



解説

提案時にはファンドをいくつか紹介し 手数料等を比べてもらうことが大切

本

マンガのような「最も手数料が高いファンドだけを案内する行為」は、顧客本位という観点から外れている。8月5日に公表された市場ワーキング・グループの報告書でも、不適当・不誠実な行為として「合理的な理由がないにもかかわらず、手数料の高い金融商品を勧誘する行為」が例示されている。

改めて言うまでもないが、購入するファンドの手数料が高いと運用効率が悪化し、お客様の満足度も下がる。マンガのような場面で期待される対応は、お客様に複数のファンドを提示して、比較・検討してもらうことだ。

なる債券ファンドやバランス型ファンドを案内したり、同種の他の株式ファンドを案内したりして、リスクや手数料などを比較してもらうことが有効となる。

特に、お客様が関心を示しているファンドの手数料が高い場合、まずは手数料が低いファンドやノーロードファンドもあるということを案内したい。

そのうえで、当該ファンドの手数料が高い理由も示そう。同じ株式ファンドでもインデックスファンドに比べて、アクティブファンドやファンド・オブ・ファンズのファンド、組入銘柄が多いファンドなどは手数料が高くなりがちだが、こうした仕組みが

運用にどんな効果を与えるのか伝え、納得してもらうことが不可欠だ。

購入時手数料よりも 信託報酬のほうが影響大

お客様はどうしても購入時手数料に注目しがちだが、中期の運用となるなら信託報酬のほうが運用効率に与える影響は大きいことにも注意したい。購入時手数料だけでなく、信託報酬もしっかり比較してファンドを選んでもらうようにしよう。

各ファンドのメリット・デメリットを正しく伝えてお客様に比較・検討してもらうことが、顧客本位の実現につながるというのを理解し情報提供に努めたい。

なお、報告書では各ファンドの手数料等を比較できる「重要情報シート」というツールが明記された。金融機関は活用を検討したい。

心当たりはありませんか?

解説●塩川治明

画●吉野詩織

報告書で特に問題となったのは こんな提案だ

報告書で不適当・不誠実な行為として挙げられた事例を紹介し、正しい対応を考える。

問題事例

1

他のファンドと比較することなく 手数料の高いファンドのみ案内

