



連載 野尻哲史の
**英国に学ぶ
金融アドバイス業務**

最終回 顧客の側に立つアドバイス

合同会社フィンウェル研究所 代表 野尻 哲史

英国IFAビジネスとの比較で、「日本の金融アドバイス業務はどうあるべきか」について考えてきたシリーズも、今月で最終回です。7月号では、改めてIFAビジネスに対する社会的要請を整理し、金融機関としてどう向き合うべきかを考え、またあまり触れてこなかったロボット・アドバイザー（以下、「ロボアド」）について、二つの視点を提供したいと思います。

**超高齢社会だからこそ
IFAが求められる**

金融アドバイス業務を取り巻く環境は大きく変化しています。個人金融資産の約3分の2を保有するとみられる高齢者は、長寿化の流れの中で資産寿命の延伸を意識し始めました。その一つの方法として考えなければならないのが「資産の取り崩し」で、金融機関もその重要性に注目しています。ただ、高齢者が加齢に伴って徐々に自分で対応できなくなることが課題であり、ここに金融サービス業者が高齢者を支える社会的意義があります。

だからこそ、金融機関における「顧客本位の業務運営」は、不可欠なビジネスの骨格なのです。2019年、2020年の金融審議会市場ワーキング・グループ（WG）の議論では、「顧客の側に立った」アドバイザーの重要性が強調されました。WG委員である筆者は、この「顧客の側に立つ」ことが、英国IFA（Independent Financial Advisor）の「I」にあたる「独立系」と同義だ

と考えています。

日本では金融商品仲介業者を指して「IFA」と呼ぶこともありますが、今後は「顧客の側に立つこと」が、そう呼ばれる最も重要なポイントになると考えます。

**「フィー化」と「アドバイス化」
の同時進行**

もう一つの環境の変化は、手数料ゼロ化の流れです。英国では2013年に手数料制が撤廃され、従来、運用会社・保険会社からのキックバック手数料に依存していたアドバイザーは、顧客からのアドバイス・フィーのみを徴収する形になりました。現在では5000社を超えるアドバイス業者の収益の中で、アドバイス・フィーが全体の8割以上を占めるまでに拡大しています。

日本では制度変更ではなく、オンライン証券を先駆けに実質的な手数料の急低下が起こっています。証券会社や銀行組織に所属し、これまで「商品売り」を進めてきた販売担当者は、そのビジネスモデルをアドバイス提供型に変え、収益源も手数料からフィーへと変える局面を迎えています。「アドバイス化」と「フィー化」の流れが一度に押し寄せることで、当事者の懸念も強いでしょうが、「同時に発生したので対応しやすい」と捉えることもできるはずです。

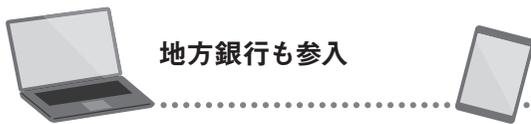
**プラットフォームの
成長がカギ**

日本におけるIFAビジネスを拡大させるためには、それを支えるプラットフォーム（以下、「PF」）の存在が不可欠です。もちろん、IFAの拡大との相乗効果が必要となりますが、PFは既存ビジネスの延長線上で対応できることもあり、個人的にはPFが先に進んでほしいと思っています。例えば、大手証券やオンライン証券

の間では、金融商品仲介業者を取り込む動きが強まっており、積極的にIFAのPFとなるべく経営戦略を進めています。PFをバックオフィス業務と考えれば、確定拠出年金の運営管理機関である信託銀行や保険会社が参入してくる可能性もあります。筆者は、今後PFビジネスとより高い親和性を持つのは、確定拠出年金の運営管理業務だとみています。

こういった動きがある一方で、事業支援型のPF（金融ビジネスのアンバンドリング（分解）で、アウトソースが可能なビジネスに特化したPF）も出てきています。

中でも筆者が注目しているのは、「コンプライアンス業務」です。今年から始動する証券、保険、銀行の仲介業を一度に登録できる金融サービス仲介業は、「所属制」を撤廃するだけに、PFビジネスが強く求められます。全ての金融機関が内部で抱え込んできたコンプライアンス業務ですが、金融サービス仲介業が内製するには負担が大きく、アウトソース化は大きなメリットです。また、アウトソース化を進めることで規模の経済が働き、標準化によって質の向上も可能となるでしょう。



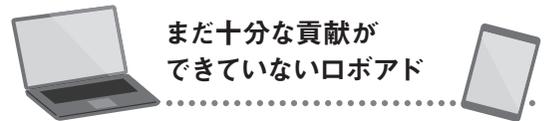
地方銀行も参入

地方銀行は地域の高齢化、人口減少、低金利の持続などもあり、生き残りをかけた経営戦略が求められています。IFAビジネスは、地方銀行が今後検討すべきビジネスの選択肢として外せません。投信窓販の開始以来、地方銀行は長期にわたって投信販売等の業務を展開してきましたが、その裾野を広げ、アドバイス業務に本格参入するチャンスと言ってもよいでしょう。

「顧客本位の業務運営」では、ライフプランニングやアフターフォローについて明記されており、従来以上に地域密着性が求められます。だ

からこそ、それを強みとしてIFAビジネスに参入することが可能となりますし、同時に大きなチャンスでもあります。

もちろん、地方銀行の持つ既存のInternet Bankingのシステムを使って、先述の事業支援型PFと組むことで、地域のIFAを取り込むPFとなる選択肢もあり得ます。地方銀行は今まさに存続が可能か否かという段階にきています。だからこそ、一歩前に踏み出す覚悟が求められるのではないのでしょうか。



まだ十分な貢献ができていないロボアド

最後に、IFAの連載の中であまり触れることができなかったロボアドに関して、英国の実例を次の視点から紹介したいと思います。

英国オンライン一任運用会社のCEOは、数年前のインタビュー時に「アドバイス・ギャップを埋めるのが経営ビジョンだ」と熱心に語っていました。商品手数料制からアドバイス・フィー制に変わったことで、“アドバイスを受けたいのに受けられない「アドバイス・ギャップ」が発生し、これを埋める手段として期待されているのが（フィーの安さが売りの）ロボアドである”というのは、これまでの連載で述べてきた通りです。英国金融当局もロボアドに対し、多方面にわたる支援をしています。

ただ、フィーの安さだけでは不十分です。2019年11月に英国金融当局が発表した報告書では、消費者が必ずしもロボアドを受け入れていないことが実態として明らかになりました。調査では、1800人がロボアドからのアドバイスを受けたと仮定して、その反応を調べています。

ロボアドの受け入れ度合いを9段階で評価したところ、そのばらつきが大きく、中でも最低ランクの占める割合が30%と、非常に高かったことが分かりました【図表】。

また、回答者の57%が「その提案を受け入れない」(9段階のうちの5ランク以下、四捨五入の関係でグラフと一致せず)としていました。一方、アドバイスの内容が自身の目標やリスク許容度に合っているケースであっても、拒否率は56%と高く、合致していない場合(58%)との差がほとんどありませんでした。このデータからは、アドバイスの中身が問題ではなかったといえそうです。

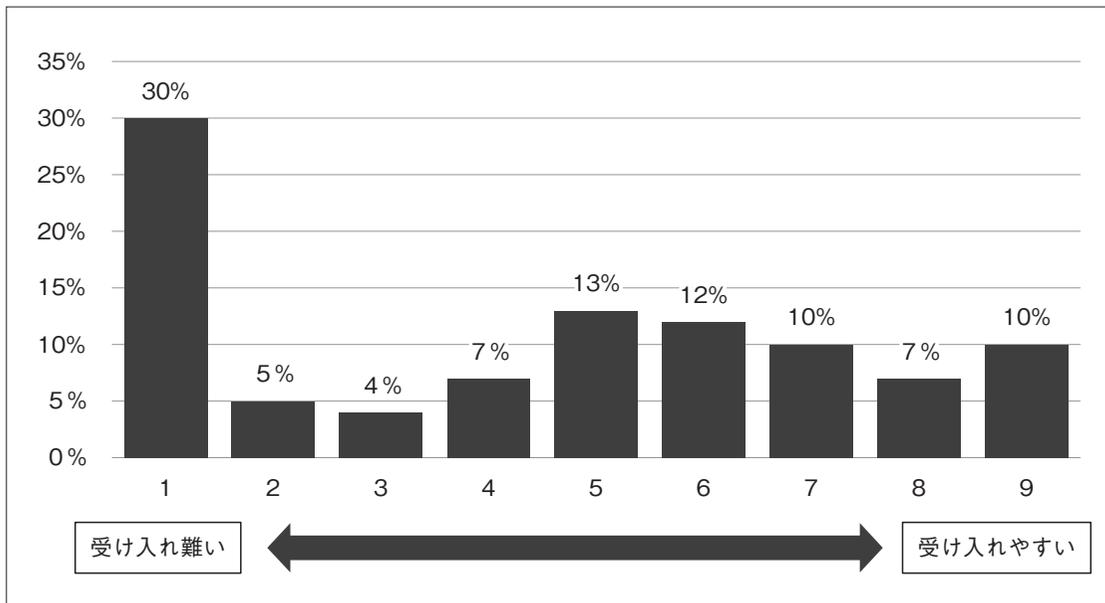
拒否率を年齢別に見ると、55歳以上で63%、35~54歳で53%、18~34歳で47%と、若年層ほど拒否する割合が低下する傾向にあります。それでも若年層の半数程度が、ロボアドを拒否する結果となっています。

そこで、ロボアドを受け入れなかった人たちに対し、その代替案として①ファイナンシャ

ル・アドバイザーに提案してもらう、②友人・家族に相談する、③自分で考えるという3つの選択肢を提示した結果、①が72%、②が21%、③が7%という回答になりました。金融当局によると、①は女性の比率が相対的に高く、②と回答した人の多くは若年層で金融リテラシーが低く、社会・経済状態が悪い傾向にあり、③は中年男性の占める割合が高く、銀行への信頼も厚く、金融リテラシーも相対的に高いといった特徴が見られたとのこと。

アドバイス・ギャップの犠牲になりがちな若年層であっても、ロボアドが十分浸透しておらず、それを拒否して家族や友人に依存するなど、潜在的な危惧は残ります。まだロボアドが消費者に十分に受け入れられていない点が、今後の課題といえるでしょう。

【図表】ロボアドの受け入れ度合いのばらつき



出所：FCA, Robo Advice-will consumers get with the programme?, 2019年11月28日よりフィンウェル研究所作成

のじり さとし 1959年生まれ。国内外の証券会社調査部を経て、2006年から大手外資系運用会社で投資啓蒙活動を行う。2019年5月の定年を機に合同会社フィンウェル研究所を設立し、代表に。資産の取り崩し、地方都市移住、勤労などに特化した啓蒙活動をスタート。日本証券アナリスト協会検定会員、日本FP学会、行動経済学会などの会員。著書には『IFAとは何者か〜アドバイザーとプラットフォームのすべて』(金融財政事情研究会)、『老後の資産形成をゼッタイ始める!と考える本』(扶桑社)、『定年後のお金』(講談社+α新書)、『脱老後難民 英国流資産形成アイデアに学ぶ』(日本経済新聞出版社)など多数。