

投信販売

独立系FP 新たな窓口

経由の
販売残高
8月、25%増の
2300億円超

投信を購入する場合、独立系FPと金融機関経由を比べると	
独立系FP	金融機関
<ul style="list-style-type: none"> ○中立的な立場で商品を勧める ○綿密な家計診断が期待できる 	<ul style="list-style-type: none"> ○全国多くの営業拠点で購入できる ○一般に信用力がある
<ul style="list-style-type: none"> ■知識の個人差が激しい ■営業拠点数が少ない ■顧問料を別途請求される場合も 	<ul style="list-style-type: none"> ■売りたい商品を勧められる恐れも ■担当者が頻りに異動する
長所	短所

個人投資家向けの投資信託で、金融機関と雇用・資本関係がない独立系ファイナンシャルプランナー(FP)を通じた販売が台頭しつつある。同経由の販売残高は八月末、二千三百億円超と一年前に比べて二五%伸びた。投信の総残高(約七十七兆二千億円)からするとまだわずかだが、家計と密接につながることで将来は有力な販売チャネルに育つ可能性もある。

中立性を生かし台頭

ファイナンシャルプランナー(FP)は、家計の資産運用や生活設計を助言する専門家。様々な金融商品に関する知識が要求される。資格がなくとも名乗れるが、FP技能士(一)〜(三)と呼ばれる国家資格があるとされる。

独立系FPは、証券会社と提携して売買を取り次ぐ証券仲介業を手掛けたり、業務の外務委託契約を結んだりすること



顧客のニーズにあった投信を紹介するファイナンシャルプランナーの井上昇氏(さいたま市)

で、顧客に投信を案内できる。国内では一九九〇年代後半からFPによる販売が始まった。日興コーディアル証券、エル・ピー・エル日本証券、日本インベスターズ証券の三社が販売提携を積極的に推進。この三社がFP経由の投信販売をほぼ網羅しており、八月末の残高は合計で約二千三百七十億円となった。

最大の長所は「顧客と販売サイドの中立的な立場から投信を案内できる」(日本インベスターズ証券)点。金融機関では顧客ニーズに関係なく、売りたい投信を売る例もあるが、そうした心配は不要だ。顧客からみると財産状況や運用手段などに合った最適な商品を案内してくれる、との期待もある。

投信の手数料は販売時にかかる「販売手数料」と、年間の管理手数料に相当する「信託報酬」をそれぞれ請求され、金融機関経由とFP経由で負担は変わらないケースが多い。ただ、より綿密な相談に乗ると顧問料を請求する場合もある。

米国では独立系FP経由の投信販売シェアが全体の一割近くを占めている。日本では証券会社や

銀行といった金融機関経由の販売シェアが公募投信で九九%超。今後、家計の資産運用ニーズに合わせてFPの認知度が高まれば、一定の販売シェアを占める可能性もある。

普及する上で最大の障害は「FPの数が絶対的に不足している」(投信コンサルタントの田村威氏)点だ。約四十万人いるとされる資格者のうち、約九割は金融機関や企業の従業員。残りも大半が評論家業務にとま

ついている。

業界事情に詳しいFPの井畑敏氏は「家計診断をきちんと踏まえた上で投信など最適な金融商品を案内できる独立系の人は、全国で三百人程度しかない」と指摘する。