

IFA業界における営業支援ツールの必要性について ～日本版TAMPとしての弊社ソリューション開発の方向性～

2020年10月2日

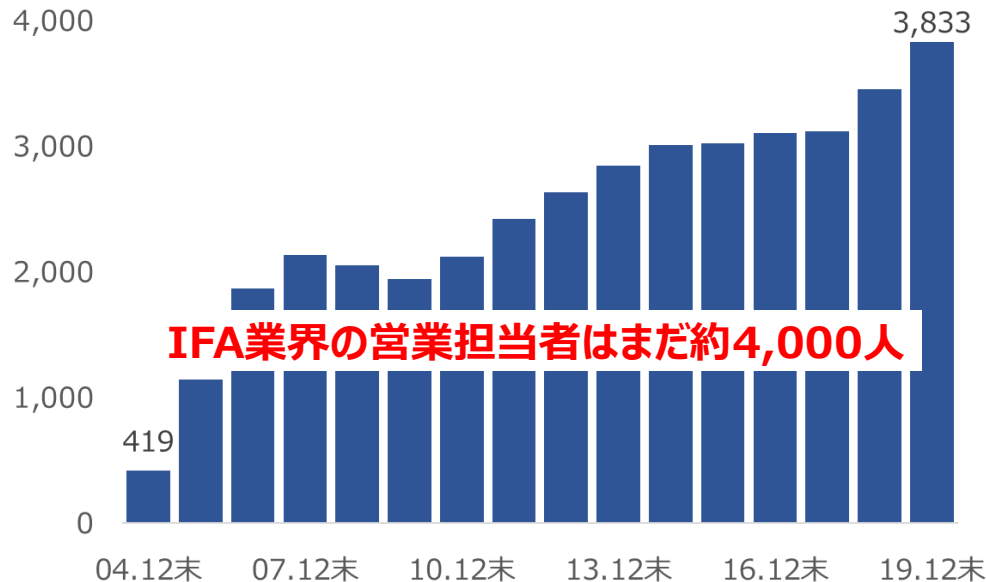


日本資産運用基盤

Japan Asset Management Platform

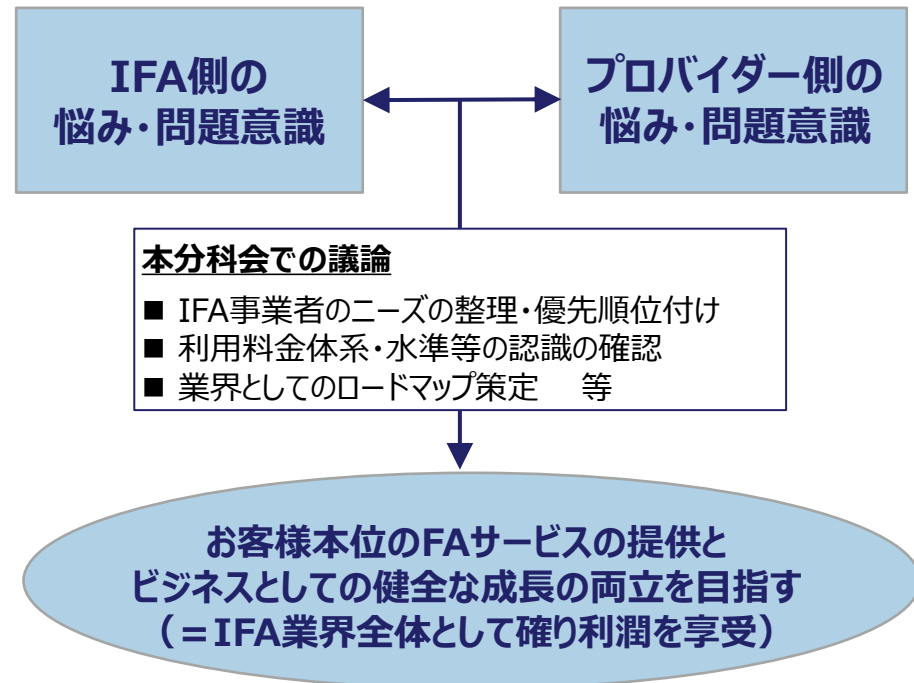
ソリューションプロバイダー側の悩みは「競争」ではなく、「市場の小ささ」
本分科会での活発な議論を通じ、業界に最適なロードマップを描きたい

ソリューションプロバイダー側の悩み



**IFA事業者向けに新しいソリューションの開発投資をしても、
ビジネスとして成立するのか不透明な状況が最大の障壁**

分科会を通じて描きたいロードマップ

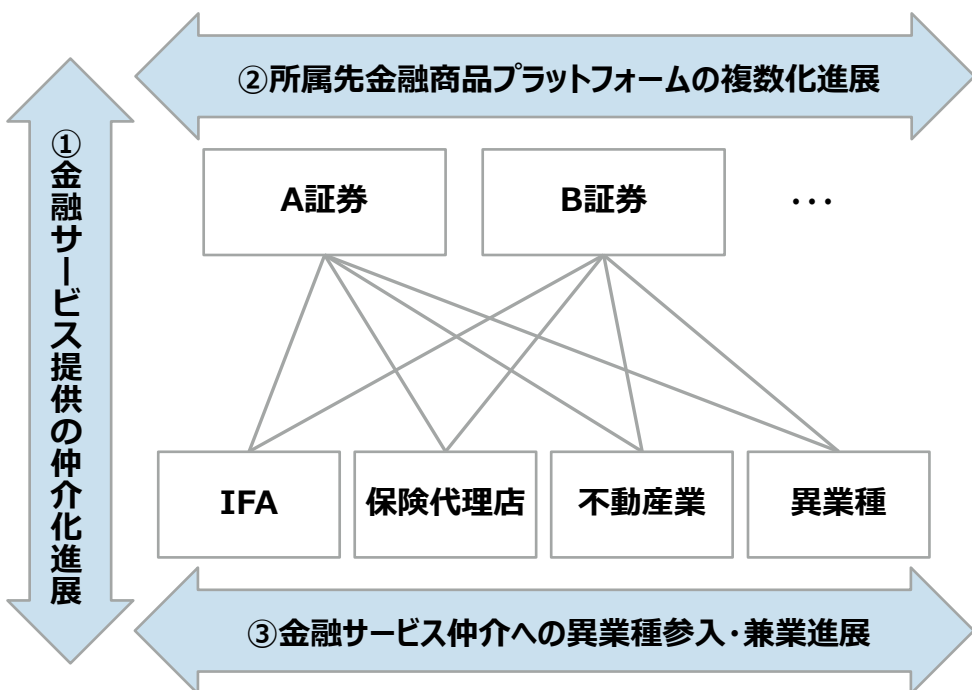


Part1 IFA業界の「成長痛」と事業インフラの必要性

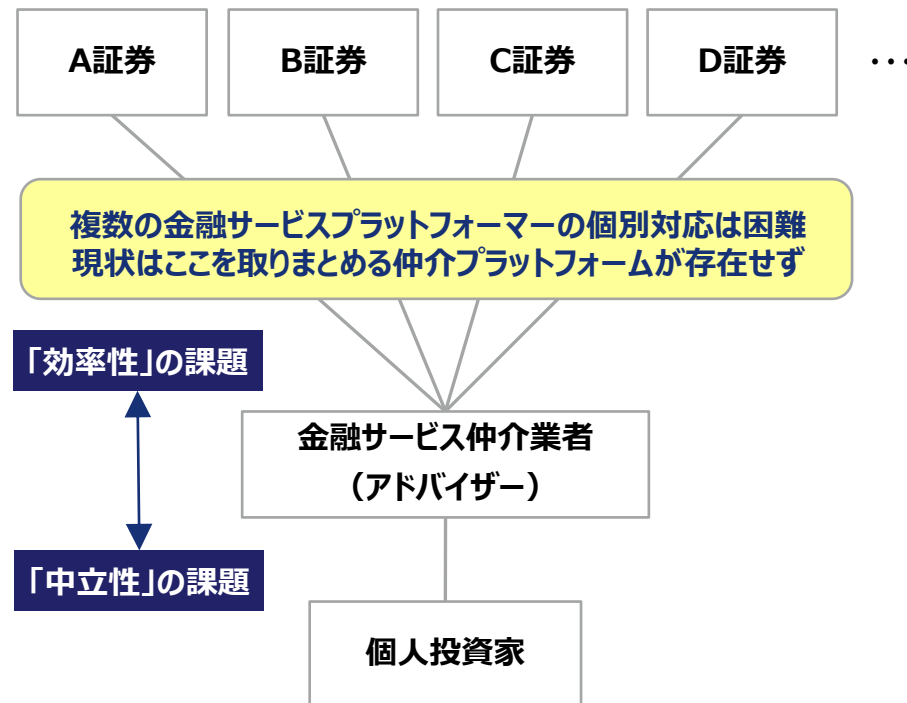
金融商品・サービス「仲介」が構造改革を主導

事業構造変化や金融サービス仲介業新設で仲介事業者参入加速へ
一方、「中立性」と「効率性」の両立が金融仲介事業者の重要課題に

金融サービス仲介領域の3つのトレンド



「中立性」と「効率性」の両立は困難



(参考) リテール金融事業モデルの転換

ブローカレッジ・アセマネからアドバイスへの事業モデル転換が必須の流れ
大手金融機関の重要課題は金融商品仲介事業者の「囲い込み競争」

従来型事業モデルの終焉が現実

- 従来型リテール金融事業モデルの終焉
 - 株式売買委託等手数料の無料化（米日ともに）
 - 投信運用報酬率の低下、そしてゼロ化
 - コモディティ化の流れは不可避、利潤消失へ
- 最後のフロンティアとして「アドバイス」へ
 - 「アドバイス」付加価値はコモディティ耐性強い
 - 事業利潤もこの付加価値から相応に期待できる
 - 欧米でも過去10年にこの事業分野が大きく成長
- 規制当局も後押しする流れ
 - 顧客の側に立ったアドバイザーの役割への期待
 - 「金融サービス仲介制度」の新設・導入
 - 「顧客本位の業務運営」原則強化の流れ

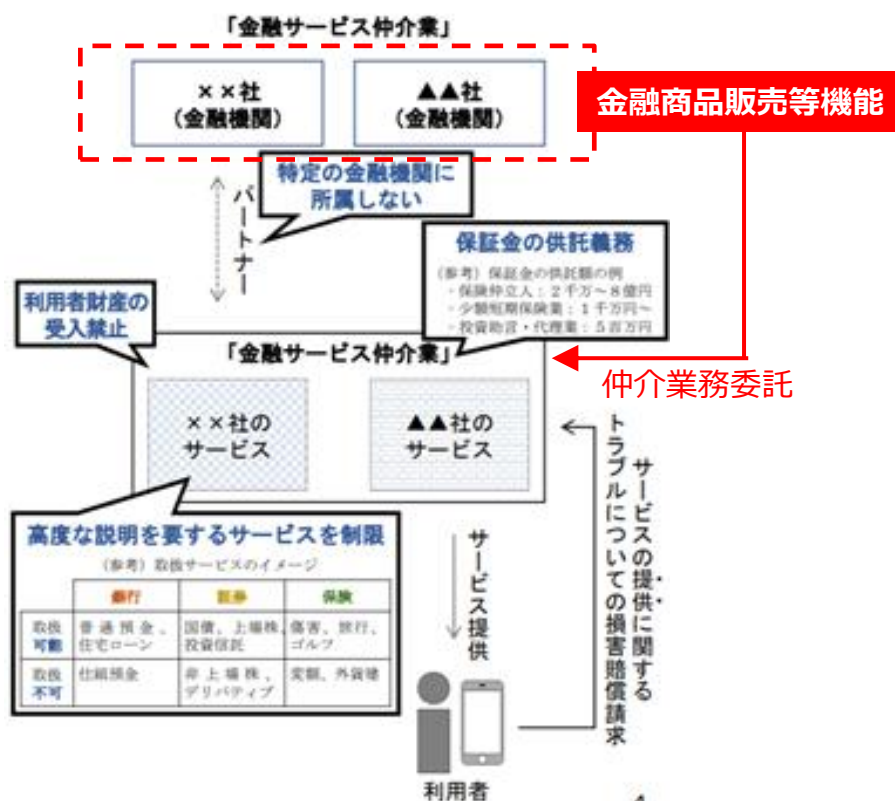
委託金融機関による仲介事業者囲い込み



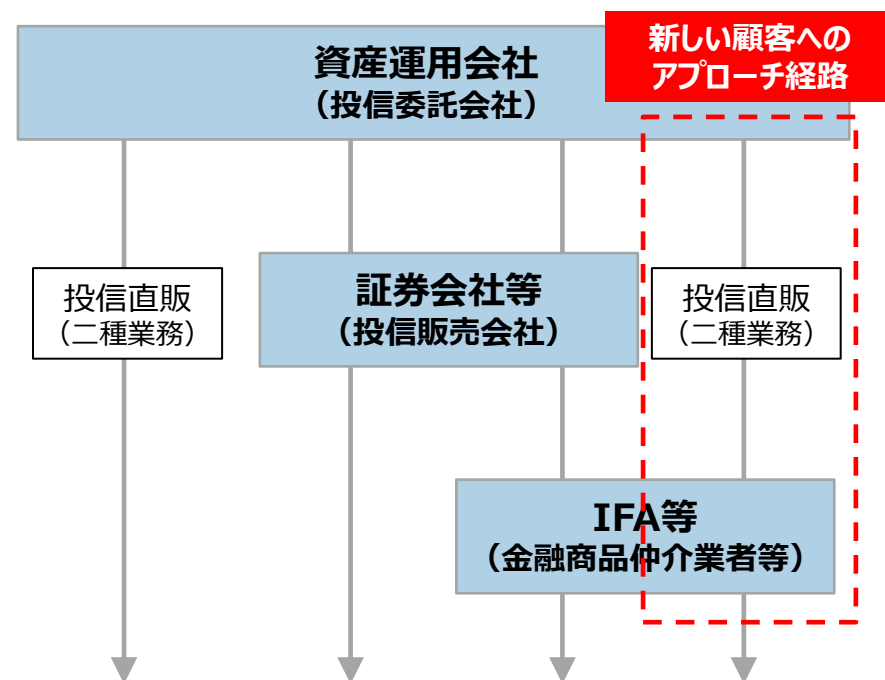
(参考) 過去3-4か月で急展開の「仲介」スキーム

6月、7月と「仲介」スキームの柔軟化・多様化を進める矢継ぎ早な動き
「仲介」を広めることで、業界構造再編を進める当局の意思の表れか

6月5日：金融サービス仲介業の新設

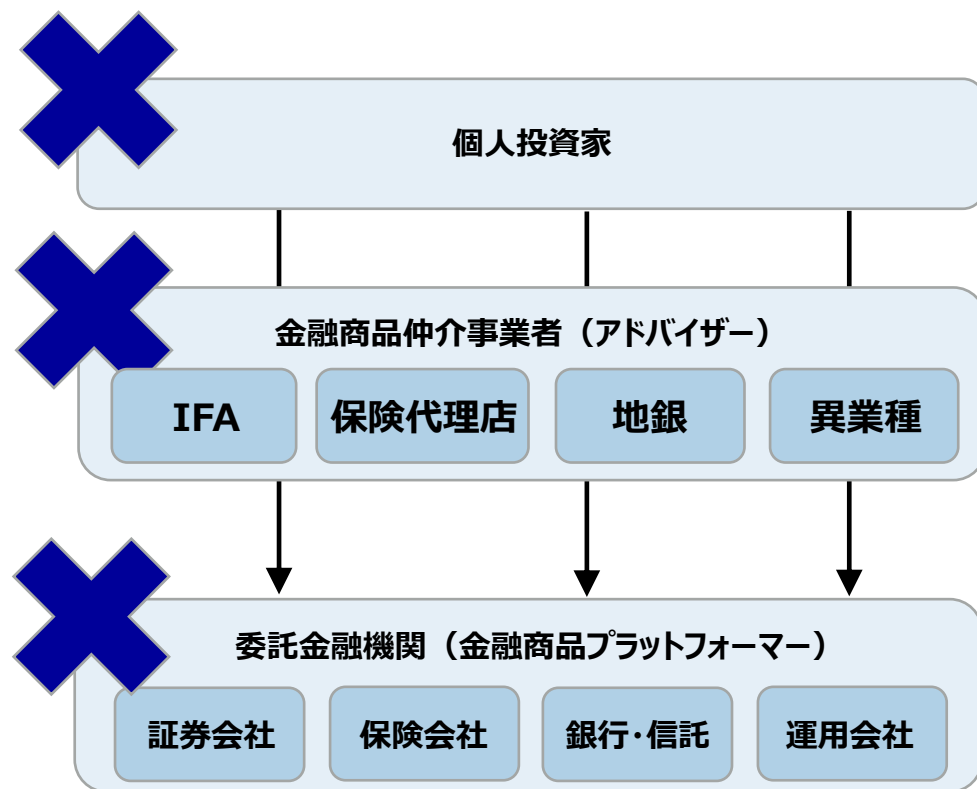


7月10日：投信直販の仲介を「解禁」



「成長痛」への対処がリテール金融業界の課題

リテール金融業界の大転換は各プレイヤーにとって大きな事業機会
一方、金融商品仲介業に係る専門性・ノウハウが不足している状況



個人投資家が感じているペイン

- 「相談」「アドバイス」を求めず、自らの判断で金融商品・サービスを利用したい個人投資家にとって、ワンストップで様々な商品・サービスにアクセスできるプラットフォームが存在しない

金融商品仲介事業者が感じているペイン

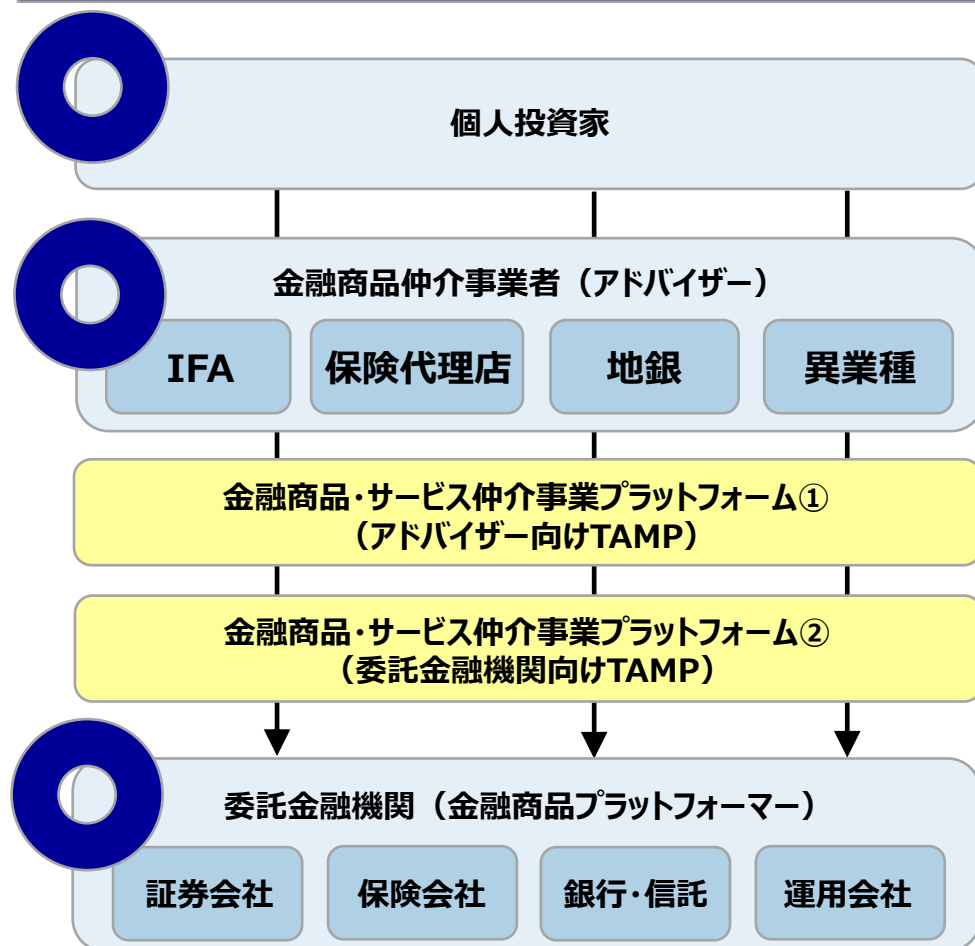
- 個人顧客基盤を抱えている異業種や地域金融機関、保険代理店は金融商品仲介業に参入したいものの、ノウハウや専門リソースがなく、事業モデル構築・立ち上げ・運営が困難
- 高品質サービス提供や利益相反抑制のためには、多様なプラットフォームと連携が必須だが、その数に比例してコスト増大（金融サービス仲介制度では「所属制」がなく、負担がさらに大）

委託金融機関が感じているペイン

- 新しい「アドバイス」時代には、投資一任スキームを具備し、それを活用したアドバイザーチャネル開拓が必須だが、従来の「ブローカレッジ」「アセットマネジメント」とは異なるノウハウやシステム等投資が求められ、自力では対応が困難

今後中長期的に求められる日本版TAMPの存在

中立的なアドバイス事業基盤（日本版TAMP）の存在が求められる （米国でも業界成長を支えるのはTAMP等の事業プラットフォーム）



個人投資家に提供するソリューション

- 金融商品・サービス仲介制度を活用し、相談・アドバイスを必要としない個人投資家に対し、ワンストップで様々な商品・サービスにアクセスできるプラットフォームの需要が高まる

金融商品仲介事業者に提供するソリューション

- 異業種や地域金融機関、保険代理店に対して、金融サービス仲介事業の立ち上げ・運営面での課題にを解決するソリューション提供し、サポートする機能が必要
- 特に、金融サービス仲介事業者が複数の委託金融機関に所属する流れのなか、データアグリゲーション・セグリゲーションを具備したCRM等のソリューション提供が必須

委託金融機関に提供するソリューション

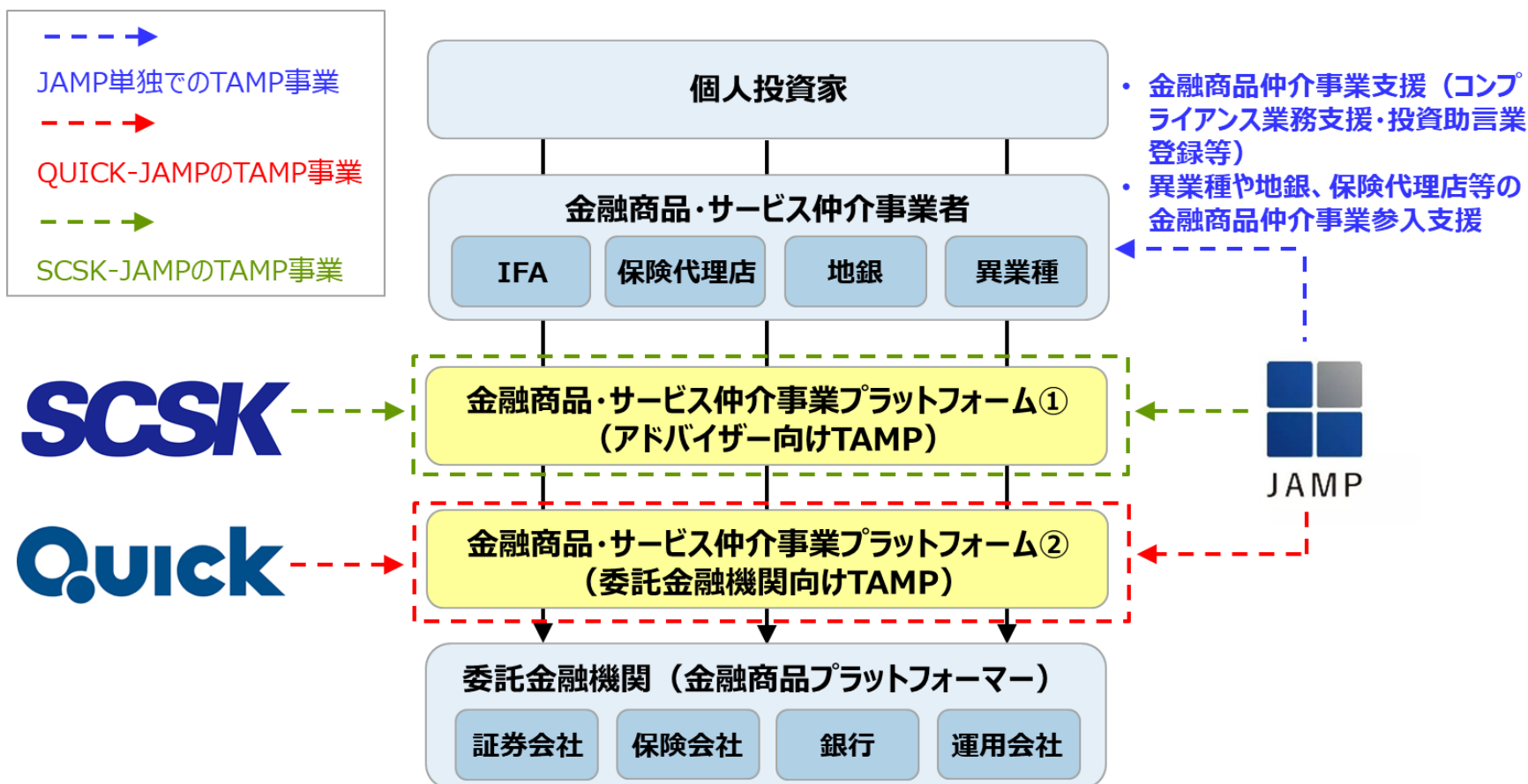
- 委託金融機関（金融商品プラットフォーマー）に対して、アドバイザーチャネルの囲い込みに必須となる投資一任スキーム等を、基幹システム・BPO等込みで提供する日本版TAMPが重要

(*) 米国のTAMPとは厳密には定義や役割、機能等は異なる

Part2 弊社の営業支援ソリューション開発の方向性

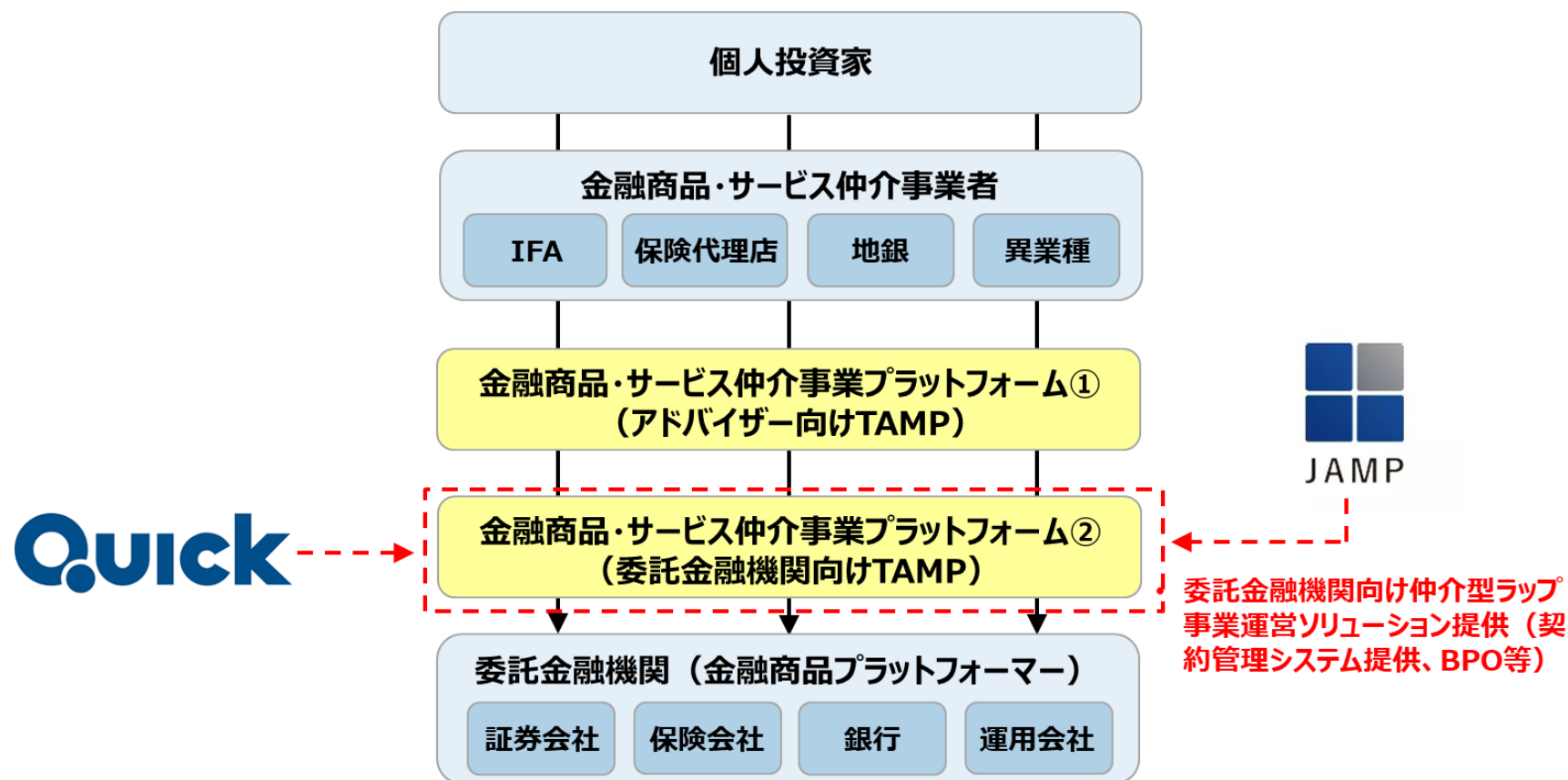
金融サービス仲介領域における弊社取組み概観

アドバイザー向けのコンプラや助言業登録等の事業支援に加え、QUICK及びSCSKとの事業提携によるTAMPソリューションも提供



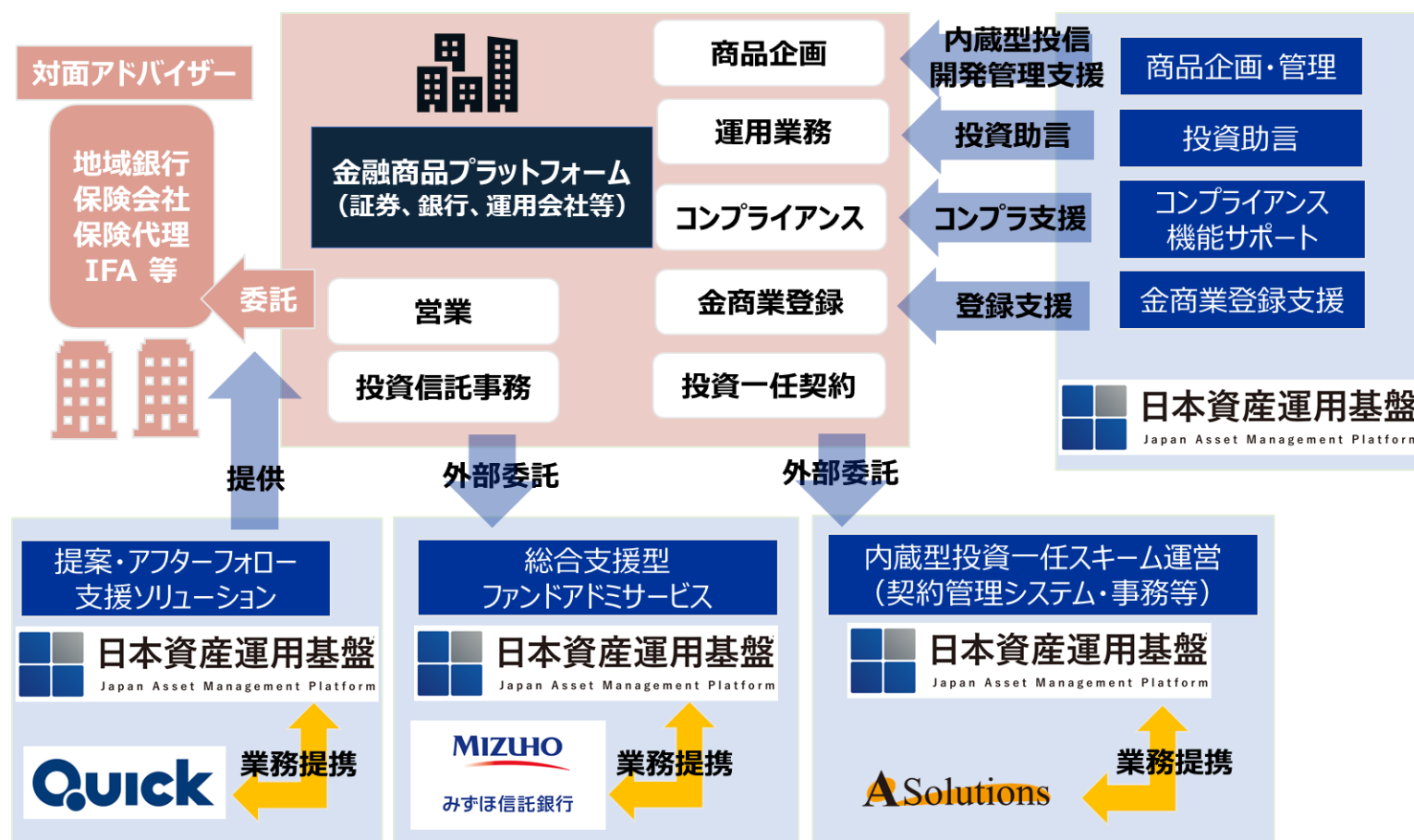
委託金融機関向けTAMPソリューション提供（1/3）

IFA等のアドバイザー向け事業を展開する委託金融機関に対して
フロントツール等に強みのあるQUICKと連携してソリューション提供



委託金融機関向けTAMPソリューション提供（2/3）

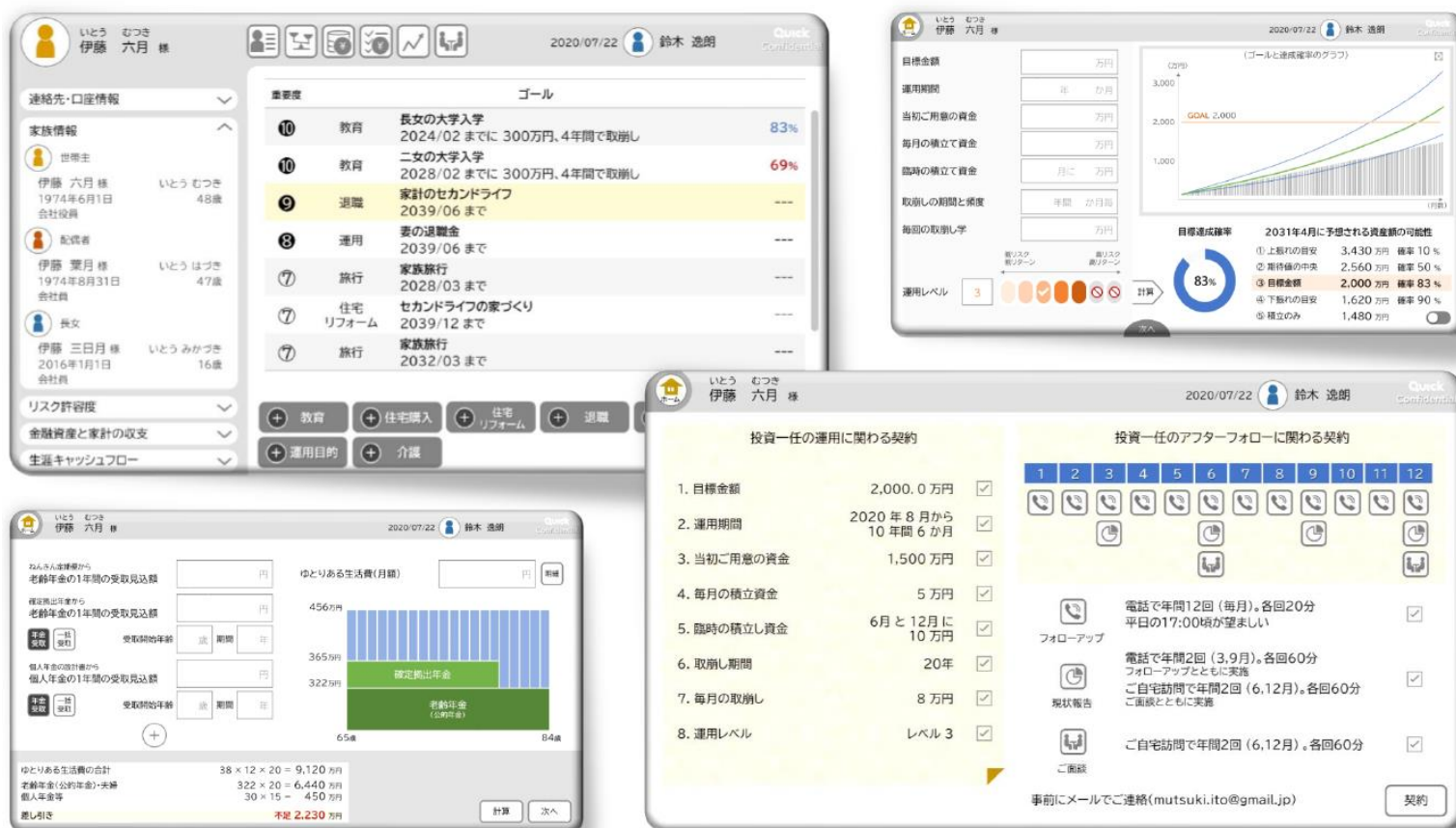
アドバイザー困り込みを狙う委託金融機関向けラップ事業基盤提供
「ラップ契約内蔵型投信活用スキーム」という当社独自スキームを提供



(*) 本ラップ事業運営スキームについては現在特許申請プロセス中

委託金融機関向けTAMPソリューション提供 (3/3)

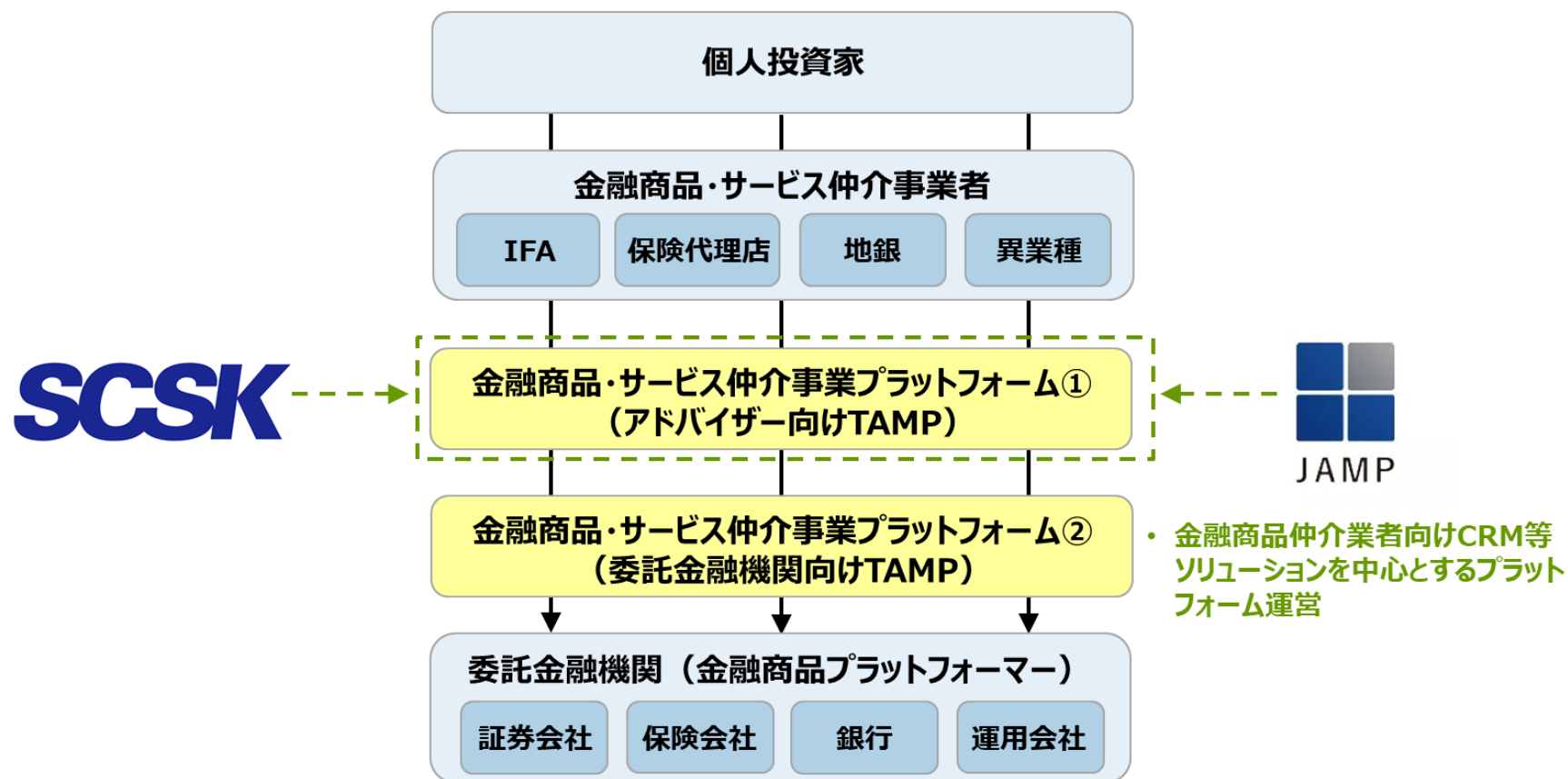
継続的な資産運用アドバイスをビジネスとして提供するための事業支援 「投資一任」「Supernova」「仲介」を組み込んだ日本初のソリューション



(*) 本ラップ事業運営スキームについては現在特許申請プロセス中

アドバイザー向けTAMPソリューション提供（1/2）

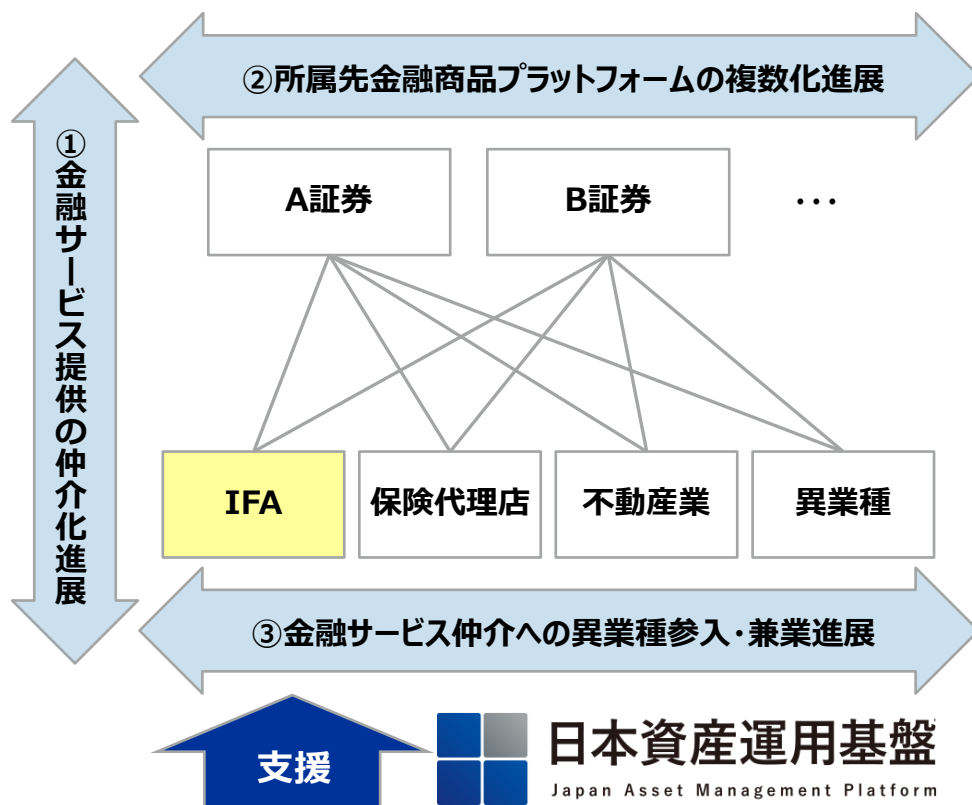
事業者数や存在感が増していくIFA等のアドバイザー事業者に対し、
「中立性」「専門性」の両方を有するSCSKと連携してソリューション提供



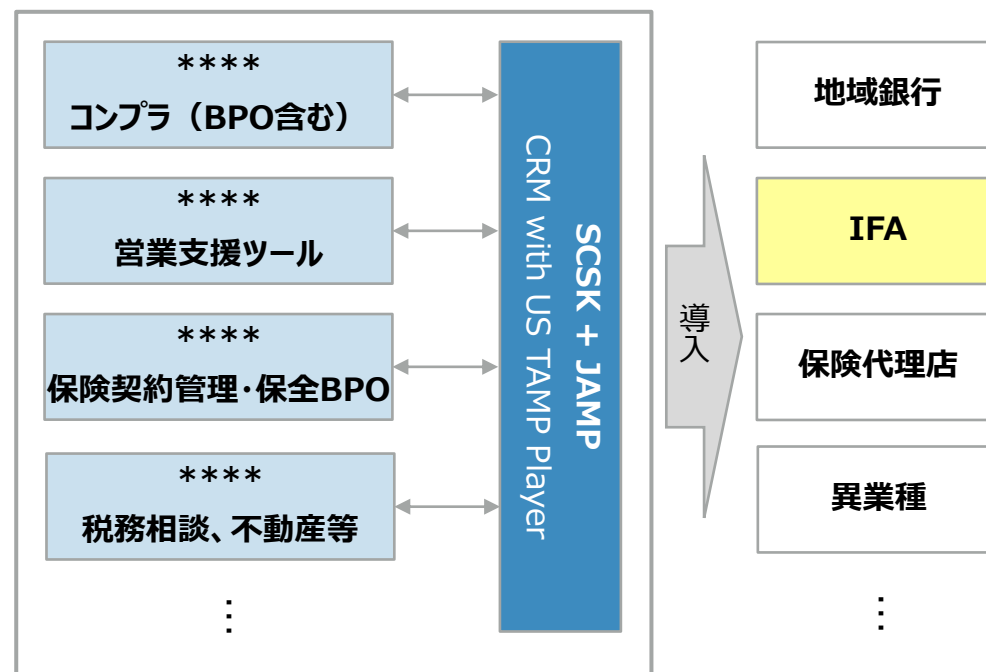
アドバイザー向けTAMPソリューション提供（2/2）

異業種等からの金融サービス仲介参入・運営をサポートすることに加え、オープン構造を基軸とする中立的金融サービス仲介プラットフォーム提供

金融サービス仲介事業立上げソリューション



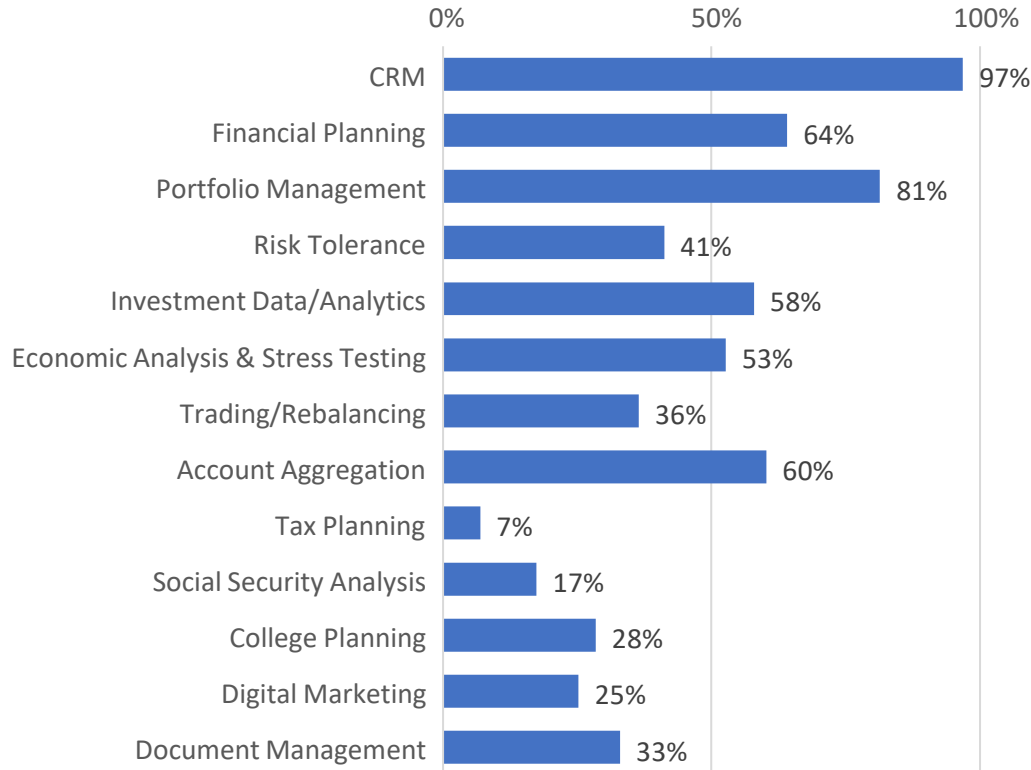
金融サービス仲介プラットフォーム構築



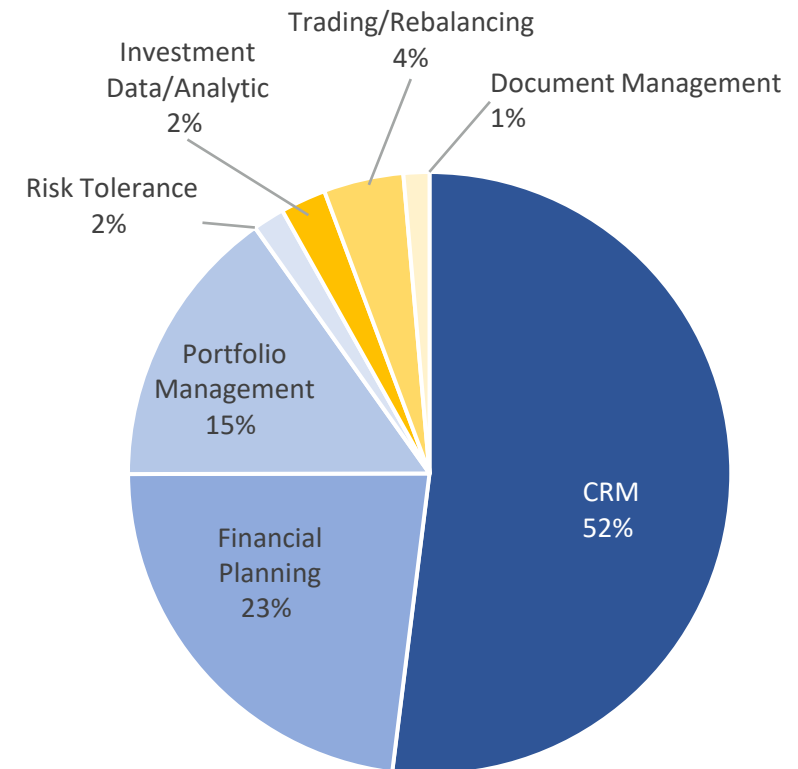
米国におけるFAツールの普及

米国では多様なFA向けツールが存在し、特にCRMは普及率も高く、FAにとっての“基幹”システムとなっている

ツール種類別普及率



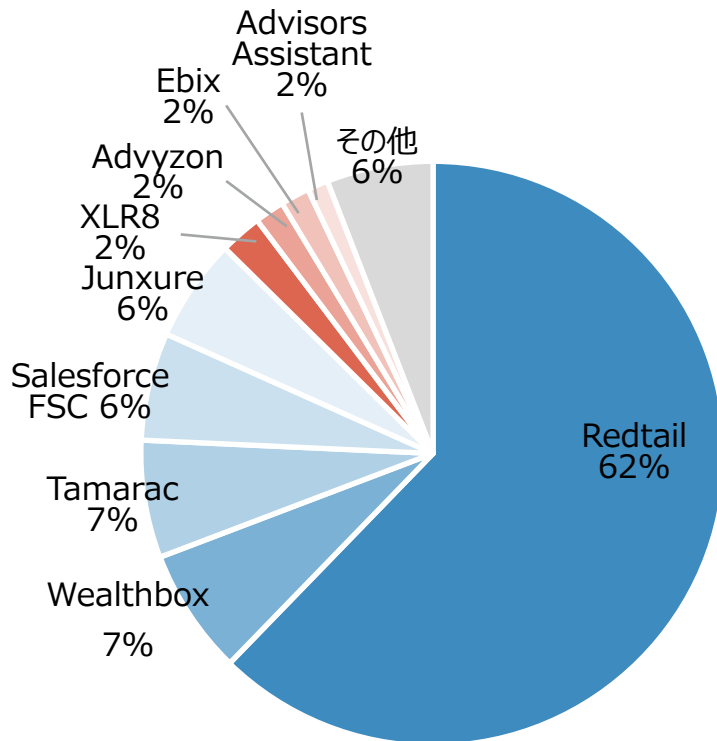
重要視されているツール（択一式）



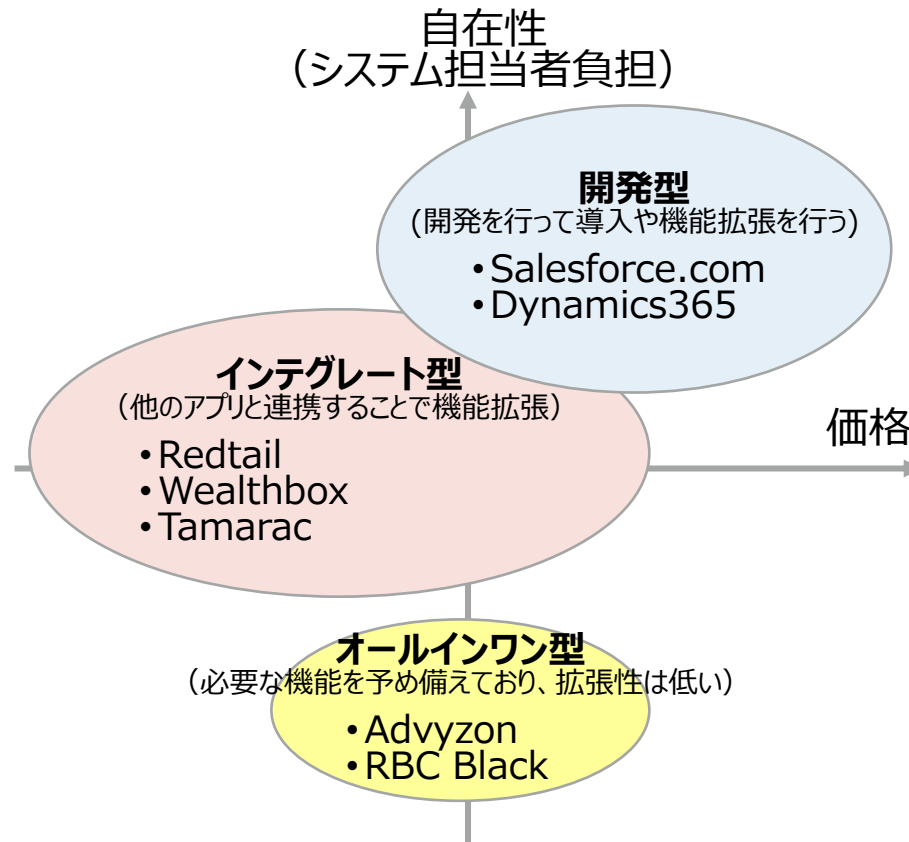
米国におけるCRMツールの現状

低価格から始められ、ライフプランニング等の多くのアプリと連携して高度化できるため、CRMツールはインテグレート型が主流となっている

CRMマーケットシェア



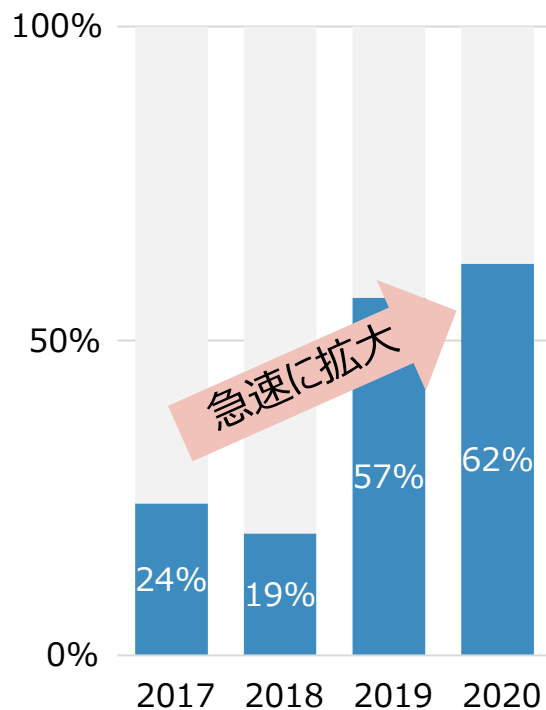
CRM類型



【インテグレート型】Redtail

低価格、直観的なUI、多数アプリとの連携を売りに
近年急速にシェアを拡大しており、満足度も高い

マーケットシェア&満足度



満足度 (平均値)	7.51	7.43	8.07 (6.62)	8.10 (6.70)
--------------	------	------	----------------	----------------

特徴

低価格

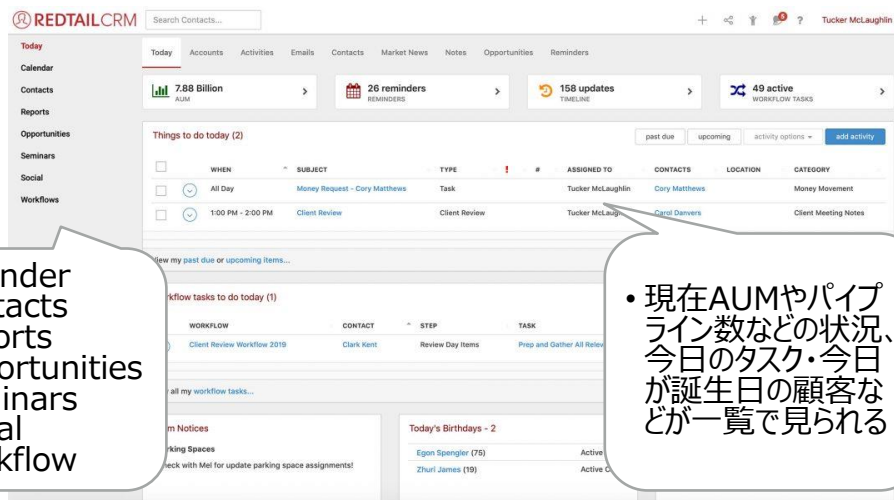
\$99/月(15ユーザーまで)

直観的なUI

- Calendar
- Contacts
- Reports
- Opportunities
- Seminars
- Social
- Workflow

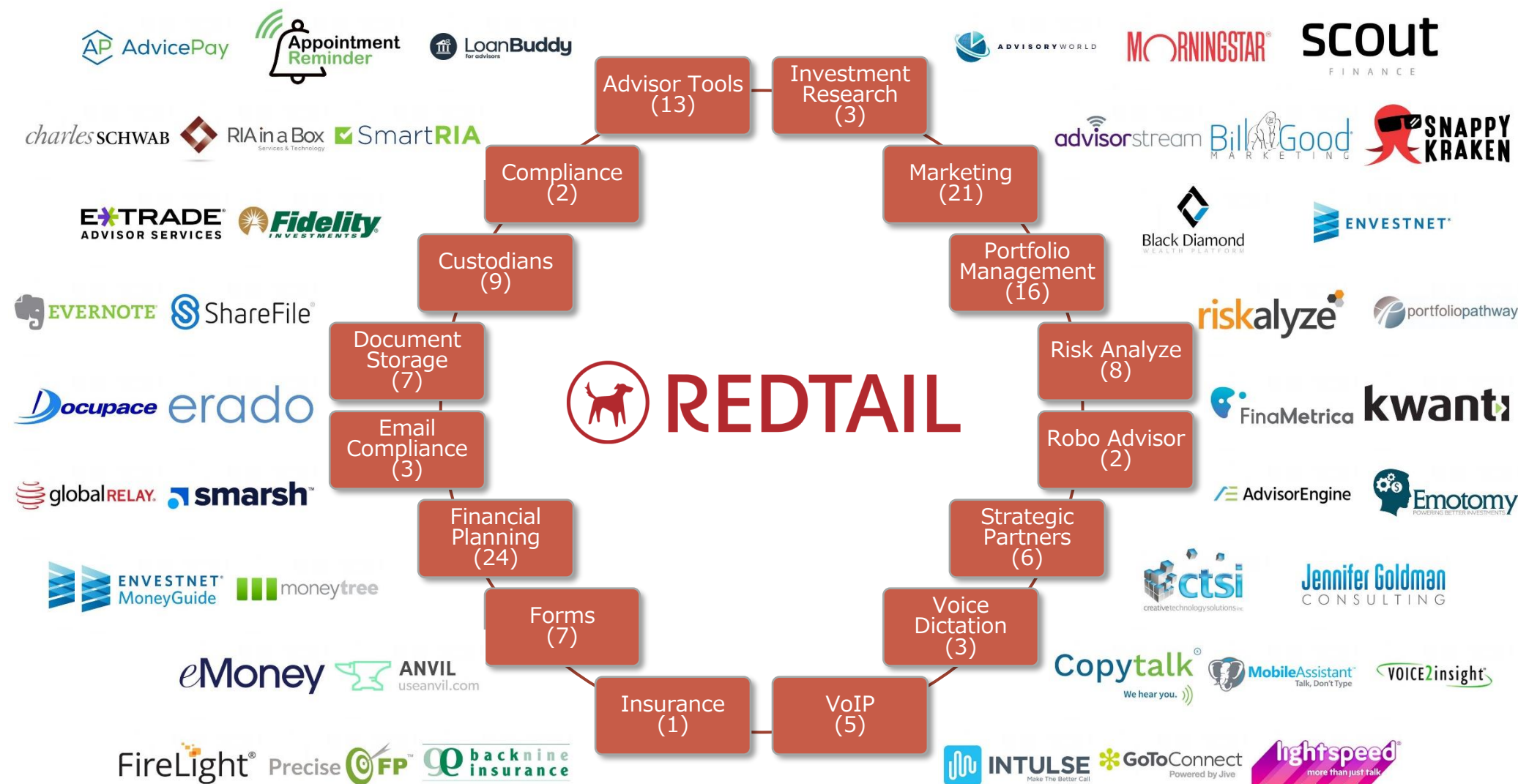
アプリ連携

16カテゴリ-130パートナー



- 現在AUMやパイプライン数などの状況、今日のタスク・今日が誕生日の顧客などが一覧で見られる

Redtailにインテグレートできるアプリ(カッコ内はアプリ数)



【開発型】Salesforce.com

開発が可能でカスタマイズの柔軟性が高いものの、導入時から開発が必要になることから大手事業者の利用が中心

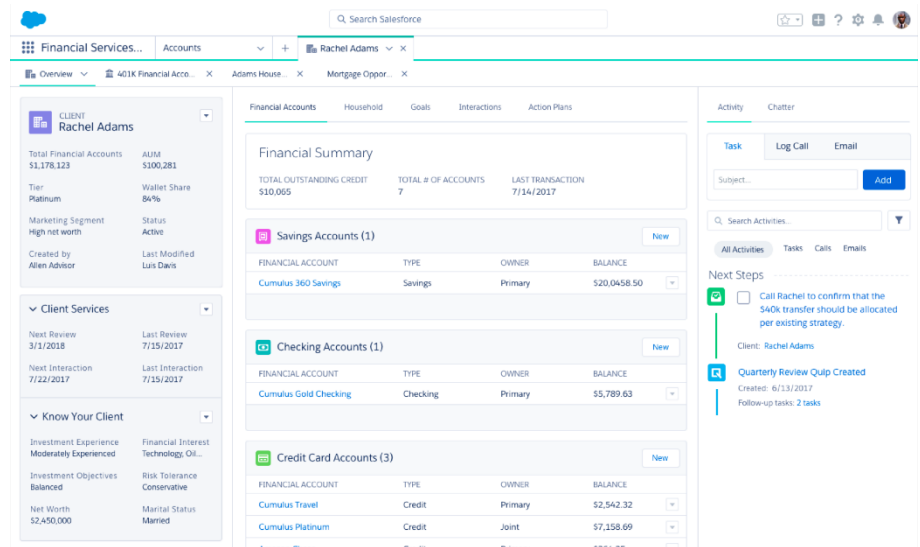
Sales Cloud

- ・汎用的なCRMツール
- ・金融に限らず、様々な業種・業態・規模の企業におけるCRMツールとして導入されている
- ・導入時には開発を伴うことが一般的で、ライセンスフィーは\$25～\$300/月/ユーザー



Financial Services Cloud

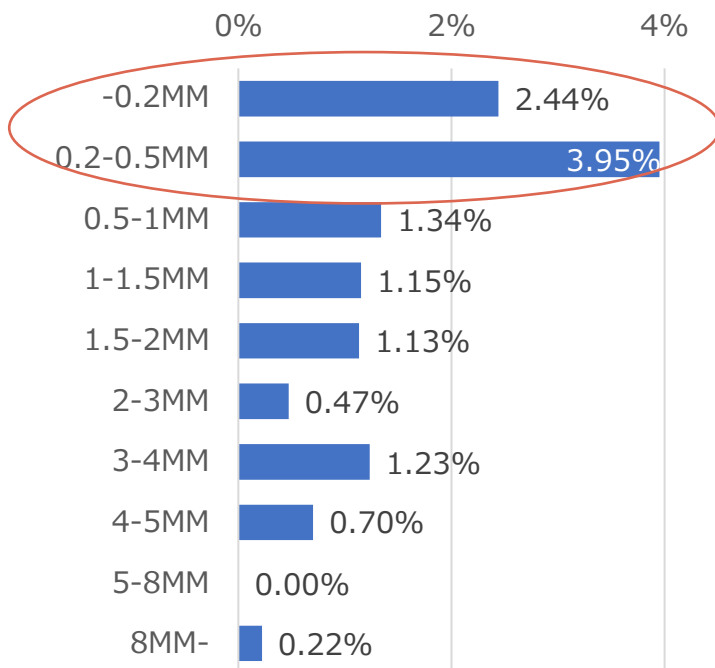
- ・金融に特化したCRMツール
- ・日本国内における、現時点での導入は、みずほ銀行、東京海上等の大手金融機関のみ
- ・初期開発費用はおおよそ\$50,000～、ライセンスフィーは\$150～450/月/ユーザー



【オールインワン型】Advyzon

CRMに限らず多機能をシームレスで使えてユーザービリティが高いこと、開発や機能追加が不要でシステム担当者の負担が軽いことから、小規模事業者を中心に利用され、満足度が高い。

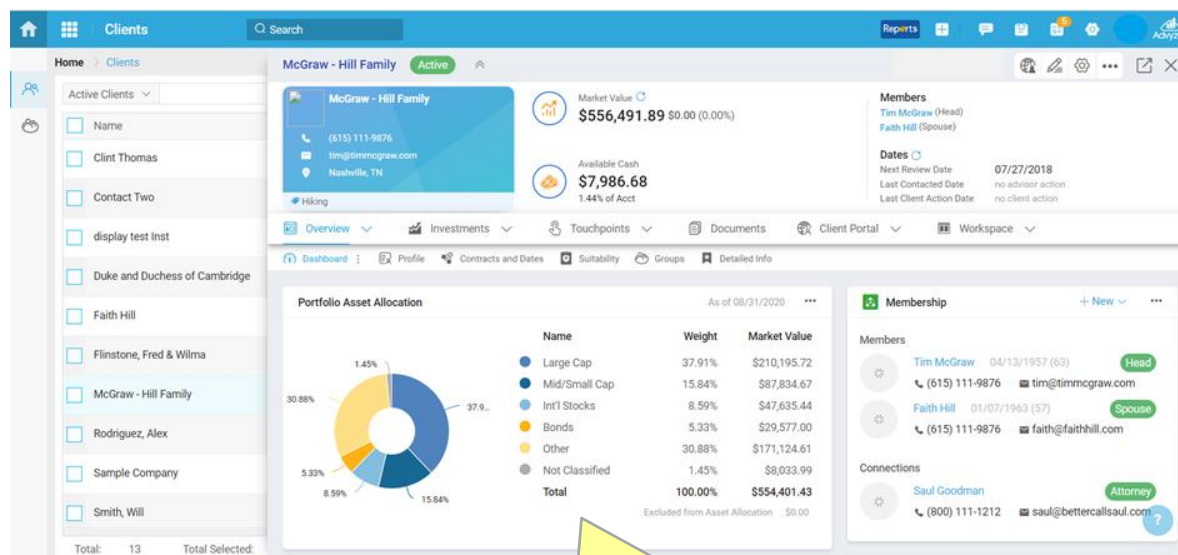
事業者規模別マーケットシェア



満足度

7.38 (平均6.70)

特徴



他のアプリに飛ばずに、一つのアプリで
 ・ポートフォリオマネジメント
 ・ドキュメントストレージ
 ・クライアントポータル 等
 をシームレスに使うことが可能