

# 若年層の投資に対するイメージ とその向上に向けた取組み

MUFG 資産形成研究所  
研究員 依田幸子  
2023年3月28日

世界が進むチカラになる。

---

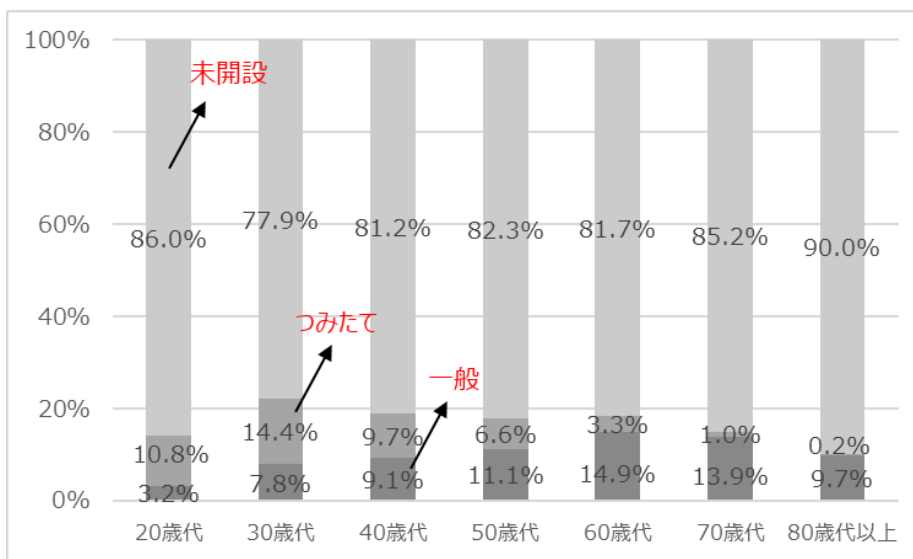
MUFG 資産形成研究所では、2018年に公表した調査レポート「金融リテラシー1万人調査の概要ー『投資をしている人』と『投資をしていない人』の違いとはー」において、特に投資未経験の方にとっては、投資は自分とは関係のない、自分の生活とはかけ離れたもの、というイメージが強いことを確認しています。そして、そのようなイメージを転換し、投資を身近で馴染みやすいものにするためにはどうすれば良いのか、といった問題意識を一貫して持ち続けています。

一方で、NISA（一般・つみたて）口座の口座数増加等を始めとして、特に若年層における投資行動の変化を感じる機会が増えたことから、若年層は投資にどのようなイメージを持っているのか、またそのイメージをさらに向上させるためにはどのような取組みが必要か、について考えます。

## 若年層の投資行動は拡大傾向

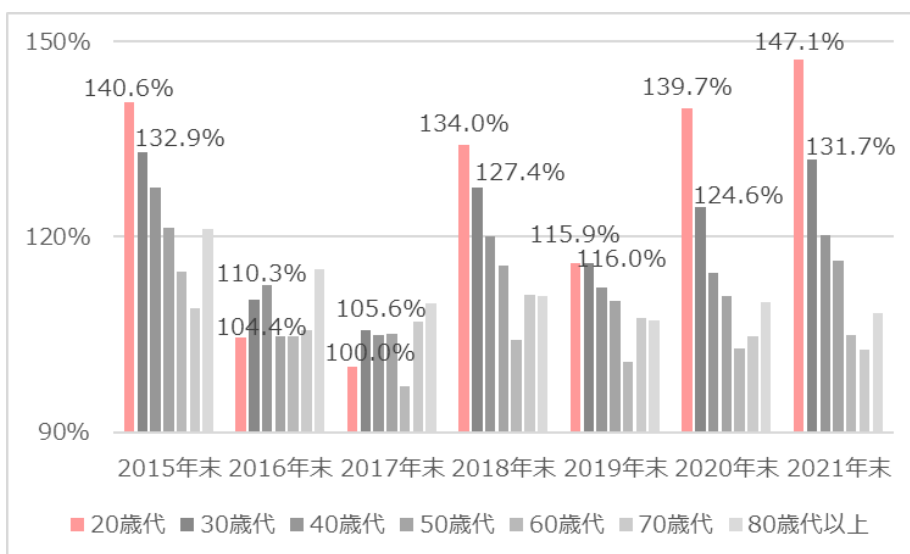
投資（証券投資）に対する行動の一つの表れとして、投資優遇制度であるNISA（一般・つみたて）口座（以下、NISA 口座）の利用状況を見てみます。2022年9月時点では、各世代の人口に占めるNISA口座数の割合は概ね2割前後となっており、各世代に浸透しているとは言い難い状況です[図表1]。一方で、2014年のNISA制度開始以降の口座数増加率を見てみると、20歳代、30歳代の増加率が2020年、2021年を中心に、他の年代に比べて高くなっています[図表2]。人口比では各世代ともに、まだまだ拡大の余地がありますが、若年層を中心に投資行動が増加しつつあると捉えることができそうです。

[図表1]各世代の人口に占めるNISA口座数割合（2022年9月時点）



<出所>金融庁「NISA・ジュニアNISA利用状況調査」、総務省統計局「人口推計」を基にMUFG資産形成研究所作成

[図表2]NISA口座数の増加率推移



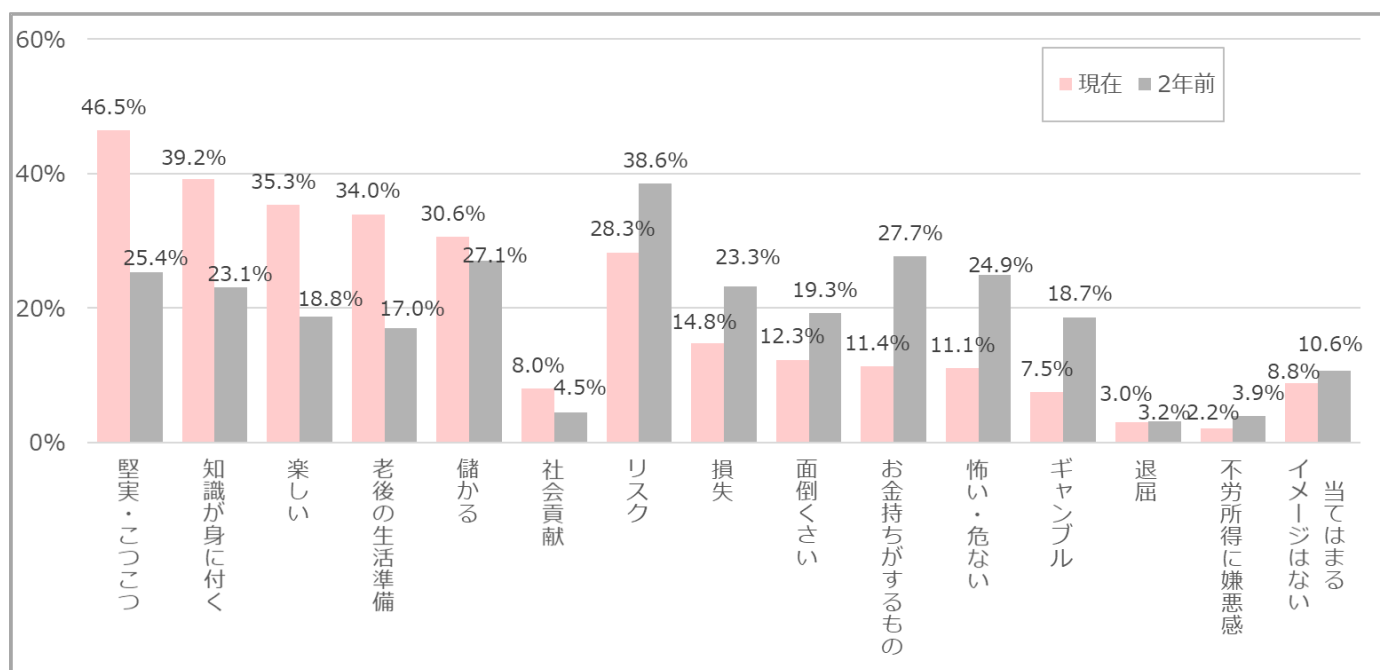
<出所>金融庁「NISA・ジュニアNISA利用状況調査」を基にMUFG資産形成研究所作成

## 若年層を中心に、投資に対するイメージが向上

MUFG 資産形成研究所では、毎年、金融リテラシーの調査を目的として、1万人(従業員数300人以上の企業勤務者8,500名、公務員1,000名、専業主婦・主夫500名)にWEBアンケート調査を実施しています。本稿では、2022年2月実施のアンケート結果を用います。

アンケートでは、投資に対するイメージについて、現在(2022年時点)のイメージと2年前(2020年時点)のイメージを調査し、その変化の把握を試みています。特にNISA口座の増加率が高かった20代(企業勤務者)に焦点を当てると、現在の投資に対するイメージは、1位「堅実・こつこつ」(46.5%)、2位「知識が身に付く」(39.2%)、3位「楽しい」(35.3%)となっており、投資に対して比較的好意的なイメージを持っているようです[図表3]。また、2年前に比べて減少したイメージを見てみると、減少割合が大きい順に、1位「お金持ちがするもの」(▲16.3pt)、2位「怖い・危ない」(▲13.8pt)、3位「ギャンブル」(▲11.2pt)となっており、投資は少額から始められる点やリスクを低減する長期・積立・分散投資に対する理解が少しずつ広がってきていると見ることもできます[図表4・5]。

[図表3] 20代企業勤務者の投資に対するイメージ：現在と2年前との比較(n=1,672/複数回答)



<出所>MUFG 資産形成研究所作成

[図表4] 20代企業勤務者の投資に対するイメージ(2年前と比べて減少割合が大きい上位5項目)

(n=1,672/複数回答)	現在	2年前	変化割合
お金持ちがするもの	11.4%	27.7%	▲16.3pt
怖い・危ない	11.1%	24.9%	▲13.8pt
ギャンブル	7.5%	18.7%	▲11.2pt
リスク	28.3%	38.6%	▲10.3pt
損失	14.8%	23.3%	▲8.5pt

<出所>MUFG 資産形成研究所作成

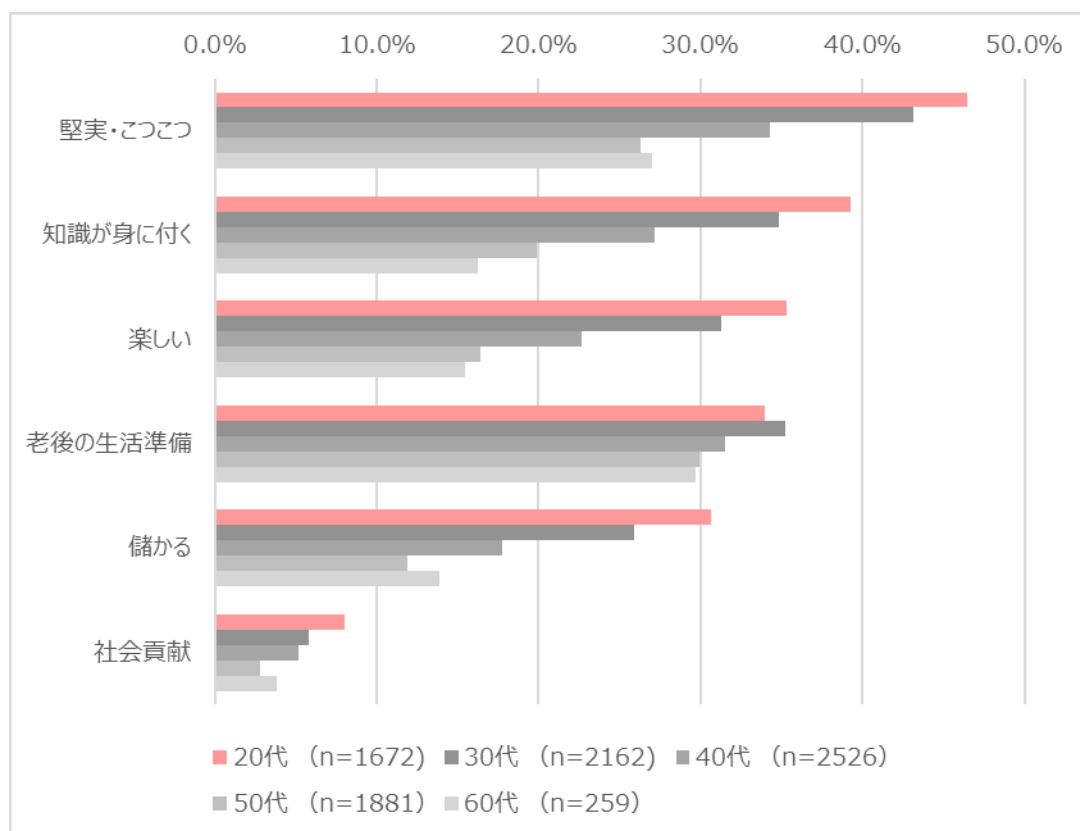
[図表 5] 20 代企業勤務者の投資に対するイメージ (2 年前と比べて増加割合が大きい上位 5 項目)

(n=1,672/複数回答)	現在	2 年前	変化割合
堅実・こつこつ	46.5%	25.4%	+ 21.1pt
老後の生活準備	34.0%	17.0%	+ 17.0pt
楽しい	35.3%	18.8%	+ 16.5pt
知識が身に付く	39.2%	23.1%	+ 16.1pt
儲かる	30.6%	27.1%	+ 3.5pt

<出所>MUFG 資産形成研究所作成

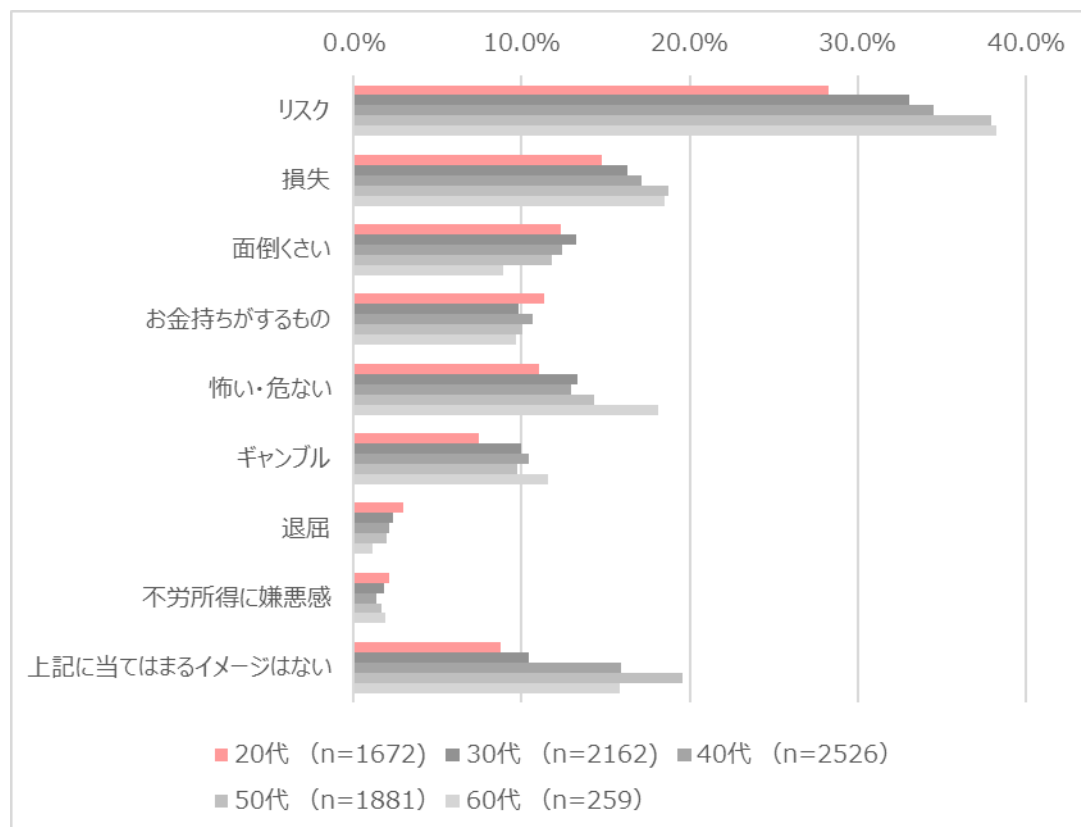
本稿では、「堅実・こつこつ」「知識が身に付く」「楽しい」「老後の生活準備」「儲かる」「社会貢献」の項目を投資に対するポジティブなイメージとして捉えます。逆に、「リスク」「損失」「面倒くさい」「お金持ちがするもの」「怖い・危ない」「ギャンブル」「退屈」「不労所得に嫌悪感」の項目を投資に対するネガティブなイメージとして捉えます。年代毎のポジティブなイメージ、ネガティブなイメージを見てみると、ポジティブなイメージを持っているのは 20 代、30 代が中心であり、ネガティブなイメージを持っているのは 40 代以上が中心であることが分かります。

[図表 6] 年代毎の投資に対するポジティブなイメージ



<出所>MUFG 資産形成研究所作成

[図表 7] 年代毎の投資に対するネガティブなイメージ



<出所>MUF G 資産形成研究所作成

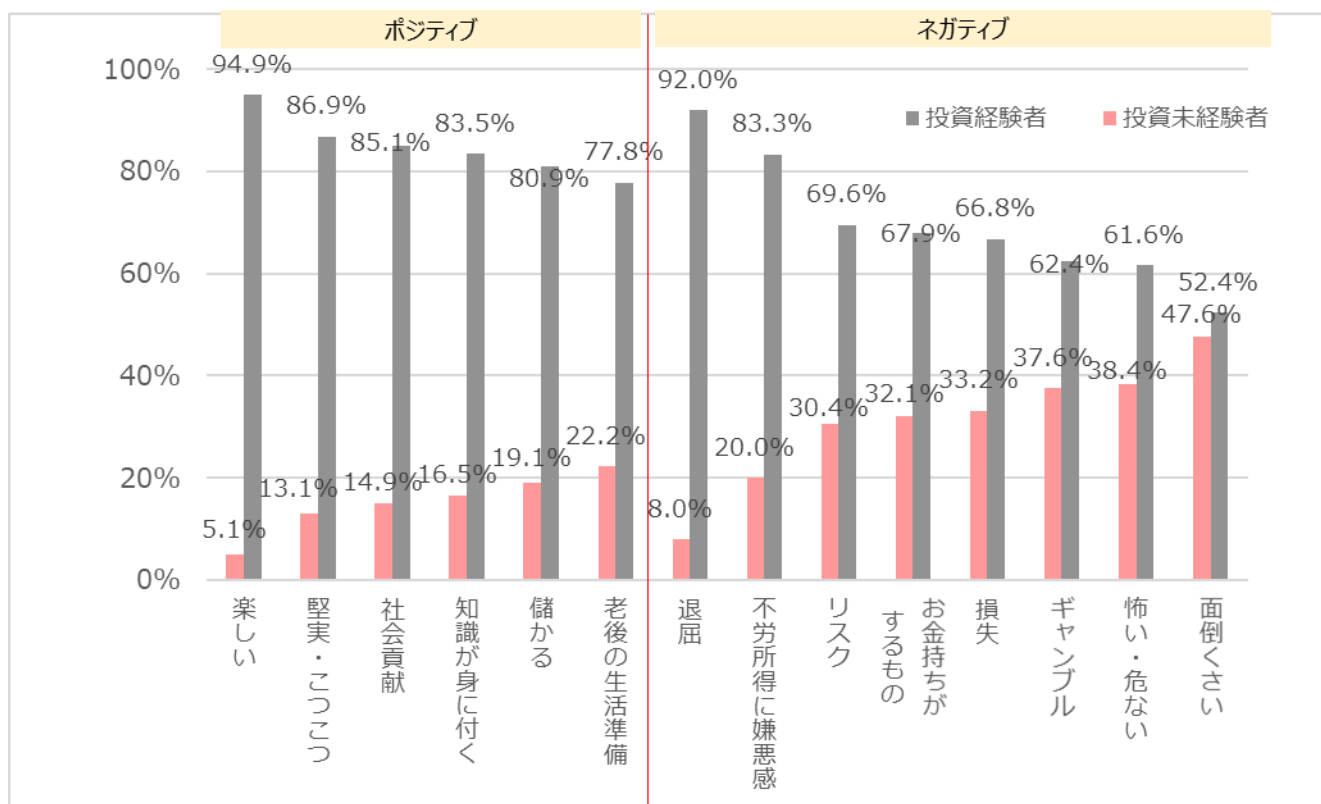
## 投資のイメージと投資経験との関連性

次に、投資に対するイメージと投資経験は関係があるのか、という点について見てみます。

他年代に比べ、投資に対してポジティブなイメージを持つ世代である 20 代に焦点を当て、投資のイメージと投資経験について見てみると、投資経験者と投資未経験者とは、ネガティブなイメージよりもポジティブなイメージの有無に差が出ていることが分かります。[図表 8]。投資経験者の方がポジティブなイメージを持ちやすい理由としては、そもそも投資に一步踏み出している時点で、ネガティブな要素が払拭されていること、投資経験を積むことにより理解が深まること、自身の行動に肯定的な意味づけをしたい心理が働くことなど、様々な要素が考えられます。また投資未経験者は、ネガティブなイメージが先行しているため投資を行っていないことも考えられますが、「怖い・危ない」「ギャンブル」といったイメージよりも、「面倒くさい」イメージを持っている人が多いことから、投資を始める際の情報収集や、実際に手続きを行う際の手間を負担に感じている、そこまでして投資をする必要性を感じていないという可能性が考えられます。

投資に対してポジティブなイメージを持っていることで投資行動に向かうのか、または投資経験をすることでポジティブなイメージに変換されてくのか、その因果関係は不明瞭ですが、少なくとも、ネガティブなイメージを持つものに対して、自ら積極的に行動することは考えにくいいため、投資の正しい理解に基づくイメージ向上に向けた取組みは、様々な方法で継続的に実践されることが望ましいのではないかと考えます。

【図表 8】 20 代企業勤務者の投資に対するイメージと投資経験（n=1,672/複数回答）



＜出所＞MUFG 資産形成研究所作成

## 投資のイメージ向上に向けた取組みのヒント

投資のイメージ向上に向けては、ネガティブなイメージ例として挙げた各項目を払拭するためにも、長期・積立・分散投資の有用性、税制優遇制度への理解を深める金融経済教育の継続をはじめ、手続面などで「面倒くさい」と感じて投資行動を敬遠することがないように、手続方法の簡素化や個人の生活に馴染み、利便性を重視したデジタル活用などが有効な手段であると考えられます。

一方で、これらの必要不可欠なアプローチのみでは、現在と大きく状況が変わるまでに時間を要する可能性も否定できません。本稿では、これまでとは異なるアプローチで 20 代を中心とする若年層の投資普及やイメージ変容に取り組む「104（投資）コンソーシアム」（以下、コンソーシアム）の活動を一例として紹介します。

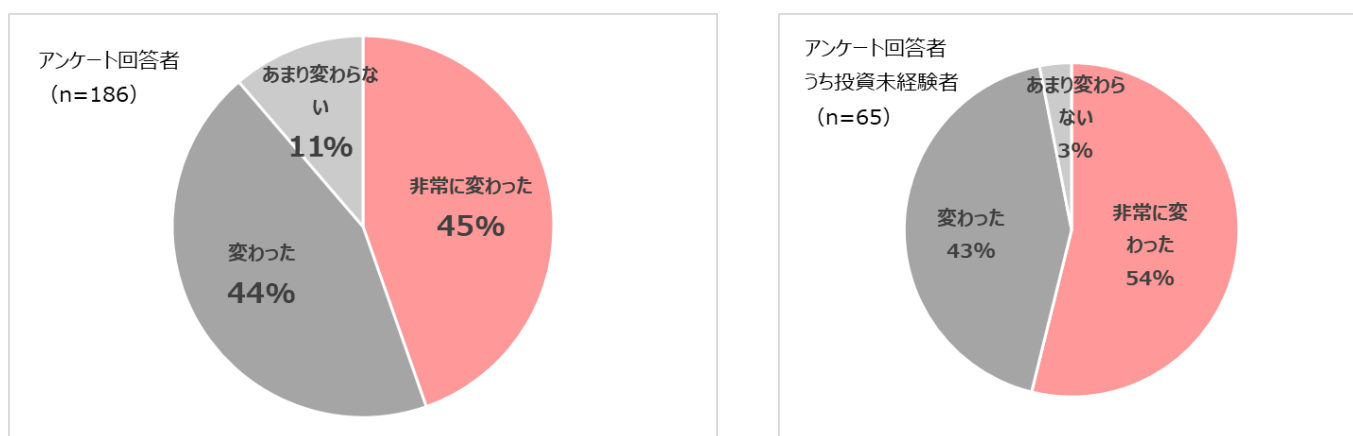
コンソーシアムは三菱 UFJ 信託銀行、三井住友信託銀行、みずほ信託銀行、りそな銀行の 4 社が発起人となり、金融業界以外の企業を含む 13 社（2022 年度）で活動しています。金融業界以外の企業も参加している点が特徴の 1 つですが、国家戦略の一つである「貯蓄から投資へ」は金融業界のみで推進すべきものではなく、金融業界以外の知見も得ながら、社会全体で向き合うことが必要と考えられます。また、投資の本質によれば、投資は金融商品への資金投入を指すだけではなく、日々の生活、企業活動を始め、様々な場面において自然と用いられている考え方や行動であることが分かります。

コンソーシアムでは、参加企業の 20 代社員が集まる「20 代 104 会議」を中心に活動しています。「20 代 104 会議」は金融商品の知識や投資手法などを学ぶ場ではなく、「そもそも投資とは」といった投資の本質や意義、それを踏まえて長期的な視点で未来に向けて何を何に費やし、どんな価値を生

み出すのか、自らの行動指針となり得る「投資思考」を学びます。投資を通じて自身の主体的な人生を考える機会にすると同時に、企業人としての20代の発想を磨くべく、20代自身が投資を使った新たな商品・サービスや同世代に投資を広げるためのアイデアを提言し、「投資思考」を体現することに取り組んでいる点に特徴があります。

このようにコンソーシアムでは、投資の概念を知り、「投資思考」という考え方を養い、その結果として投資のイメージが変わり、投資への興味や理解を引き出すことを試みています。コンソーシアムが2022年11月に開催した一般向けイベントの参加者アンケートでは、アンケート回答者のうち約89%は投資のイメージがポジティブなものに「非常に変わった・変わった」と回答しており、投資未経験者では約97%が同様の回答をしています。イメージの変容だけで投資行動が即座に増加するわけではありませんが、若年層に対する1つのアプローチとして参考になる点があると思われま

【図表9】 イベント参加者の投資に対するポジティブなイメージへの変化



<出所>MUF G 資産形成研究所作成

「資産所得倍増プラン」においては、2024年中に金融経済教育推進機構が設立されることが発表されています。個人の投資への理解を深め、投資行動の増加に繋げるため、従来の枠を超えて各方面から知恵を出し合い、様々な観点からの取組みが展開されていくことに期待したいと思います。

なお、本稿における意見にかかわる部分および有り得るべき誤りは、筆者個人に帰属するものであり、所属する組織のものではないことを申し添えます。

#### 【参考資料】

MUF G 資産形成研究所レポート「金融リテラシー1万人調査の概要ー『投資をしている人』と『投資をしていない人』の違いとはー」

[https://www.tr.mufg.jp/shisan-ken/pdf/kinnyuu\\_literacy\\_01.pdf](https://www.tr.mufg.jp/shisan-ken/pdf/kinnyuu_literacy_01.pdf)

資産所得倍増プラン

[https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii\\_sihonsyugi/pdf/dabiplan2022.pdf](https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/dabiplan2022.pdf)

104 コンソーシアム

<https://forbesjapan.com/feat/104consortium/>



# MUFG資産形成研究所について

---

わが国では人口減少や高齢化の進展、低金利の継続等、さまざまな環境変化が起こっています。これらの環境変化に伴い、国民の自助努力による資産形成がますます求められる時代となりました。


このような状況下、当研究所は資産形成のための手段としての投資を身近でなじみやすいものにし、長寿化に伴う資金枯渇を防ぐためにはどうすれば良いのか等、実践的かつ効果的な情報提供を中立的な立場で行うことを目的に活動しております。

MUFG資産形成研究所：[www.tr.mufg.jp/shisan-ken/](http://www.tr.mufg.jp/shisan-ken/)



## MUFG資産形成研究所

現役時代から退職後の時代までを対象に、資産形成・資産運用に関する調査・研究、レポート作成など、実践的かつ効果的な情報提供を中立的な立場で行うことを目的に活動しております。



MUFG 資産形成研究所  
〒100-8212 東京都千代田区丸の内 1-4-5

[www.tr.mufg.jp/shisan-ken/](http://www.tr.mufg.jp/shisan-ken/)

MUFG 資産形成研究所は、三菱UFJ 信託銀行が資産形成・資産運用に関する調査・研究等の活動を対外的に行う際の呼称です。