

サーベイレポート 2023.11

法人IFA社長アンケート2023 報告書サマリー



— はじめに —

弊社が発行する金融リテールビジネスパーソンの必読誌『Ma-Do』では、毎年IFA業界の調査を実施しており、当データは金融審議会「市場ワーキング・グループ」での参考人資料や、金融財政事情研究会の書籍において引用いただくなど、IFA業界の最新動向を示す資料として評価されています。

本年は昨年につき、IFA法人の意思決定者である社長や役員の皆様が日々どのような課題と向き合っているのかを調査すべく以下の概要で『法人IFA社長アンケート2023』を実施いたしました。

調査概要	[実施主体]	Ma-Do（株式会社想研）
	[実施時期]	2023年7~8月
	[調査対象]	Ma-Doの読者である金融商品仲介業者 649社 ※法人のみ ※2023年7月時点
	[調査方法]	メールでのご依頼、ご協力依頼チラシの送付
	[回収方法]	オンライン
	[回答数]	64社

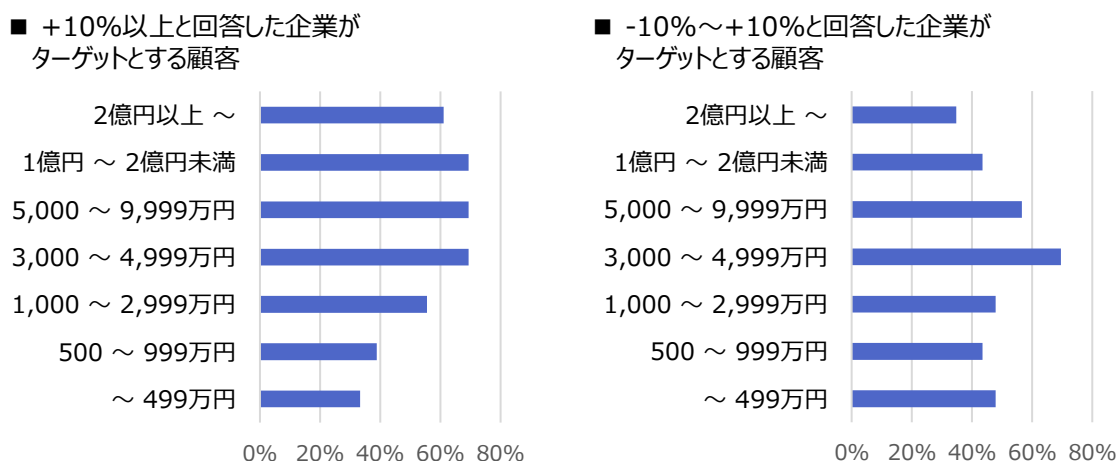
— トピック —

1. 金融商品仲介業における2023年度の年間の営業収益（2022年度比）では、35.9%の企業が-10%～+10%との回答であったのに対し、56.2%の企業が+10%以上と回答した。

+10%以上と回答した企業の増加割合のうち、特に回答数が多かったのは+10～30%で、全体の29.7%であった。（P8 Q1-3参照）

昨年度比の年間営業収益が-10%～+10%の企業をおおむね横ばい、+10%以上の企業を増加していたとみる場合、両者にどのような違いがあるのか比較を行ったところ、+10%以上と回答した企業の方が、より高い金融資産を持つ顧客をターゲットとしていることが確認できた。

（P12 Q1-7-2参照）



2. 今期（2023年7～9月）における自社の金融商品仲介業の業況感について質問したところ、35.9%の企業が「良い」と回答した。また、「ふつう」との回答が57.8%、「悪い」との回答が6.3%であった。

昨年同時期に行ったアンケートの回答と比較すると、「良い」が約11ポイント増加、「ふつう」が約7ポイント増加、「悪い」は約19ポイント減少しており、多くのIFA法人が今夏の景況感を昨年比でポジティブにとらえていることが分かった。

来期（2023年10～12月）における自社の金融商品仲介業の業況についても質問したところ、「良い」が31.3%、「ふつう」が65.6%、「悪い」が3.1%とこちらも昨年比で良化した。

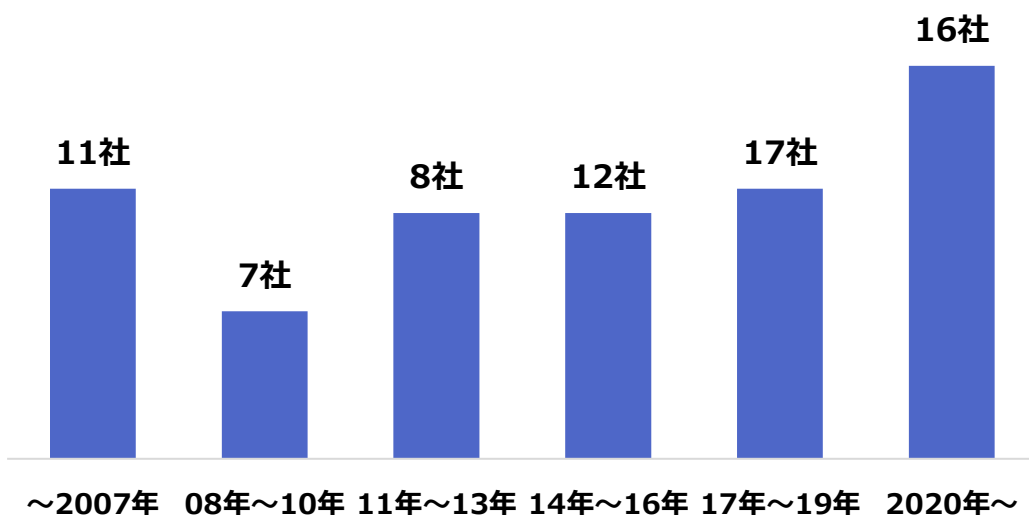
今期や来期の業況感で「良い」を選択した理由としては、相場の好調さ、資産所得倍増プラン、新NISAへの投資家の関心の高さなどが多く挙げられた。（P13～15 Q2-1 Q2-2参照）

3. 『重要視している経営上の課題』を質問したところ、『人材（アドバイザー）の採用』が56.3%となり2年連続で最多であった。次いで、「新規顧客開拓」50.0%、「富裕層・超富裕層開拓」と「競合IFA法人との差別化・ブランディング」との回答が40.6%と続いた。

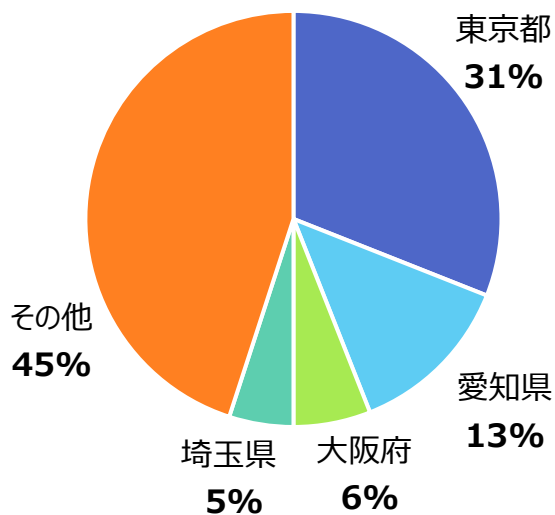
以上から、好調な業況や投資家のニーズの高まりもあり、すぐに実戦で活躍できるアドバイザー人材の獲得が各IFA法人の喫緊の課題であることが分かった。（P16 Q3-1参照）

ご回答頂いた金融商品仲介業者の属性

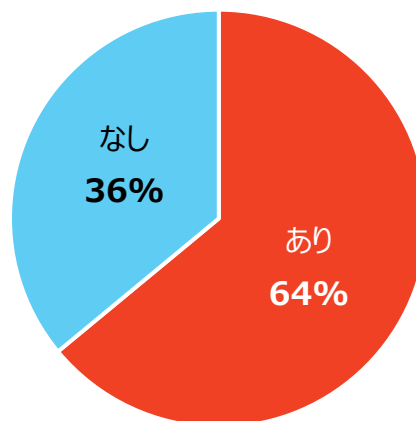
金融商品仲介業者への登録年（西暦）



本社所在地

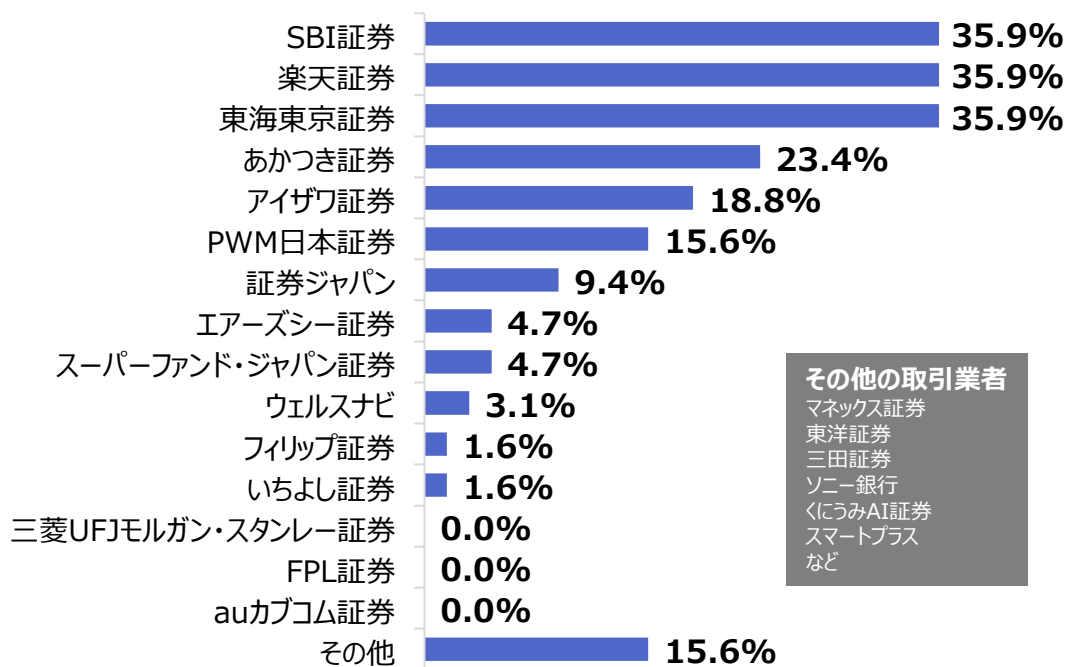


自社HPへの フィデューシャリー・デューティー宣言 掲載有無

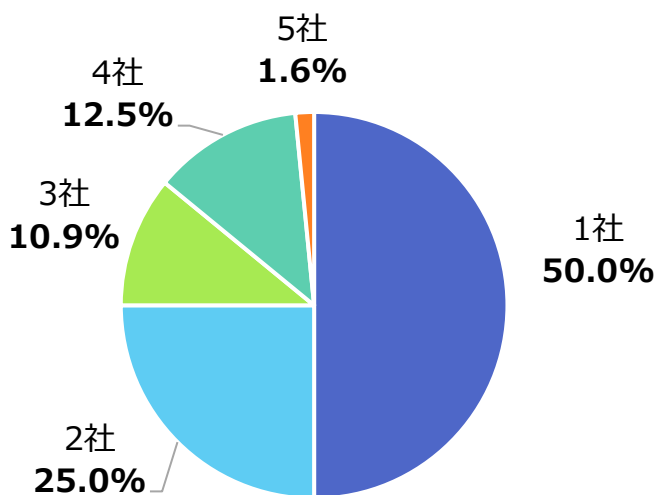


所属金融商品取引業者の概況

所属金融商品取引業者

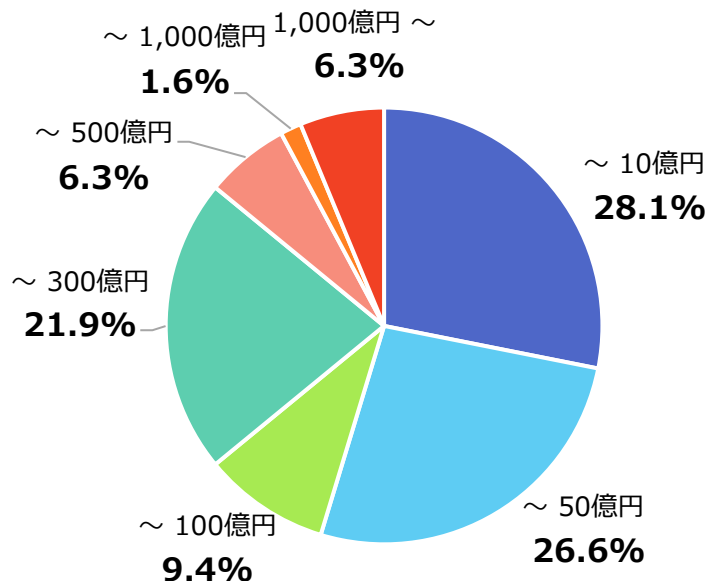


金融商品取引業者との契約数



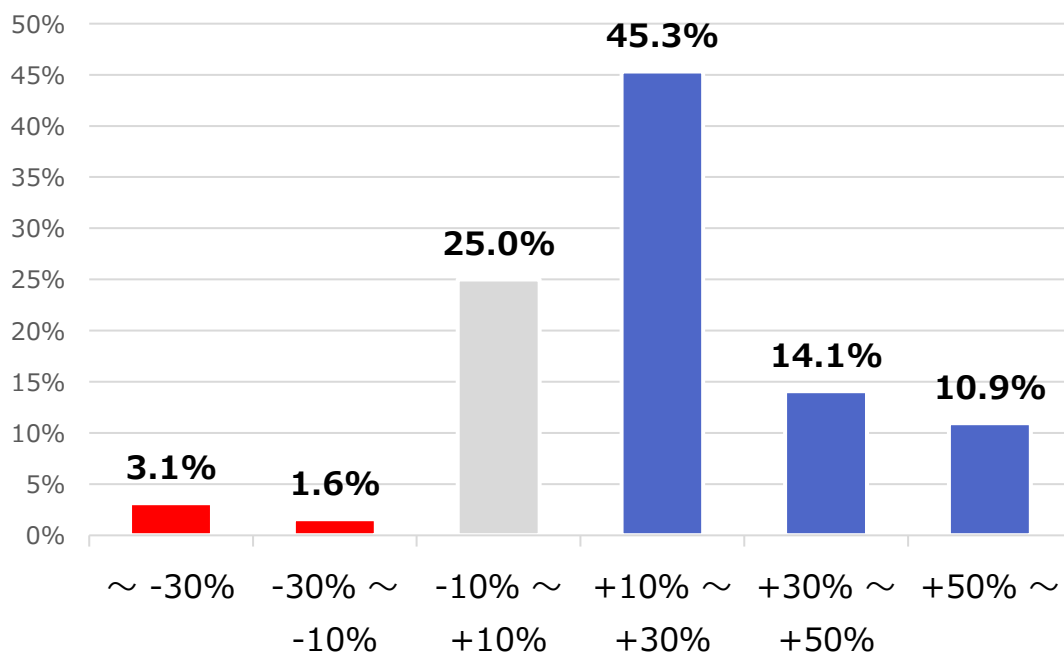
Q1-1-1

金融商品仲介業における、2023年3月末時点のおおよその預かり残高を教えてください。



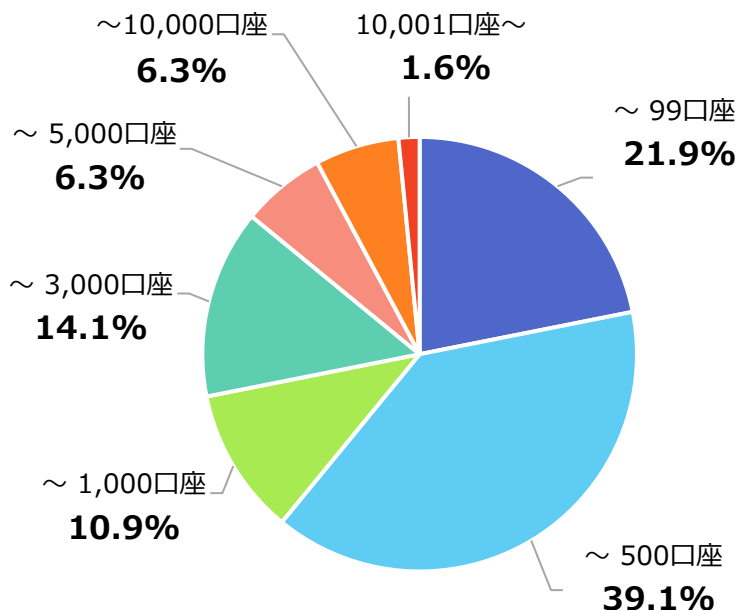
Q1-1-2

金融商品仲介業における、2023年3月末時点の預かり残高についてうかがいます。2022年3月末と比べた際の、おおよその増減率について教えてください。



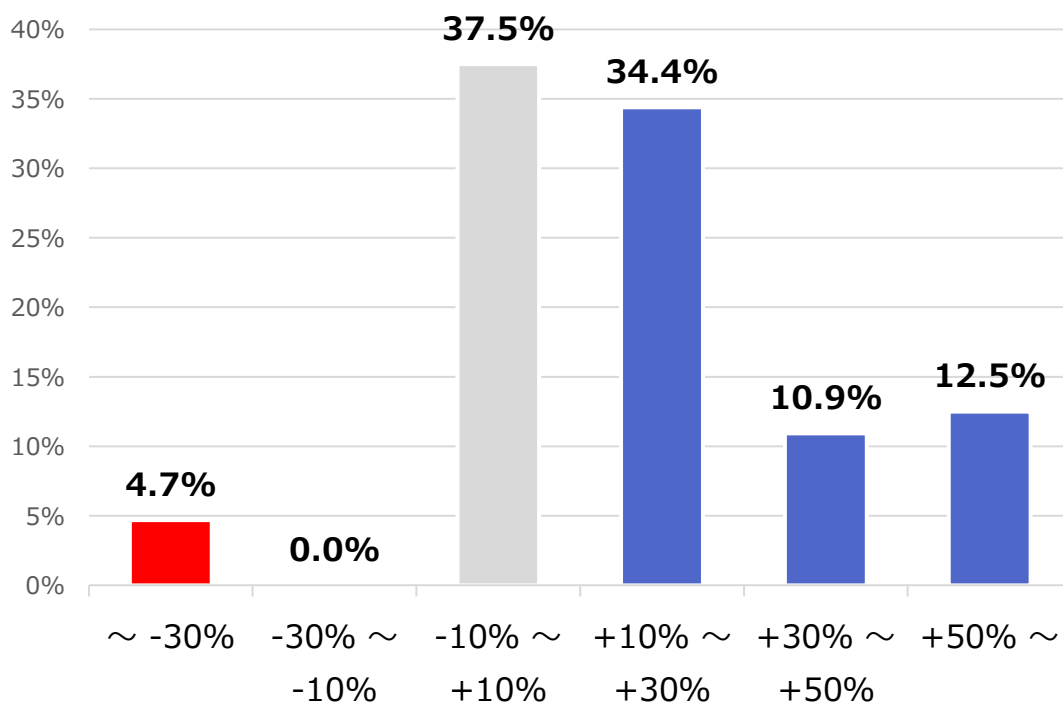
Q1-2-1

金融商品仲介業における、2023年3月末時点のおおよその顧客口座数を教えてください。



Q1-2-2

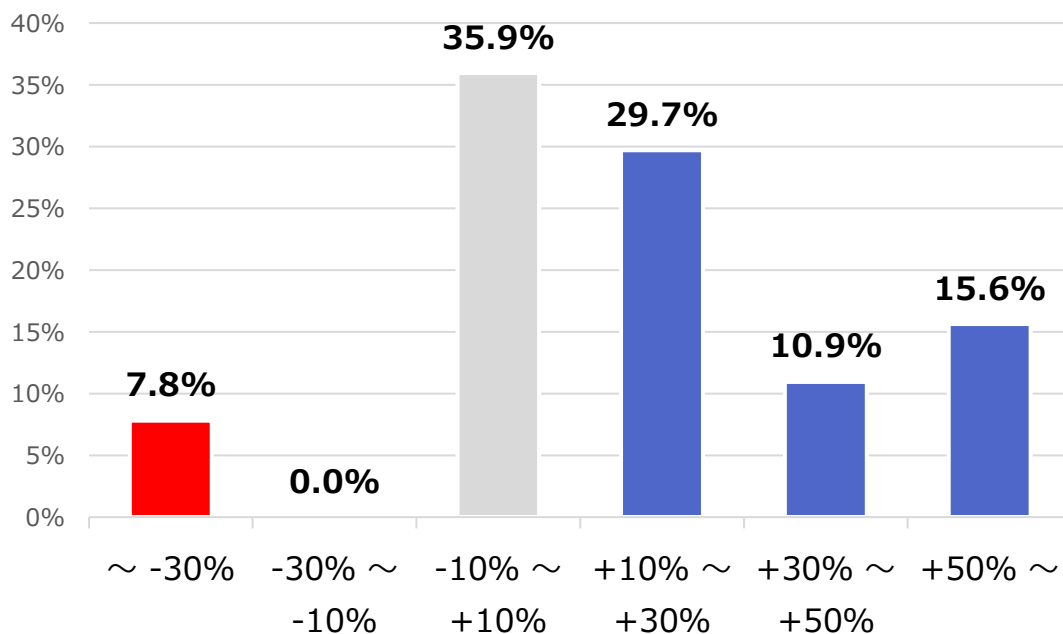
金融商品仲介業における、2023年3月末時点の顧客口座数についてうかがいます。2022年3月末と比べた際の、おおよその増減率について教えてください。



金融商品仲介業のご状況について

Q1-3

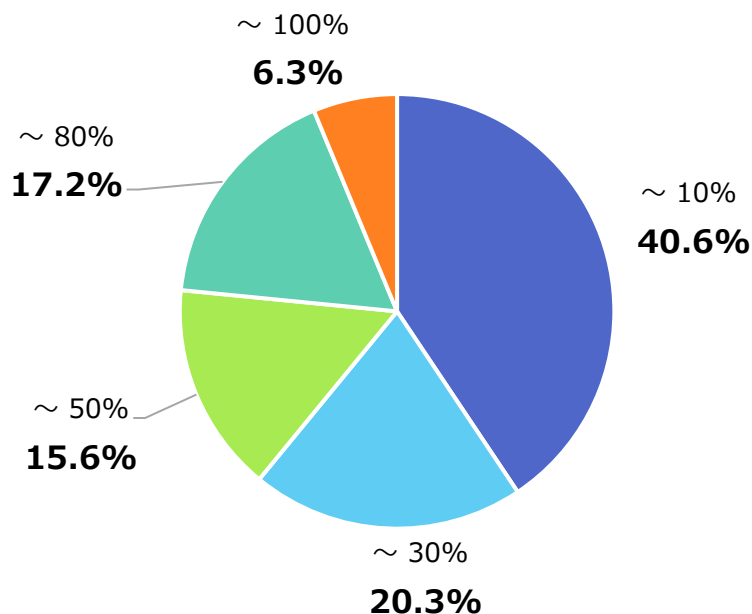
金融商品仲介業における、年間の営業収益についてうかがいます。
2022年度と2023年度の営業収益を比べた際のおおよその増減率について教えてください。



Q1-4

金融商品仲介業における、2023年3月末時点の営業収益に対するフィー（※）のおおよその割合を教えてください。

※投資信託の信託報酬、ラップの管理報酬や助言報酬



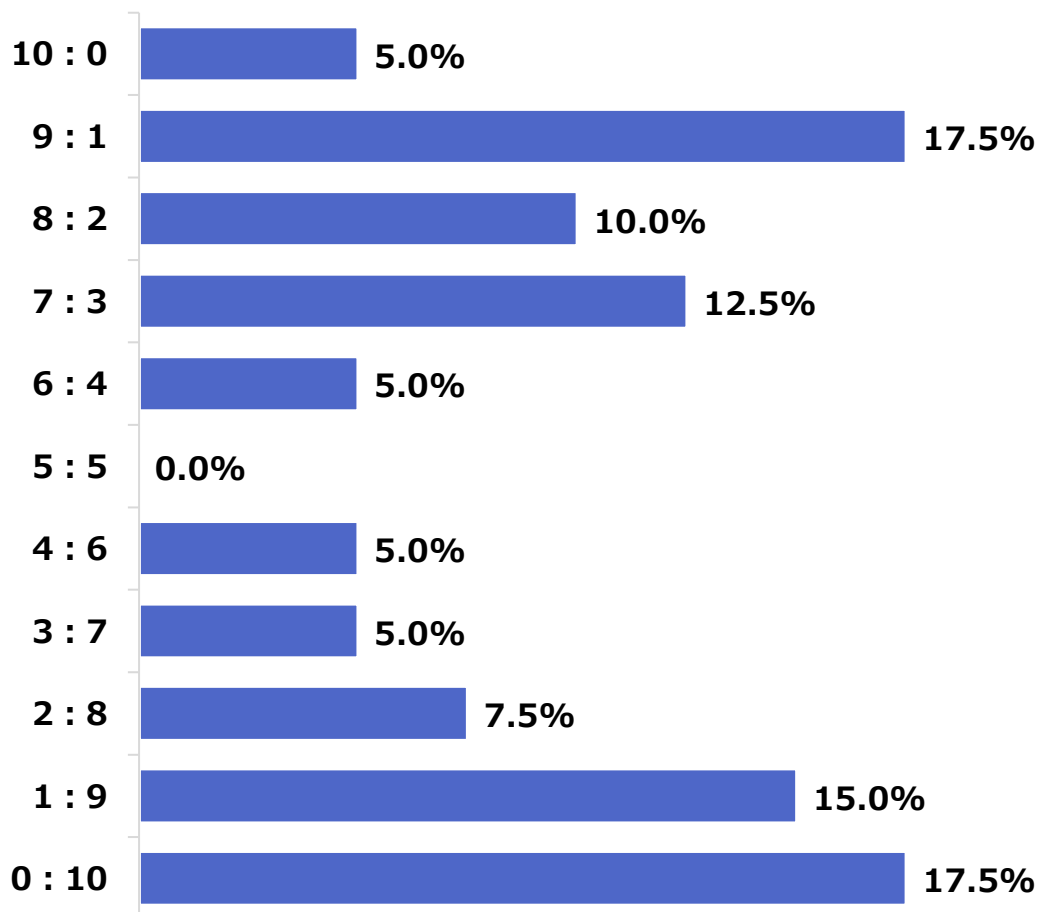
Q1-5

保険代理店業務を行うIFA法人様にかがいます。

昨年度の、金融商品仲介業の営業収益と保険代理店業の営業収益を比べた際のおおよその比率について教えてください。※任意

(金融商品仲介業による営業収益：保険代理店業による営業収益)

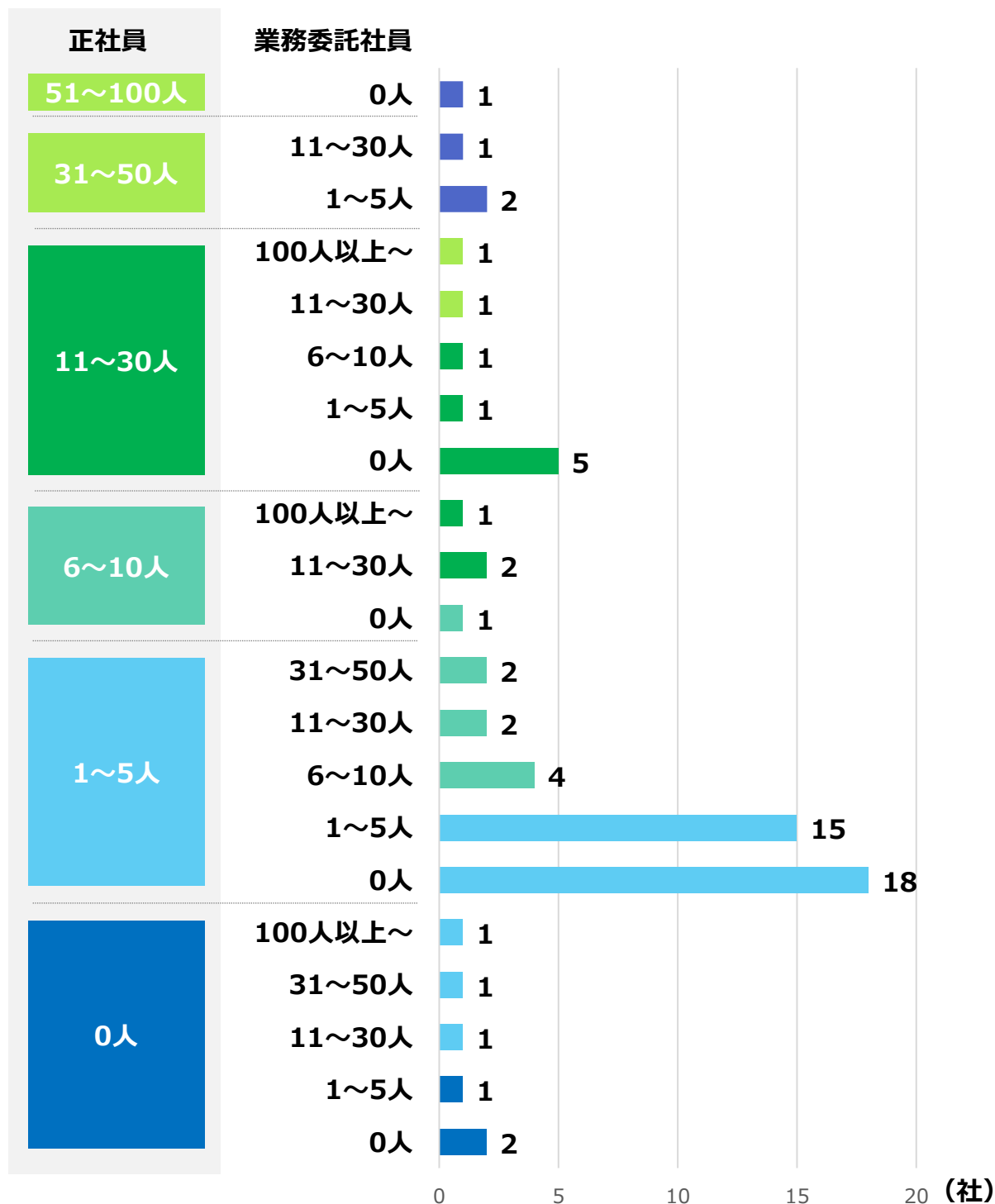
n=40



Q1-6

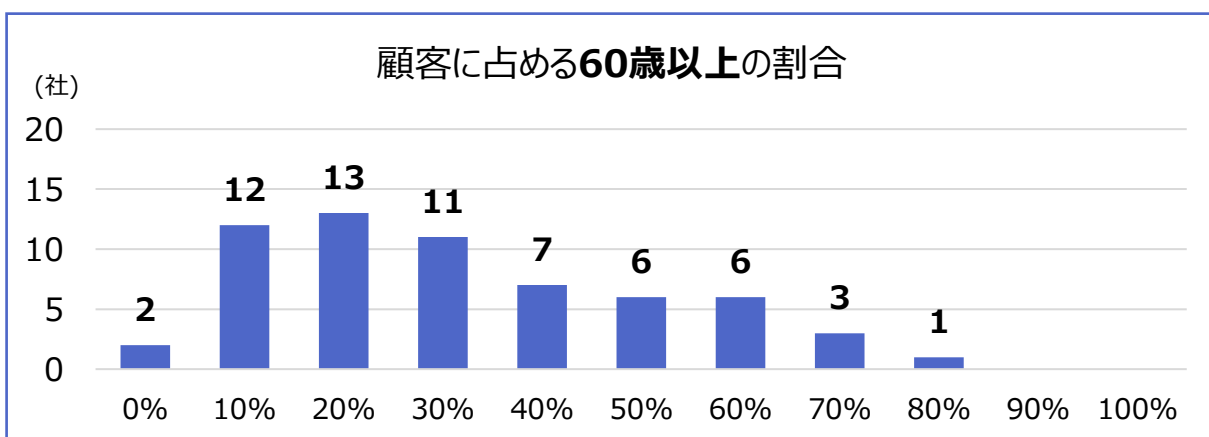
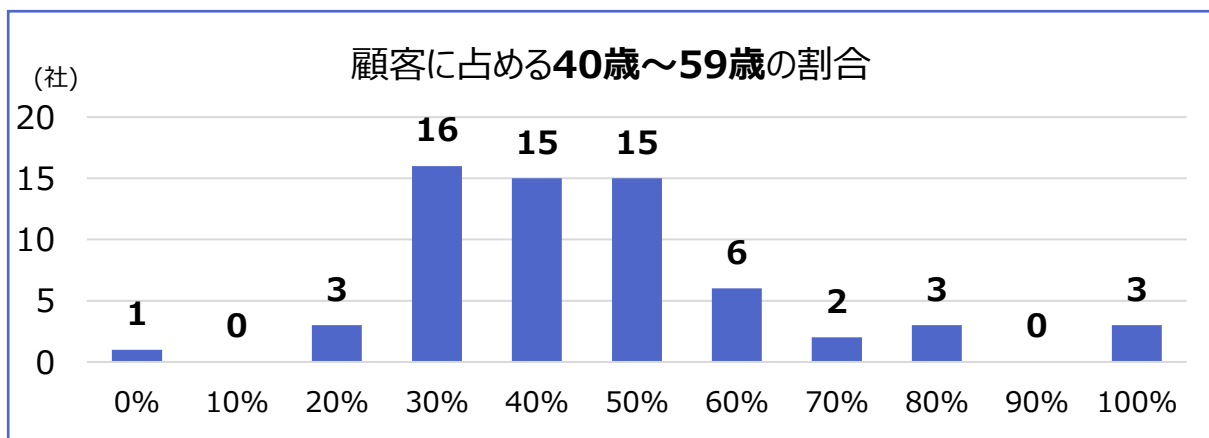
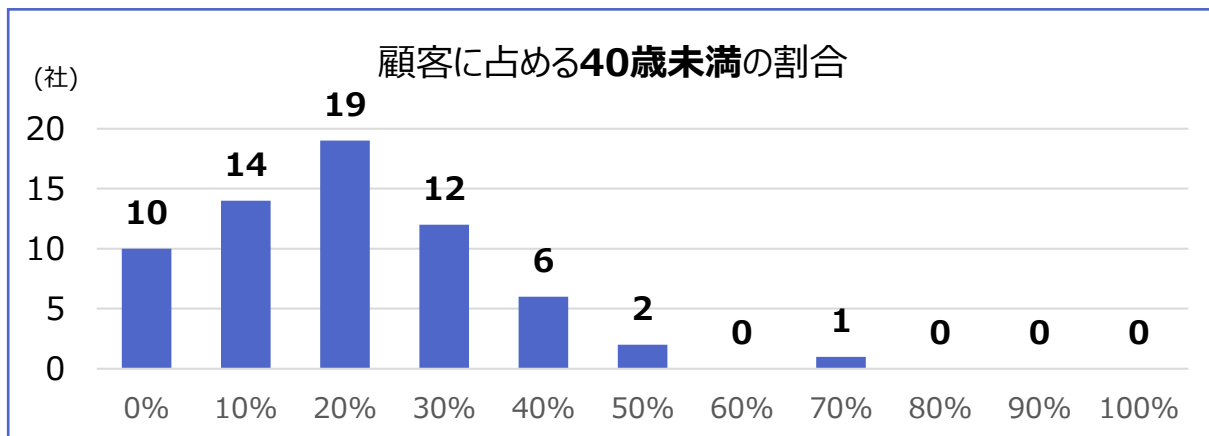
金融商品仲介業に関わるアドバイザー（担当顧客を持つ方）について、現時点での正社員と業務委託それぞれのおおよその人数を教えてください。

IFA法人のそれぞれの社員数（正社員／業務委託社員）



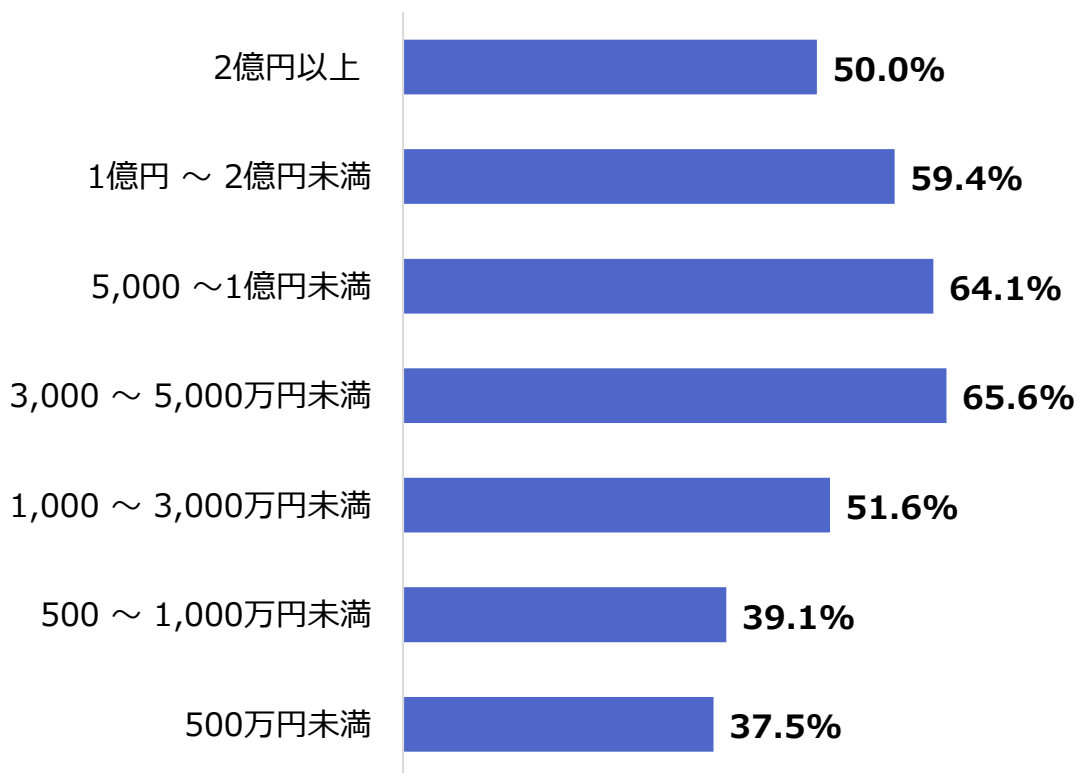
Q1-7-1

金融商品仲介業務における、現時点での個人顧客のおおよその年齢別構成比率（%）を教えてください。
 (合計が100%となるようにお答えください)



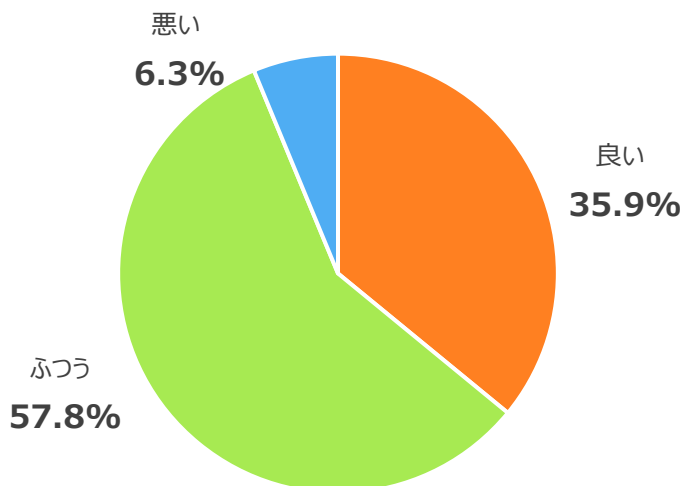
Q1-7-2

金融商品仲介業務においてターゲットとなるお客様の金融資産額について、下記の選択肢より当てはまるものをすべてお選びください。



Q2-1-1

貴社の金融商品仲介業の業況と、それについてどのようにお考えかをうかがいます。
今期（2023年7～9月）の貴社の業況について教えてください。



Q2-1-2

2-1-1で、良い、または悪いを選択された方にうかがいます。
2-1-1の背景について、貴社が感じていることを教えてください

良い

- IFA業務をスタートして1年が経過しました。現場で実感するのは、世の中で求められるものを堅実に顧客の立場で自分ごととして実行していくと言うスタンスで元々ある有形無形資産を最大限に活用出来る。
- 投資信託のみで販売してきたが、2023年は米ドル債券（ファンド）が販売できているため。
- 以前からの案件の着地や償還のロール案件が見込まれるから。
- NISA改正など運用に関する興味が高まっている。
- 業務委託のIFA数も増えており、相場も少し改善してきているため。
- 所属IFAが増員し、資産導入が見込めるため。
- 政府が推進する「資産所得倍増プラン」の宣伝効果、日本の株式市場の好況感、新NISAの導入で投資意欲が活発になってきた。
- 円安、金利上昇。保有外債の償還増。
- 紹介顧客が増えているため。
- 集客経路に独自性があり競争力がある。またネット手数料を採用し信託報酬ベースでの収益体制を構築できる見通しのため他社との競争に対して優位と感じる。
- 通常通り。
- 株式市況が盛り上がっていることで株式委託手数料が増えている。また、新規の投資信託の買付け及び商品の入れ替え見直し等IFA各自が積極的に活動している。

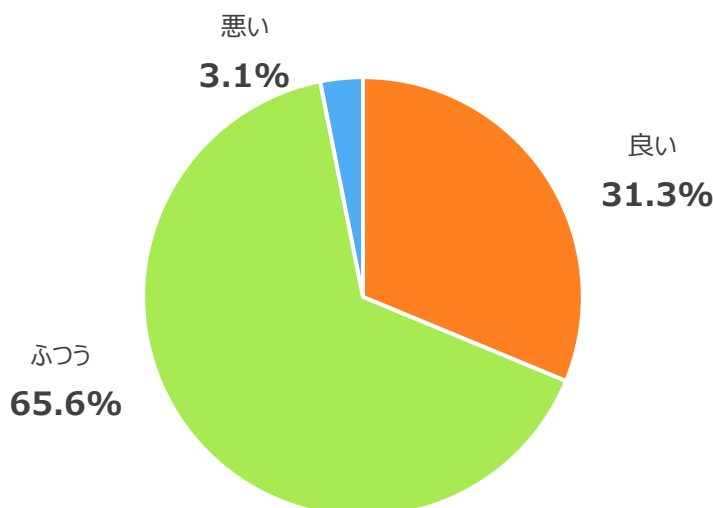
良い

- 富裕層、オーナー経営者がメインクライアントである為、追加の資金が入ったり、強い紹介連鎖が起きているためだと分析しています。
- お金にまつわるお話に対して、意識が高いお客様が多い。
- 継続的な口座開設。積立口座の継続的な増加。継続的な預かり資産の増加。
- 相場環境が良いため、業務効率が高い。新NISA、物価高の影響により相談増加傾向。
- IFA登録数が増加し、口座数、預かり残高、営業収益ともに増加傾向であるため。

悪い

- 世代交代の変化に対応出来るIFAが不足している。

Q2-1-2 来期（2023年10~12月）について教えてください。



Q2-2-2 2-2-1で、良い、または悪いを選択された方にうかがいます。 2-2-1の背景について、貴社が感じておられることを教えてください。

良い

- 新NISAの拡充でさらに追い風になると思う。
- いよいよNISA改正の目前であり、関心度が高まる。また、政府、メディアの取り上げも増えると思われる。
- 入社予定のIFAも一定数いるため。
- 引き続きの円安基調、金利の高止まり。AI等次世代への成長期待。
- クライアントの二極化が進んでいると感じます。ウェルスマーケットでのインナーサークルに入ること、100%依頼だけで仕事が回るようになっていきます。
- 引き続き、口座数、積立口座数、預かり資産の継続的な増加が見込める。
- 新NISA制度開始に伴い、相談数は増加すると見込む。
- NISA制度改正および移転。
- やっと資産形成に関して金融機関（銀行、証券）主導でなく国民の意識も高まってきている。
- 提携先増加により、顧客のニーズが増えてきていると感じています。
- 積立NISA拡充等、投資運用に関して国を挙げて活性化しようという追い風を感じる。

悪い

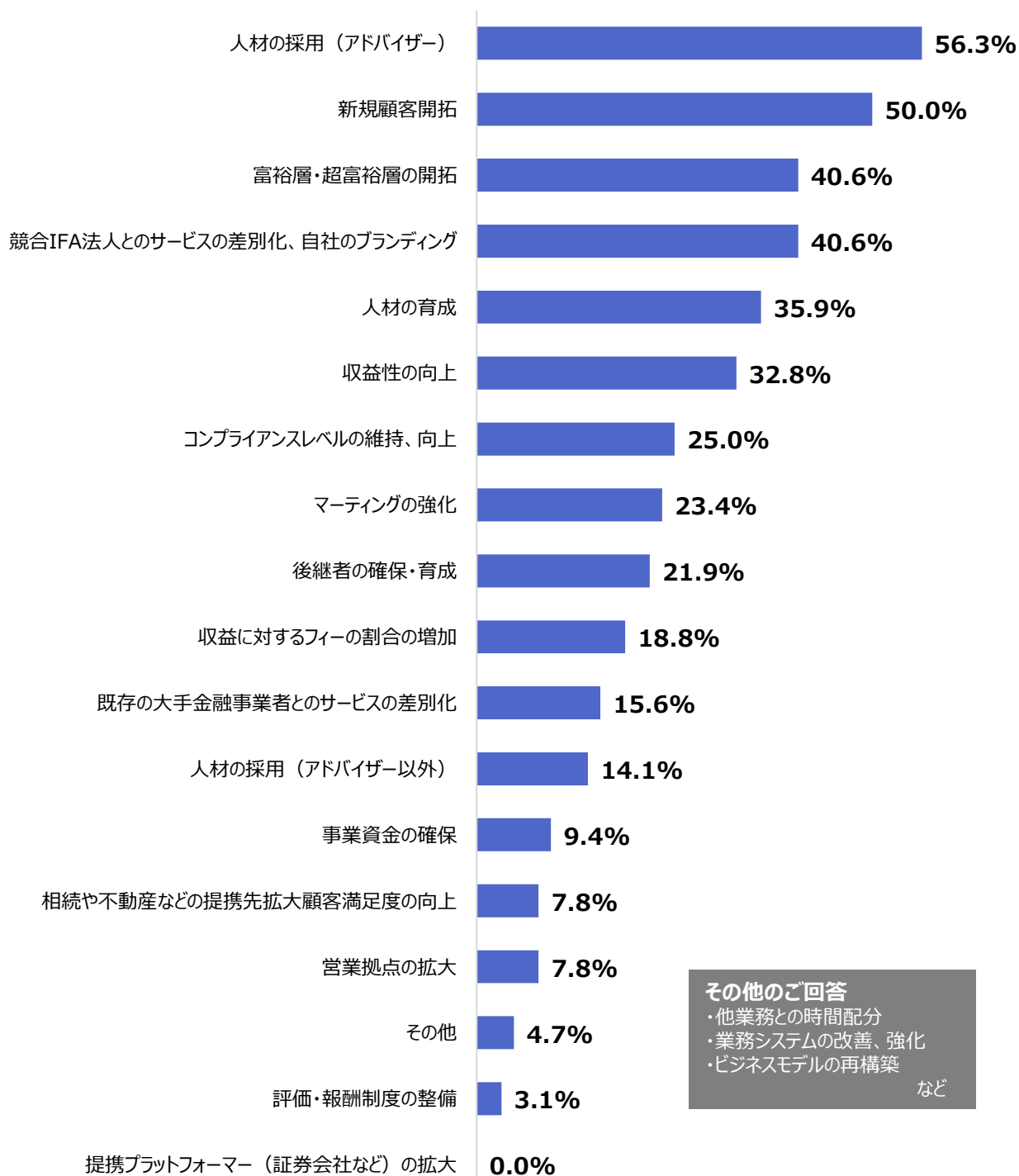
- 世代交代の変化に対応出来るIFAが不足している。

金融商品仲介業者にとっての経営上の課題について

Q3-1

金融商品仲介業者にとっての経営上の課題について、貴社にとっての関心の度合いと、それぞれの詳細についてうかがいます。

金融商品仲介業における経営上の課題について、下記の選択肢の中から特に重要視している課題を5つまでお選びください。

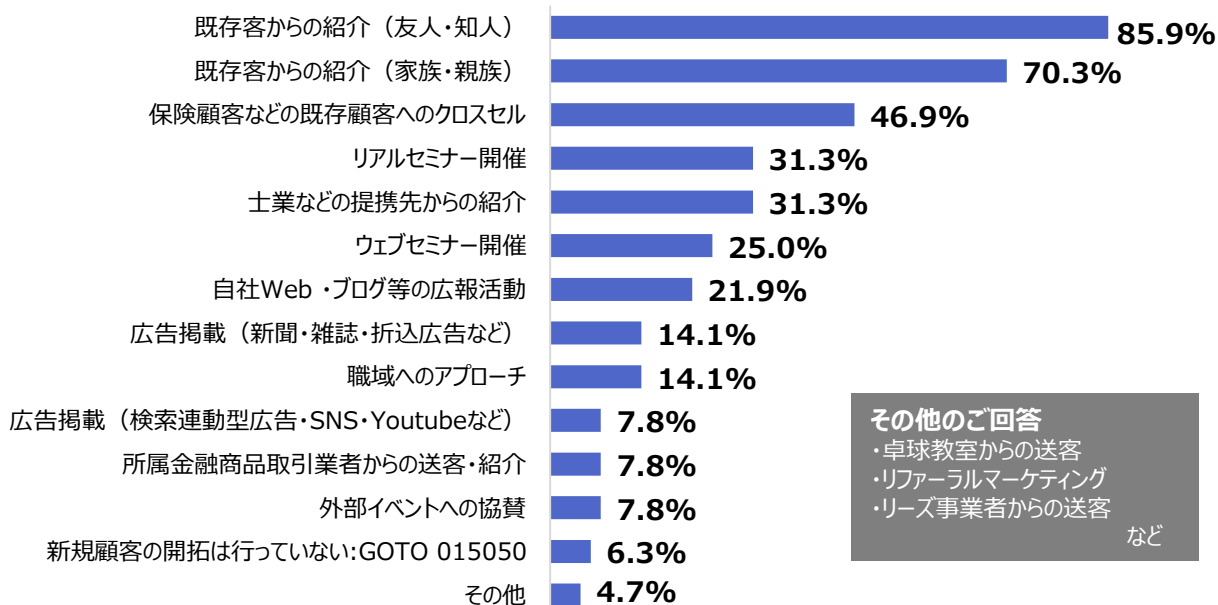


Q3-2-1

ここからは、先ほどお伺いした金融商品仲介業者の経営に関する課題の中から、各項目についての詳細をうかがいます。

「新規顧客開拓」についてうかがいます。新規顧客の獲得方法について、貴社が取り組んでいるものを、下記の選択肢より全てお選びください。

現在新規顧客を行っていない場合は、選択肢の『新規顧客の開拓は行っていない』をお選びください。

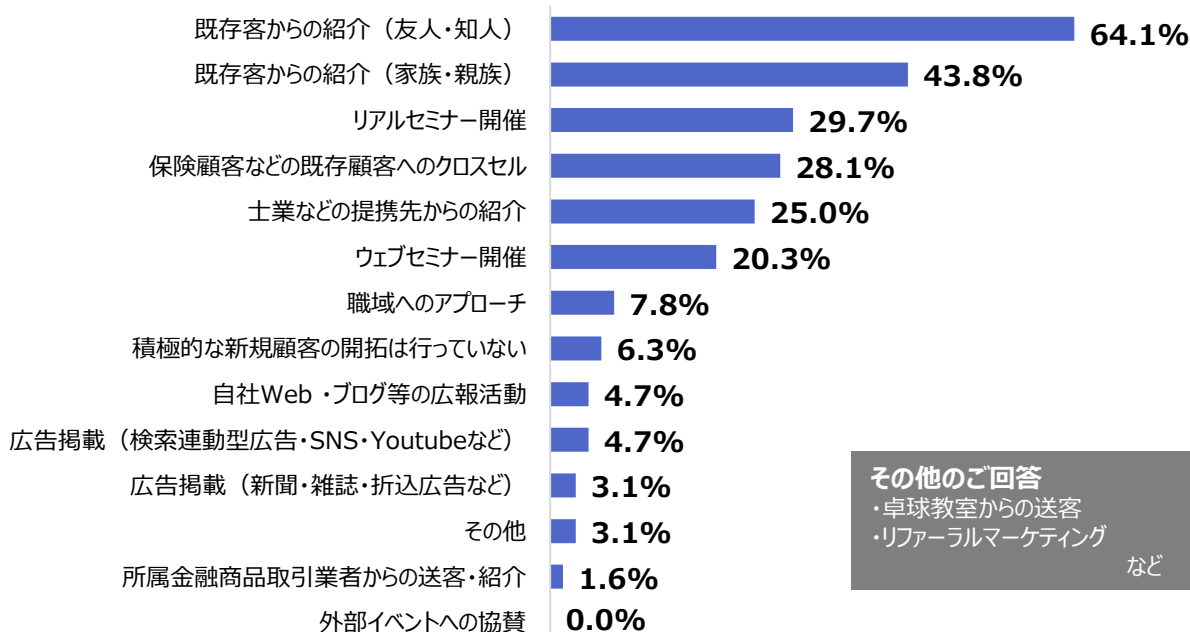


Q3-2-2

続けて『新規顧客開拓』についてうかがいます。

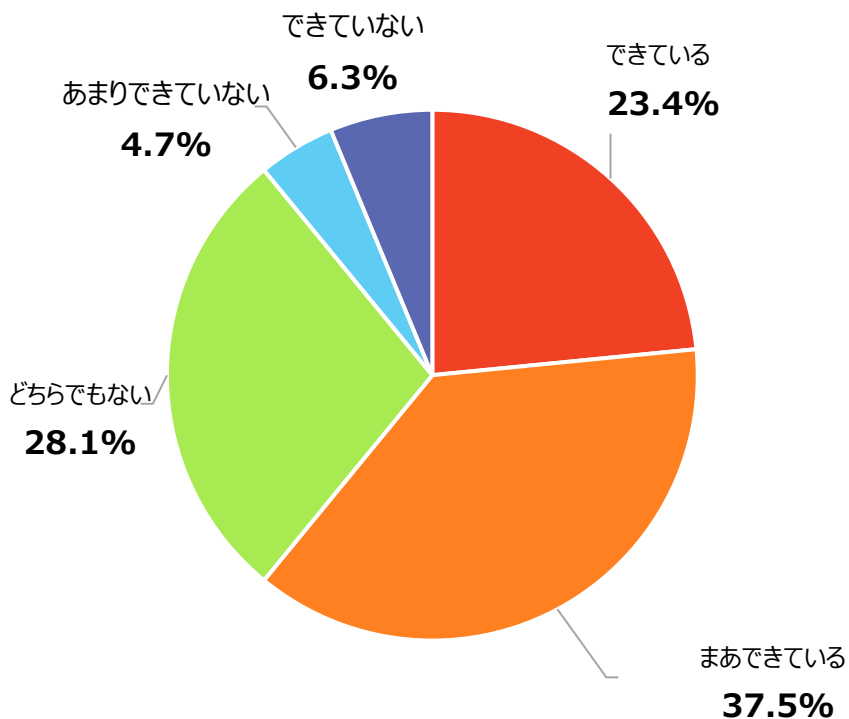
下記の選択肢より、特に重要視しているお客様の集客方法を3つまでお選びください。

現在新規顧客を行っていない場合は、選択肢の『積極的な新規顧客の開拓は行っていない』をお選びください。



Q3-3-1

『競合IFA法人との差別化』についてうかがいます。
貴社は他のIFA法人と差別化が出来ていると感じますか。



Q3-3-2

3-3-1で『かなりできている』、『まあできている』を選ばれた方にうかがいます。
貴社の、他社のIFA法人と差別化できているポイントや、独自の強みについて教えてください。

●主なコメント

有力会計事務所のネットワーク。

不動産、相続対策など含めた資産の包括的コンサルティングの内製化。
提案プロセスの確立。一任運用サービスへの積極投資。

独自分析に基づいた投資戦略を中心に据えているため。

独自商品の開発。

特定の商品に特化している点。

投資信託の長期投資をコアとしており、顧客の成功体験を数多く実現しており、レポートや顧客紹介が継続的に行われている。

超富裕層特化型で、全てのアドバイザーが元外資系PB出身者で構成されている。
ブッシュ営業は一切しないが紹介により顧客は勝手に増えている。

地域密着型でもってゴールベースアプローチを底辺として、運用(資産運用)と保障(生損保)を主体としてお金に纏わるライフプランの提案をする他、住宅ローン(フラット35)、ペット保険、企業型DCの導入支援並びに継続研修といったサービスも執り行っている。

多種目販売で接点強化。会社全体でアフターフォロー。セミナーで情報提供。

商品購入前の原則としてセミナー参加によるお客様の理解度ー積立、長期、分散投資の徹底。

主にシニア向けの卓球教室を運営しておりそこからの送客ルートが整備されているため。

社歴は今年で15期目に入ります。

会社としての今まで培った知識、スキル、土業とのネットワーク、顧客とのグリップ力、社員の人間力などの無形資産。暦年の増収増益BS PLの実績などの有形資産。社員の高い年俸制度などで、顧客との信頼などが強みです。

社員、業務委託の有無に拘らず、所属のIFAに対し、顧客獲得のサポートや役員から担当を引き継ぐなどの取り組みを積極的にやっている。

資産収益率が低く、顧客の手数料負担が低い。

資産運用能力の高さ。

顧客の幸せをゴールにおき、家計分析を土台とした資産運用アドバイス。俯瞰したアドバイザーの目線。

経験値と有料サービス。

経営支援グループ企業として、ワンストップサービスを提供できる。

企業型DCを取り扱っている。

一人親方スタイル。ユダヤネットワークに裏打ちされた独自の人脈、情報ネットワーク

ライフプランやキャッシュフロー表の作成を得意としている。

ライフプランニングと家計決算を行うことで、必然的に資産形成の設計も行いながら永いお付き合いを行っていく。

ライフプランニングからの保険と運用の提案。

フィーベース。

フィーモデルの実践。保険、IFAのワンストップサービス。

M&Aアドバイザリー業を内製化して行なっている点。

IFAランニングコストを低く抑えている。

●主なコメント

IFAの人数が増えている。報酬率や自由度が高い。IFA向けの独自のサービスがある。証券会社以外の不動産やMAなどの提携先が多い。

IFAとして20年以上、投資で失敗して後悔している方の相談を受けてきた経験値。

FP業務で家計管理、改善など出来ており、金融リテラシーを高めるための情報や知識の提供を行っているので、お客様の投資に関する軸がぶれていない。

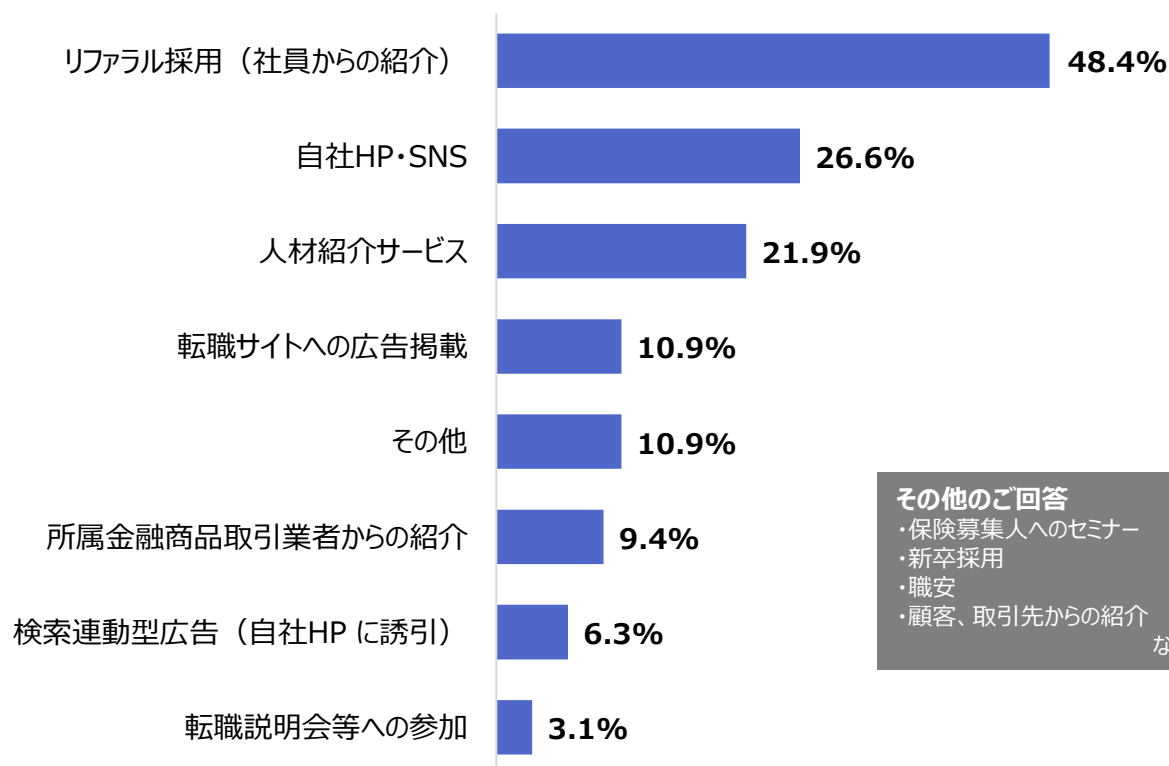
- ・ライフプランに合わせたポートフォリオの構築、商品提案
- ・ファイナンシャルプランナー関連の他分野のアドバイスや提携先の案内

- ・旧メリルリンチ出身者が中心であること
- ・債券を中心とした業務経験が豊富なメンバーが集まっていること
- ・当社内にアナリスト上位ランキングだったクレジットアナリストや債券トレーダー出身者がいること

- ・管理口座の導入と拡大
- ・医師等の富裕層
- ・生損保のサービス提供、高いコンサルティング

Q3-4

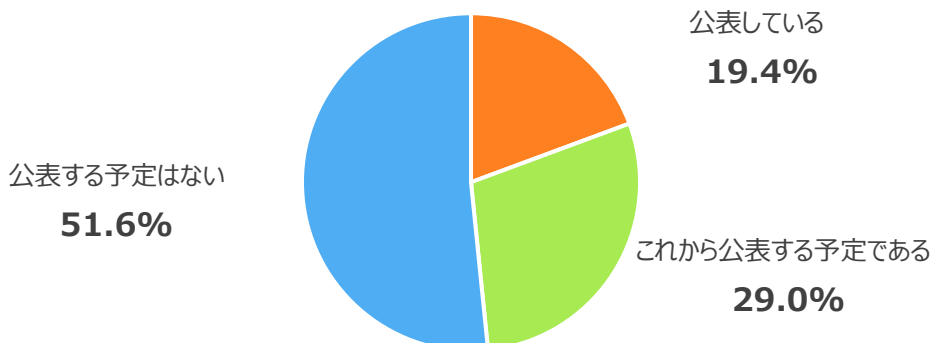
『人材の採用（アドバイザー）』についてうかがいます。
貴社が取り組まれている人材獲得方法を、下記の選択肢より全てお選びください。



Q3-5-1

ここからは、共通KPIについてのお考えをうかがいます。

貴社では共通KPIを公表しているでしょうか、公表されていない場合は、そのご理由も差し支えない範囲で教えてください。



Q3-5-2

「公表する予定はない」を選択された方にうかがいます。

回答のご理由や、共通KPIについて感じておられることを教えてください。

●主なコメント

歩合制外務員をコントロールできていないため公表したい数値が出せない。

必要性を感じないから。

当社はお客様の授信保有比率がかなり低く、共通KPIが当社のお客様の状況を表す実態と異なるため。

他業務のKPIもあり総合的なあり方について検討できていない。

手間がかかるのと手続きが現実的ではない。

始めたばかりでそこまで進んでいない。

広く世間に明示する必要がない

公表する必要性を感じない

顧客本位の業務運営は公表する必要すらない当たり前のことであり、それぞれの顧客ごとの目標リターンも異なるため意味がない。また、情報弱者を顧客としておらず、自己の判断で当社との取引を開始する素地のある顧客のみ迎え入れるため。

限定した顧客なので広く公開する必要はない

現時点では小規模のため、大手と比べて見劣りする数字の公表性を感じていません。

現在、夫婦でやっているの、社員を雇うことが出来れば重視してゆきます。

形だけに拘っていると滑稽に感じるので。

共通KPIなるものが、今まででたらめをやってきた金融機関向けの当局の指針のように感じている。

1、そもそも販売側（金融機関、外務員）が本当に顧客の属性・目的を分かったうえで販売している、していたか疑問である。

2、外務員も商品の理解度が低い（自ら勉強して運用会社を選定していないことがある）

金融サービス業に携わるのなら顧客の利益を最優先等のは当たり前ではないか？

共通KPIとかいうことを声高にいえばいほど、今まででたらめやってきましたというように聞こえる（これから投資をしようとしている層に対して） 全否定はしませんが・・・

技術的に共通KPIの数値を出すことができない

意味がない

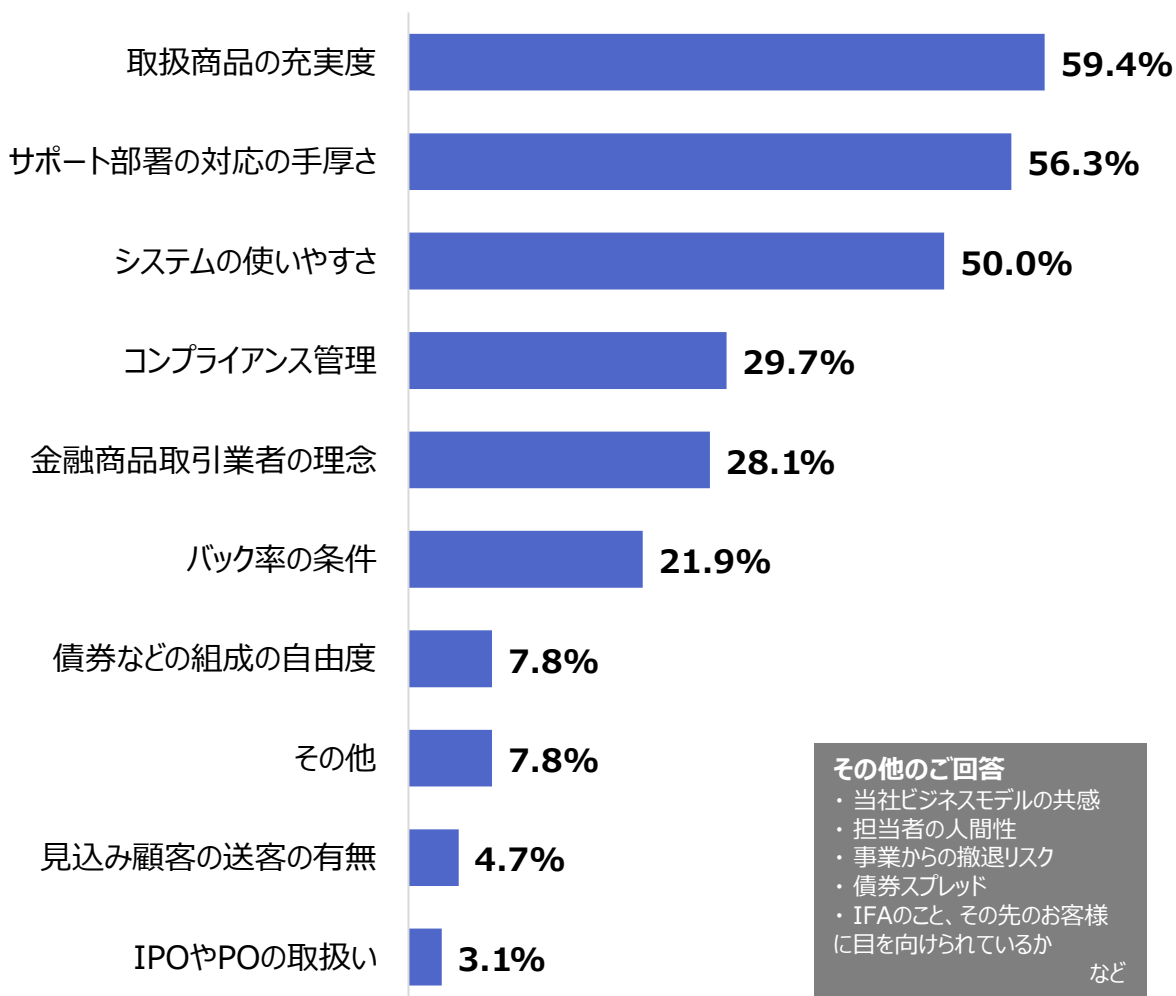
よく分からないから

プロセスを重視している。業界の生産性と比較して3倍以上に達成している。営業社員が増える段階で再考する方向。

Q4-1

金融商品取引業者に関するお考えについてうかがいます。

貴社が所属する金融商品取引業者を選ぶ際に重視するポイントについて、下記の選択肢より最もお考えに近いものを3つまでお選びください。



金融商品取引業者に関するお考えについて

Q4-2

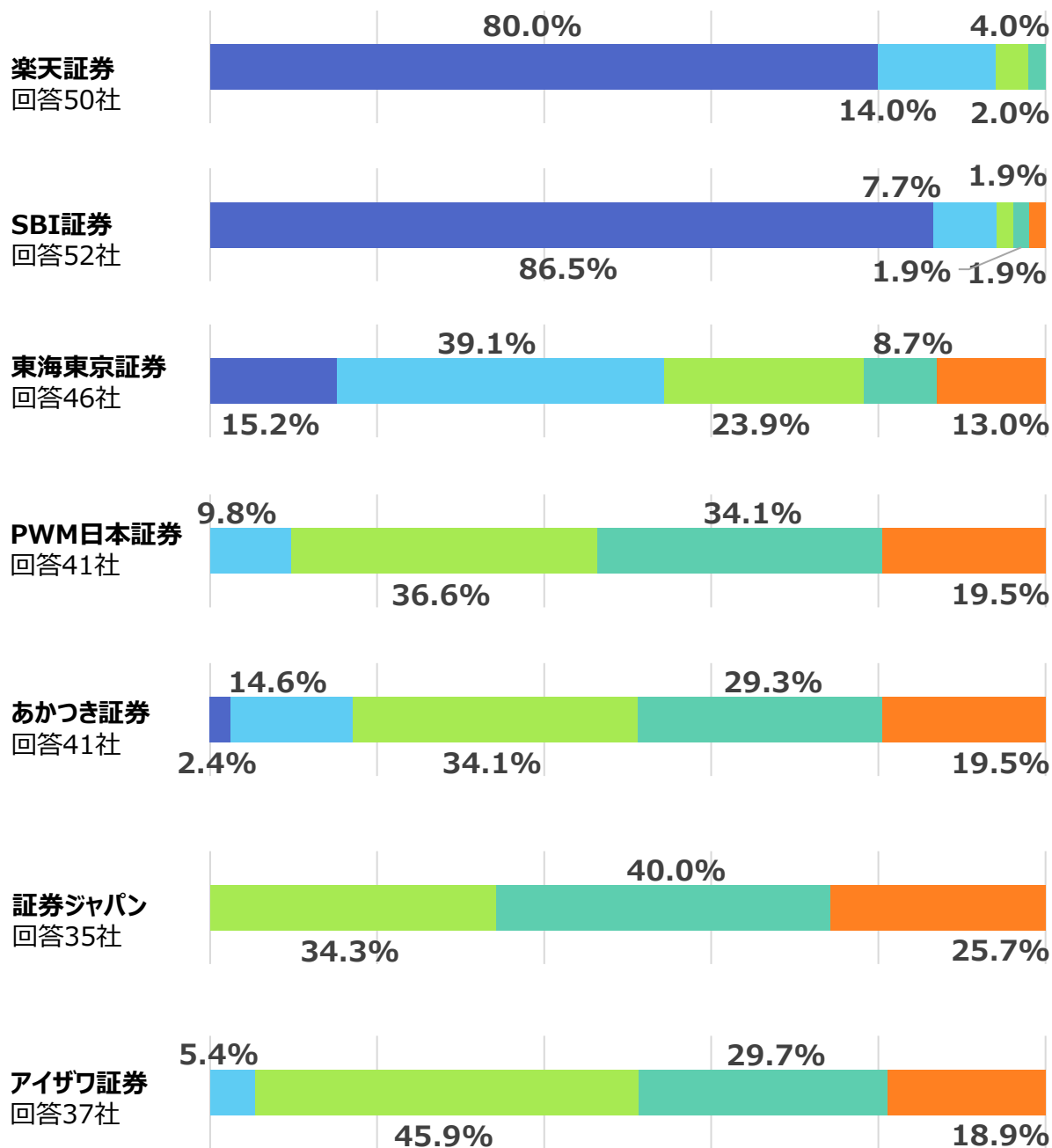
主な金融商品取引業者についての評価をうかがいます。

評価内容①

「商品ラインナップが幅広い」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

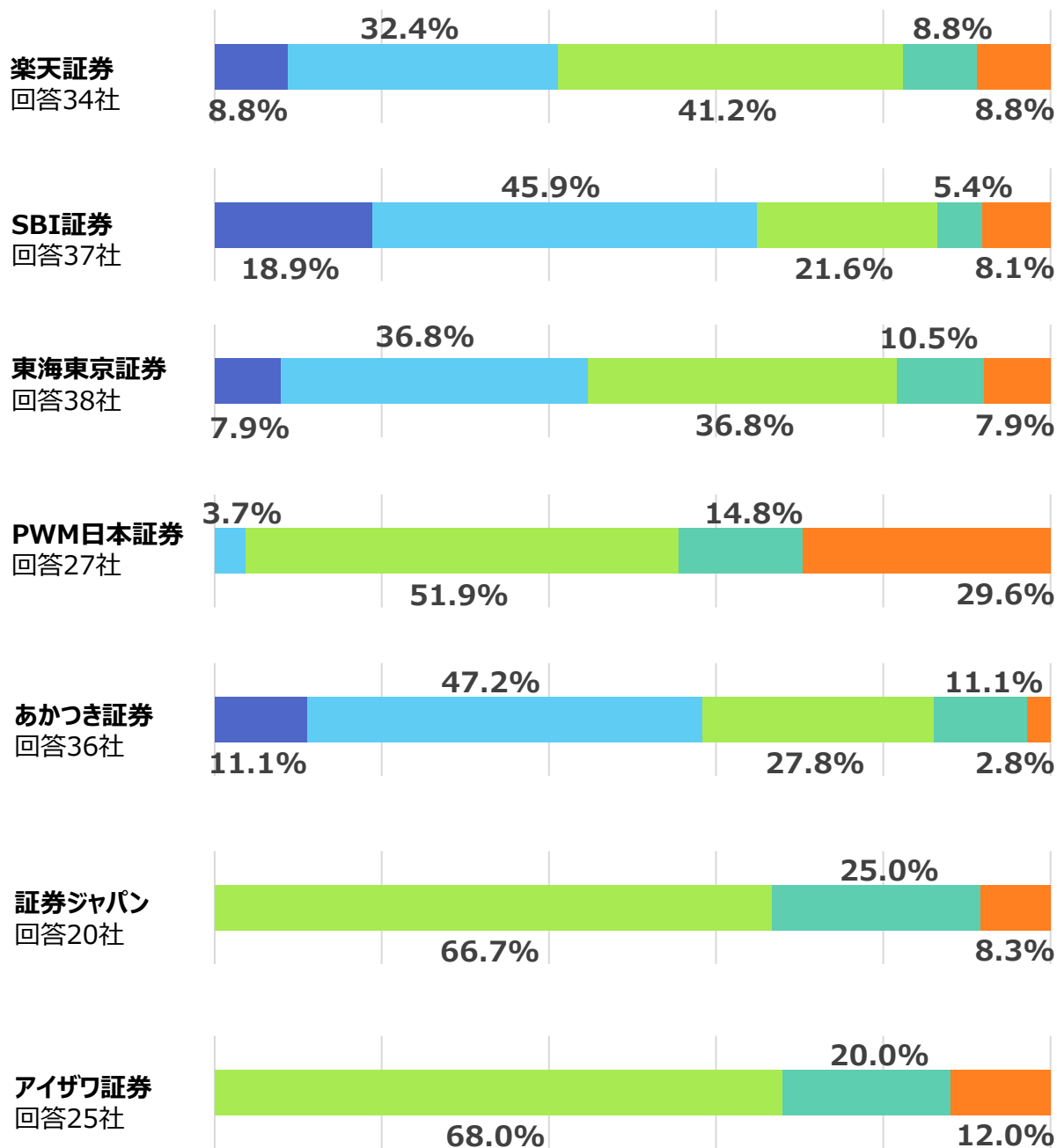


Q4-2

評価内容②
「債券などの組成力が高い」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない



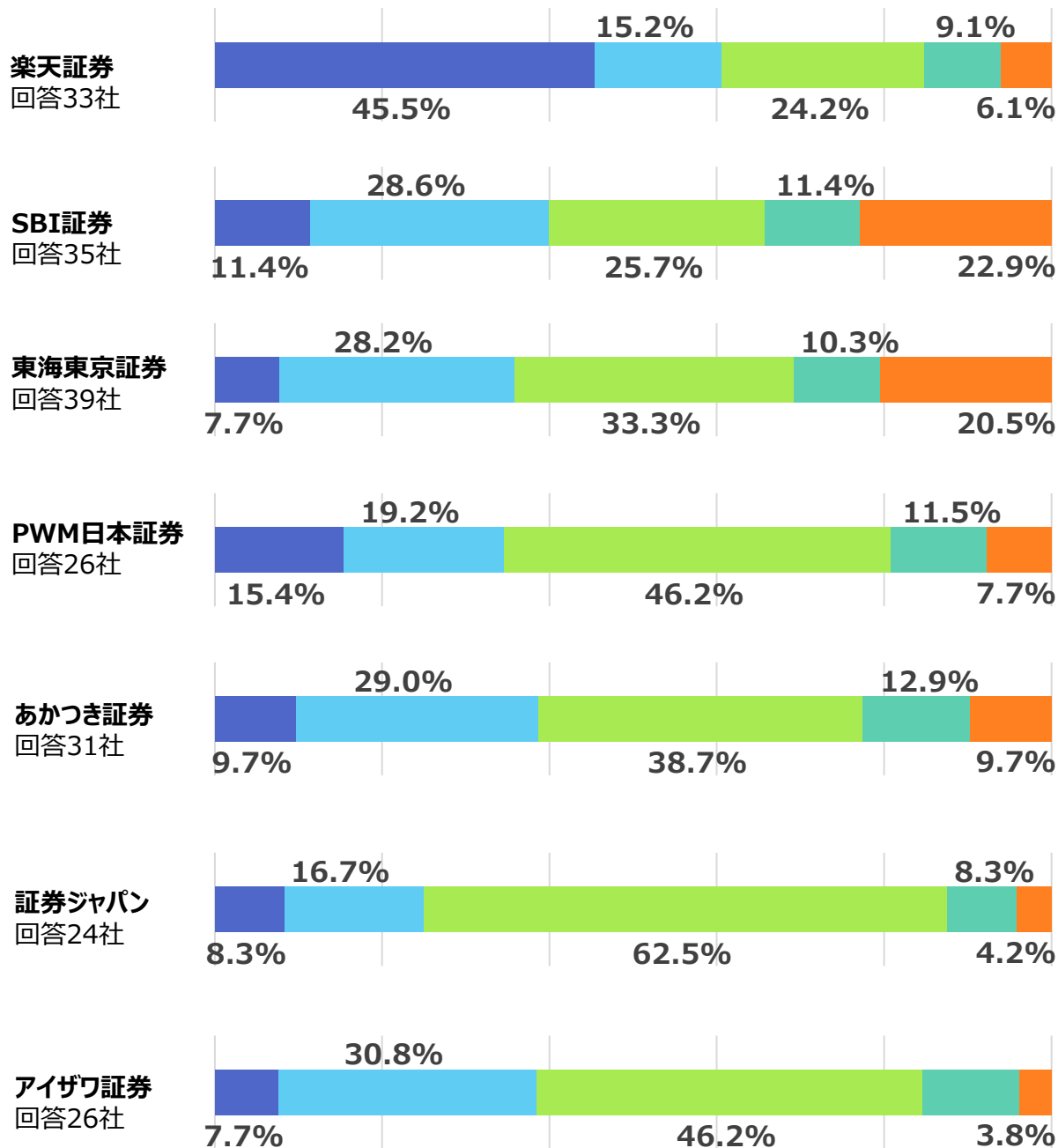
Q4-2

評価内容③

「IFAサポート部署の対応が丁寧である」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

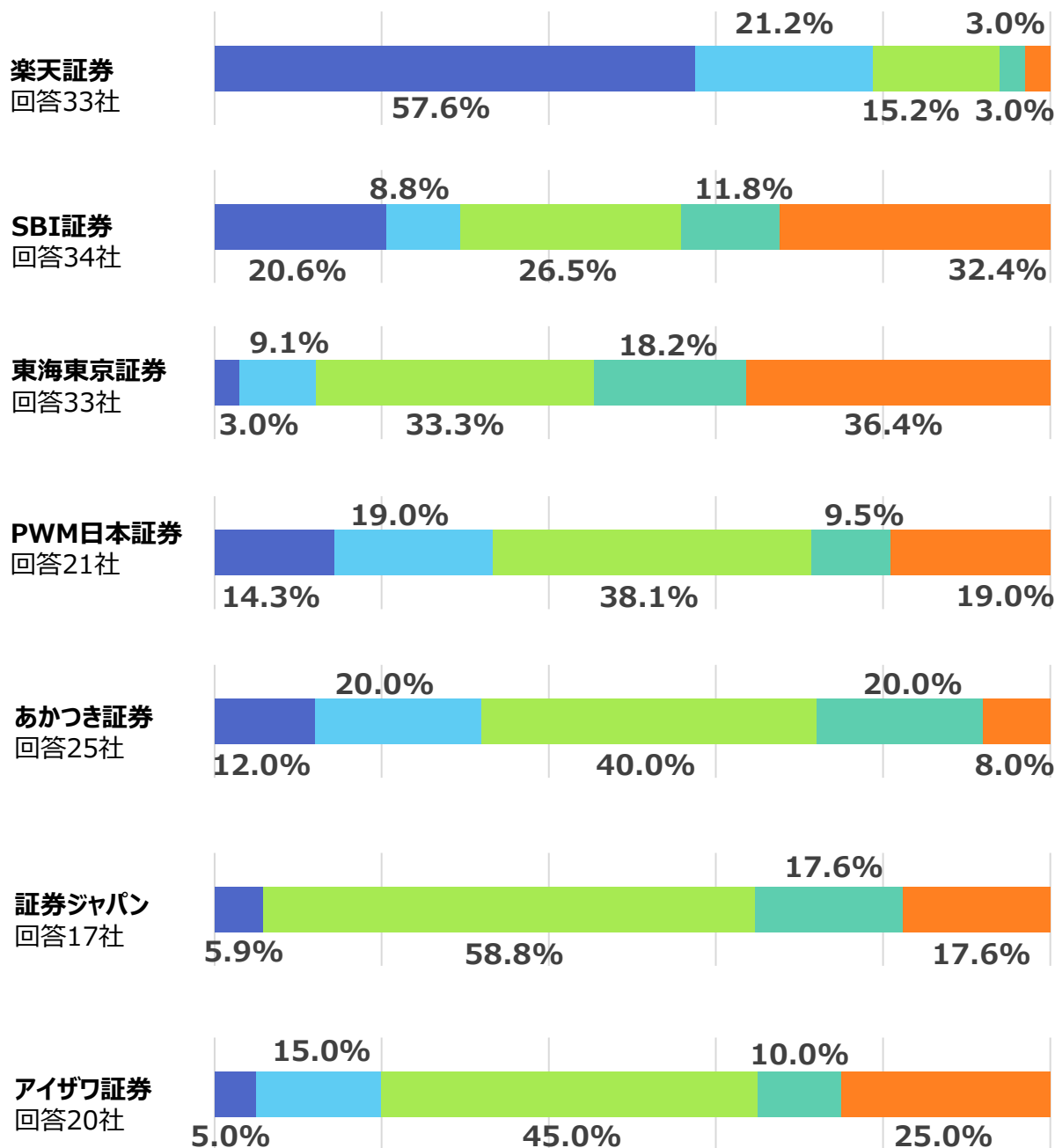


Q4-2

評価内容④
「システムが使いやすい」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない



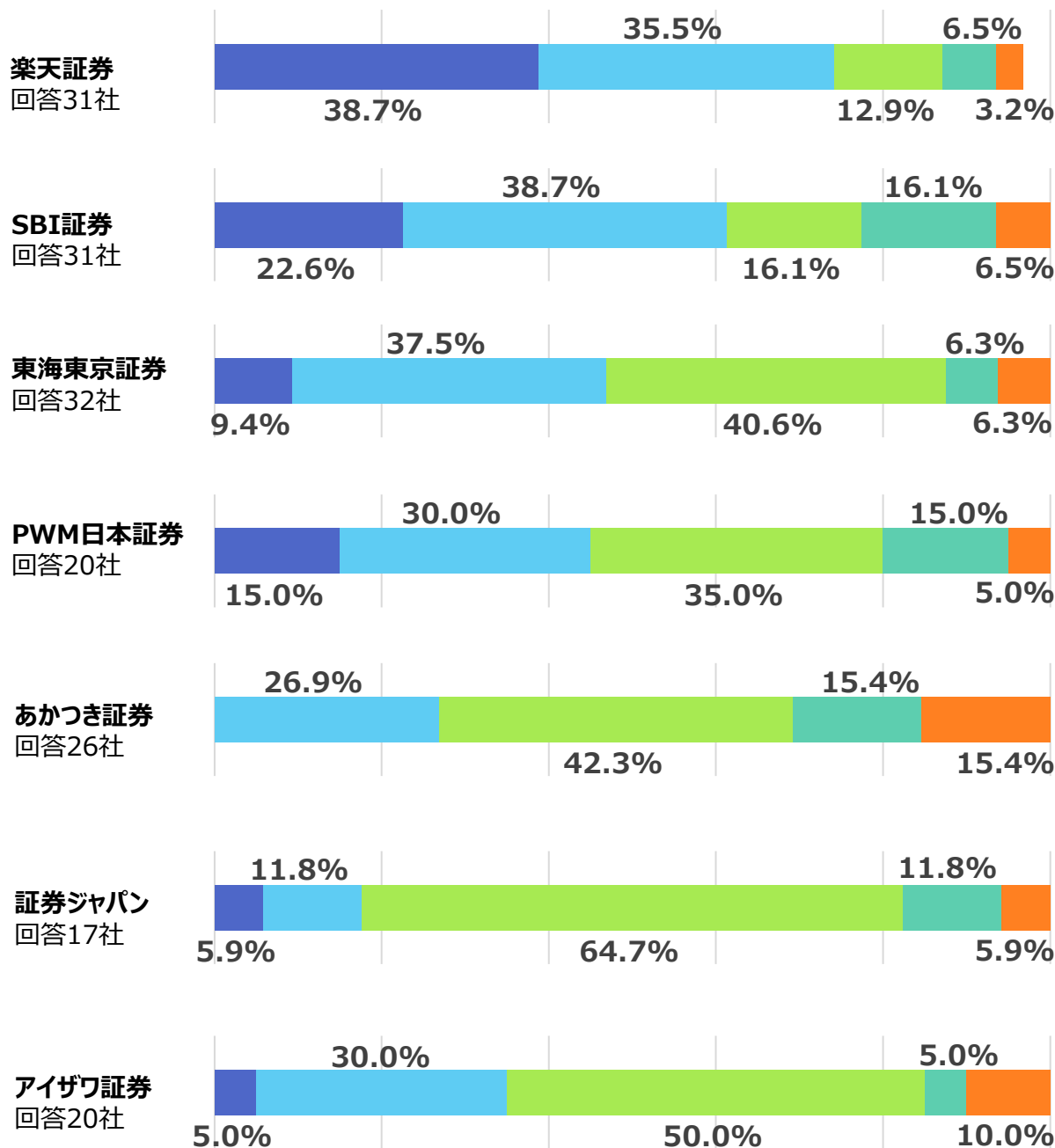
Q4-2

評価内容⑤

「コンプライアンス面がしっかりしている」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない



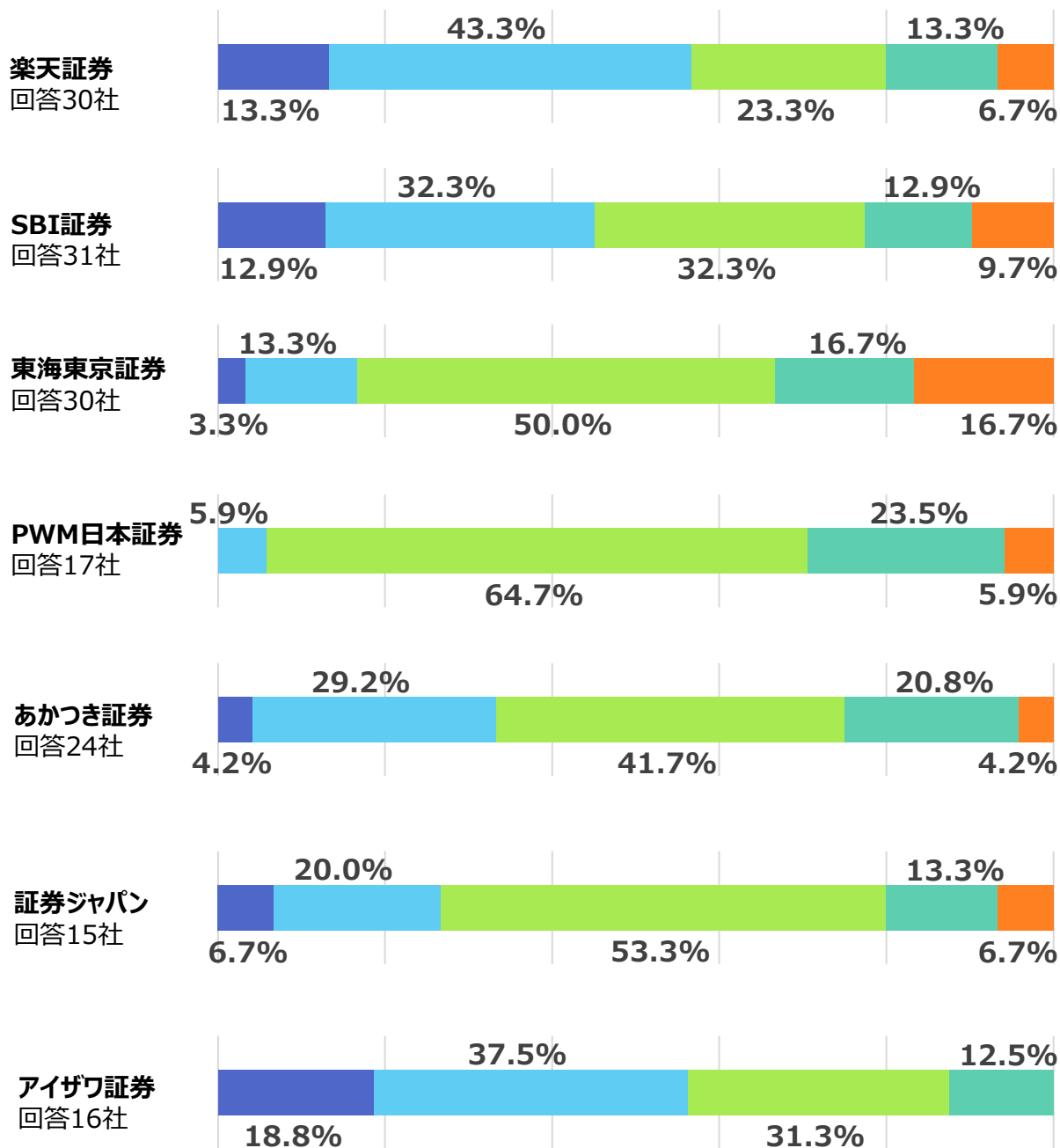
Q4-2

評価内容⑥

「報酬体系などの取引条件が優れている」

各社について、あてはまる選択肢をお選びください。

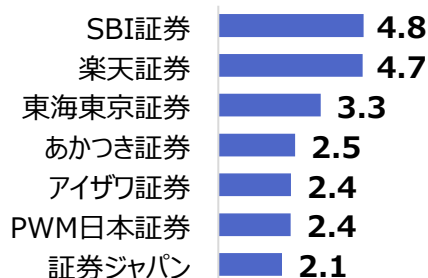
■ そう思う ■ まあそう思う ■ どちらともいえない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない



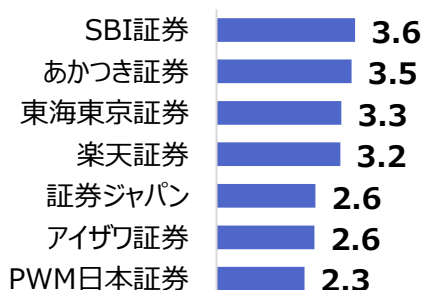
金融商品取引業者に関するお考えについて

各証券会社の評価点を、そう思う=5点、まあそう思う=4点、どちらともいえない=3点、あまりそう思わない=2点、そう思わない=1点とし、得られた回答から平均点を算出し順位付けを行った。

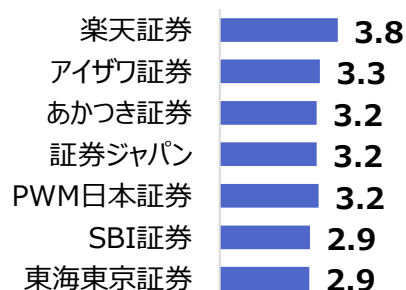
商品ラインナップの幅広さ



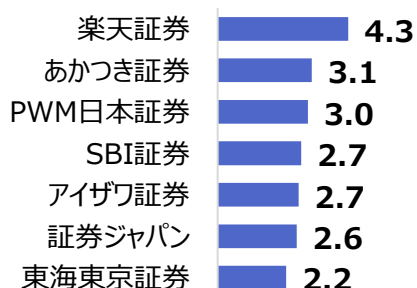
商品組成力の高さ



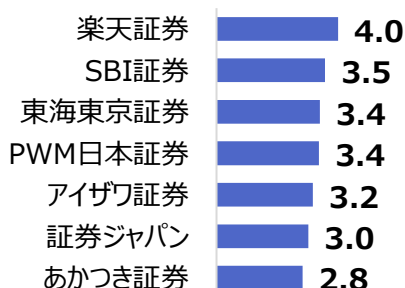
サポート対応の丁寧さ



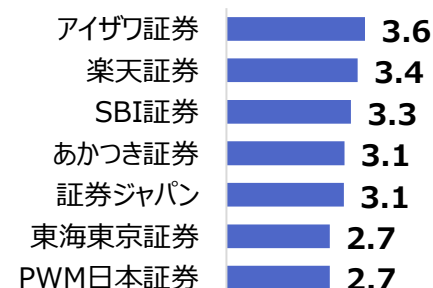
システムの使いやすさ



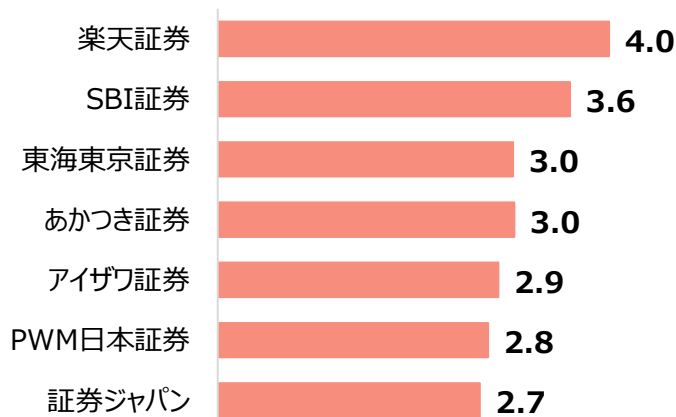
コンプライアンス



取引条件の良さ



総合得点



Q4-3

『IFAビジネスに取り組む金融商品取引業者に新しく取り組んで欲しい事、または改善して欲しいことについて教えてください。』

●主なコメント

明らかに関係省庁向けの対応を仲介業者に押し付けてきている印象が増しており、仲介業者並びに顧客に有益な運営を取り組んで欲しい証券会社があります。

報酬額の引き上げ。システム利用料の引き下げ。
いまの報酬体系では、IFA 単独では収益が成り立たない。

入金・出金履歴などの取引データの過去訴求。
法人取引の税制に詳しい方もしくは問合せして回答いただける方や部署が欲しい。

朝令暮改の改定をやめてほしい。

大口顧客への各サービスと報酬化。

他のIFAの成果やそこに至るまでの過程などを教えてほしい。

全社共通のワンストップポータルサイトを立ち上げて欲しい。

新NISA対応、システムの使いやすさ、研修体制など。

事務やシステム等のサポートを充実し、紙ベースの業務や電話ベースの対応を減らしてほしいです。

使い勝手が良いシステム構築。

仕組債のような販売は、二度と行わないよう律して欲しい。そもそも、証券業界の売り買いを繰り返す体質は、私たちが目指す、個人資産の形成とは別世界と感じている。

採用活動や顧客獲得のサポート。

今まで金融機関が取り組んできた富裕層・マス富裕層の発想を改め、広く国民に投資文化が広まるよう取り組んでもらいたい。今後、組織・顧客を持っている業種からのIFA業者への参入が多発するはずなので今までの考え方を改め、真に国民経済の発展に寄与するビジネス展開を期待したい。（要は目先の収益でなくストックビジネスを川上より）

顧客本位とは何かを真摯にとらえた業務運営。虚構は不要。

顧客管理システムの強化。

顧客が使うシステムのスマホ対応。ビジネスモデルの提案。コンプライアンスの仕組み化。

金融商品取引法第66条を始めとする各種諸法令について、金融商品取引業者が個別に法解釈をするのではなく、日証協にてワーキングを組む等により法解釈の共有化・共通化を図って頂きたい。例えば、広告審査になると各社の法解釈がバラバラで対応に振り回されることがある。

業務フローの効率化。

我々IFA業者は、料率の交渉しかない。20年前から購入手数料と信託報酬という安くなる一方の収益源を基準にした報酬体系を今後成長ある新しい報酬体系に変えていく取り組みは金融商品取引業者に期待するしかない。

家族信託や証券担保ローン等、周辺のサービスの充実。

プラットフォームの提供に加え、IFA業務拡大の戦略的パートナーとしての姿勢を強めてほしい。

ネット通販とIFAの違いを明確に打ち出せる、権威づけとその根拠となる定量的な評価制度。

トップ業者で仲介業者を「下請け」と勘違いしている尊大な社員が多い。

システム面での充実。

システムの簡素化。IFAにあう（本当に長期投資できるファンドなど）商品の採用を希望します。

システムの改善。コンプライアンスの取り組み。

サポート体制強化。

金融商品取引業者に関するお考えについて

コンプライアンスに関する情報と問題事象の共有。

アドバイザーの意見を柔軟に取り入れて、対応してほしい。また、もう少し金融知識のある担当者をつけてほしい。

SBIのIFA利用のシステムが使いづらい。

IFA事業者をフォローする人員の増強。IFA法人に要求される事務負担が年々大きくなってきているため、IFA法人での事務負担を軽減して頂きたい。

IFA業者の地位向上。

IFA業者が顧客本位を貫ける体制作りを希望します。

iDeCoやDCなどお客様のためになる制度は積極的に導入してほしい。

Q5-1

今後、IFA業界が拡大するためには何が必要だと思いますか。お考えをお聞かせください

●主なコメント

有能な人材。

本当のお客様第一としての既存証券会社との明確な差別化戦略。明確な手数料等に対する考え方の明示義務。

報酬体系の見直し。

報酬アップ。

保険募集人の積極参入および教育。

米国では大手金融機関で成功したFAやFAチームがIFAとして独立する傾向が強いが、日本の場合、IFAは玉石混交であり、少ない顧客預り資産で手数料の高い商品を回転売買し稼ごうとして顧客と利益相反を起こすIFAが少なからずいるなど問題が多い。日本ではIFAという言葉が独り歩きしているが、今一度、米国で成功しているIFAがどのような人達であり、どのような規律を以って事業を行っているかを大いに参考にし、業界としてIFAの在り方を見直すべき時期に来ていると思う。

販売側の真の顧客本位の業務運営と、利用者側のメディアに流されない金融リテラシーの向上。

販売チャネルを増やすことと試験に合格しただけの既存のIFAの教育だと思います。特に銀行員や郵便局員の知識とモラルアップを計らないといずれ問題になると思います。

認知度が必要である。来年からの新NISAを通じてIFAの認知に係る取組が早急に必要である。また、縦割りの金融サービスから横断的サービスを推進するにあたって、適材適所にIFAにアウトソースする等の取組が必要ではないか。

投資信託の積み上げ、長期投資に取り組む業者の比率が高まること。

投資家個人だけでなく、IFAを含めた投資・運用をメインとする事業法人への税制優遇。

長期投資の伴走者となれるコアプレイヤーとして期待出来るのは、クライアントと長期間関係を維持出来ている生保の優積パーソンであると確信していますので、彼らが苦手とする投資アドバイススキルをいかに高めていけるかが重要だと思います。

中途半端な顧客本位ではなく顧客本位の徹底した追及が必要を感ずります。

専門性の高いサービスを提供できる人材の育成。

人材の充実。

信頼性。

信頼されるIFAが増えること。スターIFAが成長すること。

証券の仕組みが理解できる販促物の開発。

所属金商品取引業者との契約の縛りの解除。

集客方法の確立とフィーベースでの事業運営。

資金調達力。

顧客目線での提案が可能となるように、証券会社ではなく、顧客とのアドバイザー契約ができるようになると良いと思う。

顧客本位のサービスを提供している、提供できるIFA法人が数多く出てくることによってIFA業界の信頼度が上がってくる。

顧客とIFAがWINWINになるロールモデルの構築。

現役の証券マンが証券取引を生業としているのなら、自分の将来やお客様の満足度を真剣に考えて仲介業に所属する人が増えることで、本物の顧客本位の営業がはかれるのではないのでしょうか。

コンプライアンス面の徹底が必要だと思います。手数料稼ぎのために荒い取引をする人を排除する必要があります。また、すみ分けも大事だと思います。一言でIFA業者と言っても、今や様々な業者がいるので、それぞれ別々の観点でルール作りや団体づくりをしていく必要があると思います。

経済の勉強会をやってもらいたい。

銀行、とくに地銀に仲介業をさせないこと。外務員が無知なうえ、販売方針がよく分からない。クレームになることが多く、結局投資は怖いもの、という思いに至る消費者がほとんど。

金融庁の頭でっかちの修正。

金融商品選択や商品自体の良し悪しではなく、「人が介在することの意味がいかにあるか」の追求。

業態に対する認知度の向上。

業界全体のコンプライアンス意識の向上。
アドバイザーの質の向上。

業界の統一したコンプライアンス基準。
フィー型スタイルの人的拡大。
NISA等による事業者の収益モデルの確立。

業界の信頼を回復できるよう、フィービジネスへの移行が求められる。
保険業界も同様のことが言える。

業界のイメージアップと、各IFAの意識とスキルアップです。
その上で顧客への認知度アップに繋がっていくと考えています。

より使いやすく、安価なプラットフォームの存在。

フィービジネスへの転換(投資助言葉の参入)。

フィービジネスのプラットフォームの充実。

つみたてニーサの手数料ゼロは？
資産運用に税金をかけるのはおかしい。

コンプライアンスの統一。

コンサルティングフィーに関する考え方の浸透。

コストが低い商品が良いと言われる風潮の打破。アドバイザーの価値を理解していただけるように、IFA業界全体が成長すること、投資家への啓蒙や教育が必要か。

Q4-3 で述べたように志の高いIFAが活躍し国民に投資文化・資産形成文化が広まることを願いたい。
Ma-Do様含め雑誌・メディア等を通じIFAの認知度が飛躍的に広まることも期待します。

IFA周知による中・低所得者層の、投資への参加。
インデックスではなく、アクティブファンドの優位性の確立。いま、ネットや投資本の影響で、中・低所得者層の間では「手数料の安いネット証券でインデックス運用が最善」という考えが主流になりすぎている。この考えを崩さないとIFAでの対面取引の意義が確立できない。

IFA自身のマインドセット。

IFA個々の能力の向上。

IFAは、顧客から信頼され求められる存在、有難いと思われる存在であるかを常に問い続けること。
こうしたIFAの高い質と信頼感が顧客の評価として高まってくれば自然とIFA業界は拡大していく。
IFA業界が「既存の証券会社とさほど変わらない」程度の評価しか得られなければ縮小はやむなし。個別のIFAが生き残っていく道しかなし。

IFAの認知度を高めること。

IFAがお客様本位であることの認知拡大。

15年以上取り組んできましたが、販売手数料にたよったビジネスモデルからの脱却が必要だと感じます。
外務員が顧客と契約を結び運用担当として、販売についてノーロードとなってきた中で、運用実績によりフィーをもらえるような仕組み。