

お客様に伝わる 投信の説明が

執筆 金指光伸



できる人は何が違うのか？

本項では、お客様に投資信託の提案を行ううえで求められている「説明力」とはどんな能力なのかを踏まえたうえで、説明が上手な担当者とは何が違うのかについて解説する。

1 投信の提案時に求められる 「説明力」とは

まだ投資信託がメジャーではない時代、テレビで「日経平均株価は上がるだろう」という専門家の見通しを聞いたあるお客様が、証券会社の店頭に来て、「日経平均株価を買いたい」と言った。

それに対して、証券会社の担当者、「そのような商品はございません。日経平均株価とは、東証一部上場企業の中から、選りすぐられた日本を代表する225社の平均株価のことです。お客様の意図する投資を行うためには、225社の株式を買う必要があります」と説明すると、お客様は肩を落として帰っていったという。

しかし今なら、日経平均株価に連動するインデックスファンドを買うことで、このお客様の希望を叶えることができる。私たちは、「投資信託」という魔法のような

商品で、ニューヨークの摩天楼のオーナーになることも、世界を代表する化粧品会社や、デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）銘柄に投資することもできる。バランス型ファンドを買えば、1つの商品で、日本と先進国と新興国の債券、株式、REITに分散投資できてしまうわけだ。

ただ、この「投資信託」を知らないという人もまだまだ多い。担当者は、投資信託の魅力をもっとお客様に伝えていく必要がある。

お客様には、一人ひとりにライフプランがある。そのプランのうち、結婚するのにも、マイホームを持つのにも、子どもを大学に行かせるのにも、老後の生活にもお金が必要であり、多くのお客様がそのことに不安を感じている。

お客様が10人いれば、ライフプランは10通り以上あり、お金に対

する考え方も、ニーズも様々。したがって担当者には、お客様に合った商品を提案し、お客様に「最適な商品」を選んでもらうことが求められる。

**商品が
マッチする理由を
しっかりと伝える**

では、お客様が最適な商品を選ぶうえでどんなことがポイントとなるのか——。それは、担当者の「説明力」である。投資信託の説明は、「私は決められた事項についてキチンと説明しました」というトラブル回避のアリバイ作りではないけない。また、担当者が「説明した」と思っていたとしても、お客様が理解していないかぎり説明したことはない。

では、商品内容をリスクやコストも含めてしっかりと説明し、理解してもらえばいいか——というところでまだ完全ではない。

足りないのは、「その商品がお客様のニーズにマッチすると考え