



消費者がインターネット上で自分に合った金融の専門家を比較して選べる世界を作りたい

ITを活用した金融サービス「FinTech」が注目を集めている。中でも株式会社ZUUは、IT×リテール金融に焦点を当て潜在的な金融ニーズを持つ顧客と金融の専門家をマッチングするサイトを展開している。同社が目指す世界とビジネスモデルを代表取締役社長兼CEOの富田和成氏に伺った。

自分に合った担当者に 出会えていない消費者は多い

——富田さんは野村證券を退社された後、2013年4月に株式会社ZUUを創業し、金融に関する悩みを抱える個人と金融の専門家をマッチングさせるサイトを立ち上げました。この事業を始めようと思った理由は何かでしょうか。

富田 私は野村證券に勤めた7年間に、支店での新規開拓や本社のプライベートバンキング業務、シンガポールのPB業務、東南アジアの営業戦略立案など、リテール金融に関する様々な業務を経験しました。

その中で常々、インターネットを活用した個人への金融商品の販売がうまくいっていないことに疑問を感じていたので、

ネット証券もネット生保もネット銀行も、魅力的な商品を提供しているのに、爆発的には利ユーザーが伸びていない。これはお

そらく、ネット上で自分に合った金融商品を選択できるほどの金融リテラシーを、消費者が身につけていないからだと考えました。そのために消費者は、対面で、営業担当者からアドバイスを受けて金融商品を購入しているわけです。

では、消費者は、自分に最適な金融商品を提供してくれる経験豊富な担当者に出会えているかというとそうとも言えません。

営業担当者に出会う方法は、①店舗に行く、②飛び込み営業やテレアポでアプローチを受ける、③知人から紹介を受けるの3つです。①と②の場合、対応してくれるのは経験の浅い若手担当者であることが多く、③の場合も、単に良い人という理由で紹介されるケースもあります。それならば、自分に合った金融商品・サービスを提供してくれる資産アドバイザーを探せる、金融に特化したマッチングサイトが必要だと考えたわけです。