

投資信託に関するアンケート調査

報 告 書

2014年11月

一般社団法人 投資信託協会

＜目 次＞

1. 調査計画の概要	1
2. 調査結果の要約	3
3. 投資信託保有状況(全体・現在保有者)	9
(1)投資信託の保有状況(全体) 【問 2】	9
(2)投資信託保有者の特徴(現在保有層) 【問 2】	13
(3)投資信託の保有種類(現在保有層) 【問 3①】	14
(4)投資信託の購入額(現在保有層) 【問 3②】	15
(5)株式投資信託の保有種類と購入額(現在保有層のうち株式投資信託保有者) 【問 4①②】	16
(6)投資信託の積立投資の利用(現在保有層) 【問 5】	18
(7)投資信託の積立投資の形態(積立投資利用者) 【問 5-1】	20
4. 投資信託購入状況(現在保有層・保有経験層)	22
(1)投資信託購入のきっかけ 【問 8】	22
(2)投資信託の購入先 【問 9】	24
(3)販売員の説明・勧誘方法 【問 10】 【問 10-1】 【問 10-2】	26
(4)投資信託購入時の第三者への相談 【問 11】	30
(5)投資信託購入の際の重視点/今後の重視点 【問 12①②】	32
(6)投資信託の購入資金 【問 7】	35
(7)投資信託の購入目的 【問 6】	37
(8)投資信託の運用実績評価 【問 16】	39
(9)償還・売却資金の流出先 【問 17】	41
(10)分配金の特徴認知状況 【問 13】	43
(11)投資信託説明書(目論見書)閲読状況 【問 14】 【問 14-1】	45
(12)運用報告書閲読状況 【問 15】 【問 15-1】	49
(13)評価会社による運用評価の認知・利用状況 【問 18】	53
(14)投資信託会社のホームページ利用経験 【問 19】	55
(15)投資信託の優れていると感じる点 【問 20①②】	57
(16)投資信託の不満に感じる点 【問 21①②】	60

1. 調査計画の概要

調査の目的: 投資信託保有者層や投資信託保有関心者層に限定しない男女個人を対象に、投資信託に関する情報入手媒体や保有状況、購入意向を把握すると同時に金融商品の中での投資信託の位置付けを確認する。また、投資信託保有経験層に対しては、商品購入に至る状況を押さえることにより、今後の投資信託の販売および広報活動に役立つ資料となるよう設計している。

調査の背景: 本調査は、首都圏、阪神圏居住の男女個人を対象とした投資信託との関わり方についての実態調査である。投資信託保有状況、投資信託購入状況、購入意向を中心とする投資信託への期待・関心状況、投資信託情報への接触状況等について調査を行った。

調査対象: 首都圏、阪神圏に居住する 20～79 歳男女個人

標本抽出方法: エリアクォータサンプリング(1) + 割当法(2)

(1) 調査地点の抽出

平成 25 年総務省住民基本台帳登録数に基づき首都圏・阪神圏の地域それぞれで確率比例系統抽出し、計 150 地点を抽出した。

(2) 対象者の抽出

各調査地点において、性・年代別割当に沿って抽出した。女性のみ、職業有無の配分についても、勘案した。

標本数: 首都圏 900 サンプル
阪神圏 600 サンプル 計 1,500 サンプル

有効サンプル数: 首都圏 907 サンプル
阪神圏 610 サンプル 計 1,517 サンプル
※設定数をオーバーした票は、回収が設定数を満たさないケースに備えて設定していたサンプルを追加したものである。

調査方法: 調査員による訪問留置、訪問回収

調査時期: 平成 26 年 7 月 11 日～7 月 31 日

調査主体: 一般社団法人 投資信託協会

調査実施: 株式会社 日本リサーチセンター

調査フレームの

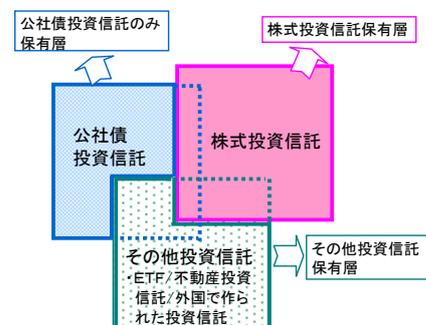
変更について: 本調査は近年では平成 25 年、23 年、22 年、20 年、19 年、17 年、16 年、14 年、13 年に調査が実施されており、平成 17 年までは調査対象を世帯としていたが、平成 19 年から個人に変更した。その理由としては、消費活動が世帯ベースから個人ベースに移っていること、金融商品保有層が若年層にも拡大していること、金融サービスやインターネット利用状況は個人単位での利用が多いこと等が挙げられる。

グラフについて: 本報告書の回答割合等の数値(%)は、小数点第 2 位を四捨五入して算出した。単数回答の場合、数値(%)を足しあげても 100%にならないことがある。また、それぞれの N 数を合計しても全体の N 数にならない部分があるのは、無回答を除外しているためである。

<分析軸の内容>

分析軸		カテゴリー	備考
対象者属性別	性別	1 男性	F1から
		2 女性	
	年代別	1 20代	F2から
		2 30代	
		3 40代	
		4 50代	
		5 60代	
		6 70歳以上	
	年収別	1 100万円未満	F5から
		2 ~300万円未満	
		3 ~500万円未満	
		4 ~800万円未満	
		5 ~1000万円未満	
6 1000万円以上			
地域別	1 首都圏		
	2 阪神圏		
保有状況・保有種類別	保有状況別	1 現在保有層	問2 投資信託を「1. 現在持っている」の回答者
		2 保有経験層	問2 投資信託を「2. 以前持っていたが現在は持っていない」の回答者
		3 保有未経験・購入意向層	問2 投資信託を「3. 今まで持ったことがない」かつ 問1 投資信託について「1. よく知っている」「2. 大体は知っている」「3. 言葉だけは知っている」かつ 問22 過去の購入意向経験「1. ある」の回答者
		4 保有未経験・非購入意向層	問2 投資信託を「3. 今まで持ったことがない」回答者で、 ・問1 投資信託について「1. よく知っている」「2. 大体は知っている」「3. 言葉だけは知っている」かつ 問22 過去の購入意向経験「2. ない」もしくは無回答の回答者(非購入意向層) または ・問1 投資信託について「4. 言葉も知らなかった」もしくは 無回答、もしくは問2で無回答の回答者(非認知層)
	保有種類(※)	1 株式投資信託保有層	問3 現在保有商品「2. 株式投資信託」の回答者
		2 公社債投資信託のみ保有層	問3 現在保有商品「1. 公社債投資信託」のみの回答者
		3 その他投資信託保有層	問3 現在保有商品でいずれかの商品を回答しており、かつ ・「2. 株式投資信託」の回答者 ・「1. 公社債投資信託」のみの回答者 以外の回答者

※保有種類別については、問3が重複回答のため、まずは「株式投資信託保有層」を優先して分類し、次に、「公社債投資信託のみ保有層」を分類、最後にそれ以外の回答者を「その他投資信託保有層」として分類した。(右図参照)
 ※通常はサンプル数が30未満の場合はコメントを割愛しているが、今回の投資信託保有種類別では参考までに、「株式投資信託保有層」と「その他投資信託保有層」との間に大きな違いがあればコメントを掲載している。なお、「公社債投資信託のみ保有層」は、サンプル数13のためコメントを割愛。



2. 調査結果の要約

(1) 投資信託保有率は9.6%。保有者の半数は60代以上が占め、70歳以上の男性の保有率が上昇。保有者の投資信託の合計購入額は平均420.7万円。保有者の中で「株式投資信託」保有率は64.1%、平均購入額は274.7万円。保有者のうち、投資信託の積立投資の利用率は17.2%。

- 投資信託の現在保有率は9.6%。年代が高いほど高く、男性70歳以上で前回より上昇し20%台に。年収別では「(500万円以上)～800万円未満」が最も高い。現在は持っていないが、保有経験のある率は6.1%で、これも高年齢層ほど高い傾向。(P9～12)
- 投資信託現在保有層の特徴をみると、年齢別構成比は“60代以上”が半数(48.9%)を占め、調査対象者全体(29.2%)でみると高年齢層の比率が高い。職業別構成比は「無職・その他」が半数近く(44.1%)を占め、「自営商・サービス業」が第2位(22.8%)。(P13)
- 投資信託の保有種類(現在保有層ベース)は、「株式投資信託」(64.1%)が最も高く、「外国で作られた投資信託」(37.2%)、「公社債投資信託」(31.0%)、「不動産投信」(22.8%)の順。平均保有種類数は1.61種類。種類別の平均購入額は「株式投資信託」274.7万円、「外国で作られた投資信託」252.0万円。1人あたりの投資信託の合計購入額の平均は420.7万円。(P14～15)
- 株式投資信託の保有種類(株式投資信託保有者ベース)は、「国内株式に主に投資する株式投信」(55.9%)が最も高い。第2位の「外国債券に主に投資する株式投信」(31.2%)の保有率は段階的に低下しており、第1位との差が広がった。平均保有種類数は1.59種類。(P16～17)
- 投資信託の積立投資の利用率(現在保有層ベース)は17.2%。利用形態のうち「(確定拠出年金や財形貯蓄以外の)証券会社や銀行等の積立投資」が60%台で最も高い。(P18～21)

(2) 投資信託の運用実績評価は“期待以下”が半数近くを占めるものの、徐々にではあるが改善方向に向かっているとみられる。販売員の説明・勧誘方法への“満足度”も上昇中。投資信託の購入先は「証券会社」や「銀行」の『店頭』が主で、『インターネット取引(携帯電話・スマートフォン等を含む)』はともに10%に満たない。投資信託会社のHPを利用するのは4人に1人程度。投資信託の優位点は「専門知識がなくても投資ができる」「定期的に分配金が受け取れる」。不満に感じる点は「元本保証がない」が特に高く、次いで「手数料が高い」「運用実績がわかりにくい」の順。(現在保有層・保有経験層ベース)

- 投資信託購入のきっかけは、「証券会社や銀行等の人から勧められて」(58.6%)が特に高く、「家族・友人から良いという話を聞いて」が第2位(21.5%)。「景気や市場(相場)の状況を見て」など他の項目は10%に満たない。(P22～23)
- 投資信託の購入先は、「証券会社の店頭(電話注文を含む)」(38.8%)と「銀行の店頭(電話注文を含む)」(38.4%)が主で、「投資信託会社(直販)」は11.8%。「インターネット取引(携帯電話、スマートフォン等を含む)」は「証券会社」「銀行」とも、10%に満たない。(P24～25)
- 投資信託購入の際の販売員の説明・勧誘方法への“満足層”(とても満足+まあ満足)は上昇傾向が続き、半数近く(46.4%)を占める。満足理由(満足層ベース)は、「商品のリスク

もきちんと説明した」(60.9%)が最も高く、「商品の魅力をわかりやすく説明した」(46.4%)、「自分のニーズにあった商品を勧めてくれた」(26.4%)、「質問にきちんと答えてくれた」(20.0%)の順。一方、“不満層”(あまり満足しなかった+まったく満足しなかった)は8.5%にとどまり、不満理由(不満層ベース)は、「商品の魅力しか説明しなかった」(35.0%)、「商品の説明がわからなかった」(25.0%)などである。(P26~29)

- 投資信託購入時に相談したのは、「家族に相談した」(31.2%)が最も高いが、「誰にも相談しなかった」が過半数(56.5%)を占める。「FPに相談した」は5.5%。(P30~31)
- 投資信託購入の際の重視点と今後重視したい点は、ともに「安全性の高さ」(順に51.9%、55.7%)が最も高く、次いで「値上がり期待」(36.3%、38.4%)、「過去の運用実績」(29.5%、24.9%)、「過去の分配金額」(23.6%、15.6%)、「分配頻度の多さ」(20.3%、13.9%)の順。(P32~34)
- 投資信託の購入資金は、「定期性の預貯金等から」(42.2%)が特に高く、「月々の収入から」(30.4%)、「退職金・相続等の臨時収入から」(15.2%)の順に続く。「株式・債券等を買ったお金」「ボーナスから」「生保・損保の満期・解約金から」はともに10%弱、「他の投資信託を買ったお金」は6.8%。(P35~36)
- 投資信託の購入目的は、「老後の生活資金」(30.4%)が主で、「資産のリスク分散」(17.7%)、「経済の勉強のため」(13.5%)などもあるが、「特に目的はないが資金を増やしたいため」も36.7%と高い。現在保有層は「老後の生活資金」が高く、保有経験層は「特に目的はないが資金を増やしたいため」が高い。(P37~38)
- 投資信託の運用実績評価は、“期待以下”が半数近く(45.1%)を占め、“期待以上”(23.2%)を上回っている。ただし、“期待以上”に上昇傾向、“期待以下”に下降傾向がみられるため、評価は相対的に上がっている。(P39~40)
- 償還・売却資金の流出先は、「預貯金にまわした」(38.4%)、「生活資金にまわした」(27.0%)の順に高く、「他の投資信託を購入した」は21.5%、「株式・債券を購入した」は9.3%である。「売却・償還したことはない」も15.2%みられる。現在保有層は「他の投資信託を購入した」が最も高く、保有経験層は「預貯金にまわした」が特に高い。(P41~42)
- 『分配金』の特徴の認知率は「運用成績によって変動する」(83.5%)が最も高い。「成績不良時には支払われない場合がある」(62.4%)や「決算ごとに支払われる」(48.9%)もほぼ半数が認知しているが、「支払われた額だけ基準価額が下がる」(31.2%)は他の項目に比べ認知は低いが、平成25年に12.2ポイント上昇し、今回も同程度となった。(P43~44)
- 投資信託説明書(目論見書)を「全部読んだ」のは6.8%と少なく、「必要と思われる項目を読んだ」を合わせた“閲読率”は39.7%。「あまり読まなかった」が過半数(58.6%)を占める。投資信託説明書の感想(閲読経験者ベース)は「内容が多すぎる」(73.4%)が最も高く、「専門用語が多すぎてわかりにくい」(50.0%)、「重要な箇所がわからない」(29.8%)の順。「読みやすい・わかりやすい」とプラスに評価したのは9.6%に過ぎない。(P45~48)
- 運用報告書を「全部読んだ」のも4.6%と少ないが、「必要と思われる項目を読んだ」を合わせた“閲読経験率”は半数を超える(58.2%)。ただし、「読んだことはない」も38.8%と多い。運用報告書の感想(閲読経験者ベース)は「内容が多すぎる」(62.3%)が最も高く、「専門用語が多すぎてわかりにくい」(38.4%)と「重要な箇所がわからない」(37.0%)が同程

度で続く。「読みやすい・わかりやすい」は7.2%と少ない。(P49~52)

- 評価会社の運用評価については、「評価会社の評価を参考に購入したことがある」は5.9%、「評価会社の評価を見たことがある」は37.6%、両者を合わせた“認知率”は43.5%。残り半数は「評価会社があること自体知らなかった」(54.0%)。(P53~54)
- 投資信託会社のホームページの“利用率”(よく利用+たまに利用)は24.5%。(P55~56)
- 投資信託の優位点(重複回答)は、「専門知識がなくても投資ができる」と「定期的に分配金が受け取れる」がトップ2(ともに約45%)。次いで「比較的高い利回りが期待できる」「少額でも分散投資ができる」「少額でも株式投資の面白味がある」の3項目が並ぶ(ともに約35%)。特に魅力を感じる点(単数回答)は、「比較的高い利回りが期待できる」と「専門知識がなくても投資ができる」がトップ2(ともに約17%)。「定期的に分配金が受け取れる」(14.8%)は段階的に低下し、僅差ながら前回までのトップから第3位に。(P57~59)
- 一方、不満を感じる点(重複回答)は「元本保証がない」(60.3%)が最も高く、「手数料が高い」(45.1%)、「運用実績がわかりにくい」(30.8%)の順に続く。特に不満を感じる点(単数回答)でも「元本保証がない」(32.5%)が特に高い。「手数料が高い」は重複回答、単数回答ともに微増傾向。(P60~63)

(3) 投資信託保有未経験者のうち、投資信託を購入したいと思ったことが「ある」のは9.4%。

非購入理由のトップは「投資信託がよくわからないので不安」、第2位は「元本保証がない」。購入検討のきっかけとしては「金融や投資を勉強して理解できたら」がトップ、次いで「身近な人に勧められたら」「手取り収入が増えたら」が続く。(保有未経験層ベース)

- 投資信託保有未経験者のうち、投資信託を購入したいと思ったことが「ある」人は9.4%。(P64~65)
- これまで購入しなかった理由は、「投資信託がよくわからないので不安」(63.8%)が特に高く、「元本保証がない」(34.6%)が第2位。(保有未経験層のうち)投資信託購入意向層は非購入意向層に比べ、「投資信託がよくわからないので不安」は低く、「少額では購入しづらい」「商品の種類が多く自分で選択できない」などが高い。(P66~67)
- 投資信託の購入を検討するきっかけとしては、「金融や投資を勉強して理解できたら」(34.9%)が最も高く、「身近な人に勧められたら」「手取り収入が増えたら」(ともに23%台)が続く。投資信託購入意向層では多くの項目で非購入意向層より高く、多様な点がきっかけとなるが、「手取り収入が増えたら」と「退職金・相続等の臨時収入があったら」という収入に関するきっかけは非購入意向層との差が小さい。(P68~69)

(4) 投資信託を“(よく+大体)知っている”のは24.5%で、大半は「言葉だけは知っている」レベル。投資信託に対するイメージは「仕組みがわかりにくい」と「元本割れが怖い」が主で、商品特徴の認知率も「元本の保証はない」がトップ。現在保有層は多様な知識を持っているが、保有未経験・購入意向層では知識不足がうかがえる。

- 投資信託を「よく知っている」(2.9%)と「大体は知っている」(21.6%)を合わせた“認知率”は24.5%。大半は「言葉だけは知っている」レベル(68.4%)であり、「言葉も知らなかった」のは7.1%。“認知率”は、高年齢層や高年収層ほど高い。(P70~71)
- 投資信託に対する主なイメージは、「仕組みがわかりにくい」(39.7%)と「元本割れが怖い」(34.9%)がトップ2。保有未経験・購入意向層では「仕組みがわかりにくい」や「投資の上級者向けである」が現在保有層や保有経験層に比べて高く、知識不足と心理的な距離感の遠さがみられる。(P72~73)
- 投資信託の商品特徴の認知率は、「元本の保証はない」(44.2%)が最も高い。以下、「銀行等の金融機関でも購入できる」「リスクとリターンは相互関係にある」「国内の投資信託と海外の投資信託がある」「価格変動があり、外国投資には為替リスクがある」が約25%で並ぶ。「知っているものは特にない」も38.8%みられ、これは、若年層や低年収層ほど高い。多くの項目の認知率は保有経験層、保有未経験・購入意向層、保有未経験・非購入意向層の順に下がる。現在保有層では認知率が70%を超える項目も複数あり、多様な点が理解されている。(P74~75)
- 上場投資信託の認知率は、「不動産投信」が11.8%(現在保有層では半数が認知)、「ETF」が7.7%(現在保有層では3人に1人が認知)であり、「どちらも知らない」が大半を占める(85.0%)。上場投資信託のうち、ETFの保有率は1.0%(現在保有層では10人に1人)、購入意向率は1.3%。不動産投信は保有率2.4%(現在保有層では4人に1人)、購入意向率1.6%。いずれも「購入するつもりはない」は約25%であり、「詳しく知らないのでわからない」が約70%と多数を占める。(P76~81)

(5) 保有金融商品総額の平均は411.2万円、“300万円未満”の少額保有層比率(58.3%)が微増傾向で、“1000万円以上”の高額保有層は約10%。現在保有金融商品、今後購入対象の金融商品はいずれも元本保証商品が人気で「株式」はともに約15%、「国内の投資信託」などは10%に満たない。今後の資産運用でも過半数が「元本が保証されていること」を最優先するが、「少額でも出し入れ自由」「利回り」「値上がり期待」も約10%で並ぶ。投資信託を購入対象と考える人では、投資信託の新規・追加投資の際には「安定利回り」志向が「極力元本安全」を上回り、購入先は「インターネット」の利用意向率が利用実態より高い。

- 今後の資産運用で最優先する考えとしては、「元本が保証されていること」が過半数(58.7%)を占める。以下、「少額でも出し入れ自由」「利回り」「値上がり期待」の3項目が約10%で並ぶ。「利回り」と「値上がり期待」は高年収層ほどやや高く、保有状況別では、ともに現在保有層に次いで保有未経験・購入意向層で高い。(P82~83)
- 現在保有している金融商品は「普通預貯金」(82.3%)が特に高く、「ゆうちょ銀行の定額貯金」(40.6%)、「定期預金」(34.5%)と続く。以下「株式」(14.2%)、「貯蓄型保険」(11.3%)、「国内の投資信託」(8.4%)、財形貯蓄(8.0%)の順で、他の商品は5%に満たない。年代が上がるほど、年収が高いほど、多様な金融商品を保有している。(P84~85)
- 保有金融商品総額は、分布としては“300万円未満”が微増傾向で過半数(58.3%)を占め、“1000万円以上”は約10%。平均保有額は全体では411.2万円。現在保有層(900万円台)や保有経験層(800万円弱)に比べ、保有未経験層は購入意向層でも約400万円、非購入意

向層では約 300 万円に過ぎず、保有金融商品の総額は、投資信託保有経験や関心度と相関関係がみられる。(P86~87)

- 今後購入対象として考えている金融商品(追加投資、増額を含む)は、「普通預貯金」(44.0%)が特に高く、「ゆうちょ銀行の定額貯金」(33.5%)と「定期預金」(32.9%)の順。「株式」は 15.7%が関心を持っているが、「国内の投資信託」(4.6%)を含む他の商品は 10%に満たない。高年収層ほど多様な金融商品への関心が高い。現在保有層では「国内の投資信託」や「外国で作られた投資信託」「外国債券」への関心が高く、保有未経験・購入意向層は「株式」「外貨預金」への関心が現在保有層と同程度に高い。(P88~89)
- 投資信託を新規・追加投資する際の商品内容としては(投資信託購入検討者ベース)、「安定した利回りを目標とするもの(値下がりリスクは少々なら良い)」(45.7%)が最も高く、「極力元本が安全であるもの(利回りは小さくても良い)」(30.9%)が第2位。「比較的高い分配が期待できるもの(値下がりリスクがあっても良い)」(12.3%)と「値上がりの期待が持てるもの(値下がりリスクがあっても良い)」(9.9%)を合わせた“リスク容認派”は 22.2%を占める。(P90~91)
- 投資信託を新規・追加投資する際の商品種類は(投資信託購入検討者ベース)、「国内株式に主に投資する投資信託」「国内債券に主に投資する投資信託」「外国債券に主に投資する投資信託」がともに 40%前後で並ぶ。(P92~93)
- 投資信託の情報取得に利用したい方法は(投資信託購入検討者ベース)、「証券会社等で説明を受け資料請求する」が下降傾向で、今回は「インターネットで調べる」と同率でトップ2(ともに 48.1%)。(P94~95)
- 今後新たに投資信託を購入する際の場所としては(投資信託購入検討者ベース)、「証券会社の店頭(電話注文を含む)」(40.7%)、「銀行の店頭(電話注文を含む)」(33.3%)の順に高く、これらは購入実態と同程度であるが、「インターネット取引」は「証券会社」(25.9%)、「銀行」(14.8%)とともに実態(順に 8.0%、3.4%(P24))より高い。(P96~97)
- 投資信託を購入する場合の保有期間としては(投資信託購入検討者ベース)、「特に期間は決めない」が上昇傾向で最も高く(40.7%)、具体的な期間としては「3年以上5年未満」(21.0%)、「2年以上3年未満」(14.8%)の順に高い。(P98~99)
- 資産運用が“(よく+たまに)話題になる”のは 21.2%。これは高年収層ほど高い傾向がみられ、現在保有層と保有未経験・購入意向層では 40%台と高く、保有経験層も 30%を上回る。一方、「資産運用の話題は他人に話したくない」は全体で 10.5%。(P100~101)
- 金融商品や投資に関する情報源は「新聞」と「テレビ」がトップ2(ともに 30%弱)、次いで「インターネット」(17.5%)が高い。「テレビ」は年代差が小さく、それ以外は若年層では「インターネット」、高年齢層では「新聞」が高い。保有未経験・購入意向層は「インターネット」が現在保有層と同程度と高い。一方、「特に情報は得ていない」は半数(49.8%)を占め、若年層、低年収層、保有未経験・非購入意向層で高い。(P102~103)
- 最近の景気を踏まえた資産運用やリスクの考え方としては、「リターンが少なくとも元本保証があるものを選びたい」(26.5%)が最も高く、「資産はいろいろな種類の金融商品に分散させたい」(11.5%)が次に高い。「特にない・わからない」が過半数(59.8%)を占め、明確な方針を持っている人の方が少ない。現在保有層では、上位2項目が 40%台で並び、次いで「投

信は長期保有なので景気等は気にしていない」と「元本割れリスクのある商品の保有を減らしたい」も20%台と高い。(P104~105)

(6)少額投資非課税制度(NISA)の認知率は60.8%、認知率が低い20代や保有未経験・非購入意向層でもほぼ半数が知っている。「NISA口座」開設率は認知者の13.1%。現在保有層の半数が開設。「NISA口座」では開設者の約4割が「株式」を購入、4人に1人が「投資信託」を購入。「NISA口座」を開設していない理由は「投資自体に関心がない」と「投資に回すお金がない」がトップ2、「制度が複雑でよく理解できない」が第3位。

- 少額投資非課税制度(NISA)の「名前も内容も知っている」は16.7%、「名前は知っているが、内容までは知らない」を合わせた“認知率”は60.8%と過半数を占める。“認知率”は高年収層ほど高く、年代では50代が最も高いが、最も低い20代でも約半数が認知。現在保有層では90%を超え、保有未経験・非購入意向層でも半数が認知している。(P106~107)
- 「NISA口座」の開設率は(NISA認知者ベース)13.1%。これは高年齢層ほど高い。現在保有層では半数が開設しているが、保有経験層は4~5人に1人程度。(P108~109)
- 「NISA口座」で購入している金融商品としては(NISA口座開設者ベース)、「株式」(43.8%)、「株式投資信託」(26.4%)の順に高いが、他の商品は10%に満たない。(P110~111)
- 「NISA口座」を開設していない理由は(NISA口座非開設者ベース)、「投資自体に関心がない」と「投資に回すお金がない」が同程度(順に34.5%、30.7%)で高く、「制度が複雑でよく理解できない」(15.9%)が続く。「特に理由はない」も28.1%みられる。(P112~113)

(7)インターネットによる金融取引経験率は12.3%、「利用経験はないが今後行ってみたい」率は5.0%。取引経験率は「普通預貯金」に次いで「株式・国債・公債・社債・転換社債」「定期預金・外貨預金」の順。取引意向率は「株式・国債・公債・社債・転換社債」が「普通預貯金」を上回る。「投資信託」は経験率8.6%、意向率7.9%。

- インターネットによる金融取引の経験率は12.3%、利用経験はないが今後の利用意向がある率は5.0%。取引経験率は年代では30~50代で高く、年収では高年収層ほど高い傾向、投資信託の現在保有層では3人に1人、保有未経験・購入意向層も4人に1人が経験。保有未経験・購入意向層は、今後の取引意向率では現在保有層・保有経験層を上回る。(P114~115)
- インターネットで行った金融商品は(取引経験者ベース)、「普通預貯金」(62.4%)が特に高く、「株式・国債・公債・社債・転換社債」(42.5%)、「定期預金・外貨預金」(25.3%)、「損保・生保」(17.2%)の順に続き、「投資信託」は8.6%。(P116~117)
- インターネットで行ってみたい金融商品としては(未経験者のうち取引意向者ベース)、「株式・国債・公債・社債・転換社債」(65.8%)が最も高く、「普通預貯金」(28.9%)、「定期預金・外貨預金」(26.3%)、「損保・生保」(19.7%)の順であり、「投資信託」は7.9%。(P118~119)