

ローン媒介ビジネス 模索する市場④

貸金業者こそ担い手

外部者の顧客紹介

前身では、貸金業登録を受けない「外部者」も「単純な顧客紹介」が可能であることを見た。これをより具体的に見ていこう。

顧客の紹介先は、レンドアである銀行等の金融機関と「媒介を行う貸金業者」とに分かれる。

①銀行への住宅供給業者による顧客紹介

「単純な顧客紹介」は、文字通り、「ローン商品の案内チラシ・パンフレット・契約申込書等を備置し、顧客に手渡し、銀行の連絡先を伝えること」で済む。また単

紙があるから、記入して

成二十六年三月期第二四
半期決算(連結)は、営
業収益一千二百三十九億
三千八百万円(前年同期
比一・二%増)、営業利益
二百十八億九千三百万円
(同二・四%減)、経常利
益三百七十三億二千万円

百万円(同〇・二%減)
だった。
クレディセゾン単体の
業績では、取扱高はカー
ドショッピングが一兆八
千四百二十六億四千三百
万円(同六・七%増)と
好調に推移し、カードキ

五千五百万円(同〇・五
%増)と回復した。
地域活性キャンペーン
や小額市場での利用促
進、プリペイドカード
「ココカラクラブカード」
の発行、スマホ決済サー
ビスCoinyの導入

カード開拓枚数は百七十
七万枚(同九・三%増)、
新規カード発行枚数は百
二十八万枚(同五・〇%
増)、稼働会員数は一千
三百九十六万人(前期末
比三十四万人増)。
営業資産残高は、カー

シングは二千二百四十一
億六千七百万円(同二・
八%減)と残高ベースで
は減少。リース事業は四
百五億五千五百万円(同
一四・三%増)、ファイナ
ンス事業は四百二十五億
三千百万円(同六五・〇

百万円となったが、カー
ドキャッシング収益が一
三・〇%減少し、カード
事業収益は一・八%減の
六百八十二億三千百万
円、これにプロセシング
収益等を加えたクレジッ
トサービス事業収益は一

六%減、利息返還損失引
当金繰入額が八六・六%
減と減少したが、先行投
資を積極化し広告宣伝費
が二九・七%増となるな
どした結果、三・六%増
の七百六十六億四千六
百万円となった。貸倒償却

だが、これは債権の健全
化が進化したことにより
貸倒関連費用が減少した
ことと、不動産市況の回
復により販売用不動産等
が前倒して売却できたこ
とに加え、受取配当金が
増加したため。

置いて。後で持つて行っ
てあげますから・・・」
といった案内の仕方は銀
行への「単純な顧客紹介」
の典型となっている。こ
れでは、精々「提携ロー
ン」で「頭金ゼロ・家賃
よりも安い月々8万円で
家が買える」といったチ
ラシ宣伝にとどまる。

また消費者から見ても、
提携ローンは、どう
しても特定の銀行ローン
の推奨となり、選択肢は
限られるという問題もあ
る。これでは消費者のニ
ーズに合ったサービスが
できないし、それ自体で
は収益を上げられない。
もちろん借換えローンの
媒介は出来ない。

②銀行への「住宅業供
給者の外部者」による顧
客紹介
もちろん住宅の売買・
仲介を「業」としないフ
アインシャルプランナ
ー(FP)や保険代理店
は、住宅・宅建業者のよ
うに、貸金業の適用除外
はうけられないので、
「単純な顧客紹介」にとど
まる。

FPの中には、住宅ロ
ーンの専門家という人も
いて、そのプロを自称す
る人も多い。しかし住宅
供給業者の外部者による
「顧客紹介」は、例え銀行
の住宅ローン商品に熟知
していても、また「住宅
業者と提携している」と
称しても貸金業の適用除
外は受けられない。
したがって顧客への
「提案書」などで、特定の
銀行の名前や住宅ローン
の商品名を挙げて具体的に
な説明を行うことは、「契約
の締結の勧誘や勧

誘を目的とした商品説
明」となるので、提案と
いっても、精々「銀行の
変動金利ローンタイプ」
や「全期間固定金利(買
取型証券化ローンタイ
プ」といった表現にとど
めることが求められる。
住宅供給業者の外部者
が銀行に「単純な顧客紹
介」と言っても、これは、
「ローン商品の案内チラ
シ・パンフレット・契約
申込書等を備置し、顧客
に手渡すこと」ことや、
銀行の連絡先を伝える「取
次」と称して、ローン案
件を集め、「取次者に報
酬を出す事例も見受けら
れる。しかもこれがクレ
ームの原因となること自
然であること」を自
認しつつ、行われてお
り、問題視されている。
他方では、特定のレン
ダーである貸金業者の代
理店となると、当然、他
の銀行や金融機関のロー
ンを扱つことが禁止され

ることが多い。これは、
レンダーの代理店に対す
る業務管理としては当然
とも言える。

しかしこれはまた同時
に、消費者の選択肢をも
制約することになる。

④媒介を行う貸金業者
への顧客の紹介
これまでの検討から、
媒介を行う貸金業者への
顧客紹介においても、住
宅業者とその外部者で
は、業務範囲が異なるこ
もないFPなどから「取
次」と称して、ローン案
件を集め、「取次者に報
酬を出す事例も見受けら
れる。しかもこれがクレ
ームの原因となること自
然であること」を自
認しつつ、行われてお
り、問題視されている。
他方では、特定のレン
ダーである貸金業者の代
理店となると、当然、他
の銀行や金融機関のロー
ンを扱つことが禁止され

ることが多い。これは、
レンダーの代理店に対す
る業務管理としては当然
とも言える。

しかしこれはまた同時
に、消費者の選択肢をも
制約することになる。

改善し、貸倒発生額は三十五億四千二百万円減の百八十八億六千五百万円となった。また、利息返還関連では、取引履歴開示請求及び利息返還請求は七月以降減少傾向にあり開示請求件数は一三・一%減、利息返還請求は三・六%減となった。利息返還損失引当金取崩額は四百九十億八千二百万円(同二四・三%減)となり、利息返還損失引当金残高は一千五百四十三億一千二百万円。また、海外事業はプロミス香港の営業貸付金残高が二百七十一億三千五百円(同五四・〇%増)となり、日以後の弁済方法につき対象債権者の合意を取得する予定としている。

用が増加したことにより、〇・二%増の百八億七千八百万円とほぼ横ばいとなった。海外事業の営業収益は七十九億一千万円、営業利益は十八億六千九百万円となっている。

するが、媒介を行う貸金業者への顧客紹介である。住宅業者もその外部者も、媒介を行う貸金業者に顧客を紹介する時点で、特定の銀行、金融機関の住宅ローンの成約に向けた媒介とはならない。しかし貸金業者に顧客を紹介する以上、媒介があつてもその契約の締結の勧誘や勧誘を目的とした媒介サービスの説明を行うことはできない。貸金業者の「外部者」が媒介者として行なう顧客紹介であつても、「単純な顧客紹介」にとどまる必要があることは、言つてもよい。

(含)書類徴求・内容チェック・書類提出代行、事前準備となる顧客の信用調査(含)指定信用情報機関への照会、銀行等への金利・貸付条件の交渉・意見陳述、およびその周辺業務の取次(含)住宅性能評価書、関連する保険業者・登記業者の取次、契約・融資実行への立会いに至るまでの「ローン」の成立に向けた一切の尽力」行為となる。

は、貸金業法に基づく媒介業者としての資格において、他の業者には不可な業務に全面的に従事することが可能である。

廃業が相次ぎ、「焼け野原」と言われる貸金業界においては、幸いにして8万人を超える貸金業務取扱主任者という制度財産もある。媒介を行なうトータル社を中心とする代理店においては、この主任者設置が義務づけられている。この担い手が、同時に住宅ローンのコンサルティングや媒介業務を行う住宅ローン診断士となり、新しいビジネス基盤を再構築することが期待される。

貸金業者による媒介の独自の意味

こうして媒介業務を行なう貸金業者の独自の存在理由が浮かび上がってくる。

現行法のもとでは、貸金業者が行なう媒介は、住宅供給業者やその関係業者が受ける制約を乗り越えることができ、かつ適法性を確保できるばかりでなく、銀行やモーゲージバンク、あるいはそれらの代理店業務が有する制約を乗り越えて消費者のニーズに応えることのできる独自の業務なのである。何よりも、貸金業者およびその代理店に所属する役員は、顧客のために、コンサルティング業務と媒介業務を正々堂々と行うことができる。

ローン商品の説明を行ないながら、多様な選択肢を顧客に示すことができる。しかも顧客の資金計画やローンの適合性に欠けるのがアメリカやイギリスのモーゲージ・ブローカー(インターメディアリー)である。そして我が国において、これらの業務を適法かつ全面的に、かつ顧客のために遂行できる業者なのである。

以上広範な媒介業務を通じて、顧客に適合的なローンを供給しているのがアメリカやイギリスのモーゲージ・ブローカー(インターメディアリー)である。そして我が国において、これらの業務を適法かつ全面的に、かつ顧客のために遂行できる業者なのである。

授・住宅ローン診断士協会(監事)

①多様な住宅ローンを具体的・中立公正に説明し、行等と交渉

②貸金業法に基づき銀行等の具体的な内容と媒介の具体的な内容とを特定し、銀行等に対するローンの申込み支援

貸金業者やその代理店

(井村進哉・中央大学教授・住宅ローン診断士協会(監事))

<http://www.jt-corp.co.jp/>

J TRUST

ビジネスを成功に導くパートナー それはJトラストです。

私たちはノウハウと実績に裏付けされた、事業再生のプロフェッショナルです。
M&Aをはじめ債権買取など幅広いニーズにお応えします。

Jトラスト 検索

Jトラスト株式会社
東証一部上場(証券コード:8508)

各種お問い合わせ:
経営戦略部 03-4330-9105(担当: 取締役 三吉 恩田(オンタ))

健全な未来をめざす

CFJは常にお客さまが安心して消費者信用サービス、消費者擁護活動に取り組んでおられる一環として、弊社のお客さまのみならず、金銭に関する知識向上のための支援サイトを2009年10月より開設しました。今後も、多重債務問題の解決をはじめ、貸金市場の健全な発展に貢献してまいります。

ディック dicf.jp ファイナンシャル・ソリューション

CFJ合同会社 本社 東京都中央区晴海一丁目8番10号トリトンズビル
登録番号/関東財務局長(6)第01265号