



2009年9月期

スルガ銀行 インベスターズ・プレゼンテーション

Presentation to investors on interim period ended September 30, 2009

Meeting the Challenge of New Banking

SURUGA bank

経済社会のパラダイムシフト

目に見える資本主義

「貨幣経済」という枠組みの中で、全ての価値を「貨幣」に換算し評価する資本主義

経済社会の
パラダイムシフト

操作主義

知識主義

貨幣経済

享受型

無限成長

螺旋的发展による
「未来進化」と「原点回帰」

資本主義の進化の姿

目に見えない資本主義

「貨幣」という単一の尺度ではなく、目に見えない価値・資本を重視する資本主義

複雑系

共感

自発

参加

地球環境

新たな価値観を伴う復活

- 高い商品開発力による差別化
- CRMによる顧客価値の最大化
- 高収益性・高成長の実現

商品・知識、システムインフラ
高い収益性を軸に走り続ける

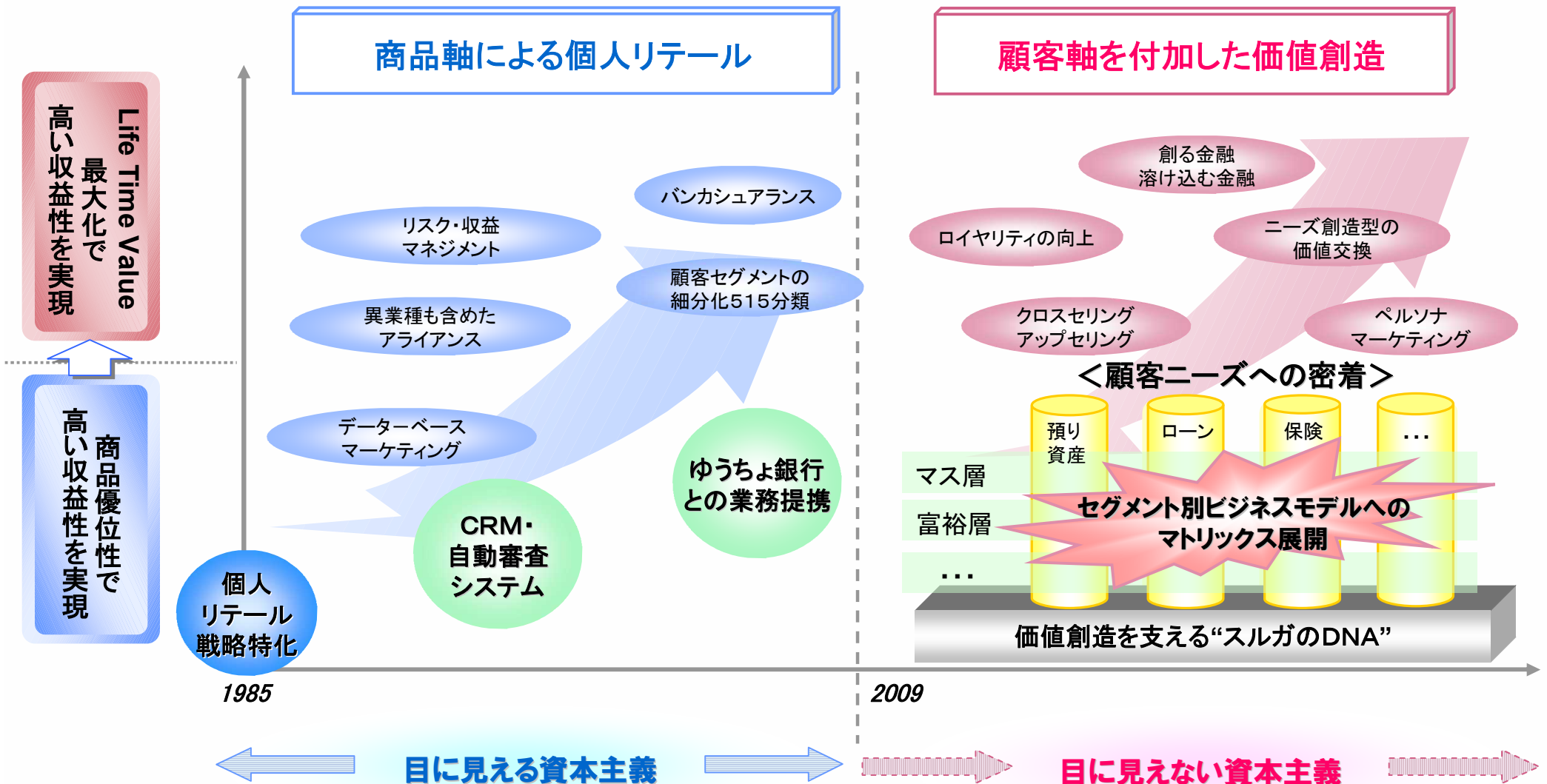
<個人リテール>

- 顧客関係性の強化
- 価値交換・顧客価値の高度化
- ロングテールな金融ニーズへの対応

顧客ロイヤリティ向上・
社会貢献を加味して飛躍する

<価値創造>
(イノベーションチャレンジ)

スルガの価値創造型イノベーション



独自価値を提供し続け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
ー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ー

主要な市場

ネットワーク事業

インターネット・コールセンター
によるダイレクトチャネル

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

首都圏をはじめ札幌から福岡まで、
主要な都市圏における事業展開

広域事業

日本郵政グループの
幅広いネットワーク

代理店事業

経営資源の効率的・効果的な配分

戦略的傾斜配分

戦略的傾斜配分

コア事業

フリーローン
／カード事業

保険事業

住宅ローン
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

リテール特化
のデータベース

ダイレクトチャネル
オペレーション

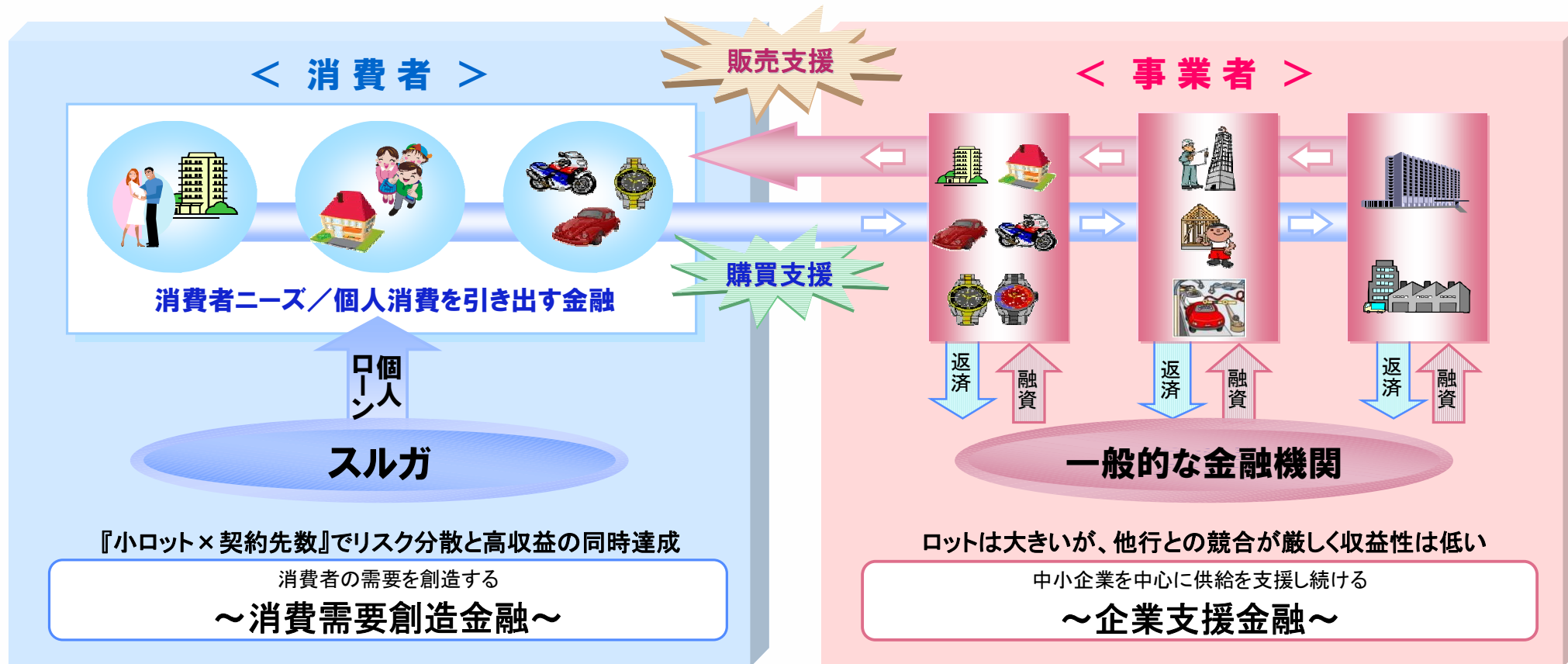
システムインフラ
プラットフォーム

地域に根付く
顧客基盤

他を圧倒する
スピード・柔軟性

スルガの考える「金融サービス業」としての使命

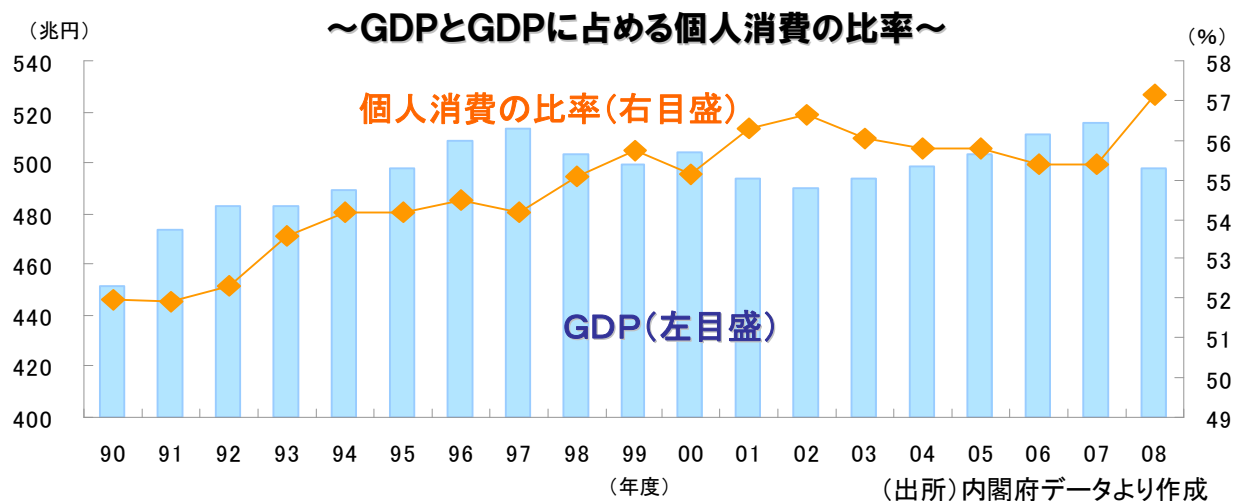
日本のGDPに占める個人消費(家計最終消費支出)の比率は60%弱



「広く消費者の健全な需要を喚起・創造すること」を目指し
個人消費者への金融という側面から経済活性化を支援

日本の個人消費と個人向けローン市場

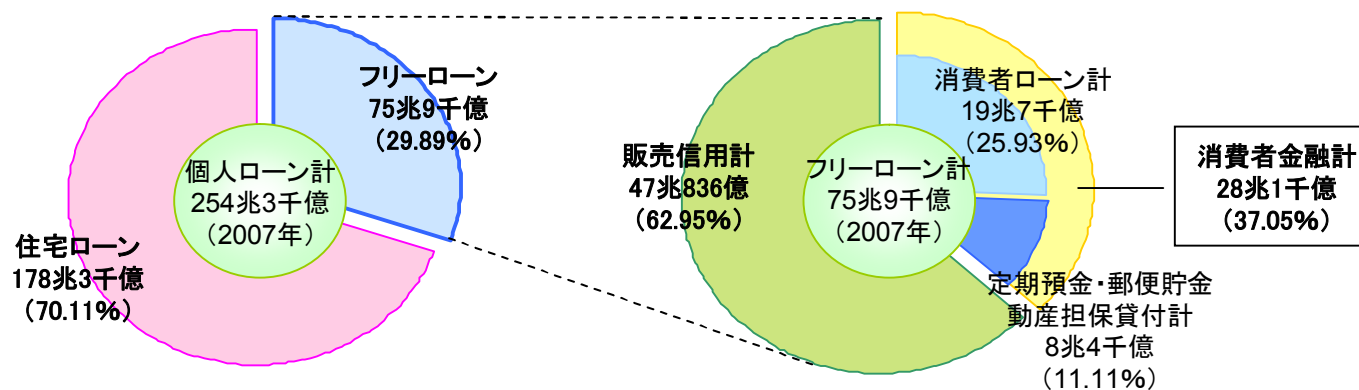
日本経済を支える個人消費



日本のGDPに占める
個人消費の比率は60%弱

政府の内需拡大策にあわせ個人消費を
サポートする金融サービスの提供が不可欠

個人向けローン市場規模



法改正による
ビジネスチャンスの拡大

健全な資金ニーズに対して
柔軟な対応が求められる

住宅ローン・小口ローンを取り巻く環境とスルガの戦略

多様化する個人リテール金融のニーズに対応し、収益性を顧客満足と同時に実現する
スルガ独自のビジネスモデルを展開

住宅ローンを取り巻く環境と スルガの戦略

- 内需拡大に向け、政府も住宅政策を重視
- 住宅購入適齢期を迎える団塊ジュニア
- 価格調整局面による不動産取引の活発化

環境認識

- 34種類超の独自性の高い商品ラインナップ
- 非価格競争による適切なプライシングを確保
- 定量＋定性情報による総合的審査モデル

スルガの戦略

小口ローンを取り巻く環境と スルガの戦略

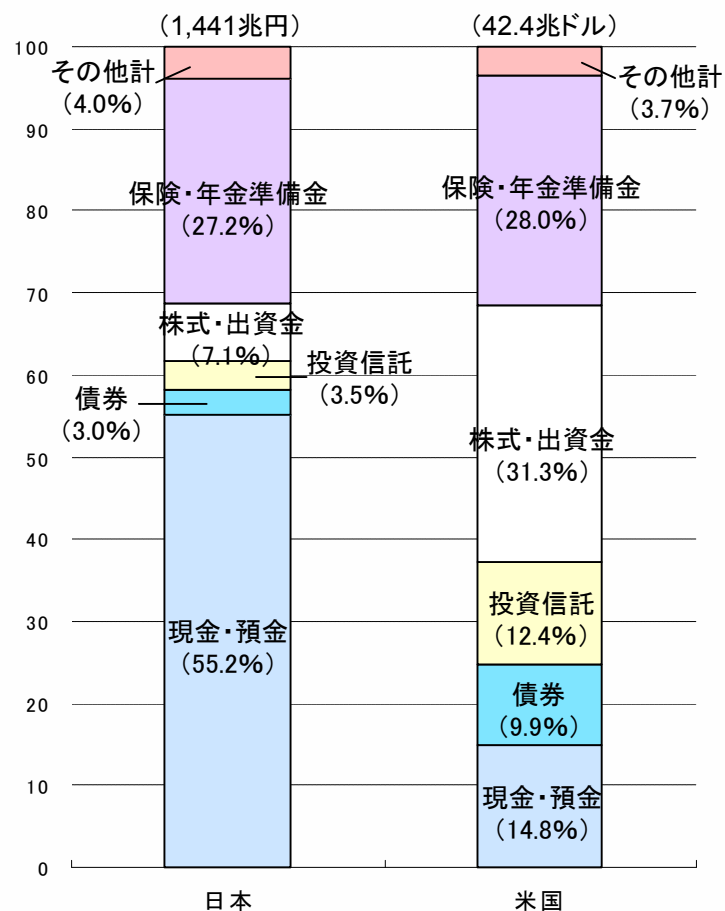
- 貸金業法等の改正による銀行への期待感
- 事業環境の変化に伴うプレイヤーの再編
- 雇用形態・景況感の変化によるローンニーズ

- 豊富なDB／卓越したマイニングスキル
- CRMをベースとした審査・途上与信体制
- 低コストオペレーション体制の構築

消費者向け金融における日米の構造的違い

日米の家計資産構成(09年6月)

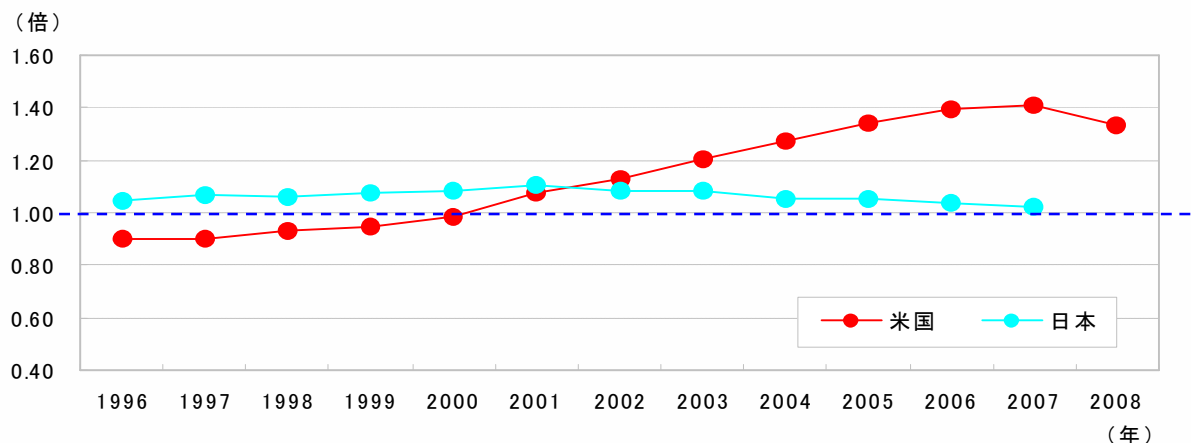
米国比 健全な日本の消費者の家計資産



(出所) 日本銀行データより作成

日米家計部門の負債残高(対可処分所得比)推移

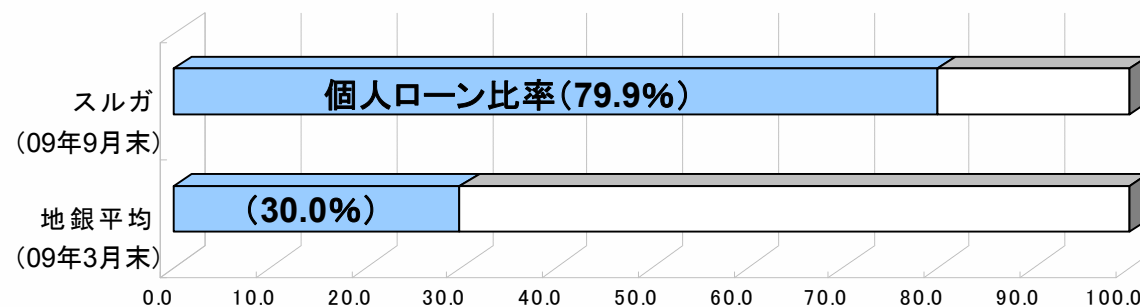
米国と違い過剰消費に陥っていない我が国の消費者にスルガはフォーカス



(出所) 経済産業省データより作成

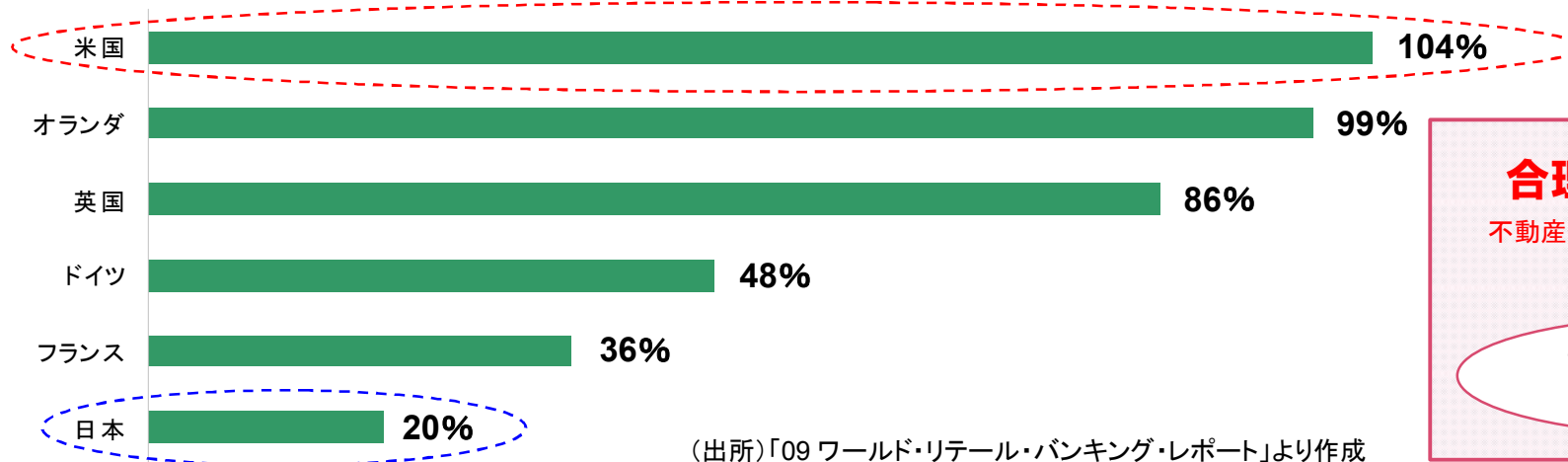
個人ローン比率の比較

スルガは個人向けローンに特化。景気動向による業績の影響が小さい。



日米の「住宅ローン市場」における環境の違い

住宅ローン残高のGDPに占める比率(2007年)



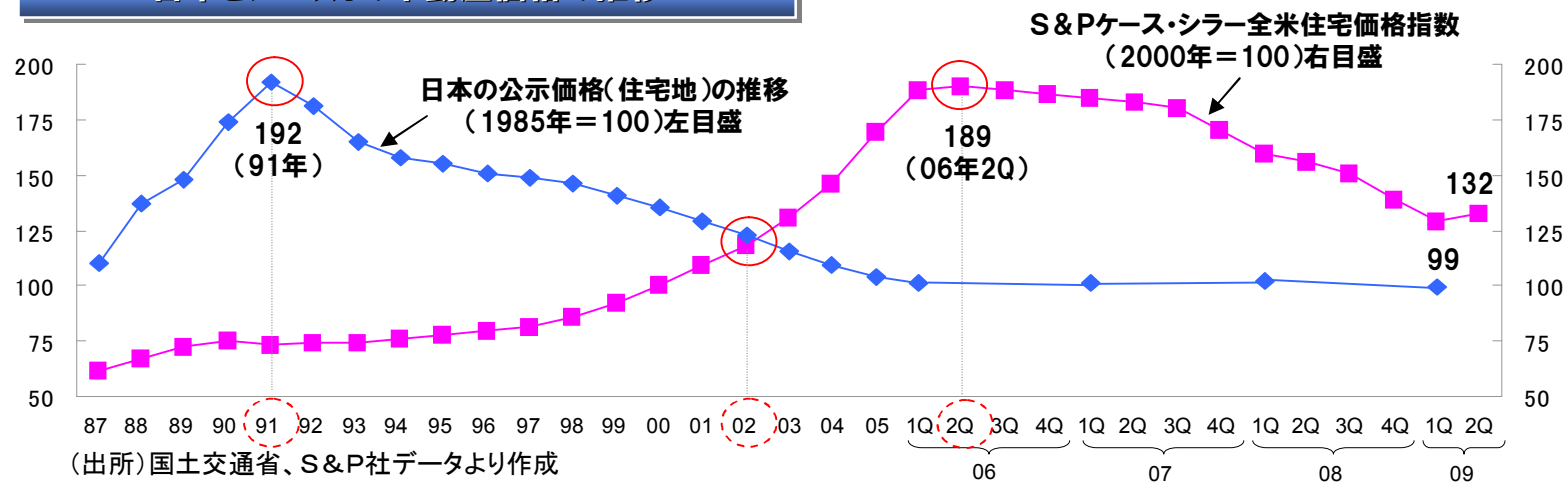
(出所)「09 ワールド・リテール・バンキング・レポート」より作成

合理的な限度を超過

不動産価格下落に伴うリスクの顕在化

歯止めの利かない
住宅価格の上昇

日本とアメリカの不動産価格の推移



米国の不動産需給の
正常化は道半ば

日本の不動産価格は
安定的に推移

新たな価値観を生み出す社会構造の変化

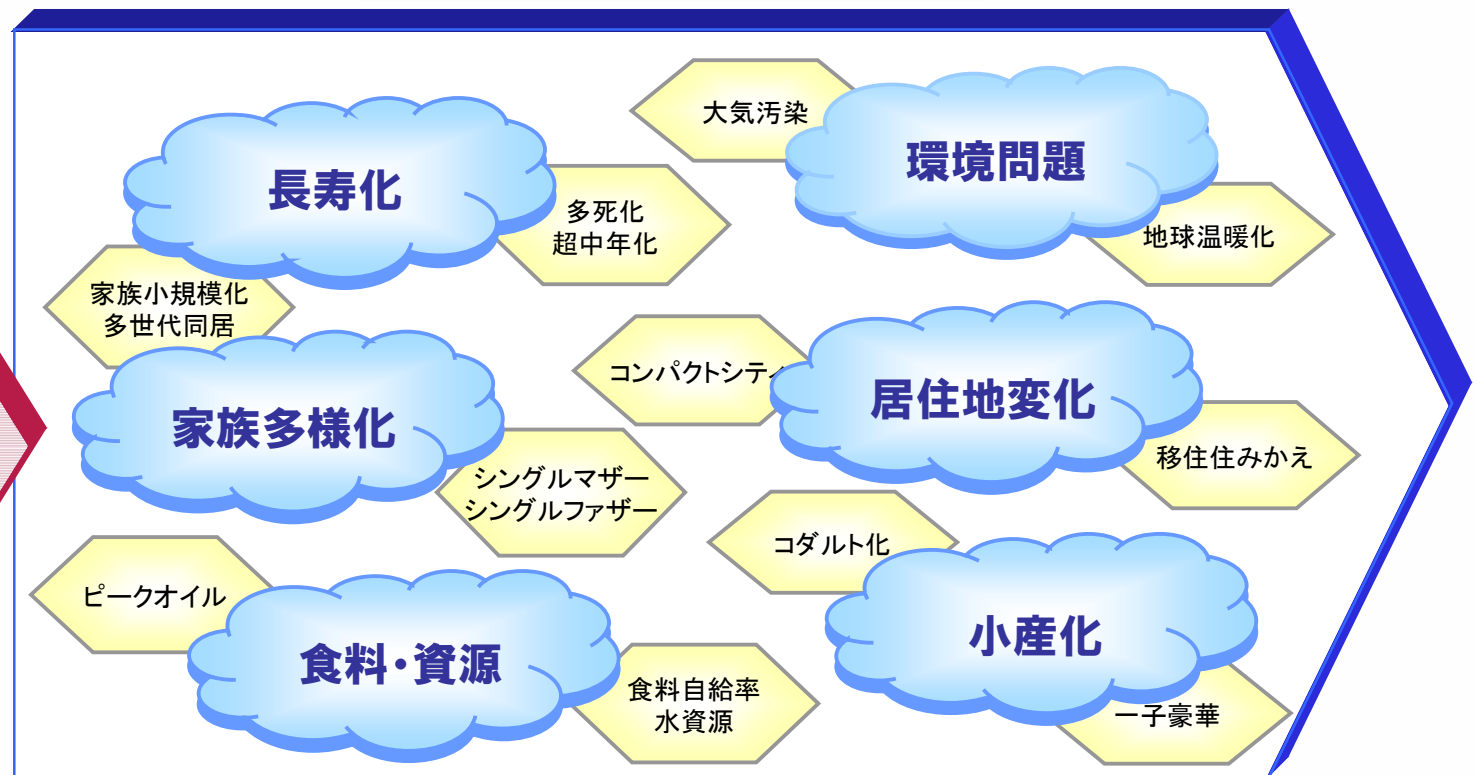
「成長・拡大型」から「飽和・濃縮型」の社会へ大転換

～より消費者に深くフォーカスするスルガにとって大きなビジネスチャンス～

これからの社会構造
＜成熟・濃縮・余裕型＞

これまでの社会構造
＜成長・拡大型＞

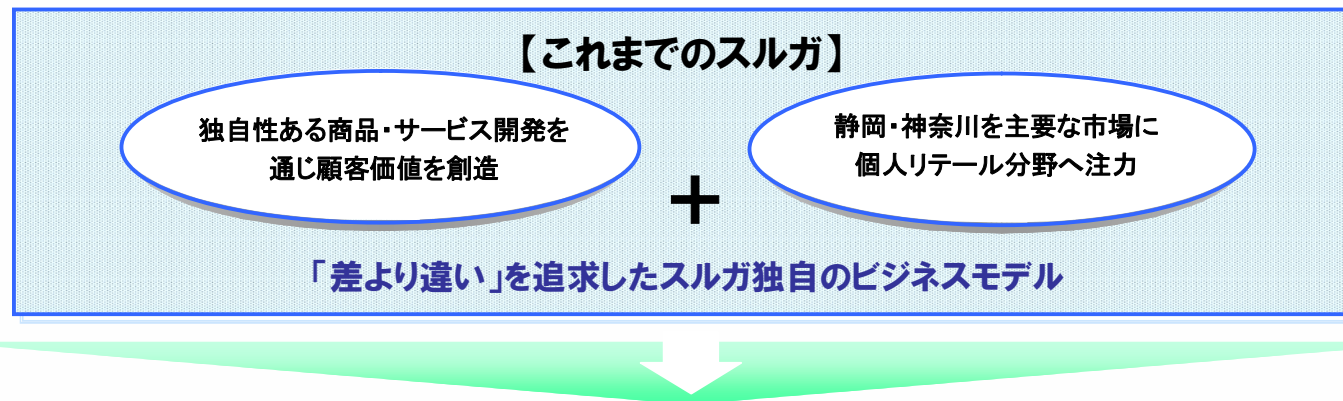
- 人口増加
- 経済の成長・拡大
- 社会の活力



パラダイムシフトに向けたスルガの戦略方向性

～パラダイムシフトに向けてビジネスモデルを進化～

日本全国の“**金流生態系(Financial Eco System)**”を補完



【これからのスルガ】

- 顧客関係性強化を通じたLife Time Valueの最大化
- 金融ロングテールモデルを、広域展開・アライアンスでヨコ展開
- 健全な消費者需要の創造を通じ“金流生態系”に貢献

新たな大きな柱としての保険事業への取り組み

スルガの独自性

住宅ローンの
お客さま

リテール特化の
データベース

地域に根づく
顧客基盤

価値観
Our Philosophy

システムインフラ
プラットフォーム

コアコンピタンス
提案力

ライフプランニングサービス

～お客さまお一人おひとりの人生のスケジュールを立てる～

ライフプランニングサービス

ライフプランの共有

人生の夢・目標の共有と課題の明確化

ライフプランのリスクに備える

リスクの明確化と最適な保障の設計

ライフプランを育てる

保険等納得性の高い商品のご提案

ライフプランの実現を支える

定期的なライフプランの見直し

夢の実現
人生の
スケジュール

呼応する商品

預金

クレジット
カード

ローン

投資
信託

安心感

保 険

信 託

相続

教育
費用

遺族
一時金

保障性
保険

医療
費用

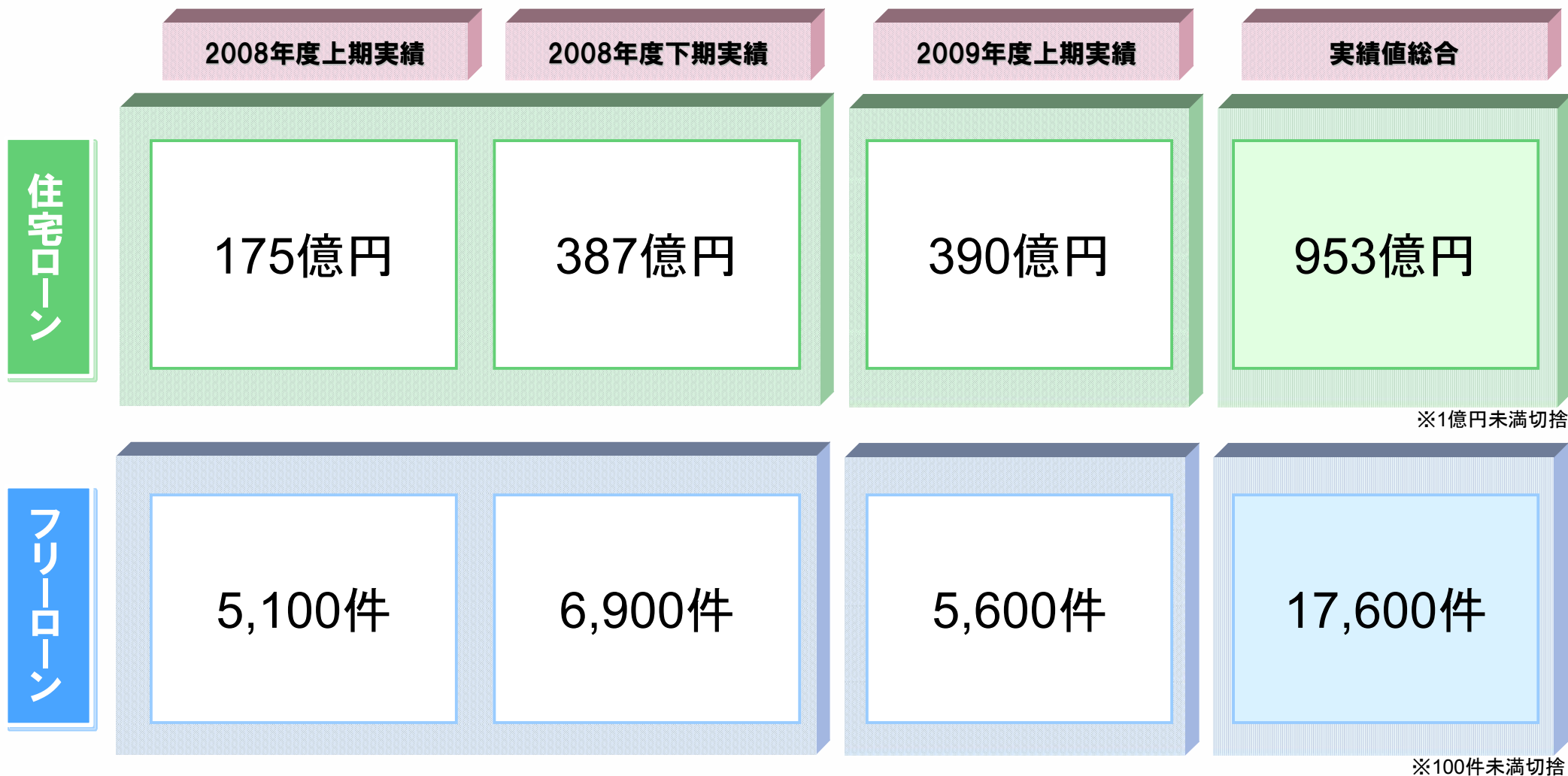
遺族
生活費

介護
費用

老後生活
費用

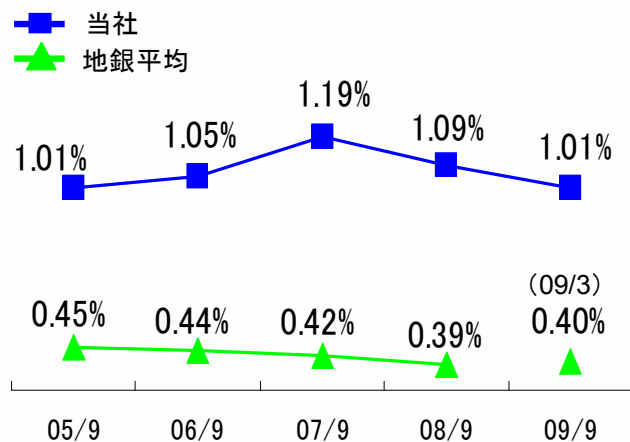
ゆうちょ銀行との業務提携

2008年度5月からの実績値推移

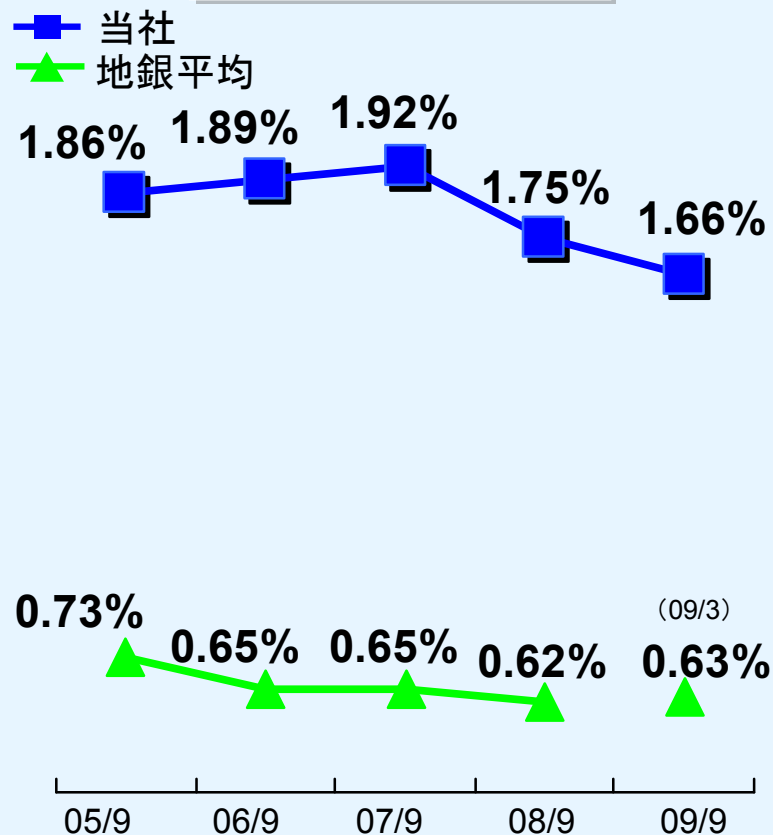


利ざや等の状況(全体)

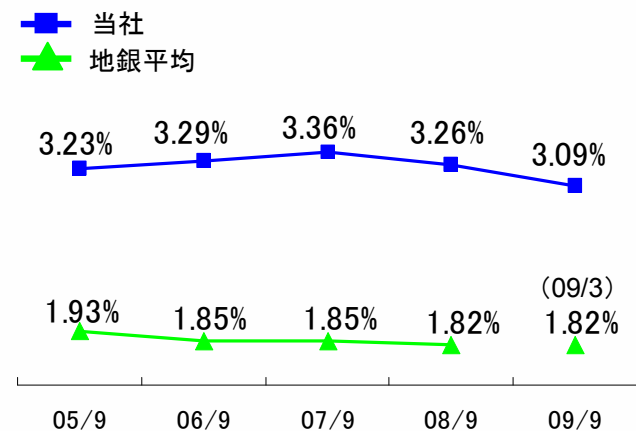
総資金利ざや



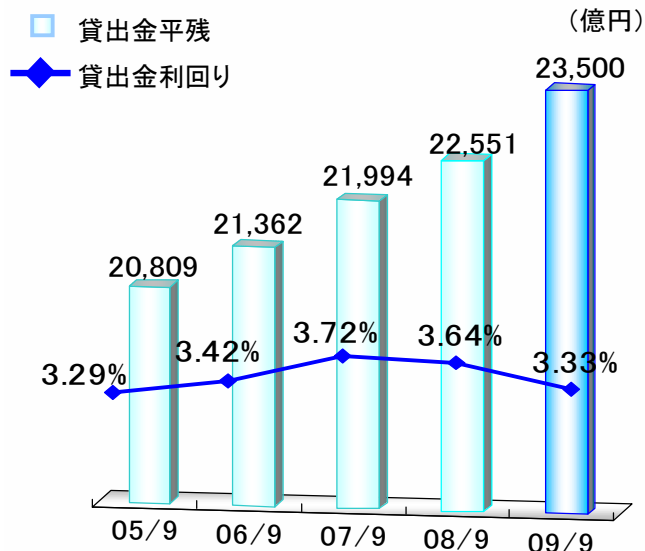
預貸金利ざや



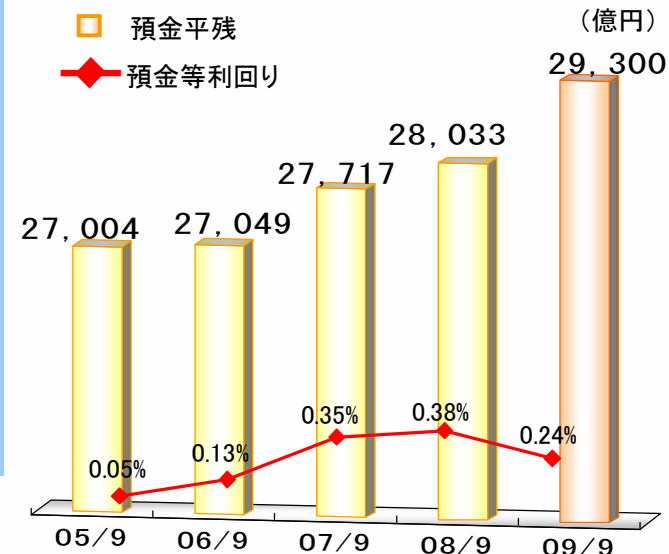
預貸金粗利ざや



貸出金利回りと貸出金平残

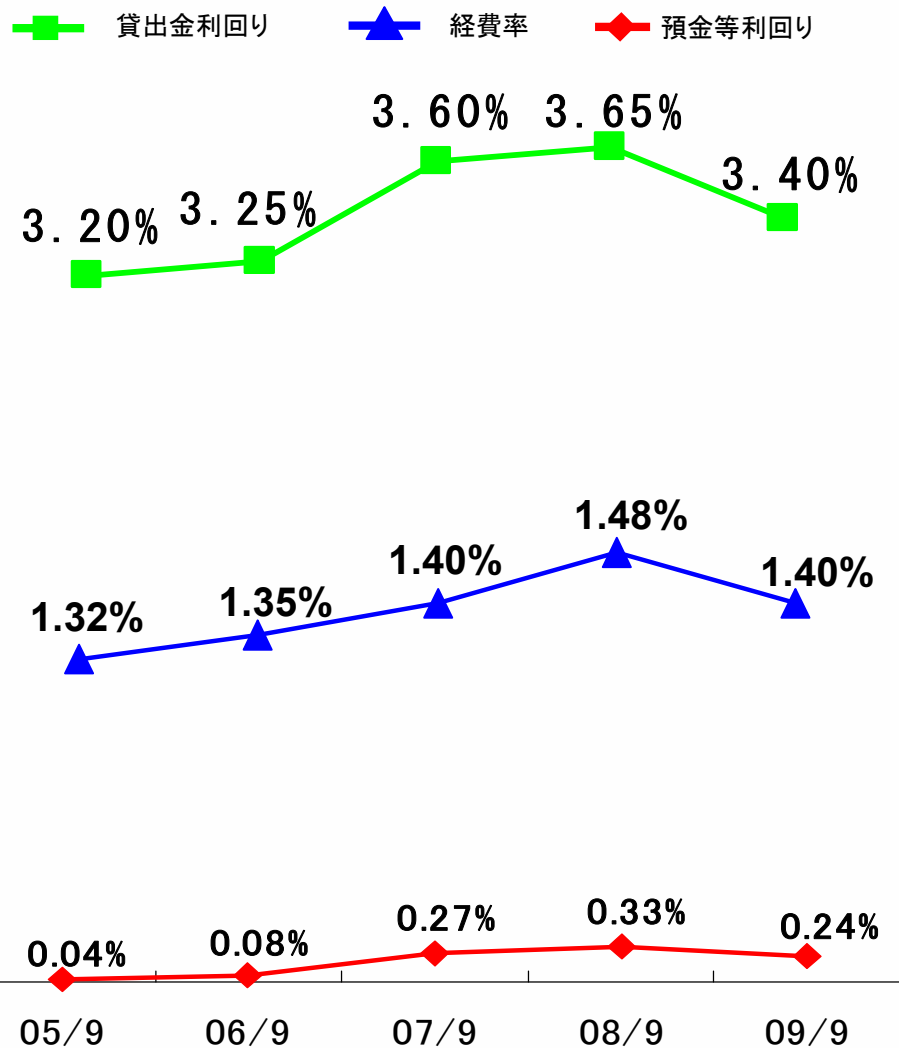


預金等利回りと預金平残

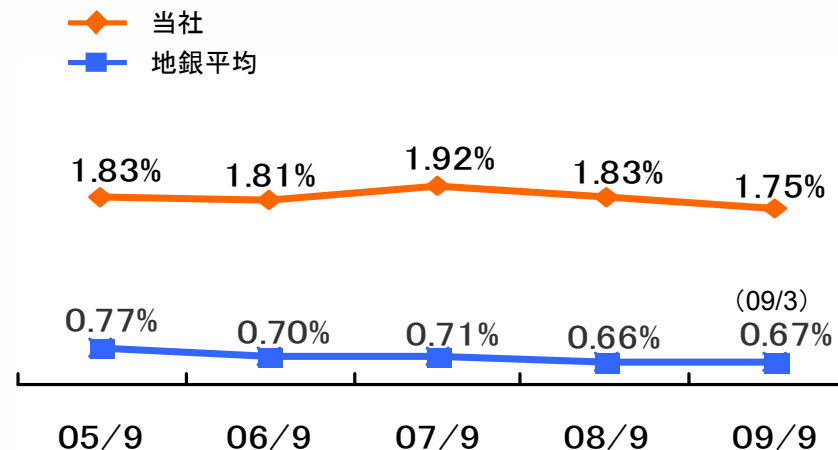


利ざや等の状況(国内)

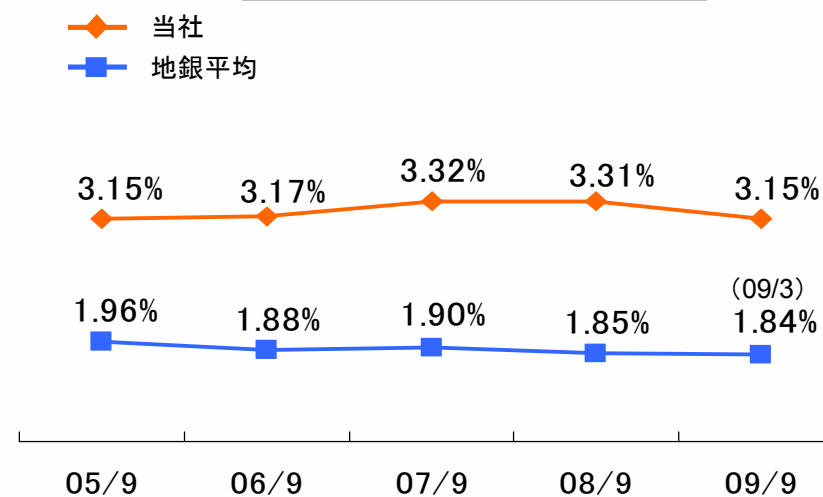
利回り・経費率の状況



預貸金利ざや



預貸金粗利ざや



業務粗利益と円貨預貸金利益の推移

業務粗利益

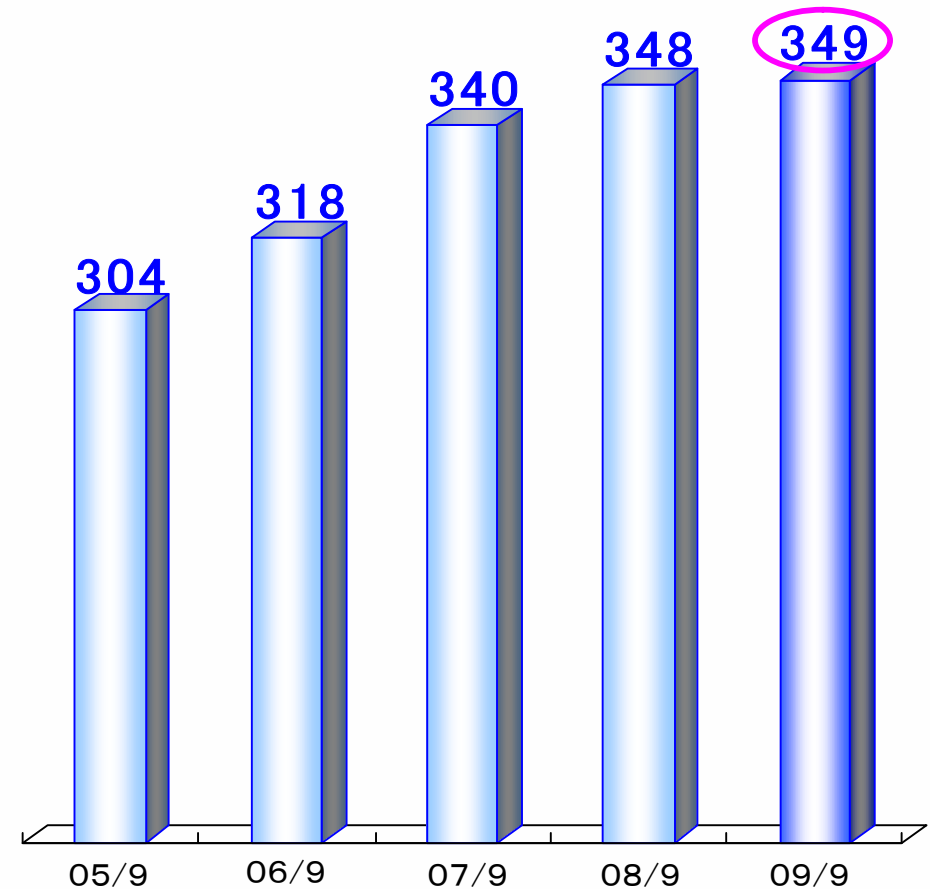
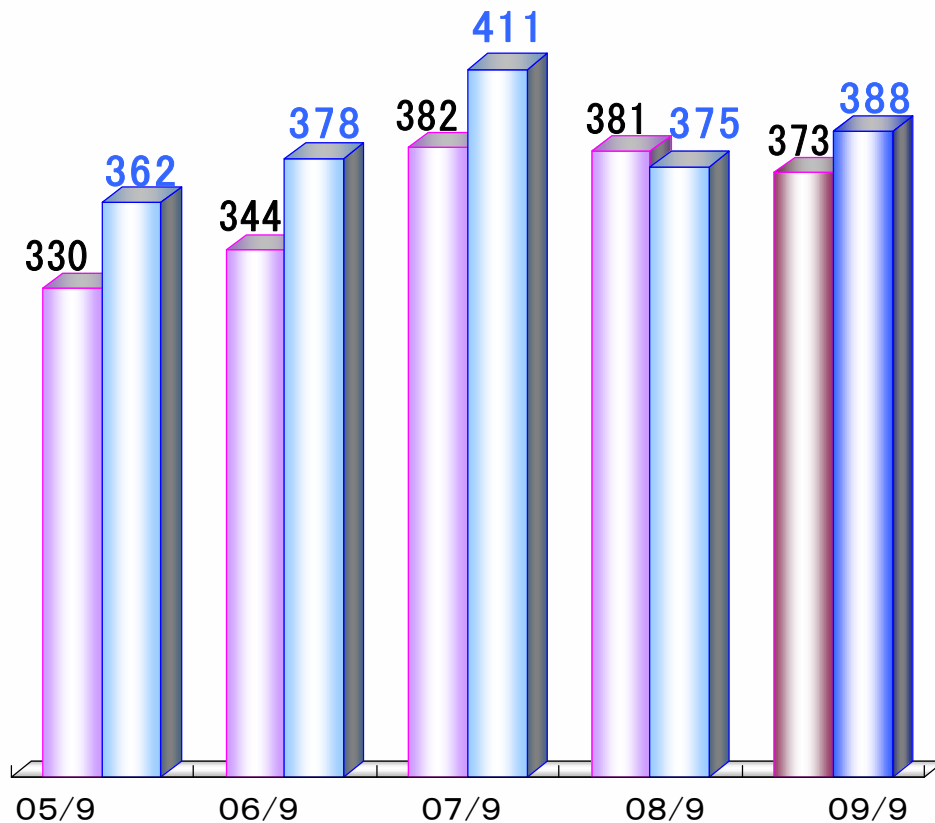
円貨預貸金利益

■ 資金利益
■ 業務粗利益

(億円)

■ 円貨預貸金利益

○ 最高益
(億円)

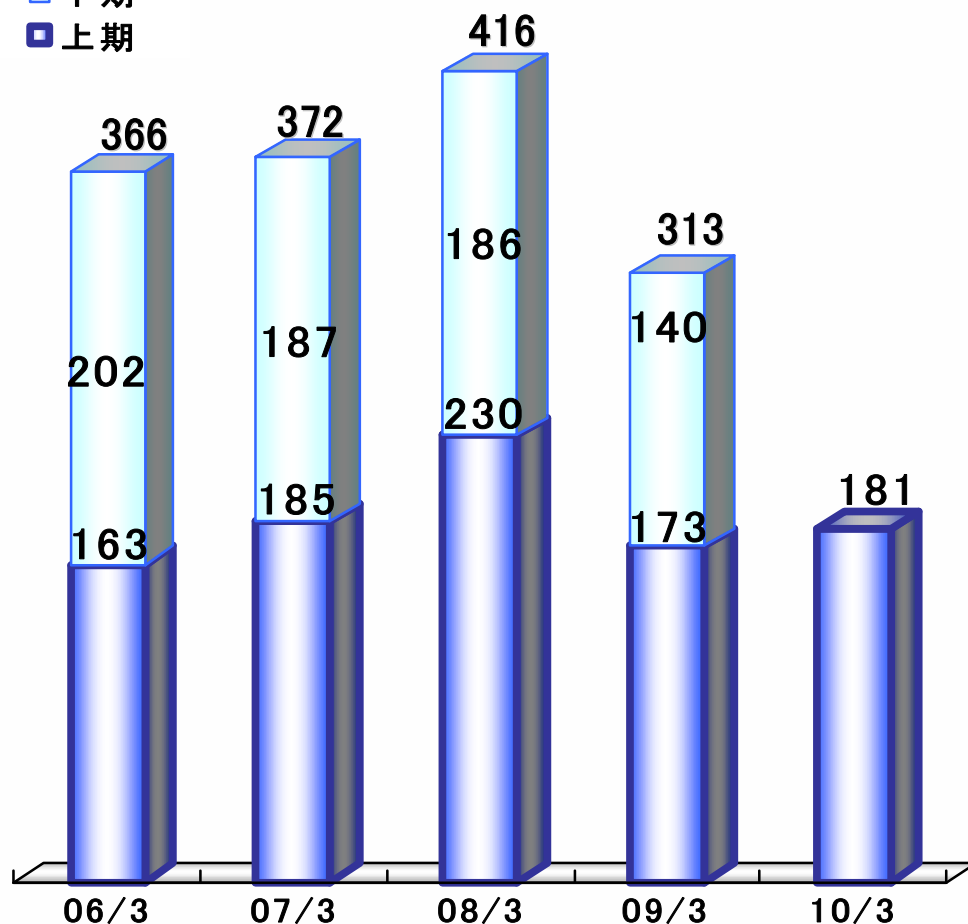


業務純益と当期(中間)純利益の推移

業務純益

(億円)

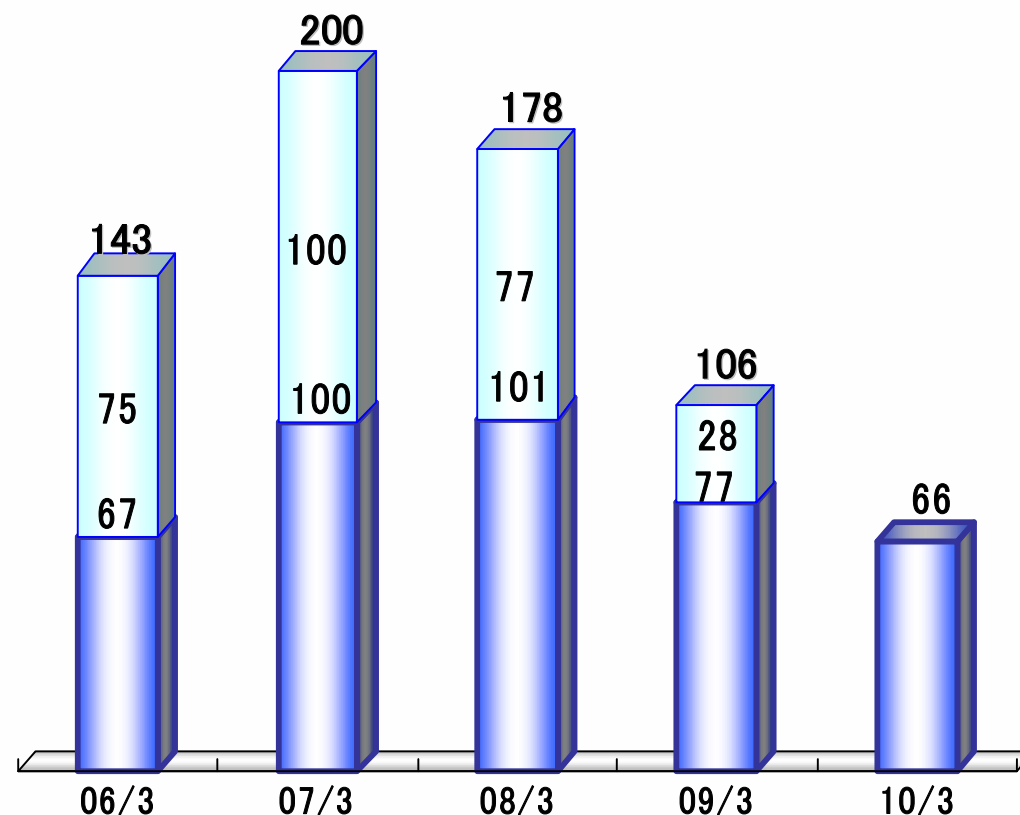
□ 下期
■ 上期



当期(中間)純利益

(億円)

□ 下期
■ 上期

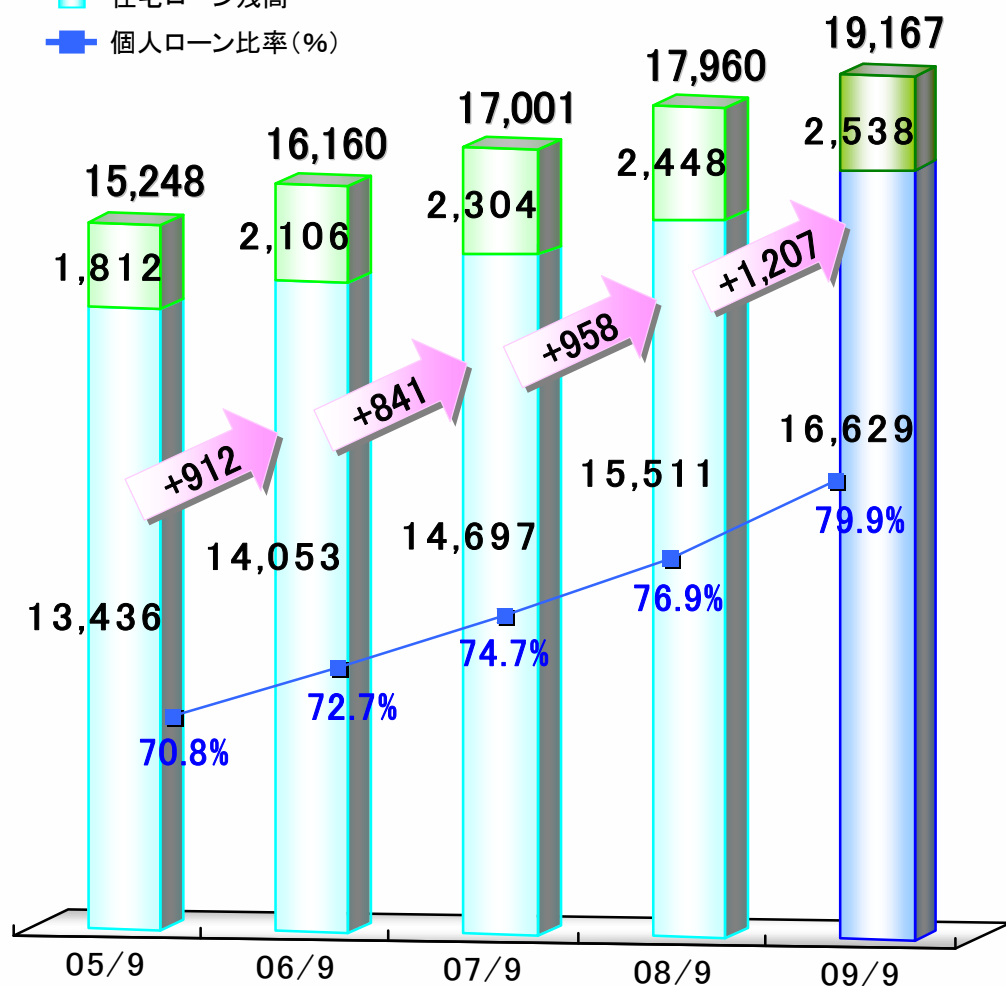


個人ローンの状況 ①

個人ローン残高・個人ローン比率

(億円)

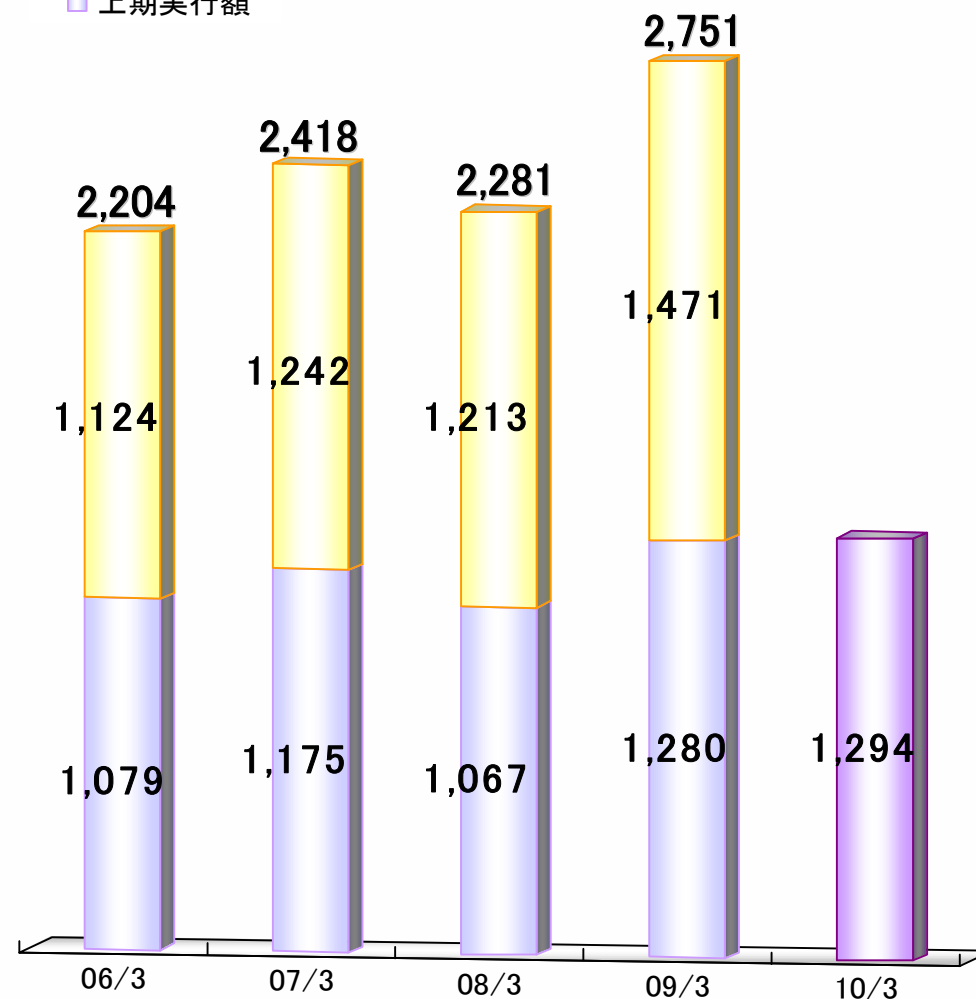
- フリーローン残高
- 住宅ローン残高
- 個人ローン比率(%)



個人ローン実行額

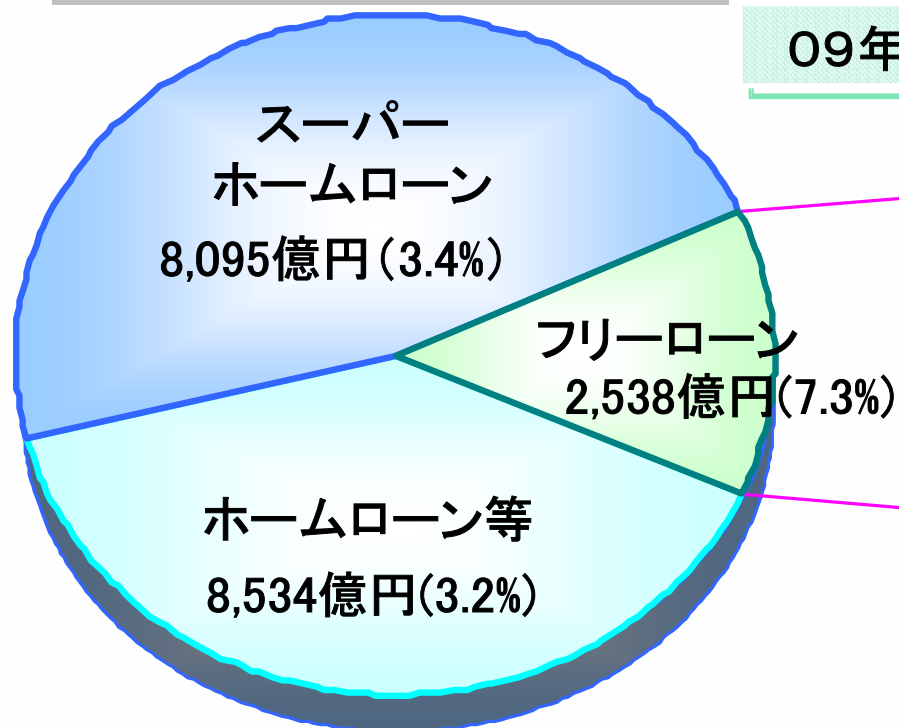
(億円)

- 下期実行額
- 上期実行額



個人ローンの状況②

個人ローン残高内訳・平均レート

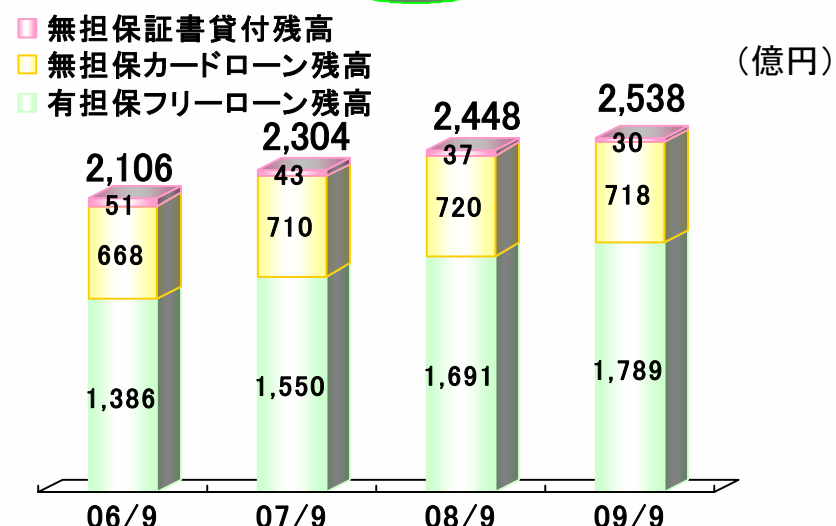
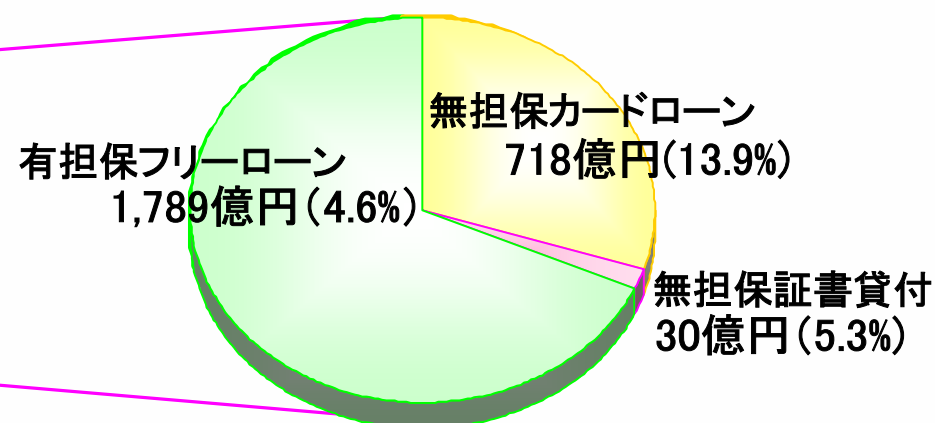


100%=19,167億円 (3.8%)

(注) ()内は平均レート

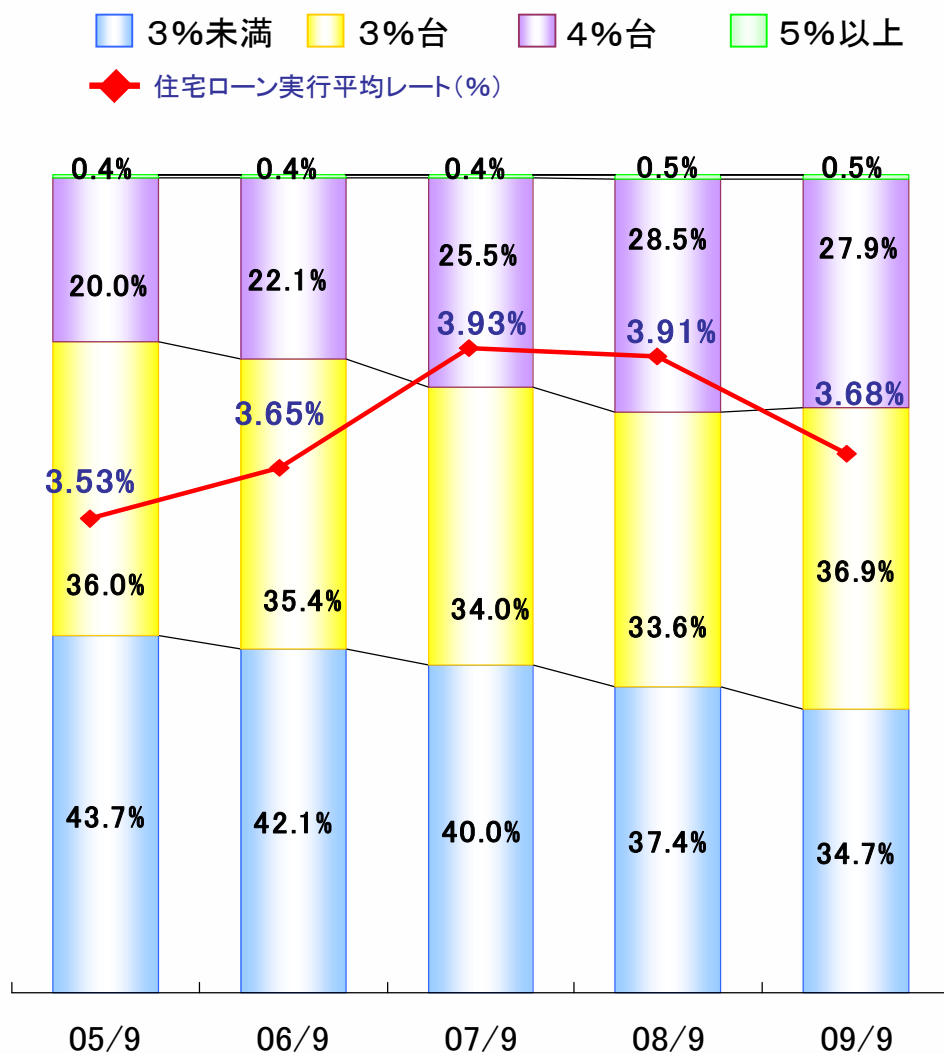
フリーローン残高内訳・平均レート

100%=2,538億円 (7.3%)

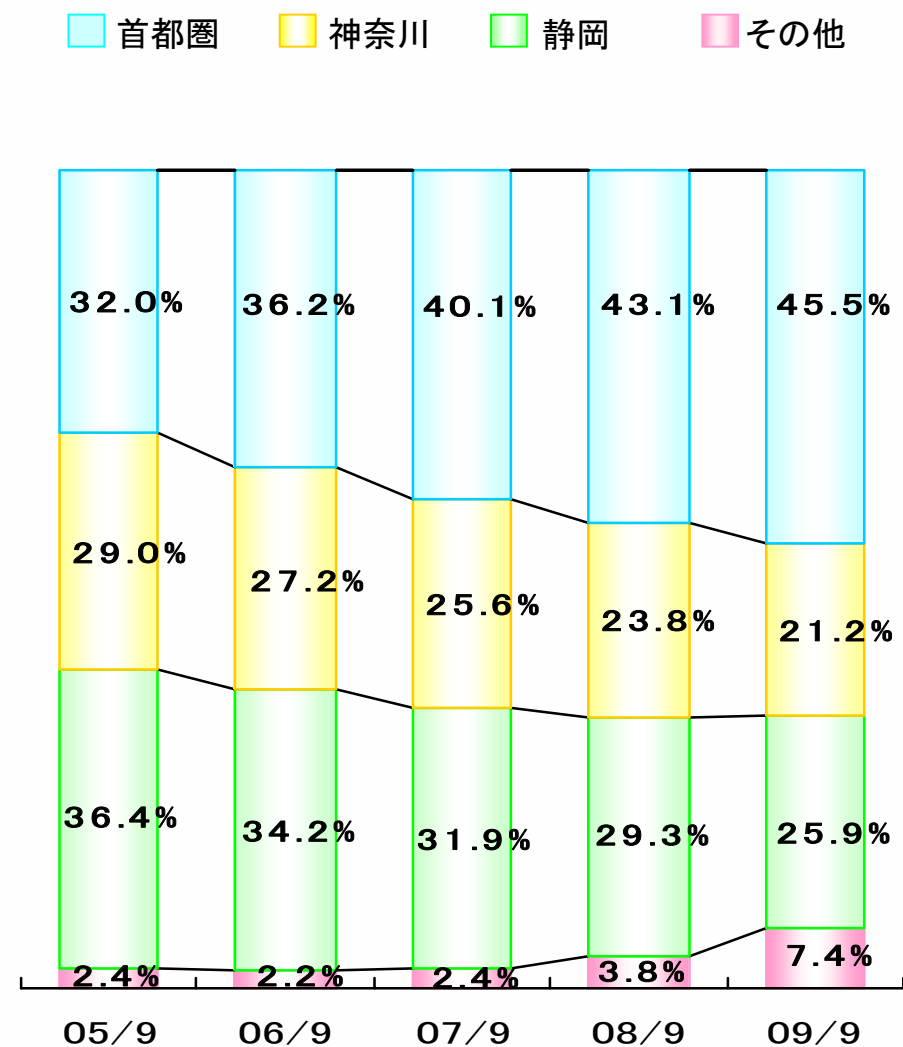


住宅ローンの状況

住宅ローン実行レート分布(累計)



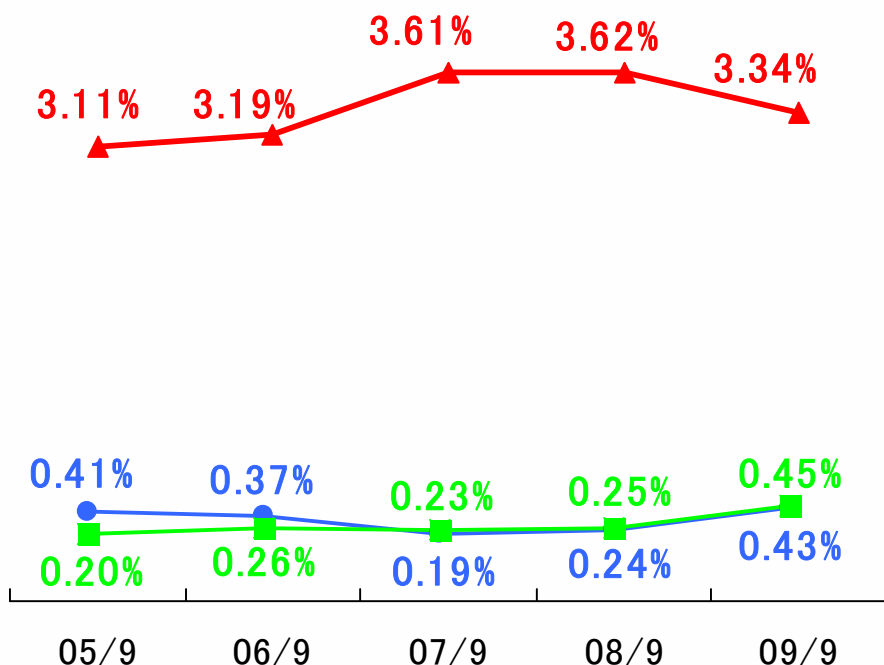
住宅ローン地域別残高比率



個人ローンの延滞率・毀損率の推移

住宅ローン

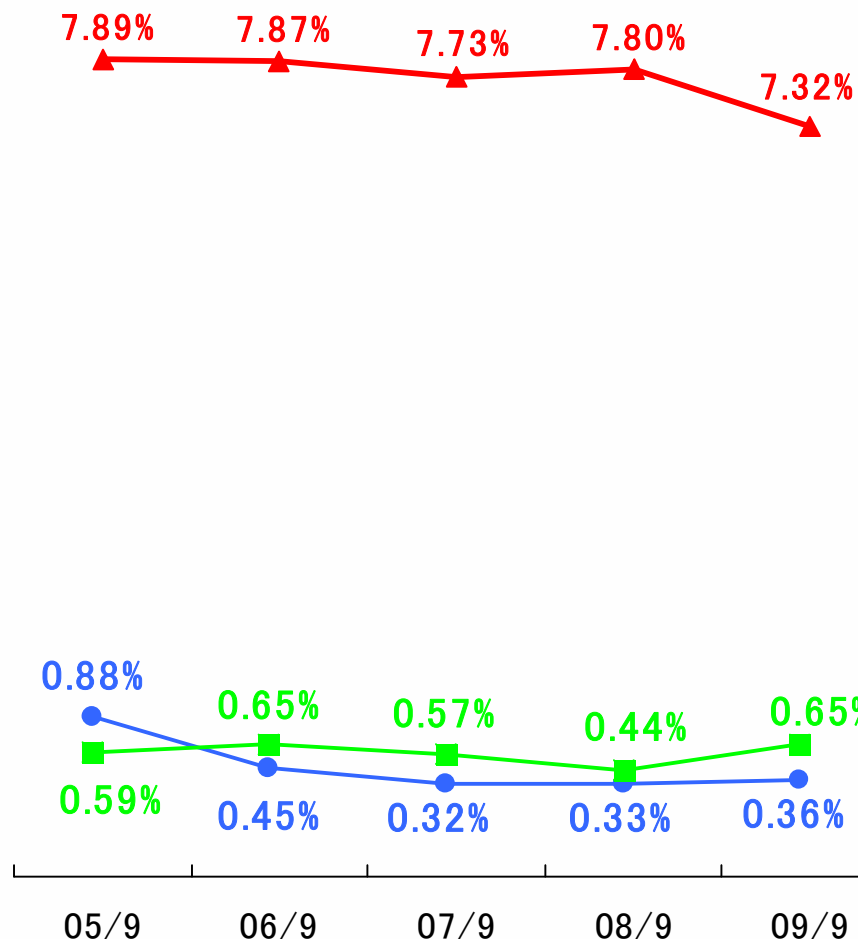
▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



※延滞率＝3ヶ月以上延滞債権 ÷ ローン残高

フリーローン

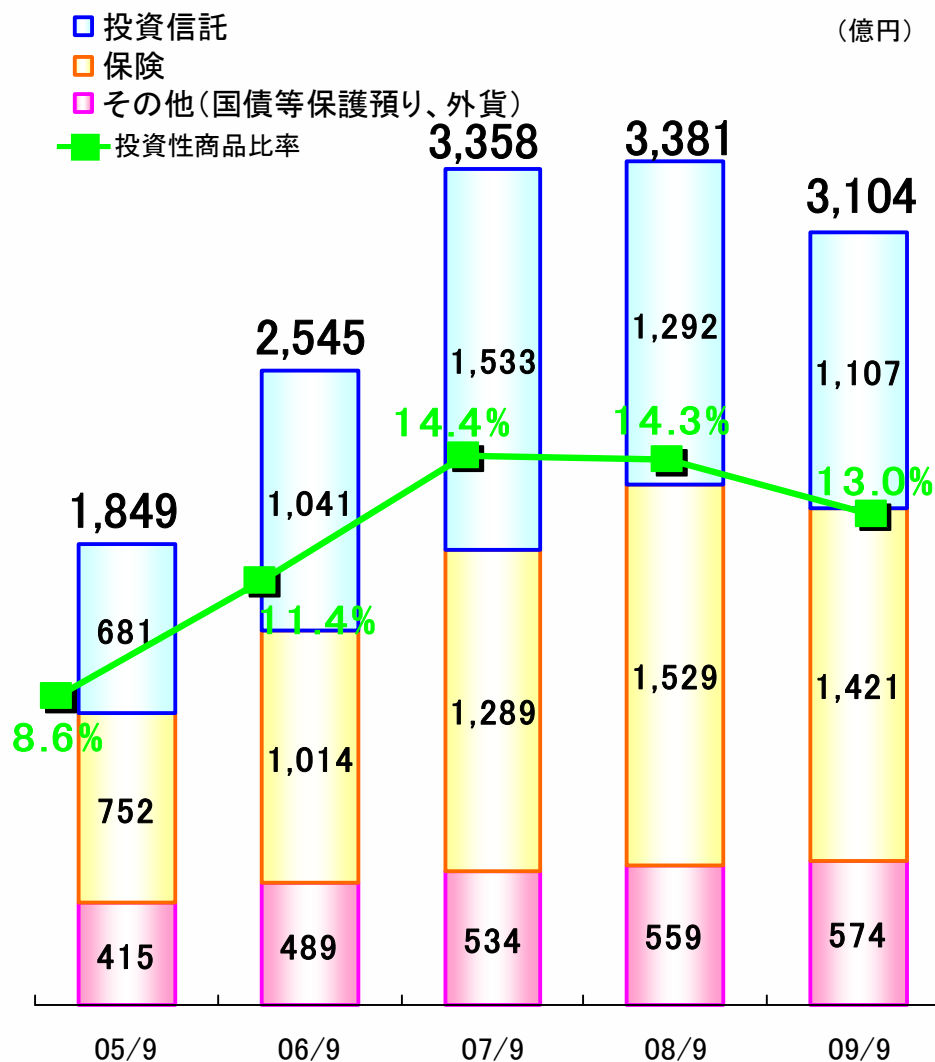
▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



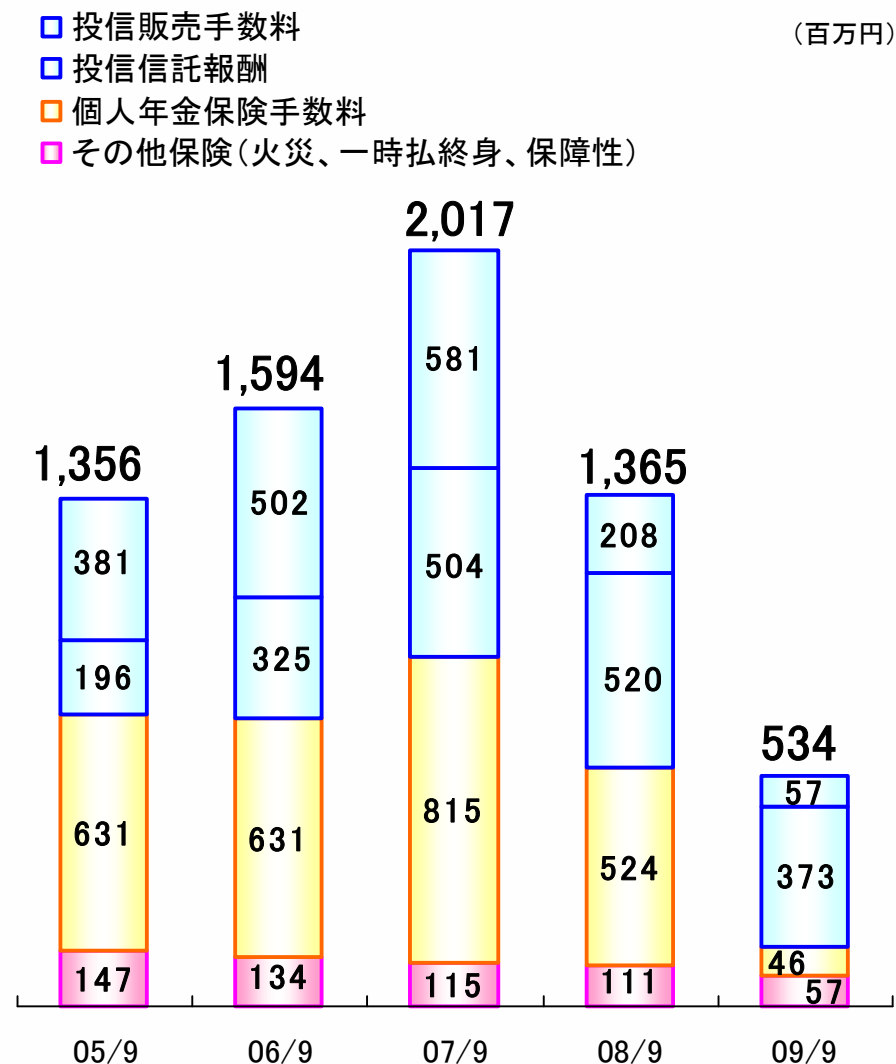
※毀損率＝デフォルト率 × (1－回収率)

投資性商品<残高・手数料>推移(個人)

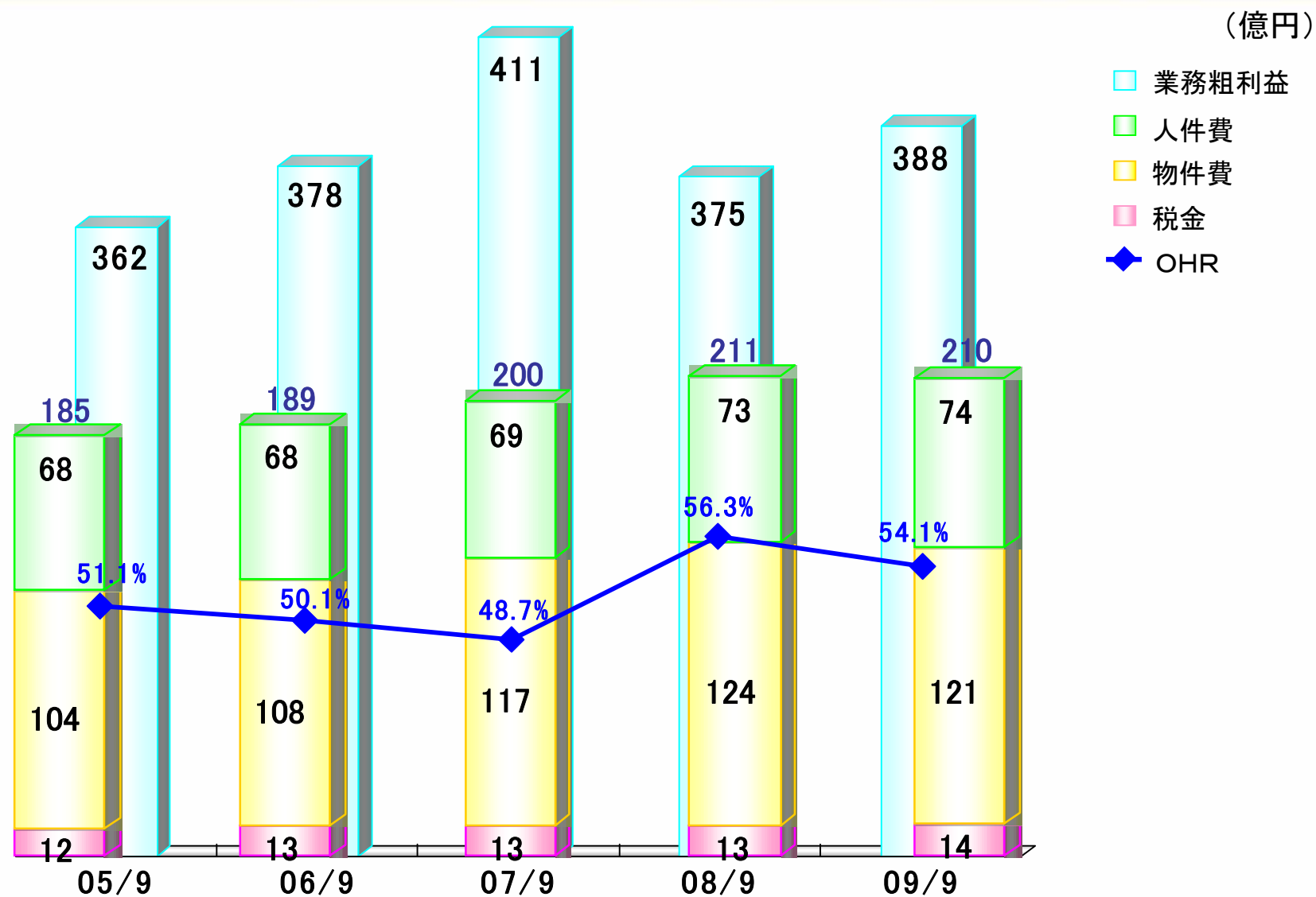
投資性商品残高内訳(個人)



投信・保険手数料収入



経費とOHRの推移



金融再生法開示債権詳細

(億円)

開示区分	09年9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
破産更生債権 及びこれらに 準ずる債権	184	0.76%	個人	141	0.73%	88	79	9	63.02%	52	100%	100%
			法人	43	0.89%	37	20	16	85.45%	6	100%	100%
危険債権	215	0.89%	個人	31	0.16%	15	9	6	50.69%	11	73.17%	86.77%
			法人	184	3.75%	158	88	69	85.61%	21	79.82%	97.09%
要管理債権	222	0.92%	個人	78	0.41%	62	59	2	79.14%	6	38.80%	87.23%
			法人	143	2.91%	68	67	0	47.42%	11	15.04%	55.33%
合 計	623	2.58%	個人	251	1.30%	167	148	19	66.55%	69	83.11%	94.35%
			法人	371	7.56%	263	176	86	70.86%	38	35.92%	81.33%
正常債権	23,524	97.42%	個人	18,980	98.69%	カバ－率合計86.57%						
			法人	4,543	92.43%							
総与信合計	24,147	100%	個人	19,231	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－率：担保・保証・引当を考慮したカバ－率						
			法人	4,915	100%							

開示債権比率と与信費用の推移

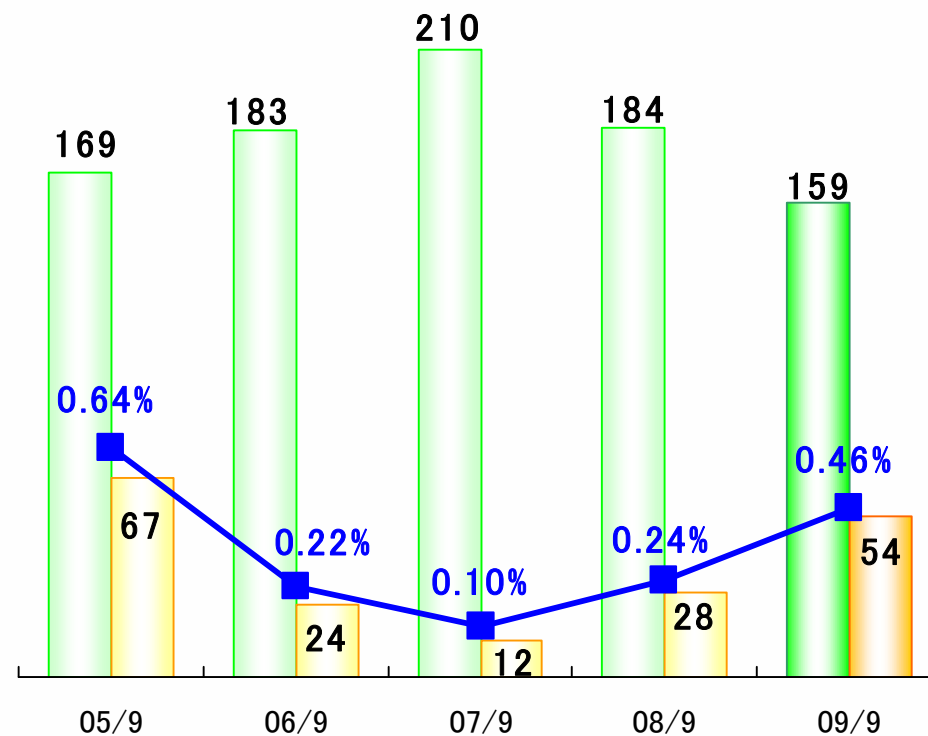
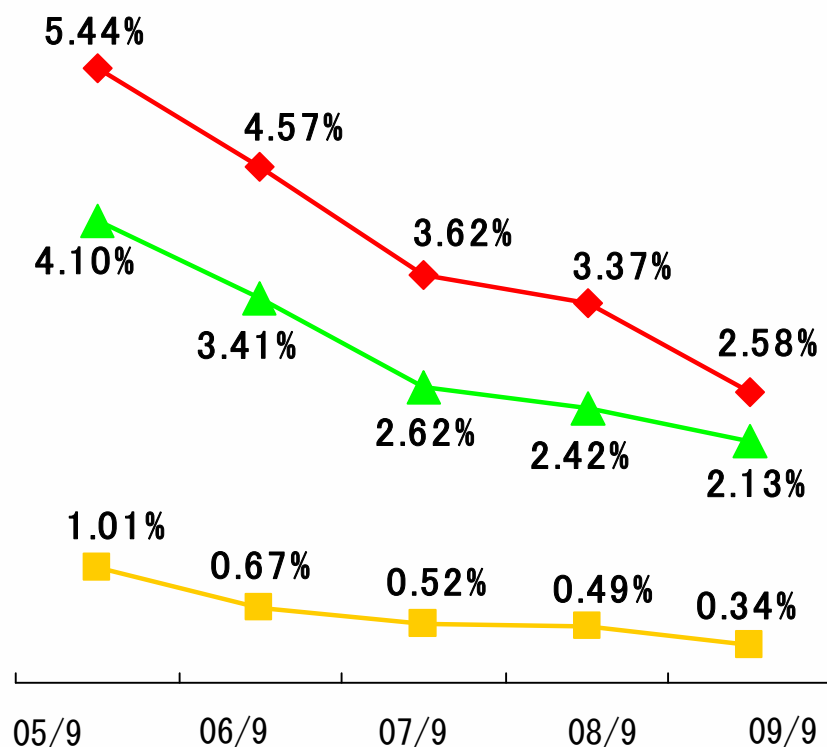
開示債権比率

- ◆ 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)

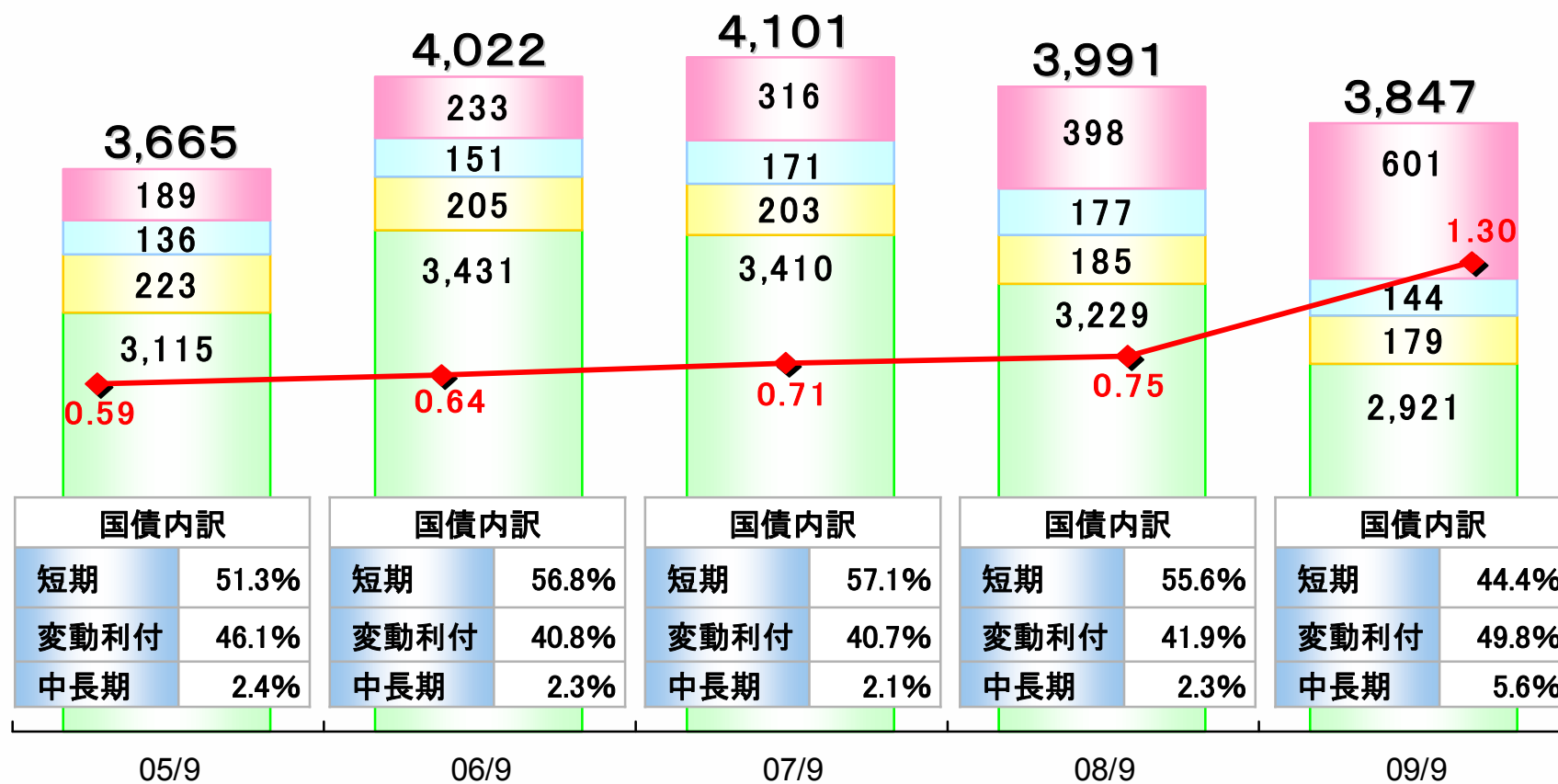
(億円)



債券ポートフォリオの推移

■ 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

(億円)

Tier I

バッファー819

1,858

1,039

240

669

130

1. 信頼水準 99% (共通)

2. 保有期間 (営業日)

・信用リスク 240日

・預貸金、債券等

金利・価格変動リスク 60日

(トレーディング勘定は 10日)

・株式 価格変動リスク 120日

3. オペレーショナルリスク
基礎的手法

649

130

395

124

信用リスク

市場リスク

オペレーショナル
リスク

09/3末
配賦原資

09上期
配賦資本

09/9末
リスク量

アウトライヤー比率

09年9月末

金利ショック
方式

±200bp

金利リスク量

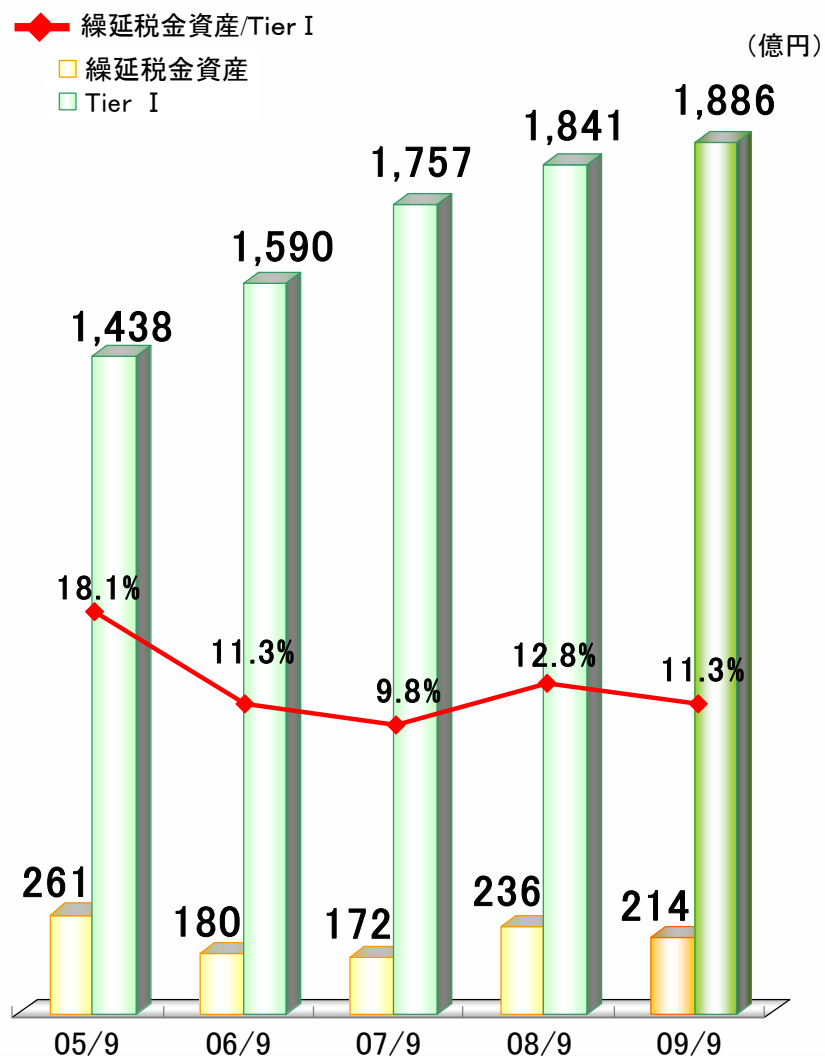
41億円

アウトライヤー
比率

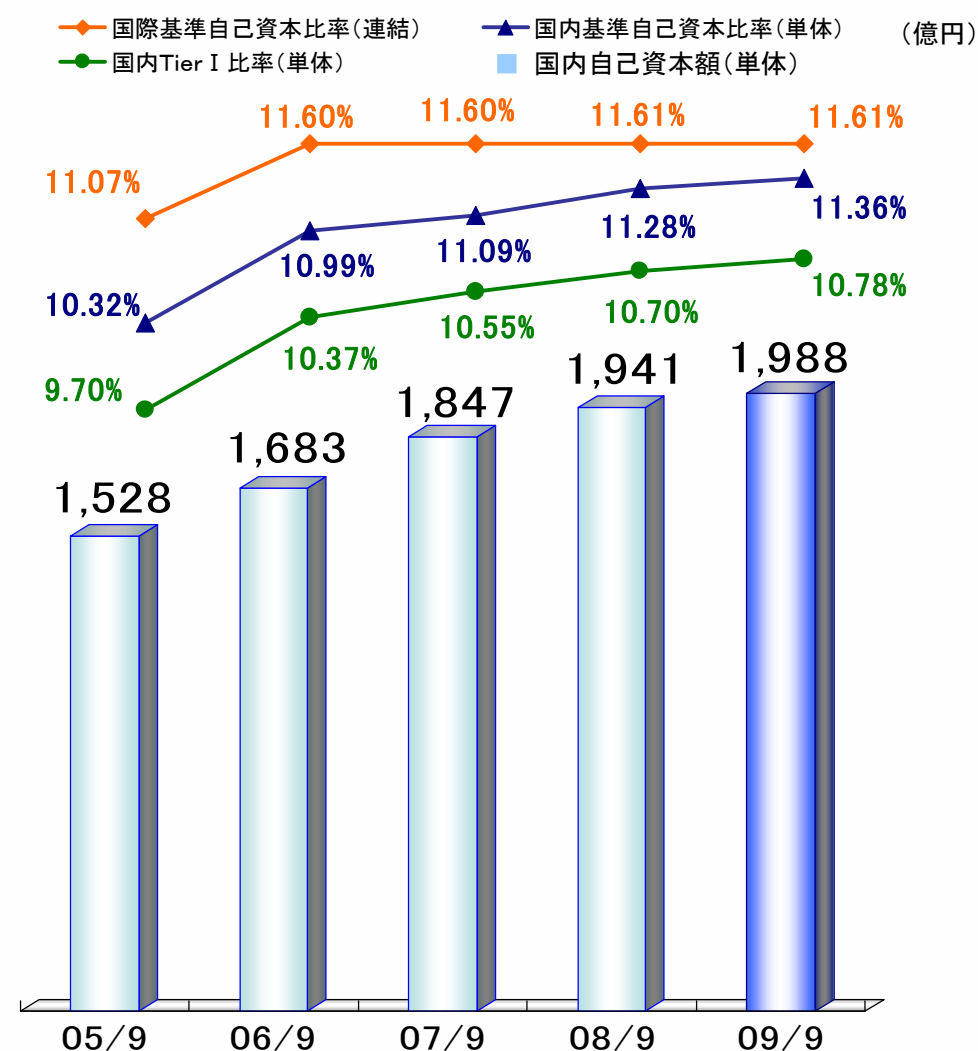
2.0%

自己資本の推移

Tier I 資本・繰延税金資産



自己資本比率



2009年度中間期実績及び通期見通し

(億円)

	2009年度 中間期 当初見通し (A)	実 績 (B)	見通し比 (B-A)	2009年度 見通し
業務純益	175	181	6	365
経常利益	125	103	△21	275
当期純利益	75	66	△8	160
実質与信費用	40	54	14	80
一株あたり配当金 (円)	6. 5	6. 5	0	13

スルガの考える社会的責任

これからのCSR

「＜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

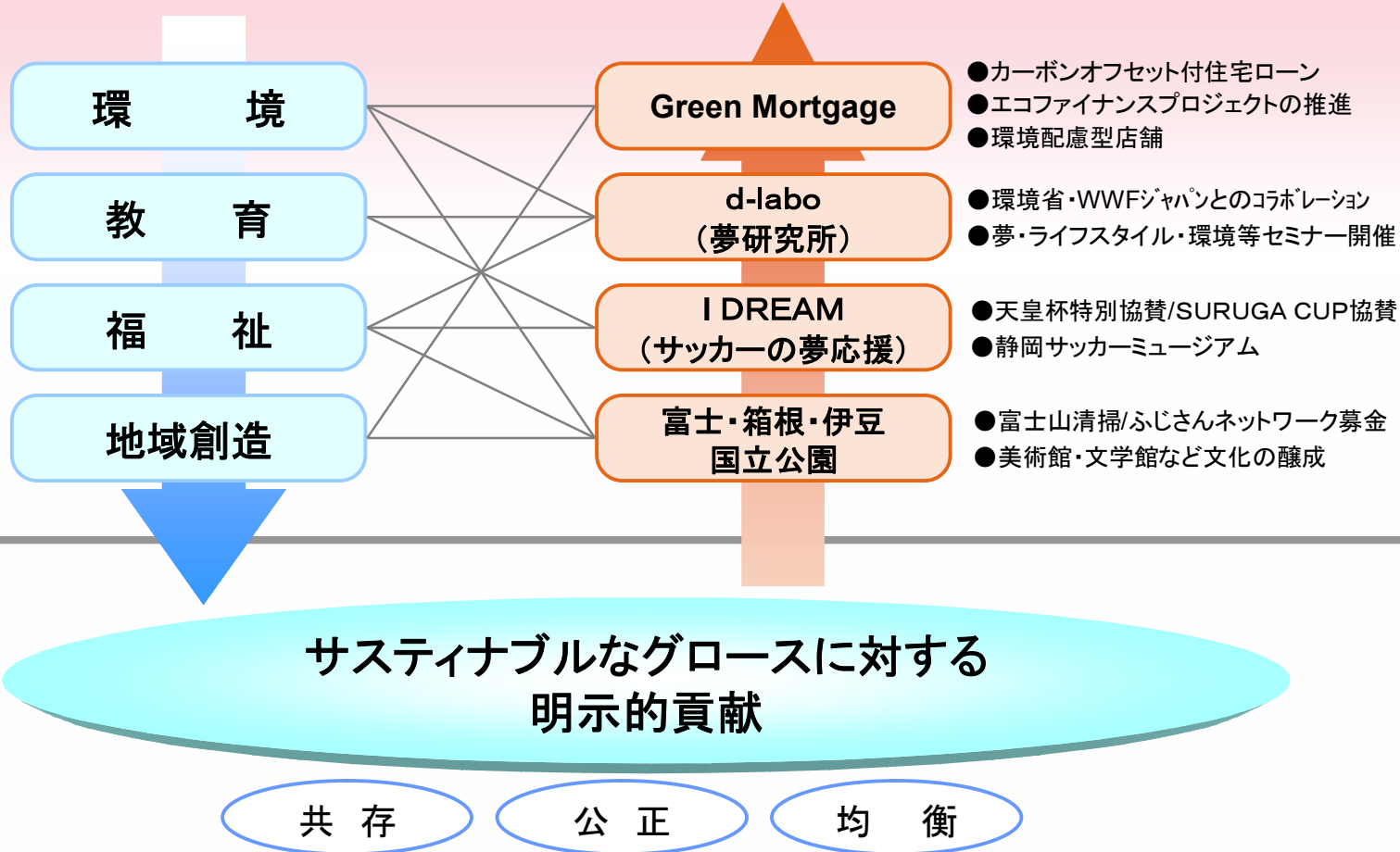
価値創造型CSRへ

価値観的
コミュニケーション

CSR
スタートライン

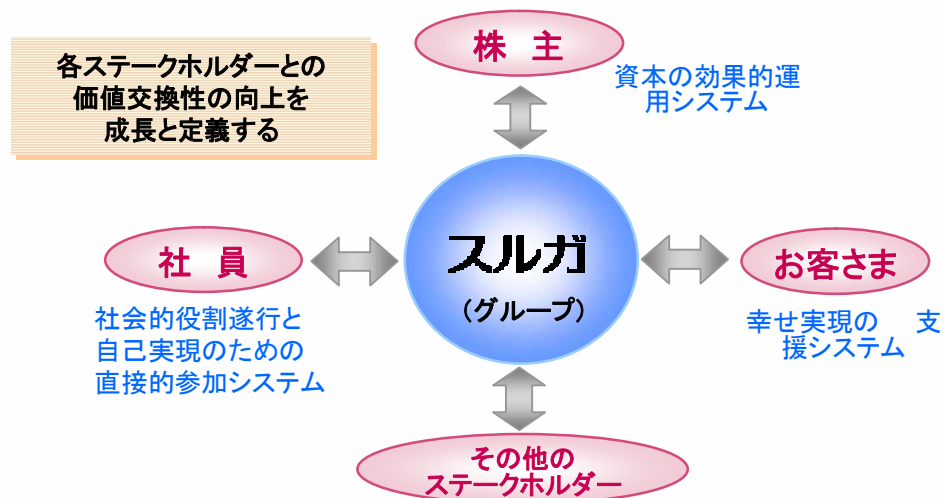
機能的
コミュニケーション

- 社会からの最低限の要請
- マイナスリスクの軽減



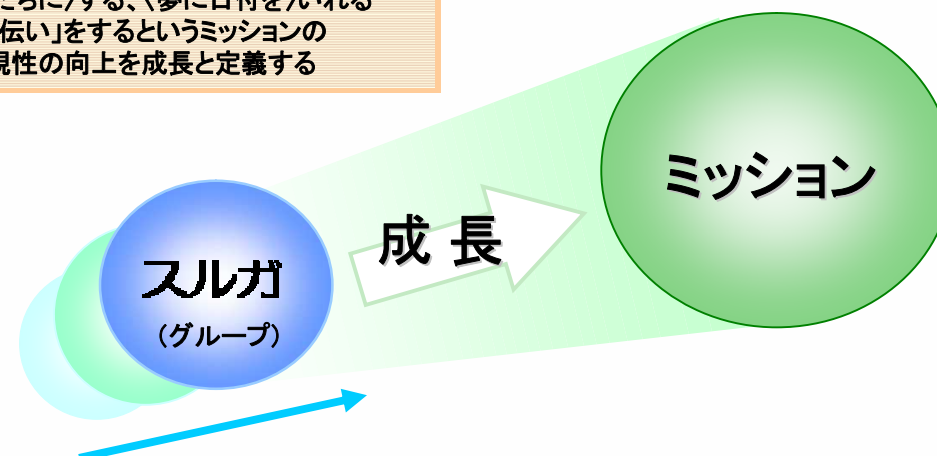
経営理念における成長のあり方

“価値交換システム”としての成長

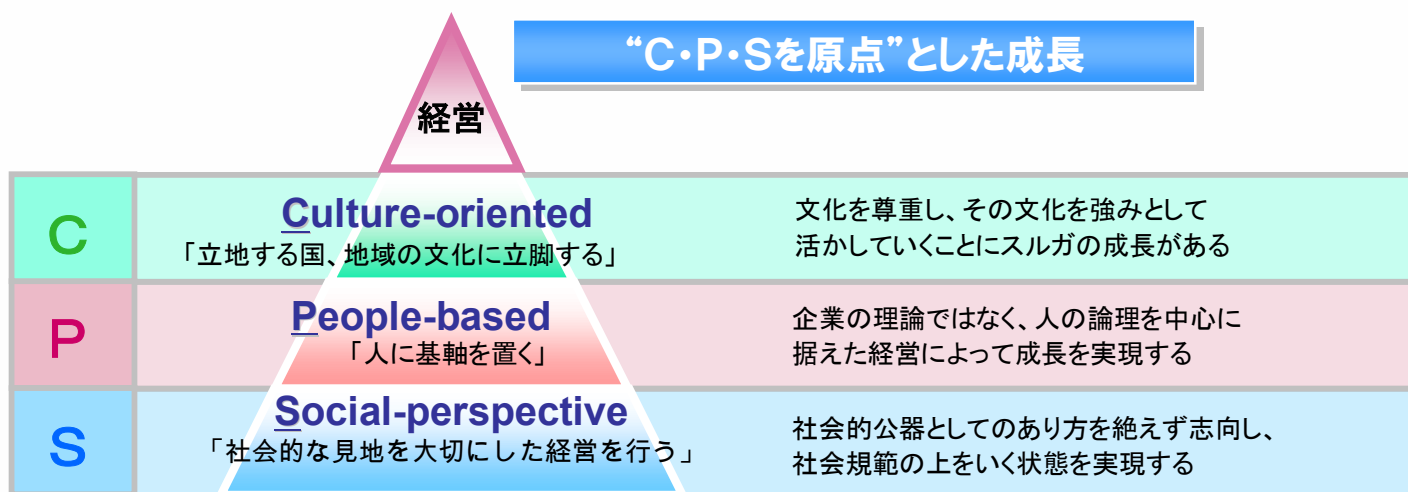


“使命型企业”としての成長

「ライフ アンド ビジネス コンシェルジュとして
〈夢をかたちに〉する、〈夢に日付を〉いれる
お手伝い」をするというミッションの
実現性の向上を成長と定義する



“C・P・Sを原点”とした成長



<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。