

Special

ファンドラップでリテール変革

販売からサービス提供へ 「第3世代」の参入広がる

投資家が証券会社や資産運用会社と投資一任契約を結ぶファンドラップ。対面大手の証券会社や信託銀行が富裕層向けサービスとして取り扱いを始め、過去10年でロボットアドバイザーや証券会社などと組む地方銀行による提供が広がった。金融庁がコストに見合った付加価値を求めるようになった2022年以降はゴールベースアプローチの実践をより簡単にするプラットフォームが存在感を高め、サービスは「第3世代」に入っている。リテール預かり資産ビジネスの軸を「商品販売」から「サービス提供」に切り替えて残高連動手数料を確保する傾向が強まる中、顧客に寄り添う伴走支援を根付かせようとする業界の動きを追った。（橘綱男）

180万件、20兆円規模に

これまで、ファンドラップは大手証券や信託銀が積極的に取り扱ってきた。日本投資顧問業協会によると、2025年3月末時点の契約件数は181万2727件、契約金額は20兆9800億円だ。件数・金額ともに、7年前の18年から2.5倍以上に膨らんでいる。一般的に預かり資産残高の1%以上の手数料を得られ、富裕層を中心にニーズも大きい。

ファンドラップを提供する一任業者は、3月末時点で27社。契約金額ではSMBC日興、大和、野村の証券3社が突出し、4兆円を超える。（次ページ表参照）

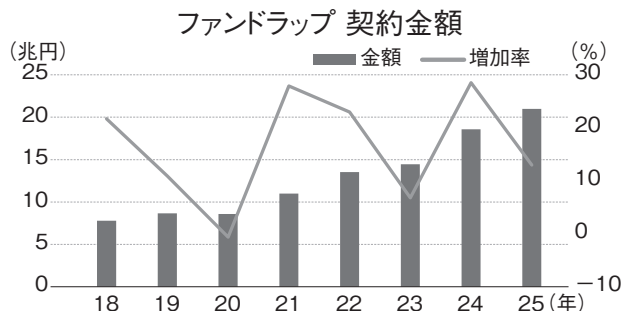
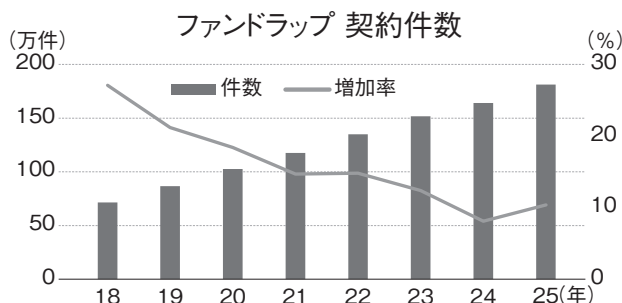
直近10年で、16年にサービスを開始したウェルスナビを筆頭とするロボットアドバイザー業者が台頭した。大手証券などの富裕層向けビジ

ネスとは一線を画し、資産形成層がスマートフォンで簡単に資産運用を始められるサービスを確認した。ファンドラップのシステム基盤を提供するSBIグループのFOLIOも、個社としてはAIで市場の先行きを予測してポートフォリオを組み替える一任サービス「ROBOPRO（ロボプロ）」を取り扱う。

付加価値求める金融庁

一方、ファンドラップは金融庁が外貨建て一時払い保険や仕組み債と同じように問題視してきた。3年前、22年の「資産運用業高度化プロセスレポート」では、組み入れファンドの多くでコスト控除後のリターンがマイナスになっている点を指摘した。

マイナス金利下で国内債券ファンドのパフォーマンスが振るわなかったという事情はあった



（注）投資顧問業協の資料を基に編集事業部作成、毎年3月末時点のデータを集計。増加率は前年同月比。右のグラフも同じ

ものの、「安全資産についてはファンドラップ以外の選択肢も複数あり、あえて高コストのファンドラップを利用する必然性はない」と批判した。販売会社にとって、残高連動手手数料は「多くの顧客資産をファンドラップに含めたいという利益相反の誘因が働きやすい」とも言及した。

その後、23年のレポートでは軟化し、普及への期待を込めてバランス運用投資信託との違いの明確化や、手数料の内訳開示を促す姿勢に転じた。24年には、「顧客本位の業務運営」の実践状況を把握するため各金融機関にアンケート調査を実施し、ファンドラップに関する19問を投げた。顧客が負担するコストに見合う付加価値を提供できているかを確かめており、近く明らかになる24事務年度末の公表物でアンケート結果を踏まえた監督方針が分かる。

地銀と販路拡大

この間に広がってきたのが、一任業者が地銀などと連携して販路を開拓する動き。投信販売手数料の無料化や信託報酬の引き下げ競争が過熱し、

投資一任業者 ファンドラップ契約状況

金融機関	金額	件数
SMBC日興証券	4,840,584	237,390
大和証券	4,478,098	203,475
野村証券	4,031,130	158,314
三井住友信託銀	1,598,515	93,316
ウェルスナビ	1,356,338	439,941
みずほ証券	785,129	42,432
りそな銀	783,958	92,498
三菱UFJモルガン・スタンレー証券	565,628	26,590
UBS SuMi Trust ウェルス	538,924	1,473
三菱UFJ信託銀	362,120	33,580
いちよし証券	327,376	28,627
お金のデザイン	256,026	127,803
ウェルス・スクエア	242,243	26,938
FOLIO	206,514	173,877
水戸証券	169,065	14,030
東海東京アセット	130,117	16,129
楽天証券	109,433	46,507
マネックス・アセット	100,999	29,361
アイザワ証券	68,272	8,527
岡三証券	10,176	1,232
三井住友DSアセット	9,077	1,307
スマートプラス	3,116	1,423
sustenキャピタル	2,922	6,113
証券ジャパン	2,837	542
ニッセイアセット	1,039	1,641
野村アセット	379	21

(注) 投資顧問業協の資料を基に編集事業部作成。金額単位は百万円、25年3月末時点、金額・件数が0の業者を除く26社を掲載

預かり資産ビジネスの収益源を販売手数料から残高連動手手数料に切り替えようとする流れが強まった。約10年前に野村アセットマネジメント傘下のウエルス・スクエアや、マネックス・アセットマネジメント（当時はマネックス・セゾン・バンガード投資顧問）が事業を始めた。

現在、大和やりそな銀行もそれぞれがネットワークを作り、大和は信金中央金庫やゆうちょ銀行とも組む。岩手銀行のように、大和とファンドラップの取り扱いで提携した後、預かり資産ビジネス全体の統合に発展する事例も出てきた。東海東京アセットマネジメントは、グループと地銀が合併で立ち上げた各TT証券などをパートナーとする。

ロボアドのウェルスナビとお金のデザインも、多くの金融機関と協力関係を構築している。ただ、ウェルスナビは三菱UFJフィナンシャル・グループに入り、お金のデザインも東海東京アセットの100%子会社になっている。今後、株主の意向が事業に影響を与える可能性はある。

大手証券や信託銀の伝統的なファンドラップが第1世代のサービスとすると、ロボアドやウエルス・スクエアなどを通じた地銀のサービスは第2世代にあたる。

以下では、地銀などにファンドラップを提供している第2世代以降の主要事業者のサービス内容と、販売を手掛ける金融機関の取り組み事例を紹介する。

ウェルス・スクエア

「野村流」で営業支援

アフターフォローにかかるコストを含めて手数料を受け取る仕組みを活用すれば、地域金融機関は預かり資産ビジネスの軸を商品販売から伴走型のコンサルティングに移しやすい。ウェルス・スクエアは16年から地銀との事業に取り組んでいる。

幅広い金融機関と組むため社名で「野村」を名乗らず、これまでに約20の地銀や地銀系証券と提携した。今年3月末の契約金額は約2500億円に上る。

投資一任業者とファンドラップを提供する主な地域金融機関

一任業者	金融機関
ウエルス・スクエア	山形銀、群馬銀、足利銀、常陽銀、武蔵野銀、千葉銀、きらぼし銀、山梨中央銀、京都銀、紀陽銀、山陰合同銀、百十四銀、名古屋銀、ぐんぎん証券、めぶき証券、ちばぎん証券、きらぼしライフデザイン証券、静銀ティーエム証券、京銀証券、FPG証券
東海東京アセット	北都銀、荘内銀、池田泉州銀、栃木銀、ほくほくTT証券、十六TT証券、池田泉州TT証券、ワイエム証券、西日本シティTT証券、とちぎんTT証券
お金のデザイン	筑波銀、武蔵野銀、山梨中央銀、八十二銀、大垣共立銀、十六銀、南都銀、広島銀、山口銀、福岡銀、佐賀銀、十八親和銀、沖縄銀、北九州銀、富山第一銀、もみじ銀、熊本銀、朝日信金
ウェルスナビ	東邦銀、千葉銀、横浜銀、北国銀、十六銀、東京スター銀、大光銀、浜松いわた信金
大和証券	岩手銀、千葉興業銀、四国銀、大東銀、東京スター銀、あいち銀、愛媛銀、全国の信金
マネックス・アセット	静岡銀、伊予銀、北洋銀、香川銀、静銀ティーエム証券、北洋証券、岡地証券、西尾信金
りそな銀	埼玉りそな銀、七十七銀、横浜銀、十六銀、関西みらい銀、京葉銀、みなと銀
FOLIO	足利銀、愛媛銀
ニッセイアセット	第四北越銀、碧海信金、今村証券
三井住友DSアセット	広島銀、佐賀銀
アイザワ証券	今村証券
証券ジャパン	長野証券
三菱UFJモルガン・スタンレー証券	全国の農協

(注) 取材、各社のウェブサイトなどを基に編集事業部作成。包括的な金融商品仲介の一環で銀行が証券会社のファンドラップを紹介しているケースなど除く

営業の要は、将来の夢や目標を聞いた上で資産運用プランを提案するゴールベースアプローチだ。顧客と対話を重ねながらタブレット端末などに導入したアプリに情報を入力し、ニーズに合った運用コースを診断する。契約後も定期的に訪問・面談し、ゴールに向けた進捗状況を伝えて生活環境が変わっていないかを確かめる。

対話はあくまでもニーズを探る手段。よりふさわしい商品が見つければ、ファンドラップにこだわらず提案を変える。星隆祐社長は「ファンドラップは商品ではなくサービス」と、丁寧なコンサルに価値がある点を強調する。

同社は営業支援にも強みを持つ。野村証券の営業店で経験を積んだ社員らが提携先に出向き、研修の講師を担う。

喜ばれるのは、顧客が他の金融機関で持つ資産の状況を聞くためのノウハウを得られる点。地銀は自行預金から別の金融商品への移し替え提案にとどまる傾向が強く、証券会社と比べれば資産全体に関する踏み込んだ質問を投げるスキルを伸ばす余地が大きい。「取引がある各金融機関でどんな資産を持ち、なぜそこに置いているのかを理解することが付加価値提供の原点」（星氏）という。

常陽銀、時間かけゴールベース浸透

ウエルス・スクエアとリテールビジネスの変革に

取り組んでいる金融機関の1つが常陽銀行だ。21年10月、系列のめぶき証券に一任口座を開設するスキームで取り扱いを始めた。契約の件数は約2500件、金額は約200億円まで積み上がっている。

必ずしも取り扱い開始当初から望ましい形で契約を伸ばし続けてきたわけではない。営業企画部ウェルスマネジメントグループの大野琢磨主任調査役は、「初めは商品のように提案するケースも見られた」と振り返る。

営業店にファンドラップと投信の違いを理解してもらうのは思ったよりも難しく、契約が急増する一方で少し利益が出ると解約する顧客が一部で出た。主な対象として、ある程度の資産を持つ富裕層を想定していたが、最低契約額の300万円での申し込みも一定数あった。定期的に顧客と面談するルールは、契約を増やせば増やすほど担当者の負荷が大きくなるジレンマも生んだ。

その後、一度はファンドラップ契約金額を業績評価の対象から外し、営業店にゴールベースアプローチを浸透させる時間をつくった。24年5月から本格的な提案を再開し、今は着実に契約を伸ばす。「自行預金以外の資産について聞く重要性も理解されるようになってきた」（大野氏）と、野村流の研修も効果を発揮しつつある。

競うプラットフォーム

ファンドラップの取り扱いを検討する金融機関

の選択肢は増えている。ロボアドやウエルス・スクエアなどの第2世代サービスが広がる中、足元では柔軟性が高いサービスのシステム基盤を提供するプラットフォーマーが存在感を高めている。

金融庁がファンドラップの問題を指摘した22年ごろから、大手証券系のシステム開発会社などが手掛けてきた領域に新規参入した上で自社の強みを掛け合わせ、優位性を競い合う構図が生まれつつある。主な事業者は、日本資産運用基盤（JAMP）、Finatextホールディングス傘下のスマートプラス、FOLIO。3社は第3世代ファンドラップの担い手といえる。

第3世代の共通点は、金融機関が従来よりも簡単にゴールベースアプローチに取り組める仕組みの実装に力を入れている点。子どもの学費、老後の生活費など、将来に必要な複数の資金を設定して目的別に資産形成を進められる機能の搭載も一般的になっている。

ファンドラップを提供する一任業者27社のうち、アイザワ証券、三井住友DSアセットマネジメント、証券ジャパン、野村アセットはJAMPと、ニッセイアセットマネジメントはスマートプラスと提携する。自社でロボアドを提供するFOLIOは第2世代の側面も強いが、岡三証券などに基盤を提供する。

第3世代のファンドラップを取り扱う一任業者8社の契約件数は24年3月～25年3月の1年間

で37%増え、13万8169件から18万8570件になった。この間、SMBC日興、大和、野村の証券3社の契約件数は8%増で、新興サービスの方が強い勢いを持っている。

JAMP

対面コンサルを追求

JAMPがQUICKや日本電子計算と開発するゴールベース型資産運用ビジネス支援サービス「GBASs」は、地域金融機関による対面コンサルティングの補助に特化している。22年に提供を始めた。サービスを活用してファンドラップをつくる一任業者と、サービスを紹介する金融機関の双方に参加を呼び掛ける。

一任業者の契約残高は約400億円まで拡大した。大原啓一社長は「いずれは10～15社の一任業者、80行程度の地銀と提携したい」と展望を語る。大原氏は、マネックス・セゾン・バンガード投資顧問（現マネックス・アセット）で地銀向けファンドラップを開発した後、JAMPを創業した。

GBASsは顧客の現状やゴールを聞いてシステムに入力し、最適な資産運用プランを提案するだけではない。顧客一人ひとりの生活環境が変わる前提に立ち、簡易にプランを見直せるようにしている。

例えば、子どもが家から通えない大学に入れ

第3世代ファンドラップのプラットフォームを担う事業者

事業者名	JAMP	スマートプラス	FOLIO
株主・親会社	QUICKなど	Finatextホールディングス	SBIグループ
特徴	QUICK、日本電子計算とサービスの基盤を開発。地域金融機関による対面コンサルティングを重視。一任を引き受ける資産運用会社、証券会社、サービスを紹介・提供する地域銀行を幅広く募る	証券取引基盤を包括的に提供。ファイナンシャルスタンダードと開発したファンドラップパッケージは「ほけんの窓口」が採用。ニッセイアセットの「ゴールナビ」は地域金融機関向けでNISAを自動で利用する機能を実装	営業支援、口座・契約管理、一任運用の各機能を自社でカバー。FOLIO自体も商品を組成し、基盤は他の資産運用会社にも開放。グループのSBI証券を旗艦チャネルとし、地域金融機関などに参画を呼びかける
口座の開設先	各金融機関	スマートプラス	各金融機関
投資一任の引き受け	—	○	○
連携する投資一任業者	野村アセット、三井住友DSアセット、証券ジャパン、アイザワ証券	ニッセイアセットなど	岡三証券
サービスを取り扱う金融機関	広島銀、佐賀銀、長野証券、今村証券、IFAなど	IFA、楽天証券、JTG証券、第四北越銀、碧海信金など	SBI証券、SBI新生銀、足利銀、愛媛銀、IFA

(注) 取材を基に編集事業部作成

ば仕送りが必要になる。定年退職が近くなったタイミングで当初の想定よりも老後資金の準備が遅れていれば、より長い雇用延長を考える。

状況変化に応じて毎月の積立金額や目標ごとのリスク許容度を動かし、常に無理なくゴールを目指せる態勢を維持する。直井光太郎執行役員は、「(運用の基礎となる) 現代ポートフォリオ理論は人間の合理的な行動を前提とする一方、実際は非合理的に動く」と、変化に合わせて資産配分を見直す必要性を強調する。

JAMPが地域金融機関に訴えるのは、ファンドラップをツールにしてインターネット証券や対面の大手金融機関では対応が難しい顧客層のニーズを掘り起こす重要性だ。年齢が若いうちは遠いゴールを意識しにくく、数億円単位の資産を持つ富裕層になれば目標額を決めて運用する必要性が薄くなる。これまでは退職金の入金を資産運用提案のきっかけにする地銀が多かったが、退職や老後を意識し始めるタイミングでファンドラップを勧めてゴールベースアプローチを実践すれば、より早く「粘着性の高い関係構築につなげられる」(大原氏) という。

アイザワ、FAの知見を提携先に還元

「ブローカレッジから資産形成」を掲げるアイザワも、JAMPの基盤を使ってファンドラップを伸ばす。自社での提供に加え、契約媒介やサービス紹介といった幅広い枠組みで地銀、地場証券、IFAなどと組む。

23年8月にゴールベース型ファンドラップ「スマイルゴール」の取り扱いを始め、それまで提供していた「アイザワファンドラップ」は募集を止めた。新旧商品のアロケーションは近い形にし、既存顧客にも付加価値が高い新サービスとして提案しやすい枠組みを整えた。今年3月末時点でスマイルゴールの契約は2553件・183億2000万円まで増えた。足元、金額は約280億円まで伸びている。

提携するIFAや地域金融機関経由の申し込みも一定割合を占める。西京銀行、佐賀共栄銀行

からは預かり資産ビジネスを譲り受け、今村証券は同社の証券口座を使ってアイザワの一任契約を媒介する。この他、サービス紹介に取り組む信用金庫・信用組合も増え、特に最近では中部地方の一部信組が積極的に取り扱っている。預かり資産ビジネスに本腰を入れる余裕がない金融機関でも、紹介ならば顧客ニーズに応えられる。対面相談も可能なアイザワは組みやすいようだ。

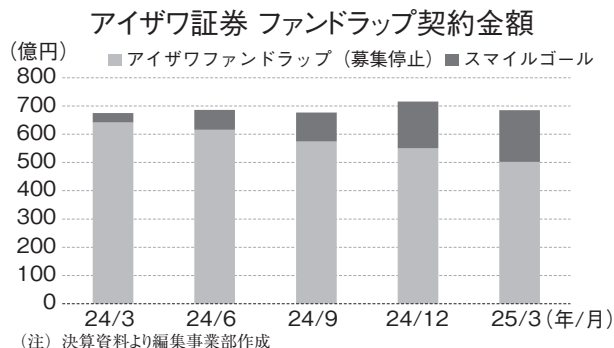
アイザワによると、最近はJAMPプラットフォーム内で提携金融機関の増加を目指す一任業間の競争も激しくなっている。アイザワは「自社のFA(フィナンシャルアドバイザー)による営業で培った知見を提携先の金融機関に還元できる」(馬場雄一執行役員) 点を前面に出し、存在感を高めていく。

スマートプラス

IFAの助言支える

スマートプラスは、ファンドラップの基盤を口座と一緒に提供する証券会社だ。自社でも一任契約を引き受ける。ニッセイアセットと開発した「Goal Navi(ゴールナビ)」は地域金融機関にも提供されている一方、主には証券口座を必要とするIFAなどが独自のファンドラップを用意するための器としてビジネスを広げる。

IFAとは22年に取り扱いを始めたジャパン・アセット・マネジメントのサービス開発を皮切りに、ファイナンシャルスタンダードとは他社に外販できるファンドラップのパッケージ「スマートマネージャー」をつくった。IFAが投資



助言を手掛ける枠組みで、IFAの収益源拡大につながる。スマートマネージャーは金融商品仲介に参入したほけんの窓口も24年2月に採用し、導入先が広がる。

ファンドラップの商品として国際分散バランス運用ファンドを用意する金融機関が多い中、とがった商品をそろえたい証券会社のニーズにも応える。楽天証券とは、レバレッジを利かせて米国株に投資できるサービスを提供する。Jトラストグローバル（JTG）証券とは、米国株のアクティブ運用サービスをラップ化した。

地銀とも、「系列運用会社の活性化に向けた検討を重ねている」（Finatextの小林愛典シニアマーケティングコンサルタント）という。スマートプラスの基盤を使って系列運用会社が独自性の高いファンドラップを組成し、地銀で取り扱う道などを模索する。

ニッセイアセット、NISA枠を有効活用

スマートプラスの基盤を使い、ニッセイアセットが22年から提供するファンドラップがゴールナビだ。これまで、個人向けに投信を組成してきたが、「販売会社の間で預かり資産残高を重視する営業が広がる実態を踏まえ、より息の長い商品を用意する」（投資信託営業本部の大谷昌児副本部長）狙いで開発した。顧客はスマホアプリでゴールを設定し、自分に合った運用コースを選べる。

ニッセイアセットが直接サービスを提供する枠組みに加え、提携する金融機関を通じても利用できるようにした。現在、第四北越銀行、碧海信用金庫、今村証券、岩井コスモ証券と、「オカネコ」を運営する金融サービス仲介業の400Fが取り扱う。第四北越銀は三井住友信託銀行ともファンドラップを提供する計画を進めており、ゴールナビを先行させた。

提携する金融機関はアプリコースとコンサルティングコースの2つを用意でき、コンサルコースでは営業担当者が顧客と定期的に面談する。金融機関の判断次第でアプリコースの顧客にも

一定の対面サービスを提供できる。現時点でコンサルコースを導入するのは碧海信金のみ。

ゴールナビの強みはNISA対応だ。NISA利用だけでなく他のファンドラップでも可能なケースが増えているが、ニッセイアセットは生涯投資枠を有効活用できる機能を搭載している。毎年12月時点で年間投資枠に余裕があり、資産の評価額が簿価と比べて一定以上下がっていれば、自動で売却して買い直す。特許も取得している。

契約金額はまだ約10億円にとどまるものの、ニッセイアセットは数年で100億円まで伸ばせると見る。今も10行程度の地銀と提携に向けた協議を進めており、取り扱う金融機関は今後も増える見通し。金融機関からはスマートプラスではなくそれぞれの口座でゴールナビを取り扱いたいというニーズがあり、対応策を模索する。

フォリオ

SBI旗艦に提供拡大

一気通貫で基盤提供や商品開発を手掛けるフォリオ。22年から、旗艦チャネルのSBI証券に独自性の高い運用コースを投入し、自社を含む複数の運用会社がパフォーマンスを競い合う環境をつくっている。ファンドラップ基盤「4RAP」を使う金融機関は愛媛銀行や足利銀行に広がり、他の地銀からも内定を得ている。

SBIでは自社サービスのロボプロを「AIコース」として提供する他、フォリオが投資一任を引き受ける形で野村アセット、大和アセットマネジメントが投資助言するコースも投入した。フォリオの尾上隆行執行役員は「運用会社のポテンシャルを引き出したい」と、投信では組成が難しい商品開発に意欲を示す。

今年2月に投入した大和アセット助言のコースは、バランス運用ファンドにレバレッジを利かせるもの。さらに別の運用会社から助言を得る4本目のコースも追加が内定している。既存の投信でポートフォリオを構成するスキームや、顧客一人ひとりの年齢などに合わせて資産配分を自動で組み替えられるサービスも検討中だ。

基盤だけ提供するケースもある。岡三は4RAPを使い、一任契約は自社で引き受けるスキームを組んだ。UBSアセットマネジメントから投資助言を受ける富裕層向けサービスだ。

4RAP上で稼働するファンドラップの契約金額は今年3月に1500億円を超えた。当面は「3年後に3000億円」（尾上氏）を目標とし、さらに提携先を増やす。

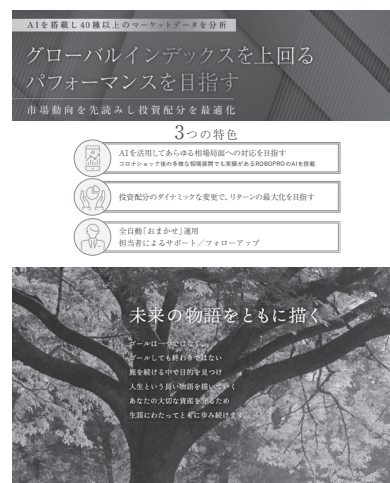
足利銀、2本目のサービスとして採用

6月5日、足利銀行は4RAPを使うファンドラップ「あしぎん投資一任サービスSTORY（ストーリー）」の取り扱いを始めた。グループの常陽銀と足並みをそろえて提供するウエルス・スクエアの「めぶきファンドラップ」に次ぐ、2本目のサービスだ。個人コンサルティング部の清水武彦審議役は、「ゴールベースの資産管理ビジネスを深める」と力を込める。

「めぶき」の提案でもゴールベースアプローチを実践してきたが、より細かく顧客のゴールを設定できる点や、自行の投信口座で資産を預かれる点を踏まえて導入を決めた。「ストーリー」は「めぶき」よりもさらに富裕層向けサービスに位置づけ、棲み分ける。

サービス化にあたり、「パフォーマンスを追求する資産運用」という色彩はできるだけ薄くした。パンフレットの表紙をめくった2ページのメッセージは、「未来の物語をともに描く」。4RAP活用で先行する愛媛銀は「グローバルインデックスを上回るパフォーマンスを目指す」と運用力を前面に出しており、各行で打ち出し方が異なる。フォリオではデザイナーが提案用資料の作成にも協力し、各金融機関の想定顧客層などを踏まえてサービス開発を支える。

足利は24年度から預かり資産営業にウェルスマネジメントの考え方を本格的に取り入れ、行員に浸透させてきた。「ストーリー」の投入で顧客と長期的に付き合うためのツールが整ったため、今後は資産管理で収益を得るビジネスモデルの確立を急ぐ。



愛媛銀（上）と足利銀（下）が取り扱うファンドラップのパンフレットの2ページ目。両行ともFOLIOとサービスを提供するが、強調するメッセージは異なる

ゴールベースは道半ば

ゴールベースアプローチを取り入れたファンドラップサービスで預かり資産ビジネスを変える取り組みは道半ばだ。各陣営の契約件数・金額は伸びているものの、その規模は冒頭で示した大手証券の金額と比べ物にならない。金融機関はコストを回収できるだけの預かり資産残高を積み上げられなければ採算を確保できず、フォローの負担が小さくないのも事実だ。

いずれの基盤事業者・金融機関も対面フォローやアプリでサービス価値を高める戦略を描くが、想定通りに顧客の支持を集められない可能性もある。プラットフォーマーからは、「システムを活用すればゴールベースアプローチはそれほど難しくない。いずれは競争力が失われていく気もする」との声が聞かれた。

金融機関の営業現場では、「アドバイスは無料」という考えがいまだに根強く残る。顧客の人生に寄り添うゴールベースを標榜してファンドラップ営業を推進し、その一方で従来型の投信販売にも力を入れ続けるならば、どこかで矛盾が生じる危険性がある。商品・サービスごとに対象とする顧客層をはっきり分ければ食い違いも起きにくい、ファンドラップのターゲットを幅広い顧客層に設定する場合はそれなりの覚悟が必要になりそうだ。