

2011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 fiscal year ended September 30, 2011

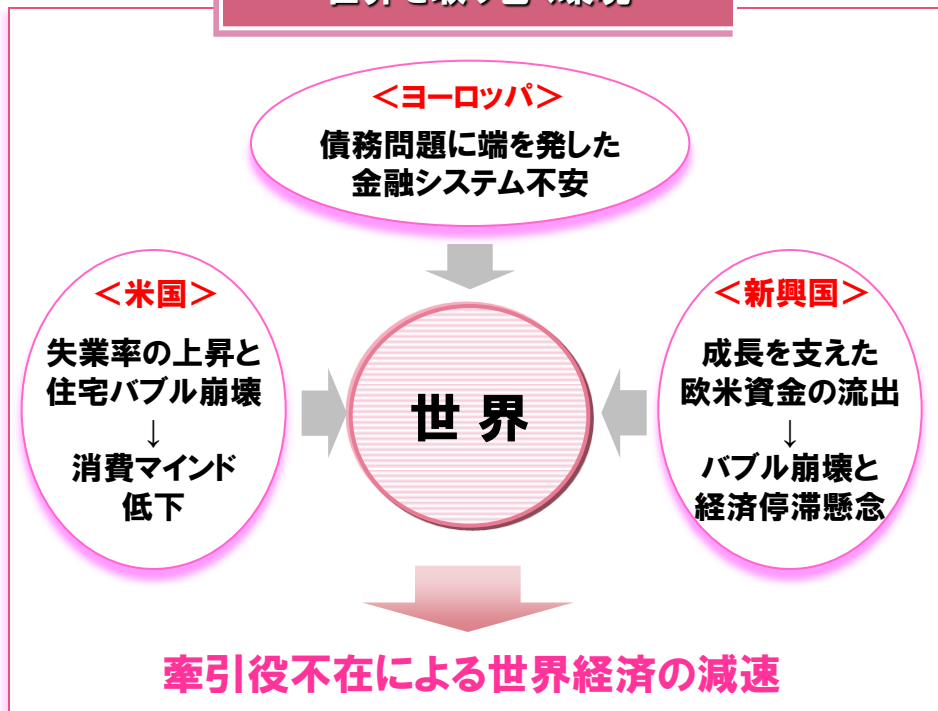
Meeting the Challenge of New Banking



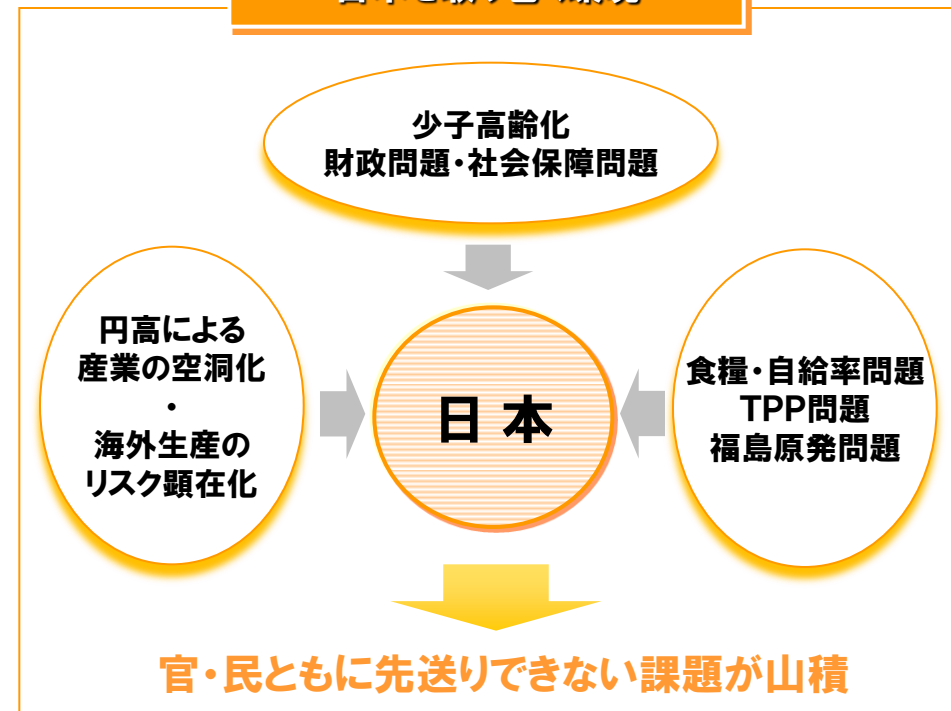
SURUGA bank

世界と日本を取り巻く環境認識

世界を取り巻く環境



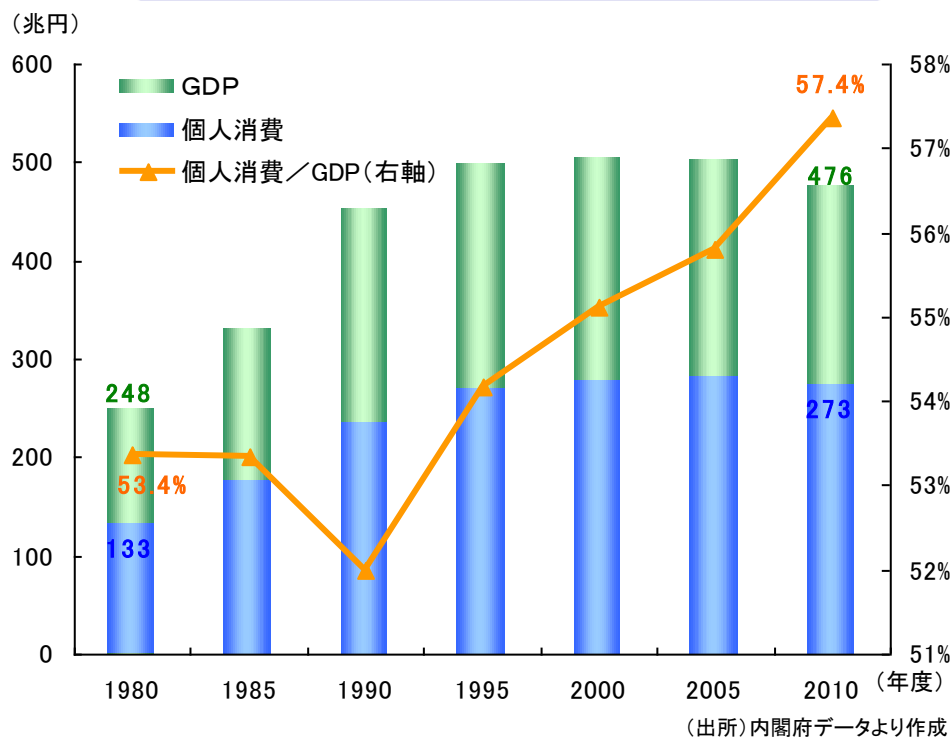
日本を取り巻く環境



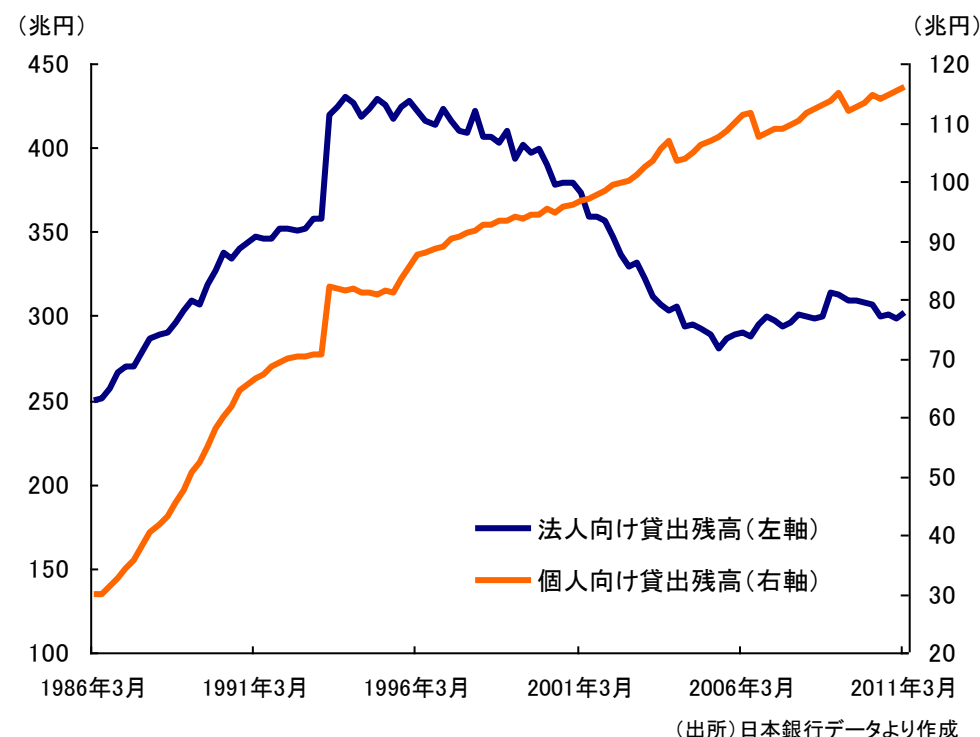
現在の日本には、内需を刺激し日本を元気にしようとする人たちを
金融面での支援するプレーヤーが不足している

■ 個人リテールビジネスに今後も大きな可能性

GDP・個人消費・GDPに占める個人消費割合の推移



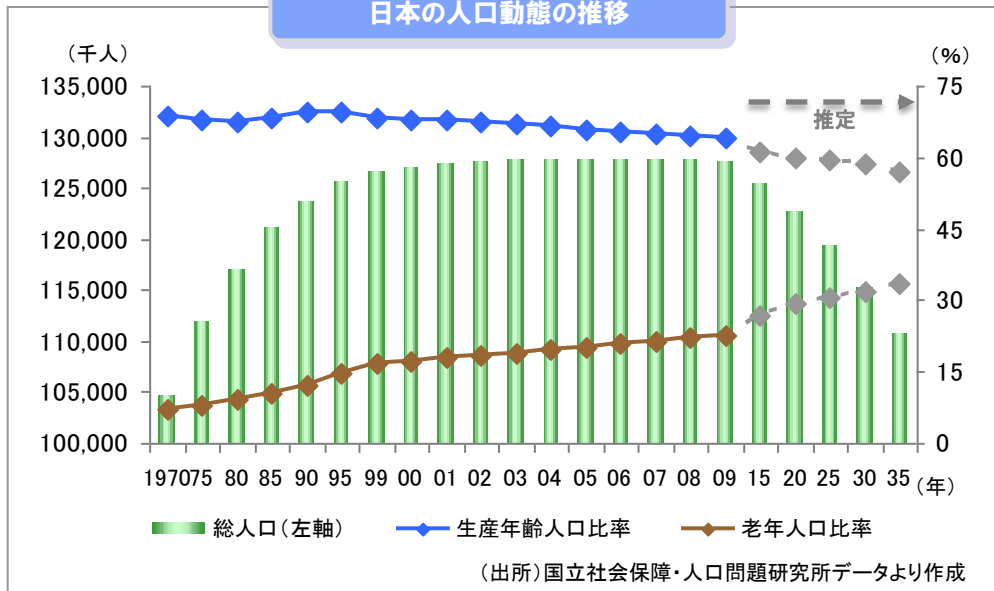
国内銀行における法人向け・個人向け貸出残高の推移



**GDPに占める個人消費の割合は上昇し、銀行の個人向け貸出も増加
個人消費を支えるリテールビジネスには大きな可能性が広がっている**

■ スルガは『商品軸』から『顧客軸』へ大転換

日本の人口動態の推移



「人口ボーナス」から「人口オーナス」の時代へ

人口増加の時代
(人口ボーナス)

成長

拡大

活力

エキスパンディング

商品を中心とした
顧客との
コミュニケーション

人口減少の時代
(人口オーナス)

成熟

濃縮

余裕

コンデンシング

顧客一人ひとりの
ニーズに対する
深い理解

社会構造の変化に合わせたリเทลビジネスの展開が求められる

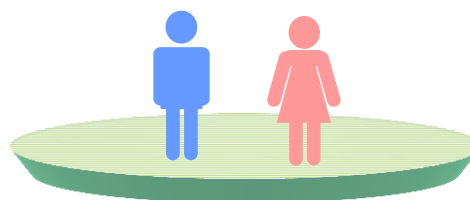
『顧客軸』に基づく価値提供により究極のリเทล金融の実現をめざす

顧客情報の

収 集

蓄 積

分 析



お客さま

「モノ」(商品)から
「コト」(人生の目的・夢)の実現へ

“ワクワクするような夢を実現する”
スルガ独自の価値提供

第4次経営計画グランドデザイン

市場の特性を活かし、顧客軸を付加した価値創造実現へ

—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

フリーローン事業

住宅ローン事業

保障性保険事業
(バンカシュアランス)

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
スルガのケイパビリティ

価値観
Our
Philosophy

リテール
マインド

マーケティング

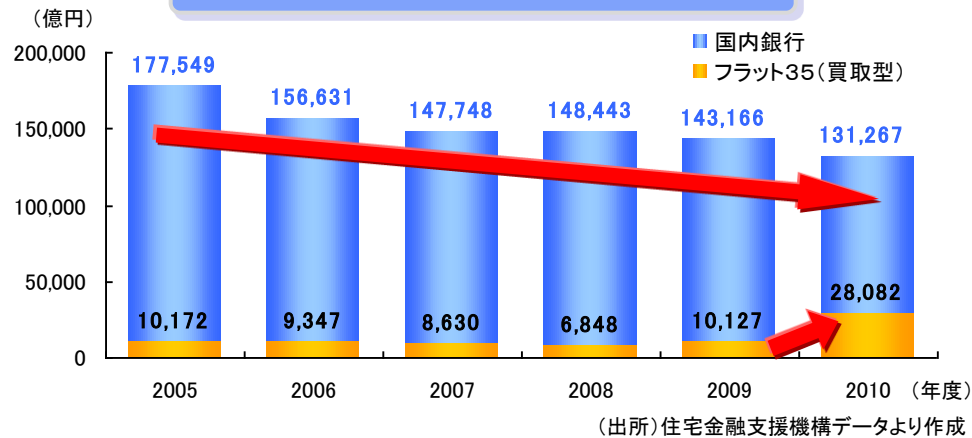
システム
インフラ

全国に広がる
顧客基盤

他を圧倒する
スピード・柔軟性

■ 住宅ローンビジネスは大きな転換点を迎える

国内銀行 住宅ローン実行金額の推移



国内銀行の住宅ローン新規実行額はフラット35の影響もあり減少傾向

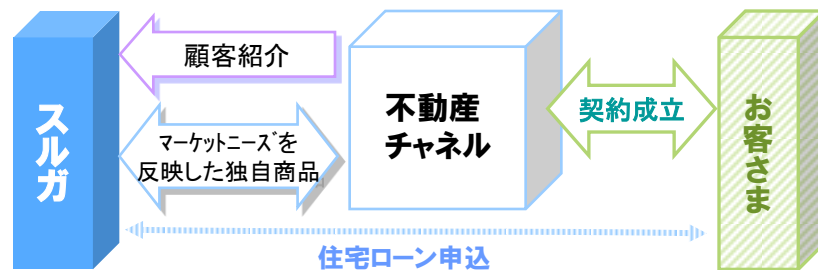
新設住宅着工件数の推移



今後も新設住宅着工件数の大幅な増加は期待しづらい

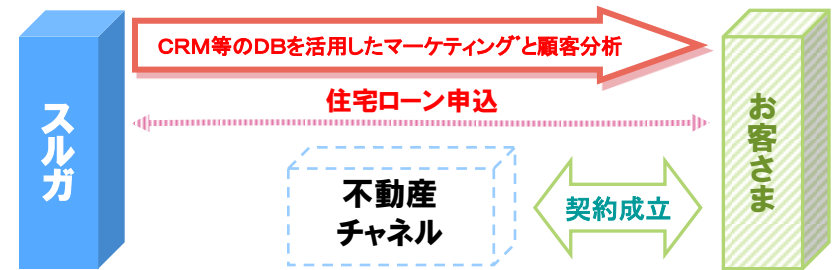
社会・経済環境の変化に伴い、住宅ローンビジネス也大転換期を迎えつつある

「商品軸」時代の住宅ローンビジネス



不動産チャンネルを起点とした「B to B to C」モデル

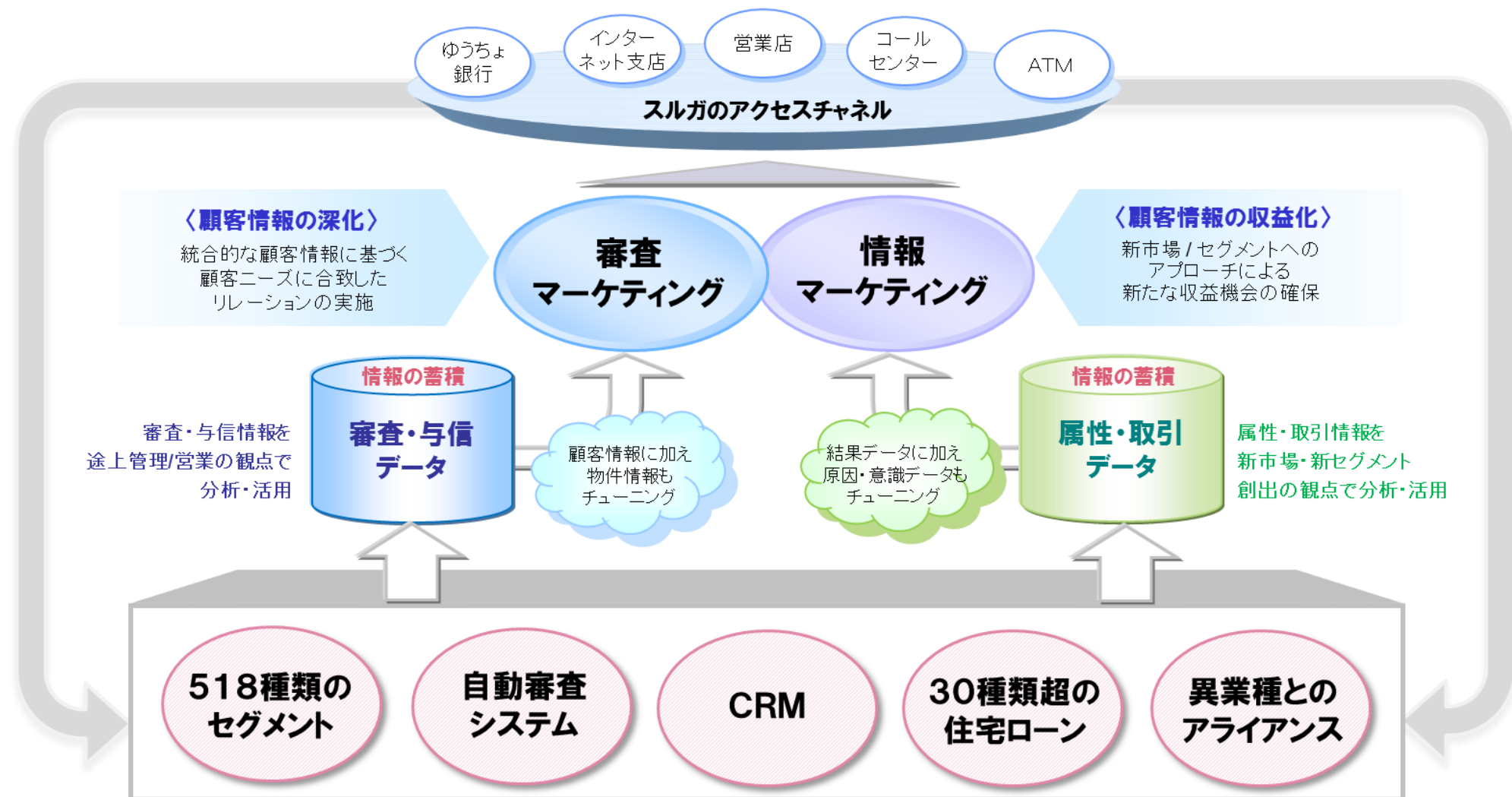
「顧客軸」時代の住宅ローンビジネス



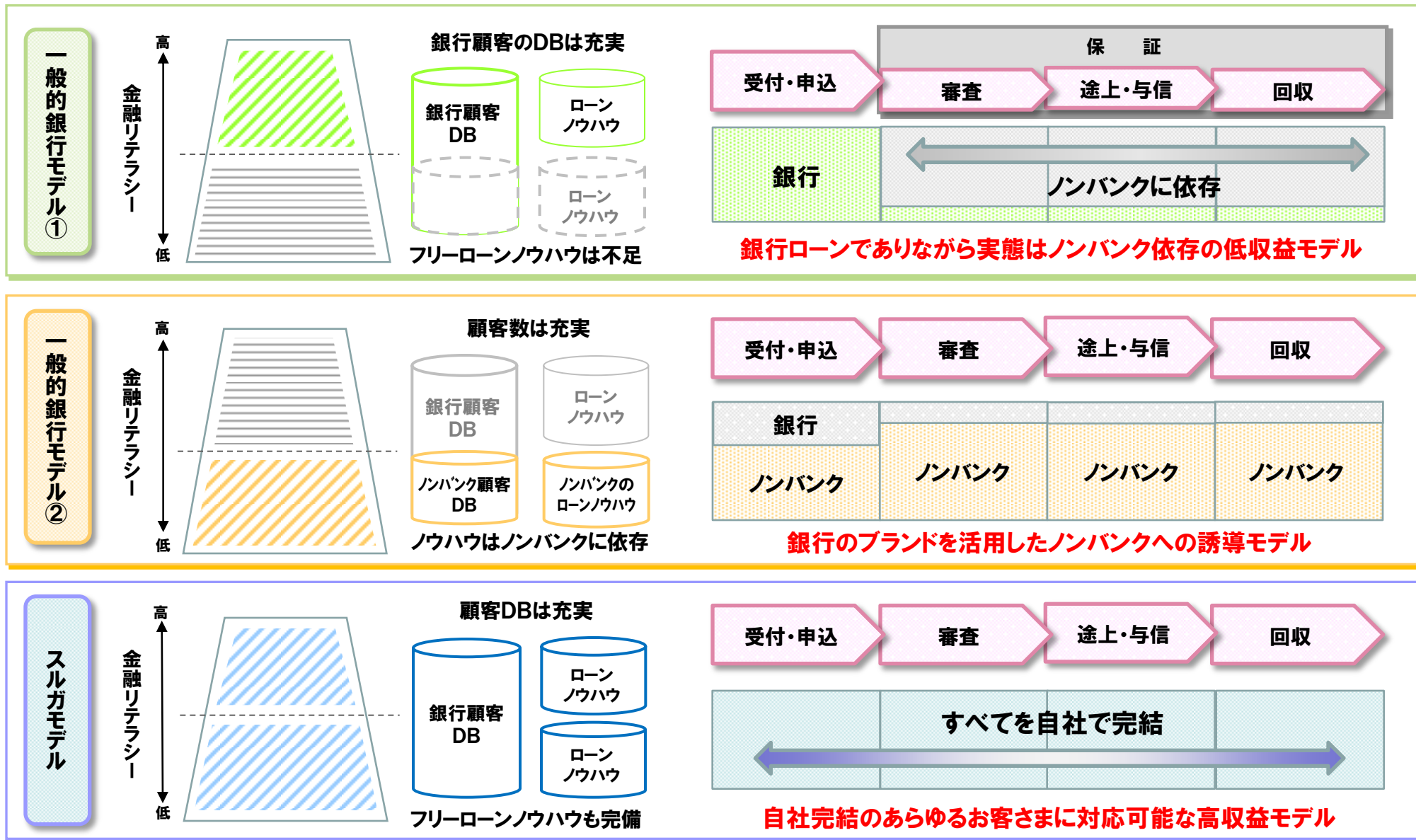
自社DBとCRMを活用した「B to C」モデル

■ 顧客情報を収益化させるスルガのマーケティングシステム

スルガは顧客情報を審査・営業の両面からマーケティング情報として活用



「フリーローン」ビジネスにおけるスルガの独自性



カルチュア・コンビニエンス・クラブとの業務提携

CCC

日本人口の3人に1人以上が保有する
日本最大級の共通ポイントサービス「Tポイント」を運営

多様な業態に拡大するアライアンス

Tポイントプログラム加盟アライアンス

企業数 **80**社 店舗数 **40,103**店舗
(2011年10月末)



ライフスタイルに密着したサービス提供企業群との連携



SURUGA bank

イネーブラー型企业として
異業種とのアライアンスによる金融OEMの提供

リテールバンクの創造者

20年以上にわたり培ってきたリテールノウハウの蓄積が
差別化商品の開発を可能に

- 業界初となるTポイント付き銀行カードローンの発行
若年層を中心とする新たな顧客層へフリーローンビジネスを展開する提携カードとして商品リリース

ついに!銀行カードローンにも、
T-POINT

Tポイント付きリザーブブランドカード(愛称:Tリザーブ)



(Tカード機能一体型)

カードローンの定例返済に対して毎月Tポイントが貯まり、
貯まったTポイントをカードローン返済に利用できる新しいローンカード



スルガの持つリテールビジネスにおける金融事業ノウハウと
CCCの持つライフスタイルに密着した企業とのネットワークの融合により、
新マーケットに対する新たな価値の創出が可能に

「夢だんだん倶楽部」

個人を取り巻く環境は従来に比べ不安定さを増してきている

ライフスタイルの
多様化

少子化
人口減少社会

社会保障制度
の不安

大相続時代
の到来

財政破綻
増税懸念

個人は“国”や“社会”に頼らない生き方を模索
『自助』『自立』を目指していく時代に

人生の扉を開く

夢だんだん倶楽部

『顧客軸』をベースとした
日本的プライベートバンクのトライアル

彩りのある人生へ

Communication
コミュニケーション

“人生を楽しむヒントを見つける”
会員サポート

Financial Style
Navi

ファイナンススタイル

“夢の実現に銀行を上手く使う”
会員サポート

Lifeplanning
ライフプランニング

“未来のライフプランを描く”
会員サポート

お客さまお一人おひとりに彩りのある人生を
お過ごしいただくための新しい会員サポート



「夢だんだん倶楽部」がお手伝い

■ ゆうちょ銀行との業務提携

カードローン「したく」取扱店舗の拡大(2011年10月)

2011年10月3日より新たにゆうちょ銀行の110 店舗で
カードローン「したく」の取り扱いを開始
ゆうちょ銀行のカードローンの取扱店舗数は192 店舗となり、
より多くのお客さまにお申込みいただくことが可能に

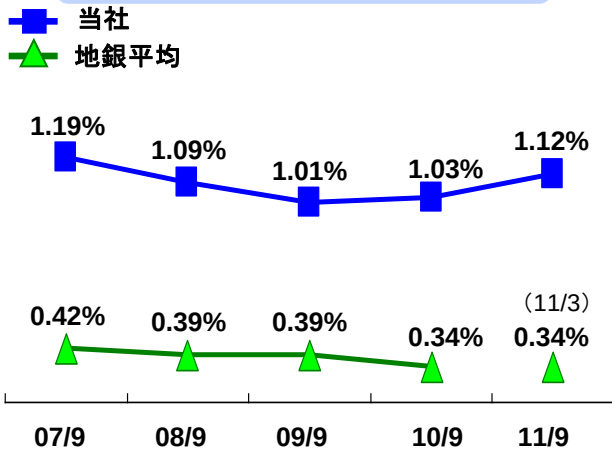
	住宅ローン 目的別ローン カードローン	カードローンのみ (追加取扱店舗)	個人向け ローン 取扱店舗
北海道・東北	2	0	2
関東	44	66	110
信越・東海	9	16	25
近畿	16	28	44
中国・四国	7	0	7
九州	4	0	4
合 計	82	110	192

2011年9月末までの実績値



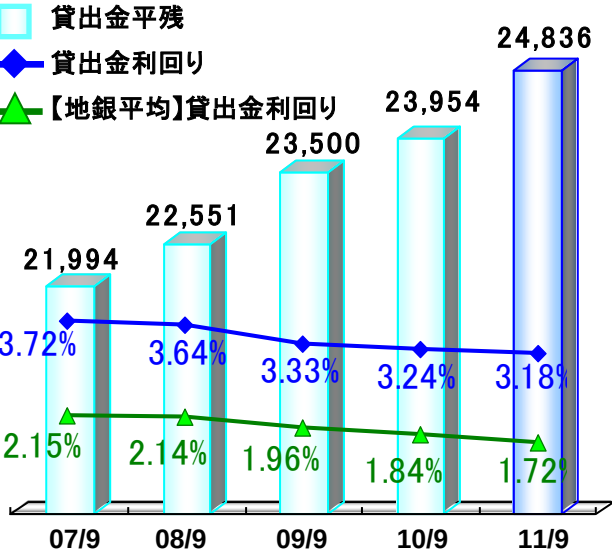
■ 利ざや等の状況 (全体)

総資金利ざや

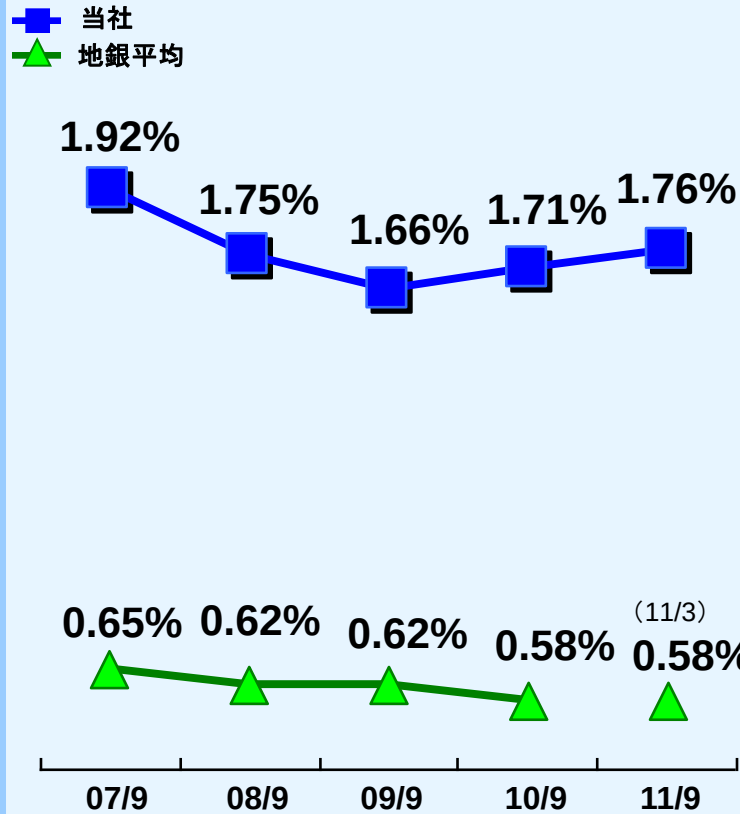


貸出金利回りと貸出金平残

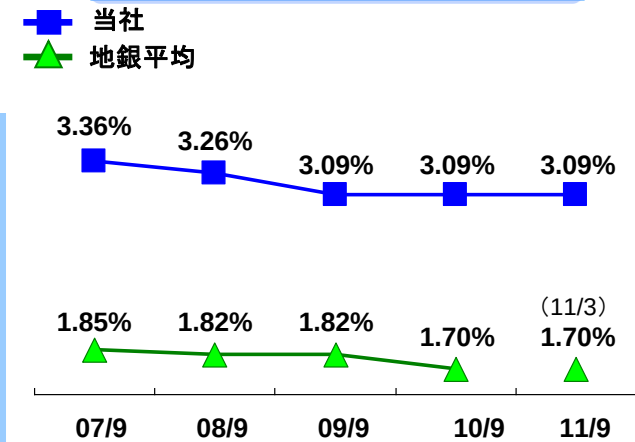
(億円)



預貸金利ざや

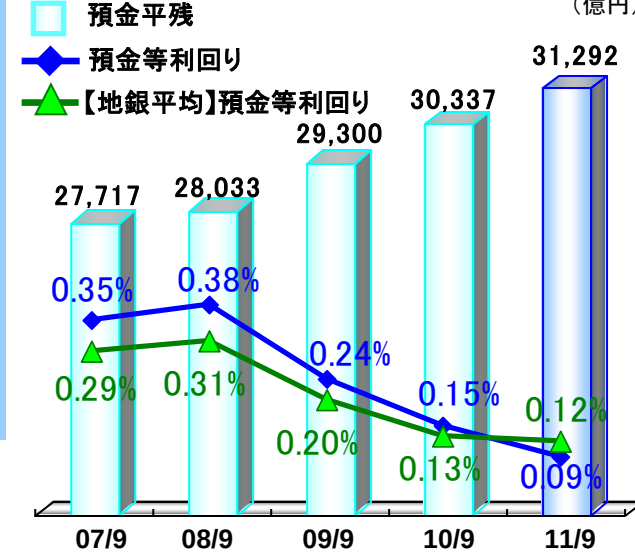


預貸金粗利ざや



預金等利回りと預金平残

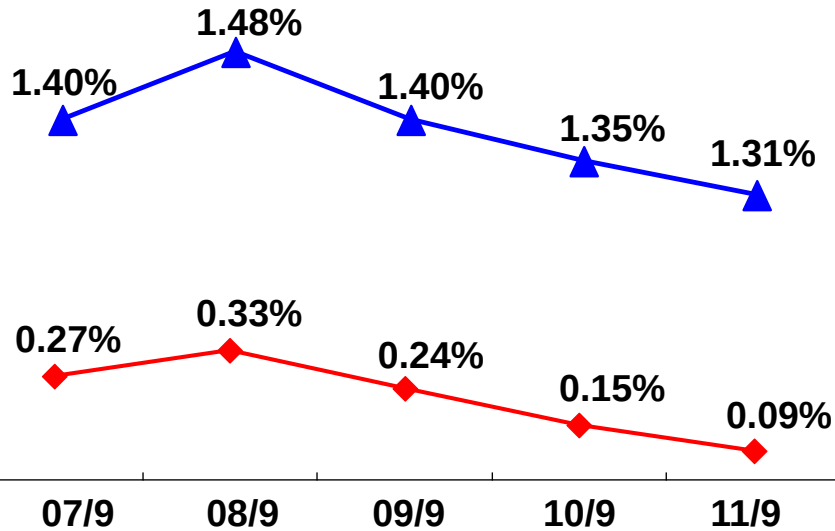
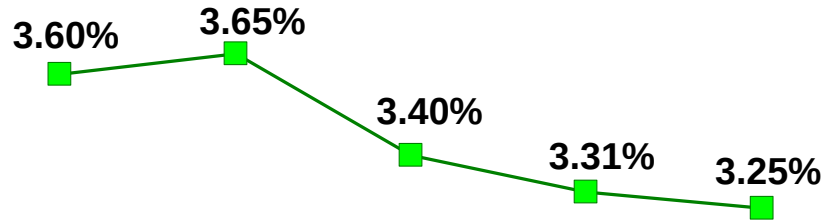
(億円)



■ 利ざや等の状況(国内)

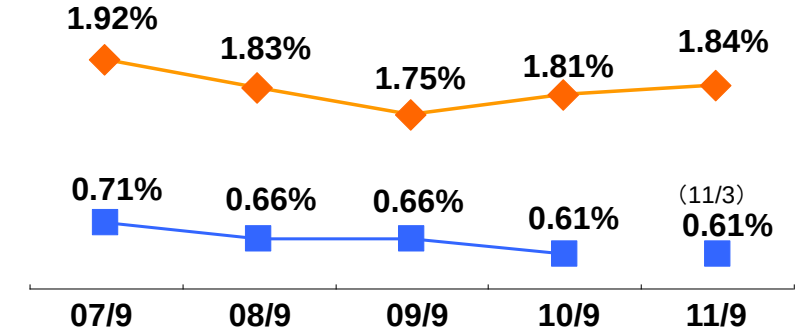
利回り・経費率の状況

■ 貸出金利回り ▲ 経費率 ◆ 預金等利回り



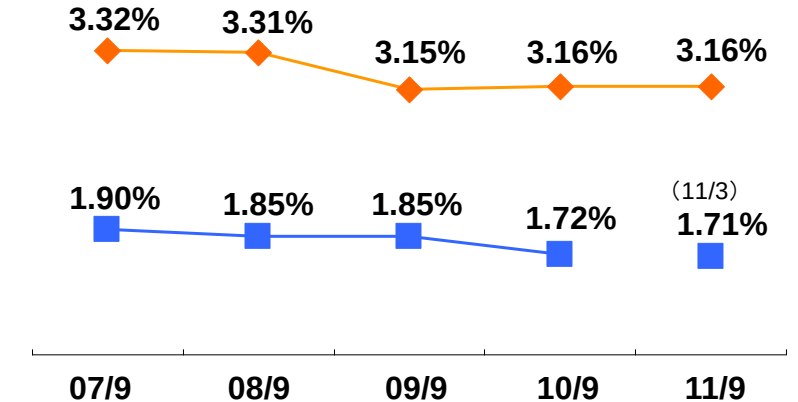
預貸金利ざや

◆ 当社
■ 地銀平均



預貸金粗利ざや

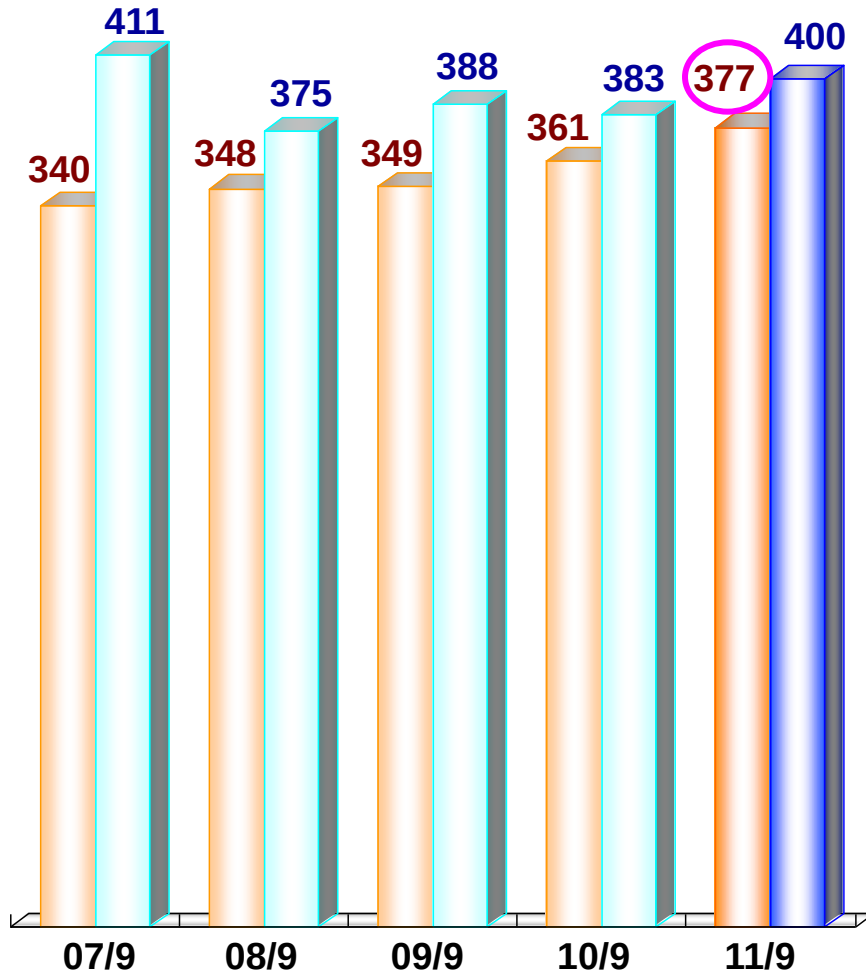
◆ 当社
■ 地銀平均



利益の推移

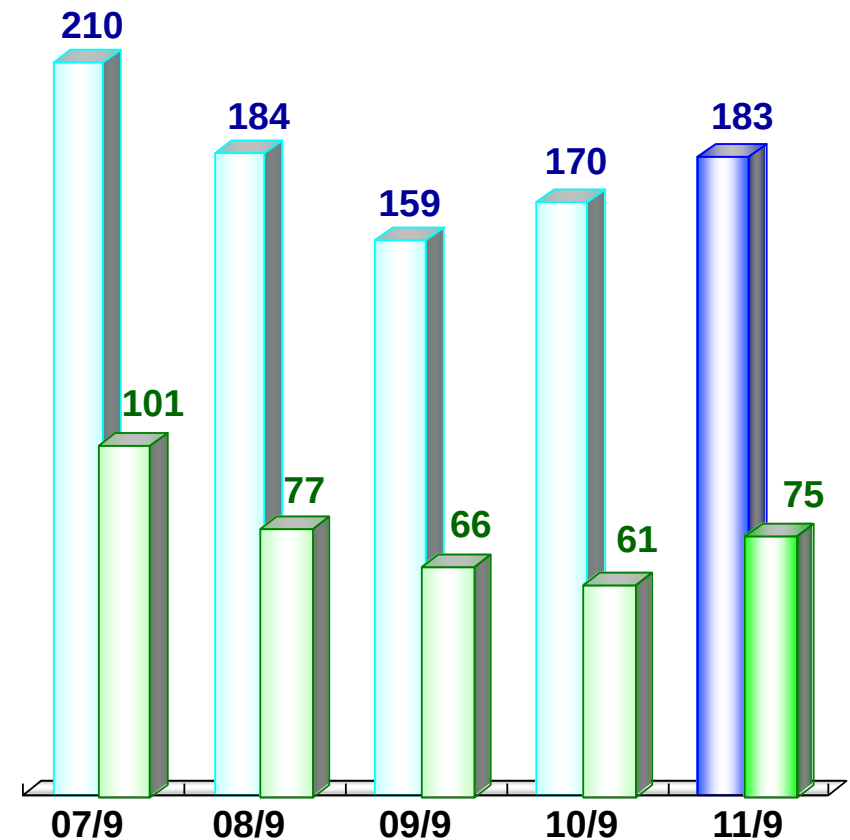
業務粗利益と円貨預貸金利益

■ 円貨預貸金利益
■ 業務粗利益
最高益 (億円)



コア業務純益と中間純利益

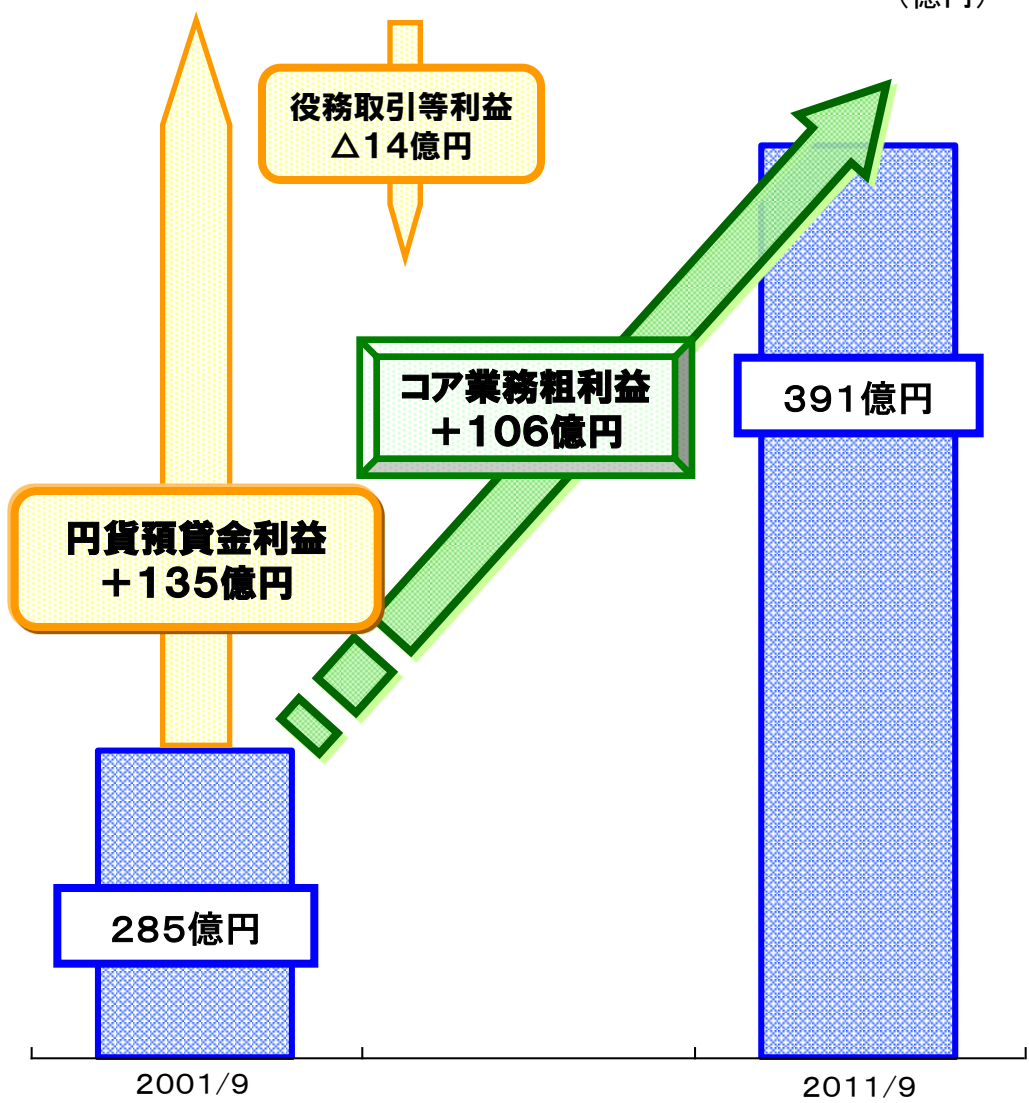
■ コア業務純益
■ 中間純利益
 (億円)



■収益基盤の成長(10年対比)

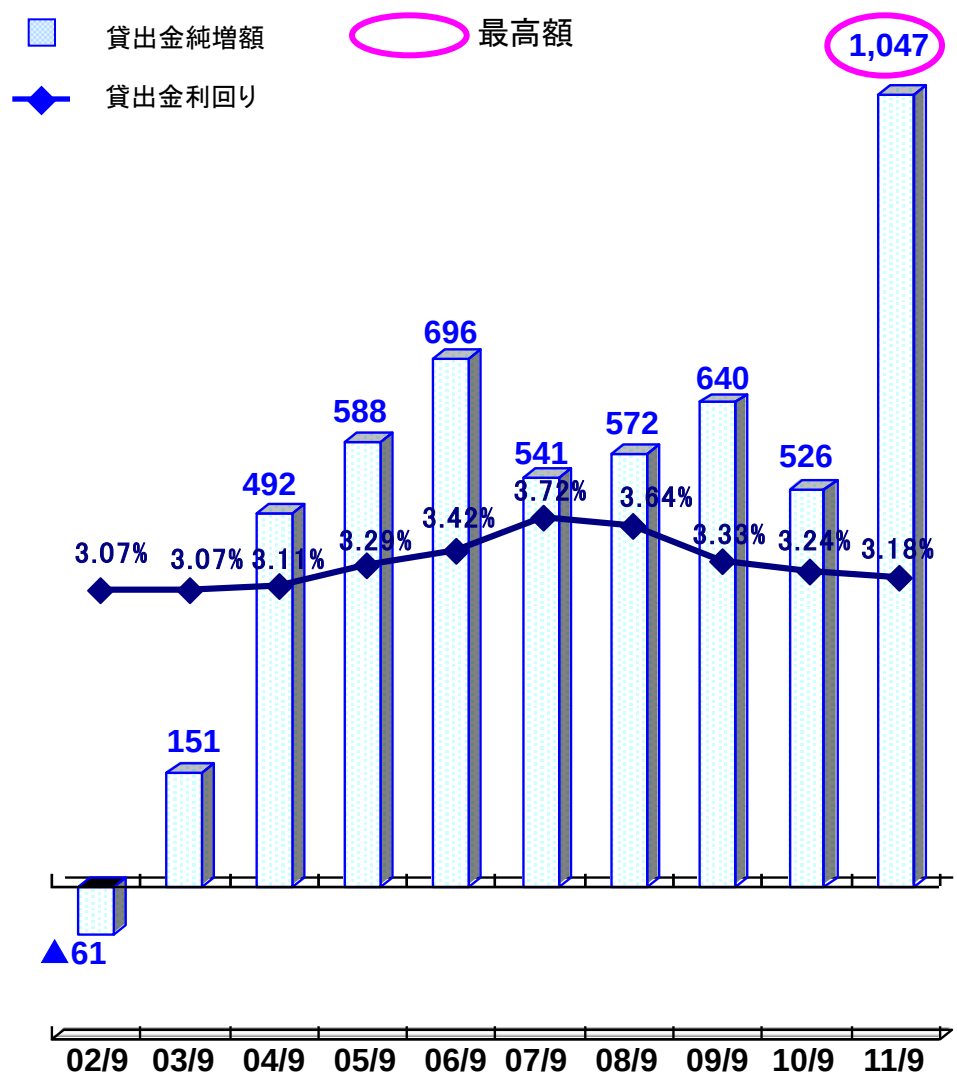
コア業務粗利益増加額(10年)要因分析

(億円)



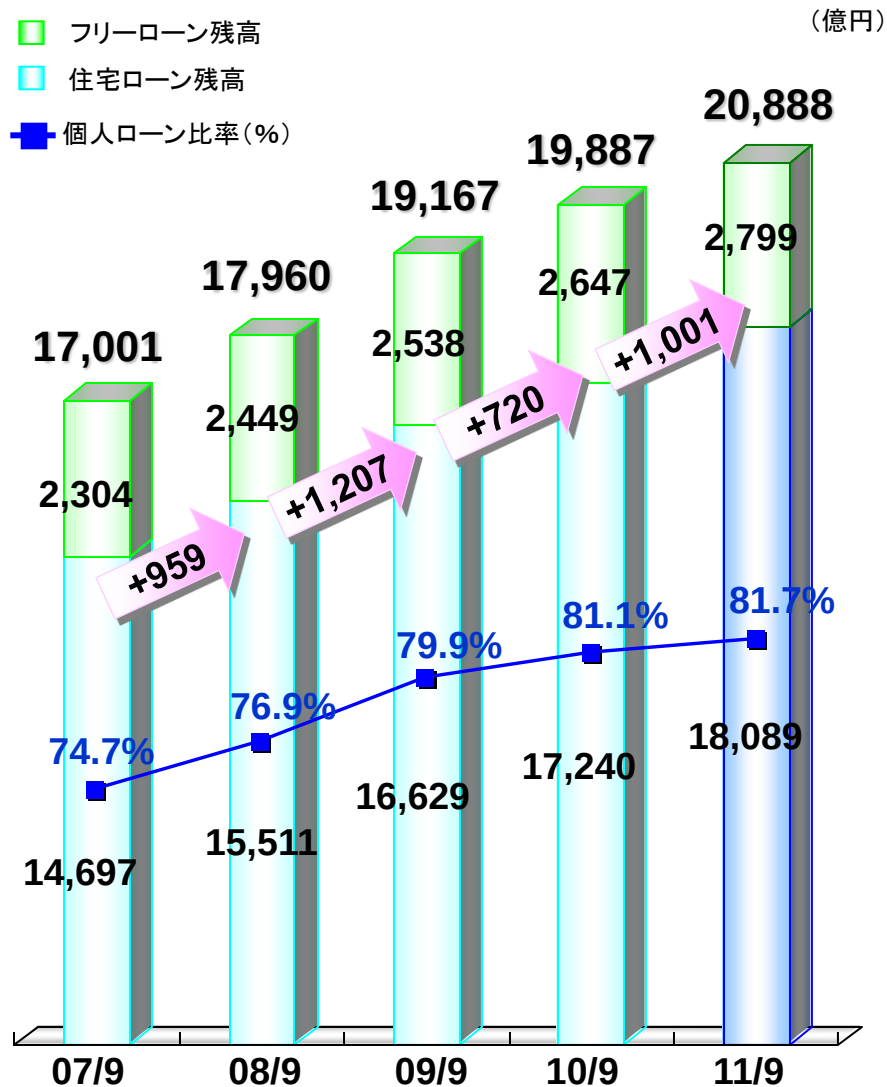
貸出金の純増額と貸出金利回り

(億円)

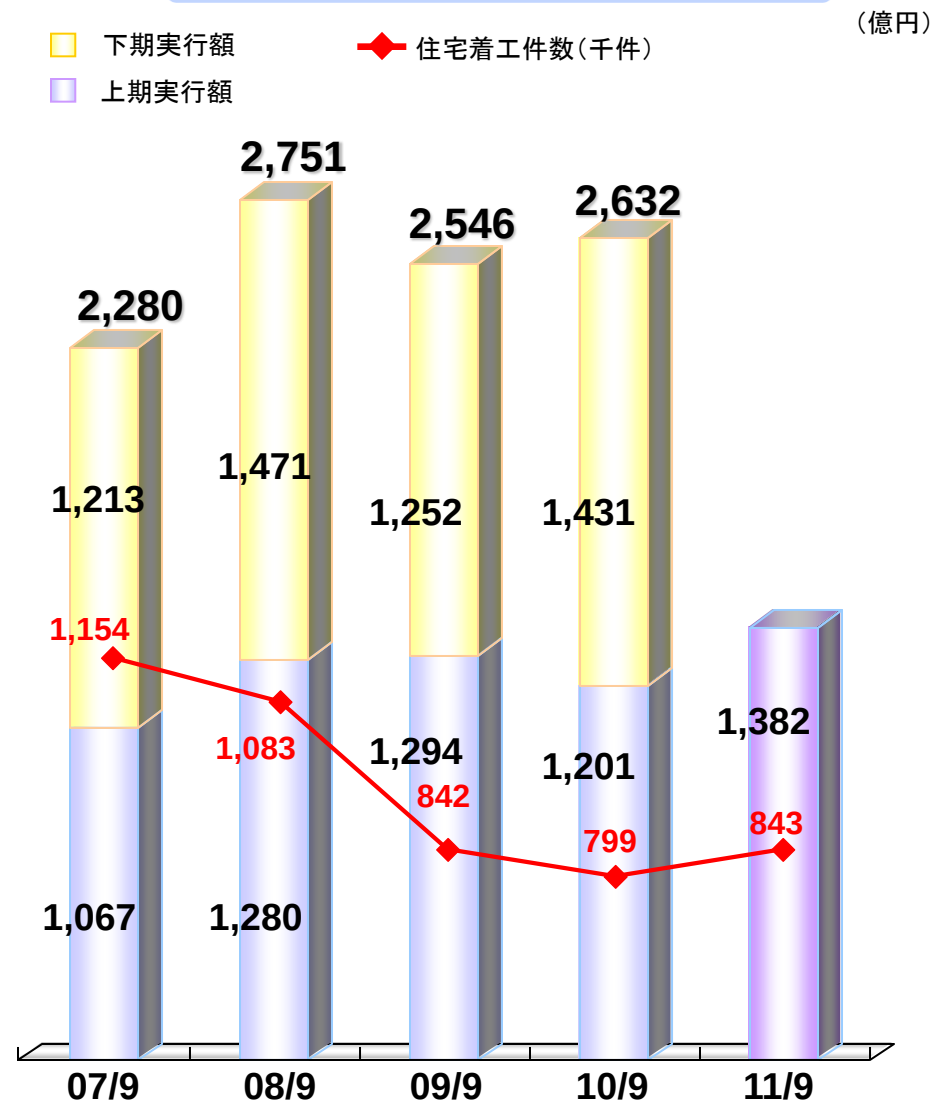


■ 個人ローンの状況 ①

個人ローン残高・個人ローン比率

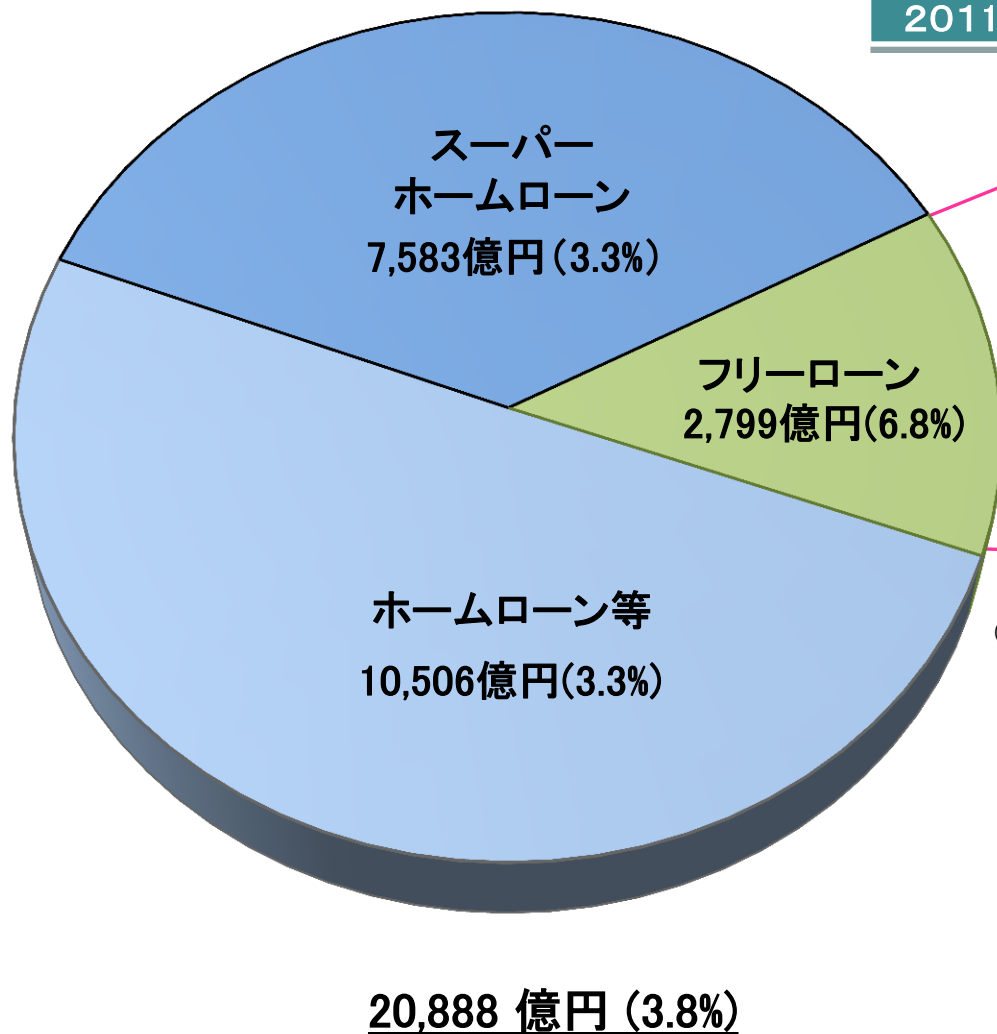


個人のローン実行額

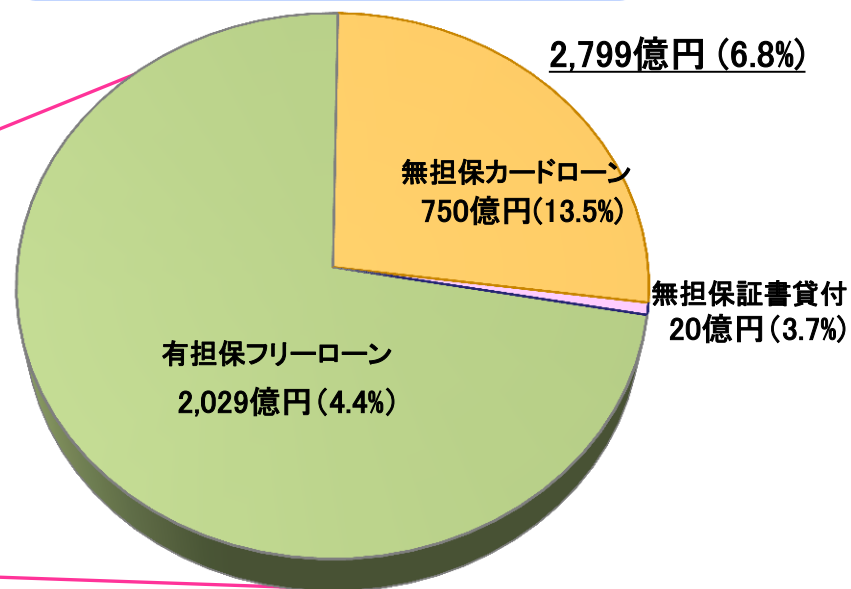


■ 個人ローンの状況 ②

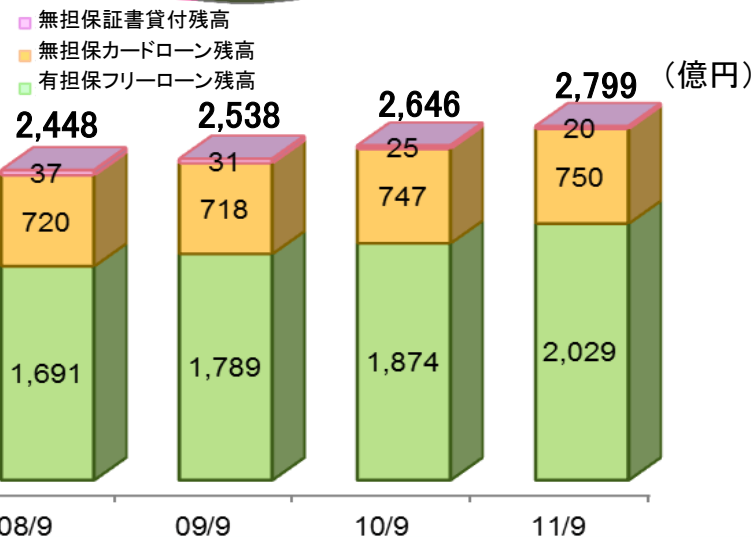
個人ローン残高内訳・平均レート



フリーローン残高内訳・平均レート

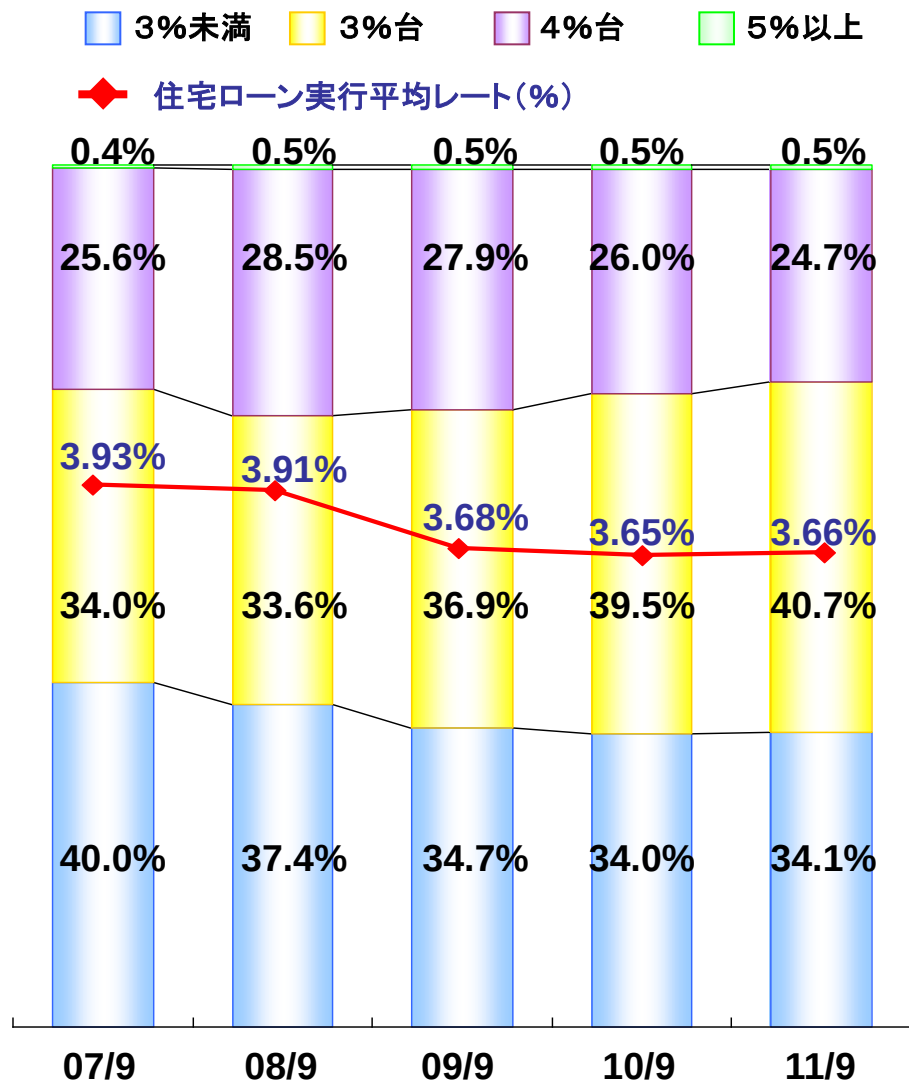


(注) () 内は平均レート

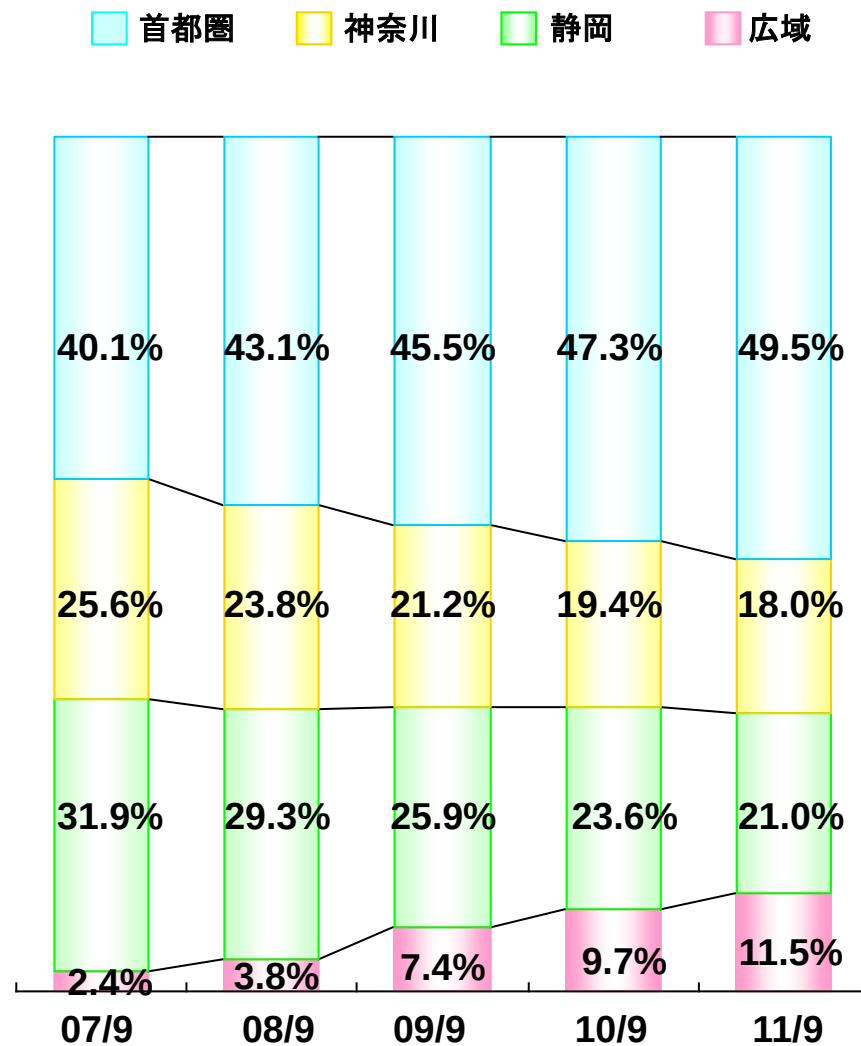


■ 住宅ローンの状況

住宅ローン実行レート分布(累計)



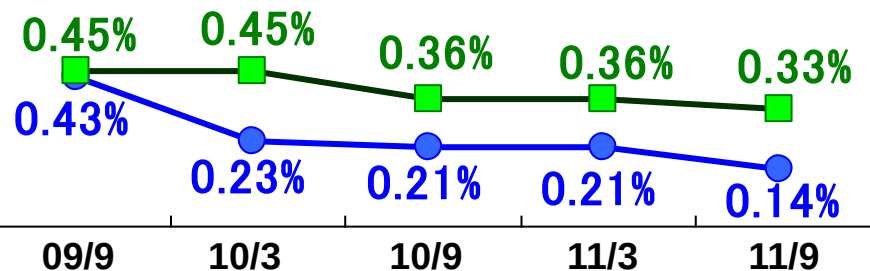
住宅ローン地域別残高比率



■ 個人ローンの延滞率・毀損率の推移

住宅ローン

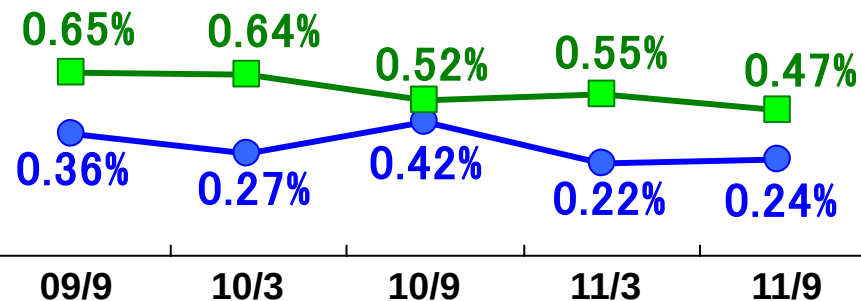
▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



※延滞率=3ヶ月以上延滞債権 ÷ ローン残高

フリーローン

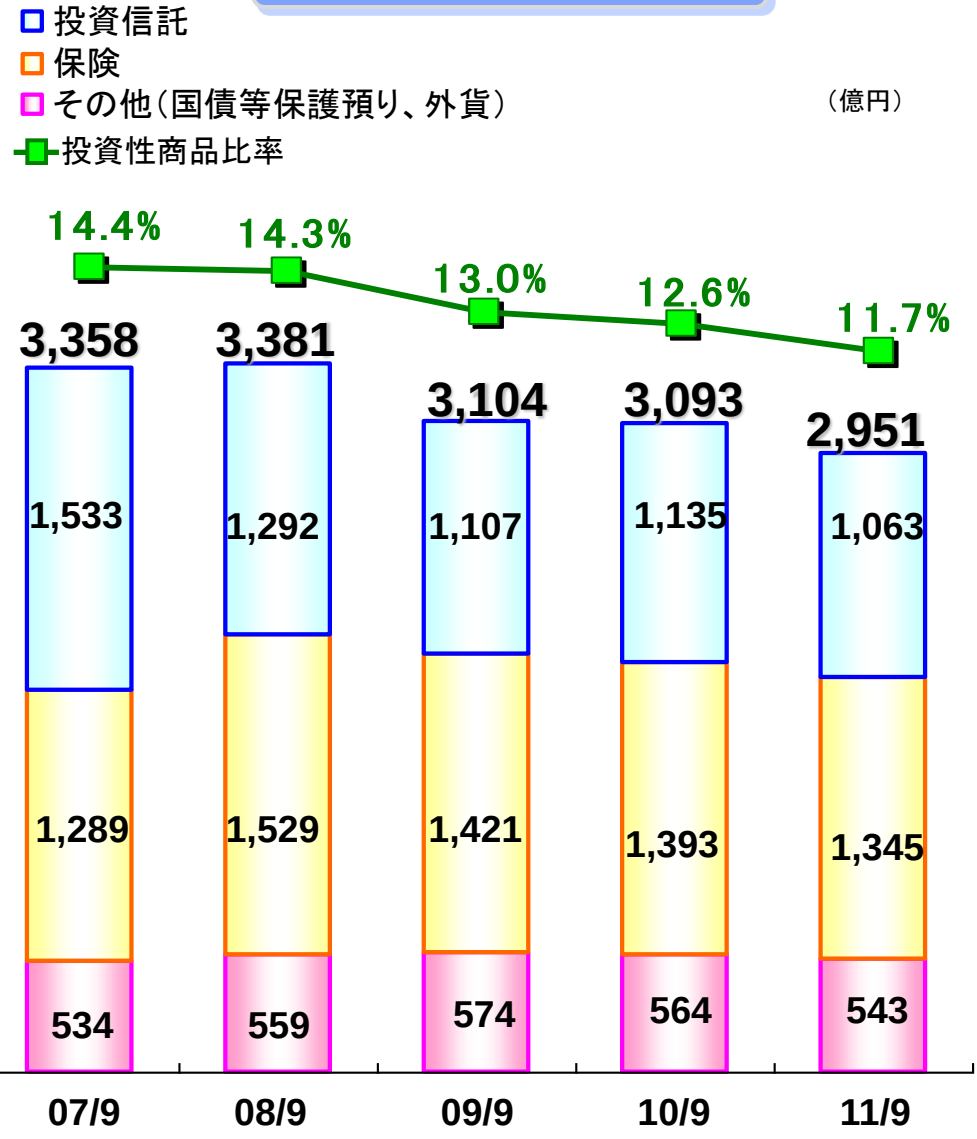
▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率



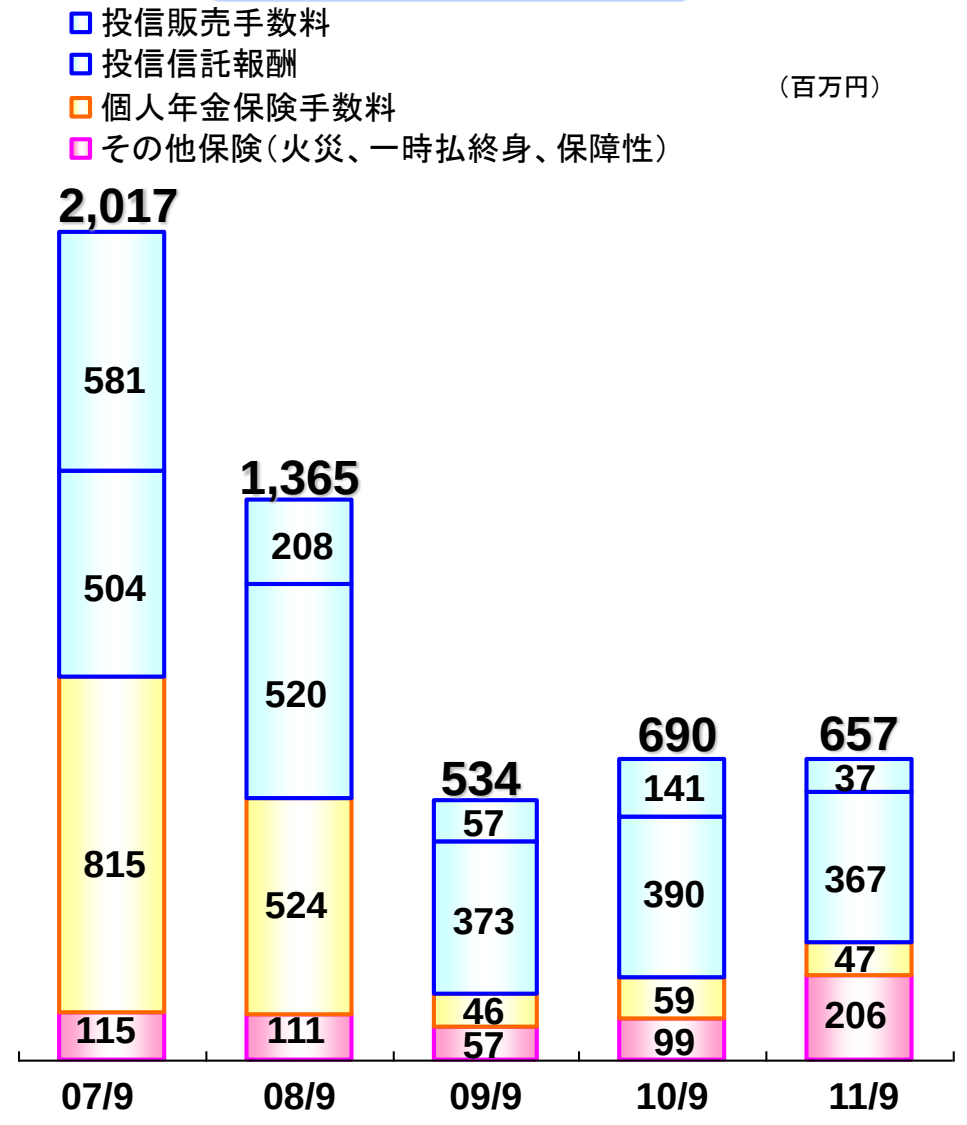
※毀損率=デフォルト率 × (1 - 回収率)

■ 投資性商品<残高・手数料>推移(個人)

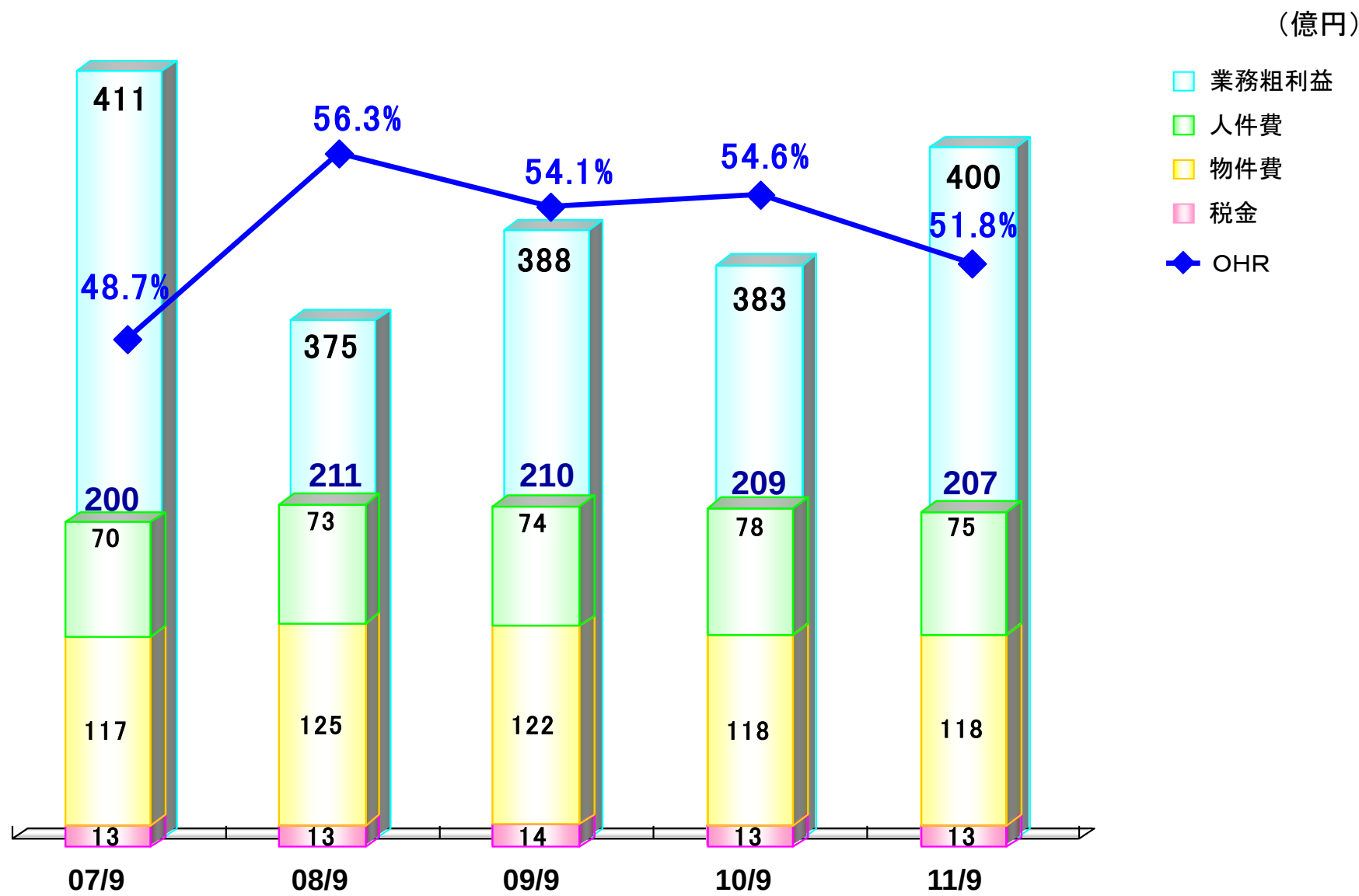
投資性商品残高内訳(個人)



投信・保険手数料収入



■ 経費・OHRの推移



金融再生法開示債権詳細

(億円)

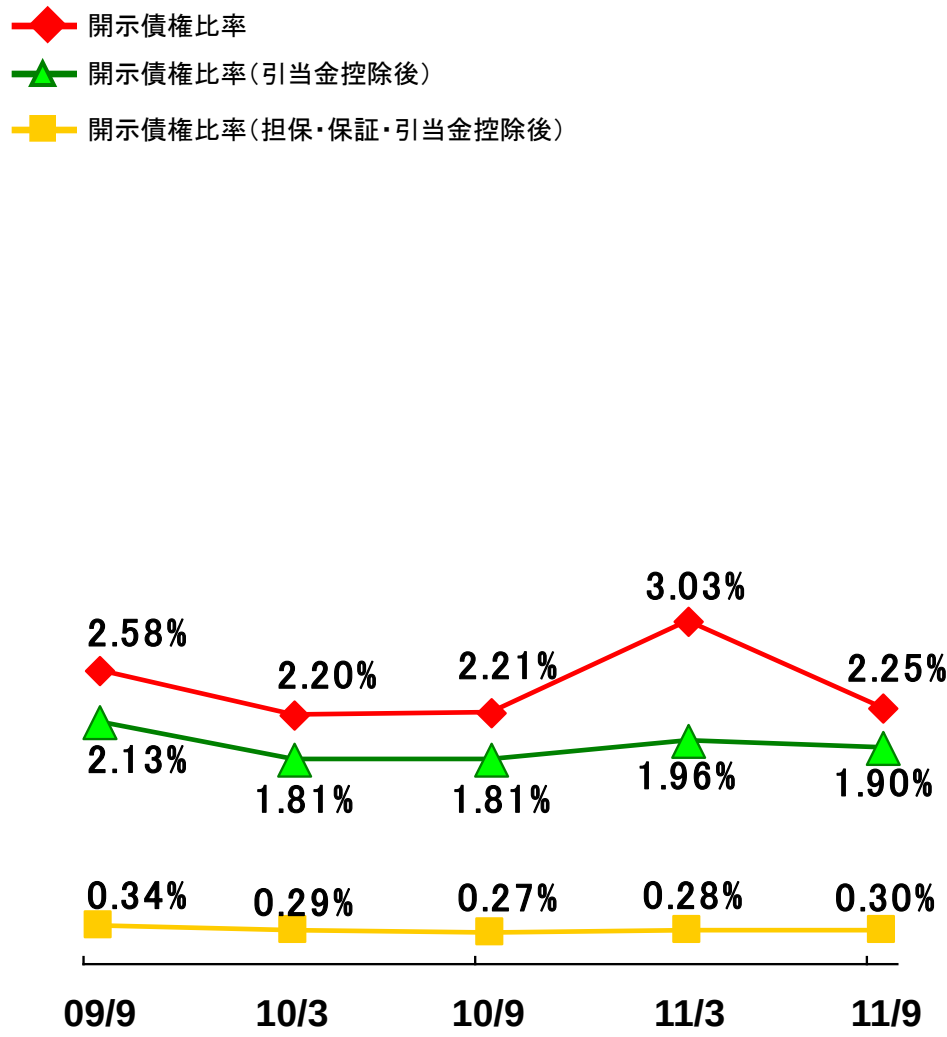
開示区分	11年9月期 与信残高	構成比	法人・個人別 与信残高		構成比	担保・ 保証合計	担保	保証	保全率	引当	引当率	カバー率
破産更生債権 及びこれらに 準ずる債権	225	0.87%	個人	115	0.55%	66	57	9	57.57%	49	100%	100%
			法人	110	2.32%	106	88	18	96.52%	4	100%	100%
危険債権	158	0.61%	個人	26	0.13%	15	11	4	57.95%	8	81.74%	92.32%
			法人	132	2.79%	115	50	65	87.23%	13	81.74%	97.66%
要管理債権	195	0.75%	個人	88	0.42%	59	58	1	67.90%	5	20.99%	74.64%
			法人	107	2.26%	49	49	0	46.61%	7	12.44%	53.25%
合 計	578	2.25%	個人	229	1.10%	141	126	15	61.56%	64	72.50%	89.43%
			法人	349	7.37%	271	188	83	77.68%	24	31.75%	84.77%
正常債権	25,135	97.75%	個人	20,750	98.90%							
			法人	4,385	92.63%							
総与信合計	25,713	100%	個人	20,979	100%							
			法人	4,734	100%							

カバー率合計 86.62%

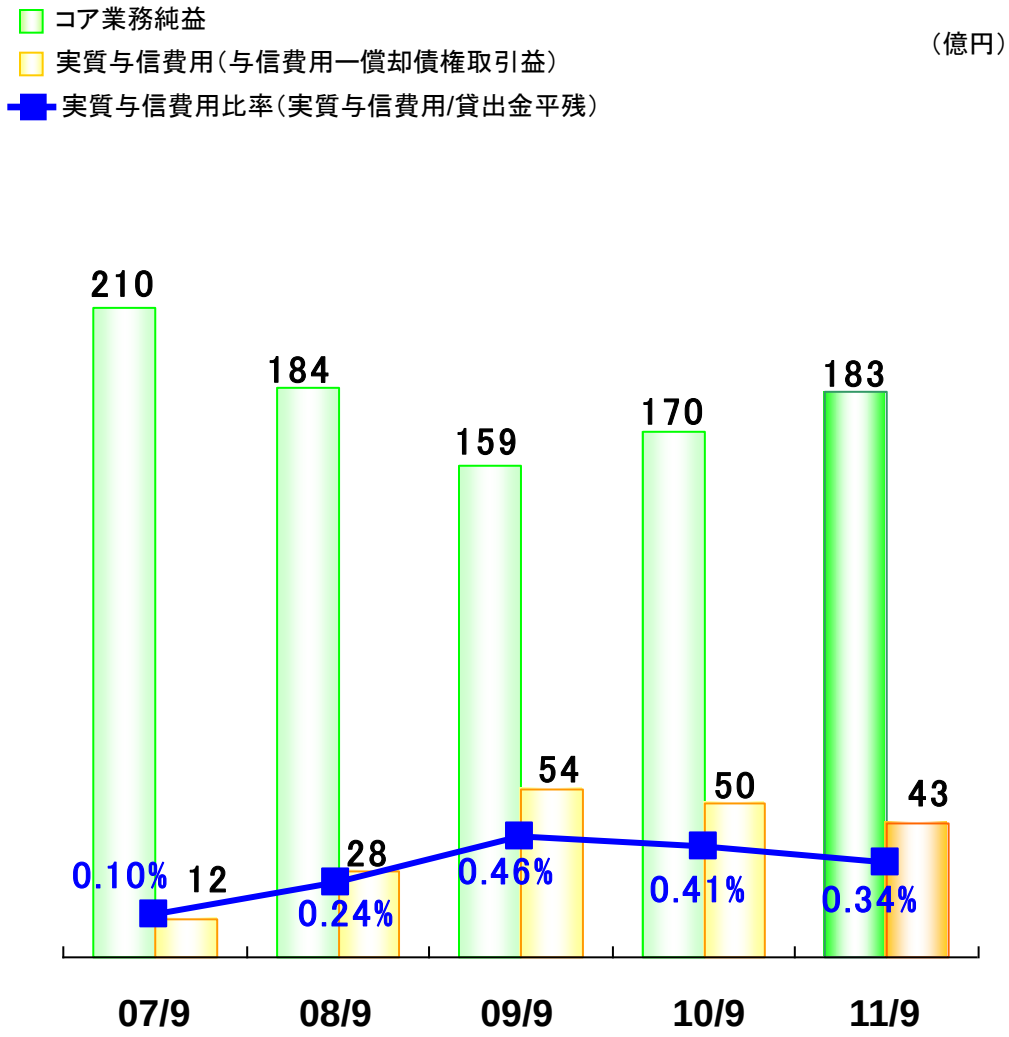
保全率 : 担保・保証による保全率
 引当率 : 無担保部分への引当率
 カバー率 : 担保・保証・引当を考慮したカバー率

■ 開示債権比率と実質与信費用の推移

開示債権比率

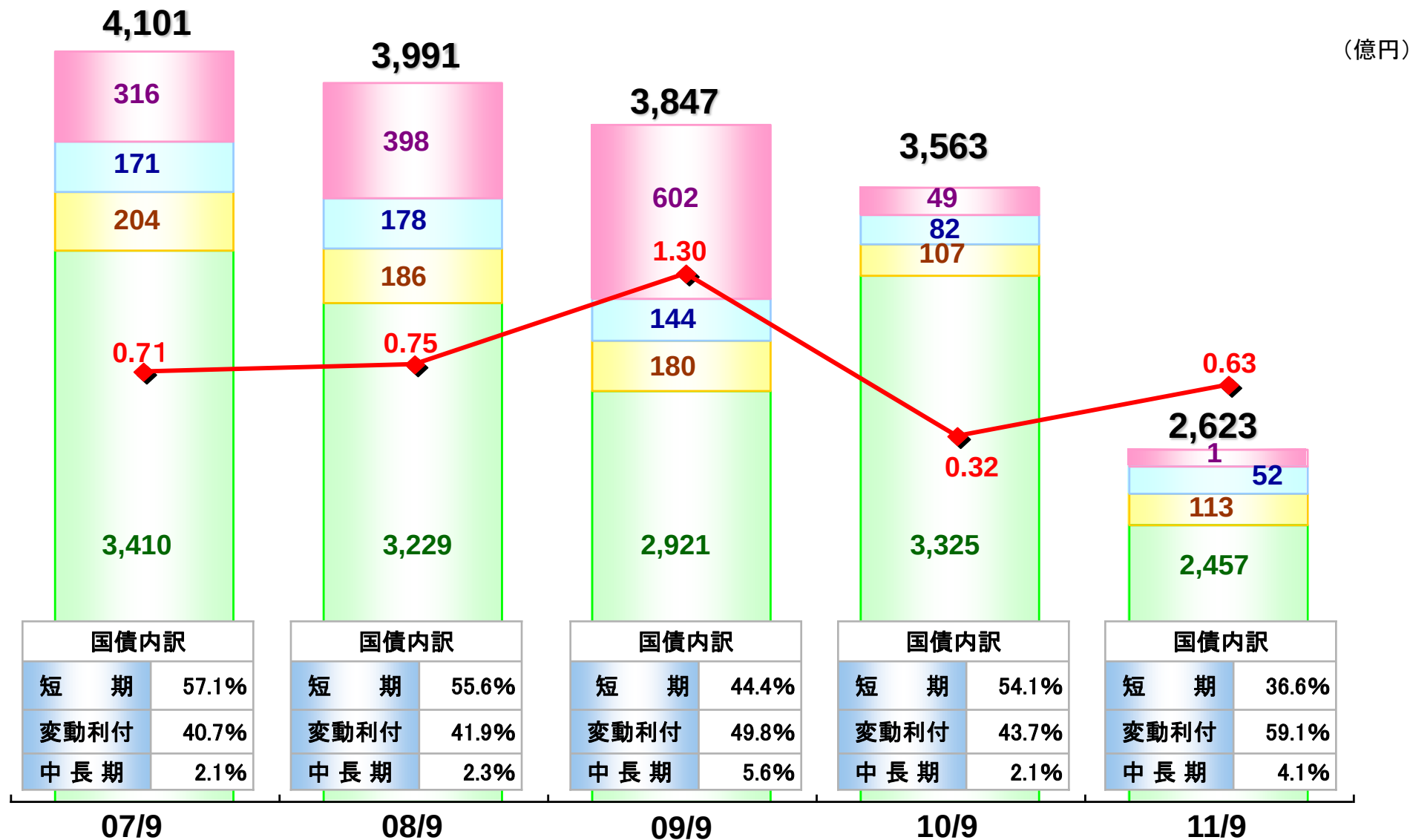


実質与信費用



■ 債券ポートフォリオの推移

平均残存期間(年) 国債 外国債券 社債 地方債



■ リスク量の状況

統合リスク管理

2011年3月末

Tier I

(億円)

バッファー1, 136

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

1, 826

690

220

339

131

485

139

223

123

信用リスク

市場リスク

オペレーショナル
リスク

2011上期
配賦原資

2011上期
配賦資本

2011/9月末
リスク量

アウトライヤー比率

2011年9月末

金利ショック
方式

±200bp

金利リスク量

66億円

アウトライヤー
比率

3.3%

■ 自己資本の推移

自己株式取得実績

第1回【実績】
2009年2月～
2009年5月

754万株
60億円

第2回【実績】
2009年10月～
2010年6月

982万株
80億円

第3回【実績】
2010年7月～
2010年10月

399万株
30億円

第4回【実績】
2011年5月～
2011年9月

562万株
36億円

合計

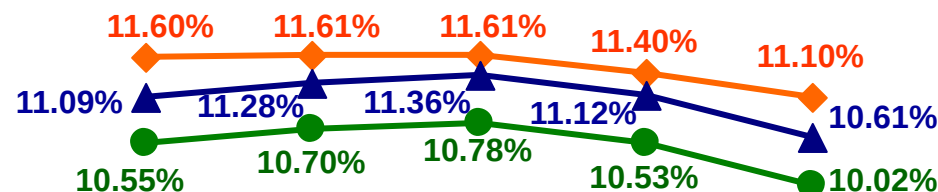
2,697万株
206億円

【消却】
2009年8月

▲680万株
▲59億円

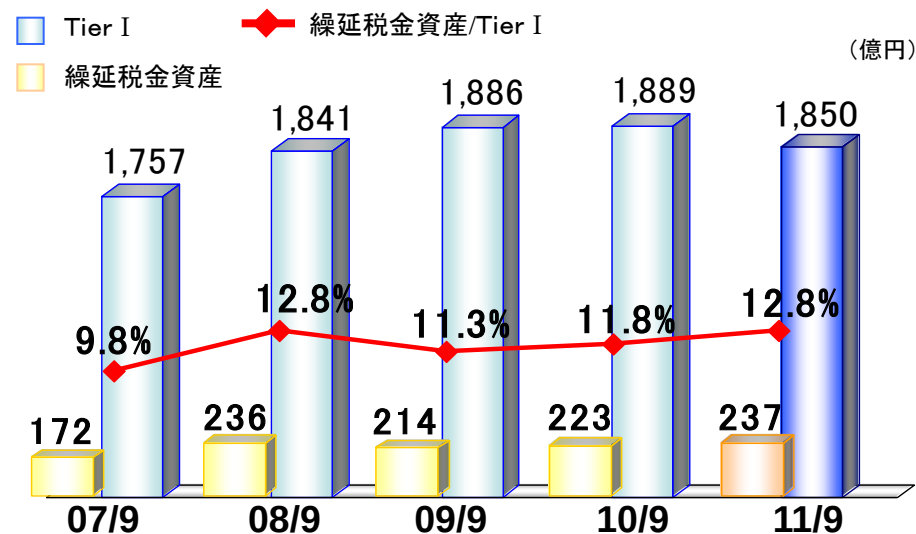
自己資本比率

- 国際基準自己資本比率(連結)
- 国内基準自己資本比率(単体)
- 国内Tier I 比率(単体)



2011年9月末 コアTier I 比率 : 8.8%

(有価証券評価差損、繰延税金資産、金融機関への普通株出資、ソフトウェア等を勘案)



■ 2011年度中間期実績及び通期見通し

(億円)

	2010年度 中間期 実績 (A)	2011年度 中間期 実績 (B)	実績比 (B-A)	2011年度 見通し
コア業務純益	170	183	+13	375
経常利益	91	132	+41	210
当期純利益	61	75	+14	135
実質与信費用	50	43	△7	115
一株あたり配当金 (円)	6.5	6.5	0	13

■ スルガのCSR(企業の社会的責任)

「〈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

これからのCSR

価値創造型CSR

価値観的コミュニケーション

- 遵法を越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 など

CSR
スタートライン

必須のCSR

機能的コミュニケーション

“社会基盤で事業を行う上で必須のCSR”

- 社会からの最低限の要請
- マイナスリスクの軽減 など

社会的側面の
活動

共存

環境的側面の
活動

公正

経済的側面の
活動

均衡

持続的成長

「夢」の実現と地球環境の保護をサポート

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



「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



「SURUGA ECO ACTION」

私たちの大切な未来に向けた環境問題への取り組み



1. 環境関連金融商品のお取り扱い
2. 社会貢献活動の実施
3. エコオフィス化の推進
4. 環境に関する啓蒙活動



カーボンオフセット付き
住宅ローンのお取り扱い



「富士山3776自然林
復元大作戦」への参加

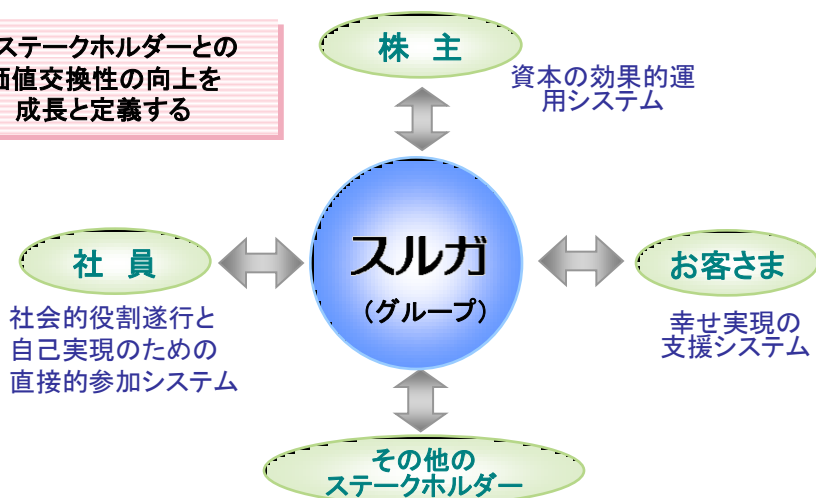


静岡県建築物環境配慮制度
Aランク取得

■ 経営理念における成長のあり方

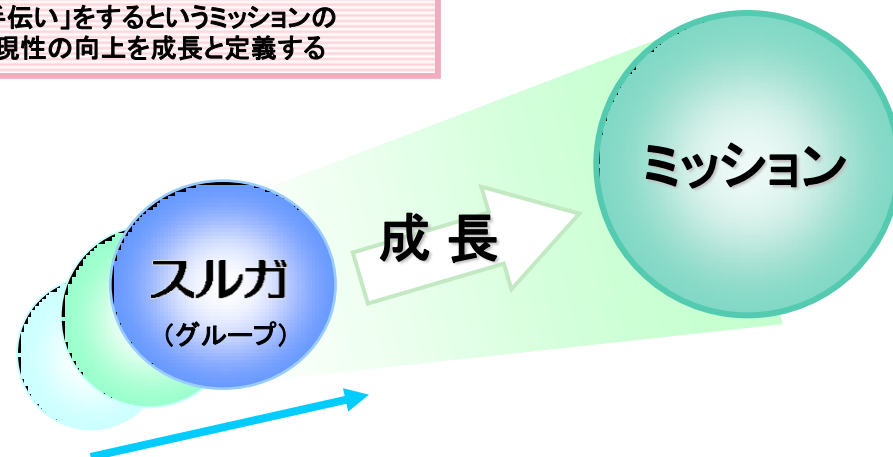
“価値交換システム”としての成長

各ステークホルダーとの
価値交換性の向上を
成長と定義する

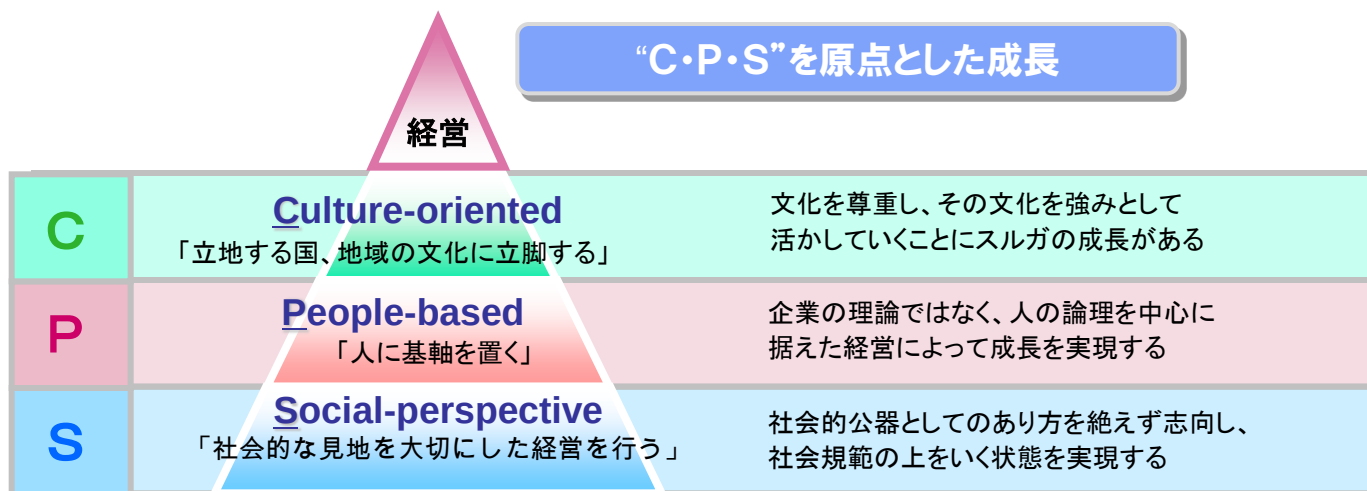


“使命型企业”としての成長

「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



SURUGA bank

Thank you.

〈 本件に関する照会先 〉

経営管理部財務(IR)

[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。