

マネープランの作成支援の 業界共通ガイドラインを

資産運用を上手に生活に取り入れてもらうためにもマネープランは重要だ。マネープランは複雑な問題だけに専門家に相談して作成する人が一部で増えている。マネープランを一層普及させるには、金融業界が一丸となって個別相談（ガイダンス）を行うためのガイドラインの策定が不可欠だ。

なぜマネープランが重要なのか

マネープランとは、将来的に発生しうる人生のイベントを考慮して、家計の収入・支出及び資産・負債のシミュレーションを行い、お金の貯め方や使い方を練る計画のことだ。マネープランの作成を面倒だと思ったり、作らなくてもなんとか暮らしていけると考えている人が大半だろう。しかし、ライフプラン作成の有無により、暮らしの豊かさに違いが生じる可能性がある。具体的には次のような3点である。

- ①マネープランを考慮することにより、長期間運用可能な資金がどの程度あるのか明確になるため、長期の経済的利益を狙う資産運用が行いやすくなる。
- ②マネープランで検討した長期運用方針に従って運用することにより、享受するリターンを高める可能性がある。個人は、相場が急落したり急上昇した場合、狼狽売りや高値つかみといった近視眼的な投資

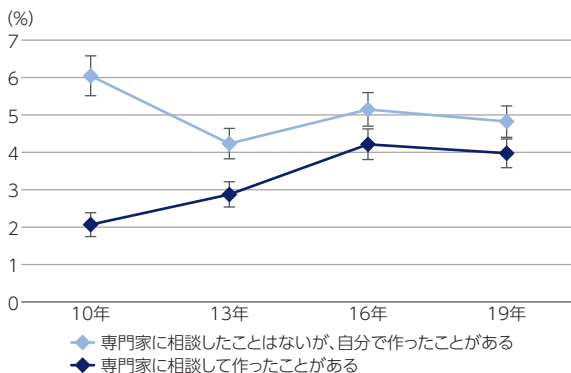
行動をしがちのため長期投資と比較して投資リターンが低い傾向にある。マネープランに内包される長期運用方針に立ち戻って考えることができれば、こうした投資リターンの低下を防ぐことが期待できる。

- ③高齢世帯がマネープランに従い計画的な取り崩しを行うことにより、必要以上に切り詰めた生活を送らずに済む可能性がある。高齢世帯の平均的な取り崩し率は低いと言われている¹⁾。その理由の一つが、将来の医療や介護費などの予期せぬ事態に備えて金融資産を必要以上に保有し続けていることだ。マネープランにはこれを緩和する効果が期待できる。

徐々に広がるマネープランの活用

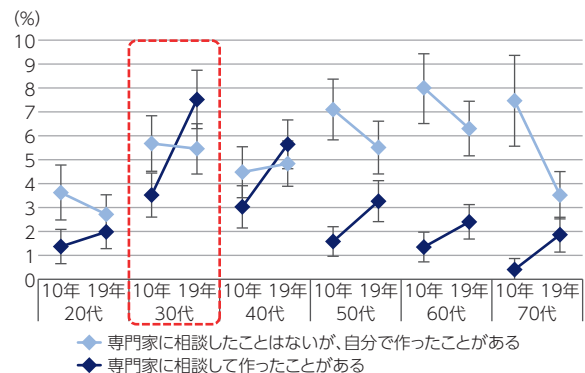
では、マネープランを作成したことがある人はどのくらいいるだろうか。図表1は野村総合研究所が3年おきに行っている「生活者1万人アンケート（金融編）²⁾」の中からマネープランの作成経験者の割合を抜き出した

図表1 マネープランを作成したことがある人の割合
(20代～70代)



(注) グラフのエラーバーは95%信頼区間を示す
(出所)「生活者1万人アンケート（金融編）」(野村総合研究所)

図表2 マネープランを作成したことがある人の割合
(年代別)



(注) グラフのエラーバーは95%信頼区間を示す
(出所)「生活者1万人アンケート（金融編）」(野村総合研究所)

NOTE

- 1) ホリオカ・新見（2017）によれば、日本の高齢無職世帯の計画年数（金融資産を何年かけて使い切るか）は30～60年とされ、ライフサイクル・向上所得仮説の理論が想定より長いこと、そしてその要因として予備的動機や遺産動機などが挙げられると言う。
- 2) 「生活者1万人アンケート（金融編）」は野村総合研究所が3年おきに行っているアンケート調査で直近では2019年に実施している。全国の生活者1万人を対象とし、金融行動や家計・資産について尋ねている。性・年代（5歳階級別）・居住地域が国勢調査と合致するように調査票を配布・回収（訪問留置き法）している。
- 3) 割合（の推定値）は4.2%から4.0%へやや低下しているが、推定信頼区間を考慮すると、横ばいと表現できる。

ものだ。「専門家に相談して作ったことがある」人の割合（20～70代）は2010年には2.1%であったが、2期連続で増加し、16年には4.2%にまで増加している（濃紺の線）。その後はほぼ横ばいで推移し19年は4.0%であった³⁾。一方、「専門家に相談したことはないが、自分で作ったことがある」人の割合は、10年以降、増加しておらず、むしろやや減少している（水色の線）。

このような動きを牽引しているのは30代である。例えば、「専門家に相談して作ったことがある」人の割合は10年には3.5%だったが、19年には倍の7.0%にまで増加している（図表2、赤点線の囲み内の濃紺の線）。この間、「専門家に相談したことはないが、自分で作ったことがある」（水色の線）人の割合はほぼ横ばいである。同様の変化は程度の差こそあれ、他の年齢階層でも幅広く見られる。

実際、ここ数年、専門のファイナンシャル・プランナーばかりでなく、金融機関もマネープラン作成のための個別相談サービスに力を入れ、プランニングツールの導入も行い、体制を整えている。もっとも、「専門家に相談して作ったことがある」人が9年で2倍に増えたとはいえ、未だに4%程度なので、金融機関からすると力の入れ具合に対して成果は物足りないと感じているに違いない。

業界共通ガイドラインの提案

先のアンケートによると、作ってみたいと考えている個人は25%位いる。この水準はイノベーター理論のアーリーアダプターとしては十分である。弾みさえつけば、マネープランを普及させることも可能だ。ではどう

すれば普及するだろうか。

まず、金融機関や専門のファイナンシャル・プランナーがマネープランの作成を支援するためのガイダンス（比較的簡略な相談）に対する信頼性を高めることが必要だ。個人は相談すると金融商品を「買わされるのではないか」という懸念をめぐり切れない。顧客に安心して相談してもらうには、恣意的な誘導を排除する必要がある。また顧客の同意がない限り金融商品の勧誘に結び付けるべきでない。この当然のルールを遵守したガイダンスのためのガイドラインを設け、業界が一丸となってキャンペーンを展開するのであれば道が開けるのではないか。

マネープランの普及のためには、公的な組織による後押しも望まれる。財政的な支援は困難でも、業界共通のガイドライン作りに公的組織が関与していることを示すだけでも取り組みへの信任は高まる。

また、マネープランの普及の起爆剤として一般企業が従業員向けに行う退職準備研修や資産形成に関する研修を活用することも考えられる。業界共通ガイドラインにより金融商品販売に結び付けられないことが約束されているのであれば、企業も金融機関等に協力を要請しやすいのではないか。

業界共通ガイドラインについて、今の段階では上述以上の具体的なイメージがあるわけではない。荒削りなアイデアに過ぎないが、賛同する人々が集まり、精緻な議論に展開することを期待している。

Writer's Profile



金子 久 Hisashi Kaneko
金融デジタルビジネスリサーチ部
上級研究員
専門は個人金融マーケット調査
focus@nri.co.jp