代理店経営情報

シンニチ代理店版

選ばれる地域No.1代理店づくり！

～営業戦略編～

セブンスターズコンサルティング株式会社
代表取締役　佐々木　篤史
シニアコンサルタント　平野　芳生

66

2氏プロフィール
ランチェスター販売戦略、情報提供型の購買心理学を基にした循環型セールス、営業スキル研修の3つの柱を基に保険／共済代理店、営業パーソン向けに「売れ続ける仕組みづくり」の営業力強化支援コンサルタントとして活動中。NPO法人 ランチェスター協会（理事）認定インストラクター、一般社団法人 経営組織事業推進機構 登録専門家、NPO法人 リスクマネジャー＆コンサルタント協会 シニアコンサルタント、一般社団法人 日本内部監査協会 登録内部監査士（ＩＩＡ分掲）。
https://sevenstars-consulting.com/

「面談型」である保険の営業スタイル いかに信頼関係を構築できるか コミュニケーションスキルが重要

前回は「常にお客さまから相談が来る営業プロセス」について解説をスタートしました。今回も引き続き、同じテーマで解説をしていきます。

前回の最後に「成功の循環モデル」について解説し、まずはお客さまとの信頼関係構築に注力することが近道であることをお伝えしました。

簡単に信頼関係を構築すれば良いと言われても、どうすれば良いのでしょうか。

例えば、何か依頼をされた場合はきちんと約束を守るとか、誠実に対応するとか、いろいろとあるでしょう。しかし、それは営業活動を行うにあたって、いや、そもそもビジネスをするにあたって当たり前のことです。

私たちが行っている保険の営業スタイルは、面談型の営業スタイルです。この面談、すなわちお客さまと数十分間、接している間のコミュニケーションスキルが重要なのです。この面談をしている間に、いかにお客さまとの信頼関係を構築できるかはコミュニケーションスキルにかかっています。

会って話を聞いていただけるという時間が、貴重な時間であるという認識を持つことが大切です。まったく見ず知らずの方に会って話を聞いていただけるということは至難の業です。新規開拓を通じてお客さまを増やして来られた営業パーソンの方でしたら、良くお分かりのことかと思います。その貴重な時間は、奇跡の時間といっても過言ではないと思います。

多くの営業パーソンは、商品を説明することは上手にできても、そもそも感情の動物でもある人間の心理に基づいてお客さまとの信頼関係を構築できるコミュニケーションを実践できている人は少ないのではないでしょうか。

それができるのは、トップセールスである上位2割の人だけと言われています。しかし、きちんとお客さまの購買心理を学習して理解し、トレーニングをすれば誰でも実践することが可能になります。

次に、商品を必要だと思ってもらうにはどうしたら良いのでしょうか。

お客さまに「自分にとってこの商品は必要だ」と思ってもらうことを「ニーズ顕在化」と言いますが、営業パーソンがお客さまとの商談において、「ニーズ顕在化」を図ることができれば、購入に至る確率がグーンとアップします。そして、この「ニーズ顕在化」を図る方法がまさしく営業手法になります。

営業手法には大きく分けると、2つのスタイルがあります。

一つは、「商品売り込み型」の営業スタイルです。

アプローチ→情報収集→プレゼン→クロージングといったプロセスが一般です。ここで活躍するのが、「応酬・説得話法」です。商談の主役は、営業パーソンです。商品の良さを並べ立て、「さあ、買ってください」と、そんなスタイルになります。お客さまとの関係は対立的になります。

しかし、このスタイルは多くの場合、お客さまが必要と思っていないのに、つまり、「ニーズ顕在化」ができていないのに無理に購入を促そうとするため、お客さまとの衝突を起こしてしまいがちで、お客さまの不信感を醸成します。その結果、気まずい雰囲気になってしまい、営業パーソン自身も嫌な思いをしてしまいます。最悪の場合、二度と訪問できなくなってしまうこともあります。営業での最大の失敗は、お客さまと二度と会えなくなることです。

もうひとつのスタイルは「コンサルティング型」の営業スタイルです。コンサルティング型の営業スタイルの主役は、お客さまです。ここで必要なのは、信頼関係を構築するコミュニケーションスキルです。お客さまとの関係は、支援する立場、信頼できる相談相手という立場になります。お客さまの抱えている課題を、われわれの販売する商品で解決する。解決策として、お客さまは商品を購入する。われわれは解決の対価を保険料として受け取る。これがコンサルティング型の営業です。

コンサルティング型の営業スタイルの詳細については、次回より解説をさせていただきます。

常にお客さまから相談が来る営業プロセス

「成功の循環モデル」

①結果の質（例…保険購入・契約締結）
②関係の質（例…信頼関係構築）
③思考の質（例…この人の話なら良いものだ）
④行動の質（例…では、購入しよう）

受取り生命保険金と相続税の関係

受取額での判断は難しい

知ってトクする 税務情報 1180

■遺産に係る基礎控除額が目安に

Q　父の四十九日の法要が終わり、母に父の遺産話を持ちかけたところ、父は東京都内にある自宅等の不動産とは別に母を受取人とする生命保険（死亡保険金3000万円）に加入していたそうです。今後母はその保険金と遺族年金を頼りに生計を立てるとのことでしたが、母は今回の相続税がどれくらいかかるのか心配しております。いったいこの死亡保険金にはどれくらいの税金が課せられるのでしょうか。家族は母と私、それにすでに嫁いでいる妹の合計３人です。

A　結論から申し上げますと、ご質問の内容だけでは分かりません。つまり、相続税は、被相続人（亡くなった人）のプラスの遺産、マイナスの遺産、それに配偶者の有無や相続放棄など諸々の状況を総合して算出されるものだからです。そこで、設例Aパターン、Bパターンについて計算してみました。Aパターンでは、生命保険金を含めた課税価格（債務や生命保険金の非課税財産の適用（500万円×法定相続人の数）が遺産に係る基礎控除額（3000万円＋（600万円×法定相続人の数））を下回っているため、相続税は課せられないことになります。

一方、Bパターンでは、課税価格が遺産に係る基礎控除額を上回り、3200万円の課税遺産額となりました。相続税の計算では、この課税遺産額を法定相続人がそれぞれ法定相続分どおりに相続したものとして相続税の総額が求められます。その結果、総額は350万円となりました。これを各相続人が実際に取得した課税価格で按分したものが各人の負担する相続税額となります。ただし、配偶者については税額軽減が図られるため、このパターンでは母の税額はゼロとなります。

このように、受取り生命保険金に係る税額については、他の相続財産や相続人数などの状況によって変化するものであることに留意する必要があります。

【計算例】受取り生命保険金と相続税額

◎統一条件

父の葬式費用は200万円で他に債務なし。保険金は母受取りの3,000万円のみ。相続放棄はないものとする。遺産に係る基礎控除額は4,800万円（3,000万円＋（600万円×法定相続人数３人））。長男および長女は成人とする。

■Aパターン

父の相続財産の課税価格（葬式費用200万円と生命保険金の非課税財産（500万円×法定相続人数３人）1,500万円控除後の金額）が3,800万円であった場合

1．課税される遺産額

3,800万円(課税価格)－4,800万円(遺産に係る基礎控除額)＜0

みなし相続財産である生命保険金を合わせた父の相続財産の課税価格が遺産に係る基礎控除を下回るため、Aパターンでは相続税はかからない。

■Bパターン

父の相続財産の課税価格（葬式費用200万円と生命保険金の非課税財産（500万円×法定相続人数３人）1,500万円控除後の金額）が8,000万円であった場合。なお、母は生命保険金の他に土地・家屋2,500万円を相続し、残りを長男および長女が２分の１ずつ相続した。

1．課税される遺産額

8,000万円(課税価格)－4,800万円(遺産に係る基礎控除)＝3,200万円

2．相続税の総額（各相続人が法定相続分どおり相続したものとして計算する）

- 母　＝3,200万円×１／２＝1,600万円×15%(税率)－50万円(速算による控除額)＝190万円
- 長男＝3,200万円×１／２×１／２＝800万円×10%(税率)＝80万円
- 長女＝長男と同じ。

したがって、相続税の総額は母と長男および長女の合計350万円となる。

3．各人の相続税額（各人が実際に相続した課税価格で按分して税額を分担する）

- 母　＝350万円×(1,500万円＋2,500万円)／8,000万円＝175万円
- 長男＝350万円×(2,000万円／8,000万円)＝87.5万円
- 長女＝長男と同じ。

☆母の税額は「配偶者の税額軽減」の適用により、この場合０となる。

したがって、Bパターンでは、長男および長女の合計額175万円が納税額となる。

以上のように、母が生命保険金3,000万円を受け取ることによる相続税額は、相続人の数や生命保険金以外の相続財産の価額によって異なってくる。課税の有無の目安は、生命保険金を含めた課税価格が「遺産に係る基礎控除の額」より多いか少ないかによる。