

# 中長期事業戦略

(平成 25 年度～平成 29 年度)

平成 25 年 8 月

特定非営利活動法人 日本ファイナンシャル・プランナーズ協会

## 1. 「中長期事業戦略」について

協会はこれまで3カ年の「中期事業計画」に基づき、協会運営を進めてまいりました。「中期事業計画」は、平成16年度に初めて策定され、平成24年度で3次、9年間に及ぶ中期事業計画は終了しました。この中期事業計画の推進により、将来構想特別委員会の答申を踏まえて、平成21年度に再整理された協会ミッションに沿った事業基盤が固まりました。

そこで、これまでの3カ年の「中期事業計画」を発展させ、平成25年度からは5カ年の「中長期事業戦略」を策定することといたしました。「中長期事業戦略」は、協会のミッションや協会を取り巻く外部環境も踏まえ策定したものであり、5年後の協会創立30周年を目指し、「中長期事業戦略」に基づいた協会運営を進めてまいります。

## 2. 協会のミッション

将来構想特別委員会の答申を踏まえ、平成21年11月の理事会で承認された協会のミッションは以下のとおりです。

### <ミッション>

協会は、次の活動を循環させることにより、国民の生活が向上し、社会全体の利益の増進に寄与するよう事業活動を進めていく。

協会は、学校・社会教育活動を通じ、パーソナル・ファイナンシャル・プランニングを普及し、パーソナルファイナンス教育により国民の金融リテラシーを向上させる。

その普及のための最適な担い手が、継続教育等により常に能力・知識の研鑽に努め、高い倫理観を持ったCFP®・AFP認定者であること、及びこれらの会員が全国的な組織活動により、国民に身近な存在であるということを広く社会に浸透させ、同時にCFP®・AFP認定者の専門能力の持続的な向上に努める。

その結果、パーソナル・ファイナンシャル・プランニングの重要性が高まり、国民の金融リテラシーが向上し、一方でFPに対する社会的信頼が醸成され、CFP®・AFP資格の地位の確立並びにFPニーズの高まりを通じて、会員の満足度向上に資する。

## 3. 環境の変化

### (1) 国内経済

平成24年12月に政権が交代し、デフレ経済を克服するためのインフレターゲットの設定や大幅な金融緩和措置など、いわゆる「アベノミクス」といわれる経済政策が講じられ、円安と株価の上昇など景気回復の兆しも見られます。また、平成26年からは上場株式や株式投資信託等の配当金及び売買益等の非課税制度であるNISA(日本版ISA)が始まることもあり、生活者の間において投資ニーズの高まりが期待されています。

その一方で、我が国は、公的債務の膨張と財政再建、貿易赤字の定着と拡大、少子高齢化・人口減少による社会保障制度の再構築など、喫緊に解決すべき問題が山積しています。成長戦略の中核である各分野の構造改革が進展するかどうかを含めて、まだまだ予断は許さない状況であり、インフレや増税などに対する家計の新たな対応も求められています。

こうした中で我が国は、バブル崩壊後の失われた20年と東日本大震災を経て、最近では貿易収支の赤字が拡大し、2年連続した貿易収支の赤字が今後も続く見通しです。このよう

な貿易立国政策の限界に来た我が国は、所得収支の黒字が国際収支を支える投資立国化が進んでいます。今後も新興国の経済発展に伴い、貿易赤字の定着は避けられないと考えられるので、日本の経常収支と国際的信用を支えるものは、引き続き所得収支の黒字であり、これまでの直接投資に加え、金融投資も国際収支に貢献するものと期待されています。

## (2) 金融経済教育政策の進展

日本が抱えるこうした問題の解決策の一つとして、従来から「金融立国化」が挙げられていますが、そのためには国民の金融リテラシー、つまり金融知識の習得だけでなく、その知識を活用して家計管理を行い、生活設計を立てて適切な金融商品選択を行い、予防的アドバイスにアクセスし、適切的なアドバイスを受けられる能力の向上が一層重要になっています。こうした金融に関する能力(金融ケイパビリティ)の重要性は、日本に先行して欧米で強く認識されるようになりました。金融教育の国家戦略化は、平成 24 年 6 月の G20 ロスカボス・サミットでも議題として取り上げられ、その後の APEC 閣僚会合や G20 財務大臣・中央銀行総裁会議でも声明が出されました。これに対応して政府は緊急経済対策に「金融経済教育の推進」を入れ、金融庁も予防的アドバイスの導入も踏まえた新たな金融リテラシー概念の確立とその推進を図ろうとしています。

平成 25 年 5 月に出された金融庁の「金融経済教育研究会」の報告書では、今後の金融経済教育において最低限習得すべき金融リテラシーとして、FP も含めた中立的なアドバイザーを求める必要性が盛り込まれ、その報告書を受けて金融経済教育推進会議が設置されました。協会も同会議の委員として予防的アドバイスの導入を含めた施策の検討に取り組んでまいります。

また、協会もメンバーとして参加した金融庁の官民ラウンドテーブル「高齢化社会と金融サービス」作業部会の報告書が、平成 25 年 5 月に公表されました。この報告書では、医療・介護サービスの利用者やその家族のお金に関する様々な疑問や不安に、中立的な立場で相談にのる「金融コンシェルジュ」を設置する意義が指摘され、協会は「金融コンシェルジュ」として医療機関に CFP®認定者を試験的に派遣する事業を開始しております。

## (3) 金融経済教育分野における日本 FP 協会の役割

これらの環境変化の下で協会に期待されることは、優秀な FP である CFP®・AFP 認定者の輩出です。生活者にとって不安定な時代には、ライフプラン全般にアドバイスできる FP ニーズが高まってきており、また、株価上昇等を踏まえたポートフォリオの見直しなど資産運用に関する相談ニーズも高まってくると見込まれます。

さらに、金融経済教育政策の進展を受けて、その担い手としての FP ニーズが高まり、また、金融経済研究会の報告書の中で金融経済教育の概念として「中立的なアドバイザーとの相談」が入ったことで、金融経済教育における FP の役割は一層大きくなるものと考えられます。

そこで、質の高い金融経済教育を提供するために、現場で教育を担う人材の育成が求められますが、パーソナルファイナンス全分野に包括的に対応でき、セミナーなどを行う人材として最適な資格は、CFP®・AFP 認定者しかないといえるでしょう。

協会は会員数が19万名を超えるNPO法人であり、また全国的に均一な金融経済教育やFPサービスを展開可能な基盤を備えています。上記のようなFPニーズの高まりも公共的な性格を持っており、その公共的な役割を担う民間の団体としての存在意義や日本政府が推進する民が公共の担い手となる「新しい公共」の理念も踏まえると、パーソナルファイナンス教育の普及の担い手として高い倫理観と実務能力を兼ね備えたCFP®・AFP認定者を養成し、社会の利益増進に寄与していくという日本FP協会の社会的使命はますます重要になっています。

以上の社会的なニーズからも、優秀なFPの輩出のために実務能力向上やCFP®・AFPのブランド力向上等によるビジネスインフラの拡充、及びパーソナルファイナンス教育の推進に、協会は尽力していく必要があると考えます。

#### 4.5つの事業戦略

協会のミッションや外部環境を踏まえ、中長期事業戦略では以下の5つの事業戦略を進めてまいります。

##### 【5つの事業戦略】

- (1) CFP®・AFPブランド向上による他のFP資格等との差別化徹底
- (2) 実務能力向上のための専門性の高い研修体系の整備及びビジネスインフラの拡充
- (3) 地域特性に相応しい支部活動を通じた地域独自のFP普及促進
- (4) 国と地方の広範な行政機関や金融経済教育団体、日本FP学会との組織的な連携強化
- (5) 新たな戦略的パートナーを加えた幅広い法人賛助会員との関係強化

##### (1) CFP®・AFPブランド向上による他のFP資格等との差別化徹底

これまでは総称として「ファイナンシャル・プランナー」の普及に努めてまいりましたが、中長期事業戦略では、「CFP®」、「AFP」という固有のブランドの普及に努めてまいります。

協会が創立された25年前は、「ファイナンシャル・プランナー」という言葉自体が日本の社会の中ではあまり使われていませんでした。むしろバブル経済の下では、「ファイナンシャル・プランニング」とは異なる概念である財テクがブームとなっていました。しかし今日では、「ファイナンシャル・プランナー」という総称としての表現は新聞紙上等でも一般的に使用されるようになり、都市部の中間所得層以上のマーケットには、ある程度浸透してきたと考えられます。

その一方で、CFP®資格やAFP資格の認知普及については、FP技能士との差別化という点においてさえ、まだまだ不十分です。協会の資格認定者は、「継続教育や実務研修等により実務能力の向上に努めていること」、「協会が自主規制機関として会員倫理規程を設けており、守秘義務など倫理面が担保されていること」、「金融経済教育の担い手ともなり得ること」などの点において、FP技能士等との差別化ができると考えます。

協会創立 25 周年を迎えた平成 24 年度は、CFP®・AFP の認知向上のために、テレビ CM、CFP®・AFP バッジとステッカーの制作、キャッチコピーコンテストや子供のフォト大賞などの施策を展開しましたが、そうした認知向上策は今後も継続して行っておりま

す。以上のとおり中長期事業戦略では、4E に基づいた CFP®・AFP 資格の優位性の訴求や向上に努めてブランドを強化し、他の FP 資格等との差別化徹底に取り組んでまいります。

## ( 2 ) 実務能力向上のための専門性の高い研修体系の整備及びビジネスインフラの拡充

前述の CFP®・AFP のブランド向上を図るためには、CFP®・AFP の専門的な能力の向上が不可欠です。そこで、専門性の高い実務教育の体系化を進め、そしてビジネスインフラの拡充を図ります。

CFP®認定者諸規程に規定されているように、FP は常に専門的力量的の維持に努めていく必要があります。協会はそれをサポートするために、FP に求められる実務能力を整理して「コンピテンシーマップ」を作成し、会員が自分に不足しているスキルや能力が一目でわかるように指針、スタンダードとして体系化を進めます。

これまででも協会は「CFP®エントリー研修」や「レジデンシーコース」など会員の実務能力の向上に資するプログラムを提供してまいりましたが、そのうえで研修制度が不足している部分については、認定教育機関のご協力も得て拡充してまいります。特に専門性の高い分野は、「コンピテンシーマップ」に基づいて、FP 実務実践型研修「プロフェッショナル FP 研修」を創設し、会員のビジネステーマに直結したプログラムを準備してまいります。

また、ビジネスインフラの拡充については、このような実務能力向上に資する研修体系の整備に加え、CFP®・AFP の社会的地位の向上に関する施策を進めてまいります。具体的には、官公庁等との連携になります。平成 24 年度には協会は、金融庁の「金融経済教育研究会」及び「官民ラウンドテーブル・作業部会」などに参加し、パーソナルファイナンス教育の重要性に加え、金融における中立的なアドバイザーの必要性を主張してまいりました。こうした活動により、平成 25 年 4 月に公表された「金融経済教育研究会」の報告書には、金融経済教育の中に中立的なアドバイザーへのアクセスが含まれるといった内容となり、また、その後公表された「官民ラウンドテーブル・作業部会」の報告書では、協会が主体となって病院に中立的なアドバイザーを設置する「金融コンシェルジュ」制度が盛り込まれるなどの成果も出ています。こうした活動を通じ、ビジネスインフラの拡充に資する CFP®・AFP の社会的地位の向上に努めてまいります。

## ( 3 ) 地域特性に相応しい支部活動を通じた地域独自の FP 普及促進

支部の地域性又は特性に関しては、4 万人を超える規模の支部から 250 人規模の支部まであり、また地域の行政機関との連携体制や FP の認知度に大きな格差が生まれております。これらも勘案しながら、なるべく全国で平準的な FP の認知普及ができるように、地域性を生かした活動に的を絞った展開が必要になったと考えています。

また、これまでは将来構想特別委員会の答申を踏まえ、ブロック・支部のインフラ整備に努めてまいりましたが、支部専用事務所等に関わる賃料や人件費などの費用も増加しています。一方で、これまで少子化等により日本の人口が減少に転じる中でも順調に会員が増加してきましたが、ここに来て緩やかな増加傾向に転じ、会員数については成熟化の兆しが見えます。協会の収入もこれまでの右肩上がりの推移が見込みがたい状況であり、その中でFPの普及を進めていく方法に関しては、費用対効果を十分に検証していく必要があります。

(4) 国と地方の広範な行政機関や金融経済教育団体、日本FP学会との組織的な連携強化

前述のとおり、CFP®・AFP資格のブランド力向上やビジネスインフラの拡充には、金融業界はもちろんのこと規制監督当局である官公庁、行政や消費者・生活者等関連団体との連携強化が必要となってきます。また、パーソナルファイナンス教育の推進においても、協会だけでは経営資源にも限界があるため、金融広報中央委員会などの金融経済教育関連団体等との組織的な連携強化に努めてまいります。

また、パーソナルファイナンス教育の普及には学問的な裏付けが必要となり、FPとしての実務能力の向上においても、理論的な裏付けも要求されます。これまで以上に日本FP学会と連携を強化し、こうした課題に対応してまいります。

(5) 新たな戦略的パートナーを加えた幅広い法人賛助会員との関係強化

会員数が頭打ちの状況となり、法人賛助会員との関係強化の重要性はますます高まっています。既存の法人賛助会員との連携強化に関しては、そのニーズに的確に対応した施策を展開することが重要ですが、法人賛助会員数の増加も課題といえます。

ここでいう戦略的パートナーとしては、まず地域金融機関を想定しています。現在の法人賛助会員はメガバンクをはじめ、証券、生保、損保会社等にご入会いただいておりますが、地方銀行や信用金庫、信用組合といった地域に密着した金融機関がまだ少ない状況です。

平成26年1月から開始するNISA(日本版ISA)により、株式や株式投資信託への投資が拡大し、若年層など新しい市場参加者の増加が見込まれるので、身近な存在である地域金融機関の役割はますます重要になっています。

平成25年5月には大手の信用金庫が法人賛助会員としてご入会いただきましたが、そうした事例を基に、地域金融機関やそれ以外の業界、団体等にも法人賛助会員になっていただけるように活動を強化してまいります。

以上