

2016年（平成28年） 投資信託に関するアンケート調査 調査結果サマリー

Point

- 「積立投資プラン」の認知度は低く、特に若年層ほど低い（P11）
- 若年層への普及は「投資の知識」が鍵（P18）



2016年（平成28年）12月
一般社団法人 投資信託協会

■ 調査計画の概要	2
1. 本調査の回答者プロフィール	3
2. 投資信託の保有状況	4
3. 投資信託の購入・保有に関する意識	5
4. 投資信託の積立投資の認知・利用状況	11
5. 毎月分配型投資信託についての意識	14
6. 投資信託の非購入理由・購入検討のきっかけ	18

■調査計画の概要



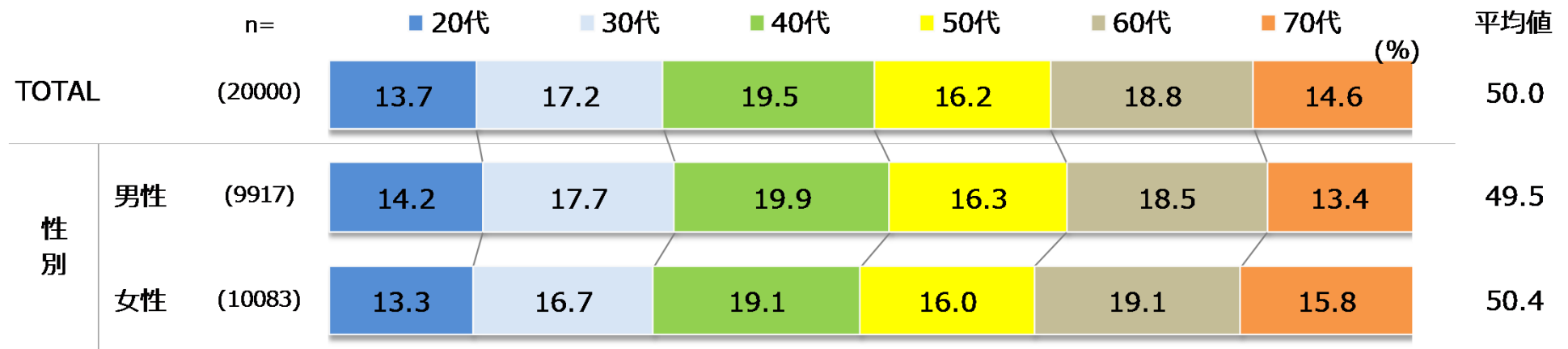
調査の目的	全国の20歳～79歳の男女個人を対象に、投資信託の保有状況や特徴認知、満足度、積立投資の認知などを把握すると同時に、投資信託保有未経験層に対しては、非購入理由や購入検討のきっかけを確認することで、「貯蓄から資産形成へ」の流れを促進するための課題を探り、今後の投資信託の利用拡大及び啓発普及活動に役立つ資料とすること。																																																																																						
調査手法	インターネット調査（抽出フレーム：インターネットモニター） ※ インターネット調査のモニターは、一般的に情報感度が高い事が確認されており、金融商品（投資信託）においては保有率や制度認知が郵送調査モニターなどに比べて高めに出る傾向にあります。																																																																																						
調査地域	全国（首都圏、阪神圏、その他地域の3ブロック）																																																																																						
調査対象	20～79歳の男女																																																																																						
サンプル数	<p>総計20,000サンプル</p> <ul style="list-style-type: none"> * 性・年代・エリアで割付実施（割付は平成27年1月1日現在の住民基本台帳に基づく）。 * 職業条件による除外は実施していない。 <p><性・年代・エリアごとの回収数詳細></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>20-29歳</th> <th>30-39歳</th> <th>40-49歳</th> <th>50-59歳</th> <th>60-69歳</th> <th>70-79歳</th> <th>20-79歳計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">男性</td> <td>首都圏</td> <td>431</td> <td>556</td> <td>634</td> <td>458</td> <td>479</td> <td>361</td> <td>2919</td> </tr> <tr> <td>阪神圏</td> <td>201</td> <td>241</td> <td>290</td> <td>220</td> <td>259</td> <td>200</td> <td>1411</td> </tr> <tr> <td>その他地域</td> <td>774</td> <td>954</td> <td>1051</td> <td>940</td> <td>1101</td> <td>767</td> <td>5587</td> </tr> <tr> <td colspan="2">男性計</td> <td>1406</td> <td>1751</td> <td>1975</td> <td>1618</td> <td>1839</td> <td>1328</td> <td>9917</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">女性</td> <td>首都圏</td> <td>406</td> <td>521</td> <td>592</td> <td>431</td> <td>493</td> <td>418</td> <td>2861</td> </tr> <tr> <td>阪神圏</td> <td>200</td> <td>246</td> <td>295</td> <td>227</td> <td>281</td> <td>240</td> <td>1489</td> </tr> <tr> <td>その他地域</td> <td>735</td> <td>921</td> <td>1036</td> <td>954</td> <td>1151</td> <td>936</td> <td>5733</td> </tr> <tr> <td colspan="2">女性計</td> <td>1341</td> <td>1688</td> <td>1923</td> <td>1612</td> <td>1925</td> <td>1594</td> <td>10083</td> </tr> <tr> <td colspan="2">TOTAL</td> <td>2747</td> <td>3439</td> <td>3898</td> <td>3230</td> <td>3764</td> <td>2922</td> <td>20000</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ エリアの定義とエリア計での回収数は以下の通り。 【首都圏】 東京、神奈川、埼玉、千葉／計5780サンプル 【阪神圏】 大阪、京都、兵庫、奈良／計2900サンプル 【その他地域】 上記以外の都道府県／計11320サンプル</p>			20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-79歳	20-79歳計	男性	首都圏	431	556	634	458	479	361	2919	阪神圏	201	241	290	220	259	200	1411	その他地域	774	954	1051	940	1101	767	5587	男性計		1406	1751	1975	1618	1839	1328	9917	女性	首都圏	406	521	592	431	493	418	2861	阪神圏	200	246	295	227	281	240	1489	その他地域	735	921	1036	954	1151	936	5733	女性計		1341	1688	1923	1612	1925	1594	10083	TOTAL		2747	3439	3898	3230	3764	2922	20000
		20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-79歳	20-79歳計																																																																															
男性	首都圏	431	556	634	458	479	361	2919																																																																															
	阪神圏	201	241	290	220	259	200	1411																																																																															
	その他地域	774	954	1051	940	1101	767	5587																																																																															
男性計		1406	1751	1975	1618	1839	1328	9917																																																																															
女性	首都圏	406	521	592	431	493	418	2861																																																																															
	阪神圏	200	246	295	227	281	240	1489																																																																															
	その他地域	735	921	1036	954	1151	936	5733																																																																															
女性計		1341	1688	1923	1612	1925	1594	10083																																																																															
TOTAL		2747	3439	3898	3230	3764	2922	20000																																																																															
調査時期	2016年9月16日（金）～9月30日（金）																																																																																						
調査主体	一般社団法人 投資信託協会																																																																																						
調査実施機関	株式会社インテージ																																																																																						

1. 本調査の回答者プロフィール



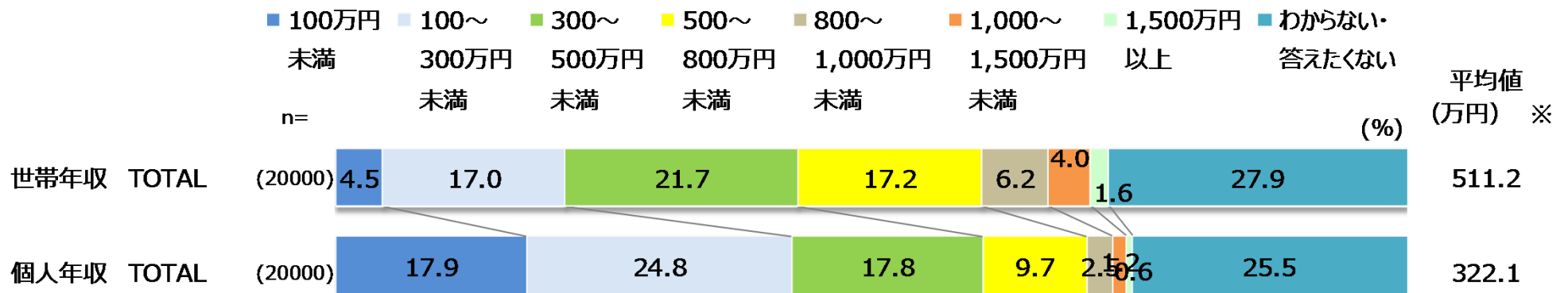
回答者の性別・年代

(Q29)



回答者の年収

(Q31①②)



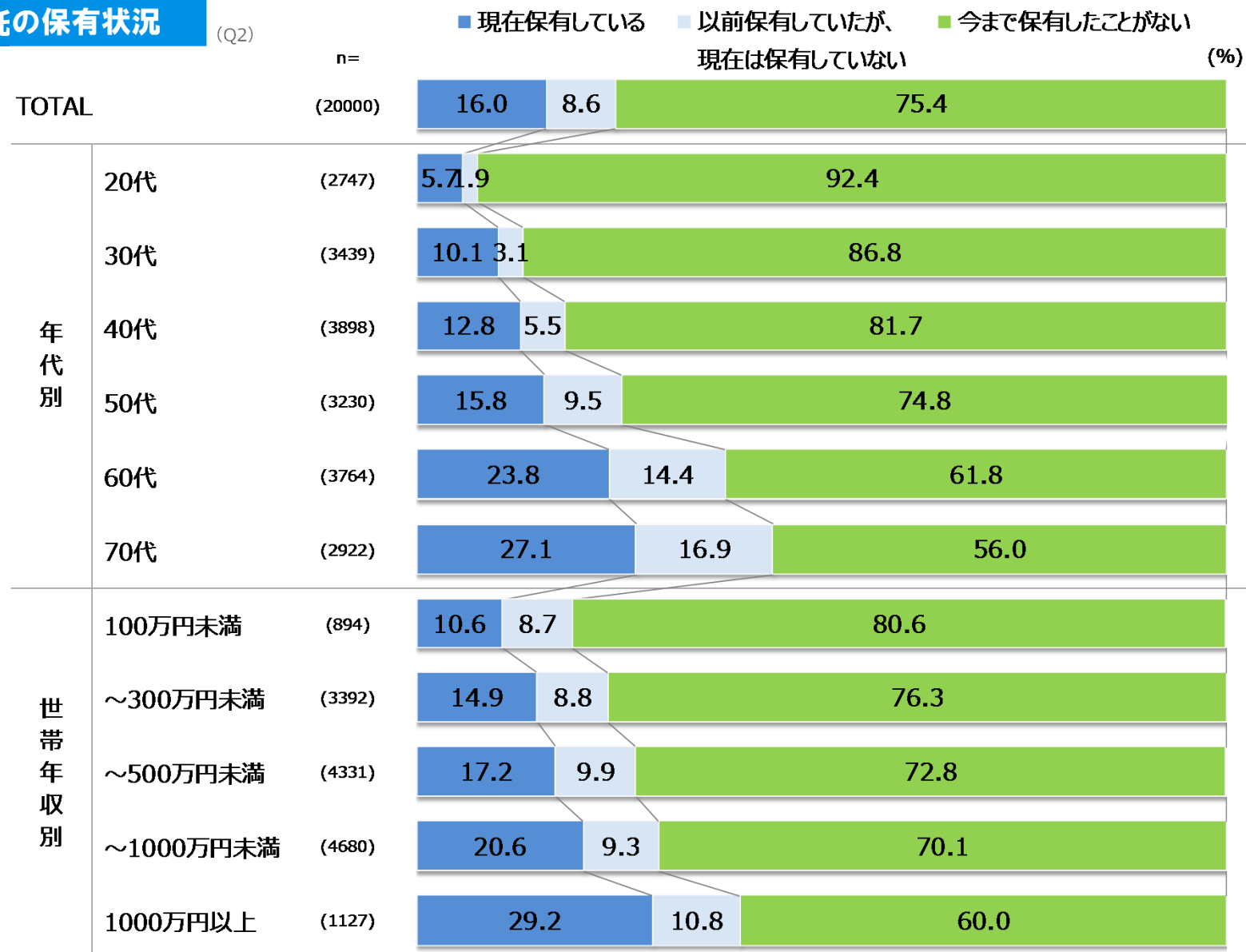
※ 平均値は「わからない・答えたくない」を除いて算出。算出にあつてのウエイト値は以下の通り

100万円未満：50万円 / 100~300万円未満：200万円 / 200~500万円未満：400万円 / 500~800万円未満：650万円 / 800万円~1000万円未満：900万円 / 1000~1500万円未満：1250万円 / 1500万円以上：1750万円

2. 投資信託の保有状況

投資信託の保有状況

(Q2)

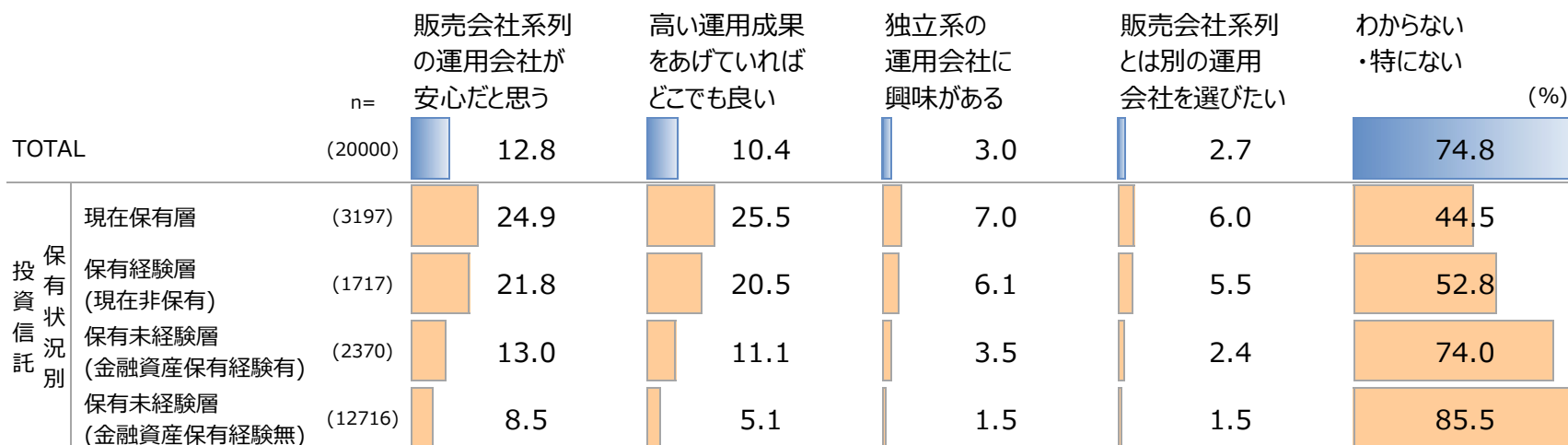


- 投信の保有状況は、“現在保有層”が16.0%、“保有経験層”は8.6%、“保有未経験層”は75.4%となる。
- 年代や世帯年収が上がるにつれ、投資信託の“現在保有層”、“保有経験層”ともに増加する。

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（1）

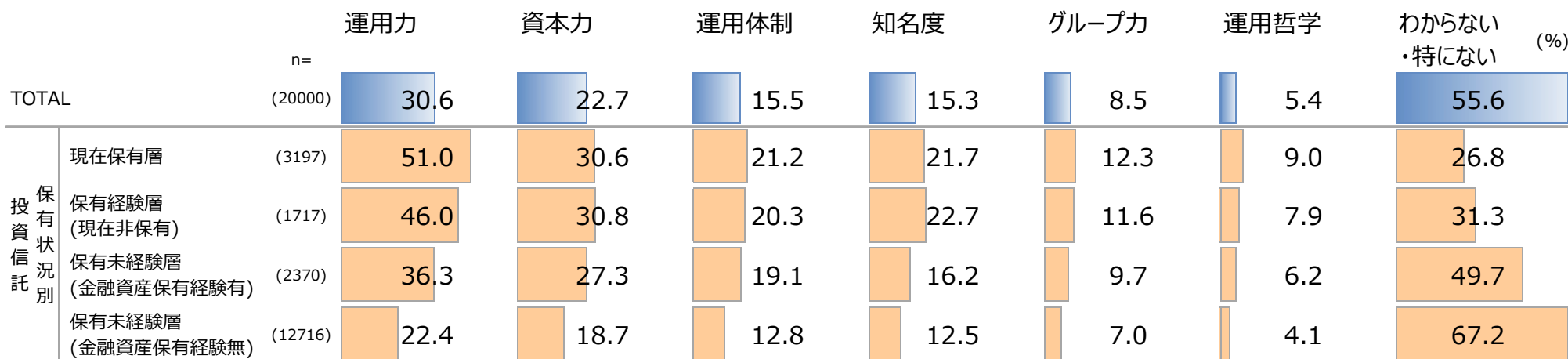
運用会社についての考え（重複回答）

(Q13)



投資信託購入の際の運用会社の重視点（重複回答）

(Q14)



- 投資信託の運用会社選びでは、「わからない・特にな」が74.8%となり、大半の人が選択基準を想起できない様子。投資信託の現在保有層では、「販売会社系列の運用会社が安心」「高い運用成果をあげていればどこでも」が20%以上で高い。
- 投資信託購入の際の運用会社の重視点は、「運用力」(30.6%)が最も高く、「資本力」(22.7%)が続く。一方で「わからない・特にな」(55.6%)も半数以上となり高い。投資信託保有状況別では、投資との関連が強いほど、どの項目も重視度が高くなるが、「運用力」ではその傾向が顕著。

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（2）



投資信託の特徴で知っているもの（重複回答）

(Q8)

	n=	元本の保証はない	価格変動と為替リスクがある	国内と海外の投信がある	証券会社以外でも購入できる	リスクをとる関係にある	投資信託は運用している	販売手数料がかかる	投資信託の価値を	MRFではある	基準価額は新聞で	投資信託は別管	この中では知らない	
TOTAL	(20000)	46.4	32.7	32.2	31.1	27.9	23.4	20.9	16.0	10.0	9.5	9.3	6.2	39.9
性別														
男性	(9917)	48.5	34.7	33.0	30.8	31.6	23.8	24.4	18.0	11.7	10.7	9.9	7.9	38.4
女性	(10083)	44.4	30.8	31.5	31.3	24.2	23.0	17.5	14.1	8.3	8.3	8.7	4.5	41.5
年代別														
20代	(2747)	22.9	19.4	17.9	15.5	18.2	14.2	10.8	7.0	6.9	5.2	4.7	3.3	60.9
30代	(3439)	37.6	27.3	27.2	23.8	22.9	19.5	16.5	11.0	8.7	6.3	6.0	4.3	48.1
40代	(3898)	46.9	30.6	29.8	27.7	26.1	21.6	18.6	14.6	9.1	8.7	7.4	5.3	40.9
50代	(3230)	54.1	35.6	34.5	35.0	30.9	24.0	22.2	18.2	10.7	11.5	9.5	6.4	34.2
60代	(3764)	55.7	39.5	39.3	39.9	34.0	29.0	26.9	21.8	11.9	11.7	12.2	8.0	30.0
70代	(2922)	57.8	42.5	43.3	43.0	34.2	31.2	29.2	22.5	12.3	13.3	16.1	9.8	28.3
世帯年収別														
100万円未満	(894)	33.0	20.7	21.1	20.1	19.7	15.1	10.4	9.3	5.4	7.4	6.3	2.8	53.1
～300万円未満	(3392)	43.7	29.6	29.5	30.4	24.9	21.4	19.2	13.9	8.6	7.4	8.5	5.5	41.9
～500万円未満	(4331)	50.2	35.3	35.0	34.0	30.2	24.7	23.2	17.0	10.2	9.7	9.5	6.2	35.0
～1000万円未満	(4680)	57.1	41.2	40.8	37.6	35.8	29.0	27.4	20.8	13.0	12.3	11.1	8.3	28.6
1000万円以上	(1127)	64.5	48.6	45.6	45.4	44.7	34.4	35.3	29.9	20.1	19.6	18.4	13.2	23.1
投資状況別														
現在保有層	(3197)	78.8	63.8	64.9	61.8	53.2	52.8	50.0	44.1	26.9	27.0	29.7	19.5	6.8
保有経験層 (現在非保有)	(1717)	73.4	56.2	57.6	53.9	46.8	35.6	39.1	31.5	19.4	21.4	19.6	14.2	9.3
保有未経験層 (金融資産保有経験有)	(2370)	55.7	37.6	33.8	35.0	31.2	26.5	24.1	16.4	8.8	9.9	6.2	4.9	30.0
保有未経験層 (金融資産保有経験無)	(12716)	32.9	20.9	20.3	19.5	18.4	13.8	10.5	6.8	4.7	3.4	3.4	2.0	54.2

- 投資信託の特徴認知では、「元本保証がない」(46.4%)が最も高く、「価格変動と為替リスクがある」(32.7%)、「国内と海外の投信がある」(32.2%)、「証券会社以外でも購入できる」(31.1%)が30%以上で続く。その一方で「知っているものはない」(39.9%)も高い。
- 年代別、世帯年収別では、共に上の階層になるほど、どの項目も認知率は増す傾向。

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（3）



他の金融商品と比較して投資信託に特に魅力を感じる点

(Q11②)

(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)

	n=	専門知識がなくても投資ができる	少額でも分散投資ができる	定期的に分配金が受け取れる	比較的高い利回りが期待できる	少額でも投資の面白味がある	積立投資ができる	種類が豊富で目的に応じたものが選べる	購入手続きが簡単である	分配金が自動的に再投資される商品がある	海外投資が手軽にできる	手数料が比較的安い	購入後の運用に関する情報が多い	その他	わからない・特にない	(%)
TOTAL	(4914)	17.5	15.4	13.0	10.2	6.6	4.6	3.2	2.5	2.2	1.3	1.2	0.5	0.2	21.6	
20代	(208)	14.9	29.3	5.3	5.3	12.5	7.2	2.4	1.9	1.0	1.4	1.9	0.5	0.0	16.3	
30代	(454)	14.8	26.4	6.2	6.8	8.1	9.7	1.5	2.2	2.4	2.0	1.5	0.2	0.2	17.8	
40代	(714)	15.8	19.6	7.3	8.3	8.5	8.4	2.8	2.5	1.1	2.1	1.5	0.7	0.1	21.1	
50代	(815)	16.4	17.7	11.4	11.9	6.7	4.5	2.7	1.7	2.2	1.5	1.3	0.4	0.0	21.5	
60代	(1438)	16.1	10.9	16.8	11.9	5.6	3.1	3.9	2.7	2.1	1.2	0.9	0.5	0.1	24.3	
70代	(1285)	22.0	10.7	16.6	10.4	5.0	2.0	3.7	3.0	3.0	0.5	1.1	0.5	0.6	21.1	

他の金融商品と比較して投資信託に特に不満を感じる点

(Q12②)

(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)

	n=	元本保証がない	手数料が比較的高い	仕組みや運用実績がわかりにくい	リターンが低い	専門知識がないと商品を選びにくい	株式に比べて面白さ欠ける	公社債に比べてリスクが高い	種類が多く選択に迷う	分配金が少ない	購入後の運用に関する情報が少ない	手続きがわずらわしい	クローズド期間がある	近くに取り扱っている店舗が少ない	その他	わからない・特にない	(%)
TOTAL	(4914)	32.5	10.7	7.9	6.7	5.5	4.9	4.6	3.4	3.0	2.4	1.6	1.1	0.7	0.3	14.8	
20代	(208)	19.7	10.1	8.7	7.2	7.7	6.7	2.4	6.3	4.8	1.4	6.3	1.4	0.5	0.0	16.8	
30代	(454)	28.2	7.9	7.9	10.4	7.7	4.8	1.5	4.4	3.5	1.8	2.0	1.3	0.9	0.2	17.4	
40代	(714)	28.6	10.5	8.7	9.1	5.2	3.8	2.9	5.5	3.6	2.0	2.9	0.8	0.8	0.4	15.1	
50代	(815)	34.2	11.3	7.5	6.5	6.9	2.8	3.7	2.9	3.1	2.1	2.5	1.2	0.6	0.2	14.5	
60代	(1438)	34.2	12.2	7.4	6.2	4.4	4.8	6.0	2.9	1.5	2.6	0.8	0.8	0.7	0.2	15.3	
70代	(1285)	35.3	9.8	8.0	4.7	4.8	6.5	5.9	2.4	4.0	2.9	0.3	1.2	0.5	0.5	13.0	

- 他の金融商品と比べ投信に特に魅力を感じる点は、「専門知識がなくても投資できる」(17.5%)、「少額でも分散投資できる」(15.4%)、「定期的に分配金が受け取れる」(13.0%)が上位。また若年層ほど「少額から分散投資できる」「少額でも面白味がある」「積立投資できる」が高く、高齢層ほど「定期的に分配金が受け取れる」が高くなる。
- 特に不満な点では「元本保証がない」(32.5%)が突出。また若年層ほど「専門知識がないと選びにくい」が、高齢層ほど「元本保証ない」「公社債に比べリスク高い」が増す。

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（4）



投資信託の購入の際に重視した点（重複回答）

(Q7①)

(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)

		安全性の高さ	値上がりへの期待	過去の運用実績	過去の分配金額	分配頻度の多さ	換金のしやすさ	手数料や運用管理費用の水準	商品内容のわかりやすさ	商品コンセプト	評価会社による評価	純資産額の大きさ	その他	特にない
TOTAL	n=(4914)	44.5	37.9	23.9	11.9	11.2	10.6	9.6	8.4	6.7	6.1	4.6	1.2	14.0
年代別	20代 (208)	32.2	38.0	38.0	6.7	8.7	7.7	18.8	9.6	6.3	4.8	7.7	0.0	14.9
	30代 (454)	43.0	35.2	26.0	10.4	7.7	5.9	13.4	9.0	8.1	5.3	7.3	1.3	13.0
	40代 (714)	42.6	35.3	26.3	10.9	10.9	6.9	12.7	7.7	7.8	5.6	5.5	1.0	13.2
	50代 (815)	42.9	39.1	26.4	10.8	9.1	10.2	9.9	9.0	8.1	7.1	3.3	1.1	14.1
	60代 (1438)	47.9	37.0	21.0	12.9	11.7	11.1	7.7	9.0	6.6	6.1	4.5	1.0	14.4
	70代 (1285)	45.3	40.5	21.1	13.5	13.8	14.6	7.0	7.5	4.7	6.1	3.7	1.7	14.2

投資信託の購入の際に今後重視したい点（重複回答）

(Q7②)

(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)

		安全性の高さ	値上がりへの期待	過去の運用実績	手数料や運用管理費用の水準	換金のしやすさ	過去の分配金額	商品内容のわかりやすさ	分配頻度の多さ	商品コンセプト	評価会社による評価	純資産額の大きさ	その他	特にない
TOTAL	n=(4914)	49.0	35.9	22.1	12.4	11.7	9.1	9.0	8.3	6.4	5.8	5.3	1.0	17.0
年代別	20代 (208)	33.2	36.1	26.0	20.7	11.5	8.7	9.1	9.6	6.3	7.7	10.1	0.0	14.4
	30代 (454)	45.8	41.2	26.4	17.2	9.9	8.4	9.3	6.6	6.4	5.7	8.4	0.0	13.7
	40代 (714)	48.3	40.5	26.5	13.7	10.1	7.8	10.1	7.4	8.5	5.7	5.3	0.7	12.9
	50代 (815)	50.9	37.1	23.3	13.0	12.1	8.3	8.6	7.1	8.8	5.2	5.3	0.9	15.8
	60代 (1438)	51.8	31.8	18.0	11.8	12.0	9.0	9.7	7.9	5.5	6.7	4.5	0.9	19.0
	70代 (1285)	48.8	35.2	21.2	8.9	12.8	10.8	7.9	10.3	4.6	5.0	4.1	1.9	19.2

- 投資信託の購入の際に重視した点と今後重視したい点については、ともに「安全性の高さ」(順に44.5%、49.0%)が最も高く、次いで「値上がり期待」(37.9%、35.9%)、「過去の運用実績」(23.9%、22.1%)が上位となる。
- 購入の際の重視点を年代別で見ると、高齢層ほど「安全性の高さ」「過去の分配金額」「分配頻度の多さ」「換金のしやすさ」が高く、「過去の運用実績」「手数料などの水準」「純資産額の大きさ」は若年層ほど高い。(「手数料などの水準」「純資産額の大きさ」は今後重視したい点でも若年層ほど高くなる。)

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（5）



投資信託の償還・売却で得た資金の流出先（重複回答）

(Q10)

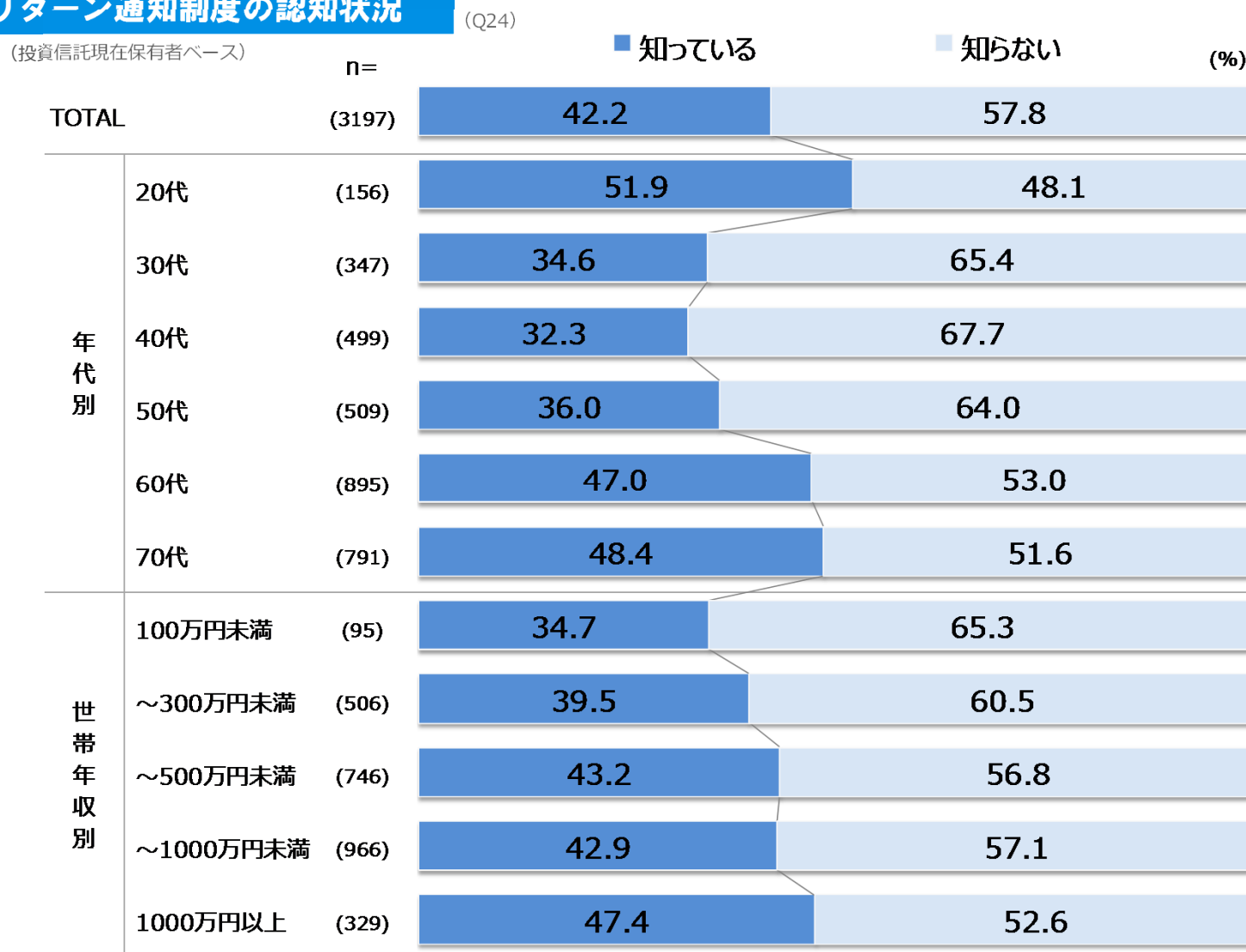
(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)

		n=	預貯金に まわした	生活資金に まわした	株式、債券を 購入した	他の投資信託 を購入した	不動産などの 購入にあてた	その他	売却経験なし/ 償還でお金を 得たことはない (%)
TOTAL		(4914)	34.9	24.0	23.5	20.7	3.7	2.2	21.8
年代別	20代	(208)	29.3	22.1	30.8	20.2	5.3	1.0	31.7
	30代	(454)	30.4	19.8	23.8	19.4	3.5	0.7	33.9
	40代	(714)	33.2	24.4	21.4	16.4	2.8	1.4	27.9
	50代	(815)	35.0	26.0	21.5	18.8	3.6	2.5	21.5
	60代	(1438)	35.8	25.4	23.3	21.8	4.5	2.4	18.8
	70代	(1285)	37.2	22.9	25.0	23.4	3.2	3.1	16.0
世帯年収別	100万円未満	(173)	28.9	35.3	19.1	15.0	5.2	1.7	20.2
	～300万円未満	(805)	33.8	28.8	20.2	20.0	2.2	1.7	20.6
	～500万円未満	(1176)	35.5	24.2	22.9	19.7	3.7	2.7	22.0
	～1000万円未満	(1400)	34.4	21.8	27.6	21.4	4.0	2.5	22.6
	1000万円以上	(451)	34.6	16.9	31.9	27.7	5.8	2.2	21.3

- 投資信託の償還・売却資金は「預貯金」(34.9%)に回されることが最も多く、また「生活資金」(24.0%)、「株式・債券の購入」(23.5%)で使われることが「他の投資信託の購入」(20.7%)に使われることよりも多くなる模様。
- 年代別では、高齢層ほど「預貯金」に回されることが多くなる様子。
- 世帯年収別でみると、年収が高い層ほど「株式・債券の購入」「他の投信購入」が多く、反対に年収が低い層ほど「生活資金」に回す割合が多くなる。

3. 投資信託の購入・保有に関する意識（7）

トータルリターン通知制度の認知状況



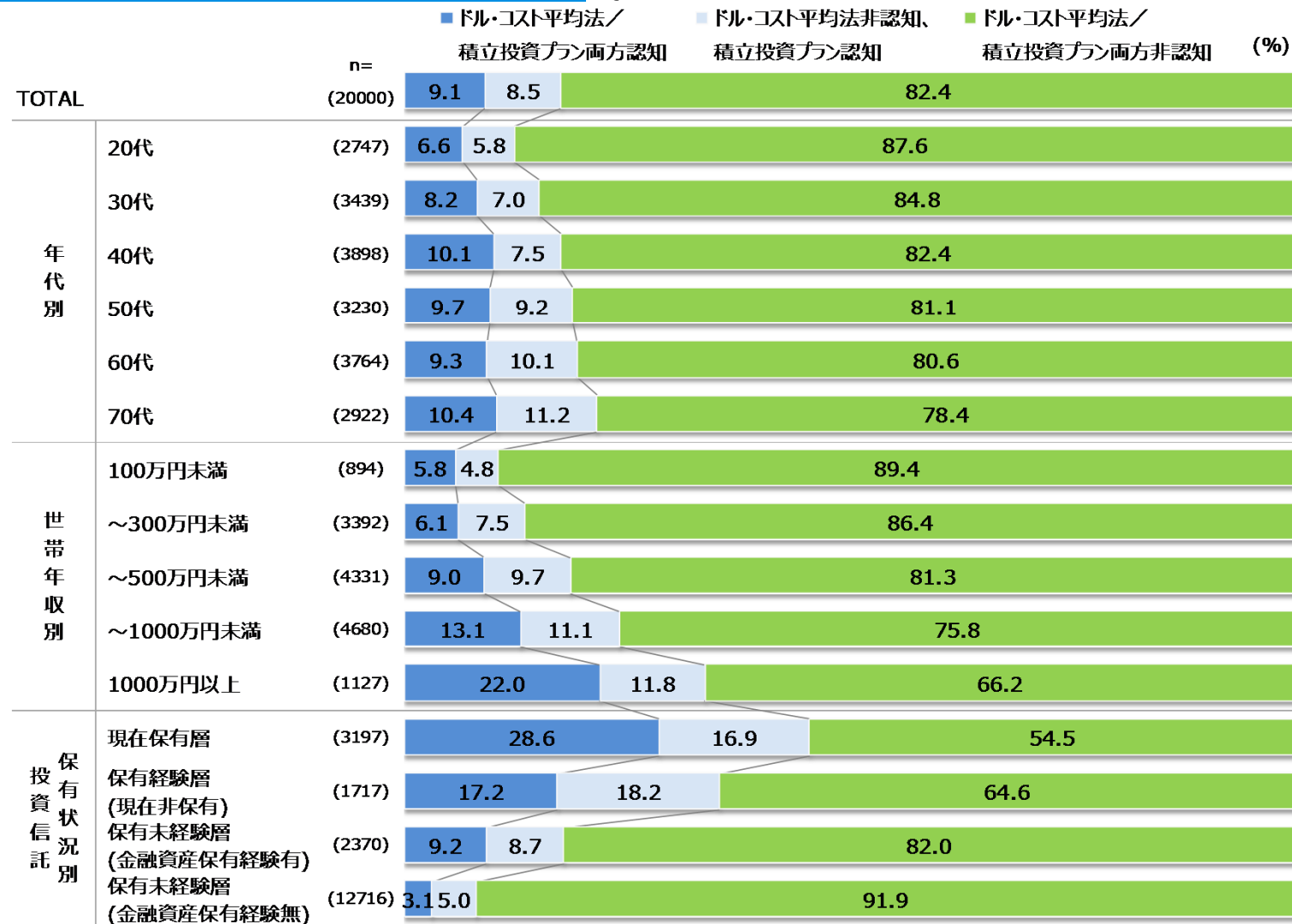
- 2014年12月から実施の「投資信託の投資期間全体の損益（トータルリターン）通知制度」の、現在投資信託保有層での認知率は42.2%。
- 年代別では20代の認知率が51.9%と最も高い。
- 世帯年収別では年収が上がるにつれ、認知率も高くなる模様。

4. 投資信託の積立投資の認知・利用状況（1）



ドル・コスト平均法／積立投資プランの認知状況

(Q16)



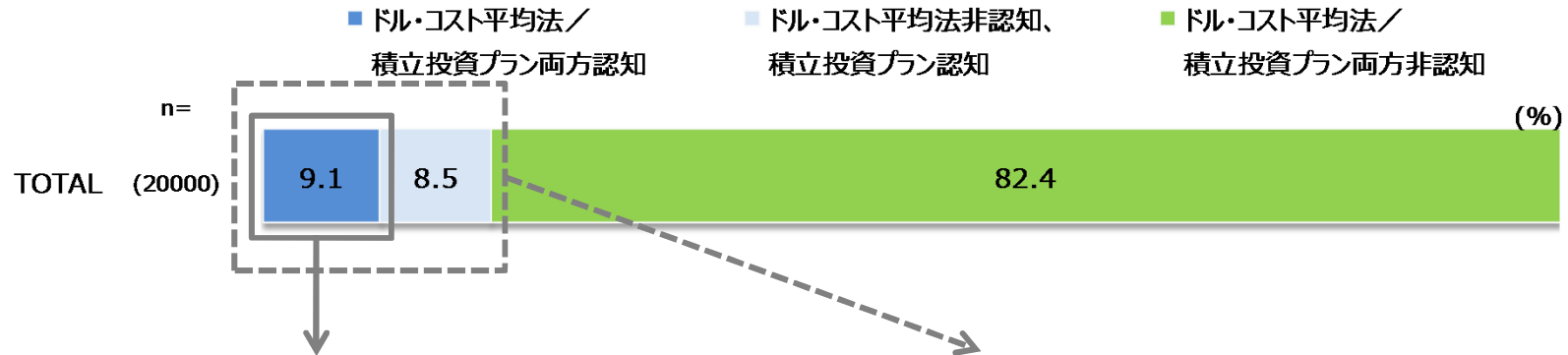
- ドル・コスト平均法／積立投資プランの「両方非認知」が82.4%と大半をしめ、「両方認知」率は9.1%、積立投資プランのみ認知率は8.5%にとどまる。
- 「両方認知」「積立投資プランのみ認知」は年代や世帯年収の階層が上がるにつれ高くなる傾向。
- 投資信託保有状況別では、投資信託の現在保有層でも「両方非認知」が54.5%と半数以上みられる。

4. 投資信託の積立投資の認知・利用状況（2）



ドル・コスト平均法／積立投資プランの認知内容（各重複回答）

(Q16・Q17・Q18)



<ドル・コスト平均法の認知内容>（両方認知者ベース）

認知内容	割合 (%)
投資の軽減に伴うリスク	67.9
商品購入のタイミング	56.4
価格変動のリスク	53.2
長期資産形成	48.2
人形貯蓄	26.7
年金貯蓄	8.0

年代別	割合 (%)
20代	8.8
30代	10.2
40代	7.1
50代	7.7
60代	4.9
70代	10.6

<積立投資プランの認知内容>（積立投資プラン認知者ベース）

認知内容	割合 (%)
少額から利用できること	72.0
自動引き落とし	41.8
申し込みの手続きが簡単	31.3
ドル・コスト平均法	25.0
この方法	10.5

年代別	割合 (%)
20代	11.4
30代	11.3
40代	10.8
50代	9.7
60代	8.8
70代	11.9

- ドル・コスト平均法認知者の認知内容は、「投資リスク軽減方法の一つ」(67.9%)が最も高い。年代別では若年層ほど「リスク軽減方法の一つ」「長期資産形成向き」「財形貯蓄や確定拠出年金で活用できる」の認知が増す傾向。
- 積立投資プラン認知者の認知内容は、「少額から利用できること」(72.0%)が最も高い。

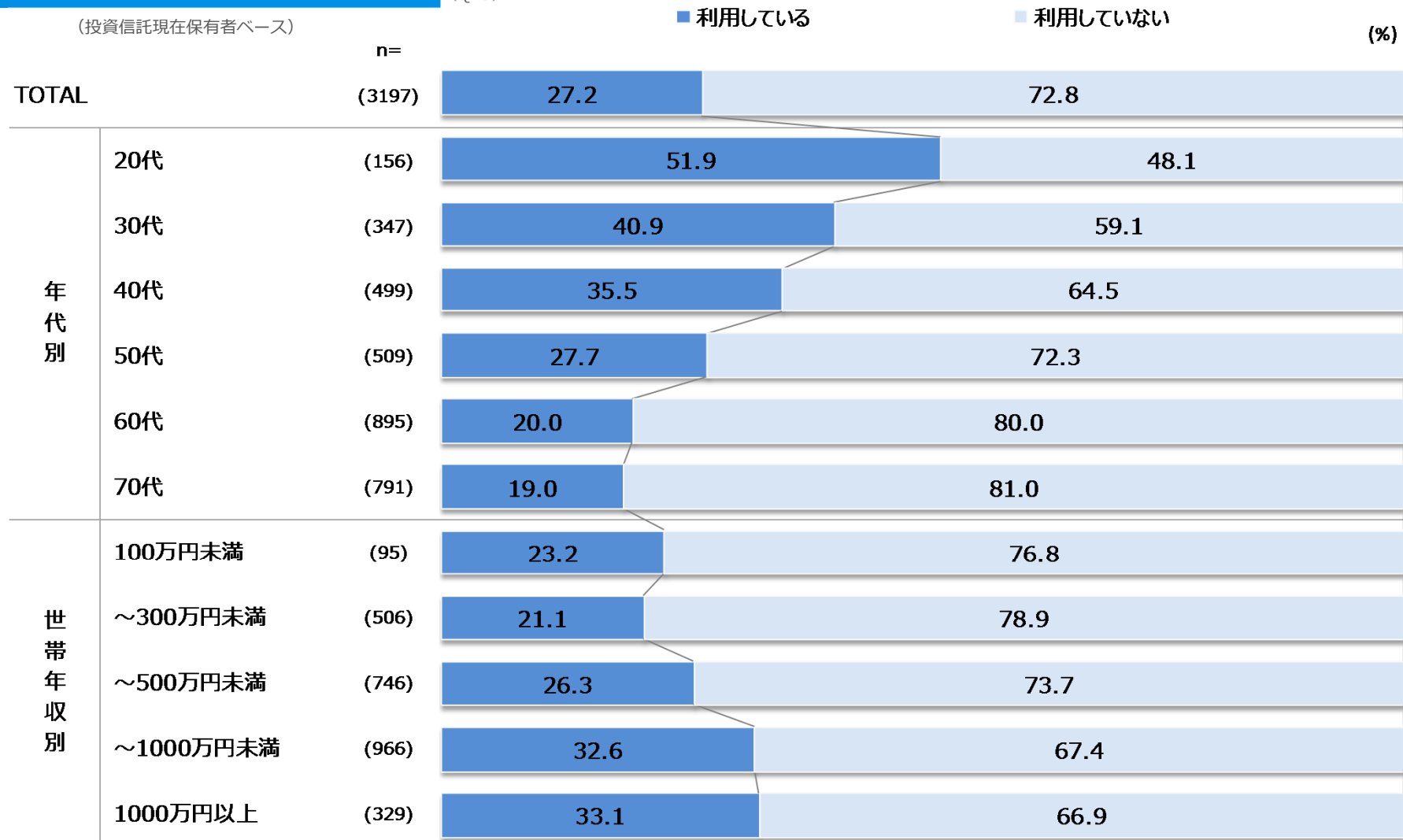
4. 投資信託の積立投資の認知・利用状況 (3)



投資信託の積立投資の利用状況

(Q15)

(投資信託現在保有者ベース)



- 現在投資信託保有層の積立投資利用率は27.2%。
- 年代別では年代が若いほど利用率は高く、20代では51.9%と半数以上にのぼる。
- 世帯年収別では、年収が高い層ほど利用率は増加する傾向。

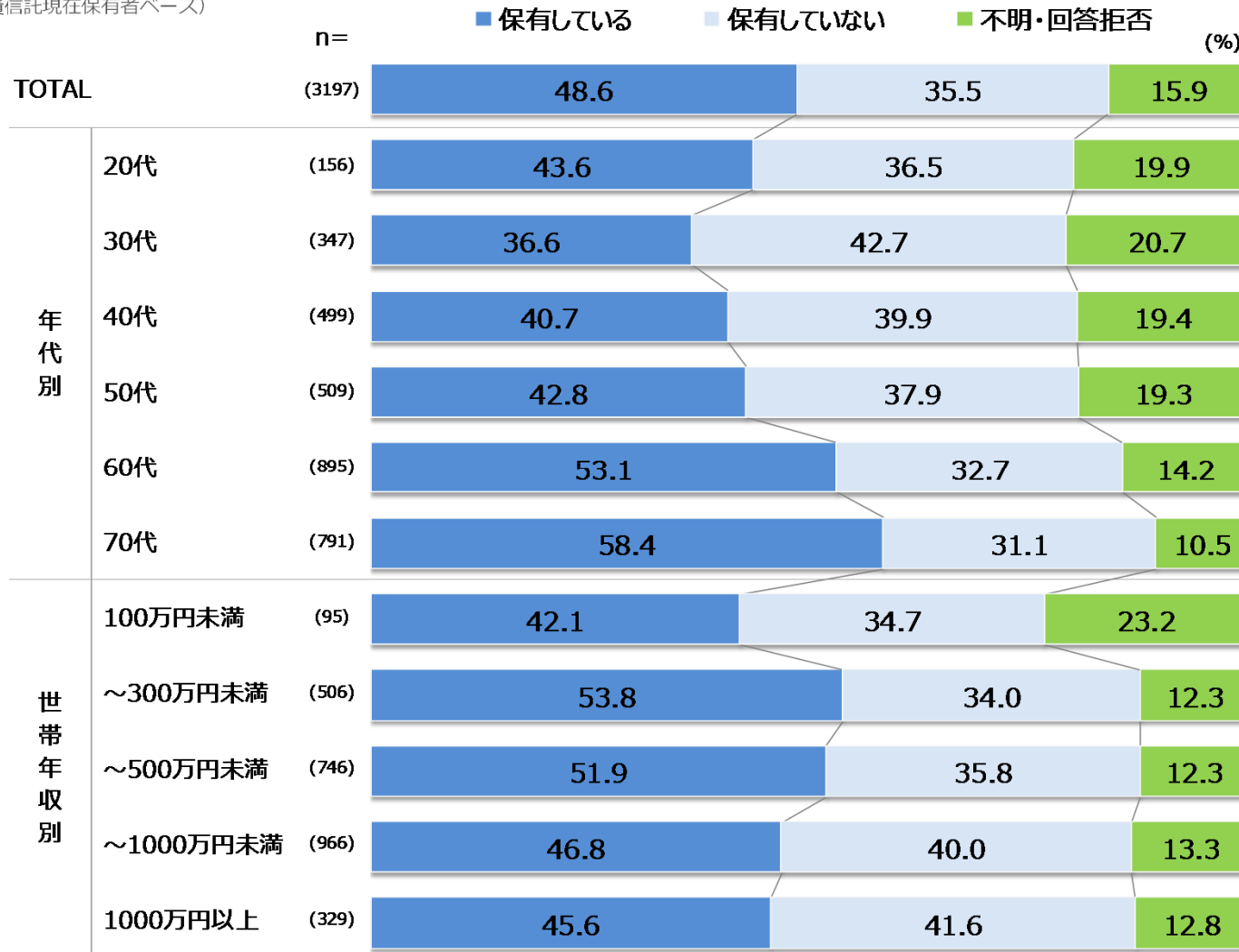
5. 毎月分配型投資信託についての意識（1）



毎月分配型投資信託の保有状況

(Q19)

(投資信託現在保有者ベース)



- 投資信託現在保有者における毎月分配型投資信託の保有率は48.6%。
- 年代別では60代以上で保有率が50%を越え高い。
- 世帯年収別では“100～300万円未満層”(53.8%)をピークに、年収の増加と共に減少する傾向。

5. 毎月分配型投資信託についての意識（2）



毎月分配型投資信託についての魅力の有無とその理由（重複回答）

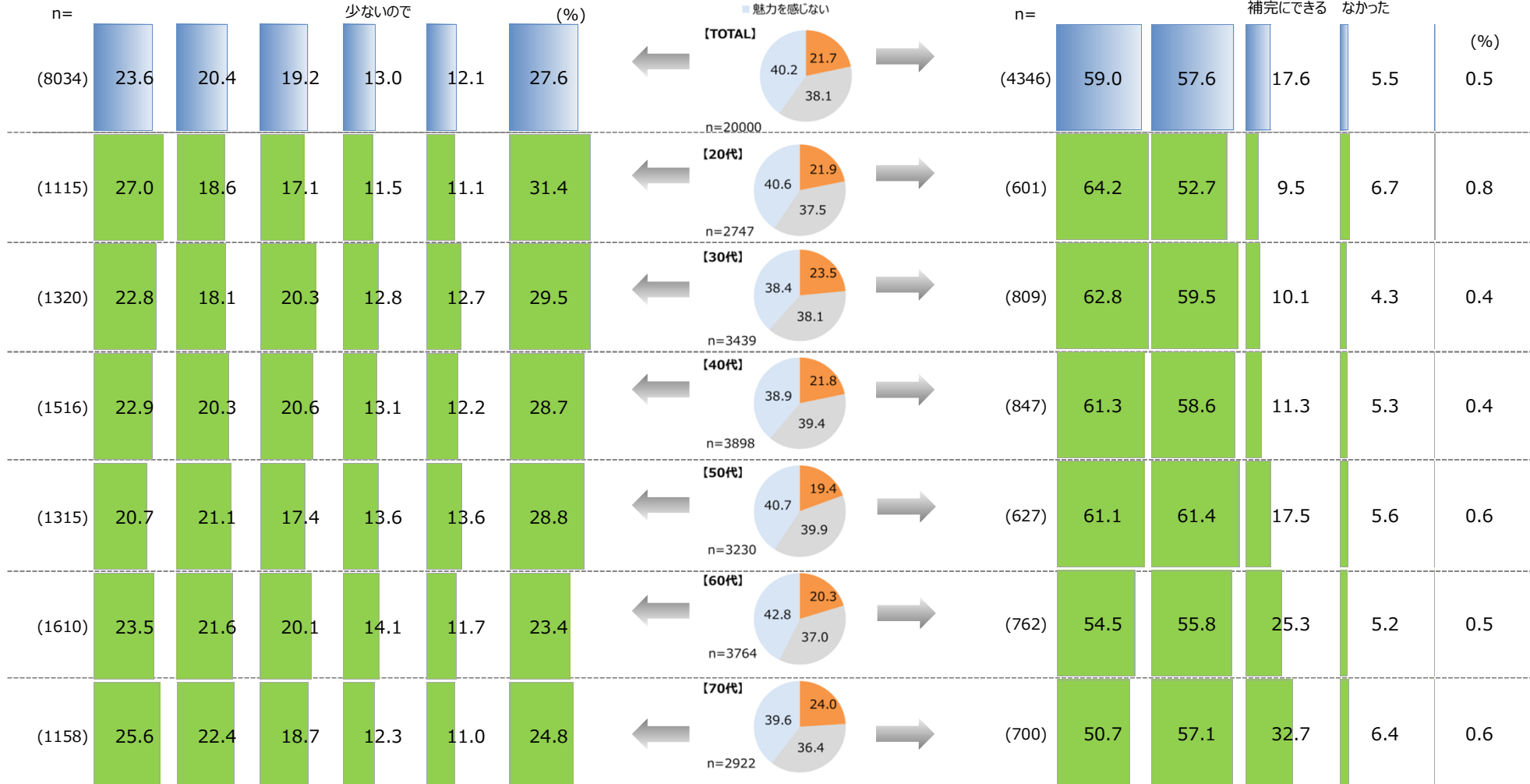
(Q20・Q21・Q22)

【魅力を感じない理由】

分配金は必要ではないので
 分配金の額だけ基準価格が下がるので
 長期投資に合わない
 投資額を勘案すると得られる分配金が少ないので
 複利効果が得られないので
 その他

【魅力を感じる理由】

毎月利益を確定したいので
 分配金を受け取ることで安心できるので
 元本の一部払戻し分配金であっても、年金収入の補完にできる
 毎月分配型投資信託の他に魅力的な商品がなかった
 その他



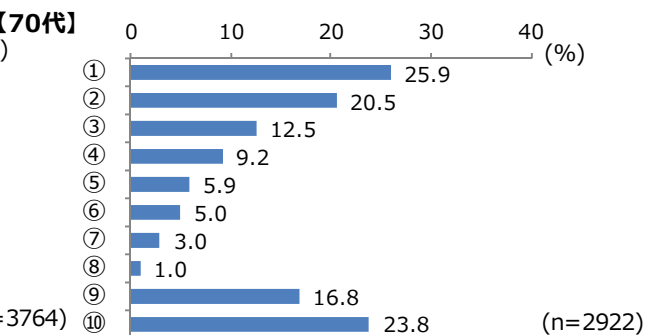
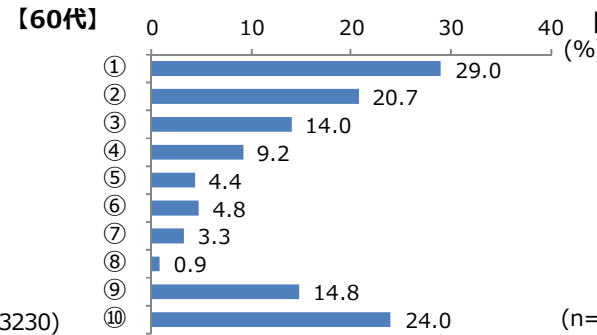
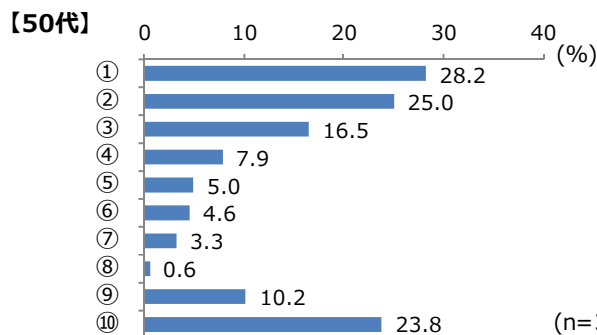
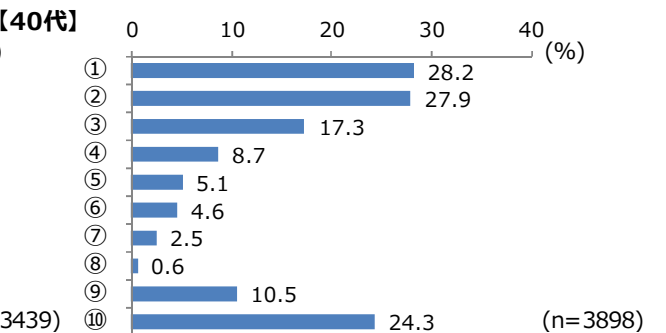
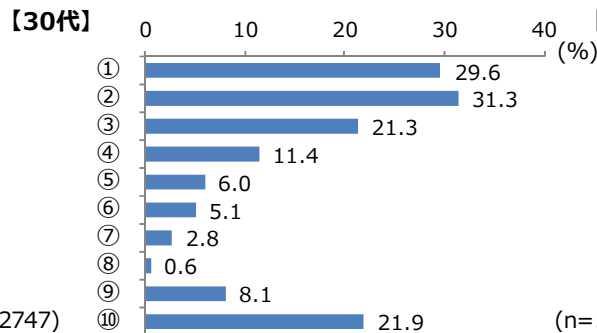
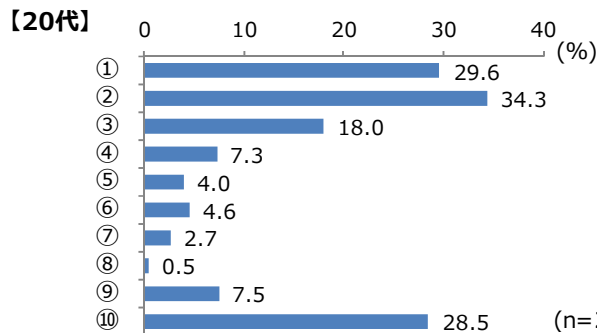
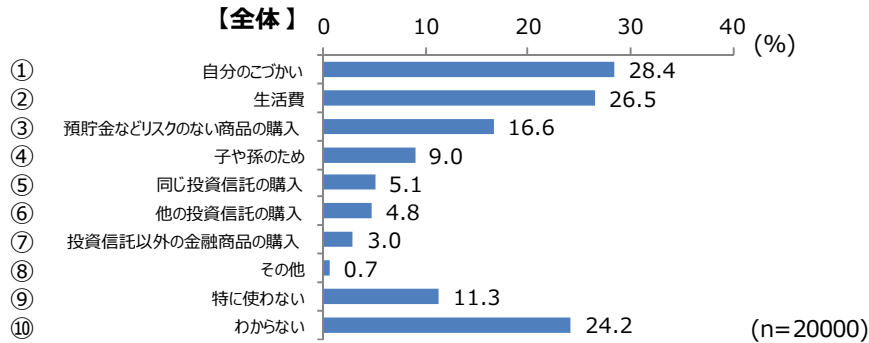
- 毎月分配型投資信託に魅力を感じる人は21.7%に留まり、魅力を感じないの方が40.2%と多くなる。
- 非魅力理由は、目立って高い項目はなく分散傾向。「分配金の額だけ基準価格が下がる」(23.6%)、「分配金は必要ない」(20.4%)、「長期投資に合わない」(19.2%)が上位にあがる。
- 魅力理由は、「毎月利益を確定したい」(59.0%)、「分配金を受け取ることで安心」が50%以上で高い。また50代以上では「年金補完」も高くなる。

5. 毎月分配型投資信託についての意識 (3)



毎月分配型投資信託を保有した場合の分配金の使い道 (重複回答)

(Q23)



- 毎月分配型投資信託を保有した場合の分配金の使い道は、「自分のこづかい」(28.4%)と「生活費」(26.5%)が高く、「リスクのない商品の購入」(16.6%)が続く。「同じ投信の購入」「他の投信の購入」は5%程度に留まる。
- 「自分のこづかい」は年代が上がるにつれて高くなり、「生活費」は年代が下がるほど高くなる傾向。

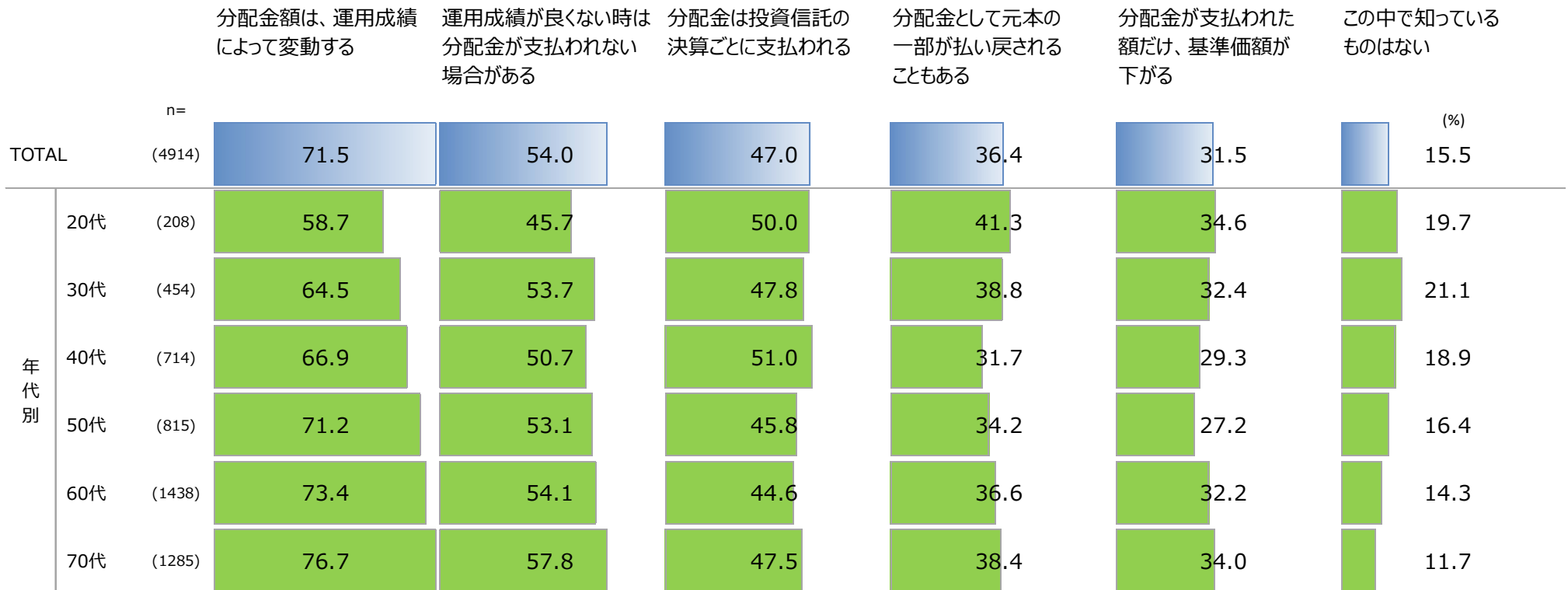
5. 毎月分配型投資信託についての意識（4）



投資信託の「分配金」の特徴で知っているもの（重複回答）

(Q9)

(投資信託現在保有者・保有経験者ベース)



- 投資信託の分配金の特徴では、「運用成績によって変動する」が71.5%と大半の人に認知されている。次いで「運用成績が良くない時は支払われない場合がある」(54.0%)、「投資信託の決算ごとに支払われる」(47.0%)の順に高い。
- 年代別でみると、「運用成績で変動」「支払われない場合がある」は上の年代ほど高い。

6.投資信託の非購入理由・購入検討のきっかけ



投資信託の非購入理由（重複回答）

(Q26)

※TOTALで5pt.以上を抜粋

(投資信託保有未経験者ベース)

		そ も そ も い	興 味 が な い	投 資 の 知 識 が	な い	投 資 組 み が 分 か ら な い	仕 組 み が 分 か ら な い	わ か ら な い	損 を し そ う	で 怖 い	元 本 保 証	ま ま つ た い	資 金 が な い	手 数 料 が 高 い	少 額 で は ら い	購 入 し づ ら い	な ん と が な か つ た	機 会 が な か つ た	機 会 が な か つ た	値 動 き に あ ら な い	と ら き に あ ら な い	商 品 種 類 が 多 い	多 く 選 択 で き な い	選 択 し づ ら い	株 式 上 場 の 下 場 の 株 式	値 上 り が 激 しい	富 裕 層 が 実 施 さ れ て い る	す 裕 が な い	自 信 心 が な い	間 余 裕 が な い
TOTAL	n=(15086)	48.0	36.5	23.4	21.6	19.8	19.1	9.7	8.6	8.3	6.0	5.8	5.7	5.5	5.5															
年代別	20代 (2539)	50.8	38.8	26.3	20.4	15.4	8.1	7.3	10.6	5.1	4.5	3.4	4.8	5.1																
	30代 (2985)	42.9	44.1	29.4	27.0	20.0	10.2	9.4	9.9	6.6	7.0	5.7	6.6	8.2																
	40代 (3184)	44.3	39.6	24.9	24.0	21.8	10.3	9.7	9.2	6.4	6.1	5.2	6.9	6.2																
	50代 (2415)	46.4	35.4	21.9	21.8	25.0	11.4	9.8	7.2	6.3	6.7	6.7	5.6	5.1																
	60代 (2326)	53.7	30.3	18.4	18.1	24.8	9.4	7.1	5.4	5.1	4.8	7.2	4.3	3.9																
	70代 (1637)	54.3	23.7	14.6	13.7	22.0	8.1	7.8	6.1	5.7	5.3	6.7	3.7	3.1																

購入検討のきっかけ（重複回答）

(Q27)

(投資信託保有未経験者ベース)

		金 融 投 資 を 解 融 強 や し た 投 資 を 解	勉 強 し た ら 解	で き た ら 解	手 取 り 増 加 し た ら	が 取 り 入 ら	身 勤 近 め な ら に た ら	税 制 上 の 優 遇 が あ る	措 置 が あ る	拡 充 し て よ き あ ら う	貯 蓄 一 定 額 に 達 した ら	に 達 し た ら	経 済 が 好 ま し い	な り 上 る に	期 待 が あ る	な ら ば	低 リ スク の 充 実	充 実 し た ら	初 心 者 セ ミ ナ ー が あ ら ば	ミ ナ ー が あ ら ば	機 会 が あ ら ば	金 融 機 関 に あ ら ば	で 持 つ て あ ら ば	手 数 料 が 低 い	充 実 し た ら	退 職 後 の 生 活 に あ ら ば	な ら ば	収 入 が あ ら ば	そ の 他
TOTAL	n=(15086)	21.6	21.2	19.8	15.4	15.1	14.5	14.2	13.5	13.2	9.8	6.1	11.6																
年代別	20代 (2539)	25.2	23.6	29.7	16.1	17.3	12.4	12.4	16.8	16.3	8.2	3.3	8.4																
	30代 (2985)	25.2	27.1	26.3	14.7	17.5	14.1	16.1	17.2	17.6	11.0	4.9	7.8																
	40代 (3184)	22.7	26.5	20.2	14.3	16.0	13.9	13.7	13.7	13.6	9.5	6.9	9.6																
	50代 (2415)	20.3	20.4	13.9	16.6	14.9	15.7	15.3	11.1	12.1	10.9	9.6	11.7																
	60代 (2326)	17.3	11.7	12.0	15.3	12.0	16.3	15.1	10.6	8.8	9.4	6.9	16.6																
	70代 (1637)	15.6	10.8	11.7	16.1	10.8	15.3	11.9	8.9	7.1	9.7	4.4	20.0																

- 投資信託の非購入理由は、「興味がない」(48.0%)が最も高い。年代別では、「興味がない」は30代で最も低く、年代の上昇とともに増加。「投資知識がない」「投信の仕組みが分からない」「損しそうで怖い」「投信を検討する時間がない」「種類が多く選択できない」は30代でピークとなり、年代の上昇とともに減少。
- 投資信託購入検討のきっかけでは、目立って高い項目はみられず分散傾向。年代別では、「手取り増加」「貯蓄が一定額に達したら」「低リスク商品の充実」「初心者セミナーなどがあれば」「専門家に教えてもらえたら」が30代でピークとなる。