



首都圏の女性320人のうち、「投資をしている」と回答した166人に投資と金融商品について聞いた。

## 【所有している金融商品】

回答者が所有している金融商品は「定期預金(ゆうちょ銀行以外)」45.7%が最多、次いで「定期貯金(ゆうちょ銀行)」32.8%、「外貨預金」「積立預金・貯金」各22.2%となった(グラフ)。どの年代においても「定期預金(ゆうちょ銀行以外)」が最も多かった。「外貨預金」は30～34歳で31.5%と高い。

## 【興味がある・購入してみたい金融商品】

興味がある・購入してみたい金融商品は「株式」27.4%、「外貨預金」26.5%、「投資信託(株式・債券・MMF・不動産含む)」18.4%と続く(グラフ)。「株式」は20代や35歳以上に比べ、30～34歳の人で関心が高かった。20代では「外貨預金」が32.9%と最も多かった。

## <投資をしている人>

普通預金・定期預金以外の金融商品に投資「している」人は52.2%、「していない」人は47.8%(グラフ)。30代以上では、「投資をしている」人が半数以上となった。

「投資をしている」と回答した人が所有している金融商品は、「投資信託(株式・債券・MMF・不動産含む)」39.8%、「株式」38.6%、「外貨預金」37.3%となった。(「定期預金(ゆうちょ銀行以外)」所有率は45.8%)

## 【金融商品の購入先と購入理由】

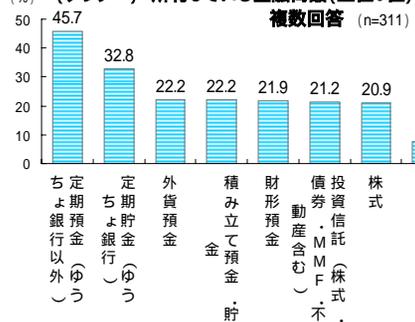
金融商品の購入先は、「証券会社」44.2%、「都市銀行」31.4%、「ネット専門証券会社」21.8%と続く(グラフ)。どの年代においても「証券会社」が最も多く、35歳以上では54.4%と高い。20代は「ネット専門証券会社」での購入が29.6%と、他の年代よりも高い。

購入している金融機関を利用する理由は、「手数料が安い」36.8%、「店舗へのアクセスが良い」29.7%、「サイトが使いやすい」25.8%と続く(グラフ)。どの年代においても「手数料が安い」は最も多い。「ネット専門証券会社」「ネット専門銀行」の利用者では、「手数料が安い」が80%以上となっており、「サイトが使いやすい」は40～50%以上を占めた。

## 【投資する際、参考にしている情報源】

投資をする際に、参考にしている情報源は、「インターネットの投資情報」40.6%、「新聞記事」31.6%、「テレビのニュース番組」28.4%と続く(グラフ)。どの年代においても「インターネットの投資情報」が最も多い。30～34歳では「新聞記事」が36.6%と他の年代よりも多い。

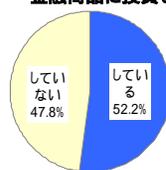
(グラフ) 所有している金融商品(上位8位) 複数回答 (n=311)



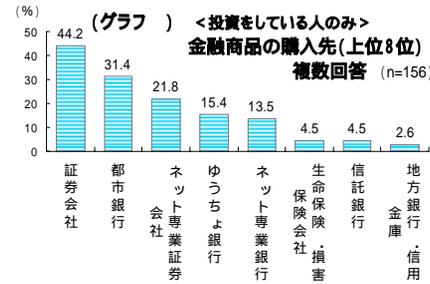
(グラフ) 興味がある・購入してみたい金融商品(上位10位) 複数回答 (n=310)



(グラフ) 普通預金・定期預金以外の金融商品に投資しているか (n=318)



(グラフ) <投資をしている人のみ> 金融商品の購入先(上位8位) 複数回答 (n=156)



(グラフ) <投資をしている人のみ> その金融機関で購入している理由 複数回答 (n=155)



(グラフ) <投資をしている人のみ> 投資をする際に参考にしている情報源 複数回答 (n=155)



**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/> )

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



## 【投資のスタンス】

投資に対するスタンスは、「どちらかといえばローリスク・ローリターン型」が57.7%と最も多く、次いで「ローリスク・ローリターン型」21.2%、「どちらかといえばハイリスク・ハイリターン型」17.9%、「ハイリスク・ハイリターン型」3.2%と、堅実なローリスク・ローリターンのタイプが78.9%となった(グラフ)。

## 【現在の投資運用金額】

現在の投資運用金額は「50万円以下」23.0%、「(100万円超)～200万円」20.9%、「(50万円超)～100万円」20.3%と続き、平均312万4000円(グラフ)。20代は「50万円以下」、34歳以下は「(50万円超)～100万円」(100万円超)～200万円」、35歳以上は「(100万円超)～200万円」が最も多かった。

## 【ここ1年での投資意欲の変化】

ここ1年での投資意欲の変化は、「変わらない」47.1%、「投資意欲が減退した」30.6%、「投資意欲が増した」22.3%となった(グラフ)。34歳以下では、「投資意欲が増した」が30%弱と35歳以上の2倍以上の数値となった。

## 【金融商品を購入してみようと思ったきっかけ】

金融商品を購入してみようと思ったきっかけは、「本や雑誌を読んで」35.7%、「同僚・先輩や友人の話を聞いて」30.5%、「金融機関の窓口などで話を聞いて」23.4%と続く(グラフ)。20代は「同僚・先輩や友人の話を聞いて」、30代以上は「本や雑誌を読んで」が最も多かった。

## 【投資を始めた時期】

投資を始めた時期は、「(3年超)～5年」29.7%、「(2年超)～3年」18.1%、「10年以上前から」13.5%となった(グラフ)。20代・35歳以上では「(3年超)～5年」、30～34歳では「(2年超)～3年」が最も多い。

## 【投資を始める前に相談をした相手】

投資を始める前に相談した相手は、「親」28.2%、「友人」16.8%、「彼・夫」16.1%と続く(グラフ)。20代では「親」、30歳以上では「誰ともしていない」が最も多い。

## 【投資信託商品を購入しようと思ってから、購入する商品を決するまでにしたこと】

「ネットの金融情報サイトで比較」39.5%が最も多く、次いで「金融機関の窓口で相談」31.6%、「金融機関の口座を新たに開設」29.6%、「金融に関する本や雑誌を読んで比較」27.0%と続く(グラフ)。どの年代においても「ネットの金融情報サイトで比較」が最も多かった。35歳以上では「同僚・先輩や友人に相談」も多い。また「金融機関の窓口で相談」は20代、35歳以上では20%以上であるのに対し、30～34歳では40.0%となった。

**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

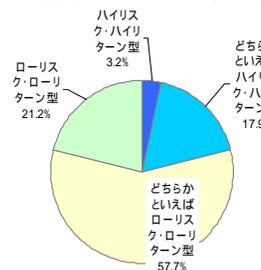
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/>)

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

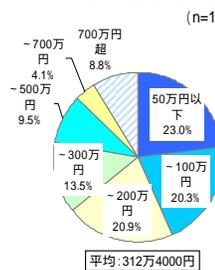
ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

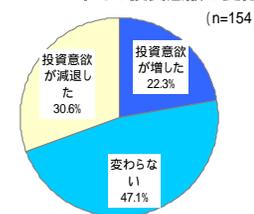
(グラフ) <投資をしている人のみ>  
投資に対するスタンス (n=154)



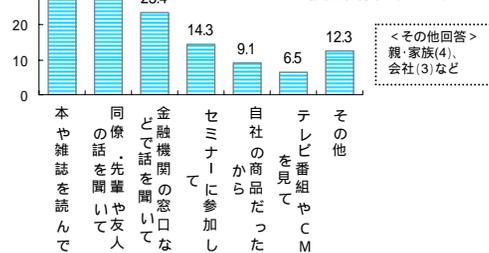
(グラフ) <投資をしている人のみ>  
現在の投資運用金額 (n=148)



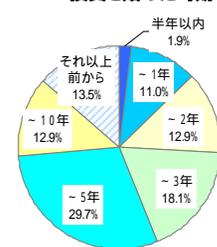
(グラフ) <投資をしている人のみ>  
ここ1年での投資意欲の変化 (n=154)



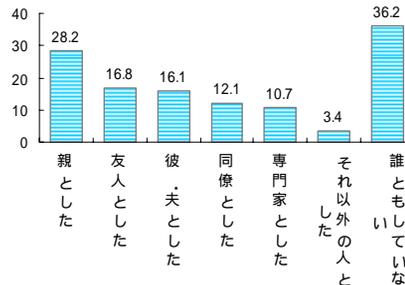
(グラフ) <投資をしている人のみ>  
金融商品を購入しようと思ったきっかけ 複数回答 (n=154)



(グラフ) <投資をしている人のみ>  
投資を始めた時期 (n=155)



(グラフ) <投資をしている人のみ>  
投資を始める前に相談をした相手 複数回答 (n=152)



(グラフ) <投資をしている人のみ>  
商品を購入しようと思ってから、購入する商品を決するまでにしたこと 複数回答 (n=152)





## <投資をしていない人>

### 【投資をしない理由】

投資をしていないと回答した人の投資をしない理由は「投資商品の仕組みがわからないから」56.0%が最も多く、次いで「損失のリスクが高い」44.8%、「どの商品を選べばいいかわからないから」44.0%と続く(グラフ)。どの年代においても「投資商品の仕組みがわからない」が最も多かった。「元手となる資金がない」は30歳以上で多くなった。

### 【どのようになったら投資を始めと思うか】

どのようになったら、投資を始めと思うかでは、「もう少し勉強して、知識が増えたら」51.2%が最多。次いで「自分で納得できる、自分にぴったりの商品を見つけれたら」41.6%、「信頼のできる人が自分にぴったりの商品を見つけてくれたら」24.8%、「まとまった資金ができたら」22.4%と続く(グラフ)。20代では「もう少し勉強して、知識が増えたら」が66.7%と高めであった。30～34歳では「自分で納得できる、自分にぴったりの商品を見つけれたら」、35歳以上では「もう少し勉強して、知識が増えたら」が最多となった。

### <回答者プロフィール>

年齢:20代 23.4%、30～34歳 40.9%、35歳以上 35.6%。平均年齢 32.6歳。  
居住地:東京都 56.6%、神奈川県 17.5%、千葉県 14.4%、埼玉県 11.3%、茨城県 0.3%。  
世帯タイプ:親と同居(独身) 35.6%、一人暮らし 28.1%、夫婦二人暮らし 21.8%、夫婦と子供 6.0%、その他 8.5%。  
雇用形態:正社員総合職 23.1%、正社員一般職 52.2%、派遣社員 16.6%、嘱託・契約社員 5.0%、パート・アルバイト 3.1%。  
業種:メーカー 22.4%、サービス 16.7%、金融 13.6%、商社 8.5%、建設 6.6%、流通・小売り 4.4%、不動産 4.1%、通信 3.2%、マスコミ 1.9%、エネルギー 1.3%、教育 0.9%、運輸 0.9%、官公庁 0.9%、医療 0.6%、娯楽 0.3%、その他 13.6%。  
年収:200万円以下 6.3%、～300万円 28.9%、～400万円 33.9%、～500万円 18.1%、～600万円 8.6%、600万円超 4.3%。平均 388.5万円。  
貯蓄額:50万円以下 8.3%、～100万円 16.2%、～200万円 14.5%、～300万円 12.1%、～500万円 17.9%、～700万円 6.9%、700万円超 24.1%。平均 550.9万円。  
毎月の貯蓄額(毎月決まった金額を貯蓄している人のみ):2万円以下 23.9%、～4万円 24.8%、～6万円 26.6%、～8万円 7.8%、～10万円 11.0%、10万円超 6.0%。平均 5.26万円。

### <調査実施>シティリビング

**シティリビング** オフィスで働く女性のための情報紙。一流企業で働くOLとのコミュニケーションを最も効率よく実現するためのマルチアプローチを展開しています。

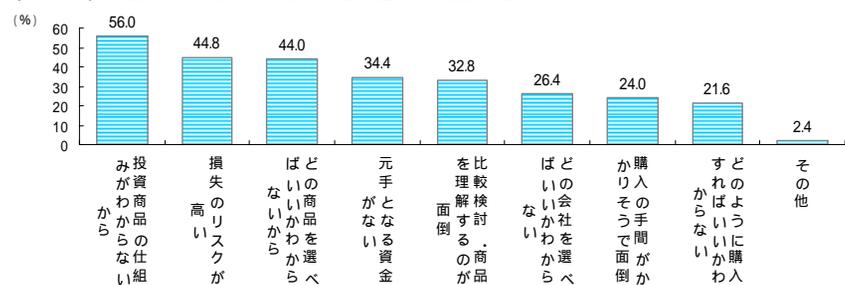
(シティリビングについて詳しくは <http://cityliving.jp/> )

**リビングくらしHOW研究所** 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

**ウェブサイト** <http://www.kurashihow.co.jp>

**問い合わせ** TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

(グラフ) <投資をしていない人> 投資をしない理由 複数回答 (n=125)



(グラフ) <投資をしていない人> どのようになったら投資を始めと思うか 複数回答 (n=125)

