

2025 年 6 月 25 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

生活者の金融資産の保有状況と運用意識に関する調査

新 NISA 利用率は 35.6%。20～30 代では 4 割を超える

理想の資産配分は「守り 80%：増やす 20%」が約 2 割、一方で「わからない」が約 3 割で最多

共通ポイントサービス「Ponta（ポнта）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～60 代の働く男女を対象に調査した「生活者の金融資産の保有状況と運用意識に関する調査」（実施期間：2025 年 5 月 7 日～5 月 9 日）の結果をご報告いたします。

【調査結果】

・ TOPICS①

新 NISA 利用率は 35.6%。20 代と 30 代では 4 割を超え、若年層の方が新 NISA を利用している

・ TOPICS②

保有金融資産のうち最も多くを占めるものは、2 人に 1 人が「普通預金」。次いで「株式・投資信託などの金融商品」が 15.5%、「定期預金」が 14.8%

・ TOPICS③

普通預金から定期預金へ移行したことが「ある」は約 4 割。年代が上がるごとに増加傾向

・ TOPICS④

保険と銀行の資産配分は、「銀行の比率が高い」が約 6 割。今後増やしたい金融商品は「株式・投資信託（NISA など）」「普通預金」が約 3 割で拮抗

・ TOPICS⑤

理想の資産配分は、「守り 80%：増やす 20%」が約 2 割。「わからない」が約 3 割で最多

【調査結果詳細】

■TOPICS①

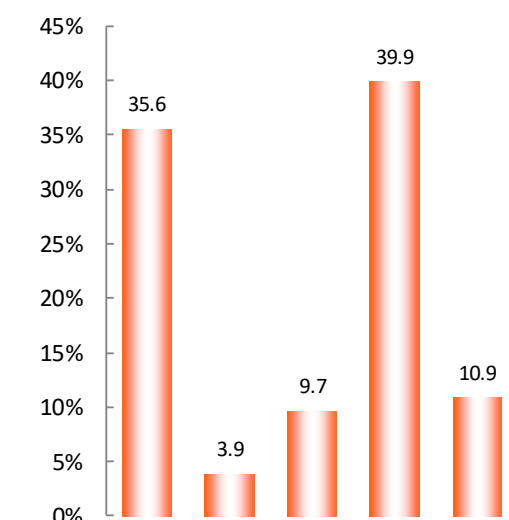
新 NISA 利用率は 35.6%。20 代と 30 代では 4 割を超え、若年層の方が新 NISA を利用している

新 NISA を「現在利用している」が全体の 35.6%となった。「利用予定なし」が 39.9%となり、「現在利用している」より 4.3 ポイント高かった。

年代別で見ると、「現在利用している」が 20 代は 44.5%、30 代が 41.5%と、「利用予定なし」（ともに 33.5%）を上回り、全体の結果と逆転した。若年層の方が新 NISA を利用している傾向が見られる。

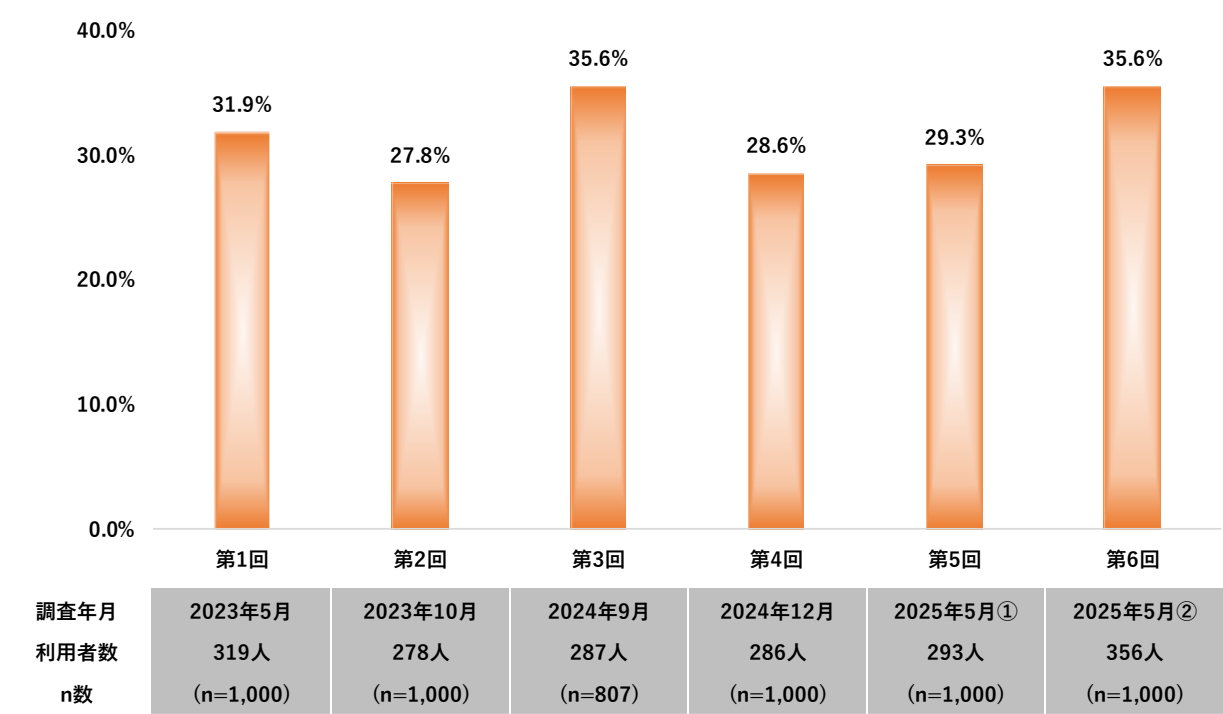
また、NISA 利用率（全体）を時系列で見ると、2023 年 5 月の調査（31.9%）から 2 年経過後も 4 割未満にとどまる。

▼新 NISA を利用しているか



		全体	現在利用している	新NISA口座を開設したが、投資をしていない	今後新NISA口座を開設し、投資をしたい	利用予定なし	未定
全体		(1000)	35.6	3.9	9.7	39.9	10.9
全体	20代	(200)	44.5	3.5	7.5	33.5	11.0
	30代	(200)	41.5	5.5	12.0	33.5	7.5
	40代	(200)	34.0	4.0	10.5	40.0	11.5
	50代	(200)	28.5	3.0	9.0	43.5	16.0
	60代	(200)	29.5	3.5	9.5	49.0	8.5

▼旧 NISA/新 NISA 利用率の時系列変化
※新 NISA 制度は 2024 年 1 月 1 日に開始



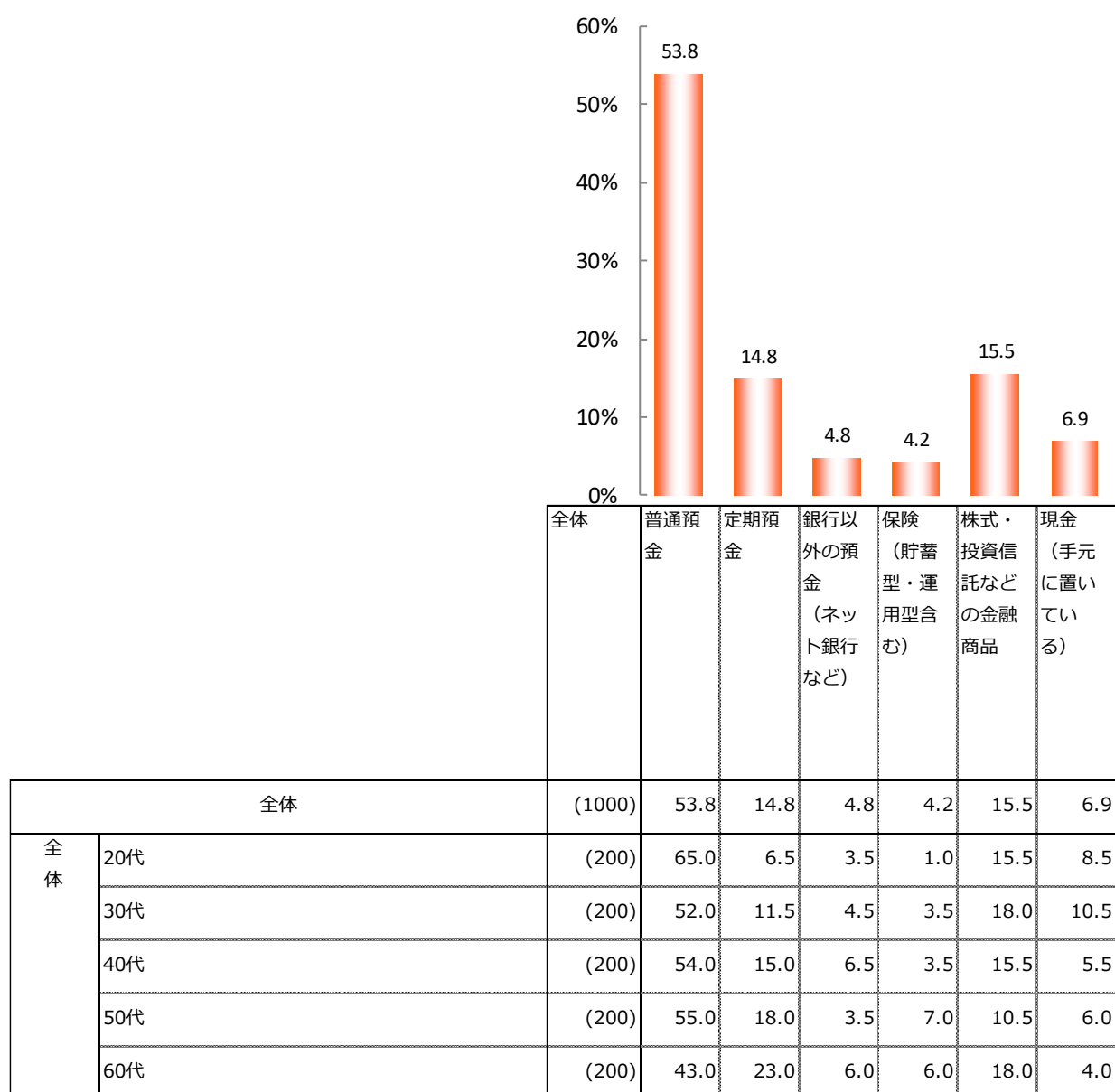
■TOPICS②

保有金融資産のうち最も多くを占めるものは、2人に1人が「普通預金」。次いで「株式・投資信託などの金融商品」が15.5%、「定期預金」が14.8%

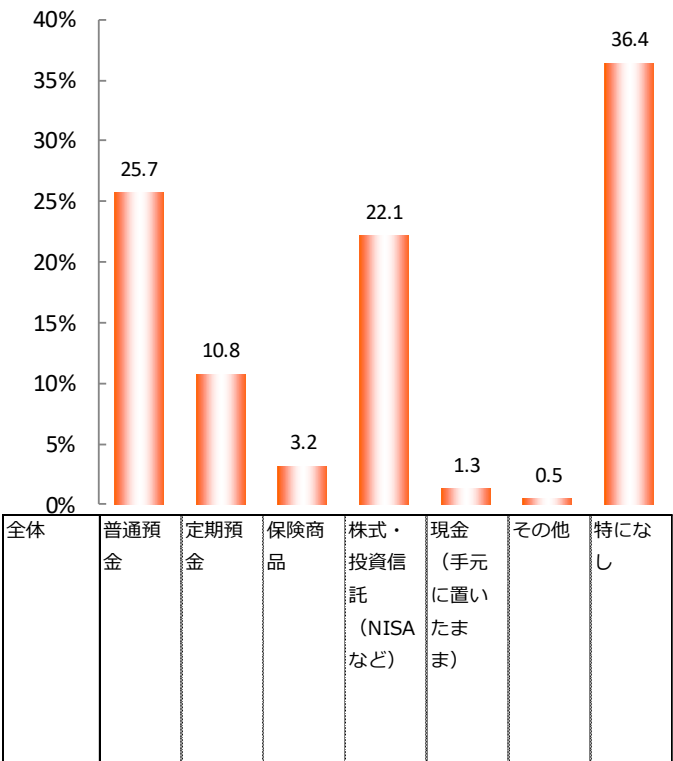
現在保有している金融資産のうち、最も多くを占めるものを聴取したところ、「普通預金」が全体の53.8%でトップだった。次いで「株式・投資信託などの金融商品」が15.5%、「定期預金」が14.8%だった。

また、過去1年間で最も大きく増やした金融商品（またはサービス）を伺ったところ、「普通預金」が25.7%、「株式・投資信託（NISAなど）」が22.1%、「定期預金」が10.8%だった。

▼現在保有している金融資産のうち、最も多くを占めるもの



▼過去 1 年間で、最も大きく増やした金融商品（またはサービス）



全体		(1000)	25.7	10.8	3.2	22.1	1.3	0.5	36.4
全体	20代	(200)	32.0	7.5	2.0	20.5	1.0	-	37.0
	30代	(200)	25.5	7.0	3.0	28.5	1.5	0.5	34.0
	40代	(200)	28.0	10.0	4.5	23.0	1.5	0.5	32.5
	50代	(200)	24.5	15.5	3.0	16.0	1.5	0.5	39.0
	60代	(200)	18.5	14.0	3.5	22.5	1.0	1.0	39.5

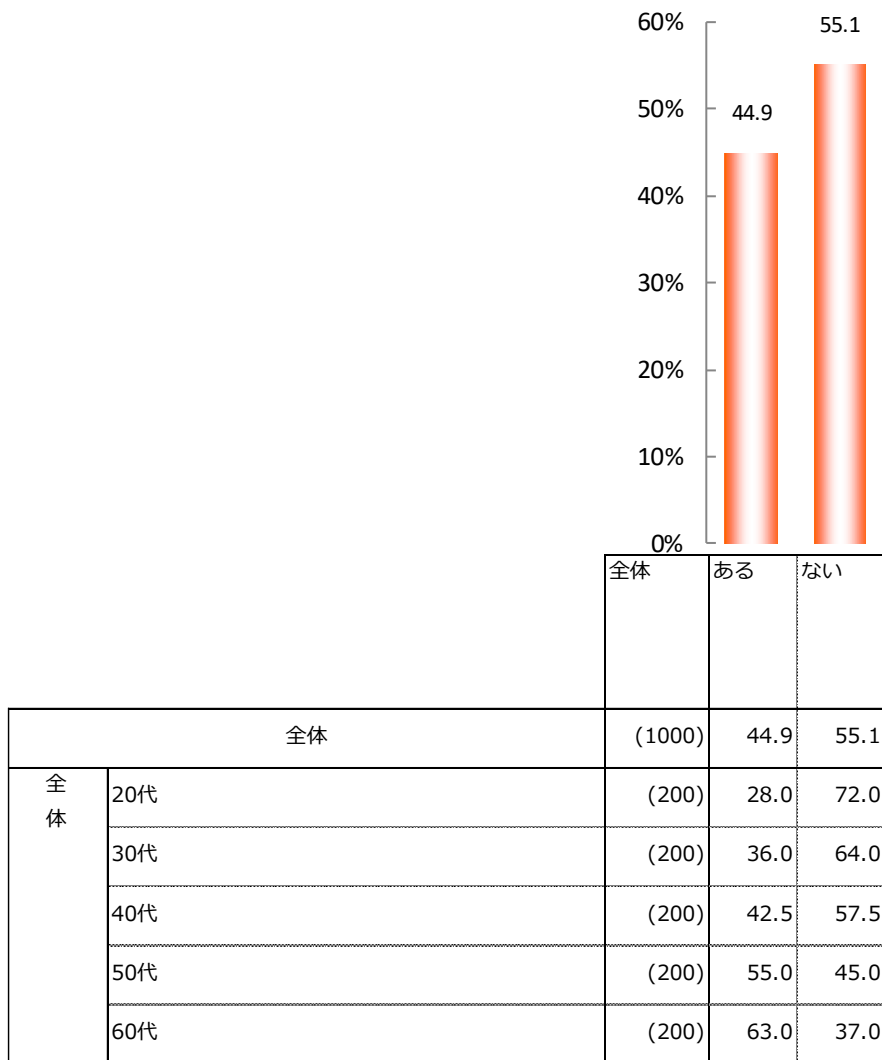
■TOPICS③

普通預金から定期預金へ移行したことが「ある」は約4割。年代が上がるごとに増加傾向

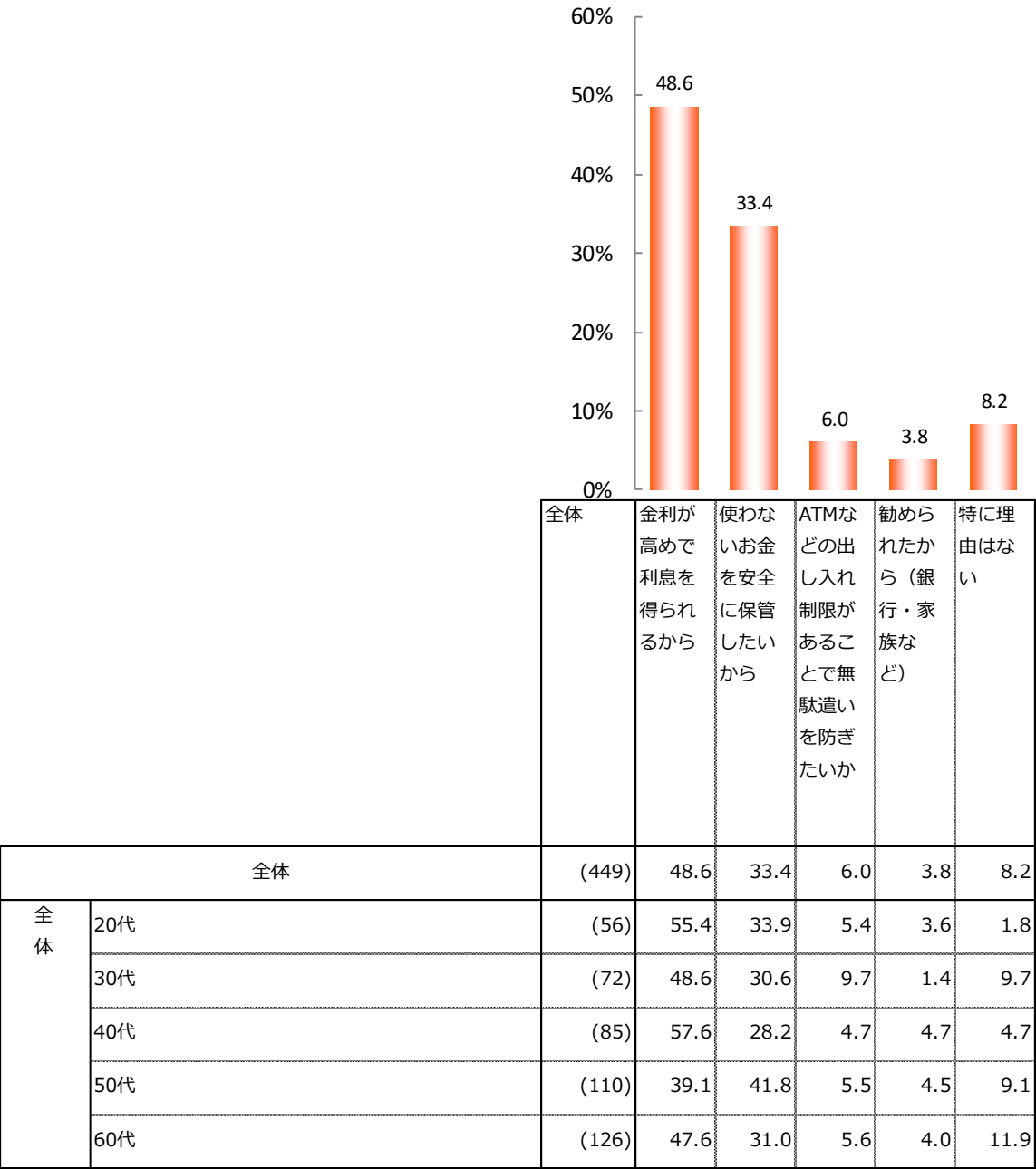
普通預金から定期預金へ移行したことが「ある」は44.9%となり、年代が上がるごとに増加した。

また、定期預金をする理由は「金利が高めで利息を得られるから」が48.6%でトップ、次いで「使わないお金を安全に保管したいから」が33.4%だった。

▼普通預金から定期預金へ移行したことがあるか



▼定期預金をする理由として最も近いもの（対象：定期預金へ移行したことがある方）



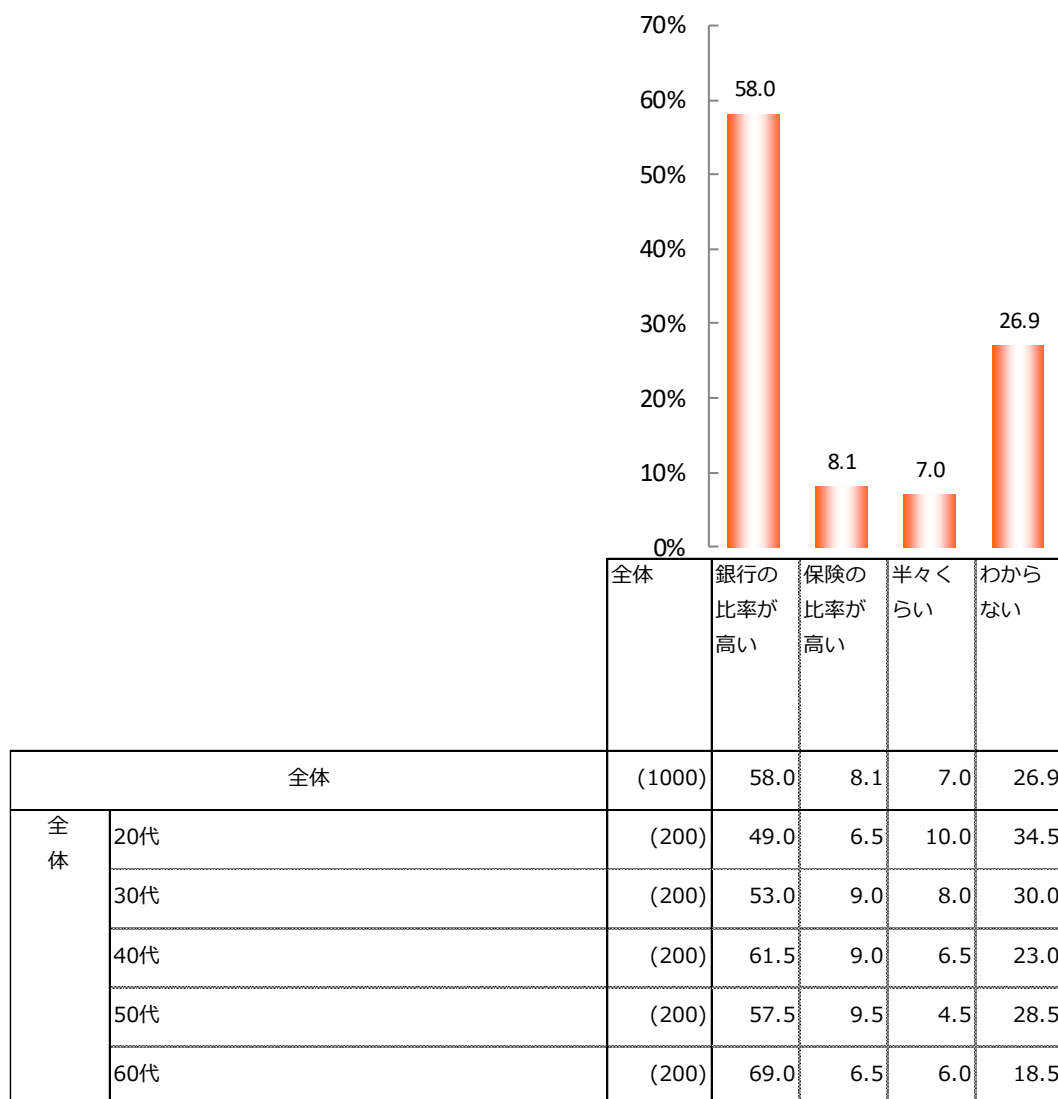
■TOPICS④

保険と銀行の資産配分は、「銀行の比率が高い」が約 6 割。今後増やしたい金融商品は「株式・投資信託（NISA など）」「普通預金」が約 3 割で拮抗

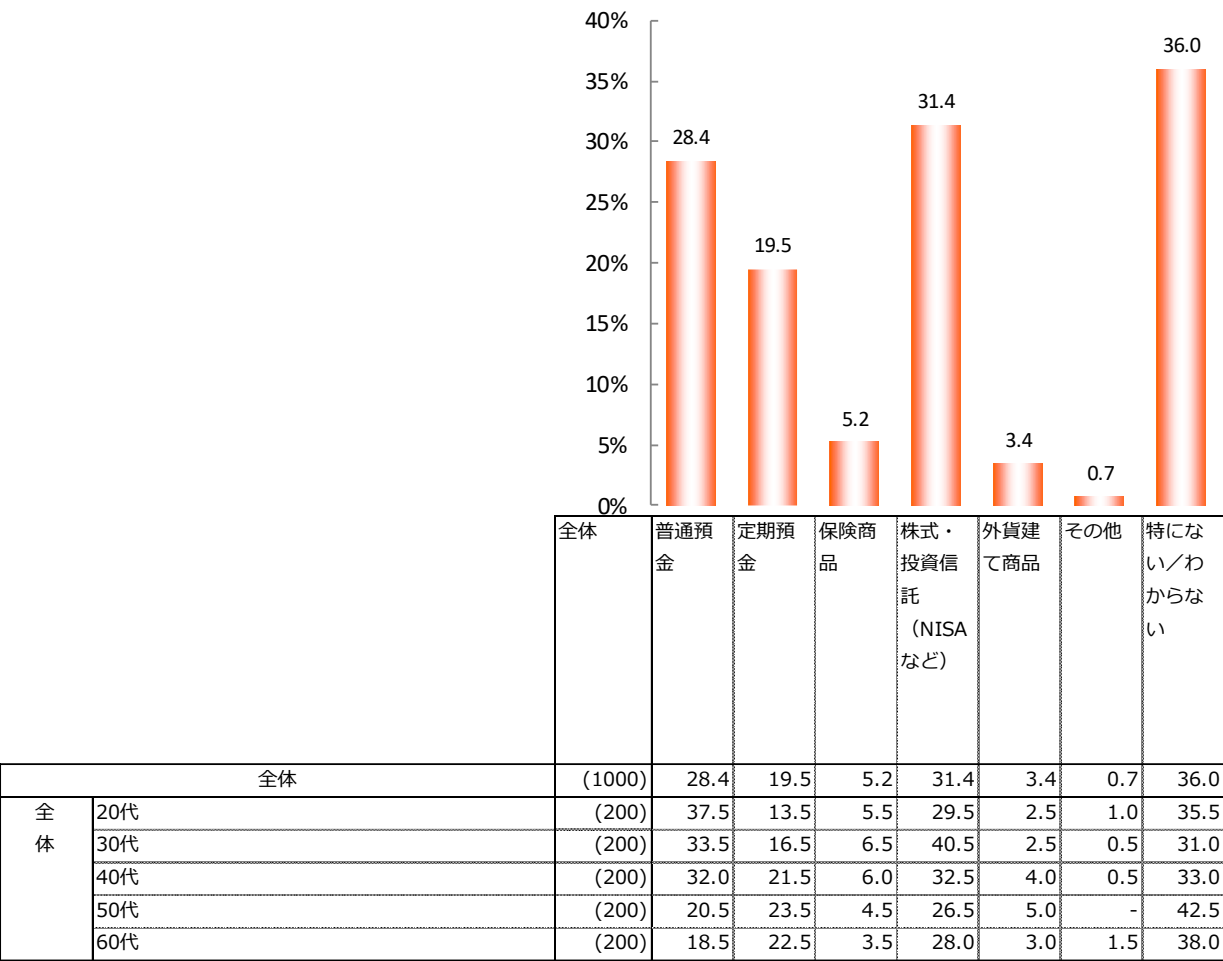
保険と銀行の資産配分について、「銀行の比率が高い」が全体の 58.0%を占め、「保険の比率が高い」の 8.1%に大きく差をつけた。

また、今後増やしたい金融商品については、「株式・投資信託（NISA など）」が 31.4%、「普通預金」が 28.4%、「定期預金」が 19.5%だった。

▼保険と銀行の資産配分で、どちらの比率が高いか



▼今後、どの金融商品に資産を増やしたいと考えているか ※複数回答



■TOPICS⑤

理想の資産配分は、「守り 80%：増やす 20%」が約 2 割。「わからない」が約 3 割で最多

将来に向けて、資産の「守り（預金・保険）」と「増やす（投資）」配分の理想を伺ったところ、「守り 80%：増やす 20%」が全体の 18.6%だった。60 代では 26.5%と他の年代と比較して高い。また、「わからない」の回答が最も多く、約 3 割を占めた。

▼将来に向けて、資産の「守り（預金・保険）」と「増やす（投資）」配分の理想



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2025 年 5 月 7 日～5 月 9 日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 20～60 代の働く男女
有効回答数 : 1,000 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト :

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。