

こんな声かけで家族取引のニーズを引き出そう

ここでは、家族取引のニーズを引き出すための声かけとトークの展開法を解説する。

金指 光伸

声かけ1 ジュニアNISAで お孫さんの教育資金を 援助しませんか？



▼こんなトークを展開しよう
担当者…お孫さん、もう小学生になられるんですね
お客様…そうなのよ。早いわよね
担当者…これを機会に、ジュニアNISAでお孫さんの教育資金を援助されてみませんか？
お客様…えっ、どういうこと？
担当者…子どもに一番お金がかかるのは大学に進学する時期といわれます。ジュニアNISAは制度上、18歳になるまで払戻しができないので、大学進学資金の着実な援助につなげられるんですよ

だが、NISAと違い払戻しに制限がある。具体的には「3月31日時点で18歳である年の前年12月31日までの間」が制限期間とされている。分かりやすくいえば「高校3年生の12月末」までは現金化できないということだ。
「18歳まで使えないのでは不便じゃないか」と思われるかもしれないが、実はその点こそが、祖父母世代にジュニアNISAを提案する際の最大のアピールポイントとなる。

孫に感謝される場面をイメージしてもらおう

祖父母にとって孫は可愛いものだ。教育資金に限らず、いろいろなことをしてあげたいと考える。

この時期に家具屋に行く、孫と親と祖父母が学習机を選ぶ姿が見られる。デパートのランドセル売り場なども同様だ。学習机やランドセルは形に残るので、孫に「おじいちゃん・おばあちゃんが買ってくれた机・ランドセルだ」という思いを持つてもらえる。
一方、教育資金は形に残らないが「祖父母のお金のおかげで大学に行くことができた」と感じてもらえる。18歳まで引き出せないことから、着実に大学進学資金として活用してもらいやすい。
本ケースでは、孫が小学校に入学するタイミングということで、資金が使えるのは12年後となる。12年後に感謝される場面を祖父母にイメージしてもらえればよい。

声かけ2 ジュニアNISAは 相続対策にも 活用できるんですよ



家族取引の推進にあたっては、本ケースのように現役世代と話すこともあるだろう。例えば住宅ローンを自庫で利用している30〜40歳代のお客様がいて、そのお客様とは良好な関係が築けているので、近くに住むそのお客様の両親との取引も始めたというケースだ。

応があるとは考えにくい。その多くは「自分のNISA枠だって余らせているのに、子どものNISAなんて考えられないよ」といった反応だろう。
これに対しては共感を示しておきたい。「私も相当余らせていました」でも「マイホームの夢

を実現されていらっしやいますしね」でもよい。また「そうおっしゃる方が多いですよ」「皆さん同じでいらっしやいますよ」という言葉も有効である。

相続対策という両親のメリットをアピール

そのうえで、「おじいさま、おばあさまが資金援助をされる場合も多いんですよ」という言葉につなげる。マネー雑誌などでも「せっかくの非課税枠なので、ジュニアNISAで両親に孫の教育費援助をお願いしてみよう」とい

った記述は見られるので、「うちも相談してみようかな」といった自然な反応が期待できる。
ここでのポイントは、相続対策という両親にとってのメリットを訴求できる点である。
両親にとってメリットがあるという点であれば、お客様にとっては、両親に資金援助をお願いするという後ろめたさが軽減される。お客様からその話を聞いて、両親が「じゃあ一度、孫のためにもその銀行の人の話を聞いてみようか」と思ってくれば、成約が一歩近づく。

とはいえ、担当者から「ご両親に教育資金の援助をお願いして、ジュニアNISAを活用しましょう」とは言いにくい。そこで効果的なのが「ジュニアNISAは相続対策としても活用できるんですよ」という声かけだ。さらに「ご存知でしたか？」「お考えではありませんでしたか？」などと後に続けてみよう。
お客様から「知っているし、相続対策も考えている」といった反

▼こんなトークを展開しよう

自分のNISA枠も
使い切れないのに
ジュニアNISAに
回すお金はないよ

私もかなり
余らせてしまいました

ただジュニアNISAでは
おじいさまおばあさまが
お孫さんのために資金を
援助する場合も多いんです

へえ

この場合は
相続対策にもなることを
ご存知でしたか？

そうなの？
詳しく教えてよ