

重点商品別にアプローチのポイントを押さえよう

# ニーズがあるお客様のピックアップと声かけトーク

商品提案につなげるために必要となるお客様の抽出や声かけ例を金融商品別に解説します。

佐々木城彦 (信金中央金庫 信用金庫部 上席審議役)

## 声かけ① ▼ 定期積金 様々な費用への「備え」となることを積極的にPR

でしよう。



**定期積金**は、毎月の約定日  
に、①得意先係等による集  
金、②店頭窓口・ATMへの入  
金、③(普通預金口座からの)自  
動振替のいずれかによって掛金を  
積み立てるもので、計画的な貯蓄  
に適した商品です。

よって、声かけも一定の貯蓄ニ  
ーズがあるお客様を対象に行うこ  
とが、成約率を高めまます。この際  
には、「将来の不測の事態への備  
え・蓄え」としてアピールするだ  
けでなく、「近い将来、見込まれ  
る支払いへの備え」としても有効  
であると考えると、声をかける層  
が広がるでしょう。

例えば、⑦小さな子供連れで来  
店したお客様であれば教育費、④  
給与振込指定のために来店したフ  
レッシュヤーズであれば、新しい住  
居の敷金・礼金や引越代金、冷暖  
房設備の購入費などが思い浮かぶ

### 自店がある地域の相場も確認

声かけの際には、毎月の掛金額  
を試算して伝え、それだけの貯蓄  
が可能か尋ねることが有効です。  
また、自店がある地域の学校等  
費用や敷金・礼金・駐車場代の相  
場などを情報提供し、それだけの

金額を準備するために毎月いく  
ら積み立てるべきか伝えてみるこ  
とも一案となるでしょう。  
定期積金などの貯蓄商品につい  
ては、声をかける側・かけられる  
側双方の心理的な抵抗感が融資商  
品などに比べ相対的に小さい傾向  
がみられます。それだけ声かけし  
やすい商品ですので、声かけ自体  
に不慣れな行職員にとっても、習  
熟度を高める効果が期待できま  
す。平たくいえば「入門編」に当  
たる商品になりますので、積極的  
に声をかけていきましょう。

### ●このように声かけしよう



## 声かけ② ▼ 預かり資産 マイナス金利などを引き合いに 分散投資の有効性を伝える声かけを



と思います。

このため現実的な対応として、  
⑦預かり資産への投資経験者、も  
しくは④一定年齢以下の成人かつ  
一定金額以上の預金残高保有者  
——をニーズが眠るお客様とした  
声かけが指示・推奨されていると  
思います。資産の分散化を図るた  
めには、ある程度の金融資産を保  
有するお客様でなければならず、  
実際に⑦④のようなお客様が声か  
けの対象となるはずですよ。

### NISAの開設状況を聞く

具体的な声かけの例としては、  
現在のマイナス金利などを引き合  
いに出すことが有効と思われるま  
す。「マイナス金利導入もあり、  
市場金利の低下傾向が著しいこと  
はよくご存知だと思います。こう  
した環境下での資産運用を考えら

れる中で、預かり資産などへの投  
資で資産を分散化されるお客様も  
増加傾向にあります。お客様は  
どうお考えでしょうか?」などと  
声をかけてみましょう。

さらに、2015年からはNI  
SA口座も1年ごとの指定(変  
更)が可能となっていますので、

「すでに他の金融機関でNISA  
口座などをお持ちですか?」と、  
NISA口座の開設状況を率直に  
照会する手法も挙げられます。  
声かけを契機に、応接室・応接  
スペース・ローカウンターなどに  
誘導し、給茶等でもてなしながら  
投資に対する考え方をヒアリング  
することが一案となるでしょう。  
この際には、お客様が現在投資  
中の商品と同一・同種の投資を希  
望するとは限らないため、商品を  
決めつけた声かけには注意しまし  
よう。

### ●このように声かけしよう

