

みずほ証券の事業戦略 (骨子)

2009年5月7日

みずほ証券株式会社

みずほ証券の事業戦略の基本的考え方

- 環境認識、及びみずほ証券の強みを踏まえた事業戦略の考え方
 - 顧客ビジネス中心の収益モデルの推進
 - 顧客に対する高付加価値商品 / サービス (ソリューション) の提供を軸に
 - 環境変化への対応力に富んだ経営基盤の構築
 - 経費の適切なコントロール、資本効率の向上等を通じ、変化に強い経営基盤を構築

環境認識

- 引き続き厳しい経済環境が継続するものと予測
- リスク対応力の強化等を求める規制・監督の潮流
- 「銀行系」が強みを発揮できる環境に

銀証連携効果の
極大化

みずほ証券の事業戦略の2つの柱

顧客ビジネス中心の収益モデルの推進
(対顧客ソリューションビジネスへの「原点回帰」)

環境変化への対応力に富んだ経営体制の実現

合併シナジーの
極大化

みずほ証券の強み

- 顧客基盤 (ホールセール + ミドル・リテール)
- 銀行系証券としての強固な経営基盤
- プロダクト開発・提供力、グローバル展開力

顧客ビジネス中心の収益モデルの推進

国内戦略と海外戦略の組み合わせ

- 成熟市場たる国内及び欧米市場におけるシェア向上と、新興国における新たな市場の開拓による成長という両面からの成長戦略
- いずれにおいても、顧客ビジネス中心の成長戦略を志向

	国内	海外	
		欧米市場	新興国(アジア・中東)
市場に対する認識	成熟市場		高成長市場
成長実現の手段	それぞれの市場における対顧客取引シェアの向上		資本市場の発展の流れの中で収益を確保
	グローバル連携によるクロスボーダー対顧客取引の捕捉		
成長実現のための具体的施策	フルライン化による提案力・商品力・情報力・販売力の強化(シナジーの極大化)	現地における顧客サービス機能の強化 現地化による顧客マーケティング力の強化	拠点展開の拡大 現地における収益ビジネスインフラの早期整備
	MHCBほか、MHFGグループ会社、及び外部提携先等との連携強化		

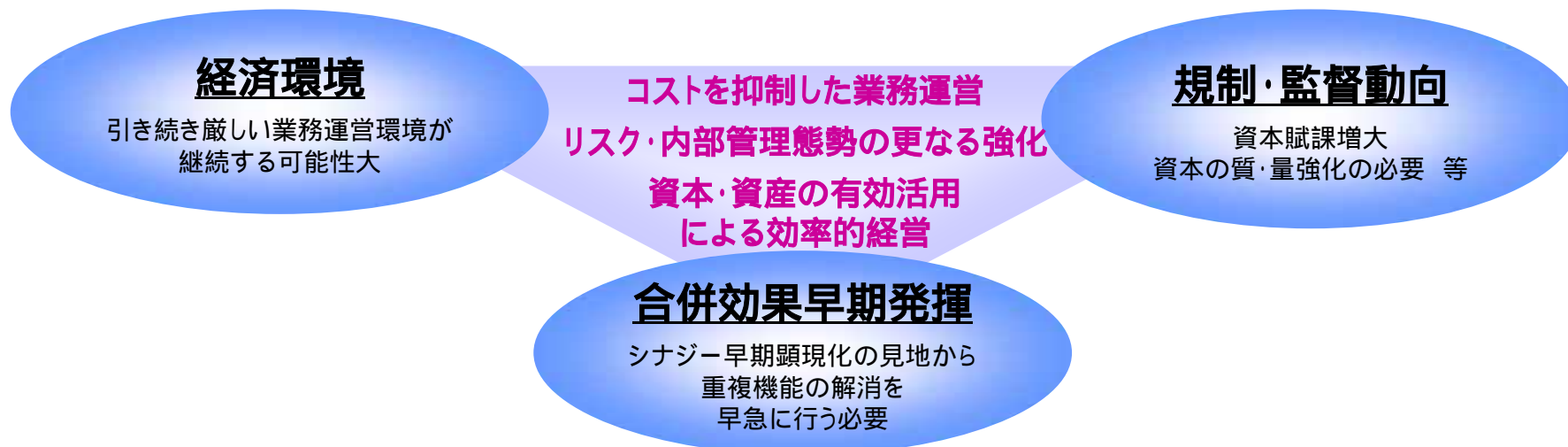
顧客ビジネス中心の収益モデルの推進

- 業務部門毎の目標

部門名	基本スタンス	具体的な目指す方向性
国内営業部門	顧客に対する高付加価値商品/サービス(ソリューション)の提供	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の投資ニーズやリスク許容度等に応じた、適切な商品の提供 資産運用全般に関する付加価値の高いアドバイスの実践
グローバル投資銀行部門	バランスシートへの依存度を抑制した業務運営	<ul style="list-style-type: none"> 市場・商品部門、国内営業等との緊密な連携を通じた、顧客ファイナンスにかかるマーケティング力の強化 ファイナンス戦略、事業戦略に関する付加価値の高いアドバイス及びソリューションの提供
グローバル市場・商品部門	顧客オーダーフロー拡大に軸足	<ul style="list-style-type: none"> 情報力、執行力、商品力の強化等、顧客サービスの向上を通じた対顧客オーダーフローの拡大 対顧客セールス・トレーディング業務に軸足を置いた収益モデルの実現

環境変化への対応力に富んだ経営体制の実現

- **コストを抑制した業務運営**
 - 厳しい業務運営環境が継続することを踏まえた、コスト構造の適正化
 - 重複機能の早期解消及び経費の変動費化推進
- **リスク・内部管理態勢の更なる強化**
 - 市場環境を踏まえた適切なリミット運営と証券化商品等の管理強化
 - グローバルな金融監督規制の潮流を踏まえた、内部管理態勢の更なる整備推進
- **資本・資産の有効活用による効率的経営**
 - グローバルな金融監督規制に対応した適切かつ効率的な資本活用
 - レバレッジに依拠しない、顧客取引中心のビジネスによる資産効率の向上



合併シナジー / 銀証連携効果の極大化

- 合併シナジーの極大化
 - 相互補完関係にある両社の強みを結集し、幅広い分野でシナジーの極大化を早期に実現
- 銀証連携効果の極大化
 - みずほコーポレート銀行(MHCB)をはじめとしたみずほフィナンシャルグループ(MHFG)各社との緊密な連携 顧客サービス / プロダクト力の一層の強化
 - 米国FHC体制下における銀証連携成功事例(兼職営業員による引受営業体制は、米国内社債引受業務におけるプレゼンス向上に大きく寄与)

旧 新光証券の強み

~ミドル・リテール業務中心~

- 国内99拠点の営業基盤
- 約140万口座の顧客基盤
- トップクラスのIPO主幹事件数
- 高いIPO参画比率
- ミドル・リテールの販売力

シナジー
効果

旧 みずほ証券の強み

~ホールセール業務中心~

- グローバルネットワーク
- 内外機関投資家、銀行顧客基盤へのアクセス
- 大型ファイナンス主幹事の実績
- 各種リーグテーブルでトップクラスの実績
- 商品開発力・金融技術力・リサーチ力

MHCBその他MHFG各社との緊密な連携・協働

顧客サービス / プロダクト力の向上

みずほ証券としての企業価値の向上

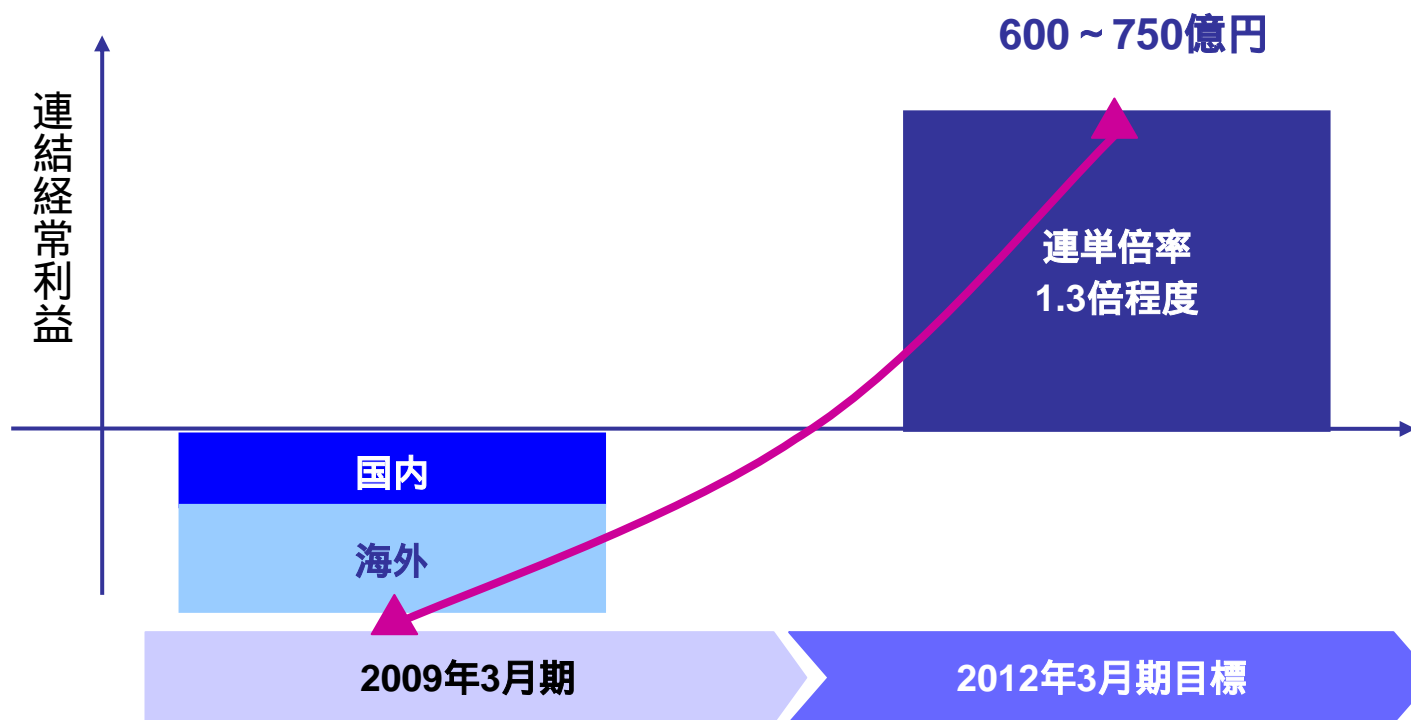
当面の重点施策の考え方

- 6つの重点施策
 - 以下の6つの重点施策に注力して業務運営を実施

	人員・組織の 早期融合	• 人員・組織面での融合を早急に進め、新会社としてのシナジー発揮に向けた体制を整備
	シナジーの 早期実現	• 収益シナジー / コストシナジーの両面から、合併シナジーを早期に実現
	国内リテール 業務の強化	• 貯蓄から投資への流れの中、みずほ証券としての総合力を活かし、国内リテール業務基盤の強化を推進
	エクイティ業務 の強化	• エクイティ業務の強化 (引受シェアの拡大 / 顧客フローの増大)
	銀証連携 の強化	• 規制緩和を踏まえ、MHCB等MHFG各社との連携強化策を推進
	グローバル対応力 の強化	• 米国市場における更なるプレゼンス向上、 アジアビジネスへの取組み強化

2012年3月期を展望した今後の収支目標

- 環境認識
 - 景況感の悪化は当面継続し、2010年後半頃から緩やかに回復
- 収支目標
 - 2012年3月期において、連結経常利益600～750億円を目指す



本資料は、今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料に記載された意見・計画・予測等は、資料作成時点での当社の見解であり、その実現・達成を保証し、または約束するものではなく、またその情報の正確性・完全性を保証し、または約束するものではありません。

本資料に記載された内容は、予告なしに変更されることがあります。なお、変更があった場合でも、当社は本資料を改訂する義務を負いません。

本資料に関する一切の権利は、みずほ証券株式会社に帰属しております。