

▼理事からのメッセージ▼

「安心感を与える」ことで顧客の信頼を獲得する

尾口紘一

QUICK 資産運用研究所が「資産運用の必要性を感じている人」に対して行った調査(※1)によると「資産運用について相談するとしたら、誰に相談したいですか？」という質問に対して、「誰にも相談しない」という回答が 34.6%と一番多いとのことです。(金融機関から独立したアドバイザーは 16.5%で 4 番目)

一方、アメリカでは自分自身の判断で資産運用をするのではなく、ファイナンシャルアドバイザーに相談して商品を購入している割合は約 69%とされています。

これは、日本では販売手数料を優先して商品提案をする販売業者が多く、営業員に「騙される」「カモにされる」という意識を持っている方が多い一方、アメリカでは長期に渡って、顧客とアドバイザーが健全な信頼関係を築いていることが背景にあると言えます。日本でアドバイザーの地位を向上させ、顧客に寄り添ったアドバイザーを増やしていくには、金融先進国であるアメリカをロールモデルにすることが非常に重要だと考えます。

アメリカでは、アドバイザーの最も重要な役割は「顧客に安心感を与えること」だと言われています。資産運用をしていると、相場の変動によってお客様は一喜一憂してしまいが、事前に今後起こりうるシナリオを理解していただくことで、「相場は予想するものではない」と安心して資産運用していただけるようになります。例えば、アメリカの資産運用会社 Dimensional 社では「4S フレームワーク」を用いたアプローチを行っています。

「4S フレームワーク」とは、**Scripts** (シナリオ)、**Stories** (物語)、**Sketches** (描写)、**Supplements** (補足) を活用したフレームワークのことで、これらを組み合わせることで「今後起こりうるシナリオ」を理解していただきやすくなります。シナリオや描写を用いているアドバイザーは多いかと思いますが、**Stories** (物語) を用いているアドバイザーは少ないのではないのでしょうか？

例えば、「ある少年がペニー株を購入して、たまたま儲けたが、その後株式を購入しても失敗続きで、最初の成功は偶然だったと気付いた頃には遅かった」という話が有名なようです。情報が溢れかえる中、**大事なことを親しみやすく伝える**ことで、効果的に資産運用の本質を伝えることができます。

医師や弁護士と同等の地位を築いていると言われるアメリカのアドバイザーとは異なり、まだまだ日本のアドバイザーの地位は高いとは言えません。アドバイザーの最も重要な役割である「顧客に安心感を与えること」を意識するアドバイザーが増えるにしたがって、日本におけるアドバイザーの地位や重要性は高まっていくのではないのでしょうか。

※1 QUICK 資産運用研究所が 2021 年 12 月に実施した「個人の資産形成に関する意識調査」より ↓Quick Money World
https://moneyworld.jp/news/05_00069902_news