

エンディングビジネスのポイント

スキラージャパン株式会社  
伊藤 亮太

Q：エンディングビジネスを行う上での戦略的ポイントは何でしょうか。

A：信託協会によると2010年度末の遺言書の保管件数は約7万2000件。前年度比約6%増であり、年々増加傾向にある模様です。

言い換えれば相続関連に関心を持たれている方も増加しているといえ、また『争族』を回避する点からも、今後遺言書の作成や遺言書の保管・執行に関連するビジネスはますます拡大していくといえるでしょう。そんな中、遺言に関連する相談が複雑になっていることなどから、遺言信託の手数料が引き上げられつつあるのが現状といえます。

こうした手数料を目的に、エンディングビジネスの拡大を図るのも手ではありません。しかし、金融機関にとっては、エンディング関連の相談をもとに、相続対策の一環としての保険販売や相続後の資産移動に着目した資産運用など、様々なビジネスチャンスにつながる可能性があることを忘れてはなりません。

エンディング分野からの顧客開拓においては、多くの場合、高齢者層がターゲットになると思われます。ただし、その場合において、高齢者層だけにとどまることをせず、将来の相続人となる家族に

関しても取引関係を構築できるようにしておくことが最も重要な戦略となるといえます。

例えば、①親子で来店いただく機会を設けていただき、将来の相続人の方との取引のきっかけをつくる、②日ごろからライフプランニング等の魅力的なコンサルティングを提供する、③退職金などを目的とした預金獲得を行い、退職後の人生プランの相談にのる、など親子双方の顧客獲得を心がけるようにされると、相続発生時に資産の預入先として選定される可能性が高くなるといえます。また、預金だけではなく、保険の相談や資産運用の相談にもつながっていくといえます。距離が離れている親子の場合であれば、支店間での協力を行っていくことでニーズに応えていく方法もあるといえます。

こうした金融機関が行うエンディングプランの構築等は、実は家族の結びつきを強める役割も担っているといえ、単にビジネスとしてだけではなく、社会的な意義があるとも考えています。親と子の二世代にまたがるアプローチの重要性は日に日に増していくといえるでしょう。

今回は、エンディングビジネスの将来についてお話ししたいと思います。