



不動産建設業からの地主さん相続税対策ビジネスの視点(1)

地主さんへの「相続対策ビジネス」は二つの立場があります。

狩猟型相続税対策ビジネス

「相続税対策でアパート建設しましょう」ビジネスです。「生命保険で…」も同様です。

当期売上目標達成のため相続税対策を手段とするビジネスです。競争が激しいビジネスです。

農耕型相続税対策ビジネス

「相続を考え財産管理しましょう」ビジネスです。短期的収益には目をつぶり長期的安定収益を目指す農耕型ビジネスです。

不動産業であれば、個別物件ではなく顧客の財産全体を相手にする発想です。セミナー・勉強会・相続診断が切り口です。

例えば「相続税診断」。路線価は毎年7月公表です。数字が変わるので毎年「相続税診断サービス」の提供が続けられます。

東京近郊市街地の都市農家なら保有土地に数億円の財産価値があります。都市部のアパートオーナーや地主さんも同様です。

しかし相続税の専門家のはずの税理士事務所からみれば普段は確定申告だけの個人客。報酬はわずかでそんなサービスなどできません。そもそも顧問税理士がいないことが多いでしょう。

土地ではなく多額の金融資産があればプライベートバンク等から声もかかりますが、土地だけ資産家に声はかかりません。

相続で苦労した遠縁や知人の

話を聞き心配になりますし、「俺が、親父が死んだら…」の相談相手はいません。漠然とした不安になっています。ニーズとマーケットは大きいのです。

不動産業建設業でこのようなサービスを続けられれば農耕型相続税対策ビジネスになります。

農耕型ビジネスの実務

「相続税診断」には財産情報と家族情報が必要です。まず名寄帳です。固定資産税対象土地家屋の所有者ごと一覧表のことです。個人ごと所有財産一覧で、第三者は取得不可の重要情報です。

この名寄帳を預かり「この土地はどうなっていますか」と尋ね、顧客の前で住宅地図をマーカーし、相続税算出のための評価を続ける作業です。

土地評価ですから税務というより不動産実務です。だから不動産業から参入しやすいのです。

物件の現地確認とか、検討結果報告会等で、地主さんと親密になれるチャンスは無限です。

初年度は大変ですが、翌年以降は路線価の数字入れ替えだけとなり手はかからなくなります。

親族図も必要ですし、納税計画もお聞きしないとイケません。

「あの土地はどこどこに嫁いだ長女に…」とか「あの土地を処分して相続税払うつもり」。

これらを聞かないと診断はできません。つまり自動的に顧客の懐には入ってしまうのです。

しかし「相続税診断」の有料化は難しく、ほとんど無料の赤字のサービスとなるはずはです。

赤字でも「やせ我慢」です。これを続ければ顧客の信用は絶大になります。不動産や保険等の大きなビジネスに自然と結びつき、実際の相続では処理や手続きをすべて受託できるでしょう。「うちの財産管理はあそこに任せてある」となりえます。

「うちはこの地元から逃げられません」と言い切れる地域密着型中小企業が転勤のある大企業に勝つための営業戦略です。

マーケティング的に言うと

「いますぐ客」を追いかければ厳しい競争です。それを避け「そのうち客」を大量にシステム的に確保する営業戦略です。

「そのうち客」でも「今やるべきこと」を知らなかっただけの客も多く、即座に「いますぐ客」になることもあります。

「そのうち客」は徐々に「いますぐ客」に成長します。

看板と発想を変えます。「

不動産」でなく「相談センター」、個別物件を見るのではなく財産全体を見ます。

税理士を仲間にします。相続関連の基本を勉強します。大切なのは全部を専門家に任せずに、自分で話してみ、やってみることです。この姿勢が他社からの参入障壁になります。もちろん税理士法等違反しないように。