

News Release

2008年7月23日

金融商品の購入に関する意識調査

～ライフイベントと金融取引の相関関係、投資系金融商品を購入する動機等について～

株式会社 NTT データ経営研究所

株式会社NTTデータ経営研究所(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:佐々木 崇)は、NTTレゾナント株式会社の提供するインターネット・アンケートサービス「goo リサーチ」の協力を得て、個人のライフイベントと金融取引との相関関係、投資信託などの資産運用商品を購入する動機やきっかけを把握するため、「金融商品の購入に関するアンケート調査」を実施しました。

また、リテール強化の流れの中、イベントに基づいたマーケティング活動への注目が金融機関で高まりつつある状況を踏まえ、調査結果を基に、個人のライフイベントが個々の金融取引に繋がる割合を商品・サービス毎に分析しました。

【主な調査結果】

1. 金融取引のきっかけとなるライフイベントは「就職」が1.87件で最多

「就職」や「結婚」「出産」などのライフイベントがきっかけとなり発生する金融取引の数を多い順に整理すると、「就職」が1.87件(1人当たり平均)の金融取引のきっかけとなり、その数が最も多く、次いで「結婚」(1.15件)、「住宅購入」(1.06件)、「出産」(0.83件)、「定年退職」(0.61件)という順になった。

一方、子供のライフイベントが(自身の)金融取引のきっかけとなる割合は相対的に低く、「(子供の)大学入学」が0.35件、「高校入学」が0.13件、「中学校入学」が0.11件という結果となった。

2. 「結婚」時に27%が生命保険に加入し、「出産」時に40%が学資保険に加入

「就職」時に行う金融取引は、「普通預金の新規口座開設」が68%で最も高くなっており、次いで、「定期預金取引」が35%、「クレジットカードの新規契約」が33%、「生命保険(貯蓄性)への加入」が22%という結果となった。

同様に、「結婚」時に行う金融取引は、「生命保険(貯蓄性)への加入」が27%で最も高く、「生命保険(掛捨て型)への加入」が24%、「普通預金の新規口座開設」が23%で続く結果となった。

「出産」時には、「学資保険への加入」が40%で最も高い結果となった。

3. 「就職」時または「大学入学」時に開設した預金口座をメイン口座として利用する割合が高い

一番良く利用する預金口座(メイン口座)およびクレジットカード(メインカード)の契約時点は、何れも、「就職」時(に作ったものを一番良く利用している)と回答した割合が37%(メイン口座)、22%(メインカード)で最も多く、次いで、「大学入学」時が各々10%、6%で就職時に次ぐ結果となった。

長年利用している預金口座やカードに対する利用者の愛着やロイヤリティが感じられる一方、住宅購入

ほか、その他のライフイベントによって開設した預金口座や契約したクレジットカードに関しては、メイン化率が低位に留まっている結果となった。

4. 「貯蓄が一定水準に到達したから」資産運用取引を開始した割合が 36%

何らかのライフイベントを理由に資産運用取引(国債・投資信託・株式等の購入)を開始したと回答した割合は全体の約 3 割に留まり、残りの約 7 割はその他の(ライフイベント以外の)理由と回答した。

その他の理由については、「貯蓄が一定水準に到達したから」が 36%で最も高く、「利回りが期待できる投資環境になったから」が 30%、「資産運用できる時間的余裕ができたから」が 25%で続く結果となった。

保有資産額に占めるリスク性商品の割合 50%を一つの目安とすると、今回の調査によれば、保有資産額 1,000 万円以上が低リスク性の資産運用取引を開始する一つの基準となり、資産額 2,000 万円以上が高リスク性の資産運用取引を開始する基準となることが分かった。

5. 高リスク性運用商品で「5%以上」の運用利回りを期待する割合が 41%

資産運用商品の購入に際して、期待する年間運用利回りは、低リスク性の資産運用商品は「1%～2%」という回答が 25%で最も高く、高リスク性の商品は「5%以上」が 41%で最も高い結果となった。

特に、金融に対するリテラシー(後述)が高いほど、高い利回りを期待する傾向にあることが分かった。

以上

本件に関するお問い合わせ

株式会社 NTT データ経営研究所

金融コンサルティング本部

佐藤哲士 TEL:(03)5467-6337

上條洋 TEL:(03)5467-8879

マーケティング部

井上国広 TEL:(03)5467-6313

E-mail : webmaster@keieiken.co.jp

調査概要

1. 調査対象: goo リサーチ(*1)登録モニターから、大学・大学院生・短大・専門学校生、高校生、予備校生、小学生・中学生の職種該当者を除いた消費者モニター
2. 調査方法: goo リサーチを利用した Web アンケート調査
3. 調査期間: 2008 年 4 月 30 日 ~ 2008 年 5 月 6 日
4. 有効回答者数: 1,024 人
5. 回答者の属性:

< 性別 >

男性	484	47%
女性	540	53%
全体	1,024 人	100%

< 年代 >

20 歳未満	3	0.3%
20 歳以上 ~ 30 歳未満	150	15%
30 歳以上 ~ 40 歳未満	414	40%
40 歳以上 ~ 50 歳未満	300	29%
50 歳以上 ~ 60 歳未満	114	11%
60 歳以上	43	4%
全体	1,024 人	100%

< 保有資産額 > (*2)

0 円以上 ~ 100 万円未満	298	29%
100 万円以上 ~ 300 万円未満	180	18%
300 万円以上 ~ 500 万円未満	123	12%
500 万円以上 ~ 1000 万円未満	112	11%
1000 万円以上 ~ 2000 万円未満	84	8%
2000 万円以上 ~ 3000 万円未満	28	3%
3000 万円以上 ~ 5000 万円未満	22	2%
5000 万円以上	20	2%
わからない/答えたくない	157	15%
全体	1,024 人	100%

< 金融リテラシー > (*3)

金融リテラシー高	152	15%
金融リテラシー中	398	39%
金融リテラシー低	474	46%
全体	1,024 人	100%

【補足】

(*1) 「gooリサーチ」 <http://research.goo.ne.jp/>

ポータルサイト「goo」を運営する NTT レゾナントが企画・実査・集計を行う、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービス。携帯電話でアンケートに答える「gooリサーチ・モバイル」モニター(8.8万人)、キーパーソンのビジネスマンを中心とする「gooリサーチ・ビジネス」モニター(5.8万人)、団塊世代・シニア層、ならびに若年層を中心とした郵送調査手法で回答する「郵送調査専属モニター」(3.5万人)を含め、総計213万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応している。(モニターの人数は2008年6月現在)

(*2) 保有資産額

保有資産額は、1世帯あたりの保有金融資産額を表す。

(*3) 金融リテラシー

本調査では、金融リテラシーを、金融に関する理解度及び金融情報の収集頻度を基に、以下の設問によって「高」「中」「低」に分類した

Q1. 金融のしくみや金融商品について、あなたはどの程度理解していますか。

Q2. 現在どの程度、日常生活の中で金融に関する情報収集を行っていますか。

Q1.金融に関する理解度

		おおむね理解している	ある程度知っている	あまり詳しくない	まったくわからない
Q2. 金融情報の 収集頻度	よく行っている	高 (42人)	高 (43人)	中 (4人)	低 (0人)
	たまに行っている	高 (48人)	中 (168人)	中 (55人)	低 (0人)
	あまり行っていない	高 (14人)	中 (139人)	低 (284人)	低 (4人)
	まったく行っていない	高 (5人)	中 (32人)	低 (123人)	低 (63人)

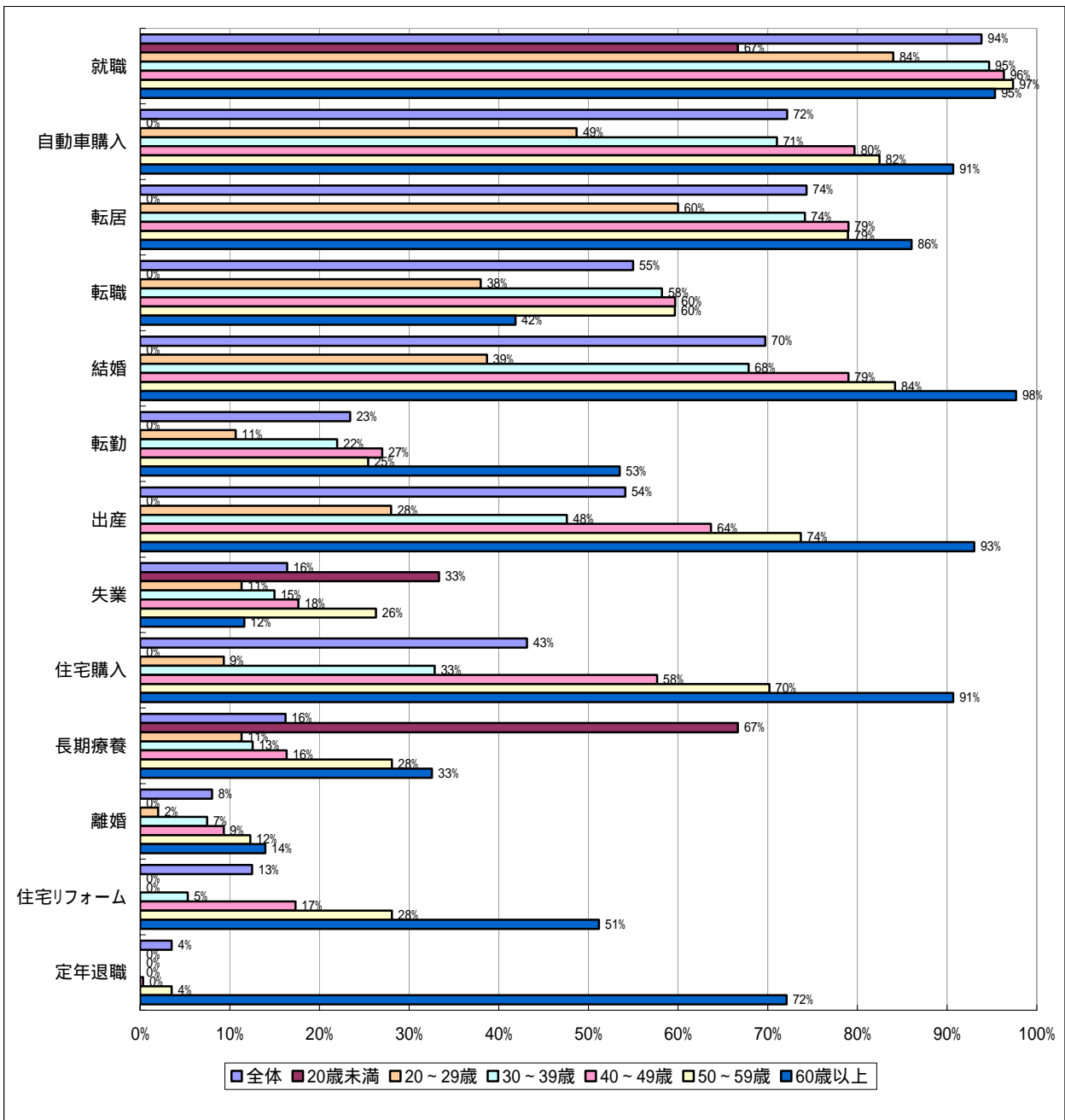
調査結果

1. ライフイベントと金融取引の経験

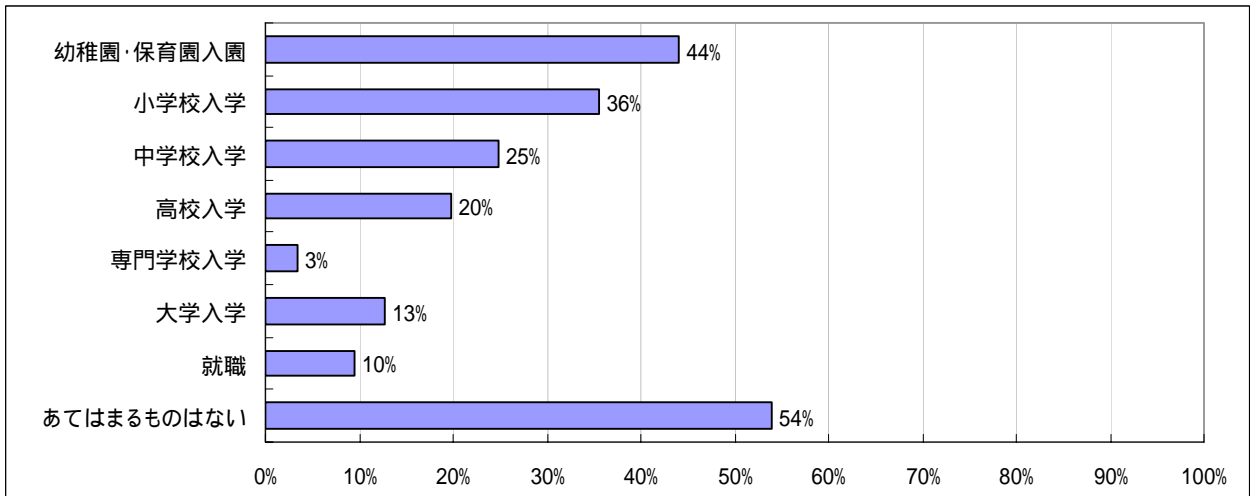
1.1. ライフイベントの経験割合

回答者のライフイベントの経験有無について尋ねたところ、「就職」が94%と最も高く、次いで「転居」(74%)「自動車購入」(72%)という順となった。回答者の年齢層が高くなるほど、各ライフイベントの経験割合が高まる傾向となったが、「終身雇用」という世代層を反映してか、60歳以上の回答者は、「転職」「失業」の経験率が他のセグメントに比べ低い結果となった。併せて、回答者の子供のライフイベントの経験割合についても尋ねたが、「小学校入学」の経験がある割合が全体の36%、「大学入学」が13%、「就職」が10%という結果になった。

ライフイベントの経験割合(回答者年齢別) (N=1,024)



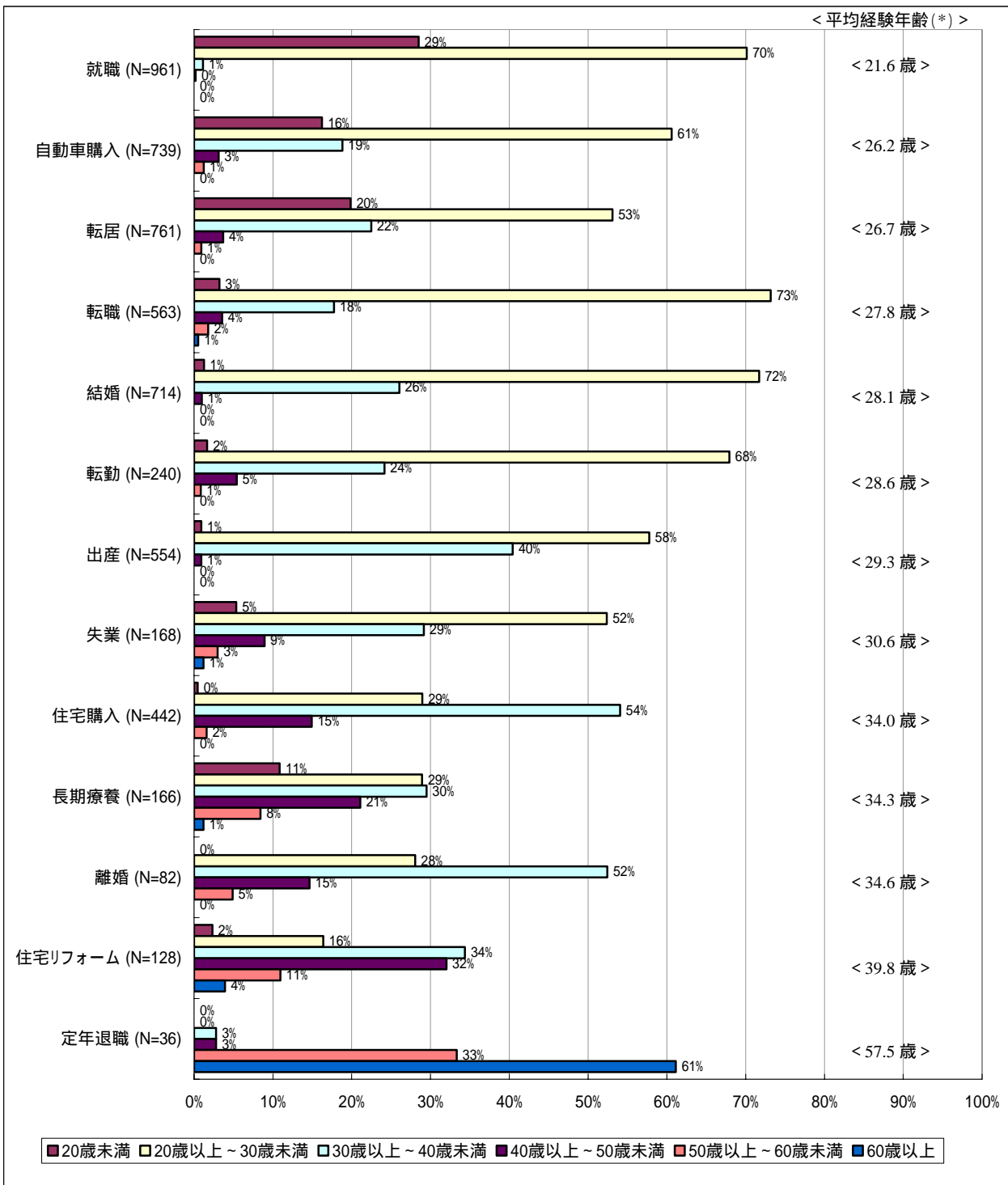
自身のお子様のライフイベントの経験割合 (N=1,024)



1.2. ライフイベントの経験年齢

次に、各々のライフイベントの経験年齢(「自動車購入」等、経験が複数回想定されるイベントは、一番最初に経験した年齢)について尋ねたところ、平均的に20歳代で経験するイベントが、「就職」(平均21.6歳)、「自動車購入」(平均26.2歳)、「転居」(平均26.7歳)、「転職」(平均27.8歳)、「結婚」(平均28.1歳)、「転勤」(平均28.6歳)、「出産」(平均29.3歳)となり、「失業」(平均30.6歳)、「住宅購入」(平均34.0歳)、「長期療養」(平均34.3歳)、「離婚」(平均34.6歳)、「住宅リフォーム」(平均39.8歳)は、30歳代で経験するという結果となった。

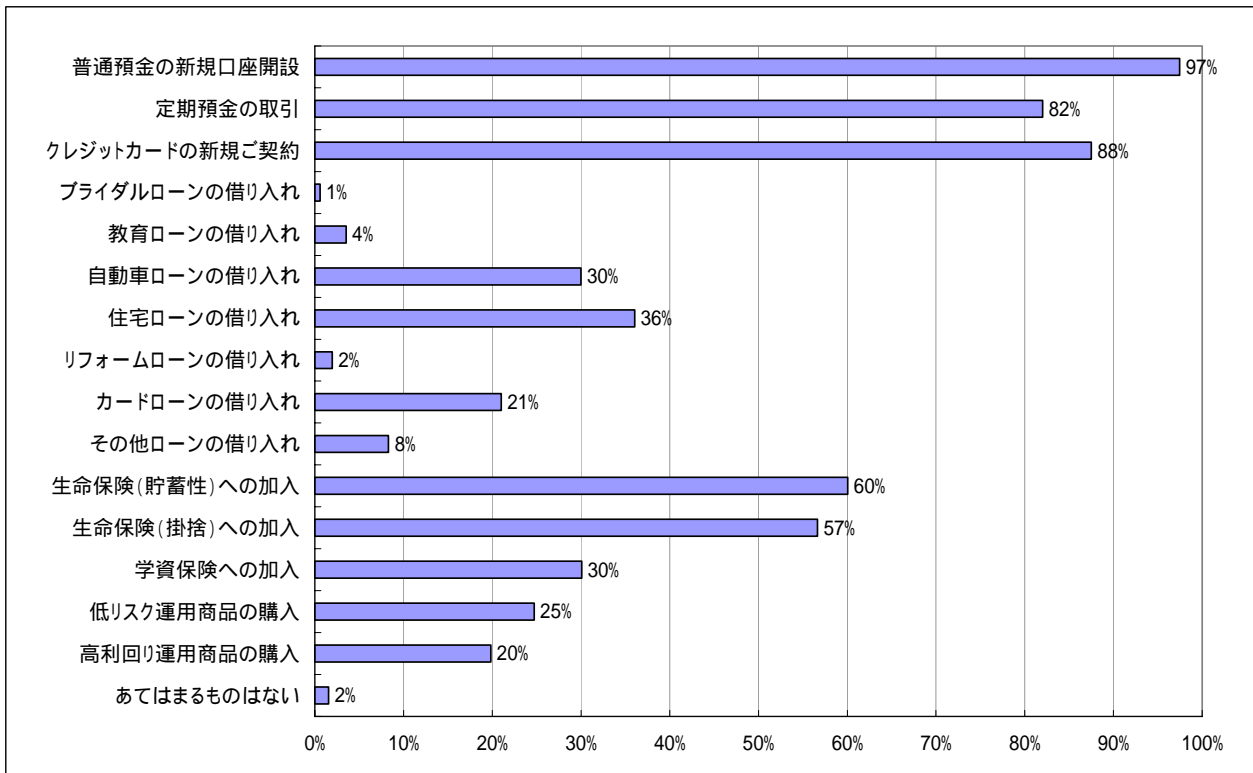
各ライフイベントの経験年齢の比率



1.3. 金融取引の経験割合

また、回答者の金融取引の経験について尋ねたところ、「普通預金の新規口座開設」が 97% (ほぼ全ての回答者が経験)、次いで、「クレジットカードの新規契約」(88%)、「定期預金取引」(82%)、「生命保険(貯蓄性)の加入」(60%)、「生命保険(掛捨て)の加入」(57%)が続く結果となった。

金融取引の経験割合 (N=1,024)

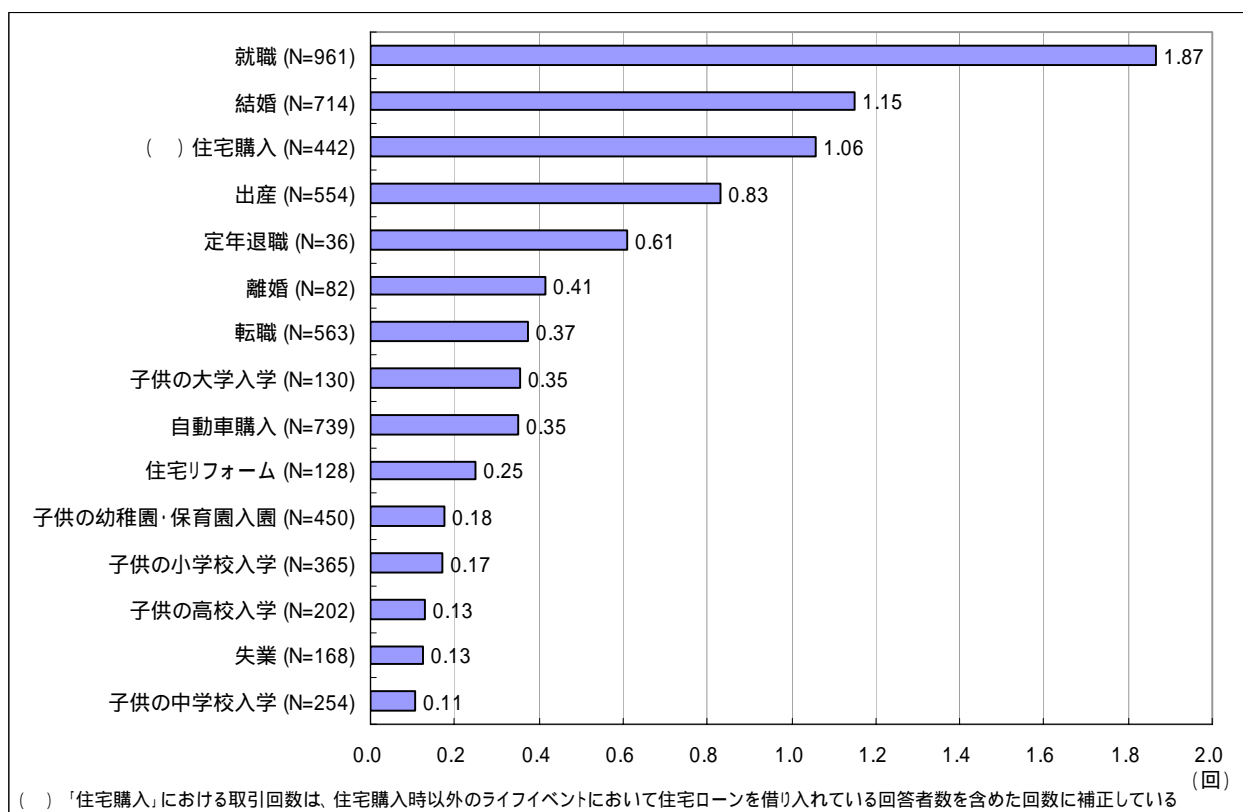


1.4. ライフイベント毎の1人あたり平均金融取引件数

次に、金融取引の経験があると回答した回答者に対して、その取引のきっかけとなった理由をライフイベントを中心に尋ね（「普通預金の新規口座」を「就職」をきっかけに開設した等）、その結果をライフイベント毎に集計、各々のイベントがどれだけの金融取引に繋がっているかを確認した。

結果、ライフイベントによって発生する金融取引の件数は、1人あたり平均値で、「就職」が1.87件と最も多く、次いで「結婚」(1.15件)、「住宅購入」(1.06件)、「出産」(0.83件)という順になった。

ライフイベント毎の1人あたり平均金融取引件数



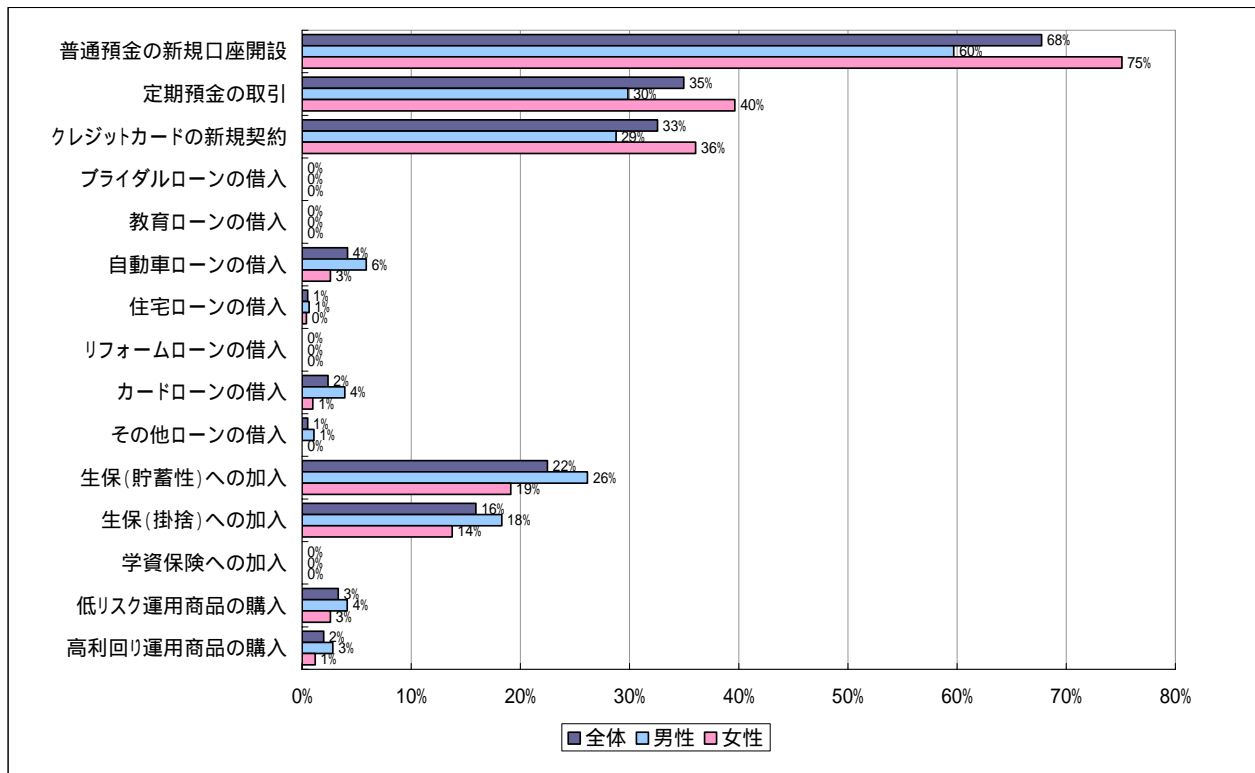
2. ライフイベントと金融取引の相関

2.1. 「就職」時における金融取引

ライフイベント毎に発生する金融取引の内訳を見てみると、まず、「就職」時においては、68%の回答者が「普通預金の新規口座開設」を経験しており最も比率が高く、次いで「定期預金取引」(35%)、「クレジットカードの新規契約」(33%)の順となった。

性別でみると、「普通預金」「定期預金」「クレジットカード」の新規契約比率は女性が男性を上回り、「生命保険(貯蓄性・掛捨て)」の新規加入比率は、男性が女性を上回る結果となった。

就職時における金融取引の経験割合(性別) (N=961)

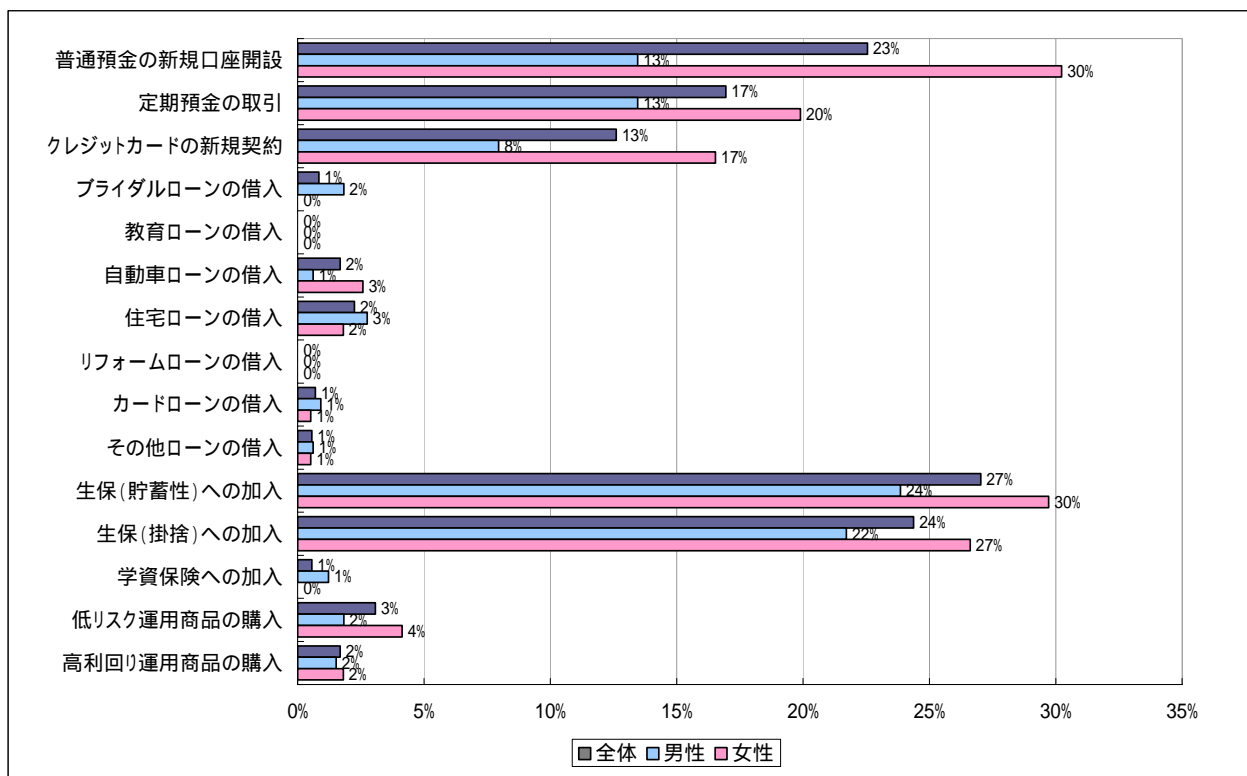


2.2. 「結婚」時における金融取引

次に、「結婚」であるが、全体的としては、「生命保険(貯蓄性・掛捨て)の加入」比率が最も高くなっており(27%、24%)、次いで「普通預金の新規口座開設」(23%)、「定期預金取引」(17%)の順となった。

また、「結婚」に関しては、男女間での金融取引比率に差が生じており、(1人当たり)平均取引件数は、男性「0.93件」、女性「1.37件」という結果となった。

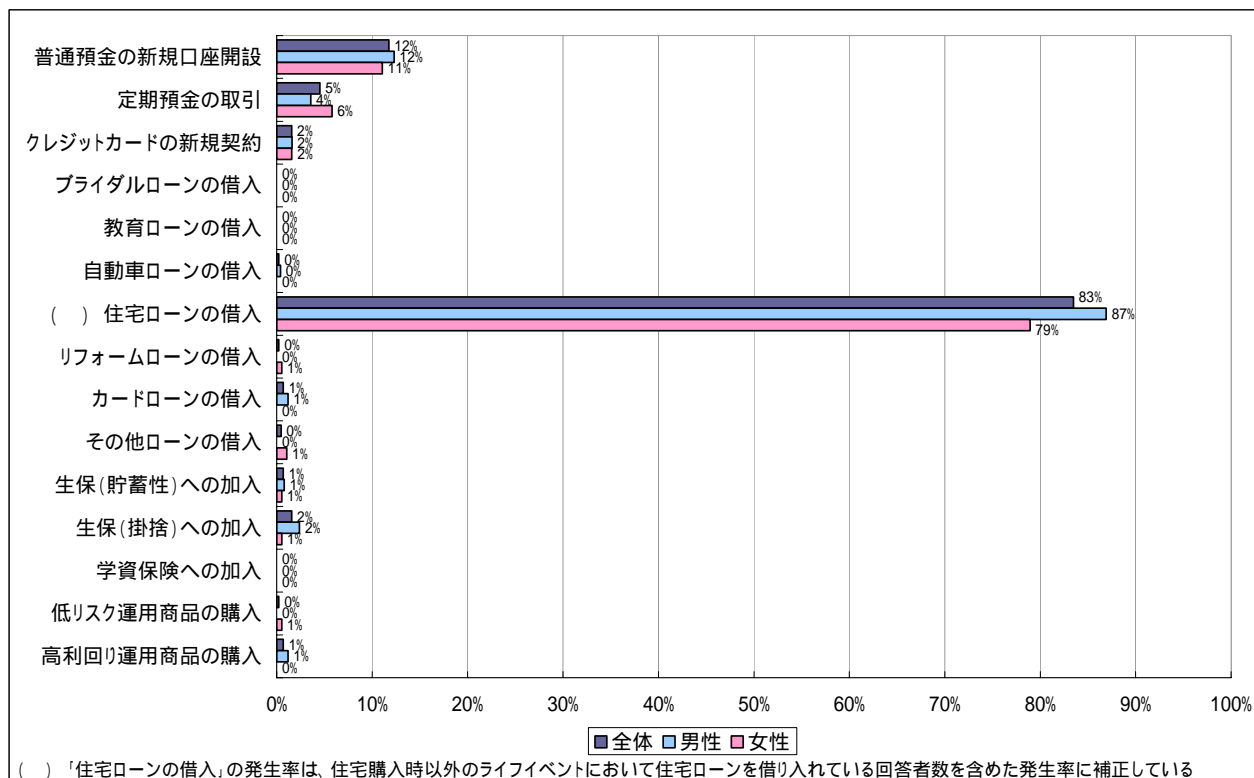
結婚時における金融取引の経験割合(性別) (N=714)



2.3. 「住宅購入」時における金融取引

「住宅購入」時は、83%の回答者が「住宅ローンの借入」を行っているが、それ以外の金融取引の経験割合は、低位にとどまる結果となった。

住宅購入時における金融取引の経験割合(性別) (N=442)

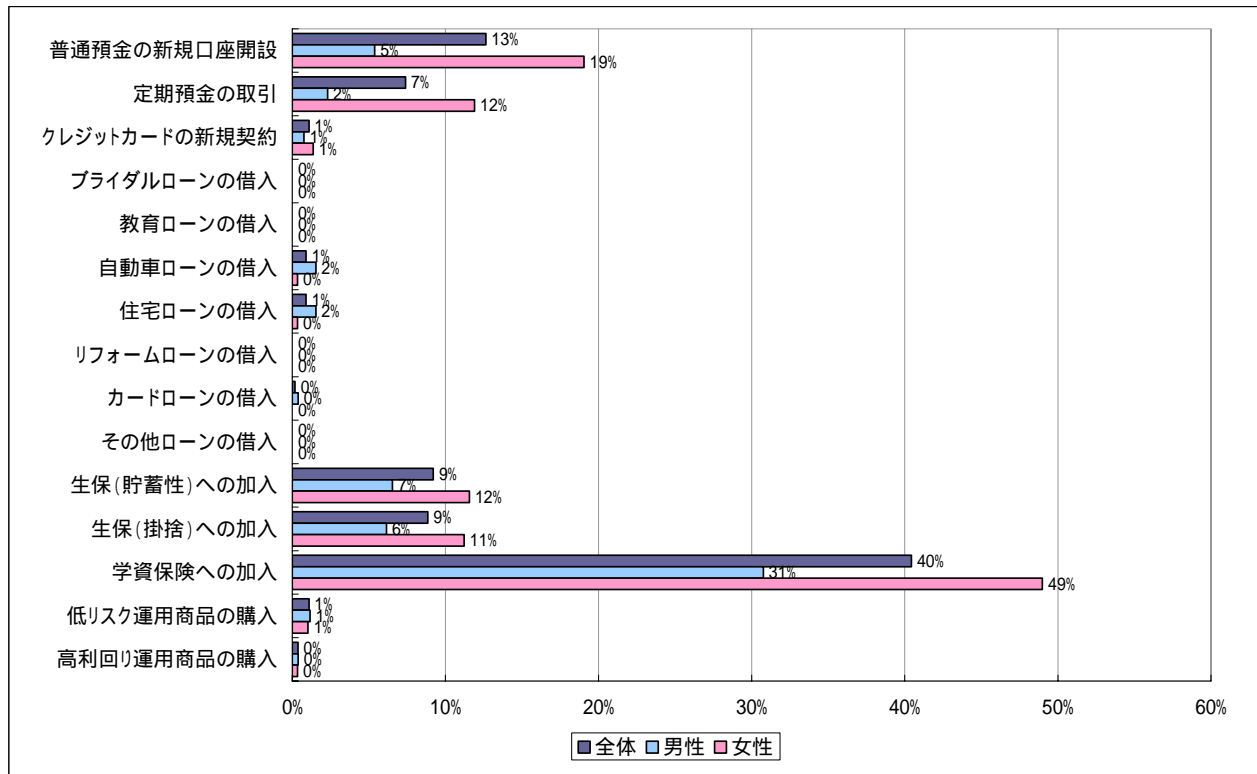


2.4. 「出産」時における金融取引

「出産」時においては、「学資保険の加入」割合が40%と最も高く、次いで、「普通預金の新規口座開設」(13%)、「生命保険(貯蓄性・掛捨て)への加入」(9%)が続く結果となった。

性別で見ると、総じて、男性に比べ女性の割合が高くなっており、(1人当たり)平均金融取引件数も、男性「0.57件」に対し、女性が「1.05件」という結果となった。

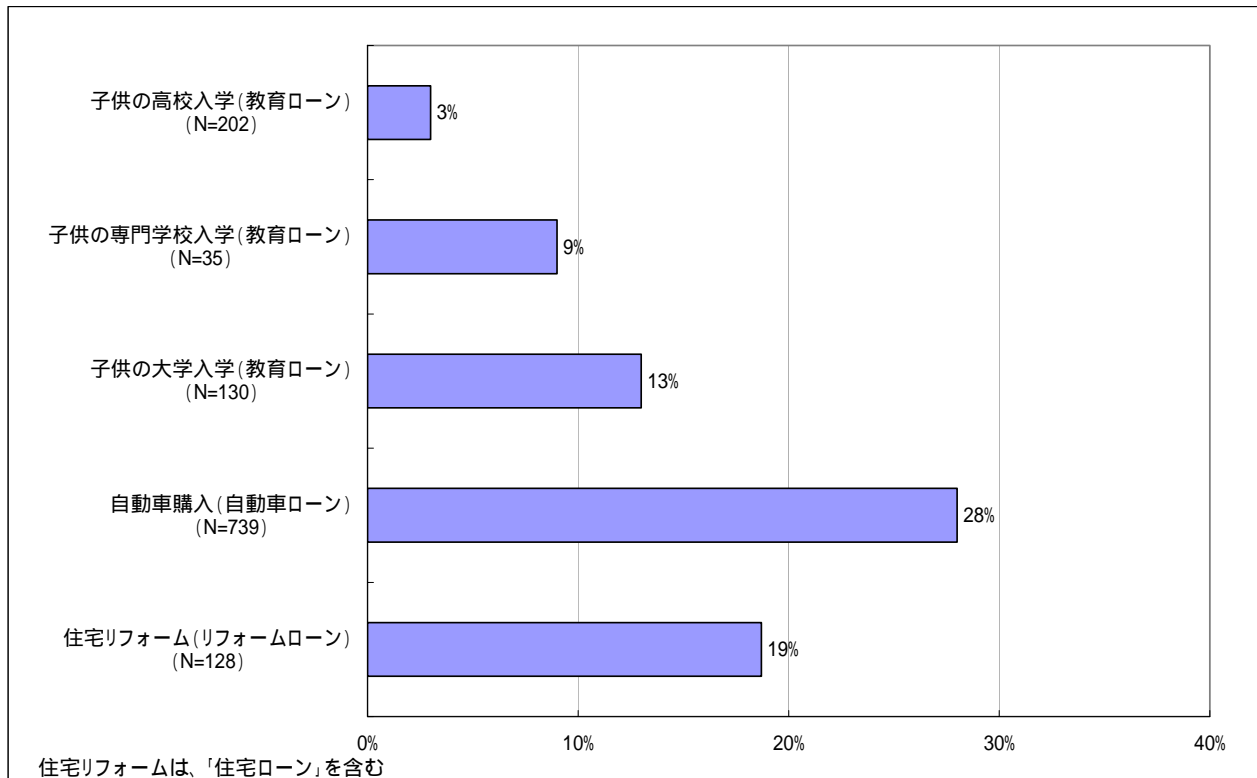
お子様の出産時における金融取引の経験割合(性別) (N=554)



2.5. ライフイベントと各種目的型ローンとの相関

次に、回答者の「(子供の)高校入学」「専門学校入学」「大学入学」および「自動車購入」「住宅リフォーム」の各々のイベントにおいて想定される目的型ローン(「教育ローン」「自動車ローン」「リフォームローン」)の借入経験を尋ねたところ、「自動車購入」時に「自動車ローン」の借入を行う比率が28%で最も高く、「住宅リフォーム」時の「リフォームローン」の借入が19%で続く結果となった。

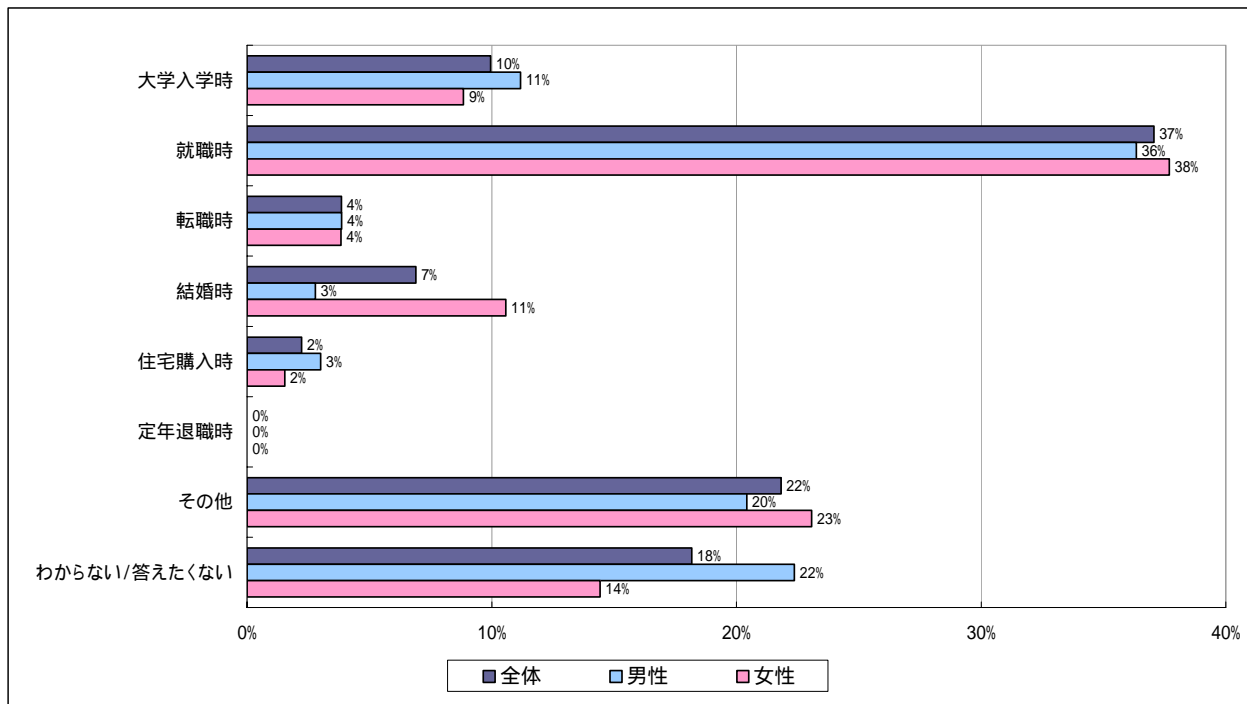
ライフイベントと各種目的型ローンとの相関



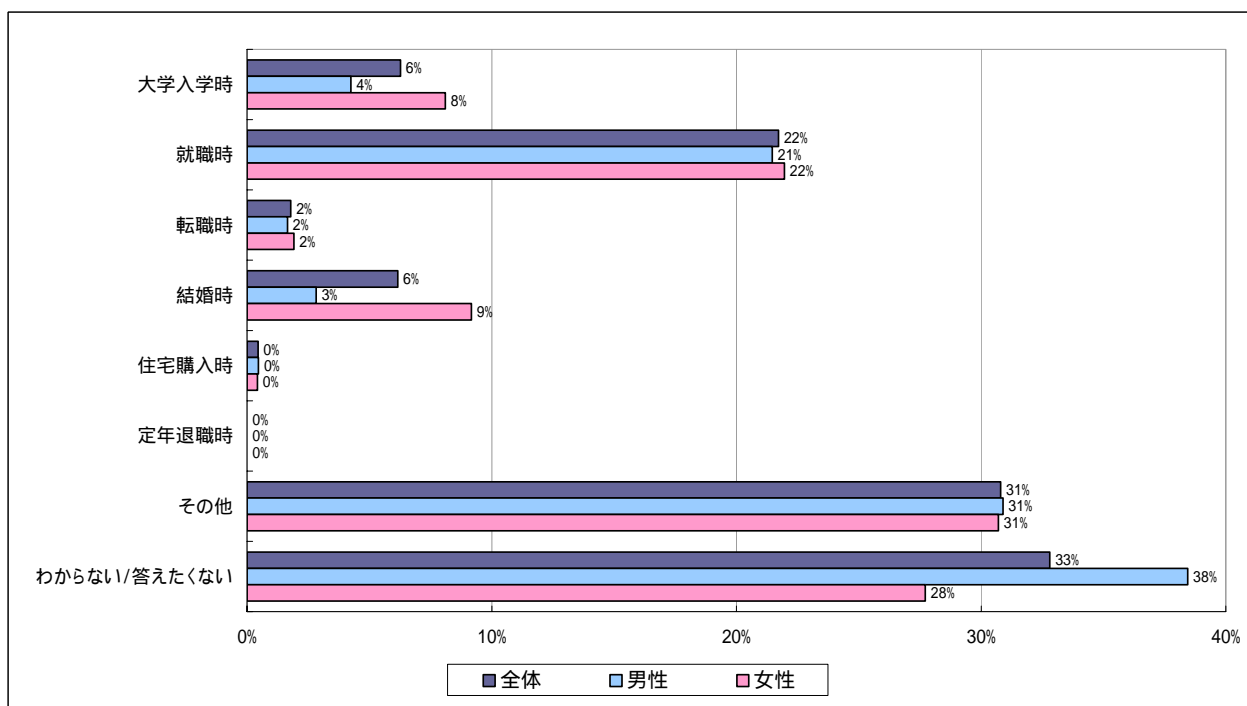
3. 「メイン口座」「メインカード」のきっかけとなったライフイベント

現在最も良く利用している普通預金口座およびクレジットカードの契約時点を尋ねたところ、何れも、「就職」時に作った預金口座・クレジットカードをメインに利用しているという回答割合が最も高く(各 37%、22%)、次いで「大学入学時」(各 10%、6%)、「結婚時」(各 7%、6%)という結果となった。

最も利用する普通預金を開設したイベントの比率(性別) (N=998)



最も利用するクレジットカードを契約したイベントの比率(性別) (N=896)



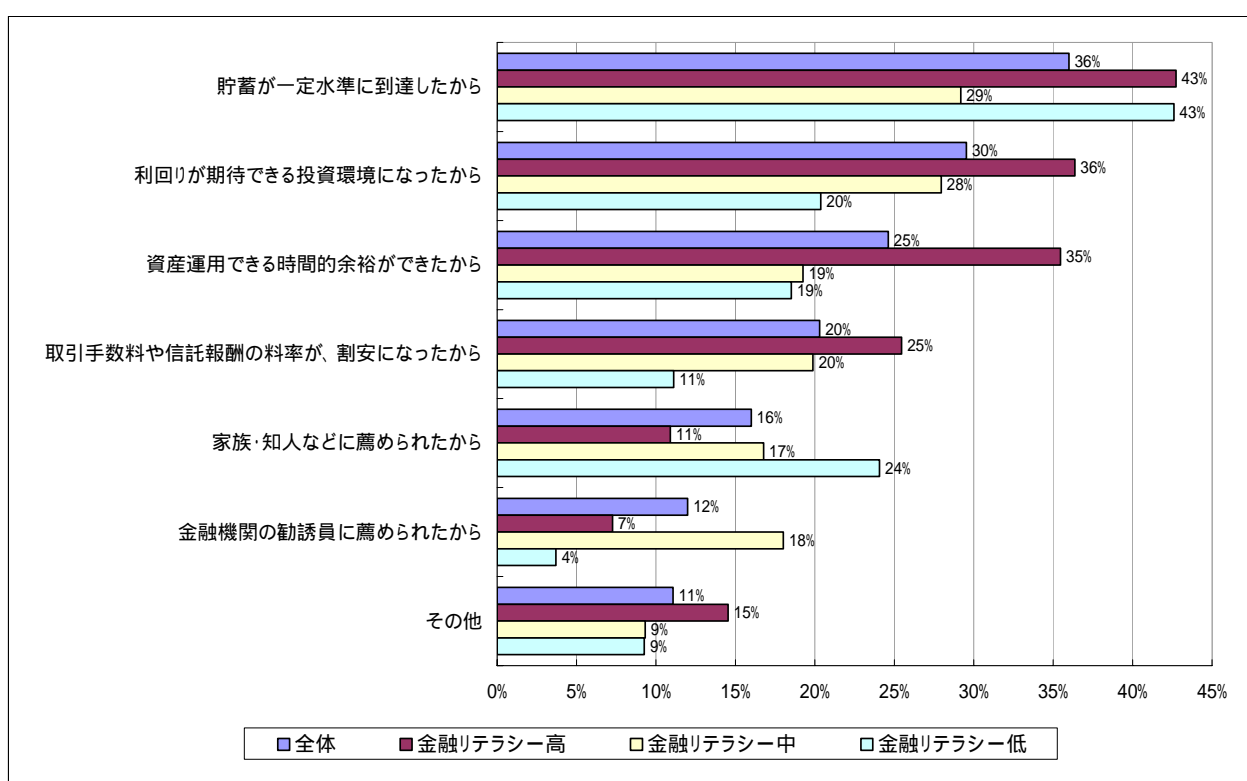
4. 資産運用商品の購入動機

4.1. 資産運用取引を始めた理由

次に、ライフイベントとの相関が低い資産運用取引について、取引を開始した理由やきっかけを、資産運用取引を経験したことがある回答者に尋ねたところ、全体としては、「貯蓄が一定水準に到達したから(資産運用取引を開始した)」が36%で最も高く、「利回りが期待できる投資環境になったから」(30%)、「資産運用できる時間的余裕ができたから」(25%)が続く結果となった。

金融リテラシー別にみると、リテラシーが低いと想定される回答者について、「家族・知人などに薦められたから」(24%)が2番目に高い理由となっており、他の分類(セグメント)と異なる傾向が得られた。

資産運用商品の購入理由(金融リテラシー分類) (N=325)

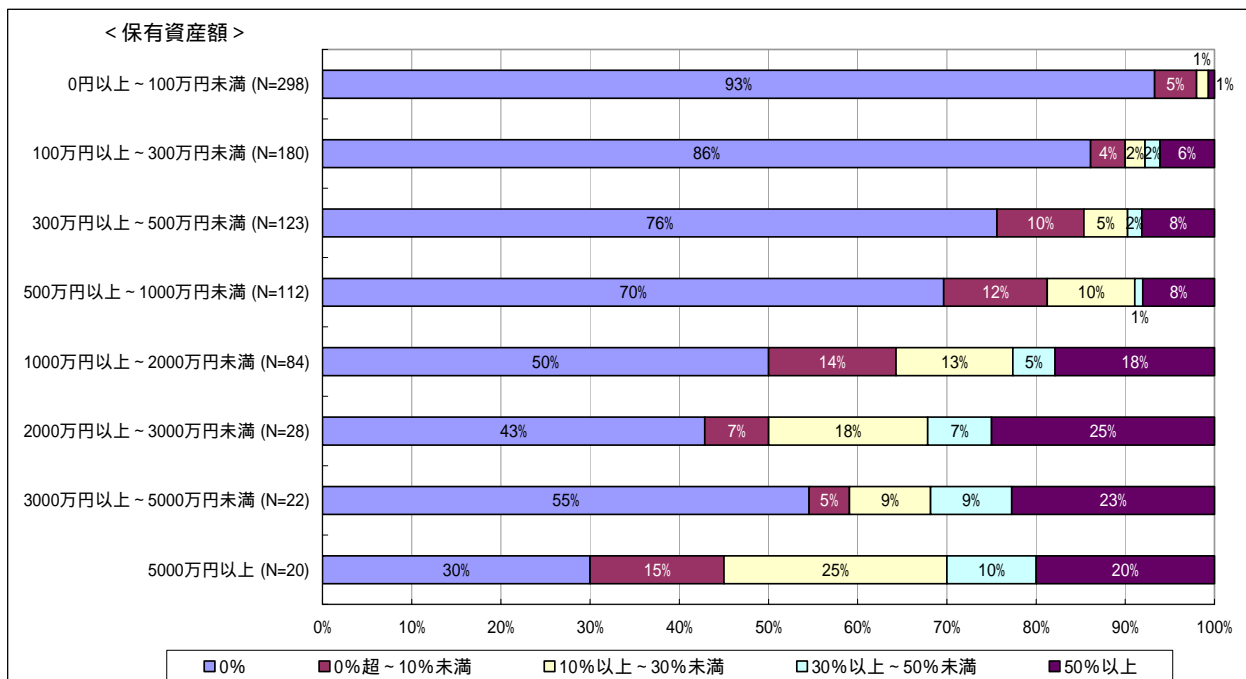


4.2.保有資産額に占める資産運用商品の割合

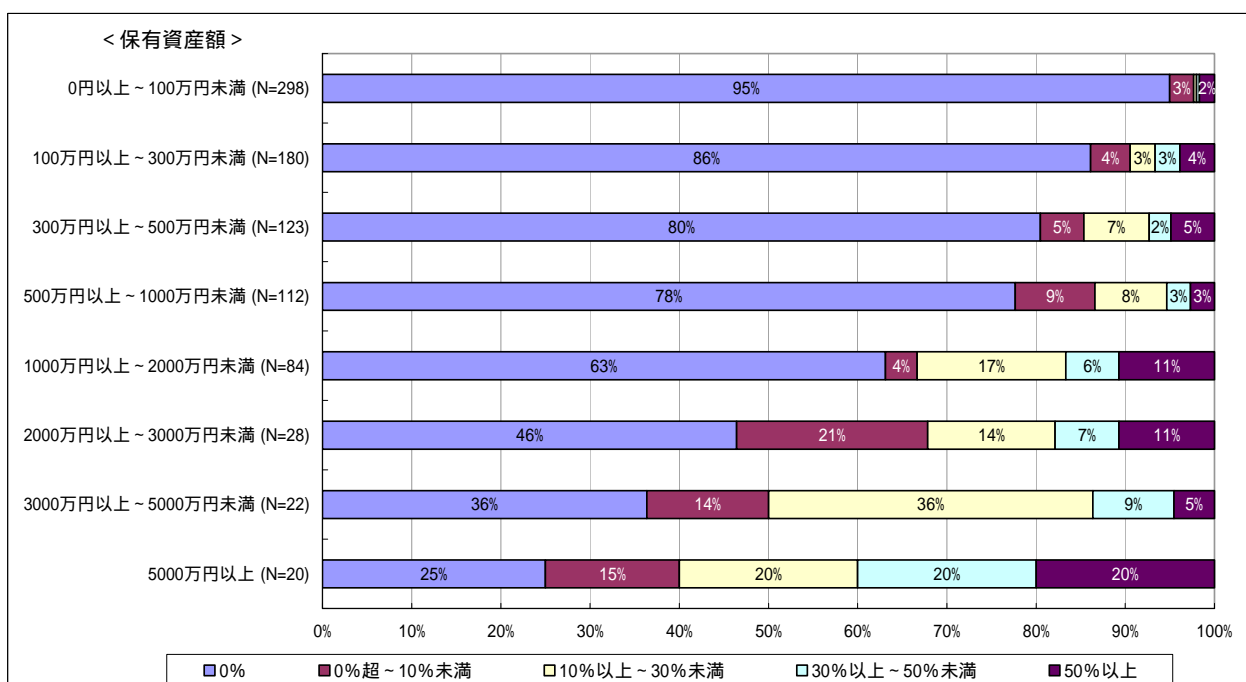
「低リスク性運用商品」「高リスク性運用商品」とも、保有資産額が増すにつれ、資産運用商品に充当する割合が高くなる傾向がみられた。

保有資産額に占める資産運用商品の割合 50%を基準とすると、前頁の「貯蓄が一定水準に到達したから(資産運用取引を始めた)」一定水準の目安としては、低リスク性運用取引は「(資産額)1000万円以上」、高リスク性運用取引は「(資産額)2000万円以上」と想定できると考えられる。

保有資産額に占める低リスク性運用商品の割合



保有資産額に占める高リスク性運用商品の割合

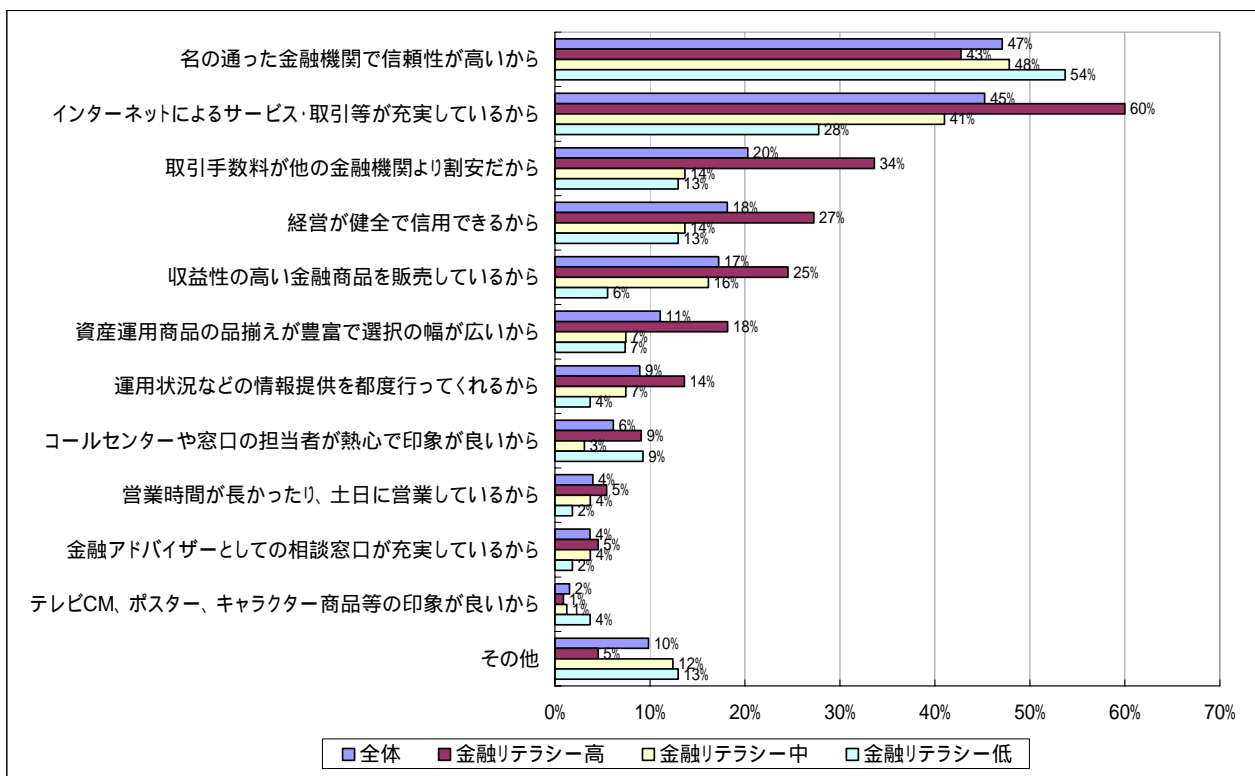


4.3. 資産運用商品を購入した金融機関の選定基準

また、資産運用商品を購入した金融機関の選定基準を訪ねたところ、「名の通った金融機関で信頼性が高い」が47%で最も高く、「インターネットによるサービス・取引等が充実している」(45%)、「取引手数料が他の金融機関より割安だから」(20%)が続く結果となった。

金融リテラシー別に見ると、「信頼性」「利便性」に加え、リテラシーが高いと想定される回答者は「収益性」を、リテラシーが低いと想定される回答者は「(窓口担当者の)印象、熱心さ」などを重視する傾向にあることが分かった。

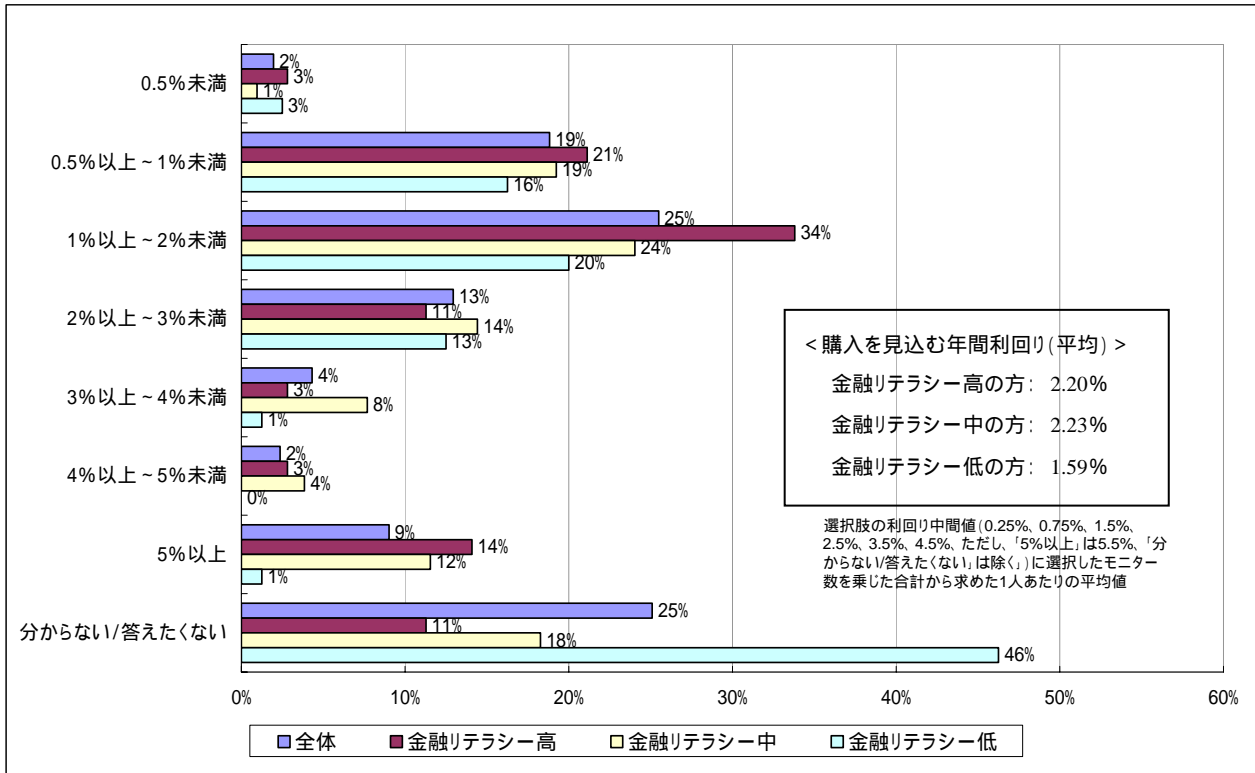
資産運用商品を購入した金融機関の選定基準(金融リテラシー分類) (N=325)



4.4. 購入を見込む資産運用商品の年間利回り

最後に、資産運用商品の購入に際して、期待する年間利回りを尋ねたところ、低リスク性運用商品は、「1%～2%」(25%)の割合が最も高く、高リスク性運用商品は「5%以上」の利回りを期待するという回答が最も高い(41%)結果となった。

購入を見込む低リスク運用商品の年間利回り(金融リテラシー分類) (N=253)



購入を見込む高利回り運用商品の年間利回り(金融リテラシー分類) (N=203)

