

ファイナンシャル・アドバイザー協会 営業支援ツール分科会
2021 年度報告書

営業支援ツール分科会担当理事
(福田、吉永)

I. 日本の FA 業界と営業支援ツールの現状に関する課題認識

日本では少子高齢化やそれとほぼ一体の関係にある人口の長期減少等による構造的な低成長傾向が少なくとも今後数十年単位で継続することが確実視されるなか、裾野広い個人が公的年金だけに頼らず人生を最後まで生きていくための自助的な長期的な資産形成について、それぞれに先取的に考えて実行していく必要性が高まっていることはあらためて言うまでもありません。

一方で、日本の個人金融資産残高が直近で約 2000 兆円前後にまでほぼ右肩上がりでも漸増してきましたが、その 5 割強を上回る金額が相変わらず現預金に滞留しています。長生リスクや超長期的なインフレリスク等も鑑みながら、老後資金やそれ以外の目的のための資産形成や取り崩しに、個人金融資産の過半が長期的に預貯金に凍結され続けている状態が、個人の人生の設計や実現にとって最適な状態にあるとはけっして言えません。また、投資商品販売に関わる業者やその営業員であるファイナンシャルアドバイザー（以下、FA）による投資提案のあり方が顧客の人生の目標実現や課題克服に真に寄り添ったものとなるためには、短期的な価格変動に着目した投機的売買ではなく、一定の予見性を持った中長期分散戦略を顧客投資資産の中核に据えたものにする必要があります。

端的な言い方をすれば、投機的売買自体は「次に儲かりそうなもの」を提案するアプローチであり、かりにそれ自体が善でも悪でもないとしても、参加者の成果がゼロサム、または手数料を考慮すると実質マイナスサムになりがちなものであり、また結果に対する予見性を大きく欠いていることにより、それを継続的に繰り返すことによって大多数の人々が長期的な資産形成を行うための投資の中核的手段としては最適なものではありません。つまり、投機的売買への誘導によっては、預貯金に凍てつく個人金融資産を溶かすことができず、「貯蓄から投資へ」や「貯蓄から資産形成へ」という社会的課題の実現に近づくような、預金から証券投資資産へのシフトを構造的に起こしていくことは将来的にも考えにくいと思われまます。これに対し、期待リターンと想定リスクに基づく一定以上の予見性ある中長期分散投資（とりわけ、構造的な人口減が見込まれる日本では米国等の成長国株をしっかりとビルトインしたグローバル中長期分散により一定以上の期待リターンを確保）への誘導によって、一人ひとりの投資家やその家族が人生計画を描きそれを着実に実現しやすくなる可能性があります。

さらにいえば、単純なリスク許容度判定 (RTQ) によって (突き詰めれば、顧客のリスク選好度合いや投資経験のみによって) 投資対象資産の分散投資ポートフォリオのリスク水準をほとんど決める原始的なプロファイリングだけでは顧客本位の投資提案を行うには十分ではありません。ライフプランニング等のプロセスを通じて顧客のゴール (目標や課題、深刻な悩み、ニーズなどの総称) の設定を支援し、それらゴールの実現に向けて財源となる銀行預金や他社預かり資産、非金融資産等を含む世帯全体のバランスシートを考慮しつつ、中長期分散投資ポートフォリオモデルが想定する期待リターンと想定リスクに基づく複数シナリオのシミュレーションを行い、その文脈に沿って投資提案対象となる自社預かり運用資産で取るべきリスク水準 (リスクニーズ) も同時に考慮した提案を行います。これにより、顧客のゴール実現にとってより有意で有用な投資提案が可能になると考えます。こうした投資アプローチは、「ゴールベース資産管理」(Goals-based Wealth Management) として、米国のほとんどの FA の基本動作や所属先販社の営業方針に組み込まれており、投機的売買とは対照的に、顧客のゴールを確実に実現に導くことを目指すものです。

ここでいう、「ゴール」は顧客ご本人やその配偶者の「安心ある老後生活」「子の教育資金や住宅取得資金支援」などを主対象にした単純なものだけではなく、夫婦の一方や両方が認知症を将来患った場合の意思決定やバックアップのための先取的な対策や、「障がいを抱えるお子様、お孫様への経済的支援」等を含め複数世代にまたがる受益者に対するさまざまなものがあります。それゆえ、FA が継続的なコンサルティングを通じて、世帯やファミリー単位での包括的なゴールの進捗確認や新たなゴール切り出しによる追加的な提案を続けることは、FA の顧客とその家族がよりよい人生を目指し実現するためにとってきわめて有用なものと考えております。

われわれがこのように考える大きな根拠の 1 つには、日本の IFA 法人に相当する IBD (独立営業員活用型証券会社) の誕生から数えて IFA による個人投資家向けアドバイスで約半世紀の歴史を持つ米国において、これらがすでに長年の試行錯誤や数々の市場ショックを耐え抜いたベストプラクティスとして確立されてきたという事実があります。米国にはリテール分野で約 30 万人の FA が存在し、そのうち約 4 割が IBD や RIA (ラップを主体に営業するリテール向け投資顧問会社。IBD との兼務も多い) に属する「IFA」です。米国でも投機的売買が横行していた 90 年代以前まではこれらの IFA を含む FA の営業慣行を会社の方針として制限はしてはいませんでしたが、直近 20 年あまりにおいてはプランニング等により特定した顧客ゴールを中長期分散投資に紐づけてその実現まで FA が伴走する関係を積み上げることを社是として取り組むようになりました。その結果、個社としても、対面投資商品販売業界全体としても、また FA 個人としても右肩上がりの預かり資産残高増加やそれを裏付けとする右肩上がりの増収傾向を構造的に達成できるようになりました。むろん、これらが実現する上での必要条件として、顧客のゴール実現やそこに至るまでの地道なステップとして、継続的に意味のあるコンサルティングを裏付けとする顧客側の成功体験や担当 FA への満足というものが右肩上がりに積み上がってきたことが前提として達成でき

てきたという事実があります。

翻って、日本においても、個人の資産形成や資産運用のアドバイスを行う FA への相談ニーズも、米国同様に高まっていく可能性は十分に高いと考えております。日本では長らく、投資商品を含む金融商品の販売は主に証券会社や銀行等が担う時代が続いてきました。しかし、米国等の先行例も参考にすると、今後はさらに IFA を含む金融商品仲介業者をはじめ新たな担い手の参入拡大や対面チャネルにおける彼らのシェアの拡大が予想されます。金融商品仲介業者の出自も、その多くが証券会社出身者の独立によるものという従前の流れに留まらず、保険代理店、地域金融機関、非金融サービスを提供する異業種などからの参入や拡大も今後は考えられます。制度面では iDeCo、つみたて NISA など個人の資産形成を後押しする税優遇政策が導入され、高齢化・認知症対策手段としての各種信託や後見スキームの拡充なども徐々に整備されつつあり、これらの活用も含めた高度で複雑なアドバイスを先取的に提供する FA の存在感や活躍の余地は今後確実に高まっていくものと考えられます。

他方、日本の FA 業界の成長が今後見込まれるなかでも、まだ日本では草創期の段階にあり、業務面でのベストプラクティスの確立やインフラストラクチャーの構築などを含め、早期に取り組んでいかなければいけない課題もたくさんあります。その一つに FA を支えるテクノロジー面でのツール（以下、ツール）の拡充があると考えております。

FA が実際に顧客にアドバイスを行う際の支援ツールを利用する目的には、顧客・潜在顧客への理解を深めること、より高度な専門性を伴う提案を行うためのこと、FA の生産性を高めること、法令順守をより確実にすること、管理者やオペレーション担当者の業務効率を高めること、などがあります。それらの目的はさまざまなツールの利用に際して複合的に重なりあっていますが、たとえば、顧客とその家族の潜在ニーズ・属性分析や接触計画・履歴管理、マーケティング目的に用いられる CRM、既存金融・投資商品の分析等を行うツール、顧客世帯のゴールを設定して世帯全体の資産配分提案と実行を支援するプランニングツール、顧客に対する文書作成や各種文書保存の管理に用いられるツール、投資提案ツールなどはその代表的なものとしてあげられます。FA 先進国のアメリカでは実際にこれらのツールが広範な FA により、顧客に対する日々のアドバイス業務の遂行に不可分な業務インフラの一部として利用されています。これらのツールは、証券会社などバックオフィス委託先や商品製造者から提供されるものだけでなく、サードパーティの IT ベンダーやアウトソーシング会社が提供するものも広く利用されており、複数のツール候補からの選択や設定におけるユーザーFA 側の柔軟度の向上や、異なるツール間の組合せやデータ連携や統合性における改善も直近 10 年ほどの間に格段に進んできました。

これに対し、日本ではまだ対面投資商品販売チャネル全体でも上記に例として挙げたツールの一部ですら現時点では事実上存在していなかったり、あるいはすでに実装されているものでもほとんど使われていなかったりという現状があります。こうしたなかで、金融商品仲介業者を含む FA がデファクトスタンダードとして広範に利用しているようなツール

もほとんどなく、各社が個別にベンダーにコンタクトして契約したり、委託証券会社等が提供するものを利用している状況にとどまります。

金融商品仲介業者を含む FA 向け営業支援ツールのベンダー側の視点を慮ると、FA 業界が今後個人の資産形成や取崩しにおいて重要なアドバイスの提供主体となっていくとの認識をお持ちいただき各社は真剣に開発や機能拡張の検討にお取り組みになられています。しかし、一方で、日本ではまだ対面チャネル全体でもかならずしも浸透していないツールや機能の新規開発には相応の初期コストを要することは FA 業界の団体運営に携わるものとして承知しており、また金融商品仲介業者側に確実なニーズがあるツールについても、一部については一定規模以上の潜在ユーザー数を見込めるまでベンダー側では新規開発や機能拡充への投資も抑制的にならざるをえない面はあると認識しております。さらに、個々の IFA 法人の多くは比較的小規模な業者であり、ベンダー各社が個別に管理やサービス対応いただくのが実務的にむずかしいケースもありうると思います。

米国ですでに確立された先行事例を参照すると、FA 向けの営業支援ツールについては、ベンダーや委託証券会社等が FA に対して 1 社で垂直的にすべてを提供しているということではなく、異なる強みや製品カバレッジを持つベンダーそれぞれに補完的な機能の調達や連携を行ったり、委託証券会社が複数のベンダーからの B2B ツール調達やデータ連携を行ったりしています。こうした仕組みにより、包括的な FA 営業支援インフラの一部をそれぞれが持ち寄り分担しているのが一般的であり、とくに金融サービスのバック／ミドルオフィスのみならずフロントオフィスまでを一気通貫の F2B (Front-to-back) 態勢で志向するプラットフォームを、多数のサードパーティベンダーのツールとオープン API 連携によって確保する傾向は直近 10 年間に急速に強まってきました。

私どもは当分科会の担当理事として、上記留意点にも鑑みつつ、米国ですでに広範に普及するツールを 1 つの理念型として参照しつつも、日本の現状とのバランスにおいて実務的観点から近い将来に実現のフィージビリティが一定以上ありうると考えるツールのあり方について、私どもなりの認識を当面の中間目標として本報告書において示しました。それらの実現に向けては、金融商品仲介業者を含む FA、関連ベンダー、委託証券会社、金融監督当局その他ステークホルダーの参加による議論の深化と有意なコンセンサス作りが不可欠と考えており、それに寄与することを目指した活動の一環として本報告書を位置付けたいと思います。

II. 活動報告

1. 分科会開催の趣旨

FA への相談需要が高まる一方で、多くの FA は小規模な組織に属しています。各社がそれぞれ営業支援ツールについての課題を抱え、ベンダーや金融機関と個別に相談しながら取り組んでいます。一方で、ベンダーや金融機関においては、FA それぞれの課題解決にすべて対応するにはコスト面等を考えてむずかしい現実もあります。

そこで、そもそも FA は FA 業務をどのように行っており、ツールをどのように活用しているのか（していないのか）、どのような課題を抱えているのか、ベンダーや金融機関がどのようなツールを提供しているのか、といった点を把握した上で、ツールの理想像とともに実現可能性のある当面の目指すべき姿について、ベンダーや委託証券会社らの忌憚ない意見もうかがいつつ、業界団体としての意見を取りまとめることとしたのが当分科会の初年度活動の趣旨です。

2. 分科会の活動

分科会では、まず会員の金融商品仲介業者に営業支援ツールに関するアンケートを行いました。その内容を分科会で共有した後、その後各ツールを実際にご提供いただいていたたり、今後ツールの開発や提供を検討または予定したりしているベンダーの皆様にはプレゼンテーションをして頂き、実際に提供しているツールや、今後の取組み予定、課題などをお話し頂きました(下記ご参照。表中敬称略)。

| 開催回 | 開催日 | プレゼンター | 内容 |
|-----|------------|---|------------------------|
| 第1回 | 2020年9月4日 | 分科会運営チーム | 分科会の概要説明 |
| 第2回 | 2020年10月2日 | (株)日本資産運用基盤グループ 分科会運営チーム | ツールの必要性について |
| | | | 会員アンケート共有 |
| 第3回 | 2020年11月6日 | (株)キャピタル・アセット・プランニング (株)セールスフォース・ドットコム | 各社様の提供ツールの紹介や、方向性等について |
| 第4回 | 2020年12月4日 | (株)マネーフォワード モーニングスター (株) | 各社様の提供ツールの紹介や、方向性等について |
| 第5回 | 2021年1月8日 | 楽天証券 (株) 藍澤証券 (株) | 各社様の提供ツールの紹介や、方向性等について |
| 第6回 | 2021年2月5日 | (株)野村総合研究所 (株)QUICK | 各社様の提供ツールの紹介や、方向性等について |
| 第7回 | 2021年3月5日 | (株)日立製作所 | 各社様の提供ツールの紹介や、方向性等について |

3. 会員アンケートについて

FA によるツール利用の実態とニーズについて把握するために、営業支援ツールの代表的な区分毎に、正会員と法人アソシエイトに対しアンケートを実施しました。そこから判明や

抽出した主な傾向やメッセージは以下の通りです。

(0) 総論

- ・ 各項目とも、委託証券会社が提供するものも含め、各社様々なツールを利用している一方、ツールによっては現時点でほとんど使われていないにもかかわらず潜在的なニーズが高いもの（例、アカウントアグリゲーション、文書管理）もある。
- ・ 各ツール間のデータ連携の改善・強化を希望する声が多い。
- ・ （複数の委託証券会社に所属する FA がいるなかで）各社で求められる入力内容や項目が異なっており、共通の運用ツールで統一してほしいという声がある。
- ・ そもそもどのようなツールが世の中にあるのか知らないので、そこから学びたいという声も多い。

(1) CRM

- ・ 回答 15 社のうち 13 社が利用。
- ・ 委託証券会社提供のツールを利用している会社が多い。
- ・ コンタクト履歴、顧客属性管理での利用が多く、マーケティングや分析まで利用している会社は少数。
- ・ コンタクト管理機能の満足度は一定以上の割合で示される一方、顧客属性管理や分析への満足度は低い。
- ・ 多機能化を求める声が多い。
- ・ 複数の委託証券会社への報告を求められており、一元的管理を含む効率化を図りたい声が多い。
- ・ プランニング、アカウントアグリゲーション、文書管理を含む、他のツールとのデータ連携を求める声が多い。
- ・ 価格の高さを理由に利用を断念したとの声もある。

(2) ファイナンシャルプランニングツール

- ・ 回答 15 社のうち 11 社が利用。
- ・ 保険会社、委託証券会社が提供するツールを利用している会社が多い（9 社）。
- ・ CF 表、相続時ベースの B/S、ゴールベースプランニング、現状ポートフォリオ分析が中心。
- ・ B/S ツールの満足度は高いが、それ以外の満足度は高くない。
- ・ 提案ツール、CRM などとのデータ連携を求める声が多い。
- ・ 委託証券会社を含む金融機関が提供するツールを利用しているケースが多い一方で、積極的に採用したいツールがない（または知らない）という声も散見される。
- ・ MoneyGuide のような米国で広範に利用されるゴールベースプランニングツールの開

発・実装を求める声もある。

(3) アカウントアグリゲーションツール

- ・ 回答 14 社のうち 1 社のみ利用（CAP 社のツール）。
- ・ B/S 管理に利用。
- ・ ほとんどの社が手作業で情報収集しデータを蓄積している。
- ・ 現時点での利用者数は少ないが、機能の必要性を感じ、普及を期待する声が多い。

(4) ポートフォリオ分析ツール

- ・ 回答 14 社のうち 12 社が利用。
- ・ 委託証券会社提供ツール（9 社）、ベンダーツール（12 社）を併用し、用途に合わせて使い分けしている。
- ・ 投資信託のリスク・リターン分析での利用がほとんど（12 社）。
- ・ 投資提案、アカウントアグリゲーション等他ツールとのデータ連携を希望する声が多い。

(5) 商品提案・実行関連ツール

- ・ 回答 14 社のうち 8 社が利用。
- ・ ラップ関連などポートフォリオ運用を提案するアドバイザーが主に利用している。
- ・ 提案に際しては、広告審査等の影響もあってか、目論見書やレポートなどを利用するケースが多く、ツール利用はラップ等のポートフォリオ運用提案者に限られる印象。
- ・ ラップ、モデルポートフォリオ、リスク許容度判定など、利用機能に関しての満足度は総じて高め。
- ・ ゴールベースの提案書や資産状況のビジュアル化など等を求める声が多い。
- ・ プランニング、ポートフォリオ分析、レポート等とのデータ連携を希望する声が一定以上ある。

(6) 文書管理ツール

- ・ 回答 14 社のうち 5 社が利用。
- ・ デジタル化やツールそのものの提供を希望する声が多い。
- ・ 文書管理の効率的・体系的な仕組みがない会社が一定以上ある。

III. FA と顧客にとって有用と考えられる営業支援ツールの実装や普及に向けた要望書

本要望書では、日本の FA 向け営業支援ツール利用の現状と実態を踏まえ、また IBD（独立営業員型証券会社）の誕生から数えると半世紀に渡る IFA の歴史を持ち、確立された事業モデルと各種ツールのデファクトスタンダードがすでに存在する米国の現状を日本の営業支援ツールの将来的なかたちの参考としながら、主要なツール・機能区分ごとに「現状認識とツール進化の方向感」を示します。その上で、日本の FA の事業態勢やインフラ環境に即し、実務的にも一定のフィージビリティのある営業支援ツールや機能について望ましいと考えられる姿を「当面の要望」として記します。

本要望書は、ファイナンシャル・アドバイザー協会の営業支援ツール分科会における初年度活動の成果物ではありますが、よりよい営業支援ツールの実現に向けた議論の終わりではなく、むしろ本格的な議論の深化に向けた出発点であってほしいと考えており、今後も継続的にアップデートをしていく予定です。多くのステークホルダーの参加による今後の関連な議論の一助となれば幸いです。

(1) CRM

【現状認識とツール進化の方向感】

日本の現状では、コンタクト履歴の入力のみ利用している FA が多く、そもそも CRM を使わずに営業しているケースも少なくない。精緻な顧客セグメンテーションやキャンペーン管理などのマーケティング機能が充実した製品については、きわめて限定的にしか利用されていない。一定以上の機能を持つ CRM については、料金面で導入を諦める FA も少なくない状況にある。

FA 先進国の米国においては、約 30 万人の FA のほぼすべてが CRM を利用しており、それらの CRM 製品は顧客接触計画・履歴管理や顧客情報管理だけの基本機能のみならず、マーケティング支援機能も追加オプションとして提供され、FA による効果的で効率的な顧客開拓活動や既存顧客向け継続的コンサルティングにビルトインされている。また、CRM が投資提案やファイナンシャルプランニング、アカウントアグリゲーションら他のツールとのデータ連携が統合性高く運用されていることはめずらしくない。

【当面の要望】

小規模事業者でも一定以上の高度な顧客データ管理や分析、マーケティング支援機能を持つ CRM が利用できるようになることを期待したい。その際には他のツールとのデータ連携の範囲やレベルが一定程度限定的で、かつ個社毎のカスタマイズ余地がほとんどないものとしても、当面は小規模事業者でも導入検討がしやすい料金体系や水準による提供を期待したい。

また、現状では委託証券会社が提供するコンタクト履歴中心の顧客管理ツールを利用している FA が多いが、上記のとおり、一定以上の高度な顧客データ管理や分析、マーケティング支援機能を持つ CRM が委託証券会社から提供されることを求める声もあり、委託証券会社の自社開発、またはサードパーティベンダーからの調達の内いずれであっても、段階的な実現を期待したい。

(2) ファイナンシャルプランニングツール

【現状認識とツール進化の方向感】

ファイナンシャルプランニングツールについては現状、包括的な顧客ゴールの特定からその実現の進捗管理に至る継続的アドバイスでの利用に耐えうるレベルで、独立の FA に利用可能なものが日本にはなく、FA のなかにはやむなく独自に作成したエクセルマクロで対応しているケースもある。

米国では FA1 人の小規模事業者においても、MoneyGuide や eMoney に代表されるゴールベースプランニングツールが利用可能であり、顧客のゴール実現を裏付けに FA の提供する継続的アドバイスの満足感や納得感を高めるための必須コンテンツとして利用されている。また、アカウントアグリゲーションツールとのデータ連携により、プランニングの財源となる広範な金融機関の預かり資産の残高・取引データが自動更新されることで、プランのアップデートを伴う継続的アドバイスの提供やその準備に際しての FA やサポートスタッフの手間や時間を大幅に削減しており、相談活動に充当可能な時間の追加捻出などのかたちで、FA のオペレーション効率化や生産性向上にも大きく貢献している。

【当面の要望】

米国の MoneyGuide に代表されるような、直感的にも使いやすく、かつ小規模業者も含め広範な FA にも利用可能なゴールベースプランニングツールの開発・実装を求める声は日本でも長らく聞かれており、その早期の実現を期待したい。

具体的な機能としては、ゴール毎のプライオリティ設定（必須度の強い順からゴールをニーズ、ウォント、ウィッシュの区分を切り分け、その優先度合いをプランの精緻化のなかでも反映）とゴール達成シミュレーション機能（モンテカルロシミュレーションなど）が必要最少なレベルであっても備わっており、またゴールの継続的な進捗確認を FA と顧客の双方にとって一定のビジュアル性をもって容易にできるプランニングツールが、直感的でわかりやすい操作性とともに提供されるようになることを期待したい。

その際には、小規模組織の FA にも無理なく実装できるよう、当面は個社毎のカスタマイズやアカウントアグリゲーションや CRM 他ツールとのデータ連携は後回しにしてでも、比較的リーズナブルな料金で広範な FA が利用できる簡易普及版が提供されるようになることを優先して期待したい。

キャッシュフロー表やプランニング、運用分析等の基本機能やビジュアル面での改善も継続的に期待したい。

(3) アカウントアグリゲーションツール

【現状認識とツール進化の方向感】

会員アンケートや分科会での議論を通じ、アカウントアグリゲーションについて直ちに実行可能な要望はなかった。しかしながら、FA のアドバイスが普及する米国においては、対面チャネルの FA が顧客の取引金融機関の資産・負債残高と取引記録を顧客の同意の下で広範に把握し、ファイナンシャルプランニングツールや CRM と連携させることで、顧客に対する包括的かつ継続的プランニングやアドバイスが格段に容易になったという事実がある。それ以前は FA が顧客から取引金融機関の明細書を継続的に提出してもらい手作業で顧客資産・負債情報を更新していたが、アカウントアグリゲーションの利用でそれらに係る FA の時間が大幅に節減でき顧客アドバイスに充当可能な追加的時間が捻出できるようになったことで、アグリゲーターと FA と顧客は Win-Win-Win の関係となった。米国のアグリゲーターにとっては、対面投資商品販売チャネルは有償サービスとしての事業モデルが確立した最初の分野であり、現在も対面アドバイスに有用な中核的構成要素の 1 つとして FA の業務プラットフォームに不可分にビルトインされている。

こうした米国での普及の現状に鑑みると、本来的にはアカウントアグリゲーションのツールや機能は日本の FA においても対面投資商品販売チャネルの顧客向けにこそ最も利用し甲斐のあるツールの 1 つではないかと考えられる。アカウントアグリゲーションの有意な利用に向けては、ファイナンシャルプランニングツールや CRM とのデータ連携の実装と並行して（あるいは先んじて）、FA 自身がアカウントアグリゲーションの利用を顧客にレコメンドした上で、顧客の同意とプライバシー保護の下で営業員がそのデータをアドバイスに活用する仕組みを普及させることも有用であると思われる。また、金融商品仲介業者に属する証券外務員が複数の委託証券会社をカスタディアンとして利用することも可能な日本固有の制度に鑑みると、複数金融機関に跨る横断的で包括的な顧客資産・負債の管理やアドバイスへの反映のみならず、管理者側によるモニタリング等においても、アカウントアグリゲーションの活用範囲や価値はより大きなものとなるのではないかと考えられる。

【当面の要望】

当面の現実的な要望として、アカウントアグリゲーターや金融仲介業向けバックオフィスサービスを提供する金融機関に対しては、両者間のサービス提携先の拡大の検討を期待したい。その際にはとくに、FA の所属する販社が利用している委託証券会社とアカウントアグリゲーターとの提携が 1 つでも多く広がっていくことも期待したい。

(4) ポートフォリオ分析ツール

【現状認識とツール進化の方向感】

現状ではベンダー独自のスタンドアローンのサービスとして提供されているものを利用してケースが多く、また分析の粒度が投資信託やアセットアロケーションのレベルに限定されているものも多い。米国ですでに広く実装されているツールのレベルを参考にすると、投信、ETF だけではなく株式、債券を含む個別証券を含む CAPM 分析や、他社預かり資産や年金保険や銀行預金も含めた世帯全体の金融資産ポートフォリオ分析が提供できるほか、その後の投資商品その他の提案やアドバイスがより精緻で包括的に行うことができる。また、先行する一部の販社では数年前から機関投資家向けリスク分析ツールに対面リテール顧客向け版として実装されている。

これら米国で利用が進む分析ツールに関するデータ連携は、ファイナンシャルプランニングツールや投資提案・実行ツールの機能の一部として統合的に運用されているものもある一方、異なるベンダーの他ツールとのデータ連携において実現しているものも多く使われている。

【当面の要望】

当面は他ツールとのデータ連携性強化のプライオリティを下げたとしても、投資信託のみならず、株式、債券の個別証券等の粒度と、他社預かり資産も含めた包括的な世帯レベルの分析機能があるポートフォリオ分析ツールが比較的リーズナブルな価格で提供されるようになることを期待したい。

(5) 投資商品提案・実行ツール

【現状認識とツール進化の方向感】

現状利用可能なものは、投資提案書への落とし込みに際して投資信託などの一部商品やアセットアロケーションのレベル程度に限定されているケースが多い。アセットアロケーションの各アセットクラスを構成する投資ビークルとしては投資信託以外にも株式・債券等の個別証券等や ETF も包括的かつ一元的に利用した提案作成が容易にできることが望ましい。また、ファンドラップ等の一任運用についても、そのようなレベルの提案と実行ができるツールが裾野広い販社と所属 FA により利用できるようになることが究極的には望ましいと考えられる。

すでに米国では、販社独自のアロケーションモデルのみならず、サードパーティが提供する複数のアセットアロケーションモデルのなかから顧客ゴールの実現のために適正なリスク水準のモデルを選択し、それを構成するアセットクラスごとのデューデリ済み商品（投信、ETF、個別証券一任運用）の選択、契約、発注実行、レポートニングに至る一連の機能を関

連データとともに統合的に運用する投資商品提案・実行のプラットフォームが広範に利用されている。また、ファイナンシャルプランニング等で特定した複数のゴール毎にリスク水準の異なるポートフォリオの提案作成と実行を容易にできる機能をすでに実装しているベンダーや証券会社の数も着実に増大している。直近では、ファイナンシャルプランニングを通じて特定した保障ニーズに基づき、複数の保険会社の商品群から最適な生命保険、年金保険、長期介護保険を選択し提案することを支援するツールを導入したベンダーもある。これらの提案・実行用の統合的プラットフォームは FA1 人の小規模業者でも利用可能である。

【当面の要望】

投資商品の提案時には、ゴールベースのファイナンシャルプランニング等で導かれた世帯全体の資産・負債状況を可視化したものや、現状の投資ポートフォリオ分析との期待リターン／想定リスクの比較を補完的かつ容易に提示できると、顧客にとってわかりやすく納得感が得やすい説明が行いやすくなる。また、FA 側がアドバイスの事前準備や投資実行をオペレーション面でより効率的かつ効果的に遂行するためにも、投資提案・実行ツールがプランニングやアカウントアグリゲーション等の他ツールとのデータ連携性を高めていく機能拡充を段階的にでも期待したい。

投資実行面では、アセットアロケーションの提案から商品選択、投資実行、リバランス、レポートが一元的かつ統合的に容易に提供できるラップが継続的な投資アドバイスの実行手段として容易にビルトインされ利用できるようになる状況が望ましいと考える。日本では現在もなお、ラップ用ソリューションの導入コストの重さが比較的小規模の販社にその実装を躊躇させる大きな要因となっているように思われる。投資提案作成時の各社毎のカスタマイズ余地や利用投資ビークルの範囲など一部の機能が多少限定的になったとしても、ゴールベースの投資提案・実行に有用な必要最小限の機能を一通り備えた B2B2C（ベンダー→販社→最終投資家）向け簡易普及版のようなものが比較的リーズナブルな料金で提供され広範に利用されるようになることを期待したい。

他にも、保有商品に関する顧客向けレポートの包括性や分析機能の継続的な拡充を求める声も多く、それを商品提案・実行ツールの機能拡張または他のレポートツールとの連携強化のいずれかのかたちでも進んでいくことを期待したい。

(6) 文書管理ツール

【現状認識とツール進化の方向感】

文書の作成、受渡し、保存、呼出し等に係る体系的で効率的な電子的管理の仕組みは、小規模で営業する FA の生産性強化だけでなく、管理者側のモニタリングやコンプライアンスにおいても有用である。また、文書作成支援機能を持つ CRM と連携しながら、顧客向け文書・電子メールの作成・送付、顧客アポイントメントのリマインド通知、通信記録自動保存

などの一連の機能が（たとえその一部であっても）実装されていることによる業務効率改善のみならず、顧客エンゲージメントの着実な履行による顧客満足度維持・向上へのポジティブな効果は少なくない。

米国で普及してきた電子文書管理ツールで保存対象となる文書は、顧客との郵便・電子メールや営業資料、目論見書、契約書等にとどまらない。Digital Vault などと呼ばれる電子文書保管ツールでは、顧客自身が担当 FA とその所属会社に対して抱く信頼感を前提として、各種重要文書をスキャンしたコピーや電子ファイルを顧客ポータルサイトからアップロードし一元的な管理や随時の閲覧ができる。また、顧客の同意を裏付けとして担当 FA もそれらの重要文書の内容を閲覧できアドバイス時などに必要に応じて適宜参照しながら利用することも行われている。たとえば、顧客が他の金融機関の取引記録や遺言、土地権利証、信託契約書、確定申告書、保険証券等のコピーをアップロードするといった使い方はけっしてめずらしくはない。これら電子文書保管サービスは通常、クラウド環境で提供されるもので、小規模業者を含む広範な FA も利用可能である。

【当面の要望】

顧客データの取扱いに関する規制やセキュリティ確保にも十分配慮しつつ、上述のような電子文書管理のためのツールを事業規模が小さい FA やその顧客にも利用可能なかたちで提供されるようになることを期待したい。当初は管理・保管対象となる文書の範囲が限定的なものであっても、それが徐々に拡大されていったり、他のツールとの連携性が徐々にでも高められていったりすることを期待したい。

以上