

事業概況

- 8 At a Glance
- 9 商品・サービスのあゆみ

10 法人・商品部門

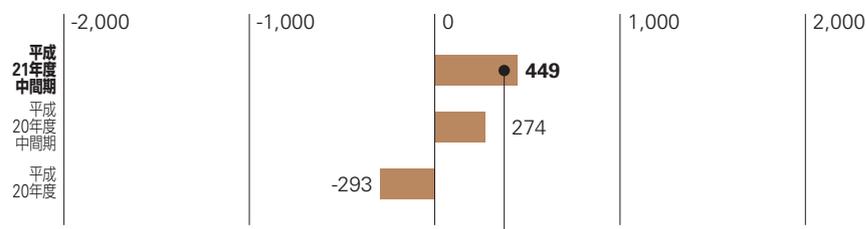
12 個人部門

AT A GLANCE

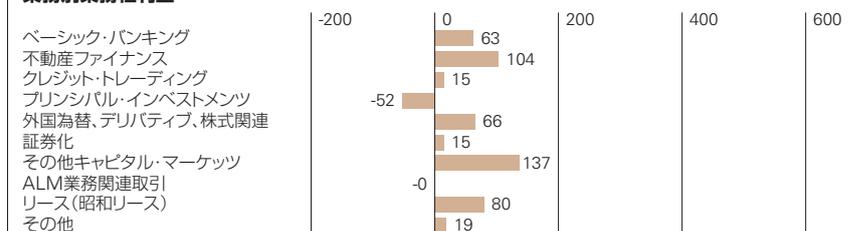
法人・商品部門

法人・商品部門は、お客さま中心のビジネスモデルを構築すべく、戦略的な変革に取り組んでいます。ここ数年の間損失をもたらした自己勘定のトレーディングおよび同投資業務は停止し、リスク資産の適正化ならびに業績不振な業務分野の縮小・撤退に努めてまいりました。徹底した事業改革を実施し、業務効率性の改善や経費削減を実現するとともに、当行の中核業務として実績のある業務分野においては、引き続き優秀な人材を確保しております。今後の経済環境は引き続き警戒を要するところですが、十分な手元流動性ならびに当行が長年培ってきた経験や専門性を活かし、厳しい環境においてもお客さまをサポートしてまいります。その上で、当行がお客さまのニーズに徹底的に応えることで、中長期的に、堅実な業績を確保することが十分可能であると確信しております。

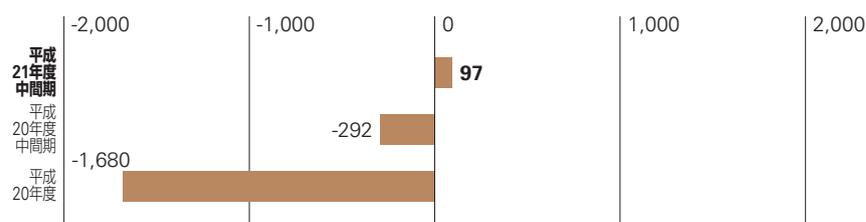
業務粗利益



業務別業務粗利益



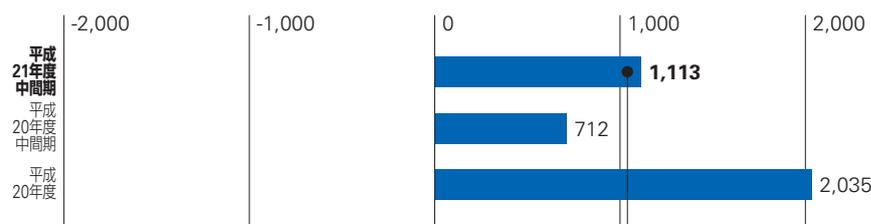
与信関連費用加算後実質業務純益(損失)



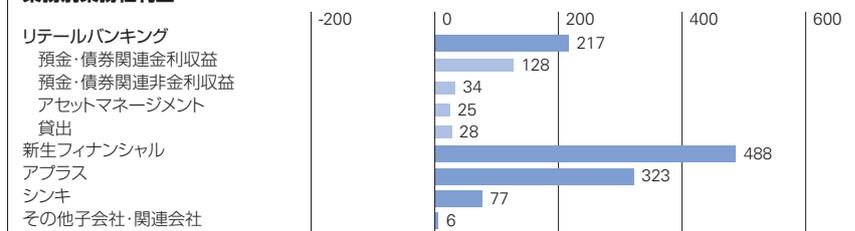
個人部門

当行の個人部門は、これまでに数々の賞を受賞してきたリテールバンキング業務とコンシューマーファイナンス業務を担う子会社で構成され、600万人以上のお客さまに革新的な金融ソリューションを提供しております。リテールバンキング業務では、預金を中心とした運用からより幅広い資産運用へといったお客さまのニーズの変化に適切に対応してまいりました。預り資産残高は順調に増加しており、収益源の多様化がなされると同時に、事業基盤はさらに強化されてきております。コンシューマーファイナンス業務においては、過払い利息返還請求が、減少する兆しを見せながらも高い水準に留まっておりますが、当行の個人向け無担保ローンポートフォリオの大宗においては、グレーゾーン損失補償という独特の仕組みを享受しております。また、個人向け無担保ローン事業における有数の事業者としての地位をより確かなものとするため、子会社の新生フィナンシャルとシンキの事業統合を進めております。アプラスは、個品割賦と決済代行業務を戦略上中心的なビジネスとして捉えており、引き続き経費削減や新たな収益源の開拓に努めております。

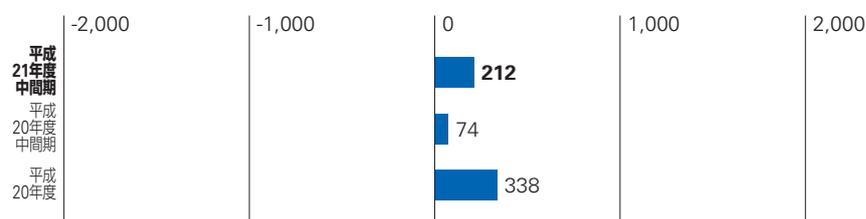
業務粗利益



業務別業務粗利益



与信関連費用加算後実質業務純益(損失)



商品・サービスのあゆみ

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
• ベーシック・バンキング(貸出、金融債)、シンジケートローン									
• キャピタル・マーケット(外国為替、デリバティブ)									
• アドバイザリー									
• 証券化									
• クレジット・トレーディング									
• レバレッジド&プロジェクト・ファイナンス									
• ノンリコース・ファイナンス									
• ストラクチャード・クレジット									
• プライベート・エクイティ									
• 企業再生ビジネス									
							• リース(事務用機器、商業機器、産業・工作機械他)		
							• レンタル		
							• 割賦販売(中小企業向け)		
• 個人・事業主向け不動産担保ローン									
• 普通預金・定期預金・金融債									
• 外貨預金									
• 仕組預金									
• 投資信託窓口販売									
• PowerFlex総合口座・インターネットバンキング									
• 住宅ローン(PowerSmart)									
• 定額・変額年金保険									
							• ショッピング・クレジット/オートローン		
							• クレジットカード		
							• 消費者、事業者向けローンカード/無担保ローン		
							• 信用保証		
							• 決済代行サービス		
							• 証券仲介		
							• 新生VISAカード		
							医療・がん・自動車保険		
							新生銀行スマートカードローン		

法人・商品部門

法人・商品部門は、お客さま中心のビジネスモデルを構築すべく、戦略的な変革に取り組んでいます。ここ数年の間損失をもたらした自己勘定のトレーディングおよび同投資業務は停止し、リスク資産の適正化ならびに業績不振な業務分野の縮小・撤退に努めてまいりました。徹底した事業改革を実施し、業務効率性の改善や経費削減を実現するとともに、当行の中核業務として実績のある業務分野においては、引き続き優秀な人材を確保しております。今後の経済環境は引き続き警戒を要するところですが、十分な手元流動性ならびに当行が長年培ってきた経験や専門性を活かし、厳しい環境においてもお客さまをサポートしてまいります。その上で、当行がお客さまのニーズに徹底的に応えることで、中長期的に、堅実な業績を確保することが十分可能であると確信しております。

業績

法人・商品部門は法人向け銀行業務と昭和リースで構成されます。

法人・商品部門における当中間期の業務粗利益は、保有する資産の評価損や減損が発生したものの、中核業務の収益が増加したことにより、449億円(前年同期274億円)となりました。

経費は、昨年度実施した業務・組織の再編と当中間期の経費削減努力により前年同期比74億円(24.9%)削減し、225億円となりました。この結果、当中間期は実質業務純益223億円の計上(前年同期は、実質業務純損失25億円)となりました。与信関連費用の減少により、与信関連費用加算後実質業務純益は97億円(前年同期は、与信関連費用加算後実質業務純損失292億円)となりました。

事業環境

平成21年度中間期は、事業環境が好転し、特に流動性の面では、主要国政府による大規模な財政措置を受けて大きく改善いたしました。一方で、世界的な株式市場の回復と主要な経済指標にはまだ乖離があり、輸出依存度の高い日本においては足元の経済環境は厳しい状況となっております。当行では、中堅、中小企業などからの貸出需要やレバレッジド・ファイナンス業務は回復しつつあるものの、手数料収入が期待できる商品やサービスの分野では依然として厳しい状況が続いています。国内不動産市場は、底打ちの

兆候が一部では見られるものの、引き続き厳しい環境にあり、証券化や不動産証券化市場では実質的に凍結状態が続いております。最悪期は脱したと推測されますが、今後も不安定な状態が続き、全面的な経済環境の回復にはまだ時間がかかるものと考えられます。

課題

国内および海外における景気回復の持続可能性が、当行の法人・商品部門がかかえる最大の課題です。資産価格の大幅な下落は、投融資、債権処理、金融サービスへの需要といった面において金融機関にマイナスの影響を与える可能性があります。加えて、金融市場の混乱が長引けばアセットバック投資・証券を含むリスク資産の適正化が困難となります。また、主要な外資系金融機関が国内不動産市場から撤退いたしました。当行の新しい事業機会にはなかなか結びつかず、逆に今後、市況が回復すれば、国内市場での競争が一段と激化する可能性もあります。

法人・商品部門は、こうした課題に積極的に対処しています。営業担当者(リレーションシップ・マネージャー)は、お客さまの事業を取り巻く環境を把握し、潜在的なニーズを早期に発掘するためにお客さまと緊密な関係を構築しています。また、業務分野の見直しや効率性の改善など積極的な経費削減に取り組む一方で、優秀な人材の確保に努めています。そして、景気の見通しが回復した際には迅速に業務拡大に向けて経営資源の配分を行えるよう、体制を整えております。

戦略

法人・商品部門は、主に国内のお客さまに対し、リスク資本や付加価値の高い金融ソリューションの提供を通じ、信頼される金融仲介者としての役割を果たせるよう努めています。安定的かつ低コストの資金調達力を基盤として、お客さまと直接取引し、さまざまな商品やサービスの提供を通じてお客さまとの関係を強化し、リスク調整後利益の最適化を果たせるよう努めております。

事業の経過

リスク資本の最適化と経費の抑制

当行は、来年度（平成22年度）初めまでにバランスシートの健全化を確実に果たすべく、今中間期において、保有資産に対する減損や引当を積極的に進めてまいりました。債務担保証券（CLO）を含む海外向けアセットバック投資・証券残高は、平成21年9月末現在、約1,800億円と、平成21年3月末の約2,000億円に比べ減少しました。厳しい市況の中ではありますが、非中核資産の処分引き続き注力する一方、平成21年度中間期には、CLOの売却益117億円を計上することができました。

また、抜本的な事業の見直しの一環として、法人・商品部門はオルタナティブ投資やウェルスマネジメントといった業績不振な業務分野を縮小あるいは撤退いたしました。さらに、早期退職支援制度の実施により、法人向け銀行業務の分野で人員を約25%削減、経費は平成17年度の水準以下にまで圧縮いたしました。こうした取り組みを通じ、年間ベースでピーク時対比約100億の経費削減を実現しております。

不動産価格の下落や不動産デベロッパーの資金調達難は、当行の約1兆円の不動産関連ポートフォリオにも影響を及ぼしていますが、大幅な価格の低下にも十分耐えられるようLTV（借入比率）の確保および引き当てを実施しております。この結果、質の高い分散化されたポートフォリオを維持するとともに、お客さまとも相談しながら、与信状況の改善に向けた取り組みにも努めています。与信残高は減少しておりますが、当行の不動産市場における豊富

な経験を活かし、厳しい環境の中でも本業務への取り組みを進めてまいります。この業務は、引き続き安定的な収益を生み出すことができる分野であり、最近では新規案件への取り組みも行っているところです。

当行は、キャピタルマーケット分野において、お客さま中心のビジネスに注力するとともに新生グループ内のビジネスを中心に業務を進めております。お客さまからの取引ニーズは伸び悩んでいるものの、取引拡充に向けた努力を継続するとともに、個人預金を通じて確保した当行の手元流動性の効率的な管理、運用などに、経験豊富な行員が取り組んでいます。

新生証券と連携し、既存の融資取引先に加え、地域金融機関のお客さまに対する金融サービスの提供にも取り組んでいます。競合他社との競争は激しいものがありますが、新生証券は地方銀行の資本政策の一環として、資本調達の場を金融仲介業務を通じて提供しております。

当行の中核業務としての貸出業務（ベーシック・バンキング）

法人・商品部門の中心である営業部では、事業法人や公共法人など、さまざまな国内法人顧客のニーズに応えるべく、十分な経営資源や優秀な人材を確保しております。半世紀以上にわたりお付き合いいただいている国内のお客さまとの取引関係は当行の強みであり、一朝一夕に築けるものではありません。こうしたお客さまの一部は、当行グループのTier I 資本強化を目的とした、平成21年10月発行の当行優先出資証券（私募形態）にもご参加いただいております。

また、中小企業の資金調達ニーズに応えるべく、法人・商品部門では、平成21年9月に法人営業本部内に中小企業新規開拓の専門部署として「営業第九部」を新設いたしました。営業第九部は、リスクに見合った適切な貸出金利設定を行うため、リスク管理部門と緊密に連携しています。また、当行は中堅、中小企業分野で40年の業務経験を有する子会社昭和リースを有しており、同社との連携も進めております。今後は、特定の金融グループに属さない、中立的な金融機関としての強みを活かし、中堅、中小企業および金融機関のお客さまとの取引の拡大を目指してまいります。

個人部門

当行の個人部門は、これまでに数々の賞を受賞してきたリテールバンキング業務とコンシューマーファイナンス業務を担う子会社で構成され、600万人以上のお客さまに革新的な金融ソリューションを提供しております。リテールバンキング業務では、預金を中心とした運用からより幅広い資産運用へといったお客さまのニーズの変化に適切に対応してまいりました。預り資産残高は順調に増加しており、収益源の多様化がなされると同時に、事業基盤はさらに強化されてきております。コンシューマーファイナンス業務においては、過払い利息返還請求が、減少する兆しを見せながらも高い水準に留まっておりますが、当行の個人向け無担保ローンポートフォリオの大宗においては、グレーゾーン損失補償という独特の仕組みを享受しています。また、個人向け無担保ローン事業における有数の事業者としての地位をより確実なものとするため、子会社の新生フィナンシャルとシンキの事業統合を進めております。アプラスは、個品割賦と決済代行業務を戦略上中心的なビジネスとして捉えており、引き続き経費削減や新たな収益源の開拓に努めております。

業績

個人部門はリテールバンキング業務および子会社（新生フィナンシャル、アプラス、シンキ、新生プロパティファイナンス）から構成されます。当行は平成20年9月22日に新生フィナンシャル（旧GEコンシューマー・ファイナンス）をGEジャパン・ホールディングス株式会社より取得いたしました。新生フィナンシャルの損益は平成20年10月1日より当行の連結決算に反映されています。

個人部門における当中間期の業務粗利益は、主に新生フィナンシャルが連結子会社となり、またリテールバンキング業務が引き続き改善したことから、より信用力の高い顧客層に注力するアプラスとシンキの粗利益低下をカバーし、1,113億円と前年同期(712億円)比56.2%増加いたしました。

また、実質業務純益は、業務粗利益の増加に加え、新生フィナンシャルの経費を除いたベースでの経費の減少により、473億円と前年同期(241億円)比96.4%増加いたしました。当中間期の与信関連費用加算後実質業務純益は、主に新生フィナンシャルが個人部門に加わり、リテールバンキングにおける着実な業績の回復、シンキにおける貸倒引当金の取崩し、ならびにアプラスの利益減少が経費削減により一部相殺されたことにより、212億円(前年同期74億円)となりました。

事業環境

国内では、依然として景気の先行きは不透明であり、失業率や企業倒産件数の増加は雇用や経済発展の面からも懸念が広がっています。一方で、リテールバンキング業務では、世界的な株式市場の回復から投資信託に対するお客さまのニーズが回復してきていますが、競合他行や証券会社は資産運用への需要の高まりに対応すべく積極的な商品開発やマーケティングを行っており、競争環境は依然として厳しい状態が続いております。

コンシューマーファイナンス業務では、お客さまの消費意欲の低迷から、信販事業やオートローンなど、収益面で影響を受けております。銀行系ではない消費者金融会社は与信コスト上昇や、過払い利息返還請求が引き続き高い水準で推移する中で、流動性の確保が厳しくなっています。

個人部門では、リテールバンキング業務において資産運用ニーズに応える商品やサービス、また住宅ローンの提供に注力しつつ、コンシューマーファイナンス業務において、厳格な与信基準を維持しながら銀行系の消費者金融会社としての強みを活かした資金調達やマーケティングに努めてまいります。

課題

今後の景気の不透明感により、リテールバンキング業務とコンシューマーファイナンス業務は少なからぬ課題に直面しています。

収益性を回復したリテールバンキングの最大の課題は、世界的に類を見ないオーバーバンキング（銀行過多）状態である国内での持続的成長です。インターネット専門の競合他行との競争も激しく、メガバンクの店舗ネットワークに比べると当行の店舗ネットワークは少ないものの、効率性を高め、お客さま中心の商品開発に注力することで高い成長性を実現できると確信しております。

コンシューマーファイナンス業務では、法規制の変更への対応が、業界にとって最も大きな課題となっています。しかしながら新生フィナンシャルは、グレーゾーン損失を受けるリスクのある取得資産のうち相当な部分について、GEによりグレーゾーン損失補償が付与されており、また銀行系の消費者金融会社としての強みを活かせるなど、競合他社と明確な差別化がなされています。さらなる業務統合による経費面でのシナジー効果や、グレーゾーン金利帯のポートフォリオの積極的な管理、そして安定した資金調達および銀行系であるという安心感などから、当行グループのコンシューマーファイナンス子会社が、多くの、そして優良なお客さまに選んでいただけるものと確信しています。

戦略

リテールバンキング

リテールバンキングでは、お客さまそれぞれのライフステージにおいて最適な資産運用をご提案する「ベスト・マネー・アドバイザー」となることを目指しています。お客さま重視の姿勢と低コストなディストリビューションプラットフォームの活用により、一般富裕層におけるシェアを拡大しつつ、金利収入と手数料収入の安定化と多様化を目指してまいります。今後は、利便性の高いオンラインでの商品やサービスの拡充や、店舗効率の良い「新生コンサルティングスポット」の展開（15ページの囲み参照）を通じて、資産運用に対するお客さまの需要回復に対応してまいります。また、ユニークな価値を提供している、住宅ローンの拡大も図ります。

コンシューマーファイナンス

当行の個人部門では、真に信頼のおける消費者金融のサービスを提供することを目指しています。当行は、法規制の変更に対応しつつ、安定的な収益を確保するための、より信用力の高いお客さまの獲得と業務効率の改善に注力しております。

新生フィナンシャルとシンキは無担保パーソナルローン事業に集中し、子会社のアプラスは、個品割賦、信用保証・決済代行サービスおよびクレジットカードに注力いたします。今後、コンシューマーファイナンス業務は主にリテールバンキングで獲得した安定的な調達資金を活用し、当行の低コストで柔軟性の高いIT技術を、店舗展開の見直しなど重複する機能の統合や、経費の削減が期待できる分野で活用していくことで、より効率的な経営を推進してまいります。

事業の経過

リテールバンキング

当行のリテールバンキング戦略は、ご好評をいただいた定期預金の金利優遇キャンペーンが終了した平成21年6月以降、新たなステージを迎えています。当行は、約250万人のリテールバンキングのお客さまに最適な商品やサービスを提供することで、手数料収入や貸出資産残高の拡大を目指します。引き続きビジネスの拡大を図る中で、経費を厳格に管理し、コストや人員数は概ね横ばいでの推移を目指します。

リテールバンキングの預金残高は、定期預金キャンペーンの終了により平成21年6月にピークに達して以降、月次ベースで想定範囲でわずかず減少しており、当行全体の調達コストの低下に貢献しています。預り資産残高は平成21年3月末の6兆472億円から平成21年9月末は6兆5,848億円にまで増加しており、6月までの定期預金の増加と、投資信託に対するお客さまのニーズの再熱を反映しています。

預り資産残高の増加は、お客さまのニーズに合ったマーケティング戦略や商品ラインアップを反映しています。商品面では、近時の円高を背景としたお客さまのリスク嗜好の回復に伴い、外国為替手数料のディスカウントを行いました。円高の影響により、市場の特定の方向性に左右されにくい、運用益（絶対リターン）を目指すCTA*運用の2商品を含む、外貨建ての投資信託商品も好調に推移しました。

最近では、インド有数の投資信託会社、UTI Asset Management との合併会社であるUTI International (Singapore) Pvt. Ltd. と業務提携し、成長著しい2大新興経済国の中国とインドへの投資を目的とした、新たなファンドを組成しました。

当行は、迅速な対応やお客さま中心のサービスにおいて競合他社と一線を画す、「パワースマート住宅ローン」のマーケティングを強化しております。平成21年度は、競争力のある条件設定が貸出実行増につながってきており、来年度は低リスクの貸出資産である住宅ローン残高が再び増加に転じると予想しています。

リテールバンキングでは、安定的に顧客数の増加を実現しつつ、業務の中心を預金から貸出や手数料収入に戦略的にシフトしてきております。平成21年度中間期においては、引き続き顧客数は毎月増加しました。「2週間満期預金」のご提供は、満期を迎えた定期預金の元利金を普通預金に比べ少しでも有利な金利で預けたいというお客さまにご好評をいただいております。さらなる取引深耕に向けてお客さまのニーズにお応えしています。

基本的な銀行サービスの提供については、お客さまに金銭的負担が全くかからない、あるいはできるだけ安く提供できるよう引き続き努めながら、よりお取引の多いお客さまがより良い条件を得られるよう「新生ステップアッププログラム」を導入し、既存および新規のお客さまに対し、当行とのさらなる取引を促す魅力的な優遇サービスを提供しております。また、このプログラムにより、お客さまにとって当行との取引のステップアップのメリットが大変わかりやすくなりました。

*CTAとは、Commodity Trading Advisorの略で、商品投資顧問業者のことを示します。一般的に、CTAは、独自に開発した投資理論やプログラムで投資家の資金や自己の資金の運用を行います。その多くは高度な金融工学やコンピューターなどを駆使しながら、商品先物やオプションなどの上場先物を利用してリスク管理を行い、「いかにリスクを少なくして、リターンを上げるか」を追求しています。

新生フィナンシャルおよびシンキ

当行の連結子会社である新生フィナンシャル(旧GEコンシューマー・ファイナンス)とシンキは事業統合を進めつつ、信用力の高いお客さまに対し、個人向け無担保ローンをご提供しております。平成21年度中間期、新生フィナンシャルは、90億円の与信関連費用加算後実質業務純益を計上しました。

新生フィナンシャルの「レイク」ブランドは、業界においてトップレベルの新規顧客数を誇り、申し込み1件当たりにかかるコストは、同業の業界大手5社の中でも最低水準となっています。また、レイクのブランド力、お客さま中心のマーケティング戦略や厳格な与信基準が功を奏し、レイクに借入れ申し込みをする全新規顧客の1/2以上を他社借入件数(LE)ゼロの顧客が占めています。

一方、シンキは積極的にコスト削減を進める一方、利息制限法内の消費者ローンに徐々に移行しつつ、戦略的に貸付金の規模を縮小しております。平成19年3月から債権内容を分別しており、平成21年9月末現在、管理を要する債権は約17%にまで縮小しております。シンキは、今年度末までにこの債権をさらに約50%削減することを目指しています。

平成21年3月には当行および新生フィナンシャルによる、シンキの株式の公開買付けを完了し、個人向け無担保ローン事業のさらなる統合へ向け着々と施策が進行しています。第一段階として、シンキは無人店舗を閉鎖し、レイクの自動契約機(ACM)を共同利用する予定です。さらに本部機能の統合も検討しております。新生フィナンシャルでは、シンキとの業務統合に向け、大幅な経費削減を実現するため、当行のITシステムを積極的に活用しています。

アプラス

当行が69.7%の株式を保有する子会社のアプラスは、個品割賦、クレジットカードおよび信用保証・決済代行サービスに注力しております。個人消費の低迷による影響を受けているものの、新経営陣のもと、取引先加盟店向けのサービス拡充に注力し、ビジネスの量より質を重視しながら収益の成長とさらなる経費削減に努めております。

平成21年4月に新たに設立されたビジネスプロモーションセンターは、営業経験が豊富で知識とノウハウを備えた人材を配置することで、取引先加盟店に特化した部署として加盟店向けサービスを提供しています。平成21年9月、

アプラスはボルシェファイナンシャルサービスジャパン株式会社とMasterCard Worldwideとの提携により、日本で発行できるMasterCardブランドの最上級カード(World MasterCardステータス)となる新「ボルシェカード」を発行しました。これは、既存のビー・エム・ダブリュー・ジャパン・ファイナンス株式会社とのオートローン業務における提携と同様、富裕層に対する付加価値の高い商品提供を通じた、アプラスの収益源拡大の可能性を表しています。決済代行業務では、口座振替による集金代行サービス、コンビニ集金代行サービス、家賃サービスを多くの法人のお客さまに提供しています。平成20年11月には、集金代行分野として初めて、口座振替による集金代行サービスの付加機能としてウェブ上で口座振替の登録が完了するサービスの取り扱いを開始し、特に、コスト削減やお客さまの利便性向上を目指す企業より注目を集めております。

また、アプラスは各ビジネスにおいて、お客さまへの負担がかからないように配慮しつつ、収益性の拡大に向けた手数料や金利の見直しを引き続き行っております。クレジットカード業務では、利用頻度の少ないカードの発行を停止しつつ、潜在性の高いカードについてはさらなるカード利用や手数料の増加を促す魅力的な優遇サービスを提供しております。

アプラスではコスト削減が最重要課題であり、さらなる成果を上げるべく当行と緊密に連携しています。アプラスではコスト削減に向けたさまざまなプロジェクトが現在進行中です。また、コスト削減のみならず、当行のATMカード発行プロセスのモジュールを活用した新システムの導入により、迅速で効率的なクレジットカード発行プロセスを構築するなど、お客さまへのサービス向上に努めています。

新生コンサルティングスポット

当行は、平成21年6月から新たに小型店舗の「新生コンサルティングスポット」の展開に取り組んでいます。新生コンサルティングスポットは、既存の「新生フィナンシャルセンター」を補う出張所として、顧客基盤の大きさに対して店舗展開が十分でなかった地域に戦略的に展開しています。店舗には、現在新生フィナンシャルセンター(SFC)に在籍する経験豊富なセールススタッフを配置し、お客さまが対面でのご対応を好むような付加価値の高い商品の提供に注力することで、「ベスト・マネー・アドバイザー」戦略における重要な役割を果たしています。

コスト面では、新生コンサルティングスポットは、開設

後1年以内の黒字転換と早期の投資の回収を見込んでおり、高い採算性と収益の継続性を併せ持つ店舗拡大を目指しております。新生コンサルティングスポットは、面積約50~約100m²程度のコンパクトな店舗とし、環境に考慮すべく従来のバンクスポットよりも大幅な経費抑制に努めています。初期コストや年間のランニングコストの大幅な削減を実現しているものの、従来と変わらぬサービスをお客さまに提供しています。これまでに、既存店の名称変更を含め8つの新生コンサルティングスポットを開設しており、平成22年2月には自由が丘(東京都)に新たに開設する予定です。



平成21年6月1日に開設した
千里中央コンサルティングスポット



千里中央コンサルティングスポットで
スタッフに相談するお客さま

関西

千里中央(大阪府)
堺東(大阪府)
梅田(大阪府)
西宮北口(兵庫県)

関東

表参道(東京都)
自由が丘*(東京都)
鎌倉(神奈川県)
津田沼(千葉県)
川口(埼玉県)



*平成22年2月に自由が丘に開設予定