

コロナ禍で進む富裕層の二極化と意識変化

アベノミクス開始以降、富裕層は増加を続け、コロナ禍でもその勢いは衰えない。コロナ禍の富裕層には、事業、消費、資産管理・運用において攻めと守りの両面の変化が起き、富裕層の二極化が顕著になっており、先行き不透明な中で専門家からのアドバイスニーズが強まっている。

富裕層は133万世帯、保有資産額は333兆円に

純金融資産1億円以上保有する日本の富裕層¹⁾が右肩上がりが増えてきている。その世帯数は2019年時点で132.7万世帯、8年前（2011年）の1.6倍である²⁾。保有する純金融資産の総額は2019年時点で333兆円と推計され、2011年の1.8倍になった。総世帯数のわずかに2.5%に過ぎない世帯が、家計の保有する純金融資産総額の21.4%を保有する構造である。

10年近くにわたって富裕層が増えてきたのは、アベノミクスによる景気の拡大と株式・不動産などの資産価格の上昇が続いたからである。それに加え、日本企業の賃金体系が年功序列型から成果報酬型に移行しつつあること、IPO（新規株式公開）やベンチャー企業の事業売却が増えていることなどが要因として挙げられよう。

日本の人口が減少に転じ、総世帯数が微増する一方で世帯人数の減少が続いている。少子高齢化を反映したこのような環境の中で、富裕層の世帯数が著しく増加していることが、日本社会の階層構造を大きく変え、消費・生活意識や資産形成行動にインパクトを与えていることは間違いない。

コロナ禍での富裕層の消費意欲・事業意識は二極化

今回の新型コロナウイルスの流行はこうした富裕層の消費行動にどのような影響を与えたのだろうか。コロナ禍でも堅調な株価を背景に高額商品が飛ぶように売れているというニュースも流れるが、実態は富裕層の中で二極化が起きている。

NRIが2020年10月～11月に実施した富裕層の企業のオーナー経営者を対象としたアンケート³⁾結果では、「インターネットショッピングの利用が増えた」（41%）、「自宅で長く過ごすための環境を整えた（自宅のリフォーム、家具・備品の購入など）」（29%）、「フードデリバリーサービスやケータリングの利用が増えた」（21%）となっている一方、「高額な商品やサービスの利用を控えるようになった」も39%を占めている（図表）。この結果から、消費を増やした富裕層と抑えた富裕層の両方が一定規模存在し、二極化していることがわかる。

リーマンショックや東日本大震災の後には、株価の暴落と経済の低迷によって富裕層の消費が一様に落ち込んだが、今回は様相が異なっている。この背景には、世界規模の財政出動によって、株価が短期間で回復したことに加え、コロナとの関係によって企業業績も業種や個々の企業の置かれた状況が異なっていたことが挙げられよう。

調査結果からも、彼らの事業に関する考え方の変化にも、デジタル化やビデオ通話の積極活用といった「攻め」の意識とコスト削減や事業ポートフォリオの見直しなどの「守り」の意識の両面が表れている（図表）。業況の格差だけでなく、経営の意識においても二極化が進んでいる。

なお、順位は下位であるものの、「事業承継の検討」（33%）、「事業の縮小や売却の検討」（12%）といった経営上の重大な決定につながる意識変化が起きていることが注目される。株価の上昇は、承継コストの上昇となり、事業承継を進める上で必ずしも良いタイミングとは言えないが、攻めと守りの両面が求められる事業環境を見据えて、コロナ禍が高齢の経営者が次世代に経営を委ねる決断の契機となったと考えられる。

NOTE

- 1) 本稿では、純金融資産を1億円以上5億円未満保有する世帯を富裕層、同5億円以上を超富裕層と定義する。表現の簡略化のため、富裕層と超富裕層をまとめて「富裕層」と表記する。
- 2) 推計の詳細は、https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/1st/2020/cc/1221_1を参照。
- 3) 帝国データバンクのTDB企業概要データベースを元に全国2万社を抽出し、企業のオーナー経営者（主要株主かつ代表者）にアンケートを郵送。有効回答1,520名のうち、本人と配偶者の保有する金融資産が1億円以上の305名を集計対象とした。

図表 新型コロナウイルスをきっかけとした富裕層の意識の変化

	事業面	生活意識・消費面	個人の資産管理・運用面			
1位	コスト削減	62%	健康や体力増進に関する意識が強まった	65%	個人資産のことよりも、所有する事業や法人の先行きが、以前よりも心配になった	53%
2位	デジタル化・IT活用の加速	61%	家族との会話やコミュニケーションが増えた	51%	複雑でわかりにくい商品よりも、シンプルでわかりやすい商品を好むようになった	50%
3位	ネットやビデオ通話の積極的活用	50%	ソーシャルディスタンスを意識した旅行をするようになった	47%	経済の先行きや管理・運用する資産に関して、積極的に情報収集や勉強をするようになった	47%
4位	新たな販路や取引先の開拓	50%	本を読む時間が増えた	47%	元本割れする可能性のある金融商品のリスクを、以前よりも気にするようになった	46%
5位	事業ポートフォリオの見直し	42%	テレビを見る時間が増えた	45%	自分の考えだけで資産の管理・運用をするのは限界があると感じた	46%
6位	従業員の働き方の変化	37%	インターネットショッピングの利用が増えた	41%	資産の管理・運用に関するアドバイスをもらえる信頼できる専門家が必要だと思った	42%
7位	事業承継の検討	33%	スマホやタブレット端末の利用が増えた	41%	割安になった株式や投信の購入を検討した（購入した）	37%
8位	M&Aを通じた事業拡大の検討	21%	高額な商品やサービスの利用を控えるようになった	39%	分散投資やポートフォリオ管理に対する意識が高まった	31%
9位	事業の縮小や売却の検討	12%	自宅で長く過ごすための環境を整えた（自宅のリフォーム、家具・備品の購入など）	29%	株式や投信の売却を検討した（売却した）	27%
10位	—	—	フードデリバリーサービス（UberEats、出前館など）やケータリングの利用が増えた	21%	資産価格の下落は、相続や事業承継の好機だと思った	26%

(出所) 野村総合研究所 [NRI 富裕層アンケート調査]

コロナ禍で加速したデジタル化や従業員の働き方の変化は不可逆的であり、今後は、新たな経営環境下で業績を伸ばす新富裕層が登場し、「親リッチ」と呼ばれる次世代富裕層への資産承継が進むとみられる。

富裕層に強まる専門家からのアドバイスニーズ

新型コロナウイルスの流行によって富裕層の個人の資産管理・運用に関する意識も変化した。前述の調査では、「個人資産のことよりも、所有する事業や法人の先行きが、以前よりも心配になった」（53%）、「複雑でわかりにくい商品よりも、シンプルでわかりやすい商品を好むようになった」（50%）といった項目が上位である点は、過去の有事（リーマンショックなど）と同様である。

それに加えて、「経済の先行きや管理・運用する資産に関して、積極的に情報収集や勉強をするようになった」

た」（47%）、「自分の考えだけで資産の管理・運用をするのは限界があると感じた」（46%）、「資産の管理・運用に関するアドバイスをしてもらえる信頼できる専門家が必要だと思った」（42%）となっており、情報収集意欲や専門家へのアドバイスニーズが強まっていることがわかる。

個々の直面する状況やダメージが異なり今後の見通しも不透明という中で、質の高い情報に基づいて慎重に判断・決断したいという思いが、専門家からのアドバイス

ニーズにつながっているようだ。

金融機関のプライベートバンカーにとってアドバイスニーズの強まりは好機であるが、その一方で、顧客である富裕層の抱える悩みや問題がこれまで以上に個別化・複雑化していることも確かである。個人の資産運用だけでなく事業や家族に関わる課題も併せて解決していかなければならない。今後は、「金融のプロ」というだけでは富裕層顧客の期待に応えられないだろう。富裕層の二極化は中長期的にはプライベートバンカーの選別につながり、ひいては金融機関のPBビジネスの淘汰にもつながる可能性がある。

Writer's Profile



宮本 弘之 Hiroyuki Miyamoto

コンサルティング事業本部
パートナー
専門は金融機関経営、富裕層ビジネス
focus@nri.co.jp