

静岡銀行グループ第10次中期経営計画  
「Dream TEN ～新たなる挑戦」

(平成20～22年度)

2008年4月8日

頭取 中西 勝則

Dream with you.



静岡銀行

## 第10次中期経営計画

● 第9次中期経営計画の総括と新中期経営計画の位置付け	1
● 目指すべきグループ像(ビジョン)	2
● 基本戦略	
基本戦略の全体像	3
企業価値向上への好循環の実現	4
● 基本戦略1 地域とともに持続的成長を実現するための 揺るぎない営業基盤の確立	
地域シェアの拡大とプレゼンスの向上	
・法人戦略①	5
・法人戦略②	6
・個人戦略①	7
・個人戦略②	8
利便性の高い営業チャネルの構築	
・マルチチャネル化・店舗チャネル	9
・ダイレクトチャネル	10
・店頭体制	11
● 基本戦略2 生産性の高いグループ経営の実現	
営業店の生産性向上	
・新営業店システム・新融資支援システム	12
・最適な人材ポートフォリオの構築	13
● 基本戦略3 「しずぎんブランド」の確立	
企業の社会的責任(CSR)の推進	14
地域からの評価・信頼度および顧客満足度(CS)の向上	15
従業員満足度(ES)の向上	16
株主・市場からの評価の向上(資本政策)	17

● 計数計画	
連結収益計画	18
銀行単体収益計画	19
貸出金	20
預金	21
預り資産	22
手数料収益	23
有価証券	24
経費	25
グループ会社	26
経営目標	27
● 第10次中期経営計画の名称	28

## 参考資料(営業基盤としての静岡県)

● 経済規模	29
● 静岡県経済の位置づけ	30
● 静岡県の産業	31
● 人口動態	32
● 経済動向	33
● 主要プロジェクト	34



# 第9次中期経営計画の総括と新中期経営計画の位置付け

## 第9次中期経営計画「創造と変革への挑戦」(平成17~19年度)

### 収益モデルの構築

- 法人向け貸出・中小企業向け融資の増加(+約3,600億円)
- 個人向け貸出・住関連ローンを中心とした個人向け貸出の増加(+約3,700億円)  
(ポスト住宅ローン) 新商品「ネクストワン」「アップグレード」の発売  
クレジットカード「joyca」の本体発行、静銀セゾンカード(株)の設立
- 預り資産販売・地銀トップの個人年金保険販売(個人年金残高+約3,700億円)  
静銀ティーエム証券(株)と連携した投信販売(同社投信残高+約1,600億円)
- 地域密着型金融・次世代経営者塾“Shizuginship”の設立(20年3月末会員数 725社 1,111名)  
「静岡中小企業支援ファンド」等を活用した事業再生支援の実施  
観光地における「点」の再生から「面」の再生に向けた地域再生の取組み

### 経営インフラの構築

- コーポレートガバナンス・内部統制システムの強化(会社法・金融商品取引法への対応)
- リスク管理態勢の高度化(バーゼルⅡへの対応)
- IT基盤の整備(新営業店システムの導入)

中計と毎期の業務計画をリンクさせ、PDCAサイクルに基づく推進により大きな成果  
平成19年12月にはS&Pから単独で邦銀最高の長期格付「AA-」を取得

## 第10次中期経営計画「Dream TEN ~新たなる挑戦」(平成20~22年度)

これまでに構築した収益モデルや、構築しつつある経営インフラを最大限に活用し、  
次のステージを目指す



# 目指すべきグループ像(ビジョン)

基本理念「地域とともに夢と豊かさを広げます。」

## 目指すべきグループ像(ビジョン)

「地域の皆さまの夢を育み、ともに成長する総合金融グループ  
～ Dream with you あなたとしずぎん」

「地域」とは...当行グループの営業エリアのすべての地域を指す

「総合金融グループ」とは...当行グループにおける金融サービスの総合力を  
最大限に発揮していく中計であることを表す

「Dream with you」とは...当行CMのキャッチコピーで使用

## ビジョンの実現に向けた行動宣言

- 信頼され愛される「しずぎんグループ」を目指します。
- 商品・サービスを通じて最高の満足を提供します。
- 質の高い経営と収益拡大により企業価値の向上を図ります。
- 誇りある企業文化・風土を醸成します。

「信頼され愛される」とは...ブランドとしての水準を「信頼」から「愛着」へ一層進化させたいという意図を表す



# 基本戦略の全体像

- 「地域とともに持続的成長を実現するための揺るぎない営業基盤の確立」という成長戦略を、「生産性の高いグループ経営の実現（経営インフラ）」と「『しずぎんブランド』の確立（無形のインフラ）」により実現

## 基本戦略1

地域とともに持続的成長を実現するための揺るぎない営業基盤の確立

～地域とのリレーションを深め、共生による持続的成長を実現するための揺るぎない営業基盤を確立する

## 基本戦略2

生産性の高いグループ経営の実現

～生産性を高め、その成果が当行グループと関係者すべての成長および満足度向上に結び付く好循環を実現する経営インフラを確立する

## 基本戦略3

「しずぎんブランド」の確立

～本物の満足の提供と“ステークホルダー間のシナジー効果”の実現を目指し、「しずぎんブランド」の確立を図る

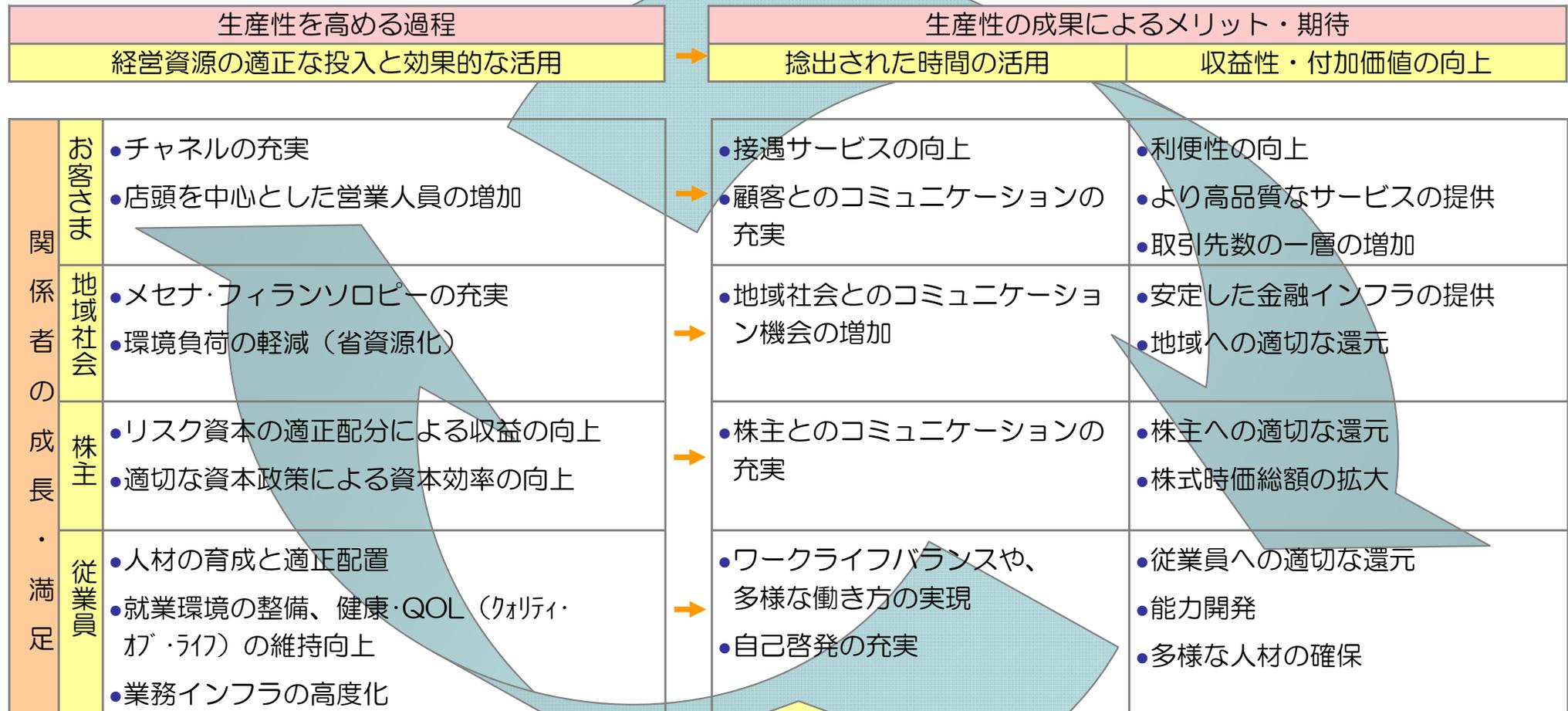
地域密着型金融機能の一層の強化と実践

ビジョン「地域の皆さまの夢を育み、ともに成長する総合金融グループ」の実現



# 企業価値向上への好循環の実現

- 三位一体の基本戦略の推進により、持続的な成長モデルを創造
- 「生産性」をキーワードとして、企業価値向上への好循環を実現



すべての関係者が満足する「しずぎんブランドの確立」による企業価値の向上

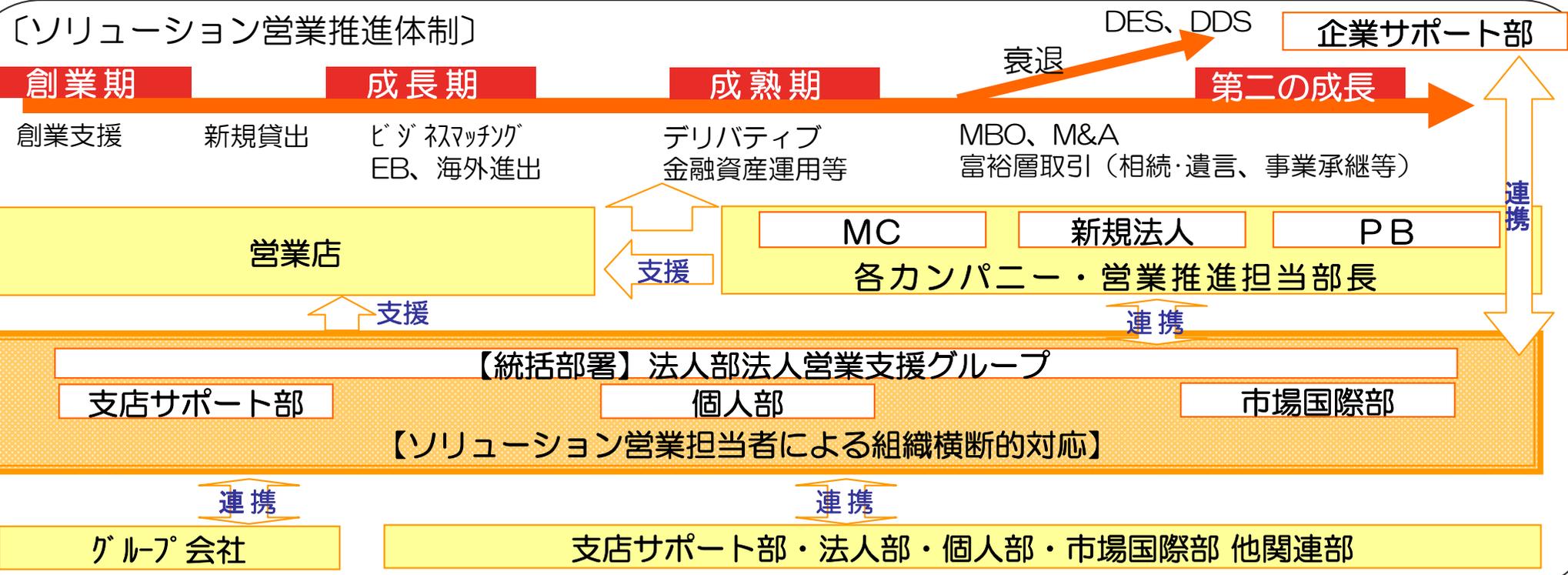


# 地域シェアの拡大とプレゼンスの向上 ~法人戦略①

## ソリューション営業の高度化による渉外営業力の強化

- ソリューション営業の高度化により取引先とのリレーションを強化し、総合取引を推進

営業店	本部等
<ul style="list-style-type: none"> <li>●本部・カンパニーの支援や、情報・ツール等を活用して、ソリューション営業を実践</li> <li>●地公体へのアプローチによるビジネスチャンスの発掘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ソリューション営業統括部署として、平成20年4月「法人部 法人営業支援グループ」を設置</li> <li>●本部関連部のソリューション営業担当者が、カンパニーやグループ会社等と連携して、組織横断的に営業店のソリューション営業を支援</li> </ul>



## 地域密着型金融への取組み

- 地域密着型金融への取組みにより、地域における揺るぎない営業基盤を確立
  - ・ビジネスマッチングへの積極的な取組み  
(中計3年間で3,000件を目標)
  - ・次世代経営者塾“Shizuginship”を通じた取引先との持続的なリレーションの構築
  - ・ライフサイクルに応じた取引先企業支援の強化
    - 「創業・新事業支援」
    - 「経営課題解決への取組み」
    - 「経営改善への取組み」
    - 「事業再生および円滑な事業清算支援」
    - 「事業承継支援」
  - ・地域経済の活性化につながる「面」の再生への取組み強化



▲スーパーマーケット・トレードショー



▲しずぎん@gricom

## 外為営業の強化

- 外為店・準外為店等の店舗体制や本部組織、人員配置等の見直し・再構築
- 取引先の属性に応じたセグメント別の外為営業戦略を展開
- 外為営業スキル向上に向けた人材教育を強化

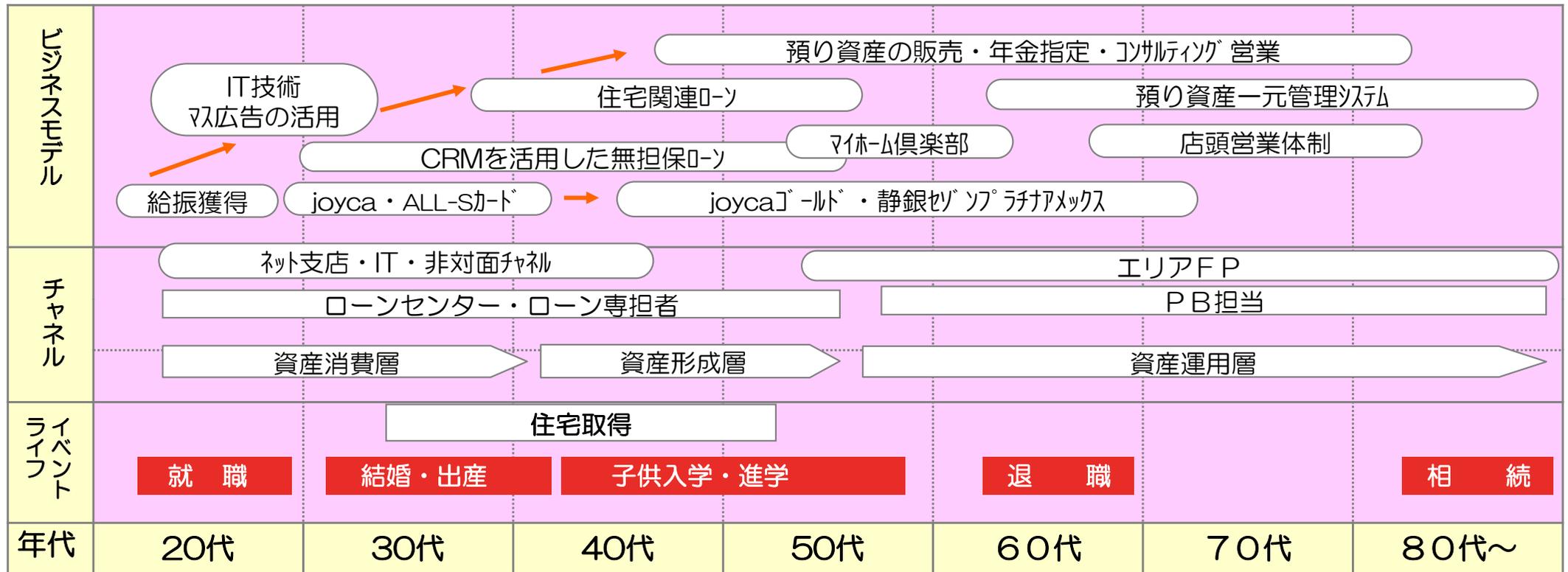
# 基本戦略1 地域とともに持続的成長を実現するための揺るぎない営業基盤の確立 地域シェアの拡大とプレゼンスの向上 ～個人戦略①

- 個人マーケットの拡大に対応し、地域を重視した営業推進によりシェアを拡大
- ITやCRM技術の活用、広告宣伝などの経営資源の投入により、担当者の生産性を向上
- ローン新商品の投入、ローンセンターの新設等によるローン増強



【オリジナルキャラクターを「星犬」へ変更】

## <個人部門戦略概念図>

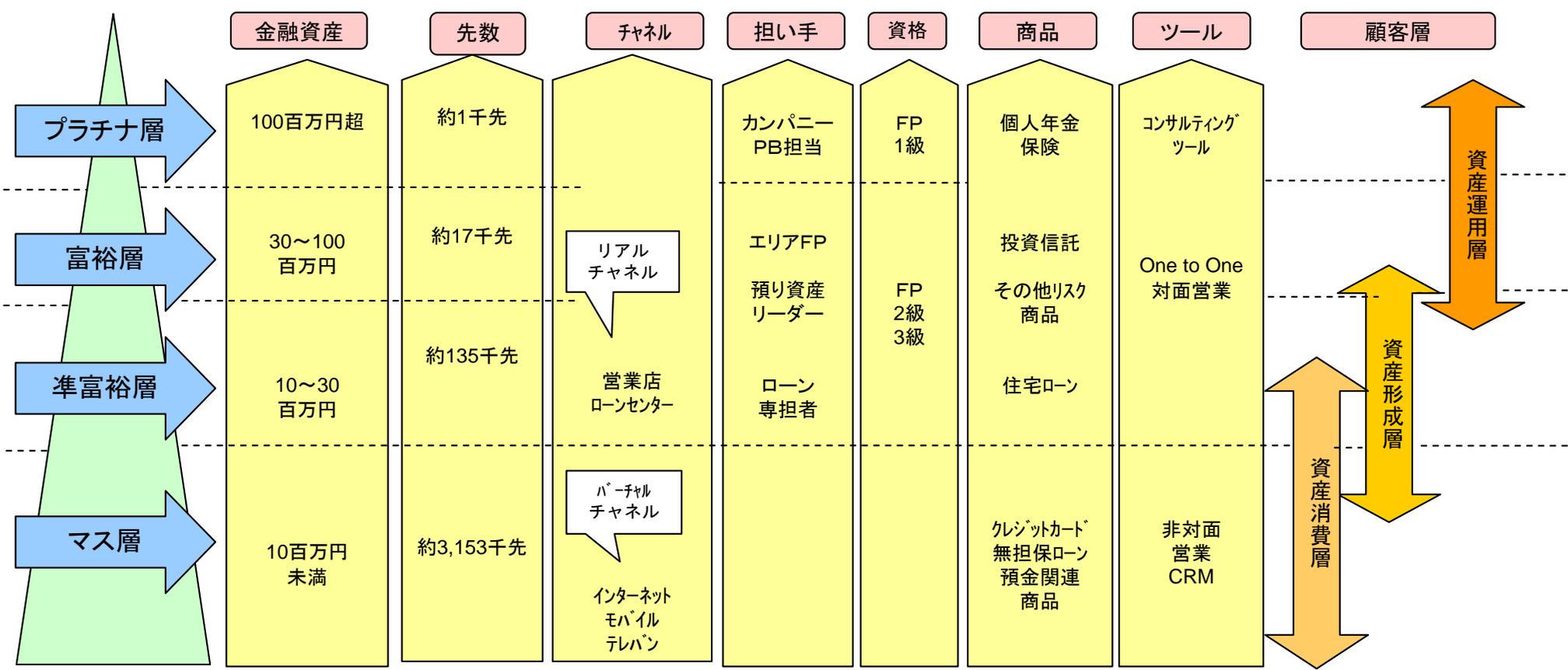




# 地域シェアの拡大とプレゼンスの向上 ~個人戦略②

- 富裕層・準富裕層取引への顧客セグメント別担当者制によるトータルコンサルティング・サービスの提供
- 中小企業オーナー経営者に対する事業承継等のソリューション営業を強化

〔顧客セグメント別戦略〕





# 基本戦略1 地域とともに持続的成長を実現するための揺るぎない営業基盤の確立

## 利便性の高い営業チャネルの構築 ~マルチチャネル化・店舗チャネル

### 最適なマルチチャネル化の実現

- 店舗やダイレクトチャネル等の最適な組合せによるマルチチャネル化を実現
- 広告宣伝や商品・サービスを通じたチャネルのサポート強化、行員の対面対応力強化により相乗的に営業チャネルを高度化

### 店舗チャネル

- エリアマーケティング分析等に基づき、ミニ店舗の展開やフルバンク店の新規出店を進めるとともに、既存店舗の移転新築・リニューアルにより店舗チャネルを再構築
- 少人数で運営する個人特化の「ミニ店舗」を展開  
(22年度までに新規出店5店舗、既存店舗のリニューアル6店舗、計11店舗を展開予定)
- 新しい店頭営業体制に合わせ、店舗新築・改装によりフロント特化型店舗を展開  
(営業店レイアウトを見直し、ロビーを広く確保した店舗を展開)

### 23年3月末国内店の計画

国内店合計		
店舗	158	△4
ミニ店舗	11	+11
ローンセンター	18	+2
ビジネスステーション	7	±0
計(23年3月末)	194	+9

拠点数+9増加

※仮想店舗を除く



**ATM・ダイレクトチャネル**

- 提携を主体とするキャッシュポイントを整備し、他チャネルとの連携を踏まえたATMチャネルを構築
- 顧客利便性の高いダイレクトチャネルを活用し、利用ニーズのある顧客を積極的に開拓

CD・ATM	県内信用金庫、セブン銀行などとの無料化提携による適切なネットワークの構築
インターネット支店	戦略的商品の展開により広範囲からの取引を獲得 
クレジットカード	「joyca」「ALL-S」「LuLuCa」の増強 

**ビジネスステーション**

- 小口貸出先向けビジネスモデルの定着化を進め、貸出先数の維持・拡大により営業基盤を拡充





# 利便性の高い営業チャネルの構築 ~店頭体制

## フロント業務担当者の配置による店頭営業力の強化

- 新たに「フロア担当」「相談担当（ローカウンター営業）」を配置し、店頭営業力強化およびCS向上に向けた店頭体制を構築

営業店	本部等
<ul style="list-style-type: none"> <li>●人員をフロント（渉外・店頭・叱）・ミドルへ再配置し、フロント業務に特化した店舗を実現</li> <li>●「フロア担当」「相談担当」はCRMシステム等を活用し、店頭営業を強化</li> <li>●お客さまの待ち時間短縮等によるCSの向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●業務インフラの活用により、営業店バック業務を極小化</li> </ul>





# 営業店の生産性向上 ~新営業店システム・新融資支援システム

- 新営業店システムが全店稼動、フロント業務特化の実現を目指す
- 新融資支援システム（S-navi）の導入により、融資業務の一貫処理体制を実現

## 〔新営業店システム〕 フロント業務特化の実現

業務プロセスの  
改革

業務運営体制の  
標準化



▲新営業店システム

## 〔新融資支援システム(S-navi)〕 融資業務の生産性向上

審査プロセスの  
簡素化

データベースの統  
合

ペーパーレスの実  
現

作業手順の標  
準化

### 〔融資業務フロー〕



S-purit

Strategic  
Navigation  
System



S-navi





# 営業店の生産性向上 ~最適な人材ポートフォリオの構築

●業務インフラの活用によりグループ人員を再配置し、営業店のフロント業務特化を実現

## 生産性を高める業務インフラの概要

営業店BPR (新営業店システム、 融資業務センター)	新融資支援システム (S-navi)	債権管理センター	ビジネスステーション
	営業支援システム (S-prit)	グループ会社への担保集中	金融資産一元管理システム
	顧客管理システム (CRMシステム)	外為システム (更改)	

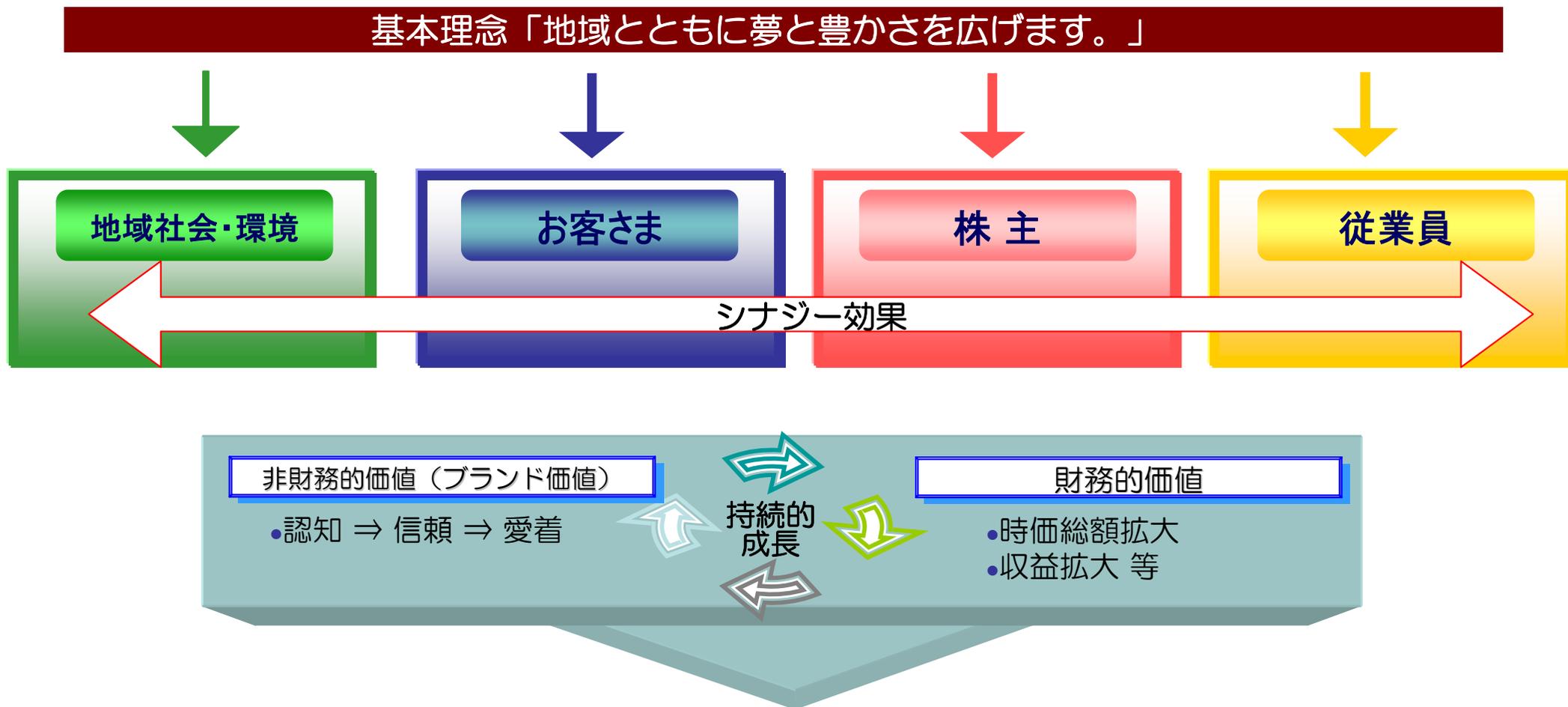
### グループ人員の再配置

[ポートフォリオ推移]	20年3月		23年3月	20年3月比	
営業店フロント	2,390	増加	2,890	+500	加外業務へ 引当 業務移管等
うち行員	1,785		2,135	+350	
営業店バック・アシスト	1,730	減少	825	△905	
うち行員	530		115	△415	
本部・融資業務センター・その他	1,075	減少	965	△110	
うち行員	505		470	△35	
銀行人員計	5,195	増加	4,680	△515	
うち行員	2,820		2,720	△100	
グループ会社等人員計	1,890	増加	2,540	+650	
グループ総人員	7,085		7,220	+135	



# 企業の社会的責任(CSR)の推進

- すべてのステークホルダーから高い信頼や強い愛着を獲得し、ブランド価値を向上させる
- ステークホルダー間のシナジー効果を高めることができる関係を構築し、本物の満足を提供



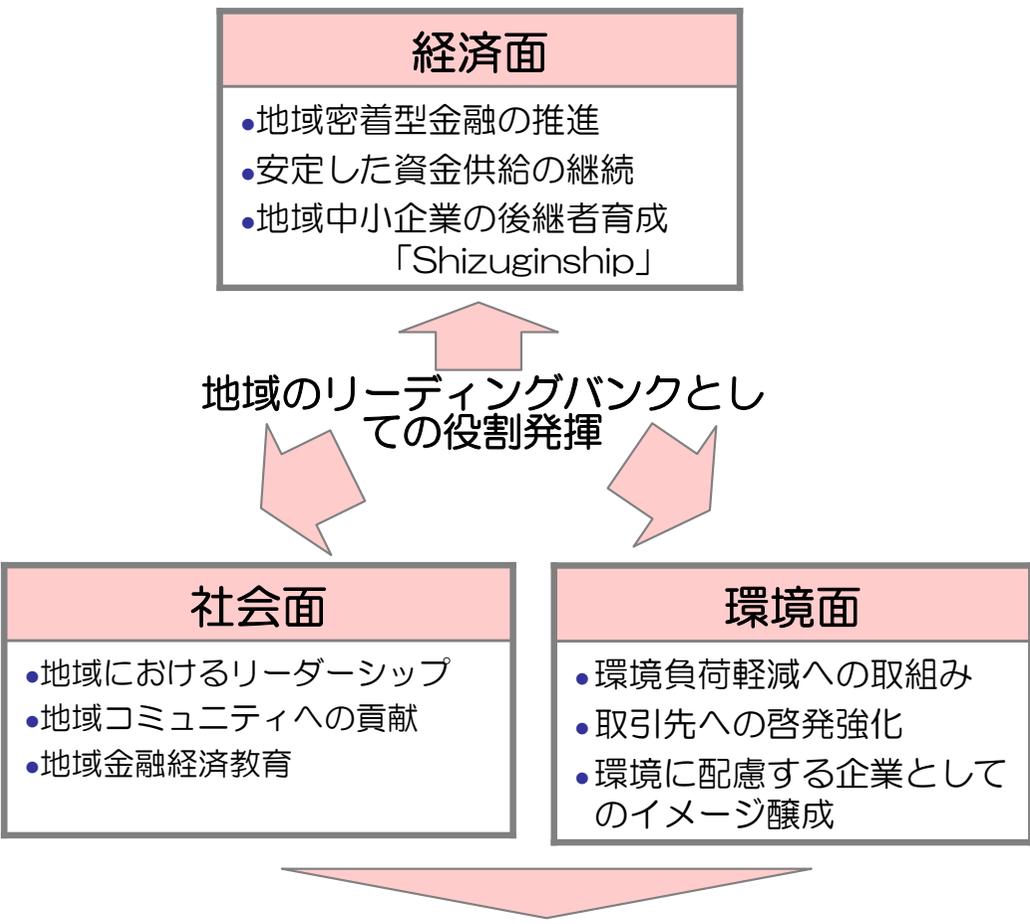
ビジョン「地域の皆さまの夢を育み、ともに成長する総合金融グループ」の実現



# 地域からの評価・信頼度および顧客満足度(CS)の向上

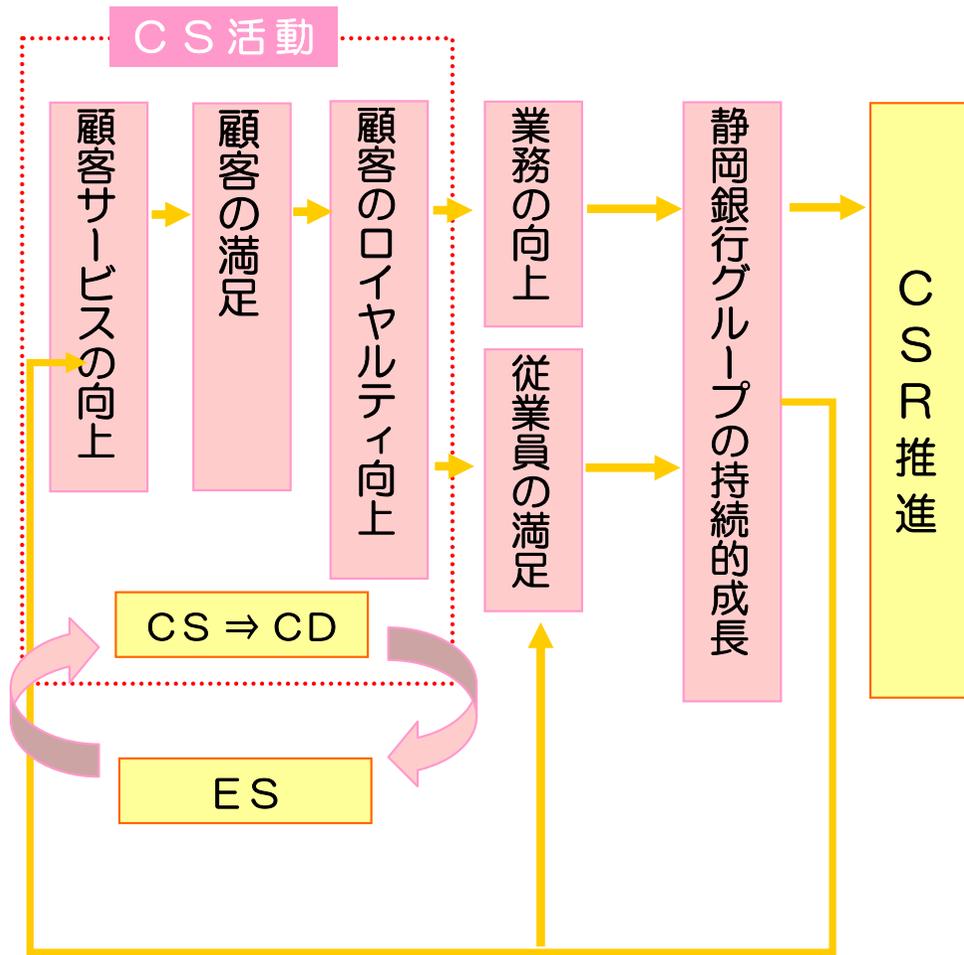
- 地域のリーディングバンクとして、企業理念の実践を通じ、地域からの評価・信頼度の向上を図る
- 顧客満足(CS)から顧客感動(CD:カスタマーディライト)への進化により、顧客ロイヤルティを向上させるとともに、「CSからESへ、そしてまたCSへ」という好循環を実現する

## 地域貢献への取組み



地域からの評価・信頼度の向上

## CS活動への取組み





# 基本戦略3 「しずぎんブランド」の確立 従業員満足度(ES)の向上

- 従業員満足の実現を図り、しずぎんへの「愛着」と「思い入れ」を高める
- 一人ひとりの自立に立脚した「コミュニケーション」と「チームワーク」を実現し、風通しの良い職場風土を醸成
- 「学ぶ」「教える」人材育成風土を醸成
- 職業生活・家庭生活両面の充実につながる環境を整備



▲研修施設

**従業員満足の実現と風通しの良い職場風土の醸成**

- 従業員意識調査の実施と活用
- マネジメント教育の充実
- コミュニケーションとチームワークを重視した職場風土の醸成につながる諸制度の整備・改定

**「学ぶ」「教える」人材育成風土の醸成**

- 新たな人材育成施設の建設  
研修受講生を含め、多様な人材が交流し、共に学ぶ場を整備します
- 人材育成文化の浸透

**職業生活・家庭生活両面の充実につながる環境の実現**

- ワークライフバランス支援策の実施
- 職場環境の整備
- 転居・転勤に関するインフラの整備
- 健康・生活の質の維持向上
- 福利厚生制度の充実

誇りと活力ある企業風土の確立



## 株主・市場からの評価の向上(資本政策)

- 自己資本を適正水準にコントロールするとともに、資本効率の向上、高水準かつ安定した株主還元、効果的なIRの実施により、グループの企業価値を向上させる
- 株主構成において、「長期安定的な保有を目的とする地域の個人株主」の増加を図るための施策を実施

### 資本戦略

#### 自己資本の適正水準でのコントロール

- 連結Tier I 自己資本比率を12%程度にコントロール

#### 連結Tier I ROEの向上

- 収益拡大と適切な株主還元により「連結Tier I ROE 7%台」を達成し、資本効率の向上を図る

#### 適切な株主還元の実施

- 「配当性向25%程度かつ大手地銀最高水準」の配当維持と、機動的な自社株取得により適切な株主還元を実施

#### 効果的なIRの実施

- 当行グループの成長に向けた方針・施策の適切な説明・アピールにより、投資対象としての魅力を高める



# 計数計画 連結収益計画

## 〔平成22年度 連結収益計画〕

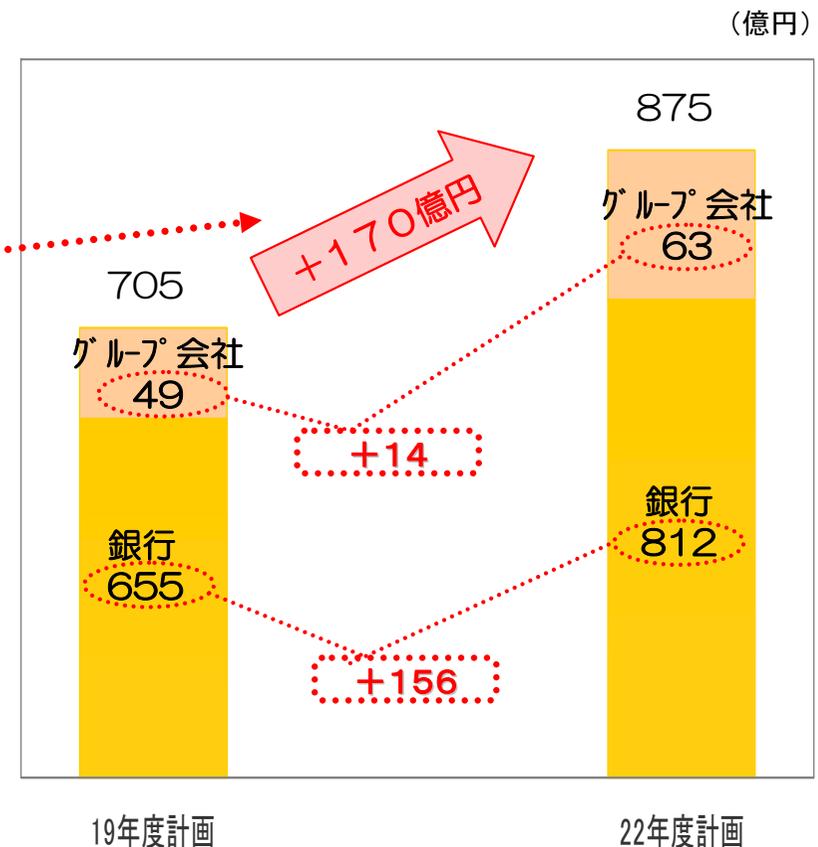
- 連結経常利益 875億円（うちグループ会社63億円）
- 連結当期純利益500億円（うちグループ会社17億円）
- 連結Tier I ROE 7.21%、連結ROA 0.51%、連結OHR 51.1%

## 連結収益計画

(億円、%)

	19年度 計画	第9次中計3 年間増減	22年度	第10次中計3 年間増減
連結経常収益	2,460	+620	2,830	+370
連結経常利益	705	+195	875	+170
連結当期純利益	390	+35	500	+110

連結Tier I ROE	6.50	➡	7.21	+0.71
連結ROA	0.46		0.51	+0.05
連結OHR	54.8		51.1	△3.7
連単倍率(経常利益)	1.07		1.08	+0.01



計数は、22年度における金利上昇要因64億円を含む  
 (平成21年6月、21年12月に各0.25%ずつ、計2回+0.50%の金利上昇シナリオによる)



# 計数計画 銀行単体収益計画

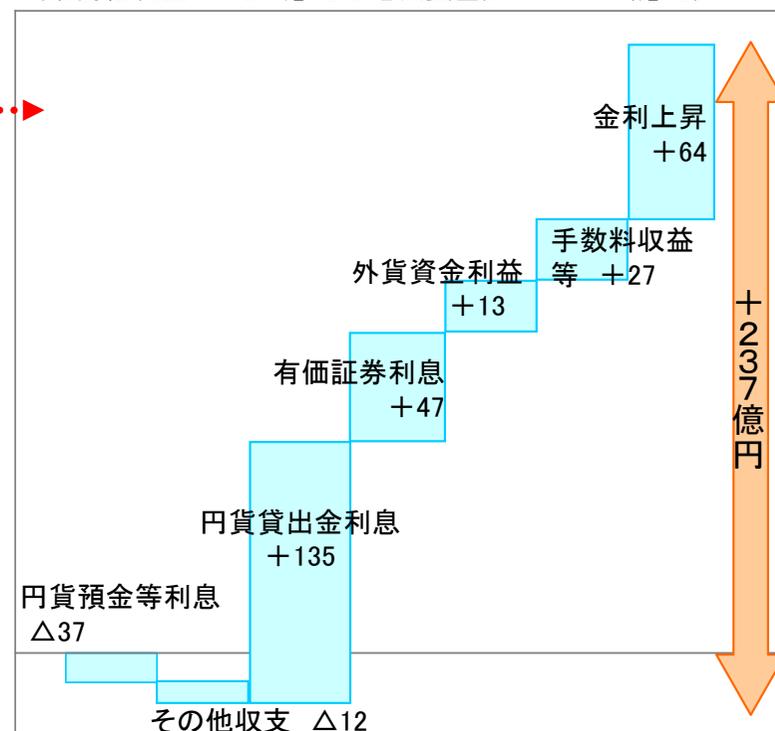
## 〔平成22年度 銀行単体収益計画〕

- 業務粗利益 1,665億円（平成19年度計画比 +237億円）
- 経費 850億円（同 +70億円）
- 基礎的業務純益 815億円（同 +165億円）
- 経常利益 812億円（同 +156億円）
- 当期利益 483億円（同 +103億円）

## 単体収益計画

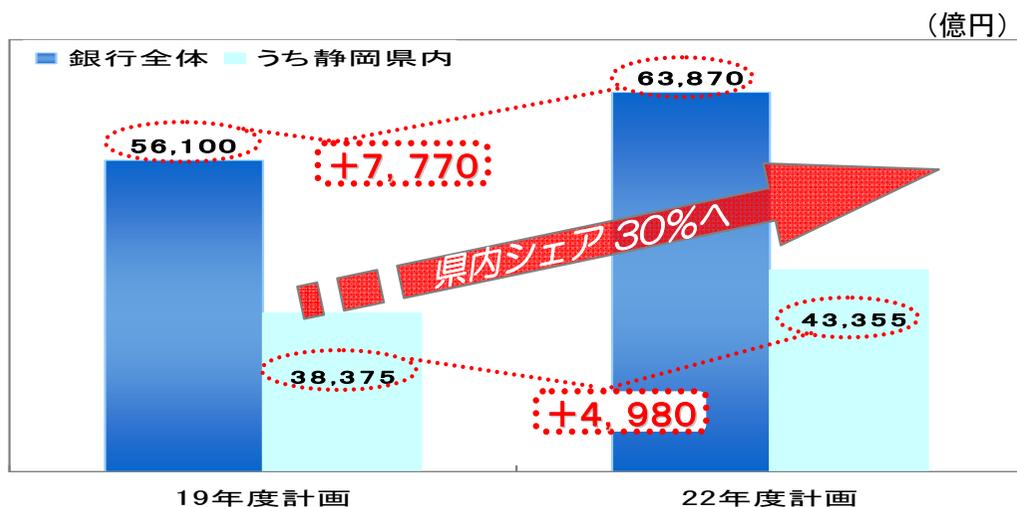
	(億円)			
	19年度 計画	第9次中計 3年間増減	22年度	第10次中計 3年間増減
業務粗利益	1,428	+196	1,665	+237
資金利益	1,205	+158	1,422	+217
手数料収益	205	+10	222	+17
(うち金利上昇要因)	(30)	(+30)	(64)	(+64)
経費	780	+54	850	+70
基礎的業務純益	650	+131	815	+165
(金利上昇要因除き)	620	+101	751	+101
経常利益	655	+180	812	+156
当期純利益	380	+30	483	+103
与信費用	59	+38	55	△4

〔業務粗利益+237億円の増減要因〕



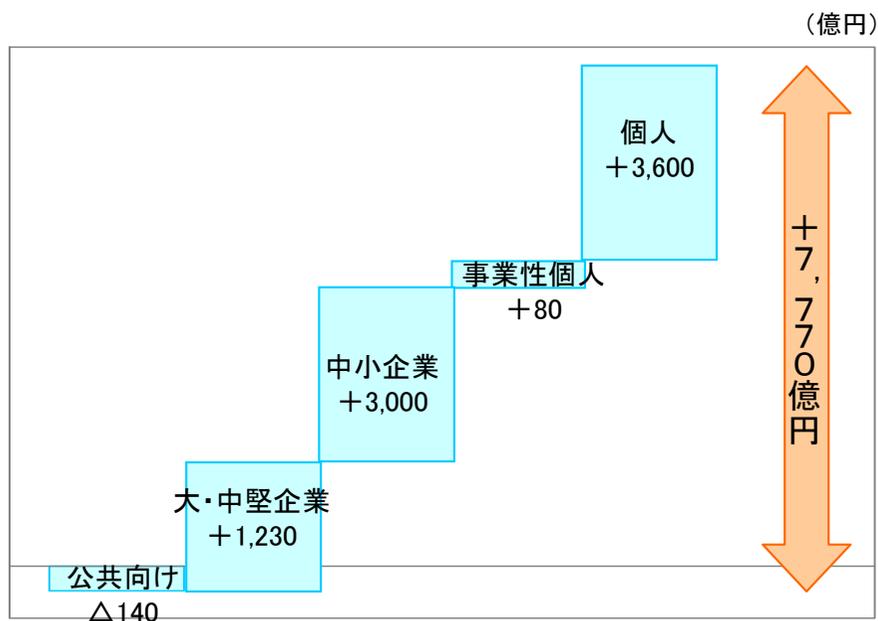
計数は、22年度における金利上昇要因64億円を含む  
 (平成21年6月、21年12月に各0.25%ずつ、計2回+0.50%の金利上昇シナリオによる)

## 円貨貸出金残高（平残）の推移

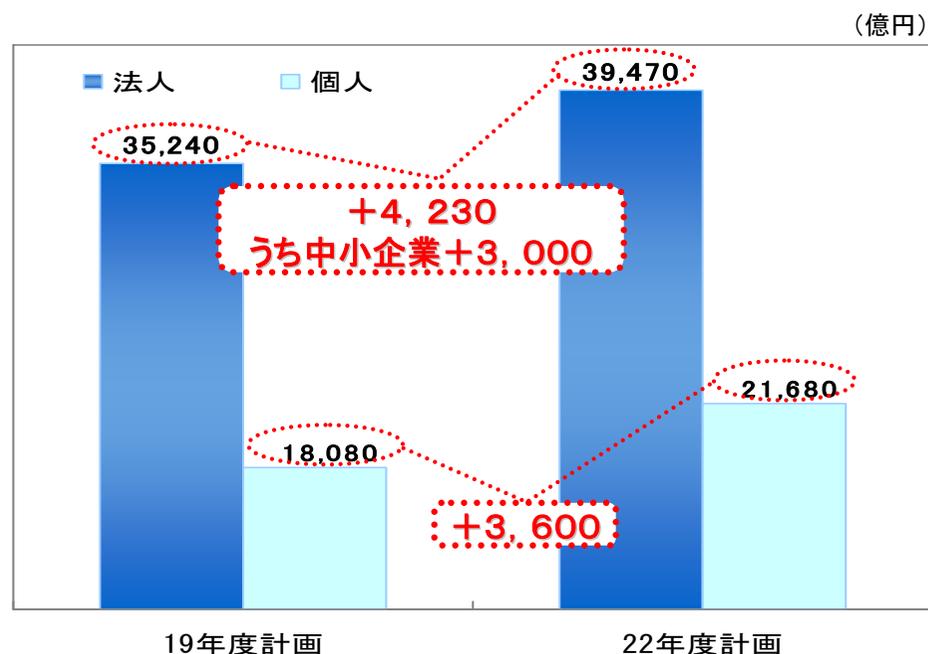


- 平成22年度の円貨貸出金残高（平残）は63,870億円と19年度比+7,770億円（年率+4.4%）の増加
- 静岡県内は同+4,980億円の増加でシェア30%へ
- 中小企業向け貸出金残高は25,500億円と同+3,000億円（年率+4.3%）の増加
- 個人向け貸出金残高は21,680億円と同+3,600億円（年率+6.2%）の増加

## 企業規模別貸出金残高（平残）の増減

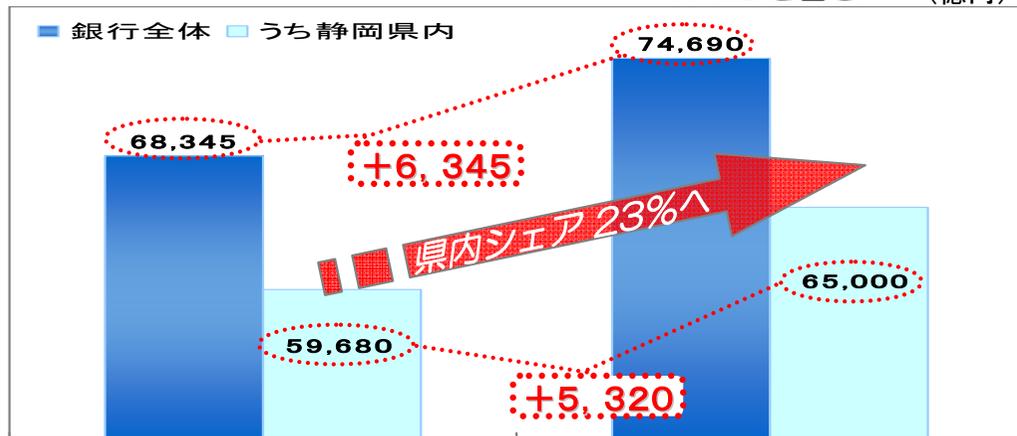


## うち法人・個人向け貸出金残高（平残）の推移



## 円貨預金等残高（平残）の推移

※NCDを含む (億円)



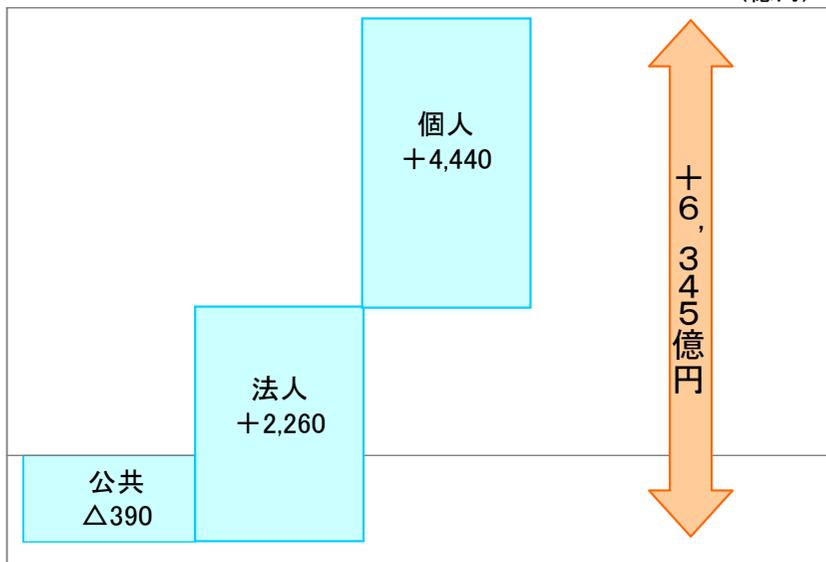
19年度計画

22年度計画

- 平成22年度の円貨預金等残高（平残）は74,690億円と19年度比+6,345億円（年率+3.0%）の増加
- 静岡県内は同+5,320億円増加でシェア23%へ
- 法人預金等残高は19,545億円と同+2,260億円（年率+4.1%）増加
- 個人預金等残高は53,705億円と同+4,440億円（年率+2.9%）の増加
- 平成22年度の預貸率は84.5%（19年度比+3.4pt）  
中計3年間の限界預貸率は122.4%

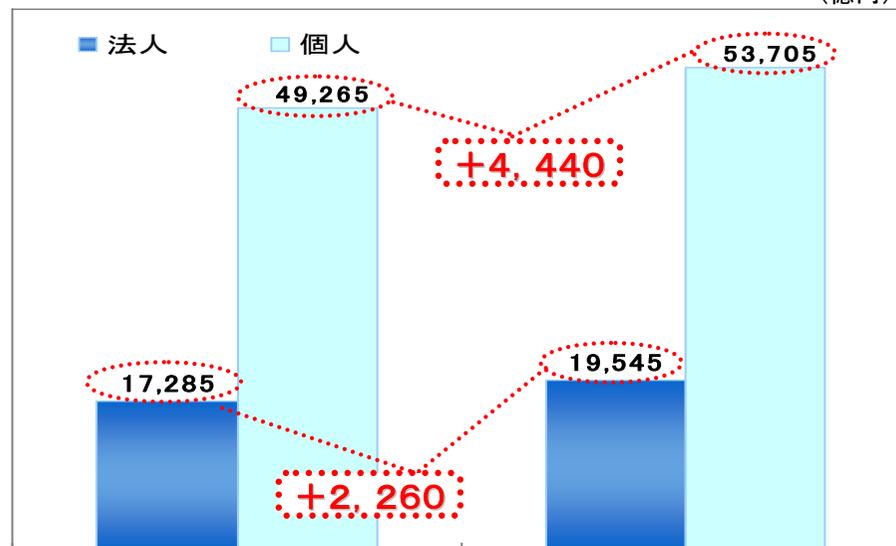
## 円貨預金等増減額（平残）の内訳

(億円)



## うち法人・個人円貨金等残高（平残）の推移

(億円)

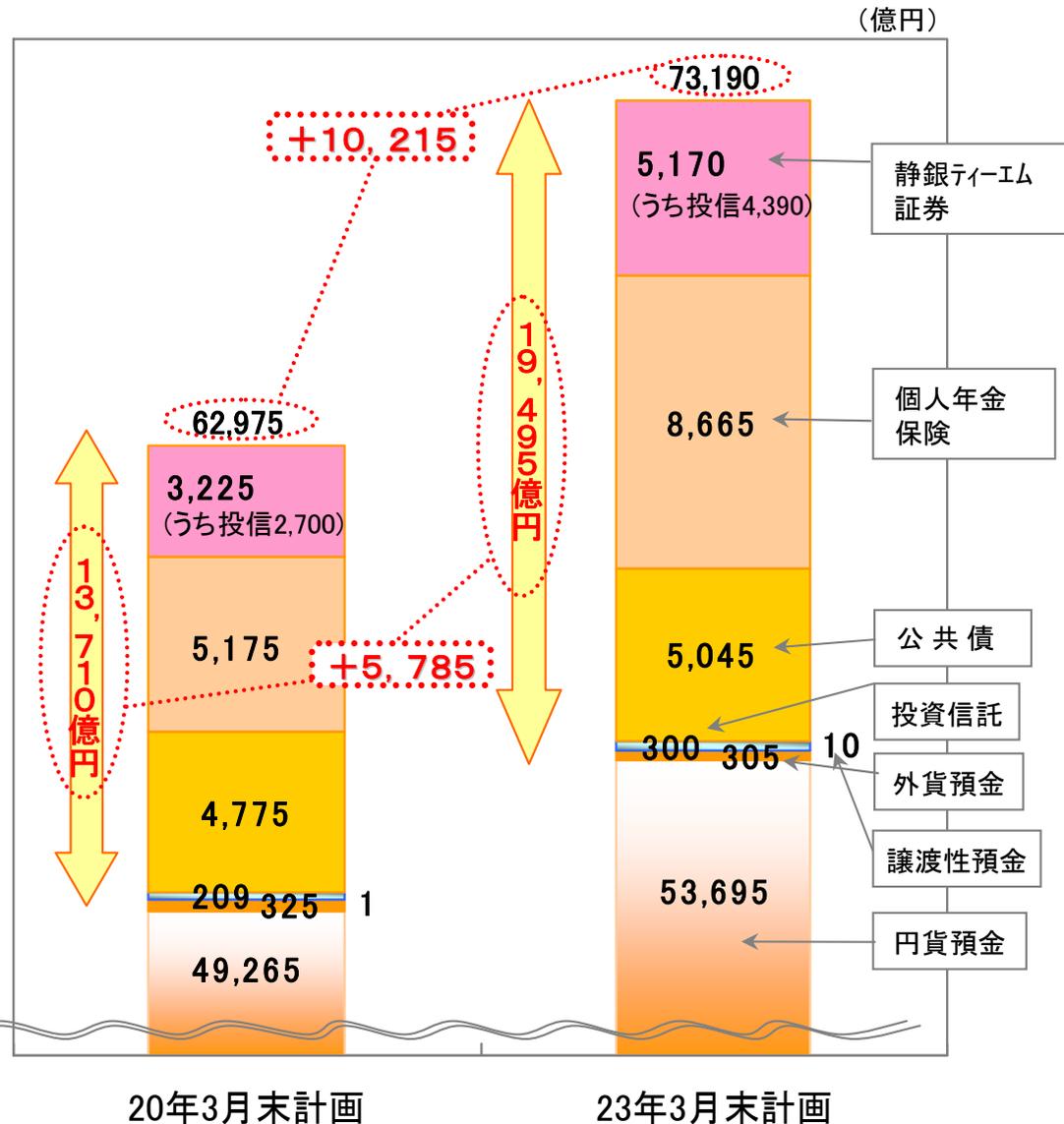


19年度計画

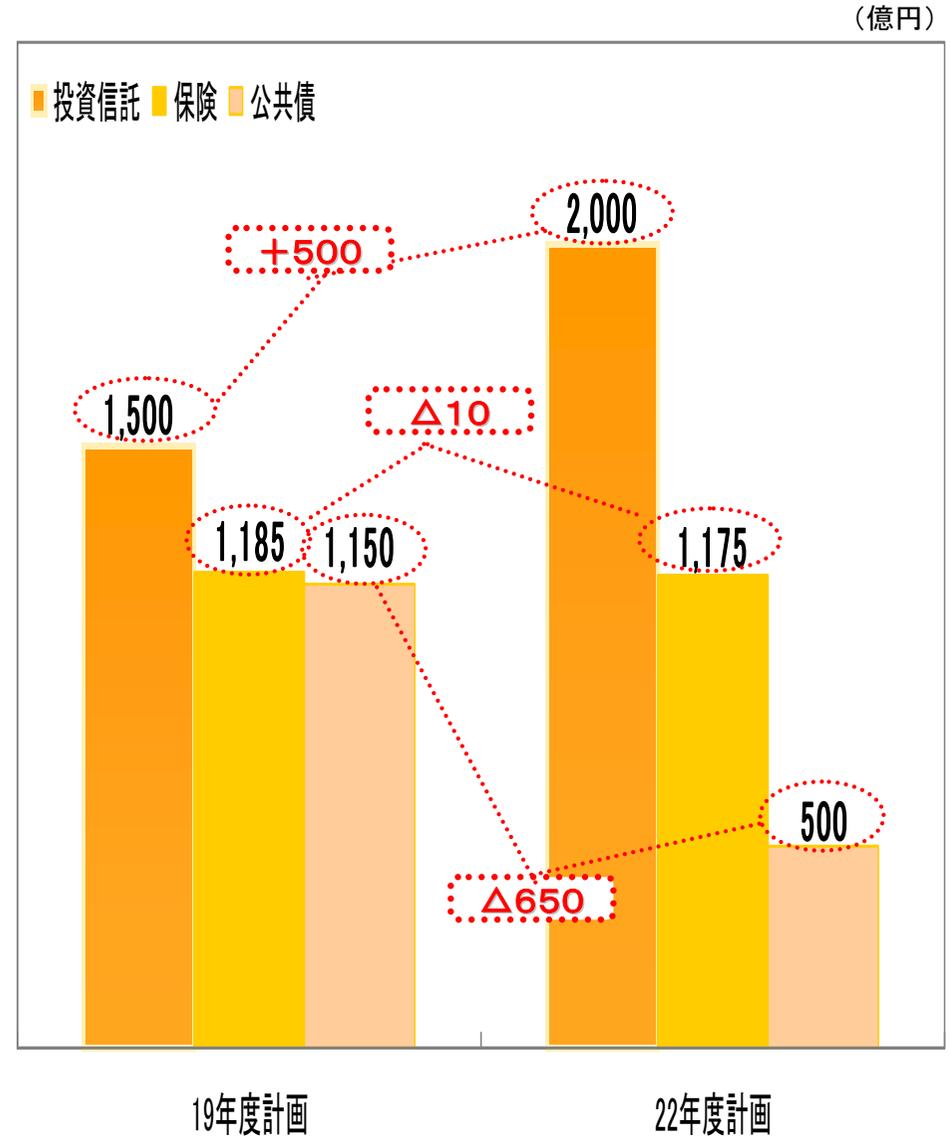
22年度計画

- グループ会社を活用した預り資産販売の強化と顧客フォロー体制のレベルアップ

個人預り資産（末残）の推移



投資信託・保険・公共債窓販額の推移



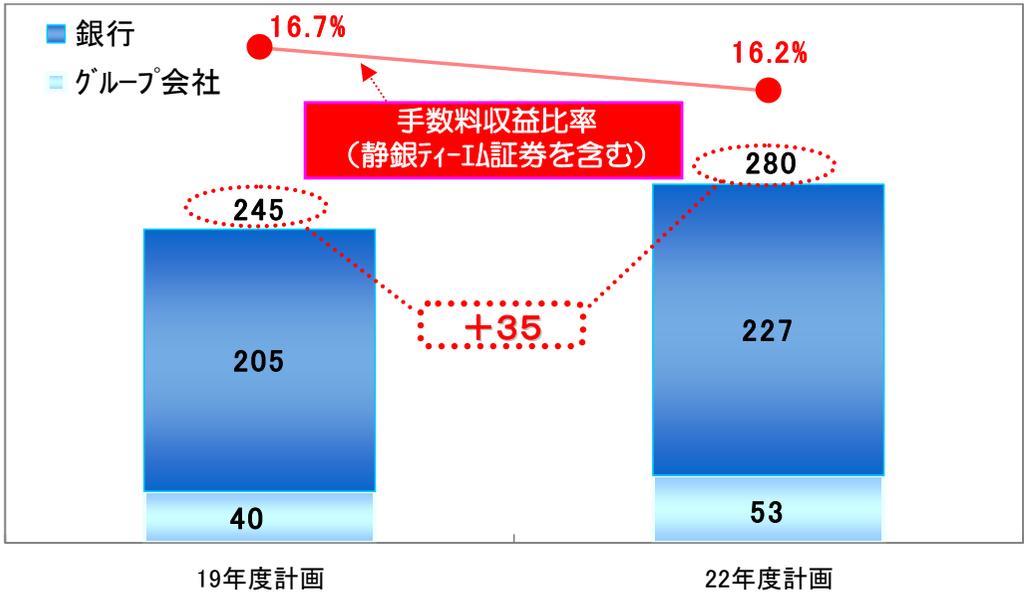


# 計数計画 手数料収益

●手数料収益は、銀行単体で平成19年度計画比+22億円、グループ全体で同+35億円を計画

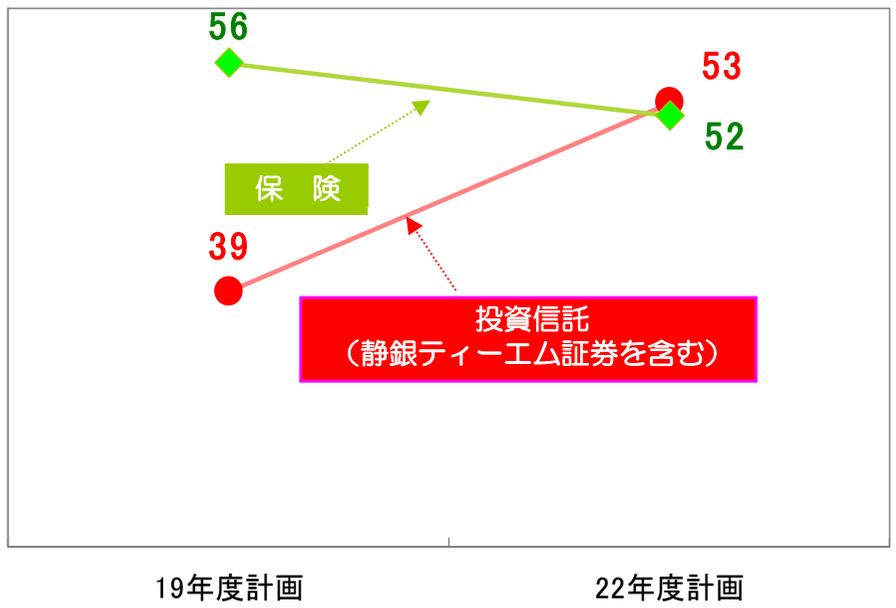
## 手数料収益（銀行・静銀ティーム証券）

(億円)



## 投資信託・保険窓販の手数料収益

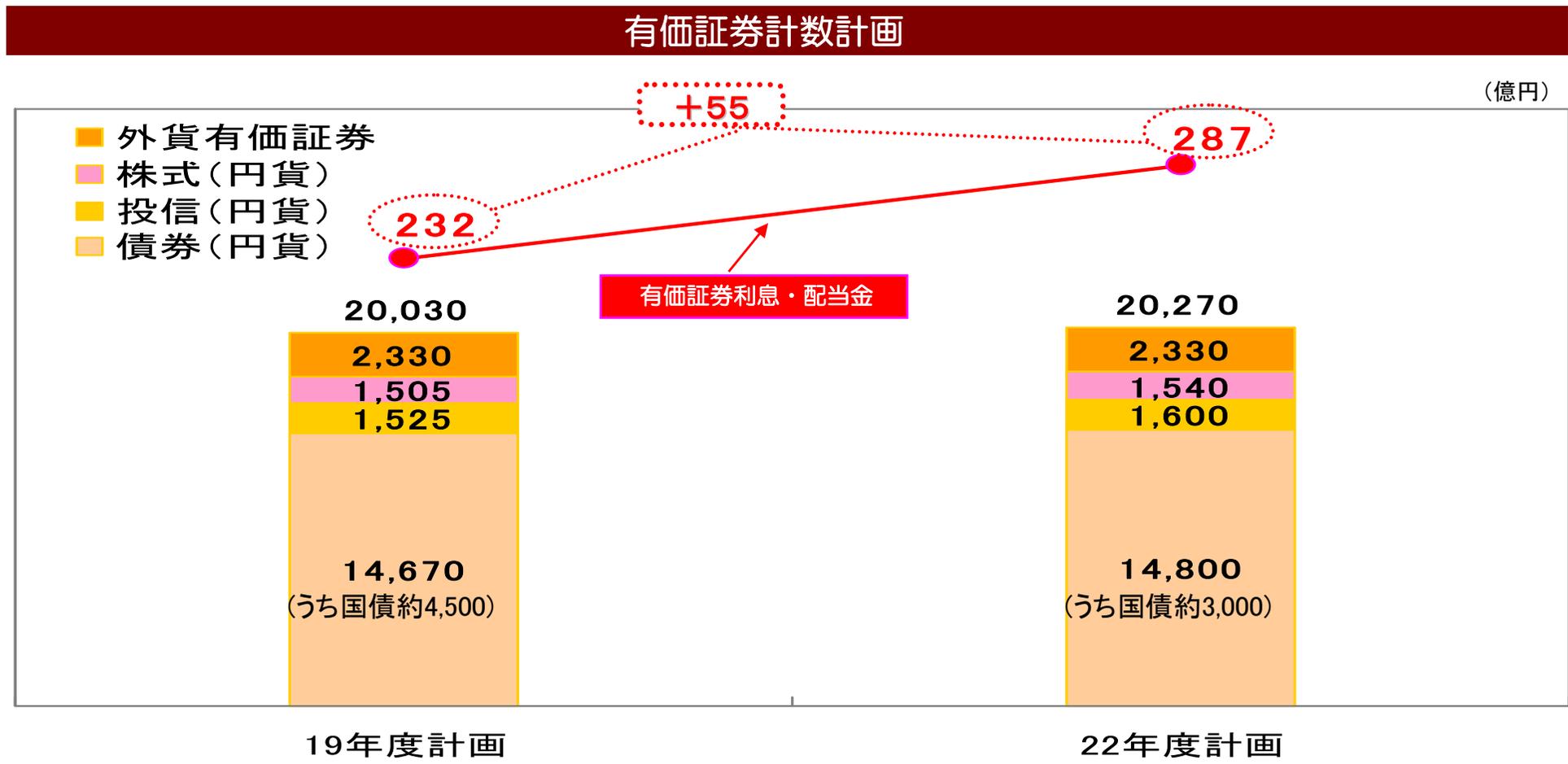
(億円)



### 【主な増減要因】

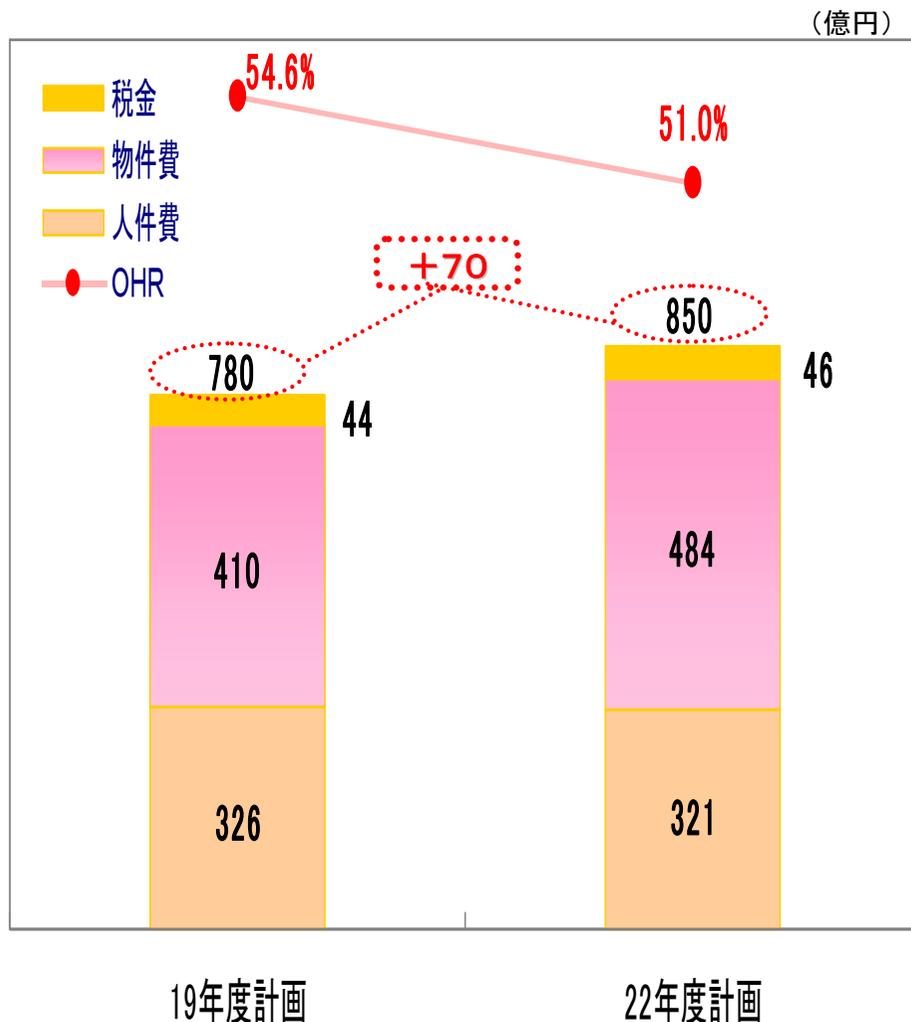
	単体	グループ全体
役務取引等利益+特定取引利益	+17億円	+30億円
うち 預り資産関連手数料の増加	+3億円	+15億円
クレジットカード手数料収益の増加	+7億円	+7億円
商品有価証券ディーリング収益の増加	+3億円	+3億円
ATM同一店内振込・国債元利金支払事務手数料の減少	△3億円	△3億円
その他業務利益	+5億円	+5億円
<b>合計</b>	<b>+22億円</b>	<b>+35億円</b>

- 有価証券ポートフォリオ運用における安定収益確保、健全性維持の大前提のもと、収益性、効率性を向上

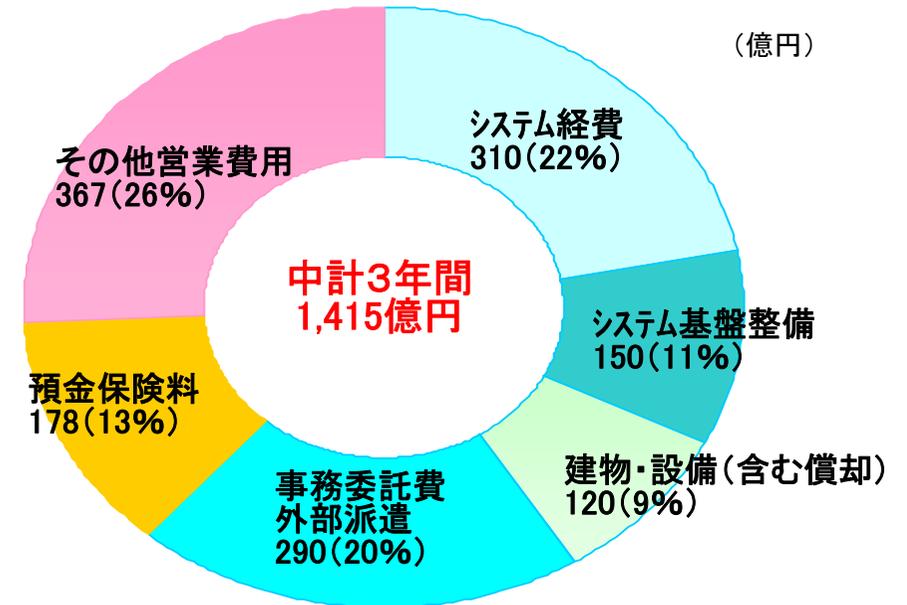


- 経費は物件費の増加を主因として、平成22年度は単年度で19年度計画比+70億円の見込み
- 営業戦略を支えるためのインフラ整備の費用が、中計3年間の物件費増加合計額の約8割

## 経費およびOHRの推移



## 中計3年間の物件費内訳



### 【3年間の前中計比主な増加要因】

インフラ整備	+225億円
システム経費	+120億円
建物・設備(含む減価償却費)	+40億円
事務委託費・外部派遣	+65億円
預金保険料	+20億円
営業費用等	+30億円
<b>合計</b>	<b>+275億円</b>

- 銀行とグループ会社の一層の連携強化、シナジー効果の最大化による連結収益の拡大
- 外部収益の獲得強化など、ビジネスチャンスの拡大により磐石な営業基盤を確立

(億円)

会社名	平成22年度 経常収益	平成22年度 経常利益	基本方針
静銀経営コンサルティング(株)	4	2	●法人取引先を中心としたコンサルティングニーズへの的確な対応
静銀リース(株)	277	21	●リース業務における県内シェア25%の確保
静岡コンピュータサービス(株)	56	2	●システム基盤整備の完了、次世代システムの構築
静銀信用保証(株)	14	9	●保証シェアの向上による保証料収入の拡大
静銀デパートカード(株)	20	4	●DC万葉カードからjoyca業務受託会社への円滑な移行
静岡キャピタル(株)	5	2	●パートナー取引先を中心としたビジネスチャンスの確保
静銀ティーム証券(株)	61	22	●投信紹介スキームの継続と金商法を遵守した取引の推進
欧州静岡銀行	30	1	●外債引受、取引先・現地法人等への融資支援機能の維持・強化
静銀総合サービス(株)	41	0.3	●新規受託業務の推進およびビジネススタッフのスキルアップの定着
静岡モーゲージサービス(株)	11	0.3	●融資実行センターとして営業店融資業務を支援
静銀ビジネスクリエイト(株)	56	0.4	●集中処理部署の再編、バック業務人材の安定的な確保
合計(11社)	577	63(+9)	
静銀デパートカード(株) ※	—	0.1(+5)	●平成22年度の単年度黒字化、同24年度の累損解消の実現

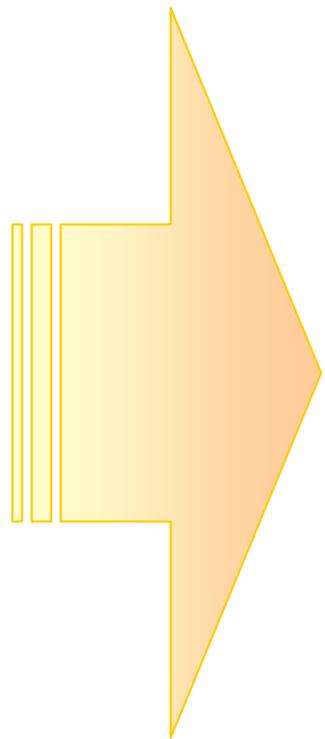
※持分法適用関連会社(持分割合50%)、平成19年4月開業

全社で19年度比+14億円の増加



# 計数計画 経営目標

	〔19年度計画〕	〔第10次中計目標〕	
収益目標	連結経常利益	705億円	850億円以上
	銀行本体の基礎的業務純益	650億円	800億円以上
	連結当期純利益	390億円	500億円以上
効率性指標	連結Tier I ROE (当期純利益/Tier I)	6.5%	7%台
	連結ROA (当期純利益)	0.46%	0.5%以上
	連結OHR	54.8%	50%程度
健全性指標	連結Tier I BIS自己資本比率 (19年9月期実績)	12.62%	12%程度



目標は、中計最終年度における金利上昇要因6.4億円を含む  
(平成21年6月、21年12月に各0.25%ずつ、計2回+0.50%の金利上昇シナリオによる)



## 第10次中期経営計画の名称

# 「Dream TEN～新たなる挑戦」

- 当行グループの基本理念および中計のビジョンに盛り込まれている「**夢 (=D r e a m)**」を名称として使用
- 「TEN」は第10次中期経営計画であること、そして以下の意味を包含
  - 「T」・・・「Trinity」＝「**三位一体**」の基本戦略
  - 「E」・・・「Effort」＝中計推進の原動力となる全従業員の「**努力**」
  - 「N」・・・「Next Stage」＝中計で目指す「**次のステージ**」
- 「新たなる挑戦」は、新しい夢に積極的に「**挑戦**」する姿勢を表現

# 参考資料（営業基盤としての静岡県）

*Dream with you.*



静岡銀行



# 営業基盤としての静岡県 経済規模

- 全国シェア3%、都道府県10位の経済圏
- 県内総生産は日本の中では四国4県、北陸3県を上回る規模
- 世界各国の国内総生産との比較では、世界第33位のタイに次ぐ規模

## 静岡県の指標

		全国シェア	全国順位
●人口	378万人	3.0%	10位/47(18年)
●世帯数	138万世帯	2.7%	10位/47(18年)
●県内総生産(名目)	16兆円	3.2%	10位/47(17年度)
●1人当たり県民所得	3,344千円	—	3位/47(17年度)
●事業所数	19万事業所	3.2%	10位/47(18年)
●製造品出荷額等	18兆円	5.8%	3位/47(18年)
●農業産出額	2,516億円	2.9%	12位/47(17年)
●漁業生産量	23万トン	4.1%	6位/47(17年)
●工場立地件数	124件	6.9%	1位/47(19年)
●新設住宅着工戸数	3.8万戸	3.0%	10位/47(18年)

## 静岡県の経済規模

県内総生産(平成15年)		
順位	都道府県・地域	(億円)
9	福岡県	174,560
<b>10</b>	<b>静岡県</b>	<b>157,476</b>
11	茨城県	111,504
—	四国4県	133,927
—	北陸3県	123,150
世界各国の国内総生産と比較(平成15年)		
順位	国名	(100万米ドル)
33	タイ	143,158
—	<b>静岡県</b>	<b>135,837</b>
34	アルゼンチン	129,707
35	イスラエル	110,227
36	マレーシア	103,161

※静岡県は2003年度の県内総生産を115,93円/ドルで換算

(出所) 総務省「国勢調査」、静岡県「静岡県の県民経済計算」「静岡県の商工労働」、経済産業省「工業統計」、共同通信社「2006年世界年鑑ほか」

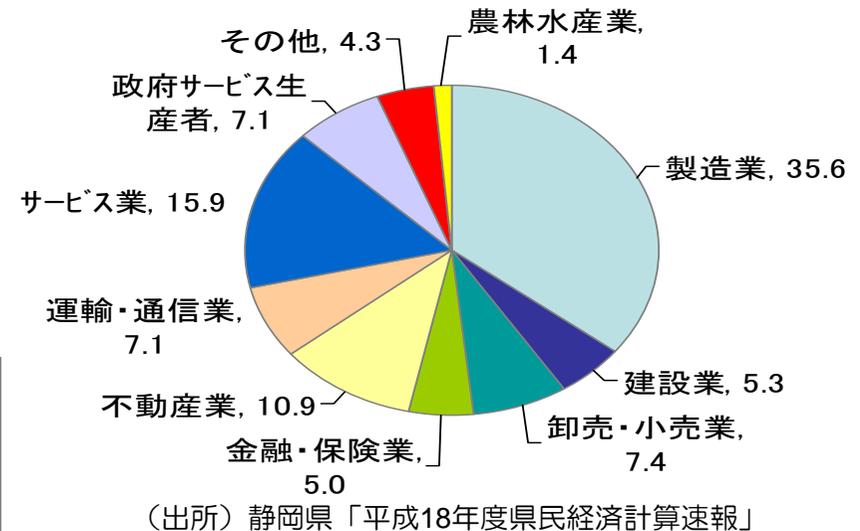


# 営業基盤としての静岡県 静岡県経済の位置づけ

- 全国有数の「モノづくり県」
- 東京と大阪・京都の間に位置する物流の要衝
- 地場産業からハイテク産業まで多様な産業が集積し、健全な企業が多い
- 豊かな自然を生かした日本を代表する観光地を有する



## 静岡県の産業別総生産構成比



## 静岡県内に本社をおく 上場企業数

上場市場	企業数
東証1部	28
東証2部	10
マザーズ	1
名証2部	1
ジャスダック	29
計	69

※20年2月末現在、上場市場が複数ある場合は東証にてカウント



製造業の各指標上位5都道府県（平成18年）

順位	事業所数		シェア	従業員数（人）		シェア	製造品出荷額等		シェア				
1	大	阪	23,564	9.1	愛	知	841,662	10.2	愛	知	437,263	13.9	
2	愛	知	21,737	8.4	大	阪	517,935	6.3	神	奈	川	201,502	6.4
3	東	京	19,038	7.4	静	岡	<b>446,948</b>	<b>5.4</b>	静	岡	<b>182,347</b>	<b>5.8</b>	
4	埼	玉	14,969	5.8	埼	玉	424,662	5.2	大	阪	166,478	5.3	
5	静	岡	<b>12,525</b>	<b>4.8</b>	神	奈	川	415,112	5.0	兵	庫	144,550	4.6
	全	国	258,543	100	全	国	8,225,442	100	全	国	3,148,346	100	

（出所）経済産業省「平成18年工業統計」

静岡県が全国シェア第1位の主要品目（平成16年）

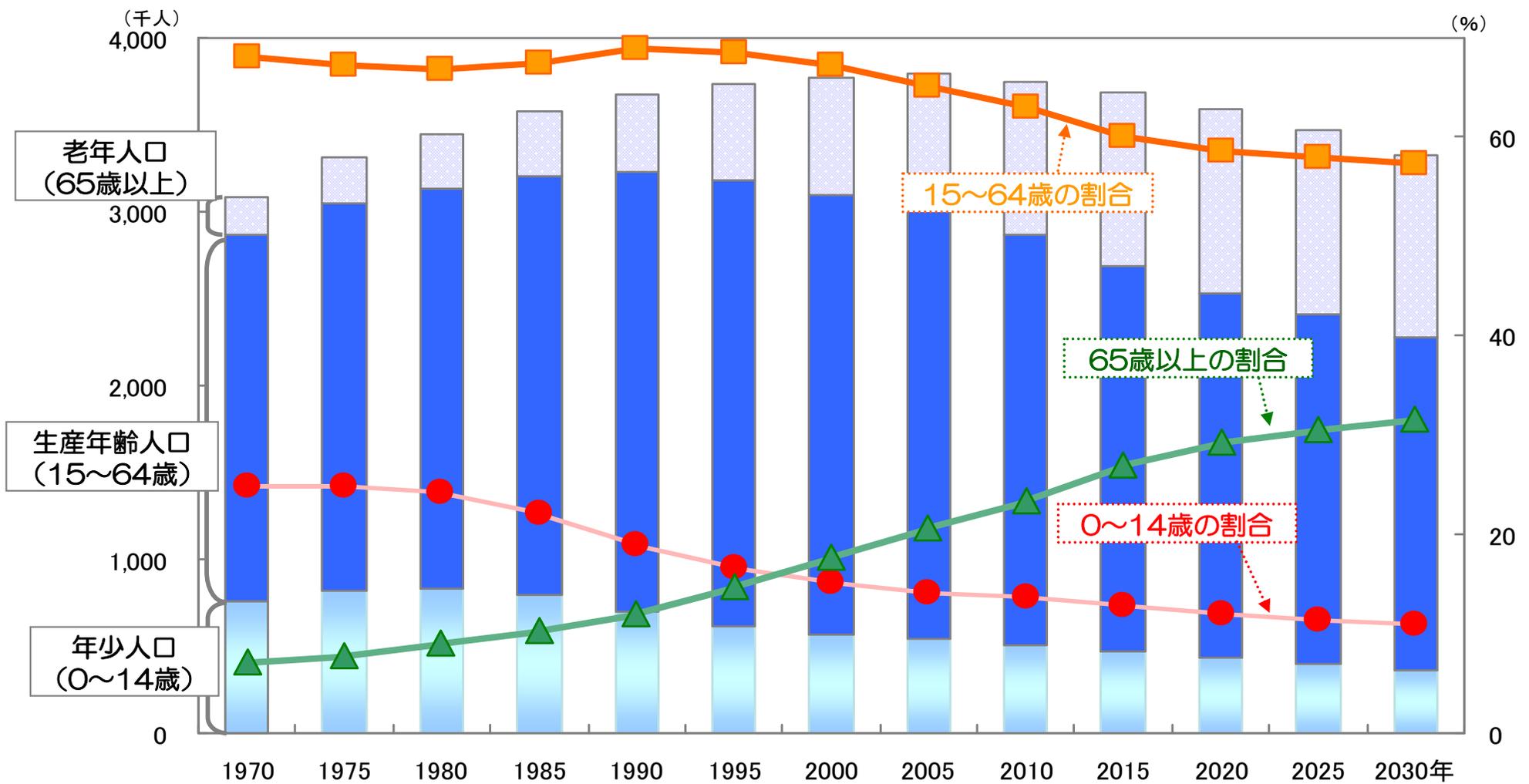
産業	品目	シェア	産業	品目	シェア
食料品	まぐろ缶詰	92.9 %	その他製品	ピアノ	100 %
飲料	緑茶(仕上茶)	61.9 %		電子楽器	85.3 %
	茶飲料	34.1 %		プラスチックモデルキット	85.4 %
パルプ・紙	雑種紙	34.8 %		オーディオ・ディスクコード	56.2 %
	白ボール	54.2 %	ビデオディスクコード	59.5 %	
一般機械	液圧プレス	38.3 %	農作物	わさび	62.5 %
	エアコンディショナー	35.2 %		茶(生葉)	45.4 %
電気機械	自動車用電球	80.1 %	水産業	かつお	23.1 %
輸送用機械	KDセット(二輪自動車)	49.1 %		さくらえび	100 %
			水産加工	かつおなまり節	73.2 %
				あじ塩干物	45.2 %



# 営業基盤としての静岡県 人口動態

- 静岡県は本格的な少子高齢化社会を迎えた
- 年齢別人口は老年人口（65歳以上）が増加する一方、生産年齢人口（15～64歳）が減少に転じる

## 静岡県の人口推移



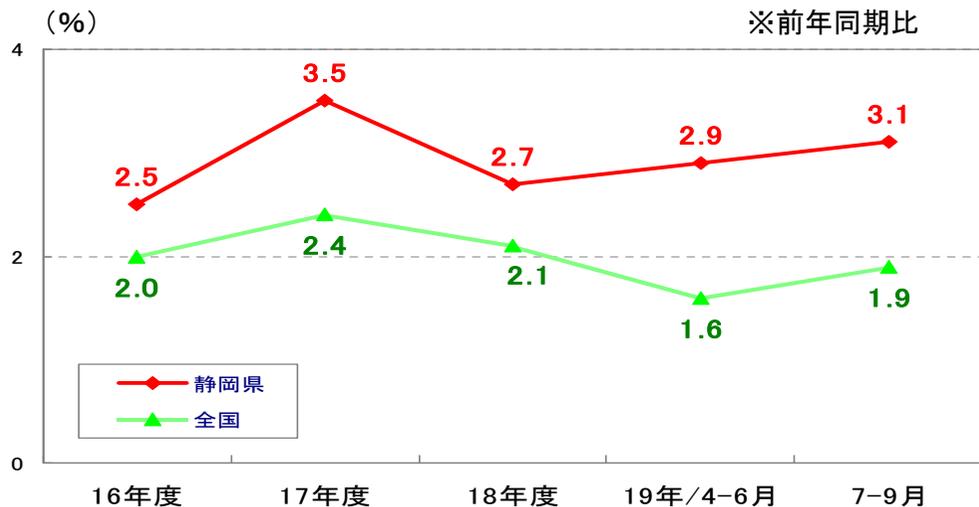
(出所) 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「都道府県別将来推計人口」(2003年3月推計)



# 営業基盤としての静岡県 経済動向

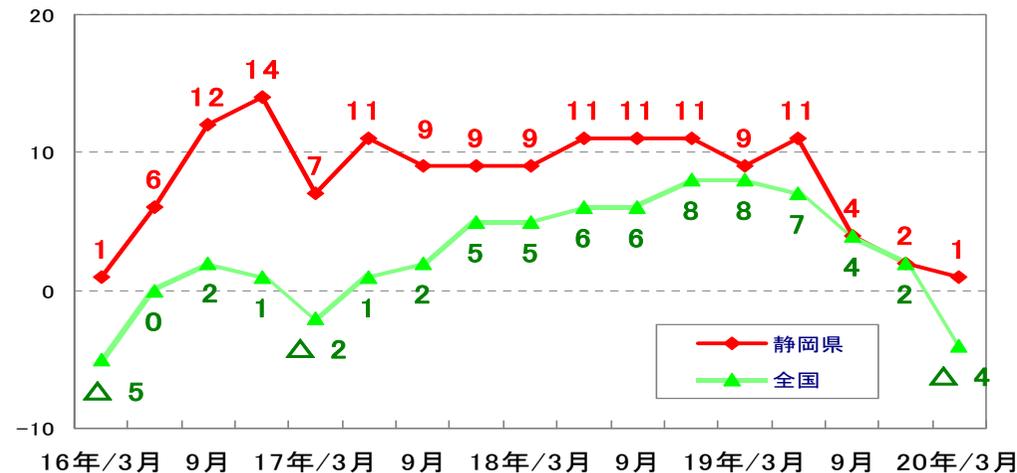
●静岡県は堅調な経済成長を続けており、貸出金は全国を上回る水準で増加している

### 静岡県の実質経済成長率の推移



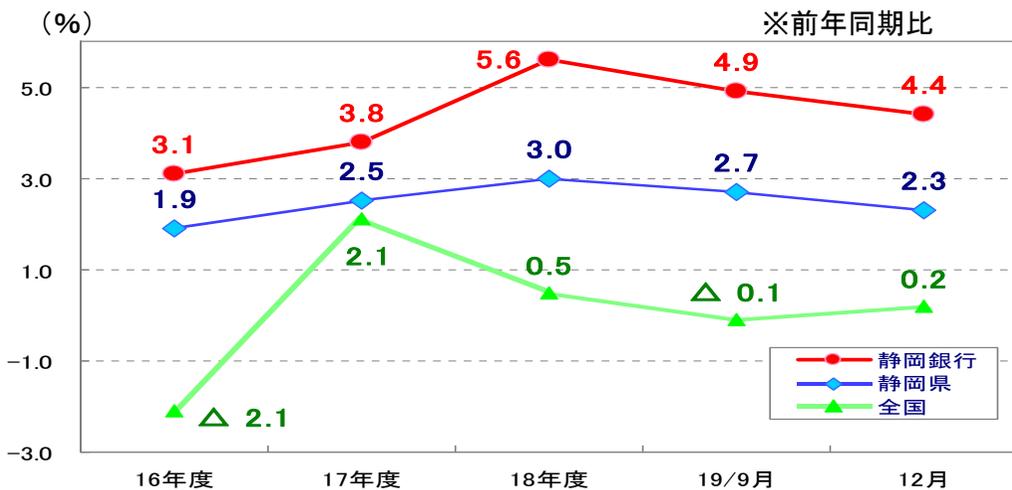
(出所) 静岡県企画部

### 静岡県の業況判断DIの推移



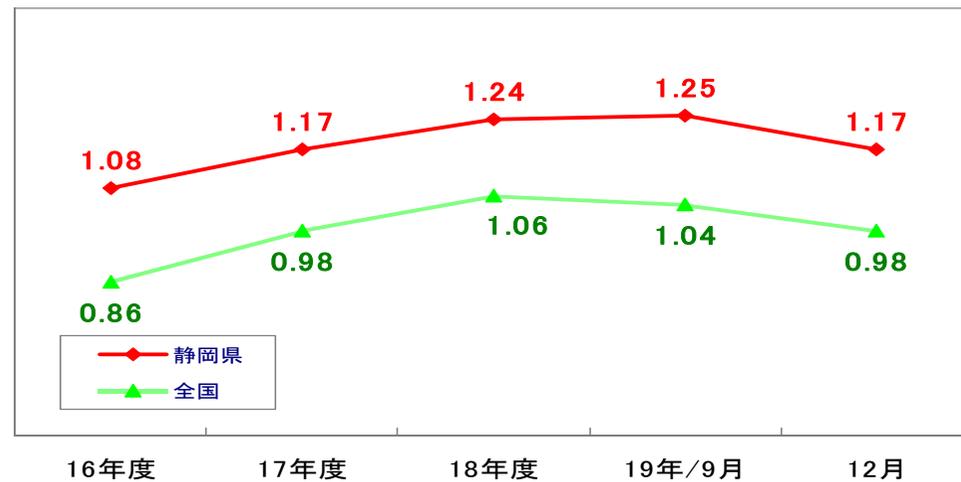
(出所) 日本銀行

### 静岡県の貸出金（末残）の推移



(出所) 日本銀行

### 静岡県の有効求人倍率の推移

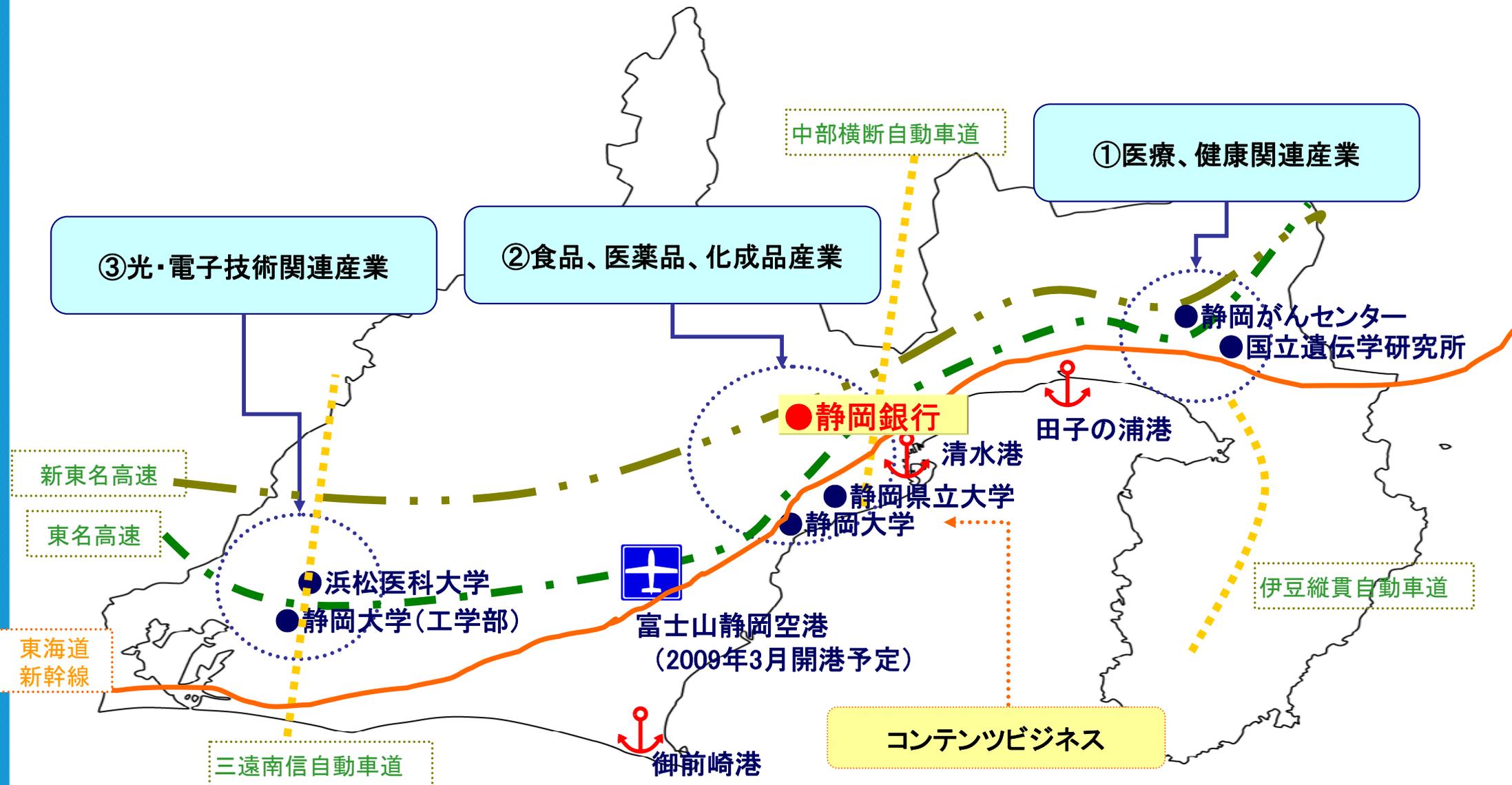


(出所) 静岡労働局



# 営業基盤としての静岡県 主要プロジェクト

- 静岡県では「富士山静岡空港」など多くの地域活性化事業を推進中
- 大きな経済波及効果が見込まれる、これらプロジェクトに構想段階から関与することで、将来の収益に結びつけていく



本資料には、将来の業績に関わ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。