

こんなお客様をターゲットに NISAの利用を拡大しよう

口座開設済み・未開設に分けて、NISAの利用拡大・活用提案の進め方を解説する。

1 すでにNISA口座を開設している場合
100万円の枠を使い切っているお客様

来年の枠の使い方方を検討し 継続利用につなげる



「すでにNISA口座を開設している場合、100万円の枠を使い切っているお客様」
NISA口座の年間非課税枠は再利用できない。仮に30万円分売却しても、30万円の非課税枠が空くわけではない。したがって、もしお客様が（枠を使い切ったから）NISA口座内の保有銘柄の一部を売却し、その金額分だけ新たに購入することを考えているのであれば、それはNISA口座活用という視点からは適切ではないと伝えたい。枠を使い切ったお客様に対しては、「来年の非課税枠をどのように使うのか」という視点から提案しよう。提案の際には、お客様が現在NISA口座で運用している銘柄を確認することで、スムーズに提案できるであろう。

分散投資の視点から 連動性の低い銘柄を追加

保有銘柄を増やすつもりがなければ、分散投資の重要性をアピールしたうえで、保有銘柄の値動きと連動性の低い銘柄を提案するのもよい。もし日本株ファンドを保有していれば、国内債券ファンドや外国株・外国債券ファンドなどが候補となる。

来年の非課税枠活用を踏まえた提案をすることで、来年も引き続き、自行庫でのNISA口座利用

につなげるよう意識したい。

こんなトークを展開しよう

担当者「NISA口座の非課税枠は再利用できないため、いったん売却してしまうと、その非課税枠は使えません」
お客様「確かにそうだったね」
担当者「枠を使い切っている場合は、来年以降の非課税枠をどう使うのか考えましょう」
お客様「分かったよ」
担当者「現在保有中の銘柄をお気に召していらっしやるのであれば、来年の非課税枠を利用して、さらに購入されてはいかがでしょう？」
お客様「ぜひ買いたいね」
担当者「価格が下がったところで買い増せば、平均購入単価を下げる効果も見込めます」
お客様「なるほどね」
担当者「保有中の銘柄と連動性の低いものを購入することで、資産全体のリスクを抑える効果も見込めます。分散投資の視点からもう検討ください」

2 自行庫で開設したものの利用していないお客様

身近な経済トピックから 金融投資環境に話題を展開



こんなトークを展開しよう

担当者「新・三本の矢が話題ですが、どう思われますか？」
お客様「いいと思うわ。五輪もあるし日本は期待できるわね」
担当者「アメリカの利上げも話題ですね」
お客様「私は金融緩和をしているヨーロッパが気になるのよ」
担当者「そうしたお考えであれば、日本株ファンドや欧州株ファンドなどを購入されてはいかがですか？ NISA口座なら、年間100万円、来年からは120万円までの投資からの収益には税金がかからず非常に有利です。50万円の収益が出れば10万円以上節税できます」
お客様「それはスゴいわね。でも損したときはどうなるの？」
担当者「残念ながらNISA口座で損失が出ても、他口座の収益とは通算できません」
お客様「それは大損すると困るわね。日本株ファンドにはぜひ投資したいけど、極力リスクの低いタイプがいいわ」

NISA口座を利用していないからといって、いきなり投資信託等の商品を提案するのは早計である。まずは身近な金融情勢を切り口に、資産運用の話題に展開したい。NISA口座を開設しているお客様であれば、少なからず投資ひいては金融・経済情勢にも関心を持っているはずだ。最近なら、「新・三本の矢」や「東京オリンピックに向けた展望」、さらには「アメリカの利上げ観測」などは多くの人が関心を持つテーマだろう。こうした話題を投げかけ、お客様自身の見通しをヒアリングしよう。

本株式ファンドは受け入れてもらいやすい。一方、アメリカの利上げを懸念するお客様であれば、米国株式ファンドには消極的にならざるを得ない。一般には、景気を冷ます効果のある（利上げが行われると株式相場は下落する可能性が高いからだ。その場合は、金融緩和に踏み切った欧州株式などが一つの選択肢になるだろう。このように、身近な話題をきっかけにお客様の経済見通しを確認し、投資環境へと話題を広げれば、自然な流れで具体的な提案へと展開することができる。

NISA口座の非課税メリットを確認してもらおう。例えば「100万円で購入した投資信託が150万円に値上がりすれば50万円の利益となり、10万1575円（50万円×20・315%）もの税金がかかるが、NISA口座での取引であれば税金はゼロ」など具体的な数字で節税効果を示すことで、メリットをより実感してもらえる。

もちろん、メリットだけでなく損益通算ができないといったデメリットについてもしっかりと再確認してもらおう。もし、お客様がそのデメリットを気にするようであれば、極力大きな損失の出る可能性の低い（リスクの低い）商品を提案することが好ましい。