

平成 21 年 11 月 13 日 記者会見 質疑応答 (埼玉)

発表内容：平成 21 年度中間決算について

日 時：平成 21 年 11 月 13 日 (金) 15 時 15 分～15 時 50 分

場 所：埼玉県政記者クラブ

発表者：埼玉りそな銀行 上條社長、岩田取締役

りそなホールディングス (HD) グループ戦略部 氷坂部長

【質疑応答】

Q. 実勢業務純益が前年同期比 58 億円減少したが、要因は？

A. 一番大きい要因は、業務粗利益が減少したことです。20 年度下半期に 2 度にわたる政策金利の引き下げがありましたが、その影響で 21 年度上期の貸出金、有価証券等の運用資産の利回りが低下したことによるものです。

また、20 年 9 月のリーマンショック以降の金融市場の低迷を受けて、個人のお客さまの資産運用スタンスが慎重になっております。これにより投資商品販売が減少したため、役務利益等が減少しております。経費も削減に努めておりますが、営業人員の拡充あるいは営業強化のためのシステム開発などの費用の拡大により、前年度比 17 億円増加し、結果として実勢業務純益は、前年同期比 58 億円の減少となりました。

Q. 地域金融の円滑化の取組みとして社長をリーダーとした社内横断的なワーキンググループを立ち上げたとのことだが、いつ何名で立ち上げ、具体的に何をするのか？

A. 10 月 30 日に約 40 名で立ち上げました。各部門ごとにそれぞれ、例えば法人の貸出は法人部門、住宅ローンはローン事業部の所管、また融資部門は審査を所管するなど、それぞれの役割責任というのがありますので、それを一括してお客さまのご相談に迅速に対応するために、基本的な考え方をすり合わせるということがまず第一だと思っています。基本的な考えをすり合わせた上で、お客さまと直接接する機会の多い営業店や住宅ローンご相談プラザに対して適時適切な対応ができるような指示をスピーディーに行っていかなければならないと思っております。したがって組織横断的に 8 部署を取りまとめた上で 40 名体制で、先ほど申し上げたような施策を現場に周知徹底すると同時に銀行全体として取り組んでいかなければならないような、例えばお客さまから直接お声を伺うご相談窓口の設置といったものについては本部主導で作りこんでいくというようなことを考えています。

Q. ワーキンググループは中小企業金融円滑化法案を意識したのか？

A. 同法案を意識したものでもあります。従来より、地域金融機関として、今回のようなワーキンググループ組成ということではありませんでしたが、中小企業や住宅ローンのご返済条件の変更に関するご相談等へのきめ細かい対応については、これまでも施策を実施してきました。しかしながら、環境の更なる悪化も見込まれる中で今一步踏み込んだ対応をしていくべきであるという経営判断に基づいてワーキンググループを設置しました。

新法への対応としては、開示の正確性や迅速性などが必要とされますが、これも合わせてワーキンググループの中できちんと対応していきたいと思っております。

Q. 与信費用は一服したのか？

- A. 上期については、お取引先企業の個社別の経営改善支援等に努力してきておりまして、そういったものが反映してこの状況で推移したと思っております。下期も同様の努力を積み重ねていきたいと考えています。現状では、下期の与信費用もほぼ横置きで大丈夫だろうと考えておりますが、景気の一段の悪化という状況も想定されますので予断が許せない状況は続いていると思っております。今後も慎重に対応していきたいと思っております。

Q. 与信費用戻入の償却債権取立益が増加しているが？

- A. 不動産市況がやや持ち直しを見せたこともあって、担保物件の処分等で予定していた以上に高い価格で売却が出来たというような実例があると聞いています。

Q. 一般の景気状況について、去年の不況が始まった頃のショック状態と比べて今期はどうか？また先行きの見通しはどうか？

- A. お客様と接して感じるのは、業種による違いかつ業種の中でも担っている分野によって大きく状況が違うということです。例えば自動車・電気関連の製造業について言えば、リーマンショック以降、受注が急速に悪化し、1-3月が受注量減少のボトムだったとお聞きしています。場合によっては受注が5割を切る水準まで落ちていたようです。その後、様々な営業努力もあり、徐々に回復され、7-9月の段階で7割を少し超えるくらい水準に受注が戻ってきたというのが輸送機器系の部品メーカーや電気部品メーカーの大方の状況だと思っております。私がお目にかかった経営者の皆さまは、積極的にこの機会をうまく活用しようと考えておられます。7割操業でも収益を生み出せるような経営努力をしていこうと前向きに捉え、リストラクチャリングや経営体質の改善などに取組んでおられる経営者の方が県内には多いのではないかと思います。しかしながら、様々な経営課題を抱えておられるお客様もいらっしゃるもので、私どもとしては、先ほど申し上げた経営支援室や地域力連携拠点事業などを活用して少しでも事業そのものが改善できるようお手伝いをしたいと思っております。

一方、メーカーの中でも食品等で比較的底堅い推移を示している業種も多々あります。特に食品加工メーカーは埼玉県内は多いですが、比較的堅調に推移されておられます。流通関係、例えば食品スーパーなどは、客単価の減少が顕著であり、これは外食産業でも同じかと思いますが、各企業ともにいかに客足を増やすかということで、イベントやメニューの工夫であったり、それぞれ営業努力を尽くしているという印象を持っています。住宅産業は、埼玉県ではウエイトが高く地場産業的なところがありますが、お聞きしている限りにおいては、厳しいけれども大変深刻の状況でもないのかなと感じています。業歴が長い企業は、景気の浮沈をこれまでも何度も経験されており、それをうまく活かされています。住宅産業にしてみると今はうまく仕入れができる時期だと思えます。従来は都心等から高い入札価格で仕入れていた企業が若干減少して、地場の住宅産業から見れば底堅く事業ができる環境となっていると思っております。

今後の見通しですが、現状の景気回復が本物なのかどうなのかといえば、まだまだ不透明だと私は思っています。マクロ的には、欧米の消費・雇用環境、あるいは金融情勢が大変厳しい状況が続く中で、製造業を中心とした日本の企業は輸出依存度が高いため、なかなか中国、インドといった新興国だけで、その製造能力を賄うということは難しいのではないかと思います。また、国内あるいは世界的な消費の回復についても財政支援によるものが相当程度あるので、その財政支援が本質的な経済の回復につながるか、まだまだ2番底リスクみたいなものがないともいえないと思っております。我々の銀行経営としても慎重にみていく必要があると思っております。

以上