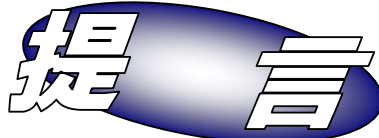


ニッキン 投信情報

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。

堅調な米国株式市場の上昇等を背景に、我が国の公募投資信託への資金流入状況は活況で、時価変動の効果もあり、足元7月末の公募投資信託の純資産総額は約154兆円にまで達している。また、手数料無料化やポイント還元施策等が功を奏し、若年層を中心に主要オンライン証券の口座開設数や預かり資産残高は大きな成長をみせている状況にある。

ただ、対面の顧客接点を事業の基軸とする地域銀行や証券会社等は、残念ながら、こうした資産運用ビジネスの活況の恩恵にあずかることができているように見受けられる。特に、地域銀行は預金や住宅ローン等の金融サービスの提供を通じ、その地方に居住する一般生活者の多くと取引がある状況にかかわらず、こと投資信託等の資産運用サービスの提供については、その顧客基盤という戦略資産を十分に活用できず、限られたごく一部の顧客のみを相手にする状況からいまだに脱することができていないと思われる。

このような状況について、地域銀行の営業員や顧客の金融リテラシーの低さやオンライン取引環境の不備等に原因を求める見方も根強くあるようだが、より根本的には、資産運用サービスを顧客にとって「自分ごと」の金融サービスであるという認識を持って

もらうような提案ができていないことが原因として存在するように思われてならない。

一般生活者の多くが利用している生命保険等の保障性商品の場合、例えば、家庭の大黒柱である父親に何か不慮の事故が起きるリスクに備え、子供が生まれたタイミング等で、新たに生命保険に加入することが多いようである。この際、父親の死亡時には、残された家族の生活等に必要十分な保険金が支払われなければ

資産運用サービスにゴールベース型の「必然性」を

ばならず、そのためには毎月の掛け金は幾ら必要であるというサービス利用の検討は、まさに自らの人生や家族計画に直結する「自分ごと」として、真剣に検討される。

一方、資産運用サービスの代表的存在である投資信託商品の提案の場合、まずは現在の相場環境や今後のマーケット動向の見通しを語り、商品の魅力やその商品を勧める理由等を説明するというのが一般的な営業トークと思われるが、残念ながら、そこには顧客の「自分ごと」という視点はほとんど存在しない。従って、自分や家族の将来にかかわる課題を解決するために、なぜこのリスク水準の投信商品をいまこのタイミングで、この金額だけ購入しなければならないかという必然性が見

出すことができないのである。

「自分ごと」として必然性を感じられないサービスや商品の提案に顧客が興味を示さないのは、金融サービスに限らないことであるが、この当然のことを長らく無視したまま、顧客へのアプローチに工夫を講じないでいる金融機関の姿勢は怠慢以外の何ものでもない。

顧客やその家族の人生の目標やライフプランを丁寧にヒアリングし、その実現のためにはどのような資産運用サービスをどのように利用するのが適切かを金融の専門家として検討し、顧客に「自分ごと」として利用の必然性を感じて頂けるような提案を行う。これがいま日本でも改めて注目されているゴールベースアプローチ型の資産運用サービスの考え方である。そのうえで、投資信託ではなく、アフターフォロー役務も個別に契約内で定義できる投資一任（ラップ）のスキームを活用し、単に入り口の提案を行うだけではなく、その後のライフプランの実現のサポートも含め、継続的な資産運用アドバイスも提供しようとするのが、ゴールベースアプローチ型ラップサービスとなる。

足元、地域銀行等においてゴールベースアプローチ型ラップサービスの導入を進める動きが広がっているが、従来の「プロダクトアウト」の発想ではなく、顧客の「自分ごと」の目線を起点とし、必然性を伴う提案が資産運用サービスの世界で定着していくことが今まさに求められている。

(〇次郎)