

平成19年度 民間住宅ローンの貸出動向アンケート調査結果

調査の概要

1. 調査対象

民間住宅ローンを取扱う金融機関に対して、アンケート調査を実施。本調査結果は、回答が得られた機関からの調査対象サンプル(総サンプル数 N=341)を集計したものである。

ただし、設問によっては、該当なしなどによる無回答の項目があるため、有効サンプル数は異なる(有効サンプルは n として表示)。

<備考> 調査対象とした商品

【住宅ローン】 新築住宅の建設・購入、中古住宅の購入、リフォームローン
 ただし、フラット35(買取型)(保証型)は除く。

※上記には、借換ローン、宅地購入ローン、つなぎローンも含む。

※特に、断りのない限り、平成19年7月末現在での状況による。

業態	依頼	回収	回収率
都市銀行・信託銀行	9	9	100.0%
地方銀行	62	56	90.3%
第二地方銀行	44	40	90.9%
信用金庫	181	172	95.0%
信用組合	24	22	91.7%
労働金庫	12	12	100.0%
モーゲージバンク	16	11	68.8%
その他 (保険会社、信農連等)	27	19	70.4%
計	375	341	90.9%

2. 調査時期

平成19年7月25日～8月24日

3. 主な調査項目

住宅ローンへの取組姿勢、金利優遇、審査、リスク管理、証券化の動向などに関する事項

N=341

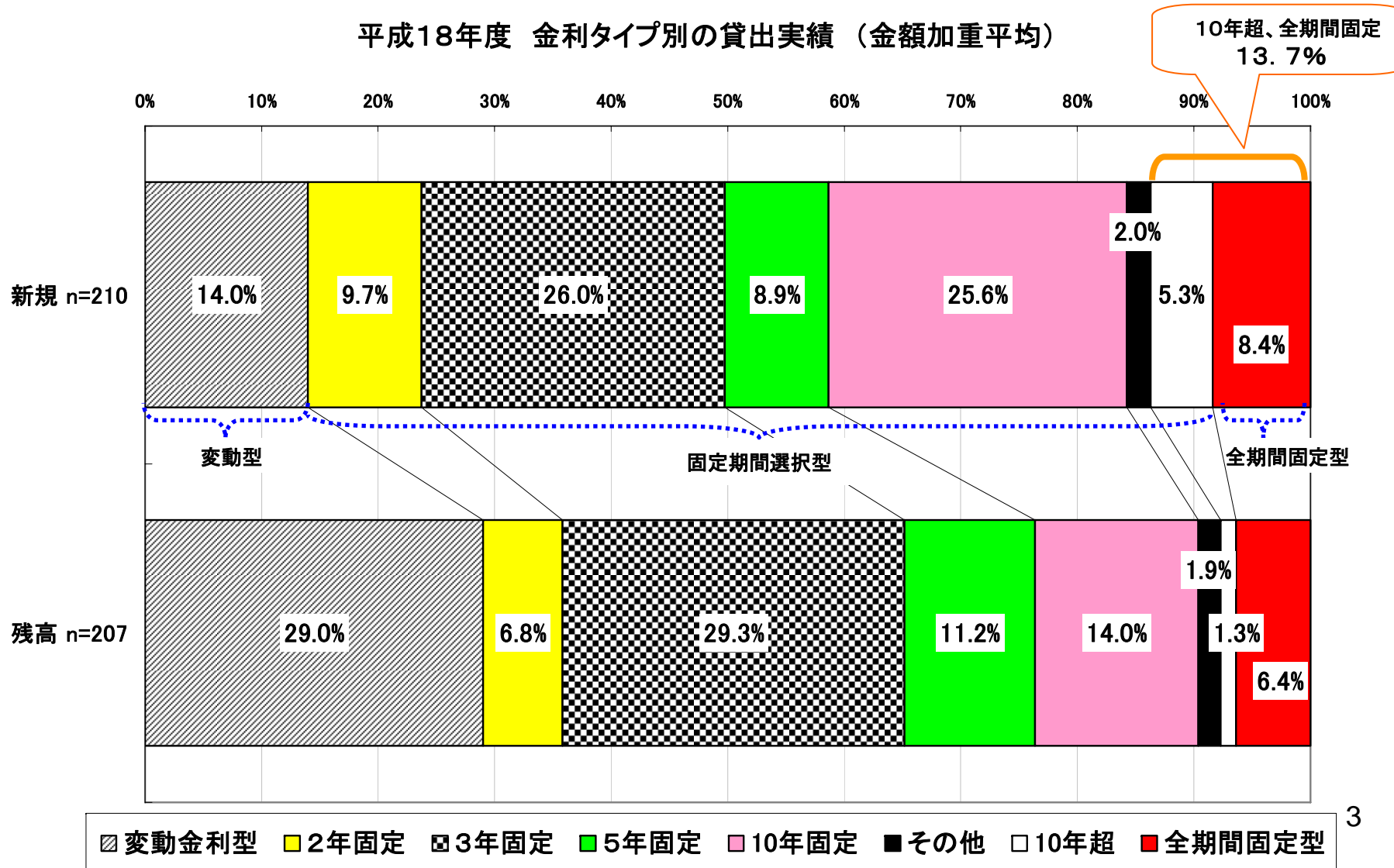
項 目

- I 民間住宅ローン貸出の全期間・10年超の長期固定金利は、1割程度
- II 住宅ローン積極化理由は、残高増強や家計との取引向上
- III 顧客層の中心ターゲットは、中低所得(年収800万円程)、30・40歳代、一次取得者、注文戸建
- IV 顧客への情報提供は、「改善の余地がある」との認識
- V 他機関との商品差別化ポイントは、金利優遇や審査の速さ
- VI 金利優遇は、期間限定が多いが、半数の金融機関では恒常化
- VII 事前審査の所要期間は、平均2.4営業日で「来店」が中心
- VIII 金利決定の参考指標は、調達コストよりも競合機関の動向
- IX 金融機関が懸念する住宅ローンのリスクは、利鞘縮小と延滞増加
- X 今後の営業戦略は、全期間固定・長期固定金利商品が中心に

I. 民間住宅ローン貸出の全期間・10年超の長期固定金利は、1割程度

平成18年度、新規貸出額(金利タイプ別)実績は、3年固定(26.0%)、10年固定(25.6%)が中心。
全期間固定(8.4%)や10年超固定(5.3%)は、合わせて1割程度(13.7%)。
 なお、新規貸出の4分の1は借換(借換割合:平均25.5%)。

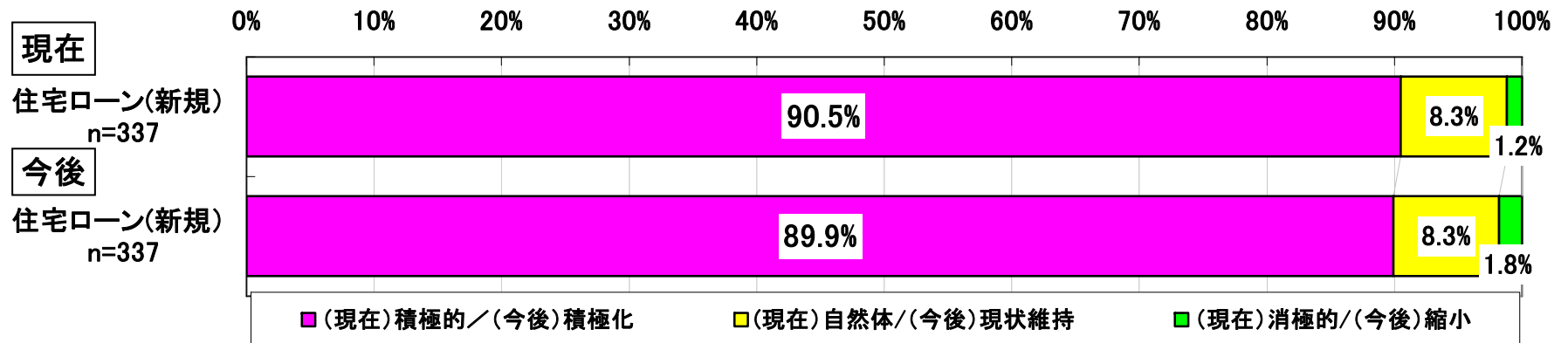
平成18年度 金利タイプ別の貸出実績 (金額加重平均)



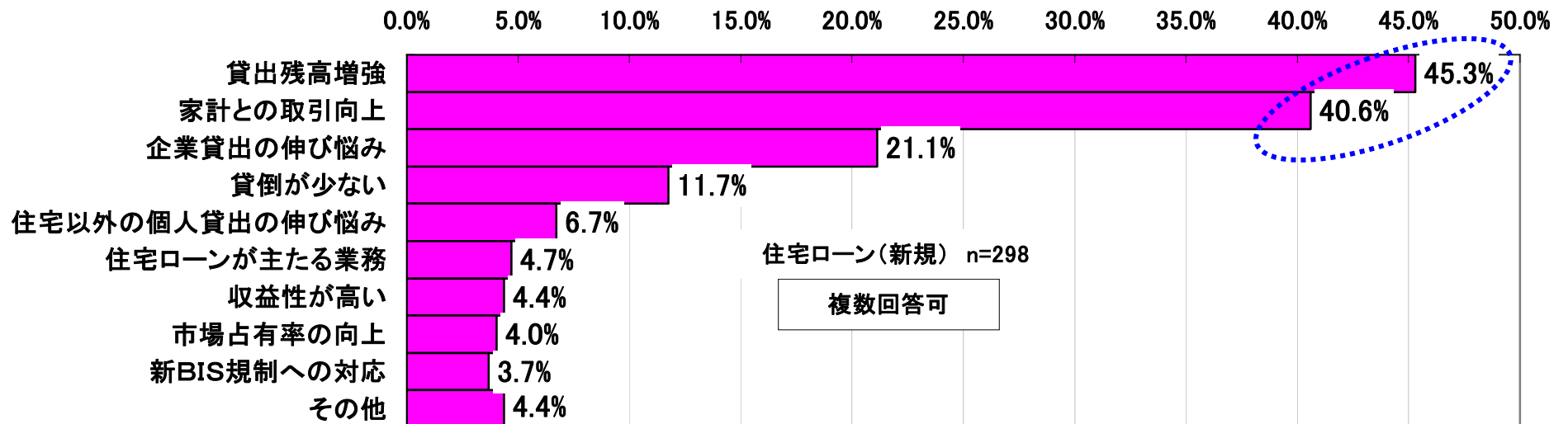
II. 住宅ローン積極化理由は、残高増強や家計との取引向上

ほとんどの金融機関(90.5%)は、住宅ローンへ積極的に取り組んでいる。
 今後も積極化の意向だが、その理由は「貸出残高増強」(45.3%)、「家計との取引向上」(40.6%)など。

住宅ローンへの取組姿勢[現在/今後]



今後の取組を積極化する理由

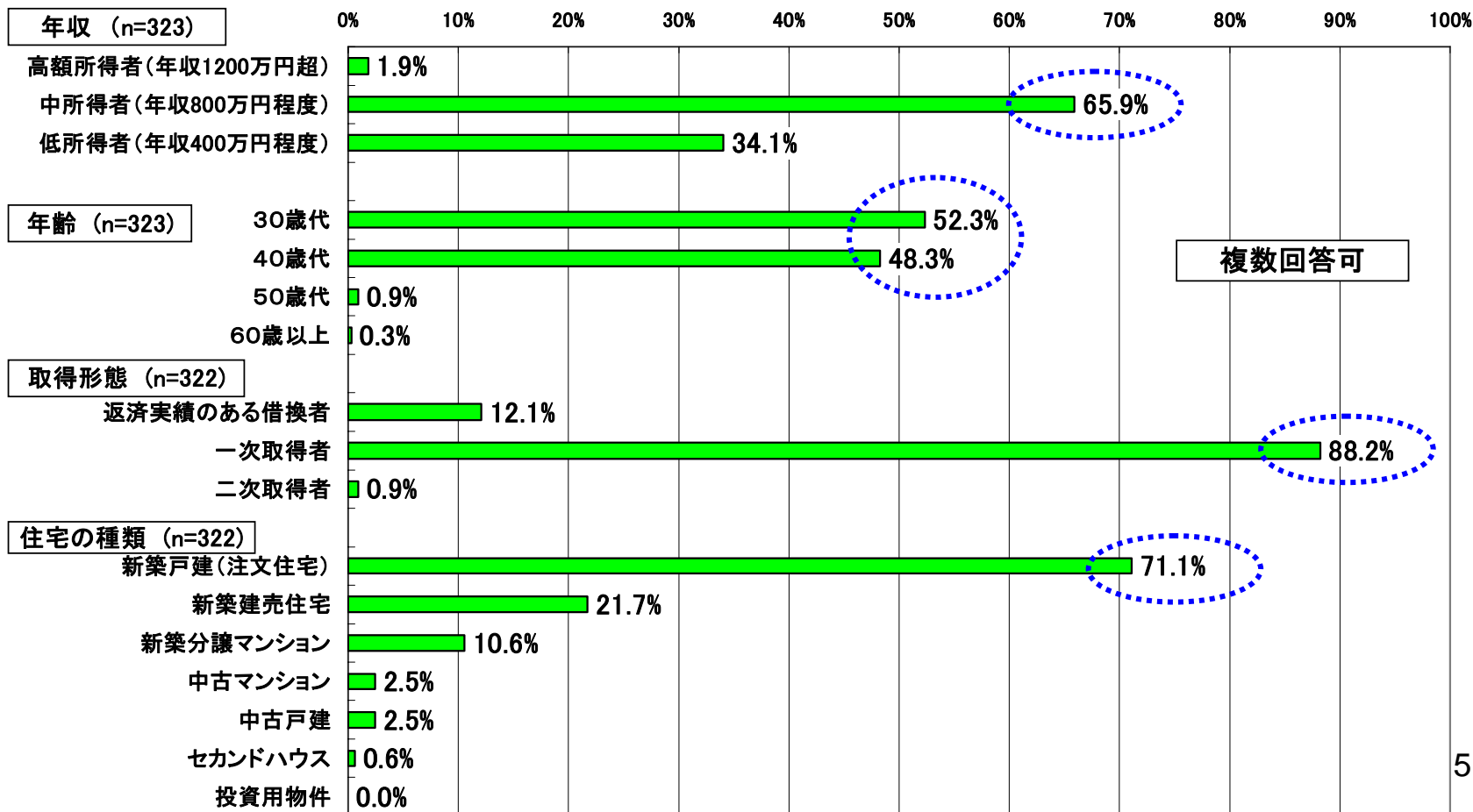


Ⅲ. 顧客層の中心ターゲットは、中所得者、30・40歳代、一次取得者、注文戸建

住宅ローンの顧客層として重視している層は、年収や年齢、取得形態、住宅の種類による分類では、半数以上の金融機関が次のような顧客層を挙げている。

- ①年収：中所得者(年収800万円程度) 65.9%
- ②年齢：30歳代 52.3%、40歳代 48.3%
- ③取得形態：一次取得者(はじめて住宅取得する方) 88.2%
- ④住宅の種類：新築戸建(注文住宅) 71.1%

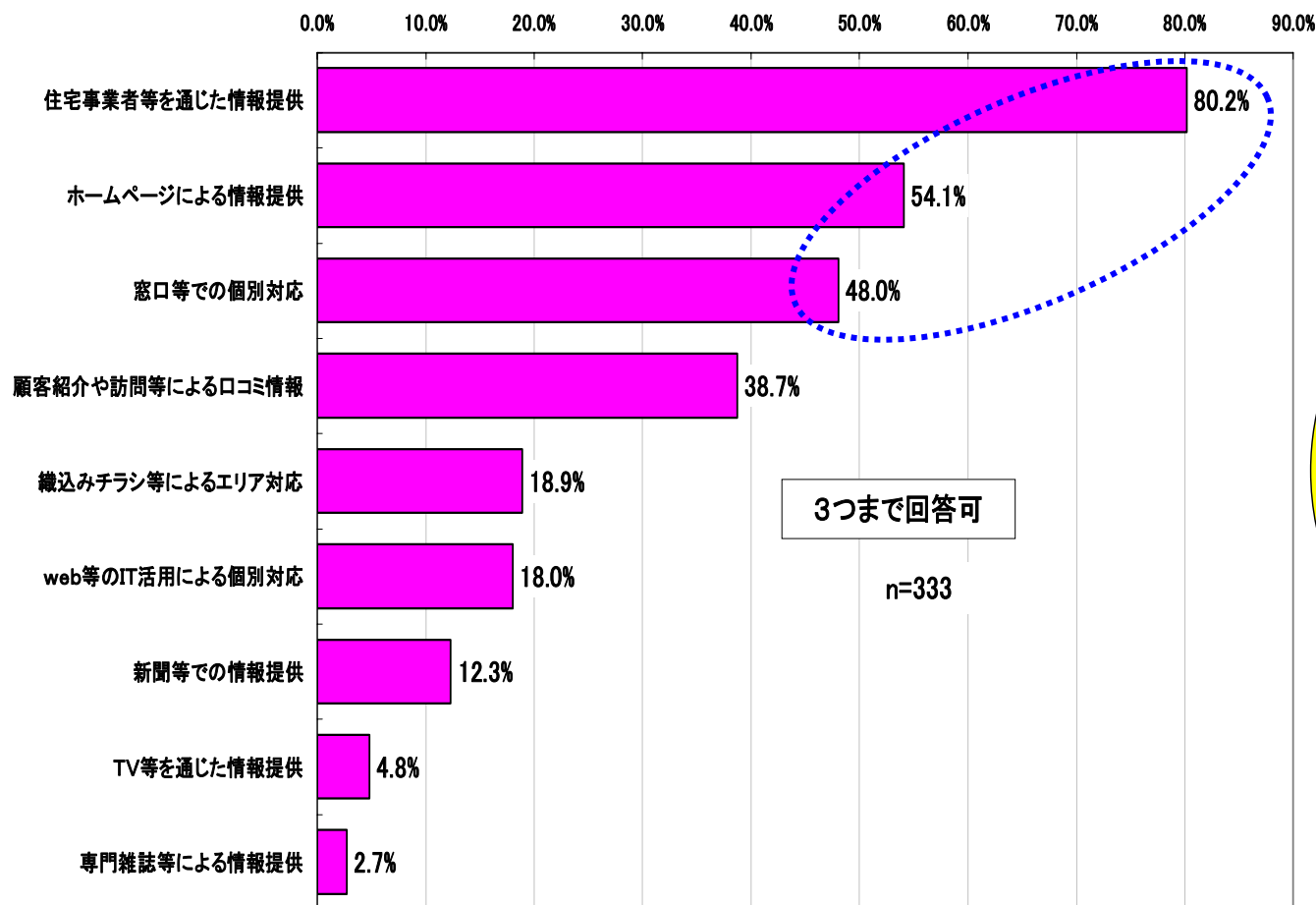
住宅ローンの顧客層として重視しているもの



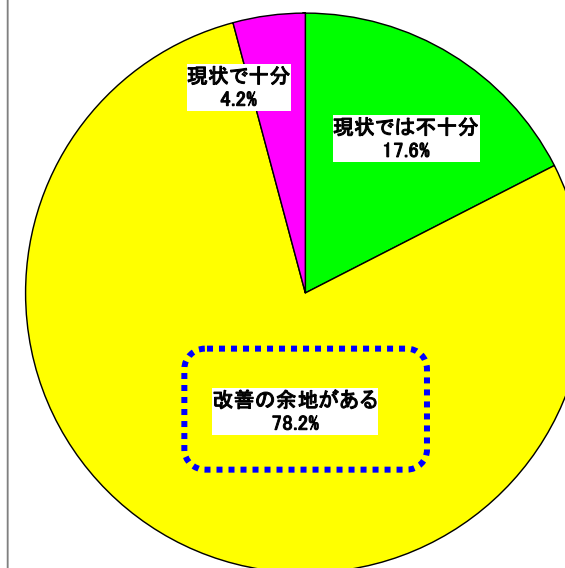
IV. 顧客への情報提供は、「改善余地がある」との認識

住宅ローンに関する顧客への情報提供について、「住宅事業者等を通じた情報提供」(80.2%)、「ホームページによる情報提供」(54.1%)、「窓口等での個別対応」(48.0%)などが、今後の重点方策として挙げられている。
顧客への情報提供(現状)については、ほとんどの金融機関が「改善余地がある」(78.2%)と考えている。

顧客への情報提供における今後の重視方策



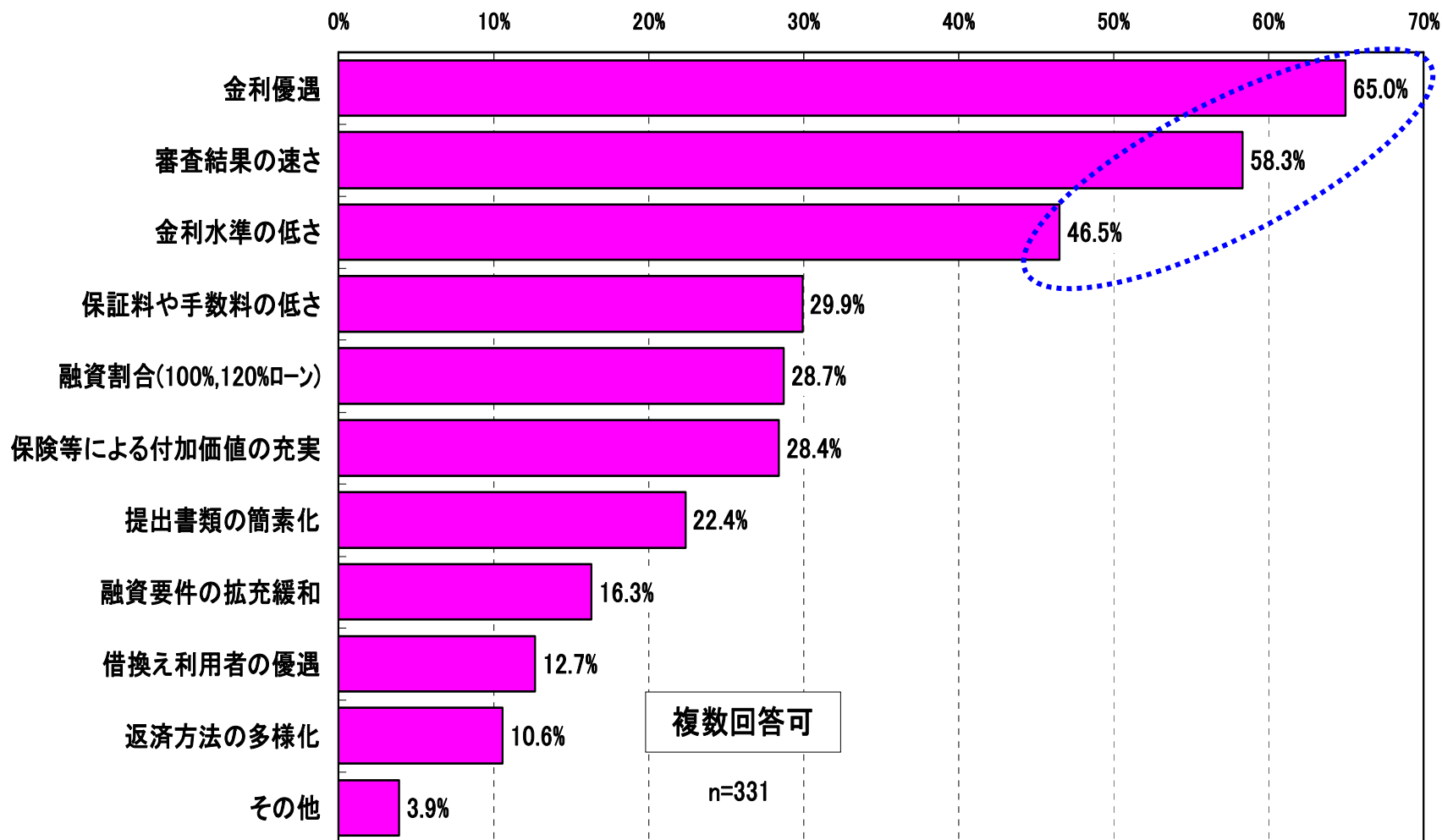
顧客への情報提供[現状]
n=335



V. 他機関との商品差別化ポイントは、金利優遇や審査の速さ

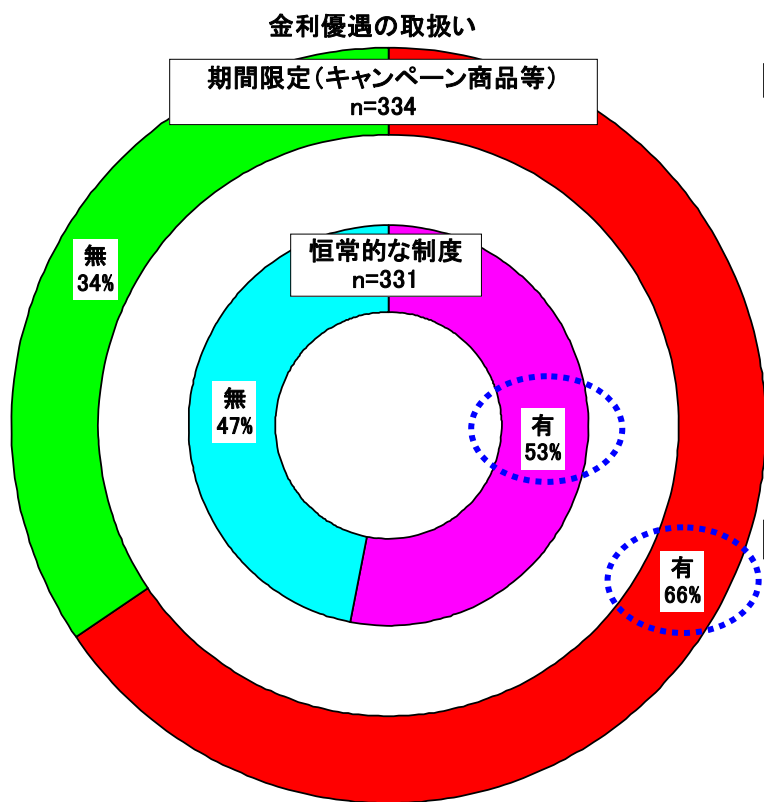
商品差別化ポイントとしては、「金利優遇」(65.0%)、「審査結果の速さ」(58.3%)を6割前後の金融機関が挙げ、次いで「金利水準の低さ」(46.5%)など。

他機関の商品との差別化ポイント

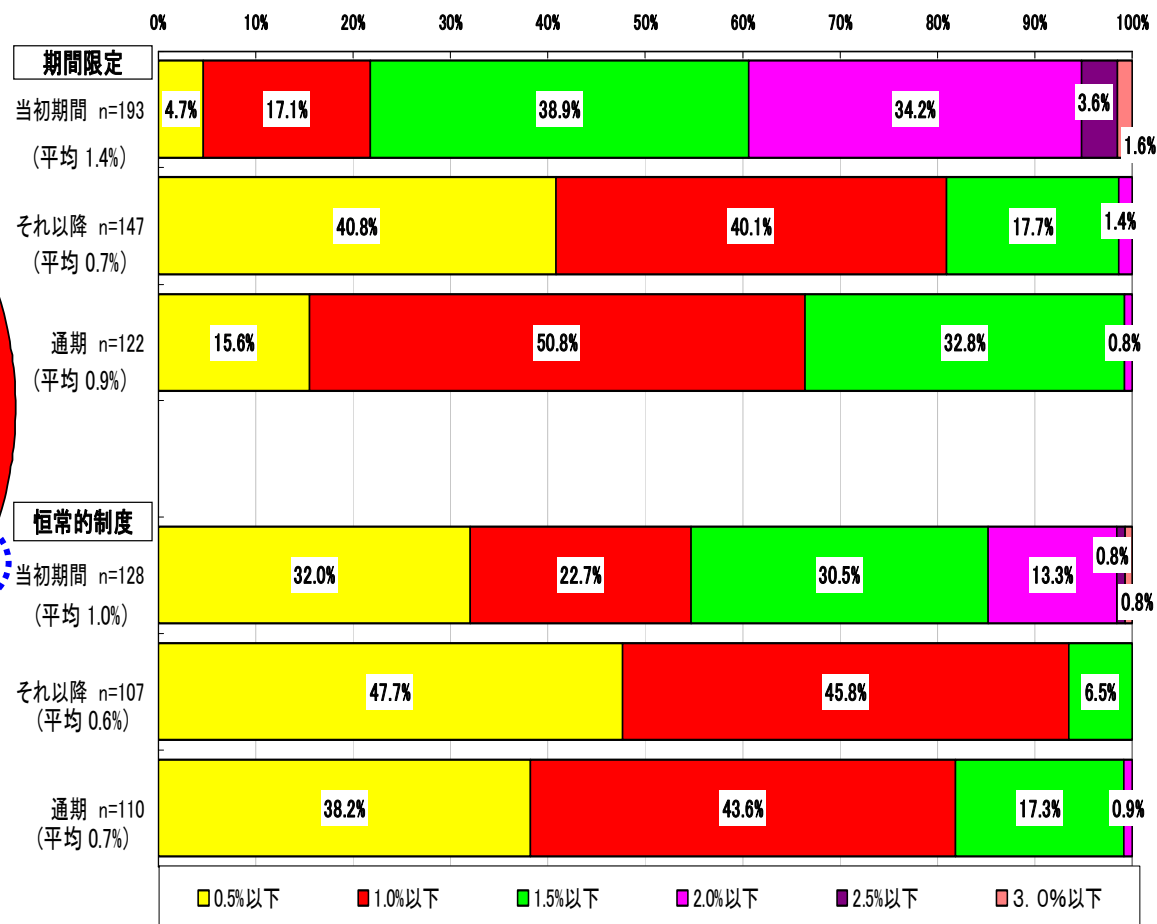


VI. 金利優遇は、期間限定が多いが、半数の金融機関では恒常化

- ① 金利優遇の取扱いは、「期間限定(キャンペーン商品等)」66%、「恒常的な制度」53%となっている。
- ② 優遇幅は、「期間限定」において、通期での適用に比べ、当初期間の優遇幅が大きい傾向がある。



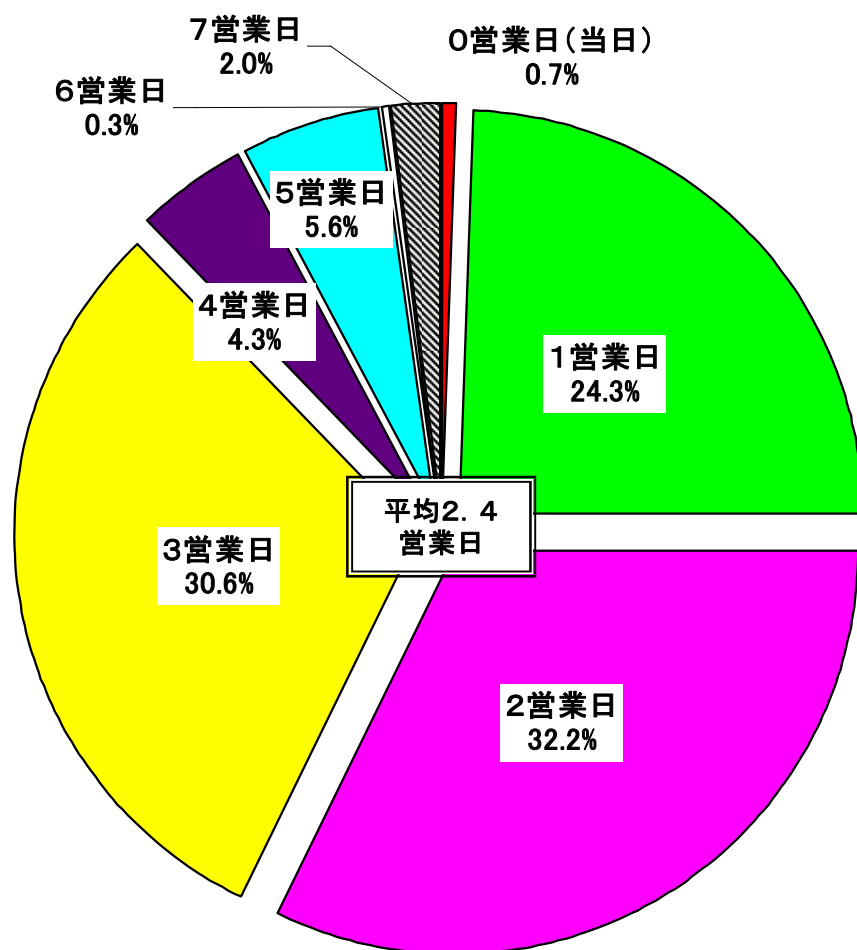
金利優遇における最大優遇幅



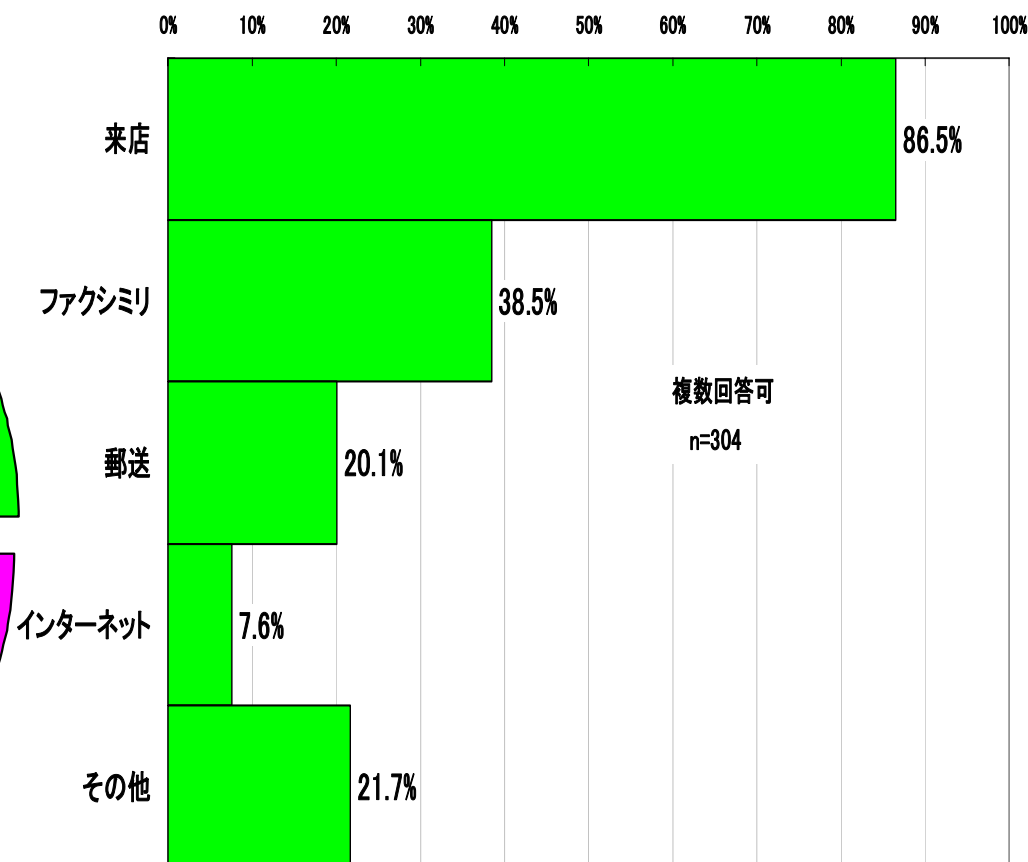
VII. 事前審査の所要期間は、平均2.4営業日で「来店」が中心

事前審査(正式なローン申込前に行う仮の審査)の所要期間は、平均2.4営業日(本審査は、平均3.1営業日)。事前審査サービスの申請方法は、「来店」(86.5%)が中心。

事前審査の所要期間(申請～結果回答) n=304



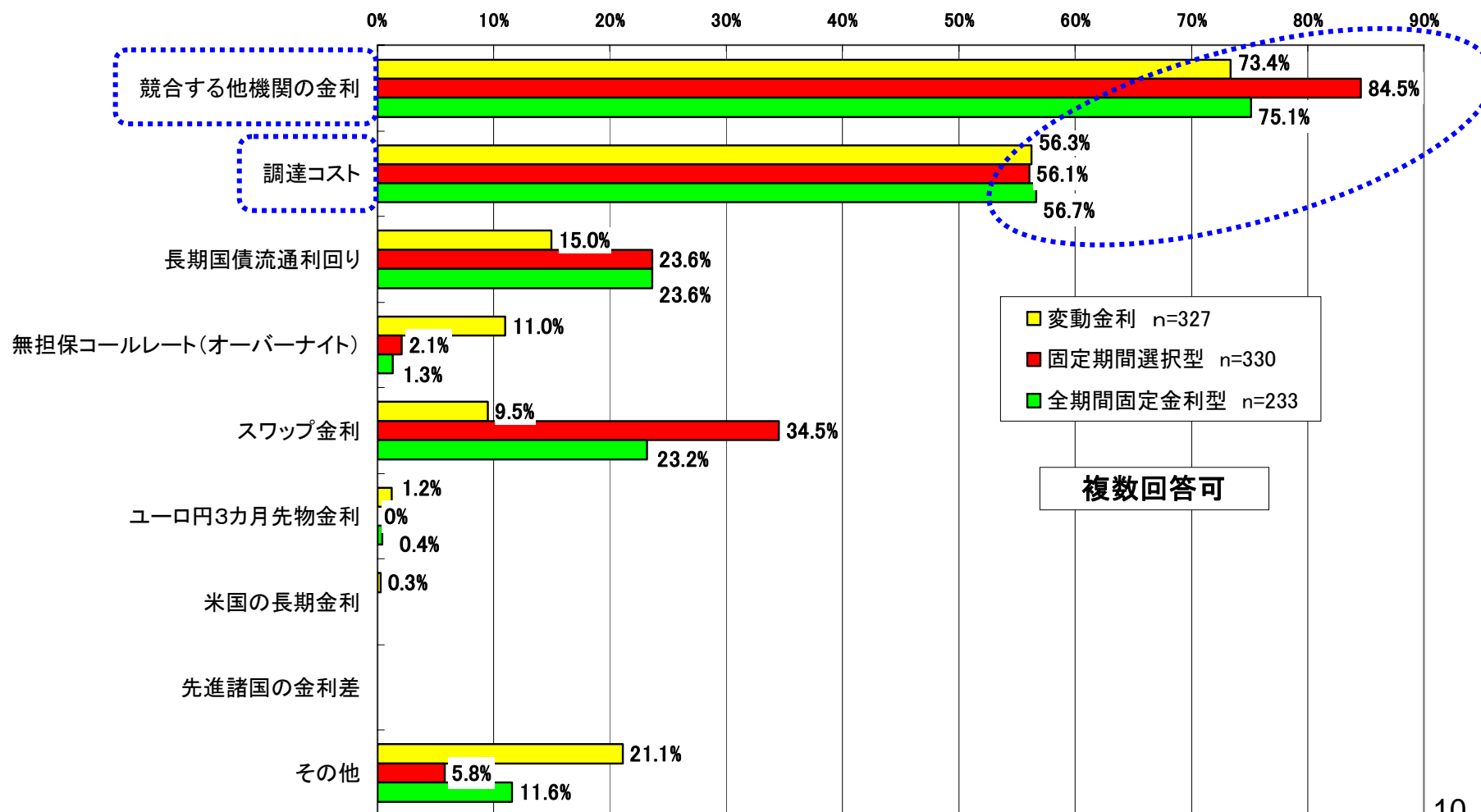
事前審査の申請方法



VIII. 金利決定の参考指標は、調達コストよりも競合機関の動向

金利決定に際する主な参考指標として、7割から8割の金融機関が「競合する他機関の金利」と回答、依然、比較的低い預金金利等を背景に「調達コスト」を上回る状況。

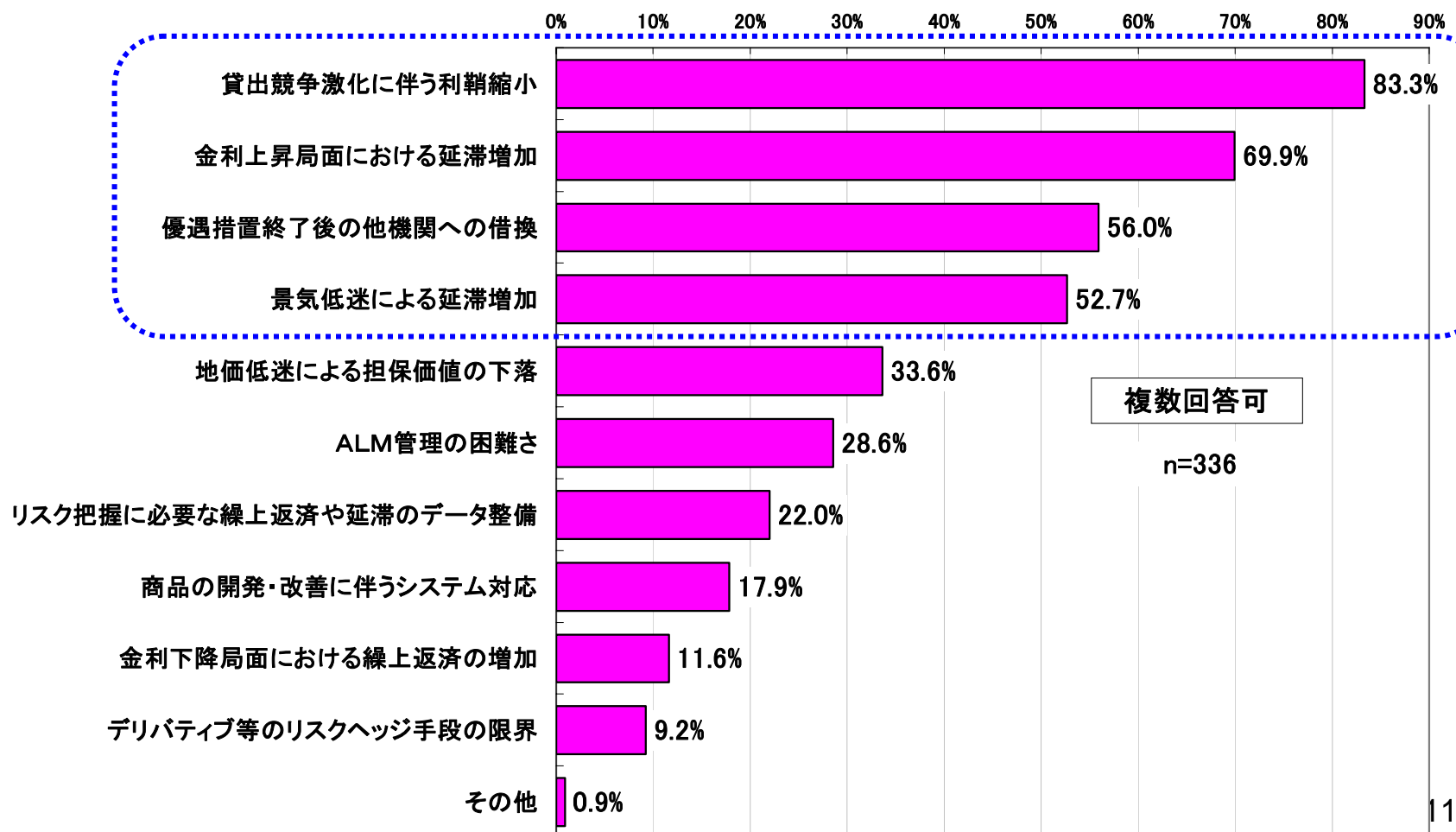
金利決定に際しての参考指標



IX. 金融機関が懸念する住宅ローンのリスクは、利鞘縮小、延滞増加

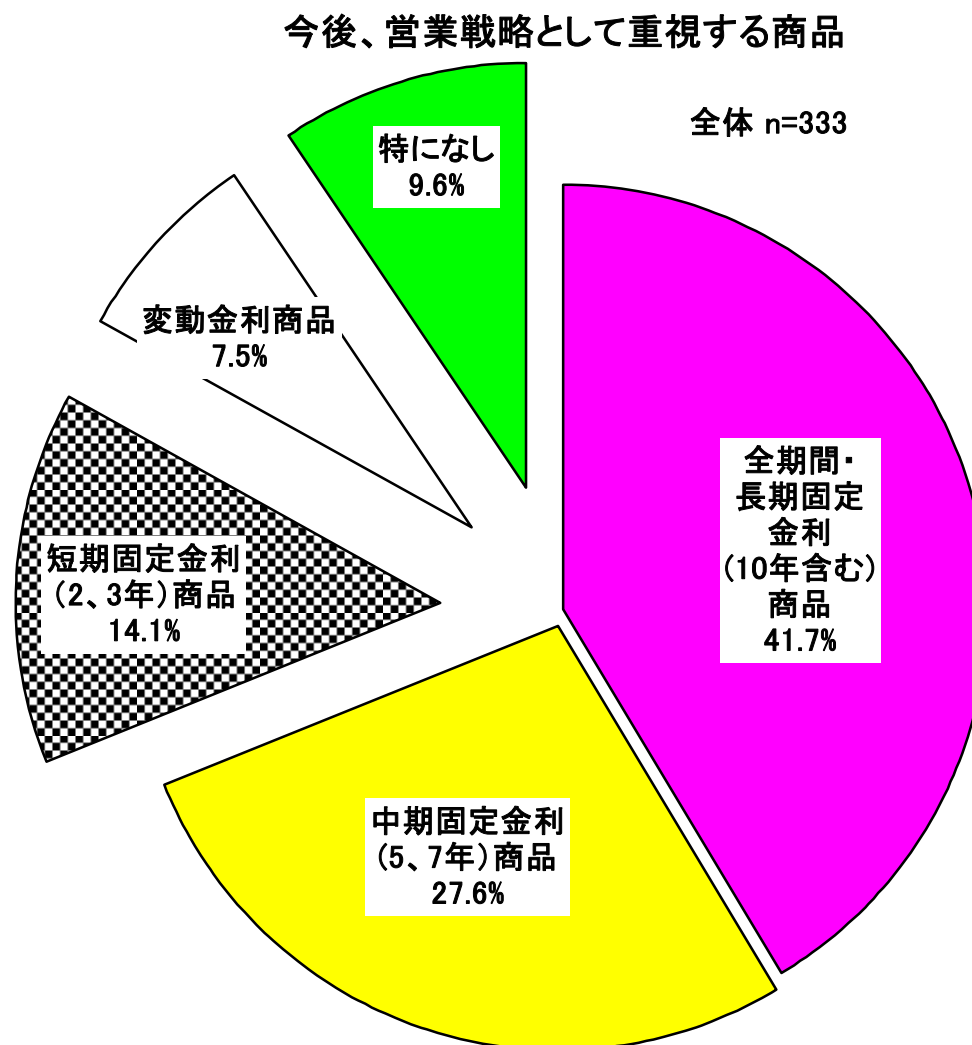
半数以上の金融機関が挙げた住宅ローンについて懸念するリスク(問題)は、「貸出競争激化に伴う利鞘縮小」83.3%、「金利上昇局面における延滞増加」69.9%、「(金利)優遇措置終了後の他機関への借換」56.0%、「景気低迷による延滞増加」52.7%など。

住宅ローンについて懸念するリスク(問題)



X. 今後の営業戦略は、全期間・長期固定金利商品が中心に

今後、民間住宅ローンの営業戦略の中心は、「全期間固定・長期固定金利商品」(41.7%)。



(注)一部複数回答があるため、構成比が100%超となっている。