

「ファイバービジネス」の世界

金

融界は今や「ファイバービジネスの時代」といわれる。銀行は企業向け貸し出しが伸びず、金利収入は低調。証券界も従来型の株式売買委託手数料は振るわない。それらに代わって、安定的な収益源として登場したのが投資信託。数年来のブームもあって、投信販売から得られる手数料収入は金融機関の収益基盤を下支えするまでになった。

ただ、金融商品の「手数料」の世界を消費者や投資家の側から見ると、何とも不合理な一面もある。

例えば、投信を購入する場合、買手にはさまざまな費用(手数料)がかかる。買い付け時の「販売手数料」、投信の運用・管理費用の「信託報酬」、さらに、解約時の「信託財産留保金」など…。いくつも費用があつて、投信の全体コストは極めて分かりにくい。

しかも、販売会社(銀行、証券会社など)が受け取る「販売手数料」は購入額の二〜三%(消費税別)と一律型が主流。投信販売には対面型以外

にもネット販売などがあり、もっと手数料率に差があつてよいはずだが、現実にはそうなっていない。

「信託報酬」は、委託会社(運用者報酬)、販売会社(分配金支払いなど事務費用)、受託会社(管理者報酬)に支払うコストで、毎年、信託財産の一〜二%を差し引かれる。こちらは、投信を保有する全期間、日割りで掛かるので、信託財産が大きく、長く保有するほど投資家の負担は大きい。

そもそも「販売手数料」とは何か。「金融商品」という「商品」を購入する際の事務的な費用とすれば、銀行から借入するわけでなく、自分の金を預託するのに三%もの手数料を取られるのは変な話。運用・管理費用は信託報酬として別途徴収するのだから、一時的な事務コストの手数料を顧客から取るのは筋が通らない。

投信業界では、投資信託の仕組みやリスクの説明など、投資家のための「教育費用」に当たるといふ見方もあるが、これもおかしい。売り手が事前に正確な商品説明を行うのは当然の責務。そのコストを買い手に負担させるのは不自然だ。

確かに、投信を組成するには大きな費用がかかる。しかし、だからとい

つて、販売時にコスト回収を図るのは、一種の「利益の先取り」に近い。いったん投信を売れば一定の信託報酬が入るのだから、売り手側から見れば、こんな「安全確実な」金融商品はない。

もうひとつ、外為証拠金取引や外貨預金の世界でも「為替手数料」をめぐって、新たな事態が起こりつつある。為替手数料は大手銀行の場合、ドル/円で片道一ドル当たり一円だが、一部のネット銀行や商品取引会社では、〇・一〇〜〇・二五円と超割安。最近では、一般の企業が貿易代金の換金に外為証拠金取引を使うケースが増え、銀行の割高な為替手数料が問題化している。

銀行の為替手数料は、為替相場とは関係なく定額だが、この水準はかつての「ドル」三六〇円時代からほとんど変わらない。円が対ドルで約三倍も強くなったのに、手数料は定額というのは合理的根拠を欠く。消費者無視も甚だしい。

金融界が「ファイバービジネス新時代」に邁進するのは、経営革新の方向として間違つてはいない。ただ、不合理な料金体系を消費者や投資家に押し付ける「売り手優位」のビジネスでは、決して長続きはしない。

投信に関するモニター調査などでも「手数料が高すぎる」という不満の声は少なくない。まして、手数料の高い投信ほど運用成績が悪いという調査結果まであるから、笑うに笑えない。

投信ビジネスで言えば、まず複雑な手数料体系を簡素化し、投信購入にかかわる全体コストが投資家からよく見えるような形にすべきだろう。割高な販売手数料の引き下げは当然として、最終的には信託報酬へのコスト一本化が望ましい。

投信の販売手数料値下げの動きは、ネット系証券から一部地銀にまで広がり、ノーロード投信(手数料無料)も増えてきた。最近では、投信の全体コストを比較して低コストファンドを投資家に推奨するネットサイトが人気を集めるなど、「手数料革命」への関心が急速に高まっている。

販売手数料や外為手数料などの不透明な世界をますますつきりさせ、「顧客中心」のファイバービジネスに衣替えすること。それが、結局は自己責任原則に基づく「健全な投資家」を育成する早道ではないだろうか。

萩原慎一郎

経済ジャーナリスト



C O M P A S S