



声 かけ①は制度を知っているかどうかを聞いていますが、この声かけは制度の中身を聞いている。

声かけに対して「聞いたこととはある」「そうみたいです」「ね」という返答があっても、その後に続く言葉は「でもよく分からない」というものが多い。

そのため、「非課税の年間投資枠が、最大360万円

声かけ 2

新NISAでは非課税で運用できる年間投資枠が拡大することをご存知ですか？



(成長投資枠240万円、つみたて投資枠120万円)になるんですよ」「期限なしの生涯非課税枠が最大1800万円利用できるんですよ」といったトークを展開しよう。お客様に「私にとって良い話のようだ」と感じてもらえれば、説明を聞いてもらえるチャンスが広がる。

NISA口座未保有のお客様であれば、「知らない」という答えが予想されるが、声かけ①とは違い、「非課税で運用できる年間投資枠とは何ですか」といった反応が期待できる。

ただ、この声かけは制度の中身に踏み込んでいる分、お客様に警戒心を抱かせてしまう可能性がある。「そういう

話は結構です」という反応も少なからずあるだろう。しかし、多くの場合は「年間投資枠が拡大する」ということですか」といった反応があるので、制度の説明につなげることができるだろう。

知識量に応じたトークを展開しよう

NISA口座をすでに保有しているお客様でも、現行NISAの知識がない場合、現行NISAとの比較で新NISAの魅力アピールしても意味がないだろう。

その場合は比較ではなく、新NISAの非課税枠の大きさ・期間の長さ(無期限)・使い勝手の良さ(売却した枠

POINT

- ▶ お客様がメリットを感じれば、その後の説明を聞いてもらいやすい
- ▶ 声かけ後のトークはお客様の知識量に合わせて展開しよう

こんな声かけで新NISA口座を獲得しよう



ここでは今年中のNISA口座の開設・利用を促すための声かけについて解説する。

- ①～④ 金指光伸 地方銀行OB
- ⑤～⑥ 藤原久敏 藤原FP事務所/藤原アセットプランニング合同会社代表

声かけ 1

来年1月からNISA制度が新しくなることをご存知ですか？



の声かけの良さは、答えが「はい」か「いいえ」のどちらかという点だ。どちらの答えでも次のトークにつなげることができる。

NISA口座未保有のお客様の場合は「いいえ」という返答が多くなる。そもそもNISA未経験のため、現行NISAを知らない。「こういう点が拡充されます」といった現行NISAとの比較アプローチは意味がないのだ。

利用していない理由をヒアリングしよう

返答が「いいえ」であれば「聞いたことはありませんか」などと聞こう。「聞いたことがない」「聞いたことはあるがよく分からない」という答えが想定されるため、「年間

次に、NISA口座はすでに保有しているが、利用したことがないお客様の場合を考えてみたい。保有するNISA口座が他の金融機関であれば、10月以降、新NISA口座を獲得する見込先となる。一方、自庫で口座を保有している場合は、新NISAでの利用を促したいところだ。

POINT

- ▶ 返答が「はい」「いいえ」の声かけのため、次のトークにつなげやすい
- ▶ 現行NISAを利用しなかった理由が訴求ポイントになる

声かけの返答後、「NISAを利用されなかったのは、何かお考えがございましたか」と聞こう。「一度売却すると非課税枠が使えなくなるので使い勝手が悪い」といった理由であれば、「新NISAではその点が改善されますよ」とアピールすることができるといい。

多くのお客様は「特に理由はない」といった返答だと思われるので、「来年1月からは、今の制度が大幅にパワーアップするんですよ」など、新NISAへの興味を喚起するトークにつなげたい。