

JAの投資信託販売

— JAセレサ川崎の事例 —

研究員 高山航希

1 投資信託が徐々に浸透

個人が投資信託を保有する傾向は徐々に強まっている。第1図は家計が投信に資金を投じている金額と、家計が保有する金融資産残高に占める投信の割合の推移を示したものである。2000年以降のほとんどの期間で投信に資金が流入しており、家計金融資産全体に対する割合も長期的には右肩上がりの傾向にある。その要因は、長引く低金利環境下で、定期預貯金や個人向け国債といった安定してリターンが得られる商品の利回りが大幅に下がっているため、投信でリスクを取ってリターンを得ようとする傾向が徐々に強まってきていることである。

個人が投信を購入する窓口になるのは証券会社が一般的である。しかし、98年の銀行窓販解禁を端緒として、証券会社以外の登録金融機関(銀行等)が窓口となっている例も多い。直近では、公募投資信託の残高(個人以外が保

有する分も含む)のうち、3割強を登録金融機関が占めている。低金利環境により銀行等は調達した預金を運用して収益を上げることが難しくなっているため、都市銀行や大手地方銀行を中心に、投信を含む預かり資産業務を強化しているケースが多いことが背景にある。

JAでも一部が投信を取り扱っているが、近年は利用者からの需要増大を受けて投信販売に力を入れているところも現れている。そのようなJAの一つであるJAセレサ川崎の事例を、ヒアリングを元に紹介する。

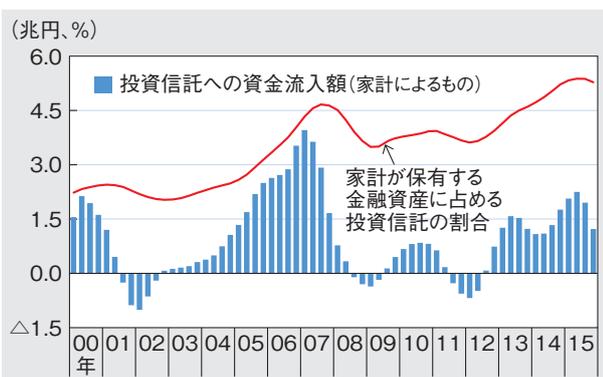
2 研修で投信担当職員のスキルアップ

JAセレサ川崎は神奈川県川崎市全域を営業エリアとしている。当JAは以前より投信を取り扱ってきたが、低金利環境により貯金商品の金利を高くできないなか、投信への需要が高まってきたため、15年度から改めて投信販売に力を入れるようになった。営業エリア内には証券会社の支店が多く、周囲の地銀も投信販売に積極的だという。

当JAで投信を取り扱うのは、渉外担当者として窓口担当者の全員である。渉外担当者は信用と共済の複合渉外、窓口担当者は信用事業職員であり、投資信託の専任担当者は置いていない。

投信販売を強化するにあたり、販売のスキルアップのため、推進のリーダーとなる渉外担当者を各支店から1名ずつ選抜して外部の

第1図 家計による投資信託の利用状況



資料 日本銀行「資金循環統計」
 (注) いずれも四半期データの4四半期移動平均を取ったものを使った。

研修を受けさせている。研修の主な内容は、投信に関する座学、実践的なトレーニング、経済への興味の涵養である。参加した職員は、例えば投信を紹介して良い反応を得られなかったときにどう対応するのがいいかといったディスカッションを行っている。研修を受けた後は、支店のほかの担当者と研修内容を共有するようにしている。

なお、投信販売に関して、当JAは担当者に目標を設定している。目標はノルマではなく、渉外担当者の経験年数によりランク別に設定しているとのことである。

3 投信は利用者への配慮が貯金以上に必要

推進面については、特にマイナス金利導入後、定期貯金の満期が到来すると新しく適用される金利が前回より大幅に下がっており、貯蓄性のある共済商品の予定利率も低くなっている。こうした状況で生まれている、リスクがあってもリターンを得たいニーズに当JAは対応している。

とはいえ、投信は通常の預貯金商品と様々な面で異なっている。なかでも最も重要な違いは、投資信託にはリスクがあるという点である。そのため推進の主な対象はこれまでに投信保有経験がある人やある程度のリスクを許容できる人である。

一方で、投資経験が今まで全くないものの投信へのニーズを持っている利用者も存在する。そのような利用者は比較的若く、これから資産作りをしていこうと考えている人である。このような利用者に対しては、投資予定金額を一度に使って投信を購入するのではな

く、毎月一定の金額で少しずつ投信を買い足していく「投信つみたてサービス」を勧めている。「投信つみたてサービス」なら、初心者が徐々にリスクのある金融商品に慣れていきやすく、最初は少額でも基準価額の変動が気になり、金融や経済に関する知識の習得につながっていくという。さらに、「投信つみたてサービス」はJAの定番貯金商品である定期積金と似ているため、定期積金を利用したことのある人に対して勧めやすい側面もある。

そして、重要なのは利用者が投資信託を買った後のアフターフォローである。ヒアリングを行った16年秋は、15年夏からの株価下落と円高により、基準価額が下落している投資信託が多かったが、そのようなタイミングはアフターフォローの重要性が特に高まるという。当JAでは、投資信託を保有している利用者が定期訪問先であることが多いため、渉外担当者が定期的に訪問して金融環境の説明を行っている。

4 投信は双方にメリットがある可能性

これまで投信を扱うJAはあまり多くなかった。しかし、低金利環境下で、投信は利用者 とJAの双方にメリットのある金融商品となる可能性がある。ただ、投信は商品性が貯金とは大きく異なるため、当JAは担当者のスキルアップのための研修を実施し、また、投信の購入者がリスクとうまく付き合えるよう配慮している。当JAのこうした施策は、これから投信販売の強化を考えているJAの参考になるものと思われる。

(たかやま こうき)