

平成 19 年 5 月 18 日 記者会見 質疑応答（東京）

発表内容：平成 18 年度決算について

日 時：平成 19 年 5 月 18 日（金）17 時 07 分～17 時 37 分

場 所：日銀金融記者クラブ（東京）

発 表 者：細谷会長、中村執行役、東執行役

【質疑応答】

Q．資金利益、役務利益どちらも前期比プラスとなっているが、もう少し噛み砕いて要因を説明して下さい？

A．資金利益については、預貸金は上期の情勢が足を引っ張っていますので、下期にはプラスに転じたとはいえ、全体は 80 億円程度のマイナスです。一方で、有価証券の利息等がプラスであり、そういった要因で今回は対前年度比プラスという状況です。役務利益の増加の理由は、基本的にはほとんど金融商品販売です。投資信託や年金保険の販売が非常に好調で、対前年度比の増加が 140 億円程度となっていることです。

Q．消費者金融などにリスク要因が少なかったとのことであるがローンもほとんどなかったということでしょうか？

A．りそなが公的資金の注入を受けた要因は、やはりノンバンク等に対する貸出が必ずしも厳格ではなかったという事で、就任して以来、消費者金融会社に対する融資の増額とか、あるいはアライアンスはすべて止めてきました。そういう方針でその分野からのリスク要因は発生していないということです。消費者ローンのサービスについてはこれからの銀行にとって重要なテーマでありますので、既に A T M カードローンとか、あるいはりそなカードと提携した新たな商品等自前でローンサービスをやっていく体制を取っています。

Q．公的資金の返済であるが、最終的にいつまでに返済するのか？

A．皆さん方は時間軸を気にされますが、まず公的資金は一つには普通株式を預金保険機構に売却していただく必要があります。これは恐らく 1 回に売却出来るサイズはマーケットで受入られる分ですから、相当時間が必要だと思っています。一方、公的優先株につきましては、買入消却でやっていきたいという事ではありますが、やはり健全性の維持、つまり自己資本比率 9 % 以上、Tier 1 比率 5 % 以上ということを持続しながら、ステップ・バイ・ステップで返していきたい。時間軸はいつまでという形ではなく、返せる財源を早期に確保していくことがお客さまに対しても、あるいは従業員のモチベーション向上にもプラスになると思います。返済の具体的な方法については、関係当局とじっくり相談しながら進めていきたいという事です。

Q．それは平成 22 年 3 月期までに返済原資は確保するけれども、いつ返済するかはまだ決まっていないということか？

A．関係当局ときちんと相談しながら、一方できちんと自己資本の水準は健全性を維持しながらということです。

Q．今期減益を計画しているがこういった要因か？

A．特殊要因がなくなってきたということと、今回は投資信託の販売とか不動産業務関連

の収益がこの3月期は絶好調に近い数字だったわけですが、やはり金融商品取引法等、質の高いビジネスが求められますので、目標値は前年比増額ではなく慎重な運営計画を立てているということです。一方で攻めの経営に入るためには、ある程度システムの高度化や、人件費等で人材を確保することが必要だということで、減益になっています。

Q . 資金利益は、日銀の利上げなど今期どれくらいの改善を見込んでいるのか？

A . この2月に利上げがありました。通年プラスの影響を受けます。今年度はこの夏以降日銀の金利政策の変更等が報道されていますが、そういう要素は見えていません。

Q . 前期に短プラ等を引き上げたことが今期の収益に貢献するのか？

A . 今期の利鞘の拡大は、昨年の4月に比べると、10bps利鞘が相対で拡大すると見ております。26兆円貸出がありますから、全部上がると仮定すると2百数十億円の収益効果があるということです。ただ住宅ローンなどは7月に2月の利上げ分の改定がありますので、徐々に効いてくる分があります。

Q . 短プラ連動の貸出金はどれくらいあるのか？

A . りそな銀行の場合で、大体4.5%ぐらいです。埼玉りそな銀行、近畿大阪銀行ではもう少し比率が高くなります。

Q . 不動産収益はピークアウトとみているのか？

A . 相当ベースの力はついてきていますが、この3月期は大型案件や不動産のエクイティ投資の配当が入っています。今期は、160億円レベルの目標を立てています。3年後には是非200億円の実力をつけたいと思っています。

Q . 今後の主な施策は？

A . 先ほど申し上げました様に、消費性ローンの分野ではATMカードローンやりそなカードと提携した商品、中小企業への貸出ではお客さまのニーズに合わせていろいろな提案をしていきます。それから住宅ローンにつきましては、固定金利型の商品に対するニーズが高まっておりますので、住宅金融支援機構のフラット35、これは去年の10月から銀行界ではりそながNO.1の案件数を取り扱っておりますので、今年度もさらに力を入れていきたい。あるいは住宅金融支援機構で新たにフラット20とか新しい商品も検討されていますので、そういう商品の販売にも力を入れていきたいと考えています。

Q . 3,500億円の優先株の発行を発表した後に株価が落ちているが、どのように考えているか？

A . 個別の株価の変動について、経営トップとしてコメントする立場にないと思います。我々がプレス発表したあと、国内外のアナリスト、投資家に説明を行いました。国内のアナリスト等の相当数は中立的な評価でありますし、一部ポジティブに評価して頂いているむきもあります。また、海外の投資家は我々が電話で話した限りにおいては、6~7割がポジティブな評価でありました。ただ、ごく一部の方に誤解的な受止めがありました。一つは突然こういう商品の発行がされたということですが、これは昨年の6月の株主総会でこの発行の枠取りをしていたもので、あくまでも計画通りの発行

であるということを理解していただきたい。同時に、この発行によって新たな希薄化が増えるのではなくて、この商品によって公的資金を返済して公的優先株の希薄化を防ぐということについて理解していただきたい。今回決算発表をいたしましたので、また来週からきめ細かなIRをやっていきたいと考えています。

Q . 株主と利用者と従業員と役員賞与その他、利益配分や還元はどのように考えているのか？

A . もちろん再度の公的資金を注入いただいてここまでりそな再生が進んできたわけですから、やはり公的資金の返済が最優先であることは変わらないと思います。しかし従業員が元気でなければ絶対新たな収益確保は出来ませんので、従業員に対してもいわゆる収益連動型の業績インセンティブ給を支給していきたい。そして、やはり公的資金を早く返すことが希薄化を防ぐポイントですので、増配当の期待が高いことは分かりますが、公的資金の返済を急いだ上で、ある程度返済の目処がついた段階で、配当水準の見直しをやっていきたい。当然利用者に対する還元というか、サービスについてはりそなの体力の範囲もありますが、銀行界はまだまだソフト面のサービス力が低いと私は考えていますので、ソフト面のサービス、特にホスピタリティあふれるサービスにはこれまで以上に力を入れていきたいと考えています。

Q . 役務取引のところで投資信託と年金保険が非常に伸びたということであるが、市場環境も含めてなぜこんなに伸びたと分析しているか？

A . もちろん他のメガバンク、地方銀行も相当実績を上げてきていると思いますが、やはりひとつの成功要因は我々のマーケティング力でしょうか。お客さまのニーズを嗅ぎ取り、大和投信と作り出した『ブンさん』という商品がメガヒットしたということ。また昨年個人CRMが稼動し始めて、お客さまに対してきめ細かいサービスが出来るようになったということが、投資信託等の販売実績に出てきているのではないかと思います。保険商品については、メガバンクと比べ若干遅れ気味ではありますが、今年度の課題として、保険商品は難しい商品ですから、しっかり社員教育をした上でこの分野にも更に力を入れていきたいと思っています。

Q . 発表時説明資料の7ページの業績予想の中の銀行合算で経費3,760億円、18年度実績比+217億円とあるがその人件費と物件費の内訳と、その増減要因について教えてください？

A . まず18年度実績比+217億円についてですが、人件費が約40億円弱です。残りが物件費です。物件費については、システム投資に今回傘下銀行の近畿大阪銀行のシステム更改等も入れておりますので、そういった投資を増やしていることが最大の要因です。それから経費3,760億円の人件費と物件費の内訳は、人件費が1,250億円、物件費が残りとなっています。

Q . 人件費が40億円増加する要因は人員増加によるものか？

A . 人員は実質的には期末の人員ではそれほど大きく伸びていません。だいたい60~70名というレベルですが、期中の平残が少し拡大しています。

Q . 一般論として、今後日本の銀行が世界的な銀行の再編の中に巻き込まれる可能性が考えられるが、どのように考えているか？

A . 日本の経済が世界から孤立して成り立たないわけでありますから、国境を越えてお金が流れるというのはしっかり受止めなければならないと思っています。そういう意味では今おしゃったようなことも起こり得ると考え、銀行経営をやらなければならないと思っています。ただ私も外資系のトップの方と時々お会いしますが、やはりリテールバンキングというのは消費者の皆さんの支持がなければならないわけで、外資系的なブランドがつくことがリテールバンキングで成功するかどうか私は疑問に思っているといつも率直に言っています。小売業等で海外から進出し、うまくいかなかったケースが多いので、そういう事例を引用してお話させていただいています。

ありがとうございました。

以上