

住宅ローンコンサルティング 超実践講座 第9期

6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 課題確認

自己紹介 第4回①

ピストルとナイフ作戦 第4回②

セミナー練習の感想 第5回

シェア

③ リストホルダーとの提携

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

住宅ローンの借換えアプロー千から

生命保険契約・紹介につなげる！

全員結果を出す！

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)

ふいかえり

証拠集め・実績・管理表

借換えセミナーロープシ

金利の重さ ピistolとナイフ作戦

リストホルダーを探すヒント 人生における5大支出

パーフェクト・カスタマーの設定 FB報告

リストホルダーの営業利益に貢献 何が出来るか？

タイアップビジネスにとって必要なこと

課題確認

第4回 課題①

①自己紹介を完成させる(証拠写真入り)

他の方の自己紹介を参考にして
自身の自己紹介を作成しておいてください

《選ばれる理由を意識》

ベネフィット型 ビジョン型

ターゲット(住宅購入者)に合わせた

『自己紹介』作りをしてみましょう!

* 6日目(10/6)までに作成しておいてください!

自己紹介

自己紹介は、信頼関係の構築

① 親近感

② 権威性

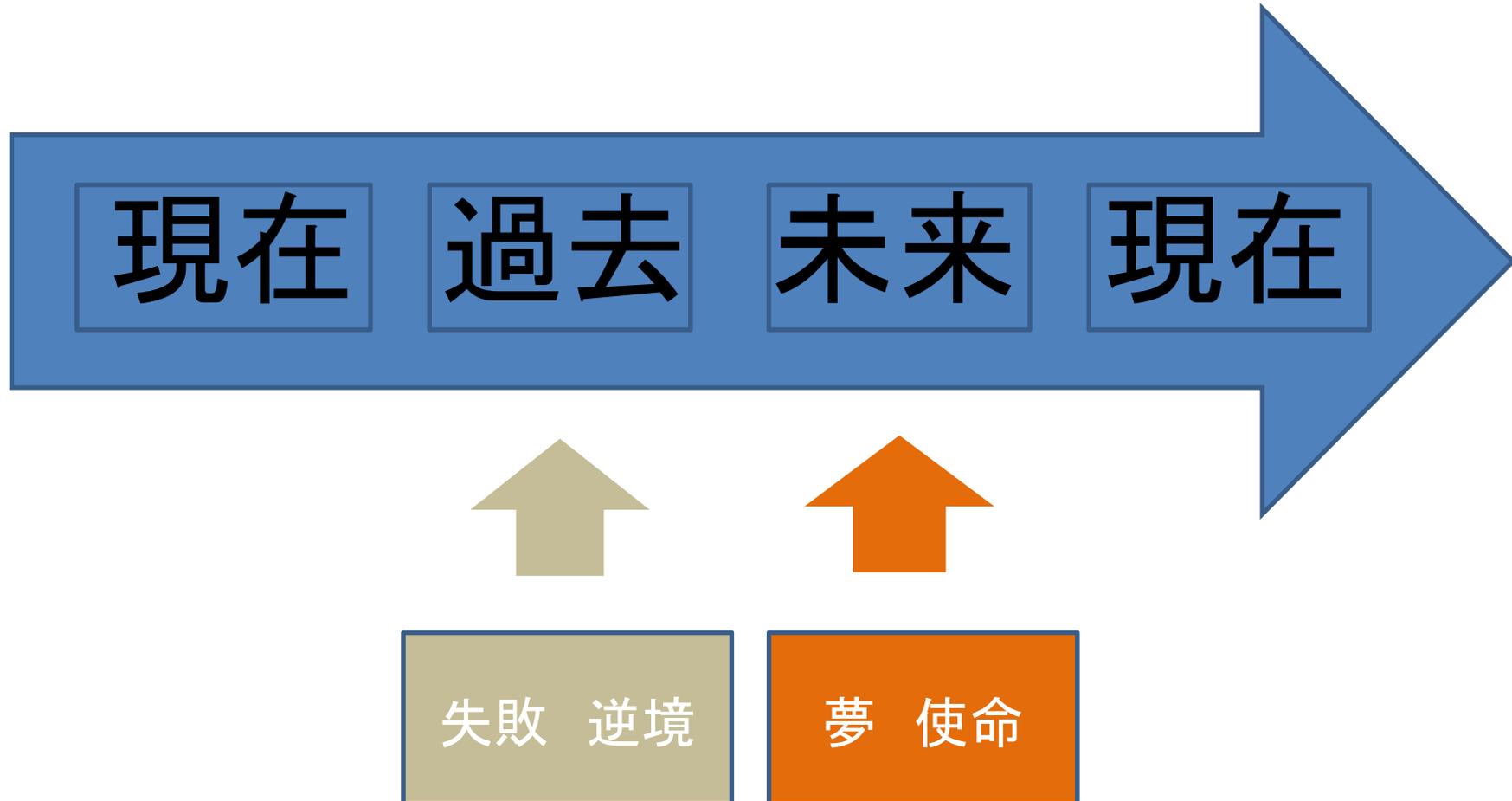
この人に相談したいと思わせることが重要！

個別相談したい ⇒ 安全・安心

神話の 法則



自己紹介の4ステップテンプレート



後ほど、ロープレして頂きます

一人、5分を目安とします

第4回の課題②

②住宅ローン返済予定表をさらに3件回収！

変動金利なら、防衛金利を計算して
お客様に『**ピストルとナイフ作戦**』を
実行してもらおう(1件以上)

期限10月2日(金) 班長さんへ結果報告

シェアタイム 一人1分目安

5分でシェア

第6回の課題

①回収した住宅ローン返済予定表

変動金利なら、防衛金利を計算して
お客様に『**ピストルとナイフ作戦**』を
実行してもらおう(手持ち分すべて)

期限10月12日(月) FBへ結果(経過)報告

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)

シェアタイム 一人1分目安

5分でシェア

自己紹介ロープをしします

パソコンをご用意ください

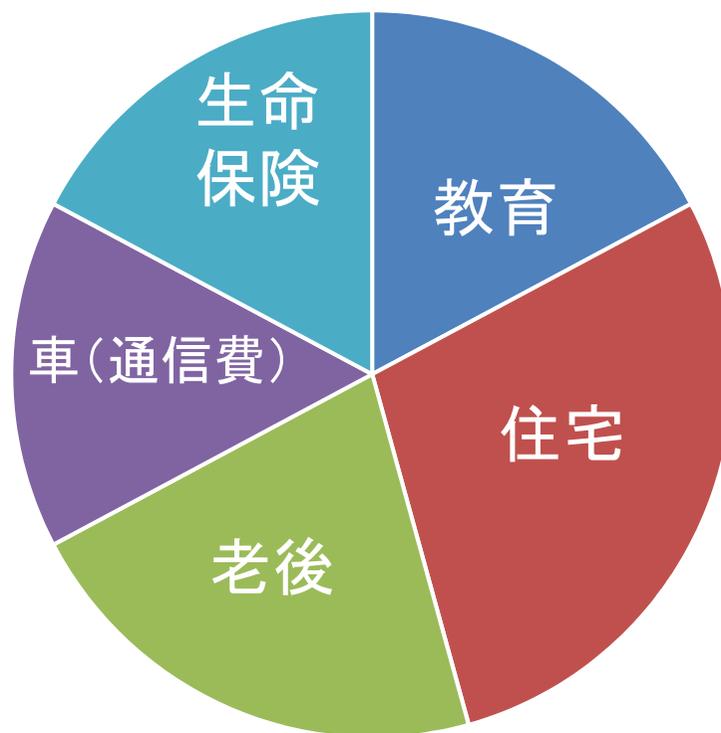
一人5分目安 終わるまで

終わったら感想をお願いします！

リストホルダーを探す ヒント

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！



梶 伸太郎

火曜日 16:40 ・

■パーフェクトカスタマーの設定（梶）

①住所

大阪府堺市

②氏名 ③年齢

安道太郎 40

安道花子 37

安道一郎 7

安道二郎 5

※子供の年齢から住宅ローンを組んでから、5年ぐらい。

※年齢的に保険の提案もしやすい、子供の教育資金も心配。

※役職から部下の紹介をもらう。

④職業

太郎：大手企業（従業員数が1000名以上）、キーエンス・積水ハウス

※横のつながりをイメージ。

花子：専業主婦

⑤趣味

太郎：車・海外旅行・ゴルフ・トレーニング

花子：料理・ダイエット・健康

一郎：野球、インターナショナルスクール





大井 雅典

火曜日 21:55 · 

■パーフェクトカスタマーの設定 (大井)

①住所

兵庫県伊丹市

②氏名 ③年齢

田中	としき	35
	ゆい	34
	いちか	6
	こうだい	3

※住宅ローンを組んで3年経過

④職業

としき：三菱

ゆい：看護師

⑤趣味

としき：卓球・ボーリング・旅行

ゆい：ピアノ・旅行

いちか：ピアノを習っている

こうだい:卓球を習い始めた



武地 正起

水曜日 9:32 · 

パーフェクトカスタマー (武地)

①住所 西宮市

②氏名 吉田義男

③年齢 40歳

④職業 NTT会社員 妻：医療事務

⑤家族構成 妻さとみ42歳 息子球児10歳 娘綾香6歳

⑥趣味 キャンプ テニス

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

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？

企画してみましよう！

5分間

リストホルダーとの提携

①提携先を1先決めてください(3番目)

提携したい先
ベスト3

①

②

③

FBIにて報告してください!

タイ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

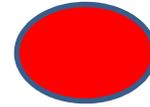
③自分達の満足

営業心理学

ラポール



エゴイズム
自我



モニター
監視

シンパシー
共感

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)
 - 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
- > ギャップ

ビジョナリーコーチング

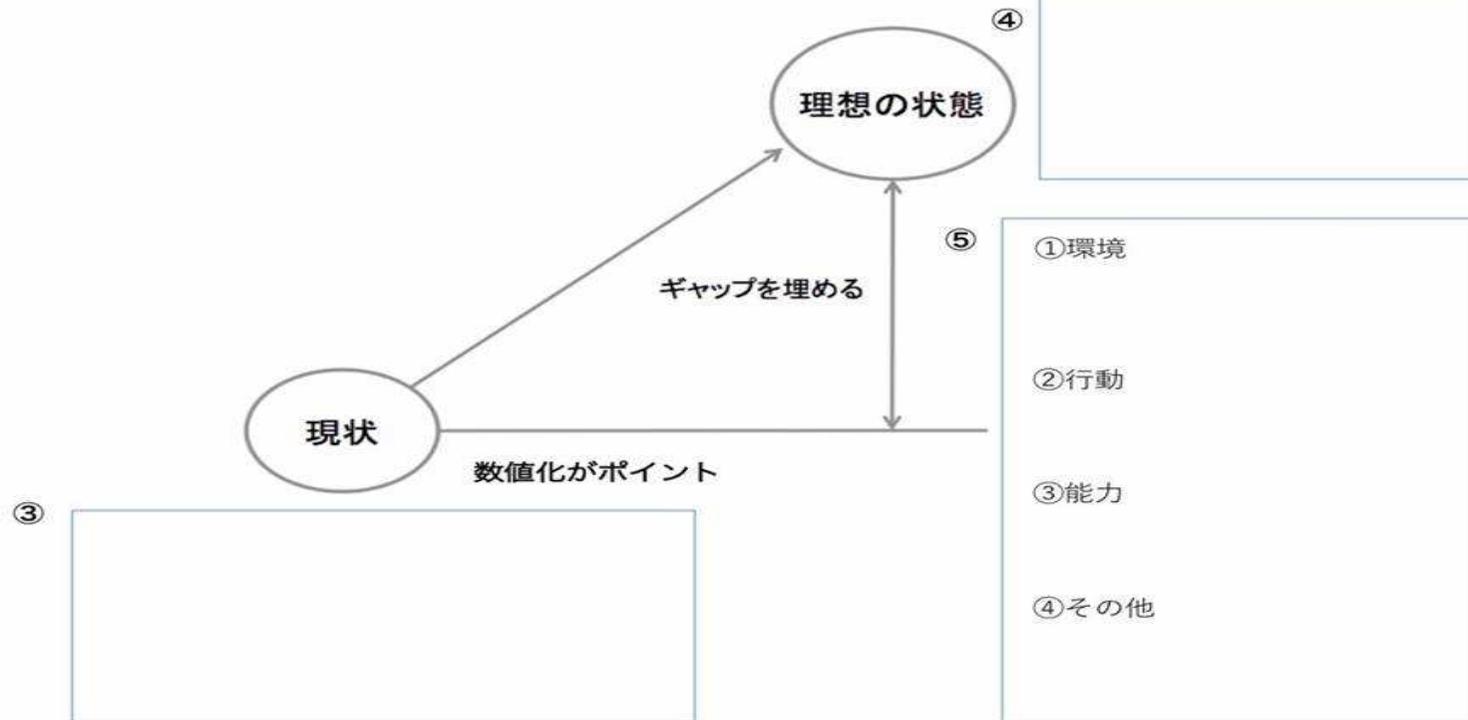
① スケーリング・クエスチョン B()/10 → A()/10

② タイトル: _____

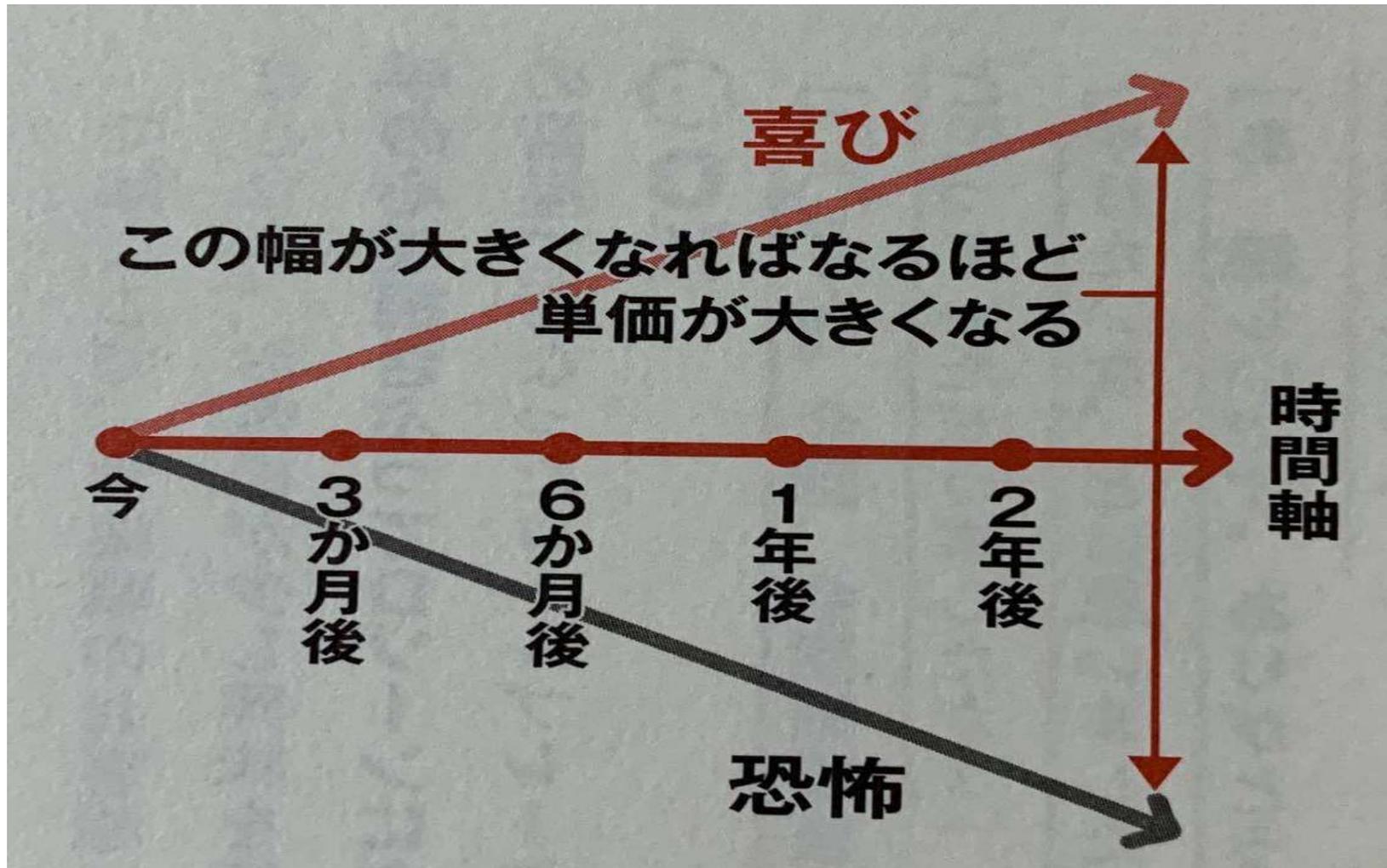
クライアント

コーチ

/ /



示唆質問



表象システム

V (Visual) 視覚

A (Auditory) 聴覚

K (Kinesthetic) 体感覚

脳科学

人間は、

言葉とイメージ

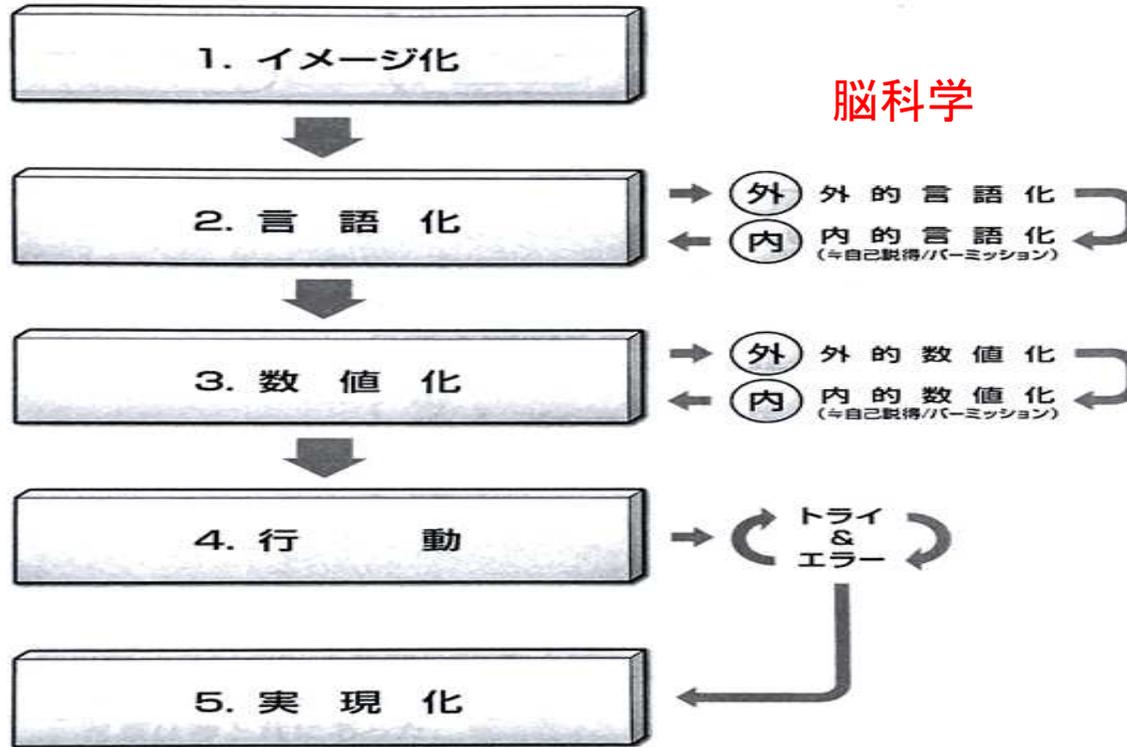
で行動する！

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？

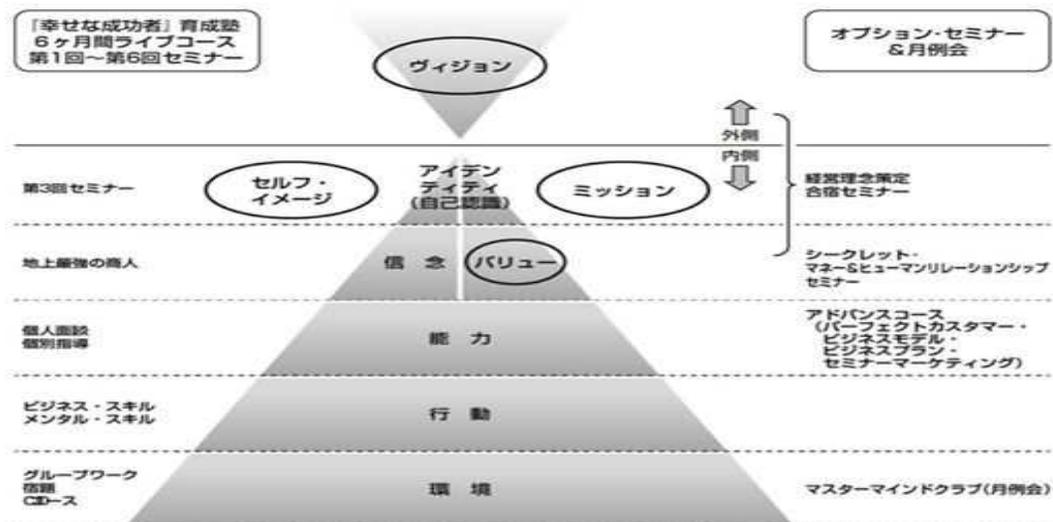
この仕事をしているのか？

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 (第二海探隊)

➡ 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『 』と『 』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！

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①

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)

クロージング

エビングハウスの忘却曲線トーク②

人は、

1日経つと、67%忘れ

2日後には、72%忘れ、

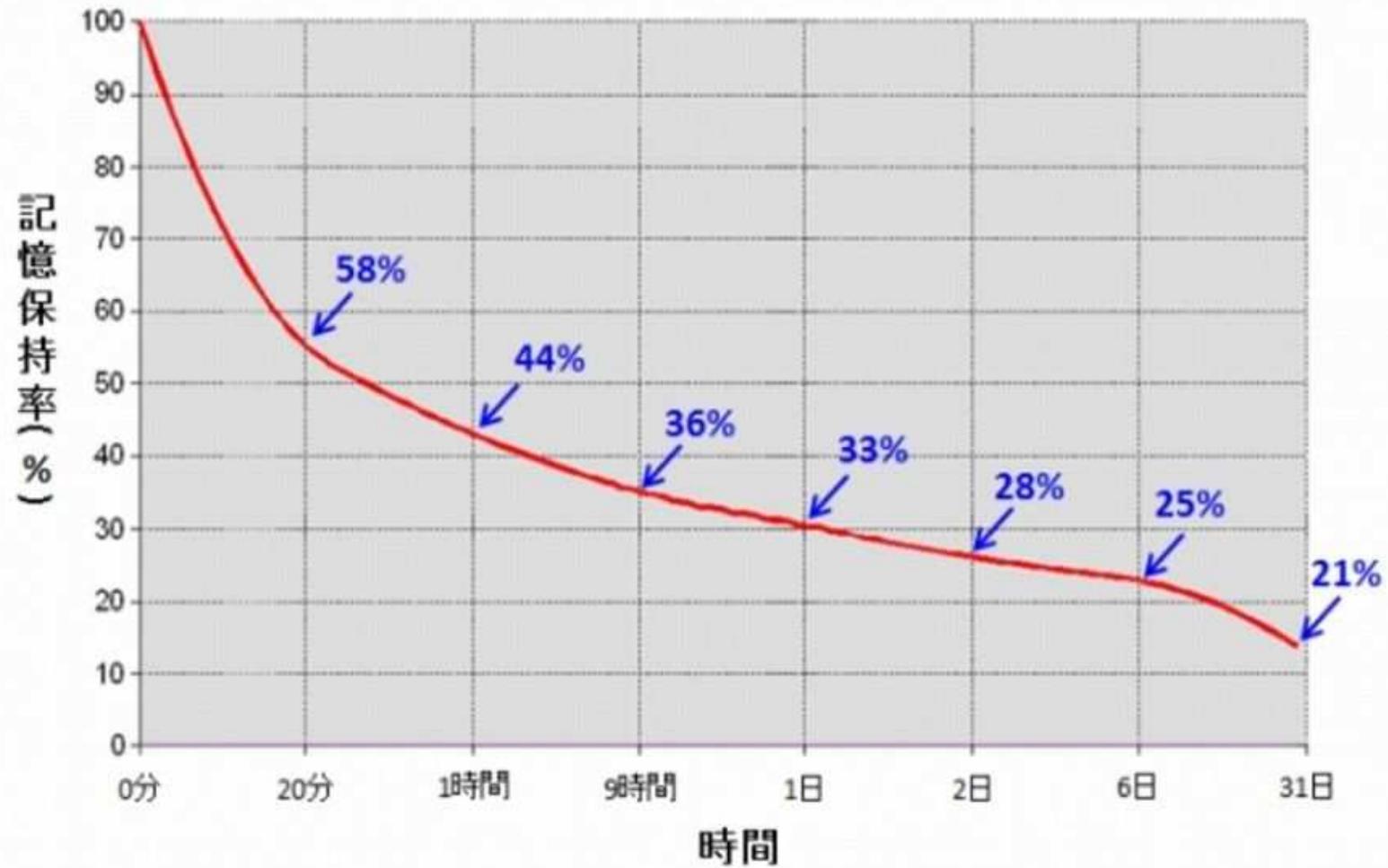
6日後には75%忘れてしまいます。

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
ませんね・・・

(権威の原則、ミルトンモデル)

とそのまま流す

エビングハウスの忘却曲線



ストーリーテイング

ストーリー は、記憶に残りやすい

物語や体験

をイメージしてもらおう

購買行動心理学

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！

生命保険の見直し(ストーリー)

『近くに出来た新築アパートの話!』

**タバコを吸わない人向けの生命保険の新設!
2018年4月、11年ぶりに標準生命表が改定!
年々、生命保険は進化、改良されています!
見直し(切り替え)すると、内容的にも良くない、
保険料的にも安くなる可能性があります!**

生命保険の見直し(ストーリー)

『**近くに出来た新築アパートの話!**』

今住んでいるアパート(住み慣れた街)の隣に新築のアパートが建設されました。

内覧に行きましたが、新築なので、設備が最新で、広さも今よりも広く、なんと家賃も今の家賃8万円よりも、1,000円安い! 7万9,000円だそうです!

あなたなら、引っ越しませんか?

生命保険の見直し(ストーリー)

『近くに出来た新築アパートの話!』

アパートの家賃は掛け捨てです。
引っ越せば、翌月から家賃は下がります。
しかし、引っ越し代、違約金、敷金精算、礼金等で
家賃以外の費用がかかってしまいます…

生命保険(掛け捨て)の引っ越しは、余計な費用
(違約金等)はかかりません。翌月から、保険料が
下がり、機能も良くなります(がん保険は90日)

営業心理学

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

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)

第6回の課題

①回収した住宅ローン返済予定表

変動金利なら、防衛金利を計算して
お客様に『**ピストルとナイフ作戦**』を
実行してもらおう(手持ち分すべて)

期限10月12日(月) FBへ結果(経過)報告

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近くに出来た、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

タイ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