

お客様へのメッセージ冊子

この冊子は、お客様に向けた、セゾン投信のメンバーの思いや、
応援いただいている方々のメッセージを集めたものです。

ぜひ、ご一読ください。

下記は必ずお読みください。

この資料は、セゾン投信の役職員ならびに関係者の方々から皆様へ、「メッセージ」の発信を目的として作成したものであり、勧誘を目的とした、セゾン投信の提供する「販売用資料」ではありません。また、証券取引法に基づく、開示書類でもありません。したがって投資信託の購入、売却、あるいは保有を推奨するものではありません。

情報については、その正確性、信頼性、安全性等について保証するものではありません。過去のパフォーマンスは、将来のパフォーマンスを推測する指標ではありません。

この情報に関する一切の権利、義務は、その情報提供者（以下「情報提供者」）に帰属します。この情報の内容は、情報提供者の事由により変更されることがあります。

この情報は、閲覧者ご自身のみのもものとし、転載、または、第三者への提供は禁止します。

このメッセージに掲載された情報に基づく判断については、閲覧者ご自身の責任の下に行うこととし、万一このメッセージの情報により、閲覧者が損失を被ったとしても、セゾン投信株式会社、ならびにその情報提供者はいかなる損害に対しても一切の責任を負うものではありません。

投資信託の取得を希望される方は、必ず投資信託説明書（目論見書）の内容をご確認の上、ご自身でご判断ください。

2007年8月3日

長期投資家仲間へのメッセージ Vol. 5

～運用者が貫くべき顧客サービスとは～

2007年8月3日

運用という仕事の本質

運用という仕事はなかなかカテゴリーで定義しにくい職種であります。お客様の資金を預かって運用するのが投資顧問や信託銀行そして投信会社といった業種であり最も一般的でしょうが、金融機関や事業法人の自己資金運用に従事するのも運用業務だし、中にはパチプロのように個人が自分のお金を運用することで生計を立てている人も運用＝仕事といえるでしょう。私はサラリーマンの大半を運用業務に従事してきましたが、会社のお金を運用するのもお客様のお金を運用するのも本質的には同じ、運用という役務を提供するサービス業だということです。私はいつれの立場も経験してきましたが、どちらもその本分は運用成果をはっきりと結果を出していくという点でそれこそが運用業務のミッションであります。運用という役務提供サービスの売上の源泉は、運用業務におけるプロフェッショナル리티への対価であります。それはプロ野球選手がグラウンドでの成績をもって彼らの報酬基準のすべてとするのと同様、運用の世界は運用成果がプロとしての価値を定める、いわば結果がすべての本来厳しい世界であるはずです。そして弊社セゾン投信は本格的長期保有型ファンドを標榜し、長期投資家仲間たるお客様の資産形成ニーズに長期で応えるサービス業者として、10年・20年・30年を見据えた長期投資を貫きしっかりと結果を出すというプロフェッショナル리티を片時も忘れてはならないと肝に銘じています。

投資信託の価値基準

さて、セゾン投信は投資信託委託業者（投信会社）であります。これをカテゴライズすると前述の運用サービス業者であると同時に運用商品（投資信託）の製造業者であるということも出来ます。つまりは運用サービスを内包したパッケージ商品のメーカーであるわけです。ではこのパッケージ商品を買うにあたって、投資家は何を基準に選ぶべきなのでしょう。たとえば東国原知事の効果で一躍ブームになったマンゴーを例にとりましょう。宮崎産マンゴーは大変な手間と丹精を込め、日本の高度な栽培技術を注ぎ込んだ高級品として5千円で販売されているとします。他方フィリピン産のマンゴーは800円で手に入るとします。同じマンゴーでも前者は驚くほど甘くて美味です。後者はまあごく普通のマンゴーの味です。宮崎産は明治屋などの高級スーパーでありがたく売られています。フィリピン産は近所のスーパーで普通に手に入ります。これらは明確に差別化がはかれており、それぞれの価格は市場が定めた価値を反映しています。

翻って投資信託はどうでしょうか。有名大手銀行・証券では高級ファンドが売られていて、ネット証券では安物ファンドが売られているのでしょうか。そんなことはありません。そこには何の関連性もなく、（コストの）高いファンドは良い商品で（コストの）安いファンドは粗悪品だという法則ももちろん一切ありません。というよりはむしろ、投資信託に限っては「安かろう悪かろう」ではないばかりか、「安かろう良かろう」のほうが正しいとさえ言えるのです。

コストの定義

かように、買うまでのプロセスにサービス対価が支払われるマンゴーに対して、投資信託は買ったときから（信託報酬の対価として）運用サービスが始まる商品です。顧客は運用サービスに何を求めるかといえば運用成果を求めるわけで、運用成果は将来の不確実性の基に成り立っています。但し不確実性に基づいてサービスを受ける中で、唯一将来にわたって確実にわかるものでかつ成果にマイナスの影響を与えるのがコストなのです。コスト（信託報酬）の分だけは運用サービスを受けている間じゅう、確実に運用財産から削除されていきます。ですから高級品（高コスト）ファンドほど、将来確実に劣化する幅が大きいといえるわけで、長期投資家にとっては信託報酬コストの差は将来の運用成果に甚大な影響を与えるといわれる所以です。

金融機関ではよく投資信託の販売にあたって、「 キャンペーン」などと銘打っておまけが付いたりしています。投信と外貨預金をセットで買うと預金金利がアップするとか、「投信を買って温泉に行こう！」などというキャンペーンまで見たことがあります。それらの費用は何のことはない、結局それを買って求める顧客が自分で支払っているのです。手数料の一部をおまけで還元しているだけですから、温泉旅行が付いた分だけ投資信託で得べき将来リターンを損なっているのです。おまけを貰うより、その分のコストを削減して将来の資産形成における果実を大きくするのが本来運用者にとっても投資家にとっても主旨であるはずで

セゾン投信のスタンス

セゾン投信は投資信託を売るのではなく、本格的長期保有型ファンドを長期でじっくりゆったりのおんびりと多くのお客様に持っていただいて、お客様（長期投資家仲間）の資産形成の積み上がりと共に弊社も成長して行くことを目的としています。販売するという行為自体は目的にしませんから当然販売手数料はいただきません。長期投資に確実にマイナスの影響を与える保有コストも出来る限り小さくして、運用成果を徹底して一番に考えることを基本理念に据えています。そして将来のための資産形成は日本に生きるすべての生活者のニーズですから、セゾンカード会員への特別なサービスもありません。そこにかかるコストより、長期投資家仲間の将来への資産形成の成果を優先させています。セゾン投信の理念としてあたりまえのことです。

長距離列車「セゾン号」の乗客の皆様にあまねく長期投資の旅を楽しんでいただき、将来の素晴らしい目的地にしっかりと運び届けることがセゾン投信の使命であることを再びここに確認させていただきます。

セゾン投信株式会社
代表取締役社長 中野晴啓

『生活者のための投信に応援』

シブサワ・アンド・カンパニー株式会社代表取締役

渋澤 健

100人の日本人に聞いてみましょう。「貴方は、個人投資家ですか」と。いったい、何人が「ハイ」と答えてくれるでしょうか。

「投資なんて怖いから興味ない、貯金で十分だよ」と答える人がほとんどかもしれません。「投資には興味あるけど、良くわからない」と答える人も多いでしょう。「ハイ、私は個人投資家です!」と手を高く上げてくれるのは、10人、20人ぐらいかもしれません。

では、同じ100人の日本人に「貴方は、生活者ですか」と聞いてみましょう。この場合、間違いなく100人が「ハイ、当たり前でしょ。」と手を上げます。

生活者が最も心がけることは衣食住の確保であり、それを賄うお金を手当てするための労働です。その衣食住や労働が自由に我々の社会に存在できる理由は、もちろん、資本（おカネとヒト）が自由に活用できるからです。つまり、資本市場は、我々生活者にとって自分達の生活が立つ土台になっているのです。ちょっとした「気づき」や「きっかけ」があれば、生活者に自分が資本市場と繋がっているという意識が芽生えるのではないのでしょうか。

銀行は、生活者の日常に密着している存在です。生活者の預金が、銀行を通じて融資と形を変え、資本市場に資金を供給することを「間接金融」といいます。一方、多くの生活者にとって証券会社は日常生活の一部ではありませんし、投資信託委託会社などと聞いてもピンとこないかもしれません。ただ、これらは、資本市場に直接、生活者の資金を供給する「直接金融」の大事な仲介者です。

そういう意味で、セゾンという生活者の日常に密着する企業が投信会社を設立することは、日本社会にとって飛躍のイノベーションであります。従来の「直接金融」のチャンネルではなく、生活に密着している会社であれば、生活者に資本市場という世界の存在に気づき、いずれ垣根を越えて繋がるきっかけを提供することが期待できます。

ただ、ここでひとつ確認をしていただきたいことがあります。投資収益の根源になる企業価値を創造することは投信会社の役目ではありません。

価値を創造する主役は、あくまでも企業の経営者および従業員であり、最終的にはその企業の商品やサービスを評価して活用する生活者が決め手になります。投信会社は価値を創造するところではなく、価値を発見する脇役です。メディア会社のように通常、生活者が見えないものを、見えるようにすることが投信会社の役目です。

マス・メディアであっても事実の全てが「見える」ことは不可能です。したがって、良

識な生活者はひとつのメディアが描く報道を「事実」として丸飲みして信じるのではなく、複数の選択肢から情報を整理して状況判断に至ります。

「見えるもの」は、見る角度や視点によって変わってきます。このように、生活者が投資の世界を覗こうとするときに、証券会社や銀行という既存のプレイヤーだけが提供する視点だけではなく、セゾン投信のように新たなチャレンジャーが提供する視点でも見ることが、より豊かな投資生活につながる訳です。

日本の最大の資源は、人、そしてその勤勉な人が長年の勤労で積み上げた莫大な資金であります。資金が、資本となるとき、それは、その資金が、生活が前進し拡大するために活用されたときであります。

明治時代に日本初の銀行を設立した渋沢栄一は、このようなことを言いました。『真に理財に長ずる人は、よく集むると同時によく散ずるようではなくてはならぬ』。つまり、銀行に預金を集めることだけで生活が豊かになることはなく、やはり、集めたお金をいかに上手に使うかであります。

内閣府特別顧問で「イノベーション25会議」座長の黒川清先生は、こうおっしゃいました。「イノベーション（発明）がイノベーション（革新）になるためには生活者の知恵が必要」。つまり、投信業界のイノベーションには、生活者の知恵が必要なのです。

その生活者の末端にあるセゾンが設立した投信会社が、生活者の知恵を促すことに多いに期待しております。

執筆者プロフィール

渋澤 健氏

シブサワ・アンド・カンパニー株式会社代表取締役

財団法人渋沢栄一記念財団理事、社団法人経済同友会幹事など

JP モルガン、ゴールドマン・サックスなど外資系金融機関を経て、96年米大手ヘッジファンドのムーア・キャピタル・マネジメント（NY）入社。2001年シブサワ・アンド・カンパニー株式会社を創業し、代表取締役に就任。

著書に「巨人・渋沢栄一の富を築く100の教え」など。

セゾン投信の素顔

既に口座の開設をいただいた方含め、我々の取組みに興味や関心を持って見守っていただいている方へのメッセージ発信の場として「セゾン投信の素顔」を掲載しております。ここでは、セゾン投信で働くメンバーが日々感じたり考えたりしていることを紹介しています。セゾン投信で熱い思いを抱いて働いている私たちの人となりを少しでも感じていただければ幸いです。

『うれしいオーディオの復活』

パイオニア、山水、トリオ。私の若い頃のオーディオ御三家のブランドです。当時はステレオとかシステムコンポーネントなんて呼んでいました。パイオニアは今カーナビで有名ですが、スピーカやプラズマTVなどオーディオ&ヴィジュアルの分野でも新商品を出しています。山水電気は残念なことに今や自社の製造拠点はありません。トリオはケンウッドに名前を変え、車載AVと無線で存在感があります。オーディオでもユニークな製品があります。犬のマークの日本ビクター、音符マークの日本コロムビア（今はデノンのブランドで健闘している）もステレオで有名でしたね。

でもいずれのメーカーもかつての勢いをなくしました。団塊の世代が若いときに膨らんだ市場が、彼らが年々子育てに追われ、仕事に追われオーディオの世界から遠ざかったのが原因といわれています。私自身、これらのブランドを音楽としてではなく株式市場の銘柄の一つとして捕らえていた時代が長く続きました。ところが最近、嬉しいことにオーディオの復活がいられています。定年を迎えつつある団塊の世代が、自分の時間を取り戻し若い頃の夢をもう一度というわけです。奇しくも昨年はモーツァルト生誕250年で、CD業界の力入れがクラシック音楽を身近にしてくれました。かくいう私も昨年オーディオ機器を買い替え、性能の進歩に感じ入り音楽の素晴らしさを再発見したものです。

同じ曲でも若いときと現在では感じ方が随分違うことも分かりました。好みのジャンルも少しずつ変わっていくというか、広がっていくというほうが正しいでしょう。今はクラシックに魅力を発見しつつあるところです。天才モーツァルト、楽聖ベートーヴェン、そしてブラームス、マーラー等々、一流指揮者によるCDが1000円ほどで手に入るとは、何て幸せな時代になったのでしょうか。

音の媒体もレコードやカセットテープのアナログから、CD、MDなどのデジタルへ移行し、さらにはデジタル配信で音楽を取り込む時代になっています。移動しながら音楽を聴くのが現代のスタイルのようです。でもヘッドフォンやイヤホンはあくまで場合の手段でしょう。私は部屋でスピーカと正面に対峙し、音像の広がりを感じながら聴くのが演奏のパフォーマンスを最大に享受できる正当な聴き方だと信じています。休日、ジョギングやクロスバイクで汗を流し、心地よい疲れに身を任せて聴く音楽は人生に至福のときを与えてくれるのです。

当社は平均年齢30代の若い会社です。なかで私ひとりが年輩者。少数派を代表してマイナーな（私にとってはメジャーなんです）話題になってしまいました。 相馬正明

『プロ野球ファンの独り言』

ぼくは実は大のプロ野球ファンであります。物心ついた頃から野球というスポーツのおもしろさに魅了され続け、今でも人生にほとんど意味のない勝敗で一喜一憂する毎日です。最初にハマったのは小学生の時、ご他聞に漏れずONを擁するV9巨人でした。親父に連れられ後樂園球場にムネときめかせて通った思い出、球場の通路からスタンドに足を踏み入れた瞬間ナイター照明に映えるグラウンドの眩い輝きへの感動は、今でも忘れることの出来ない記憶です。とりわけ王選手のホームランをナマで体験したあの感激！そして秘かに黒江と土井の二遊間が好きだったりもしました。

その後、藤田監督になると同時に巨人に三行半をつきつけ、沿線住民だったこともあり高校時代から西武ライオンズをずっと応援し続けています。ライオンズファンにとっての最高の思い出は何といっても秋山・清原・デストラーデのクリーンアップが打ちまくった黄金時代です。その時も辻選手の華麗な守備にこっそり誇りを感じたりしていました。

最近専らプロ野球人気をどう回復させるかに真剣に悩んでいます。ぼくの結論としては、やはり地域密着型のフランチャイズを各球団に定着させ全国に分散させるべきと考えます。プロ野球球団ほど市民の一体感と地元意識を盛り上げて経済効果を生み出すポテンシャルを持った、地域活性化に有効なコンテンツはないと思います。タイガースの大阪やホークスの福岡での盛り上がりを見ていると、野球に限らずスポーツというエンタテイメントには、市民の郷土愛を育みそれを全国に知らせたいという情報発信力を高める絶大な力があると実感します。さようなわけで更なる提案として、日本シリーズだけでなく最下位シリーズというのもやったら、広島対仙台の熱い戦いが両都市を大いに盛り上げること必定です。毛利VS伊達、宮島と松島どっちがえらいか、流川と国分町どちらの夜がエキサイティング？などなど話題もどンドン拡がりそうです（カープとイーグルスのファンの方ゴメンナサイ！）

中野晴啓

『夏の祭典』

もうすぐ梅雨が明け、夏本番、そして待ちに待った夏休みがやってきます。みなさんは、どのような夏休みをご計画されていますか？

私は 年ぶりに実家近くで行われる「花火大会」にあわせて休暇をとる予定です。地元で生まれ育った私にとっては、近所の花火大会という感覚でしかなく、その花火大会の偉大さと、凄さについて認識するようになったのはもうすでに実家を離れたあとのことでした。

よくよく調べてみると、この花火大会は明治43年に始まった伝統ある大会。全国の花火師の方が腕を競い合う「全国花火競技大会」で、その年の最新の花火も含め、約1万5000発のさまざまな花火が鑑賞できます。近年では、TVでもその花火大会の様子が特集で見られるのだとか・・・。

のどかな田園風景が広がる人口4万人の町が、この1日は全国から75万人の観光客で賑わいをみせ、都会のように人、人、人に埋め尽くされます。もちろん、道は大型観光バスと、マイカーで交通渋滞。カーナビの出現や、高速道路の整備、新幹線が開通してから年々観光客は増加していくばかりです。

一度、この花火を見てとりこになってしまい、翌年の花火大会の宿泊を予約して帰る人や、お忍びで訪れる芸能人もいます。

長期にわたってこの花火大会が続き、全国各地からこの一日のために大勢の観光客が訪れる魅力は何なのか？ 何年、何十年かたっても、この花火大会のように全国各地から沢山の投資家の方達に支持されているセゾン投信でありたいと思いをよせて、短い東北の夏の夜の祭典を楽しみにしています。

鷹觜美樹子

『愚直』

この1ヶ月で「愚直」という言葉に何度か出会いました。

- 弊社ホームページに最近掲載したセゾン投信からのご挨拶の一文より。「私たちは～（中略）～皆様からの堅固な「信頼」を戴けますよう、ひたすら愚直で誠実に長期投資に邁進することをお約束いたします。」

社長の中野はこの言葉が好きでセミナーなどでも何度となく口にしています。

- ある運用会社の顧客向け運用レポートより。「とことん正直に誠実に日々の仕事に励むこと。世間的にはどんなに泥臭く写っても、浮つくことなく愚直に長期運用とその関連業務を毎日毎日こなしていく。」
- 先日ある企業でセミナーを開催させていただいた時のこと。その企業は現社長の強い信念のもと15年前に社内ベンチャー的に新規ビジネスを立上げ、現在年商1000億円以上、東証一部上場を果たしたまさにアメリカンドリームのような成功企業。その社長の口からは、その立派なオフィスからは想像できない言葉が出てきました。「額に汗して愚直に仕事をしてきたことが成功の秘訣」
- ある女性企業家の方との会食の席でのこと。今は成功して名前で人を集められるほどの人気のある方だが、起業当時は経済的にも精神的にも厳しい時期が続いていたとのこと。でも今があるのは「とにかく愚直にやってきたからですよ。」と。
- 某著名FPの方とお会いした時のこと。「愚直にやり続けることが成功の秘訣です。このセゾン投信のメッセージ集もずっと続けることが大切ですよ」と。

彼らに共通することは、みな自分の「思い」や「夢」を実現させているということ。

「愚直」であることが成功の必要十分条件ではないでしょうが、必要条件だとすればセゾン投信が皆様と共に成長したいという思いも夢ではない??

佐藤恭子

セミナー情報

<セゾン投信主催セミナー>

日時 : 8月11日(土) 13:00~16:00

テーマ : 音楽と投資~心を豊かにする音楽、人生を豊かにする投資~<名古屋>

講師 : 澤上篤人氏(さわかみ投信株式会社 代表取締役)

加藤隆氏(バンガード・グループ駐日代表)

中野晴啓(セゾン投信株式会社 代表取締役社長)

場所 : 中区役所ホール(住所:名古屋市中区栄 4-1-8)

費用 : 無料

セミナー最後に、シンガーソングライター盧佳世(の・かよ)さんのミニコンサートをお届けします。

<セゾン投信主催セミナー>

日時 : 8月29日(水) 19:00~20:30

テーマ : 投資信託の有効で簡単な選び方

講師 : 加藤隆氏(バンガード・グループ駐日代表)

場所 : ベルサール神田(住所:東京都千代田区神田美土代町7 住友不動産神田ビル3F)

費用 : 無料

セミナーの詳細、お申込につきましては当社ホームページから「セミナー情報」をご覧ください。

URL <http://www.saison-am.co.jp>

セミナーに関するお問合せ先

セゾン投信お客様窓口 TEL 03-3988-8668 (9:00~17:00 土日祝、年末年始を除く)

<セゾン投信役職員が講師として参加予定のセミナー>

サロン・インベストライフ山陰~自立した地域コミュニティへ~
「投資を通じて個人の自立と地域の自立を果たそう」

日時: 9月2日(日) 13:00~17:00

場所: 安来市民会館 大会議室(住所: 島根県安来市安来町 878-1)

費用: 500円

直販クラブ勉強会 in 福岡

日時: 9月8日(土) 13:30~16:30

場所: 天神クリスタルビル(住所: 福岡市中央区天神 4-6-7)

費用: 500円

直販クラブ勉強会 in 大阪

日時: 9月30日(日) 13:30~16:30

場所: アピオ大阪 301室(住所: 大阪府中央区森ノ宮中央 1-17-5)

費用: 1,000円

詳しくは当社ホームページから「セミナー情報」をご覧ください。

セゾン投信からのお願い

購入代金のお振込みについて

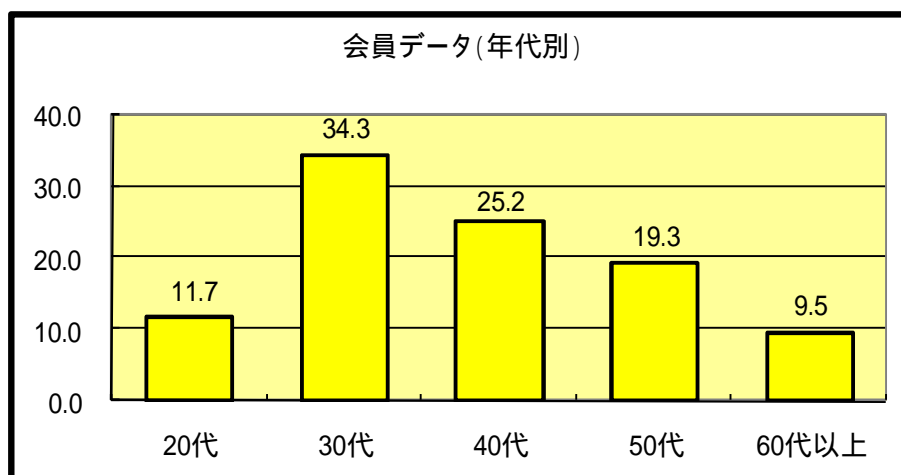
当社ではお客様よりご購入代金相当額以外の金銭をお預かりすることができません。投資信託のご購入代金をお振込みいただく際は、必ずご購入いただく金額のみお振込みいただきますようお願いいたします。

お振込時の金融機関口座の口座名義人について

投資信託のご購入代金をお振込みいただく際は、必ずご購入いただくお客様名義でお振込みしていただきますようお願いいたします。ご家族の方の名前等でお振込みがございましたら、お振込みいただいた金融機関での変更手続きをお客様ご自身にてしていただく必要が生じますのでご注意ください。

また、お振込みの際に口座名義人以外の情報（セゾン投信の口座番号等）はご入力しないように、あわせてお願いいたします。

セゾン投信 会員数（2007年7月末日） 12,137口座



TOPICS :

- ・おかげさまで1万人を超える方々にセゾン投信の口座を開設いただきました。
- ・先月1ヶ月間では2665人の方に口座を開設いただいております、1ヶ月間で口座開設のお申し込みをいただいた数として過去最多となりました。特に20代の方のお申し込み比率が高まりました。
- ・当社に口座を開設された60%以上の方に定期積立サービスのお申し込みをいただいております。特に20代、30代では70%を超える方に積立をさせていただいております。