

FA 協会 認知度向上委員会 # 4

【タイムテーブル】 (8/25(水) 11:00-12:00)

11:00~11:15 『正会員の共通 KPI の策定・公表』 について意見交換

11:15~11:50 『個人投資家向けセミナーの開催』 『その他取り組み（面談動画・協会共通資料作成・協会 HP へのリンク・協会動画配信・FA 協会 HP の充実』について意見交換

11:50~12:00 今後について

【議論・意見】

<顧客本位の運營業務取り組み状況の見える化の促進『正会員の共通 KPI の策定・公表』>

取り組み項目	会員の信頼向上に向けた取り組み
取り組み概要	正会員の共通 KPI の策定・公表
目的	<ul style="list-style-type: none">・透明性を確保し、一般の方々が IFA を選ぶときに、ものさしにさせていただくため。・数字を公表することでメディアに関心を持ってもらいやすくするため。
KPI 公表項目	<ul style="list-style-type: none">・金融庁公表項目（運用損益別顧客比率、投資信託預かり残高上位 20 銘柄コスト・リターン、投資信託預かり残高上位 20 銘柄リスク・リターン）・メディア向け項目（預かり残高、IFA 数など）・会員へのモニタリング項目と一部連携・その他指標、契約継続率など・アドバイザーの「氏名、顔写真、経歴、得意分野など」
備考	<p>審査委員会のモニタリングと連携する場合、情報の共有などは問題ないか。</p> <p>審査委員会としての役割、事務局の役割、認知度向上委員会としての役割の整理が必要。</p> <p>FA 協会 HP に KPI 公表も検討。</p>

水野顧問>

- ・ KPI 等のデータは審査員と事務局の人しか見ることができない。
- ・ 公表するとしても正会員の賛成を得て、企業名を出さずにマクロデータとして数字を出すのは大前提。

入木事務局長>

- ・ モニタリング項目についての説明。

尾口氏>

- ・ モニタリング項目を参考に、データを加工して公表していく。

<個人投資家向け投資セミナーの開催>

取り組み項目	顧客の長期（積立）分散投資の促進に向けた取り組み
取り組み概要	<ul style="list-style-type: none">・ 個人投資家向けに、定期的に資産形成に関するセミナーを開催する。・ 講師は中立性を保つ必要がある。運用会社、証券会社などから選出。
目的	<ul style="list-style-type: none">・ ファイナンシャルアドバイザーの役割と認知度向上。・ 運用をしてこなかった層を、資産運用の世界に呼び込むため。・ 若い世代をターゲットに、長期分散投資を植え付けるため。
対象	一般
集客方法	会員顧客 運用会社、証券会社に集客協力を依頼
外部連携	FP 協会・投信協・日証協・保代協などとの共催
セミナー資料概要	IFA についての説明／ゴールベースプランニングについて
備考欄	予算面での検討が必要 他の協会・金融機関との差別化が必要になってくる 二番煎じになっては効果がない

尾口氏 (Fan)

- ・セミナーを開催している他協会との差別化ができていない。
- ・オンラインセミナーの開催には費用がかかってくる。

<その他の取り組み>

尾口氏>

IFA と検索したときに、IFA の役割について出てくるのではなく、「報酬率何%バック」などが出てくる。

⇒この状況を変えていく必要性あり。

永井氏(GAIA)>

- ・金融庁公表項目の KPI に関しては各社が出すように努力するしかない。
- ・誰でもわかるような言葉に変換してアニメ・動画等作成していくことが大事。

浦氏(SBIMP)>

- ・セミナー開催においてはまだまだ課題が出てくるのではないかと

石川氏(FS)>

- ・共通 KPI 公表は本丸で最も大事。数字としての裏付けで、第三者的に最も効果的だがなかなか協会の合意を取るという意味ではハードルが高い。

まずは①所属 IFA の氏名、②顔写真、③キャリア等の情報公開を行うことから始めていくのが良いのではないか。

・協会は黒子に徹するべき。例えば、セミナーの内容を見る、資料をチェックする、実際に参加するなどしたら良いのではないか。なぜなら、ゴールベースアプローチの本質は『お客様が掲げる目的・理想と現実とどの程度のギャップがあるかどうかに気づいていただく事』。そこを埋めるアドバイス・提案が、各社でできているかどうか重要であり、そのためのセミナーになっているかどうかをチェック。*商品ありきのセミナーの防止。

・「IFA」と言葉検索をすると、ネット上ではずれて普及している。

⇒ここを協会が監視・監督・公表するべき。ゲートキーパーとなってほしい。

田中氏 (財コン)

・協会で公開すると会員数が増えた場合、今後見にくくなるのではないか。

・まず KPI にたどり着く人は、興味がある人しかたどり着けない。

⇒ I F A の使命資産形成が必要な、お金に興味がない、将来なんとかなると思っている人、一般の人に資産形成が必要であることを気づかせないといけない。

⇒協会でも KPI 等の言葉の説明、意味を説明していけばよい。

・マスにはいって行くほうが早いのではないか DC 加入者など。

⇒個人向けセミナーを大手の企業に従業員向けに行う等。

五十嵐氏 (バリューアドバイザーズ)

・お客様にとって IFA は『お金稼ぎばかりだな』となるのは良くない。

- ・『日本の IFA はこういうこと』と明確に、広げていくことが使命である。

水野顧問

- ・認知度を向上させることについて、当委員会のメンバーは、同じ方向を向いていると思うが、具体的に「誰を対象として」「どのようにして」を明確にすべき。
- ・認知度向上のためのコンテンツを並べれば対象者が自ずと見てくれるというものではない。FA 協会が、それを使って、対象者に能動的にアプローチすることが重要。
- ・他協会やメンバー企業と協力して情報発信していくのも一つ。

尾口氏>

- ・インバウンドでの受付として、協会の方を派遣して講師派遣もやってみたい。
- ・HP 充実のため、HP コンテンツを会員で触れるようにしていけたらよいのではないか。

【まとめ】

- ・まずは『FP 協会 HP の充実』を重点的に行う。
- ・KPI 公表に関してはモニタリング項目を参考に、個社のデータではなくまとめて公表する。
- ・セミナーに関しては費用面・差別化からも一旦再考が必要。
- ・「だれに」「どうやって」を明確にした上で具体的な形にし、次回までにコンテンツ・費用等をまとめていく。