

第1節 「投資家への壁」はどこにあるのか

日本の個人投資家割合

2025年4月に公表された「人口推計(2024年10月1日現在)」によると日本の総人口は1億2,380万人で、そのうちNISA対象年齢である18歳以上の人口は1億673万人であった。3年ごとに公表される日本証券業協会の「証券投資に関する

全国調査(2024年)」によると投資している人の割合¹は24.1%となっている。2024年1月に開始した新NISAを契機として投資家割合は増加したとみられるが、未だ投資していない人が75.9%も存在するのが日本の現状である。

日本の投資家・未投資家人口の概算(2024年)

日本の総人口	1億2,380万人
18歳以上の人口	1億673万人
投資していない人の概算 (1億673万人×75.9%)	約8,101万人
投資している人の概算 (1億673万人×24.1%)	約2,572万人
NISA口座数	2,559万口座

*NISA口座数は、2024年12月時点
(出所)総務省統計局「人口推計」、日本証券業協会「証券投資に関する全国調査」、金融庁「NISA口座の利用状況調査」

インフレ下の購買力と資産形成の必要性

近年、長らく続いたデフレ基調からの転換が進み、物価が持続的に上昇するインフレの傾向が強まっている。

インフレ下において、資産が預貯金のみだった場合、資産の実質的価値はどの程度減少するだろうか。仮に、インフレ率が2%、預金金利が0%だったとすると、実質的価値は35年で半分に目減りする計算になる。預金金利が0.2%だったとしても39年で半減してしまう。

これに対し、運用益が非課税になるNISA制度などを活用して年率2%の資産運用ができたと仮定すれば、インフレ率と相殺されることで少なくとも

インフレによる資産の目減りは回避できる。同様に6%²で運用できたならば、35年後には名目的な価値は7.7倍に、実質的価値は3.8倍に増加する。

インフレ下であっても、賃金がそれ以上に増加、つまり実質賃金がプラスであれば、そこまで資産運用に拘泥しなくても良いかもしれない。しかし、厚生労働省が発表している毎月勤労統計によれば、残念ながら2022年以降、実質賃金は前年同月比マイナスの月が大半である。労働による定期的な収入がインフレで目減りし購買力が低下している以上、インフレに対抗して資産形成するには、運用(投資)を活用せざるを得ない。

1. 調査対象者7,000名のうち、有価証券(株式、投資信託、公社債のいずれか)を保有する者の割合
2. GPIF(年金積立金管理運用独立行政法人)は2つの中庸な経済シナリオにおいて、国内株式の期待収益率を4.8%と7.0%、外国株式のそれを5.4%と7.6%と推計している

もちろん、多くの人は「インフレによって、現在持っている購買力が将来は目減りする」ということを知識としては身に付けているかもしれない。しかし、デフレが定着していった1990年代後半以降に社会に出て働き始めた人(概ね50歳以下の人)は、最近を除けばインフレの実体験が少ないため、将来インフレで購買力が目減りするということを実感としては持ちづらい、あるいは持っていないのではないかと。インフレへの対抗策である投資をしていない人が75.9%もいるという状況は、こうした点が影響している可能性があるだろう。

つまり、何らかの理由で投資をしていない人に

「『投資家への壁』を探る1万人アンケート」を実施

今回我々が実施したアンケート調査の主な目的は、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資家』の差を明らかにすることだが、多少の誇張が許されるならば、それは最終的に国民のウェルビーイング向上につながるものと考えている。

ウェルビーイングとは、WHO(世界保健機関)によると個人や社会の良い状態(Well-being is a positive state experienced by individuals and societies)のことである。要するに、自分が良い人生を過ごしていると思っている状態だろう。つまりウェルビーイングでは自分がどう思っているかという「主観」が重要である。同じ事象を前にしても、個人により感じ方は異なるため、個人の多様化が進む時代においてウェルビーイングを高めていくには、これまで以上に「個」に焦点を当て、「個」を把握していくことが重要になろう。

ウェルビーイングを高める1つの方法は、構成要素であるファイナンシャル・ウェルビーイングを高めることであり、そのためにはお金について自ら学び、考え、投資し、資産を形成していく必要がある。しかし、投資を始める人は増えている一方で、投資を

とっては、インフレによる購買力低下の実感が、何らかの理由を排して投資に踏み切らせるほどには強くないということだろう。だからと言って、これを放置しておくことは将来発生し得る資産格差の観点から望ましくないと考えられる。投資をしていない人が投資を始めやすくなるような普及・推進策を、これまで以上に講じるべきだろう。

ただし、有効な策を講じるためには、投資をしていない人に投資を躊躇させる理由を、例えば元本割れリスクといった表面的なものだけでなく、多面的・複合的に把握しておく必要があるだろう。

していない人が依然多数という状況を鑑みれば、こうした学び→思考→実践→成果という過程はハードルが高いのかもしれない。

これまでに行われてきた様々な投資に関するアンケートを紐解くと、投資をしない三大理由は「知識が無い」、「お金が無い」、「損が怖い」である。しかし、これでは解像度不足で、まだ投資を始めていない人に対する今後のアクションにつなげることは難しい。一方で、投資をしている人への調査からは、投資をすることによって、ファイナンシャル・ウェルビーイングを高めると同時に、学びを得ているようにも見える。つまり「習うより慣れる」が有効との仮説だが、こちらも解像度が低く断定はし難い。

そこで我々は『投資初心者』と『投資に関心のある未投資家』を対象に、その違い(我々はこれを「投資家への壁」と名付ける)を探るべく、独自にアンケート調査を実施した。特色はパーソナリティに着目した点だ。以降では、調査結果に基づきながら「投資家への壁」を少しでも明らかにし、「壁」の乗り越え方を検討することで、個人投資家の裾野拡大、ひいては国民のウェルビーイング向上に貢献したい。

■ パーソナリティ(性格特性)とは

本アンケート調査の特色の1つとして、パーソナリティへの着目があるため、まずパーソナリティについて簡単に述べておきたい。

パーソナリティは、心理学において「性格」と訳されることが多い用語である。パーソナリティを測定する手法として代表的なものに Big Five (Goldberg, 1990)³がある。Big Fiveとは、人間が持つ様々な性格は、開放性(Openness)、誠実性(Conscientiousness)、外向性(Extraversion)、協調性(Agreeableness)、神経症傾向(Neuroticism)の5つの因子で説明できるとする心理学の理論である。パーソナリティの

捉え方は類型論と特性論の2つに大別されるが、Big Fiveは特性論の一種である。類型論は「あなたは〇〇タイプ」とカテゴリ分けし、質的に理解しようとするものだが、特性論は「あなたの〇〇特性は3、△△特性は1、□□特性は5」など特性ごとにパラメータで表現するもので、量的な程度の差によって個人差を把握しようとする。様々な性格検査がこの5つの因子のいずれかに含まれる、もしくは関連付けられることが示されており、Big Fiveの手法は広く支持されるようになった。

■ Big Fiveの各因子の特徴

	特性	スコアが高い人の傾向
開放性 (Openness)	外界の事物に対する認知の開かれ度合い	興味関心が広く、想像力に富み、好奇心が強い傾向
誠実性 (Conscientiousness)	真面目さ	責任感が強く、計画的に課題等に熱心に取り組む傾向
外向性 (Extraversion)	人や物事に対する積極性	活動的でポジティブな感情を感じやすい傾向
協調性 (Agreeableness)	対人関係における優しさや寛大さ	周囲に対して共感・同調する傾向
神経症傾向 (Neuroticism)	情緒の敏感さや気分の落ち込みやすさ	繊細で、不安やネガティブな感情を感じやすい傾向

*開放性は経験への開放性、誠実性は勤勉性、協調性は調和性、神経症傾向は情緒不安定性とも呼ばれる
(出所)各種資料より大和アセットマネジメント作成

■ 『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』におけるパーソナリティの比較

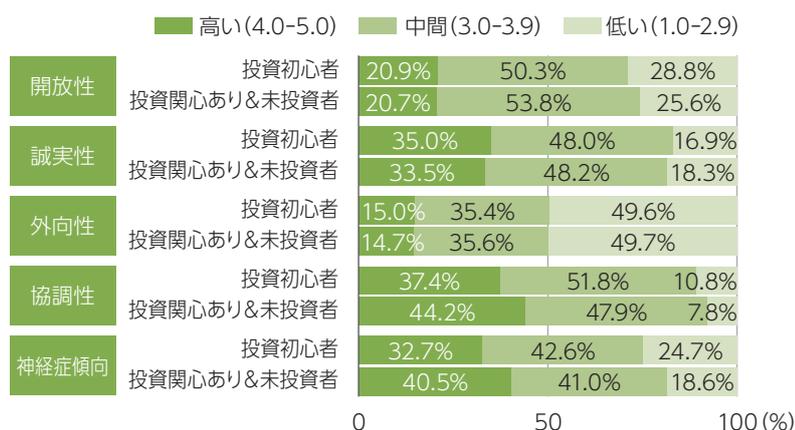
『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の間に、パーソナリティの差はあるのだろうか。またパーソナリティに差があるとしたら、パーソナリティによって「投資家への壁」の高さが異なる可能性は

ないのだろうか。

5つの因子ごとに『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の差を表したのが次の図である。

3. Goldberg, L. R. (1990). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.

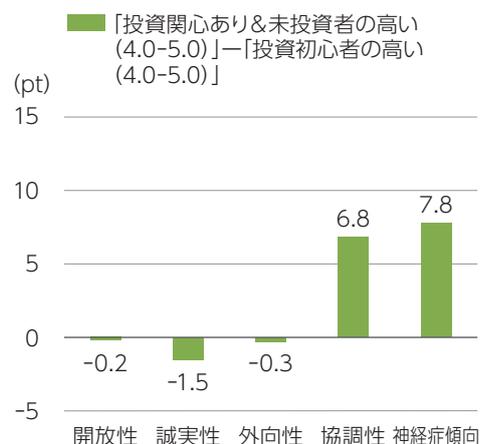
『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の5因子比較



*Big Fiveを測定した設問と選択肢は、p.24を参照
 (出所)大和アセットマネジメント

両者を比較すると、「開放性」「誠実性」「外向性」の3因子において、大きな差は見られなかった。一方、「協調性」「神経症傾向」の2因子において、『投資に関心のある未投資者』が『投資初心者』よりも高い傾向にあることが確認できた。つまり「投資家への壁」が協調性の高さや神経症傾向の高さに表れて

『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の「高い」割合の差



いると考えることができそうだ。

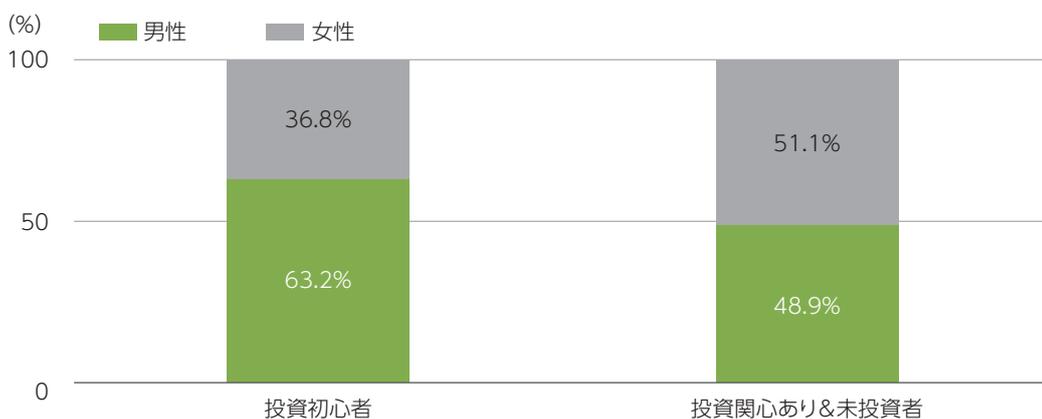
まわりの状況を思いやれるような協調性が高い人、先のことを悪い方も含めて想像し心理的なストレスを抱えやすいような神経症傾向が高い人は、投資への第一歩を踏み出しにくくなっていると推察される。

性差によるパーソナリティ傾向と「投資家への壁」への影響

日本証券業協会の「個人投資家の証券投資に関する意識調査(2025年)」によると、投資している人は男性が57.5%、女性が42.5%である。近年女性割合が高まりつつあるものの、現状は投資家人口が男性に偏っている。本アンケート調査においても『投資初心者』の割合は男性が63.2%、女性が36.8%

と男性の方が多い結果となった。この偏りは、歴史的経緯によって女性よりも男性の所得が高いことなどを反映している面もあるだろうが、パーソナリティ面における性差は関係していないのだろうか。以降では「投資家への壁」を性差とパーソナリティの関係から分析する。

本アンケート調査における性別構成比

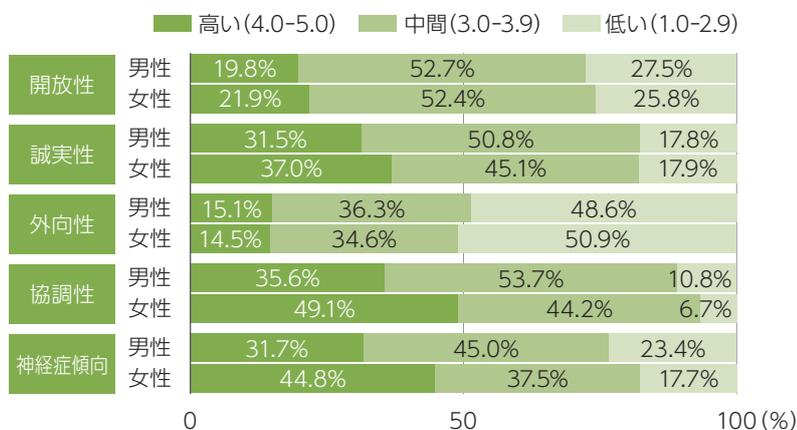


(出所)大和アセットマネジメント

まず、性差の点から男性全体と女性全体を比較すると「開放性」「誠実性」「外向性」の3因子において、両者に大きな差は見られなかった。一方、「協調性」「神経症傾向」の2因子は、女性が男性よりも特に高い傾向にあることが確認できた。このことから、p.12で述べた『投資に関心のある未投資者』と女性の傾向は似ており、女性にとって「投資家への壁」は高いといえそうだ。ただし、『投資初心者』よりも

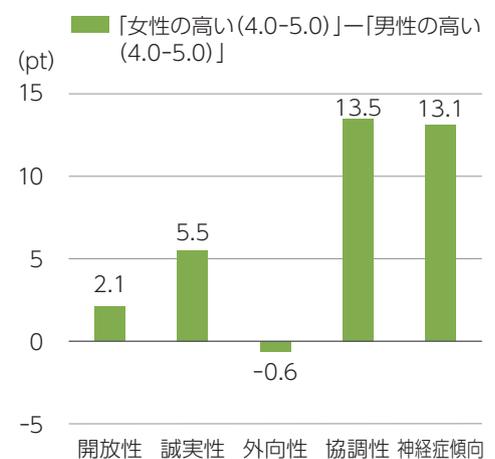
『投資に関心のある未投資者』の協調性と神経症傾向が高い原因は、『投資初心者』の女性比率(36.8%)よりも『投資に関心のある未投資者』の女性比率(51.1%)が高いためとも考えられるので、『投資初心者』『投資に関心のある未投資者』と「男性」「女性」をクロス比較することで、性差とパーソナリティが投資行動に与えている影響を深掘りしたい。

男性と女性の5因子比較



(出所)大和アセットマネジメント

男性と女性の「高い」割合の差



『投資初心者』の男女比較と『投資に関心のある未投資者』の男女比較

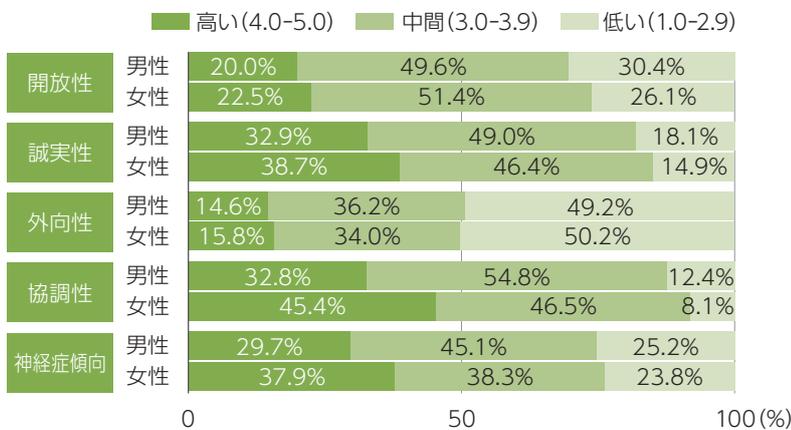
まず『投資初心者』における男性と女性、『投資に関心のある未投資者』における男性と女性を比較すると、「協調性」「神経症傾向」の2因子は『投資初心者』『投資に関心のある未投資者』いずれも女性が男性よりも高い傾向が確認できた。

ただし、「協調性」の男女差は『投資初心者』と

『投資に関心のある未投資者』で、大きくは異ならなかった。

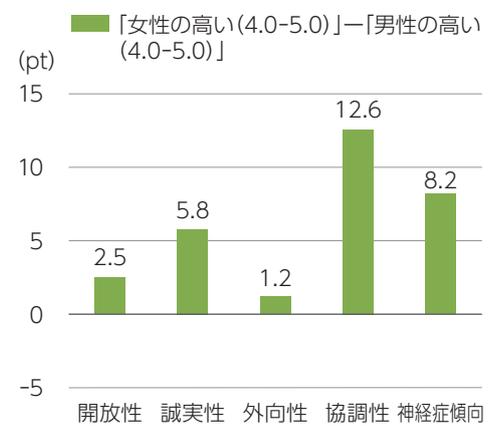
一方、「神経症傾向」の男女差は、『投資初心者』が8.2ポイント(女性-男性)であるのに対し、『投資に関心のある未投資者』は14.5ポイント(同)で、男女差がより顕著であることが確認できた。

『投資初心者』における男性と女性の5因子比較

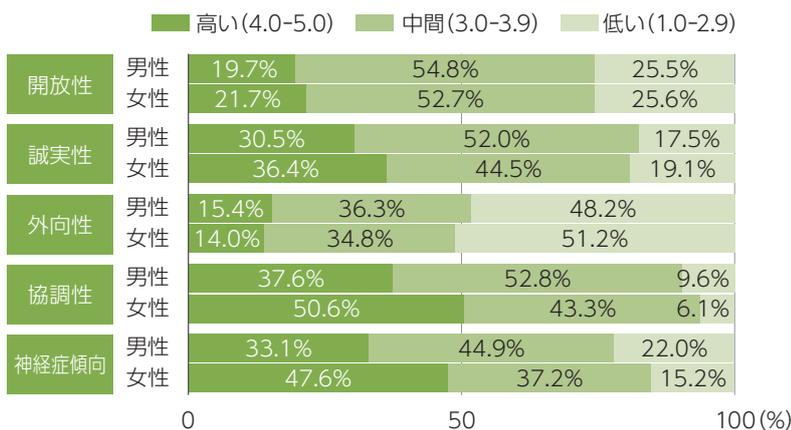


(出所)大和アセットマネジメント

『投資初心者』における男性と女性の「高い」割合の差

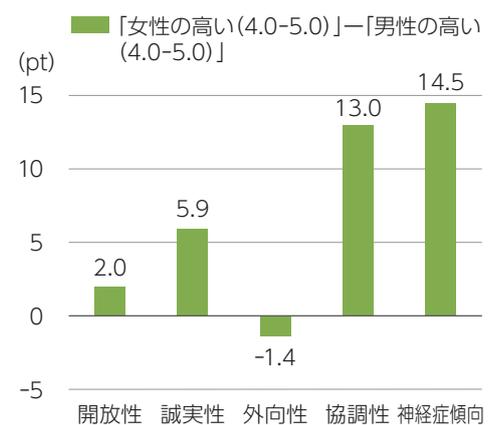


『投資に関心のある未投資者』における男性と女性の5因子比較



(出所)大和アセットマネジメント

『投資に関心のある未投資者』における男性と女性の「高い」割合の差



男女ごとの『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の比較

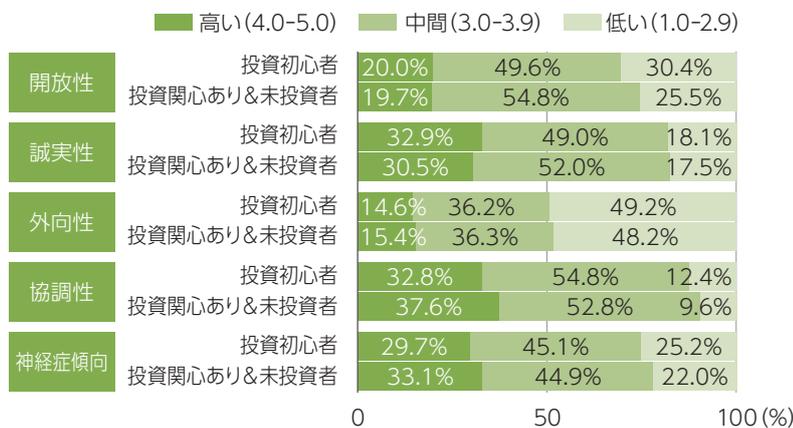
次に、男性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』、女性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』を比較すると、男性、女性問わず、「協調性」「神経症傾向」の2因子は『投資に関心のある未投資者』が『投資初心者』よりも高い傾向が確認できた。

ただし、「協調性」の『投資初心者』と『投資に関心の

ある未投資者』の差は、男性と女性で大きくは異ならなかった。

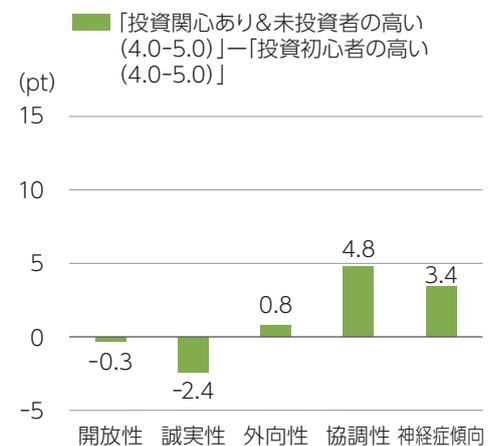
一方、「神経症傾向」の『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の差は、男性が3.4ポイント（『投資に関心のある未投資者』－『投資初心者』）であるのに対し、女性は9.7ポイント（同）で、より差が大きいことが確認できた。

男性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の5因子比較

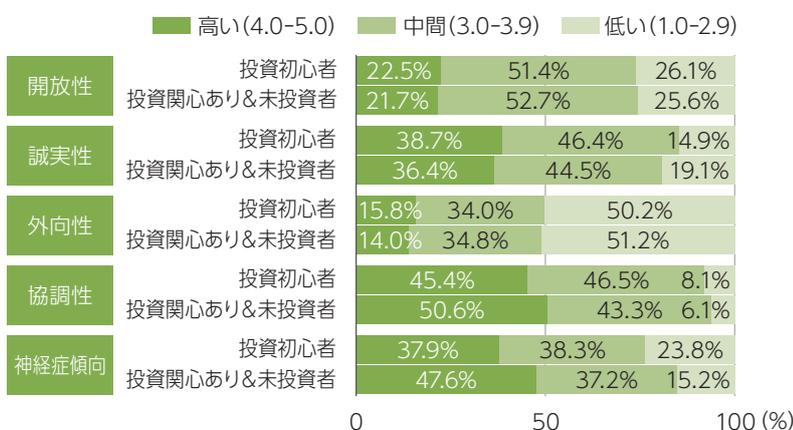


(出所)大和アセットマネジメント

男性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の「高い」割合の差

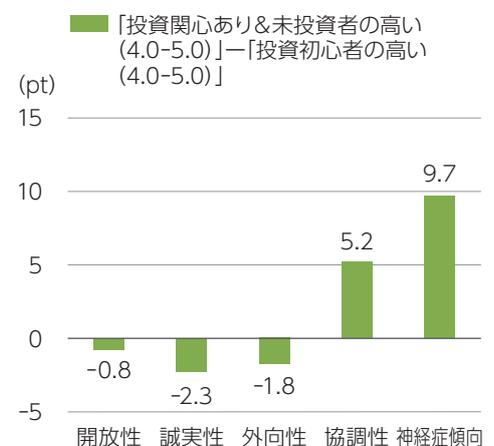


女性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の5因子比較



(出所)大和アセットマネジメント

女性における『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の「高い」割合の差



以上の結果より、男性、女性とも協調性の高低と神経症傾向の高低が、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の間にそびえる「投資家への壁」の高低につながっている可能性が指摘できよう。特に、神経症傾向は男性よりも女性が高い傾向にあることから、男性よりも女性の方が「投資家への壁」が高いのではないかと推察される。

女性の神経症傾向が高い要因については、生物学的な特性や育ってきた環境、これまでの社会における男女の性別役割論など、様々な要因によって生じていると考えられるが、その寄与度に関して定かなことは分からない。しかし、理由はともかく投資家の男女比が男性に偏っている現状は決して望ましいものではなかろう。やはり投資家も、人口構成に従った男女比になるのが自然だと思われる。

そうなるためには、『投資に関心のある未投資者』の女性で、特に神経症傾向の高い人が、投資の第一歩を踏み出しやすくなるようなサポートが必要だろう。投資の入口である口座開設は、多くの金融機関がスマホで簡単にできる仕組みを作っている。しかし、その後の投資に関する質問や相談、そして実際の投資行動までの間に感じる迷いや不安に対して、チャット等の気軽な手段でサポートを提供できる金融機関は少ないのではないだろうか。最近では、フィンフルエンサー（金融系インフルエンサー）のコンテンツを契機として投資に関心を持つ人も少なくない。しかし、神経症傾向が高ければ、コンテンツを見ても思考が堂々巡りするだけで「壁」を乗り越えられないケースは多いだろう。そういった人が必要とする情報の伝達や疑問の解消、不安の軽減などには、金融機関の果たす役割は小さくなかろう。人とのコミュニケーションが苦手でない

人には、対面サービスの利用を促すという方法も不安解消には役立つと思われる。頭では投資の必要性が理解できていながら最後の一步が踏み出せない人には、人による後押しが有効かもしれない。

公的団体であるJ-FLEC（金融経済教育推進機構）は、家計や資産形成に関して、一般個人にJ-FLEC相談員との無料相談（対面、ウェブ、電話）や、J-FLEC認定アドバイザーとの有償相談の費用補助といったサービスを提供しているが、これまでのところ利用は限定的なようだ。しかし、利用が少ないからといって相談のニーズも少ないと決めつけることはできない。例えば、それを必要としている人にサービスの存在が認知されていないだけかもしれない。あるいは、人々の関心が個別商品にあって、J-FLECの方針（個別商品の提案・推奨はせず中立的な立場によるアドバイスを行う）とマッチしていないのかもしれない。はたまた『投資に関心のある未投資者』は自分がどんなタイプのサポートを求めているのか把握できていないのかもしれない。そうであるならば、「知りたい知識は、中立的なアドバイスなのか、個別商品なのか」や、「サポートは、チャット等の気軽な手段を求めているのか、対面で様々な疑問や不安を解消したいのか」など、具体的な相談に入る前段階で適切な相談先に誘導するといった役割も必要とされるだろう。

このように女性や神経症傾向の高い人に「投資家への壁」を乗り越えてもらうための努力は各所で必要と思われるが、それは女性や神経症傾向の高い人だけにとどまらず、すべての人にとって好ましいことと思われる。多くの人々に「投資家への壁」を低く感じてもらえるよう、迷いや不安に対するサポートが拡充されることを期待したい。

第2節 「投資家への壁」を低くする方法を探る

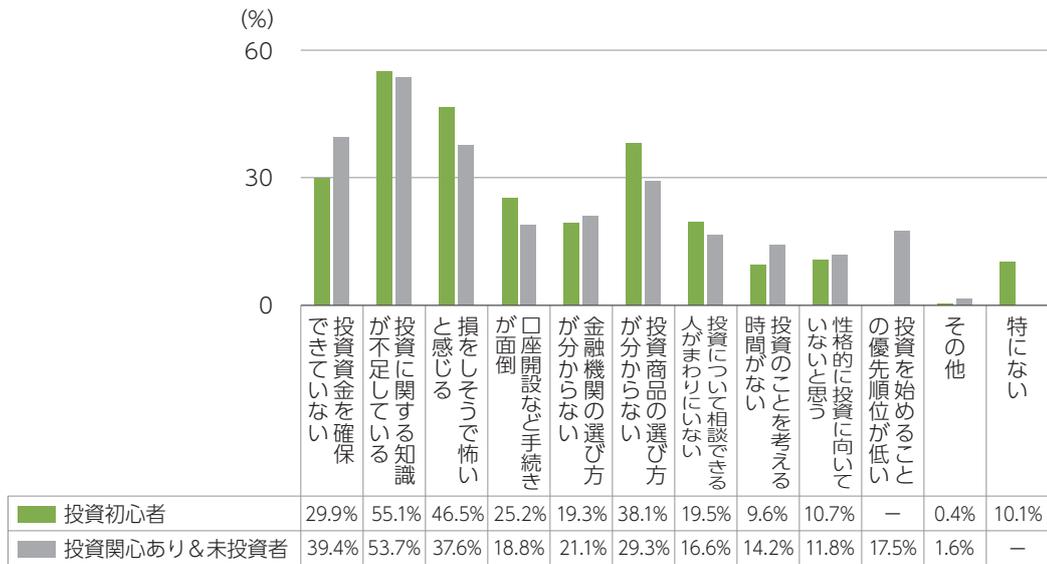
経験を積むことで高まる金融リテラシー

本アンケート調査では『投資初心者』に対して、投資を始める際にあった投資に対する抵抗感や障壁についても聞いている。また、『投資に関心のある未投資者』に対しては、まだ投資を始められていない

理由について聞いている。

結果は、両者ともに1位は「投資に関する知識が不足している」で差は見られなかった。

投資を始める前の抵抗感・障壁/投資をまだ始めていない理由

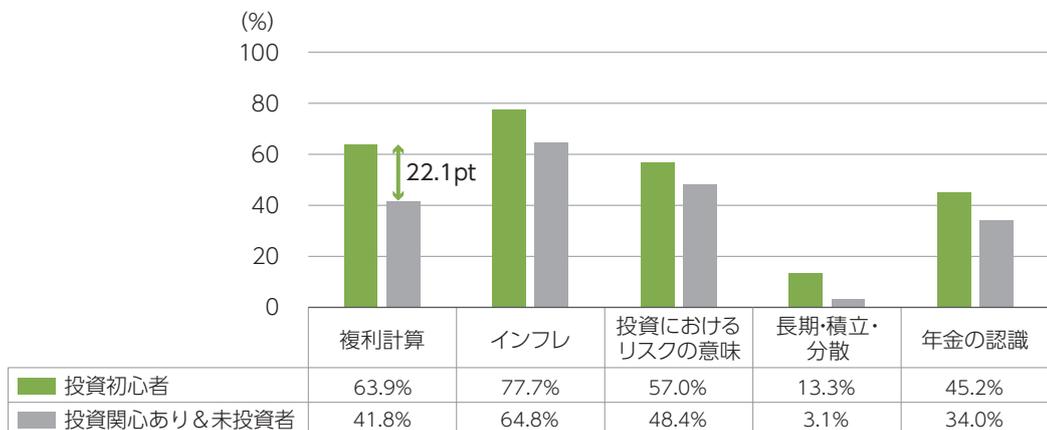


*複数回答可
(出所)大和アセットマネジメント

一方、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』に対して、金融リテラシーについて聞いたところ、「複利計算」の設問で正答率に大きな差(22.1ポイント)が見られた。資産形成に関する情報

提供では、長期・積立・分散投資の説明がされることが多いが、『投資に関心のある未投資者』では「長期投資」のメリットに含まれる「複利効果」への理解が不十分なようだ。

金融リテラシーに関する設問の正答率



*金融リテラシーに関する設問文は、データ編のp.48,49を参照
(出所)大和アセットマネジメント

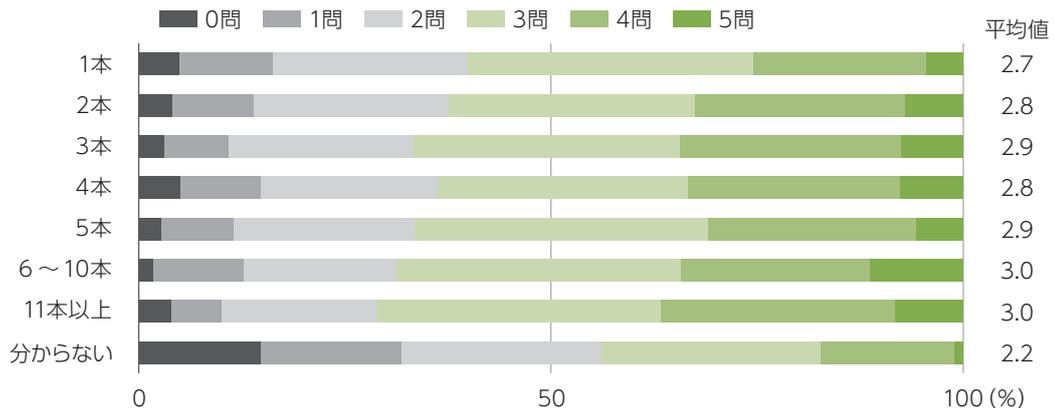
複利効果とは、運用で得た利益を当初の元本にプラスして再び投資することで、利益が利益を生んでいく効果のことを指す。しかし、株式や投資信託等での運用は、予め利率(収益率)が定まっているわけではないため、利率が高かった頃の定期預金などのように、複利効果を目に見える形で実感することは難しだろう。このことが、複利を理解しづらくする要因の1つと考えられる。

こうした複利効果の分かりづらさを解きほぐすような情報を『投資に関心のある未投資者』に対して重点的に提供することが、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の金融リテラシーのギャップ

を埋めるのに効果的といえよう。

また、投資信託の保有本数別に金融リテラシーに関する設問の正答数を見ると、保有本数が増えるにつれて正答数が多くなる傾向が見られた。保有を検討した商品数、投資判断の回数等が増えることで、自ずと投資に関する知識が身に付いたと考えることもできそうだ。この結果から、投資を始める前に金融リテラシーを身に付けるだけでなく、投資を始めてからも金融リテラシーを高めることができると、投資を始める前に認識しておくことが「投資家への壁」を低くする対処法の1つといえるだろう。

投資信託保有本数別の金融リテラシーに関する設問の正答数



*n=2,362
(出所)大和アセットマネジメント

投資による利益を大きくするために重視していることの優先順位

投資の経験がなく、投資に関する知識不足を感じている人にとって、数多くある商品の中から「自分にあった、やりたい投資」ができる商品を選ぶことは「投資家への壁」を高くする原因の1つと考えられる。今まで投資をしたことがない人が「自分にあった、やりたい投資」を具体的にイメージするのは難しく、結果、「自分にあった、やりたい投資」ではなく「投資対象の収益性を重視した投資」を無意識に選択しているのではないだろうか。「投資対象の収益性」を重視すると、リスクの高さや金融リテラシーの不足が懸念材料となり、「投資家への壁」の高さにつながるかもしれない。

投資による利益を大きくするためには「投資対象の収益性」だけではなく、「投資金額」や「投資期間」といった要素もある。そこで本アンケート調査では、『投資初心者』に対して「投資による利益を大きく

するために重視していること」について、「投資金額（投資金額を大きくする）」「投資対象の収益性（高い収益性が期待できるものに投資する）」「投資期間（10年以上などの長期投資をする）」「特にない」の中から上位3つの優先順位を聞いたところ、全部で16パターンの回答が得られた。以下は、そのランキングである。

1位、2位あわせて約3割の人が「投資対象の収益性」を最も重視すると回答している。やはり投資による利益を大きくするとすると、収益性の高さに目が向くようだ。一方、3位、4位あわせて約25%の人は「投資対象の収益性」を2番目に重視することと回答している。「投資対象の収益性」以上に、「投資期間」や「投資金額」を重視する『投資初心者』が少なくないことも分かった。

投資による利益を大きくするために重視していること(全体)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	15.9%
2位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	13.6%
3位	投資期間	投資対象の収益性	投資金額	12.7%
4位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	12.4%
5位	特にない	特にない	特にない	11.8%
6位	投資期間	投資金額	投資対象の収益性	10.4%
7位	投資金額	投資期間	投資対象の収益性	9.0%
8位	投資対象の収益性	特にない	特にない	2.6%
9位	投資期間	特にない	特にない	2.4%
10位	投資期間	投資対象の収益性	特にない	2.3%
11位	投資対象の収益性	投資金額	特にない	2.3%
12位	投資対象の収益性	投資期間	特にない	2.1%
13位	投資期間	投資金額	特にない	1.0%
14位	投資金額	投資対象の収益性	特にない	0.9%
15位	投資金額	投資期間	特にない	0.4%
16位	投資金額	特にない	特にない	0.3%

(出所)大和アセットマネジメント

次に、ここでもパーソナリティとの関係を見ておこう。パーソナリティ別の回答パターンのランキングでは、誠実性・協調性・神経症傾向が高い人が最も重視

することの1位は「投資対象の収益性」という結果となった。一方、開放性・外向性が高い人が最も重視することの1位は「投資金額」という結果となった。

■ 投資による利益を大きくするために重視していること(パーソナリティ別)

開放性が高いグループ(n=815)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	18.5%
2位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	17.5%
3位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	15.8%

誠実性が高いグループ(n=1,365)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	15.6%
2位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	15.0%
3位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	14.2%

外向性が高いグループ(n=586)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	21.0%
2位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	16.4%
3位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	14.4%

協調性が高いグループ(n=1,457)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	16.6%
2位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	15.1%
3位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	13.7%

神経症傾向が高いグループ(n=1,274)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	16.9%
2位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	15.8%
3位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	14.4%

(出所)大和アセットマネジメント

さらに、「投資家への壁」を感じやすいとみられる神経症傾向が高い人にも着目したい。Big Fiveの5因子はそれぞれが独立しており、対になる概念はない。しかし、神経症傾向はネガティブな情動に対する反応性、外向性はポジティブな情動に対する反応性ともいわれ、この2つの因子は情動の方向性が逆といえる。そのため、神経症傾向と外向性の2因子に着目し、神経症傾向が高い人で、外向性が高い場合と低い場合を比較した。

神経症傾向が高く、かつ、外向性が高い人が最も重視することの1位は「投資金額」という結果となった。

神経症傾向が高く、かつ、外向性が低い人が最も重視することの1位は「投資対象の収益性」だった。一方、最も重視することの2位・3位は「投資期間」という結果となった。

「投資対象の収益性」と比較して「投資金額」と

「投資期間」は、自分でコントロールしやすい要素である。心理的ストレスを受けやすい人は、自分でコントロールできる範囲に注意を向けたほうがストレスを軽減して投資と向き合うことができるだろう。また「投資対象の収益性」について、リスク・リターンバランスや市況等を鑑みて自分にとっての最適解を見つけ出すことは容易ではないが、「投資金額」と「投資期間」は自分の持てる範囲内で決めるよりほかに、解を出しやすい要素といえる。

以上の結果より、神経症傾向が高く、心理的ストレスを受けやすい人は、外向性が高いならば「投資金額」を優先順位の上位、外向性が低いならば「投資期間」を優先順位の上位とすることを意識することで、「投資家への壁」を低くすることができるのではないだろうか。

■ 投資による利益を大きくするために重視していること (神経症傾向が高い)

神経症傾向が高い&外向性が高い(n=263)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資金額	投資対象の収益性	投資期間	28.3%
2位	投資対象の収益性	投資期間	投資金額	16.6%
3位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	14.7%

神経症傾向が高い&外向性が低い(n=711)

	最も重視すること	2番目に重視すること	3番目に重視すること	
1位	投資対象の収益性	投資金額	投資期間	16.6%
2位	投資期間	投資対象の収益性	投資金額	14.7%
3位	投資期間	投資金額	投資対象の収益性	13.3%

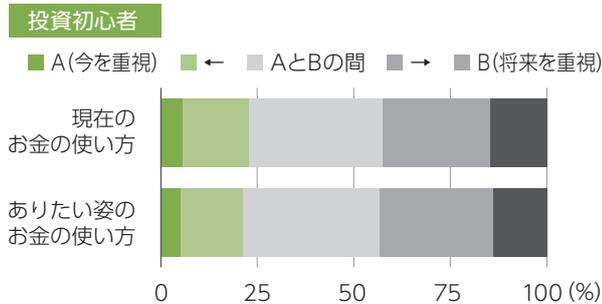
(出所) 大和アセットマネジメント

■ お金の使い方における価値観

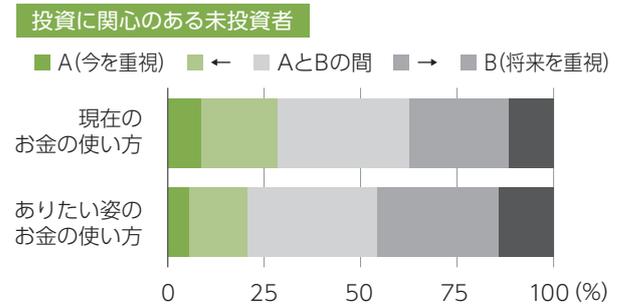
お金とウェルビーイングの関係を考えて、ポイントになるのはお金をどう増やすかとともに、どう使うかだろう。ウェルビーイングを高める具体的なお金の使い方となると、人それぞれだ。そこで本アンケート

調査では、現在(現実)とありたい姿(理想)、今と将来という視点で、お金の使い方について『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』に聞いた。

■ お金の使い方における価値観



(出所) 大和アセットマネジメント



現在のお金の使い方では、『投資初心者』の方が「将来を重視」の割合が多く、『投資に関心のある未投資者』の方が「今を重視」の割合が多い結果となった。

一方、ありたい姿のお金の使い方では、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』の回答の分布に大きな差は見られなかった。

また、『投資初心者』と『投資に関心のある未投資者』それぞれで、現在のお金の使い方とありたい姿のお金の使い方を比較すると、『投資初心者』の方が、

現在のお金の使い方とありたい姿のお金の使い方が近くなっていることが示された。投資を始める前に、お金の使い方を見直す機会が生まれるからだろうか。

このことから、投資を始める行為には、現在(現実)とありたい姿(理想)のギャップを埋め、理想に近づく自己実現の側面があると考察できる。すなわち、投資を始めることでウェルビーイングが向上する可能性があるのではないだろうか。

「投資家への壁」を低くする方法

以上から、第1章のまとめとして「投資家への壁」を低くする方法を4点挙げたい。

第1に、パーソナリティの神経症傾向が高い人は、自分がそういう傾向であるということ、そのため自分は「投資家への壁」を高く感じやすいかもしれないということ認識しておく必要がある。投資に限ったことではないだろうが、心構えが違えば、行動も違ってこよう。

第2に、パーソナリティの神経症傾向が高い人は特にそうだが、それ以外の人も含め、投資による利益を大きくしようと思えば、自分でコントロール可能な「投資金額」や「投資期間」を重視する必要がある。「投資対象の収益性」を過度に重視すると、自分の短期的なリスク許容度を超えてしまうケースが懸念される。そうすると、『投資に関心のある未投資者』が投資に踏み切れなくなるのはもちろん、『投資初心者』であっても投資から離脱し、未投資者に戻ってしまうかもしれない。

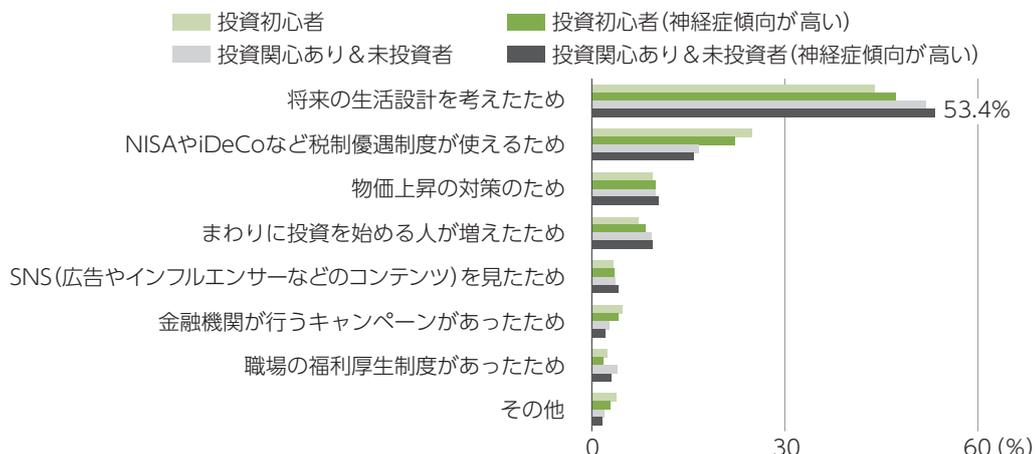
第3に、金融リテラシーは投資を始める前にすべて習得しなければならないものではなく、投資を始めてから習得しても良いということ意識しておく必要がある。「習うより慣れる」は、投資に関してもある程度当てはまる。金融リテラシーの習得が不十分で

不安だと感じるならば、「投資金額」を小さくする、「投資期間」を長くする等、リスクを控えめにする選択肢もある。

第4に、投資を始めると、お金の使い方がありたい姿に近づくということも認識しておく必要がある。投資をしていない人は、将来を重視したお金の使い方をしたいと思うほどには、それを実現できていないが、投資にはそのギャップを埋める効果があるようだ。

最後に、金融関係者など投資家の裾野拡大を図る者は、投資に関心のある未投資者がパーソナリティにおいて協調性と神経症傾向が高い傾向にあることを理解しておくべきだろう。特に神経症傾向が高い人は不安を感じやすいため、「将来への不安」に対処するための資産形成ニーズがむしろ強いかもしれない。しかし同時に「投資家への壁」も高いと感じているだろう。そうした人々が取り残されることなく将来に向けた資産形成を行えるように、金融関係者は不安の源泉と対処方法を示す必要がある。それとともに投資啓蒙にあたっては、過度に不安を煽らず、読み手・聞き手が理解する際の負担を減らすようなコンテンツのストーリーやサービスの設計など「伝え方」の工夫が求められているのではないだろうか。

投資に興味・関心を持った最大のきっかけ



*投資初心者(神経症傾向が高い):n=1,274、投資関心あり&未投資者(神経症傾向が高い):n=2,855
(出所)大和アセットマネジメント

APPENDIX | 年代別のパーソナリティ傾向

第1章本編では、性差によるパーソナリティ傾向を取り上げたが、参考として年代によるパーソナリティ傾向も示しておく。

女性は神経症傾向が高いと前述したが、全年代均等というわけではない。平均値を見ると、男女とも神経症傾向は年齢とともに低下する傾向が見られた。特に女性の方が低下するスピードが急速で70代で男性と同程度にまで低下した。

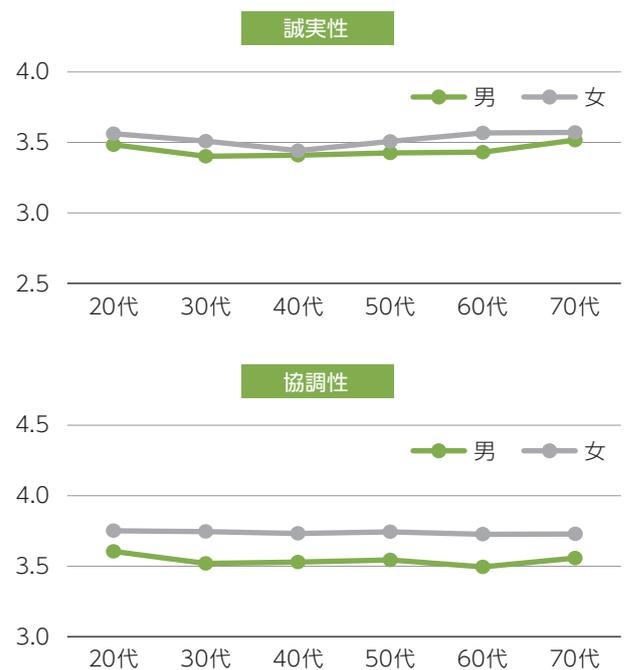
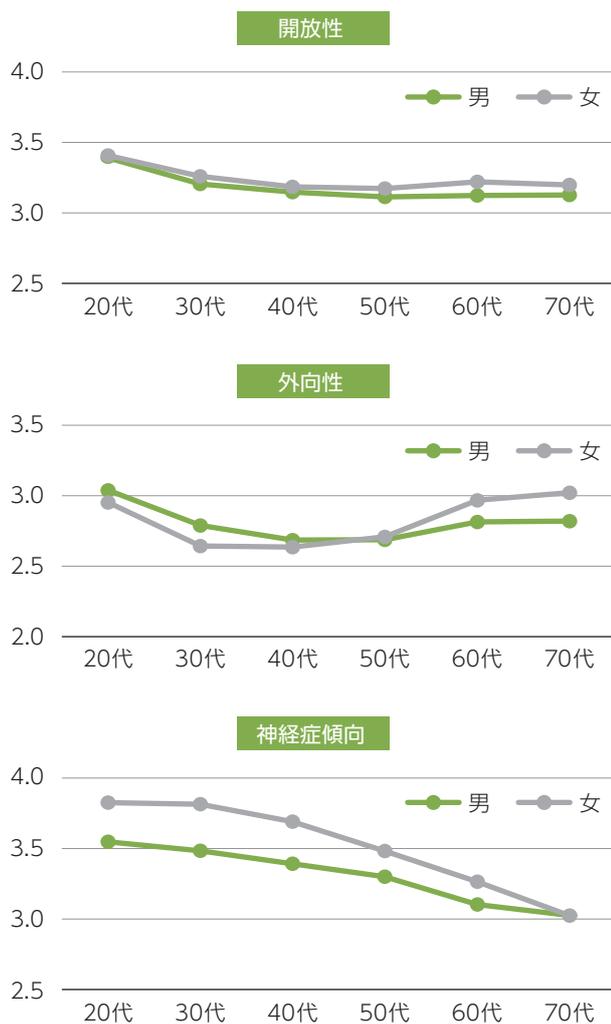
また特徴的なグラフの形が見られたのは外向性の因子だ。若年期と高齢期で高く、その間が低いU字形になっている。また、若年期は男性の方が

高い一方、高齢期では女性の方が高くなる傾向が見られた。

今回の分析で外向性と「投資家への壁」の関係性は述べていないが、外向性が人や物事に対する積極性という特性であることを考慮すると、外向性の高さは、投資を始めることにポジティブに作用すると推測される。

したがって投資啓蒙にあたっては、女性を対象とする場合、年代による傾向の差が大きい点なども考慮に入れた「伝え方」を考える必要があるだろう。

年代別のパーソナリティ



(出所)大和アセットマネジメント

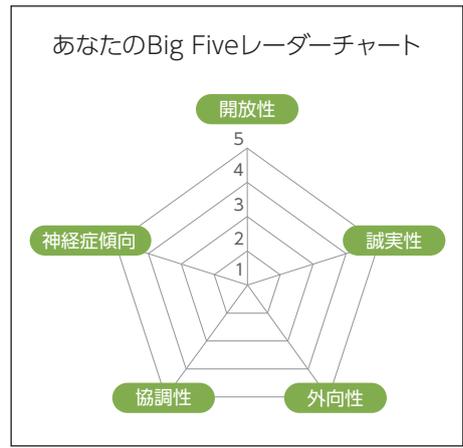
APPENDIX | 本アンケート調査で用いたBig Five Inventoryの設問と選択肢

以下の項目について、あなたにあてはまるものをお答えください。

	非常にあてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない
1. 新しいアイデアや経験に対して好奇心を持つ					
2. 芸術や音楽に強い関心がある					
3. 抽象的な考え方をするのが好きである					
4. 物事を計画的に進める方である					
5. 締め切りを守ることに強い責任感を持っている					
6. 整理整頓が得意である					
7. 人と話すことが好きである					
8. パーティーや集まりに積極的に参加する					
9. 初対面の人ともすぐに打ち解けられる					
10. 他人の気持ちに敏感に反応する					
11. 困っている人を見ると助けたくなる					
12. 対立を避け、円満な関係を築こうとする					
13. ストレスを感じやすい方である					
14. 小さなことで不安になりがちである					
15. 感情の浮き沈みが激しいと感じる					

*非常にあてはまる…5点、ややあてはまる…4点、どちらともいえない…3点、あまりあてはまらない…2点、まったくあてはまらない…1点として、特性ごとに平均値を算出。3点台を「どちらともいえない=中間」として位置づけ、4-5点台を「高い」、1-2点台を「低い」と定義

	平均値
開放性 1. 新しいアイデアや経験に対して好奇心を持つ 2. 芸術や音楽に強い関心がある 3. 抽象的な考え方をするのが好きである	
誠実性 4. 物事を計画的に進める方である 5. 締め切りを守ることに強い責任感を持っている 6. 整理整頓が得意である	
外向性 7. 人と話すことが好きである 8. パーティーや集まりに積極的に参加する 9. 初対面の人ともすぐに打ち解けられる	
協調性 10. 他人の気持ちに敏感に反応する 11. 困っている人を見ると助けたくなる 12. 対立を避け、円満な関係を築こうとする	
神経症傾向 13. ストレスを感じやすい方である 14. 小さなことで不安になりがちである 15. 感情の浮き沈みが激しいと感じる	



*Big Fiveの測定方法には、Ten Item Personality Inventory (TIPI-J)の10項目で測定する方法や、Big Five Inventory-2 (BFI-2)の60項目で測定する方法など様々なものがある。BFI-2については、短縮した30項目 (BFI-2-S) や15項目 (BFI-2-XS) も存在する。本調査では「日本語版Big Five Inventory-2」のうち15項目で測定する短縮版で公開されている事例を参考に、回答者がスムーズに理解・回答ができるよう設問文を調整したものをを使用した
(出所)大和アセットマネジメント