相続問題を活用したコンサルティング・セールス

㈱UBF　代表取締役
東　潤一

③

資産家を対象に強い信頼関係を築き、相続を切り口として生命保険の活用を提案し、優績を上げておられるアリコジャパンの市川さんにお話を聞いた。本コラムの実践編として、3回に分けて紹介する。

財産を誰にどう残したいかが大事

金額が少ないほどもめる
最初から数字ありきではない

東　まずは、相続ということで特に感じておられることは？

市川　家庭裁判所で調停委員の方に聞いた話だが、金額の少ない人ほどもめると言う。少ない金額ほど欲しがる。こんな例があった。4人兄弟で、一番末娘を養女に出した。その人が亡くなって、そこに子供がいなかった。お金を分けるわけではない。金額は定額貯金の30万円ほど。これを引き出すために、要はハンコが欲しい。女男男女の4人兄弟で、長男はすでに亡くなっているが、長男の子はそれがもらえるのではないかと言う。

法律的に言えば確かにその通りだが、相手は払うつもりはなく、それを了解してくれと言ってきているわけだ。

基本的には保険を勧めに行ったときに500万円×法定相続人の数、基礎控除の話から入るんだが、本来は、誰にどう残したいかが大事。人によって残し方が違う。それなのに、頭から数字ありきというのは少し時代遅れだと思う。

東　市川さんが言うように、お客さんは税金払うのがイヤ、もったいないというイメージがあるので、「500万円×法定相続人の数という保険金の非課税規定をご存じですか」という話について耳がいってしまう。うちはもめない、子供たちは仲いいし、というのはいっぱいある。

資産家の方に保険の見直しを頼まれたときに、なぜこの保険に入ったのかと聞くと、相続があったときにその人だけにしか払わないからこれに入ったほうがいいと。さらに事情を掘り下げて聞くと、子供がいなくて、配偶者同士が相続人。直系尊属である父や母がいれば遺産はそちらに行くが、いなければ兄弟姉妹に行く。そんなことは保険の仕事をしていれば普通は知っている。でも、お客さんに話していない。

「公正証書遺言で『全財産を○○に……』としておけば、遺留分がなくなる。そういうこともされておいたほうがいいですよ」と話し、かつ、保険にしておくことで手続きが預貯金よりも速くすむ。すぐにお金になるというメリットもある。

でも、ほかの不動産とかで兄弟姉妹ともめてしまい、保険金を代償分割資金として支払うということで手放してしまうと、せっかくの新しい提案をする機会を逃してしまう。

それなのに、500万円×法定相続人の数とか、受取人固有の財産だとか……、そこまで言うのなら、もう一言アドバイスしてあげることでお客さんはすごく感謝してくれるのに、それをしない人もいる。市川さんのようにお客さんの立場に立ったアドバイスをする人は少ない。

アリコ ジャパン
大阪中央エイジェンシーオフィス
シニア コンサルタント
市川 正也氏

お客さんは何を求めているのか
気づいていない潜在的な課題を引き出す

市川　お客さんのメリットとか、保険金にはこういう控除があるとか、会社が教えるのだが、証券分析をするのなら本当の意味の分析をしないといけないと思う。保険の形と保険料と、もらう金額。数字的なものしか見ていないセールスパーソンがいる。

数字的なものの中には当然、感情が入ってしまう。でも、死亡保険金受取人が亡くなっているご主人のままだったとか、契約者がそうだったとか……それなどはまだ気づくが、「受取人のところに名前があるのは誰ですか」とかは聞かない。同じ名字だからたぶん息子だろうと考える。でも、もしかしたら兄弟かもしれない。分からない。

そういうところからお客さんの本当の心理的なもの、〝こうしたい〟という意向を読み取らないといけないと思うのだが、控除などの数字的な話ばかり先走ってしまうことがある。

お客さんもセールスされるのは、すべて数字でセールスされる。そればかりに走ると、「税務上はこう」だとか「相続は法務局に行って、こうして残していかないと」と踏み込まなくてはいけないのに、保険の業務だけに止まってしまう。もちろん、税理士や司法書士などの専門家ではないので踏みこんだことはできないが、本当にその人がどういう考えを持っているかを聞く。それにはやはり人間関係が必要だと思う。

市川　そういうセールスをしている人もいるが、実際そこまで踏み込めない。机上ではわかっているが、感情論的にそこまで入れないところがあるので、机上の数字で話をしてしまうところはある。

コストが安いことをメインに売る。当然コストが下がったらいいが、それだけでは売れないという認識がない。コストを下げたからいいじゃないかではなくて、お客さんにとってどうか。自動車保険だとよくわかると思うが、いざというときにどれだけすぐ役立ってくれるか、お客さんが市川という人間に預けてくれる以上は、信頼問題が大事。それは一回行ってできるものではないし、やはり長くお付き合いするうちに自分のお客さんへのアプローチが信頼を生んでいる。そういう積み重ねを怠らないようにしないといけない。

東　市川さんの販売の切り口は相続？

市川　ほとんど相続で、顧客層は資産家が多い。男女比でいうと90%は女性。

どういう相続の話をするかというと、基本的には「贈与税を払いましょう」と言う。税金をゼロにするより少なくしようということが基本。払ったことで、確実に贈与された人のものになる。

ただし、お金をそのまま本人に渡したら使ってしまうかもしれない。あげるけれど保険にしておけば、すぐには出せないという認識を持ってもらう。「そういう方法で資産をシフトしてあげるのはいかがですか」という提案が結構多い。

贈与税を払って資産をシフト
使ってしまわないように保険にして

東　その場合、贈与税は支払うけれども、できるだけ少なくするという対策はする？

市川　当然そう。贈与税の基礎控除が110万円で10%の部分が200万円だから、年間310万円動かすような計算をしておけば贈与税は20万円ですむ。その結果、290万円ほどのお金が動きますという話。

その次の段階は600万円と決めてあるので、710万円で贈与税は115万円になる。期間を短くして動かそうと思う方には600万円の話。どれが正しいということはないが、その数字だけは頭に入っている。

相続の時にはもっと大きなお金がかかるという話になるので、基本的にはそれでなおかつ、本人が勝手に使えないようなシミュレーションが多い。

東　誰から誰に贈与する形が多いのか？

市川　年齢層にもよるが、基本は一代飛び越しで孫に贈与。

東　贈与したお金を保険料に当てているということだが、契約形態に特徴は？

市川　制限はいろいろあるが、可能であれば、成人しているお子さんが契約者であれば、基本は被保険者は被相続人になる人。死亡したときは一時所得で保険金を受け取って、それで相続税を払う契約形態がほとんど。

終身で、ある程度キャッシュバリューが立つ商品で、相続が起こってもこのお金を使わなくても大丈夫だとなったときとか、お金が必要になったときなどには活用できるようにする。保険料の払込みは5年の短期払の形がほとんど。

（つづく）