

銀行カードローンに関する 全銀協の取組みについて

平成30年6月8日

辻 松雄

一般社団法人全国銀行協会 理事

〈目次〉

1. 前回会合(平成29年12月5日)以降の全銀協の取組み
 - (1) 銀行カードローン残高の推移
 - (2) 会員向けアンケート調査(第3回)の実施
 - (3) カードローン専用相談窓口における相談等受付状況
 - (4) 消費者意識調査の実施
 - (5) 金融経済教育に関する取組み
 - (6) 銀行カードローンに関する多重債務防止啓発活動
 - (7) 消費者信用関係団体共同キャンペーン
2. 会員向けアンケート調査(第3回)の調査結果
3. 今後の全銀協の取組み等

Appendix 「申し合わせ」以降の全銀協の主な取組み
「銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」

1. 前回会合(平成29年12月5日)以降の全銀協の取組み

1-(1) 銀行カードローン残高の推移

- 当協会が月次で公表している「全国銀行預金・貸出金速報」にあわせて、平成29年10月からカードローン残高の公表を開始。
- 全国銀行116行が対象（預貸金速報の対象行）。これまでに平成29年4月～平成30年3月分を公表。
- 平成30年3月末の残高（確報値）は「4兆4,361億円」、平成29年4月末比2.9%増加。

【図表1 業態別残高推移（単位＝金額：億円、比率：%）】

	29年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	30年1月	2月	3月	29年4月比	前月比
都市銀行等(11行)	24,016	24,261	24,159	24,130	24,237	24,426	24,481	24,624	24,279	24,351	24,414	24,475	1.9%	0.2%
地方銀行(64行)	15,374	15,712	15,589	15,639	15,729	15,956	16,043	16,252	15,857	16,023	16,088	16,122	4.9%	0.2%
地方銀行Ⅱ(41行)	3,737	3,785	3,752	3,752	3,762	3,795	3,799	3,818	3,735	3,757	3,753	3,764	0.7%	0.3%
全国銀行(116行)	43,128	43,759	43,501	43,523	43,730	44,178	44,324	44,695	43,872	44,132	44,256	44,361	2.9%	0.2%

※全国銀行：都市銀行5行（みずほ・三菱東京UFJ（現・三菱UFJ）・三井住友・りそな・埼玉りそな）、地方銀行64行、地方銀行Ⅱ（第二地方銀行協会加盟の地方銀行）41行、信託銀行4行（三菱UFJ信託・みずほ信託・三井住友信託・野村信託）、新生銀行、あおぞら銀行の116行

1-(2) 会員向けアンケート調査(第3回)の実施

- 平成29年10月に実施した第2回アンケート以降の会員における取組み状況等をフォローするべく、第3回アンケート調査を実施(5月)。※ アンケートの調査結果は、10頁以降に掲載。
- 前回の設問に加え、関係方面からの指摘等(スマートフォン向け専用広告等の実施状況等)に関する設問を追加。
- 調査結果は、第1回・第2回同様、概要を公表するとともに、会員の参考となるような事例も含めて共有予定。適正なカードローン業務運営に向けた取組みを継続。

【図表2 アンケート調査(第3回)の概要】(実施期間:5/11~5/24)

申し合わせ項目／関係方面からの指摘等	主な設問項目
1. 配慮に欠けた広告・宣伝の抑制	➤ 過剰な借入とならないための配慮に欠けた表示等の抑制 ✓「総量規制対象外」、「年収証明書不要」等を表示した広告等の見直し状況 ✓アフィリエイト広告、スマートフォン向け専用広告等の実施状況
2. 健全な消費者金融市場の形成に向けた審査態勢等の整備	➤ 「年収証明書の取得基準」、「借入極度設定における年収債務比率の算出方法」に関する「申し合わせ」以降の見直し状況
	➤ 「自行で保有する顧客情報を活用した審査」、「保証会社に依存しないかたちの銀行による審査」の実施状況
	➤ 自行カードローン業務の代弁率や応諾率の把握状況 ➤ 信用保証会社とのコミュニケーションの実施状況
	➤ 貸付実施後の関係機関(信用保証会社・信用情報機関等)との連携
3. 業績評価	➤ 「銀行としての計画(KPI)設定」、「営業店評価および個人評価の実施」の有無

1-(3) カードローン専用相談窓口における相談等受付状況

- 多重債務抑制の観点から、当協会内に、カードローンに関する相談・苦情等を受け付ける専用相談窓口を設置（平成29年10月19日から受付開始）。
- 専用相談窓口においては、消費生活相談員などの資格を保有する相談員や、専門のカウンセラーが返済方法のアドバイス等に対応。

〔専用相談窓口〕TEL: 050-3385-6098（月～金 9:00～17:00）

- 平成30年5月末までの相談等件数は「50件」（平成29年度は41件）。

【図表3 カードローン専用相談窓口 相談等受付状況（10/19～5/31）】

返済困難	貸付自粛	情報開示	その他	合計
17件	5件	4件	24件	50件

※上記カテゴリは、本資料において相談受付内容を説明するために分類したもの。

【図表4 カードローン専用相談窓口 主な相談・カウンセリング事例】

カテゴリー	内容等
返済困難	➤ 銀行、クレジットカード会社、勤務先から借入をしている。債務整理をせずに、月々の返済額を引き下げることができないか。
貸付自粛	➤ 息子の多額の借入を完済した。これ以上息子が借入できないよう制限をかけることはできないか。

1-(4) 消費者意識調査の実施

- 銀行カードローンの利用実態等に関する一般消費者を対象にした意識調査（「銀行カードローンに関する消費者意識調査」）を平成29年12月に実施（銀行カードローンおよび貸金業者等のローン利用者等を対象）。
- 結果は、平成30年1月に当協会ウェブサイトにおいて公表するとともに、会員が今後の取組み等に活用できるよう共有。

【図表5 銀行カードローンに関する消費者意識調査結果 概要】

	主な結果の概要
利用に当たっての情報源・利用した理由	➤ 借入先を選択する際の情報源は、「テレビ（CM・番組）」が最上位。そのほか、「金融機関のウェブサイト」、「バナー広告」、「検索エンジン」など、主にウェブサイトから情報を取得。 ➤ 銀行カードローンを利用した理由は、「銀行だから安心であると感じたため」、「消費者金融等に比べ借入金利が低いと感じたため」、「店舗やATMが多く、借入や返済が便利であるため」が上位。
利用状況・資金使途等	➤ 銀行カードローン利用者の平均年収（個人）は、「約510万円」（貸金業者等の利用者と比較して高い傾向）。 ➤ 銀行カードローンのみ利用者で、「年収の3分の1以上」の借入がある者は約20%。 ➤ 銀行カードローン利用者の資金使途は、「日常の生活費」が多数である一方、「教育・教養・養育費」、「住宅ローンの返済」の割合が高い（貸金業等利用者は「レジャー・趣味・娯楽」の割合が比較的高い）。
満足度等	➤ 銀行カードローン利用者の総合満足度は、「満足（やや満足含む）」が約63%、「どちらともいえない」は約30%。 ➤ 銀行カードローン利用者が銀行に対して最も望むことは、「資金が必要な時にスムーズに融資してくれること」。一方、借入未経験者は、「安心して相談できる体制が整っていること」が最も多い。

1-(5) 金融経済教育に関する取組み

- 当協会において実施している金融経済教育の学生向け教材を見直し、将来的に銀行カードローンの利用が想定される若年層に対し、借入やローンに関する啓発活動を強化。
- 平成30年度もこうした教材の活用を含め、啓発活動を継続。

【図表6 学生向け金融経済教育教材の改訂内容】

対象層	内 容
中学生	➤ 学校の授業で利用が可能な教育教材「知ろう！学ぼう！お金の使い方」の内容を全面的に改訂し、「はじめてのお金の時間」としてリリース（平成29年12月） ➤ 授業プログラムを見直し、ローンに関する具体的な利用場面を想定したディスカッションを通じて、注意点や適切な利用方法を学ぶ構成に変更
高校生	➤ アクティブラーニング型教材に「ローン編」を新規作成（平成30年3月） ➤ 貯蓄と借入、生活設計における借入等についての講義パートと、ローンの使い方についての問題点、ローンの必要性、計画性、選択条件について考えながら学ぶことができるアクティブラーニングパートで構成
大学生 社会人	➤ 当協会の講師派遣の取組みである「どこでも出張講座」において、カードローン利用に当たっての注意点に関するコンテンツを追加し、講義において活用

〔高校生向け教材〕



1-(6) 銀行カードローンに関する多重債務防止啓発活動

- 平成29年度は、銀行カードローンに特化した啓発活動を実施（当協会ウェブサイトへの特設ページ設置、ATMに貼付可能な注意喚起ステッカー等の作製）。
- 平成30年度も同取組みを継続。会員へ広報素材を提供するほか、成年年齢引下げに係る動向等も踏まえ、多重債務防止・若年層の金融リテラシーの向上を目的として、幅広い若年層がスマートフォンを通じて利用しているSNS（LINE、Twitter、Facebook/Instagram）において啓発広告を配信予定。また、一般消費者に対して広く注意喚起を行うため、ニュースサイトにも啓発広告を掲載予定。

〔掲載予定SNS〕



〔 LINE



Twitter 〕



〔 Facebook/Instagram 〕



【図表7 銀行カードローンに関する多重債務防止啓発活動（平成30年度）（予定）】

	内 容
会員への広報素材（データ）の提供	➤ 会員の多重債務防止啓発活動を支援するため、会員各行のウェブサイトやスマートフォンアプリ等に掲出可能な広報素材（銀行カードローンに特化した注意喚起動画・画像等のデータ）を作成・提供予定（6月～7月中）。
SNS・ニュースサイトへの啓発広告の掲載	➤ 若年層の金融リテラシー向上（多重債務防止を含む）等を目的として、SNS（LINE、Twitter、Facebook/Instagram）において啓発広告を配信するほか、一般消費者に対して広く注意喚起（過剰な借入の防止の呼びかけ）を行うため、ニュースサイトに啓発広告を掲載予定（7月以降順次）。

1-(7) 消費者信用関係団体共同キャンペーン

- 日本クレジット協会、日本クレジットカード協会 日本貸金業協会および全国銀行協会の消費者信用関係4団体による、消費者にクレジットカードや消費者ローンを正しく利用していただくための啓発・広報活動。
- 毎年11月に「消費者信用関係団体共同キャンペーン」を実施。平成30年度も11月に各団体と連携して引き続き実施する予定。

〔電車内ステッカー〕
イメージ



【図表8 共同キャンペーン(平成30年度)の詳細(予定)】

	内 容
電車内ステッカー	➤ 東京・大阪・名古屋・札幌・福岡・仙台・広島の主要鉄道路線において、電車内ステッカー広告を実施予定(平成30年11月中。約12,000枚(昨年度比6,500枚増))
ポスター	➤ 全国の銀行のCD・ATMコーナー、ローン相談窓口等への掲出やデジタルサイネージに活用できるよう、多重債務防止啓発ポスターを作成(消費生活センター等のほか、信用金庫、信用組合、農業協同組合にも同じ図柄のポスターを提供(平成30年11月～平成31年3月))

2. 会員向けアンケート調査(第3回)の調査結果

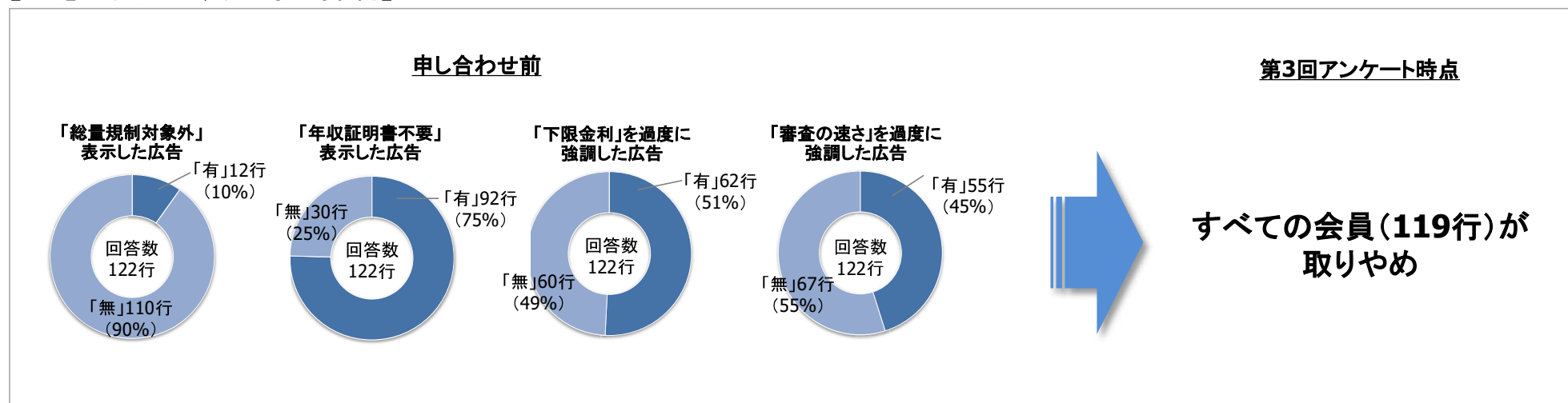
【調査概要】

調 査 期 間	➤ 平成30年5月11日(金)～5月24日(木)
調 査 対 象	➤ 正会員(119行)・準会員(72行) 計191行
調 査 目 的	➤ 会員のカードローン業務に係る第2回調査以降の取組み状況のフォローおよび把握
注 釈	➤ 本調査の回答は任意としているが、調査対象の全会員が回答。カードローン業務の取扱いがある会員は「121行」(このうち、カードローンの新規募集を停止している会員は「2行」(第2回アンケート調査時点は「3行」)(取扱いがない会員は「70行」)) ➤ 本調査結果における「<u>申し合わせ前</u>」とは、全銀協理事会において決定した「銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ」より前の状況(＝「<u>平成29年3月15日以前</u>」) ➤ 「<u>第2回アンケート時点</u>」とは、第2回アンケート調査の調査時点「<u>平成29年10月2日現在</u>」の状況 ➤ 「<u>第3回アンケート時点</u>」とは、第3回アンケート調査の調査時点「<u>平成30年5月10日現在</u>」の状況

2-(1)① アンケート結果(広告・宣伝)

- 『総量規制対象外』や『年収証明書不要』を表示した広告、『下限金利』、『審査の早さ』を過度に強調した広告は、すべての会員が取りやめ。

【配慮に欠けた表示等の抑制】



【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 「収入証明書不要」の表示、「下限金利」を強調した表示、「審査の速さ」を強調した表示を見直し。また、注意喚起の文言を表示。
- 申し合わせに沿って、収入証明書不要等の広告・宣伝における表示を見直し。
- ポスター、チラシ、DM、ATM画面の広告に記載していた「口座不要」、「来店不要」、「収入証明書不要(お借入限度額300万円まで)」の文言を削除。

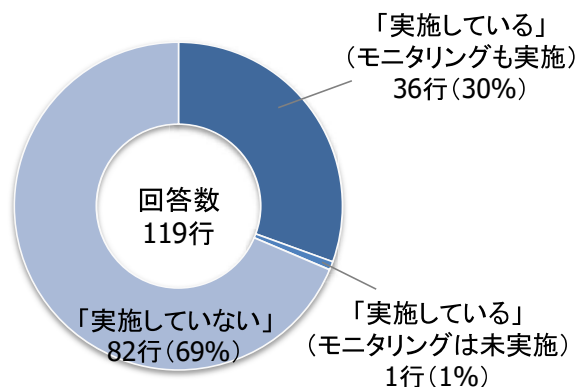
2-(1)② アンケート結果(広告・宣伝)

- 『アフィリエイト広告』および『スマートフォン専用広告』を実施する会員は、いずれも約3割。ほぼすべての会員がモニタリングを実施(モニタリングを実施していない会員も実施に向け検討中)。

【配慮に欠けた表示等の抑制】

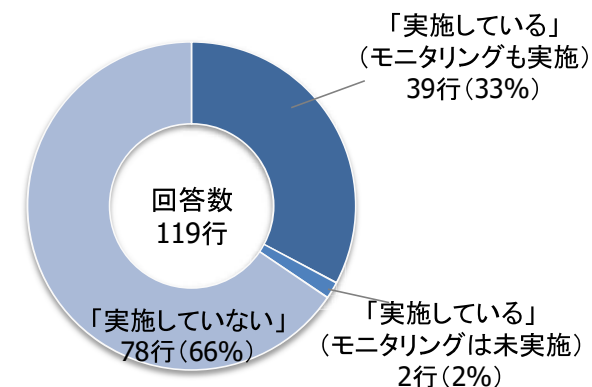
《アフィリエイト広告》

第3回アンケート時点



《スマートフォン専用広告》

第3回アンケート時点



【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 広告記載文言のルールが遵守されているかを確認するため、広告先のパトロールを実施。〔アフィリエイト関係〕
- 広告に「ご利用は計画的に」等といった過剰な借入抑制のための注意喚起文言の記載があることを確認。〔アフィリエイト関係〕
- アフィリエイト広告と同様に、広告先のパトロールを実施。〔スマートフォン専用広告関係〕
- 自行のスマートフォン専用アプリ利用者へのプッシュ通知広告の配信対象を年齢等からコントロール。〔スマートフォン専用広告関係〕

2-(1)② アンケート結果(広告・宣伝)

➤ TVCMを放映している会員のうち、ほぼすべての会員が貸金業の自主規制における基準内。

※「貸金業の業務運営に関する自主規制基本規則」上の『放送時間帯、総量及び放映番組に関する留意事項』の基準(放送量: 月間100本以内(15秒=1本換算)、原則として放送しない時間帯: 07:00-09:00、17:00-22:00)

【配慮に欠けた表示等の抑制】



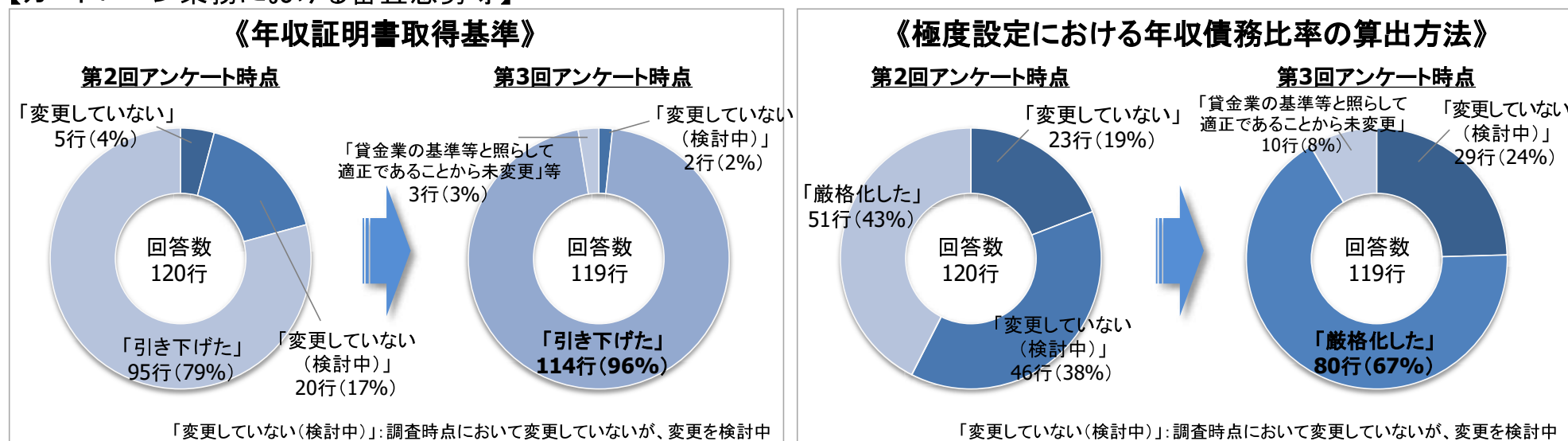
【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- TVCMの内容を適切な表現となるようリニューアルを実施。
- 平成29年8月から、計画的な借入を促す内容のテレビCMを放映。

2-(2)① アンケート結果(審査態勢)

- 借入審査に関する「年収証明書取得基準」は、ほぼすべての会員が見直し。
- 「極度設定における年収債務比率の算出方法」も、多くの会員が見直しており、一部の会員で引き続き厳格化する方向で検討を継続中。

【カードローン業務における審査態勢等】



【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

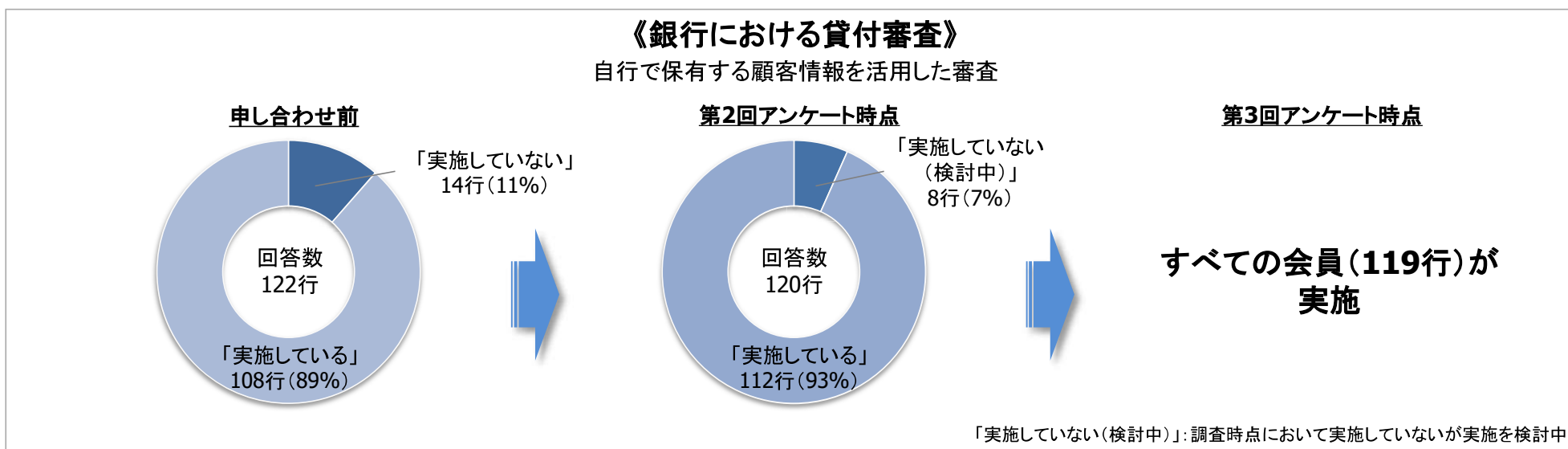
- 多重債務抑制の観点から、貸金業法に準じて借入極度額が50万円を超える場合は、年収確認資料を徴求。
- 申込みを受けた際は一律に年収証明書の提出を徴求。未提出の場合は50万円を上限に審査。
- 自行極度額、他行カードローン残高に加え、貸金業者残高を勘案して、年収に対する負債比率の上限を設定。

2-(2)② アンケート結果(審査態勢)

➤ 「自行で保有する顧客情報を活用した審査※」は、すべての会員が実施。

※ 銀行が保有する取引情報や属性情報等を行内で貸付審査に活用したり、信用保証会社と共有したうえで活用すること(取り扱う情報の種類は各行判断)。

【カードローン業務における審査態勢等】



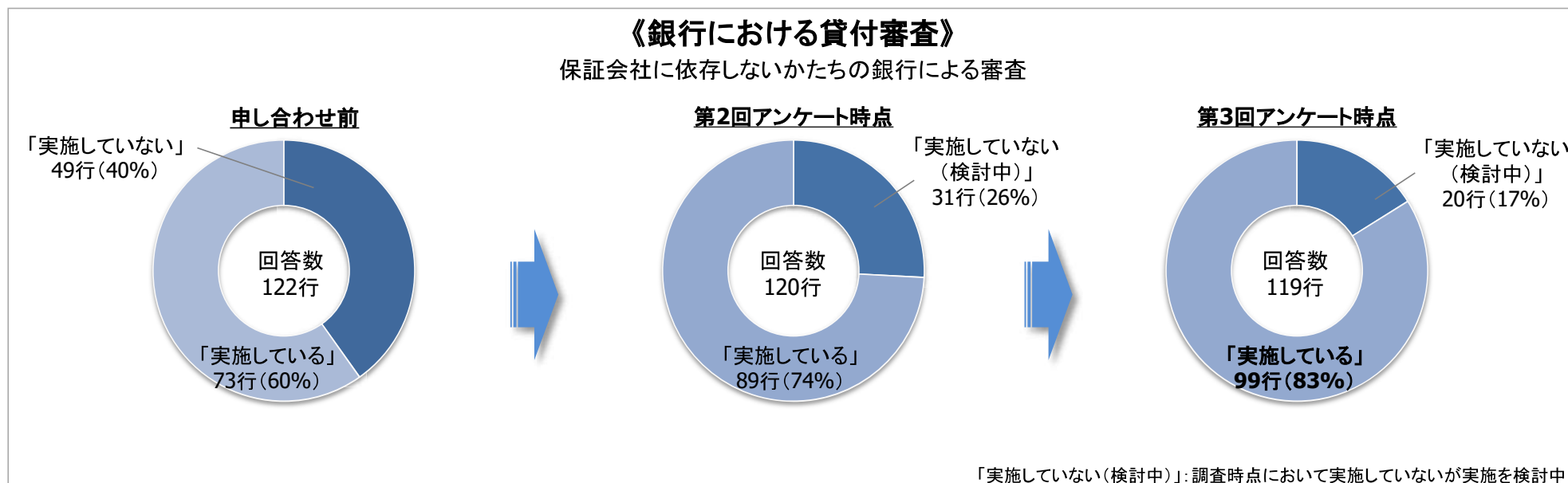
【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 個人信用情報、銀行取引の状況、申込者申告内容からリスク評価を行うスコアリングモデルにもとづき審査を実施。
- 銀行取引にもとづく独自の評価を審査に活用。審査基準は銀行・保証会社が連携して策定。

2-(2)③ アンケート結果(審査態勢)

- 「保証会社に依存しないかたちの銀行による審査」は、実施している会員が8割強まで増加。実施していない会員も引き続き実施に向けて検討中。

【カードローン業務における審査態勢等】



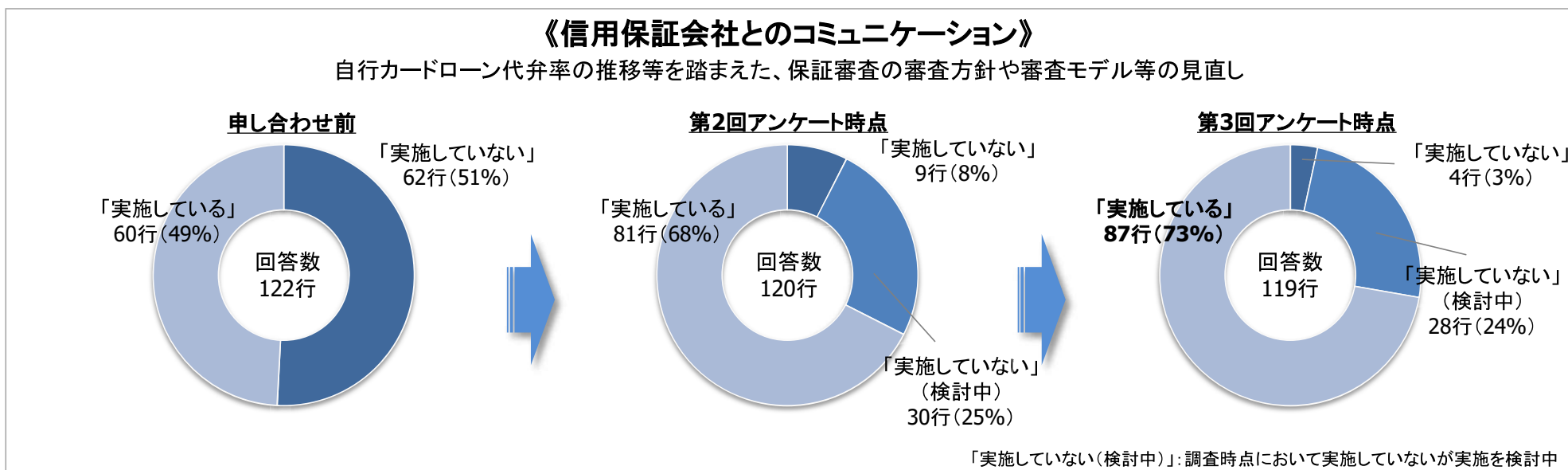
【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 平成29年11月から日本信用情報機構(JICC)の信用情報の取得を開始し、全国銀行個人信用情報センター(個信センター)およびJICCの情報を活用した審査を実施。
- 従来は外部保証会社に依頼していた途上審査を銀行で行う体制に変更予定。

2-(2)④ アンケート結果(審査態勢)(関係機関との連携)

- 「自行カードローン代弁率の推移等を踏まえた、保証審査の審査方針や審査モデル等の見直し」は、約7割の会員が実施しており、引き続き約2割が実施を検討中。
- なお、「自行カードローン業務の代弁率や応諾率の定期的な把握」は、すべての会員が実施。

【カードローン業務における審査態勢等】



【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 3か月毎の保証会社との定例会において、年収比率の分布状況や代弁率をモニタリングし、代弁率・延滞率等に変動が見られた場合は、保証審査の審査方針の見直しを協議することとしている。
- 現在、過去の代弁先の分析中であり、今後分析結果をもって入口審査の改善等に活用予定。

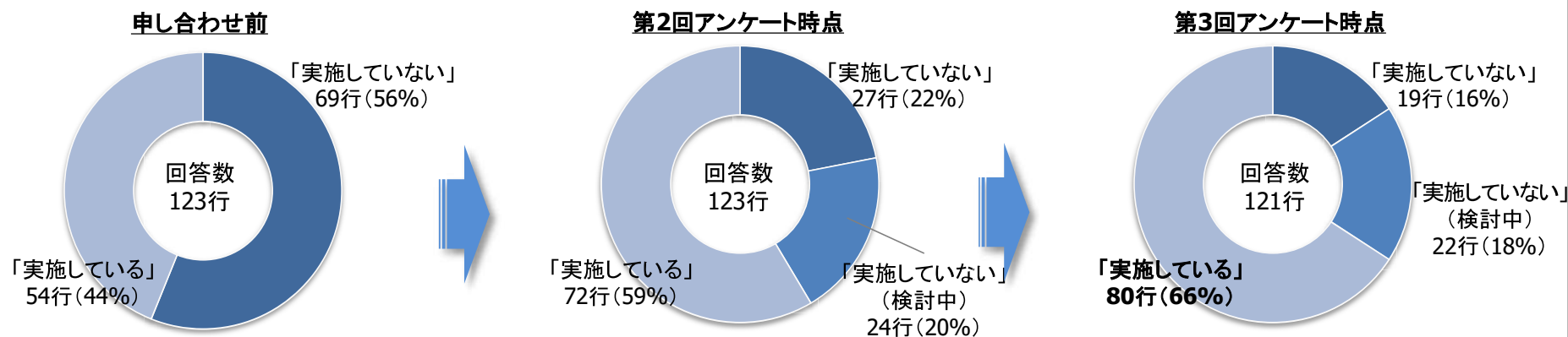
2-(2)⑤ アンケート結果(審査態勢)(関係機関との連携)

- 「貸付実施後の定期的な信用情報機関からの情報取得」は、「実施している」とした会員が6割強まで進捗。約2割の会員においても引き続き対応を検討中。ただし、「実施していない」とした会員が約1割強。

【カードローン業務における審査態勢等】

《信用情報機関からの貸付実施後の情報取得》

貸付実施後の定期的な信用情報機関からの情報取得を通じたお客さまの状況、信用情報のフォロー



「実施していない(検討中)」: 調査時点において行っていないが対応を検討中

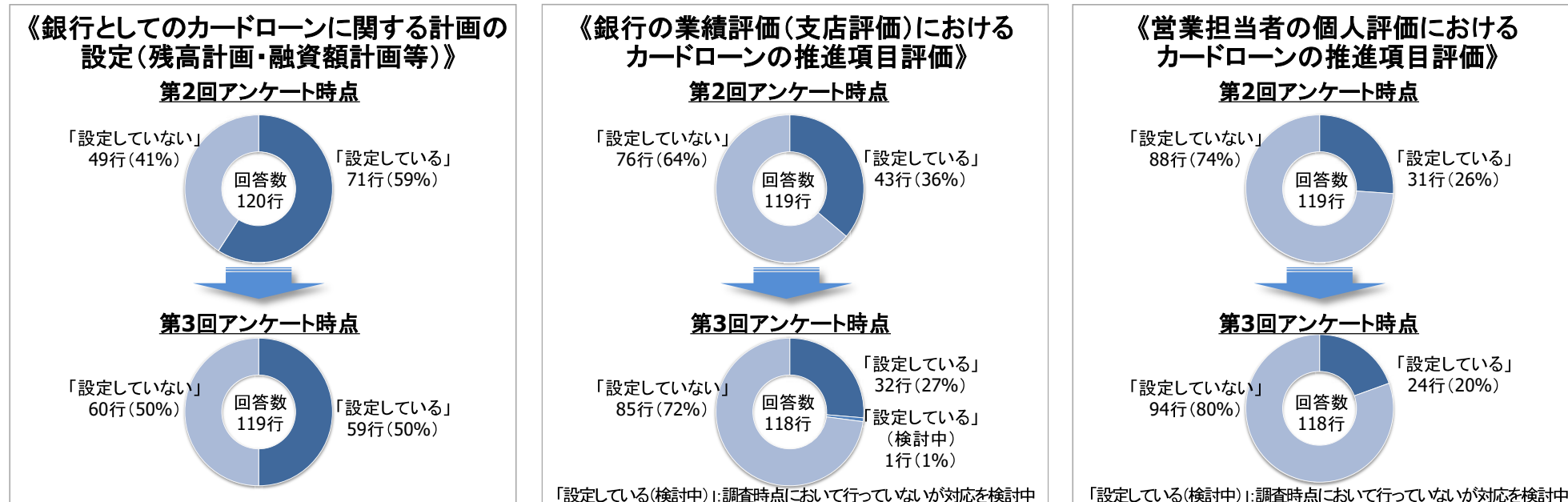
【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- 信用保証会社を経由して信用情報機関から情報を取得し、信用情報に問題等があれば契約更新停止または顧客に状況を確認し、更新判断を行う仕組みを導入済み。
- 平成30年秋以降に、信用情報機関からの定期的な情報取得を開始予定。
- 契約途上での銀行による個人信用情報の取得を可能とするシステムを開発中。

2-(3) アンケート結果(業績評価)

- 銀行としてのマクロ計画(残高計画・融資額計画等)を設定している会員は5割に減少。
- 業績評価は、支店評価項目としている会員が2割強、個人評価項目としている会員が約2割に減少。

【カードローン業務における業績評価等】



【取組み事例】(アンケート調査の記述回答から抜粋)

- カードローンの過度な営業等に繋がらないよう、お客さまの資金ニーズに対し、証書貸付ローンやカードローンの商品性を考慮したうえで、的確な商品を提供するため、消費者ローン全体での目標を設定。
- 「新規契約者数」を業績評価項目として設定していたが、取りやめ。

2-(4) 会員における取組み事例

➤ 会員においては引き続き以下のような取組み等を実施。

【その他の取組み事例】

申し合わせ等の項目	主な取組み事例
1. 配慮に欠けた広告・宣伝の抑制	■ 貸金業の自主規制を準用し、TVCMの放送量を月間100本以内に制限し、放映時間帯・番組も同規制を踏まえたかたちに変更（そのほか、TVCM自体を取りやめ） ■ アフィリエイト広告のサイトパトロール頻度を月次から隔週に見直し ■ 自行ウェブサイトに掲載している「商品説明書」や「申込ボタン」近くの目立つ場所に、「お借入の際は契約内容をご確認いただき、計画的にご利用ください」との注意喚起文言を追記
2. 健全な消費者金融市場の形成に向けた審査態勢等の整備	■ 保証会社において代弁案件を分析し、審査モデルに反映。銀行は、銀行取引やメールの到着可否等と代弁率の関係を分析し、特に代弁率が高いセグメントがないかを確認したうえで、審査モデルへの反映を検討する態勢を構築 ■ 途上与信として、銀行において対象基準を設定し、電話等でのコンタクトを通じお客さまの状況把握を試行的に実施
3. その他の取組み	■ 各種ローンに関する相談窓口（フリーダイヤル）を設置しており、その中でカードローンの返済に関する問合せや相談、カウンセリングに対応 ■ 必要に応じて、消費者生活センター、法テラス等、都道府県や市区町村に設置されている相談窓口を案内

3. 今後の全銀協の取組み等

3. 今後の全銀協の取組み等

- 当協会においては、健全な消費者金融市場の形成に向け、引き続き、環境認識の共有や適時適切な情報発信など、必要な取組み等の実施を継続。

【今後の全銀協の取組み(予定)】

カテゴリ	内容	時期(予定)
会員間の 環境認識の共有	➤ 当協会の関係会合等における銀行カードローンを取り巻く環境の共有 ・平成29年10月から公表を開始した全国銀行ベースのカードローン残高の推移、日銀統計、司法統計の自己破産件数等の定期的なフォロー ・専用相談窓口に寄せられた相談等事例の還元(月次)	都度実施
会員への適時 適切な情報発信	➤ カードローンに関する各方面・関係者からの指摘等を踏まえた、会員がカードローン業務を行うに当たって留意すべき事項等の周知	
会員の取組みの フォロー	➤ 第3回アンケート調査以降の会員の取組みに関する更なるフォローアップの検討(消費者意識調査の継続的な実施等)	—
消費者向け啓発 活動	➤ 多重債務防止に係る消費者向け啓発活動の継続(SNS・ニュースサイトへの啓発広告の掲載(7月以降順次)、共同キャンペーン(11月～3月)等)	適宜実施
貸付自粛制度の 導入	➤ 平成29年12月に決定した基本方針を踏まえ、平成31年3月までに制度開始予定	平成30年度中

Appendix

「申し合わせ」以降の全銀協の主な取組み

- 平成29年3月の「申し合わせ」公表以降、当協会においては、会員における銀行カードローンの適切な業務運営の実現に向けた取組みを下表のとおり実施。
- このほか、役員会や関係会合において、カードローンに関する指摘事項や市場動向等を共有・フォローするなど、対応を継続中。

【「申し合わせ」以降の主な取組み一覧】

	内 容
平成29年4月	➤ 「申し合わせの実施に向け考慮すべき事項」の取りまとめおよび会員向け周知
平成29年5月	➤ 「カードローンアンケート(第1回)」を実施(全会員190行対象)(5/11～) ➤ 消費者向け多重債務防止啓発活動(ATMステッカー、リーフレット、Webサイト更新)
平成29年6月	➤ 「多重債務者懇談会(第9回)」において全銀協の取組みについて説明 ➤ 「カードローンアンケート(第1回)」結果の概要の公表および詳細内容の会員宛還元
平成29年8月	➤ 関係団体等との意見交換および全銀協の取組みに関する説明 ・消費者委員会、全国青年司法書士協議会、日本司法書士会連合会
平成29年10月	➤ 「カードローンアンケート(第2回)」を実施(全会員190行対象)(10/3～) ➤ カードローン残高の公表開始 ➤ カードローンに関する専用相談窓口の設置
平成29年11月	➤ 「カードローンアンケート(第2回)」結果の概要の公表および詳細内容の会員宛還元
平成29年12月	➤ 「多重債務者懇談会(第10回)」において全銀協の取組みについて説明 ➤ 一般消費者を対象にした「銀行カードローンに関する消費者意識調査」の実施
平成30年1月	➤ 「銀行カードローンに関する消費者意識調査」結果を公表
平成30年5月	➤ 「カードローンアンケート(第3回)」を実施(全会員191行対象)(5/11～)

平成29年3月16日

銀行による消費者向け貸付けに係る申し合わせ

1. 配慮に欠けた広告・宣伝の抑制

銀行は、消費者向け貸付けに関する広告・宣伝を実施する場合、改正貸金業法の趣旨を踏まえて適切な表示等を行うよう努める。

例えば、銀行カードローンが改正貸金業法による総量規制の対象外であることや、高額の借り入れであっても年収証明書が不要であることを強調するなど、銀行による貸付けがお客さまにとって過剰な借り入れとならないための配慮に欠けた表示等を行わないよう努める。

また、広告・宣伝の中でお客さまの過剰な借り入れに対して注意喚起を行っていく等、多重債務の発生抑制にも努める。

2. 健全な消費者金融市場の形成に向けた審査態勢等の整備

各会員銀行は、消費者向け貸付けに際し、利用者利便と顧客保護の両面に十分配慮し、消費者向け貸付けがお客さまにとって過剰な借り入れとならないよう、例えば以下の点に留意するとともに、各行がそれぞれの事情に応じた創意工夫によって、健全な消費者金融市場の形成に向けた審査態勢等を構築するよう努める。

- (1) 年収証明書や自ら保有するお客さまの情報等によって、お客さまの収入状況や返済能力をより正確に把握することに努める。例えば、改正貸金業法上、自社で50万円超または他社借入を含めた総額で100万円超の貸出審査には年収証明書が必要とされていることにも留意する。
- (2) 貸付け審査にあたり、信用情報機関の情報等を活用するなどして、自行・他行カードローン、貸金業者の貸付けを勘案して返済能力等を確認するよう努める。
- (3) 信用保証会社による代弁率や応諾率の推移、年収に対する借入の状況と代弁率との相関関係等を定期的に分析・把握し、審査の適切性について信用保証会社と深度あるコミュニケーションに努める。例えば、個人の年収に対する借入額の比率を1/3以内に制限する総量規制の効果として、多重債務の発生が一定程度に抑制されている状況等を踏まえ、銀行カードローンにおいても、個人の年収に対する借入額の比率を意識した代弁率のコントロール等を行うべく信用保証会社と審査方針等を協議するよう努める。
- (4) 貸付け実施後においても、お客さまの状況等に応じて、定期的に信用状況の変動の把握に努める。