

資産形成投資の普及に3つの課題

日本証券業協会のアンケート調査を用いて資産形成の普及に関する進捗を検証したところ、実際に投資を始めている人の増加以上のペースで、投資の必要性を認識している人が増えていることが分かった。投資の必要性を認識している人に投資を促すためには必要な基礎知識の普及や、金融機関による購入後のサポート態勢の周知が重要といえる。

株式・投信保有者は 今後も増加する可能性が高い

若年層を中心に株式や投信による資産形成に取り組む人が増加していると言われているが、実際にはどの程度なのだろうか。日本証券業協会が3年おきに実施している「証券投資に関する全国調査」のデータを用いて検証してみた¹⁾。ネット調査が一般的な中でこの調査は、訪問調査員を動員して丁寧にアンケートしたものである。調査結果に歪みが少なく²⁾、継続的に実施されているため、人々の投資行動の変化に関する分析に適している。

図表1の濃い青色部分は株式や投信を保有している人（以下、株式・投信保有者）の割合を年齢階層別にみたものである³⁾。これをみると、株式・投信保有者の割合は主として若年層で増加していることが分かる。25～39歳の場合、2012～21年の間に、8.5%から14.9%に6.4%ポイントも増加している。増加幅は年齢と共に縮小し、60～69歳の場合はほとんど変化がみられない。この結果、株式・投信保有者の割合に関する年齢階層間

の差はかなり縮小し、かつてのような退職金受給年齢を境に株式・投信保有者の割合が大きく跳ね上がる現象は、解消しつつある。

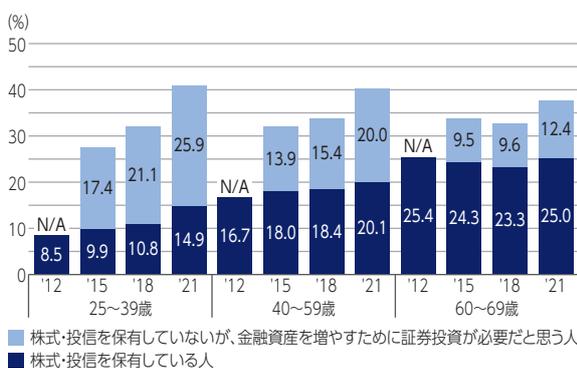
この動きと同時に、株式や投信を保有していないものの投資の必要性を認識している人（以下、投資の必要性を認識している人）の割合も増加している（図表1の薄い青色の部分）。2021年には25～39歳で25.9%、40～59歳では20.0%に達した。こうした「投資の必要性を認識している人」は投資を始める可能性が高く、株式・投信保有者の割合は今後も増加し続けることは間違いないと考えられる。

基礎知識の普及・アフターフォローの重要性

アンケートからは、今後の課題も読み取ることができる。第1に、資産形成において投資に取り組む際に必要な基礎知識が不足している人が多いことが挙げられる。不足する基礎知識の最たるものは長期・積立・分散投資で、この効果について「投資の必要性を認識している人」でも、知っている人はわずか17.6%であり⁴⁾、大半が知らないという結果が出ている⁵⁾。

また、長期・積立・分散投資に関する知識の欠如が投資のリスクイメージと結びついていることも分かっている。「投資は難しい」と思う割合を調べてみると、基礎知識である長期・積立・分散投資の効果を「知っている」場合は32.4%であるのに対して、「知らない」場合は59.9%と相対的に高い⁶⁾。これは「投資の必要性を認識している人」だけ取り上げても同じ傾向⁷⁾で、長期・積立・分散投資の存在を知らず、難しいノウハウを必要とする投資との区別もつかないが故に、投資に逡巡して

図表1 株式・投信保有者と投資の必要性を認識している人の割合



(出所)「証券投資に関する全国調査」(日本証券業協会 2015年から2021年、3年おき)

NOTE

- 1) 「証券投資に関する全国調査」は1962年から開始された。64年以降は3年間隔で実施され、2021年で21回目となっている。本稿では、09年以降の調査分について提供を受けた匿名個票データを用いて分析を行っている。
- 2) 21年調査では、20歳から90歳超の回答者の中で株式を保有している人の割合は13.6%であった。証券保管振替機構が発表した同時期の上場株の株主数を総務省人口推計（20歳以上の人口）で除した割合12.3%とかなり近く、アンケート調査が実態を捉えていることがわかる。
- 3) 12年調査では、国内で発行された株式、国内で設定された投信のほか外国で発行された証券（含む公社債）を保有している人も含めて株式・投信の保有者としている。
- 4) 25～59歳を対象とした集計。
- 5) 「知らない（聞いたこともない）」が44.4%、「聞いたことはあるが、詳しくは知らない」が38.0%。
- 6) 25～59歳を対象とした集計。
- 7) 「投資の必要性を認識している人」に限定して「投資は難しい」と思う割合を調べて見ると、長期・積立・分散投資の効果を「知っている」場合は40.3%であるのに対して、「知らない」場合は60.5%であった。
- 8) 20～59歳を対象とした集計。

いる姿が浮かびあがる。

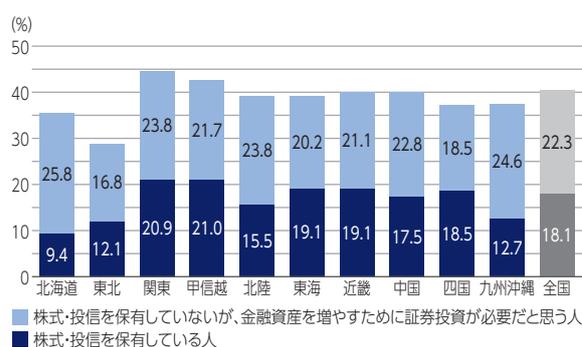
基礎知識の認知の徹底は、即効性のない地味な取り組みだが、重要である。基礎知識は投資のための行動を具体的に取り始める前段階にある人々に訴求すべき必要条件であることから、個々の金融機関のみならず業界団体や当局などの取り組みが期待される。

第2の課題は、投資商品購入後のアフターフォロー態勢の周知である。投資の必要性を認識している人は株式・投信保有者に比べ、購入後のアフターフォローを重視しており、十分なアフターフォローが受けられるのか不安で、投資に踏み切れない人も多いようだ。アンケートで「安心して証券投資を行ううえで（業界が）強化すべき点」について聞いたところ、アフターフォローを挙げた人の割合は、株式・投信保有者では33.5%だったのに対して、「投資の必要性を認識している人」は47.3%と13.7%も高かった⁸⁾。

まだ実際には投資していない人が、投資商品を購入した後の支援を望む声が多いことはやや意外であるが、長期にわたって運用する意識があるなら、購入後のフォローの充実度が気になるのはおかしなことではない。金融機関はアフターフォローを重視する姿勢を示すべきで、その取り組みも再考する余地がある。アフターフォローは顧客ごとに異なる状況を考慮して行う必要があり、すべて手手に頼って採算が取れず継続が難しい。懇切さと効率性を適度に兼ね備えた取り組みが重要となる。

第3の課題は、投資による資産形成のニーズの掘り起こしが不十分な地域があることだ。株式・投信保有者の割合（図表2の濃い青色部分）は北海道や東北、九州沖縄では13%以下で、全国平均（18.1%）より5%以上低

図表2 株式・投信保有者と投資の必要性を認識している人の割合（25～59歳）



（出所）「証券投資に関する全国調査」（日本証券業協会 2021年）

い水準に留まっている。ところが、株式・投信保有者の割合の低い3地域でも投資の必要性を認識している人の割合（図表2の薄い青色部分）は低くなく（全国平均は22.3%、3地域の平均は22.4%）、資産形成サービスに対する潜在的なニーズは十分にある。

この結果は、3地域を中心とする地方の金融機関に示唆を与える。大都市部に比べ資産形成に関心を持つ顧客が少ないとか、関心を持つ顧客がいたとしてもネット証券を選択してしまうのではないかと考えられているのかもしれないが、アンケート結果はこれを否定している。どの地域でも、投資の必要性を認識している人は、すでに投資を始めた人より多く、ビジネス機会は十分にある。顧客が投資を始めるきっかけがアフターフォローにあるならば、地域金融機関にも切り口がある。

Writer's Profile



金子 久 Hisashi Kaneko
金融デジタルビジネスリサーチ部
エキスパートリサーチャー
専門は個人金融マーケット調査
focus@nri.co.jp