

# 基礎研 レポート

## 「気になるけれど始めない」躊躇する 潜在投資家

NISA“意向”者への理解を深める

生活研究部 研究員 西久保 瑛浩  
(03)3512-1795 a-nishikubo@nli-research.co.jp

### 1—はじめに ～ NISA 利用者は大きく増加、伸びしろも

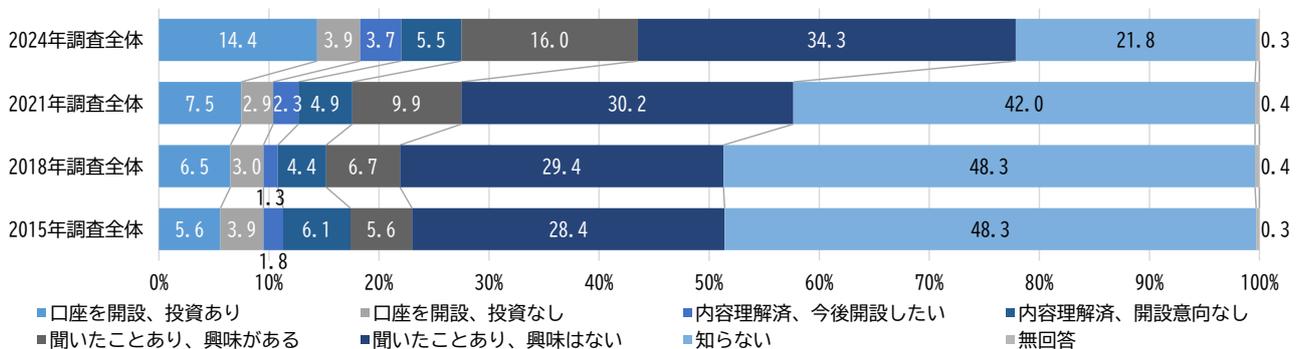
2024年1月に拡充型の少額投資非課税制度（いわゆる「新NISA」）が施行され、1年以上が経過した。

日本証券業協会が実施している「証券投資に関する全国調査」によれば、NISA 利用者（「口座を開設、投資あり」）の割合は直近2024年度調査で14.4%（2021年度：7.5%）と大きく増加している。NISA 口座の未開設者をもて、「聞いたことあり、興味がある」が16.0%（2021年度：9.9%）と大きく増加、逆に「知らない」は21.8%（2021年度：42.0%）と大きく減少しており、認知・興味・利用ともに飛躍的な向上を達成したといえる。まさしく新NISAの施行やその基盤となる資産形成ブームによる影響と考えられ、「貯蓄から投資へ」の進展が窺える。

一方、見方を変えれば、NISA 利用者の1.1倍が「聞いたことあり、興味がある」で留まっており、まだまだ利用者拡大の伸びしろがあるともいえる。今後の政策としての資産形成の推進や、証券会社をはじめとする金融機関の新規顧客獲得に向けて、「聞いたことあり、興味がある」の層に対する理解を深めることは、引き続き重要な意味を持つ。

そこで本稿では、このいわば「躊躇する潜在投資家」の解像度を、データを用いて高めていきたい。

【図表1】NISAの認知・利用状況の推移



## 2—属性から見る「躊躇する潜在投資家」

まず、先に示したNISAの利用状況について、「聞いたことあり、興味がある」の回答者（以下「NISA意向者」）に焦点を当てて属性別にみていく（図表2）。

男女別にみると、NISA意向者は女性（17.1%）で高い。「知らない」は同様に女性で高いものの、NISA利用者～「内容理解済、開設意向なし」はそれぞれ男性で高くなっており、NISA認知者の中でNISA意向者は特徴的に女性への偏りがみられる。

年代別にみると、NISA意向者は40代以下の層で特に高く、60代以上の層で低い。他の項目と比較しても、NISA意向者は若年現役層に偏る単調な傾向がみられる。

また、「知らない」が20代以下で、NISA利用者が40～60代でそれぞれ高いことを踏まえると、平均的に20代までに認知へ、40～50代で利用へとステージを移行する様子が見える。つまり、一定のNISA意向者は加齢に伴いNISA利用者へ移行することが期待できるわけだが、資産形成の開始時期として20～40代という期間を逸している現状はあまり好ましくないように思える。

次に個人年収別にみると、300～700万円未満の層で高く、低収入層・高収入層では低くなっている。「聞いたことあり、興味はない」が100万円未満および200～300万円未満で高いことを踏まえると、年収300万円が興味の有無の境目となっていることがわかる。

【図表2】NISAの認知・利用状況（属性別）

(%)

	全体	口座を開設、 投資あり	口座を開設、 投資なし	内容理解済、 今後開設したい	内容理解済、 開設意向なし	聞いたことあり、 興味がある	聞いたことあり、 興味はない	知らない	無回答
全体	7,000	14.4	3.9	3.7	5.5	16.0	34.3	21.8	0.3
性別									
男性	3,368	15.6+	4.5+	4.3+	6.5+	14.9-	33.7	20.1-	0.4
女性	3,632	13.2-	3.4-	3.2-	4.5-	17.1+	34.9	23.4+	0.3
年代									
20代以下	958	9.1-	2.6-	5.0+	1.9-	22.3+	33.0	25.9+	0.2
30代	918	14.9	4.0	6.3+	4.6	25.4+	29.8-	14.4-	0.5
40代	1,200	18.8+	4.6	6.5+	5.3	23.4+	28.8-	12.4-	0.3
50代	1,080	17.3+	4.6	3.1	6.9+	18.8+	35.6	13.3-	0.5
60代	1,022	18.7+	5.2+	2.0-	7.4+	11.4-	36.0	19.1-	0.3
70代	1,062	12.7	3.9	1.7-	7.3+	4.6-	41.6+	27.9+	0.3
80代以上	760	5.8-	1.7-	0.8-	4.2	3.4-	36.2	47.8+	0.1
個人年収									
100万円未満	1,708	9.0-	2.4-	3.2	4.3-	16.3	36.6+	28.0+	0.2
100～200万円未満	1,370	10.0-	3.7	2.8-	4.3-	12.2-	36.6	30.2+	0.2
200～300万円未満	1,129	13.6	2.9	2.9	6.0	16.0	37.6+	20.6	0.3
300～400万円未満	741	18.2+	4.2	4.2	7.0	19.0+	33.1	14.0-	0.3
400～500万円未満	585	18.8+	5.8+	4.4	8.0+	20.2+	31.5	11.1-	0.2
500～700万円未満	571	24.7+	6.7+	5.6+	6.5	19.6+	25.2-	11.4-	0.4
700～1000万円未満	307	29.6+	6.5+	10.4+	8.1+	15.3	21.8-	6.5-	1.6+
1000万円以上	115	42.6+	10.4+	7.0	6.1	8.7-	15.7-	7.8-	1.7+

※全体値との間に差がある数値に±（有意水準5%）

（資料）日本証券業協会「証券投資に関する全国調査」より筆者集計

### 3—NISAに興味はあるが非開設の理由 ～ 金融リテラシーが原因なのか

次に、同調査の「NISAに興味はあるが、口座開設していない理由」の回答結果（図表3）をみると、全体で「投資の方法がよくわからない」（75.0%）が過半を占めて最も高く、次いで「NISA口座の開設手続きが面倒である」（25.0%）が2割を超えて高くなっている。

層別にみると、女性および年収100～200万円未満で「投資の方法がよくわからない」（79.5%、83.2%）が高く、「NISA口座の開設手続きが面倒である」は層別の差はみられない。

ここから、NISA意向者が口座開設に至らない最も大きな原因が金融・投資に関する知識、いわゆる「金融リテラシーの低さ」である可能性が浮かび上がる。

【図表3】NISAに興味はあるが非開設の理由

		全体	投資の方法がよくわからない	NISA口座の開設手続きが面倒である	NISA口座と他口座の二重管理が面倒	確定拠出年金等の制度で投資をしたい	投資したい金融商品がNISA対象外	その他	無回答
全体		1,122	75.0	25.0	8.6	3.4	1.4	10.0	0.3
性別	男性	501	69.3-	26.9	10.0	4.2	2.2	9.6	0.4
	女性	621	79.5+	23.5	7.4	2.7	0.8	10.3	0.2
年代	20代以下	214	73.4	27.1	5.6	3.3	0.0	12.1	0.0
	30代	233	78.1	26.2	8.6	1.3-	0.4	10.3	0.4
	40代	281	76.2	22.8	9.6	5.0	1.8	9.6	0.0
	50代	203	78.8	25.6	5.9	5.9+	1.5	7.9	0.5
	60代	116	68.1	26.7	12.9	1.7	6.0+	6.0	0.9
	70代	49	71.4	18.4	16.3+	0.0	0.0	6.1	0.0
	80代以上	26	53.8-	23.1	7.7	0.0	0.0	34.6+	0.0
	個人年収	100万円未満	278	78.8	23.7	7.2	0.7-	0.7	10.4
	100～200万円未満	167	83.2+	19.8	10.2	3.0	0.6	7.2	0.0
	200～300万円未満	181	79.0	27.6	8.8	1.7	3.3+	6.6	0.0
	300～400万円未満	141	68.8	24.1	7.8	5.0	0.7	12.8	0.7
	400～500万円未満	118	75.4	27.1	9.3	3.4	2.5	8.5	0.0
	500～700万円未満	112	69.6	25.0	6.3	5.4	0.0	8.9	0.0
	700～1000万円未満	47	59.6-	29.8	8.5	17.0+	0.0	14.9	0.0
	1000万円以上	10	60.0	70.0+	20.0	0.0	10.0+	10.0	0.0

※全体値との間に差がある数値に±（有意水準5%）  
（資料）日本証券業協会「証券投資に関する全国調査」より筆者集計

そこで、ニッセイ基礎研究所が実施した調査における金融知識に関する設問の回答結果をNISAの利用状況別にみていく（図表4）。

まず金融知識に関するクイズ設問の正答数から分類した[金融リテラシー]をみると、NISA意向者（図表内「未開設・意向あり」層）では金融リテラシー「中」（43.2%）、「高」（43.8%）が高く「低」（13.0%）が低くなっており、NISA意向者が金融リテラシーの比較的高いグループであることがわかる。

一方、[金融知識に関する自己評価]の項目をみると、「金融商品の専門用語を理解できる」（9.3%）、「金融商品や金融機関について、人からよく聞かれることがある」（11.3%）、「金融商品については、他人より詳しい方だ」（9.3%）がそれぞれ低く、金融リテラシーの高さに反して自己評価は低く留まっている状況がみられる。

つまり、先の「NISAに興味はあるが、口座開設していない理由」で突出して高い割合を占めた「投資の方法がよくわからない」の示す意味は、金融リテラシーの低さではなく自己評価の低さであることがわかる。

さらに、[知識・情報に対する態度]の項目をみると、NISA 意向者では「貯蓄や投資、保険などの金融商品の仕組みや利用方法について、もっとよく知りたいと思う」(74.2%)、「金融機関からの商品やサービスに関する情報提供が不足していると思う」(52.1%)、「将来的な人生設計や老後の備えを含め、資金計画について専門家に相談してみたい」(55.7%)が高いなど、受動的ではあるが知識や情報の吸収に対する一定の前向きさが窺える。

しかし、NISA 意向者で「資産運用についていろいろ知識を身につけるのはおっくうだ」(49.7%)が高いことや、「新聞・雑誌の記事や広告などで貯蓄や投資の情報を積極的に得る方である」(22.3%)がNISA利用者(図表内「NISA口座開設者」)のようには高くないことを考慮すると、知識や情報の吸収についても「意向はあるが、積極的に実行しない」という「躊躇」の姿勢が表れているように見える。

すなわち、金融知識に関する自己評価の低さは、自身の考える十分な知識の吸収をしていないこと(あるいはそれを自覚していること)に起因すると考えられる。

【図表4】金融知識に関する設問の回答結果

		金融リテラシー(※2)			金融知識に関する自己評価				知識・情報に対する態度 (%)					
		低	中	高	金融商品の購入タイミングについて、経済動向等を踏まえて判断できる方だ	金融商品の専門用語を理解できる	金融機関や金融機関について、人からよく聞かれることがある	金融商品については、他人より詳しい方だ	資産運用についていろいろな知識を身につけるのはおっくうだ	貯蓄や投資、保険などの金融商品の仕組みや利用方法について、もっとよく知りたいと思う	金融機関からの商品やサービスに関する情報提供が不足していると思う	将来的な人生設計や老後の備えを含め、資金計画について専門家に相談してみたい	新聞・雑誌の記事や広告などで貯蓄や投資の情報を積極的に得る方である	
全体	4,000	26.0	36.0	38.0	19.6	15.7	15.4	14.1	44.1	51.6	35.9	34.9	22.7	
NISA 利用 状況	NISA口座開設者	1,569	8.2-	34.3	57.5+	32.6+	29.6+	25.9+	25.7+	39.4-	72.1+	45.3+	47.2+	39.2+
	未開設・意向あり	461	13.0-	43.2+	43.8+	18.2	9.3-	11.3-	9.3-	49.7+	74.2+	52.1+	55.7+	22.3
	未開設・意向なし	528	27.7	39.6	32.8-	9.7-	8.7-	7.2-	6.8-	59.8+	26.3-	25.9-	16.9-	9.3-
	未定/わからない	1,442	48.9+	34.3	16.9-	9.5-	5.2-	8.3-	5.5-	41.7-	31.4-	24.2-	21.3-	9.8-

※1全体値との間に差がある数値に±(有意水準5%)

※2金融知識(ドルコスト平均法・分散投資・物価と金利・複利効果)に関するクイズ設問の正答数に応じてサンプル毎に0~4点のスコアを付与し、0点を「低」、1-2点を「中」、3-4点を「高」として3区分している。

#### 4—NISA 意向者の資産運用に対する考え方

次に、同じく弊所が実施した調査における[資産運用に関する考え方]の回答結果(図表1)をみると、NISA 意向者で「資産運用について関心がある」(71.6%)や「よい商品・サービスがあればこれまで取引経験のない金融機関でも取引を考えたい」(50.1%)がNISA 利用者と同程度に高く、NISA への意向が資産運用への関心の高さに裏付けられていることが改めて確認できる。

一方、[リスク志向]をみると、「少しでも元本割れの可能性があれば、たとえ高収益が期待できるとしても預け入れ・投資を考えない方である」(49.2%)が高いことや「多少のリスクがあっても、収益性の高い貯蓄・投資商品を利用したい」(24.5%)がNISA 利用者ほどは高くないことから、リスクに対しては保守的な姿勢が伺える。

また、[資産運用プロセス]の項目をみると「資産運用はじっくり人と相談しながら考えたい」(63.8%)や「ある程度以上の資産ができれば、資産の総合的な運用や管理は専門家に委託したい」(39.3%)が他の層に比べ特徴的に高くなっており、先の金融知識に関する自己評価の低さが慎重さや他者への依存という形で資産運用プロセスにも影響していることがわかる。

【図表5】資産運用に対する考え方

		資産運用に対する考え方				リスク志向			資産運用プロセス (%)				
		資産運用について関心がある	どちらかという「消費型」より「貯蓄型」である	よい金融商品・サービスがあれば積極的に利用を考える方である	よい商品・サービスがあればこれまで取引経験のない金融機関でも取引を考えたい	将来を考えると、預貯金などのリスクのない運用だけでは不安だ	少しでも元本割れの可能性があれば、たとえ高収益が期待できるとしても預け入れ・投資を考えない方である	多少のリスクがあっても、収益性の高い貯蓄・投資商品を利用したい	預け入れ(投資)金額によつて利回りやサービスを優遇されるのは当然だ	資産運用で利用する金融機関は、電話やインターネットなどで取引ができれば、支店が近くなくてもかまわない	資産運用はじっくり人と相談しながら考えたい	ある程度以上の資産ができれば、資産の総合的な運用や管理は専門家に委託したい	
	全体	4,000	48.0	47.5	38.2	36.7	51.9	38.8	27.2	47.5	43.7	42.8	26.3
NISA 利用 状況	NISA口座開設者	1,569	74.2+	59.3+	61.2+	51.9+	70.2+	34.9-	47.2+	63.0+	67.2+	45.1+	32.9+
	未開設・意向あり	461	71.6+	50.1	46.6+	50.1+	67.9+	49.2+	24.5	58.4+	44.9	63.8+	39.3+
	未開設・意向なし	528	20.5-	44.1	16.7-	23.3-	32.6-	50.4+	11.9-	38.6-	29.4-	34.8-	17.2-
	未定/わからない	1,442	21.9-	35.1-	18.2-	20.7-	33.8-	35.3-	11.8-	30.2-	23.0-	36.5-	18.3-

※全体値との間に差がある数値に±(有意水準5%)

## 5—NISA 意向者の浮動性 ～ 保険にするか投資にするか

現在保有している金融商品（図表6）をNISAの利用状況別にみると、NISA利用者ですべての金融商品が高いところ、NISA意向者では「掛け捨て型保険」（56.6%）及び「貯蓄型保険」（33.0%）がNISA利用者と同程度に高くなっている。

また、金融商品の保有目的（図表7）をみると、NISA意向者では「老後の生活資金」（59.3%）、「こどもの教育資金」（31.1%）、「老後の医療・介護資金」（21.5%）がNISA利用者と同程度に高いが、「病気や不測の事態・災害への備え」（54.5%）は他の層を抑えて特徴的に高くなっている。

ここから、NISA意向者が保険商品に対しても高いニーズを持っており、既に保険商品に加入している割合が高い層であることがわかる。

【図表6】現在保有している金融商品

		(%)											
		預貯金	外貨建商品	社内預金・財形	債券	株式・投資信託	掛け捨て型保険	貯蓄型保険	確定拠出年金で保有・運用する元本確保型の生命保険	仮想通貨	金・銀・プラチナなどの実物資産	上記のものはいずれも持っていない	
全体		4,000	87.2	9.0	6.8	4.2	29.8	46.0	26.0	4.5	6.2	3.6	11.0
NISA 利用 状況	NISA口座開設者	1,569	95.1+	17.0+	12.3+	9.1+	64.0+	55.9+	37.0+	9.1+	12.0+	6.6+	1.7-
	未開設・意向あり	461	93.7+	6.5	6.7	2.6	12.6-	56.6+	33.0+	2.2-	5.2	3.3	5.2-
	未開設・意向なし	528	87.7	4.7-	2.5-	1.5-	10.6-	37.9-	21.6-	1.3-	2.8-	2.7	11.6
	未定/わからない	1,442	76.4-	2.5-	2.5-	0.4-	5.2-	34.8-	13.5-	1.5-	1.5-	0.9-	22.7+

※全体値との間に差がある数値に±（有意水準5%）

【図表7】金融商品の保有目的

		(%)													
		老後の生活資金	病気や不測の事故・災害への備え	こどもの教育資金	老後の医療・介護資金	旅行、レジャーの資金	耐久消費財（クルマ・家電など）の購入資金	住宅の取得または増改築などの資金	こどもの結婚資金	納税資金	遺産として子孫に残す	その他	とくには目的はないが、金融資産を保有していれば安心	あてはまるものはない	
全体		3,561	51.7	39.8	24.4	17.7	17.2	7.6	6.9	3.7	2.1	2.0	0.4	9.4	13.8
NISA 利用 状況	NISA口座開設者	1,543	63.1+	37.8-	28.6+	21.7+	20.5+	8.8+	9.5+	4.8+	2.6	2.8+	0.3	7.7-	5.0-
	未開設・意向あり	437	59.3+	54.5+	31.1+	21.5+	20.1	9.4	8.2	4.1	1.8	1.6	0.2	7.3	5.7-
	未開設・意向なし	467	46.5-	45.4+	15.4-	17.6	16.7	8.1	4.5-	2.6	1.3	1.9	1.3+	11.3	16.3
	未定/わからない	1,442	35.0-	34.6-	19.8-	10.6-	11.7-	4.8-	3.9-	2.6-	1.9	1.2-	0.2	11.7+	28.3+

※全体値との間に差がある数値に±（有意水準5%）

そこで、生命保険に対するイメージ（図表8）をみると、「加入することで安心感が得られそう」（69.0%）、「経済的余裕があれば加入したい」（68.3%）、「いつかは加入するものだ」（50.3%）が他の層に比べて特徴的に高く、逆に「必要性は感じない」（18.4%）は低くなっている。

保険への加入状況がNISA口座開設者層と同程度であったことを踏まえると、保障に対する信頼感やニーズの高さ、また既に保険商品に加入している状況がNISAへの躊躇の1つの要因になっている可能性が窺える。

【図表8】生命保険に対するイメージ

		加入に対する考え方					資産形成手段としてのイメージ						(%)
		加入すること で安心感が得 られそう	経済的余 裕があれば加入 したい	手数料な どを考えると かえって高 くつきそ う	いつかは 加入する ものだ	必要性を 感じない	貯蓄型の 生命保険 は、長期 的な視点 で計画的 にお金を ふやして	購入・売 却などし て積極的 にふやす ような使 い方がで きず不便	資産形成 にも活用 できる	貯蓄型の 生命保険 は、自分 で運用す るよりも 上手くふ やしても	他の金融 商品の方 が有利	いざとい うときに 備えなが ら貯蓄で きる商品 があるの は便利	
全体		4,000	50.7	47.8	37.9	35.1	26.7	34.5	33.2	30.9	29.0	28.8	6.7
NISA 利用 状況	NISA口座開設者	1,569	56.4+	51.2+	46.5+	37.4+	32.3+	42.9+	46.4+	41.4+	35.4+	45.8+	14.1+
	未開設・意向あり	461	69.0+	68.3+	37.3	50.3+	18.4-	47.9+	35.6	42.3+	38.8+	31.5	3.9-
	未開設・意向なし	528	47.9	42.0-	37.7	33.0	33.5+	26.3-	26.1-	21.4-	22.0-	18.8-	3.0-
	未定／わからない	1,442	39.6-	39.6-	28.7-	28.6-	20.8-	24.1-	20.6-	19.3-	21.5-	13.1-	0.7-

※全体値との間に差がある数値に±（有意水準5%）

## 6—まとめ

本稿で「躊躇する潜在投資家」と表現した NISA 意向者については、ここまでの分析から以下のことがわかった。

- 女性／若年現役層（20～40代）／中間収入層（300～700万円）に多く、NISA 利用者や NISA 未認知者等とは属性的特徴が異なる。
- リスクへの許容度は低く、資産運用時の意思決定では慎重かつ他者依存的な姿勢を持つ。
- 「投資の方法がよくわからない」を理由に躊躇しているが、金融リテラシーが低いわけではなく、自身の金融知識に対する自己評価が低い。その背景には、知識の吸収に対する前向きな意識と後ろ向きな行動の矛盾感があると考えられる。
- 保険商品へのニーズと信頼感が高く、加入率も比較的高いことが、躊躇を助長している可能性がある。

NISA を取り扱う金融機関からすれば、この「躊躇する潜在投資家」は、資産運用への関心や情報ニーズの高さをみても、将来的な顧客化が十分に期待できる層といえる。

そして顧客化を実現するためには、分析から明らかになった決定力・行動力の乏しさや金融資産の保有傾向を踏まえ、適切なサポートと心理的なハードルに寄り添ったアプローチが重要と考えられる。具体的には、正しい顧客像の想定、そして「安心感」「わかりやすさ」「自分ごと化」を重視したコミュニケーション設計を行うことが効果的な施策となると考えられる。

「躊躇する潜在投資家」への理解を深め、そして戦略的な語り掛けを行うことが、金融機関の顧客との信頼関係の構築、ひいては個人による資産形成の推進につながると期待される。