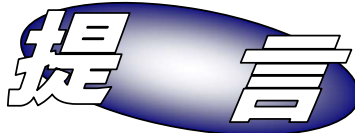


オピニオン



このコラムは運用会社や金融機関のエキスパートの方に執筆をお願いしています。

金融商品のコモディティ化が進み、これまでの事業モデルが限界を迎えるなか、リテール金融機関の多くが、非公開資産クラスを組み込んだ金融商品や商品提供の概念を超えた資産運用アドバイスサービス等、新しい付加価値を提供する商品・サービスの開発に注力している。

特に、金融商品は資産運用の手段に過ぎないという問題意識のもと、継続的に資産運用計画の実行をサポートする資産運用アドバイス付加価値の提供が今後は主流になると考えられており、投資一任スキームを活用した新しい資産運用アドバイスサービスの開発・提供が普及していくことが予想される。

こうした動きを背景に、「資産運用アドバイスサービスの手数料はどの程度の水準であるべきか」が、しばしば議論の対象となる。従来とは異なる概念のサービスであり、手数料水準に関する相場感もまだ存在しない一方、証券会社や資産運用会社にとっては、新たな主力事業モデルとして期待を寄せる領域であり、しっかりと事業利益の確保と成長を描くため、各社が頭を悩ませているところであろうと推察される。

この点、「既存のロボアドバイザーサービスが残高に対して年率1.0%程度の水準である以上、それを超える水準の手数料設定は顧客本位の観点から許されない」という意見

が一部にあるようにも耳にする。ただ、このような考えには、次の2点から違和感を覚えざるを得ない。

まず、既存のロボアドバイザーサービスとApple to Appleで比較をし、その手数料水準を論じることに疑問を感じる。よく言われることであるが、日本で提供されるロボアドバイザーサービスのほとんどは、いわゆる「ロボ・ポートフォリオ・アドバイザー」であり、顧客が取り得る

「『顧客本位』の手数料水準」に感じる違和感

リスク許容度の上限を推計し、その結果に基づく適切なポートフォリオを提示するところに「アドバイス」付加価値の重きが置かれ、実際にはその提供付加価値の大宗は投資運用付加価値である。スマホ等を活用した仕掛けに新規性はあるものの、提供付加価値という点では、実は従来の投信商品と大きな違いはない。

一方、リテール金融機関が開発を進める新たな資産運用アドバイスサービスとは、顧客のライフプランを考慮した資産計画の策定とその実行を継続的に「アドバイス」することを重視したものであり、ヒューマンタッチの組み込みも含め、提供付加価値が従来とは異なるものである。こうした新たなアドバイス付加価値を考慮せず、ロボアドバイ

ザーサービスとの手数料比較を行う議論には意義を見出しにくい。

また、顧客本位のサービス開発を論じる際に、最初に手数料水準の議論から入ることに疑問を感じる。繰り返しになるが、資産運用アドバイスサービスが提供するものは、これまで投信商品や「ロボ・ポートフォリオ・アドバイザー」が提供してきた投資運用付加価値のみならず、顧客のライフプランをサポートするアドバイス付加価値である。そこでは、単に資産運用に係るアドバイスのみならず、相続に関する付加的な支援や高齢者見守りサービスのような非金融価値の組み込み等、それぞれの金融機関が更なる創意工夫に努めているとも耳にする。

「顧客本位」を重視するのであれば、顧客が求める付加価値をいかに豊富にサービスに組み込むかという視点がまず必要であり、業務効率化等を通じたコスト削減もその後に最大限検討されるというのがあるべき流れではないだろうか。提供する付加価値を考慮せず、手数料水準ありきという姿勢にはそのような付加価値ベースの視点は感じられない。

いずれにせよ、サービスの付加価値を評価し、その手数料水準が高いか安いかを判断するのは利用する顧客であり、金融機関や当局ではないのは言うまでもない。「手数料水準はこの程度であるべき」という主張は、顧客本位という錦の旗を掲げつつも、実は顧客の視点からかけ離れた考えなのではないだろうか。

(O次郎)