

## 2024年11月12日 記者会見 質疑応答（東京）

発表内容：2025年3月期 中間決算について

日 時：2024年11月12日（火）16時36分～17時18分

場 所：日銀金融記者クラブ

発表者：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  
りそなホールディングス 執行役 兼 グループ CFO 財務部担当 太田成信  
りそなホールディングス 執行役 コーポレートコミュニケーション部担当 松井邦夫

### 【質疑応答】

Q1. 金利上昇を受けて取引先、特に中小企業の貸金需要の変化があるか、またそれに伴う顧客への対応は。

A1. まず国内経済は大きな転換点を迎えており、様々な変化が生じている状況であると思っています。変化はいつも新しいこまりごとを連れてくるので、それが資金需要にも反映されていると考えています。その変化の背景はいくつかあると思います。一つ目はコロナ禍からの経済の正常化への動きが本格化していること、二つ目は日本における長期のデフレから緩やかなインフレを前提とする経済への入口に立っていることがベースにあると思います。具体的には、資源原材料高、物価高、労働需給の逼迫、為替や金利などのマーケットの変化、DX・SXなどのメガトレンドへの対応の必要性、さらには承継関連のニーズの高まりなどが上げられ、資金需要はかなり多岐にわたっていると思います。この環境下より、増加運転資金や設備資金の拡大に繋がっていると考えています。例えば、りそなグループでは、設備資金は運輸業、卸・小売業等を中心にほぼ全ての業種で前年比増加基調にあります。更なりそなグループはこれまでもコンサルティング型の営業にかなり磨きをかけてきました。このコンサルティング型営業の成果が着実に出てきている中で、同時に資金需要の広がりが増え、一般貸出金の平残は前年比7.8%の増加という結果に繋がっています。今後もお客さまのこまりごとを起点に、最適なソリューションを提供すべく、コンサルティング型営業を更に磨きをかけていきたいと考えています。

**Q2. アメリカ大統領選挙の今回の結果が国内経済に与える影響について、どのように考えているか。結果を踏まえて為替動向が業績にどのような影響があるか。**

A2. まだ上下院含めて、全ての集計が終わっていないと思いますが、共和党がトリプルレッドを取る可能性が少しずつ高まっていると思います。この状況下で来年の1月20日以降は新しく、そして大きな変化があると考えています。りそなグループの体制面は人事も含め、前回の大統領選挙時と比べ、十分な準備を整えている状況下で、来年の1月20日を迎えられると思います。足元は一旦、大幅な株高になっていますが、今後もボラティリティが高い状況を想定しておく必要があると考えています。また、次期大統領が話されている関税の強化、移民の問題、地政学リスクへの対応、拡張的な財政政策というものが具体的にどのような形で動き出すのか、これまで以上にアンテナを高く持ち、予測と準備を怠らないことが我々にとって重要なことであると思っています。為替の影響による当社の業績は従来から申し上げている通り、極めて軽微だと思っています。しかし、今後の金融政策が与える影響については、一層の留意が必要であるとも思っています。引き続き、様々な変化が起きてくると予想されますので、特にお客さまに、もたらされる様々な変化に対し、機動的に最適なソリューションを提供するために、引き続き準備をしていきたいと考えています。

**Q3. 日銀が利上げをしたことによる足許の業績影響はどのくらいか。また、今後の業績影響はどのくらい見込んでいるのか。**

A3. 資料の20ページをご覧ください。まず、りそなグループの金利上昇時の収益影響について簡単にシミュレーションをさせていただいたものです。2025年3月期における中間期の業績は、今年3月の日銀のマイナス金利解除および7月の0.25%への政策金利の引き上げの影響により約110億円の業務粗利益が引き上がりました。現在の金利環境が続けば、今期末の業務粗利益は260億円程度に達すると計画しています。来年度以降に通期で現在の金利環境下を想定した場合は440億円程度になると整理しています。この計画は様々なことを前提に置いた形であり、現時点では保守的なものであるとも考えています。また、日銀による政策金利が0.5%程度まで上がり、通期で寄与した場合は1,000億円程度、業務粗利益を引き上げる効果があると考えています。また、ROEは9%から10%程度の状況を生み出すものだとご理解をいただければと思います。

**Q4. 住宅ローン金利引き下げ、リテール損益の悪化に転じる懸念はないか。**

A4. りそなグループの住宅ローン残高は 9 割以上が変動金利型になるため、短期プライムレートの引き上げに伴い、来年の 1 月以降に金利が引き上がります。11 月より住宅ローンのネット完結型での申し込みにおける最優遇金利を 0.39%に引き下げました。りそなグループは住宅ローンビジネスを非常に重要なものであると位置付けています。住宅ローンを単体の商品として見るのではなく、お客さまにとって人生の中で一番大きなお買い物である不動産に対し、住宅ローンを起点に、リアルとデジタルを融合させ、長い時間軸の中でお客さまとの取引を広げていくことが我々のリテールナンバー1 を目指していく上でも非常に重要なポイントだと思っています。住宅ローンは一つ重要な商品ではありますが、それに付随するお客さまの金融のこまりごとを、リアルとデジタルでサポートを続けるということを念頭にこれからも個人ビジネスを組み立てていきます。

**Q5. 政策株の売却について、売却を加速させる計画をうち出されて、積みあがった資本をインオーガニックも含めて、成長投資にどう振り向けていくかと教えて欲しい。**

A5. オーガニック、インオーガニックの両面で資本を有効に活用していきたいと考えています。貸出金の需要が強いので、お客さまのニーズに対し、円滑な資金提供を資本で支えていくことは私どもにとって、一つの大きな命題だと思っています。もう一つのインオーガニックですが、以前より申し上げているとおり、お客さまの基盤の強化、我々が持っていない経営資源の補完、機能、この 3 つの観点より非常に幅広く選択肢を広げて検討している状況になります。また、インオーガニックについてはご縁もありますし、それからタイミングの問題もあります。我々のリテールビジネスに対し、大きなシナジーを創り出せるものについては戦略的な提携、それから資本の活用した動きもやっていきたいと思っています。もう一つの柱が金融デジタルプラットフォームであり、順調に成長しています。現在、6 グループ 7 銀行とファンドラップ、非対面チャネルのグループアプリで連携しており、良い成果を上げています。今回、グループアプリは当グループと連携している地域金融機関の皆さまと合わせて、9 月末で 1,000 万のダウンロードの突破をしており、そのうち約 170 万はりそなグループ外のお客さまに提供させていただいているものになります。この結果からもやはり地域金融機関の皆さまにもニーズがあると思っていますし、高いポテンシャルをお示しすることができたと思っています。

**Q6. 譲渡性預金は増えていますが、昨年末に比べて単純な預金が1.2兆円程度減っている。**

このこと自体の評価と要因。貸出の需要が強い中、どのようなバランスシート全体のポートフォリオが理想なのか。預金は拡大していきたいのか、どういった姿を目指すのかを教えてください。

A6. まず間接金融における調達側の預金の価値は非常に大事であると思っています。調達サイドと運用サイドの大きなバランスシートの中で基本的に間接金融を運営している中では、本当に預金についての重要性を認識しています。最初のご質問の回答ですが、平残ベースでは前年同期比でプラスの8,000億円増加しています。また、前期比でも未残では3,000億円増加している状況にあります。2023年3月末と2023年9月末の預金残高の内、地公体関連で8,200億円程度下がっており、今期も同様に地公体関連で下がっています。毎年地公体関連の預金は先方の予算の関係もあり、第1クォーター、第2クォーターで減っていくトレンドがあります。そのため、2024年3月末と2024年9月末比は約1兆円程度減少していますが、この動きも同様のトレンドであると認識しています。一方で、個人預金の未残は増加傾向です。法人預金は若干減少をしていますが、法人預金の中には入札形式で行う準公金の預金も含まれています。入札形式の預金については、数社の大口預金先の減少による影響が大きいものになっています。それを除いた全体の趨勢については、基本的に増加基調です。我々は入札などで高い金利を出して預金を取りに行くことはしていません。もう一つ預金において大事なことは、粘着性の高い預金をどのように長期にわたって獲得していくかが、リテール金融にとって非常に重要なポイントです。その意味として法人の商流、個人の家計に深く寄り添い、りそなグループが関与する商品・サービス・機能というものをお客さまの日常生活の中でご利用いただくことが、中長期で見たときに真の粘着性の高い預金に繋がると思っています。例えば、法人では受発注から流れている銀行の決済の問題や間接部門に関わる様々な経費の支払いの問題、個人では納税や振り込みなどのものに対してしっかりと対応をしていくことが、長い視点においては非常に大事なポイントだと思っていますので、リテールの基本を忘れることなく対応していきます。

**Q7. 住宅ローンの優遇金利幅を引き上げたが、リテール部門の損益は悪化しないのか。**

A7. りそなグループにおける変動金利型の住宅ローンは全体の内、94%であり、来年の1月以降、短プラの変動に関連して業績へ寄与していきます。

**Q8. バランスシート運営において上期で日本国債を多く保有していると思うが、りそな銀行以外の傘下銀行で5年債の投資を増やしている狙いは。**

A8. 我々のバランスシートについて説明させていただきます。バランスシートの右側の預金が約62兆円、左側の貸金が43.6兆円、有価証券が9.6兆円になります。これまでのマイナス金利の環境下において、その他資産の中の日銀預け金が大きく増加していました。先ほどバランスシートマネジメントと申し上げたのは、預貸率+預証率が我が社はかなり低く、2022年3月末の預貸率+預証率は77%まで下落していました。イールドカーブが立ってきている中で、足元は日銀の預け金等から、貸出金や有価証券に資金が回っていることは、大きな変化になります。足元ではバランスシートマネジメントの高度化により85%まで戻ってきています。ROAは0.14から0.30に拡大しており、今後ROEの拡充にも繋がっていくと考えています。また、他行さまの預貸率+預証率の平均は97%ですので、我々の活用についてはまだ途上であり、余力を残している形になります。今後、イールドカーブが上方に平行シフトしていくと考えており、その状況下では5年債、10年債の利回りが上昇しているタイミングで、中長期的なポートフォリオを組み直す戦略の一環として、上期は埼玉りそな銀行にて5年債の利回りが0.6%以上で投資を行いました。

**Q9. 政策金利が0.5%まで上昇した際の収益影響において、期初試算比プラス160億円と試算した上で、資産の精緻化をしたと思うが、何を加味したのか。**

A9. 様々なものを前提に置いています。預金の追随率次第で試算値が変わりますが、普通預金の追随率が政策金利の上昇分に対し、40%程度引き上がっている状況であり、我々のシミュレーション通りになっています。定期預金については、預入期間が長いものにシフトをしていくと考えていましたが、現在まで、我々の想定以上にお客さまが定期預金への預け替えに動かれなかったことが一つの要因になります。政策金利の上昇に伴い、TIBOR等の市場金利が我々のシミュレーションよりも高いポジションで推移したことがもう一つの要因になります。

**Q10. 円金利上昇時の収益影響のアップ/ダウンサイドで両方挙げられている貸出と預金の追随率の変動の展望についても今後は読みにくいという認識か**

A10. 今まで長らくマイナス金利があり、デフレ経済の環境下でしたが、私個人としては個人のお客さまにおいて、政策金利の上昇が続けば、金利選好が強まるタイミングがどこかで出てくるのではないかと考えています。そのタイミングの時期がいつになるかはわかりませんが、お客さまの金融行動の変化にはしっかりと目配せしなければならないと思っています。また、数十年前と違うのは基本的に個人のお客さまもスマートフォンなどによる非対面のチャネルを使い、瞬時に資金移動をすることができるインフラを日本国民の多くの方々がお持ちの状況の中で、金利が上がる局面を初めて迎えることに対しての事前準備をしなければなりません。

**Q11. 政策保有株の削減について、今年の5月に新計画を公表されていると思うが、ここまでの進捗に対する評価は。新計画は達成できそうか。また、達成に向けて何か懸念される課題はあるか。**

A11. 今年の5月に2030年に時価ベースで10%程度まで削減するという計画を立てて動き出しました。まず初年度の中間期においては、順調に推移をしていると考えています。過去より申し上げているとおり、政策保有株式の売却はお客さまの大切な資本政策の一環であると思っていますので、引き続きお客さまと深い対話をしながら、理解してもらうために少し時間軸を長く持たせてもらう必要があると考えていました。マーケット全体も含め、お客さまのご理解も少しずつ深まってきていると思っていますので、今後もしっかりとお客さまとの対話を大事にしながら、進めていくことが可能であるという印象を持っています。

Q12. りそな！nの一店舗目が今月より開設されると思うが、今後の店舗戦略の方向性はどのようなものか。

A12. りそな！nの開設はこれからになりますので、実績はまだありませんが、基本的に我々が考えていることはお客さま接点の拡充です。これはリアルの営業店とデジタルを融合させることで、いかにお客さまの接点を拡充していくかが、次世代のリテール金融にとって大事なことであると思っています。先ほどグループアプリが1000万ダウンロードを達成したという話をさせていただきましたが、まず、我々が行うべきことは、50万社と言われている法人のお客さま、それから1600万の個人のお客さまと100%デジタルで繋がる必要があると考えています。例えば、法人では受発注など、個人では納税や振り込みなど、日常の金融については、今後はほぼ100%に近いところまでデジタルとデータに置き換わっていく時代が来ると考えています。一方で特別なリアルの瞬間というのは必ずあると思っており、それは金融が持っているソリューションを、しっかりOne to Oneでやっていくべきだと考えています。法人においては経営戦略や事業・資産の次世代への円滑な移転などはFace To Faceでやっていくべきだと思っています。その中でりそな！nも、今までの発想を変え、商業地などのお客さまの接点の多いところに出店をさせていただき、接点を増やし、拡充する中で今後の動向、新しい可能性や理解を見出すことができるのではないかと考えていますので、次世代の地域における営業店がある意味をもう一度再構築しながら、店舗戦略を高度化していきたいと思っています。

Q13. 住宅ローンについて金利のある世界になり、今後どういう競争環境になっていくのか。その中でりそながどのような戦略を取っていくのか。先ほど住宅ローン単体では見ないということだが、住宅ローン単体での採算はある程度犠牲にしながらの戦略になるのか。

A13. 住宅ローン単体では見ないということわけではなく、その逆で、個人のお客さまとの取引を長い時間軸で様々なバリエーションで考えるべきだということが主軸です。そのため、住宅ローン単品としての価値を全く軽視しているとうわけではありません。我々も金利の側面として競争力はあると思います。金利について、どのようなプライシングをしていくのか、ということは一つの問題だと思いますが、非金融・非金利の部分が重要になってくると思います。例えば今年の10月より提供を始めているペア団信などの住宅ローンに付随するような機能をどのように拡充し、魅力的なものにしていくのかということも重要であると思います。繰り返しにはなりますが、ライフタイムバリューを長くとり、お客さまへの商品サービスの提供を拡充していくことがやはり大事であると思っています。競争環境という意味においては、足元で金利が上昇局面にある中で、変動金利については若干競争要因が下がっています。それから固定金利はどちらかというと市場金利や長期金利が上がっていることを受け、上昇基調にあります。長短の金利差がさらに拡大している中で、足許の新規実行の住宅ローンについては約99%程度が変動金利です。引き続き、お客さまの金融行動などをしっかりと分析しながら、他行さまとどのように戦っていくのかを判断することが大事であると思っています。現在、住宅ローンにおける業務改革をやっており、できる限りデジタルで対応できるプロセス改革にも着手しています。この改革においては、生産性はもちろん、住宅ローン全体の収益性を引き上げていくことに繋がっていくと思っています。あらゆる方向で住宅ローンを磨くことが、リテールNo.1を目指す、りそなグループにとっては大事なことであると思っています。

以上