

NOMURA

Retail

營業部門

2010年5月10日

多田 齋
營業部門CEO

1. 営業部門の戦略

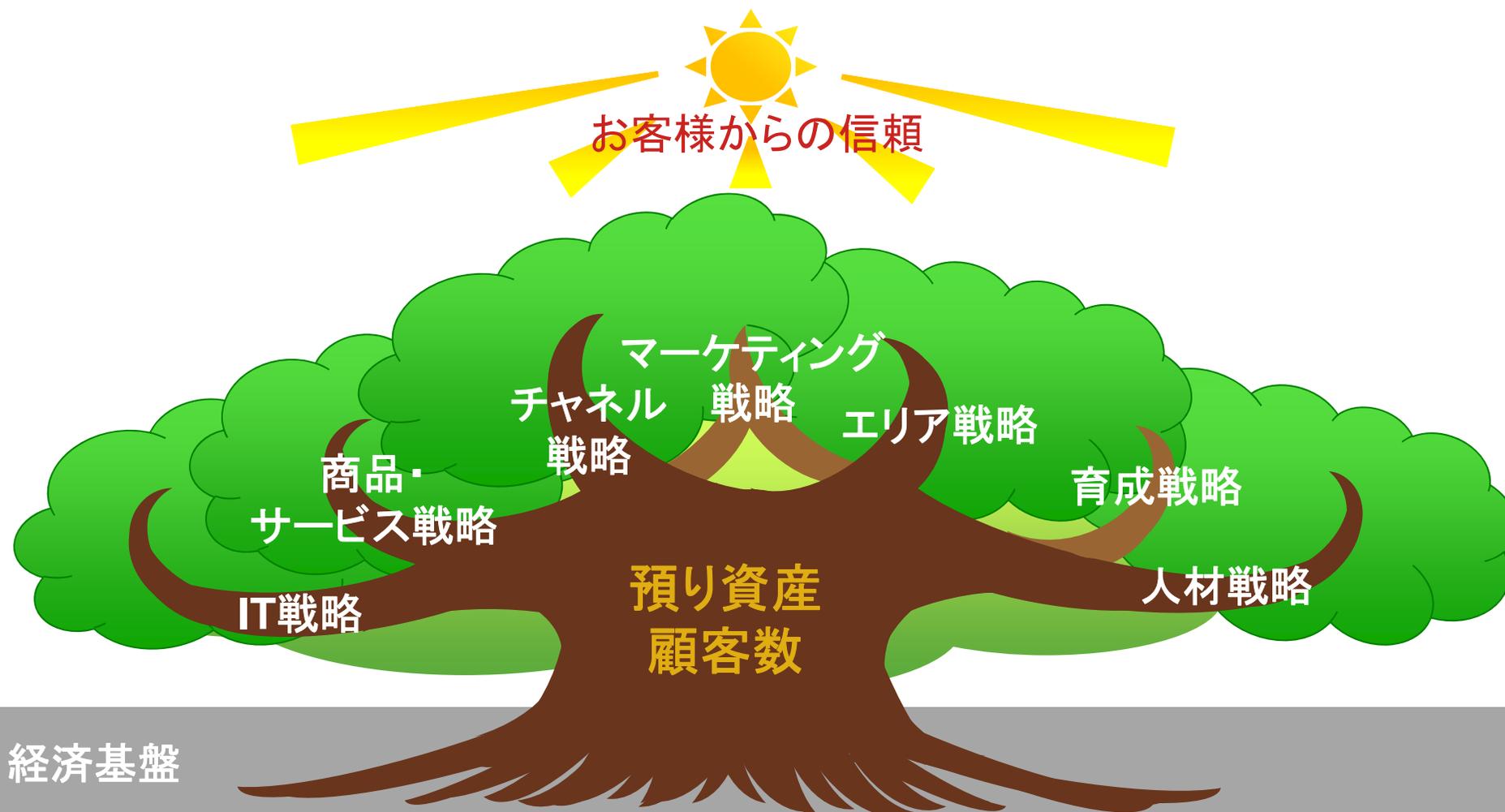
2. 前期の成果・総括

3. 課題

4. ビジネスプラン

営業部門の拡大成長に向けた考え方

- お客様の信頼を獲得するべく、戦略を立案・実行し、営業基盤の拡大を図る



1. 営業部門の戦略

2. 前期の成果・総括

3. 課題

4. ビジネスプラン

前期の施策

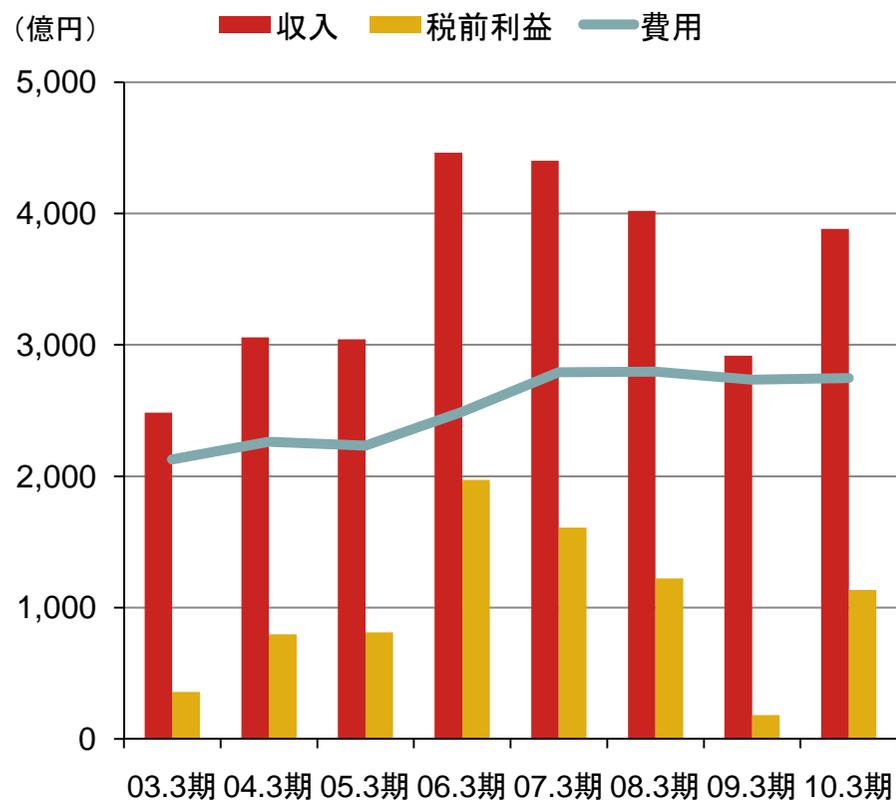
施策のポイント

- お客様目線に合わせた営業店・本社体制の構築
 - 営業店のチャネルフォーメーション改編
 - チャネルフォーメーションに合わせた本社サポート体制の強化
- 「対面・ネット・コール」のシームレスな関係の整備
 - 職域・IPOによる開拓の効率化と営業店との連携
 - コールセンターの全店展開によるコンサルティング営業の充実
- 業務効率化と費用構造の精査による徹底したコスト削減
 - コントロール可能な販管費を前期比20%削減
 - 優先順位をつけた投資を進め、費用の抑制を実現

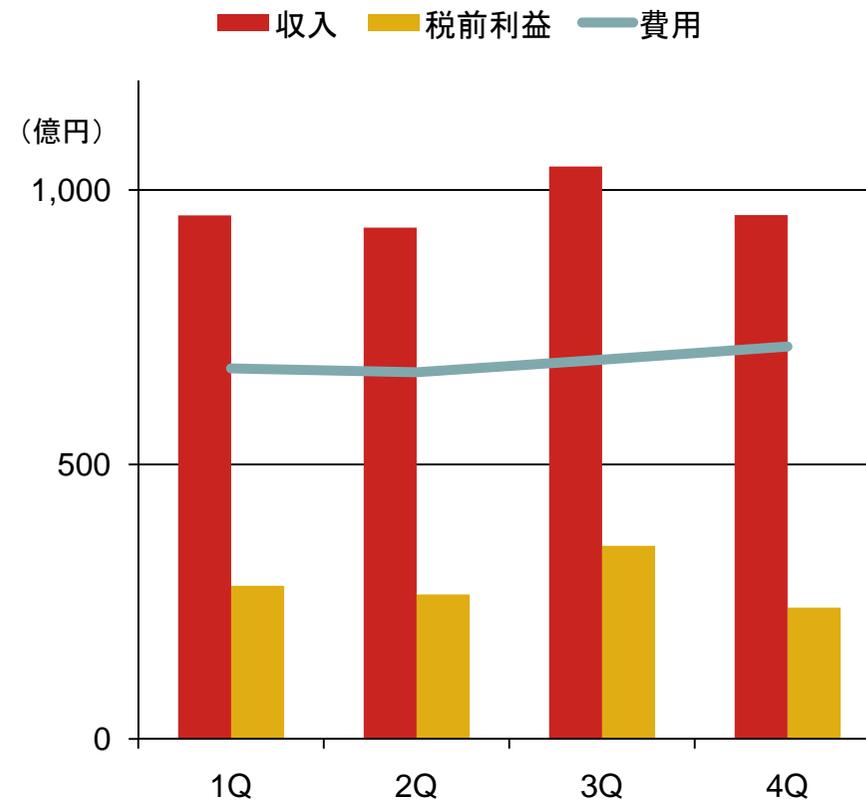
収入・費用・利益の推移

■ 収入3,883億円、費用2,749億円、税前利益1,134億円

年度推移



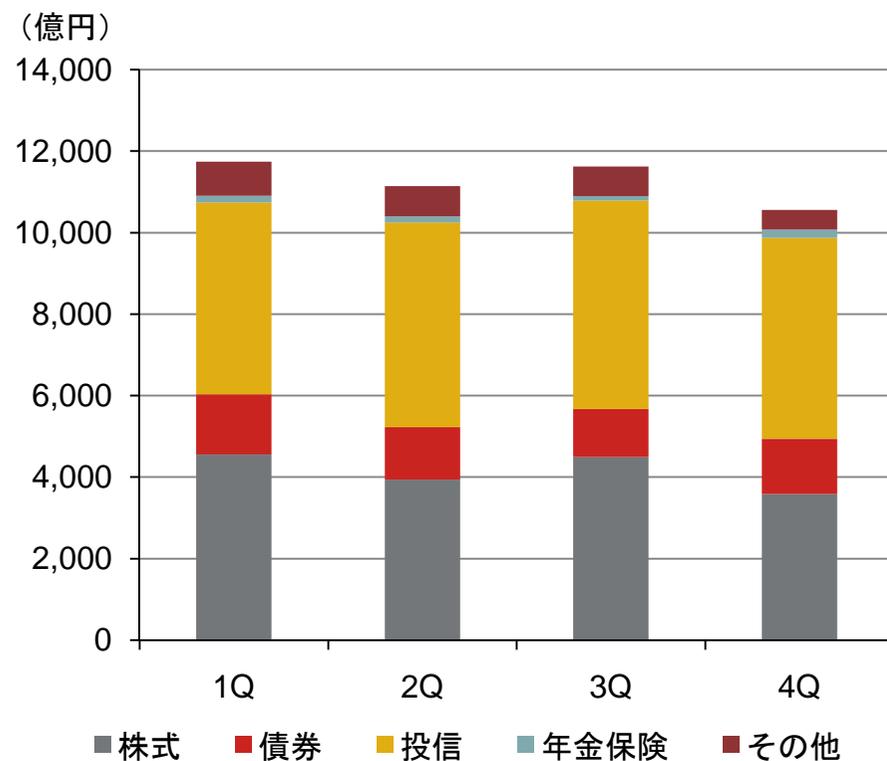
2009年度四半期推移



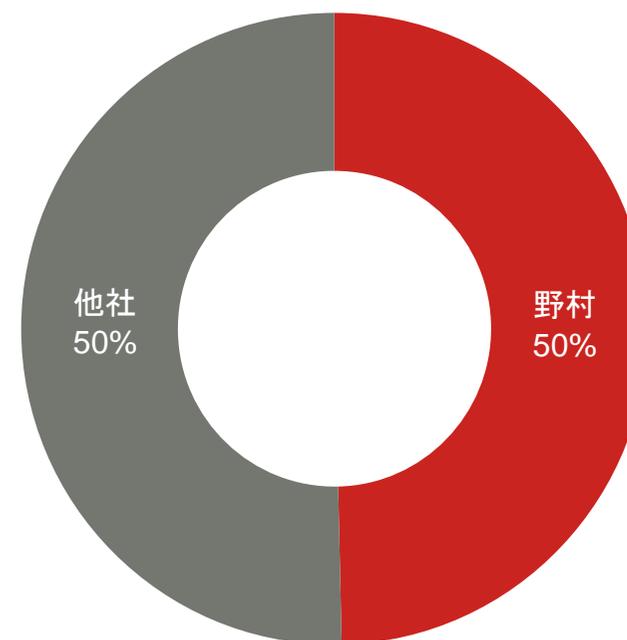
募集買付の状況

- 投資信託や株式の公募売出を中心に総募集買付額は月平均1.13兆円

総募集買付の推移 2010年3月期(月間平均)



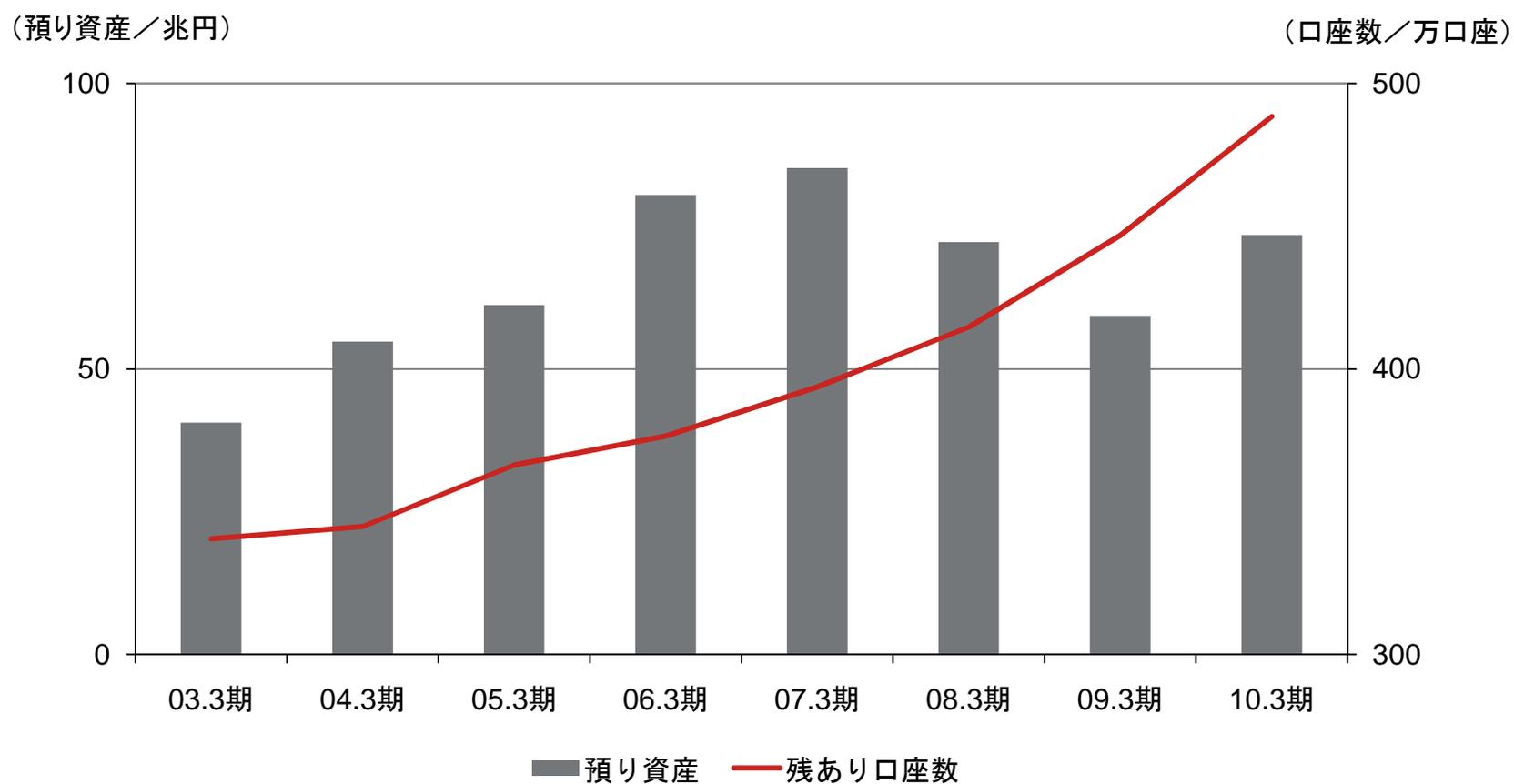
新規設定投信募集額シェア(2009年4月～2010年3月)



顧客基盤の拡大

- 預り資産73.5兆円、残あり口座数488万口座に増加

預り資産と残あり口座数の推移



1. 営業部門の戦略

2. 前期の成果・総括

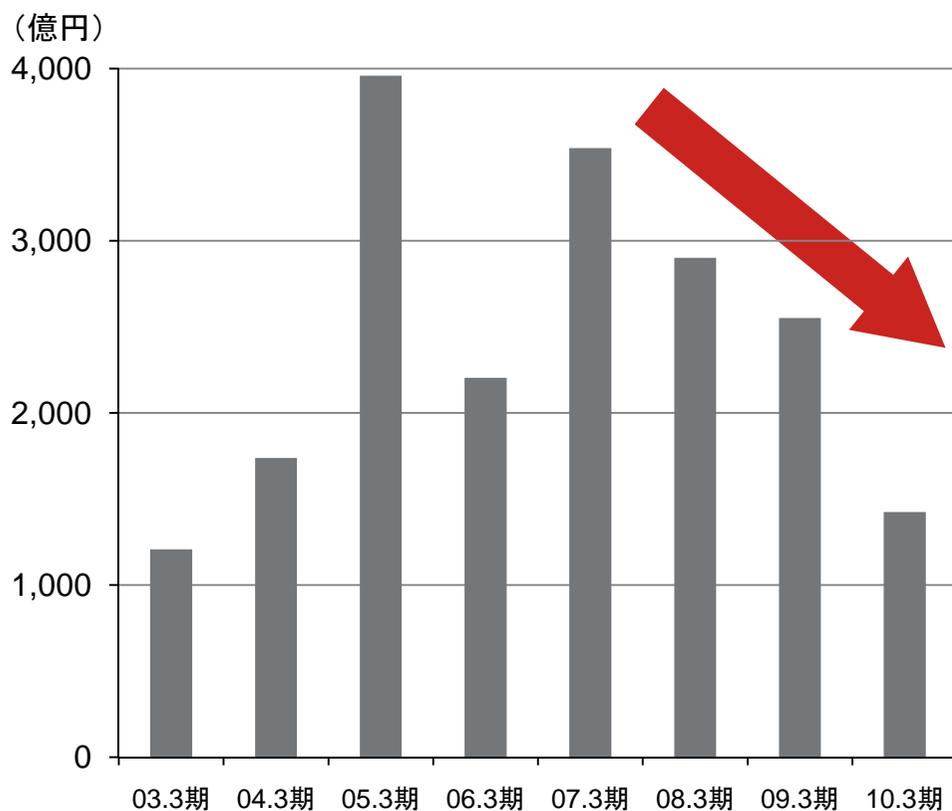
3. 課題

4. ビジネスプラン

課題

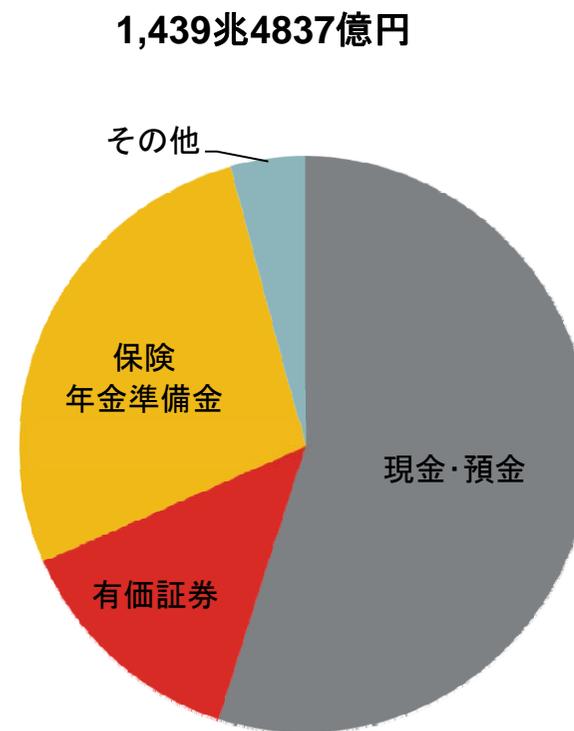
- 潜在的なポテンシャルは高いものの、資産純増は低水準、かつ伸びも鈍化

資産純増の推移(月間平均)



※リテールチャネル・法人課(除く金融機関)

日本の個人金融資産の構成



※2009年9月末の数値、日銀発表データより

1. 営業部門の戦略

2. 前期の成果・総括

3. 課題

4. **ビジネスプラン**

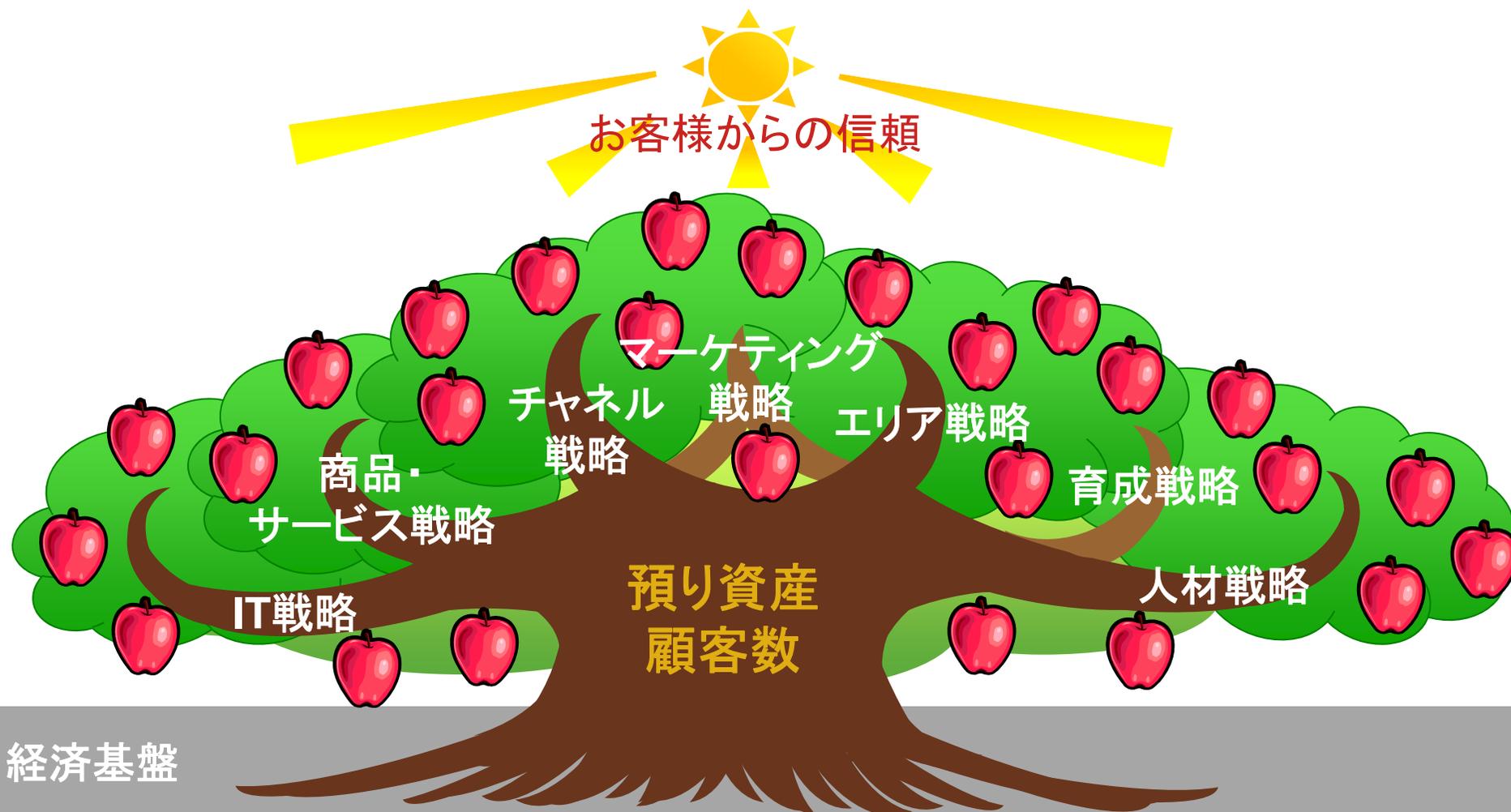
今期の施策

施策のポイント

- お客様満足度の向上とコンサルティング営業の進化
 - 継続したセグメントの徹底と本社サポート機能との協働による解決策の提供
 - お客様ニーズの把握とビジネスを創造・実行できる人材育成と体制整備
- 「対面・ネット・コール」のシームレスな関係の円滑化
 - 非対面のお客様のコンサルティング・ニーズ発掘と営業店との連携強化
 - ネット機能拡充による顧客拡大と一層のコンサルティング営業の充実
- 業務の抜本的見直しによるコスト削減
 - IT基盤のより効率性を目指した体制の整備
 - バック業務の集約化によるコスト削減

目指す姿

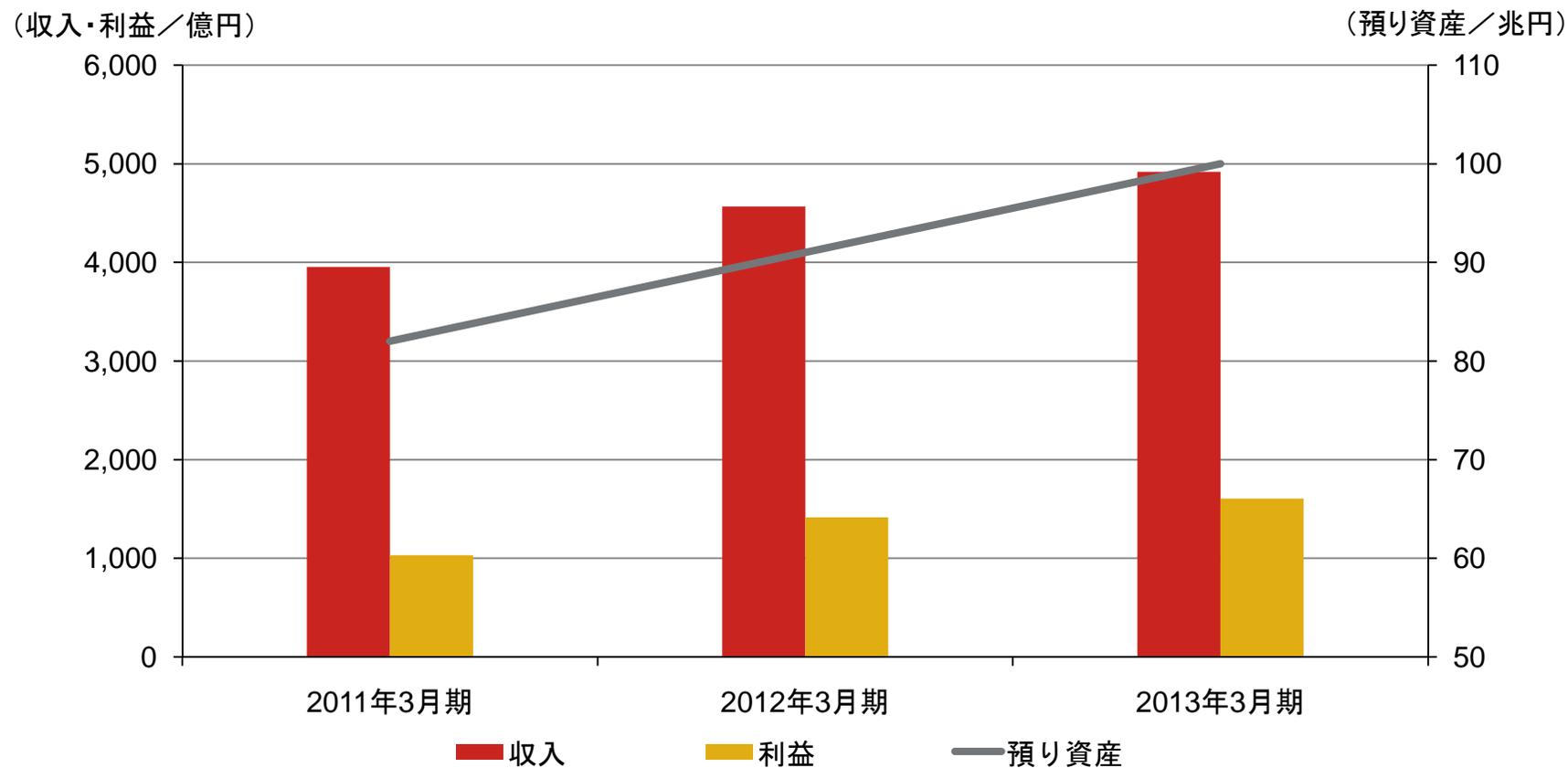
- お客様からの信頼に基づく顧客基盤の拡大を通じて、結果としてのビジネス拡大をはかる



中期経営目標

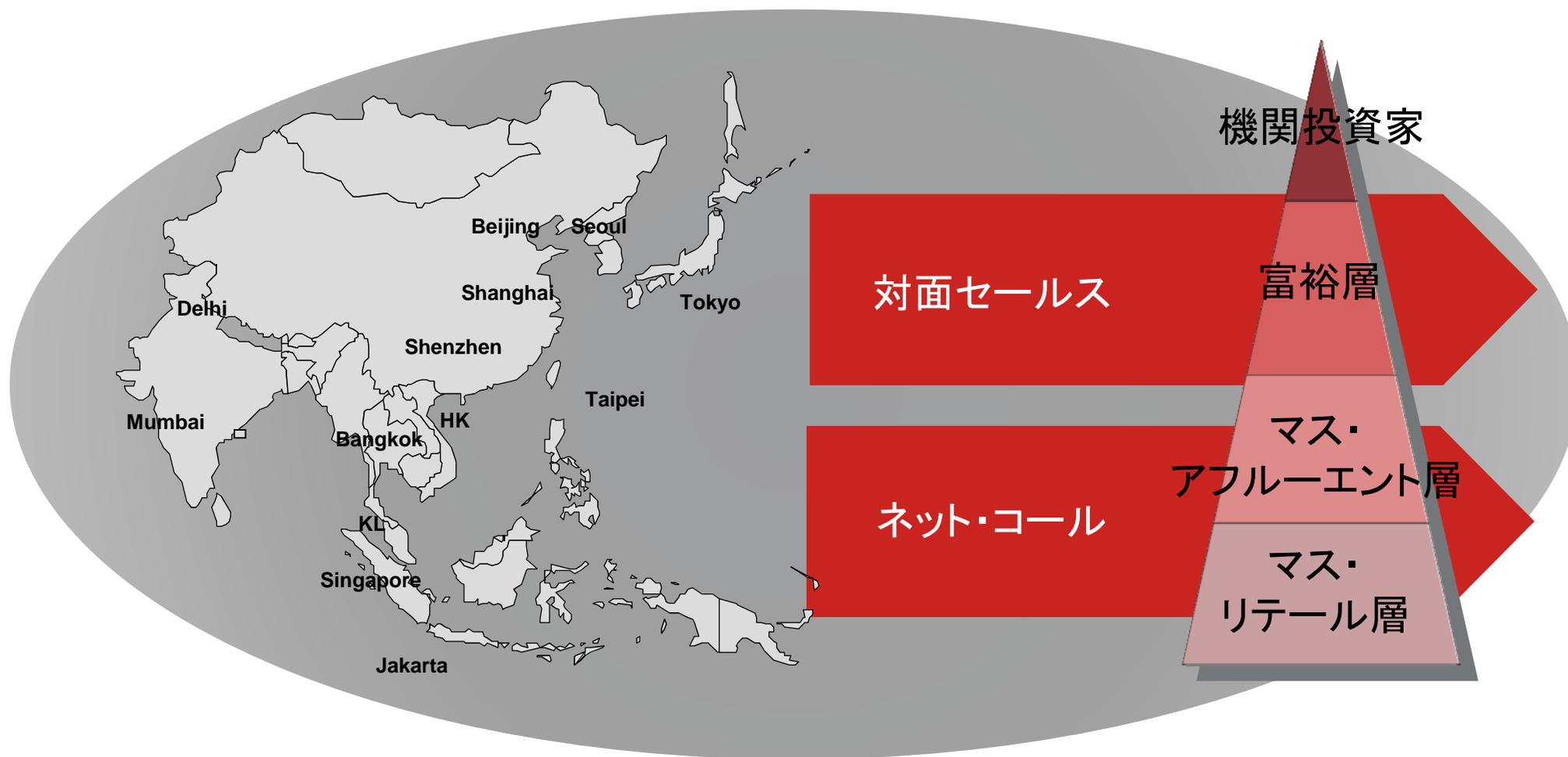
- 2013年に預り資産100兆円を達成し、さらなる拡大を目指す

中期経営目標の概要



新たな市場の開拓に向けてチャレンジ

- 海外においても顧客セグメントに合わせた戦略立案を開始



Nomura Holdings, Inc.
www.nomura.com/jp/