

社員の資産運用に関する意識及び実態調査報告 (2022年12月実施)

2023年1月

株式会社 クレア・ライフ・パートナーズ



調査概要

- 回答者プロフィール
- クラスタ分類手続きについて

p3
p4
p6

Summary

- 1. 資産形成・資産運用の実態
- 2. 勤務先での金融教育の実態
- 3. 資産形成関与と職場評価の関係性（共分散構造解析）
- 4. 御社浸透度、商品・サービス特徴から受ける印象
- 5. LMP、LMTの受容性

p8
p13
p15
p16
p17

調査結果の詳細

第1章 生活意識

- 1. ライフスタイル
- 2. 生活の変化・将来展望
- 3. 現在の生活満足度
- 4. 人生設計の明確度
- 5. 将来についての不安

p21
p23
p25
p28
p29

第2章 資産形成・資産運用の実態

- 1. 資産形成・資産運用への興味・関心度
- 2. 資産形成・資産運用に興味がある理由
- 3. 資産形成・資産運用の実施状況
- 4. 資産形成・資産運用の情報源
- 5. 投資先や投資商品・サービスの重視要素

p32
p35
p36
p38
p41

- 6. 投資や運用の専門機関・専門家への相談意向
- 7. 投資や運用の専門機関・専門家へ相談したくない理由
- 8. 資産形成・資産運用方法の浸透度
- 9. 投資の実施意向
- 10. 資産形成・資産運用についての不安・不満

p42
p43
p44
p48
p46

第3章 金融教育・投資教育の実態

- 1. 金融・投資教育の経験
- 2. 金融・投資教育の満足度
- 3. 金融リテラシーの自信度
- 4. 望ましい金融・投資教育
- 5. 勤務先での研修・セミナー受講意向

p53
p55
p56
p57
p59

第4章 CLP浸透度、御社商品・サービスの受容性

- 1. CLP浸透度
- 2. 商品・サービスの印象
- 3. 商品・サービスの魅力度
- 4. LMP、LMTの魅力度
- 5. LMP、LMTの価格受容性

p64
p65
p71
p77
p81

第5章 就業意識

- 1. 就業観

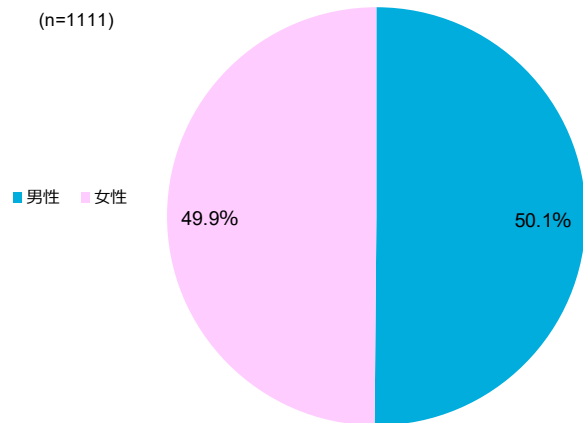
p85

調査概要

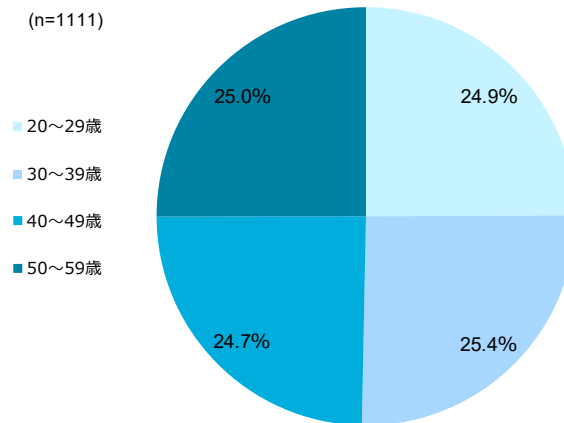
- 調査目的 : 一般企業・団体の正規社員・正規職員における金融教育・資産運用に対する意識・実態を明らかにするため
- 調査対象 : 企業・団体に正規社員・正規職員として従事している全国の20歳~59歳の男女
(割付)
性別(男性/女性)×年代(20代/30代/40代/50代)で均等割付
- 有効回収数 : 1,111名
- 調査方法 : インターネットによるアンケート調査を実施
マクロミル社のアンケート収集ツール及び調査対象のデータベースを活用し、弊社独自の調査及び分析を実施
- 調査時期 : 2022年12月2日(金)~12月5日(月)

回答者プロフィール（個人属性）

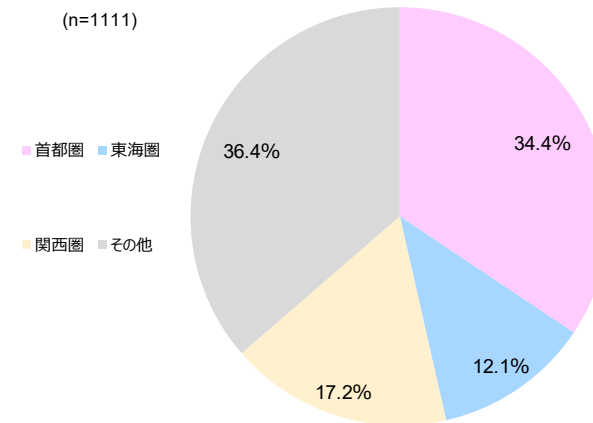
SC1 あなたの性別をお答えください。（全体／単一回答）



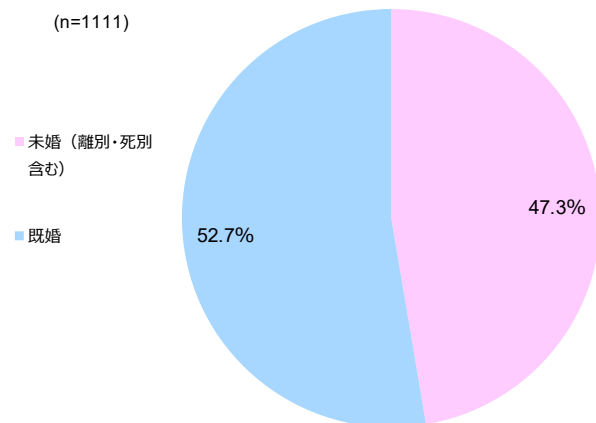
SC2 あなたの年齢をお答えください。（全体／単一回答）



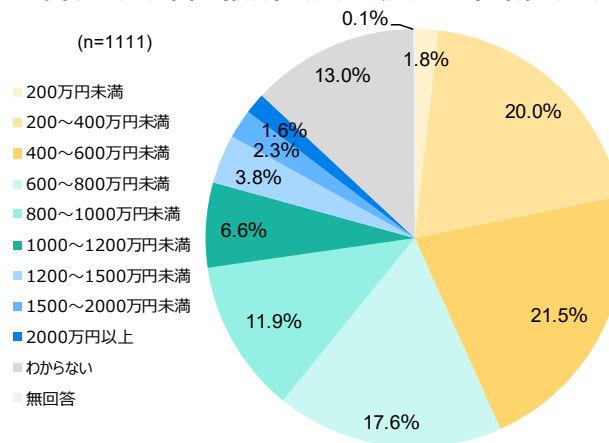
F1 あなたのお住まいをお選びください。（全体／単一回答）



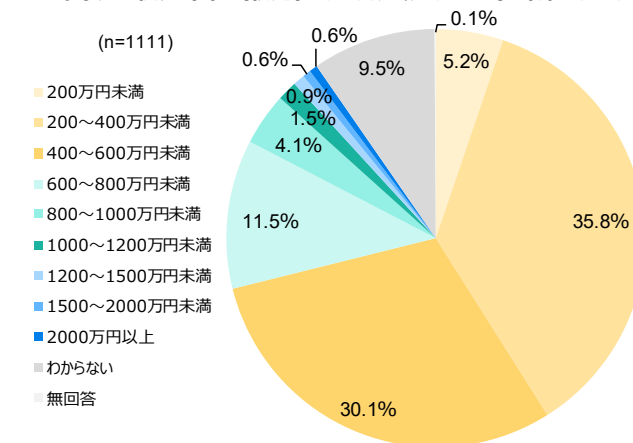
F2 あなたは、現在ご結婚されていますか。（全体／単一回答）



F4 あなたの世帯年収（税込）を教えてください。（全体／単一回答）

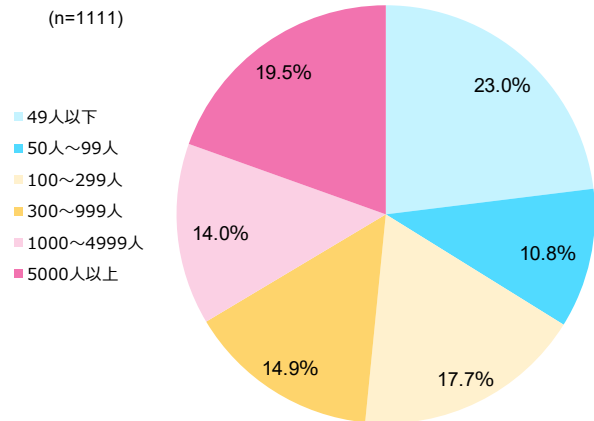


F5 あなたの個人年収（税込）をお答えください。（全体／単一回答）

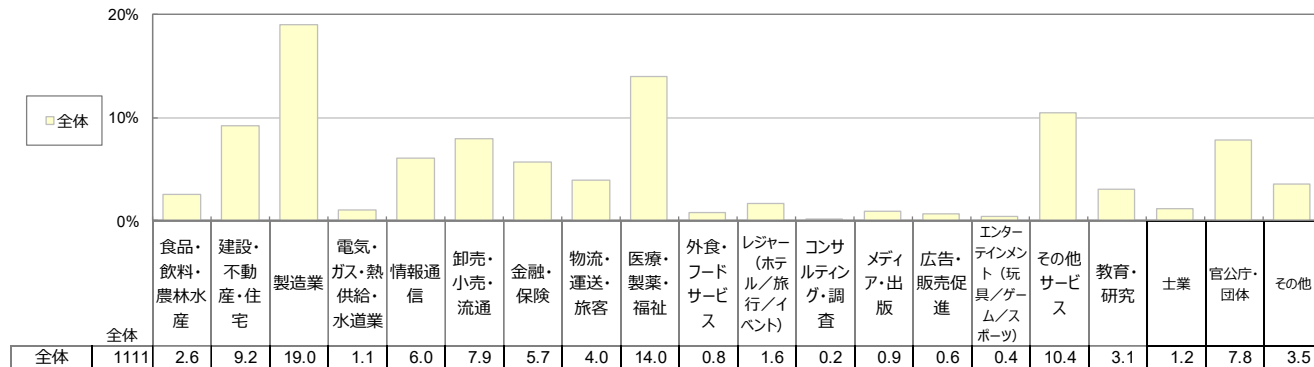


回答者プロフィール(勤務先属性)

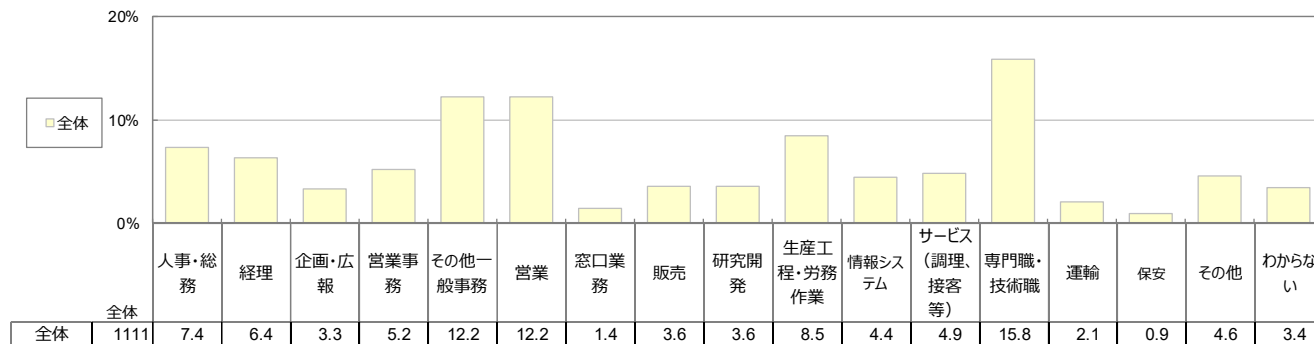
Q26 勤務先の従業員規模をお答えください。(全体/単一回答)



Q27 勤務先の業種をお答えください。※複数の業種がある場合は、主な業種をお答えください。(全体/単一回答)



Q28 現在の職種をお答えください。※複数の職種がある場合は、主な職種をお答えください。(全体/単一回答)



生活意識・行動によるクラスタ分類手続きについて

【分析手続き】

Step1.日常生活についての意識・行動における因子分析を実施。

- まず、17項目の日常生活についての意識・行動に対する考えを元に、因子分析（最尤法、プロマックス回転）を実施し、以下の3因子を抽出した（価値観の集約を実施）。第1因子は、「流行を常に追い求めていきたい」「一人であるよりも皆でワイワイ過ごすのが好き」「贅沢な暮らしをしたい」などに強く反応していることから、共通要素として**“アクティブ・贅沢”因子**と解釈した（SNSでの発信、周囲から相談されるなど、イノベーター的な価値観も含まれる）。同様に、第2因子は「周囲の人に影響されず、自ら判断することが多い」「人に頼らず生きていきたい」などに強く反応していることから**“マイペース”因子**、第3因子は「苦労してでも、色々なことに挑戦していきたい」「多少のリスクがあっても新しいことに挑戦したい」に強く反応していることから**“挑戦”因子**と解釈した。

Step2.各回答者の上記因子得点を元にクラスタ分析を実施。

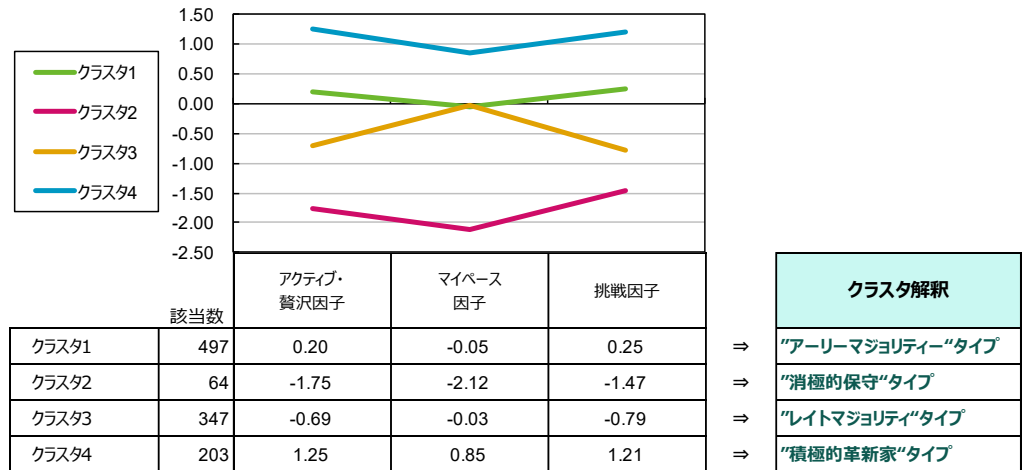
- 各回答者のstep1により抽出された3因子に対する因子得点を算出し、この因子得点を元に**クラスタ分析（非階層式）**を実施した。抽出されたクラスタは4タイプで、**クラスタ4**はいずれの因子にも強く反応しており、特に、“アクティブ・贅沢”因子、“挑戦”因子に強い反応を見せていることから、“**積極的革新家”タイプ**と解釈した。逆に、**クラスタ2**はいずれも負の反応を見せていることから“**消極的保守”タイプ**と解釈した。**クラスタ1**は“アクティブ・贅沢”因子、“挑戦”因子にやや正の反応を見せていることから“**アーリーマジョリティ”タイプ**、**クラスタ3**は**アクティブ・贅沢”因子**、“**挑戦”因子**に負の反応を見せていることから“**レイトマジョリティ”タイプ**と解釈した。

■ 因子分析結果（最尤法、プロマックス回転）

	因子1	因子2	因子3
固有値→	5.965	1.651	1.103
寄与率→	35.1	9.7	6.5
因子解釈→	アクティブ・ 贅沢因子	マイペース 因子	挑戦因子
流行を常に追い求めていきたい	0.87	-0.20	-0.04
一人であるよりも皆でワイワイ過ごすのが好き	0.59	-0.11	0.13
SNS等で情報発信をすることが多い	0.57	-0.20	0.16
周囲の人から相談されることが多い	0.54	0.07	0.11
贅沢な暮らしをしたい	0.52	0.22	-0.20
モノを買う時は価格よりもブランドや品質を重視する	0.52	0.11	0.01
新しい生活を求め、暮らしを変えていきたい	0.43	0.10	0.19
自分の好きなことや趣味にはお金を惜しまない	0.40	0.32	-0.05
週末はなるべく出かけたい	0.39	0.12	0.13
自ら積極的に情報収集する方だ	0.37	0.32	0.10
定期的に購読している新聞や雑誌がある	0.33	-0.12	0.22
将来の人生設計はきちんと考えている	0.32	0.17	0.21
のんびりとした生活を送りたい	-0.01	0.66	-0.27
周囲の人に影響されず、自ら判断することが多い	-0.12	0.58	0.28
人に頼らず生きていきたい	-0.13	0.54	0.16
苦労してでも、色々なことに挑戦していきたい	0.08	0.00	0.79
多少のリスクがあっても新しいことに挑戦したい	0.21	-0.00	0.63

※ 網掛け：■ …0.5以上、■ …0.3以上

■ クラスター重心

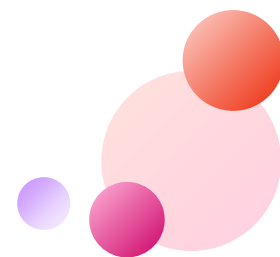


（参考）

- **アーリーマジョリティ**:新しい商品やサービスなどに対する関心が高い層。アーリーマジョリティは取り入れた商品やサービスを市場に浸透させる役割を担っていることから、ブリッジピープルとも呼ばれる。
- **レイトマジョリティ**:新製品や新技術の採用には懐疑的で、周囲の大多数が採用している場面を見てから採用する層。



Summary



1. 資産形成・資産運用の実態 1) 経験の有無、興味の有無に関する実態

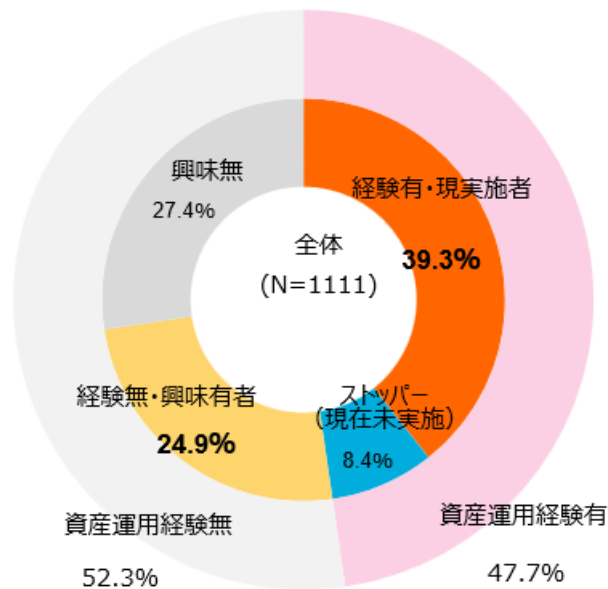
資産形成・資産運用経験があり、現在も実施していると回答した者（「経験有・現実実施者」）

- 全体の4割を占めている
- 積極的革新家タイプ（日常生活が“アクティブ・賢沢”“挑戦”的志向の強い層）の中では6割が該当している。
- 個人属性では、男性40代、高年収層で、金融教育経験率が高く、金融リテラシーに自信を持っている者が多いことが特徴的
- 勤務先の属性については、300人以上の中堅企業以上に勤務している者が多く、情報通信や金融・保険業の割合が高く、役職が高いほど割合が高くなっているのも特徴的

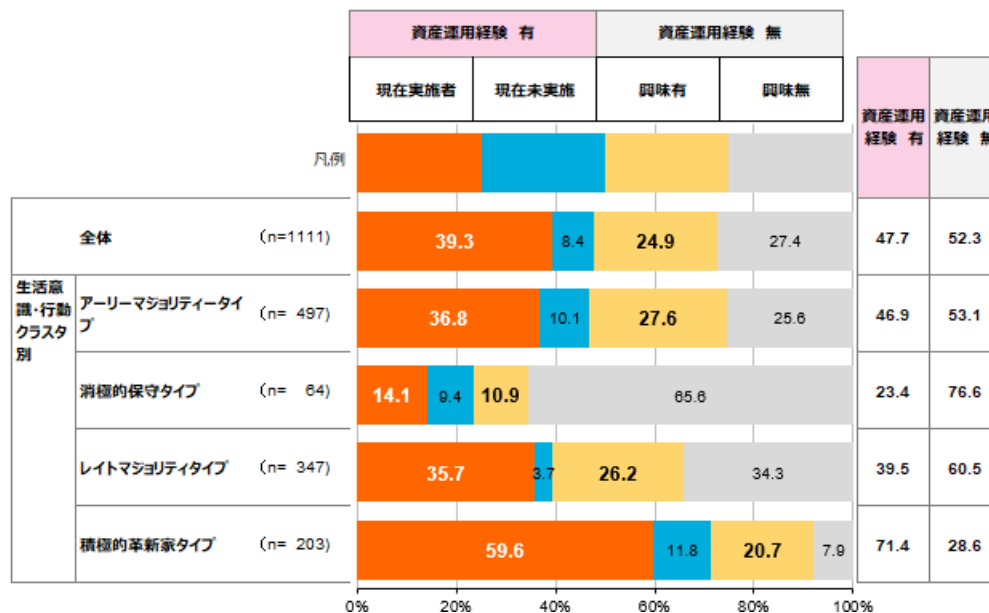
資産形成・資産運用の実施経験はないが、興味はあると回答した者（「経験無・興味有者」）

- 25%と、4人に1人を占める。
- 個人属性については、女性30代以下、低年収層が多い特徴がみられた。
- 金融教育経験率は低く、金融リテラシーについても自信を持っている者の割合が少ない。
- 勤務先の属性については、規模による出現率は顕著な差はないが、金融・保険業の割合が高く、さらに、医療・製薬・福祉やその他サービス業の割合が高くなっていた。役職については、一般社員や係長・主任クラスが多くなっている。

資産形成・資産運用経験の実態



生活意識・行動クラス別 資産運用の実態



1. 資産形成・資産運用の実態 1) 経験の有無、興味の有無に関する実態

■ 個人属性別出現率

			経験有・現実者	経験無・興味有者
全体		(n=1111)	39.3	24.9
性年代別	男性	(n= 557)	43.3	17.8
	20代	(n= 138)	42.0	17.4
	30代	(n= 143)	42.0	19.6
	40代	(n= 137)	47.4	14.6
	50代	(n= 139)	41.7	19.4
	女性	(n= 554)	35.4	32.1
	20代	(n= 139)	25.2	37.4
	30代	(n= 139)	37.4	36.7
	40代	(n= 137)	40.1	29.9
	50代	(n= 139)	38.8	24.5
個人年収別	400万円未満	(n= 242)	28.1	32.2
	400～600万円未満	(n= 239)	41.0	23.4
	600～800万円未満	(n= 195)	45.1	24.1
	800～1000万円未満	(n= 132)	50.8	21.2
	1000万円以上	(n= 158)	52.5	16.5
金融資産別	300万円未満	(n= 360)	31.1	33.9
	300万円～1000万円未満	(n= 261)	46.4	23.4
	1000万円以上	(n= 192)	70.3	12.0
CLP浸透度別	特徴認知	(n= 41)	70.7	2.4
	会社名のみ認知	(n= 88)	48.9	11.4
	非認知	(n= 982)	37.2	27.1
金融教育経験別	金融教育経験者	(n= 268)	59.3	14.9
	非経験者	(n= 843)	33.0	28.1
金融リテラシー別	自信あり	(n= 233)	67.0	11.6
	自信なし	(n= 878)	32.0	28.5

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

■ 勤務先別出現率

			経験有・現実者	経験無・興味有者
全体		(n=1111)	39.3	24.9
勤務先規模	49人以下	(n= 256)	30.9	28.5
	50人～99人	(n= 120)	37.5	22.5
	100～299人	(n= 197)	36.5	23.9
	300～999人	(n= 165)	44.8	28.5
	1000～4999人	(n= 156)	46.8	23.7
	5000人以上	(n= 217)	43.3	21.2
	勤務先業種別	食品・飲料・農林水産	(n= 29)	41.4
建設・不動産・住宅		(n= 102)	37.3	24.5
製造業		(n= 211)	39.3	23.2
電気・ガス・熱供給・水道業		(n= 12)	50.0	8.3
情報通信		(n= 67)	55.2	16.4
卸売・小売・流通		(n= 88)	35.2	26.1
金融・保険		(n= 63)	46.0	30.2
物流・運送・旅客		(n= 44)	40.9	18.2
医療・製薬・福祉		(n= 156)	32.7	35.3
外食・フードサービス		(n= 9)	22.2	44.4
レジャー		(n= 18)	38.9	27.8
コンサルティング・調査		(n= 2)	—	—
メディア・出版		(n= 10)	30.0	30.0
広告・販売促進		(n= 7)	42.9	14.3
エンターテインメント		(n= 4)	25.0	25.0
その他サービス		(n= 116)	36.2	30.2
教育・研究		(n= 34)	44.1	17.6
土業	(n= 13)	46.2	15.4	
官公庁・団体	(n= 87)	39.1	20.7	
その他	(n= 39)	48.7	15.4	
役職別	部長クラス	(n= 33)	69.7	6.1
	課長クラス	(n= 83)	57.8	15.7
	係長・主任クラス	(n= 200)	45.5	25.0
	一般社員	(n= 768)	34.2	26.6
	専門職・特別職	(n= 27)	44.4	29.6

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

1. 資産形成・資産運用の実態 2) 資産運用の方法

「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」の利用ニーズは更に高まる。

● 資産運用実施者の具体的方法

貯蓄以外では、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」(53%)が最も高く、これに「生命保険」「株式投資」「投資信託」が4割前後で続いている。話題の「ウイスキーカスク」は、日本市場参入から日が浅く、1%程度とまだ低い。日本のパイオニアであるCLPの特徴認知者に限定すると8%まで浸透、実物資産投資の有力新人として今後注目度がいっそう高まる。

● 今後利用したい方法

「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」「株式投資」「投資信託」が順位を上げ、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」は貯蓄を抜いてトップとなっている。「ウイスキーカスク」については現時点では浸透度は低い。男女20代では今後の利用意向が5%前後と他属性よりも高めとなっている。

● 投資方法

長期投資、積立投資、分散投資ともに5割前後だが、「経験有・現実実施者」では長期投資の実施意向が最も高く、「経験無・興味有者」は積立投資の実施意向が高い。分散投資については「経験有・現実実施者」の実施意向が極めて高くなっている。

■ 行ったことのある資産形成・資産運用の方法

※資産運用経験者のみ

1位	貯蓄（普通預金、定期預金、外貨預金）	76.2%
2位	NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度	52.5%
3位	生命保険	43.8%
4位	株式投資	43.2%
5位	投資信託	37.2%

★ 現状ではウイスキーは1%
※CLP特徴認知者では8%

■ 今後利用したい資産形成・資産運用の方法

1位	NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度	33.9%
2位	貯蓄（普通預金、定期預金、外貨預金）	25.7%
3位	株式投資	20.3%
4位	投資信託	17.6%
5位	生命保険	11.5%

★ ウイスキーは2%
※男女20代では5%前後

★ 資産運用経験者・非経験者ともに利用意向順位は同じだが、非経験かつ興味有者は「NISAなどの税制優遇制度」に集約傾向

■ 投資実施方法の意向

		(%)		
		長期投資	積立投資	分散投資
全体	(n=1111)	50.6	51.0	45.3
資産運用経験有・現実実施者	(n= 557)	80.1	75.5	74.8
資産運用経験無・興味有者	(n= 138)	51.3	57.8	41.9

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

1. 資産形成・資産運用の実態 3) 利用情報源、投資先や投資商品・サービスの重視要素

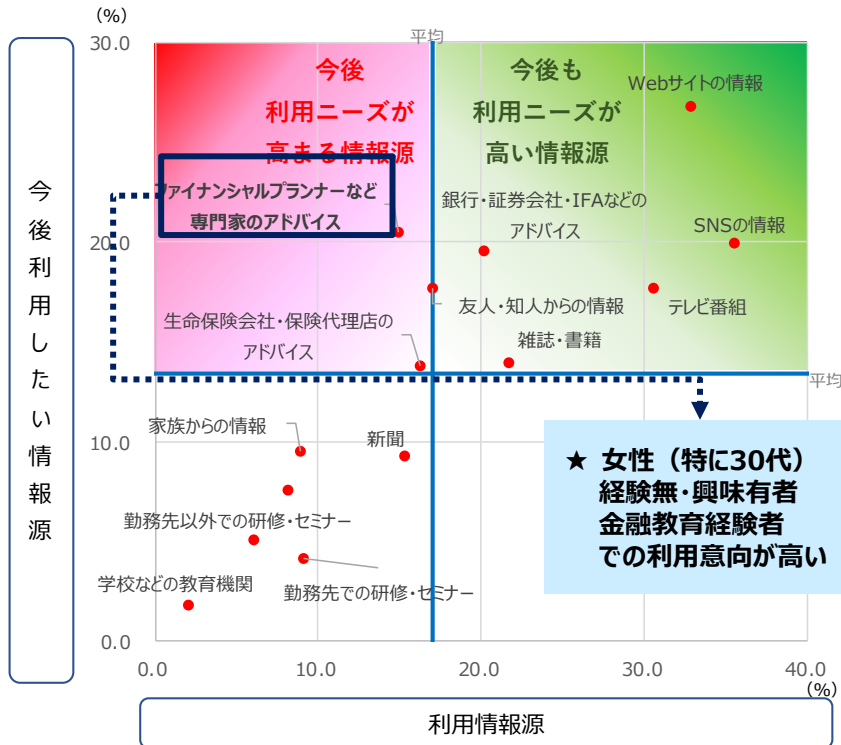
★「フィナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」の利用ニーズは、資産運用経験無・興味有者を中心として更に高まる。

★販売会社・運用会社については「大手・有名」であることよりも「評判の良さ」が重視されている。

資産形成・資産運用をする際の利用した情報源と今後利用したい情報源をみると、「Webサイトの情報」「SNSの情報」「銀行・証券会社・IFAなどのアドバイス」「テレビ番組」などは、現在、今後ともに利用ニーズの高い情報源である。一方、「フィナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」は現在の利用率は相対的に低いが、今後の利用率は高まっている。

投資先や投資商品・サービスの重視要素は「利回りの高さ」がトップ。販売会社や運用会社については、「大手・有名」であることよりも「評判の良さ」が重視されている。また、経験有・現実実施者では「手数料や信託報酬の水準」、経験無・興味有者では「販売会社の評判の良さ」がより重視されているのも特徴的であった。

■ 利用した情報源と今後利用したい情報源



■ 投資先や投資商品・サービスの重視要素

1位	利回りの高さ	28.6%
2位	販売会社の評判がよい	28.2%
3位	運用会社の評判がよい	26.7%
4位	販売会社が大手・有名である	25.4%
5位	配当金や分配金の実績	23.8%
6位	運用会社が大手・有名である	23.7%

★ 資産運用経験有・現実実施者では「販売会社の評判がよい」がトップ

★ 資産運用経験有・現実実施者では「手数料や信託報酬の水準」が「利回りの高さ」に次いで高い

1. 資産形成・資産運用の実態 3) 不安要素・不満要素

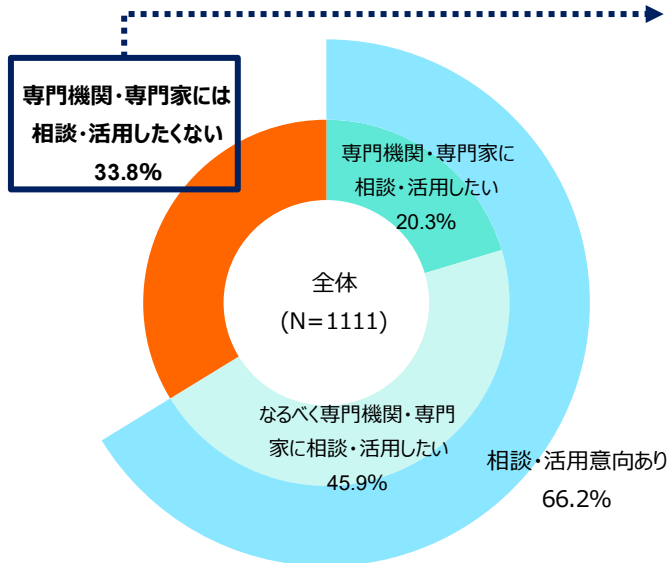
★資産運用経験者は“失敗時のリスク”、経験無・興味有者は“誰に”“何を”相談したらよいのかわからないことが不安・不満要素のトップ。

資産形成・資産運用の際に、投資先や投資方法について専門機関・専門家に相談したい（活用したい）と回答した者は3人に2人で、相談意向のない者は少数派となっている。

相談意向のない者は少数派という前提だが、相談したくない理由は、資産運用経験者では「専門機関・専門家に都合のよい商品・サービスを薦められそうだから」、経験無・興味有者では「どのような専門機関・専門家に相談したらよいのか、よくわからないから」がトップ。

また、資産形成・資産運用の不安・不満要素では、資産運用経験者では「失敗した時のリスクが心配」がトップ。一方、経験無・興味有者では不安・不満要素が多岐にわたる傾向をみせており、特に、「どのように資産形成・資産運用してよいのか、よくわからない」が最も強い不安・不満要素となっていた。

■ 専門機関・専門家への相談意向



■ 専門機関・専門家へ相談したくない理由

1位	専門機関・専門家に都合のよい商品・サービスを薦められそうだから	25.1%
2位	どのような専門機関・専門家に相談したらよいのか、よくわからないから	20.5%
3位	相談料が高そうだから	16.5%
4位	薦められる商品・サービスが限定されそうだから	12.3%
5位	専門機関・専門家が信頼できないから	12.0%

- ★ 資産運用経験者では「専門機関・専門家に都合のよい商品・サービスを薦められそうだから」が4割強でトップ
- ★ 経験無・興味有者では「どのような専門機関・専門家に相談したらよいのか、よくわからないから」が4割弱でトップ

■ 資産形成・資産運用についての不安・不満

1位	どのように資産形成・資産運用してよいのか、よくわからない	41.6%
2位	失敗した時のリスクが心配	37.4%
3位	どのような投資商品・サービスを選べばよいのか、よくわからない	29.0%
4位	どのような投資商品・サービスがあるのか、よくわからない	28.0%
5位	投資手続きが面倒	19.0%

- ★ 資産運用経験者では「失敗した時のリスクが心配」が4割でトップ
- ★ 経験無・興味有者では「どのように資産形成・資産運用してよいのか、よくわからない」がトップで6割を超える。また、経験無・興味有者では軒並みスコアが高く、不安要素が多い

2. 勤務先での金融教育の実態 1) 金融教育経験・満足度、求められる教育内容

★職場での金融教育は現状は不十分と判断される。

★求められる金融教育は、資産形成・資産運用の“基礎的知識”“具体的な運用方法”に加え、“家計管理”も高い。

勤務先での金融教育の経験率は、金融・保険（44%）以外は低水準で、経験者の満足度も4割に満たない。

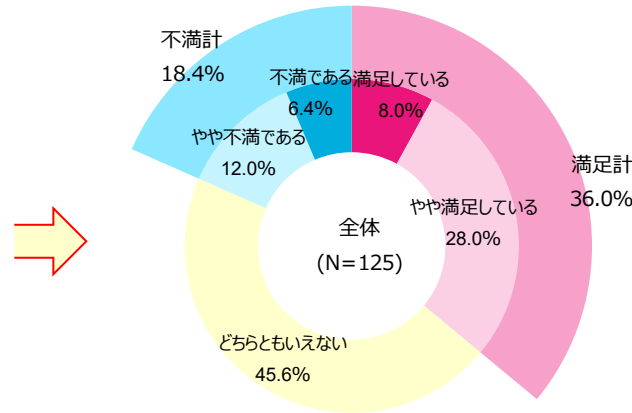
望ましい金融教育は、資産運用・資産形成についての“基礎的知識を学べる”“具体的な運用方法を学べる”、“家計管理に関する知識を学べる”ことが上位に挙げられた。資産運用経験者においても資産運用・資産形成についての“基礎的知識を学べる”ことがトップとなっている点にも注目したい（⇒知識に自信のない者も多い？勉強意欲が高い？）。

■ 勤務先での金融教育経験

		全体 (n=1111)	(%)
資産運用経験の有無等	資産運用経験有・現実実施者	(n= 437)	11.3
	資産運用経験無・興味有者	(n= 277)	16.5
勤務先規模別	49人以下	(n= 256)	6.6
	50人～99人	(n= 120)	5.8
	100～299人	(n= 197)	8.6
	300～999人	(n= 165)	9.1
	1000～4999人	(n= 156)	16.7
	5000人以上	(n= 217)	19.8
勤務先業種別	食品・飲料・農林水産	(n= 29)	10.3
	建設・不動産・住宅	(n= 102)	6.9
	製造業	(n= 211)	12.8
	電気・ガス・熱供給・水道業	(n= 12)	16.7
	情報通信	(n= 67)	14.9
	卸売・小売・流通	(n= 88)	14.8
	金融・保険	(n= 63)	44.4
	物流・運送・旅客	(n= 44)	6.8
	医療・製薬・福祉	(n= 156)	3.2
	外食・フードサービス	(n= 9)	11.1
	レジャー	(n= 18)	16.7
	コンサルティング・調査	(n= 2)	50.0
	メディア・出版	(n= 10)	—
	広告・販売促進	(n= 7)	—
	エンターテインメント	(n= 4)	—
	その他サービス	(n= 116)	8.6
	教育・研究	(n= 34)	—
	士業	(n= 13)	7.7
	官公庁・団体	(n= 87)	9.2
	その他	(n= 39)	7.7

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

■ 勤務先での金融教育の満足度



■ 望ましい金融教育

1位	資産運用・資産形成についての基礎的な知識を学べる	39.5%
2位	資産運用・資産形成についての具体的な運用方法を学べる	33.4%
3位	家計管理に関する知識を学べる	31.6%
4位	ひとりひとりの状況に応じた適切な運用方法を学べる	23.0%
5位	生命保険に関する知識を学べる	19.8%

★資産運用経験有者及び経験無・興味有者ともに「資産運用・資産形成についての基礎的な知識を学べる」が5割前後でトップ

★経験無・興味有者では「家計管理に関する知識を学べる」も高め

2. 勤務先での金融教育の実態 2) 企業内研修・セミナーのニーズ

★組織・キャリア・ビジネス・ライフプラン系の研修・セミナーとのタイアップは、受講意向を高めるといって相乗効果が期待できる。

勤務先での研修・セミナー受講意向は、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナー」がやや群を抜いている。これに「公的年金制度・老後資金に関する研修・セミナー」「生命保険などの具体的な投資商品に関する研修・セミナー」「最新の投資手法、投資商品に関する研修・セミナー」「タックスマネジメント（税金の負担を軽くする工夫）に関する研修・セミナー」と続き、お金・投資に関する研修・セミナーのニーズの高さが伺える。

また、研修・セミナーの受講の重なりをみると、組織・キャリア・ビジネス・ライフプラン系の研修・セミナーの受講意向がある者は、お金・投資系の研修・セミナーへの受講意向も高いことがわかる。

■ 研修・セミナーの受講意向

順位	研修・セミナーの名称	受講意向 (%)
1位	NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナー	50.5%
2位	公的年金制度・老後資金に関する研修・セミナー	39.5%
3位	生命保険などの具体的な投資商品に関する研修・セミナー	37.8%
4位	最新の投資手法、投資商品に関する研修・セミナー	36.9%
5位	タックスマネジメント（税金の負担を軽くする工夫）に関する研修・セミナー	36.9%

★「NISAなどの資産形成に関する研修・セミナー」の受講意向がトップで、これら上位研修・セミナーはいずれも受講意向が高い

■ 勤務先での研修・セミナー受講意向の重なり

組織・キャリア・ビジネス・ライフプラン系	勤務先での研修・セミナー	n数	お金・投資系						
			NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナー	生命保険などの具体的な投資商品に関する研修・セミナー	最新の投資手法、投資商品に関する研修・セミナー	タックスマネジメント（税金の負担を軽くする工夫）に関する研修・セミナー	相続税対策と相続手続きに関する研修・セミナー	公的年金制度・老後資金に関する研修・セミナー	自社株・ストックオプション・RSUなどに関する研修・セミナー
組織・キャリア・ビジネス・ライフプラン系	勤務先の福利厚生制度に関する研修・セミナー	355	82.5	69.3	64.5	69.0	61.7	73.8	48.5
	チームビルディングに関する研修・セミナー	257	80.2	68.9	71.6	75.5	66.9	77.8	58.8
	コミュニケーション活性化に関する研修・セミナー	299	78.3	67.2	68.2	68.9	65.6	76.3	52.8
	人事評価制度の構築・運用に関する研修・セミナー	252	78.6	77.4	74.6	75.0	70.6	79.0	61.1
	キャリアプランニングに関する研修・セミナー	295	80.7	71.9	72.5	72.2	68.5	77.6	53.9
	働き方改革に関する研修・セミナー	301	80.7	70.1	69.8	72.4	66.8	78.4	52.5
	業務標準化に関する研修・セミナー	258	79.5	72.9	72.9	75.6	70.2	78.7	57.8
	ライフプランに関する研修・セミナー	393	85.2	73.3	72.5	74.8	67.2	80.2	44.5

※1 赤字…70%以上

3. 資産形成関与と職場評価の関係性（共分散構造解析）

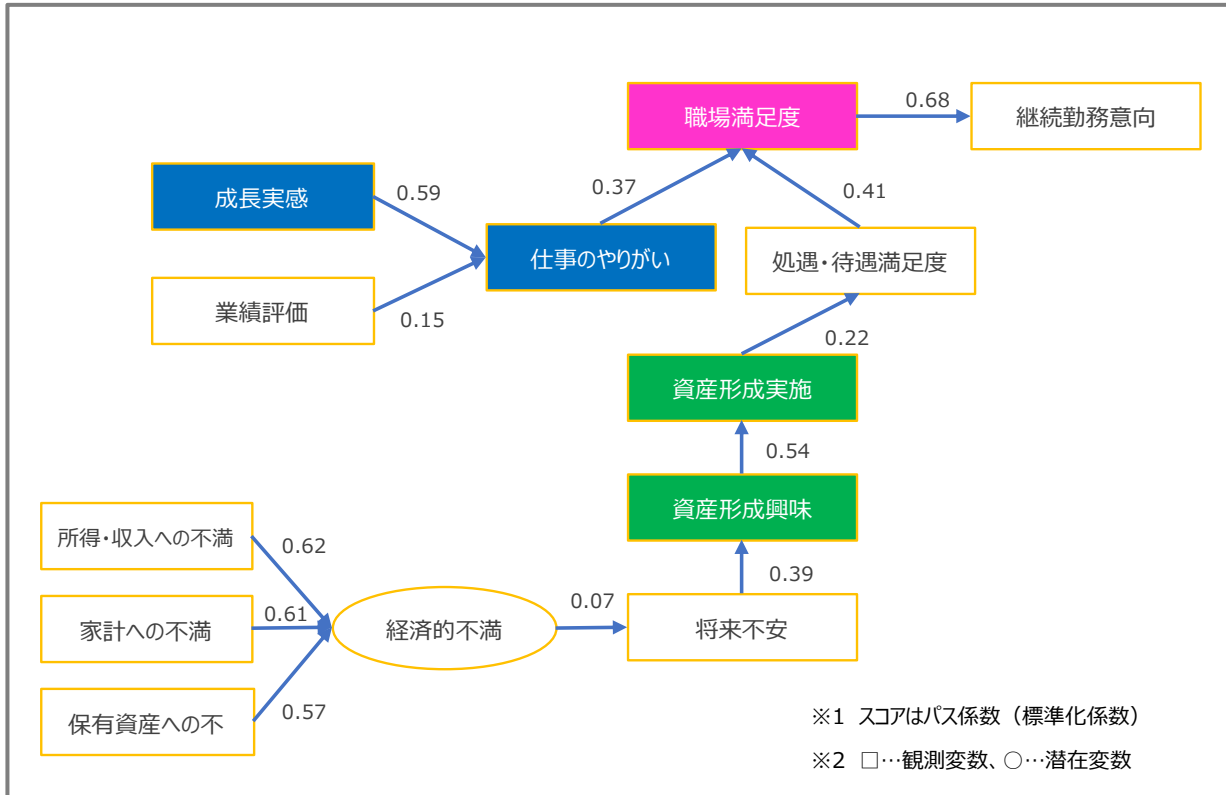
★資産形成への関与は、職場評価にも結び付いており、ライフプラン、プランニング支援に関するサポートは従業員のエンゲージメント向上にも寄与するものと思われる。

資産形成関与と職場評価との関係を構造化した（共分散構造解析）。

これを見ると、職場満足度は、仕事のやりがいと処遇・待遇満足度から醸成されていることがわかる。処遇・待遇満足度は、資産形成実施状況からの結びつきが確認された（資産形成を行っている者ほど、職場の処遇・待遇は満足していると回答）。

資産形成の実施状況は、当然ではあるが、資産形成興味度との結びつきがあり、資産形成興味度は、所得・収入や家計などの経済的不満から将来不安が派生し、将来不安のある者ほど、資産形成興味度が高くなっている。

■ 資産形成関与と職場評価の関係性



4. 株式会社クリア・ライフ・パートナーズ（以下“CLP”）の認知度及び商品・サービスの魅力度

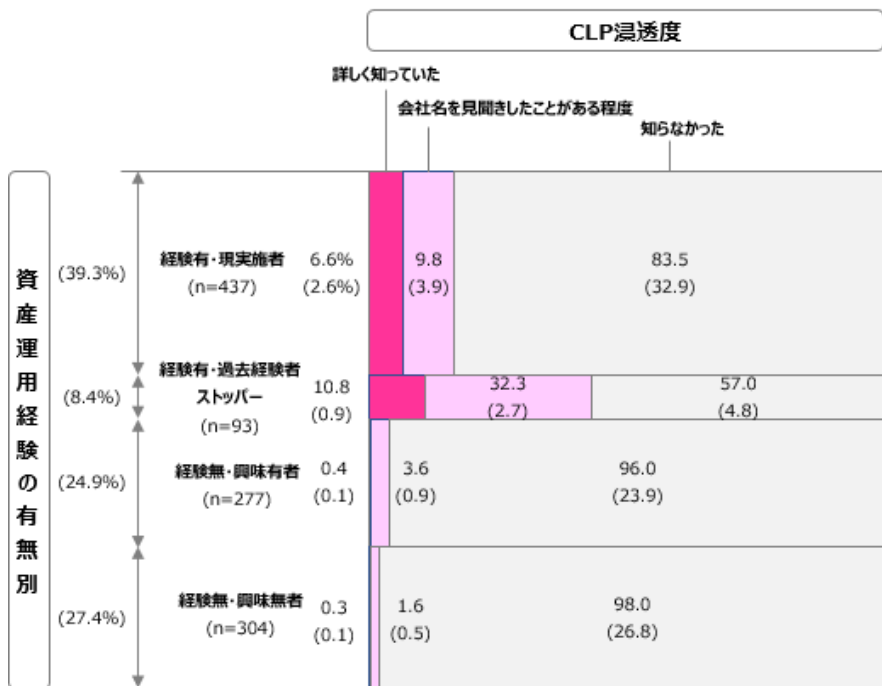
★資産形成・資産運用経験者では、約10人に1人はCLPの特徴まで認知していると回答。

CLPの浸透度*1をみると、特徴認知は全体では4%だが、資産運用経験者・現実実施者では7%、ストッパー（過去に資産形成・資産運用を行ったことがある者）では11%。一方、資産運用非経験者かつ興味者では「会社名を見聞きしたことがある程度」を合わせて4%程度の可能性を秘める

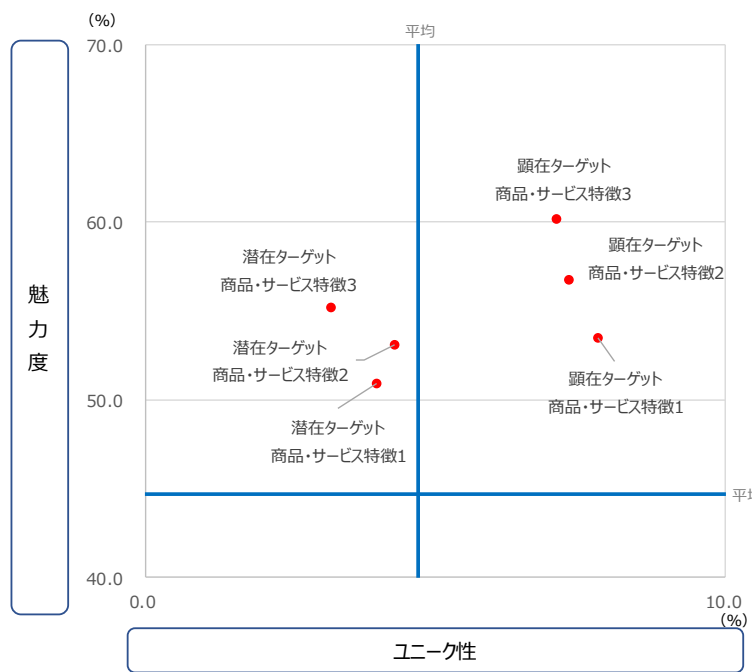
CLP商品・サービスの魅力度をみると、「運用によって資産を“増やす”ことだけではなく、無駄な“支出を圧縮”する、増減両側面からのアプローチ（計画実行）が可能」の魅力度が相対的に高い。

*1調査時に「株式会社クリア・ライフ・パートナーズ（CLP）は、資産形成コンサルティングを軸に、グループ企業間で、金融商品取引業・生命保険販売代理店・不動産取引業・海外投資サポート業などを営む会社です」という説明文を提示した上で、CLPの認知度を採取している。

■ CLPの浸透度



■ ターゲット別に見た御社商品・サービスの印象（ユニーク性）と魅力度



商品・サービス特徴1…「投資商品の情報提供、計画、実行、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である」
 商品・サービス特徴2…「国内最大の商品数を取り扱っています。～幅広いワンストップサービスが提供できる体制を整えています」
 商品・サービス特徴3…「運用によって資産を“増やす”ことだけではなく、無駄な“支出を圧縮”する、増減両側面からのアプローチが可能」

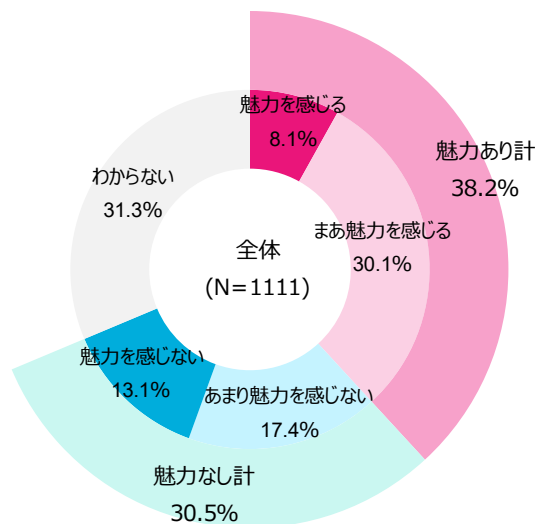
5. LMP、LMTの受容性 1) LMPの受容性

★LMPの魅力度は資産運用経験者では5割強、経験無・興味者では4割強と高い。サービスに魅力を感じている者の7割近い者は対価を支払うことを受容している。

LMPの魅力度*1は38%となっており、特に資産運用経験者では5割を超えている。従業員規模別では規模が大きくなるほど魅力度が高い傾向がみられ、300人以上の中堅企業では魅力度が4割を超える。業種別では、金融・保険（43%）、医療・製薬・福祉（42%）で魅力度が4割を超えている。また、官公庁・団体、製造業も4割近い
価格受容性についてみると、LMP魅力者に限定すると、10万円よりも高くても利用しても良いと回答した者は8%となる（1万円までなら利用してもよいが30%）。また、30万円以上支払ってもよいと考える者もいる。

*1調査時にはLMPの特徴を提示して、魅力度を採取している。

■ LMPの魅力度



■ LMPの魅力度

		全体 (n=1111)	(%)
資産運用経験の有無	資産運用経験有・現実実施者	(n= 437)	52.9
	資産運用経験無・興味有者	(n= 277)	43.3
勤務先規模別	49人以下	(n= 256)	32.0
	50人～99人	(n= 120)	36.7
	100～299人	(n= 197)	34.5
	300～999人	(n= 165)	40.6
	1000～4999人	(n= 156)	45.5
5000人以上	(n= 217)	42.4	
勤務先業種別	食品・飲料・農林水産	(n= 29)	34.5
	建設・不動産・住宅	(n= 102)	35.3
	製造業	(n= 211)	38.9
	電気・ガス・熱供給・水道業	(n= 12)	41.7
	情報通信	(n= 67)	35.8
	卸売・小売・流通	(n= 88)	37.5
	金融・保険	(n= 63)	42.9
	物流・運送・旅客	(n= 44)	27.3
	医療・製薬・福祉	(n= 156)	42.3
	外食・フードサービス	(n= 9)	66.7
	レジャー	(n= 18)	38.9
	コンサルティング・調査	(n= 2)	50.0
	メディア・出版	(n= 10)	30.0
	広告・販売促進	(n= 7)	57.1
	エンターテインメント	(n= 4)	25.0
	その他サービス	(n= 116)	37.1
	教育・研究	(n= 34)	32.4
	土業	(n= 13)	38.5
	官公庁・団体	(n= 87)	39.1
	その他	(n= 39)	35.9

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

■ 価格受容性 (LMP魅力者のみ)

1万円までなら利用してもよい	30.9%
3万円までなら利用してもよい	13.9%
5万円までなら利用してもよい	7.1%
10万円までなら利用してもよい	7.3%
10万円よりも高くても利用してもよい・計	8.0%
費用はかきたくない (0円)	26.9%
費用に関わらず利用したくない	5.9%

5. LMP、LMTの受容性 2) LMTの受容性

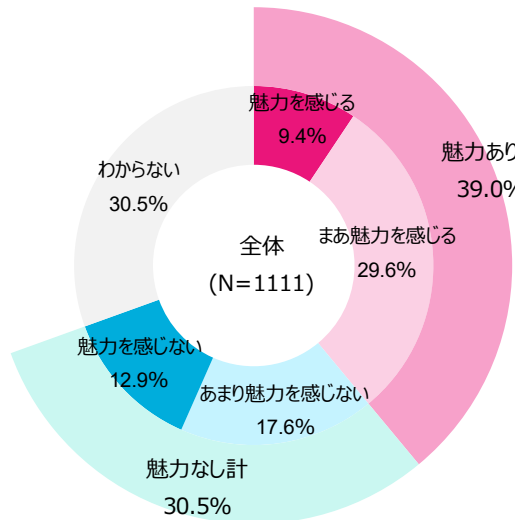
★LMTの魅力度は資産運用経験者では5割、経験無者かつ興味者では45%。サービスに魅力を感じている者の7割近い者は対価を支払うことを受容している。

LMTの魅力度*1は39%と、LMPと同水準となっている。資産運用経験者では5割に達している。従業員規模別では、LMPと同様に、規模が大きくなるほど魅力度が高い傾向がみられ、300人以上の中堅企業では魅力度が4割を超える。業種別では、金融・保険（49%）、医療・製薬・福祉（40%）、製造業（同）、官公庁・団体で魅力度が4割台となっている。

価格受容性についてみると、LMT魅力者に限定すると、10万円よりも高くても利用しても良いと回答した者は8%となる（1万円までなら利用してもよいが30%）。また、30万円以上支払ってもよいと考える者もいる。

*1調査時にはLMTの特徴を提示して、魅力度を採取している。

■ LMTの魅力度



■ LMTの魅力度

		全体 (n=1111)	(%)
資産運用	資産運用経験有・現実実施者	(n= 437)	50.3
経験の有無	資産運用経験無・興味有者	(n= 277)	45.1
勤務先規模別	49人以下	(n= 256)	33.6
	50人～99人	(n= 120)	35.8
	100～299人	(n= 197)	34.0
	300～999人	(n= 165)	43.0
	1000～4999人	(n= 156)	45.5
勤務先業種別	5000人以上	(n= 217)	43.8
	食品・飲料・農林水産	(n= 29)	37.9
	建設・不動産・住宅	(n= 102)	33.3
	製造業	(n= 211)	40.3
	電気・ガス・熱供給・水道業	(n= 12)	50.0
	情報通信	(n= 67)	34.3
	卸売・小売・流通	(n= 88)	39.8
	金融・保険	(n= 63)	49.2
	物流・運送・旅客	(n= 44)	31.8
	医療・製薬・福祉	(n= 156)	40.4
	外食・フードサービス	(n= 9)	66.7
	レジャー	(n= 18)	44.4
	コンサルティング・調査	(n= 2)	100.0
	メディア・出版	(n= 10)	20.0
	広告・販売促進	(n= 7)	57.1
	エンターテインメント	(n= 4)	50.0
	その他サービス	(n= 116)	38.8
	教育・研究	(n= 34)	29.4
	土業	(n= 13)	38.5
官公庁・団体	(n= 87)	40.2	
その他	(n= 39)	30.8	

※赤字…全体値と比較して+5pt以上、青字…全体値と比較して-5pt以下

■ 価格受容性 (LMT魅力者のみ)

1万円までなら利用してもよい 33.0%

3万円までなら利用してもよい 11.5%

5万円までなら利用してもよい 6.5%

10万円までなら利用してもよい 6.9%

10万円よりも高くても利用してもよい・計 10.4%

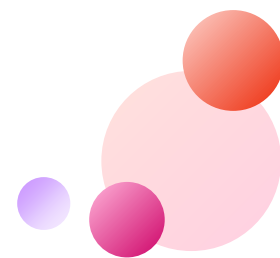
費用はかけたくない (0円) 25.2%

費用に関わらず利用したくない 6.5%

★ 3万円～利用してもよいの合計は35.3%

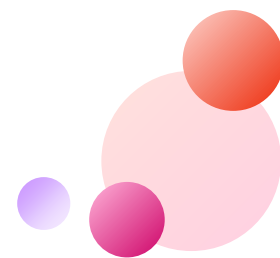


調査結果の詳細





第1章 生活意識



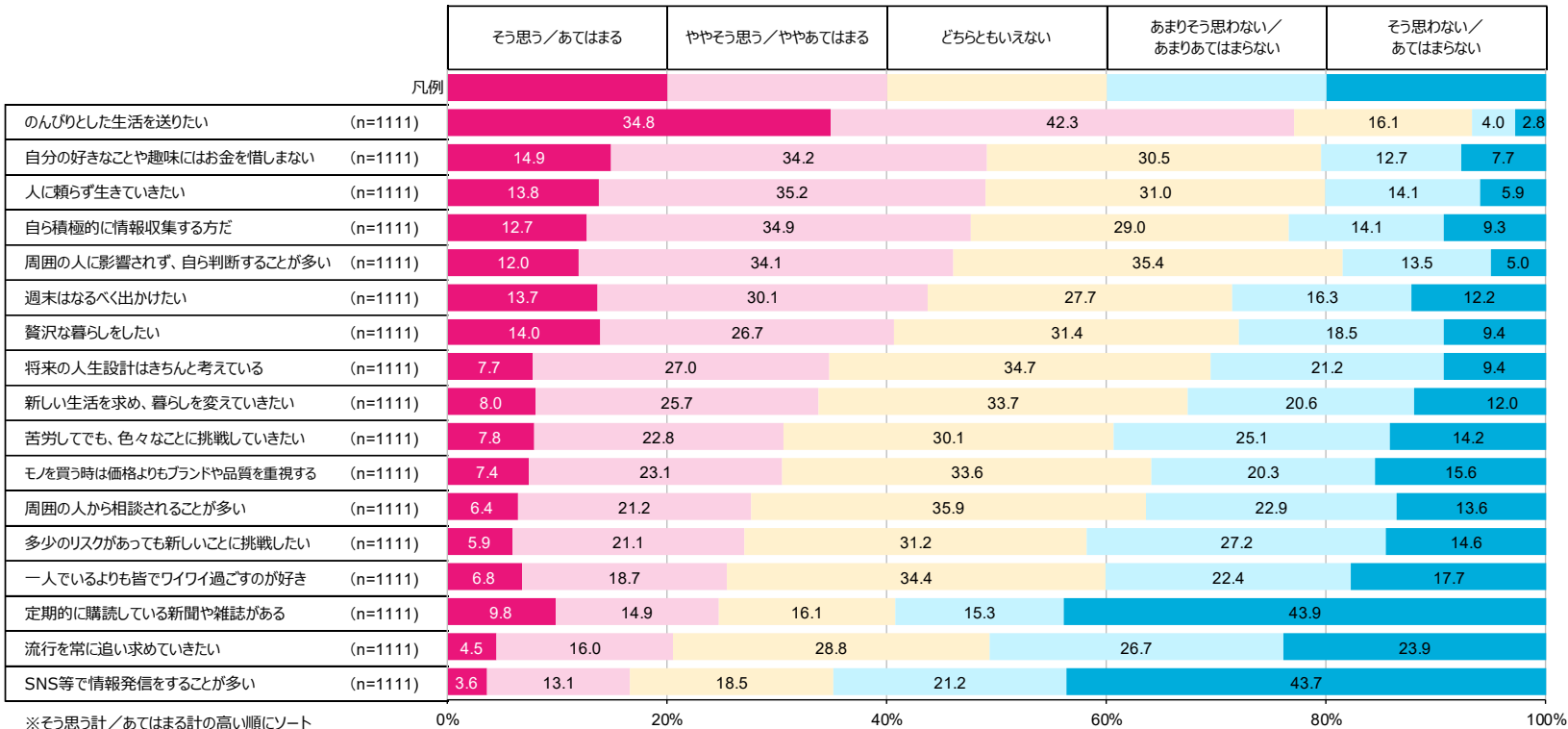
1. ライフスタイル

□ 8割弱の者が“のんびりした”生活を送りたいと回答。

～資産形成高関与層ほど“挑戦”意向が高いのも特徴的(次ページ参照)。

- ▶ 「のんびりとした生活を送りたい」はTOP2 (そう思う／あてはまる+ややそう思う／ややあてはまる) の割合が8割近い。
- ▶ さらに、「自分の好きなことや趣味にはお金を惜しまない」「人に頼らず生きていきたい」「自ら積極的に情報収集する方だ」「周囲の人に影響されず、自ら判断することが多い」なども半数近くの者がそう思う (あてはまる) と回答した。
- ▶ 一方、「SNS等で情報発信をすることが多い」「定期的に購読している新聞や雑誌がある」「流行を常に追い求めていきたい」では、BOTTOM2 (そう思わない／あてはまらない+あまりそう思わない／あまりあてはまらない) が5割を超えている。

Q1 以下の項目について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれお答えください。(全体／単一回答)



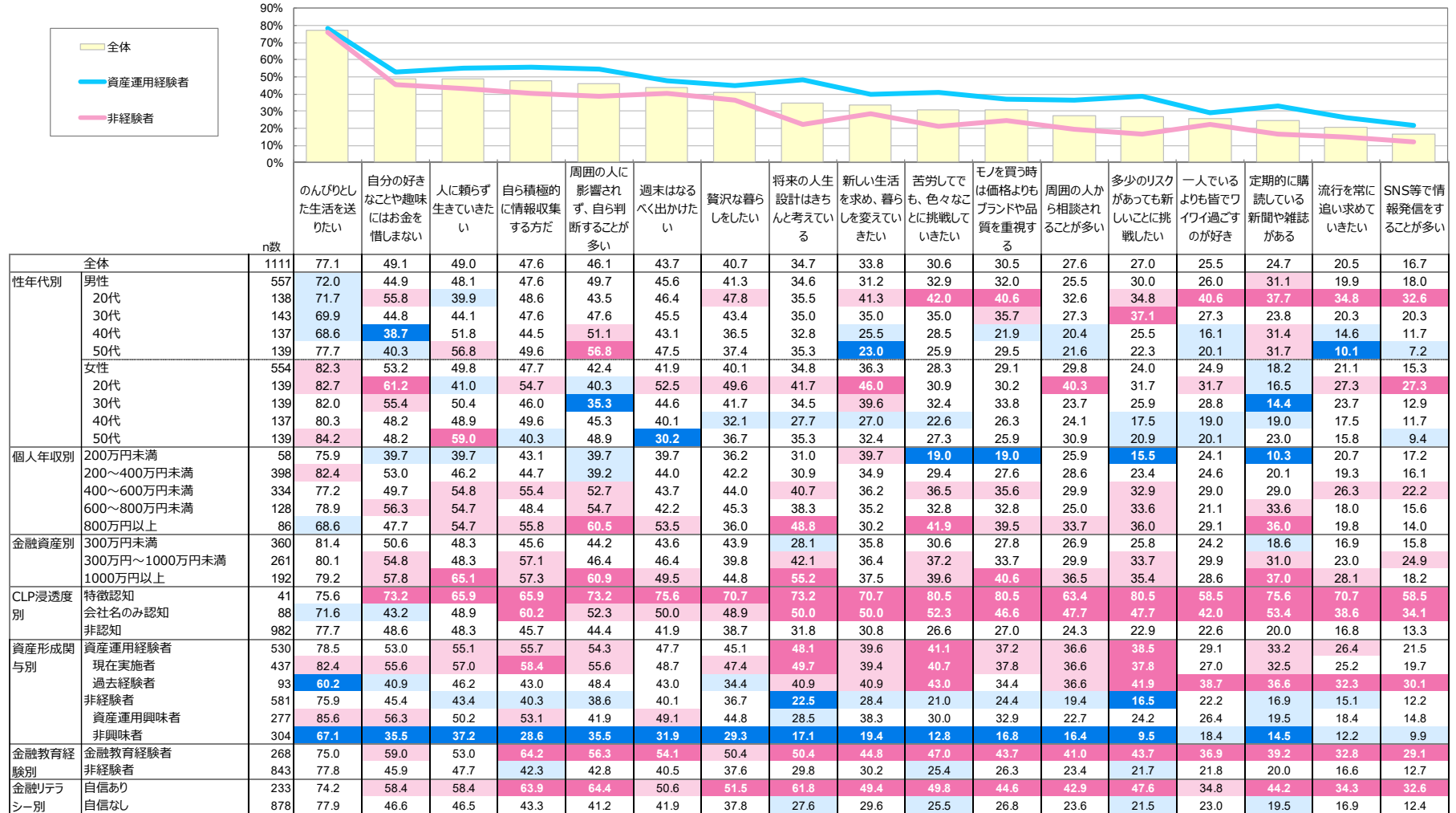
そう思う計／あてはまる計	そう思わない計／あてはまらない計
77.1	6.8
49.1	20.4
49.0	20.1
47.6	23.4
46.1	18.5
43.7	28.5
40.7	27.9
34.7	30.5
33.8	32.6
30.6	39.3
30.5	35.9
27.6	36.5
27.0	41.8
25.5	40.1
24.7	59.2
20.5	50.7
16.7	64.9

※そう思う計／あてはまる計の高い順にソート

1. ライフスタイル

- ▶ 属性別にみると、いずれの属性でも「のんびりとした生活を送りたい」が高いが、特に女性で高く、女性ではいずれの年代でも8割を超えている。
- ▶ 金融資産別にみると、金融資産が多くなるほど「将来の人生設計は考えている」「定期的に購読している新聞や雑誌がある」などが高くなっている。
- ▶ 資産形成関与別にみると、関与度が高くなるほど「将来の人生設計は考えている」「苦勞してでも、色々なことに挑戦していきたい」「多少のリスクがあっても新しいことに挑戦したい」などが高いのも特徴的であった。

Q1 以下の項目について、あなたのお気持ちに近いものをそれぞれお答えください。[そう思う計/あてはまる計の割合] (全体/単一回答)



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

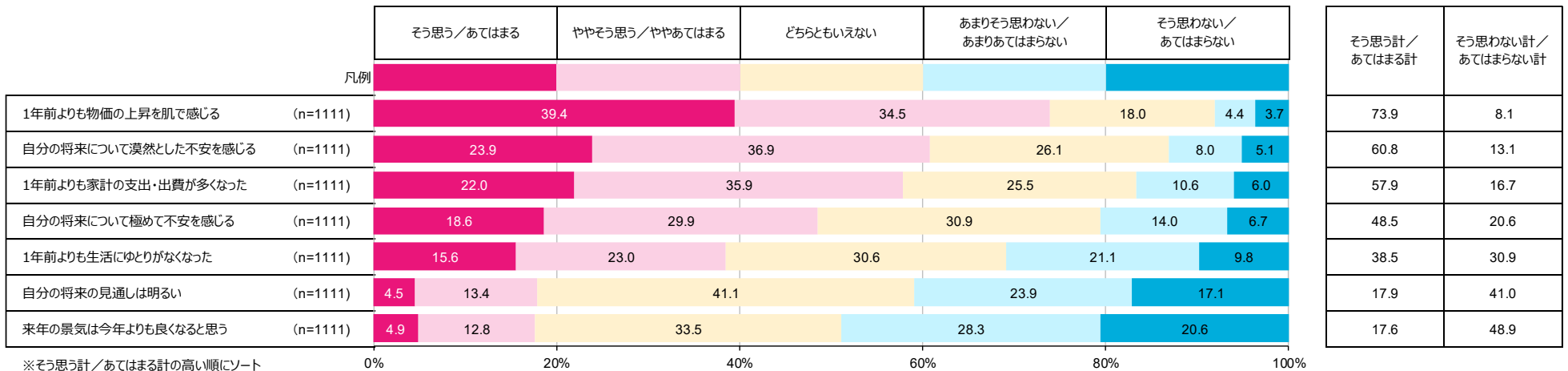
2. 生活の変化・将来展望

□ 消費者の生活実感は厳しく、今年の景況感についても厳しい見通し。

～生活実感の厳しさが資産形成への興味醸成に繋がっている様子が伺える(次ページ参照)。

- ▶ 2022年12月時点での生活意識について尋ねたところ、4人に3人が「1年前よりも物価の上昇を肌で感じる」と回答しており、「1年前よりも生活にゆとりがなくなった」と回答した者は4割近い。
- ▶ 2023年の景況感については、「来年(2023年)の景気は今年(2022年)よりも良くなると思う」と回答した者は2割に満たず、約半数の者が「悪くなる」と思うと回答した。
- ▶ 自身の将来見通しについても悲観的な意見が多く、「自分の将来について極めて不安を感じる」と回答した者は約半数を占める。

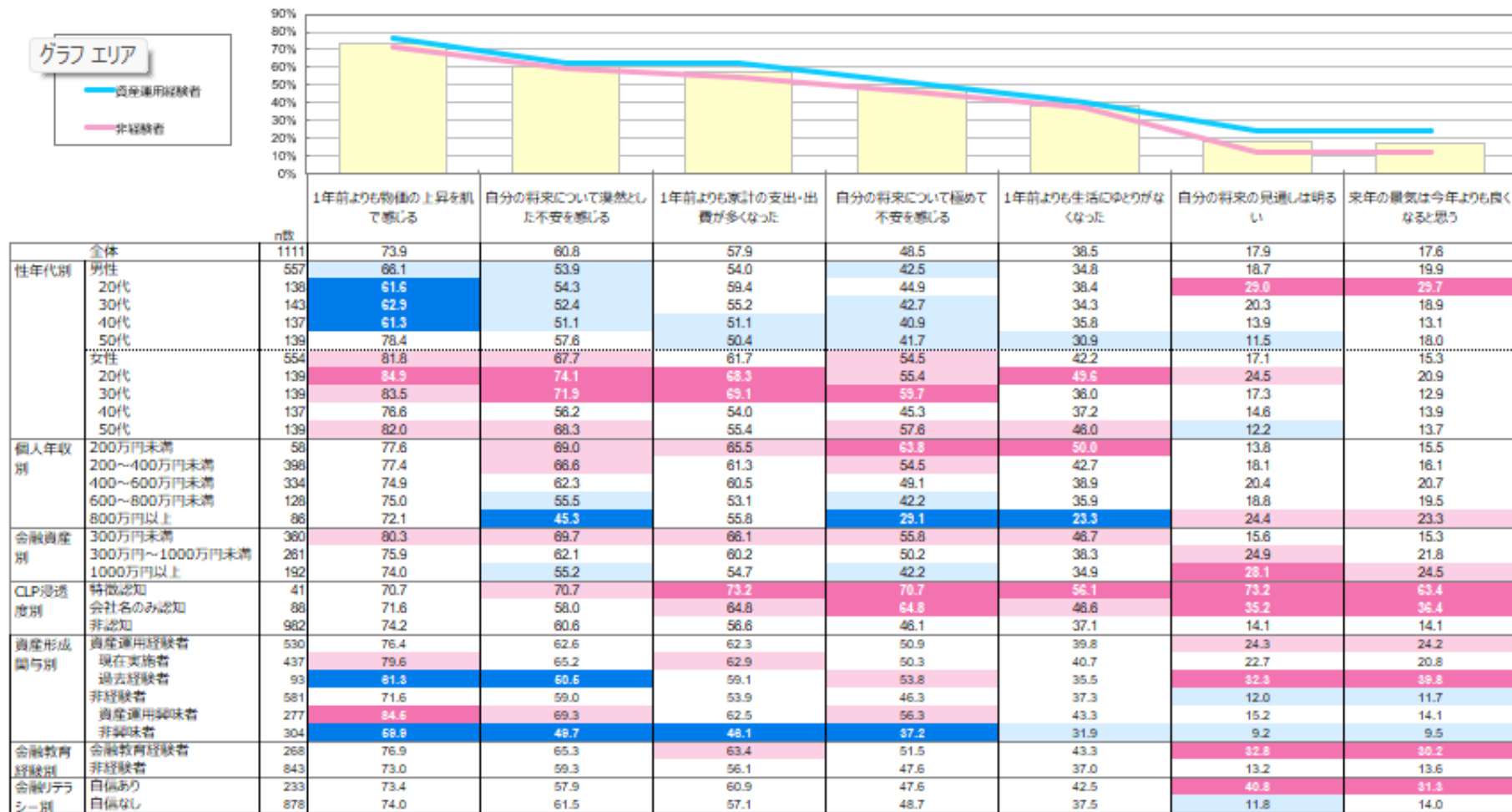
Q2 以下の事柄について、どのように思われますか。それぞれあてはまるものをお答えください。(全体/単一回答)



2. 生活の変化・将来展望

- ▶ 性年代別にみると、現在の生活意識、将来見通しともに、女性の方が厳しい意見を持っている（男女差が大きい）。
- ▶ 個人年収別にみると、年収が低くなるほど「自分の将来について漠然とした不安を感じる」「自分の将来について極めて不安を感じる」と回答した者が多くなっている。
- ▶ 資産形成関与別にみると、非経験者の中では、資産運用に興味がある者の方が現在の生活意識、将来見通しが厳しく、これら意識が資産形成の興味醸成要因となっていることが伺える。

Q2 以下の事情について、どのように思われますか、それぞれあてはまるものをお答えください。[そう思う計/あてはまる計の割合] (全体/単一回答)



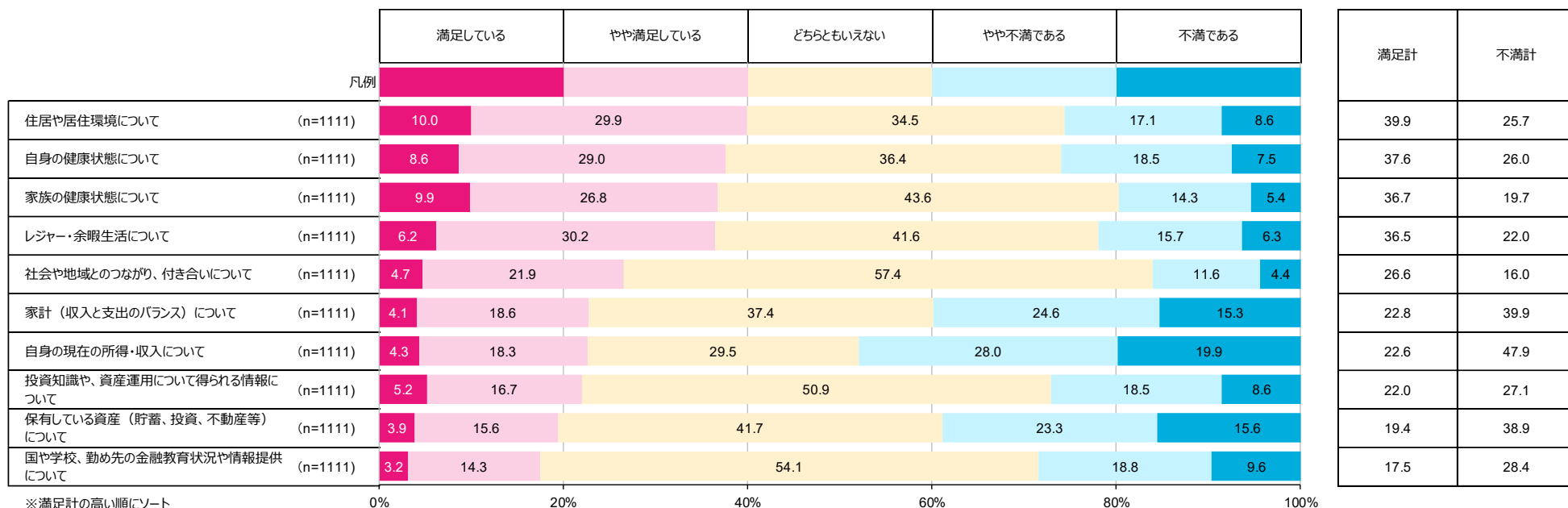
※1 全財産の多い順にソート ※2 総額が：全体値に比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n=30の場合)

3. 現在の生活満足度

□ 自身の現在の所得・収入等の経済的要素については不満層の方が多い。

- ▶ 現在の生活満足度を尋ねたところ、「住居や居住環境」「自身の健康状態」については満足している者は4割程度と相対的に満足度が高くなっている。
- ▶ 一方、「自身の現在の所得・収入」「家計（収入と支出のバランス）」「保有している資産（貯蓄、投資、不動産等）」については、不満を感じている者が多く、特に、「自身の現在の所得・収入」では約半数が不満であると回答した。

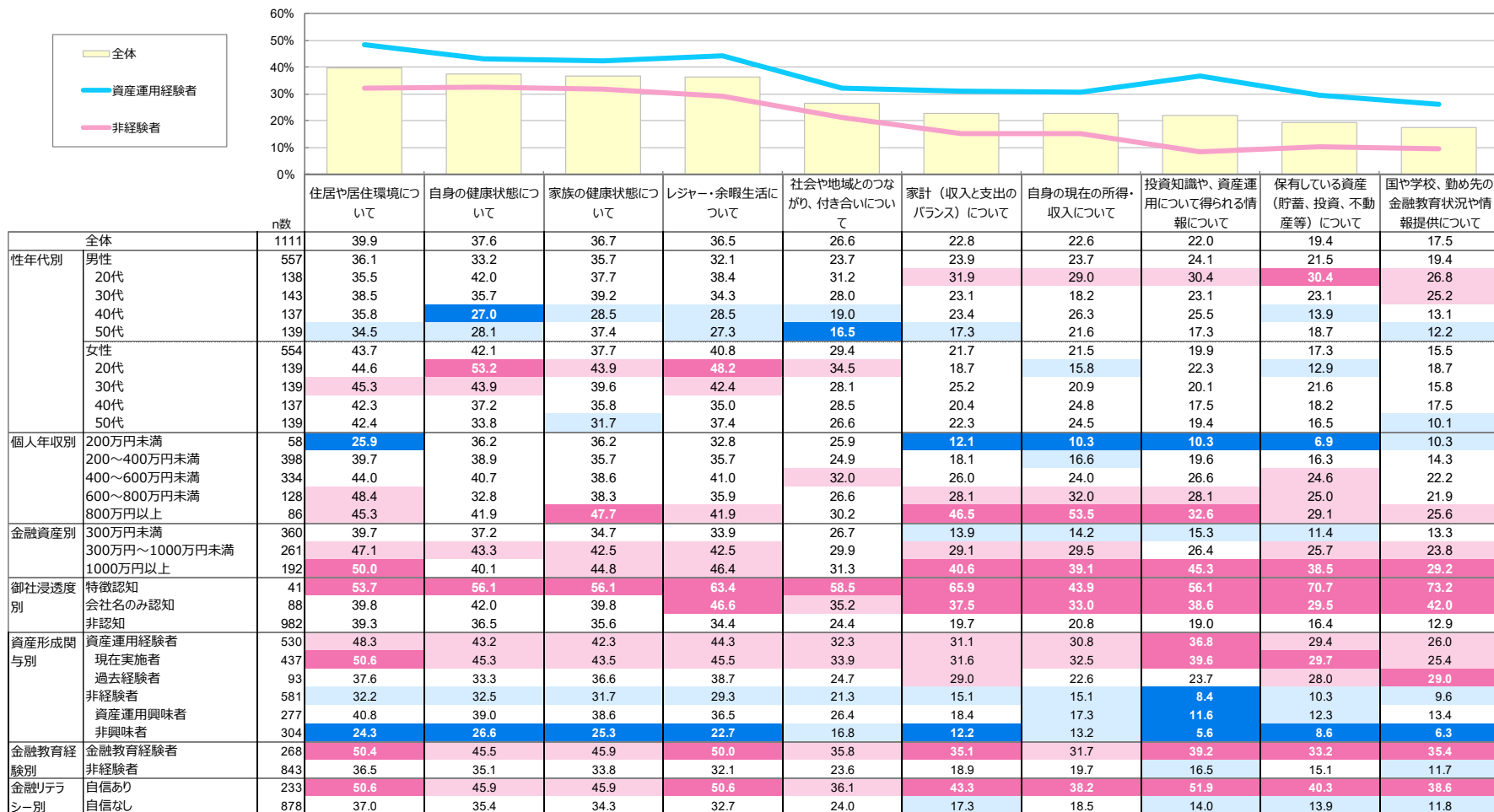
Q3 あなたは現在の生活について、どの程度満足していますか。それぞれあてはまるものをお答えください。（全体／単一回答）



3. 現在の生活満足度

- ▶ ただし、属性別にみると、個人年収や金融資産が多くなるほど、全般的に生活満足度が高くなっている。
- ▶ また、資産形成関与別にみると、関与が高くなるほど、生活満足度が軒並み高い。
- ▶ さらに、金融教育経験者や金融リテラシー自信層での満足度も軒並み高いのも特徴的であった。

Q3 あなたは現在の生活について、どの程度満足していますか。それぞれあてはまるものをお答えください。[満足計の割合] (全体/単一回答)



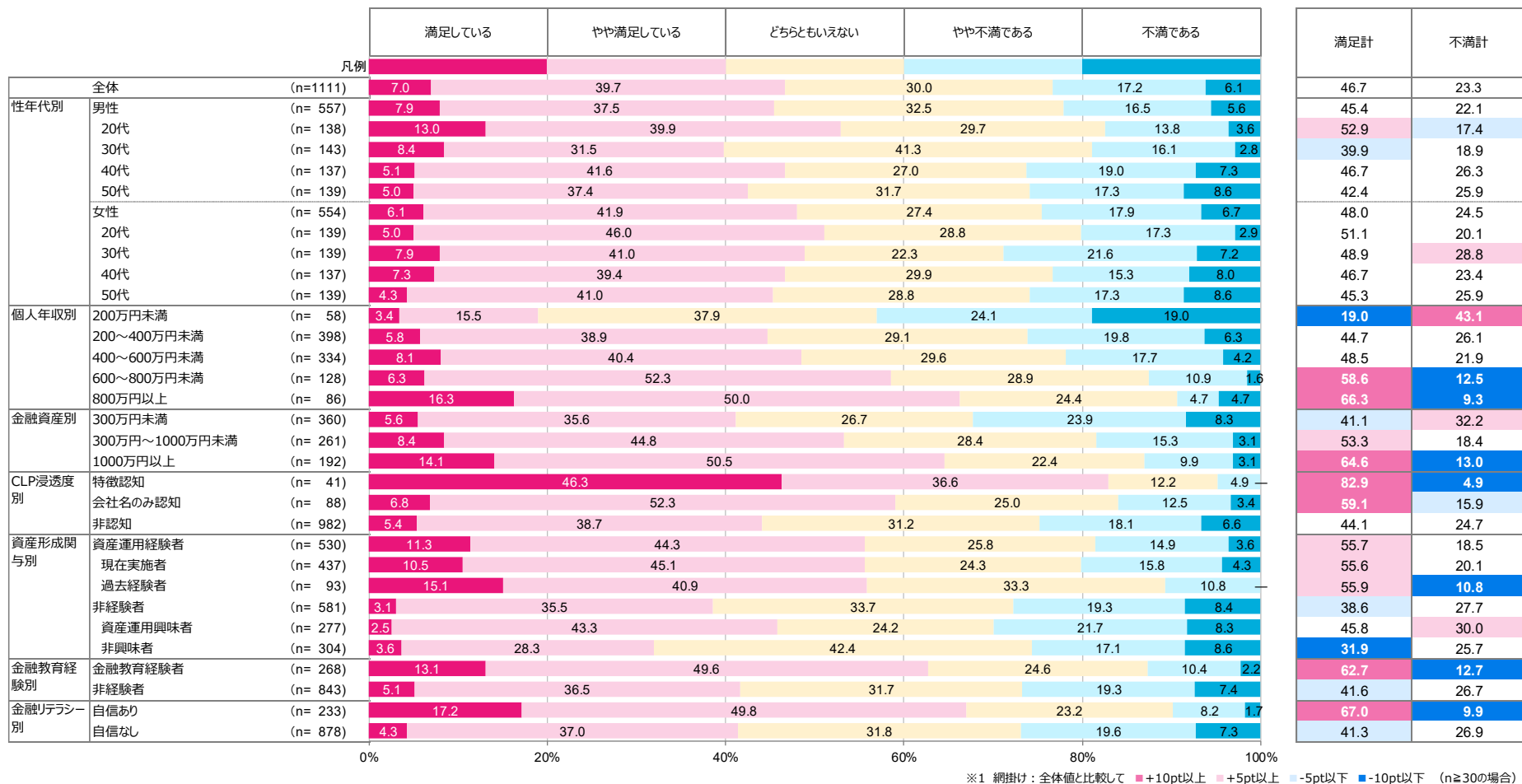
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

3. 現在の生活満足度

□ 現在の生活総合満足度は5割だが、年収や資産、金融リテラシーとの相関が強い。

- ▶ 生活総合満足度をみると、「満足している」は7%で、これに「やや満足している」（40%）を合わせると5割近い（不満層は2割強）。
- ▶ 個人年収や金融資産が多くなるほど、生活総合満足度が高くなっている。
- ▶ 同様に、資産形成高関与層や金融教育経験者、金融リテラシー自信層での生活満足度が相対的に高いのも特徴的であった。

Q4 では、総合的に判断して、現在の生活についてどの程度満足していますか。（全体／単一回答）

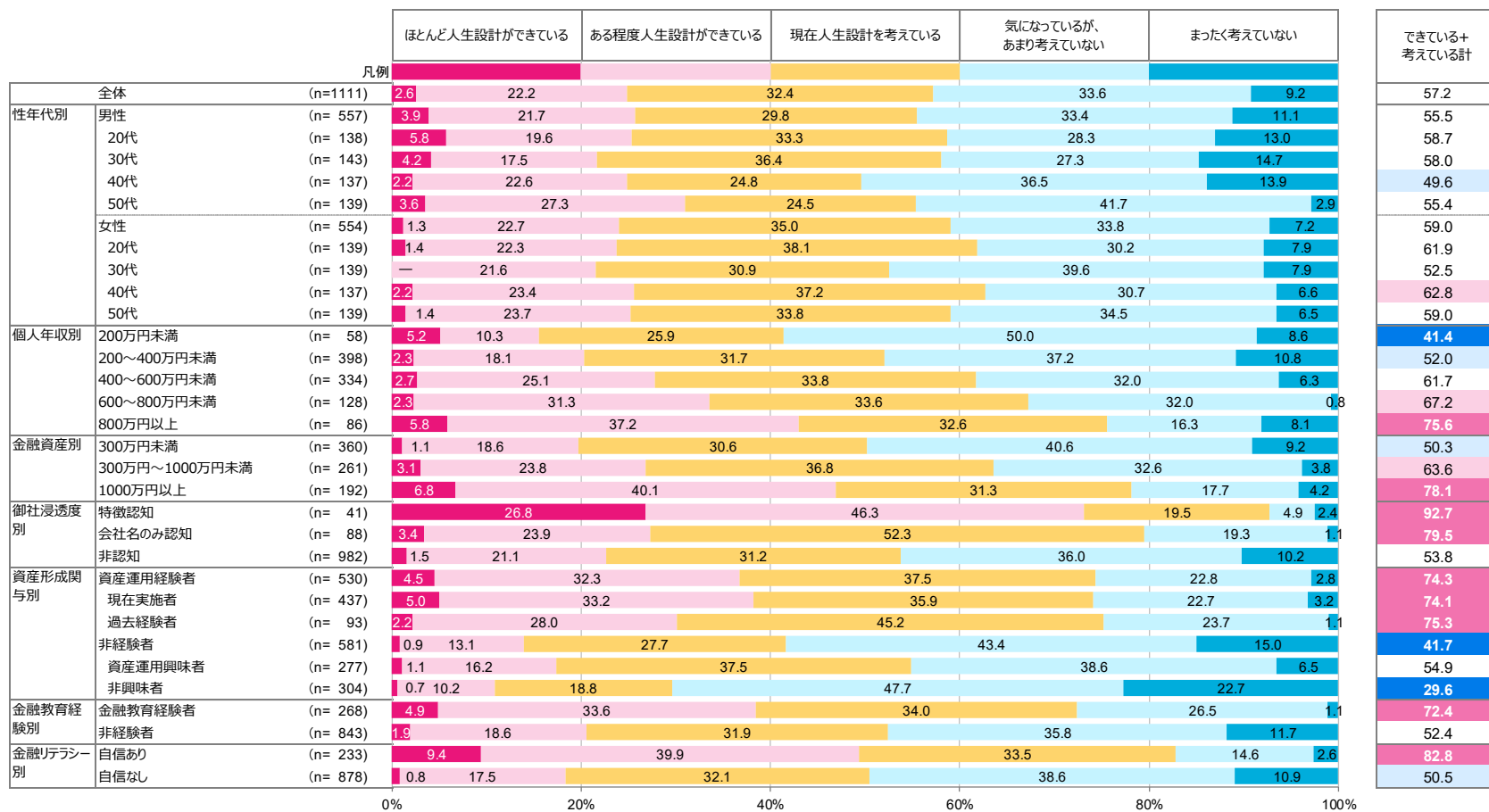


4. 人生設計の明確度

□ 将来の人生設計を考えている者は6割弱で、現在の生活満足度と同様に、年収や資産、金融リテラシーとの相関が強い。

- ▶ 「ほとんど人生設計ができている」は3%だが、これに「ある程度人生設計ができている」（22%）、「現在人生設計を考えている」（32%）を合わせると6割近い。
- ▶ 個人年収や金融資産が多くなるほど、将来の人生設計を考えている者の割合が高くなっている。
- ▶ 同様に、資産形成高関与層や金融教育経験者、金融リテラシー自信層で将来の人生設計を考えている者の割合が相対的に高くなっている。

Q5 あなたは将来の人生設計について、どのようにお考えですか。（全体／単一回答）



※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

5. 将来についての不安

□ 将来について不安を感じている者は8割を超える。

- ▶ 将来について不安を感じている者は83%となっている。
- ▶ いずれの属性でも大多数が将来について不安を感じていると回答した。

Q6 将来について不安を感じていることはありますか。(全体/単一回答)

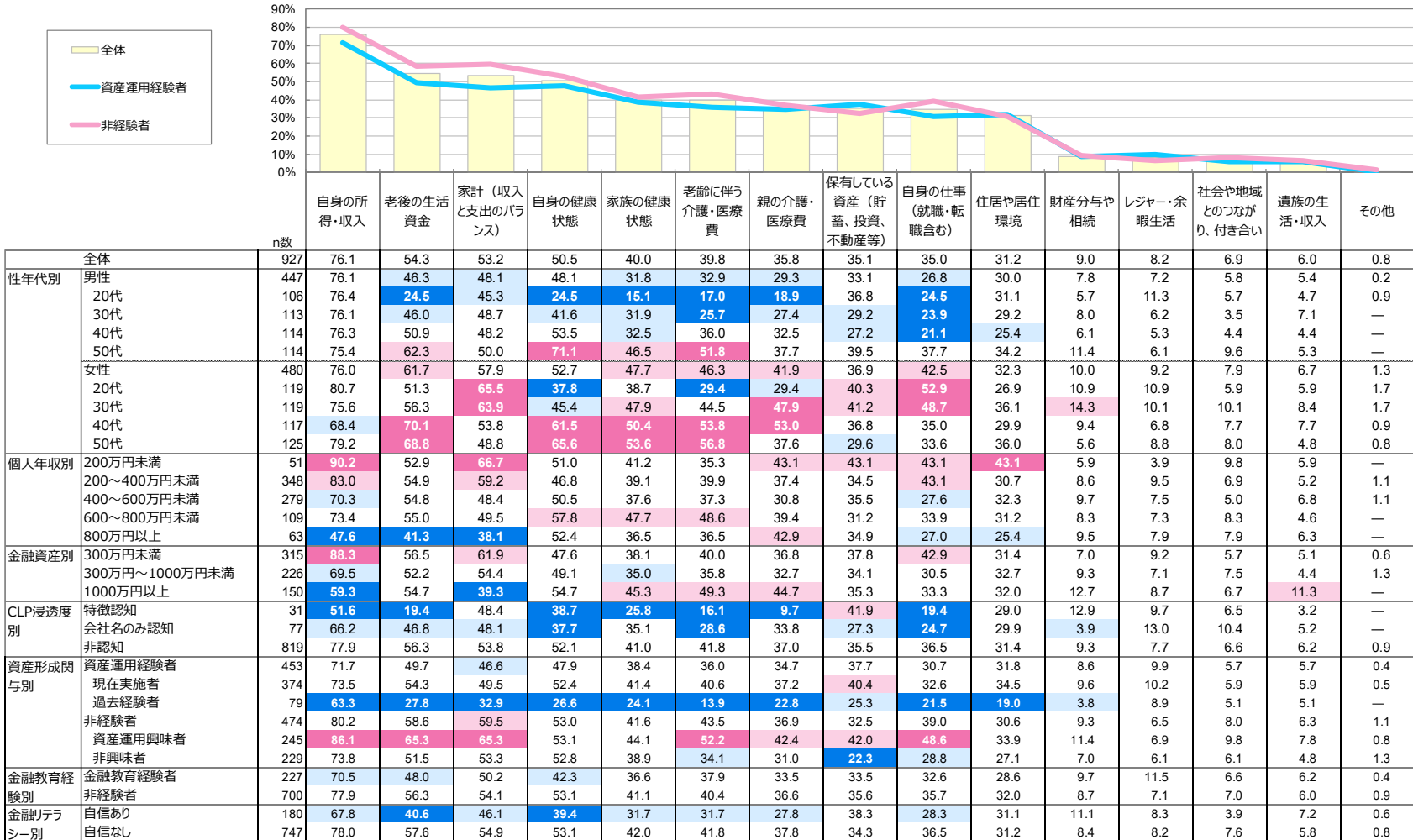


5. 将来についての不安

□ 収入、老後の生活資金、家計など、お金に関する不安が上位を占める。

- ▶ 具体的な不安要素をみると、「自身の所得・収入」が76%と最も高く、これに「老後の生活資金」「家計（収入と支出のバランス）」「自身の健康状態」が5割台で続く。
- ▶ 性年代別に見ると、女性の方が軒並みスコアが高く、不安要素が多岐に渡っている。また、男女ともに年代が高くなるほど、特に、お金や健康に関する不安が強くなっている。
- ▶ 個人年収や金融資産が少なくなるほど、特に「自身の所得・収入」「家計（収入と支出のバランス）」など、お金に関する不安が強くなっている。

Q7 将来について不安を感じていることを全てお答えください。（不安がある者/複数回答）



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)



第2章 資産形成・資産運用の実態

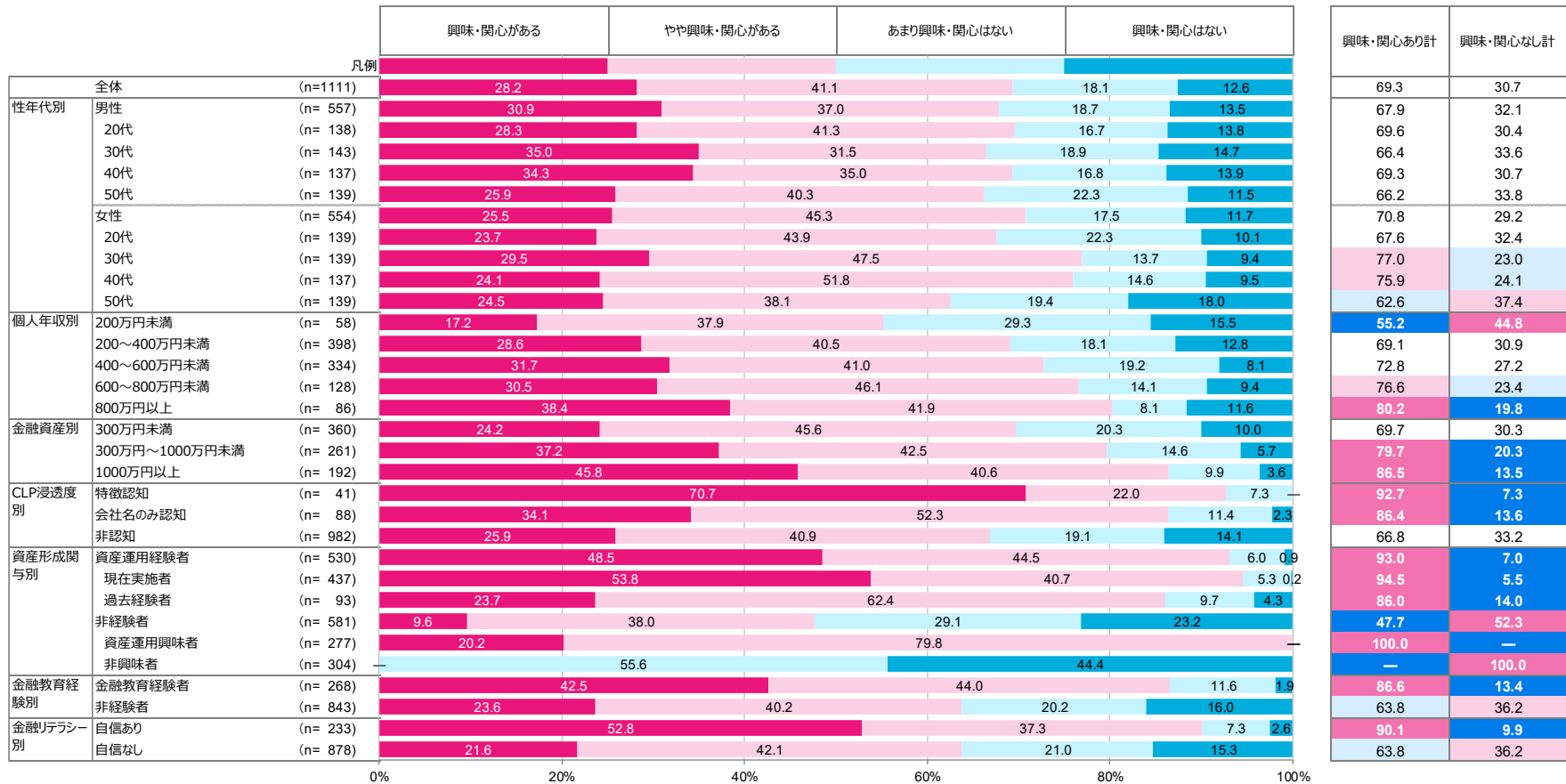


1. 資産形成・資産運用への興味・関心度

□ 資産形成・資産運用への興味・関心度は7割と高く、男女30代・40代で相対的に高い。また、資産形成・資産運用経験無者でも半数は興味・関心あり。

- ▶ 資産形成・資産運用について「興味・関心がある」と回答した者は28%で、これに「やや興味・関心がある」（41%）を合わせると69%となっている。
- ▶ 性年代別みると、特に、女性30代・40代では興味度が8割弱と、他属性に比べて高い。ただし、トップボックス（興味・関心がある）は男性30代・40代で35%前後と高い。
- ▶ 年収や金融資産が多くなるほど、資産形成・資産運用への興味・関心度が高く、年収800万円以上、金融資産1000万円以上では8割を超えている。
- ▶ CLP浸透度別みると、浸透度との相関は高く、CLP認知者では資産形成・資産運用への興味・関心度は9割前後となっている。
- ▶ また、資産形成関与別みると、経験無者でも半数近くの者は興味・関心があると回答した。

Q8 あなたはご自身の資産形成・資産運用について、どの程度興味・関心がありますか。（全体／単一回答）



※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

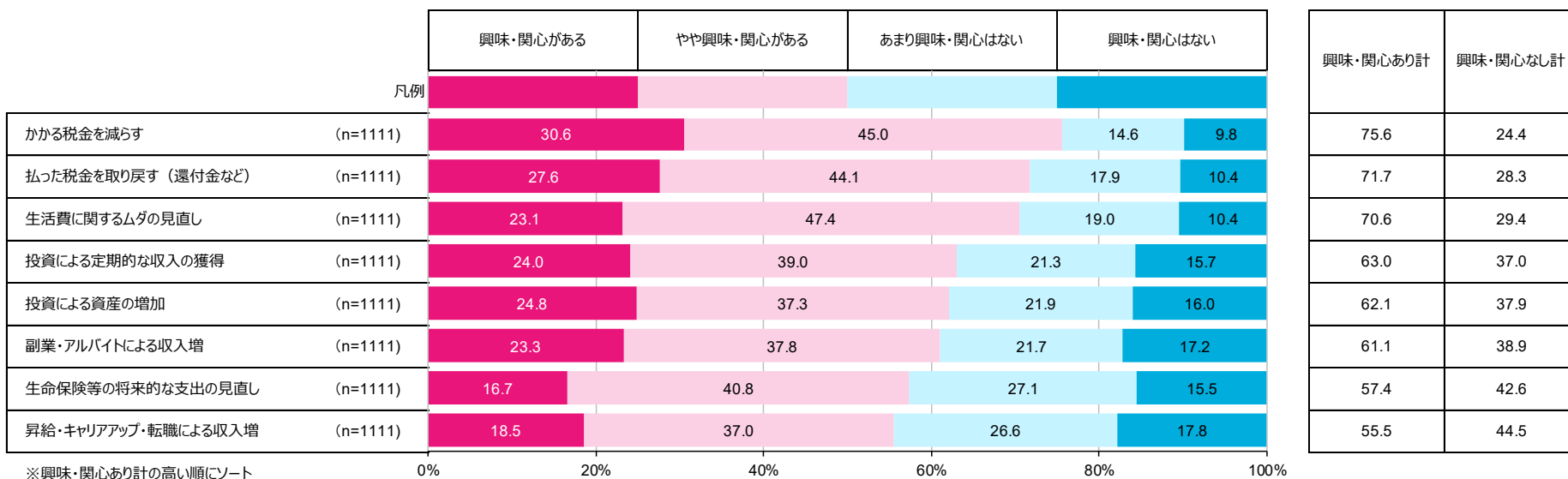
1. 資産形成・資産運用への興味・関心度

□ 資産の“守り”への意識が高いものの、投資(定期的な収入の獲得・資産増加)への興味・関心度も高い。

～性年代別では女性30代で興味・関心要素が拡がりを見せた(次ページ参照)。

- ▶ 「かかる税金を減らす」「払った税金を取り戻す(還付金など)」「生活費に関するムダの見直し」への興味・関心度が7割台と、他要素に比べて高い。
- ▶ 「投資による定期的な収入の獲得」「投資による資産の増加」は6割強の者が興味・関心があると回答した。
- ▶ また、「生命保険等の将来的な支出の見直し」についても6割弱の者が興味・関心があると回答した。

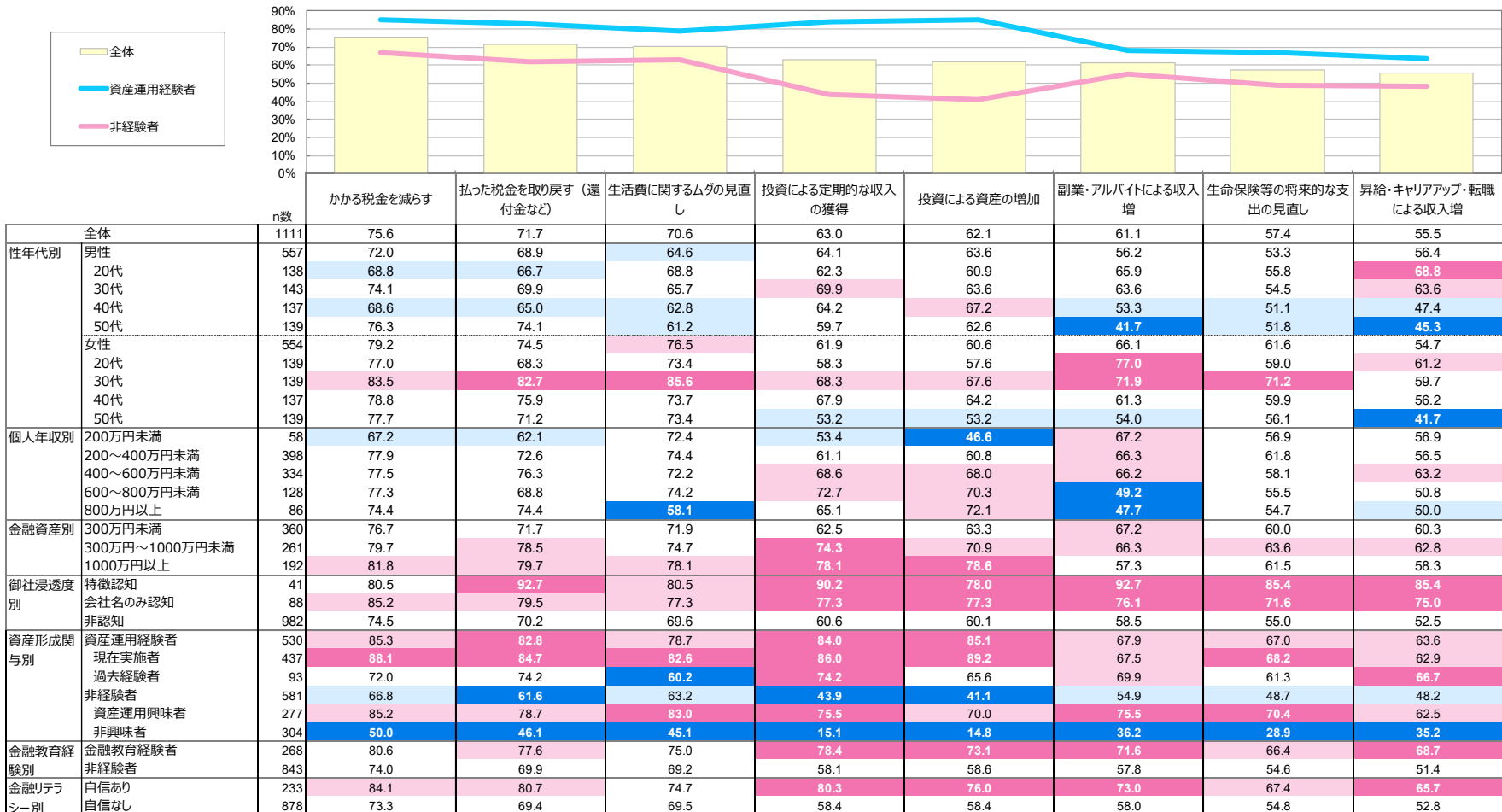
Q9 以下の事柄について、それぞれどの程度興味・関心がありますか。それぞれあてはまるものをお答えください。(全体/単一回答)



1. 資産形成・資産運用への興味・関心度

- ▶ 性年代別にみると、女性30代での興味・関心度が軒並み高くなっている。
- ▶ 個人年収別にみると、年収が高くなるほど「投資による定期的な収入の獲得」「投資による資産の増加」が高く、逆に、年収が低くなるほど「副業・アルバイトによる収入増」が高い。
- ▶ また、金融資産が多い層、資産形成高関与層、金融教育経験者、金融リテラシー自信層で興味・関心要素が多岐に渡っている。

Q9 以下の事柄について、それぞれどの程度興味・関心がありますか。それぞれあてはまるものをお答えください。【興味・関心あり計の割合】（全体／単一回答）



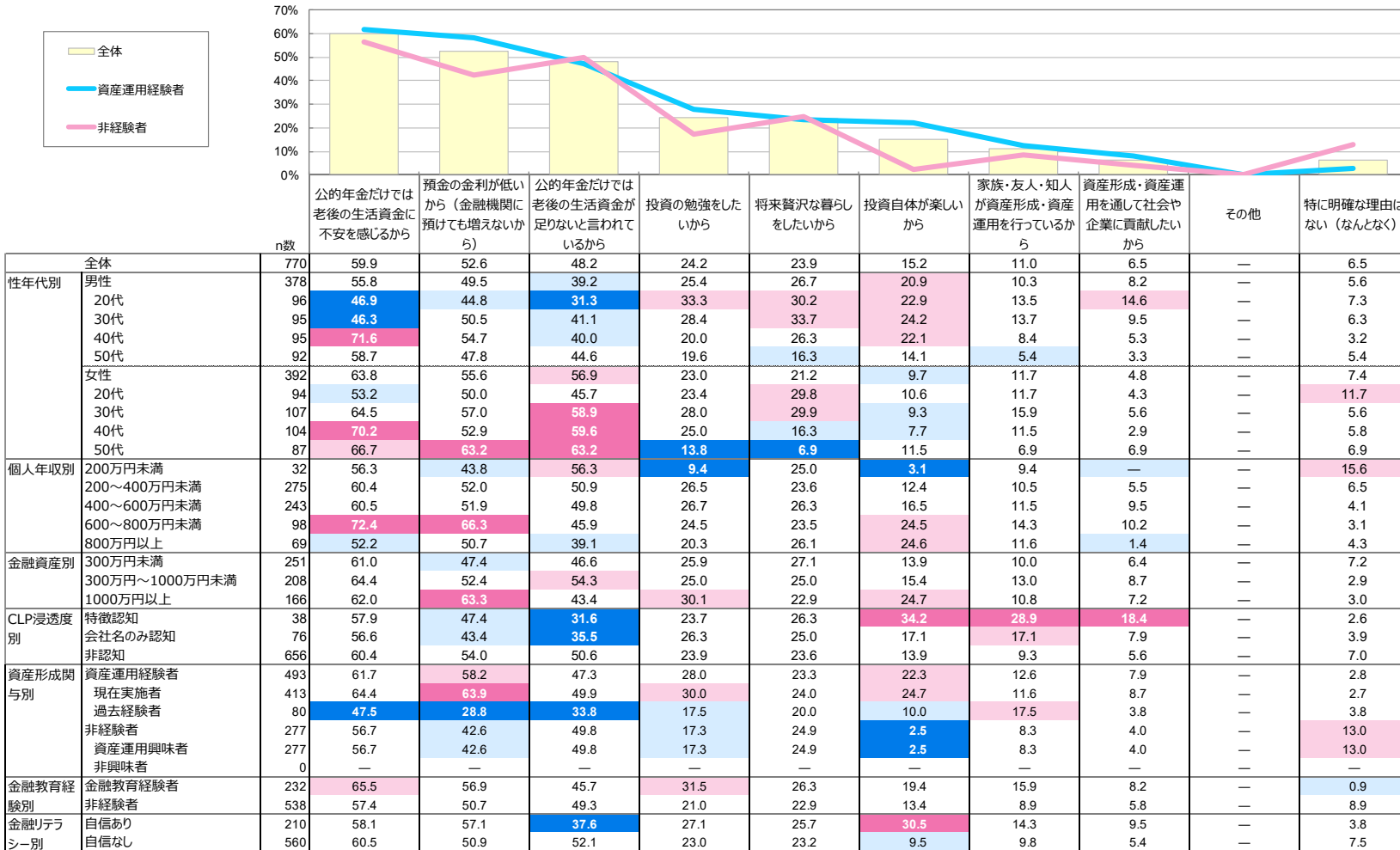
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

2. 資産形成・資産運用に興味がある理由

□ 男女40代を中心として“老後の生活資金への不安”が強い理由。また、金融資産が多い層では“預金金利の低さ”を挙げる者が多い。

- ▶ 資産形成・資産運用に興味がある理由は、「公的年金だけでは老後の生活資金に不安を感じるから」が60%と最も高く、これに「預金の金利が低いから」「公的年金だけでは老後の生活資金が足りないと言われてるから」が5割前後で続く。「公的年金だけでは老後の生活資金に不安を感じるから」については、男女ともに40代で高い。
- ▶ また、金融資産別にみると、1000万円以上では「預金の金利が低いから」が63%と最も高い。

Q10 資産形成・資産運用に興味・関心がある理由を全てお答えください。【資産形成・資産運用に興味がある者】（全体／単一回答）



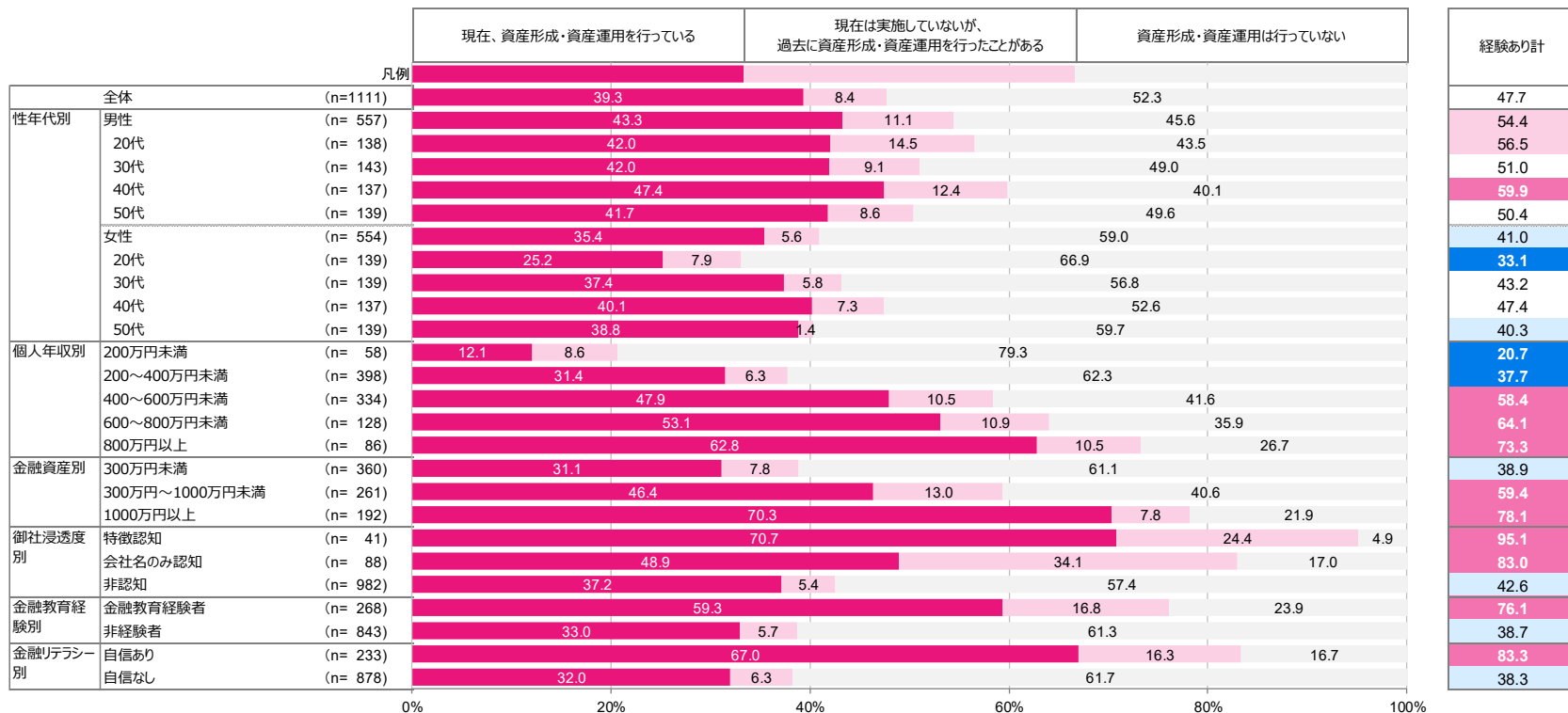
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

3. 資産形成・資産運用の実施状況

□ 資産形成・資産運用を現在行っている者は4割で、高年収層、金融教育経験者、金融リテラシー自信層で高い。

- ▶ 「現在、資産形成・資産運用を行っている」と回答した者は39%となっている。これに「現在は実施していないが、過去に資産形成・資産運用を行ったことがある」（8%）を合わせると**資産形成・資産運用経験率は48%**となっている。
- ▶ 性年代別にみると、いずれの年代でも男性の方が現実実施率が高い。また、男女ともに40代での現実実施率が他年代よりも高くなっている。
- ▶ 個人年収による現実実施率のスコア差が大きく、200万円未満では1割程度であるのに対し、800万円以上では6割を超えている。
- ▶ また、CLP浸透度と現実実施率との相関は強く、CLP特徴認知者では7割の者が現在資産形成・資産運用を行っていると回答した。
- ▶ 同様に、**金融教育経験者や金融リテラシー自信層での現実実施率も相対的に高くなっている。**

Q11 現在、あなたは何らかの資産形成・資産運用を行っていますか。（全体／単一回答）



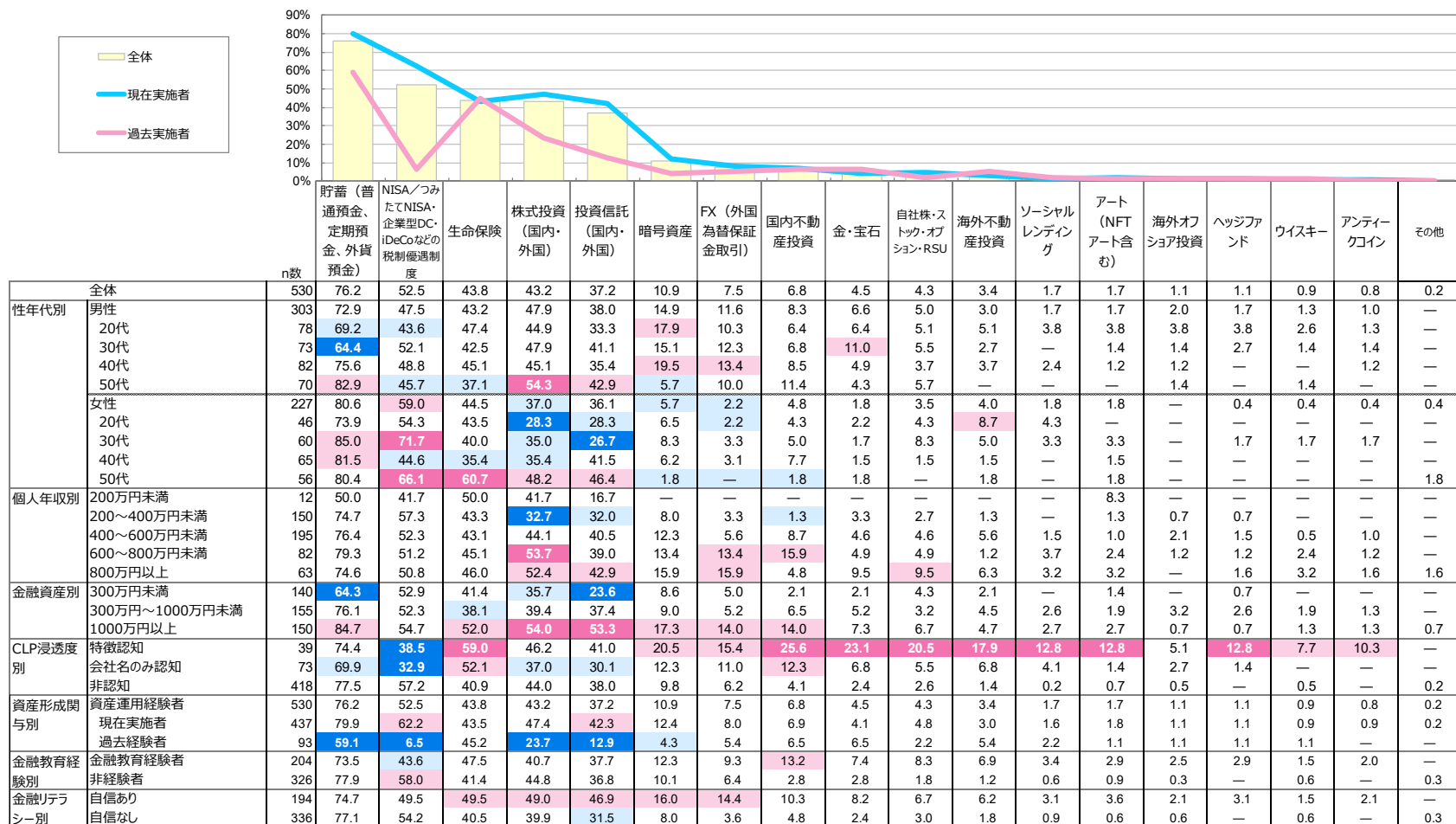
※1 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

3. 資産形成・資産運用の実施状況

□ NISA/つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度が5割強でトップ。

- ▶ 実施方法をみると、貯蓄以外では、「NISA/つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」が53%と最も高く、これに「生命保険」「株式投資」「投資信託」が4割前後で続く。新種の個人投資対象として、近年マスコミでも注目されている「ウイスキーカスク」や「アンティークコイン」は全体では1%弱であるが、CLP特徴認知者では10%となっている。
- ▶ 性年代別みると、女性の方が「NISA/つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」の実施率が高く、逆に男性の方が「株式投資」「暗号資産」「FX」などが高い。
- ▶ 金融資産が多い層では、実施内容が拡がりをみせている。

Q12 具体的にどのような方法で資産形成・資産運用を行っていますか（行っていましたか）。あてはまるものを全てお答えください。（資産形成・資産運用実施経験者/複数回答）



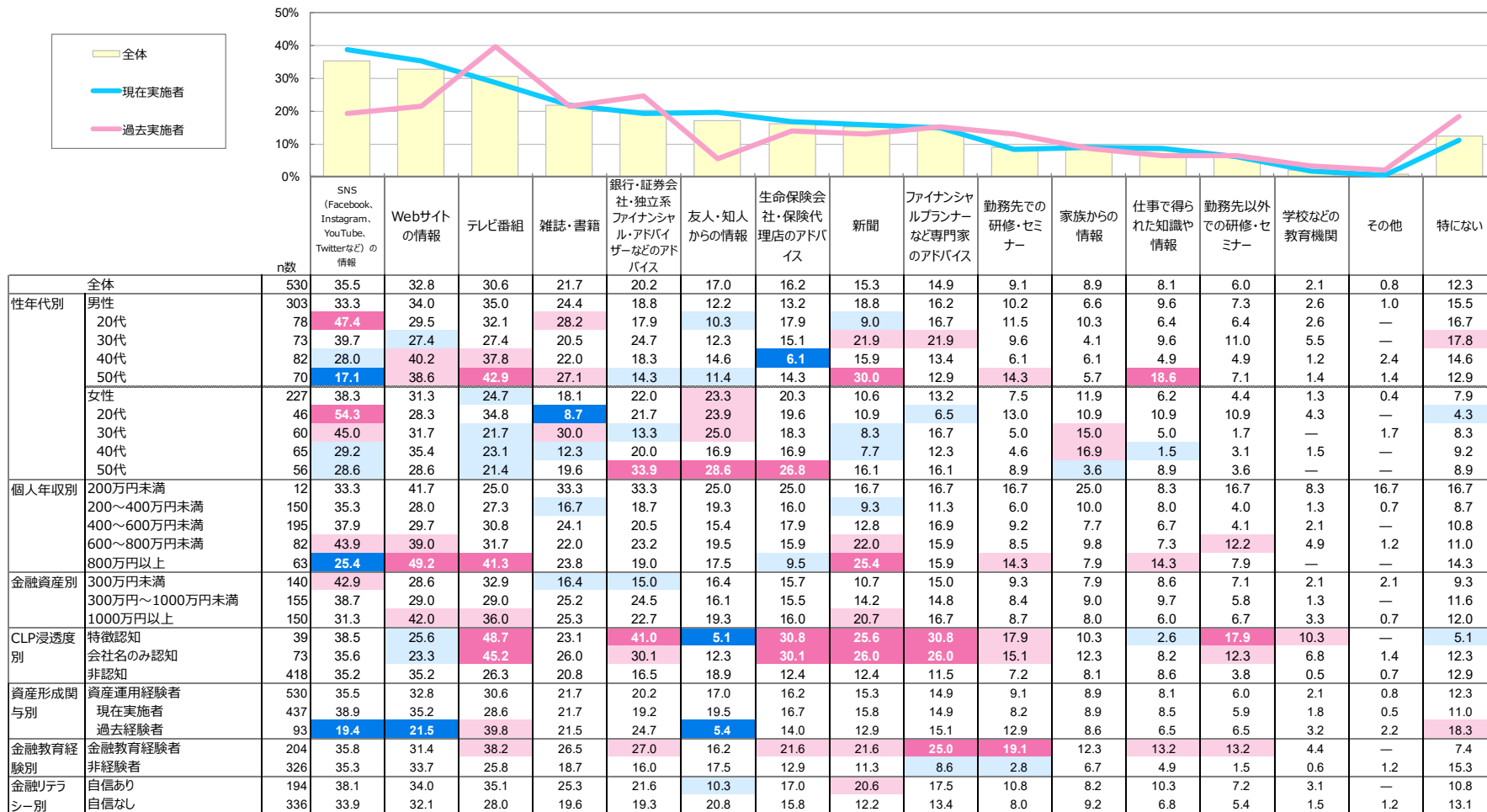
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

4. 資産形成・資産運用の情報源 1) 利用情報源

□ SNS、Webサイトの情報、テレビ番組が上位で、男女若年層ではSNSの利用率が高い。

- ▶ 利用情報源は、「SNS」「Webサイトの情報」「テレビ番組」が3割台で上位となっている。「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」は15%であった。
- ▶ 性年代別にみると、男女ともに年代が低くなるほど「SNS」の利用率が高く、特に女性20代では5割を超えている。
- ▶ また、個人年収800万円以上、金融資産1000万円以上の層では「Webサイトの情報」「テレビ番組」の利用率が高くなっているのも特徴的であった。

Q13-1 資産形成・資産運用をする際に、利用した情報源と役立つ情報源を全てお答えください。[利用情報源]（資産形成・資産運用実施経験者／複数回答）



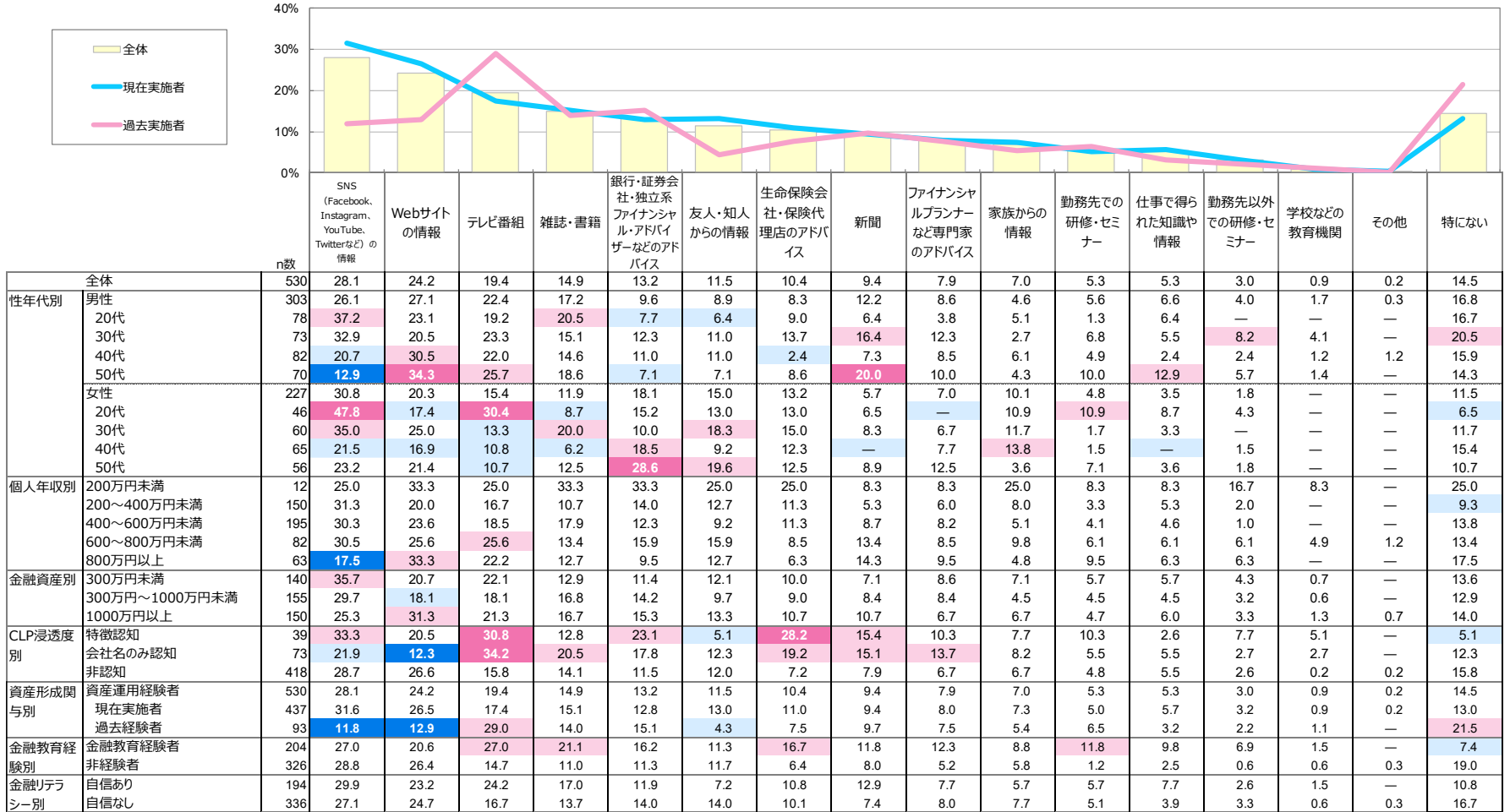
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

4. 資産形成・資産運用の情報源 2) 役立った情報源

□ 役立った情報源は「SNS」「Webサイトの情報」が上位。

- ▶ 役立った情報源でも「SNS」「Webサイトの情報」が2割台で上位となっている。「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」は8%（利用者の約半数）であった。
- ▶ 利用情報源と同様に、男女若年層では「SNS」の役立ち度が高い。

Q13-2 資産形成・資産運用をする際に、利用した情報源と役立った情報源を全てお答えください。【役立った情報源】（資産形成・資産運用実施経験者／複数回答）



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

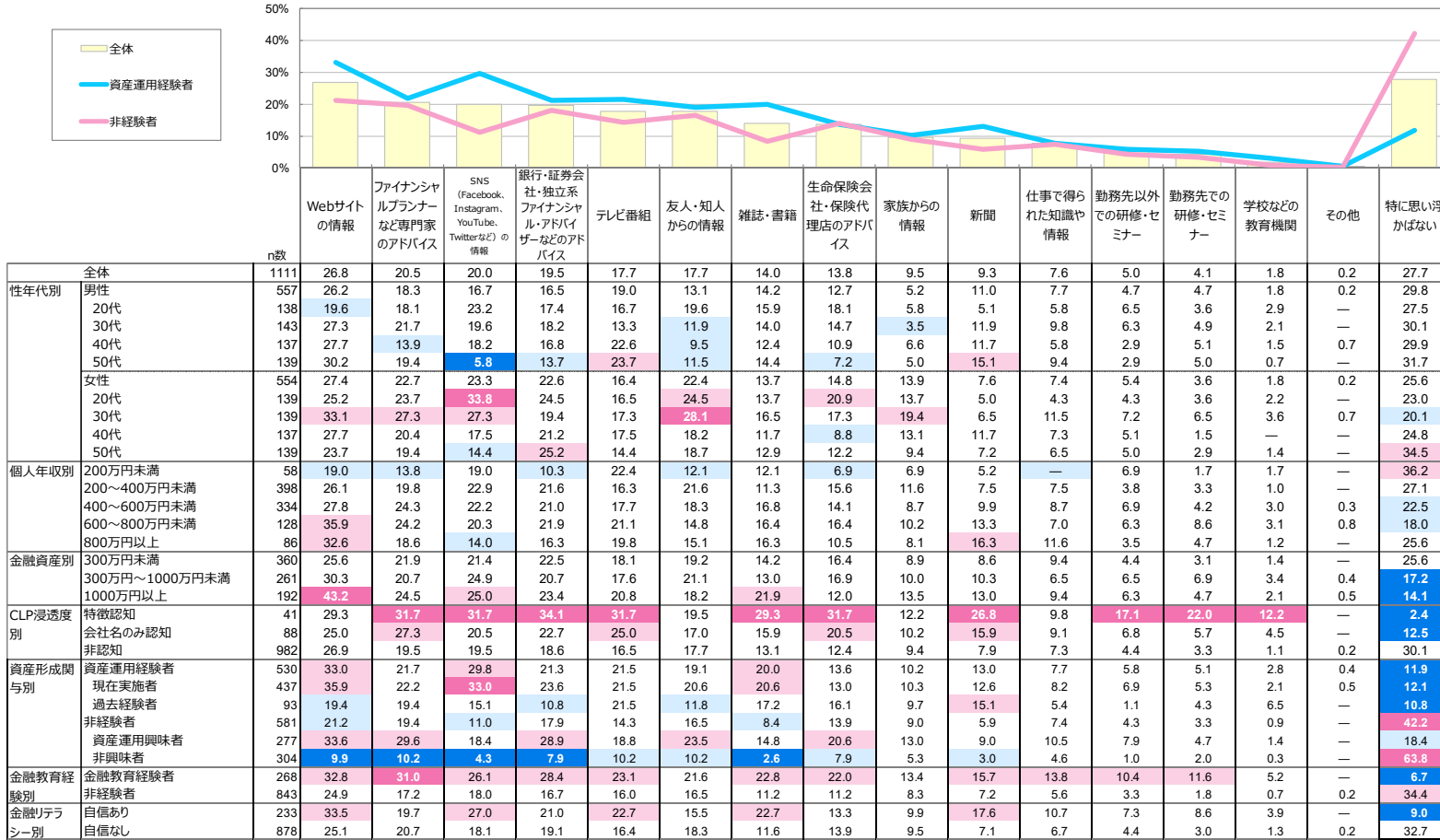
4. 資産形成・資産運用の情報源 3) 今後利用したい情報源

□ 今後利用したい情報源では「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」が「Webサイトの情報」に次いで高くなる。

- ▶ 一方、今後利用したい情報源では「Webサイトの情報」が27%とトップとなっている。これに「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」「SNS」「銀行・証券会社・IFAなどのアドバイス」が2割で続く。
- ▶ 性年代別に見ると、「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」は男女ともに30代での利用意向が高い。また、金融教育経験者では「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」が31%と、「Webサイトの情報」に肉薄している。さらに、非経験者・資産運用興味者で「ファイナンシャルプランナーなど専門家のアドバイス」が高いのも特徴的である。

Q15 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、どのような情報源を利用したいと思いますか。あてはまるものを全てお答えください。(全体/複数回答)

※資産形成・資産運用を行う予定がない方も、行う場合を想定してお選びください。



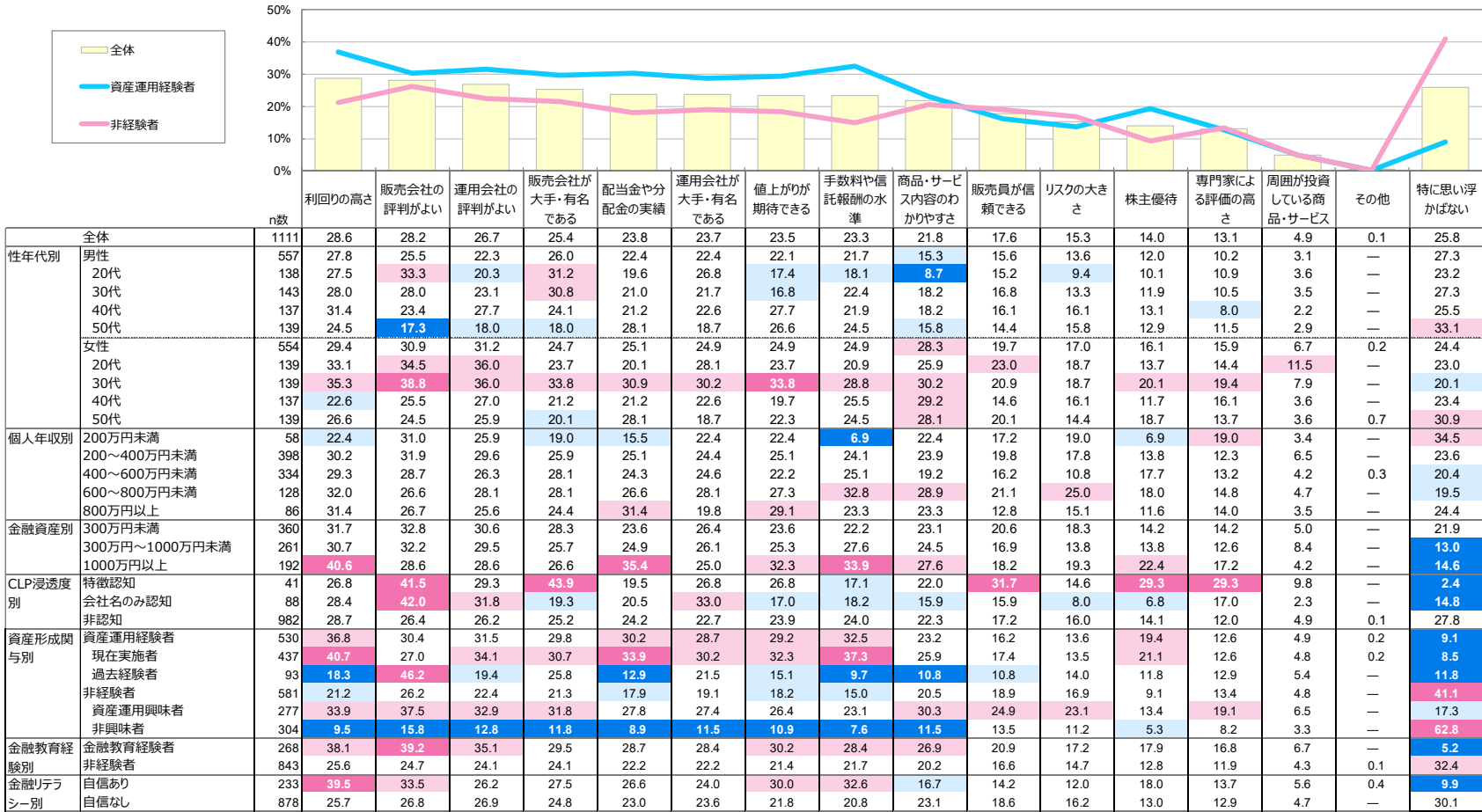
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

5. 投資先や投資商品・サービスの重視要素

□ 利回りの高さに加え、販売会社や運用会社の「評判の良さ」が上位。~販売会社、運用会社については大手・有名であることよりも「評判の良さ」を重視。

- ▶ 投資先や投資商品・サービスの重視要素をみると、「利回りの高さ」「販売会社の評判がよい」「運用会社の評判がよい」が3割弱で上位となっている。
- ▶ 金融資産別にみると、1000万円以上では「利回りの高さ」に次いで「配当金や分配金の実績」が重視されている。
- ▶ 資産形成関与別にみると、非経験者・資産運用興味者では「販売会社の評判がよい」が38%で最重視要素となっている。

Q14 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、投資先や投資商品・サービスについて、どのようなことを重視しますか。あてはまるものを全てお答えください。(全体／複数回答)
※資産形成・資産運用を行う予定がない方も、行う場合を想定してお選びください。



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

6. 投資や運用の専門機関・専門家への相談意向

□ 3人中2人は投資や運用の専門機関・専門家へ相談する意向がある

- ▶ 投資や運用の専門機関・専門家への相談意向は66%で、相談意向のない者は3人に1人であった。
- ▶ いずれの属性でも相談意向がある者が多数を占める。

Q16 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、投資先や運用方法等について、投資や運用の専門機関・専門家に相談したい（活用したい）と思いますか。（全体／複数回答）

※資産形成・資産運用を行う予定がない方も、行う場合を想定してお選びください。



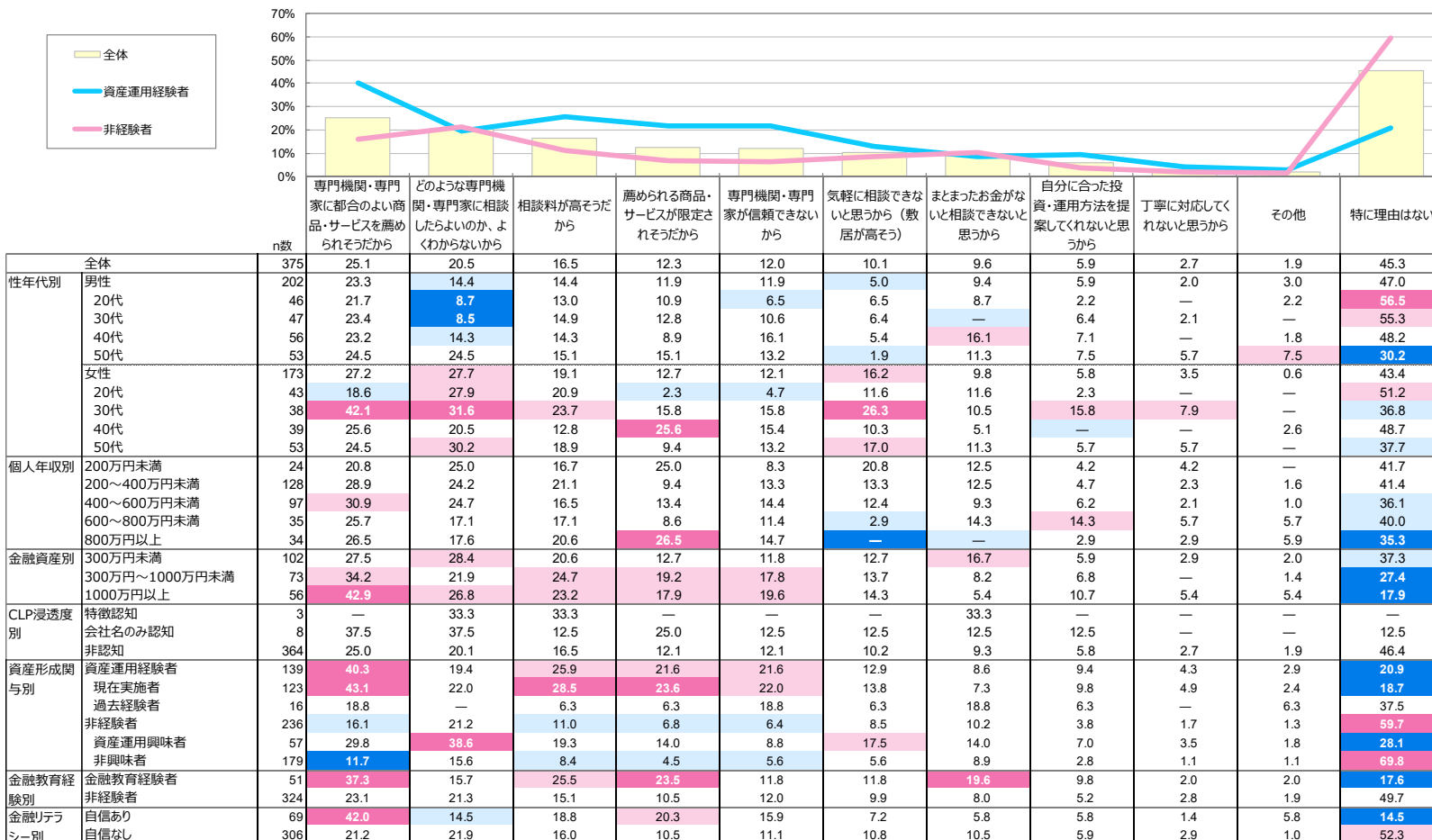
※1 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

7. 投資や運用の専門機関・専門家へ相談したくない理由

□ 資産運用を実施している者では“都合のよい商品・サービスを薦められそう”、資産運用の実施経験無・興味有者では“相談先がよくわからない”がトップ。

- ▶ 相談意向のない理由をみると、「専門機関・専門家に都合のよい商品・サービスを薦められそうだから」が25%と最も高く、以下「どのような専門機関・専門家に相談したらよいのか、よくわからないから」（21%）、「相談料が高そうだから」（17%）と続く。
- ▶ 資産形成関与別にみると、資産運用経験者では「専門機関・専門家に都合のよい商品・サービスを薦められそうだから」が高いが、資産運用経験無・興味有者では「どのような専門機関・専門家に相談したらよいのか、よくわからないから」が最も高くなっている。

Q17 投資先や運用方法等について、投資や運用の専門機関・専門家には相談したくない（活用したくない）と思う理由は何ですか。あてはまるものを全てお答えください。
（非相談意向者／複数回答）



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

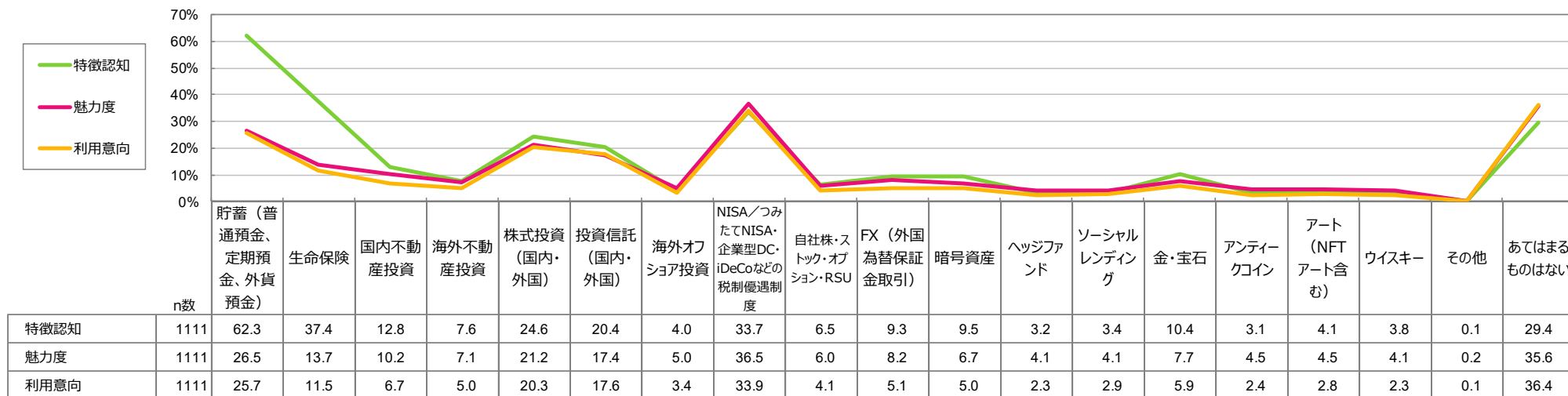
8. 資産形成・資産運用方法の浸透度

□ 魅力度、利用意向は「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」がトップ。

～「貯蓄」「生命保険」は特徴認知に比べて、魅力度や利用意向が低い。

- ▶ 特徴認知の割合は、「貯蓄」が62%と最も高く、これに「生命保険」（37%）、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」（34%）と続く。
- ▶ 一方、魅力度、及び、利用意向では、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」が3割台で最も高くなり、これに「貯蓄」「株式投資」「投資信託」と続く。
- ▶ 革新的な個人投資対象として、近年マスコミでも注目されている「ウイスキーカスク投資」及び、「アンティークコイン」についての特徴認知度、魅力度は3.1～4.5%、利用意向は2.3～2.4%となっている。CLPを認知している者に限定すると、特徴認知度は10～17%、魅力度は9～14%、利用意向は5～10%となっている。（次ページ以降を参照）

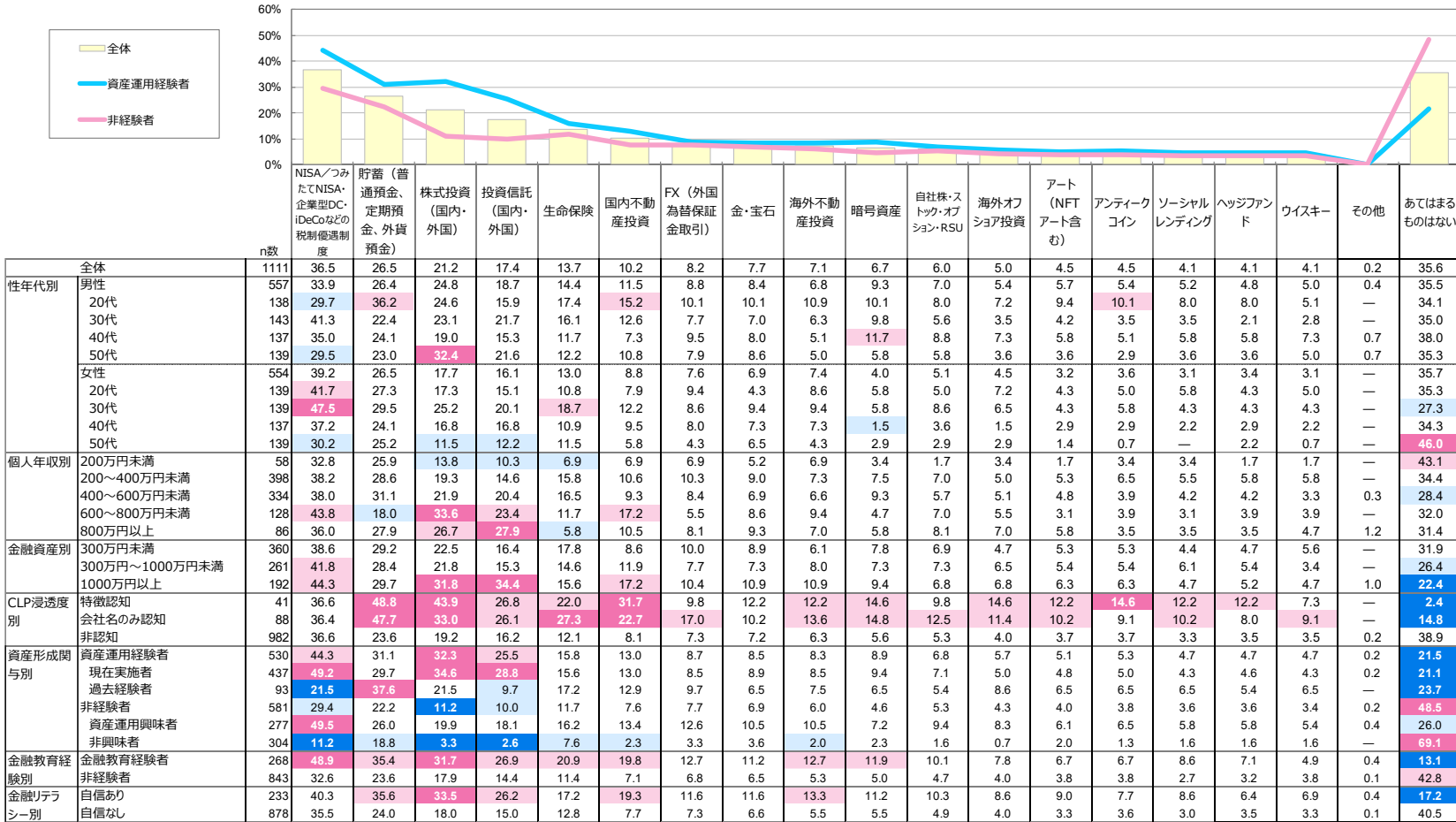
Q18 資産形成・資産運用の方法[特徴認知、魅力度、利用意向]（全体／複数回答）



8. 資産形成・資産運用方法の浸透度 2) 興味度

- ▶ 興味の割合を性年代別にみると、「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの税制優遇制度」は女性30代以下で高くなっている（特に女性30代では5割近い）。
- ▶ 個人年収800万円以上、金融資産1000万円以上で「株式投資」「投資信託」の興味度が他属性よりも高い。

Q18-2 資産形成・資産運用の方法についてお伺いします。(2) 名称から興味を感じるものを全てお答えください。(全体／複数回答)



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け: 全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

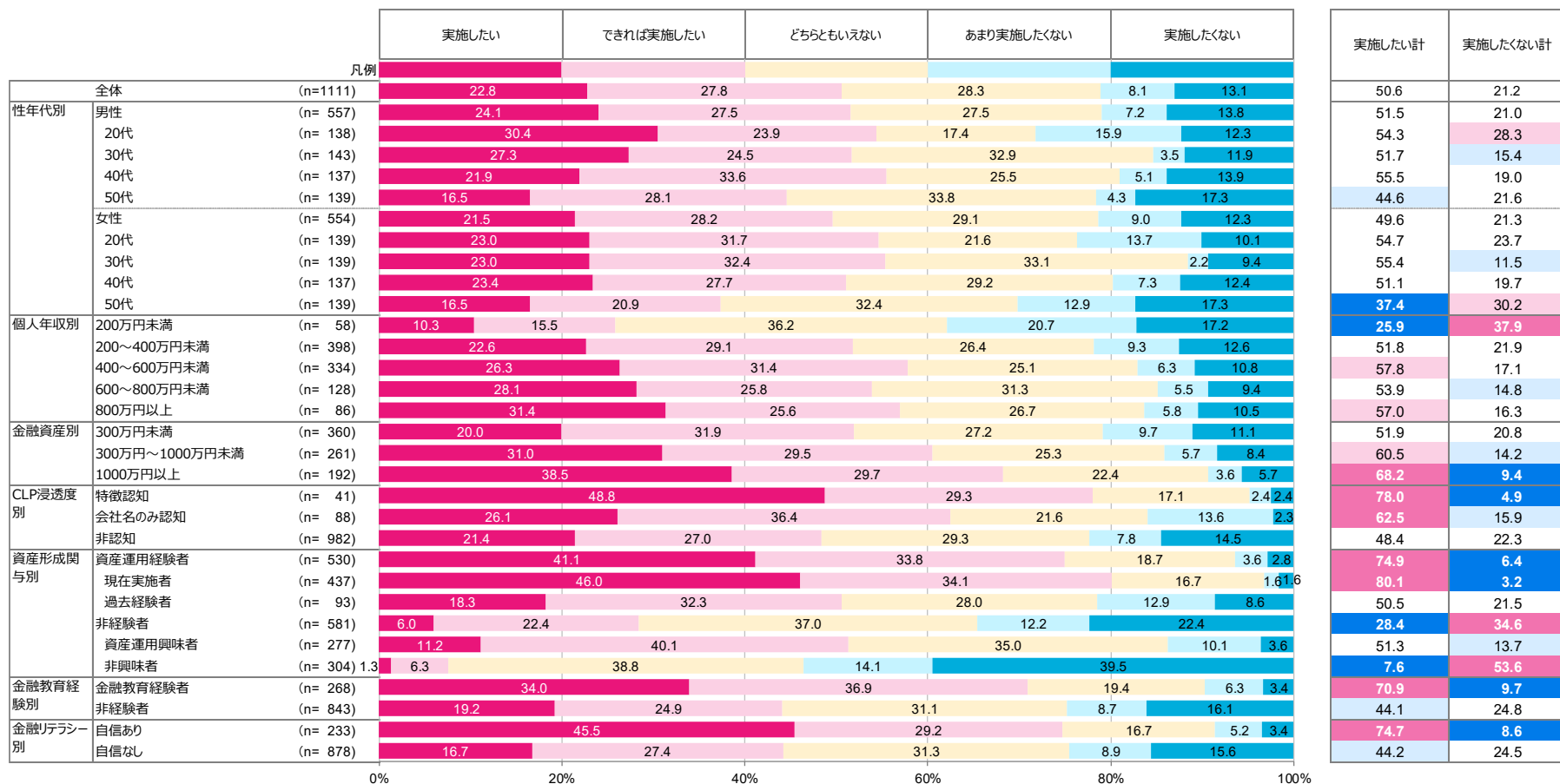
9. 投資の実施意向 1) 長期投資

□ 半数の者に長期投資実施意向あり。

~40代までは実施意向が減退しない。

- ▶ 長期投資を「実施したい」と回答した者は23%で、これに「できれば実施したい」（28%）を合わせると半数となっている。
- ▶ 性年代別にみると、男女ともに50代になると実施意向が減少する（40代までは実施意向が維持される）。
- ▶ 金融資産別にみると、資産が多くなるほど実施意向が高い。また、金融教育経験者、金融リテラシー自信層での実施意向が高い。

Q19-1 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、以下の投資方法を行いたいと思いますか。それぞれあてはまるものをお答えください。[長期投資]（全体／単一回答）



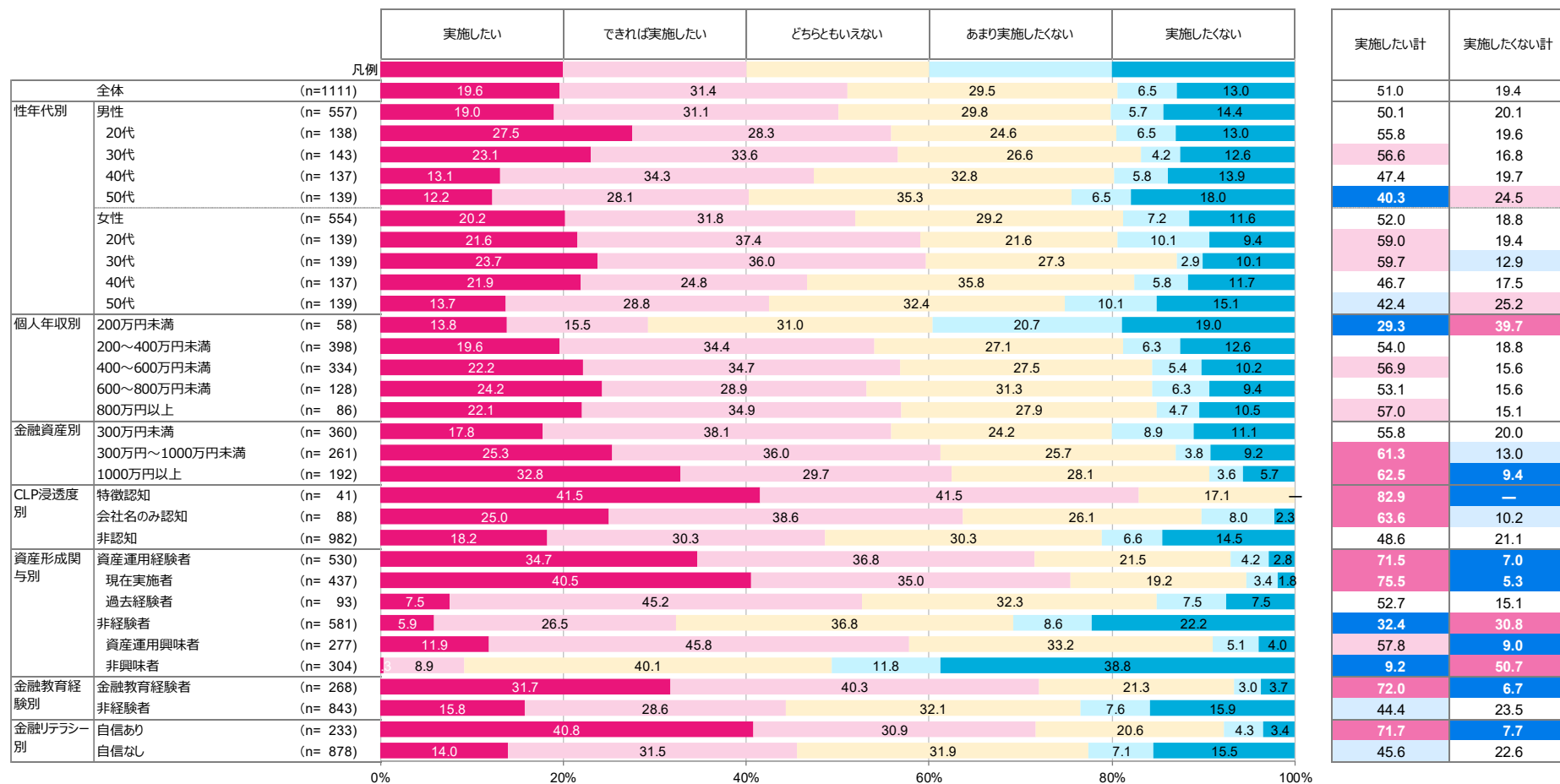
※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

9. 投資の実施意向 2) 積立投資

□ 積立投資においても、半数の者に実施意向あり。

- ▶ 積立投資を「実施したい」と回答した者は20%で、これに「できれば実施したい」（31%）を合わせると半数となっている。
- ▶ 性年代別みると、男女ともに30代以下の方が40代以上よりも高い。
- ▶ 金融資産別みると、長期投資と同様に、資産が多くなるほど実施意向が高い。また、金融教育経験者、金融リテラシー自信層での実施意向が高い。

Q19-2 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、以下の投資方法を行いたいと思いますか。それぞれあてはまるものをお答えください。[積立投資]（全体/単一回答）



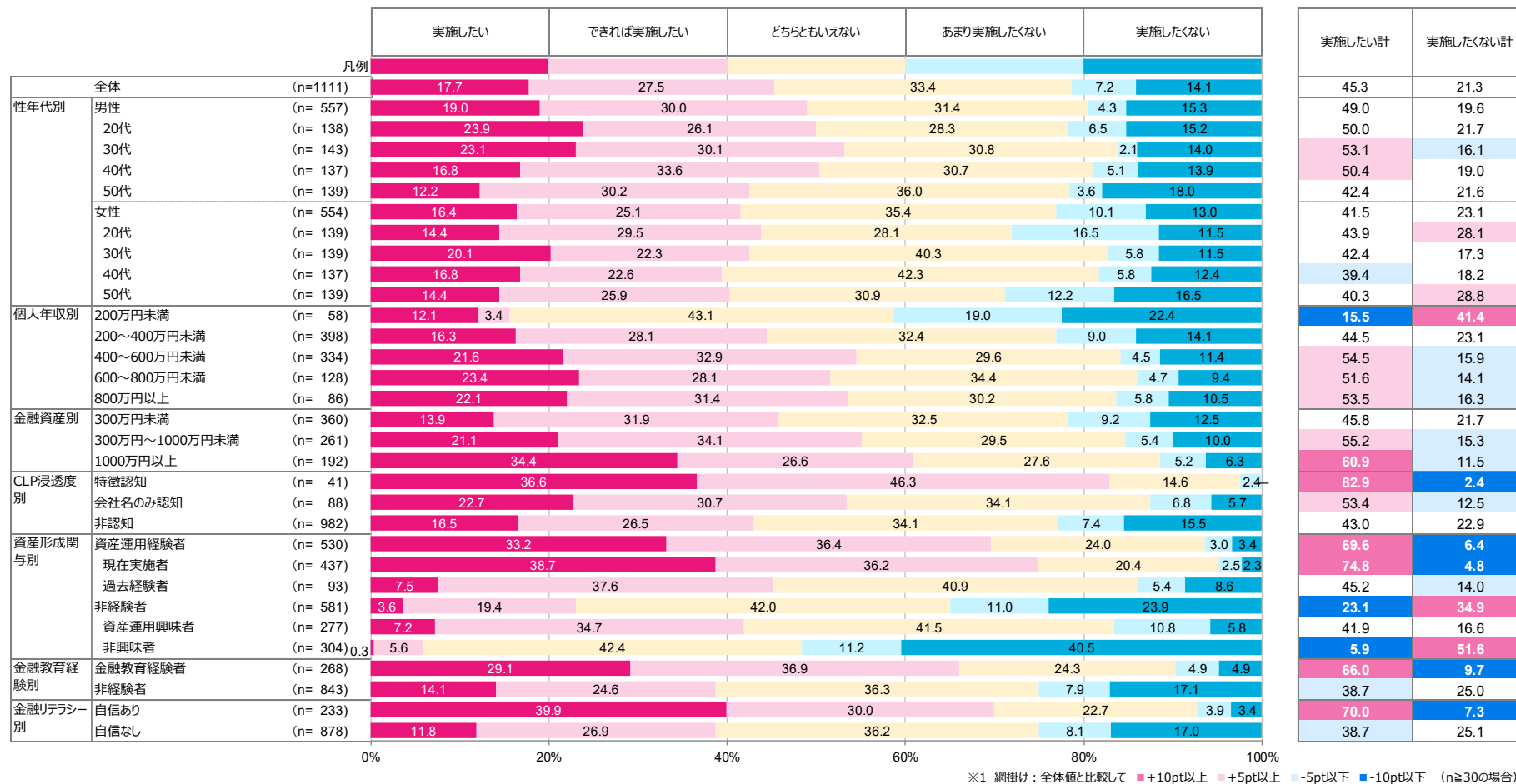
※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

9. 投資の実施意向 3) 分散投資

□ 分散投資の実施意向は45%だが、男性20代~40代では5割に達する。

- ▶ 分散投資を「実施したい」と回答した者は18%で、これに「できれば実施したい」（28%）を合わせると45%となっている。
- ▶ 性年代別に見ると、男性20代~40代での実施意向が他属性よりも高く、5割に達する。
- ▶ 金融資産別に見ると、長期投資、積立投資と同様に、資産が多くなるほど実施意向が高い。また、金融教育経験者、金融リテラシー自信層での実施意向が高い。

Q19-3 今後、資産形成・資産運用を行うとした場合、以下の投資方法を行いたいと思いますか。それぞれあてはまるものをお答えください。[分散投資] (全体/単一回答)

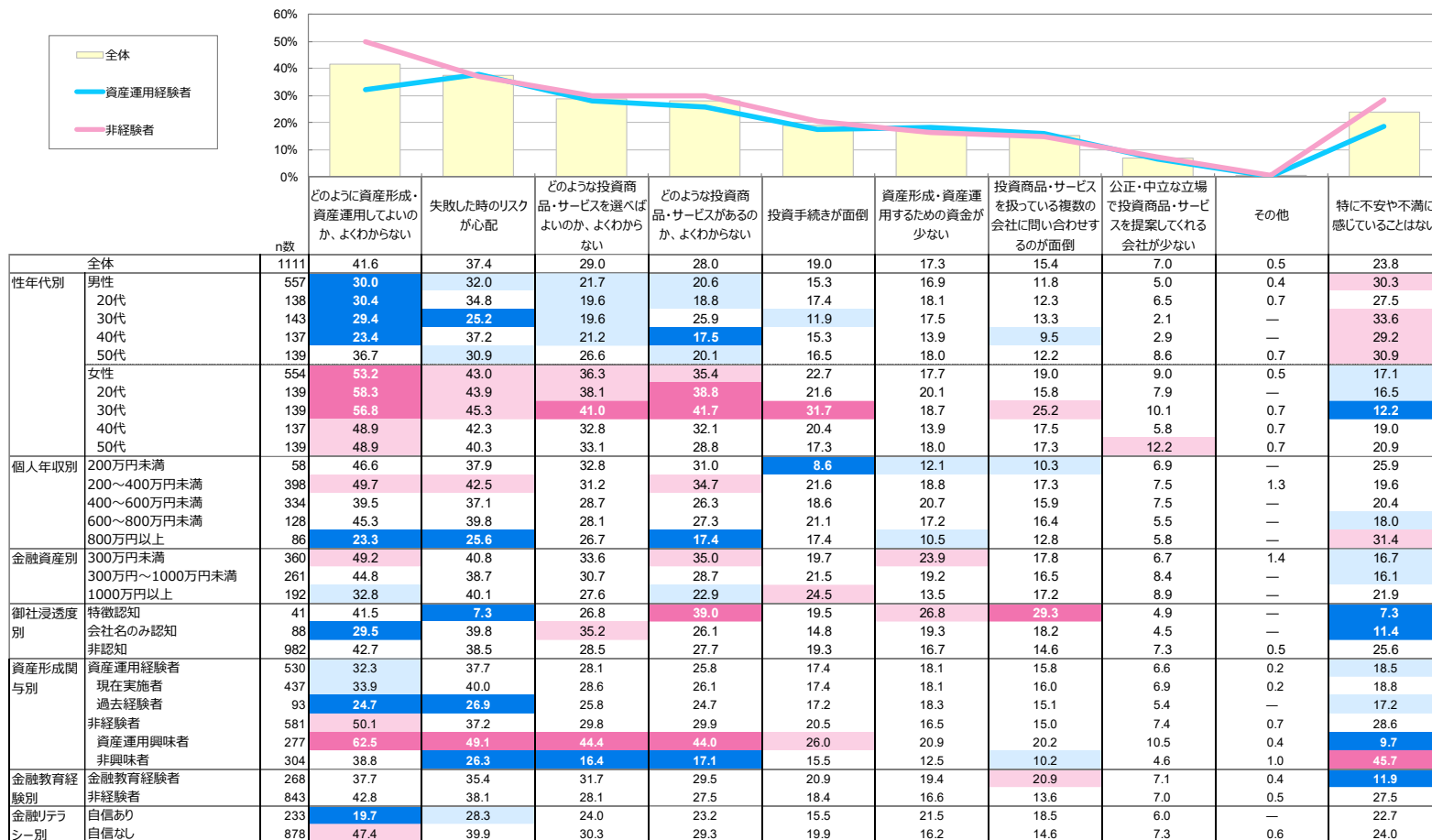


10. 資産形成・資産運用についての不安・不満

□リスクに加え、“資産形成・資産運用のやりかたがよくわかならない”ことを挙げる者が多い(特に、女性や潜在ターゲット)。

- ▶ 資産形成・資産運用についての不安・不満要素をみると、「どのように資産形成・資産運用してよいか、よくわかならない」「失敗した時のリスクが心配」が4割前後で高く、これらに「どのような投資商品・サービスを選べばよいか、よくわかならない」「どのような投資商品・サービスがあるのか、よくわかならない」が3割弱で続く。これら上位要素は、男性よりも女性の方が不安・不満を感じている(特に女性30代以下)。
- ▶ 資産形成関与別みると、経験無・興味有者では「どのように資産形成・資産運用してよいか、よくわかならない」が6割を超えている。

Q20 資産形成・資産運用の方法について、不安や不満を感じていることはありますか。あてはまるもの全てお答えください。(全体/複数回答)



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け: 全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)



第3章 金融教育・投資教育の実態



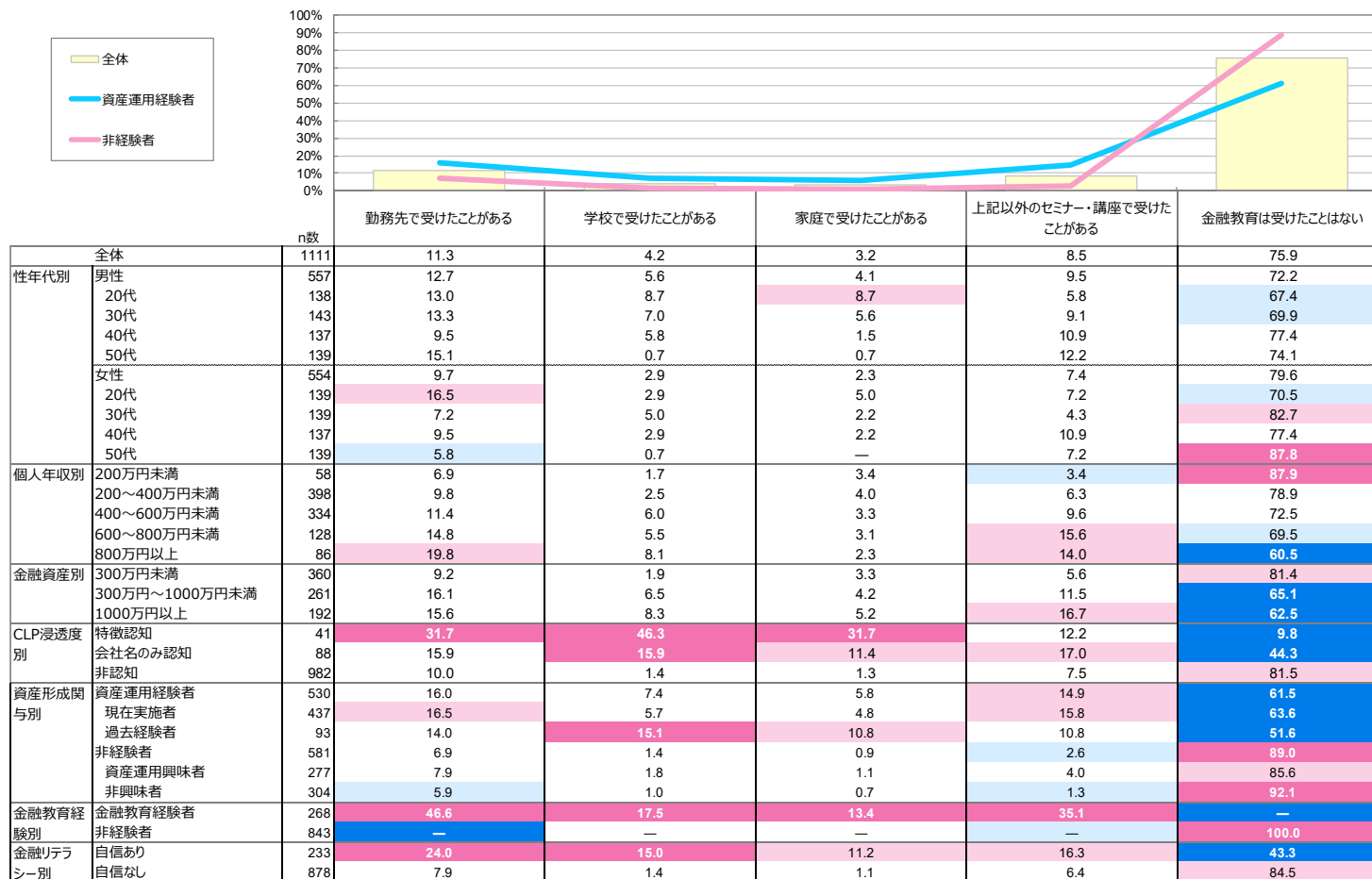
1. 金融・投資教育の経験

□ 金融・投資教育を受けたことがある者は4人に1人。

～教育を受けた場所は“勤務先”が最も多い。大手、金融・保険での受講率が相対的に高い。

- ▶ 金融・投資教育を受けたことがあると回答した者は24%となっている。具体的には「勤務先で受けたことがある」が11%と最も多い。
- ▶ 性年代別にみると、男女ともに年代が低くなるほど経験率が高い傾向がみられ、男女20代では約3割の者が金融・投資教育を受けたことがあると回答した。
- ▶ 年収や金融資産が多くなるほど、金融・投資教育を受けた者の割合が高くなっている。また、金融リテラシー自信層では6割弱の者が金融・投資教育を受けたことがあると回答した。

Q21 あなたは今までに金融・投資教育を受けたことがありますか。あてはまるものを全てお答えください。(全体/複数回答)

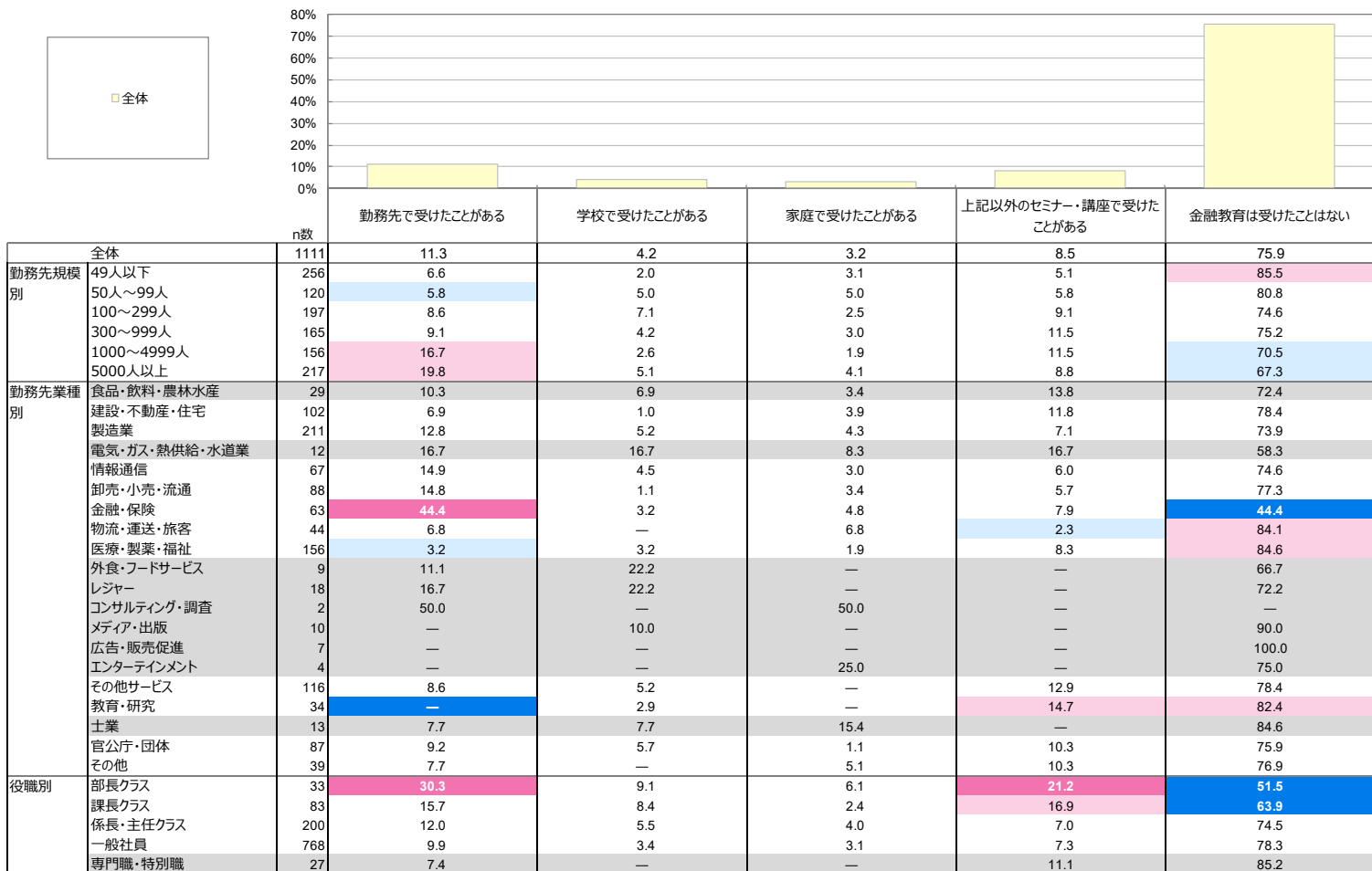


※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

1. 金融・投資教育の経験

- ▶ 勤務先従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど受講経験率が高くなるが、5000人以上でも2割に満たない。
- ▶ 業種別にみると、金融・保険では受講率が4割を超えている。
- ▶ 役職別にみると、役職が高くなるほど受講率が高い。

Q21 あなたは今までに金融・投資教育を受けたことがありますか。あてはまるものを全てお答えください。(全体/複数回答)



※1 全体値の高い順にソート ※2 n≤30は灰色 ※3 網掛け: 全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

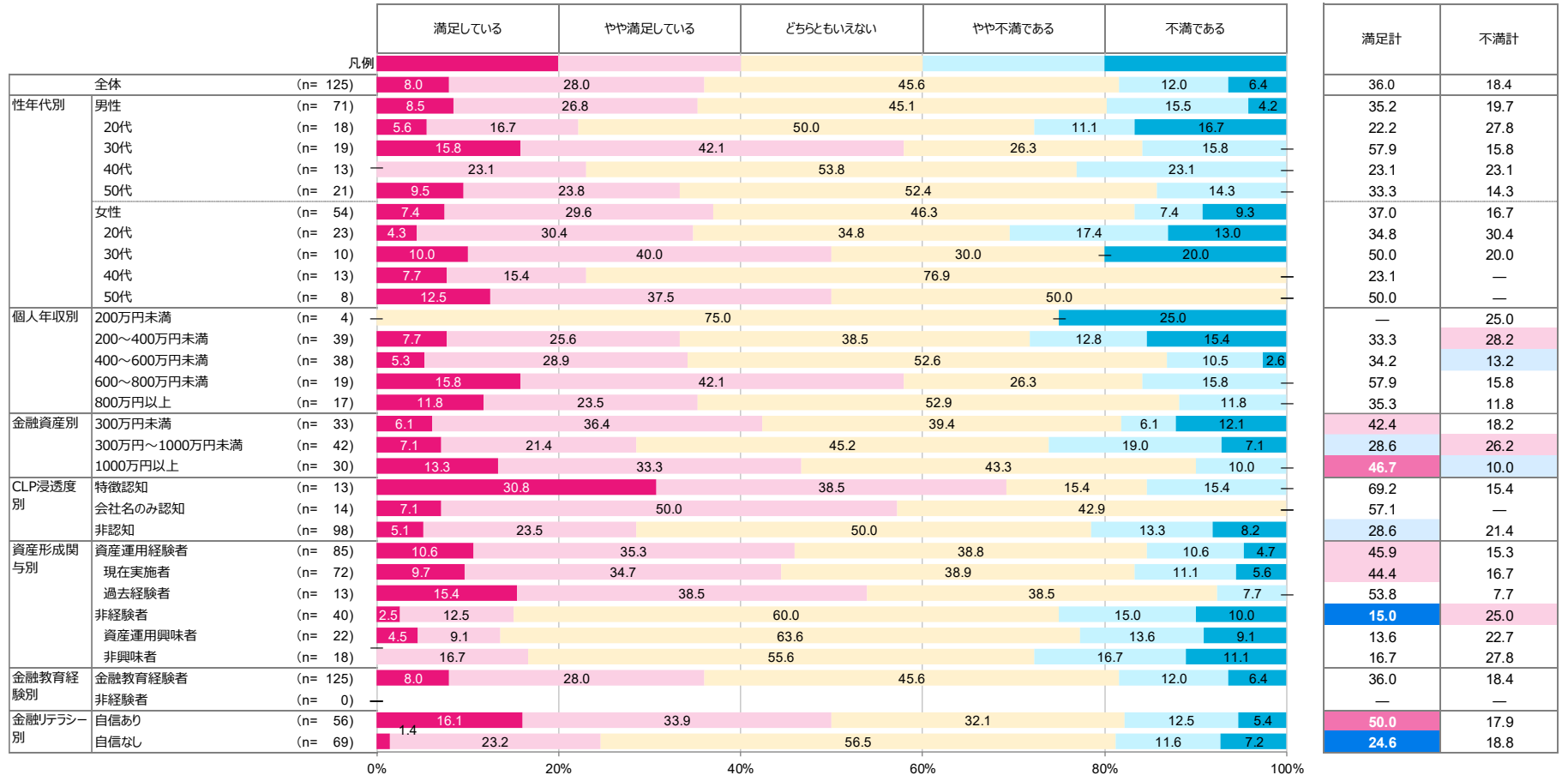
2. 金融・投資教育の満足度

□ 勤務先での金融・投資教育に満足している者は3人に1人に留まる。

▶ 勤務先での金融・投資教育の満足度は36%。不満層も2割近くみられた。

※属性別はサンプル数が少ないため、参考値に留めてください。

Q22 勤務先で受けた金融・投資教育について、どの程度満足していますか。(勤務先での金融教育経験者/単一回答)



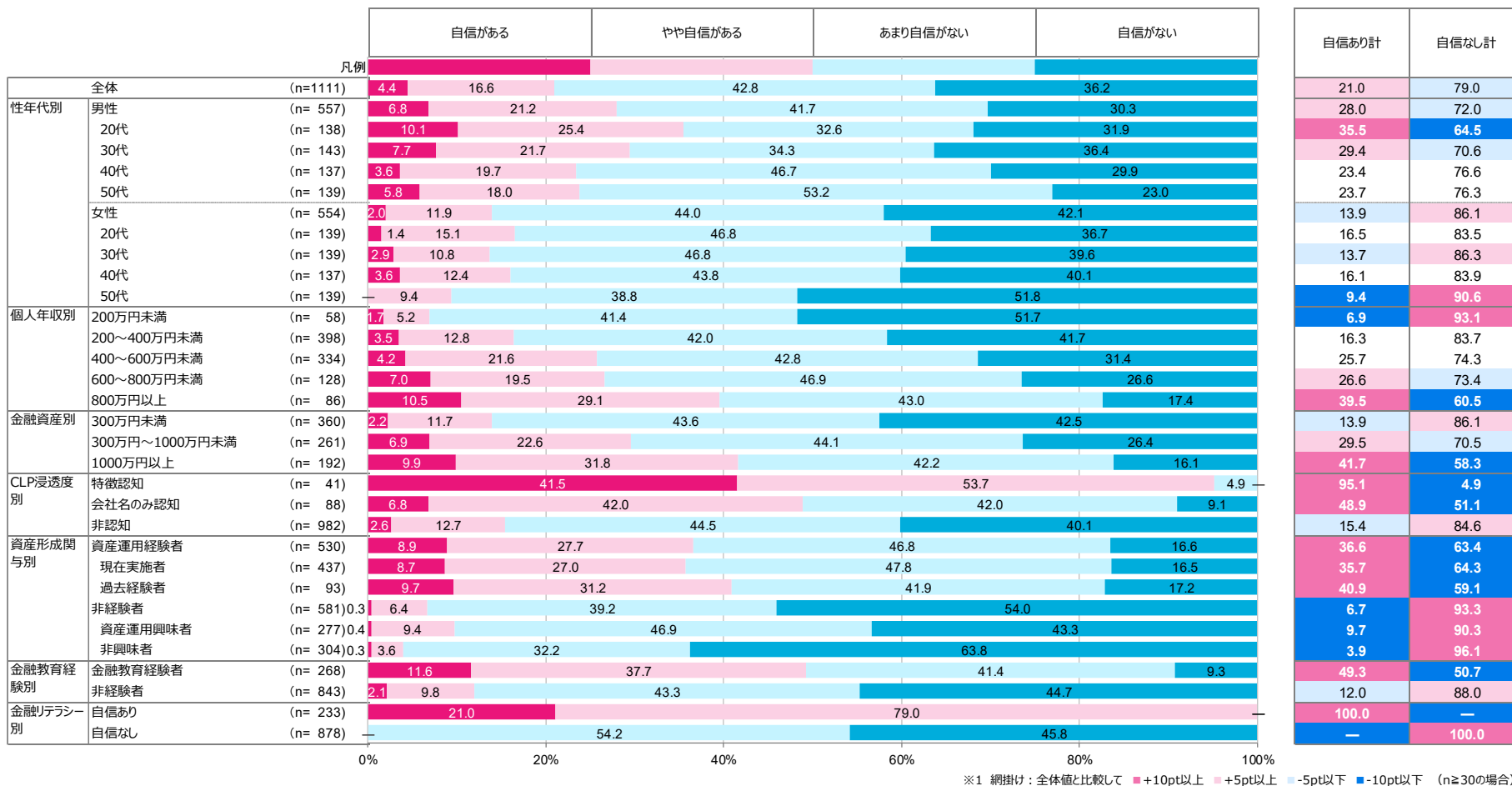
※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

3. 金融リテラシーの自信度

□ 金融リテラシーに自信があると回答した者は5人に1人だが、男性若年層では4割弱と高い。

- ▶ 金融リテラシーに「自信がある」と回答した者は4%で、これに「やや自信がある」（17%）を合わせると2割となっている。
- ▶ 性年代別にみると、いずれの年代でも男性の方が自信があると回答した者の割合が高く、男性では年代が低いほど自信があると回答した者の割合が高い（男性20代では36%）。
- ▶ 年収や金融資産が多い者ほど、金融リテラシーに自信を持っている。また、金融教育経験者では半数の者が金融リテラシーに自信があると回答した。

Q25 あなたはご自身の金融リテラシー（お金・金融・経済などの知識・能力）について、どの程度自信がありますか。（全体／単一回答）

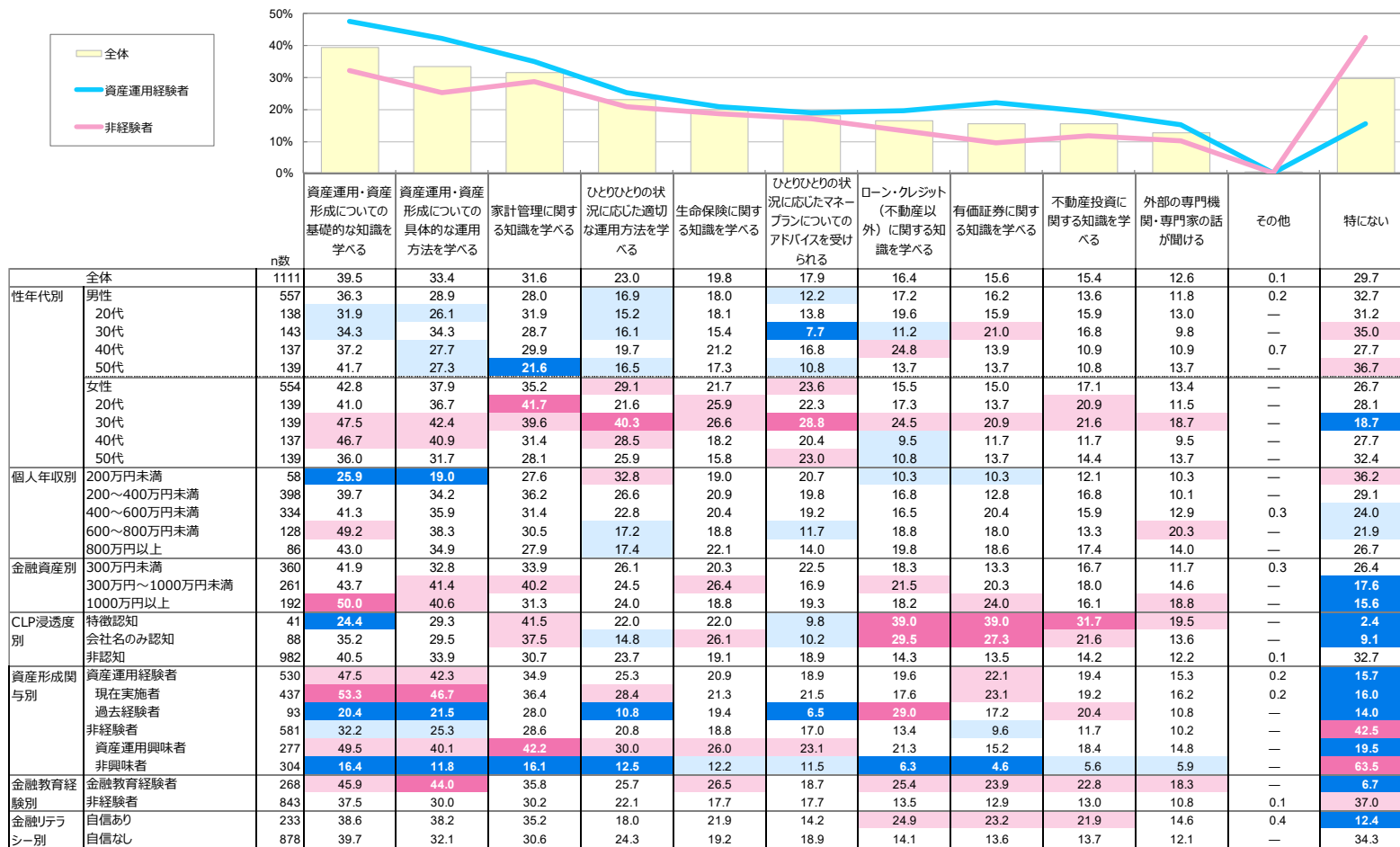


4. 望ましい金融・投資教育

□ 資産運用・資産形成の“基礎的な知識”がトップ(現在実施者でも半数を超える)。

- ▶ 望ましい金融・投資教育を尋ねたところ、「資産運用・資産形成についての基礎的な知識を学べる」が40%と最も高く、これに「資産運用・資産形成についての具体的な運用方法を学べる」「家計管理に関する知識を学べる」が3割台で続く。特に女性30代では軒並みスコアが高くなっている。
- ▶ 資産形成関与別にみると、現在実施者でも「資産運用・資産形成についての基礎的な知識を学べる」がトップで5割を超えている。また、非経験者だが資産運用に興味ある者では「家計管理に関する知識を学べる」が4割強と他属性に比べて高い。

Q24 勤務先で金融・投資教育を受けるとした場合、どのような金融教育が望ましいと思いますか。あてはまるものを全てお答えください。(全体/複数回答)



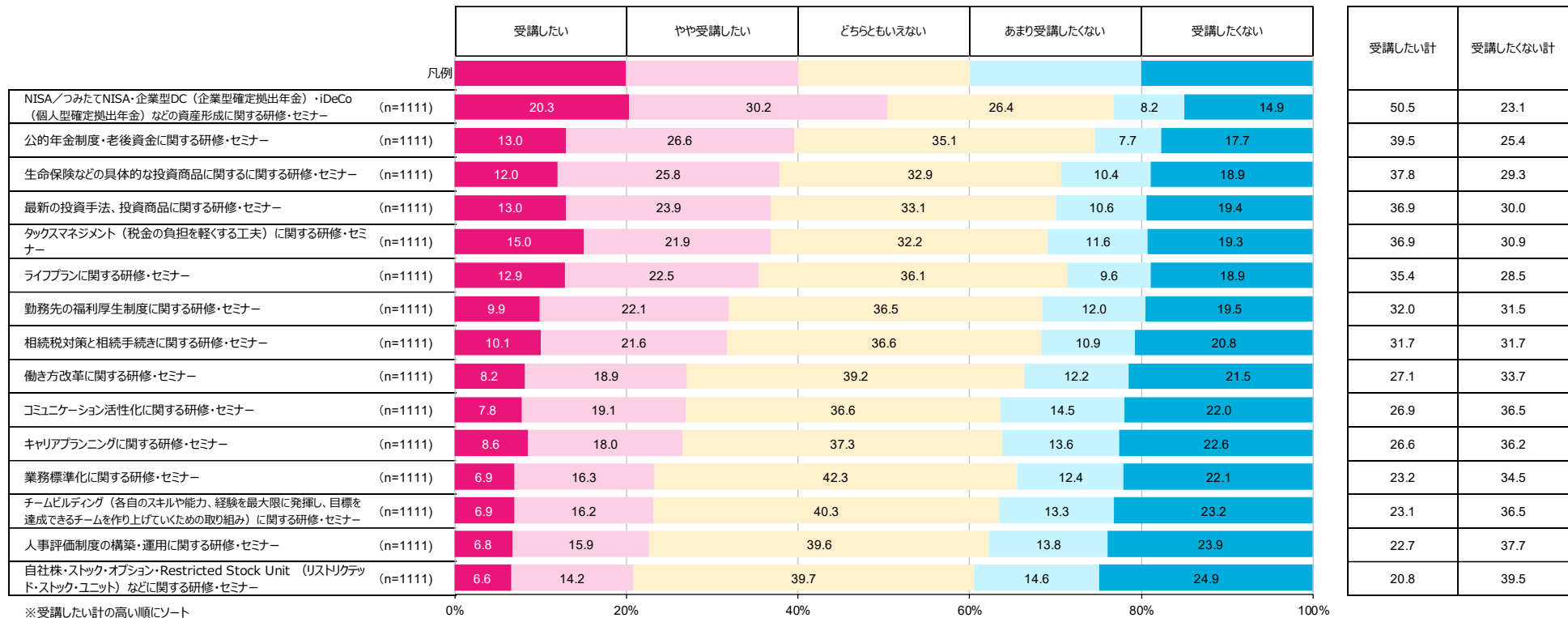
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け: 全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

5. 勤務先での研修・セミナー受講意向

□ NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナーの受講意向がトップ。

- ▶ 「NISA／つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナー」の受講意向が5割と最も高い。
- ▶ 以下「公的年金制度・老後資金に関する研修・セミナー」「生命保険などの具体的な投資商品に関する研修・セミナー」「最新の投資手法、投資商品に関するに関する研修・セミナー」「タックスマネジメントに関するに関する研修・セミナー」が4割弱で続く。

Q31 勤務先で以下のような研修・セミナーが開催されたら、受講してみたいと思いますか。それぞれあてはまるものをお答えください。（全体／単一回答）



5. 勤務先での研修・セミナー受講意向

□ セミナー受講意向の重なりをみると、お金に関するセミナーとビジネス系のセミナーの受講意向の重なりは大きく、セットでの展開も相乗効果が期待できそうだ。

Q31 勤務先での研修・セミナー受講意向の重なり

	n数	NISA/ つみたて NISA・ 企業型 DC・ iDeCo などの資 産形成 に関する 研修・セ ミナー	生命保 険など の具体 的な投 資商品 に関する 研修・セ ミナー	最新 の投資 手法、 投資 商品に 関する 研修・セ ミナー	タックス マネジ メント (税金 の負担 を軽く する工 夫)に 関する 研修・セ ミナー	ライフ プラン に関する 研修・ セミナー	相続税 対策と 相続手 続きに 関する 研修・ セミナー	公的年 金制度 ・老後 資金に 関する 研修・ セミナー	自 社株・ ストック ・オプ ション ・RSU などに 関する 研修・ セミナー	勤務先 の福利 厚生制 度に関 する研 修・セ ミナー	チーム ビル ディ ングに 関する 研修・ セミナー	コミュ ニケー ション 活性化 に関す る研修 ・セ ミナー	人事評 価制度 の構築 ・運用 に関す る研修 ・セ ミナー	キャリア プラン ニング に関す る研修 ・セ ミナー	働き方 改革に 関する 研修・ セミナー	業務標 準化に 関する 研修・ セミナー
NISA/つみたてNISA・企業型DC・iDeCoなどの資産形成に関する研修・セミナー	561		63.6	62.7	59.0	59.7	52.2	63.5	35.3	52.2	36.7	41.7	35.3	42.4	43.3	36.5
生命保険などの具体的な投資商品に関する研修・セミナー	420	85.0		68.3	66.2	68.6	61.2	72.6	41.0	58.6	42.1	47.9	46.4	50.5	50.2	44.8
最新の投資手法、投資商品に関する研修・セミナー	410	85.9	70.0		71.5	69.5	60.5	72.2	43.7	55.9	44.9	49.8	45.9	52.2	51.2	45.9
タックスマネジメント（税金の負担を軽くする工夫）に関する研修・セミナー	410	80.7	67.8	71.5		71.7	66.1	77.1	45.1	59.8	47.3	50.2	46.1	52.0	53.2	47.6
ライフプランに関する研修・セミナー	393	85.2	73.3	72.5	74.8		67.2	80.2	44.5	62.8	48.6	53.2	48.3	55.0	54.5	48.3
相続税対策と相続手続きに関する研修・セミナー	352	83.2	73.0	70.5	77.0	75.0		84.7	50.3	62.2	48.9	55.7	50.6	57.4	57.1	51.4
公的年金制度・老後資金に関する研修・セミナー	439	81.1	69.5	67.4	72.0	71.8	67.9		41.7	59.7	45.6	51.9	45.3	52.2	53.8	46.2
自 社株・ ストック ・オプ ション ・RSU などに 関する 研修・ セミナー	231	85.7	74.5	77.5	80.1	75.8	76.6	79.2		74.5	65.4	68.4	66.7	68.8	68.4	64.5
勤務先の福利厚生制度に関する研修・セミナー	355	82.5	69.3	64.5	69.0	69.6	61.7	73.8	48.5		52.7	58.0	55.8	59.4	59.7	52.4
チームビルディングに関する研修・セミナー	257	80.2	68.9	71.6	75.5	74.3	66.9	77.8	58.8	72.8		75.9	66.5	72.8	69.6	65.8
コミュニケーション活性化に関する研修・セミナー	299	78.3	67.2	68.2	68.9	69.9	65.6	76.3	52.8	68.9	65.2		63.5	70.6	69.9	61.9
人事評価制度の構築・運用に関する研修・セミナー	252	78.6	77.4	74.6	75.0	75.4	70.6	79.0	61.1	78.6	67.9	75.4		78.2	78.6	74.2
キャリアプランニングに関する研修・セミナー	295	80.7	71.9	72.5	72.2	73.2	68.5	77.6	53.9	71.5	63.4	71.5	66.8		76.6	67.8
働き方改革に関する研修・セミナー	301	80.7	70.1	69.8	72.4	71.1	66.8	78.4	52.5	70.4	59.5	69.4	65.8	75.1		69.8
業務標準化に関する研修・セミナー	258	79.5	72.9	72.9	75.6	73.6	70.2	78.7	57.8	72.1	65.5	71.7	72.5	77.5	81.4	

※1 赤字…70%以上



第4章 CLP浸透度、 CLP商品・サービスの受容性



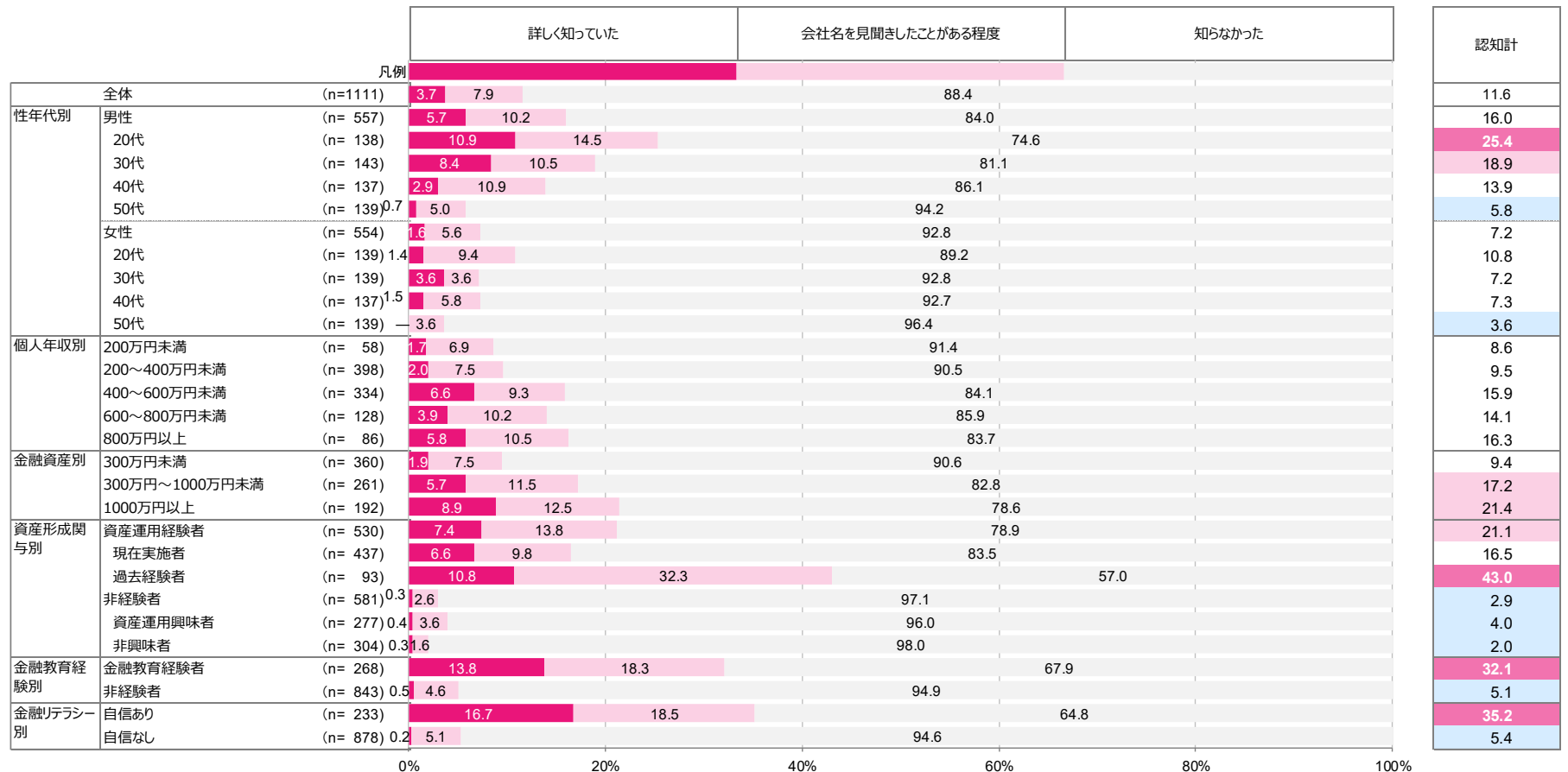
1. CLP浸透度

□ CLPの認知率は全体では12%。現在資産運用実施者での認知率は17%と高い。資産運用経験無・興味有者では4%。

- ▶ CLPの特徴提示後に、御社について「詳しく知っていた」と回答した者は4%で、これに「会社名を見聞きしたことがある」（8%）を合わせると、CLP認知率は12%となっている。
- ▶ 性年代別にみると、男女ともに年代が低くなるほど認知率は高く、特に男性20代では2割を超える。
- ▶ 金融資産別にみると、資産が多くなるほど認知率は高い。
- ▶ また、資産運用関与別にみると、現在資産運用実施者での認知率は17%となっている。一方、資産運用経験無・興味有者は4%。

Q32 あなたは「株式会社クリア・ライフ・パートナーズ」をご存じでしたか。（全体／単一回答）

※調査時に説明文（株式会社クリア・ライフ・パートナーズは、資産形成コンサルティングを軸に、グループ企業間で、金融商品取引業・生命保険販売代理店・不動産取引業・海外投資サポート業などを営む会社です）を提示しています。



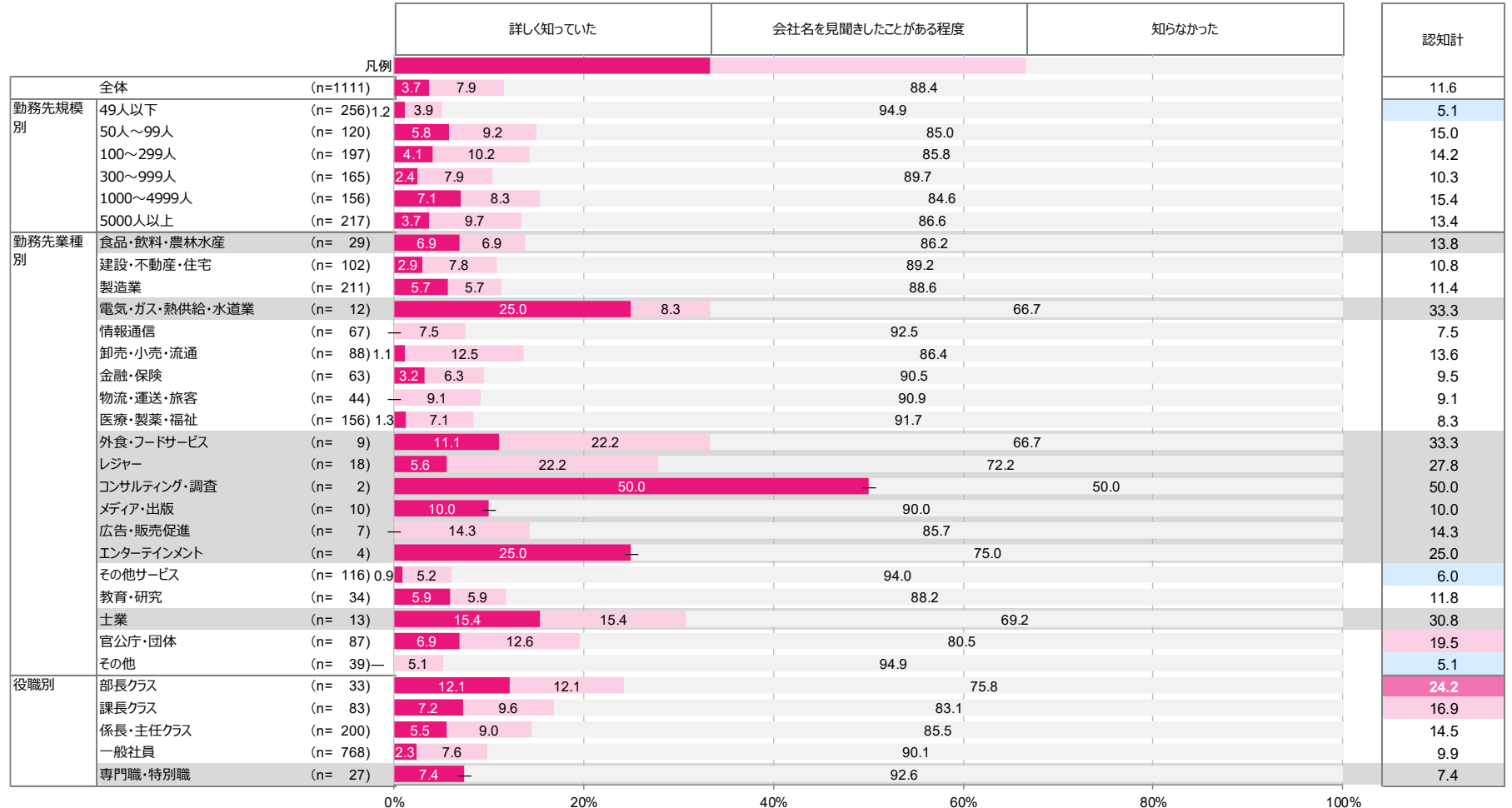
※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

1. CLP浸透度

- ▶ 従業員規模別にCLPの認知率をみると、50人以上では顕著な差はない。
- ▶ 業種別にみると、官公庁・団体では、CLPの認知率が20%と、他業種に比べて高い。
- ▶ 役職別にみると、役職が高くなるほどCLPの認知率が高くなり、部長クラスでは2割を超える。

Q32 あなたは「株式会社クリア・ライフ・パートナーズ」をご存じでしたか。(全体/単一回答)

※調査時に説明文(株式会社クリア・ライフ・パートナーズは、資産形成コンサルティングを軸に、グループ企業間で、金融商品取引業・生命保険販売代理店・不動産取引業・海外投資サポート業などを営む会社です)を提示しています。



※1 n≦30は灰色 ※2 網掛け:全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

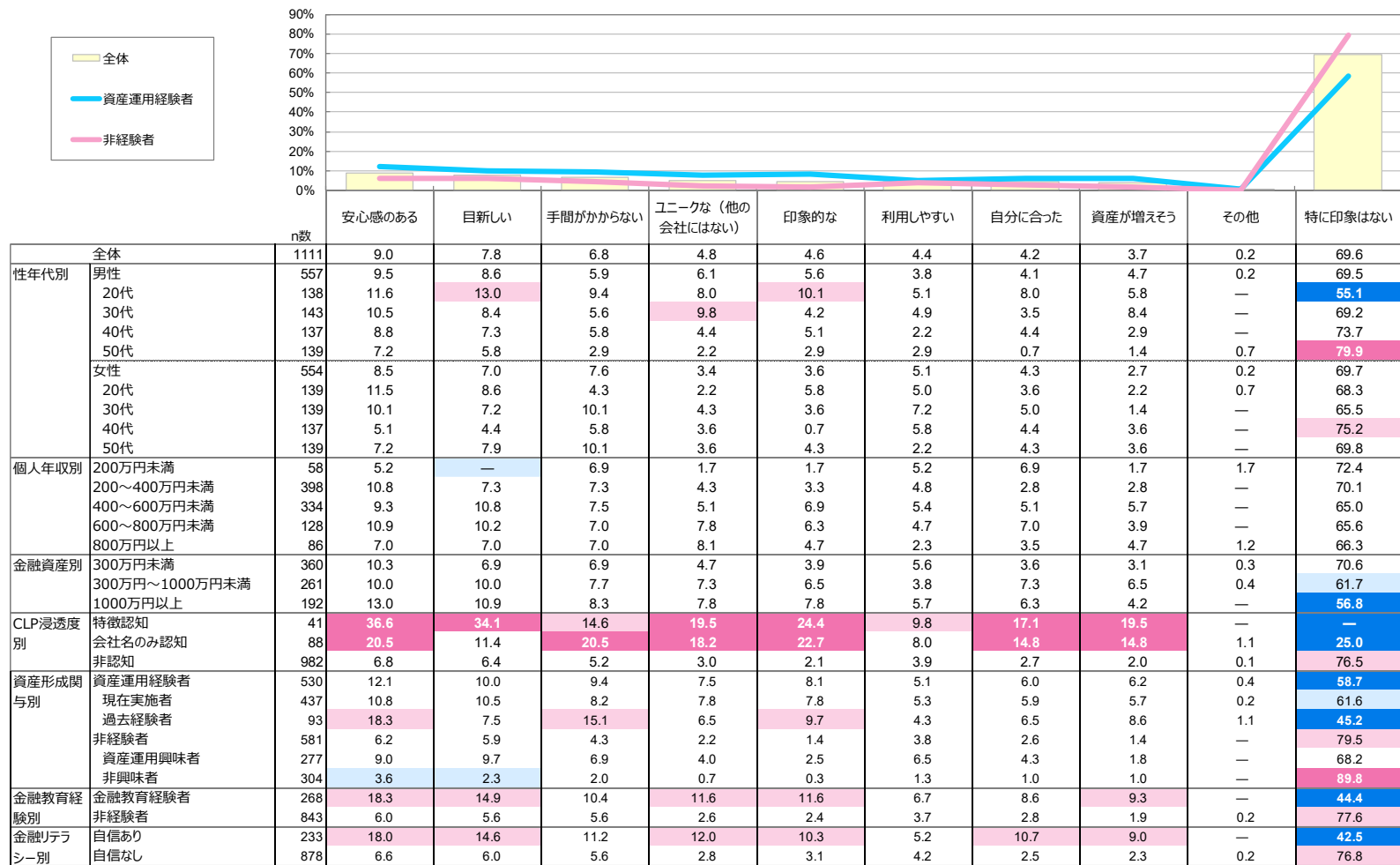
2. 商品・サービスの印象 1) 投資商品の情報提供、計画、実行、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である

□ 資産形成を現在行っている者では「安心感のある」「目新しい」など何らかの印象を持った者は4割を超える。

- ▶ 何らかの印象を持ったと回答した者は3割となっている。具体的には「安心感のある」(9%)、「目新しい」(8%)、「手間がかからない」(7%)などが挙げられた。
- ▶ 資産形成関与別にみると、現在実施者では4割強の者が何らかの印象を持ったと回答しており、「安心感のある」「目新しい」は1割に達している。

Q33-1 以下の株式会社クリア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特徴について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。

[投資商品の情報提供、計画、実行（投資商品の購入）、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である（スクール・FP事務所・販売事業者などの役割が可能）]（全体／複数回答）



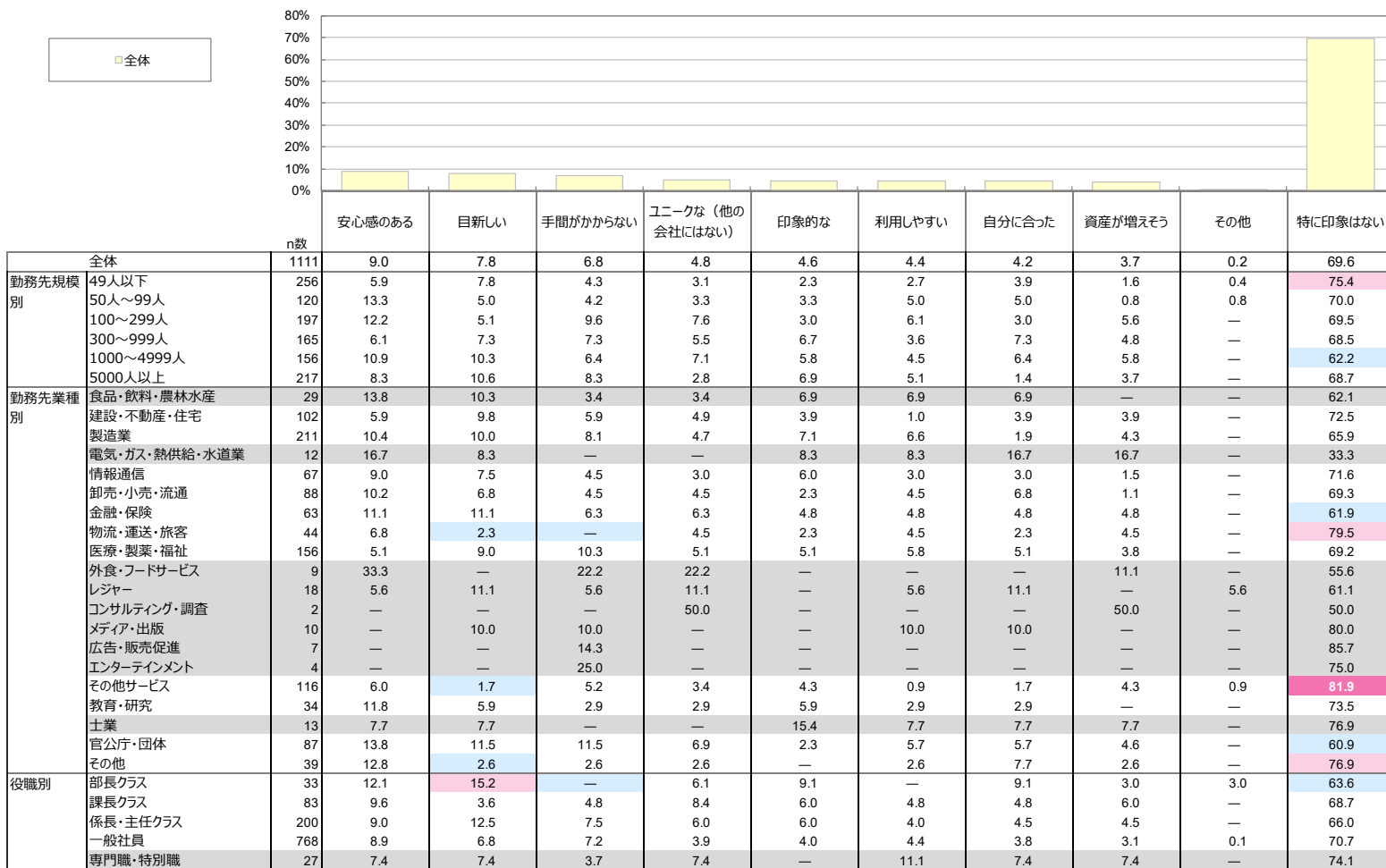
※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

2. 商品・サービスの印象 1) 投資商品の情報提供、計画、実行、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能

- ▶ 業種別にみると、金融・保険、官公庁・団体では、4割の者が何らかの印象を持ったと回答しており、「安心感のある」「目新しい」は1割に達している。
- ▶ 役職別にみると、部長クラスでは「目新しい」と回答した者が15%と、他属性よりも高い。

Q33-1 以下の株式会社クリア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特徴について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。

[投資商品の情報提供、計画、実行（投資商品の購入）、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である（スクール・FP事務所・販売事業者などの役割が可能）]（全体／複数回答）



※1 全体値の高い順にソート ※2 n≦30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

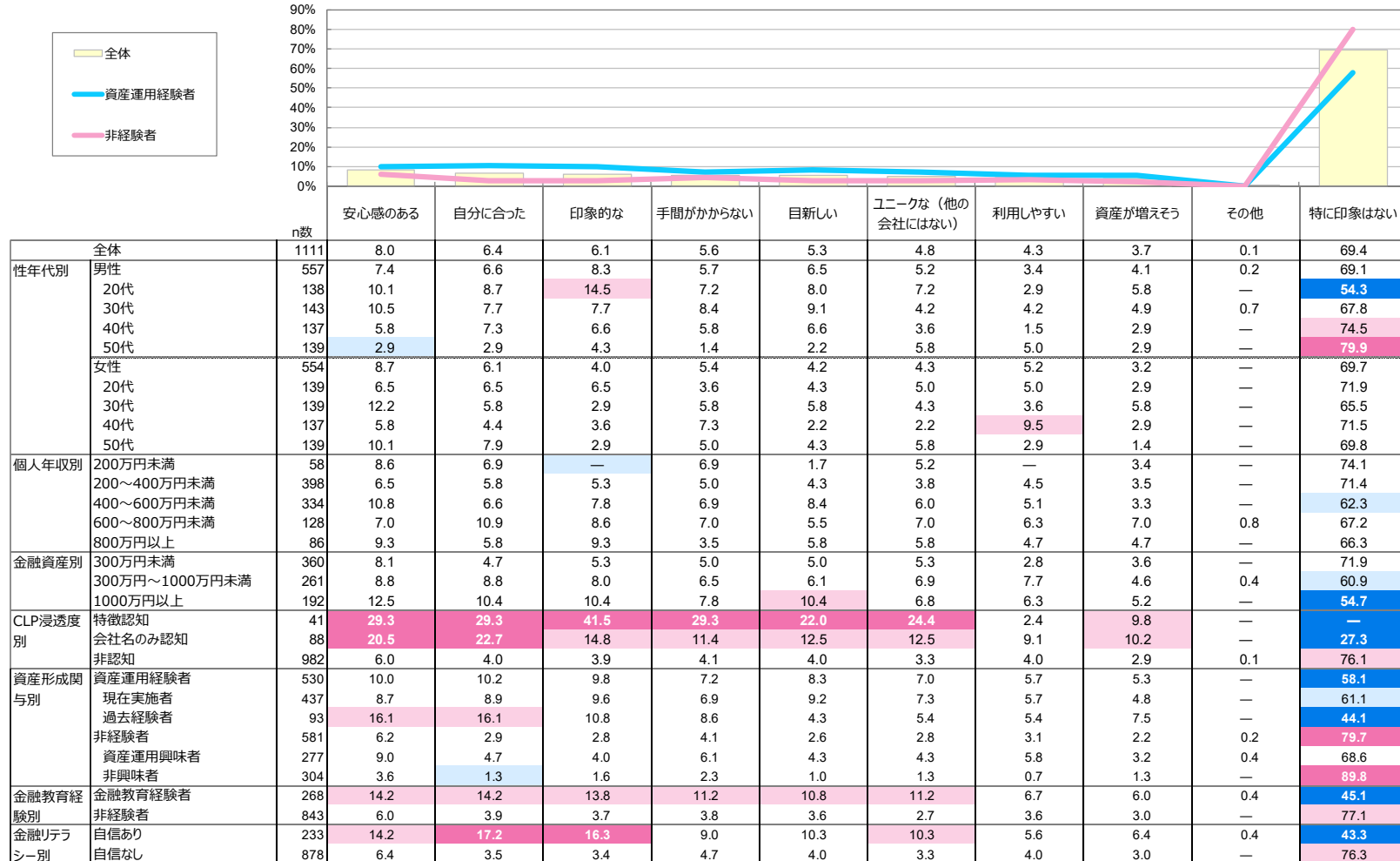
2. 商品・サービスの印象 2) 国内最大の商品数を取り扱っている

□ 資産形成を現在行っている者では「安心感のある」「自分に合った」「印象的な」など何らかの印象を持った者は半数を超える。

- ▶ 何らかの印象を持ったと回答した者は3割となっている。具体的には「安心感のある」(8%)、「自分に合った」(6%)、「印象的な」(同)などが挙げられた。
- ▶ 資産形成関与別にみると、現在実施者では半数以上の者が何らかの印象を持ったと回答しており、「安心感のある」「自分に合った」「印象的な」などが上位で1割を超える。

Q33-2 以下の株式会社クレア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特徴について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。

[国内最大の商品数を取り扱っている事業免許の壁に制限されず、扱う商品は国内・海外・金融資産・実物資産問わず、幅広いワンストップサービスが提供できる体制を整えている] (全体/複数回答)

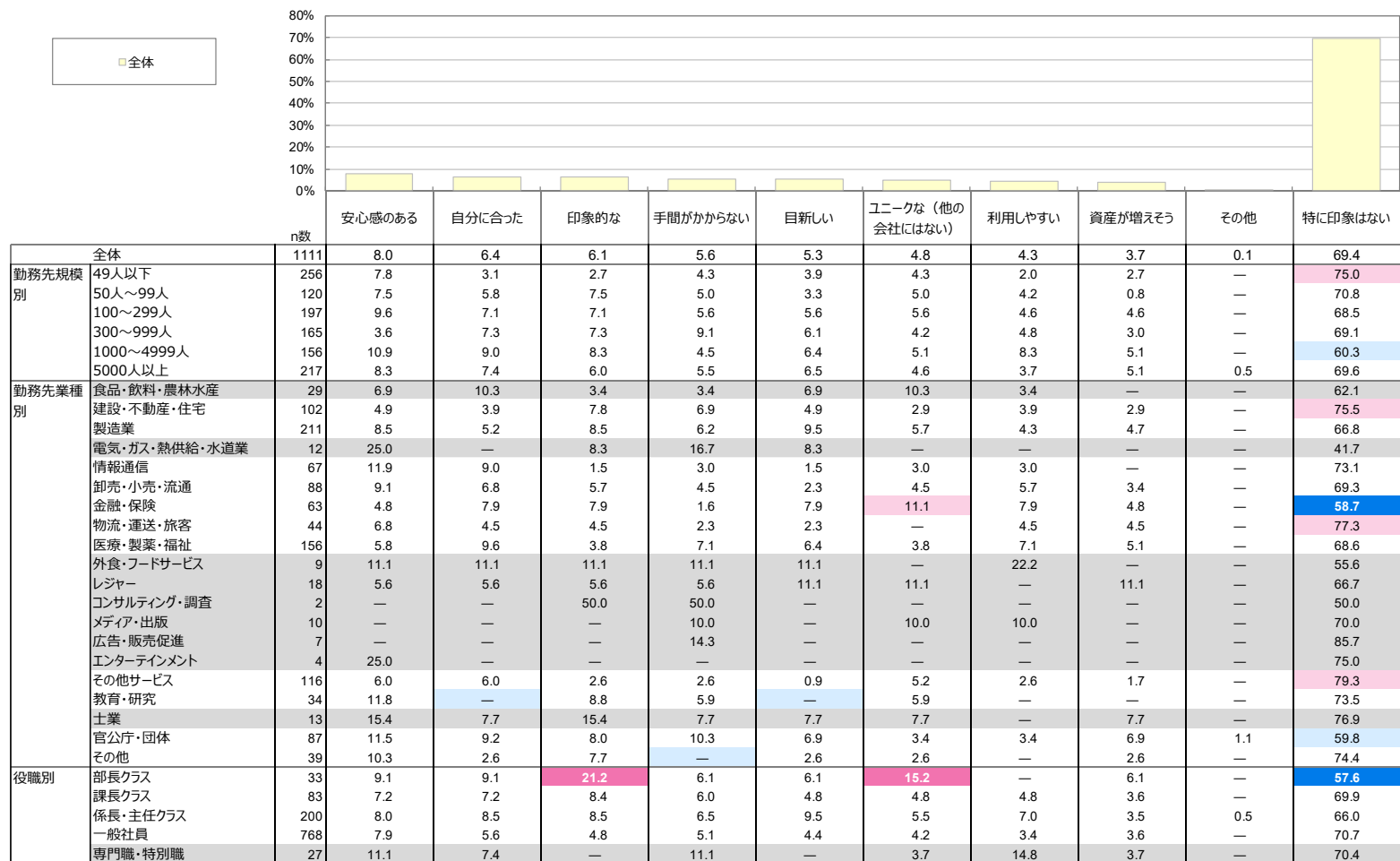


※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け: 全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

2. 商品・サービスの印象 2) 国内最大の商品数を取り扱っている

- ▶ 業種別にみると、金融・保険、官公庁・団体では、4割の者が何らかの印象を持ったと回答している。
- ▶ 役職別にみると、部長クラスでは「印象的」と回答した者が21%と、他属性よりも高い。

Q33-2 以下の株式会社クリア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特征について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。
 [国内最大の商品数を取り扱っている事業免許の壁に制限されず、扱う商品は国内・海外・金融資産・実物資産問わず、幅広いワンストップサービスが提供できる体制を整えている] (全体/複数回答)



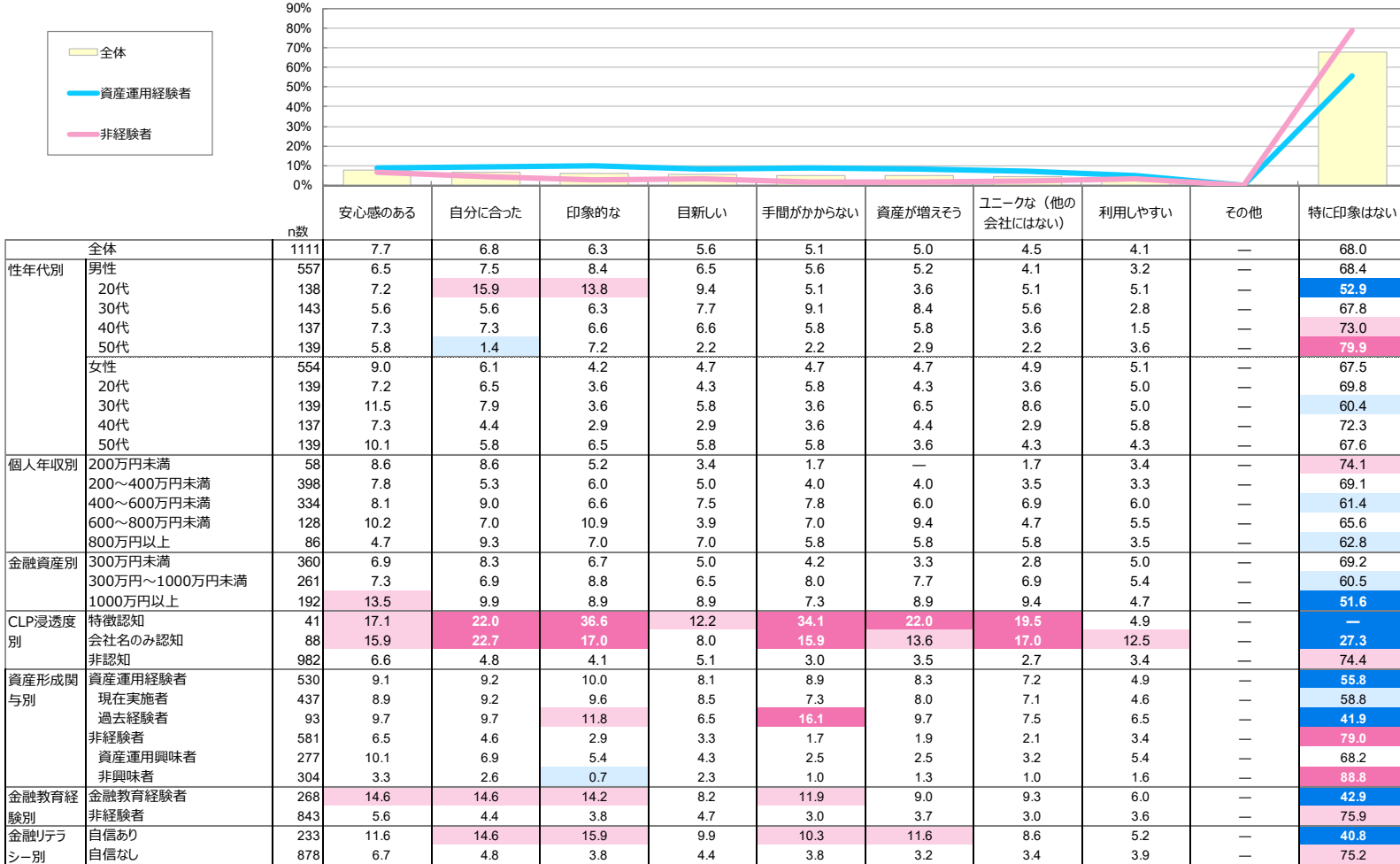
※1 全体値の高い順にソート ※2 n≤30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

2. 商品・サービスの印象 3) 資産を増やす、支出を減らす両面からのアプローチ

□ 資産形成を現在行っている者では「印象的な」「自分に合った」など何らかの印象を持った者は4割を超える。

- ▶ 何らかの印象を持ったと回答した者は3割となっている。具体的には「安心感のある」(8%)、「自分に合った」(7%)、「印象的な」(6%)などが挙げられた。
- ▶ 資産形成関与別にみると、現在実施者では4割強の者が何らかの印象を持ったと回答しており、「印象的な」「自分に合った」などが1割で上位。

Q33-3 以下の株式会社クレア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特徴について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。
[運用によって資産を「増やす」ことだけでなく、無駄な「支出を圧縮」する、増減両側面からのアプローチ(計画実行)が可能である](全体/複数回答)

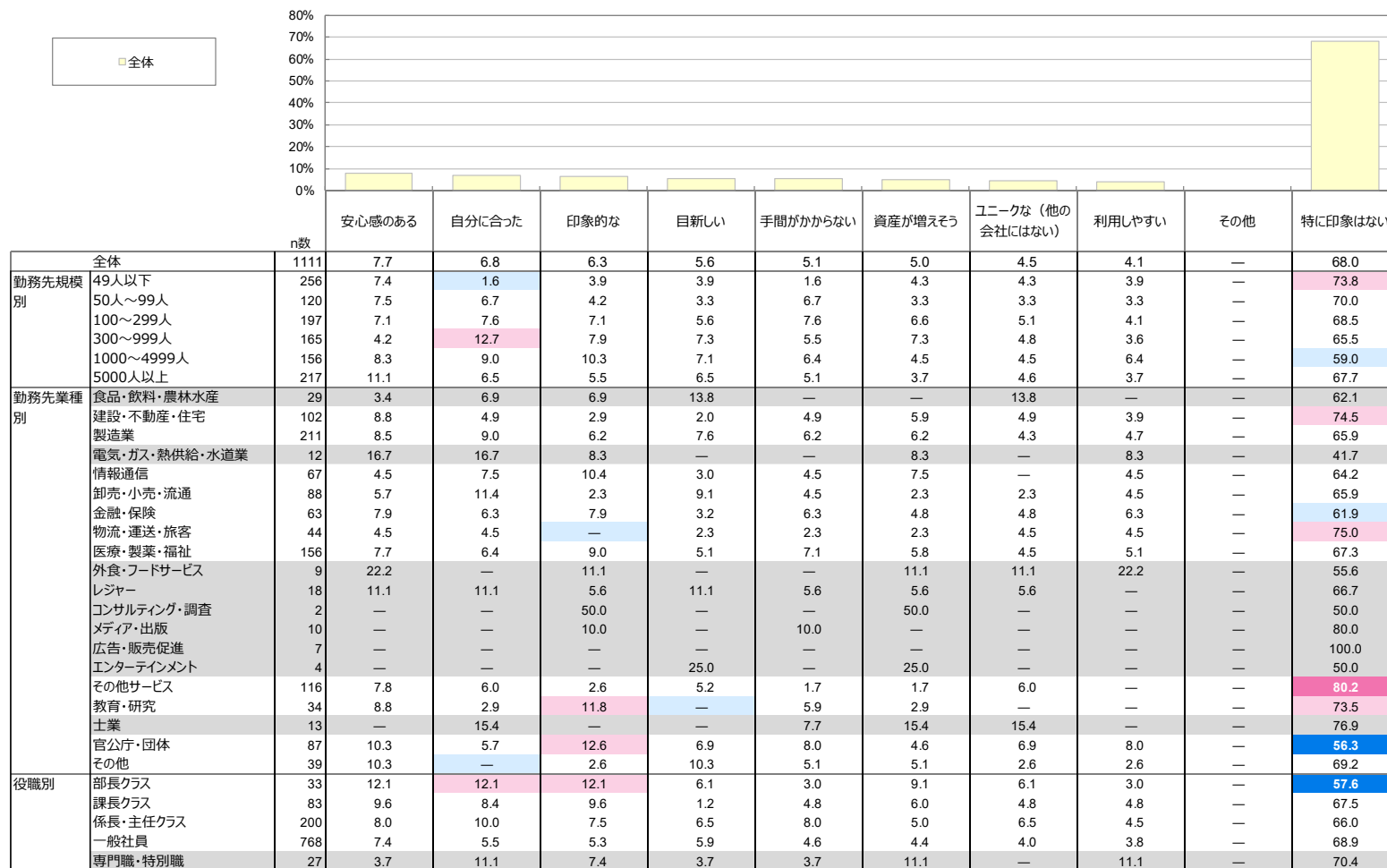


※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け: 全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

2. 商品・サービスの印象 3) 資産を増やす、支出を減らす両面からのアプローチ

- ▶ 業種別にみると、金融・保険では、4割の者が何らかの印象を持ったと回答している。
- ▶ 役職別にみると、部長クラスでは「自分に合った」「印象的な」と回答した者がともに12%と、他属性よりも高い。

Q33-3 以下の株式会社クリア・ライフ・パートナーズが提供している商品・サービスの特徴について、どのように思われますか。印象で結構ですので、あてはまるものを全てお答えください。
[運用によって資産を「増やす」ことだけでなく、無駄な「支出を圧縮」する、増減両側面からのアプローチ（計画実行）が可能である]（全体／複数回答）



※1 全体値の高い順にソート ※2 n≦30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

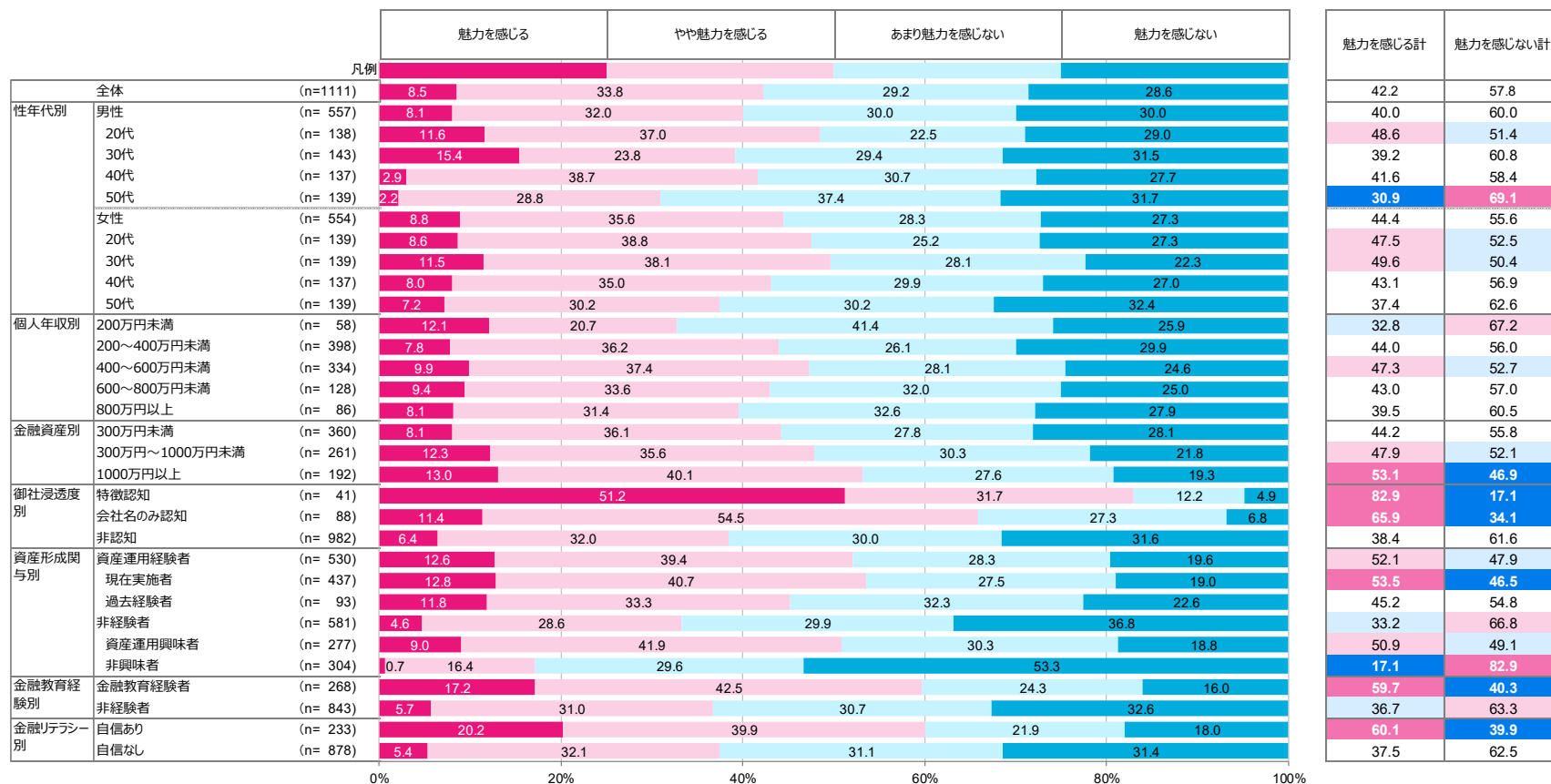
3. 商品・サービスの魅力度 1) 投資商品の情報提供、計画、実行、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である

□ 魅力度は4割強で、男女若年層、金融資産1000万円以上、資産運用経験無・興味有で相対的に高い。

- ▶ 「魅力を感じる」と回答した者は9%で、これに「やや魅力を感じる」（34%）を合わせると4割を超える。
- ▶ 性年代別みると、男性20代、女性20代・30代では魅力度が5割弱と、他属性よりも高い。
- ▶ 金融資産が多くなるほど魅力度が高く、1000万円以上では5割を超える。また、資産形成関与別みると、非経験者・資産運用興味者では魅力度が5割を超えており、他属性よりも高い。

Q34-1 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。

[投資商品の情報提供、計画、実行（投資商品の購入）、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である（スクール・FP事務所・販売事業者などの役割が可能）]（全体/単一回答）



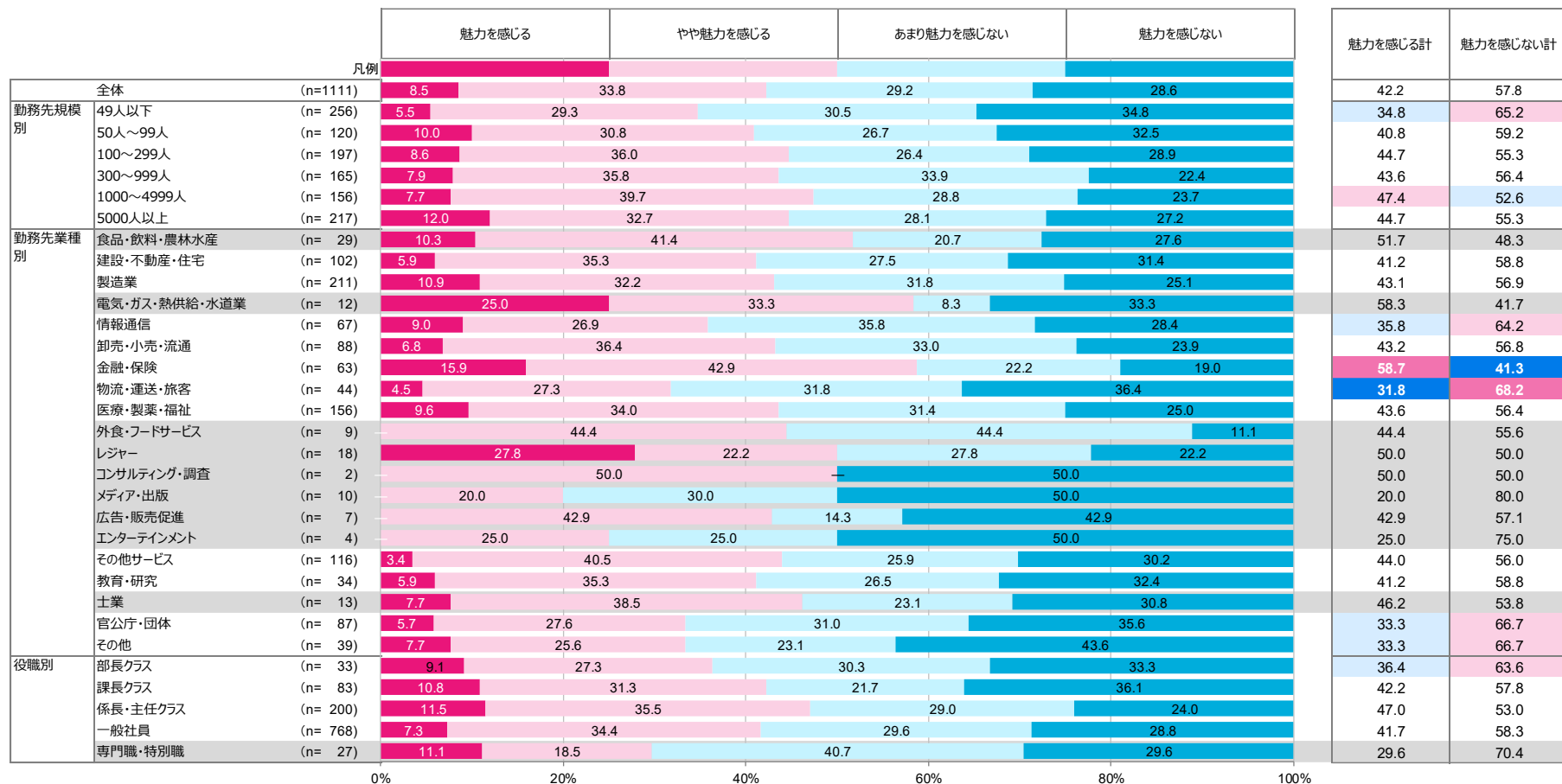
※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

3. 商品・サービスの魅力度 1) 投資商品の情報提供、計画、実行、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能

▶ 業種別にみると、金融・保険での魅力度が59%と、他業種に比べて高い。

Q34-1 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。

[投資商品の情報提供、計画、実行（投資商品の購入）、その後のアフターフォローまでワンストップでサポートが可能である（スクール・FP事務所・販売事業者などの役割が可能）]（全体／単一回答）



※1 n≦30は灰色 ※2 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

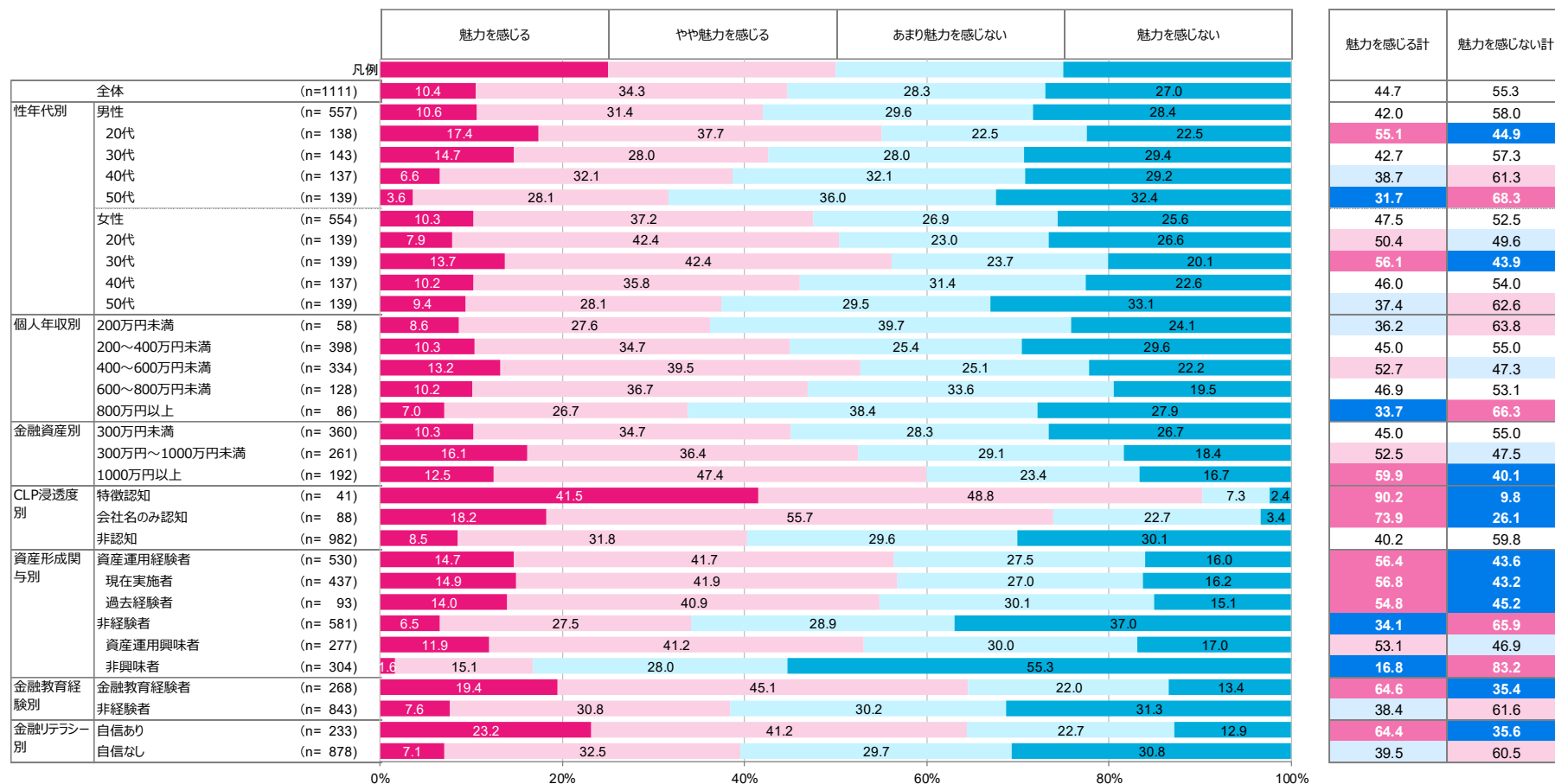
3. 商品・サービスの魅力度 2) 国内最大の商品数を取り扱っている

□ 魅力度は45%で、男女若年層、金融資産1000万円以上、資産運用実施で相対的に高い。

- ▶ 「魅力を感じる」と回答した者は10%で、これに「やや魅力を感じる」（34%）を合わせると45%となっている。
- ▶ 性年代別みると、男性20代、女性20代・30代での魅力度が相対的に高く、いずれも5割を超える。
- ▶ 金融資産が多くなるほど魅力度が高く、1000万円以上では6割となっている。また、資産形成関与別みると、現在資産運用実施者では魅力度が6割近い。

Q34-2 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。

[国内最大の商品数を取り扱っている事業免許の壁に制限されず、扱う商品は国内・海外・金融資産・実物資産問わず、幅広いワンストップサービスが提供できる体制を整えている] (全体/単一回答)



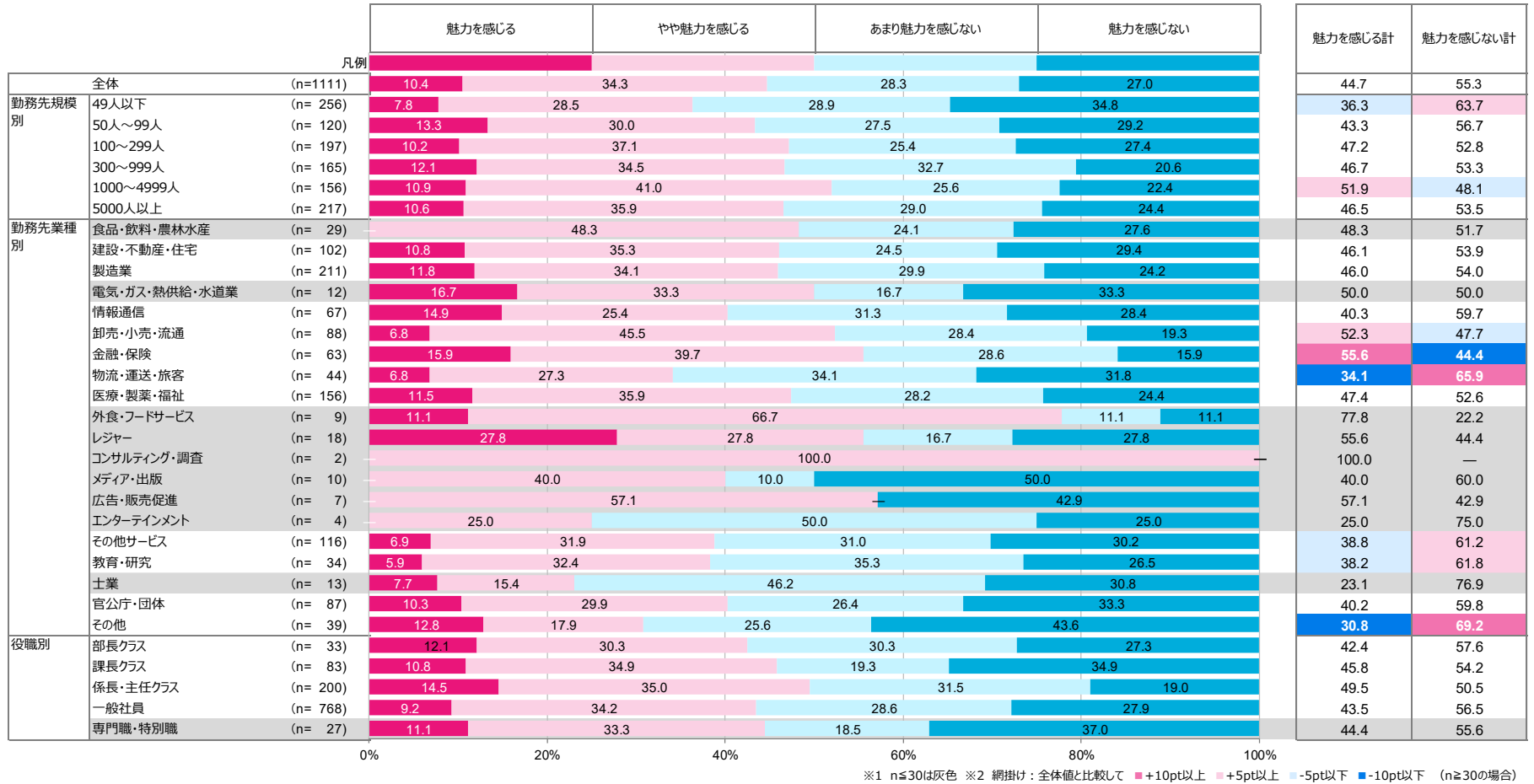
※1 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

3. 商品・サービスの魅力度 2) 国内最大の商品数を取り扱っている

▶ 業種別にみると、金融・保険での魅力度が56%と、他業種に比べて高い。

Q34-2 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。

[国内最大の商品数を取り扱っている事業免許の壁に制限されず、扱う商品は国内・海外・金融資産・実物資産問わず、幅広いワンストップサービスが提供できる体制を整えている] (全体/単一回答)

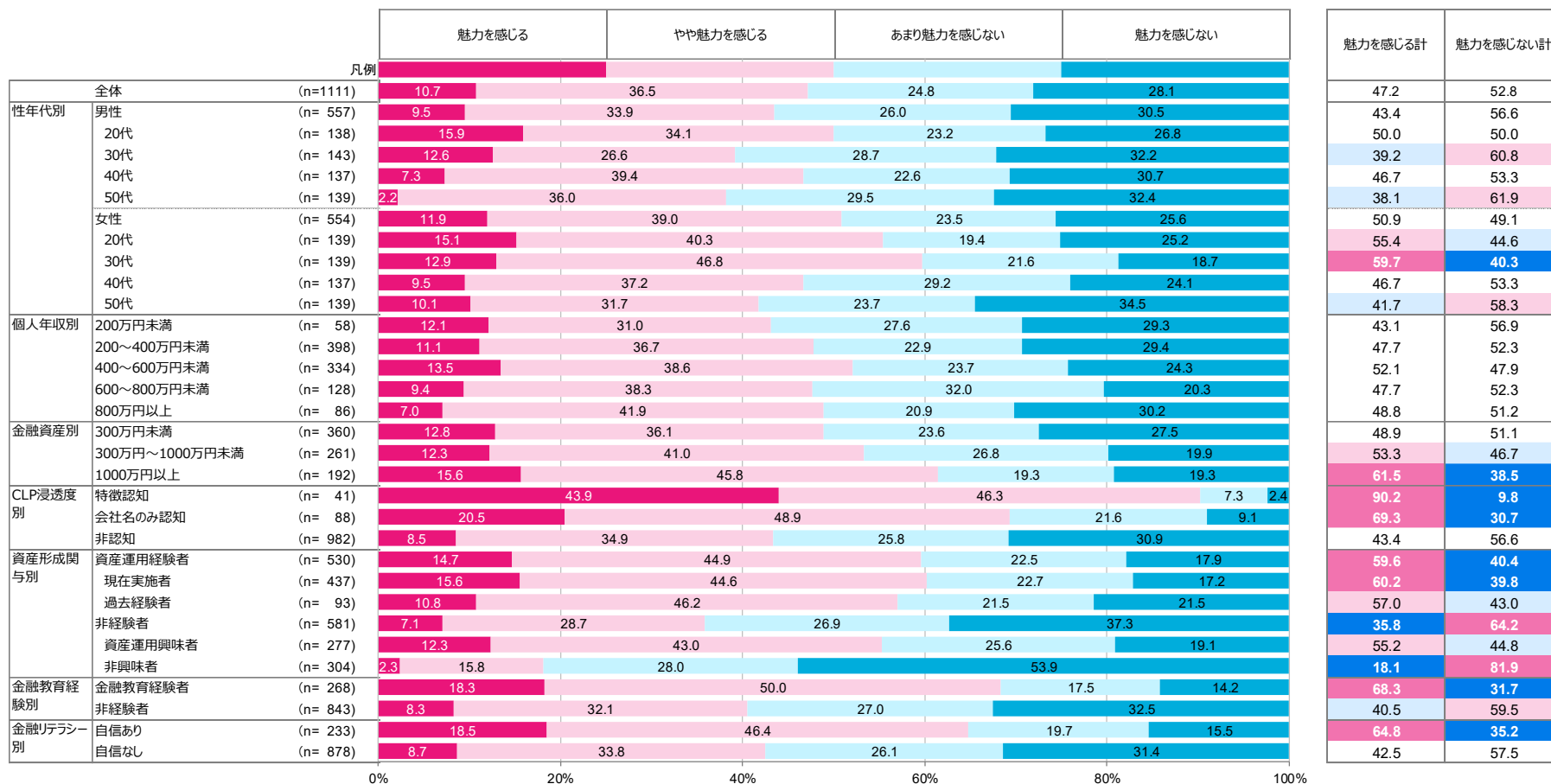


3. 商品・サービスの魅力度 3) 資産を増やす、支出を減らす両面からのアプローチ

□ 魅力度は44%で、女性若年層、金融資産1000万円以上、資産運用実施者で相対的に高い。

- ▶ 「魅力を感じる」と回答した者は11%で、これに「やや魅力を感じる」（39%）を合わせると44%となっている。
- ▶ 性年代別に見ると、女性20代・30代での魅力度が相対的に高く、いずれも6割近い。
- ▶ 金融資産が多くなるほど魅力度が高く、1000万円以上では6割を超える。また、資産形成関与別にみると、現在実施者では魅力度が6割と高い。

Q34-3 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。
 [運用によって資産を「増やす」ことだけでなく、無駄な「支出を圧縮」する、増減両側面からのアプローチ（計画実行）が可能である]（全体／単一回答）



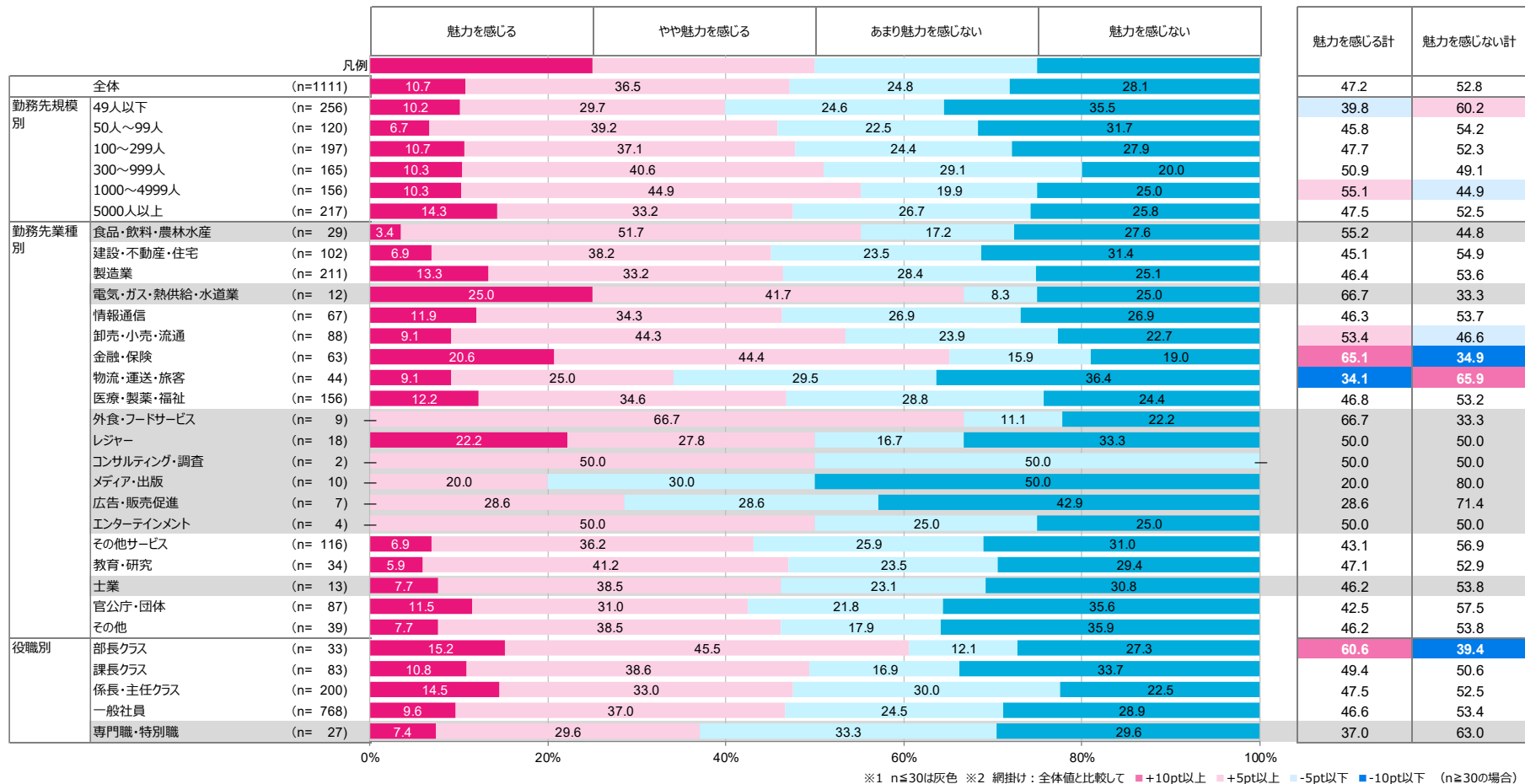
※1 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

3. 商品・サービスの魅力度 3) 資産を増やす、支出を減らす両面からのアプローチ

- ▶ 業種別にみると、金融・保険での魅力度が65%と、他業種に比べて高い。
- ▶ 役職別にみると、部長クラスの魅力度が高く、6割に達している。

Q34-3 では、以下の商品・サービスの特徴について、どの程度魅力を感じますか。それぞれあてはまるものをお答えください。

[運用によって資産を「増やす」ことだけではなく、無駄な「支出を圧縮」する、増減両側面からのアプローチ（計画実行）が可能である]（全体／単一回答）

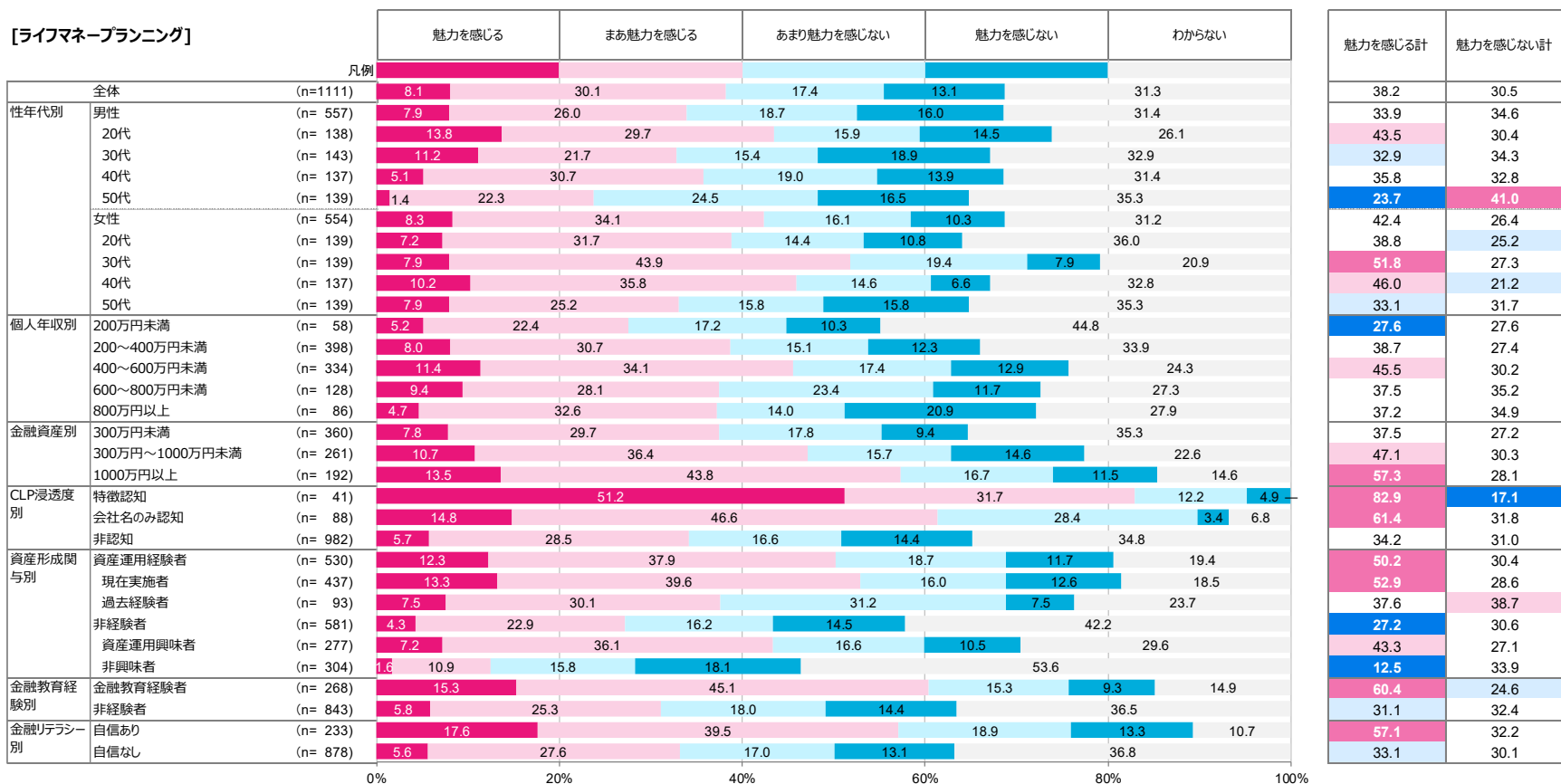


4. LMP、LMTの魅力度 1) LMPの魅力度

□ LMPの魅力度は38%で、男女若年層、金融資産1000万円以上、資産運用実施者で相対的に高い。

- ▶ LMPについて「魅力を感じる」と回答した者は8%で、これに「やや魅力を感じる」（30%）を合わせると38%となっている。
- ▶ 性年代別みると、男性20代、女性20代・30代での魅力度が相対的に高く、特に女性20代では5割を超える。
- ▶ 年収別では400～600万円未満の中間層で魅力度が46%と高い。
- ▶ 金融資産が多くなるほど魅力度が高く、1000万円以上では6割近い。また、資産形成関与別みると、現在実施者では魅力度が5割を超える。

Q35-1 株式会社クレア・ライフ・パートナーズでは、以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を提供しています。それぞれのサービスについて、それぞれどの程度魅力を感じますか。※以下のサービス特徴をご覧になってからお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（全体／単一回答）

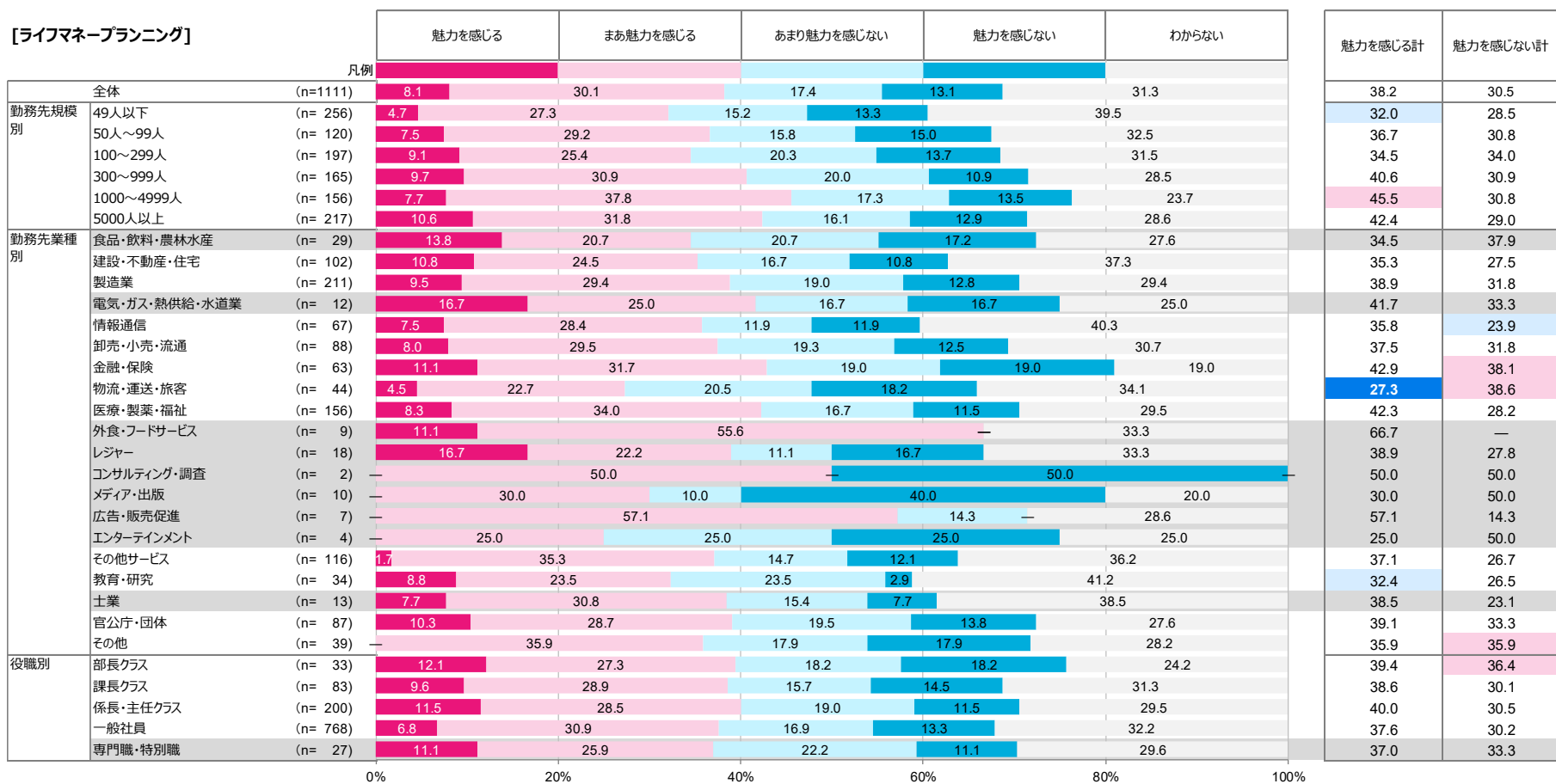


※1 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

4. LMP、LMTの魅力度 1) LMPの魅力度

- ▶ 従業員規模別にみると、緩やかではあるが、規模が大きくなるほど魅力度が高い傾向がみられる。
- ▶ 業種別にみると、金融・保険、医療・製薬・福祉では魅力度が4割を超える。

Q35-1 株式会社クリア・ライフ・パートナーズでは、以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を提供しています。それぞれのサービスについて、それぞれの程度魅力を感じますか。※以下のサービス特徴をご覧になってからお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。(全体/単一回答)



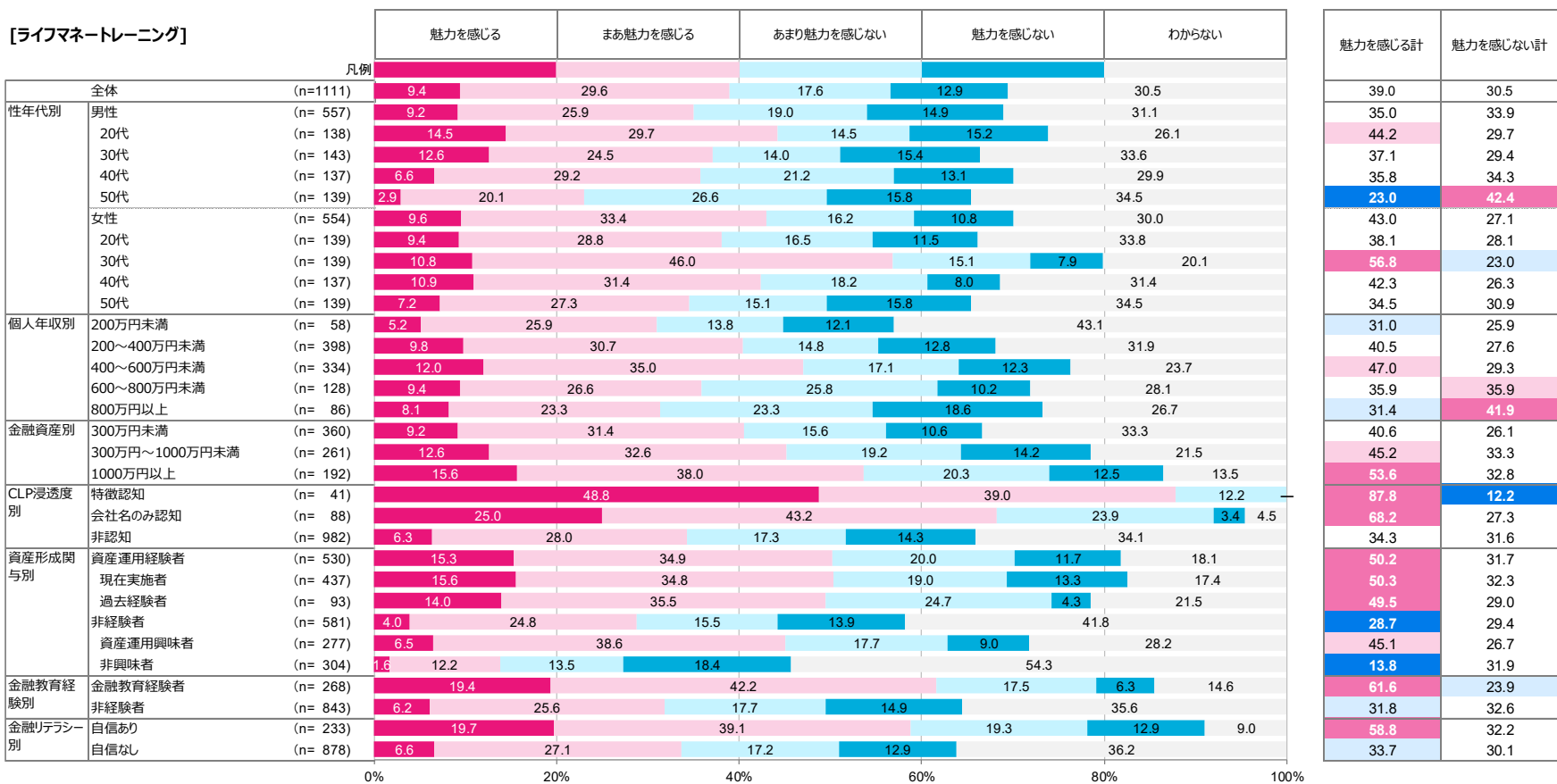
※1 n≦30は灰色 ※2網掛け: 全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≦30の場合)

4. LMP、LMTの魅力度 2) LMTの魅力度

□ LMTの魅力度は39%とLMPと同水準で、女性30代、金融資産1000万円以上、資産運用を実施者で相対的に高い。

- ▶ LMTについて「魅力を感じる」と回答した者は9%で、これに「やや魅力を感じる」（30%）を合わせると39%となっている。
- ▶ 性年代別みると、女性30代での魅力度が6割弱と相対的に高い。
- ▶ 年収別では400～600万円未満の中間層で魅力度が47%と高い。
- ▶ 金融資産が多くなるほど魅力度が高く、1000万円以上では5割を超える。また、資産形成関与別みると、現在実施者では魅力度が5割に達する。

Q35-2 株式会社クレア・ライフ・パートナーズでは、以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を提供しています。それぞれのサービスについて、それぞれの程度魅力を感じますか。※以下のサービス特徴をご覧になってからお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（全体／単一回答）

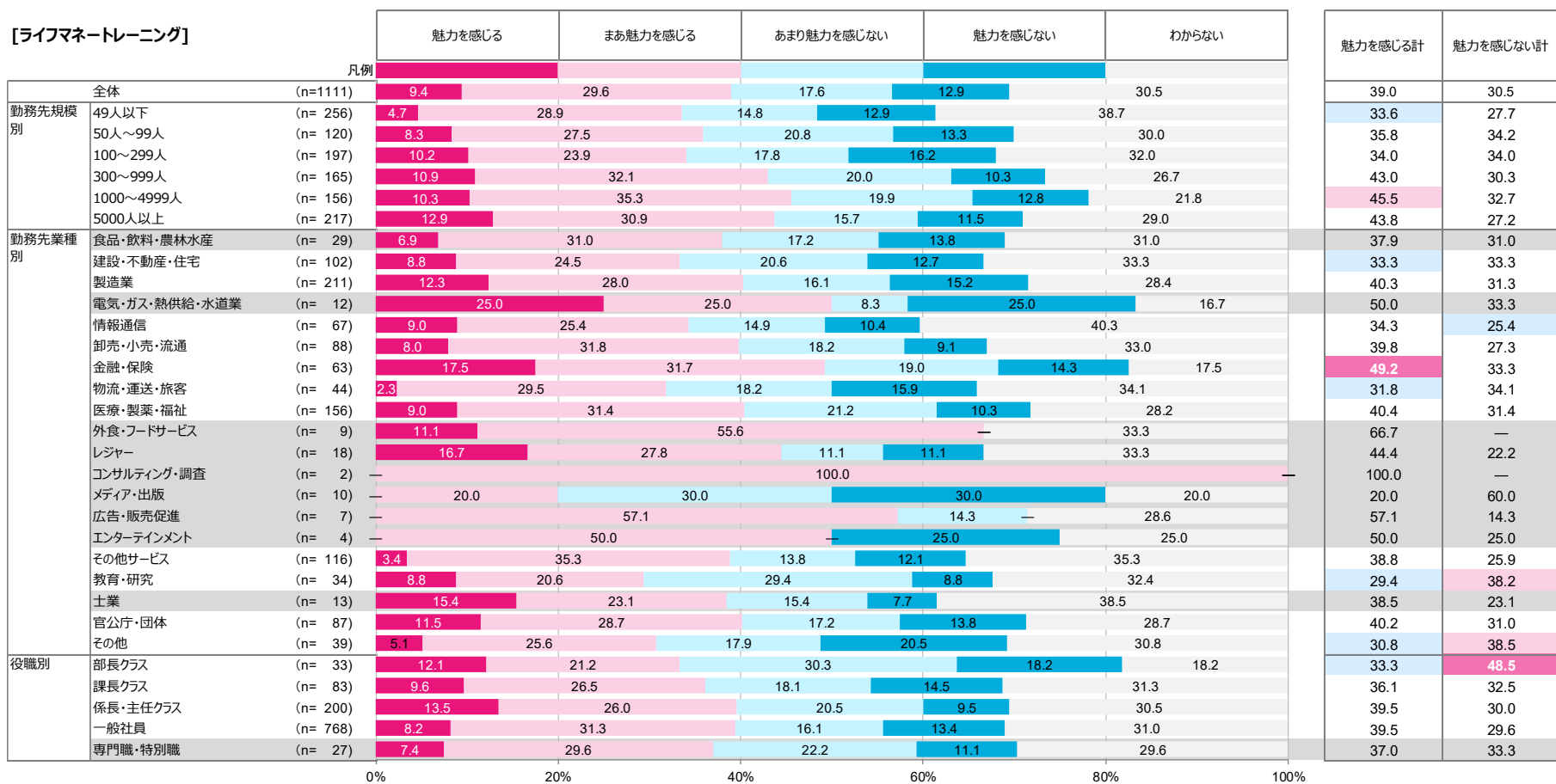


※1 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

4. LMP、LMTの魅力度 2) LMTの魅力度

- ▶ 従業員規模別にみると、300人以上の方が299人以下よりも魅力度が高い。
- ▶ 業種別にみると、金融・保険では魅力度が49%と、他業種に比べて高い。

Q35-2 株式会社クリア・ライフ・パートナーズでは、以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を提供しています。それぞれのサービスについて、それぞれの程度魅力を感じますか。※以下のサービス特徴をご覧になってからお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。(全体/単一回答)



※1 n≦30は灰色 ※2網掛け:全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≧30の場合)

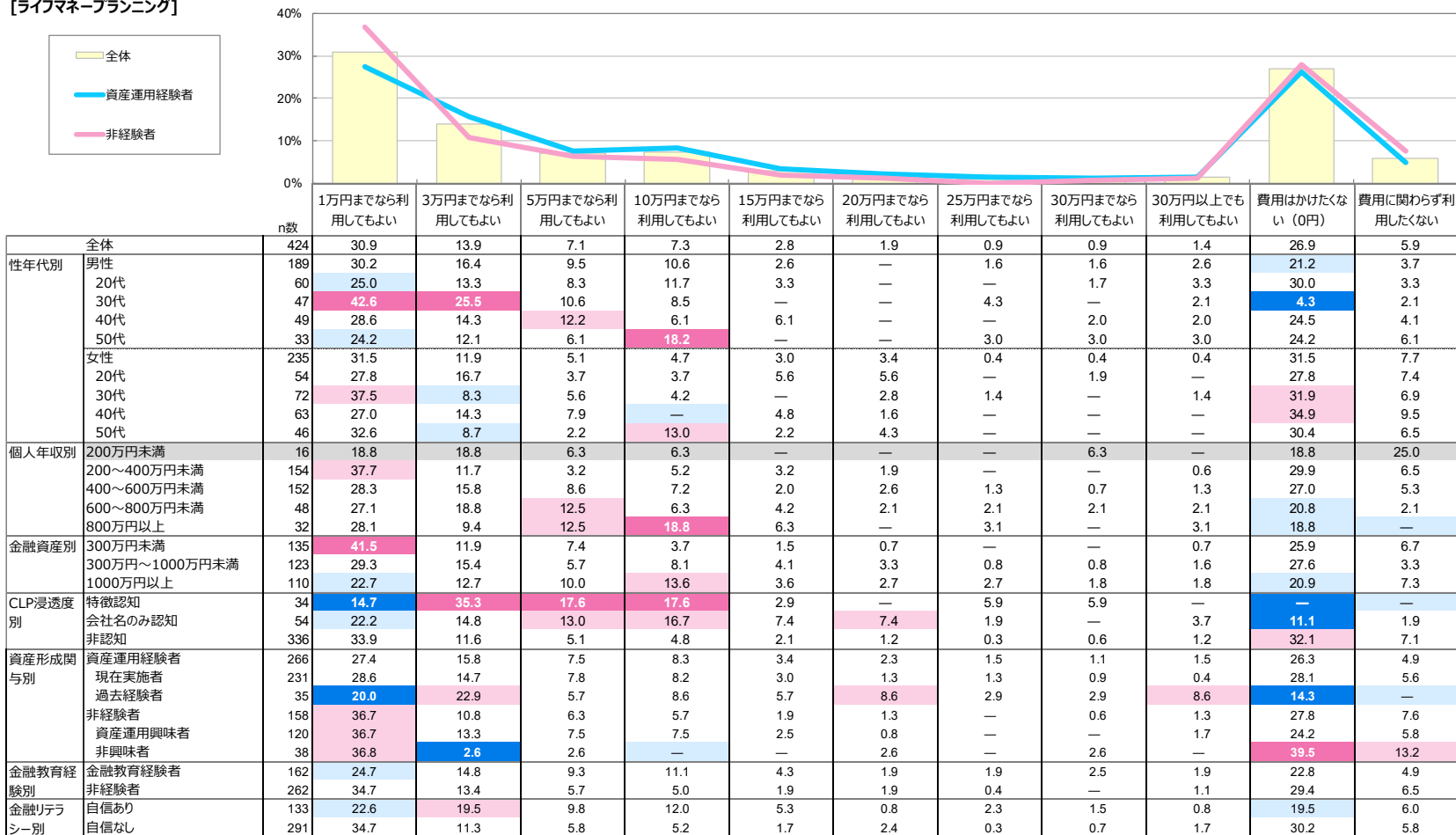
5. LMP、LMTの価格受容性 1) LMPの価格受容性

□ LMPに魅力を感じている者全体では「1万円までなら利用してもよい」が最も多いが、「10万円以上でも利用してもよい」と考えている者は8%いる。

- ▶ LMPに魅力を感じている者の利用上限価格をみると、具体的な価格を回答した者では「1万円までなら利用してもよい」が31%と多くなっている。10万円よりも多く利用してもよいと回答した者は8%。
- ▶ いずれの属性でも「1万円までなら利用してもよい」が最も多い。CLPの特徴を認知している者（実際にLMPを経験している者を含め）は、「10万円以上でも利用してもよい」と考えている者が15%いる。

Q36-1 以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を利用するとした場合、利用上限価格（支払ってもよいと思う上限金額）をお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（LMP興味者/単一回答）

[ライフマネープランニング]



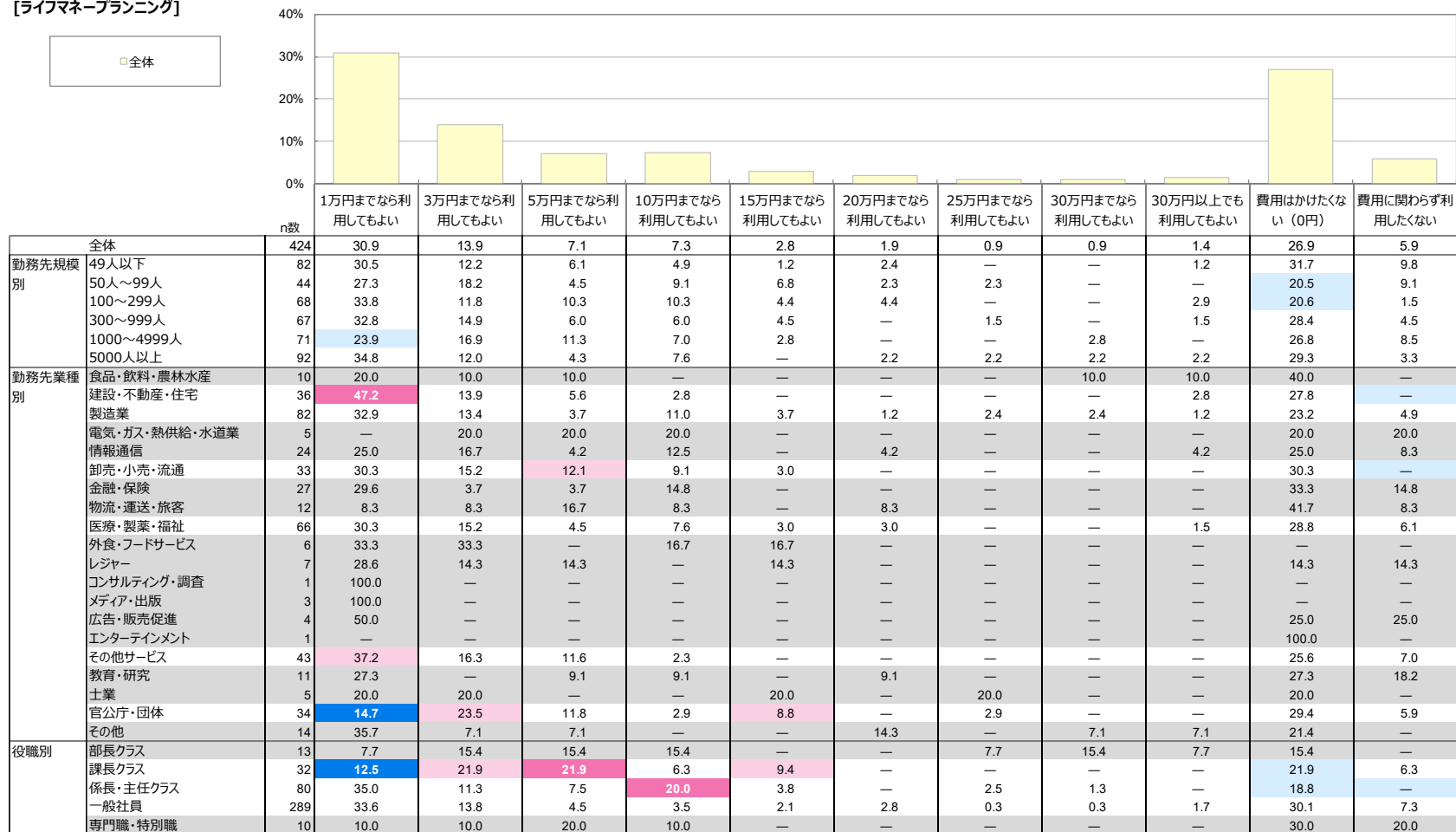
※1 全体値の高い順にソート ※2 n≤30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≥30の場合)

5. LMP、LMTの価格受容性 1) LMPの価格受容性

- ▶ 従業員規模別、業種別では、いずれも「1万円までなら利用してもよい」が多い。
- ▶ 役職別にみると、課長クラスでの利用上限価格は他業種に比べて高いが、課長クラスでも5万円以下が6割近い。

Q36-1 以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を利用するとした場合、利用上限価格（支払ってもよいと思う上限金額）をお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（LMP興味者/単一回答）

[ライフマネープランニング]



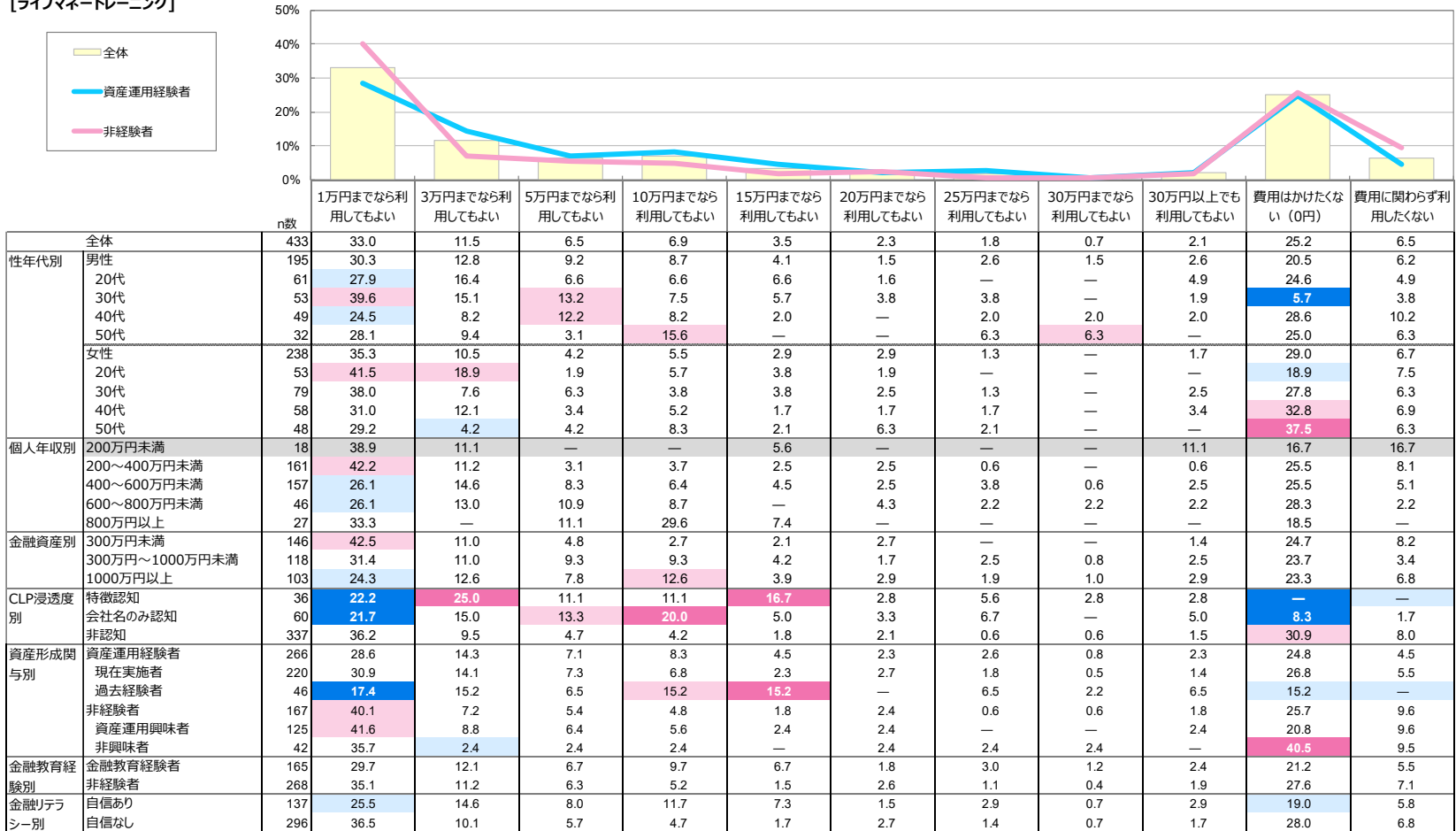
※1 全体値の高い順にソート ※2 n≦30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して ■ +10pt以上 ■ +5pt以上 ■ -5pt以下 ■ -10pt以下 (n≧30の場合)

5. LMP、LMTの価格受容性 2) LMTの価格受容性

□ LMPに魅力を感じている者全体では「1万円までなら利用してもよい」が最も多いが、「10万円以上でも利用してもよい」と考えている者は10%となる。

- ▶ LMTに魅力を感じている者の利用上限価格をみると、具体的な価格を回答した者では「1万円までなら利用してもよい」が33%と多くなっている。一方、10万円以上でも利用してもよいと回答した者は10%となる。
- ▶ いずれの属性でも「1万円までなら利用してもよい」が最も多い。CLPの特徴を認知している者（実際にLMTを経験している者を含め）は、「10万円以上でも利用してもよい」と考えている者が3割以上いる

Q36-2 以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を利用するとした場合、利用上限価格（支払ってもよいと思う上限金額）をお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（LMT興味者／単一回答）
[ライフマネートレーニング]



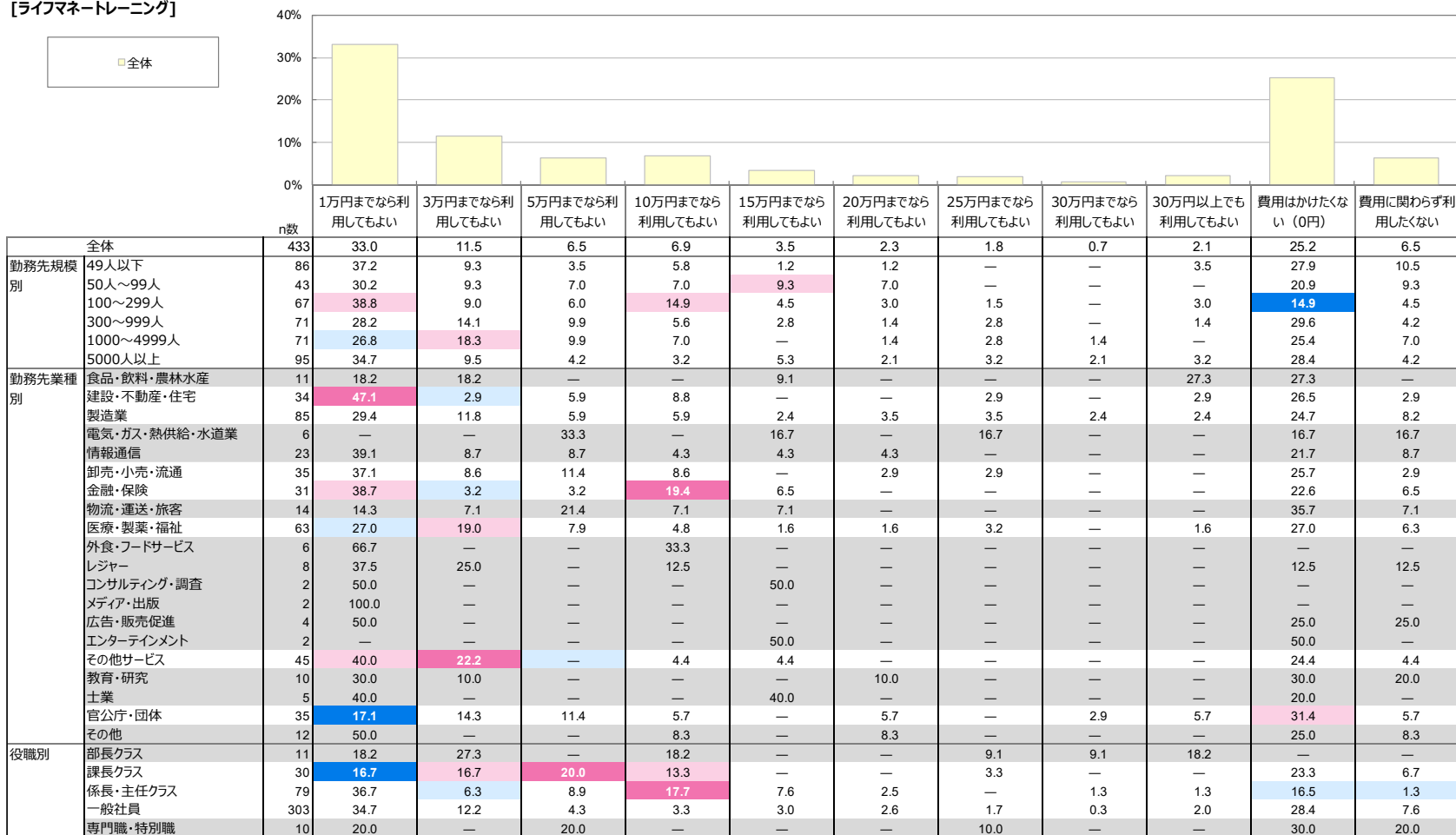
※1 全体値の高い順にソート ※2 n≤30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)

5. LMP、LMTの価格受容性 2) LMTの価格受容性

- ▶ 従業員規模別、業種別では、いずれも「1万円までなら利用してもよい」が多い。
- ▶ 役職別にみると、課長クラスでの利用上限価格は他業種に比べて高いが、課長クラスでも5万円以下が5割を超える。

Q36-2 以下の「ライフマネープランニング」、及び、「ライフマネートレーニング」を利用するとした場合、利用上限価格（支払ってもよいと思う上限金額）をお答えください。※画像をクリックしてご覧になってください。（LMT興味者/単一回答）

【ライフマネートレーニング】



※1 全体値の高い順にソート ※2 n≦30は灰色 ※3 網掛け：全体値と比較して ■+10pt以上 ■+5pt以上 ■-5pt以下 ■-10pt以下 (n≧30の場合)



第5章 就業意識

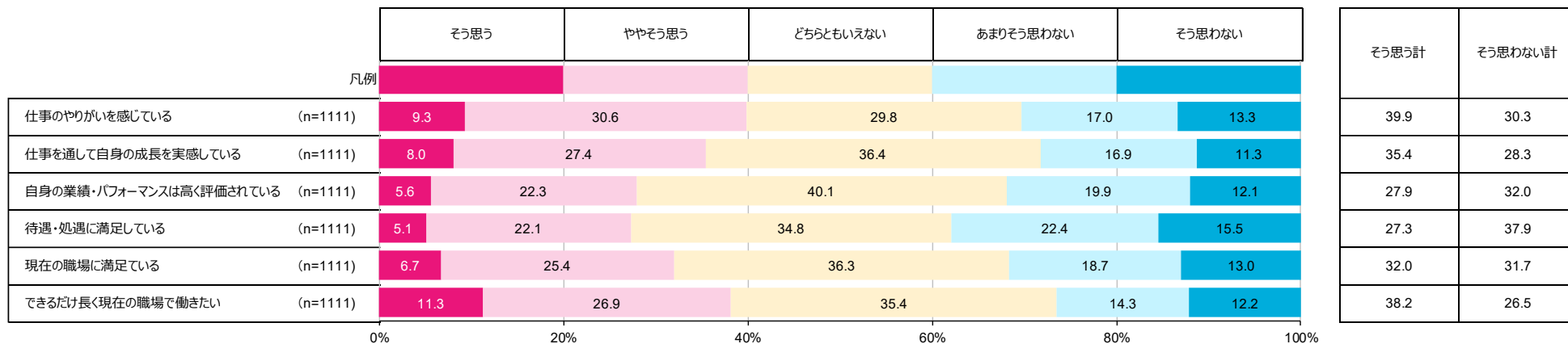


1. 就業観

□ 仕事のやりがいは肯定層が多いが、待遇・処遇については否定層の方が多く、結果、職場満足度は評価が二分している。

- ▶ TOP2（そう思う+ややそう思う）の割合は、「仕事のやりがいを感じている」が40%と最も高いが、BOTTOM2（そう思わない+あまりそう思わない）も3割みられた。
- ▶ また、「待遇・処遇に満足している」については、BOTTOM2（38%）がTOP2（27%）を上回っている。
- ▶ さらに、「現在の職場に満足している」については意見が二分している。

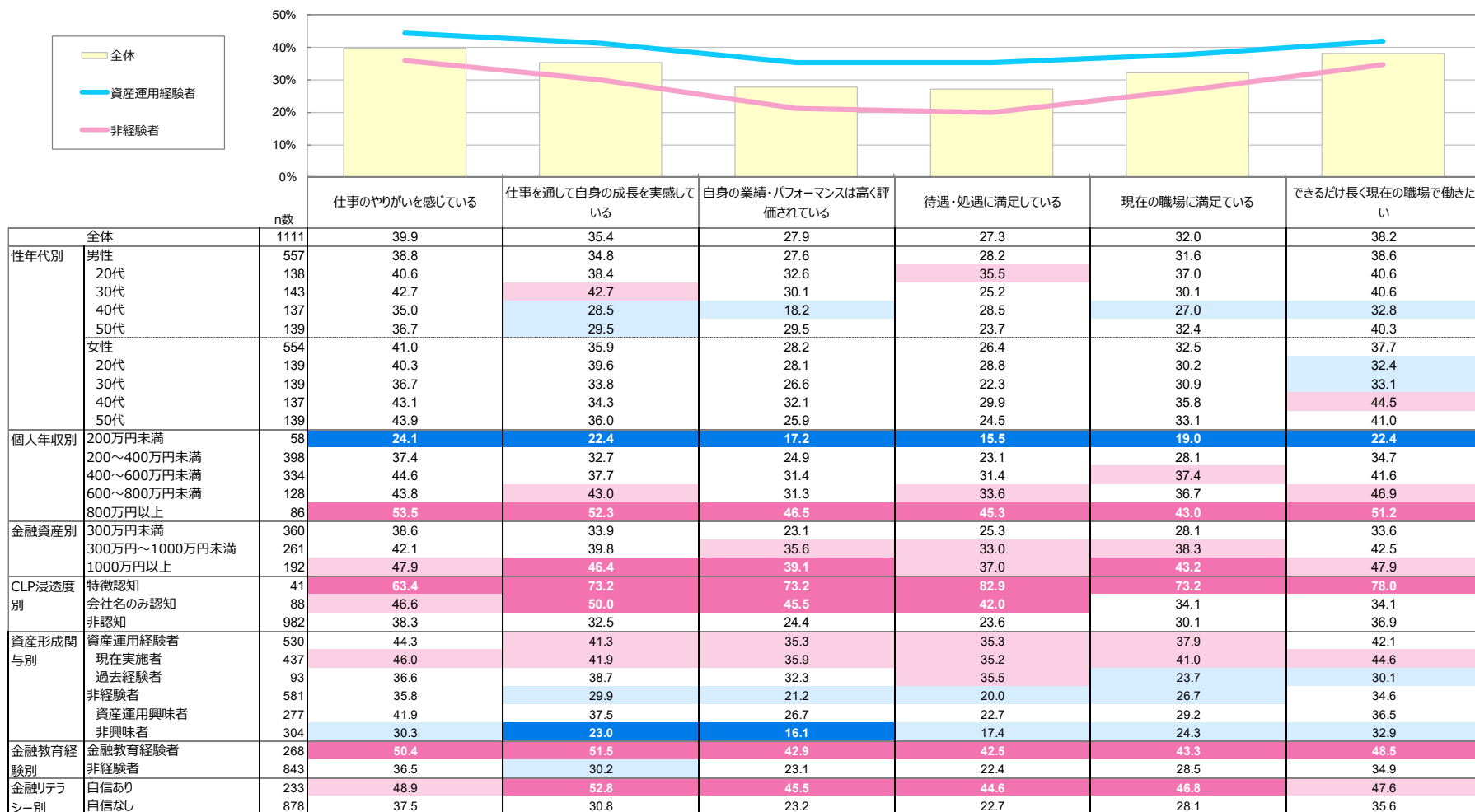
Q30 現在の職場や仕事について、どのように思われますか。それぞれあてはまるものをお答えください。（全体／単一回答）




1. 就業観

- ▶ 性年代別にみると、待遇・処遇満足度は、男性20代で36%と相対的に高い。
- ▶ 年収や金融資産が多くなるほど、軒並み満足度が高くなっている。
- ▶ 資産形成関与別にみると、現在実施者での満足度が軒並み高くなっている。

Q30 現在の職場や仕事について、どのように思われますか。[そう思う計の割合] (全体/単一回答)



※1 全体値の高い順にソート ※2 網掛け：全体値と比較して +10pt以上 +5pt以上 -5pt以下 -10pt以下 (n≥30の場合)



社員の資産運用に関する意識及び実態調査報告 (2022年12月実施)

株式会社クリア・ライフ・パートナーズ

