

●顧客本位に疑問が残るこんな対応は注意!



▲お客様の資産状況や投資経験などを把握せずに、投資信託と定期預金のセット商品を提案していることと、ニーズなどを勘案せずに商品の選定を行っていることが問題です

顧客本位を実現する投資信託提案のポイント

お客様にふさわしい投資信託の提案や、分かりやすい説明を実現するポイントを解説していきます。

①適合性の原則の遵守・ふさわしい商品の見極め方

原則を守るための聴取ではなく、深掘りしてお客様の実態を把握

金

融機関の販売担当者の皆さんは金融のプロです。投資信託の販売においては、とても高いレベルの提案力が要求されています。ただ投資信託を販売するだけでなく、インターネット取引で十分といえるのです。

形式的に聞くのではなく「実態」の把握に努める

販売担当者の業務は、適合性の原則を守るために、お客様の資産状況、経験、知識、取引目的等を把握することから始まっていると思います。

お客様にとって最善と思われる商品を提案するのは当然のことと思われませんが、決して簡単ではありません。

ただし、適合性の原則を守るためだけにただこれらの情報を把握しているのでは、顧客本位を実現することはできません。把握した情報をプロファイリングして、お客様にとって最善と思われる（ふさわしい）ポートフォリオ・商品を提案する必要があるのです。

例えば、定期預金の新規預入れと同時に投資信託を購入すると、定期預金の金利が上乗せされるキャンペーンを行っているとき、より金利が高い定期預金を希望するお客様が、運用ニーズがないにもかかわらず「定期預金の金利が上がるなら」とキャンペーンの対象となる投資信託を購入する場合、この投資信託はお客様にふさわしい商品といえるでしょうか。

あるいは、お客様から「投資信託のことはよく分からないから、

金」「使途が決まっておらず長期間運用が可能である資金」といった資金の性格も検証します。

①これまでの投資経験や②運用商品などに関する知識について、顧客カードに記載された内容で納得するのではなく、より正しい実態を把握するために慎重かつ丁寧なヒアリングを行います。

例えば「株式の投資経験10年」とあればかなりの投資経験者ということになりませんが、同じ10年でも、会社の持株会で10年間保有してきただけのお客様と、インターネットを通じて様々な会社の株式を10年間売買してきたお客様とは、投資経験や知識がまったく異なります。

お客様の希望がふさわしくなければ見直しを

⑤取引の目的についても、ただ「資産形成のため」ではなく、どれくらいの期間でどの程度のリターンを求めているのか、どの程度のリスクまで許容できるのか、インカムゲインが必要なのか、複利効果を利用した効率的な運用がしたいのか、運用よりも資産を守る目的で、インフレリスクに対応できればよいのか——などを突き詰めた上で検証していきます。

適合性の原則を確認するために把握したお客様の「実態」は、そのまま提案すべき商品に直接影響することになります。プロファイ

リングした内容とお客様のニーズを勘案し、ふさわしい商品を提案していきましょう。

お客様が大きな金額での投資を希望し、かつハイリスク・ハイリターンで運用したいと言っても、現在の資産の状況を勘案すると過大投資であり、また投資経験や知識からするとふさわしくないと考えられれば、その旨をお客様に伝えて別の提案を考えていくことが顧客本位の実現につながります。

お宅の銀行で売れ筋の商品を紹介してほしい」と言われたとしましょう。その場合、販売ランキング上位の投資信託は、お客様にとってふさわしい商品といえるのでしょうか。

これらはいずれも適合性の原則に違反する可能性があるほか、お客様にとってふさわしい商品であると断言することはできない提案になると思われれます。

このような顧客本位ではない提案を防ぐために、提案にあたっては、まず適合性の原則で求められている、⑦お客様の現在の資産の状況、④これまでの投資経験、⑤運用商品やマーケットに関する知識、⑥取引の目的——などをしっかり確認し、そのプロファイリングを行ったうえで提案を進める必要があるのです。

⑦お客様の現在の資産の状況とは、主に保有している金融資産の確認です。保有金融資産の総額に加え、株や債券、預金といった金融資産の内訳も重要です。また「短期間のうちに必要となる資