

# 今月の焦点

## 地方銀行の住宅ローン戦略 - 1

～地域でブランド力ある銀行の住宅ローン取り組み事例～

### 要 旨

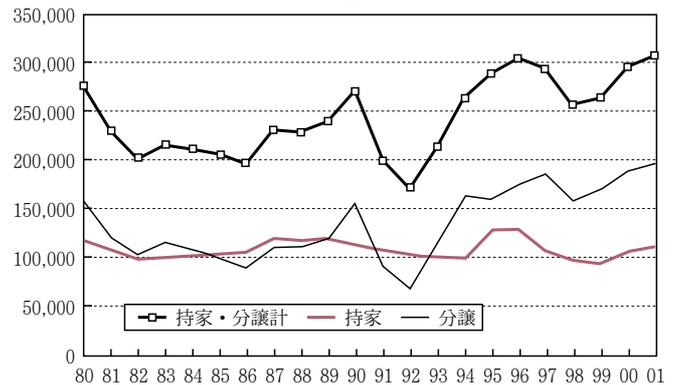
地方圏では都市圏と比べ住宅着工戸数自体のピークアウト感が強く、住宅ローンをめぐるシェア争いは熾烈なものになっている。地方で圧倒的な存在感のあるA行でも、近隣地銀の攻勢もあり、全国的にみて最も低いといえるような金利を提示せざるを得なくなっており、体力勝負の中で更なる効率化が課題となっている。

今後地方銀行の住宅ローンへの取り組みを数行にわたってまとめる予定であるが、前提としてまず、地方における住宅着工や住宅公庫利用の最近の状況を概観する。

### 都市圏と地方圏で異なる住宅着工

わが国の近年の住宅着工は、都市圏（図1の注参照）と地方圏では様相を異にしている。ここでは個人向け住宅ローンを対象にしているため、貸家と給与住宅を除いて持家・分譲住宅に絞れば、都市圏・地方双方とも96年度をピークに頭打ちないし鈍化傾向ではあるものの、都市圏に比べ地方圏の減少が顕著だ（図1）。

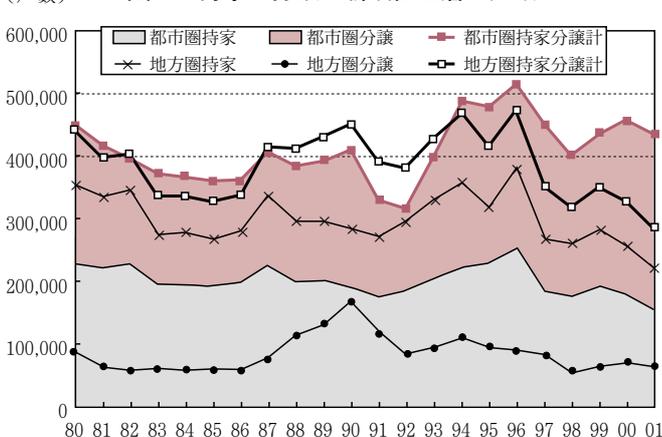
図2 民間資金による持家・分譲の新設住宅着工戸数（都市圏）



資料 図1と同じ。

(注)都市圏の定義は図1の注参照。

図1 持家・分譲の新設住宅着工戸数



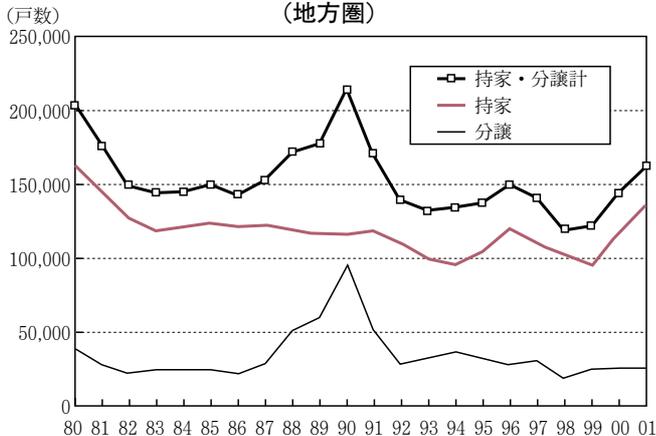
資料 国土交通省 住宅着工統計 年度データ

(注)地方銀行協会HPを参照し、都市圏を、埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・愛知県・京都府・大阪府・兵庫県・福岡県とし、それ以外を地方圏とした。

都市圏の着工戸数は、97～98年度にかけて鈍化したものの、その後は反発、足元の水準としてもバブル期を上回っているが、地方圏では96年度をピークに鈍化が著しく、2001年度の水準はピーク対比で15万戸以上も減少している。

図1の通り、都市圏では持家は（地方圏同様）減少傾向にあるものの、分譲住宅が2000年度、2001年度と既往ピークを更新して増加したことが、住宅着工戸数の下支えとなっている。一方地方圏では、もともと分譲住宅の比重が小さい上に、それが低迷～鈍化トレンドをたどっているため、持家着工戸数の大幅な鈍化がストレートに反映される結果となっている。このようなマクロ環境を反映し、地方では、住宅建設自体に関する認識として、ピークアウト感が共有化されているようだ。

図3 民間資金による持家・分譲の新設住宅着工戸数  
(地方圏)

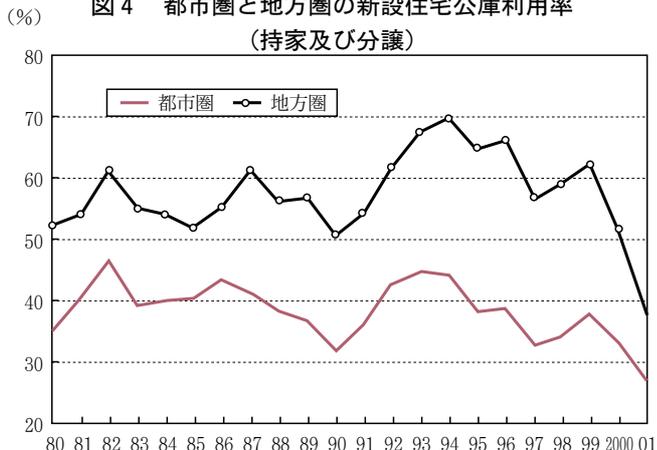


資料 図1と同じ。  
(注)地方圏の定義は図1の注参照。

ただし、これを民間資金利用（公庫利用なし）の住宅着工戸数という観点からみれば、都市圏は分譲住宅、地方圏は持家中心に、双方とも過去2年間は増加傾向が明瞭だ（図2、3）。

この背景に公庫利用率の低下があることは言うまでも無い。公庫の融資計画戸数漸減に加え、法人との取引量減少を背景に民間金融機関が住宅公庫以上に魅力的な住宅ローン商品を提供し始めたことが、民間資金のシェアアップにつながっている。地方圏ではもともと新設持家・分譲における公庫利用率の水準が高く、ピーク時

図4 都市圏と地方圏の新設住宅公庫利用率  
(持家及び分譲)



資料 図1と同じ。  
(注)戸数ベース。

（94年度）には7割に達していたが、2001年度には4割を切るところまで鈍化した。都市部では相対的には公庫利用率が低かったものの、93年度の45%程度から直近2001年度は27%程度にまで低下している（図4）。

以上まとめれば、都市圏では、住宅着工自体が、分譲住宅の増加を中心に過去数年高水準にある中で、住宅公庫に対する民間銀行融資シェアの緩やかな拡大が、民間住宅ローンの伸長につながってきたが、地方圏では、住宅着工自体の鈍化が明瞭になる中で、持家中心に民間銀行融資シェアの大幅アップが民間住宅ローンの拡大をもたらしてきたといえる。

（ちなみに貸家の着工は地方圏、都市圏ともに堅調。住宅の所有志向を示す分譲住宅着工が依然高水準の都市圏に比べ、地方圏の方が、「所有から利用への志向の変化」が既にあらわれているともいえる。）

### 個人リテール推進体制を強化するA行

以上を踏まえ、A銀行の事例を紹介する。A行は、県内では圧倒的な存在感・ブランド力を有する地銀だが、事業性資金需要の低迷を受け、個人向け業務を次第に強化しつつある。

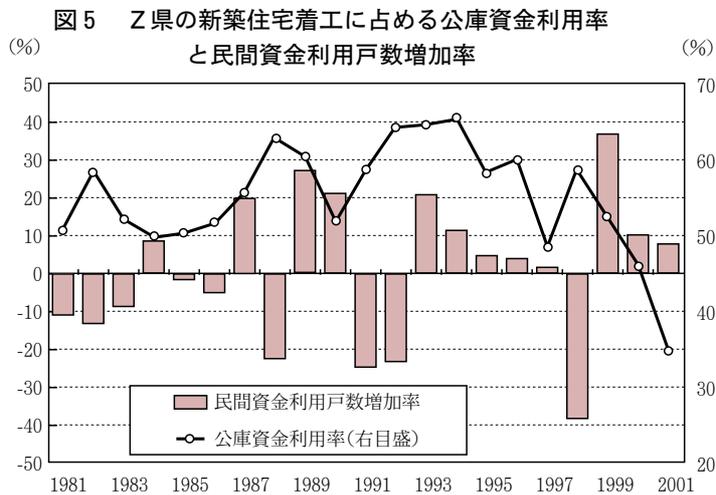
体制整備の一環として、まず平成12年3月、本部の融資部に個人ローン専門担当の個人融資課を設置、さらに今年3月には法人営業部、個人営業部という編成にして、個人営業を独立の部とした。個人営業部は、さらに個人営業課、個人融資課等4つの課に分かれる。支店の営業担当は、いまのところ法人・個人の区分はなく両方を兼ねているが、場合によってはローン担当の中から個人中心の担当者を分けている支店もあるとのことだ。

住宅ローン等の推進拠点になるローンセンターも本店その他住宅地等を中心に4か所設置しており、休日のローン相談会も30弱の支店・ローンセンターで月1回のペースで開催するのに加え、夜7時30分までロー

ン相談に応じる機会も数箇所月に数日設定し、顧客利便性向上を図っている。

### 近隣他県の地銀を巻き込んで低金利競争激化する住宅ローン

前述の通り地方では一般的なことだが、A行の本拠地であるZ県でも従来住宅公庫の融資シェアが圧倒的に高く（図5）A行本店にもともとあった住宅ローンセンターは、住宅公庫申し込みの事務処理を中心に担うという性格が強いものだったという。



資料 図1と同じ。  
 (注)ここでは持家・分譲のみを対象としている。増加率は前年比。  
 公庫資金利用率は戸数ベース。

住宅ローンはまず、高金利時代に組まれた固定金利ローンの借り換えという形で平成7年度頃から増加傾向にあったという。そしてA行は平成12年度に、住宅公庫に対抗して新規顧客を獲得するための戦略商品である10年固定2.8%（保証料別）のローンを出した。借り換え資金ニーズに頭打ち感が出る中で、新規顧客獲得の必要性が高まったことが背景にある。

更に今年2月からは、個人メイン化という狙い（給与振込み及びポイントのつく会員サービスへの加入が条件）もある、3年固定1%と5年固定1.95%の住宅ローンを発売した。メガバンクの一部でも3年固定1%ローンを出しているが、A行の場合、メガバンクの影響というよりも、

近隣他県の地方銀行が3年固定1%ローンを提供し始め、それに対抗する必要があったことがきっかけのことである。

実際近隣他県の地銀に比べ、A行の住宅ローン残高増加率はこのところ伸び悩んできていた。具体的なデータは得られないが、Z県の住宅市場の相対的大きさもあって、他県の地銀が低金利を武器にZ県での住宅ローンを拡大させてきた可能性がある。Z県ではこれまで圧倒的なシェアを占め、高いブランド力を有してきたA行ではあるが、住宅ローンという商品がなかなか

「質」の差がつけにくく、ブランド力の発揮しづらい商品であることも影響していよう。

期間限定のキャンペーンとして低金利商品を提供していく例もあるが、A行の場合、いまのところ、この商品の販売期間を限定していない。金利設定からして「体力勝負」という面が強いとみられるが、A行の財務体質は強固であり、県内では店舗数等の利便性で圧倒的に優位に立つことは言うまでも無い。A行住宅ローン増加率の今後の反転が予想されるところだ。

### 審査期間短縮化の要望多い

A行は、無担保の個人ローンに関しては、自動審査システムを導入済みだが、住宅ローンに関してはデータベース化の最中で、現時点では人手による個別書類審査という体制のため、審査には1週間程度要する。

住宅ローン推進は、業者による紹介（100社程度と提携もしている）ローン相談会等のルートが中心だが、業者からは審査期間短縮化への要望が多い。金利面での競争はほぼ限界に達した感があり、今後はやはり顧客利便性をめぐる対応力向上が求められることになろう。審査は返済能力を重視しており、担保掛目100%までは、（返済能力次第で）融資可能である。

また地方法人顧客に対する固い地盤から、職域でのローン推進も行われているのではないかと推測していたが、地域金融機関では特定企業の社員

だけ優遇するわけにはいかない(そのような情報がすぐ伝わってしまう)という事情があり、職域推進はしていないとのことだった。

### 成熟化が顕著な地方の住宅ローン市場

地方圏では、前述の通り新規住宅着工自体はピークアウト感が強く、住宅公庫のシェアも既にかなり低下していて今後の低下余地が次第に小さくなっている等、住宅ローン市場の成熟化が進んでいる。その結果シェア争いは熾烈になり、A行のような、地域におけるブランド力の高い銀行でも、全国的にみて最も低いといえるような金利を提示せざるを得なくなっている。

住宅ローンは新築だけでなく中古物件やリフォ

ームの一部も対象だが、いずれにせよ地方圏の住宅ローンビジネスは、限られたパイの奪い合いという様相が都市圏以上に強く、何らかの「目玉」によって他行(住宅公庫含む)シェアを奪わなければ、残高の増加が望めない厳しいビジネスになってきていることを、A行の事例は示している。

A行では、シェア拡大のためにも、また収益性確保のためにも、更なる事務効率化が課題、とするが、それに加え、住宅ローンによって長期的取引関係の形成された顧客に対して、その他の金融サービスをどれだけ提供していけるかという点が、個人リテールを収益性あるビジネスとして拡大させていく上で重要という認識がなされている。

(小野沢 康晴)