

郵政民営化委員会（第84回）議事録

- 1 日時：平成24年9月20日（木）16：30～17：45
- 2 場所：郵政民営化委員会室（永田町合同庁舎3階）
- 3 委員：西室委員長、米澤委員長代理、老川委員、清原委員、三村委員
- 4 議事：株式会社ゆうちょ銀行及び株式会社かんぽ生命保険の新規業務の認可申請について意見聴取
 - ・日本郵政株式会社、株式会社ゆうちょ銀行及び株式会社かんぽ生命保険

○西室委員長

それではただいまから「郵政民営化委員会」の第84回の会合を開催させていただきます。

本日は、委員5名全員の出席をいただいておりますので、定足数を満たしております。

それでは、お手元の議事次第に従いまして議事を進めさせていただきたいと思っております。

9月3日に株式会社ゆうちょ銀行と株式会社かんぽ生命保険から、金融庁長官と総務大臣に対して新規業務の認可申請がございました。これを受けまして、翌4日、金融庁長官と総務大臣から当委員会に対して意見を求められております。

本日は、日本郵政株式会社、齋藤社長を初めとして、坂副社長、高橋専務執行役、株式会社ゆうちょ銀行、米澤副社長、田中専務執行役、かんぽ生命保険株式会社、南方副社長から、新規業務の内容につきましての御説明を伺うということにしております。

それでは、日本郵政グループの方々、お忙しいところをお見えいただきましてありがとうございます。早速御説明をお願いいたします。

○齋藤社長

今日はお忙しいところを私どものためにお出ましいただきまして、本当にありがとうございます。

ただいまから、ゆうちょ銀行とかんぽ会社の新規業務について御説明いたしますけれども、この新規業務は、私どもの事業にとっては、今後の命運を決するぐらい重要な事業だと私自身は思っております、この会社の株式売却にも絡みますけれども、経営のベクトルが上向くか下向くかのいわば境を担うような、当面はそれほどの影響は出ないとしましても、将来の事業の方向性として

非常に重要な新規申請だと思っておりますので、ひとつぜひともよろしく願
いしたいと思います。

詳細は、担当のそれぞれの者から説明させますので、よろしく願
いいたします。

○米澤副社長

それでは、お手元の資料に従いまして御説明させていただきます。横長のヒ
アリング資料ということでございます。

2 ページ、まず、認可申請の概要についてでございます。

認可申請の項目は3項目でございます。個人向けの貸付業務。住宅ローン、
カードローン等でございます。損害保険募集業務。これは住宅ローンにかかわ
る火災保険についてのものでございます。そして、法人等向けの貸付業務とい
うこの3つでございます。

次のページをご覧くださいと存じます。

まず、個人向けの貸付業務についてでございます。

事業の開始は、2013年4月と予定させていただいております。

申請の範囲は、個人向けの貸し付けでございます。

態勢の整備、あるいは融資対象、実施組織、これらは、いずれも、現在、媒
介業務としてスルガ銀行の商品をゆうちょのチャネルで販売しております。そ
の媒介のインフラをそのまま使いまして提供するというのが1つのポイントで
ございます。

態勢の整備で書いてございますけれども、既存の媒介業務の態勢を活用して
実施するということ。それから、融資対象については、後ほど申し上げますけ
れども、個人事業主、女性、シニア層等、これまで融資がなかなか受けにく
かったような層への貸し出し。

そして実施組織としては、現在82店舗で展開しております。それを基盤とし
て組織を整備する。これにつきましては、態勢の整備状況を踏まえつつ、順次
拡大をしていきたいというものでございます。

商品については、次のページをご覧くださいと存じます。

個人向け貸付商品のイメージということで、住宅ローンを例にとりますと、
左側に個人事業主、アクティブシニア、働く女性、転職者と、これらのお客
様の属性に応じた独自の商品設計で、現在、媒介業務を行っておりますけ
れども、これらの商品を基本として、我々のプロパーの融資に切りかえてい
くというものでございます。

サラリーマン向けにつきましては、これは普通の人に基本的な金融サービ
スを提供したいという我々の基本的なスタンスに沿ったものでございまして、
いわば品ぞろえとして置かせていただくものでございます。

また、長期固定、フラット 35 等についても取り扱いたいと思っております。
また、このほかにカードローン、目的別ローン等についても対応したいと考えているところでございます。

次のページをご覧いただきたいと存じます。損害保険の募集業務についてでございます。これは、先ほどの住宅ローンの対象となっております住宅に掛ける火災保険でございます。それを販売したいというものでございます。

次のページ、6 ページ目でございます。法人等向け貸付業務についてでございます。

これも 2013 年の 4 月に事業を開始したいと考えております。

申請の範囲は、相対による法人等向け貸付及び手形割引ということで、態勢の整備につきましては、現在、シンジケートローンというものを行っております。これをそのまま活用・準用し実施するというのを基本としながら、シンジケートローンの業務から変更を生じる点を中心に態勢を整備していくというものでございます。

融資対象は、大きく 2 つに分けて考えたいと思います。

1 つは、上場企業等ということで、現在、シンジケートローンでお取引をしているような企業を念頭に置いて貸し出しを行いたいというのが 1 点。

2 点目といたしましては、中小企業、例えば、我々、ふるさと小包事業というのを行っておりますけれども、こういった方々に対して、従来融資を得にくかったような企業についても工夫をしたいと考えているところでございます。

実施組織については、融資部門を設置する。これはインサイダー取引との関係でございます。開始当初は本社のみで実施をしたいと考えているところでございます。

次のページをご覧いただきたいと存じます。これは、我々がこういう新規業務をなぜ行いたいのかという背景についての御説明でございます。

我々郵政グループは、総合生活支援企業グループとして、ライフサイクルに応じたお客様の多様な金融ニーズに対応したいということでございます。幅広い顧客層に住宅ローンを提供して、住宅の取得や財産形成を応援したい。あるいは、予期せぬ出費や生活設計への備えを応援したい。

下の絵をご覧いただきますと、ゆうちょ銀行の口座というのは、比較的小さいうちから持っていて、それが長い間使っていただきたいと思っているわけでございますけれども、この絵にございますけれども、例えば結婚であるとか、教育であるとか、そういった不意の資金のニーズに応えられない。そうすると、私たちのお客様がその金融サービスを受けられなくなってしまう。あるいは、住宅の取得というときに、我々では対応ができない。そうすると、ゆうちょからお客様が離れてしまう。こういったデメリットがございます。我々、

普通のお客様に普通の基本的な金融サービスを郵便局チャネルを通じて提供するというのが基本的なビジネスモデルになっておりますので、こういう観点からも、今申し上げたような色々な貸し出し、個人向けローンというのは重要であるという認識をしているところでございます。

また、このほかに限度額の話もございますけれども、これはまた別の問題としてございます。

次のページをご覧くださいと存じます。今度は、新規業務の経済的ないし経営的な意義についてでございます。

経済的な意義につきましては、資金仲介機能を十分に発揮したいということでございます。預金者の預金を公共部門以外にも供給して、我が国経済社会の発展への貢献を行いたいというものでございます。

また、国債に偏ったポートフォリオを改善したいということでございます。

左の下の絵をご覧くださいますと、私ども、預金者の皆様から貯金をお預かりして、それが今、大半、国債のほうに回っていると。これを民間部門に供給いたしまして、経済社会の発展に寄与したいというのが1点。

そして、右側のほう、これは私どもの経営上の問題でございますけれども、これは、銀行のポートフォリオをあらわしたものでございます。上の所は全国銀行の平均、下がゆうちょ銀行でございます。紫色が国債、橙色が貸し出しということでございます。銀行でございますので、通常であれば、貸出金が資産の大宗を占めているというのが上の棒グラフでございます。それがゆうちょ銀行では77%を国債で占められているということで、これは我々の収益構造が金利リスクに偏った構造となっているということでございます。これを改善しなければ、経営の安定がなかなか難しいということでございます。

それがどうあらわれているかというのが次のページ、9ページをご覧くださいと思います。具体的にそれが我々の収益力にどう影響しているかということでございますけれども、9ページの表の下のほうの平成22年度という所をご覧くださいと思います。ゆうちょ銀行で利ざやという欄をご覧くださいますと、0.85%でございます。我々は国債運用が中心のために、他行に比べて利ざやが小さいということでございます。これがほかの銀行と比べますと、全国銀行の平均で見て1.19%。この差が我々の収益構造の脆弱性を示しているものと考えております。

さらに、最近でございますけれども、一番下に書いてございますが、10年国債の利回りが0.8%で推移しているということからしますと、私どもの収益構造の強化というのは喫緊の課題であると考えているところでございます。

次のページをご覧くださいと存じます。今申し上げたお客様ニーズに応じたサービスの多様化、資金仲介機能の向上、あるいはポートフォリオの改善、

収益力の強化・改善という観点から、新たに貸付サービスの提供を行いたいというものでございます。

これを行うに際しては、政府の認可を必要とするわけですが、我々としては、既存の業務と親和性の高い業務から順次新規業務として実施していきたいと考えているところでございます。

これらにつきましては、11 ページ、大変僭越ではございますけれども、先般の民営化委員会での所見でも同様の認識が示されていると私ども受け取っております。上にございますけれども、ゆうちょ銀行では、金利リスクに偏ったりリスク構造を抱えているという問題点があると。そのビジネスモデルには競争力や成長性に課題がある。また、そのビジネスモデルを維持することが困難になるばかりか、ユニバーサルサービス責務の履行にも支障が出るのが懸念される。

あるいは株式の上場・処分といった観点からも、金融二社の株式に対する市場の評価は、それが資産の大宗を占める日本郵政の株式価値、評価へも多大な影響を及ぼす点に留意することが必要であると書いていただいているところでございます。

そのタイミングとしては、既存の業務の見直しであるもの、他金融機関との提携による業務の取扱実績があるもの等については、調査審議を開始することに支障はないと考えられると記載していただいているところでございます。

次のページでございます。今まで申し上げたものについて、若干、周辺状況について御説明を申し上げます。

住宅ローンにつきましては、自営業者等、他行が積極的に取り組んでこなかった顧客を重視してサービスを提供したいということでございます。

左下にございますけれども、現在、82 店舗で平成 20 年の 5 月からスルガ銀行の商品を私どものゆうちょ銀行のチャネルで販売をしているところでございます。

カードローンについても同様に平成 20 年から行っているところでございます。相当程度媒介業務を実施してきておりまして、準備は整ってきていると認識しているところでございます。

商品セグメントにつきましては、現在提供している商品につきましては、ここに記載のとおり、先ほど御説明したとおりでございますが、本体参入後もこれらをベースに展開したいと考えております。

また、次のページ、13 ページですけれども、法人等の貸し付けにつきましては、左下にございますけれども、ふるさと小包企業というのが約 1,500 社から 2,000 社でございます。これらにつきましては、取引前に審査があつて、振替口座へ販売代金が入金されるということから、取引実態が把握しやすいといったと

ころがございませうので、こういうところから貸し出しを行っていきたいということございませう。

それから、大企業向けにつきましてはシンジケートローンで、平成 23 年度末の実績で約 3,600 億円残高がございませう。既にこれだけのノウハウがたまってきておりますので、これらを使って上場企業等へ相対貸し出しを行いたいというものでございませう。

14 ページをございませういただきますと思ひませう。実施体制についてのポイントでございませう。

14 ページ、実施体制の絵のところをございませういただきたいと存じませうが、この一連の実施体制の中でキーになるのが下の 2 つの箱に書いてございませうけれども、保証会社及び業務受託会社でございませう。これらは、現在、媒介で行っている商品提供の際にもインフラとして使っているものでございませう。ゆうちょプロパーの商品を提供するといった場合にも引き続きこれを使うということを考えております。これらの仕組みについては、媒介業務を始める当初から本体参入を行うということ念頭に置いて、このように業務子会社を切り出して設立しているということございませう。

次のページ、15 ページでございませう。法人等向け貸付業務につきましては、ポイントとなりますのは、絵の真ん中のところに融資部というのを作ることございませう。現在、シンジケートローンにつきましては、市場ファイナンス室というところで行っております。これは、市場部門の中で行っておりますけれども、これはインサイダー取引等の防止という観点から、融資部というのを新たに作るということございませう。それ以外のリスク管理、あるいは審査、市場管理等については、基本的には今の仕組みを有効活用して実施していきたいと考えております。

16 ページをございませういただきたいと存じませう。

それでは、私どもが行う規模感はどういうものかということございませうが、住宅ローンにつきましては、当行の 5 年後の目標残高を約 7,900 億円と置いております。これは、住宅ローン市場、約 170 兆円ありますけれども、これの 0.45%、5 年後で 0.45% にすぎないということで、民業圧迫ということにはなり得ない規模ではないかと考えているところございませう。

また、右側の大企業向けに対する貸し付けについても、5 年後の目標を 3,500 億円。今のシンジケートローンと大体同じぐらいの規模で考えておりますので、シェアは 0.31% ということで、これもまた極めて小さな大きさ、インパクトしか与えないのではないかとございませう。

これらはいずれも最初はこのぐらいの規模でございませうけれども、貸し出しについては、急激にこれを伸ばすということをするとう不良債権がたまるリスク

が多うございますので、そのあたりは慎重に進めていきたいと考えております。
ゆうちょ銀行の新規業務のお願いにつきましては、以上のとおりでございます。

○南方副社長

それでは、かんぽ生命の新規業務について御説明申し上げます。

18 ページに認可申請の概要としていますが、当社の認可申請でお願いしておりますのは、学資保険の商品改定についてでございます。学資保険は、文字どおり大学の進学費用であるとか、そういった教育費の確保を目的とする保険でございますが、弊社の学資保険につきましては、今日的に見ますと、過分に被保険者、子どもでございますが、お子様の死亡保障が厚いといった特徴を持ってございまして、この点について見直し、商品改善を図らせていただきたいというのが今回の改正の趣旨でございます。

それから、取り扱いの開始時期につきましては 2013 年の 4 月ということで、ここは、今、販売しております学資保険の売りどめをいたしまして、一斉に改正をお願いしてございます学資保険に切りかえたいと考えてございます。

それから、具体的な改正の内容でございますが、次のページをご覧くださいと思います。左側が現行の学資保険でございます。死亡保障、これはお子様がお亡くなりになった場合の死亡保障でございますが、ポンチ絵にございませうように、現行では、御加入のときからすぐに満期保険金相当額の死亡保険金が支払われる。加えて、不慮の事故でお亡くなりになったというケースには、倍額の支払いも行われるということで、非常に手厚い死亡保障になっているわけでございます。この点を見直しまして、右側にございませうように、被保険者の死亡保障、お子様の死亡保障については、経過年数に応じた既払の保険料相当額という形にいたしまして、また、左側にございました倍額支払いも廃止するというところで、未成年者に対するモラルリスクに対応した商品性にすると。同時に、こういったところを薄くすることによりまして、保険料の低廉化も実現したいという内容でございます。

次のページから、改定の必要性の資料ですが、20 ページがお客様のニーズ調査でございます。学資保険に関するニーズといたしましては、そこにございませうように、満期保険金が払込保険料より多いと。元本割れをしないとか、子どもの死亡保障は低く押さえて貯蓄性を高めているということで、教育資金をこれで確保していきたい。保険料低価格化の重視をする声大きいということでございます。他方、子どもの死亡保障ニーズは低いという調査結果が出てございます。

そういった中で、今、販売しておりますかんぽの学資保険の状況でございますが、次のページに新契約件数の推移をお示ししています。かんぽの学資保険、

郵便局の学資保険ということで、看板商品だったわけですが、平成 13 年度の数字をご覧いただきますと、かんぽが年間に 68 万件販売しています。他社合計が 25 万件ですから、実に 7 割強のシェアをかんぽの学資保険が 10 年前は有していたということになります。

現状はどうかといいますと、23 年度の数字をご覧いただきますと、弊社が 22 万件、他社が 44 万件と、まだまだシェアは高いわけですが、10 年間で 3 分の 1 まで数字を落としてきているというのが現状でございます。

それから、次のページが、弊社におきます学資保険の意義といいますか、商品の位置づけでございます。22 ページの下の所に弊社の新契約の商品別構成割合が出てございます。終身が 23%、養老が 66%、学資保険が 10%と、こういった割合でございます。

ただ、その上に契約者の年齢別で見た数字を掲げてございますが、25 歳から 40 歳辺りをご覧いただきますと、これは学資保険が今の数字もなお一番御利用いただいているということございまして、こういった若年層に対しましては、学資保険が弊社のメイン商品といいますか、最初に御加入いただくエントリー商品、ファーストコンタクトの商品と、そういった商品としての意義は非常に高いと考えております。

それから、次のページが弊社の全体的な契約件数なり保険料収入、総資産の推移でございます。トータルでどの指標をご覧いただきましても、弊社の指数が右肩下がりになっているということで、何としても保有契約件数の下げどまりを早期に実現したいと考えていますが、おかげさまで新契約の件数につきましては、民営化直後から若干回復傾向にございます。やはりこういった学資の改定等を通じまして、新しい商品を提供させていただきまして、契約の反転基調を確かなものにさせていただきたいということになります。

それから、ここの資料の最後でございます。弊社と他の民間生保との規制バランスの関係でございます。民営化前は、確かに政府の保証、あるいは税負担の減免、三事業の兼営といった、制度上、優遇といいますか、プラスの要素があったわけですが、こういった点につきましては、すべて民営分社化で解消されていると考えておりまして、むしろ下の所に限度額の制限、あるいは業務範囲の制限、子会社の保有が制限されているといった点で、同業他社と比較いたしますと、制度的には少なくとも競争優位といったところはすべて解消されている。むしろ逆ではないかと見ているところでございます。

御説明は以上でございます。よろしくお願いたします。

○西室委員長

どうもありがとうございました。 それでは、ただいまの御説明に関して、委員の皆様から質問等ございましたら。どうぞ老川さん。

○老川委員

初めて新規業務の御提案をいただいたわけなので、基礎的な知識としてお尋ねしたいのですが、今は、まず個人向け融資、スルガ銀行との間で媒介業務をなさっていると。具体的にはどういうことを、スルガ銀行から窓口を受けて色々やっているのでしょうか、どんなことをやっておられて、今後自前でやるという場合に、どこがどう変わるのか、この辺を御説明いただけますか。

○米澤副社長

まず、媒介業務の始まりのところでございます。まず、商品の提供のところでございますけれども、これは当然のことながらスルガ銀行が商品を作っております。これは先ほど申し上げましたように、極めて独特な商品の設計をしているというのが特徴でございます。そして、審査であるとか、あるいは融資管理といった部分、これもスルガ銀行がやっておりますが、先ほど申し上げた2つの業務子会社でございます保証会社、業務受託会社、これを使ってやっております。私どもは、そういったインフラに乗っかって、ゆうちょ銀行82店舗でスルガ銀行の商品を媒介で販売しております。そのときには、その売り方であるとか、どういう営業をしたらいいとか、そういう問題についてはスルガ銀行からの出向を受け入れたり、あるいは指導を受けたりしてノウハウを積み上げてまいりました。

では、これが今後どうなるかといいますと、先ほど申し上げたインフラストラクチャーについては、そのまま使うこととなります。したがって、我々が自前で本体参入に当たって新たにインフラを作ることではございません。これは、業務子会社をそのまま使うということ。

そして、商品についても、基本的な性格は、スルガ銀行の商品と同じような形の商品を提供させていただくということになります。したがって、スルガ銀行との関係で言いますと、我々が本体参入した後は、スルガ銀行が作ったインフラを我々が引き続き使うということ。これは共同で作っておりますので、共同で作ったものをそのまま使うということ。そしてまた、色々な商品開発等についてのノウハウは、そのまま活用させていただくというのがスルガ銀行との関係になっているということでございます。

○坂副社長

今、媒介と申しましたけれども、結局、私どもの社員がお客様に営業をして、こういうのをお借りになりませんか。という御希望ですかとやるわけです。お話ができますと、それをスルガ銀行につなぎまして、その段階で審査を行います。その審査は、実は共同の会社で審査をしています。この会社で審査をしているわけですが、もともとノウハウは基本的にはスルガ銀行のノウハウです。今はスルガ銀行が貸し付けるということになっております。これを

今度は私どもが自分で貸し付けるというふうにするわけですが、営業とかお客様とお話をするとか、そういうことは今までとやっていることは同じということになります。実は、営業のときにどういうことをお客様に御説明するかというのが一番ノウハウとして難しいことのうちの一つなんです。これは、今、米澤が申しましたように、最初のうちはスルガ銀行からうちに出向してコーチしてもらっていたわけです。慣れた人間が300人ぐらい、そういうことをできる人間がいますが、こういう人間を作るというのは、訓練するのはかなり時間のかかることをごさいます、なかなか急には増やせないのですけれども、少しずつ増やしてきたということをごさいます。

それから、もう一つ、重要なノウハウは審査のところをごさいますけれども、結局スルガ銀行の商品のよいところは、一見返済が難しそうなお客たち、だから、普通の銀行はあまり積極的でない。だけれども、よく見ると大丈夫という人たち。その方たちにほかより少し高い金利で貸せるということなんですね。問題は、見きわめる能力なわけですが、そこを長年かけてスルガ銀行が工夫をされて、ある程度定式化されていると。それもしょっちゅうリニューアルをされていて、そのノウハウを我々が輸入したということをごさいます。

○老川委員

ありがとうございました。

今後同じ範囲というか、エリア的には82店舗をそのままということなんですか。それともどこか他の地域、スルガ銀行以外の地域にも今回広げるといことになるんですか。

○米澤副社長

今、82店舗は、全国で展開しております。ただ、82店舗の中で、東京、大阪、名古屋、3大都市圏にお店が集中しております。そして、当初は82店舗でしばらくやっていくつもりでございます。先ほどご覧いただいた収支の表がございましたけれども、あの収支の表は、82店舗を前提にした収支ということになっております。認可申請でお出ししたベースもそういう82店舗ベースの数字でございます。

ただ、今後どういうふうに店舗展開をしていくかというのは、これから事業をやっていく中で、どの程度これが成長性があるかとか、あるいは我々の体力でございます。体力といっても、先ほど坂副社長が申しましたけれども、300人作るのに時間がかかったと。同じように、店を増やすということは、また人が必要なもので、そう急にはなかなか増やせないと。ただ、その辺は弾力的に考えたいと考えております。

○老川委員

ありがとうございました。

○西室委員長

ほかに御質問は。どうぞ。

○米澤委員長代理

どうも説明ありがとうございます。

大半はゆうちょ銀行に関して御質問したいのですが、新たな新規業務の申請の段階でこういうことを聞くのはいかがなことかと思うのですが、とはいえ、目指している方向がどういうところにあるのか。分かっている範囲の中でどういように描いていらっしゃるのか。今日いただいたレジュメでは、7ページに、お客様のニーズに応じた金融サービスの多様化。もう少し言いますと、総合生活支援企業グループとしてのライフサイクルに応じたお客様の多様な金融ニーズということで、大半は分かるのですが、プラス法人の貸し出しにも出ていくということでございますので、これは、こういう言葉があるのか。フルラインというか、メガバンクの後を追いかけているのか。その辺のこともございますので、描いている、将来的にどのような銀行になるつもりでいらっしゃるのか、その辺を抽象的な話で結構ですけれども、お教えいただければと思います。

その裏には、やはり今、そうでなくてもメガバンクは貸し出しのほうから国債のほうにシフトしているわけです。別に好きでシフトしているわけではなくて、貸出先がないわけですので。それと逆のベクトルで行くということ、結構しんどいものがある、一番心配するのは、競合とか、既存の金融機関との関係とかではなくて、不良債権が出てくるのではないだろうかというような信用リスクの問題を一番心配しているのです。これは、実は、前々回ぐらい、我々は色々なところでヒアリングをしたときに、金利リスクがあるといったって、国債は今のところ日本の国は大丈夫という前提のもとで、元本がなくなるわけではない。だから、そのときの金利変動リスクは無視できないけれども、元本はきちんと返ってくる。

それに対して、住宅ローンにしても貸し出しにしても、これは下手をすると元本がなくなる可能性があるということなので、そのぐらいの覚悟ができていますかという無責任なことを聞いていましたけれども、それは半分ぐらい私も心配していますので、そういうようなことがあるということを含めて、改めて、でもやはりそのところのリスクを取りに行くのかということも含めて、目指すところをお教えいただければと思っています。

○坂副社長

坂でございます。

私どものグループ全体としてどういうことを考えているかというのをまず最初に御説明したほうが良いと思うのですが、先ほど先生がおっしゃっていただ

いた総合生活支援企業グループという言葉でございますが、これは実はゆうちょ銀行だけではなくて、グループ全体としてこういうことを目指すということを書いております。だからグループとなっているわけです。したがって、7ページの絵よりも、グループ全体として考えると、もうちょっと実は前後がございまして、例えば、赤ちゃんで生まれたときから、あるいは亡くなったときまで、それぞれのライフイベントにどういうことがあるだろうかと。例えば、亡くなったときでございまして、葬儀とか、あるいは相続とかというのは、すごく色々な手続、あるいは地方自治体への届け出とか、そういうのもすごくたくさんございます。あるいは、金融的にも口座の名前を変えるとか、相続するとか、相当ややこしいのでございますけれども、そういった一連のことについて、私どもが自分でサービスできるのは何だろうか。あるいは、自分でやらない場合には、例えばどこかほかの会社につなぐというサービスはどういうことがあるのだろうか。

私ども、目指しておりますのは、色々なことをとりあえず私どもで御案内できるようにしたい。なにくれとなくお出でいただく。というのは、特に都市部ではなくて田舎のほうですと、何でも屋さんみたいな感じというのは便利なんではございますね。そう色々な企業があるわけではございませんので。そういったことを目指しております。あるいは、結婚とか、色々なところで何ができるだろうか、そういう発想でやっていきたいと思っています。

ゆうちょ銀行もそのいわば部品の一つとして、ここにあるような、特にローンでございましてね。今までやっていなかったというのは。先ほど彼が御説明しましたように、私ども、口座を提供するという意味ではかなりちゃんとできているわけですが、便利だとか、御評価もいただいているのですが、例えば、そろそろ家を建てようということになったときに、私ども、お貸しできないというのが一番弱みであって、そのためにお客様がそっくり口座ごとほかの銀行へ行かれてしまう。これは実は金融的に言いますと、口座にあらわれているその方の色々な情報というのは、金融的に言いますと、先生、御専門ですけれども、金融機関がお金を貸すときにはかなり重要な情報でございまして、逆に言うと、そういうのがせつかくのいい情報がある方がほかの銀行へ行かれると、それが無いわけですから、お客様にとっても損なんです。そういう無駄が社会的にもあるので、それは私どもをせつかく使ってくださいですので、私どもがそういうこともお相手をしたいと思っています。

それから、あと、金融機関として私どもが考えておりますのは、そもそも民営化したというのは、大きな目的の一つは、お金の流れを私どもが預金でお預かりした、あるいは保険でお預かりしたお金を、国にだけ渡すのではなくて、もっと広くあちこちにお金を流すというのがもともと民営化ということの目的

だったのだろうと思います。

そういう意味では、あと残るのは、私どもが実は今御心配いただきましたように、貸す能力、つまり、ちゃんと選別したり、ひっかかったりしないようにして、ちゃんと貸す能力があるかという問題が残るわけですが、そもそも手を縛っておいたのでは、能力があってもなくてもだめなわけで、何のために民営化したのかというのは、お金の流れを多様化するということが本来あったのではないかなど。私ども、それに当然のことながら必至に勉強して練習してやっていきたいと。今お願いしているのは、先ほど米澤が御説明したように、私どもとして、これまでかなり練習をしてきたもの、それなりの体制ができているものからまず始めようというのが基本的な発想でございます。

あと、詳しいことは。

○米澤副社長

それでは、先ほど御質問が2つあったと思います。目指すべき商品ラインナップみたいなお話かと思いますがけれども、私どもの基本のお客様は、個人。普通の個人のお客様。特にプライベートバンキングビジネスをやるような大金持ちの方ではなくて、普通の方たちをお客様にしている。マスリテールというふうに位置づけをしております。そして、そのお客様方に基本的な金融サービスを提供したい。預金、為替、そして、こういう貸し出し。これらは金融サービスの非常に基本的なものですので、普通の方に基本的なサービスを提供したい。そうした中で、どういうチャネルを使うか。特に預金と為替については、郵便局チャネルを使って、まさにユニバーサルサービスという話がございしますので、郵便局ネットワークを通じて提供する。どうやってもうけるかというのは、そこで集めたお金を基本的には色々な所へ投資をしながら利益を得ていく。基本的なビジネスモデルはそういうビジネスモデルでございます。

そういった中で、商品ラインナップとして、先ほど申し上げましたけれども、基本的な金融機能としての貸し出しというのが欠けているというのは、我々のビジネスモデルから見て、大きな劣後するところであろうと考えておりますので、ぜひお願いをしたいというのが1つでございます。

次に、それと法人向け貸し出しとの関係でございます。先ほどのポートフォリオのところで見えていただきましたけれども、我々は金利リスクに極めて偏った構造をとっております。いわば一本足打法になっております。一本足打法ということは、それが逆風になったときに、極めて経営に大きく影響があるということは、ほかの業界でもしばしば見られることであろうと思います。

したがって、我々は、その大きなところは引き続きやりますけれども、それを補完するものとして、リスクの取り方を多様化したい。これはリスク管理の基本でございます。リスクの源泉を多様化するというのは、リスク管理の

基本でございますので、金利リスクに加えて信用リスクをとりたい。ただ、そこは先生おっしゃられたように、そうはいつでもなかなか一朝一夕に審査能力がという話は、それはそのとおりでございます。ですから我々は、先ほどご覧いただいたように、この4年ぐらいで積み上げてきたシンジケートローンが3,600億円ぐらいです。それと同じぐらいの大きさをやっていきたい。したがって、この3,500億円というのは、我々のポートフォリオの中で見ると、さほど大きなところではない。まず、ノウハウを積み重ねながら、慎重に貸出資産を積み上げていくというアプローチを行いたいと考えているところでございます。

○坂副社長

1つだけ補足させていただきます。国債を持っているというのが、釈迦に説法でございますけれども、確かに信用リスクはないというか、少なくとも行政上はないというふうになっているわけですが、金利変動いたしまして、今、実は私どもはゆうちょ銀行で3兆円ぐらいか、かなり含みがございます。それは、かつて買ったものが、今、0.8%の金利で見ると、かなりの含み益になっているわけでございますけれども、逆に、今、0.8%で買っている国債が2～3兆円の含み損になるというのは、ずっとやっていけば、そういう可能性がございまして、今みたいな金利の状況で余り長いのに偏ってしまうことは如何かということもあります。他方、貸し出しのリスクは、まだ5年後でもあれくらいのサイズですから、本当にうちの経営がどうなるというリスクにはしばらくはなりません。あわてて拡大すると危ないというのはよくわかっております。

○西室委員長

では、清原委員。

○清原委員

ありがとうございます。清原です。

まず、ゆうちょ銀行の個人向け貸付商品について質問させていただきます。

普通の個人向けに貸し付けをと。特に、一般の銀行ではなかなか借りにくい個人事業主やアクティブシニア、働く女性、転職者等というのはよくわかりました。今、考えていらっしゃるの、今までの実績も踏まえて、金利としては、一般の金融機関の貸し出しに対して、こういう方たちは、余り借りられないだけではなくて、リスクがあるということで、金利も高めでいらしたのかどうか。それがどのぐらいの感じなのか。多少高めにしても、こういう属性の皆様が借りられるということにメリットを感じていらしたということ、この間どのように受けとめていらっしゃるかということ、特に今までの実績の中で、ほかの金融機関とはいわゆる差別化を図られてくる対象に対する効果と反応について教えていただきたいと思っております。

そうはいつでも、こういう事業を始めるときには、この属性だけということが本当に可能なかどうか。やはりここにありますように、定型的商品としては、サラリーマンもあり、長期固定もあるとなると、この辺はほかの金融機関もやっぺらっぺらすることなので、最終的には16ページに市場規模は少ないですよということをおっしゃってはいても、ここは競合するわけです。ですから、主力は、民間金融機関とは違うゆうちょ銀行独自の普通の皆様で、借りにくい皆様ということが貫き通せるかどうかというか、それだけでいけるのかどうかという確認が1つ目の質問です。

それから、2つ目は、ゆうちょ銀行の場合、これまでスルガ銀行と一緒に、一定の組織を共同して運営しながら融資の審査等をされてきた。平成20年から4年の経験をお持ちなわけです。その審査については、14ページに保証・管理業務の保証会社というのを作られて、ご一緒にやってこられた。これからはこの保証・管理業務の会社の運営というのは自前になるのでしょうか。それとも、引き続き、今までスルガ銀行と一緒に取り組んでいらした組織を活用されるのでしょうか。ゆうちょ銀行が自立的に融資をされるとき審査体制としては、今までの経験を生かすというのは重要なことだと思うのですが、あわせてゆうちょ銀行の独自性というか、独立性というか、そういうものを担保しつつ、この保証・管理業務を適正に行う上で配慮されている点について、教えていただければと思います。

最後に1点だけ、かんぽ生命保険に伺います。学資保険については、このところ急激に加入者が減っていらして、他の保険会社の商品のほうに移られてしまっているという感触をお持ちなのではないかと思うのですが、今回このような改定をされることによって、民間の保険会社の学資保険の商品の特徴と、かんぽ生命保険の学資保険の特徴がいい競争関係になり得るということなのでしょうか。民間の保険会社の皆様にとっても学資保険が有力な一つの少子化の中での商品となっていると認識しておりますので、改善することによってようやく競争環境の中に急速な加入者減少から少し戻れるとお感じなのかどうか。そのことを通して、本当に少子化の中で、子どものためと思っていらっしゃる保護者にとって、ごめんなさい、かんぽ生命保険の学資保険だと、改善点しか分からないものですから、ほかに何かメリットというか、目的として、働きとして考えていらっしゃるがあれば、補足していただければありがたいと思います。

以上、3点お願いします。

○米澤副社長

それでは、まず、顧客層についての御質問でございます。

まず、金利につきましては、先ほど申し上げましたように、若干高めに設定

しております。大体3%台半ばぐらいのイメージでございます。これは、普通の銀行でなかなか借りられないということなので、量的にアクセスできないという方が、価格のところで折り合いをつけることで新たなサービスにアクセスできるというのが非常に大きな特徴であろうかと考えております。

○坂副社長

普通の銀行は、ここに出てこられるような方は、基本的に貸しませんということで、金利という話になる前に、貸さないというのが普通です。

それで、今後、そういうところが主体かということですが、引き続きそこは主体にしていきたいと考えております。といいますのは、我々の競争力というのはどの程度あるか、もちろん、ほかと違うのはそこですので、そこを中心に販売をしていかなければ、我々の商売はなかなか成り立ちがたかろうということで、主体はそこにしたい。ただ、品ぞろえとして、普通の方お断りというのもいかがかと思っておりますので、そこについても品ぞろえとしてきちんと置きたいと考えているところでございます。

また、保証会社との関係でございますけれども、スルガさんが自分の信用リスクをコントロールするための組織でございますが、今後は我々もそこに大きく関与していくのが基本的なスタンスと。そういった中で我々ができるだけそのノウハウを吸収していくというのが基本的な考え方でございます。

○坂副社長

スルガ銀行との関係で申しますと、ちょっと補足しますと、当面、しばらくの間は、基本的にはスルガ銀行のノウハウで今後もやっていくと。そんなにうち銀行の独自性というか、どういう方に貸すかというモデルについての独自性というのは、当面はなかなか出てこない。ただ、先ほど米澤が申しましたように、もうちょっと勉強して、自分でも研究できるぐらいになったら、そのときにはまた出てくるかもしれない。ただ、まだちょっと先の話という感じでございます。

○南方副社長

今回、一口で申し上げますと、繰り返しになりますが、学資保険に対するお客様のニーズに応えたいと。本来の趣旨の商品性に改善するというところでございますが、これを通じまして、私どもとしては、今、他社に浸食されているという部分も確かにございますが、トータルで白地といいますか、未加入の世帯が相当増えていると見ておりまして、今回の改正によりまして、また、死亡保障の見直しだけではなくて、出生前の加入とか、あるいは短期払いといいます、毎月保険料をちょうだいするのではなくて、一定の時期までに保険料をお納めいただくとか、そういったきめ細かな仕組み、商品にすることによって、きめ細かなニーズにもマッチできるようなことにしていくというふうにご理解

いただければと思います。

○清原委員

委員長、済みません、もう一点だけ、申しわけないです。先ほど聞き忘れて。お答えありがとうございました。1点だけ御質問は、ゆうちょ銀行、今まで、スルガ銀行と媒介されていて、住宅ローンをされているときの平均的な貸付額といいますか、平均がおわかりになれば、それだけ、参考までに教えていただければと思います。よろしく申し上げます。

○米澤副社長

大体2,000万円から2,500万円ぐらいの間でございます。

それから、先ほどお話がありましたけれども、実際に借りられた例がありますかということですが、現に営業をしている中で、これはもちろん高橋専務のほうがもともと詳しいのですけれども、実際、審査の段階で相当細かく色々お伺いすることになります。というのは、貸していいかどうかという判断をするためには、相当色々な質問をしていく。質問攻めではないですが、相当質問があった上で、もうだめかなと思ってお帰りになられたお客様が、後で、審査はオーケーでしたというのを御連絡をしたところ、大変喜んでいただいて、たしかあれはゆうちょ銀行のほうにお礼があったと。これはスルガ銀行さんの商品なんですけれども。ということで、実際に借りられないと思っていた方、ほかでだめだったと思っていた方が借りられるという事例はございます。

○高橋専務

先ほど、清原委員のお尋ねの中で、これまで融資実例の数字でどういう効果があったのかという点で補足申し上げますと、住宅ローン市場の裾野を広げてきたという効果があると思います。

○清原委員

委員長、ありがとうございました。

○西室委員長

ありがとうございました。

それでは、三村委員。

○三村委員

それでは、ゆうちょ銀行に1つ、かんぽ生命保険に1つ質問させていただきます。

既に質問内容に随分出ているのですが、例えば法人向け貸し付けの中の地域の活性化への貢献、とてもいいテーマだと思っております。また、どちらかというと中小零細企業とか、中小事業者に対しての貸し付け体制、これからもっと整備していかなければいけないというのは、恐らく日本全体の方向性の中で

必要と思っているのですが、ただ、その過程において、例えばゆうちょ銀行だけではなくて、色々な形で連携するとか、あるいは共同するといった形の体制を作ることは、なかなか難しいのかどうか。逆に言えば、非常に大きな潜在需要があり、例えば、東日本大震災で被害を受けた岩手とか仙台、あるいは石巻の関係者の方々が、なかなかお金を借りられないと悩んでいらっしゃるという話もよく伺っております。

そういう話からすると、私はむしろゆうちょ銀行がせっかくこういったような貸付業務に出ようとされるのであれば、新機軸とか、新しい切り口みたいなものを示していただくと、対社会的にも非常に説得性が高くなると感じております。

ただ、今日の話から伺いますと、まだその点について十分研究とか調査をされていないところがあるようですが、そういったような可能性をお持ちかどうか。今、現実に行えるかどうかだけではなくて、そういった可能性もあり得るのかなということについて、少しご意見があればということです。

それから、かんぽ生命保険については、清原委員の御質問とかなり重なっているのですけれども、1つの私の印象としまして、ここ数年間、当然普通養老保険の限度額があったということもあると思うのですが、郵便局における利用者に対する働きかけとか、あるいはかんぽ生命保険をどういうふうに伝えていくかということについて、発信力が弱くなっていた感じを受けます。それで、学資保険は、私の頭の中ではかんぽ生命保険らしいというイメージはあるのですけれども、一体どんな保険商品なのかというのがよくわからないというところがありました。今のお話だと、大変いい御指摘をされているのですけれども、恐らく従来の学資保険は結構成熟化してしまっております。それに対して、まだそれに加入していないとか、そのよさを知らない方々への訴求とかされる。また、これから全体的に経済状況が悪化する可能性もありますので、若い子育て世代に対してこういう保険商品はすごくいい支援になると思うのです。かんぽ生命保険が、民間生保に対して、ある意味での相互刺激ということを含めて、何か新しい形でアプローチされるとか、価値を訴えかける可能性をお持ちなのかどうかということについて、教えてくださいたいと思います。

以上です。

○米澤副社長

まず、法人向け貸し付けについてでございますけれども、中小企業の皆様方と資金を必要とされておられる方にきちんと資金を供給するというのは、金融機関の使命であって、極めて大事なことだろうと思います。私どももそれに対してその一助になりたいという気持ちがございます。

一方で、中小企業向けの貸し出しというのは、実は貸し出しの中で一番難し

ゆうございます。一時、スコアリングということで簡便化できないかということもありましたけれども、なかなかうまくいかないというのが今の状況でございます。

そういう中で、我々はどういうふうにしたら貢献ができるかということ考えたときに、まず、私どもが既に手に手を携えている、そういう会社であれば、中身についてある程度わかるだろうということで、まず、ふるさと小包企業といったところから始めていくということが一つの切り口になるのではないかと。そこを初めにしてノウハウの積み重ねをやっていきたいというのが基本的な考え方でございます。

一方、大企業向けの融資につきましては、これは開示であるとか、色々な内部統制システム等、相当厳しくなっておりますので、財務情報を中心とした審査、これは可能であると考えているところでございます。

○南方副社長

少し郵便局からかんぽ生命保険の発信力が弱いのではないかという御意見をちょうだいしたところでございますが、保険会社からいたしますと、お客様ニーズに合った新商品を手元に持っているというのが非常に大きいと思うのですが、残念ながら民営化後、基本契約の新商品、今回、商品改定でございますが、これが初めてでございます。公社、郵政省にさかのぼっても約10年ぶりの基本契約の新商品ということになるわけでございます。そういった意味で、私どもにとってフロントを元気づけるという意味でも非常に大きいと考えております。また、先ほども御説明申し上げましたが、当社が持っています保険からいたしますと、学資保険が初めてお入りいただく保険といいますか、ファーストコンタクトの保険であるエントリー商品であると位置づけておりまして、そういった意味で、御認可をちょうだいできれば、色々なチャンネルで、単に営業だけではなくて、子育て支援等々を含めて、色々なイベントもあわせてそういった機運を盛り上げていきたいと考えております。

○坂副社長

一言だけ補足させていただくと、かんぽ生命保険は、かつて130兆円ぐらいあったのが、今は九十数兆円になっていまして、すごい勢いで減っているわけでございます。その傾向がまだ止まっておりませんで、南方が先ほど申し上げたように、新規契約件数がようやく少し増え始めましたと。だけど、大ざっぱに言うと、3件満期になって、1件ちょっと新規契約がとれているという感じでございます。この調子でまいりますと、低いところに行ってしまう。保険という仕事はサイズが収益力に影響する。保険というのは基礎的な固定費が大きいのですね。そうしますと、今の調子でやっているのと、あと数年すると、基礎的に赤字になってしまう可能性がある。今現在は、足元は、かんぽ生命は

大変財政体質が非常によいのです。利益も出るのですけれども、それも限度がございまして、あと数年すると本当に赤字になってきてしまうというので、実はサイズを維持するということを相当深刻に考えております。

南方が御説明したように、学資保険というのは、特に若い人向けという意味が非常に大きいのですね。実際には、先ほど三村先生がちょっとおっしゃったように、それをもうちょっとさらに工夫できないか。私なんかが見ていますのは、学資保険も最近では、被保険者は若いお父さん、お母さんなのですが、実際に負担しているのはおじいちゃん、おばあちゃんというのがあるようでございまして、そういうことをもうちょっと真正面からやりやすくするような商品にする。例えば三村先生がおっしゃったような工夫という意味では。

○米澤委員長代理

それはポイントだと思います。

○西室委員長

どうもありがとうございました。

○米澤副社長

先ほど清原先生のほうから御質問があった、どういう事例がありますかということについて、追加で今、一枚紙を配付させていただきました。会社を定年退職された方であるとか、キャリアアップのための転職をしたばかりの方、スポーツ選手の方、申告所得が少ない飲食店の方、シングルマザーの方、さらには、故郷の両親のために家を買ってあげる、こういった事例がございまして。これらは、住宅ローンの裾野を広げるという試みの一例でございまして。

以上でございまして。

○西室委員長

どうもありがとうございました。

まだ色々お伺いしたいことはあるのですけれども、また改めての機会を作らせていただきたいと思います。

それで、その他に、実は今日追加してお願いしたいというか、むしろ根本的な問題として、今後の郵政会社、金融二社を含めて、それは一体どういう姿になっていくのかという大きな意味での、坂副社長から御説明がありましたけれども、経営ビジョン、それは一体どうなっているのか、その問題と、それから、もう一つは、上場の問題というのは法にも書いてありますし、上場の問題については、どういうタイムスケジュールで、どういうふうにご検討されるのか。そういう基本的な部分について、改めてもう一度お伺いしなければいけないと思っておりますので、ひとつよろしくお願いたします。

民営化委員会そのものも、我々、金融二社の話を一生懸命やっていたらよかったのですけれども、実は、今度、ユニバーサルサービスとおっしゃられてい

るものですから、郵政全体についてどんなビジョンをお持ちかというのを、しっかりと私どもの腹に落ちるように理解をして、金融二社それぞれの、そして、個別の商品についても検討させていただくということにさせていただかなければいけない。ぜひとも大きな意味での将来方向ビジョン、あるいはビジネスモデルとっていいのか、あるいは、上場だとエクイティストーリーと云えばいいのか、そういうふうなことについてまとめて一度御説明をいただく機会を得られればありがたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○坂副社長

若干定性的な感じの話になると思いますけれども、なかなか数字が読みにくいのですが、私どもはこれからどういうことを目指しているかということについて御報告をいたしたいと思います。

○西室委員長

今日はもうこれで大体予定の時間になってしまったものですから、大勢でお見えいただいたのにもかかわらず、なかなか議論が底の方まで届いたという気にも、私どももまだ腑に落ちておりませんし、それと同時に、先ほど申し上げたような全体像についてのしっかりした把握を当然お考えでいらっしゃるのでしょうけれども、それを私どもに教えていただければ、色々なことを判断する上でなお参考になりますので、よろしく願いしたいと思います。改めてこれはお願いいたします。

長時間まことに申しわけございませんでした。後ろの方々は何もすることがなかったみたいで申しわけありません。それから、齋藤社長にわざわざお見えいただきまして、ありがとうございました。

○齋藤社長

最後にちょっと申し上げておきたいのですけれども、今、西室委員長がおっしゃったことは非常に重要なことだと私は思っております、概略を申し上げますと、ビジョンは目下作っております、10月1日の会社統合の時期にあわせて発表しようと思っております。ただ、これはあくまでもビジョンでございます、まだ数字が入っている中期計画という段階まで至りませんけれども、これはいわば新規事業の将来がどうなるかとか、色々なことがわかって、ベクトルが上を向きませんと、なかなか数字の形にならないので、とりあえずは、今申し上げたようなビジョンの形でやりたいと思っております。

それから、株式の上場の時期につきましても、色々なことを中で議論をいたしておりますけれども、基本的には、持株会社である私ども親会社の方の株は、売り出し時期を決めるのは財務省であるわけですね。私どもではないわけで、私どもはそのための、いわば売り出しやすくするような環境を整備していくというのが私どもの責務でございます。

財務省もまだ決めかねておりますのは、今、とにかく証券市場の状況が極めて悪いことにプラスして、私ども、ベクトルが下向きですから、なかなか決めかねているというのが実情だろうと思います。したがって、少なくとも証券市場の状況については、私どもはいかんともしがたいわけですが、会社のベクトルを上向きにするような努力をこれから営々としていくというのが財務省の売り出し時期を早めるというお役に立つのではないかと考えております。

それから、子会社のほうは、金融二社は親会社をこれは高く売ることが義務づけられておりますし、早く売ることが震災復興財源に充てるという目的もあって、先行しておりますので、そちらが先であって、それから後にどうしてもならざるを得ないということは明確に申し上げておかなければいけないと考えております。したがって、先に売って、その後どうなるかと。

○西室委員長

上場の前後関係については、今度法律が明らかに変わったということ、これは理解できます。

○齋藤社長

片方は売り出しの義務が義務づけられていますけれども、片方の子会社については、国会の答弁で起草者である自民と公明と民主の委員が言っていましたけれども、会社の経営判断だということが明確になっておりますので、やはり最初に持株会社の株を売って、その後、新たな株主の意見等も伺いながら、どうするかという判断をするのだということだろうと思います。基本的には、持株会社の株をできるだけ早く売りたいというのが共通の認識でございます。

○西室委員長

どうも本当にありがとうございました。株式市場のほうは、また今日下がったようでございますから、余りいいニュースはありませんけれども、今後とも色々教えてください。

○齋藤社長

これもまたよけいなことですが、新規の申請につきましては、実は私どもとしてはかなり控えめにしているつもりでございまして、実は私の会社で会見をしたときに、新聞社などから、こんな控えめな申請で一体会社の経営は成り立つかとかからかわれたぐらいの感じでございます、そういう意味では、これは最低限ということで私も考えておりますので、なにとぞよろしくお願いしたいと思います。ありがとうございました。

○西室委員長

ありがとうございました。今日は長時間ありがとうございました。今後ともよろしく願いいたします。またお願いすることが何度もあると思いますけれども、ありがとうございました。

(日本郵政グループ退室)

○西室委員長

最後に委員の方々にそれも追加でお願いしますというのを御同意をいただいてから言ったほうがいいのかと思っていたのですけれども、今の言い方で、やはり基本になるところは絶対に必要なので、それをよろしくお願いしたいと思います。

それでは、これで本日は終わりにさせていただいて、ありがとうございました。