



信金中央金庫

SCB SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所

ニュース&トピックス No. 2022-123

(2023. 3. 9)

〒103-0028 東京都中央区八重洲1-3-7 TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048
URL <https://www.scbri.jp> e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

信用金庫の新しいビジネスモデル策定 -住宅ローンの推進動向-

とね かずゆき
刀禰 和之

ポイント

- 2021年度末の信用金庫の住宅ローン残高は、2000年度末比41.2%増の17兆4,490億円となり、貸出金残高に占める割合も22.1%に達した。
- 信用金庫が住宅ローンを推進する目的は、残高確保・金利収入獲得から、個人メイン化のきっかけとすることに位置付けが変わりつつある。
- 住宅ローンを推進する際の検討課題は、①位置付けの明確化、②推進チャネルや商品・サービスの整合、③継続的な顧客接点の確保などとなる。
- 研修受講金庫の取組事例を挙げると、①競合金融機関に対抗可能な商品を提供する信用金庫、②新たにアップフロントの事務手数料を徴求する信用金庫などがある。

(注) 本稿は、当研究所主催「経営戦略プランニング研修」(2022年度)の講義および意見交換時の内容を中心に作成している。

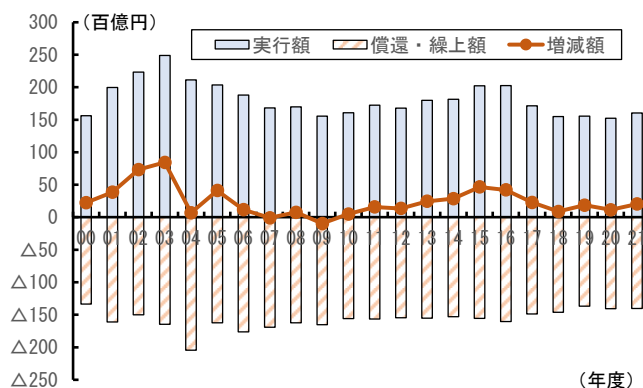
1. 住宅ローン残高の推移

2021年度末の信用金庫の住宅ローン残高は、前期比1.7%増の17兆4,490億円に達し、年度末ベースで過去最高を更新すると同時に、12年連続で前期を上回った。内訳として2021年度の住宅ローン新規実行額は前期比5.5%増加の1兆6,050億円に、償還・償却額¹は同0.5%減少の1兆4,024億円にそれぞれなり、新規実行額と償還・償却額の差額である2,026億円が2021年度の残高増加分となった(図表1)。

2000年度以降の新規実行額の年度平均が1.8兆円だったのに対し償還・償却額も同1.5兆円あり、住宅ローンの残高維持には継続的な推進が不可欠と想像される。

次に2021年度末における都道府県別住宅ローン比率(貸出金残高に占める割合)をみると、埼玉県の37.5%が最も高く、京都府、和歌山県、愛知県、静岡県の比率も3割を超えた。その一方で、大阪府が10.7%、鹿児島県が11.0%、宮城県は11.7%となるなど、信用金庫のおかれた状況によって住宅ローンに対する取組姿勢に違いがみられる。

(図表1) 住宅ローン実行額等の推移



(備考) 1. 本稿では他業態との合併等を考慮しない。
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

¹ 償還・償却額=前年度末残高+当年度新規実行額-当年度末残高と定義した。例えば、2021年度の償還・償却額は、17兆2,463億円+1兆6,050億円-17兆4,490億円で算出している。

2. 推進手法の最近の傾向

金利競争の激化を背景に、住宅ローンの推進を自然体に切り換える信用金庫がある。特に事業性融資の見込める大都市部に立地する信用金庫でこの動きが顕著である。ただし、多くの信用金庫にとって個人ローンは重要な推進先であり、なかでも低採算のみを理由に住宅ローンを取り扱わないといった経営判断を下すのは困難だと考えられる。

こうした状況下、住宅ローンを収益獲得商品としてではなく、個人メイン化のきっかけ商品と位置付け、積極的に推進する信用金庫が増えてきた。これらの信用金庫は住宅ローンを個人取引の中心に据え、複合取引を進めるなかで収益を得ていく考えである。また、対面・非対面チャネルによる推進に拘らず業者セールスの窓口をローンプラザなどに集約させ、また金利意識の高い顧客に訴求する方策として地域最優遇の住宅ローンを取り扱っている。住宅ローン金利を最優遇にする条件に給振口座のセットを設け、再徹底する信用金庫も多い。

3. 推進時の検討課題

信用金庫が住宅ローンを推進する際は、第1に住宅ローンの位置付けを明確にし、採算確保や目標設定の考え方などを庫内に周知する必要がある。第2に推進チャネルや商品・サービスの整合性を図る必要がある。非対面チャネルを中心に住宅ローンを推進するなら、競合金融機関に対抗可能な魅力的な商品提供も不可欠となる。最後に継続的な顧客接点の確保が求められる。実行から一定期間後の取引振りを管理し、複合取引化の状況を営業店評価に盛り込むのも一手である。

4. 研修受講金庫の取組事例

当研修の意見交換時に聴取した研修受講金庫の主なコメントは図表2のとおりである²。

(図表2) 住宅ローン推進に関する主なコメント

- 当金庫は、住宅ローンを個人メイン化のきっかけに位置付ける。競合金融機関に対抗可能な魅力的な商品を提供し、業者からの紹介案件や非対面での新規受付に取り組んでいる。
- 当金庫の住宅ローン客は属性が良いので多少低金利でも仕方がないと思う。ただし住宅ローン契約時に給振口座のセットをマストにし、営業店にも徹底させている。
- 当金庫の住宅ローンの大半が新規の業者持ち込み案件である。そのため営業店ではなくローンプラザが業者セールスの窓口となり、またコスト削減のため住宅ローンに係る事務処理もローンプラザに集約する方向である。
- 当金庫は、新たにアップフロントの事務手数料を徴求することにした。実行額×〇%を最初に徴求するもので、住宅ローン金利は競合金融機関に対抗可能な水準に設定している。
- 当金庫は、新たに外部の保証会社と提携し、相対的にリスクの高い顧客要望にも応えることにした。営業店も積極的に利用しており、住宅ローン残高の伸長に貢献している。
- 富裕層などの優良先については、競合金融機関への対抗策として、プロパー住宅ローンを提供することもある。
- 営業店では引き続き借換えセールスを推進している。最近はリフォームに合わせて蓄電池やエコ機器を設置する住宅も多く、住宅ローンとリフォームローンの一本化に取り組む。
- 当金庫は、低金利の住宅ローンを提供すると同時に、業者から店舗網の薄い地域の案件も受け付けることにした。

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

以上

² 当該コメントは研修受講者の個人的な意見・感想を含むものであり、研修受講金庫の正式なコメントではない。そのため事例の記載にあたっては信用金庫名が特定できないように修正してある。