

喜 怒
哀 楽



長澤 敏夫

金融庁は、6月末に「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」を公表した。私は、昨年末に金融庁を退職するまで、このアンケート調査の担当部署に所属していたので、どのような切り口で分析するか興味があり、その公表を心待ちにしていた。ここでは、特に興味を引いた、いくつかの調査結果を紹介させていただきたい。

まず、「資産運用」という言葉のイメージについての投資未経験者の回答は、「専門的な知識を要する」、「損失リスクが高い」といった、従来と変わらない回答が多かった。一方、投資経験者では、「長期保有」、「様々な商品への投資」、「少額資金でも始められる」といった回答が多く、資産運用の王道「長期・積立・分散」の投資家への浸透を感じた。

しかしながら、こうした投資家も、長期投資の考えを持ちつつも、保有商品に含み益が生じると売却する傾向が見られたという。このうち、金融機関の担当者がついている顧客の方が、短期売買の割合が低い傾向にあり、金融機関が、顧客に対して、長期投資に関するアドバイスを行うことが有効とされた。また、定期的なフォローアップ

金融庁の「顧客意識調査」に見る資産運用アドバイスの重要性

により、顧客が長期投資の重要性や効果を確認する機会が生まれ、顧客の投資イメージに沿った行動のサポートにつながる可能性があると、金融庁はフォローアップの重要性を指摘している。

こうした中、金融機関のフォローアップを有益と感じた回答が約9割、非常に有益と感じたのは約3割だったとのこと。レポートの表現では、「3割に止まる」となっているが、個人的には、アドバイスの対価を支払うことに慣れていない日本において、3割いたというのは評価に値することかと思う。特に、年代的に見て、資産形成を始める世代、住宅や教育資金を考える世代、退職後を考える世代などの、20代、30代、50代が平均以上に高かったのは非常に興味深い結果であった。

このほか、リスク性金融商品の購入にあたって受けたい提案では、「ライフプランに沿った中長期の資産形成に関する提案」が最も多く、「期待リターンの高い商品の提案」をほさみ、「資産配分の提案」が続き、ライフプランを踏まえたポートフォリオ提案が徐々に浸透しつつあるという手応えを感じた。

なお、今回の調査では初めて金融機関等が独自に分析できるように詳細データ(生データ)が公表されており、機会があれば、自分でも分析してみたいと思っっている。

(ながさわ・としお)日本資産運用基盤グループ主任研究員