

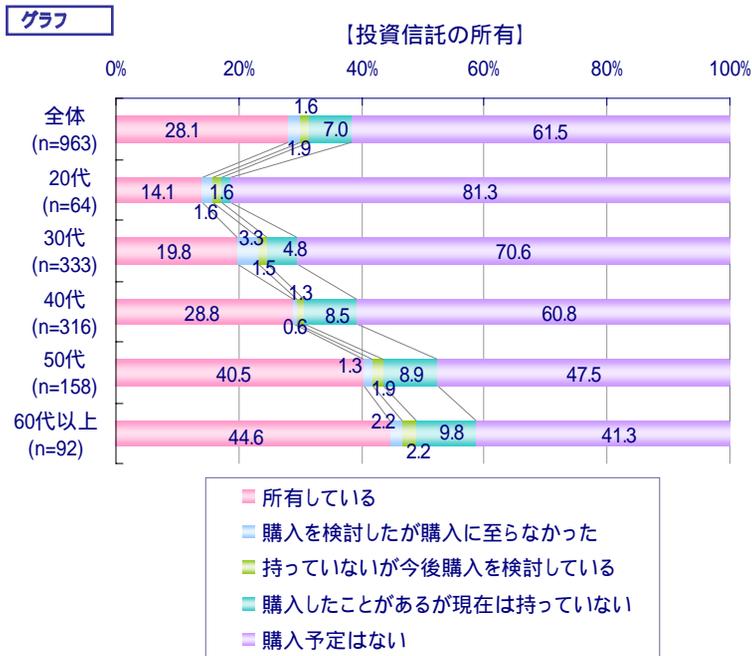


全国の既婚女性963人に、投資信託について聞いた。

投資信託については、28.1%が所有している

投資信託について聞いたところ、「所有している」のは28.1%。最も多かったのは、「購入予定はない」で61.5%であった。

年代別で見ると、「所有している」は、20代では14.1%だが、年代が上がるにつれ多くなり、60代以上では、44.6%と半数に迫った。(グラフ)



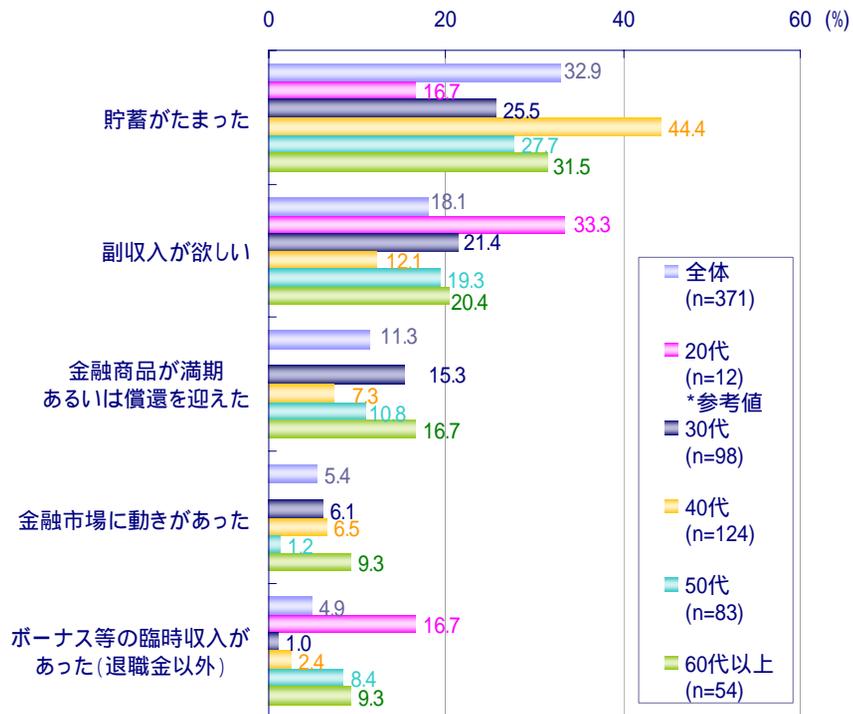
投資信託を購入・検討したきっかけは、「貯蓄がたまった」で32.9%

投資信託を購入・検討したきっかけは、「貯蓄がたまった」32.9%、次いで「副収入が欲しい」18.1%、「金融商品が満期あるいは償還を迎えた」11.3%と続く。

年代別で見ると、30代で多いのは「副収入が欲しい」、40代では「貯蓄がたまった」が多くなっていった。(グラフ)

グラフ

【購入・検討したきっかけ】(複数回答) 上位5位
(投資信託を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
 居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
 近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
 働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
 子供の有無: 子供あり 73.3% 子供なし 26.7%

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

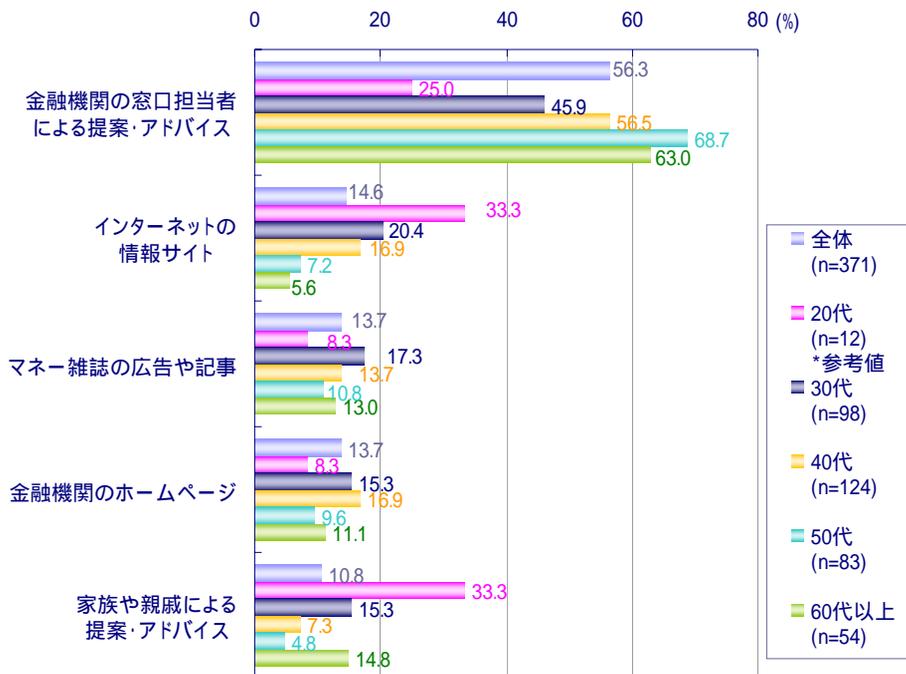


購入・検討の際に参考にしたもののトップは、「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」56.3%

購入・検討する際に参考にしたもののトップは、「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」56.3%。次いで、「インターネットの情報サイト」14.6%、「マネー雑誌の広告や記事」13.7%と続く。
年代別で見ると、年代が上がるにつれて「金融機関の窓口担当者による提案・アドバイス」が多くなっている。(グラフ)

グラフ

【購入・検討の際に参考にしたもの】(複数回答) 上位5位
(投資信託を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)

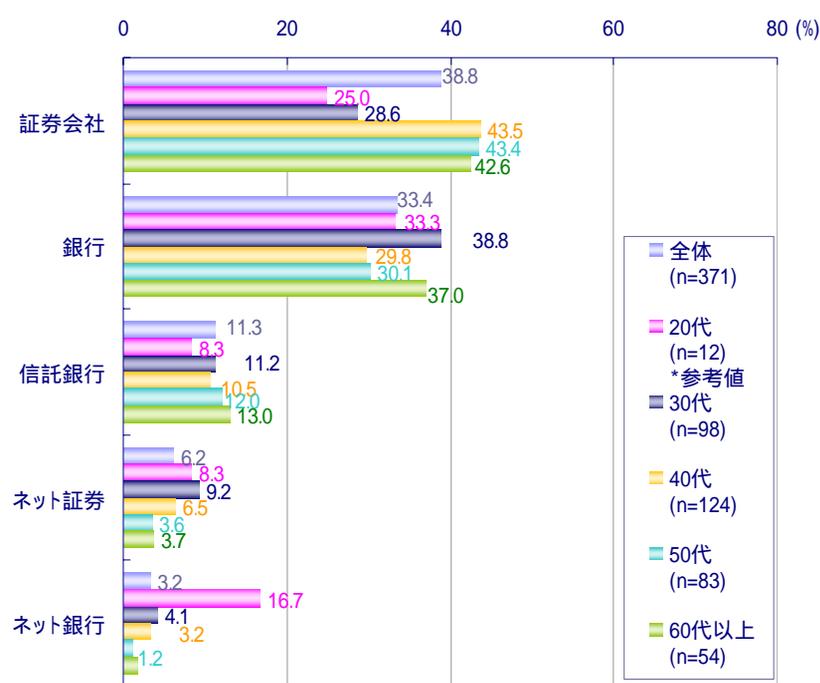


どこで購入したかは、「証券会社」が38.8%

どこで購入したかについては、「証券会社」がトップで38.8%。次いで「銀行」33.4%、「信託銀行」11.3%と続く。
年代別で見ると、30代では「銀行」が多く、40代・50代は「証券会社」が多い。60代以上は「証券会社」と「銀行」がともに多くなっている。(グラフ)

グラフ

【どこで購入したか・購入しようと思ったか】(複数回答) 上位5位
(投資信託を所有している・購入を検討した・今後購入を検討している・過去に購入していたと回答した人のみ)



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
子供の有無: 子供あり 73.3% 子供なし 26.7%

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



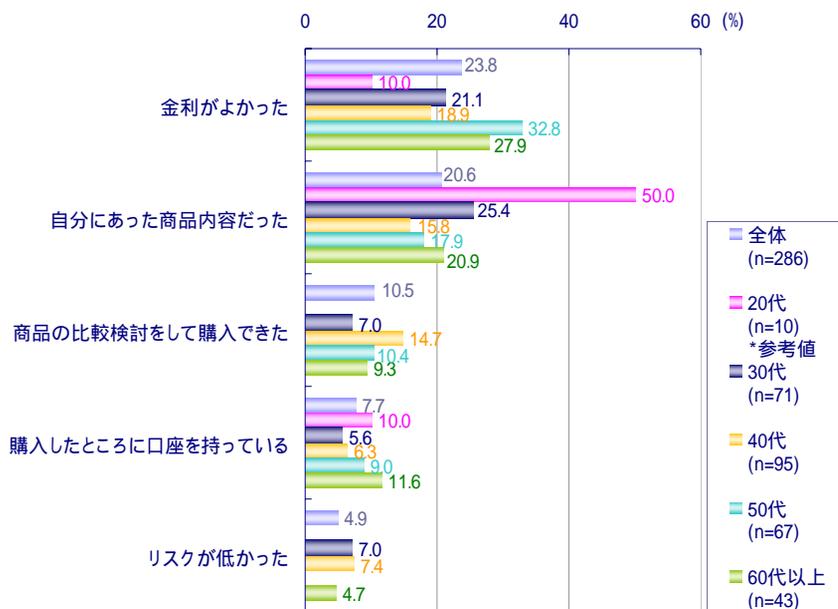
購入の決め手は、「金利がよかった」で23.8%

購入の決め手については、「金利がよかった」がトップで23.8%。次いで、「自分にあった商品内容だった」20.6%、「商品の比較検討をして購入できた」10.5%と続く。

年代別で見ると、40代は「商品の比較検討をして購入できた」が多かった。50代では、「金利がよかった」が多かった。(グラフ)

グラフ

【購入の決め手】(複数回答) 上位5位
(投資信託を所有している・購入を検討していると回答した人のみ)



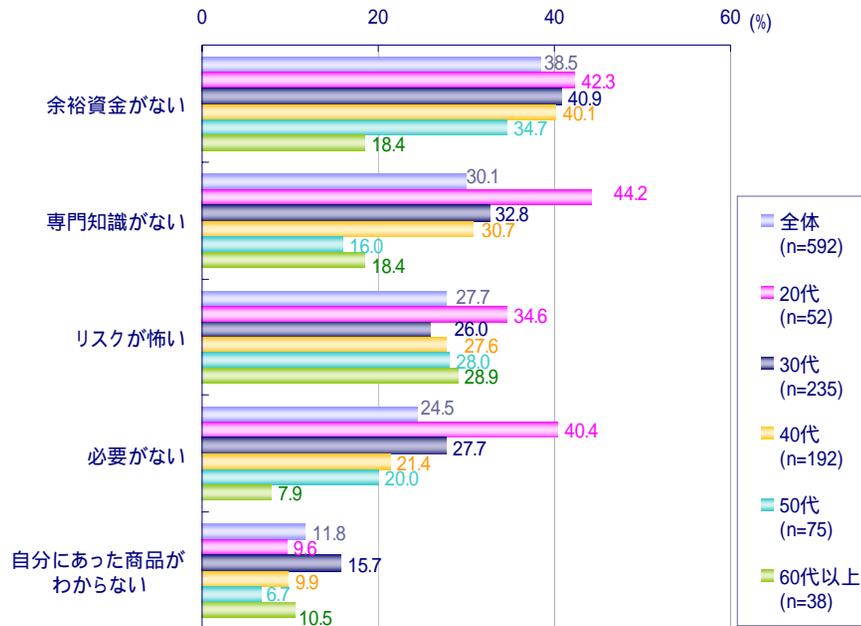
購入にいたらなかった理由のトップは、「余裕資金がない」38.5%

購入にいたらなかった理由としては、「余裕資金がない」38.5%がトップ。次いで、「専門知識がない」30.1%、「リスクが怖い」27.7%と続く。

年代別で見ると、20代は上位4位の項目において、他の年代よりポイントが高いのが目立った。50代・60代以上は、全般的に他の年代よりは少ない傾向にあった。(グラフ)

グラフ

【投資信託の購入予定がない理由】(複数回答) 上位5位
(購入予定はないと回答した人のみ)



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

<回答者プロフィール>

年齢:20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
居住地:北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
働き方:専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
子供の有無:子供あり 73.3% 子供なし 26.7%