



Bank of Yokohama

Information Meeting

~2007年度 中間決算について~

2007年11月27日
横浜銀行



目次

1. 当行の業績

◇ 業務粗利益	3
◇ コアベース業務粗利益増減要因分析	4
◇ 経費・OHR	5
◇ 実質業務純益	6
◇ 与信費用・不良債権比率	7
◇ 当期(中間)純利益	8
◇ 資本の状況	9
◇ 部門別資本利益率	10
◇ 株主への利益還元策	11

2. 営業実績

◇ 個人ローン	13
◇ 法人ローン	14
◇ 預金残高	15
◇ 預金・貸出金利回り	16
◇ フィービジネス(個人、法人)	17~19
◇ マーケット・シェア	20
◇ 有価証券ポートフォリオ	21

3. 経営戦略・営業戦略

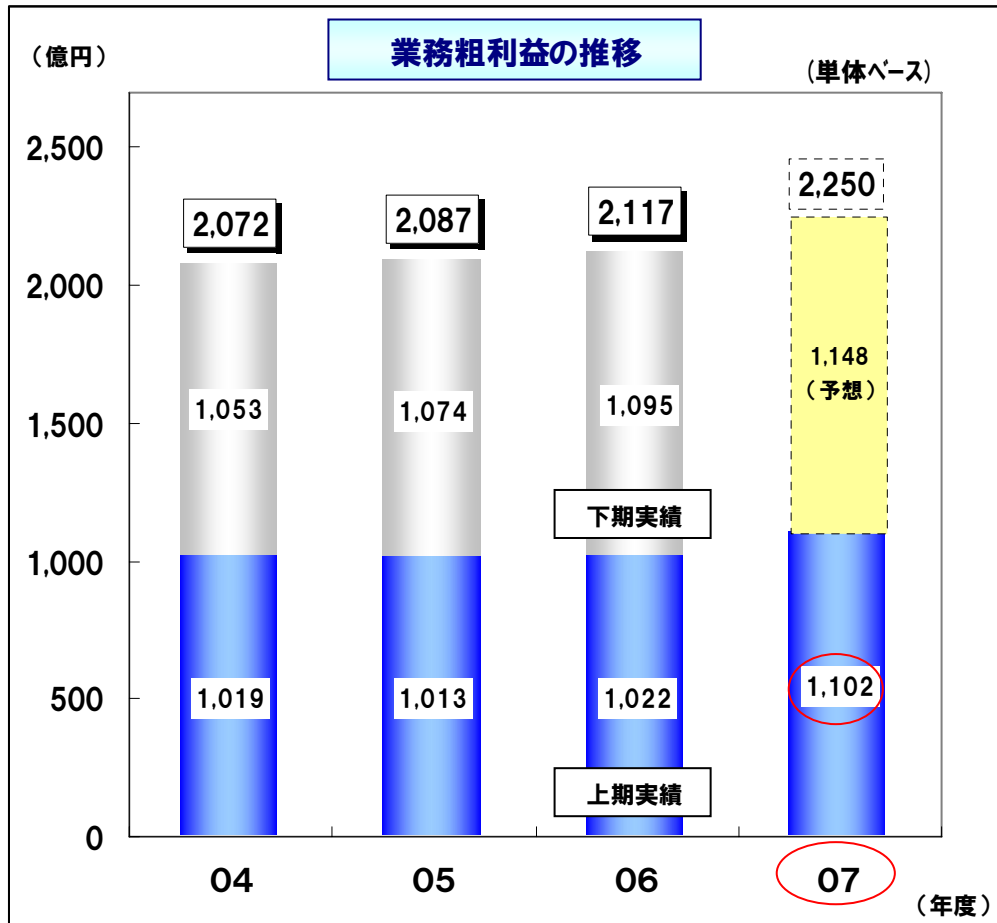
◇ 店舗戦略 (神奈川県内・東京西南部)	23~24
◇ 中計基本テーマ①提携戦略	25~27
◇ 中計基本テーマ②人材投資戦略	28
◇ 中計基本テーマ③ブランド戦略	29

1. 当行の業績

1. 当行の業績

(1) 業務粗利益

- 07年度上期の業務粗利益は、前年同期比+80億円(+7.8%)の1,102億円。
- コアベース(国内資金利益+国内役務取引等利益)では、前年同期比+83億円(+8.4%)の1,060億円。
- 07年度の予想は2,250億円(前年度比+133億円、+6.2%)。



前年同期との比較

(単位: 億円)

	06上期 (実績)	07上期 (実績)	増減
業務粗利益	1,022	1,102	+80
国内業務粗利益	1,005	1,082	+77
資金利益①	807	879	+72 A
役務取引等利益②	170	181	+11 B
特定取引利益	4	5	+1
その他業務利益	22	15	△7
国際業務粗利益	17	20	+3
コアベース①+②	977	1,060	+83

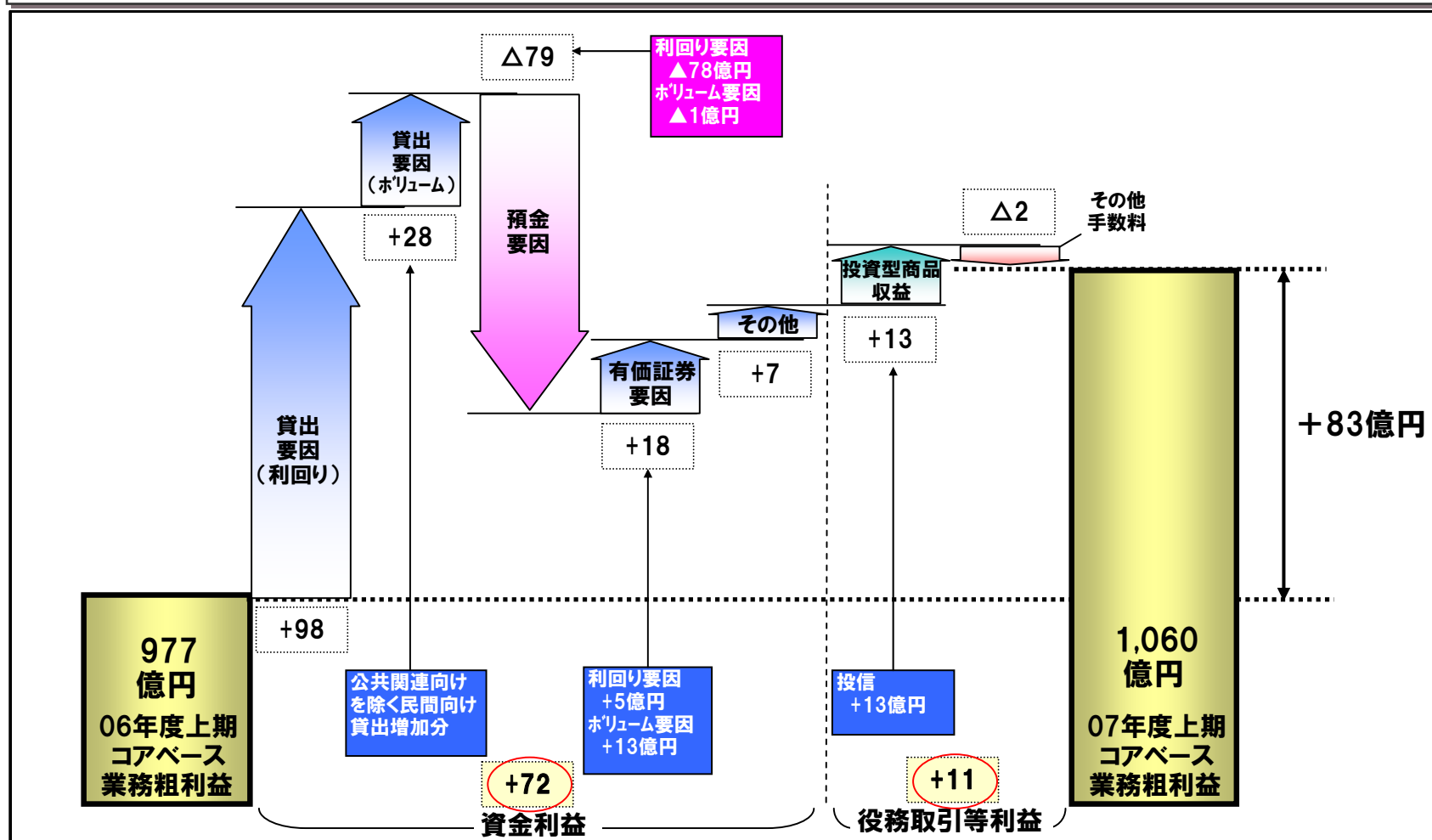
「業務粗利益」の主な増加要因

- A 資金利益の増加+72億円
⇒政策金利上げによる利ざや改善+ボリューム効果
- B 役務取引等利益の増加+11億円
⇒投資型商品販売の増加

1. 当行の業績

(2) コアベース業務粗利益増減要因分析

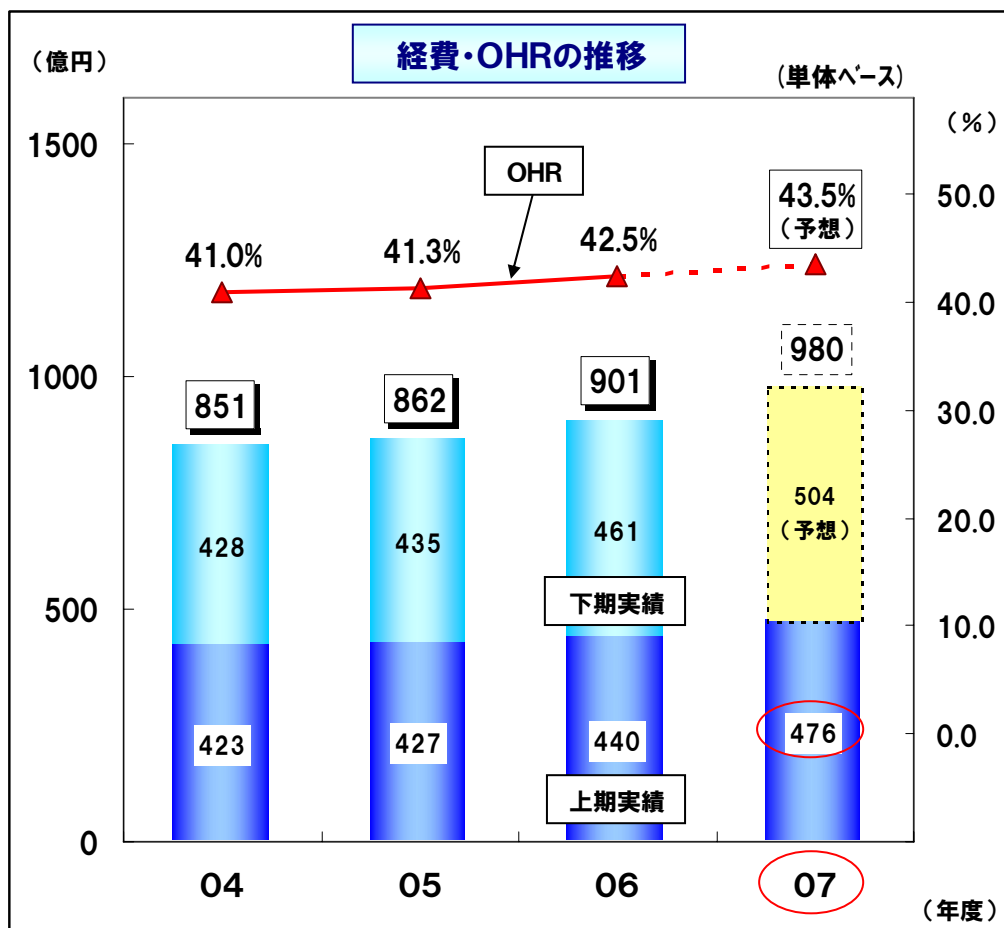
- 06年度の政策金利引上げ効果が反映され、資金利益は、前年同期比+72億円増加。
- 投資型商品関連収益の増加により、役務取引等利益は、前年同期比+11億円増加。



1. 当行の業績

(3) 経費・OHR

- 07年度上期の経費は、**476億円**(前年同期比**+36億円**、**+8.1%**)。OHRは**43.2%**。
- 07年度の予想は、**980億円**(前年度比**+79億円**、**+8.7%**)。
- 中期経営計画に従い、人的・物的投資が増加。OHRは一時的に上昇するも中計最終年度は41%台に回復見込み。



前年同期との比較

(単位: 億円)

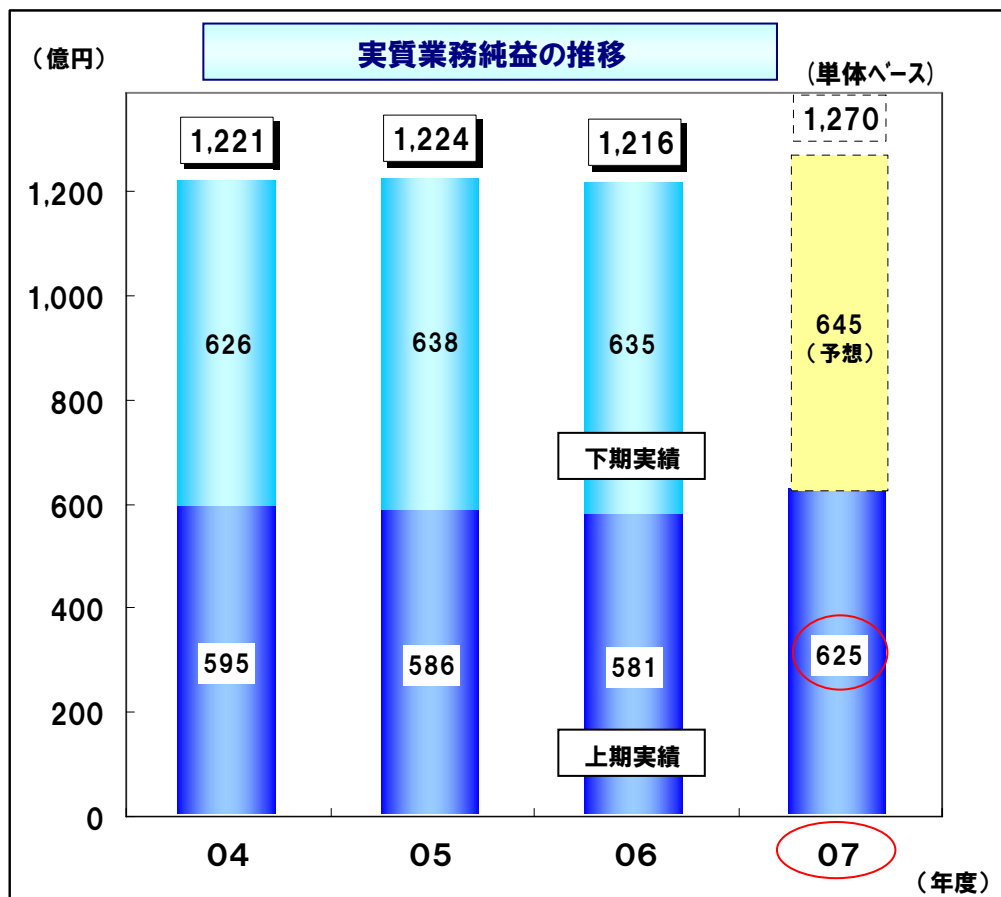
	06上期 (実績)	07上期 (実績)	増減
経費	440	476	+36
人件費	155	179	+24 A
物件費	253	264	+11 B
税金	32	32	+0
OHR (%)	43.1	43.2	+0.1

「経費」の主な増減要因
 A 人員増などによるもの
 B 新規出店・IT関連投資の増加、
 ブランディング戦略などによるもの

1. 当行の業績

(4) 実質業務純益

- 07年度上期の実質業務純益は、前年同期比+44億円(+7.6%)の625億円。
- 07年度の予想は、前年度比+54億円(+4.4%)の1,270億円。



前年同期との比較

(単位:億円)

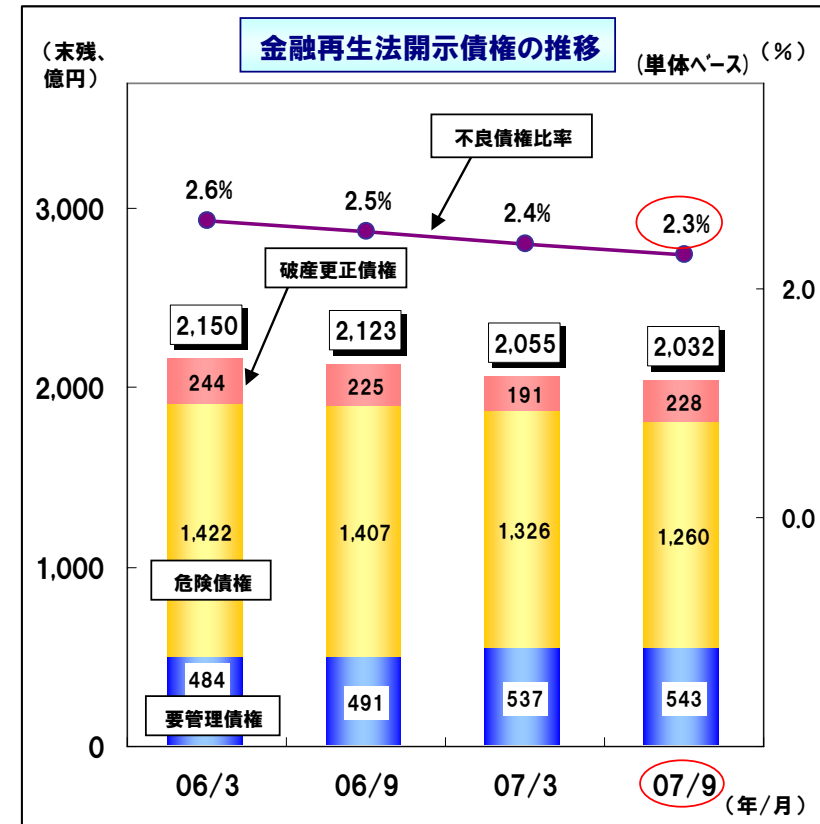
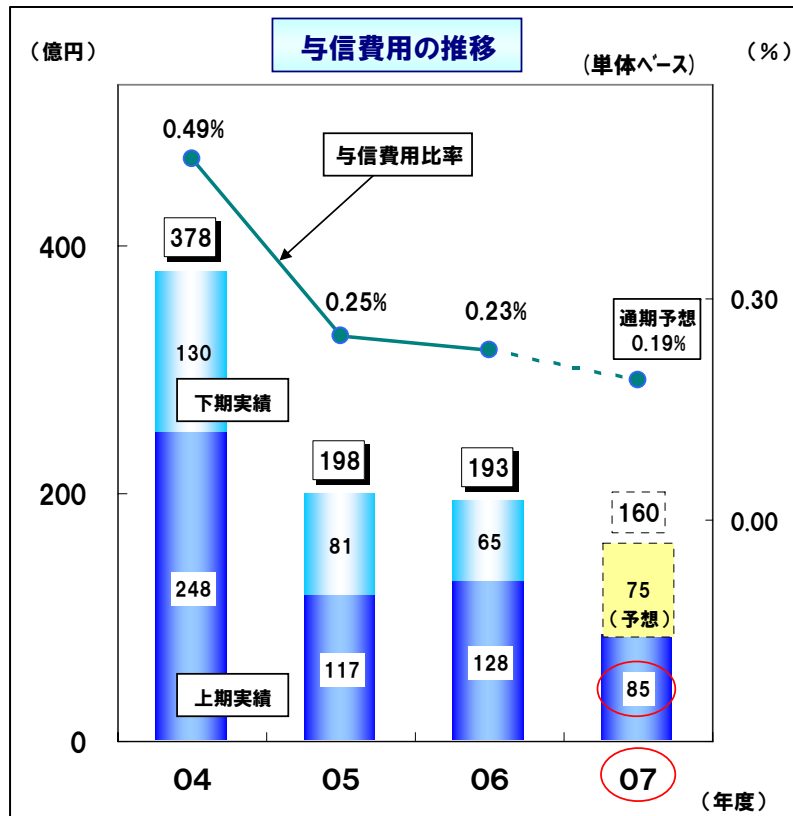
	06上期 (実績)	07上期 (実績)	増減
実質業務純益	581	625	+44
ROE(実質業務純益ベース)	17.12%	17.52%	+0.40%
ROA(実質業務純益ベース)	1.11%	1.14%	+0.03%

「実質業務純益」の増減要因
 業務粗利益の増加: +80億円
 経費の増加: △36億円

1. 当行の業績

(5) 与信費用・不良債権比率

- 07年度上期の与信費用は、前年同期比△43億円(△33.5%)の85億円。
- 07年度の予想与信費用は、160億円(前年度比△17.4%)、与信費用比率は0.19%の予想。
- 07年9月末の不良債権比率は2.3%まで低下。



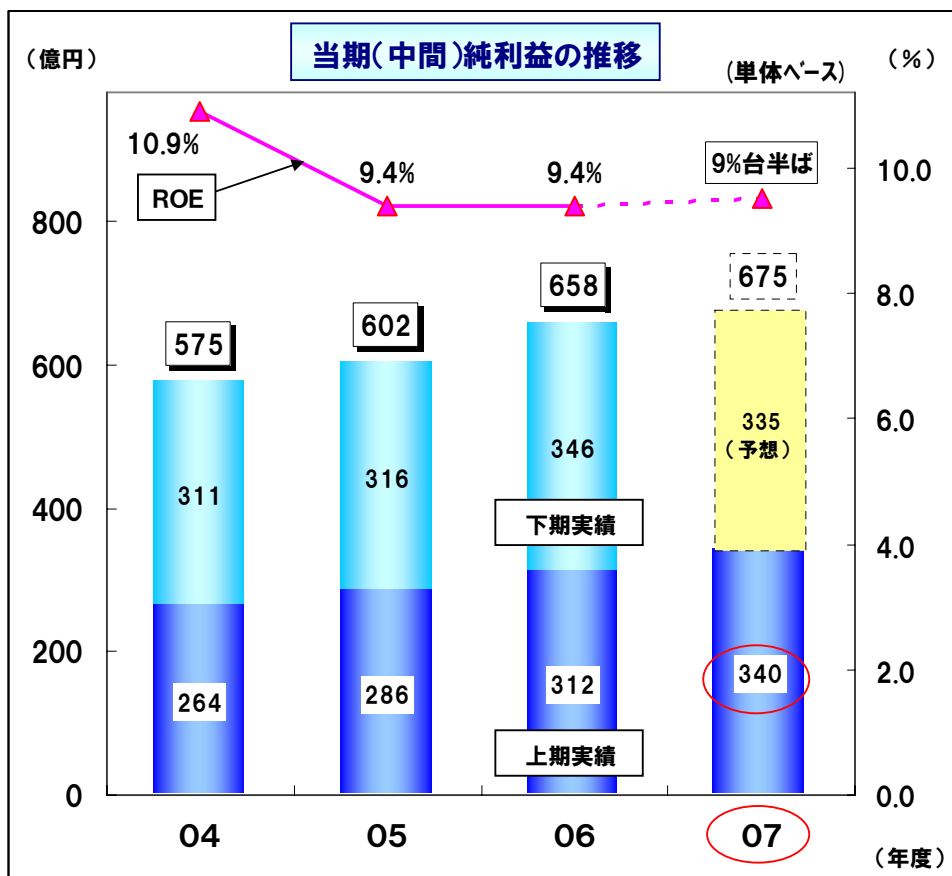
(注1) 与信費用 = 不良債権処理額 + 一般貸倒引当金繰入額 - 貸倒引当金戻入益(特別利益)

(注2) 与信費用比率 = 与信費用 ÷ 貸出金平残

1. 当行の業績

(6) 当期(中間)純利益

- 07年度上期の中間純利益は、**340億円**(前年同期比**+28億円**、**+8.9%**)。
- 07年度の予想は、**675億円**と前年度比**+17億円**(**+2.5%**)。
- 07年度のROEは、**9%台半ば**を見込む。



(注)ROE = 当期純利益 ÷ 純資産(平均)

前年同期との比較

(単位: 億円)

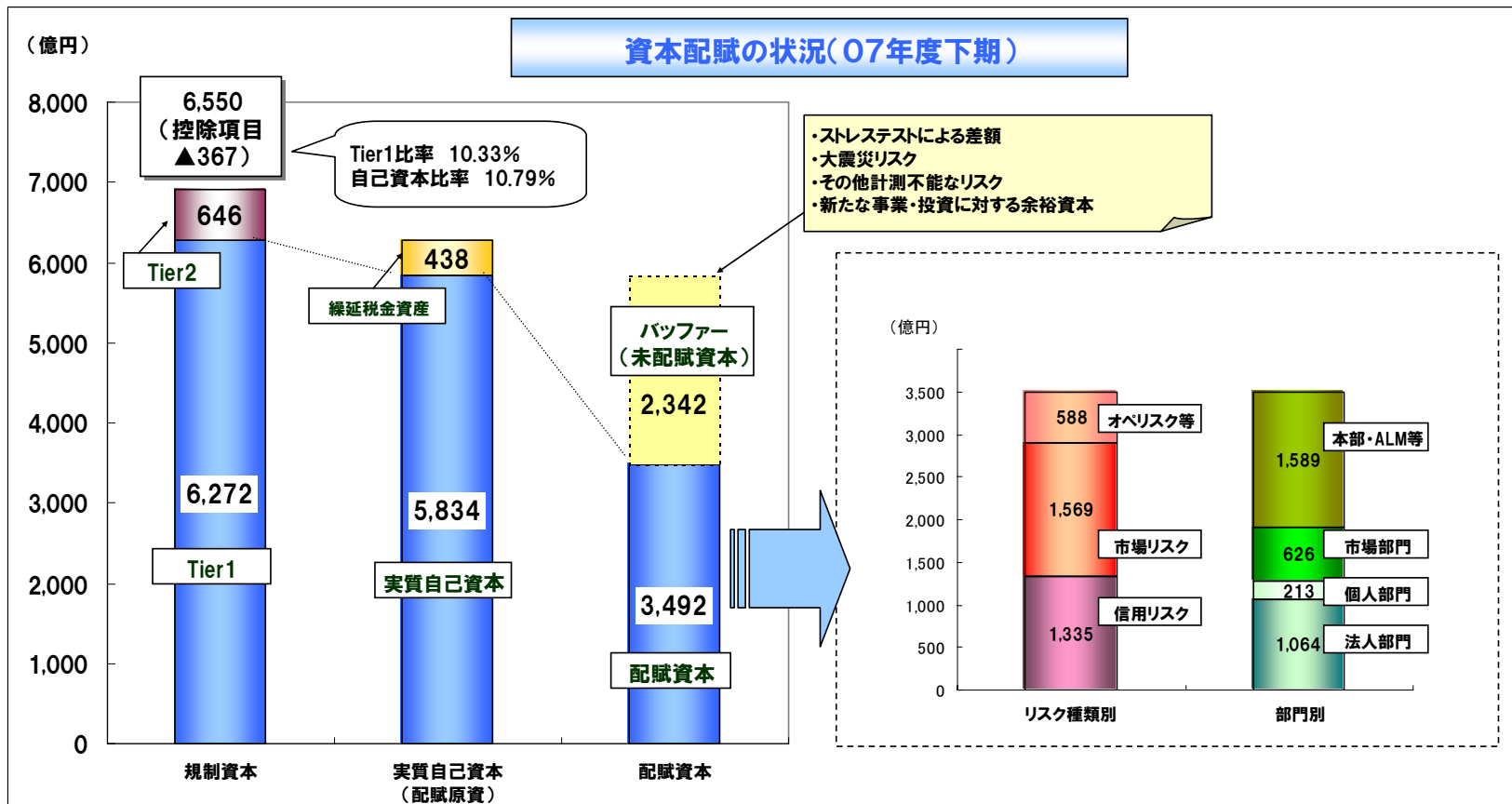
	06上期 (実績)	07上期 (実績)	増減
中間純利益	312	340	+28
ROE (中間純利益ベース)	9.2%	9.5%	+0.3%

「中間純利益」の増減要因
 実質業務純益の増加: +44億円
 与信費用の減少: +43億円
 株式関係利益の減少: △33億円

1. 当行の業績

(7) 資本の状況

- 07年9月末(連結ベース):Tier1比率**10.33%**、自己資本比率は**10.79%**。
- ストレス・テストを踏まえた一定のバッファを確保した上で、リスク種類別、部門別に資本配賦を行い、厳正なリスク・リターンの管理を実施。

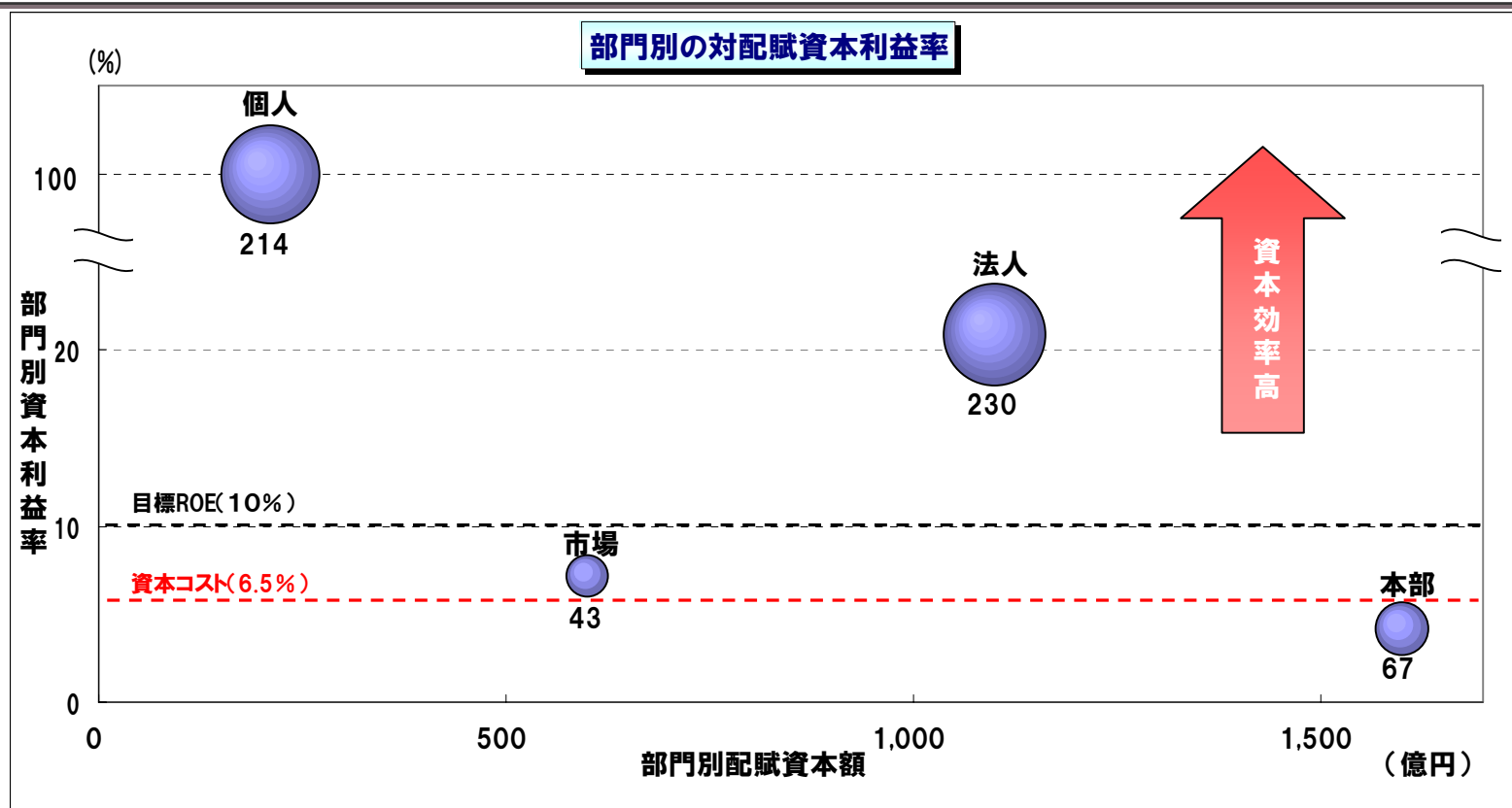


(注)①市場リスク: 預貸金・満期保有債券の金利変動リスク、投資有価証券の価格変動リスク
 ②オペリスク等: オペリスク、流動性リスク等

1. 当行の業績

(8) 部門別資本利益率

- 配賦資本額に対する利益率は、全部門合計で**16%**の見込み(アセットビジネスのみ)。目標とするROE水準や株主資本コストを上回る収益性を確保。
- 部門別資本利益率は、コアビジネスである個人および法人部門ともに高い収益性を示しており、引き続き両部門への経営資源投下による収益増加を目指す。



(注1)各円下の数値＝部門別利益(億円、税引き後ベース、07下期計画値を年ベースに換算)

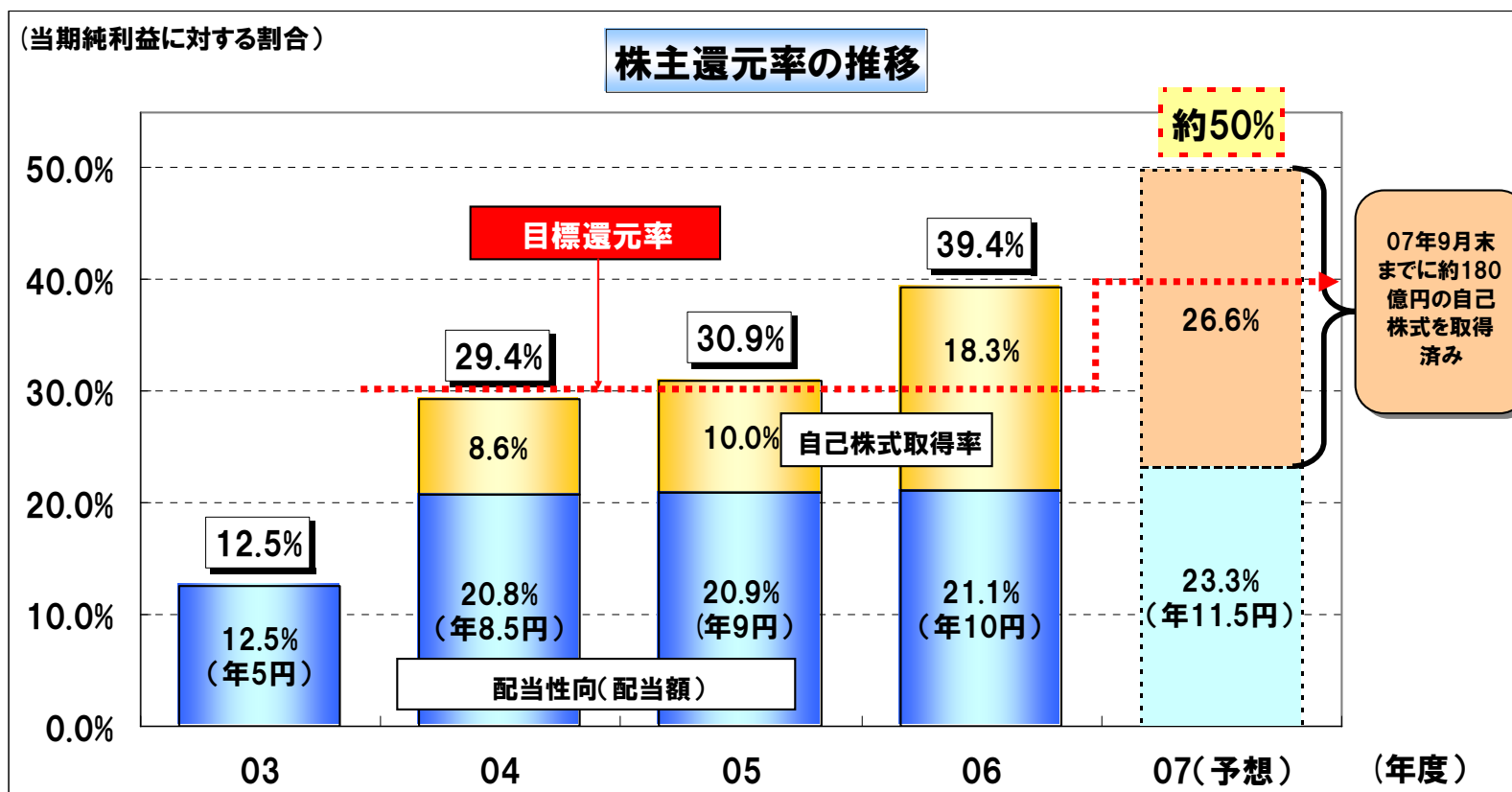
(注2)部門別利益額は、各部門内の信用コスト控除後利益×(1-税率40%)で算出。

(注3)資本コストは、10年国債利回り(1.5%)+リスク・プレミアム(5.0%)により算出

1. 当行の業績

(9) 株主への利益還元策

- 配当性向: 1.5円の増配により、07年度は**23.3%**へ上昇する見込み。
- 株主還元率: 目標を30% から**40%**へ引上げており、積極的な自己株式取得を実施。07年度の株主還元率は**50%**程度となる見込み。



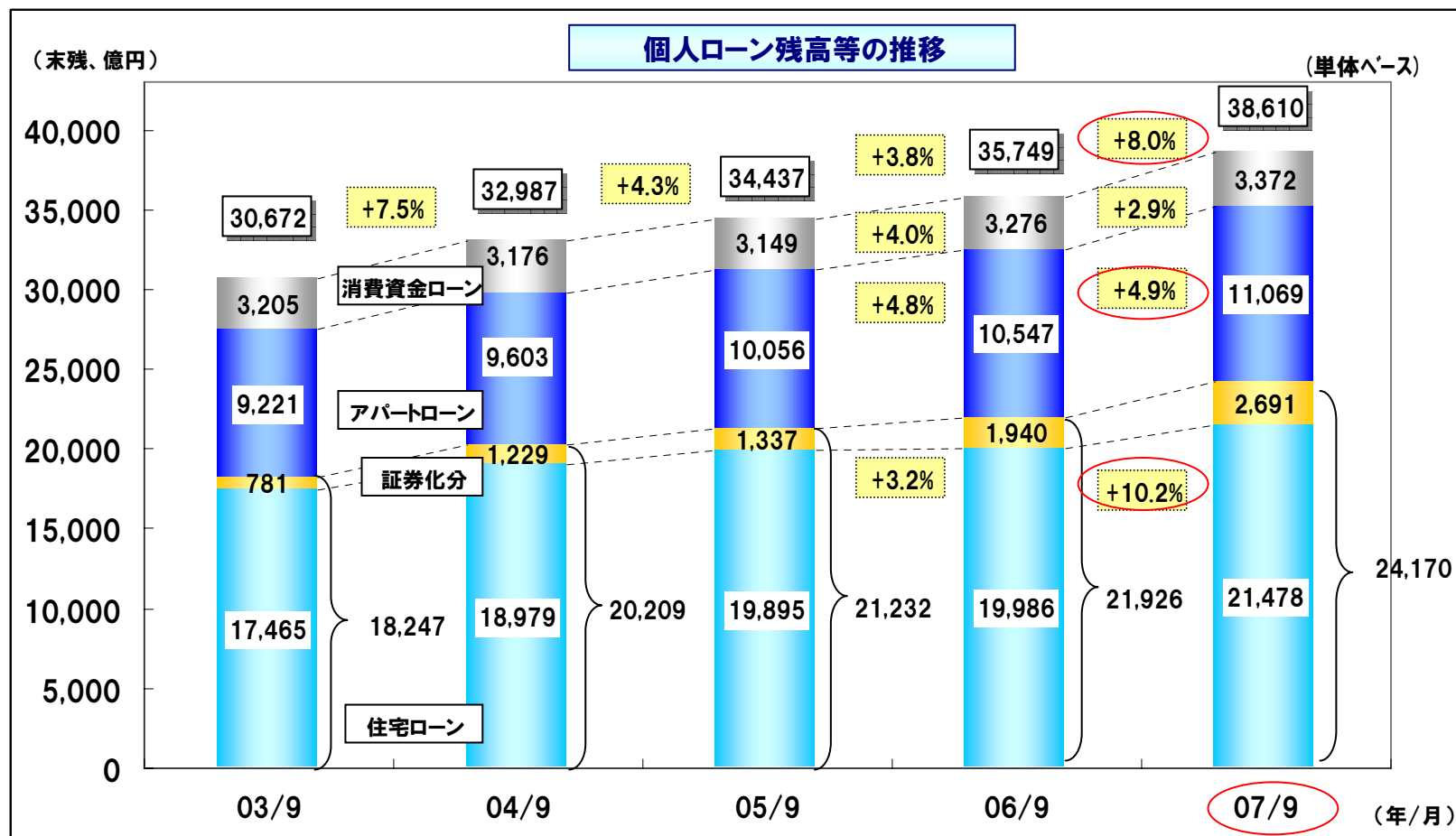
(注) 07年度予想は、07年度の当期純利益が公表予想利益となった場合。

2. 営業実績

2. 営業実績

(1) 個人ローン残高の推移

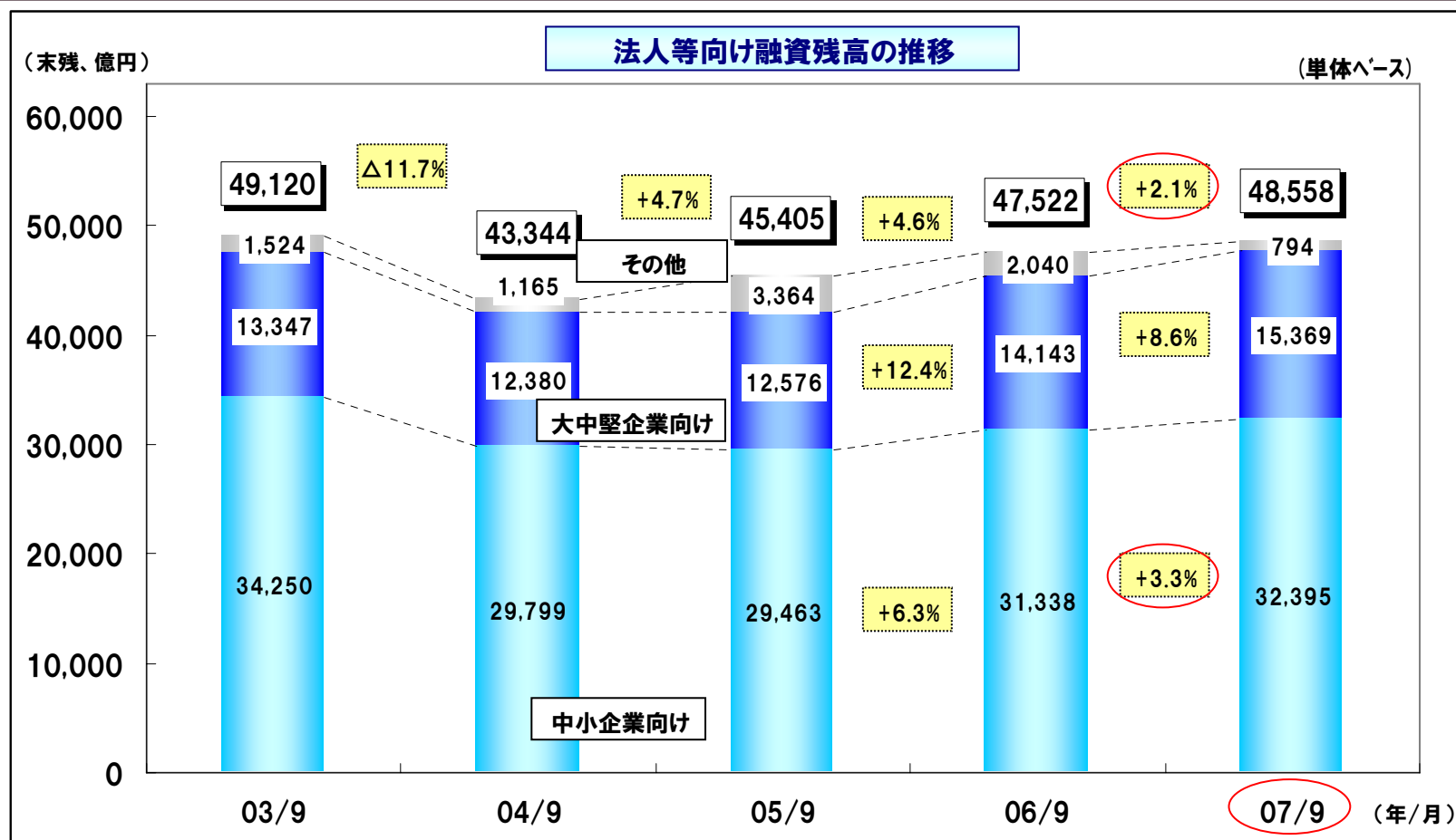
- 07年9月末:競争環境は激化するも、個人ローン残高は堅調に推移(前年同期末比+8.0%)。
- 住宅ローンは前年同期末比+10.2%、アパートローンは前年同期末比+4.9%。



2. 営業実績

(2) 法人等向け融資残高の推移

- 07年9月末:法人等向け融資残高は、前年同期末比+2.1%増加(+1,036億円)。
- 中小企業向け融資についても、増加基調を維持(前年同期末比+3.3%)。

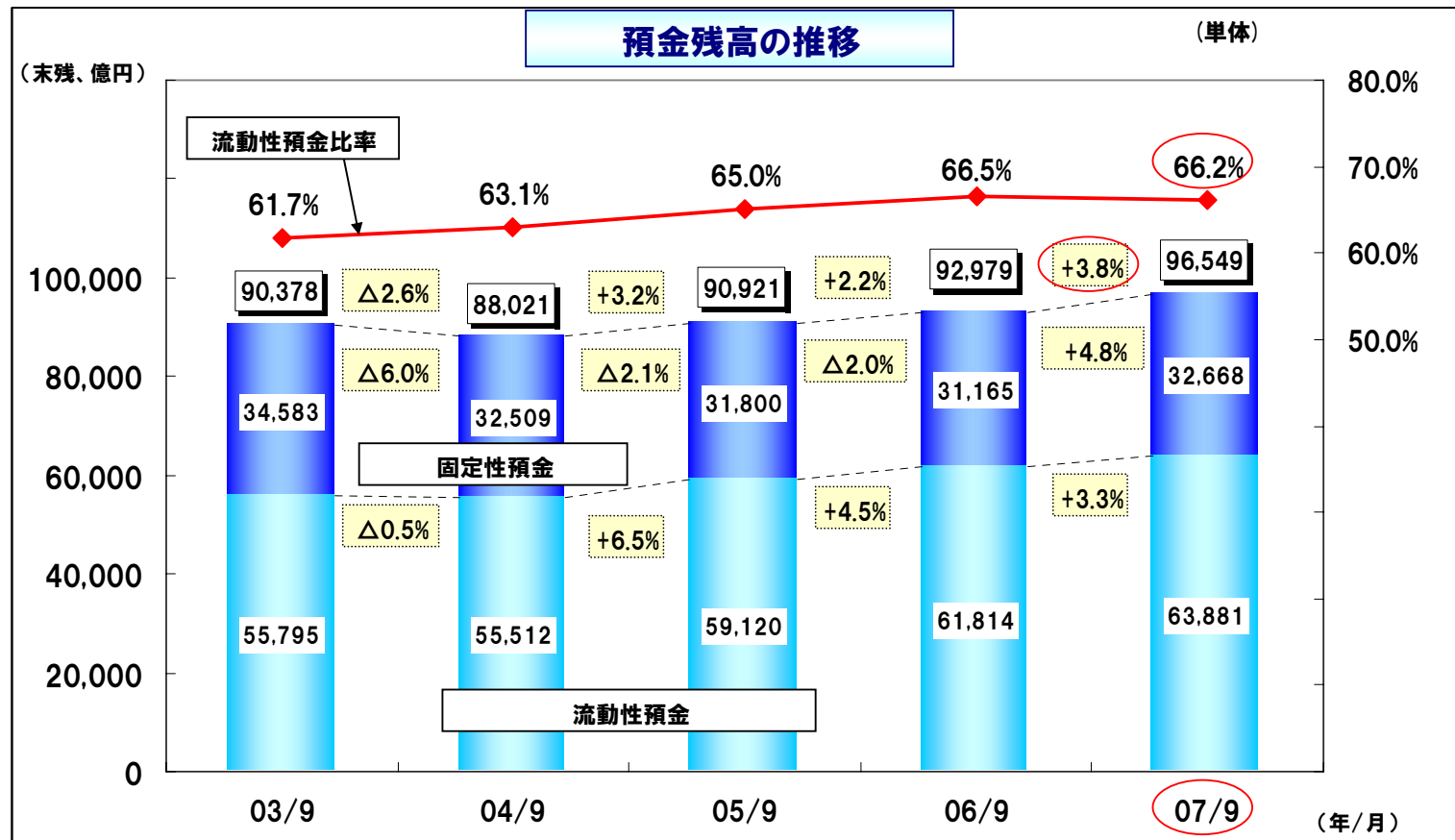


(注)その他は公共及び公共関連貸出。

2. 営業実績

(3) 預金残高の推移

- 07年9月末:預金残高は前年同期末比+3.8%と、増加基調を維持。
- 流動性預金比率は66.2%と、地銀トップの水準を維持。(地銀平均は約52%)



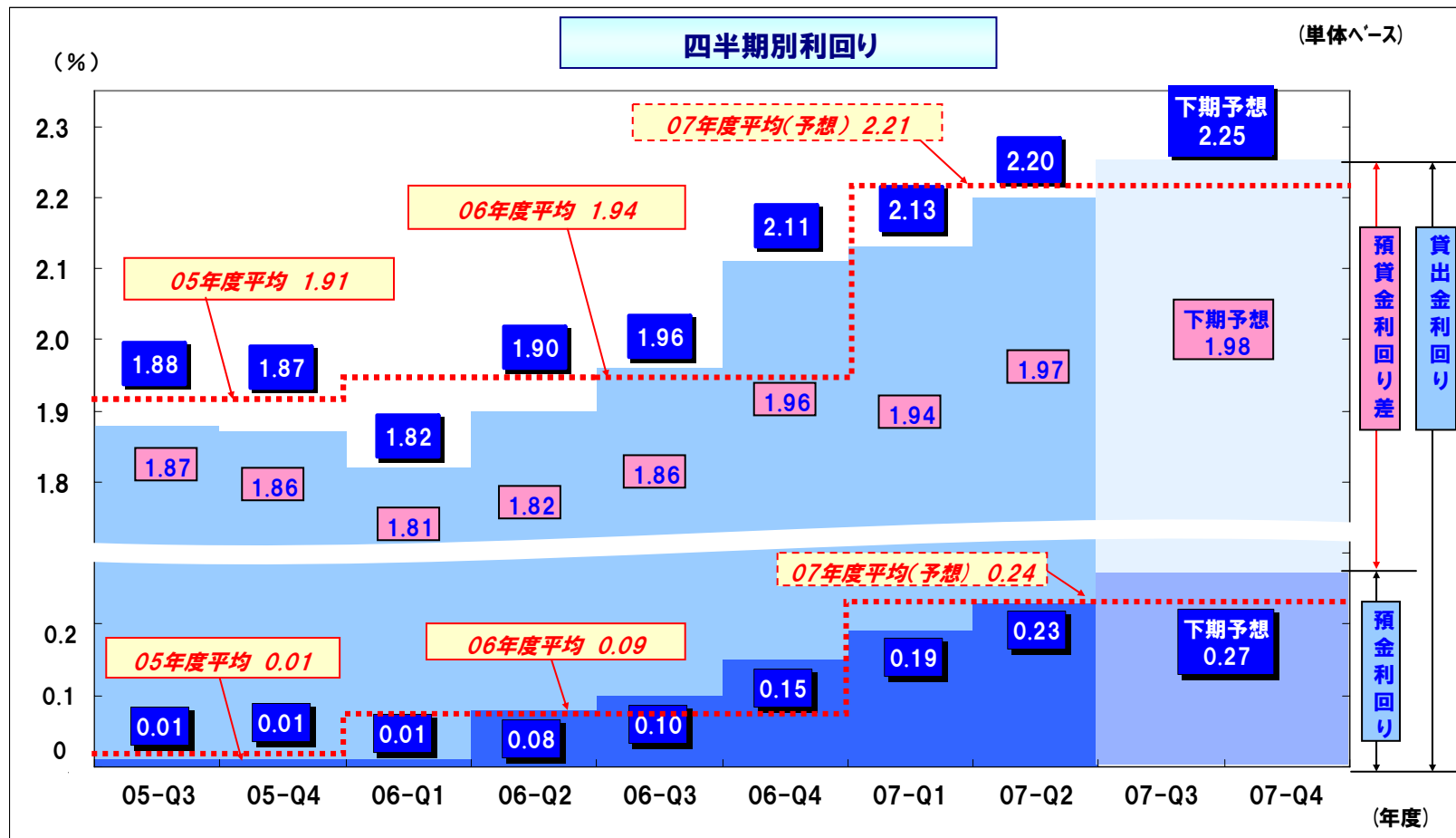
(注1)流動性預金=当座+普通+貯蓄+通知+別段+納税(NCD含まず、外貨・非居住者円預金含む)

(注2)固定性預金=定期預金(外貨・非居住者円預金含む) <特別国際金融取引勘定を除く国内店分>

2. 営業実績

(4) 預金・貸出金利回りの推移(国内業務部門)

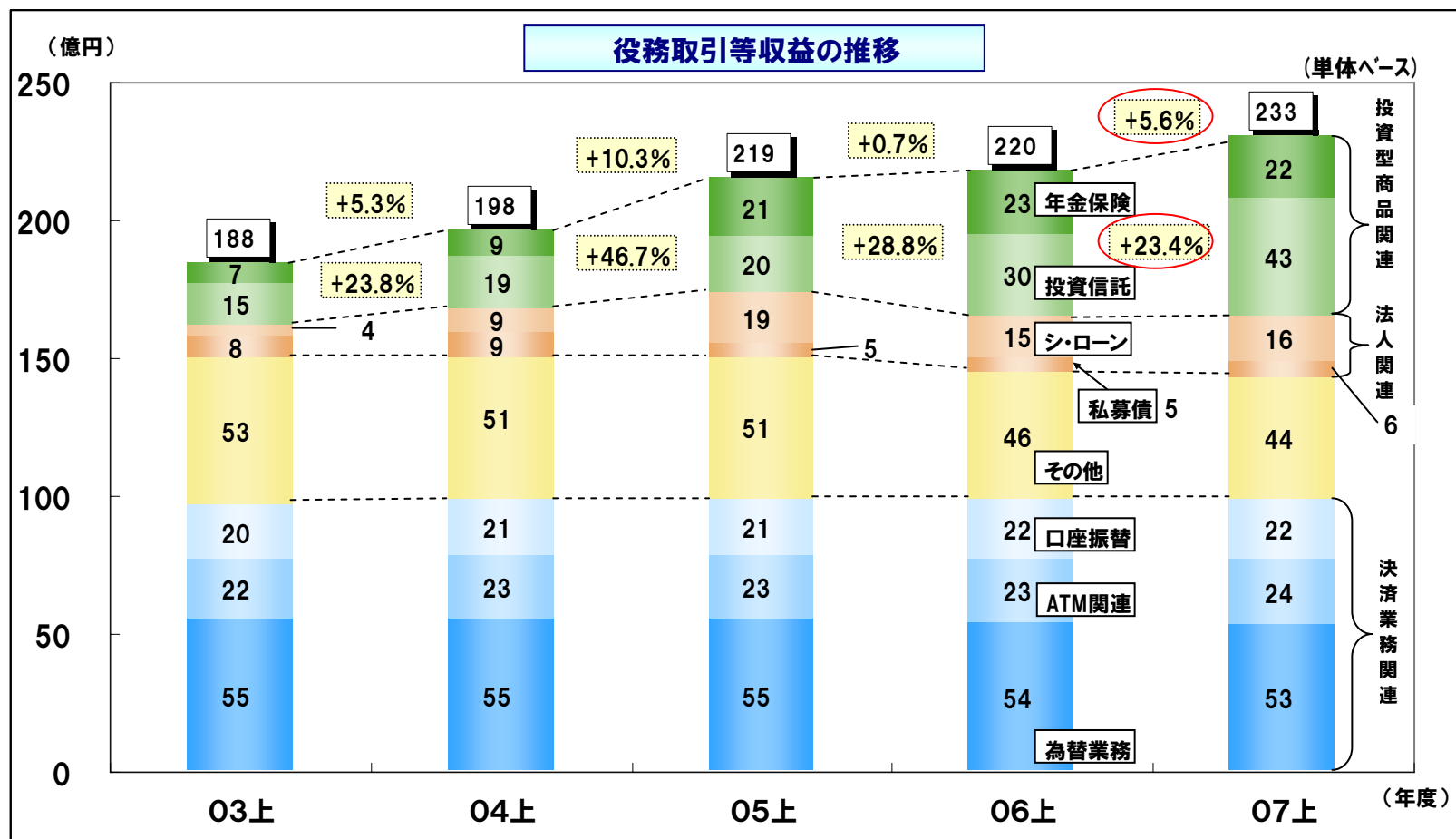
- 07年度第2四半期:貸出金利回りは**2.20%**へ上昇、預貸金利回り差**1.97%**まで拡大。(ほぼ、期初計画通りの進捗)
- 07年度下期予想:1月の政策金利引き上げを見込み、貸出金利回りは**2.25%**、預貸金利回り差**1.98%**を予想。(利上げが無かった場合でも、同程度の預貸金利回り差を確保できる見通し。)



2. 営業実績

(5) 役務取引等収益の推移(国内業務部門)

- 07年度上期の役務取引等収益は、前年同期比+13億円(+5.6%)
- このうち、投資型商品関連収益が順調に増加(前年同期比+23.4%)

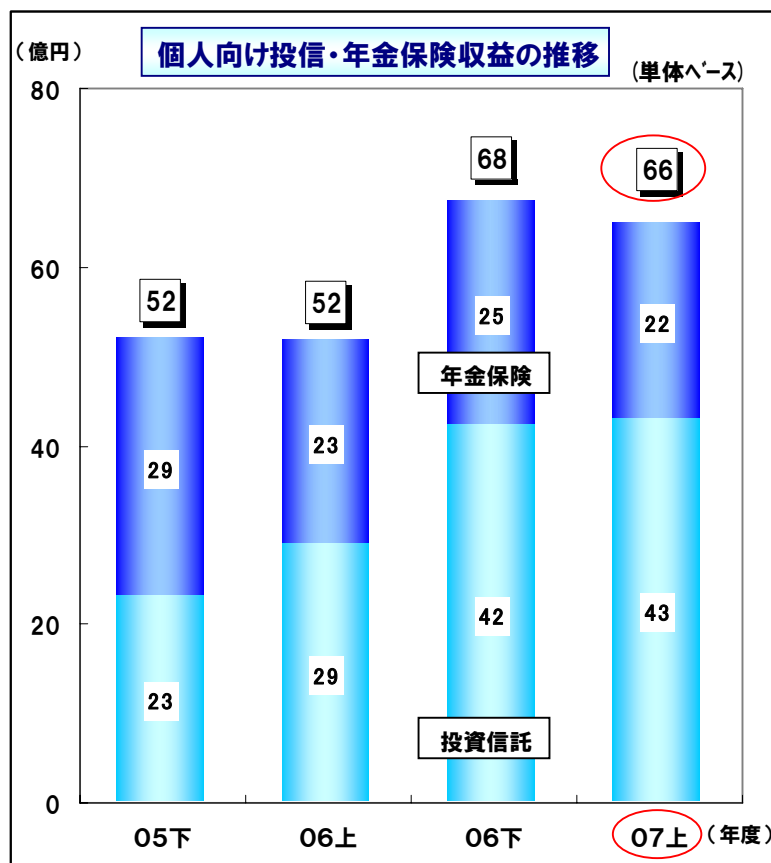
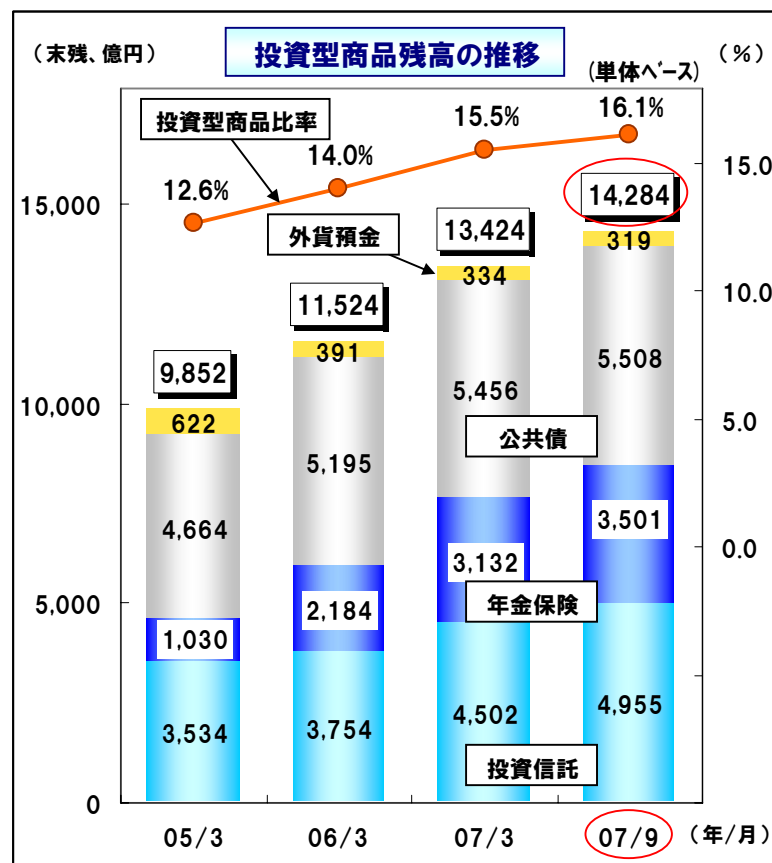


（注）役務取引等収益額は役務取引等費用控除前のグロス収益

2. 営業実績

(6) 個人向け投資型商品残高・収益の推移

- 07年度上期:個人向け投資型商品残高は堅調に推移し、**1兆4千億円**台へ。個人向け投資型商品比率は**16.1%**に上昇。
- 個人向け投信・年金保険収益は、**66億円**と高水準を維持。

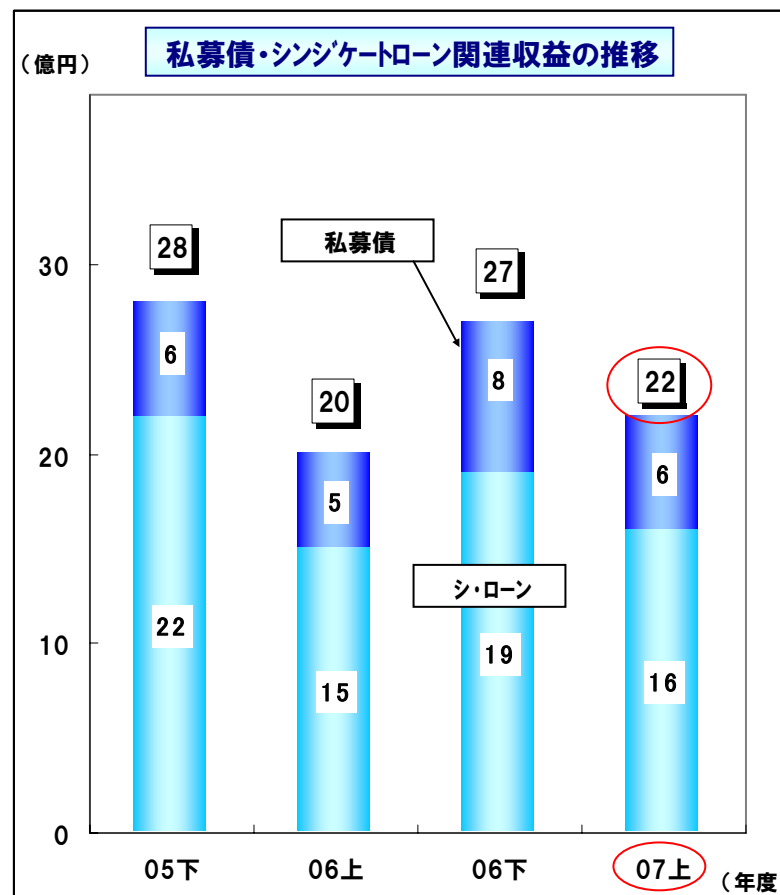
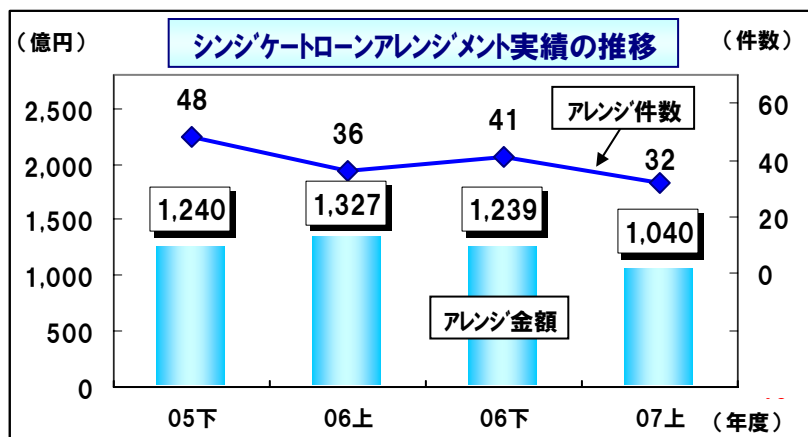
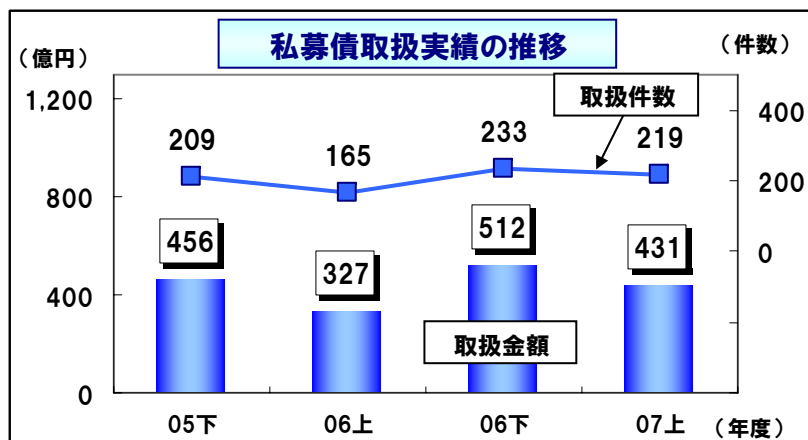


(注)投資型商品比率=個人投資型商品末残÷(個人円貨預金末残+個人投資型商品末残)

2. 営業実績

(7) 私募債・シンジケートローンの推移

- 07年度上期: 私募債は前年同期比で、残高・件数共に増加。
- シンジケートローンは、アレンジ件数、アレンジ金額共に減少するも、手数料額は前年同期と同水準を確保。

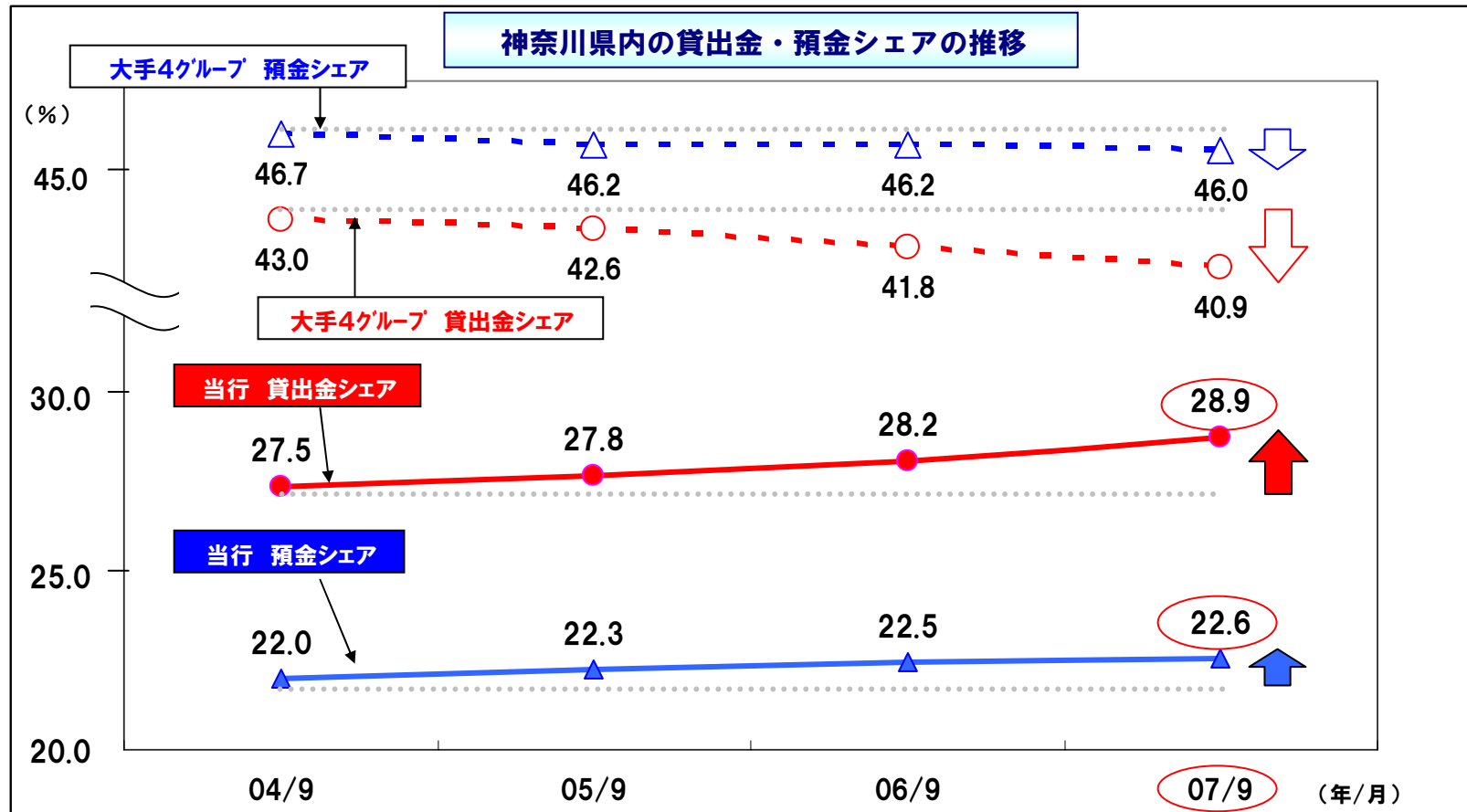


(注)シンジケートローンには、コミットメントライン関連手数料を含む

2. 営業実績

(8) 神奈川県内シェアの推移

- 07年9月末:貸出金シェアは**28.9%**(前年同期末比**+0.7%**)、預金シェアは**22.6%**(前年同期末比**+0.1%**)。
- 大手4グループがシェアを失う中、当行は着実にシェアアップを実現。

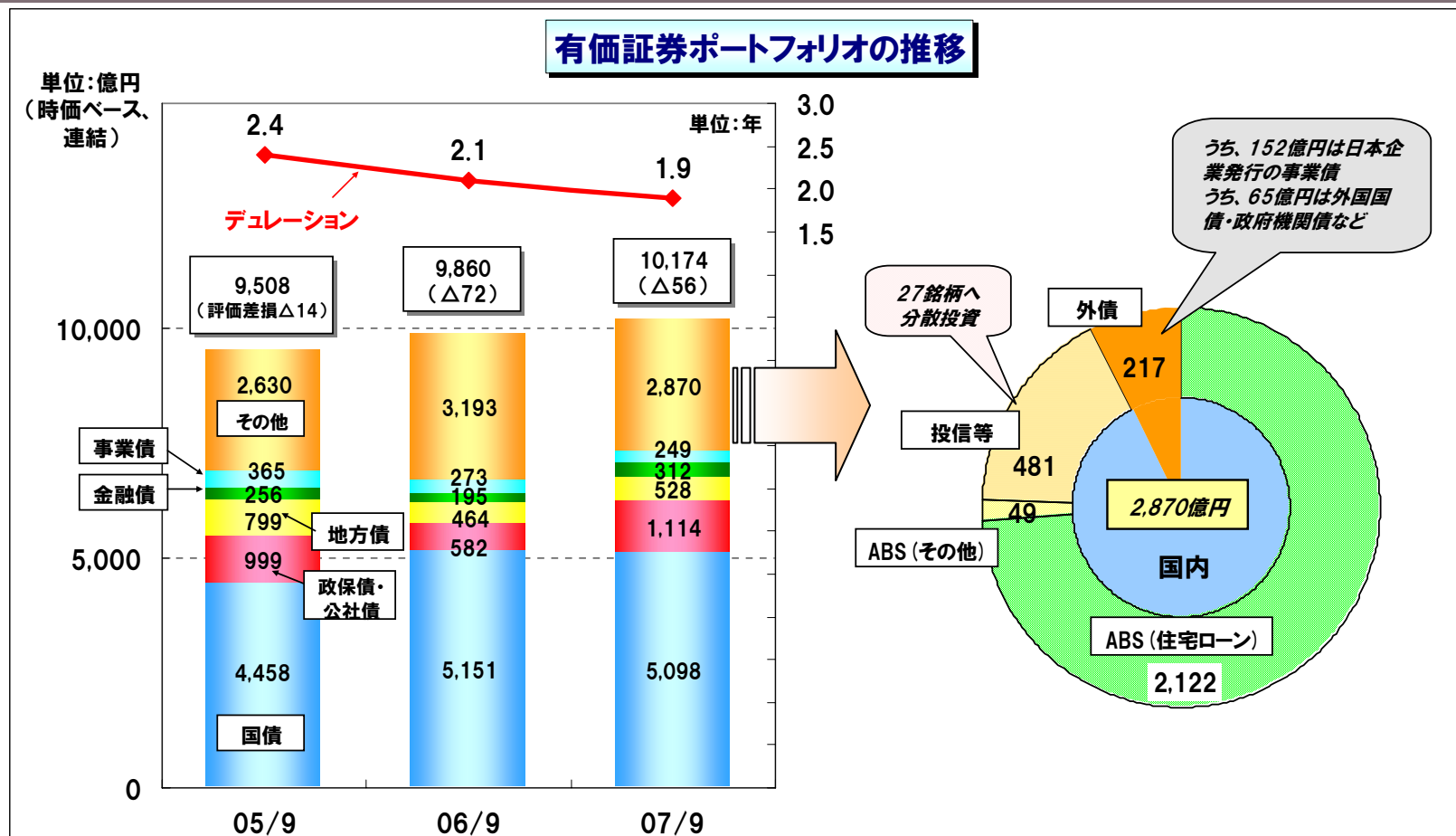


(注)シェアは郵貯・信組・農協を含まないベース(当行調べ)

2. 営業実績

(9) 有価証券ポートフォリオの推移

- 金利上昇へ備え、デュレーションを2年前後でコントロール。国内の安全資産中心の運用により、健全なポートフォリオを構築。
- 米国サブプライム住宅ローン関連の運用資産はなし。



(注1) 残高および評価損益は、その他有価証券で時価があるもののうち、株式を除く。

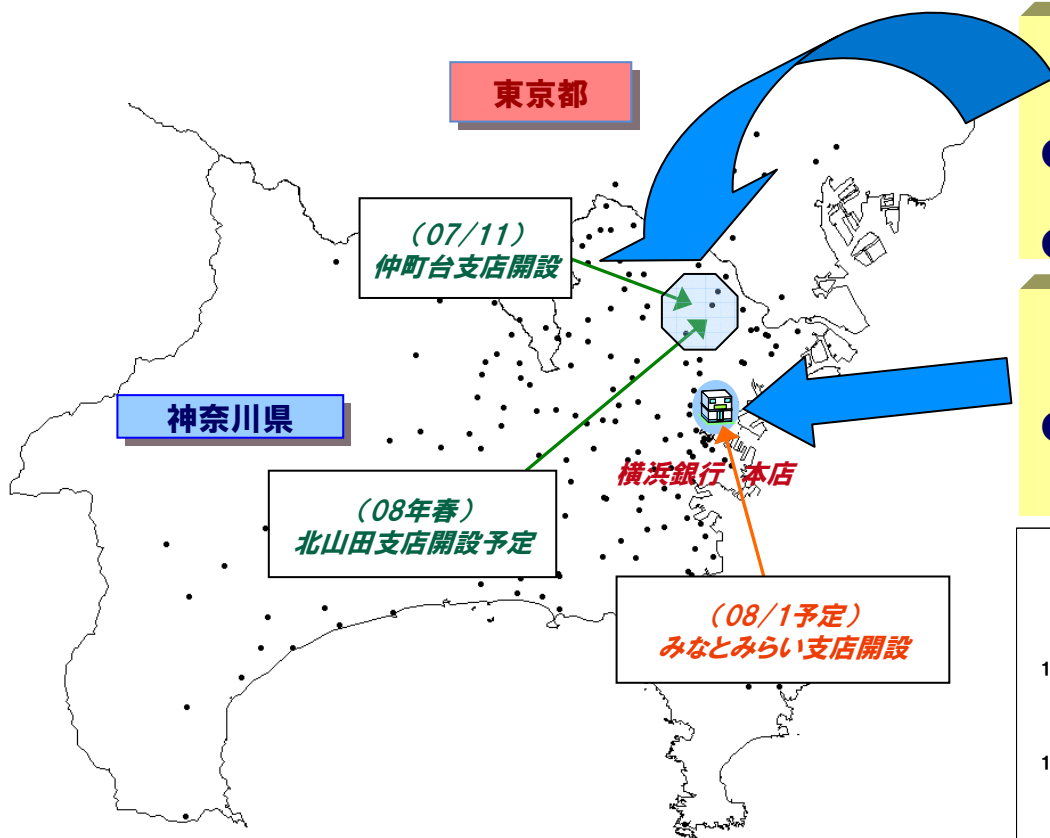
(注2) デュレーションには、外債、投資信託などは含まない。

3. 経営戦略・営業戦略

3. 経営戦略・営業戦略

(1) 店舗戦略 ～ その1 神奈川県内における出店戦略 ～

- 横浜市内で人口増加が顕著な港北ニュータウン地区(都筑区)、横浜みなとみらい地区(西区)において、個人特化型店舗を相次いで出店。
- ブランド戦略と併せ、転入者の取り込みを行い、県内における顧客基盤の増強を図る。

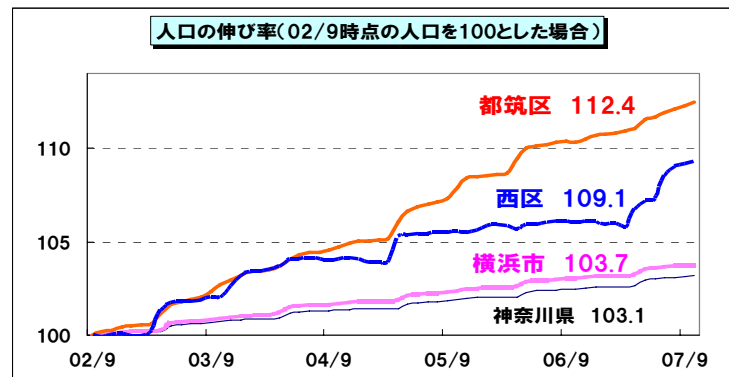


港北ニュータウン地区(都筑区)

- 相次ぐ大型SC、マンションの建設により、人口が増加
- 地下鉄新線開通予定(08年春)

みなとみらい地区(西区)

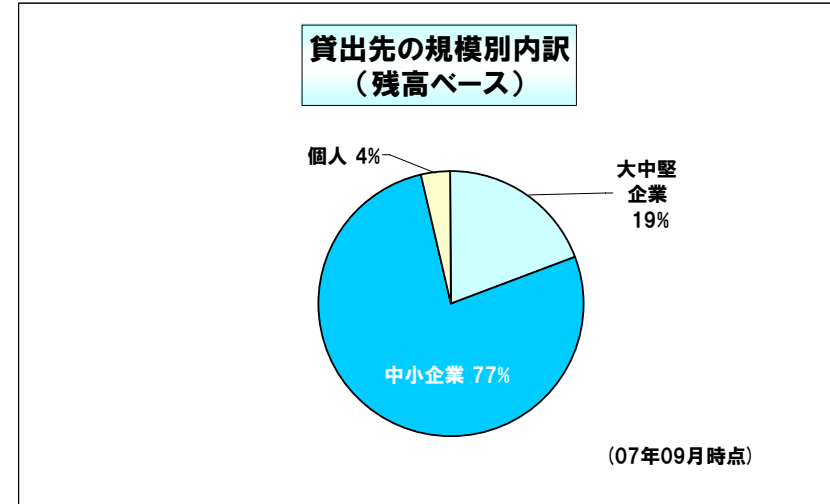
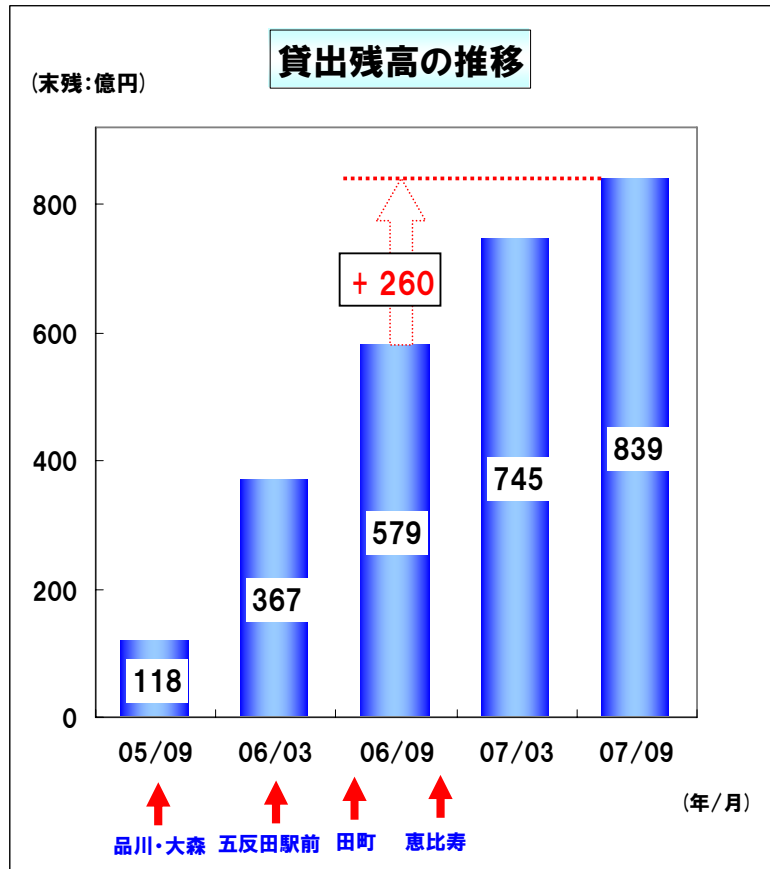
- ベイエリアの高層マンション建設により、高額所得者層が流入



3. 経営戦略・営業戦略

(1) 店舗戦略 ～ その2 東京西南部への進出 ～

- 05年度から出店してきた東京西南部5か店での貸出は、前年同期末比で**260億円**増加。(法人向け総貸出の増加額1,035億円に対する寄与度大)
- 地域の中小企業向け貸出増強に注力し、当行平均を上回る収益性を確保。



収益性について

～07年度上期平均貸出金利回り比較～

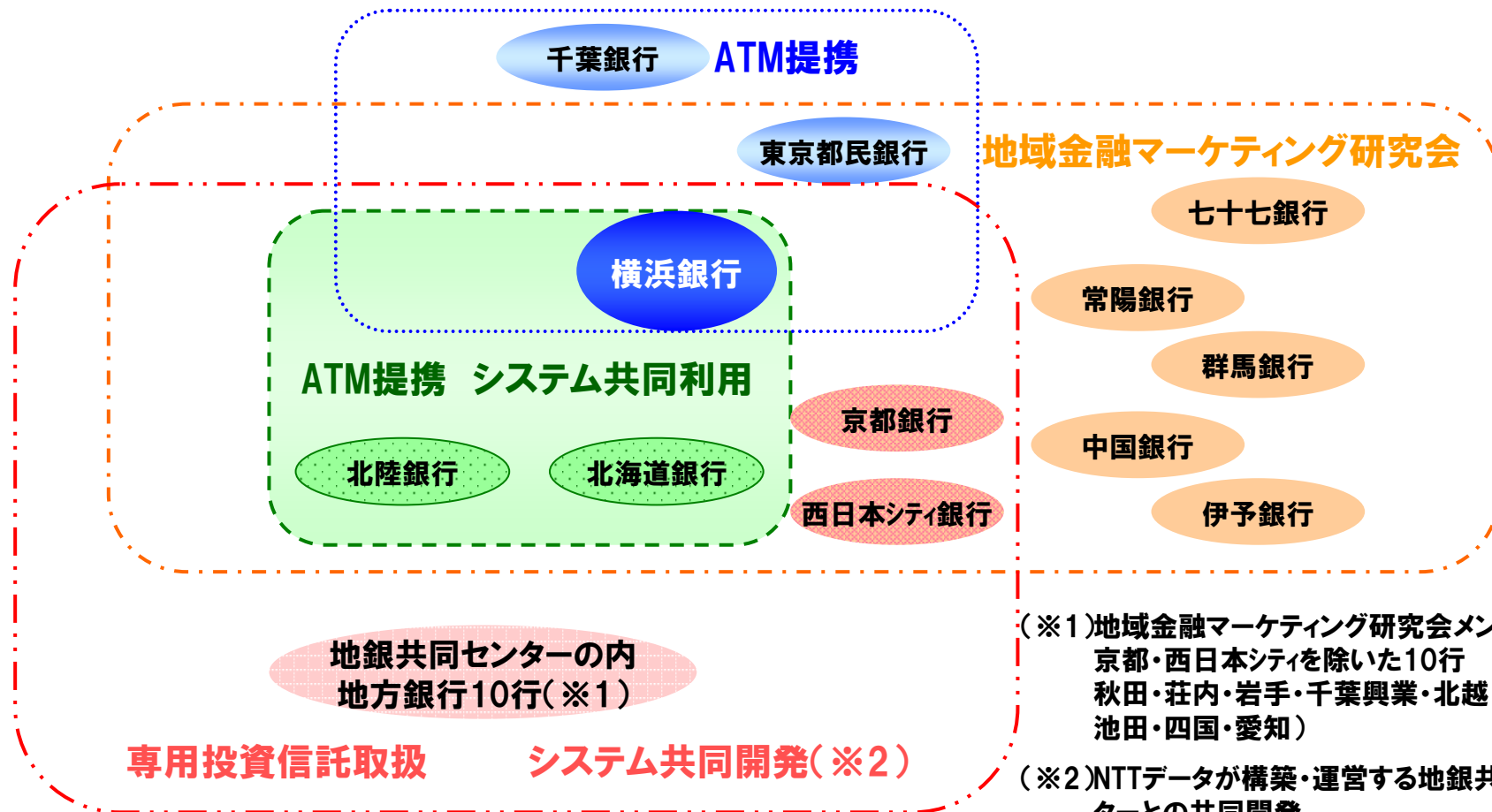
東京西南部5か店: **2.44%**

全店平均 : **2.16%**

3. 経営戦略・営業戦略

(2) 中計基本テーマ①:提携戦略 ~その1 地方銀行との連携(全体図)~

- 地域内での競合がない地方銀行とヨコの連携を強化。
- 経営資源の相互補完により、顧客利便性や経営効率の向上を図る。



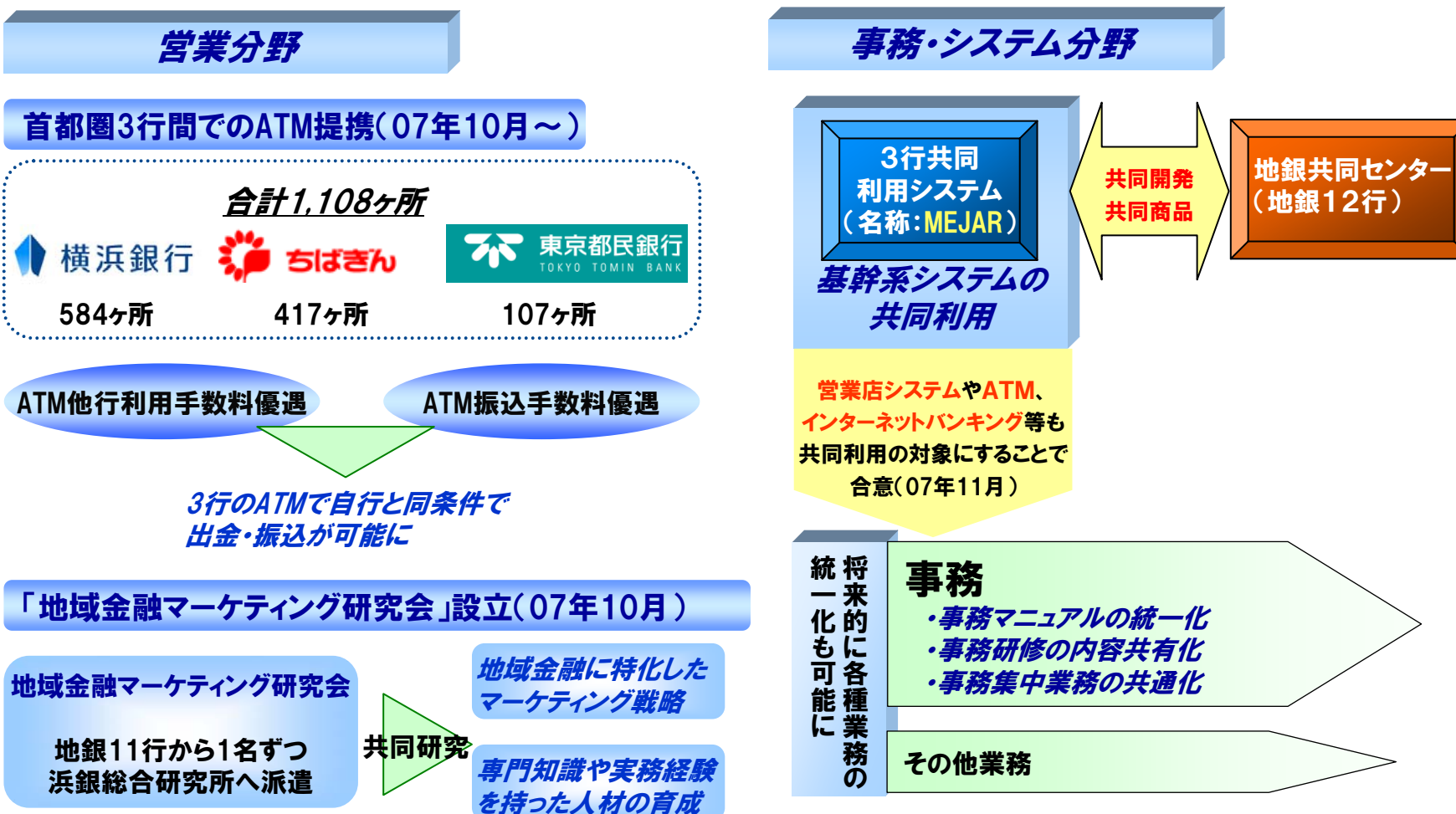
(※1)地域金融マーケティング研究会メンバーの
京都・西日本シティを除いた10行 (青森・
秋田・荘内・岩手・千葉興業・北越・福井・
池田・四国・愛知)

(※2)NTTデータが構築・運営する地銀共同セン
ターとの共同開発

3. 経営戦略・営業戦略

(2) 中計基本テーマ①:提携戦略 ～その1 地方銀行との連携(部門別)～

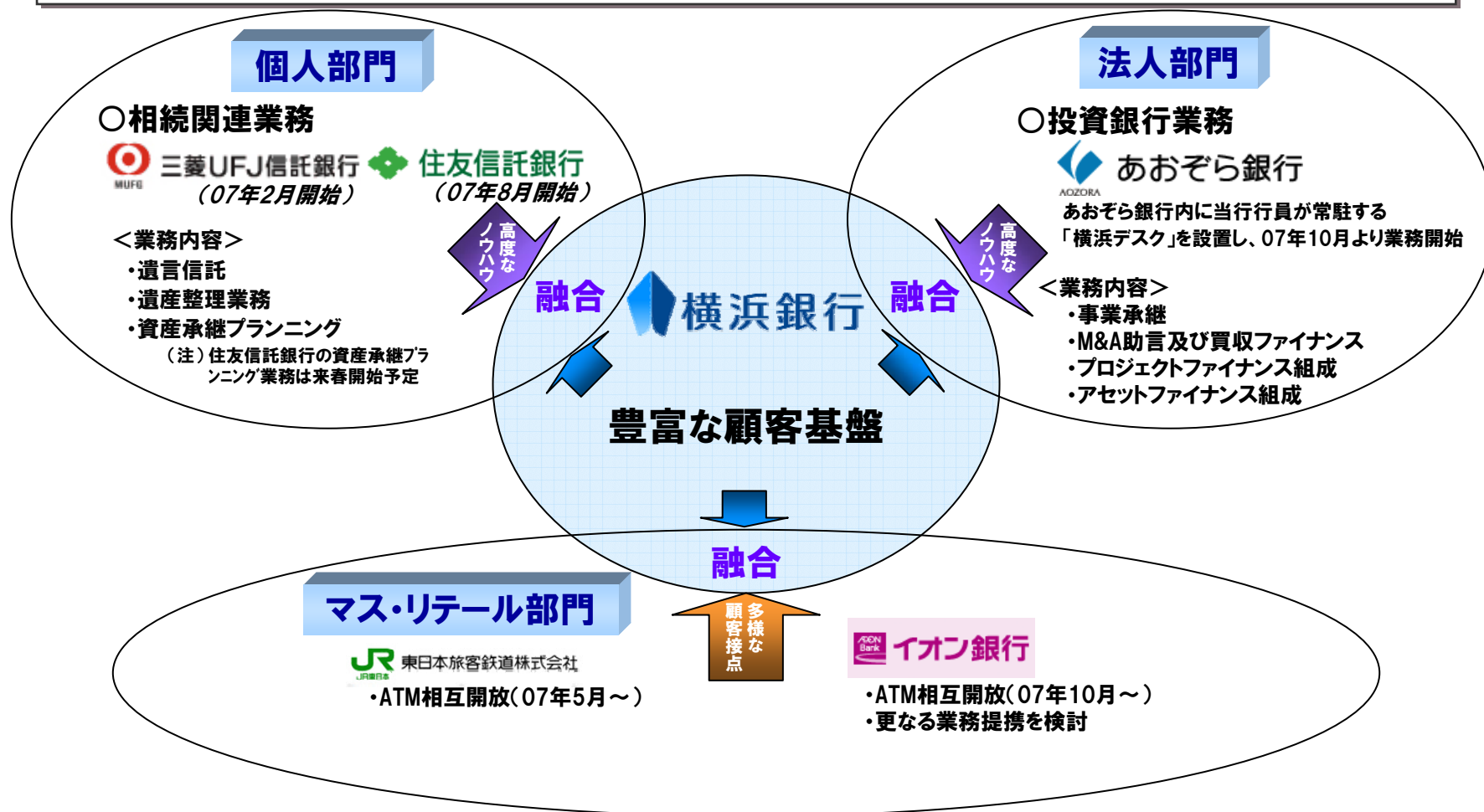
- 営業分野では、長期的な視点でのマーケティング共同研究にも取り組み。
- 事務システム分野では、システム共同利用を発展させ、各種業務の共通化も検討していく。



3. 経営戦略・営業戦略

(2) 中計基本テーマ①:提携戦略 ~その2 他業態との提携~

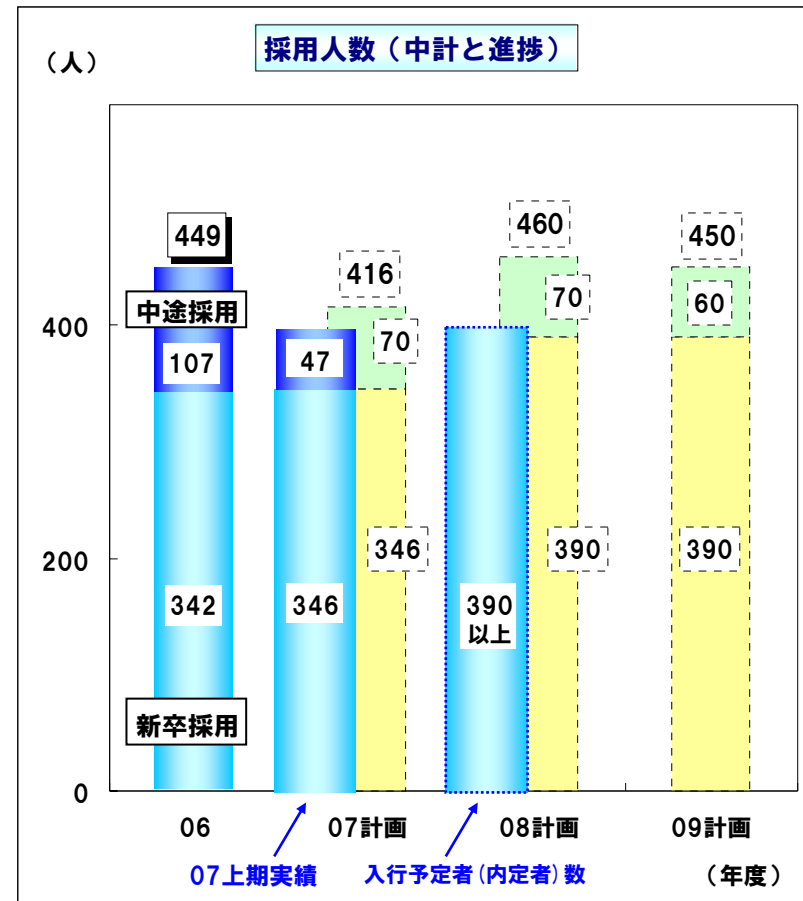
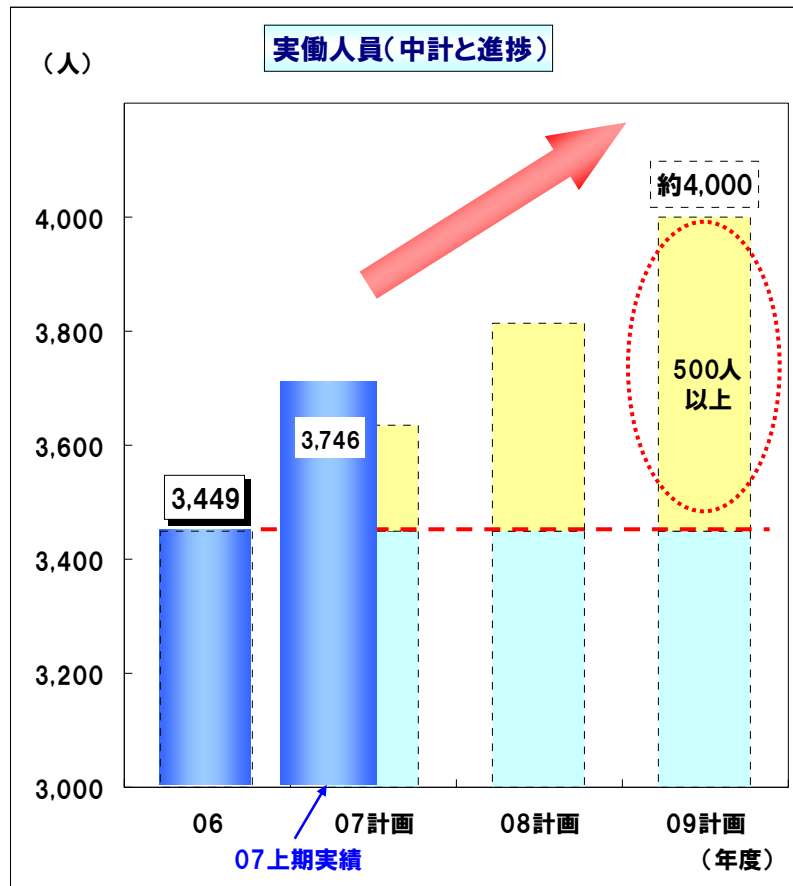
- 個人分野、法人分野ともに、ノウハウ・顧客接点の面で補完的な金融機関等と提携。
- 投資銀行業務提携は下期より業務開始しており、ソリューション提供力の向上と収益力強化を目指していく。



3. 経営戦略・営業戦略

(2) 中計基本テーマ②：人材投資戦略

- 09年度末の4,000人体制(実働人員ベース)実現に向けて採用を積極化(上期入行者:新卒346名、中途採用47名)。
- 人員数の増加に加え、早期戦力化に向けた人材育成に取り組んでいく。



(注)08年度の入行予定者数は、07年11月27日現在の内定者数

3. 経営戦略・営業戦略

(2) 中計基本テーマ③:ブランド戦略

- 中期経営計画「New Horizon」の基本テーマの一つである「横浜ブランドの確立」に向けたブランド戦略を10月よりスタート。
- ブランド戦略に基づいた店舗作りを新設店だけでなく、既存店を含めた全店で展開していく。

ブランドシンボル



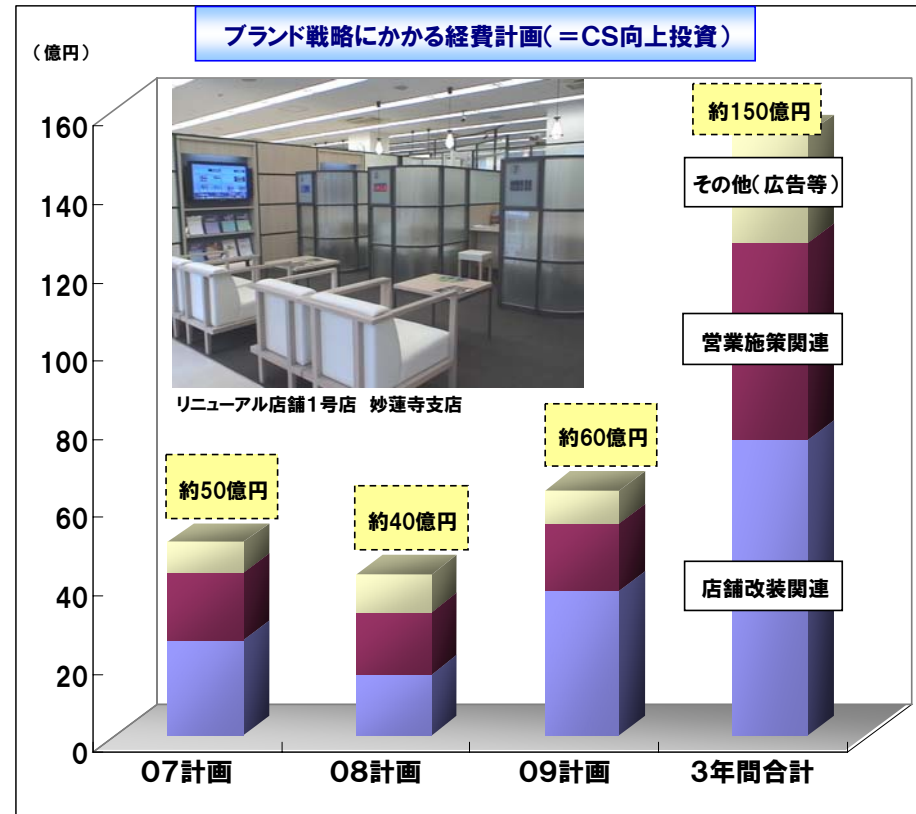
Bank of Yokohama

- ・船の前方面面を見上げたスケール感をイメージ
- ・向かい合う二つのエレメントは、お客さま一人ひとりと常に向き合い、真摯に耳を傾けていく姿勢を表す

ブランドスローガン

Afresh あなたに、あたらしく。

“Afresh”は「あらたに」「再び」「さらに」を意味し、今あるものを「より良いもの」へと高めていく姿勢や動きを表現



Afresh あなたに、あたらしく。



Bank of Yokohama

事前に株式会社横浜銀行の許可を書面で得ることなく、本資料を転写・複製し、又は第三者に配布することを禁止いたします。本資料は情報の提供のみを目的として作成されたものであり、特定の証券の売買を勧誘するものではありません。本資料に記載された事項の全部又は一部は予告なく修正又は変更されることがあります。本資料には将来の業績に関する記述が含まれておりますが、これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、経営環境の変化等により、実際の数値と異なる可能性があります。