

論 説

外貨建金融商品の販売方法についての調査と評価（2004）

—— 高知市所在の金融機関の窓口調査結果の検討 ——

紀 国 正 典

はじめに

本稿は、私の専門演習ゼミに所属する学生が取りまとめた報告書の全文を、掲載したものである。これは、私の指導のもとに、学生が中心になって取り組んだ調査活動の報告書である。

この調査活動の意義と目的については、次章で述べたとおりである。注記でも詳しくふれているが、この調査活動のきっかけとなったのは、演習授業における教育方法の改革である。金融や国際金融分野における課題探求型教育実践の可能性を探り、それを開発してみようとして企画したものであった。

ところが試行してみると、意外にも興味ある調査結果と評価が示された。それをみるにつけ、金融の公共性という視点でみたときの社会的な意義は小さくはない、と思うようになった。この調査活動は、金融機関のリスク説明能力を調査してそれを評価したものである。金融のようにリスクがつきまとう共同利用財は、それ相応の制御機能をともなって初めて、金融公益を実現できるのである。

教育活動としての意義だけでなく、金融の公共性という点での社会的な意義もあると思われたので、学生諸君の了解を得て、ここに公表することにした。この調査活動に加わり報告書作成に奮闘した学生諸氏は、上塚敬太君、川上牧人君、川口恵美君、公文望君、寺岡大介君の5名である。掲載を快く承諾して

いただいた学生諸君に、謝意を表するものである。ただし、その内容についての責任は、指導して監修した紀国にある。

なお報告書の表題は、「外貨建金融商品の販売方法についての調査と評価―高知市所在の金融機関の窓口調査結果の検討―」である。今回掲載にあたって、(2004)を付け加えた題目にした。この調査活動の教育実践としての有効性を確認できれば、今後も改良しつつ活動を継続するかもしれないからである。

以下、その報告書の全文である。

I 本調査活動の意義と目的（指導教授）

この調査報告書は、高知大学人文学部社会経済学科における専門演習紀国ゼミ学生（3年生）が自主的に取り組んだ調査活動の成果をまとめたものである。

指導教授である高知大学人文学部教授の紀国正典が、学生に提起したこの調査活動の意義と目的は、次の三つである。

- （1）外貨建金融商品の販売が、適正かつ適法に行われているかどうか、その実状を調べること。
- （2）外貨建金融商品の種類とその仕組みについて学習を深めること。
- （3）これらの学習と調査活動を通じて、学習モチベーションを高めるとともに、ビジネス・コミュニケーションとビジネス・モラルについて意識を強め、社会的自立に向けた準備トレーニングとすること。

第1の意義と目的は、金融消費者保護体制の現状を調べることである。

日本版金融ビッグバンと最近の証券仲介業の解禁で、われわれの身の回りにはリスク金融商品が満ちあふれるようになった。ところが日本においては金融消費者保護体制はたいへんに不十分なままである。その結果、金融消費者の被害や金融機関とのトラブルが多数報告されるようになっている。¹⁾

金融ビッグバンの先進国である英国では、金融ビッグバンの施行とともに、金融サービス法を制定し金融消費者保護の体制をかためた。その後もブレア政権の下で、その改善をすすめている。しかし日本においては、金融ビッグバンが実施に移されてもなお日本版金融サービス法は未確立であった。そしてそれ

以降3年も遅れて、2001年4月ようやく金融商品販売法が施行されたのであるが、その内容はお粗末なものであった。

金融商品販売法は、金融機関に金融商品のリスクを説明する義務を課し、元本割れを損害額として認定して個人の立証負担を軽減するという点で前進があったが、他方では、立証責任は消費者の側に残され、英国のPIA オンブズマンのように金融機関に損害賠償を命ずる権限をもった消費者保護の第三者機関の設立が見送られた。また金融商品の勧誘・販売における適合性の原則（運用ニーズや目的に応じた金融商品を紹介・勧誘・販売すること）は、金融機関にその勧誘・販売方針を策定・公表させるだけにとどまった。金融消費者は時間と費用のかかる司法救済に頼らざるを得なく、以前として不利な立場におかれている。²⁾

このような状況にあつては、金融機関による適切なリスク説明が、金融消費者保護の重要な役割をになわざるをえない。

はたして金融機関がこの金融商品のリスク説明義務を適切に果たしているのか、このことを調べるためにリスク金融商品の代表格である外貨建金融商品の販売状況を調査してみたいのである。³⁾

第2の意義と目的は、学生諸君が金融商品やそのリスクについて知識と理解を深めることである。そのことで、卒業後は金融消費者の立場で金融オンブズマン的役割を果たしてもらえらるであろうし、金融機関に就職したときでも、分かりやすく金融商品を説明できるだけの知識と技能をもつことができると考える。そのようにして消費者にやさしい金融機関が生き残るようにしないと、寡占化（コングロマリット化）が進んでいる金融システムはますます悪くなるばかりである。⁴⁾

第3の意義と目的は、教育活動としてのそれである。

金融取引の現場や実際の金融商品を自分の足と頭で調査する過程で、教科書教示型では得られない興奮や刺激を受けたり、自分で工夫する面白さを体感することによって、学習モチベーションを高めることができるのではないかと考える。さらにビジネス現場でのコミュニケーションの一端を経験することによって、ビジネス・コミュニケーションの重要性を理解でき、またビジネス・モラ

ルとコンプライアンスについても学ぶことができるのではないだろうか。⁵⁾

なお、指導教授は上記の意義と目的をゼミ学生に提起し、参考文献にもあげた関連資料の配布とその学習を指示しただけで、それ以降の調査項目の策定や調査さらに分析作業などの活動は、すべて学生の自主的で集団的な作業にゆだねた。学生が生来もっている潜在的能力や創造性を引き出すためである。

以下、ゼミ学生によるその成果のまとめである。なお、今回の報告書を作成するにあたって、具体的な金融機関名は伏せるよう指導した。学生の調査がまだ未熟で不完全なところもあるからである。できれば金融機関の実名を出して堂々と公表できるところまで、調査水準が高まることを望んでいる。

II 調査活動の方法と経過

調査活動の概要と経過

調査活動は、2004年6月から始まり、2005年2月1日に報告書を作成して終了し、約9ヶ月間を費やした。その概要をまとめれば次のようになる（「調査活動の概要と経過表」参照）。

- ① 2004年6月に、指導教授から今回の調査の意義と目的についての説明を受ける。その後、2ヶ月間をかけ、調査に必要な知識を身につけるため、教授から配布された文献やビデオの学習と討論を続けた。その多くは本報告書の参考文献にあげられたものである。またこの期間に、実際に金融機関を訪問して、予備調査も実施した。さらに調査対象の金融機関を選定した。
- ② 2004年8月のゼミ夏合宿で、調査項目案を各自がもちより、一泊二日の合宿研修で集中的に議論をして、調査項目を策定した。
- ③ マイクロソフト社の表計算・集計ソフトのエクセルで、行見出し項目に金融機関名、列見出し項目に調査項目を入れたワークシート一覧表を作成し、それを高知大学人文学部のSOULS（オンライン学習総合支援システム：System for Online University Learning Support）のWebサイト紀国ページにあるゼミ掲示板に、添付ファイルであげた。ゼミ生はいつでも自分のパソコンからそれにアクセスし、ファイルのダウンロードと書き込みができる。

この方式で、調査情報をゼミで共有できるようにした。

ゼミの授業では、パソコンは必携であり、この Web サイトのゼミ掲示板にあげられた情報をリアルタイムで共有し、それを参照しつつ、議論と学習をつづけた。

- ④ 9月から11月にかけて、下記の方法で、金融機関の窓口調査訪問を実施し、その調査結果については、それぞれの担当者がエクセルの調査表に入力し、Webサイトのゼミ掲示板に添付ファイルであげるようにした。これらを集計して調査済み一覧表を作成した。録音もパソコンに取り込み、ゼミ掲示板に添付ファイルとしてあげ、ゼミで情報共有できるよう試みたが、録音の雑音が多くて取りやめた。
- ⑤ 11月から12月にかけて、ゼミ授業において、この一覧表をパソコンで参照しながら、調査結果の分析と議論を続けた。これらの議論をふまえて、2005年1月に本調査報告書を作成した。

調査対象に選定した金融機関

高知市内に所在する銀行および証券会社を19社選定した。なお調査目的が外貨建金融商品であるので、調査後それを販売していないことが判明した1社を除いた。したがって18社について、評価と分析を試みた。銀行系が10社、証券系が8社である。

この内、窓口調査で訪問するのは、高知市に本店のある金融機関の本店と4国に本店のある金融機関の高知支店（これらを地方系とよぶことにする）、さらに全国展開している金融機関の高知支店である（これらを大手系とよぶことにする）。地方系は9社、大手系も9社になった。

この報告書では、これらの18社の金融機関の実名は伏せて、アトランダムにAからRまでのアルファベットをふってよぶことにする。

窓口調査訪問の方法

- ① 5人の学生で手分けして、それぞれが数箇所ずつ対象の銀行・証券会社をまわり、窓口でヒアリング調査を実施した。リスクの説明だけではなく、金

調査活動の概要と経過表

| 期 間 | 作 業 内 容 |
|-------------|------------------------------------|
| 2004年 6月～7月 | 事前学習と予備調査 |
| 8 月 | ゼミ合宿で調査項目の検討と策定 |
| 9月～11月 | 窓口調査訪問実施 調査結果をパソコンでサイトのゼミ掲示板に集計 |
| 11月～12月 | 調査結果の分析と評価 |
| 2005年 1 月 | 調査報告書の作成 |
| 2 月 1 日 | 調査報告書完成 |

融機関の内外の環境や窓口での接客態度なども調査した。

- ② 窓口で、100万円の資金をもっており外貨建金融商品で運用してみたい旨を告げ、初心者であることも伝えて、外貨建金融商品についての説明とアドバイスを受ける。
- ③ 調査は2回行い、2回目は担当者を替える。
- ④ 調査結果はメモや録音で記録した後、接客・商品の説明にわけ、エクセルの一覧表にまとめる。結果を比較・検討し、商品の説明が適格に行われているのか、とくにリスクの説明がしっかり行われているかどうかをみる。

Ⅲ 調査と評価項目

調査・評価項目をその目的から分類すれば、①金融機関の親近感と入りやすさにかかわる項目、②外貨建金融商品の種類と仕組みにかかわる項目、③外貨建金融商品のコストとリスクの説明状況にかかわる項目の三つに分けることができる（「調査・評価項目一覧表」を参照）。

金融機関の親近感と入りやすさを調査・評価するために、次の9個の項目を考えてみた。

- (1) 建物は分かりやすい場所にあるか、(2) 周辺を見渡してみてもうかが、(3) 入りやすいか、(4) 警備員の態度、(5) 入店時の挨拶、(6) 入って

での印象（明るさ、見た目など）、（7）接客態度、（8）窓口の分かりやすさ、（9）退店時の挨拶。

金融機関の外観や周辺は、リスクにかかわる調査とは直接に関係はない。しかし、初心者にとっては、金融機関を見たときの印象や親近感も大切だと思い調査項目に入れた。正確なことを知らない状況にある金融消費者は、立地が悪かったり、周辺が汚れていたり、店員が無愛想であったりすれば、それだけで金融機関に対する警戒心が高まり、リスクを冒すに足るだけの信用がない金融機関だと、判断するからである。同様の理由から、接客態度や窓口の分かりやすさなども調査項目にふくめた。

外貨建金融商品の種類と仕組みを調査・評価するためには、次の6個の項目を考えた。

（10）どんな外貨建金融商品があるのか、（11）外貨建金融商品の仕組み、（12）外貨建金融商品の特性・特徴、（13）通貨の種類、（14）これまでの運用成果、（15）収益分配の方法。

外貨建金融商品の種類や仕組み、商品の特性や特徴などを調査項目に入れたのは、それぞれの金融商品の性質が大きく異なるので、これについての十分な説明がなければ、顧客として相手にされていないことになるからである。通貨の種類を入れたのは、通貨の違いによってリスクやリターンが大きく異なるからである。収益分配の方法は、何によってリターンを得るかについての調査である。外貨のままか円に換金するかで、利益が変わってくるからである。

外貨建金融商品のコストとリスクの説明状況を調査・評価するために、次の10個の項目を設定した。

（16）税金の取り扱い、（17）途中解約の条件、（18）手数料、（19）購入時の為替相場、（20）購入後の情報提供、（21）損益分岐点、（22）リスク（為替、金利、信用リスクなど）、（23）どの程度のリスクやリターンがあるか、（24）自分に合っているのか、（25）金融機関としての販売方針。

金融商品のコストとリスクの説明状況の調査は、今回の調査のメインとなる

調査・評価項目一覧表

| 調査項目の分類 | 調査・評価項目 |
|---------------------------|--------------------------|
| 金融機関の親近感と入りやすさにかかわる項目 | (1) 建物は分かりやすい場所にあるか |
| | (2) 周辺を見渡してみてもうか |
| | (3) 入りやすいか |
| | (4) 警備員の態度 |
| | (5) 入店時の挨拶 |
| | (6) 入って初めての印象(明るさ、見た目など) |
| | (7) 接客態度 |
| | (8) 窓口の分かりやすさ |
| | (9) 退店時の挨拶 |
| 外貨建金融商品の種類と仕組みにかかわる項目 | (10) どんな外貨建金融商品があるのか |
| | (11) 外貨建金融商品の仕組み |
| | (12) 外貨建金融商品の特性・特徴 |
| | (13) 通貨の種類 |
| | (14) これまでの運用成果 |
| | (15) 収益分配の方法 |
| 外貨建金融商品のコストとリスクの説明にかかわる項目 | (16) 税金の取り扱い |
| | (17) 途中解約の条件 |
| | (18) 手数料 |
| | (19) 購入時の為替相場 |
| | (20) 購入後の情報提供 |
| | (21) 損益分岐点 |
| | (22) リスク(為替、金利、信用リスクなど) |
| | (23) どの程度のリスクやリターンがあるか |
| | (24) 自分に合っているのか |
| | (25) 金融機関としての販売方針 |
| 総括評価項目 | (26) 総合的にきちんと説明しているか |

項目である。手数料や税金の取り扱い、途中解約の条件についての調査は、場合によっては何もしていなくても損失が生じる可能性があるからである。また購入時の為替相場は、外貨建金融商品にはとても重要な要素であり、購入後の情報提供は、為替相場や金利は常に変化するものなので、どの程度のアフターケアがあるかの調査である。金融機関としての販売方針とこれまでの運用成果は、特に投資信託で重要となってくる。

リスクの有無、リスクの要因、どの程度のリスクやリターンがあるか、これらのことを分かりやすく、的確に説明をしてくれるかどうか、これらは今回の調査活動でもっとも重要な項目である。

最後に、総括的な評価のため、(26)総合的にきちんと説明しているか、という項目を設けた。

Ⅳ 金融機関の親近感と入りやすさの分析と評価

建物、立地、挨拶、接客態度などでみた金融機関の親近感は、おおむね好評である。ただ一部に無愛想な店員やこちらの質問に対してどぎまぎする店員もいた。またかなり強引な勧誘手段をとるところもあった。

入りやすさについては、暗い雰囲気のところは入りにくく、防犯上やむを得ないと思うが銀行系は一般に重く、暗い雰囲気であった。これと対照的に証券系は明るい雰囲気のものが多かった。ただ銀行系と比べて、証券系はお客の雰囲気から入りにくいという意見があった。

窓口をもっと分かりやすくする必要があるとの、注文があった。これからいろんな種類のリスク金融商品が店頭に並ぶので、分かりやすい表示や案内方法が必要になるからである。

以下、私たちの評価コメントを項目別にあつめてみた。

項目別評価コメント

(1) 建物は分かりやすい場所にあるか

全体的には分かりやすいという印象をもった。全体的に分かりやすい。基本

的にはどこも分かりやすい。立地上離れているところはいくつかあるが、基本的に電車通りに集中している。分かりやすい銀行が多いと思う。

(2) 周辺を見渡してみてもどうか

街中にあるところは、自転車などが周りに多くて大変。大多数が街中にある。ところどころ駄目なところもあるが、全体的にいい。基本的に回りは綺麗にしてある。やはり入店しやすいように、交通量が多いところに店があると思った。

(3) 入りやすいか

建物によって入りやすさが違う。証券会社は入りにくい。金融機関ということで全体的に重たい。雰囲気によって入りやすいかどうかは、はっきりしている。基本的には入りやすいが、極端に立派か、立派ではないところは入りにくそうな感じがした。

(4) 警備員の態度

そこそこいいと思う。悪くはない。警備員がいるかいないかはまちまち。いないところが多く、いたとしても基本的になにもしていない。今回はあまり問題はなさそうだが、予備調査開始当初は怖いイメージがあった。

(5) 入店時の挨拶

挨拶はどこもきちんとできているようだ。ほぼあり。ないほうがおかしい。全体的にある。あるのが当たり前のようなのだが、態度は様々。挨拶はどの金融機関でも良かったと思う。

(6) 入ってみての印象（明るさ、見た目など）

それぞれにあった明るさになっているが、暗いところよりは明るいところのほうが入りやすいと思う。銀行は暗めで、証券は明るめの印象。全体的に暗い印象のところが多い。基本的に暗めで落ち着いた雰囲気を演出しているようである。活気や客の有無で印象も変わってくる。明るい店のほうが入りやすいという印象を受けた。

(7) 接客態度

無愛想だったり挙動不審な店員もいたが、全体的には好感を持てる。悪いところの方が少ないよう。しかし、人によると思う。ほとんどのところがいい接客態度。対応の悪いところは少なく、全体的に良い印象を持っている。全体的

にはよかった。時間帯や客の多さでも接客が変わってくるということがある。

(8) 窓口の分かりやすさ

銀行は細かく窓口を作っていた。銀行によって窓口の規模も異なる。案内してもらわないと分かりづらいところが多い。誘導してくれるところも多々見られるが、分かりにくいところもある。店舗によって、それぞれの商品で窓口が区切ってあったり、一つの窓口で全部取り扱ってたりと、様々。基本的には分かりやすそうだ。窓口まで案内してくれる店が何軒かあったが、いいことだと思う。

(9) 退店時の挨拶

どこもだいたいよい。良し。ほとんどのところがある。あったところがほとんどだった。

V 外貨建金融商品の種類と仕組みに関する分析と評価

外貨建金融商品の種類は、証券系の方が豊富であり、銀行系は外貨預金を中心に、ほとんどの銀行で同じようなものであった。またキャンペーン中の金融商品を強く勧誘してくるケースが目立った。

初心者ということで安全な金融商品を勧めてくるが多かったが、いろいろな種類の金融商品のなかから、自分に合った金融商品を見つけ出すのはかなり困難だと思った。

以下、私たちの評価コメントを項目別にまとめた。

項目別調査結果コメント

(10) どんな外貨建金融商品があるのか

銀行は外貨預金を中心とする金融商品が多い。証券会社は、やはり投資信託が充実している。主に外貨預金と投資信託を中心としているものが多い。銀行では、外貨預金と投資信託。証券会社では、MMF、外国債、投資信託。銀行はほとんどが外貨預金をすすめてきた。というよりあまり外貨建ての商品がないような気がした。証券会社は外貨建金融商品が多くあると感じた。

(11) 外貨建金融商品の仕組み

それぞれの銀行、証券会社でさまざまな金融商品があり、自分に合った商品を見つけるのが大変かもしれない。それぞれの金融機関の個性がでていようだ。銀行、証券会社でばらばらで難しい。ところどころでキャンペーンなどを行っているところもある。金融機関は、具体的な商品を挙げて説明するか、それとも基本的な説明をするだけのところに分かれる。仕組みはいろいろあったが外貨預金はほとんど商品に変化がなかったような気がする。キャンペーン中の金融商品を勧めてくるケースが多い。

(12) 外貨建金融商品の特性・特徴

銀行の外貨預金は、勧誘キャンペーンをしているところが多い。投資信託は初心者には比較的に安全なものを紹介している。キャンペーン商品が多いようだ。特徴も銀行、証券会社でいろいろで、キャンペーンによって違う。選ぶのが難しそう。キャンペーン中のものが多かった。また、リスクの高い商品はほとんど紹介されなかったようだ。

(13) 通貨の種類

米ドル、ユーロが中心。米・英・豪ドルが主。ドル、ユーロ、豪ドルが一般的で主流の様である。米ドルがメインで次がユーロ、豪ドル。その他、英ポンド、NZドル、加ドル。ドルとユーロがほとんどだった。

(14) これまでの運用成果

説明があったところは運用がうまくいっているという印象をもった。基本的には成功例を主に説明、失敗例なんてわずか。説明がないところが多い。今までの成功例や失敗例を教えてくれるところもある。多くの金融機関で説明がなかったが、あるところでは成功している話ばかり。説明のある店とない店は半々くらいだった。

(15) 収益分配の方法

ほとんどが毎月分配。円に換金して受け取り。円変換・毎月分配、円に換金するところと、もしくはドルのところが多い。円に換金するか外貨のままにしておいて時期をみて換金するかのどちらか。円に還元するということが多かった。

Ⅵ 外貨建金融商品のコストとリスクの説明に関する分析と評価

外貨建金融商品の税金や手数料などのコストさらに途中解約にともなうコストについての説明はあった。また店に行けば為替相場についても説明を受けることができることも分かった。

しかし外貨建金融商品のかかえるリスク、とりわけ為替リスクについての説明は、不十分であった(「為替リスクについての説明状況一覧表」と「リスクとリターンの説明状況一覧表」を参照)。

いちおう16の金融機関で為替リスクについての説明があり、説明のなかったのは2社だけであった。しかしその説明のあった16社の説明状況を詳しくみると、こちらが求めたときによく説明のあった金融機関が4社あった。金融商品販売法で金融機関にリスク説明義務が課せられていることからすれば、顧客が求めなくても説明することが必要であると考ええる。

販売適格基準でみれば、これらの6社は不合格と思われる。説明のなかった金融機関は、初心者をもともと相手にしていないところであり、いずれも地方系の銀行系と証券系である。また求めたら説明したのは、大手系2社(証券系と銀行系)と地方系2社(いずれも銀行系)である。

それ以外の12の金融機関については、いちおう法令基準を満たしているが、為替リスクを知るためには予備知識が必要であり、初心者に簡単に説明して本当にその意味が理解できるのだろうか、という疑問が残る。また専門用語を多

為替リスクについての説明状況一覧表

| 説明の有無 | 説明状況 | 金融機関名 | 販売適格基準 |
|-------|--------------|----------|--------|
| 説明あり | 詳しく説明 | BE | 優良水準 |
| | 簡単に説明 | FGHIRKMN | |
| | 為替リスクの用語使用せず | OQ | 合格水準 |
| | 求めたら説明 | ADJP | |
| 説明なし | 説明なし | CL | 不合格水準 |

用して説明する金融機関もあるが、それを初心者顧客が理解できるとは思えない。さらに、実質的にその内容を説明していても為替リスクという用語を使用しないことにも問題がある。

詳しく説明した2社には優良水準を与えることができる。この2社は、いずれも地方系であり銀行系であった。厳しい目でみれば、これ以外の金融機関を不合格水準にしても良いと思われる。

金融商品の販売方針については説明がない金融機関が多かったが、初心者に無理に勧誘しないところについては、それが販売方針だったかもしれない。最初からわたしたち学生を相手にしなかった金融機関のなかには、リスクの高い金融商品を若年層に販売しない方針から、そのようになったところがあったかもしれない。

しかし、初心者にていねいに対処している金融機関は、リスク説明も充実していた。忙しくて窓口でゆっくり対応できないときには、専用の窓口を設けるなり、無料講座を開催するなどの方法もあるのではないと思われる。また顧客に分かりやすく説明できる能力と技能を窓口の店員がもっと身につけるべきだと思った。むずかしい専門用語を多用しなくても説明できるよう、研修を充実させる必要もあるように思う。多くの種類のリスク金融商品を扱うようになるこれからの金融機関は、以上のことにもっと配慮すべきだろう。

以下、私たちの評価コメントを、項目別にまとめた。

項目別調査結果コメント

(16) 税金の取り扱い

税金はどこも20%。大多数が20%である。20%のところが多い。金融機関によって説明がまちまち。ほとんどが20%だった。説明のないところも多かった。

(17) 途中解約の条件

債券は途中売却するとそのときの時価になる。解約すると解約手数料をとるところはないが、為替の影響や、普通預金の金利になったりして損をする可能性がある。いまいち要点がつかめない。デメリットはそんなにないようだが、手数料はかかるらしい。取り扱っていないところもある。基本的にデメリット

はないとの説明。為替の変動や、債券時価などにより損することもある。中途解約不可のところもあり、途中解約は基本的に損しそうである。

(18) 手数料

MMFは口座管理料がかかる(大体3000円程度)。外貨預金の場合は、預けるときに1.5%, 引き出すときに0.5%の手数料を取られる。大体が2, 3円。説明がないところも多いが、1米ドルあたり2円, 1ユーロあたり3円ぐらいが多い。口座管理料とTTSとTTBのみのところがほとんど。個々の商品によって稀に手数料がかかるよう。外貨預金は往復で2円程度。

(19) 購入時の為替相場

教えてくれるところが多いが、多くは自分で情報収集が必要。ほとんどの金融機関が教えてくれる。説明があったところは全体的に教えてくれるみたい。ほとんどの金融機関で教えてくれる。教えてくれるところが多い。

(20) 購入後の情報提供

店に行けば教えてくれる。あまりしてくれないようだが、基本は自己責任なのか。情報は足を運べば教えてくれるが、基本的には自分で情報収集を行う。自分で調べるか、自分から聞きに行くなど自分から動かなければならない。アドバイスがあっても投資は自己責任でしなければならない。教えてくれるところが多いが自己責任の部分が大きい。

(21) 損益分岐点

説明がなかった。説明する金融機関は存在するのだろうか。全部が説明なしでそんなに重要ではないのだろうか。全店舗で説明なし、為替相場などは常に変化していて確実なことが言えないからだろうか。

(22) リスク(為替, 金利, 信用リスクなど)

証券会社は専門的になりがち。銀行は不十分なおところが多い。こちらからリスクの説明を求めないと、説明してくれない。何とかごまかそうとする印象を受ける。ほとんどのところで説明はあったようだが、こちらからリスクについて聞かなくてはいけないところもあって、どうかと思う。為替リスクについての説明は訪問した店舗でしてくれた。全体的にみて為替リスク以外のリスクはあまり問題にしていないようだ。リスクの説明がないところは、初心者を相手

リスクとリターンの説明状況一覧表

| 金融機関名 | リスク(為替,金利,信用リスクなど) | どの程度のリスクやリターンがあるか |
|-------|--|--|
| A | 為替リスクの説明はこちらが求めたら詳しくできた。その他のリスクの説明はなし。リスクの説明は軽くあったが、ほとんど繰り返し「自己責任です」といわれた。 | 外貨建てはリスクが大きくなるので、余裕のあるお金ですらないと何度もいわれた。これから円安になるか円高になるかわからないので、リスクには気をつけるようにと言われた。リターンについてはそれほど説明は受けなかった。 |
| B | 商品の話の前に向こうから詳しく説明あり。為替リスクの説明はあった。 | 投資信託は分散投資でリスクを抑えるが元本の保証はない。外貨預金は為替差益で収益は期待できるが元本割れが生じる場合もある。どちらにしても余裕のあるお金でしたほうが良いとのこと。 |
| C | 資料を渡されて読んでください、とのことで説明はなし。 | 基本的に説明はなし。 |
| D | 向こうの説明は軽く流す程度。こっちから促したら、為替・金利リスクに関しての説明はしてくれた。 | リスクに関してはあまり触れず、安心感を与えようとしていた。リターンに関しては、電卓で具体的な数字をはじきだし、こちらが食い付くようにしていた。 |
| E | 先に為替リスクを知っているのかを聞かれた。説明は、パンフレットをもとに、順々に説明を受けた。 | 最初にやるのなら、10万円くらいからスタートしてみても、といわれた。余裕のあるお金ですべきともいわれた。外貨預金といえどもリスクはあるので余分なお金でやったほうが良いとのこと。 |
| F | 為替リスクがあることを最初に説明された。 | 細かい説明はなし。 |
| G | 為替リスクのみ。 | 具体的な説明はなし。 |
| H | 為替リスクがあることを説明。 | よほどの円高にならない限りは、大丈夫だといわれた。しかし、実際に税金や為替手数料を引かれるとどうなるのか不安。 |
| I | 為替リスクの説明はされた。一応あったが、手っ取り早く済ませたかんじではあった。 | 細かい説明はなし。リスクはあるが心配はないと言われた。リターンに関しては電卓を使って、具体的な数字をはじき出してくれた。 |
| J | こちらが聞くまでリスクの話が出ることはなかった。為替リスクのみ。カントリーリスクあるところには基本的に投資しない。 | リターンの話ばかりで、リスクについてはBB格付けだから話がでなかった。 |
| K | 為替リスク、金利リスク、信用リスクの説明があった。 | リターンは100万円投資するとして月3,400円。 |
| L | 初心者だといったのにリスクの説明はなし。 | 収益の話をしていても、損するかもしれないという話はでなかった。 |

| 金融機関名 | リスク(為替,金利,信用リスクなど) | どの程度のリスクやリターンがあるか |
|-------|--|---|
| M | 為替リスクのみ。 | 具体的な説明なし。 |
| N | 為替リスクの説明はあった。為替リスクは説明されるが他のリスクの説明は基本的になし。カントリーリスクはないとの説明(危ないところは使わない)。 | 具体的な説明なし。 |
| O | 為替リスクを説明していることはわかったが、為替リスクという言葉は出てこなかった。 | ローリスク、ローリターン、銀行の普通定期預金よりはマシ。 |
| P | こちらから聞くまで向こうから説明はなかった。 | トリプルA格付けなので他の商品よりもリスクは少ない。リスクが少ない分リターンも少ない。 |
| Q | 為替リスクの説明はしていたが、為替リスクという言葉は出てこなかった。 | 説明なし。 |
| R | 説明はあったが簡単なものだった。 | 説明なし。 |

にしていないのかも。ほとんどが為替リスクの説明だけだった。外貨預金は預金保護の対象外であるという説明が、ほとんどなかった。

(23) どの程度のリスクやリターンがあるか

リスクの説明が少なくリターンを多く説明している。リターンの話になると目を輝かせる店員が多いようである。具体的な説明はないところもあるようだが、具体的な数値を出してくれるところもあって、初心者には具体的な数値を出してくれたほうがありがたい。リスクが大きく元本割れの可能性もあるので、余裕のある資金だけを投資したほうが良い。細かい説明をしてくれるところから、あまり詳しい説明のないところ、まったく説明のないところと、幅が広い。

(24) 自分に合っているのか

自分に合っているのかどうかは初心者には分かりづらい。ただ、長期債券をやたらと買うことを勧めてくるところはやめたほうがよい。リスクを中心に話してくれるところがいいと思う。合っていると感じる場合と、分からないと感じる比率が半々くらいだと思った。きちんと説明してくれたところでは自分に合っているか、合っていないかが判断しやすい。きちんとした説明があり、

対応が良かったところが、自分に合っている金融機関だと思う。対応してくれた人の印象にも左右されると思う。合っているかどうかは判断しづらい気がする。説明不足も判断しづらい要因だと思う。

(25) 金融機関としての販売方針

ほとんど言ってくれなかったが、無理勧誘をせず、初心者には外貨建てを勧めないということもある。ほとんどが販売方針がないように見受けられるが、あるとしたら、ノルマ達成方針が強い気がする。初心者には勧めないところが多いようだ。説明がないところもある。初心者に無理な勧誘はしないようだ。

(26) 総合的にきちんと説明しているか

全体的に説明不足。それぞれの金融機関で説明にムラがある。初心者だといっても説明をしてくれないなど、対応が悪いところが多く、接客の見直しが必要。初心者にも丁寧に説明してくれる金融機関は、リスクの説明等も充実しているようである。接客からして成っていない金融機関は、全然信用できないと思った。こちらが若いというだけで説明が良くないところもあるが、きちんとしているとこちらは若くても丁寧に説明してくれる。自分が実際に使うとしたら対応の良かった金融機関。きちんと説明してくれないところが多いと思うし、専門用語も初心者に対しては多過ぎる感じがした。

Ⅶ 金融機関に対する個別総合評価

これまでの調査結果をふまえ、金融機関の対応状況を総合的に評価して、100点満点で点数化してみた。私たちの集団討論をふまえ、金融機関のそれぞれについて、接客態度とリスク説明状況の二つの視点から検討して、総合的に点数評価したものである（「金融機関の総合評価点数表」参照）。

最初はそれほど格差は生じないだろうと思っていたが、予想外にも90点から20点までの大きな点数差がついた。これを点数順位でならべて、グループ分類をしてみた。優良グループ、普通グループ、不良グループ、劣悪グループの四つのグループに分類できる（「金融機関の総合評価点数順位表」参照）。

90点から80点の三つの金融機関は優良グループ、60点の二つの金融機関は普

通グループ、55点から35点の九つの金融機関は不良グループ、そして30点以下の四つの金融機関は劣悪グループと分類できる。優良グループは、接客とリスク説明ともに丁寧で申し分なかったところであり、普通グループは、接客もよく、一応のリスク説明もあったところである。不良グループは、接客はまあよいとしてもリスク説明対応に何らかの問題があったところである。劣悪グループは、そもそも接客態度が成っていなかったところである。

さらに、このグループごとに金融機関を、地方系と大手系、銀行系と証券系に分類してみた。これによって、地方系か大手系か、さらに銀行系か証券系か、それぞれいずれの種類の金融機関の総合評価が高いのかどうかが明らかになる(「評価金融機関の種類別分類表」参照)。

優良グループの金融機関はすべて地方系であった。そのうち銀行系が二つ、証券系が一つである。地域密着型の地方系の方が、顧客に対する対応が優れているといえるかもしれない。ただし、劣悪グループにも地方系が二つも入っているので、地方系すべてが優れているとは限らない。同じ地方系といっても天と地ほど個性の違う金融機関が存在している。

劣悪グループに証券系が多くならん。証券系の顧客には富裕な年配層が多く、若年層や学生のような初心者は相手にしないという伝統があるからだろうか。そうだとすればこのような顧客層の違いがこれに反映したのかもしれない。しかし証券系が主に取り扱ってきたリスク金融商品は銀行でも販売できるようになっている状況で、そのような対応方針でよいのか疑問が残る。しかも、若年層は将来の重要な潜在的顧客である。

金融機関の総合評価点数づけの検討の際に寄せられたコメントを整理してみた。これを点数順に並べることで、総合評価の内実が明らかになる(「金融機関の順位別総合評価コメント表」参照)。

当然のことだが、丁寧に説明している金融機関の評価が高い。これと対照的に、そこでの取引意欲をなくすような接客態度の金融機関の評価が低くなっている。

金融機関の総合評価点数表

| 金融機関名 | 点 数 | 金融機関名 | 点 数 | 金融機関名 | 点 数 |
|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| A | 55 | G | 35 | M | 85 |
| B | 80 | H | 60 | N | 45 |
| C | 20 | I | 45 | O | 55 |
| D | 40 | J | 55 | P | 45 |
| E | 90 | K | 60 | Q | 20 |
| F | 40 | L | 30 | R | 25 |

金融機関の総合評価点数順位表

| 順位 | 金融機関名 | 点数 | グループ分類 |
|----|-------|----|--------|
| 1 | E | 90 | 優良グループ |
| 2 | M | 85 | |
| 3 | B | 80 | |
| 4 | K | 60 | 普通グループ |
| 4 | H | 60 | |
| 6 | A | 55 | 不良グループ |
| 6 | J | 55 | |
| 6 | O | 55 | |
| 9 | I | 45 | |
| 9 | N | 45 | |
| 9 | P | 45 | |
| 12 | D | 40 | |
| 12 | F | 40 | |
| 14 | G | 35 | |
| 15 | L | 30 | 劣悪グループ |
| 16 | R | 25 | |
| 17 | C | 20 | |
| 17 | Q | 20 | |

評価金融機関の種類別分類表

| グループ | 金融機関数 | 地方系 | 大手系 | 銀行系 | 証券系 |
|--------|-------|-----|-----|-----|-----|
| 優良グループ | 3 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| 普通グループ | 2 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| 不良グループ | 9 | 4 | 5 | 6 | 3 |
| 劣悪グループ | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 |

金融機関の順位別総合評価コメント表

| 順位 | 金融機関名 | 総合評価コメント |
|----|-------|--|
| 1 | E | 外貨建て金融商品について丁寧に説明。初心者に合わせた外貨建金融商品を紹介している。親切でなんでも相談できそうな雰囲気はいい。リスクの説明をしっかりとしているので安心できる。 |
| 2 | M | 初心者ということ、若いということで気楽に話してくれた。初心者への対応として良かった。また行きたくなくなるような感じになった。初心者は外貨建て商品に手を出さないほうがいいというアドバイスには、好感が持てる。無理に勧誘してこない姿勢もいい。 |
| 3 | B | 為替リスクの説明をきちんとしてくれた。はっきりと元本割れの恐れがあるといってくれた。そういうことを言ってくれるので、初心者には安心かもしれない。接客してくれた人が若く話をききやすかった。説明はきちんとしていてよかった。 |
| 4 | K | 説明もしっかりしていて、初心者に関係なく扱ってくれる姿勢は好感を持てる。初心者でも気軽に相談できそう。 |
| 4 | H | 接客と商品の説明に関しては、しっかりできていると思う。説明は細かくて良さそうだ。ただ良いことばかりをいっているような気もした。 |
| 6 | A | 投資信託を扱っているにもかかわらず、説明が出来ないのはどうかと思う。リスクの説明もこちらから求めてからというのも問題。 |
| 6 | J | お店の雰囲気はとてもよく入りやすいが、やはりリスクの説明をこちらから求めないといけないのは、初心者向けではないだろう。 |
| 6 | O | 一方的に専門的な話をしても、初心者には分かりづらい。外債を勧めてきたものの、本当に安全なのかという疑問が残る。 |
| 9 | I | とにかく分かりづらい。この人にまかせるのは絶対に不安。専門用語を多くつかい、初心者向けではない。リスクの説明も出来ていて、手馴れていて接客態度も良いが、やたらと商品を売りつけてくる姿勢が気に食わなかった。 |
| 9 | N | 忙しかったせいか、あまり相手にされなかった気がする。とにかく早口で商品の話をされ、リスクの説明は不十分だった。落ち着けるような雰囲気ではなかった。 |
| 9 | P | リスクの説明が不十分な感じ。話を聞いていると成功すると思えなかった。初心者には向かない。 |
| 12 | D | 成功しそうなイメージだけしか伝えず、リスクの説明が不十分なのは危険。接客態度がおどおどしていたというのには問題がある。 |
| 12 | F | 接客に問題がありそう。忙しいのか落ち着いて話を聞く環境ではないと思った。商品の云々よりも接客態度の改善が必要である。行員でリスクの説明をしたりしなかったりというののもどうかと思う。金融商品だけでなく初心者向きだと感じた。 |
| 14 | G | 初めは張り切って接客していたが、初心者だと説明すると熱心でなくなった。店員によって態度が大きく違う。 |

| 順位 | 金融機関名 | 総 合 評 価 コ メ ン ト |
|----|-------|---|
| 15 | L | まず接客態度からしてどうかと思う。あきらかに相手にしていない感じが伝わってきて、とても無愛想。ここでは資産運用したくないと思った。リスクの話が出てこないのは危険。客によって態度を変えるのもどうかと思う。 |
| 16 | R | 年齢を聞かれ、簡単に説明をして、後は家でゆっくり考えてきてくださいといわれ、基本的に相手にされていないかった。 |
| 17 | C | もう行きたくない金融機関。はっきりいってお店に入ってから全く相手にされていない感じで、接客も説明もすごく適当な感じがした。 |
| 17 | Q | 初心者向けの会社ではないと思った。明らかに相手にしなかったのは、接客業としてふさわしくない。 |

VIII 調査活動で学んだこと、ならびに課題と反省

わたしたちは、この調査活動を経験することで、おのおのがそれぞれいろんなことを学んだ。各自のコメントを集めてみた。関係する内容のものを寄せてみると、三つに区分できる。

- ・金融機関の消費者に対する金融商品の説明がいかに大切か。また、金融機関の説明によって消費者のとらえかたも大きく変わってくることを知った。
- ・社会人とのコミュニケーションのとり方の重要性を学んだ。
- ・初心者だといったにもかかわらず、専門用語を多用する金融機関も多くあった。言いたい事を相手に簡潔に分かりやすく伝えるということの大切さを学んだ。
- ・初心者には分かりにくい外貨建金融商品を、簡潔にポイントをおさえて伝えることがいかに難しいかということを体感した。それによって、問題を発見し、それに取り組む姿勢が必要であることを学んだ。
- ・外貨建金融商品を販売している金融機関の説明不足、知識不足などを知った。
- ・場慣れすることの大切さと相手の気持ちを考えることを学んだ。
- ・興味本位や無知識で外貨建金融商品に手を出すことは危険だと思った。その

知識も多く必要である。

- ・調査によって外貨建金融商品がどのように販売されているのかを知るとともに、実際に自分で行動することの大切さを学んだ。
- ・外貨建金融商品の基本的な知識。
- ・初心者が突然、外貨建に手を出すのは不自然な気がする。
- ・相手としても円建で投資を勧め、外貨に興味を持った人や、それなりの知識を持った人を対象にしているのでは、という対応が多かった。
- ・本気で外貨建に手を出すつもりなら、それなりの知識を身に付け、一つの金融機関に決めて長期的な計画を立てて投資すべきである。
- ・興味本位とするなら、金銭的にもリスク的にもしない方がいいと思った。
- ・調査活動では明確な目的を持ち、知識や調査方法などさまざまな準備をしっかりとしていくことが、大切だと思った。これは、調査活動以外でも必要なことだし、大切なことだと考える。
- ・集団で活動をするときは、各自各々が役割をしっかりとこなすことが大切。
- ・銀行を回ってみて、見た目で判断されることが多かったので、第一印象が大切だと思った。
- ・まったく知らないことに挑戦し学ぶ面白さを知った。
- ・周りにある情報だけでなく、実際に自分たちで動くことの重要性を学んだ。
- ・時間の上手な使い方、チームワークの大切さ、チームで1つのことを成し遂げる難しさ・楽しさ、チームの力の大きさなどを学んだ。

今回の調査活動の反省や残された課題も多かった。それをまとめてみると次のようになる。これも内容から三つに分類できる。

- ・もう少し金融機関に行く回数が多ければよかった。
- ・同じところに二回も行ったのは失敗だったと思う。
- ・時期が時期だった為に、たくさんの金融機関を回ることができなかった。
- ・同じ金融機関に1人が2度調査に行かないよう振り分けたつもりが、うまく振り分けられていなかった。

- ・調査中に新たに発見した金融機関が2個あったのと、外貨建て商品を取り扱ってなかったところがあった。
- ・客観的に判断するのが難しい。
- ・調査した時期によって印象が異なっているので、客観的に判断するのが難しかった。
- ・金融商品に対する知識が希薄だった。
- ・誰も聞き出せなかった調査項目があったのに加え、調査項目はもっと少なくても良かったのではないか。
- ・調査項目が多すぎて、調査不足な印象が残ったこと。
- ・録音がしっかりとできれば一つの金融機関にたいして、みんなでじっくりその金融機関について調査できたと思う。
- ・テープレコーダーに録音した声が鮮明ではなかったので、すべてを詳しく調べることが出来なかった。
- ・テープレコーダーをうまく活用できなかったこと。
- ・音声録音機を有効活用出来なかったこと。
- ・相手に気づかれずに鮮明な音声で録音するのは困難だった。

IX 講評（指導教授）

最近の学生は昔のように暇ではない。単位登録の上限制度が制定されてからは、確実に単位を修得しないと卒業が困難になるので、むやみに授業を欠席する訳にはいかないのである。訪問した金融機関は、大学から遠く離れた街の中心地にある。これらの金融機関の窓口を、立て込んでいる授業の合間をぬって訪問するのであるから、さぞかし大変だっただろうと思う。

学生たちの精力的な努力が実って、ここに報告書が完成できたことを喜ぶものである。

この調査報告書は、独創的でとてもユニークなものになった。学生の自主性

にゆだねて良かったとつくづく思う。小学校の教師がお手本を見せて子供に絵を描かせると、それまで自由に伸びやかだった子供たちの絵が、手本にそって小さくまとまると聞く。今回学生たちに自由に調査項目の策定をさせてみたところ、金融機関の親近感や入りやすさにかかわる項目が出てきて、思わず感心した。おそらくわたしが指導した場合には、そのような項目は思いもつかなかっただろう。それらを項目に入れた理由についても納得した。

調査項目については、一部に舌足らずな表現もあったが、基本的なことについてはカバーできていた。事前学習の成果もあったと思うが、よくまとまったものを考え出したものだと感心する。

調査前には金融機関ごとの違いはそれほどには出ないだろうと思っていたが、学生の調査や評価によれば意外に大きな個体差がついた。これは予想外の大きな収穫であった。

ゼミ学生たちは、為替リスク管理や外国為替相場論を中心として論じたわたしの国際金融論をすでに受講している。しかも4月から5月にかけては、日本経済新聞社主催の学生対抗円ドル・ダービーにも応募し、国際政治経済のいろんな情報を収集・分析して、外国為替相場を予測するという学習と討論を続けてきた。その点ではかれらは十分な調査能力と判断能力をもっている。

金融機関の窓口での説明状況やリスク説明についての学生たちの調査については、かれらの調査結果と評価を信頼してもよいであろう。

学生の評価はたいそう厳しいものとなった。接客態度とリスク説明状況で総合的に評価したものだという。確かに、こちらが初心者だといっているのに専門用語をふり回したり、問いたださないとリスクを説明しなかったり、リターンばかりを強調したり、こちらが若いからといって横柄な態度をとったりするのであるから、それも当然であろう。店員によって接客態度が大きく違うというのも、改善の余地がある。

これからの金融機関は、ますますいろんなリスク金融商品を取り扱うようになるのであるから、学生のいうように、店員の意識改革や教育が必要になるだろうことは間違いない。リストラで人手が足りなくそれどころでない、という状況にあることは理解できるが、何か効率的な説明方法や研修方法を開発する

必要がある。丁寧に説明に応じている金融機関に対する学生の信頼感は厚く、そういうところへはまた行ってみたいという。二度と行きたくないといわれた金融機関との差は、歴然としている。

もっとも、まだ若いということや学生という身分が調査上の限界となった恐れもある。外貨建の資産運用をもちかけても、本気で相手にされないことがあるからである。また、のっけから外貨建金融商品での運用をもちかけるというのも、不自然で唐突なので、警戒されたかもしれない。

そういうことでは、金融商品の勧誘・販売における適合性の原則を金融機関が遵守しているかどうかを、窓口で学生が調査・評価するのはむずかしい。

金融機関は、金融商品販売法によって、金融商品の勧誘・販売方針を策定・公表することを義務づけられている。これがどのように策定・公表されているかを調べ、さらに現場の勧誘・販売方針がそれと整合しているかどうかを調べれば、有益な結果がでたかもしれない。

なお、外貨建金融商品の学習は、まだまだ不十分である。もっと外貨建金融商品についてさらに詳しく検討し、それぞれの金融機関で販売している外貨建金融商品を比較した分かりやすい一覧表が作成できればすばしかった。ここまで突き詰めることで、金融商品をより理解できるようになり、分かりやすく説明できる能力と技能をより高めることができたと思う。一部熱心な学生がそれを試みたが、まだ全体で議論してまとめるまでにはいたらなかった。金融機関だけでなく、金融消費者自身も、もっと金融商品を学習してリスクを理解し、みずからリスク管理できるようにしなければならない。

学生たちがまとめた「調査活動から学んだこと」をみる限りでは、窓口でのビジネス・コミュニケーションの経験は、学生の学習モチベーションを高めたようである。具体的なイメージがないまま、教科書や難しい用語辞典をひっくり返して頭を悩ませているよりは、金融取引の現場に足を運び、実際の金融商品にふれた方が、金融や国際金融を自分の生活問題として受けとめることができる。金融教育、金融消費者教育としてのこの調査活動の有効性を確認できる。

金融機関もこの金融教育や金融消費者教育の最前線にたっていること、および、金融商品やリスクをしっかりと分かりやすく説明できる金融機関が、消費

者の安心と信頼を勝ち得るであろうことも、この報告書から学ぶことができる重要な点である。

注)

- 1) 報道によれば、株式投信の残高全体に占める銀行窓販の割合が初めて5割を越えたとある。また大手銀行で、投資信託、個人年金保険、外貨預金などの個人向け投資商品(リスク金融商品)の販売が伸びており、9月末残高で9兆190億円となり、半年間で15.7%も増えたという。日本経済新聞社記事[2004]「株式投信販売残高:銀行窓販が初の5割台」、[2004]「個人向け投資商品:大手銀行9兆円超す」、[2004]「個人マネー広がる選択:銀行窓販—期待と不安(上)(下)」、[2004]「証券仲介業が来月解禁:大手銀、一斉に参入へ」、[2004]「預金+株+債券+保険:一つの窓口、間口は広く:ワンストップ来月拡大」。

金融機関と消費者のトラブルや紛争が多発していることについては、次の報道が示している。日本経済新聞社[1999]「銀行と個人のトラブル増加:消費者保護の法律必要」、[2000]「契約トラブル急増:どう身を守る?—弱い立場、専門家が頼り」、[2000]「株式市場活況で再燃の兆し:金融トラブルにご用心」、[2003]「生保契約、ここに注意:不十分な商品説明」、[2004]「金融トラブル:傾向と対策」、[2004]「生保販売は変わるか(下)銀行窓販の功罪:契約者保護の徹底課題」、BSIエデュケーション編、松本恒雄・上柳敏郎監修[2001]『金融商品販売トラブル事例集』など。

とりわけ外貨預金や外貨建投資信託・債券などの外貨建資産は、グローバル・ギャンブル化している為替相場の動きを受けて為替リスクが大きく、カントリー・リスクもあるので、代表的なリスク金融商品である。株と違って値下がり損はないといわれたとか、為替リスクなどの説明を受けていなくて多額の損失を被った投資家が、金融機関を訴えるケースが金融ビッグバン以後続出した。NHKクローズアップ現代「外国債券が売れている:高金利商品の落とし穴」1997年6月放映、「どうつき合う外国金融商品」1998年10月放映、日本経済新聞社[1998]「円高外国投信を直撃:市場の発展を阻む恐れ」、[1998]「激動ビッグバン:外国物、リスク表面化」。

驚いたのは、世界最大規模で日本でも人気の高い外資系銀行であるシティバンクが、他業禁止規定の抵触、商品説明を怠った勧誘などで、2004年9月18日に営業停止処分を受けたことである。報道によれば、予測が外れればたちまち元本が消えてしまう投機的な商品を、元本が保証されているかのように顧客に思わせ、勧誘パンフレットで高利回りばかりを強調して売りさばいていた、という。裕福なお年寄りがそのターゲットになった。超一流金融機関が、信じられないほどの悪徳金融機関だったのである。山田厚史[2004]「シティバンク無法金融:米大手銀行が日本で犯した罪」。

- 2) 英国の金融サービス法と比較して、日本の金融サービス法体制がいかにお粗末であるかについては、次の文献が批判している。楠本くに代 [1999]「消費者保護の制度欠かせぬ：ビッグバン時代の自己責任（上）」, [2000]「英国の金融改革：消費者を手厚く保護」, 藤井良広 [1999]「金融サービス法：消費者の信頼回復なるか」, 小林秀之編著 [2000]『金融サービス法と貸手責任』。

日本版金融サービス法の詳しい解説は、牛込博文 [2000]『日本版金融サービス法』, [2000]『金融サービス法—生保・年金・投信販売のベスト・アドバイスをめざして—』, 小林秀之編著 [2001]『詳解：金融商品販売法の解説—販売・勧誘ルールと実務の対応—』。

- 3) 顧客になりすまして、金融機関の窓口対応を調査・評価するという手法は、すでに日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（NACS）消費生活研究所の土田あつ子研究員が、組織的に実施したものである。これは消費生活アドバイザーなどの資格をもつ20歳代から50歳代の女性8人が、無作為に抽出した証券会社に足を運び、投資信託を購入したいと申し出て説明を受ける調査方法である。その調査結果によれば、価格下落リスクを説明したところは少数であり、為替リスクも問いたださないと説明しないケースが目立ったという。土田あつ子 [1999]「金融商品の販売窓口チェック：リスク、コスト説明足りず」。

金融庁も、検査中の金融機関の名前をホームページで公表し、金融機関が説明責任を果たしているか、などの情報を利用者から提供してもらうという監督手法に踏み出している。日本経済新聞社 [2004]「検査中の金融機関：ネットで公表：金融庁が情報収集窓口」。

なお、医療現場においては、NPO法人「ささえあい医療人権センター」（COML：コムル）が、患者になりすまして病院の外部評価をするという手法（病院探検隊）を実施している。

- 4) 金融コングロマリット（金融複合企業集団）について、金融制御という視点から、OECDの研究成果を検討したものに拙稿がある。紀国正典 [2001]「金融コングロマリット—OECDの研究成果の検討—」。なお、新聞報道によれば金融庁も、金融コングロマリット担当部署を新設するという。
- 5) 高知大学人文学部の社会経済学科では、学科教育委員会主催の教育方法改革研究会活動（いわゆるFD活動）において、これまでいろんな教員の教育方法や実践が紹介・交流されてきた。これらの活動を重ねるうちに、演習形式の授業方法について、教科書教示型と課題探求型とよぶことができる教育方法の対立した流れが鮮明になってきた。教科書教示型というのは、教科書で学習して基本的な知識を一通り身につけるという伝統的な方法である。課題探求型とは、ある課題を設定させ、その課題の解決のためにどのような方法があり、どのようにすればよいかを求めて自分で調査し、自分で工夫・企画し、自分で必要な知識や情報を集めるよう指導する方法である。

教科書教示型は、完成された既製品の提供を受けるので、受動的な他人依存型といえる。これに対して課題探求型は、新規創造型であり、能動的な自己創出型である。教科書教示型は、学習する知識が整然と整理され体系だっているという良さがあるものの、どうしてもその学習スタイルは定型的で単調で、退屈になるという欠点がある。課題探求型は、学習する知識は未整理でそれが偏るという欠点もあるが、学習スタイルにはいろんな多様な方法があるし、いろんな新しい方法を考え出すこともできる。自己体験型や行動型・野外型を伴うことが多い。知らないことを体験するので、何が出てくるか分からないワクワクとした冒険の楽しさがある。ただ指導する側からすれば、前者は、道筋がはっきりと見通せるので無難で安全であるが、後者は、どういうものが出てくるかは未知数で、成功するかどうかは学生次第という不安定さをとまなう。

社会経済学科では課題探求型教育実践は、若手から中堅教員を中心にして、いろんな経験が蓄積されてきて成果をあげており、現在ではこれをテーマにした全学FDが開催されるまでになっている。課題探求型のゼミでは、学生が元気で活発であるので、学習モチベーションが高いことは間違いない。確かに、地域や環境問題などの身近なテーマについては、この方法はなじみやすい。

しかし、学生の生活感覚が希薄であり、いわば敷居が高い分野である金融や国際金融について、どのような課題探求型の授業方法を開発すればよいのか、これがわたしの悩みであって、ずっと模索を続けてきた。そしてようやく今回、一つの方向性を見出し、その試行に踏み切ったのである。ゼミ・シラバスに厳しいことを書いたらゼミ応募者が激減し、調査の適正人数になったことも好機となった。

なお上で対立と述べたが、課題探求型で学習意欲を刺激された学生が、教科書をより深く学ぶ必要性を痛感するようになるので、対立という表現は不適切である。いずれの方法も必要であるが、いずれから始めた方が学習モチベーションを刺激し、より教育効果が高くなるのかという対立である。ただ、両方を統一させるだけの時間的余裕がないのが、もう一つの悩みである。今回の試行で学生・教員ともに学習効果を実感できれば、今後も改良しつつこの調査活動を継続するつもりである。

【参考文献】

- BSI エデュケーション編、松本恒雄・上柳敏郎監修 [2001]『金融商品販売トラブル事例集』BSI エデュケーション。
- 藤井良広 [1999]「金融サービス法：消費者の信頼回復なるか」日本経済新聞記事 1999年6月28日付け。
- 銀行研修社編、松本恒雄監修 [1996]『銀行取引と説明義務』銀行研修社。
- 紀国正典 [1998]「日本版金融ビッグバンと市民生活—金融消費者主権は確立されるのか—」高知大学経済学会『高知論叢』第63号、1998年11月。

紀国正典 [1999]「国際金融システムと金融制御」池上惇・森岡孝二編『日本の経済システム』青木書店, 1999年12月.

紀国正典 [2001]「金融コングロマリット—OECD の研究成果の検討—」高知大学経済学会『高知論叢』第70号, 2001年3月.

紀国正典 [2003]「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(1)—外部性論からのアプローチ—」高知大学経済学会『高知論叢』第78号, 2003年11月.

紀国正典 [2004]「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(2)—「公共財」論の問題点—」高知大学経済学会『高知論叢』第79号, 2004年2月.

小林秀之編著 [1997]『貸手責任と金融倒産—日本版金融ビッグバンに欠ける視点』成文社.

小林秀之編著 [2000]『金融サービス法と貸手責任』一粒社.

小林秀之編著 [2001]『詳解: 金融商品販売法の解説—販売・勧誘ルールと実務的対応—』新法規出版株式会社.

楠本くに代 [1995]『金融機関の貸手責任と消費者保護』東洋経済新報社.

楠本くに代 [1999]「消費者保護の制度欠かせぬ: ビッグバン時代の自己責任(上)」日本経済新聞記事, 1999年1月31日付け.

楠本くに代 [2000]「英国の金融改革: 消費者を手厚く保護」日本経済新聞記事, 2000年2月5日付け.

楠本くに代 [2002]「金融商品広告の見方: リスク・費用・表現に注目」日本経済新聞記事, 2002年11月30日付け.

NHK クローズアップ現代「外国債券が売れている: 高金利商品の落とし穴」1997年6月11日放映.

NHK スペシャル「金融ビッグバン①個人資産1200兆円の行方, ②誰が資産を守るのか」1997年8月11日, 12日放映.

NHK クローズアップ現代「どうつき合う外国金融商品」1998年10月14日放映.

日本経済新聞社 [1998]「円高外国投信を直撃: 市場の発展を阻む恐れ」日経金融新聞記事1998年10月9日付け.

日本経済新聞社 [1998]「激動ビッグバン: 外国物, リスク表面化」日本経済新聞記事1998年12月4日付け.

日本経済新聞社 [1999]「銀行と個人のトラブル増加: 消費者保護の法律必要」日本経済新聞記事1999年11月10日付け.

日本経済新聞社 [2000]「契約トラブル急増: どう身を守る?—弱い立場, 専門家が頼り」日本経済新聞記事2000年4月16日付け.

日本経済新聞社 [2000]「株式市場活況で再燃の兆し: 金融トラブルにご用心」日本経済新聞記事2000年2月13日付け.

日本経済新聞社 [2000]「金融商品販売法きょう閣議決定: 程遠い信頼回復」日本経済新聞記事2000年3月24日付け.

- 日本経済新聞社 [2000]「金融商品販売法来年4月施行：穴だらけ？投資家保護」日本経済新聞記事2000年7月30日付け。
- 日本経済新聞社 [2003]「生保契約、ここに注意：不十分な商品説明」日本経済新聞記事5月18日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「金融トラブル：傾向と対策」日本経済新聞記事8月22日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「生保販売は変わるか（下）銀行窓販の功罪：契約者保護の徹底課題」日本経済新聞記事8月26日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「検査中の金融機関：ネットで公表：金融庁が情報収集窓口」日本経済新聞記事9月7日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「個人マネー広がる選択：銀行窓販期待と不安（上）株式などリスク商品、顧客に説明責任」日本経済新聞記事9月10日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「銀行窓販期待と不安（下）リスク商品身近に、消費者の保護課題」日本経済新聞記事9月14日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「株式投信販売残高：銀行窓販が初の5割台」日本経済新聞記事9月14日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「証券仲介業が来月解禁：大手銀、一斉に参入へ」日本経済新聞記事11月6日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「個人向け投資商品：大手銀行9兆円超す」日本経済新聞記事11月12日付け。
- 日本経済新聞社 [2004]「預金＋株＋債券＋保険：一つの窓口、間口は広く：ワンストップ来月拡大」日本経済新聞記事11月24日付け。
- 日本弁護士連合会 [1997]『銀行の融資者責任』東洋経済新報社。
- 土田あつ子 [1999]「金融商品の販売窓口チェック：リスク、コスト説明足りず」日本経済新聞記事1999年6月5日付け。
- 牛込博文 [2000]『金融サービス法—生保・年金・投信販売のベスト・アドバイスをめざして—』金融財政事情研究会。
- 牛込博文 [2000]『日本版金融サービス法』日本経済新聞社。
- 山田厚史 [2004]「シティバンク無法金融：米大手銀行が日本で犯した罪」『AERA』2004年10月04日号、朝日新聞社。