

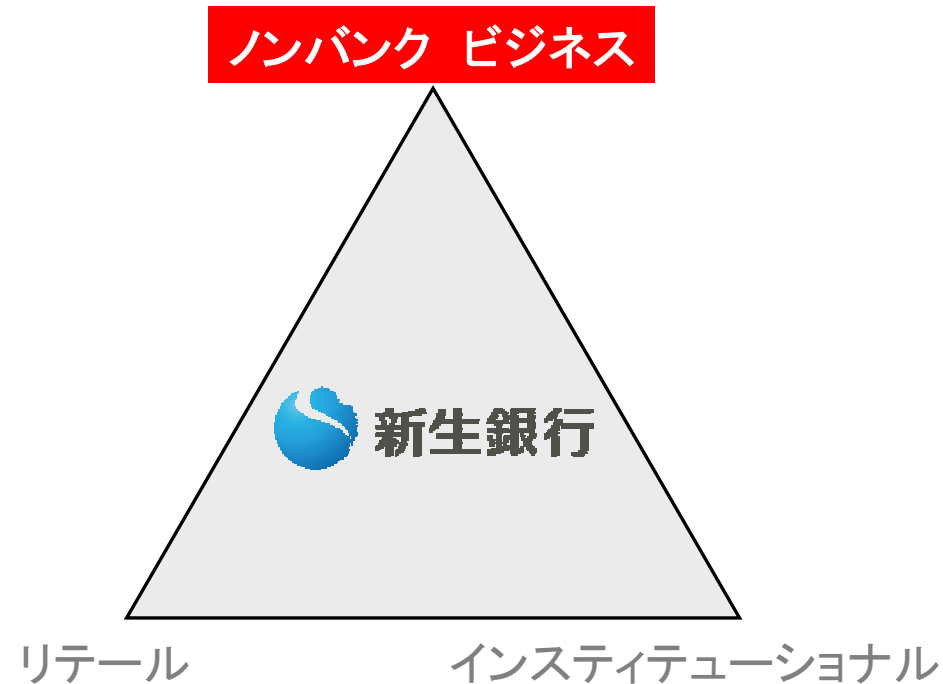
アプラスと新生銀行との全面提携について



2004年9月3日
株式会社アプラス
株式会社新生銀行

新生銀行の戦略

- **ベターバンキング**
～より良い銀行サービス:
法人と個人のお客様に、常に
一歩先を行く商品・サービスを提供
- 先進的で、かつ、お客様の
ニーズを見据えたアプローチ
- 高付加価値のサービスを支えるIT
と経営体制



高い収益性と企業価値の創造

新生銀行のノンバンクビジネス

1. 投資銀行業務・リテールバンキング業務に続く第三の柱

- 銀行本体では参入しにくい、あるいは別会社での独立管理が望ましいビジネス・顧客へ、子会社・関連会社を通じてアプローチ
- 新たな顧客への新たな商品・サービスを提供することでグループ総合力を拡大
- 5年後には、グループ収益の2割程度を担う分野として期待

2. 強化・拡大の理由と背景

- 潜在的市場のさらなる拡大見通しと収益獲得余地
- 当行の強力な資本力活用によるレバレッジ効果と、商品力(証券化等)による収益性極大化の可能性
- 先進的ITを活用した共通プラットフォーム導入による業務効率の向上余地

3. 強化・拡大の戦略

- オーガニックな成長促進のための商品力強化・リスクマネジメント向上
- 投資銀行業務・リテールバンキング業務とのシナジー追求
- 機能・分野の充実のみならず、フランチャイズ・顧客基盤の拡大を目指したM&A・企業提携を推進

新生銀行のノンバンク機能分布

消費者金融		
顧客層	商品	新生グループ
<ul style="list-style-type: none"> 一般顧客 	<ul style="list-style-type: none"> 割賦販売 クレジットカード キャッシングローン 消費者金融 	<ul style="list-style-type: none"> アプラス 新生セールスファイナンス シンキ

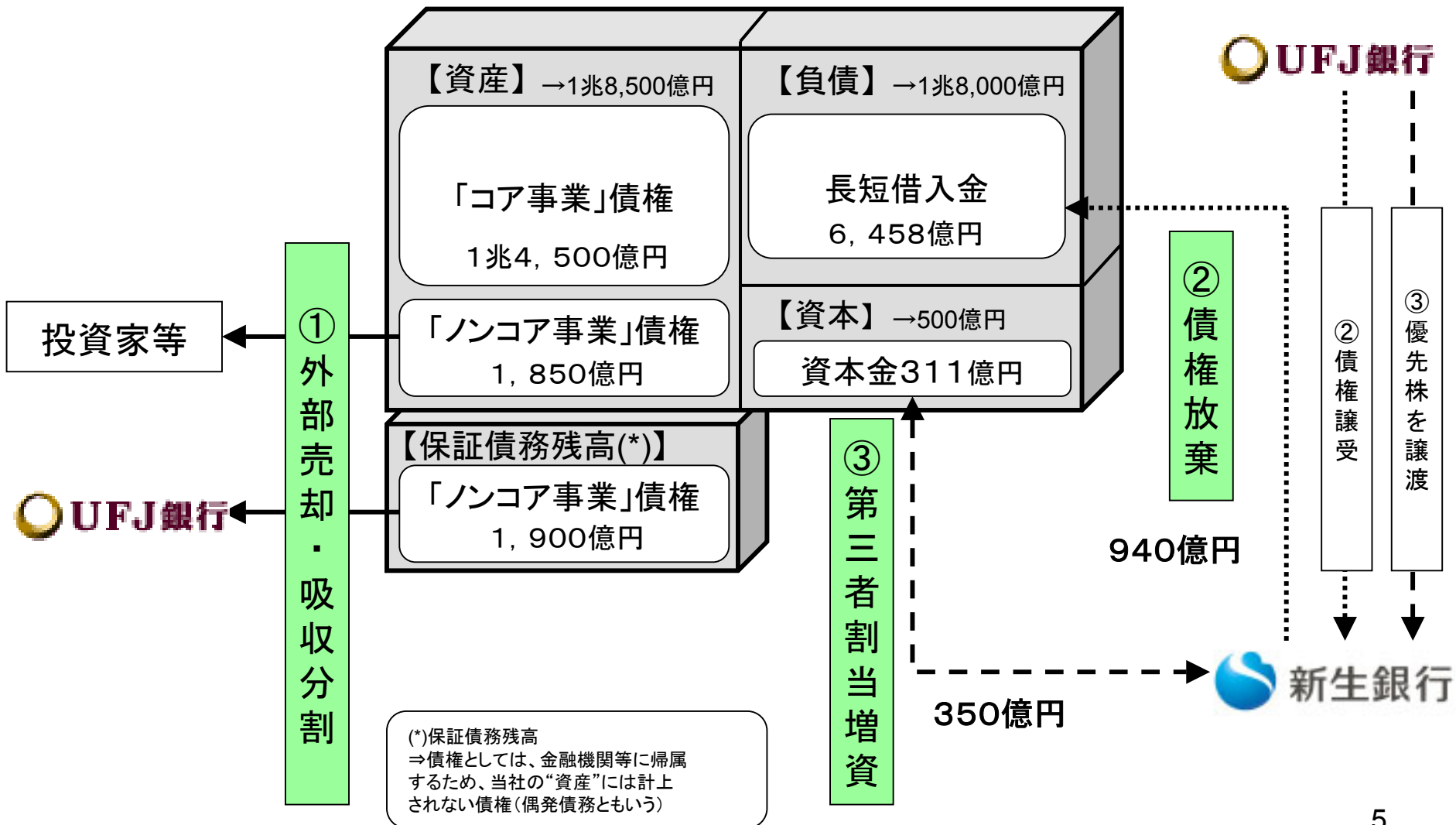
事業者向け金融		
顧客層	商品	新生グループ
<ul style="list-style-type: none"> 中小企業 	<ul style="list-style-type: none"> ローン 	<ul style="list-style-type: none"> 新生ビジネスファイナンス

プロパティファイナンス		
顧客層	商品	新生グループ
<ul style="list-style-type: none"> 不動産業 & ディベロッパー 住宅購入者 / オーナー 	<ul style="list-style-type: none"> 不動産担保ローン 住宅ローン 	<ul style="list-style-type: none"> 新生プロパティファイナンス ライフ住宅ローン

拡大し続ける、3つのキーマーケットに対するノンバンク・フランチャイズ

ノンコア事業分離のイメージ

【04年7月末現在の貸借対照表】

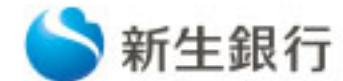


本件アライアンスのイメージ

【アライアンス後の貸借対照表】



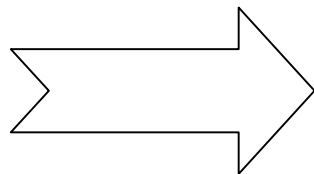
<p>【資産】→1兆7,500億円</p> <p>「コア事業」債権 1兆4,500億円</p>	<p>【負債】→1兆7,000億円</p> <p>有利子負債 5,518億円</p> <hr/> <p>【資本】→500億円</p> <p>資本金 486億円</p>
--	---



アプラス株式を
約67%保有

【新生グループの
“ノンバンクビジネス”の
中核と位置付け】

- ・「コア事業」へ完全特化 (⇒高収益体質の実現)
- ・自己資本の充実” (⇒経営基盤の強化)



新生グループとしての【新生】アプラスの誕生！！