

【2024 年 投資信託に関するアンケート調査（Z 世代調査）】 Z 世代の価値観から紐解く投資の認知・関心・行動の実態

失敗回避意識、タイパ・コスパ重視、情報リテラシーの価値観を踏まえ、投資非関心層への認知促進と投資関心層の一層の理解向上に向けた段階的な施策を検討。

一般社団法人投資信託協会（所在地：東京都中央区日本橋兜町 2-1、会長：松下浩一）は、Z 世代と呼ばれる若年層の価値観・行動を把握し、資産形成・投資信託の利用促進に資するため、2024 年 10 月、全国の 15 歳～34 歳の男女個人 3,000 人を対象にアンケートを実施しました。

調査結果のポイント

今回の調査結果の主なポイントとして、以下の 3 点が挙げられます。

① Z 世代の生活・お金等の価値観（調査結果 3 章より）

失敗回避、タイパ意識、精神的なゆとりへの欲求を背景に、高望みしない、堅実かつ効率的なお金の価値観を有する傾向がみられました。（報告書 P.18）

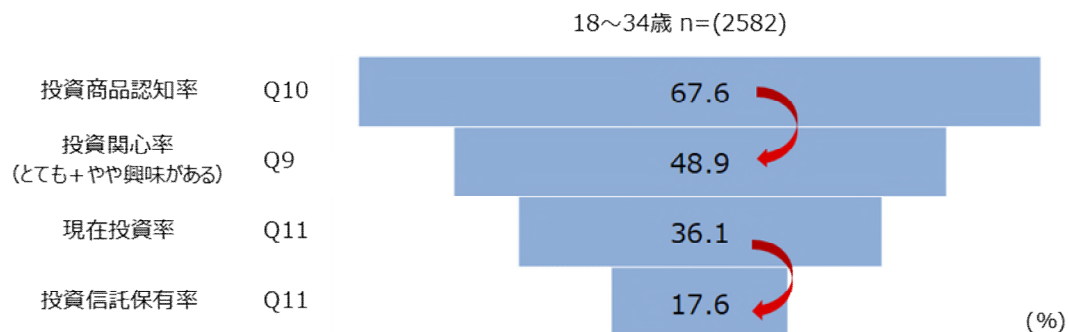
② Z 世代の投資状況・金融リテラシー（調査結果 4～7 章より）

貯蓄から投資への流れがみられる中、投資への関心や実際の投資商品保有は、主に男性や年齢が高い層が中心。金融リテラシーが高い層でも投資に対する理解に自信がない様子がみられ、また現在非投資者では、貯蓄、投資、保険、不動産などの幅広い基本情報のニーズが強い様子が見受けられました。（報告書 P.35、68）

③ Z 世代の投資関心・行動実態（投資関心層と非関心層の比較による考察）

Z 世代の投資に関する認知・関心・行動状況は、図 1 のように、商品認知→関心、現在投資者→投資信託保有者の間で 2 割弱減少することから、この部分での脱落率の抑制がポイントと捉え、投資関心層と非関心層の違いに着目して考察を行い、今後の施策案を検討しました。（報告書 P.9～17）

（図 1） 投資可能年齢（18 歳以上）の投資商品認知・関心・保有状況

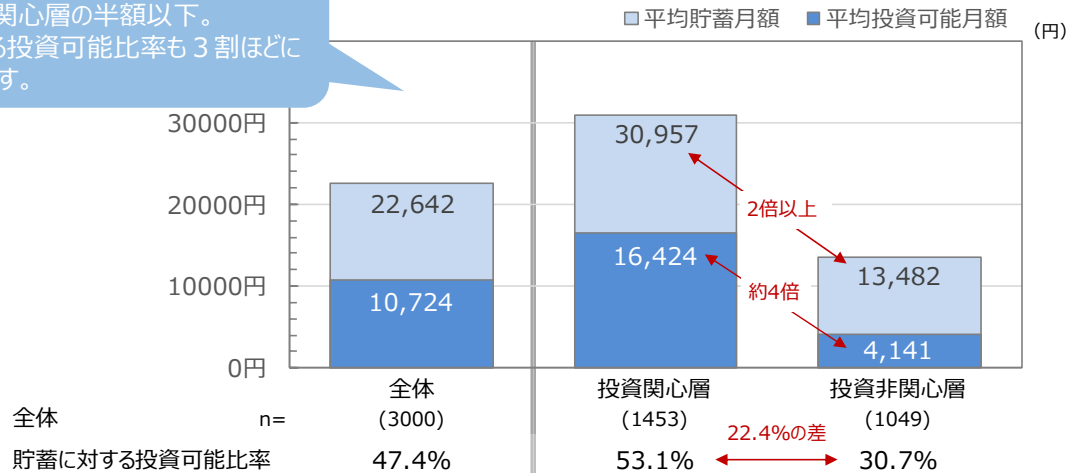


＜各層の主な特徴＞

	投資関心層	投資非関心層
属性など (図 2)	男性初期 Z 世代、会社員などの比率がやや高く、平均貯蓄月額と投資可能額が投資非関心層より高い。	女性のコア Z 世代の成年、専業主婦/夫・無職やパート・アルバイトなどの比率がやや高く、平均貯蓄月額と投資可能額が関心層の半額以下となっている。
価値観など (図 3)	さまざまな価値観を持ち、世代特有のタイプ、コスパ、精神的なゆとりへの欲求などの傾向に加え、自律性、人脈や社会的視点など関心範囲が広い様子がみられる。	生活・お金の価値観などでは、投資関心層に比べて関心範囲が狭く、消極的な様子が見受けられる。
投資等について (報告書 P.11～16)	投資商品の認知は株式、投資信託、FX、外貨預金が上位。一方で、投資へのハードルとして投資への理解の自信のなさ、投資関連情報の不足を挙げる割合が高く、幅広い基本情報やシミュレーション、始め方がわかるもの、プランを立てられるものなどへのニーズが高い。	投資については、資金不足に次いでお金が減る恐怖感がハードルとなっている。認知率が高い投資商品は、株式と FX が高く、投資イメージも「ギャンブル・賭け事」が 1 位であり、投機イメージが先行している可能性が考えられる。 非関心層の普段の主な情報源となっているテレビ、YouTube、X の中で、投資の情報源として信頼しているのはテレビのみ高く、「特になし」との回答が 7 割にのぼる。投資情報についてはネット系に信頼を置いていないか、そもそも信頼できる情報源の選択が難しい状況が推察される。

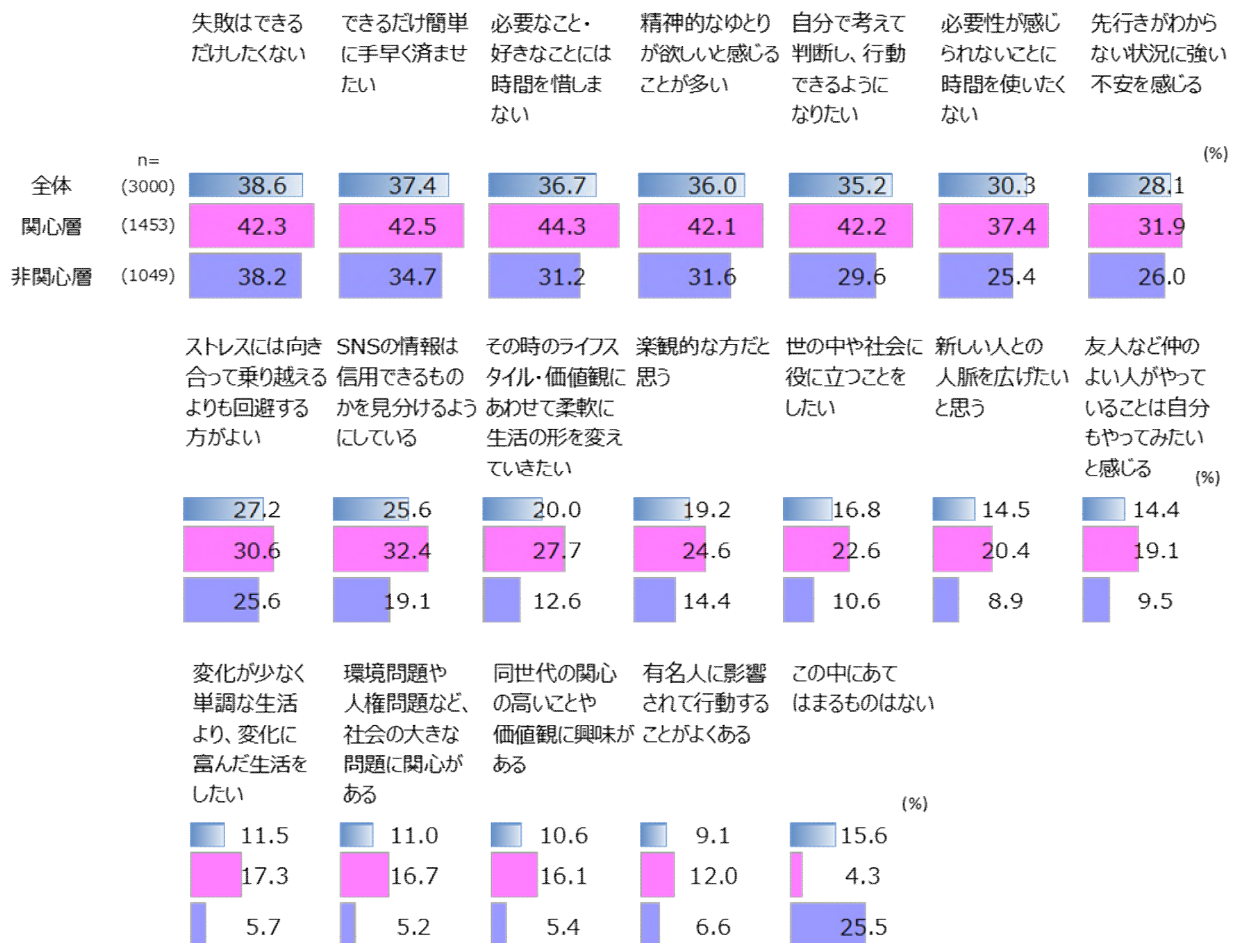
(図2) 投資関心層・非関心層の貯蓄・投資可能額

投資非関心層では、平均貯蓄月額と投資可能額が関心層の半額以下。貯蓄に対する投資可能比率も3割ほどにとどまっています。



(図3) 生活や人生における価値観

投資関心層では、Z世代特有の傾向（タイパ、コスパ、精神的ゆとり等）から、自律性、人脈形成、社会的な視点まで多様な項目で高く、特に、ライフスタイルの柔軟な変更や人脈を大切にする価値観において非関心層との差が顕著です。他方、投資非関心層では、関心範囲がやや狭く、個人的な範囲での意思決定や行動を選好する特徴が見受けられます。





これらの結果をもとに、Z世代の投資の関心を高め、投資にハードルを感じずに取り組む環境をつくるための施策の方向性を以下のとおり検討しました。（報告書より主要なものを抜粋）

	施策分類	施策の方向性
投資への関心の拡大	非関心層への認知促進 （特に女性18～24歳、パート・アルバイト・フリーター/専業主婦・主夫・無職）	・平日昼間および夜の時間帯でテレビ情報番組を主軸に、「職業・キャリアプラン」「プチ節約」「日常の消費行動の見直し（例：ラマナーの活用）」などの身近で取り組みやすいテーマから段階的な解説や視聴者参加型コーナーを展開することで、お金との向き合い方を自然に学び、それを基礎とした投資への理解促進が期待できるのではないかと。 ・株式やFX等のハイリスク商品が投資の代表として認知されており、「コツコツと積み上げて増やす」イメージを持つ人は1割にとどまる。投資信託やポイント投資などの少額からコツコツと積み上げていく長期の資産形成に適した商品の認知度向上施策が、投資に対するイメージ改善に効果的と考えられる。
	関心層の理解向上 （特に男性25～34歳、会社員・派遣・自営業等）	・平日夜の時間帯でテレビやYouTubeを主軸に、若手社会人が抱える「将来への不安」や「投資の基本情報」などをテーマとしたコンテンツの展開は需要があるのではないかと。 ・関心層でも投資について理解できている自信がないと答える人が4割と高いため、実践的な支援として、具体的な投資手順や運用方法が学べるステップバイステップ形式のコンテンツの提供が求められる。 ・人脈を大切にしている人が多いため、投資経験者とのコミュニティ形成や、投資体験談の共有の場を提供することでピアラーニングを促進する視点も有益であろう。
	Z世代の特性への対応	・長期・分散投資によるリスク低減の効果を視覚的に理解できるシミュレーションや、実際の運用例を用いた具体例を提示し、直感的に理解できるようサポートする方法が効果的と思われる。 ・SNS情報、広告等の情報の信頼性を判断するための基準や、見分け方、注意点についてのガイドラインを提供し、情報リテラシーの向上を図る取り組みの意義は大きい。特に非関心層では投資情報について「信頼できる情報源がない（特にない）」が7割に上ることから、情報の信頼性判断の支援は重要な課題と言える。 ・タイパ意識が強いZ世代向けに、少ない時間で効率的に投資知識を得られる短尺コンテンツの制作や、AIを活用した個別に最適化された投資学習プログラムの提供も有効なアプローチではないかと。 ・金融リテラシーが低い層では、投資に対するポジティブイメージが乏しく、「金融に関することで教わりたいことは特にない」と回答する人が5割強いることから、そもそも金融・投資に対する興味や関心の欠如が根本的な課題と考えられる。加えて、金融の複雑さや敷居の高さに対する心理的抵抗感も存在するため、従来の『教える』というフレームワークを超えて、まずは興味を喚起する取り組みから始める必要があるだろう。

詳細は「<https://www.toushin.or.jp/statistics/report/research/>」をご覧ください。

調査概要

・本調査について：

2023 年度に続き、2 回目の実施となります。

・調査期間：2024 年 10 月 24 日（木）～ 10 月 30 日（水）

・調査方法：インターネット調査

・調査地域：全国

・対象者：15 歳～34 歳の男女個人

・サンプル数：総計 3,000 サンプル（日本の人口構成比に合わせて回収）

本調査のほか、本会では投資信託の保有実態・意識の把握を目的とした「投資信託に関する調査」や NISA、iDeCo 等の税制優遇制度、ETF・Jリートの利用実態・意識等の調査を行っています。

掲載 URL：<https://www.toushin.or.jp/statistics/report/research/>



一般社団法人投資信託協会について

・名称：一般社団法人投資信託協会

・所在地：東京都中央区日本橋兜町 2-1

・会長：松下浩一

・設立：1957 年 7 月

・事業内容：自主規制業務、各種制度改正の建議、投資信託等に関する啓発・普及活動など

・ホームページ：<https://www.toushin.or.jp/>

以上