

## ① JAバンクにおける 投資信託販売後の アフターフォロー



農林中央金庫  
JAバンクリテール実践部  
ライフプランサポート企画グループ

JAは、信用、共済、経済、営農等の総合事業を展開している。利用者との関係が他業態と比較して深いことから、投信販売のように、利用者に直接向き合って説明する機会が設定しやすいといった強みがある。本稿では、この強みを活かしたうえで、顧客本位の業務運営（FD：フィデューシャリー・デューティー）を意識した、JAの現場におけるアフターフォローについて解説する。

### 1 アフターフォローの目的

#### (1) 利用者の不安払拭

利用者が何に不安を感じているのかを確認します。例えば、ある利用者は自分が持っている投信の損益状況や、今後の市場の見通しについて不安を抱えているかもしれせん。利用者ごとに不安の内容は異なります。

そのため、適切なサービスを提供するために、利用者の声にしっかりと耳を傾けます。利用者の不安を理解し、必要な情報を提供することで、その不安を解消できることもあります。

#### (2) 利用者のニーズ把握

証券会社や銀行では、利用者に説明する時間を割くのが難しいことがあります。しかし、JAは、信用、共済、経

済、営農など様々なサービスを提供しており、利用者に話を聞いていただける機会が比較的多いと考えられます。

その際、利用者の家族構成やライフプランを理解することで、目指している金額やその時期がわかります。例えば、利用者のお子様が進学する時期、本人が定年退職する時期を知ることによって、次に不安に思っていることについて、次の面談で具体的に相談できます。その結果、利用者のニーズに合った提案を行うことが可能となります。

#### (3) 利用者との信頼関係構築

利用者との信頼関係は、一朝一夕に構築できません。定期的なアフターフォローを地道に継続することによって、利用者の情報を少しずつ集めていくことが大切です。その情報を基に、利用者の状況を理解し、ニーズに寄り添って

話を聞くことができるようになります。こうして、時間をかけて関係を築いていくことが有用です。

## 2 投信のアフターフォローとは

### (1) アフターフォローの定義

アフターフォローとは、利用者の商品やサービスがどのように使われているかを聞いたり、質問に答えたりするサポートを提供することです。

J Aにおける投信のアフターフォローとは、J Aの強みである対面でのサポートを活かして、投信を販売した後に利用者が感じる不安やニーズを丁寧に聞き取り、相談に乗ることです。これが、利用者との信頼関係を構築するための手段となります。

### (2) 実施のタイミング

アフターフォロー実施のタ

イミングは、次の二つに分けられます。

☑定期フォロー…利用者に届く定期報告物や運用会社が発行するレポートの到着に合わせる等、数カ月ごとに実施する。

☑随時フォロー…利用者が所する投信の基準価額が大幅に変動（騰落率5%を目安）した際や利用者の求めに応じて実施する。

### (3) 実施の対象者

アフターフォローの対象者は、非対面取引で「サポートなし」を選んだ利用者を除く、J Aバンクで投信を保有するすべての利用者です。この中で、「スポット購入」と「つみたて契約」に分かれます。

「スポット購入」の利用者は、相場の変動に関心が高いことが多いため、必要に応じて随時フォローを行い、利用

者の不安を解消することが大切です。また、定期的なフォローも組み合わせ、信頼関係を築いていきます。

「つみたて契約」の利用者にも同様に不安がありますので、定期フォローを通じて、長期的な投資や積立投資、分散投資の効果を説明します。これにより、一時的な相場の変動に振り回されないよう、丁寧にサポートします。

## 3 投信のアフターフォローの流れ

### (1) 訪問先の選定

過去の利用者の面談記録や活動データを基に、利用者のニーズや関心を理解し、うえで、訪問する相手を事前に選びます。例えば、相場の変動に敏感な利用者がいれば、大きな変動があった時に必ず訪問します。こうして、利用者の重要性や緊急度に応じて優

先順位をつけます。

また、定期的に会いたいと希望されている利用者には、予め決めた日程で訪問することで、一貫したサポートを提供し、信頼関係を強めます。

### (2) 訪問前の確認

訪問先を選ぶときは、過去の面談シートや活動プロセスシートを見て、投信を購入した理由やニーズを確認します。

また、システムから得られる貯金残高の変化を見て、利用者のライフプランに合っているかを確認し、何を必要としているかを考えます。

さらに、利用者が保有する投資商品の運用成績、現在の市場環境や経済情勢等の関心のある事柄を確認して、求めている情報は何かを考えます。このように、目的を明確にして、訪問に備えます。

## ② 見直しのための トークの切り口と提案



FPアソシエイツ&コンサルティング株式会社  
講師 小原 信男



CFP®1級ファイナンシャル・プランニング技能士。証券外務員1級。大分大学経済学部経済学科卒業。国内証券会社にて個人営業、現物株式トレーダー・ディーラー。カタカナ生命保険会社勤務のち1998年より現職。資産運用やライフプランニング等のセミナーを生活者や金融機関職員向けに多数担当。

投信を販売した後は、フォローの原則を理解したうえでのコミュニケーションが欠かせない。投信保有者が知りたかった情報をタイミングよく提供し、`提案軸、の渉外活動の実践ポイントを押さえよう。

### はじめに

投信を販売後は、次の三つのステップでフォローすると、保有者とのコミュニケーションが図りやすく、充実した面談につながります。

そのステップとは、「商品内容と購入理由の再確認」「基準価額の変動要因説明」「今後の見通し説明」です。

ここから、組合員Sさんとのトーク例を基に、具体的な流れをみていきましょう。

### アフターフォローで面談するSさんの状況

- ・ Sさん：男性、60歳、兼業農家
- ・ 妻：59歳、Sさんと農業を営む
- ・ 長女：社会人、隣県で一人暮らし、現在婚約中
- ・ 長男：大学2年生、同居
- ・ 投信購入時期：2024年1月
- ・ 投信購入理由：主に、老後資金の準備のため。また、長女の結婚資金や長女の大学院進学に備えたい。

### 1 商品内容と購入理由の再確認

最初の声かけは、次のような切り口です。

#### トークの切り口

(JA職員) 投信のご購入から一年になりましたね。この間に、ご家族構成や予定していたライフイベントに変化はございましたか？

ご購入いただいている投信名と運用内容、購入理由や目的、購入時の金額と直近での評価額について、改めて確認しませんか？

(1) 購入理由に変化がない場合

#### 実践！シミュレーション

(組合員) 家族構成に  
変化はないよ。予定し  
ていたライブイベント  
にも変わりはないね。

投信をご購入いただいた  
一年前と、特に変化  
はないということです  
ね。それでは、ご購入  
いただいた投信をご確  
認させていただきます  
と思います。

購入理由に変化がない場合  
は、保有する投信を改めて確  
認します。その際、次の点を  
みていきます。

- ・ 投信運用会社
- ・ 投資対象 (株式か債券か、国内か海外か、バランス型か)
- ・ 運用方針 (パッシブ運用であれば対象となるベンチマークとその説明、アクティブ運用であればどのような運用するのか運用方針)

- ・ バランス型であれば資産分散の状況 (固定された分散投資なのか、状況あるいは方針による変更される分散投資か)
  - ・ 海外資産であれば為替ヘッジが行われるのかどうか
  - ・ 信託報酬等の費用
- (2) 購入理由に変化がある  
場合

実践！シミュレーション

今年、定年退職の予定  
なんだ。

それはおめでとござい  
ます。長い間お疲れ  
さまでした。定年退職  
後の予定はどのように  
お考えですか？

具体的な予定はまだな  
いよ。何を考えておい  
たらいいのかなあ。

お勤めがないと暮らし  
ぶりが大きく変わらま  
すので、貯金や共済  
投信の運用方針などに  
についても再検討いただ  
く機会になるかと思わ  
れます。お子様のライ  
フイベントの変化も併  
せて考えていかれては  
いかがでしょうか。

購入理由に変化がある場合  
は、組合員の生活環境に変化  
が起こったケースが少なくあ  
りません。例えば、子どもの  
誕生や進学・入学、子どもの  
独立、本人あるいは子どもの  
結婚、転居や住宅購入、定年  
退職、相続、病気などが金銭  
面で影響が生じると考えられ  
るライブイベントです。

これらの変化で受け入れ可  
能なリスクが変化したり、長  
期投資が困難な状況になつた  
りしている可能性があります。  
す。

見直す際は、J Aバンクの  
「資産運用ガイドランス」で運  
用の必要性、リスクとリター  
ン、お金の色分け、リスクを  
コントロールするための資産  
分散・長期投資・時間分散を  
基本にしましょう。そのうえ  
で「資産運用スタイル診断シ  
ート」を活用し、現状の受け  
入れ可能なリスクを計測しま  
す。これが、現在保有してい  
る投信 (ファンド) の入れ替  
えの必要性の判断材料となり  
ます。もちろん、入れ替えに  
よって費用が発生する場合  
は、その説明も必要となりま  
す。

(3) やむを得ず売却する場合

投資において、長期投資は  
リスクをコントロールする重  
要な方法の一つですので、長  
期投資を見直さなければなら  
なくなるような変化について  
は特に注意が必要です。  
組合員の意向が第一ですの

### ③ 〈取材レポート〉 組合員に伴走する アフターフォローの取組み ～JA徳島市～



JA徳島市では、投信保有者のリスクに対する反応を察知したきめ細やかなフォローを実現するため、本所と支所が一体となって取り組んでいる。その現場の様子を、本所のインストラクターと支所の投信担当者にお聞きした。

#### JA徳島市 (2024年3月末)

管内エリア：徳島市、名東郡佐那河内村

事業所：本所・支所8・事務所6・営農経済センター3・ローンセンター2

貯金量：2,052億6,649万6,000円

組合員数：17,078人(正7,126人/准9,952人) 職員数：323人

JA徳島市では、金融商品の提案や、貯金・年金の獲得に向けて、本所と支所が一体となり、全店で統一された質の高いサービスを提供するためのサポート体制を構築している。

同JAの投信担当者の知識・話法のスキル向上の方法、その実践の現状など、特に組合員一人ひとりに寄り添った投信のアフターフォローに着目し、具体的な取組みを紹介する。

#### 投信取扱い当初の様子 と現在

同JAでの投信の取扱いは、二〇一九年に基幹店(当時四支所)から始まった。これは県内JAでも最も早い導入である。その後、二〇二二年には全支所での取扱いが可能となった。

導入当初、投信担当者だった大森加奈子さん(現・金融

共済部営業支援課インストラクター)は、取扱開始当時の状況について、「初導入だったので、ご提案の際に組合員に対して、何をどこまで伝えるべきか、伝えなくていいのかなど自分で判断できなかった。当時、すでに数十年と投資経験のある方に提案することも多く、組合員が話す専門用語がわからなかったこともある。上席にとっても初めてのことなので判断を仰げず、すり合わせをしながら手探り状態での販売推進だった」と話す。

当時、投信販売に関しては支所間でのコミュニケーションが十分でなかったため、相談先もわからず、店舗ごとに独自の推進手法ができてしまったという。

転機となったのは、二〇二二年一〇月の農林中央金庫のサポートプログラムの第二回目研修。この頃には全支所で



金融共済部  
大森加奈子さん

の投信の取扱いが始まった。

当時から現在も、投信担当者は各支所に一〜二名おり、窓口担当者としてライフアドバイザーから選ばれる。いずれも高い専門知識を有する職員が選ばれるわけではなく、投信に苦手意識をもつ職員も多いという。この活動のサポート・指導役として、本所にはインストラクターが控えている。

前述の研修受講前は、インストラクターの教え方が人によって様々だったところ、講義内容に含まれていた投信担当内容への指導方法の知識を活かし、全支所統一の継続的な指導が実践しやすくなった。

## 投信担当者への全支所統一の指導方法

同JAのインストラクターによる具体的な指導方法として、次のような取組みが挙げられる。

### 【二対一のロールプレイング】

実際の提案やアフターフォロー前に、組合員との対話に不安をもつ担当者には、インストラクターと一対一でロールプレイングを実施している。

すでにアポイントが取れている場合は、「ラブレッツ」で訪問予定の組合員が保有するファンドのチャートを作成したうえで説明の仕方を練習したり、値動きの原因と考えられる経済情報や時事ネタを解説。また、想定される質問や会話の構想を組み立てて、話の流れを作る練習もする。このような練習を重ねることで、担当者は知識と話法の両

方を磨くことができる。

ロールプレイングを経験した担当者からは「話してみることで、理解が深まった」「会話に詰まる自身のクセを知ることができた」などの声が聞かれ、確かな実力アップと苦手意識の払拭が進んでいる。

### 【同行訪問】

インストラクターの同行訪問は、年金や貯金に関する話題でも行っているが、最近投信に関する案件が七〜八割を占めているという。知識や情報提供に不安をもつ窓口投信担当者、時にはライフアドバイザーや支所の役席者にも同行し、会話に詰まった時にはすかさず手助けをする。提案やアフターフォローを難しくこなしそうな職員から、「値下がり時は不安なので一緒についてきてほしい」というお願いもあるようだ。

特に新任担当者には、前述

のロールプレイングと同行訪問を繰り返して、練習と実践により知識と話法スキルの醸成を図っている。

### 【投信担当者会議の開催】

毎月一回、徳島県信連と各支所の投信担当者、インストラクターが出席する「投信担当者会議」を開催。インストラクターがサポートプログラムで学んだアフターフォローの手順を伝えたり、情報交換を行っている。

なかでもインストラクターが注力して発信しているのが、「目に見えるかたちでのアフターフォロー」だ。例えば、「ラブレッツ」を使って対象の組合員が保有するファンドのチャートを作成したうえで、類似の動きをするファンドのチャートとも比較し、当該組合員の保有ファンドだけが影響を受けているわけではないことを示しながら、大きく動いた当時の経済ニュー