

iDeCo・NISA推進における 動画ツール活用のご提案



株式会社i-Cue 会社概要

会社概要

社名：株式会社i-Cue（アイキュー）

設立：2011年7月

主な業務：動画・Webサイト・ウェビナーなどデジタルコンテンツの企画、制作、コンサルティングなど

ホームページ：<http://www.i-cue.jp>

クライアント（金融機関）

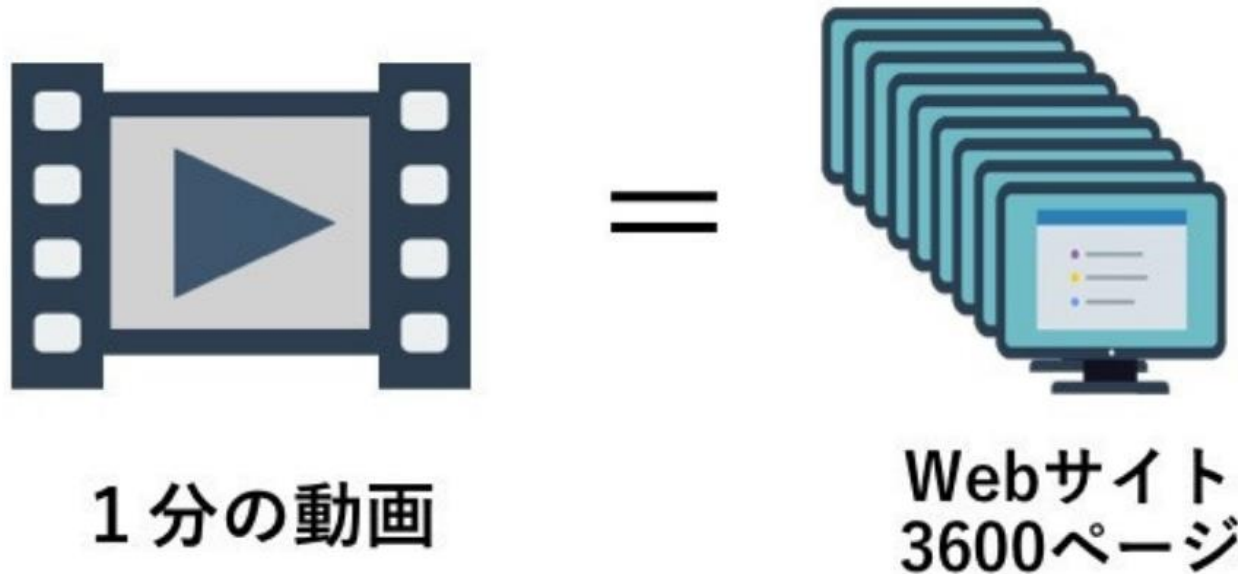


動画コンテンツが求められる背景

そもそも、なぜ動画を活用すべきなの？

米マーケティング会社ClearPivotによると、**広告を画像から動画にしたところ問合せ率が2-30%向上した**そうです。
1分間動画の情報量は「180万語」と言われており、サービスに関心をもった顧客に対する強い訴求が期待できます。

1分間動画の情報量は「180万語」に匹敵



引用 | Video Ads vs. Image Ads: Which Drive More Engagement on Facebook?
<https://databox.com/videos-vs-images-in-facebook-ads>

iDeCo/新NISA動画の活用例

動画を活用している企業様ではサービスページに掲載するだけでなく、セミナー冒頭や空き時間放映、メルマガに掲載するなど、様々なシーンで利用することでお客様への訴求回数を増やしていらっしゃいます。

動画活用事例

店舗のディスプレイにて放映



年末年始やお盆の帰省時にご来店される方を狙った施策。
事務手続き目的で来店した方と資産形成に関する会話が
生まれる確率を高める効果が期待できます。

セミナー案内メールに掲載



一般的にセミナーの案内メールに動画を掲載すると、
申込率の向上が期待できると言われています。
ある銀行様では案内メールに動画を掲載することで、
セミナー申込率の50%向上に成功しました。

iDeCo/NISA推進における課題整理（一部仮説）

iDeCo/NISA推進における課題整理（一部仮説）

一般的な情報を基に、iDeCo/NISA推進における課題を整理しました。
赤枠で囲われた箇所が本提案のスコープとなっております。

顧客行動プロセス	①認知	②興味	③比較・検討	④申込み	⑤商品選定	⑥継続
プロセス ゴール (現場主語)	お悩みの共有を通じ 顧客課題を顕在化 させること	顧客におトクな制度 メリットを理解 していただくこと	顧客に貴社の メリットを理解して いただくこと	顧客に手続きを実行 していただくこと	口座開設顧客が 商品を選定して 運用を始めること	長年にわたる 顧客の資産形成を 支援し続けること
使用する ツール (本部主語)	<ul style="list-style-type: none"> 制度説明動画 	<ul style="list-style-type: none"> 推進パンフレット 制度説明動画 	<ul style="list-style-type: none"> 推進パンフレット 制度説明動画 	<ul style="list-style-type: none"> パンフレット 手続きナビ動画 	<ul style="list-style-type: none"> ロボアドバイザー 商品一覧表 	—
想定課題 (本部主語)	<ul style="list-style-type: none"> 効果的に資産運用顧客母集団を形成すること 顧客課題を引き出す仕組みを作ること 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客に対する魅力訴求の精度を高めること 職員の魅力訴求トークレベルを平準化すること 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客に対する魅力訴求の精度を高めること 顧客に寄り添う制度の有効利用提案をすること 	<ul style="list-style-type: none"> 申込ハードルを下げ、離脱率を低下させること 申込の不備率を低下させること 	<ul style="list-style-type: none"> 商品を選んで運用スタートする顧客を増やす(確率を上げる)こと 	<ul style="list-style-type: none"> 相場下落時などの運用離脱者を減らすこと 顧客がご自身の目的に沿わない投資を始めてしまうこと
			<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">本提案のスコープ①</p>		<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">本提案のスコープ②</p>	

iDeCo/NISA推進における課題整理（一部仮説）②

前ページで示した「③比較・検討」、「⑤商品選定」プロセスにおける課題について、投資信託協会が実施したiDeCo/NISA認知層に対するアンケート調査から情報を整理しました。

顧客行動プロセス	①認知	②興味	③比較・検討	④申込み	⑤商品選定	⑥継続
想定課題 (金庫主語)	<ul style="list-style-type: none"> 効果的に資産運用顧客母集団を形成すること 顧客課題を引き出す仕組みを作ること 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客に対する魅力訴求の精度を高めること 職員の魅力訴求トークレベルを平準化すること 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客に対する魅力訴求の精度を高めること 顧客にあわせて制度有効利用の提案をすること <p>本提案のスコップ①</p>	<ul style="list-style-type: none"> 申込ハードルを下げ、離脱率を低下させること 申込の不備率を低下させること 	<ul style="list-style-type: none"> 商品を選んで運用スタートする顧客を増やす(確率を上げる)こと <p>本提案のスコップ②</p>	<ul style="list-style-type: none"> 相場下落時の投資離脱者を減らすこと 他社に移換して顧客が目的に沿わない投資を始めしまうこと

≡ 「制度は知っているが未開設」状態

NISA : 81.8%、iDeCo : 84.8%

購入検討のきっかけ (つみたてNISAに関するアンケートより)

- ・手取りや貯蓄が増えたら (39.6%)
- ・金融や投資の勉強をして理解ができたなら (17.6%)
- ・経済が上向きになったら (14.5%)

※また、投信保有者におけるiDeCo未開設理由では、「他の制度に入ってるから」という回答が8.3%もありました。

≡ 「口座開設したが金融商品は未購入」状態

NISA : 24.1%、iDeCo : 23.0%

上記の理由 (つみたてNISAに関するアンケートより)

- ・どの商品を買っていいかわからないから (28.5%)
- ・買うタイミングがわからないから (17.3%)
- ・投資に関する知識がないから (16.2%)

引用 | 2022年(令和4年)投資信託に関するアンケート調査(NISA、iDeCo等制度に関する調査)
https://www.toushin.or.jp/statistics/report/research2_2022/

iDeCo/NISA推進における 動画ツール活用のご提案

動画ツール活用のご提案

顧客の「③比較・検討」「⑤商品選定」プロセスにおける離脱率を減らすことを目的として、
以下2種類の動画制作および活用をご提案いたします。（詳細は次ページ以降に掲載しました）

<スコープ①>
iDeCo/NISAの
比較検討プロセスを
サポートする動画

→詳細はP6

はじめての投資 NISAとiDeCoどちらを選べばいいの？



2023年までに投資したNISA投資分、どうなる？ どうする？



<スコープ②>
iDeCoの
商品選びプロセスを
サポートする動画

→詳細はP7

iDeCo運用商品の分類と特徴



年齢別の代表的な資産配分のご紹介！



スコープ①：iDeCo/NISAの「比較検討プロセス」をサポートする動画

顧客の疑問に沿ったテーマの動画を作ることで、制度理解促進や顧客-職員間に会話を生む効果が期待できます。
結果として、NISA&iDeCo併用や新NISAでの増額投資検討の機会を増やすことに繋がると考えております。

はじめての投資 NISAとiDeCo どちらを選べばいいの？



- **動画尺 | 約4分**
- **動画の狙い |**
 - 顧客の疑問に沿ったテーマによって制度への関心を高めること
 - 疑問の疑問に沿った解説によって制度の理解を促すこと
 - 顧客と職員間に制度に関する質問や雑談の会話を生むこと
- **動画の構成 |**
 - <導入>
 - 2つのおトクな制度はどちらからはじめたらはじめるべきか
 - <NISAとiDeCoの違い>
 - NISAとiDeCoの主な違いは2つ
 - 税制優遇の違い、資産の引き出しルールの違い
 - <考慮すべき観点>
 - ① 積立の目的 ② 投資資金 ③ 住宅ローン控除の有無
 - 3つの観点からNISAとiDeCo利用を考える
 - <クロージング>
 - 貴社を利用するメリット、貴社への相談を提案

[サンプル動画リンク \(2024/04/13 15:20 まで有効\)](https://short.milkbox-video.com/s/lbxVmnWbNv9)

<https://short.milkbox-video.com/s/lbxVmnWbNv9>

2023年までのNISA投資分、 どうなる？ どうする？



- **動画尺 | 約3分**
- **動画の狙い |**
 - 顧客の疑問に沿ったテーマにして制度への関心を高めること
 - NISA利用者に対して増額を促すきっかけをつくること
 - iDeCoなど他のサービスへのクロスセル機会を増やすこと
- **動画の構成 |**
 - <導入>
 - 新制度開始に伴い、旧制度はどうなるのか？
 - <新制度のおさらい>
 - 投資可能期間、投資上限額、つみたて/成長併用可能
 - <資産は新制度に移した方がよいの？>
 - No,非課税期間中は問題ない
 - ただし、非課税期間の間に売却する必要はある
 - <クロージング>
 - 貴社を利用するメリット、貴社への相談を提案

[サンプル動画リンク \(2024/04/13 15:20 まで有効\)](https://short.milkbox-video.com/s/pjY4Qad749M)

<https://short.milkbox-video.com/s/pjY4Qad749M>

スコープ②：iDeCo/NISAの「商品選びプロセス」をサポートする動画

「商品選びの考え方」を伝える動画を作ることによって、『投資は難しい』と考える離脱者を減らす効果が期待できます。特にiDeCoでは職員による商品提案ができないため、一般論を伝える動画ツール利用は有効であると考えています。

iDeCo運用商品の分類と特徴



- **動画尺 | 約5分**
- **動画の狙い |**
 - 運用商品の「選び方の考え方」を平易な表現で伝えることで、『むずかしい』と感じることが理由の離脱者を減らすこと
 - スマートフォリオの前提を伝えて商品選びの納得感を促すこと

• **動画の構成 |**

<導入>

- 運用商品の分類と特徴を伝え商品選びをサポートします

<商品の全体像と向いている人の考え方>

- 元本確保型商品（定期）と元本確保型以外の商品（投信）
- 投信の分類：バランス型商品と単一資産型商品
- バランス型の分類：固定型、リスクコントロール型、TY型
- 単一型の分類：パッシブ、アクティブ

<クロージング>

- スマートフォリオのメリット、貴社のメリット

[サンプル動画リンク（2024/04/13 15:20 まで有効）](https://short.milkbox-video.com/s/9mgeqQoye5b)

<https://short.milkbox-video.com/s/9mgeqQoye5b>

年齢別の代表的な資産配分のご紹介！



- **動画尺 | 約4分**
- **動画の狙い |**
 - 運用商品の「選び方の考え方」を平易な表現で伝えることで、『むずかしい』と感じることが理由の離脱者を減らすこと
 - スマートフォリオの前提を伝えて商品選びの納得感を促すこと

• **動画の構成 |**

<導入>

- どうやって選ぶか、見直せばいいか困ってませんか？
- 運用商品の分類と特徴を伝え商品選びをサポートします

<一般的な商品選びの考え方>

- 一般的に若年時はリスクとり、徐々にリスクを下げる
- 20-30代、40代、50代、60代の代表例と考え方

<クロージング>

- スマートフォリオのメリット、貴社のメリット

[サンプル動画リンク（2024/04/13 15:20 まで有効）](https://short.milkbox-video.com/s/Mx5V16XYNdD)

<https://short.milkbox-video.com/s/Mx5V16XYNdD>

金額および制作スケジュールイメージ

金額およびスケジュールイメージ

本件は「既作成動画を貴社用にリメイクする」という制作プロセスをとるため、
0から企画を立ち上げて作成する場合と比較して、**安価で短納期で動画をご納品できる見込みです。**

	概算	詳細（内訳）	備考
金額	20-35万円 (1本あたり、税前)	<p><対応内容></p> <ul style="list-style-type: none">弊社から既作成動画絵コンテのご提供貴社にて動画の変更箇所を指示アニメーション作成ナレーション収録	<ul style="list-style-type: none">色味やキャラクター等は貴社指定の内容に変更が可能です既作成動画からの変更量に応じて金額が変動しますボリュームディスカウントの適用が可能です(4本作成&変更が軽微であれば20万/本 予定)
制作期間	約 1 か月	<ul style="list-style-type: none">動画の絵コンテやりとり：1週間初稿版動画のご提出：1週間動画の修正やりとり：1.5週間 (並行してコンプラチェック)ナレーション収録：0.5週間最終確認およびご納品	<ul style="list-style-type: none">早期納品をご希望の場合は対応可能ですのでお気軽にお申し付けください

上記は現時点の概算金額・スケジュールになります。要件が固まったタイミングで再作成いたします。

補足資料

補足資料

既作成動画を貴社用にリメイクする「テンプレート動画サービス」とは？

金融機関において新たな動画を作成する際、大きな担当者負担やコスト負担がかかっていました。
そこでi-Cueより、多くの金融機関が共通でご利用可能なテンプレート動画を先行制作することで、
短納期で安価に少ない担当者負担で動画制作を実現する動画制作方法をご提案いたします。

<従来の動画制作方法>

- ① 貴社担当者による動画企画立案
- ▽
- ② 制作会社に相談・金額確認・発注先選定
- ▽
- ③ シナリオ・絵コンテイメージの作成
- ▽
- ④ シナリオ・絵コンテの修正やりとり
- ▽
- ⑤ ビデオコンテの作成
- ▽
- ⑥ ビデオの修正やりとり
- ▽
- ⑦ 完成・納品

- ✓ 企画立ち上げから動画完成まで**約2カ月**
- ✓ 修正やり取りなどの大きな**担当者負担**
- ✓ 編集やデザインにかかる**制作費用負担**

<新しい制作方法のご提案>

- ① i-Cueの既制作動画を確認
- ▽
- ② 変更したい箇所をi-Cueに指示
- ▽
- ③ 自社ロゴなどの必要素材を提供
- ▽
- ④ 完成・納品

- ✓ 発注から動画完成まで**最短7日**
- ✓ 弊社との**事務やり取りのみの担当者負担**
- ✓ 最低価格**20万円程度**の制作コスト

動画の活用方法と制作における論点整理

各動画の活用方法と制作における論点を整理しました。

現場で機能する動画を制作するためには、「ツールとしての使いやすさ」が重要になると考えております。

想定利用シーン	論点
<ul style="list-style-type: none">① 職員様がタブレットで再生 (営業補助ツールとして利用)② Webサイトに掲載③ 店舗ディスプレイに掲載	<ul style="list-style-type: none">● サポートツールとしての使いやすさ<ul style="list-style-type: none">・ 短尺で簡潔な説明である必要性・ 使いたいシーンを取り出しやすい仕様・ 無音でも内容を理解することができる・ 目的に応じて取り出しやすい動画

i-Cue（アイキュー）金融事業部ディレクターの紹介

金融特有の用語や慣習、商品マーケティングを理解している経験豊富なディレクターが担当。コミュニケーションコストを下げながら高品質のコンテンツ制作をサポートいたします。

01 渡辺賢輔 COO/ディレクター



会計事務所、金融情報サービス会社を経て、2004年にIR支援を目的としたベンチャーの立ち上げに参画。その後、2011年7月に、動画によるマーケティング支援を目的としたi-Cue（アイキュー）を設立。IR支援では、説明会や総会で160社の実績があり、現在は、金融領域で動画マーケティングの実績を拡げている。ユーザーの動き（行動、思考、感情）を時系列で見える化するカスタマージャーニーマップやデザイン思考を取り入れ、金融の現場の担当者が共感を得られるような企画を作る事を得意としている。

02 杉崎忠洋 ディレクター



2007年野村証券に入社し、リテール業務や富裕層向けプライベートバンキング業務に従事。その後、2016年2月にi-Cue（アイキュー）の金融領域向けサービス立ち上げに参画。動画を利用したマーケティングや教育研修のプロジェクトに携わり、企画立案やコンテンツ設計などを務める。証券会社時代に培った経験と幅広い金融知識を活かしたコンテンツ作りを得意としている。海外の投資家が注目するESG課題を取り上げるi-Cue発のサイトNarrativeの立ち上げにも関わる。