

## FA 協会 認知度向上委員会 # 2

【タイムテーブル】 (7/12 14:00-15:00)

14:00-第一回会合振り返り／理事事前ヒアリング共有

14:10-15:00 議論・意見交換(金融商品仲介業者をどのような存在として人々に理解させるか・どのような活動をしていくか)

【議論・意見】

<金融商品仲介業者をどのような存在として人々に理解させるか・IFA の姿>

永井氏(GAIA)>

- ・各企業で方針や IFA の定義は異なるが、最大公約数はあるのではないかな。
- ・GAIA であればお客様に長期で保有してもらうため、相場は関係なく長期的なリターンがあるという考え方をしている。
- ・ライフプラン作成・お客様の話を聞いて長期的なゴールを目指す・手数料についても透明性がある存在。

浦氏(SBIMP)>

- ・一番目にお客様の話をよく聞く、二番目にお客様のライフステージに合わせた資金計画を提案する。
- ・販売後は長期的な視点に立ち、お客様の人生の伴走者となって、最終的にはお客様の信頼を勝ち取って医師や弁護士のように信頼される存在。アメリカでは、IFA は信頼されていてステータスが高い。そこを目指すのではないかと考えている。

・精神論だけではなく、既存のブローカーと IFA の差別化が見える形で明確にする。

### 石川氏(FS)>

・スタートからゴールまで走れる資産運用の伴走者。究極的には相談・提案から、実行見直しを一本化する存在。

⇒ここをいかに理解いただくか、金融業界の中でも浸透させるかが大事。

・マッピング作成（相談 or 運用 提案 or 実行 FP はここでき、証券マンがここでき等）すると、利用者は理解しやすくなるのではないか。

⇒誰が、どの会社がどこを得意としているか突き詰めていく。

### 田中氏(財コン)>

・IFA は資産運用を実践させて、その実行支援まで一本化できるところが一番の特徴である。

・資産形成の必要性を訴え、資産運用を継続させてゴール達成のため、顧客と共に歩む存在。

・お客様のお話を聞くことは大前提だが、ほとんどのお客様には意向がなく、正しい金融知識がない中での意向では、間違っていることが多い。

⇒つまりお客様と話しながらゴールを作っていくことが大事。かつ、その実践をさせられる。これが IFA の使命である。これを訴えていくことが大事である。

### 水野顧問>

・ どのような風に認知度を高めていくかが大事。まずは、「会員信頼性向上に向けた取り組み」が大事で、これは地道な努力が必要になる。

・ 信頼を高めないと認知度は高まらない。お客様に訴えかけていく仕組みが必要。

・ 国会議員・金融庁幹部へ金融商品仲介業者の施策を提言し、活動しやすい環境づくりをすることで認知度向上につながっていくのではないか。

・ 信頼性を得るためにお客様はどのようなことを求めているかを知る必要があるのではないか

### <どのような活動をしていくか>

#### 田中氏(財コン)>

・ 企業型 DC を利用している従業員に教育の場を提供し、プランニングするなど資産運用の世界に乗せていく

⇒現状、FP はこうした活動を行っているが、提案まで行けないため、結局資金が預金に流れていく。

⇒協会で進めていくなればルール作りをしていかないといけない。

#### 五十嵐氏(バリューアドバイザーズ)>

・ ゲームを使うのもありではないか。FA 協会が使って、いろいろな人に教えていくことにより、マスコミに取り上げてもらえるのではないか。

・ メディアと連携取れる人を外部から雇うのもいいのではないか

### 水野顧問>

- ・金融庁公表の KPI（運用損益別顧客比率、投資信託預かり残高上位 20 銘柄  
リスクリターン・コストリターン）さえ出していない IFA 業者が多い
- ・顧客の契約継続率を出すことも信頼性向上につながっていくのではないかな。
- ・誰をターゲットにどのようにアプローチをするのか優先順位を明確にしたほうがよい。
- ・一般顧客に対して、FP 協会と協力するのも一つ。
- ・米国のように、会員である IFA の（処罰経歴などの）個人情報をも日本で公開することは難しい。また、チーム単位で顧客をフォローしているケースも多い。

### 石川氏(FS)>

- ・各社が KPI を公表すべき。項目としては、「積立しているお客様は全体の何%」  
「収益源の割合」等
- ・YouTube から情報収集しているお客様は多い。ただそういったところを競合とするのではなく、団体は格式あるほうが、協会としての質も落ちないのではないかな。
- ・認知度が高まってきたときのために、ものさしを作ることが大事になってくる。例えば、顔写真・資格・キャリアを公表するなど。

### 永井氏(GAIA)>

・経済的リターンを得ることで、老後不安を和らげるといった姿をお客様に示すことが必要。

・面談動画作成

⇒実際どういう対話をしながら資産運用決めているかイメージできたらよい。

・IFA 数や預かり残高を出すことで、メディアに取り上げてもらいやすくなる。

### 本多氏(一橋大学)>

・協会としての方向性を出すのに苦勞しているが、研究機関はそういうとき、学生の体験談などをまとめパンフレットを作って、共有しあう。

⇒このようにお客様の体験談によって具体的な方向性が見えてくるため、共通項を出す上でわかりやすくなる。

### 岡田氏(Mukam)>

潜在顧客にダイレクトに働きかけていったほうが、あとあとの発展に繋がるのではないかと。

### 【まとめ】

・各社によって理想の IFA の姿は異なるが、共通項はありそう。

・共通項を見つけていく上で、顧客体験談をヒアリングするのは有効である。

- ・情報開示（KPI 公表等）によって IFA がどのような存在か理解させることができる

ため、進めていくべきであるが現実難しいかも。

- ・具体的な活動については次回以降議論を進めていく。