

金融商品におすすめはあるの？

自分で決められないあなたへ

ファイナンシャルプランナー 横山 佳代子

レストランで「今日のおすすめ」を選ぶ理由

レストランに入っていざ注文をといるとき、「私も同じものを」、「今日のおすすめは？」などと言ってメニューを選んでいませんか。

その理由は、特に好き嫌いはないし、とりあえずおなががいっぱいになればいいし、なによりあれこれ迷っていたら周りに迷惑だから……といったところでしょう。

とかく私たちは、何か決定を下す場合「他人はどうしているか」、「人気があるかどうか」で判断しがちです。現代人は忙しいですから、いちいち判断に迷っていたのでは時間が足りなくなります。例えば忙しいランチタイムにおすすめメニューを選ぶことは、合理的と言えばそのとおりですね。

おすすめを選べば間違いがない？

迷っている時間がもったいないとはいえ、そこそこおいしくないと困ります。お店のおすすめメニューというのは、ずばぬけておいしいわけでもないけれど、大外れということもない。とりあえず選んでおけば間違いのないもの、と言っていいでしょう。

では、これが生命保険や投資信託、株式などの「金融商品」だったらどうなるのでしょうか。インターネットの質問サイトをみていると、「初心者なのでどれを選んでよいかわかりません。」、「種類がたくさんあって選べません。どれにすべきですか？」といった質問がたくさん寄せられています。よくわからないから、結局「みんなは何を買っているか」、「おすすめなのはどれか」で判断しようとする。このような人たちには「なぜ、いま保険に入るのか、資産運用するのか」、というはっきりした動機がない場合が多いのです

みなさん雑誌やテレビの CM で危機感を抱き、とりあえず保険には入らないと、資産運用しないと、と漠然と考えているだけ。どれを選んでよいかわからないが、とりあえずみんながやっていることを自分もやっておこう、というこの感覚。レストランでおすすめメニューを選んでいるのと同じではないでしょうか。自分でじっくり考えるということを放棄して、だれかに決めてもらいたいと思っているのです。

コラムの無断転写・転載などを禁じます。 -

Copyright © 2011 Skirr Japan Corporation. All Rights Reserved.

証券会社や保険代理店は、販売を目的とする「お店」

いろいろな会社の保険を扱う代理店（保険ショップ）は、あなたにぴったりの保険を親身になって提案してくれます。証券会社や銀行などの金融機関の窓口へ行けば、気になる金融商品について詳しくいろいろ教えてくれるでしょう。ただし、彼らはあくまでも「販売」を生業とする業者であり、いいかえれば売ることが目的の「お店」です。紹介される商品は、あなたにとって最適なのではなく、より利益が取れるもの、より買ってもらえそうなものである場合もあります。

例えば、投資信託は毎月 40 本前後、多いときでは 60 本以上設定されています。（新しく売りに出されているという意味です。） 「旬なもの」「売れそうなもの」を念頭において商品を企画販売する、という点ではメーカーやスーパーと同じ。人気投資信託のランキングが新聞に載っていますのでチェックしてみてください。「毎月分配型」「新興国株式」「ハイイールド（利回りの高い）債券」といった、私たちが喜んで飛びつきそうな条件の投資信託が必ず上位に入っています。

投資信託協会 新ファンド一覧参照（平成 22 年～23 年 1 月まで）

<http://data.toushin.or.jp/fund/new/index.html>

「お店」に行く前に、一呼吸おこう

そもそも、仕組みをよく理解しないまま保険や投資信託などの金融商品を買うべきではありません。保険代理店や証券会社の窓口で「どれを買ったらいいですか？」ときくのはナンセンス。自分の大切なお金の運用先を人任せで決めるなんて、これほど危ない話はありません。

初心者なのでよくわからない、教えてほしい、という場合、教えてもらうのは「どれを買うべきか」ではなくて、「その金融商品はどういう仕組みなのか、本当に自分に必要なのか」という部分です。それを質問する相手は「お店」でいいでしょうか。「あなたには必要ないですよ」とお客さんをかえしてしまうお店なんて、かなり商売が下手と言わざるを得ませんよね

投資は自己責任ですから、損失が出てもだれも穴埋めしてくれません。しかし、「おすすめ商品だから」と安易に投資していた人は、自分が決めたことではないから、失敗は自分のせいではない、という意識が働くのでなかなか現実を受け止めることができません。

金融商品を買うその前に、一呼吸おいて「そもそも本当に欲しいのかな」と冷静に考える癖をつけましょう。間違っても、今日のおすすめきくような気軽さで窓口を訪れないでください。

コラムの無断転写・転載などを禁じます。 -

Copyright © 2011 Skirr Japan Corporation. All Rights Reserved.