

顧客意識調査等から見えてくるアドバイスや アフターフォローの重要性とその実践

2022年3月3日



1. 「顧客本位の業務運営に関する原則」が求めるアドバイスやアフターフォロー
.....P.3
2. 顧客意識調査から見えてくるアドバイスやアフターフォローに対する顧客の期待と評価
.....P.6
3. 金融庁モニタリングレポートが示唆するアドバイスやアフターフォローのあり方
.....P.16

- 「顧客本位の業務運営に関する原則」が求めるアドバイスやアフターフォロー
 - ✓ ライフプラン等を踏まえた**目標資産額**や**安全資産と投資性資産の適切な割合**を検討し、それに基づく、具体的な金融商品・サービスの提案
 - ✓ **長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップ**
- アドバイスやアフターフォローに対する顧客の期待と評価（顧客意識調査）
 - ✓ 「**ライフプランに沿った中長期の資産形成**に関する提案」に対するニーズは高く、サービス提供後の**定期的なアフターフォローが満足度の向上**へ
- 具体的なアドバイスやアフターフォローのあり方（金融庁モニタリングレポート）
 - ✓ 経営陣・本部が、顧客属性やニーズ（目標）の把握、商品・サービスの選定から、アフターフォローまで、**顧客ごとにふさわしい商品・サービスを提供するためのプロセスや仕組みを定め、営業員が当該プロセスに沿って提案**することが、提案水準の平準化・高度化につながる。（経営陣の役目）

1. 「顧客本位の業務運営に関する原則」が求める アドバイスやアフターフォロー

- 「顧客本位の業務運営に関する原則」の策定から3年が経過する中、その定着状況を検証し、更なる進展を目指す。

「顧客本位の業務運営に関する原則」（2017年3月策定・公表）

- 国民の安定的な資産形成の実現に向けて、金融事業者は本原則を採択し、その取組の「見える化」により、顧客がより良い金融商品・サービスを選択するメカニズムの実現を図る（「プリンシプルベースのアプローチ」）。

【7つの原則】

1. 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等

2. 顧客の最善の利益の追求

3. 利益相反の適切な管理

4. 手数料等の明確化

5. 重要な情報の分かりやすい提供

6. 顧客にふさわしいサービスの提供

7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

顧客本位の業務運営の更なる進展

- **「原則」の具体的内容の充実** 実効性を高めていくため、原則により求められる具体的な取組（原則の注記）に以下を追加
 - ・ 顧客のライフプラン等を踏まえた業横断的な商品の提案及び商品提供後の適切なフォローアップの実施
 - ・ 金融商品の組成に携わる金融事業者による想定顧客の公表
 - ・ リスクや手数料、利益相反等の情報を比較できるよう、各業者・商品毎の共通の情報提供フォーム（重要情報シート）の導入
- **「原則」の一層の浸透・定着**： 金融庁において、事業者の取組状況等を「原則」の項目毎に比較可能な形で公表
- **不適切な販売事例の効果的な抑制**： 法律上の誠実公正義務や適合性原則の内容を明確化するため監督指針を改正

注）本資料における、金融庁公表資料の太字、赤字、下線等は、日本資産運用基盤グループによる。

出典：2020年8月金融審議会 市場ワーキング・グループ報告書
「顧客本位の業務運営の進展に向けて」概要（抜粋）

市場WG報告書のポイント

- **顧客のライフプラン等を踏まえて、適切なポートフォリオを提案**（個々の顧客に寄り添ってふさわしい金融商品・サービスを提案することが重要）。
- 業法の枠を超えて**横断的に他の類似・代替商品との比較**が行われることが重要。
- ライフステージや資産状況などの顧客自身の変化や市場環境の変化に応じた適切な**フォローアップ**。

改訂後の原則（抜粋）

原則6. 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。

（注1）金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。

- ・ 顧客の意向を確認した上で、まず、**顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案**を行うこと
- ・ 具体的な金融商品・サービスの提案は、**自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと**
- ・ 金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、**長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップ**を行うこと

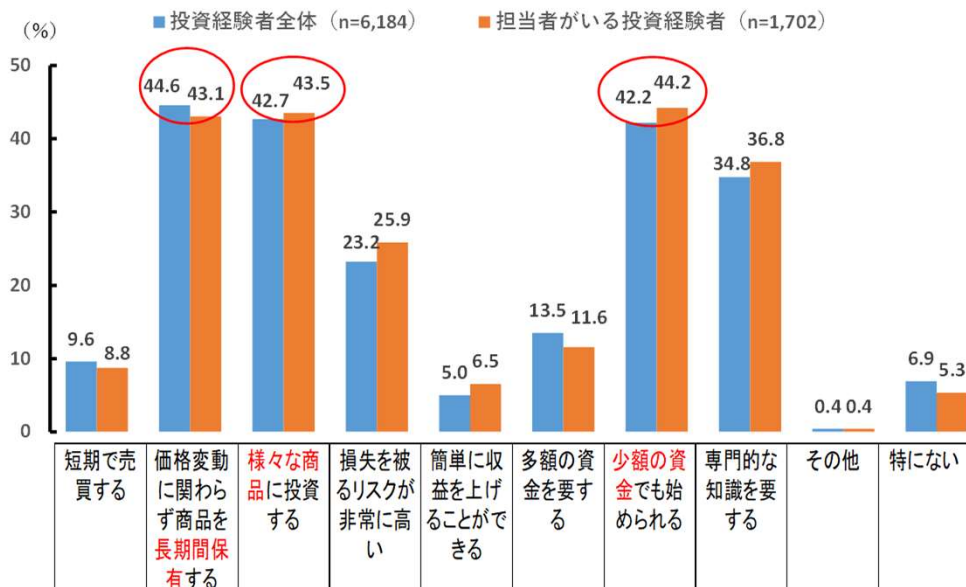
出典：金融庁資料より当社作成

2. 顧客意識調査から見えてくるアドバイスやアフターフォロー に対する顧客の期待と評価

資産運用についての考え方

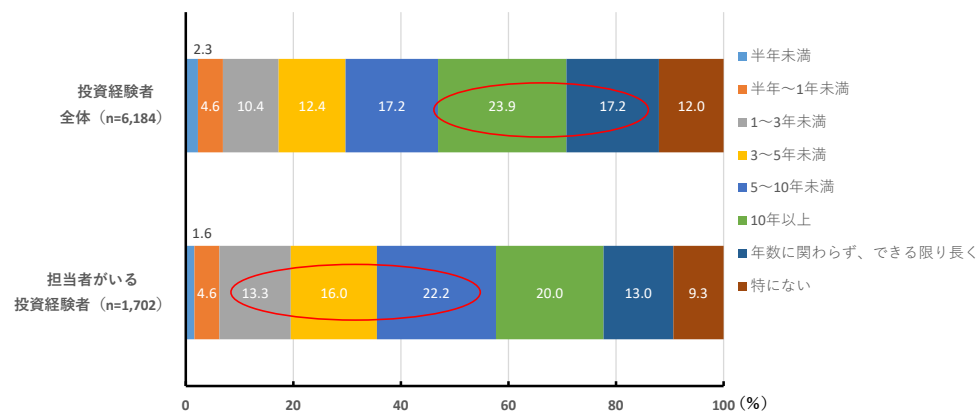
- 投資経験者の資産運用に関するイメージは、金融機関の担当者が付いているかどうかに関係なく、「**長期保有**」、「**様々な商品への投資**」、「**少額資金でも始められる**」といった回答が多い。
- 運用期間のイメージは、5年以上が過半。
- リスク・リターンの考え方は、**ローリスク・ローリターン志向**が4割前後。

【資産運用に関するイメージ】

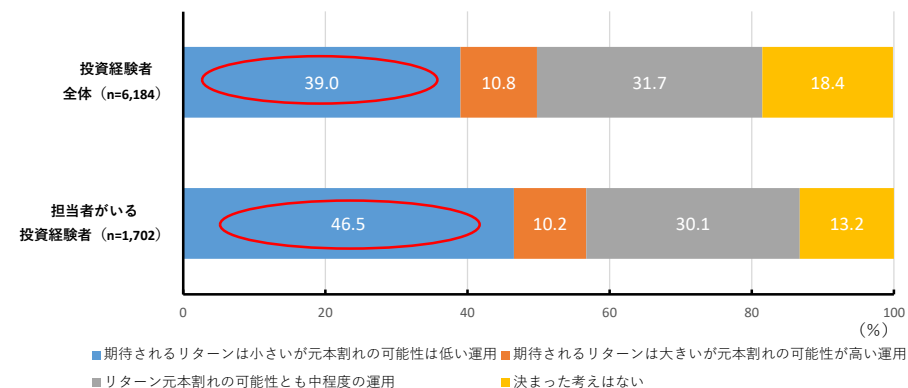


出典：金融庁「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」を基に当社作成

【運用期間に対するイメージ】



【リスク・リターンについての考え方】



資産運用に関するサービス・取組の良さの評価理由

- ネット系証券会社では、手数料の安さ、インターネット取引などの利便性を評価。
- それ以外では、担当者の説明の分かりやすさ、を主に評価。
- そのほか、主要行等や対面証券会社では、インターネット取引の利便性や取扱商品の多さを、地域銀行では、担当者の人柄などを評価している。

資産運用に関するサービス・取組の良さの評価理由（業態別）

(単位) 1段目:人 2段目:%	全体	手数料が安 かったから	取扱商品が多 かったから	インターネット 取引などの利 便性が良かつ たから	ポイントサー ビス・キャン ペーンの内容 が良かったか ら	資料やHP等 が分かり易 かったから	顧客本位の業 務運営に関す る取組方針・ KPIの内容が 良かったから	担当者の説明 が分かりやす かったから	担当者の人柄 が良かったか ら	担当者の知識 が豊富だった から	その他
全体	2528 100.0	1422 56.3	807 31.9	1470 58.1	593 23.5	309 12.2	179 7.1	463 18.3	249 9.8	243 9.6	29 1.1
主要行等	323 100.0	89 27.6	100 31.0	119 36.8	75 23.2	40 12.4	40 12.4	130 40.2	66 20.4	65 20.1	5 1.5
地方銀行・第二地方銀行	116 100.0	12 10.3	30 25.9	33 28.4	17 14.7	12 10.3	11 9.5	75 64.7	42 36.2	33 28.4	0 0.0
対面証券会社	440 100.0	55 12.5	164 37.3	132 30.0	35 8.0	73 16.6	57 13.0	191 43.4	100 22.7	109 24.8	10 2.3
ネット証券会社	1135 100.0	935 82.4	381 33.6	870 76.7	288 25.4	130 11.5	36 3.2	13 1.1	5 0.4	6 0.5	10 0.9

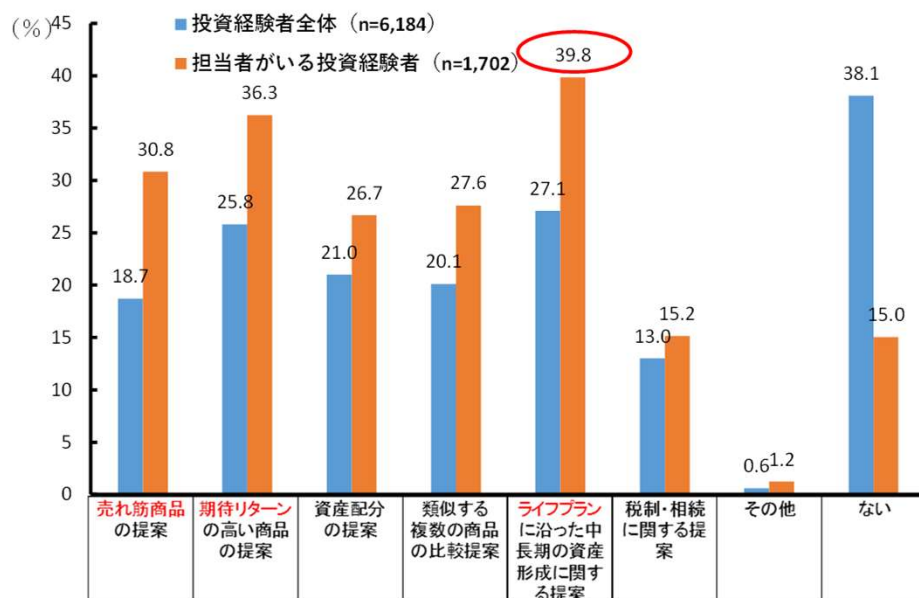
(資料)金融庁

出典：2021年6月金融庁「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」

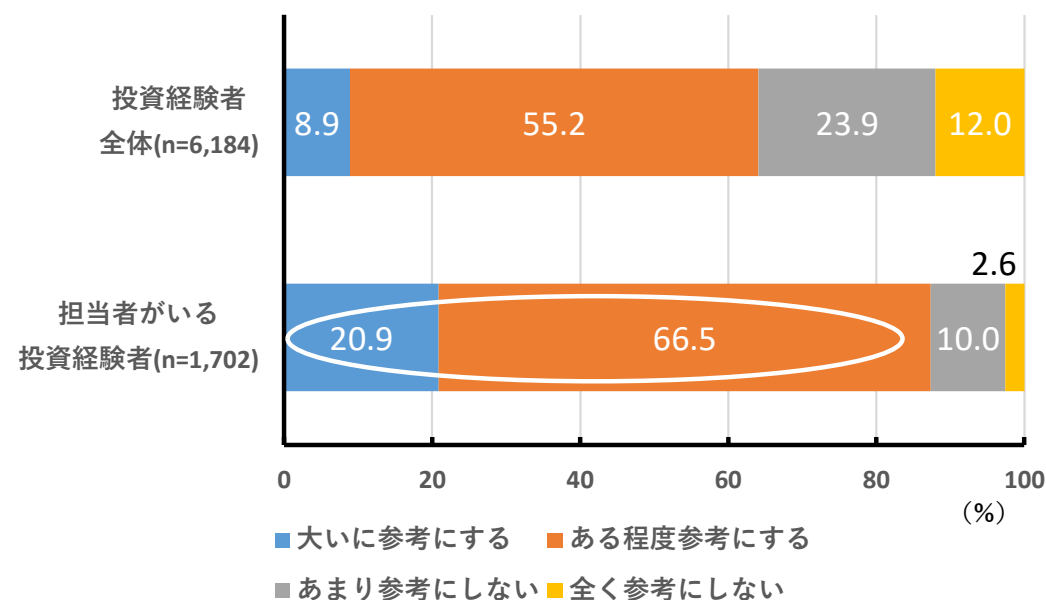
受きたい提案と関心度合い

- 担当者がいる回答者が受きたい提案は、「**ライフプランに沿った中長期の資産形成**に関する提案」、「**期待リターンの高い商品**の提案」、「**売れ筋商品**の提案」が続く。
- ライフプランを踏まえた提案への期待が高い一方、儲かりそうな流行りの商品の提案を期待する顧客もまだまだ多い。
- 金融機関の提案について、担当者がいる回答者は**9割が参考**にすると回答。

【金融機関から受きたい提案（複数回答）】



【金融機関の提案への関心】



出典：金融庁「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」を基に当社作成

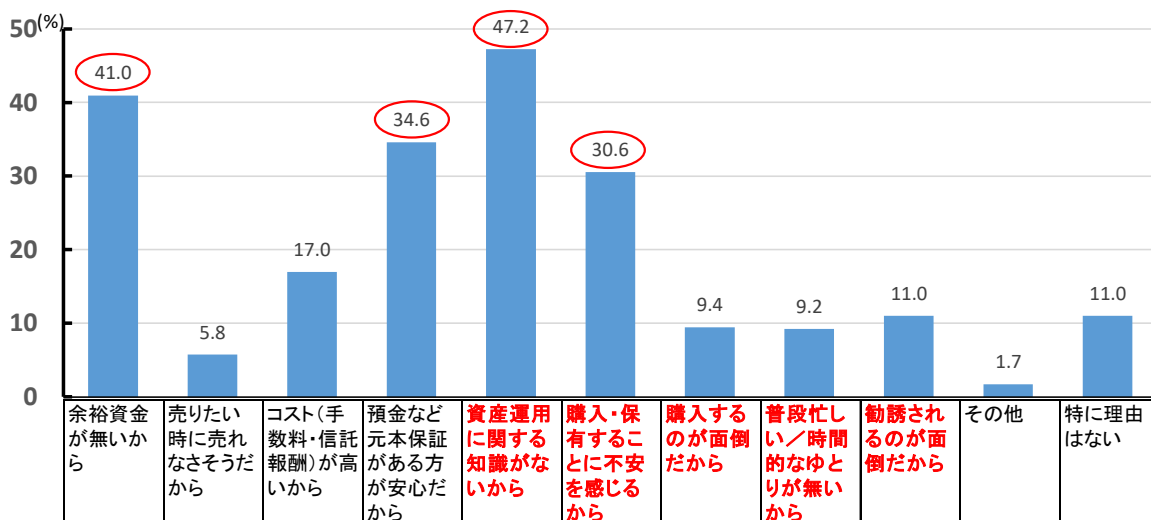
投資未経験者の意識

■ 資産運用を行わない理由と投資未経験者に対するアドバイスの有効性

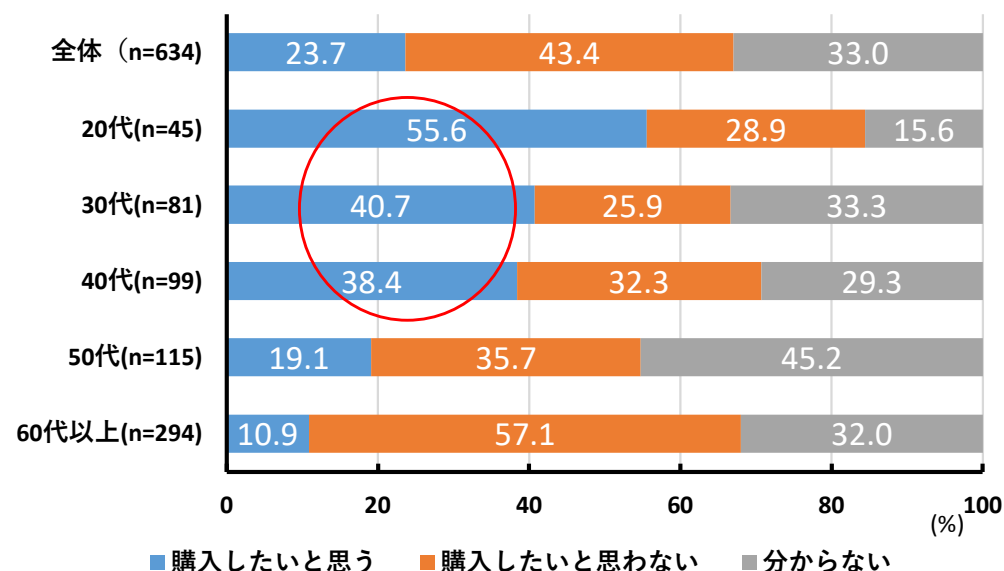
（金融資産500万円以上保有する投資未経験者を対象）

- ✓ 資産運用を行わない理由としては、「**資産運用に関する知識がないから**」が約半数、「**余裕資金が無いから**」、「**預金など元本保証がある方が安心だから**」、「**購入・保有することに不安を感じるから**」が順に続く。
- ✓ 左グラフで赤字で示された項目を選択した人を対象に、**アドバイスやサポートをしてくれる人がいたら購入するか**と尋ねたところ、**20代では過半数**、**30～40代では4割前後が「購入したいと思う」と回答**。
- ✓ 資産形成層に対する**アドバイスの提供が資産運用開始への背中を押す機会**となりうると考えられる。

【資産運用を行わない理由（複数回答）（n=1008）】



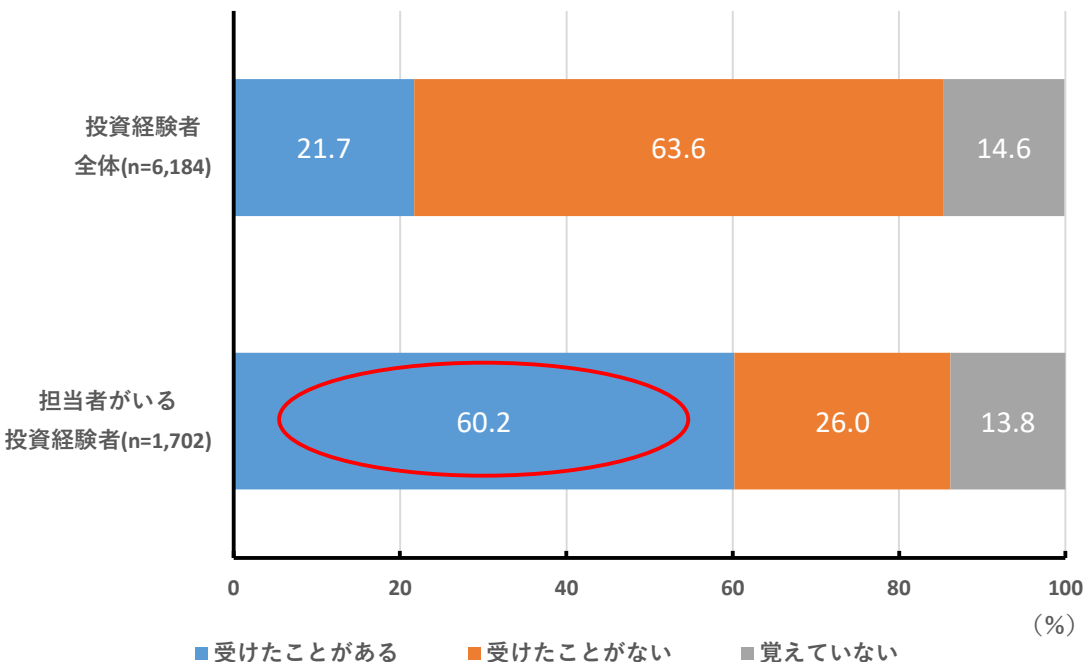
【もし、あなたの立場に立って**アドバイス**してくれたり、手続きを**サポート**してくれる人がいたら、**リスク性金融商品を購入したい**と思いますか。
（左記回答において赤字の項目を選択した人を対象）】



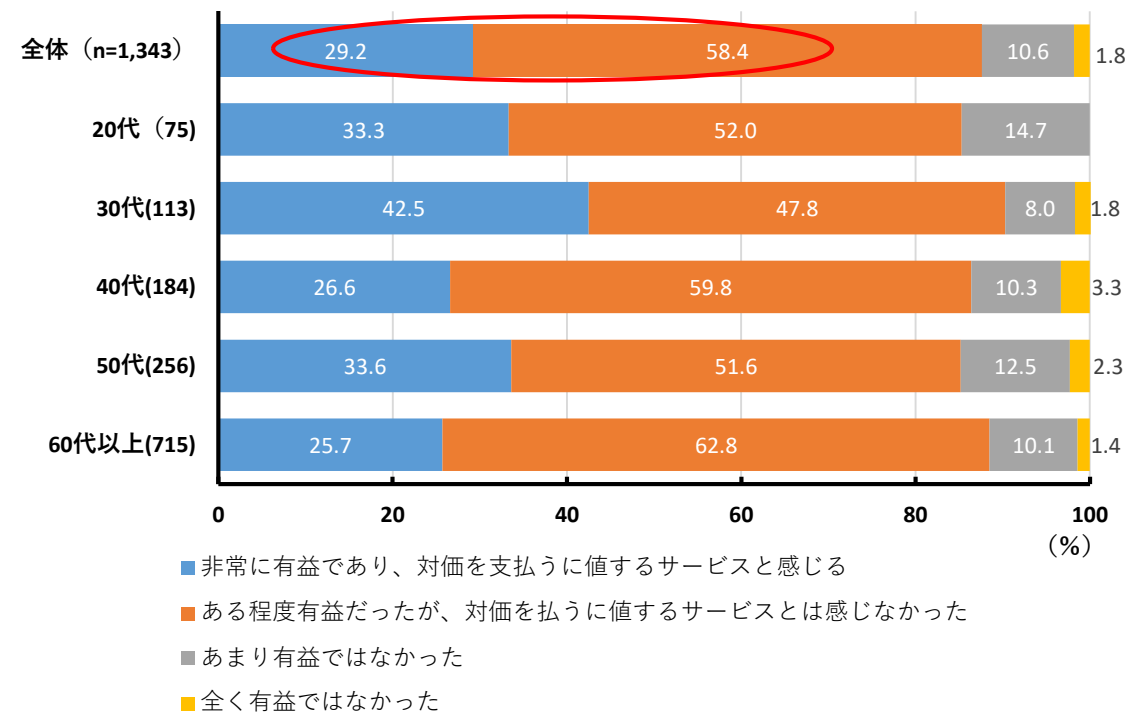
出典：金融庁「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」を基に当社作成

- フォローアップを受けたことがある回答者は、投資経験者全体では2割に止まるも、**担当者のいる回答者に限ってみると6割**。
- フォローアップを受けた人のうち、有益と感じたとの回答が約9割、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**。

【フォローアップの有無】



【フォローアップは有益か 年代別】

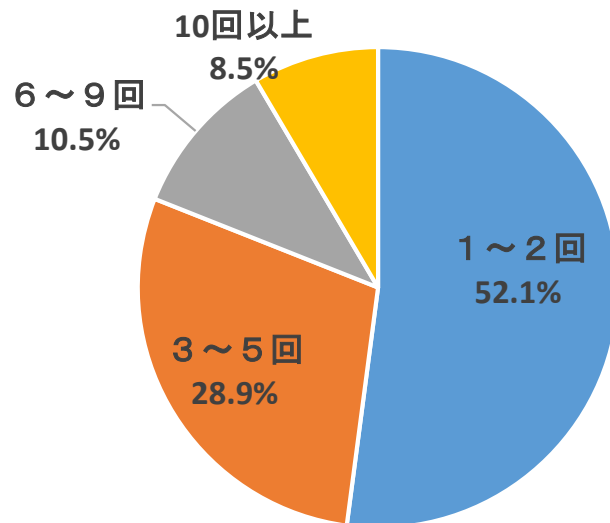


出典：金融庁「リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査結果」を基に当社作成

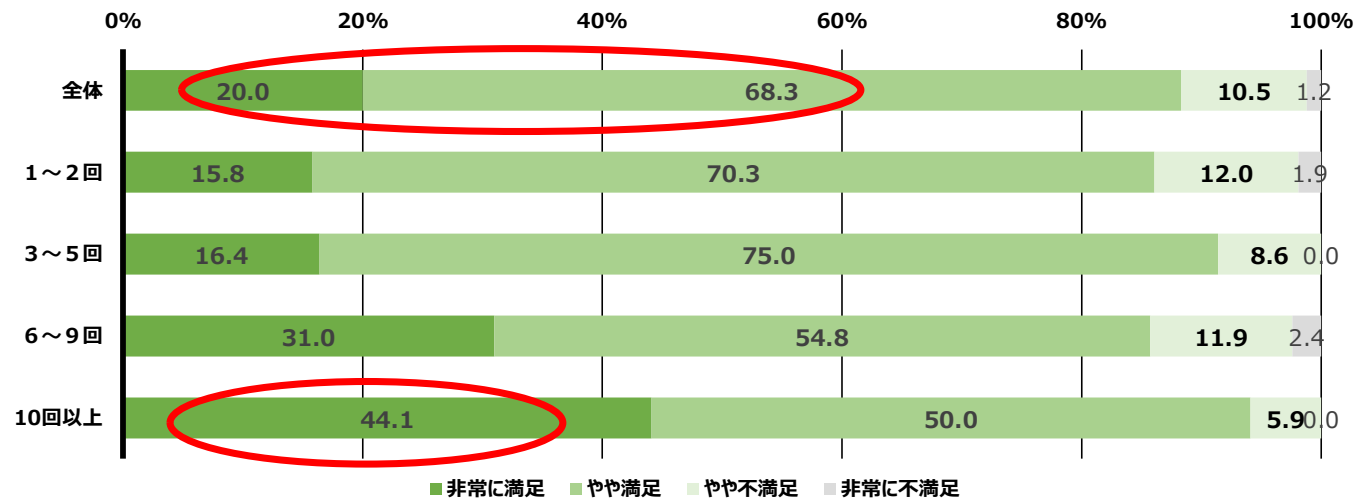
■ アフターフォローの回数と満足度

- ✓ 回数については、年 **1～2回が半数**、3～5回が約3割。
- ✓ 満足度については、「非常に満足」と「やや満足」で **9割弱**を占める。
- ✓ アフターフォローを年**10回以上**受けている人では、「非常に満足」している人が **4割強**。

【アフターフォローの回数（年間、n=401）】



【アフターフォローの回数と満足度（複数回答）】



※対象はアフターフォローを受けている人（n=401）。アフターフォローの回数は1年あたり。

■ アフターフォローで満足した理由、不満足だった理由

- ✓ 満足した理由を見ると、**保有商品の状況が理解できた**ことに加え、**説明の分かりやすさ**が満足度アップのポイント。
- ✓ 不満足の原因については、「資産運用に関する**不安が解消されなかった**ため」や、「**有益な情報が得られなかった**ため」が多い。

アフターフォローで満足した理由

1	保有商品の状況が理解できたため	58.5%
2	営業担当者の説明がわかりやすかったため	41.0%
3	自分に合った商品の案内があったため	35.0%
4	有益な情報を得られたため	28.5%
5	営業担当者が真摯に相談に応えてくれたため	22.9%

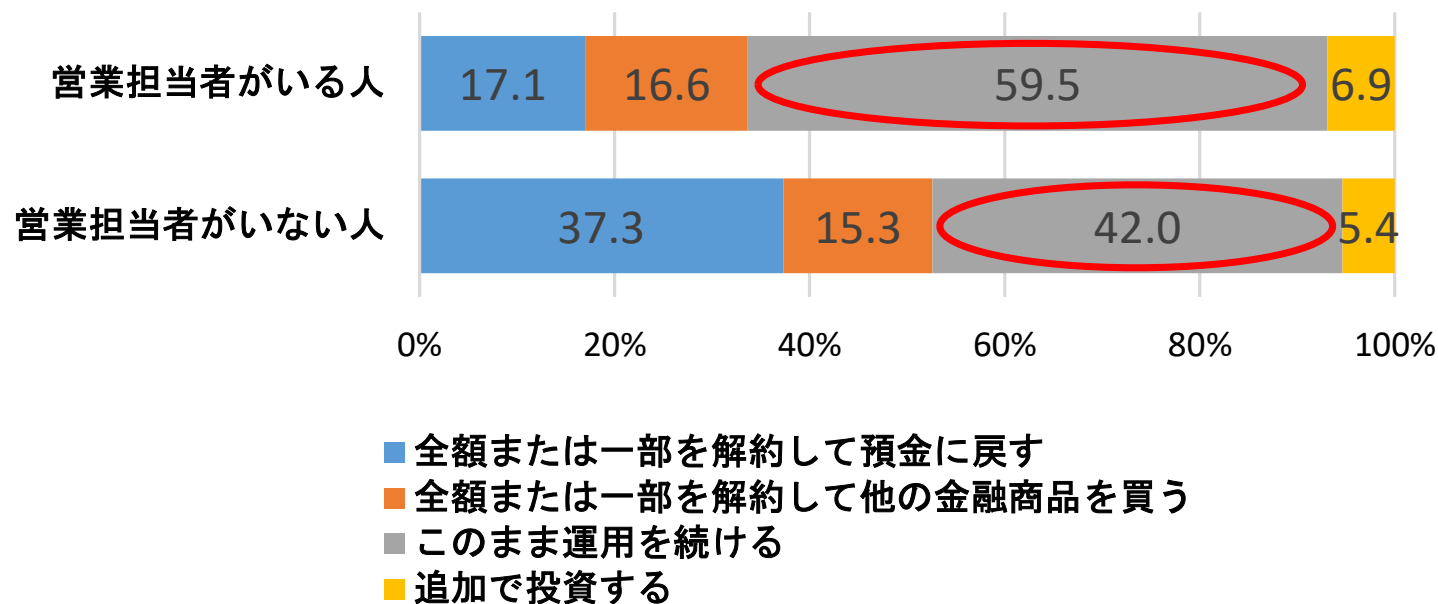
アフターフォローで不満足だった理由

1	資産運用に関する不安が解消されなかったため	36.2%
2	有益な情報が得られなかったため	29.8%
3	自分に合っていない金融商品を勧められたため	25.5%
4	保有商品の状況がよくわからなかったため	17.0%
5	希望どおりに資産配分を再調整（リバランス）できなかったため	14.9%

営業担当者の有無とリスク許容度

- 投資した100万円が3か月で70万円になってしまった場合、どうするか。
- ✓ 営業担当者がいる人では、「**このまま運用を続ける**」が**6割**で、「**全額または一部を解約して預金に戻す**」が**2割弱**。
- ✓ 営業担当者がいない人では、**前者が4割強、後者が4割弱**。
- ✓ 営業担当者の日頃のアドバイスにより、顧客の**長期投資の有効性に対する理解**が進み、その分**リスク許容度が高まっている可能性**。

【投資した100万円が3か月で70万円になってしまいました。どうしますか。】



	金融庁	QUICK資産運用研究所
調査名称	リスク性金融商品販売に係る顧客意識調査	個人の資産形成に関する意識調査
実施時期	2021年1月	2021年11月26日(金)～12月1日(水)
調査対象	全国の20歳以上の個人(金融機関従事者を除く)で、リスク性金融商品の購入に当たり、最終的に意思決定に関与している者	全国の20～74歳の個人 国勢調査の結果に準じて性別×年代別×地域別(8区分)の構成比率を割り付け
回答者数	9,829人 (投資経験者:6,184人、投資未経験者:3,645人)	5,075人
調査方法	インターネット調査	インターネット調査
調査会社	株式会社インテージ	株式会社日経リサーチ

3. 金融庁モニタリングレポートが示唆する アドバイスやアフターフォローのあり方

商品・サービスの提案プロセスにおけるポイント①

顧客属性（リスク許容度）
の把握・目標資産額
（ゴール）の設定

ライフプランに基づく
ポートフォリオ提案

最適な商品・
サービスの選定

アフターフォロー
定期的なポートフォ
リオの確認や修正

リスク許容度の把握

- ✓ 従来の顧客の**自己申告に基づくコンプライアンス上の適合性の確認の枠組み**のみでは、**顧客属性が抽象的な把握**にとどまる。
- ✓ 好事例：リスク・リターンの数字やグラフを利用した様々な質問などにより、**顧客自身のリスク許容度を分かりやすく把握**。

適合性の判断

- ✓ **適合性の判断を商品単体のリスクと顧客属性で比較するルールのみ**となっている販売会社が多い。
- ✓ 個別商品の提案の際も、高リスクや低リスクの単品商品のみをもって適合性を判断するのではなく、**投資資産全体のリスク・リターンが、顧客にとってふさわしいか判断する仕組みがあれば、分散投資提案が実践しやすくなる**可能性がある。

目標資産額（ゴール）の設定

- ✓ 「原則」が掲げる**顧客のライフプランを踏まえた目標資産額に基づく金融商品・サービスの提案**は、いわゆる**ゴールベース・アプローチをイメージしたもの**と思われる。
- ✓ その場合、**将来のゴールを起点にし、そこから逆算した、リスク許容度を加味したリターン目標**の設定が重要。

商品・サービスの提案プロセスにおけるポイント②

顧客属性（リスク許容度）
の把握・ゴールの設定

ライフプランに基づく
ポートフォリオ提案

最適な商品・
サービスの選定

アフターフォロー
定期的なポートフォ
リオの確認や修正

ポートフォリオ提案

- ✓ 金融機関として長期分散投資の基準となる商品カテゴリーの組み合わせを示すモデルポートフォリオを持つことにより、**提案水準の向上と均質化が期待**できる。
- ✓ ライフプランに基づく提案を謳いながら、顧客資産全体に関する提案ではなく、「**遺す資産**」に色分けされた**一部資金に対して、外貨建保険などの個別商品を販売するケース**が多く見られる。

最適な商品・サービスの選定

- ✓ **商品ラインアップ整備の考え方を明確**にし、**想定顧客層**などを営業員に示すことで、営業員が顧客ごとに**ふさわしい商品を選定するためのプロセスや仕組み**が構築される。（本部）
- ✓ 可能な限り全商品についての定量・定性面での分析を行い、最善の商品を選択しやすくする仕組みを導入している先もあれば、他社での売れ筋商品であることを選定理由に挙げる先もあり。（本部）
- ✓ 適合性の確認にとどまらず、**複数の類似・代替商品同士の比較**を踏まえ、なぜ**この商品・サービスが顧客にとって最適と考える**のか、提案理由をわかりやすく説明。（営業員）（顧客の**最善の利益**の視点で）

商品・サービスの提案プロセスにおけるポイント③

顧客属性（リスク許容度）
の把握・ゴールの設定

ライフプランに基づく
ポートフォリオ提案

最適な商品・
サービスの選定

アフターフォロー
定期的なポートフォ
リオの確認や修正

アフターフォロー

- ✓ 従来の個別商品提案が中心の販売では、**次のニーズを引き出すためのフォロー**だったり、**損失に対するケアが中心**。
- ✓ 改訂「原則」では「**長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップ**」とされるなど、**顧客にとって最適なポートフォリオになっているか定期的に確認・修正**することが求められている。ゴールベースアプローチでは、ポートフォリオ全体の損益状況を含む**定期的なアフターフォロー**。
- ✓ 市況が悪化した際の狼狽売りや、相場が上昇基調の時に更なる上昇を期待しての高値掴みを防止する**行動コーチング**も含め、**伴走型のサービスにより、顧客にとって短期的な相場の変化に一喜一憂しない資産運用**となる可能性。
- ✓ 顧客の預り資産の状況等を提供することは一般的だが、**商品横断的な損益情報の一覧化は少数**。
- ✓ グループ証券会社へ紹介後の商品販売状況や損益状況を銀行が把握していない事例もみられた。**販売会社やグループ全体の販売状況を踏まえつつ、顧客のポートフォリオを把握した上で、適切なフォローアップ**を実施することは重要。

各販売会社が「顧客本位の業務運営」を実践していると評価している販売員に対し、金融庁がヒアリングを実施したところ、共通して見られた特徴。

- ✓ **コミュニケーション力**に優れ、顧客との接点を重視していることから、ほかの販売員に比べ**面談件数が多い**。
- ✓ **プロファイリング**を重視し、丁寧なやりとりを通じて、**顧客資産の全体像の把握**に努めている。
- ✓ 顧客の幅広いニーズに対応するための**知識習得に熱心**であり、**販売スキルの継続的な向上**に努めている。
- ✓ その結果、顧客のニーズを十分把握出来ているため、**無理をしない営業**が実践できている。

出典：2019年8月金融庁「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」

本資料に関してご留意いただきたい事項

- 当資料は金融庁の策定した「顧客本位の業務運営に関する原則」に関する考え方や情報提供を目的として、日本資産運用基盤グループが作成したものです。当資料は、いかなる金融商品取引の勧誘を目的とするものではありません。
- 当資料の内容は作成時点のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料は信頼できると判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性等を保証するものではありません。
- 当資料に示す意見等は、特に断りのない限り当資料作成日現在の当社の見解であり、金融庁の見解を示すものではありません。



日本資産運用基盤

Japan Asset Management Platform