

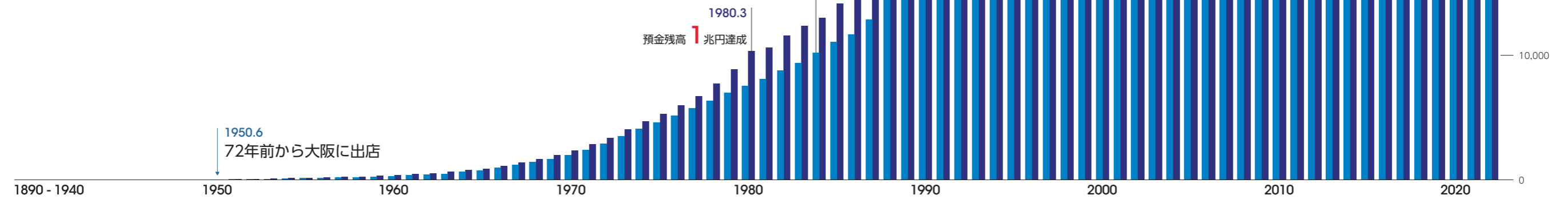
紀陽銀行の歩み

地域の皆さまとともに、127年の歴史を歩んでまいりました

紀陽銀行は、1895年の創立以来、和歌山県および大阪府を主要エリアとして地域の皆さまとともに歩んでまいりました。その間、バブル経済崩壊後の多額の不良債権処理や1997年11月に風説の流布による預金流出が発生するなど、大きな危機に直面しましたが、地域の皆さまの温かいご支援により、ここまで成長することができました。当行はこの経験とノウハウを活かし、地域経済の発展に尽力するとともに、地域の皆さまに対する「感謝」を忘れることなく、サステナブル社会の実現に貢献してまいります。

紀陽フィナンシャルグループ経営理念

地域社会の繁栄に貢献し、地域とともに歩む
堅実経営に徹し、たくましく着実な発展をめざす



大阪において法人向け取引を強化

和歌山県に本店を置く唯一の地方銀行に

- 1895 株式会社紀陽貯蓄銀行設立
- 1922 普通銀行に転換
商号を「株式会社紀陽銀行」に改称
- 1931 和歌山市金庫の指定を受ける
- 1948 県外店舗第一号として五条支店開設



- 1950 大阪府下第一号店舗として深日支店開設
- 1970 紀陽大阪ビル竣工
- 1973 東京・大阪両証券取引所第二部に上場
- 1975 東京・大阪両証券取引所第一部に昇格
- 1985 紀陽ソフトウェアサービス株式会社
(現 紀陽情報システム株式会社) 設立



- 1991 シンボルマークの使用を開始
- 1992 「紀陽ピクシス」
(現 コンサルティング営業室) 設置
- 1995 創立100周年
- 1997 風説の流布による預金の流出
- 1999 和歌山県商工信用組合の事業譲受



- 2006 株式会社紀陽ホールディングス設立
株式会社和歌山銀行と合併
公的資金315億円導入
- 2012 紀陽堺ビルに大阪本部設置
- 2013 公的資金完済
株式会社紀陽ホールディングスと合併
- 2015 紀陽大阪ビルに融資部大阪分室を設置
- 2017 監査等委員会設置会社へ移行
- 2022 東京証券取引所プライム市場へ移行



- 1896 第1回夏季オリンピック開催
- 1903 日本初の市電、大阪市電開業
- 1945 日本がポツダム宣言受諾 (終戦)

- 1964 アジア圏初の東京五輪
- 1973 変動相場制へ移行
- 1985 プラザ合意
- 1989 消費税導入

- 1991 バブル崩壊
- 1995 阪神・淡路大震災
- 1996 日本版金融ビッグバン構想
- 2005 パイオフ完全実施

- 2008 リーマンショック発生
- 2011 東日本大震災
- 2016 日銀が初のマイナス金利政策
- 2020 新型コロナウイルス感染拡大

紀陽銀行の強み 価値創造の源泉

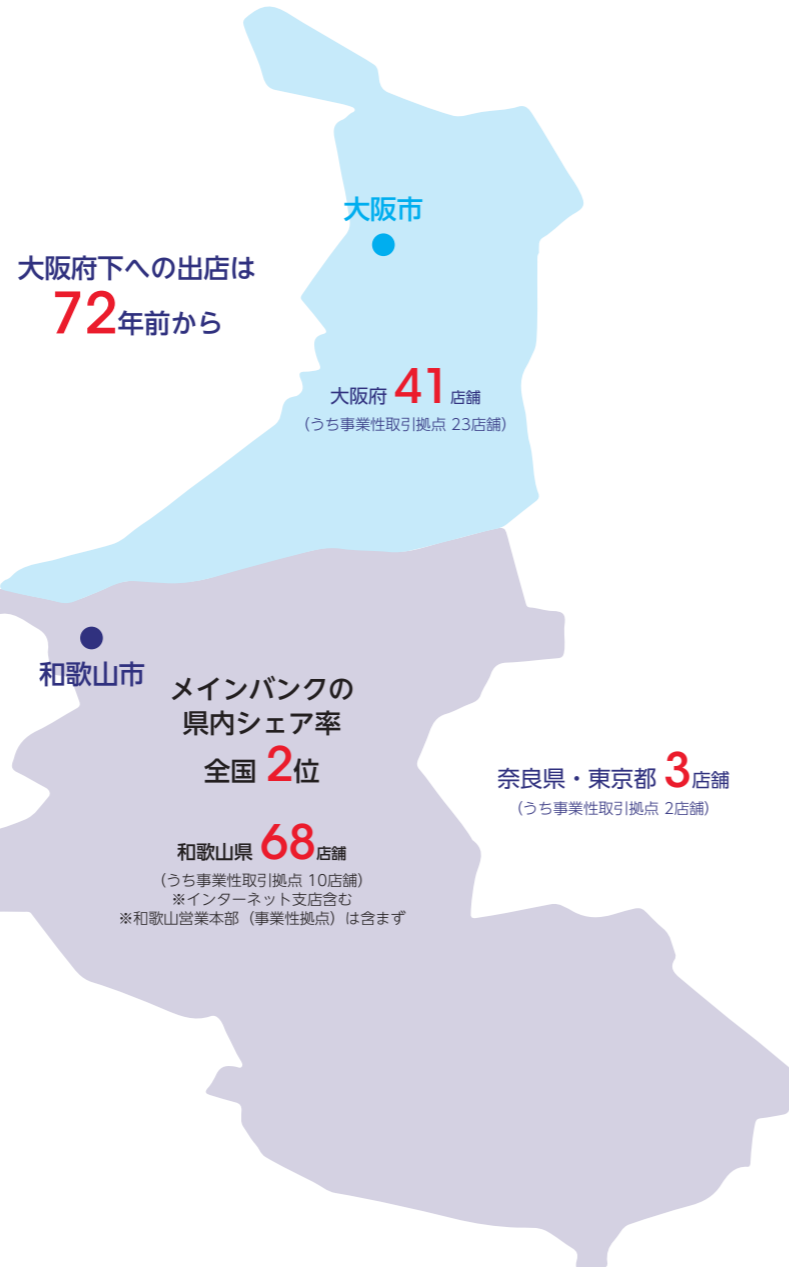
中小企業取引において最大の強みを持つ地方銀行として和歌山&大阪の地元エリアに強固な顧客基盤を構築しています。

Strengths

01 強固な地域基盤 和歌山と大阪、2つの地元エリアとの信頼関係

紀陽銀行は和歌山県に本店を置く唯一の地方銀行であり、当エリアの地域経済を支えるという重要な使命を担っています。127年の歴史のなかで築き上げたお客さまとのリレーションをさらに強化し、地域企業への本業支援に注力することで、地域産業の活性化と雇用創出を推進し、サステナブル社会の実現をめざします。また、大阪府には72年前に出店するなど歴史も古く、当行の地元エリアの1つである大阪南地区のメインバンク調査（帝国データバンク調べ）では、大阪府以外に本店を置く金融機関（メガバンク除く）として第1位のシェアを維持しています。シェア拡大の余地がある大阪市内中心部でもメイン取引化にこだわり、引き続きお客さまとの接点強化に取り組みます。

紀陽銀行の主要営業エリア



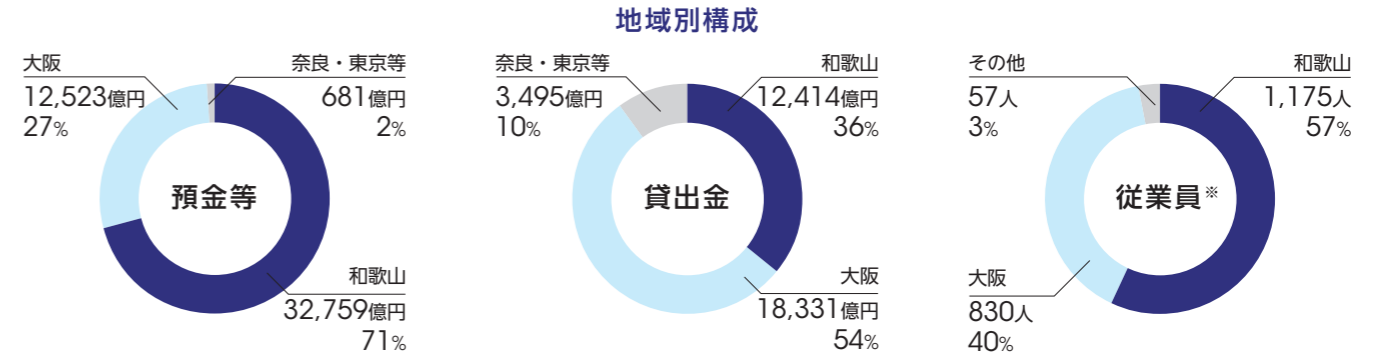
大阪府下メインバンク調査 (大阪南地区)

順位	取引銀行名	2021年社数	シェア
1	三井住友銀行	2,986	15.4%
2	池田泉州銀行	2,587	13.3%
3	三菱UFJ銀行	2,500	12.9%
4	りそな銀行	2,291	11.8%
5	大阪信用金庫	2,069	10.7%
6	紀陽銀行	1,946	10.0%
7	関西みらい銀行	1,765	9.1%

大阪府以外に本店を置く金融機関（メガバンク除く）として**トップ水準**

※ 出所：帝国データバンク

地域のポテンシャル ▶ P.7



Strengths

02 ビジネスモデル 中小企業向け貸出を起点としたビジネスモデル

紀陽銀行は、持続可能なビジネスモデルとして「中小企業向け貸出を起点としたビジネスモデル」を展開し、第6次中期経営計画（2021年4月～2024年3月）においても地元企業とのリレーション重視の営業活動を続けております。メイン取引へのこだわりにより浸透した本業支援活動が当行の最大の強みであり、「中小企業取引」における圧倒的な競争優位性につながっています。事業環境が変化していくなかでも、「中小企業の成長支援」は地域社会の持続的な発展に貢献していくうえで必須であり、いつの時代も当行の存在意義を見出せる分野です。今後もこのビジネスモデルをさらに追求することで、地元企業の成長発展と収益機会の拡大をめざします。

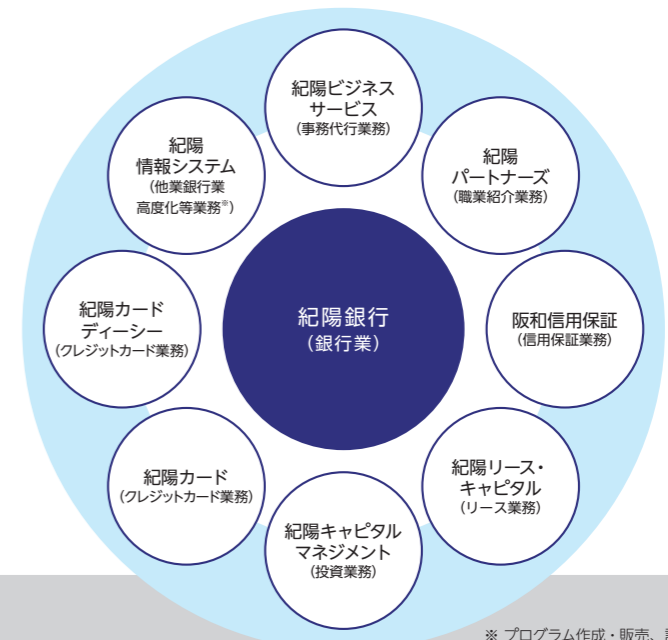
紀陽銀行の価値創造プロセス ▶ P.11

Strengths

03 グループ会社体制 多様化した期待に対応できるグループ体制

地域金融機関を取り巻く環境は大変厳しく、またステークホルダーからの期待は多様化・高度化してきており、それらに対応する機能をあわせ持つ銀行グループへと進化させるため、2020年度にグループ会社体制を強化しました。それぞれのグループ会社が持つ機能を最大限に発揮できる体制を構築し、紀陽フィナンシャルグループ一体となった地域企業のサポート体制の充実を図ります。

紀陽フィナンシャルグループ



KIYO
FINANCIAL GROUP

〈営業基盤〉和歌山&大阪

※ プログラム作成・販売、計算受託業

紀陽銀行の強み 地域の現況とポテンシャル

当行グループの主要営業エリアは、和歌山県・大阪府と広域にわたっています。それぞれの特徴を踏まえた営業活動を展開し、地域とともに発展してまいります。

WAKAYAMA

和歌山県経済の動向

(2021年4月1日～2022年3月31日)

和歌山県経済における生産活動は、部品不足などの影響により一部で弱さがみられるものの、全体的に持ち直しの動きとなったなか、個人消費や雇用情勢も、新型コロナウイルス感染症再拡大の影響を受けながらも緩やかな持ち直し基調となりました。こうしたなか、串本町では、国内初となる民間小型ロケット発射場が完成し、串本町やすさみ町では相次いでホテルが開業するなど、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた観光客誘致に向けた新たな宿泊施設や観光資源となる施設の準備が着々と整いつつあります。

和歌山県の主要データ

- 面積** 4,725平方キロメートル
- 人口** (2022年7月1日現在) 905,492人【出典：和歌山県統計情報館】
- 事業所数** 48,553事業所 (全国39位)【出典：令和3年経済センサス活動調査】
- 県内総生産** (名目) 3兆6,040億円【出典：日本の統計2022 (総務省統計局)】
- 1人あたり県民所得** 2,913千円【出典：日本の統計2022 (総務省統計局)】

● 主な産業別売上高【出典：令和3年経済センサス活動調査】

- 卸売業、小売業** 2兆2,459億円 (全国40位)
- 製造業** 2兆974億円 (全国36位)
- 医療、福祉** 1兆173億円 (全国39位)
- 宿泊業・飲食サービス業** 1,287億円 (全国40位)

● 主な農産品【出典：農林水産統計 (農林水産省)】

- みかん** 147,899 t (全国1位)
- かき** 39,700 t (全国1位)
- うめ** 67,500 t (全国1位)
- もも** 7,310 t (全国5位)

OSAKA

大阪府経済の動向

(2021年4月1日～2022年3月31日)

大阪府経済は、新型コロナウイルス感染症の影響等により厳しい状況が続いているものの、企業部門は、輸出が主要国すべての地域向けで増加基調となるなど持ち直しの動きがみられました。

個人消費についても、一部で弱さがみられたものの、持ち直しの動きが続きました。インバウンド需要の低迷等、先行きが不透明な状況にあるものの、2025年の大阪万博開催等、今後の府内経済への好影響が期待できる状況にあります。

大阪府の主要データ

- 面積** 1,905平方キロメートル
- 人口** (2022年7月1日現在) 8,790,491人【出典：大阪府】
- 事業所数** 377,959事業所 (全国2位)【出典：大阪府総務部統計課】
- 府内総生産** (名目) 40兆1,960億円【出典：日本の統計2022 (総務省統計局)】
- 1人あたり府民所得** 3,190千円【出典：日本の統計2022 (総務省統計局)】

● 主な産業別売上高【出典：令和3年経済センサス活動調査】

- 卸売業、小売業** 57兆7,508億円 (全国2位)
- 製造業** 19兆3,975億円 (全国2位)
- 医療、福祉** 9兆2,288億円 (全国3位)
- 不動産業、物品賃貸業** 6兆2,607億円 (全国2位)

● その他指標【出典：令和3年経済センサス活動調査】

- 企業等数*** 278,802 (全国2位)

2021年経営組織別企業等数

経営組織	企業等数	合計に占める割合
合計	278,802	100.0
個人経営	119,939	43.0
会社企業	141,877	50.9
会社以外の法人	16,986	6.1

※ 事業・活動を行う法人 (外国の会社を除く) および個人経営の事業所で、本所が大阪府内に所在するものの合計

長期ビジョンについて

地域金融機関をとりまく環境は変化が激しく予測が難しくなっています。アフターコロナ・ウィズコロナによるお客さまの価値観の変化、従業員の働き方やダイバーシティ多様化など中期経営計画期間中に事業環境が変化することが想定されます。当行の営業エリアである和歌山・大阪の今後の姿を思い描き、そのなかで紀陽フィナンシャルグループがどうあるべきか、どのような貢献をしていくべきかをあらためて認識し、環境の変化に左右されない

紀陽フィナンシャルグループの思い描く「将来の姿」を明確に示すべく、2021年9月より開始した、取締役会の下部組織である経営戦略委員会（2022年4月にサステナビリティ委員会に改称）において、紀陽フィナンシャルグループの存在意義と長期ビジョンの協議を行い、紀陽フィナンシャルグループの経営理念を改定するとともに、「長期ビジョン」を策定しました。



紀陽フィナンシャルグループ 経営理念の改定

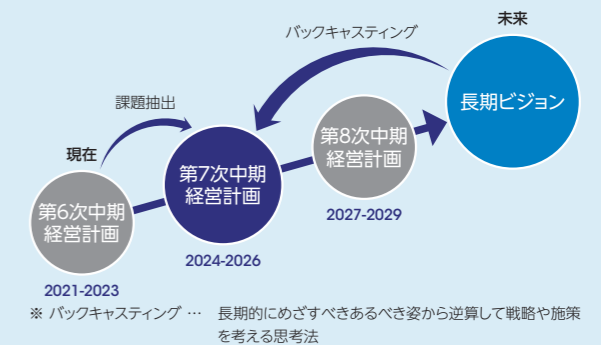
地域社会の繁栄への貢献は、紀陽フィナンシャルグループとしても変わることのない責務です。急速な社会の変化にあわせて地域金融機関が常に変革を求められる現代においても、安定した財務基盤だけでなく、グループガバナンスの強化や時代の変化への適応力などが必要であることから、従前からの紀陽銀行の経営理念を紀陽フィナンシャルグループの経営理念としました。今回改定した経営理念のもと、紀陽フィナンシャルグループとして持続可能な地域社会の実現に貢献してまいります。

紀陽フィナンシャルグループ 長期ビジョンの策定

長期ビジョン策定にあたって、紀陽らしさとは何か、自社の強みは何か、将来に向けた課題は何かといったことを経営陣で協議し、その考えをグループ全行員に対してアンケートを実施しました。できるだけ多くの役員に浸透しやすいエッセンスを盛り込みながら、紀陽フィナンシャルグループがめざすあるべき姿として策定いたしました。6次中期経営計画後半ならびに7次中期経営計画以降の施策の立案においては、今回策定した長期ビジョンの想いに基づいてバックカスティング*により検討してまいります。

長期ビジョンに込めた想い

- **お客さまとの価値共創**
地域のお客さまの持続的な成長や発展を全力でご支援し、ともに新しい価値を創造することで地域経済の繁栄に貢献する
- **企業変革への挑戦**
堅実経営を続けていくために時代の変化に順応できる企業文化を醸成し、絶えず変革に挑戦することができるたくましい企業に成長する
- **人が未来を創造**
紀陽の重要な経営資本である役員一人ひとりの多様な能力や才能が最大限発揮される環境を整え、個の成長や活躍により地域の未来を創造する



紀陽銀行の価値創造プロセス（持続可能なビジネスモデル）

当行の経営資源

<社会関係資本>
 ・地元における圧倒的な存在感
 ・業歴127年の情報とリレーション
 ・和歌山県での圧倒的なシェア
 ・大阪府での72年の歴史と地元化

<人的資本>
 ・お客さまの期待に本気で向き合う企業風土
 ・専門性の高いコンサルティング人材

<製造資本>
 ・店舗数112店舗、店舗外ATM数135拠点の充実した地域内金融インフラ

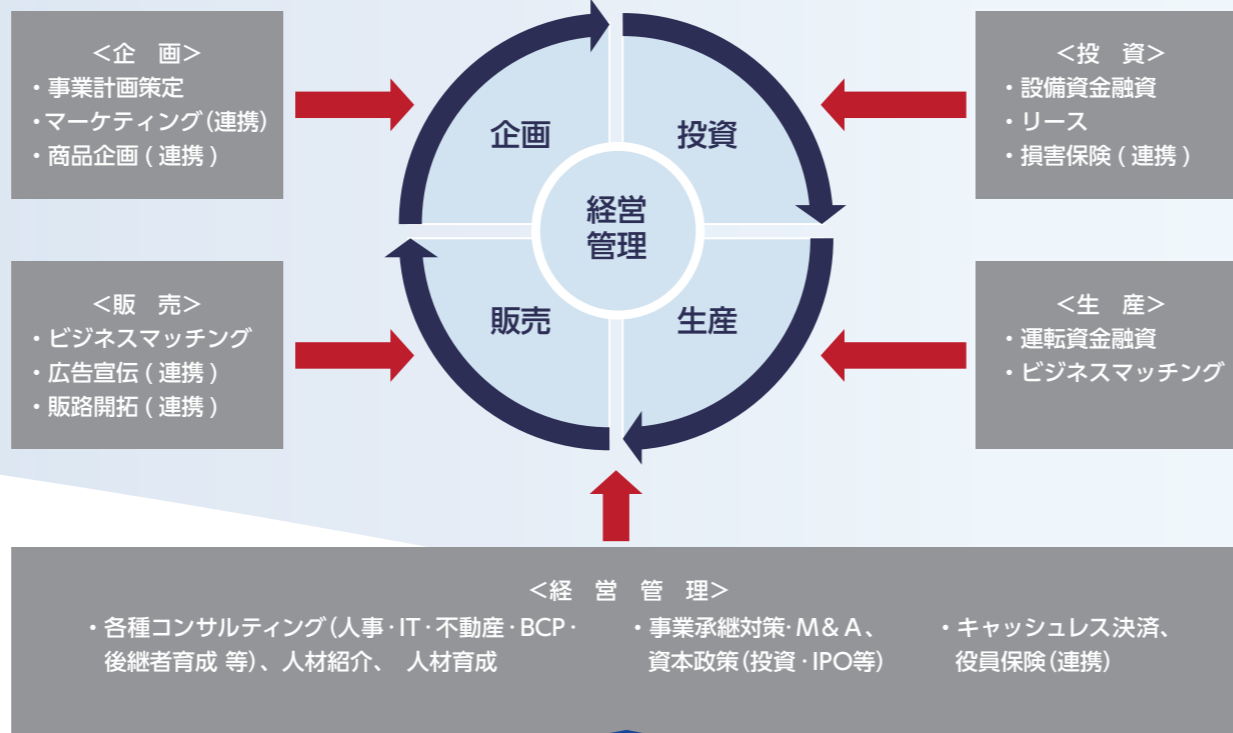
<知的資本>
 ・中小企業取引における高度なノウハウ
 ・メイン取引にこだわる本業支援活動
 ・グループ機能の活用による高度な課題解決力

<財務資本>
 ・高い収益力
 ・健全な財務基盤
 ・健全な貸出資産
 ・安定した自己資本

『銀行をこえる銀行へ』

中小企業向け貸出を起点としたビジネスモデルの追求により
 グループ一帯で地元企業のバリューチェーンのすべての
 領域に関わり価値共創する
 総合金融グループ

地元企業のバリューチェーン



ステークホルダーとの価値共創の実現に向けて、
 健全かつ適正な地元企業のバリューチェーンとの関わりを下支え

- ・リスクアパタイトフレームワーク(RAF)によるモニタリング
- ・コーポレート・ガバナンス

当行グループを取り巻く環境

少子高齢化・人口減少・事業所の減少

新型コロナウイルスによる社会構造変化

銀行法等の規制緩和

デジタル化の進展

気候変動による水害の増加

南海トラフ地震発生率の上昇

お客さまの期待をこえる

どんな課題にも本気で向き合い、「そこまでやるか」と言ってもらえる銀行

地域の壁をこえる

お客さま同士を結びつけ、銀行に集約された知見を地域のお客さまに還元できる銀行

銀行という枠をこえる

地域を支えられる真の地域金融機関となるため、新たな業務領域の事業化にチャレンジする銀行

ステークホルダーとの価値共創

地域顧客

- ・地元企業の成長
- ・地域経済の拡大
- ・地域金融インフラの高度化

株主

- ・企業価値の向上(株主価値の向上)

従業員

- ・紀陽フィナンシャルグループの成長(従業員の成長)

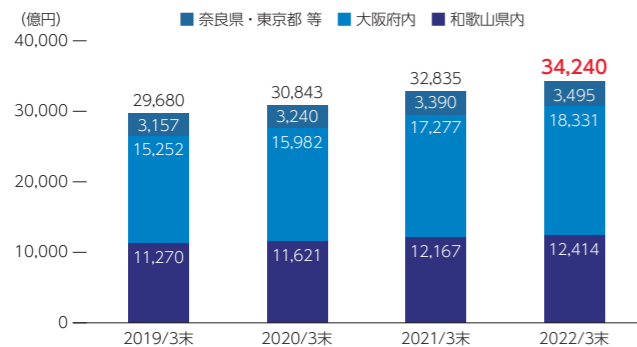
本業活動を通じたSDGs達成へ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

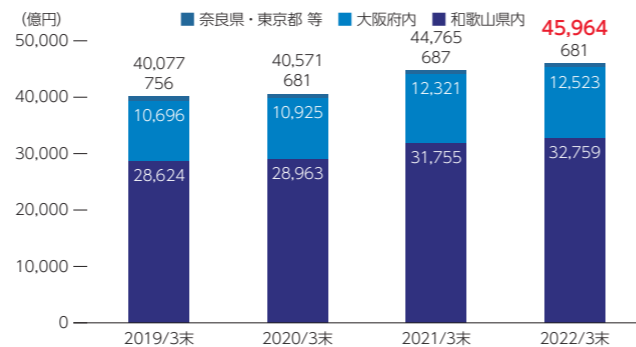


財務ハイライト

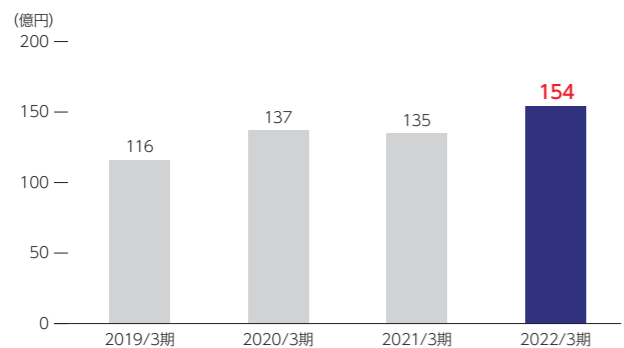
貸出金残高 **34,240** 億円



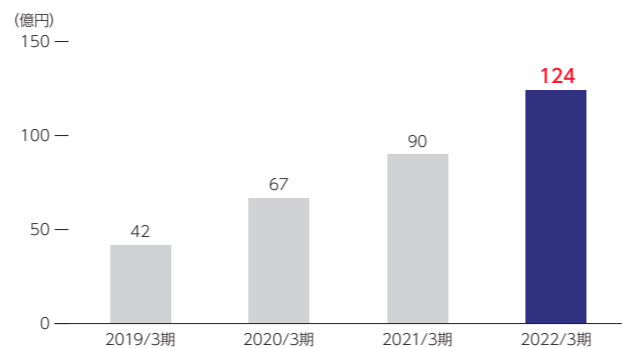
預金等残高 **45,964** 億円



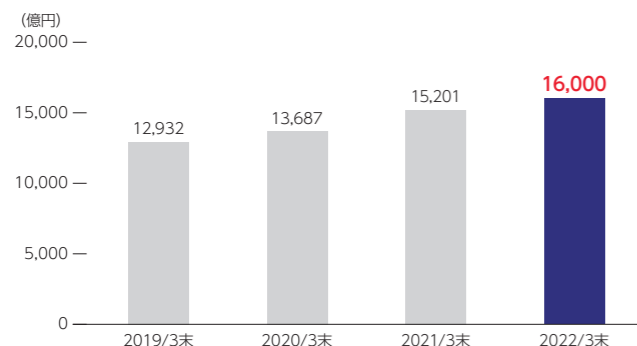
親会社株主に帰属する当期純利益 (連結) **154** 億円



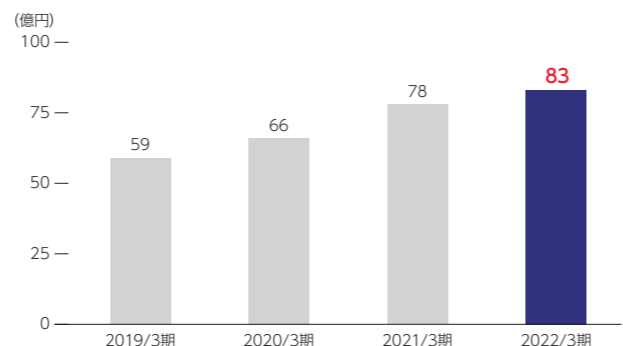
顧客向けサービス業務利益 **124** 億円



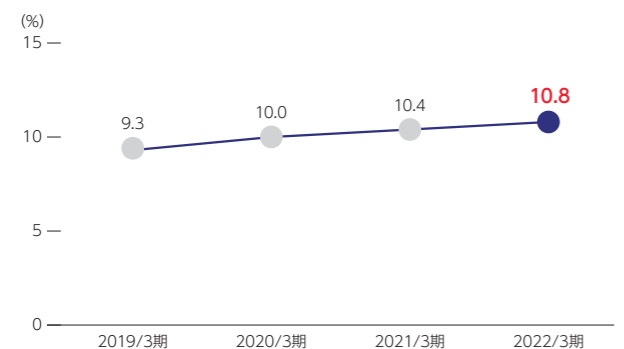
中小企業向け貸出残高 **16,000** 億円



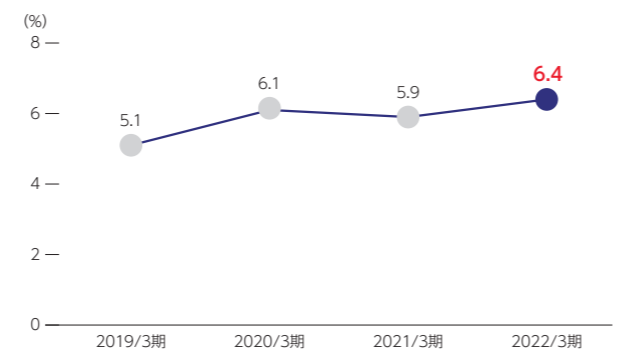
役員取引等利益 **83** 億円



自己資本比率 (連結) **10.8** %

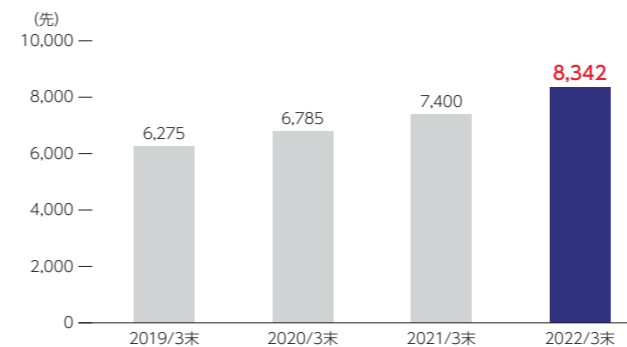


ROE (連結) **6.4** %



非財務ハイライト

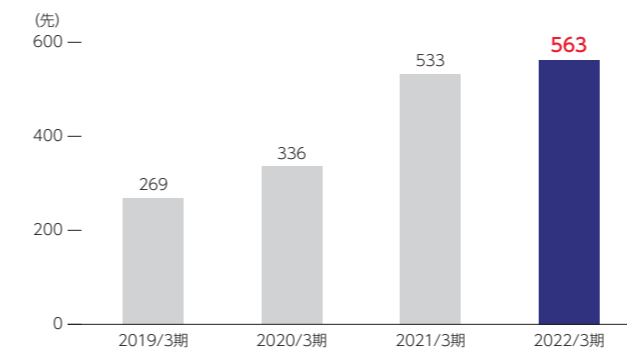
事業性コアカスタマー先数* **8,342** 先



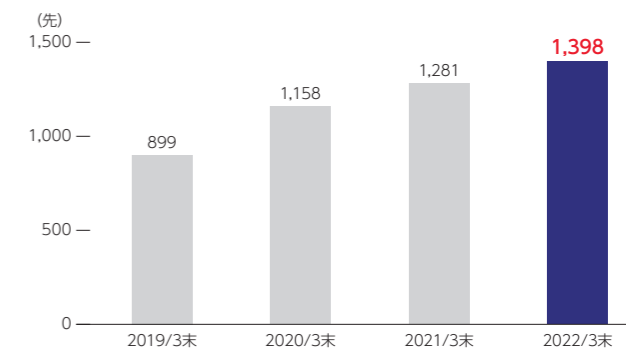
※ コアカスタマー戦略

当行をメインバンクとしてご利用いただいているお客さま (=コアカスタマー) に対し、当行の経営資源を優先的かつ集中的に投下し、新たな価値をご提供していく戦略。(第5次中期経営計画より開始)

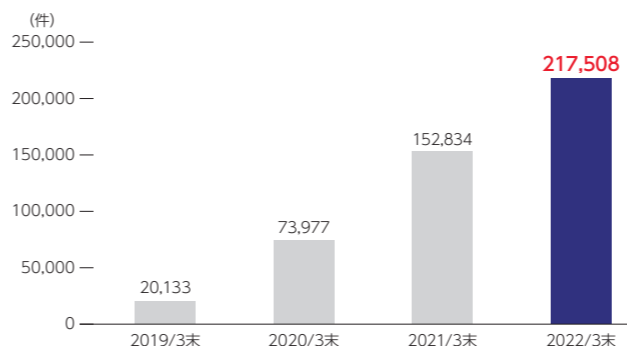
M&A支援先数 **563** 先



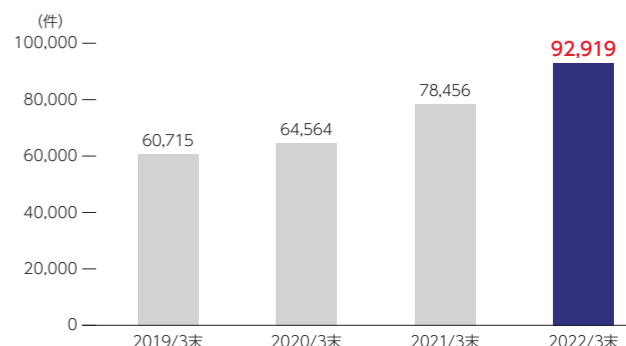
事業性評価対象先数 **1,398** 先



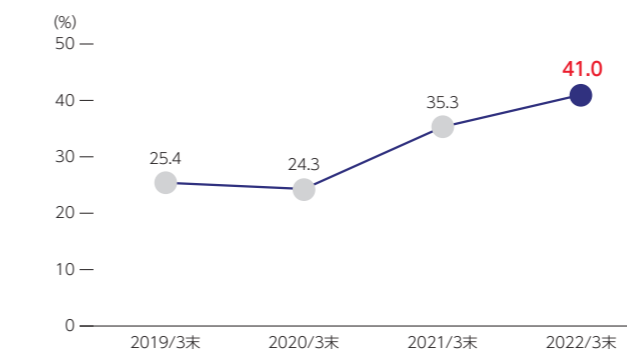
キヨスマ! ユーザー数 **217,508** 件



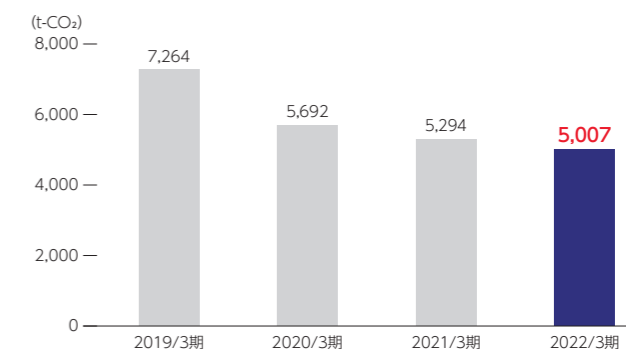
紀陽ダイレクト契約者数 **92,919** 件



投資信託販売におけるインターネット販売比率 **41.0** %



CO₂排出量 **5,007** t-CO₂



※2013/3期 8,948t-CO₂