

# 現役IFA 173名による業界動向調査

## 2025年度版 アンケート結果



# 目次

1. アンケート調査概要	4	5. アンケート回答者の活動に関して	29
2. IFAとは	5	(1)働き方	30
3. アンケート回答者の基本情報	6	(2)主たる担当顧客層	31
(1)年齢	7	(3)担当世帯数	32
(2)性別	8	(4)預かり資産	33
(3)活動拠点	9	(5)年間手数料	34
(4)所属IFA法人との契約形態	10	(6)前職顧客との関係性	35
(5)IFAになる前の職業	11	(7)新規顧客獲得の方法	36
(6)IFAになる前に従事していた業務	12	(8)既存顧客と新規顧客の割合	37
(7)IFAとしての活動年数	13	(9)新規顧客獲得の際の金融資産条件	38
(8)外務員としての活動年数	14	(10)IFA業界の課題	39
(9)IFAとしてのメインビジネス	15	(11)コンプラや証券会社の規制に関する不安	41
4. アンケート回答者の転職に関して	16	(12)外務員活動で不便に感じていること	43
(1)IFA転身のきっかけ	17	6. アンケート回答者の所属IFA法人に関して	45
(2)IFAになるための経路	18	(1)所属IFA法人のメインターゲット	46
(3)IFA法人の間で転籍はあったか	19	(2)所属IFA法人の人数	47
(4)IFAになるための準備期間	20	(3)所属IFA法人が取り扱っている証券会社	48
(5)主要顧客稼働までに要した時間	21	(4)所属IFA法人への転職理由	49
(6)前職からの年収変化	22	(5)所属IFA法人への満足度	50
(7)IFAになるときの最重視ポイント	23	(6)所属IFA法人の良い点	51
(8)IFAになったことへの満足度	24	(7)所属金融商品仲介業者の改善点	52
(9)IFAになって良かったこと	25	(8)入社前とのギャップ	53
(10)IFAになって良くなかったこと	27		

7. 証券会社（プラットフォーム）に関して	54
(1)利用する証券会社	55
(2)証券会社の複数利用	56
(3)複数の証券会社を利用する理由	57
(4)複数の証券会社を利用しない理由	58
(5)証券会社とのトラブル	59
8. クロス分析	60
(1)「年間手数料」と「預かり資産」	61
(2)「預かり資産」と「新規顧客」	61
(3)「経路」と「所属IFA法人に満足している人」	62
(4)「経路」と「入社前のギャップ」	62
9. アンケート回答者が利用する証券会社に関して	63
(1)総合満足度	64
(2)口座開設の手続き	65
(3)金融商品の取り扱い状況	66
(4)コンプライアンス	67
(5)システムの操作性	68
(6)サポート体制	69
(7)本社の対応	70

10. 各証券会社で利用する金融商品に関して	71
(1)SBI証券	72
(2)楽天証券	73
(3)あかつき証券	74
(4)東海東京証券	75
(5)PWM日本証券	76
(6)マネックス証券	77
(7)証券ジャパン	78
(8)その他証券会社	79
11. 引用と転載について	80
12. 会社概要	81

# 1. アンケート調査概要

## 実施期間

2025年2月1日から同年3月31日まで

## 実施方法

実施主体（アドバイザーナビ株式会社）は、全国の金融商品仲介業者様に対して「アンケート回答のご依頼」を郵送致しました（総郵送数686通）。

当該書類を受領した金融商品仲介業者様には、所属するIFA（独立系ファイナンシャルアドバイザー）に対して周知頂きました。

各IFAの皆様は、当該書類に記載されたURLに各自アクセスを頂き、インターネット上の回答フォームに回答頂きました。

なお、FAXや紙による回答は、今回のアンケートでは受け付けておりません。

## 回答数

173名

## 回答方法

選択式・自由記述式

## 回答項目

86項目

## 実施主体

アドバイザーナビ株式会社

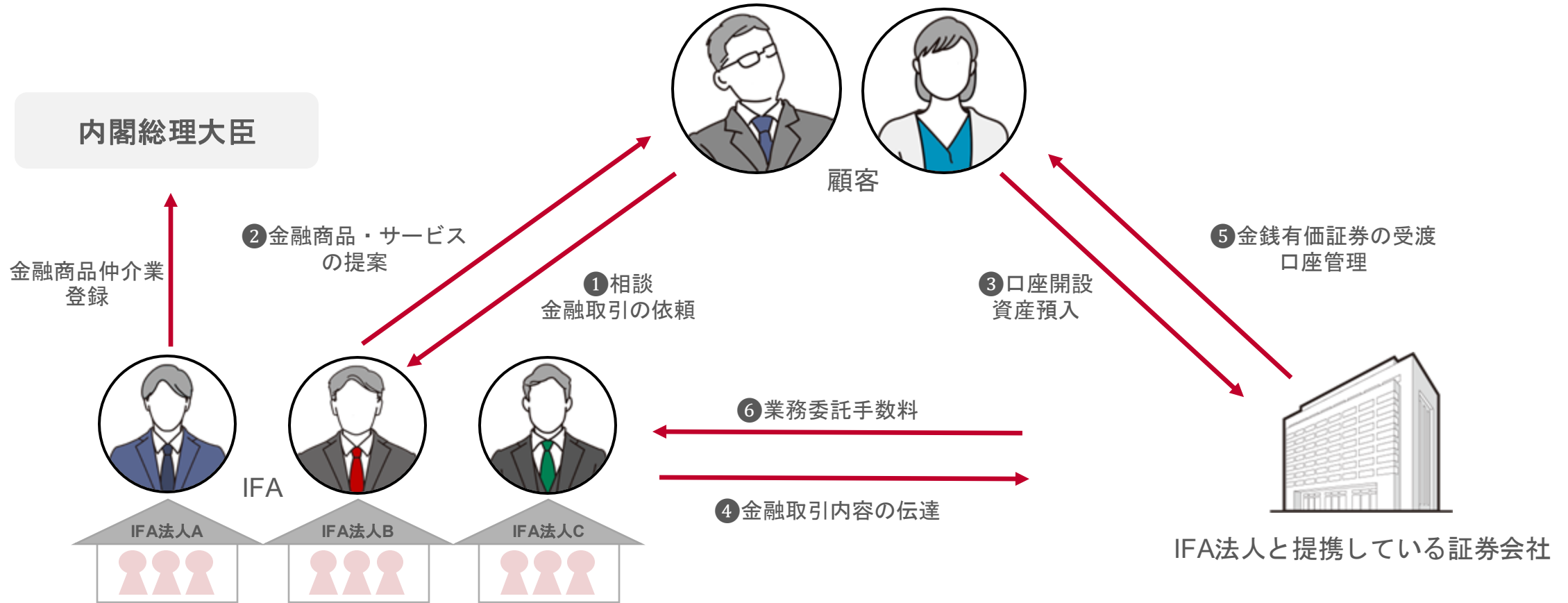
本アンケートに関するお問合せ先

アドバイザーナビ株式会社  
電話：03-3527-2716  
メール：taguchi@adviser-navi.co.jp（担当：田口）

## 2.IFA（独立系ファイナンシャルアドバイザー）とは

IFA（Independent Financial Advisor/独立系ファイナンシャルアドバイザー）とは、特定の金融機関に所属しないで、顧客の資産運用についてアドバイスをする専門家です。

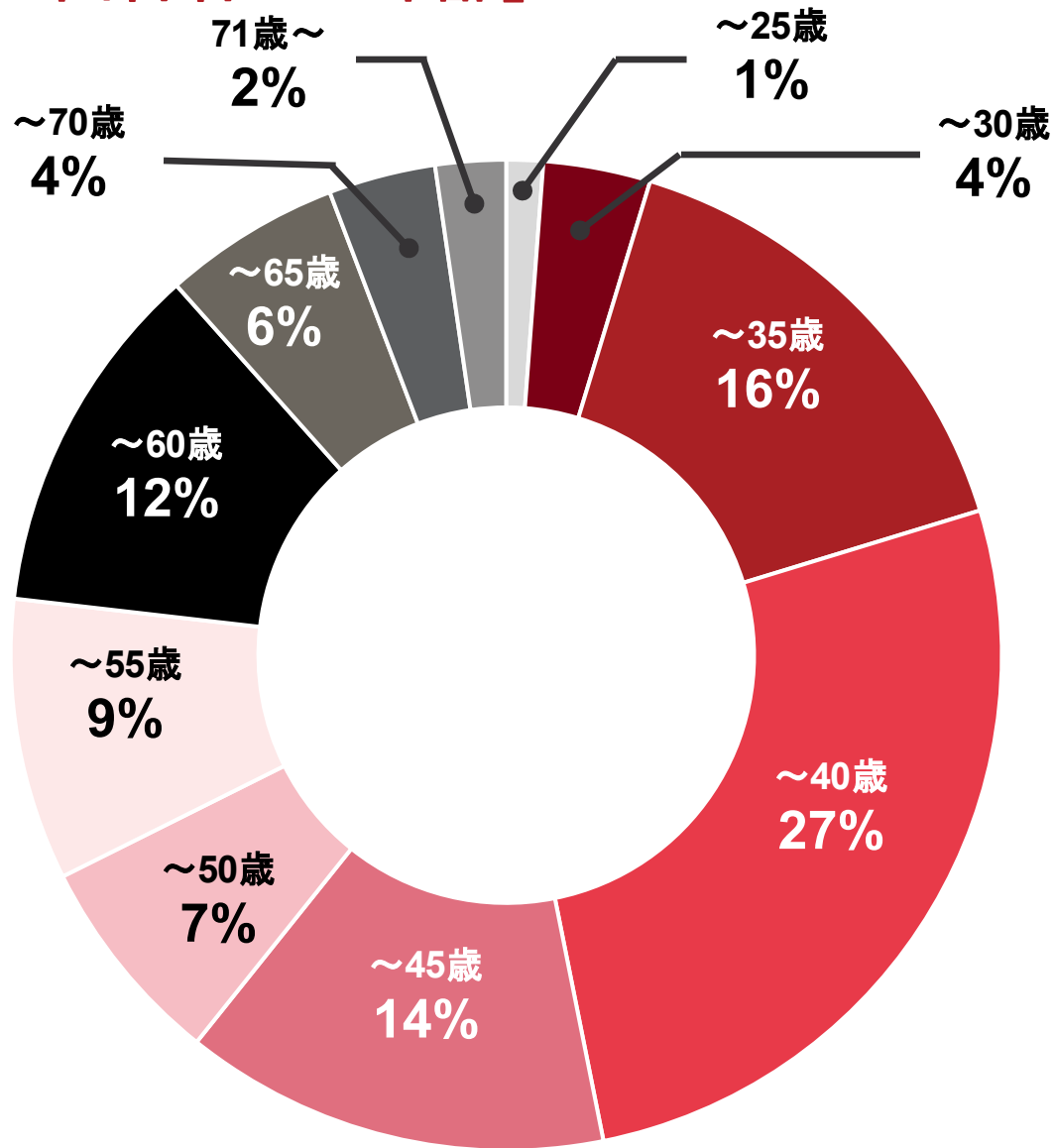
金融機関の営業方針に縛られない、顧客と同じ方向を向いた運用提案を行うことに強みを有しています。



※基本的にIFAはIFA法人に所属。  
IFA法人はIFAのコンプライアンス、バックオフィス業務を担当。

### 3. アンケート回答者の基本情報

### 3-1. 回答者の「年齢」



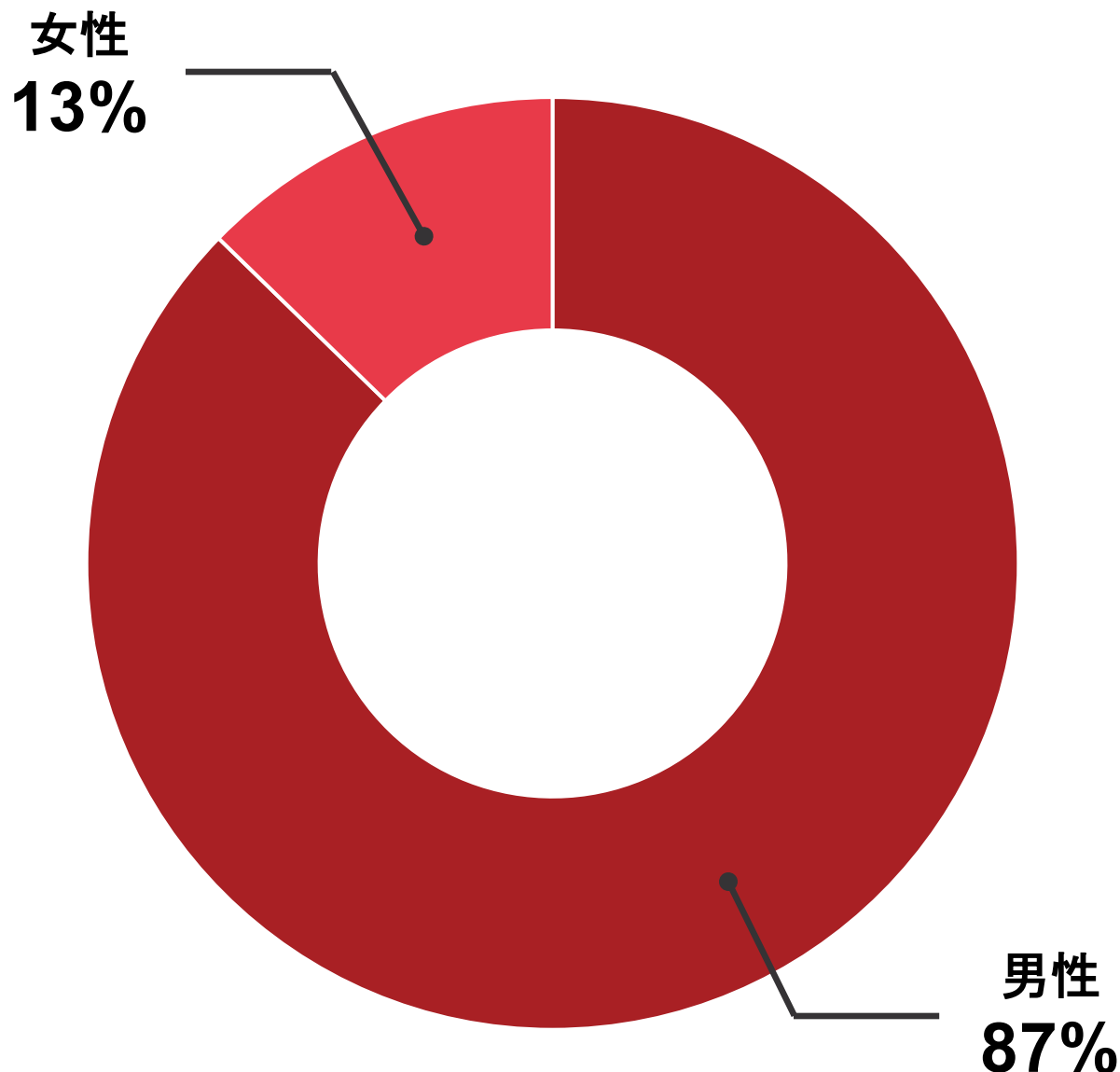
#### 結果概要

IFA業界において、年齢層別の分布を分析した結果、最も多い年齢層は36歳～40歳の層であり、全体の約27%を占めていることが明らかとなった。一方、30歳以下のIFAの割合は5%にとどまり、若い人材が非常に少ないことが明らかとなった。

また、60歳以下のIFAの割合は全体の87%に達している。その中でも30代及び40代が全体の64%を占めており、中年層がIFA業界の中核を担っていることが示された。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 3-2.回答者の「性別」



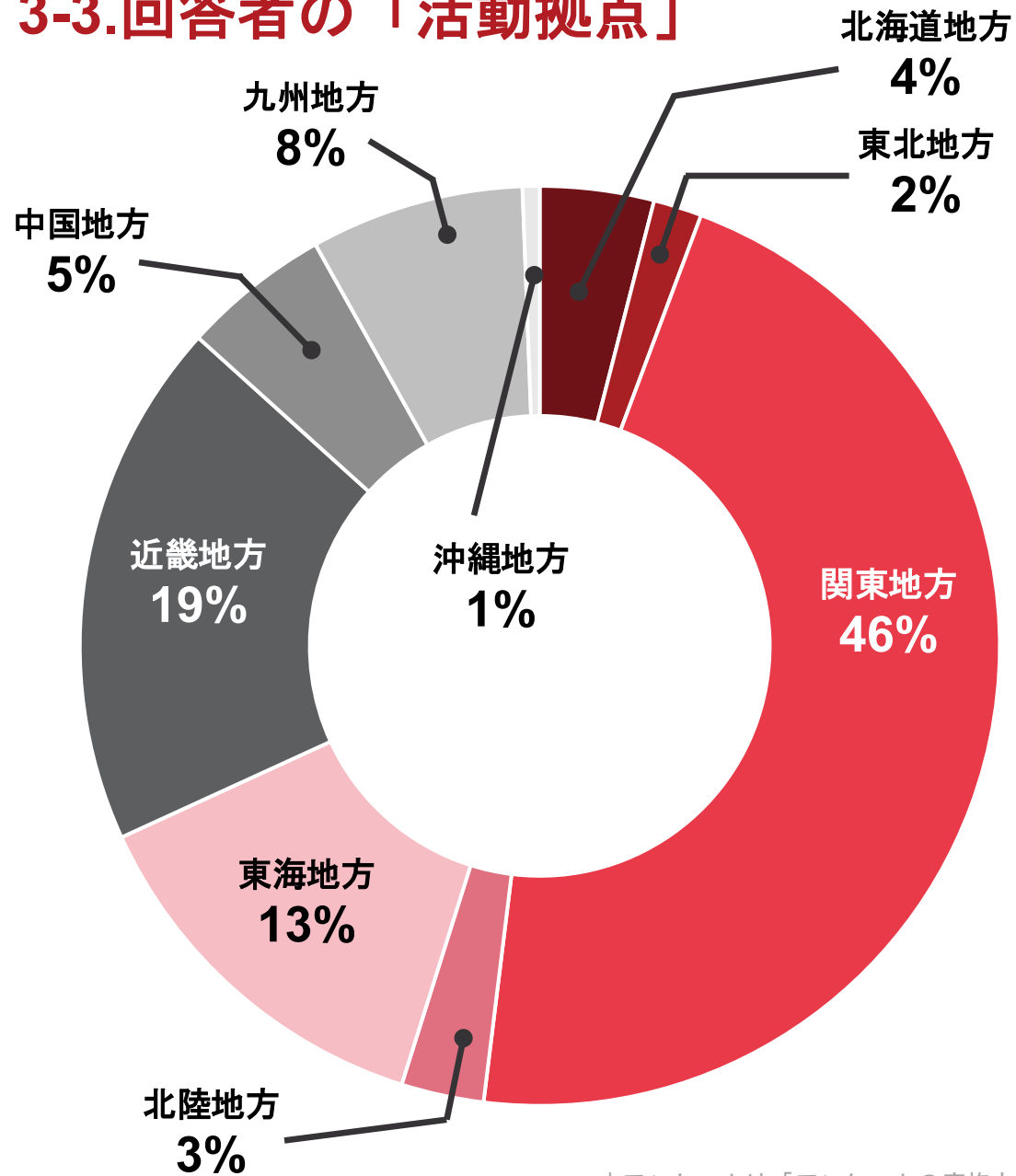
### 結果概要

本調査においては男性が大きな割合を占めており、女性の割合は比較的少ないことが分かる。他の金融業界でも見られることがあるが、女性の比率は徐々に上昇している傾向にある。

女性が進出する機会が増えるなど、多様性が求められる現代社会において、女性の活躍も期待される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 3-3. 回答者の「活動拠点」



## 結果概要

地域別のデータを分析すると、IFAの主な活動拠点は関東地方が最も多く、46%と全体の約半数を占めている。これは、経済活動が盛んである東京を含む関東地方が金融業界の中心地であることを反映している。

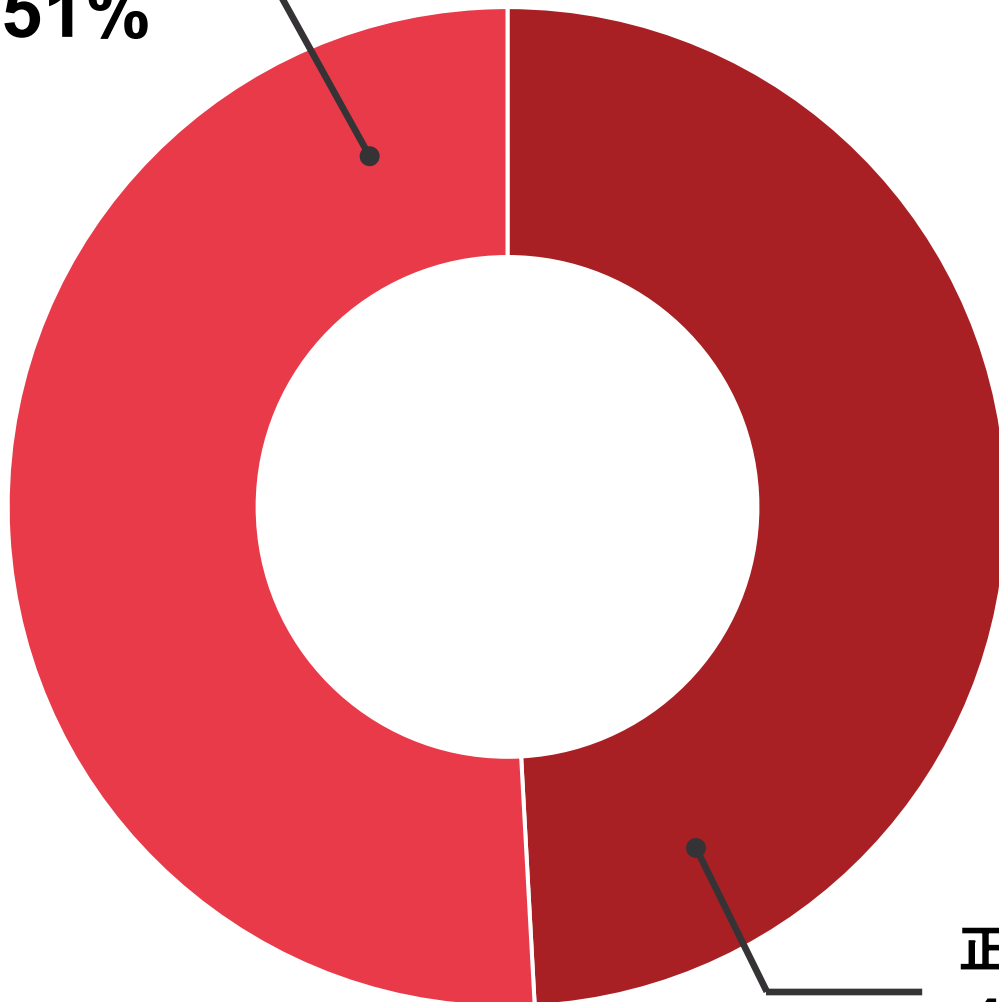
次に、東海地方と近畿地方がそれぞれ13%と19%を占め、地域経済が比較的発展していることが示唆されている。一方で、沖縄地方や北陸地方の割合が低く、地域経済の発展に伴ってIFAの需要が制限されている可能性がある。

今後の展望として、関東地方を中心にしたIFAの需要が引き続き高まると考えられるが、地域間の格差があるため、地域間でのサービス提供や業界の振興に向けての取り組みが必要であると言える。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

### 3-4.回答者の「所属IFA法人との契約形態」

業務委託  
51%



正社員  
49%

#### 結果概要

調査結果によると、IFA業界において業務委託形態の方が若干多いことがわかる。これは、IFA業界においては、柔軟な働き方が求められることが一因となっている可能性がある。また、業務委託形態は個人事業主として活動することが多いため、独立志向の強いIFAにとって魅力的な働き方であると言える。

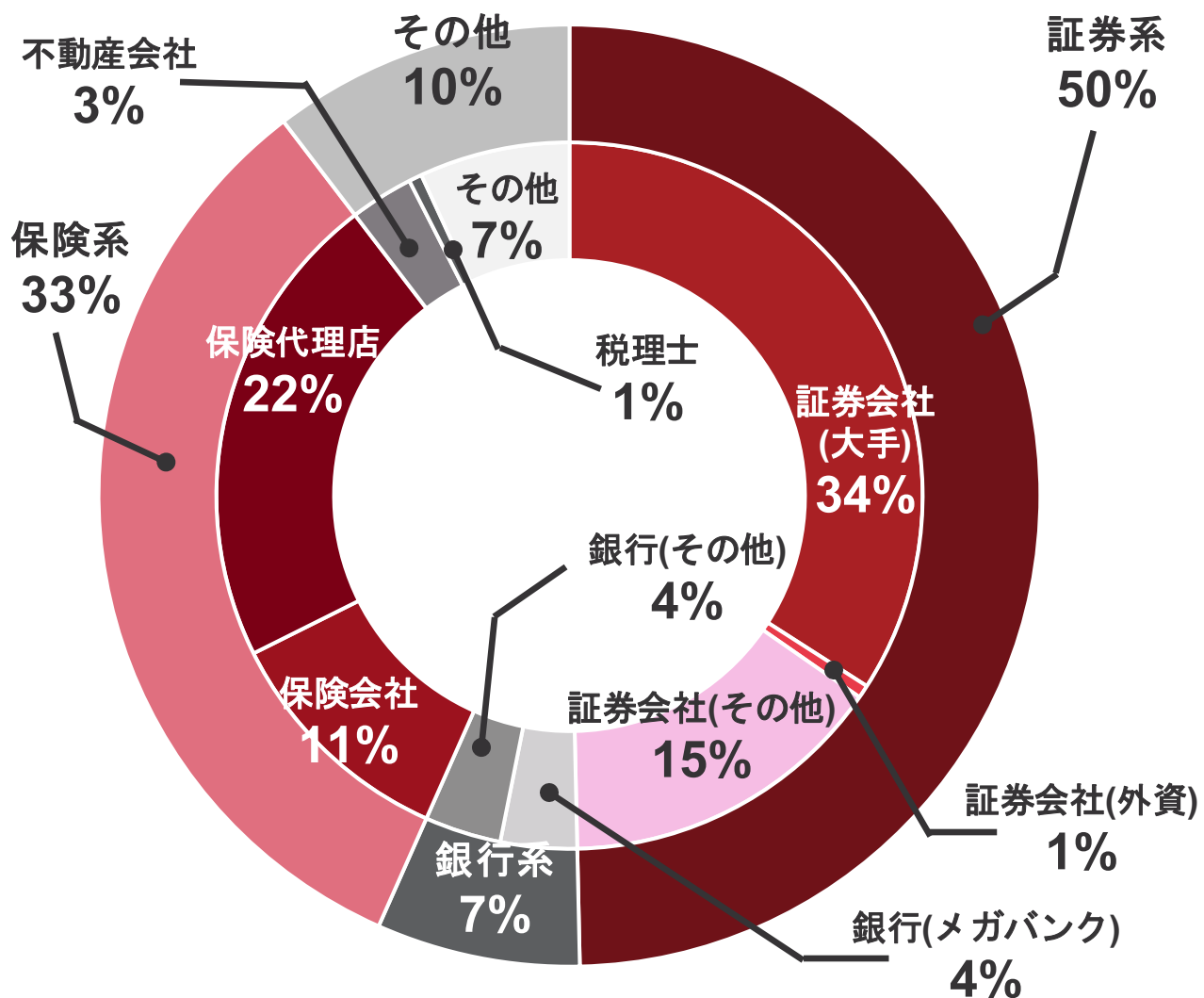
業務委託は、独立した立場で仕事を行い、収入に直結することから、自己責任が求められる。そのため、柔軟な働き方ができるというメリットがある一方、安定性に欠けるというデメリットもある。

一方、社員として働く場合は、給与の安定性や福利厚生が保証されるというメリットがある。ただし、業務内容や働き方が制約されることがある。

IFAの契約形態にはそれぞれメリット・デメリットがあるため、個々の状況に合わせた選択が必要である。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

### 3-5.回答者の「IFAになる前の職業」



#### 結果概要

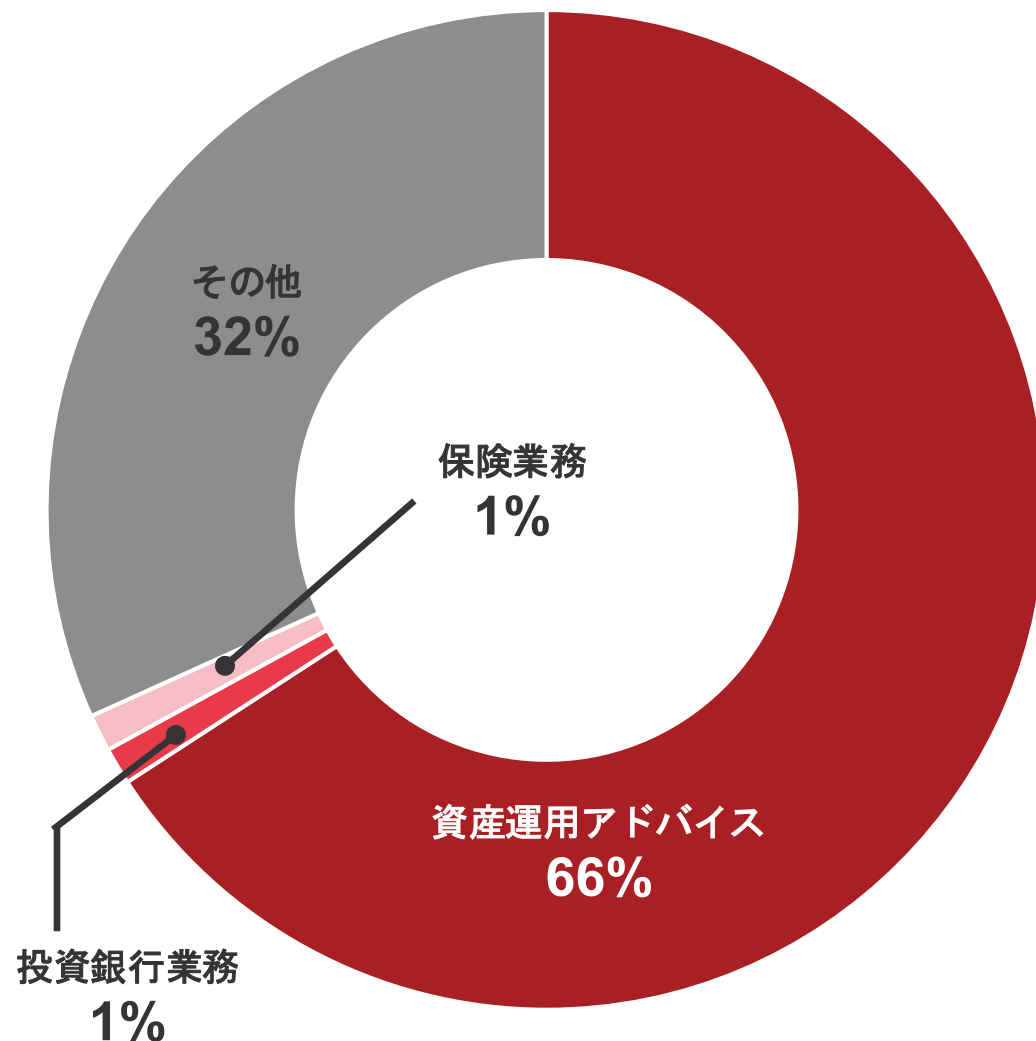
IFAの主な前職としては、証券会社出身者が最も多く、半数を占める。特に大手証券は全体の34%を占めておりIFAの中核を担っている。保険系出身者も33%を占め、金融業界出身者がIFA業界において主要な存在であることが分かる。

IFAとして活躍するためには、金融知識や関連する資格が必要不可欠である。そのため、証券会社や保険代理店などでの経験が有利に働く。また、IFA業界では顧客との信頼関係が非常に重要であり、金融業界での経験が信頼を築く上で役立つこともある。

しかしながら、IFA業界にはさまざまなバックグラウンドを持つ人材が存在する。中には、不動産会社や税理士出身者など、金融業界とは異なる経歴を持つ者もいる。IFA業界では、多様な経歴を持つ人材を活用することで、新たなアイデアや視点を生み出し、業界全体の発展に寄与することが期待される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 3-6.回答者の「IFAになる前に従事していた業務」



### 結果概要

IFAになる前に、資産運用アドバイス業務を行っていた人の割合が66%であり、多くのIFAがこの分野で経験を積んでいることが示唆された。

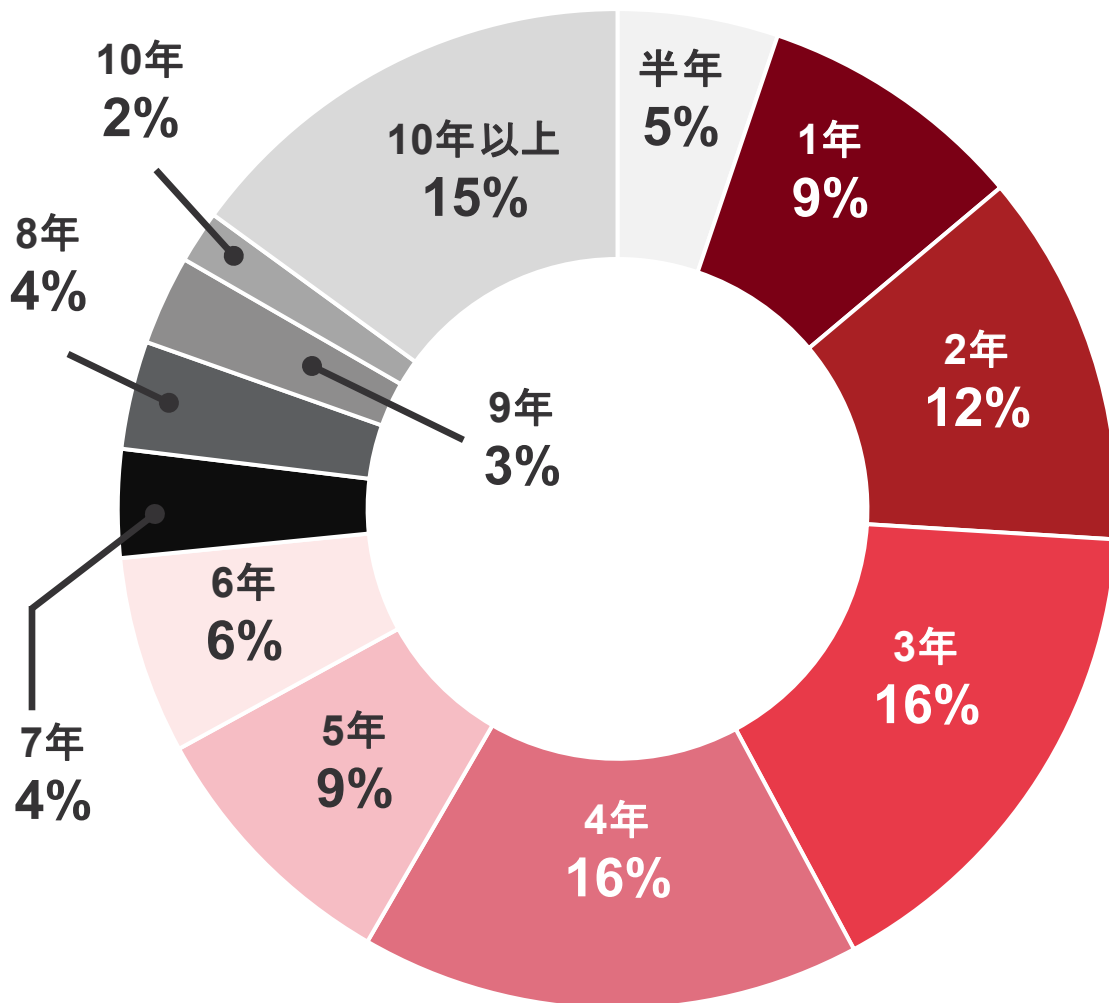
保険業務に従事していた人も比較的多いが、投資銀行業務に関しては、IFAの大多数が従事していないことが分かる。

その他の業務に従事していた人々の中には、税理士業務や、コンサル、保育士などが存在し、金融業界に属さないバックグラウンドを持つ人もいる。

これらの多様な経験を持つ人材がIFA業界に参入することで、新たな視点や専門知識がもたらされ、業界全体の発展に寄与することが期待される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 3-7.回答者の「IFAとしての活動年数」



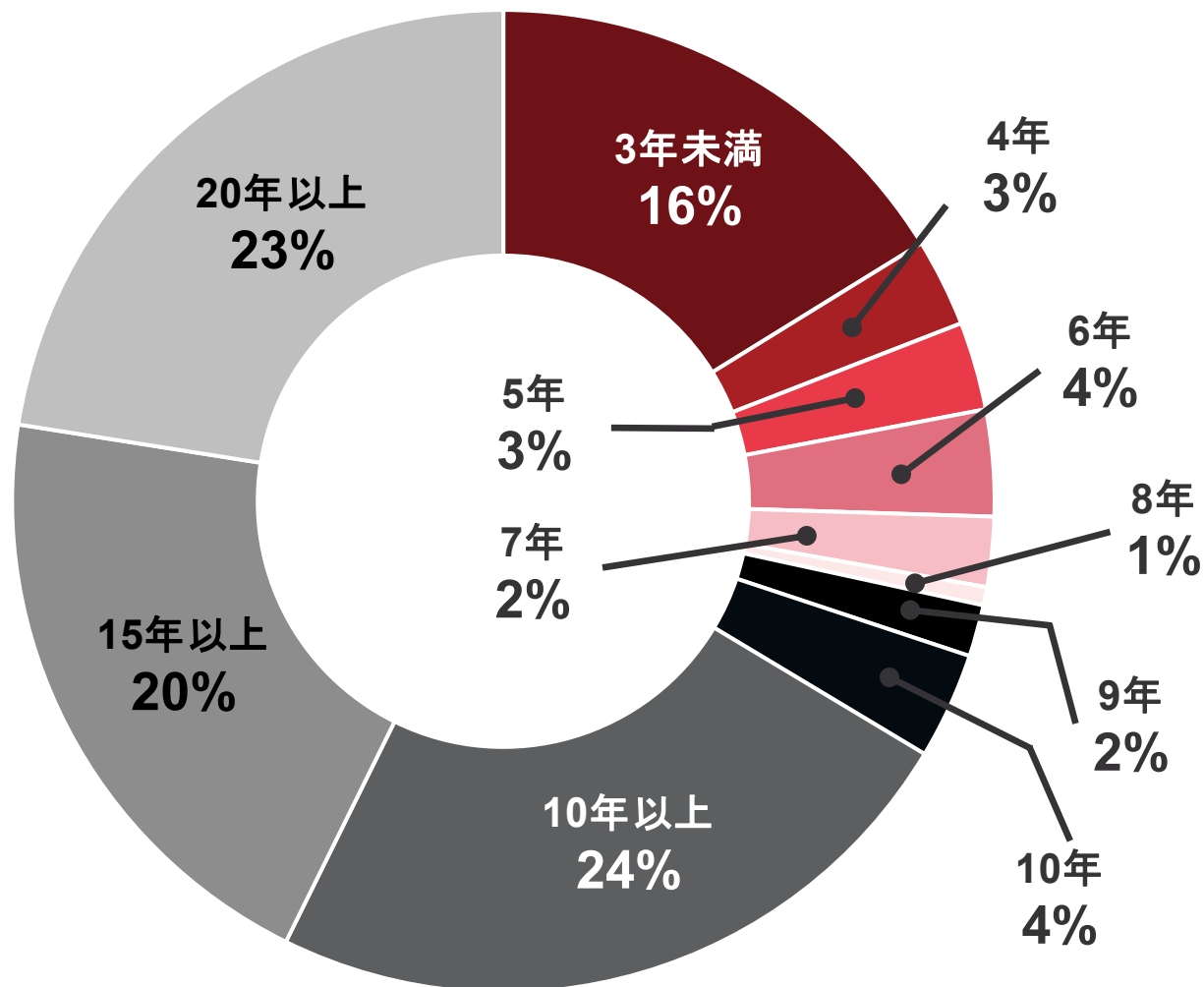
### 結果概要

調査の結果、IFAの経験年数には幅があることが分かる。3年、4年の経験を持つ方が最も多くそれぞれ16%となっている。次いで10年以上の経験がある方が15%である。一方、7年から10年の経験を持つ人はそれぞれ全体のわずか2%~4%にとどまっている。

これらのデータから、IFAの中には長年の経験を積んだベテランが多い一方で、新規参入者も一定数いることが示唆された。ただし、中間の経験年数である7年から10年の間には、比較的少ない人数しか存在しないことから、IFAのキャリアパスにおいて、若手、あるいはある程度の経験年数を持つ人々が集中していることが示唆された。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 3-8.回答者の「外務員としての活動年数」



### 結果概要

IFAの外務員としての活動年数には幅があることが分かる。特に、10年～14年の経験を持つ人が最も多く約24%を占め、次いで20年以上の経験を持つ人が約23%である。

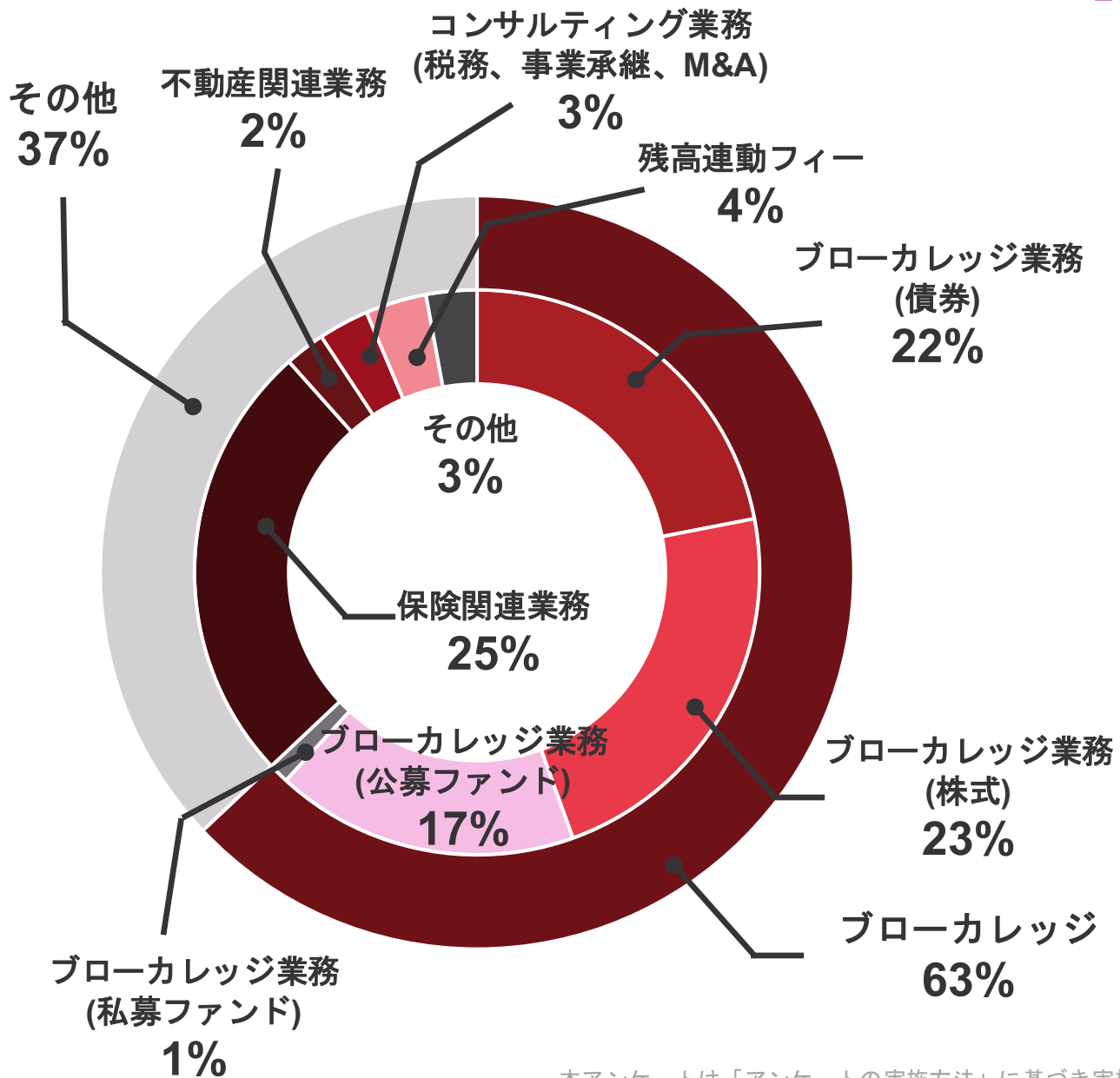
一方で、3年未満の経験しか持たないIFAは約16%にとどまり、比較的少ない傾向が見られる。これに対し、10年以上の経験を持つIFAは合計で約67%に達し、長年にわたって活動している人が多いことが示唆された。

この調査結果から、IFAにはベテラン層が多いことが分かる。一方で、新しいメンバーも一定数含まれており、経験に関わらずIFAのキャリアにはチャンスが存在する。

今後は、ベテランIFAと新人IFAが連携し、経験や知識の共有を行うことが重要である。これにより、IFA業界全体のレベルが向上し、より多くの人々が成功を収めることが期待される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

### 3-9.回答者の「IFAとしてのメインビジネス」



#### 結果概要

IFAのメインビジネスはブローカレッジであり、株式のブローカレッジ業務及び債券のブローカレッジ業務はそれぞれ23%、22%となっている。

また、保険関連業務をメインビジネスとする人も25%いることが示された。

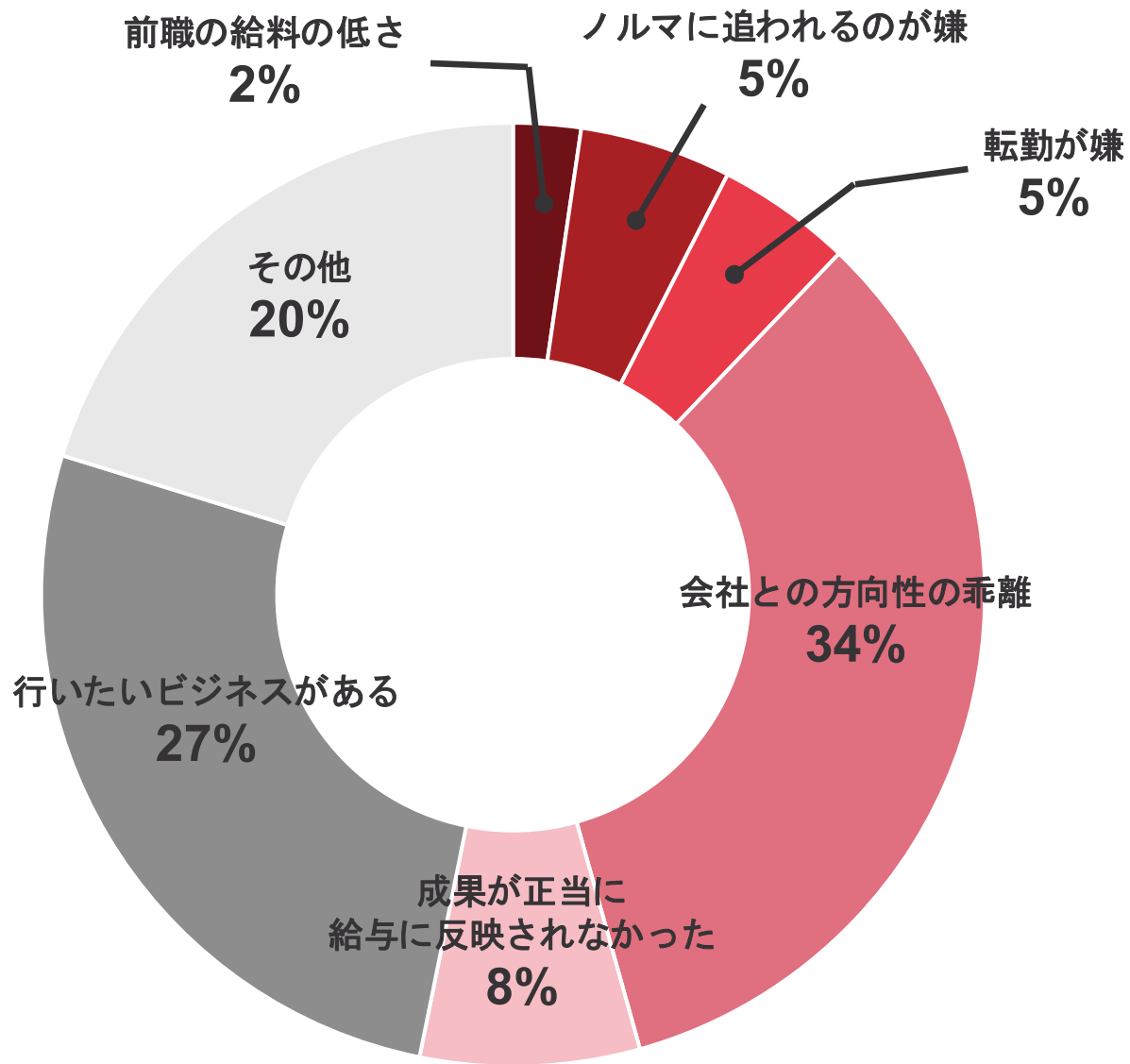
一方で、不動産関連業務やコンサルティング業務に従事している人は合わせて5%となっている。

これらの結果から、IFAの中で株式や債券のブローカレッジ業務を行っている人が多く、保険関連業務も一定数存在することが確認される。また、公募ファンドを扱うブローカレッジ業務にも一定の需要があることが示唆された。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4.アンケート回答者の転職に関して

## 4-1.回答者の「IFA転身のきっかけ」



### 結果概要

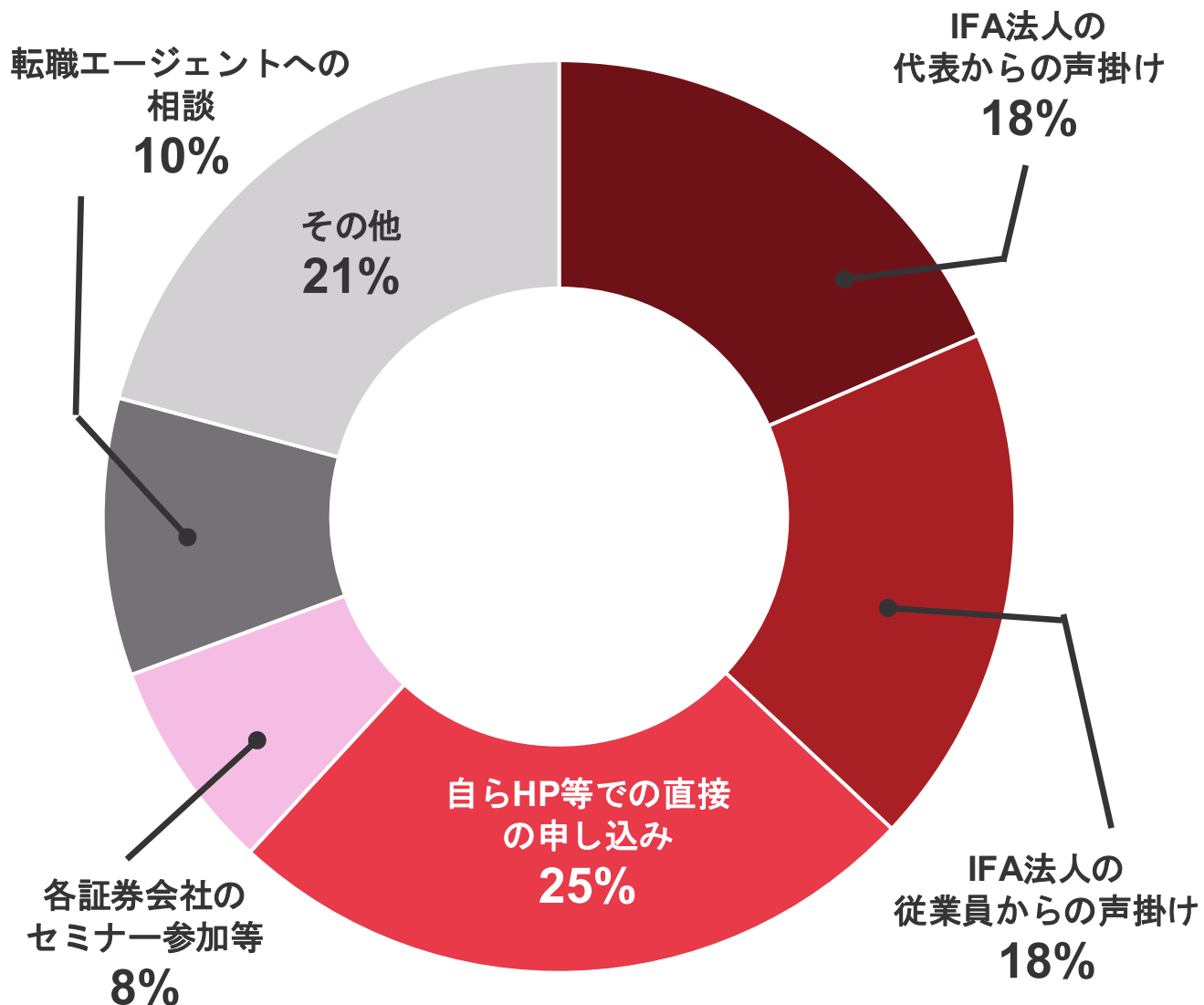
最も多い理由は「会社との方向性の乖離」で34%であり、次いで「行いたいビジネスがある」が27%となっている。また、「転勤が嫌」が5%、「前職の給料の低さ」が2%、「ノルマに追われるのが嫌」が5%、「成果が正当に給与に反映されなかった」が8%であり、「その他」の理由が20%であった。

この結果から、IFAに転身する主なきっかけとして、会社との方向性の乖離や独自のビジネスを展開したいという意欲が強いことが分かる。また、ノルマに追われることや給与・昇給に対する不満、転勤が嫌だと感じることも、IFAに転身する動機となっている。

その他の理由については、個々の事情や状況によるものであろうが、これらの要因がIFAに転身するきっかけとして考慮されることが分かる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-2.回答者の「IFAになるための経路」



### 結果概要

調査結果によると、最も多い経路は「自らHP等での直接の申し込み」で25%であり、次いで「IFA法人の代表からの声掛け」及び「IFA法人の従業員からの声掛け」が18%となっている。また、「転職エージェントへの相談」が10%、「各証券会社のセミナー参加等」が8%であり、「その他」の経路が21%であった。

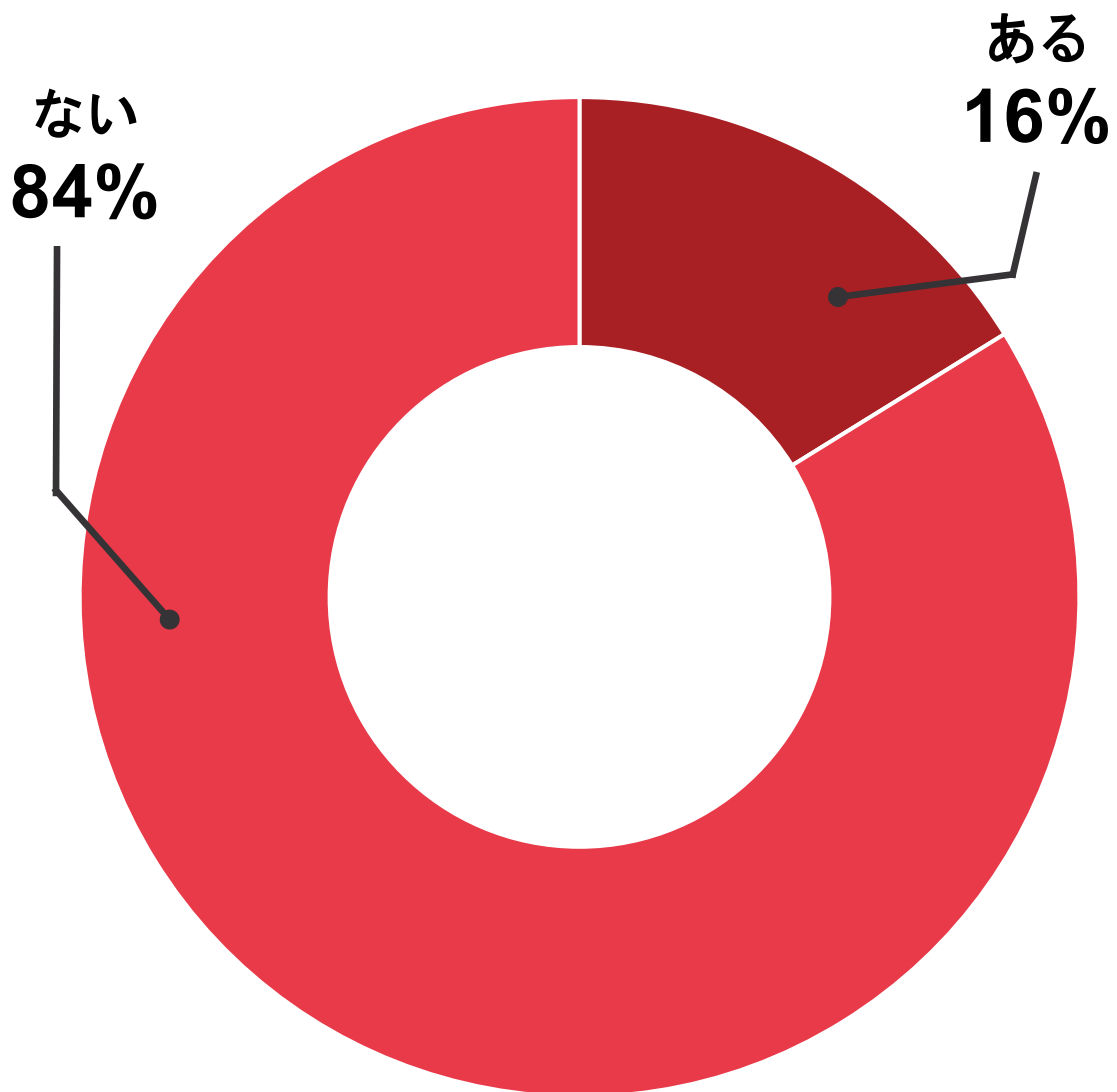
この結果から、IFAになるためには、IFA法人との人的な繋がりや自らの主体的な行動が重要であることが分かる。

一方で、各証券会社のセミナーや転職エージェントを利用するケースは、比較的少ない。しかし、これらの経路も一定の役割を果たしており、多様な方法でIFAに転身することが可能であることが示唆されている。

総じて、IFAになるための経路は多様であり、個々の状況や目的に応じて適切な方法を選択していることがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-3.回答者の「IFA法人の間で転籍はあったか」



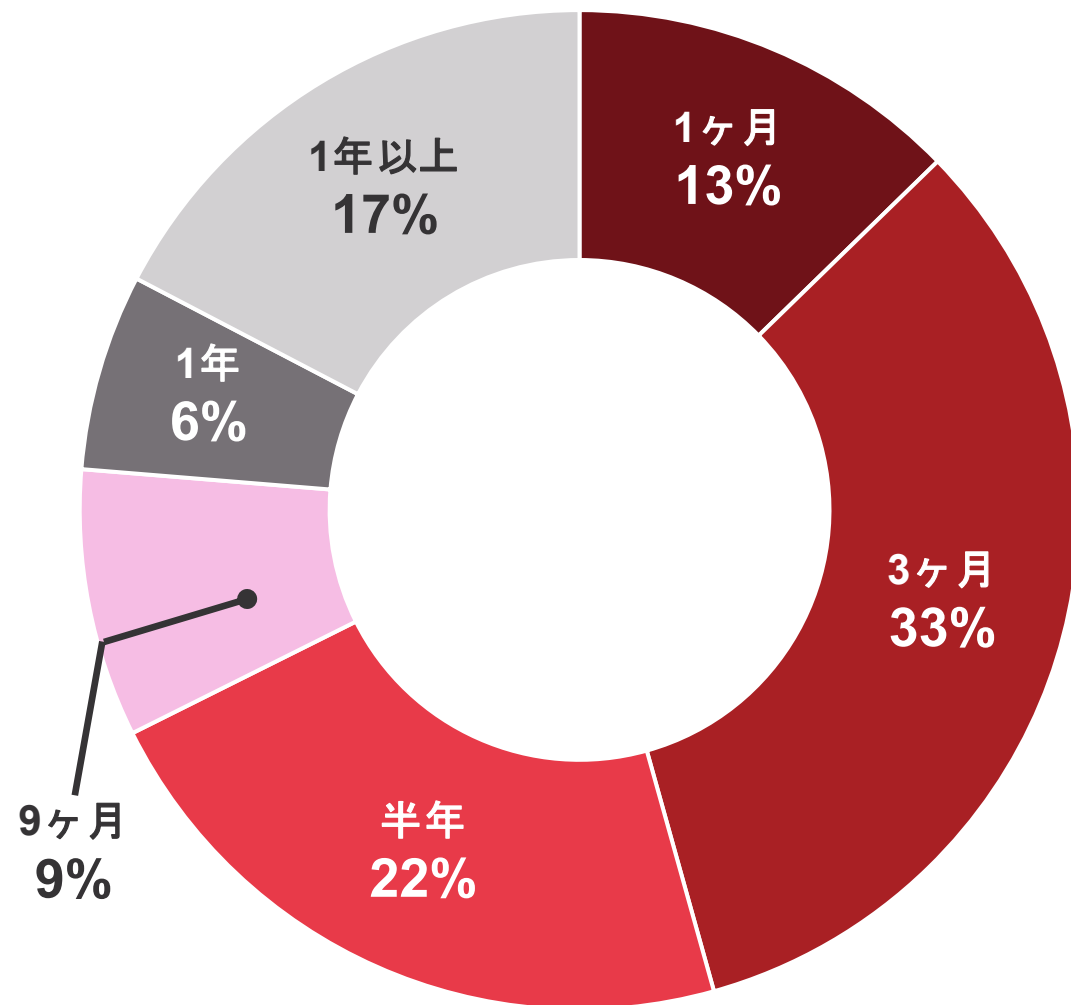
### 結果概要

調査結果によると、IFA法人間の転籍があったIFAは16%と一定数見られた。

後に6-8で解説するが、入社前後のギャップに価値観や主力商品の違いを挙げる方が一定数いること、より良い報酬やサポート体制を理由に転籍することが考えられる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-4.回答者の「IFAになるための準備期間」



### 結果概要

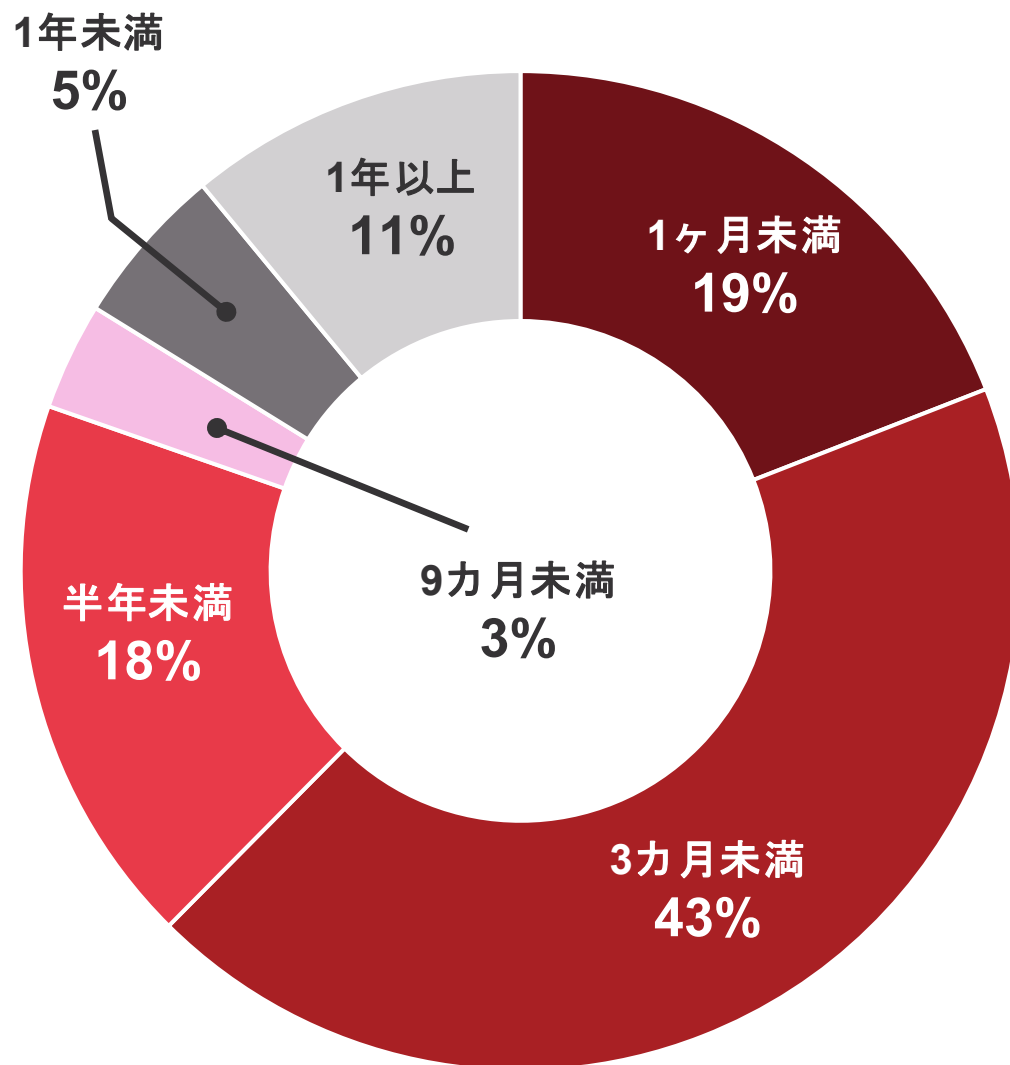
調査結果によると、最も多かったのは「3ヶ月」で33%、次いで「半年」が22%、そして「1年以上」が17%となっている。また、「1ヶ月」が13%、「9ヶ月」が9%、「1年」が6%であった。

この結果から、IFAになるための準備期間は半年以内で終わるケースが多いことがわかる。

また、1年及び1年以上といった比較的長い期間での転身も一定の割合で存在している。総じて、個々の状況やスキル、経験によって準備期間は変動することが伺える。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-5.回答者の「主要顧客稼働までに要した時間」



### 結果概要

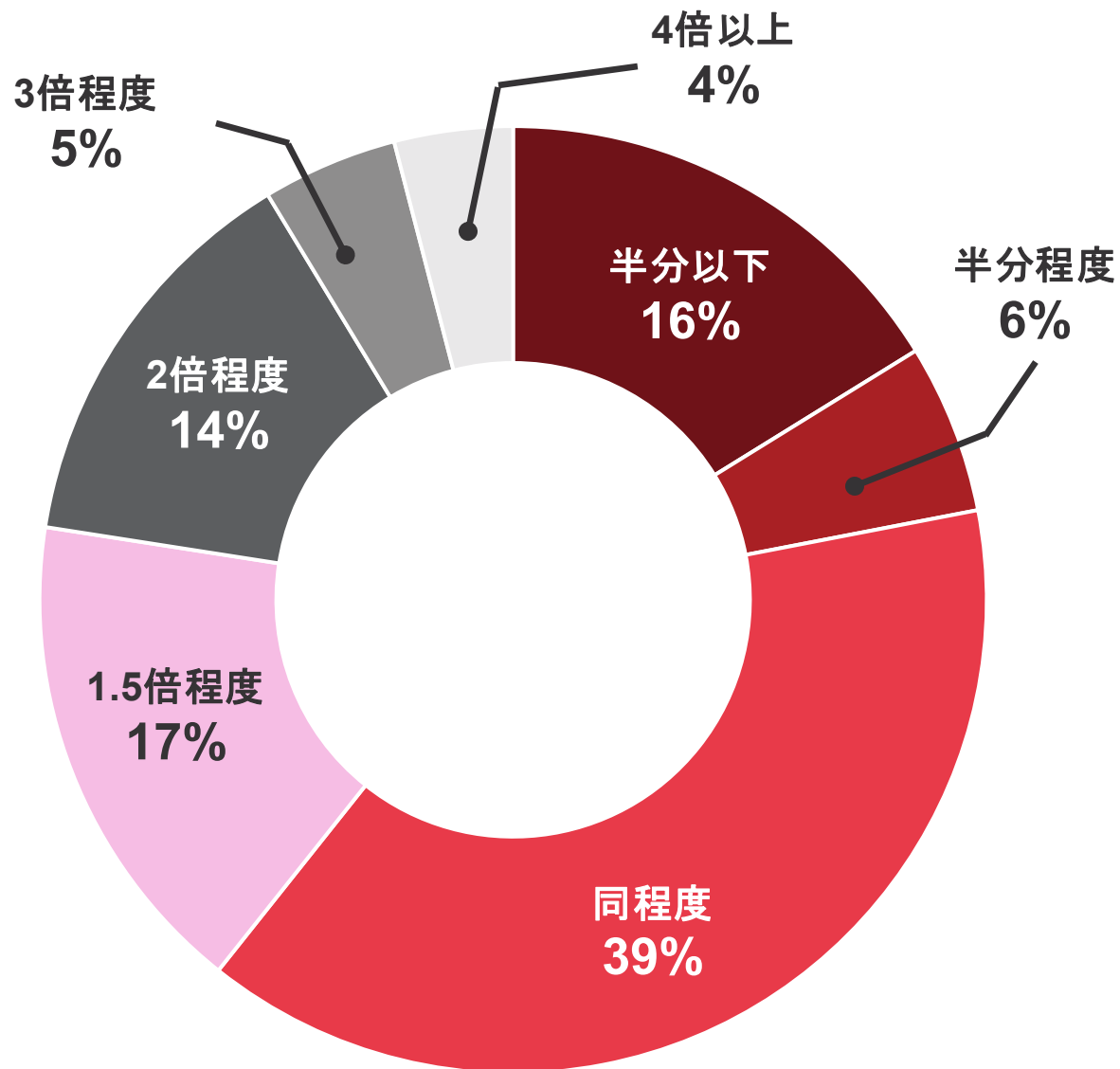
調査結果によると、IFAの主要顧客稼働までの期間は、短いケースが多いことが分かる。特に、3ヶ月未満での顧客稼働の合計は半数以上を占めており、短期間で顧客の信頼を得て業務を開始できることが多いと言える。ただし、「1年」、「1年以上」というケースも存在し、IFAによっては時間がかかることがある。

IFAの業務成功のためには、主要顧客との信頼関係構築が不可欠である。

また、IFAがどの程度の努力や戦略を用いているかによって、顧客稼働までのスピードが変わってくることも示唆されている。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-6.回答者の「前職からの年収変化」



### 結果概要

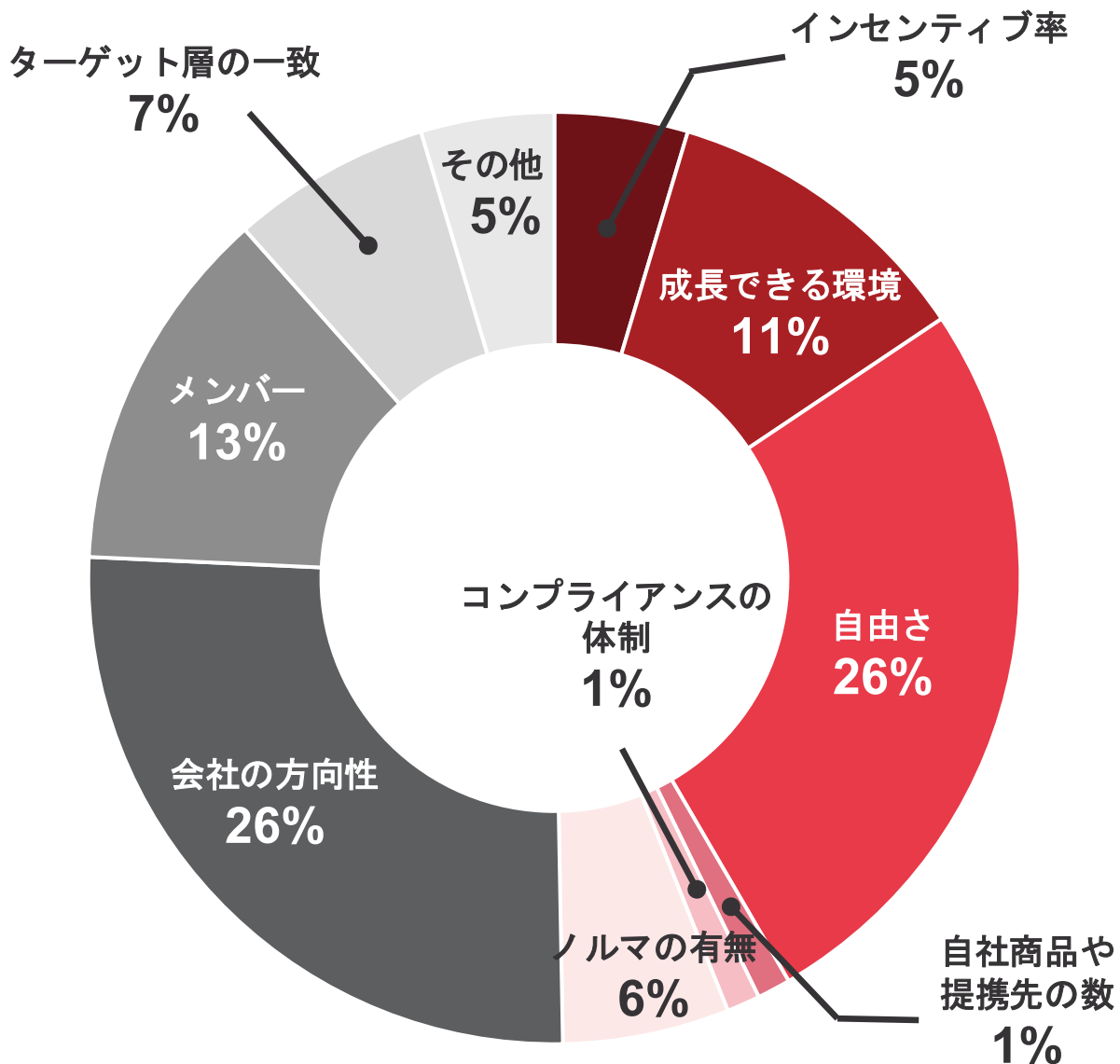
調査結果によると、最も多かったのは「同程度」で39%であり、次いで「1.5倍程度」が17%、「2倍程度」が14%であった。また、「半分以下」が16%、「半分程度」が6%、となっている。

この結果から、IFAに転職しても年収が同等以上のケースが多いことが分かる。しかし、一部では年収が大幅に減少するケースも存在する。

このことから、IFAへの転職は個々の能力や業務遂行力によって年収が大きく左右されることが伺える。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-7.回答者の「IFAになるときの最重視ポイント」



### 結果概要

調査結果によると、IFAに転職する際に最も重視されるポイントは「自由さ」及び「会社の方向性」であり、26%に達した。次いで、「メンバー」が13%、「成長できる環境」が11%と続く。また、「ターゲット層の一致」が7%、「その他」が5%となっている。

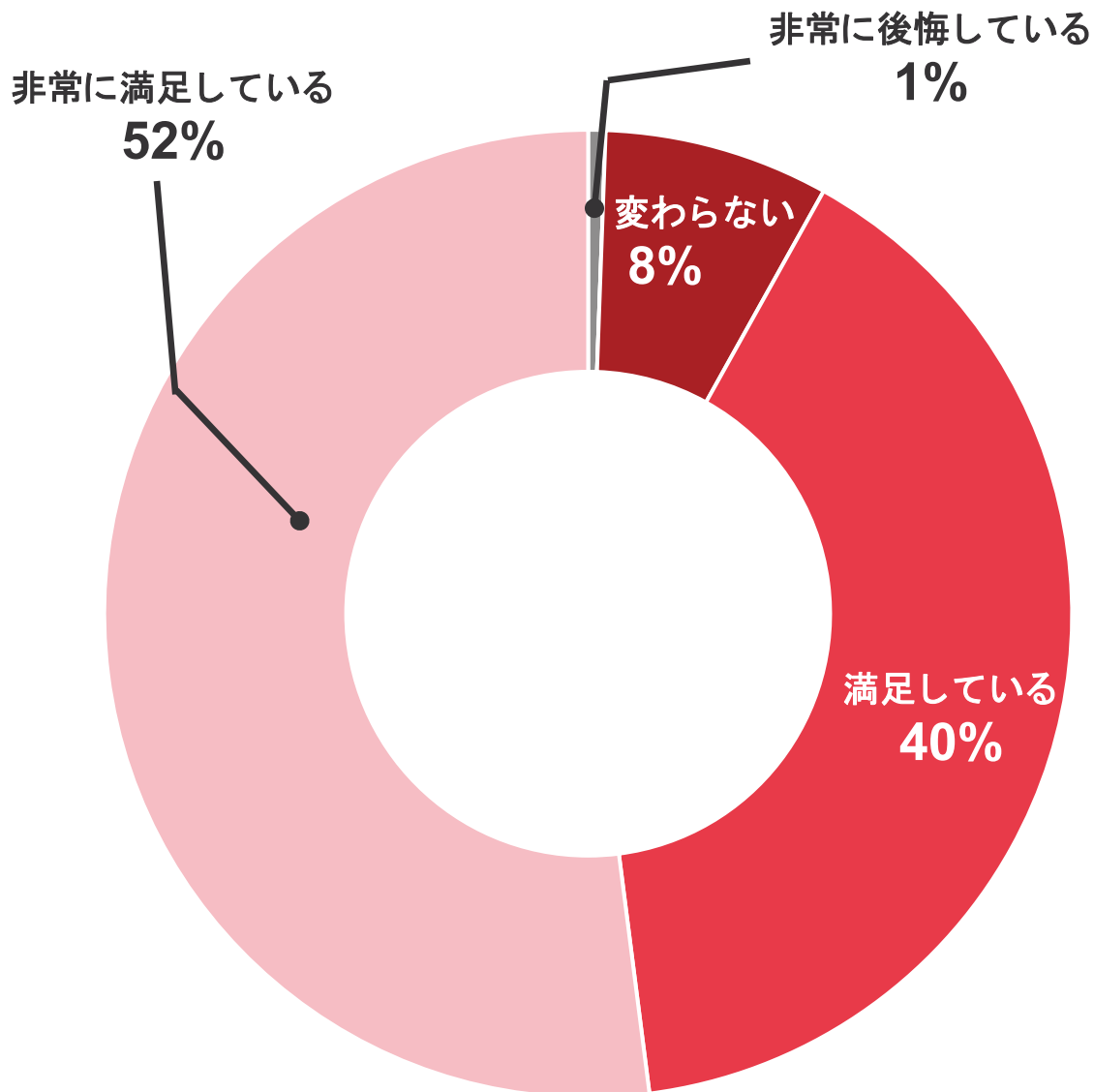
この結果から、IFAへの転職を考える際には、自由な働き方が最も重視されることが分かる。報酬や成長の機会も重要視されているが、自由な環境での働き方を求める傾向が強いことが示唆された。

一方で、コンプライアンスの体制や商品・提携先、ノルマの有無は比較的重視されていないことが分かる。

その他の回答としては、代表の人柄や会社の雰囲気などが挙げられた。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 4-8.回答者の「IFAになったことへの満足度」



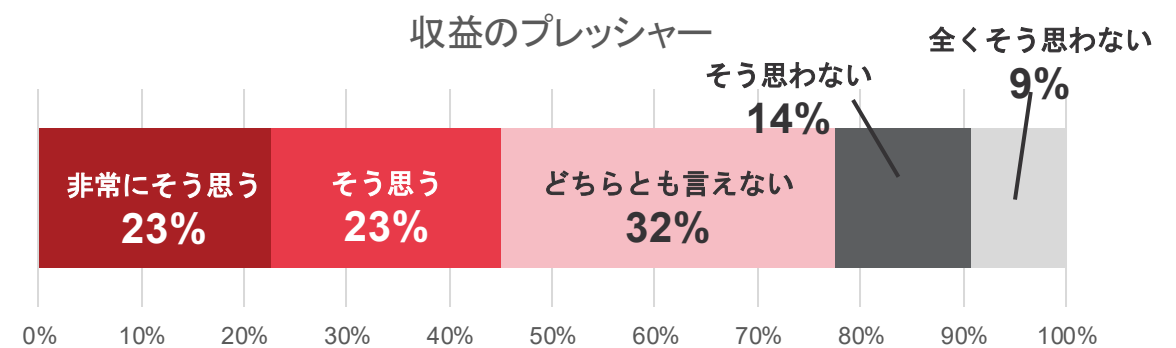
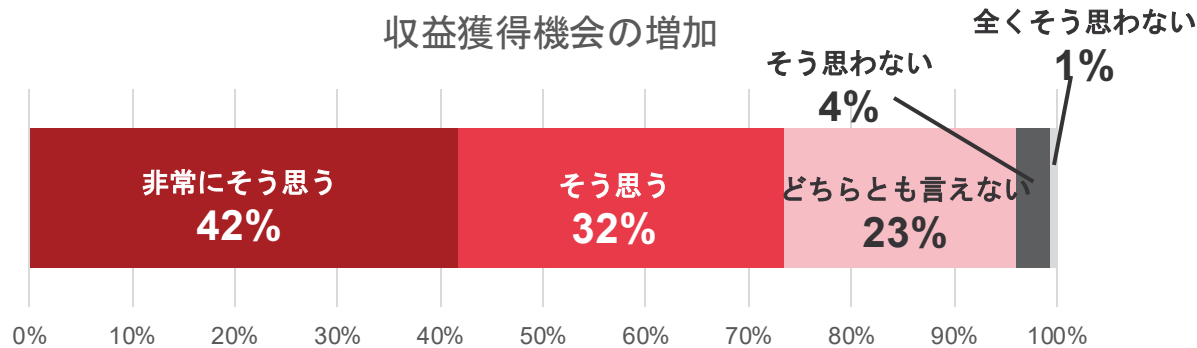
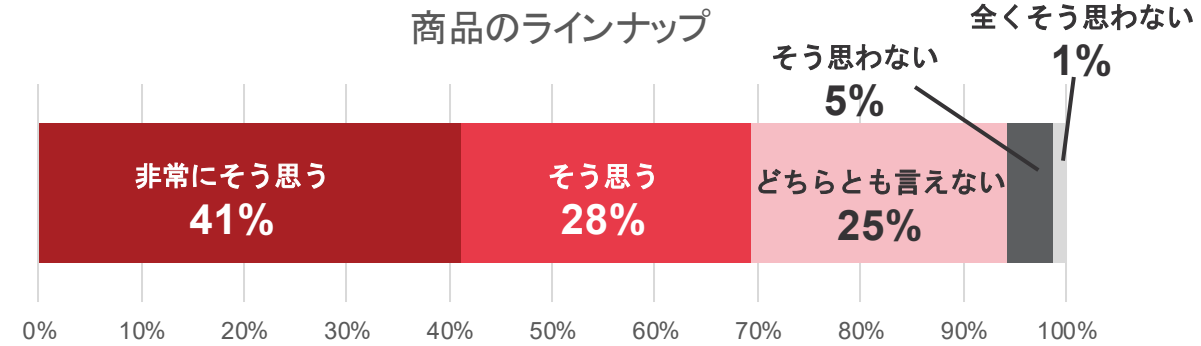
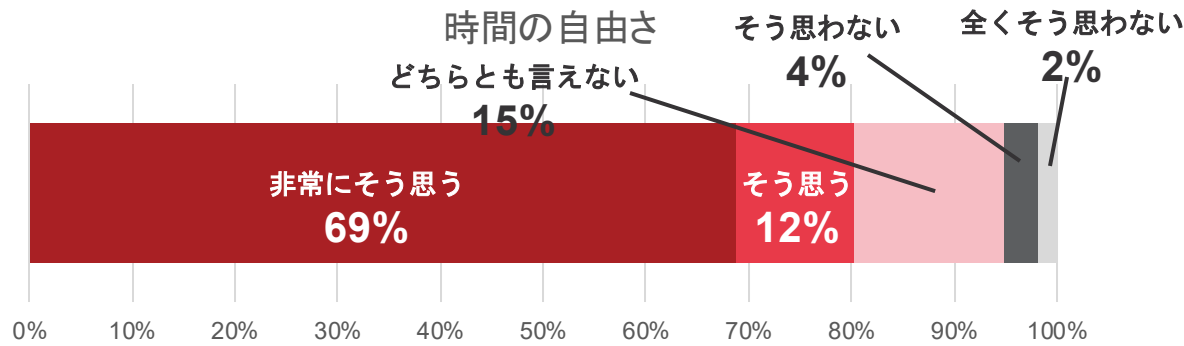
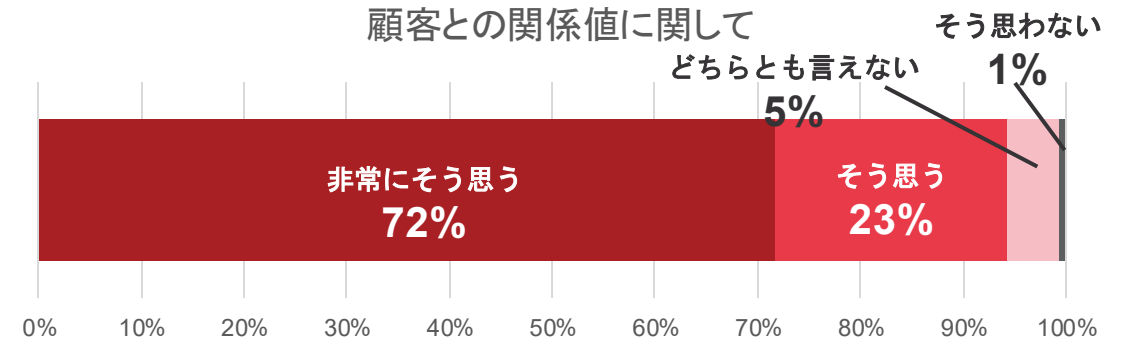
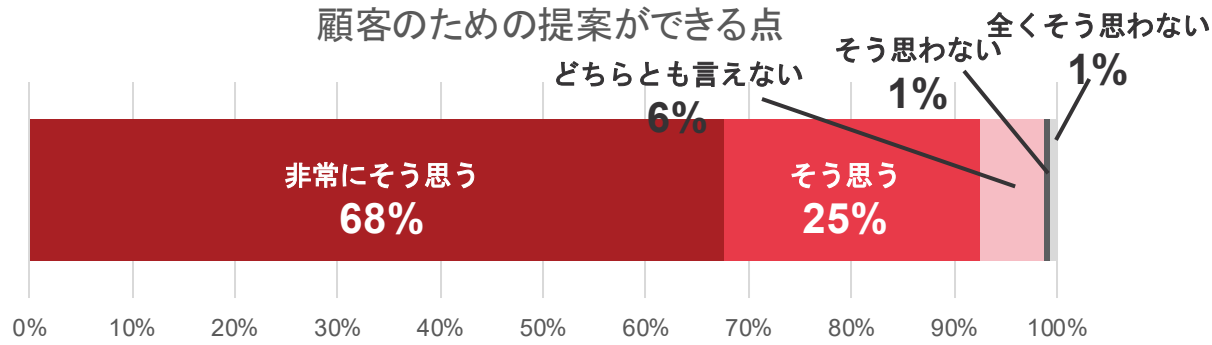
### 結果概要

調査結果によると、IFAになったことに対して高い満足度を持っている人が多いことがわかる。具体的には、「満足している」と「非常に満足している」の合計が92%を占めており、ほとんどのIFAが転職後のキャリアに満足していることが示されている。

一方で、後悔している人の割合は僅か1%であり、IFAになったことを後悔している人はほとんどいない。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 4-9.回答者の「IFAになって良かったこと」



本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

### 結果概要

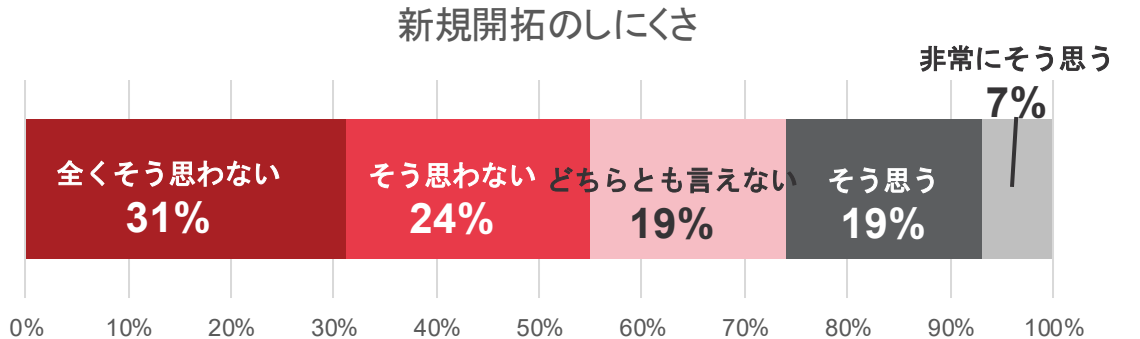
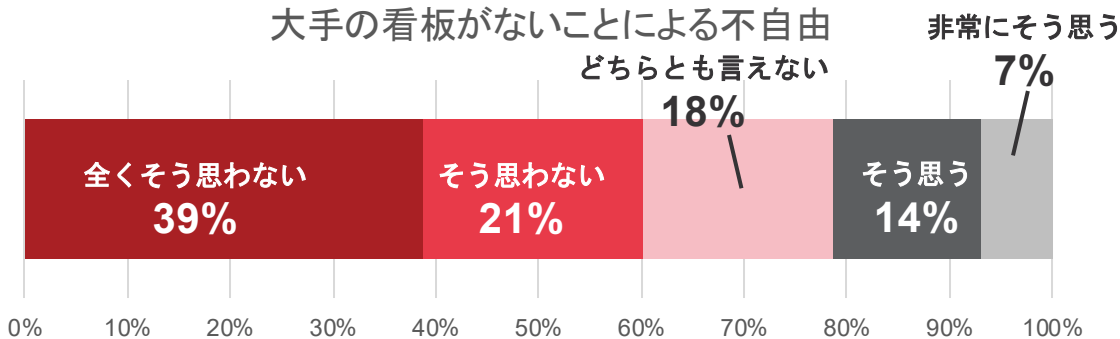
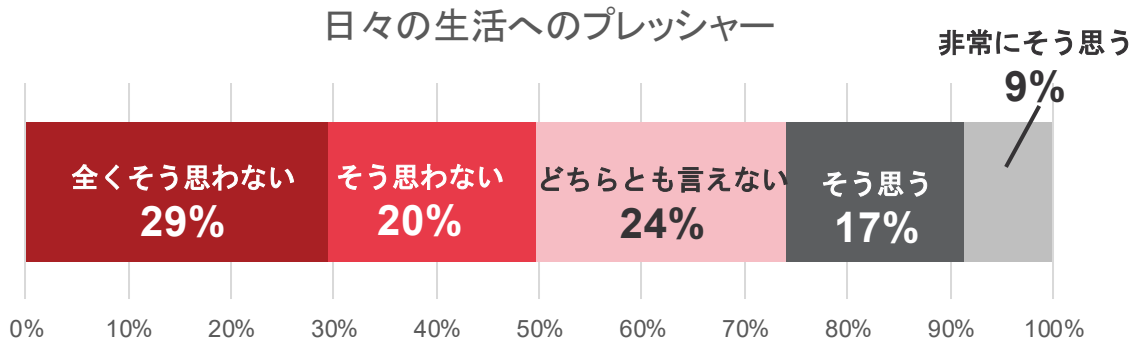
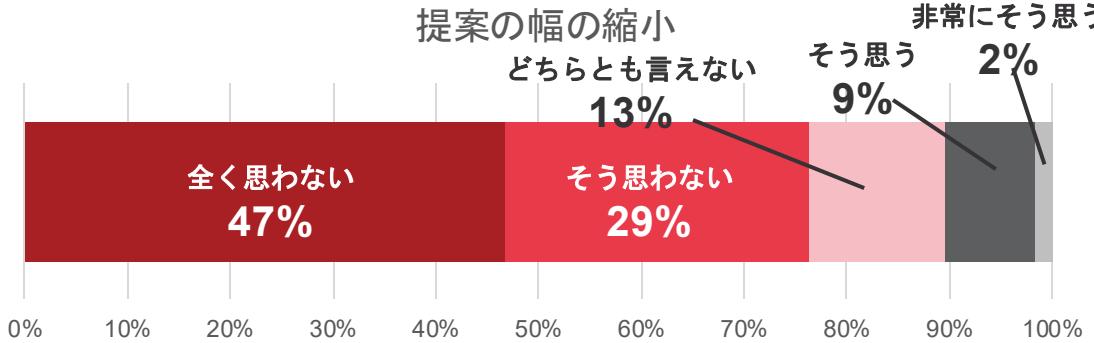
調査結果によると「IFAになって良かったこと」として、「顧客のための提案ができる点」、「顧客との関係値に関して」において、「非常にそう思う」、「そう思う」の総計が9割を超えており、非常に多く同意を得られている。このことから、IFAの転身のきっかけやIFAになるときの最重要ポイントで多く挙げられた「会社との方向性の違い」が解消された方が多いと推察できる。

次いで、「時間の自由さ」「商品のラインナップ」の総計も約8割となっており、多くの同意を得られている。従って、IFAになるときの最重要ポイントで多く挙げられた「自由さ」についても希望が叶う方が大半だと推察できる。

一方で、「収益のプレッシャー」では、「非常にそう思う」「そう思う」の総計が46%と半数を切っている。また、「そう思わない」「全くそう思わない」の総計が23%と、同意しない方が他の項目よりも多く存在する。従って、「ノルマ」といったプレッシャーはなくなる一方で、自身の収入に直結する「収益のプレッシャー」は簡単にはなくなることがうかがえる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 4-10.回答者の「IFAになって良くなかったこと」



本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

### 結果概要

調査結果によると、「日々の生活へのプレッシャー」「新規開拓のしにくさ」に同意する方は比較的多く、総計26%であった。

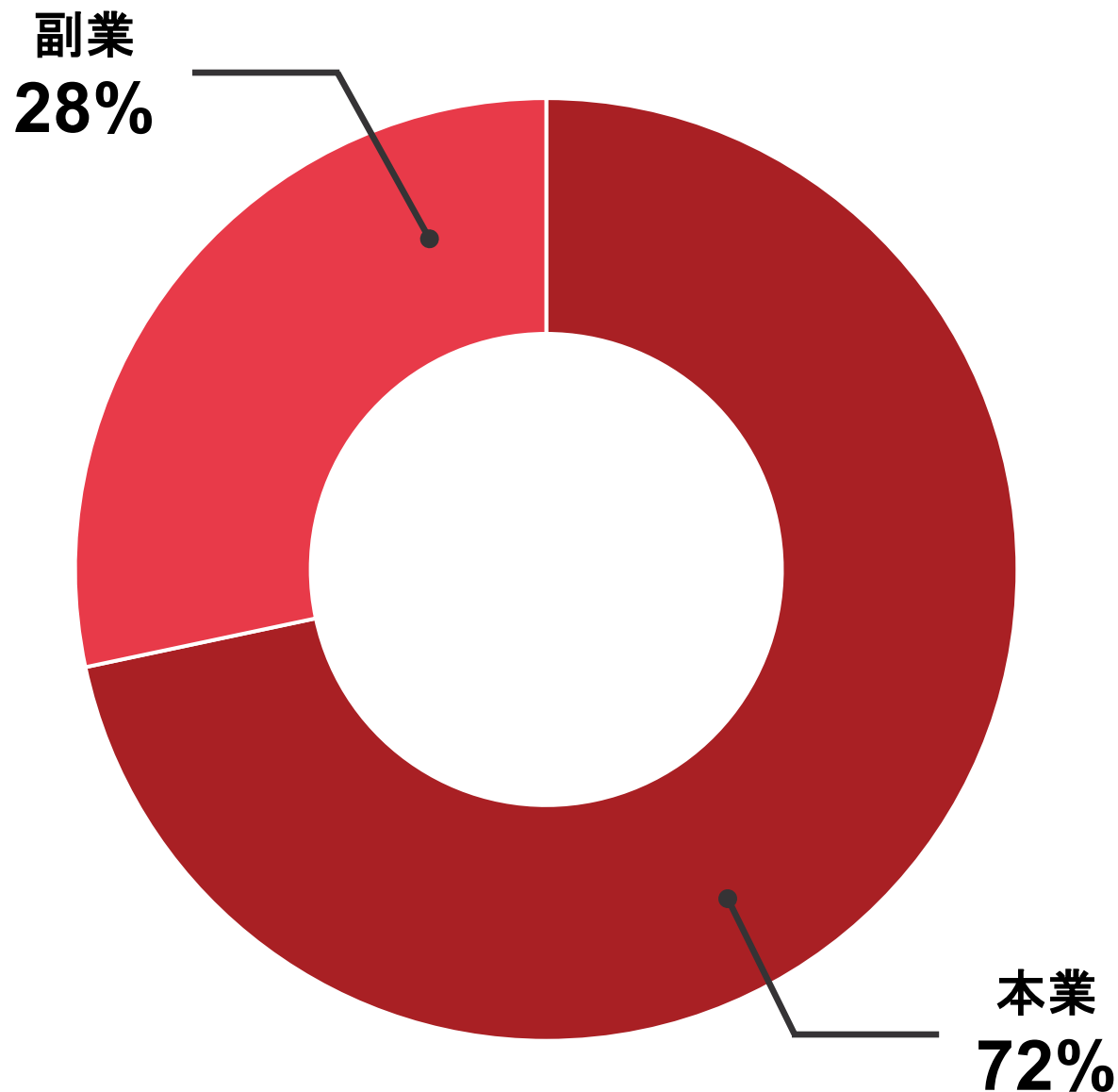
「日々の生活へのプレッシャー」に関してはIFAのビジネスモデルに起因すると思われる。業務委託契約の場合、収益が給料に直結するため、日々のプレッシャーが大きい。そのため、「IFAになって良くなかったこと」として日々のプレッシャーを挙げる方が一定数存在する。

また、「新規開拓のしにくさ」は「大手看板がないことによる不自由」が原因と感じる方が多い。この2つの項目には新規顧客の割合に関わらず強い相関関係があるためだ。

一方で、「提案の幅が縮小」したと感じる方は少数で、総計11%であった。

つまり、提携先の証券会社によって商品ラインナップが減少することは一定程度あるものの、複数証券会社と提携することによるラインナップの増加やIFA法人の方向性などから提案幅が縮小したと感じない方が多数だと考えられる。

## 5.アンケート回答者の活動に関して



### 結果概要

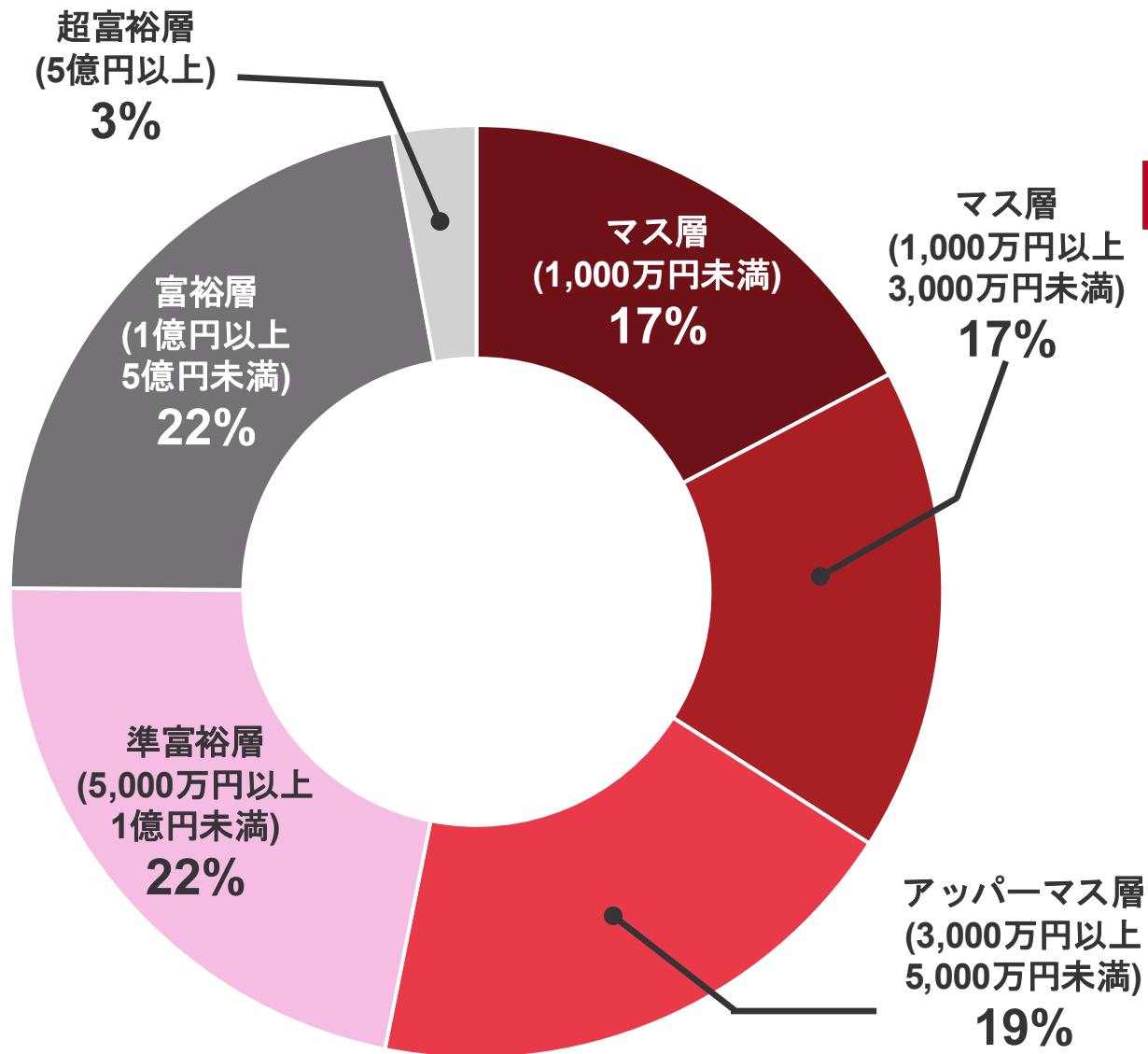
調査結果によると、IFAとして働く人の大半が本業として独立系ファイナンシャルアドバイザーを選んでいることがわかる。本業として選択する理由は、IFAが専門性の高い職種であり、十分な収益を上げることができるためだと考えられる。

一方で、副業としてIFAを選択する人も一定数存在しており、これはIFAの柔軟な働き方ができる点に魅力を感じていることが考えられる。

また、副業としてIFAを選択することで、他の職種との相互補完が期待できることも、IFAを副業に選択する理由の一つである可能性がある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-2.回答者の「主たる担当顧客層」



### 結果概要

調査結果から、IFAの主たる担当顧客層は顧客の総資産に関係なく広く分布していることが分かる。

富裕層を担当する理由として、IFAが資産運用や保険などの専門的なアドバイスを提供するため、資産がある程度ある顧客層に対してより効果的であることが考えられる。また、富裕層や超富裕層は資産運用に対して積極的であり、専門的な知識を求める傾向が強いため、IFAのサービスが求められることが多い。

今後は、資産形成やライフプランニングの意識が高まる中で、マス層やアップーマス層の顧客層に対するIFAのニーズも増加する可能性がある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

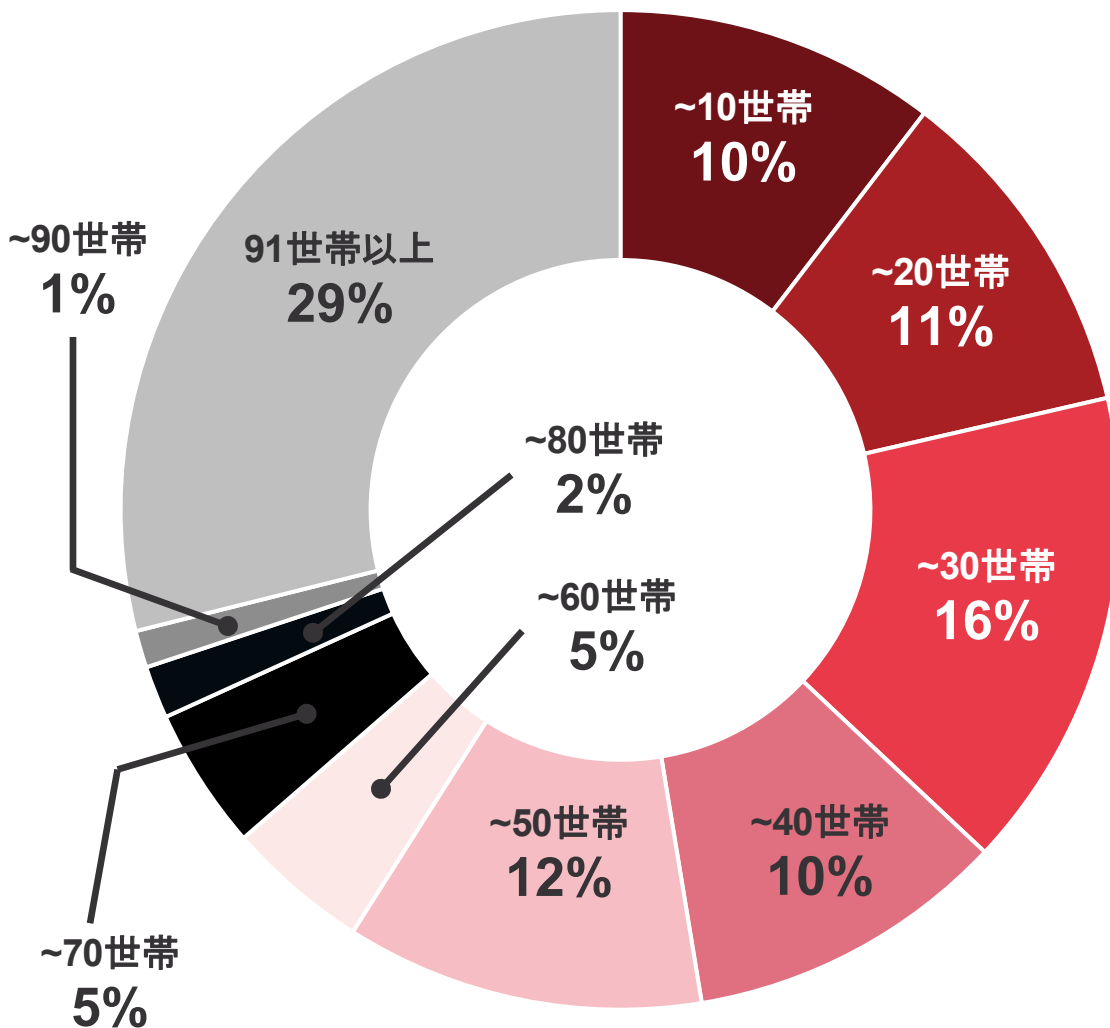
### 結果概要

調査結果によると、IFAの担当世帯数は様々であることがわかる。約半数のIFAが1~40世帯を担当しており、顧客数をある程度抑えて質の高いアドバイスができる状況を保っていると考えられる。

一方で、91世帯以上を担当しているIFAも29%と少なくない割合で存在し、個々のIFAの能力や顧客対応力によって担当世帯数が大きく異なることが示唆される。

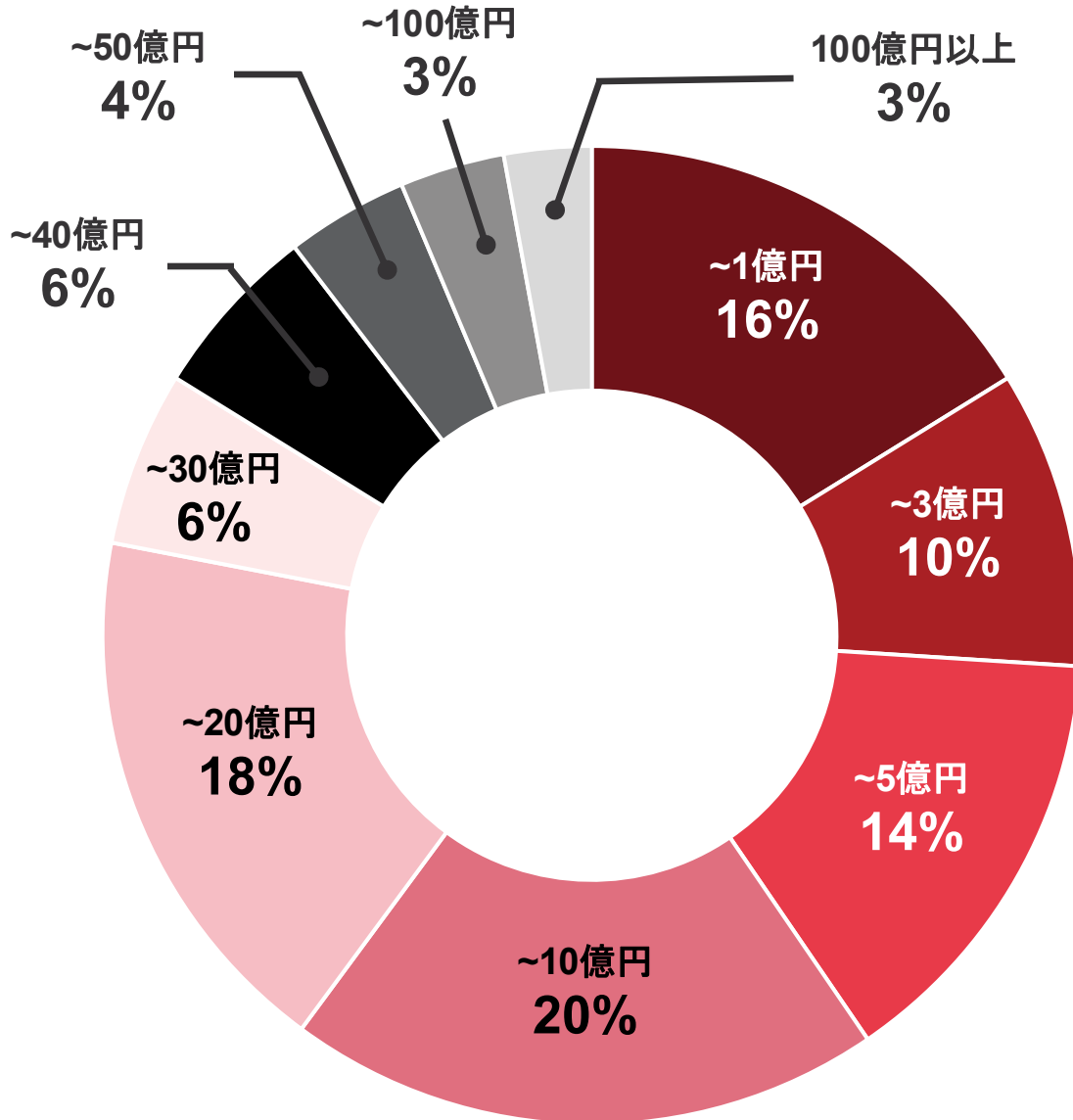
担当世帯数が多いIFAは、多くの顧客に対応することで収益を上げる戦略を取っている可能性がある。しかし、担当世帯数が増えることで、一人ひとりの顧客に対するサポートが十分でなくなるリスクも考慮する必要がある。

今後、IFAの役割がさらに重要になる中で、担当世帯数とサービスの質のバランスを適切にとることが求められるだろう。



本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-4.回答者の「預かり資産」



### 結果概要

調査結果によると、IFAの預かり資産は広く分布していることがわかる。その中でも、1億円から20億円の範囲に多くのIFAが集中しているという傾向がある。

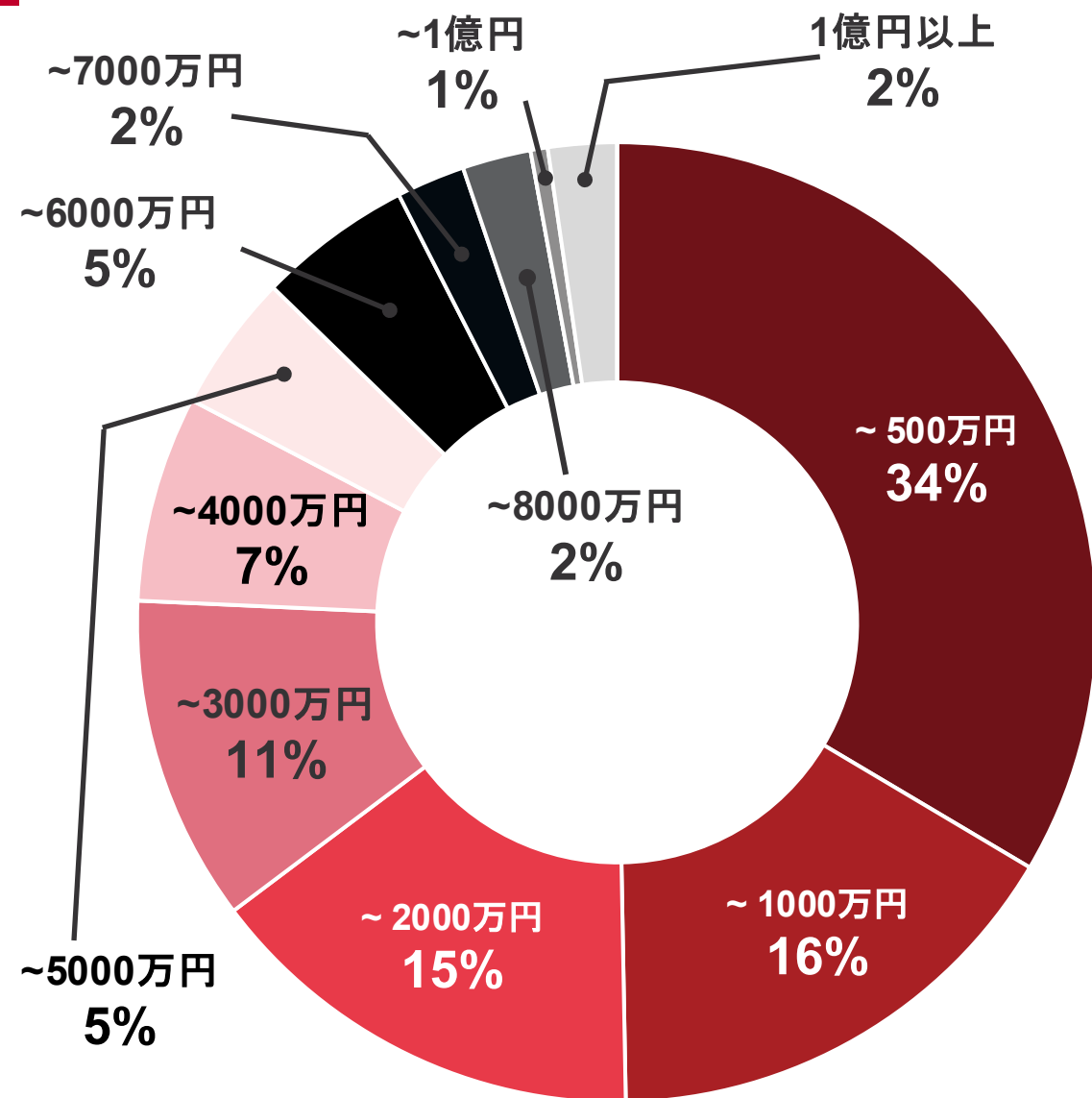
一方で、100億円以上の預かり資産を持つIFAも3%存在し、業界内で資産規模の差があることが示唆される。

預かり資産が多いIFAは、信頼や実績があることが伺える。しかし、預かり資産が少ないIFAでも、質の高いアドバイスやサービスを提供している可能性があるため、単純に資産規模で判断するのは難しい。

IFAを選ぶ際には、顧客のニーズに合ったサービスやアドバイスが提供できるかどうかを重視することが重要である。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-5.回答者の「年間手数料」



### 結果概要

調査結果によると、年間手数料において、500万円以下が最も多く、34%のIFAが該当することがわかる。また、年間手数料が1,000万円以下、2,000万円以下となるIFAもそれぞれ16%、15%存在し、これらの範囲に65%のIFAが集中していることがわかる。

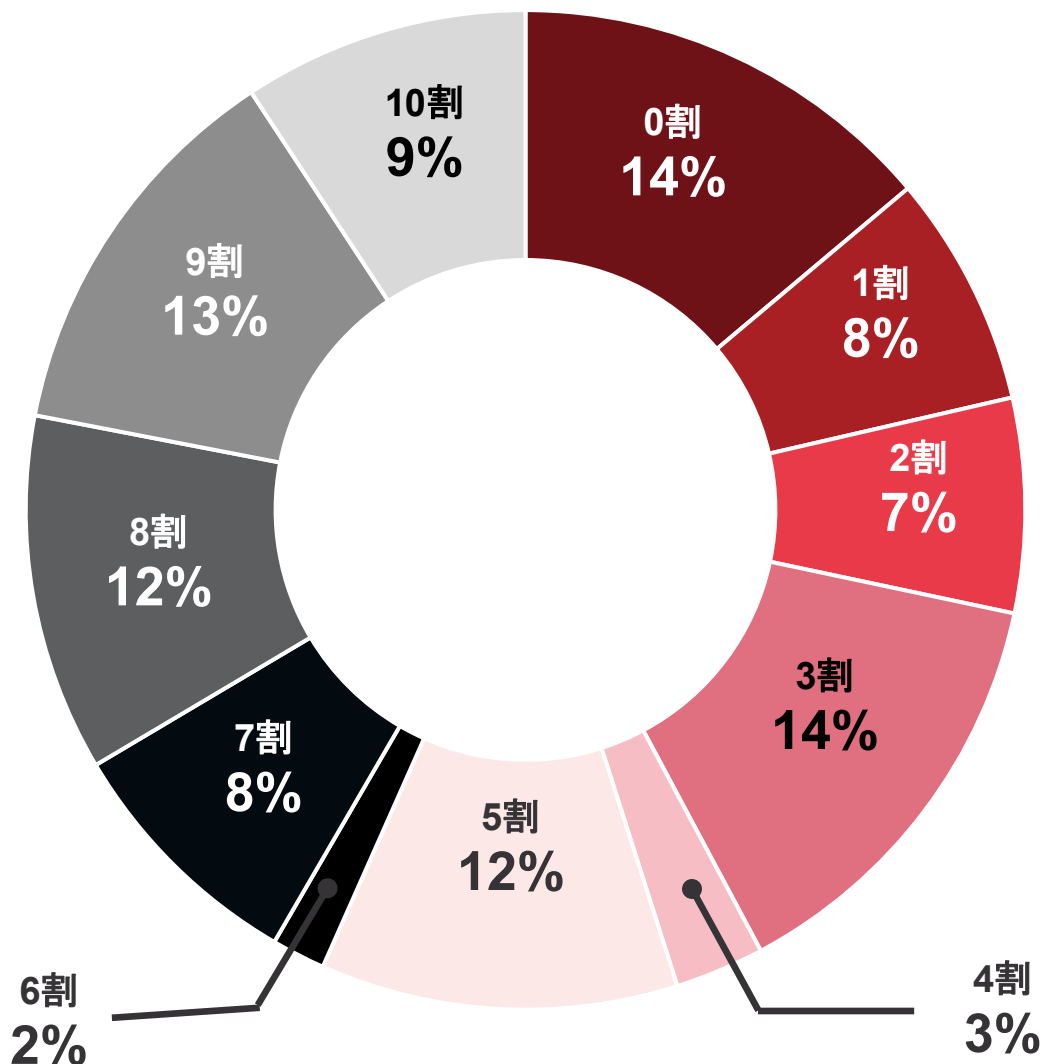
一方で、年間手数料が高いIFAも存在し、1億円以上の手数料を得ているIFAが合計で2%存在する。

IFAの年間手数料は、顧客数や資産規模、サービス内容などによって異なるため、単純な比較は難しい。しかし、年間手数料が高いIFAは、顧客からの信頼や実績が高いことを示している可能性がある。

顧客は、自分のニーズに適したサービスやアドバイスを提供できるIFAを選ぶことが重要である。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-6.回答者の「前職顧客との関係性」



### 結果概要

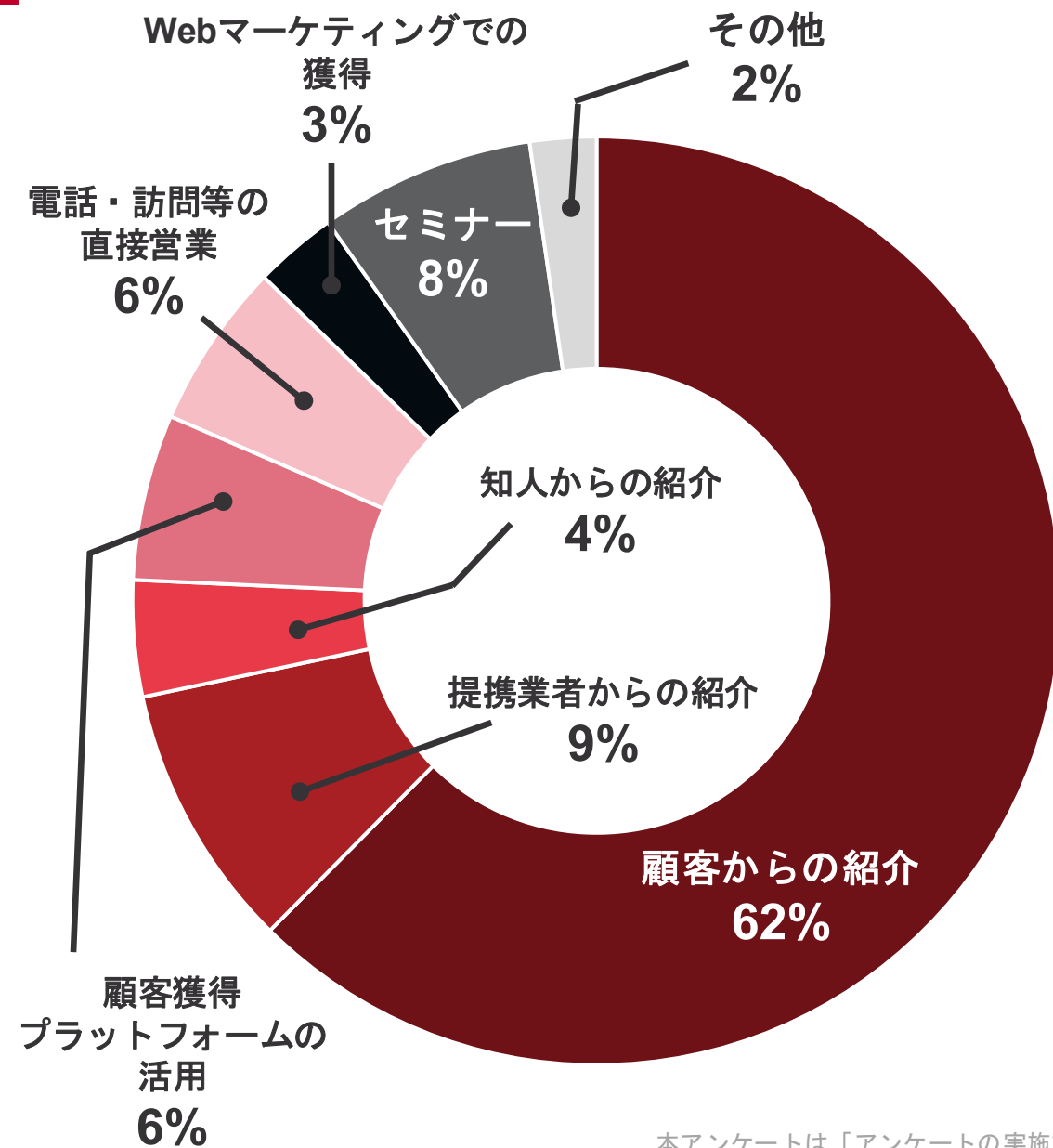
調査結果によると、前職顧客との関係性が維持されている割合は様々である。ただし、7割以上の顧客と関係があるIFA、3割以下であるIFAはそれぞれ半数弱いる。意識的に新規顧客に重点を置くIFA、既存顧客に重点を置くIFAに分かれていると思われる。

また、前職顧客との関係性が全く維持されていないIFAも14%存在する。前職顧客との関係性の維持は、IFAのビジネス展開や顧客獲得において重要な要素であると言えるが、新規一点新規顧客のみに絞っているIFAも存在する。

これらの結果から、IFAによって前職顧客との関係性が維持される割合が大きく異なることが確認できる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-7.回答者の「新規顧客獲得の方法」



### 結果概要

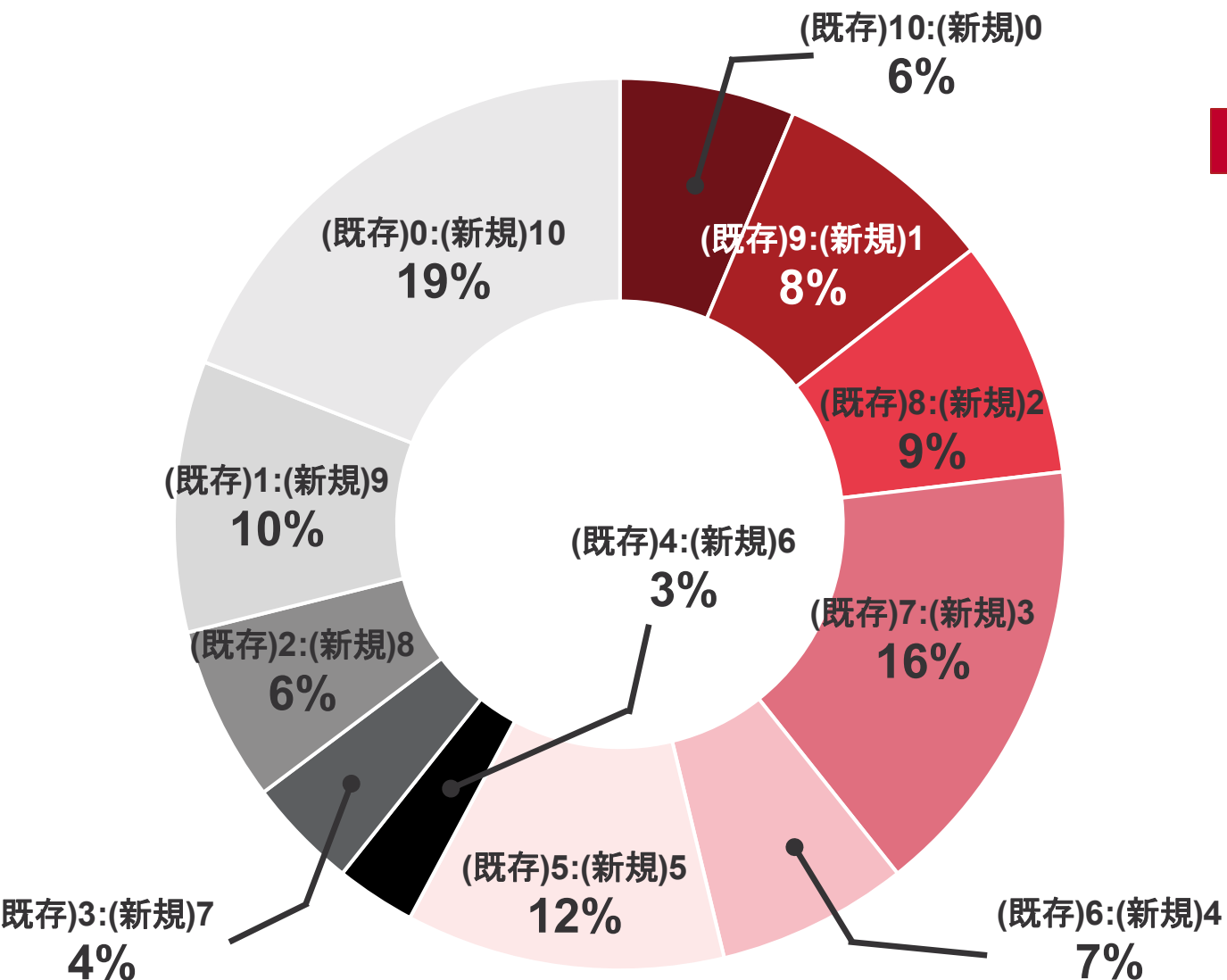
調査結果によると、IFAの新規顧客獲得において、顧客からの紹介が最も重要な手段であり、62%と圧倒的な割合を占めていることがわかる。

一方で、顧客獲得プラットフォームの活用やWEBマーケティングでの獲得は、それぞれ6%、3%と比較的低い割合であり、IFAにとってはまだまだ活用の余地があると言える。

また、セミナーや提携業者からの紹介、電話・訪問等の直接営業も新規顧客獲得手段としてある程度の割合を占めている。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-8.回答者の「既存顧客と新規顧客の割合」



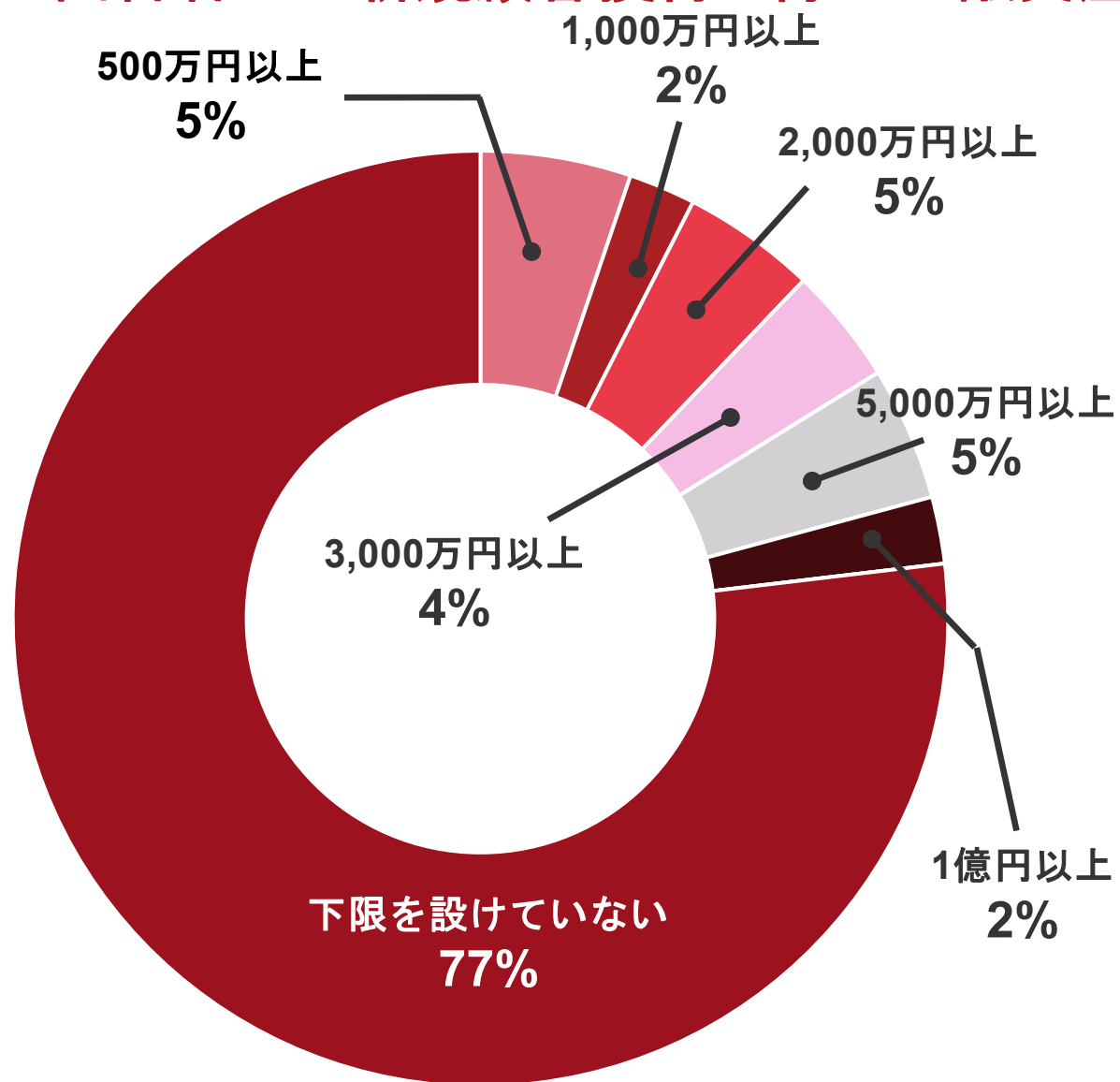
### 結果概要

調査結果によると、IFAの顧客構成には大きなばらつきが見られた。新規顧客よりも既存顧客の人数が多いIFAは46%であった。

つまり、わずかではあるが既存顧客を重視するIFAが最大勢力を占める一方で、新規顧客が90%以上を占めるIFAも29%、さらに新規・既存がほぼ半々のIFAが12%存在する。IFAごとに新規と既存の比率は大きく異なることがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-9.回答者の「新規顧客獲得の際の金融資産条件」



### 結果概要

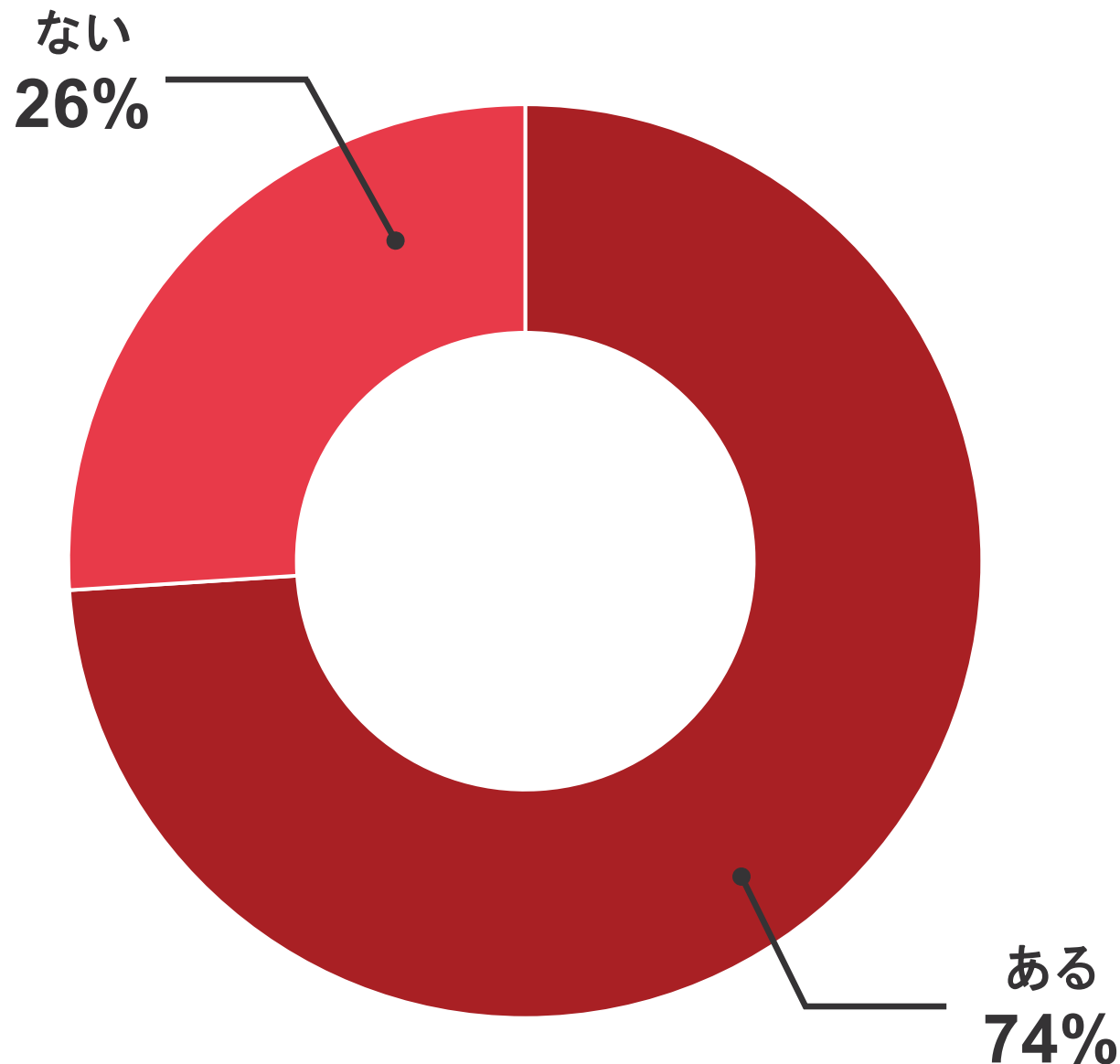
調査結果によると、77%のIFAが金融資産の下限を設けていない。

一方、下限を設けているIFAは約23%存在し、ある程度資産を持つ顧客への対応も重視されている。

一方で、金融資産が5,000万円以上の顧客から受け付けているIFAも合計7%と一定数存在しており、IFAによっては特定の資産額を超える顧客を対象としていることが示唆される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-10.回答者の「IFA業界の課題」



### 結果概要

調査結果によると、IFA業界に課題があると感じているIFAが多いことが分かる。全体の74%が業界に何らかの課題を感じており、業界全体として向き合うべき問題が存在しているという認識が強い。対して、課題がないと回答したIFAは26%にとどまる。

一般的にIFA業界では、顧客獲得や情報収集、業界のイメージや競合との差別化などが課題とされている。また、規制や法改正に伴う知識のアップデートや、技術革新による業務効率化も求められる場面がある。

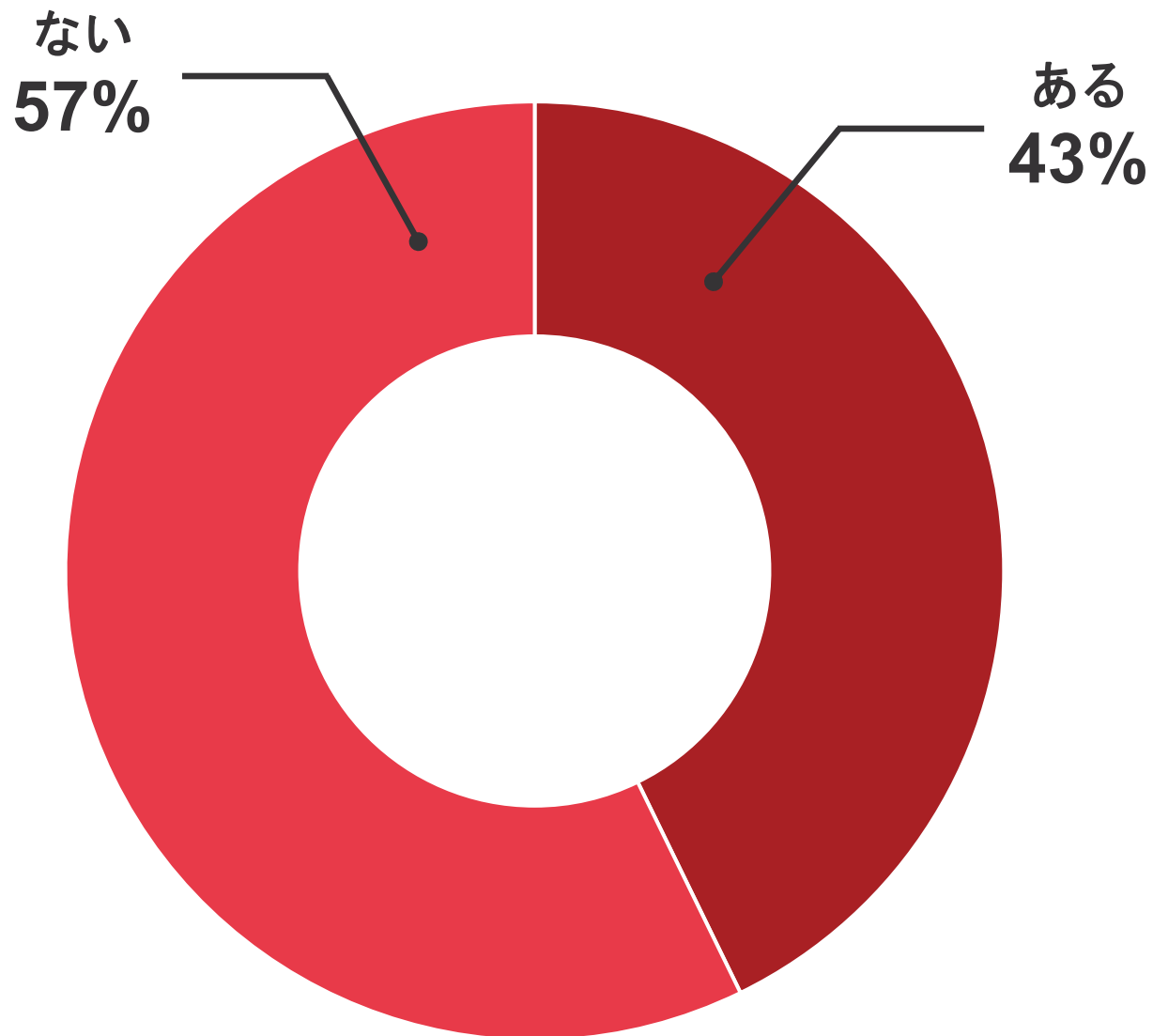
本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 結果概要

- ✓ 業界構造・規模の格差と評価の偏り
  1. 大手IFA法人が業界内で優遇され、小規模法人は軽視されがち
  2. 優良な法人・担当者が正当に評価されず、玉石混交になっている
  3. 成果報酬制度や、正当な評価指標の導入がなされていない
- ✓ コンプライアンスとモラルの課題
  1. 一部IFAのコンプライアンス意識や倫理観の低さが業界全体の信用を下げている
  2. インセンティブ目的の短期売買、回転売買が横行
  3. コンプライアンスが証券会社以上に厳しく顧客に不便を強いている
  4. 金融庁や証券会社の性悪説的な対応により、自由度が失われている
- ✓ 認知度・信用の低さ
  1. IFAの世間的な認知度が低く、誤解や偏見も根強い  
(例：手数料が高いだけ)
  2. IFAそのものや提携証券会社の知名度が低く、信用獲得に苦労
  3. 宣伝不足により、信頼される存在としての地位確立が進まない
- ✓ 収益性と将来性への不安
  1. 手数料水準の低さ、ネット証券との競争により収益が圧迫
  2. AUM増加が必須の構造だが、それに対応した支援が乏しい
  3. ファービジネスの浸透が遅く、手数料ビジネスに偏重
- ✓ 業務支援・システム面の問題
  1. 証券会社のシステムが使いづらく、連携も不十分
  2. システムの複雑さと統一性のなさが業務効率を下げている
  3. 面談記録や顧客対応履歴など管理体制が整っていない法人も多い
- ✓ 業界としての信頼性・継続性の欠如
  1. 将来、顧客放置や廃業するIFA法人が増えるのではないかと不安
  2. 長期資産形成の担い手として社会的に位置づけられていない
  3. 研鑽を積まず証券会社と同様の営業スタイルを続けるIFAが多い
- ✓ 人材・教育・体制の不備
  1. IFA間で知識や意識の差が激しく、未熟なまま独立する人も多い
  2. 若手が参入しにくく、IFAとしての人材育成が進んでいない
  3. チームでの活動が難しく、個人での限界を感じる場面が多い

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 5-11.回答者の「コンプラや証券会社の規制に関する不安」



### 結果概要

調査結果によると、コンプラや規制に対して不安がないと感じているIFAは過半数である。しかし43%のIFAが不安に感じており、決して少ない割合とは言えない。

一般的にIFA業界では、顧客獲得や情報収集、業界のイメージや競合との差別化などが課題とされている。また、規制や法改正に伴う知識のアップデートや、技術革新による業務効率化も求められる場面がある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

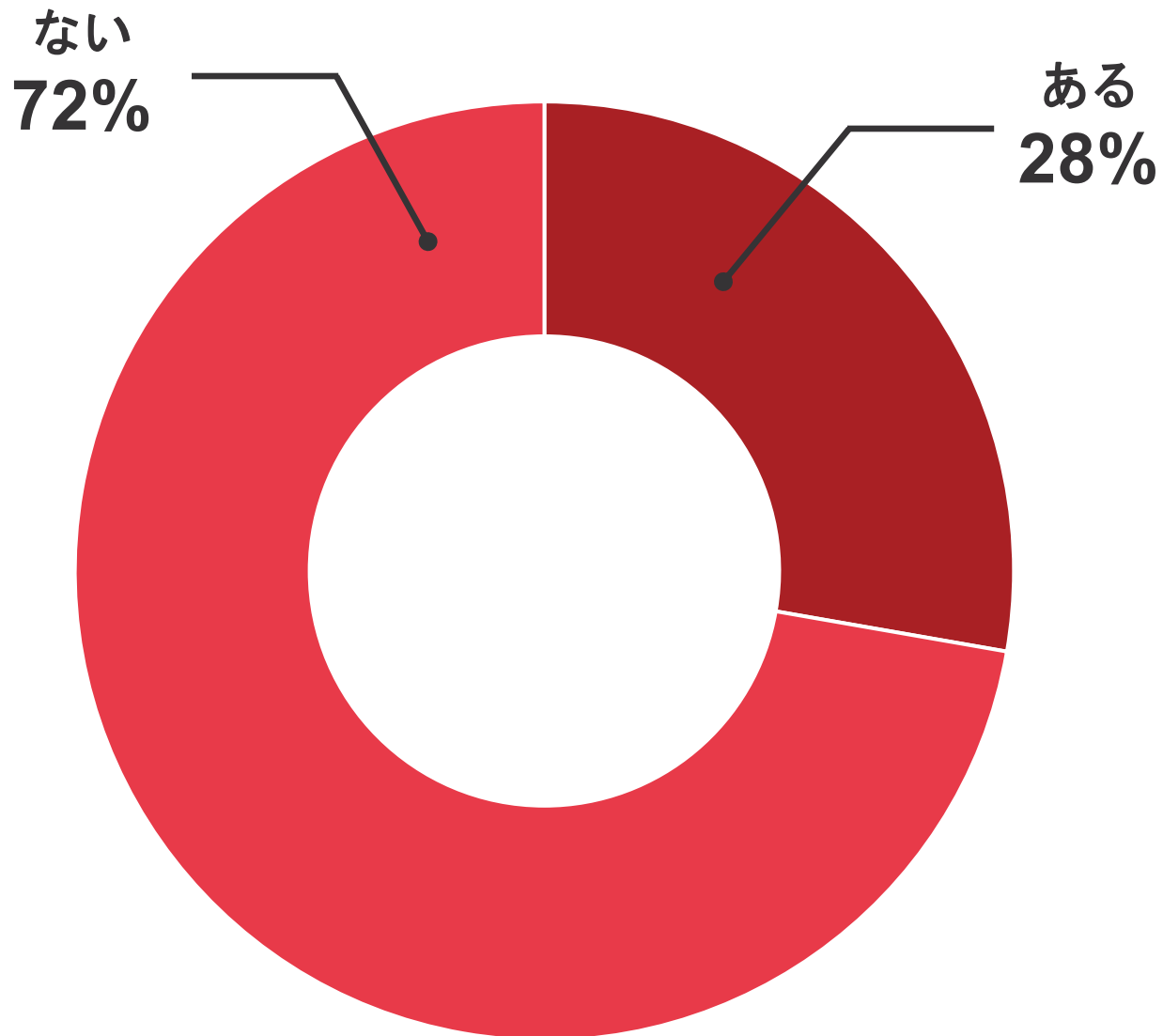
## 結果概要

- ✓ 過剰なコンプライアンス強化による業務負担の増大
  1. コンプラが年々厳しくなり、営業活動に多くの手間・時間がかかる
  2. 録音義務化や記録管理の徹底により現場の柔軟性が失われている
  3. コンプラ対応が「会社を守るため」に偏っていると感じる
  4. 顧客の属性に関係ない一律の規制で、適切な提案がしにくい
  5. 「性悪説」に基づいた対応により、真面目なIFAも縛られている
- ✓ 業務の煩雑化と非効率化
  1. 提案や手続きの工程が増え、業務遂行が困難になっている
  2. 現場のインフラ未整備のままの規制強化
  3. 一部証券会社にの急なルール変更による混乱と、業務の非効率化
  4. 商品ラインナップの制限による提案の幅の減少
- ✓ 証券会社との関係性への不安
  1. 証券会社との提携が突如解消されるリスクがあり、安定した営業基盤が築けない
  2. 新規証券会社の登録難易度が高く、選択肢が限られる
- ✓ 顧客への影響
  1. 過度なコンプライアンスにより、顧客の利便性が損なわれる
  2. 高齢者への勧誘や対応が過度に制限され、適切な提案が難しくなるケース
- ✓ 業界のイメージ悪化とレピュテーションリスク
  1. 金融機関の不祥事や一部IFAの違法行為が業界全体の信用を損ねている
  2. IFAへの監視・指導が強化される一方で、周囲の目が厳しくなり、動きづらくなっている
  3. SECや金融庁による調査・指導への過度な恐れから、慎重すぎる運用に陥っている
- ✓ 業界の将来性と構造的不安
  1. 保険業界的な業務委託制度の終了、雇用契約義務化の可能性など、今後の制度変更への懸念
  2. IFAの代理店や業務形態そのものが今後継続できるかどうか、制度面の不

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意  
願います。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するもの  
ではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

透明さ

## 5-12.回答者の「外務員活動で不便に感じていること」



### 結果概要

調査結果によると、外務員活動で不便に感じることは少ないと言える。一方、全体の28%が外務員活動に何らかの不便を感じており、業界全体として向き合うべき問題が存在している。

一般的にIFA業界では、顧客獲得や情報収集、業界のイメージや競合との差別化などが課題とされている。また、規制や法改正に伴う知識のアップデートや、技術革新による業務効率化も求められる場面がある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

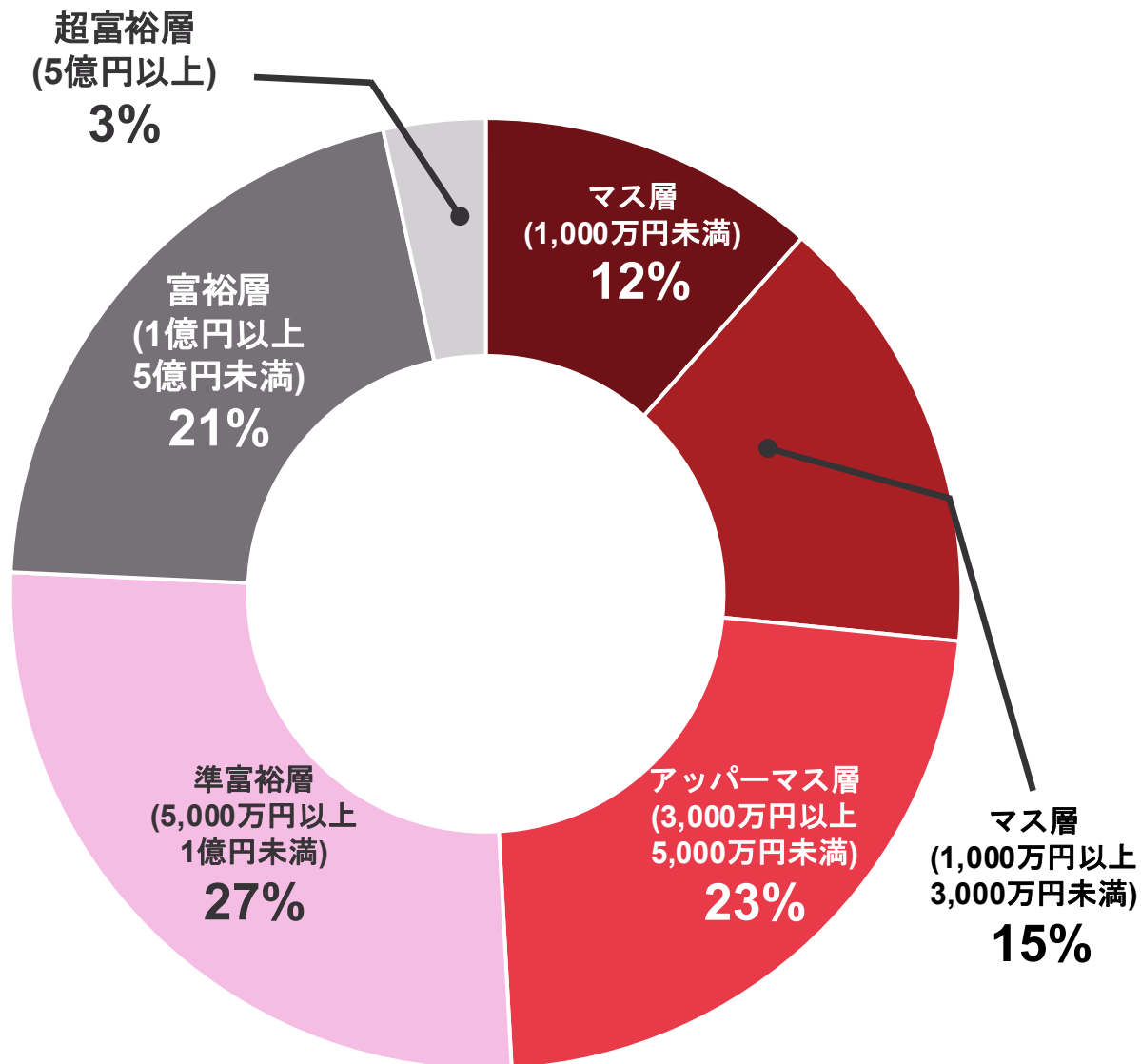
## 結果概要

- ✓ システム関連の不便さ
  1. 現在契約している証券会社のシステムが古く、ネット化が不十分
  2. UI/UXの悪さや、証券会社ごとに操作方法が大きく異なる
  3. 証券会社によっては入社時しかシステム確認ができない
  4. システム利用料が追加で発生する場合があります、費用対効果が不明
  5. 証券会社ごとのシステムレベルの差が大きく、業務効率に影響
  6. 顧客の注文を社内からしか発注できず、柔軟性に欠ける
- ✓ 業務オペレーション・体制に関する課題
  1. マニュアルや資料が整備されておらず、問い合わせ対応もしにくい
  2. 手続きが煩雑でわかりにくく、証券会社の体制に振り回されることがある
  3. コース変更や口座開設に時間がかかる
  4. 約定報告などが電話中心で非効率
  5. 証券会社の担当者が不在のとき、サポートが受けにくい
- ✓ 営業・顧客対応に関する悩み
  1. IFAの仕組みや役割を顧客に理解してもらうのが難しい
  2. 顧客からの認知度が低く、新規開拓が難しい
  3. 看板がないため、信頼獲得が難しい
  4. 高齢顧客対応でのコンプライアンス面の配慮が難しい
  5. 顧客がインターネットなどで偏った情報を得ており、説明に苦勞する
- ✓ 商品・資料関連の不足
  1. 債券の種類が少なく、iDeCoの取扱いがない
  2. 大手証券のような提案用・販売用資料が充実していない
  3. 商品力が他社に劣る（ターセル、ターバイ、証券担保ローン等の取扱いなし）
  4. 商品提案時に、他社との比較が必要になる点が煩雑

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6. アンケート回答者の所属IFA法人に関して

## 6-1.回答者の「所属IFA法人のメインターゲット」



### 結果概要

調査結果によると、IFA法人のメインターゲットは準富裕層に比重が置かれていることが分かった。また、富裕層及びマス層もターゲットの中心に位置している一方で、超富裕層は比較的少ないことがわかる。

IFA法人は、資産運用や資産形成に関するアドバイスやサポートを提供するため、特定の富裕層層をターゲットにしている。このような情報をもとに、IFA法人はマーケティング戦略の立案や業務の重点的な方向性を決定することが可能だ。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

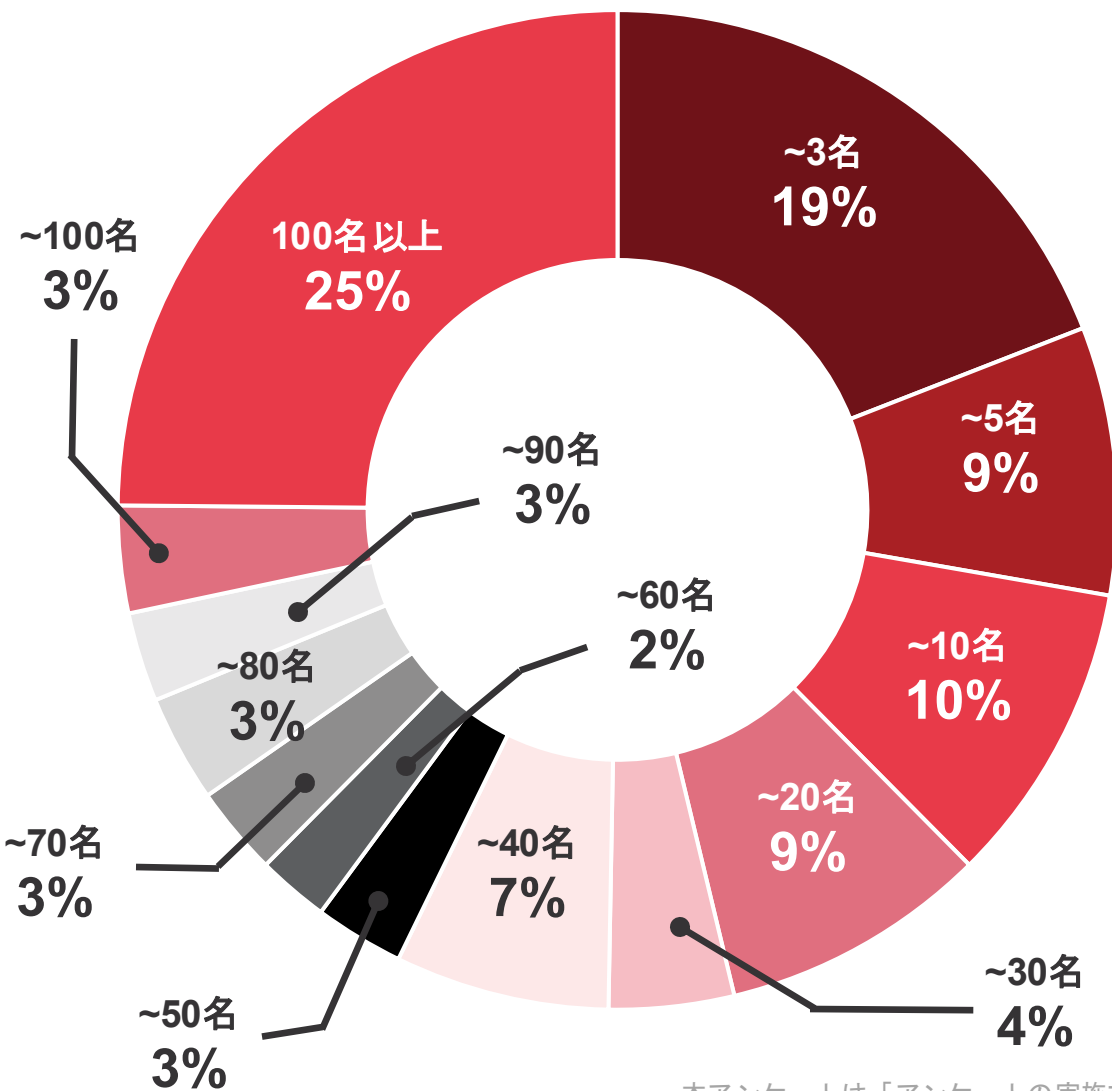
## 6-2.回答者の「所属IFA法人の人数」

### 結果概要

調査結果によると、本アンケート回答のIFAが所属するIFA法人は100名以上の大規模な法人が多く、全体の25%を占めていることがわかった。

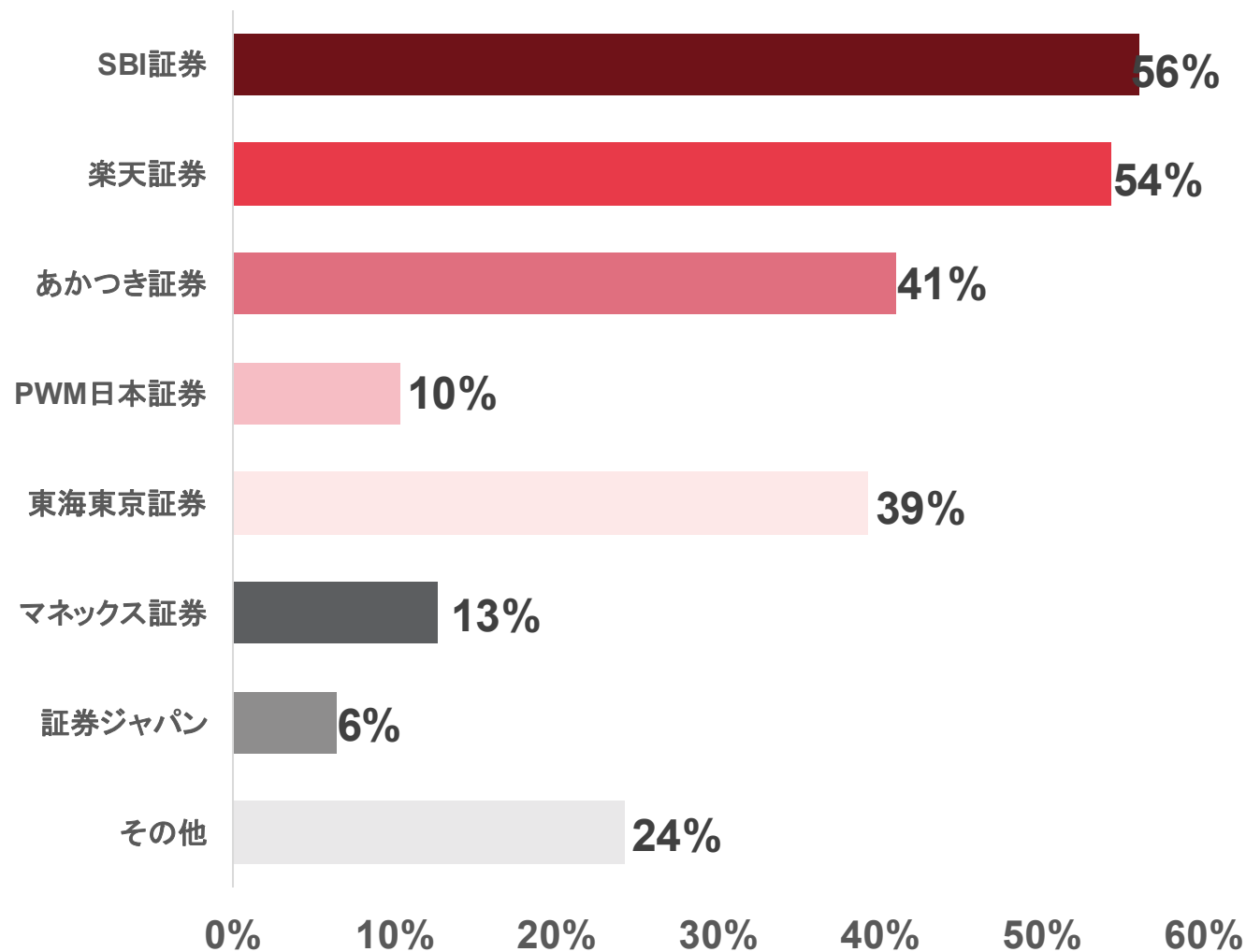
また、小規模なIFA法人に所属するIFAも一定数存在し、3名以下が19%、5名以下が9%となっている。

中規模のIFA法人は、10名以下が10%、20名以下が9%、30名以下が4%、40名以下が7%、50名以下が3%と広く分布している。



本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-3.回答者の「所属IFA法人が取り扱っている証券会社」



### 結果概要

調査結果によると、IFA法人が取り扱う証券会社は、SBI証券、楽天証券、あかつき証券、東海東京証券が主要な証券会社であることが明らかとなった。特に、SBI証券と楽天証券はそれぞれ56%、54%のIFA法人が取り扱っている。

一方で、PWM日本証券、証券ジャパンは、それぞれ10%以下のIFA法人にしか取り扱われておらず、市場シェアは小さい。

その他の証券会社も24%の割合で取り扱われているが、SBI証券、楽天証券が業界をリードしていることがわかる。

その他の証券会社として挙げられたものには、アイザワ証券、スマートプラス、エアーズシー証券、三田証券などが挙げられた。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-4.回答者の「所属IFA法人への転職理由」

金融商品仲介業者  
の説明会

9%

その他  
24%

転職エージェント  
への相談  
11%

代表が知り合い  
16%

知り合いに誘われた  
18%

自分が代表  
21%

### 結果概要

調査結果によると、転職理由はIFAによって様々である。中でも「自分が代表となるため」が最も多く21%であった。

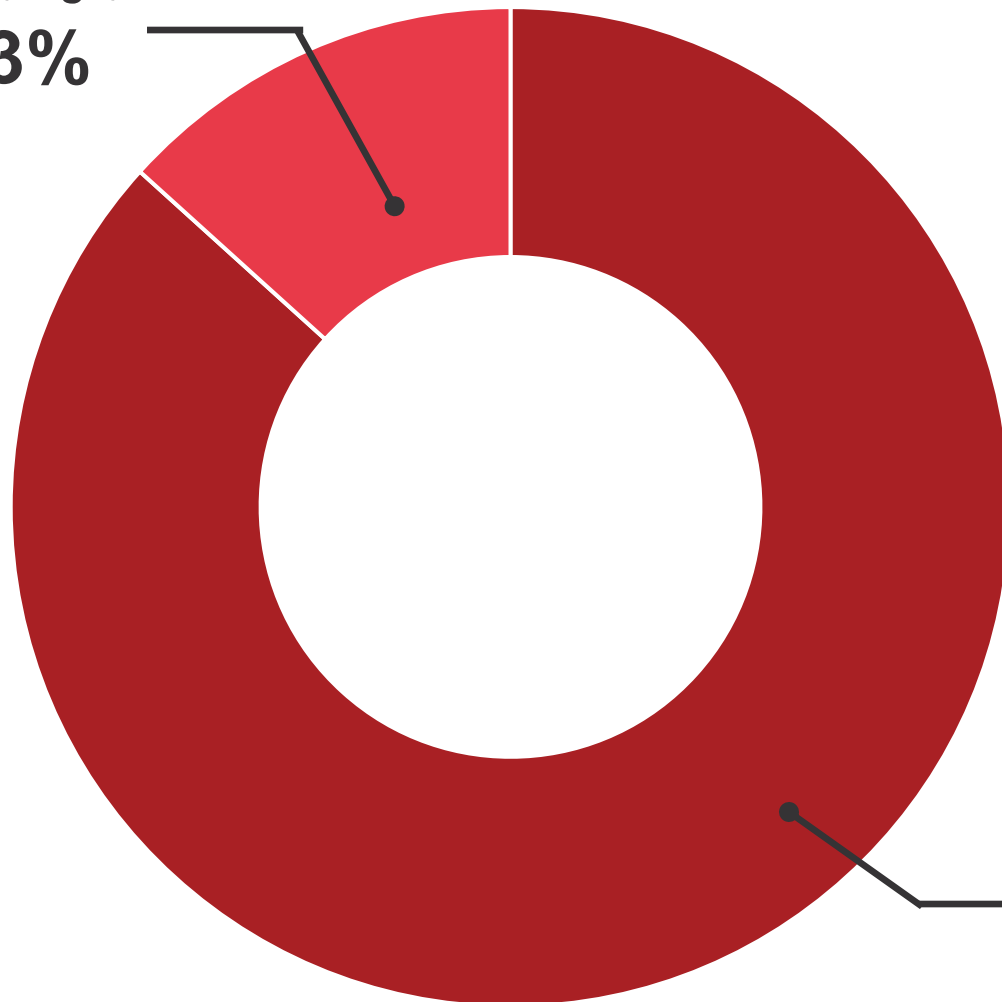
次いで「知り合いに誘われた」が18%、「代表が知り合い」が16%と約1/3のIFAが勧誘を受けて転職していることも特徴的だ。

また、その他の理由には「転職先社員からの紹介」や「顧客からの紹介」、「webで検索した」といった意見が見られた。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-5.回答者の「所属IFA法人への満足度」

していない  
13%



している  
87%

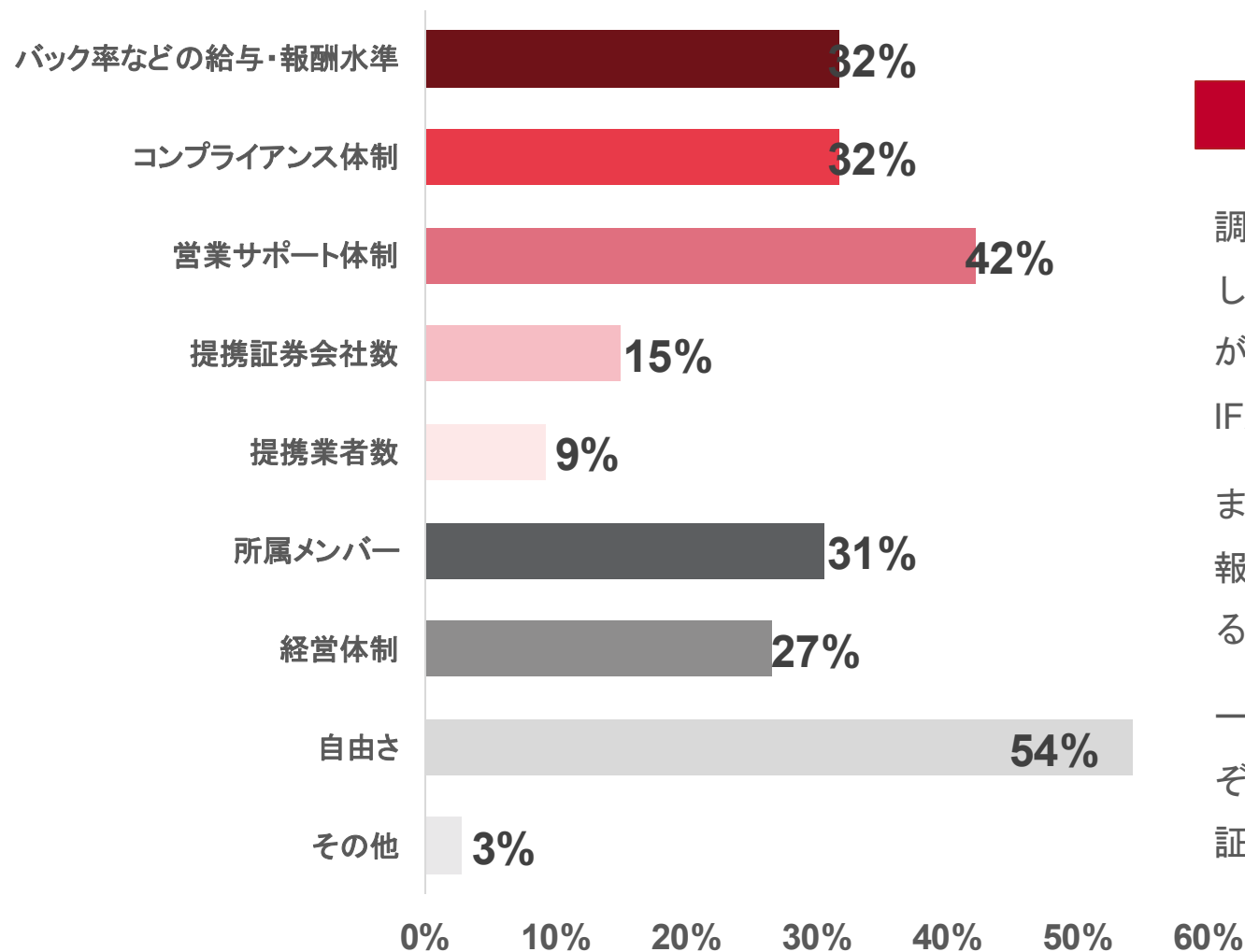
### 結果概要

調査結果によると、IFAの大半が所属するIFA法人に満足していることがわかる。87%のIFAが満足しているということは、IFA法人が提供するサービスやサポート、環境等が、IFAのニーズや期待に応えていることを示唆している。

一方で、13%のIFAが満足していないことから、IFA法人に対する期待やニーズに対応できていない部分も存在していることが示される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-6.回答者の「所属IFA法人の良い点」



### 結果概要

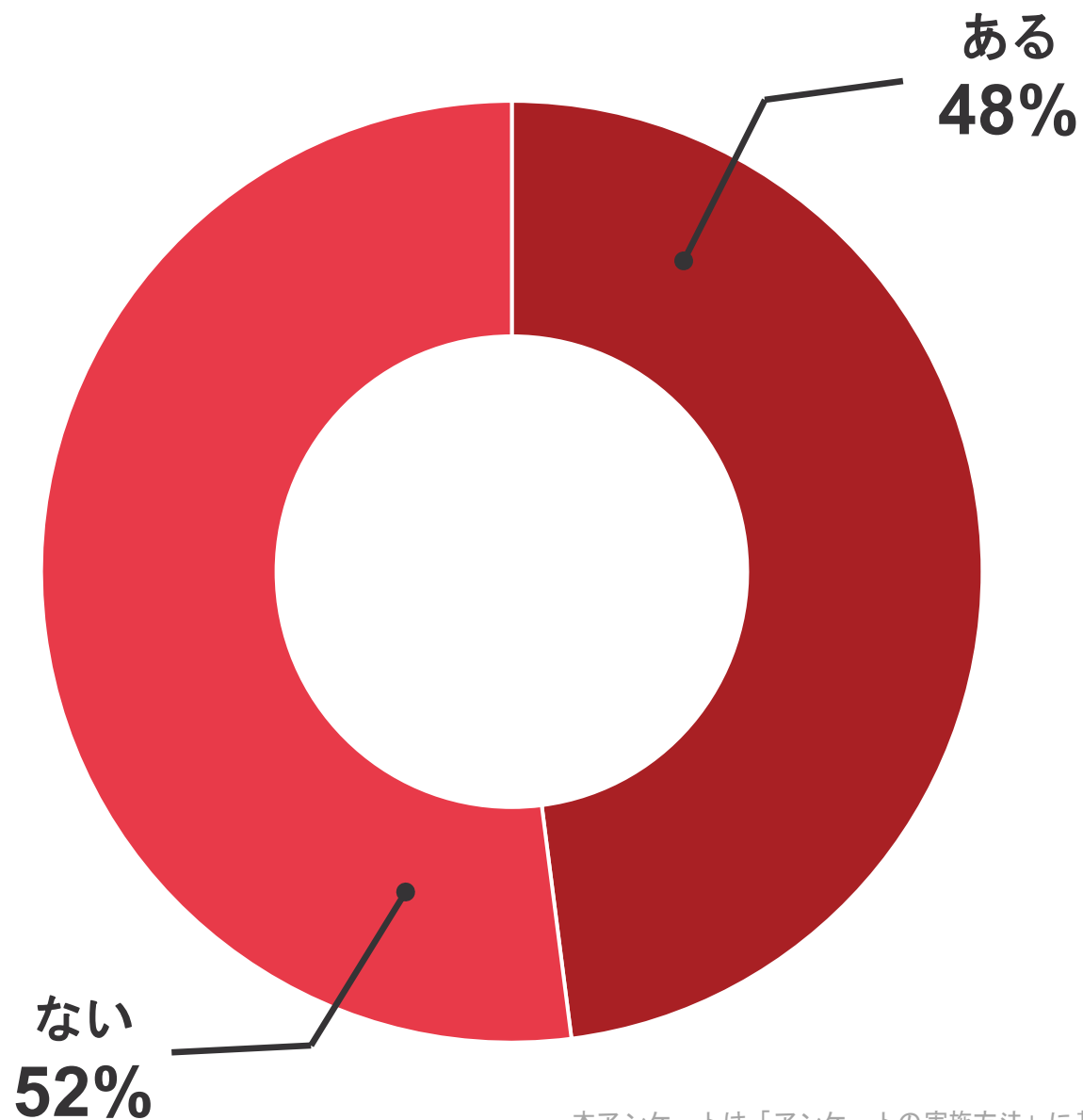
調査結果によると、IFAが所属IFA法人の良い点として最も評価しているのは、自由さが54%であり、次いで営業サポート体制が42%と挙げられる。自由さが高い評価を受けていることは、IFAが独立して働く上で重要な要素であることを示している。

また、営業サポート体制だけでなく、コンプライアンス体制や報酬水準の評価が高いことから、IFA法人がIFAに対して支援する環境が重要であることがわかる。

一方、提携証券会社数や提携業者数の評価は比較的低く、それぞれ15%と9%である。これらの数字から、IFA法人が取り扱う証券会社や業者の選択肢に対する期待が高いことが伺える。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-7.回答者の「所属金融商品仲介業者の改善点」



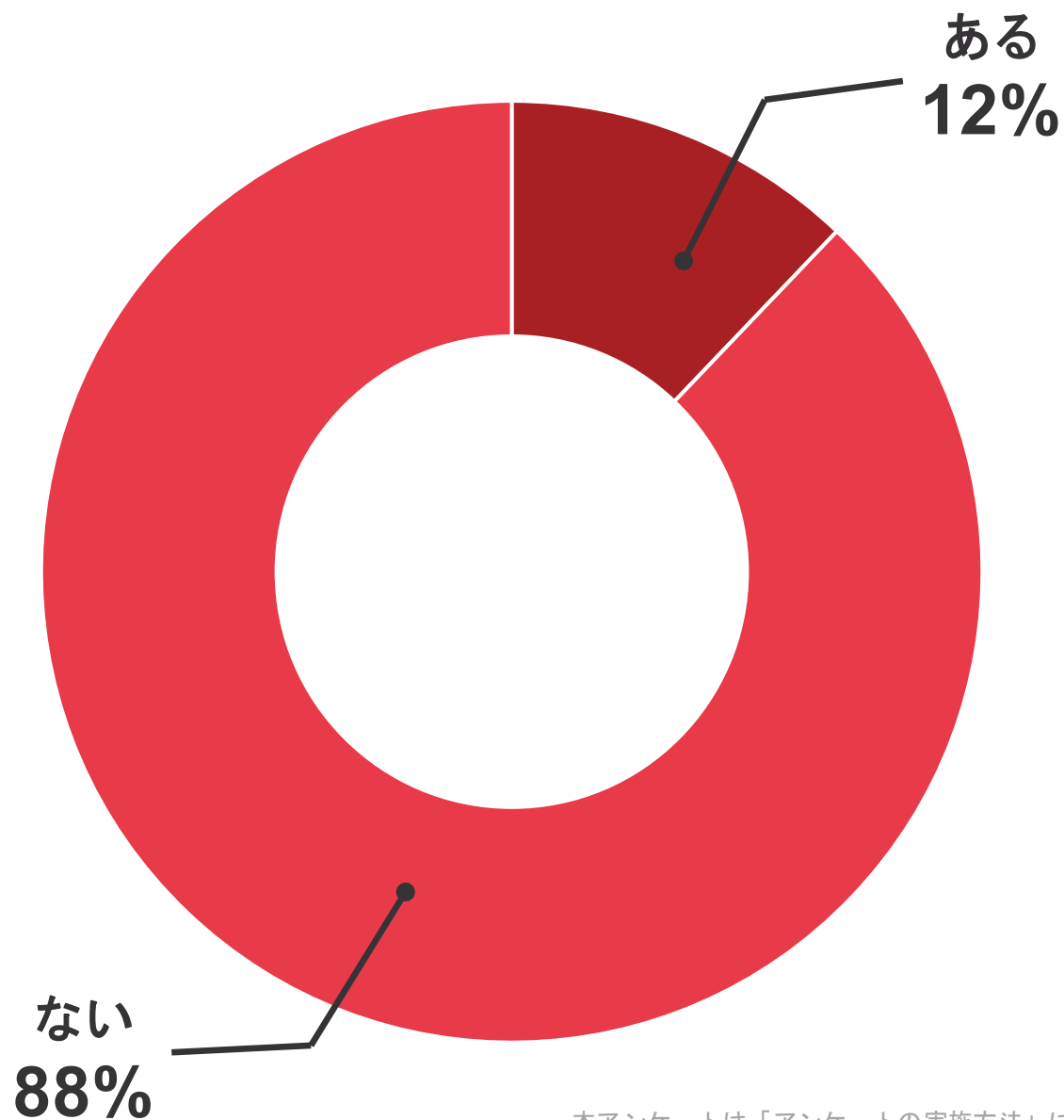
### 結果概要

調査結果によると、改善点があると回答した人、ないと回答した人の割合はほぼ同数である。改善点があると回答した人の意見を分析すると、内部管理責任者の人数不足によるコンプライアンス意識の低下や、IFA内でのサポート体制が脆弱といった体制・組織運営面の課題が多く指摘されている。

また、営業方法や商品知識に関する教育の不足や個々の能力の差といった教育・人材育成の観点、商品ラインナップが限定的、契約証券会社との連携が不安定といった商品・インフラに関する課題も指摘している。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 6-8.回答者の「入社前とのギャップ」



### 結果概要

調査結果によると、ギャップがないと回答した人の割合が非常に大きく、約9割を占めている。ギャップがあると回答した人の意見を分析すると、バックオフィスが整っており営業支援や教育体制があるという期待に対し、支援体制に課題があるという指摘が多い。

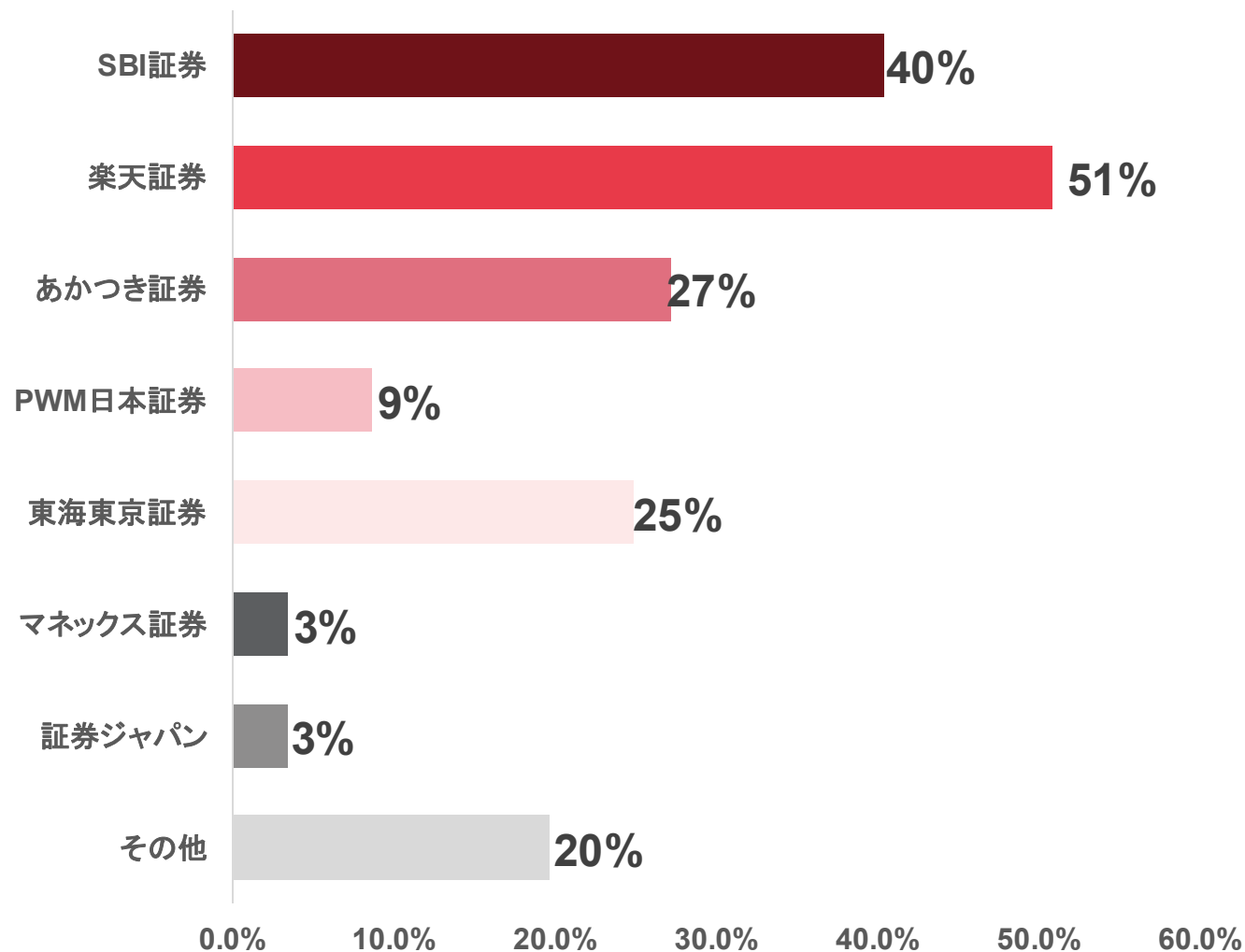
さらに、自由な働き方ができると期待していた一方で、責任とプレッシャーが伴い、実際には時間の制約も多いという意見、所属会社に保険営業の色が強く、自分の考えと合わないといった法人の価値観とミスマッチしているという意見も見られた。

一方で、「証券会社の看板が無くなって不安だったが、むしろ個人として信頼を得やすくなった」というプラスの意見もある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 7.証券会社（プラットフォーム）に関して

# 7-1.回答者の「利用する証券会社」



## 結果概要

結果として、楽天証券が51%と最も高い利用率を示し、続いてSBI証券が40%であった。これら二つの証券会社を合計で114名のIFAが利用しており、全体の約2/3を占めることがわかる。

一方で、あかつき証券は27%の利用率であり、次いで東海東京証券が25%となっている。これらの証券会社はIFAにとっても重要な選択肢であることが伺える。

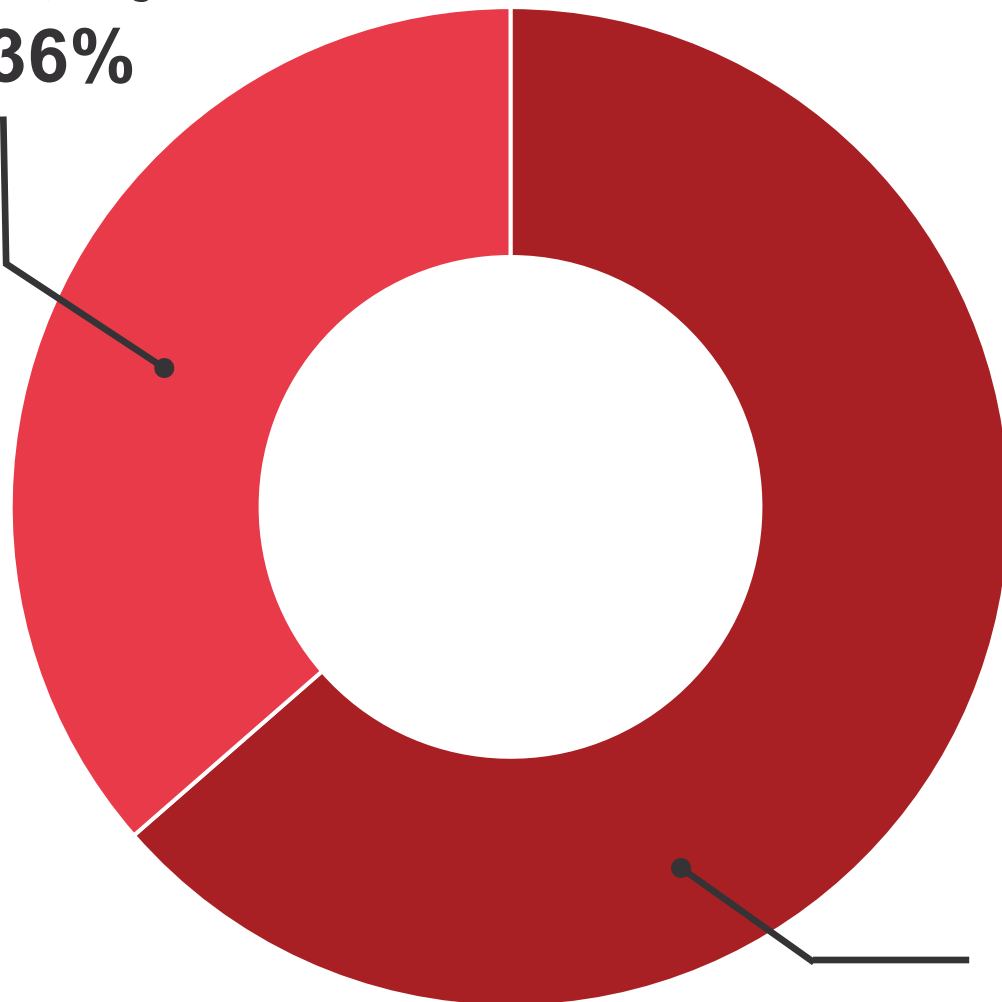
また、PWM日本証券、マネックス証券、証券ジャパンの利用率はそれぞれ9%、3%、3%と低い数字を示している。

「その他」ではアイザワ証券、スーパーファンドジャパン、エアーズシー証券、スマートプラスが挙げられた。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 7-2.回答者の「証券会社の複数利用」

使っていない  
36%



使っている  
64%

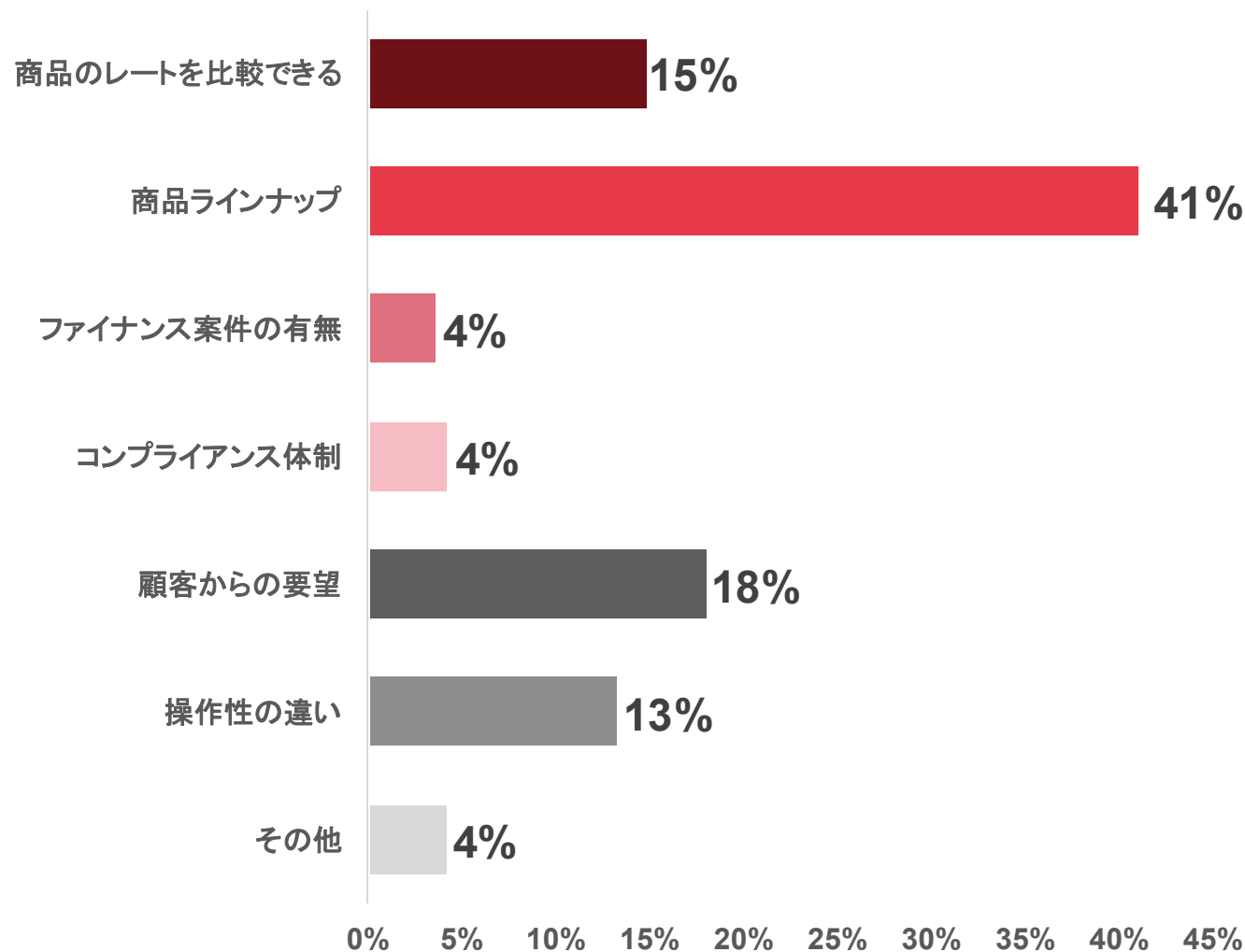
### 結果概要

調査結果によると、IFAの半数以上が複数の証券会社を活用していることが分かる。複数の証券会社を利用する理由としては、金融商品の選択肢を広げることや、手数料やサービスの差を比較して最適なものを選ぶことが挙げられる。

また、リスク分散の観点からも、複数の証券会社を利用することがあると考えられる。それに対して、複数の証券会社を利用していないIFAは、一つの証券会社で十分なサービスが得られると判断しているか、手間を省くために一つの証券会社に絞っている可能性がある。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 7-3.回答者の「複数の証券会社を利用する理由」



### 結果概要

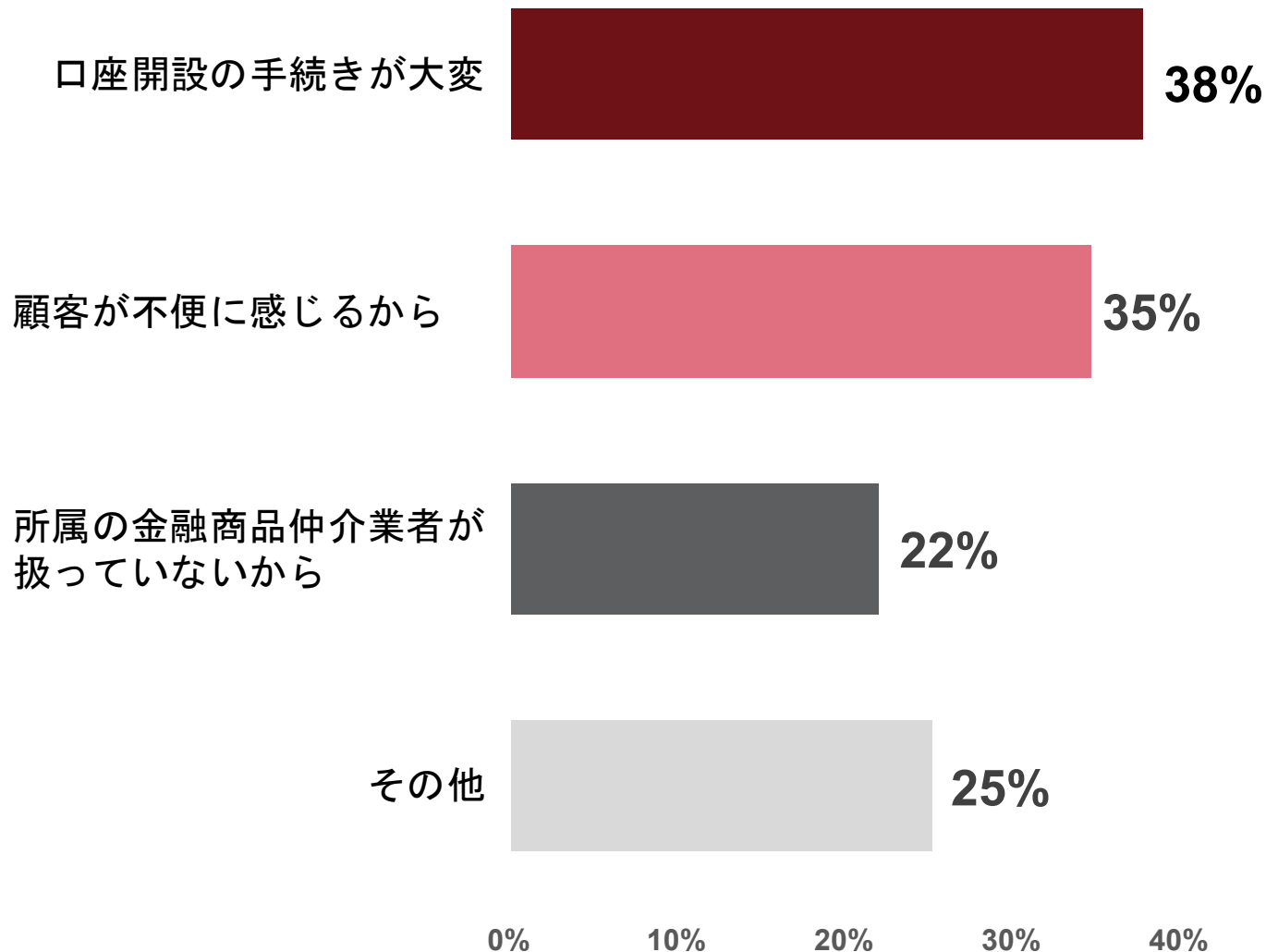
結果として、最も多い理由は「商品ラインナップの違い」で41%であり、次いで「顧客からの要望」が18%、「商品のレートを比較できる」が15%となっている。また、「操作性の違い」が13%、「ファイナンス案件の有無」が4%、「コンプライアンス体制」が4%、「その他」が4%であることがわかった。

この結果から、IFAが複数の証券会社を利用する主な理由として、金融商品の多様性や商品のレートを比較することが重要であることが分かる。顧客からの要望に応えるためにも、複数の証券会社を利用することが求められる場合がある。

また、操作性の違いやファイナンス案件の有無、コンプライアンスの違いといった理由も、IFAにとって複数の証券会社を利用する動機となっている。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 7-4.回答者の「複数の証券会社を利用しない理由」



### 結果概要

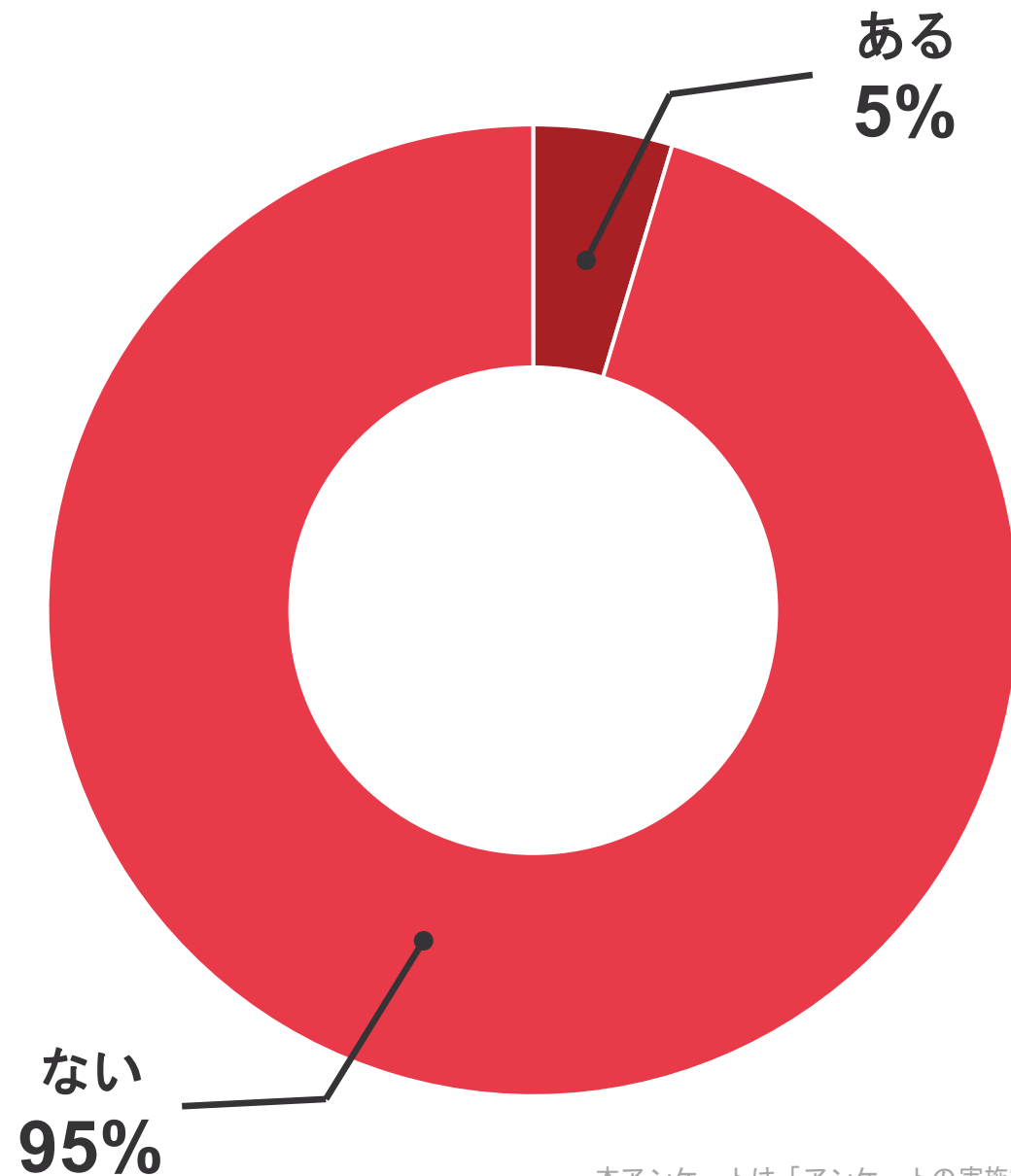
結果として、最も多い理由は「口座開設の手続きが大変」で38%であり、次いで「顧客が不便に感じるから」が35%、「所属のIFA法人が扱っていないから」が22%となっている。「その他」の理由が25%であった。

その他回答では、「必要性を感じないため」、「マンパワーが足りない」、「今後増やす予定」などが挙げられた。

この結果から、IFAが複数の証券会社を利用しない主な理由として、手続きの煩雑さや顧客の利便性を重視する傾向があることが分かる。また、所属しているIFA法人が複数の証券会社と提携していないことも、一部のIFAが複数の証券会社を利用しない理由となっている。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 7-5.回答者の「証券会社とのトラブル」



### 結果概要

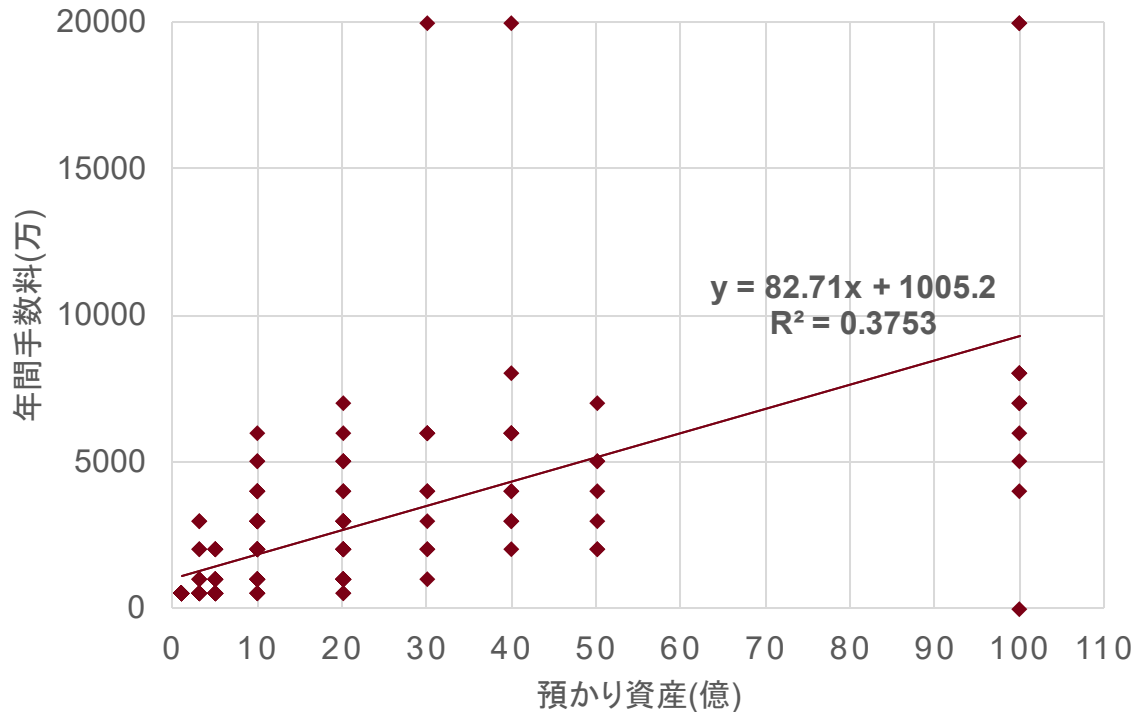
結果として、証券会社とトラブルがあったIFAは5%と非常に少ない。

一部トラブルがあるものの、証券会社とIFAは陰悪な関係でないことが分かる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 8. クロス分析

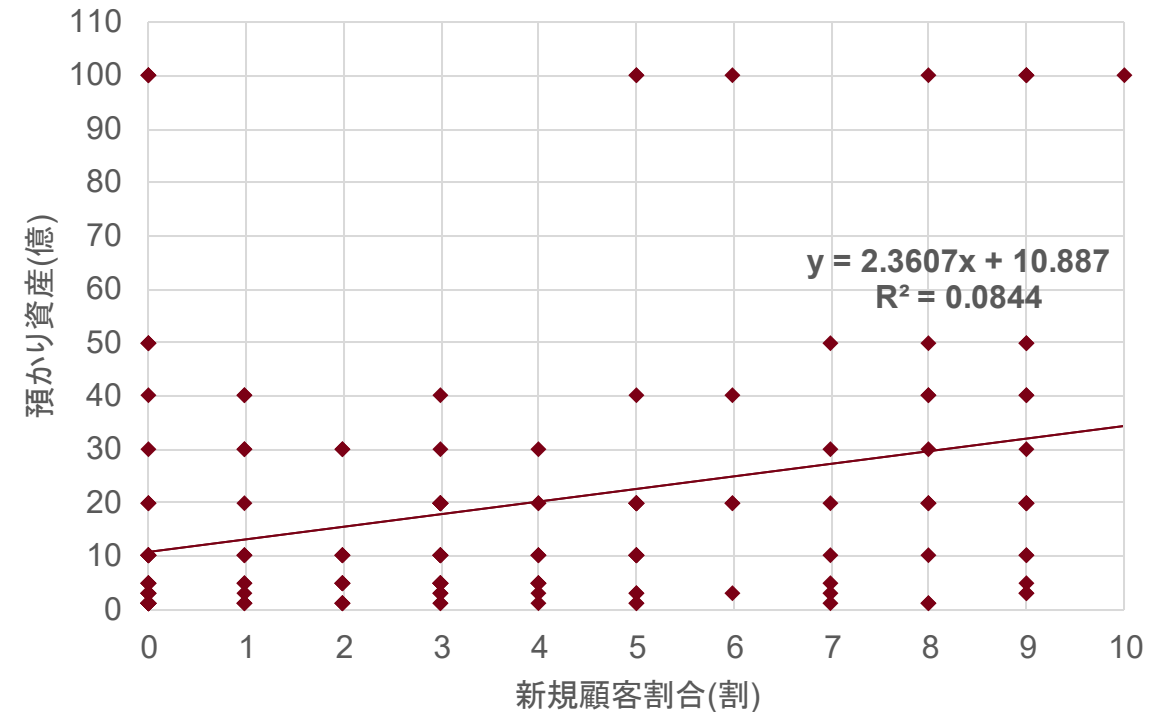
## 8-1 「年間手数料」と「預かり資産」



預かり資産が1単位増えるごとに、年間手数料が約82.7単位増えることがわかる。決定係数 $R^2$ が0.37であり、預かり資産と年間手数料の間には弱い相関がある。

これは、預かり資産が増えることが、年間手数料の増加に寄与している一方、他の要因も影響していることを示唆している。

## 8-2 「預かり資産」と「新規顧客」

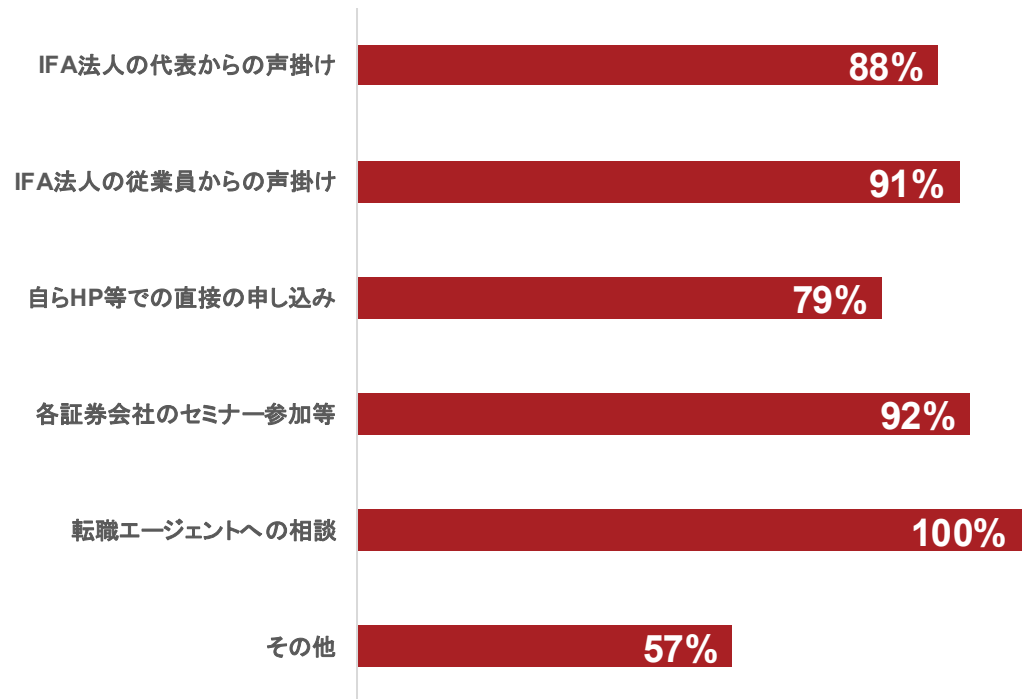


IFAの新規顧客が1人増えるごとに、預かり資産が約2.36単位増えることがわかる。ただし、決定係数 $R^2$ が0.0844と低いため、新規顧客数と預かり資産の間には相関が認められない。

これは、IFAの新規顧客数と預かり資産の関係が必ずしも一定ではないことを示している。

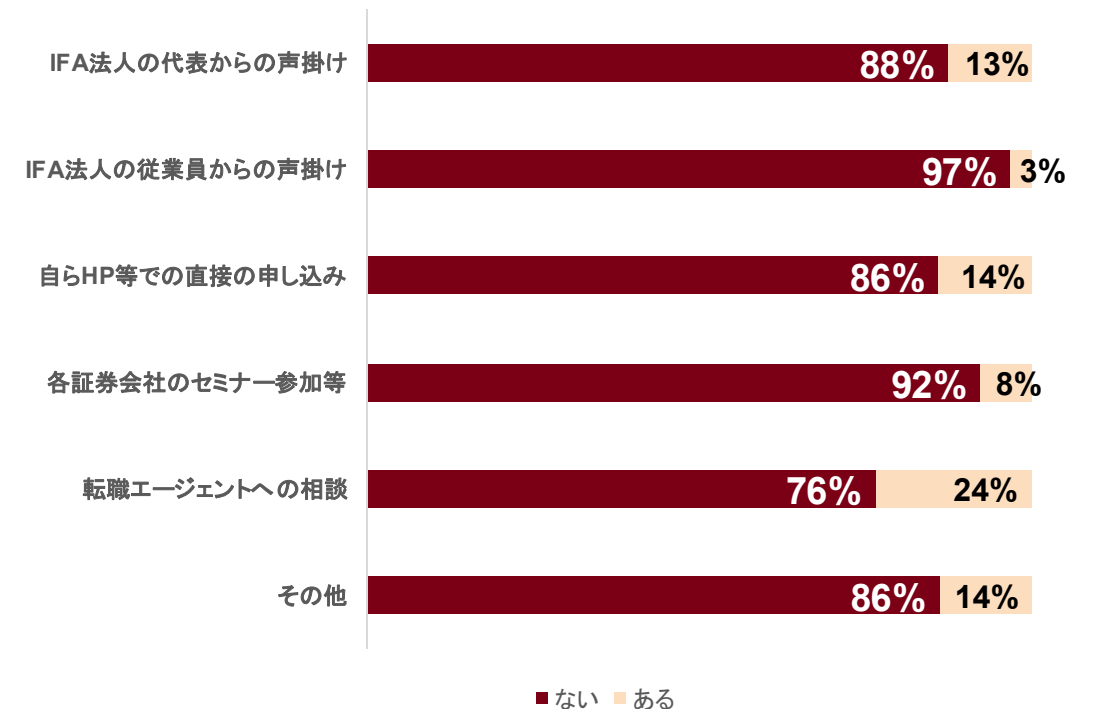
本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 8-3 「IFAになるための経路」と「所属IFA法人に満足している人」



この結果から、IFAの所属IFA法人への満足度は、経路によって差があることがわかる。特に、転職エージェントを利用したIFAは100%の満足度があり、最も高い満足度を示している(サンプル数が少ないことは留意してほしい)。一方、各証券会社のセミナー参加を経た場合は比較的満足度が低く、79%となっている。

## 8-4 「IFAになるための経路」と「入社前とのギャップ」



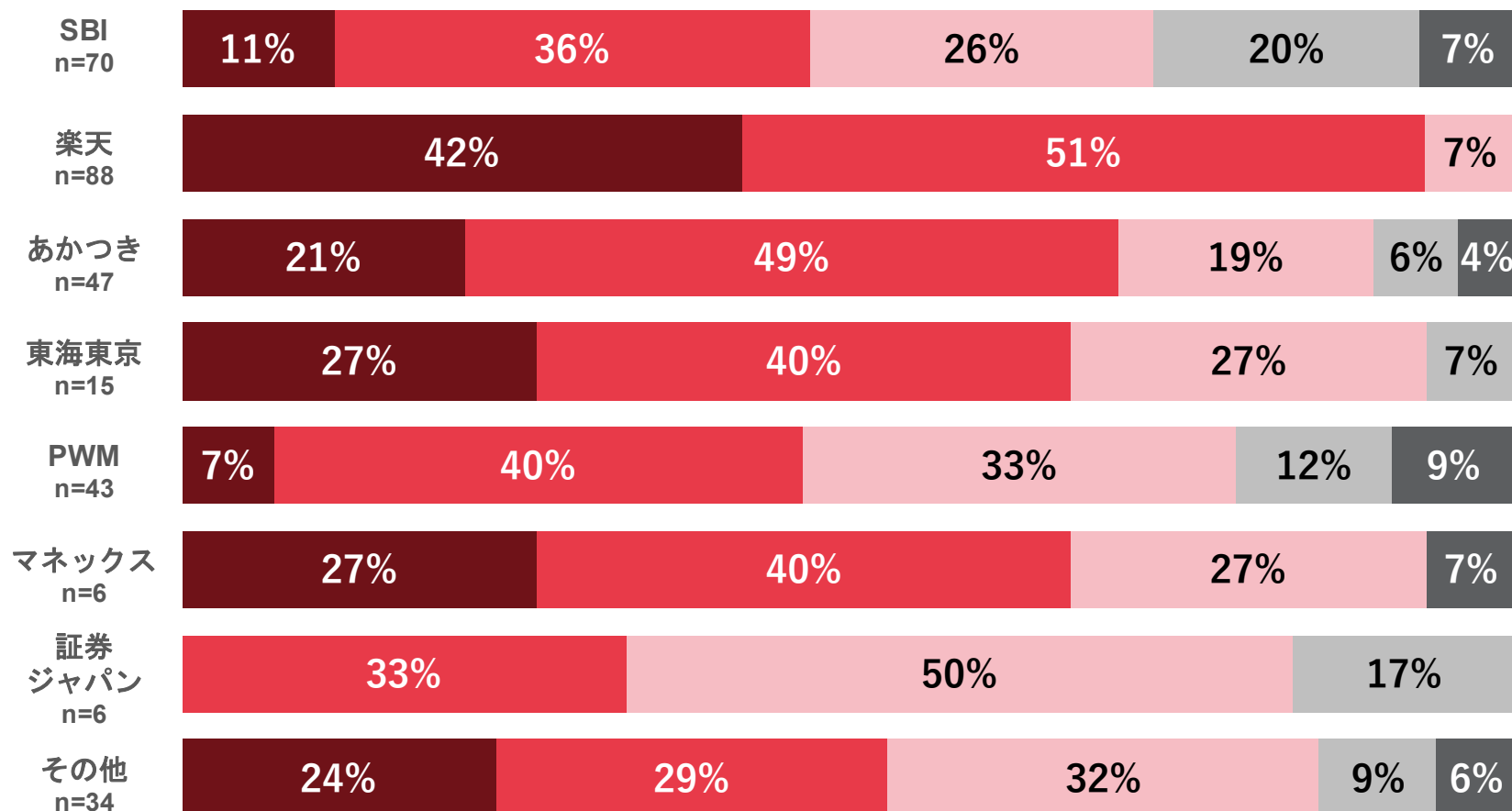
この結果から、IFAの経路と入社前とのギャップに関連があることがわかる。特に、IFA法人の従業員からの声掛け経由ではギャップがない割合が97%と最も高くなっている。一方で、転職エージェントに相談したIFAは、ギャップがある割合が最も高い24%ということがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 9. アンケート回答者が利用する証券会社に関して

# 9-1.回答者が利用する証券会社の「総合満足度」

■ 非常に良い ■ 良い ■ どちらとも言えない ■ 悪い ■ 非常に悪い



## 結果概要

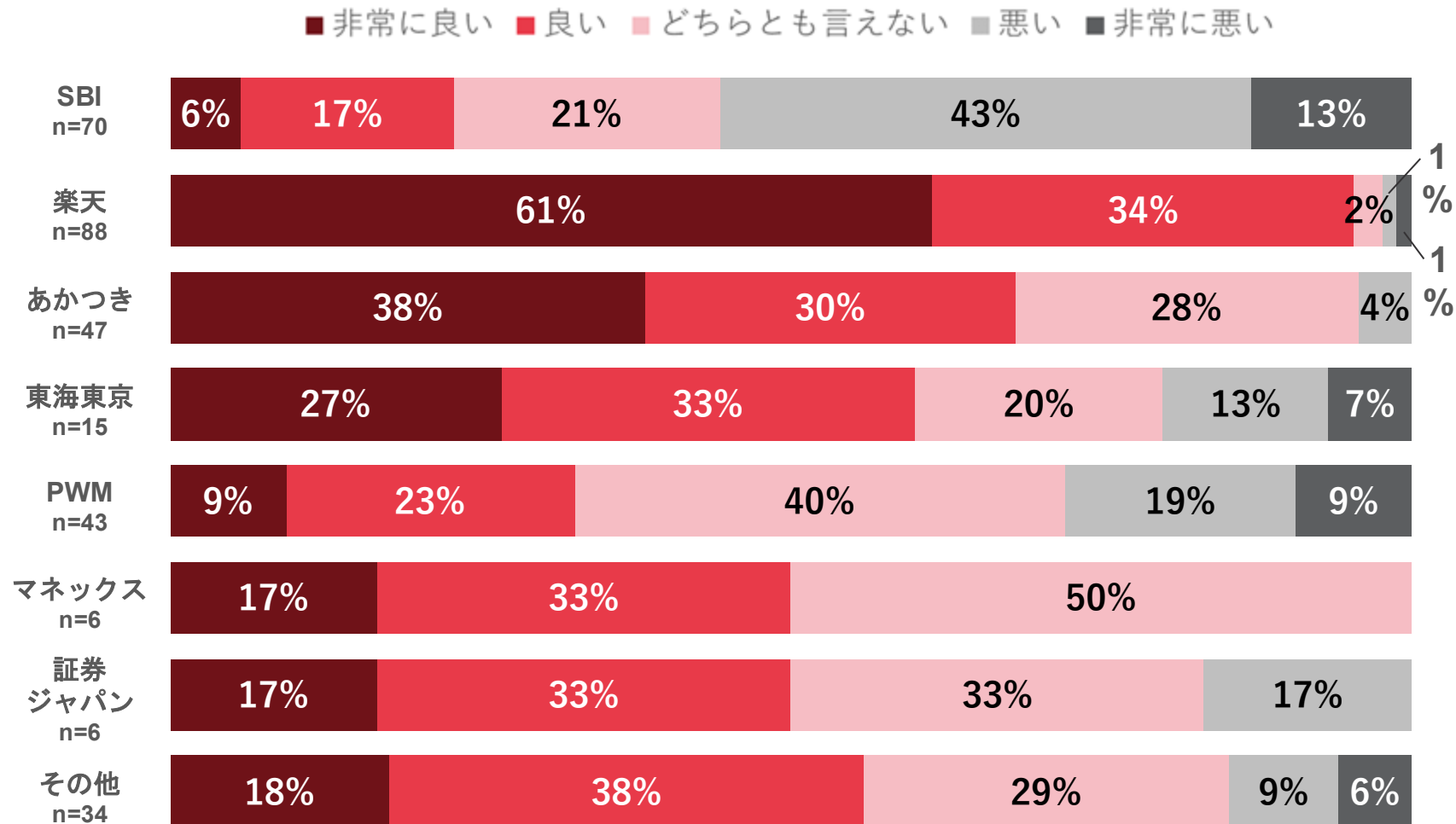
総合的に見ると、楽天証券、あかつき証券、東海東京証券、マネックス証券が高い満足度を示しており、特に楽天証券は、「非常に良い」および「良い」の合計で93%に達している。

この結果から、IFAが利用する証券会社によって満足度に差があることがわかる。特に、楽天証券、あかつき証券、東海東京証券、マネックス証券の高い満足度は、顧客に対するサービスや取引手数料、システム性能などの面で優れたパフォーマンスを提供していると考えられる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 9-2.回答者が利用する証券会社の「口座開設の手続き」

9.アンケート回答者が利用する証券会社に関して



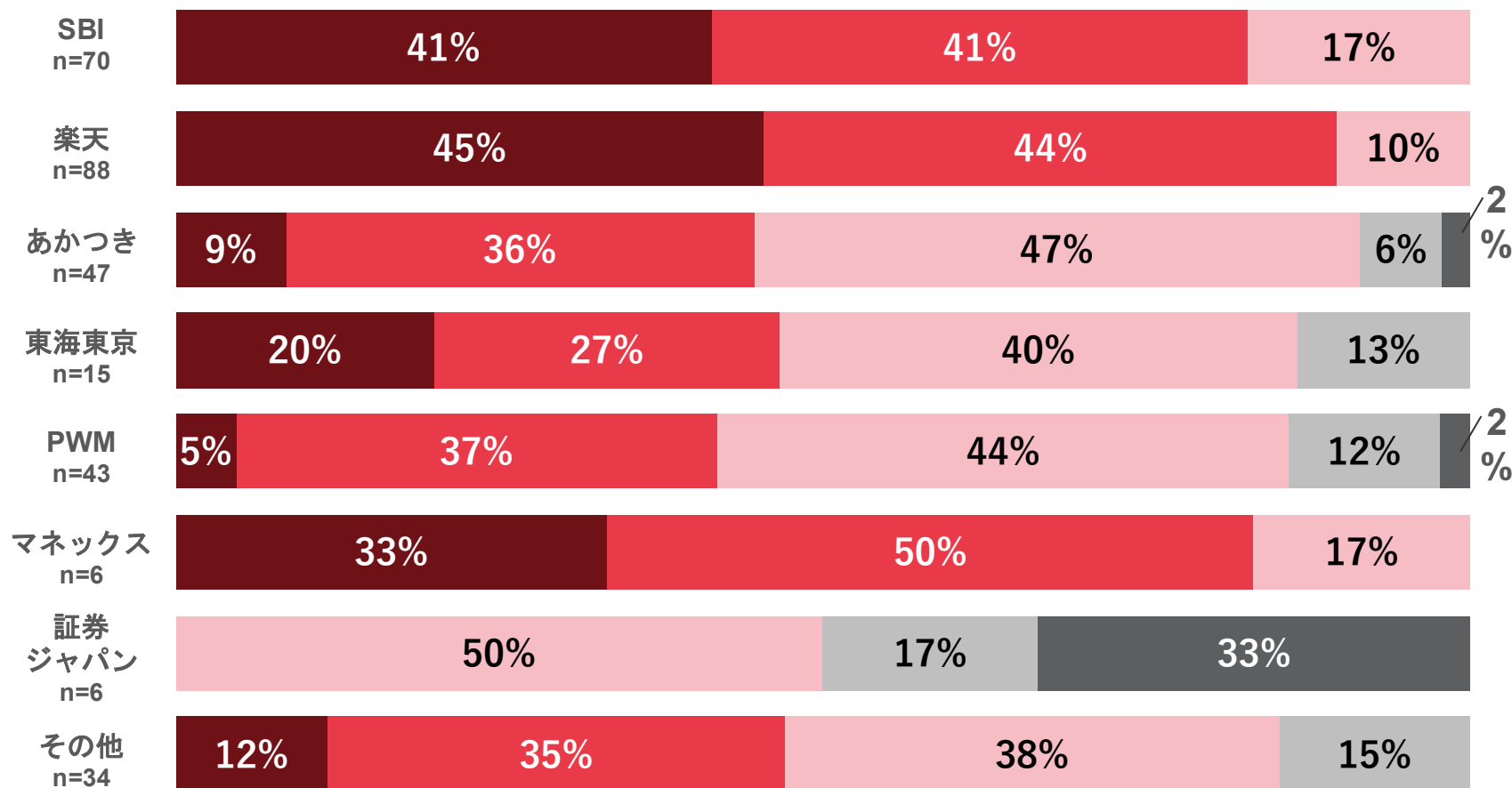
### 結果概要

総合的に見ると、楽天証券、あかつき証券、東海東京証券が口座開設の手続きに関して高い評価を受けており、特に楽天証券は「非常に良い」および「良い」の合計で95%に達している。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 9-3.回答者が利用する証券会社の「金融商品の取り扱い状況」

■ 非常に良い ■ 良い ■ どちらとも言えない ■ 悪い ■ 非常に悪い



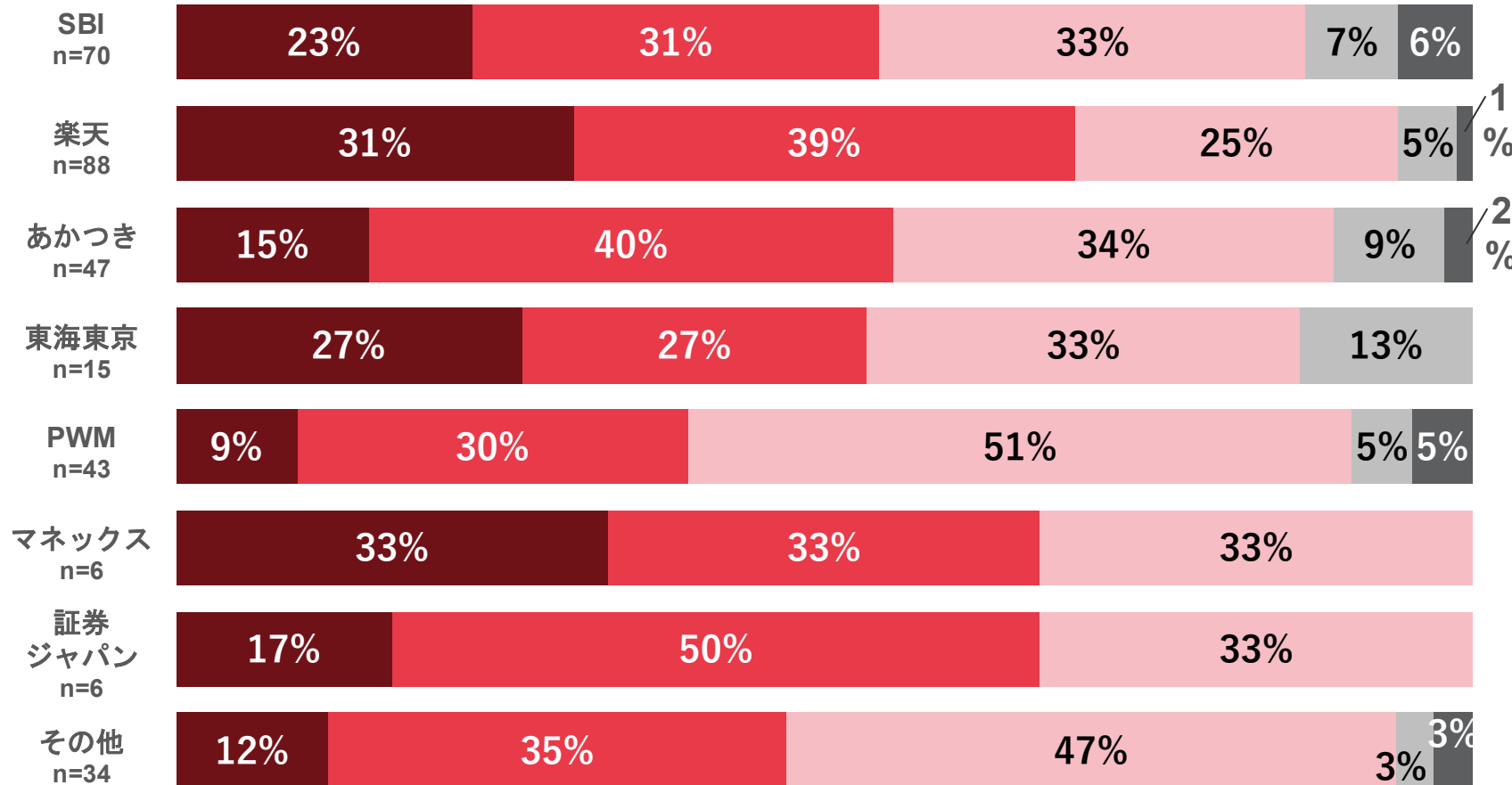
## 結果概要

総合的に見ると、SBI証券と楽天証券、マネックス証券が金融商品の取り扱い状況に関して高い評価を受けており、特に楽天証券は「非常に良い」および「良い」の合計で89%に達しており最も高い。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 9-4.回答者が利用する証券会社の「コンプライアンス」

■ 非常に良い ■ 良い ■ どちらとも言えない ■ 悪い ■ 非常に悪い



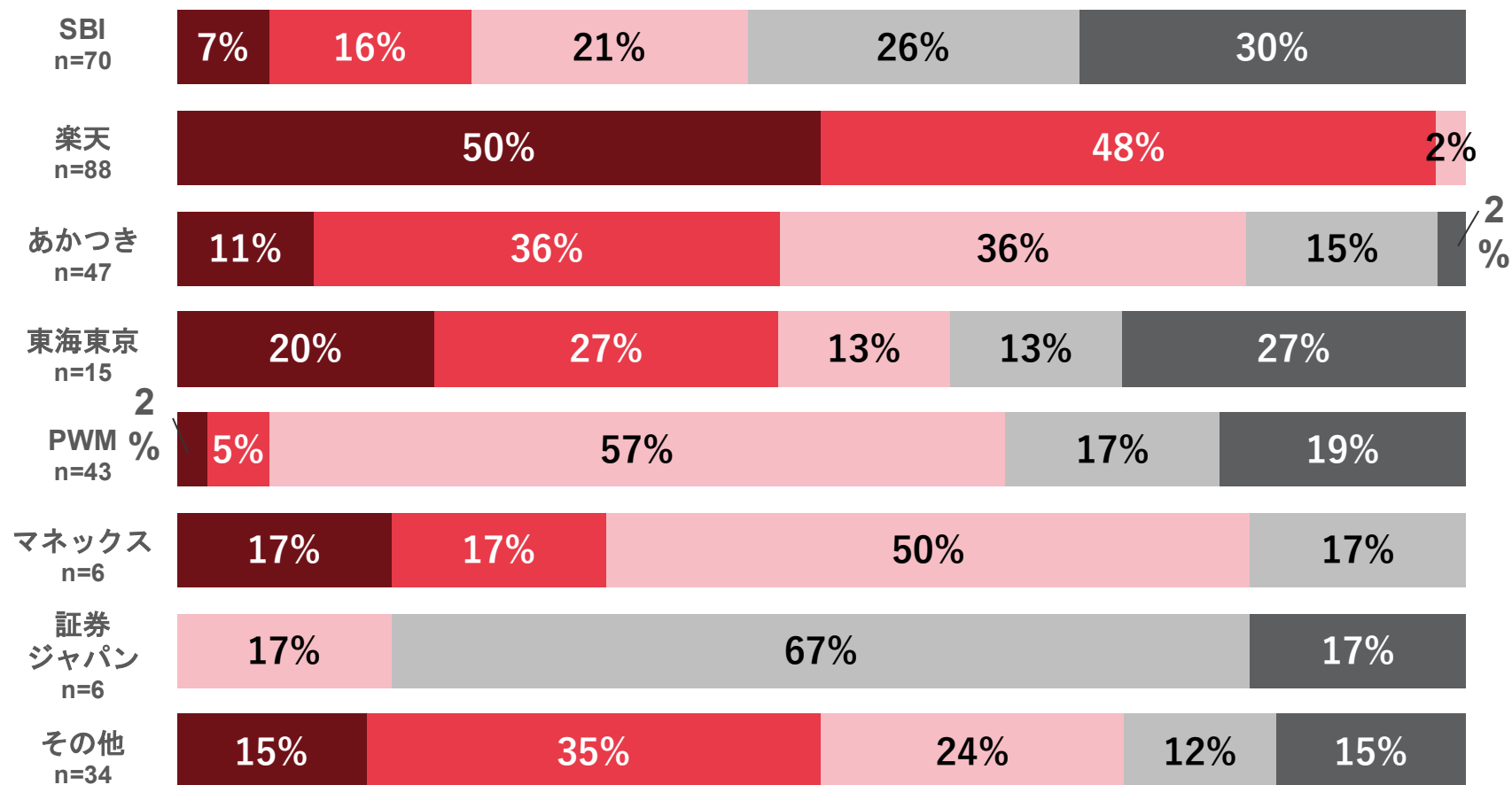
## 結果概要

総合的に見ると、楽天証券、マネックス証券、証券ジャパンがコンプライアンスに関して高い評価を受けており、特に楽天証券は「非常に良い」および「良い」の合計が70%に達している。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 9-5.回答者が利用する証券会社の「システムの操作性」

■ 非常に良い ■ 良い ■ どちらとも言えない ■ 悪い ■ 非常に悪い



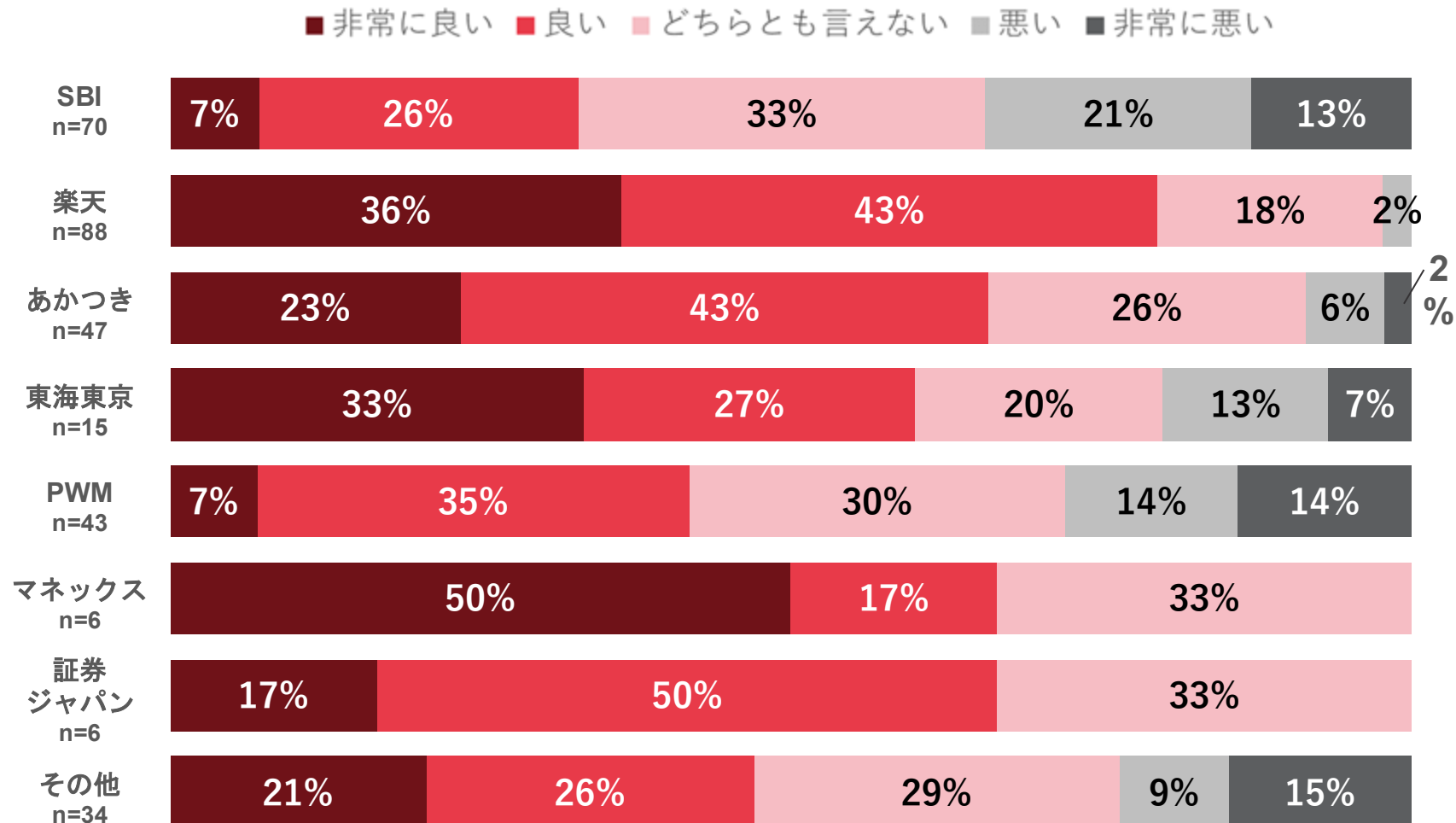
## 結果概要

総合的に見ると、楽天証券がシステムの操作性に関して高い評価を受けており、「非常に良い」及び「良い」の評価が合計で98%であった。

一方、証券ジャパンは低い評価を受けており、「悪い」及び「非常に悪い」の評価が約84%となっていた。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 9-6.回答者が利用する証券会社の「サポート体制」

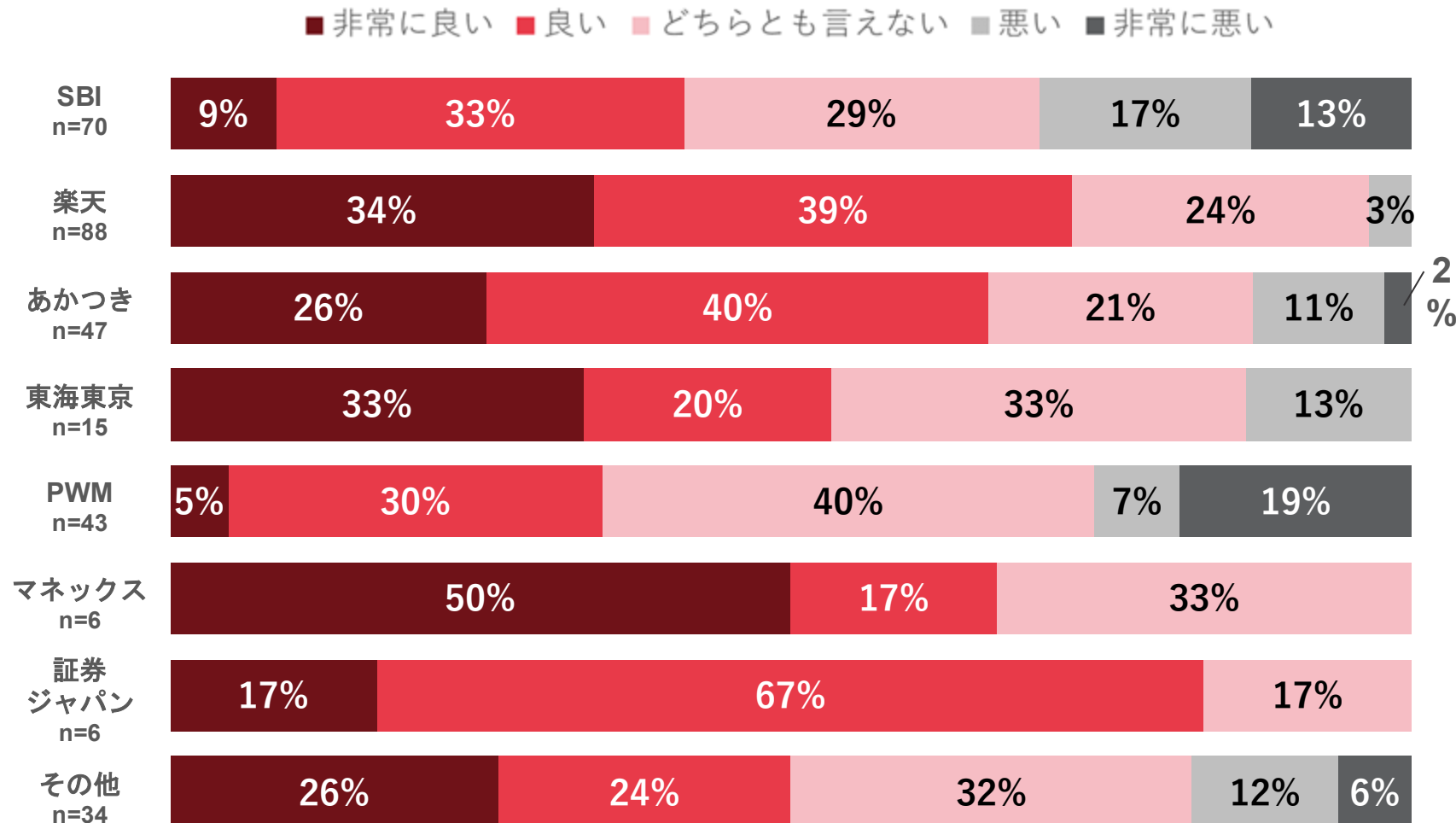


### 結果概要

総合的に見ると、楽天証券とマネックス証券及び証券ジャパンがサポート体制に関して高い評価を受けており、特に楽天証券では「非常に良い」が36%、「良い」が43%で合計79%あった。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 9-7.回答者が利用する証券会社の「本社の対応」



### 結果概要

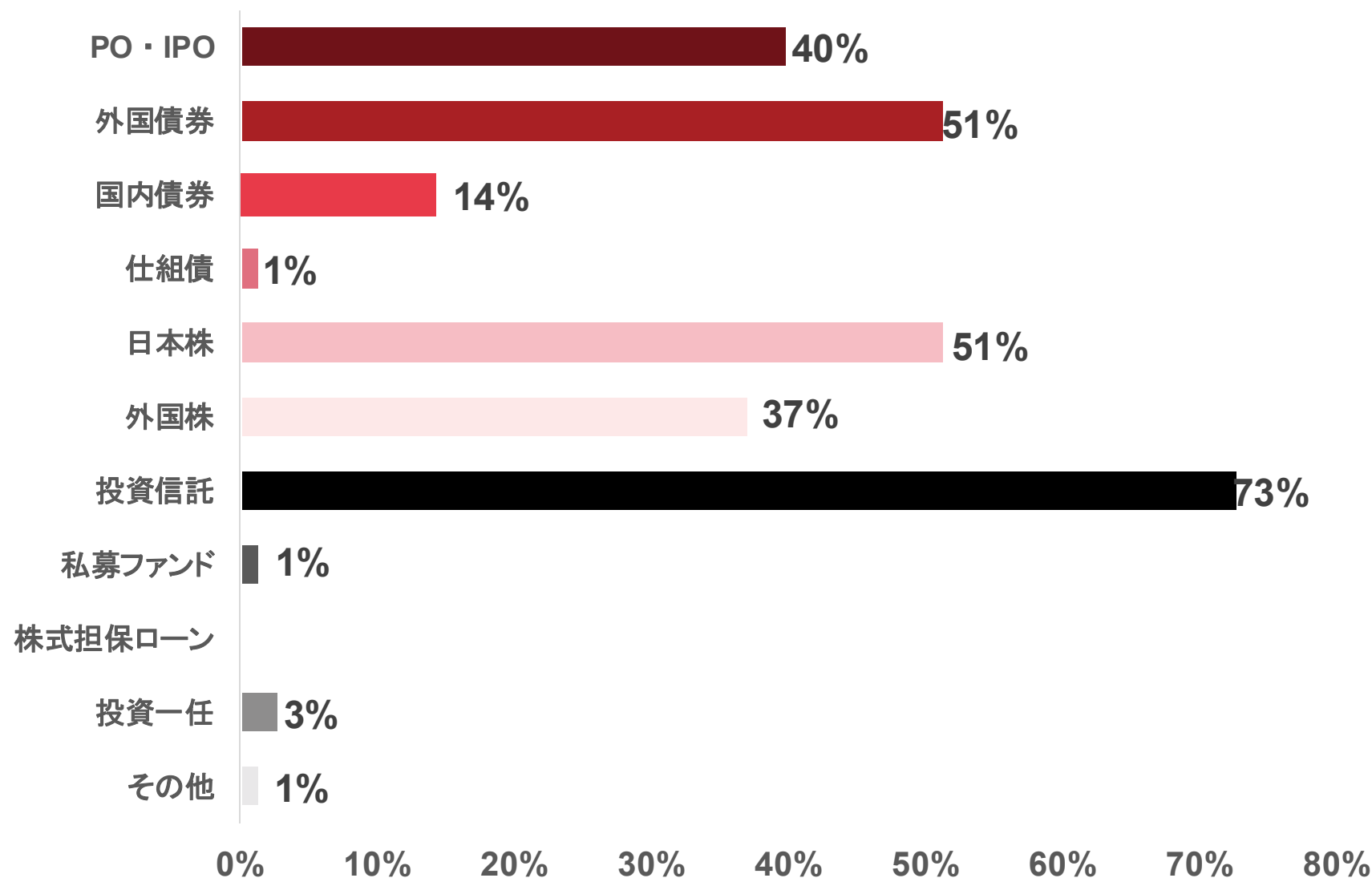
総合的に見ると、楽天証券、証券ジャパン、あかつき証券、マネックス証券が本社対応に関して高い評価を受けている。特に証券ジャパンの「非常に良い」「良い」の評価が合計84%であり、マネックス証券の「非常に良い」の評価は50%であった。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10.各証券会社で利用する金融商品に関して

# 10-1.回答者の「SBI証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



## 結果概要

IFAがSBI証券で利用する金融商品の中で、最も利用率が高いの投資信託で73%、次いで日本株、外国債券がそれぞれ51%となっている。

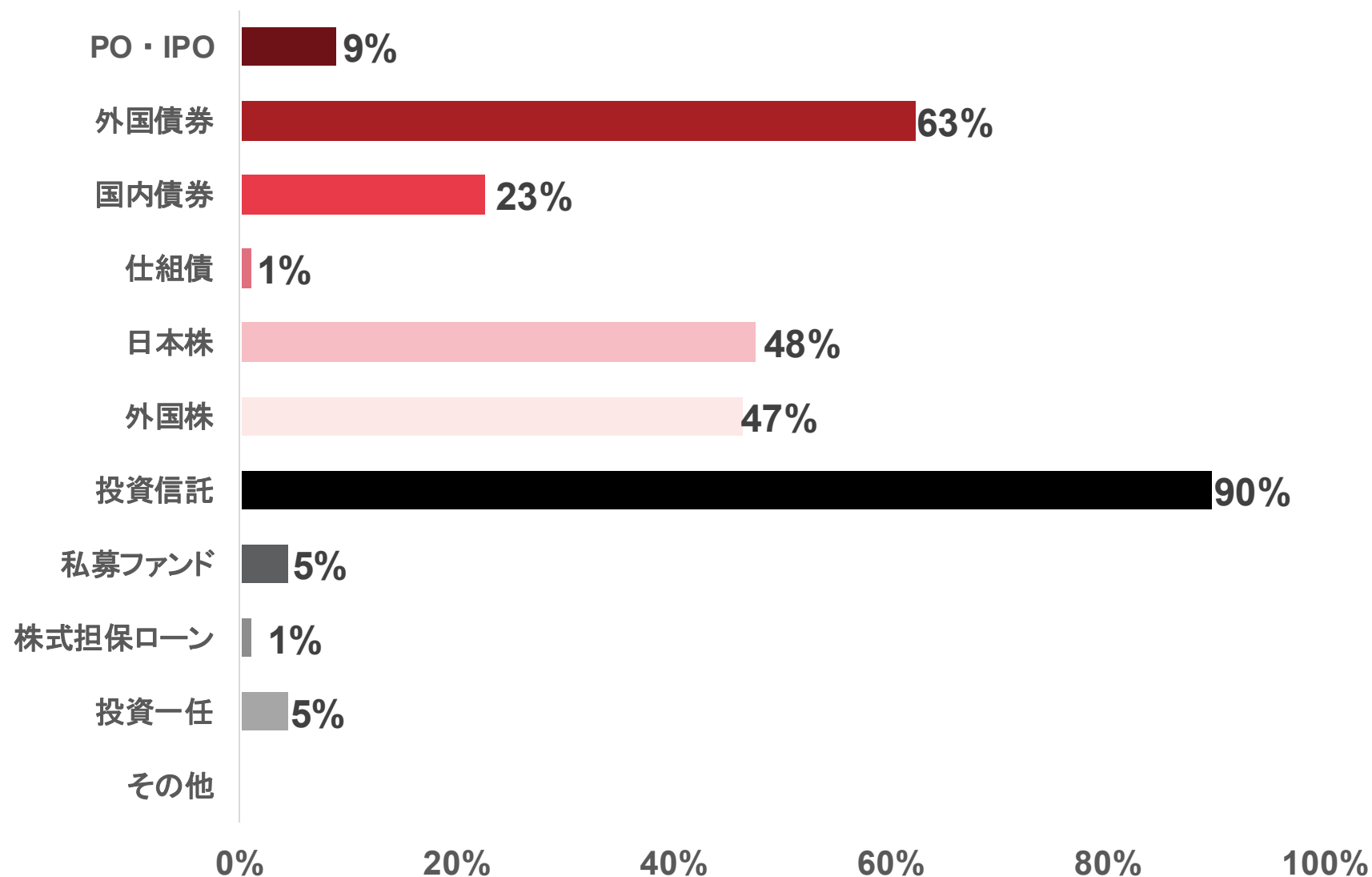
また、PO・IPOにもそれなりの利用率があることが伺える。

加えて株式担保ローン以外の商品が利用されていることから、IFAがSBI証券で利用する金融商品には多様性があり、特に株や、投資信託が主要な商品となっていることがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-2.回答者の「楽天証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

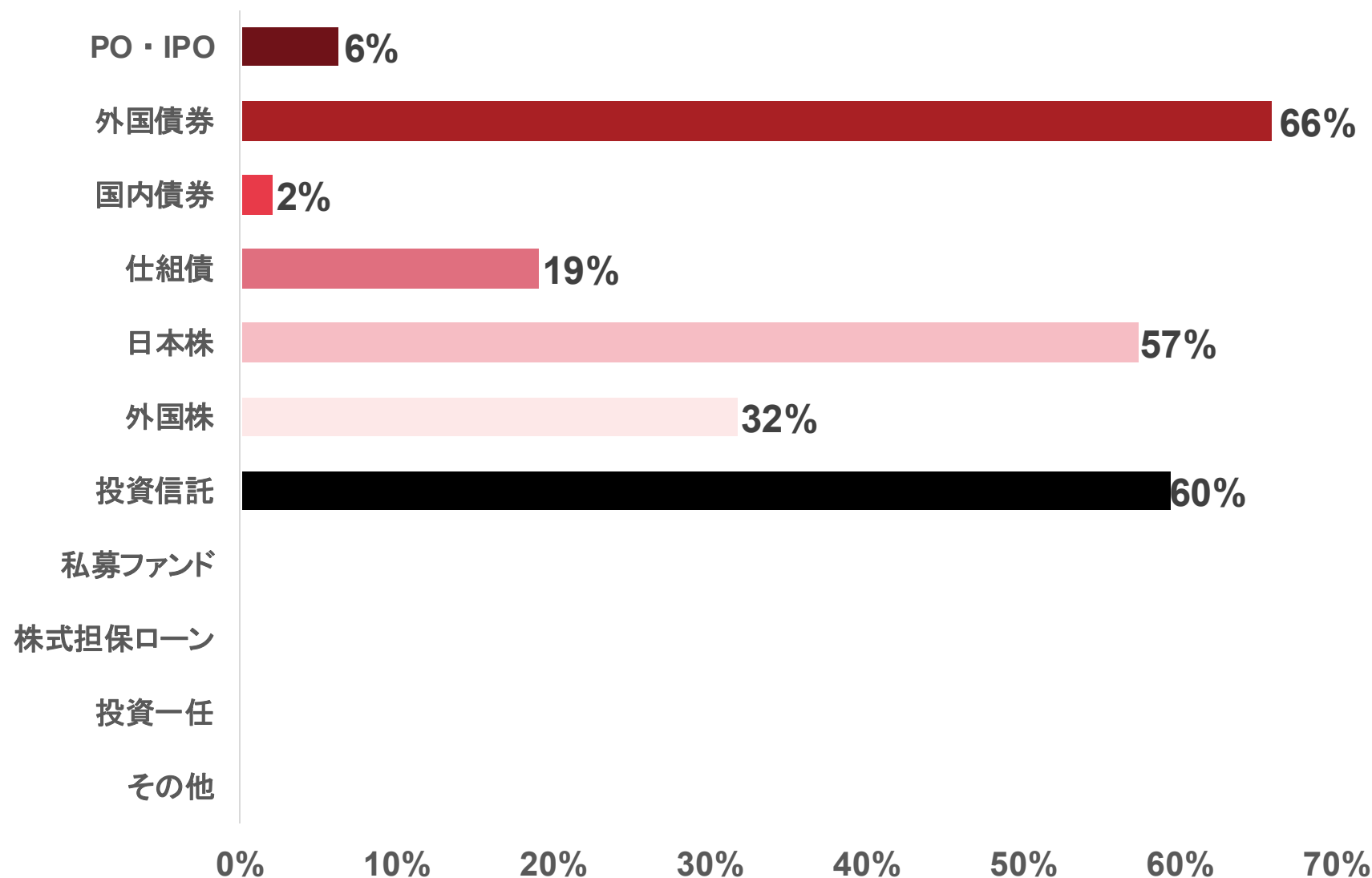
楽天証券でIFAが利用する金融商品の中で最も利用率が高いのは投資信託で90%、次いで外国債券が63%、日本株が48%、外国株の利用率が47%である。

また、「その他」以外の項目はすべて利用者がいることからIFAがSBI証券で利用する金融商品には多様性があり、特に投資信託や外国債券・株が主要な商品となっていることがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-3.回答者の「あかつき証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

あかつき証券でIFAが利用する金融商品の中で最も利用率が高いのは外国債券で66%である。続いて、投資信託が60%、日本株が57%と多く利用されている。

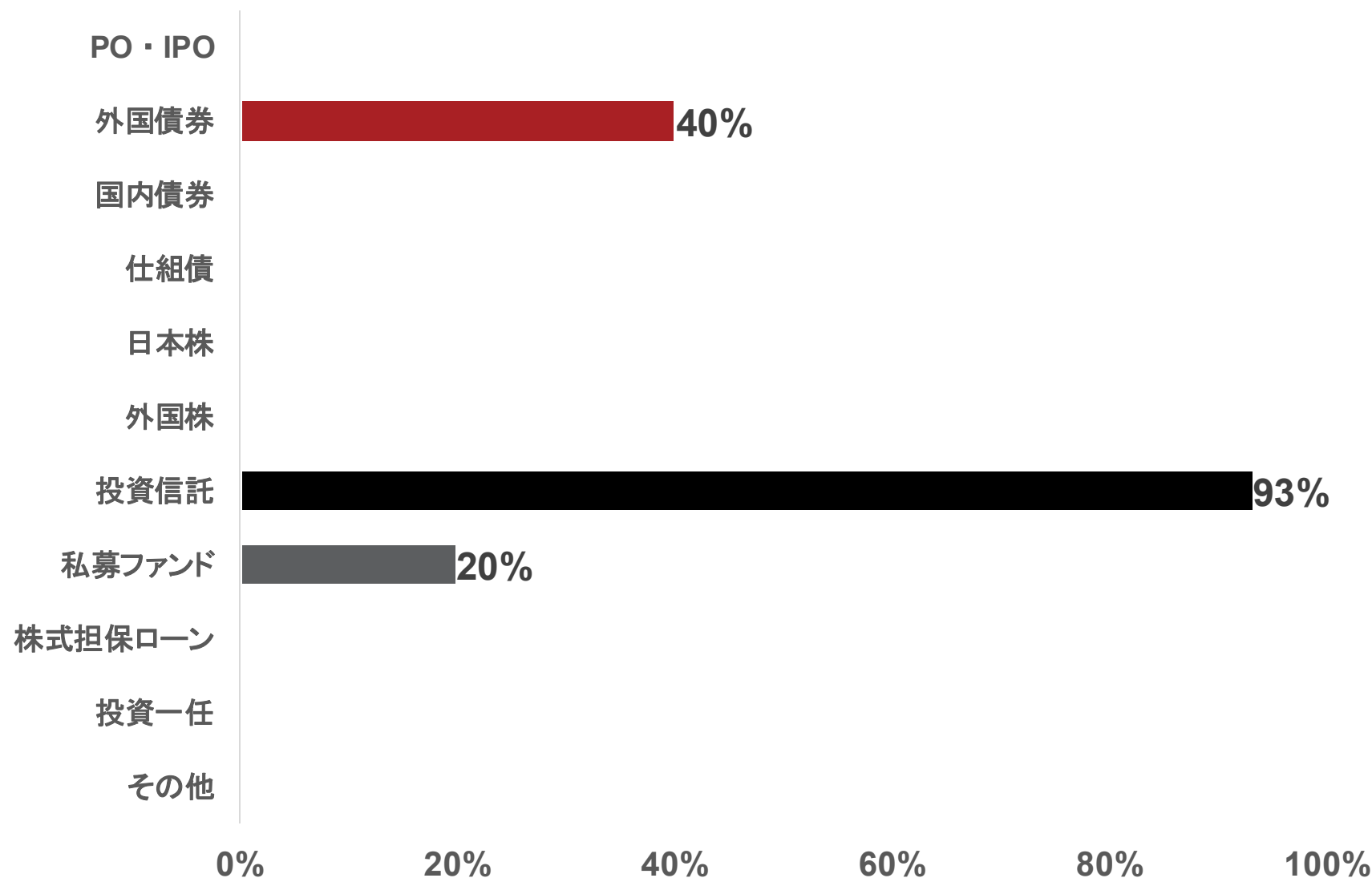
一方で、仕組債の19%は他の証券会社と比べると非常に高い利用率である。

この結果からIFAがあかつき証券で利用する金融商品は主に仕組債や外国債券、日本株、投資信託といった商品が主力となっている。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-4.回答者の「東海東京証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

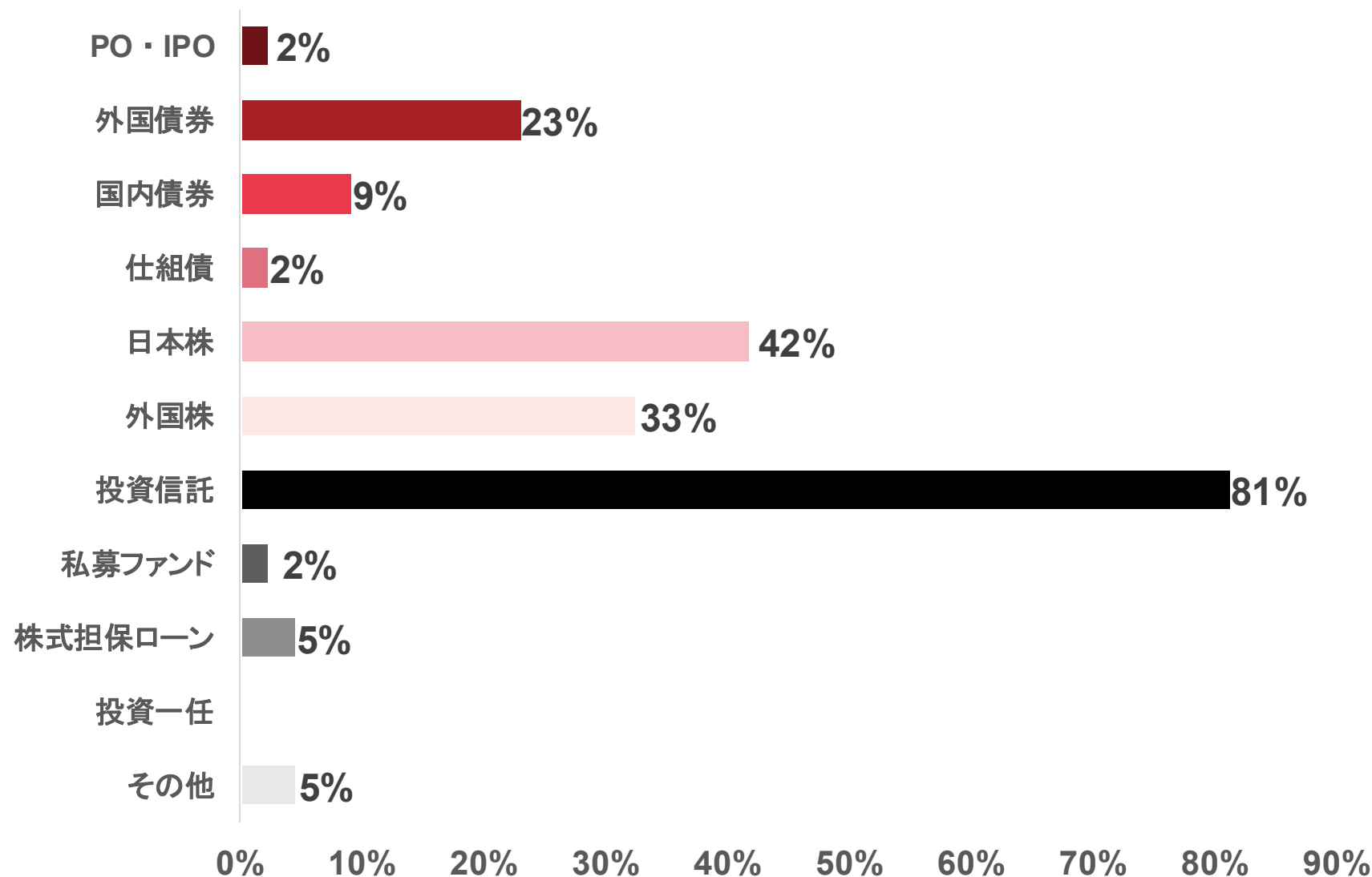
東海東京証券でIFAが利用する金融商品の中で最も利用率が高いのは投資信託で93%である。次いで外国債券が40%、私募ファンドが20%となっている。

私募ファンドの20%という結果は比較的高い値であり、東海東京証券は私募ファンドに強みがあると考えられる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-5.回答者の「PWM日本証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

PWM日本証券を利用するIFAによると、PWM日本証券で扱う金融商品の内、最も利用されているのは投資信託であり、割合は81%であることがわかった。

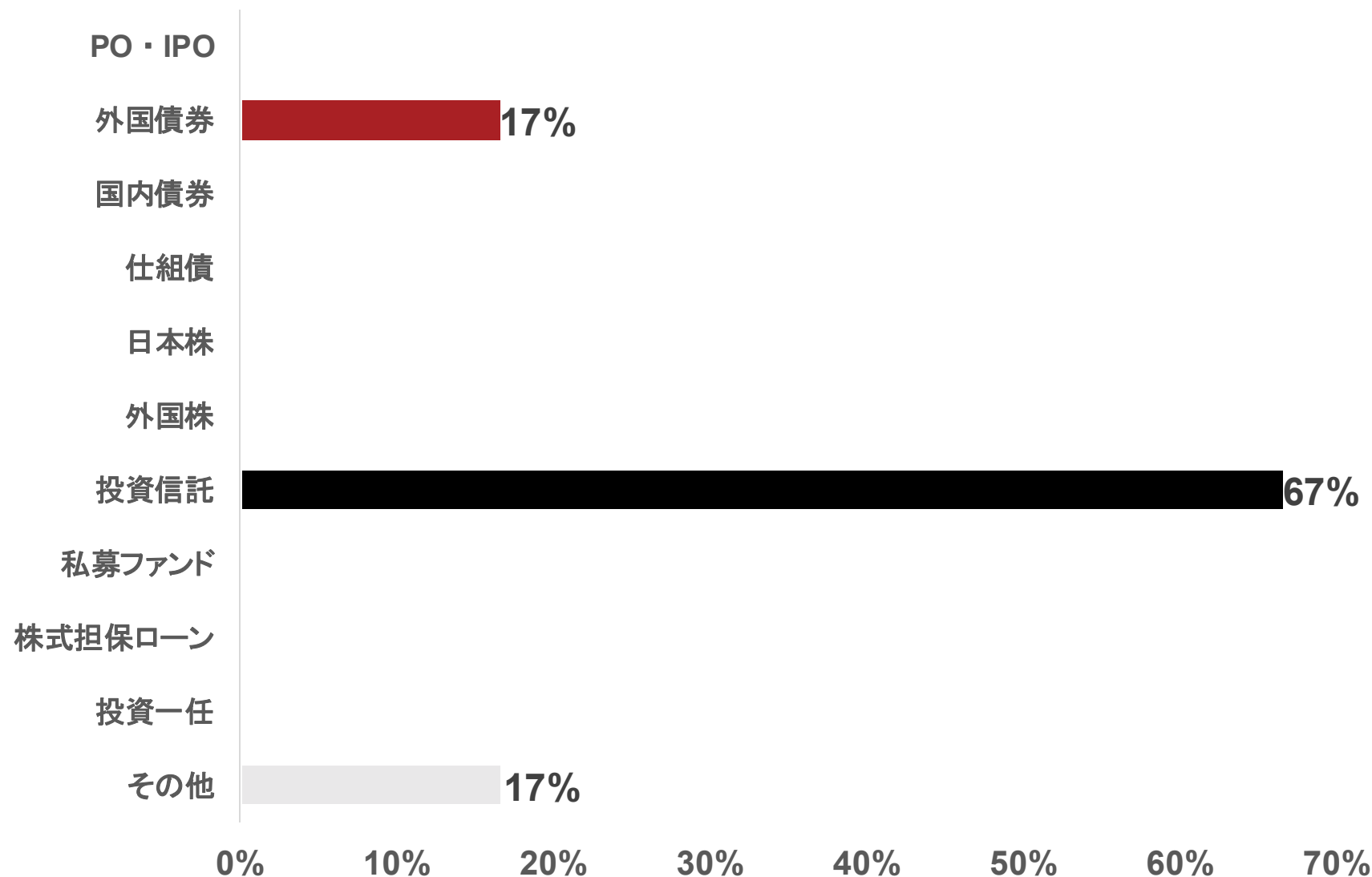
一方、日本株が42%、外国株が33%、外国債券が23%という結果となった。

また、投資一任以外の項目はすべて利用者がいることからIFAがPWM日本証券で利用する金融商品には多様性があることが分かる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-6.回答者の「マネックス証券」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

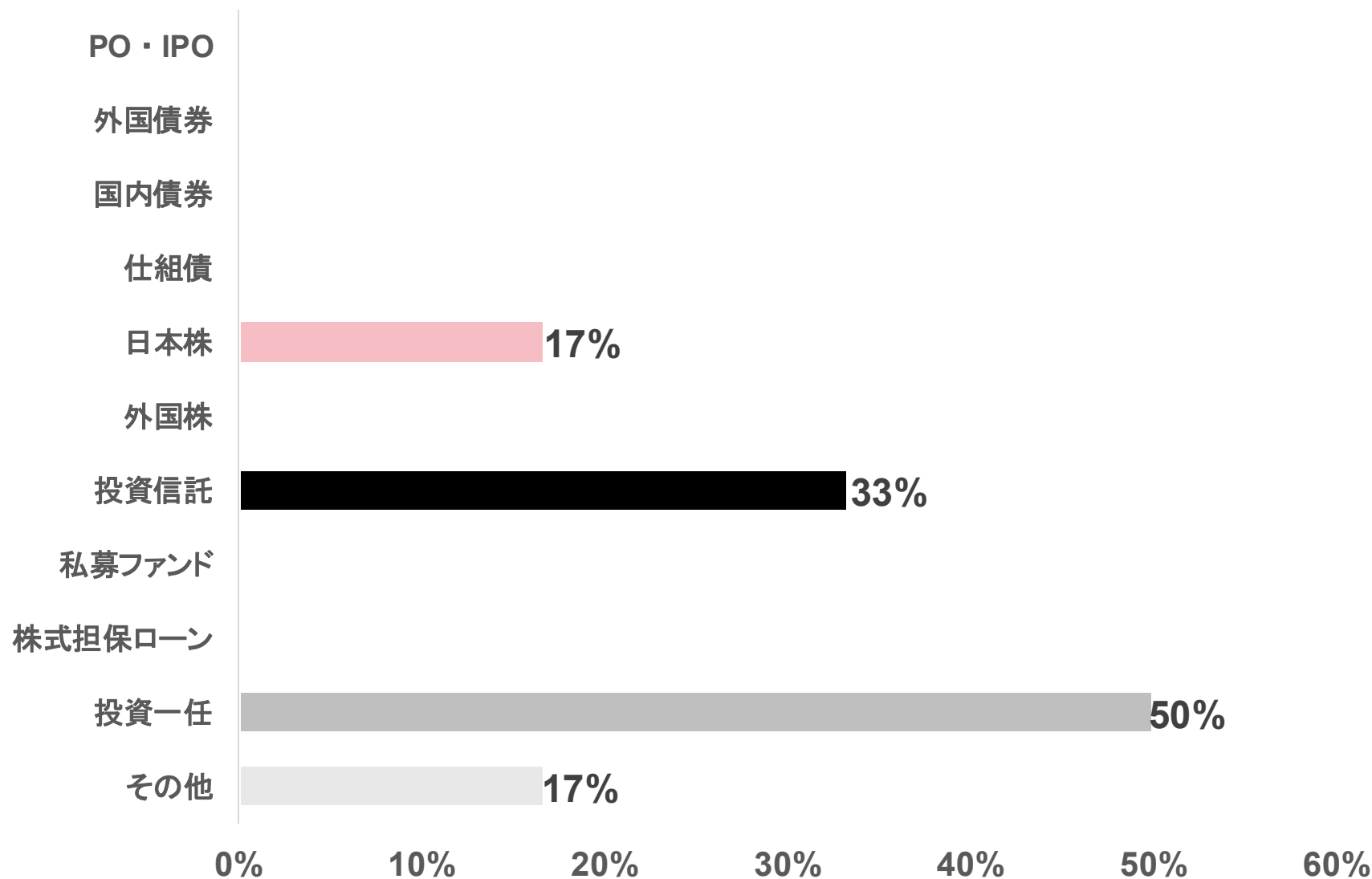
マネックス証券を利用するIFAの金融商品の傾向を見ると、投資信託が最も利用率が高く、67%となっている。次いで外国債券の利用率が17%である。

この結果から、マネックス証券を利用するIFAは、外国債券、投資信託を対象としていることがわかる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 10-7.回答者の「証券ジャパン」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



## 結果概要

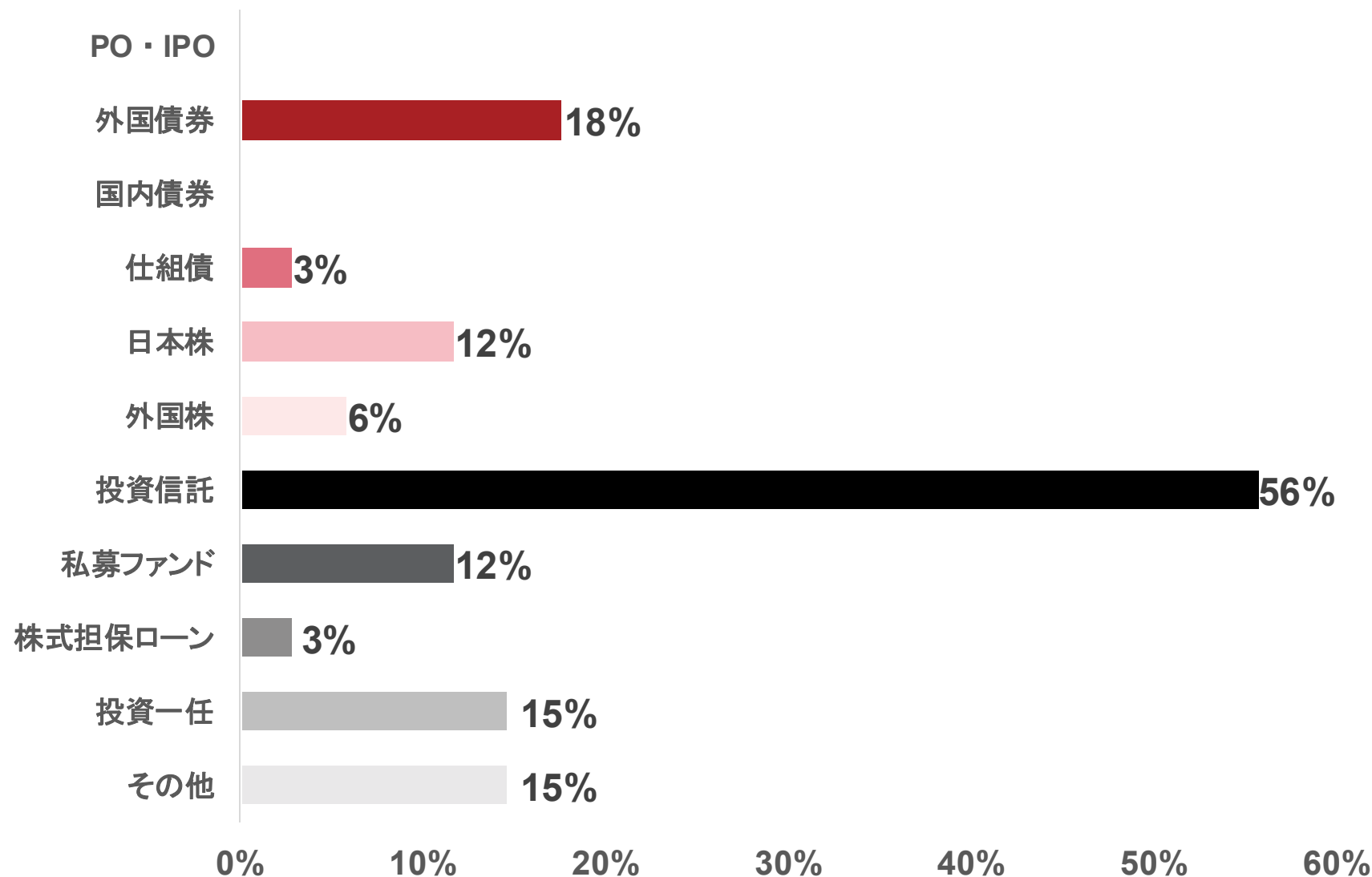
証券ジャパンを利用するIFAの金融商品の傾向を見ると、投資一任が50%と最も高く、続いて投資信託が33%、日本株が17%である。

投資一任の利用率は非常に高く、証券ジャパンの特徴といえる。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

## 10-8.回答者の「その他の証券会社」で利用する金融商品

10.各証券会社で利用する金融商品に関して



### 結果概要

その他の証券会社を利用するIFAの金融商品の傾向を見ると、投資信託の利用率が最も高く、56%となっている。次いで外国債券の利用率が18%と続く。

また「その他」の商品が15%と高い値を示しており、メインの証券会社で扱っていない「その他」の商品を取り扱うためにその他の証券会社を利用しているIFAが一定数いることが示唆される。

本アンケートは「アンケートの実施方法」に基づき実施されたものであり、本アンケート結果が必ずしもIFA業界全体を表すものではない旨ご留意頂きますようお願い申し上げます。また、本ページ記載の「結果概要」はアンケート実施会社の私見であり、その正確性や網羅性等を保証するものではない旨ご了承頂きますようお願い申し上げます。また、グラフは端数処理の都合上合計は必ずしも100%とはなりません。

# 引用と転載について

- 掲載されている調査結果、及びグラフ画像などを利用する際は、出典元として「アドバイザーナビ株式会社」と明記して下さい。またウェブサイトで使用する場合は、出典元として、リンク (<https://adviser-navi.co.jp/>) を必ず設置してください。

出典表記：アドバイザーナビ株式会社 (<https://adviser-navi.co.jp/>) が運営する

「IFA転職 (<https://ifa-tenshoku.com/>) 」より

- 結果を編集・加工して使用することは原則として禁止しております。個別で使用される際には、弊社までご連絡くださいませ。

## 本アンケートに関するお問合せ先

アドバイザーナビ株式会社

電話 : 03-3527-2716

メール : [taguchi@adviser-navi.co.jp](mailto:taguchi@adviser-navi.co.jp) (担当 : 田口)

# 会社概要

会社名	アドバイザーナビ株式会社 (ADVISERnavi. Inc.)
所在地	東京都中央区日本橋兜町8-1 FinGATE TERRACE
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>金融機関向けの人材紹介業</li><li>富裕層とIFAのマッチング業</li><li>IFAのコンサルティング業</li></ul>
代表者	平行秀
資本金	7000万円 (2023年3月31日時点)
設立	2019年5月29日