

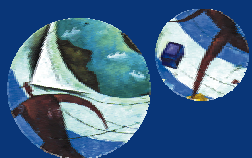


# SHINSEI BANK

2005年度 会社説明会  
決算・ビジネスハイライト

代表執行役社長  
ティエリー・ポルテ

2006年5月30日

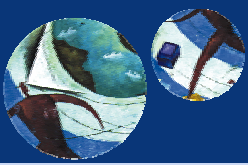


本資料には、当行および当行の子会社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定は不正確であることがあり得ます。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当行は、将来の事象などの発生にかかわらず、必ずしも今後の見通しに関する発表を修正するとは限りません。尚、特別な注記がない場合、財務データは連結ベースで表示しております。

当行以外の金融機関とその子会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本資料はいかなる有価証券の申込みもしくは購入の案内、あるいは勧誘を含むものではなく、本資料および本資料に含まれる内容のいずれも、いかなる契約、義務の根拠となり得るものではありません。



Section 1: 新しいタイプの銀行

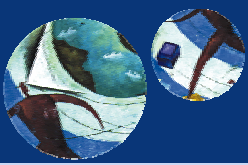
Section 2: 決算ハイライト

Section 3: 3つの戦略ビジネス

- » インスティテュ - ショナルバンキング
- » コンシューマーアンドコマーシャルファイナンス
- » リテールバンキング

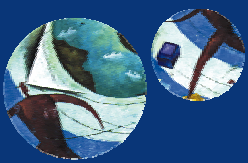
Section 4: 中期指標

Section 5: まとめ



## 長期的・安定的成長を目指して

- ✓ 3つの戦略ビジネスの確立
- ✓ 新生銀行独自の戦略への評価
- ✓ 多様化した収益基盤と、収益性の高い顧客層の  
拡大による堅調な実績



## 顧客を中心としたビジネスモデル

業務  
粗利益

- コマーシャルバンクとインベストメントバンクの強みを併せ持つハイブリッドモデル
- 幅広い法人顧客へ付加価値の高いソリューションを提供
- 金融商品スペシャリストとRMの一体化による迅速かつ高度なサービスの提供

インステイテューショナル  
バンキング  
41%<sup>1,2</sup>

リテール  
バンキング  
15%<sup>1</sup>

- 魅力的でかつ革新的な価値の提供
- 高いブランド浸透力
- 有効かつ柔軟なインターネットを活用したビジネスモデル

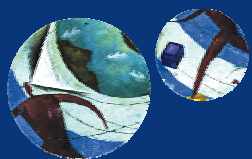
顧客

コンシューマー  
アンド  
コマーシャル  
ファイナンス  
44%<sup>1</sup>

- 新生のノウハウ・知識を導入
- インステイテューショナルバンキング、リテールバンキング両部門とのシナジーを追求
- タイムリーな戦略的買収

リスクマネジメント | コーポレートガバナンス | 先進的なITプラットフォーム

<sup>1</sup> 2005年度の収益貢献度、経営管理ベース  
<sup>2</sup> ALM/経営勘定/その他の業務粗利益(マイナス)を含む



## 他行との差別化要因

### 顧客重視

力を与える

付加価値を重視

臨機応変

前例にとらわれない姿勢

### ローカルより グローバル

革新的な商品

より良いサービス

柔軟な思考

グローバルなネットワーク

### グローバルより ローカル

価値ある取引基盤

長期的アプローチ

迅速な意思決定

日本が基盤

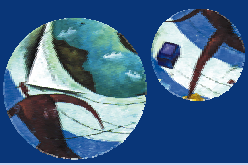
### 株主と社会に対する 責任

透明性

高い目標水準

倫理と誠実さ

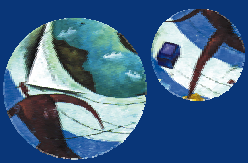
公正な評価と報酬



## 存在感と信頼性の着実な高まり

- ❑ 日本経済新聞社による顧客満足度調査2年連続第1位（2004年、2005年）
- ❑ インターネットによる証券仲介サービスの提供
- ❑ コンシューマーファイナンスプラットフォームにおける初の本格的な買収（アプラス-全日信販）
- ❑ 商業用不動産ローン担保証券（CMBS）ディール・オブ・ザ・イヤーを受賞
- ❑ ドイツ、韓国、台湾での合弁会社設立と投資
- ❑ コーポレート・ガバナンス<sup>1</sup>は、高い評価を獲得（銀行業界内第1位）
- ❑ “Color your life”キャンペーンが数々の広告賞を受賞
- ❑ 日経225指数の構成銘柄に採用

<sup>1</sup> 日本コーポレート・ガバナンス研究所



## 2005年度好決算は当行ビジネスモデルの反映

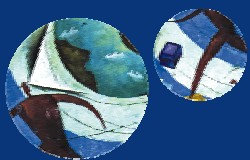
- ❑ 業務粗利益<sup>1</sup>は2,737億円、前期比53.7%増加
- ❑ 実質業務純益<sup>1</sup>は1,377億円、前期比68.1%増加
- ❑ 当期純利益は760億円、前期比12.8%増加
- ❑ キャッシュベース当期純利益は1,019億円、前期比36.4%増加
- ❑ 経費率は54.0%から49.7%に改善
- ❑ 資金運用残高<sup>2</sup>は、6兆7,497億円、前期比27.0%増加
- ❑ 不良債権は425億円に減少、総与信の1.0%へ低下
- ❑ 自己資本比率は11.78%から15.53%、Tier 1比率は7.00%から10.27%へ上昇
- ❑ ムーディーズが長期格付けをBaa1からA3に引き上げ (2006年2月)

<sup>1</sup> 経営管理ベース

<sup>2</sup> 2005年度の平均残高。主に貸出金、有価証券、リース資産、割賦売掛金等を含む

\*数値は原則、2004年度との比較





## 収益構造の多様化

### 金利収益と非金利収益の内訳

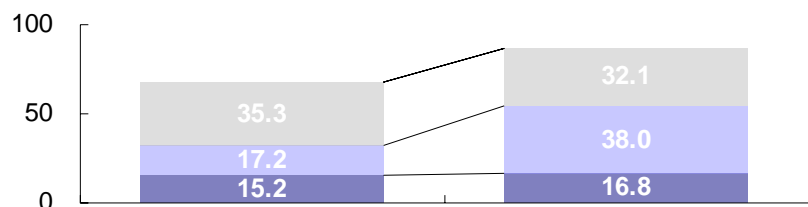
2004年度 vs. 2005年度

10億円

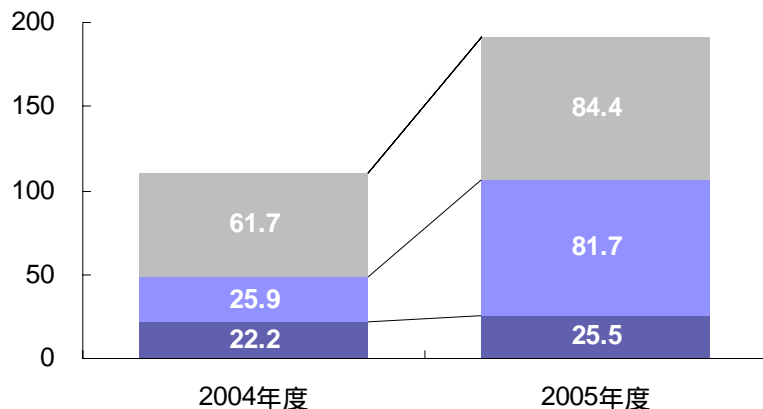
#### 業務粗利益に占める非金利収益の割合(%)



#### 金利収益<sup>1</sup>



#### 非金利収益<sup>1</sup>



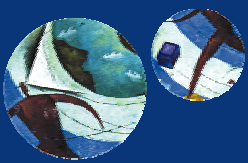
<sup>1</sup> ALM/経営勘定/その他の業務粗利益(マイナス)を除く

### 金利収益の主要商品:

- **インスティテューショナルバンキング(IB)**  
コーポレートローン、ノンリコースローン
- **コンシューマーアンドコマースファイナンス(CCF)**  
クレジットカード、キャッシングローン、消費者金融、有担保/無担保貸出、不動産ファイナンス、住宅担保ローン
- **リテールバンキング**  
住宅ローン

### 非金利収益の主要商品:

- **インスティテューショナルバンキング**  
資本市場関連(為替、デリバティブ、株式関連)、ノンリコースローン、クレジットトレーディング、証券化、プリンシパル・インベストメント、アセットマネジメント、M&A
- **コンシューマーアンドコマースファイナンス**  
個品割賦、一般リース、オートリース
- **リテールバンキング**  
預金関連非金利収益、アセットマネジメント(投資信託、変額年金等)



## 効果的なコスト管理

### 経費内訳

2004年度 対2005年度

10億円

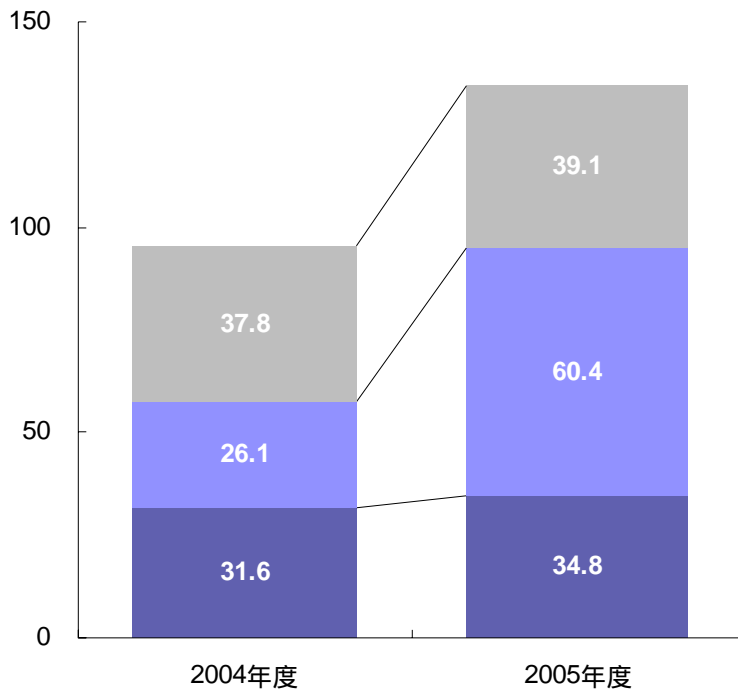
#### 経費率

54.0%

49.7%



#### ビジネスライン別経費<sup>1</sup>



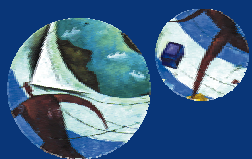
<sup>1</sup> ALM/経営勘定/その他の経費を除く

#### 経費の増加要因:

- 昭和リースの連結子会社化
- アプラスの通年寄与
- リテールバンキングの業容拡大に伴う顧客/商品関連費用増加
- リテールバンキングの販売チャネル拡大

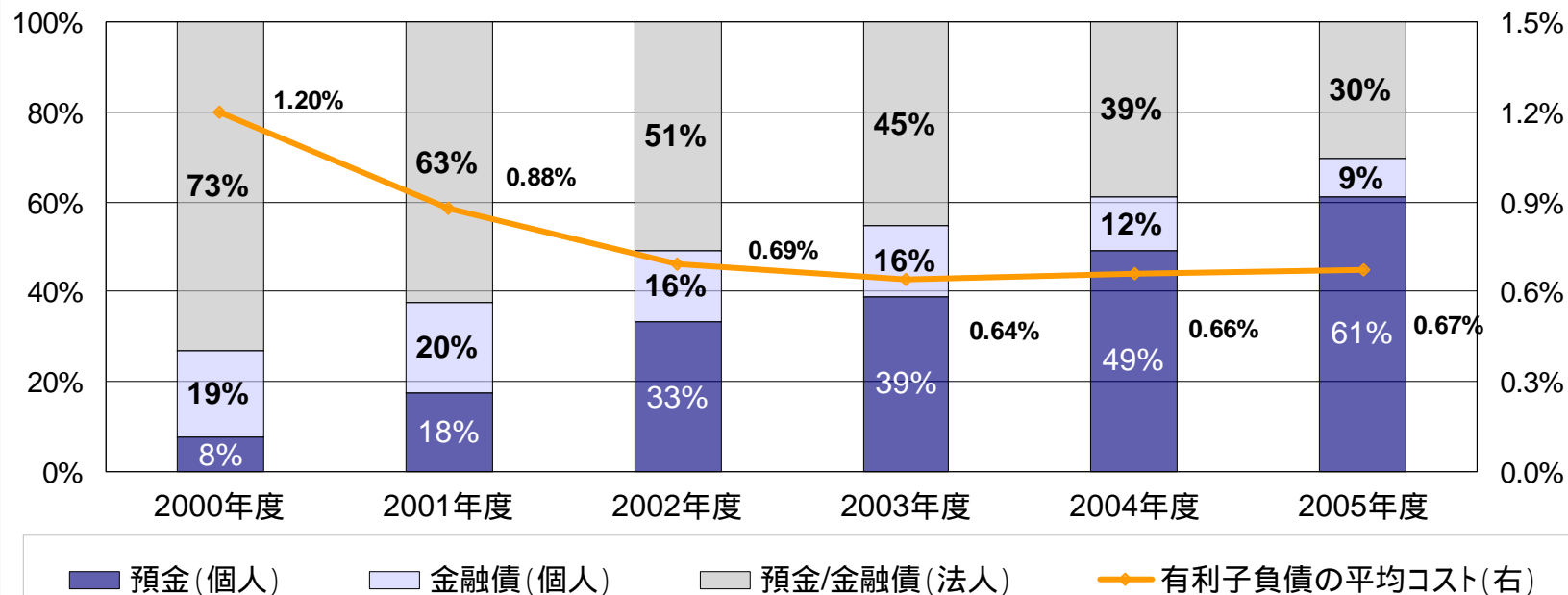
#### 経費率は49.7%に改善:

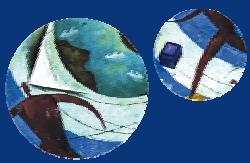
- 各ビジネスラインで収益が増加
- 各ビジネスラインでの継続的経費抑制



## 拡大するリテール顧客基盤からの安定的かつ低コストな資金調達

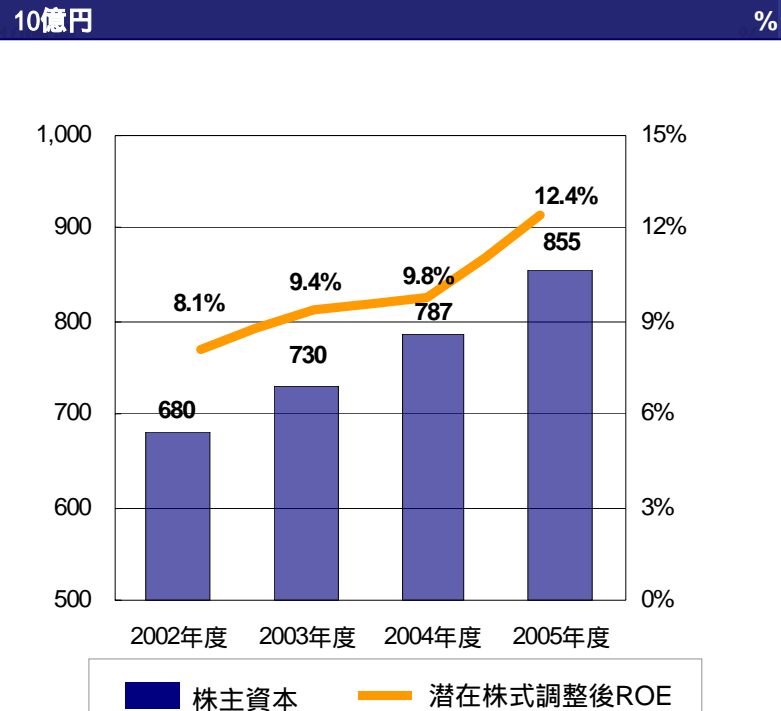
資金調達構成比の推移及び有利子負債コスト



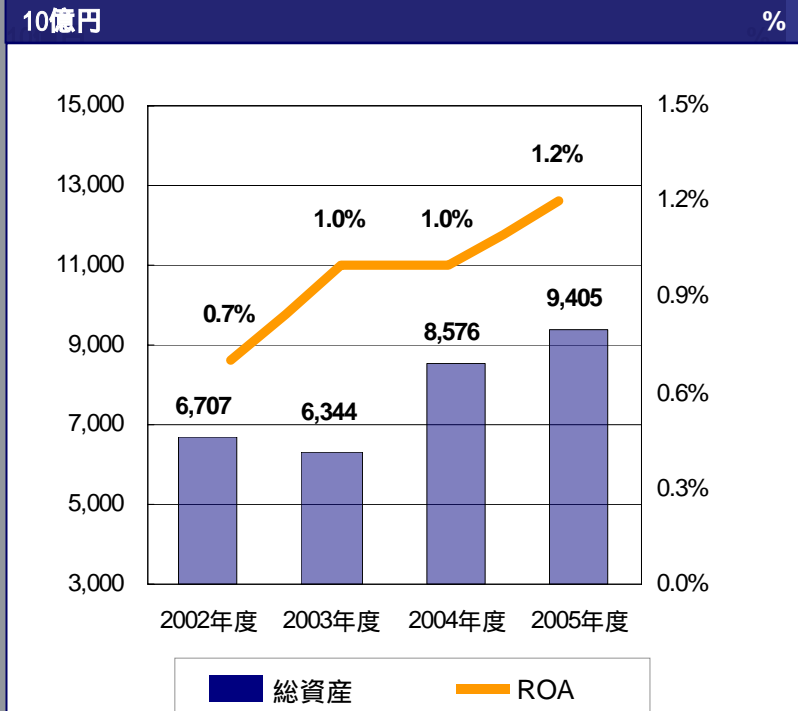


## 収益性とリターンの向上

### 潜在株式調整後ROE<sup>1</sup> 及び株主資本

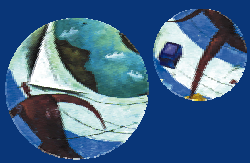


### ROA<sup>2</sup> および総資産

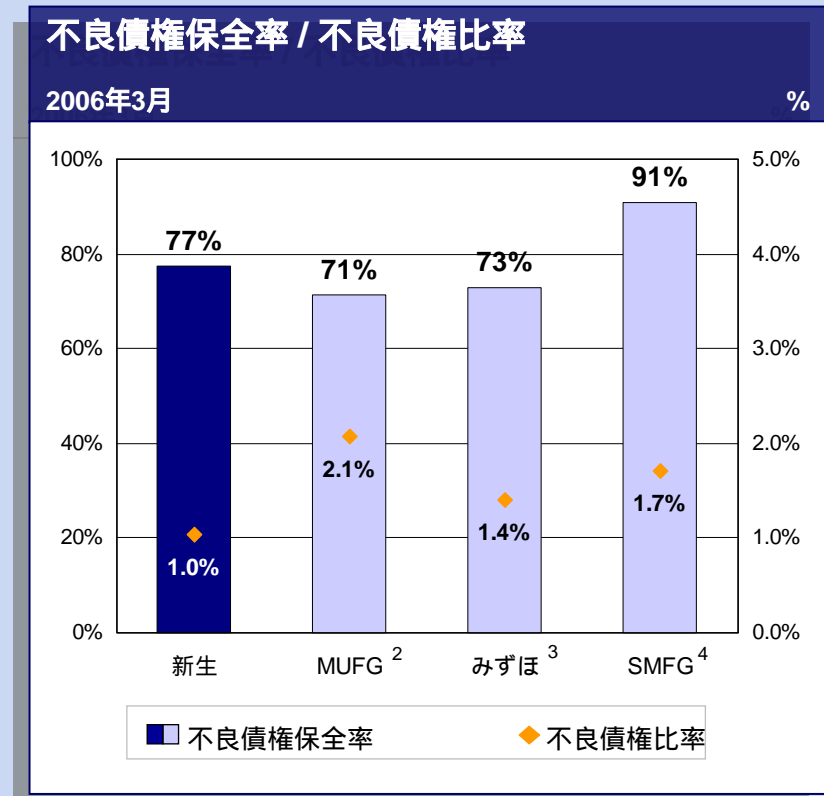
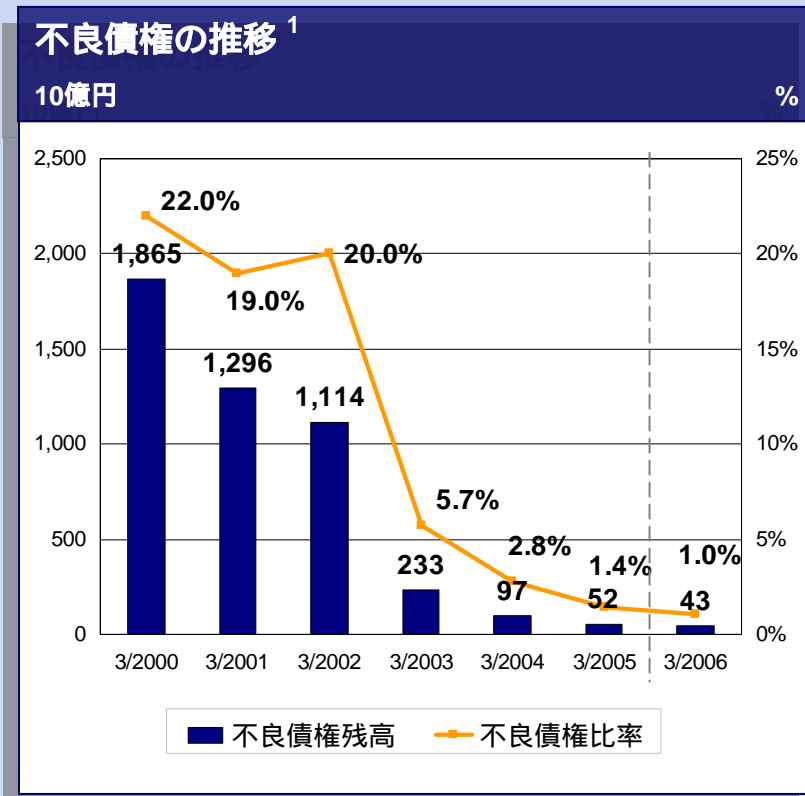


<sup>1</sup> 株主資本には優先株式を含む。2004年度および2005年度はキャッシュベース潜在株式調整後ROE

<sup>2</sup> 2004年度および2005年度キャッシュベースROA



## 健全なバランスシート



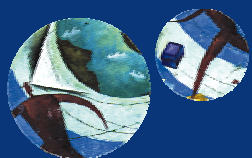
出所: 各社の開示資料に基づいて作成

<sup>1</sup> 単体ベース、金融再生法に基づく開示不良債権

<sup>2</sup> 三菱東京UFJ銀行、三菱UFJ信託銀行、分離子会社

<sup>3</sup> みずほ銀行、みずほコーポレート銀行、みずほ信託銀行、再生専門子会社

<sup>4</sup> 三井住友銀行

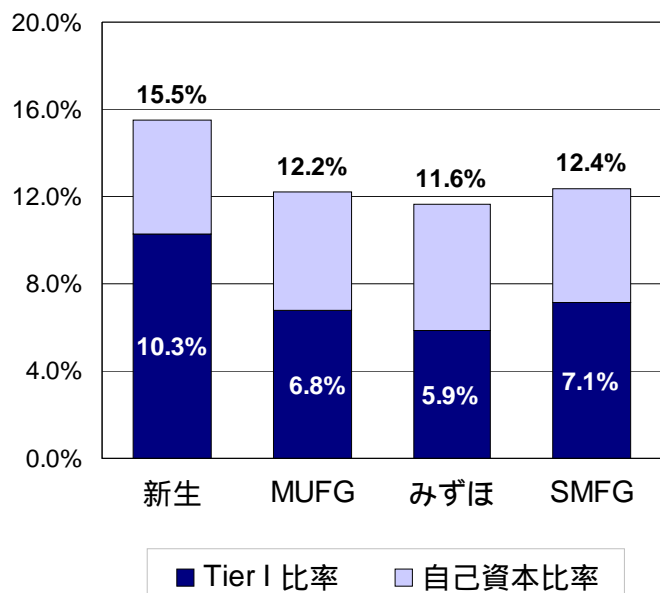


# 自己資本比率および資本の質 は業界トップ水準

## 自己資本比率

2006年3月末

%

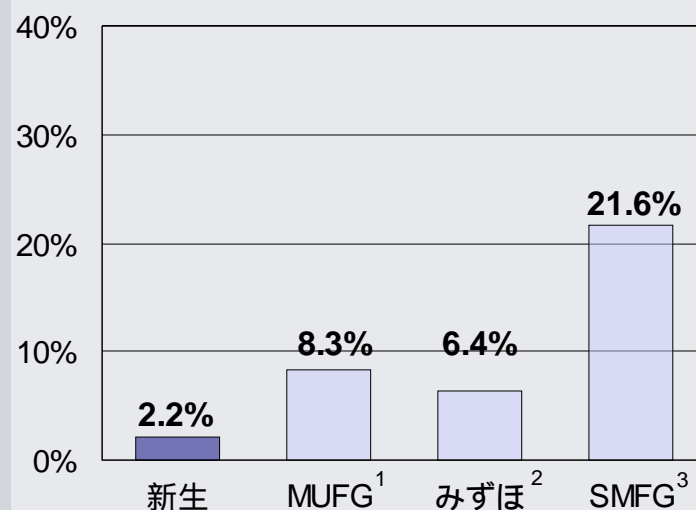


出所: 各社の開示資料に基づいて作成

## 純繰延税金資産 / Tier 1資本

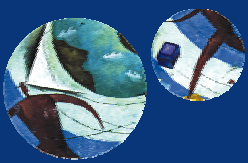
2006年3月末

%



出所: 各社の開示資料に基づいて作成

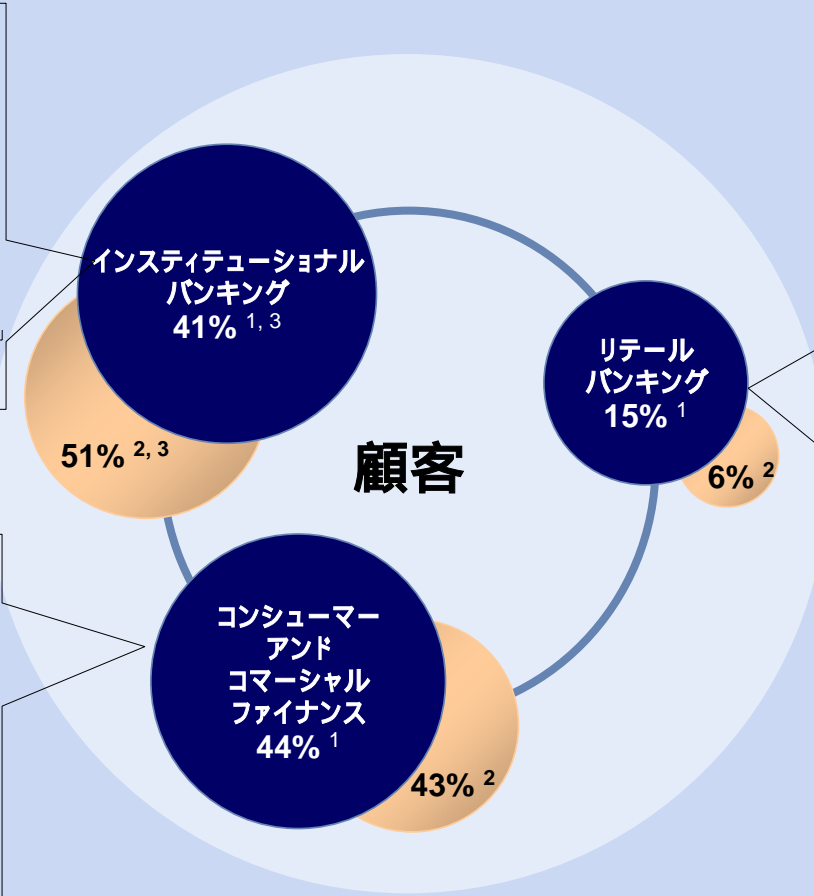
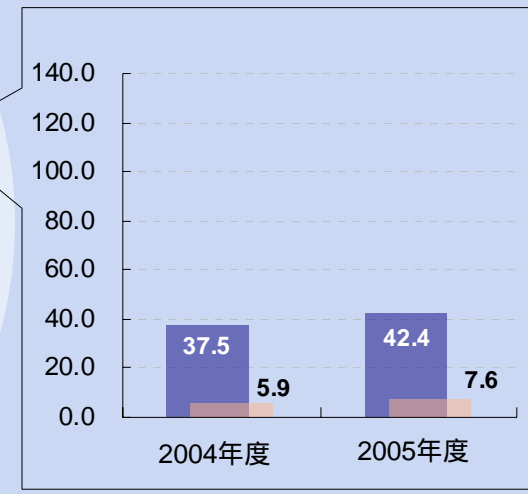
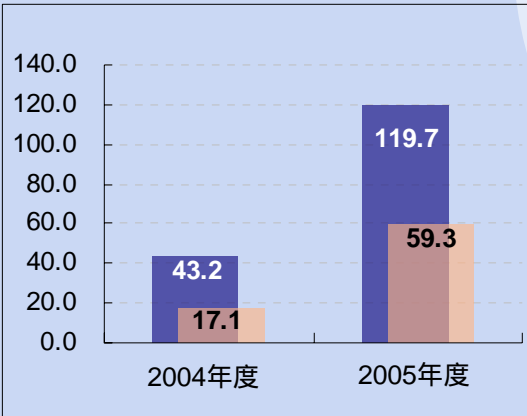
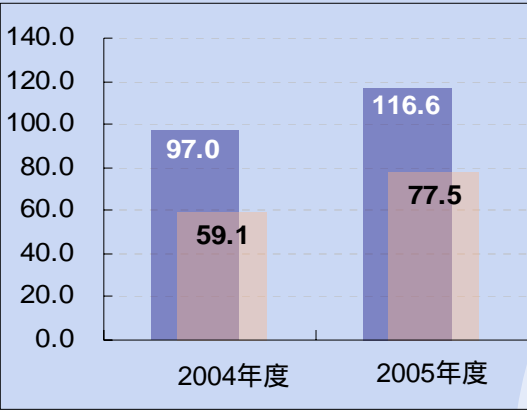
1 三菱UFJフィナンシャル・グループ、旧UFJホールディングス (連結ベース)  
 2 みずほ銀行、みずほコーポレート銀行、みずほ信託銀行、再生専門子会社 (連結ベース)  
 3 三井住友フィナンシャルグループ (連結ベース)



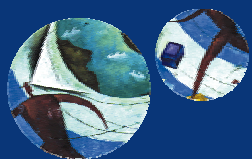
各ビジネスラインにおいて、実質業務純益は堅調に伸長

業務粗利益  
実質業務純益

■ 業務粗利益 (単位: 10億円)  
■ 実質業務純益 (単位: 10億円)



<sup>1</sup> 2005年度の業務粗利益に占める収益貢献度、経営管理ベース  
<sup>2</sup> 2005年度の実質業務純益に占める収益貢献度、経営管理ベース  
<sup>3</sup> ALM/経営勘定/その他の業務粗利益(マイナス)を含む



## 成長分野の堅調な成長

### 2005年度のハイライト

#### □ 業務粗利益:

- ✓ 為替、デリバティブ、株式関連収益は、多様化されたキャピタルマーケット関連業務が好調に推移し、88.0%増加
- ✓ ノンリコースローンは135件の新規案件実行により、前期比7.0%増加
- ✓ コーポレートローンは貸出が約4,000億円増加したことにより、収益は前期比22.6%増加
- ✓ クレジット・トレーディングは、総投資額763億円、43件の新規案件を実行し、ほぼ前年並みの収益を計上
- ✓ 証券化は14件の新規案件、総額2,778億円を実行し、収益は16.7%増加

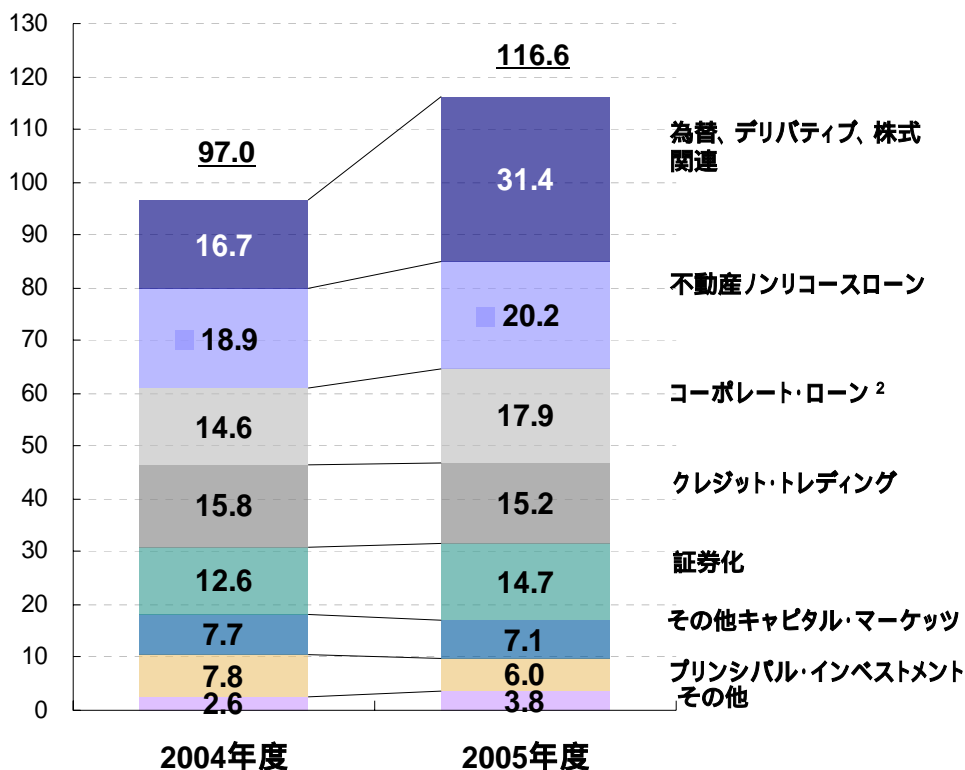
#### □ 経費率

- ✓ 2004年度の39.0%から2005年度は33.5%に改善

### 業務粗利益の内訳

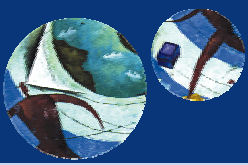
2004年度対2005年度

10億円



<sup>1</sup> スペシャルティ・ファイナンス(レバレッジド・ファイナンス)を含む  
注：経営管理ベース





## 事業拡大と顧客基盤強化を目指して

### 収益の牽引役

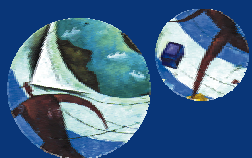
- 証券関連商品の販売網の強化
- 顧客への提供商品(クロスセル)の増加
- 公共部門への提供商品の拡充
- 金融機関とのリレーションを活用したホワイトラベル商品とノウハウの拡販
- 得意分野に特化した海外展開

### 収益性の牽引役

- CRMを活用した一顧客当たりの収益性向上
- IT技術による事務・手続きの効率化
- 低水準の経費率を維持

### 課題

- 企業向け貸出の金利設定
- 既存の主力商品の成長力鈍化の可能性を勘案したビジネスモデルの見直しと修正
- 将来の主力商品(M&A、アセットマネジメント、ウェルスマネジメント)のビジネスフランチャイズ構築の遅滞なき遂行
- 有能な人材の採用と確保



## 買収による事業拡大

### 2005年度のハイライト

#### □ 子会社からの業務粗利益

##### アプラス

- ✓ CCF全体で最も大きな貢献(業務粗利益、実質業務純益の71%を占める)
- ✓ 業務粗利益は、堅調なローンとカード事業により851億円に増加

##### 昭和リース

- ✓ CCFでアプラスに次ぐ貢献(全体の業務粗利益の19%、実質業務純益の21%を占め、アプラスに次ぐ貢献度)

##### その他子会社

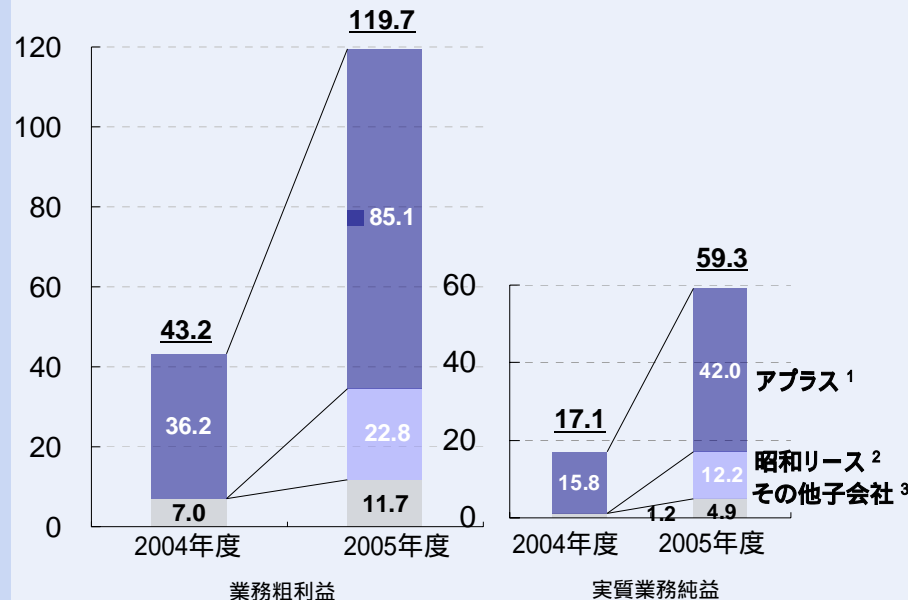
- ✓ 業務粗利益は前期比67.1%増の117億円
- ✓ 実質業務純益は4倍の49億円に増加

#### □ 経費率

- ✓ 各社のコスト削減効果により、2004年度の60.4%から2005年度は50.5%に改善

### 子会社からの収益貢献

10億円

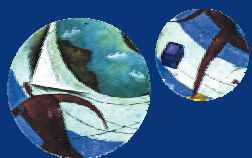


<sup>1</sup>アプラスは2004年9月に連結、2004年度下期から収益貢献

<sup>2</sup>昭和リースは2005年3月に連結、2005年度から収益貢献

<sup>3</sup>関連会社のシンキの収益を含む

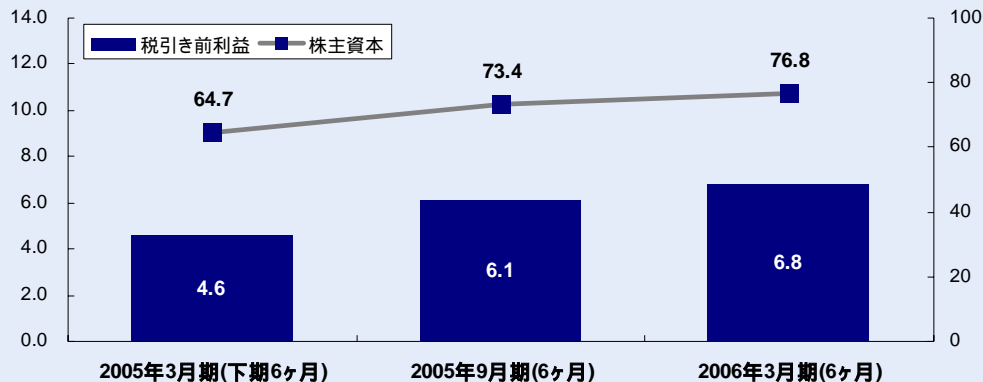
注 経営管理ベース



## アプラス、昭和リース 新生銀行の業績に大きく貢献

### アプラス主要開示財務データ(新生銀行の子会社化後)

10億円



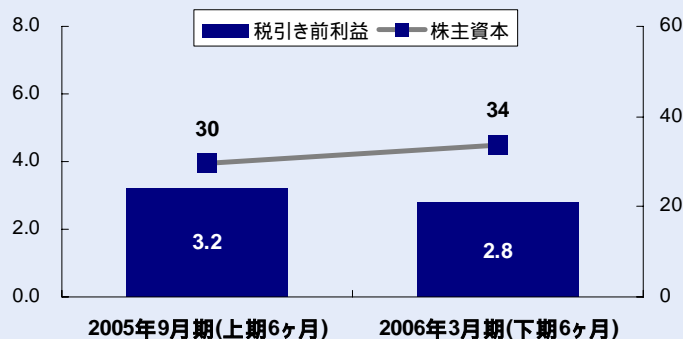
注: 本データは、アプラス(連結)の開示データに基づくもの(新生銀行への連結前)

#### □ アプラス:

- ✓ 税引前利益で業界第5位の信販会社。資産規模(約1.6兆円)で業界9位の消費者金融会社
- ✓ クレジットカード会員は継続して成長。買収後は20%程度増加し、5百万人に
- ✓ アプラスをプラットフォームにした初の本格的な買収(全日信販、2006年3月)

### 昭和リース主要財務データ(新生銀行の子会社化後)

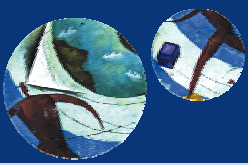
10億円



注: 本データは、昭和リース単体の決算データに基づくもの(新生銀行への連結前)

#### □ 昭和リース:

- ✓ リース、割賦、レンタル業を営む中規模リース会社
- ✓ 2004年度対比で2005年度のリース検収高は12%程度上昇(単体ベース)



## 成熟市場での事業基盤の変革による持続的成長

### 収益の牽引役

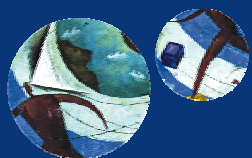
- アプラスと昭和リースを通じた個人及び事業者向け提供価値の拡大
- 新生グループ企業の顧客網を活用した提供商品(クロスセル)の増加と戦略商品の提供
- 営業担当者のパフォーマンスの向上
- M&A、合併会社、提携等を通じた事業基盤の拡大

### 収益性の牽引役

- 効率的なALM管理による金利負担の低減
- 適切なリスクモデルの開発
- 事務手続きの標準化、簡素化及び長期的な自動化

### 課題

- メガバンクのノンバンク業界への本格的な参入
- 中堅クラスの事業規模
- グレーゾーン金利問題



## 更なる収益の多様化

### 2005年度のハイライト

#### □ 業務粗利益

- ✓ 預金関連非金利収益は、11.1%増加
- ✓ 総預金残高は33.2%増加し3兆円超に達し、預金・債券関連ネット金利収益は増加
- ✓ 投信・変額年金等(アセットマネジメント)からの収益は前期比 22.6%増加
- ✓ 住宅ローン残高は57.1%増加し4,545億円に達し、貸出関連業務粗利益は32億円と63.5%増加

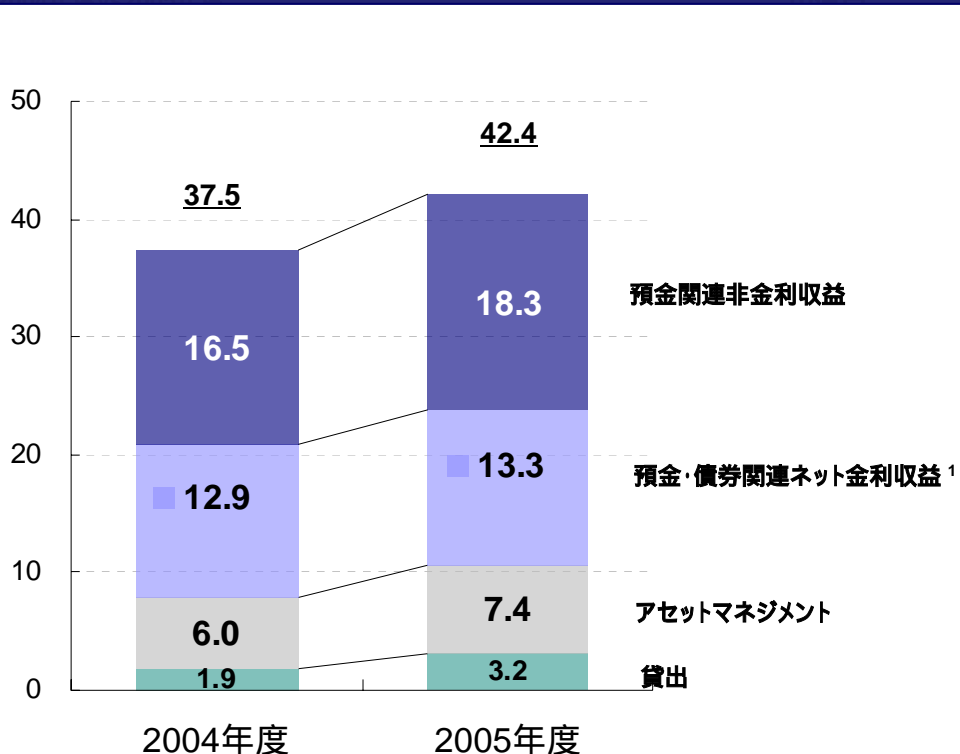
#### □ 経費率

- ✓ 2004年度の84.3%から2005年度82.0%に微減

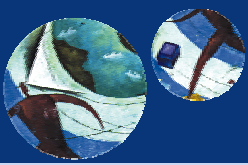
### 業務粗利益の内訳

2004年度vs2005年度

10億円



<sup>1</sup> 顧客の預金、債券に関連  
注) 経営管理ベース



## 顧客別収益性の向上を目指して

### 収益の牽引役

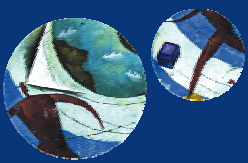
- 経営資源の有効活用
- 積極的なブランド戦略による顧客獲得
- 顧客のニーズに基づく提供商品(クロスセル)を通じた販売強化
- 適切な顧客セグメンテーションによる収益性の高い顧客数の増大
- 革新的な新商品の開発

### 収益性の牽引役

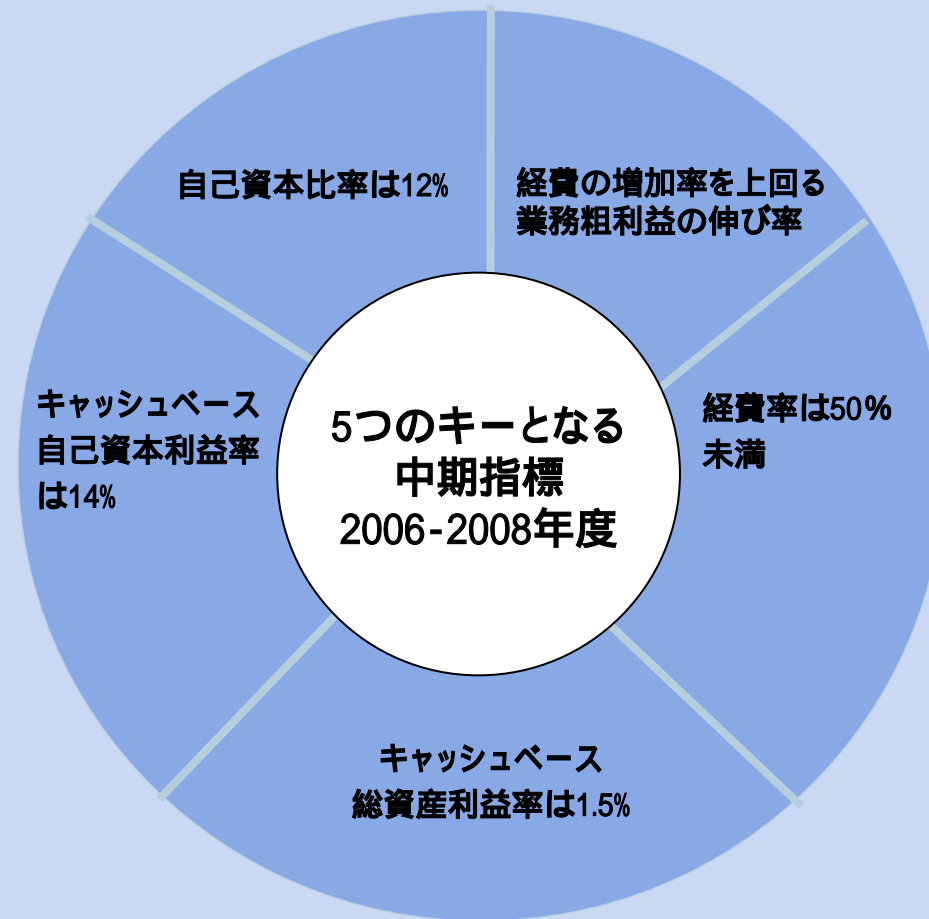
- 店舗とインターネットの双方活用による効率性の向上
- 独自の分析手法を活用した効果的なダイレクトマーケティング
- 低コストなインターネットの活用
- 経費率の低減

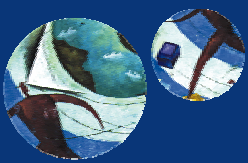
### 課題

- 店舗網の少なさ



長期的に安定的な成長を目指して





## 長期的・安定的成長の実現へ

### ビジネスモデルの確立

- ✓ 3つの戦略ビジネスの確立
- ✓ 新生銀行独自の戦略への評価
- ✓ 多様化した収益基盤と、収益性の高い顧客層の拡大による堅調な実績

### 強い財務基盤

- ✓ 多角化され、成長する収益
- ✓ 規律あるコスト管理
- ✓ 収益性と投資収益の改善
- ✓ 質の高い資産とバランスシート
- ✓ 安定的かつ質の高い資本

## 株主価値の向上を目指して