



第Ⅱ特集

投信・保険窓販を再検証

永沢裕美子

良質な金融商品を育てる会事務局長に聞く

「顧客の納得」追求し
フォロー体制充実を

編集部

永沢 裕美子（ながさわ ゆみこ）
投資信託制度研究家。1984年東大卒、日興証券などで証券アナリストや投信の商品企画を担当。シティバンクに移り、投信の銀行窓販の体制づくり等を担当。2001年退職、09年から金融審議会委員。

1998年に銀行で投資信託の窓口販売が解禁となった。15年の月日を経て、投信残高全体に占める銀行窓販のシェアは約50%にまで拡大している。だが、それに伴い投信窓販に関連するトラブルも増加した。原因は何か。証券会社や銀行勤務経験を持ち、金融審議会委員も務める永沢裕美子氏（良質な金融商品を育てる会事務局長）に、銀行窓販の現状と課題について聞いた。

株式市場の好調でトラブルは沈静化

——昨年末から株高傾向にあり、銀行の預かり資産営業が好調だ。現状をどうみているか。
永沢 現在、国民生活センター紛争解決委員会の特別委員として、投資信託を巡るトラブルにも関わっている。最近の傾向は、株式市場の好調によって、ノックイン型投資信託を除いては、トラブルがほぼ解決している。消費者はあれほど怒っていたのに、儲かってくるとその怒りを忘れてしまうようだ。しかし、

これでは根本的な解決につながらない。今後、株式市場が下降局面に入った場合、同じことの繰り返しにならないか、懸念している。

金融経済教育は中立的な観点で

——知識が不十分な顧客サイドにも責任があるのでは。金融経済教育のあり方とは。

永沢 中立的な教育が大切だ。金融機関OBの方が講義をすることもあるが、「売る側」に立ったままのケースも見受けられる。例えば、第三者機関を作り、そこで訓練を受けてから、教育者になることが必要ではないか。

——高齢者がトラブルに巻き込まれるケースが多い。

永沢 やはり日本の個人金融資産の中で、高齢者の資産が多くを占めているからだ。そもそも、投資信託の販売には時間もコストもかかる。それを短期で回収するとなれば、ある程度のロットが稼げる高齢者に向けた販売が中心になる。効率の良い営業を求めた結果だろう。

投資の基本を忘れた「売り手」と「買い手」

——問題点は。

永沢 高齢者には、投資に一番必要な要素である「時間」がない。一般的に、高齢者が求める商品性は、5年くらいの期間で、元本割れせず、利回りが良いというものだ。こうしたニーズを基に開発されたのが、毎月分配型の投資信託だろう。目先の現金を重視することに応えたものだ。更に、デリバティブやハイイールド債を使った複雑な商品が開発された。好意的に見れば、これらはニーズに一生懸命に応えようとした結果だったかもしれない。しかし、そんな都合の良い商品はない。「ないものねだり」で作られたのが、複雑な仕組みの商品だった。一時期は運用が良かったかもしれないが、リーマン・ショックなど「想定外」の出来事によって本質が暴かれた。投資において「想定外」が起こることは「常」だ。

歴史を見ると、1987年にブラックマンデーが起こり、瞬時では株価が下落したがその後、回復している。もちろん、銘柄によっては回復不能なものもあるが、2008年のリーマン・ショック後も同様だった。長い目で見れば、株価は回復してくるわけだ。やはり、投資は「分散」と「長期投資」が基本になる。このことを高齢者だけでなく、投資信託の商品企画担当者も忘れていたのかもしれない。

販売後のフォロー体制が不十分

——販売サイドである銀行の課題は。

永沢 銀行は投資信託などを販売する際、しっかりとプロセスを踏んでいるが、その後のフォローにおいて非常に不十分な点がある。マーケットが動いた場合、顧客からの問い合わせに対して、行員や自前のコールセンター

が対応できるだけの情報や戦力を整えているのだろうか。運用会社に丸投げのケースもあるようだ。これでは、顧客は納得しない。やはり販売した本人から説明が聞きたい。こうした部分の対応が足りなかった。

また、運用報告書については、素人が見ると難解なものも少なくない。そこで例えば、運用会社に対して「これはどういう意味ですか」と顧客と一緒に質問ができるような説明会を開くことは、銀行ならではの取り組みではないか。銀行には、顧客の考えを運用会社につなぐ役目がある。良質な金融商品を育てるのは、銀行員といっても過言ではない。

——銀行経営陣に提言を。

永沢 事故やトラブルを防ぐため、非常にコストがかかる売り方を構築しなければならなかった。そのコストを上回るために、手数料が高くなり、回転販売をさせる意欲がわくような構造になっている。対策としては、やはりトラブルをなくすことだ。例えば、目論見書を読みやすいものにして、投資家が勉強できるようにする。「裁判に負けないようにする」ためのセールスプログラムではなく、「本当にトラブルを減らす」ためのセールスプログラムを整備すべきだろう。

また地域金融機関については、相続の発生に伴い、相続人が多く住む大都市圏にある金融機関への預金流出が問題となっているのではない。こうした課題への対策とトラブル防止という観点から、1人暮らしの高齢者については、離れて住む家族を含めたサービスなり、コミュニケーションが必要になる。ただ、「取引内容を子どもには知られたくない」というケースもあるだけに、オプションとして用意しておくのはどうだろうか。 ■