

地域金融機関における住宅ローン推進の取り組み - 1

~旺盛な住宅需要を背景に着実に実績を伸ばす常陽銀行の事例~

木村 俊文

要旨

- 当行の営業エリアにおいては、新線開業に伴い県南地域を中心に中期的にも旺盛な住宅需要が見込めるところから、住宅ローン推進に重点を置いている。
- 当行の特徴は、ローンプラザを中心とした個人および住宅関連業者への営業、住宅ローンの高い成長期待が見込まれる県南地域での営業展開(ローンプラザの新規出店など)、本店・個人営業部門所属の経験豊富な担当者によるタスクフォース的な営業対応などである。

はじめに

本レポートでは、住宅ローンの伸長に向かた地域金融機関の取組みとして、常陽銀行の最近の事例を紹介したい。当行は、茨城県を中心に国内 173 拠点を展開し、預金・貸出ともに県内シェアの約 4 割を占めている。

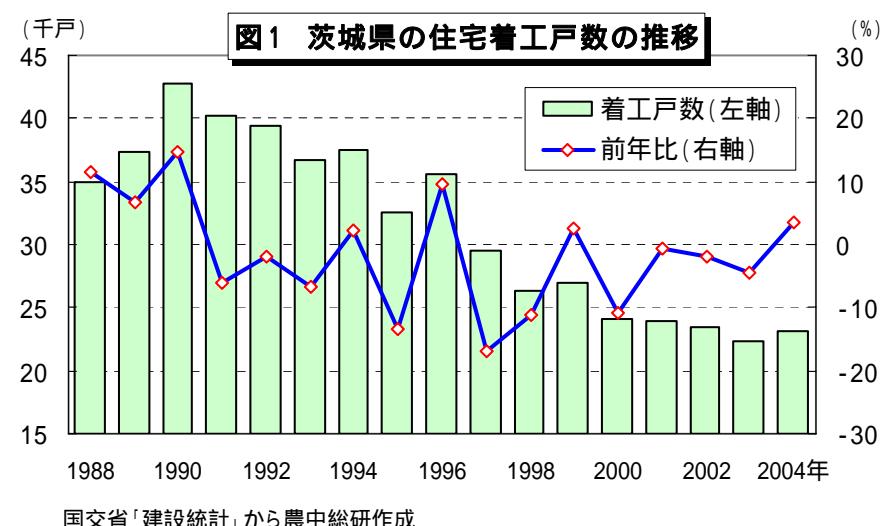
新線効果で住宅需要が急拡大

茨城県の住宅着工戸数は、1990 年をピークにその後は減少基調が続いたが、2003 年をボトムに持ち直し、06 年に入っても増加傾向が続いている(図 1)。

この県内住宅着工戸数増加の背景となり、中期的にも住宅需要のけん引役として期待されるのが、05 年 8 月の「つくばエクスプレス(TX)」の開業である。TX は茨城県南西部「つくば」と東京「秋葉原」との間約 58 キロを最

短 45 分で結ぶ路線であり、全 20 駅のうち茨城県には 6 駅ある。

TX 沿線の開発面積は 1,733ha あり、宅地・鉄道一体化特措法により鉄道用地の取得とともに土地区画整理事業など沿線の街づくりが一体で進められており、住宅地の大量供給が期待されている。現状では土地区画整理が進んではいるものの、売却案件が出てきて、土地売買が本格化するのは 07 年以降となる見通しである。ちなみに一部試算によれば、新線開通に伴う住宅や商業施設の建設による経済効果は、茨城県だけで開通後 5 年間で 1 兆 2,000 億円に上ると



見込まれている。すでにアパートやマンションなど住宅需要が急拡大するなど、TX 効果が表れ始めている。

新顧客の獲得競争も激化へ

当行の05年度末の住宅ローン残高は、前年比+5.6%の8,160億円と引き続き増加した。2000年度末の5,526億円に比べ約1.5倍となり、2000年度以降では年平均8.2%増加している（図2）。

06年度の住宅ローン獲得目標は1,430億円としているが、TX沿線など年度内に分譲されるマンション等の予定から試算すると、目標をかなり上回ることが見込まれる。また、次年度についてもTX沿線の数箇所で大規模マンションが供給される予定であり、しばらくは住宅ローンが堅調に増加すると期待される。

しかし、当行だけが残高を伸ばしているわけではなく、県南地域を地盤とする県内他行がローン専用窓口を11カ店に設置し、うち10カ店で土日営業するなどして個人ローン獲得を伸ばしている。また、TX沿線の大型開発案件に絡んで都銀がこの地域での地歩を拡大しようとしており、競争が激化しつつある。とくに県外から移り住んで

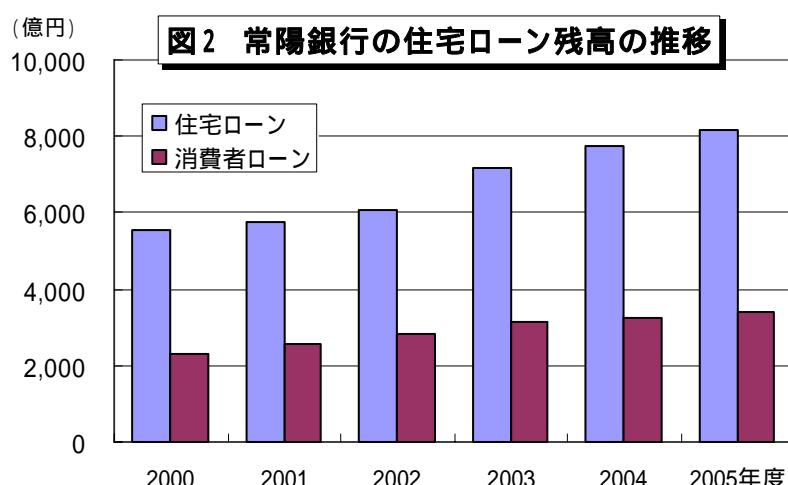
くる新規顧客をいかに取り込むかが課題であり、それら顧客のメインバンクになるためにも住宅ローン獲得が重要な役割を果たすと考えられる。

これに対して当行では、取引実績のある住宅関連業者との関係強化を図るほか、都銀を強く意識した住宅ローン商品（後述）を投入するなどして対抗している。また当行では、個人部門・法人部門ともに県南地域への営業を重視し、営業担当者もこの地域へシフトさせて融資業務の強化を図っている。

ローンプラザが中核的に機能

当行のローンプラザは県内に11カ所ある。最近では06年2月、TX沿線駅前にも新しくローンプラザを1店舗開設した。ローンプラザは土曜日も営業（日曜営業は3カ所のみ）し、来店客への対応のほか、住宅関連業者への営業も行っている。また全店ではないものの、ローンプラザには本店の個人営業部門に所属する営業推進担当者が計11名配置されている。営業エリアにおける住宅ローン需要の動向を見ながら、状況に応じたフレキシブルな配置転換を行うことで営業を支援している。

住宅ローンの申込みは、全体の約4分の3をローンプラザで受けている。ただし顧客によってはローンプラザよりも支店のほうが近い場合もあり、支店での相談・申込みも一定程度ある。取引口座のある支店に關係なく、



資料：常陽銀行資料に基づき作成（注）年度末残高

住宅物件の近くにあるローンプラザで相談するケースが多いことから、来店のしやすさ、入りやすさなど、立地選定や店舗計画が重要なポイントであるという。

現在、人気の住宅ローン商品は06年1月に発売した「完全固定金利」(当行のプロパー商品)であり、全体の約7割を占めている。当初は全期間固定金利という商品へのニーズはせいぜい2~3割程度と低くみていたが、ふたを開けてみると予想をはるかに超えるほどであり、「月々の返済額を変えたくない」というニーズが高いことが判明した。なお、この完全固定金利商品の販売にあたっては、金利変動リスクがあるため無制限に販売することはせず、全行的な金利リスク管理のもとで推進している。

おわりに

茨城県の県南地域は新線開通により、いわば「TX特需」とも言えるような状況に沸き立っている。一部の地域ではTX人気に加え、土地売却案件が少ないとから地価上昇が顕著となり、ミニバブルの現象も見られるほどであるという。

こうしたなか、各行がどのような手段で住宅ローン獲得に動くのか、そして先行き住宅需要が一巡した後にはどの分野の個人ローンに注力するのか、引き続き注目していきたい。