

「若年層を中心とした個人による投資の現状と  
NISA の利用促進に向けた課題  
に関する調査」  
報告書

株式会社野村総合研究所

-目次-

第 I 章	若年層の資産形成と投資の現状.....	2
第 1 節	アンケート・インタビュー調査概要と分析の観点.....	2
第 2 節	若年層の資産形成と投資の現状.....	4
1.	若年層の資産形成と投資の現状.....	4
2.	投資経験者の投資のきっかけ・投資の現状.....	12
3.	投資未経験者が投資しない理由.....	20
4.	若年層の NISA 利用実態.....	27
第 3 節	今後投資をより身近に感じるために必要なこと.....	33
1.	今後投資をより身近に感じるために必要なこと.....	33
2.	「投資教育・スキルの向上」「投資情報の提供」を担うべき組織・機関.....	34
第 II 章	有識者ヒアリングを踏まえた個人の資産形成と投資促進に向けた課題とあり方	38
第 1 節	アンケート・インタビュー調査結果から浮かび上がる問題点.....	38
第 2 節	有識者へのヒアリングから得られた示唆.....	48
1.	家計管理の習慣化や資産形成への関心の喚起.....	49
2.	金融・投資に関する知識・スキルの向上.....	50
3.	投資に対するイメージの改善.....	51
4.	金融機関の姿勢・取り組み.....	52
第 III 章	若年層を中心とした個人に投資を促すための必要な施策.....	57
第 1 節	個人に投資を促すために必要な取り組み.....	57
第 2 節	関係者に求められる施策.....	59



## はじめに

我が国における家計金融資産は1,600兆円にも上っているが、諸外国と比べても預貯金の占める割合が高く、株式や投資信託等のいわゆる「リスク性資産」はごく一部にとどまっている。このため、マクロ的観点から、株式投資等を通じた成長分野への資金供給の拡大の必要性が指摘されている。また、家計にとっても今後デフレからの脱却が本格化していった場合、預貯金に過度に偏重した現在の資産保有は必ずしも合理的とはいえない。

こうした中で、家計金融資産から成長分野への資金供給を拡大することや、家計が将来に備えた資産形成を始めるきっかけを提供することを目的に、NISA（少額投資非課税制度）が2014年1月より導入されている。NISA口座開設数は6月末時点で727万件に上っているが、その利用者は既存投資家为中心で、投資未経験層の利用は限られている。今後は投資未経験者、特に若年層を中心にNISAの利用を促していく必要がある。

こうした背景から、NISAの個人、特に若年層による利用率の向上を図る取り組みについて、調査・研究を行った。

(仕様書より転記)

本調査では、個人の資産形成や投資に対する取り組み状況をアンケートやインタビューによって調べ、これを基に必要な施策を導出する。具体的には、まず第I章で、野村総合研究所が個人を対象に実施したアンケート・インタビュー調査データを用いて我が国の若年層の資産形成や投資の現状について分析を行う。第II章では、第I章の調査データから浮かび上がった現状を踏まえ、実務家や研究者等の有識者に対するヒアリングを実施し、得られた示唆を整理する。そして第III章では、調査データや有識者ヒアリングにより得られた示唆を総括し、求められる施策について整理する。

## 第I章 若年層の資産形成と投資の現状

本章では、我が国の若年層の資産形成と投資の現状を整理する。第1節では、野村総合研究所が1月に実施したアンケート・インタビュー調査の概要について説明する。第2節では、調査データを用いて若年層の資産形成と投資の現状、若年層のNISAの利用実態を明らかにする。最後に第3節では、投資を身近に感じるために個人が必要と考えていることについて分析を行なう。

### 第1節 アンケート・インタビュー調査概要と分析の観点

野村総合研究所が2015年1月に実施した「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査」の概要は図表1に示すとおりである。

本調査分析では、アンケート調査結果をもとに定量的な傾向を把握するとともに、インタビュー調査にて定性的な側面を補い、若年層の資産形成や投資の現状を把握する。分析対象や切り口、分析メニューは図表2に示すとおりである。

なお、アンケートはインターネットによる調査であるため、回答者に偏りがあると考えられる。インターネット調査の回答者は一般に情報感度が高いといわれており、投資している人の割合なども高く出る傾向があることは知られている。このため、分析では、得られた数値の水準そのものについてはあまり注目せず、異なる属性間の相対的な数値を中心に評価を行っている。

図表1 アンケート・インタビュー調査概要

	アンケート調査	インタビュー調査
実施時期	2015/1/17(土)～1/18(日)	2015/1/29(木)～2/3(火)
調査対象	全国の20代-70代の 男女個人7,000人(回収数) 内、若年層(20代-40代)は3,544人	首都圏近郊在住の20代-40代の 男女個人30名程度
調査方法	インターネット調査	・個人インタビュー(投資経験者) ・グループインタビュー(投資未経験者 を性別×世帯構成別にグループ分け)

図表2 アンケート・インタビュー調査分析の観点

分析の観点	内容
対象	20代-40代の若年層を対象とする。
切り口	投資経験者、投資未経験者に分類する。投資未経験者については、さ

分析の観点		内容
		らに投資関心層、無関心層に分類する。
分析メニュー		
資産形成と投資の現状		性別・年代や保有資産、資産形成に対する姿勢、金融・投資に関する知識レベルの違いと投資への取り組み状況(投資経験・関心度合い)の関係を見る。
投資経験者の分析		投資に向かうきっかけや情報収集等の活動、投資の現状として投資目的や積立の利用状況について確認する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>ただし、この分析では投資経験者は、「2011年以降に投資開始した人」を対象としている。</li> </ul>
投資未経験者の分析		投資関心層・無関心層それぞれに対して、投資しない理由と投資に対するイメージを確認する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>ただし、この分析では未経験者(関心層・無関心層)については、「個人金融資産300万円以上」を対象としている。</li> </ul>
NISAの利用実態		NISAの認知度や利用実態、未申込・未投資者に対してはその理由を確認する。
今後投資を身近に感じるために必要なこと		投資を身近に感じるために個人が必要だと考えること、それを担うべきだと考える組織を確認する。

なお、本調査では以下のように調査対象者を区分している。

- 投資経験者：これまでに投資を経験したことがある人
- 投資未経験者：投資を経験したことがない人
- 投資関心層：投資を経験したことはないが、興味・関心を持っている人
- 投資無関心層：投資を経験したことはなく、興味・関心も持っていない人

## 第2節 若年層の資産形成と投資の現状

### 1. 若年層の資産形成と投資の現状

若年層の資産形成や投資の状況を把握するために、以下の観点から分析を行ない、投資経験者と投資未経験者（関心層・無関心層）の特徴や傾向を確認する。

- 性別・年代
- 保有金融資産
- 年収
- マネープランの作成経験
- 家族や自分自身の貯蓄・消費習慣
- 金融投資に関する学習経験
- 金融投資に関する知識の習得状況

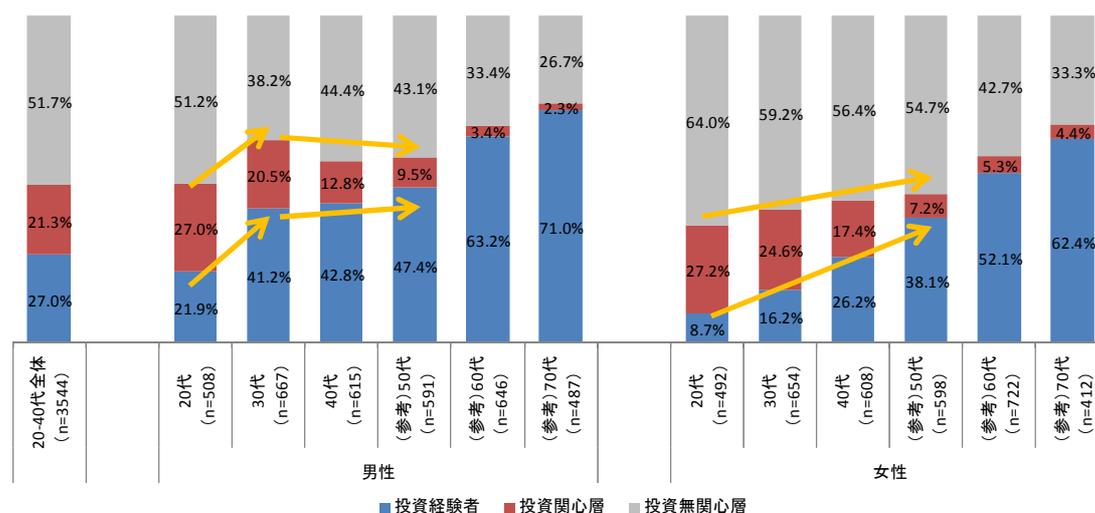
#### ① 性別・年代別にみた投資への取り組み状況

性別・年代別に見た投資状況を図表3に示す。20代-40代の若年層全体で投資経験者は約3割であり、男性は女性よりその割合は高い。

年代の高まりによる投資経験者の割合の増え方は、男女で違いがある。男性の投資経験者は、20代から30代にかけて倍増するが、それ以降は50代までほとんど増加しない。一方、女性の投資経験者は、男性とは異なり、20代から70代まで年齢を追うごとに増加している。

投資関心層の割合については、男女ともに20代では約27%、次いで30代では20%以上が関心を持っており、若い世代の投資への関心の高さがうかがえる。

図表3 性別・年代別



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」  
より作成

投資経験者の増え方が男女によって異なる原因を把握するために、インタビュー調査で夫婦間の家計管理の役割分担について確認したところ、妻が家計を管理し、出産や子供の就学等の将来の支出に備えて貯蓄する役割を担うケースが多いことが分かった。このような夫婦間の役割の違いが、男女間で投資経験者の増加状況に影響を与えているのではないだろうか。

(インタビュー調査)

「妻に私の給料明細を渡している。妻もフルタイムで働いているが、妻の給料は聞いたことがない。夫婦二人の給料総額は妻だけが把握している。」

投資関心層: 男性・既婚子なし(20代)

「家計は妻が管理しており、私自身は妻から毎月小遣いをもらっている。妻からの提案もあり、子どもが生まれてからは、子どもの教育資金を貯めるために家計について話し合うようになった。」

投資関心層: 男性・既婚子持ち(30代)

「家計は私が管理している。子供の習い事にお金がかかっている。主人とはお金について滅多に話さないが、旅行などのきっかけで、たまに『どれくらいお金あるの?』と聞かれる。」

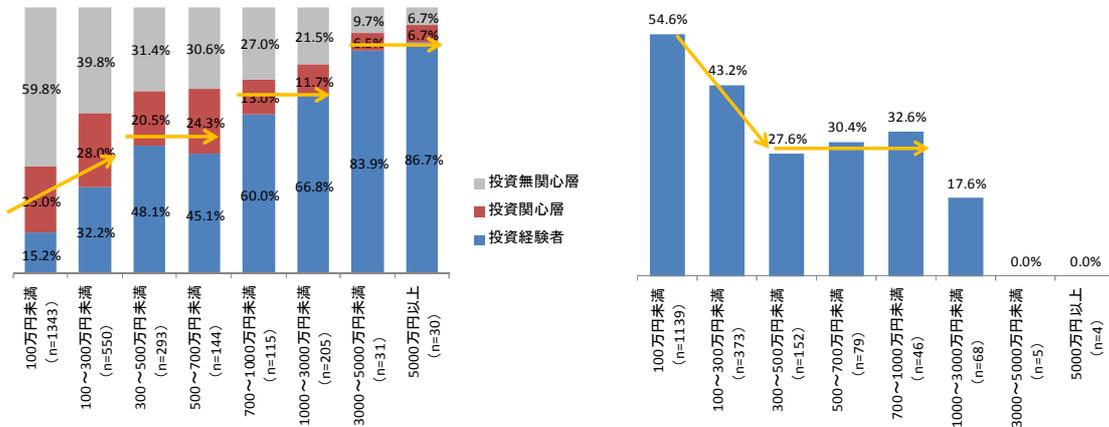
投資関心層: 女性・既婚子持ち(40代)

## ② 保有金融資産別にみた投資への取り組み状況

保有金融資産の額によって、投資経験者の割合がはっきりと異なる。図表4(左)にある通り、保有金融資産が多いほど投資経験者は多く、保有金融資産300万円以上の階層では約半数以上が投資を経験している。

また、保有金融資産が一定の額を超えると、資金がないという理由で投資しない人が減少する。図表4(右)は、投資未経験者の内、「投資しない理由」として「資金がないため」を挙げている人の割合を示している。金融資産300万円未満の階層では資金不足を理由に挙げる人は4割を超えるが、300万円を境界にその割合は減少している。

図表 4 保有金融資産による違い（左）と  
資金不足を投資しない理由に挙げる人の割合（右）



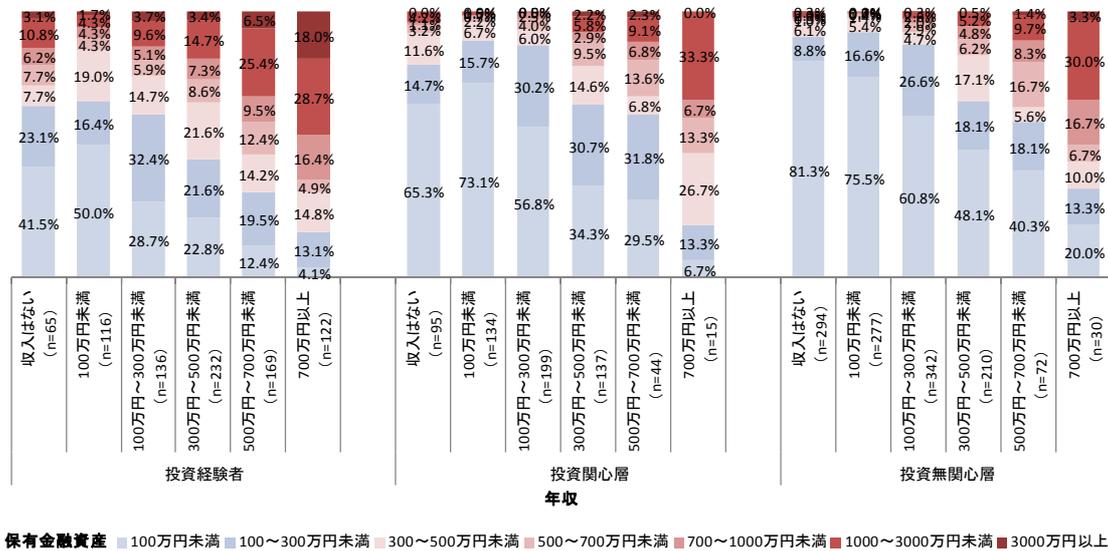
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」  
より作成

注) 「回答したくない」を選択した人を除く。

### ③ 投資への取り組み状況にみた年収と保有金融資産

投資への取り組み状況と年収階層ごとに金融資産の保有額を見たものが、図表 5 である。同一の年収水準で比較すると、投資経験者の方が投資関心層や無関心層よりも金融資産 300 万円以上の人割合が高い。たとえば、年収 300～500 万円の投資経験者のうち、保有金融資産 300 万円以上の人割合は約 56%に達するが、投資関心層では 35%、無関心層では約 34%である。

図表5 年収と保有金融資産の関係



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

注) 「回答したくない」を選択した人を除く。

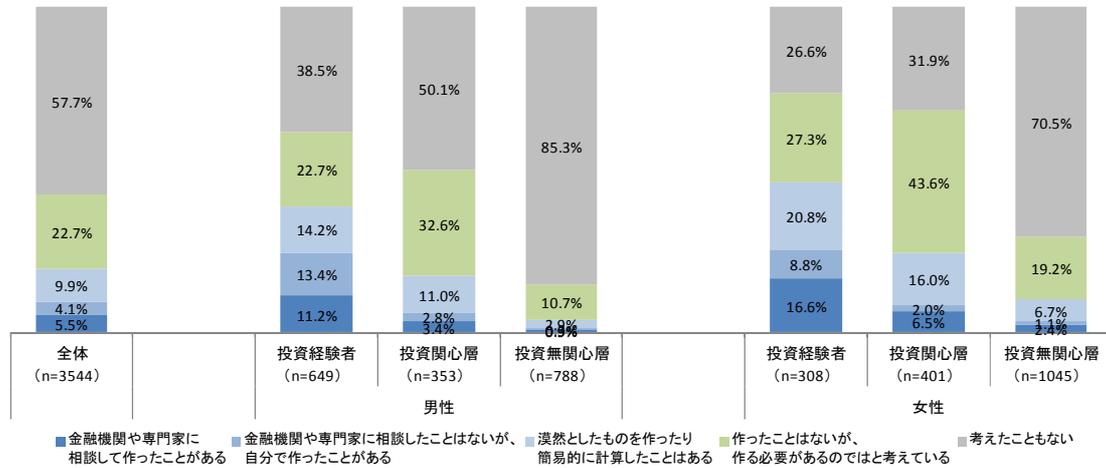
#### ④ 投資への取り組み状況別にみたマネープランの作成経験

投資経験の有無や投資への関心によって、マネープランを作成した人の割合がどの程度異なるかを見たものが図表6である。若年層全体ではマネープランを作成した経験があるのは2割程度とそもそも低い水準である。さらにマネープランを作る必要があると考えている人も2割程度に留まる

男女別では、男性より女性はマネープランを作成した経験のある人や作成の必要性を感じている人の割合が高い。

また投資経験と未経験者でも、マネープラン作成経験者の比率は明らかに違っている。男性の場合、投資経験者ほどマネープランの作成経験のある人が多く約40%に達するが、投資関心層では約20%、投資無関心層では10%以下にとどまる(女性でも傾向は同じ)。またマネープラン作成の必要性を感じている人の割合は、男性の場合、投資関心層の約30%であるが、投資無関心層では1割程度と大幅に減少している。女性の場合それぞれ、40%程度、20%程度で、男性同様大幅に減少している。

図表 6 マネープラン作成経験・検討状況

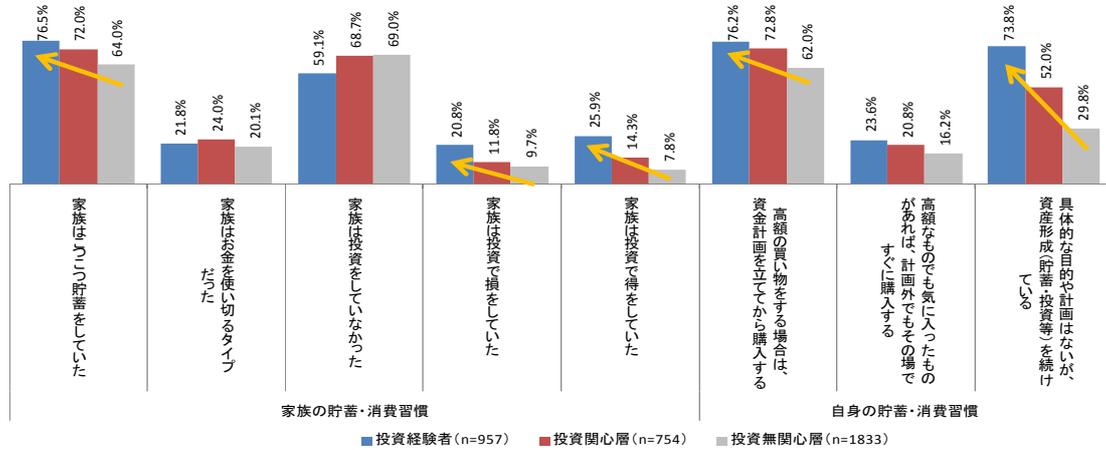


出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

⑤ 投資への取り組み状況別にみた家族や自分自身の貯蓄・消費習慣

家族や自分自身の貯蓄や消費習慣が投資への取り組み状況に影響を与えている可能性がある。家族や自分自身の貯蓄や消費習慣と投資経験の有無や投資への関心との関係を見たのが、図表 7 だ。投資経験者には「家族がこつこつ貯蓄していた」や「家族は投資で損をした」、「家族は投資で得をしていた」と回答している人が多い。また、「高額の買い物をする場合は資金計画を立ててから購入する」や「具体的な目的や計画はないが資産形成を続けている」を回答している人も多い。特に「具体的な目的や計画はないが資産形成を続けている」人の割合は、投資経験者で約 70%、投資無関心層で約 30%であり、おおよそ 2.5 倍の違いが見られた。

図表 7 家族や自分自身の貯蓄・消費習慣



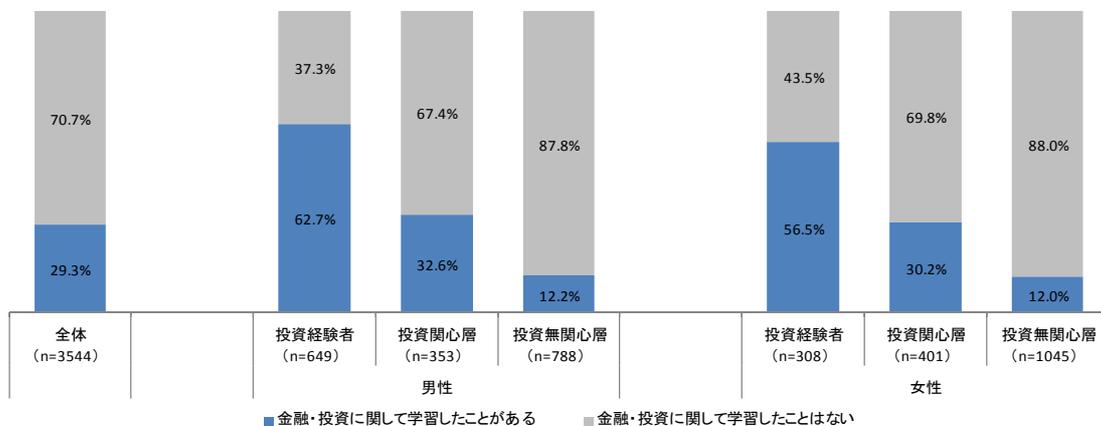
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成  
 注) 複数回答

⑥ 投資への取り組み状況別にみた金融・投資に関する学習経験

投資への取り組み状況によって、金融や投資を学習したことがある人の割合が異なっている。

図表 8 のとおり、金融・投資に関する学習経験は全体で 29.3% であるが、投資経験者では 60% 程度であり、投資未経験者よりも明らかに高い。また投資未経験者の内、金融・投資に関して学習したことがある人は、投資関心層で約 30% となり、投資無関心層では約 10% に留まる。

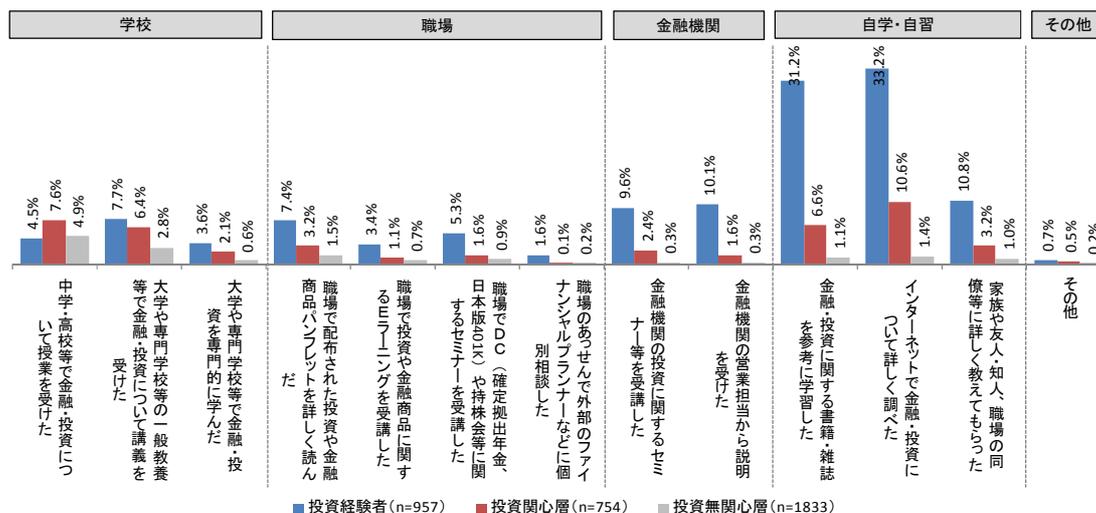
図表 8 金融・投資に関する学習経験



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」  
より作成

金融・投資に関する学習方法の内訳については図表9の通りで、投資経験者は投資未経験者(関心層・無関心層)と比較して、「自学・自習」や「金融機関」はもちろんのこと、「職場」でも学習した人の割合も高い。

図表9 金融・投資学習方法の内訳



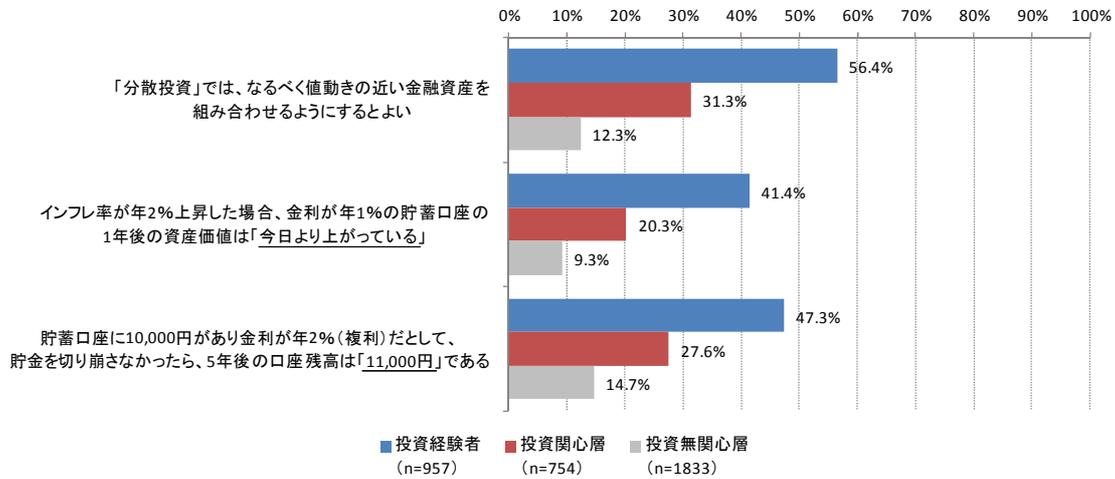
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」  
より作成

注) 複数回答

⑦ 投資への取り組み状況別にみた金融・投資に関する知識習得状況

投資への取り組み状況によって、金融・投資に関する知識レベルが異なっている。金融・投資に対する知識レベルを投資経験の有無や関心度合いによって比較した結果が図表10である。投資経験者では「分散投資」「インフレ」「複利効果」に対して40~50%程度の人が理解しているが、投資関心層では20~30%、投資無関心層では10%程度に留まる。

図表 10 金融・投資に関する知識レベル



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) 設問方法は、以下の通り。

・次の問題文のそれぞれについて、下線が引いてある場合は下線部について、引いてない場合は文章全体について「正しい」「正しくない」をそれぞれの選択してください。ただし、分からない場合は「わからない・回答したくない」を選択してください。

これら①～⑦の結果をもとに投資経験者と比較した投資関心層、投資無関心層の特徴や傾向は、以下のように整理できる。とりわけ投資無関心層でその傾向が顕著となっている。

- ・ 貯蓄の習慣がなく資産形成への関心が低い人が多い (図表 5、図表 7)
- ・ マネープランを作成したことがない人が多い (図表 6)
- ・ 金融・投資に関する知識が十分に備わっていない人が多い (図表 10)

## 2. 投資経験者の投資のきっかけ・投資の現状

以下では、投資経験者がどのようなきっかけで、投資を始めたのかについて分析する。

具体的には投資を行うまでの間を「投資に興味を持つ」、「口座を開設する」、「商品を購入する」という3段階に分けて考え、各段階でどのようなきっかけがあったのかや投資を始めるまでにどんな行動を取ったのかについて見てみる。また、あわせて投資資金の性格や積立投資の利用状況についても確認する。

図表 11 投資に向かうプロセス・投資の現状に関する分析



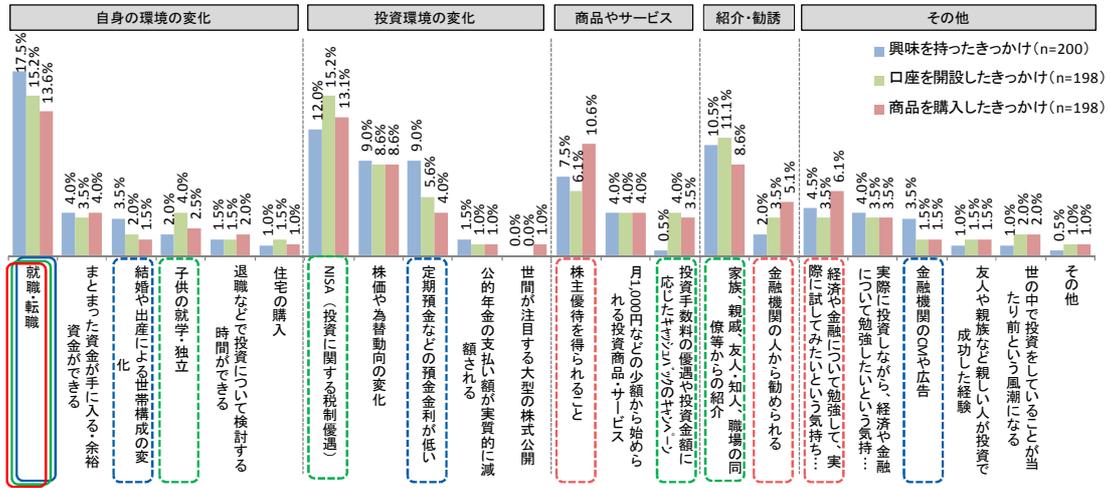
なお、本分析においては投資経験者を「2011年以降（最近5年間）に投資を開始した人」に限定している。これは、記憶が比較的鮮明な人に限定するためである。

### ⑧ 投資に向かうきっかけ

投資経験者に対して「投資に興味を持つ」、「口座を開設する」、「商品を購入する」の各プロセスにおける最も重要なきっかけを確認した結果を図表 12 に示す。ここから読み取れる傾向は次の通りだ。以下では各プロセスにおいて多く選ばれたものと、興味のきっかけよりポイントの高いものを整理した。

- どの段階でもきっかけとして多く挙げられているのは「就職・転職」や「NISA」、「家族、親類、友人、知人、職場の同僚からの紹介」である。
- 他のきっかけに比べて、「興味を持つきっかけ」で最も高くなっているのは「就職・転職」や「結婚や出産による世帯構成の変化」や「定期預金などの預金金利が低い」、「金融機関のCMや広告」がある。
- 他のきっかけに比べ「口座開設のきっかけ」が高くなっているのは、「NISA」や「子供の就学・独立」、「投資手数料優遇や投資金額に応じたキャッシュバックのキャンペーン」、「家族、親戚、友人・知人、職場の同僚等からの紹介」が挙げられる。
- 他のきっかけに比べ「商品購入のきっかけ」が高くなっているのは、「株主優待を得られること」や「金融機関の人から勧められる」、「経済や金融について勉強して実際に試してみたいという気持ち」が挙げられる。

図表 12 投資経験者が投資に向かった最も重要なきっかけ



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注1) 点線で囲んだ各きっかけは、3段階のきっかけの中で最も高く、かつ最も低いきっかけよりも2ポイント以上高いもの。

注2) 「特になし」を選択した人を除く。

インタビュー調査ではアンケート調査と同様に、投資に向かうきっかけとして「就職・転職」や「NISA」を挙げる人が多かったほか、「FPのアドバイス」を挙げる人もいた。

(インタビュー調査)

「もともと貯金癖はあったのだが、投資を始める1つのきっかけは転職である。住宅購入資金を貯めたかったのに、転職で給料が下がってしまったので、効率的に貯める方法を調べた。そこで初めて投資信託を知り、複数銘柄に分けて投資することでリスク分散効果があると知った。1つの株式銘柄に投資するよりも、自分のような初心者に向いていると思った。」

投資経験者: 男性・未婚 (30代)

「投資に興味があり、一通りインターネットや書籍を通して情報を集めていて、自分としては調べ尽くしたと思っていた。すぐにでも投資を始めたいと思っていたところ、NISA導入を知り、せっかくなので制度ができたので、NISAを利用して投資を

(インタビュー調査)

始めることにした。」

投資経験者: 男性・未婚(30代)

「老後の不安もあり将来に備えて資産形成したいという思いが強かった。TVでNISAのCMが頻りに流れていたのも、一体どんな制度でどんなメリットがあるのかを、自分で調べてみた。投資をするならNISAを利用しないと損だと思った。」

投資経験者: 女性・未婚(30代)

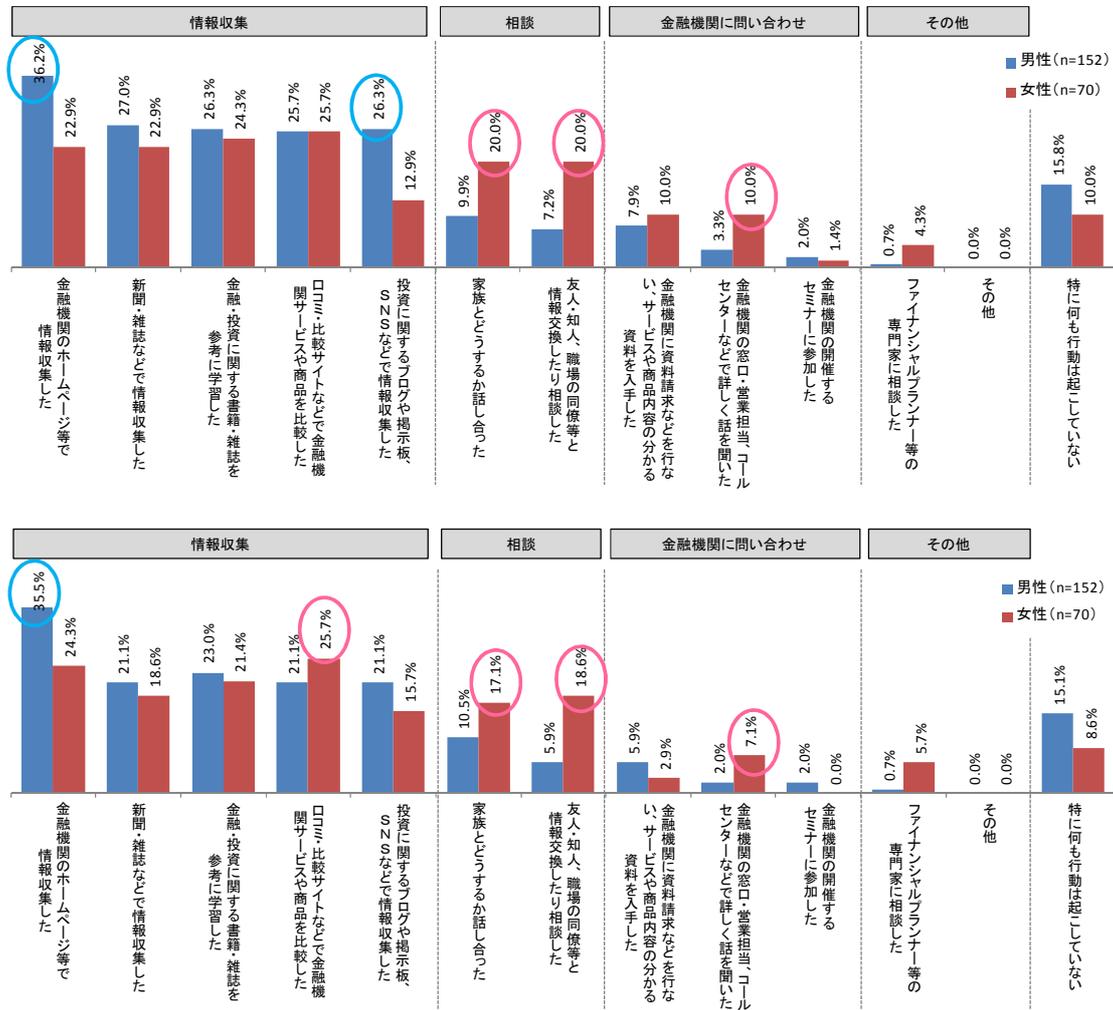
「親身に相談に乗ってくれるFPがいて、自分の家計全体を見た上で『保険はこれで十分。余ったお金で投資したらいいのでは』とアドバイスしてくれた。貯蓄習慣を強制的に作りたかったのだが、FPはバランス型商品を積み立てていく方法を勧めてくれた。」

投資経験者: 女性・未婚(30代)

### ⑨ 投資に向かうまでの行動

投資に興味を持ってから実際に商品を購入するまでの間にとった行動を確認した(図表13)。興味を持ってから口座を開設するまでの間に行った行動と口座を開設してから商品を購入するまでの間に行った行動の2段階で大きな違いは見られないが、男女別では違いが見られる。男性の場合は「金融機関のホームページ」や「ブログ・掲示板・SNS」等のインターネットにより自分自身で情報収集を行なう割合が多くなっている。一方、女性は「家族と話し合い」や「友人・知人と相談」、「窓口・営業担当・コールセンターへの問い合わせ」等の人を介した情報収集や相談が多い。

図表 13 興味を持ってから口座開設までの行動（上段）と  
口座開設から商品購入までの行動（下段）



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

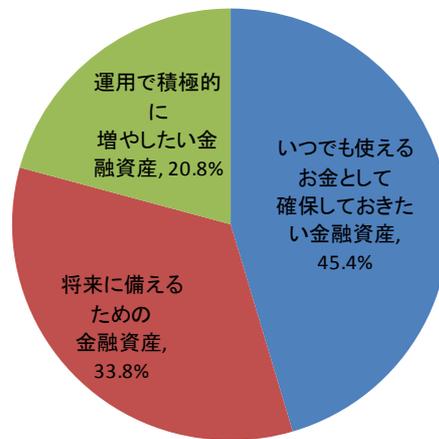
注) 複数回答

### ⑩ 投資資金の性格

投資経験者に対して自分自身の保有する金融資産を「いつでも使えるお金として確保しておきたい金融資産」、「将来に備えるための金融資産」、「運用で積極的に増やしたい金融資産」の3つに分けた場合、それぞれの程度の配分比率になるかを確認した (図表 14)。

「いつでも使えるお金として確保しておきたい金融資産」が 45.4%、「将来に備えるための金融資産」が 33.8%、「運用で積極的に増やしたい金融資産」が 20.8%であった。

図表 14 投資経験者の金融資産の配分比率の平均



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

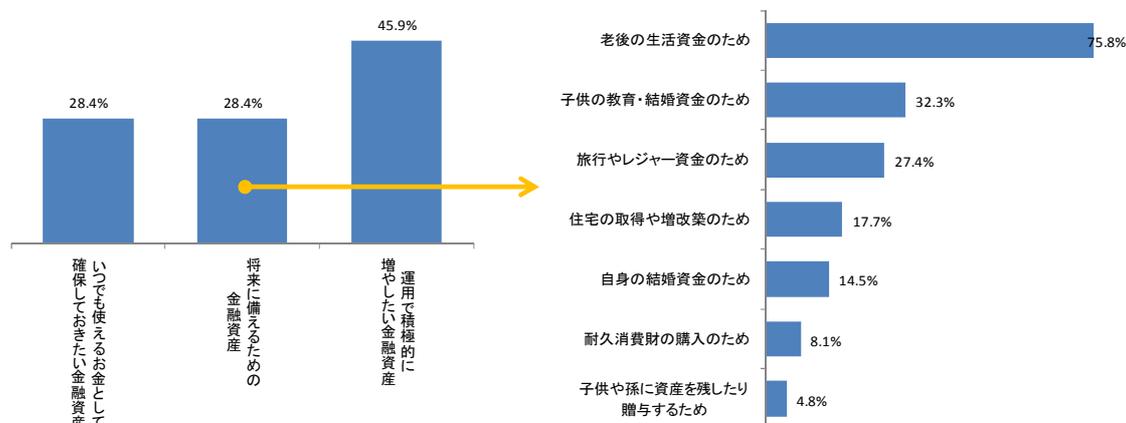
注) n=222。複数回答。

現在投資している人たちが、前述の3つに資金に分けた場合、どの性格のお金を利用して投資しているかを確認した結果を図表15に示す。

「運用で積極的に増やしたい金融資産」を利用している人が45.9%と非常に多く、「将来に備えるための金融資産」を利用している人は28.4%に留まり、それほど多くない。投資経験者が投資に利用する金融資産は、3つの金融資産のうち最も比率の少ない「運用で積極的に増やしたい金融資産」を用いている人が多いことがわかる。

また、「将来に備えるための金融資産」を利用している人の内、具体的な投資目的として「老後の生活資金」を選択する人が75.8%と最も多い。若年層にとってはより差し迫ったライフイベントとして、「子供の教育・結婚資金」(32.3%)、「住宅の取得や増改築」(17.7%)、あるいは「旅行やレジャー資金」(27.4%)等が存在するはずであるが、それらへの備えを目的としたものはそれほど多くない。

図表 15 投資資金の性格（左）と投資目的（右）



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注1) 右図の割合は、「いつでも使えるお金として確保しておきたい金融資産」「将来に備えるための金融資産」「運用で積極的に増やしたい金融資産」の3つの金融資産を保有しているとした人の内、それを用いて投資している人の割合を示している。

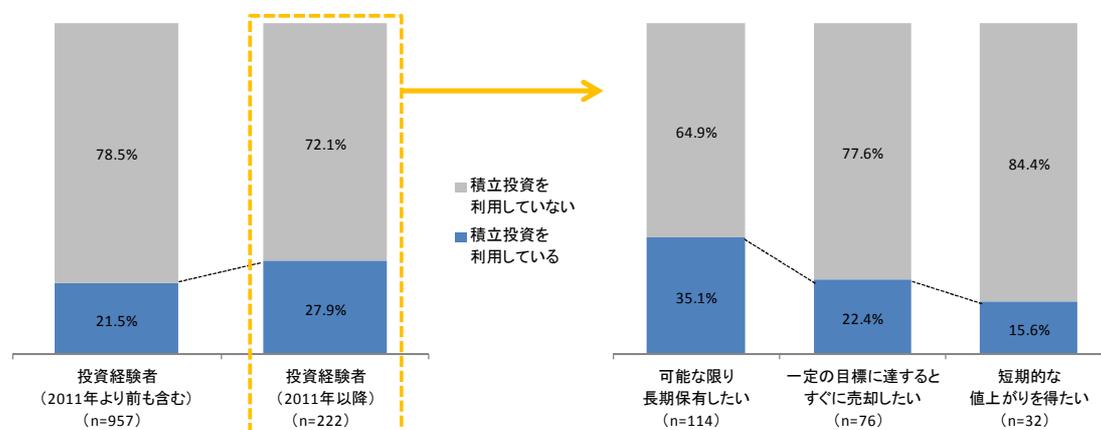
注2) 右は n=222、左は n=62。複数回答

### ⑪ 積立投資の利用状況

投資経験者の積立投資の利用状況や想定投資期間について確認した結果を図表 16 に示す。積立投資を利用している人の割合は、投資経験者 (2011年より前も含む) で 21.5%であるが、投資経験者 (2011年以降) で 27.9%である。最近になって投資を始めた人ほど積立投資を利用している割合が高いのは、積立投資から投資を始める人が多いからなのかもしれない。

また想定している投資期間別に積立投資を利用している割合を見ると、「可能な限り長期保有したい」と考えている人は 35.1%であり、想定投資期間がそれより短い人よりも多く、積立投資を利用している人は長期投資への意識が高いといえる。

図表 16 積立投資の利用状況（左）と  
想定投資期間ごとの積立利用率（右）



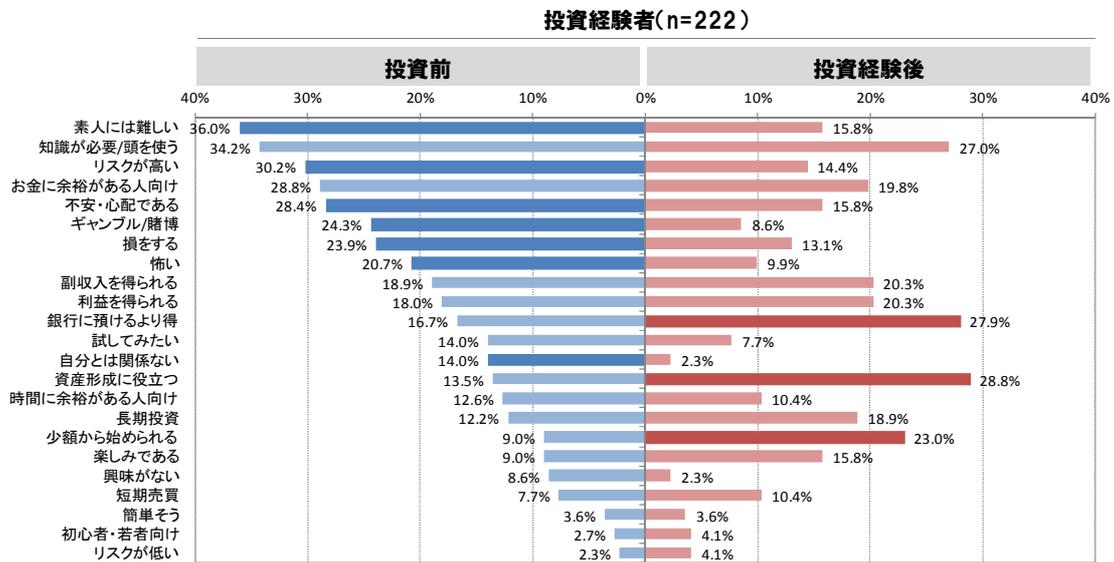
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

### ⑫ 投資のイメージ

投資経験者に対して、投資を経験する前と後での投資に対するイメージを確認したところ、図表 17 のようになった。投資を始める前には「素人には難しい」や「リスクが高い」、「不安・心配である」、「ギャンブル・賭博」、「怖い」、「自分とは関係ない」といったイメージを抱く人が多かったが、投資経験した後にこれらのイメージを持つ人は減少している。

また、投資を経験した後には「銀行に預けるより得」や「資産形成に役立つ」、「少額より始められる」というイメージが大幅に増加している。

図表 17 投資経験者の投資を始める前後でのイメージの変化



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」

より作成

注1) 投資前後で10ポイント以上変化があったものは濃い色としている。

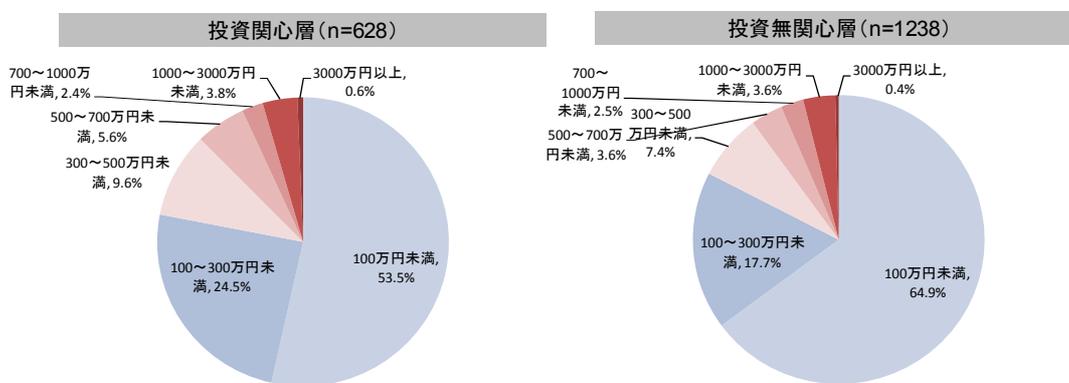
注2) 複数回答

### 3. 投資未経験者が投資しない理由

続いて、投資未経験者が投資しない理由と投資に対して持つイメージについて確認する。投資未経験者に投資しない理由を聞いた場合「投資する資金がない」という回答が突出することが予想される。既に述べたように（図表 4）、この回答の割合は特に、保有金融資産が 300 万円未満の人に多い。また、投資未経験者に占める保有金融資産が 300 万円未満という人の割合は、本調査においても 4 分の 3 以上を占めている（図表 18）。

そこで、ある程度資金が持っている人が投資しない理由を探るため、以下では、300 万円以上の金融資産を保有する人に絞って分析を行う。

図表 18 投資未経験者の個人保有金融資産の分布



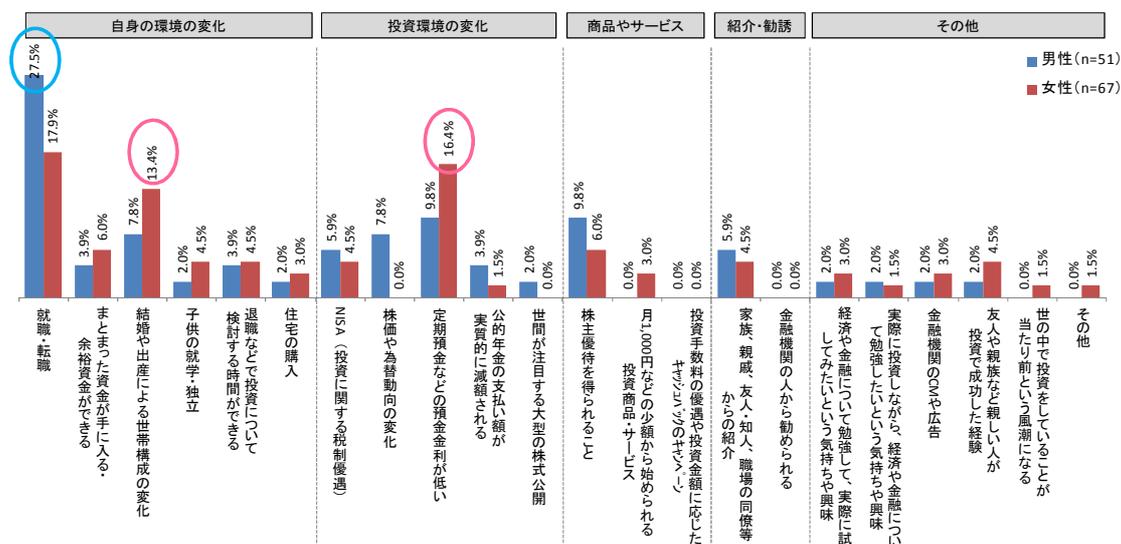
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015 年 1 月)」より作成

注) 「回答したくない」を選択した人を除く。

#### ⑬ 投資関心層

投資関心層が何をきっかけに投資に興味を持ったかを確認したところ、図表 19 に示すとおり、男性の場合は「就職・転職」(27.5%) が突出して多い。女性の場合は「就職・転職」(17.9%) に続いて「定期預金などの預金金利が低い」(16.4%)、「結婚や出産による世帯構成の変化」(13.4%) が多い。この傾向は、前述した投資経験者の「投資に興味を持ったきっかけ」と同様である。

図表 19 投資関心層が投資に興味を持った最も重要なきっかけ



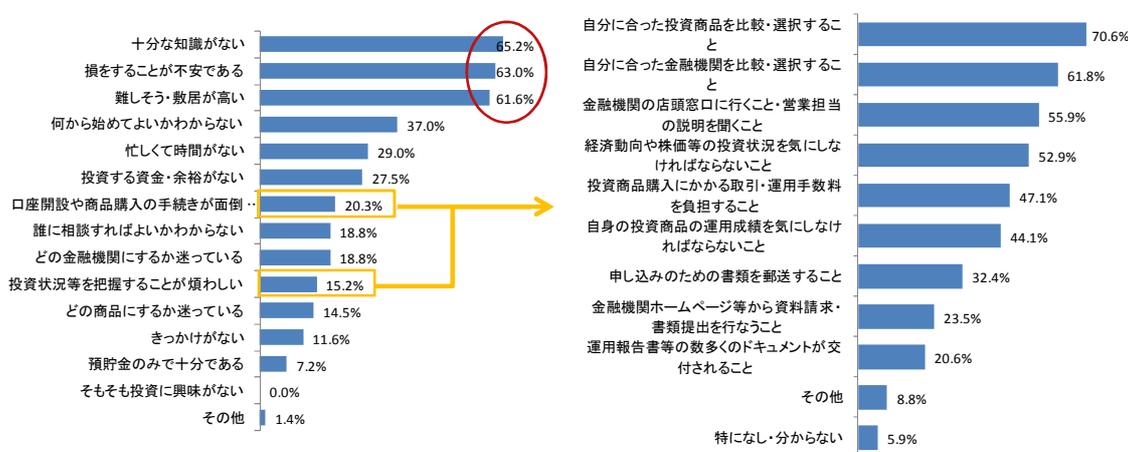
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) 「特になし」を選択した人を除く。

投資関心層が興味はあるが、なぜ投資しないかを確認した結果を示したものが、図表 20 である。投資しない主な理由は「十分な知識がない」(65.2%)、「損をすることが不安である」(63%)、「難しそう・敷居が高い」(61.6%)等で、投資に対する知識不足や心理的なハードルに関する事項を挙げる人が多い。

また、「投資開始の手続き・投資状況の管理が面倒」と回答した人に対して、具体的に何が面倒だと思うのかを確認したところ、「自分に合った投資商品を比較・選択すること」(70.5%)、「自分に合った金融機関を比較・選択すること」(61.8%)、「金融機関の店頭窓口に行くこと・営業担当の説明を聞くこと」(55.9%)を挙げる人が多かった。投資に対する知識不足を補うためにも口座開設や商品購入に対する説明やアドバイスが必要にも関わらず、金融機関に説明を聞かないために、先へ進むきっかけをつかめていない様子が見られる。

図表 20 投資しない理由（左）と投資開始への障壁（右）



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) 左は n=138、右は n=34。複数回答

「十分な知識がない」とは具体的にどんなことなのかをインタビュー調査でも聞いたところ、専門用語はもちろんのこと少額による積立投資等も知られていなかった。また投資商品が多すぎて選択できないと感じている人や、金融機関に相談に行っても相手にしてもらえないので「金融機関に相談しづらい」と感じている人もいた。

(インタビュー調査)

「投資と言えば株のイメージしかなかったが、投資信託というものを初めて知った。それはだれが作っていて、どこで売っているのですか。その人を信用して委ねて大丈夫なの？」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「商品が多岐に渡りすぎていて、どれを選んだらよいか整理が付かない。株の銘柄も投資信託も多い。自分の場合は全部を比較した上で選びたいのだが、仮に100個の中から10個調べるにしても時間がかかりすぎる。投資は自己責任というイメージがあるので、きちんと自力で見定めてから購入したいが比較対象があまりにも多すぎる。投資を始められない理由はそれが一番大きい。」

投資関心層: 男性・既婚子なし(30代)

(インタビュー調査)

「投資に興味があってもどこに行けばいいかもわからない。」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「投資について教えてほしい。夫と一緒に銀行も丁寧に説明してくれるかもしれないが、主婦が一人で行ったら…、窓口で『どうせ投資しないだろうから、適当に説明しておこう』といい加減に扱われそう。」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「知識のない自分が証券会社に行っても、専門用語でまくし立てられて、こちらが返す言葉がないからそのまま契約させられそうな感じがする。」

投資関心層: 女性・既婚子なし(30代)

「証券口座を開設するにも、難しい書類や手続きが必要そうだし、審査もあってハードルが高そう。」

投資関心層: 女性・既婚子なし(30代)

「投資を始めたいのだが、手続きが面倒という思いが先に立って、なかなか第一歩が踏み出せない。それに証券口座を作ったら1つ不安なことがある。銀行が潰れても1000万円までは保護されるが、証券会社が倒産しても口座は保証されない。それも気になっている。」

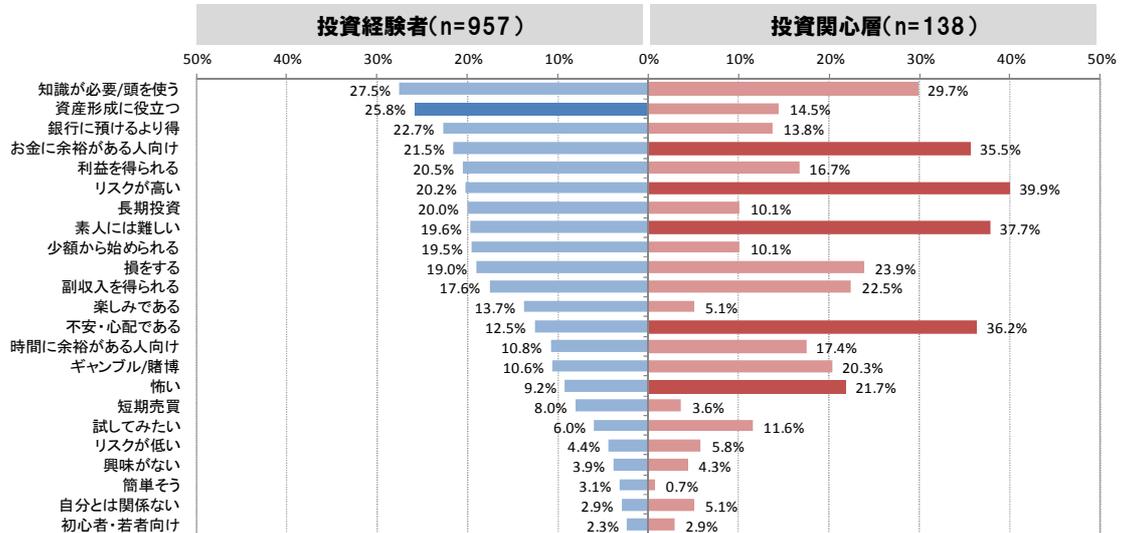
投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「NISAで非課税の特典を受けられるのは、証券会社だけで、銀行では特典がつかないと聞いた。それに、銀行でNISA口座を開設しても、配当を受け取るのは証券会社の口座でないと駄目らしい。だからNISAを始めるなら証券会社でないと駄目なのかなと思っている。」

投資関心層: 女性・未婚子なし(30代)

投資に対するイメージを投資経験者と投資関心層で比較したところ、投資経験者は「資産形成に役立つ」のイメージも高いが、投資関心層にはそのようなイメージは浸透しておらず、「お金に余裕がある人向け」や「リスクが高い」、「素人には難しい」、「不安・心配」が高い。

図表 21 投資経験者と投資関心層の投資イメージの比較



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

注1) 投資経験者と投資関心層で10ポイント以上変化があったものは濃い色としている。

注2) 投資経験者は2011年より前に投資を開始した人も含む。

注3) 複数回答

アンケート調査を補足するために、インタビュー調査でも投資関心層の投資に対するイメージを確認したところ、「大儲け・大損」「売買タイミングが重要」という極端なイメージも持つ人が目立った。

(インタビュー調査)

「投資するにはまとまった資金が必要。ある程度の金額があれば、大勝負に出て大きく儲けられると思う。」

投資関心層: 男性・既婚子あり(30代)

「売り買いするタイミングがすごく大事だというイメージがある。自分は素人なので、詳しい人に話を聞いたり自分でも勉強してからでないと、痛い目に遭う。」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「投資するなら一儲けしたい。会社の同僚でもデイトレーダーがいる。自分も絶

(インタビュー調査)

「対にハマると思うし、自分の1日の時間の大部分を投資に費やしてしまいそう。でも勝てるわけじゃない。」

投資関心層: 男性・既婚子なし(30代)

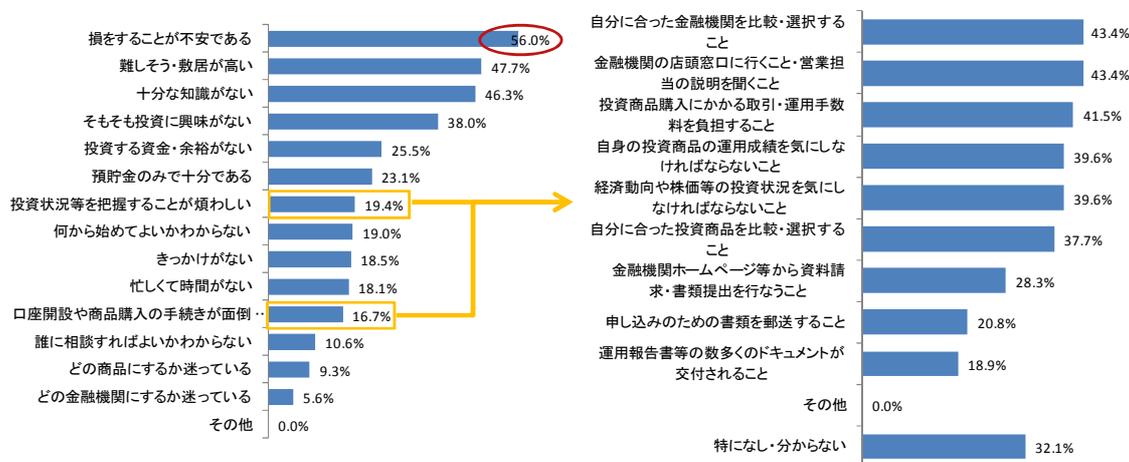
「株は一握りの人が儲かっていて、大多数の人は損しているというイメージだ。株で損して住む家までなくなるような結末は避けたい。」

投資関心層: 男性・既婚子あり(30代)

⑭ 投資無関心層

投資無関心層が投資しない理由を確認したところ、「損することが不安である」(56%)が最も高く、次いで、「難しそう・敷居が高い」(47.4%)、「十分な知識がない」(46.3%)が続く。前述の投資関心層と比較して、投資無関心層では「損をすることが不安である」という理由が目立っている。

図表 22 投資しない理由(左)と投資開始への障壁(右)



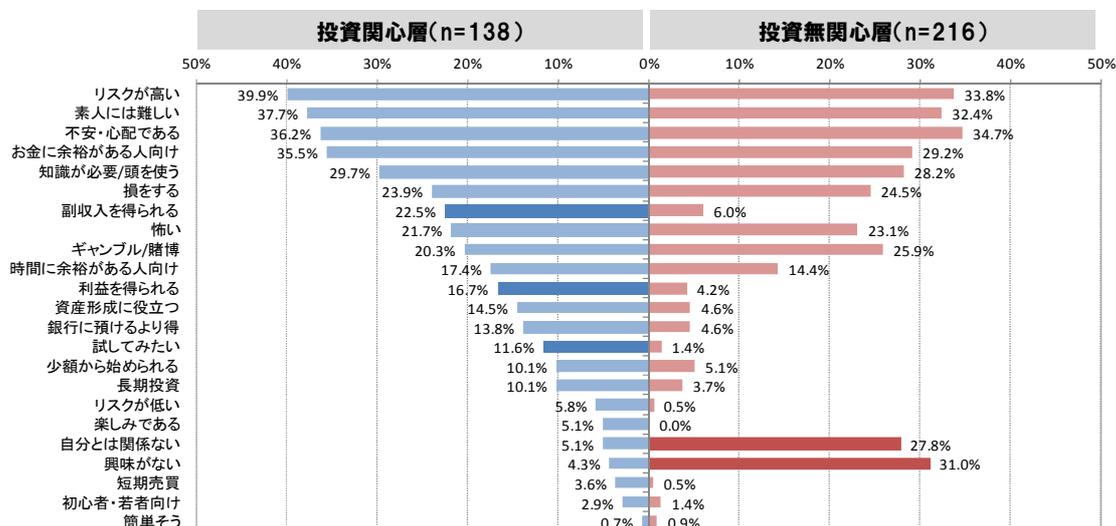
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

注) 左は n=216、右は n=53。複数回答

投資関心層と無関心層における投資に対するイメージを比較した結果を図表 23 に示す。投資関心層の持つ「副収入を得られる」や「利益を得られる」というイメージは、無関心層では非常に低い。また投資に対するネガティブなイメージとともに、「自分には関係ない」や「興味がない」と感じている人も多い。無関心層に対して興味を持ってもらうこと

は容易ではなく、このようなイメージが定着する前に教育や啓蒙などを行なうことが数少ない対策といえるのではないだろうか。

図表 23 投資関心層と無関心層の投資イメージの比較



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注1) 投資関心層と無関心層で10ポイント以上変化があったものは濃い色としている。

注2) 複数回答

これらの結果から投資経験者と比較した投資未経験者(主に関心層)の特徴や傾向は、以下のように整理できる。

- 「十分な知識がない(投資信託、少額からの積立投資を認知していない、専門用語を理解できない)」「損をすることが不安である」「難しそう・敷居が高い」という理由から投資に踏み切れない人が多い。(図表20(左)、図表22(左))
- 「金融機関の選択」「投資商品の選択」、さらに「金融機関に相談すること」が面倒だと思っている人が多い。(図表20(右)、図表22(右))
- 「お金に余裕がある人向け」や「リスクが高い」、「素人には難しい」等に加えてギャンブル・賭博に近い極端なイメージを持っている人が多い。(図表21、図表23)

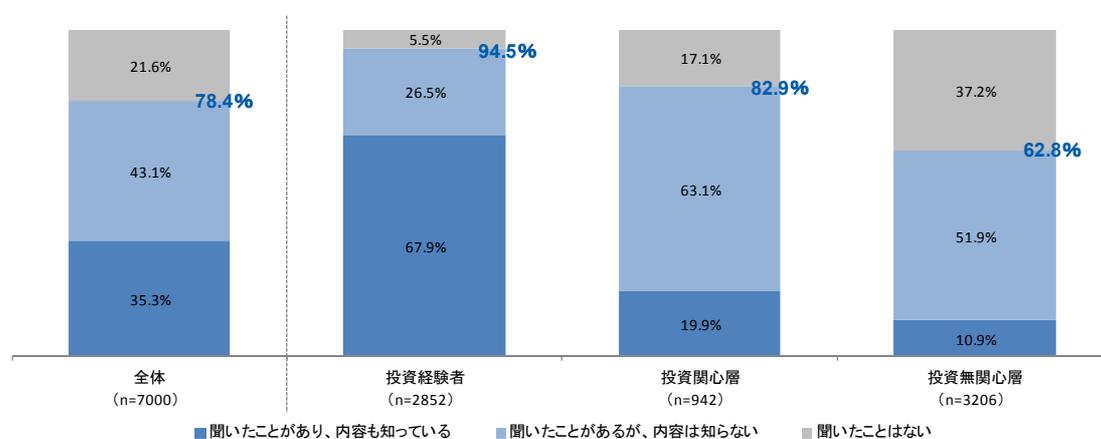
#### 4. 若年層のNISA 利用実態

以下では若年層におけるNISAの若年層の間で認知度や、利用実態について確認する。

##### ⑮ NISAの認知度と開設状況

2014年1月に導入されたNISAの認知度は、図表24に示すとおり、全体では78.4%と高い。投資関心層においても高く、82.9%に達している。ただし、NISAの内容まで知っている人は、投資経験者が67.9%であるのに対して、投資関心層・無関心層ではそれぞれ19.9%、10.9%に留まっている。

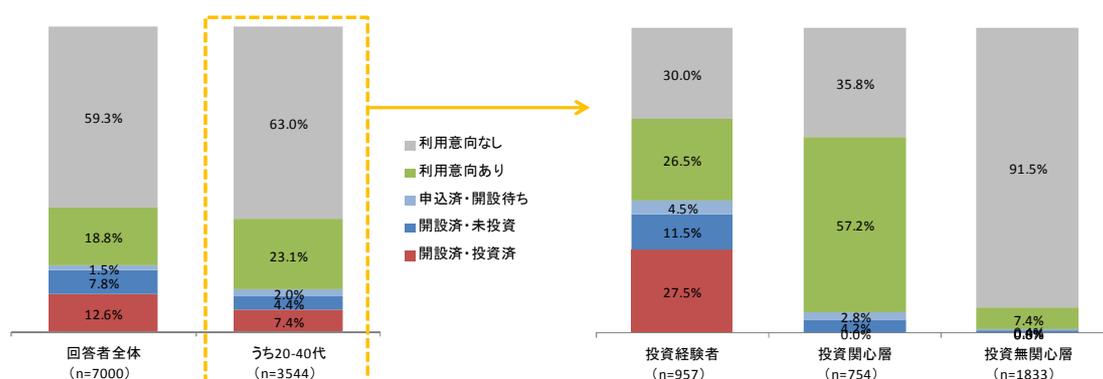
図表24 NISAの認知度



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

NISA口座の開設状況については、図表25に示すとおり、20-70代全体では21.9%の人が既にNISA口座申込まで行なっているが、若年層では13.8%である。若年層について投資経験別に見ると、投資経験者は43.5%が既にNISA口座の申込を行っており、さらに26.5%の人が利用意向を持っている。また投資関心層では、NISA口座の申込を行った人は7.0%と少ないが、利用意向を持っている人は57.2%も存在している。今後若年層においてNISAの利用拡大が十分に期待できる。

図表 25 NISA 口座の開設状況（右）、年代別（左）



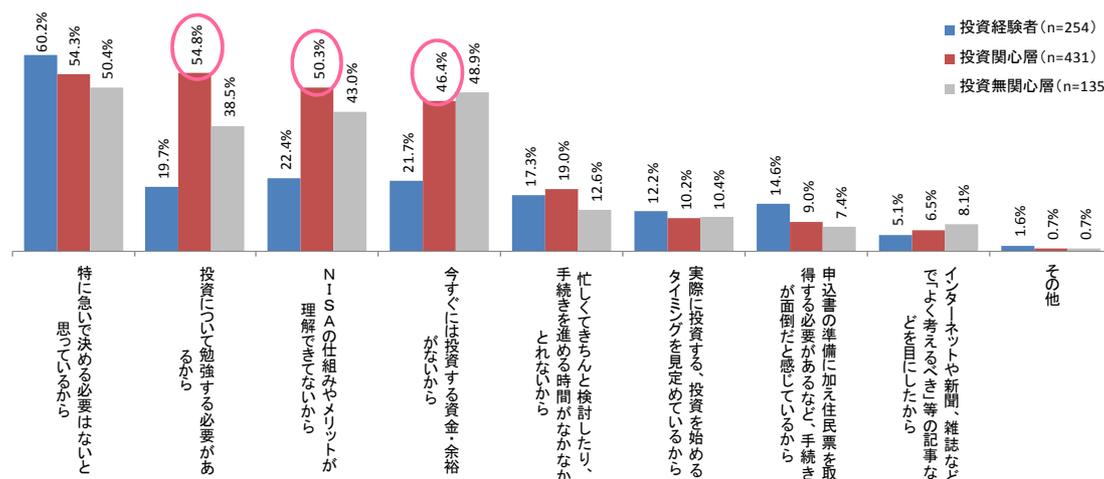
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

⑩ NISA 未申込・未投資の理由

投資関心層には、NISA の利用意向を持っている人も多いが、図表 26 に示すとおり「投資について勉強する必要がある」(54.8%)、「NISA の仕組みやメリットを理解できていない」(50.3%) の理由から申込を行っていない。投資や NISA に対する知識不足が NISA 口座申込の障害になっている様子もうかがえる。

また、「今すぐに投資する資金・余裕がない」(46.4%) を申し込まない理由に挙げる人も多く、少額からの積立投資などの情報が十分に浸透していないことも考えられる。

図表 26 NISA 利用意向者における未申込の理由

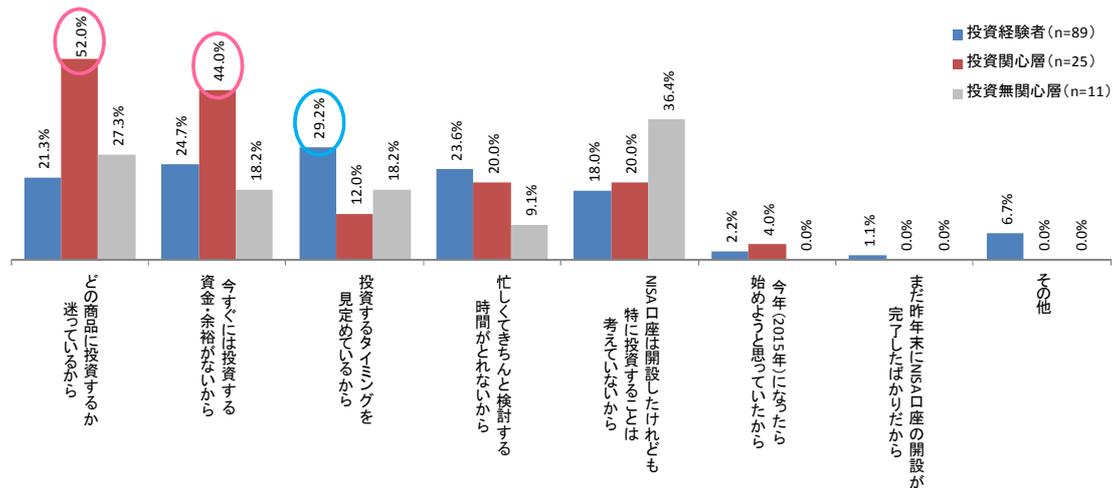


出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) 複数回答

また、NISA 口座の開設が完了しているのに、投資を行っていない人も多い<sup>1</sup>。その理由として、投資関心層は「どの商品に投資するか迷っている」(52.0%)が最も高く、商品の選択に迷っている状況がうかがえる。

図表 27 2014年にNISA口座開設が完了済なのに未投資の理由



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) 複数回答

### ⑪ 投資とNISAのイメージ

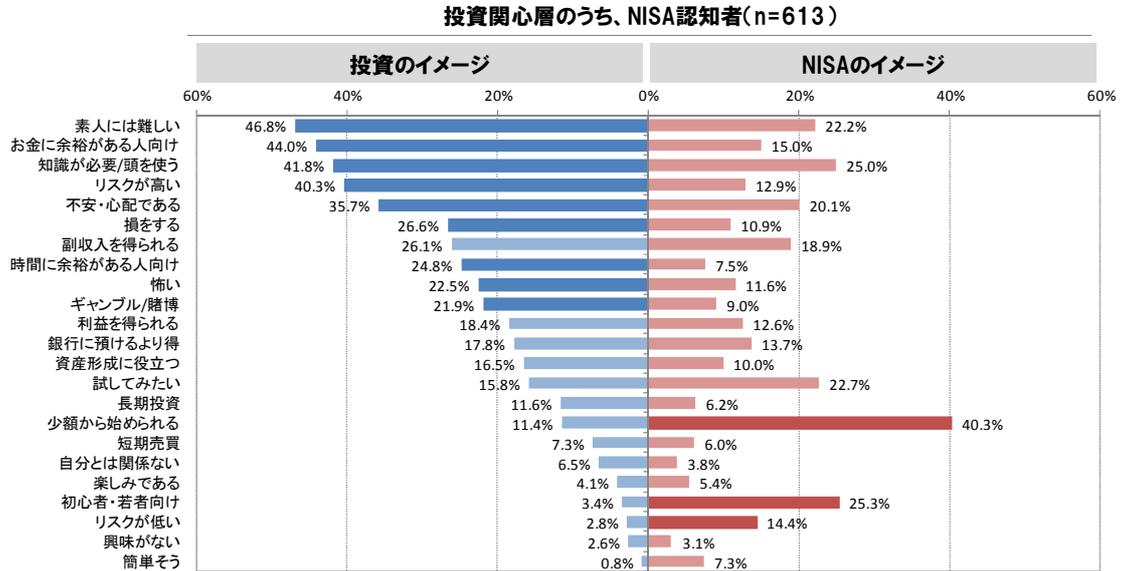
投資関心層・無関心層それぞれにおける「投資」と「NISA」のイメージの違いを確認したものが図表 28、図表 29 である。

投資関心層の間では、一般的な投資より NISA は、「少額から始められる」や「初心者・若者向け」、「リスクが低い」というイメージが浸透している。「素人には難しい」や「お金の余裕がある人向け」等のイメージも低減しており、NISA では一般的な投資につきまとう心理的なハードルが軽減している様子がうかがえる。

<sup>1</sup> 日本証券業協会によると NISA の稼働率 (総口座数に占める買い付けがあった口座数の割合) は 45.1%であった。

<http://www.jsda.or.jp/katsudou/kaiken/files/150121shiryou7-10.pdf>

図表 28 投資関心層の「投資」と「NISA」のイメージの比較



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」

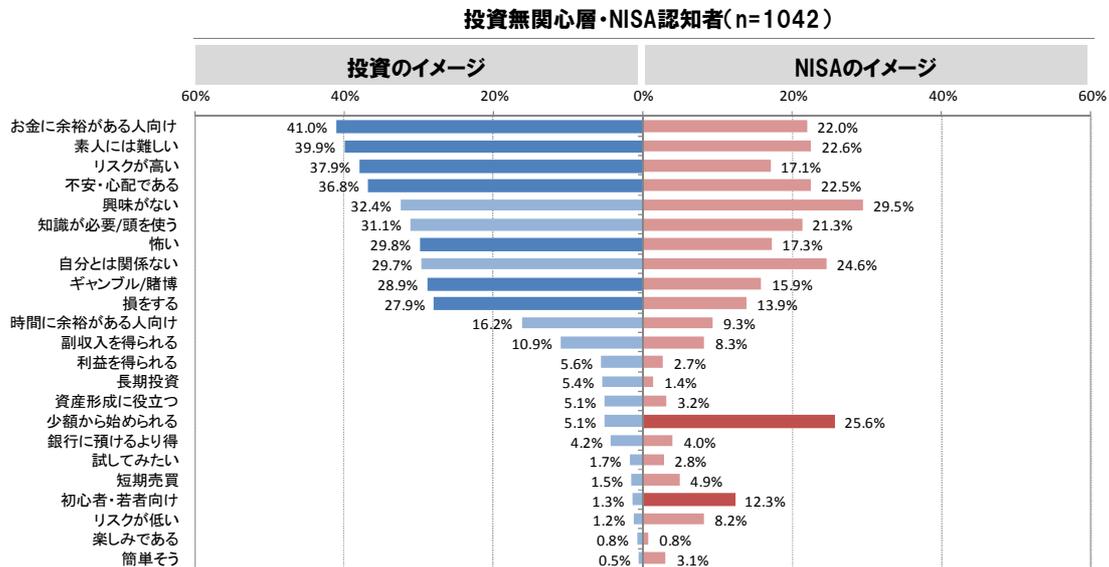
より作成

注1) 「投資のイメージ」と「NISAのイメージ」で10ポイント以上変化があったものは濃い色としている。

注2) 複数回答

同様に、投資無関心層の間でも、投資よりNISAは、「少額から始められる」や「初心者・若者向け」というイメージが浸透しており、「お金に余裕がある人向け」や「素人には難しい」等のイメージが低減していることが確認できる。

図表 29 投資無関心層の「投資」と「NISA」のイメージの比較



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注1) 「投資のイメージ」と「NISAのイメージ」で10ポイント以上変化があったものは濃い色としている。

注2) 複数回答

⑩ NISAの仕組みの改善してほしい点

若年層がNISAの仕組みのうち、どのような点を改善してほしいと考えているかについて、投資経験・関心度合い別に確認した結果が図表30である。

投資経験者の改善してほしい点、上位3つは以下のとおりである。

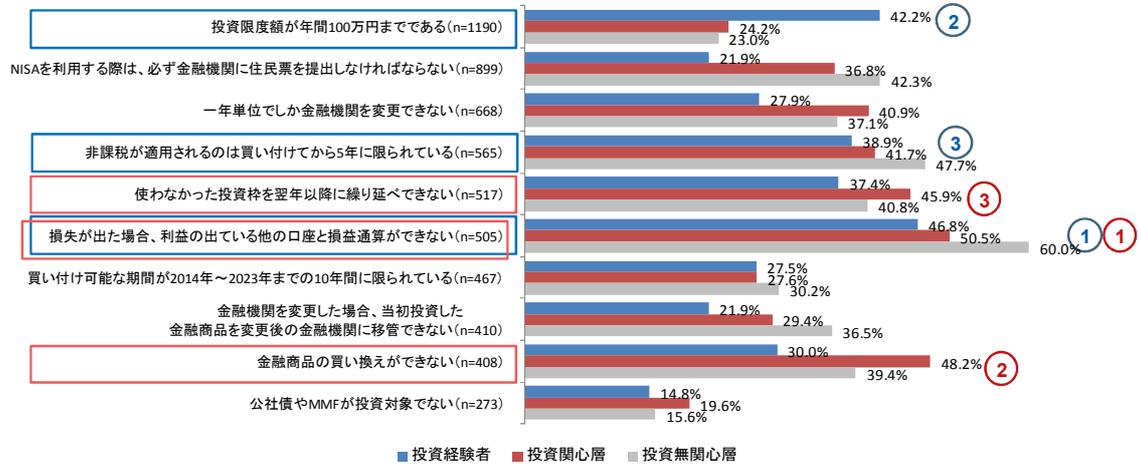
- 「損失が出た場合、利益が出ている他口座との損益通算ができない」(46.8%)
- 「投資限度額が年間100万円までである」(42.2%)
- 「非課税が適用されるのは買い付けてから5年に限られている」(38.9%)

投資関心層の改善してほしい点、上位3つは以下のとおりである。

- 「損失が出た場合、利益が出ている他口座との損益通算ができない」(50.5%)
- 「金融商品の買い替えができない」(48.2%)
- 「使わなかった投資枠を翌年以降に繰り延べできない」(45.9%)

投資経験者にも投資関心層にも共通しているのが「損失が出た場合、利益が出ている他口座との損益通算ができない」となっている。NISAは売却した場合に非課税の適用が終了してしまうこともあり、終了時に「失敗」で終わることを避けたいという意識が強く表れているものと思われる。

図表 30 NISA の仕組みの改善してほしい点



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注1) nは各仕組みについて「知っている」と回答した人(投資経験者、投資関心層、投資無関心層)の合計。

注2) 複数回答

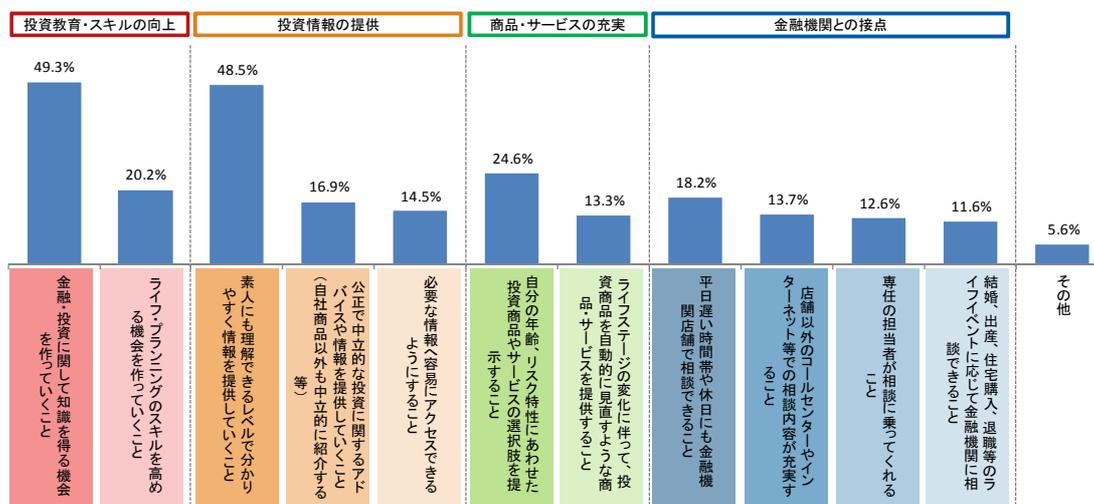
### 第3節 今後投資をより身近に感じるために必要なこと

#### 1. 今後投資をより身近に感じるために必要なこと

NISA 導入により投資に対するイメージの改善も見られたが、若年層の多くが、依然として、投資に対して知識不足や心理的なハードルを感じている。

アンケートで投資をより身近に感じるためにどのようなことが必要かを聞いたところ、図表 31 に示すとおり、「金融・投資に関して知識を得る機会を作ること」(49.3%) や「素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報提供すること」(48.5%) が必要と考える人が多いことが分かった。

図表 31 今後投資をより身近に感じるために必要なこと



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」

より作成

注) n=3544。複数回答

この結果をさらに性別・世帯構成別にみても (図表 32)。全ての性別・世帯構成に共通して、「金融・投資に関して知識を得る機会」や「分かりやすく情報提供」(ともに 40%以上) は必要だと考えており、これらは今後優先的に取り組むべき内容であることがわかる。

また、未婚男女の場合は、「平日の遅い時間帯や休日にも相談できること」が必要と考えている人が多い (男性で 19.6%、女性で 23.3%)。

男性は世帯構成によらずに「中立的な情報提供・アドバイス」や「必要な情報への容易なアクセス」が上位に位置づけられ、一方、女性は世帯構成が変化するにつれて「専任の担当者が相談」が上位に上がってくる。これは、前述のとおり、投資を始めるまでの行動として、男性は「インターネットによる情報収集」、女性は「人を介した情報収集や相談」が多いことも合致する。

図表 32 今後投資をより身近に感じるために必要なこと

	全体	男性			女性		
		未増(離死別含む)	既増/扶養子なし	既増/扶養子あり	未増(離死別含む)	既増/扶養子なし	既増/扶養子あり
n	3544	1106	139	545	768	278	708
1	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(49.3%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(51.4%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(51.8%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(49.0%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(53.8%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(52.2%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(53.7%)
2	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(48.5%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(45.5%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(40.3%)	素人にも理解できるレベルで分かりやすく情報を提供していくこと(40.9%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(49.9%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(47.8%)	金融・投資に関して知識を得る機会を作っていくこと(45.6%)
3	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(24.6%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(23.2%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(28.1%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(20.4%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(29.2%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(25.2%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(25.8%)
4	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(20.2%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(19.6%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(23.7%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(18.7%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(23.3%)	自分の年齢、リスク特性にあわせた投資商品やサービスの選択肢を提示すること(24.1%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(18.6%)
5	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(18.2%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(19.2%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(21.6%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(14.7%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(21.1%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(18.3%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(17.4%)
6	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(16.9%)	必要な情報へ容易にアクセスできるようにすること(18.1%)	ライフ・プランニングのスキルを高める機会を作っていくこと(20.9%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(13.9%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(18.5%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(18.3%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(16.2%)
7	必要な情報へ容易にアクセスできるようにすること(14.5%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(16.8%)	必要な情報へ容易にアクセスできるようにすること(17.3%)	必要な情報へ容易にアクセスできるようにすること(11.2%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(16.1%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(16.9%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(15.3%)
8	専任の担当者が相談に乗ってくれること(13.7%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(12.4%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(16.5%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(10.5%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(15.5%)	公正で中立的な投資に関するアドバイスや情報を提供していくこと(自社商品以外も中立的に紹介する等)(15.8%)	結婚、出産、住宅購入、退職等のライフイベントに応じて金融機関に相談できること(15.3%)
9	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(13.3%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(10.5%)	ライフステージの変化に伴って、投資商品を自動的に見直すような商品・サービスを提供すること(15.1%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(10.3%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(15.2%)	結婚、出産、住宅購入、退職等のライフイベントに応じて金融機関に相談できること(15.8%)	平日遅い時間帯や休日にも金融機関店舗で相談できること(13.4%)
10	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(12.6%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(10.4%)	専任の担当者が相談に乗ってくれること(11.5%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(8.6%)	結婚、出産、住宅購入、退職等のライフイベントに応じて金融機関に相談できること(15.1%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(12.6%)	店舗以外のコールセンターやインターネット等での相談内容が充実すること(12.3%)

出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」

より作成

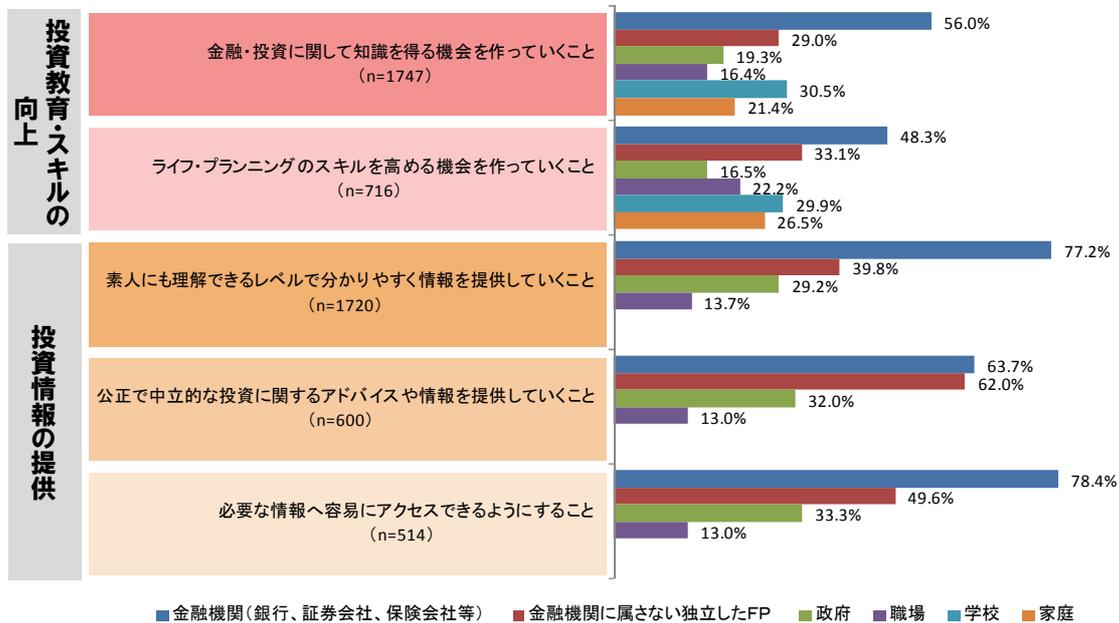
注) 複数回答

## 2. 「投資教育・スキルの向上」「投資情報の提供」を担うべき組織・機関

前述のとおり、投資をより身近に感じるために「知識の習得」や「情報の提供」が必要と考える人が多いが、具体的にそれらをどのような組織・機関が担うべきかについて確認した結果が図表 33 である。

「金融機関」が行なうべきと考える人が最も多く、次いで「金融機関に属さない独立したFP」が続き、金融や投資に関するスキルや知識を持ち合わせた実務家に期待している様子が見える。

図表 33 「投資教育・スキルの向上」「投資情報の提供」を担うべき組織・機関



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」  
より作成  
注) 複数回答

それらの組織・機関がふさわしいと考える理由について確認した結果は図表 34 に示すとおりであるが、それぞれ以下のような特徴があった。

- 「金融機関」の選択理由として「正確で詳しい情報」や「新しい情報」を入手できるが多い一方で、「公正で偏っていない情報」や「自分のことをよく理解してくれる」、「打ち解けて話せる雰囲気」、「おしつけがましくない」は少ない。
- 「金融機関に属さない独立したFP」の選択理由としては「公正で偏っていない情報」や「分かりやすく説明」、「裏話・マメ知識」、「自分に合った商品・サービスの提供」が多い一方で、「アクセスが容易」という理由は少ない
- 「学校」の選択理由として、「分かりやすく説明」、「おしつけがましくない」が多い。
- 「職場」の選択理由として、「アクセスが容易」や「自分のことをよく理解してくれる」、「打ち解けて話せる」、「おしつけがましくない」が多い。
- 「政府」の選択理由として、「正確で詳しい情報」や「公正で偏っていない情報」が多い一方で、「分かりやすく説明」等が低い。

図表 34 「投資教育・スキルの向上」「投資情報の提供」を担うべき組織・機関の選択理由

	金融機関 (n=1931)	金融機関に 属さない独立 したFP (n=1064)	政府 (n=769)	職場 (n=549)	学校 (n=616)
正確で、詳しい情報を入手できる	59.4%	43.9%	51.4%	30.4%	38.8%
公正で、偏っていない情報を入手できる	21.4%	54.5%	49.7%	17.9%	47.2%
情報を整理してわかりやすく説明する	31.8%	37.4%	18.1%	22.2%	43.3%
新しい情報を入手できる	40.1%	34.4%	21.7%	18.4%	8.0%
裏話・豆知識など非公式な情報がわかる	14.5%	36.0%	6.2%	17.3%	7.6%
人気の商品や最近の流行を理解している	23.9%	27.8%	4.9%	12.0%	3.6%
依頼した情報を素早く提供してくれる	19.6%	22.9%	4.8%	8.7%	2.1%
アクセスが容易である	23.4%	14.2%	12.6%	29.0%	18.2%
自分のことをよく理解してくれる	7.2%	12.7%	2.1%	23.5%	14.0%
自分に合った商品・サービスを紹介してくれる	20.8%	29.2%	2.9%	15.8%	4.7%
決断や意思決定を促してくれる	9.7%	13.9%	4.9%	10.7%	7.1%
打ち解けて話ができる雰囲気がある	6.9%	15.0%	1.7%	23.5%	20.1%
おしつけがましくない	12.7%	22.7%	25.9%	26.8%	31.8%

出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」  
より作成

注1) 各選択理由の1位~5位を塗り分け。

注2) 複数回答



## 第II章 有識者ヒアリングを踏まえた個人の資産形成と投資促進に

### 向けた課題とあり方

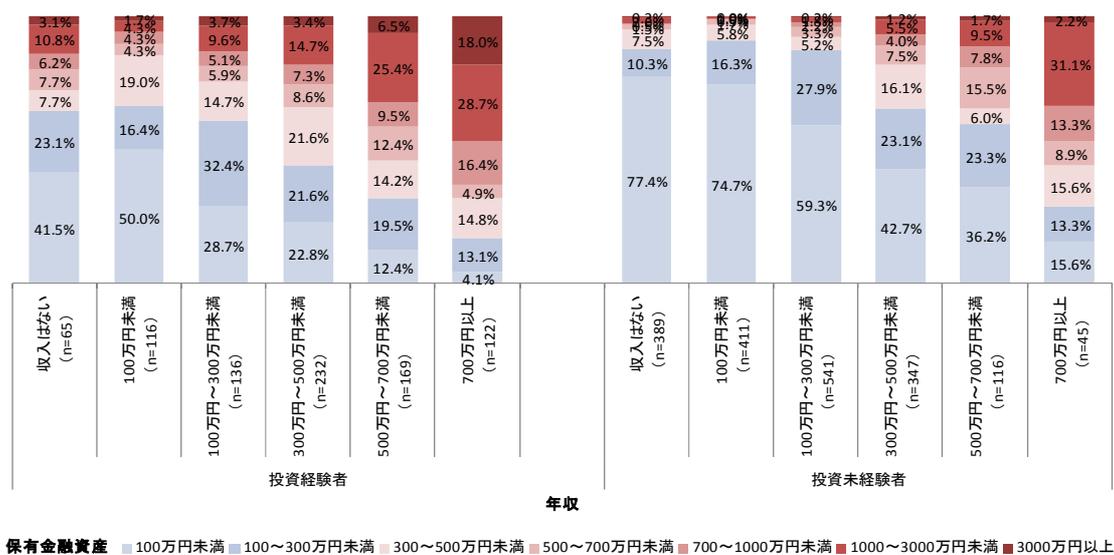
#### 第1節 アンケート・インタビュー調査結果から浮かび上がる問題点

本節ではI章で取り上げたアンケートやヒアリング調査における主要結果の再整理を通して、投資経験者と投資未経験者（関心層や無関心層）の特徴を比較し、浮かび上がる問題点を確認する。

##### ⑱ 貯蓄習慣が身につけていない

投資に対する取り組み状況によって、金融資産の保有額は異なる。投資未経験者は投資経験者と比較して、同様の年収水準でも保有金融資産の少ない人が多い（図表35）。投資経験者に比べて、投資未経験者は貯蓄習慣が身につけている人が少ないことがうかがえる。

図表35 年収別に見た保有金融資産



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

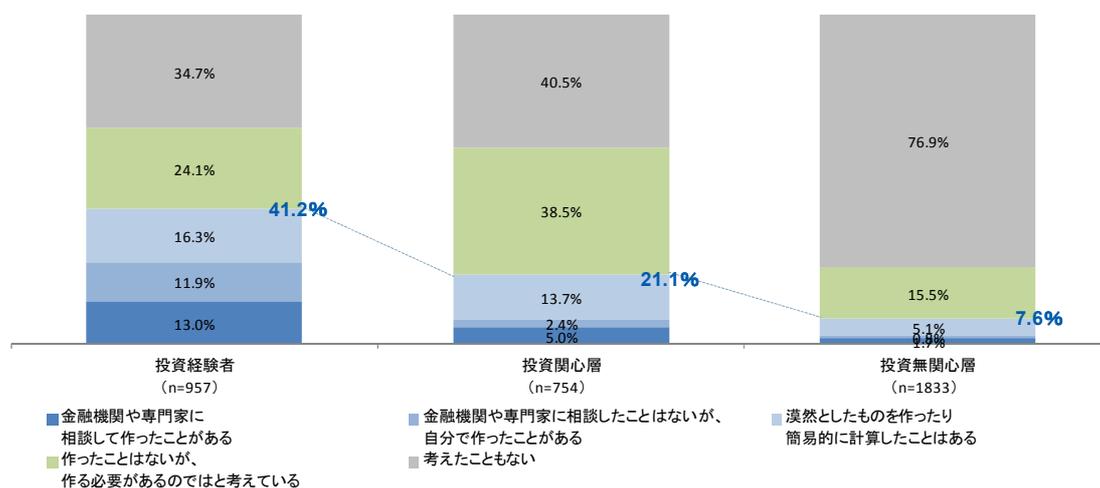
注) I章の図表5を加工・再掲。

##### ⑳ マネープランを考えた経験がない

投資に対する取り組み状況によって、マネープランを考えたことがある人の割合は異なる。マネープランを作成した経験のある人は、投資経験者は41.2%であるのに対して、投資関心層は21.1%にすぎない。投資無関心層に至っては7.6%にすぎなかった（図表36）。

投資未経験者は、前述のとおり投資経験者と比較して、同様の年収水準でも保有金融資産の少ない人が多く（図表 35）、将来の支出に備えてマネープランの作成が望まれる。

図表 36 マネープラン作成経験



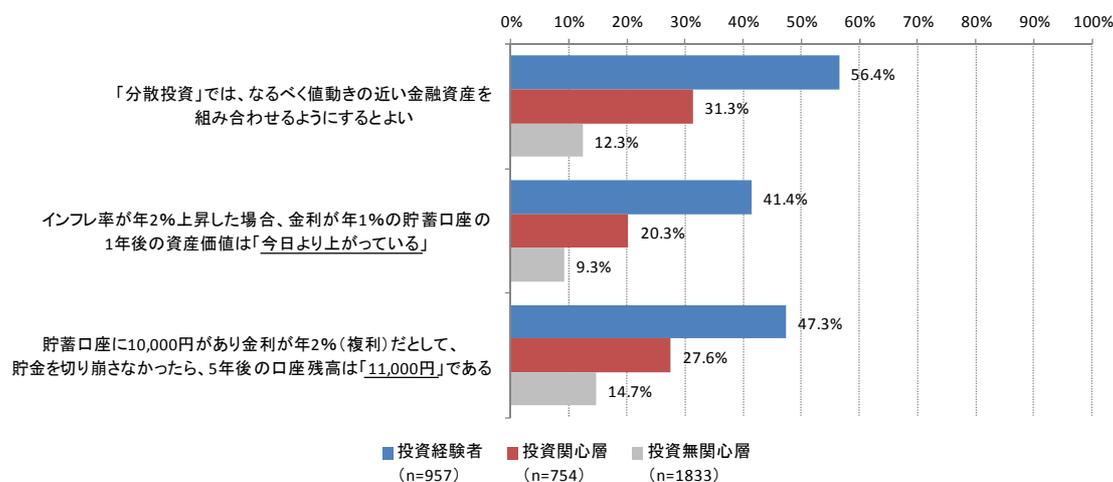
出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) I章の図表6を加工・再掲。

## 21 金融・投資に対する知識が不足している

投資未経験者は投資経験者に比べて、金融・投資に関する知識の点で劣る（図表 37）。金融・投資に関する基礎的な問題といえる「分散投資」や「インフレ」、「複利効果」に対する正答率を見ると、投資経験者は40～50%程度であるのに対して、投資関心層は20～30%程度にすぎない。投資無関心層に至っては10%前後にとどまった。

図表 37 金融・投資に関する知識レベル



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査 (2015年1月)」より作成

注) I章の図表10を加工・再掲。

投資未経験者の中には、投資開始の手続きや仕組みについて誤った理解をしている人が多く存在した。知識不足に加えて、投資に対して誤った理解をしていることが、投資開始に向けた心理的抵抗を生んでいるのではないかと考えられる。

(インタビュー調査)

【金融・投資に対する知識が不足している・誤って理解している】

「証券口座を開設するにも、難しい書類や手続きが必要そうだし、審査もあってハードルが高そう。」

投資関心層: 女性・既婚子なし(30代)

「投資を始めたいのだが、手続きが面倒という思いが先に立って、なかなか第一歩が踏み出せない。それに証券口座を作ったら1つ不安なことがある。銀行が潰れても1000万円までは保護されるが、証券会社が倒産しても口座は保証されない。それも気になっている。」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

「NISAで非課税の特典を受けられるのは、証券会社だけで、銀行では特典がつかないと聞いた。それに、銀行でNISA口座を開設しても、配当を受け取るのは証券会社の口座でないと駄目らしい。だからNISAを始めるなら証券会社でない

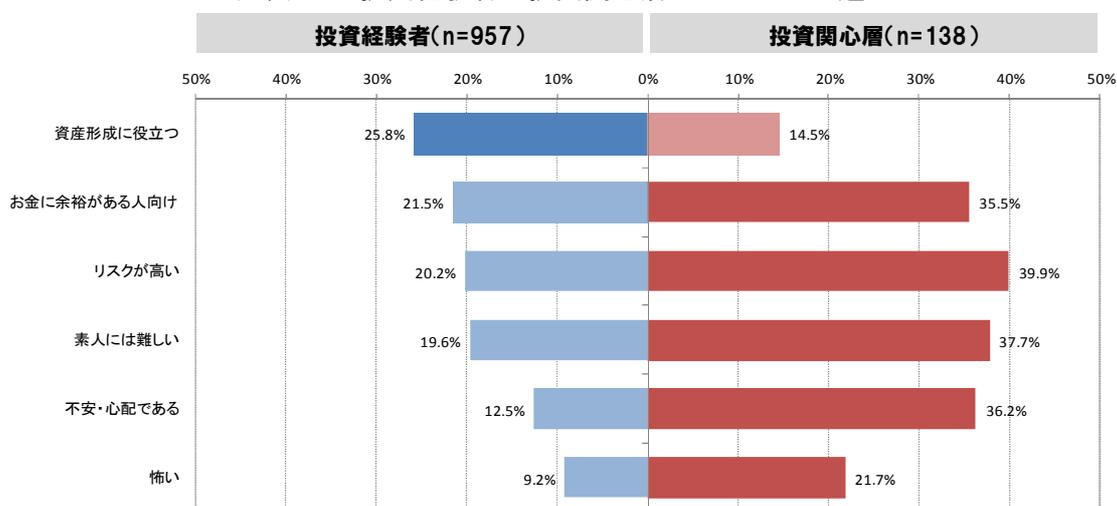
と駄目なのかなと思っている。」

投資関心層: 女性・未婚子なし(30代)

## 22 投資のイメージが資産形成に結びついていない

投資関心層の多くは、投資そのものに対して「お金に余裕がある人向け」、「リスクが高い」、「素人には難しい」と感じるなどに加えて、「ギャンブル・賭博」に近いイメージを持つ人も高い割合で存在する。

図表 38 投資経験者と投資関心層のイメージの違い



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」

より作成

注1) I章の図表21を加工・再掲。

注2) 複数回答

このような投資のイメージは投資未経験者へのインタビュー調査でも多く聞かれ、投資は「数百万円単位のまとまったお金で勝負するもの」、「売ったり買ったりのタイミングが重要」、「自分の時間の大部分を費やすもの」と捉えている人が目立った。

(インタビュー調査)

【投資のイメージが資産形成に結びついていない】

「投資するにはまとまった資金が必要。ある程度の金額があれば、大勝負に出て大きく儲けられると思う。」

投資関心層: 男性・既婚子あり(30代)

(インタビュー調査)

「売り買いするタイミングがすごく大事だというイメージがある。自分は素人なので、詳しい人に話を聞いたり自分でも勉強してからでないと、痛い目に遭う。」

投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)

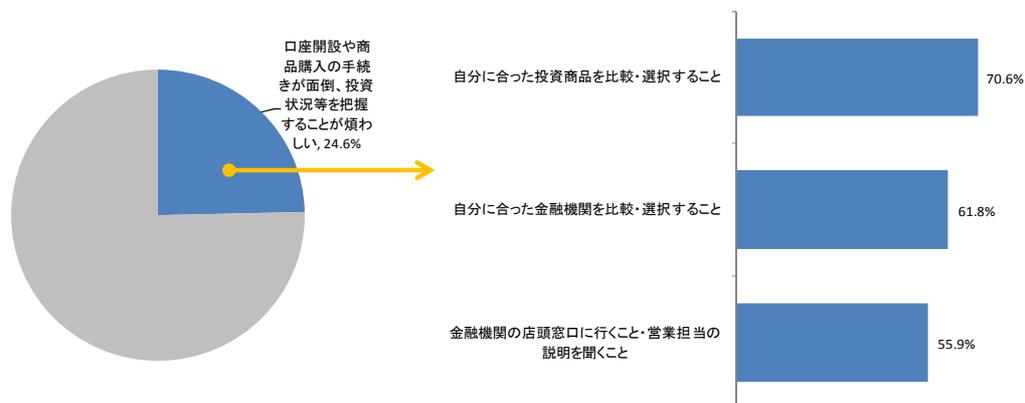
「投資するなら一儲けしたい。会社の同僚でもデイトレーダーがいる。自分も絶対にハマると思うし、自分の1日の時間の大部分を投資に費やしてしまいそう。でも勝てるわけじゃない。」

投資関心層: 男性・既婚子なし(30代)

### 23 投資商品を選択できない

投資未経験者の一部である投資関心層は、投資を開始するに当たって、「投資商品の選択」ができないと考えている人が多い(図表 39)。投資未経験者に対するインタビューでも、投資商品の選択肢が多すぎることで、自分に適した商品を選択できないことが、投資を始められない最大の理由に挙げる人もいた。

図表 39 「手続きが面倒・投資状況の把握が煩わしい」と考える人の割合(左)と面倒だと思うこと上位3つ(右)



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

注1) I章の図表20を加工・再掲。

注2) 左はn=138、右はn=34。複数回答

(インタビュー調査)

【投資商品を選択できない】

「商品が多岐に渡りすぎていて、どれを選んだらよいのか整理が付かない。株の銘柄も投資信託も多い。自分の場合は全部を比較した上で選びたいのだが、仮に100個の中から10個調べるにしても時間がかかりすぎる。投資は自己責任というイメージがあるので、きちんと自力で見定めてから購入したいが比較対象があまりにも多すぎる。投資を始められない理由はそれが一番大きい。」

投資関心層: 男性・既婚子なし(30代)

## 24 金融機関を選択できない・相談しにくい存在と認識している

投資を身近に感じるために、金融機関の役割に期待する人は非常に多く、その理由は「正確で詳しい情報」「新しい情報」を入手できると評価されているためであった。一方で、金融機関に対して、「公正で偏っていない情報」や「自分のことをよく理解してくれる」、「打ち解けて話ができる雰囲気がある」「おしつけがましくない」と考える人は少なく、相談しにくい存在として認識されているようだ(図表40)。

また、投資関心層の中には、前述の図表39のとおり、金融機関に説明を聞くことを面倒だと考える人も多い。そのような人が金融機関に対してどのようなイメージを持っているか確認したところ、そもそも投資に興味があってもどの金融機関に行けばいいか分からない、高額の資産を保有していないと相手にしてくれない、十分な知識を持たずに相談に行くと金融機関に有利な商品を強引に購入させられると感じている人も存在した。

図表40 「投資教育・スキルの向上」「投資情報の提供」を担うべき組織・機関の選択理由

	金融機関 (n=1931)	金融機関に 属さない独立 したFP (n=1064)	政府 (n=769)	職場 (n=549)	学校 (n=616)
正確で、詳しい情報を入手できる	59.4%	43.9%	51.4%	30.4%	38.8%
公正で、偏っていない情報を入手できる	21.4%	54.5%	49.7%	17.9%	47.2%
情報を整理してわかりやすく説明する	31.8%	37.4%	18.1%	22.2%	43.3%
新しい情報を入手できる	40.1%	34.4%	21.7%	18.4%	8.0%
裏話・豆知識など非公式な情報がわかる	14.5%	36.0%	6.2%	17.3%	7.6%
人気の商品や最近の流行を理解している	23.9%	27.8%	4.9%	12.0%	3.6%
依頼した情報を素早く提供してくれる	19.6%	22.9%	4.8%	8.7%	2.1%
アクセスが容易である	23.4%	14.2%	12.6%	29.0%	18.2%
自分のことをよく理解してくれる	7.2%	12.7%	2.1%	23.5%	14.0%
自分に合った商品・サービスを紹介してくれる	20.8%	29.2%	2.9%	15.8%	4.7%
決断や意思決定を促してくれる	9.7%	13.9%	4.9%	10.7%	7.1%
打ち解けて話ができる雰囲気がある	6.9%	15.0%	1.7%	23.5%	20.1%
おしつけがましくない	12.7%	22.7%	25.9%	26.8%	31.8%

出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」  
より作成

注1) I章の図表34を加工・再掲。

注2) 各選択理由の1位~5位を塗り分け。複数回答

(インタビュー調査)
<b>【金融機関を選択できない・相談しにくい存在と認識している】</b> 「投資に興味があってどこに行けばいいかもわからない。」 投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)
「投資について教えてほしい。夫と一緒に銀行も丁寧に説明してくれるかもしれないが、主婦が一人で行ったら…、窓口で『どうせ投資しないだろうから、適当に説明しておこう』といい加減に扱われそう。」 投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)
「知識のない自分が証券会社に行っても、専門用語でまくし立てられて、こちらが返す言葉がないからそのまま契約させられそうな感じがする。」 投資関心層: 女性・既婚子なし(30代)

## 25 投資信託や資産運用会社を認知していない

投資未経験者には、投資といえば「株式投資」が思い浮かび、「数百万円単位のまとまった資金が必要」と考える人が多く、そもそも「投資信託や運用会社」、「少額からの積立投資」を知らない人が目立った。

(インタビュー調査)
<b>【投資信託や資産運用会社を認知していない】</b> 「投資と言えば株のイメージしかなかったが、投資信託というものを初めて知った。それはだれが作っていて、どこで売っているのですか。その人を信用して委ねて大丈夫なの？」 投資関心層: 女性・既婚子あり(40代)
「投資するにはまとまった資金が必要だと思う。少なくとも数百万円は貯めてからでないと始められない。」

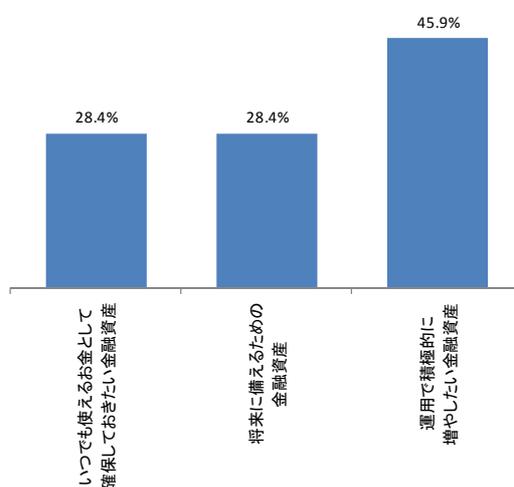
(インタビュー調査)

投資関心層: 男性・既婚子あり(30代)

## 26 将来の支出に備える資金を作るために投資している人は少ない

投資経験者に対して、自身の金融資産を資金性格によって3つに分けてもらい、どの性格の資金を用いて投資しているかを確認したところ、「運用で積極的に増やしたい金融資産」を利用して投資している人が約46%と最も多く、「将来に備えるための金融資産」を利用している人は約29%に留まりそれほど多くなかった。(図表41)

図表41 投資資金の性格



出所) 野村総合研究所「個人の投資に対する取り組み状況に関する調査(2015年1月)」より作成

注1) I章の図表15(左)を再掲。

注2) 「いつでも使えるお金として確保しておきたい金融資産」「将来に備えるための金融資産」「運用で積極的に増やしたい金融資産」を保有していると回答した人の内、それを用いて投資している人の割合を示している。n=222。複数回答

このような投資経験者と投資未経験者の特徴の違いから浮かび上がる問題点をまとめると図表42のようになる。

図表 42 (参考) 投資経験者と投資未経験者の特徴の違いから浮かび上がる問題点

項目		投資経験者	投資未経験者	問題点
資産形成の状況		<ul style="list-style-type: none"> <li>貯蓄の習慣があり資産形成への関心が高い</li> <li>マネープラン作成経験がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>貯蓄の習慣がなく資産形成への関心が低い</li> <li>マネープラン作成経験がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①貯蓄習慣が身につけていない</li> <li>②マネープランを考えた経験がない</li> </ul>
金融・投資に関する知識		<ul style="list-style-type: none"> <li>ある程度の金融・投資に関する知識も備わっている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>金融・投資に関する知識が十分に備わっていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>③金融・投資に関する知識が不足している</li> </ul>
投資のイメージ		<ul style="list-style-type: none"> <li>「銀行に預けるより得」、「資産形成に役立つ」、「少額より始められる」というイメージが投資経験後に増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お金に余裕がある人向け」「リスクが高い」「素人には難しい」等に加えて、「ギャンブル・賭博」のイメージも高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>④投資のイメージが資産形成に結びついていない</li> </ul>
投資に向かうプロセス	投資しない理由	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>「十分な知識がない」「損をすることが不安」「難しそう・敷居が高い」が多く、投資に対する知識不足や心理的なハードルが高い</li> <li>「投資商品の選択」「金融機関の選択」が障壁になっている一方で、金融機関に説明を聞くことはしない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤投資商品を選択できない</li> <li>⑥金融機関を選択できない・相談しにくい(都合のよい商品を売りつける)存在と認識している</li> </ul>
	投資開始に向けた行動	<ul style="list-style-type: none"> <li>男性は自力でインターネットによる情報収集が多い</li> <li>女性は家族、知人友人等への相談や金融機関への問い合わせが多い</li> </ul>	—	
投資スタンス		<ul style="list-style-type: none"> <li>投資経験者において</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>く仮に投資する場合の</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑦投資信託や資産運</li> </ul>

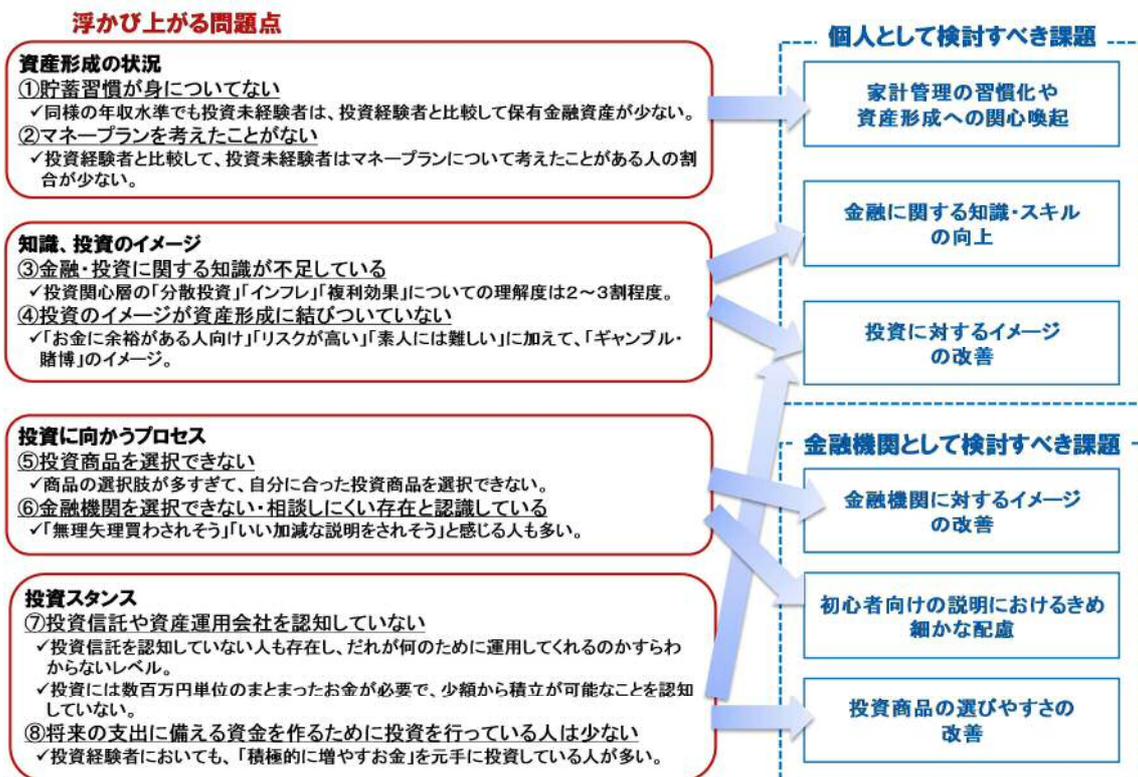
項目	投資経験者	投資未経験者	問題点
	<p>も、「積極的に増やすお金」を元手に投資している人が多く、将来の支出に備える資金を作るために投資を行っている人は少ない</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>積立投資を利用している人ほど、長期投資を想定している</li> </ul>	<p>スタンス&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「株式投資」「数百万円単位のまとまったお金が必要」「売り買いのタイミングが重要」</li> </ul>	<p>用会社を認知していない</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⑧将来の支出に備える資金を作るために投資を行っている人は少ない</li> </ul>

## 第2節 有識者へのヒアリングから得られた示唆

投資未経験層を投資経験層に変えることにより投資家の裾野の拡大を図るために検討すべき課題を図表43で整理した。個人の認知や知識・スキルという点では、家計管理の習慣化や資産形成への関心の喚起、あるいは金融・投資に関する知識・スキルの向上と投資に対するイメージの改善が挙げられる。また金融機関の姿勢や取り組みという点では、投資初心者向け説明におけるきめ細かな配慮、金融機関のイメージの改善、投資信託を選び易くするための工夫が挙げられる。

前節で整理した投資家の裾野の拡大を図るための課題を踏まえ、実務家や研究者等の有識者に対するヒアリングを行った。

図表43 投資家の裾野の拡大を図るために検討すべき課題



## 1. 家計管理の習慣化や資産形成への関心の喚起

I章で取り上げたアンケート調査の結果では、若年層全体のうち、保有金融資産 300 万円未満の人が 7 割程度存在し、マネープランについて考えたこともない人が約半数であった。またインタビュー調査からも「老後」、「子供の教育資金」という将来の大きな支出に備えた貯蓄の必要性について認識しながらも、具体的行動に移せていない人が多いことが把握できた。

若年層による資産形成を促進するためには、まず貯蓄の習慣を身につけることが必要で、そのために日々の家計管理を習慣化させることが重要であろう。また将来のライフイベントに備えて資産形成を行なっていくことも必要と考えられる。この点について有識者に意見を求めたところ、以下のような指摘を受けた。

### 家計管理能力の向上

資産形成を促進するためには、まず「家計管理能力の向上」が必要ということについて異論はなかった。家計管理能力を向上させるにはあらかじめ決めた予算内に支出をとどめることの重要性を理解し、家計簿等を用いて収支を把握する習慣を身につけることも有効であるとの意見があった。収支管理を習慣化することで家計の黒字化を実現し、30代までに一定の金融資産（たとえば300万円）を貯蓄することを目標にするといった具体的な呼びかけを行うべきとの声もあった。

### 貯蓄習慣を身につけるための実践的な方法

社会の趨勢として何らかの形で仕事を続けていく人が増えているため、働く人を如何に捉えて、実際の資産形成の行動につなげてもらうかが鍵となる。働く人に貯蓄の習慣を身につけるために、積立を勧めるべきだとの指摘が複数の有識者からあった。特に職場での給与天引きを利用した財形貯蓄や確定拠出年金、職場積立 NISA が浸透することに期待する声も多かった。

### 自分自身のライフプランの明確化

貯蓄や資産形成の動機付としては、単にマネープランを作成するだけでは十分でなく、自分自身がどんな人生を歩みたいと考えているか（ライフプラン）を明確にし、その上でそれを実現するためのマネープランを考えていくことが重要であるとの指摘もあった。

現在、特に若年層にとっては、「就職」、「結婚」、「出産」に関する様々な選択肢が存在し、典型的なスタイルを定めづらくなっている。それにも関わらず、平均的な人生を想定したマネープランを一方向的に伝えるだけでは、説得力を持たない。人々が個別の事情を反映したライフプランを描くことが重要であろう。また、ライフプランは一度作ればいいというものでなく、ライフステージの変化の各場面において再検討されるべきだ。このため、個人が容易にライフプランを作ることができるよう、専門家による適切な情報提供やアドバ

イス等のサービスを一般化させるべきとの意見もあった。

## 2. 金融・投資に関する知識・スキルの向上

I章のアンケート調査の結果で述べたように、関心があるのに投資を始めていない人は、投資には「数百万円単位のまとまった資金が必要」と考えている人が多い。しかし、インタビュー調査でも、投資経験者たちが「少額からの積立投資が可能なこと」を理解したことで投資に対する心理的ハードルの下がることも確認できた。

若年層に投資を利用した資産形成を促進していく上では、家計管理の習慣化や資産形成への関心を土台とし、その上で偏った理解や知識・情報不足を解消することも重要である。そこで、有識者ヒアリングでは、金融・投資に関する知識・スキルを伝えていくために必要なことや留意点について意見を聞いた。

### 金融・投資の知識・スキルの向上

さらに生徒や学生に、投資を取り入れた資産形成の方法についても理解してもらうことが重要で、それを理解するために必要な金融や経済の基礎知識を徐々に習得させていく必要があるという意見が多かった。リスクとリターンの基本的な関係、分散投資と長期投資、単利・複利の違い、金融商品の特徴とメリット・デメリットの理解を高めていくべきとの意見を得た。資産形成の中で投資を利用するには「投資信託をこつこつ積立すること」が多くの人にとって現実的とはいえ、これのみを教えればよいというものでなく、投資信託の投資先である株式の仕組み、投資信託自体の仕組みと運用会社の役割に対する理解が前提であるとの声もあった。

すでに学習指導要領が改訂され、社会科・公民科、家庭科の中で金融経済教育が実施されているが、まだ始まったばかりなので今しばらく、金融経済教育の成果を見守りたいとの声もあった。

実際に教育現場で金融経済教育に取り組んでいる複数の有識者から、大学等での寄付講座や小・中学校から高校での企業体験、教材の提供などの具体的な支援活動について具体的な説明があった。これらの有識者からは、一部の熱心な学校では先進的な取り組みがなされているが、より幅広く展開していくためには、子供たちへの金融経済教育を担う学校や教員の支援も欠かせないという意見もあった。この際、金融機関は、中立性や公共性を強く意識した上で、長期的な視点で支援を行い、学校との信頼関係を構築することによって、教員の金融経済教育に対する意識と知識を高めていくことができるとの意見もあった。

また、社会に出る前の時期に、金融や経済について家庭で学ぶ機会も重要で、金融や経済は体験を通じて理解が深まることが多く、家庭の中で預貯金や投資による運用を実際に体験することも大切だと指摘した有識者もいた。そして、2016年4月より導入が予定されているジュニアNISAの利用に当たっては、単に親が子供のために運用を行うだけでなく、

子供が金融や経済を学び、実際に体験をする機会として活用すべきで、これに関心を示す親も多いはずだとの指摘を受けた。

#### 継続的な教育の重要性

金融・投資に関する知識・スキルは簡単には身につかないため、社会に出てからの教育も重要であるとの意見について有識者から異論はなかった。

知識の習得と体験の機会を同時に提供する確定拠出年金は、投資の理解を深めるために特に有効だということを有識者は口をそろえて指摘している。確定拠出年金における加入者教育は分散投資、長期投資、ドルコスト平均法など、投資を行う上で重要な基礎知識のほとんどが組み込まれており、この機会を資産形成を促進する上で重視する必要があるという意見である。

確定拠出年金を導入していない企業の場合には、職場積立 NISA で補完し、従業員に対して金融・投資教育を実施することを試みてほしいとの意見もあった。ただし、雇用主に対して金融・経済教育を課すのはハードルが高いため、雇用主と社員の両方にやる気を向上させる仕掛けが必要との指摘もあった。

他の有識者からは、多くの社会人は社会に出るまでにお金の管理についてきちんと勉強する機会がなく、学びたいというニーズを多くの人が持っているはずで、平日夜間や休日のセミナー等、職場以外で投資教育の機会を提供することも有効であるという声もあった。

### **3. 投資に対するイメージの改善**

I 章の調査の結果で述べたように、投資に対するネガティブなイメージが先行し、投資は「資産形成」よりも「ギャンブル・賭博」のイメージに結びついている人が非常に多い。また、「株式投資」というと、常にパソコンの前で値動きを追いかけているデイトレードのイメージを持っている人が多い。投資家の裾野を拡大していくためには、投資が自身の資産形成に役立つことを理解することに加えて、投資に対するネガティブなイメージを解消することは必須である。そこで、有識者ヒアリングでは、投資のイメージを改善していくために必要なことについて意見を聞いた。

#### 投資の社会的意義の理解

大学等での金融・投資教育に関わる多くの有識者が、「投資」という言葉と「資産形成」という言葉が結びついておらず、投資により利益を獲得することを不道德な行いだと考える学生が非常に多いと指摘していた。また投資をギャンブルと捉える傾向は保有金融資産の少ない人に根強いとの声もあった。投資を一部の富裕層が行っているものと捉えていて、自分とは縁遠いものと感じているようであるとの声も多く得られた。

このような投資に対する偏った理解を改めるためには、学校教育において、投資の社会的意義や金融や経済の実社会での役割を理解させ、身近なものに感じてもらうことが最も

重要であると多くの有識者が指摘していた。「企業に投資したお金が世の中のためにどのように役に立ち、自分たちの利益として還元されるか」、「リスクを取って挑戦する人を資金的に応援することが、世の中を活性化する」ということを改めて強調すべきではないかとの意見である。

そして投資の社会的意義を十分に伝えないまま、いたずらに株式学習ゲームを行い、株式市場の動きにばかり注目させると、「投資は相場の値動きを見て売買すること」というイメージだけをすり込み、偏った理解を助長させてしまうと懸念する声も多くあった。

この他にも、投資のネガティブなイメージを改善するためには、金融機関が個別に啓もう活動を行なっていくには限界があり、金融業界が一体となった啓もう活動に長期にわたって展開していくことも検討すべきとの意見もあった。

#### 4. 金融機関の姿勢・取り組み

##### 27 金融機関に対するイメージ改善

I章で取り上げたアンケート調査から、投資関心層の中には、金融機関や投資商品の選択に迷っていても、金融機関に相談できないと考えている人も多いことがわかっている。インタビュー調査でも、金融機関は敷居が高いと感じている人が多く存在した。一方で、実際に投資を始めるには、身近な人との相談に加えて、金融機関からの勧めも手助けになったと考えている人も多かった。

資産形成や投資について具体的に検討したい投資初心者に向けて、金融機関などが相談しやすい場を提供し、適切な投資商品を提案していくことも必要であろう。有識者ヒアリングでは、このような観点から現状の取り組みと目指すべき姿、実現に向けた留意点について話を聞いた。

##### 金融機関による顧客の立場に立ったアドバイスの提供

金融機関に相談し難いと感じている人の多くは、金融機関は「おしつけがましい」とか「（金融機関に）都合のよい商品を勧める」と感じている人が多い。営利目的である以上どんな業種の会社でも、そのような態度が見え隠れすることは珍しいことではない。しかし、金融機関の場合は、自己の利益を優先しているというイメージの強い業態であるということ認識する必要があると指摘する有識者も少なくなかった。

このようなイメージを払拭するためには、商品の説明ばかりに時間を費やすことなく、顧客自身も漠然と思い描いているに過ぎない運用方針を確認するプロセスに時間をかけるなどの対応が必要であろう。既に、一部の金融機関では、顧客の指向する運用の確認を重視した上で、総合的なアドバイスやコンサルティング提案を行う試みが始まっているが、従来のイメージを払拭するには道半ばであるという意見も有識者からは聞かれた。

##### FP（フィナンシャルプランナー）におけるアドバイスの提供

特定の金融機関に属さないFP（フィナンシャルプランナー）は中立的で偏っていないイメージを持たれている。しかし有識者からは、現実のFPは金融機関からのコミッションを得て金融商品を販売しており金融機関に近い立場にいることが多いとの指摘があった。FPの多くは保険の募集人として勧誘を行った上でコミッションを得ており、顧客から明示的に手数料をもらっている人は少ないことについて留意すべきとの有識者もいた。

英国や米国で顧客からのフィーを得て活躍するIFA（Independent Financial Advisor）が広く浸透している状況を挙げ、我が国でも、価値のある情報やアドバイスを顧客に提供し、その対価を顧客から直接もらうサービスが普及していくための環境整備が必要という多くの意見を得た。

## 28 投資初心者向け説明のおけるきめ細やかな配慮

I章で取り上げたアンケート調査から、投資関心層の中には、十分な知識がなく、金融機関や投資商品の選択に迷っており、素人にも理解できるレベルで情報提供してほしいと考えている人が多いことが確認できた。インタビュー調査からは、投資信託の認知度は低く、少額で積立投資が行なえることもほとんど理解されていない状況も把握できた。

投資家の裾野を拡げていくためには、個人に金融・投資に関する知識を高めてもらうことと同時に、金融機関も投資初心者向けに分かりやすい説明を心掛けていくことが必要である。有識者ヒアリングでは、金融機関の取り組みについて、現状の取り組みと目指すべき姿さらに実現に向けた留意点について意見を聞いた。

### 投資信託に関するわかりやすい説明の必要性

一般的な個人の投資に関する知識レベルは、金融業界が現在認識している水準より低いとの前提に立った上で、金融機関は分かりやすく説明する努力をさらに行う必要があるという意見を多くの有識者からうかがった。特に投資信託は専門用語が多いこともあり、理解が難しいと指摘する意見は多かった。具体的には「金額買付・口数買付の違いを理解できない」や「何を原資に分配金が支払われているか理解できていない」、「投資対象・手法が複雑で、そもそもどのような運用をしているのか分かりにくい」等の例が示された。

また「既に信託報酬を運用管理費用と置き換えようとする試みもみられるが、用語が併用され、混乱が生じやすい」という指摘もあった。法律や業界ルールの制約を受け、容易なことではないだろうが、抜本的に平易な言葉への置き換えを検討する価値は十分にある。

### わかりやすいツールの必要性

ある有識者からは、ネット取引の操作画面をよりわかりやすくするために、ユーザテスト工程で投資経験の少ない若者や女性に協力してもらっているという金融機関の取り組み

事例を聞いた。消費財のマーケティング分野では、サービス提供の質を向上させるために、個人の目線を取り入れることは一般的である。だが、多くの金融機関では、専ら金商法への対応等コンプライアンス順守に対して意識され、わかりやすさとのバランスが軽視されているのではないかと指摘する意見があった。

#### 投資初心者向けの情報提供

投資初心者向けに、金融機関や投資商品の選び方を案内できるような情報が必要との意見もあった。このような情報は高い中立性をもって運用され、投資の入り口として広く認知されることに期待する声もあった。

### 29 投資商品の選びやすさの改善

アンケート調査結果によると、投資関心層の中には、投資商品の選択に迷っている人が多かった。これは NISA 口座を開設した投資初心者が実際には投資していない理由の上位に挙げられていることも確認できた。

投資関心層が投資する商品を選べないのは、選択肢が多すぎることが一因であり、選択肢を絞り込むという対応も必要なのではないか。有識者ヒアリングでは、このような観点から現状の取り組みと目指すべき姿、実現に向けた留意点についてうかがった。

#### 投資初心者向けのお勧め商品の絞り込み

投資信託は 5000 本以上（2015 年 2 月末時点で公募投信は 5,550 本）存在し、販売会社の中には取り扱っている投資信託の数が 100 本を超えるケースも多い。投信の選択肢が多いことが、投資関心層にとって商品選択をより困難にしていることは多くの有識者が指摘していた。複数の有識者から、投資初心者に向けた商品を数本～10 本程度のお勧め投信として提案することも検討に値するという意見があった。具体例としてはインデックスファンド等の価格変動要因がわかり易いファンドや価格変動の小さなファンド、ターゲットイヤーファンドのように長期の保有を想定したファンド、様々な投資対象に分散しているバランスファンドなどを投資初心者向けお勧め投信のラインアップに加えるべきとの意見が挙げられた。

#### 運用会社の認知度向上

I 章で取り上げたインタビューでも、多くの場合、運用会社やその役割に対する理解度が低かった。これは投資信託の運用会社が自身を十分にアピールしていない事も一因であり、このために運用会社が作ったファンドの個性も理解されておらず、その結果、投資信託の違いがわかりにくく、選べないことにつながっているという意見を指摘する有識者もいた。この流れを断ち切るためには、運用会社がどのような運用者・チームで運用しているのか、どのアセットクラスのどんな運用に特徴があり得意としているのか、コストに優位性が

あるなど運用会社の個性や運用者の顔を明確に示すことが1つの方法として考えられるとの声があった。



## 第III章 若年層を中心とした個人に投資を促すための必要な施策

本調査では、個人に対するアンケート・インタビュー調査結果から浮かび上がった若年層による資産形成や投資の現状を踏まえ、彼ら若年層に資産形成や投資を促すために目指すべき姿とその実現に向けた留意点等について有識者からの意見を得た。最後に、それらを総括し、求められる施策について整理する。

### 第1節 個人に投資を促すために必要な取り組み

本節では、個人に投資を促すために必要な取り組みについて、学校段階と社会人段階に分けて整理する（図表 44）。

#### 学校段階において必要な取り組み

2014年6月に金融経済教育推進会議から「金融リテラシー・マップ」が公表された<sup>2</sup>。金融リテラシー・マップでは、学校段階として小学校・中学校・高等学校・大学の4段階に分け、社会人として自立するまでに最低限身につけるべきお金の知識・判断力の目安を示している。この中で示されているもののうち、個人に投資を促すという観点から特に重要な取り組みには、金融や経済に関する基礎知識の習得のほか、投資の社会的意義の理解や収支管理の習慣化等が挙げられる。

また、学校のみならず家庭における取り組みも重要だ。学校での座学による一般論を補うものとして家庭では具体的な方法を学び、体験により理解を深めることが期待される。

#### 社会人段階において必要な取り組み

今後、我が国の少子高齢化の進行に伴い、公的年金の給付の減額や社会保障費用の負担が増すことは避けられなくなっており、現役世代はより早い段階から将来に備えた金融資産を形成していく必要がある。そのため、若いうちに収支管理の必要性を理解し、管理を習慣化することが重要だ。具体的な実行手段としては定期的な積立による預貯金や投資の利用を促すこと等が挙げられる。また、将来への備えに対する動機付けや目標の設定として、自身のライフプランについて適宜検討する習慣をつけることも重要であろう。

また、サラリーマンなど給与所得者の場合には、定期的な積立の実行手段として職域制度の利用は有効で、金融経済や投資に関する教育の場としても期待される。職域制度の一つである確定拠出年金は導入から十数年経過し、長期的な資産形成に関する教育コンテンツが十分蓄積されている。これを他の職域制度における教育に活用することも可能なはず

---

<sup>2</sup> 金融リテラシー・マップ「最低限身に付けるべき金融（お金のリテラシー知識・判断力）の項目別・年齢層別スタンダード」

2014年6月 金融経済教育推進会議（事務局：金融広報中央委員会）  
<http://www.shiruporuto.jp/teach/consumer/literacy/pdf/map.pdf>

だ。

図表 44 各段階において必要な取り組み

段階	求められる取り組み
学校	<p>【学校での取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 社会・経済の仕組みや金融の果たす役割、投資の社会的意義に対する理解を深めるために、学校段階ごとに適切な教育を行なう。</li><li>• 家計管理の重要性の理解につながるよう、お小遣い帳などを用いた収支管理の習慣化等を図る。</li><li>• 金融や経済に関する基礎知識の習得。</li></ul> <p>【家庭での取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 家庭の中でも、金融経済について学ぶとともに体験する機会を提供する。</li></ul>
社会人	<p>【社会人一般向け】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 家計の黒字化を図るために、収支管理の必要性の理解や、その習慣化を促す。</li><li>• 定期的な積立による預貯金や投資を勧め、なるべく早く一定の金融資産を貯めることを促す。</li><li>• ライフプランの作成を体験し、ライフステージの変化によりライフプランを再検討するなどの習慣化を図る。</li></ul> <p>【特に、給与所得者向け】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 財形貯蓄や確定拠出年金、職場積立 NISA 等の職域制度の利用促進。</li><li>• 職域制度を活用した、金融経済や投資に関する教育（導入時、継続）機会を提供する。</li></ul>

## 第2節 関係者に求められる施策

本節では前述した必要な取り組みを踏まえ、金融機関などの関係者に期待される施策について再整理を行った。

### 30 金融機関（共通）

今日では若年層にとって様々な選択肢が存在し、典型的なライフスタイルを定めづらくなっている。また公的年金の給付縮小や社会保障費用負担の増大は避けられなくなっており、将来に備えた自助努力の必要性は増している。このような変化の中、前世代では画一的な人生設計（ライフプラン）や将来のための資金計画（マネープラン）で十分だったとしても、現在の若年層にとっては不十分である。就職や結婚、出産等に関して選択肢が多様化しているため、人々の個々の事情を反映したライフプランを作る必要性は非常に高い。だが、本調査でも指摘したとおり、必要性は感じつつも資金計画をできていない人も多く、その割合は投資未経験者ほど高い<sup>3</sup>。将来のどの段階において、どの程度の資金が必要になるかを自覚させ、人々に資産形成の動機を与えるためにライフプランを明確にさせることは重要だ。これを個人が気軽に行うためには、専門的な知識や支援を提供するサービスが求められ、この担い手として銀行や証券会社のような商品販売業者やFP等が期待される。この取り組みはすでに一部の金融機関では進められているが、退職前の会社員や富裕層を主な対象にしており、利用者を若年層にも広げていくことを検討すべきである。そのためにはライフプランサービスの認知度向上が重要で、各社が個別に勧めていくよりも、多くの金融業界が一体となりライフプランを作ることの重要性をアピールすることが効果的であると考えられる。また個人に対する関心を一時的に喚起するだけでなく、個人が定期的あるいはライフステージの変化に応じてプランを練り直せるように、金融機関やFPはアクセスが容易で安価なサービスを低コストで提供できる体制を構築することが必要となる。

また、個人に投資を促すために学校における金融・経済教育は重要だが、それを担っている家庭科や社会科等の教員の中には、子供たちにお金に関する話題を教えることに対して心理的抵抗を感じている人も多い。金融・経済教育の担い手である教員の意識を高めていくためには、専門知識・スキル・実務経験を持つ金融機関（銀行や証券会社のような商品販売業者やFP、資産運用会社）、あるいは金融経済教育を専門とする団体などが、教員の啓もう活動を行なっていくことが期待される。学校や教員の金融経済教育に対する意識を早急に変えることは難しく、金融機関等は長期的な視点で支援を行い、学校との信頼関係を構築することが重要だ。

---

<sup>3</sup> I章2節の図表6に示すとおり、投資経験者と比較して、投資未経験者（関心層と無関心層）は、マネープランを作成したことがない人が多い。

### 31 商品販売業者（銀行・証券会社など）

金融機関に対して、専門的な情報を得られる一方で、おしつけがましい等のイメージを抱いている人は多かった。このようなイメージを払拭し、相談しやすい金融機関として認知されていくことが重要である。そのためには金融機関はこれまで主に商品の説明に時間を割いてきたが、将来に向けた資産形成の目的等を顧客とともに確認し、そのために必要な運用を示す等の総合的なアドバイスを提供するサービスに重点を置くべきであろう。既に一部の金融機関では、このような取り組みを始めているが、一層の推進が求められる。本調査からも明らかなように、投資経験者は「積極的に増やすお金」（余剰資金）で投資している人が多かったが、個人の金融資産の中ではそのような性格のお金は少なかった<sup>4</sup>。より多額の「将来に備えるお金」の運用手段として投資を提供することができれば金融機関の預かり資産の拡大にもつながるはずだ。

また、今まで銀行や証券会社は、未成年に対して投資サービスを提供することに消極的であった。ところが、2016年4月よりジュニアNISAの導入が予定され、今後、金融機関は未成年口座の獲得を積極化させることが予想される。子供が金融や経済を具体的に学び経験する機会は貴重であることを考えると、ジュニアNISAを子供に対する投資教育の機会と捉えることも重要だ。具体的には、ジュニアNISAの提供に当たって、子供と親等が金融や経済、投資を学ぶことができるよう資料を工夫したり、随所で親子で学べるセミナーを開催する等も期待される。

若年層の早い段階で貯蓄の習慣付けも必要であろう。特に新社会人向けに給料の一定割合は強制的に積立による貯蓄に回すことは一般的に良い習慣として認識されており、改めて金融機関が啓もうしていくことは有意義であろう。この際、貯蓄の選択肢として、預貯金や保険以外にも投資を提示していくことも望まれる。「目標金額に到達するには、貯金だとこれくらいの期間がかかって、投資だと値動きはあるかもしれないがこれくらいの期間で済む」というような形で示すことも提示方法の1つである。

企業に対して職域制度の採用を働きかけることも若年層に対する有効なアプローチとなるであろう。職域制度には、一般的な積立に比べ、税制面での優遇や、マッチング拠出や奨励金等の企業による金銭的支援が付加されることもあり、従業員に効果的にアピールできる。また、経済処遇の似通った人を対象とするため、当該企業の従業員にとって適切な投資商品を絞り込むことも可能で、金融機関は提供する際のコストを抑えることも可能かもしれない。さらに、金融経済や投資に関する教育を行う機会としても有望で、ライフプランに関するセミナーや相談会を従業員やその家族に提供することも考えられる。

選択肢が多すぎて選べないという投資初心者向けに、商品の選びやすさを向上していくことも検討すべきである。本調査でも指摘したように、店頭以外のチャネルを利用する投

---

<sup>4</sup> I章2節の図表14に示すとおり、「運用で積極的に増やしたい金融資産」と比較して「将来に備えるための金融資産」の配分比率は高い。

投資初心者は商品選択に迷い、購入を諦めてしまうケースも多い。投資初心者が適切な商品の選択を容易に行えるよう、数本～10本程度に絞り込んで提示していくことが考えられる。投資初心者向けに提示される商品としては、たとえばインデックスファンド等の運用コストの低いものや価格変動の小さいもの、ターゲットイヤーファンド等の長期保有を想定したファンド、投資対象を十分に分散したバランスファンド等が考えられる。

### 32 金融機関（資産運用会社）

銀行や証券会社でサービスが変化するのに対応して、中長期の資産形成に向けた商品の開発を一層重視するべきである。今までの投資家は「積極的にお金を増やす」ために投信を保有してきたが、今後「将来に備えるお金」の運用手段として投信を保有してもらうために、これに合わせた商品開発が非常に重要だ。また、2016年4月より導入されるジュニアNISAに対しても制度の性質上、特に（中）長期の運用に適した商品の開発・提供が必要となる。

投資信託の説明に用いられる言葉は専門用語が多く、個人、特に投資初心者にとっては理解が困難なものとなっている。平易な言葉へ置き換える取り組みは既に見られるが、一般的な個人の知識レベルでは依然として難解なものが多いと考えられる。法律や業界ルールに縛られていることが平易な言葉の置き換えの制約になっているのであれば、業界団体が中心になって、関係当局の協力を取り付けた上で進めるべきである。また、個人と接する機会の多い販売会社とも連携し、投資家の理解度合いに合わせ、わかりやすい説明になるよう継続した改善活動を行なっていくべきであろう。

多くの人は、販売会社と資産運用会社を一体として捉え、資産運用会社に対する理解度が低く、また投資信託そのものに対する個性を見出せずにいる。この状況はひいては投資家が商品を選択できないことにもつながっている。今後、資産運用会社は、ファンドの個性や特徴、コスト優位性をアピールして、自社の認知度を上げていくことが望まれる。

### 33 金融機関（ファイナンシャル・プランナー（FP））

英国や米国では顧客の立場に立って情報やアドバイス提供を行なうIFA（独立ファイナンシャル・アドバイザー）の影響力は大きく、我が国でも個人に投資を促すために金融機関から独立したFPが活躍の場を広げていくことが期待される。

実際FPのイメージは良い。FPは中立的で公正な情報を提供してくれるイメージが強く、相談しやすい雰囲気を持っていると考えている人が多い。ところが実際にFPに相談しようとした場合、十分なスキルを持っているのか、相談のために手数料をいくら負担すればいいのか、どんな種類のサービスが受けられるのか、自分の財産をさらけ出すことができるほど信頼できる相手なのか、不安な要素は多いはずだ。また、どこに行ったらFPに相談できるのか、FPへのアクセス方法が知られていない。

このような不安の払拭のために、個々のFPはもちろん、業界を挙げた取り組みも必要で

ある。実際、業界団体は資格認定制度を作り、ホームページで個々のFPの相談手数料やサービスの種類を公表している。FPに対する信頼性を一層高め、顧客の立場に立ったサービスを行えるよう、コンプライアンスを強く意識させる業界ルールの強化や、FPへの相談によりトラブルとなった相談者を救済する仕組みの整備など、FPや業界の信頼性を高めるようさらなる取り組みが期待される。

#### 34 関係当局

個人による投資を促進するためには、人々の投資に対する理解度や知識を向上させる必要があり、そのために学校段階や社会人段階での金融経済教育は重要だ。本報告書では、金融機関が学校や教員の支援や社会人に対する教育を積極的に進めるべきであると指摘したが、関係当局も同様である。金融経済教育研究会の報告書（2013年4月）<sup>5</sup>にも述べられている通り、金融経済教育が我が国全体として効率的に推進できるよう、関係当局がより積極的に役割を果たすことが必要である。特に本調査の視点である個人の資産形成や投資への取り組み状況を考えた場合、投資信託などの金融商品について、中立的な機関が具体的に・実践的な比較情報や選択の視点及び金融機関の選択のポイント等を示すことは重要であろう。

また、投資信託等の個人向け金融商品について、説明を平易な言葉に置き換えるよう金融機関や業界団体による努力はみられるが、法律の制約を受けて、十分にわかりやすくできないとの指摘もある。関係当局はこのような金融機関の取り組みに積極的に協力すべきで、投資家の理解を容易にするための取り組みを検討すべきである。

---

<sup>5</sup> 金融経済教育研究会報告書（平成 25 年 4 月 30 日）  
[http://www.shiruporuto.jp/teach/consumer/suishin/pdf/20130607\\_shiryout2.pdf](http://www.shiruporuto.jp/teach/consumer/suishin/pdf/20130607_shiryout2.pdf)

図表 45 関係者に求められる施策

取り組み主体	内容
金融機関 (共通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライフプランの作成の意義や、一般的な目標設定などについて幅広く働きかけを行う。</li> <li>若年層にも利用が浸透するように、個々人が定期的あるいはライフステージの変化に応じて、容易にライフプランを作ることができるよう適切な情報やプラン作成サービスを提供する。</li> <li>児童や生徒、学生への金融・経済教育を担う学校や教員を支援する。</li> </ul>
商品販売業者 (銀行・証券会社など)	<p><b>【資産形成における投資の利用促進】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>投資のイメージが資産形成に結びついておらず、将来に備える資金が投資に当てられていないという現状を踏まえ、高齢層や富裕層以外の人も対象に、商品販売業者は、将来に向けた資産形成の目的等を顧客とともに確認し、そのために必要な運用を示す等の総合的なアドバイスを提供するサービス等の提供を行い、資産形成における投資の利用を働きかける。</li> </ul> <p><b>【貯蓄や投資のきっかけや学ぶ機会の提供】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ジュニア NISA 導入を利用して、子供が学びながら資産形成できる機会・資料等（預貯金・投資プラン等）を提供する。</li> <li>家計の黒字化の重要性を強調し、預貯金や投資を組み合わせた積立の利用を促進する。</li> <li>職域制度の採用を企業に働きかけるとともに、職域制度を活用した金融経済や投資に関する教育（導入時、継続）を一層充実する。</li> </ul> <p><b>【投資初心者への配慮】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>特に投資初心者でも商品を選び易くするための工夫として、初心者向けお勧め商品ラインアップを提示する。</li> </ul>
金融機関 (資産運用会社)	<p><b>【投資初心者の配慮】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>投資初心者向けに中長期的に安定供給できる商品を提供する。特にジュニア NISA 向けに適切した商品を提供する。</li> <li>投資信託は投資初心者向けに適した商品であるにも関わらず、専門用語が多く理解が難しいため、抜本的に平易な言葉への置き換えを検討する。</li> </ul> <p><b>【運用会社の認知度向上】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>資産運用会社の作ったファンドの個性や特徴（運用者の顔の見えるファンドづくりを推進）、コスト優位性をアピールし、資産運用会社自体</li> </ul>

取り組み主体	内容
	の認知度を向上させる。
金融機関（ファイナンシャル・プランナー（FP））	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客から直接対価を受け取ることにより、顧客の立場に立った情報やアドバイスを提供するサービスの一般化や普及を図る。</li> <li>• FPへのアクセス方法、認知度を向上させる。</li> </ul>
関係当局	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 金融経済教育の積極的な推進体制の整備を行う。特に、中立的な機関の支援を行い、投資初心者が商品・金融機関選択のための情報を得やすい環境を整備する。</li> <li>• 投資信託等の個人向け金融商品の説明が平易な言葉で表現可能となるよう、民間金融機関の取り組みの支援や協力を行う。</li> </ul>