参考情報

2021 年 7 月 19 日
株式会社ロイヤリティ マーケティング

コロナ禍における金融の価値観調査

金融資産投資と貯金が活性化、一方で保険利用は変わらず

若年層の資産形成、国内株式や優遇制度の NISA・iDeCo の利用が進む

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：長谷川 剛、以下「LM」）は、Ponta リサーチにて新型コロナウイルス感染拡大前と現在の金融サービスの利用状況の変化を聴取した「コロナ禍における金融の価値観調査」（実施期間：2021 年 5 月 21 日～5 月 26 日）の結果をご報告いたします。

＜調査概要＞

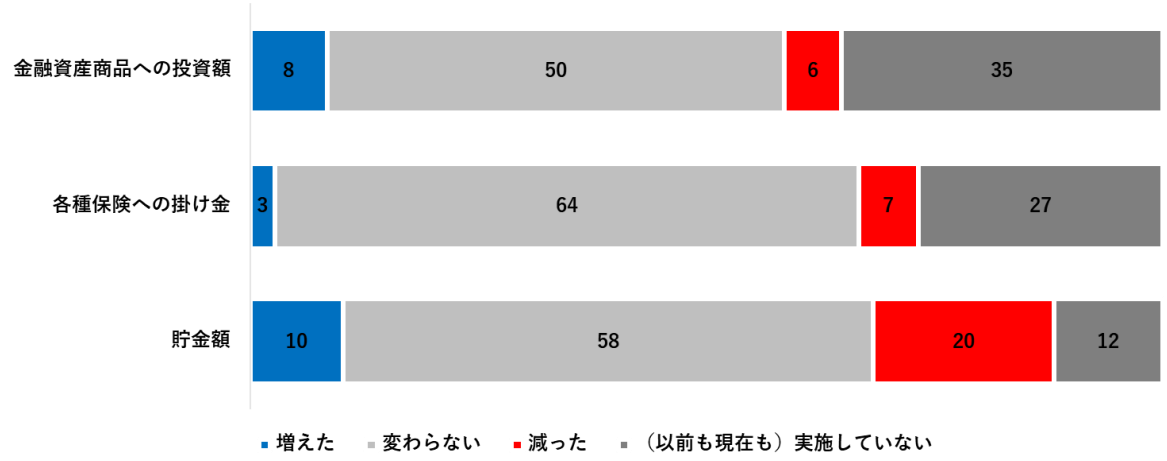
調査方法　：　インターネット調査
調査期間　：　2021 年 5 月 21 日～5 月 26 日
パネル　：　「Ponta リサーチ」会員
（Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をしていただいている方）
調査対象　：　20～60 代の男女
有効回答数　：　2,000 名

■調査トピックス

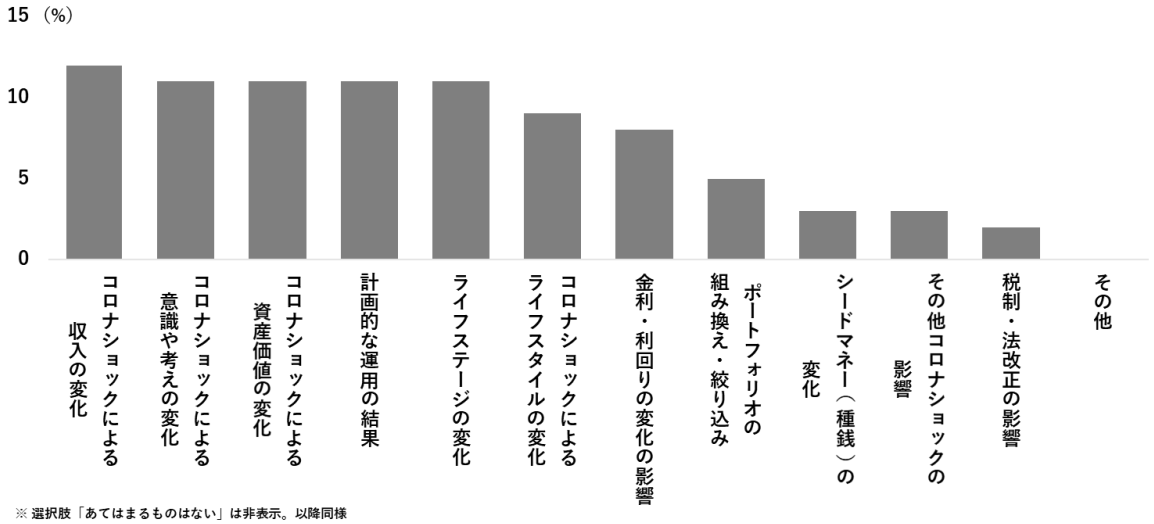
＜コロナ禍における金融サービスの利用状況の変化＞

コロナショック前と比べて「金融資産商品への投資額」「貯金額」が「増えた」は約 10%となった。「貯金額」が「減った」は 20%となり最も変化が大きかった。金融資産商品への投資額および貯金額の増減理由を見ると、1 位は「コロナショックによる収入の変化」となり、金融サービスの利用状況に影響を及ぼしたことがうかがえる。一方、「各種保険への掛け金」は「増えた」が 3%となり、他と比べて伸び悩みがみられた。

▼コロナショック前と現在（2021 年 5 月）を比べた増減

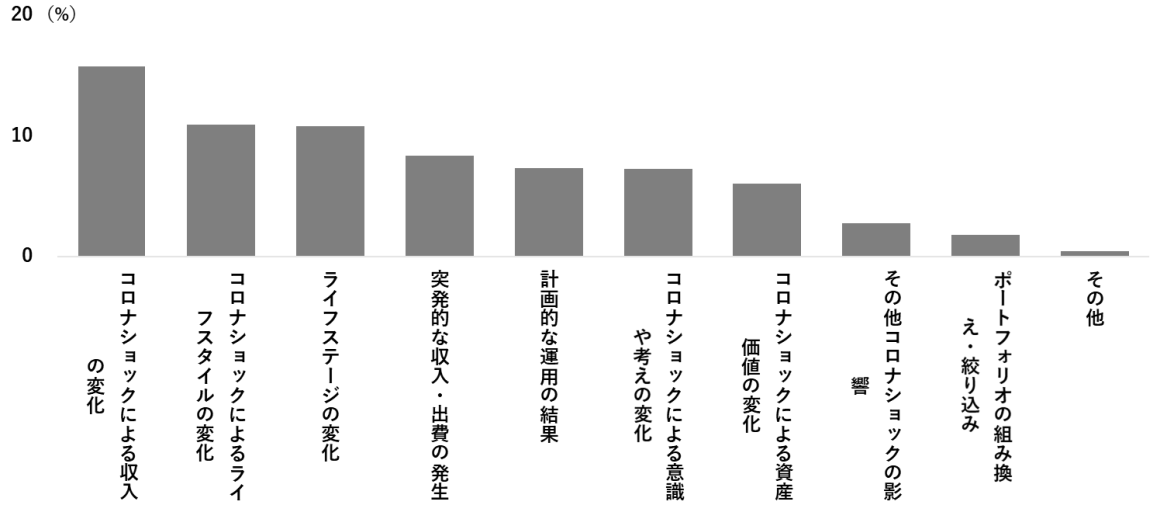


▼金融資産商品への投資額の増減理由



※ 選択肢「あてはまるものはない」は非表示。以降同様

▼貯金額の増減理由

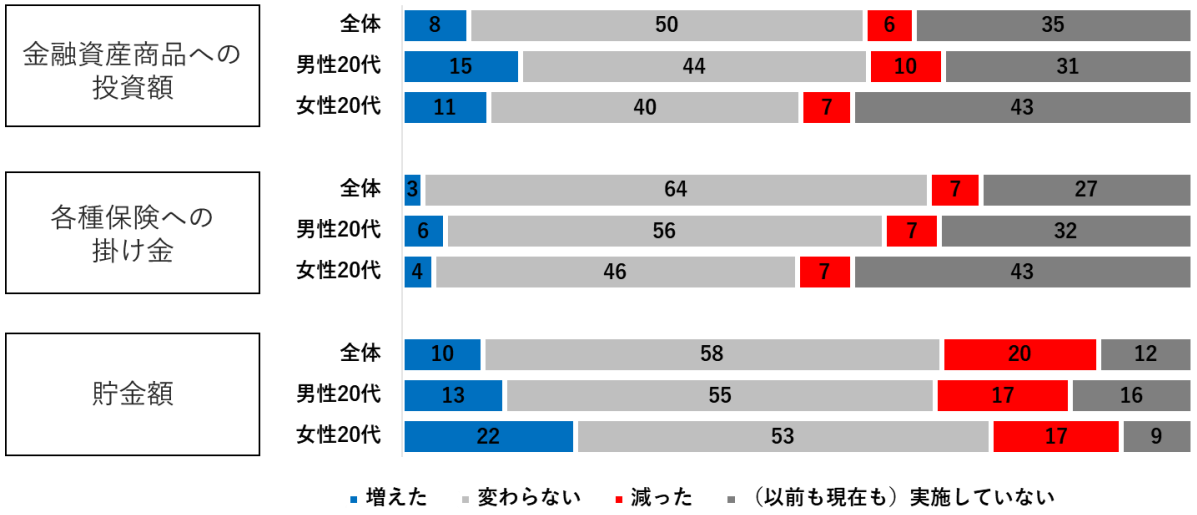


＜コロナにより変化した金融の顧客像＞

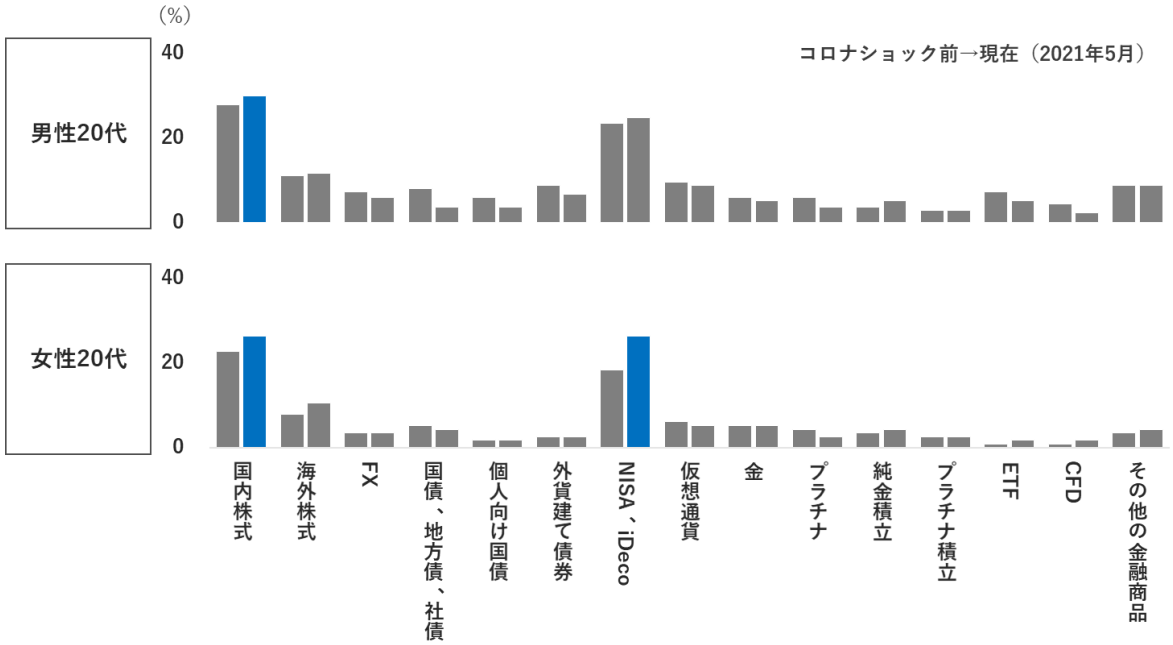
資産形成に取り組む若年層

20 代男女ともに「金融資産商品への投資額」「貯金額」において「増えた」が 10%以上となり、全体よりも高い結果となった。性別で比較すると、金融資産商品への投資は男性 20 代、貯金は女性 20 代が高かった。保有している金融資産商品は男女共通で「国内株式」、女性 20 代で「NISA、iDeCo」の増加幅が大きかった。国内株式といった耳慣れた商品や、NISA や iDeCo といった運用益が非課税となり、資産形成を始めやすい手軽な商品で、資産形成を行っている状況が読み取れる。

▼コロナショック前と現在（2021 年 5 月）を比べた増減（男女 20 代）



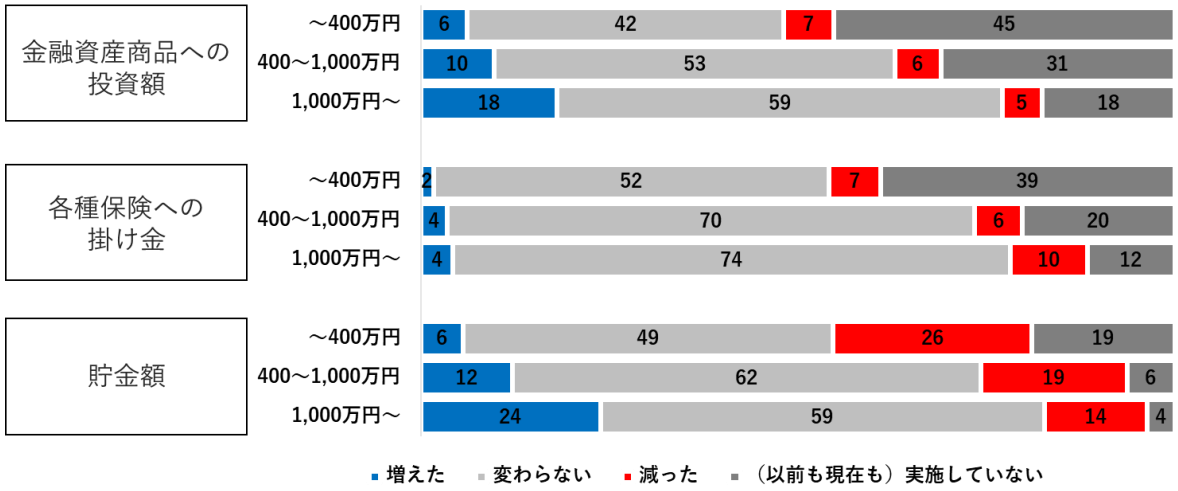
▼コロナショック前と現在（2021 年 5 月）を比べた保有金融資産（男女 20 代）



資産形成が進む高年収層

年収別でみると、「金融資産商品への投資額」「貯金額」は世帯年収に比例して増加し、1,000 万円以上の“高年収層”が特に高い結果となった。年収によって、資産形成の取り組みの差が拡大する様子がみられる。一方、「各種保険への掛け金」は年収による差が小さかった。

▼コロナショック前と現在（2021 年 5 月）を比べた増減（世帯年収別）



以上

【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、“「ロイヤリティ　マーケティング」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。

マーケティング施策立案にお役立ていただける、より詳細な追加分析レポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ　マーケティング　ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。
lm-sales-research@loyalty.co.jp

※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・コーポレートコミュニケーション部にご連絡をお願い申し上げます。