

【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