

2024年2月7日 記者会見 質疑応答

発表内容：十六フィナンシャルグループとりそなホールディングスのリテール分野における戦略的業務提携について

日時：2024年2月7日（水）15時20分～16時00分

場所：十六銀行名古屋ビル

発表者：十六フィナンシャルグループ 代表取締役社長 池田 直樹

とりそなホールディングス 取締役兼代表執行役社長兼グループCEO 南 昌宏

【質疑応答】

Q1. これまでりそなホールディングス（以下、「HD」）は、めぶきフィナンシャルグループなどと提携しているが、今回の提携もこれまでの地域金融機関との提携と同じものか。それとも何か踏み込んだものがあるか

A1. 《りそなHD 南》

これまでも金融デジタルプラットフォームを通じて、カフェテリア方式で地域金融機関の皆さまにグループアプリやファンドラップを提供させて頂いています。今回は首都圏や関西圏、中京圏を大きな地域と捉え、地続きでも様々な取り組みが強化できると考えており、リアル分野でも大きな成果を上げることができるのではないかと考えています。特にりそなグループが持っている信託や不動産関連の機能、資産運用の業務など、これまでのデジタルを中心とした地域金融機関の皆さまとの連携を超える広い戦略的な枠組みの中で、ビジネスを展開できると期待しています。

Q2. 今回の提携によってどれほどの提携効果、シナジーが生まれるか。また、今後りそなと何かしら資本関係を結ぶ考えはあるのか

A2. 《十六FG 池田社長》

5年で100億円という試算はあるが、収益そのものよりも、先ほど南社長がおっしゃったような包括的な業務によって、人財も含めて様々な面で協力、共感する部分があり、リテール分野において当地域で最高の商品・サービスを揃えることができるという強みを持つことが一番大きいです。りそなHDは、逆に言うと我々にとって一番遠い存在でした。地域の競合もない、人的つながりも薄いですが、ところがそれがかえって今はメリットになって、逆に思い切って深く提携ができるのではないかと考えています。

資本提携については、戦略的なイメージで、より強固な結びつきという意味である程度資本を出していただくということも、今後協議検討していきたいと考えています。

《りそなHD 南》

今後の協議の中で一緒に検討させていただきたい。

Q 3. リそなHDにとって、地域金融機関との提携にどのような期待があるのか

A 3. 《りそなHD 南》

地域金融機関の皆さまとの提携には大きく3つのタイプがあると思っています。1つ目は資本を絡めた提携、2つ目はシステムの統合です。それから3つ目の、金融デジタルプラットフォームというオープンAPIを使った幅広い提携は、これからも大きな武器になると思っています。今回はそれに地続きのメリットを活かして、リアル分野でも大きく提携の範囲を広げられると考えています。これからも様々なタイプの提携のあり方を目指していきことがりそなグループの今の考え方です。それは地域金融機関の皆さまにとっても、選択肢を広げることに繋がっていくと思っています。引き続き、Win-Win の関係を大事にしながら、地域金融機関の皆さまと向き合っていきたいと思っています。

Q 4. 今回はその点で言うと、中京圏というところが大きな部分であったのか

A 4. 《りそなホールディングスHD 南》

首都圏、それから中京圏、関西圏は日本の大きな大動脈でもあり、情報も含め様々な意味で幅広いつながりをりそなグループ自身も得ることができると考えています。デジタル分野だけではないリアルの広がり、リアルとデジタルが融合していくことが極めて重要であると認識しています。

Q 5. 足元の日銀の金融政策の変更等が、今回の提携に影響した部分はあったのか

A 5. 《十六FG 池田社長》

もともと金融環境の変化前から協議をしていましたので、実際にそれが影響したということはありませんが、地銀というのはリソースが限られています。十六FGの使命としては、やはり地域の成長と豊かさを実現していくことです。そのためには、地域の中小企業やお客さまにコミットして対面の営業を強めていく機会や時間を取る必要があります。そうした時に、りそなグループから商品・サービスを提供していただいて、例えば商品開発に必要な人材は、地域のお客さま、中小企業経営者の方々に割くことができます。そのような点が想定されている中で、今回の日銀の政策変更があるということは、提携のタイミングとしてはとても良かったのではないかと私は思っています。そのようなことが今より求められてくると思っていますので、りそなグループからリテールに関する商品やサービスの供給を受ける。その分に割くリソースを我々の得意な地元の中小企業者の皆様や、個人のお客さまへの時間に割くことができると考えています。

《りそなHD 南》

金融政策の転換は金融界にとって非常に大きなイベントの一つだと思っています。りそなグループは元より、大きく社会産業構造が変わってきていることやテクノロジーが進化していることによりお客さまの金融行動が変わってきていると認識しています。さらに SX や DX のような大きなメガトレンドが金融を取り巻く環境を大きく変えてきていると思っています。その中で、りそなグループが掲げている「リテール No.1」を実現していくためには、自らが構造変化を起こすこと、もう一つはりそなグループにはない知見やノウハウ、お客さま基盤等を有効にご一緒させていただくことで、新しい価値を提供することが可能になっていくと思っています。インオーガニック戦略という文脈では、中京圏に地盤を持たれる十六FGとご一緒させていただけることはりそなグループ成長にとって非常に大きな礎になると思っています。

Q 6. それぞれの提携相手の強み、期待することをどのように考えているか

A 6. 《十六FG 池田社長》

「リテール No. 1」を考えている大きな金融グループはりそなグループだけではないのかなと私は認識しています。メガバンクはグローバルを目指してらっしゃる金融グループもあると思っています。先ほども申し上げたように「リテール No. 1」を目指しているりそなグループが開発した商品・サービス、特にバンキングアプリは大変な勢いでお客さまの好評を得ていらっしゃいますし、そういった実績もあります。アプリ等の開発において十六FGが自社開発すれば、長い年月といくらかかるかわからない投資が必要ですが、それをスピーディーにこの地域に提供できることは、我々の競争優位性を高めることとご理解いただけたと思います。それに加えて、どんな新しい商品サービスであっても、皆様がパソコンでお使いのアプリやソフトもバージョンアップする必要があると思うのですが、十六FGはこの地銀のリソースの中で、良い商品・サービスが開発できたとしても、それを刻々と高度化するお客さまのニーズに合わせてバージョンアップさせていくのは、なかなか難しいことではないのかと長期的に考えています。そのように考えた場合、りそなグループのリテールにおける商品・サービスの提供を受けることは、国内において最高のレベルにあるものではないかと私も思っています。それを当地区のお客さまに提供できるメリットはとても大きいと思っています。また、先ほど申し上げたように、中小事業者様等の方々に対しても、りそなグループは関東圏、関西圏で多くの顧客を有していらっしゃいますので、そのようなお取引先とのデータによる共通点や相違点をDXの技術によって知見を共に得ることもできればありがたいです。先ほど南社長がおっしゃったような、新しいビジネスやスタートアップ等を相互に紹介できれば、国内の経済の活性化にも微力ながら、当地域の金融機関として貢献できるのではないかと、志は大きく高く持っています。

《りそなHD 南》

りそなHDが提携戦略を考えるときに重視していることは、3つありまして、1つ目は我々にはないお客さまの基盤を持っていらっしゃるかということ、2つ目は我々にはない経営資源をお持ちかということ、3つ目は我々にはない機能をお持ちかということです。今回の提携で一番大きく魅力的に感じたのは首都圏、中京圏、それから関西圏という非常に大きな経済圏を繋ぐことができることです。その中で中京圏においては法人、個人ともに地域金融機関として、最大の顧客基盤をお持ちであるということが、りそなHDにとって大きなメリットであると思っています。金融デジタルプラットフォームを例に出しますと、デジタル化時代に勝ち切るためには、やはりお客さまの数とトランザクションの数をどのようにプラットフォームの上に載せることができるか、このネットワーク効果をどのように最大化することができるのかが非常に大きなポイントだと思っています。また、十六FGのお取引先である優良なお客さまに対して、りそなHDが持っている商品やサービス、ソリューション機能、情報をお届けさせていただけるという意味では戦略性も感じていますが、大きな魅力を我々は感じています。

Q 7. 十六FGFGが都市銀行と業務提携するのは初めてですか

A 7. 《十六FG 池田社長》

基幹システムについては、めぶきフィナンシャルグループや百十四銀行と共同化しています。基幹システムのソフトは三菱UFJ銀行のものを使用しており、個別の分野について契約をしているところはありませんが、本件のように戦略的に、包括的な契約をさせていただくのは、十六FGとしては初めてです。そもそも我々は2021年の10月に持株会社化して事業領域の拡大を目指しており、まだ発足三年にも至っていません。そういった意味で、十六FGの成長戦略として初めての金融分野における大規模な提携であると思います。以前におきましては、先ほど申し上げたように証券会社との提携、あるいはソフトバンクとの提携、あるいは日本M&Aセンターホールディングスとの提携、DX分野における電算システムホールディングスとの提携など、ここ数年の間に矢継ぎ早にはしています。

Q 8. 独立した金融機関としてやっていくということであるが、いずれりそなHDの傘下に収まる可能性はあるか。りそなHDは岐阜・愛知の人にとって、縁遠い存在であると思うが、今後どのような浸透策を図っていくのか

A 8. 《十六FG 池田社長》

十六銀行は2027年で創立150年を迎えます。我々のささやかなプライドですが、十六銀行は創業以来、同じ名前の銀行として営業を続けている日本最古の銀行です。逆説的ですが、我々はこれからも強い金融機関として生き残っていくために、従来にない思い切った提携をしていくことで、独立した強い金融機関として生き残っていくと考えていただきたいと思います。何も動かなければ成長もないと思っています。それから、りそなグループのバンキングアプリは、どこにもりそなという名前が出ていません。あくまでもお客さまから見ると十六銀行のアプリです。つまりOEMのように、我々の商品として提供させていただきます。その中身は国内の金融機関で一番評価の高いアプリを、十六FGは今回手に入れて、我々のお客さまに提供できるということです。りそなの商品として提供する場合もありますが、りそなの名前がついたものを全部売っていくということではありませんので、ご理解をいただければと思います。

Q 9. デジタル分野や信託分野でりそなの商品を活用することの戦略的な意義は

A 9. 《十六FG 池田社長》

富裕層は対面営業、マス層はダイレクトマーケティングといって電話をかけたり、ダイレクトメールをいわゆる手紙を送ったりするというのは、私が入社した時の営業の考え方でした。それは昭和、平成はそうだったと思いますが、スマホが出てきてだいぶ変わったと思います。皆さんのなかでスマホを持っていらっしゃる方はないかと思いますが。過去1年間で、銀行の店舗に行ったことはない、ATM コーナーしか行ったことがないという方も、いらっしゃるのではないのでしょうか。ということは、我々はスマホの中に銀行を入れるしか生き残る道はないのではないかなと思っています。つまり、146年にわたって地域のお客さまに大変愛されていて、この地区に厚い顧客基盤があると自負していますけども、そういったお客さまのスマホの中に我々の銀行を入れる、入れてしまう。それが、我々が生き残る戦略であると思います。富裕層は対面、マス層がデジタルというのではないと思います。例えば富裕層ほど良いスマホを持ち、富裕層ほど電気自動車を買っていらっしゃるのではないかなと思うわけです。ですから、皆さんのスマホに我々の銀行を入れるのです。そうすることによって、よりスマホの中でのコミュニケーションは十六FGの強みであるリアルへと誘導できます。何かあったらリアルへ来てもらえる。つまり、スマホの中だけでのコミュニケーションではやはり限りがあると思います。ライフイベントがあった場合にはリアルの店舗があるという安心感、親近感っていうのがとても大事じゃないかなと思います。まずは我々の岐阜県、愛知県のお客さまのスマホの中に十六銀行を入れる、その十六銀行がとても使いやすい。ということが競争優位性につながると思います。これが中小企業のお客さまもスマホではないかもしれないが、そういうアプローチも必要になってくるとも思っています。

以上