

# 投資信託に関するアンケート調査

## 報 告 書

2007年11月

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)	7
(1) 投資信託の保有状況(全体)	7
(2) 投資信託保有者の特徴(現在保有層)	8
(3) 投資信託の保有種類(現在保有層)	9
(4) 投資信託の購入額(現在保有層)	10
(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)	11
4. 投資信託購入状況(現在保有層・保有経験層)	12
(1) 投資信託購入のきっかけ	12
(2) 投資信託の購入金融機関	14
(3) 販売員の説明・勧誘方法	16
(4) 投資信託購入の決め手	20
(5) 投資信託の購入資金	22
(6) 投資信託の購入目的	24
(7) 投資信託の運用実績評価	26
(8) 償還・売却資金の流出先	28
(9) 運用報告書閲読状況	30
(10) 評価会社による運用評価の認知・利用状況	35
(11) 投資信託の優れていると感じる点	37
(12) 投資信託の不満に感じる点	40
5. 投資信託保有未経験者の状況	44
(1) 投資信託の購入意向経験	44
(2) 投資信託の非購入理由	45
6. 投資信託に関する認知・接触状況(全体)	47
(1) 投資信託の認知状況	47
(2) 投資信託の商品内容認知状況	50
(3) 投資信託の広告接触状況	52
(4) 投資信託の勧誘を受けた経験(投資信託認知者)	56
(5) 確定拠出年金の加入状況	58

(6) 株式投資信託税制の認知状況.....	60
(7) 上場投資信託の認知と興味.....	62
(8) E T F ・ 不動産投信税制の認知状況.....	70
<b>7. 投資信託への期待・関心状況(全体) .....</b>	<b>72</b>
(1) 貯蓄の運用方針.....	72
(2) 現在保有している金融商品と今後の貯蓄に適した金融商品.....	74
(3) 希望する投資信託商品と購入方法(投資信託関心者) .....	80
<b>8. インターネットによる金融取引状況(全体) .....</b>	<b>90</b>
(1) インターネットによる金融取引経験.....	90
(2) インターネットによる取引経験のある金融商品(インターネット取引経験者).....	92
(3) インターネットによる取引意向のある金融商品(インターネット取引意向者).....	94
<b>9. 調査対象者の属性 .....</b>	<b>96</b>
(付) 調 査 票	

## 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18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立比例系統抽出し、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・職業有無(女性のみ)別割当に沿って抽出した。

**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 908 サンプル  
阪神圏 609 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19年7月19日～8月9日

**調査主体：**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17年、16年、14年、13年、11年に調査が実施されており、前回までは調査対象を世帯としていたが、今回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などが挙げられる。したがって、前回までとの時系列比較は行わず、必要な部分に関してのみ、参考として前回データの数表を掲載している。参考データをみる際は、これらの変更に十分留意する必要がある。

**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	
		2 女性	
	年代別	1 20代	F1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	F4から
		2 300万円未満	
		3 500万円未満	
		4 1000万円未満	
		5 1000万円以上	
	地域別	1 首都圏	
2 阪神圏			
保有状況・保有種別	保有状況別	1 現在保有層	問4 投資信託を「1. 現在持っている」の回答者
		2 保有経験層	問4 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4 投資信託を「3. これまで持ったことがない」かつ 問2 投資信託について「1. よく知っている」「2. 言葉だけは知っている」かつ 問19 過去の購入意向経験「1. ある」の回答者
		4 非購入意向または非認知層	問4 投資信託を「3. これまで持ったことがない」回答者で、 ・問2 投資信託について「1. よく知っている」「2. 言葉だけは知っている」かつ 問19 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2 投資信託について「3. 言葉も知らなかった」もしくは無回答、もしくは問4で無回答の回答者（非認知層）
	保有種別	1 株式投資信託保有層	問5 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5 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	上記以外の回答者 (投資信託非保有者、保有状況不明は除く)

## 2. 調査結果の要約

(1) 投資信託保有率は10.1%。保有しているのは「株式投資信託」がトップで、「公社債投資信託」「外国で作られた投資信託」が続く。平均保有数は1.59種類。

- 投資信託の保有率は10.1%。50代以上では保有率が15%前後と高く、40代以下では年代が下がるほど低くなる。また、年収が高い層ほど保有率が高く、1000万円以上では28.6%と突出している。(P7)
- 投資信託現在保有層の特徴をみると、年齢別構成比は「50代」(26.8%)と「60代」(27.5%)が高く、50代以上が70%近くを占める。職業別構成比は「無職・その他」が41.2%と最も高く、「自営商・サービス業」(22.9%)が続く。(P8)
- 投資信託の保有種類(現在保有層ベース)は、「株式投資信託」が56.9%で最も高い。以下、「公社債投資信託」(37.3%)、「外国で作られた投資信託」(30.7%)が続き、平均保有種類数は1.59種類。なお、平均購入額は「外国で作られた投資信託」が最も高く390.4万円、「株式投資信託」は342.9万円、1人あたりの合計購入額の平均は432.2万円。(P9~10)
- 株式投資信託の保有種類(株式投資信託保有者ベース)は、「国内の株式に主に投資する株式投信」が51.7%で最も高く、次いで「外国債券に主に投資する株式投信」が32.2%で続く。平均保有種類数は1.60種類である。(P11)

(2) 投資信託の購入金融機関は「証券会社」(57.0%)がトップだが、「銀行等の金融機関」(42.2%)との差が小さく、現在保有層ではわずかながら逆転している。(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」(59.6%)がトップで、他に大きな差をつけている。(P12~13)
- 投資信託の購入金融機関は、「証券会社」が57.0%でトップ、「銀行等の金融機関」が42.2%で続き、この2つ以外は10%未満。(P14~15)
- 投資信託購入の際の販売員の説明・勧誘方法は、「とても満足した」(5.2%)、「まあ満足した」(43.9%)を合わせた“満足層”が49.1%。“満足層”の理由は、「商品のリスクもきちんと説明した」(63.7%)と「商品の魅力をわかりやすく説明した」(58.4%)が高い。一方、“不満層”は7.8%で、その理由は、「商品の説明がわからなかった」(44.4%)が最も高い。(P16~19)
- 投資信託購入の決め手は、「安全性の高さ」(37.4%)、「分配の頻度・実績」(36.5%)、「過去の運用実績」(35.7%)、「値上がり期待」(31.3%)の4項目がほぼ同率で高く、これに「換金のしやすさ」(12.6%)が続く。(P20~21)
- 投資信託の購入資金は、「定期性の預貯金等から」(45.2%)が最も高く、「月々の収入から」(27.8%)が続く。(P22~23)
- 投資信託の購入目的は、「特に目的はないが資金を増やしたいため」(34.3%)と「老後の生活資金」(32.2%)が高く、「資産のリスク分散」(23.0%)が続く。(P24~25)
- 投資信託の運用実績評価は、“期待以上”が40.8%、“期待以下”は28.3%。(P26~27)
- 償還・売却資金の流出先は、「預貯金にまわした」(42.2%)が最も高い。これに「生活資金にまわした」(20.9%)、「他の投資信託を購入した」(16.5%)が続く。(P28~29)
- 運用報告書を「読んだことがある」のは61.7%。閲読経験者は、“理解層”(51.4%)と“非

理解層”（48.6%）にほぼ同率で分かれている。閲読未経験者の未読理由は、「難しそうだったのでは」（49.4%）に「特に興味もなかったのでは」（37.3%）が続く。（P30～34）

- 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経験がある」は5.2%、「評価会社の評価を見たことがある」は38.3%、両者を合わせた“認知率”は43.5%となる。一方、「評価会社があること自体知らなかった」は52.6%と半数を超える。（P35～36）
- 投資信託が優れていると感じる点は、「専門知識がなくても投資ができる」（50.0%）と「比較的高い利回りが期待できる」（49.6%）が二大優位点。次いで「定期的に分配金が受け取れる」（43.0%）、「少額でも株式投資の面白味がある」（33.5%）、「購入手続きが簡単である」（30.4%）が続く。特に魅力を感じる点は「比較的高い利回りが期待できる」がトップ。（P37～39）
- 一方、不満を感じる点は、「元本保証がない」（58.7%）が最も高く、次いで「手数料が高い」（36.5%）が続く。特に不満を感じる点は「元本保証がない」がトップ。（P40～43）

（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12.7%。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」が65.9%。（保有未経験層へ-λ）

- 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12.7%。ただし、40～60代や年収500万円以上1000万円未満の層では「ある」がやや高い。（P44）
- 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」（65.9%）、「元本保証がない」（34.3%）、「少額では購入しづらい」（22.6%）の順。購入意向層、非購入意向層とも「投資信託がよくわからないので不安」（それぞれ、56.8%、67.2%）が最大理由。（P45～46）

（4）投資信託の広告接触率は75.4%。確定拠出年金は非加入率95.6%。上場投資信託の認知率は、不動産投信、ベンチャーファンドがともに7.8%、ETFは7.3%。

- 投資信託の認知状況は、「よく知っている」が14.0%、「言葉だけは知っている」が81.7%、「言葉も知らなかった」が4.3%。（P47～49）
- 投資信託の特徴として知っていることは、「元本の保証はない」が45.6%で最も高く、「銀行などの金融機関でも購入できる」（38.9%）、「国内の投資信託と海外の投資信託がある」（31.0%）、「価格変動があり、外国投資は為替リスクがある」（26.4%）、「リスクとリターンは相互関係にある」（25.2%）、「MRF・MMF・中期国債ファンドは投資信託商品」（21.0%）などが続く。（P50～51）
- 投資信託の広告接触率は75.4%。広告接触者のうち、特に印象の強い媒体は、「テレビ」が48.6%、「新聞」が29.1%で続く。（P52～55）
- 投資信託認知者のうち、投資信託の購入を勧められたことが「ある」人は36.0%。（P56～57）
- 確定拠出年金の加入状況については、「加入していない」が95.6%を占める。（P58～59）
- 株式投資信託税制の認知状況については、「収益分配金等の税率が10%に軽減」が6.8%、

「損失を確定申告で3年繰越控除可能」が5.5%、「解約損を申告で株式売買益と通算可能」が4.5%だが、「1つも知らない」が78.4%と大多数を占める。(P60~61)

- 証券取引所に上場されている投資信託については、「不動産投信を知っている」と「ベンチャーファンドを知っている」がともに7.8%、「ETFを知っている」が7.3%。「1つも知らなかった」は全体の83.4%と大半を占める。(P62~63)
- ETFは保有率1.2%、購入意向率4.7%。不動産投信は保有率1.8%、購入意向率3.7%。ベンチャーファンドは保有率0.2%、購入意向率3.0%。(P64~69)
- ETFや不動産投信の税制に関する認知状況は、「売買損は確定申告で3年の繰越控除可能」が5.2%、「収益分配金等の税率が10%に軽減」が4.4%である。「有利になっていることは知っている」が7.8%であるが、「1つも知らない」(85.2%)が大半を占める。(P70~71)

(5) 今後購入を考える投資信託商品は「安定重視型」志向。具体的には「国内株式に主に投資する株式投信」がトップで、この他、「外国債券に主に投資する株式投信」、「公社債投資信託」、「様々な資産に投資する株式投信」など。

- 今後の貯蓄方法で最優先する考えとしては、「元本保証がされていること」(52.1%)が半数を占める。次いで「少額でも出し入れ自由」(17.5%)、「利回り」(14.4%)が続く。(P72~73)
- 現在保有している金融商品は「普通預貯金」(88.7%)がトップ、次いで「郵便局の定額貯金」(46.3%)と「定期預金」(40.2%)が高いが、「貯蓄型保険」「株式」「財形貯蓄」は10%台。(P74~75)
- 現在保有している金融商品の総額は平均475.6万円であるが、300万円未満がほぼ半数を占め、1000万円以上は12.0%に過ぎない。(P76~77)
- 今後の貯蓄の対象として考えている金融商品は、「定期預金」(47.1%)に「郵便局の定額貯金」(46.7%)が続く。(P78~79)
- 投資信託関心者が、今後購入を考える投資信託の商品内容は、「安定重視型」が64.3%、「利回り追求型」が22.4%、「値上がり益追求型」が11.9%。(P80~81)
- 投資信託関心者が、投資信託を新規または追加投資する際の具体的商品としては、「国内株式に主に投資する株式投信」(38.5%)が最も高く、「外国債券に主に投資する株式投信」(32.9%)、「公社債投資信託」(32.2%)、「様々な資産に投資する株式投信」(30.1%)がほぼ同率で並んでいる。(P82~83)
- 投資信託関心者が、投資信託の情報収集に利用したい方法は、「証券会社等で説明を受け資料請求」が67.8%でトップ。次いで「インターネットで調べる」(40.6%)、「新聞、テレビ等を見たり聞いたりする」(30.8%)の順となっている。(P84~85)
- 投資信託関心者が、投資信託を購入する場合に利用しようと思うのは、「銀行等の金融機関」が54.5%、「証券会社」が49.0%で、「投資信託会社」は16.8%となっている。(P86~87)
- 投資信託関心者が、投資信託を購入する場合の保有期間としては、「2年以上3年未満」(25.9%)と「3年以上5年未満」(26.6%)がほぼ同率で高いが、「特に期間は決めない」も25.9%みられる。(P88~89)



- (6) インターネットによる金融取引の経験があるのは 11.0%。「利用経験はないが今後行いたい」は 8.9%。行いたいのは「普通預貯金」並びに「株式・国債・公債・社債・転換社債」。
- インターネットによる金融取引の経験が「ある」のは 11.0%、「利用経験はないが今後行いたい」が 8.9%。取引経験率は 30 代、40 代が高く、利用意向率は若年層ほど高い。(P90~91)
  - インターネット取引経験者がインターネットで取引した金融商品は、「普通預貯金」(64.7%) が特に高い。次いで「株式・国債・公債・社債・転換社債」(32.3%)、「損保・生保」(20.4%)、「定期預金・外貨預金」(13.8%)、「投資信託」(10.8%)。(P92~93)
  - インターネット取引未経験者のうち、今後取引意向のある人が、インターネットで取引してみたい金融商品は、「普通預貯金」(57.0%) に並び「株式・国債・公債・社債・転換社債」も 51.9% と半数を超える。これに「定期預金・外貨預金」(28.1%)、「損保・生保」(20.0%) が続き、「投資信託」は 11.1%。(P94~95)