

平成 16 年 5 月 14 日 記者会見 説明内容

発表内容：アートコーポレーションとの業務提携について（共同記者会見）

日 時：平成 16 年 5 月 14 日（金）15 時 00 分～15 時 30 分

場 所：日銀金融記者クラブ(大阪)

発表者：弊社会長 細谷 英二、アートコーポレーション社長 寺田 千代乃様

【細谷会長】

私の方から、コメントさせていただきたいと思います。りそなグループはアートコーポレーション様と業務提携いたしました。

提携の内容は、リリース文にありますように、住宅ローンのご利用者に対して新しいサービスを提供するという事で、特別引越パックをご用意いただきました。超人気であるドラえもんトスターをプレゼントしていただくという事であります。りそなグループといたしましても「諸費用ローン」に特別優遇の金利でサービスを行うという事であります。

これによりましてりそなグループの住宅ローン利用者が増えることを期待しておりますが、今回りそなグループ4行では住宅ローンのチラシの裏面にアート引越センターの広告を掲載するという事によって広告料をいただくという事であります。りそなグループの狙いといたしまして、一つ目は、私が就任以来申しております金融サービス業として進化するという意味で、サービスのメニューを充実させると、先般の松井証券様との提携と機を一にするということです。どの程度貢献する数字が出るかというのは今のところわかりませんが、年間6万5千件ほどの新規の住宅ローンのお申し込みをいただいておりますので、仮に1万件この特別パックをご利用いただきますと、その時点では数千万円台だと思いますが、将来的には1億円ぐらいの収益貢献を期待しているところでございます。基本的には引越の基本料金に対して5%の広告料をいただくという事で契約を結ばせていただいております。それから3番目は、お金の動きと実態サービスとはリンクしているわけでありまして、銀行としてサービスも情報を提供するプラットフォームを組み込むことが非常に重要ではないかなと思っております。松井証券様との提携もそうでありまして、そういう意味では、今回の新しく結びました提携が、ほかの業態の方からも是非りそなグループと提携したいということの引き金になればと思っております。

ご承知のとおりりそなグループはメガバンクと違い系列色が薄いということ、一方で全国600店の店舗網を持っているということで、メガバンクにできないこと、有力地銀にできないこと、ここにりそなの差別化戦略があるということを書いてまいりましたが、そのひとつの布石を打つことができるのではないかと、りそなの将来のビジネスモデルの一端を担うサービスではないかなと考えています。そういう意味で今回の提携をベースに、りそなグループが収益力を上げられる銀行グループになっていきたいという事でございます。私からのコメントは以上でございます。

【寺田社長】

私どもは、アートコーポレーションと申しまして、アート0123ブランドでアート引越センターとしてアートコーポレーションの引越事業を行っています。もともと引越を始めましたときから引越は運送業ではなく、サービス業だということに特化してきておりまして、とにかくこれがあったらいいなというサービス、メニューをどんどん付加価値として提供してきた会社です。

この引越事業の中で、今から引越されようという方の、川上のほうでお客様をキャッチできないかということで、いろんな方面に働きかけたりアイデアを出したりしていましたが、金融機関が取り扱っている住宅ローンというのは、必ず引越というものがついております。この住宅ローンと何かいい形の提携ができればいいなと思っていたのですが、正直申し上げて相手がりそなさんだからということではなくて金融機関ということで、なかなかこういう提携を持っていても話が進まないのではないかなと思っていました。しかしやってみないとわからないということでりそなさんにこの話を持ちかけましたところ、驚きましたのはかなり早いレスポンスなんですね。今回前向きにこういう形でやっていきましょうと進みましたけれども、今回の話がうまくいかなかったとしても、いかないならいかない返事も早くいただけたのではないかなという感じを受けました。

ここ1～2年金融機関全体がすごく変わってきたなと思っていたのですが、実際には規制や制約があると思っていましたので、なかなかその一歩が踏み出せずにいたのですが、結果としていい提携ができたのではないかなと思っております。いずれにしてもりそなさんの住宅ローンのご利用者の方たちに、りそなさんでローンを借りてアートで引越をしてよかったと言っただけのような中身にしていこうと考えております。

以上