

# Insight 顧客本位時代の経営者の責務とは

金融審議会市場制度ワーキング・グループの下に設けられた「顧客本位タスクフォース」(以下、TF)は、9月から5回の検討を経て、今月「中間報告」を公表した。そこでは、「顧客の立場に立ったアドバイザー」が主な論点の1つとなっている。金融経済教育を推進する中立的な常設組織が設定した基準\*1に該当するアドバイザーが、顧客の立場に立って金融商品・サービスなどについてのアドバイスを提供するほか、金融経済教育に携わったり、つみたてNISAやiDeCoに絞った投資助言を行ったりするなど、顧客が良質なアドバイスを気軽に受けられる環境を整備して、家計の安定的な資産形成の実現を図るとしている。

こうした取り組みを省庁横断的かつ官民が協力して行い、併せてNISAをシンプルな制度設計とすることで、老後2000万円問題を契機に資産形成の重要性に気づいた資産形成層を中心に、今度こそは「貯蓄から資産形成」の裾野の広がりが本格化するのではないかと期待している。

しかしながら、今回の議論によって、販売会社に所属するアドバイザーの役割の重要性が否定されたわけではないという点についても強調しておきたい。資産形成層、退職者層、富裕層など世代や保有資産の多寡等を問わず、老後資金や資産承継に不安を抱いている人は多い。こうした顧客の潜在的なニーズに対する「人によるアドバイス」の重要性は、増々高まるものと思われる。実際の営業現場においては、改まった資産運用の相談の場だけではなく、顧客との雑談をきっかけに資産運用にまつわる悩みの相談につながるケースも多いのではないかと。顧客の立場に立ち、こうした悩みを拾うことができ

るのは、地域に密着して世代を跨る取引を通じて信頼を積み上げてきた地域金融機関を中心とした販売会社の営業員ではないかと考える。

現在、金融庁が仕組み債を問題視したことを受けて、証券子会社を抱え

る地域銀行を中心に、リテールビジネス戦略の見直しを図っている販売会社は多いと思われる。その際、今回のTFで議論された手数料や業績評価体系など利益相反の可能性についての情報提供の充実は当然として、「顧客の立場に立つ」という意味で、対症療法的な手当てにとどまらないやり方が必要だ。顧客本位と両立かつ持続可能なリテールビジネスはいかにあるべきか、そのなかで営業員が顧客へ提供できる付加価値は何か、原点に立ち返って見直す機会とすべきではないかと考える。

私は、その解決策の1つは、ゴールベースアプローチ型の資産運用アドバイスだと考えている。米国では銘柄推奨のアドバイスからゴールベースアプローチへ軸足を移したことで、ファンドラップを中心に残高を飛躍的に伸ばしてきたといわれている。仕組み債に代わるビジネスとしては、アップフロントで高い手数料は取れず、収益が軌道に乗るまでは時間がかかるだろうし、個人投資家の意識の変化にも時間を要するかもしれない。しかし、営業員が、顧客のライフプランの実現に役立っているという実感を持つようなアドバイスこそ、真の顧客の立場に立ったアドバイスになり得るものであり、中長期的な視点でアドバイザーのやりがいにつながるビジネスモデルを構築するのも経営者の責務ではないかと思われる。



日本資産運用基盤グループ  
主任研究員

## 長澤敏夫

\*1 金融商品販売を兼業しておらず幅広いアドバイスが可能であること、販売会社から手数料を受け取っていないことなど