

“運用会社と販売会社をつなぐ”をコンセプトに 投信販売現場の業務効率を飛躍的に向上させる 「QUICK Asset Design」シリーズが登場!

幅広い金融情報サービスの提供を通じて金融機関の投信販売をサポートしているQUICKが、このほど新サービスの提供を開始した。キーコンセプトは「運用会社と販売会社をつなぐ」。オンデマンド動画・PDFなどを通じて、両者が「知りたい情報」と「伝えたい情報」をタイムリーにマッチングするプラットフォームで、投信販売の現場が抱える課題の解決と業務効率の向上を目指す。新サービス開発に至った経緯とその概要、今後の展開などについて、同社サービスプロダクト本部リテールグループの内海大輔氏に語ってもらった。

マーケティング活動を行い 自ら開発した新たなチャレンジ

「QUICKが金融機関等向けに提供している投信販売支援サービス『Qr1タブレット』や『FNタブレット』は近年、運用会社への導入も広がってきています。そうした中で、運用会社と販売会社にマーケティング



QUICK
サービスプロダクト本部
リテールグループ
内海 大輔氏

活動を行ったところ、両者それぞれに課題があることが明らかになりました。QUICKのポジションを活かした公正・中立なサービスモデルを開発できないかと検討した結果、“運用会社と販売会社をつなぐ”というQUICKの立ち位置だからこそできる当アイデアに行き着きました。同社サービスプロダクト本部リテールグループの内海大輔氏は、こう切り出した。

内海氏は2008年の入社以来、一貫してシステム開発部門に所属し、2011年からは「FNタブレット」のサービス開発をメインに手掛けている。この間、数多くの販売会社と接し、投信販売の現場の課題を見聞きしながら、その解決と業務効率の改善について日夜思案してきた。その中で、「FNタブレット」が持つ配信機能を閉じたままにするのではなくオープンにすることで、販売員にとってより利便性の高い活用が可能

になるのではないかと。運用会社もこれに参加することで、両者がWin-Winの関係を構築できるのではないかと考え、社内の営業担当者と議論を重ねてきたという。

個別の販売会社から依頼を受け、販売会社ごとにカスタマイズされたサービスを提供するという受託開発型のビジネスを得意としてきたQUICKにとって、今回の新サービスはこれまで接点が少なかった運用会社を巻き込むと同時に、自らマーケティング活動を行いながら企画・開発を行うという、新たなチャレンジでもあった。それだけに数多くの障壁があったと思われるが、内海氏と営業部門がコミュニケーションをとる中で、「面白そうだ」という思いが共有され、プロトタイプの開発から販売会社、運用会社へのマーケティングリサーチなど、本番稼働までの一連のプロジェクトが加速度を増して進んでいったという。



アップロード画面

動画一覧画面

動画再生画面

サービスのコンセプトは “運用会社と販売会社をつなぐ”

「新サービスのキーコンセプトは、ざっくり“運用会社と販売会社をつなぐ”です」と内海氏が力を込める通り、このプロジェクトでは運用会社と販売会社の双方が抱える課題を、QUICKが間に立つことで解消することを目指した。マーケティング活動によって浮かび上がってきた課題は、以下のようなものである。

運用会社の課題

- 投信に関するフォローを行うための人員、時間、費用等のリソースが不足している。
- 販売員にダイレクトかつ素早く情報を伝えられる手段がない。
- 自社ファンドを多くの販売会社に取り扱ってもらうために、売ってもらうために何かできないか。

販売会社の課題

- 相場急変時の情報提供やフォローがもっと欲しい。

- 急遽、申込不可になった際の連絡方法を改善してほしい。
- 月次レポートが分かりにくいため、内容を解説してほしい。
- Webサイト上に掲載される情報が運用会社によって差がある。
- 新商品だけでなく既存ファンドに関して定期的サポートしてほしい。
- 販売会社の特色や戦略に踏み込んだアドバイスが欲しい。

「ヒアリングをしてみると、情報を届けたい運用会社と、情報を届けてほしい販売会社のお互いのニーズは一致しているはずが、実務ではなかなか実現できていないことが明らかになりました。そこで自社サイトなどで共有されている動画やPDFなどの情報をQUICKの“器”に集約することで、販売員の皆さまによりダイレクトにつなぐことができるのではないかと考えました」と内海氏は

ログデータの活用

プラットフォームでは、きめ細かいログデータの取得が行われる。アップロードされた動画・PDFは、再生・参照数だけでなく利用時間帯の推移や再生・参照数の上位の動画・PDFについての傾向分析、動画の平均再生時間や離脱位置、属性情報など、豊富なデータから分析を行い、その結果は配信者に定期的に提供する予定。ログ情報を活用することで、動画・PDFのコンテンツ評価や効果測定ができ、運用会社はより訴求力の高いコンテンツ制作に活用することも可能だ。

一方、販売会社は自社の投信販売と運用会社・自社がアップロードした動画の訴求効果を都度、分析することができる予定。販売員にとってどのような動画・PDFが効果的なのか測れるのはもちろん、優績者の販売プロセスなども推測できることから、スキルの底上げにも役立てられる。

振り返る。それを可能にするのが、新サービスのプラットフォームである。

運用会社がアップした動画を 端末からいつでも視聴可能に

プラットフォームの仕組みは至ってシンプルだ。運用会社が作成した動画やPDFなどのコンテンツを、QUICKの専用サーバーにアップロードする。これを「FNタブレット」、あるいは証券会社向けの「Qr1タブレット」にリンクさせる（動画・PDFメニューを追加する）ことで、販売員はタブレット端末からいつでも視聴・閲覧できる。

例えば、渉外先で個別の商品「Aファンド」について顧客に説明するとして、「Aファンド」のページを開き、これに関連した動画やPDFがアップロードされていればアイコンが表示されるので、動画であれば「まずは3分のこの動画をご覧ください

プラットフォームの具体的な利用シーンとその効果

運用会社	● 自社投信の販促サポート動画を販売会社の販売員にダイレクトに配信
	● 相場急変時に臨時レポート(PDF)を販売員にダイレクトに配信
	● 販売会社向けに提供している教育ツール(動画・PDF)を配信し、販売会社の理解やリテラシーの向上に貢献
	● 投資家向けに提供可能な動画で販売員のセールスをサポート(まずはこの動画でファンドの特色をつかむ等)
	● 地方の金融機関への研修をオンデマンド動画で代替、もしくはWeb会議システムを使ってリモート研修を実施
	● 特定の販売会社から依頼を受けて作成した動画やPDFをピンポイントで配信
	● 自社投信の採用提案をWeb会議システムで実施
販売会社	● ファンドマネージャーによるファンド説明(オンデマンド/ライブ)
	● DVDに焼いたりメールを送ったり、販売会社ごとに動画・PDFをアップしたりしなくて済む
	● 相場急変により投資家のアフターフォローを必要とする際、運用会社のレポートを使って適切なフォローが可能
	● 急遽申し込み不可となった投資信託に関する情報を運用会社の臨時レポートでキャッチアップ
	● 月次レポートの解説動画を見て不明点を解消し、そのまま投資家に自分の言葉で説明することができる
	● 個別商品の説明の前に、資産運用の必要性や投信のメリット、積立投資の効果などの動画を投資家に見せて理解度アップにつなげる
	● 運用会社のWebサイトまで臨時レポートやマーケットについての解説PDFを探しに行く必要がなくなる
	● 集合研修でわざわざ1拠点に集まる必要がなくなる
	● 移動時間を有効に利用できる(移動中に動画を見ることで理解度アップ)
	● 自社サイトにアップしている動画やPDFなどをアップし、運用を含めてQUICKに代替することが可能
● ライブで行われたセミナーを振り返りで再度視聴することができる	

さい」といったご案内ができるというわけだ。

動画をアップロードする際には、サムネイル画像を選び、タイトルや訴求ポイントなどを入力。個別商品に紐づく販売用資料なのか、マーケットやアセットクラスについて解説した情報提供資料なのか、あるいは特定の販売会社に向けた資料であるのかといった属性もアップロード時に付与する。販売員のタブレットには、自社で取り扱っている商品に関する動画のみが表示され、アップロードされた動画の件数が増えて

も、ファンド名やタイトル、運用会社、ファンドの種別などで絞り込み検索を行うことが可能だ。

「属性付与によって公開先の仕分けができますから、運用会社は自社サイトや販売会社向けサイトなどを別々に更新することなく、まとめて情報をアップでき、人員、時間、費用等のリソース削減につながります。販売員の皆さまにダイレクトに、素早く情報を伝えられるので、相場急変時などには特に有効です」(内海氏)。

もちろん運用会社だけでなく、販

売会社の本部も社内にある研修ビデオなど自行向けのコンテンツをアップロードできる。忙しい販売員にとって、これまで社内や運用会社のWebサイトに散在していた情報を1カ所で受け取ることができるというメリットは大きいはずだ。

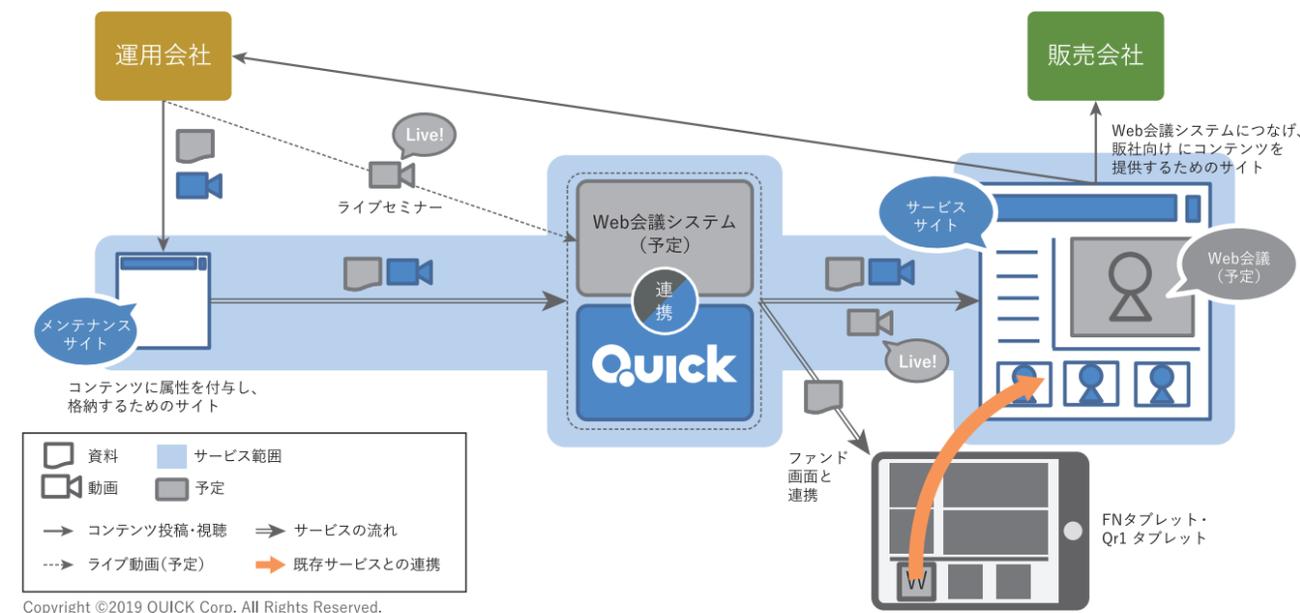
システム開発に当たって最も工夫した点は、「機能の追加は後からできるので、当初はあえて最小限の機能に絞り込んだ」ことだと内海氏は語る。動画やPDFを一覧表示するトップ画面はYouTubeを参考に、サムネイル画像が一目で分かるデザイン・レイアウトとし、最近のWebサイトのトレンドに即して使いやすいものを目指した。

「一方的に動画を配信するのではなく、配信者に再生数、動画の視聴秒数・離脱ポイント、販売会社が評価しなかった点など、さまざまな属性情報をフィードバックする予定です。配信する側の皆さまにとって有効なコンテンツ制作の材料にしたいだけと考えています」(内海氏)。再生数が伸びない動画は、情報の鮮度が落ちているのか、あるいは収録時間が長いのか。「5分では長い」と評価されたのであれば、「次回は3分以内に収まるようにしよう」——。ログデータを活用することで、そんな分析も可能になるわけだ。

Web会議システムとの連携も予定 頻繁に手軽に勉強会に参加可能

プラットフォームは現在のところ、オンデマンド動画のみアップロード/視聴が可能となっていて、一部の運用会社と販売会社の協力を得なが

サービス概念図



ら、サービスのトライアルを進めている段階だ。「実際にご利用いただくことで集まるご意見なども踏まえて、皆さまに寄り添ったサービスへと何段階にもバージョンアップしていくことを考えています」と内海氏は語る。「“つなぐ”をひろげる」をビジョンとして掲げており、来春にはPDFを対象に加えるほか、Web会議システムとの連携も進め、オンデマンドだけでなくライブ動画もサポートしていく予定だ。

Web会議システムを活用すれば、運用会社と販売会社の間でWeb会議を行って販売情報を共有したり、支店にいるままでライブの集合研修を受講したりすることもできる。「販売員の皆さまが、もっと頻繁に手軽に研修を受けられるようになります。支店での小規模な勉強会、ファンドマネージャーによるライブセミナーなどいろいろな形式にも対応可能で

す。運用会社の営業担当者にとっても、販売現場とダイレクトにつながり、タイムリーで細やかなフォローをすることができる上、頻繁な出張費用も削減できます」。Web会議システムのメリットについて、内海氏はこう説明する。

運用会社と販売会社、QUICKの三者でつり上げるサービスに

事前のマーケティングでは、導入済みの「FNタブレット」のID数以上のニーズがあった販売会社もあった。「FNタブレット」や「Qr1タブレット」といった既存のサービスと連携させるだけでなく、単独のサービスとしてもプラットフォームを提供していく構想もあるという。

今後は各販売会社のラインアップに柔軟に対応していくため、幅広く運用会社と販売会社に呼び掛けをしていくとしている。例えば、Web会

議システムを活用した参加型のユーザー会なども企画していく予定だ。「そこで意見を吸い上げ、機能拡充を図ることも検討しています。活発な意見交換を行いたいと考えていますので、ぜひ多くの方々に参加いただきたい」と内海氏は話している。

「創業以来、日本の証券・金融市場を支える情報インフラとしての役割を担い、公正・中立な立場から、付加価値の高いグローバルな金融情報をお届けしてきたQUICKだからこそできる、“つなぐ”というサービスにご期待いただきたい。預り資産ビジネスが転換期を迎えている今、業務効率の向上は必須であり、単にサービスを提供するのではなく、幅広い皆さまと“一緒にサービスをつくっていく”という姿勢でこのプロジェクトを推進していきたいと考えています」。最後に内海氏は、こうメッセージを送っている。