

2024
年度

ローン推進講座

個人向けローンの基礎知識& 住宅ローンの推進方法

No.1

系統信用事業の人材育成機関



開講にあたって

J A・J Fは、お客様に「良質で高度な金融サービス」を提供することを目指して活動しています。そのためには、各種ローンを推進し、収益力を強化することが大切です。

現在、わが国では経済の成熟化や人口減少などにより成長が鈍化しており、金融機関の経営環境は厳しくなる一方です。特に企業向けの貸出が伸び悩んでいるため、業態を問わず、すべての金融機関が成長分野である個人取引（リテールマーケット）に経営資源を集中的に投入し、競争が激化しています。

このような環境下で収益力を高めるカギは、第一線でお客様に接している渉外担当者や窓口担当者の「営業力」にある、といっても過言ではありません。

ローンを拡大するためには、お客様のニーズを的確に把握し、それに応えていく必要があります。多くのJ A・J Fでは、銀行や信用金庫などが合理化した、個人顧客向け渉外サービスを行っています。つまり、お客様に直接接する機会が他の金融機関よりも多いわけです。

皆さんには、このような機会も活かし、日常のルーティンワークに安住することなく、何気ないお客様との接触の中からニーズを探り出して、最適な商品を果敢に「セールス」することが求められています。そのためには、複雑化する商品内容などの基礎的な知識を習得するとともに、それをベースとしたセールスの手法を学ぶ必要があるでしょう。

何も行動しなければ、何も生まれません。本講座の学習を通じて身に付けた知識を日々の営業活動に活かすことによって、各種ローンの増強につながることを心より願っています。

2024年4月

農林中金アカデミー

ローン推進講座

テキスト1 個人向けローンの基礎知識&住宅ローンの推進方法

目次

第1章 個人向けローンの重要性 7

- 1 個人向けローンの重要性 8
1. 「個人ローン」の定義／2. 個人向けローンの貸出残高は増加
- 2 個人向けローンの内訳と残高の推移 11
1. 住宅ローンの占める割合／2. 住宅ローンと個人ローンの動向
- 3 個人向けローンの特徴とJA・JFの対応 13
1. 個人向けローンの特徴／2. 信用力強化のための金融機関の対応／
3. 管理コスト軽減への対応

第2章 個人向けローンの基礎知識 17

- 1 個人向けローンの業務プロセス 18
- 2 説明責任の重要性 20
1. 金融サービス提供法のポイント／2. 全銀協の申合せ：住宅ローン利用者に対する金利変動リスク等に関する説明について／3. 農林水産省と金融庁の監督指針：系統金融機関向けの総合的な監督指針／4. 金融機関が遵守すべき事項
- 3 ローン契約書 27
1. 契約時の留意事項／2. ローン契約とは
- 4 住宅ローン市場と住宅ローンの種類 32
1. 他業態をも含めた競争が激化している住宅ローン市場／2. 2つの公的金融機関／3. 住宅ローンの種類（固定金利型と変動金利型）
- 5 個人ローン残高の増加傾向 41
1. 重要な個人ローンの開拓／2. 改正貸金業法について／3. カードショッピングの進展

第3章 個人向けローンの営業に強くなる

49

- 1 窓口での対応方法 50
 1. 窓口等で行う個別対応の重要性／2. 望まれる窓口の対応とは
 3. ニーズをつかんだら良き相談相手になる／4. ローン材料の収集と営業活動
- 2 ステージ別ローンニーズの把握 54
 1. ステージごとに共通するニーズがある／2. ステージごとのローンニーズをつかめ／3. 借入最大の目的は住宅の取得
- 3 非対面チャネルを活用したローン推進 57
 1. 非対面チャネルを活用した取引の始まりはATM／2. ローン取引に拡大している非対面チャネルの取引／3. 非対面チャネルを活用した取引のメリット
- 4 目指すは個人・家計取引のメイン化 60
 1. 個人・家計メイン化は個人向けローンが武器に／2. 個人・家計メイン化の具体策／3. 年金指定（含予約）を積極的にアタックする
 4. 他金融機関への借換え防止策
- 5 内部取引情報は最も重要な情報 71
 1. CIF情報は常に新しく／2. 自JA・JF内の取引情報の有効活用
 3. 取引先企業の職域ルートの活用で大きな成果を
- 6 借換えにより取引一本化を推進 79
 1. メリットが大きい借換えの推進策／2. 推進の準備はこうする
 3. 一本化推進は職域単位で

第4章 住宅ローンの営業に強くなる（1）

83

- 1 住宅ローンを熟知する 84
 1. 住宅購入時は自己資金2割、残りの8割は借入れ／2. 新規推進は団地、アパート居住者に的を絞る／3. 住宅ローンの商品概要／4. 注意すべき説明事項
- 2 リフォームローンの推進 92
 1. 注目したいリフォーム（建築補修）需要／2. 住宅ローン5年経過先

と高齢者を狙う／3. 活動手順と商品の特徴／4. リフォームローンの減税措置を活用する

- 3 住み替え時の顧客に売込む 95
 - 1. 住み替えは絶好のローンターゲット／2. 住み替えローンの特徴
 - 3. 住み替えには税務相談が大切
- 4 賃貸住宅ローンを推進する 101
 - 1. 賃貸住宅ローン獲得で一気に貸出を伸ばす／2. 事業計画と収支計画の重要性／3. 狙うは土地保有者／4. 税制上のメリットと相続税対策としての有効性をアピール
- 5 リバースモーゲージローンを理解する 108
 - 1. リバースモーゲージローンとは／2. リバースモーゲージローンの商品概要
- 6 公的住宅融資制度の複合的活用法を知る 113
 - 1. 住宅金融支援機構のフラット35／2. 財形住宅融資／3. 公的住宅融資と民間住宅ローン

第5章 住宅ローンの営業に強くなる(2) 119

- 1 重要な住宅関連会社との情報交換 120
 - 1. まずは情報交換の仕組みづくりを／2. 具体的な活動手法はこうする
- 2 借換えローンの獲得法 124
 - 1. 住宅ローンの借換えは金利差の訴求がポイント／2. 借換え推進の準備に登記事項証明書の活用を／3. 増改築の顧客に借換えローンを
- 3 ローン相談会による見込客の発掘 133
 - 1. 住宅ローン相談会の概要／2. 集客が成功のカギ／3. 来場者のニーズを満たす／4. しっかりとしたフォローアップ
- 4 住宅関連税制の理解を深める 138
 - 1. 相続時精算課税選択の制度／2. 直系尊属からの住宅取得等資金の贈与等に関する非課税措置／3. 夫婦間贈与の特例／4. 住宅借入金等特別控除／5. 住宅にかかる税金

巻末資料 消費者との契約のあり方に関する留意事項 145

第1章

第1章

第2章

個人向けローンの 重要性

第3章

第4章

第5章

1 | 個人向けローンの重要性

主要かつ戦略的業務としての位置づけ

Point

- ① 2023年3月末のJAの貸出金残高は、住宅ローンの大幅な伸びにより増加した。
- ② JAの個人向けローンの貸出額は増加しており、「主要かつ戦略的な業務」として増強に力を注いでいる。

1. 「個人ローン」の定義

JA・JFが行う貸出には、農漁業者に対し農・水産物の生産、加工、流通等に必要な資金を貸し出す「事業性資金貸出」と、組合員に対し住宅や消費財・サービス購入に必要な資金を貸し出す「個人向け貸出」があります。

本講座では、この個人向けの住宅ローンと消費財・サービス購入資金の貸出を合わせて「個人向けローン」（広義の個人ローン）と呼び、その中でも消費財・サービス購入資金の貸出を「個人ローン」（狭義の個人ローン）と呼ぶことにします。

2. 個人向けローンの貸出残高は増加

成熟社会の到来、人口減少などにより、各金融機関の貸出残高は伸び悩みの傾向が続いていましたが、コロナ禍は飲食、運輸、観光などの業種や中小企業に大きな影響をもたらし、緊急融資等のニーズが発生した

ため、2021年3月末の残高は総じて増加しました（図表1-1）。

しかし、その1年後の2022年3月末は、緊急融資等のニーズが沈静化したため、信農連、都市銀行、第二地方銀行では貸出残高が減少しています。

続く2023年3月末は、新型コロナウイルス感染症の5類移行により経済活動が正常化したため、運転資金・設備資金などの前向きな資金需要や世界的な原材料・燃料価格高騰に伴う資金需要なども発生し、ほぼすべての業態の金融機関の貸出残高が増加しました。

J Aの貸出残高も前年同月比2.7%増加していますが、これは住宅ローンを主体とした個人向けローン（J Aバンクローン）の伸びによるものです（図表1-2）。ちなみに、J Aの貸出残高の推移を過去4年間（2019年3月末～2023年3月末）で見ても、この間に2兆2,028億円増加しました。内訳を見ると、事業性資金貸出は5,270億円減少し、個人向けローンは2兆7,298億円増加しています。

つまり、個人向けローンは多くのJ A・J Fで「主要かつ戦略的な業務」に位置づけられ、増強に力を注いでいます。この業務に携わる皆さんの成果が、J A・J Fの命運に大きく影響することを肝に銘じ、日々の業務にまい進されることを期待します。

図表1-1 金融機関別貸出金残高

（単位：億円）

	J A	信農連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫
2019/3 末	207,386 (1.4%)	59,768 (7.0%)	1,934,688 (6.5%)	2,082,899 (4.3%)	517,558 (-0.3%)	719,838 (1.4%)
2020/3 末	211,038 (1.8%)	63,300 (5.9%)	1,966,560 (1.6%)	2,192,275 (5.3%)	489,890 (-5.3%)	726,752 (1.0%)
2021/3 末	215,956 (2.3%)	65,451 (3.4%)	2,072,988 (5.4%)	2,294,424 (4.7%)	523,448 (6.7%)	784,374 (7.9%)
2022/3 末	223,370 (3.4%)	64,411 (-1.6%)	2,068,312 (-0.2%)	2,365,386 (3.1%)	519,480 (-0.8%)	788,013 (0.5%)
2023/3 末	229,419 (2.7%)	64,165 (-0.4%)	2,132,297 (3.1%)	2,470,331 (4.4%)	540,284 (4.0%)	798,305 (1.3%)

（出典：農林中金総合研究所）

※貸出金には金融機関貸付金を含まない。また、J Aは共済貸付金・公庫貸付金を含まない
※（ ）は前年比増加率

図表1-2 JAの貸出金残高推移

(単位：億円)

	2019.3 末	2020.3 末	2021.3 末	2022.3 末	2023.3 末	前年比 (増加額)	前年比 (増加率)
貸出金残高	207,386	211,038	215,956	223,370	229,414	+6,044	2.7%
個人向けローン	94,588	100,777	107,669	116,097	121,886	+5,789	5.0%
住宅ローン	89,157	94,940	101,664	110,018	115,649	+5,631	5.1%
狭義の個人ローン	5,431	5,837	6,005	6,079	6,237	+158	2.6%
事業性資金貸出	112,798	110,261	108,287	107,273	107,528	+255	0.2%

(出典：JAバンク)

※貸出金には金融機関貸付金、共済貸付金、公庫貸付金を含まない


2024
年度

ローン推進講座

営業強化の手法と 審査・管理・回収のポイント

No.2

系統信用事業の人材育成機関

 農林中金アカデミー
NONGYOCHUGIN AKADEMY

ローン推進講座

テキスト2 営業強化の手法と審査・管理・回収のポイント

目次

第1章	個人ローン（狭義）の営業に強くなる	3
1	マイカーローンの営業に強くなる	4
	1. 自動車は住宅に次ぐ大きな買い物／2. マイカーローンの推進／ 3. ディーラーローンと比較した長所を売る／4. 運転免許取得のニーズ に応える	
2	教育ローンの営業に強くなる	9
	1. 推進には事前のアプローチが大切／2. 費用を数字で訴える／3. 国 の教育ローン	
3	フリーローンの営業に強くなる	17
	1. 資金用途を限定しないローン／2. フリーローンとカードローンの違 いを知る／3. 結婚費用はフリーローンで／4. 旅行費用はフリーローン で	
4	カードローンの営業に強くなる	28
	1. カードローンは重要な商品／2. 大切な獲得後の窓口対応／3. 潜在 的な需要層への販売がポイント／4. 給与振込指定先を狙う／5. 家計を 担う主夫・主婦も絶好のターゲット／6. 住宅ローン利用5年後の顧客を 狙う／7. VIP層への取引推進で波及効果を狙う	
第2章	個人向けローンの審査	41
1	個人向けローンの審査ポイント	42
	1. 審査業務の重要性／2. 定性分析のポイント／3. 定量分析で重要な 返済比率／4. スコアリングの内容と確認資料	
2	住宅ローン審査のチェックポイント	49
	1. 住宅ローンはリスクの少ないローン／2. 申し受ける書類（例）／ 3. 住宅ローン審査のポイント	
3	個人ローン（狭義）審査のチェックポイント	62
	1. 最も重要な本人確認と意思確認／2. 軽視できない資金用途の確認／	

- 3. 債務負担能力と返済能力／4. 事前審査と適否のポイント
- 4 貸出にあたって特別な注意を要する人 73
 - 1. 制限行為能力者制度と取引上の留意点／2. 多重債務者の場合の留意点／3. 外国国籍の人の取扱い／4. 代理人による手続き

第3章 個人向けローンの延滞管理 87

- 1 不良化の兆候と原因 88
 - 1. 個人向けローンの事後管理の重要性／2. 不良化の兆候を見逃すな／3. 個人向けローンの延滞原因
- 2 延滞督促と管理上の留意点 94
 - 1. 延滞督促とその際の注意点／2. 営業店の延滞管理と留意点
- 3 内容証明郵便による督促 102
 - 1. 内容証明郵便の意義／2. 内容証明郵便の書き方／3. 内容証明郵便の出し方／4. 内容証明の効力と限界／5. 民法の改正について

第4章 個人向けローンの回収ポイント 111

- 1 延滞発生時の対応のポイントと対策 112
 - 1. 返済猶予・期間・賦払金の変更は弾力的に／2. 保証機関の保証と団体信用生命共済（保険）の付保
- 2 特殊な債権管理の方法 115
 - 1. 債務者の死亡と相続のとき／2. 債務者の行方不明・失踪したとき／3. 債務否認のとき／4. 自己破産のとき／5. 個人再生のとき／6. 親兄弟・親戚などからの代位弁済・引受け
- 3 会社員の債務者への強制取立 124
 - 1. 仮差押の必要性／2. 給与・賞与の仮差押／3. 仮差押申請と留意点／4. 仮差押の制限

- 巻末資料 【付表1】 土地評価参考資料 131
- 【付表2】 ローン申受書類一覧 132

第1章

第1章

第2章

個人ローン(狭義)
の営業に強くなる

第3章

第4章

1 | マイカーローンの営業に強くなる

マイカーローンの特徴と推進のポイント

Point

- ①個人にとって、マイカーは住宅に次ぐ大きな買い物であり、各金融機関では、傷害保険を付保したりネット申込みによる手続きの簡便化を進めるなどして、推進に力を入れている。
- ②推進対象先を広げるためには、既存顧客に「自動車の有無」や「購入の意思・時期」などを確認して、見込先をピックアップしておくほか、地場のディーラーを開拓し、顧客の紹介を受けられるようにしておくことも有効である。

1. 自動車は住宅に次ぐ大きな買い物

(1) 自動車環境の変化と自動車ローン

経済の高度成長とともに、安定的に増加してきた自動車販売台数も、少子化による人口減少に伴い国内市場が縮小したことに加え、車を持たない人、カーシェアを利用する人、若者のライフスタイルの多様化などにより伸び悩んでいます。日本自動車販売協会連合会の発表によると、乗用車の新車販売台数は減少傾向にあり、特に2022年は新型コロナウイルス感染症や半導体不足の影響等で、約222万台に落ち込みました（図表1-1）。

このような市場の状況に加え、自動車ディーラーの自社金融の対応が増加してきているという事情もあり、金融機関のマイカーローンは伸び悩んでいます。

ただ、個人にとって自動車は住宅に次ぐ大きな買い物であることに変わりはなく、各金融機関もカードローンやフリーローンと同様、マイカーローンを主力商品の1つとして位置づけています。

図表1-1 乗用車の販売・出荷統計

(単位:台)

	乗用車		軽自動車	総合計	2010年 (100)比
	普通	小型	乗用車		
2010年	1,419,909	1,507,693	1,284,599	4,212,201	100.0%
2011年	1,139,910	1,246,126	1,138,734	3,524,770	83.7%
2012年	1,411,700	1,602,951	1,557,662	4,572,313	108.5%
2013年	1,399,407	1,472,704	1,690,073	4,562,184	108.3%
2014年	1,437,589	1,422,883	1,838,991	4,699,463	111.6%
2015年	1,354,541	1,349,944	1,511,314	4,215,799	100.1%
2016年	1,490,126	1,311,275	1,344,912	4,146,313	98.4%
2017年	1,548,214	1,394,796	1,443,304	4,386,314	104.1%
2018年	1,582,828	1,312,626	1,495,635	4,391,089	104.2%
2019年	1,586,342	1,235,544	1,479,126	4,301,012	102.1%
2020年	1,370,755	1,108,077	1,331,064	3,809,896	90.4%
2021年	1,446,655	953,207	1,275,788	3,675,650	87.2%
2022年	1,346,229	877,074	1,224,994	3,448,297	81.8%
2023年	1,758,169	893,228	1,341,330	3,992,727	94.8%

※軽自動車については全国軽自動車協会連合会調べ

※大型特殊車、非牽引車、二輪車、その他の国産車を除く

(出典：社団法人日本自動車販売協会連合会)

(2) 自JA・JFのマイカーローンで顧客に直接アタック

わが国で、初めて金融機関が消費者ローンを開始したのは自動車ローンであり、当初はディーラーとの提携ローンが主流でした。提携ローンの場合は、提携先であるディーラーの斡旋に依存する形であり、金融機関は受身で推進するスタイルとならざるを得ません。

その後、ディーラーでは自社の系列金融会社が発達し、顧客への融資が本格化したため、金融機関は独自の自動車ローンを開発し、現在はこのローン商品が主力になっています。

J A・J Fも含め有力金融機関では、インターネットで申込みを行い、来店しなくても融資の可否が分かるなど、手続きを簡便化して訴求効果を持たせるなどの工夫をしています。

2. マイカーローンの推進

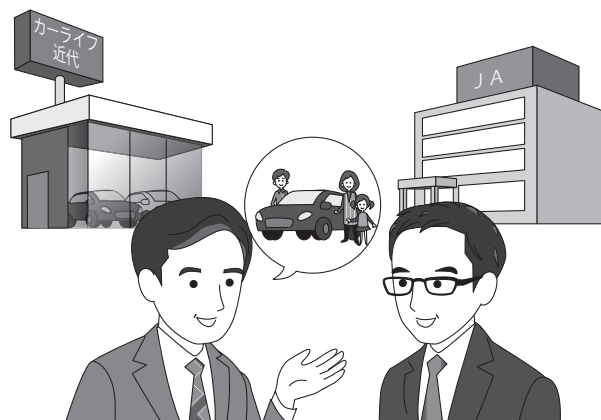
(1) 大切な顧客情報の管理

顧客管理資料を利用して、既存の顧客については自動車所有の有無、あるいは将来の購入意思、購入時期などを把握しておく必要があります。すでに自動車を所有している顧客についても、購入した時期、将来の買換えの意思などを把握しておき、これらの情報に基づいてマイカーローン見込先リストを作成し、タイミングよくセールスを行います。

さらには、日常の渉外活動や職域活動を通じて自動車関係情報の入手に努め、顧客リストを作成して新規先へのローン推進活動を行います。ただし、ローンセールスとセットした家計取引の推進がポイントです。

(2) 地場のディーラーから紹介を受ける

地場にあるディーラーと親しくなり、自J A・J Fのマイカーローンを知ってもらい、顧客の紹介を受けるようにしましょう。ディーラーにとっても、金融機関と親密になることにより、広範な店舗網、渉外担当者からの顧客紹介が期待できるというメリットがあります。



図表1-2 JAバンクのマイカーローンの商品概要（例）

融資対象	<ul style="list-style-type: none"> ・借入時の年齢が満18歳以上であり、最終償還時の年齢が80歳未満の方 ・前年度税込年収が150万円以上の方 ・勤続年数が1年以上の方
資金用途	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車・バイク（ともに中古車両を含む）の購入費用およびその付帯費用 ・修理、車検費用 ・カー用品費用 ・運転免許取得費用 ・車庫建設費用（100万円以内）
融資金額	1,000万円以内
融資期間	6ヵ月以上10年以内
返済方法	元利均等返済（ボーナス併用返済可）
担保	不要
保証	JA所定の保証機関の保証を利用
融資金利	固定金利型

※マイカーローンの利用は、各JA所定の資格・要件を満たす方に限ります。
 ※上記の融資条件例は、各JAによって異なる場合があります。

3. ディーラーローンと比較した長所を売る

マイカーローンをディーラーのローンと比べた場合、顧客が受けるメリットは、一般的に以下の点が挙げられます。

<マイカーローンのメリット>

- ①ディーラーのローンに比べて低金利。
- ②来店不要でネットで手続きが可能（ただし、融資稟議未導入県では本申込時に来店が必要）。
- ③車の所有権は自分で持てる。
- ④運転免許取得資金も借りられる。
- ⑤車を購入する前に資金の目処が立つ。

<ディーラーの提携ローンのメリット>

車が担保となるので、審査が簡単。

4. 運転免許取得のニーズに応える

マイカー購入資金と並んでローンニーズが考えられるものに、運転免許取得費用があります。自動車学校間の競争が激しくなっているため、各学校では運転免許取得教習者を獲得すべく、様々なサービスで顧客集めを行っています。

運転免許取得のための教習費用は、普通免許の場合、30万円程度の費用が必要です。また、実際に免許証を取得するまでには、おおよそ年齢に応じた費用が必要といわれます。例えば、40歳代であれば40万円、50歳代であれば50万円というわけです。教習費用以外にも、教本代・テスト代・受験料・検定料などの費用も必要です。