

2025 年 11 月 11 日 記者会見 質疑応答（東京）

発表内容：2026 年 3 月期 中間決算について

日 時：2025 年 11 月 11 日（火）16 時 00 分～16 時 45 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. 下期以降、アメリカのトランプ関税は業績にどのような影響を与えているか。

A1. 現時点では、当社グループの業績への影響は限定的であると認識しています。春先に相互関税が公表された当初は、一時的にマーケットが大きく混乱し、AUM ビジネス、例えば投信やファンドラップの進捗がややスロースタートとなったことは事実です。また、先行きの不透明感から一部企業が設備投資計画を見合わせる動きも見られました。しかし、足元では落ち着きを取り戻している状況です。

上期の与信費用は 35 億円にとどまり、大きなリスクは発現していません。一方で、通商政策上の変化は世界的に生じており、今後もサプライチェーンの見直しを含め、さまざまな波及経路を通じて幅広い影響が想定されます。当社としても、こうした変化を注視し、アンテナを高くして対応していく必要があると考えています。

さらに、物価高や労働需給の逼迫、地政学リスクなど、複合的な要因にも注意を払う必要があります。当社はリテールを基盤としているため、お客さまに寄り添い、予兆管理を含めたサポートを徹底することが重要です。同時に、変化は新しいニーズやお客さまのこまりごとを生み出します。当社グループは、その解決に向けて今後も積極的に対応していきたいと考えています。

Q2. 今後、地域金融機関との連携をどのように進めていく方針か。

A2. 当社は金融デジタルプラットフォームを展開し、提供先を拡充してきており、現在は9グループ10行まで広がっています。当社と地域金融機関、そしてその先のお客さまが「三つのWin」を実現することが、基本コンセプトです。

急速に進むデジタル化の中で、当社の金融デジタルプラットフォームはカフェテリア方式により、簡便かつスピーディーにサービス導入が可能であり、非常に戦略的な枠組みだと考えています。導入後のパフォーマンスについても、例えばグループアプリは既にグループ外で300万ダウンロードに迫る勢いであり、ファンドラップは1,300億円を超える取り組みとなっています。これは地域金融機関の皆さまのご努力の賜物であり、枠組み自体の競争力と有用性を確認いただいているものと考えています。今後はデジタルだけでなく、リアルな側面での連携もさらに深めていきたいと考えています。

そのうえで、今後の展開については大きく3つの方向性を想定しています。第一に、金融デジタルプラットフォームの拡張を含め、デジタルを中心に広がりのあるエコシステムをさらに拡大していくこと。第二に、資本を絡めた戦略的な個社との提携を深めること。第三に、システム面での連携を進めることです。

いずれにしても、金利が戻り競争環境が変化する中、地域金融機関との深い繋がりを大切にしながら、新しいイノベーションを起こしていきたいと考えています。

Q3. 決済分野において、デジタルガレージとの提携などを含め、決済商品の拡充をどのように展開していくのか。

A3. デジタルガレージ社との戦略的提携は、単発の機能や商品・サービスだけでは対応しきれない、お客さまの高度化・複雑化するニーズに応えるためのものです。変化の激しい現在は、従来の枠組みを超え、新しいエコシステムや仕組みを通じて価値を提供することが求められる局面にあると認識しています。

そのため、BtoB・BtoCの両面で、デジタルガレージ社の知見やノウハウを活用し、さらに異業種との連携も進めながら、これまでにない楽しさや、お客さまにとって魅力的な新しい座組を構築していきます。

Q4. 承継関連は全体からすると規模は小さいものの、波及効果は大きいと思う。数字に表れない波及効果が業績にどのような影響を与えていると考えているか。

A4. 我が国にとって、法人の事業承継や個人の資産承継は、日本全体の大きな課題のひとつであり、今後もニーズが拡大していく分野だと認識しています。リテール No. 1 を目指すリソナグループとしても、非常に注力すべき領域です。その中で、商業銀行と信託を掛け合わせ、さらに不動産も含めたワンストップでの提供は、当社ならではの強みであり、大きな価値を生み出すと考えています。

承継を起点に、融資や新たな預金、運用など、さまざまな取引が広がることで、長期的なライフタイムバリューを拡大できる点が重要です。これは、M&A 専門では対応しづらい領域であり、当社の差別化要因にもなります。こうした波及効果を最大化するため、体制面、人財面、ソリューション力の強化を進め、承継関連を当社の成長戦略の中核として位置づけていきたいと考えています。

Q5. 地銀との連携戦略において、資本を絡める場合の出資比率について、リソナとして一部出資することに意義があるのか、それとも過半を取らないと戦略上の意味を持たないと考えているか。

A5. 幅広い選択肢が存在すると考えています。現状はすべて 100% 出資で持っていますが、例えば持分法適用会社として緩やかな形で連携していく方法もあります。また、先ほど申し上げた金融デジタルプラットフォームのような新しいタイプの連携では、資本を絡めるかどうかは別の次元の話になる場合もあります。したがって、必ずしも 100% でなければならない、連結でなければならないということではなく、各社の事情や座組のあり方に応じて、柔軟に対応していきたいと考えています。

Q6. 最終利益が進捗率 59.5% で、与信費用の積み上がりも少ないので、最終利益はかなり大きな数字になるのでは。見通しについて、どの程度の変動幅が想定されるのか、また下期に大きな与信費用を見込んでいるのかも併せて教えてほしい。

A6. 与信費用については、年間計画 390 億円に対して現時点で進捗率は 8.9% ですが、今後は関税の影響を含め、さまざまな要因によってお客さまに変化が生じる可能性を見極めたいと考えています。加えて、タイミングの問題もあります。さらに、政策保有株式の売却については、お客さまにとって重要な資本政策の一環であり、その進捗は読みづらい状況です。

また、今期は中期経営計画の最終年度であり、下期は次期中計に向けてグループのリスク要因を再点検する数カ月でもありますので、最終利益の見通しについては、もう少し先で判断させていただきたいと考えています。なお、現時点で下期に大きな与信費用を見込んでいるわけではなく、個別に想定している案件也没有ありません。

Q7. 日銀の今後の利上げ時期について、どのように見通しているか。次回の利上げはいつ頃になると考えているか。

A7. 政策金利については日銀の専管事項ですが、マーケットの織り込み状況などを踏まえると、最も早ければ12月、年度内には0.75%に向けて動くタイミングが来るのではないかと感じています。その後、中立金利といわれる水準の下限である1.0%に向けてどう進むかについては、少し時間がかかると考えています。

Q8. 「利上げ効果が浸透し始めている」との表現があったが、現在の政策金利0.5%となってから約1年が経過する中で、その浸透度合いはどの程度と感じているか。また、利上げ効果の浸透スピードについて、業界内で相対的にどのように評価しているか。

A8. 「浸透し始めた」と申し上げたのは、当社は住宅ローンポートフォリオが全体の約4割を占めており、今年1月の利上げ効果が実際に発現し始めたのが7月頃だったためです。決算ハイライト18ページをご覧くださいと、政策金利による業務粗利益の増加額を整理しています。バランスシートが不変と仮定した場合、2026年3月期中間期の実績は2024年3月期から+500億円で、期末に向けてこれが+1,050億円程度まで引き上がる見込みです。これは昨年3月のマイナス金利解除以降の影響を整理したものです。さらに、参考として右側には政策金利が0.75%まで上昇した場合の収益インパクトも示しています。

Q9. 生成AIの利活用について、実装に向けた施策を本格化しているが、上期に実際に活用ができた部分や、今後活用が見込まれる具体的な領域は。また、取り組みが生産性向上として決算数値に反映されるのはいつ頃か。

A9. 生成AIについては、日本でもトップクラスの利活用を目指しています。現在、取り組みは大きく二つあります。第一に、業務インフラの刷新です。今年度上期には日本マイクロソフト社と提携し、生成AIの標準装備化を進めています。これにより、約3万人の従業員が業務インフラとして生成AIを活用できる環境を整備しており、今年度中に完成する見込みです。第二に、当社の商品・サービスや機能への生成AIの組み込みです。業務効率化はもちろん、アウトプットの質と量を高めることが重要だと考えています。

さらに、意思決定プロセスにAIを活用し、経営データを含めたあらゆる情報を統合することで、事業や収益の拡張性を加速させることが、今後の大きなポイントになると認識しています。加えて、AIガバナンスをしっかりと整備し、従業員が幅広く深く生成AIを活用することで、組織文化そのものを変革できるかどうか、今後の重要な課題だと考えています。

Q10. 住宅ローンについて、不動産価格は急騰し、住宅ローンの大口化や期間の長期化が進む一方で、金利上昇の影響で変動型金利の利用者が返済に苦労しているという声もある。今後の住宅ローン市場の見通しやローン推進姿勢の変化、さらにリスク管理の高度化策についてどう考えているか。

A10. 住宅ローンについては、りそなグループとして中間期で過去最高の実行額となりました。これは 30 年来、リテール No.1 を目指し住宅ローンに注力してきた結果です。現在はデジタル化の加速や商品見直しを進めており、例えばマンション価格の高騰に対応した実行上限額の引き上げや、ペアローン・ペア団信など、世の中の変化に応じた対応を行っています。現状の政策金利の水準では、お客さまへの大きな負担増は想定していません。基準金利については、固定金利は長期金利の影響で利率が早く上昇する一方、変動金利は上昇幅が限定的です。新規実行については、現状約 99%のお客さまが変動金利を選択しています。既存のお客さまについても、仕組み上、返済額は 5 年ごとに見直されますが、元金と利息の比率が変わるだけで、直ちに返済額が変わるものではありません。リスク管理については、長年住宅ローンに取り組んできた経験を踏まえ、リスクプライシングを含めた体制を整備しています。また、当社は住宅ローンを単なる商品ではなく、人生最大の買い物の一つとして位置づけ、長期的な取引関係を築く重要な接点と考えています。デジタルでお客さまとつながる現在において、ライフタイムバリューを高める上でも住宅ローンは中核的な商品であり、今後もこの分野にしっかり対応していきたいと考えています。

以 上