

# GAIA 提出資料

# 当社取り組みのご報告

---

GAIA

お客様の夢を実現する  
二世帯プライベートfp

2019年4月24日

GAIA株式会社

代表取締役社長 中桐 啓貴

# 設立経緯

## ■ 米国留学での経験

- ・資産運用を行う人の多くが、独立系のファイナンシャル・アドバイザー (FA) から相談・アドバイスを受けている
- ・退職後の人生設計、子供の教育、相続まで相談に乗り、何十年と信頼関係を築いている

「お客さまの側に寄り添い支え続けるサービスを、ここ日本にも必ず根付かせたい」

2006年、GAIA設立

**ビジョン** ファイナンシャル・プランニングによって世界中の人々の夢を実現する。

**コンセプト** 二世帯プライベートFP

- 基本信念**
1. 私たちは、会社の利益より、お客様の利益を優先します。
  2. 私たちは、誠実であり、コンプライアンスを守ります。
  3. 私たちは、優れたファイナンシャル・プランニングを提供します。
  4. 私たちは、イノベーションによって金融リテール業界を変えます。
  5. 私たちは、社員を尊重し、責任と成長機会を提供します。
  6. 私たちは、常に幸せな気持ちで、心を入れて行動します。



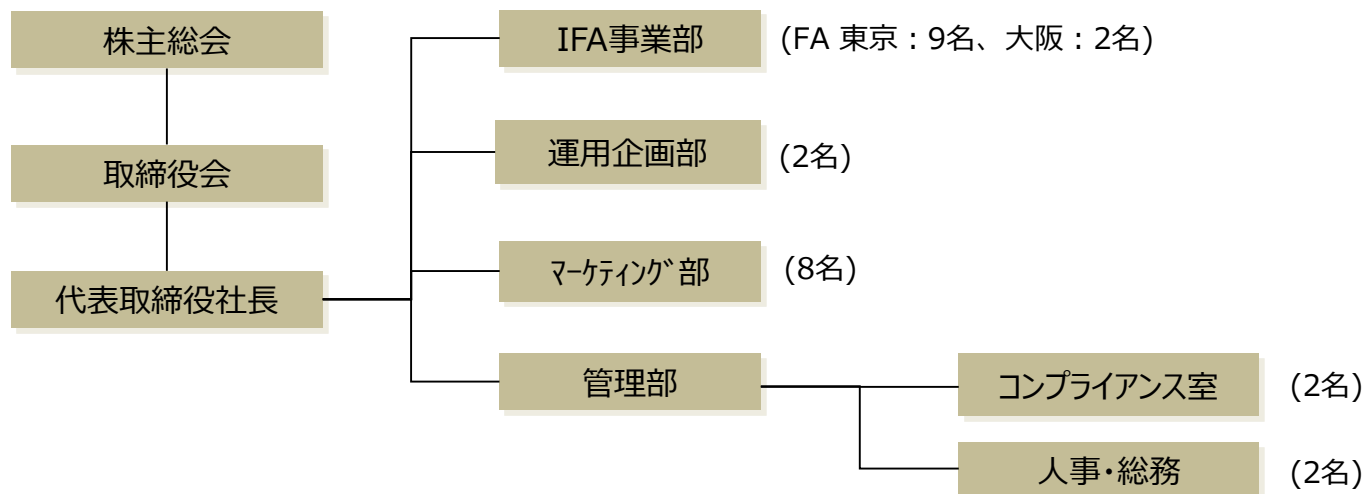
マンションの一室からスタート

# 当社概要

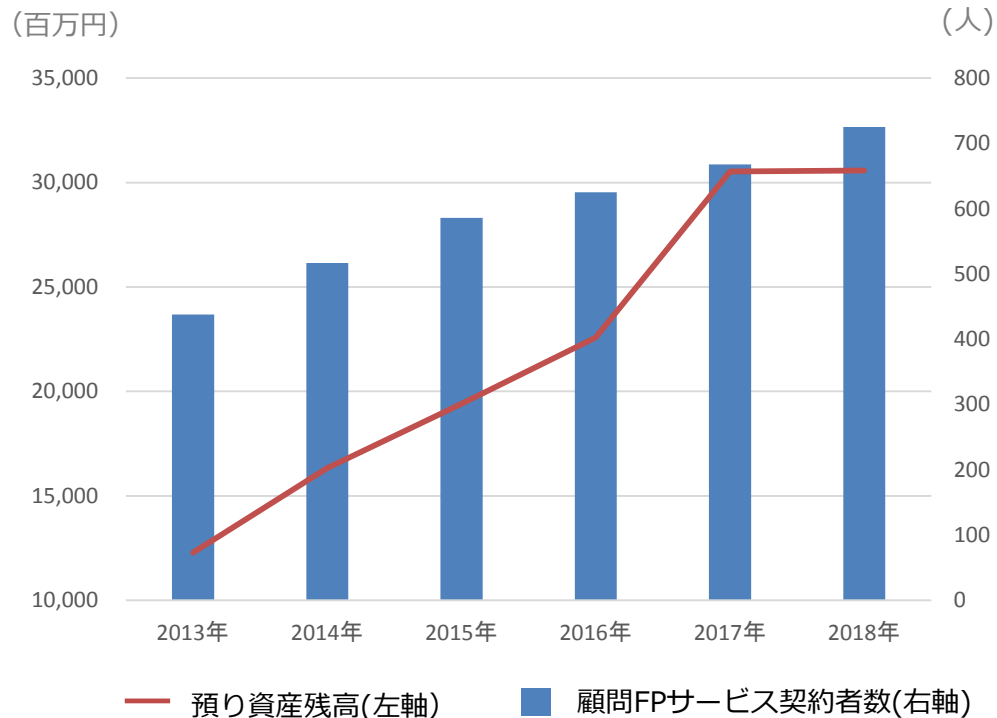
- 会社名 : GAIA株式会社  
 所在地 : 本店 東京都新宿区西新宿3-2-11 新宿三井ビルディング2号館10階  
 大阪オフィス 大阪府大阪市北区曽根崎2-12-7 清和梅田ビル8階  
 設立 : 2006年  
 事業内容 : ファイナンシャル・プランニング業  
 金融商品仲介業 関東財務局長（金仲）第235号  
 投資助言・代理業 関東財務局長（金商）第2934号  
 生命保険代理店業  
 役員数 : 5名(取締役：4名、監査役1名※)  
 社員数 : 21名  
 うちFA : 11名(役員含む)、内部管理責任者 : 1名  
 組織図 :



※監査役1名は非常勤  
(2019年3月末時点)



## 当社が仲介・媒介したお客様の資産残高推移



2009年から毎年米国FP業界の視察を行い、

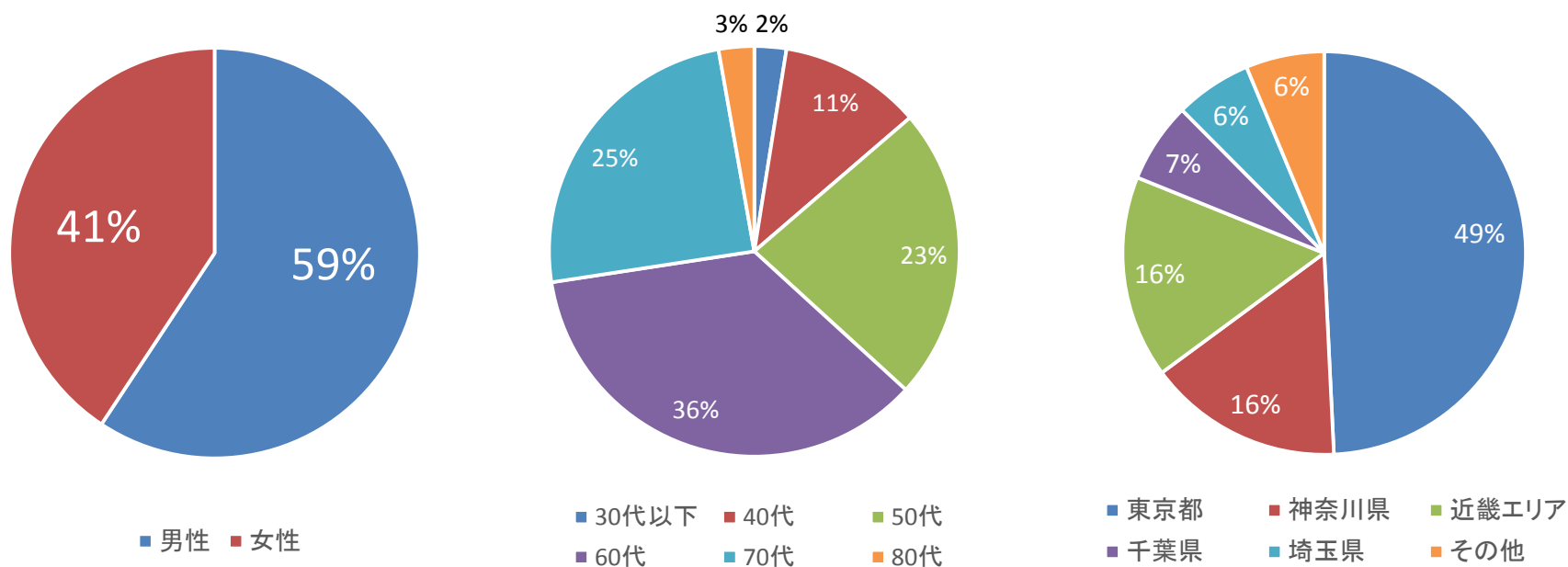
- ・日本の金融リテール業界にとって今後何が必要か
- ・そのためにどんなアクションを起こすべきか

を念頭に業務改善に取り組む

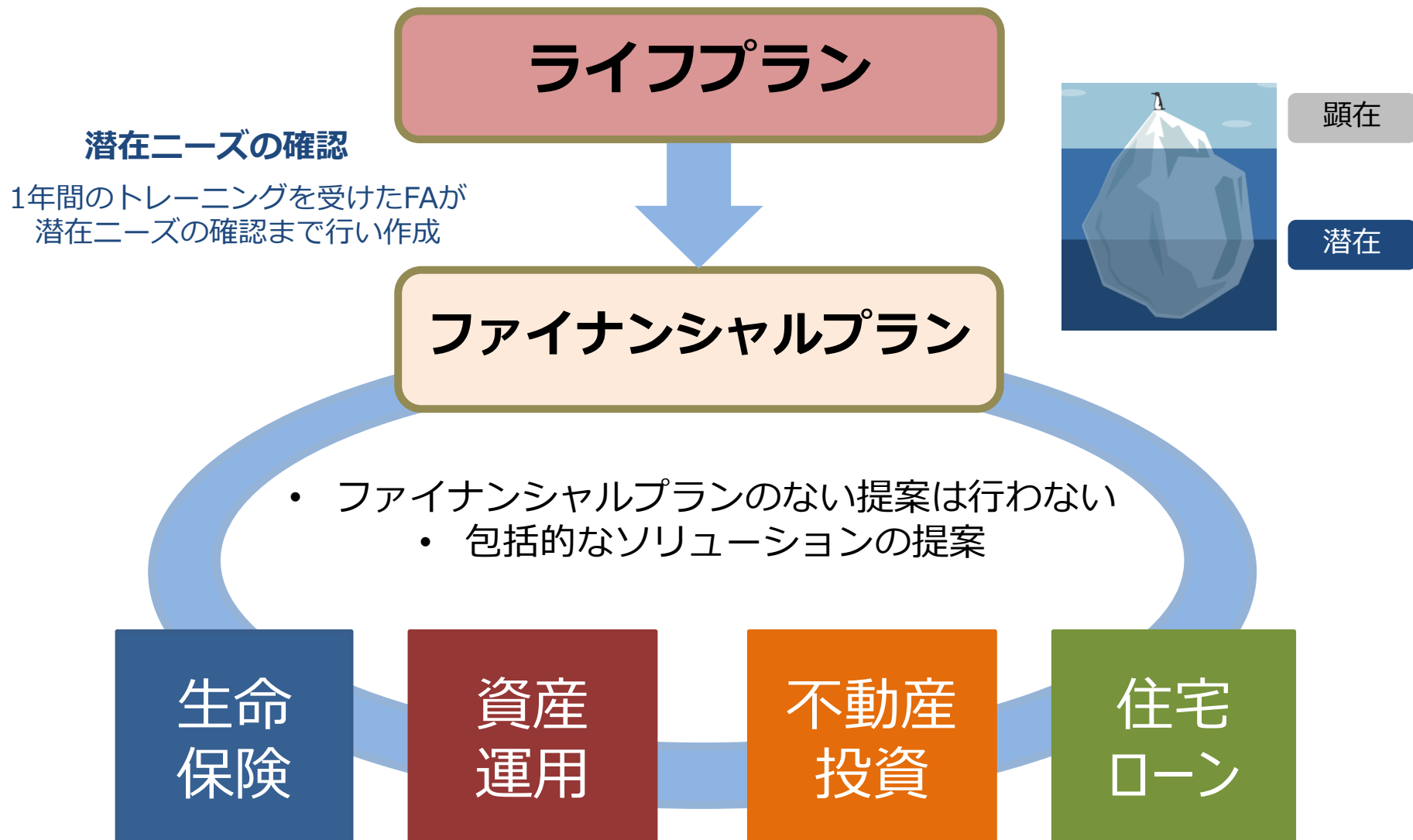


# 顧問FPサービス契約者属性

退職世代を中心とした50~70代が80%以上



# 潜在ニーズを反映したプランニング



# 長期的にお客様に寄り添うサービスを提供

【事例】  
60代女性

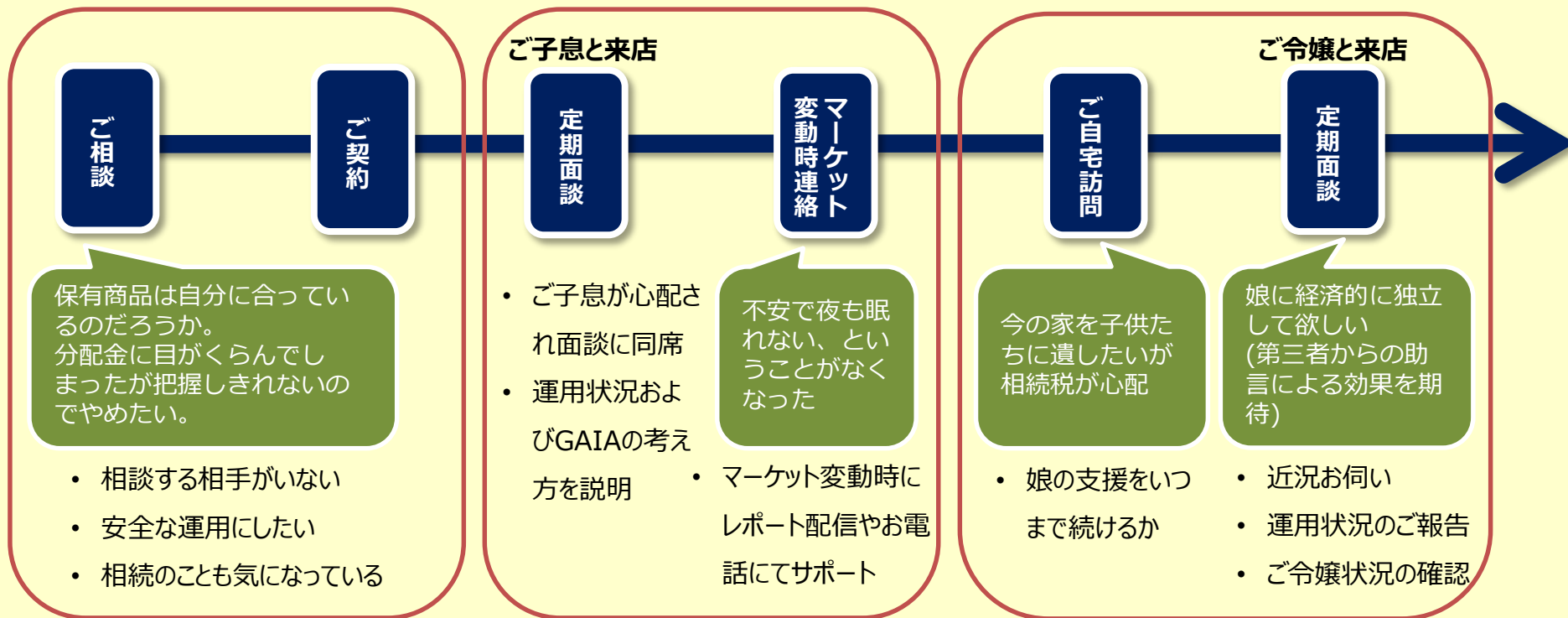


- ・ 一人暮らし
- ・ ご主人は数年前に他界
- ・ ご子息、ご令嬢は独立

## ファイナンシャル・プランニング

## アフターフォロー

## 二世世代プランニング



状況を「見える」化し、ファイナンシャルプランを作成

適宜状況を確認、相続も見据えてプランに反映



# 顧客本位の業務運営の実践

## ①顧客と長期的な関係を築くための仕組み

- ・FA一人当りの顧客数の上限設定(100家族)
- ・年2回の定期面談で顧客状況を把握
- ・原則、転勤がない人事制度
- ・マーケティング部による新規顧客(紹介)の獲得

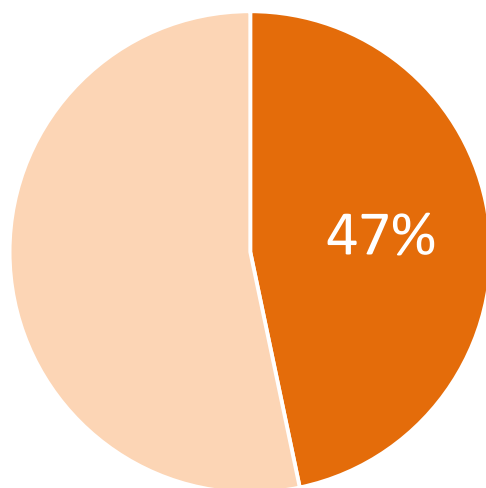


## ②証券取引で利益相反を抑えるための仕組み

- ・ニーズセールスの徹底(1年間の研修)
- ・固定給制度による回転売買へのインセンティブ抑制
- ・コンプライアンス室による内部統制  
専任の担当者が回転率や個人情報管理をモニタリング
- ・フィーベースへの移行を実施(2016年10月)  
(販売手数料依存型→預り資産残高連動型にシフト)



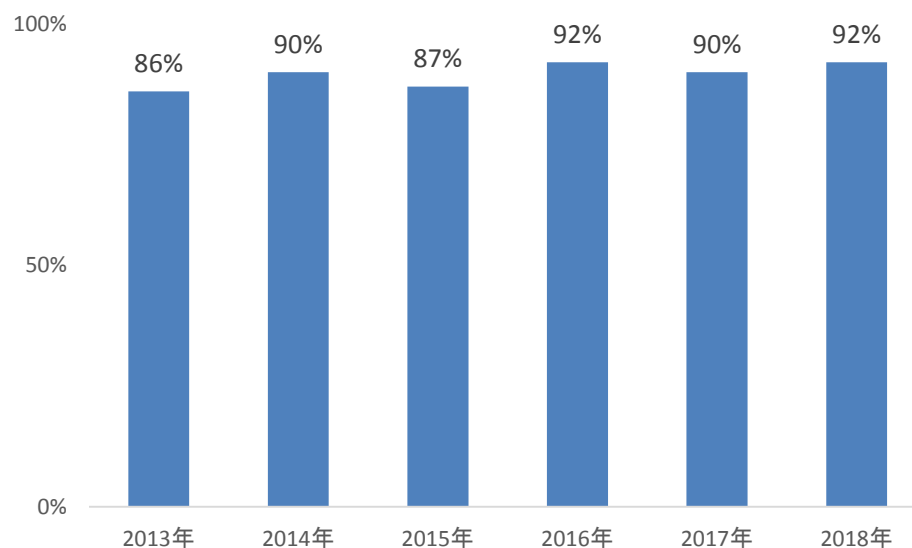
## 家族契約率



※顧問FPサービス契約者のうち、配偶者やお子様、ご両親などご家族で当社サービスをご利用いただいている割合  
(2018年12月末時点)

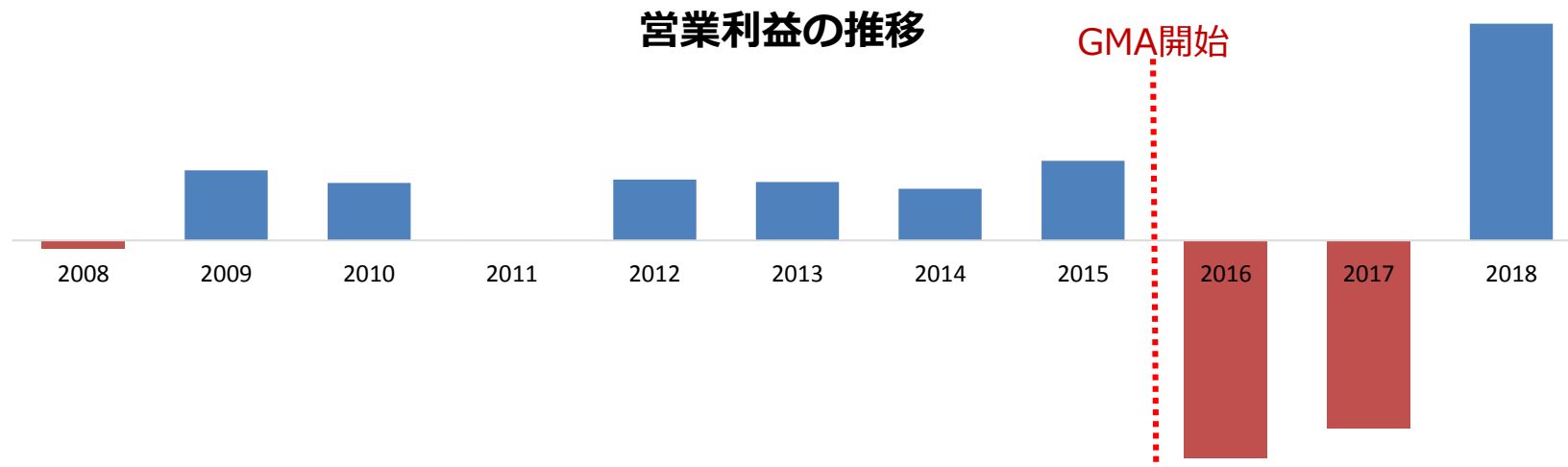
## 契約更新率の推移

85%以上で推移



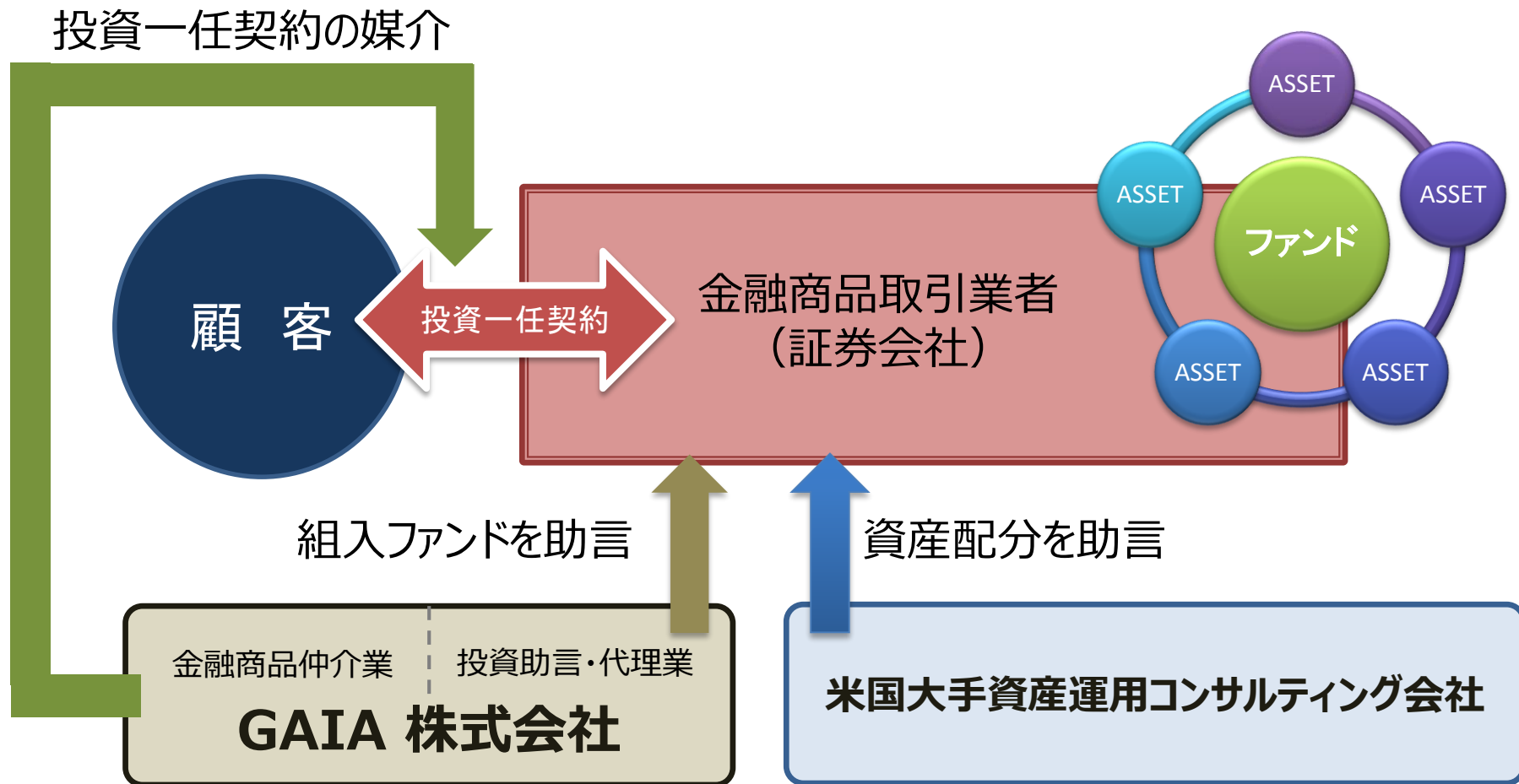
※顧問FPサービス契約更新率の算式  
(2018年末時点) = (2017年末時点顧問FPサービス契約者数  
- 2018年解約者数) / (2017年末時点顧問FPサービス契約者数)

- お客様との長期的な関係を深耕するため、2016年10月にフィーベース※への移行を敢行。
- 不転の決意で臨んだが、営業現場の混乱や予想以上の赤字に直面し、先行事例がない故の不安に苛まれながら2017年11月の単月黒字に至るまで、ビジネスモデルに確信が持てない期間が続いた。
- その間、支えとなったのはリリース当初からのお客様の声や顧客評価の改善。これらがフィーベース移行の何よりの効果と実感している。

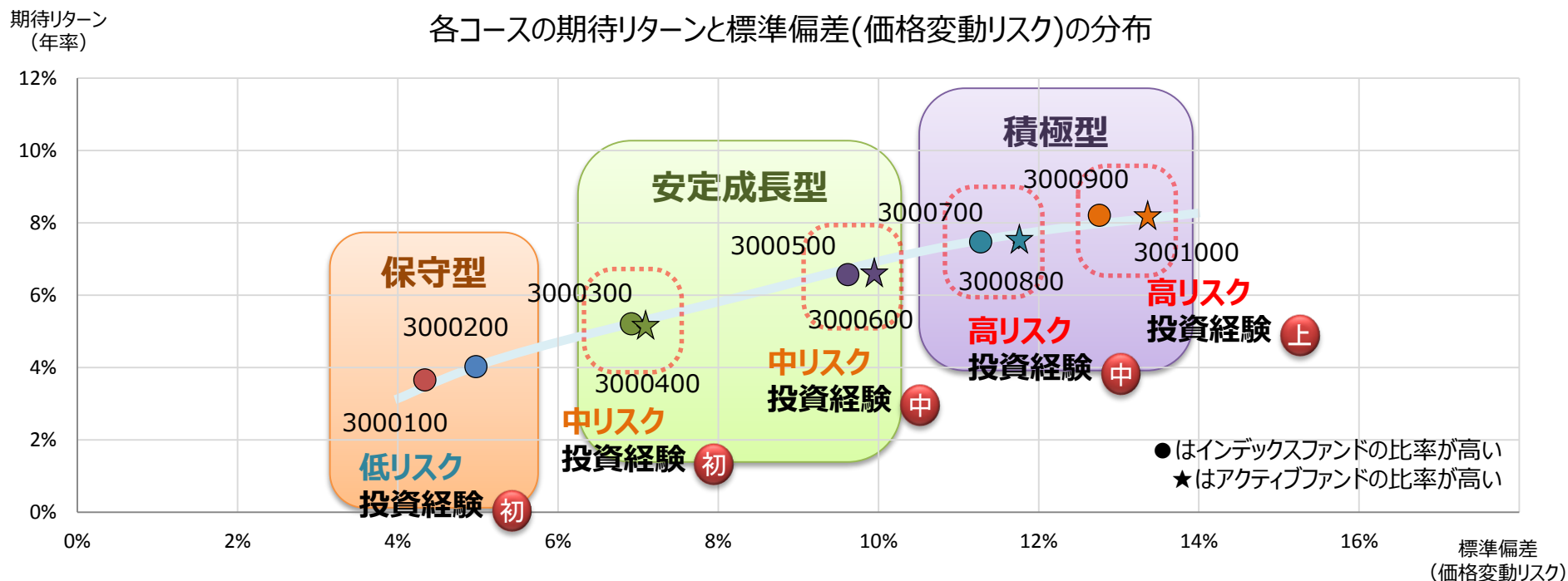


※フィーベース・・・基盤となる収益が販売手数料に依存しておらず、預り資産残高に連動する形態。回転売買を誘引しない他、購入時手数料が不要となり初年度のコストが低下することから資産運用の短期間での離脱率を低く抑えることができる。当社では、金融商品取引業者が提供するラップサービスにおいて、当社専用コース「GMA(GAIA Monitored Account)」を媒介開始したことでフィーベースに移行した。

## 【ご参考】ラップサービス(GMA)の仕組み



## 10コース（資産配分は6パターン）から運用コースを選択

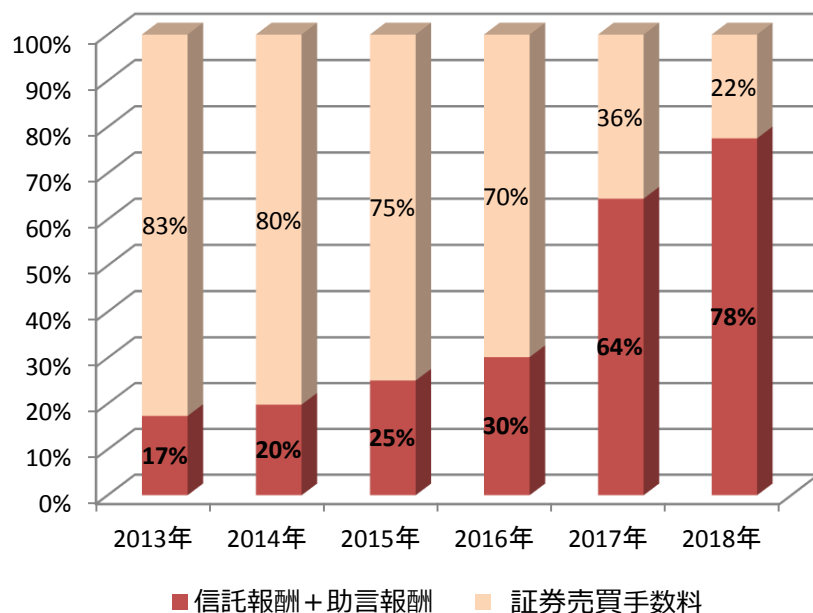


- お客様の運用の目的やリスク許容度を勘案し、お客様お一人お一人に合った運用コースをFAがご提案
- 運用コースは年12回まで変更可能、途中での増額や減額も可能としており機動的な対応を行っている

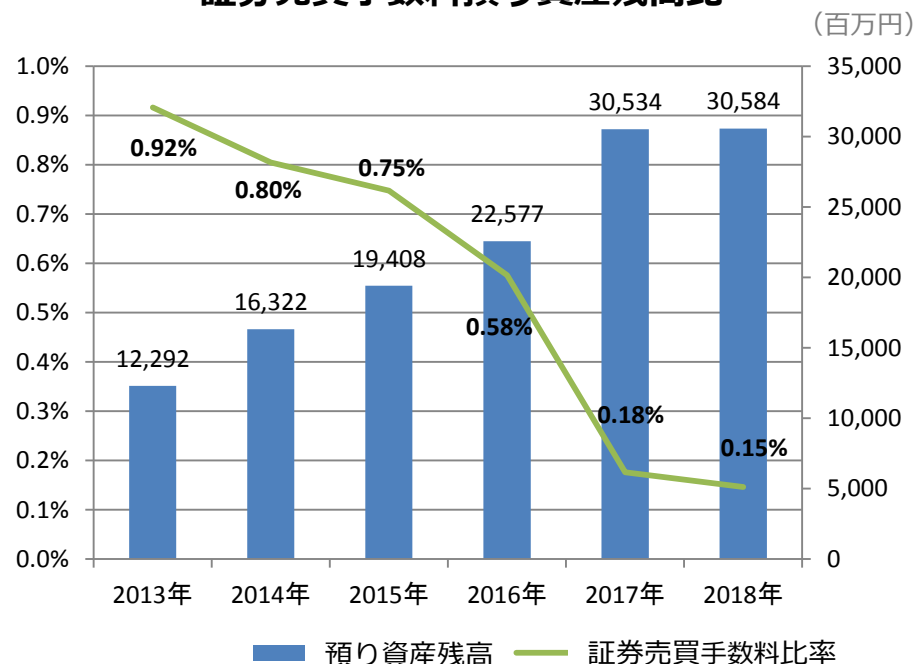
# フィーベース移行による収益構造の変化

- 2016年10月フィーベース移行により収益構成比率が大きく変化
- 預り資産残高に対する証券(株式・債券・投資信託)売買手数料比率※が大幅に低下

### 証券収益構成比率



### 証券売買手数料預り資産残高比



※ 証券売買手数料比率 = 証券売買手数料 / 預り資産残高

# ネット・プロモーター・スコア（NPS）※1の推移

※1 Net Promoter Score・・・顧客ロイヤルティを測る指標

「あなたはこの商品/サービスを、親しい友人や家族にどの程度すすめたいと思いますか？（0～10の11段階で回答）」

〈算出方法〉 結果を以下のように分類し、NPSポイントを算出

「批判者」= 0～6、「中立者」= 7・8、「推奨者」= 9・10

NPS = 推奨者の割合(%) - 批判者の割合(%)

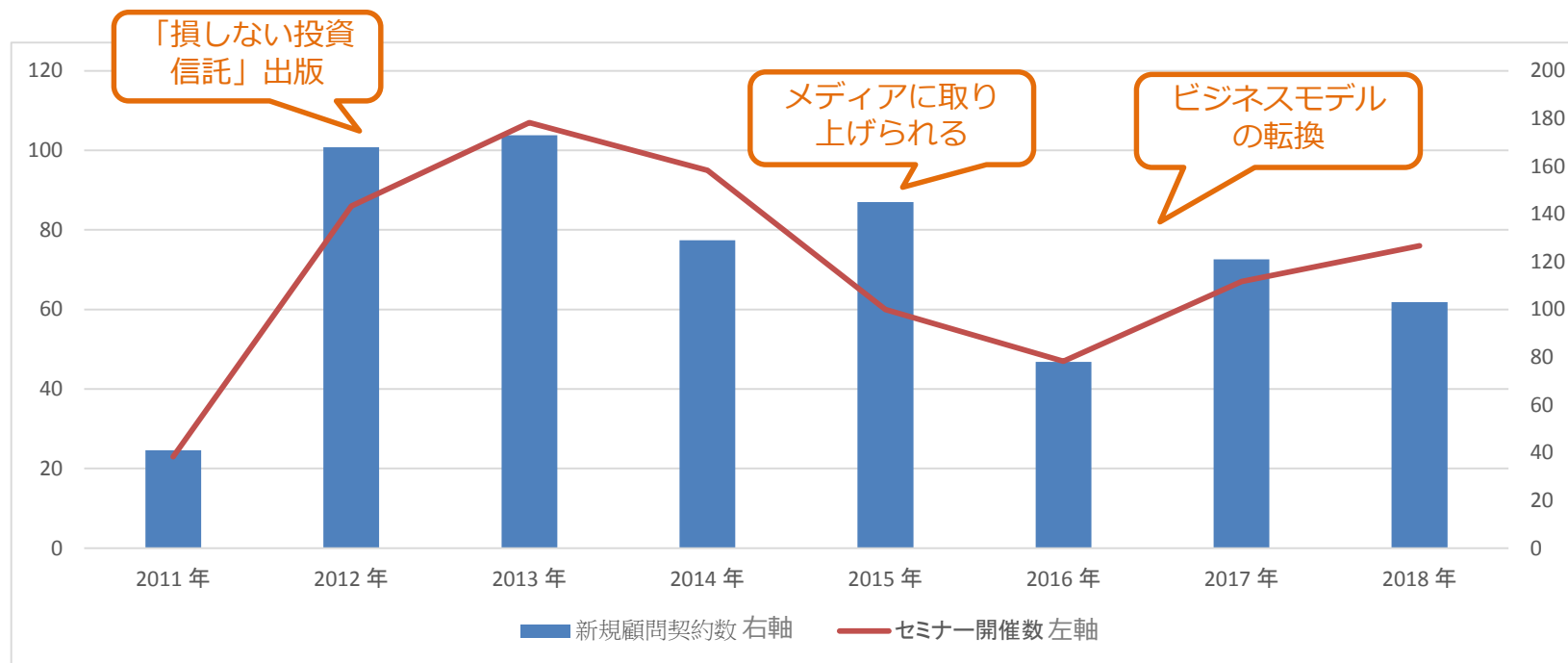
## GAIA NPS※2の推移



※2 当社お客様アンケートよりGAIA集計

# 安定的な新規顧客獲得が課題

## 当社セミナー開催数と新規顧問契約数の推移



- 過去5年の新規顧問契約数は80~150名と年によって変動があり不安定
- 2012年の出版とともに「投資信託見直しセミナー」をスタート、2012年、2013年までは160名を超える新規顧問契約数となるも、紙媒体での集客効率が徐々に低下。また、急激な顧客増によりアドバイザーのクオリティにも懸念が生じた。
- 2015年にはメディア露出により契約数は増加したが効果は一時的。2016年のビジネスモデル転換時にはセミナー開催も抑制。現在では集客手法の多様化(Webなど)を図っている。



# 今後の取り組み

- 一般生活者が自助努力で資産形成・運用を行う必要性が高まっている  
⇒実行支援までも行う独立系FAの役割の重要性が高まりつつある
- しかし、FAは一般国民からの認知度がまだまだ低く、FAの普及に必要な土壌が十分でない
- そこで、志を同じくする仲間たちと早期にグループを結成したい

相談プロセスや  
スキルの平準化

2018年  
米国訪問



2019年  
グループ結成

2017年～

有志にて業界研究会  
を開催