

## 知っておきたい！いつもの行動パターンが裏目に出る？

今は大学生になったうちの娘ですが、幼い頃、「電話」という言葉よりも「携帯」という言葉を先に覚えました。今の子供たちは「スマホ」という言葉を真っ先に覚えるのでしょうか。

それはさておき、携帯電話や家電製品は日進月歩、ついこの間最新機種だと宣伝していたものがもう型落ちという早さです。そこでお尋ねします。話題の新しい家電製品が新発売になりました。あなたは以下の①～③のどれに近いですか？

- ① 並んででもすぐにも買いたい。とにかく最新のものが大好き！
- ② 別に最新でなくてもいい。世間の評判を確かめてからの方が安心。
- ③ 流行っていることに気づかない。「遅れてる」と指摘されてから購入する。



### ①を選んだあなた

あなたは開拓者です。あなたの様な人がいないと新製品はこの世に生まれてきません。ありがとうございます。

### ②を選んだあなた

家電製品は発売当初が最も値段が高く、逆に不具合等も多いので、安定軌道に乗った後に安い価格で購入するあなたは賢い消費者と言えるでしょう。

### ③を選んだあなた

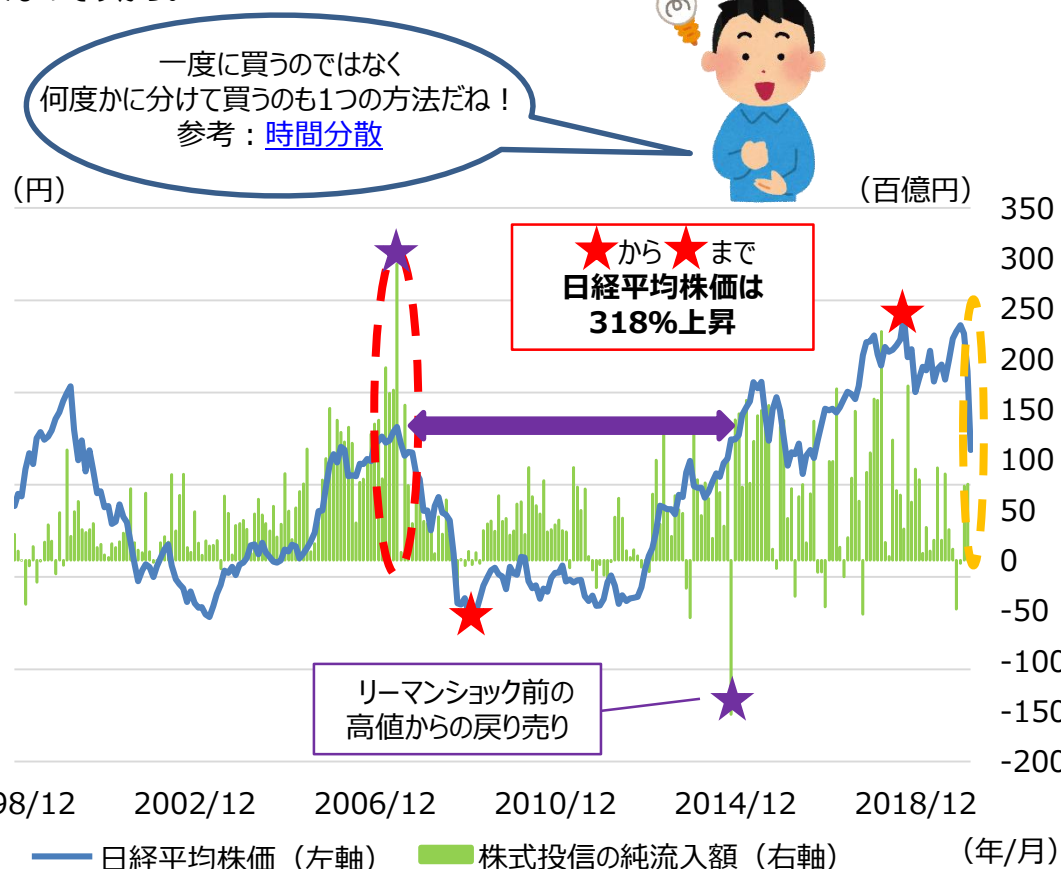
私と同じ匂いがしますね。携帯電話が出始めの頃、持つことに抵抗感はありませんでしたか。そのうち公衆電話がなくなって仕方なく。。

特に日本人の場合は②や③を選ぶ人が多いように思います。ただし、家電製品を買うときに効果的なこの慣れ親しんだ消費行動、実は金融商品を買うときには必ずしも効果的とは言えません。なぜなら、金融商品の場合は認知され、人気が出てくる頃には既に値段が上がっているからです。人気が出てから購入しようとすると、場合によっては高値を掴む可能性もあります。右のグラフをご覧ください。

緑の棒グラフは国内籍の株式投信（債券を主な投資対象とするものも含まれます。）の売買高を示しています。青い線は日経平均株価の推移です。一目でお分かりいただけると思いますが、リーマンショックで大きな損失を被った人の中には、相場の天井付近（赤で囲った部分）で購入した人が多かったことを物語っています。

リーマンショック直後の赤い星から、2018年末の赤い星の時期まで、日経平均株価は318%もの上昇をしています。しかしその途中に、1兆円を超える株式投信の流出（紫の星部分）が見られます。この流出は、リーマンショック前の相場の天井付近（赤破線で囲った部分）で購入した人が、その水準まで戻ったタイミングに一気に売却を行ったことで発生しています。この時期を除くと、これまでは日経平均株価は上昇すればするほど、株式投信の流入額も増え、株式が下落し始めたタイミングをピークにして、そこから流入額は減っています。果たして2020年はどうなるでしょうか。

人はいつも慣れ親しんだ行動パターンを無意識に繰り返してしまうものです。投資の際にはいつもの行動パターンと異なることをやってみる勇気も必要だと考えます。リスクと向き合う勇気がリターンの源泉なのですから。



出所：日本経済新聞社、一般社団法人 投資信託協会の情報に基づきあおぞら投信が作成。  
※日経平均株価は1998年12月末～2020年3月23日時点、株式投信の販売額は1998年12月末～2020年2月末時点を示しています。  
\* 上記は筆者の考えであり、当社の統一された見解ではありません。