

## ●アプローチトークの例



と考えているが、子どもたちに平等に分けるにはどうしたらよいかわからない」といった具体的なニーズを拾えるかもしれない。

お客様の回答によっては、専門家を紹介することが必要な場合も出てくるだろう。ここで適切な対応ができれば、さらなる信頼を得ることができると。

相続や贈与は、家族関係の変化によって「誰にどれだけ相続させたいか」という心情が変わることは十分に考えられる。そのため、入り口の声かけは、最初から商品に直接結びつけるのではなく、お客様のニーズ把握を意識することが大切だ。

声かけの結果、例えば相続対策の方向性を決める必要がある、相談機会をお客様が望んでいるのなら、そうした場を用意できることを伝えてみよう。

# このような声かけで 相続・贈与ニーズを 喚起しよう

お客様の相続・贈与ニーズを把握するための声かけを挙げ提案ポイントを見ていく。

## talk 1 相続・贈与の仕組みが 変わりますが ご存知ですか?



**相** 続・贈与については税制改正が行われると、新聞や雑誌で必ず特集が組まれるため、自然とその改正内容を目にするお客様も多いだろう。しかし、具体的な改正内容や、それが自分たちにと

う影響するのかといった詳細は、十分に把握できていないお客様も少なくないはずだ。そこで、例えば「生前贈与について相続財産に加算される期間が延びる予定です。〇〇様は年に110万円ほどの贈与はすでにされていますが、それ以外に何か対策をされていますか」など、お客様が行ってきた対策を話題に出しながら改正があることを伝えていくのがよいだろう。

この段階のお客様は、自身にとって必要な相続・贈与の対策を聞くことよりも、まずは改正内容を把握したいというニーズが強いと思われる。金融機関の担当者は、改正内容を案内する機会を作ることが優先しよう。

そのうえで、相続・贈与の税制改正を踏まえた対策をほとんど行っていない場合、自庫で開催している相続などの個別相談会への参加、本部

のFPなど専担者との面談、無料で自社株式評価サービスを提供する提携企業の紹介などを案内するとよい。



### 声かけから具体的な ニーズを把握しよう

一方、改正内容を踏まえてすでに何らかの対策を考えているお客様には、不安や気がかりな点がないか確認してみよう。税制改正によって「早めに子どもたちに贈与したい