

●このようにアプローチしてみよう



特集

メイン化に向けたお客様との取引深耕策

# お客様のメイン化につながる この商品をどう案内するか

金指光伸

個人のお客様のメイン化につながる有力商品を3つ挙げて、アプローチ方法を紹介する。

**積**

立商品を購入してもらったという事は、お客様の安定的な資産形成をサポートするだけでなく、お客様との接点を増やし長期にわたり囲い込むという意味合いもある。

積立は「毎月」なので、1か月に1回、1年に12回の取引があり、取引期間は10年・20年・30年になることも期待できる。お客様はその間、自行車の取引先となるのである。

皆さんは、若いお客様から「なかなかお金が貯まらない」という声をよく聞くと思うが、それは「給料」支出「貯蓄」と考えているからであり、それを「給料」貯蓄「支出」に変えることで、改善することが可能である。それには、給与天引きの

メイン化商品① 「積立商品」

## 幸せな人生を送るために 資産形成が大切であることをPR



積立商品が最適だ。

「余った貯金しようと思っていると、余らないものです。でも、給料日に2万円や3万円が積立商品にシフトされるようにしておく、最初からその金額がなかったものとして生活ができます」などと話す、「なるほど」と納得してもらいやすい。早い時期に、強制的に貯蓄が行われる仕組みを作ることによって貯蓄する習慣をつけることができる。これが将来、お客様にとって大きな財産になる。

**長期・積立・分散投資で  
効率的な資産形成を促す**

積立商品といえば預金(積立定期・定期積金)のイメージが強いが、安定的な資産形成には

「長期・積立・分散投資」が有効である。毎月2万円を38年間積み立てた場合、金利がゼロなら912万円だが、年利3%で運用できたなら税引後で1478万円、年利5%なら同2100万円にもなる。

将来のことは分からないが、過去においては分散投資を積立で長期間行うことで、3~5%のリターンは得られている。「教育資金をどうやって用意しようか」とお客様が考えたとき「積立投信のある〇〇銀行に聞いてみよう」などと思ってもらえるとよい。

お客様に幸せな人生を送ってもらうため、預金だけでなく投資も案内する——これによりメイン化を図っていききたい。