

お客様の不安を解消する 保険提案

ライフステージごとの 課題とアドバイス



保険ならではの機能で お客様の悩みを 解決しよう

内山貴博

内山FP総合事務所代表取締役

2 024年から新NISAが始まるということもあり、現在は筆者が対応するFP相談のほとんどがNISAまたはiDeCoに関するものだ。それまでの定番であった「保険の見直し」を希望する相談者はすっかり少なくなった印象がある。

これはNISAやiDeCoの宣伝効果の影響も大きいだろう。というのも、私たちは情報や数値の与えられ方によって、意思決定のプロセスや行動の在り方が大きく変わる可能性があるのだ。

これは行動経済学でも示されている現象である。

例えば、行動経済学に「アンカリング効果」というものがある。船が港に停泊するうえで欠かせないものが錨(アンカー)であるが、錨によって船がその場に留まるように、私たちも特定の数字からどうしても離れられなくな



り、適した判断ができなくなることをいう。

具体的には、店頭で「最大80%OFF」というポップを見て「このお店は安い。セール中だ」と、結局セール対象外の商品も含め、予定以上に購入してしまったという経験はないだろうか。これは「80%OFF」というアンカーが影響している。

同じく「フレーミング効果」も大変興味深い。例えば、手術に関する説明を医者から事前に聞く際に、「90%の確率で成功する手術です」と言われるのと、「10%の確率で失敗してしまいます」と言われるのでは、確率は同じでありながら印象が大きく異なる。

このように、情報の与えられ方ひとつでその後の行動が変わってしまう可能性について、相談業務でアドバイスする者として、意識しておきたいところである。

**投資することだけが
家計の見直しではない**

話を前述の相談内容の変化に戻すと、まさにこの行動経済学のセオリーのように「人生100年時代」「長生きへの備え」「最大1800万円まで非課税で投資」といった情報や数字に支配され、家計見直しや資産形成の「一丁目一番地は「投資をすることだ」と感じている人が少なくないのではないだろうか。

もちろんそれ自体が悪いこ