

# 若年層における“貯蓄から投資へ”の行動変容を促すポイント

株式会社 野村総合研究所 金融コンサルティング部  
シニアコンサルタント 尾上 潔

株式会社 野村総合研究所 金融コンサルティング部  
コンサルタント 柴田 政晃



## 1 はじめに

2022年11月28日、新しい資本主義実現会議にて、資産所得倍増プランが決定された。“貯蓄から投資へ”の流れを本格化し、5年間でNISA総口座数（一般・つみたて）、NISA買い付け額の倍増と、家計による投資額（株式・投資信託・債権等の合計残高）を倍増させることを目標としている。

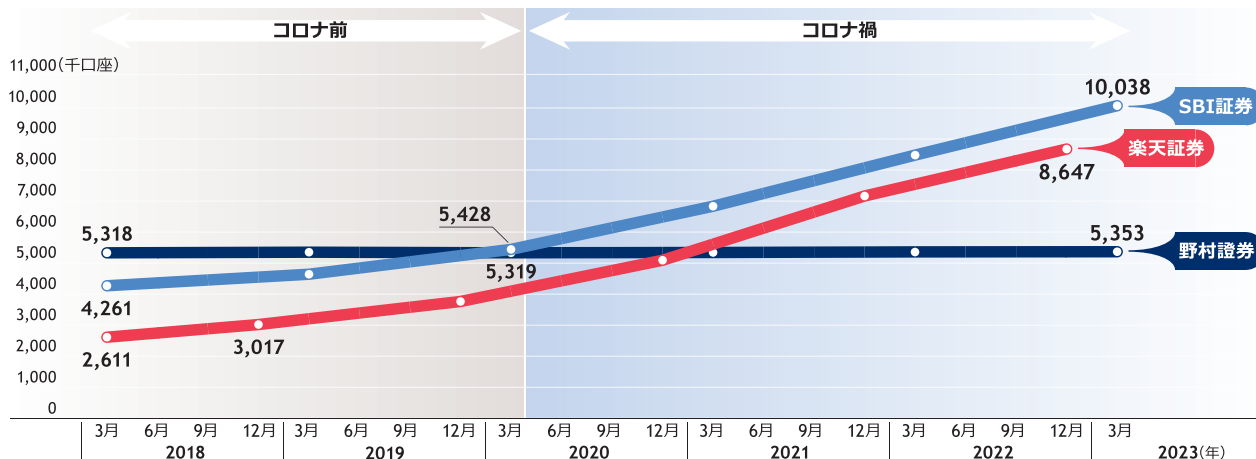
本稿では、NRIが3年に1度、生活者の金融意識や行動の実態と変化を明らかにすることを目的に実施している生活者1万人アンケート調査（金融編）<sup>※1</sup>の最新の結果（2022年9月実施）を基に、“貯蓄から投資へ”の現在地を確認しつつ、今後の動向についての考察を行う。

## 2 コロナ禍で加速した“貯蓄から投資へ”の流れ

コロナ禍の影響で、“貯蓄から投資へ”の流れが加速している。ネット証券大手の楽天証券は2022年12月に証券総合口座数が850万口座を超え、SBIグループの証券各社の証券総合口座数は2023

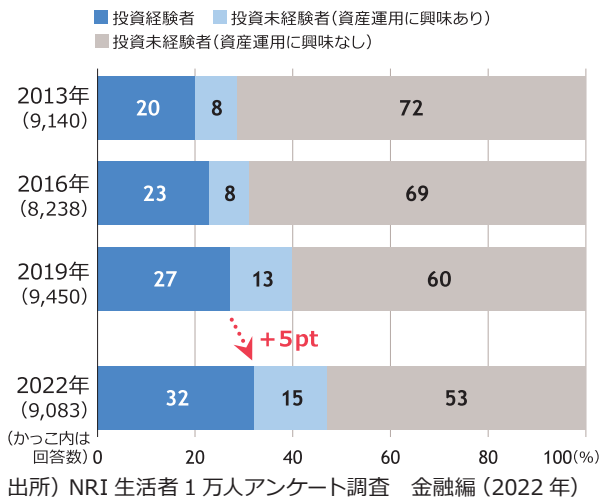
※1 調査対象：全国の18～79歳の男女個人1万人。全国の地域別（7区分）、都市規模別（5区分）に人口比で400地点を算出し、性・年代（10歳階級別）・住居形態（戸建て・共同住宅他）が国勢調査と合致するように調査票を配布・回収  
調査方法：訪問留置法（一部、郵送による回収およびWebによる回答を含む）  
実施時期：調査年の8～9月（直近は2022年、前回調査は2019年）

図表1 主な証券会社の証券総合口座数推移



注) 野村証券の決算期は3月末  
SBI証券の決算期は3月末。また、2019年4月末以降はSBIネオモバイル証券の口座数、2020年10月末以降はSBIネオトレード証券の口座数、2021年8月末以降はFOLIO口座数を含んだ実績  
楽天証券の決算期は2017年度まで3月末、2018年度以降は12月末  
出所) 各社決算資料よりNRI作成

図表 2 投資経験者・投資に興味がある人の割合



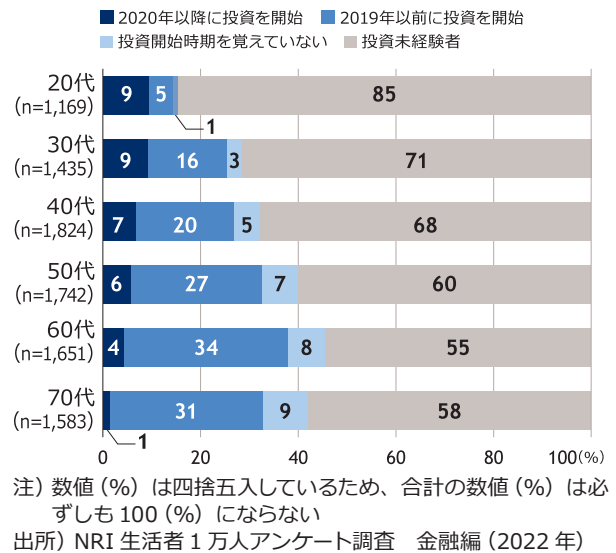
年 3 月に 1,000 万口座を超えるなど、ネット証券を中心に証券口座開設数が過去にないペースで増加している (図表 1)。

2022 年 9 月に NRI が実施した生活者 1 万人アンケート調査 (金融編) においても、2019 年の前回調査と比較して、投資経験者の割合が 5 ポイント増加し、32%に達したことが明らかになっている (図表 2)。

一般的に、投資経験者の割合は、年代が上がるごとに高まることが知られている。実際に、年代別の投資経験者の割合を見ると、20 代から年代が上がるごとに増え続け、60 代における投資経験者の割合が 45% と、最も高い値となっている (図表 3)。

一方で、2020 年以降に投資を始めた人の割合を年代別に見ると、特に 20 ~ 30 代の若年層で高いことがわかる。このことから、コロナ禍において特に若年層を中心に、“貯蓄から投資へ”の流れが拡大していることがうかがえる。

図表 3 年代・投資開始時期別 投資経験者の割合



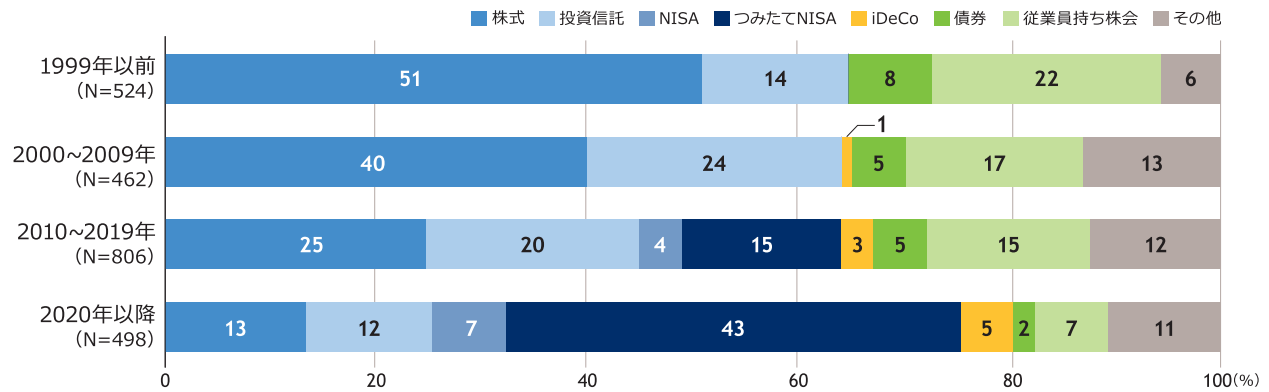
### 3 “貯蓄から投資へ”の原動力はつみたて NISA

#### 1) つみたて NISA の影響

さて、前章で述べたように、近年、投資の裾野はいずれの年代でも拡大しているが、その要因の一つとして、つみたて NISA の普及・浸透が挙げられる。つみたて NISA とは、長期的な資産形成を行いたい投資の未経験者・初心者支援のために、2018 年 1 月から開始された非課税制度である。つみたて NISA を利用すれば、毎年 40 万円を上限として投資信託商品の購入が可能であり、各年に購入した投資信託を保有している間に得た分配金と、値上がりした後に売却して得た利益 (譲渡益) が購入した年から数えて 20 年間、課税されない。少額から利用することが可能、かつ投資対象を長期・積み立て・分散投資に適した投資信託商品に限定しているため、投資初心者をはじめ幅広い年代において利用しやすい仕組みとなっている。

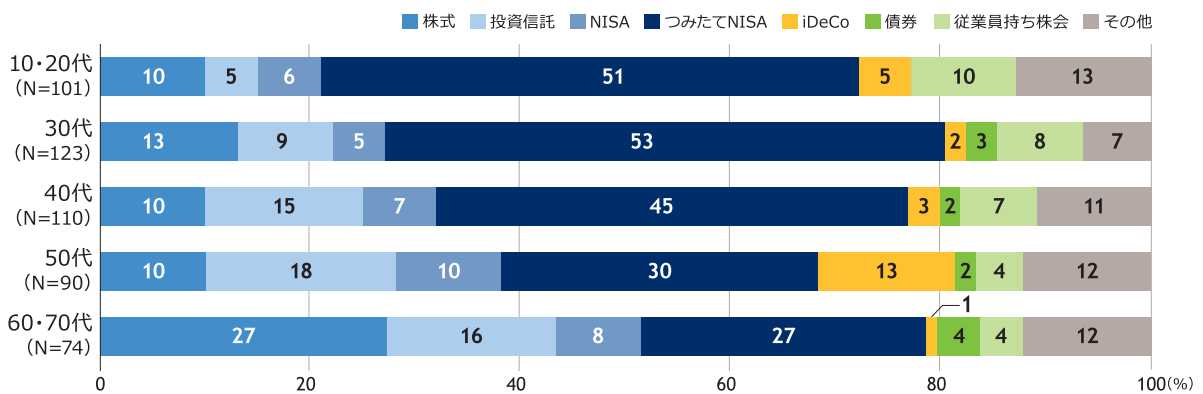
投資経験者が、初めて行った資産運用を、投資開始時期別に示したものが図表 4 である。例えば、1999 年以前に資産運用を開始した投資経験者の約半数は株式の購入で資産運用を開始していたが、

図表4 投資開始時期別 初めて資産運用を行った商品



注) 数値 (%) は四捨五入しているため、合計の数値 (%) は必ずしも 100 (%) にならない  
出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

図表5 年代別 初めて資産運用を行った商品 (2020年以降に資産運用を開始した投資家を対象)



注) 数値 (%) は四捨五入しているため、合計の数値 (%) は必ずしも 100 (%) にならない  
出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

1998年12月の金融システム改革法施行に伴う銀行等による投資信託の窓口販売解禁の影響を受け、2000～2009年に資産運用を開始した投資経験者においては株式の購入で資産運用を開始した人の割合が減少し、投資信託の購入で資産運用を開始している人の割合が増加している、といった傾向が読み取れる。その中で、2020年以降に資産運用を開始した投資経験者に着目すると、その約4割がつみたてNISAで資産運用を開始していることがわかる。この割合は、他の商品と比較して際立って高く、つみたてNISAが“貯蓄から投資へ”の原動力として大きな役割を果たしていることがうかがえる。

2020年以降に資産運用を開始した投資経験者に

絞って、年代別に初めて行った資産運用を示したものが図表5である。図表5を見ると、つみたてNISAで資産運用を開始した人の割合は、若年層に限らず、全年代で最も高いことがわかる。特に、これまで60代以降で投資を開始する人は、ある程度まとまった金額の資産を退職金で手にしてそれを元手に資産運用を開始する人がほとんどであったが、直近ではつみたてNISAで少額を積み立てて資産形成を行う人が増えてきていると考えられる。

このことから、若年層が中心ではあるが、比較的高齢層においても、少額から開始することができるといった、つみたてNISAのメリットが訴求できているといえる。

図表 6 金融リテラシーを計測するための設問

項目	設問文	正答
金利	100万円を年率2%の利息がつく預金口座に預けいれました。それ以外に、この口座への入金や出金がなかった場合、1年後、口座の残高はいくらになっているでしょうか。利息にかかる税金は考慮しないでお答えください。	102万円
複利	では、5年後の口座残高はいくらになっているでしょうか。利息にかかる税金は考慮しないでお答えください。 1. 110万円より多い 2. ちょうど110万円 3. 110万円より少ない 4. 上記の条件だけでは答えられない 5. わからない	110万円より多い
インフレ	高インフレのときには、生活に使うものやサービスの値段全般が急速に上昇する。	正しい
リスク・リターン	平均以上の高いリターンのある投資には、平均以上の高いリスクがあるものだ。	正しい
分散投資	1社の株を買うことは、通常、株式投資信託（何社かの株式に投資する金融商品）を買うよりも安全な投資である。	間違っている

出所) NRI 作成

## 2) 生活者のつみたて NISA による行動変容を測る尺度

### (1) 金融リテラシー

NRI 生活者 1 万人アンケート調査（金融編）では、金融に関する知識を確認するための五つの設問を盛り込み、その正答数で金融リテラシーを計測している。五つの設問はそれぞれ、金利、複利、インフレ、リスク・リターン、分散投資に関するもの（図表 6）であり、経済協力開発機構（OECD）における調査でも金融知識を測る設問として用いられている。

本調査においては、回答者別の金融リテラシーを図表 6 に示す設問の正答数として定義している。

一般的に、投資経験者は投資未経験者と比較して金融リテラシーが高い傾向にあるが、投資初心者向けのつみたて NISA で資産運用を開始した人であっても、その傾向は同様であることが図表 7 から読み取れる。

### (2) ポイント感応度

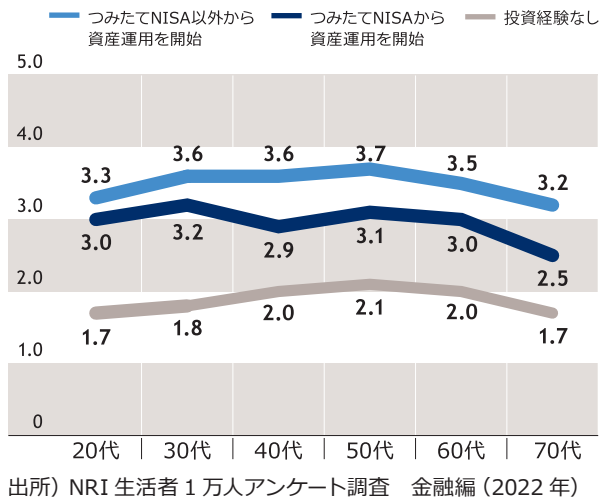
つみたて NISA のメリットの一つは、運用益・分配金が 20 年間非課税になる点である。金銭的なイ

ンセンティブを付与し、生活者の行動変容を促す政策には他にも、キャッシュレス、マイナンバーカード、ふるさと納税等が挙げられる。金銭的なインセンティブが付与された場合に、行動変容が生じるかどうかを測る尺度の一つとして、ポイント感応度がある。

NRI 生活者 1 万人アンケート調査（金融編）では、ポイント感応度を「ポイントがつくかどうかで購入する商品・サービスが変わる」「ポイントがつくかどうかで購入する店舗が変わる」の設問に対する回答で測っており、どちらの設問に対しても「あてはまる」、もしくは「ややあてはまる」と回答した人をポイント感応度が高い、それ以外の人をポイント感応度が低いと定義している。

金銭的なインセンティブを付与する政策への反応度合いを、ポイント感応度別に表したものが図表 8 である。例えばキャッシュレス利用意向については、ポイント感応度の高い人は 59%が「商品・サービスの購入時にキャッシュレスで支払いたい」と回答しているのに対し、ポイント感応度の低い人は 40%にとどまっている。

図表 7 資産運用経験・年代別 金融リテラシー



マイナンバー保有率やふるさと納税利用率についても同様の傾向が見られることから、ポイント感応度の高低によって、金銭的なインセンティブに対する生活者の行動は変化するのではないかと考えられる。

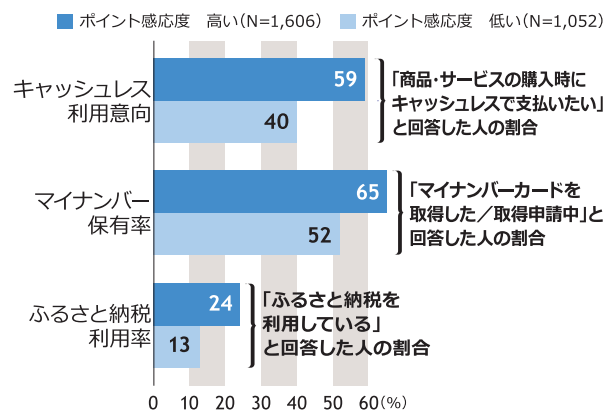
#### 4 “貯蓄から投資へ”の流れのさらなる拡大に向けて

先述のように投資家層は近年拡大している一方で、図表 2 に示したように、2022 年時点で投資未経験者は全体の 68% を占める。しかし、投資未経験者の中で資産運用に興味がある・やや興味がある人はあわせて 22% 存在し、特に 20～30 代の若年層でその割合が高い (図表 9)。

今後、“貯蓄から投資へ”の流れをさらに拡大させるためには、他の年代と比較して、投資未経験者の割合が高く、かつ資産運用に関心のある人の割合も高い若年層の行動変容が重要となる。

資産所得倍増プランにおいても、NISA の抜本的拡充や恒久化、中立的な助言サービスの提供、金融経済教育の充実等、若年層を中心とする投資未経験者層の行動変容を促す施策を検討することが公表さ

図表 8 ポイント感応度高低別 キャッシュレス利用意向・マイナンバー保有率・ふるさと納税利用率



れている。本章では、前章で述べた金融リテラシー、ポイント感応度の観点から、20～30 代の若年層を図表 10 に示す四つのセグメントに分けた上で、“貯蓄から投資へ”の行動変容を促すためのポイントを考察したい。

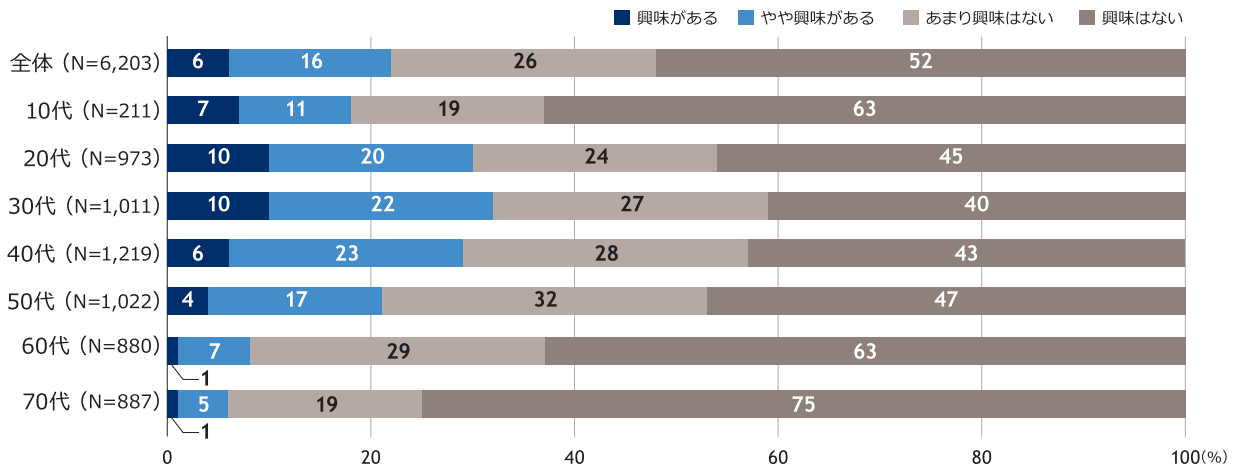
#### 1) セグメント①：金融リテラシー高・ポイント感応度高

金融リテラシー、ポイント感応度の双方が高いセグメント①は、現状において既に投資経験者の割合が約半数を占めている (20～30 代の平均の 2 倍以上)。金融リテラシーが高く、将来の資産形成の必要性を理解しており、かつポイント感応度が高いため、税制優遇のあるつみたて NISA が最も訴求できているセグメントであることがわかる。そのため、2024 年 1 月の NISA 制度拡充のような、金銭的なインセンティブが強まるような施策に対しても、最も反応するセグメントであると想定される。

#### 2) セグメント②：金融リテラシー高・ポイント感応度低

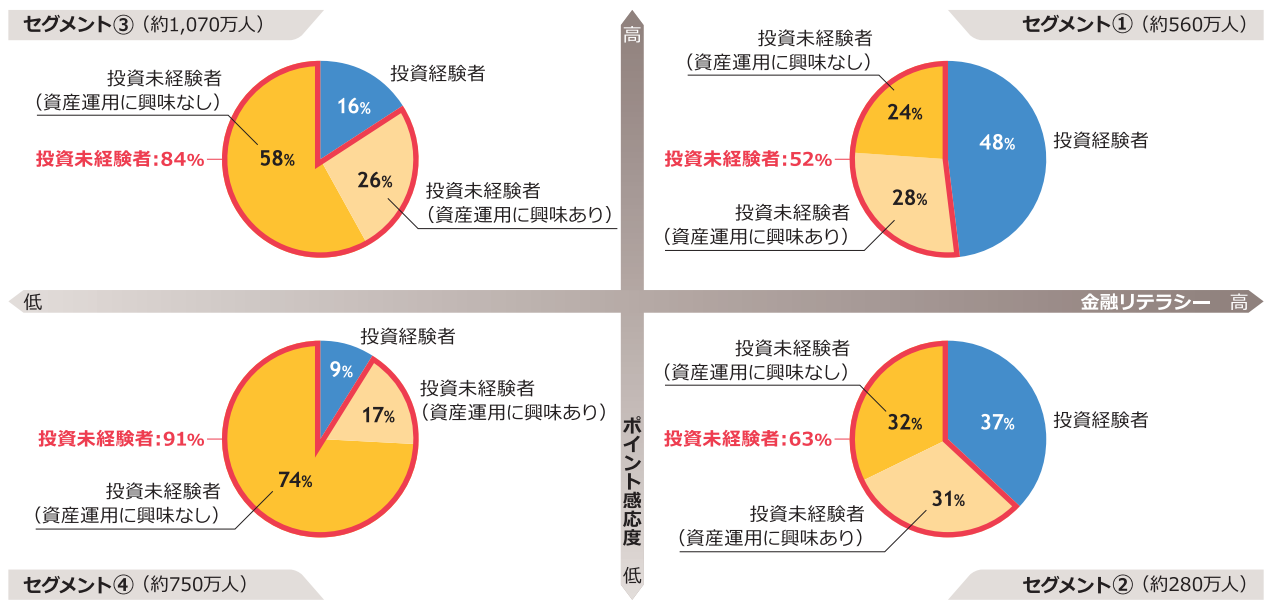
金融リテラシーは高いがポイント感応度は低いセ

図表 9 年代別 投資未経験者の資産運用への興味



注) 数値 (%) は四捨五入しているため、合計の数値 (%) は必ずしも 100 (%) にならない  
出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

図表 10 金融リテラシー、ポイント感応度の高低による若年層の 4 セグメント



出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

セグメント②は、投資未経験者は 6 割強存在し、その半数は資産運用に関心を持っている。資産運用への関心がある一方で、投資未経験な理由として「資産運用を行うだけの資産や収入がないから」と回答している人が他セグメントよりも多い傾向にあり、保有金融資産も他セグメントと比較して低くなっている (図表 11)。つまり、実際に投資余力の少ない人が多いセグメントであると考えられる。加えて、ポ

イント感応度も低いことから、金銭的なインセンティブにより、行動変容を促すことは難しい。

上記を踏まえると、NISA 制度の拡充のような金銭的なインセンティブが強化される施策ではなく、少額から開始できる点を訴求する等、資産運用における金銭的なハードルを下げるような取り組みが求められるといえる。

図表 11 セグメント別 保有金融資産および資産運用を行っていない理由

セグメント	投資未経験だが投資への関心が高い人の平均保有金融資産	投資未経験の理由として「資産運用を行うだけの資産や収入がないから」と回答した割合
①	497万円	44%
②	273万円	61%
③	308万円	49%
④	251万円	52%

出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

### 3) セグメント③：金融リテラシー低・ポイント感応度高

金融リテラシーは低いポイント感応度が高いセグメント③は、①～④で最も多く、約 1,070 万人が該当し、その中で投資未経験者は 84%と多く存在していることから、特に投資促進を図るべきセグメントだといえる。当該セグメントに属する若年層の投資未経験者では、現在資産運用を行っていない理由として「資産運用を行うだけの資産や収入がないから」と回答する人が 49%で、「資産運用に必要な知識がないから」と回答する人が 31%で 2 番目に多かった。

しかし、1 章で述べたようにつみたて NISA の普及、浸透によって少額からでも投資を開始する人が増加している昨今においては、「資産運用を行うだけの資産や収入がないから」よりも「資産運用に必要な知識がないから」投資を行わない人に対する投資促進を行うことが重要であり、すなわち金融リテラシーを向上させるための取り組みを推進する必要がある。

セグメント③における投資経験者の中では「家族や友人からの話を聞いて」資産運用を開始する人が最も多いことから (46%)、家族や友人などの身近な人を巻き込んだ形での金融リテラシー向上の取り組みが効果的であると考えられる。加えて、セグメ

図表 12 セグメント別 月々の貯蓄額および資産運用を行っていない理由

セグメント	毎月貯金・貯蓄に回している金額	投資未経験の理由として「何となく／特に理由はない」と回答した割合
①	4.0万円	16%
②	3.0万円	24%
③	3.9万円	17%
④	2.4万円	38%

出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

ント③はポイント感応度が高いセグメントであることから、金融リテラシーが高まる行動に対する金銭的なインセンティブを付与する形で、行動の中で金融リテラシーが高まるような取り組みも、一定の効果を得られるものと推察される。

### 4) セグメント④：金融リテラシー低・ポイント感応度低

金融リテラシーおよびポイント感応度どちらも低いセグメント④は、約 750 万人が該当し、投資未経験者は 91%にのぼる。

図表 12 に示すとおり、セグメント④に属する投資未経験者は、他セグメントの投資未経験者よりも月々に貯蓄に回すお金が最も少なく、投資余力に乏しいことがわかる。また、投資未経験の理由として「何となく／特に理由はない」を選択した人が最も多く、38%にのぼった。これは他セグメントよりも高い数値であり、この結果から、セグメント④に属する人は、月々の支出の中で貯蓄に回すお金が少なく投資を行う余地がないことに加え、そもそも投資に対する知識・関心が低いと考えられる。

上記を踏まえると、そもそも知識・関心がないために投資に向けた準備をせず、投資未経験の状態が

そこで、セグメント④の若年層においては、まず

半強制的に投資に対する知識を身につけ、金融リテラシーを向上させるような取り組みを実施するべきだと考える。例えば、2022年4月より高等学校における金融教育が必修化されたが、このように教育という間口の広い場所での取り組みを推進することは、セグメント④の若年層を投資に向かわせることに大きく寄与することが期待される。

## 5 若年層の投資拡大に向けた金融リテラシーの底上げ

前章では、金融リテラシーとポイント感応度の観点から“貯蓄から投資へ”の行動変容を促すポイントについて考察した。ここで明らかになったように、セグメント③と④については投資経験率が低く、また人口ボリュームが大きい。すなわち、セグメント③と④の投資経験率を上げることが、20～30代全体の投資経験率を引き上げることにつながる。

また前章より、金融リテラシーの高低が投資経験に影響を与えることと、セグメント③・④の金融リテラシーが低いことがわかっている。これを踏まえ本章では、セグメント③・④の金融リテラシーを向上させることを通じた投資促進の方針について、諸外国の事例を基に考察する。なお、前章で述べたセグメント③と④の特徴を踏まえ、セグメントごとに具体的な取り組み内容を検討する。

### 1) 【セグメント③向け】インセンティブを付与した正しい金融行動促進

若年層の金融リテラシーを高める方法としては、座学・教育で学ばせる方法と、実際の金融行動の中で学ばせる方法とが考えられる。前者については、これまで義務教育への組み込みや金融機関による学校訪問型授業等の実施など、官民双方により一定の

環境整備が進められてきた。一方、後者についてはわが国では目立った動きは少ないように思われる。

翻って、海外に目を向けると、インセンティブを与えて金融行動を促し金融リテラシーを向上させる取り組みが行われている。

Discovery Bank（南アフリカ共和国）では、顧客の金融行動等を基に提供するサービス内容を変更する取り組みが行われている。顧客は、貯蓄額や退職に向けた資産形成など、五つの金融行動の状況を基にステータスを付与され、それに応じて預金金利が上昇するなどの恩恵を受ける。従来の金融経済教育が座学で知識を伝授していたのに対し、こちらはインセンティブ獲得を目指す実際の金融行動の中で金融の知識を培う点が特徴的である<sup>※2</sup>。

このような取り組みを行っている金融機関は、わが国では特段見られない。一方で、前述のとおりポイント感応度が高く、「お得度」が判断・行動の基準になるセグメント③は、インセンティブによる金融行動の変容余地が大きいと捉えられ、わが国の金融機関も取り組みを検討する余地がある。

ただし、インセンティブの付与は、短期的にはコストの増加を意味する。それでも Discovery Bank がこのような取り組みを実施する理由としては、中長期的には顧客の資産形成を通じた預かり資産の増加や、貸し倒れリスクの低減等の恩恵が期待されるからであると推察される。

この事例を踏まえ、わが国の金融機関においても、コスト負担に見合う中長期的なビジネス拡大やリスクの軽減を見据え、取り組みを実現していくことが望ましい。

※2 Discovery 社 HP



## 2) 【セグメント③向け】家族を巻き込んだ投資教育環境の整備

セグメント③の投資経験者の投資のきっかけとして最も大きかったものは、家族や友人の話を聞いたことであった。このことを踏まえここからは、家庭内で若年層に投資を働きかける取り組みを検討する。この方向性の一つとして、家族と一緒に金融の知識を培うことのできる教材やツールを提供することが考えられる。

海外ではこのようなアプリが存在する。Goalsetter（米国）を活用すると、子どもを含む家族のメンバーが毎週、金利など資産運用の基礎に関するクイズに解答する。子どもは、正答数に応じて家族の基準に基づくお小遣いを獲得することができ、継続的に金融に関する学習をするようになる。また家族で一体となってクイズを解く中で、親から子へ金融経済教育が施されることも容易に想像できる<sup>※3</sup>。

このサービス自体は低年齢の子どもがいる家庭向けのものである。しかし、わが国でもこのようなことを起点に家庭内で金融に関する対話環境が構築されれば、就職や結婚など子どものライフイベントに際して、親子間で資産運用や保険加入をはじめとする金融行動に関する検討がなされるようになると思われる。

また、昨今では高齢者世帯を含めスマホが普及・拡大しており、祖父母が孫とスマホを用いてコミュニケーションを取る機会が増えている。親子にとどまらず祖父母と孫の間でスマホを用いてこのようなサービスを利用するようになれば、高齢者のデジタルリテラシーと若年層の金融リテラシー双方の向上につながりうる。

高齢者から子・孫世代への資産承継に際して資金流出に苦しむ地域金融機関などは、このようなサー

ビスを、口座保有を条件に展開することで流出防止につながられうる点で、取り組みを検討する余地が大きいと推察される。

## 3) 【セグメント④向け】教育課程における金融経済教育の拡充

最後に、金融経済教育の拡充に向けた工夫についても検討する。わが国では2022年度に学習指導要領の改訂があり、高等学校において金融教育が義務化され、今後も内容の充実化がなされると想定される。一方で、セグメント④のように元来投資への関心が薄い層に対しては、教育課程において座学で学ばせるだけでは不十分で、自発的に学ぶことを支援する環境を構築することが必要であると推察される。

具体的な方針検討にあたり、米国における金融経済教育のトレンドとして捉えられる、ゲームをしているような感覚で「楽しみながら継続的に学習できる」サービスを提供する例に触れる。

Bank of America（米国）のBetter Money Habits<sup>®</sup> Volunteer Championsは、生徒がロールプレイングの形で金融行動について学べるサービスである。ここでは、生徒は設定された時間軸の中で、発生したライフイベントにおける金融行動を選択する。自身の選択によりステージ後半の収支が変動する前提の下、「貯蓄」「信用スコア」「クオリティー・オブ・ライフ」のそれぞれをバランスよく追求し、教師は定期的に結果・過程のそれぞれを確認して評価する。すなわち、生徒は一定期間をかけてファイナンシャルウェルネスを追求する金融行動を、学校教育の中で教師の指導の下、楽しく学ぶことができるようになっている<sup>※4</sup>。

※3 Goalsetter 社 HP

※4 Bank of America 社 HP

わが国においても、「楽しく学ぶ」金融経済教育コンテンツを公的機関が作成している例が見られる。一方で中身を確認すると、1～2時間の授業の中で学ぶものとなっており、継続的な学習や行動変容につなげるにはやや物足りなさを感じる。

GIGA スクール構想や昨今のスマホ普及率に鑑みると、わが国ではデバイス使用を前提とする教育プログラムの検討ができると考えられる。今後の金融経済教育は、コンテンツ内容を上記の例に倣う形で改良し、より継続的・自発的な学習を促すものにすることが望まれる。

## 6 おわりに

わが国における“貯蓄から投資へ”の流れは拡大しつつある。その大きな原動力となっているのがNISA制度であり、税制優遇という金銭的なインセンティブが、生活者に一定程度訴求した結果が表れている。2024年1月に予定されているNISAの制度拡充も“貯蓄から投資へ”の流れを後押しすると考えられるが、一方で金銭的なインセンティブが訴求しづらい生活者も存在する。その多くは、金融リテラシーが低い生活者であり、金融リテラシーの低さゆえに、NISA制度の金銭的なインセンティブを訴求しきれていないのが現状である。

将来の資産形成という、本来の資産運用の意義を理解させるような金融リテラシー向上のための取り組みはもちろん必要であるが、金融リテラシーが低い一方でポイント感応度は高い生活者も多く存在していることを踏まえると、諸外国で既に取り組みされているような、金融リテラシーを高めるための行動自体にインセンティブを付与する取り組みも重要になると考えられる。

そこには、金融機関に期待される役割も大き

図表 13 資産運用の実施状況と金融リテラシー

資産運用の実施状況	金融リテラシー
NISAで資産運用を始めて、今は別の資産運用も行っている	3.9
NISAで資産運用を始めて、今もNISAだけ行っている	3.1
資産運用を行っていない	1.9
全体	2.4

出所) NRI 生活者 1 万人アンケート調査 金融編 (2022 年)

い。NISAで資産運用を開始した人の中で、現在もNISAのみを行っている人と、NISA以外の資産運用も行っている人の金融リテラシーを比較すると、後者の方が高い傾向にある(図表13)。つまり、顧客本位の業務運営を徹底する中で、顧客にNISA以外の資産運用も行ってもらうためには、金融機関としても金融リテラシーの向上が重要な 이슈になるのである。

この点を踏まえると、今後さらに“貯蓄から投資へ”の流れを加速させるためには、資産所得倍増プランに記されている国としての政策に加えて、金融機関による主体的な金融リテラシー向上への取り組みも、あわせて必要になるといえるだろう。

●…… 筆者  
尾上 潔(おのえ きよし)  
株式会社 野村総合研究所  
金融コンサルティング部  
シニアコンサルタント  
専門は、リテール金融、営業戦略支援など  
E-mail: k-onoe@nri.co.jp

●…… 筆者  
柴田 政晃(しばた まさあき)  
株式会社 野村総合研究所  
金融コンサルティング部  
コンサルタント  
専門は、リテール金融、特に生命保険・資産運用など  
E-mail: m2-shibata@nri.co.jp