

【寄稿①】金融事業者が提供できるものとは何だろうか？

金融事業者が提供できるものが「金融商品」だけであれば、早晚、ほとんどの金融事業者は AIにとってかわられるだろう。AIは不誠実な金融事業者のように自分の利益だけを追い求めない。さらに AIは不誠実な金融事業者のように情報・知識の分析を怠らない。

AIは利用者にとっては非常に便利な代物である。ただし【正しい知識や情報が取得できたとしても、正しい行動が伴わなければ、資産形成は成就しない】ことから、AIは正しい情報や知識を提供できるとしても、それを利用する利用者の行動まで関与することができないため、そこに限界がある。

一方で、昨今「顧客本位」「顧客の意向把握」という言葉が飛び交うが、お客様が本当に求めるものは一体何なのかをどれほどの金融事業者が把握できているのだろうか。資産形成において多くのお客様の求めるものは「お金を増やすこと」である。しかしながらほとんどの場合、「なぜお金を増やしたいのか」という明確なゴールをお客様自身が持ち合わせていない。たとえば遠い将来不安の解消のために、なんとなく資金を増やしたいと感覚的に考え、増やしたい金額も非常に曖昧である。

最近ではゴールベースという言葉をよく耳にするが「資産運用すること」強いては「お金を増やすこと」だけをゴールに設定しているケースを多く見受けるが、ゴールの本質はそこではない。

抽象的、感覚的・曖昧なゴールでは来るべき大暴落時にお客様が欲するゴールに導くことはできない。なぜならば、暴落時にはお客様の資産が大きく目減りする。ゴールを必達しようとするれば当然のことながら暴落する資産にさらなる大切な資金を投下する必要がある。余程の支え合いの関係がなければ到底、お客様の行動に関与することはできない。リスクのある金融商品を提供する限り、最悪の事態にお客様の行動に関与できなければ、結局、どんな金融商品を提供していても資産運用は成就しない。

*支え合いの関係とは、愛する親族間での関係とよく似ている。相手のために何かをしてあげたいと「お互い」が思い合う関係である。

しかしながらゴールの設定は非常に難しい。「なぜお金を増やしたいのか」というゴールをお客様自身が普段考え慣れしていないがゆえに、ゴールそのものを誤認や誤解をされている場合がある。また想定外の事態と遭遇し、お客様自身が描いているゴールと異なるゴールが誕生する場合もある。さらには、お客様自身の問題ではなく、昨今のコロナ禍のように社会環境あるいは金融情勢や政治情勢により社会通念や家計・資産状況が変化する場合もある。時間の経過とともに目まぐるしくお客様の思考や外部環境が変容することにより、ゴール自体も変化するのである。

だからこそ「なぜお金を増やしたいのか」というゴールを定期的にかつ継続的に「考える場所」が必要となる。

「なぜお金を増やしたいのか」「増やしたい理由はどこにあるのか」をお客様と長期間にわたる話し合いを重ねてお客様自身に考えさせる場所を提供すること、そしてそのことがいかに重要であるかをお客様に認識させることができはじめて真にお客様自身が欲する具体的・数値化されたゴールが誕生する。こうして作り上げられたゴールがあるからこそ、お客様の行動をゴールに向けて導くことができ、資産形成を成就させることができるのである。私たち金融事業者の「金融商品の提供を通じてお客様の暮らしを豊かにする」という使命と責務がまさにここにあるといえる。



稲葉 充氏
株式会社財コンサルティング 代表取締役会長



書名：この世でいちばん大事な「カネ」の話
著者：西原理恵子
発行元：KADOKAWA／角川文庫



澤田 遼太郎氏
株式会社エース経済研究所 アナリストグループ

2022年がスタートした。フィナンシャルアドバイザーにとって最大の関心事と言え、高校で金融教育が必修化されることだろう。私もこの取り組みが日本の金融リテラシーを大きく引き上げることになると期待している。今回推薦するのは、これから金融教育を受ける学生の皆様や、授業をする立場の方々にお勧めしたい一冊である。

本書では有名漫画家となった筆者が、「カネ」に向き合い、なぜお金が欲しいのか、働くとはどういうことか、豊かさとは何かなどを生々しいエピソードを交えて述懐している。

子供時代の筆者にとって、お金とは自由そのものであった。そこに描かれるのはお金がなくて余裕をなくした大人たちと、その大人たちの間で居場所をなくした子供たちの厳しい現実である。

筆者も家庭環境が複雑で高校は退学となり、父親とも死別する。しかし葬式の後に母親がなんとか守ったお金を筆者に渡して美大に行くよう告げるのである。これをきっかけに筆者はどん底から這い上がる。お金を稼ぐために筆者が奮闘する姿が描かれる。

しかし、絵で最下位だった筆者が売れっ子になれたのには戦略がある。ぜひ本書を手にとってご確認ください。お金を稼ぐとはこういうことだと教えてくれる。

そして私が本書で最も好きなのが次の一節である。

「この町を回っているお金からは、魚の匂いがした。それって、つまり、この町の人たちの生活の匂いだよね。」

漁師町で生まれた筆者にとって「おカネ」の原点はここなのだ。お金が数字に見えていた私は、ウロコや血の付いたお金の匂いを感じ、一気に引き込まれてしまった。

これからはじまる金融教育がただの金融商品の勉強ではあまりにつまらない。子供たちが金融教育をきっかけにお金について考え、匂いを感じ、豊かな人生を歩むことを願ってやまない。

最後に、筆者はたくさんお金を稼いだが、様々なギャンブルや投機に手を出しては大金を失った。ここはぜひ反面教師として欲しい。

【協会活動報告】会員からのアンケート

いつも協会活動にご理解とご支援を賜り、誠にありがとうございます。また昨年実施をいたしましたアンケートには協会に対しての様々な期待や要望をご記入いただき、非常に参考になりました。

中桐 啓貴理事長
GAIA株式会社
代表取締役社長



その中で要望が多かった項目をご紹介しますと 1番多かったのが **“金融商品仲介業の社会的認知向上”** に関しての要望です。こちらはまだ日本はリスク資産への投資割合が小さく、それを改善していくにはお金のアドバイザーである金融商品仲介業者が広く社会に認知されることや投資家の金融リテラシーを上げていくことが大切ということになります。

次に多かった項目が **“研修・情報発信による専門性、倫理観の向上”** です。研修などは大企業と違いFA会社は小規模なところが多いので、昨年開催しました「ゴールベース・プランニング基礎スキル研修」などさらに充実した研修への要望がありました。また会員同士による情報交換により、何が顧客本位のサービスなのかなどの議論が深まり倫理観向上に繋がるという意見もありました。

3番目が **“金融商品仲介業者に関する問題を調査し、必要に応じて関係省庁と情報共有すること”** です。こちらに関してはまずは私たちFAが金融業界やFA業界の課題を認識し、その解決策を協会でき、関係省庁と共有するべきだという意見がありました。また顧客本位を実行するあたり、手数料の下げ圧力が強まる中、FAの利益と顧客本位を両立される方法などを会員同士や関係省庁と意見交換をしたいという声がありました。

これ以外にも協会運営に関して多くのご意見をいただくことができました。FA業界の留まらず、金融業界は玉石混交と言われることが多く、そうした業界へのアンチテーゼとしてFAになられた方も多いかと思えます。逆に言いますと、FAにとってはそれだけ伸びしろがあるということです。今回のアンケート結果は次年度の事業計画に反映をさせ、より実効性のある施策に取り組んでいく所存です。

ピータードラッカーは未来を知ることはできないが、自分たちで創ることはできると言っています。ぜひこうして志高い仲間が集まっているのですから、力を集めて、この業界の未来を自分たちで創っていきましょう。

【2021年12月、2022年1月の協会ホームページ会員向け掲載情報】

- 1月14日掲載_【正会員・法人アソシエイト・委託正会員限定】第8回「委託正会員コンプライアンス管理に係る打合せ」模様の掲載について
- 1月 5日掲載_12月17日開催 第7回セミナー動画および資料の掲載について
- 12月24日掲載_日本資産運用基盤のホームページに中桐理事長の対談記事が掲載されました。
- 12月24日掲載_【委託正会員限定】第7回「委託正会員コンプライアンス管理に係る打合せ」模様の掲載について