

特集

# 金利以外 住宅

## いま取り組みたい新規・借換 案件へのアプローチ方法

# で勝負する!

# ローン

# 獲得術

**非金利面での競争力向上が  
案件獲得のカギを握る**

**住**

住宅ローンの金利競争が激化している。メガバンクやネット専業銀行ではその傾向が顕著で、変動金利型の適用金利が0・3%台の金融機関もある。「うちは金利では、とうていネット専業銀行に太刀打ちできない」——そう考える営業店の担当者はいないだろうか。

果たして住宅ローンの獲得は「金利」だけの勝負なのだろうか。住宅ローンの推進は新規案件の獲得と借換案件の獲得の2つに分けられるが、双方とも獲得には金利以外の要素も小さくない。

まず新規案件についてみていこう。住宅購入希望者が物件探しに赴くのは、住宅展示場やモデルルーム、分譲地な

どだろう。このとき物件見学に加えて、ハウスメーカーなど不動産関連業者の営業担当者に資金面の相談を行うパターンが多い。

不動産関連業者は、住宅ローンの利用希望者を提携している金融機関に紹介することになる。

したがって、金融機関としては、いかに不動産関連業者から住宅ローン案件を紹介してもらおうかがローン増強のポイントとなる。

ちになる。

金利以外で勝負するには、日ごろから地域の不動産関連業者各社の特徴を理解し、自庫の住宅ローンの商品性を十分にPRすることで、不動産関連業者の営業担当者と関係構築を図っておくことが大切なポイントである。

**金利先高観が出る中で  
借換ニーズが高まる**

もう1つの獲得ルートが住宅ローンの借換だ。生活必需品の値上がりが続く中、借換により少しでも家計の負担を軽減したいと考えるのは当然のことだろう。

また、空前の低金利にある住宅ローンだが、金利先高観が出ていることも確か。例えば、固定期間10年の固定金利期間選択タイプを利用している人は、固定期間が終わるタイミングで変動金利に切り替わることが多い。

こうした人が「今後金利は上がる」と考えていれば、借換提案の絶好のチャンス。いち早いアプローチが成果につながる。借換を促すチラシを作成してポスティングを行い、ニーズ喚起と店頭誘致を積極的に実行しよう。

来店したお客様に対しては、それぞれのライフプランを踏まえた借換提案を行うことで、ローン獲得につなげていきたい。

このように、住宅ローンの競争力は金利以外にも多々挙げられる。非金利競争のスキル向上を図り、積極的な住宅ローン推進を展開しよう。●