

2005年9月7日

Merrill Lynch
Japan Conference

「新たなステージ」における成長戦略
- リテール・ビジネスを通じた価値創造 -

株式会社 三井住友フィナンシャルグループ
取締役社長 北山 禎介



本日のアジェンダ

1. SMFGのグループ戦略

- 「新たなステージ」における経営ミッション
- 2008年度経営目標
- 競争優位性と成長ポテンシャル
- 新たな複合金融グループとしての成長戦略
- 中期経営計画における成長分野
- 「リテール」ビジネスの位置づけ

2. SMFGの「リテール」ビジネス

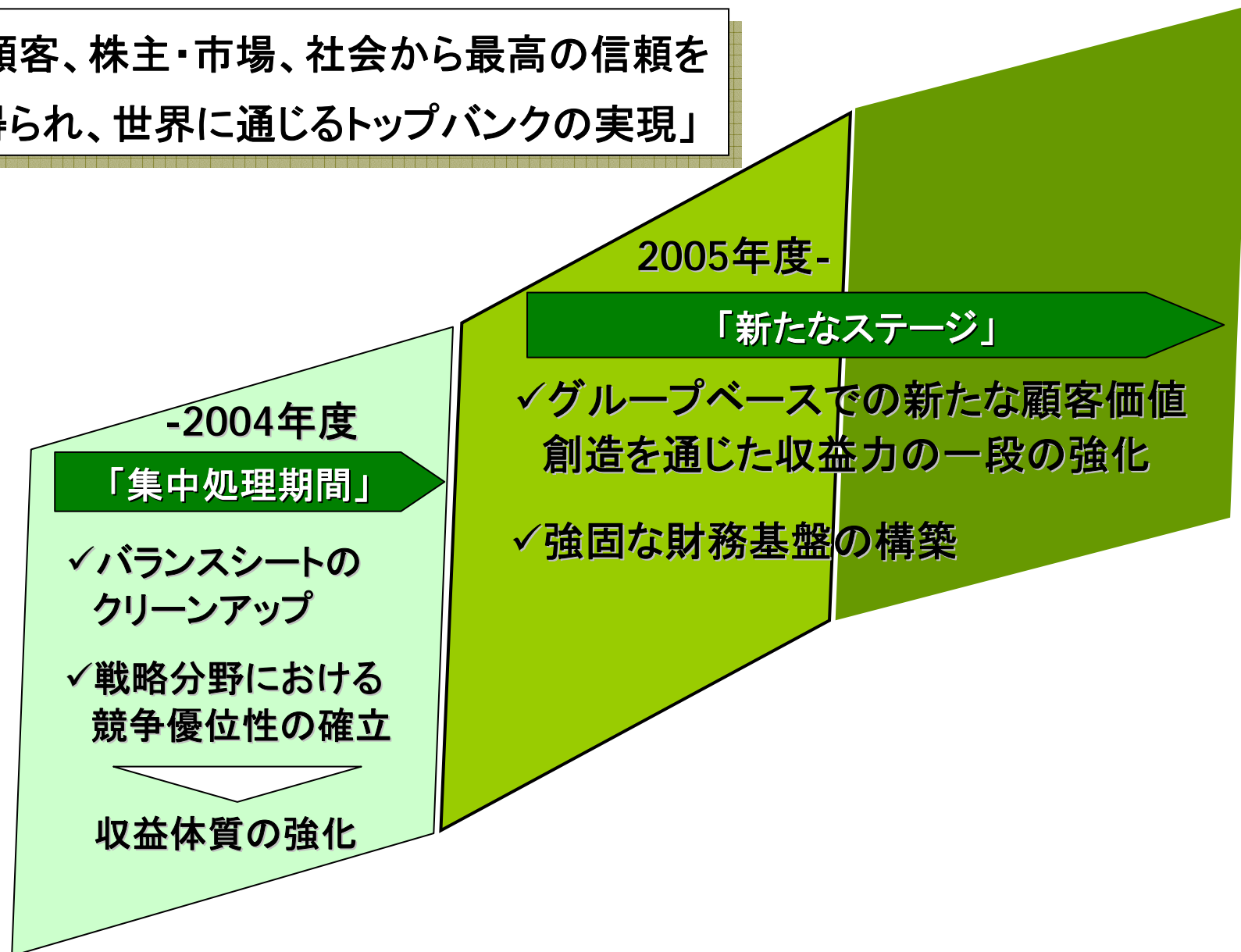
- 実績
- 競争優位の源泉
- ビジネスチャンス
- アプローチ
- 今後のビジネス展開
 - 個人向けコンサルティング(資産運用ビジネス、住宅ローン)
 - コンシューマー・ファイナンス
 - クレジットカード
 - ミドル・スモール向け新型無担保貸出

3. 終わりに

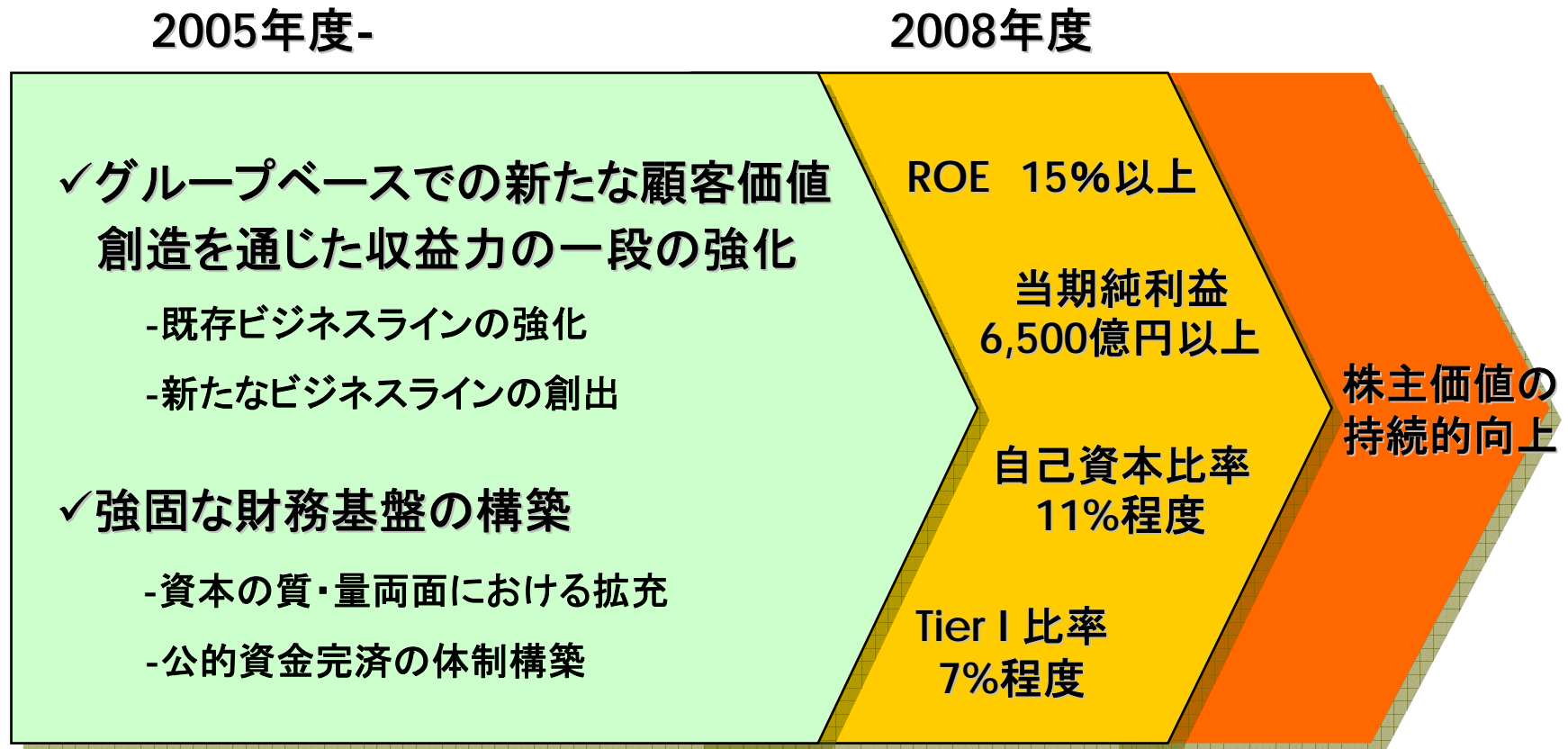
1. SMFGのグループ戦略

「新たなステージ」における経営ミッション

「顧客、株主・市場、社会から最高の信頼を得られ、世界に通じるトップバンクの実現」



1. SMFGのグループ戦略 2008年度経営目標



1. SMFGのグループ戦略 競争優位性と成長ポテンシャル

三井住友フィナンシャルグループ



三井住友銀行



収益カトップを支えるNo.1ビジネス

- 投資信託・個人年金保険販売
- 住宅ローン
- ミドル・スモール向け新型無担保貸出等

邦銀随一のビジネスポートフォリオ
商業銀行としての強固なプラットフォーム

投資銀行ビジネス

- 大和証券SMBC
- 大和住銀投信投資顧問
- エヌ・アイ・エフSMBCベンチャーズ*



大和証券グループ

消費者金融・ファイナンス

- プロミス
- アットローン



クレジットカード

- 三井住友カード



NTT Do Co Mo

リーディング・カンパニーとのアライアンス

*2005年10月1日にエヌ・アイ・エフ ベンチャーズとSMBCキャピタルが合併予定

1. SMFGのグループ戦略

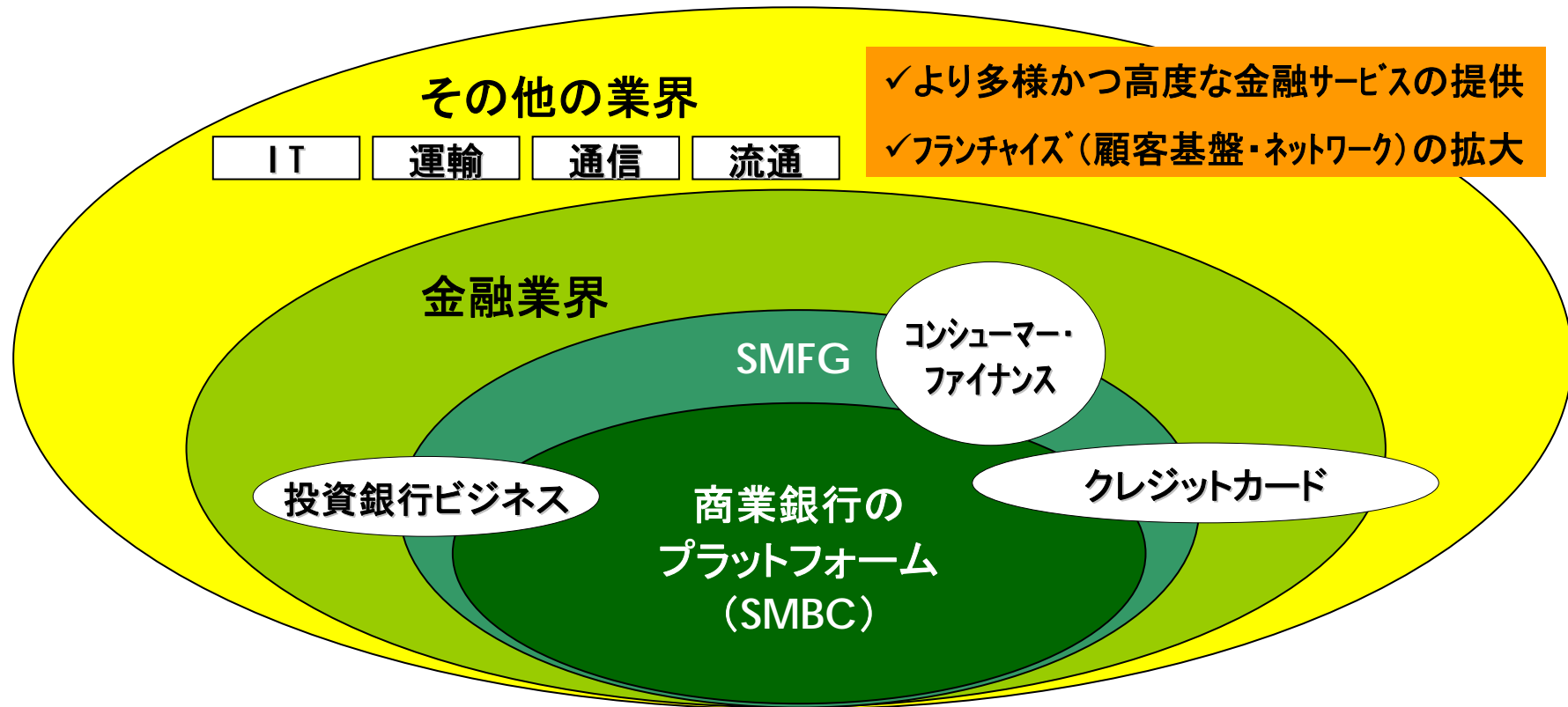
新たな複合金融グループとしての成長戦略

✓グループベースでの新たな顧客価値の創造による収益力強化

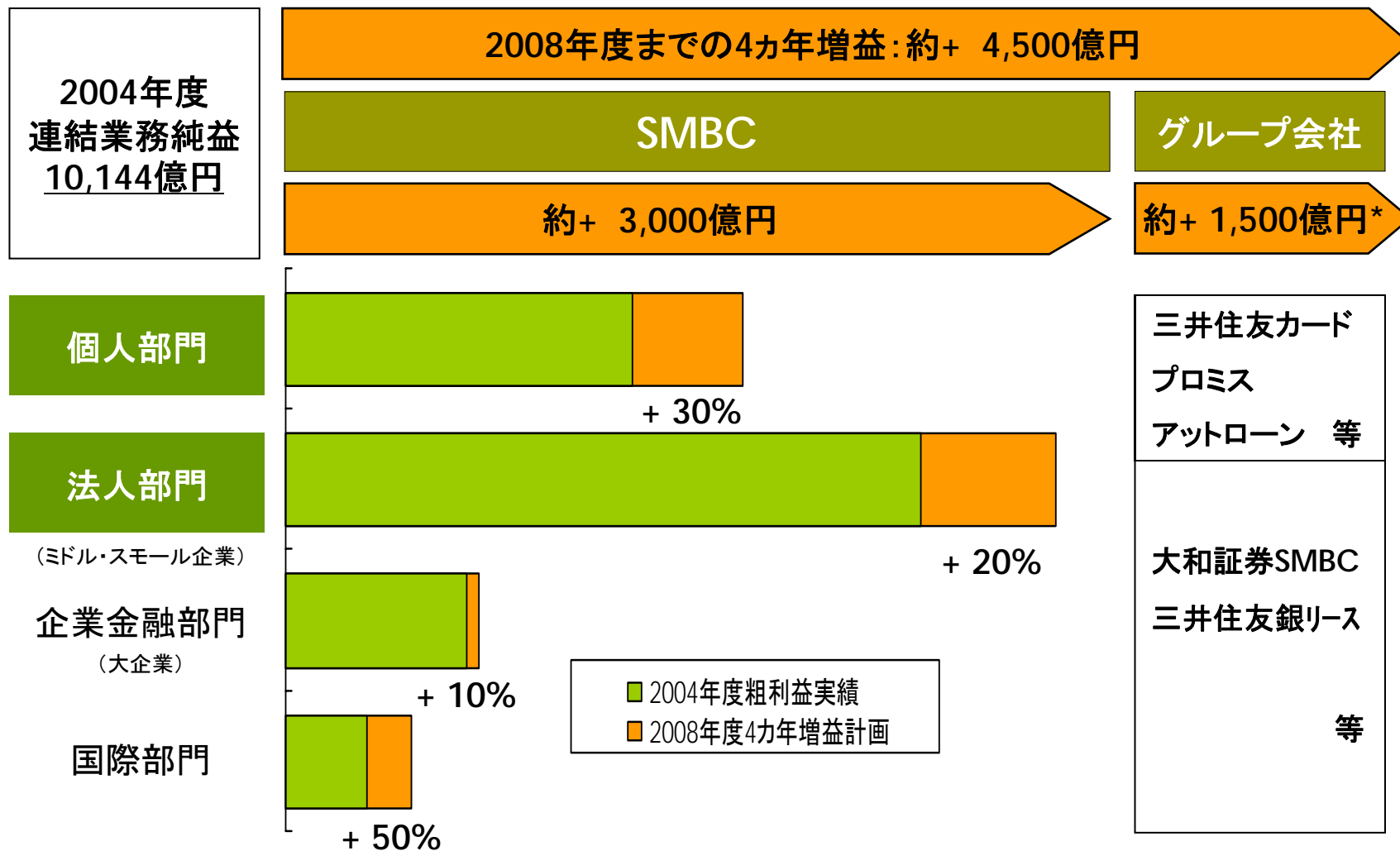
- ・ SMFGグループ各社の更なる強化
- ・ 業種を超えたアライアンスの推進



- ・ 既存ビジネスラインの強化
- ・ 新たなビジネスラインの創出



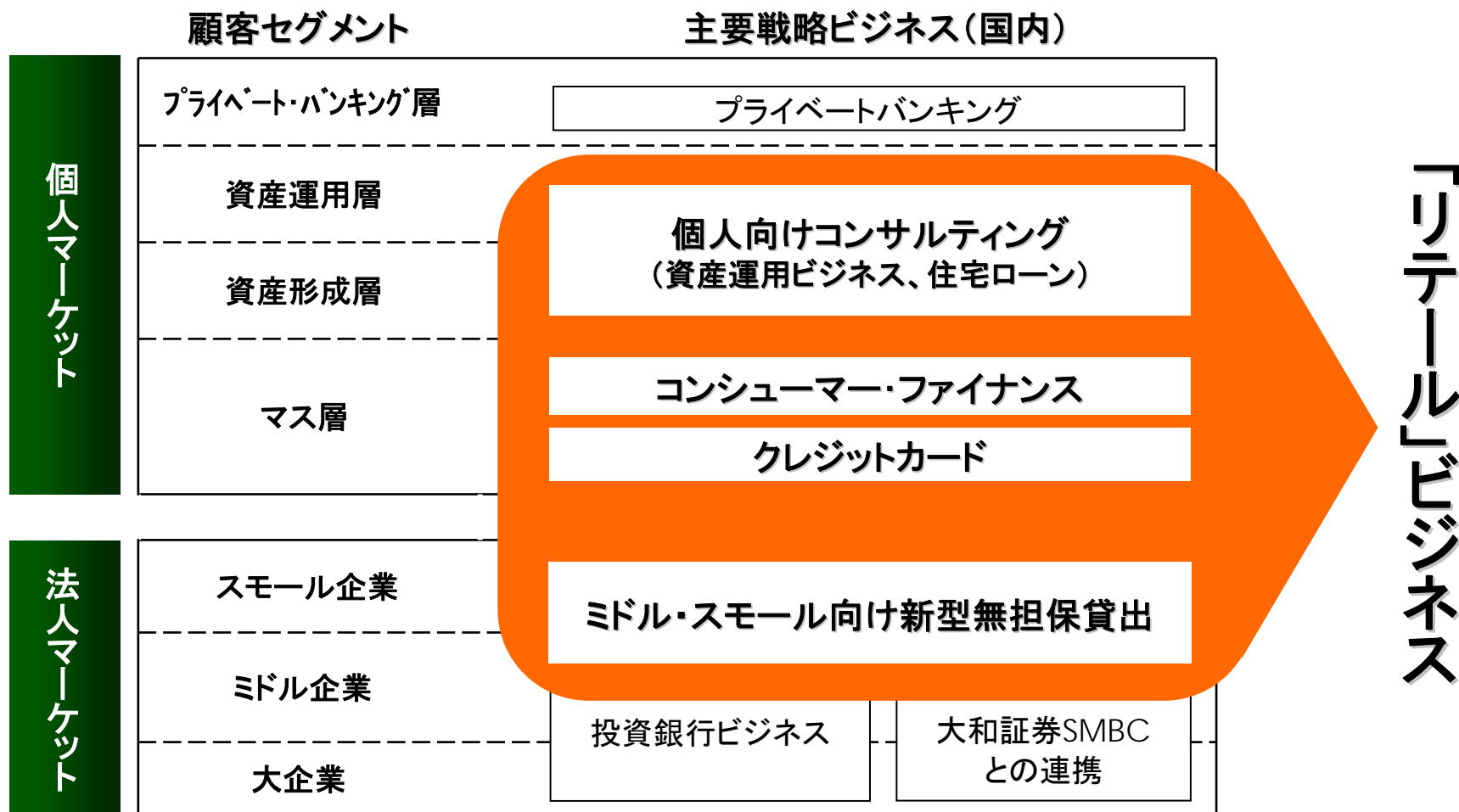
1. SMFGのグループ戦略 中期経営計画における成長分野



*グループ会社における収益改善効果(ローン保証子会社)を含む。 6

1. SMFGのグループ戦略 「リテール」ビジネスの位置づけ

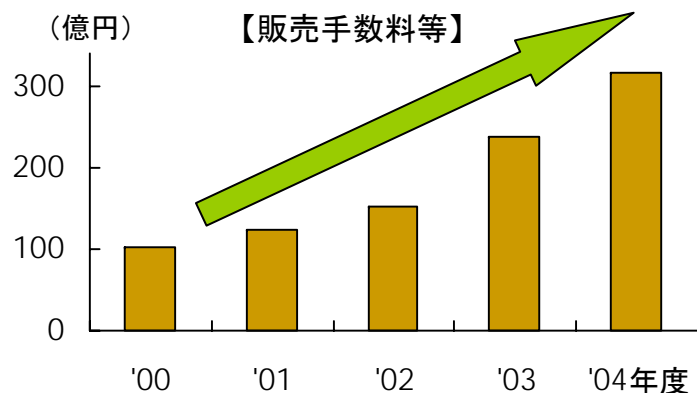
✓ 中期経営計画における増益の柱 = 個人、ミドル・スモール分野における戦略ビジネス



2. SMFGの「リテール」ビジネス 実績 一手数料ビジネス一

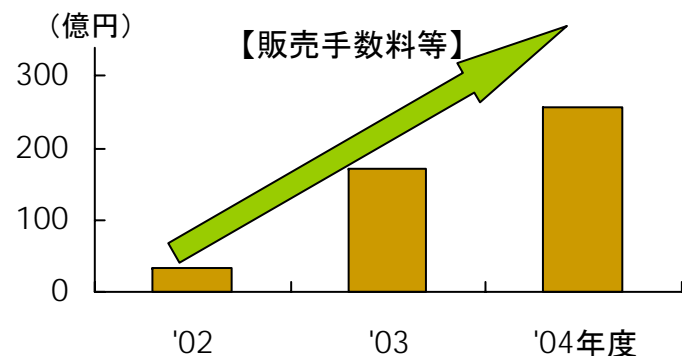
✓「リテール」ビジネスを核に、手数料ビジネスを拡大

投資信託



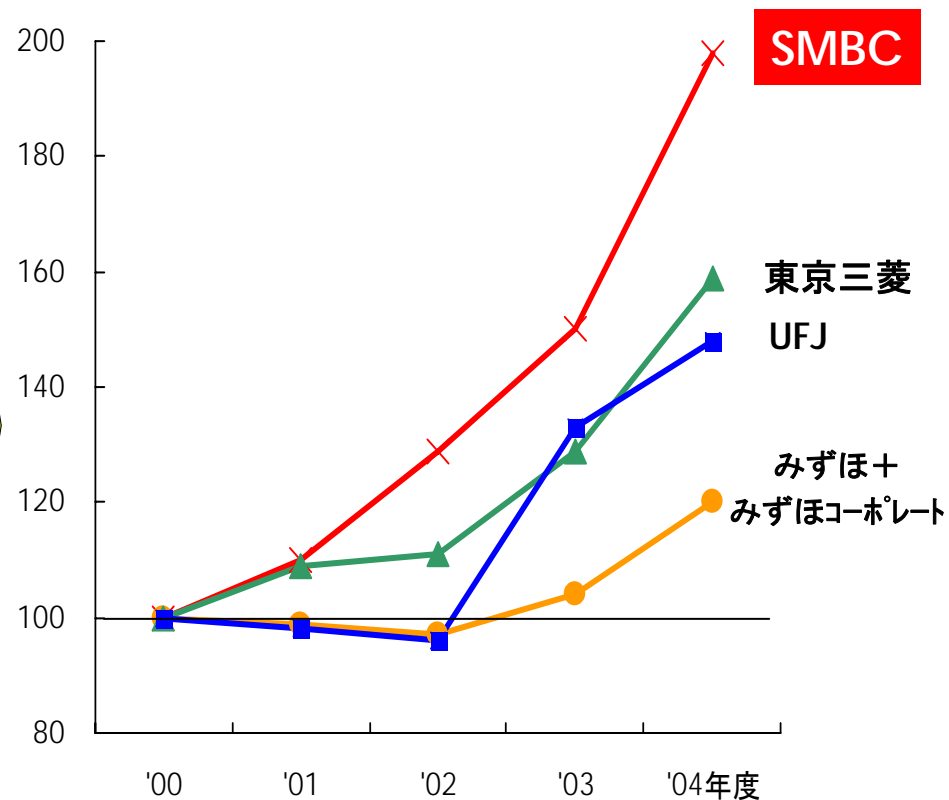
預り資産残高邦銀No.1

個人年金保険



販売累計額邦銀No.1

役務取引等利益(財務ベース)における競争優位性*



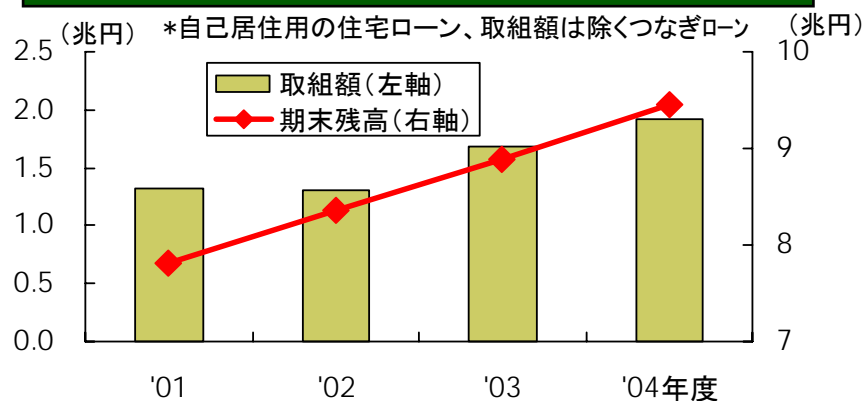
*各グループの中核銀行単体ベースの'00年度水準を100とし、
財務ベース役務取引等利益を指数表示

(出典)各社開示資料

2. SMFGの「リテール」ビジネス 実績 —貸出ビジネス—

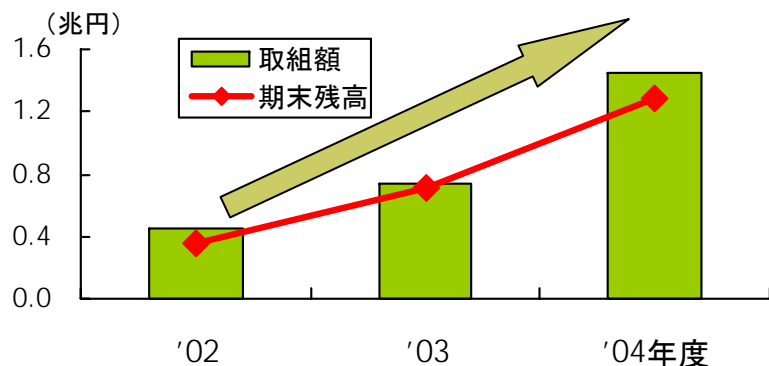
✓「リテール」向け貸出を核にして貸出ポートフォリオの収益性改善を推進

住宅ローン取組実績、残高*



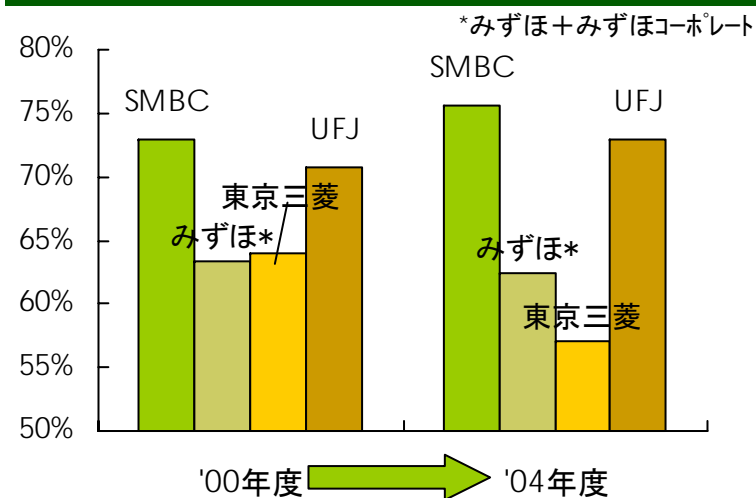
取組額・残高ともに邦銀No.1

スモール向け新型無担保貸出(ビジネスセレクトローン)

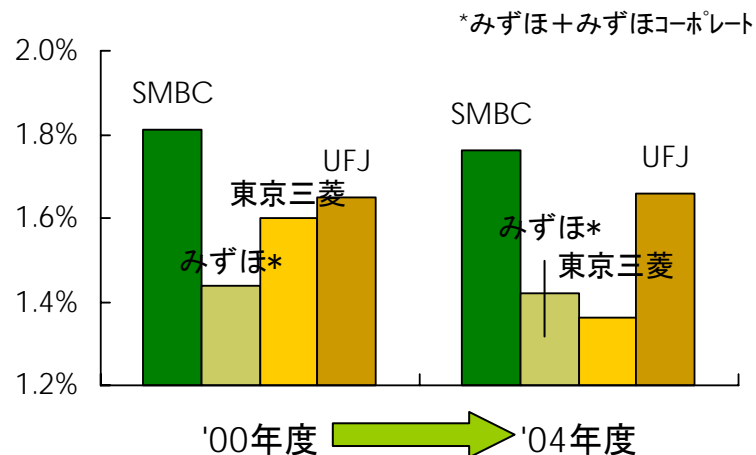


取組額・残高ともに邦銀No.1

中小企業等(中小+個人)貸出金比率

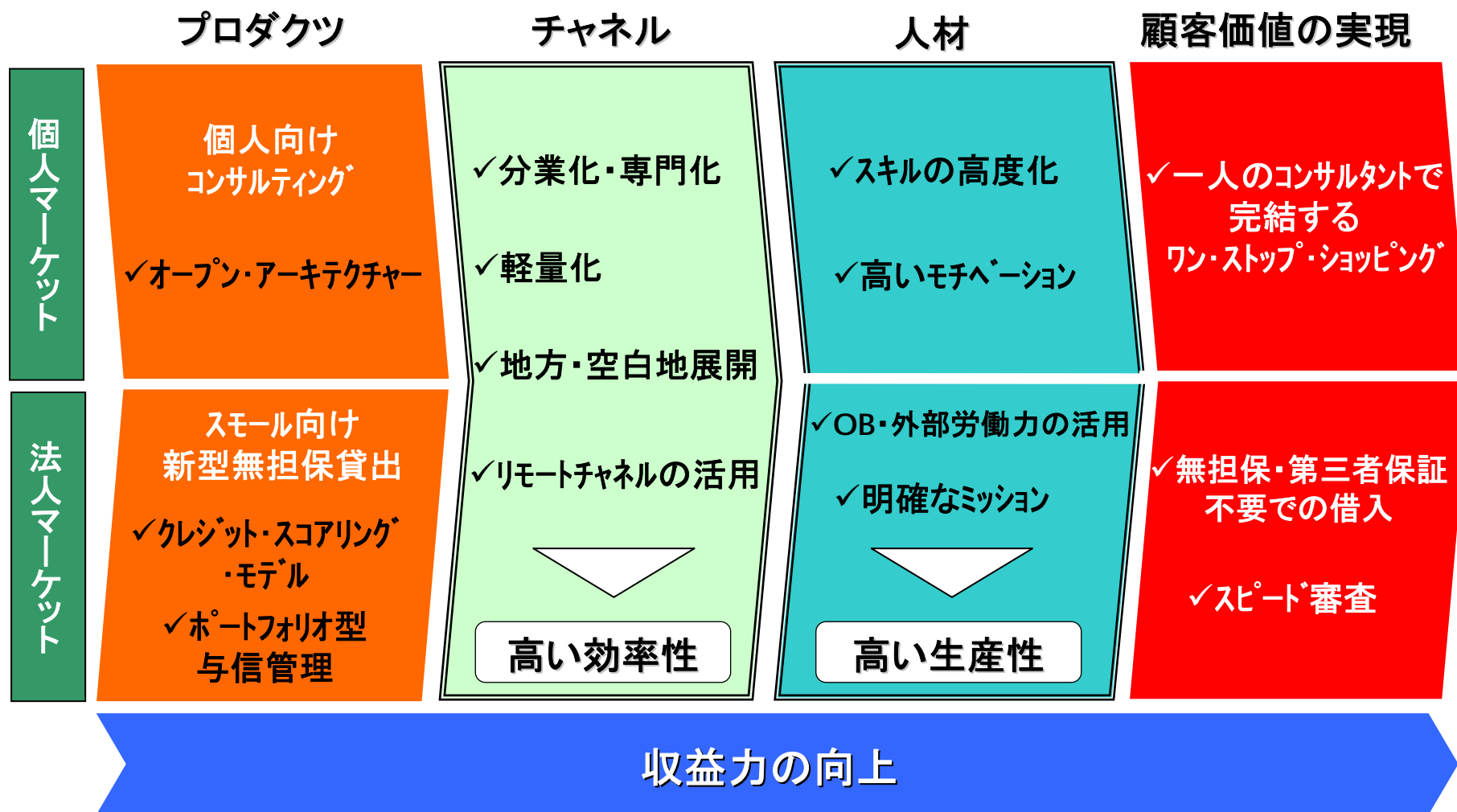


預貸金利鞘(国内)

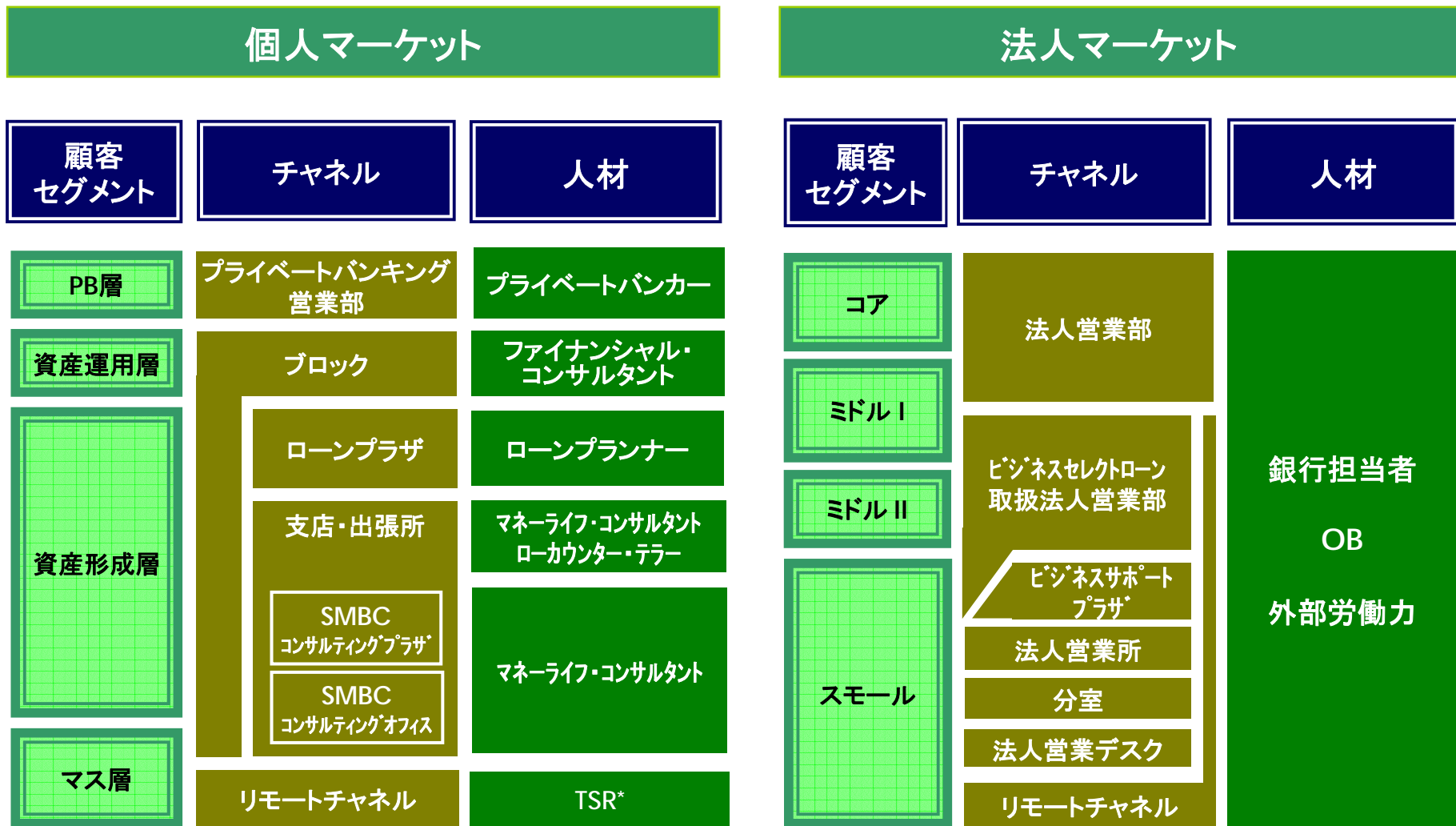


2. SMFGの「リテール」ビジネス 競争優位の源泉

✓競争優位の源泉 = ビジネスモデル



2. SMFGの「リテール」ビジネス (ご参考)チャンネル戦略・人材マネジメント

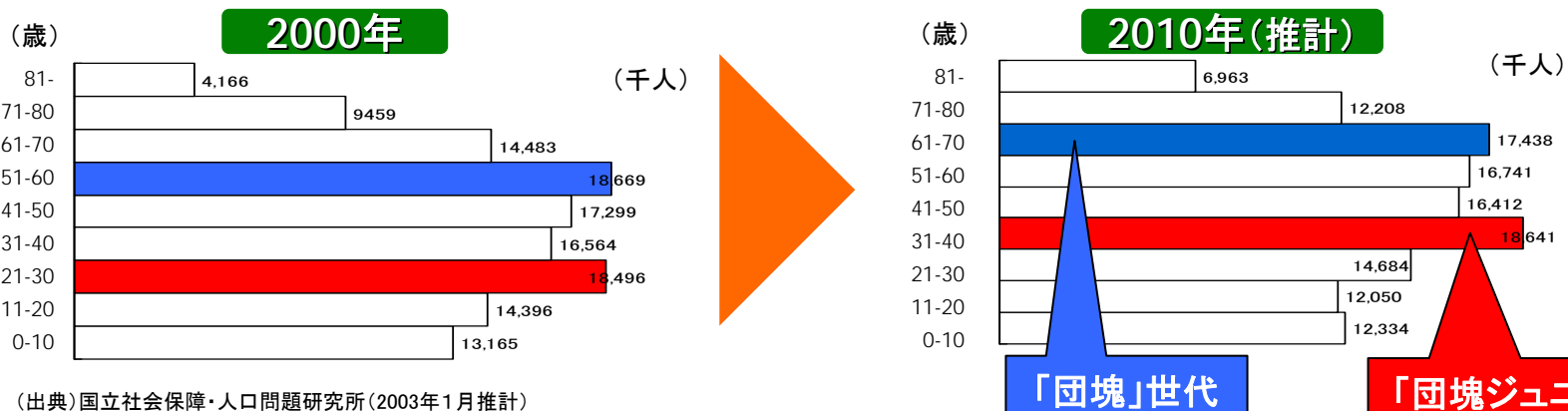


* テレフォン・セールス・レプリゼンタティブ

2. SMFGの「リテール」ビジネス ビジネスチャンス

個人向けコンサルティング(資産運用ビジネス、住宅ローン)

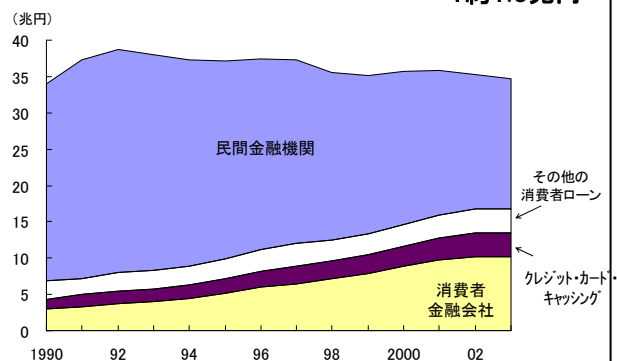
人口構成の変化⇒ 団塊世代の大量退職による資産運用ニーズ、団塊ジュニア世代の住宅ローン需要



コンシューマー・ファイナンス

・大きな開拓余地

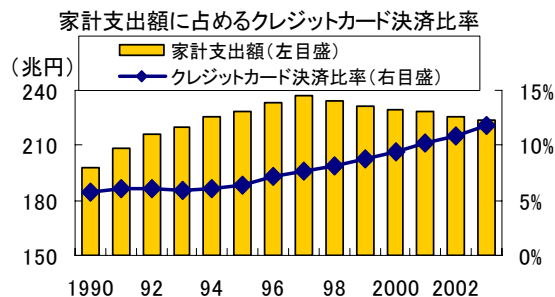
SMBCの「消費者ローン(除く住宅ローン)残高」
: 約1.0兆円



クレジットカード

・小額決済市場にポテンシャル

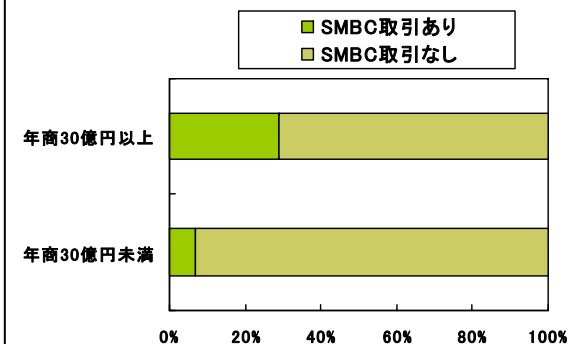
日本の家計最終消費支出(除く帰属家賃)
: 約230兆円 ⇒ 大半が現金決済






ミドル・スモール向け貸出

・依然大きな開拓余地

ミドル・スモール企業におけるSMBC与信取引先比率



2. SMFGの「リテール」ビジネス アプローチ

	市場認識 (既存ビジネス)		アプローチ	収益 機会	
	市場 成長性	当社 シェア			
個人	資産運用 ビジネス		高	「団塊」世代の大量退職による市場の拡大を捉えるべく、資源(チャネル・人員)投入を加速。	
	住宅ローン		高	「団塊ジュニア」世代による借入需要の下支えが見込まれることから、資源(チャネル・人員)投入を加速。	
	コンシューマー・ ファイナンス		低	消費者金融業界のリーディングカンパニーのエクスパティーズとSMBCのフランチャイズを融合し、新たなマーケットを創出。	
	クレジットカード		高	インフラ・顧客基盤を有する企業との提携を推進し、総合カード会社としてのリソースを活用すると共に、小額クレジット決済市場を創出。	
法人	ミドル・スモール 向け貸出		低	競争力ある既存ビジネスモデルを活用した新プロダクトを新たな顧客セグメントに投入、ビジネスボリュームを拡大。	

2. SMFGの「リテール」ビジネス

今後のビジネス展開 一個人向けコンサルティング

✓経営資源（＝専門チャンネル、人員）の積極的投入

専門チャンネルの拡充

SMBCコンサルティングプラザ

- ✓平日夜間、休日にもコンサルティング営業を行う店舗ネットワーク
- ✓約100拠点を目処に設置
(04年3月設置開始→05年8月末:65)
- ✓軽量型店舗の新規出店も活用

例: SMBCコンサルティングオフィス

- ✓省スペース、少人数のコンサルティング特化型店舗
- ✓05年9月設置開始予定: 5

SMBCコンサルティングプラザ

人員の投入

コンサルタントの拡充

- ✓+約1,000人(05-08年度)

2005年度計画

- ・投資信託(ロード型)販売額: 1.0兆円(前年比+13%)
- ・個人年金保険販売額 : 0.7兆円(同 +20%)
- ・住宅ローン取組額 : 2.1兆円(同 + 9%)

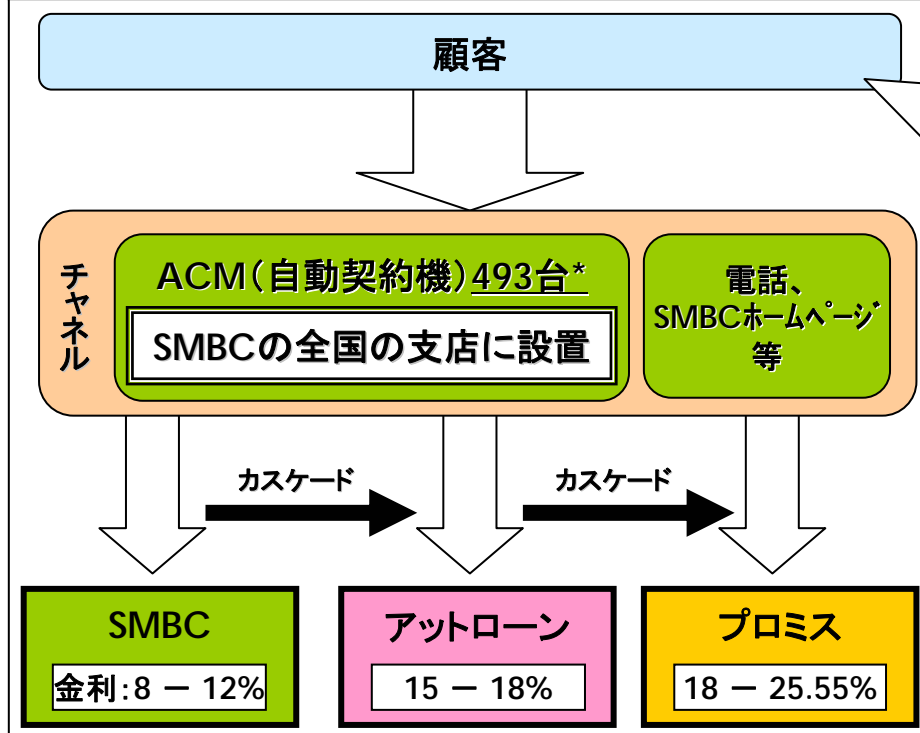


2. SMFGの「リテール」ビジネス

今後のビジネス展開 —コンシューマー・ファイナンス—

✓本邦随一の、メガバンクと消費者金融業界のリーディングカンパニーとの本格的なコラボレーション

SMBCのフランチャイズ（顧客基盤、ブランド力）とプロミスの
エキスパートズ（マーケティング、与信管理、回収のノウハウ）



資産形成層+マス層 : 26百万顧客
(全国就業人口の4割強)

来店顧客 : 3百万人/月

ATM利用件数 : 1百万件/日

リモート取引件数 : 7百万件/月

*2005年8月末現在

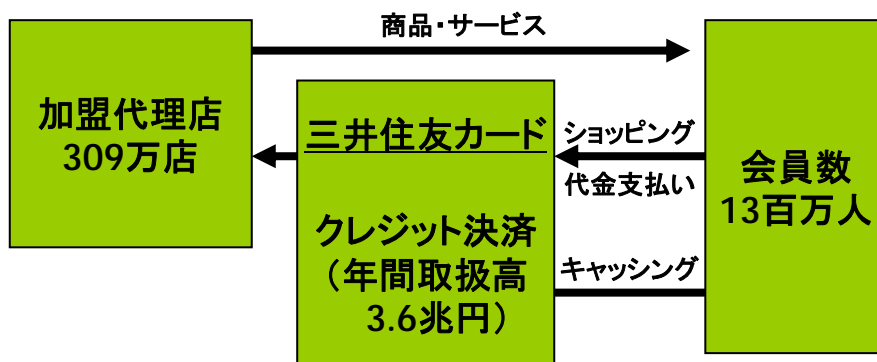
新たなマーケットを創出: 3年間で、提携事業全体で残高5,000億円へ

2. SMFGの「リテール」ビジネス 今後のビジネス展開 ークレジットカードー

✓ アライアンスを通じた新たな決済インフラの構築によるビジネスボリュームの拡充

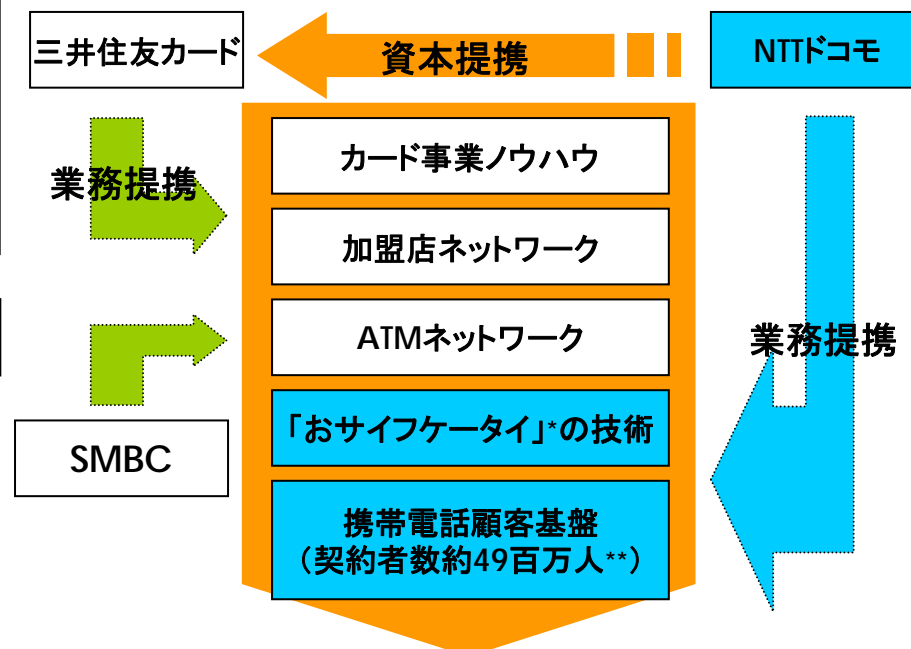
三井住友カードの強み

リーディングカンパニーとしての事業基盤



新たなビジネスライン: NTTドコモ提携

✓「おサイフケータイ」*による新たなクレジット決済サービスが利用できるプラットフォームを構築、決済ビジネスの新たな市場を創造



成長機会

- 「現金決済」市場への進出: 新たな決済ビジネスモデルの確立による顧客拡大
 - ✓ 小額決済市場: NTTドコモとの提携
 - ✓ 関西地区交通機関: PiTaPaカード (非接触ICカード) の業務受託

新たなクレジットブランド、決済プラットフォームの構築

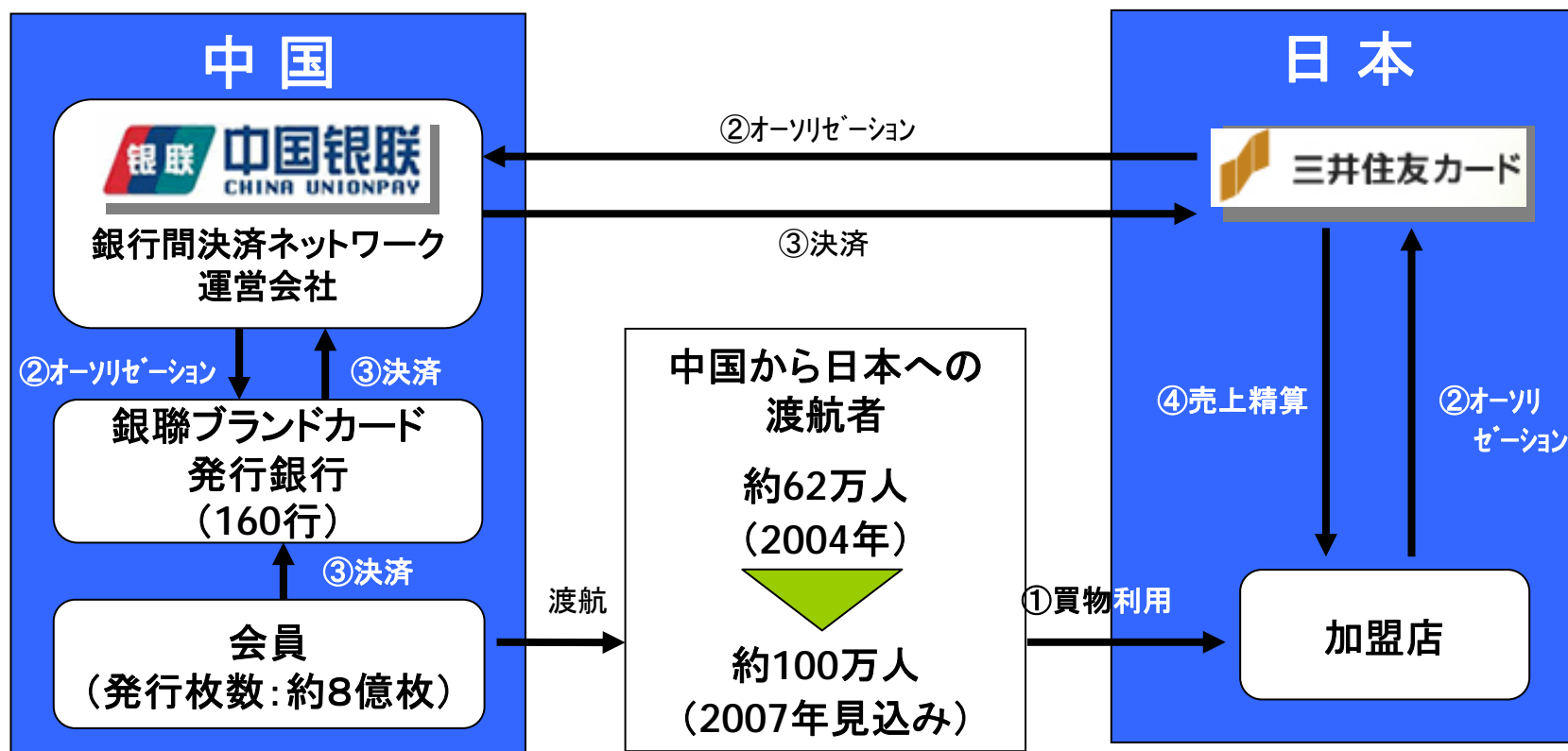
* NTTドコモ登録商標 ** 2005年5月末現在

2. SMFGの「リテール」ビジネス

今後のビジネス展開 ークレジットカードー (続き)

(ご参考) 中国銀聯提携

✓ 新たな決済ビジネスの展開: 加盟店向けビジネスの更なる充実・強化



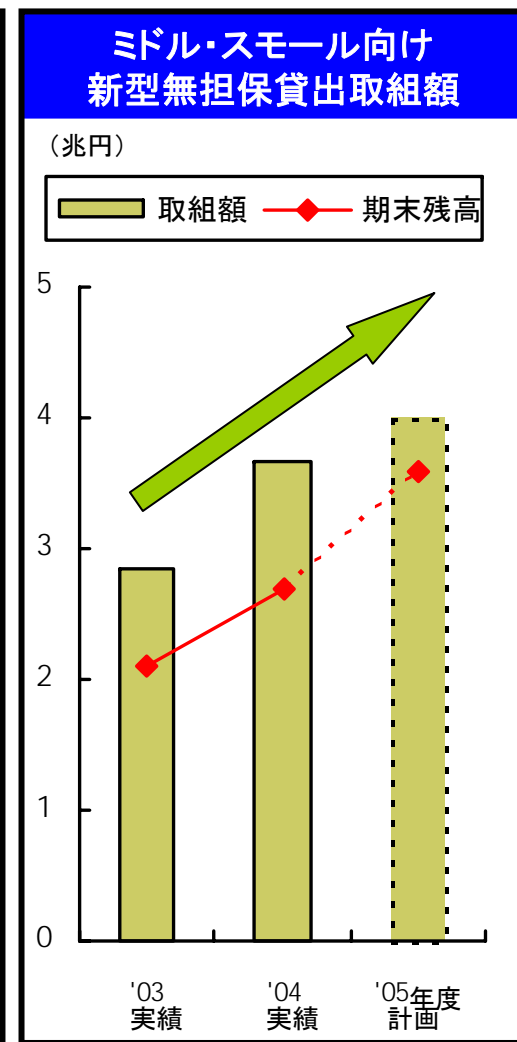
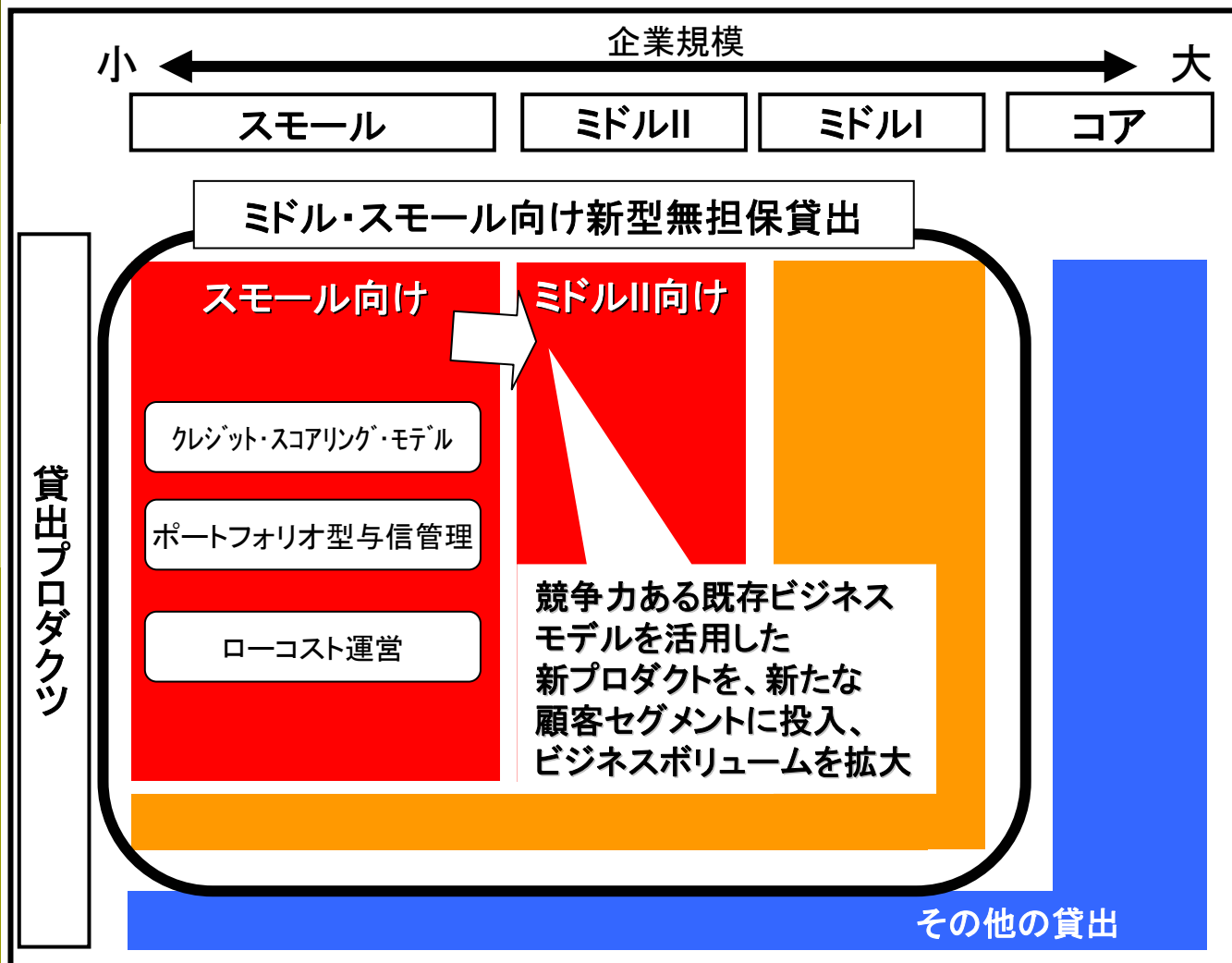
中国の銀行が発行した8億枚のキャッシュカード(銀聯ブランド)が、そのまま日本の加盟店※で利用可能

※三井住友カードが、銀聯カードが利用出来る加盟店を開拓

2. SMFGの「リテール」ビジネス

今後のビジネス展開 —ミドル・スモール向け新型無担保貸出—

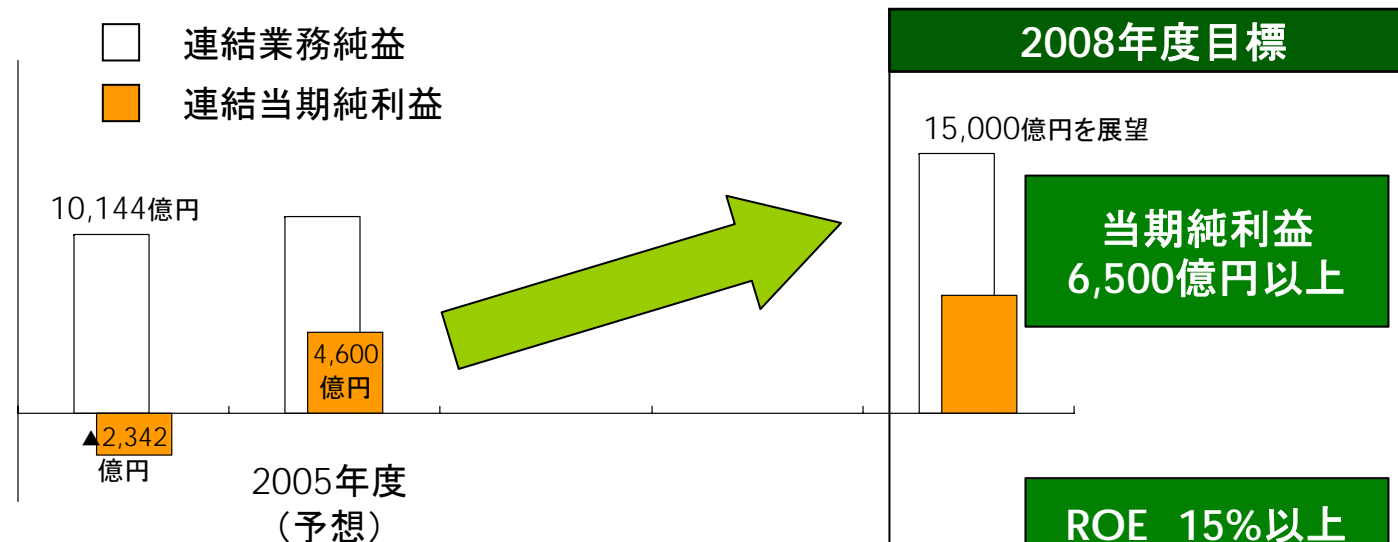
競争力ある新型無担保貸出を梃子に、ミドル・スモール・マーケット開拓を強化



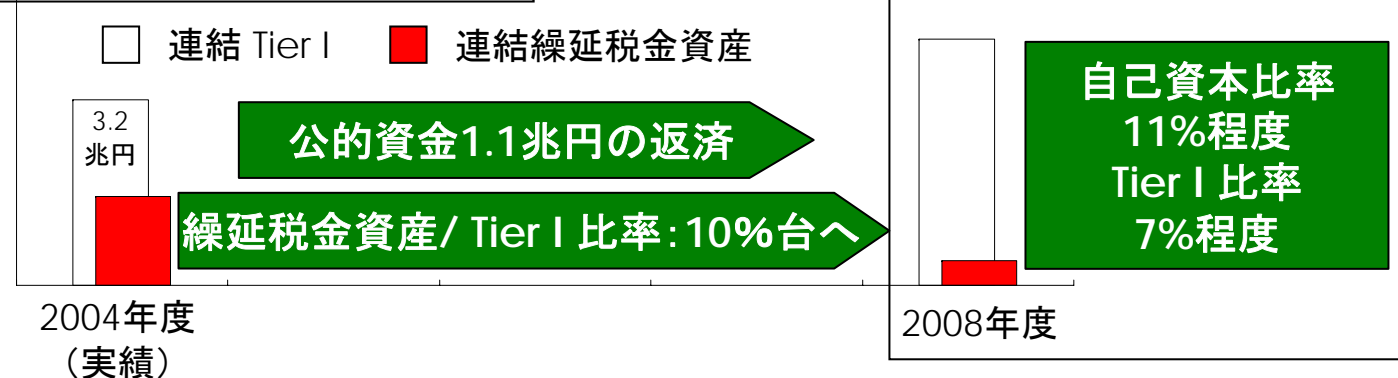
3. 終わりに

顧客、株主・市場、社会から最高の信頼を得られ、世界に通じるトップバンクの実現

✓ グループベースでの新たな顧客価値創造による一段の収益力強化



✓ 強固な財務基盤の構築



株主価値の
持続的向上



<http://www.smfg.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、リスクと不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境に関する前提条件の変化等に伴い、予想対比変化し得ることにご留意ください。