

平成27年4月7日

投資顧問業協会
コーポレート・ガバナンス拡大研究会

資産運用業の社会的使命とSMAMの事業戦略

三井住友アセットマネジメント株式会社

目次

1. 資産運用業の社会的使命

- (1) 普遍的使命 P2
- (2) 今、～日本のアセットマネジメントの夜明け～ P3
 - ①貯蓄から投資へ P3
 - ②デット・ガバナンスからエクイティ・ガバナンスへ P4
 - ③アセットマネジメントの夜明け P5

2. 資産運用業界の課題

- (1) 歴史の浅さ P6
- (2) 日本株への不信感 ～「失われた20年」の後遺症～ P7
- (3) 高齢層に偏在する個人投資家 P8
- (4) ファンド乱立と投信保有期間の短期化 P9

3. 経営戦略

- (1) 運用力 P10
- (2) 人材育成 P11
- (3) 商品開発力 P12
- (4) 直販事業の開始 P13

4. 最後に ～フィデューシャリー・デューティー～ P14

1. 資産運用業の社会的使命

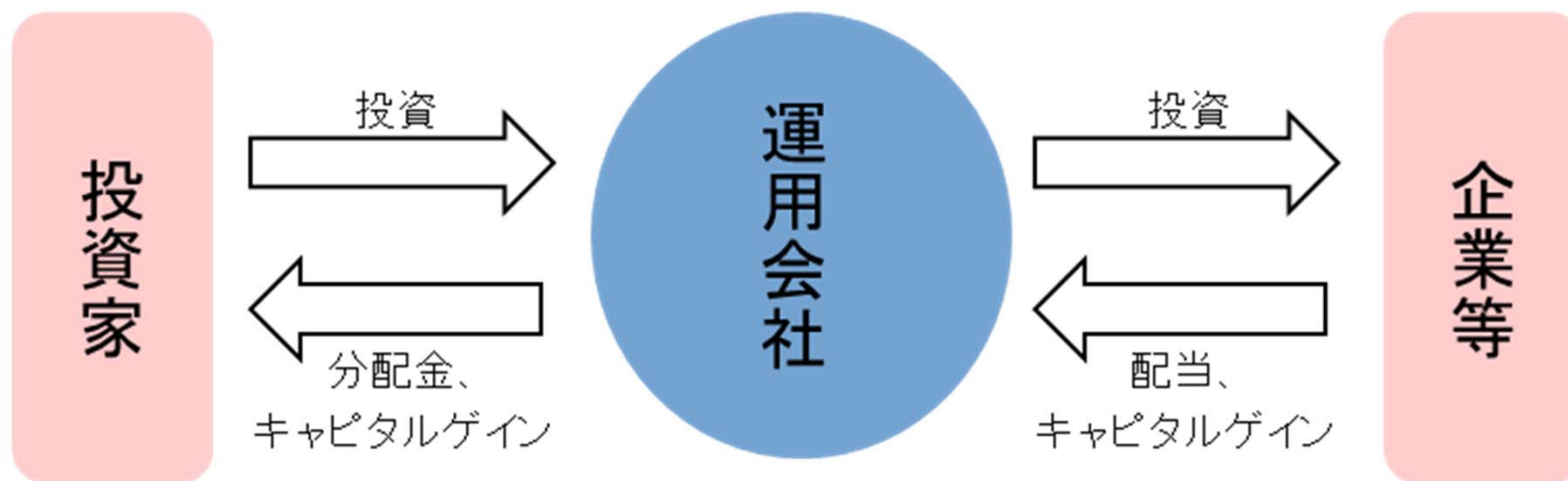
(1) 普遍的使命

資産運用業の普遍的使命

- 投資家の保有資産の着実かつ安定的な成長(資産形成)と、経済の成長に結びつくリスクマネー(成長マネー)を適切に供給し、産業の発展と企業の持続的成長に貢献すること。

資産形成

持続的成長



経済の活力向上、国富の増強

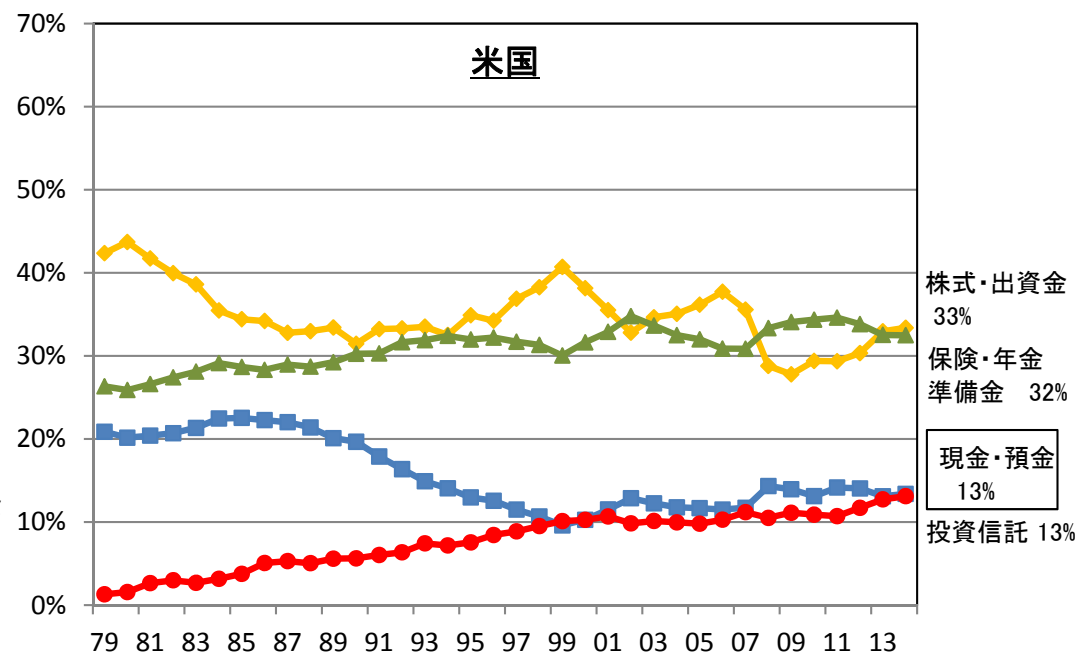
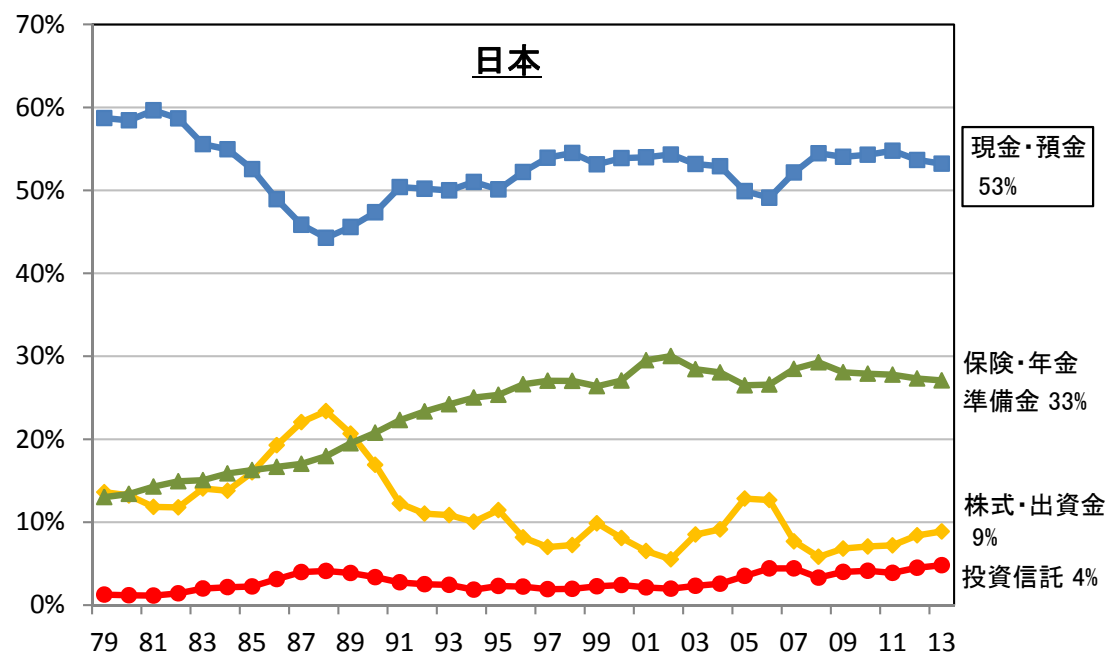
1. 資産運用業の社会的使命 (2) 今、～日本のアセットマネジメントの夜明け～

①貯蓄から投資へ

貯蓄から投資へ

- 個人金融資産は、米国対比、現金・預金に偏重(現金・預金比率 日本53%、米国13%)。
- デフレ脱却の変化に対応し「貯蓄から投資へ」=「家計ポートフォリオの組み替え」が本格的に求められる時代に入。

個人金融資産の推移



(出所) 日銀、FRBのデータを基にSMAM作成

1. 資産運用業の社会的使命 (2) 今、～日本のアセットマネジメントの夜明け～

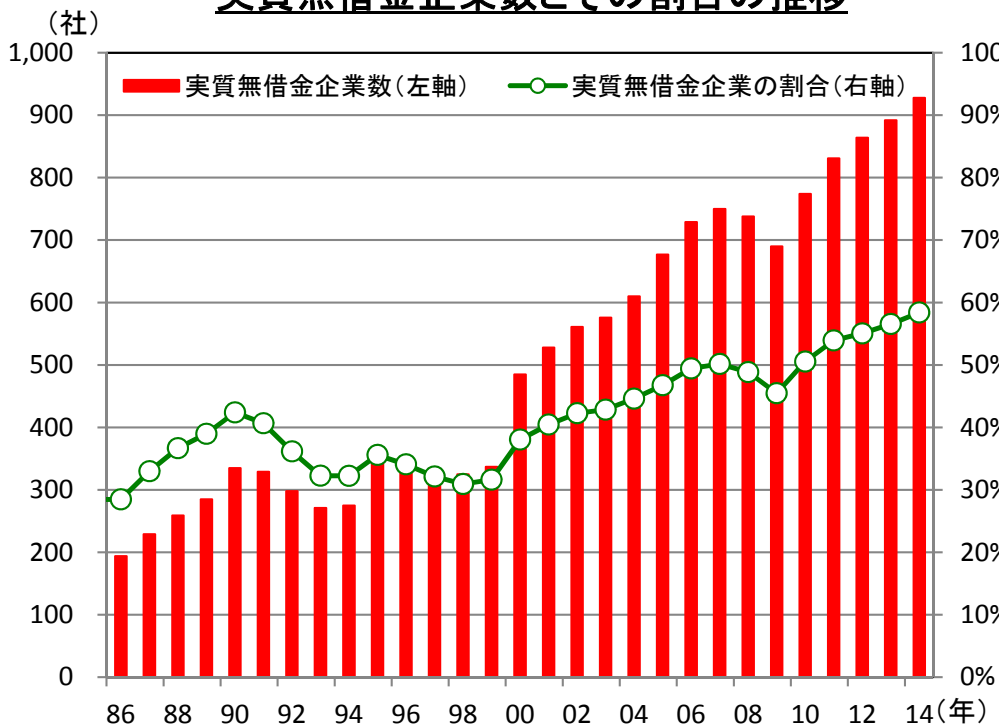
② デット・ガバナンスからエクイティ・ガバナンスへ

デット・ガバナンスからエクイティ・ガバナンスへ

➤ 銀行による「デット・ガバナンス」の時代から、投資家(資産運用会社等)による「エクイティ・ガバナンス」の時代へ移行。

企業は財務体質の改善を進め実質無借金企業は大幅に増加(1986年対比倍増)。銀行の株式保有比率は14.9%(1986年)⇒3.6%(2013年)へ大幅に低下。

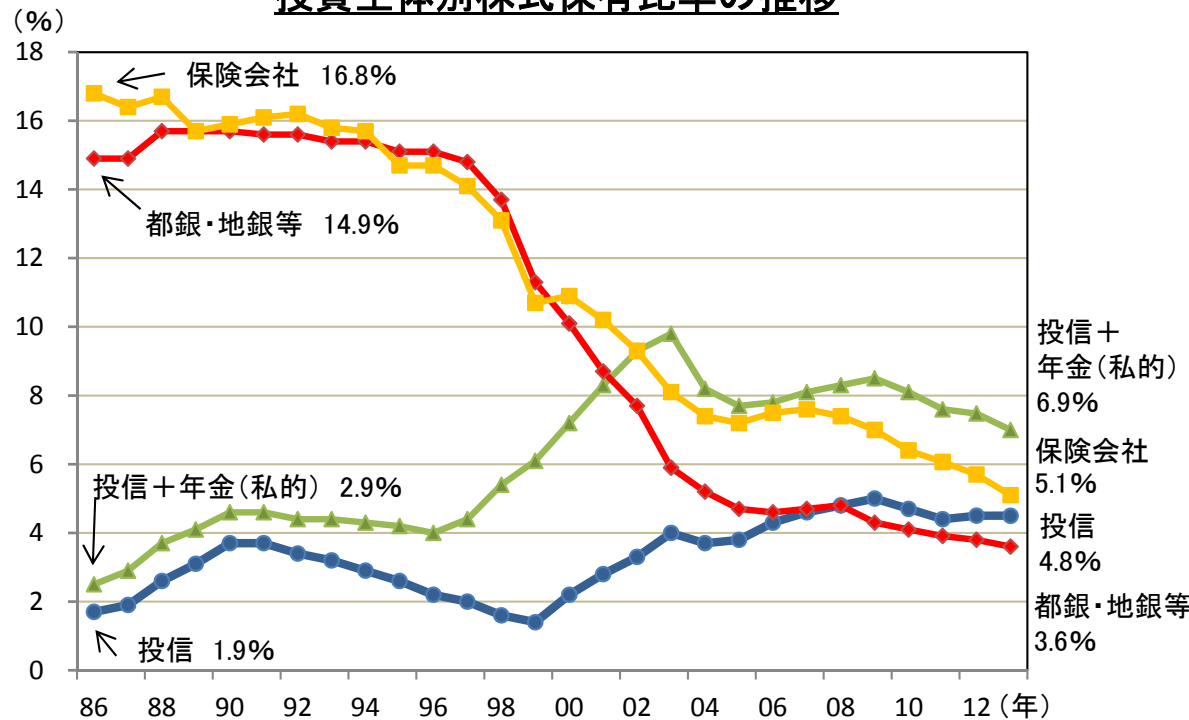
実質無借金企業数とその割合の推移



(注)対象:東証一部上場企業

(出所)QUICKのデータを基にSMAM作成

投資主体別株式保有比率の推移



(注)東京、名古屋、福岡、札幌の4証券取引所に上場の3,525社が対象(2014年3月末)。

都銀・地銀等は、銀行法および長期信用銀行法に規定される普通銀行。

年金は、信託銀行を名義人とする企業年金(公的年金除く)。

(出所)日本取引所グループのデータを基にSMAM作成

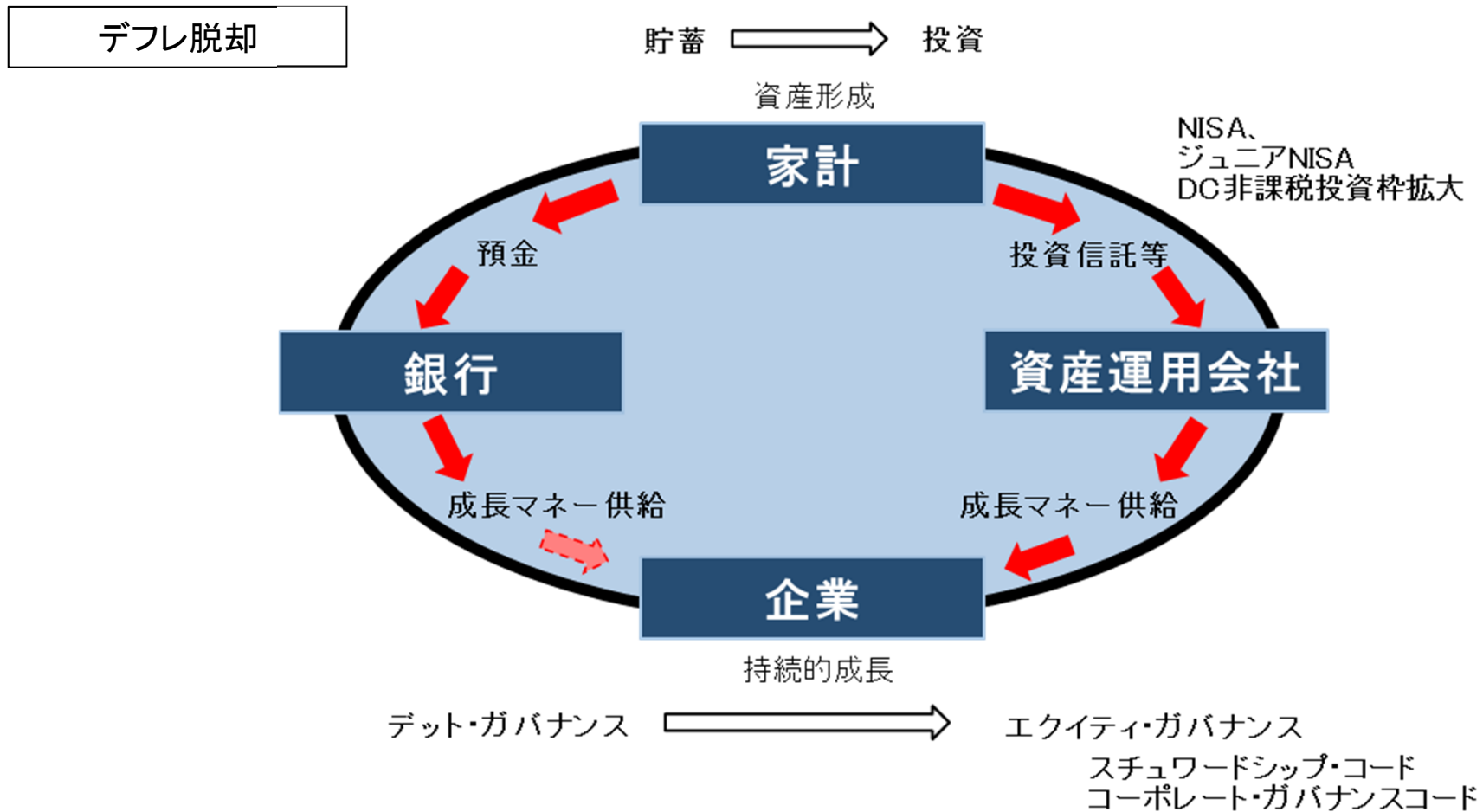
1. 資産運用業の社会的使命 (2) 今、～日本のアセットマネジメントの夜明け～

③アセットマネジメントの夜明け

アセットマネジメントの夜明け

- ▶ 日本のアセットマネジメントの夜明け「今こそ、資産運用業が社会的使命を果たすとき」
 - ▶貯蓄から投資へ ⇒ デフレ脱却に適した商品の提供による長期の資産形成
 - ▶デット・ガバナンスからエクイティ・ガバナンスへ ⇒ ガバナンス機能の発揮による企業の持続的成長

潤沢な家計の1,700兆円を成長マネーに活かす



2.資産運用業界の課題

(1)歴史の浅さ

日米の資産運用業の歴史的相違

- ▶ 米国の投資顧問法が1940年の制定に対し、日本の投資顧問業法施行は1986年。40年以上の開き。
- ▶ 米国は1970年代に個人の資産形成に係る税制が整備されたが、日本では2000年代に本格化。

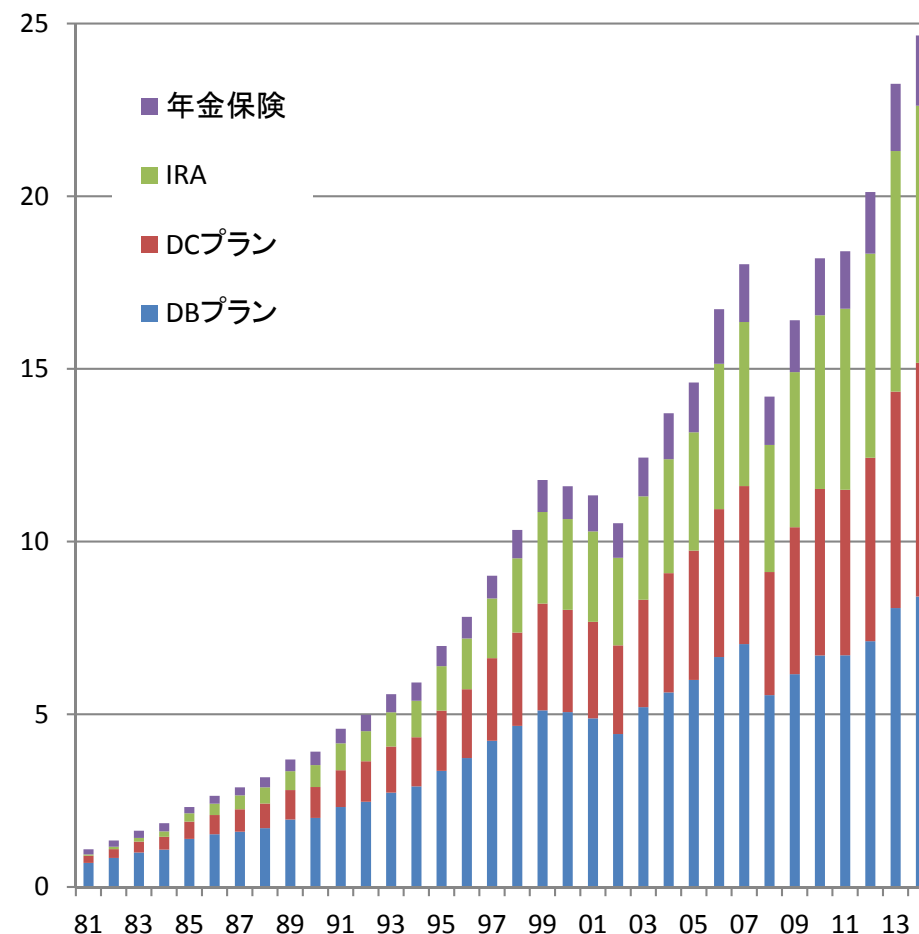
日米の投信・年金市場の変遷

年	日本	米国
1940		投資顧問法制定(1940) 投資会社法制定(1940)
1950	証券投資信託法施行(1951) 単位型株式投信開始(1951) 追加型株式投信開始(1952)	
1960	投信法改正(1967)	SECの行政機能拡大(1960)
1970		従業員退職所得保障法(ERISA法)制定(1974) IRA(個人型年金)発足(1974) 401(k)制度発足(1978)
1980	投資顧問業法施行(1986)	12b-1手数料導入(1980) 銀行の投信販売開始(1980年代半ば)
1990	改正厚生年金法の施行(1990) →厚生年金基金に投資顧問会社参入 金融システム改革法施行(1998) 銀行窓販開始(1998)	投信残高が1兆ドルを突破(1990) 初のETF発行(1993) IRA資産が1兆ドルを突破(1994) 401(k)資産が1兆ドルを突破(1996)
2000	投信法改正(2000) 上場投信(ETF)、不動産投信上場(2001) 確定拠出年金法施行(2001) 確定給付企業年金法施行(2002) →厚生年金基金の代行返上 金融商品取引法施行(2007) →横断的投資者保護、リスク説明強化等	投資会社法規則改正(2004) →ガバナンス、ディスクロージャー要件を強化 年金保護法成立(2006) →確定給付型年金の健全性強化と確定拠出年金の近代化
2010	NISA開始(2014) 改正厚生年金保険法施行(2014) ⇒他の企業年金制度への移行促進	

(出所)各種資料等よりSMAM作成

単位:兆ドル

米国リタイアメント資産の推移



(出所)ICIデータよりSMAM作成

2.資産運用業界の課題

(2)日本株への不信感 ～「失われた20年」の後遺症～

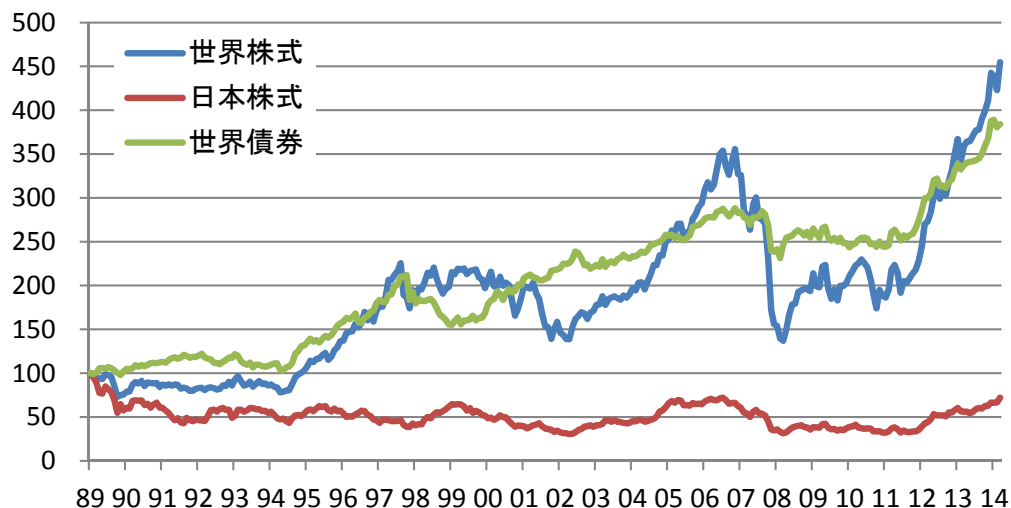
国内投資家

- 「失われた20年」デフレ環境下における株価低迷により、日本株投資への関心は離散。
- 投資資金は日本株に向かわず、海外資産等へ流出。

資産運用会社

- 日本株運用から撤退する外資系運用会社や運用体制を縮小する国内運用会社が増加。
- 日本株ファンドの設定には慎重姿勢。

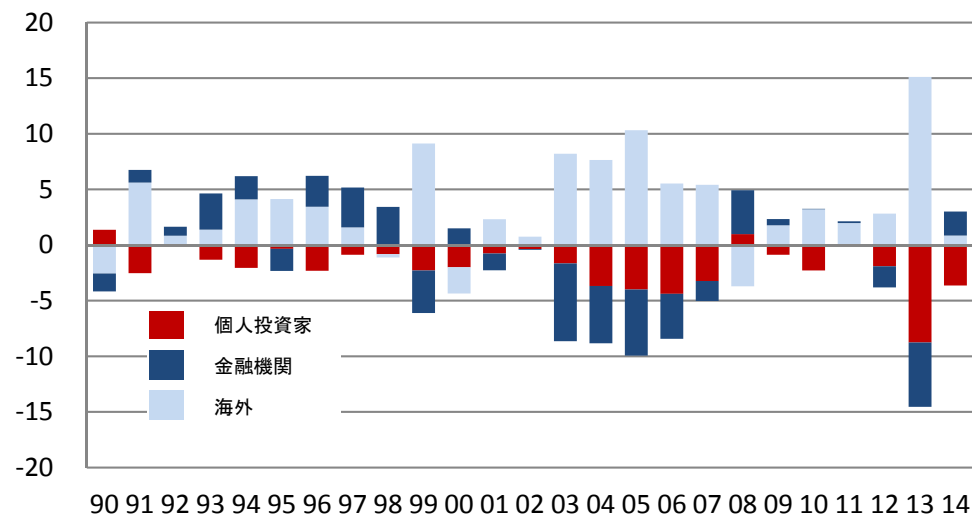
主要市場の推移(1989年12月末を100)



世界株式:MSCI AC WORLD (円ベース)、世界債券:パークレイズグローバル総合インデックス(円ベース)、日本株式:日経平均株価

【出所】ブルームバーグ、パークレイズのデータを基にSMAM作成

単位:兆円 投資主体者別売買動向(東証一部、二部)



【出所】東京証券取引所のデータを基にSMAM作成

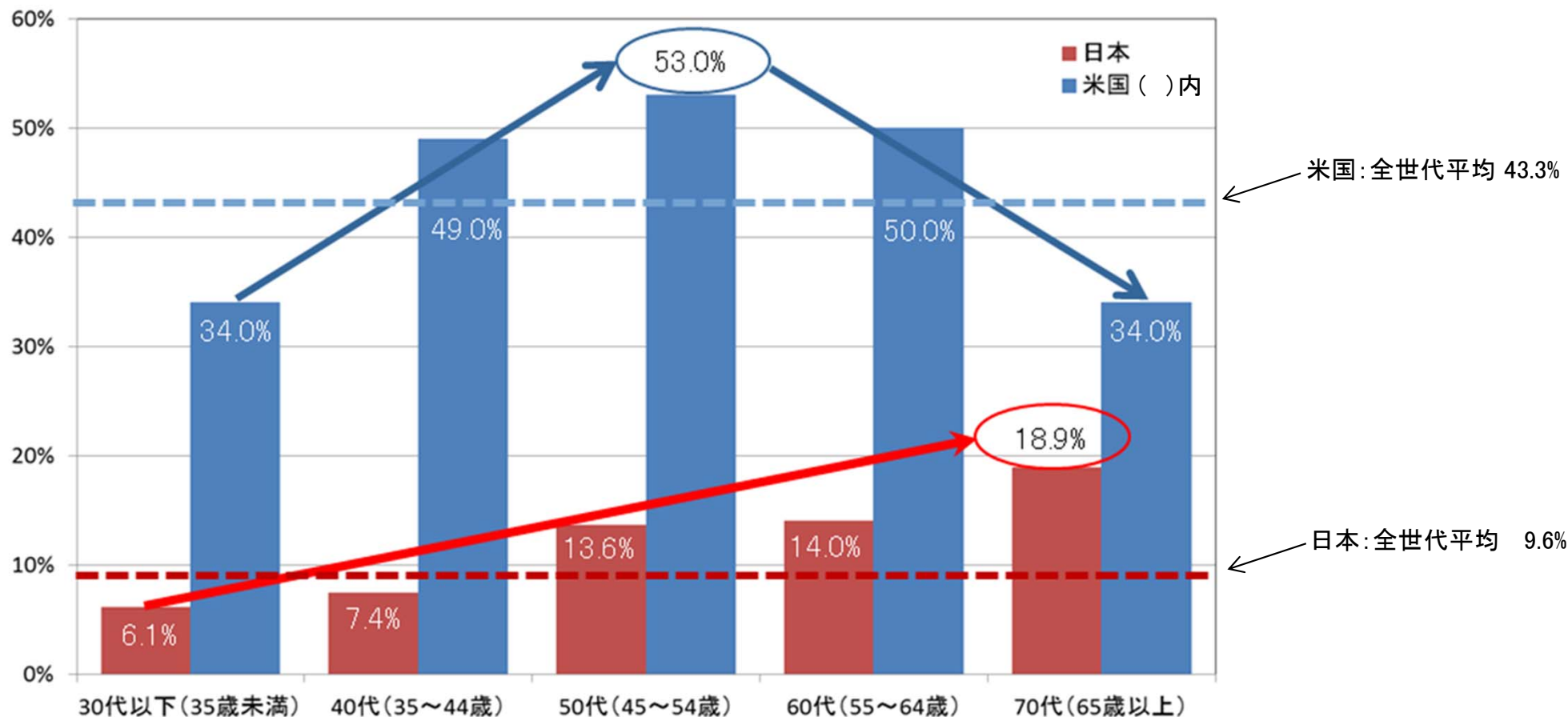
2.資産運用業界の課題

(3)高年齢層に偏在する個人投資家

高年齢層に偏在する個人投資家

- 日本の投信保有比率は、高年齢層になる程高くなる傾向。
- 一方、米国の投信保有率は45～54歳がピーク。

世代別投信保有比率



(出所) 投資信託協会「投資信託に関するアンケート調査」2014年
ICI RESEARCH PERSPECTIVE 2014年

※ ()内は米国の年齢層

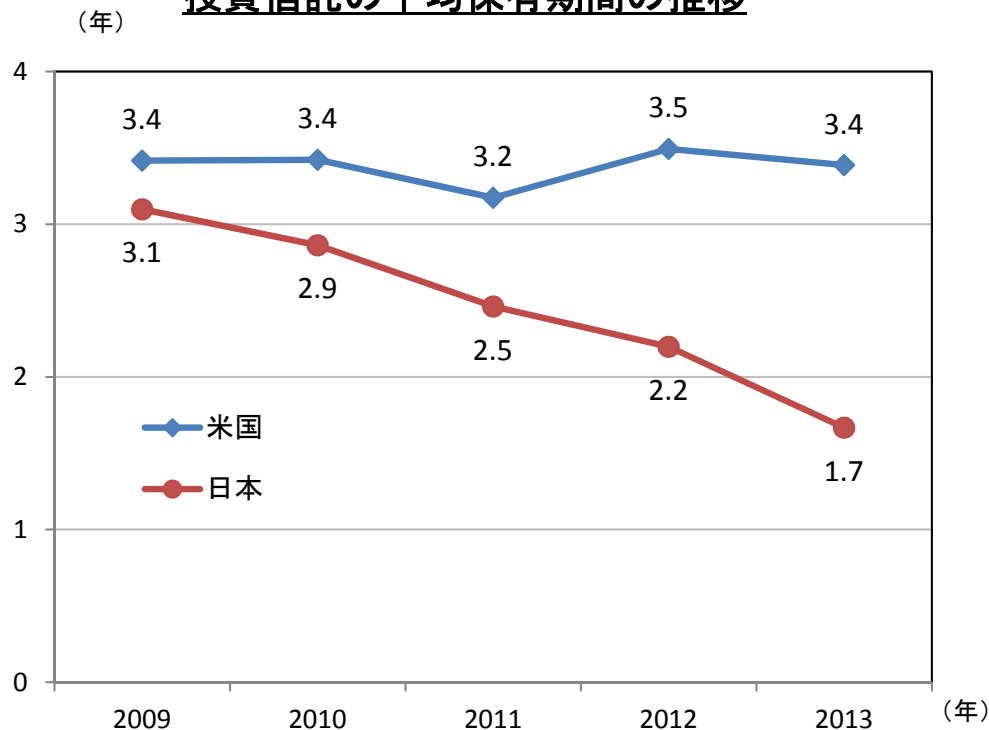
2.資産運用業界の課題

(4)ファンド乱立と投信保有期間の短期化

ファンド乱立と投信保有期間の短期化

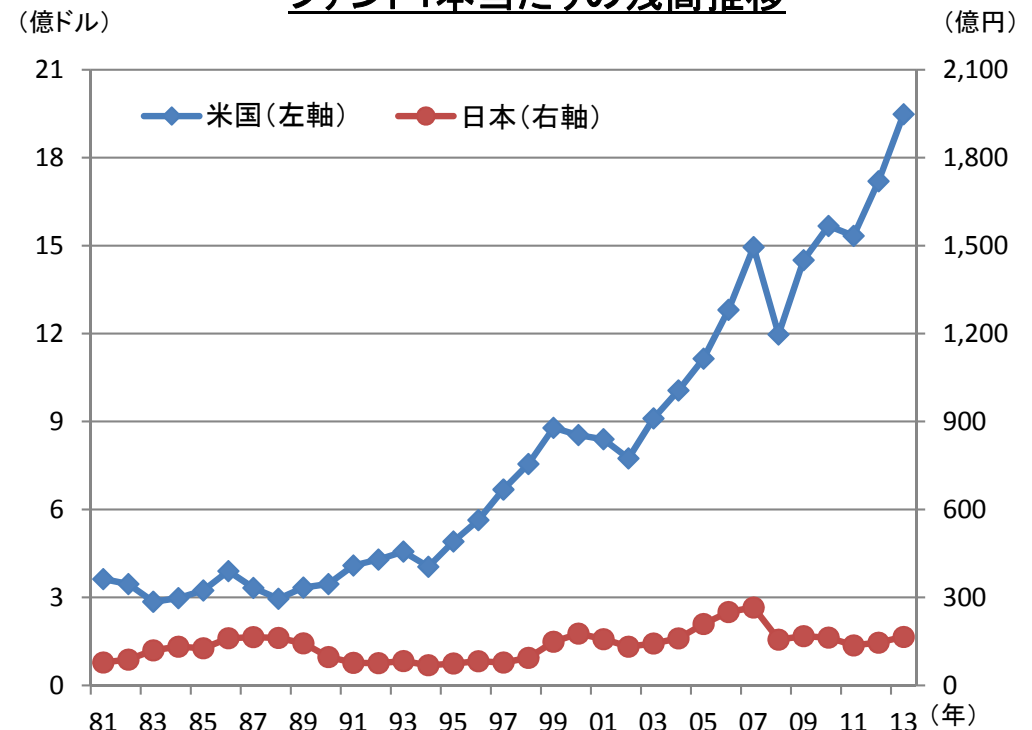
- 需要の変化を捉えた商品開発競争の激化がファンドの乱立につながり、平均保有期間は短期化。
- ただし、ストックを重視する営業戦略への転換により保有期間は反転の兆し。
- ファンド1本当たりの残高も米国が伸長しているのに対し、低位横ばい傾向。

投資信託の平均保有期間の推移



(注) 日本は公募株式投信、米国はMutual Fund(除くMMF)が対象
(出所) 投資信託協会、ICIのデータよりSMAM作成

ファンド1本当たりの残高推移



(注) 日本は公募投信、米国はMutual Fundが対象
(出所) 投資信託協会、ICIのデータよりSMAM作成

3.経営戦略 (1)運用力

中期経営計画 基本戦略

重要施策

日本株アクティブ運用に
重点をおいた
自社運用商品の拡充

1. 日本株式アクティブ運用の強化

(1) 人材

(2) シードマネー

(3) 成功報酬型商品

(4) エンゲージメントファンド

(5) リサーチ能力

2. 外国株式、グローバル債券等の見直し

3.経営戦略 (2)人材育成

中期経営計画 基本戦略

重要施策

競争環境の整備による
運用人材の育成・強化

1. 人材育成の基本方針を策定し、若手人材のキャリアパスを明確化
2. 外部人材の採用
3. 任用継続ガイドラインの制定
4. 成功報酬連動の賞与額決定方式を導入

3.経営戦略 (3)商品開発力

中期経営計画 基本戦略

重要施策

投資家視点を貫いた
全社的な
商品戦略の見直し

1. 商品企画開発体制の再構築

2. 外部委託運用の活用

3. 商品開発方針の明確化
— 投資家視点の追及 —
わかりやすさ
利便性

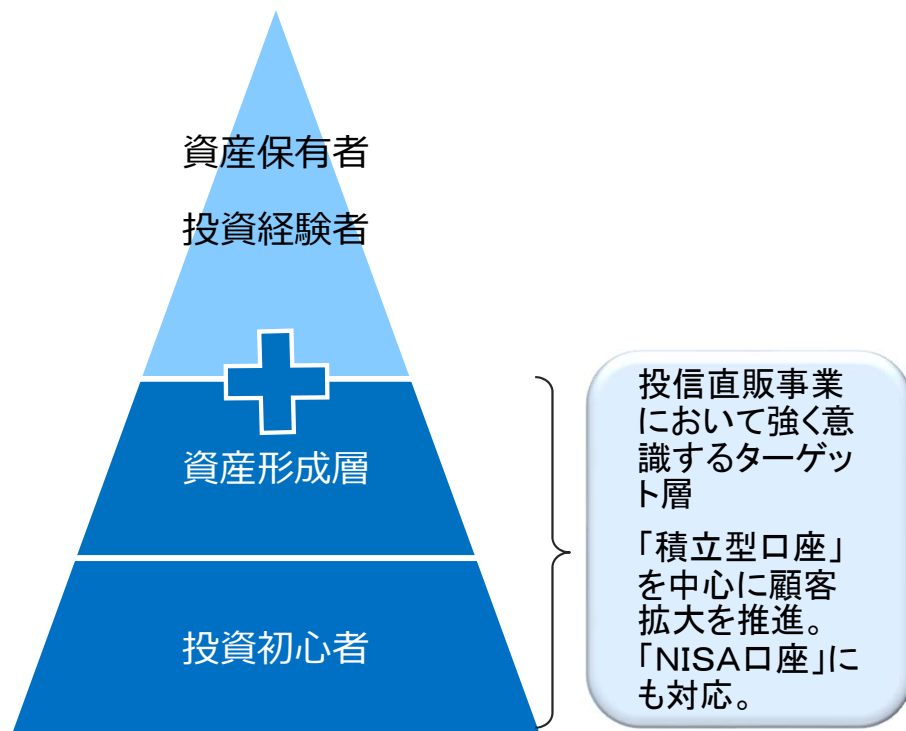
3.経営戦略

(3)直販事業の開始(2015年4月1日～)

投信直販事業の意義：投資初心者・資産形成層の啓蒙活動による投資家層の裾野拡大

新たな販売チャネルの創設＝
新たな顧客層へ新たな投資機会を創造。

投資解説資料「インベスターZ 積立投資×NISA」を展開、
20代・30代を含む新たな個人投資家の育成を目指す。



販売方法は無店舗・オンライン(インターネット)
販売による「プル型営業」。



インベスターZ
INVESTOR-Z

©三田紀房/コルク

4. 最後に ～フィデューシャリー・デューティー～

SMAMスピリッツ

2020年の日本一達成までの当社の行動指針

先義後利

社会の公器として、社会貢献、お客さまの利益を最優先とする

創意工夫

業界の先駆者として、他社のやっていないことに積極的に取り組む
これまでにない新しいことを創造することを是とする

進取果敢

何事にも自ら進んで取り組み、結果を出す

一念通天

一度始めたことは完遂するまで、信念を持って取り組む

一致団結

愛社精神を持ち、全社的視点で全役職員が一丸となって目標に向かって邁進する

- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。