

コロナ下の背景を踏まえて 住宅業者営業に改めて取り組もう

推進で重要となる業者営業のフロー・関係構築等について解説します。

図表1 住宅ローンを利用する上で
役立った情報源
(住宅金融支援機構・一部抜粋)

	2018年10月	2020年11月
住宅・販売事業者（営業マン、店頭、営業所など）	45.4%	40.4%
インターネット	25.9%	26.4%
金融機関（店頭、相談コーナーなど）	20.0%	17.0%
モデルルーム、住宅展示場	7.0%	6.3%

また、緊急融資で地域金融が肥大化している現状では、法人融資残高は伸びず、営業店の融資残高が減ってきます。それをカバーするのが個人ローンですが、その中でも残高が大きい住宅ローンの推進は、融資残高伸長もしくは維持の営業店施策上、欠かせないもの

図表1において、情報源は「住宅・販売事業者」が最も多く、次

コロナ下でお客様の情報源は変化している

黒木 正人
ファイナンススタイリスト
行政書士事務所 所長

コロナ下において、住宅取得の動きに大きな変化が生まれています。テレワーク等を背景とした移住や住替えでは、環境が良い、郊外の広い一戸建てのニーズが増えています。通勤の利便性が優先されず、一戸建てが選ばれているのは「通風に優れ、感染症対策にも強い」「ワークスペースを作

STEP1

いま担当者が押さえない住宅ローン推進の背景・姿勢と業務フロー&ポイント

ることが可能」などが理由です。また、働き方に合わせ中古物件をリノベーションするリフォーム人気もコロナ下の特徴です。そうした住宅需要に合わせて、2021年度の住宅税制改正では、住宅ローン控除の特例措置の延長、控除が適用される物件の対象の拡大（床面積50㎡→40㎡）がなされ、コロナ下においても住宅ローン市場は維持されています。

また営業店では、コロナ下においても需要があまり変化していない住宅ローンを推進することが求められています。ここ数年は住宅ローン借換えを推進していない金融機関が多いため、いま一度肩代わりの推進を行うことも1つの方策です。

現状における推進の基本姿勢では、新規の住宅ローンはどうすれば推進できるのでしょうか。この点は、住宅機構が定期的に行っている住宅ローン利用者の実態調査がヒントになります。

コロナ前の2018年10月の調査とコロナ下の2020年11月の調査を比較してみました。「住宅ローンを利用する上で役立った情報源の調査」(図表1)を見る

・営業店における住宅ローン推進の意義

また、緊急融資で地域金融が肥大化している現状では、法人融資残高は伸びず、営業店の融資残高が減ってきます。それをカバーするのが個人ローンですが、その中でも残高が大きい住宅ローンの推進は、融資残高伸長もしくは維持の営業店施策上、欠かせないもの

特集

市場・ニーズの変化に対応！ 「住宅ローン」推進と アドバイスのコツ

コロナ以降の業者営業&相談・質問への回答ポイント

コロナ下が2年目に入り、移住や住替えなどのニーズ多様化だけでなく、条件変更の増加も見られるなど、金融機関には改めて推進姿勢や対応法の再確認が求められています。本特集では、案件獲得につなげる業者営業・ニーズ別案件対応のポイント等について解説します。



となります。