

連載



今回から2回に分けて、ゴールベースアプローチについて考えていきたいと思います。まずは、ゴールベースアプローチにおけるお客さまのゴールの設定と共有の重要性にスポットを当ててお話しします。

ゴールベースアプローチについては様々な考え方がありますが、ここでは「お客さまごとに異なる資産運用のゴール（目標）に向かって適切な道のりで進んでいくために最適な提案を実施し、一緒にゴールを目指すこと」と定義します。

そもそも、お客さまと一緒にゴールを目指すことがどうして必要なのでしょう。通常、資産運用を行う場合「○年後までに子供の教育資金として○万円貯める」、「○歳まで○万円をキープするために○%で運用する」といったように、お客さまごとに目的や目的に費やすことができる時間が決まっている、つまり十人十色のゴールがあるはずです。今年から始まった少額投資非課税制度（NISA）のつみたて投資枠では、S&P500指数や全世界株式に投資するインデックスファンドが人気ですが、前述のような全てのお客さまにとってこれらの商品が必ずしも適しているとは限りません。アドバイザーの皆さんの中には、今までお客さまのゴールをあまり意識せずに「今の売れ筋商品はこれです」とか「この商品は運用成績が良いのでおすすめです」といった提案をされた方もいるかもしれません。しかし、もしお客さまが「ここから先、年率2%のインフレに負けないような運用を10年程度続けたい」といったゴールをお持ちであ

れば、アドバイザーの皆さんは可能な限りそれを実現できるような提案をすることが必要です。従ってお客さまの資産運用のゴールを明確化し、それを共有することで初めて具体的な解決策の提案ができるということになるわけです。逆の言い方をすれば、お客さまとのゴールの共有ができれば商品の提案はできないはずです。提案する商品は、あくまでゴール達成のための手段であると言えるでしょう。

米国においては、このゴールベースアプローチという考え方は1990年代半ばから普及し始めました。現在では将来に向けて資産をじっくり増やしていくための一般的な運用手法となっていますが、わが国ではまだまだ道半ばといったところです。この理由の一つには、投資は先の結果が分からないので、そもそも目標を立てて運用するといった考え方が浸透してこなかったのではないかと筆者は考えています。お客さまとのゴールの設定と共有は、長期にわたって資産形成を続ける動機付けになるほか、マーケットが短期的に大きく上下に振れた局面で陥りがちな衝動的な投資行動を抑制する効果が期待できるなども、メリットとして考えられると思います。

もちろん「資産運用のゴールは何ですか」といきなり聞かれて、すらすら答えられるお客さまはあまりいないかもしれません。むしろ、それに気づいていないお客さまの方が多いようです。このような場合、お客さまの潜在的なゴールを顕在化することが大切です。まずは夢や希望、逆に不安や悩みなどを漠然とでも導き出すことで、お客さまの願望（Wish）を明確化することがアドバイザーの皆さんの重要な役割になってきます。では、そのような潜在的なゴールの顕在化は一体どのようにして行えば良いのでしょうか。この辺りは次回にお話ししたいと思います。

（執筆：りそなアセットマネジメント

未来資産形成ラボ所長 南川 久）