

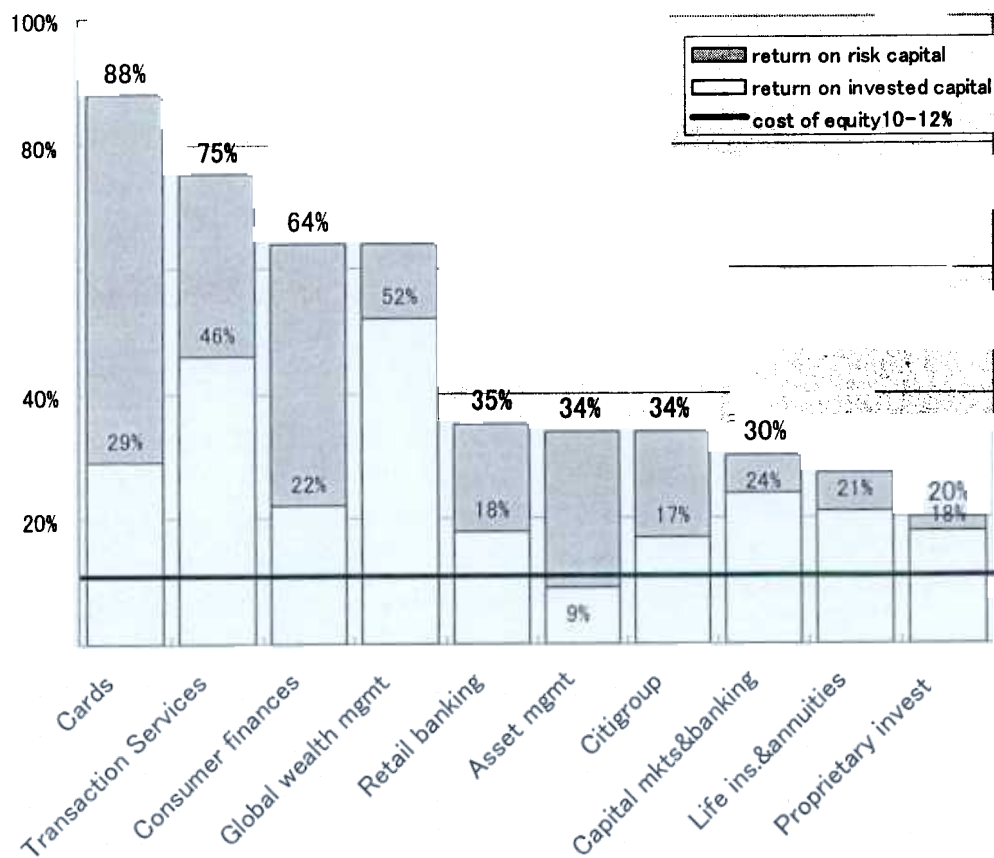
●千方百計創造綜效

明確自身作為顧客代理的立場 設計公開的商品選擇機制 開發支持理財業務的綜合服務

構築不同商品 不同顧客的收益管理系統 掌握令自己營利的顧客及商品 對特定的顧客提供所有商品與服務 是很重要的

20 80原則

圖表7.花旗集團重視資本效率的經營



不同業務部門的收益與所分配風險資本
(2004年, 百萬美元)

資料來源:花旗集團年報

選擇之 將地方金融機構納入自身系統

- 以開拓地方市場為目的
- 利用通過銀團貸款 債券銷售等業務與地方金融機構建立起來的合作關係 在金融商品開發方面處於優勢的大型銀行將地方金融機構納入自身系統 由地方金融機構銷售金融商品 該業務模式稱為 產銷分離模式 加強地方金融機構扮演金融商品流通業的角色
- 也可研討通過 使用轉為民營化後的郵政儲蓄網絡來促進金融商品的流通 銷售的模式

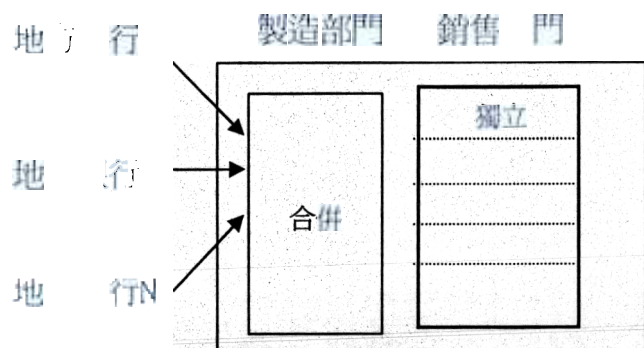
選擇之 金融機構的跨國併購

- 確保在不斷成長的市場中的優勢地位
- 風險管理方面的必要性

大多數為國內資產 信用風險集中在國內 在新BIS規定下 信用風險量的變動增大 因此在景氣衰退期將發生在增加所需資本和大幅壓縮信貸資產之間作出選擇的風險 為規避該類風險 有必要將信貸資產進行地區分散

地方金融機構的選擇之一 “產銷分離模式”

- 地方金融機構將金融商品的開發 製造功能加以合併 虛擬銀行 各地方金融機構來銷售 共同品牌 的金融商品而事先流通 業化 以此與大型銀行的地方市場攻勢及郵政儲蓄公司開展競爭
- 金融商品製造部門的合併有多種方式 如外資金融機構 非銀行金融機構等也可行



地方金融機構的選擇之一 “超級地區銀行模式”

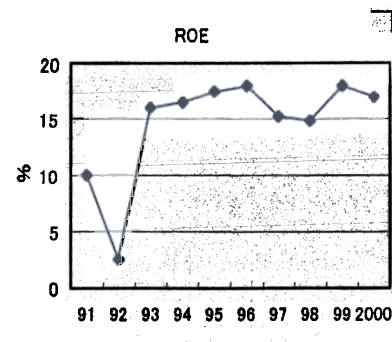
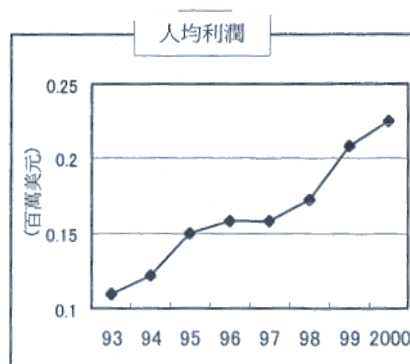
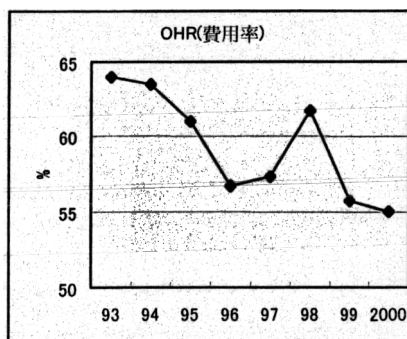
- 主要地方金融機構為加強個人業務，模仿美國超級地區銀行實施跨越主要營業地區的併購戰略
美商眾國銀行(現美商美國銀行)的併購戰略(擴大地域型、擴大市場份額型等 參考圖表8)
- 有助於分散信貸資產地區風險，與轉為民營化後的郵政儲蓄公司開展競爭也有一定效果

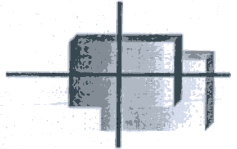
圖表8. 原美商眾國銀行(現為美商美國銀行)的併購、合併及其戰略

- 追求利潤率及時價總額,而非資產規模
- 向併購對象導入本公司的業務營運方式及系統、精簡人員、合併或撤銷分行,徹底地整頓事務部門至合理化,其結果與顧客根基的擴大相得益彰,實現了高利潤率高股價。利用時價總額的增加進一步實施併購

年	併購對象			目的
	銀行名	所在州	概要	
91	C&S Sovran	喬治亞州	在東南部的9個州及華盛頓特別行政區設有分行,全美排名第12位	擴大地域
95	洲際銀行 CFS金控 Bank South	佛羅里達州 佛羅里達州 喬治亞州	州南部有24家分行 州南部有40家分行 州內有149家分行	擴大地域 擴大市場份額 擴大地域
96	Chase Federal Bank	佛羅里達州	州南部34家分行	擴大市場份額
97	Boardmens Bankshares Montgomery Securities	密蘇里州 加利福尼亞州	面向機構投資家的理財業務為其強項。在中部、南部、西部開設分行,為骨幹證券公司。面向高科技企業的IPO業務為其強項。	擴大地域 擴大業務範圍
98	Barnett Bank 美商美國銀行	佛羅里達州 加利福尼亞州	州內最大地方銀行,在州內有644家分行,存款量占全州20% 資產規模在全美排第五位。在西海岸擁有強大的營業根基	擴大市場份額 擴大地域

- 擴大地域型
併購未開展業務地域的銀行
- 擴大市場份額型
併購已開展業務的特定地域的銀行
- 擴大業務型
併購銀行業務以外的證券、信用卡等公司





日本信用卡業

<http://www.smbc-card.com>

2005年10月6日
三井住友カード 株式会社



- I 三井住友信用卡概要
- II 信用卡發行張數變化
- III 行業別信用卡發行張數與佔有率的變化
- IV · 信用卡營業額的變化
 - ①日本國內信用卡消費比率
 - ②各國現狀
- V · 信用卡事業版圖擴張
- VI · 不正當使用的對策
- VII · 信用卡公司與管轄機關

I 三井住友カードの概要

◆ 会社概要

商号 三井住友カード株式会社
 設立年月日 1967年12月26日
 代表者 栗山道義
 従業員数 1,696名(2005年3月末現在)

◆ 業 容

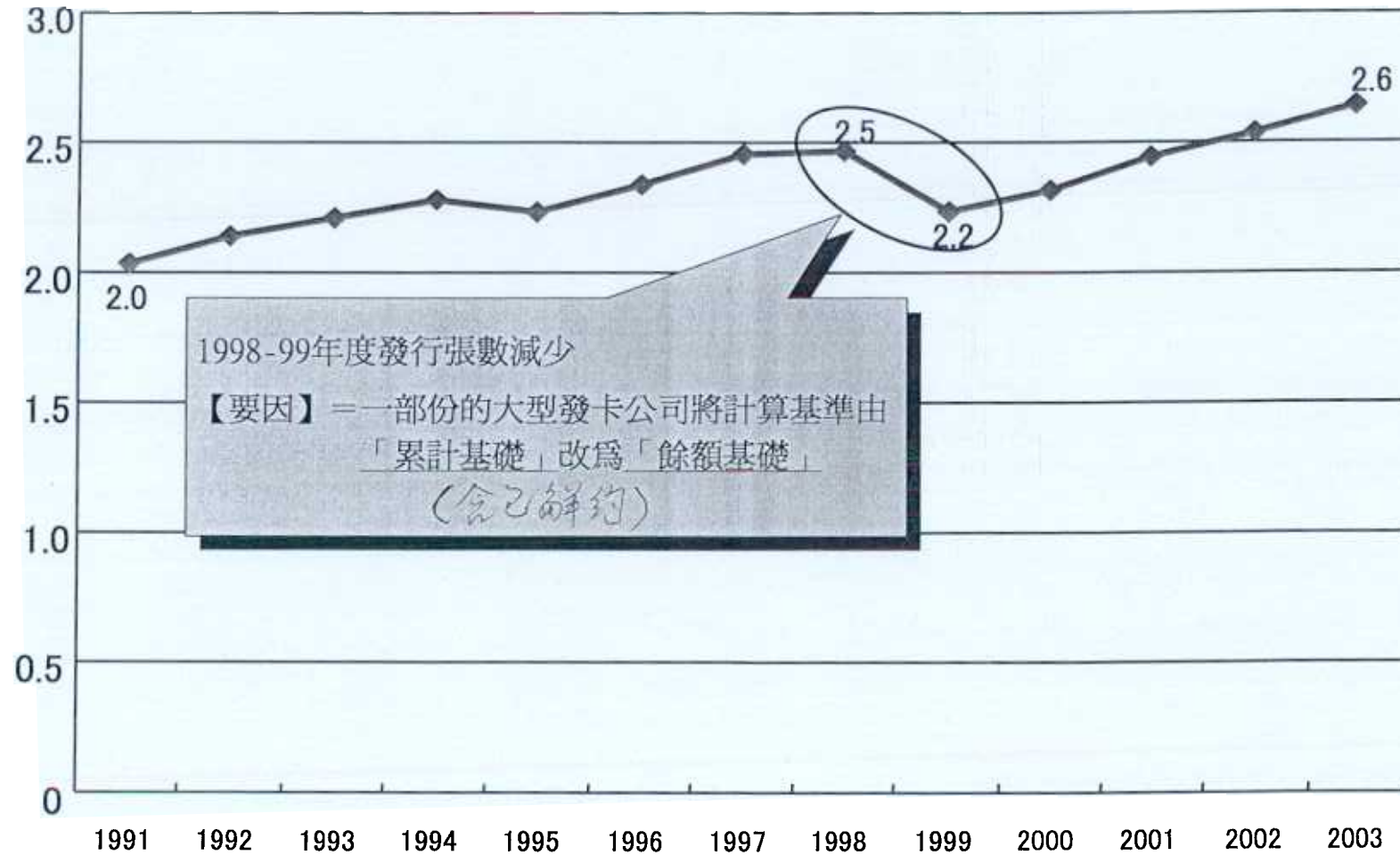
	2004年	2003年	2002年
信用卡銷售數	35,987億円	32,584億円	30,355億円
營業收益	1,321億円	1,263億円	1,221億円
營業利益	231億円	185億円	160億円
會員數	13,462千人	12,758千人	12,118千人
加盟店數	3,089千店	2,892千店	2,699千店



Ⅱ. 信用卡發行張數的變化

— 2003年發行卡數為2億6362萬張

(單位：億張)



日本の消費者信用統計平成17年版

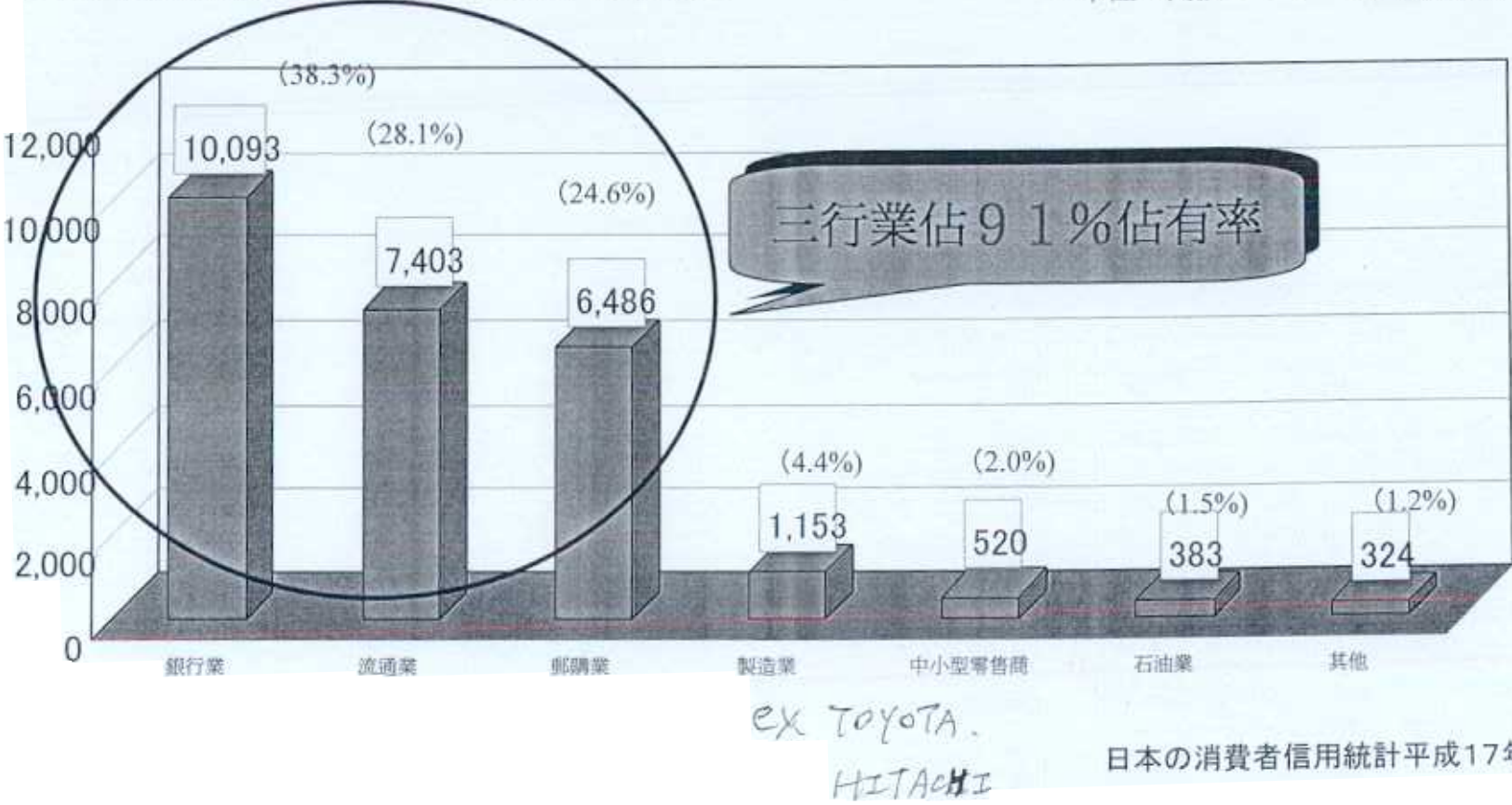


Ⅲ. 行業別信用卡發行張數及佔有率的變化

現狀、銀行業・郵購（通信販售）業・流通業佔全體90%以上

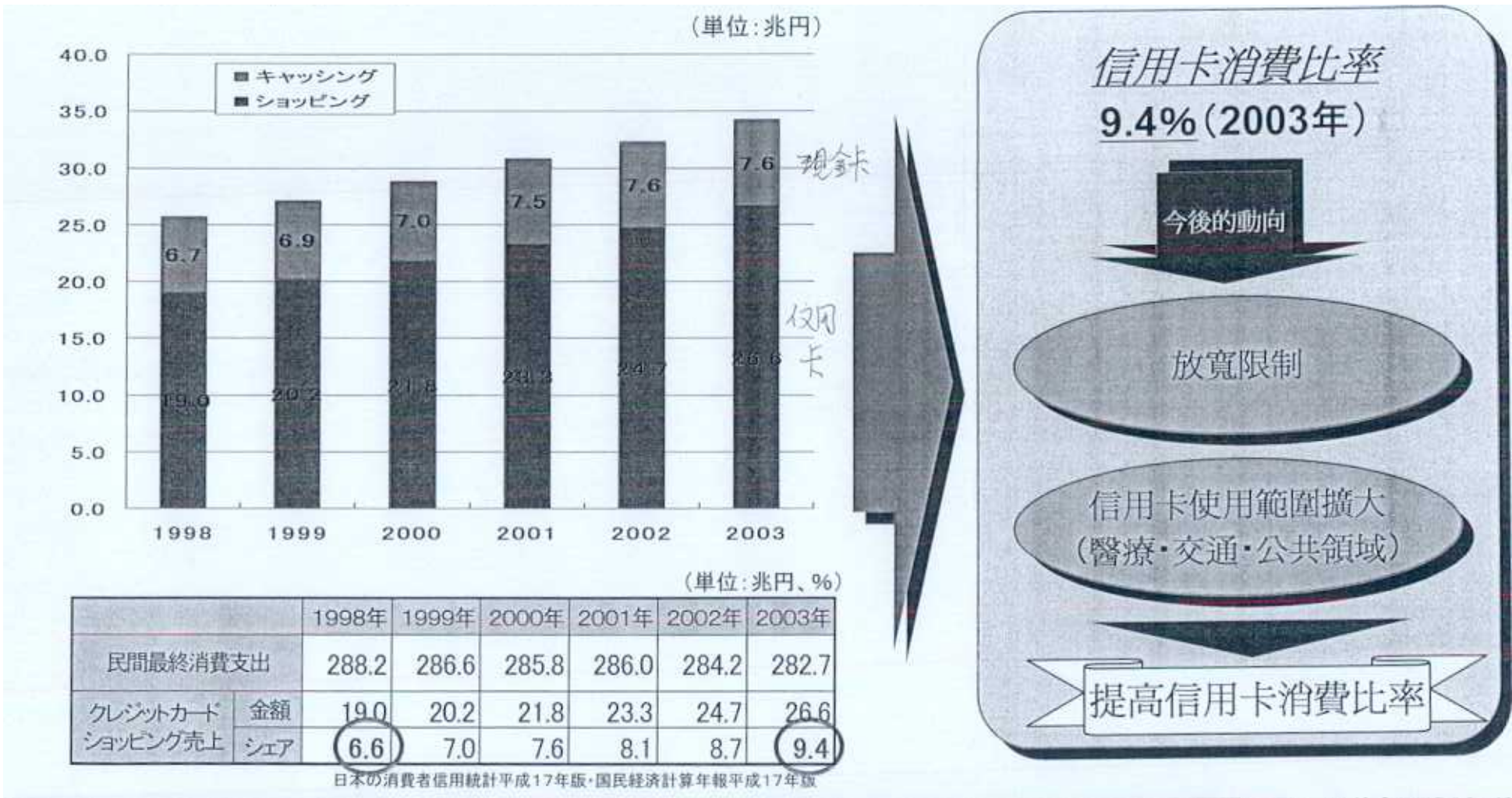
①行業別信用卡發行張數（2004年3月底）

<單位：萬張>、（ ）內為佔有率



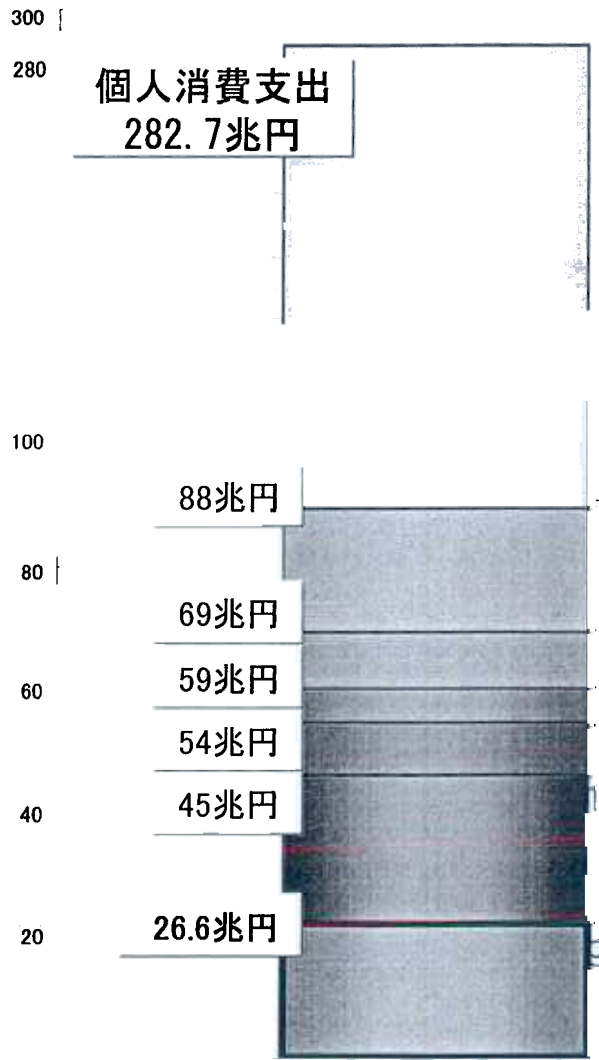
IV. 信用卡營業額的變化 ~①日本國內信用卡消費比率

一 民間最終消費支出中以信用卡付款的比率5年間成長1.5倍



②各國現狀

(單位:兆円)



- 日本信用卡消費比率は韓国の1/4、
アメリカの1/3
(若與韓國相同、在日本將有61兆日圓的市場)

- 強化・擴充對現金的競爭力
- 擴大業務範圍的空間仍大

(信用卡消費比率---支出別)

	信用卡消費比率
通信	19.1%
衣帽・鞋子	18.3%
家具・家事用品	16.7%
教養娛樂	13.2%
交通 ex. 電車	8.1%
食料	3.0%
保險	2.1%
醫療保險	1.7%
教育 ex. 大學之費	1.1%
住居 ex. 房租	0.0%
水電費 ex. 月費 後用未支付	0.0%
其他	9.9%

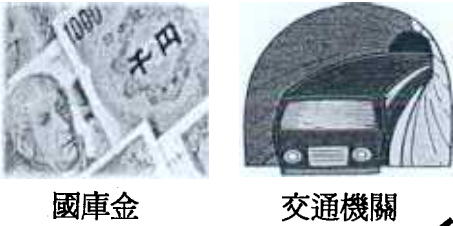
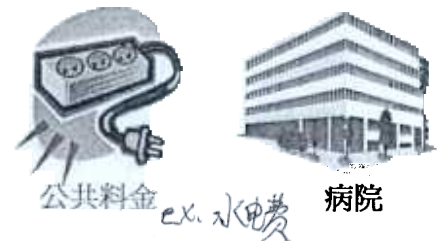
31%韓国+61兆円
 24%米国+42兆円
 21%オーストラリア+32兆円
 19%香港+27兆円
 6%シンガポール+17兆円

↑ 鼓勵 有紀錄, 較不能逃稅, 有優惠措施, 可減稅

V 信用卡事業領域的擴大

業務範圍的擴大

《擴大範圍》



ex. 用信用卡繳稅



無論虛擬或實體，從購物信用卡開展綜合性消費支付信用卡

環境的變化

信用卡事業

擴大服務內容

⇒ 詳細P8



非接觸卡片的利用範圍擴大、與電子貨幣等的合作

《銀行強化銷售》



以大型銀行重組為基點進行信用卡業重組

循環信用·分割解禁為契機銀行發行



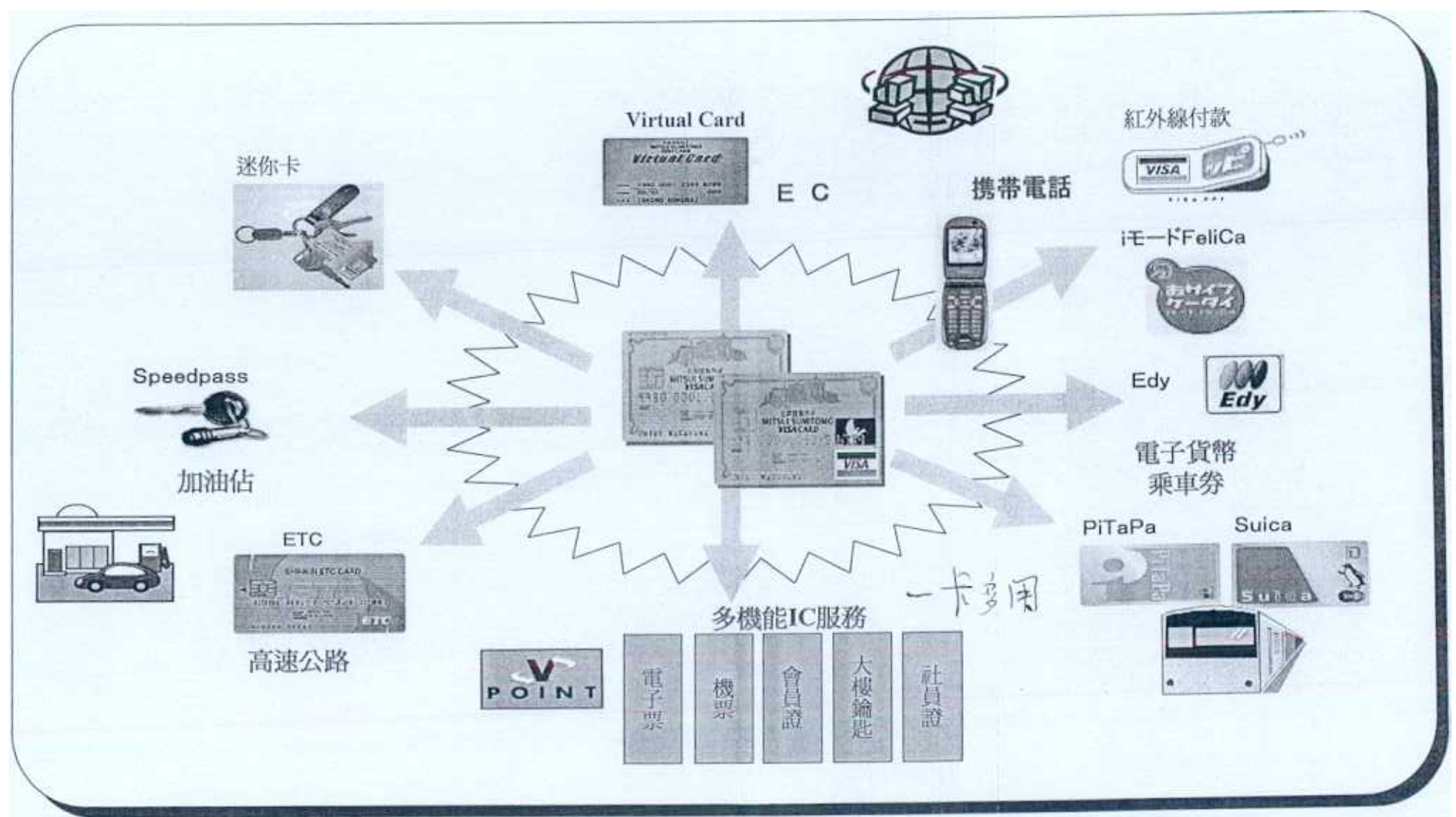
根據卡片IC化開展多機能現金卡

《風險管理》

針對信用卡偽造問題提出IC化及生物認證對策

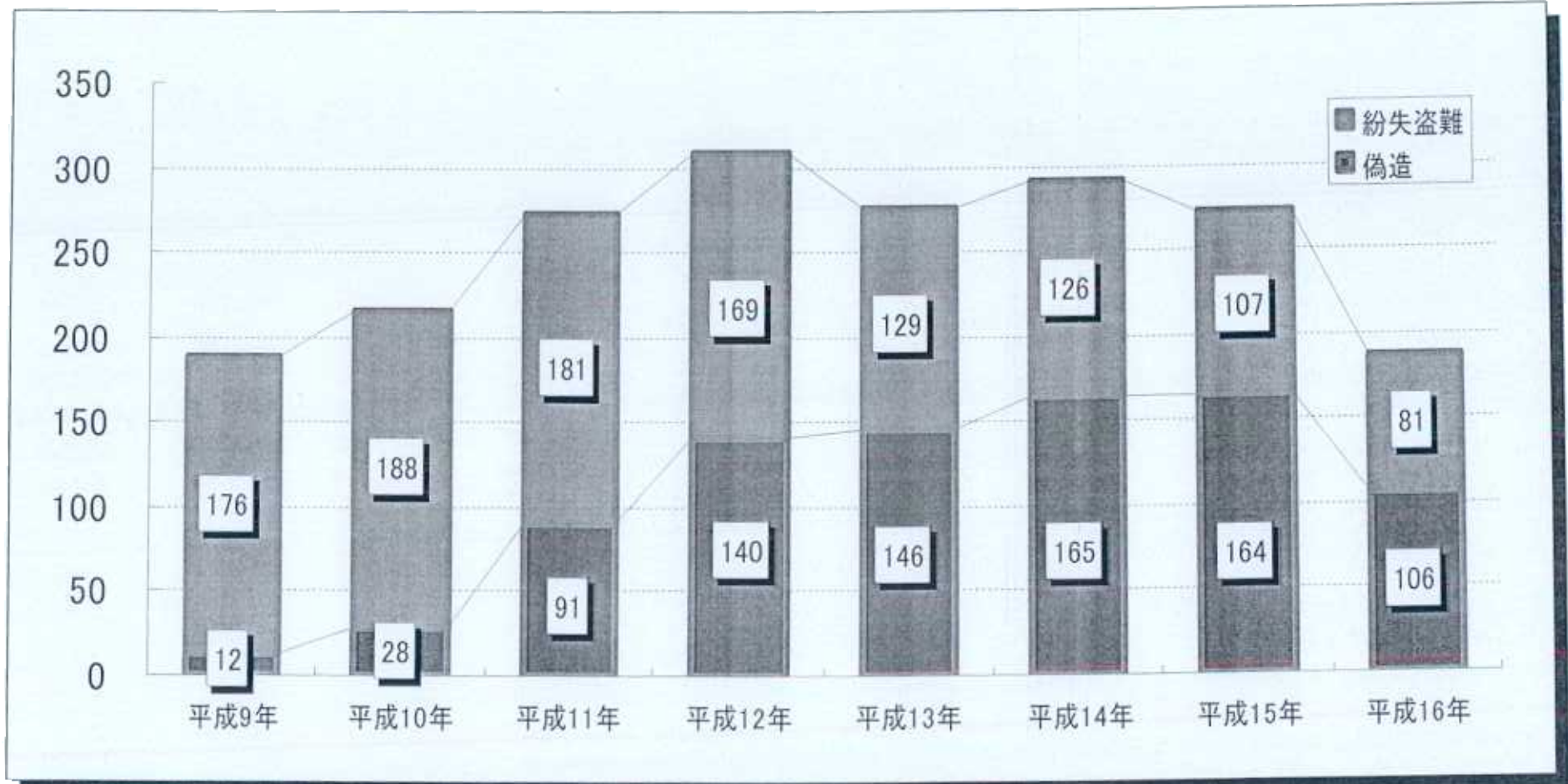


V. 信用卡事業領域的擴大 ~ 服務內容的擴大



VI. 不正當使用對策 ~ ①不正當使用被害金額的變化

(單位 億圓)



(社)日本クレジット産業協会公表計數

R
SAS
の中
国
の
事
業
部
門
の
工
業
用
の
手
帳
簿
の
偽
造

Ⅶ. 信用卡公司及管轄機關

	經濟產業省	金融庁
成立經過	2001年1月6日、由舊通商産業省改制成立	2000年7月3日、金融監督廳與舊大藏省金融企劃局統合之後成立
所管法令	販賣信用業務(循環信用・分期付款)	貸款業務 <i>ex. 初信保</i>
	<p>分期付款販賣法</p> <ul style="list-style-type: none"> - 昭和36年7月1日公佈 - 産業經濟省管轄 - 登錄制(經濟産業大臣) - 有罰則 	<p>貸款業限制法</p> <ul style="list-style-type: none"> - 昭和58年5月13日公佈 - 金融廳管轄 - 登錄制(內閣總理大臣・都道府縣知事) - 有罰則
利率		<p>出資法</p> <ul style="list-style-type: none"> - 昭和29年6月23日公佈 - 金融廳・法務省管轄 - 有罰則
立入検査	各地方經濟産業局實施	<p>利息限制法</p> <ul style="list-style-type: none"> - 昭和29年5月15日公佈 - 法務省管轄 - 無罰則
		各地方財務局實施



三井住友VISAカード

