

## 金融庁検査結果事例にみる住宅ローンビジネスの現状

小島 俊郎

### ■ 要 約 ■

1. 2012年2月23日金融庁は「金融検査結果事例集（2011検査事務年度前期版）」を公表した。2011年事務年度から新しく設けられた検査事項の「住宅ローンの商品特性を踏まえたリスク管理態勢の整備」については、収益管理の観点から「経営管理（ガバナンス）態勢」の中で4つの事例が紹介された。これらの事例から読み取れることは、「住宅ローンの商品特性を踏まえた中長期的な収益が経営層にしっかり認識されているか」ということにある。しかし、これは必要条件に過ぎず、十分条件は当然に「収益は確保できるのか」ということであろう。
2. 住宅ローンが金融機関の貸出に占める割合は年々上昇してきており、国内銀行平均で2010年は27.3%と貸出残高の約三分の一を占めるようになり、多いところでは50%以上が住宅ローンという銀行も出てきている。一方で、金利競争の激化による収益の低下があり、金融庁は検査を通じて金融機関に警鐘を鳴らし始めたと考えられる。
3. 事例を見ると、「住宅ローン＝優良資産」という認識や貸出残高増強が最優先されるといった認識が経営層に見られるが、これは多くの金融機関に共通なことの可能性があると考えられる。一方、経営層が収益性を認識していても、住宅ローンという商品が持つ特性（シーズニング効果や期限前償還）に応じた分析がデータの制約などから困難になっている金融機関も多数存在すると見られ、こうしたところではモデルの構築を共同で行うなど検討が必要であろう。
4. 多くの金融機関が優遇金利を設定して顧客獲得を目指しているが、収益の観点からは優遇金利終了後の金利設定が重要になってくる。現状では顧客の金利選好が高いため、引き続き優遇金利の設定が避けられない可能性がある。この状況は金融機関が収益性を犠牲にしても、顧客満足が高まらないという「開発のジレンマ」の状態にあるといえる。こうした状況を脱却するためには、金利以外のサービスの提供により顧客満足度を高めることが不可欠であり、住宅の経年変化や利用者のライフステージに対応する複合型商品など、顧客ニーズにあった商品の開発が期待される。

## 求められる収益管理

### 1．追加された検査項目

2012年2月23日金融庁は「金融検査結果事例集（2011検査事務年度前期版）」を公表した。これは、2005年から金融行政の透明性・予測可能性をさらに向上させるなどの観点から、金融検査の指摘の内容・頻度を勘案して、金融機関が適切な管理態勢を構築していく上で参考となる事例を取りまとめ、年2回<sup>1</sup>に分けて公表しているものである。今回は2011年7月から2012年1月までの間に通知された預金等受入金融機関の検査結果が中心となっている。

今回の事例集では、昨事務年度に引き続き各金融機関の戦略目標の合理性や持続可能性をはじめ、「経営管理（ガバナンス）態勢」の整備について重点的に事例が掲載されている。特に2011年事務年度から新しく設けられた検査事項の「住宅ローンの商品特性を踏まえたリスク管理態勢の整備」については、収益管理の観点から「経営管理（ガバナンス）態勢」の中で4つの事例が紹介されている。これらの事例から読み取れることは、「住宅ローンの商品特性を踏まえた中長期的な収益が経営層にしっかり認識されているか」ということにある。しかし、これは必要条件に過ぎず、十分条件は当然に「収益は確保できるのか」ということにある。

### 2．金利競争と収益性

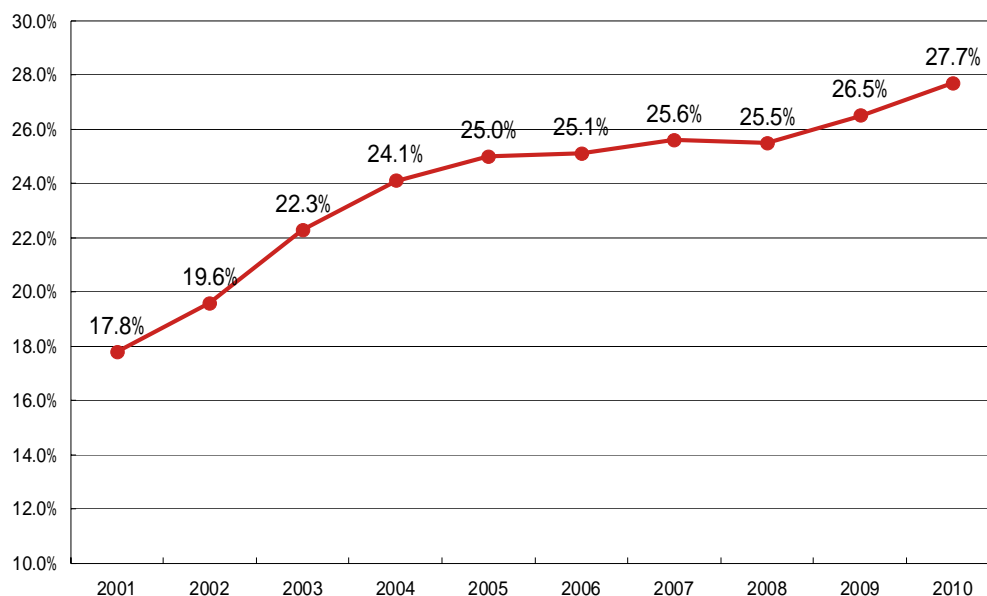
評価された事例の説明の中でも、「住宅ローンについては、県内マーケット縮小に伴う他金融機関との金利競争の激化から収益性が低下している状況にあることから、対応策として、住宅ローン利用者向けのサービス拡大や県外地区への人員投下による増強等に取り組んでいる。」という記述がある。また、他の事例では「複数のシナリオに基づく収益シミュレーション分析を実施し、メイン・シナリオとして、数年後の収益が大幅に減少するという結果を経営会議に報告している。」となっており、金融庁は住宅ローンビジネスの収益性が落ちてきていることを危惧している可能性が高い。このことは、中塚一宏内閣府金融担当副大臣がインタビューで述べた「住宅ローン債権は、かつてはデフォルトが少なく、終身雇用制度もあったので『優良債権』だといわれていたが、現在は厳しい競争環境のなかで金利が大幅に下がっているため、リスク管理態勢の整備がこれまで以上に重要になっている。」というコメントにも表れていると思われる<sup>2</sup>。

住宅ローンが金融機関の貸出に占める割合は年々上昇してきており、国内銀行平均で2010年は27.3%と貸出残高の約三分の一を占めるようになり、多いところでは50%以上

<sup>1</sup> 預金等受入金融機関以外の検査結果の事例については7月に予定されている次回の事例集に掲載される予定。

<sup>2</sup> 「変化の激しい時代だからこそ、オン・オフ一体行政を強化」『金融財政事情』金融財政事情研究会、2011年10月24日号参照。

図表 1 国内銀行の住宅ローン比率



(出所) 日本銀行「日本銀行統計」より野村資本市場研究所作成

が住宅ローンという銀行も出てきている。特に、住宅ローンは、債務者に期限前償還というオプションを付与した商品であり、そのリスクはプレーンな融資に比べて格段に大きくなっていると考えられる。一方で、金利競争の激化による収益の低下があり、金融庁は検査を通じて金融機関に警鐘を鳴らし始めたと考えられる。

以下、これらの事例を紹介すると共に、現在金融機関が住宅ローン市場でおかれている状態を確認し、収益管理の上で課題となる可能性について検討してみる。

## 事例でみる検査の着眼点

### 1. 検査の基本方針

金融庁は毎検査年度の当初に検査事務年度検査基本方針を公表している。2011年8月26日に公表された基本方針の信用リスク管理の中で「住宅ローンについては、その商品性や金融機関間の競争の高まり等に鑑み、延滞状況等の管理だけでなく、金利リスクや繰上返済の発生状況のほか、与信時から一定期間経過後にデフォルト発生がピークに達する特性等を勘案しつつ、リスク管理を行う態勢が整備されているか、等について、金融機関の規模・特性等を踏まえつつ、検証する。」としており、今回の事例集で取り上げられた「住宅ローンの商品特性を踏まえたリスク管理態勢の整備」は、この基本方針に則って整理されたものである。

紹介された事例は、「取締役会が、住宅ローンの収益分析について、経営管理部門等

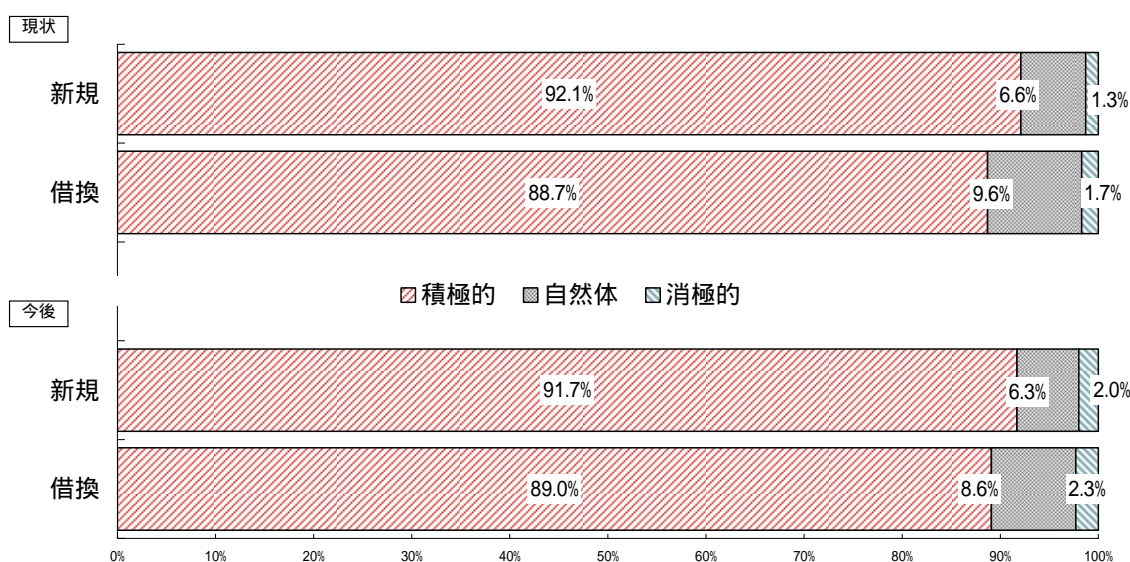
に、プリペイメント・リスクを踏まえた収益シミュレーション等を定期的・継続的に実施させている事例（地域銀行、大中規模）」、「取締役会が、経営企画部門に対して、住宅ローンのリスク分析や将来収益の評価を実施するよう指示していない事例（地域銀行、大中規模）」、「経営会議が、住宅ローンの収益分析について、数年後の収益が大幅に減少するという収益シミュレーション分析の結果を踏まえた議論を十分に行っていない等の事例（地域銀行、大中規模）」、「経営企画部門が、住宅ローンの収益分析について、プリペイメント・リスクを勘案していないほか、地価下落等を勘案した LGD<sup>3</sup>を使用していないことから、中長期的な収益分析及び検討が不十分なものとなっている事例（主要行及び外国銀行支店）」、の4つで、 は評価事例として取り上げられている。

から に共通して問われているのは「住宅ローンの商品特性を踏まえた中長期的な収益が経営層にしっかり認識されているか」という点に要約できよう。しかも、問題となった事例は当該銀行に特有のものではなく、多くの金融機関が抱えているものである可能性があると考えられる。

## 2．過去の認識となりつつある「優良債権」

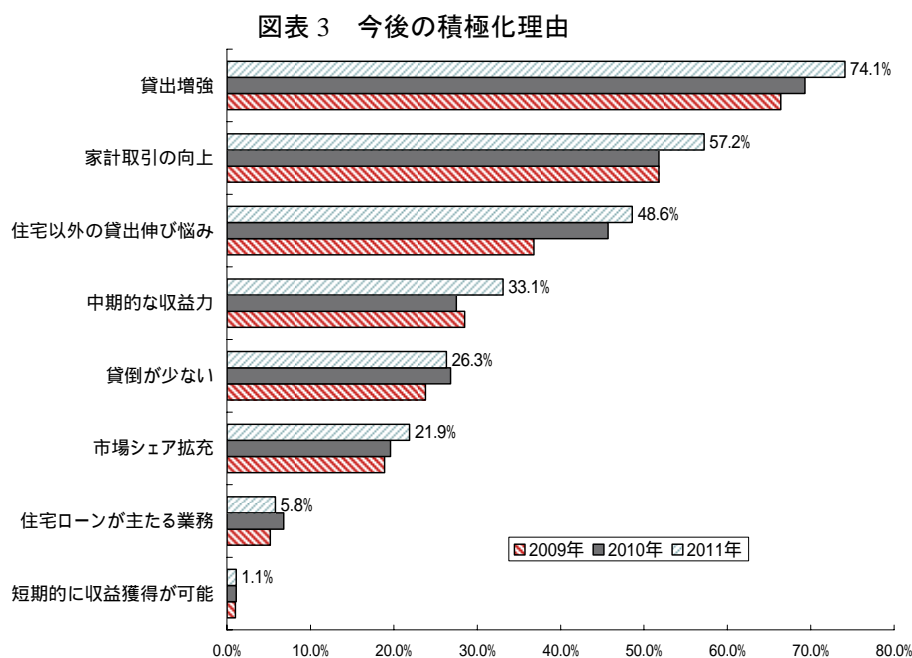
まず、 の事例を見ると取締役会が住宅ローンは分散の効いた収益性の高い業務であると認識していたため、住宅ローンのリスク分析や将来収益の評価を実施するよう、損益管理を所管する経営企画部門に指示していなかったことが紹介されている。「住宅ローン＝優良債権」という認識が過去のものとなりつつことは、前述の中塚副大臣のインタビューにも見られるように、金融庁も認識しつつあるのではないか。

図表 2 住宅ローンへの取り組み姿勢



(出所) 住宅金融支援機構「民間住宅ローンの貸出動向調査結果」より野村資本市場研究所作成

<sup>3</sup> Loss Given Default：デフォルト時損失率



(出所) 住宅金融支援機構「民間住宅ローンの貸出動向調査結果」より野村資本市場研究所作成

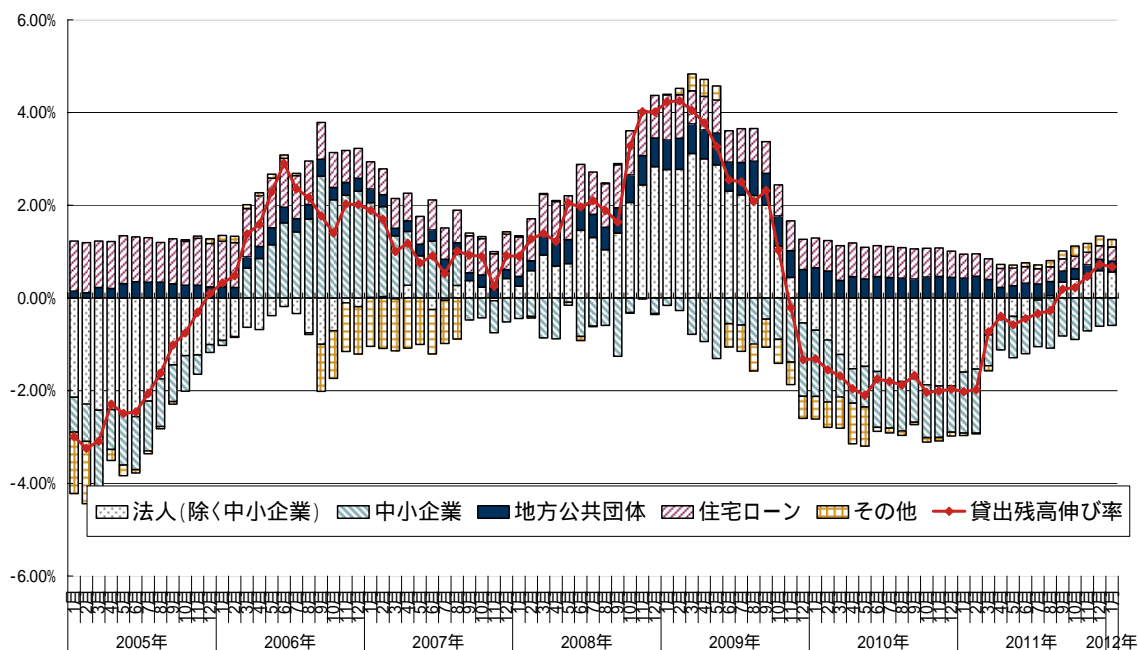
しかし、住宅金融支援機構が2011年12月5日に発表した「2011年度民間住宅ローンの貸出動向調査結果(以下「動向調査」)」によると、約90%の銀行が現状及び今後の住宅ローンへの取り組み姿勢を「積極的」と回答している。今後も積極的な理由として多い順に「貸出残高増強(74.1%)」、「家計取引の向上(57.2%)」、「住宅以外の貸出伸び悩み(48.6%)」、「中長期的な収益が魅力(33.1%)」となっている。金融機関の3行に一行は住宅ローンの中長期的な収益性を評価している状況であり、いまだに事例のような認識を持つ銀行は多い可能性がある。

### 3. 優先された残高増

次に、住宅ローンビジネス拡大によるリスクのシミュレーションは行われたが、経営層に認識されなかった事例である。当該銀行では、住宅建替ニーズに対する営業強化による貸出残高の増加が方針として中期経営計画に挙げられており、数年後の収益が大幅に減少するという収益シミュレーション分析の結果が出ているにも拘らず、一度決定した計画達成が優先され、収益増加という企業の本来の目標の議論がなされなかったことが、取り上げられたものである。

日本銀行の「貸出先別貸出残高」を見ると、2009年11月から総貸出残高が前年同期比でマイナスに転じているが、住宅ローンと地方公共団体向けの残高はプラスの状態を長期間に亘って維持しており、住宅ローンビジネスが金融機関にとって残高を維持する上で大きな役割を担っている。また、前述の動向調査の住宅ローンを積極的に取り組む理由の一番目が「貸出残高増強」となっていることから、この事例と同様に多くの金融機関の共通

図表4 貸出先貸付残高



(出所) 日本銀行「日本銀行統計」より野村資本市場研究所作成

認識である可能性は高い。こうした状況を金融審議会「我が国金融業の中期的な在り方」ワーキンググループの発表資料（以下「金融審 WG 発表資料」）でも「低い収益性を補うためにシェア確保が企図される場合、金融機関は、法令上の要請は厳格に遵守する一方、そうした直接的要請がない点については、顧客の利便性や満足感より、金融機関自身の販売ニーズや収益ニーズを優先させる『販売のダブルスタンダード』とでも呼ぶべき傾向を生じがちである。」と指摘している<sup>4</sup>。

## 4. 求められるシーズニング効果の導入

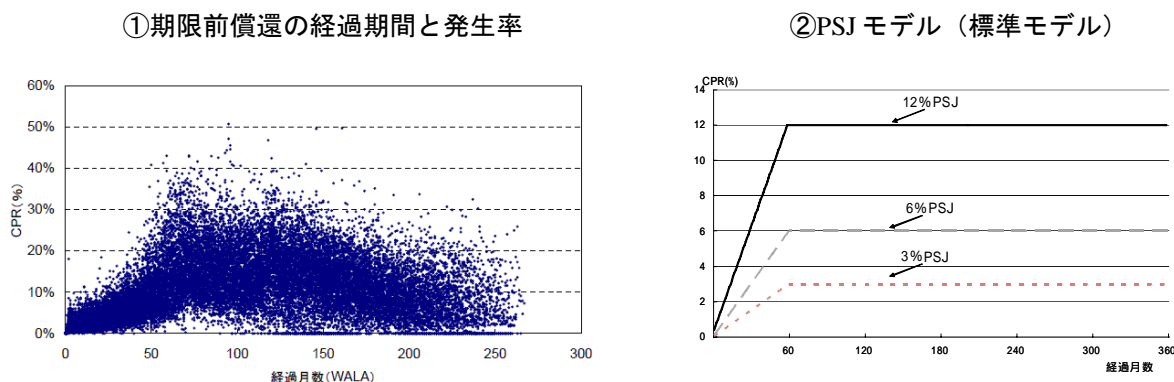
の事例は、取締役会では住宅ローンの商品特性を踏まえた収益分析の必要性を認め、担当部門に指示したが、担当部門ではシーズニング（期間構造）効果やプリペイメント（期限前償還）・リスクを踏まえた分析を行っていないというものである。

「住宅ローンの商品特性」といった場合、特に注意すべきこととは融資期間が超長期であるため、キャッシュフローや収益に大きく影響するデフォルトや期限前償還の発生率が融資期間中均一ではなく、シーズニング効果を持っているという点である。例えば、住宅金融支援機構の資料<sup>5</sup>によれば、「住宅ローンは、融資直後は延滞が少なく、経年により

<sup>4</sup> 金融審議会「我が国の金融業の中期的なあり方」ワーキンググループ第12回資料 1-1「バックグラウンド・ペーパー・シリーズ『我が国金融業の個人向け金融サービス（執筆：大垣 尚司委員）』」p33～37、（2012年3月12日）参照。

<sup>5</sup> 行政刷新会議 独立行政法人住宅金融支援機構の在り方に関する調査会第2回資料2「独立行政法人住宅金融支援機構の財務状況及びリスク管理について」p3、（2012年2月28日）参照。

図表5 PSJモデル



(出所) 日本証券業協会「PSJモデルハンドブック」より野村資本市場研究所作成

徐々に延滞発生が増加し、7年目ころに安定化する傾向がある。」と、シーズニング効果があることを示している。また、2006年4月に日本証券業協会は、住宅ローン債権を裏付けとして発行され、元利払いが裏付けされた住宅ローンの期限前償還を含むキャッシュフローに連動するMBSの期限前償還シナリオを表す簡便なモデル(PSJモデル: Prepayment Standard Japan)を開発、公表した。このモデルは、期限前償還は融資実行から60ヶ月までは増加し、その後安定するというシーズニング効果を前提としたものになっている。

したがって、住宅ローンを実行する金融機関は、住宅ローンの収益予測等においてデフォルト率や期限前償還率を過去の実績値を単に延長或いはストレスをかけただけでは不十分であり、シーズニング効果を加味した中長期的なリスク管理を行うことが求められている。また、シーズニング効果を測定する際には、失業率などの経済環境や金利水準によって大きく影響を受けるため、こうした要素を加味するモデルの構築が要求されよう。

## 5. 複雑化・困難化するモデル構築

モデルを構築するためには住宅ローンの返済履歴データが長期にかつ大量<sup>6</sup>に必要となる。多くの地域金融機関ではこうしたデータを直ちに保有或いは取得することは難しいと考えられ、また仮に事例の銀行が外国銀行支店であったとすると、経営層がシーズニング効果を認識し、担当セクションに分析を指示したとしても、保有している債権数の制約からこうしたモデルを構築することは困難であったと推察される。

今後、金融機関が精緻なモデルを構築するためには、住宅金融支援機構がMBSの投資家向けに公表している償還履歴データなどを利用することは有効な方法のひとつと考えられる。ただし、住宅金融支援機構の住宅ローン金利は全期間固定であるため、変動金利又

<sup>6</sup> デフォルトや期限前償還率の発生率は少ない場合1%以下であり0.1%刻みでデータを収集しようとする1年分のデータ必要数は1,000件となり、仮に10年分とすると1万件のデータが必要となる。

は固定期間選択金利型の場合は、その違いを考慮する必要がある。たとえば、金利変動に伴う期限前償還率の感応度は変動金利のほうが鈍くなることや、信用リスクに関しては変動金利では金利上昇に伴って返済額が増加し、デフォルト率を高める要因となるといった点である<sup>7</sup>。

また、「シーズニング効果」を加味すると、少なくとも住宅ローンの融資時期が同じものでグルーピングする必要がある。ポートフォリオを細分化して管理したり、シミュレーションの期間も融資期間に合わせ長くする必要があるので、システムは複雑なものにならざるを得ないだろう。こうした複雑なモデルを開発・運用していくためには専門知識を有する人材の育成が重要になるほか、大量のデータを確保するために、金融機関ごとにモデルを構築するのではなく、複数の金融機関が共同して行っていくことも検討されるべきである。

## 「開発のジレンマ」からの脱却に向けて

### 1. 求められる優遇金利後の戦略

金融機関は、新規或いは借換えの顧客獲得のために、店頭金利とは別に優遇金利を提供している。優遇金利は店頭金利に比べて平均で1～1.5%程度低い金利が適用され、多くの優遇金利は給料振込みや提携クレジットカードの作成等をすれば適用されるため、ほとんどの利用者が利用していると考えられる。住宅ローンの新規契約に伴い、家計のメイン口座の獲得や将来の取引拡大の可能性は高まると考えられるが、そうしたメリットを含めて住宅ローンの収益性が確保されるかが重要となっている。

収益性は、優遇金利の適用が終了した以降にどのような金利設定が出来るかによって大きく変わってくる。当初優遇した減益分を優遇金利適用期間以降に回収できれば問題は無いが、回収できないとなると、リスクとなる可能性があると言わざるを得ない。かつて住宅金融公庫（現住宅金融支援機構）は、住宅ローンを国からの補助金を前提に調達金利より

図表6 住宅ローン金利（2012年2月）

		変動金利型	固定期間選択型		
			3年	5年	10年
都市銀行	店頭金利	2.475%	3.130%	3.270%	3.610%
	優遇金利	1.125%	1.614%	1.700%	1.988%
地方銀行	店頭金利	2.673%	2.570%	2.806%	3.177%
	優遇金利	1.599%	1.303%	1.537%	1.890%
第二地方銀行	店頭金利	2.761%	2.743%	2.908%	3.258%
	優遇金利	1.513%	1.222%	1.462%	1.825%

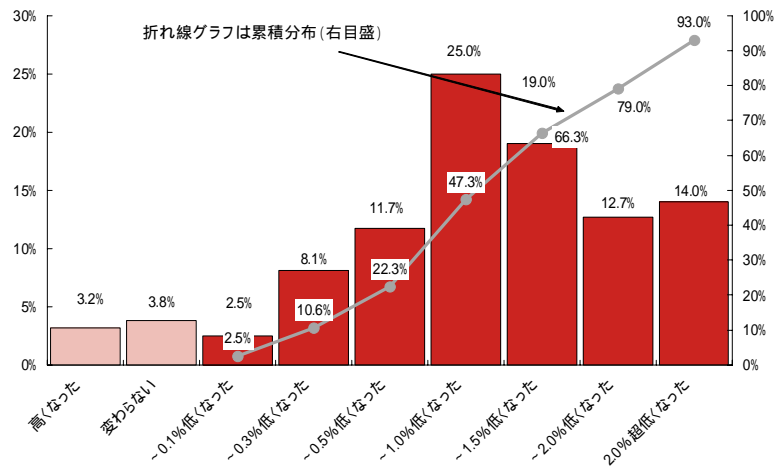
（注）金利はそれぞれの銀行区分の平均金利である。ひとつの銀行で複数の金利がある場合は、それぞれ独立した商品とみなし集計・計算している。

（出所）一般財団法人住宅金融普及協会「住宅ローン金利情報」より野村資本市場研究所作成

<sup>7</sup> 技術的な点ではあるが、期限前償還率の金利感応度は金利上昇局面と下降局面では異なると考えられるが、日本では20年以上金利上昇局面が無く、モデル構築に当たっては注意が必要であろう。



図表 7 国借換えによる適用金利の変化



(出所) 住宅金融支援機構「民間住宅ローン借換えの実態調査」より野村資本市場研究所作成

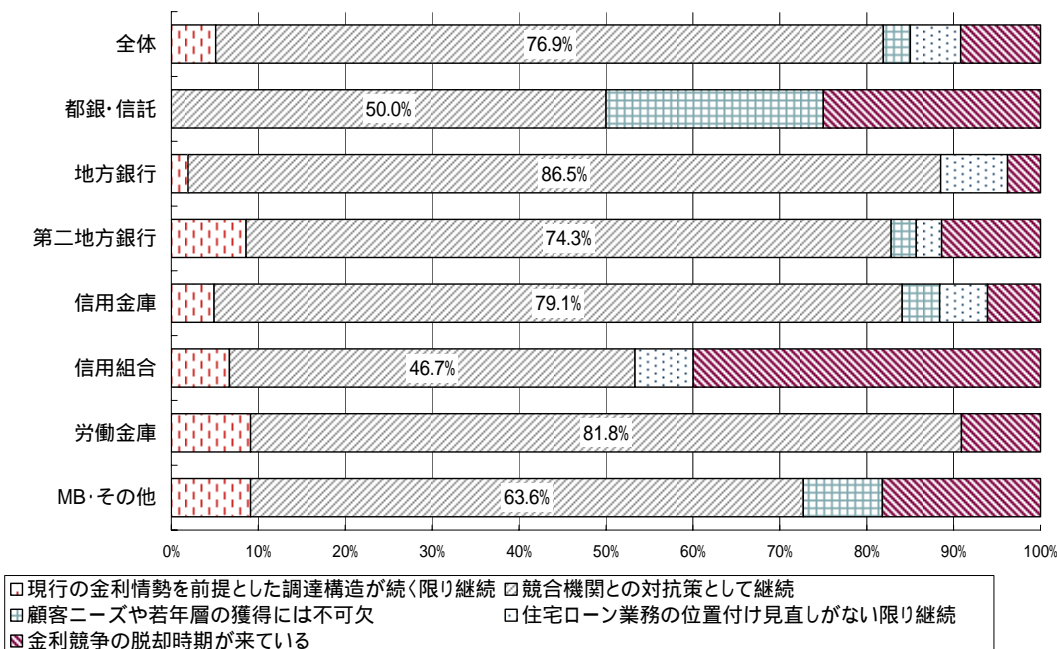
貸出金利を低く設定していたが、財政負担が重くなったことから段階金利という制度を導入した。この制度は、当初 10 年間は国からの補助金を利用して低金利で融資するが、11 年目以降は調達金利よりも金利を高く設定し、契約どおりの期間で融資した場合には当初に投入した補助金が回収されるように設計されたものである。しかし結果は、金利が高くなる 10 年経過前後に民間金融機関の住宅ローンに借り替えられ、利用者に低金利の部分のみをつまみ食いされ、かえって損失を拡大してしまった制度となった<sup>8</sup>。住宅金融支援機構の「民間住宅ローン借換え実態調査」によると、住宅ローンを借り替えた人のうち借換えによって適用金利が 0～1% 軽減された人の割合は累計で全体の 47.3% となっているが、特に 0.5% を超えるとその割合は急激に増加し、借換え対象の住宅ローンとの金利差が 0.5% を超えると、借換のインセンティブが急激に高まることを示している。現状の店頭金利と優遇金利の差は 1% 以上あることから、優遇金利後に店頭金利を設定するとかなりの債務者が借換えをする可能性が高く、顧客を自行ローンに引き止めるには再び優遇金利を適用せざるを得なくなることが想定される。

## 2. 開発のジレンマからの脱却

こうした競争激化による金利優遇がどこまで続くのかだが、動向調査によると、金利優遇を活用した営業推進の展望では、「競合機関との対抗策として継続」が 76.9% となっており、当分こうした状況は持続すると見られる。仮に収益が思うように上がらなくとも競合する金融機関への対抗のため金利優遇を続けなければならないとすると、金融審 WG 発表資料が指摘する、金融機関が収益性を犠牲にしても、顧客満足が高まらないという

<sup>8</sup> 行政刷新会議 独立行政法人住宅金融支援機構の在り方に関する調査会第 3 回資料 1「独立行政法人住宅金融支援機構ヒアリング資料」p4～5、(2012年3月16日)参照。

図表 8 金利優遇を活用した営業推進の展望



(出所) 住宅金融支援機構「民間住宅ローンの貸出動向調査結果」より野村資本市場研究所作成

「開発のジレンマ」の状態にあるといえる。顧客が金利のみに拘り続ける状況が続くとすると、住宅ローンそのものの収益性が低下することに加え、他機関がより低利な住宅ローンを提供した場合には、期限前償還の増加により収益性がさらに低下する事態が生じかねない。そのためには、金利以外のサービスの提供により顧客満足度を高め、期限前償還を一定の水準以下にコントロールできるような仕組みが不可欠ではないか。

金融審 WG 発表資料では、こうした状態を脱却するために、「価格競争を通じたシェア争いから商品・サービスの差別化競争への転換が求められ」、そのためには、「個別性の強い企業融資とは異なった、社会の変化を踏まえてニーズ仮説を設け、これを市場調査等を通じて検証する、あるいは、もう一歩進んで、これまでになかったニーズを創造するといった供給側の努力が欠かせない」とし、ライフステージ別の顧客ニーズの汲み上げが必要としている。

既に世帯数が減少し始めている県があるなど<sup>9</sup>、住宅ローンの需要構造の変化は既に現れており、住宅ローンビジネスは転機を迎えつつある。その意味で 2011 年事務年度から追加された検査項目は、我が国の金融機関が直面している住宅ローンビジネスが抱えるリスクや課題を整理することで、従来の住宅ローンビジネスモデルに警鐘を鳴らそうとしているのではないかと。したがって、変化する市場のニーズを反映した新しい商品が今後は重要になってこよう。例えば、住宅ローンを単体として設計するのではなく、他商品・サービスとの連携を強化し、住宅の経年変化や利用者のライフステージに対応する複合型商品など、顧客ニーズにあった商品の開発が期待される。

<sup>9</sup> 小島俊郎「見直し迫られる地域金融機関の住宅ローン戦略」『野村資本市場クォーターリー』2011 年秋号参照。