

顧客不在の手数料談義に物申す

リテール金融業界において「顧客本位の業務運営」に係る問題意識が高まるにつれ、最終的な顧客である一般生活者が負担する手数料は、低ければ低いほどよいという考えが広まりつつあるように見受けられる。

大手資産運用会社はインデックス投信の信託報酬の切り下げ競争に懸命になり、ついには信託報酬がゼロという投信商品が出現するにまで至った。確かに、投信等の金融商品のリターンは不確実である一方、信託報酬等の手数料は確実に発生するものであり、手数料が低ければ顧客が享受する経済的利益は大きくなることは間違いない。

今年6月に金融庁が発表した「資産運用業高度化プログレスレポート2021」でも問題提起されていたように、同じ資産運用会社が提供する同一指数に追随するインデックス投信であっても、異なる手数料水準を採用している「一物二価」の問題や、アクティブ運用をうたい、比較的高い手数料を課しているながらも、実際にはパッシブ運用に近い投資運用を行っている「クローゼット・トラッカー」の問題については、明確に提供する付加価値に対して、手数料が不当に高いことが明らかであり、速やかに正されなければならないことは言うまでもない。

ただ、「手数料削減ありき」の議論には、リテール金融機関がその商品やサービスを通じ、どのような付加価値を顧客に提供し、その付加価値をどのように最大化するのかという視点が欠けており、結果的に「顧客本位の業務運営」に反する状況に業界全体を追いやっているように懸念する。

例えば同じ日本株アクティブ運用の投信商品であっても、その運用手法や体制等によっては、同じ「投資運用付加価値」の提供といっても、必ずしもApple to Appleで比べるものではなく、手数料水準もそれだけを見て単純に高い、

低いが評価されるべきではないことは、リテール金融業界で働くプロフェッショナルにとっては今さらあえて言うまでもないだろう。

さらに、再び盛り上がりを見せている個人向け投資一任（ラップ）サービスの手数料に係る議論をみていると、顧客に対して何の付加価値を提供するのか、どのように顧客が満足する付加価値を提供するのかといった視点を抜きに、とにかく「これまでのラップは高いから、今後は安くしなければならない」という手数料水準ありきの考え方に引きずられているように感じられる。

足元、金融機関が導入しようとしているラップサービスは、従来の「投資運用付加価値」の提供を重視したものと異なり、顧客のライフプランの実現を重視し、継続的な「アドバイス付加価値」の提供を主な役割とするゴールベースアプローチ型のサービスであり、これまでの投資信託やラップサービスとは全く異なる発想で設計・提供されるものである。

そこで必要な「顧客本位の業務運営」に基づく視点は、顧客がどのような継続的なアフターフォローアドバイスを求めているのか、それを提供するためには金融機関として何ができるのかという付加価値ベースのものであるべきであり、決して「とにかく1%前後でなければならない」という見かけの手数料水準ありきの議論ではないはずである。

リテール金融業界のサービスモデルがこれまでの商品ありきのものではなく、顧客のライフプランの支援という新たな世界観に挑戦しようとするなか、「顧客への付加価値提供」という最も重要な視点を欠いた見せかけの議論に終始し、結果的に顧客にとっても、業界にとっても不幸な結末にならないことを祈るばかりである。

(O次郎)