

コーディネーター奮戦記

～保険営業の現場より～

とやましんいち
有限会社エムエフバイシー代表取締役 外山 真一

本誌の第2号では、やや概念的に「保険営業のあり方と家族信託」について寄稿させていただきました。今回は、「保険営業にとって、家族信託を知っていれば絶大なビジネスチャンスを得ることができる！」というお話をさせていただきます。

1 保険営業の現場における家族信託

家族信託の考え方を学ぶ中でつくづく感じるのは、「自分が長年保険営業の現場で取り組んできた考え方と極めて近い」ということです。よく、「保険営業と家族信託とは“親和性がある”」といわれますが、私は「親和性どころか、ほぼ同じ」であると言っても過言ではないと思っています。

保険営業に携わる者にとって保険営業とは、保険商品を売ることはありません。この業界で相応の成果をあげている多くの営業担当者にとって、保険商品の販売は最終的な果実ではなく、「プロセス」でしかありません。

例えば、①お客様一人ひとりの意向（ニーズ）を把握し、②ライフプラン上起こり得る可能性のある「リスク」を推測して、③優先順位を立て、それらをヘッジできる解決策を提案し、④実行をサポートする、というプロセスの中に、「保険商品」で解決できるのであればそれを提案し、そうでないとするならば「他の方法」を一緒に考えるのが、私たちの営業活動です。

しかし多くの保険営業が、保険商品を売ること自体に四苦八苦し、思うような

業績があげられずにいます。これは、「キャンペーン」や「コンテスト」などと称し、「保険会社が売りたい商品」を販売促進することによって自らの首を絞めている結果としか私には思えません。そもそも「保険会社が売りたい商品」は「保険会社が儲かる商品」であり、必ずしも「お客様が解決したいこと」とマッチしていないのですから、売れるはずがありません。

2 家族信託の提案事例

それでは、私が保険営業として取り組んできた事例を紹介いたします。

事例

依頼者は60歳の男性A様です。

A様は父親の経営する会社の後継者（役員）として勤務していた25年ほど前に、個人契約（終身、医療）と事業保険（経営者保険）のご契約をいただきました。

それから25年、A様は父親の跡を継ぎ社長に就任され、その間も保険に関するご相談をいただく度にA様のご要望に基づいた保険提案を繰り返してきました。

昨年になって、A様から「経営する事

業を縮小し、私自身は退職するので、契約している事業保険（退職金原資）の解約も含め、個人保険を見直したい」というご相談を受けました。

私は、A様の会社の今後の事業計画、そしてA様自身のセカンドライフの過ごし方、奥様やお子様への想いなどを伺いました。保険セールスの視点から抽出されたAさんのリスク課題は、大きく下記の3点でした。

- ・ご夫婦の老後の生活費
- ・お子様の学費
- ・将来の相続税資金の確保

これらは、保険商品の組み合わせでクリアできる課題です。

家族信託を知らなかった以前の私であれば、ここで保険の組み換えや新規の保険提案を行うだけで満足していたことでしょう。

問題はここからです。

A様の会社では、約10年前に先代の社長（父親）が他界され、一次相続では長男のAさんが事業を引き継ぎました。

複数あった不動産に関しては、母親（当時83歳）、長男（A様）、次男様（当時58歳）間で分割して相続されており、私はA様とは長年のお付き合いですが、お母様、次男様とはお会いしたことはありません。お聞きすると現在お母様は、相続した別荘で一人暮らしをされているとのことでした。

ここで私は、A様自身の資産の話から一歩離れてA様家族の「心配ごと」に焦点を当てて聞いてみました。

A様にとって最も大きな心配ごとの一つは、一人暮らしをされているお母様に

関することでした。具体的には、お母様が体調を崩された後の所有マンションの管理問題、その際のお母様の介護問題などです。これらの問題は、お母様はまだお元気なので、今は何の問題も顕在化していませんが、「A様の今後の人生」を考えるうえで避けては通れない問題です。

同時に、弟である次男様にはお子様がいないということで、何も手を打たなければ父から弟に承継した資産の行き先がないという話も出てきました。しかしこの問題は次男様の問題であるので、A様は自分が口出しすることではないとお考えのようです。

(1) A様一族の将来リスク

ここで抽出した、A様ご一族の「将来リスク（課題）」は、

- ・ご高齢のお母様が将来認知症など意思判断能力を失うことによって発生する諸問題
- ・お母様よりもA様自身が先に亡くなること（意思判断能力喪失）によって発生する諸問題
- ・次男様が亡くなった際に発生する次男様の資産承継に係る諸問題

です。Aさんのセカンドライフにおける資金の問題と、A様自身の相続を視野に入れた保険提案はすでに終了しており、その範囲ではA様の希望は網羅していると自負していますし、実際A様にも喜んでいただいております。

しかし一転、視野を「一家（一族）」に広げたことにより、状況は一変します。

つまり、A様の「安心したセカンドライフ」を実現するためには、保険の提案

だけでは全く足りず、A様にとって、「将来母親が認知症になったことを考えると不安で仕方がない」という悩みごとには、私の提案では何も対処できていなかったのです。

(2) 家族信託設計の提案

幸い、私は家族信託を学んでいたこともあり、A様には、家族信託の提案をすることができました。

<提案>

委託者兼受益者：お母様
受託者：A様
第二受託者：次男様

上記の信託契約を結び、「お母様の将来の意思判断能力の喪失リスク」への対処と、「お母様よりもA様が何らかの事情で先に亡くなる等の将来リスク」をヘッジする提案を行いました。

A様は、「そんなことができるのですか!?そんなことができるなら、本当に安心できる!」と大喜びでした。お母様の認知症時における資産の凍結リスクやマンション管理における問題は、そもそも保険営業に相談するようなことではないと思っていらっしまったので、これまでA様から私には何の相談もありませんでした。

そんな私から、A様の将来を考えると頭の痛い問題であったテーマへの解決策の提案があったものですから、驚きと同時に感激を持って受け止めていただきました。

その後私は、お母様と次男様にも信託制度やその内容を説明するためにお会いし、お二人ともA様同様、これらの課題は口には出さないものの「大きな心配ご

と」であったため、喜んでご賛同いただきました。

その後信託契約書を作成するため専門家を紹介し、無事信託契約を締結されています。

3 家族信託を提案することで生まれる保険営業の新しいチャンス

先にも述べましたが、保険の提案はあくまでプロセスでありゴールではありません。今回は、保険の提案を足掛かりにして、さらにA様本人からご家族全体の話題に広げたという事例です。話題を広げたことで、さらなる保険のビジネスチャンスが発掘できたことが本稿でお伝えしたい最大のポイントです。

A様のセカンドライフを考えた際の課題とリスク対策（保険による解決案の提案）は、同じようにお母様にも次男様にも必要だったのです。

「保険の提案」という立ち位置だけでは、お母様も次男様も決して私にご相談いただくことはなかったでしょう。しかしその時点で、私は既に、A様一家に共通する「将来の大きな不安」を解決する役割になっていたのです。

家族信託の話を進める中で、85歳を迎えるお母様からは、

- ・ご自身の今後の老後生活について
- ・孫について
- ・そしてご自身の相続について

様々な「想いや心配ごと」をお聞きしました。

同じように次男様からも

- ・お子様がいらっしやらないこと
- ・奥様との老後の生活に対するお気持ちなどを伺うことができました。

これらのニーズをしっかりと把握できた

ことで、保険を活用することも含めた適切な提案が何の支障もなくでき、相当な成果（契約）につながりました。

4 保険営業で成功したいなら、 家族信託の知識は必須

そもそもお客様はなぜ保険に加入するのでしょうか。

- ・自分に万が一の事があった場合、残された家族が経済的に困らないため（死亡保障）
- ・入院して働けなくなった時の入院費や生活費で困らないため（医療保障）
- ・豊かなセカンドライフを過ごすのにお金で困らないため（老後保障）
- ・要介護状態になって時の家族への負担で困らないため（介護保障）

など、その目的はまさに、「自分そして家族」が、「将来発生するかもしれない困りごとへの対策」です。

家族信託の目的も全く同じです。

- ・将来自分（親）が認知症になった時に困らないため
- ・将来相続で不動産が共有になった時に困らないため
- ・共有になってしまっている不動産の処分で困らないため
- ・将来、自分に万一の事があった場合、会社経営で困らないため

など、「自分そして家族」が、「将来発生するかもしれない困りごとへの対策」で同じです。

つまり、保険も家族信託も、「お客様の“困りごと”を解決する」という意味では同じ目的で検討されるものです。

A様の事例でもある通り、保険を通じて解決できるお客様の課題と、家族信託など他の方法を通じて解決できるお客様の課題とがあり、**お客様は両方が解決できて初めて心からの安心を得られる**のです。

「保険が売れない」のは「保険しか売らない（売れない）」からです。お客様は保険を買いたいのではなく、「安心を得たい」のです。

保険営業向けのセミナーで耳にタコができる位に繰り返されているフレーズです。ですから、お客様に安心を得ていただく「家族信託」を知らずして保険営業はできないと私は考えます。

5 保険営業が持つ 「家族信託提案のアドバンテージ」

私たち保険営業に携わる者は日頃から

- お客様が抱える人生における希望や課題をヒアリングし整理する力
- それら課題に対する「解決策」を考察する力
- お客様の懐に入り込む営業力
- お客様のご要望を叶えるための軽快なフットワーク

などが求められ、訓練を受けていますから、レベルの差こそあれ相応に身に備わっているはずです。

一般に、家族信託の提案の場面でも、これらの能力を身に付けることが必要で、これらの能力は簡単に学んでできるようになるものではありません。

私の知り合いの士業の方も、家族信託に取り組んでいらっしゃるようですが、これらの訓練ができておらずご苦労されているようです。

私たち保険営業に携わる者であれば何となくできることが、それに苦労されている専門家が多くいらっしゃるのだとすれば、まさに私たちは「家族信託」の活用、普及に最も“近い”担い手なのではないでしょうか。

先の事例にある通り、家族信託を活用してお客様の持つ悩みごとの一部が解決

できるのであれば、それ以外の悩みごとの多くは保険で解決する提案ができるはずです。「保険」と「信託」の両刀を使ってお客様に解決策を提案するシーンは、私たち保険営業の独壇場といえるのではないのでしょうか。

6 家族からのアプローチ

保険営業の提案の手法の一つに「相続対策」として、「納税資金の確保」、「非課税枠の活用」、「権利評価減」（相続税法第24条や第26条等）という部分に焦点を当てた営業アプローチがあります。

それはそれで今の時代切り口として否定はしませんが、非難を覚悟で申し上げますと、「保険を売りたい側の目先のアプローチ」でしかない私は思っています。相続対策のためと言いながら、結局はアパートを建てさせる一部のハウスメーカー営業と同じ発想です。

なぜならこれらのアプローチは、お客様の目先の不安をあおり、その解決策と称して結局は自社の商品に落とし込む営業に他ならないからです。このアプローチで得られる保険営業上の成果は、ほんの一切片であり刹那的なものでしかありません。

保険は、お客様の人生、ご家族全体の幸せを支えることのできる素晴らしい仕組みです。

節税も大切です。ですがそれを前面に出した保険セールスは、すぐに限界を迎えるでしょう。実際に私が経験してきた保険営業の歴史の中でも、画期的だと思われた保険商品が国税当局とのやりとりの中で販売中止や内容が変わってしまったものは数えきれないほどありました。

そのような追い駆けっこに血道を上げるのではなく、お客様の根本の関心事に焦点を当てたアプローチをお勧めします。

A様の事例で紹介しましたように、お客様からのリクエストのもっと深いところに根本の関心事があります。

わが国の高齢化問題、認知症の問題、少子化の問題などの社会問題、そして家族のあり様が大きく変化する現代だからこそ生み出される様々な“悩みごと”に対して、誠実にそして真剣に向き合うことは、同時代を生きる私たちに保険営業にとっての社会的使命だと思います。

「お客様は保険を買いたいのではなく、安心を得たい」という原理原則に従うことが、保険営業での成果を得る最もの近道だと思います。



有限会社エムエフバイシー
代表取締役

とやま しんいち

外山 真一

CFP（日本ファイナンシャルプランナーズ協会会員）、
1級ファイナンシャル・プランニング技能士DCアドバイザー、年金・退職金総合アドバイザー、相続診断士（相続診断協会認定）、家族信託コーディネーター（家族信託普及協会認定）

1999年にソニー生命保険株式会社から独立し、FP & 総合保険代理店 有限会社 エムエフバイシー設立。
FP業務を中心に「年金・資産運用」から「相続・事業承継」までのトータルマネジメント、各分野の専門家とのチーム構築をし、「ファイナンス・税・不動産」をコンセプトに「One Stop Family Office」を目指す。