

20～60代男女の意識調査【積立編】

＼ アリとキリギリス！？ ／

「いつも金銭的にギリギリ」でも4割強は定期的に積立  
VS  
「充分なお金がある」のに積立しているのは16.6%

定期的に積立している人は、全体の4割強（42.8%）。

積立方法の1位は、いまだ「貯金箱」だが、20代男性は資産運用に積極的

株式会社東京スター銀行（東京都港区、代表執行役頭取 CEO 佐藤 誠治）は、20代から60代の有職者と配偶者が有職者の専業主婦の方1,030人を対象に意識調査を実施いたしました。1,030人のうち、定期的に積立をしている人は441人（42.8%）となり、傾向は以下のとおりです。

～調査結果サマリー【積立編】～

① 定期的に積立している人は42.8%（441人）、目的の上位は「お金をふやすのが好きだから」

全体の4割強（42.8%）が定期的に積立していると回答。積立を始めた目的の3位は、「お金をふやすのが好きだから」。30代女性では1位、20～30代男性も2位という結果に。

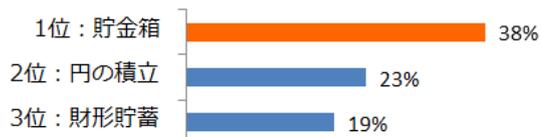
② 「金銭的にギリギリ」でも実はしっかり積立？！

お金のゆとりがない層（いつも金銭的にギリギリ）の4割強が定期的に積立している一方で、お金のゆとりのある層の積立率は2割以下と低い結果に。不安が高い方が将来へ向けにコツコツと備えているのかもしれませんが。

③ 積立方法の1位は、いまだ「貯金箱」だが、男性20代はiDeCoやつみたてNISAが上位に。

女性は全世代、男性も多くの世代で「貯金箱」が1位。いまだに身近な貯蓄方法として「貯金箱」は健在のようです。一方で、20代の男性は個人型確定拠出年金iDeCoやつみたてNISAが上位に。いまだきの若者は早くから将来に向けてしっかり備えている傾向がうかがえました。

【積立方法：全世代】



【積立方法：男性20代】

1位	2位	3位
円の積立	iDeCo	つみたてNISA、貯金箱

④ 積立していない人（57.2%）の理由は、「積立方法がわからない」「面倒だから」

男性20代、女性20～30代のそれぞれ約3割が「積立方法がわからない」と回答。「面倒だから」という理由も全体の2位に。

(調査結果概要)

① 定期的に積立している人は 42.8% (441 人)、目的の上位は「お金をふやすのが好きだから」

1,030 人のうち、定期的に積立している人は 441 人。全体の 4 割強 (42.8%) が定期的に積立していると回答。積立を始めた目的の 3 位は、「お金をふやすのが好きだから」。30 代女性では 1 位、20~30 代男性や 40 代女性も 2 位という結果になりました。シェアリングエコノミーの広がりもあり、消費意欲が低いといわれている若年層では、お金をふやすこと自体が目的となっているのかもしれませんが。



【積立を始めた目的：全体】

- 1位 老後のため 52.4%
- 2位 旅行のため 27.2%
- 3位 **お金を増やすのが好きだから 25.6%**
- 4位 病気などの備えのため 22.9%
- 5位 子どもの学費のため 17.9%

【積立を始めた目的：性別/年代別】

		男性		
		1位	2位	3位
20代	老後のため	老後のため	<b>お金を増やすのが好きだから</b>	自宅の購入(頭金)のため
30代	老後のため	老後のため	<b>お金を増やすのが好きだから</b>	子どもの学費のため
40代	老後のため	老後のため	子どもの学費のため	病気などの備えのため 旅行のため
50代	老後のため	老後のため	子どもの学費のため	病気などの備えのため 旅行のため
60代	老後のため	老後のため	旅行のため	病気などの備えのため 旅行のため・車購入のため

		女性		
		1位	2位	3位
20代	老後のため	老後のため	<b>お金を増やすのが好きだから</b>	旅行のため
30代	<b>お金を増やすのが好きだから</b>	老後のため	老後のため	旅行のため
40代	老後のため	老後のため	<b>お金を増やすのが好きだから</b>	旅行のため
50代	老後のため	老後のため	病気などの備えのため	旅行のため
60代	老後のため	老後のため	病気などの備えのため	特に目的はない (なんとなく将来のため)

② 「お金ギリギリ層」の4割弱はしっかり積立、逆に「お金のゆとり層」の積立率は2割以下

自身にあてはまること（行動や性格）と積立の相関性をみたところ、**お金のゆとりのない層**（いつも金銭的にギリギリ）でも**4割弱は定期的に積立している**ことが判明。逆に、**お金のゆとりのある層の積立率は、2割以下**と低い結果に。

挑戦したいことが多い、将来のために投資したい「夢あり層」の積立率は5割以上、便利なことや効率を重視する層の積立率は約7～8割と共に高い結果となりました。

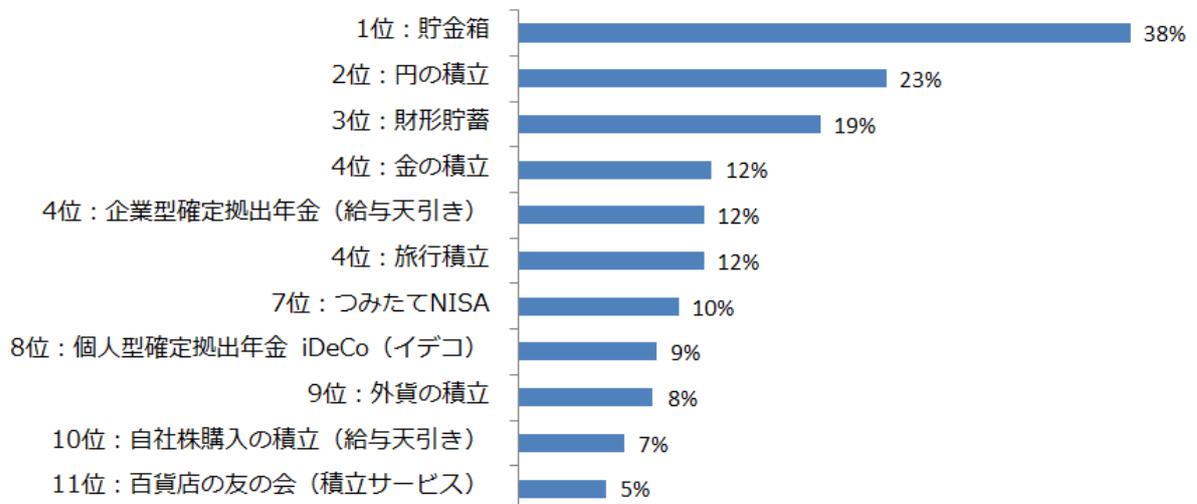
【自身にあてはまるものとその積立率】

	自身にあてはまるもの	積立率
お金ギリギリ層	いつも金銭的にギリギリである	36.7%
お金ゆとり層	今の自分には充分なお金があると感じる	16.6%
夢あり層	お金や時間は将来のために投資したい	58.3%
	仕事や趣味・勉強など、挑戦したいことが多い	52.6%
効率重視層	時間が節約できる商品は魅力的だと思う	74.1%
	便利なものは積極的に日々の暮らしに取り入れたい	69.6%
	便利で快適な生活をしたい	83.2%

③ 【積立の方法】1位は、「貯金箱」だが、男性20代はiDeCoやつみたてNISAが上位に。

女性は全世代、男性も多くの世代で「貯金箱」が1位。いまだに身近な貯蓄方法として「貯金箱」は健在のようです。一方で、**20代の男性は個人型確定拠出年金 iDeCo やつみたて NISA が上位**に。いまだきの若者は早くから将来に向けてしっかり備えている傾向がうかがえました。

【積立方法：全世代】



【積立方法：性別/年代別】

男性			
	1位	2位	3位
20代	円の積立	iDeCo	つみたてNISA、貯金箱
30代	財形貯蓄	円の積立	貯金箱
40代	貯金箱	円の積立	iDeCo
50代	財形貯蓄	円の積立	貯金箱
60代	貯金箱	円の積立	旅行積立

女性			
	1位	2位	3位
20代	貯金箱	財形貯蓄	金の積立
30代	貯金箱	財形貯蓄	円の積立
40代	貯金箱	財形貯蓄、企業型確定拠出年金（給与天引き）	
50代	貯金箱	円の積立	旅行積立
60代	貯金箱	百貨店の友の会	円の積立

④ 積立していない人（57.2%・589人）の理由は、「積立方法がわからない」「面倒だから」

積立しない理由を聞いたところ、やはり全世代で「積み立てるお金がないから」が一番多かったものの、第2位は「積立方法がわからない」、第3位は「面倒だから」という結果に。特に、**男性20代、女性20～30代のそれぞれ約3割が「積立方法がわからない」と回答**しています。昨今は、1,000円から積立できるものも多くありますが、まだまだお金に関する情報が不足しているのかもしれません。

【積立をしない理由：全体】

1位	積み立てるお金がないから	46.9%
2位	どんな積立方法があるかわからないから	16.6%
3位	積立が面倒だから	15.8%

【積立しない理由：性別/年代別】

男性			
	1位	2位	3位
20代	積み立てるお金がない	積立方法がわからない	積立が面倒
30代	積み立てるお金がない	積立が面倒	積立方法がわからない
40代	積み立てるお金がない	積立が自分に向かない	積立が面倒
50代	積み立てるお金がない	積立が面倒	積立が自分に向かない 積立する必要性がない
60代	積み立てるお金がない	積立する必要性がない	積立が面倒

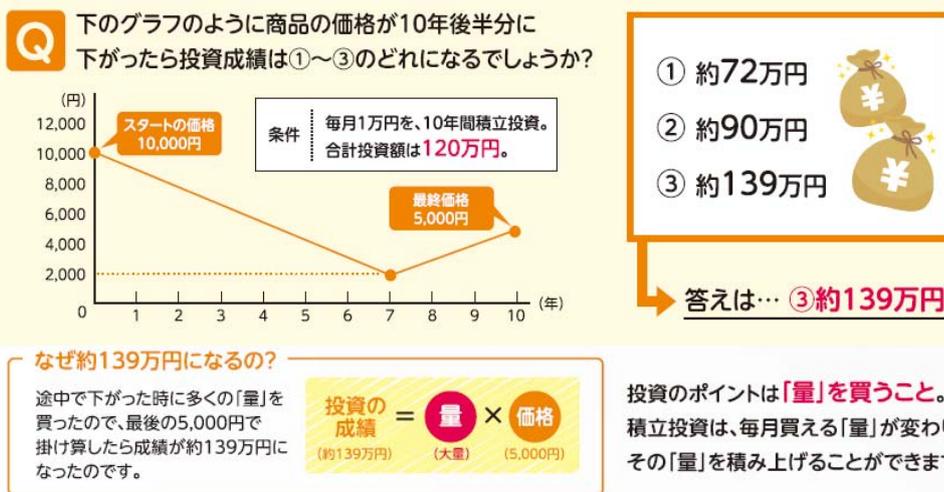
女性			
	1位	2位	3位
20代	積み立てるお金がない	積立方法がわからない	積立が面倒
30代	積み立てるお金がない	積立方法がわからない	いくら積み立てるべきかわからない
40代	積み立てるお金がない	積立方法がわからない	積立する必要性がない
50代	積み立てるお金がない	積立方法がわからない	積立が面倒
60代	積み立てるお金がない	自分に向かない	積立する必要性がない

【積立投資に関する情報と東京スター銀行のキャンペーンについては（別紙）をご参照ください。

(別紙)

本調査結果では、積立しない理由のトップ3は、「積立するお金がない」「積立方法がわからない」「面倒」でしたが、昨今は、インターネットで手続き可能、自動引き落としで手間もなく、少額から積立できる便利な商品・サービスも多数あります。「投資」と聞くと価格変動や値下がりが心配ですが、「積立投資」なら、毎月の定額積立により、値下がりした際にも「量」を多く購入できるため、長期分散投資には適しているといわれています。

～ 「積立投資」による長期分散投資のイメージ ～



※東京スター銀行作成。引用および参考：「つみたて投資」著者：星野泰平

東京スター銀行では、1,000円からはじめられる積立投信や3,000円から始められる外貨の積立など商品・サービスも充実しています。人生100年時代といわれる中、一生を見通したお金の準備は、早ければ早いほどよく、時間を味方につけることで資産をふやせる可能性も高まります。特に、現役世代の方は、税制優遇（年間40万円までの非課税枠）のある「つみたてNISA」などを上手に活用して、賢く長期分散投資をはじめること、将来勝ち組になれるかもしれません。

●つみたてNISAキャンペーン（2019年5月31日（金）まで）

[http://www.tokyo-starbank.co.jp/campaign/nisa\\_cp/](http://www.tokyo-starbank.co.jp/campaign/nisa_cp/)

調査概要

調査対象： 20代～60代の男女（有職者および配偶者が有職者の専業主婦）  
有効回答数： 1,030サンプル  
調査方法： インターネット調査  
調査時期： 2018年12月  
調査主体： 株式会社東京スター銀行  
調査実施機関： 株式会社マクロミル

<本件に関するお問い合わせ先>

東京スター銀行 広報室 TEL：03-3586-3111（平日9：00-17：00）