

2014 年 1 月 15 日
トッパン・フォームズ株式会社
株式会社シニアコム

シニア向け調査から見た NISA の情報伝達のギャップ

～NISA の認知は順調に進んでいる一方、理解を深める工夫が必要～

情報管理ソリューションのトッパン・フォームズ株式会社（以下、トッパンフォームズ）と、シニアマーケティングの専門会社である株式会社シニアコム（以下、シニアコム）は、両社での共同調査として、シニア（50 代～70 代）に向けた「NISA（少額投資非課税制度）に関するアンケート」を実施しました。今回のアンケートでは、シニアの NISA に対する認知や資料請求、口座開設は高い水準で表れ、2014 年 1 月からの本格スタート前の時点で、NISA の認知状況は順調に進んでいると見て取れます。ただしそれらの表立って見られるポジティブな反応の裏で、NISA の特徴や基本的な内容、留意点などの理解が十分にされていないことが判明しました。

《調査結果の概要》

1. NISA の認知率は 8 割超に達するものの、その特徴や基本的な内容、留意点などの個別内容まで理解している割合は 5～7 割前後に留まった
2. NISA を認知させる手法としては「テレビ/新聞」、認知から理解に進めるには「ダイレクトメール/インターネット」が有効
認知をした媒体・手段としては「テレビ/新聞」のようなマス媒体が半数近くに達するが、特徴を理解した媒体・手段としては 3 割台に。「ダイレクトメール/インターネット」はどちらも 2 割台を維持して落ち込みが少なく、認知から理解へ進めるうえでバランスのとれたツールとして有効
3. スタート前で全体の 3 割近くが資料請求をし、2 割が口座開設。不安を感じるケースや、よく分からずに行動してしまったケースも
アンケートの自由回答を見てみると、
“住民票や申込書類など、最初の手続きが分からない”
“投資する金額、対象や税制など、制度としての仕組みが分からない”
など情報伝達が不十分であるために疑問や不安を感じるケースが挙がり、一部からは
“NISA のことをよく分からずに資料請求や口座開設をしてしまった”
というケースも見られた

情報発信側である金融機関の「伝える」と、受け取り手であるシニアに「伝わる」ギャップこそ、NISA を利用する際のコミュニケーション上の課題になります。また、NISA 口座未開設の顧客獲得のためには、適切な情報伝達による理解の促進と、疑問や不安の解消が必要といえます。

トッパンフォームズとシニアコムでは、今回の調査で明らかになった点を踏まえて引き続き金融機関－シニア間での適切な情報伝達のあり方にフォーカスしたコミュニケーション手法を研究し、「伝える」と「伝わる」のギャップ解決に繋がるソリューションを提供していきます。

《調査概要》

調査の趣旨： 両社ではこれまでに複数のシニア向け調査を共同で実施してきており、新たな金融制度として 2014 年 1 月よりスタートの NISA に着目。この制度が本格的に開始される直前のタイミングで、NISA の情報がシニアにどの程度「伝わっているか」を検証し、その情報伝達の手段・方法、口座開設までの行動や意識を把握する。

調査手法： Web アンケート調査

対象者： 50 歳～79 歳の男女個人（シニアコム会員）

有効回答数： 713 人（男性 509 人 女性 204 人）

実施時期： 2013 年 12 月 6 日～9 日

（尚、本調査の詳細については、別紙をご参照ください。）

以上

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

トッパン・フォームズ株式会社 社長室広報部 TEL:03-6253-5730

株式会社シニアコム 事業推進部 TEL:03-3560-1854

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

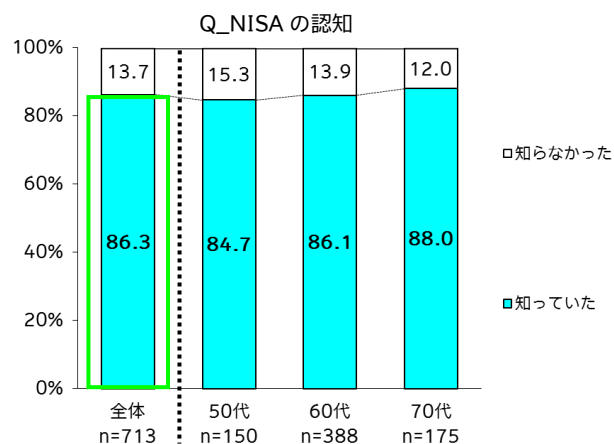
本リリースの引用・転載時には、必ず両社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞ 「トッパンフォームズ、シニアコムが共同で実施した調査によると・・・」

(別紙：調査結果)

1. NISA の認知率は 8 割超に達するものの、その特徴や基本的な内容、留意点などの個別内容まで理解している割合は 5～7 割前後に留まった

アンケートではまず NISA の概要を説明し、認知度合いを聴取しました。
今回の調査対象であるシニア（50～70 代）の認知率は 85～88% に上り、大多数がすでに NISA を認知しているといえます。
また年代別に見ても、今回対象の 50～70 代でほぼ横並びの反応が見られます。



次に、NISA の特徴や基本的な内容、留意点などの個別内容を文章で説明し、それらの内容を理解しているかどうかを聴取したところ、次のような結果となりました。

Q_NISA の個別内容の理解 (個別内容ごとに「理解している」の割合)

NISA の特徴	理解率	NISA の基本的な内容	理解率	NISA の留意点	理解率
口座開設：一人 1 口座	78.5	利用するには NISA 口座が必要	79.9	開設できる口座は一人 1 口座のみ	78.8
利用できる方：日本国内にお住まいの 20 歳以上の方	77.3	投資金額は少額から始められる	79.2	他の口座で保有している投資は対象外	67.2
非課税対象：上場株式や株式投資信託等の配当金及び売買益等	76.6	NISA は商品ではなく制度	78.3	口座開設後の金融機関の変更は不可	65.6
非課税投資額：新規投資額で毎年 100 万円を上限	76.0	投資金額は年間 100 万円まで	76.7	NISA 口座で購入できる金融商品は上場株式/ETF/REIT/投資信託など	64.0
非課税期間：最長 5 年間	62.6	2014 年 1 月 1 日からスタートする制度	76.0	NISA の口座開設には住民票が必要	62.4
口座開設可能期間：10 年間（2014 年～2023 年）	52.0	2013 年 12 月 31 日にて、10% の軽減税率の廃止	64.7	他の口座との損益通算・損失の繰越控除は不可	60.4
		非課税期間は 5 年間まで	62.8	NISA の口座開設には一般口座・特定口座の開設が必要	59.3
		口座開設の可能期間は 10 年間	50.5	投資金額の未使用分の繰り越しは不可	57.2
				投資を売却してもその非課税分の再利用は不可	53.4
				金融機関によって NISA 口座で購入できる金融商品が異なる	50.6

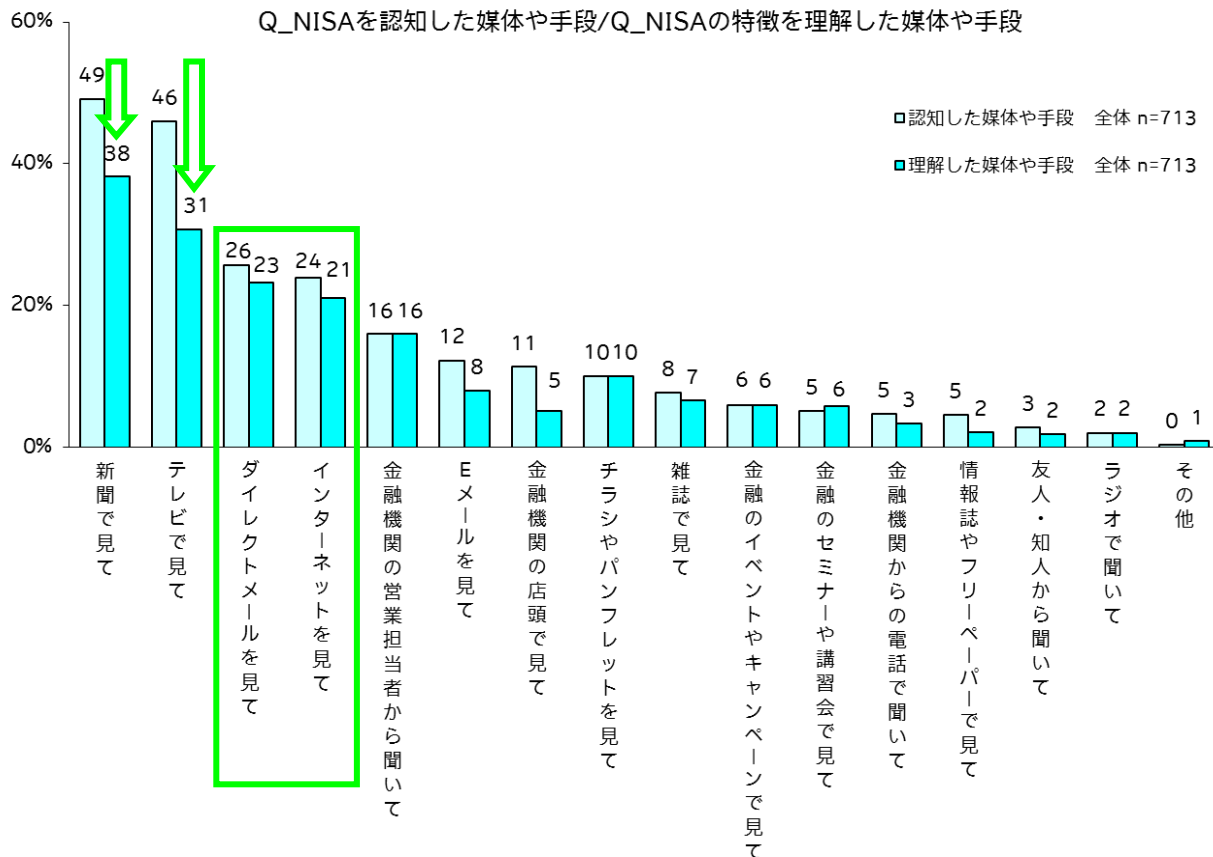
注) 個別内容については、日本証券業協会の Web ページをはじめとした開示資料を元に、トッパンフォームズとシニアコムで設定したものになります。
(個別内容の文章などの詳細については、別途お問い合わせください)

シニア全体の結果を見ると、前述の認知率は 8 割超と高いものの、その個別内容まで理解される割合は 5～7 割前後に留まりました。特に「口座の開設期間」や「購入できる金融商品」では、事前に周知されるべき重要度が高い情報でありながら、受け取り手であるシニアに十分に理解されていないギャップが認められました。

(別紙：調査結果)

2. NISA を認知させる手法としては「テレビ/新聞」、認知から理解に進めるには「ダイレクトメール/インターネット」が有効

ここまで NISA の認知と理解について言及してきましたが、次の質問ではこれらの情報がどのような媒体や手段から伝達されたかを聴取しました。



認知をした媒体・手段としては「テレビ/新聞」のようなマス媒体が半数近くに達しますが、特徴を理解した媒体・手段としては3割台となりました。「ダイレクトメール/インターネット」はどちらも2割台を維持して落ち込みが少なく、認知から理解へ進めるうえでバランスのとれたツールとして有効と考えられます。

このことから NISA の認知は、マス媒体を主な手段として、既に多くのシニアに知られているものの、NISA がスタートして実際に利用されていくには、理解のさらなる底上げが必須といえます。

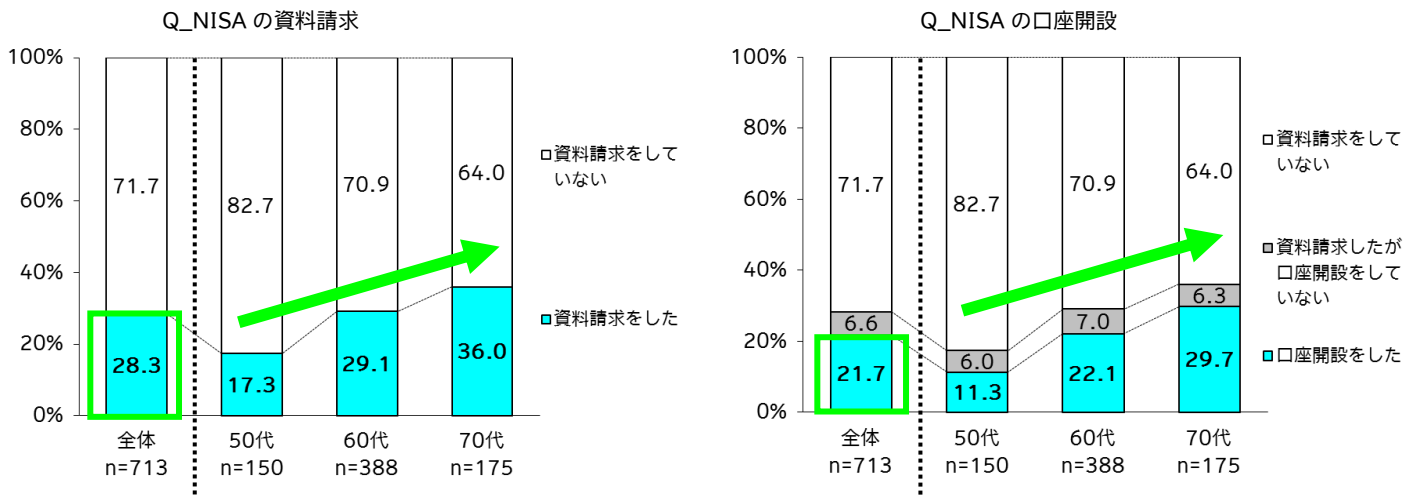
そのためには、マス媒体に代表される「万人向けに広く告知する」情報伝達のアプローチに加えて、「特定の人向けに詳しく説明する」情報伝達のアプローチが必要と考えられます。

その意味では、上記の「ダイレクトメール/インターネット」が、NISA の理解の底上げに有効な媒体・手段の候補に挙がってきます。

(別紙：調査結果)

3. スタート前で全体の 3 割近くが資料請求をし、2 割が口座開設。不安を感じるケースや、よく分からずに行動してしまったケースも

アンケートの後半では NISA の資料請求や口座開設をしたかどうかを聴取しました。



資料請求をした割合は 3 割近くに、既に口座開設をした割合は 2 割に上り、NISA のスタート前である 2013 年 12 月時点でありながら、これらの反応水準は高く表れました。さらに年齢が高まるにつれて、資料請求や口座開設の反応水準が高まる傾向も見られました。

アンケートの終盤では、NISA の資料請求や口座開設をした際に、疑問や不安を感じた内容を、自由回答形式で聴取しました。その自由回答のコメントを細かく見ていくと、資料請求や口座開設をした場合であっても、

“住民票や申込書類など、最初の手続きが分からない”

“投資する金額や対象や税制など、制度としての仕組みが分からない”

など、情報伝達が不十分であるために疑問や不安を感じるケースが挙がりました。

さらに一部からは、

“NISA のことをよく分からずに資料請求や口座開設をしてしまった”

という、知らないままに行動に移してしまったケースも見られました。

→詳細は抜粋コメントをご覧ください。

(別紙：調査結果)

Q_N I S A の資料請求の際に疑問や不安に感じた内容

性別	年齢	疑問や不安に感じた内容
男性	62	具体的にどう手続きするか？
男性	64	5年後にどのような非課税対策があるか？
女性	63	どんな、運用方法があるのか。
女性	65	税金がどれだけかかるのか、NISAにした方が有利なのかどうか。
男性	70	一度、ある金融機関に口座を設定すると変更ができない点が不安。
男性	68	手続きが混雑していて開設に時間掛かるとかプレゼントがもらえるなど、ルールが確定していないのに先行して申込み受付をあおられた。
女性	65	他社を検討せず、最初に勧められたところで、安易に決めてしまったが、後でここよかったのかなと思った。
女性	61	制度の内容がよく理解できなかった。
女性	66	口座を開設しても大丈夫かどうか。勧誘も心配。
女性	71	投資に関する知識もあまりなく、理解できないのではと、心配だった。

Q_N I S A の口座開設の際に疑問や不安に感じた内容

性別	年齢	疑問や不安に感じた内容
男性	64	証券会社とは10年以上の付き合いがあるのに、なにを今さら住民票を出せというのか？
男性	65	なぜ住民票がいるのか。
女性	61	書類が揃っているのかどうか、特に住民票などの必要性がよくわからなかった。
男性	65	対象商品が分かりにくい。
男性	67	5年後の取り扱いがどうなるのか・・・？
男性	72	現在、持っている銘柄について、NISA口座に移すメリット・デメリットが疑問。
男性	65	内容を完全に把握していないため、いろいろ不安がある。
女性	65	実際に使う際にどのようにしていいのか。
男性	59	どうしたら良いのかわかりにくい。
男性	69	取引ある都市銀行からも勧誘があり、家族名義の新口座開設も考えたが、今回はどこまで使いこなせるか分からず、さらに今後制度の変更もあるかも知れず、とりあえず証券会社に1口座を開設するにとどめた。
女性	74	必要のない口座の開設をしたと感じた。

(一部抜粋コメント)

- 今回のアンケートを振り返ると、シニアの NISA に対する認知率や資料請求、口座開設の割合は高い水準で表れました。2014 年 1 月からの本格スタート前の時点で、NISA の認知状況は順調に進んでいると見て取れます。
- ただし、それらの表立って見られるポジティブな反応の裏には、NISA の特徴や基本的な内容、留意点などの理解が不十分なことが判明しました。
- さらに、NISA の資料請求や口座開設をした方の中には、情報伝達が不十分なために疑問や不安を感じたり、内容をよく理解しないまま行動に移してしまったりするケースもありました。

以上

※ 本調査に関するお問い合わせ先

トッパン・フォームズ株式会社 社長室広報部 TEL:03-6253-5730

株式会社シニアコム 事業推進部 TEL:03-3560-1854