

ニッキン 投信情報

(4) ニッキン投信情報

寄稿

金融庁のモニタリングレポート等から読み解くこれからの資産運用アドバイスのあり方(中)

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

日本資産運用基盤グループ 主任研究員 長澤敏夫

前回(9月6日号掲載)は、「顧客のライフプラン等を踏まえた適切なポートフォリオ提案やフォローアップ」について、具体的な提案プロセスに当てはめて考えてみましたが、第2回目は、モニタリングレポートと共に公表された「顧客意識調査」の結果より、顧客の資産運用アドバイスに対するニーズ等について考えてみたいと思います。

資産運用に関するイメージ

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」を公表しました。そのうち、資産運用アドバイスに関連する、いくつかの結果について説明いたします。

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く見られます。一方、投資経験者では(図表1参照)、「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」の投資家への浸透が感じられます。

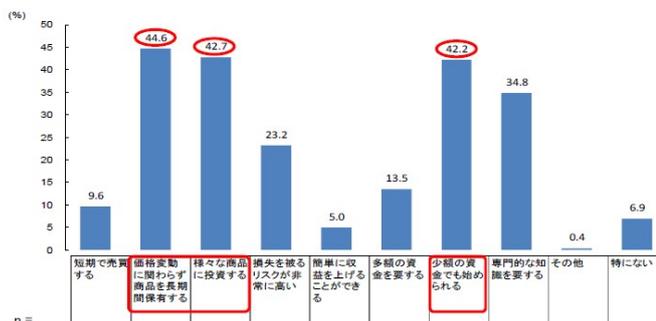
また、「新型コロナウイルスの影響による相場変動を経験したことで、資産運用に対する姿勢や考え方に変化はありましたか」という質問に対しては、「特に変化はない」という回答が最も多かったものの、変わったという回答では、「一時的に相場が下がっても、相場が回復する可能性があるので、リスクを抑えて長期運用しようと思った」、「分散投資の必要性を認識した」、「今後の資産運用に対する意欲が高まった」が上位で、ここでも長期・分散投資に関連する回答が多い結果となっています。

さらに、運用期間に関するイメージをたずねたところ(図表2参照)、「10年以上」や「年数にかかわらず、できるだけ長く」と長期投資に関するイメージを持っている人が合わせて4割以上という結果でした。

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、保有商品に評価

益が出た際、思いがけず売却したことがあるとの回答者が5割弱いました(図表3参照)。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ったとのことです。金融庁のモニタリングレポートでも、定期的なフォローアップにより、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、フォローアップの重要性を指摘しています。

図表1 投資経験者の資産運用に関するイメージ(複数回答)



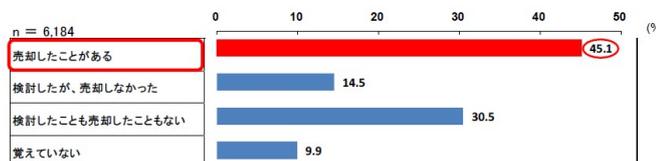
出典:令和3年6月「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」(金融庁)

図表2 運用期間に関するイメージ



出典:令和3年6月「投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について」(金融庁)

図表3 当初、長期間保有するつもりが、保有商品に評価益が出た際、思いがけず売却した経験



出典:令和3年6月「投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について」(金融庁)

日本金融通信社が記事利用を許諾しています

ニッキン 投信情報

ニッキン投信情報 (5)

金融機関から受けた提案

次に、リスク性金融商品の購入に当たって、金融機関からどのような提案を受けたいかという質問に対しては(図表4参照)、「提案を受けたい内容はない」が最も多かったものの、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」が最も多い結果で、「期待リターンの高い商品の提案」をはさみ、「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顧客にも浸透しつつあるという手応えが感じられます。

フォローアップ

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(図表5参照)、非常に有益であり、対価を支払うに値するサービスと感じたのは約3割だったとのことです。モニタリングレポートの表現では、「3割に止まる」となっていますが、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えます。特に、年代別に見て、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と言えます。

投資未経験者の資産運用アドバイスニーズ

一方、投資未経験者に対する「もし、あなたの立場に立ってアドバイスしてくれたり、手続きをサポートしてくれる人がいたら、リスク性金融商品を購入したいと思いますか」という質問では、全年代平均では、25%が「購入したいと思う」と回答したのに対して、20代では約5割、30代では約4割が回答し、他の年代と比べ割合が高い結果となりました。

また、「もし、動画やチャットボット、ロボットアドバイザー等により、手続きや資産運用に関するアドバイスやサポートを金融機関が行うサービスがあったら、リスク性金融商品を購入したいと思いますか」との質問に対しては、いずれの年代においても、前問のサポートしてくれる人がいる場合の投資意向に比べ、「購入したいと思う」との回答割合が低く、若年層においても対面でのアドバイスを求める傾向が強いことがうかがわれました。

資産運用アドバイスの重要性

投資経験者において、「長期・積立・分散」や「ライフプランを踏まえたポートフォリオ

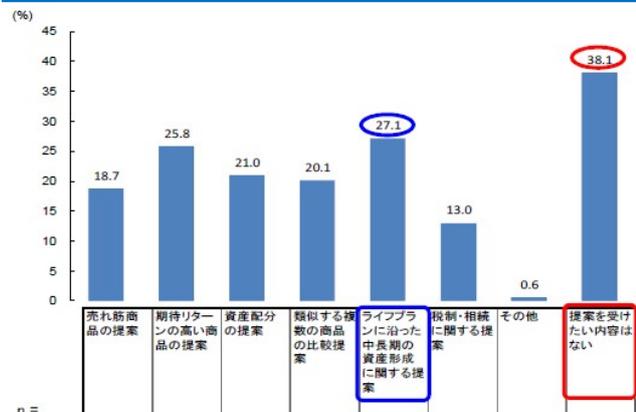
長澤敏夫(ながさわ・としお)
日本資産運用基盤グループ
主任研究員

1984年4月 太陽神戸銀行(現三井住友銀行)入行。2011年1月金融庁入庁。「顧客本位の業務運営」のモニタリング等に従事、19年8月より主任統括検査官。20年12月金融庁を任期満了につき退職。21年3月より現職。



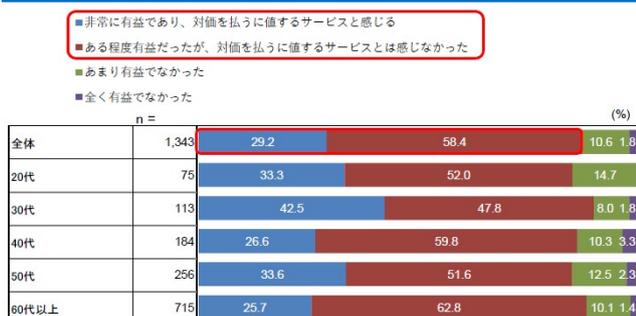
提案」の考え方は浸透しつつある一方、実際に行動を伴わせることには困難な一面も垣間見えました。また、フォローアップに対価を払ってもいいと考えている人も一定数いることも分かりました。対面での資産運用アドバイスの重要性は、米国の例を見るまでもなく、ますます高まると思われますが、こうしたニーズに対して、いかに自らの顧客基盤が持つ強みを生かしたビジネスモデルを構築することができるか、またそれを収益化していくことができるかが、今後より重要となっていくものと思われます。

図表4 投資経験者の希望する提案内容(複数回答)



出典:令和3年6月「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」(金融庁)

図表5 フォローアップを受けたことがある回答者におけるフォローアップの評価



出典:令和3年6月「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」(金融庁)

日本金融通信社が記事利用を許諾しています