

2016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, 2016

Meeting the Challenge of New Banking

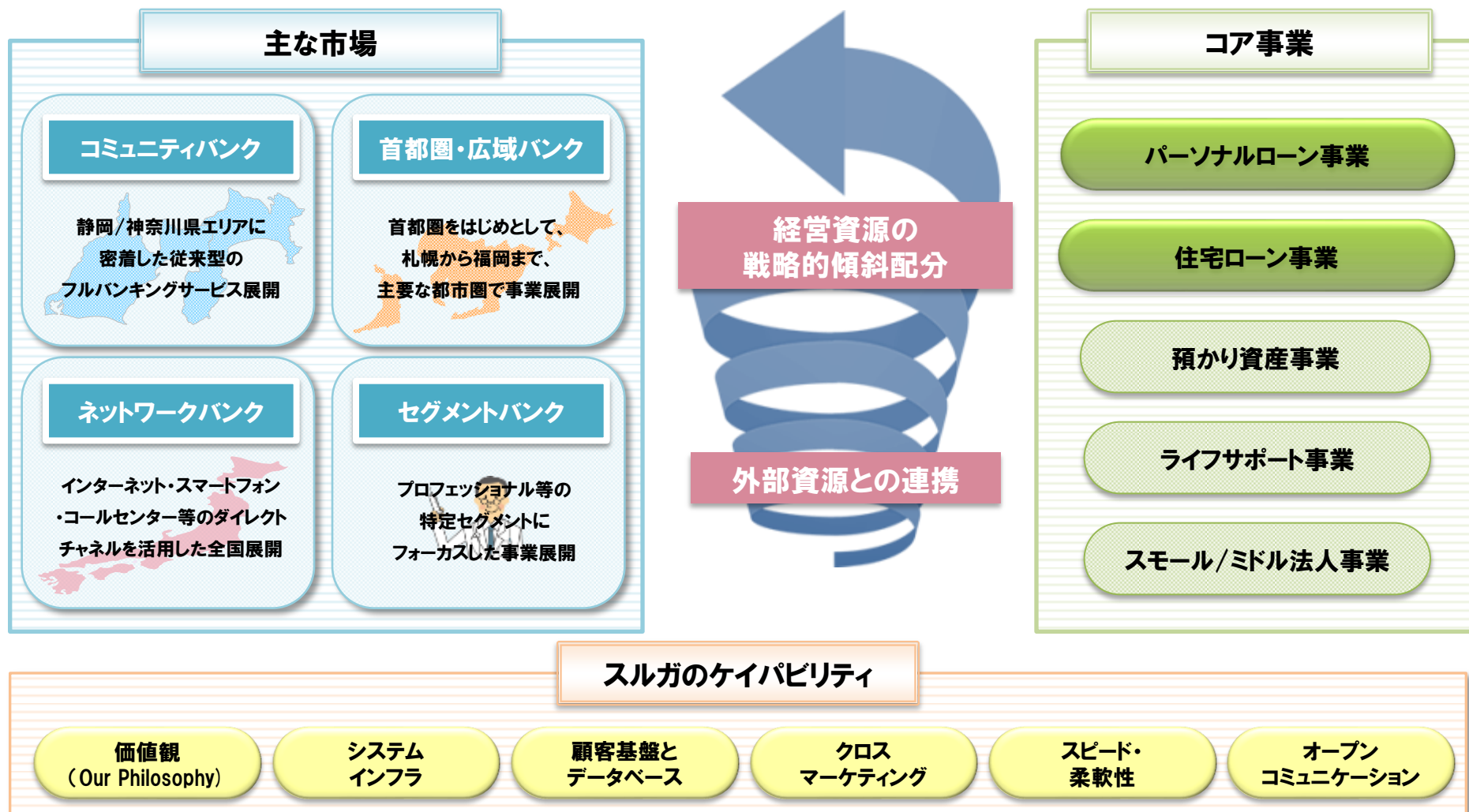


SURUGA bank

■ 第1次経営計画 グランドデザイン

市場の特性に適応したコア事業を独自に進化させ価値を創造する

～スルガのリテール特化戦略で培ったノウハウを最大限発揮～



■ スルガの基本ビジネスモデル

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

個人
ローン

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

融資

返済

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

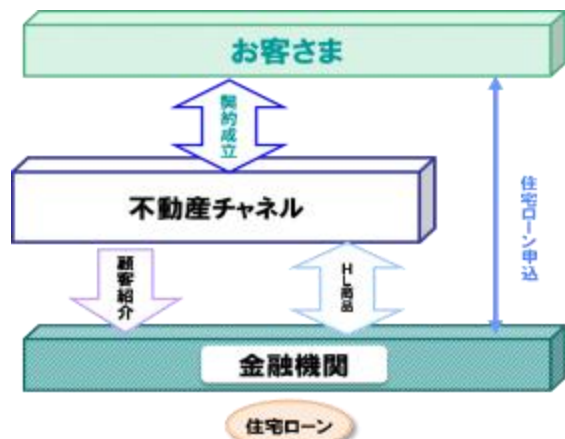
企業風土

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

スルガの有担保ローン戦略

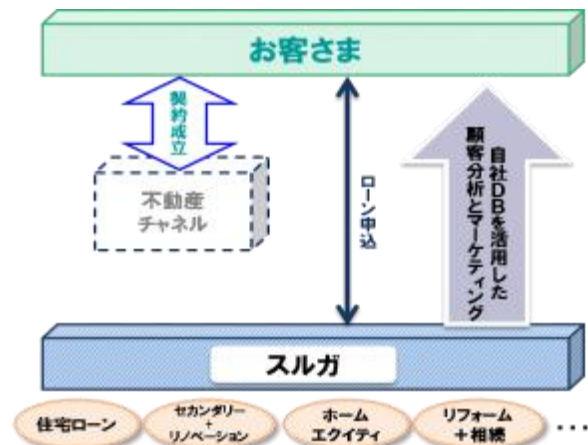
スルガの有担保ローンビジネスは、顧客のライフスタイルの変化にあわせて進化し続ける

一般的な有担保ローンビジネス



『不動産チャンネル』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

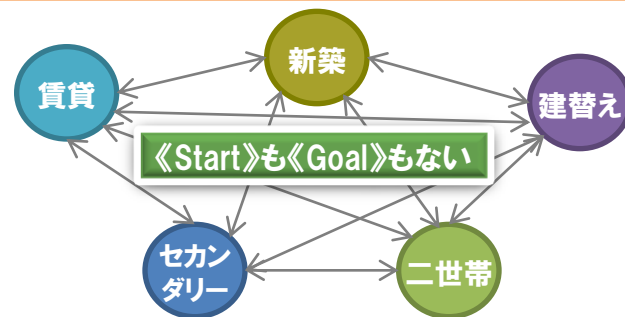


顧客のライフイベントや価値観に対応した「有担保ローン」営業
= フルラインモデル

一般的な有担保ローンで対応可能な“従来の住まい方”

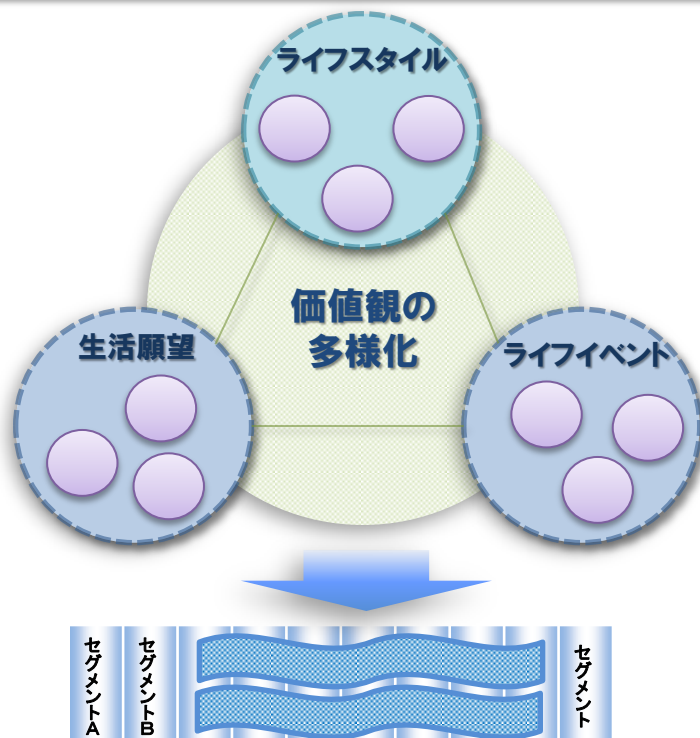


スルガの有担保ローンにより実現する“現在の住まい方”



■ スルガのパーソナルローン戦略

セグメント開発によるマーケット創造



「顧客軸」にもとづく多数のセグメントを開発

コンタクトポイントの拡大



各チャネルによるパーソナライズされた対応

スルガの
エンジン

夢をお手伝いする
“ミッション”

独自かつ多彩な
“商品群”

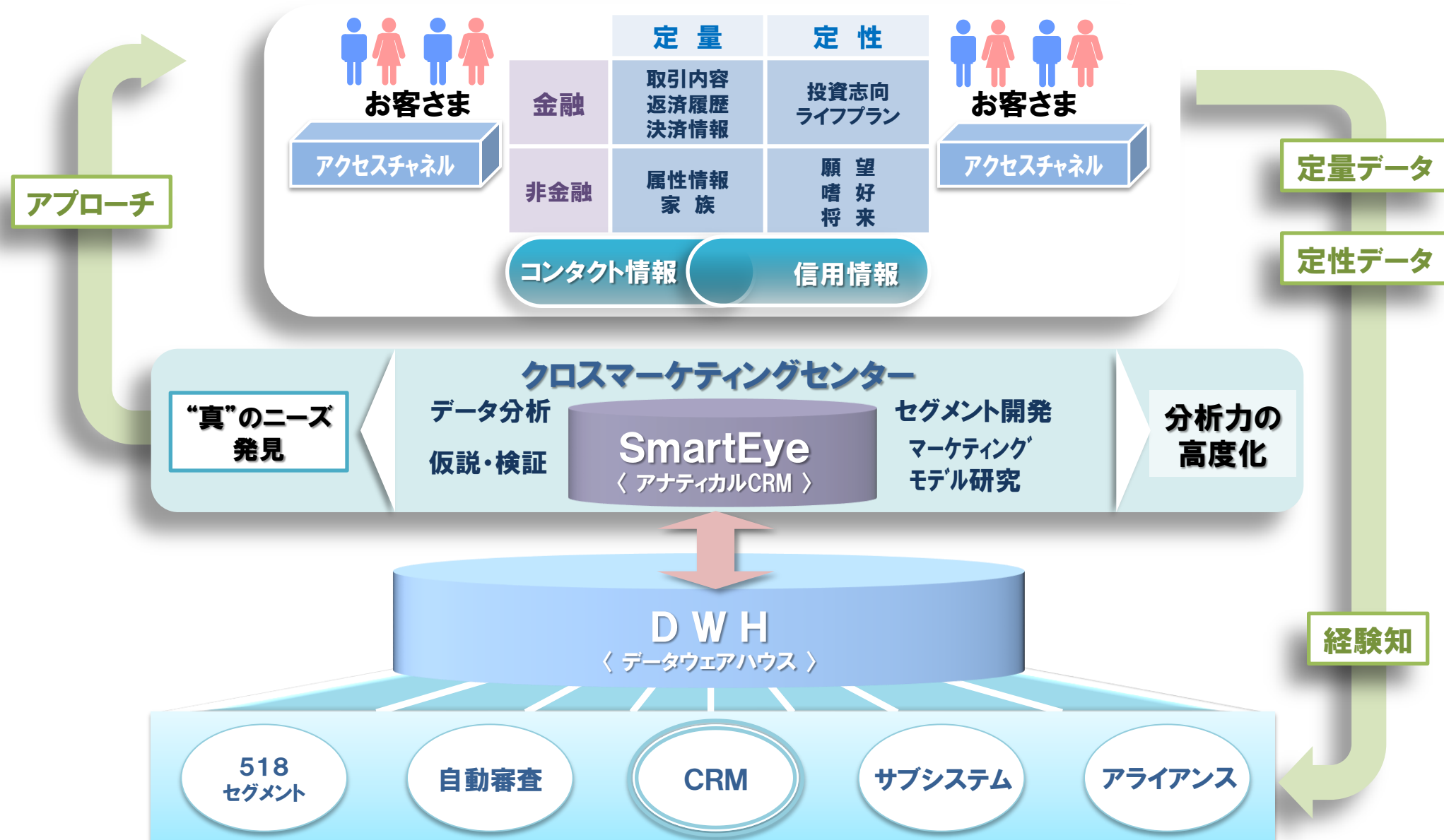
スピード
“審査システム”

リテールデータベース
“CRM”

ドリームナビゲーター
としての“提案力”

顧客経験価値の最大化の実現

■ スルガのマーケティング戦略



顧客接点の進化 “ANA支店 Financial Center Open”

「スマートな旅が、ここからはじまる。」をテーマに 旅 × 金融の新たなステージへ

～セミナーやイベントを、旅のヒントや金融サポートに繋げるコミュニケーションの場～

ANA
スルガ銀行ANA支店
Financial Center

2016年10月21日
スルガビル2F（日本橋）
GRAND OPEN！



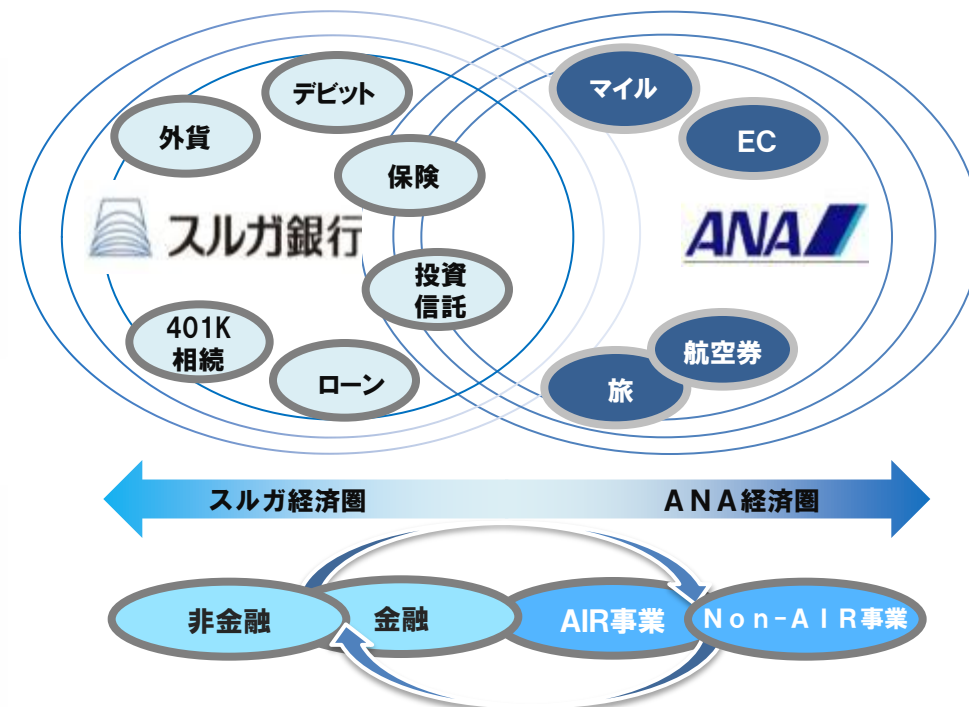
空港や滑走路をイメージした床などで統一されたラウンジ



定期的にセミナーやイベントを開催、コミュニケーションの場を提供



「スルガ + ANA」双方の情報 & 知識を駆使した
コンテンツ制作・マーケティング



協働マーケティング力の深化による
訴求効果の最大化

■ 地域との連携による新たな顧客接点

地域振興・発展推進のサポートと体験や感動の提供による新たなコミュニケーション創造を実現

Tour de SURUGA 御殿場～湯河原ステージ

開催:2016年7月24日(日)、9月11日(日)、10月30日(日)

御殿場と湯河原にそれぞれあるスルガ銀行のサイクルステーションを往復して一つに結ぶスペシャルイベント



静岡県御殿場市にあるスルガ銀行御殿場東支店に併設されたサイクルステーションを拠点に箱根芦ノ湖を経由、スルガ銀行湯河原支店併設サイクルステーションで折り返すコース

往復で走行距離113km、獲得標高2,500mオーバーの1Dayサイクリング

Tour de SURUGA 沼津～伊豆ステージ

開催:2016年8月7日(日)、9月29日(木)、10月16日(日)・20日(木)

沼津市サイクリストフレンドリーエリア創造プロジェクトチーム、および狩野川周辺サイクル事業推進協議会プレゼンツによる少人数プレミアムサイクリングイベント



パートナーシップ協定締結先の沼津市と共にイベントに全面協力

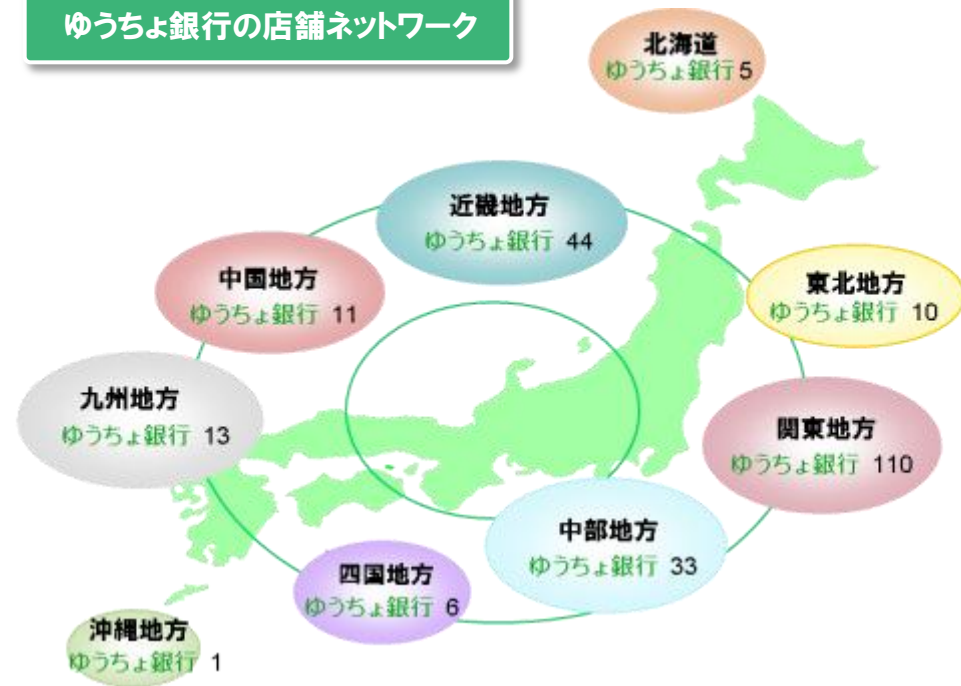
走行距離90km(上級者向け)、70km(中級車向け)
獲得標高1,640mとこれぞ伊豆といったアップダウンやコーナーが多い難易度の高い中上級者向けのコース

■ ゆうちょ銀行との業務提携

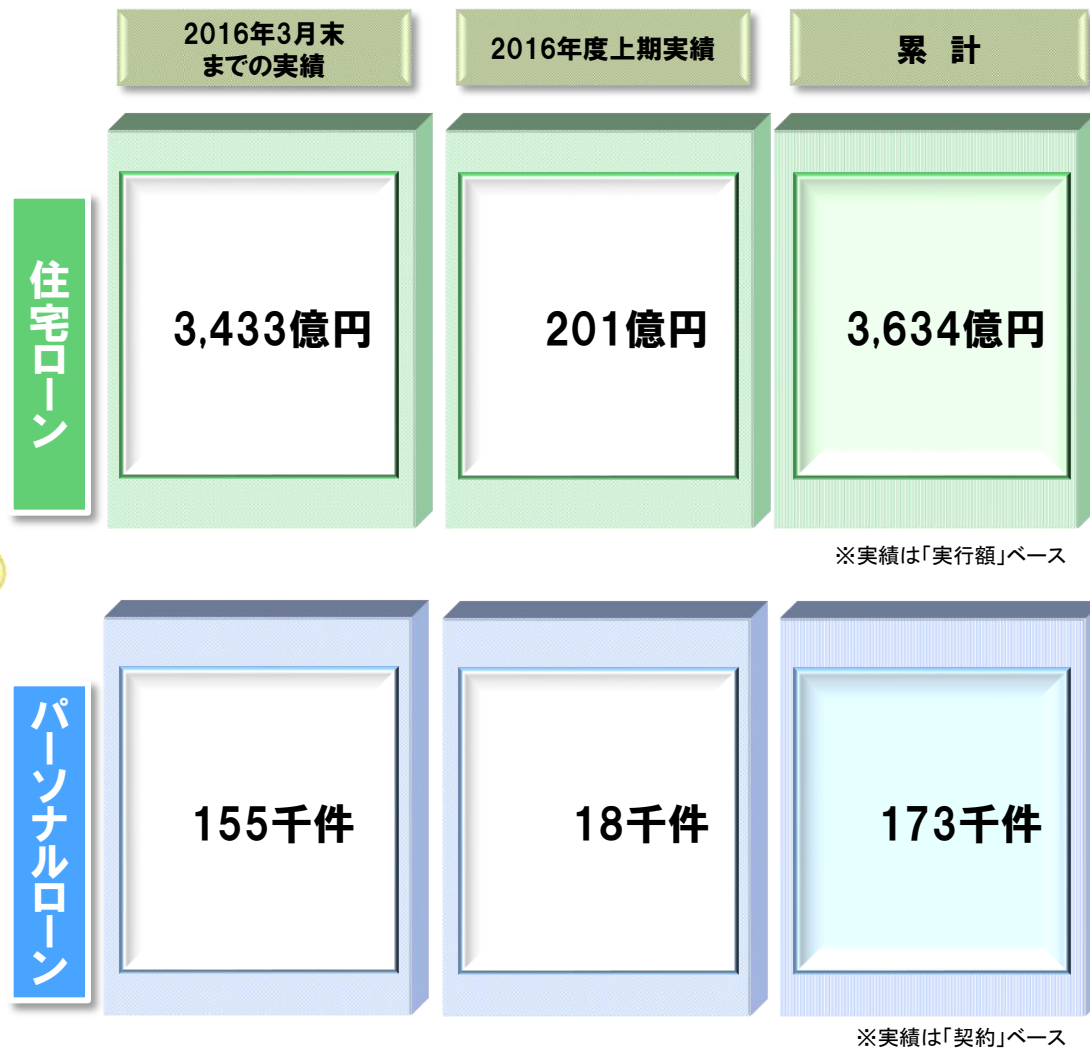
日本全国に広がるゆうちょネットワークを活用したビジネス展開

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

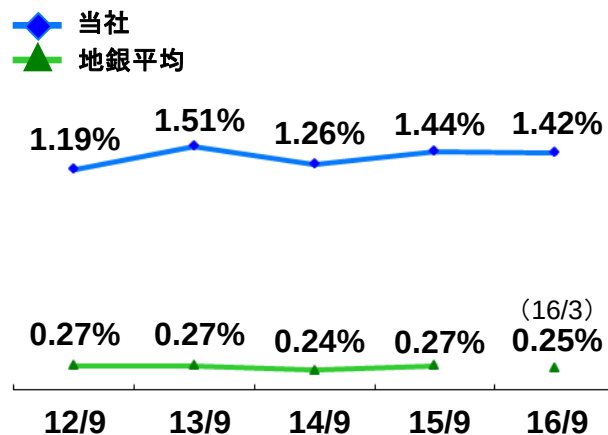


提携開始から現在までの実績

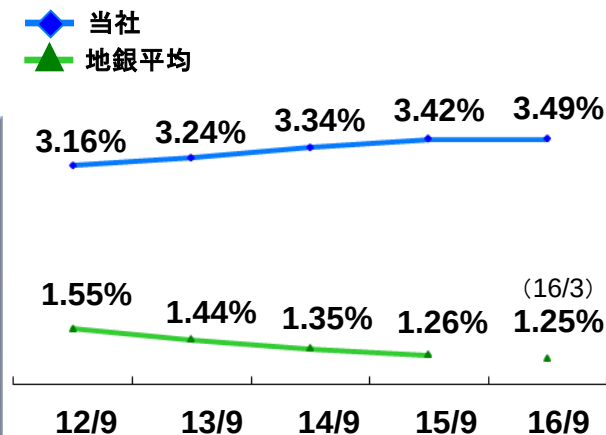


■ 利ざや等の状況 (全体)

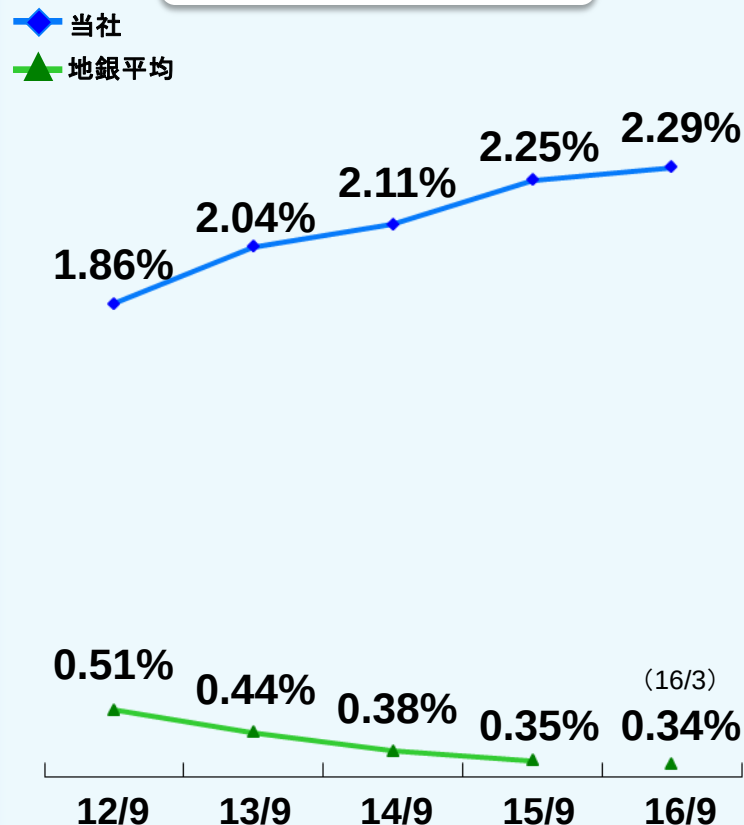
総資金利ざや



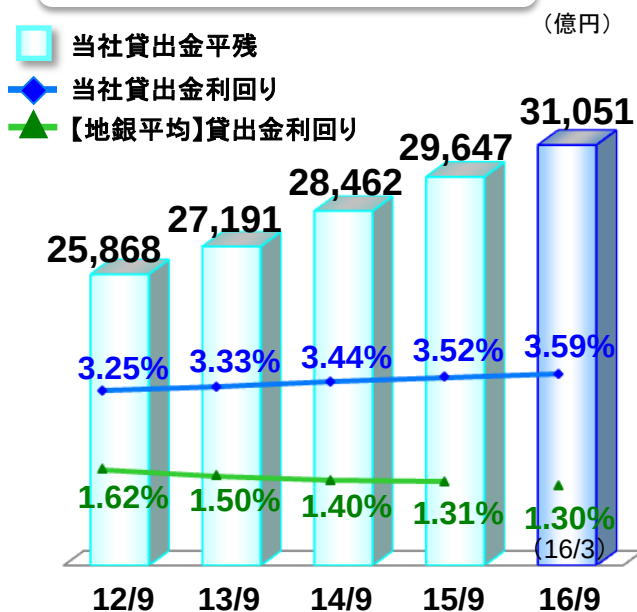
預貸金粗利ざや



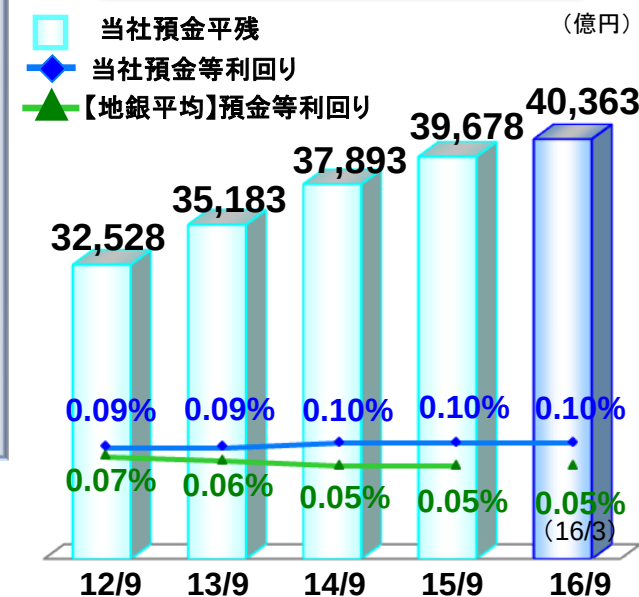
預貸金利ざや



貸出金利回りと貸出金平残



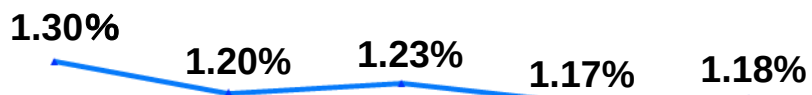
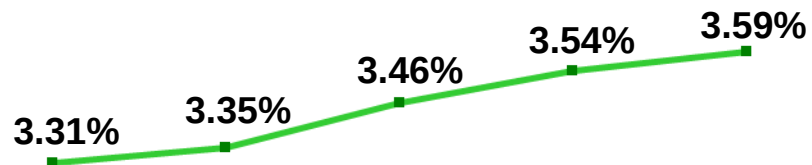
預金等利回りと預金平残



■ 利ざや等の状況(国内)

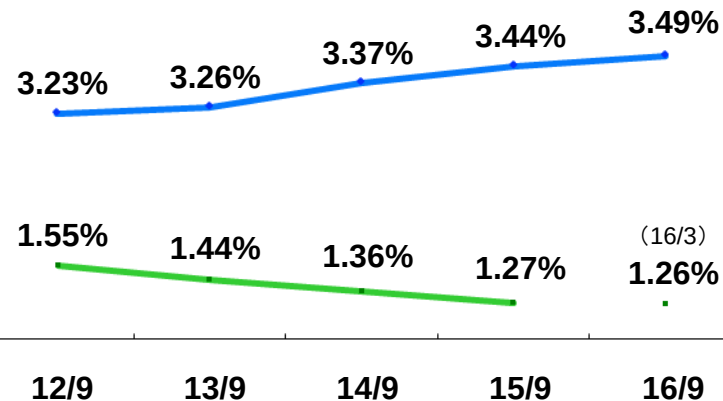
利回り・経費率の状況

■ 貸出金利回り ▲ 経費率 ● 預金等利回り



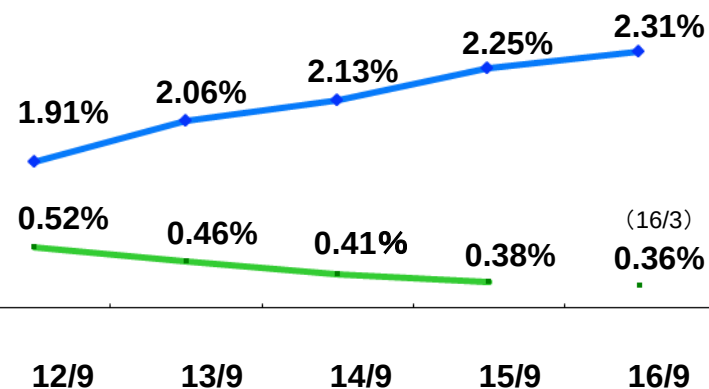
預貸金粗利ざや

◆ 当社
■ 地銀平均



預貸金利ざや

◆ 当社
■ 地銀平均



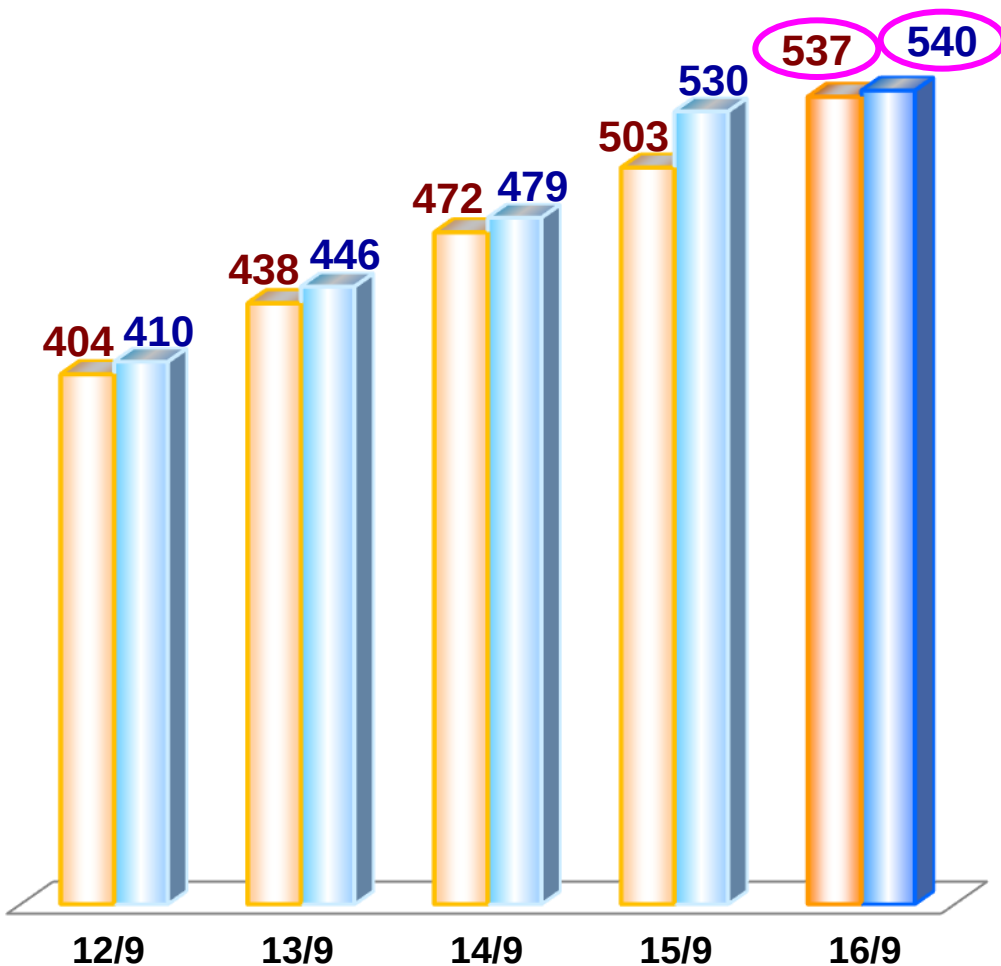
利益の推移

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)

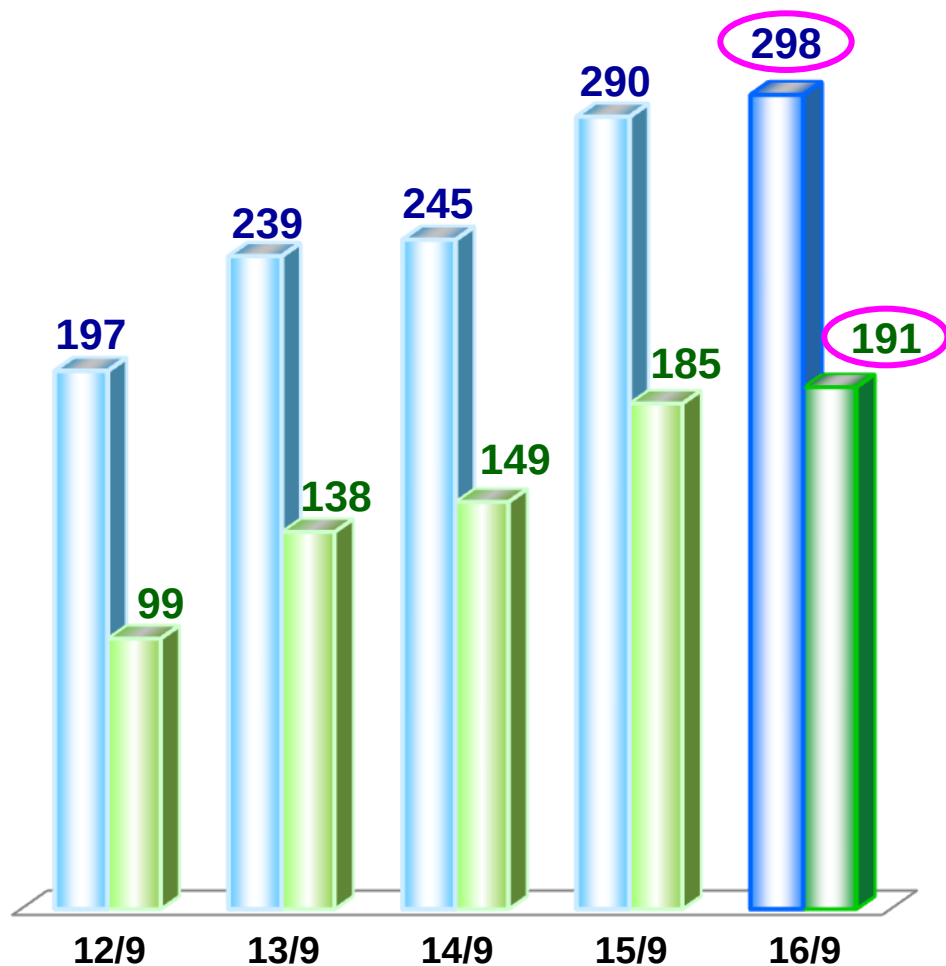


コア業務純益と中間純利益

■ コア業務純益
■ 中間純利益

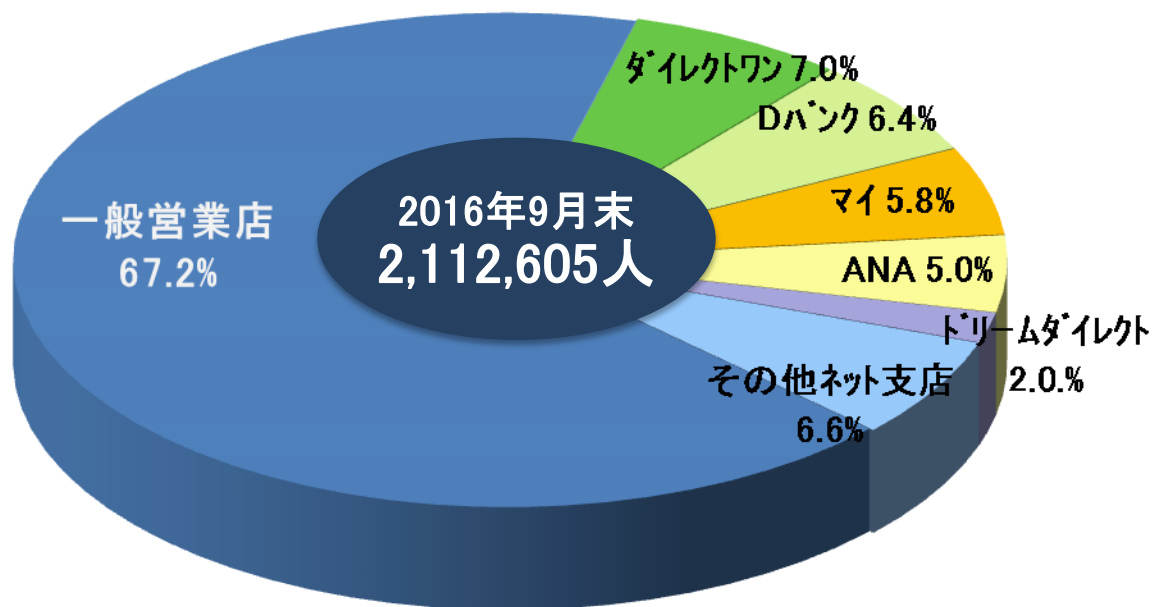
○ 最高益

(億円)



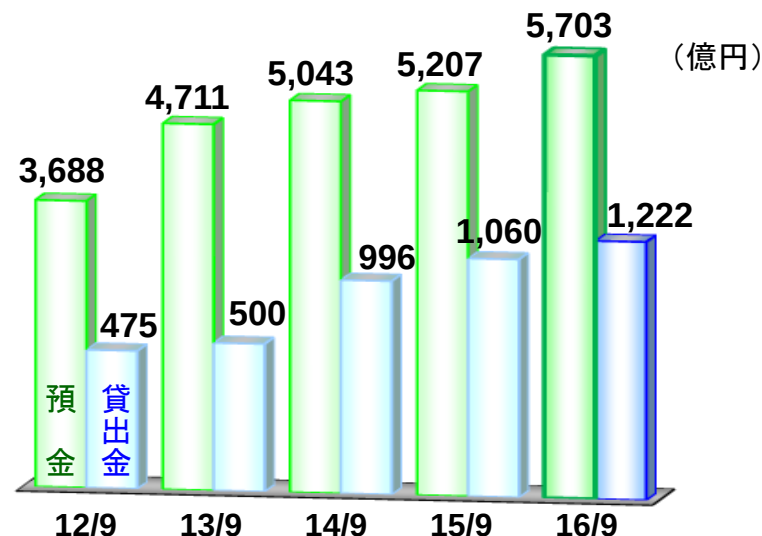
■ ダイレクトバンキングの状況

ダイレクトバンキング顧客数構成

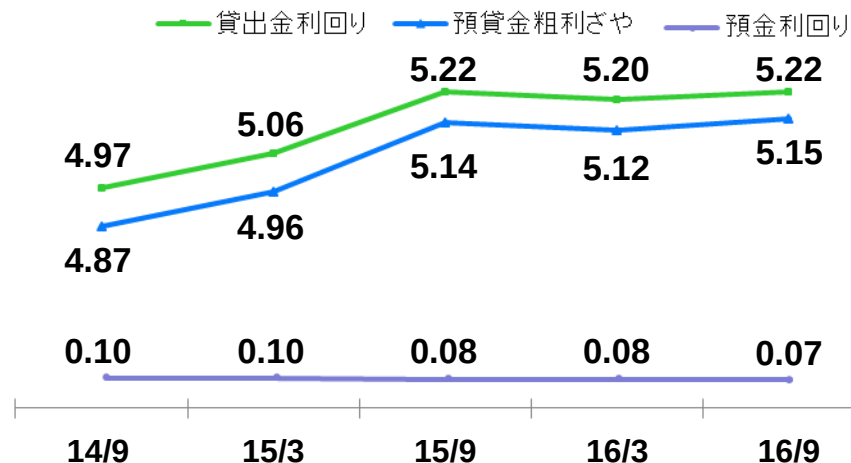


ダイレクトバンキング計 32.8%

ネット支店 預貸金残高

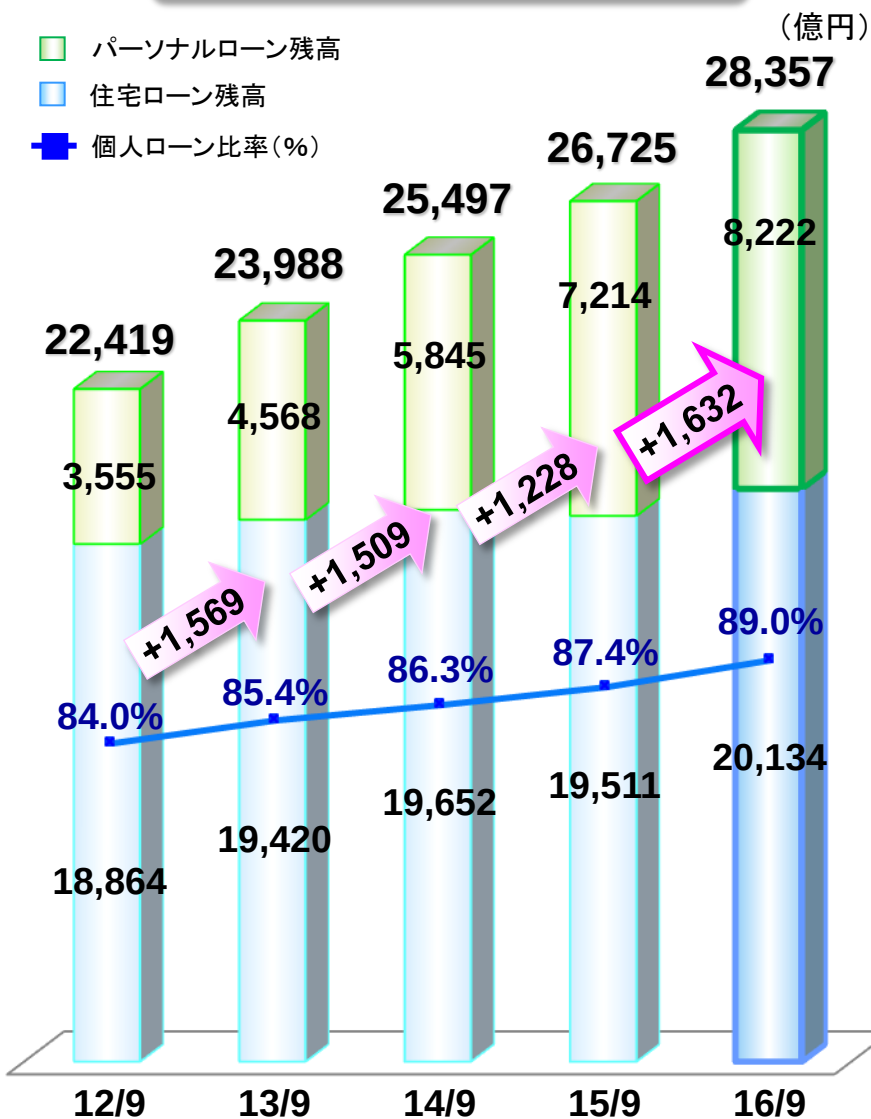


ネット支店 利ざやの状況

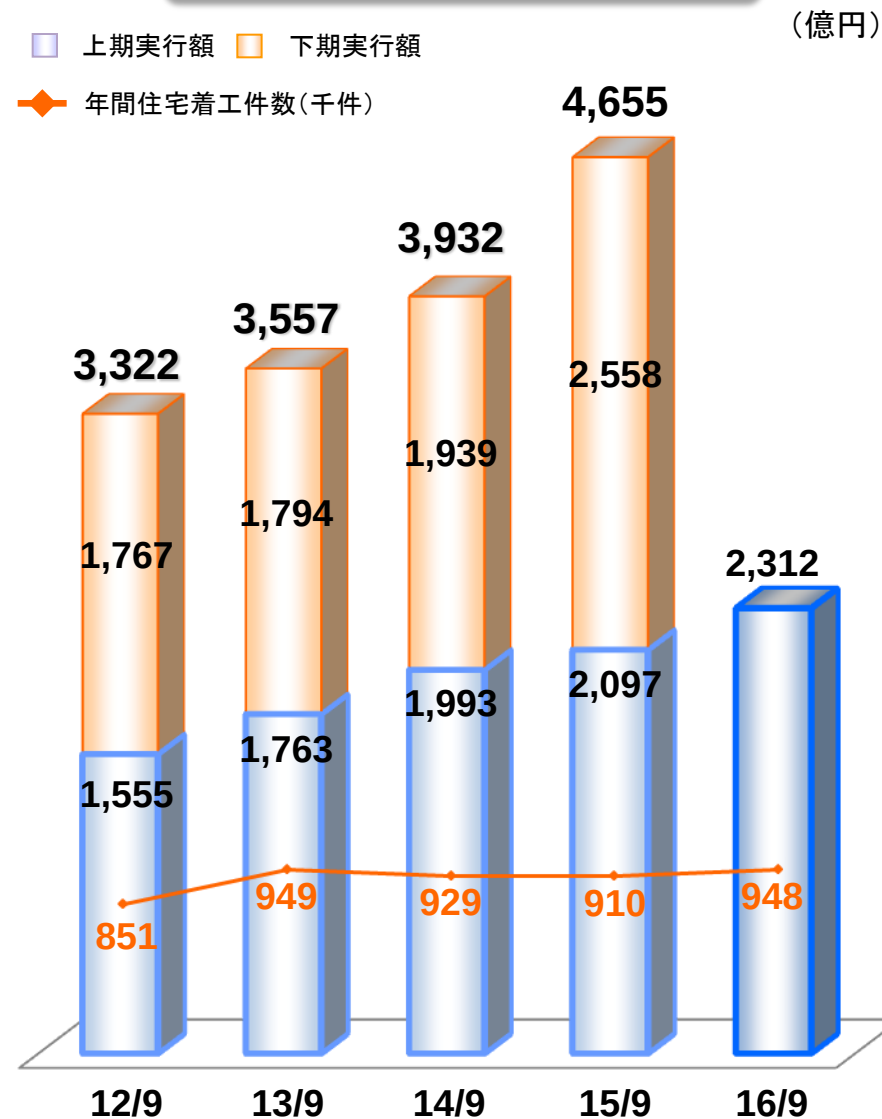


■ 個人ローンの状況 ①

個人ローン残高・個人ローン比率

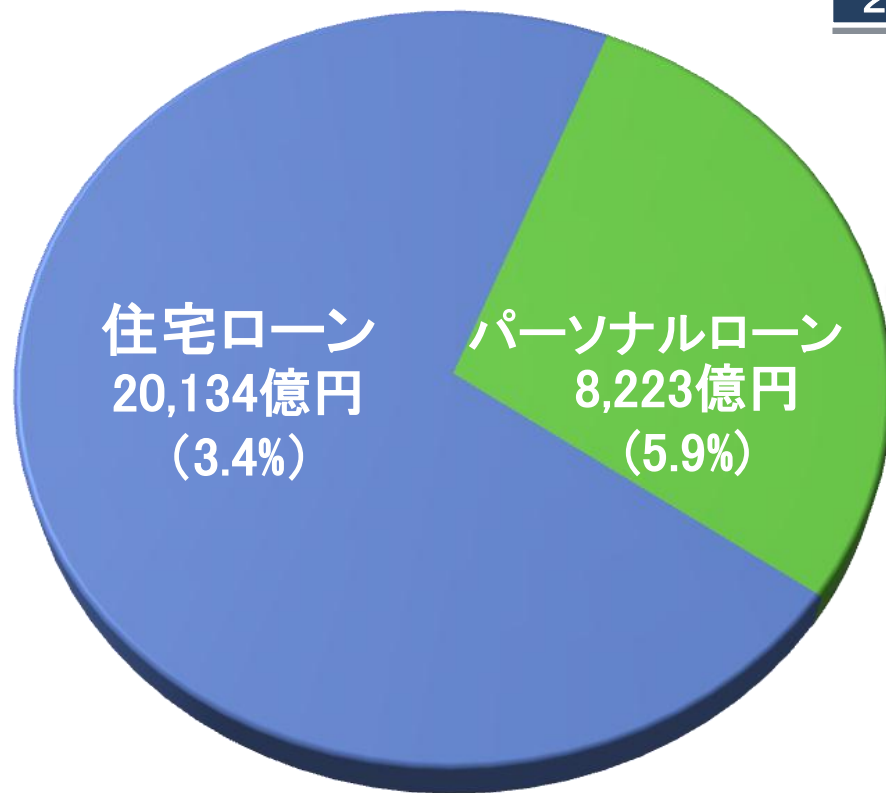


個人ローン実行額



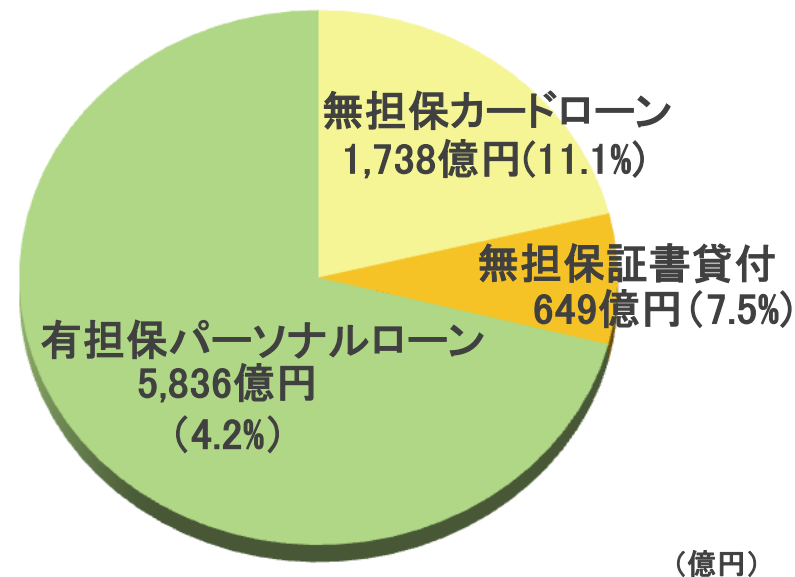
■ 個人ローンの状況 ②

個人ローン残高内訳・平均レート



2016年9月末

パーソナルローン残高内訳・平均レート



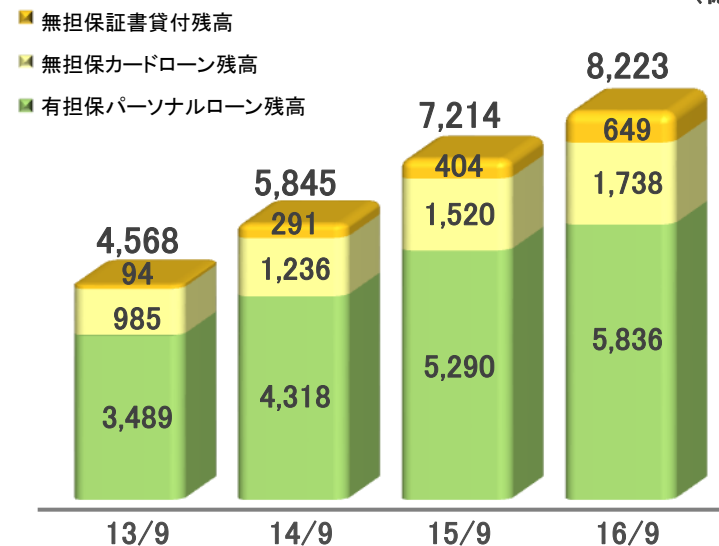
個人ローン 28,357 億円 (4.1%)

《住宅ローン残高の金利タイプ》

(注) ()内は平均レート

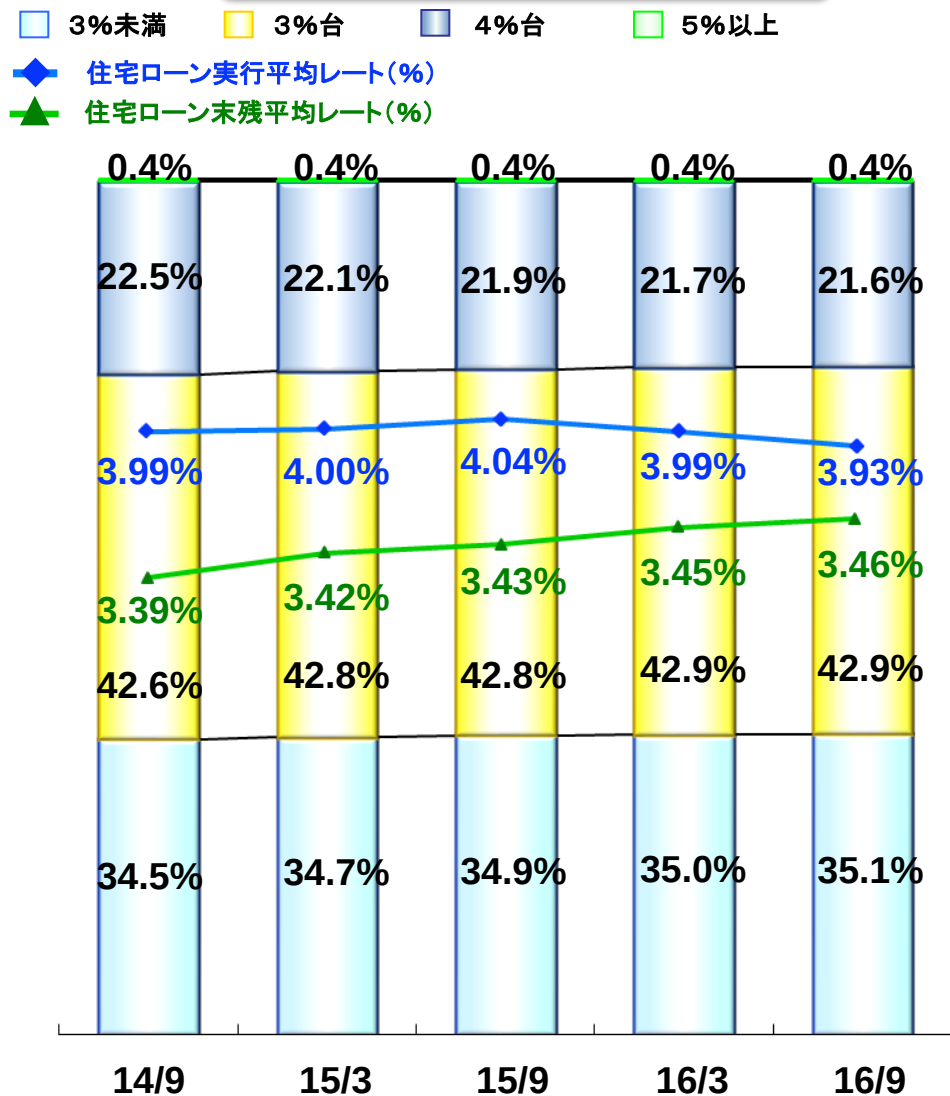
1.3%
固定金利

98.7% 変動金利

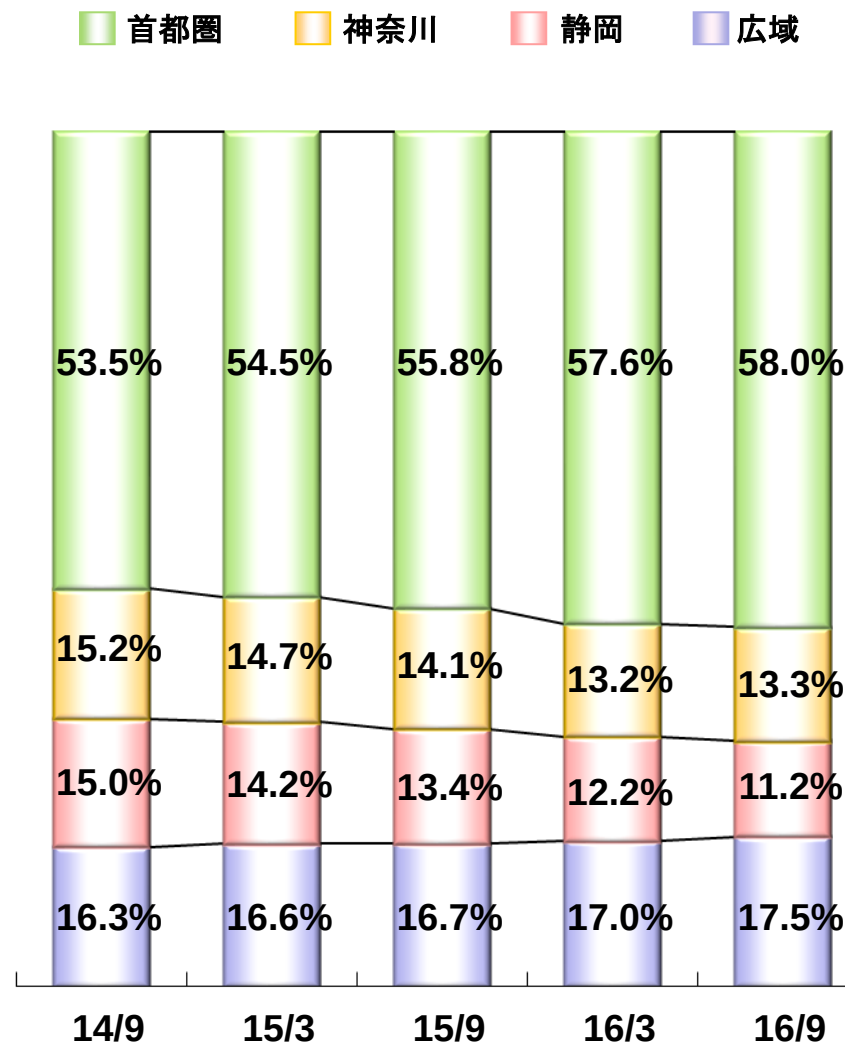


■ 住宅ローンの状況

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

3.39% 3.42% 3.43% 3.45% 3.46%

期間	利回り
14/9	3.39%
15/3	3.42%
15/9	3.43%
16/3	3.45%
16/9	3.46%

0.22% 0.22% 0.25% 0.24% 0.23%

期間	延滞率
14/9	0.22%
15/3	0.22%
15/9	0.25%
16/3	0.24%
16/9	0.23%

0.03% 0.03% 0.02% 0.04% 0.02%

期間	毀損率
14/9	0.03%
15/3	0.03%
15/9	0.02%
16/3	0.04%
16/9	0.02%

14/9 15/3 15/9 16/3 16/9

※延滞率＝3ヶ月以上延滞債権 ÷ ローン残高

パーソナルローン

▲ 利回り ● 延滞率 ■ 毀損率

6.09% 6.05% 5.98% 5.96% 5.95%

期間	利回り
14/9	6.09%
15/3	6.05%
15/9	5.98%
16/3	5.96%
16/9	5.95%

0.31% 0.32% 0.39% 0.40% 0.48%

期間	延滞率
14/9	0.31%
15/3	0.32%
15/9	0.39%
16/3	0.40%
16/9	0.48%

0.02% 0.07% 0.02% 0.02% 0.02%

期間	毀損率
14/9	0.02%
15/3	0.07%
15/9	0.02%
16/3	0.02%
16/9	0.02%

14/9 15/3 15/9 16/3 16/9

※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)

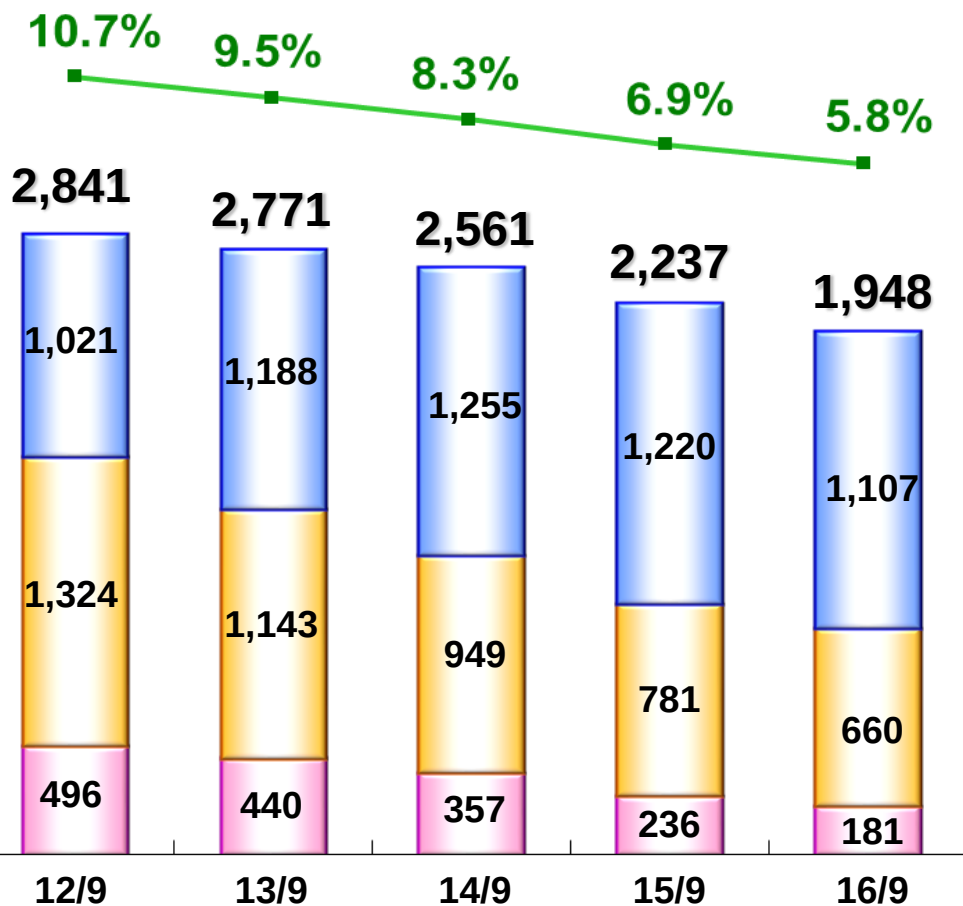
■ 投資信託

■ 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

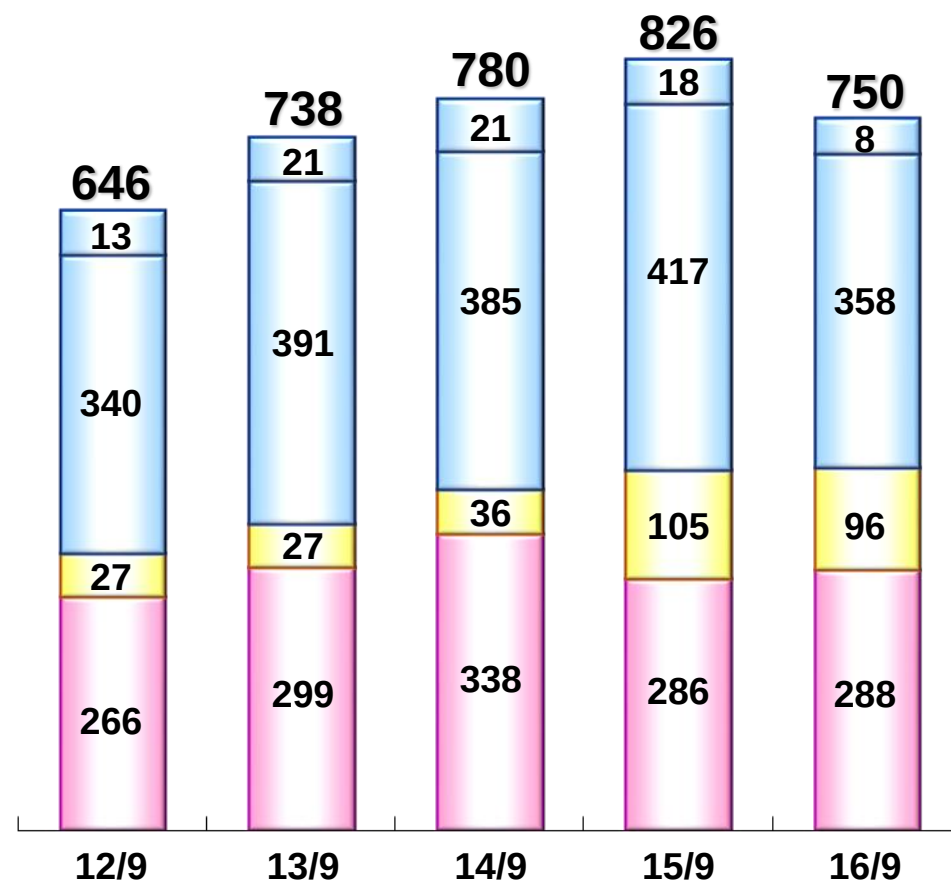
■ 投信販売手数料

■ 投信信託報酬

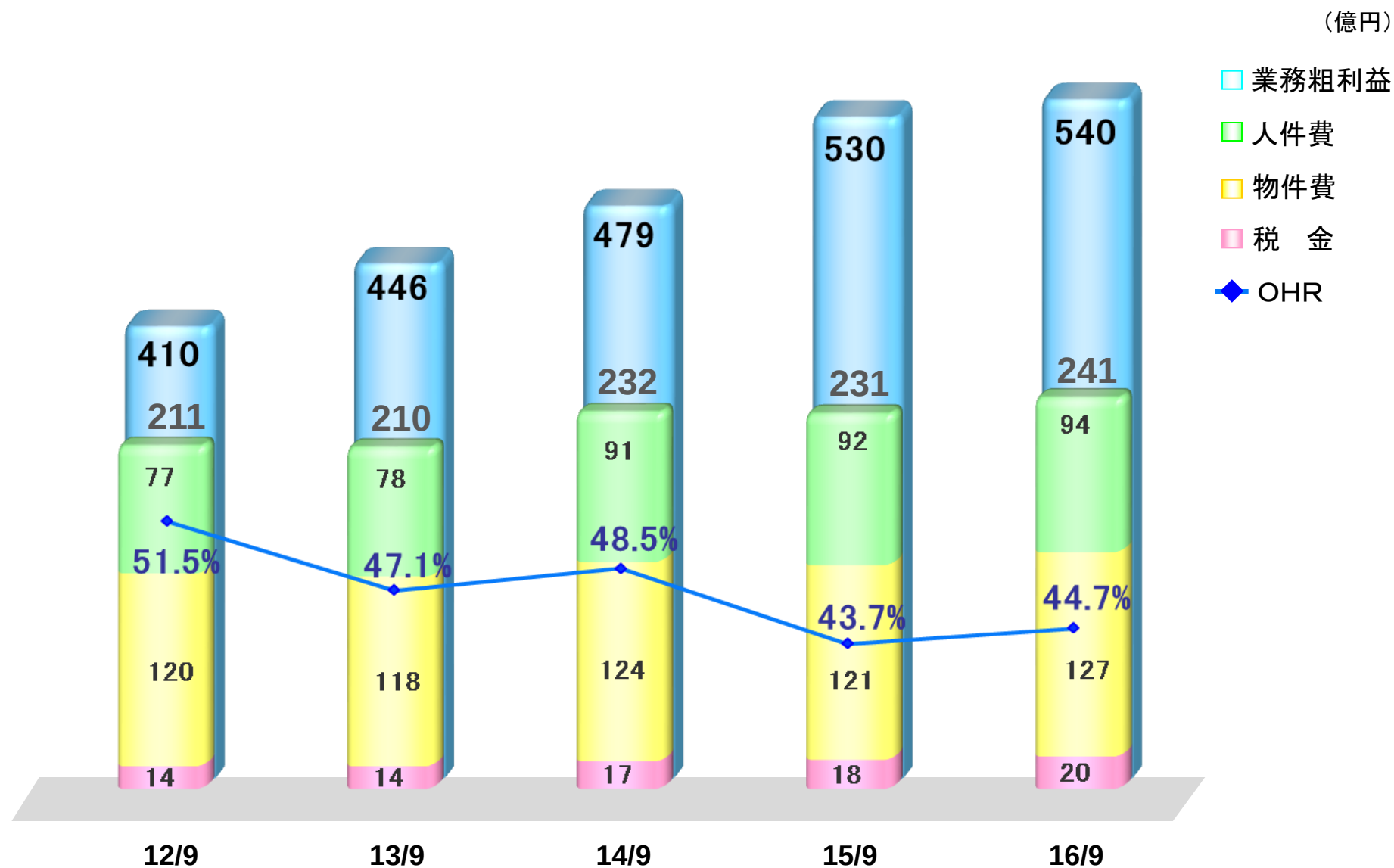
■ 個人年金保険手数料

■ 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)

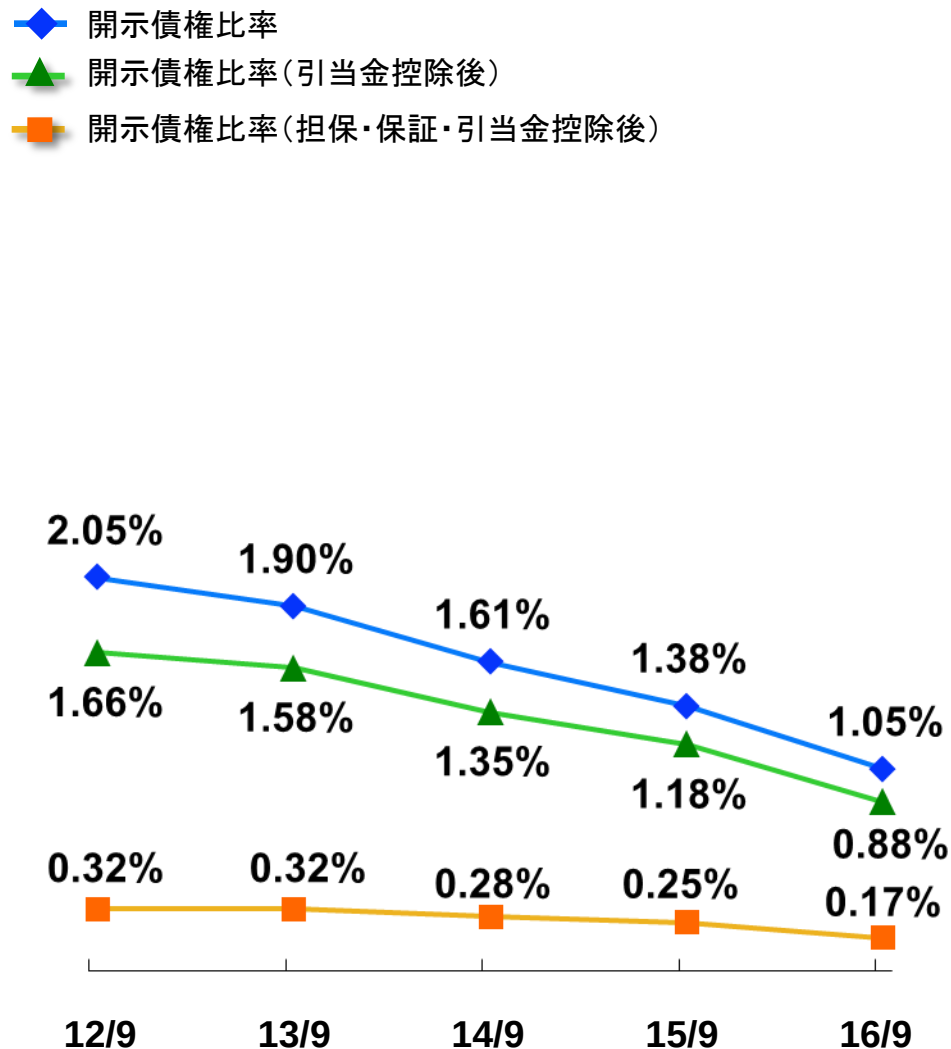
開示区分	16年9月期 与信残高	構成比	法人・個人別 与信残高		構成比	担保・ 保証合計	担保	保証	保全率	引当	引当率	カバー率
破産更生債権 及びこれらに 準ずる債権	68	0.21%	個人	61	0.21%	40	29	11	65.65%	21	100%	100%
			法人	7	0.22%	6	2	4	79.38%	1	100%	100%
危険債権	140	0.43%	個人	28	0.10%	15	12	3	54.43%	4	31.49%	68.78%
			法人	112	3.21%	98	37	61	88.46%	4	31.49%	92.09%
要管理債権	131	0.41%	個人	61	0.21%	37	36	1	60.22%	2	11.48%	64.79%
			法人	70	2.00%	32	32	0	45.73%	21	54.24%	75.17%
合 計	339	1.05%	個人	150	0.52%	92	77	15	61.35%	27	47.87%	79.85%
			法人	189	5.43%	136	71	65	72.33%	26	49.98%	86.16%
正常債権	31,708	98.95%	個人	28,418	99.48%							
			法人	3,290	94.57%							
総与信合計	32,047	100%	個人	28,568	100%							
			法人	3,479	100%							

カバー率合計83.37%

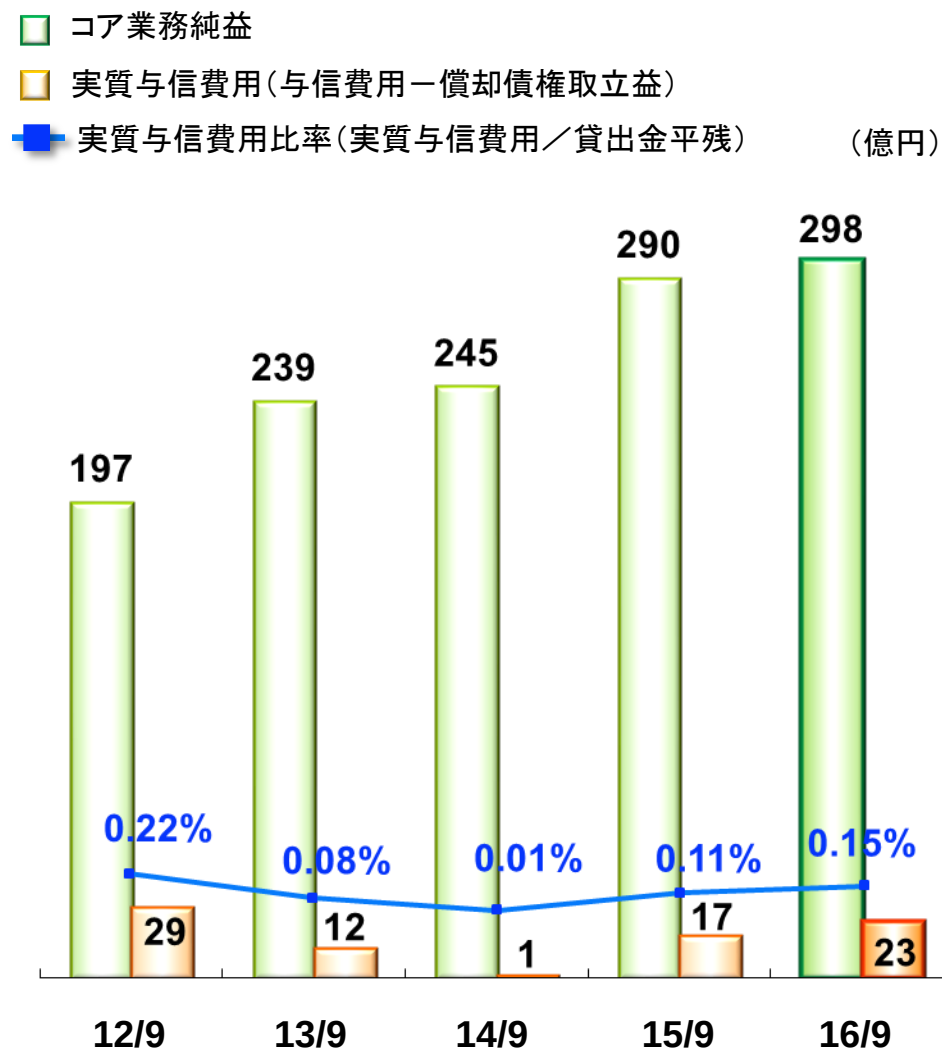
保全率：担保・保証による保全率
引当率：無担保部分への引当率
カバー率：担保・保証・引当を考慮したカバー率

■ 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

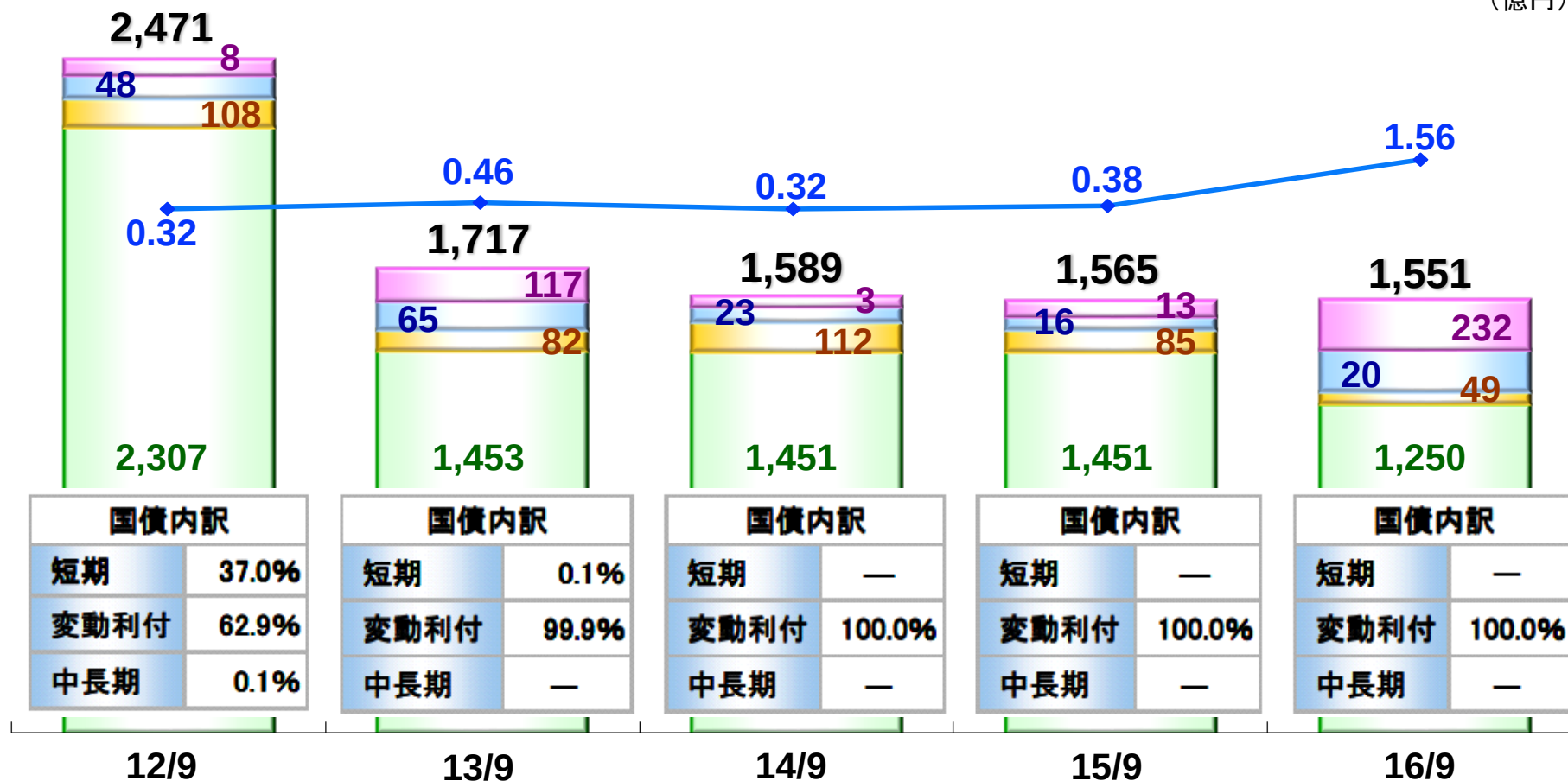


■ 債券ポートフォリオの推移

◆ 平均残存期間(年) ■ 国債 ■ 外国債券 ■ 社債 ■ 地方債

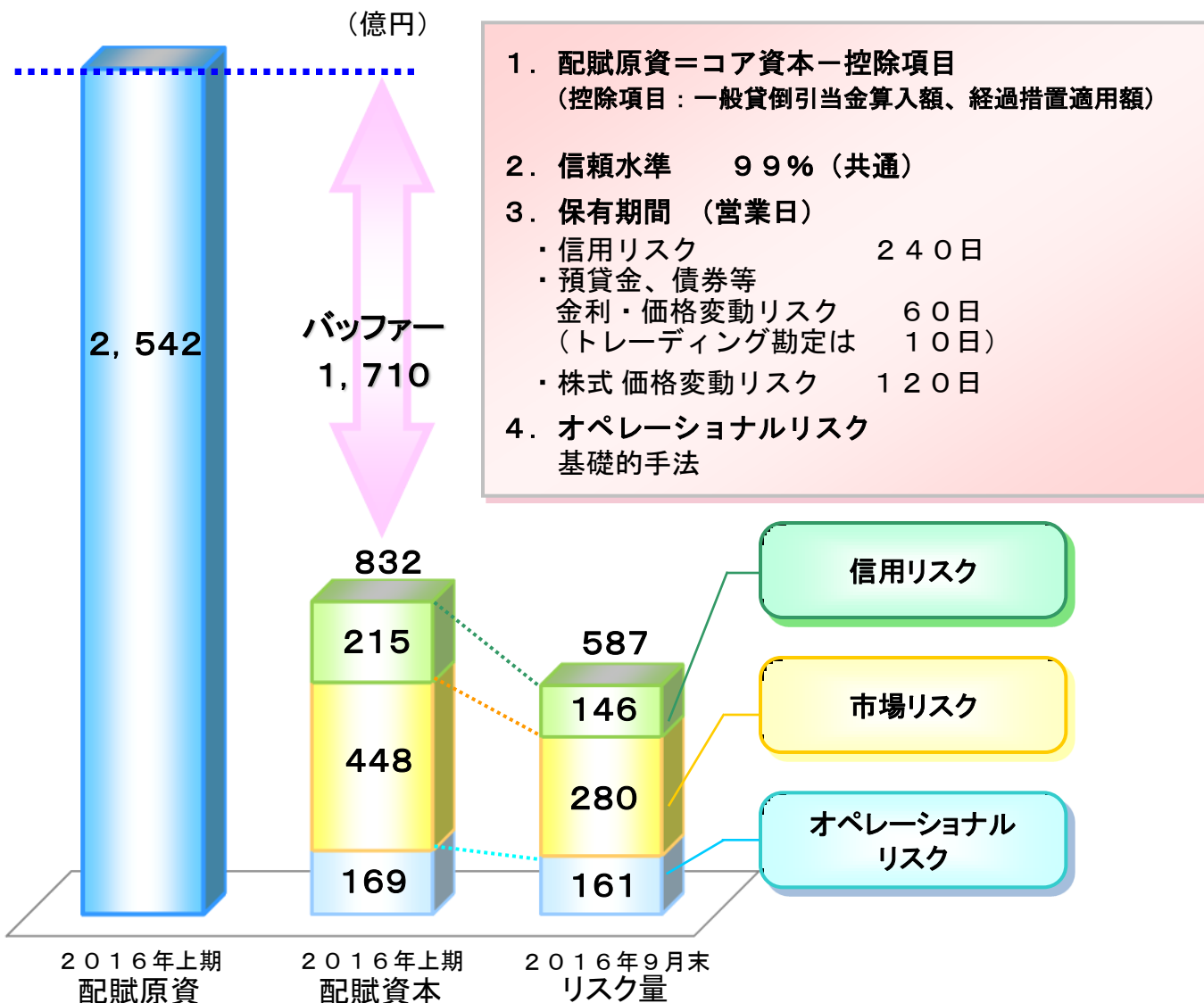
預証率 5.6%

(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

2016年9月末

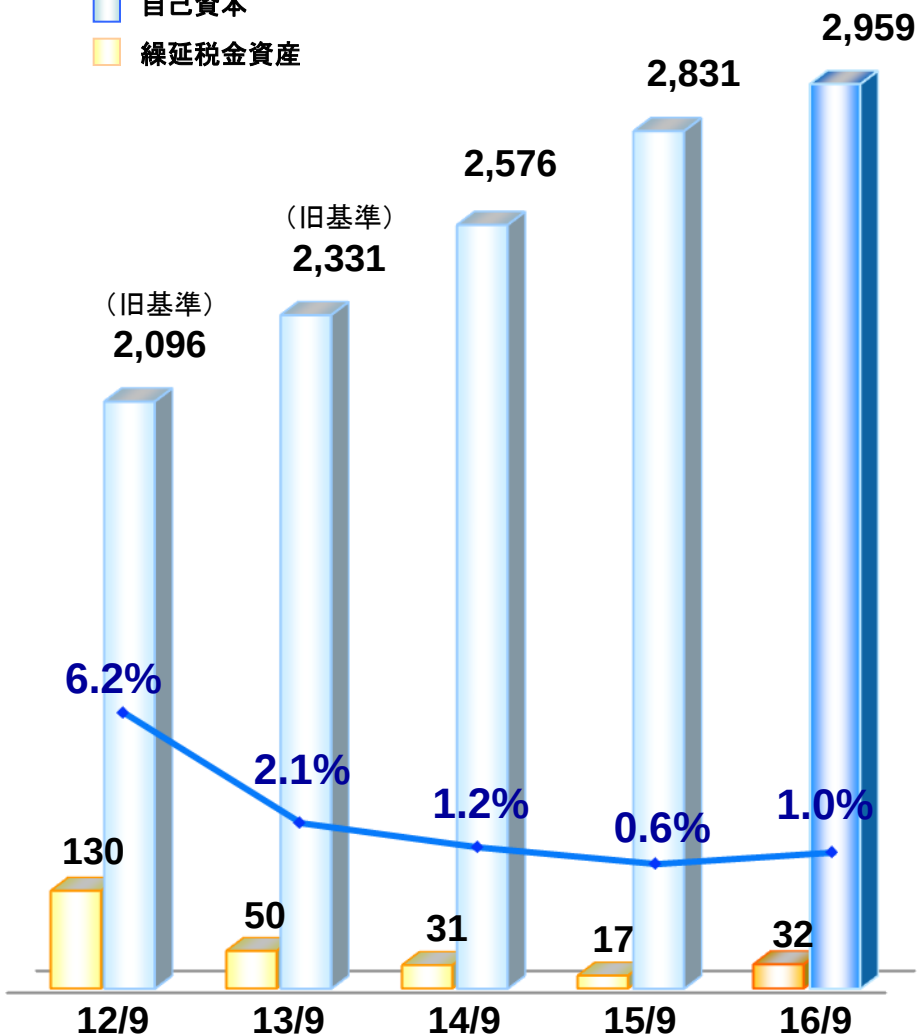
金利ショック 方式	±200bp
金利リスク量	6億円
アウトライヤー 比率	0.2%

自己資本の推移

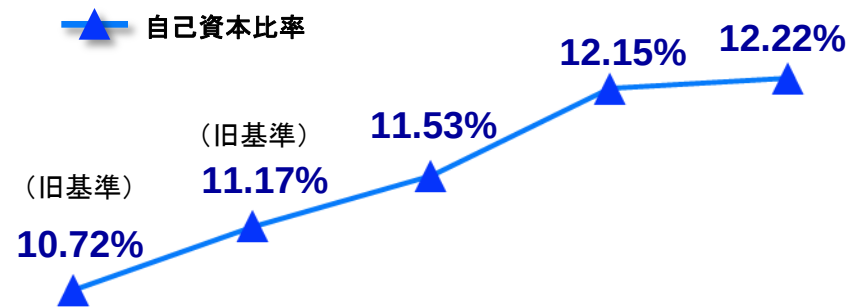
自己資本・繰延税金資産

(億円)

- ◆ 繰延税金資産/自己資本
- 自己資本
- 繰延税金資産



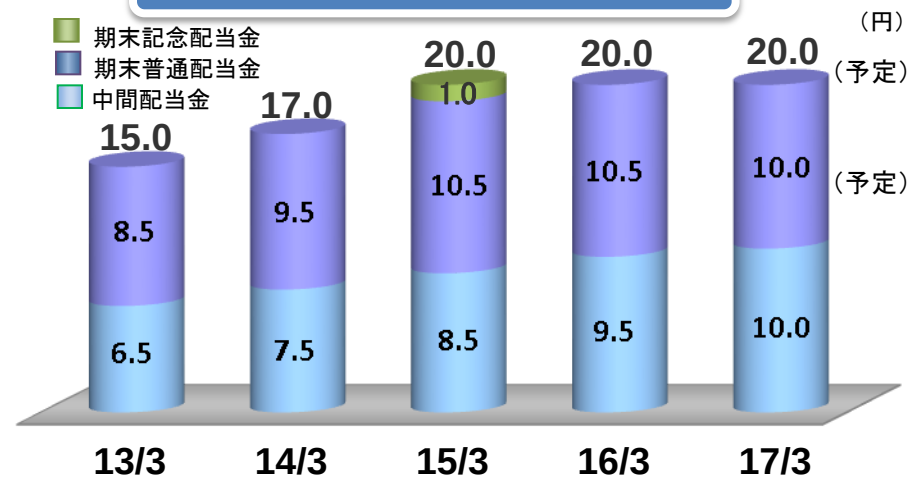
自己資本比率



12/9 13/9 14/9 15/9 16/9

※新基準：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



■ 2016年度中間期実績及び通期見通し

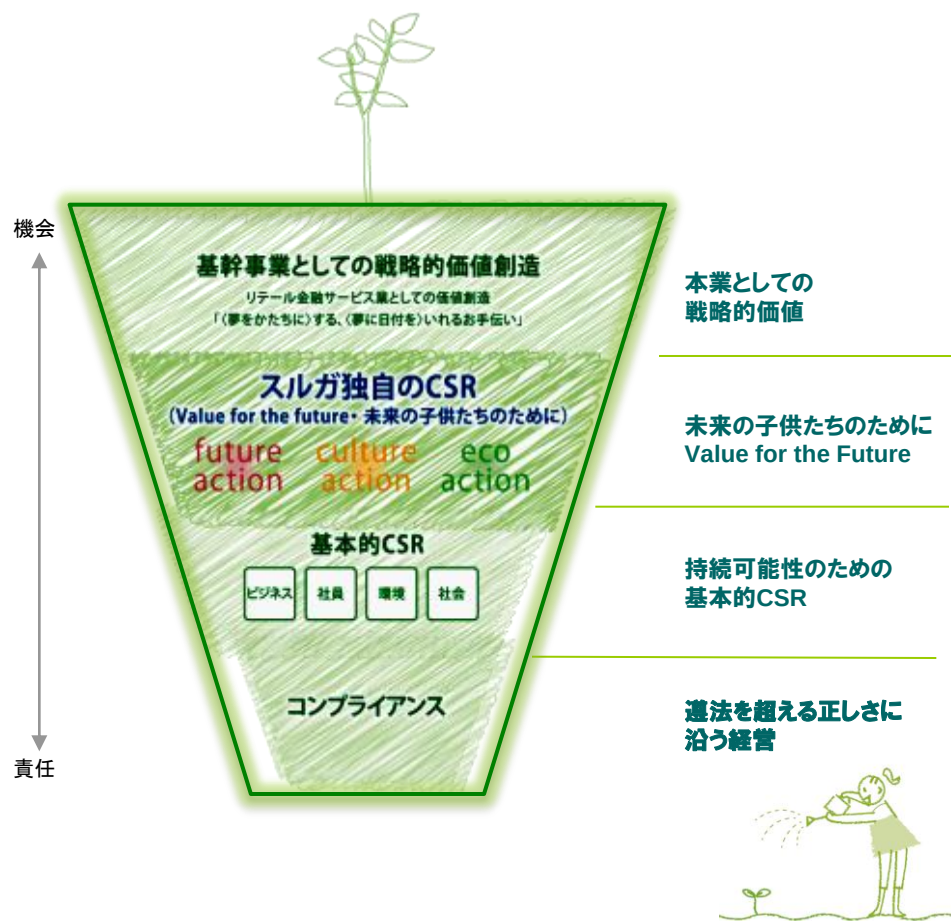
(億円)

	2015年度 中間期実績 (A)	2016年度 中間期実績 (B)	実績比 (B-A)	2016年度 見通し
業務粗利益	530	540	+10	1,085
経費等	231	241	+10	480
業務純益	298	300	+2	605
コア業務純益	290	298	+8	605
経常利益	278	274	▲4	550
当期純利益	185	191	+6	370
実質与信費用	17	23	+6	45
ROE(%) (当期純利益ベース)	14.23	13.78	▲0.45	13.44
EPS(円)	78.17	82.55	+4.38	159.80
一株当たり配当金(円)	9.5	10.0	+0.5	20.0

■ 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



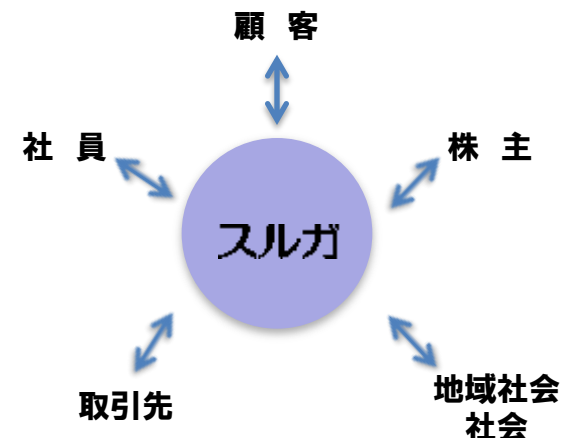
■ 経営理念における成長のあり方

“使命型企业”としての成長



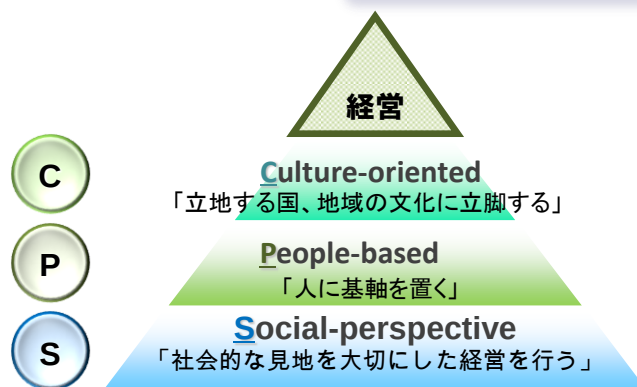
「ライフ アンド ビジネス ナビゲーターとして
〈夢をかたちにする〉、〈夢に日付を〉いれるお手伝い」という
ミッションの実現性の向上を成長と定義する

“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。