

グローバル資産運用研究

2022 インサイト パートナー
レポート

▶ 日本

2023年6月

NMGコンサルティング

- ▶ NMG Consulting は、投資と保険に重点を置いた多国籍専門コンサルティング会社です。
- ▶ 1992年にシンガポールで設立された NMG Consulting は、現在 150人以上の従業員を擁し、シドニー、トロント、ニューヨーク、ロンドン、シンガポールの主要拠点とサテライトオフィスで業務を行っています。



資産運用管理



ウェルスマネジメント



保護



コンサルティング



洞察



データ分析

グローバル資産運用調査

- ▶ Global Asset Management の調査は、2015年に NMG Consulting によって実施され、年次サイクルで実施されます。
- ▶ 毎年、世界中の1,000人以上の機関投資家や仲介ゲートキーパーと対面または電話でインタビューを実施しています。
- ▶ さらに、世界中で 2,000 人を超えるリテールアドバイザーが毎年この調査に参加しています。

グローバル資産運用調査の対象範囲



独立したグローバルな視点



調査の概要

目的

この調査の目的は、資産運用会社や投資バイヤーに顧客のニーズ、行動の原動力、競争上の強みと弱みを客観的に知らせることです。

アプローチ

機関投資家の資産所有者、資産コンサルタント、小売ゲートキーパー、および小売アドバイザー内の投資意思決定者への構造化されたインタビューに基づいて構築された年次独立調査

このレポート

このレポートは、2022年9月から12月までの期間に研究に参加した日本の参加者244名と結果を共有しています。



結果の洞察



マネージャーのパフォーマンス

ブラックロックとフィデリティは、NMGの機関投資家およびリテール向けのブランドランキングでそれぞれ日本でトップの地位を維持した



ソートリーダーシップ

機関投資家にとって関心のあるテーマとして、金利とインフレが顕著に上昇した。ESGに関する洞察は依然としてリテールのゲートキーパーとリテールアドバイザーに最も関連性が高い



資産配分

機関投資家は流動性の高いオルタナティブ投資やプライベートエクイティへの配分に楽観的だった。リテールの投資家は世界株式と流動性の高いオルタナティブに対して最も前向きです



主要な課題

国内債券への配分が高いため、金利は依然として機関投資家にとって主要なビジネス課題となっている。リテール投資家の最大の懸念は市場の低迷でした



投資要因

すべての投資家にとって、長期的なパフォーマンスが依然として最大の要因でした。機関投資家や個人のゲートキーパーにとって ESG 統合の重要性が向上

ブラックロックとフィデリティ・インベストメンツは、それぞれ機関投資家と個人向けに日本でトップブランドの地位を維持した

資産運用会社ブランドランキングTOP10（日本）



機関ブランドランク
(資産運用会社123社中)



個人ブランドランク
(資産運用会社201社中)

日本のトップ10の機関ブランドのうち6つは国内に拠点を置いている

アセット・マネジメント・ワンは、国内株式、ソートリーダーシップ、業界のリーダーシップ、ESG能力の評価により、機関投資家の間で3位

1	ブラックロック
2	ピムコ
3	アセットマネジメントOne
4	りそな銀行
5	野村アセットマネジメント
6	ニッセイAM（日本生命）
7	JPモルガンAM
8	三菱UFJ信託銀行
9	みずほアセットマネジメント
10	キャピタルグループ

1	フィデリティ・インベストメンツ
2	野村アセットマネジメント
3	ブラックロック
3	ゴールドマン・サックス (GSAM)
3	ピムコ
6	アライアンス・バーンスタイン
7	キャピタルグループ
8	アセットマネジメントOne
9	三菱UFJ国際AM
10	ピクテ・アセット・マネジメント

フィデリティ・インベストメンツは、リテール業界のリーダーシップを維持しており、不動産機能のリテールゲートキーパーとの改善によって強化され、信頼できるマネージャーとしての役割、顧客重視、グローバルな視点を備えています。

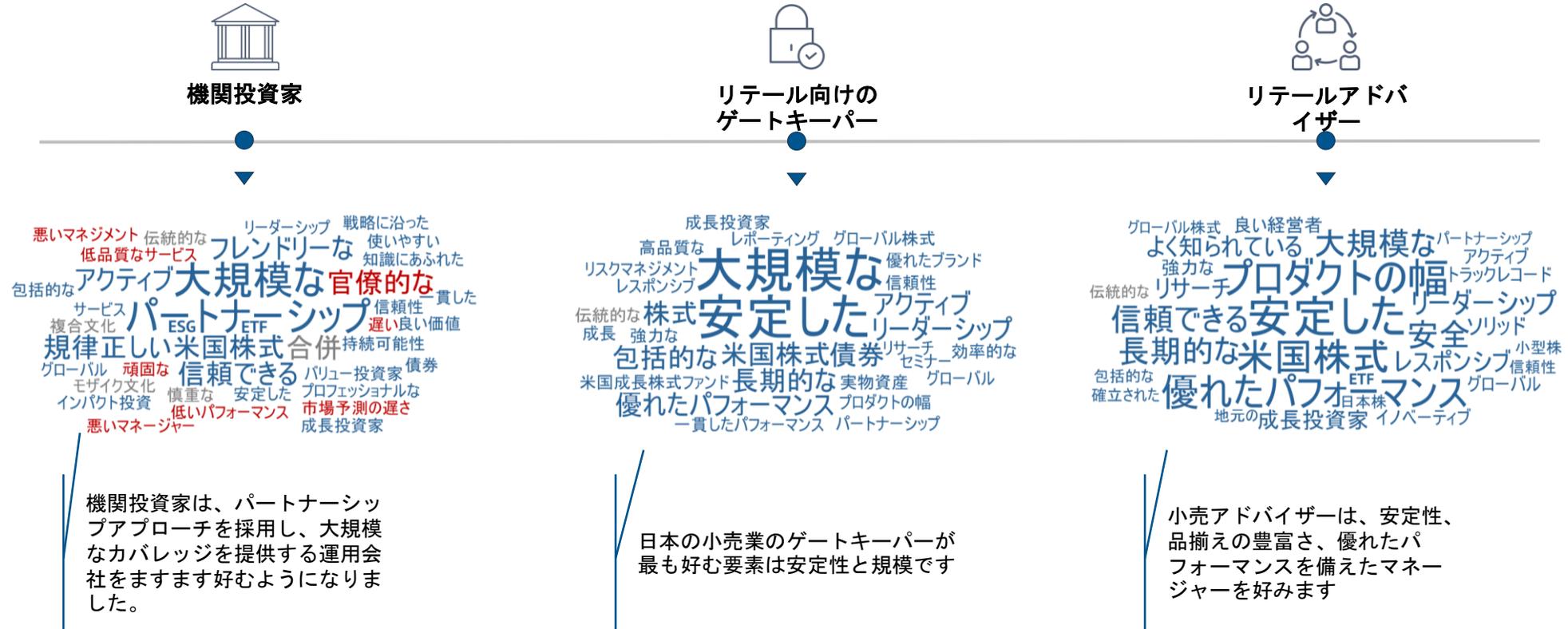
アライアンス・バーンスタイン 個人投資家全体で6位^(14位)に向上し、特にグローバル株式に関してリテールアドバイザーとゲートキーパーの両方から評価を獲得

注: 1. ブランドランキングは、2021年と2022年の平均をとった、全体的なブランド認知度、資産クラスの提供内容、および機能にわたる資産運用会社の最上位の候補に基づいて決定されます。

2. 全体的な小売ランクは、小売ゲートキーパーと小売アドバイザーのランクに同じ重みを与えることによって計算されます。

機関投資家は経営者にとってパートナーシップと規模を好みます。小売店のユーザーは安定性と優れたパフォーマンス

リードアクティブマネージャーブランドプロフィール（日本）



(注) 1. 前年比増減：■ 増加 ■ 減少 ■ 横ばい
 2. アクティブリーダーは、特定の回答者にとってアクティブな最も重要な資産マネージャーとして定義されます。

インフレと金利関連のコンテンツは、あらゆるタイプの投資家にとって関心のあるトピックでした。ESGに関するソートリーダーシップに対する個人投資家の需要は依然として高い

今後 12 か月以内に注目されるソート リーダーシップのトピック (日本)

上位 5 つのトピック



機関投資家



リテール向けゲートキーパー



リテールアドバイザー



2022年の順位	トピック	ランクの変更
1	金利	↑
2	インフレ	↑
3	債券	=
3	市場解説	=
3	リスクマネジメント	=
1	ESG	=
2	金利	=
2	市場解説	=
4	金融政策	↑
5	インフレ	=
1	ESG	=
2	インフレ	↑
3	長期的な	↑
3	戦略	↑
5	金利	↑

現在の市場状況を考慮すると、機関投資家と個人投資家にとって金利とインフレの上昇が関心のあるテーマとなっています

ESG は、製品と成長の可能性をより深く理解しようとしているリテール向けゲートキーパーやアドバイザーにとって、ソートリーダーとして最も関心のある分野であり続けています。

機関投資家は流動性の高いオルタナティブ投資やプライベートエクイティに前向きです。個人投資家は流動性の高いオルタナティブ投資とグローバル株式に最も好意的です

報告された資産構成と資産配分の意向（日本）



機関投資家

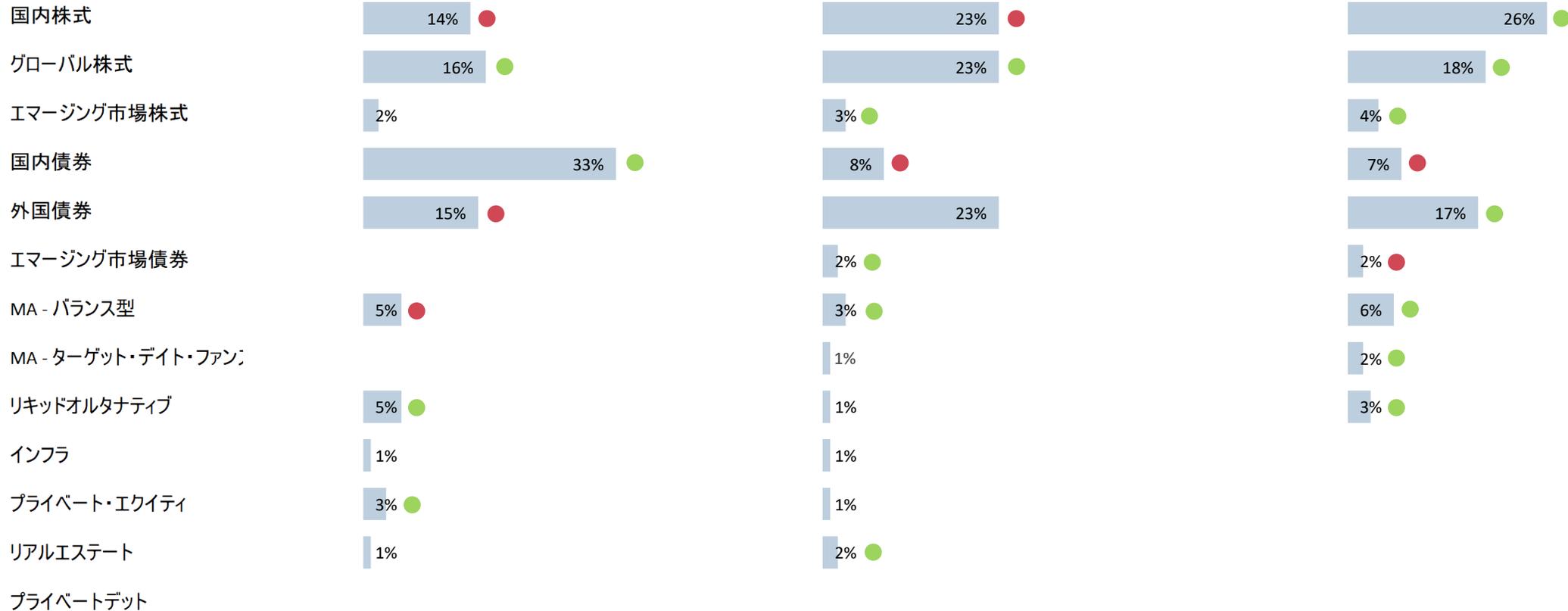


リテール向けゲートキーパー



リテールアドバイザー

2022年の資産配分 配分意図



注: 1.配分意向は、今後12か月以内に配分を増減する意向のある回答者の割合が最も高い資産クラスを示します (1%を超える配分を考慮): ● 増加 ● 減少

債券との関係から、金利は依然として機関投資家が挙げる最大の課題となっている。個人投資家は市場の低迷を懸念している

今後 12 か月以内に予想される最大の課題トップ 5 (日本)



機関投資家

課題	ランク の変更
1 金利	=
2 債券	↑
2 ヘッジ	↑
2 年金	↑
5 アセットアロケーション	↓

私たちの投資の大部分は債券です。金利の方向性は重要なリスクです。債券ポートフォリオの設計に集中する必要がある
保険会社、日本



リテール向けゲートキーパー

1 市場の低迷	↑
2 新商品	=
2 インフレ	↑
2 金利	↑
2 スタッフマネジメント	↑

クレジット市場、特にレバレッジファイナンス部門の運営における環境の悪化
リテールゲートキーパー、日本



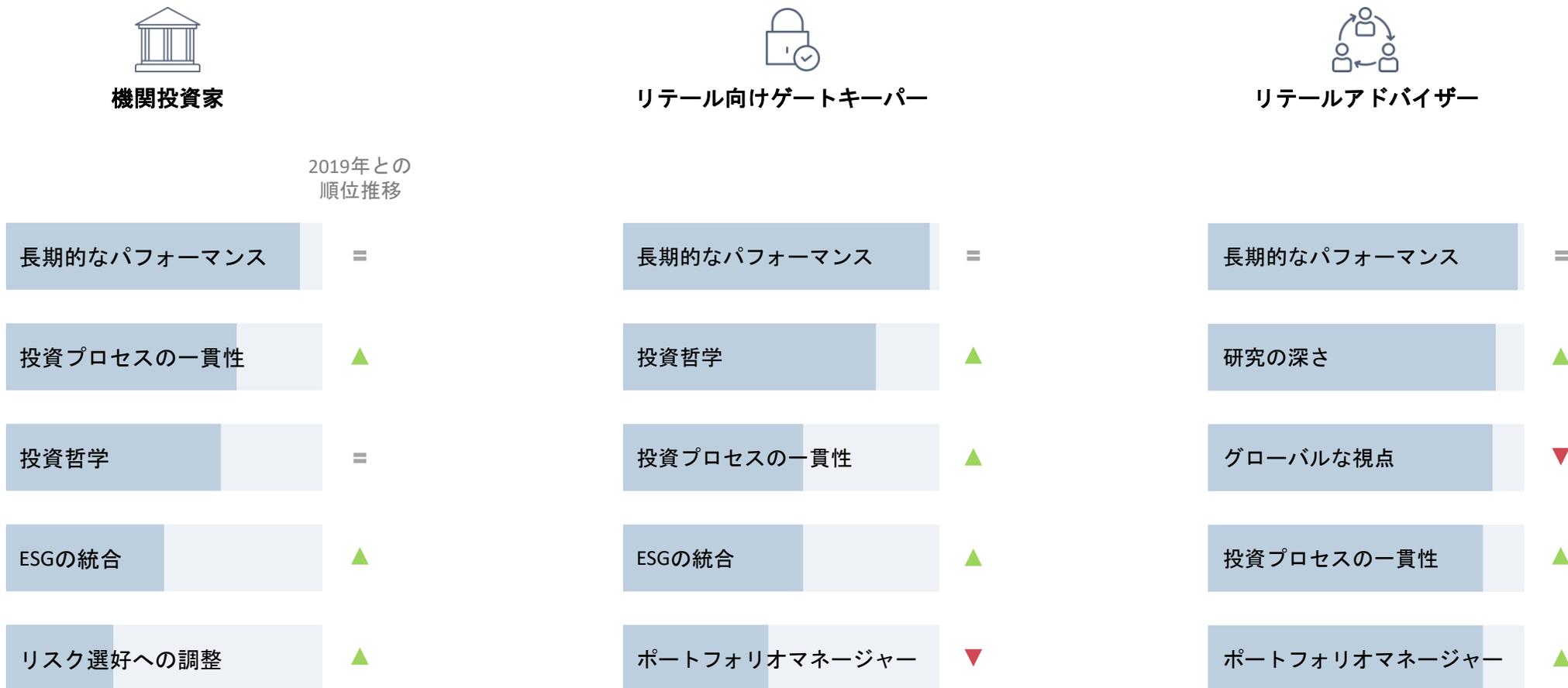
リテールアドバイザー

1 市場の低迷	↑
1 パフォーマンス	↑
3 顧客獲得	↑
3 資産留保	↑
5 成長	↓

市場の値下げ局面への移行における株式市場の下落と米ドル安のリスク
リテールアドバイザー、日本

すべての投資家にとって、長期的なパフォーマンスが引き続き最大の要因でした。機関投資家やリテール向けゲートキーパーにとって ESG 統合の重要性が増大

最も重要な投資要素トップ5(日本)



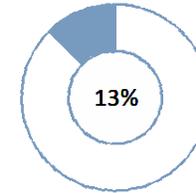
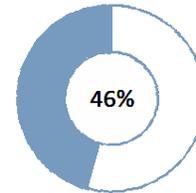
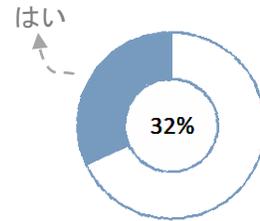
注: 1. 上位5つの投資要因は、2022年にこれが重要であると回答した回答者の割合に基づいています。2. 棒グラフの右側の矢印は、2019年からの順位の変化を示しています。注: アクティブな所有権は追加された新しい要因です2022年: ▲ 増加 ▼ 減少 = 現状維持

「興味のあるトピック」がカンファレンスに直接参加する主要要因です。 アドバイザーにとって、「旅行のしやすさ」は重要な考慮事項です

直接カンファレンスに参加する（日本）



過去6か月以内に直接カンファレンスに参加した投資家の割合



直接参加する理由トップ2

興味深いトピックでした
資産運用会社とのネットワーク構築

興味深いトピックでした
講演者、またはカンファレンスで役割を果たした

興味深いトピックでした
カンファレンスへの移動は簡単でした

アドバイザーの大多数はソーシャルメディアを定期的に使用しています。 YouTube、Twitter、Instagram、Facebook が最も広く使用されていました

ソーシャルメディアプラットフォーム-リテールアドバイザー(日本)

定期的に使用されるソーシャルメディアプラットフォーム
(ソーシャルメディアを使用している回答者の割合)



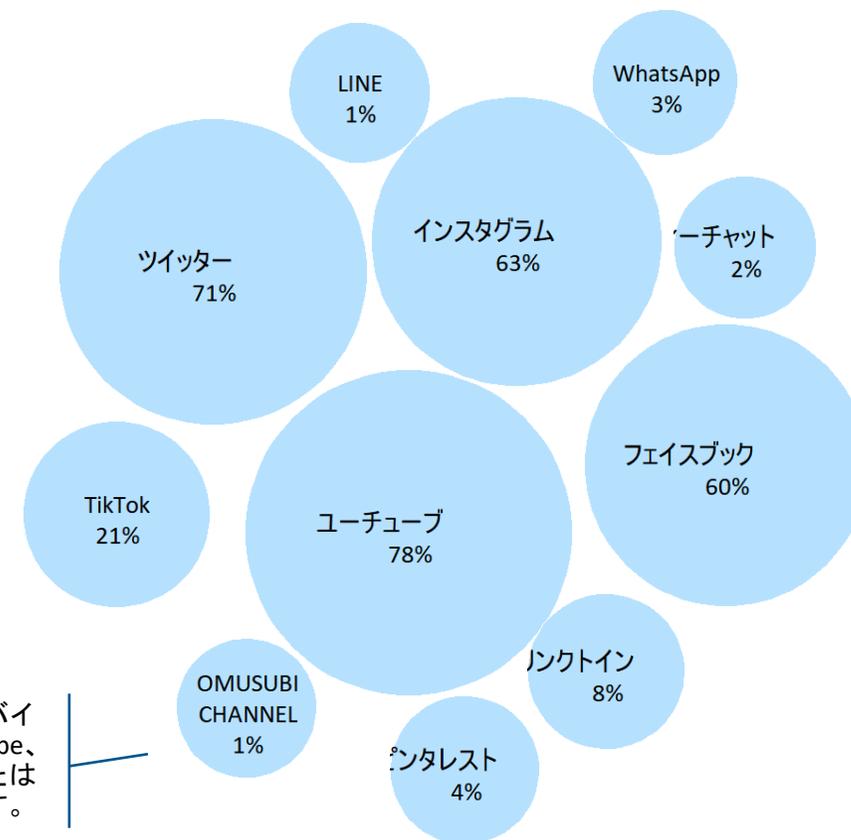
98%

のリテール向けアドバイザーは、個人または職業上の目的で定期的に(毎週)ソーシャルメディアプラットフォームを活用しています



3

プラットフォームは平均してリテール向けアドバイザーによって使用されています



今後 12 か月間、ほとんどのアドバイザーは、Facebook から移行し、YouTube、Twitter、Instagram の使用を継続または廃止すると予想しています。

ありがとうございました

NMGの詳細については、www.nmg-consulting.comをご覧ください。

当社のグローバル資産運用調査に関するさらなる洞察や詳細については、Will Fraser (will.fraser@nmg-group.com)までお問い合わせください。



ロンドン・シンガポール・シドニー・トロント・ケープタウン・ニューヨーク