

# IFAビジネスの可能性と課題

日本資産運用基盤グループ 代表取締役社長 大原啓一



## 資産運用ビジネスのパラダイムシフト

FinTechサービスの勃興や異業種からの新規参入など、金融ビジネスの在り方が足もと大きく変わりつつあり、資産運用ビジネスもその例外ではない。ただ、資産運用ビジネスの場合、顧客に提供する付加価値が全く変容するという意味において、他の金融ビジネスに比べて、その変化の程度は著しく大きい。

資産運用という金融機能は、顧客の将来の資金需要に対応するものであるが、サービス利用開始後にその商品価値、すなわち顧客が将来受け取る期待金額が変動し続けるため、継続的なアフターフォローアドバイスも付加価値として必要とされるという特徴を本質的に持つ。将来受け取る保険金額が確定しており、利用する時点で顧客満足度がいったん頂点に達するリスク移転（保険）機能とはこの点で異なる。

一方、この資産運用機能を構成する商品付加価値とアドバイス付加価値のうち、前者については、サービスという意味でも、ビジネスという意味でも、残念ながらその意義を失いつつある。例えば、資産運用サービスの代表である投資信託は、既に数千本もの商品が流通しているため、新たに設定される商品が社会や顧客に提供する限界効用は非常に小さいと言わざるを得ない。また、同じような投資運用戦略の商品が複数存在する場合、運用報酬に低下圧力がかかり、足もと日本でも観察されるように、その水準はゼロに近づいていく運命にある。

従って、今後の資産運用ビジネスにおいてはアフターフォローを中心とするアドバイス付加価値を重視するサービス開発やビジネススキームの構築が必要となり、金融機関はそもそもの概念か

ら見直しをすることを余儀なくされるのである。

## 新たな担い手としてのIFA事業者

重要性が高まるこのアドバイス付加価値の提供の担い手として注目を集めているのが、IFA（独立系金融アドバイザー）である。

IFAとは、金融商品取引業者との業務委託契約に基づいて顧客に金融商品の提供を行う金融商品仲介業者のうち、特に大手金融機関から資本的に独立している事業者を指すとされており、顧客本位のサービス運営を行いやすい立ち位置にあると言われることが多い。

ただ、IFAに対してはイメージ先行で誤解も多く、正確にその特徴や優位性を整理しておくことが重要である。例えば、大手金融機関の営業員やその子会社の金融商品仲介業者はその資本関係ゆえに顧客本位のサービス運営を行うことができないという言説や、IFAだからこそ顧客が求めるアドバイス付加価値の提供を行えるという認識は、必ずしも正確ではない。

重要なのは資本関係の在り方ではなく、最良商品方針を順守するための商品に対する中立性や、さらには最適な金融商品プラットフォームを選択するための委託金融商品取引業者に対する中立性であり、資本面で独立していることは、それら中立性を構造的に担保する重要な要素のひとつでしかない。換言すれば、大手金融機関系列であっても商品及びプラットフォームに対する中立性が担保されることが望ましいし、IFAであってもこれら中立性が担保されていないければ、その独立性には特段の意味はない。

とはいえ、大手金融機関系列の営業員や金融商品仲介業者の場合、最近の商品面でのオープンアーキテクチャーは進んできたものの、金融商

品プラットフォームを選択する自由度は殆ど無く、最良のサービス提供のためのプラットフォーム中立性という意味では、IFAの方がより顧客本位のサービス提供をし易い立ち位置にあることは間違いない。また、単に商品を販売するのみならず、継続的かつ長期的に顧客をサポートするアドバイス提供が重要になっていく流れにおいて、異動や転職が基本的には存在しないIFAが優位にあることも言えるだろう。

## IFA業界が直面する3つの課題

IFAが顧客から支持されるサービス提供者として定着し、IFA業界が成長するためには、大きく3つの課題を克服する必要がある。

1つ目は、程度は小さいにせよ、金融商品仲介業者として、顧客との利益相反のリスクを抱えていることである。顧客のアドバイザーという表現を用いても、法令や契約上の立ち位置は金融商品取引業者の委託を受けて金融商品を販売する主体であり、販売手数料収入を得る立ち位置にある。このリスクが顕在化すると、販売手数料稼ぎのための回転売買等へとつながりかねない。

2つ目は、IFAという業態に対する認知度の低さである。ブランドや信頼感の欠如に加え、そもそもIFAという存在が顧客に何を提供するのか、何をしないのかといった共通認識が存在しない。そのため、IFA自身ですら、自らが提供すべき付加価値が本当は何なのかを理解しないままに、金融商品を販売することにだけ懸命になるということも散見される。

3つ目は、ビジネスとしてのIFA事業を軌道に乗せるためのハードルの高さである。殆どのIFAが個人もしくは小規模法人である現状、顧客に長期的に寄り添いながら、事業として成立させることは容易ではない。委託金融商品取引業者の事業インフラを利用することができるとはいえ、コンプライアンスや専門知識の習得など、事業運営に必要なコスト負担は大きい。一方、アドバイス提供から報酬を得る場合、預かり残高に応じたフィー手数料体系が主に想定される

が、一定規模の収入が得られるまで残高を積み上げるには相応の時間がかかる。顧客の長期利益に資するビジネスモデルを構築し得る優位な立ち位置にあるとはいえ、実際にそこにたどり着くまでは苦難の道である。

## ファイナンシャル・アドバイザー協会への期待

これら課題の克服のためには、個々のIFAの活動だけでは不可能であり、業界横断的な取り組みが必要不可欠である。

まず、1つ目と2つ目の課題に対しては、IFAが顧客のアドバイザーとしてどのような付加価値を提供することができるのか、そのためにはどのような倫理観を持ち、どう行動すべきなのか等、業界全体として共通認識を持つことが必要と考えられる。IFAや委託金融商品取引業者の側でも、顧客の側でも、そうした共通認識が広がることで、IFAの特徴や優位性を生かす土壌が整うことになる。勿論、認識共有のみならず、倫理・行動規範の順守を自主規制的に担保する仕組みが講じられれば、より実効的だろう。

また、3つ目の課題に対しては、IFA事業運営を支援する業界横断的な事業支援基盤の構築が考えられる。現在は各事業者がばらばらに対応しているコンプライアンスや専門性の研鑽、マーケティング等の業務を外部に委託することができれば、それぞれのIFAがアドバイス付加価値提供に集中することができる。それは顧客体験価値の向上につながるばかりではなく、IFAの経営を効率的かつ容易にし、顧客本位の業務運営を間接的に支援することにもなる。

このたび、主要なIFAを中心に、初の業界団体となる「ファイナンシャル・アドバイザー協会」の立上げが発表され、来年4月の発足に向けて準備が進められている。委託金融商品取引業者や、資産運用会社等のその他の関係金融機関とも連携することにより、上述のような諸課題を克服し、IFAが真に顧客本位のサービスを提供する担い手のひとつとなるよう、業界横断的な取り組みが進められることが期待される。