

「モーゲージプランナー」が

日本に誕生する意味

井村 進哉 (中央大学経済学部教授)

米国経済は住宅ローン破綻を機に経済が大混乱しているが、「モーゲージプランナー」と呼ばれる住宅ローン斡旋の専門家が日本にも誕生する。



「われわれの家を守れ!」と書いたプラカードを持ち、ニューヨークの街頭でサブプライム問題の解決を訴える人々

米 国の住宅ローン残高10兆ドルのうち15%を占めるサブプライムローン(信用度の低い借り手向け住宅ローン)の焦点は、このローンが債務担

保証券(CDO)などの証券化商品に転換されて欧州や日本でも販売されたため、またたくまに国際的な金融経済問題となった。わが国でも、銀行、証券、保険、地域金融機関など

の今期決算でのサブプライム関連損失見込み額が6000億円に達し、また米国の消費減退やドル下落による輸出関連産業への負の影響が指摘されている。

米国において、この種のローンを消費者に直接斡旋したのは、住宅ローン市場の7割近くを押えている住宅ローン仲介業者、すなわちモーゲージブローカーである。彼らは全国モーゲージブローカー協会(NAMB)を組織し、ローンの出束手である金融機関から独立して、消費者の立場に立った仲介を専門職として行うことを標榜している。

筆者は、日本での専門的な住宅ローン仲介者の育成を目指して発足した日本モーゲージプランナーズ協会の創設者の1人として、2007年11月に米ラスベガスでNAMBとの相互協力協定の締結に臨み、サブプライム問題の実情や彼らの考え方について知る機会を得た。

彼らがいなければ問題はさらに深刻化した

それによれば、NAMBは、常に顧客の立場に立つてライフプランや返済負担能力を十分に考慮したローンコンサルティングを提唱してきた。だが、2万7000を超える協会のすべてが、バブル経済とサブプライムローンの危険性について熟

知していたとはいえない。借り手のニーズや手数料の高さに惹かれて、金利変動リスクが高く、一定期間後に返済額が大幅に上昇するこの種のローンを安易に斡旋したブローカーも少なくないという。

モーゲージプランナーとは

日本で誕生した住宅ローン斡旋の専門家。かつて住宅ローンの中心だった住宅金融公庫の2007年3月の組織再編に伴う公的住宅ローン消滅の前に、筆者が民間ローン斡旋の専門家の必要性を提唱。独立系ファイナンシャルプランナーらが中心となって06年7月、中央大学産学共同研究開発機関に日本モーゲージプランナーズ協会を設立した。08年2月に資格（民間資格）認定試験を始め、100人を超える有資格者を輩出する見込み。

ージバンクや銀行に転売することもある。

米国では、貸付真実情報開示法や不動産決済手続法、住宅モーゲージ情報開示法などの消費者保護立法により、住宅ローンの供給に際して、金利、返済計画、繰返済額をはじめ、書類準備費用、鑑定費用などの関連費用など、すべてを消費者に開示する義務が課されている。それが、販売奨励金や紹介料の禁止と合わせ、モーゲージブローカーの業態としての自立を促進した。

このように、金融機関から独立して住宅ローンを斡旋する業態は、英国においてもモーゲージ・インターメディアリーと呼ばれる、90年代以降、急成長を遂げている。これらの動きは、金融の自由化、証券化のもとで金融商品の専門化と標準化が進む今日において、後戻りできない潮流となっており、日本のモーゲージプラ

ンナーもそうしたなかで誕生したのである。

米国の住宅市場は、IT（情報技術）の発達により景気循環が消滅するという「ニューエコノミー」論がもてはやされた90年代に拡大を開始。ITバブルは00年代初頭に崩壊したが、それに伴う金融緩和政策的もとでローンの借り換えが急増し、それが住宅ブームをさらに促進するという形でバブルが形成された。

借り替えの際のローン残高などの差額を借り手に現金で返還する、いわゆる「キャッシュバック」方式が導入され、その現金を住宅資産の維持のための補修や、住宅設備の追加購入に充てる動きが表れたことも、ブームを加速した。

金融緩和は、住宅ローン市場を急激に肥大化させ、住宅関連需要を喚起し、経済の住宅依存度を高めたのである。そして、住宅価格の値上がりを期待する投機意識が強まり、それを一層助長する住宅ローン商品が登場した。

その典型例は、返済の初期段階において金利を割り引いたり、元本の返済を猶予して利子のみを支払うローンである。規則的な割賦返済ではなく、借り手が当初に返済額を決めておくことができるローンも登場した。自営業者向けに、所得証明などの書類が不完備でも、割増金利付き

で借りられるローンも導入された。

こうした「借りやすい」ローンに惹かれ、信用度の低い低所得層が借りたものが、サブプライムローンと呼ばれた。04年下半年期には新規ローンの32%をサブプライムが占めた。また、ローン全体に占める変動金利型ローンは46%に達したが、このうち半分は最低3年の固定金利期間を含む混合型であった（モーゲージバンクケース協会調べ）。

この種のローンは、返済の負担を抑えながら、住宅の値上がりを待つて転売する投機活動を前提としており、連邦住宅庁（FHA）によるローン保証基準やフアンイーメイ（連邦住宅抵当公社）などの買い取り基準を満たさない。いうまでもなく、こうした政府プログラムは基本的にサブプライムローンを扱っていない。

こうしたローンは、政府系ではなく民間のモーゲージ担保証券に組み込まれ、それらがさらにCDOなどに組み替えられて、国際的に販売されていったのである。

このようなバブルとそれを促進した住宅ローン商品は、住宅価格の上昇が止まるや否や、早晚破綻するのは必定であった。モーゲージブローカーたちは、そうした流れを十分に抑制することはできなかったが、そのなかで消費者側に立って懸命に働き、被害を小さくしたブローカー

が多くいたことも事実であった。

「消費者＝情報弱者」の状況は日本も同じ

日本で誕生したモーゲージプランナーは、住宅ローンに関する助言のみで契約締結にはかわらない既存の住宅ローンアドバイザーとは異なり、米国のモーゲージブローカーのように積極的にローンを斡旋し、契約にかかわっていくものである。

彼らはウェブサイトなどで手数料を明示し、消費者と直結。消費者の立場に立った中立公正な住宅ローンの斡旋を、法令を遵守して行う取り組みをすでに本格化しつつある。

日本では、長く続いた超低金利時代に3年固定金利ローンが大量供給され、固定期間終了後もなお低金利が続いている状況で、ローン破産は少ない。80年代のバブルとその崩壊の記憶もすでに遠い。

しかし、それだけに住宅ローンが借り手にとっても貸し手にとってもリスクのある商品であるということについて、人々の認識が希薄であるともいえる。消費者が情報弱者のまま放置されている点は、日米共通の問題点といえよう。

日本版モーゲージブローカー＝プランナーの本格始動は、この市場で消費者主権を確立するうえで、決定的な役割を果たすであろう。

