準がPBRの実績に強く影響していると認識しています。長期戦略方針および第13次中計においてROEの向上を最重要目標の一つに掲げたのは、こうした課題感からであり、ROE（連結・株主資本ベース）は中計最終年度（2026年度）の4.0%以上、長期戦略方針の最終年度での株主資本コスト（CAPM）以上（株主資本コストCAPMは8%程度と認識）を最低限の目標とし、さらなる高みに向けて企業努力を続けてまいります。そのうえで、PBRは長期戦略方針の最終年度において上場地域銀行平均以上まで高めてまいりたいと考えています。

ROEは、RORA（リスク・アセット対比の収益性・効率性）や財務レバレッジを高めることで向上していきますが、当行

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

先行き不透明な経営環境にあって、変化にはリスクを伴いますが、同時に新たな機会を生み出します。最も避けなければならないリスクは、変化を恐れ、前例踏襲という思考停止と挑戦からの逃避により新たなつながりや展開が絶たれるという機会損失であり、最も重要な資本である「人」の成長の



は、自己資本比率の逆数に等しい財務レバレッジは一定のレンジでコントロールし、貸出金や有価証券のポートフォリオの適正化や役務取引等利益など非アセット利益の増加によりRORAを高めていく方針です。2025年10月には、RORAを月次で予実管理する仕組みを構築し、運用を開始しています。

株主還元については、内部留保の充実を考慮しつつ、配当を基本とした利益還元を通して資本効率の向上を図ることとし、配当については1株につき年間50円を下限に、利益水準に応じて弾力的に利益還元に努めることとしています。この方針のもと、2025年度の1株当たり年間配当額は前年度から24円増配の89円（配当性向（連結）30.2%）とし、2026年度は業績予想を踏まえ、1株当たり年間106円（同30.6%）とさらに増配を予想しています。

今後の株主還元については、自己資本の充実度の状況などを踏まえつつ、継続的に利益水準を高めていくことで株主各位に報いていけるよう、中計を着実に実践していきたいと考えています。

機会を失うことにもなりかねません。伝統に甘んじることなく、常に挑戦する姿勢を失わず、あらゆる機会をチャンスと捉えていく組織づくりに取り組んでまいります。

そして、当行グループは地域に根差した銀行グループとして、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、行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。

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。

2026年7月
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。

低金利環境下で取り組んできた経営体質の強化を引き続き進めるとともに、地域経済の活性化の下支えを通じて経営基盤と収益力の強化を図ります。

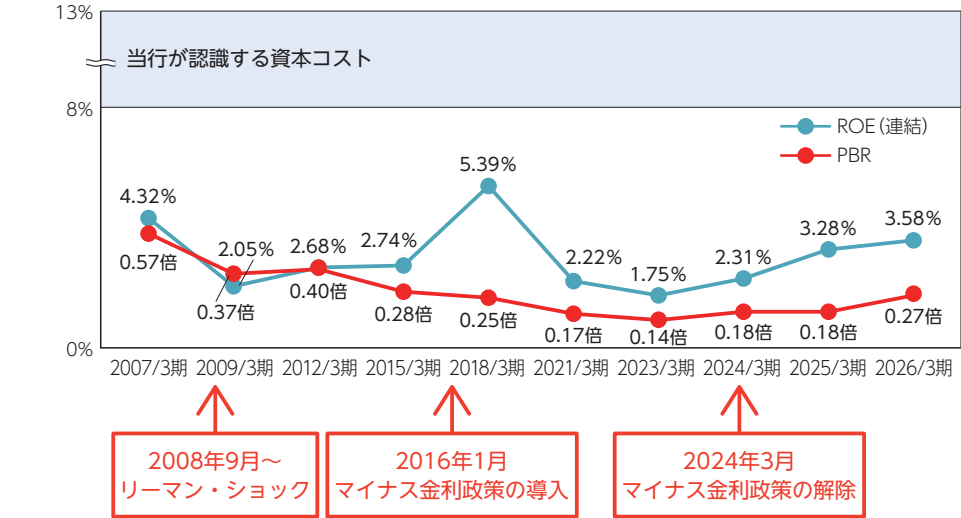
株主資本コストの現状認識

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ており、CAPMに基づく算定値は8%程度、益利回り法に基づく算定値は12%～13%程度と認識しています。

CAPM に基づく算定値	※1	8%程度
益利回り法に基づく算定値	※2	12%～13%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株当たり純利益÷株価

ROE(※)、PBRの推移



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いていたなか、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、経営体質の強化は着実に進んでいると認識しています。

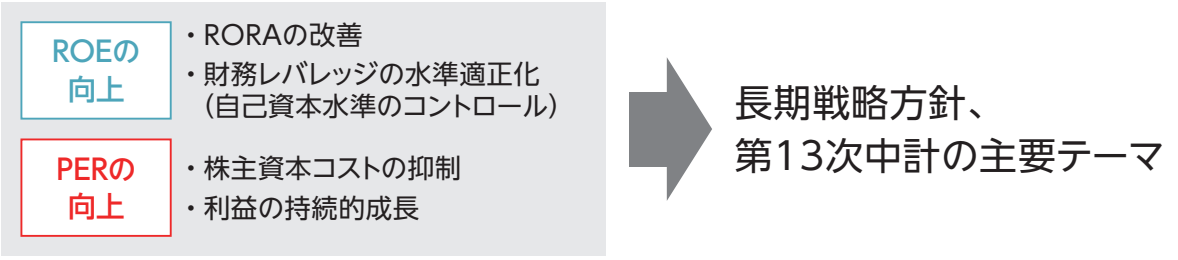
PBR・ROE・PERの関係

$$PBR = \frac{\text{株価}}{\text{1株当たり純資産}} = \frac{\text{ROE (企業努力)}}{\text{PER (マーケットの評価)}}$$

$$= \frac{\text{RORA} \times \text{財務レバレッジ}}{\text{株主資本コスト} - \text{期待成長率}}$$

※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

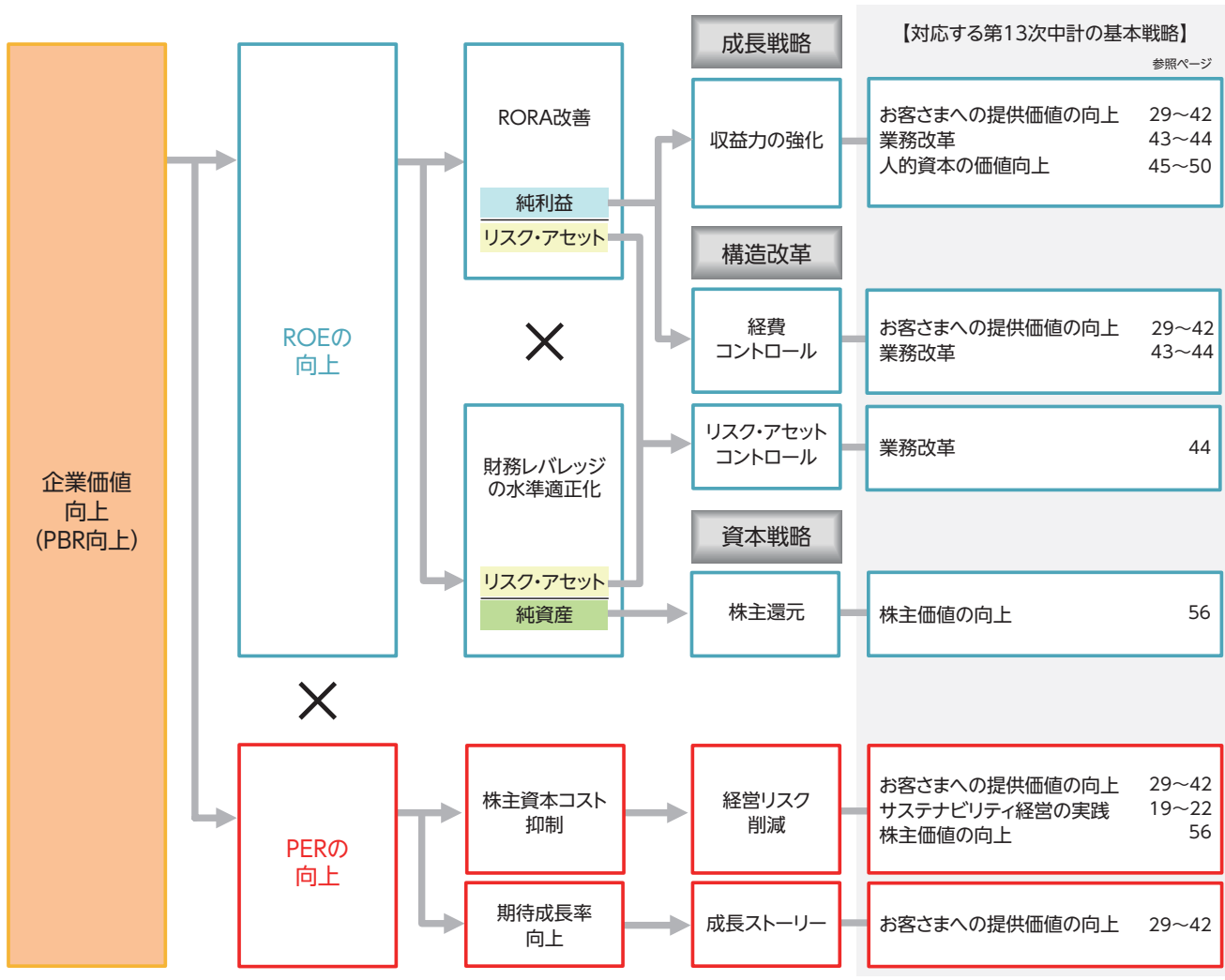
企業価値（PBR）向上のポイントを次のとおり認識



企業価値向上ロジックツリー

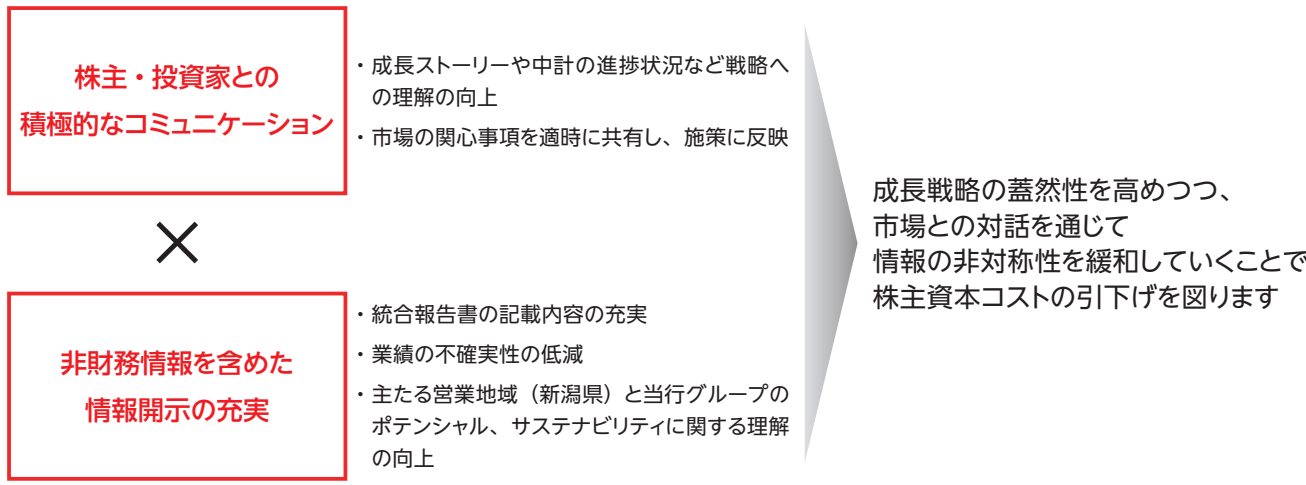
長期戦略方針に基づく第13次中計の施策を着実に実践し、企業価値の向上を図ります。

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、第13次中計の開始から10年後となる長期戦略方針の最終年度（2033年度）には株主資本コスト（CAPM）以上に高め、PBRを2033年度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。



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。

大光の由来

観音經の一節「**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

1942年3月

北越産業無尽株式会社と株式会社国民無尽商會が合併し、大光無尽株式会社を設立

1951年10月

相互銀行の営業免許を受け、株式会社大光相互銀行に商号変更



1953年に竣工した本店

1963年4月

新潟証券取引所に上場

1974年4月

東京証券取引所市場第二部に上場

1975年11月

東京証券取引所市場第一部銘柄の指定を受ける

1980年3月

東京証券取引所および新潟証券取引所の上場廃止

1989年8月

普通銀行へ転換し、株式会社大光銀行に商号変更



シンボルマーク「ツインスマイル」を発表

大光銀行

2000年11月

第三者割当増資実施により資本金100億円となる

2001年5月

新潟中央銀行の営業を一部譲り受ける

2008年2月

東京証券取引所市場第二部に上場、ジャスダック証券取引所の株式上場を廃止

2004年12月

ジャスダック証券取引所に株式上場

2011年2月

東京証券取引所市場第一部銘柄の指定を受ける

2017年6月

監査等委員会設置会社に移行

2018年10月

新本店完成



新本店

2018年3月
貸出金
1兆円 達成

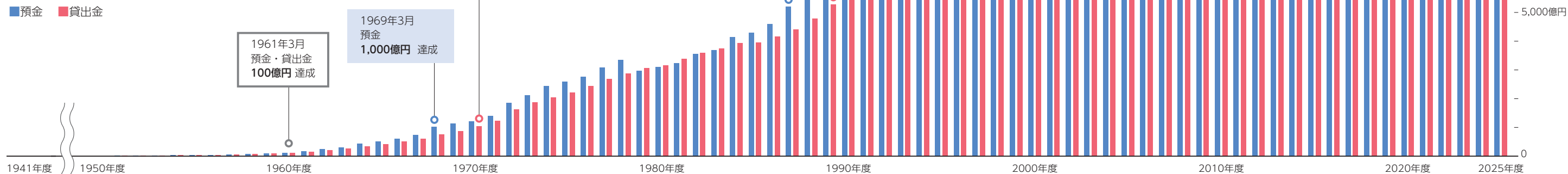
2022年4月

東京証券取引所の市場第一部からスタンダード市場に移行

2022年5月

SBIホールディングス株式会社と戦略的資本業務提携に関する合意書を締結

預金と貸出金の残高推移(年度末)



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 大光キャピタル&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
お客さまに親身に寄り添う
「身近で頼りがいのある存在」

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	377,979km ²	12,583km ²	5位
人口	123,802千人	2,099千人	15位
県内総生産(名目)	5,664,897億円	90,429億円	15位
国内銀行預金残高 ^(※)	9,996,567億円	105,890億円	15位
国内銀行貸出残高	6,162,027億円	50,047億円	19位

(※) ゆうちょ銀行を除く

(出典) 新潟県勢要覧2026 (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で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便利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っており、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	33,699 3位
	農業産出額	3,103億円 12位
工業	事業所数	5,767 14位
	製造品出荷額等	54,666億円 26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
- 👑 ニット製セーター他の
出荷額(男子・女子)
- 👑 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2026 (新潟県)



世界文化遺産の「佐渡島(さど)の金山」

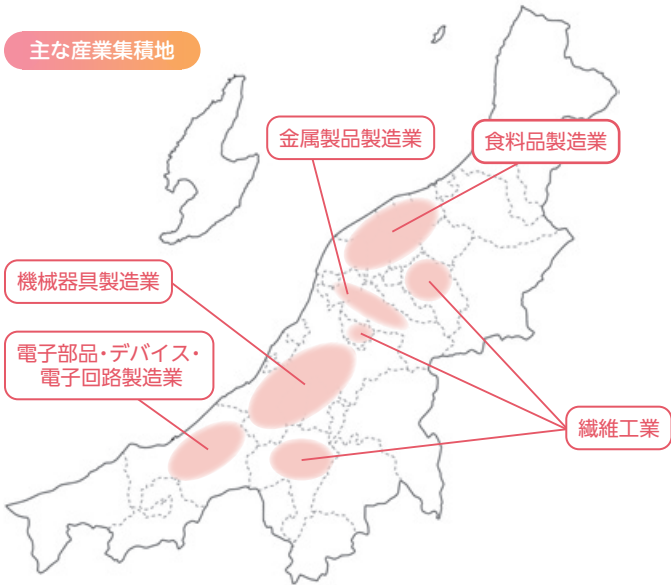


日本三大花火大会の一つ
「長岡まつり大花火大会」



豊富な積雪量を誇る
スキー・スノーボード場

主な産業集積地



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、名古屋、大阪、神戸、福岡)
(国際線：ソウル、台北)
- 港湾(新潟港・直江津港・両津港・小島港など)

(2026年6月30日現在)



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	60.9%	74.0%	4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)	346千円	315千円	38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2026 (新潟県)、2019年全国家計構造調査(総務省)

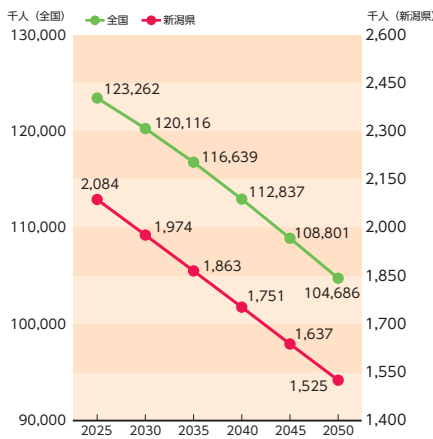
地域の課題

新潟県の総人口は、1997年の249万人をピークに年々減少し、2024年10月には209万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(2024年10月の72.7%)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34.3%(2024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2.5%(2022年度)と全国平均の3.9%を大きく下回り、全国44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はありますが、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。

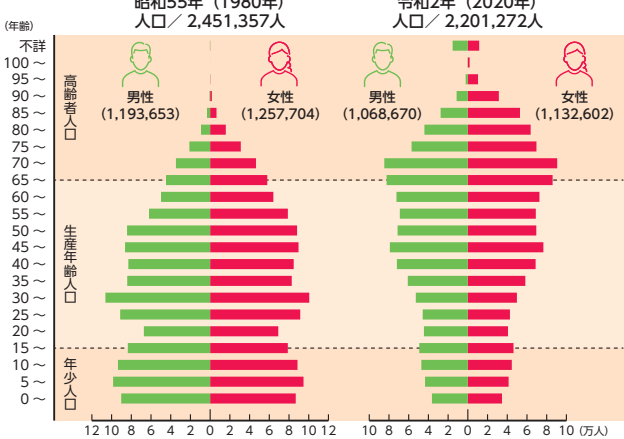
人口減少や少子高齢化に対応し、地域の持続可能性を高めていくには、進学・就職などにより県外への転出が多い若者を中心
に、定住者を増加させることが必要であり、産業育成や地域企業の成長による働く場の創出、安心して生活できる環境づくりな
ど、地域の魅力を向上させることが重要な課題となっています。

将来推計人口(全国・新潟県)



(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

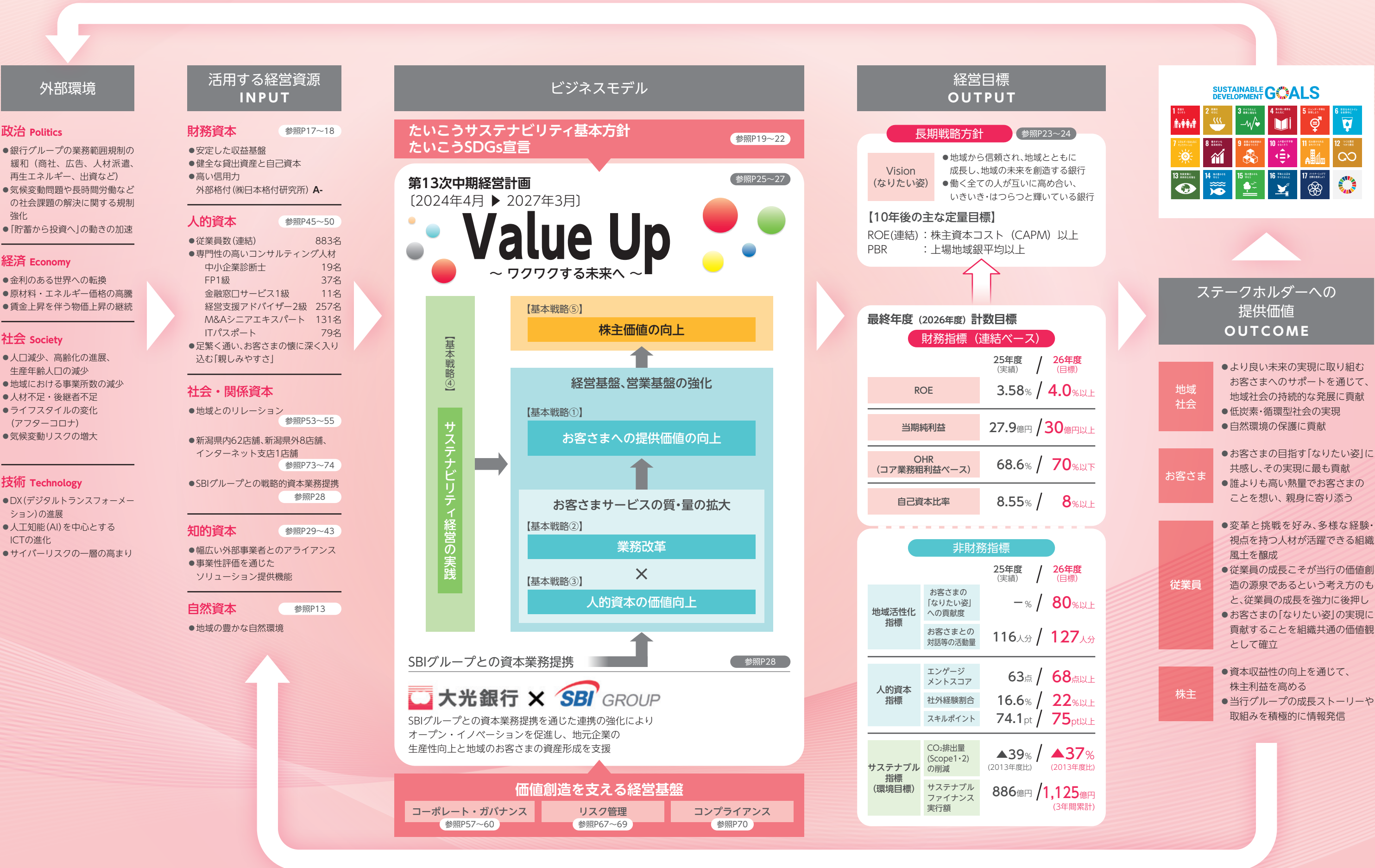
新潟県の人口構造の変化



(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。



大光銀行グループの価値創造

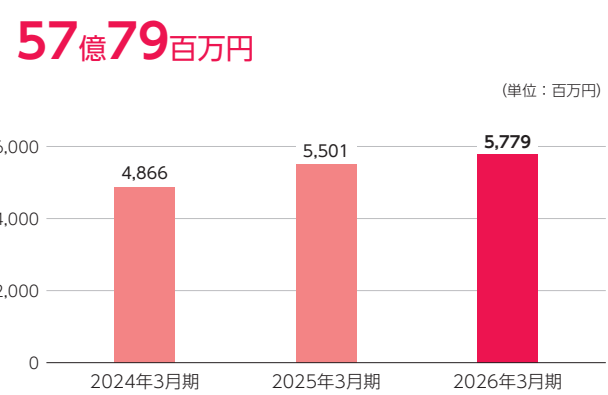
価値創造のための経営戦略

価値創造を支える経営基盤

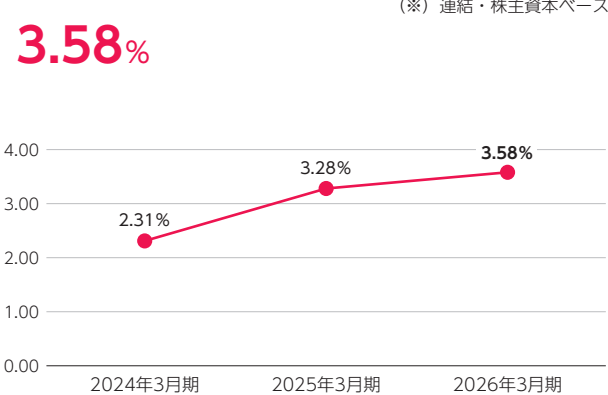
コーポレート・データ

財務ハイライト

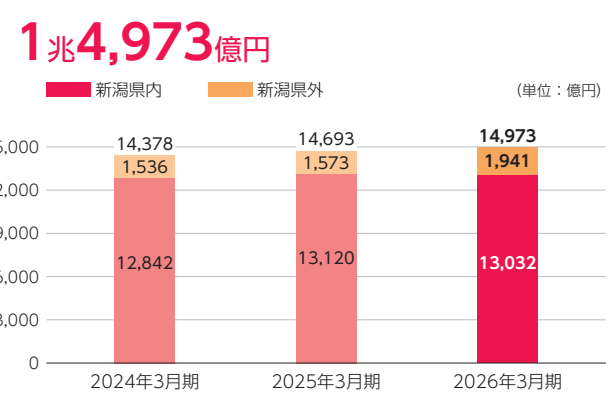
コア業務純益（除く投資信託解約損益）



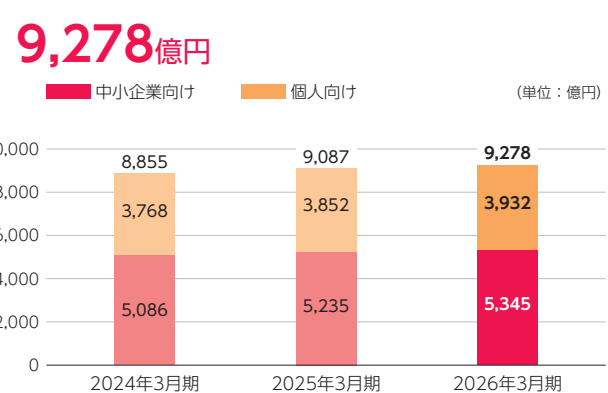
ROE (※)



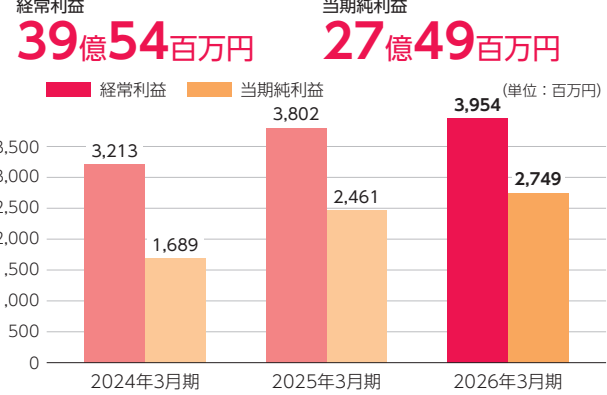
預金等残高



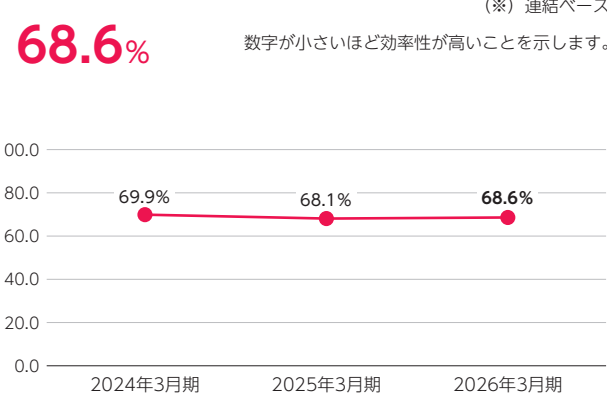
中小企業等向け貸出金残高



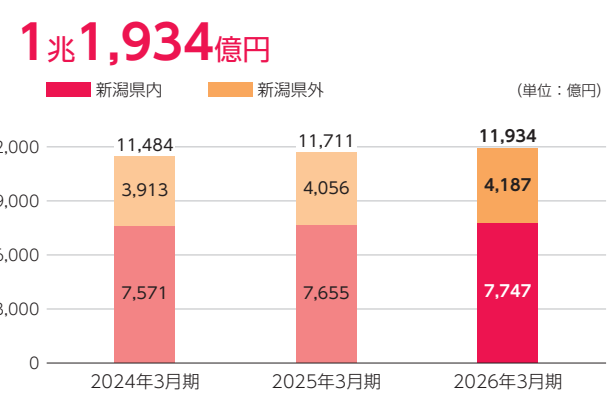
経常利益・当期純利益



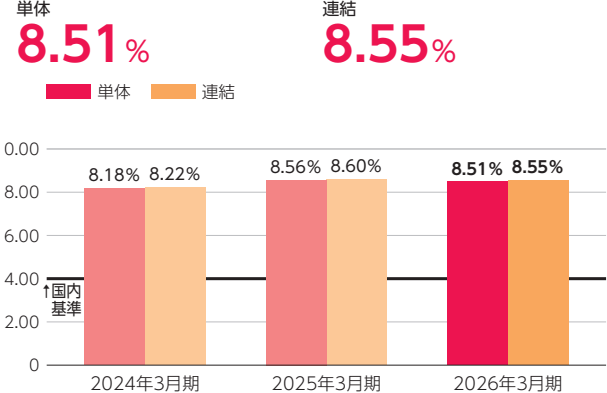
OHR（コア業務粗利益ベース） (※)



貸出金残高



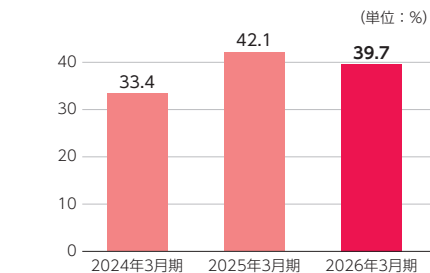
自己資本比率



非財務ハイライト

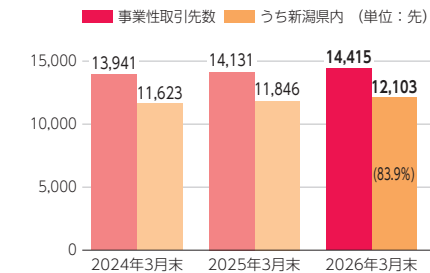
地域社会

CO₂排出量削減率 (2013年度比)



お客さま

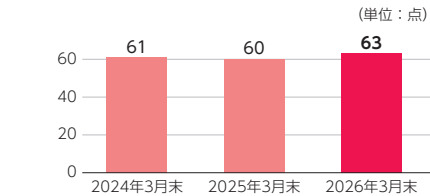
事業性取引先数 (※)



(※) 取引先…与信先および各種支援先

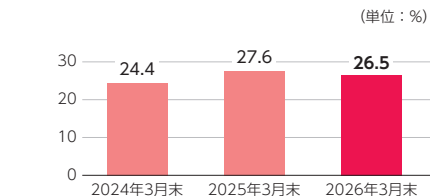
従業員

エンゲージメントスコア (※)



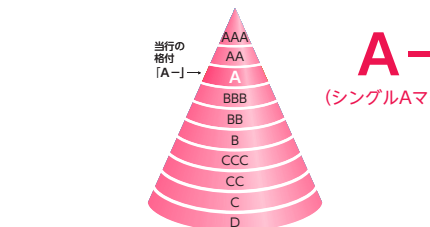
(※) 全従業員 (産休・育休者を除く) を対象としたエンゲージメントサーベイの総合スコア (「Wevox」により測定)

管理職 (副長以上) に占める女性の割合

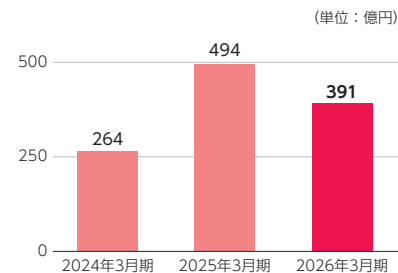


外部からの評価

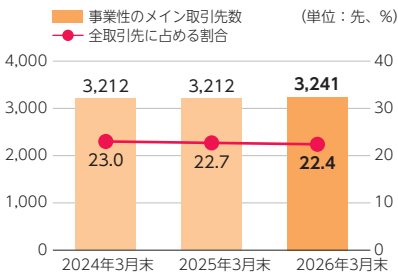
格付 株式会社日本格付研究所 (JCR) (2026年3月31日現在)



サステナブルファイナンス実行額 (各期の実行額)

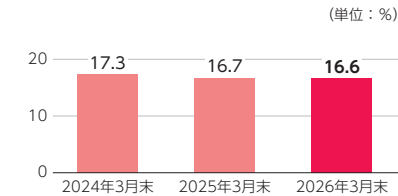


事業性のメイン取引先数 (※)・全取引先に占める割合



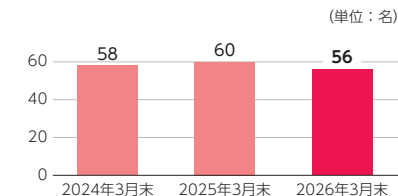
(※) メイン取引先…お取引先の事業年度末における当行の融資残高 (政府系金融機関の制度融資を除く) が1位のお取引先

社外経験割合 (※)



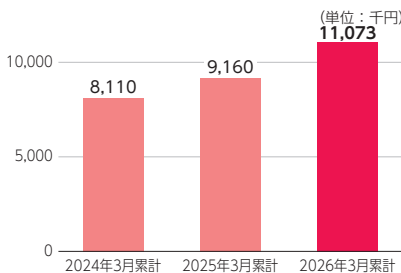
(※) 出向経験が3ヶ月以上ある行員および中途入行の行員の全行員に占める割合

公的資格保有者数 (※)

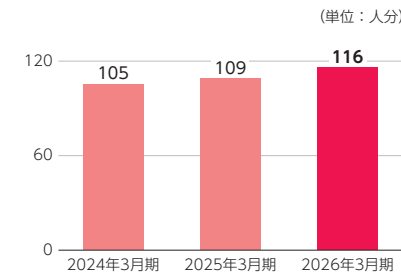


(※) 中小企業診断士、FP1級の資格保有者数

サステナブル関連商品による寄付額 (2019年10月からの累計)

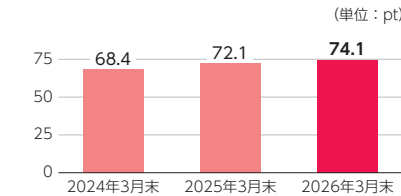


お客さまとの対話等の活動量 (※)



(※) 営業店・本部の営業担当者がお客さまとの対話等にかかる活動量

スキルポイント (※)



(※) 「資格規程」に定める検定資格ポイント、通信教育ポイントの行員一人当たり平均値

株主

社外取締役比率 (2026年6月23日現在)



(※) 中小企業診断士、FP1級の資格保有者数



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

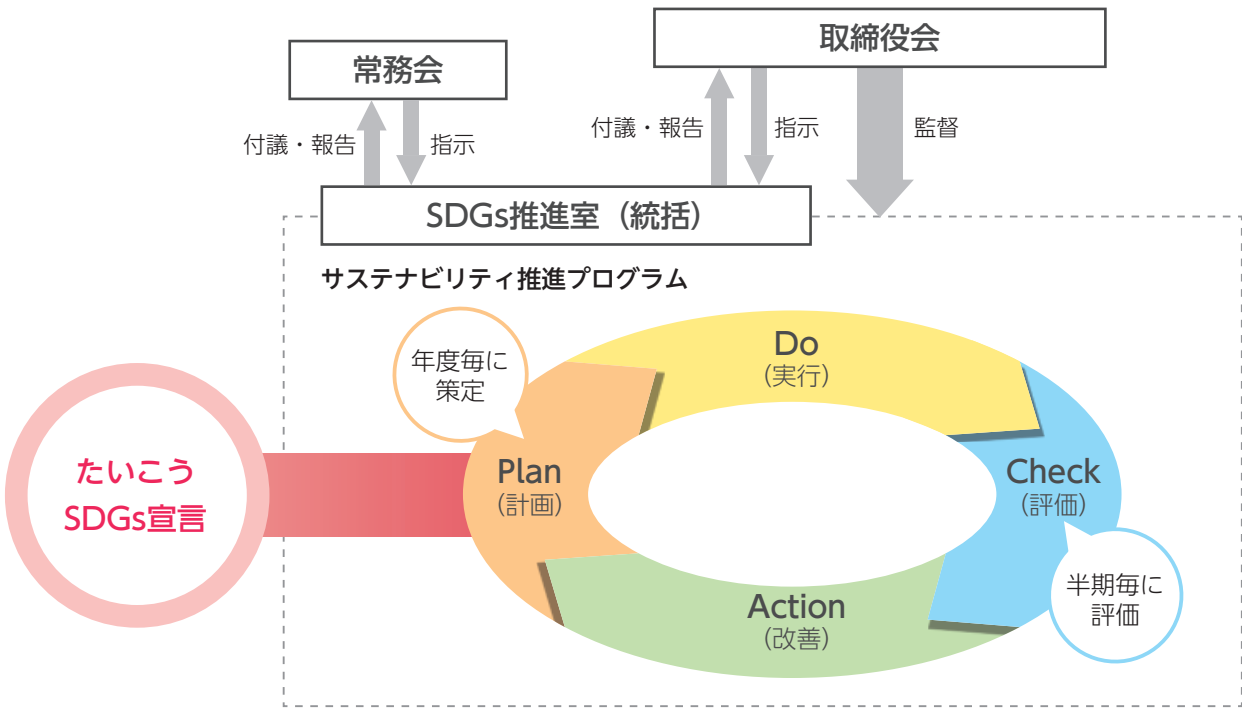
当行グループでは、地域の活性化と中長期的な企業価値の向上の両立を目指す持続的経営を基本方針とし、「たいこうSDGs宣言」に掲げる4つのテーマに則した15の重要課題に対し、グループ一体となり、事業活動を通じた課題解決に取り組んでいます。

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。



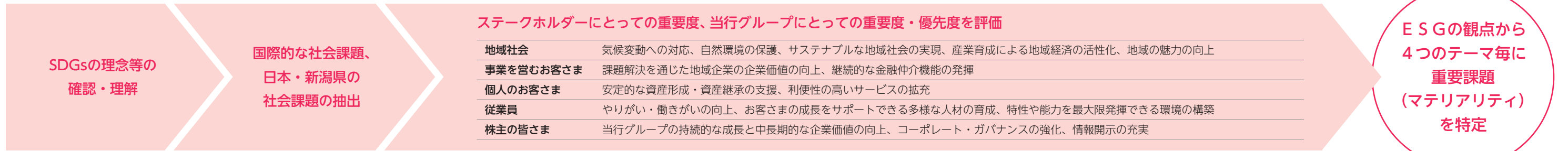
2026年度「サステナビリティ推進プログラム」の概要

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年度の8年間の累計実行額 3,000億円以上 <2026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P52 （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）	2026年度の利用件数 100件以上
CO ₂ 排出量の削減 (Scope1・Scope2)	・フールビズ・ウォームビズの実施 ・残業時間の縮減 ・省エネ設備の導入（低燃費車両への入替、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% <2026年度目標 2013年度比▲39%> ※実績を考慮し、第13次中計の計数目標を上回る目標を設定しています。
サステナビリティに関する開示の充実	・サステナビリティ基準委員会 (SSBJ) の開示基準に基づく開示方法の調査・研究	
地域経済・社会		
お客さまの目指す「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P29～42	※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	・人権に関する教育の実施 ・「人権方針」 参照P22 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P21 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P54 の継続実施 ・金融授業 参照P53 の継続実施 ・地域の文化・スポーツの振興 参照P53	
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P45～50	※第13次中期経営計画の「人的資本指標」
女性活躍の推進	・全行員のキャリアデザインの作成 ・キャリア形成の支援体制構築 ・ロールモデルとなる女性管理職の育成 ・退職者の復職制度の推進および中途採用の積極運用 ・男性の育児休業取得促進に向けた取組み	・管理職（副長以上）に占める女性の割合 2029年度末 30%以上 <2026年度末目標 28%以上> ・営業職に占める女性の割合 2029年度末 30%以上 <2026年度末目標 30%以上> ・男性の育児休業取得日数 2029年度 4.00日以上 <2026年度目標 4.00日以上>
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 ・建設的な議論に向けた活性化策の実施	
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P55～56 ・企業情報開示内容の充実	

※下線は2026年度に追加した項目

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		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。
			事業機会	リスク	
E	環境	●気候変動への対応 ●自然環境の保護	●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	●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	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P51～52
S	地域経済・社会	●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	●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	●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	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P29～42、P53～54
	ダイバーシティ	●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	●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	●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	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P45～50
G	ガバナンス	●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	●持続的な企業価値の向上	●社会からの信頼の低下	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P57～60

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、人権方針を制定するとともに、本方針に基づき、人権デューデリジェンスを実施しています。

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、ハラスメント行為、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。