

トークに活かす 金融マーケットの知識

①身近な話題で理解する 金融マーケットの仕組み

「貯蓄から投資へ」「資産所得倍増プラン」と、注目が集まる資産形成・資産運用の重要性。組合員への有益な提案活動のためにも、下地となる金融・経済の基礎知識は欠かせない。本特集では、円安や物価高など身近な話題をきっかけに金融マーケットへの理解を深める。



TSPコンサルティング株式会社
代表取締役 佐藤 毅史



4年半の調理師勤務後、リーマンショックによりニートを経験。管理会社勤務を経てTSPコンサルティング株式会社を設立・代表取締役に就任。これまでに11冊を上梓。2020年父の電気工事会社を継ぎ、現在は空調・電気工事をしながら行政書士として、4社の社外取締役、1社の社外監査役に従事。

世の中の不景気・好景気は、ヒトの腹の具合と一緒にある!?

「お腹が空けば、何かしら食物を口にして腹を満たす。疲れたら、休息や睡眠を取る」

これは、人間の生理現象として当たり前に起こることです。世の中の不景気や好景気が、この先どうなるのか、時代が混沌としているなか先が見通せない世の中になっていきますが、実

は、好・不況という現象は、人間の本質をつぶさに観察していると、まったく同じとおりに動いていると気づくのです。この

ことを説いたのは、昭和期に活躍した「経営の神様」としても知られるパナソニック創業者松下幸之助氏で、自著『仕事の夢・暮しの夢』で次のように記

したことからもわかるのではないでしょうか。

(一部抜粋)

「経済界もだんだんと好況に転換していくだろうと思う。なぜかという、人間というものは、腹がふくれると、物を食いたくない。なんぼ料理があっても、要らぬ要らぬという。腹がへつてくると、どんな物でも食うことになる。つまり好景気の間は早くいえば、腹がふくれてくるわけだ。すると、働かぬよ

うになる。しばらくすると、また不景気になってくる。腹がへつたわけだ。だから何でも食う。景気は繰り返すというが、人間の本質の通り動いているのではないかと思う。特に心がけのいい人は、理性をもつて困難を克服する。いっぱい食わないで、いつも八分目に食っておく。そのかわり、ある一定期間ちゃんと貯めておく」

「金融マーケット」は何も特別なことではない？

経営に困窮する大企業に公的資金を注入する場合や、行き過ぎた市場の緩和を目的に市場に介入するといった、「時の政府」の行動は例外として、筆者は、

金融マーケットについても原則として人の本質どおりに動いていると考えています。金融マーケットにおける指標については様々なものがありますが、ここでは、人間の本質と金融マーケットが相似している点について触れていきます。

1 なぜ、モノの値段は変動するのか？

給与や利子、配当のように、もらえる金額はどんどん増えていってほしい反面、普段の買い物で購入する食料品や日用品の値段、ガソリン代などは、どんどん下がってほしいものです。

モノの値段は、様々な要因で

上下動します。次の三つの要因別にみていきましょう。

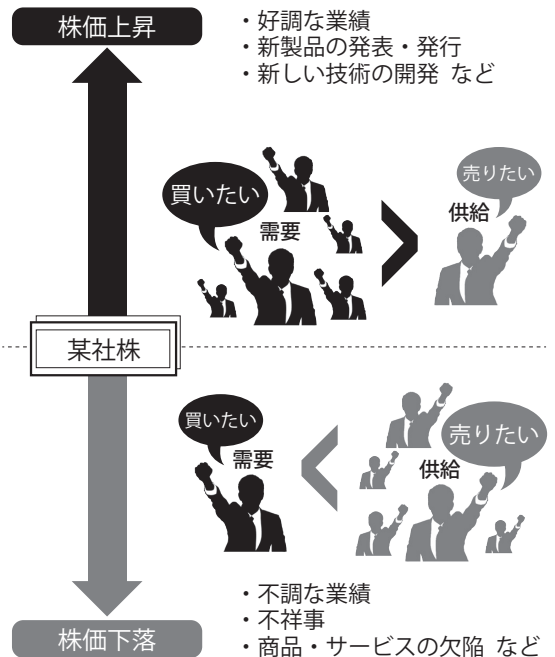
(1) 需要と供給のバランスの影響

人気アーティストのコンサートチケットがプラチナチケットとして高値転売されたり、人気のゲーム機が半導体不足のおおりに受けて価格高騰したり、TVで紹介された特定の栄養素を豊富に含む野菜や果物がスーパーで突如として消えたり。我々の生活のなかで最も身近な価格変動要因、それが「需要と供給」です。

金融マーケットにおいても、それは同じです。東京証券取引所に上場する企業など、常時株の取引ができる企業の株価決定は、需要と供給が関係しています（図表1）。

成長が期待できたり、今後も安定的に配当を出せる企業の株

【図表1】株価の決まり方



は多くの投資家が欲しますの
で、「需要>供給」となり、株
価は上昇します。一方、決算発
表で業績が芳しくなく（○期連
続赤字など）、今後も市場が縮
小して黒字転換が見込めないと
思えば、これまでの利益確定や
損切りというかたちで「需要<
供給」となりますので、株価が
下落するのです。

筆者は高校卒業後、調理師として四年半就労した経歴があり、飲食経営を含めた企業の株価ウォッチを得意としています

す。株価というと、とかく「チャートで値動きを予想する」ということを声高にいう専門家が
多くみられますが、そのような
ことは不要です。一番の方法、
それは、「街中に出て飲食店の
混雑を観察すること」です。平
日のランチタイムは会社員、休
日のランチタイムは家族連れ
と、賑わっているお店の業績
は、その賑わいと比例して必ず
よいものです。

そして、一番のお客様である
自分自身がその飲食店を利用し

トークに活かす 金融マーケットの知識

② マーケット動向をつかむ ニュースの見方

資産形成・資産運用の提案活動において、相手のニーズを把握するため
の対話は欠かせない。その際には、日々変化するマーケット情報をつか
み、伝えることも必要。ここでは、新聞やニュースから効率よく情報を
得る方法とトークに活かす際のポイントを紹介する。



株式会社コンテンツプロダクツ 代表取締役
ファイナンシャル・プランナー 平下 淳



大手証券会社、外資系生保で営業職、会計事務所系FP会社で教育事業兼社員講師を経て2000年に独立。現在、JA他金融機関にて研修講師を務める傍ら、研修講師育成、派遣にも注力。知識の習得だけでなく、お客様へのデリバリースキルの強化を目的とした研修を実施中。

資産形成・資産運用を提案する 渉外担当者にとっての ニュースの見方とは？

資産形成・資産運用を提案する
渉外担当者にとって、日々
刻々と変化する世界情勢や国内
景気、金利、為替、株価の市況
を素早く入手し、整理する作業
は、とても骨の折れる作業です。
一方で、二、三〇年前と比べ
れば、インターネットの普及や
新聞記事検索サイトなどの便利

なツールの登場によって、「情
報を集める」ことに関しては格
段に素早く、膨大な情報量を集
めることが可能になりました。
筆者が金融営業の現場で働い
ていた二五年前であれば、新
聞は紙媒体のみ、少し特殊な情
報を集めようと思えば永田町に
ある国立国会図書館に出かけ、

閲覧申込みをしたうえで過去の
新聞記事閲覧してコピーして
持ち帰るなど、今考えればとて
つもなく面倒な手間と時間をか
ける必要がありました。

現在は、情報収集に関して言
えばとても便利になったわけで
す。しかし、渉外担当者が経済
情報を集める目的は、今後の景
気や株式市場の動きを予測して
レポートを書いたり、予想を的
中させることではありません。
つまり、我々は、エコノミスト

や経済評論家ではないというこ
とです。

この話は、様々な金融機関の
営業担当者向けの金融マーケッ
ト研修でもよくお話ししますが、
この点をよくわきまえておかな
いと、特に若い年代の渉外担当
者は、「怖くてお客様の前でマ
ーケットの話題が出せない」
「突っ込まれるのが怖いからそ
のような話題は避けている」と
いった苦手意識をもっています。



また、「相当高いレベルの知識を身につけてからでないとお客様に話せない」といった声もよく聞きますが、そんなとき、講師を務める筆者は決まって「あまり自分自身でハードルを

上げすぎないことが大切です」と言います。最初からあまりハードルを上げすぎてしまうと、いつまでたってもお客様の前で金融マーケットの話題を持ち出せなくなってしまう。

**正確な情報を相手の知識レベルや経験に合わせ
てわかりやすく伝えることが大切！**

資料を見ながらでも構わないので、一〇〇%正確なことを、相手の知識レベルや経験に合わせ、てわかりやすく伝えることが求められます。

筆者は、独立系ファイナンシャル・プランナー（FP）として個人の相談者の方の相談を受けしていますが、FP相談の現場で、実際に相談者から聞かれる内容の多くは、それほど専門的かつ高度なものではなく、FPのレベルでいえば、ほとんどがFP三級レベルの知識で対応できるのです。つまり、FP三級レベル、さらにいえば試験で学習する全学習範囲のおよそ三〇%程度の知識さえ身につけておけば、組合員・利用者からの相談には十分対応できてしまいます。

が、そんなときは、後日または可能ならその場で調べて回答すればよいのです。試験と違って、現場では資料は何を見ても構いません。試験では資料を試験会場に持ち込むことはできないため、何も見ずに答案を書かなければなりません。六〇%以上得点すれば合格してしまいます。一方、実際のFP相談の現場や金融商品の販売現場では、資料は何を見ても構わないわけです。

そもそも、組合員・利用者が渉外担当者に求めていることは、「自分に合った金融商品や保険（共済）商品を勧めてほしい、教えてほしい」ということであり、皆さんが提案した金融商品が、「どのような理由で自分にとっておススメなのか」「どうしてこのタイミングで投資するのがよいか」「どのようなリスクがあるか」などという、理由や根拠、またはメリット・デメリットなどを教えてほしいということなのです。この点を基準に考えれば、おのずと渉外担当者が身につけるべき知識レベルや知識領域、情報収集の仕方も絞れるはず。

もちろん、稀にレベルの高い知識を要するケースもあります

しかし、組合員・利用者に対して、六〇%正解で四〇%間違えても構わないということは絶対あり得ません。現場では販売用リーフレットやデータ集などの

本稿では、渉外担当者が、効率よく金融マーケットの情報をインプットする方法や、備えておくべき知識の範囲、そしてそれを相手にわかりやすく伝える

トークに活かす 金融マーケットの知識

③ 知っておきたい 金融マーケット用語

新聞やニュースを読むうえで、また、組合員・利用者のニーズ把握等の会話において、最低限知っておくべき用語をピックアップ。できるだけ端的で、わかりやすい説明がいつでもできるようにしておきたい。



株式会社コンテンツプロダクツ 代表取締役
ファイナンシャル・プランナー 平下 淳

利上げ/利下げ

この結果を指数化したものが業況判断DIとよばれ、原則として調査月の翌月初めに公表されることから、速報性が高く、株式市場や為替市場関係者の注目度が高い。何種類かの調査がある中で、大企業・製造業の業況判断DIが最も注目度が高い。

各国の中央銀行等が、自国の政策金利（日本では無担保コール翌日物金利、アメリカではフエダルルファンドレート）を引き上げたり、引き下げたりすること。金融政策の一つで、利上げ・利下げのタイミングや、その引き上げ幅（引き下げ幅）に注目が集まる。

買いオペ/売りオペ

日本銀行が実施する金融政策の手段の一つで、市中（民間の金融機関等）が保有する資産（債券やETFなど）を日本銀行が買い上げ、市中に資金を供給して、金利を低めに誘導しようとする買いオペレーション

GDP（国内総生産）

ある国において、一定期間内（年次ベース、四半期ベースなど）に生み出された財（モノ）やサービスなどの合計で、その国の経済規模の大きさを示す。このGDPの前年同期比の伸び率を経済成長率という。日本では、内閣府から四半期ごとに公表される。物価変動による増減を修正しない名目GDPと修正を加えた実質GDPがある。なお、日本では、公表される

景気動向指数

時期によって一次速報値、二次速報値などがあるため、後に数値が修正されることがある点にも注意したい。Gross Domestic Productの略。

内閣府から毎月発表される景気指標で、先行系列（一一系列）、一致系列（一〇系列）、遅行系列（九系列）の合計三〇系列の景気に関連性のある景気指標を指数化して公表するもので、毎月公表されることから景気の

全国企業短期観測調査（日銀短観）

日本銀行が、全国の対象企業に対して三、六、九、一二月に調査を実施するアンケート調査。

(買いオペ)と、日本銀行が保有する資産を市中(民間の金融機関等)に売却して市中から資金を吸収(回収)し、物価の急速な上昇を抑えようとする売りオペレーション(売りオペ)がある。

買いオペは金融緩和策として、売りオペは金融引締め策として実施される。なお、この金融政策の方針は、日本銀行が年八回開催する金融政策決定会合で決められる。

マネーストック

日本銀行が毎月調査・公表する指標で、金融部門から経済全体に供給されている通貨の総量を示す。金融政策によってこのマネーストックを意図的に増加させたり、減少させたりすることで、景気に影響を与えようとする場合がある。マネーに含まれる範囲によって「M1」、「M2」、「M3」、「広義流動性」があるが、一般的にはM2(現金通貨+国内銀行に預けられた預金等)が重視されている。類似

用語: マネタリーベース

マネタリーベース

日本銀行が供給する通貨の総量を示す。別名ハイパワードマネー。日本銀行の量的緩和政策の目標値として示されることがある。類似用語: マネーストック

消費者物価指数 (CPI: Consumer Price Index)

総務省が毎月調査・公表する日本を代表する物価統計で、モノやサービスの価格をある基準時点と比較して上昇しているか、下落しているかを指数化して示される。一般的に、「日本の物価が上昇している」という場合は、「この消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数)が上昇していることを意味する。類似用語: 企業物価指数

企業物価指数 (CGI: Corporate Goods Price Index)

日本銀行が毎月調査・公表す

る物価統計で、企業間で取引される商品等を調査対象としており、国内企業物価指数のほか、輸出品が日本から海外に積み出される直前の価格を調査した輸出物価指数、輸入品が海外から日本の港や空港に入着した段階の価格を調査した輸入物価指数などが公表されている。消費者物価指数と比較すると為替レートやエネルギー価格の影響を受けやすく、月ごとの短期的な変動は大きくなることもある。類似用語: 消費者物価指数

完全失業率

日本を代表する雇用統計の一つで、総務省が毎月末に労働力調査の結果として公表する。「完全失業者数/労働力人口×100」で計算され、労働力人口とは一五歳以上の就業者と一五歳以上の失業者の合計である。一般的に、この完全失業率の数値が高いほど、雇用情勢は悪化しており、景気も悪いと判断される。類似用語: 有効求人倍率

有効求人倍率

厚生労働省から毎月公表される雇用統計の一つで、完全失業率とともに市場での注目度は高い。有効求人数/有効求職者数を倍率で示すもので、一般的に、この倍率が一倍を上回ると「有効求人数>有効求職者数」という状況から、売り手市場(人手不足)、一方で一倍を下回ると「有効求人数<有効求職者数」という状況で、人余り(雇用情勢が悪い)職に就けない人が多い」という見方になる。

PER (株価収益率: Price Earnings Ratio)

株式投資の際に投資家が参考にしている株式投資尺度の一つで、「株価/一株当たり純利益」で