

NISA、iDeCo、変額保険に関する資産形成の意識調査

NISA・新NISA、iDeCo、変額保険を「使いたくない」は約5割
自身の資産運用スタンスについて「よくわからない」が最多

共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」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、20～69歳の方1,000名を対象に調査した「NISA、iDeCo、変額保険に関する資産形成の意識調査」(実施期間：2026年1月6日～1月7日)の結果をご報告いたします。

【調査結果】

・ TOPICS①

変額保険の認知率は、約6割が「全く知らない」。NISA・新NISA、iDeCoとの差が大きい

・ TOPICS②

資産形成に、NISA・新NISA、iDeCo、変額保険の「何も使いたくない」人は47.0%

・ TOPICS③

資産運用に対するスタンスは「よくわからない」が最多。60代は元本割れ回避志向が突出

・ TOPICS④

自身の資産形成のスタンスに合う制度が「わからない」が45.1%で最多、「NISA・新NISA」は35.1%

・ TOPICS⑤

加入者の約8割が変額保険の「魅力を評価」する。認知は低い一方、満足度のポテンシャルは高い

【調査結果詳細】

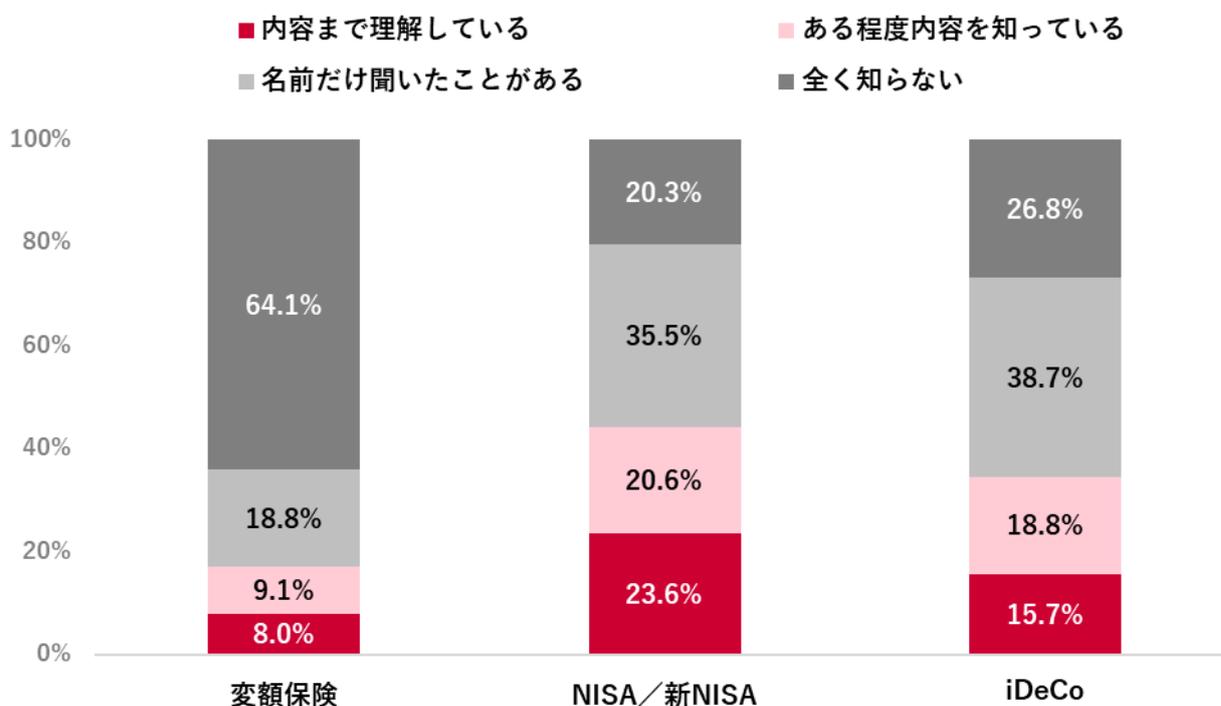
■TOPICS①

変額保険の認知率は、約6割が「全く知らない」。NISA・新NISA、iDeCoとの差が大きい

変額保険の認知状況について尋ねたところ、「全く知らない」が64.1%で最多となった。「名前だけ聞いたことがある」は18.8%、「ある程度内容を知っている」は9.1%、「内容まで理解している」は8.0%にとどまった。

一方、NISA・新NISAでは「名前だけ聞いたことがある」が35.5%で最多となり、「内容まで理解している」が23.6%、「ある程度内容を知っている」が20.6%と、一定の認知・理解が進んでいる。iDeCoも「名前だけ聞いたことがある」が38.7%、「内容まで理解している」が15.7%、「ある程度内容を知っている」が18.8%と、変額保険に比べて認知率が高い。

▼「変額保険」「NISA／新NISA」「iDeCo」の認知状況 (n=1,000)



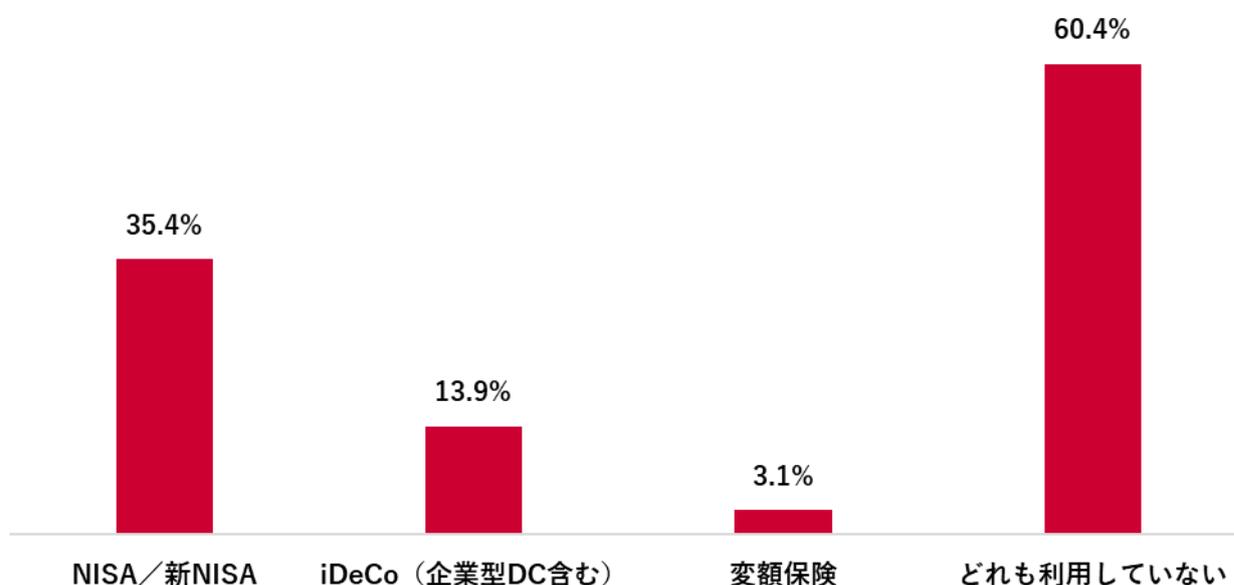
■TOPICS②

資産形成に、NISA・新NISA、iDeCo、変額保険の「何も使いたくない」人は47.0%

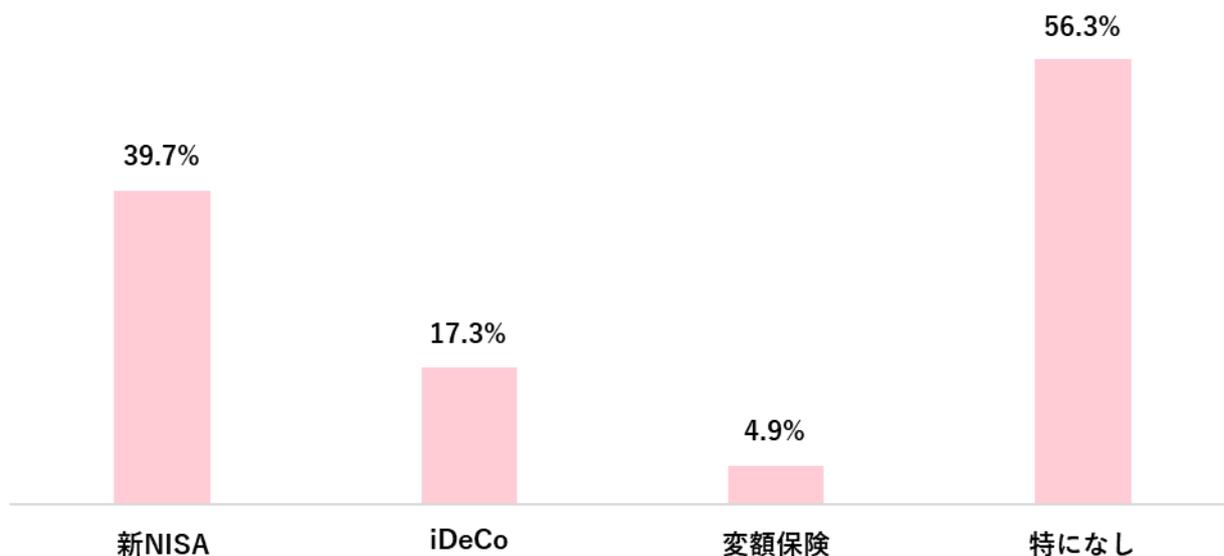
現在利用している制度・商品を聴取したところ、「NISA／新NISA」が35.4%、「iDeCo（企業型DC含む）」が13.9%、「変額保険」は3.1%だった。また、「どれも利用していない」が60.4%と最多となった。

今後の利用意向については、「特になし」が56.3%と過半数を占めた。また、資産形成の制度や商品の組み合わせ比率を尋ねた設問では「何も使いたくない」と回答した人が47.0%となった。

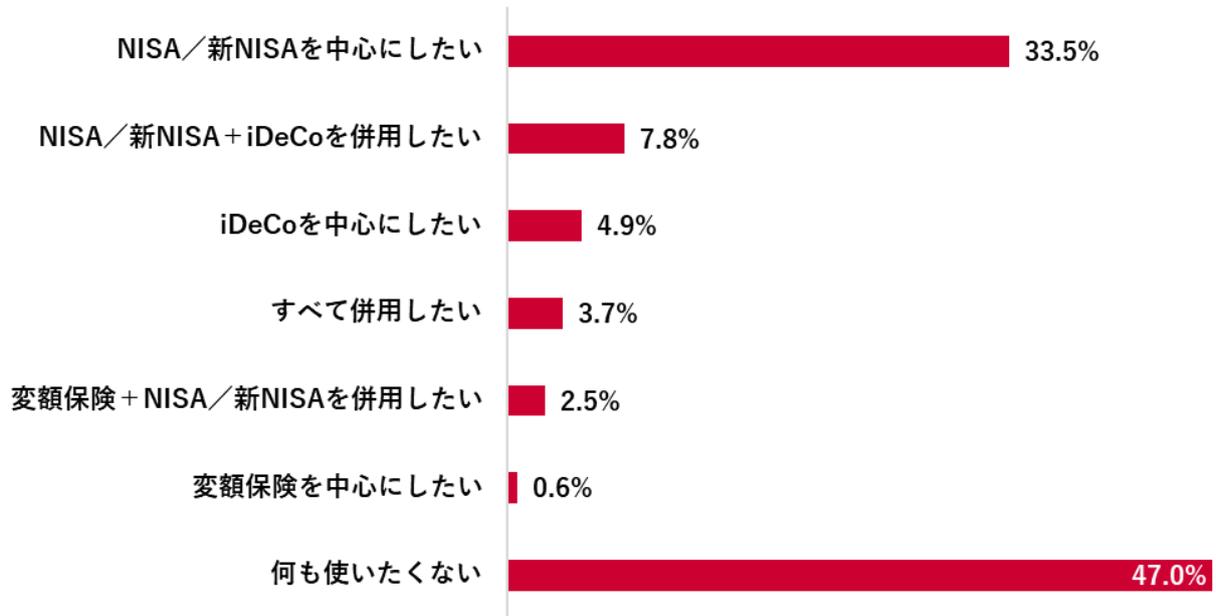
▼現在利用している制度・商品 ※複数回答 (n=1,000)



▼今後利用したい制度・商品 ※複数回答 (n=1,000)



▼今後の資産形成の比率 (n=1,000)



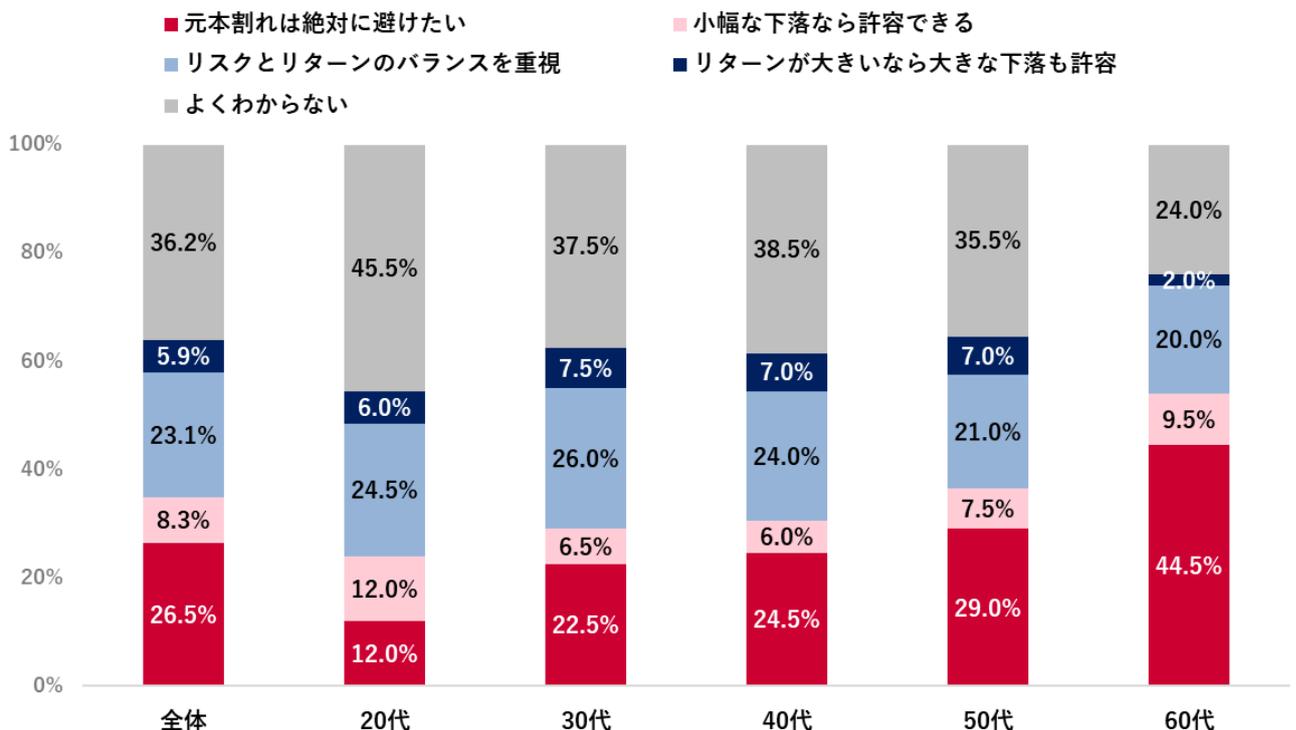
■TOPICS③

資産運用に対するスタンスは「よくわからない」が最多。60代は元本割れ回避志向が突出

資産運用スタンスについて、「よくわからない」が全体の36.2%で最多となった。次いで「元本割れは絶対に避けたい」(26.5%)、「リスクとリターンのバランスを重視」(23.1%)が続く。

年代別に見ると、60代では「元本割れは絶対に避けたい」が44.5%と突出して高く、高齢層ほどリスク回避志向が強い傾向が明確となった。

▼資産運用スタンス (n=1,000)

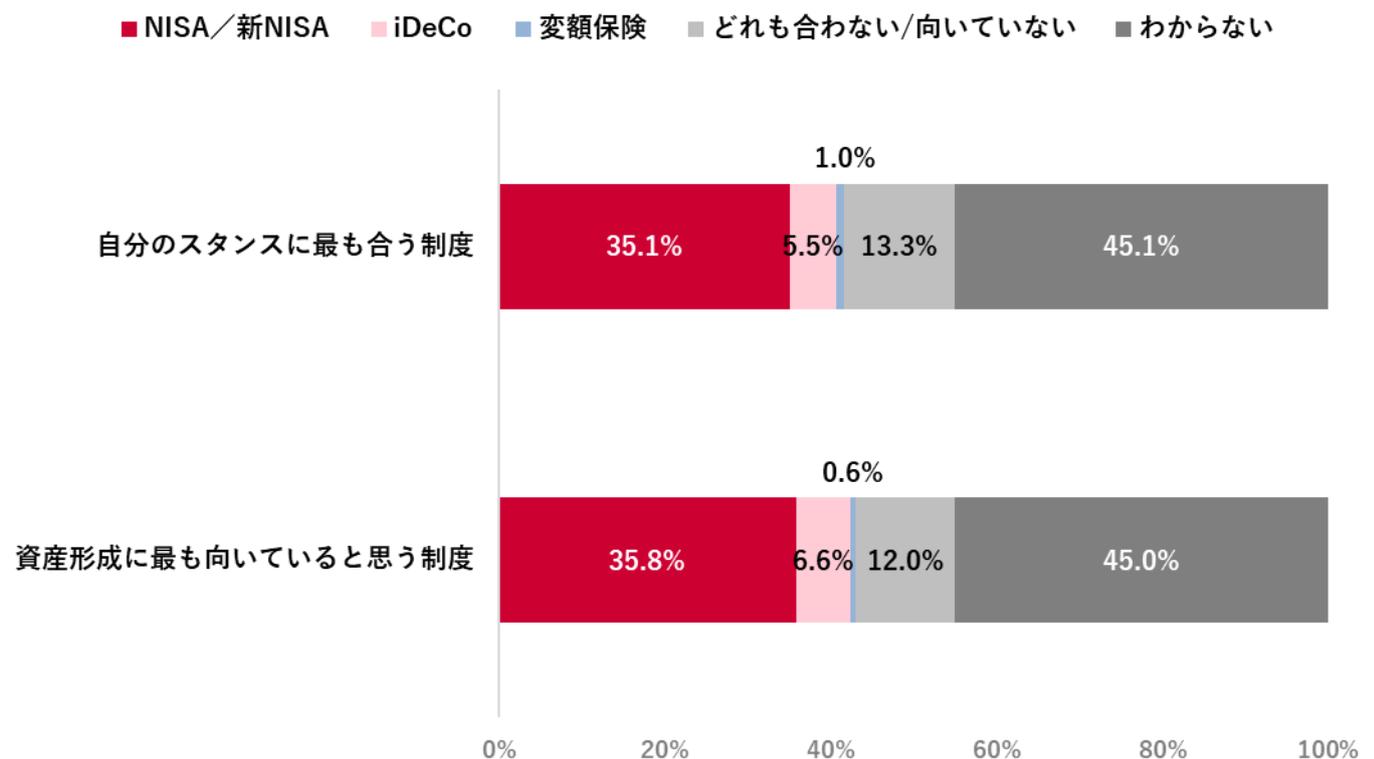


■TOPICS④

自身の資産形成のスタンスに合う制度が「わからない」は45.1%で最多、「NISA・新NISA」は35.1%

資産形成のスタンスと制度・商品の合致度、資産形成に向いている制度を聴取した。「自分のスタンスに最も合う制度」では、「わからない」（45.1%）に次いで「NISA／新NISA」が35.1%と高い支持を集めた。「資産形成に最も向いていると思う制度」でも「NISA／新NISA」が35.8%と最多だった。

▼自分のスタンスに最も合う制度／資産形成に最も向いていると思う制度（n=1,000）



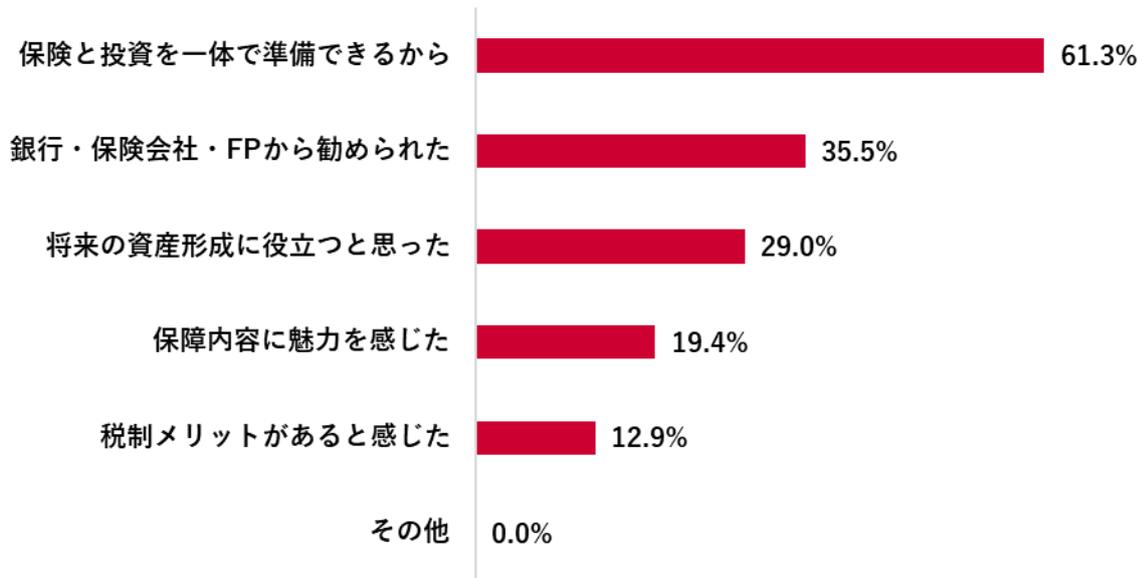
■TOPICS⑤

加入者の約8割が変額保険の「魅力进行评估」する。認知は低い一方、満足度のポテンシャルは高い

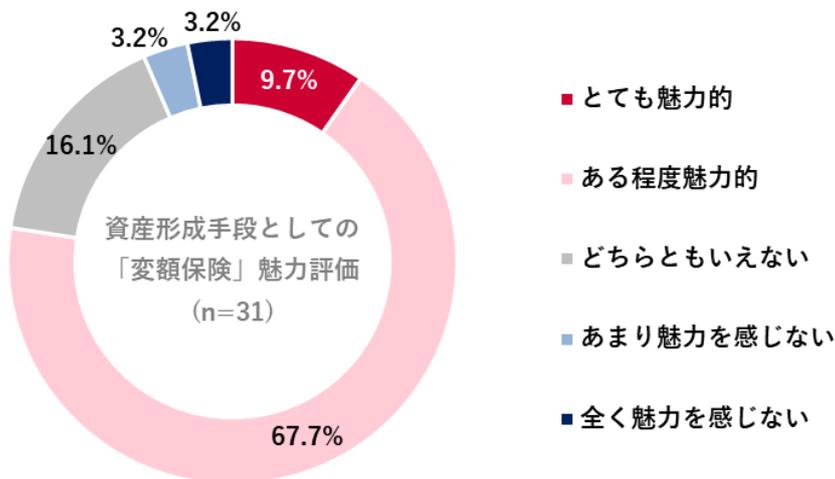
変額保険加入者に加入理由を尋ねたところ、「保険と投資を一体で準備できるから」が61.3%で最多となり、「銀行・保険会社・FPから勧められた」35.5%、「将来の資産形成に役立つと思った」29.0%が続いた。

資産形成手段としての魅力について「とても魅力的」が9.7%、「ある程度魅力的」が67.7%となり、合わせて77.4%と高かった。利用目的では「老後資金の準備」「万一への備え」がともに41.9%でトップとなった。

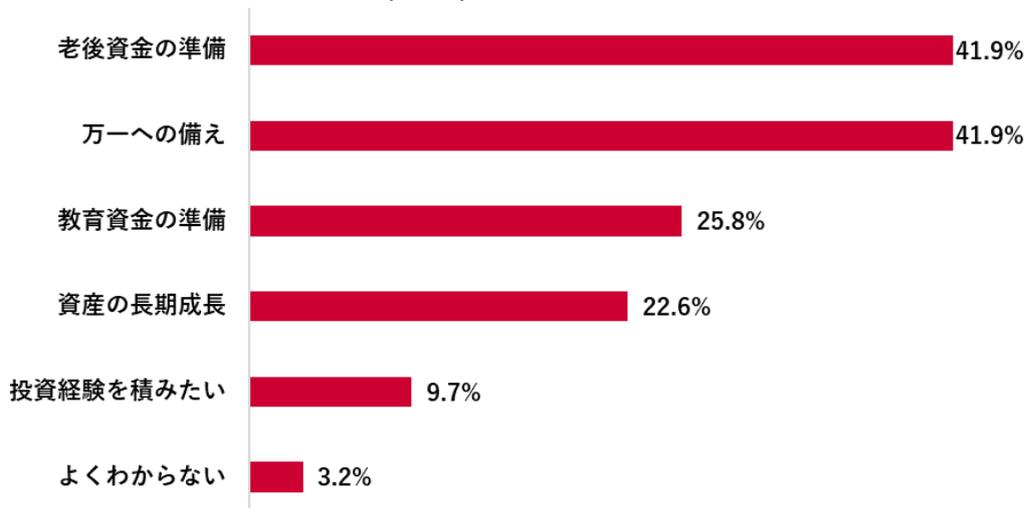
▼変額保険に加入した理由 ※複数回答 (n=31) ※対象：変額保険加入者



▼資産形成手段としての「変額保険」魅力評価 (n=31) ※対象：変額保険加入者



▼変額保険の利用目的 ※複数回答 (n=31) ※対象：変額保険加入者



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2026年1月6日～1月7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 20～69 歳の方
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。