

家族信託の営業・受注のノウハウ

第3回 営業(提案)における 7つのステップ

～[ステップ③] お客様の「問題」や「希望(ありがたい姿)」を明確にする



一般社団法人家族信託普及協会 理事 あらい ひでお 荒井 英雄

プロサーチ株式会社執行役員、一般社団法人家族信託普及協会理事

コンサルティング会社での金融機関の営業研修、ハウスメーカーでの個人注文住宅の受注営業、地主への有効活用コンサルティング、そして不動産デベロッパー会社での仕入れ企画販売業務を経験した後、両親の介護・相続をきっかけに現職に。

不動産相続のコンサルタントとして年間100件以上の相談を受けるとともに、「コーチングスキル」を取り入れた相続相談研修を法人顧問先で実施。経験に基づいた具体的でわかりやすい研修には定評がある。

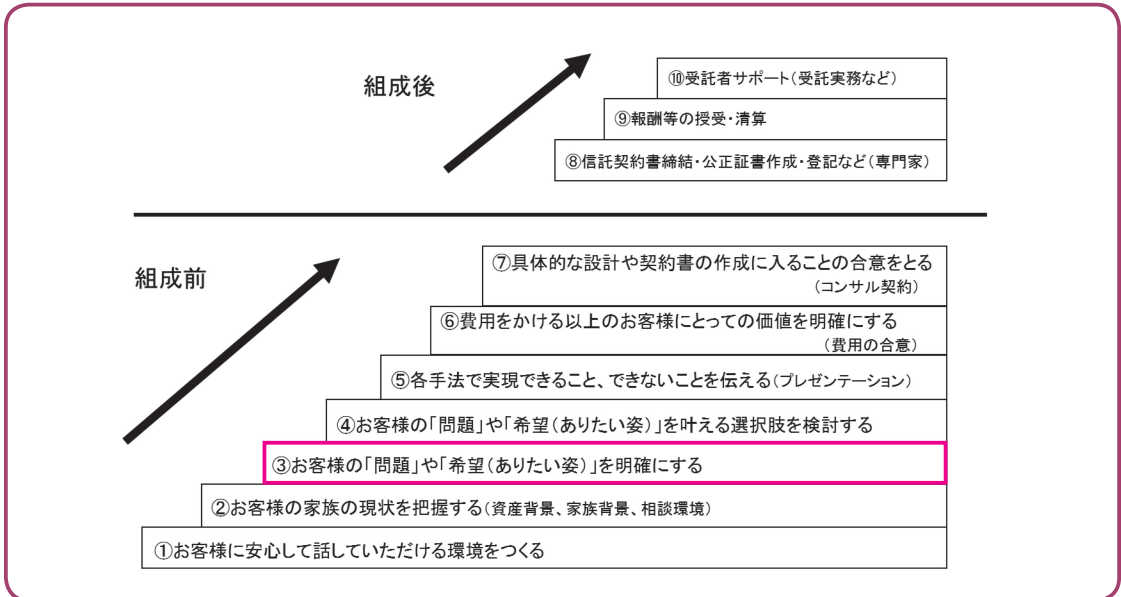
今回は「③お客様の「問題」や「希望(ありがたい姿)」を明確にする」というステップです。

家族信託にかかる相談を伺う場合、最も重要なステップのひとつがこの③のステップです。

首尾よく組成に向けて話が前に進むかどうかは、偏にこのステップを確実に登ることができるかどうかにかかっていると言っても過言ではありません。

誤解を恐れず申し上げますと、一般に「専門家」と呼ばれる方々はこのステップで失敗してしまうケースが多々見受けられますので、しっかりとマスターいただきたいと思います。

1 7つのステップについて



2 「③お客様の「問題」や「希望(ありたい姿)」を明確にする」

(1) 専門家の「問題の決めつけ」

お客様のご相談を受ける際に、「お客様が解決したい問題」、「お客様が叶えたい希望」などを伺うことが最も大切であることに異論はないと思います。しかし、実際の相談現場では意外にこれができいていません。

相談の現場で多く見られるのは、「**専門家が問題や希望を決めてかかること(問題を押し付けてしまうこと)**」です。

例えば、お客様から「最近物忘れが多くなってきた」と言われれば即、「それは大変ですね」と、家族信託の説明に入る例を多く見ます。「相続税がかかる」となれば即、「それは大変だ。相続税対策が必要ですね」となるのもこの類です。

お客様の「問題」や「希望(ありたい姿)」を聞くというこのステップで、このように専門家側が先回りをしてお客様の問題を決めつけてしまうと、結局お客様の真のニーズを把握することなく話が進行することになります。

このステップにおけるポイントは、以下の通りです。

① お客様自身がどう感じているかを伺うこと

「物忘れや身体の衰え」「相続税がかかるかからない」という情報は重要です。しかし、それ以上に大切なことは「お客様の気持ちを理解すること」です。よって事実を伺ったあとで必ず行うべき質問は、「お客様はその事実をどう感じているのか」です。

■ヒアリングシーン例

お客様：最近、父の物忘れが多くなった気がして…。

自分：ご年齢は××歳でしたね。物忘れとは、例えばどんな感じですか？

お客様：30分前に交わした会話も覚えていないことがあるようなんです。

自分：なるほど。お父様が30分前のことを忘れてしまわれることをどうお感じですか？

お客様：父は一人暮らしをしていますので、火の元とか大変心配です。

自分：確かに。それは心配ですね。

② 「その事実により発生する何が心配なのか」を伺うこと

考えてみれば、人は誰でも歳を重ねれば多少の物忘れはします。

単に「物忘れが心配」ということに對する解決策だけならば、「同居する」とか「早めに病院に行く」などという議論になってしまいます。

「物忘れが多くなったこと」が問題なのではなく、「物忘れが多くなった（今後さらに多くなる）こと」によって発生する諸問題が問題の中心です。

例えば、

- ・ 父親が現在行っているアパートの管理業務ができなくなる
- ・ 父親が管理している銀行口座から父親の生活費が下せなくなる
- ・ 父親が悪徳業者に騙されてしまうかもしれない

・ 父親名義の不動産の売却ができなくなる

など、「どんな都合の悪いことが起こるのか」を『お客様の口から』確認することで、「物忘れが多くなった」ことで「なぜ心配なのか」が明確になります。

この部分をお客様の言葉で聞いてもいないのに、専門家が先回りして対策を提案してしまうと、お客様は自分の問題と捉えることができなくなり、ほとんどの場合、失敗します。

ここでの基本的な流れは以下の通りです。

- ① 重要な事実の深掘り、さらに関連する事実を聞く（具体的には？他には？）
- ② 事実に対するお客様の気持ちを聞く（そのことに対してどう思っていますか）
- ③ その気持ちに理解・共感（〇〇が心配なのですね）
- ④ 何も対策しないときの状況をイメージしてもらい、その状況における気持ちを聞く（もし財産が動かせなくなるとどうなりますか、その状況をどう捉えますか）
- ⑤ お客様にとってどんな状況が好ましいのかを聞く（希望・ありたい姿）
- ⑥ 好ましい状況になった時の気持ちを聞く（お客様が得られる価値）

■ヒアリングシーン例

お客様：物忘れや身体の衰えが目立ってきて…。

自分：具体的にどのような状況ですか？（頻度・程度）

お客様：最初は年に数回だったのが、病院の診察の予定も忘れるようになって…。

自分：そんな状況を見て〇〇さん（お客様）はどう感じていらっしゃいますか？

お客様：とても心配です。

自分：確かにご心配ですね。（理解、共感）具体的にどんなことがご心配ですか？（深掘り）

お客様：介護や施設費用の捻出、不動産の管理、相続のときにどうするかなどです。

自分：認知症になっても〇〇さんの判断で財産の管理や処分ができるようになればいいのでしょうか？

お客様：そうなればいいですね。（希望）

自分：そういう状況をつくれたとしたら〇〇さんとしてはどう思いますか？

お客様：そうなったら安心できます。（得られる価値）

ここまで来てはじめて家族信託や後見、遺言といった手段・方法を考えるという次のステップに移ることができます。

繰返しになりますが、お客様の状態・事実、例えば「物忘れが多くなった」「相続税がかかる」という話を聞いて即対策の話題に移ると、ほぼ間違いなく面談は失敗します。

「何が困るのか」、「どうしたいのか」をお客様の言葉で聞くことが最も重要で

す。

（２）お客様に正しい知識を提供する

お客様のありたい姿（希望）や問題点を聞くうえで、もう一つ大切なことがあります。**それはお客様と専門家との「知識・情報のギャップ」を埋めること**です。

例えば、認知症になってしまった際の対応策として、成年後見人制度があります。身上監護に代表される成年後見制度ならではの有効性がある一方で、利用手続の煩雑さや制約など利用しにくい部分があることもよく知られています。

しかしそれらプラス面やマイナス面は、あくまで相続や資産承継に携わる専門家の方々にとって「よく知られていること」であり、多くの一般の方にとっては「知っているようで本当は知らないこと」であることがほとんどです。

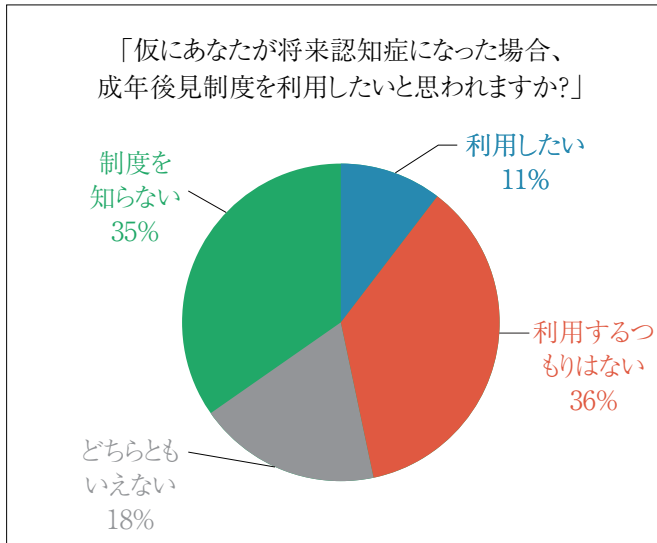
データ1をご覧ください。

ご注目いただきたい点は、成年後見制度を使いたいかどうかという以前に、「制度を知らない」と答えている方が35%もいらっしゃるということです。同様に、認知症になった場合についても質問をしました（**データ2**）。

家族信託の一つの大きな機能である「認知症対策」も、認知症になったときにどういう状況になるのかをお客様が具体的に知らなければ、自分にとって何が問題なのかの判断がつきません。よって、その解決手法としての家族信託に価値があるのかどうかご理解いただくことはできないでしょう。

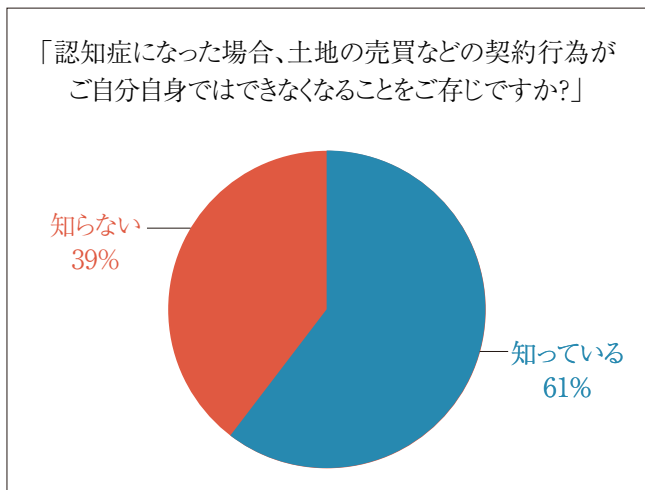
お客様の持つ知識レベルを確認することで、お客様も「自分に必要なこと」を

◆データ1



(一般社団法人家族信託普及協会
2016年7月調査
60歳以上のサンプル数205名に対する電話によるヒアリング調査結果)

◆データ2



(一般社団法人家族信託普及協会
2016年7月調査
60歳以上のサンプル数205名に対する電話によるヒアリング調査結果)

理解いただくことができ、提案する側にとっても「お客様に必要なこと」がわかってきます。

家族信託をお客様に提案するということは、すなわち**お客様の叶えたいことを実現する方法を、お客様とのやりとりの中で見つけ出す**作業に他なりません。自

分が持っていきたい方向にお客様を誘導するのではなく、お客様が本当に叶えたいことを掘り下げて伺いながら、同時にお客様と一緒に他の制度と比較検討する中で家族信託を説明するからお客様は心の底から納得されるのです。

もちろん、お客様にとってすべての制

度を詳しく知る必要はありません。ポイントを絞って（概要、メリット、デメリット）の解説で充分です。

（3）今後提案を進めるかどうかを見極める

私の経験でも、セミナーの後などで個別相談に来られるお客様の10人中、実際に信託組成の話にまで至るのは1名～3名程度です。残り7名以上は、「単に興味があっただけ」、「他の方法で十分に対策可能」といった方々です。面談の早い段階で「あれ？この方は違うな」と感じることもあれば、話がある程度深まった段階でわかってくることもあります。

ステップ③のまとめ

実際の面談で、このステップ③における段階でお客様の「困りごと（悩み）や叶えたい希望が明確にならなかった」というケースは結構多く経験します。

この場合も、次のステップ（解決案の検討）に無理やり進めるのではなく、このステップで一旦終了します。

お客様の問題や希望が明確でないのに、いくら提案を持って行っても結局は提案内容に納得はされませんし、まして

や費用をかけようとも思わないでしょう。

多くの提案失敗例は、この段階が不十分な状態で次のステップに進むことにより生じています。

「家族信託を理解してもらうのは難しい、ビジネスにならない」という多くの専門家が陥っているのがこの状況です。「問題のないところに解決策なし」です。

限られた時間（1時間～1時間半）で相手の信頼を得て必要な情報を聞き出すのは技術が伴わないとできないことであり、そのためには正しい方法論を学び、かつ継続的な訓練が必要です。

本協会が主催する「家族信託コーディネーター研修」では、「3分間でヒアリングを行う」「ヒアリングした結果を1分間で説明する」というワークを行っています。

訓練された方が5分程度でヒアリングできる内容すらも、技術のない方は30分かけてもヒアリングできないものです。

未熟な人は、お客様の焦点の定まらない話を延々と聞く羽目になり、結局時間切れ…となるのが常です。反対に、「限られた時間の中で真剣に相手の話を聞く」訓練をされている方にはお客様も真剣にお話をさせていただきます。