

一人ひとりの資産形成制度 望まれる普及と恒久化

フィデリティ投信 フィデリティ退職・投資教育研究所 所長 野尻 哲史氏

日本証券業協会の推計によると、2014年1月1日時点でのNISA口座は約440万件となっている。NISA口座での運用が1月から開始された。一時は口座獲得競争で盛り上がりを見せたNISAだが、注目すべきは投資家に身近な制度として定着するかどうかだ。今後の見通しを立てる際に参考となるのは、NISAのモデルとなった英国のISA（アイサ）だ。フィデリティ投信の野尻哲史氏は、NISA導入以前から各方面に向けてISAの紹介を行ってきた。ISAに詳しい野尻氏に、NISAの今後のあり方について伺った。

各世代からの長期投資に

— NISA開始にあたって、運用会社としてはどのような変化があったのでしょうか。

フィデリティ投信としては、年1回分配型ファンドを新設しています。一般投資家の皆様にはNISAを使った資産形成を提案しておりますが、毎月分配型の投資信託は資産形成には不向きです。そこで運用商品の中身は変更せず、分配金を年1回とする「資産成長型」コースを追加しました。

「資産成長型」コースを新設したのは、「ストラテジック・インカム・ファンド」、「USハイ・イールド・ファンド」、「USリート・ファンド」の3種類です。（注）取り扱っている金融機関は31社（2014年1月15日時点）。

また、販売金融機関に対して、一般投資家へのアプロー

チのアイデア提供も行っております。弊社の提案する営業戦略としては、「NISA世代別活用法」と、「リスク・リターン別ファンドの考え方」の2つです。

— それぞれの戦略提案について、詳しく教えてください。

“NISA世代別活用法”では、ライフステージを3つに分け、それぞれの年代に合ったNISAの活用方法を提案しています。具体的には30～40代の資産形成世代、50～60代のロールオーバー世代、60代～の資産活用世代の3つのステージです。必要な将来の資金、投資できる金額は世代によって異なりますので、それぞれの世代におけるNISAの活用例を提案することで、NISAの普及に努めています。

NISA世代別活用法と併せて提案しているのが、リスク・リターン別ファンドの考え方です。フィデリティの商品に限らず、各金融機関が販売しているファンドのリスク・リターンを表にすることで、ライフステージごとのニーズに合致するファンドを投資家に伝えることができます。さらに、リスク・リターンの観点から、販売会社が導入している商品に偏りがなくも判断することができます。

資産形成に向いている商品はあったとしても、すべての投資家にとって絶対的に望ましいNISA向け商



品はないと思います。投資家個人個人の異なるニーズを引き出し、よりきめ細かいアドバイスを提供しやすくするよう、我々は世代別活用法とリスク・リターン別のファンドの考え方を合わせて提案しています。

- 販売会社はNISAをどのように位置づけて営業すべきでしょうか。

投資額が年間100万円、最大500万円と上限が定められているため、多くの販売会社はNISAを大きな収益機会とは捉えていません。しかし、NISAの投資家を増やすことは金融機関、特に地方銀行・証券にとって投資資金以上の効果があると考えています。NISAでの口座開設がより効果的になるのは、実は相続が発生する時です。

若年層は都市部に出ていることが多く、相続後に地方の金融機関の預金をすべて引き出すケースが多く見られます。これは地方から都市部への資金流出と言えます。ところが、金融機関の口座に預金以外の有価証券があると、名義書き換え等の手続きが発生するためか、口座の解約リスクが極端に低下するというデータが出ています。投資額の多寡にかかわらず、有価証券の保有者が増えれば、相続による資金流出の歯止め効果が期待できます。

さらに、相続によって今まで投資を行っていなかった若年層も投資家となります。販売金融機関にとって課題である、若年層へのアプローチの一つの解決方法とも言えるのではないのでしょうか。

環境の差異あれど必要性は世界共通

- NISAのモデルとなっている英国のISAは、どのような状況でしょうか。

英国において、投資家のことを“Consumer”、日本語で言えば「最終消費者」と呼ぶことがあります。これは現在投資を開始していない「未」投資家を含んだ表現であり、“Consumer”に対して金融機関はマーケティングを行っています。また、ISAの年度区切りとなる4月5日の直前2ヵ月、2月から4月5日まではISAシーズンと呼ばれ、英国全体がISAで盛り上がります。年度内にISAを使わないとその年の非課税枠が無駄になりますから、“Use it or Lose it（使わないと損）”といったコンセプトのもとに、最終日までに少しでも口座を開設し、また拠出を実行するように促すのです。駅にISAの広告が林立し、雑誌にはISAの文字があふれます。ロンドン名物のタクシーもISAでラッピングされたり、各社いろいろな方法でISAをアピールします。運用会社は年間の広報予算の大半を、ISAシーズンのマーケティングに充てるとまで言われています。

制度を比較した際、日本にぜひ導入したい英国の仕組みがあります。それがワークプレイス（職場、職域）ISAです。ワークプレイス ISAは、企業年金制度とISAを企業が従業員のために併用で提供する仕組みです。日本版のワークプレイスNISAを、我々は提唱しています。



日本の確定拠出年金（DC）制度は、中途引き出しができないこと、非課税の拠出上限が低いことなど、いくつかの問題点が指摘されています。これらの問題は、DCとNISAを併用することで、ある程度解決できると考えています。その利便性や効果を正しく伝えられれば、勤労者のニーズもメリットも大きいと思いますので、ワークプレイスNISAの確立を目指して活動してまいります。

- NISAが普及するために、改善が望まれる点は何でしょうか。

年齢引き下げやロールオーバーの廃止など、改善が望まれる点は多くありますが、一番はNISAの制度としての恒久化です。現在は時限立法という形式で導入されていますが、NISAが長期資産形成としての制度であるならば、ぜひ早い段階で恒久化が決まって欲しいと思います。

メッセージ性を持たせるという意味では、投資額の上限を120万円に引き上げるのも一つではないのでしょうか。たかが20万円の増加と思われるかもしれませんが、資産形成層による積立投資を考慮するならば「12で割り切れる数字」にすることは意義があると思います。

日本と英国とを比較した場合、税制や国民性に大きな差はありません。違いがあるとすれば、国が公的年金について言及しているかどうかです。英国では、2002年から政府が年金制度の見直しのための「年金委員会」を設立し、3年ほどかけて膨大な調査とその結果を公表しました。公的年金だけでは英国国民の老後はカバーできないという内容です。日本では未だにそうした政府の発表はありません。公的年金で老後資金が賄えるかどうかを“Consumer”の一人ひとりが冷静に判断すること、それがNISA普及の第一歩かもしれません。◇