

2015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

Presentation to investors on fiscal year ended March 31, 2015

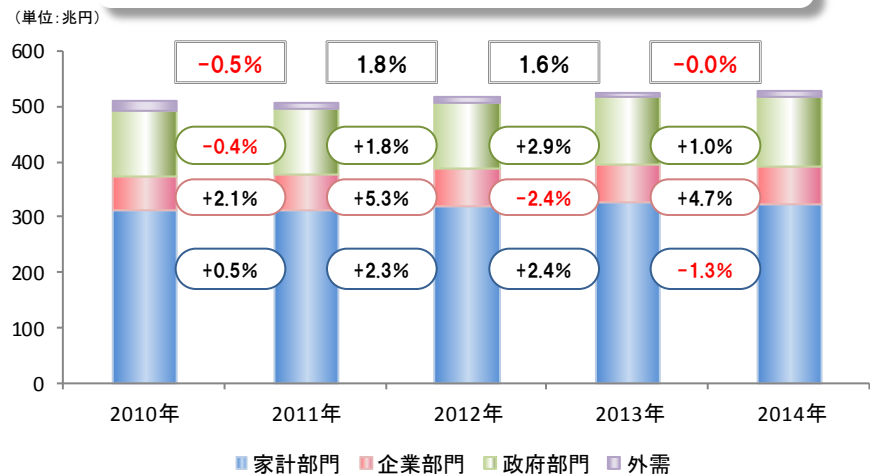
Meeting the Challenge of New Banking



SURUGA bank

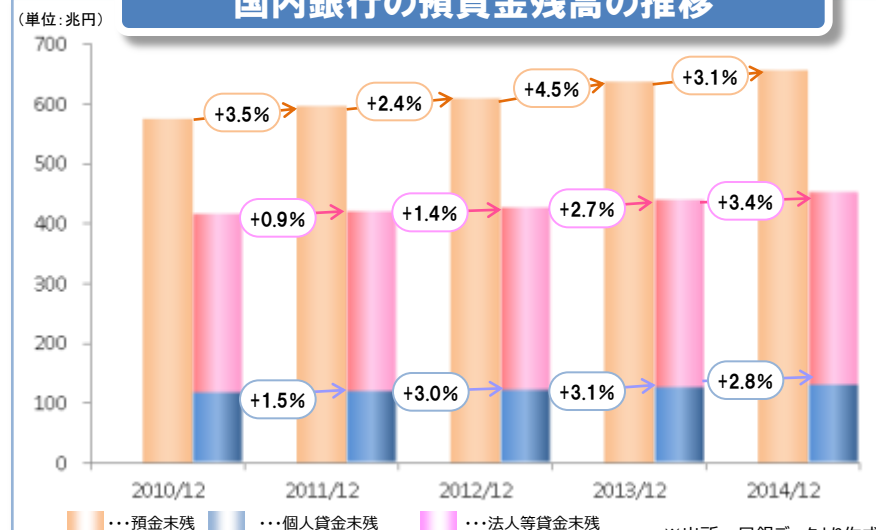
銀行を取り巻く環境

実質GDP額の推移



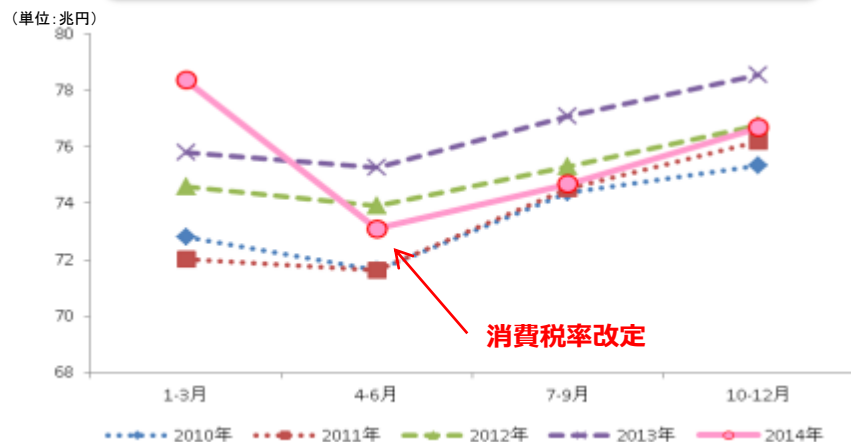
※出所: 内閣府「年次GDP実額」より作成

国内銀行の預貸金残高の推移



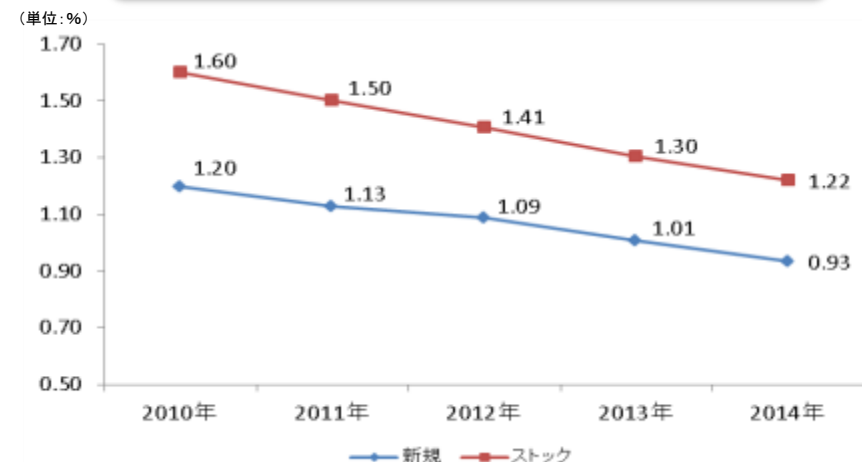
※出所: 日銀データより作成

家計消費支出(実質)の推移



※出所: 内閣府「四半期別GDP速報」より作成

国内銀行の貸出約定平均金利の推移



※出所: 日銀データより作成

■ 日本経済の方向性

改訂戦略における注力施策

日本の「稼ぐ力」を取り戻す

コーポレートガバナンスの強化

成長志向型の法人税改革

等

担い手の創出

女性の更なる活躍促進

外国人材の活用

等

新しい成長エンジンの育成

攻めの農業の展開

健康産業の活性化

戦略実行・実現に向けた3つの眼目

事業環境の改革

日本企業の体質・行動・企業統治の改革等



市場や産業の在り方の変革

働き方の改革

成果で評価され、柔軟で多様な働き方への改革



世界でトップレベルの雇用環境の実現

規制の改革

岩盤規制の改革

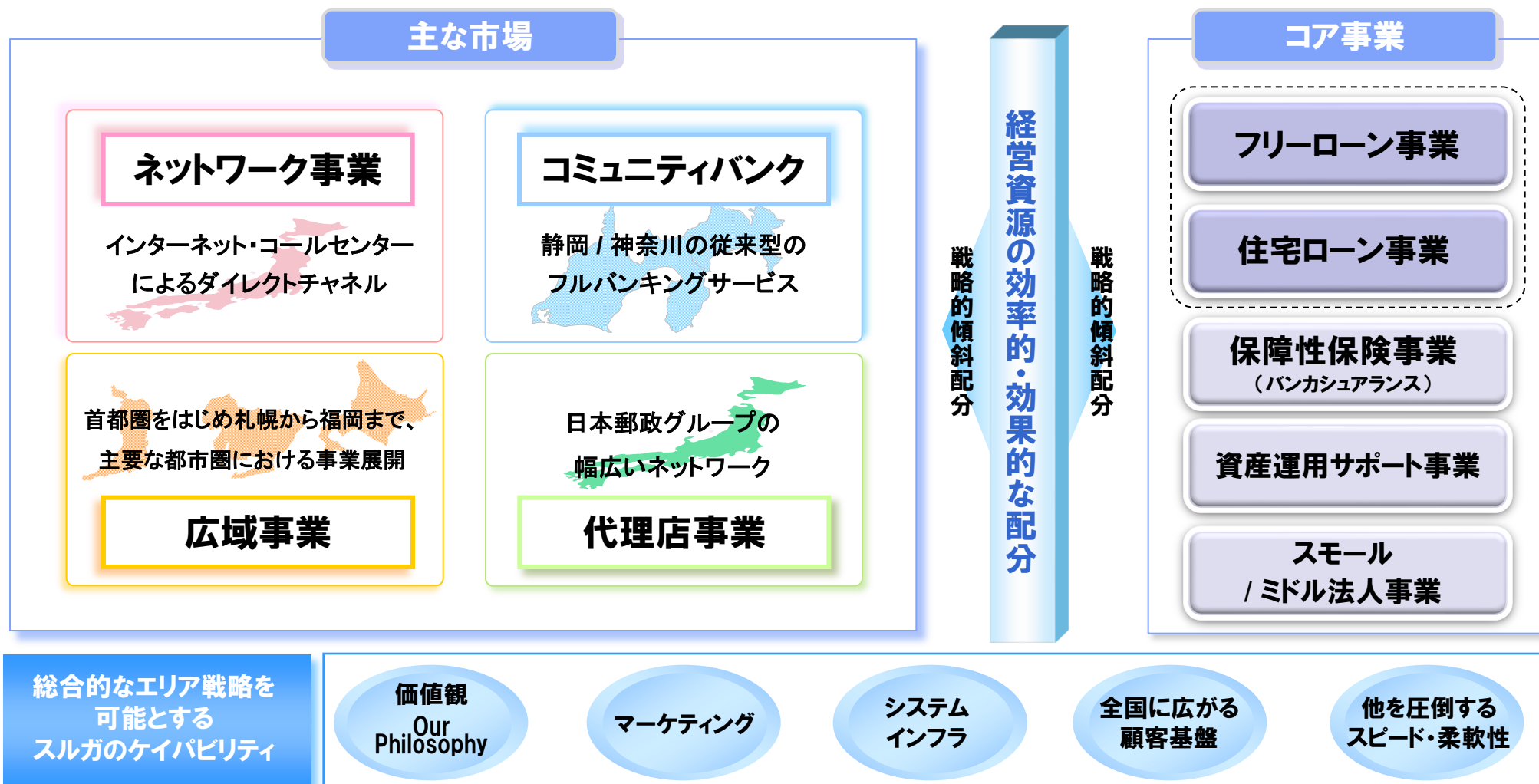


新たな市場とビジネスチャンスの創造

※出所：「日本再興戦略」改訂2014、アベノミクス成長戦略の実行・実現について

■ 第5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
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



スルガのビジネスモデル

スルガの考える「金融サービス業」としての使命

〈消費者〉

消費者ウォンツ /
個人消費を引き出す金融



SURUGA

『小ロット×契約先数』で
リスク分散と高収益の同時達成

消費者の需要を創造する
～消費需要創造金融～

〈事業者〉

企業活動 /
企業向け金融



一般的な金融機関

ロットは大きいが、
他行との競合が厳しく収益性は低い

中小企業を中心に供給を支援し続ける
～企業支援金融～

「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国民経済の発展に寄与する

スルガの戦略ストーリー

《 効率的な経営による高収益創出 》

提供価値

「差」より「違い」の創造
高付加価値の金融サービス

ネットワーク

静岡・神奈川の店舗網
大都市圏店舗とネット支店の広域展開

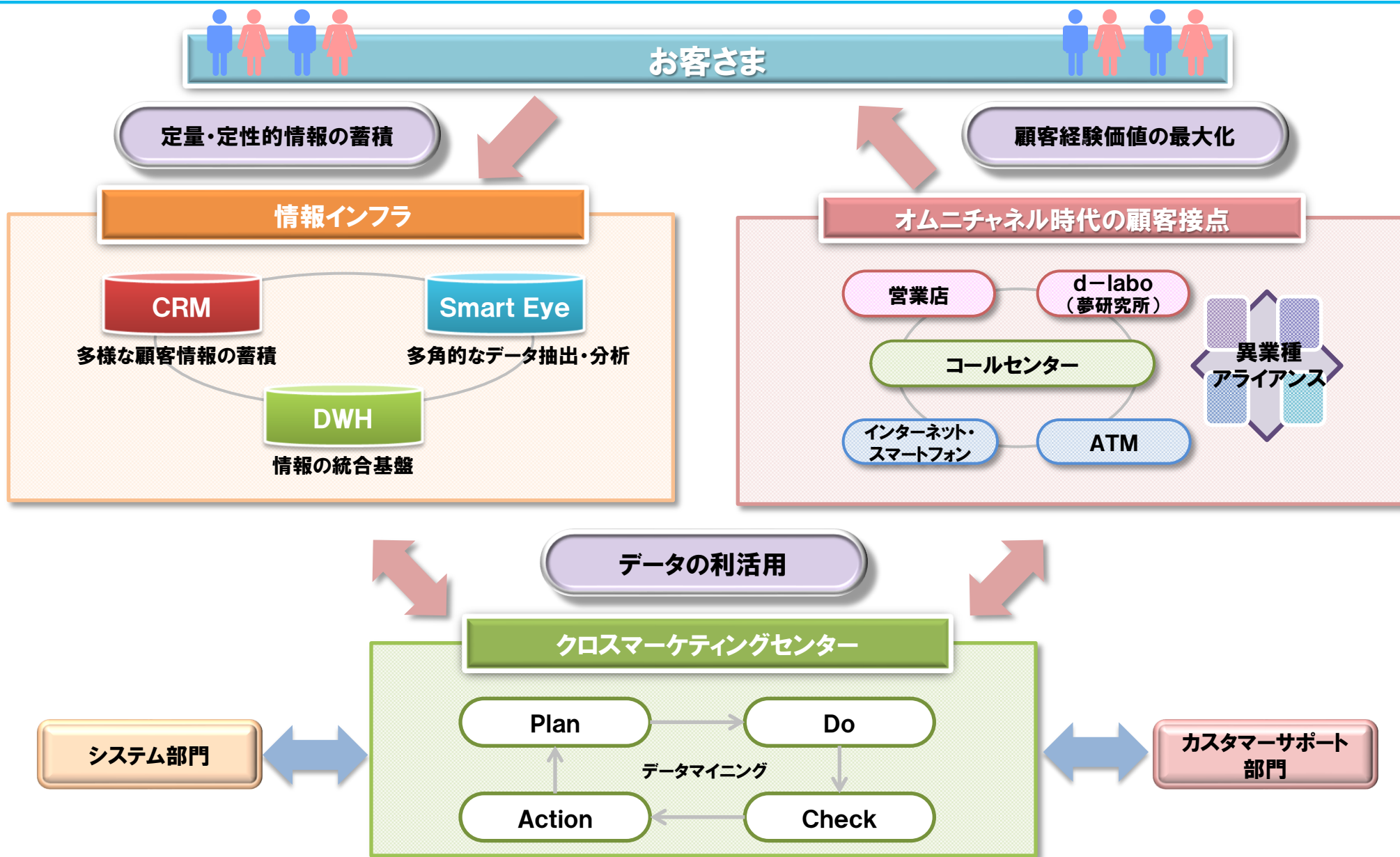
インフラ

リテール特化の情報インフラ
データ分析・クロスマーケティング

企業風土

前例なきことに挑戦する企業文化
「親しさと自由闊達」を育む組織風土

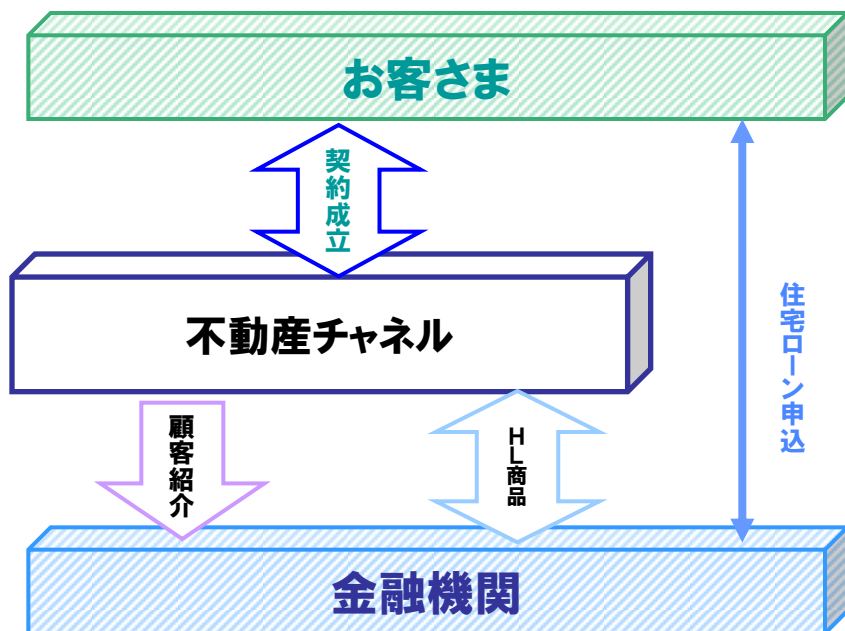
■ スルガのマーケティング戦略



■ スルガの有担保ローンビジネス

スルガの有担保ローンビジネスは時代の変化にあわせて進化し続ける

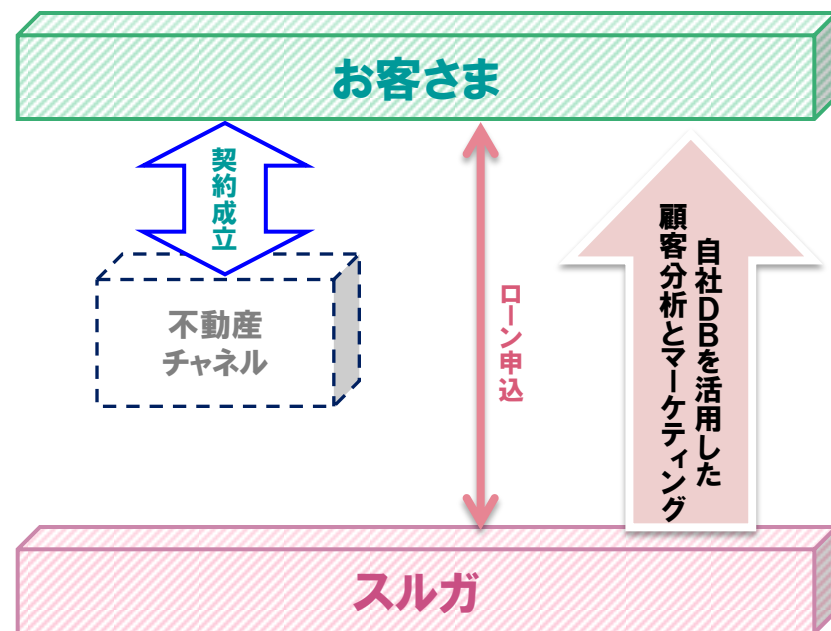
一般的な有担保ローンビジネス



住宅ローン

『不動産チャネル』を起点とした新築中心の「住宅ローン」営業
= **モノライン**モデル

スルガの有担保ローンビジネス



住宅ローン

セカンダリー
+
リノベーション

ホーム
エクイティ

リフォーム
+ 相続

...

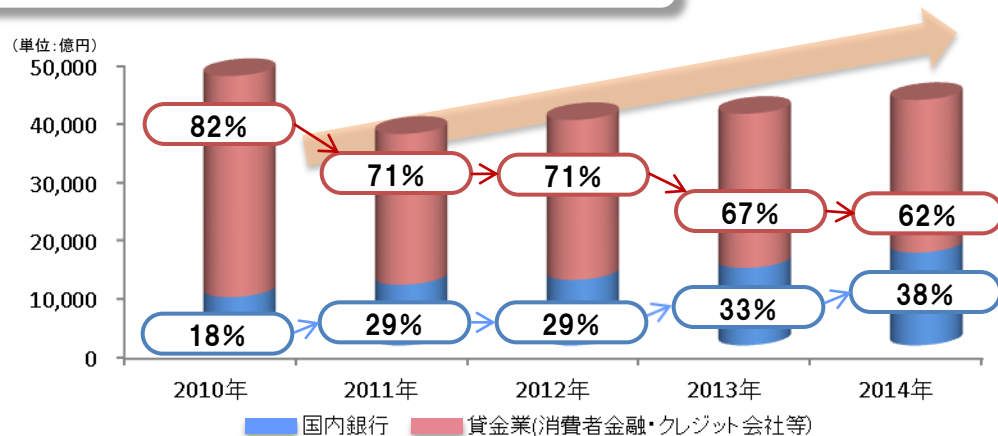
顧客のライフイベントや価値観に対応した「有担保ローン」営業
= **フルライン**モデル

スルガの有担保ローンビジネスはチャネル営業に依存しない

金利競争とは一線を画した「顧客軸」を付加したビジネスモデルを展開

■ スルガのフリーローン戦略

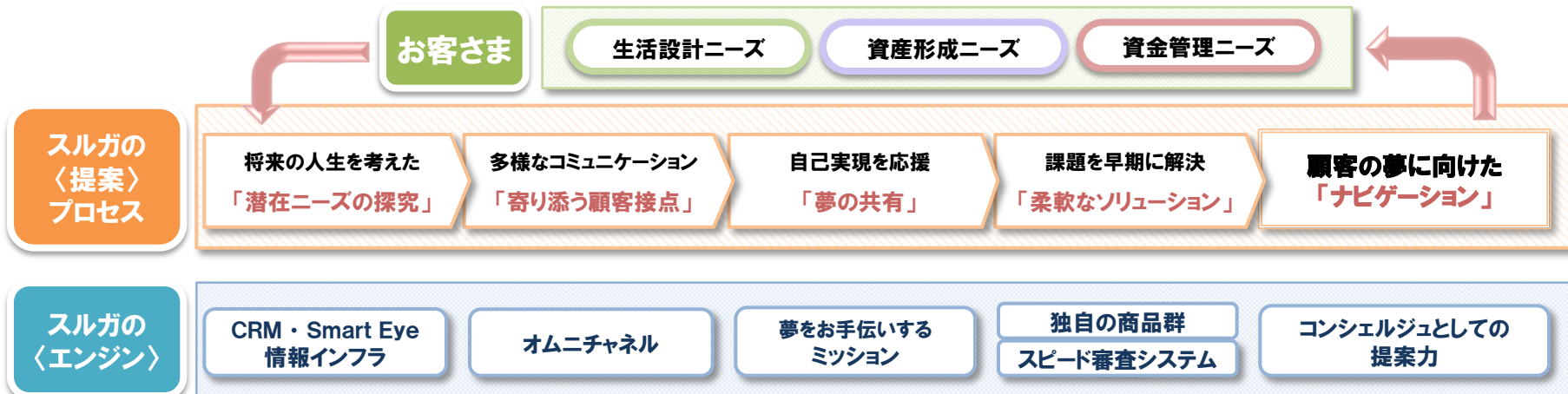
消費者ローン(除く住宅ローン)新規貸付額推移



- 2011年以降、消費者ローンの新規貸出額は回復傾向
- 2014年4月の消費税率改定による個人消費の落ち込みに関わらず、消費者ローンは堅調
- 銀行の消費者ローン市場における存在感は拡大
- 銀行は、個人消費を資金面から支える役割を担う消費者ローンの出し手として、重要性を高めている

スルガのフリーローンビジネス

スルガの“提案力”と“エンジン”の相互進化によって、フリーローンビジネスを展開



■ 今後の金融サービスの方向性

金融行動の変化

金融行動の変化の要因

相続による資産移動

→ お金の地域・世代間の移動

インターネット金融の浸透

→ 情報の氾濫 (サービスの発展)

販売チャネルの多様化

→ 選択肢の拡大 (サービス総合化)

最適な選択に対する
アドバイスニーズの高まり

〈今後求められる金融サービス〉

人間味あふれる金融サービス

キーワード: “人と人とのつながり” や “あたたかみ”

顧客との対話
(コミュニケーション)

顧客目線の
サービス

(従来)

セルフ完結・効率的なサービス

フィンテック(FinTech)の活用

フィンテックの本質

“効率化”のためのテクノロジーの活用でなく、
“サービスの付加価値向上”のためのテクノロジーの活用

【参考】フィンテック(FinTech)とは…

Finance(ファイナンス)と Technology(テクノロジー)とを
融合した造語。広義には金融分野における技術全般を指す

フィンテック活用の余地が大きい領域 … 決済、ローン

フィンテック と 銀行業界

既存銀行にとっては、フィンテックを活用することで、
異業種からの銀行参入の対抗手段を持ちうる

金融機関と異業種との
ハイブリッドな融合にチャンス



※出所: 野村総合研究所 宮本弘之氏

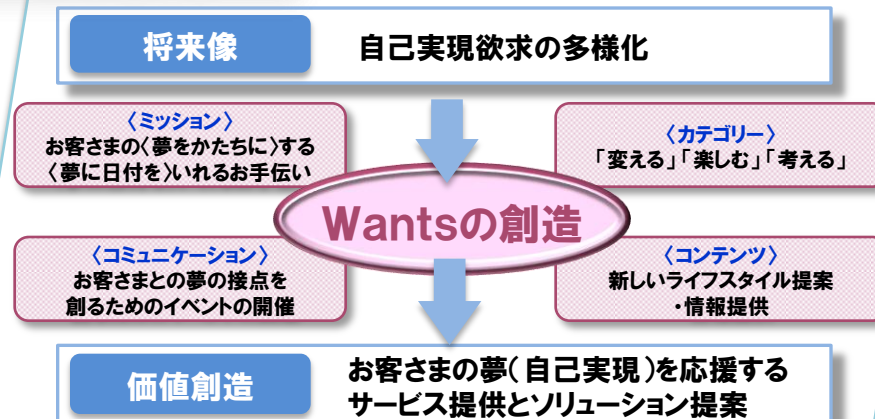
d-labo 新展開

「d」をキーとした新しい“銀行”のカタチ ～夢で繋がるコミュニケーション・スペースを拡大～

コンセプト



アプローチ



d-labo湘南 2014年12月Open

湘南T-SITE内に“湘南ライフの情報発信”をコンセプトとしたスペース

d-labo静岡 2015年3月Open

アネックス静岡伊勢丹とコラボレーション“Big Home”をコンセプトとしたスペース

d-laboたまプラーザ/たまプラーザ支店 2015年4月Open

たまプラーザテラス内に“家族withペットと行ける銀行”をコンセプトとしたスペース

■ 異業種との金融サービス進化① “ANA支店 フィナンシャル スペース オープン”

ANAマイレージクラブ会員(会員数2,600万人超)に対して、
「新しい旅の必需品」と「ファイナンスに関する相談をできるラウンジ」を提供

“スマートに貯めよう。スマートに旅しよう。”

“ANA MILEAGE CLUB Visa Debit”
新登場

ANAマイレージクラブ

+

Visaデビット

+

銀行キャッシュカード



- ANAのマイルが貯まる
ANA支店の商品・サービスの利用でマイルが貯まる
- 世界中で“現金感覚”でショッピングが楽しめる
世界中Visa加盟店でショッピング可能
一定額以上の利用でボーナスマイル
- カード付帯保険も充実
Visaデビットで購入した商品の破損・盗難被害補償が付帯
- 世界200か国以上の国と地域のATMで現地通貨が引き出せる
ANAダイヤモンド・プラチナ・ブロンズサービスメンバーの方は手数料無料
- 万が一の旅行キャンセルにも対応
Visaデビットにて旅行代金を決済した場合、旅行キャンセル時にお見舞金支払い

ANA スルガ銀行ANA支店
FINANCIAL SPACE 2015年1月20日オープン



スルガビル1階(日本橋)に開設した
FINANCIAL SPACE



- ANAの空港カウンターや機内の窓等をイメージした空間
- インターネットだけでなく、お客さまとのリアルの場でのコミュニケーションを創出
- 平日のみならず、土日祝日も夜6時まで相談可能

■ 異業種との金融サービス進化② “2015年4月 Tポイント支店オープン”

CCC

日本最大級の共通ポイントサービス「Tポイント」を運営
会員数 **5,304万人** (2015年3月末)

Tポイントアライアンス企業
122社 350,727店舗 (2015年3月末)

幅広い世代の多様なライフスタイルに合わせた企業群との連携



- 大量の顧客IDを保有
- 多彩な顧客接点
- 信頼のあるブランド力

SURUGA bank

2011年10月

【業界初】Tポイント付き銀行カードローンの発行



2015年4月

T-POINT 誕生
スルガ銀行 Tポイント支店



- Tポイントが貯まる商品・サービスを提供
 - ・VisaデビットTカード
決済金額200円(税込)ごとに1ポイント貯まる
 - ・Tポイントが貯まる銀行取引(定期預金、給与振込)
- Tポイント支店では2つの【日本初】を実現！
 - 【日本初①】Visaデビット機能を搭載したTカードの発行
 - 【日本初②】Visaデビットカードの「即時発行サービス」
- 湘南T-SITE(d-labo湘南)とのO2Oへの取組み
 - ・インターネット支店とリアル店舗の融合
 - ・セミナーによるファン化

- 金融事業のノウハウ
- 独創的な商品開発
- O2Oへの取組み

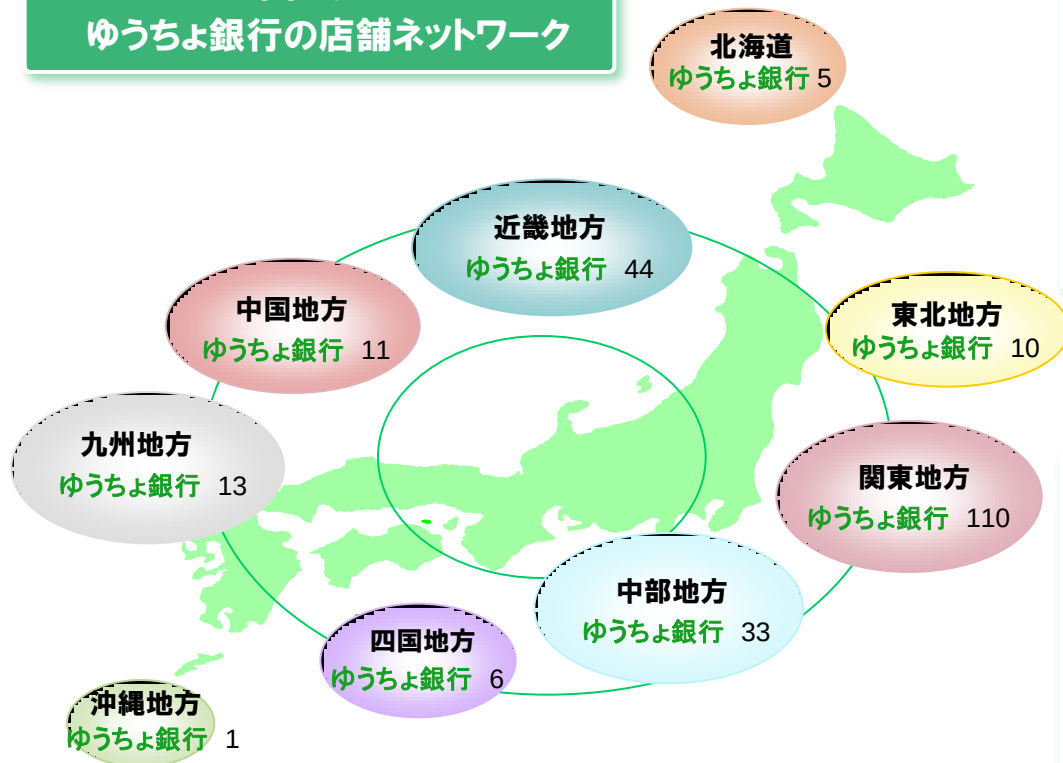
「スルガ銀行の金融事業のノウハウ」と「CCCの大量データベースの融合」により
新マーケットの創造とスルガ独自の価値提供を実現

■ ゆうちょ銀行との業務提携

日本全国に広がるゆうちょネットワークを活用したビジネス展開

ゆうちょ銀行全233店舗で
目的別ローンおよびカードローンのお申込みが可能に

全国に広がる
ゆうちょ銀行の店舗ネットワーク

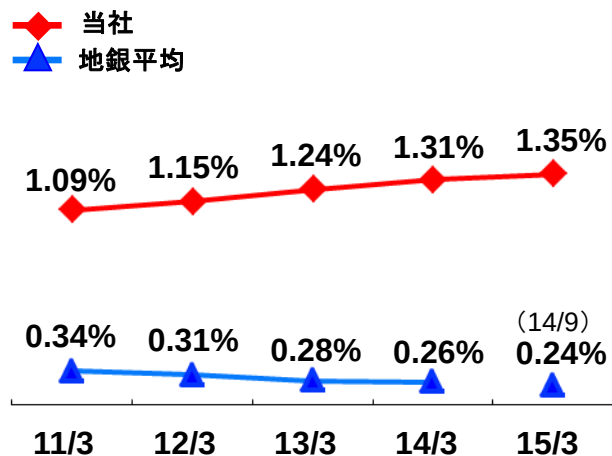


提携開始から現在までの実績

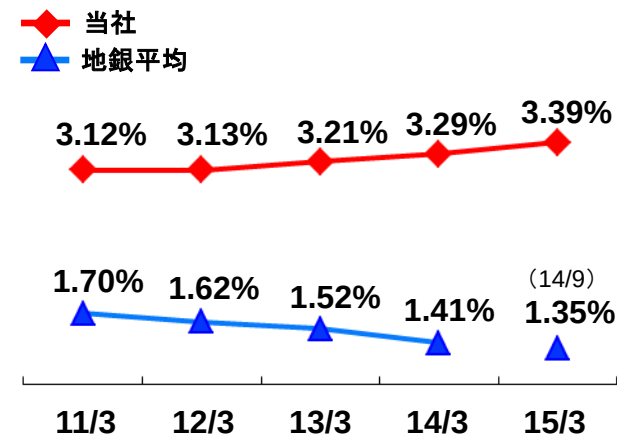


■ 利ざや等の状況 (全体)

総資金利ざや

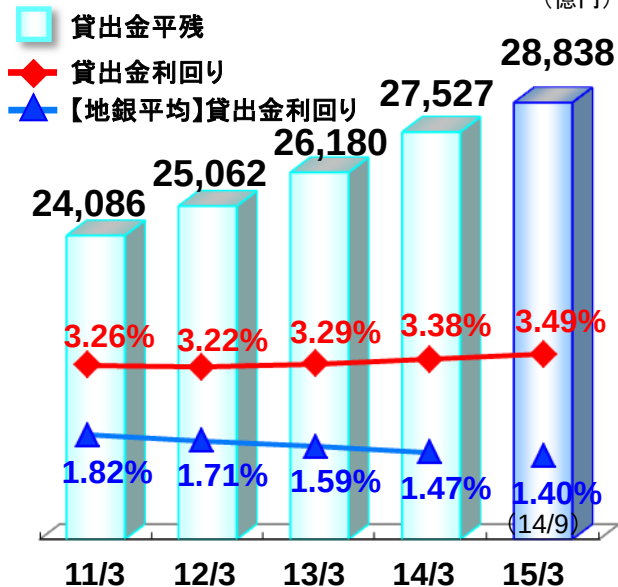


預貸金粗利ざや

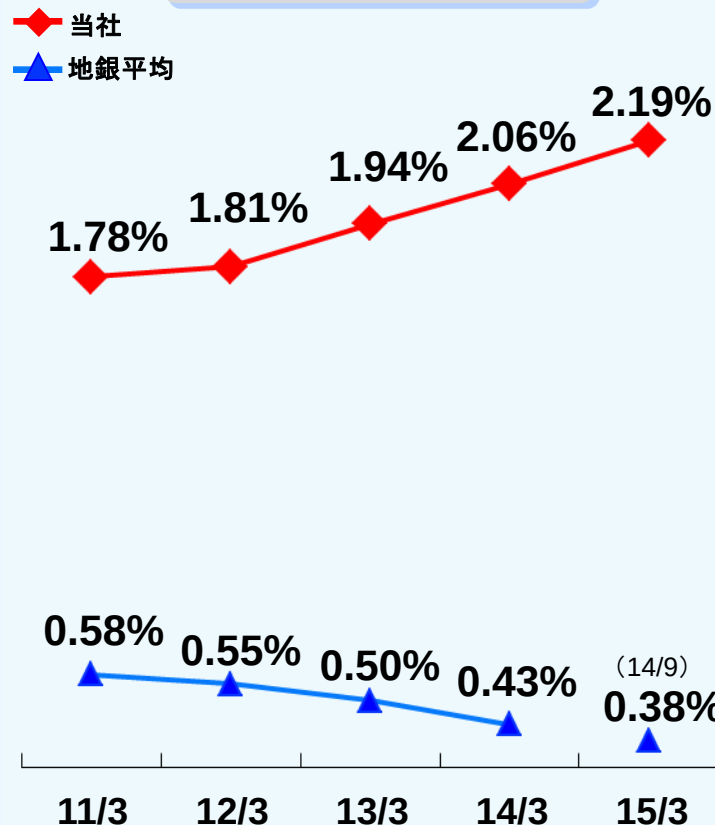


貸出金利回りと貸出金平残

(億円)

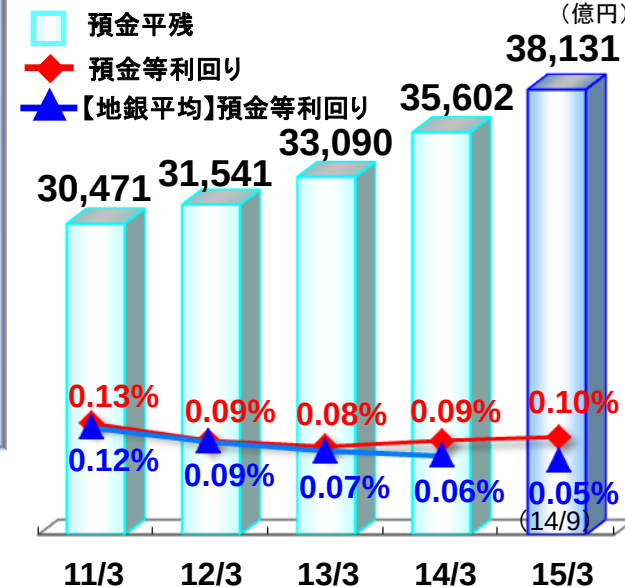


預貸金利ざや



預金等利回りと預金平残

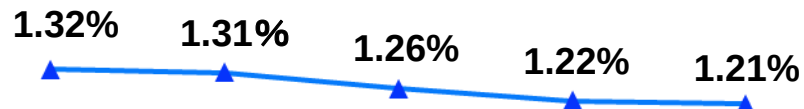
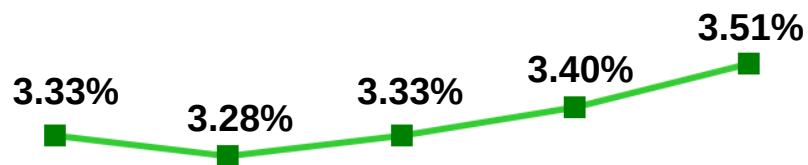
(億円)



■ 利ざや等の状況(国内)

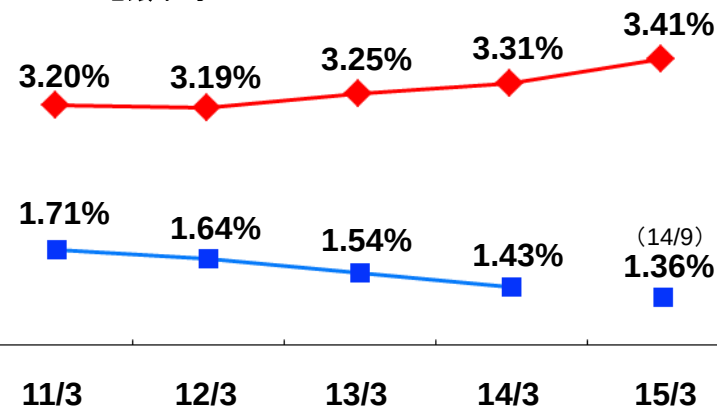
利回り・経費率の状況

■ 貸出金利回り ▲ 経費率 ● 預金等利回り



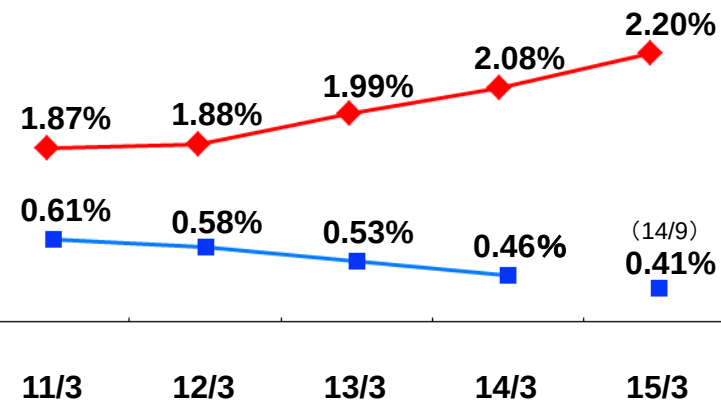
預貸金粗利ざや

◆ 当社
■ 地銀平均



預貸金利ざや

◆ 当社
■ 地銀平均



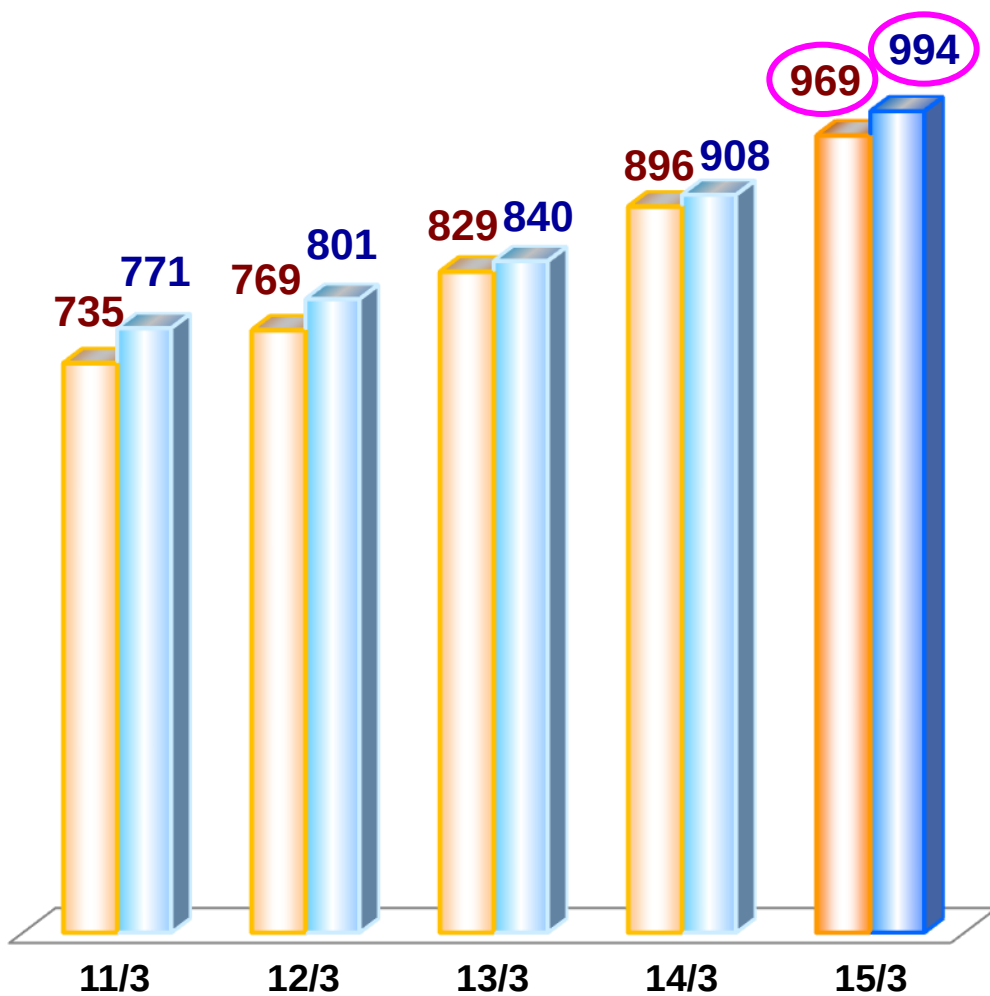
利益の推移

円貨預貸金利益と業務粗利益

円貨預貸金利益
業務粗利益

最高益

(億円)

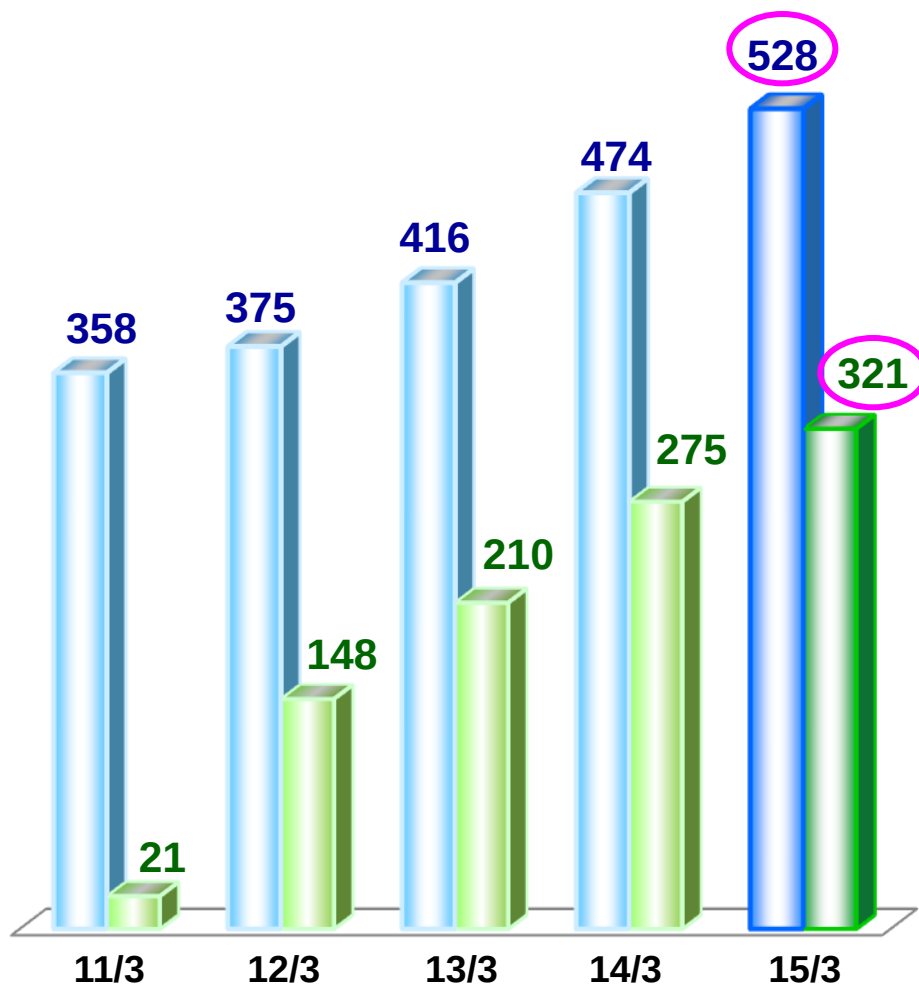


コア業務純益と当期純利益

コア業務純益
当期純利益

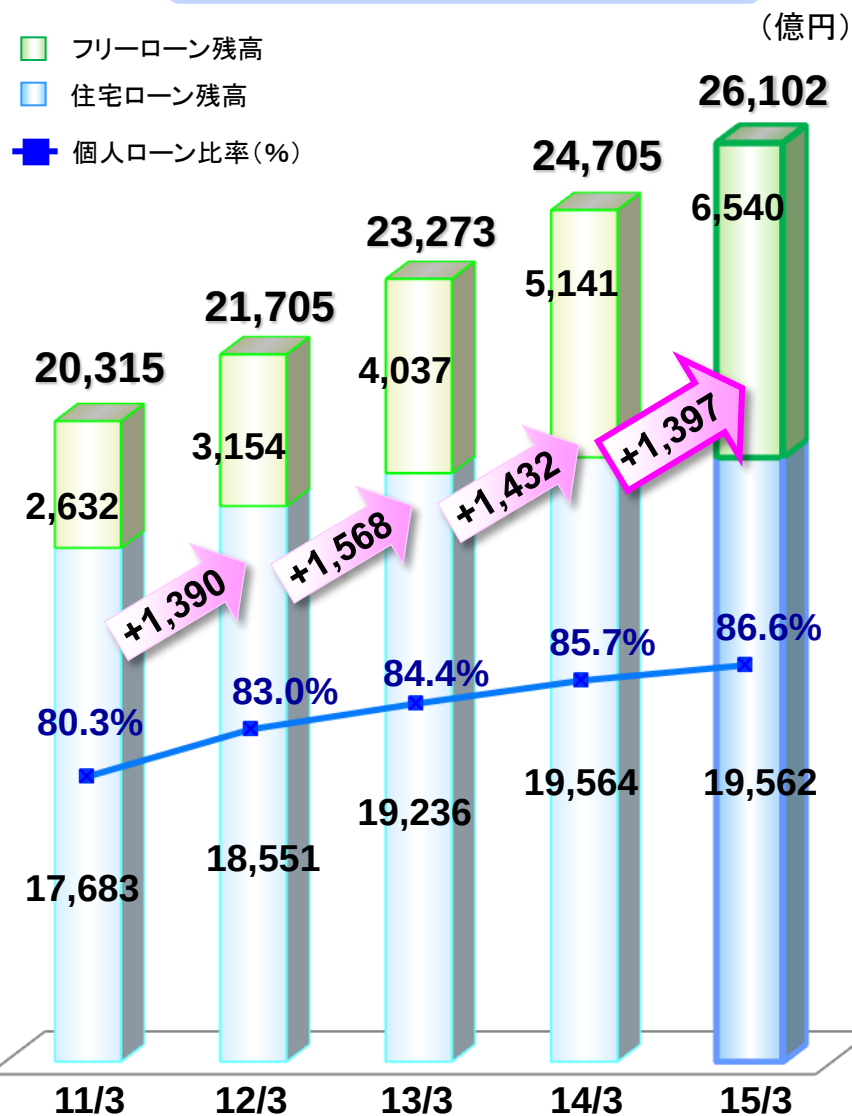
最高益

(億円)

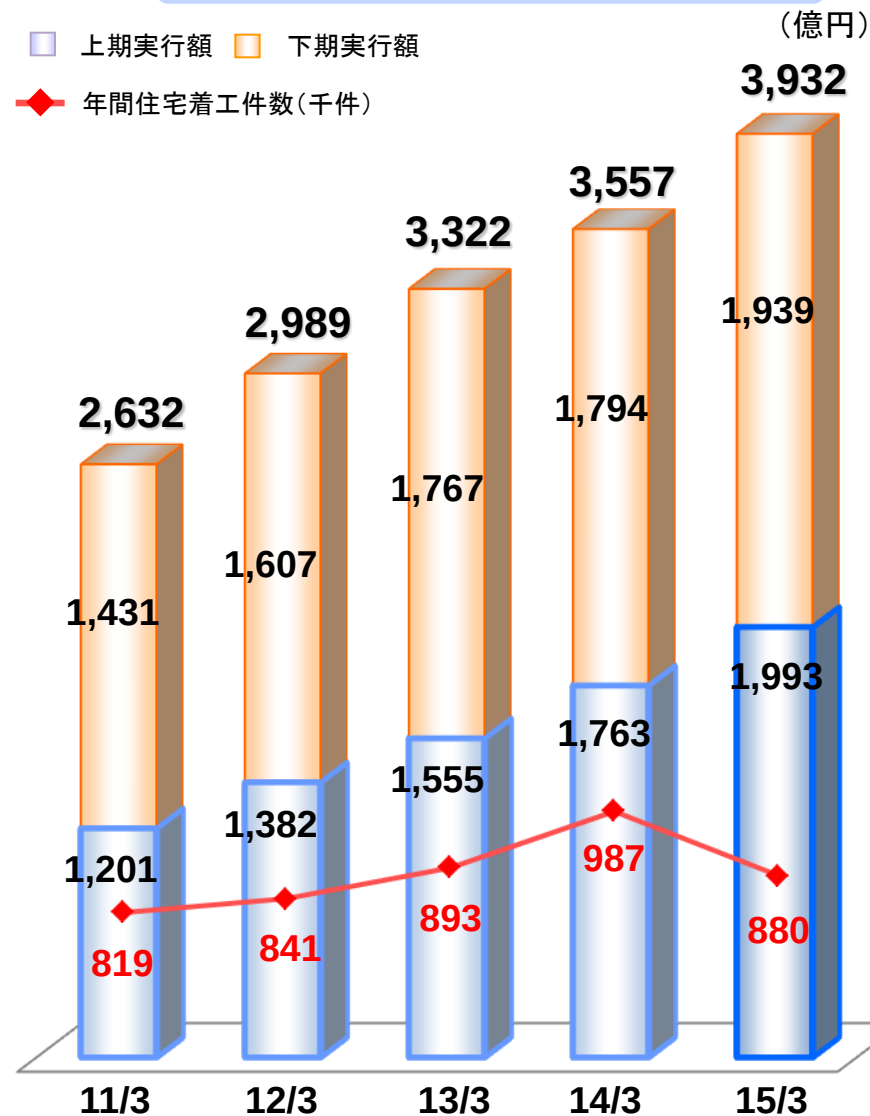


■ 個人ローンの状況 ①

個人ローン残高・個人ローン比率

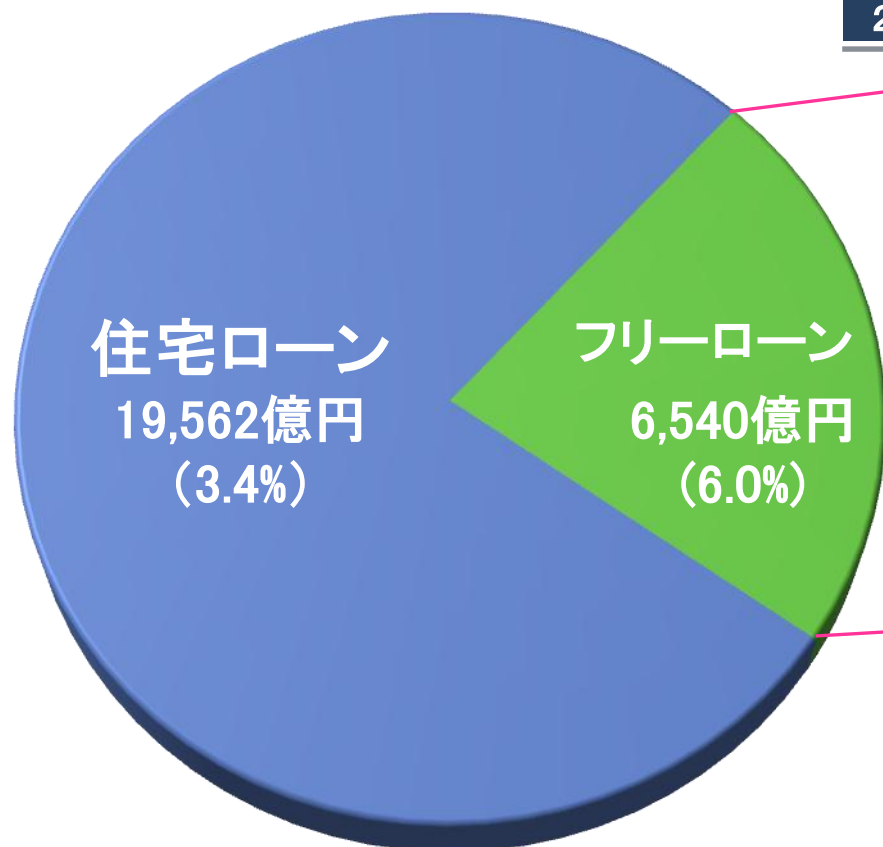


個人ローン実行額

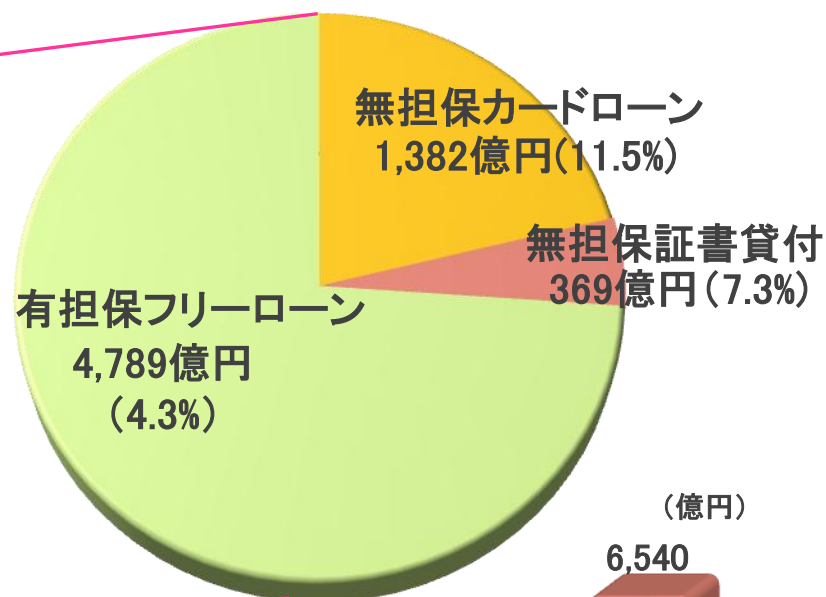


■ 個人ローンの状況 ②

個人ローン残高内訳・平均レート



フリーローン残高内訳・平均レート

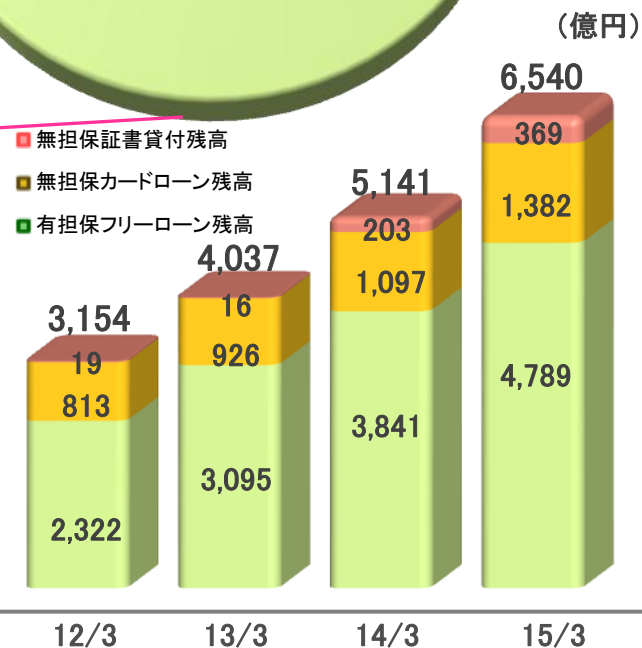


個人ローン 26,102 億円 (4.0%)

《住宅ローン残高の金利タイプ》

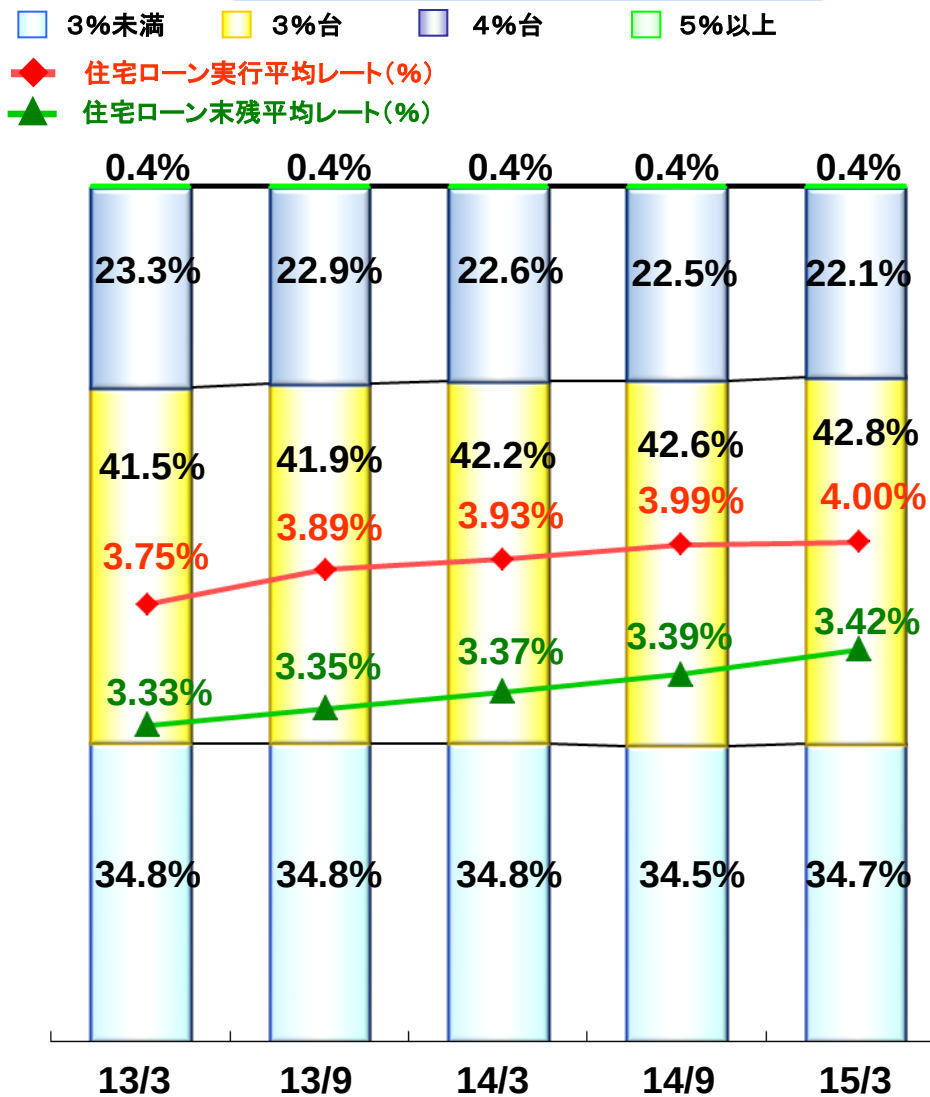


(注) ()内は平均レート

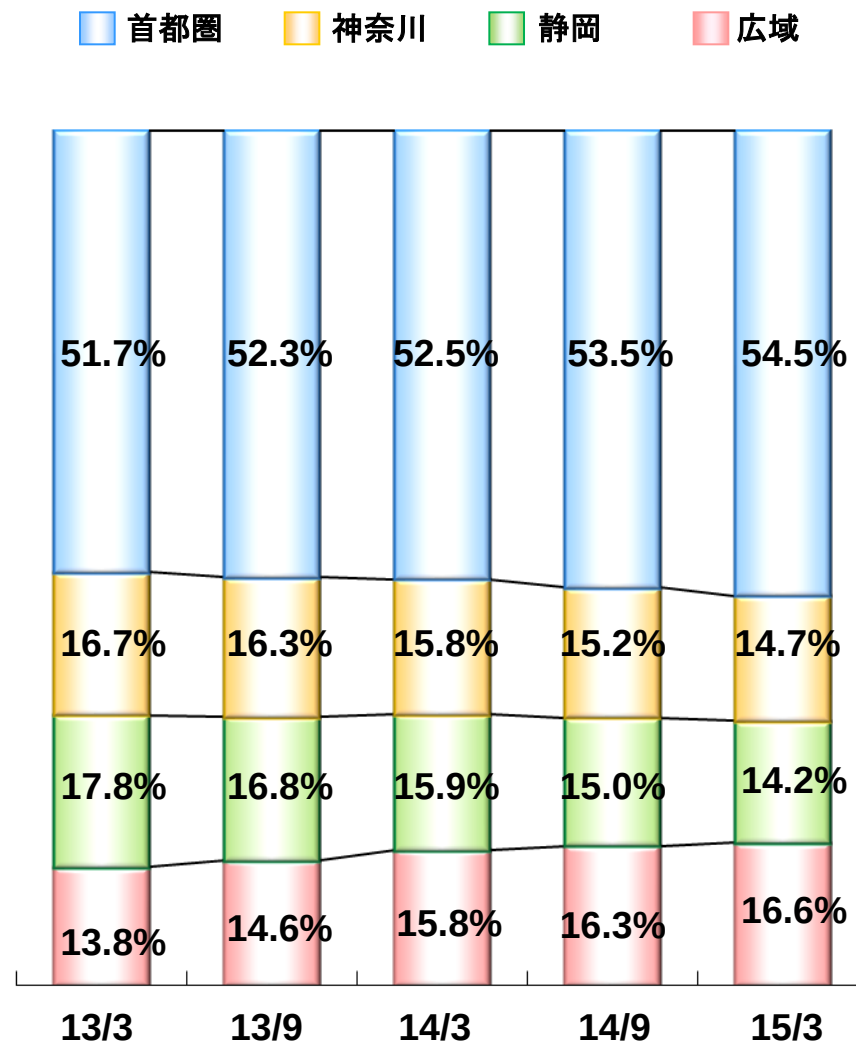


■ 住宅ローンの状況

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



11/3 12/3 13/3 14/3 15/3

※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



11/3 12/3 13/3 14/3 15/3

※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)

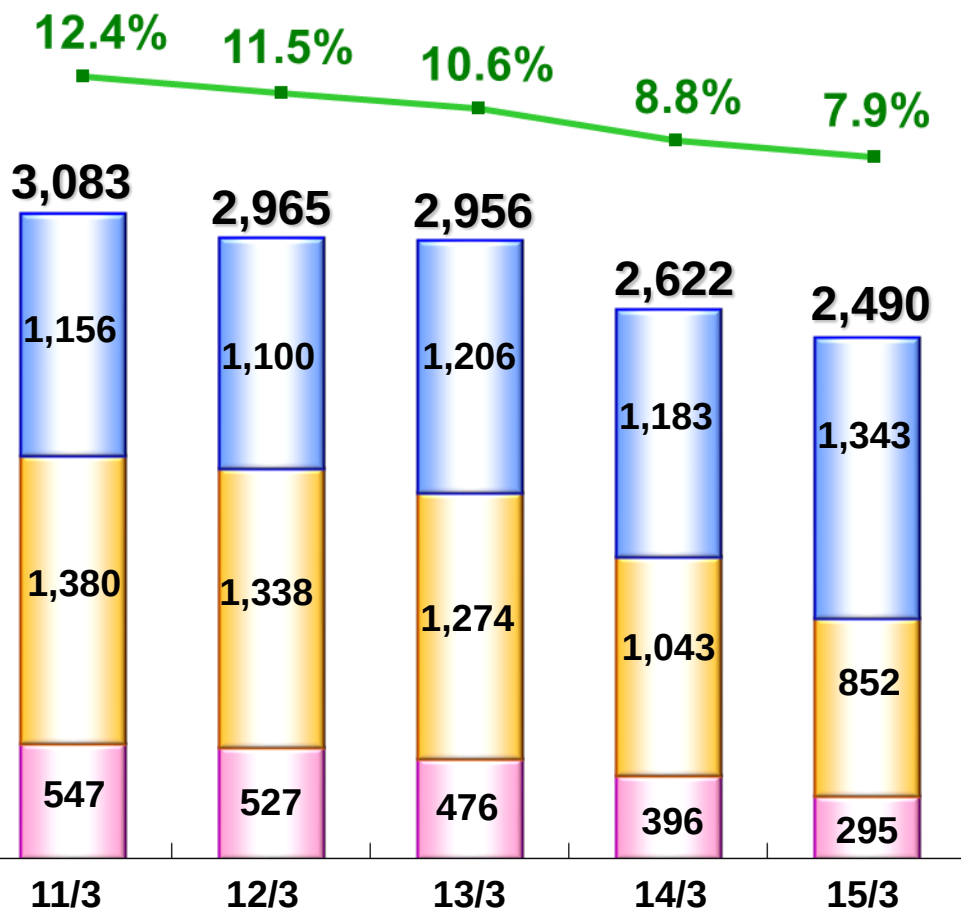
■ 投資信託

■ 保険

■ その他(国債等保護預り、外貨)

■ 投資性商品比率

(億円)



投信・保険手数料収入

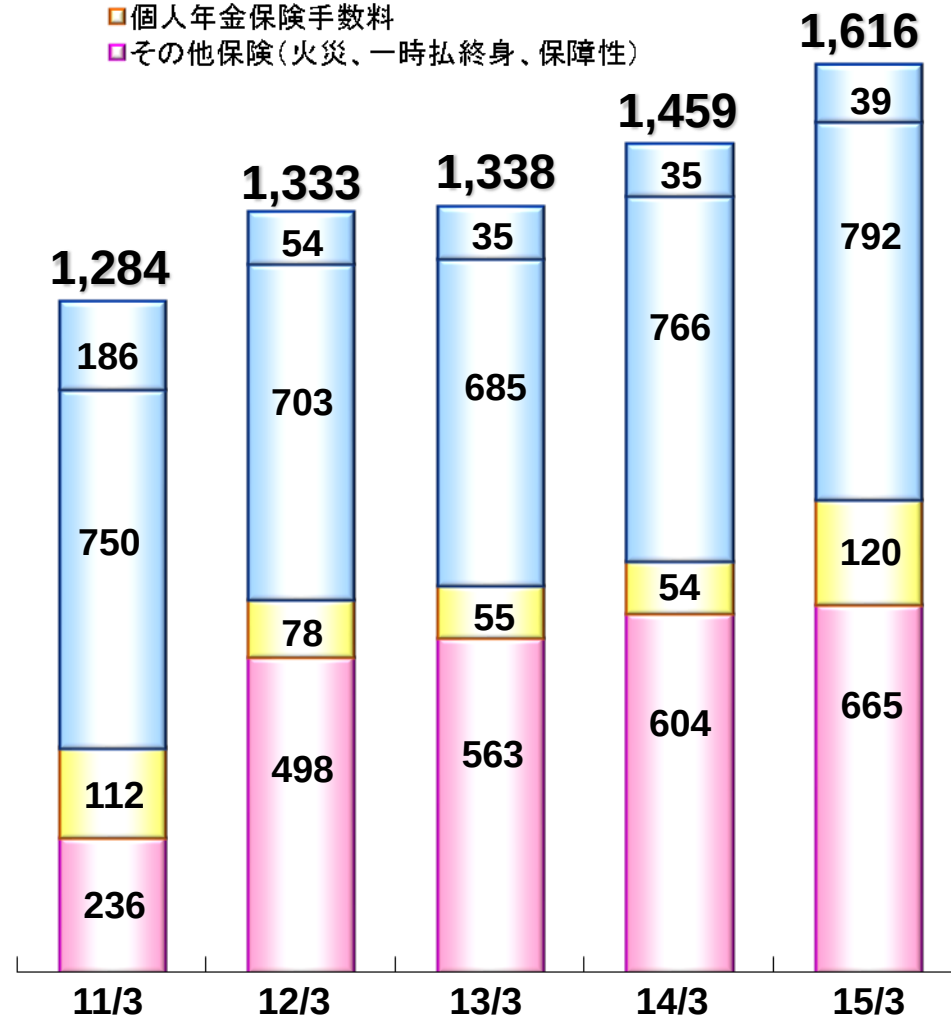
■ 投信販売手数料

■ 投信信託報酬

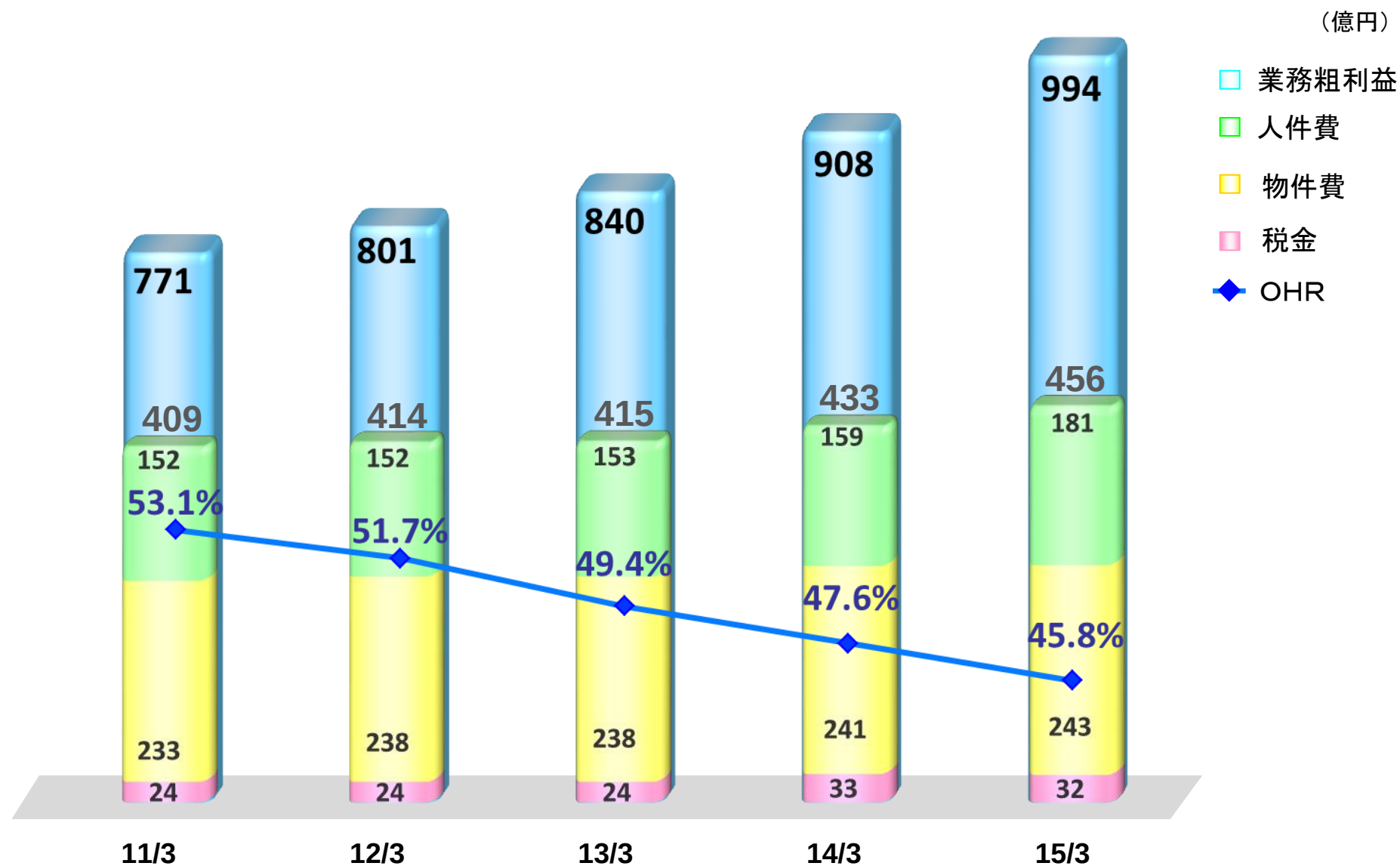
■ 個人年金保険手数料

■ その他保険(火災、一時払終身、保障性)

(百万円)



■ 経費・OHRの推移



金融再生法開示債権詳細

(億円)

開示区分	15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
破産更生債権 及びこれらに 準ずる債権	75	0.24%	個人	58	0.22%	35	26	9	60.91%	23	100%	100%
			法人	17	0.42%	11	2	9	66.12%	6	100%	100%
危険債権	188	0.62%	個人	48	0.18%	27	23	4	56.70%	9	44.35%	75.90%
			法人	140	3.49%	124	46	78	87.98%	7	44.35%	93.31%
要管理債権	194	0.64%	個人	92	0.35%	65	64	1	70.58%	6	24.20%	77.70%
			法人	102	2.53%	38	38	0	37.30%	23	36.11%	59.94%
合 計	457	1.50%	個人	198	0.75%	127	113	14	64.39%	38	54.67%	83.86%
			法人	259	6.44%	173	86	87	66.66%	36	41.93%	80.64%
正常債権	29,862	98.50%	個人	26,092	99.25%							
			法人	3,770	93.56%							
総与信合計	30,319	100%	個人	26,290	100%							
			法人	4,029	100%							

カバー率合計

82.03%

保全率

引当率

カバー率

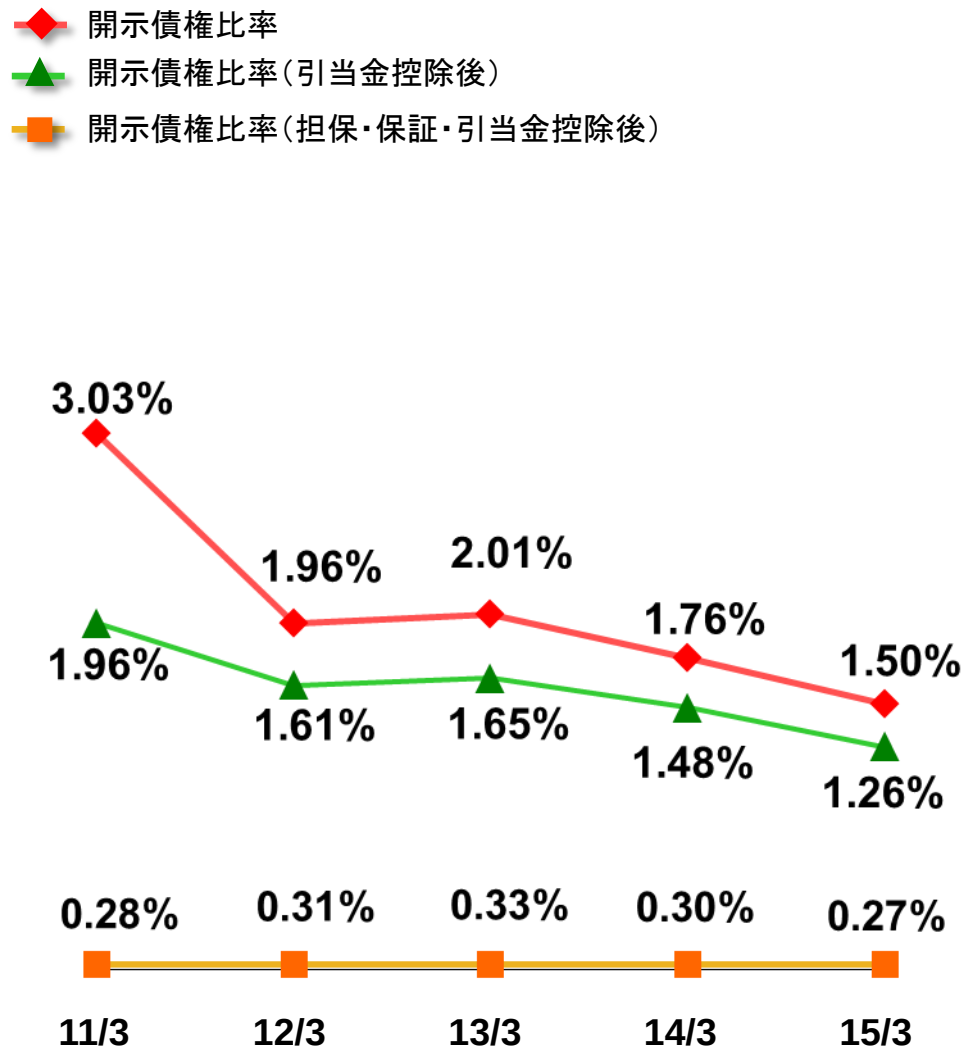
: 担保・保証による保全率

: 無担保部分への引当率

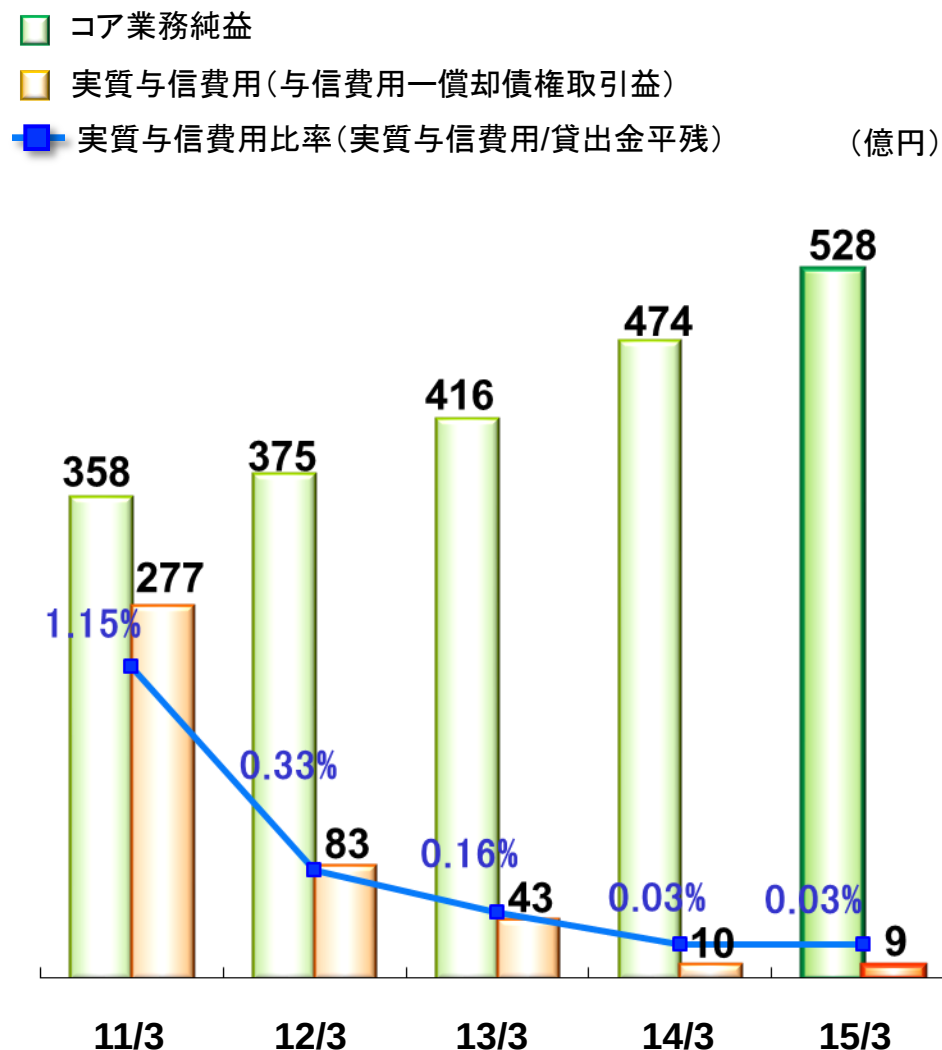
: 担保・保証・引当を考慮したカバー率

■ 開示債権比率と実質与信費用の推移

開示債権比率



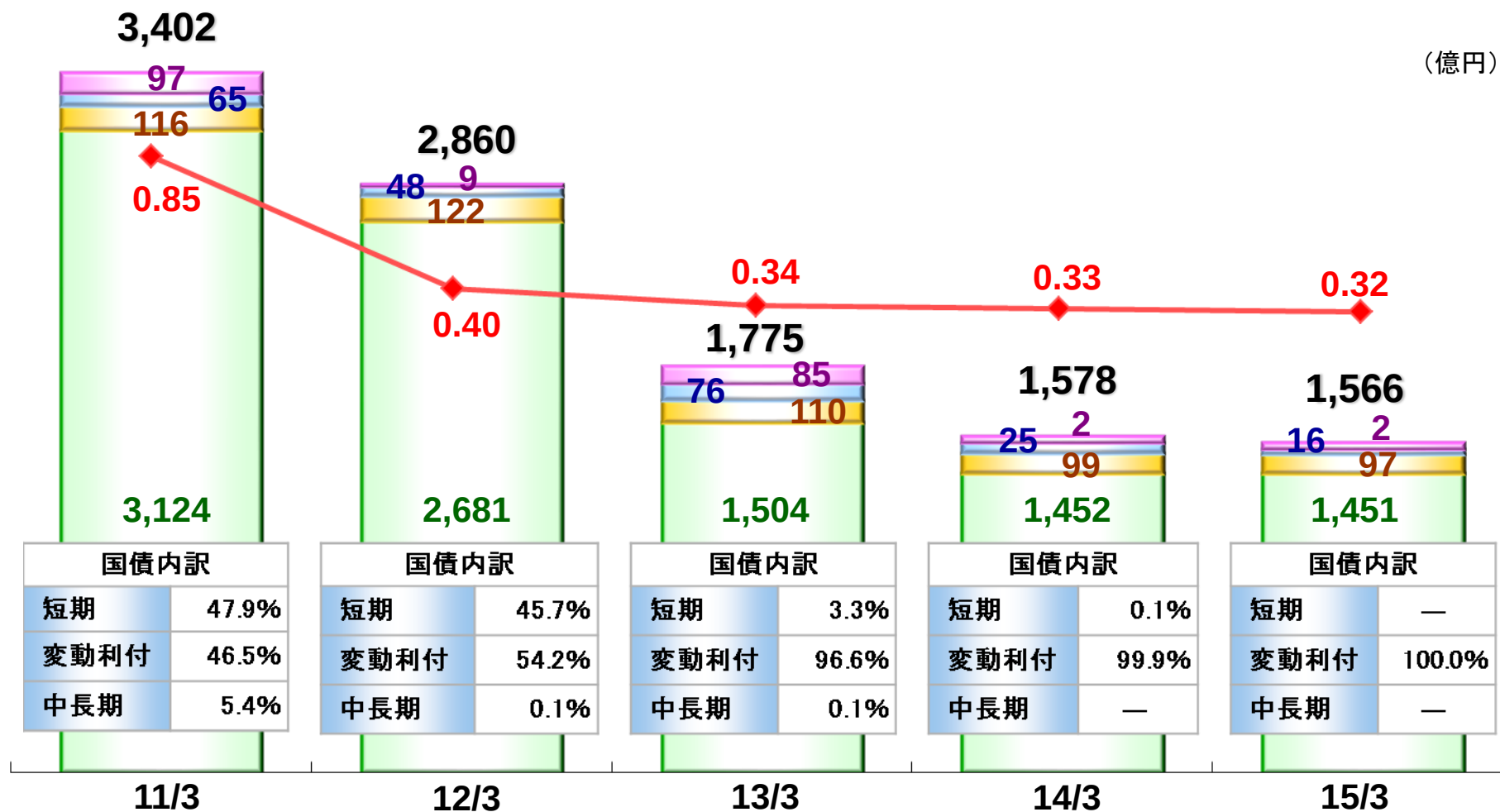
実質与信費用



■ 債券ポートフォリオの推移

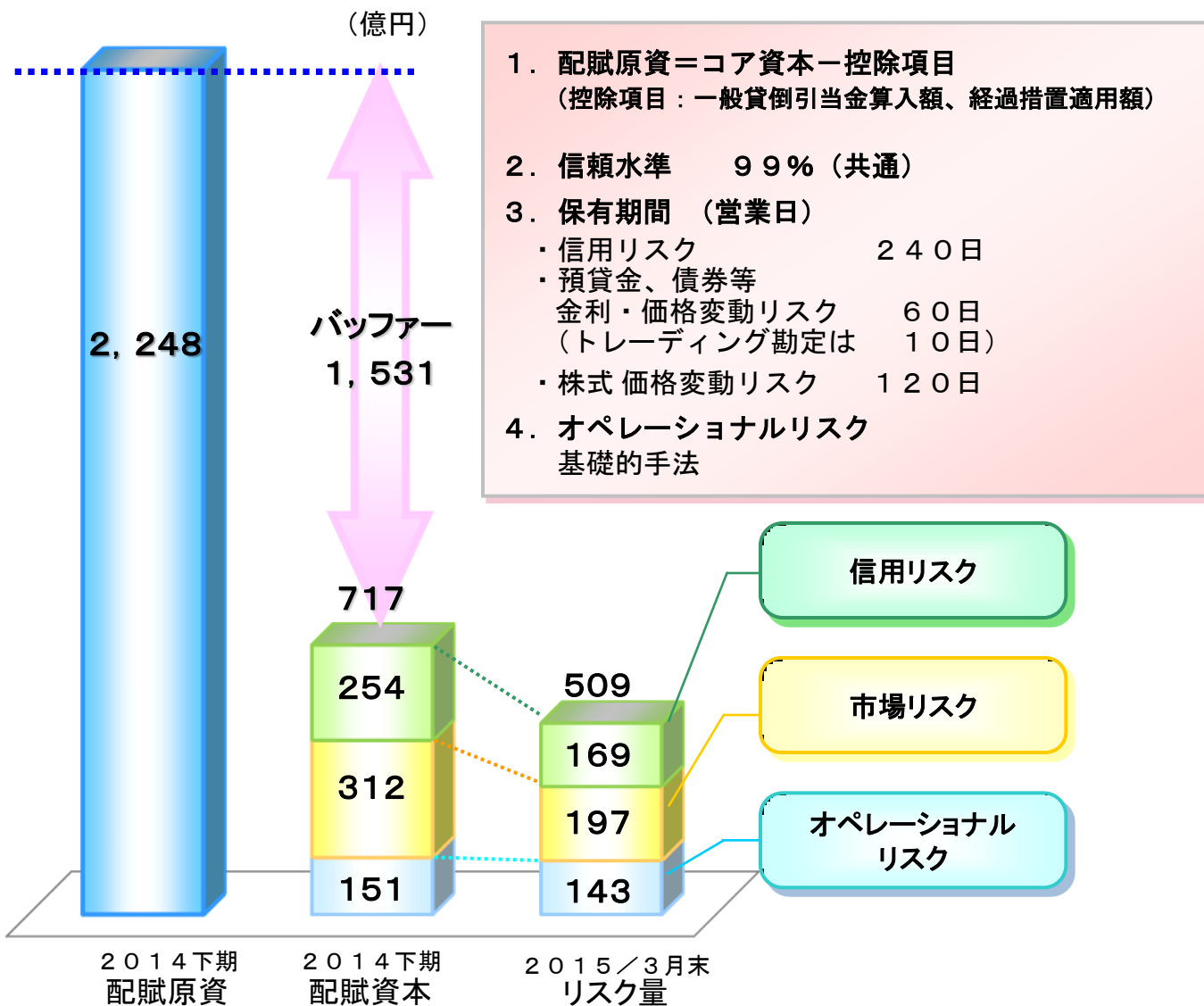
◆ 平均残存期間(年) ■ 国債 ■ 外国債券 ■ 社債 ■ 地方債

預証率 5.8%



リスク量の状況

統合リスク管理



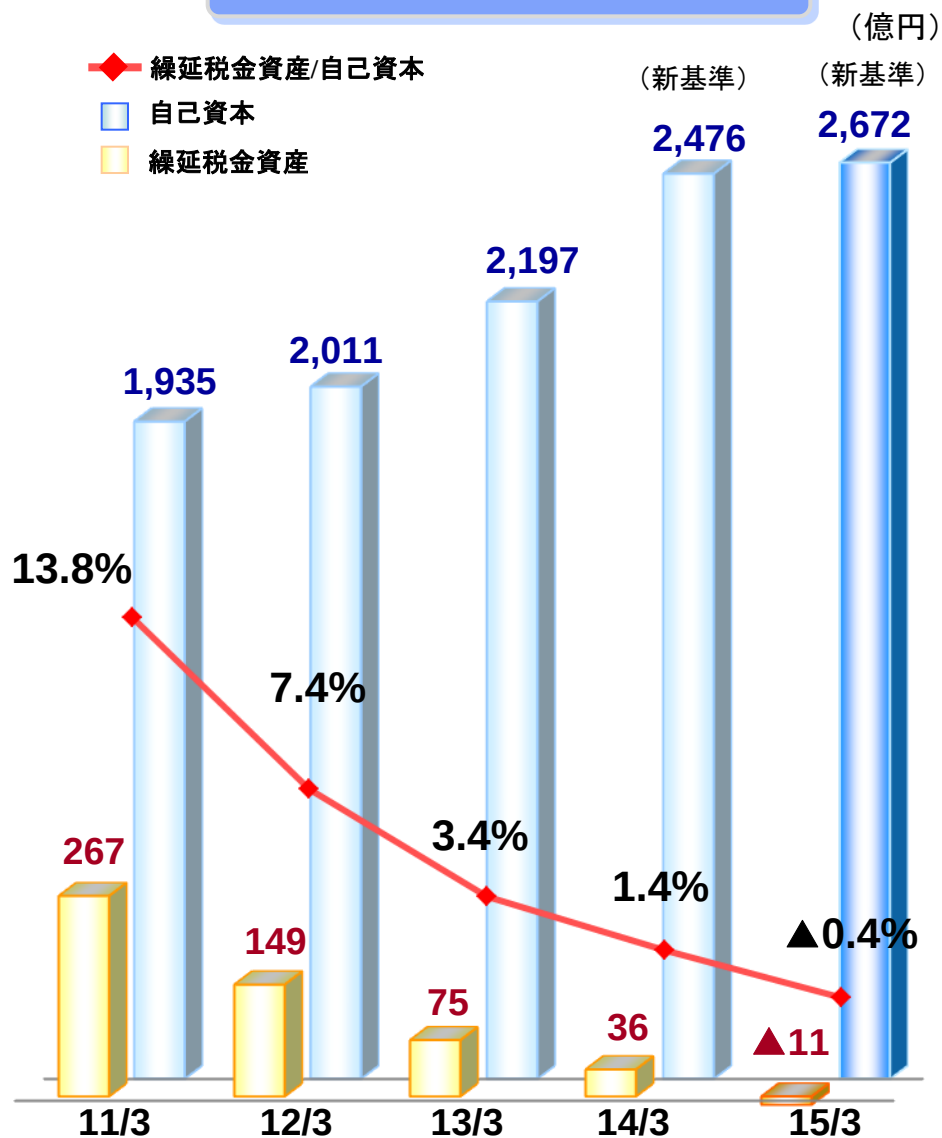
アウトライヤー比率

2015年3月末

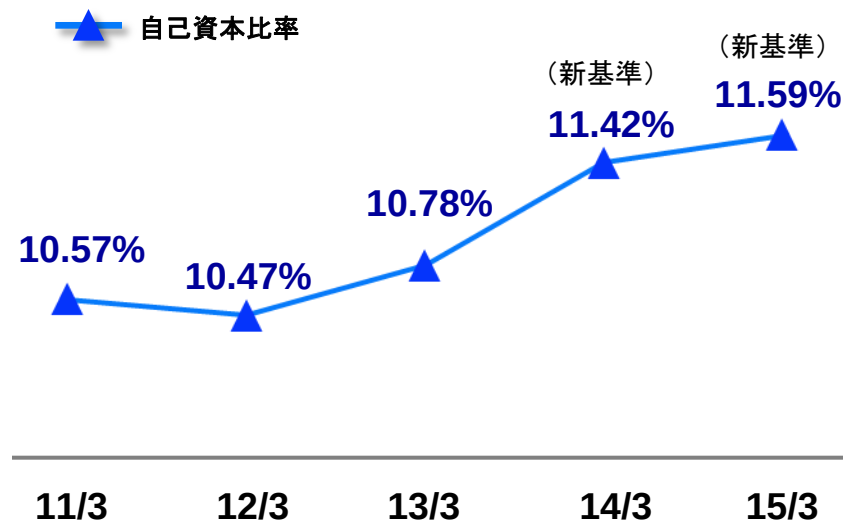
金利ショック 方式	±200bp
金利リスク量	47億円
アウトライヤー 比率	1.7%

■ 自己資本の推移

自己資本・繰延税金資産



自己資本比率



※2014年3月期よりバーゼルⅢを踏まえた国内基準にて算出

一株当たり年間配当金



■ 2014年度実績及び2015年度業績見通し

(億円)

	2013年度 実績 (A)	2014年度 実績 (B)	実績比 (B-A)	2015年度 見通し
業務粗利益	908	994	+ 86	1, 020
経費等	433	456	+ 23	455
業務純益	475	538	+ 63	565
コア業務純益	474	528	+ 54	565
経常利益	453	518	+ 65	525
当期純利益	275	321	+46	350
実質与信費用	10	9	▲1	30
ROE(%) (当期純利益ベース)	13. 22	13. 92	+0. 70	13. 55
EPS(円)	116. 54	135. 63	+ 19. 09	147. 50
一株あたり配当金(円)	17. 0	20. 0	+ 3. 0	19. 0

※創立120周年記念配当1. 0円を含む

■ダイレクトワン(株)の営業展開

営業店舗の状況

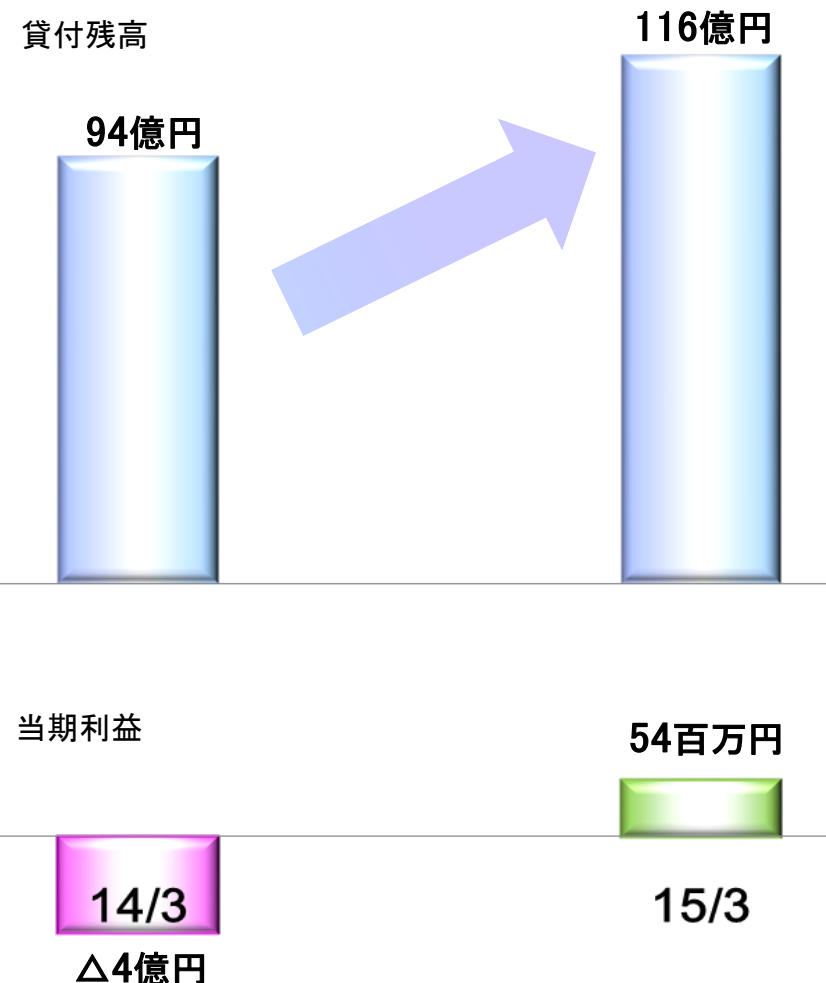
現在の店舗数 16店舗

内訳	静岡県	7店舗	神奈川県	3店舗
	愛知県	2店舗	東京都	2店舗
	山梨県	1店舗	<u>リアル計</u>	<u>15店舗</u>
	<u>ネット</u>	<u>1店舗</u>		



営業実績の推移

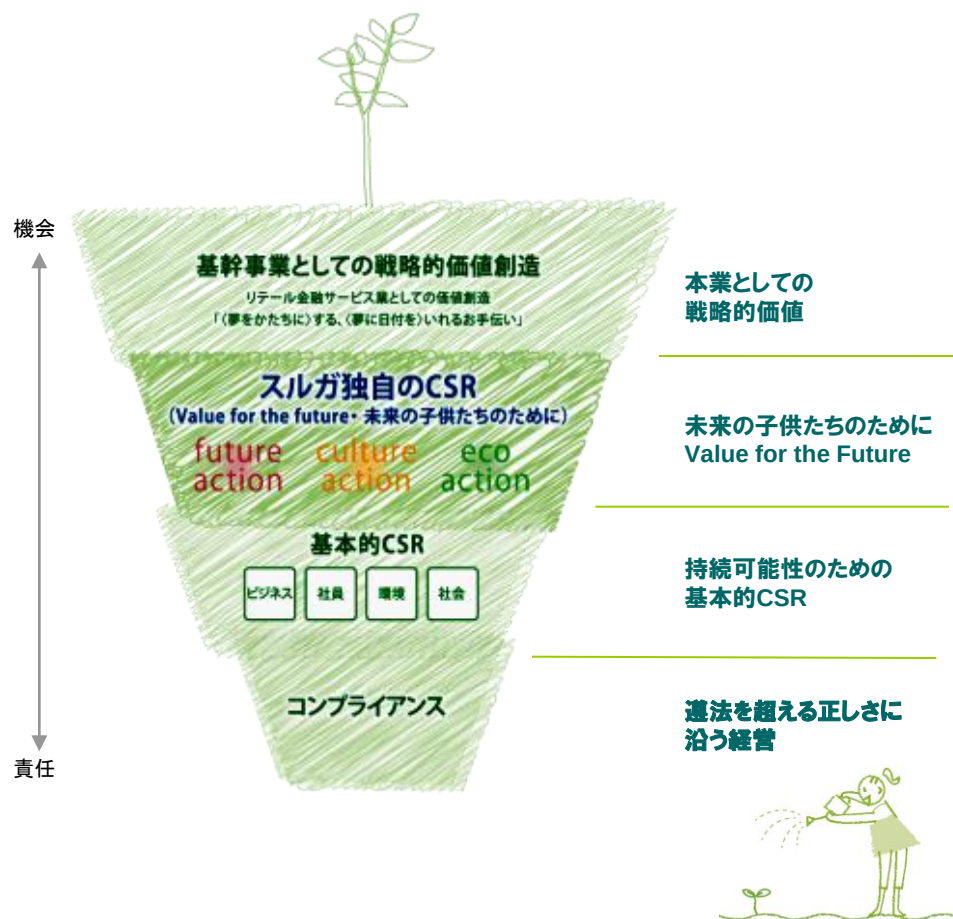
2014年度黒字化達成



■ スルガの考える未来創造型CSR

スルガのCSRのフレームイメージ

Value for the Future
未来の子供たちのために私たちができること



スルガのCSR活動“未来の苗木プロジェクト”

**未来を担う子供たちの
健やかな成長を応援する取り組み**

未来創造サポート・プログラム
自助自立社会の実現をめざして



明治大学齋藤孝教授による
「こども学問のすゝめ」ワークショップ



「子供の茶会～桜の茶会」

future action
*自らの未来をデザイン・プログラム
*自らの未来をデザイン・プログラム
*自らの未来をデザイン・プログラム

eco action
*ふしぎの国「夢」で未来・プログラム
*ふしぎの国「夢」で未来・プログラム
*ふしぎの国「夢」で未来・プログラム

次世代育成サポート・プログラム
未来を担う子供たちのために



第94回天皇杯全日本サッカー選手権
大会でのエスコートキッズ

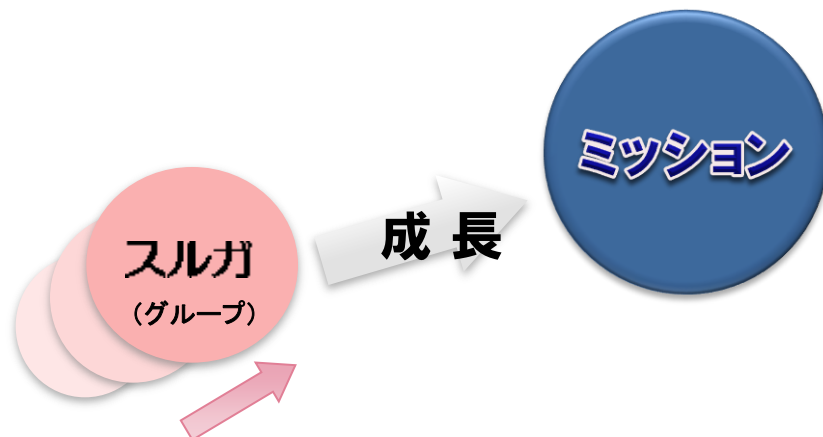
culture action
*アートサポート・プログラム
*アートサポート・プログラム
*アートサポート・プログラム



オペラコンサート
「明日へコンチェルト」
音楽をもっと好きになる日」

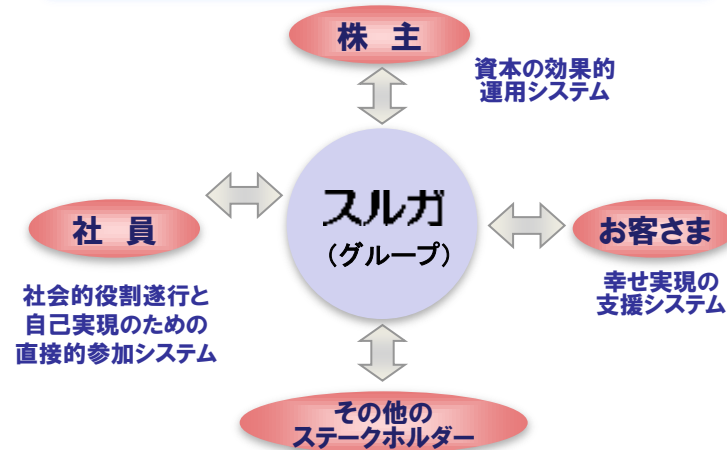
■ 経営理念における成長のあり方

“使命型企业”としての成長



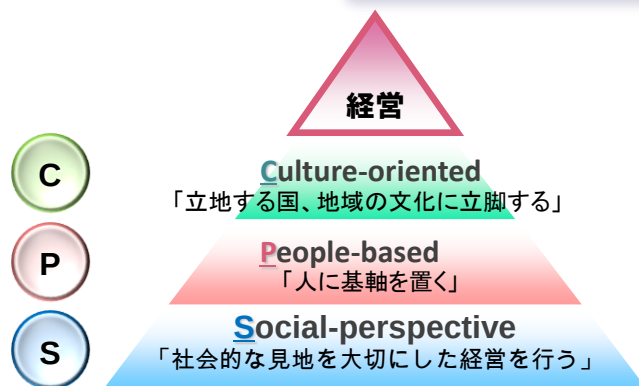
「ライフ アンド ビジネス コンシェルジュとして
〈夢をかたちに〉する、〈夢に日付を〉いれるお手伝い」という
ミッションの実現性の向上を成長と定義する

“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

“C・P・S”を原点とした成長



文化を尊重し、その文化を強みとして
活かしていくことにスルガの成長がある

企業の理論ではなく、人の論理を中心に
据えた経営によって成長を実現する

社会的公器としてのあり方を絶えず志向し、
社会規範の上をいく状態を実現する

SURUGA bank

Thank you.

〈 本件に関する照会先 〉

経営管理部 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。