

CLSA Japan Forum 2005

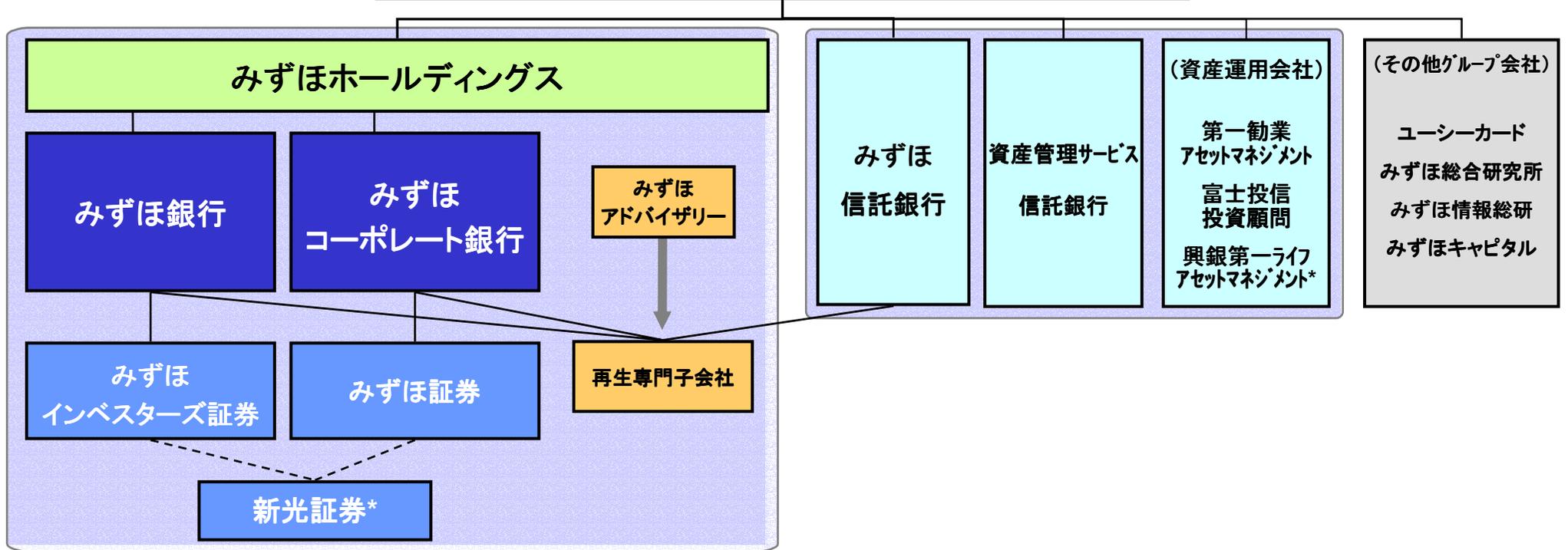
MIZUHO



2005年3月

みずほフィナンシャルグループ

みずほフィナンシャルグループ



* 持分法適用の関連会社

本資料における
計数の取扱い
について

3行+再生専門子会社: みずほ銀行(BK)、みずほコーポレート銀行(CB)、みずほ信託銀行に傘下の再生専門子会社を合算した値

2行+再生専門子会社: みずほ銀行、みずほコーポレート銀行に傘下の再生専門子会社を合算した値

2行合算: みずほ銀行、みずほコーポレート銀行の合算値

主要グループ会社の主要財務データ

(2004年9月末) (単位:兆円)	グループ連結	みずほ銀行	みずほコーポレート銀行	みずほ信託銀行
総資産	139.3	68.6	70.8	5.8
貸出金	64.2	35.0	26.0	3.2
預金+金融債	84.5	55.7	27.2	3.1
				(受託資産残高 41.4 ⁽¹⁾)
BIS自己資本	7.9	3.3 ⁽²⁾	4.4	0.5
リスクアセット	67.2	31.3 ⁽²⁾	33.2	4.0
BIS自己資本比率	11.86%	10.57% ⁽²⁾	13.48%	13.72%
(単位:億円)				
業務純益 (2005年3月期業績予想)		3,500	3,950	720
当期利益 (2005年3月期業績予想)	7,200 ⁽³⁾	900	5,600 ⁽³⁾	250
		みずほインベスターズ証券	みずほ証券	
(単位:兆円)		0.5	16.6	(1) 資産管理サービス信託銀行への再信託分を含む。
総資産		(預り資産残高 4.6)	(預り資産残高 14.2)	(2) 国内基準
(単位:億円)				(3) 2004年12月24日の法人税更生処分等取消請求訴訟に係る最高裁判所判決に伴う約2800億円の特別利益計上を含む。
経常利益 (2004年3月期実績)		120	402	
当期利益 (2004年3月期実績)		103	196	

みずほ銀行、みずほコーポレート銀行、みずほ信託銀行の業務純益及び当期利益(2005年3月期予想)は単体ベースの数字(再生専門子会社を含む)。それ以外は連結ベースの数字。

I. 経営戦略のフェーズ転換

II. フェーズ転換における重点戦略

III. 最後に

I. 経営戦略のフェーズ転換

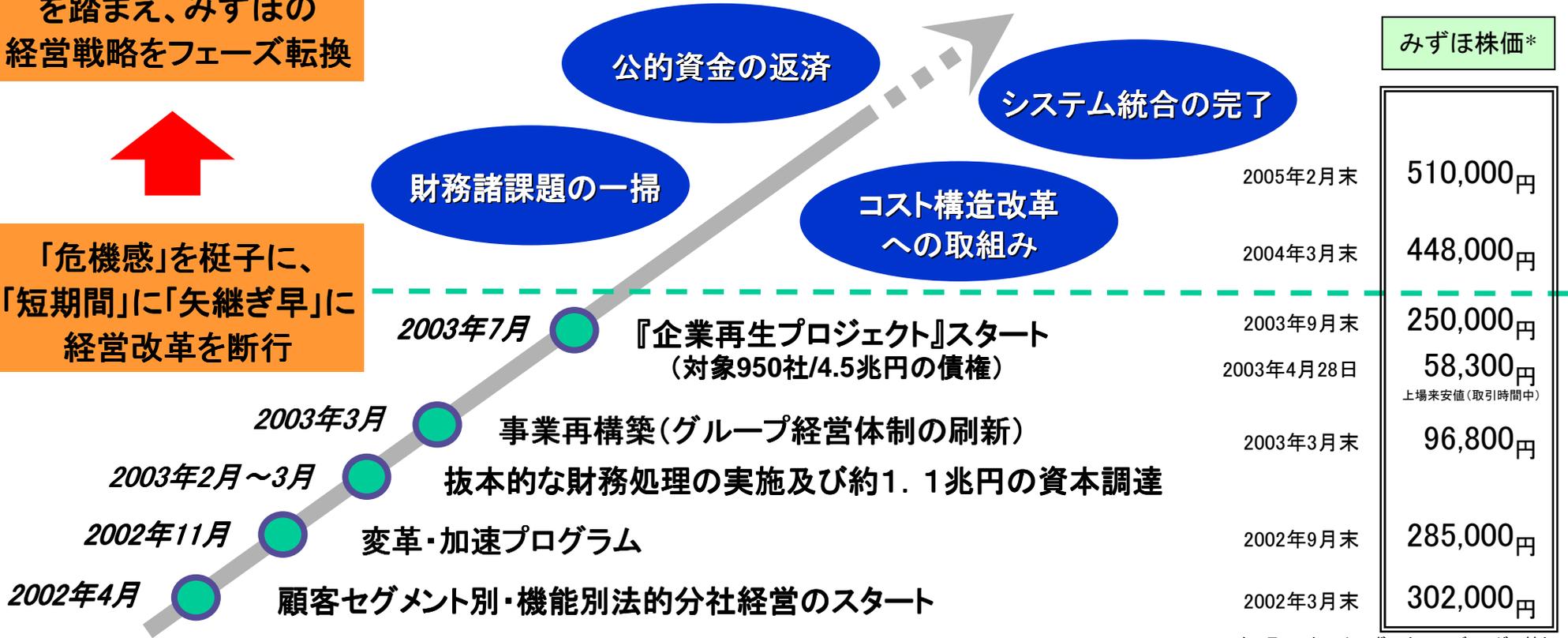
経営のフォーカスは「経営基盤の再構築」から「トップライン拡大」へ

「トップライン拡大に向けた具体策」

経営改革の着実な成果を踏まえ、みずほの経営戦略をフェーズ転換

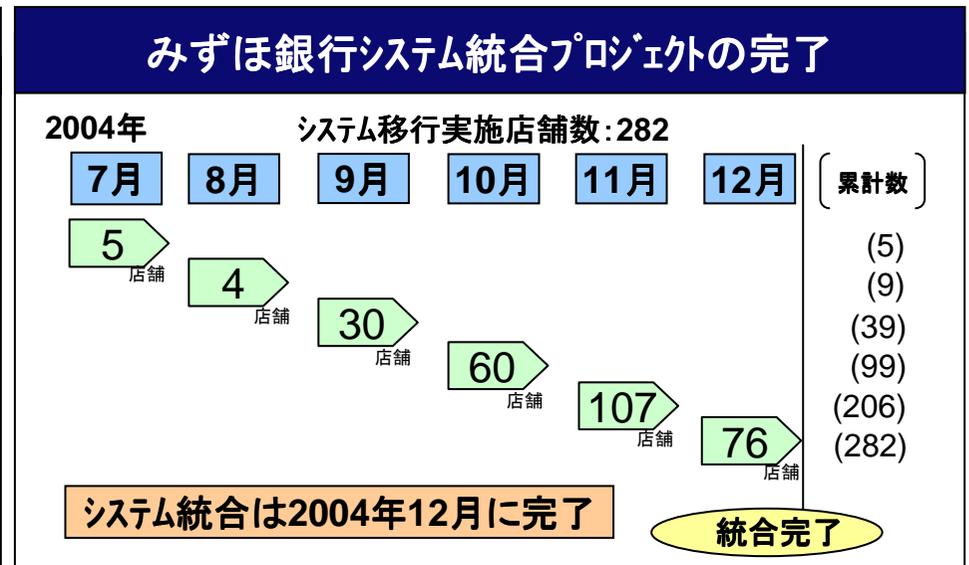
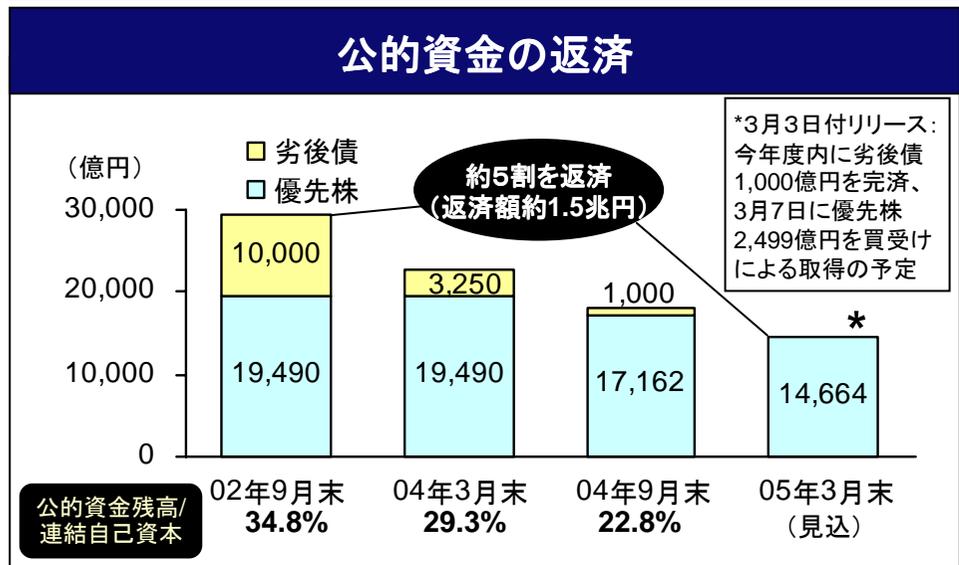
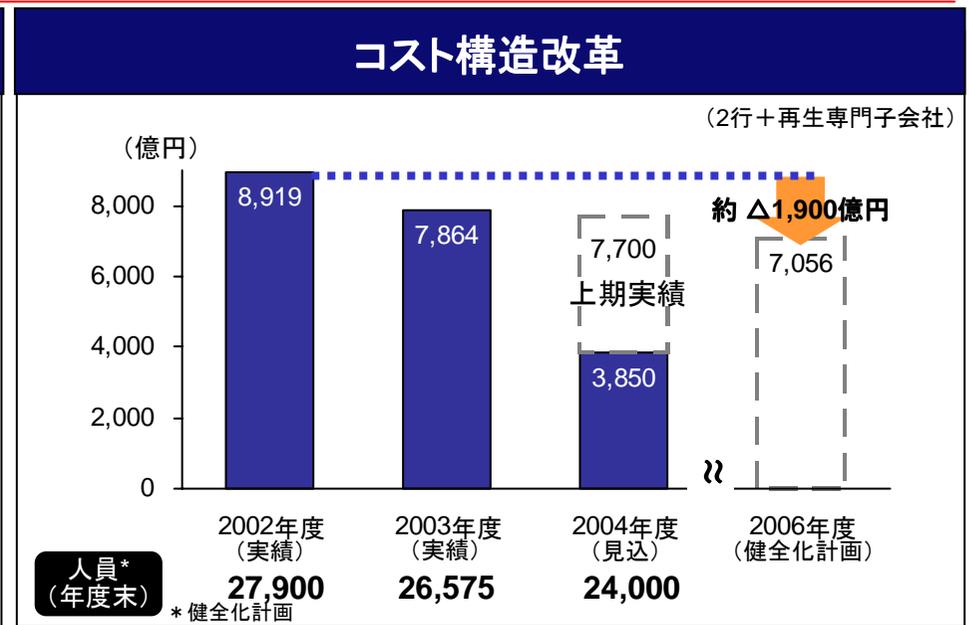
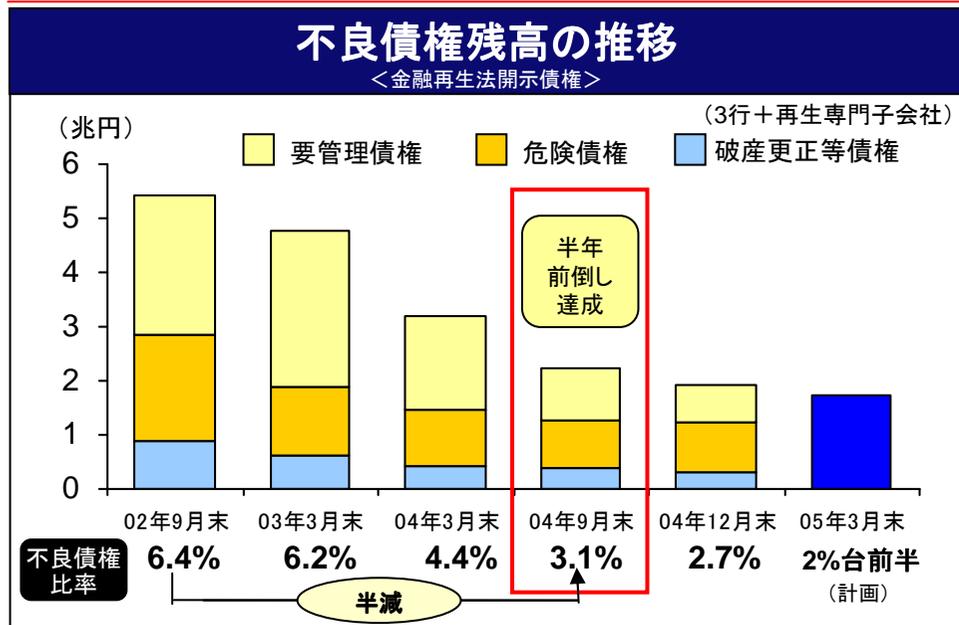


「危機感」を梃子に、「短期間」に「矢継ぎ早」に経営改革を断行



*2003年3月5日まではみずほホールディングス株価

4つの課題への取組み



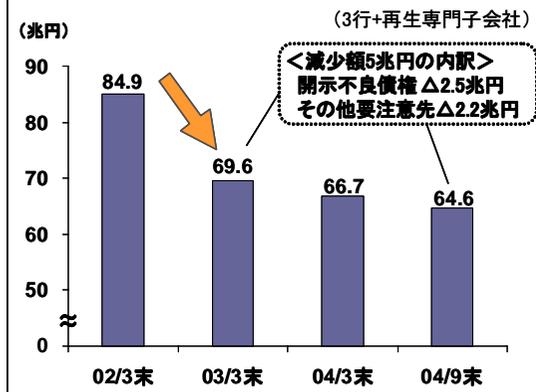
新たな課題と経営戦略のフェーズ転換

不良債権問題を中心とする財務諸課題の一掃 = 貸出業務における「質」の追求

アセットクオリティは急速に改善、安定的なボトムライン収益体質を構築

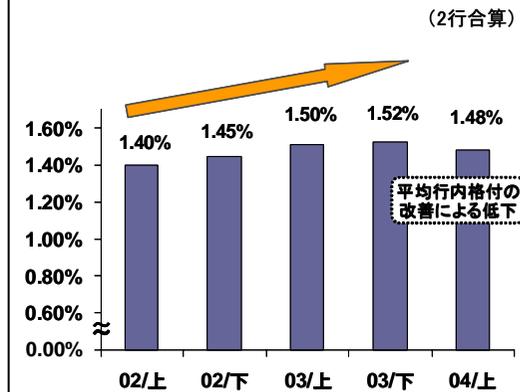
更なる経費削減に加え、良質貸出拡大による収益増強、非金利収入の継続拡大が課題

貸出金残高の推移



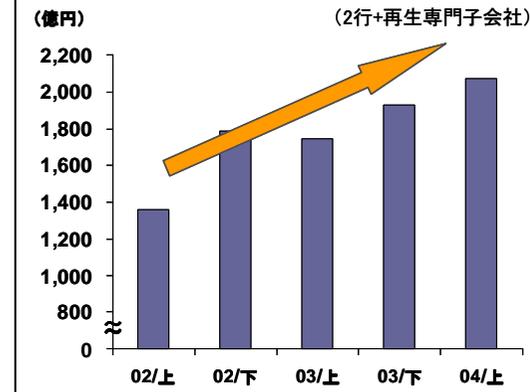
利鞘の状況

(国内預貸金利回差(除く預保等向け貸出))



非金利収入の増強

(国内対顧非金利収入(管理ベース))



経営戦略をフェーズ転換

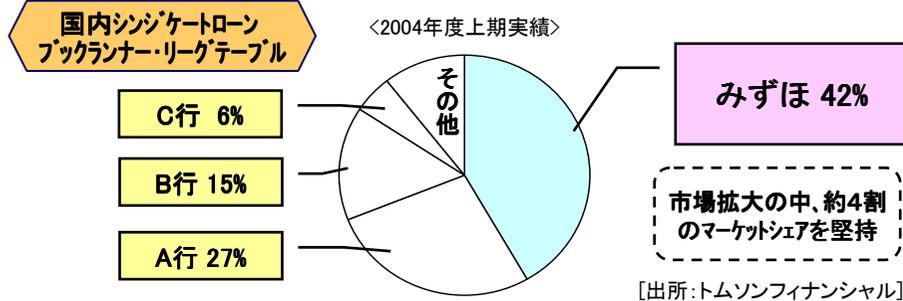
新しいフェーズにおける経営ビジョン

トップライン拡大へ ～ 対顧コア収益の増強 ～

ホールセールマーケット

■ 既に確立した強固な法人顧客基盤

- 上場企業の7割が取引先・うち4割がメイン先
- シンジケートローン・マーケットシェアNo. 1



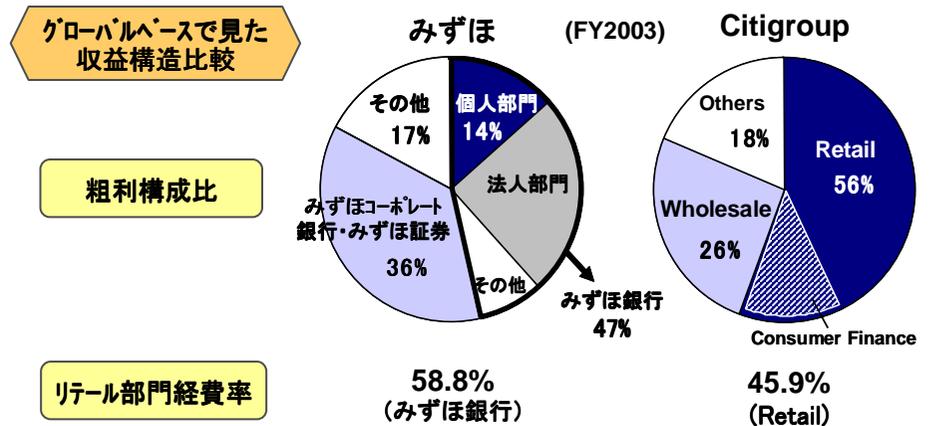
■ 顧客基盤の更なる活用による収益力強化

→ 証券・インベストメントバンキング業務への注力

リテールマーケット

■ 収益増強のビジネスモデル確立

- 各種提携による顧客囲い込み(個人)
- モデルリスク・スモールマーケットでのシェア拡大(法人)



業務革新による更なる経費削減へ

システム統合効果

■ みずほ銀行システム統合完了による統合効果の実現

業務の革新

■ システム統合完了後、業務革新の更なる推進により、サービスの強化と徹底的なコスト削減を目指す

II. フェーズ転換における重点戦略

個人部門

- ・ マス顧客取引の収益化
- ・ 個人ローンの増強
- ・ 住宅ローンビジネスの増強
- ・ コンサルティング営業の強化

中堅・中小企業部門

- ・ ミドルリスク層・スモール層向け貸出の強化

証券・IB業務

- ・ グループ内外での連携強化

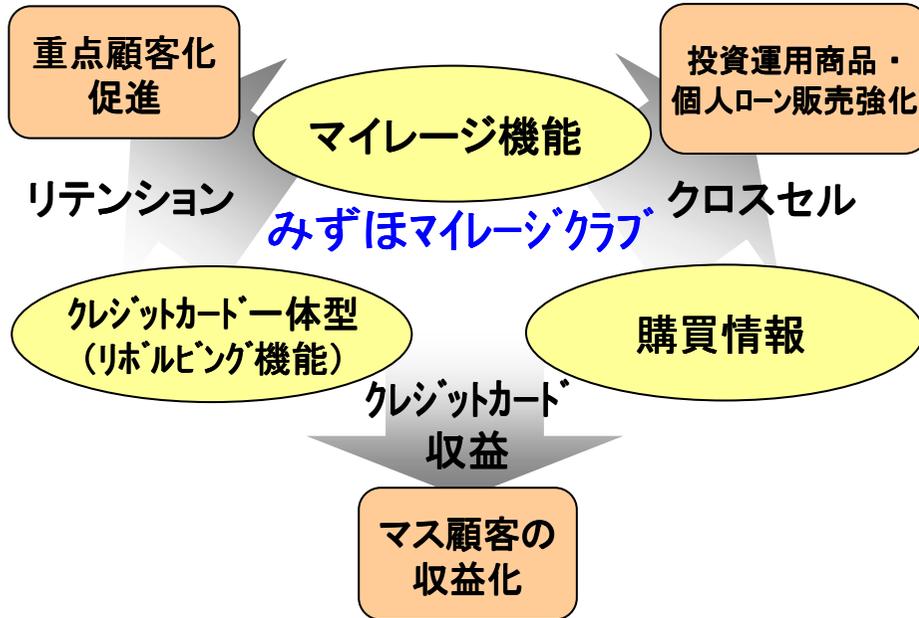
信託業務

- ・ 財管業務の強化

マス顧客取引の収益化(みずほマイレージクラブ)

年会費無料クレジットカード一体型キャッシュカードをプラットフォームにした会員制サービス開始

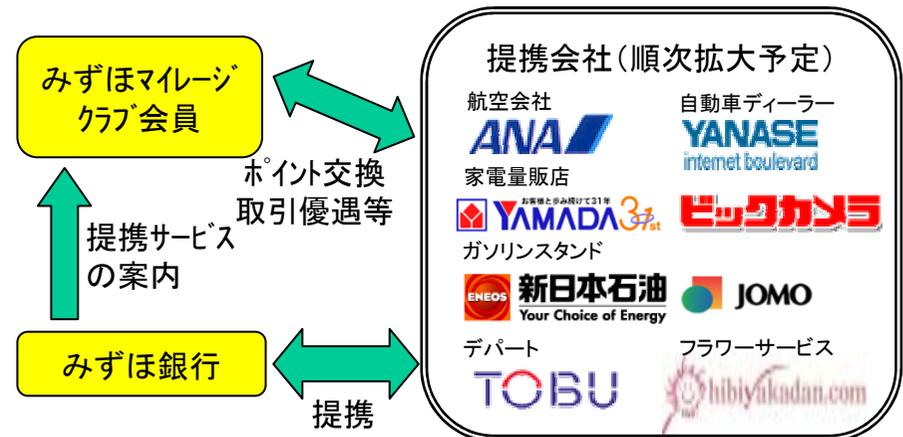
みずほマイレージクラブ



- 銀行取引・クレジットカード利用等でポイント付与し(累積型・時効無し)、蓄積されたポイントで預金・ローン金利等優遇
- 購買情報等の活用によるマーケティングの高度化
- クレジットカード収益をカード会社と折半

サービス・機能の拡充

- 新型リボルビング機能*の導入(2004年11月)
(* 毎月の支払上限額を顧客が自由に設定(自動リボルビング払いサービス))
- 会員専用インターネットサービス
アカウントアグリゲーション機能** (2004年11月)
(** 1つの画面で預金・投信・カード利用状況(含む他行・他社口座)を照会)
- 一般企業との提携サービスの導入(2005年2月)
会員増強及びクレジットカードの利用を促進



マス顧客取引の収益化(クレディセゾンとの業務提携)

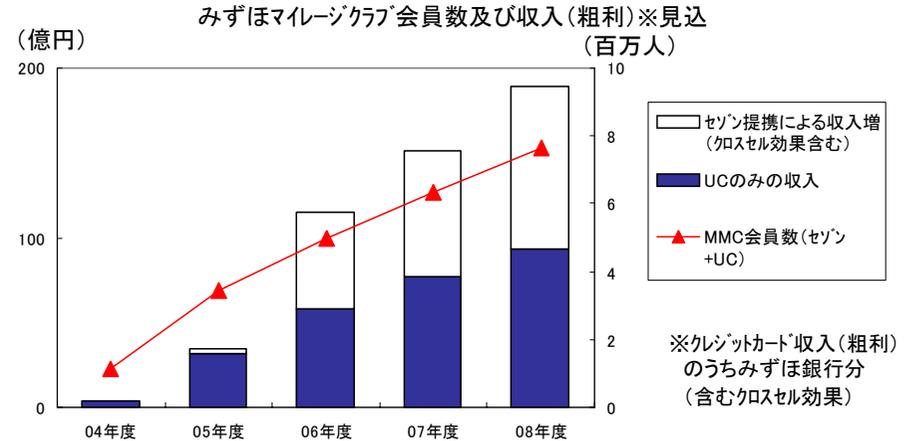
ブランド力の強化・市場の相互開放を通じ、
一層の事業拡大を展望

クレディセゾン(セゾン)顧客(1,600万人強)に対し、
みずほ商品の具体的な販売方法の検討開始
(相互にマーケットを開放)

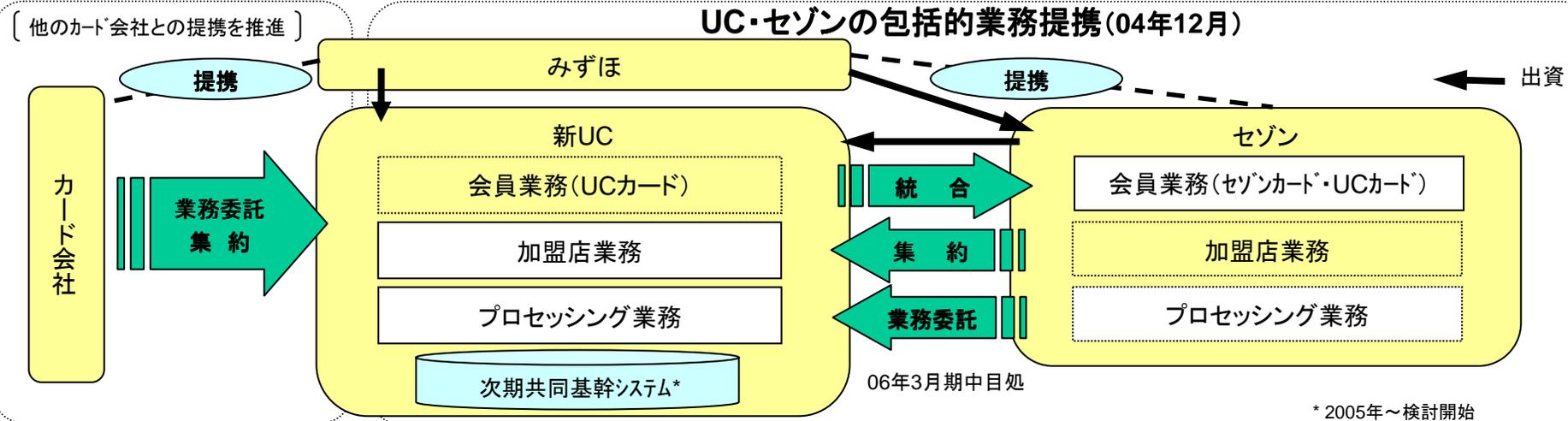
セゾン顧客 1,600万人 ↔ 顧客基盤を拡大 ↔ みずほ顧客 2,600万口座

みずほマイレージクラブカード《セゾン》／新しい連携商品・サービス

クレディセゾン提携後の
みずほマイレージクラブ会員数および収益見込み

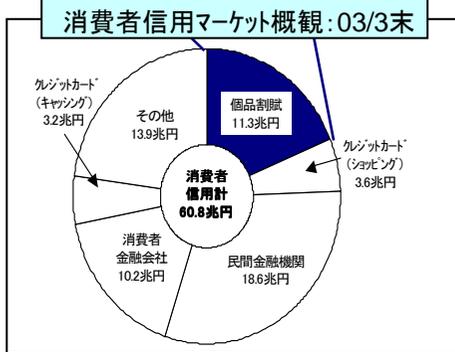
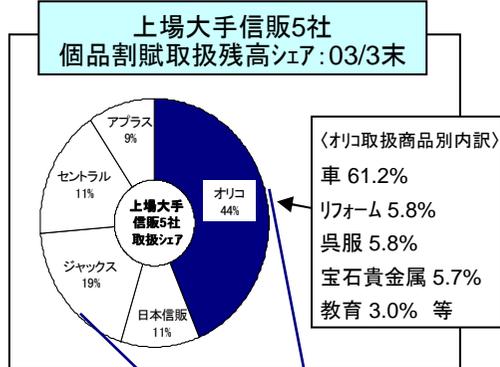


クレジットカード事業の統合・再編を目指した包括的業務提携

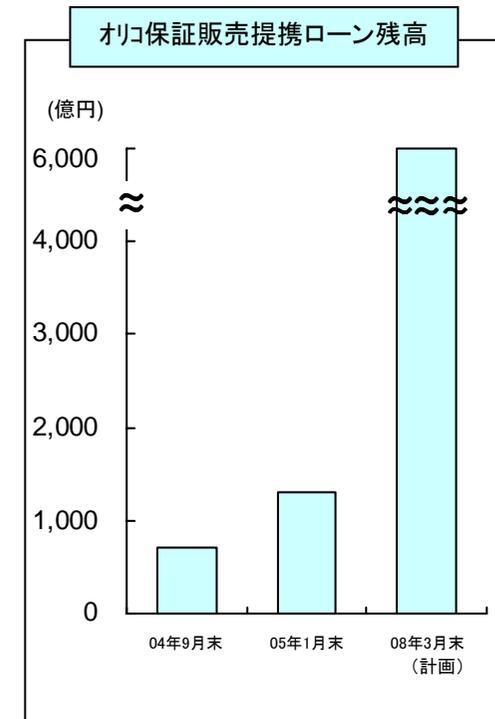
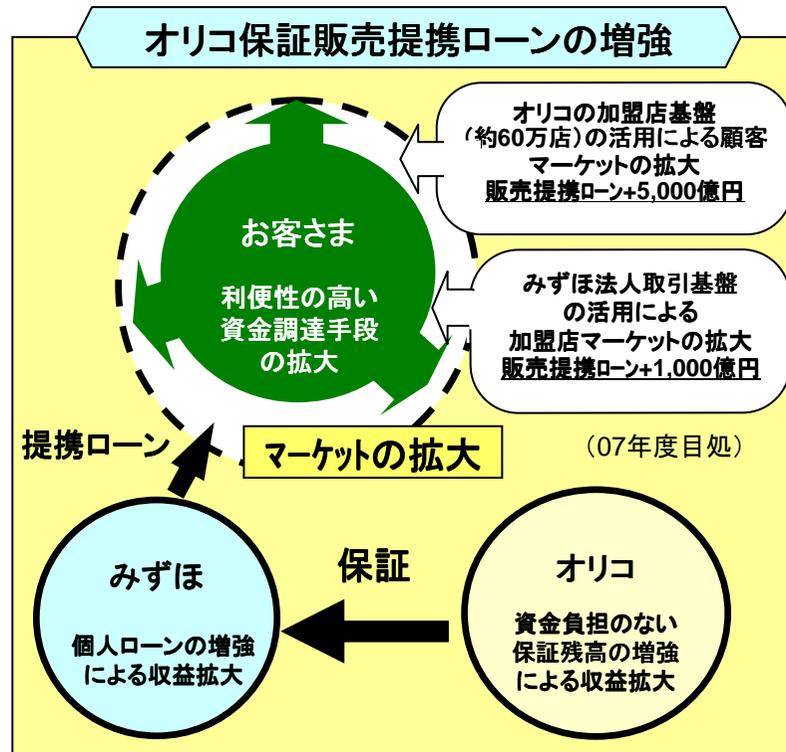


個人ローンの増強(オリエントコーポレーションとの業務提携)

オリエントコーポレーション(オリコ)の加盟店基盤活用による個人ローンの拡大



(出所:月刊消費者信用)



オリコの審査ノウハウ・回収能力・マーケティングノウハウの活用

個人向けローン新商品の発売
(みずほOricoカードローン(2005年度))

無担保ローン保証業務の
オリコへの移管

オリコ・伊藤忠商事の資本提携

伊藤忠商事によるオリコの普通株式21%(第三者割当243億円・発行済み株式約240億円)・優先株式(額面価額200億円)の取得

オリコの加盟店及び個人顧客への
商品・サービス拡充によるリテールビジネス強化

審査・販売体制の再構築・商品力強化により、住宅ローンを更に増強

マーケットに柔軟に対応する体制の構築

審査・販売体制の再構築

- ・申込案件80%の「即日回答」の実施
- ・スコアリングモデルを利用した定量評価
- ・住宅ローンセンター100ヶ店体制(05年度中)

マーケット競争力のある商品・サービスの投入

特別金利キャンペーン

- 住宅ローンマーケットにおける一定シェア維持の観点から、「期間限定」「総額限定」で実施
- 優遇期間はマーケットでカバーできる期間、超長期固定ニーズ に対しては住公買取型住宅ローンを利用

住公買取型住宅ローンの推進

住公の証券化支援事業を担う独立行政法人への移行
⇒ 公庫マーケットの一層の縮小

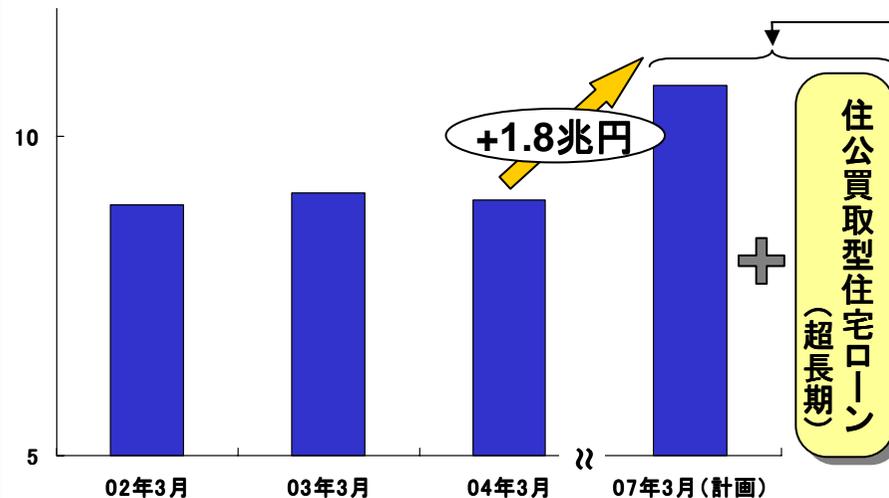
- 買取型への取組強化による同マーケットにおけるシェア奪取
- 証券化市場の育成とフィビジネスモデルの構築

- ・超長期(20年以上)固定金利で2%台の金利
- ・他行が自行ローンの販売に注力する中、買取型にも積極対応し、取扱実績は順調に拡大

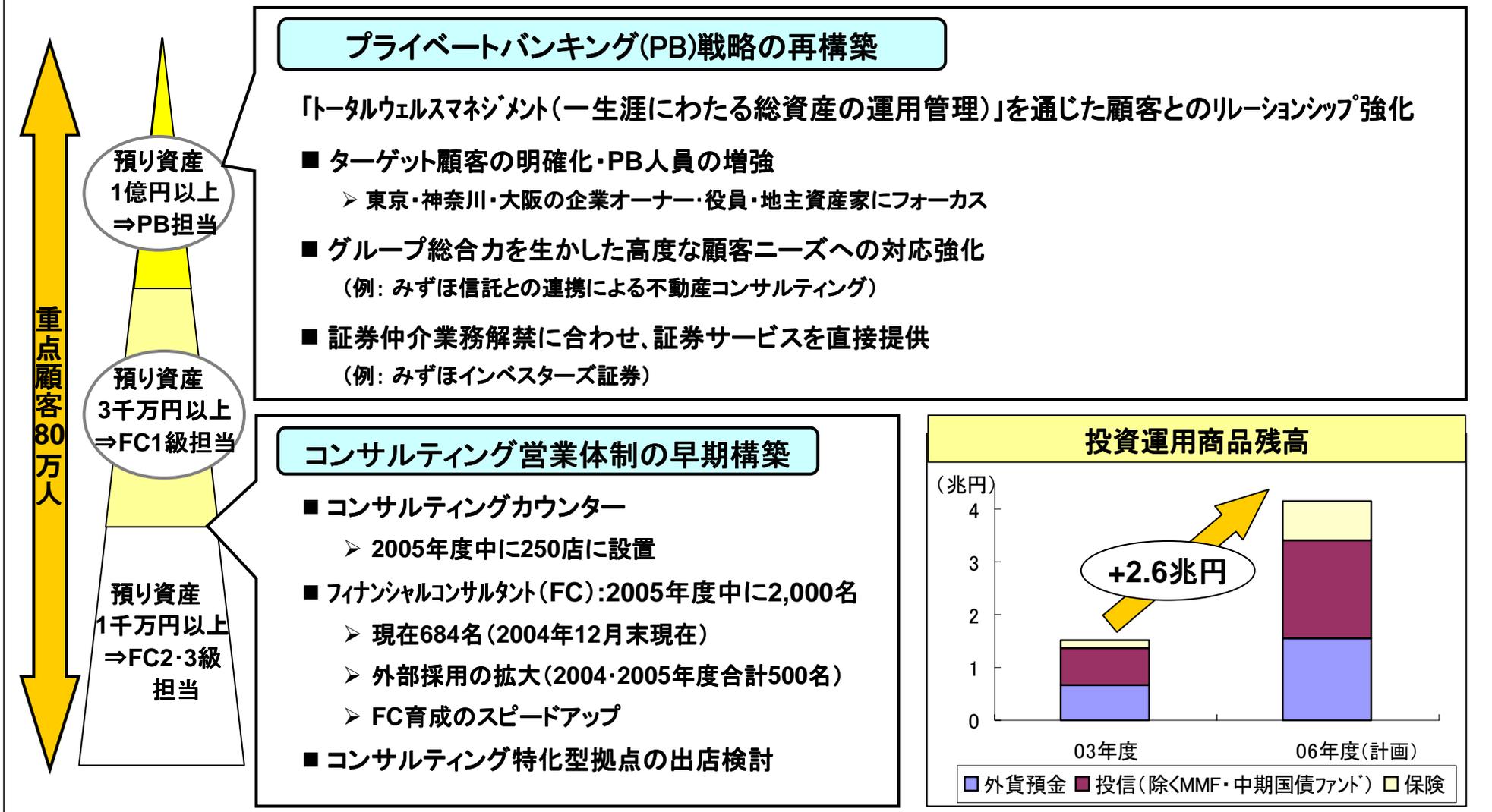
	04年度1Q	04年度2Q	04年度3Q	05年1~2月	2月末時点受付分
実行(予定)金額(億円)	11	23	109	118	579

(兆円)

居住用住宅ローン残高



重点顧客向けコンサルティング営業の強化による投資運用商品販売力の向上



ミドルリスク層・スモール層向け貸出の強化(1)

収益性が向上しているミドルリスク層と市場開拓余地の大きいスモール層にフォーカス

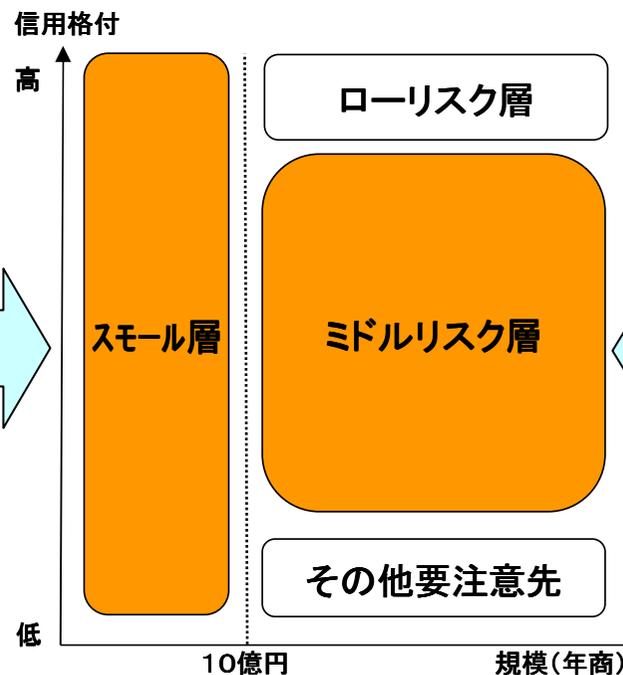
スモール層向けオペレーションの
ローコスト化から貸出増強体制の確立へ

スモール層マーケット

推定マーケット		未取引マーケット		当行 未取引先 比率
有利子負債		有利子負債		
千社	兆円	千社	兆円	
773	173	685	151	89%

市場開拓余地の大きい
ポテンシャルの高いマーケット

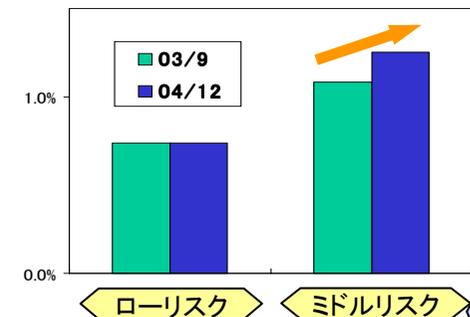
中堅中小企業部門における顧客セグメント



ローリスク層から収益性の高い
ミドルリスク層への重点施策を展開

ミドルリスク層マーケット

リスク調整後収益率



信用リスクの低下により
収益性が向上しているマーケット

ソリューションビジネスの更なる推進(貸出増強のツールとしても活用)

ミドルリスク層・スモール層向け貸出の強化(2)

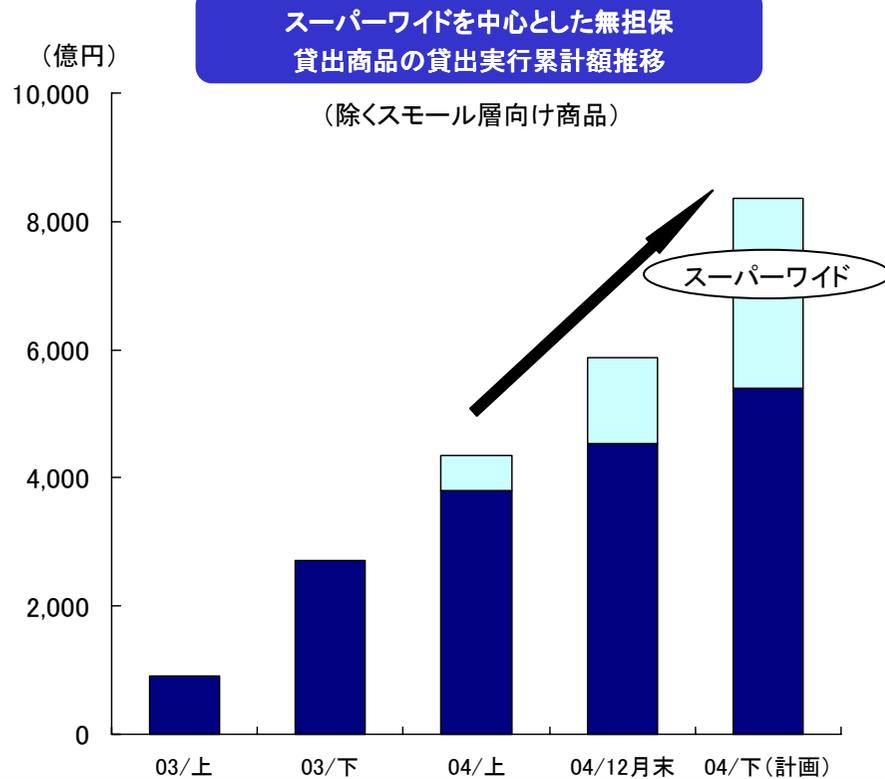
ミドルリスク層への取組み

取引方針制度の導入と
個別取引先における貸出シェアのアップ

審査のスピードアップと
業種別審査体制の強化

貸出新商品の導入(スーパーワイド)

新規取引の飛躍的拡大



スモール層への取組み

ローコストなマスセールス体制の確立

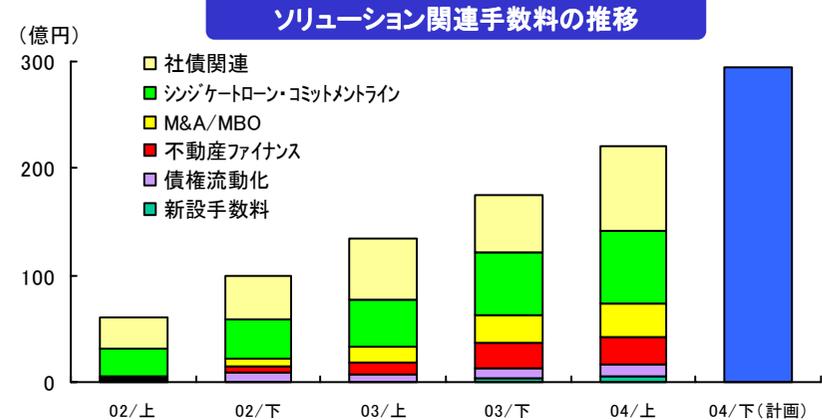
ビジネス金融センターの拠点・人員計画

	2004年3月	2004年12月	2006年3月
拠点数	11拠点	19拠点	100拠点
支所	11拠点	19拠点	40拠点
営業所	—	—	11拠点
駐在RM	—	—	49拠点
人員	150名	260名	600名

当行OB等:170名
信金OB等:290名
パート等:140名

ソリューションビジネスの推進

本部ソリューション支援チーム300名体制



エクイティ関連業務の強化を展望

(債券)国内普通社債総合リーグテーブル (2004年4月～12月)			
		引受額(億円)	シェア(%)
1	野村証券	12,131	19.0
2	みずほ証券	12,002	18.8
3	大和証券SMBC	11,290	17.6
4	日興シティグループ証券	8,641	13.5
5	三菱証券	5,201	8.1

(銀行債・自己募集・個人債を除く、条件決定日ベース)

(投資銀行)M&Aアドバイザーランキング (2004年1月～12月)			
		案件数	金額(百万米ドル)
1	みずほフィナンシャルグループ*	108	9,166
2	野村	104	25,031
3	大和証券SMBC	80	18,035
4	三菱東京フィナンシャルグループ	61	6,424
5	日興コトリアル証券	55	505

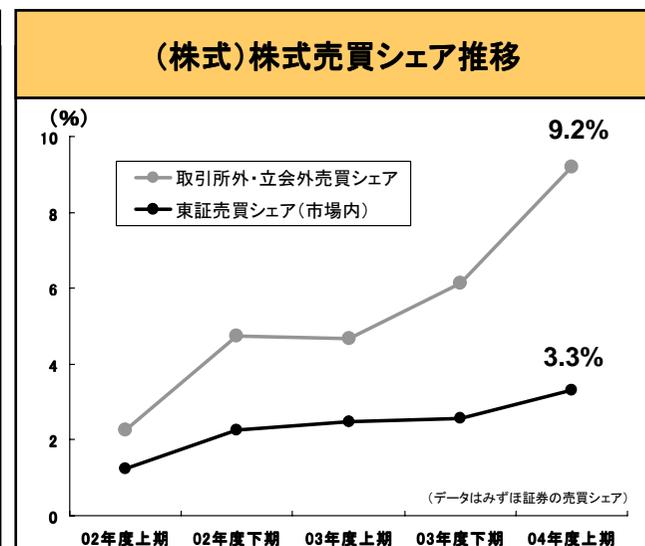
(*みずほ証券・みずほコーポレート銀行・みずほ銀行・みずほ信託・みずほ信託証券・みずほ信託アドバイザー)
(完了案件、対象企業＝日本、買収企業＝国籍不問)

(投資銀行)総合ABSブックランナーリーグテーブル (2004年4月～12月)			
		引受額(億円)	シェア(%)
1	新生銀行	3,123	24.6
2	みずほ証券	2,749	21.6
3	メリルリンチ	1,943	15.3
4	野村証券	1,890	14.9
5	リーマンブラザーズ	968	7.6

(国内公募債＋国内私募債＋ユーロ債)

(株式)国内エクイティ合算リーグテーブル (IPO/PO/CB/REIT合算、2004年4月～12月)			
		引受額(億円)	シェア(%)
1	野村証券	6,778	23.2
2	大和証券SMBC	5,787	19.8
3	日興シティグループ証券	5,063	17.3
4	三菱証券	1,805	6.1
5	みずほ証券	1,615	5.5
6	新光証券	1,401	4.8

(株式)IPOリーグテーブル (2004年4月～12月)			
		引受額(億円)	シェア(%)
1	野村証券	2,528	26.0
2	日興シティグループ証券	1,537	15.8
3	大和証券SMBC	1,338	13.8
4	新光証券	591	6.1
5	みずほ証券	508	5.2



(出所)アイ・エヌ情報センター、トムソンディールウォッチ等

グループ内外での連携強化

ホールセール証券(みずほ証券)

グループ内連携の強化

- みずほコーポレート銀行との連携強化
- 新光証券との株式引受業務を中心とした共同営業推進

他社とのアライアンスの活用

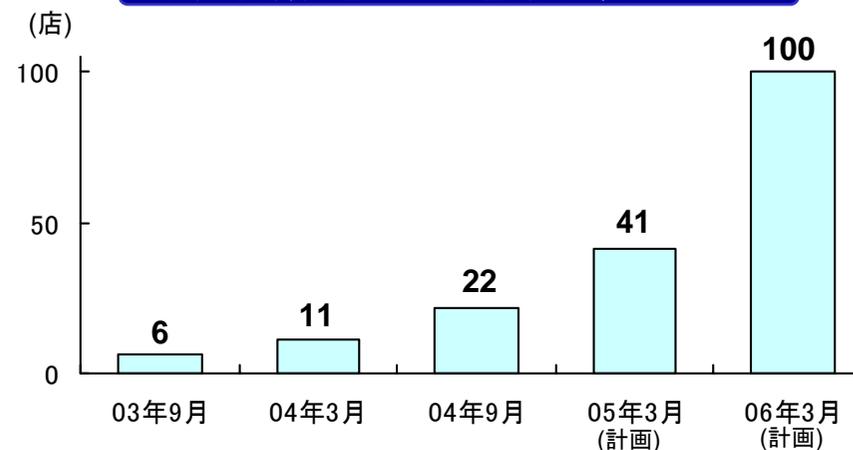
- 日興コーディアルグループ・日興コーディアル証券との業務提携(2005年1月)
 - エクイティ引受業務分野での協働営業活動の推進
- 農林中央金庫グループとの連携強化
 - 農中証券からの営業譲受と系統営業部の発足(2004年3月)
 - 農林中金から749億円(出資比率18.48%)の資本参加(2004年9月)
- マネックス・ビーンズ・グループとの業務提携(2004年8月)
 - ネット取引を行う個人向け販売チャネルの整備
 - IPO案件中心に販売委託
- ホールセールビジネスとしての証券仲介業務への取組み
 - 地銀等との提携による販売チャネルの拡充
 - ＜例＞ 広島銀行・中国銀行

リテール証券(みずほインベスターズ証券)

グループシナジーの追求

- みずほ銀行との連携強化
 - 共同店舗化の加速
 - － 銀行ビル内における証券相談ブース(プラネットブース)の出店ペースを加速し、2005年度中に100ヶ店達成
 - 銀行紹介によるIPO主幹事参入件数の増加
 - みずほ銀行の富裕層顧客向け証券仲介業務
 - マイレージクラブ会員向け手数料優遇実施
 - 人材交流の実施

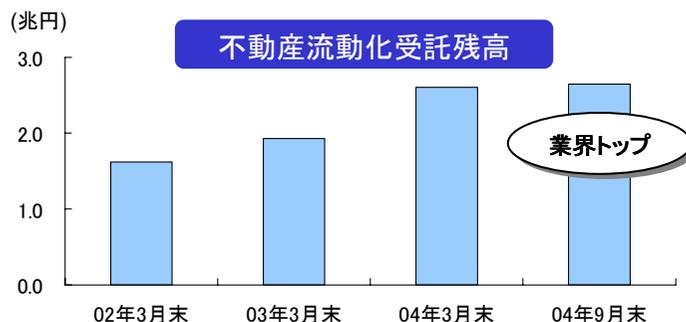
みずほ銀行との共同店舗(プラネットブース)



成長分野への積極的取組み

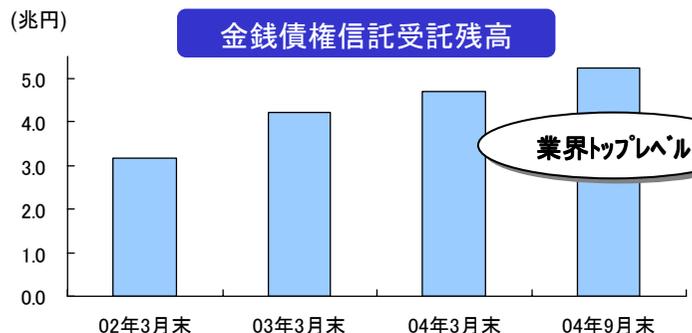
不動産業務

人員増強・関連不動産会社との連携による営業体制強化



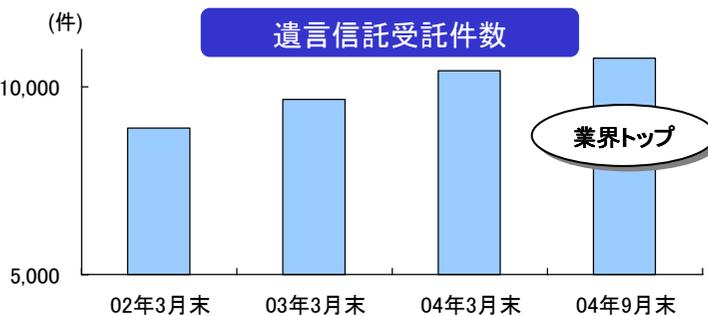
資産金融業務

プロダクト開発・新規業務展開の強化



相続・遺言業務

資産運用から遺産整理迄一貫したサービスの強化

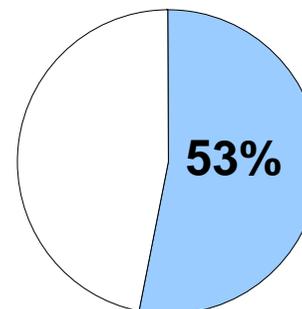


グループシナジーの追求

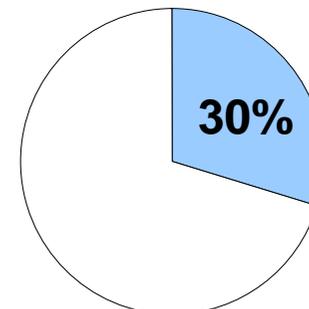
- 信託代理店制度の活用・共同店舗の展開
- 人材交流等、シナジー効果をも高める施策の推進

2004年度上期の連携実績

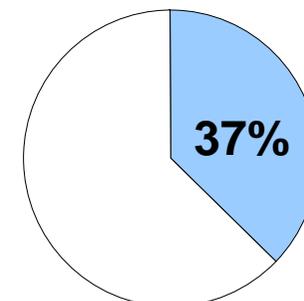
不動産部門粗利益 (除・住宅販売)



金銭債権信託受託額



遺言信託受託件数



※ 比率表示をした部分がみずほ銀行・みずほコーポレート銀行からの紹介案件

III. 最後に

みずほは現状、既に十分な事業基盤と金融サービス提供機能を保有

国内最大級の顧客基盤(十分に活かすことが課題)

証券・信託・カード等、グループ内にあらゆる金融サービスの提供機能

収益力強化のスピードを競うステージへ
～新たな競争に向けた「危機意識」を梃子に～

トップライン拡大の具体策をスピーディーかつ着実に実行

金利の本格反転に備え戦略分野(リテール等)でのビジネスモデル確立

顧客基盤を最大限活用したグループ内シナジーの徹底追求

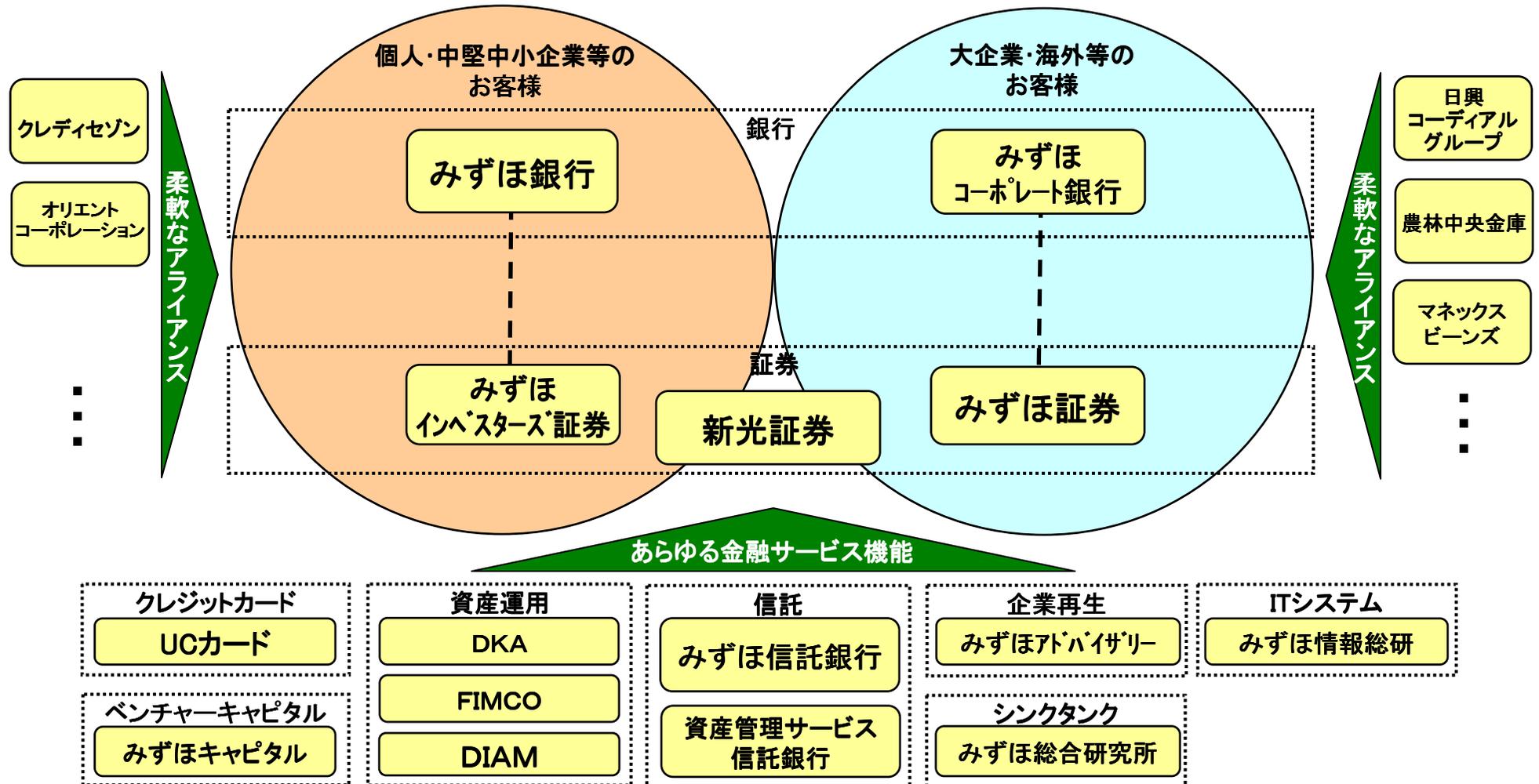
信販・カード・証券等、他業態との「アライアンス」を柔軟に組成・活用

更なる合理化による統合効果の拡大実現

グループシナジーの追求と柔軟なアライアンス

国内最大級の顧客基盤・あらゆる金融サービスの提供機能を活用したグループシナジーの追求

他業態との柔軟かつスピーディーなアライアンス戦略



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。