

保険代理店を中心としたIFAが媒介となって 現役世代にも着実に浸透する長期の資産運用

IFA支援専門の証券会社という独自のビジネスモデルを展開するPWM日本証券が投信販売で存在感を高めている。預かり資産残高はリーマンショック以降、3倍弱に成長。業界全体に比べて株式投信の解約率は低く、20～50代の現役世代によるNISA口座の高い稼働率が大きな特徴となっている。IFAビジネスの理念と戦略について聞いた。

PWM日本証券の前身となるエル・ピー・エル日本証券が設立されたのは1999年のこと。IFA（独立系ファイナンシャル・アドバイザー）を通じた資産運用サービスの提供というビジネスモデルを日本で初めて導入したケースとして注目を集めた。その後、リーマンショックを契機に米国資本が撤退。欧州系ファンドが新たなスポンサーとなるかたちで2009年に再スタートを切った。

「IFAビジネスを手がける金融機関はほかにもありますが、IFA支援を専

門とする証券会社は当社だけです。独立したファイナンシャル・アドバイザーが購買代理の立場に立ってお客様の利益に徹するという哲学や理念は、エル・ピー・エル日本証券時代から標榜していたことで、これまでも、これからも変わるものではありません」。今年4月に代表取締役社長に就任した吉田稔氏は、こう話す。

IFAのビジネスモデルが掲げる哲学、理念そのものは崇高ではあるが、日本国内において新たな市場を創出し、実際に収益を生み出すに至るまでは、様々な障壁が立ちはだかり、相応の時間と資金を要したことは想像に難くない。事実、PWM日本証券以外でIFAビジネスを手がけている金融機関の多くは、IFA支援のほかにも、株式の売買を取り扱っていたり、トレーディング部門を抱えていたりする。

保険代理店のIFAこそ 預かり資産営業に最適

しかし、状況は変わりつつある。PWM日本証券として新たなスタートを切って以来、収益は徐々に改善し、3年目の2012年には営業利益が黒字に転換。2009年12月末時点で約450億円だった預かり資産残高は2015年9月末現在、1200億円を突破し、3倍弱に成長

した。「リーマンショック後のリストラや仕組み債の販売など、収益改善の原動力はいくつかありますが、提携先に保険代理店が多いことも大きな要因としてあげられます」と執行役員・営業推進部部長の平川雅樹氏は話す。

一般的に保険代理店のFPやFAは、証券知識に乏しく、投資信託のように価格が変動する金融商品の販売はあまり得意ではないと思われがちだが、実はその逆である。保険商品そのものが長期保有を前提とした金融商品であり、ライフプランをベースとした会話力や提案力に長けているFPやFAも多い。手数料稼ぎを目的とした頻繁な乗り換えもないので、むしろ、預かり資産営業に適しているといえるのだ。

2015年9月末現在、PWM日本証券と契約するIFAは約370人。このうち生損保の代理店を兼業するIFAが多数である。保険業法の改正により、IFAとして新たに投信販売を手がける独立系の保険代理店は今後も増える見込みで、PWM日本証券ではリクルーターを増員し、採用活動に注力している。2015年度はIFAの3ケタ増を予定しているという。

「IFAとして契約する際に重視するのは、業界経験者であることではなく、コンサルテーションを行うことができ



PWM日本証券
代表取締役社長

吉田 稔氏

る素養を持っているかどうかです。また、当社の哲学を共有できるかどうかも重要なポイントです。IFAをサポートする様々なツールやプログラムも用意しているので、証券業界の経験は必ずしも問いません」(吉田氏)。

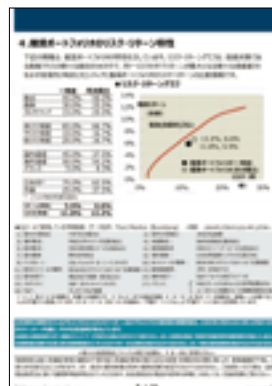
保険セールスの経験は ジュニアNISAでも強みに

預かり資産残高以外にも、PWM日本証券の躍進を示す数字がある。1つは、株式投資信託の解約率だ。2014年度は業界全体が46.6%であるのに対し、同社は13.5%という低水準にとどまる。同社の顧客は3倍長く保有している計算だ。NISA口座の稼働率も82.54%と高く、30代、40代においては85%に迫る(2015年10月19日現在)。口座開設数に占める現役世代(20~50代)の割合が83.1%となっている点も大きな特徴で、IFAを通じた投資教育の成果は、着実な成果として表れている。

「我々の販売力は決して高いものではありませんが、単品商品ではなく長期運用を前提としたポートフォリオ提案が中心のため解約率は低くなっています。このことが、運用会社やファンドマネージャーとの長期にわたる良好な関係構築にもつながっています」と話す平川氏によると、こんなエピソードがある。好成績を背景に純資産を集めた日本株ファンド「JPMザ・ジャパン」(JPモルガン)があるが、エル・ピー・エル日本証券時代から同ファンドを保有する投資家も多く、直近でも利食い売りに走ることなく、長期で保有する姿が目立ったという。

「当社が取り扱う商品の多くは、他社でも取り扱っています。他所でも買えるものも、当社のIFAを通じて買うということは、ひとえに当社が商品で

長期分散投資を前提とした投資提案書



はなく、ソリューションを売っているからにはかなりません」と吉田氏は胸を張る。IFAが顧客とフェース・トゥ・フェースで向き合い、投資目的や資金用途、投資経験などをコンサルティングしながら、一人ひとりに合った長期資産運用のプロセスを提案していく。そこにあるのは、まっとうなコンサルティング営業の姿であり、決して奇をてらったものではない。

NISAで高い実績をあげた保険代理店を中心とするIFAの存在は、ジュニアNISAのスタートでも、保険セールスの経験を生かし、家族ぐるみの口座獲得に向け力を発揮することが期待される。また、今後の注力ポイントとして、リタイアメント世代に対する「使いながら運用していく」マネープランの提案を平川氏はあげる。「退職一時金を受け取った年配の方が、年金の不足分を毎月引き出しながら、90~100歳まで資産を持続させるには、どのように運用していけばよいのか提案するツールの開発を進めています」。保険代理店の顧客には、配偶者の死亡により多額の保険金を受け取るケースも多く、その運用についてワンストップでアドバイスすることも課題になってい

たという。

現役世代からリタイアメント世代まで、幅広い層がPWM日本証券のIFAを通じて、初めての投資に踏み切っている。業界平均と大きく異なる投資家層の姿と投資行動は、保険代理店を中心としたIFAチャネルの可能性を教えてくれる。IFAの質的向上と量的拡大により、投信投資家の裾野拡大がどこまで進むか、大いに注目されるところだ。

Ⓜ



PWM日本証券
執行役員 営業推進部 部長

平川 雅樹氏