

2008年3月期

スルガ銀行
インベスターズ・プレゼンテーション

2008年5月30日

Meeting the Challenge of New Banking

SURUGA bank

社会構造変化への対応

「人口減少」先進国へ

日本の人口は2004年をピークに減少
世帯数については2015年まで増加、その後は徐々に減少

真の「高齢化社会」へ

高齢者の絶対数の多い都市部
高齢化率が高い地方部

世界経済における日本経済の存在感の低下

新興国の経済力ステータスの上昇
日本の国際競争力の低さ ← グローバル化への遅れ

国内・業界独自の進化に固執し、
世界標準からの離脱

社会構造の変化を見据えた戦略転換の必要性

明治維新・戦後に匹敵する「新たな開国」

自らの意思に基づく、自立した行動の実践

業界の慣習といった狭い視野でなく
グローバルなデファクトスタンダードの確立

地方からのグローバル化

高いスキル・知識を持つ
人材の誘引

国内依存型産業の
グローバル化

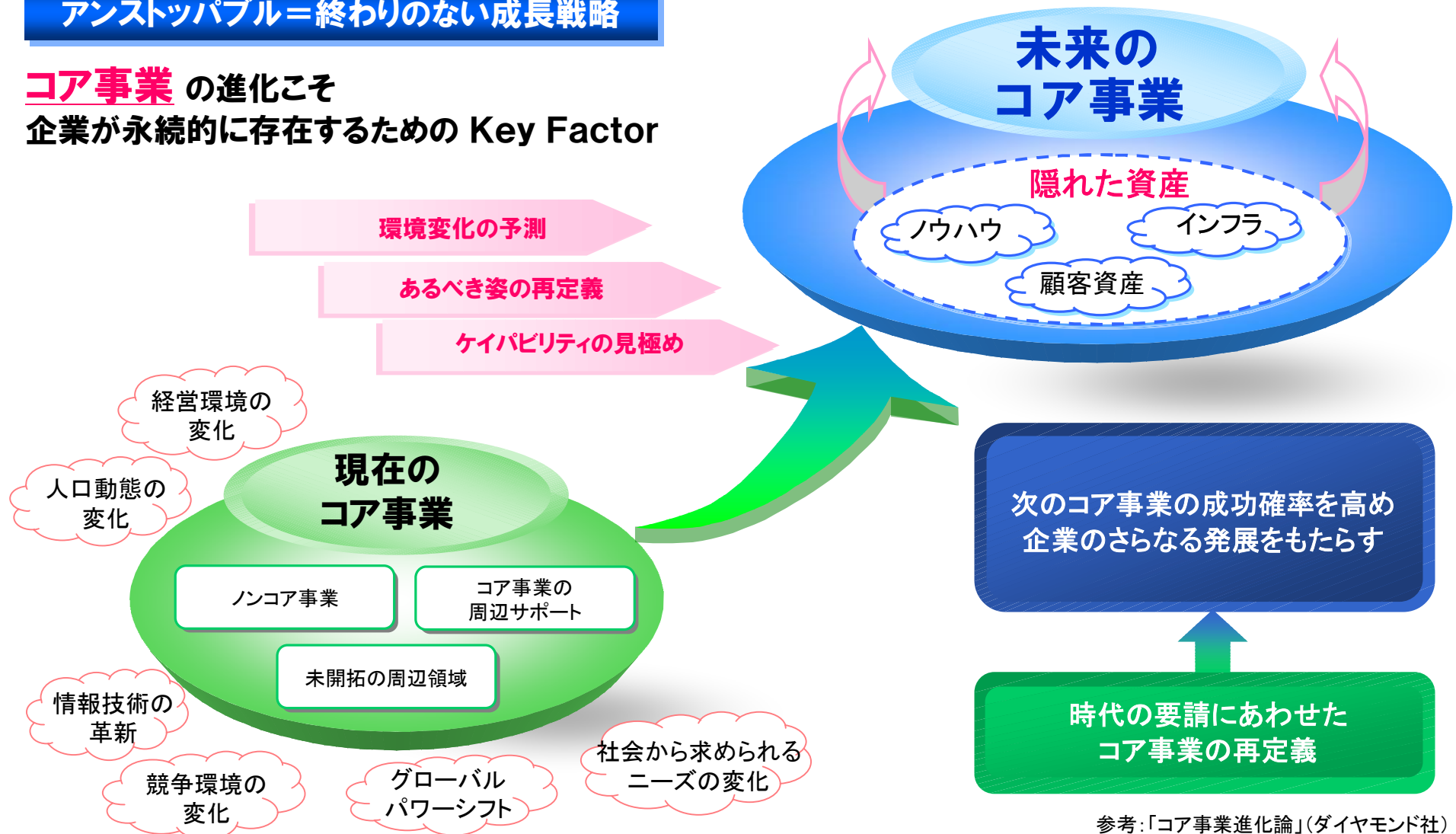
日本を活性化させ、「日本全体を元気にする」ことを目指す

参考：NRI

新たな時代の経営

アンストッププル＝終わりのない成長戦略

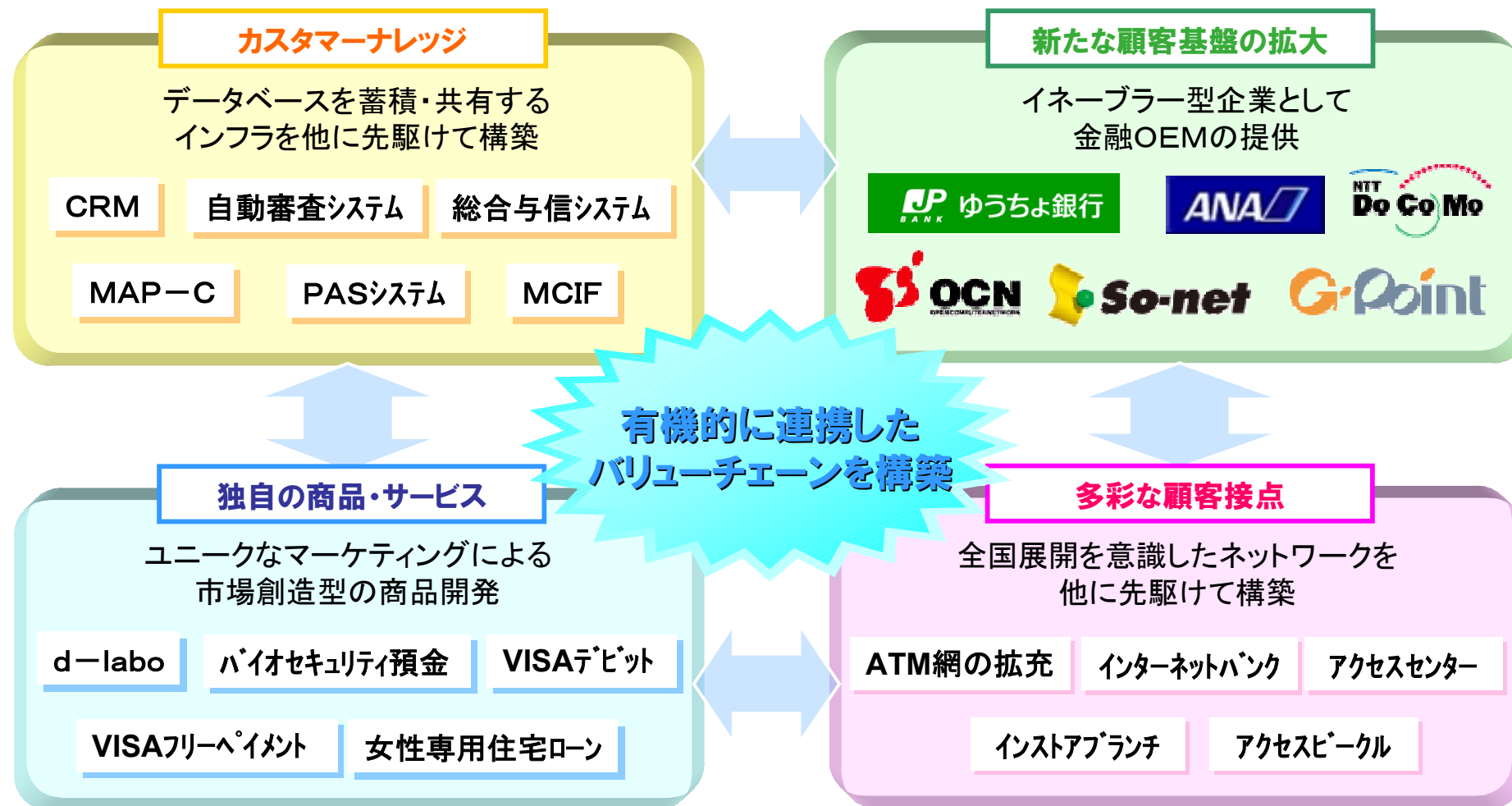
コア事業の進化こそ
企業が永続的に存在するための Key Factor



参考:「コア事業進化論」(ダイヤモンド社)

スルガを支える未来型戦略思考

変化の潮流を先取り、時代を創り出すスルガ



進化するスルガのビジネスデザイン

市場の特性を活かし、スルガの独自価値を提供
スルガのリテール特化戦略により培ったノウハウを最大限に発揮

主要な市場

インターネットバンク

インターネット/アクセスセンター
などのダイレクトチャネルによる
サービス

コミュニティバンク

静岡/神奈川の従来型の
フルバンキングサービス

首都圏をはじめとし、北海道
/名古屋/大阪 その他主要な
都市圏におけるホームローンを
中心とした事業展開

広域事業

日本郵政グループの全国に
広がる約24,000の拠点

代理店事業

経営資源の効率的・効果的な配分

コア事業

住宅ローン
事業

フリーローン
事業

クレジットカード
事業

資産運用
サポート事業

スモール・
ミドル法人事業

総合的なエリア戦略を
可能とする
スルガの無形資産

価値観
Our
Philosophy

リテール文化

ダイレクトバンキング
オペレーション

システムインフラ
プラットフォーム

地域に根付く
顧客基盤

他を圧倒する
スピード・柔軟性

道州制を踏まえたネットワーク広域化戦略

道州制 7つの意義・目的

1. 日本全体を元気にする
2. 「中央集権体制」の打破
3. 官僚主義の廃止
4. 国民一人ひとりが安心で、安全で、楽しく、生きがい、やりがいを感じる日本をつくる
5. グローバル化の時代にあって、国際都市、国際交流の拠点を多数つくっていく
6. 地域個性を生み出し、特徴のある地域を創り出し、明るく、楽しい日本をつくる
7. 財政赤字の解消

道州制 4つの原則

「競争」の
促進

「顧客主義」の
徹底

「国民・住民参加」の
強化

「ネットワーク型組織」の
構築

出所：江口克彦「地域主権型道州制」(PHP新書)

- 今後、リテールビジネスの市場についても、地域毎にユニークな特性を持つことになる
- 金融マーケティングの観点から、商品・サービスの開発にあたり、エリア毎に異なる定性・定量情報を今まで以上に取り込んでいくことにより、さらなる市場創造が可能となる

札幌進出

2008年5月30日 北海道札幌市に、「札幌支店」「ドリームプラザ札幌」オープン

住宅ローンビジネスの新エリア展開

首都圏に進出

横浜	日本橋	新宿
大宮	柏	渋谷
六本木	大阪	名古屋

スルガのビジネスデザインは
進化し次なるステージへ

首都圏における独自の営業展開
リテール特化戦略で培った
スキル・ノウハウ

他社にない商品・サービスの提供

“札幌”に進出

特徴あるエリア・潜在的な
マーケットへの進出

定性的な情報の
積極的な取り込み

その地域ならではの商品設計
販売体制の構築が実現可能に



ニッセイ札幌ビル内にオープン

“日本のニーズの
あるところに
スルガのサービスを
お届けする”

高付加価値サービス
提供の場へ

顧客接点の
飛躍的な増加

札幌のマーケット環境

出所：札幌市HPより

2007年

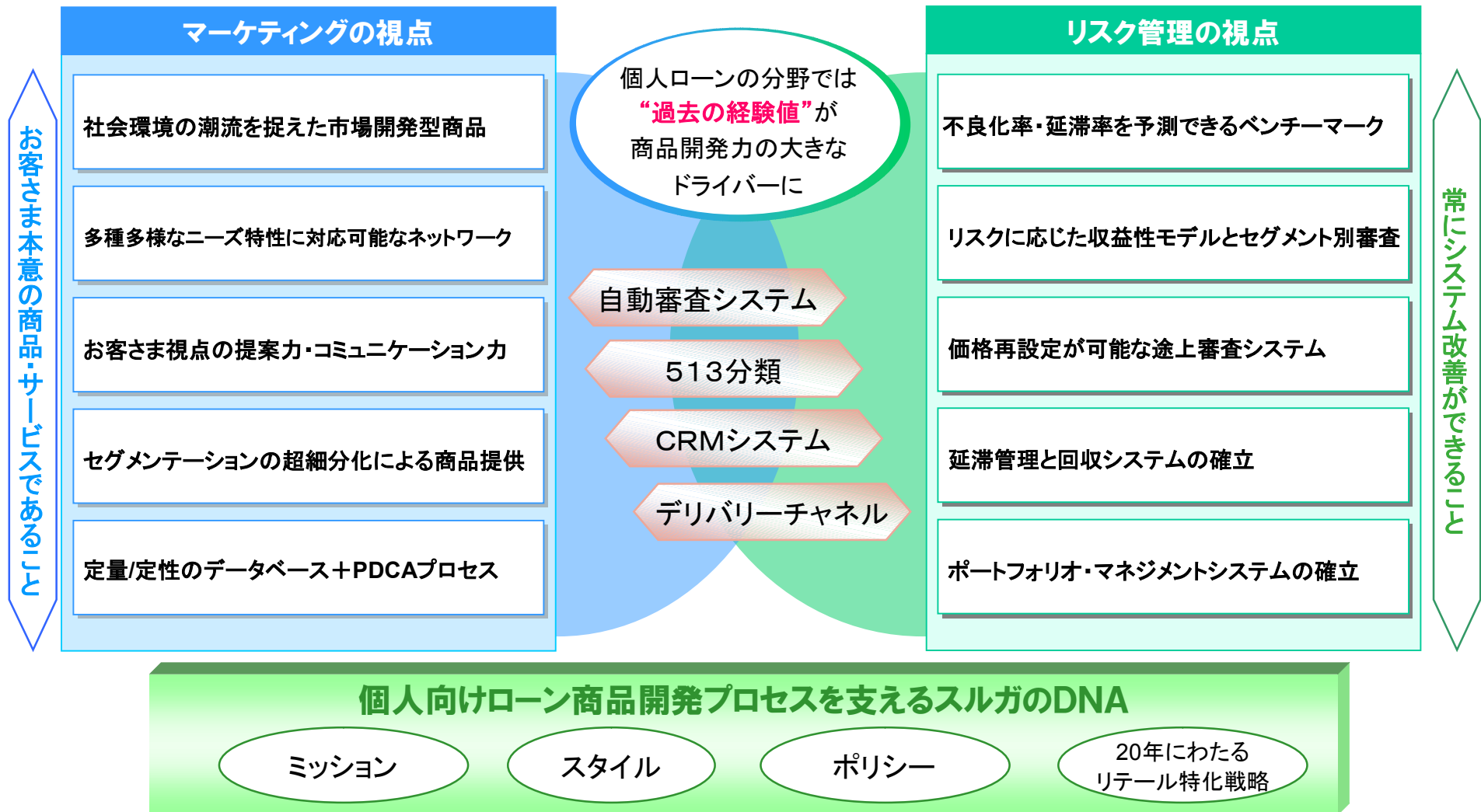
- ・人口 1,897千人(北海道の約34%)
- ・世帯数 874千戸
- ・労働人口 840千人
- ・年間住宅着工数 20千戸(北海道41,941戸)
- ・マンション化率 06年17.22%→07年17.48% ↑

“札幌”成長のポイント

- “北海道”“札幌”の全国的なブランド力
- 北海道の1/3超の人口が集中 美しい自然 恵まれた風土文化
- 札幌エリアの再開発計画による都市としての魅力が年々上昇
- インテリジェンスビル・分譲マンション建設により活況を呈している

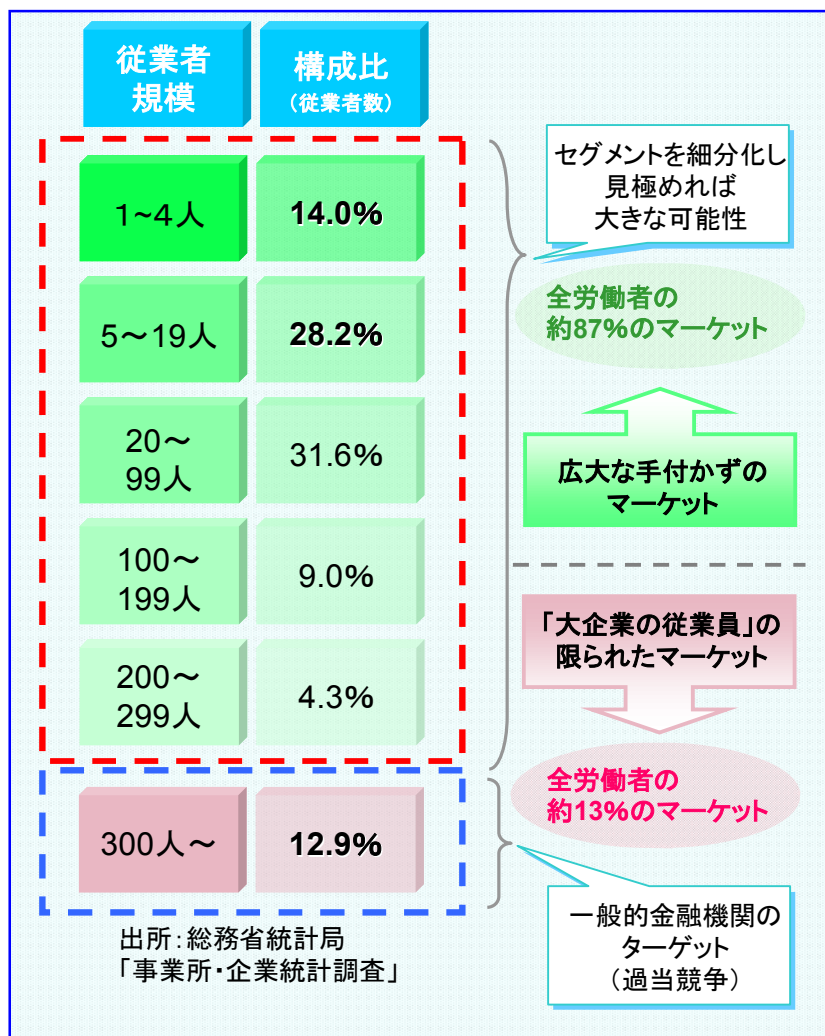
スルガの考える個人向けローン商品開発

個人向けローン商品開発プロセスの要 ⇒ マーケティング × リスク管理



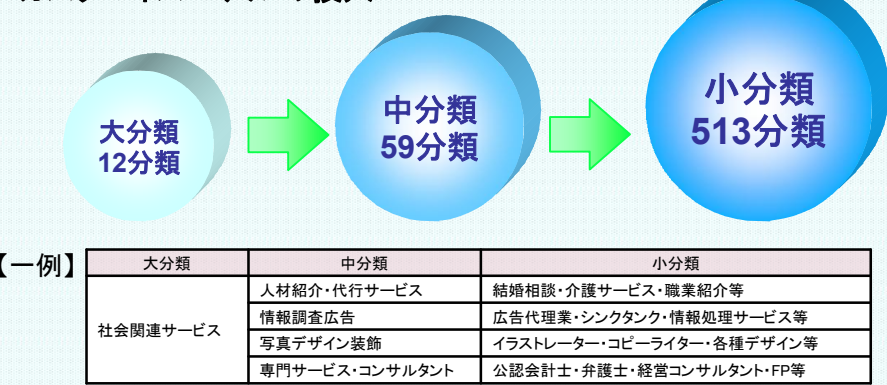
ローン商品のマーケットとリスク分析の高度化

従業者数規模から見るマーケット構造



独自価値提供を実現する“スルガモデル”

顧客セグメントの『超細分化』によるリスク分析とカスタマイズモデルの投入



与信システムのデータ蓄積

ローン商品モデル例

1. クラシックモデル
2. ワイドモデル
3. プレミアムモデル
4. ビジネスオーナーモデル
5. レディースモデル
6. シニアモデル
7. ドクターモデル 等

データに基づく

与信判断

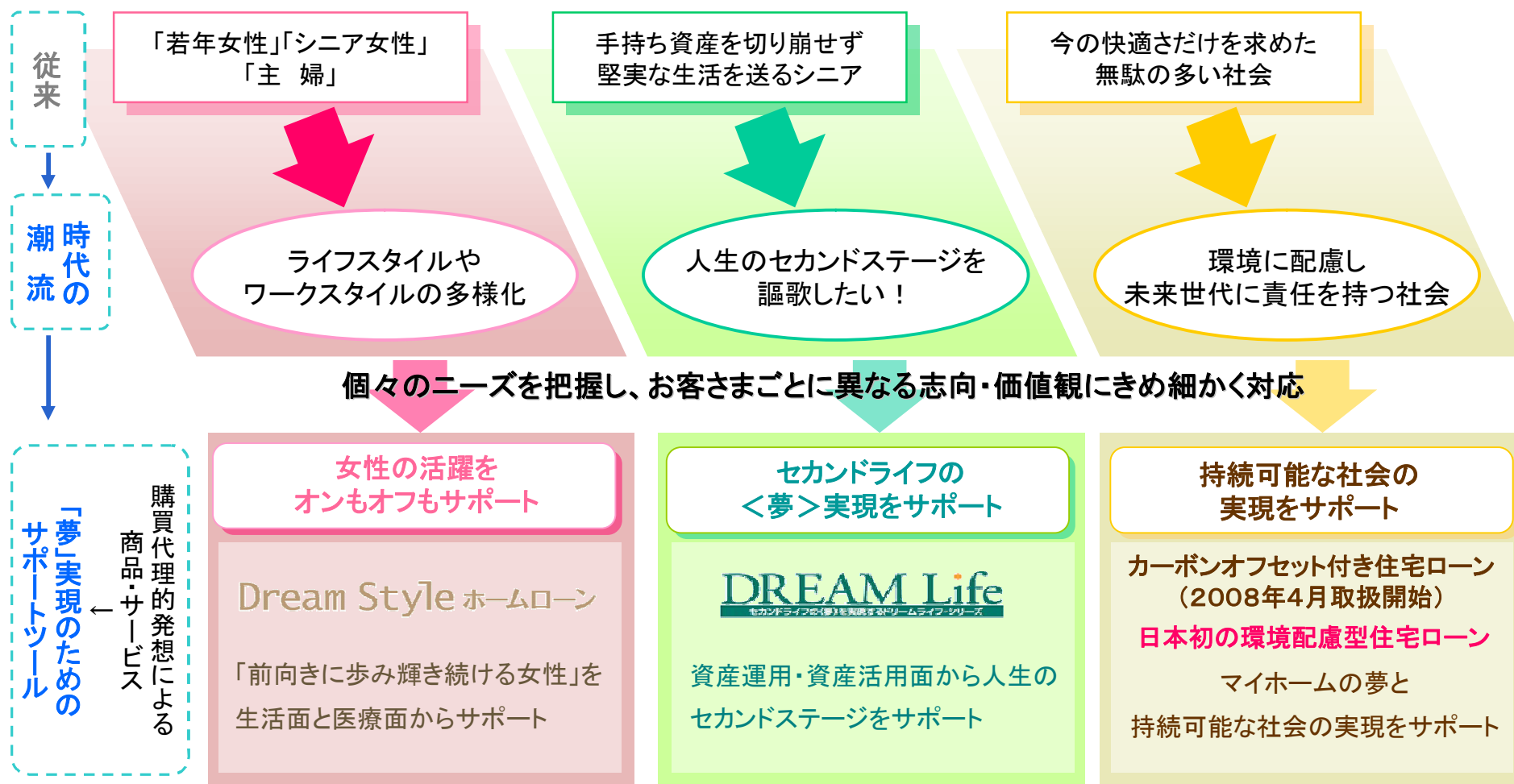
プライシング

リスクコントロール

マーケティング

価値観・ライフスタイルにフォーカスした商品

従来の概念を覆す発想や着眼点で、新しい価値観に基づく
ライフスタイル・夢の実現をサポートする商品・サービスを開発・提供



代理店・媒介事業用商品ラインナップ

ゆうちょ銀行専用商品

既成概念に捉われず、日本中のお客さまお一人おひとりの
ライフスタイルや生活ニーズにマッチした商品開発・提供

ゆうちょ銀行の理念

「日本のこつこつの
力になります」

ミッションの
実現に向けて

スルガ銀行の理念

「夢を〈かたちに〉する
夢に〈日付を〉いれる
お手伝い」

『ホームローン』商品

“一人ひとりの応援型住宅ローン”を提供

ホームローン 夢舞台

住まいの夢が、動き出す舞台。

長年のリテール特化戦略により
培った商品開発力

ゆうちょ銀行用にカスタマイズした
商品ラインナップ

個人事業主応援型

働く女性応援型

親孝行応援型

アクティブシニア応援型

『フリーローン』商品

お客さま一人ひとりの夢の実現を応援する、
毎日の生活に密着したローン商品

カードローン したく

夢の支度、はじめよう。

“したく”という名のカードローンが、夢の実現への**支度**を応援

フリーローン 夢航路

あなたの目的へ、夢航路。

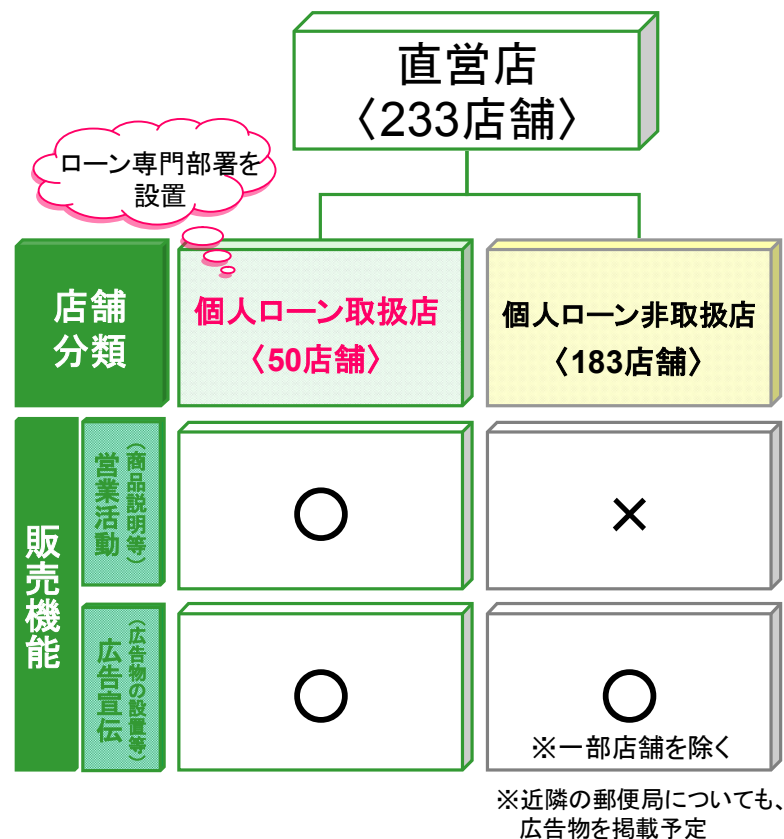
一人ひとりの願いをかなえるプラン 《**目的型**》

ご家族への大切な想いを応援するプラン 《**親孝行型**》

ゆうちょ銀行との提携による事業戦略

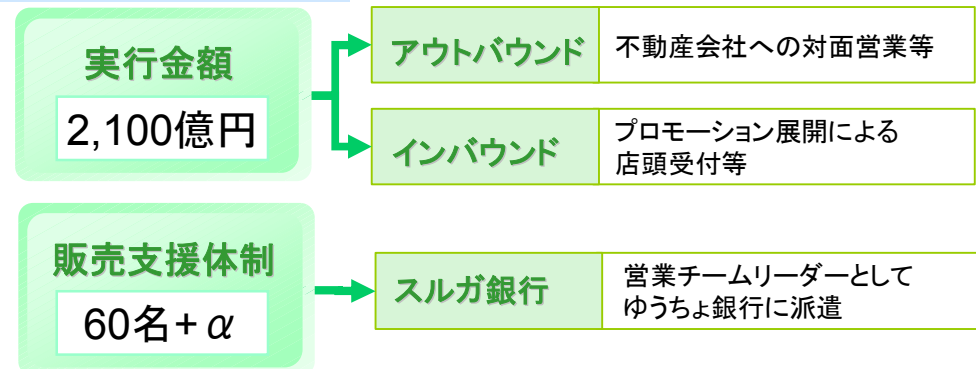
2008年5月12日より、ゆうちょ銀行の3大都市圏50店舗にて
スルガ銀行の個人向けローン〈住宅ローン・カードローン・目的別ローン〉の発売開始

販売店舗体系(スタート時)

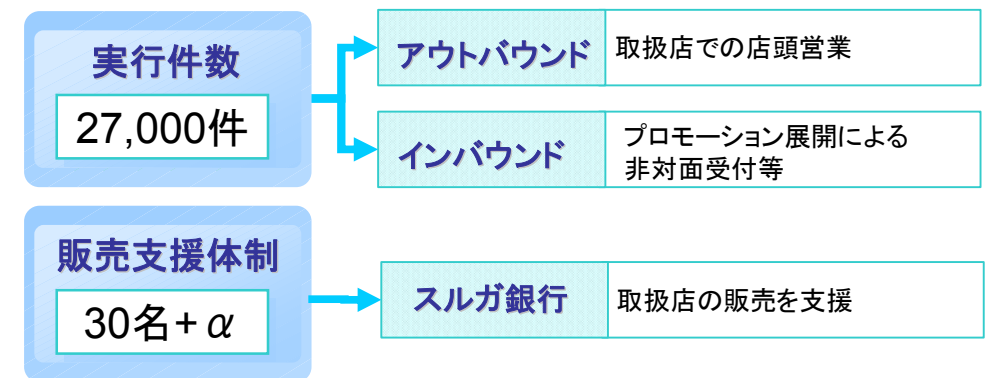


2008年度 計数計画

住宅ローン

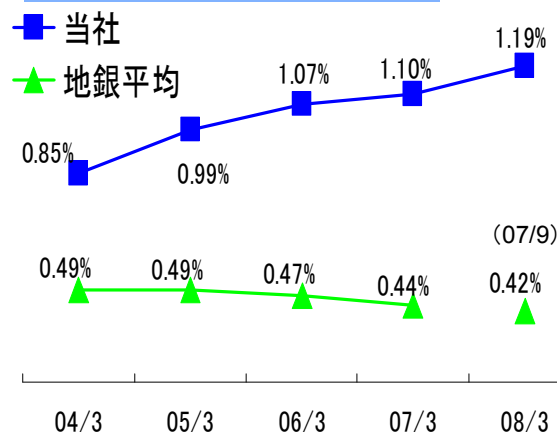


フリーローン

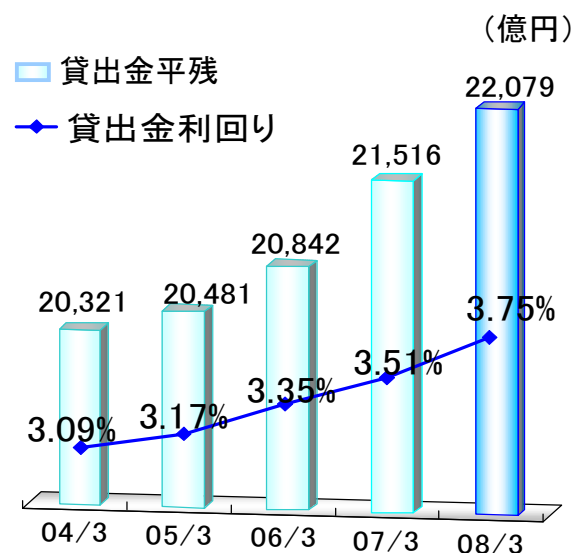


利ざや等の状況(全体)

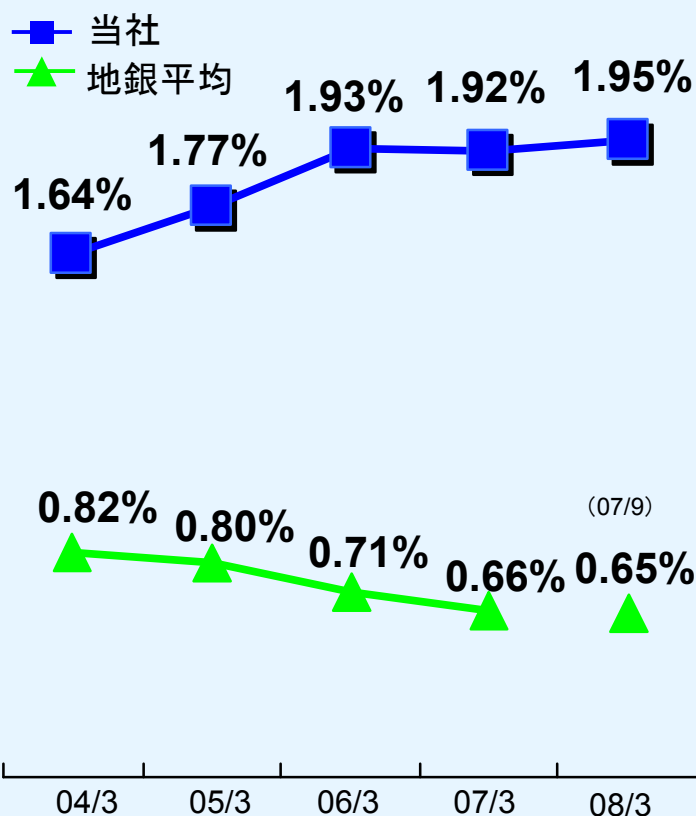
総資金利ざや



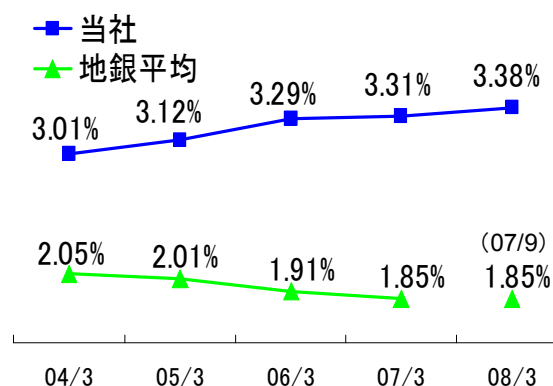
貸出金利回りと貸出金平残



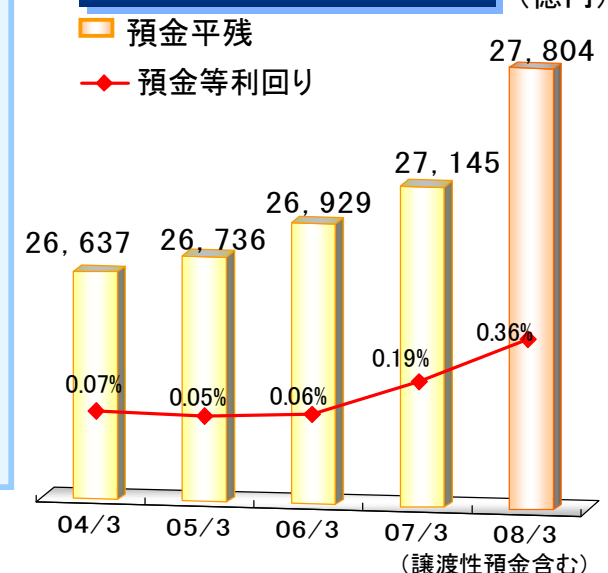
預貸金利ざや



預貸金利粗利ざや



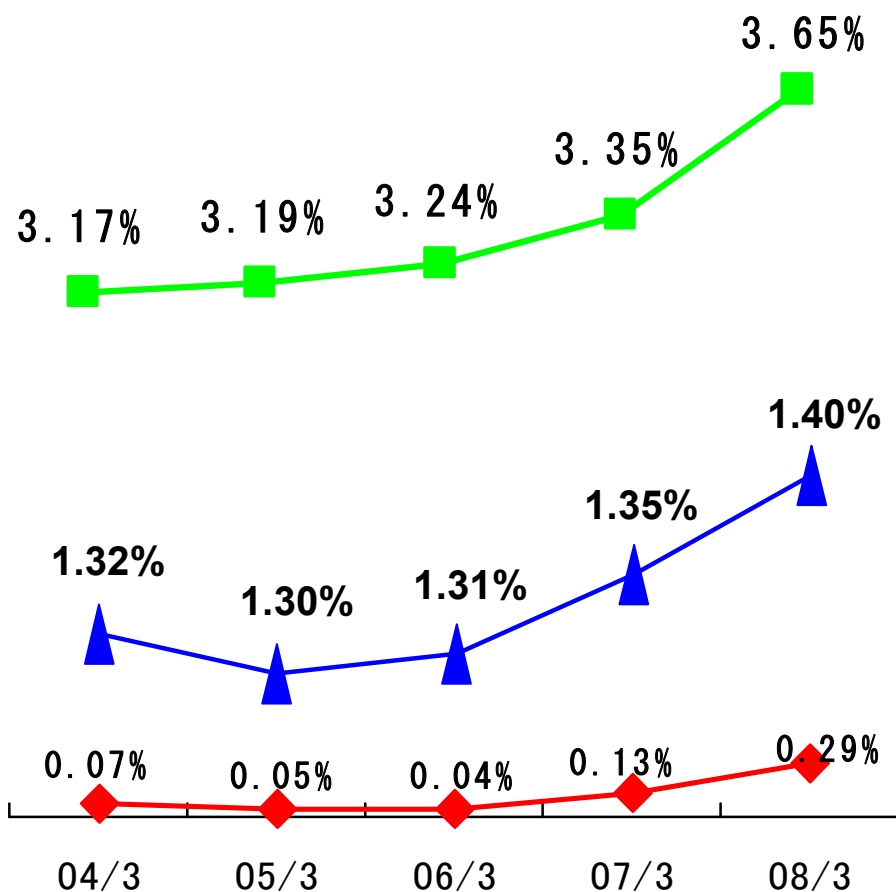
預金等利回りと預金平残



利ざや等の状況(国内)

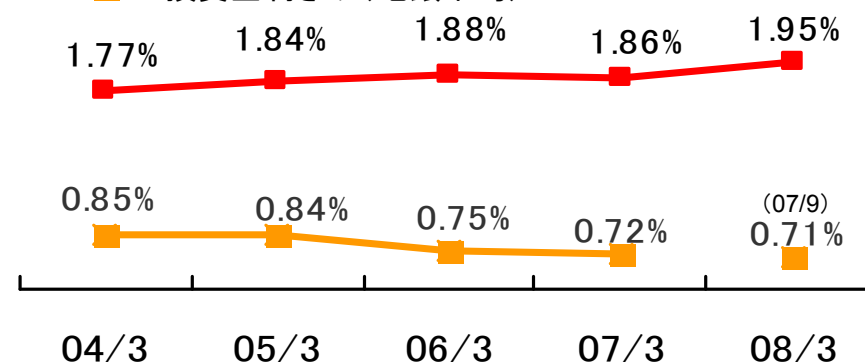
利回り・経費率の状況

■ 貸出金利回り ▲ 経費率 ◆ 預金等利回り



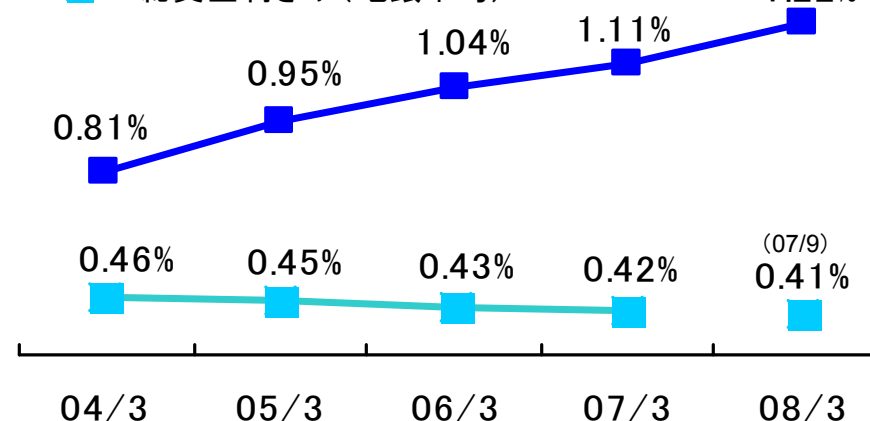
預貸金利ざや

■ 預貸金利ざや(当社) ■ 預貸金利ざや(地銀平均)



総資金利ざや

■ 総資金利ざや(当社) ■ 総資金利ざや(地銀平均)



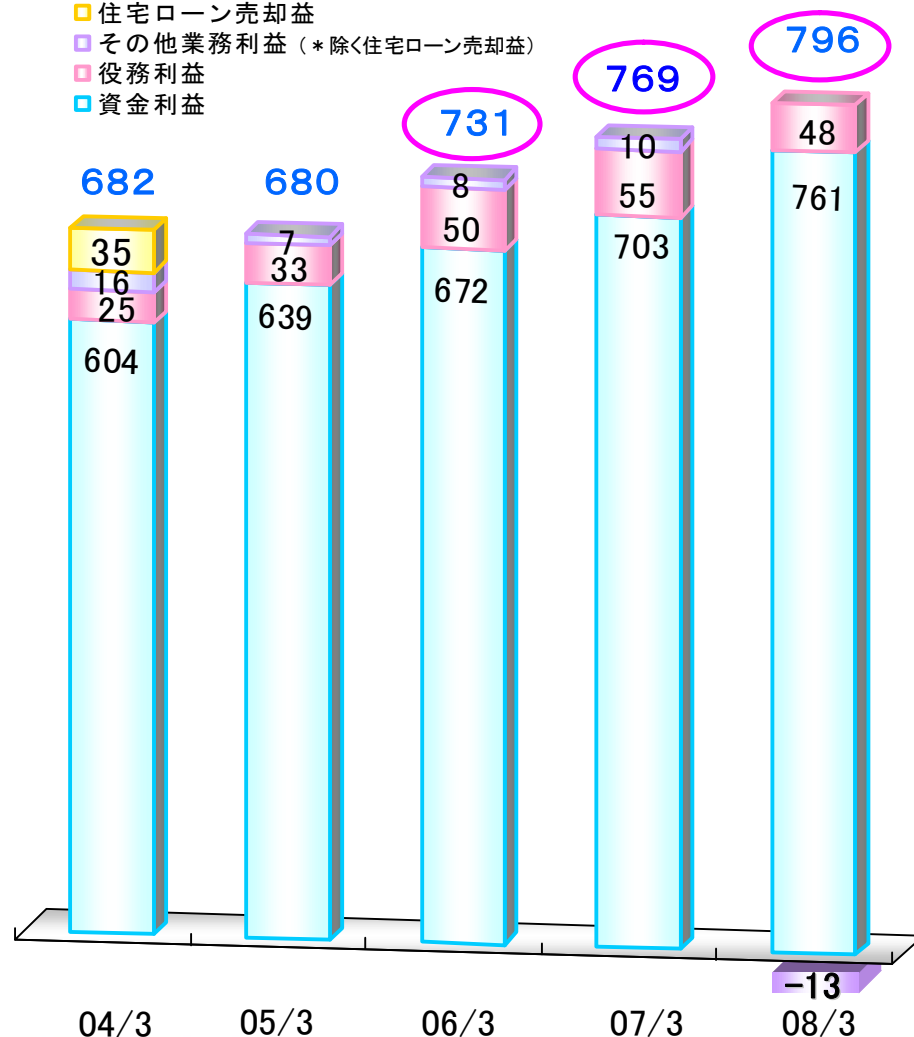
業務粗利益と円貨預貸金利益の推移

業務粗利益の推移

(億円)

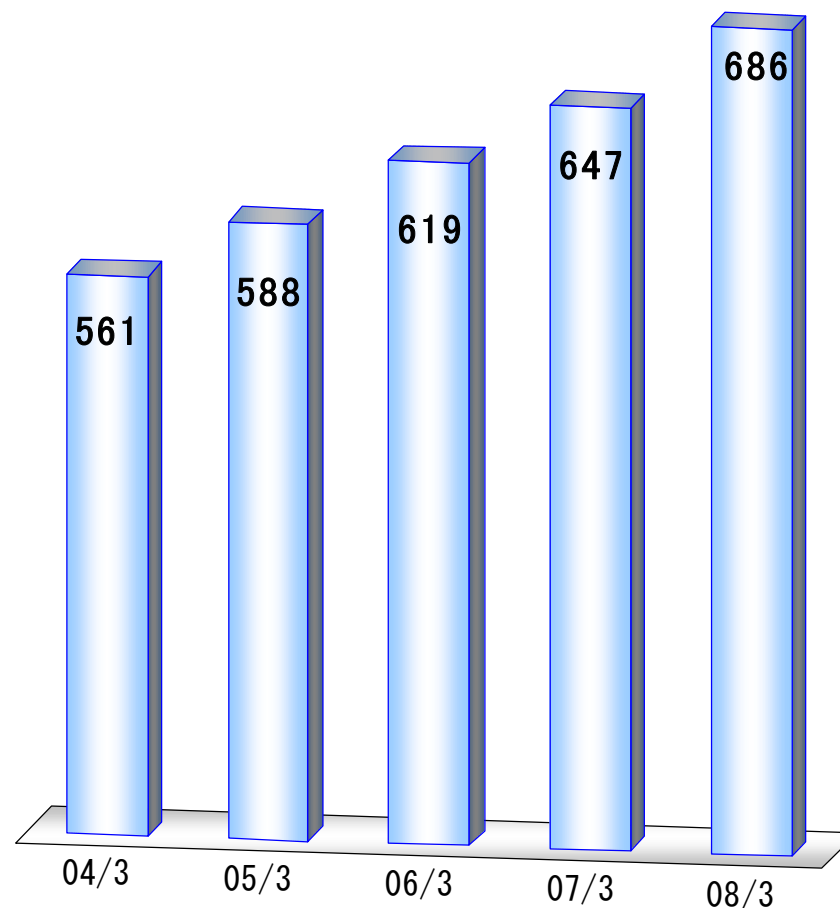
最高益

- 住宅ローン売却益
- その他業務利益 (* 除く住宅ローン売却益)
- 役務利益
- 資金利益



円貨預貸金利益の推移

(億円)

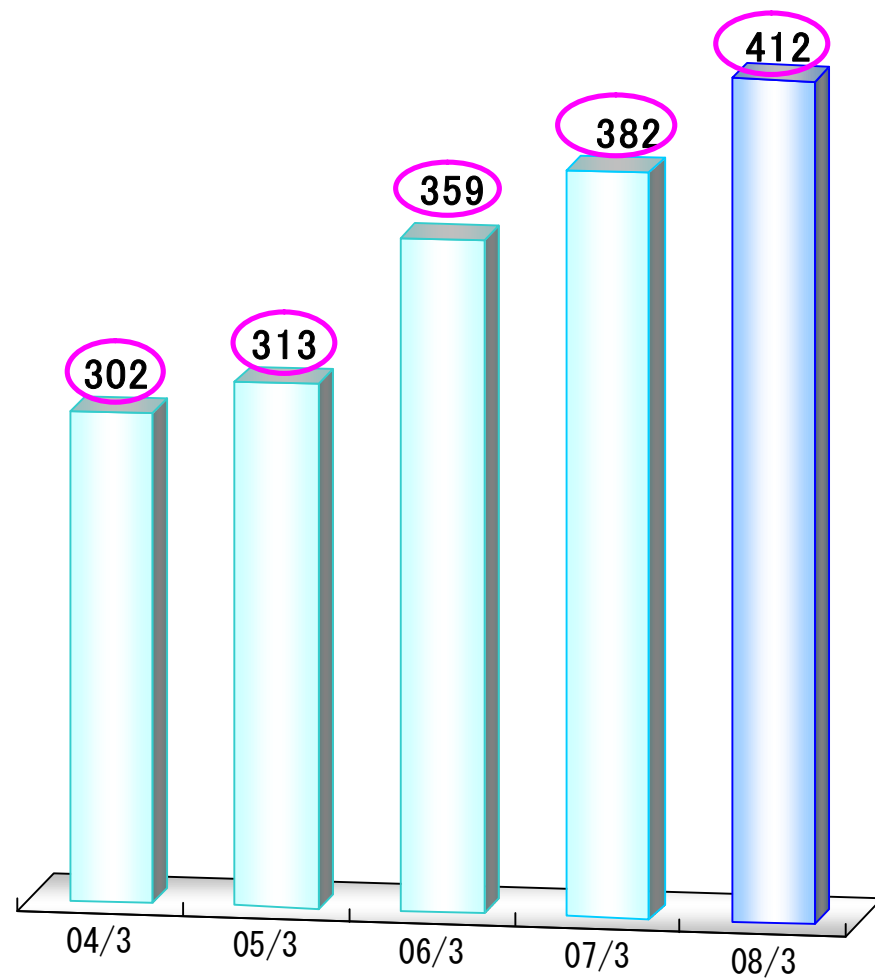


コア業務純益と当期純利益の推移

コア業務純益の推移

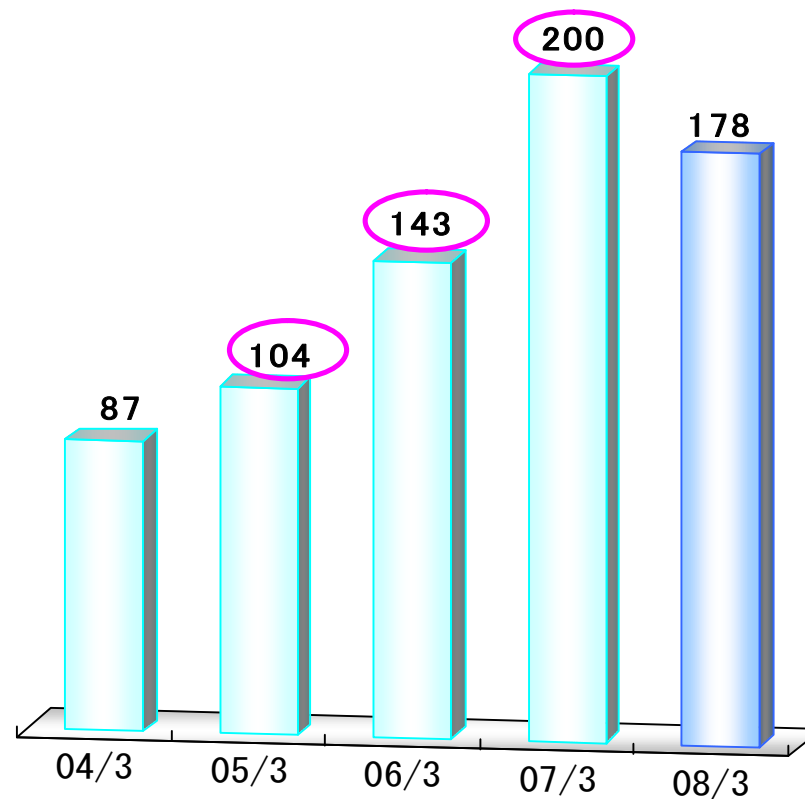
(億円)

○ 最高益



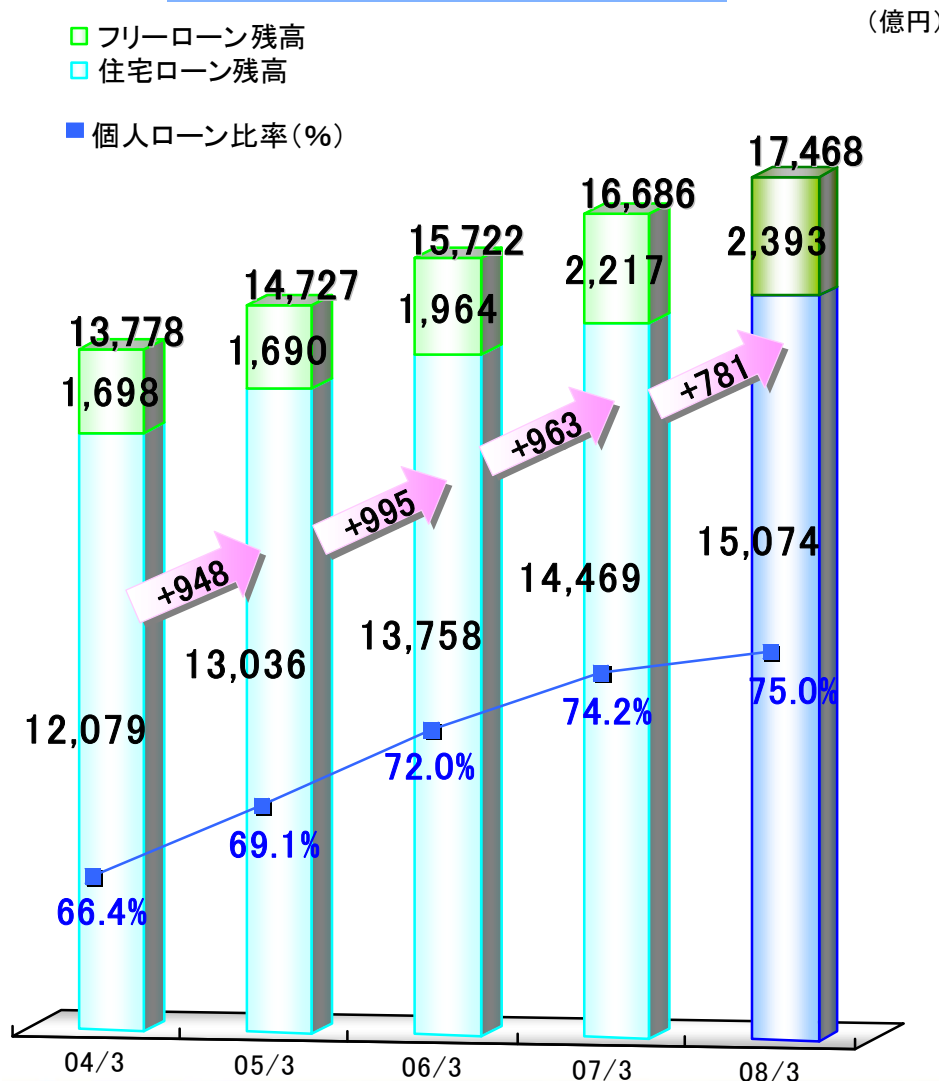
当期純利益の推移

(億円)

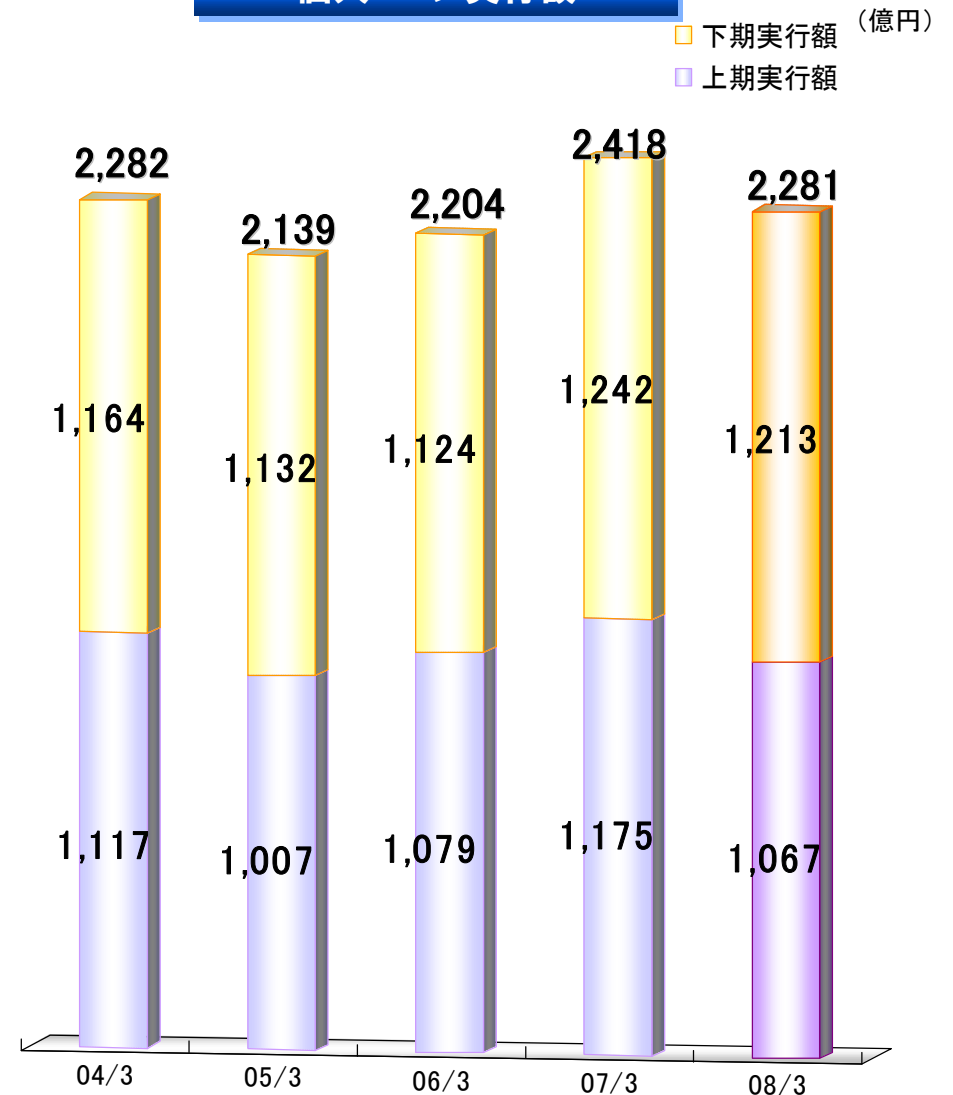


個人ローンの状況 ①

個人ローン残高・個人ローン比率

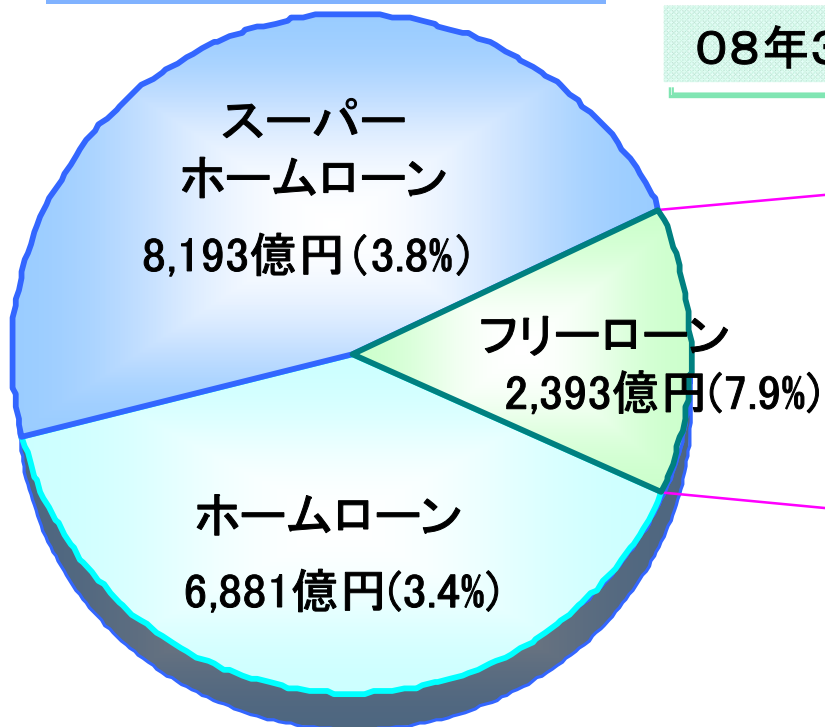


個人ローン実行額



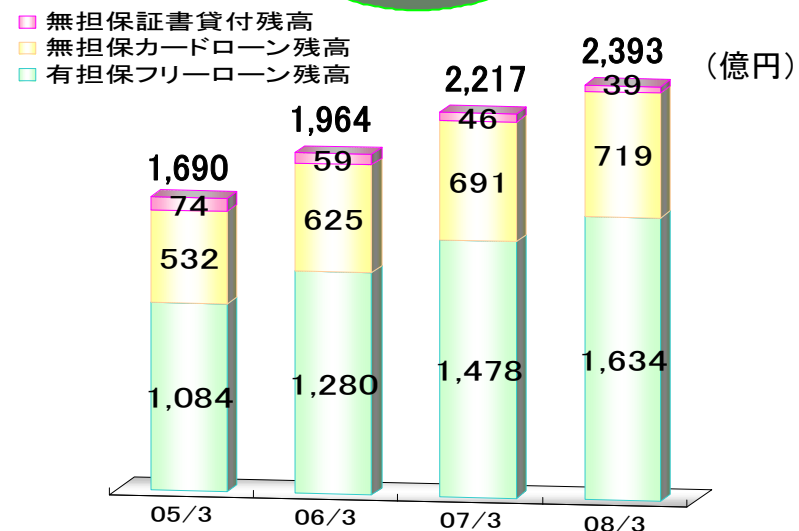
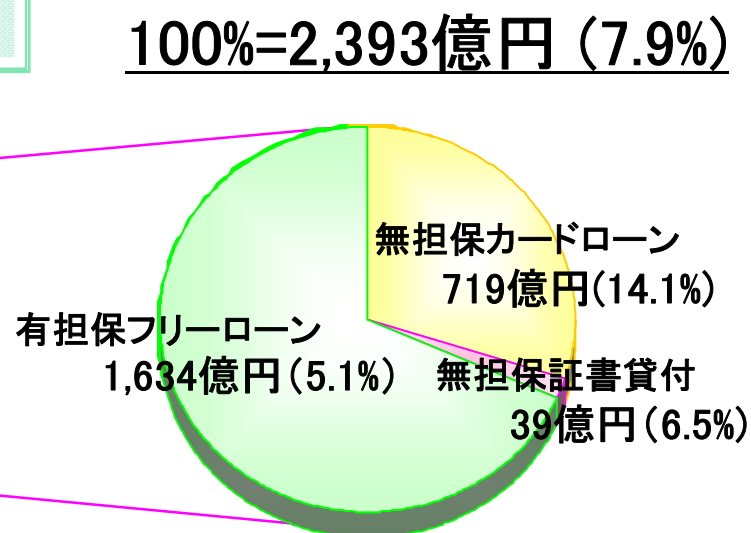
個人ローンの状況 ②

個人ローン残高内訳・平均レート



100%=17,468億円 (4.2%)

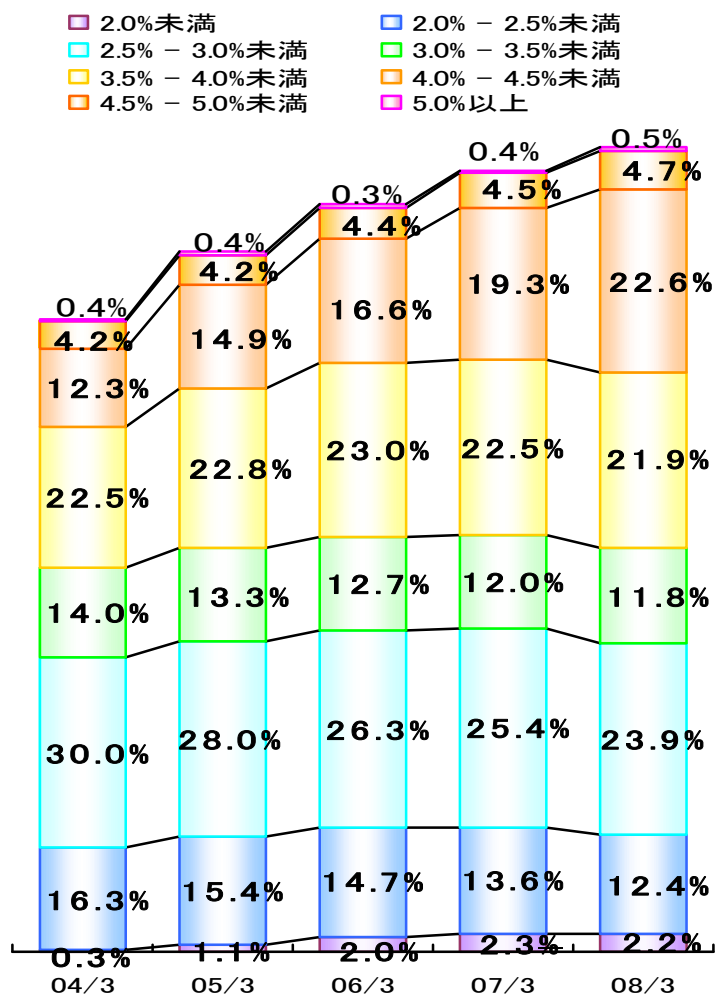
フリーローン残高内訳・平均レート



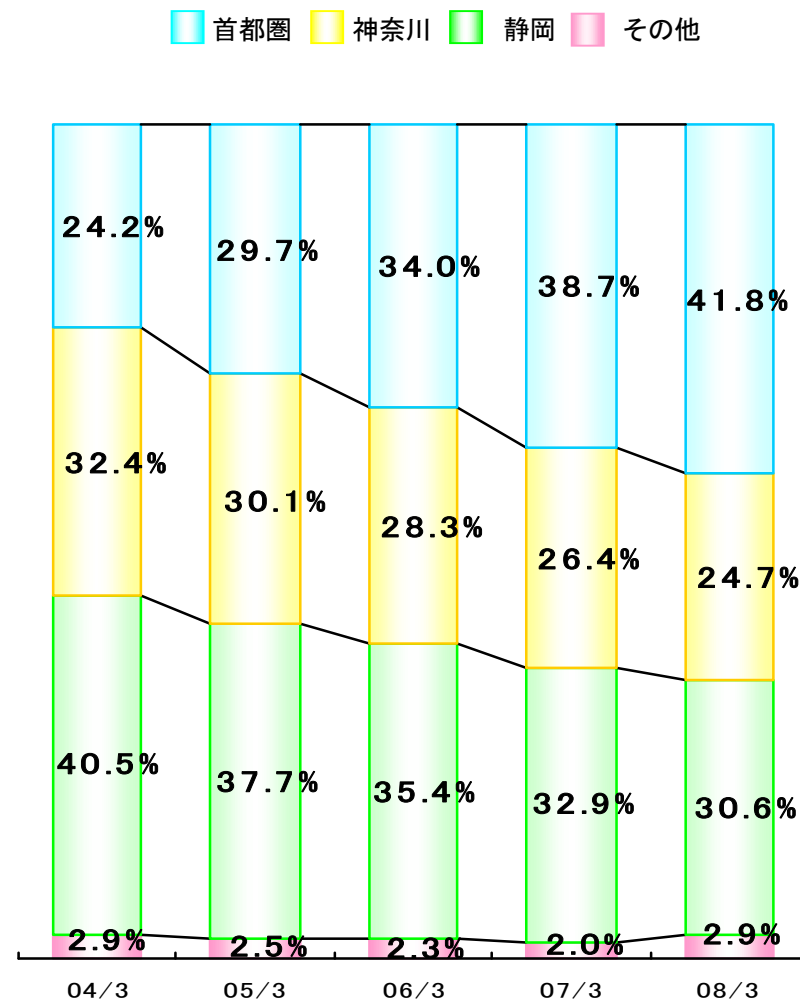
(注) ()内は平均レート

住宅ローンの状況

住宅ローン実行レート分布（累積）



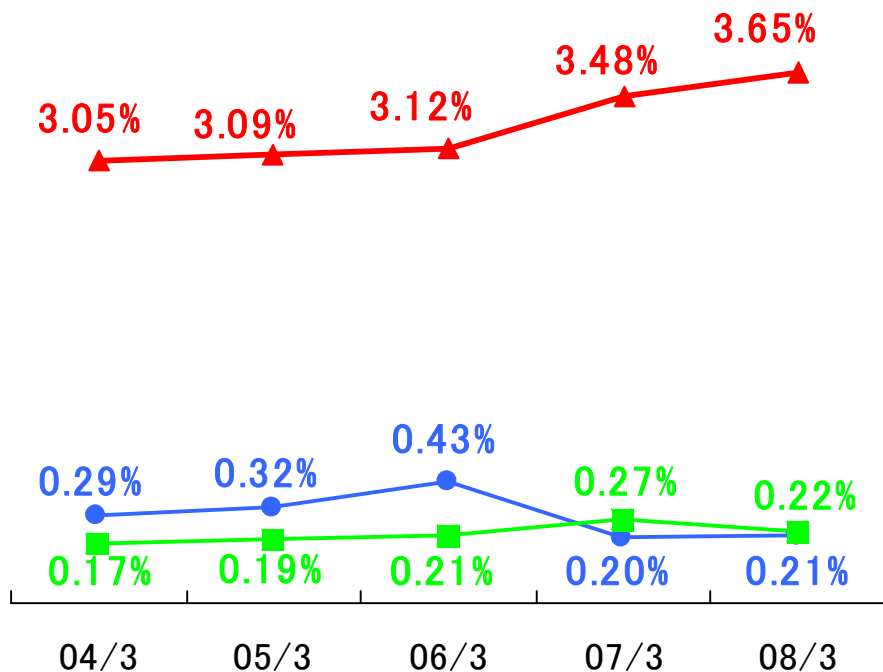
住宅ローン地域別残高比率



個人ローンの延滞率・毀損率の状況

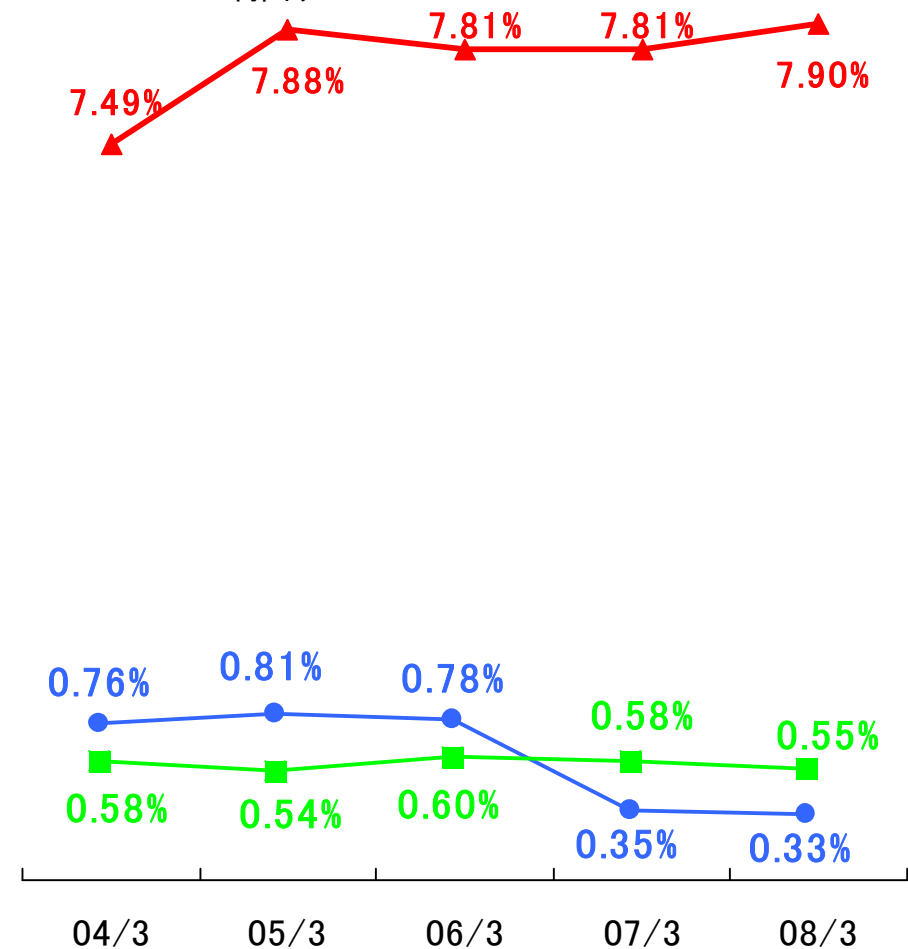
住宅ローン

▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



フリーローン

▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



※延滞率＝3ヶ月以上延滞債権 ÷ ローン残高、毀損率＝デフォルト率 × (1－回収率)

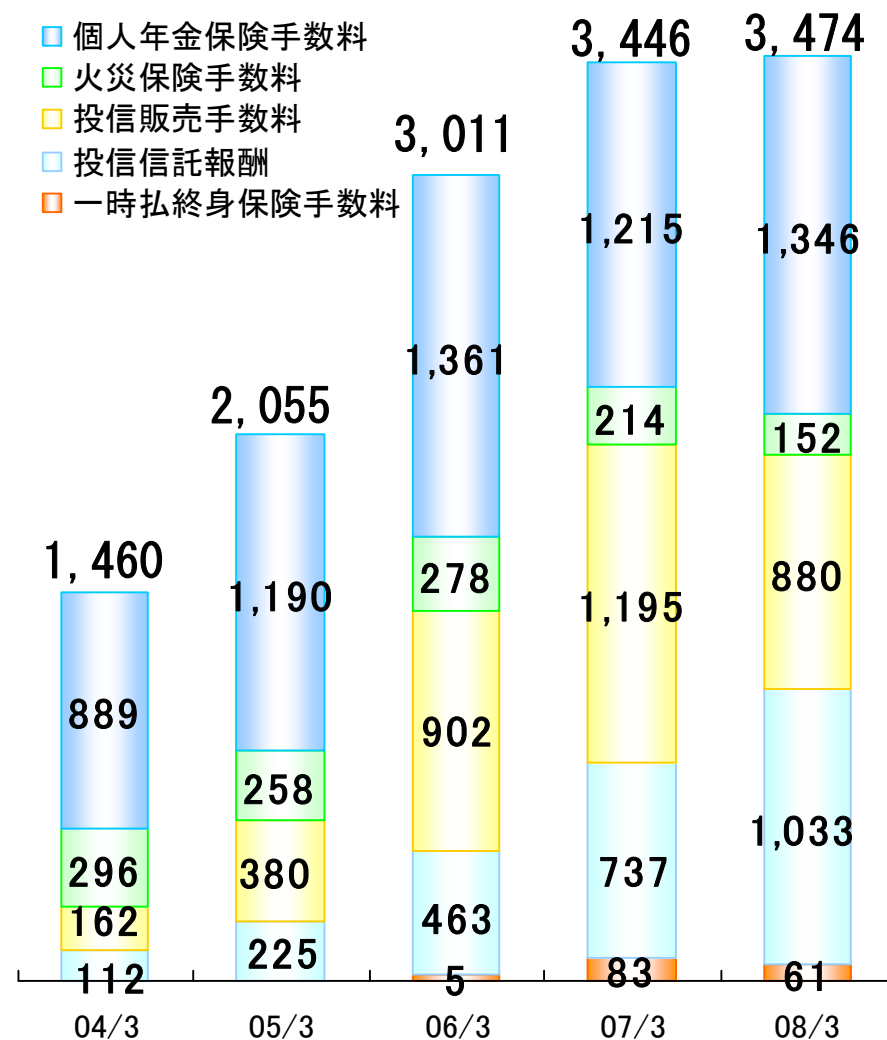
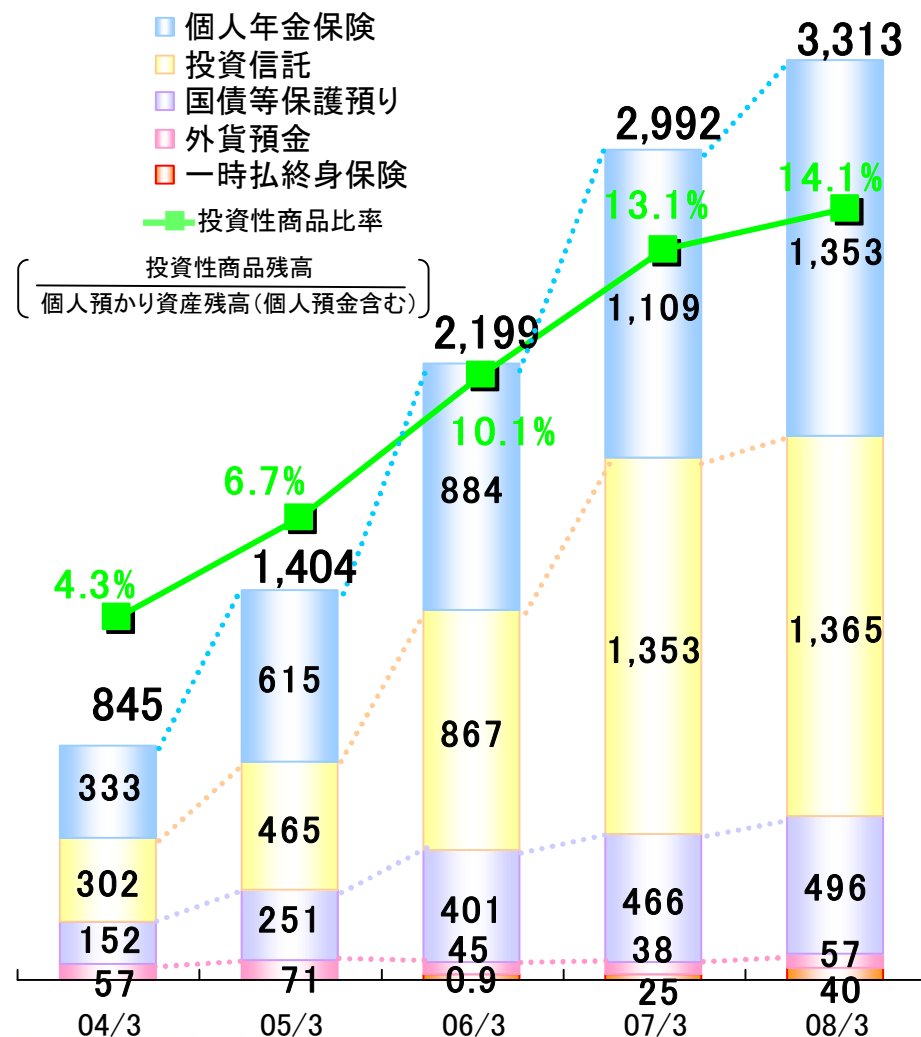
役務収益増強

投資性商品残高内訳(個人)

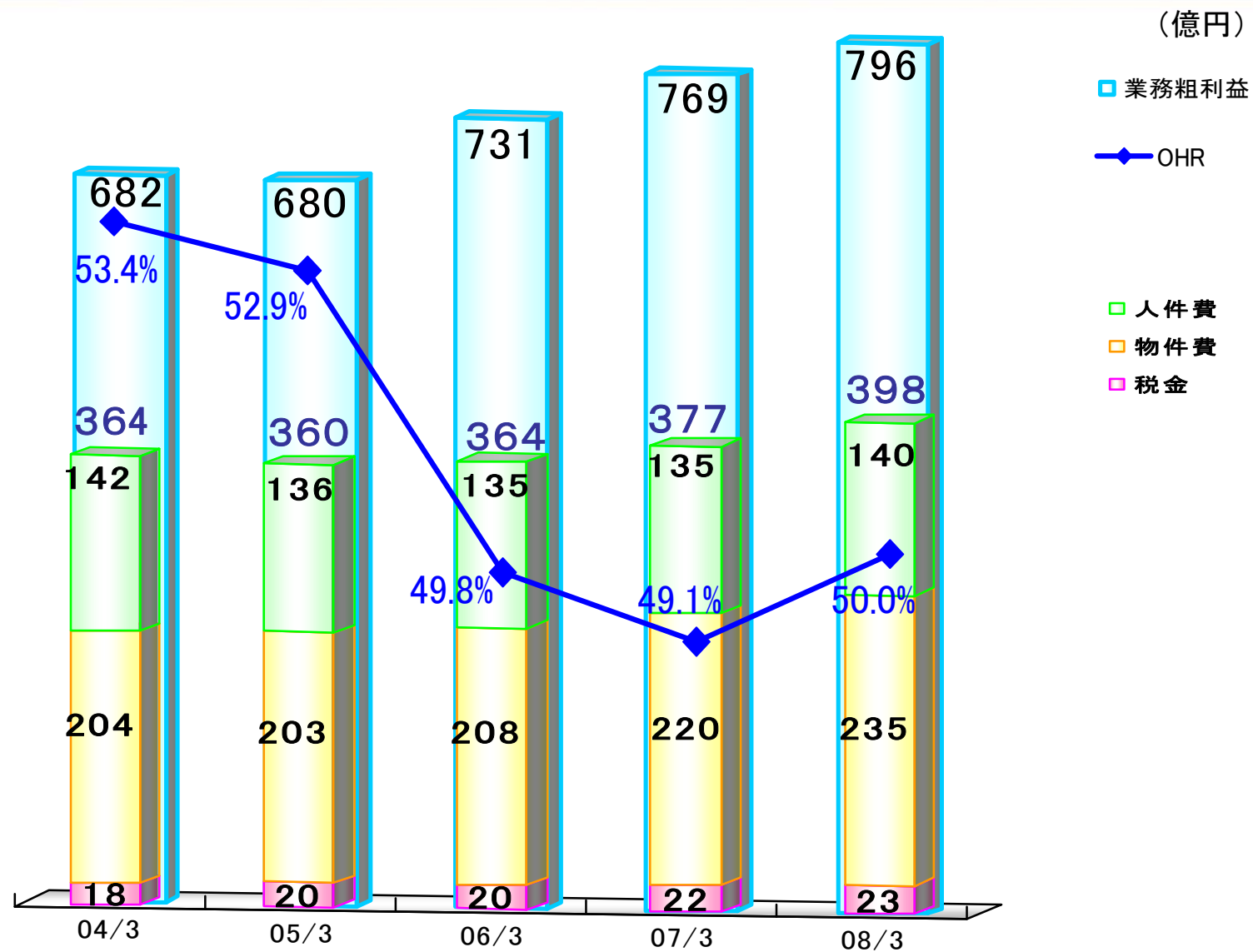
(億円)

投信・保険手数料収入

(百万円)



経費・OHRの状況



金融再生法開示債権詳細

(億円)

開示区分	08年3月期 与信残高	構成比	法人・個人別 与信残高		構成比	担保・ 保証合計	担保	保証	保全率	引当	引当率	カバー率
破産更正債権 及びこれらに 準ずる債権	138	0.59%	個人	84	0.48%	48	35	13	57.35%	36	100%	100%
			法人	54	0.90%	40	24	16	75.73%	13	100%	100%
危険債権	332	1.41%	個人	48	0.27%	28	18	9	60.15%	12	65.37%	86.20%
			法人	284	4.77%	167	81	86	58.81%	101	86.51%	94.44%
要管理債権	323	1.37%	個人	66	0.38%	44	39	4	66.54%	3	17.08%	72.25%
			法人	256	4.30%	105	104	1	41.05%	68	45.53%	67.89%
合 計	794	3.38%	個人	199	1.13%	121	94	27	61.09%	52	67.62%	87.40%
			法人	595	9.99%	313	209	104	52.69%	183	65.13%	83.50%
正常債権	22,681	96.61%	個人	17,316	98.86%							カバー率合計 84.48%
			法人	5,365	90.00%							
総与信合計	23,476	100%	個人	17,515	100%							
			法人	5,961	100%							

保全率 : 担保・保証による保全率

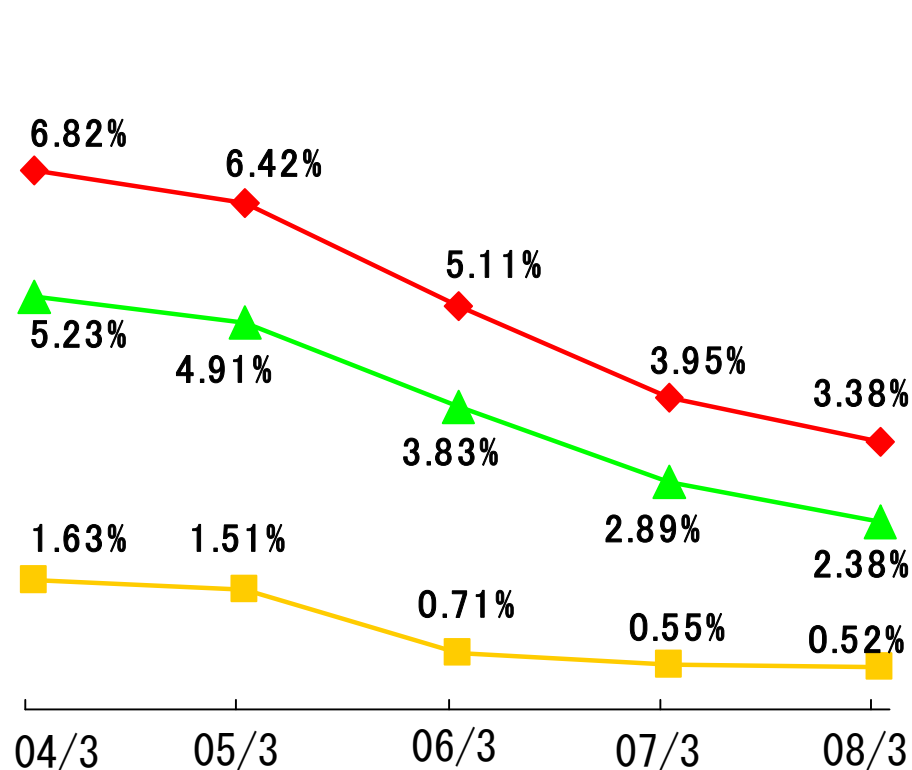
引当率 : 無担保部分への引当率

カバー率 : 担保・保証・引当を考慮したカバー率

開示債権比率／与信費用の状況

開示債権比率の推移

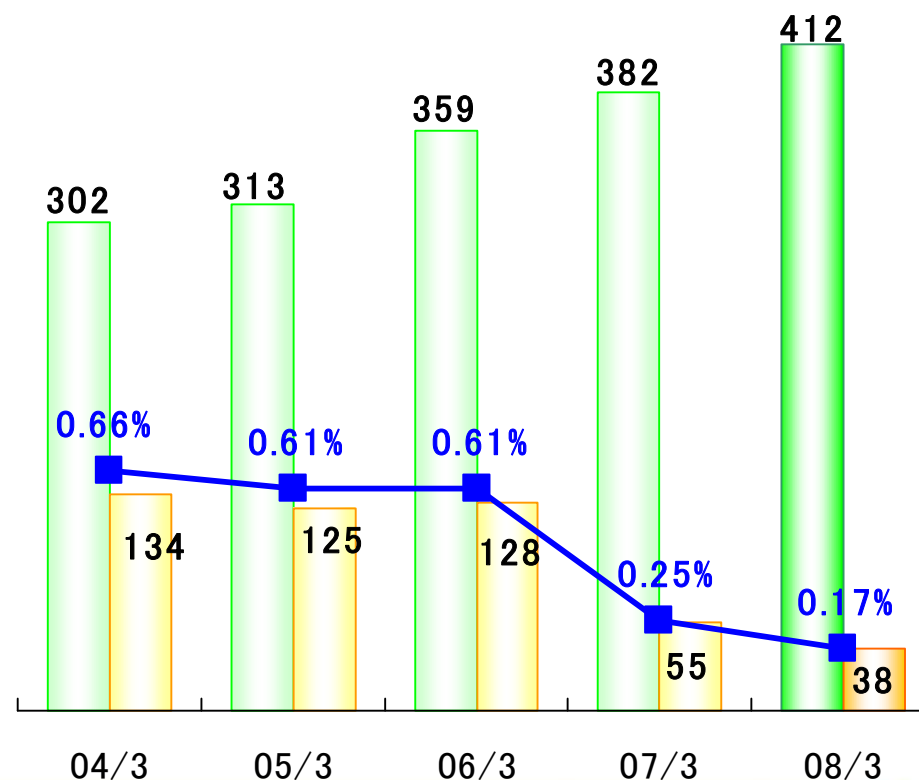
- ◆ 開示債権比率
- ▲ 開示債権比率(引当金控除後)
- 開示債権比率(担保・保証・引当金控除後)



与信費用

- コア業務純益
- 実質与信費用(与信費用－償却債権取立益)
- 実質与信費用比率(実質与信費用/貸出金平残)

(億円)

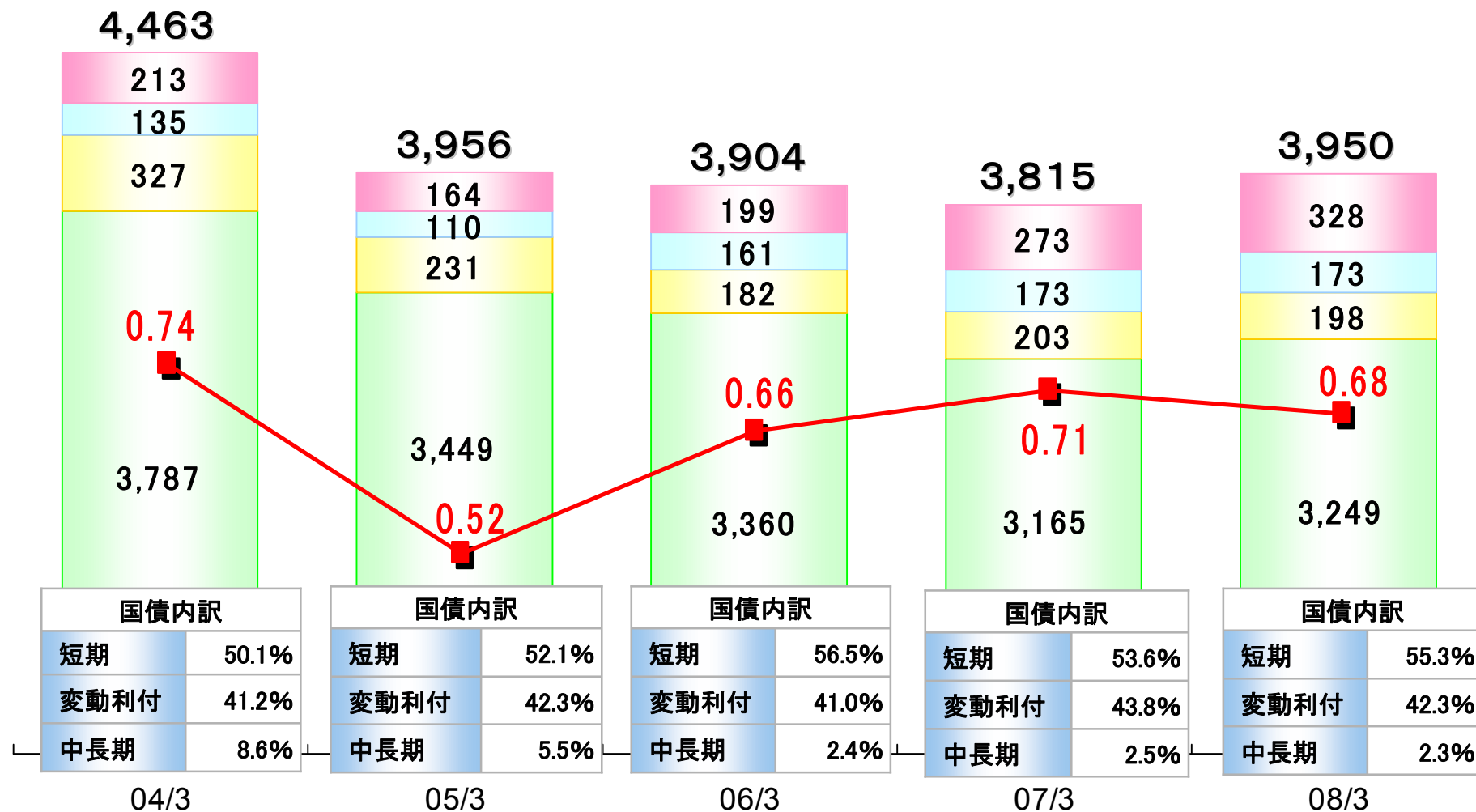


債券ポートフォリオの状況

□ 国債 □ 外国債券 □ 社債 □ 地方債

—■— 平均残存期間(年)

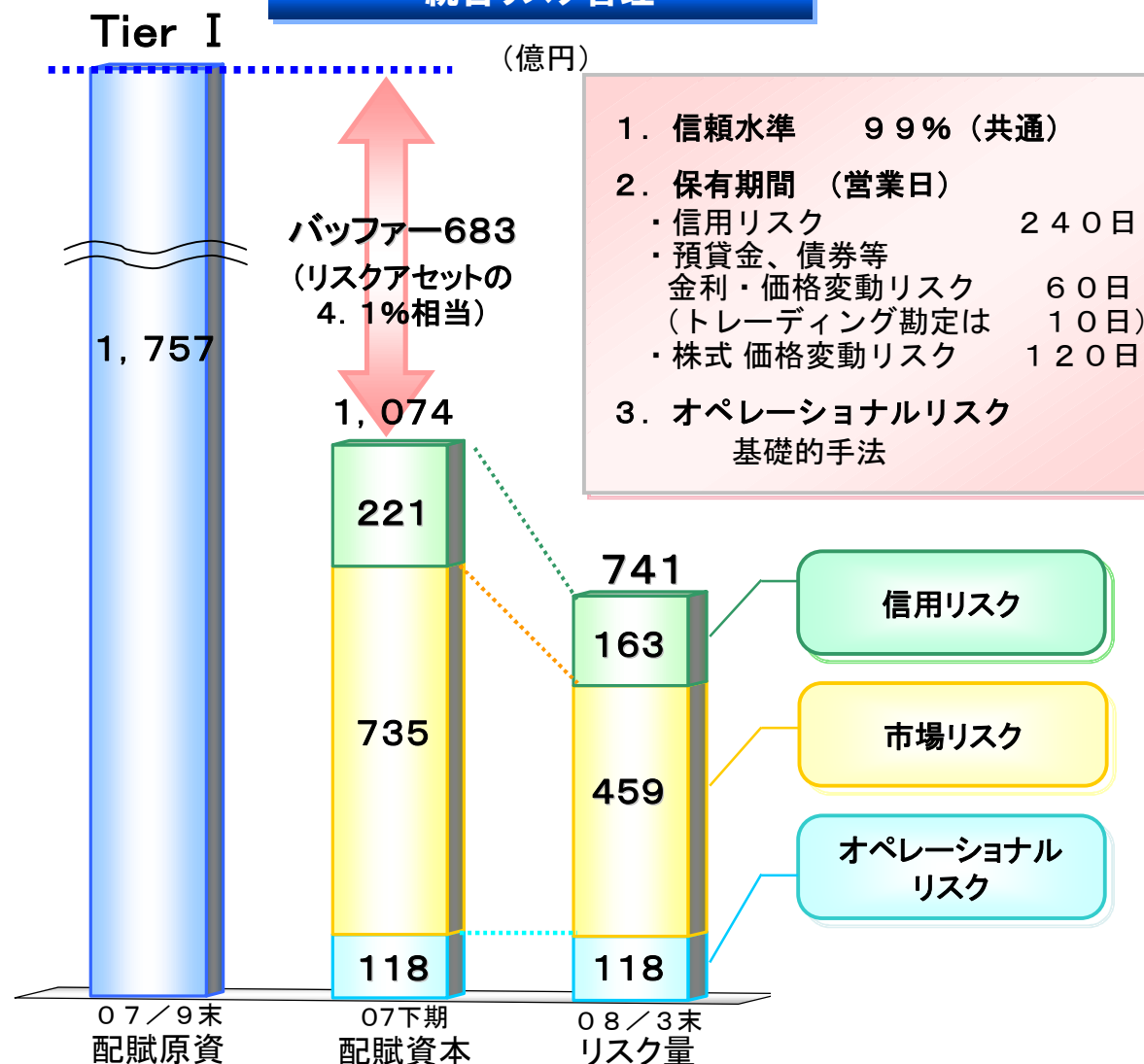
(億円)



リスク量の状況

統合リスク管理

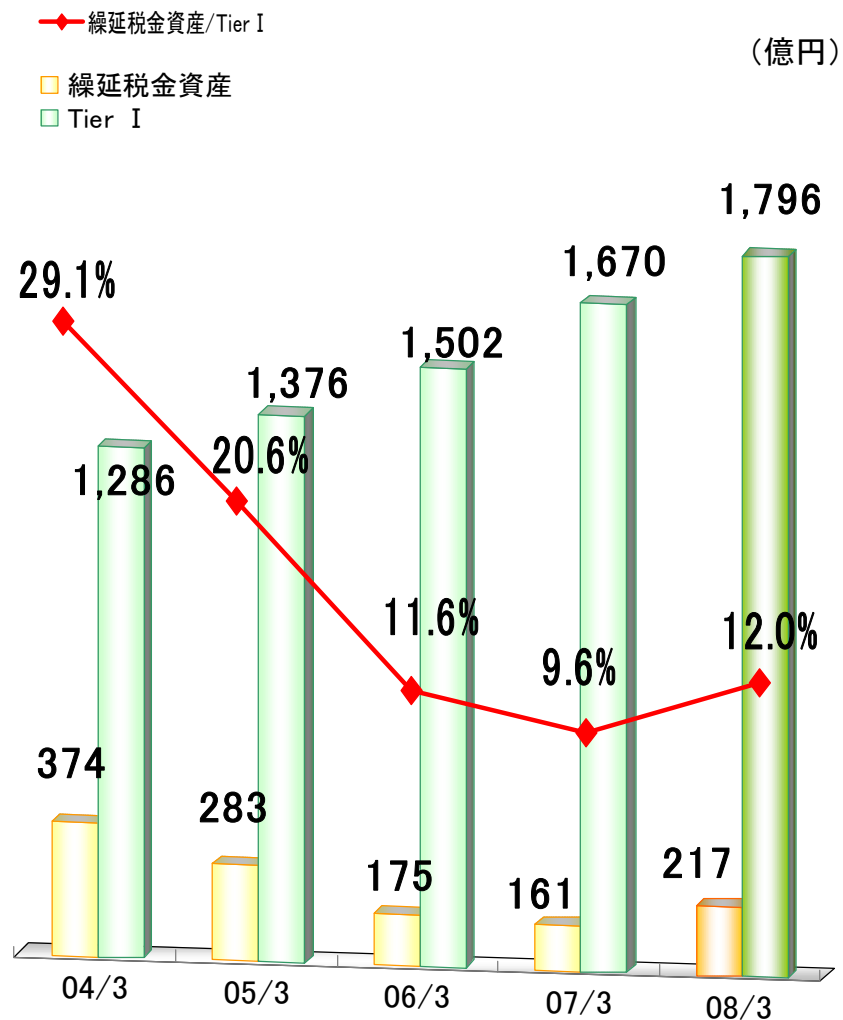
アウトライヤー比率



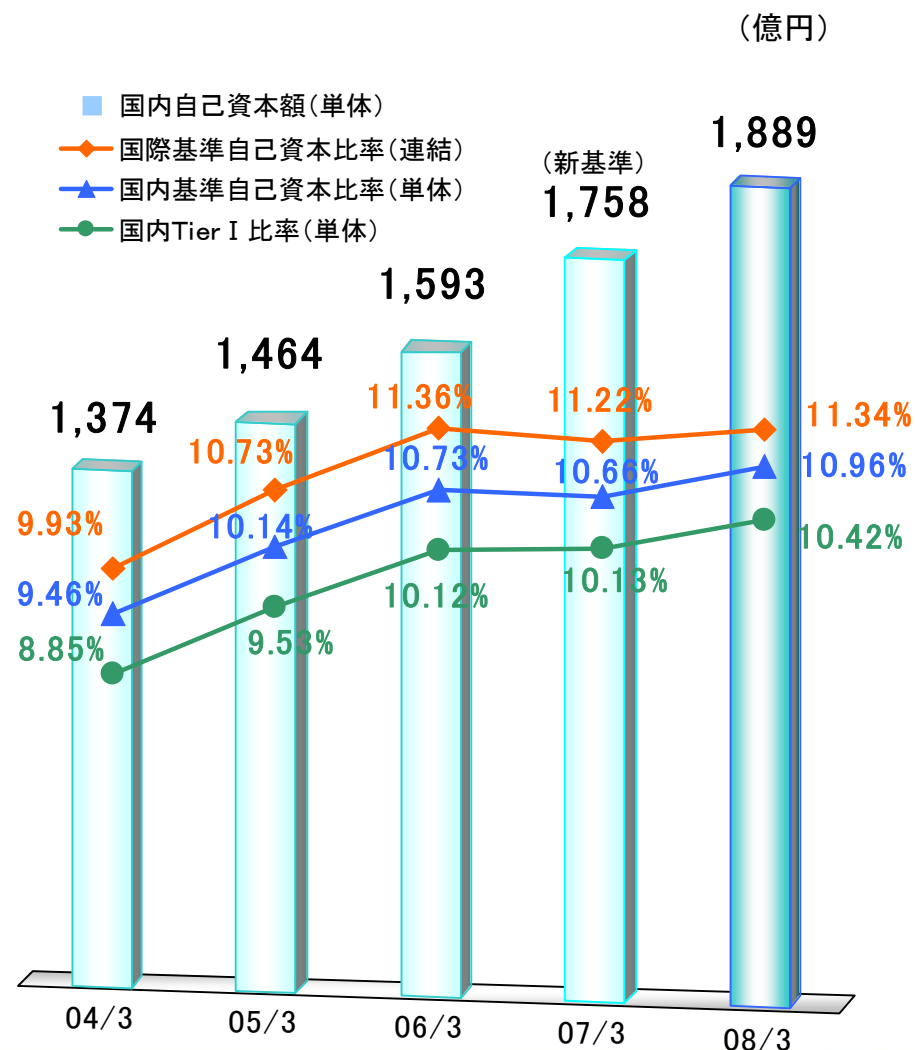
08年3月末	
金利ショック 方式	±200bp
金利リスク量	105億円
アウトライヤー 比率	5.5%

自己資本の状況

Tier I 資本・繰延税金資産



自己資本比率



2007年度実績及び2008年度業績見通し

	2006年度 実 績 (A)	2007年度 実 績 (B)	前年度比 (B-A)	2008年度 見通し
業務粗利益	769	796	+27	850
経費等	377	398	+21	420
業務利益	372	416	+44	430
コア業務純益	382	412	+30	430
経常利益	304	326	+22	370
当期純利益	200	178	△22	220
実質与信費用	55	38	△17	60
ROE(%) (当期純利益ベース)	13.37	10.69	△2.68	12.10
EPS(円)	76.31	67.94	△8.37	83.58
一株あたり配当金(円)	11.0	13.0	+2.0	13.0

○ 過去最高益

スルガの考える社会的責任

これからのCSR

社会基盤で事業を行う上で必須のCSR

“機能的コミュニケーション”

- 社会からの最低限の要請
- マイナスリスクの軽減

+

価値創造型CSR

“価値観的コミュニケーション”

- 遵法を超える正しさに沿う経営 ○ステークホルダーとの厚い信頼
- 市場における違いの確立 ○限りなく透明性と納得性を高める経営

「＜夢をかたちに＞する、＜夢に日付を＞いれるお手伝い」を企業理念とするスルガは、顧客価値の提供と夢の実現のお手伝いを通じて、ステークホルダーのご期待に応え社会的責任を果たしてまいります

環境への取り組み

環境に配慮した金融商品の開発や環境保全活動に取り組んでいます

- スルガ平本部におけるISO14001活動
- カーボンオフセット付き住宅ローン
- インターネットバンキングでのふじさんネットワークへの募金
- チーム・マイナス6%への参加など



「夢」の実現をサポート

お客さまの夢から未来を創る「d-labo(夢研究所)」

お客さまの「夢見る力」「夢探し」をセミナーの開催などでサポート



環境省協賛セミナー開催

「I DREAM」(サッカーの夢応援)

「サッカー王国」静岡県の銀行として、サッカーに関わる「夢の実現」をサポート

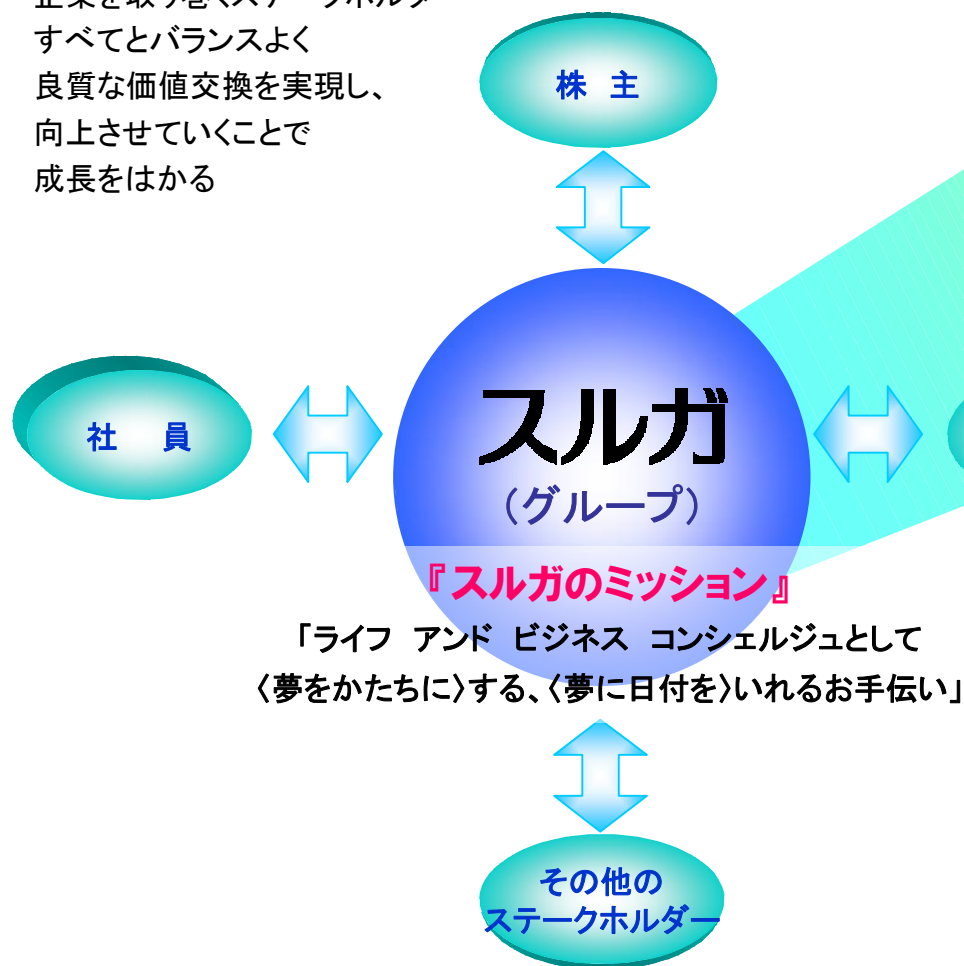


スルガ銀行
チャンピオンシップ2008
OSAKA
Jリーグヤマザキナビスコカップ / コパ・スタメリカー
王者決定戦

経営理念における成長のあり方

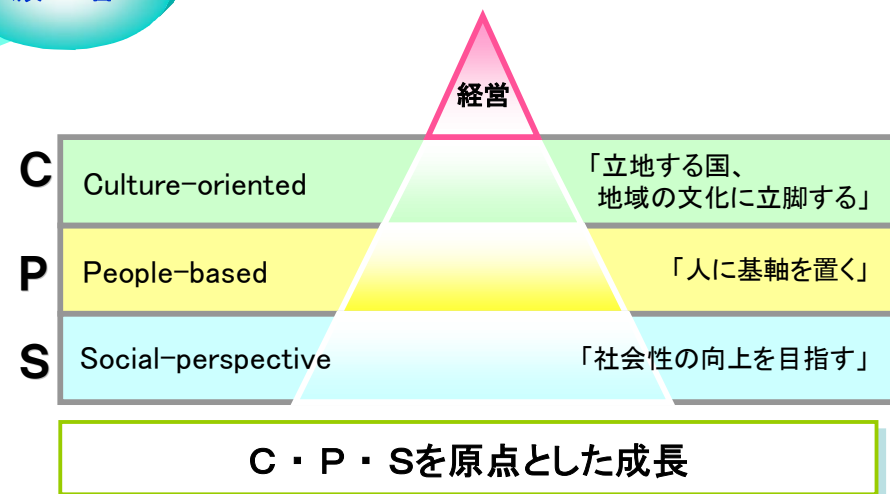
ステークホルダーとの良質な価値交換の実現

企業を取り巻くステークホルダー
すべてとバランスよく
良質な価値交換を実現し、
向上させていくことで
成長をはかる



使命型企業
としての成長

高い社会性を持ったミッションの実現性向上
＝社会的価値の向上へ



インターネットIR

これまでCD-ROMにて配布しておりましたIR情報は
スルガ銀行HPより動画音声版およびPDF版をご覧ください。



http://www.surugabank.co.jp/surugabank/corporate/internet_ir/

＜本件に関する照会先＞
スルガ銀行
経営企画部企画(IR広報)

〔TEL〕 03-3279-5536

〔メールアドレス〕 ir.koho@surugabank.co.jp

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、目標対比異なる可能性があることにご留意ください。