

FA 協会 認知度向上委員会 # 5

【タイムテーブル】 (9/29(水) 14:30-15:30)

14:30~:15:10 会社紹介・コラム作成について説明・意見交換

15:15~15:25 トップ対談・会社訪問について説明・意見交換

15:25~15:30 学生向け講座の概要説明

【意見交換】

<会員紹介・コラム作成について>

施策；「会員紹介」ページが企業概要だけで一般の方向けとは言えず、会員の雰囲気もつかめない。特徴が出る画像や共有項目を追加することで各社を差別化し、企業向けではなく一般向けへ移行していく。

石川氏(FS)>

- ・会社紹介に FA の意義や仕事については必要ないのではないかな。
- ・各社の強みや教育体制など、中身に踏み込んだところが良いと思う。
- ・定量的なところで、資格などを公開することで透明性を出すのも一つ。

田中氏(財コン)>

- ・各社の色が出たほうがよいので、会社の強みは出したほうが良いのではないかな。

- ・会社の強みと実現したいことをセットで出すならば、一連の流れとしてまとまりが良くなると思う。

五十嵐氏 (バリューアドバイザーズ) >

- ・お客様から「どこの FA を選んだらよいのかわからない」との声があるため、企業が「既存のお客様がどういう人なのか」を公開することで、お客様が FA を選びやすくなる。

- ・会社ごとの動画があると雰囲気伝わると思う。

浦氏(SBIMP)>

- ・会員紹介については新しい切り口で良いのではないか。

- ・疑問点としては、公開する頻度と、会員が増えてきたときに公開するスペースがあるのかというところ。

- ・項目としては目指すべきビジネスモデル（目指す方向）についても触れてもいいと思う。

- ・会社紹介とはずれるが、まずは FA の定義を明確にしてもよいのではないか。

水野顧問>

- ・お客様が HP にアクセスしていただいたときのため、コンテンツの充実を進める方向は良い。

⇒しかしその前に、一般投資家にまずは金融商品仲介業者や FA 協会の存在を知っていただき、協会 HP にアクセスしていただくための作業が必要になってくるのではないかと。

⇒即効性のある策はなく、地道な活動が必要と思料。例えば自治体や各社のセミナー・学生向け講義等を利用して、金融商品仲介業者や FA 協会の活動紹介を行うなど。

尾口氏(Fan) >

(Google サーチコンソールを用いて)

・金融ビクワード「つみたて NISA」「iDeCo」で上位表示出来たらいいが、難易度が高いため、まずは会員の社名をターゲットにする方針。

・会社名で検索して3番目くらいで表示されるなら、会員の安心性担保にもつながり、HP アクセス数も増やせる。

・まずは「ファイナンシャルアドバイザー」「ファイナンシャルプランナー」あたりでコンテンツを作って上位表示を狙う。

・メディア露出のため、外部の広報に依頼するのも一つ考えている。

水野顧問 >

- ・メディアに取り上げてもらうため、FA 協会独自の共通 KPI 作成を検討するのも一つ

。

- ・インフルエンサーやブロガーを使うのもありではないか。

- ・広告や外部の広報については、費用対効果を見て検討していけば良い。

千田氏（野村アセット）>

- ・運用会社は協力的にFA 協会の宣伝をしていくと思う。なぜなら運用会社は中立的な顧客本位の業務運営に対して積極的に取り組んでいることを発信したいから。

⇒運用会社とFA 協会共同セミナー開催や、顧客本位の業務運営を担保するためFA 協会のロゴを運用会社の資料に入れるという提案をしても良さそう。

- ・独立系金融アドバイザー向けのパンフレット（この法人はFA 協会の会員であることを示す）作成も一つ。

本多氏（一橋大学）

- ・共有項目では「FA 協会に参加している意義や、FA 協会に何を期待しているか」等ここでしか書けないことを共有項目にしていくべき。

- ・共通 KPI の意味を記載した上で、共通 KPI を記載してもいいのではないか。

- ・FA 協会に入っているからこそその信頼があるのがベスト。

⇒協会に加入していることがステータスになっている（会員はすべて顧客本位で共通の方向を向いている等）

石川氏(FS)>

- ・「F A協会の審査や面接を通過してきたから安心」というイメージがあれば良い。
- ・安心感のためFA協会の面接を潜り抜けた公式FA、等のステータスがあっても良いのではないか。「認定IFA」等。

水野顧問>

- ・現時点で、F A協会のHPには、キラーコンテンツがない。
 - ・協会HPで参考になるページが、各会員のページだけになると弱いと思う。
- ⇒一般顧客にとって、「勉強になる」そういうコンテンツがあったらよい。そのためにはどんなお客様をイメージするのか明確にしてから、コンテンツのレベルを検討していく必要がある。（知識の有無等）

<トップ対談・会社訪問について>

施策：外部ライターに入っただき、一般の方に興味を持っていただくため、読みやすく分かりやすいインタビュー記事を作成。

尾口氏 (Fan) >

- ・外部ライターに入っただき、トップ対談・会社紹介の記事（コラム）を作成する。
- ・予算面で検討が必要。

水野顧問>

- ・アドホックかシリーズ的にするのかは予算を考慮に入れて検討する必要あり。
- ・理事社だけが目立たないよう、中立的を保つ対応が必要。

<学生向け講座について>

施策：学生向けの講座を通じて、「FA 協会」や「金融」の理解度・認知度を高める。

尾口氏 (Fan) >

- ・まずはF A協会として大学生向けに金融・起業についての講座をする。
- ・他にもこうした案件があれば、今後もコンテンツとしていく。

【まとめ】

- ・共有項目を決めた上で「会員紹介」の寄稿を各社進めていく。

- ・ F A 協会を「顧客本位の業務運営」を実践している象徴として厳格化していくこと

で、会員にとっても運用会社にとっても相乗効果が生まれてくる。

- ・ メディア露出への活動をしていく上で、FA 協会独自の共通 K P I などあったほうが良い。

- ・ 「トップ対談・会社訪問」については公平性を考慮に入れた上、外部ライターの使用を検討していく。

- ・ F A 協会として出張講義の案件があれば随時取り組んでいく。

【ネクストアクション】

- ・ 共通項目策定 (Fan、事務局)

- ・ コラム寄稿の共通フォーマット作成・共有 (Fan、事務局) 10月上旬

- ・ 「会社紹介」の寄稿 (各会員) 10月下旬～11月上旬