

【寄稿①】「顧客本位の業務運営」と高まるIFAの活躍の場



上原 秀信氏
(ニッセイアセットマネジメント株式会社 常務取締役)

「顧客本位の業務運営(フィデューシャリー・デューティー)」(以下、FD)という概念は、金融庁が2014事務年度金融モニタリング基本方針で初めて明らかにし、2017年3月末、「顧客本位の業務運営に関する原則」(以下、本原則)として公表した。2021年1月には本原則が改訂され、特に、「(原則6)顧客にふさわしいサービスの提供」では、販売業者は、

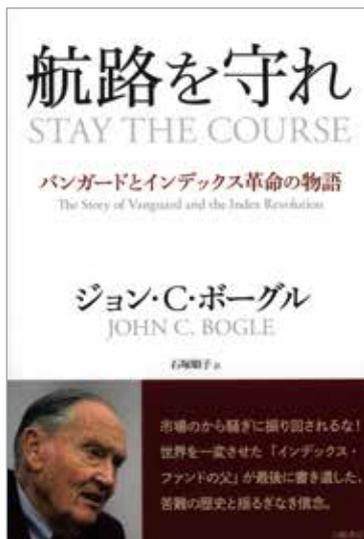
- ①一層、顧客のライフプランを踏まえて提案を行うこと
 - ②提案は、投資信託、保険、外貨預金など業法の枠を超えて類似商品や代替商品と必ず比較しながら行うこと
 - ③販売後は、適切なフォローアップを行うこと
- など、(注)が大幅に改訂されている。

改訂に先立つ2020年3月の金融審議会第28回ワーキンググループでの議論において、「リスク性金融商品を購入する際、他の金融商品との比較説明を受けていないと回答した者は、全体の約7割」、「リスク性金融商品の購入後、フォロー・アドバイスを受けていない、又は、ほとんど受けていないと回答した者は、全体の約8割」という顧客意識の調査結果が報告されている。この結果を受けて(注)が改訂されたものと推定される。

2021年2月に公表された金融庁の「安定的な資産形成に向けた金融事業者の取組み状況」によると、本原則を採択している事業者の数は2020年12月末時点で2,098社。うち1,238社が自主的なKPIを公表し、534社が共通KPIを公表するなど、FDを重視した取組みは浸透してきている。

一方で、本原則の取組方針や自主的なKPIについて、「知っている」または「聞いたことがある」顧客は約3割しかおらず、その取組みを認知していても、実際に参考にして金融商品を購入する顧客は約2割にとどまっている。「取組方針やKPIの内容が難しい」ことがその最大の理由だ(2019年10月の金融審議会第25回ワーキンググループ資料より)。KPIを公表するIFAも増えてきているが、その内容を顧客に分かり易く説明し、FDに対する自らの真摯な取組みを一層理解してもらうことが必要だろう。

今後は、超高齢化社会と認知症の顧客への対応がますます重要となってくるはずだ。厚生労働省のデータによると、2025年には認知症の人は約700万人前後、即ち65歳以上高齢者の約5人に1人と推計されている。高齢者の資産運用や管理、相続に関して、親子世代を跨って家族に寄り添い、顧客の人生の伴走者たるIFAに対する社会的な期待は確実に高まっていくに違いない。人間力と専門知識に富み、真に顧客から信頼されるIFAの活躍の場は広がっている。



書名：航路を守れ
著者：ジョン・C・ボーグル
発行元：幻戯書房



生井澤 浩氏
(株式会社NTTデータ・エービック 取締役)

著者はバンガードの創設者、そしてインデックスファンドの父、ジョン・ボーグルです。

ボーグル氏はアクティブ運用よりもインデックスファンドが優位性を説いた人物のイメージが強かったのですが、本書で彼の苦難の足跡を辿ると、顧客本位を貫いた事こそが最大の功績だった事がわかります。

ボーグル氏はウェリントンで CEO に上り詰めた後にファンドの下落の責任から解任されてしまいます。

ここから日本の契約型投信と米国の会社型投信の違いでやや内容が難しくなるのですが、会社型投信は運用会社が株主となる為、投資家と運用会社の両方に受託者責任を負ってしまう利益相反の関係があり、ファンドの役員でもあったボーグルはこの矛盾を突いていきます。

あるべき姿は投資家がファンドを所有し実費ベースで運用されるミューチュアル構造であると、ファンドが運用会社の業務を内部化し運用会社からの独立を果たす案を出します。この形態により顧客への利益に集中した運用を実現すると説きます。従来の枠組みを変える案は紛糾しますが、最終的には運用、販売は除き、管理部門のみをファンドへ移すことになりませんが、この時に設立した管理会社こそがバンガードです。

管理のみ担当する会社からスタートしたことがインデックスファンドに繋がって行きます。インデックスファンドは運用を行わない商品であると。

結果的に運用コストがかからないインデックスファンドは他のアクティブファンドを上回る成績を示し残高は拡大して行きます。そして次にボーグル氏は顧客本位の観点から高い販売手数料を取る証券会社に対してノーロードによる自社の直接販売を進めて行きます。

この辺り、さぞ激烈な戦いがあったと思われますがボーグルは顧客本位を指針として、進めて行きます。困難な局面において常に顧客にとってよいことかどうか、本書のタイトルにあるように航路を守って事業を進めてゆきます。

本文最初でも触れた通り、最大の功績は顧客本位を徹底することの重要性を世に知らしめたことではないでしょうか。

【協会活動紹介】 営業支援ツール分科会の報告書について



吉永 高士理事
(NRIアメリカ金融・IT研究部門長)

営業支援ツール分科会では 2020年9月の発足から 7回の月次会合を経て、このほど初年度の報告書を福田理事と共同でまとめました。報告書では日本の FA業界や営業支援ツールを巡る現状の課題や問題意識をベースとして、一方で半世紀に渡る歴史を裏付けに IFA事業モデルが確立する米国の先例を当座のメルクマールとして参照しつつ、近未来の営業支援ツールのありように関する「現時点の要望」を提言いたしました。報告書の中味については現物をお読みいただければと思いますが、その「読み方」について1点だけ補足します。

営業支援ツールの開発や機能拡充の目的は多くの場合、顧客理解の深化、提案の質向上、顧客・FA満足度の向上、それらの結果としての FAの生産性向上等を目指すことに置かれていますが、一方で、何か画期的なツールありきでこれらの目的が一気に成就されたり達成されたりすることはありません。これは、他の多くの営業支援ツールに当てはまりますが、営業プロセスのアプローチが先行して目的に沿ったものになっているか、あるいは少なくともその報告に舵を切る状態でなければ、本報告書で要望するツールや機能は無用の長物と化してしまいます。端的に言えば、世帯レベルでのプランニングをしっかりと行い、それに基づく適正なポートフォリオを提案し、継続的レビューとアドバイスを提供するプロセスに有用なものを報告書では要望しています。「あったら便利」というより、顧客と FAの Win-Winに向け本来的には「ないと困る」ものだけ、必要最小限な範囲に限定して書いております。

報告書は会員向けにすでに共有しておりますが、ITベンダーや委託証券会社、商品提供会社、金融当局者および IFA法人自身を含むステークホルダーを広く意識して書いておりますので、関係者間の営業支援ツールや関連インフラの進化と拡充に向けた議論が一層深まり、今後の開発、普及がより適正な方向で進む一助となることを期待しております。

【5月の協会ホームページ会員向け掲載情報】

- 5月20日掲載_6月10日(木)に、協会主催の「第3回セミナー」を開催致します。
- 5月12日掲載_FA協会顧問就任のお知らせ
- 5月11日掲載_新規入会者のお知らせ【5月】

【編集後記】

本5月号では、ニッセイアセットマネジメント株式会社の上原常務取締役からフィデューシャリー・デューティの浸透状況や超高齢化社会におけるIFAへの期待についてご投稿いただきました。また、株式会社NTTデータエービック生井澤取締役からインデックスファンドの父、ジョン・C・ボーグルの著作「航路を守れ」をご紹介いただきました。そして協会の吉永理事(NRIアメリカ 金融・IT研究部門長)からは「営業支援ツール分科会2021年度報告書」(HPの会員限定ページに掲載中)の紹介がありました。

今年は例年より早く梅雨入りが進んでいるようです。雨と上手にお付き合いして健康維持を心掛けたいものです。

(事務局 入木雅和)