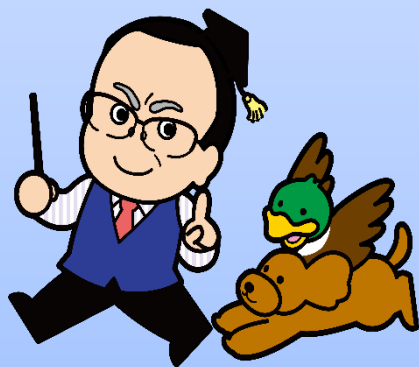


住宅ローンコンサルティング 超実践講座 第9期

5日目(ZOOM)



一般社団法人
日本住宅ローンコンサルティング協会

理事 鴨藤 政弘

本日のスケジュール

- ① ふいかえり
- ② 借り換えセミナーロープシ
(金利の重さ、ピストルとナイフ作戦)
- ③ リストホルダーを探せ
- ④ 営業心理学
- ⑤ 本日のまとめ課題、質問、小ネタ集



第9期超実践講座

目標！

講座終了までに

住宅ローンの借り換えアプローチから

生命保険契約・紹介につなげる！

全員結果を出す！

ふいかえり

自己紹介 親近感 権威性

ラポール 過去の共有

神話の法則 4ステップテンプレート

自分発見のワーク ホメホメワーク 自慢話 武勇伝

ベネフィット型 ビジョン型

受講者の3大不安

借換え比較表 ボーナス払いあり 防衛金利計算

自動計算シート

課題①自己紹介を完成②返済予定表3枚回収

超実践講座のポイント

- 住宅ローンの基礎(返済予定表回収)
- 銀行の考え方
- 金融電卓の使い方
- 借換えセミナーの内容を理解
- マーケティング・営業心理学
- ピストルとナイフ作戦の実践
- エアー札束を掴む練習＝比較表の作成
- 防衛金利の計算(実践・自動計算)

証拠・実績 集め

各自、集めた住宅ローン返済予定表を管理
証拠・実績作りになります。

『住宅ローン見直し専門！』

名前を隠せば、証拠として見せられます！

感謝の手紙があれば、さらにプラス効果！

管理表を作成しましたので、

是非使ってみてください！

管理表

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	管理番	名前	銀行	残高	計算基準月	金利	防衛金利	最終金利	軽減額	軽減額100万以上
2	001									X
3	002									X
4	003									X
5	004									X
6	005									X
7	006									X
8	007									X
9	008									X
10	009									X
11	010									X
12	011									X
13	012									X
14	013									X
15	014									X
16	015									X

前回の積み残し

第3回 課題②

②セミナーの内容を一通り見てくる

内容を理解する
流れをつかむ

期限 次回までに理解

課題の確認(前回)

課題②

『借換セミナー』の内容について

理解できたこと

疑問に思ったこと

感じたこと

みなさんでシェアしました

見直しセミナー(ロープシ)

ロープシします！

①金利の重さ

②ピストルとナイフ作戦

セミナーロープしします

第3回 課題②

②セミナーの内容を一通り見てくる

内容を理解する
流れをつかむ

期限 4日目(前回)までに理解

見直しセミナー(ロープシ)

ロープシします！

①金利の重さ

②ピストルとナイフ作戦

セミナーの内容について

質問はありますか？

見直し七三十一

2020年9月版

①金利の重さ

住宅ローンの見直し(借換え)

どんなイメージをお持ちでしょうか？

面倒くさいんじゃないの…

審査とかもあるんでしょ？

時間もかかりそうだし…

お金(諸費用)もかかるんでしょ？

ですよね！

実は簡単な方法が

あるんです！

住宅ローンの基本中の基本！

まずは、

『金利の重さ』

を知ってください！

金利の重さ

3000万円 金利 % 35年 = 総返済額は？



現在の全期間固定の金利は何%でしょう？？？

金利の重さ

3000万円 金利1.32% 35年 = 総返済額は？



フラット35 新機構団信込み

2020年9月フラット35金利 (新機構団信付き【フラット35】)

融資率(9割以下)

返済期間15~20年

年率 **1.25%**

実質年率 1.482%

融資率(9割以下)

返済期間21~35年

年率 **1.32%**

実質年率 1.458%

金利の重さ

3000万円 金利2.0% **35年 = 総返済額は？**

約4,170万円・・・①

金利の重さ

3000万円 金利**3.0%** **35年 = 総返済額は？**



金利が **1%** 上がったら

金利の重さ

3000万円 金利3.0% 35年 = 総返済額は？

約4,850万円・・・②

金利の重さ

① 3000万円 金利**2.0%** 35年 = 約**4,170万円**

② 3000万円 金利**3.0%** 35年 = 約**4,850万円**

金利**1.0%**の違いで 約680万円(②-①)

ということは **0.1%**で 約**68万円**の違い

『金利の重さ』

ご理解頂けたでしょうか？

現在、借っている住宅ローン金利

0.1%でも

下げたくないですか？

②ピストルとナイフ作戦

もっと簡単にできないか？

面倒な手続きや、多額な費用や時間をかけず
住宅ローンの金利を下げる事が出来ないか？

実は・・・

『出来るんです！』

『銀行員は絶対に教えてくれない』

方法があるんです！

ピストルとナイフ作戦

住宅ローンの金利を値切る方法！

電話を1本かけるだけ・・・

2つ質問をします

- ①『今借っている住宅ローンを来月の末に全部返すとしたらいくら返済すればよいですか？』
- ②『完済したら、保証料はいくら返ってきますか？』

返済に遅れがない 転職1年以内でない 等

他行で借り換えが出来る状態であること。**事前準備**は必要です。

ピストルとナイフ作戦

借入れ銀行から 質問

① どうされましたか？

「いやちょっと・・・」

② もしかして、他行で借換えを考えられていますか？

「まあ、そんな感じですよ・・・」

③ どの銀行ですか？

「〇〇〇銀行ですけど・・・」

ピストルとナイフ作戦

④条件は？

「**変動金利 0.47%です…**」

⑤「ちょっと待ってください。

当行でも金利は下げられますから…」

と、家まで説得に来ます。

「当行にとって大事なお客様ですので、

特別に 金利を引き下げさせていただきます。」

「是非そのまま当行とお取引をご継続ください…」

と先方から**金利引き下げの話**をしてきます。

以上
お疲れ様でした！

第5回課題

①セミナーの練習

愚直な実践が重要です

既契約者に対して3人(1回で3人でも可)

お客様のご自宅でミニセミナー開催

感想をもらう(口頭で可)

第6回 10月6日(火) 結果報告(シェア)

セミナーの活用法

① 既契約者に向けた情報提供として行う！

感謝 『有難う！』

アップセル クロスセル

固定費の節約 生命保険

マネーセミナー(自宅セミナー)

ご紹介依頼

ティアアップビジネスにとって重要なこと

成功の絶対条件！

優先順位を間違えない！

①顧客満足

②リストホルダー(提携先)の満足

③自分達の満足

ワーク(借換えを武器に)

住宅ローンの借換え、見直し
の専門家(コンテンツホルダー)となれば・・・

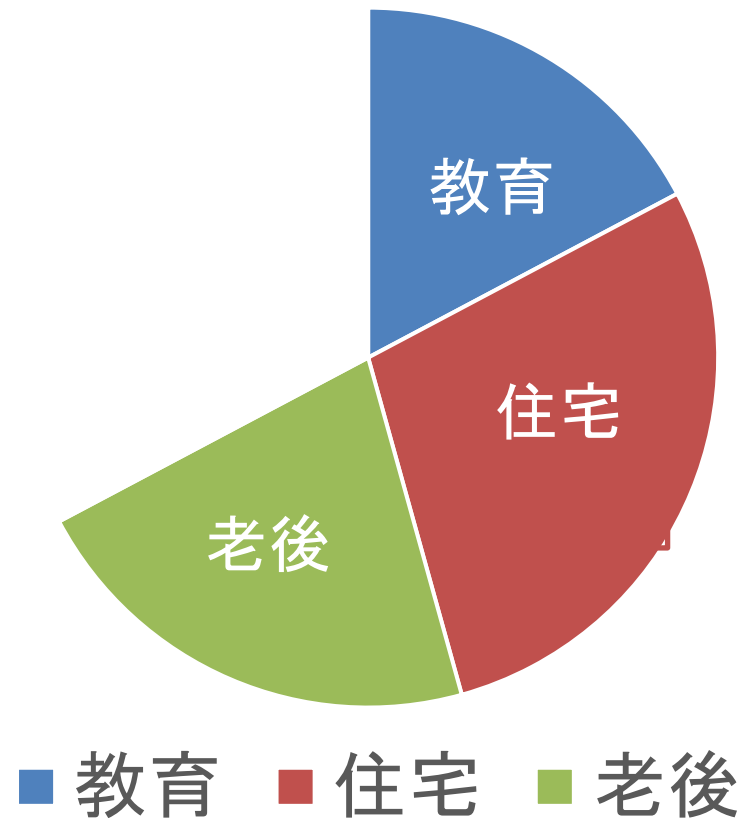
リストホルダーと簡単に組めます！

リストホルダーは、どこにいますか？

リストホルダーを探す ヒント

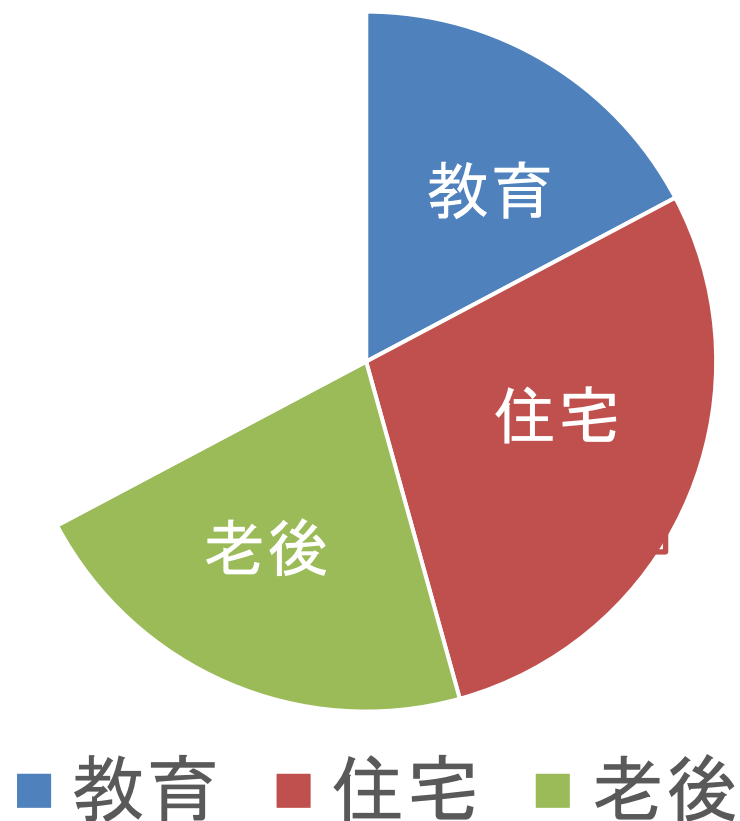
人生における3大支出

支出



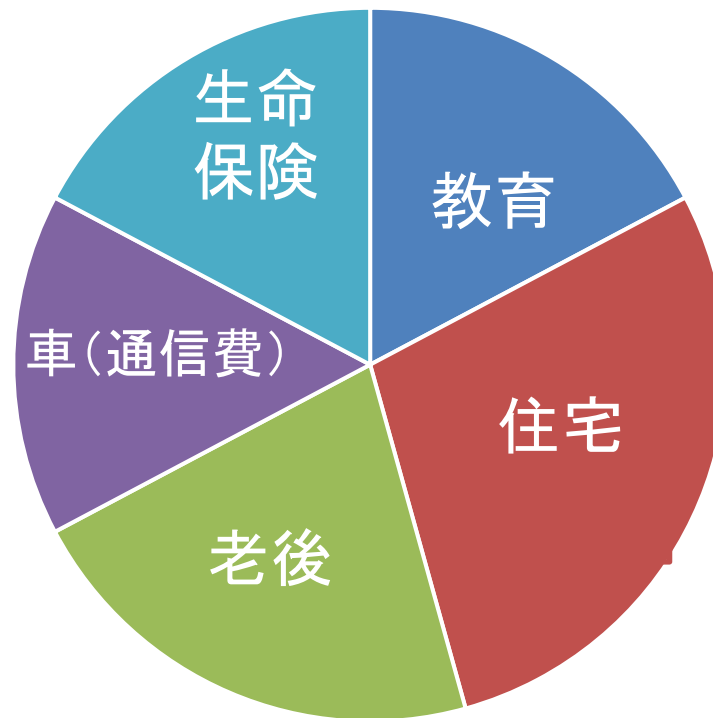
人生における5大支出

支出



人生における5大支出

支出



■ 教育 ■ 住宅 ■ 老後 ■ 車（通信費） ■ 生命保険

リストホルダーの探し方

マーケティングの基本

まずは

パーフェクト・カスタマーの設定

パーフェクト・カスタマー

理想のお客様を具体的に設定する

- ①住所、②氏名、③年齢、④職業
- ⑤家族構成、⑥趣味

具体的に設定しましょう！

5分間でワーク

リストホルダー

設定した**パーフェクトカスタマー**
を既に自身のお客様としている

人や会社や組織

はあいませんか？

それは、どこですか？

5分間でワーク

リストホルダー

リストホルダーに貢献出来ることは何か？

売上げ(営業利益)貢献

本業、ど真ん中で貢献出来ること！

は、どんなことですか？

5分間でワーク

リストホルダー

**リストホルダーに貢献出来る！
セミナー開催**

日程（日時、場所）

ターゲット

（誰を呼ぶか？ = **パーフェクト・カスタマー）**

集客方法（DM、メルマガ、電話等・・・）

5分間でワーク

ティアアップビジネスにとって重要なこと

成功の絶対条件！

優先順位を間違えない！

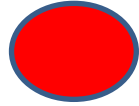
①顧客満足

②リストホルダー(提携先)の満足

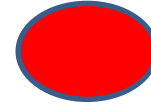
③自分達の満足

營業心理学

ラポール



エゴイズム
自我



モニター
監視

シンパシー
共感

脳科学

人間は、

言葉とイメージ

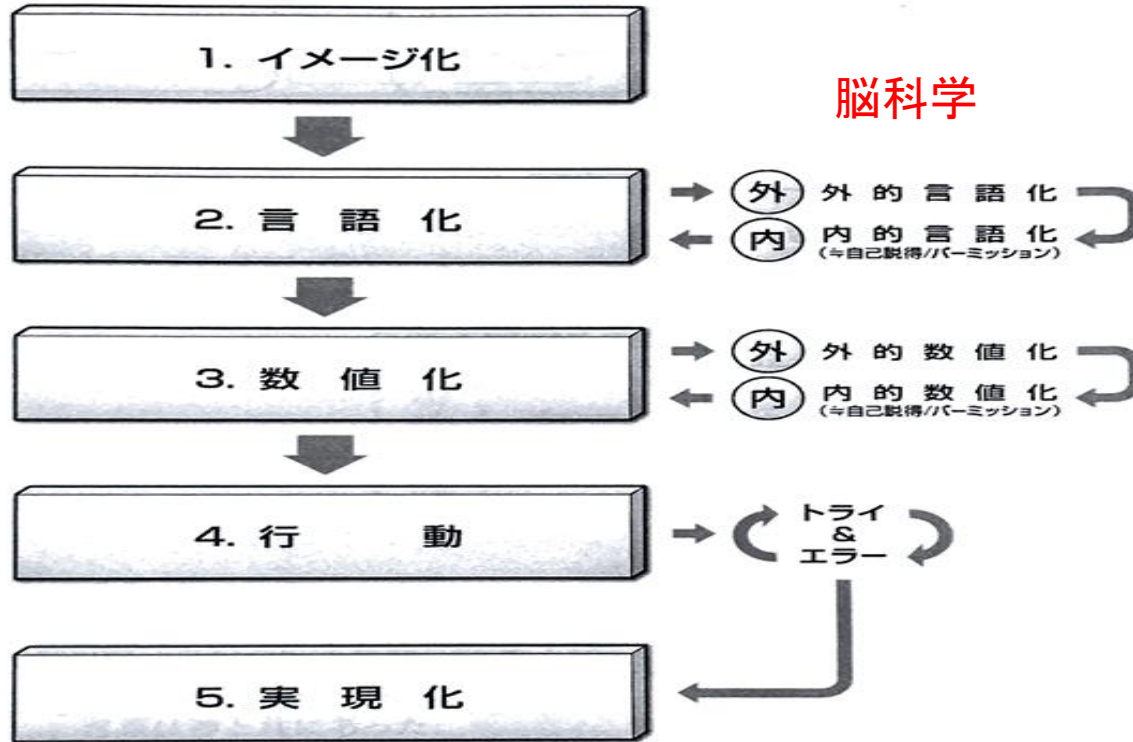
で行動する！

イメージして言語化する

言語化(言葉)が明確になると

イメージが明確になり、具体的に行動出来る！

ビジネス



「内的言語化」がうまくいかない場合 → ①外的言語化の精度を上げる ②細分化する
「内的数値化」がうまくいかない場合 → ①数字を下げる ②期間を伸ばす

※「内的数値化」・「外的数値化」は中井隆栄の造語です。

ニューロ・ロジカル・レベル

私は、何者で

誰の？何のために？

この仕事をしているのか？

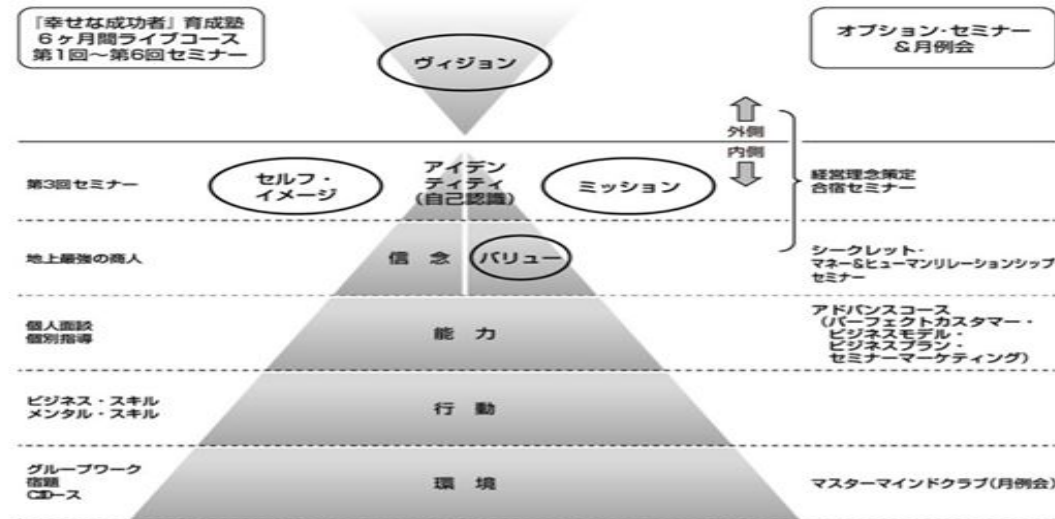
ニューロ・ロジカル・レベル

by NLP

1. ニューロ・ロジカル・レベル

- ① 人間の活動に影響を与えるプロセスには、アイデンティティ(自己認識)、信念・バリュー(価値)、能力、行動、環境の5つのレベルがある。
- ② 活動が変われば、自動的に結果・成果が変わる。
- ③ 上位レベルのものが、下位レベルのものを支配する。

by ロバートディルツ



※ 参考文献：「NLP神経言語プログラミング」高橋慶治 著 (第二海援隊)

⇒ アイデンティティ(自己認識)=セルフ・イメージ(自己像)+ミッション(使命)

ビジネスの場合：

「私は何者で？、誰の？何のために？この仕事をしているのか？」

by ハイラム・スミス

© All Rights Reserved TAKAYOSHI NAKAI 2015-2020

営業心理学

言葉の定義 『**営業**』とは？

目の前の人の『**問題解決**』と『**願望実現**』の
お手伝いを

扱っている商材やサービスを

使って行うことである！

購買行動心理学

人は何を買うのか？

私たちは何にお金を払うのか？

私たちは、モノやサービスではなく

物語や**体験**を購入している

モノやサービスからどんな**感情**を得られるのか
を求めている！

営業心理学

影響力の武器

(ロバート・チャルディーニ)

6つの普遍的な「説得の原則」

成功している戦略の大多数は、
この6つの原則のどれかに該当する！

影響力の武器

関係構築

- ①返報性(譲歩)の原則
- ②好意(協力)の原則
- ③一貫性(約束)の原則

不確実性のリスク削減

- ④希少性(損失回避)の原則
- ⑤権威(信頼性)の原則
- ⑥社会的証明(同調性)の原則

影響力の武器

関係構築

- ①返報性(譲歩)の原則(ギブ&テイク・昔話で教育)
- ②好意(協力)の原則(自己紹介・共通項・失敗談)
- ③一貫性(約束)の原則
(YES SET・オープニング・ダブルバインド)

不確実性のリスク削減

- ④希少性(損失回避)の原則(限定・今回の参加者に限り)
- ⑤権威(信頼性)の原則(自己紹介・欠点・第三者・NO.1)
- ⑥社会的証明(同調性)の原則(お客様の声・自似事例)

営業心理学

- ①理由効果：頼みごとをする前に理由
- ②コントラストの原理：並→下→上（お金ある人）
上→下→並（お金ない人）
セット販売（アパレル）
オプション（ディーラー）
- ③ハロー効果：お金のプロ→保険もお任せ

ミルトンモデル

もし〇〇だとしたら... 脳は否定形を理解できない

もし仮に、内容的にも保険料的にも良い・有利なご提案が出来たとしたら、保険を切り替えることは、可能でしょうか？

もし、保険料に制限がないとしたら、どれを選びますか？

ミルトンモデル

〇〇かもしれません。=否定できない

①そこに不安があるようでしたら、入っておかれても良いかもしれませんね！

②お金の価値を守るには、ドル資産を持つのも、一つの方法かもしれませんね！

ダブルバインド

午前と午後でしたら、どちらがご都合よろしいでしょうか？（自分で決める→一貫性の原則）

松竹梅の法則（真ん中の選ぶ）

クレジットカード払いにしますか？口座振替にしますか？（ダブルバインド＋一貫性の原則）

クロージング

セミナー中の仕掛け

(ダブルバインド＋一貫性の原則)

Aさんになりたいですか？

Bさんになりたいですか？ (ダブルバインド)

クロージング

どちらに、なりたいたいんでしたっけ？

(一貫性の原則)

クロージング

エビングハウスの忘却曲線トーク

人は、

1日経つと、67%忘れ

2日後には、72%忘れ、

6日後には75%忘れてしまいます。

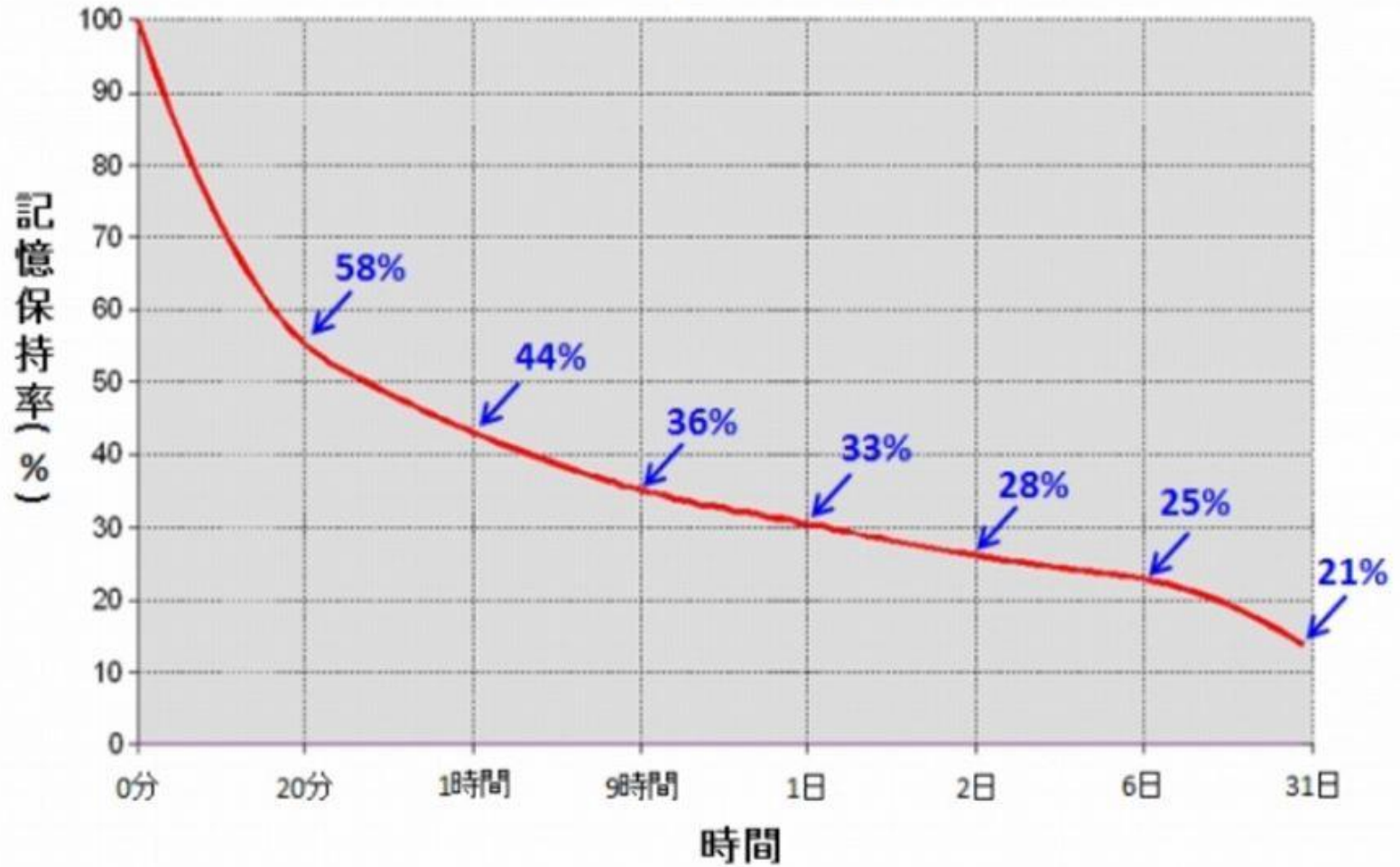
本日私がお話させて頂いたこと(ご納得頂いた)も
残念ながら、1週間も経てば8割近く忘れてしまうかもしれま
せん。

今日決めますか？

それとも、8割近く忘れた1週間後に決めますか？

(権威の原則、ミルトンモデル、ダブルバインド)

エビングハウスの忘却曲線



コーチング

GROWモデル

他人を動かす＝セミナー・ライフプラン・契約

- | | | | | |
|---|---------|-----------------|---|-------------|
| G | Goal | 目標(ワクワクする未来) | } | <u>ギャップ</u> |
| R | Reality | 現状(把握)確認 | | |
| O | Options | 行動の選択肢(商品・サービス) | | |
| W | Will | 自己決断・目標達成の意志 | | |

ビジョナリーコーチング

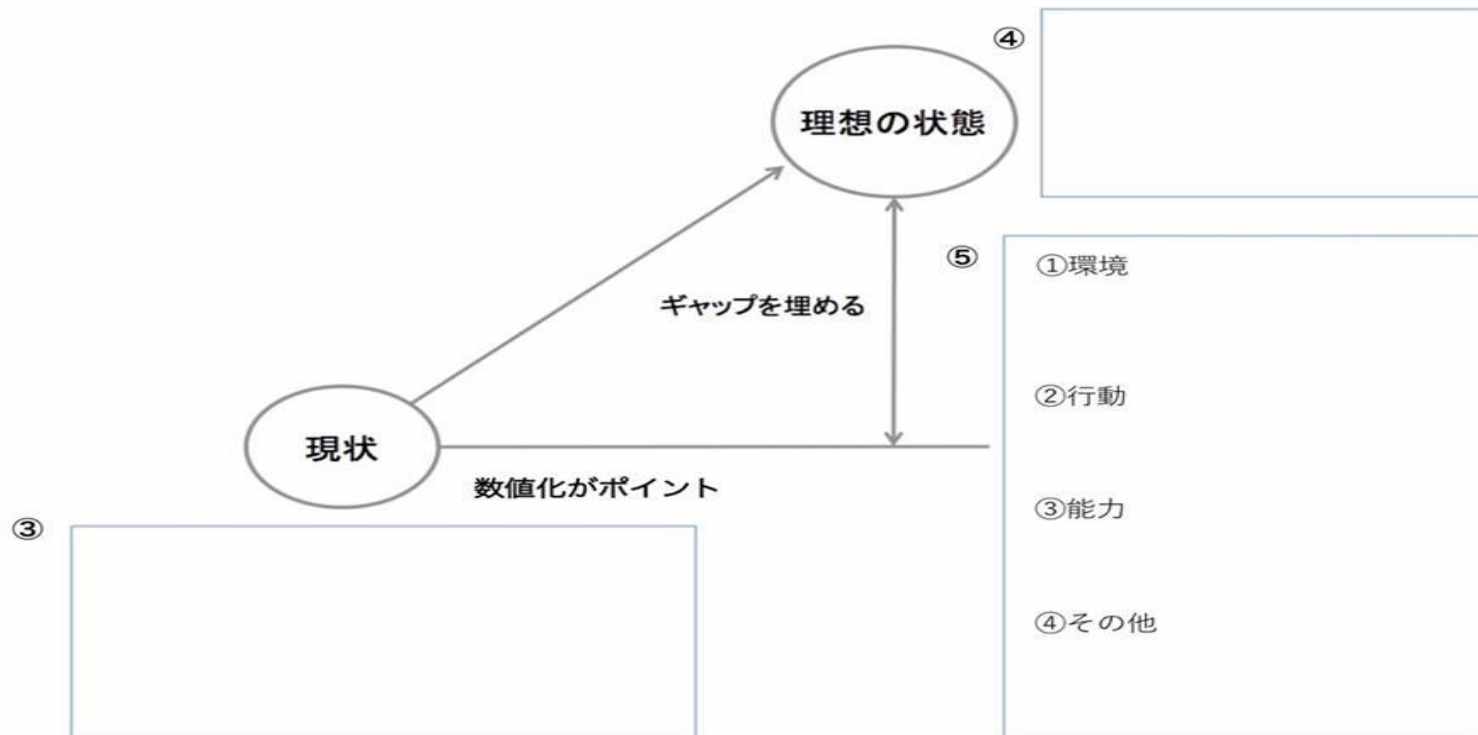
① スケーリング・クエスチョン B()/10 → A()/10

クライアント

コーチ

/ /

② タイトル: _____



表象システム

V (Visual) 視覚

A (Auditory) 聴覚

K (Kinesthetic) 体感覚

影響力の武器・コーチング

まとめ

①使っていたこと

意識して使うと、より効果的です

②使えそうなこと

意識して使うと、結果が出せます

シェアタイム

第5回課題

①セミナーの練習

愚直な実践が重要です

既契約者に対して3人(1回で3人でも可)

お客様のご自宅でミニセミナー開催

感想をもらう(口頭で可)

第6回 10月6日(火) 結果報告(シェア)

超実践講座のポイント

- 住宅ローンの基礎(返済予定表回収)
- 銀行の考え方
- 金融電卓の使い方
- 借換えセミナーの内容を理解
- マーケティング・営業心理学
- ピストルとナイフ作戦の実践
- エアー札束を掴む練習＝比較表の作成
- 防衛金利の計算(実践・自動計算)

本日のまとめ

**本日の講座のふいかえり
各班で、シェアしてください！**

- ①成長！（新発見）**
- ②まとめ！**

質問があれば、受け付けます！

小ネタ集NO.1

- ①銀行員(支店)は住宅ローンのことは分かっていない!
(医者も弁護士も税理士も同じ)
- ②抵当権と根抵当権、金銭消費貸借契約書(きんしょう)。
- ③銀行エリートは半沢 直樹!
- ④団信も事前審査可。保険会社は銀行、年によって変わる!
- ⑤比較サイトは使えない!(信用してはいけない)
- ⑥年利と月利 金利と利息 (残高×金利×期間)
- ⑦変動金利(未収利息)の恐怖!
- ⑧消費者物価指数の秘密! 開成高校の話!
- ⑨静岡のサッカー少年、娘のピア/発表会!
- ⑩SMAPとAKB

小ネタ集NO.2

- ①司法書士報酬も値切れる！
- ②神話の法則(自己紹介)
- ③フラット35の仕組み！(債権の流動化)
- ④元金均等も元利均等も結果は同じ！
- ⑤有能シェルパの話！
- ⑥連帯債務はみんな苦手！(連帯保証人との違い)
- ⑦平均点は信用出来ない！静岡県が全国ワーストになった訳
- ⑧ふるさと納税、iDeCo(イデコ)は営業(アブローチ)の武器！
- ⑨坪単価の高いハウスメーカー・工務店を狙う理由
- ⑩預金と貯金 宅急便と宅配便

小ネタ集NO.3

- ①ローンセンターの永年担当者は・・・なん！
- ②FB集客は今や常識！
- ③大手ハウスメーカーから住宅ローン見直しのお話が出ない訳！
- ④工務店・ハウスメーカーに紹介料は必要か？実態は？
- ⑤イオン(マック)トーク！投資初心者へ！
- ⑥ハウスメーカーの営業マンはOB訪問したくない！
- ⑦地震保険の耐震等級確認資料を安くする裏ワザ！
- ⑧住宅営業マン向けセミナーには積極参加しよう！
- ⑨変動金利が売れている理由は〇〇の都合だった！
- ⑩セラピストのアプローチ

小ネタ集NO.4

- ①夏のキャンプ場での命の恩人
- ②近くに来た、新築アパートの話
- ③ねんきん定期便は最強ツール
- ④ノミのジャンプ力
- ⑤渡り鳥経営
- ⑥金鉱山の法則
- ⑦冬の旭川の話
- ⑧水族館のイルカの話
- ⑨ピストルとナイフ作戦
- ⑩新規開拓のマトリクス