2015 年 7 月 6 日

各 位

スパークス・グループ株式会社
代表取締役社長　阿部　修平
(東証JASDAQ スタンダード:8739)

当社子会社における調査結果レポートの発表について

ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査を実施

本日、当社子会社であるスパークス・アセット・マネジメント株式会社（代表取締役社長　阿部　修平）は、標記に関する下記のプレスリリースを行いましたので、お知らせいたします。

■ 調査内容

ビジネスウーマンの投資に関する意識や実態を明らかにするため、2015年6月10日～6月11日の2日間、全国の20歳～59歳のビジネスウーマンを対象に「ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、1,000名の有効サンプルを集計しました。（調査協力会社：ネットエイジア株式会社）

■ 掲載URL： http://www.sparx.co.jp/news/uploads/pdf/PressJ150706.pdf

■ 添付資料：

ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査
（スパークス・アセット・マネジメント株式会社　調べ）

■ 本件に関するお問い合わせ先

スパークス・グループ株式会社　経営管理部
TEL : 03-6711-9100 / FAX : 03-6711-9101

2015年7月6日

各位

ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査

30 代ビジネスウーマンの約 4 人に 1 人が既に投資デビューを果たす！
“投資”に踏み切れないビジネスウーマンたち、そのワケとは？
投資したい“なでしこ銘柄” 1 位「サントリー食品インターナショナル」

スパークス・アセット・マネジメント株式会社（http://www.sparx.co.jp/）（東京都品川区。代表取締役社長　阿部修平）は、ビジネスウーマンの投資に関する意識や実態を明らかにするため、2015年6月10日～6月11日の2日間、全国の20歳～59歳のビジネスウーマンを対象に、「ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、1,000名の有効サンプルを集計しました。（調査協力会社：ネットエイジア株式会社）

▼ ビジネスウーマンの投資デビュー意識と実態　・・・・・・・・P.2-5

- 30代ビジネスウーマンの約4人に1人が既に投資デビューを果たす！
- “投資”に踏み切れないビジネスウーマンたち、そのワケとは？
- ビジネスウーマンに人気の投資先とは？　40代・50代の半数以上がプロに任せられる「投資信託」を選択
- ネット銀行利用者には株女子・投信女子が多い傾向が判明

▼ ビジネスウーマンの投資スタイル　・・・・・・・・P.6-9

- ビジネスウーマンの投資スタイル　「長期投資派」5割半、「リスク分散派」は8割に
- 若年層は「社会貢献重視派」が多い傾向
- ビジネスウーマンの投資スタイルとライフプランニングの状況との関係性とは？
- 家計簿アプリを利用するビジネスウーマンは、将来の備えとして投資に取り組む傾向
- もしも投資で300万円儲かったら何したい？　最多は「貯金」、8人に1人が「クルマ購入」

▼ ビジネスウーマンが投資したい企業とは？　・・・・・・・・P.10-13

- 投資先企業を選ぶ際に重視すること　「ブランドイメージ」「株主還元」「売上高」「技術力」
- ビジネスウーマンの投資先企業選び　20 代はブランドイメージ、30 代は自身が実感するメリットを重視
- ビジネスウーマンからの好感度が高い企業　1 位「トヨタ自動車」
- ビジネスウーマンが株主優待を受けたい企業　1 位「オリエンタルランド」
- じっくり長期投資してみたい“有望株”企業　1 位「トヨタ自動車」「ユーグレナ」も TOP10 入り
- ビジネスウーマンが投資したい“なでしこ銘柄”ランキング　1 位「サントリー食品インターナショナル」

◆◆報道関係の皆様へ◆◆

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「スパークス・アセット・マネジメント調べ」と付記のうえ、
ご使用いただきますようお願い申し上げます。

▼ビジネスウーマンの投資デビュー意識と実態

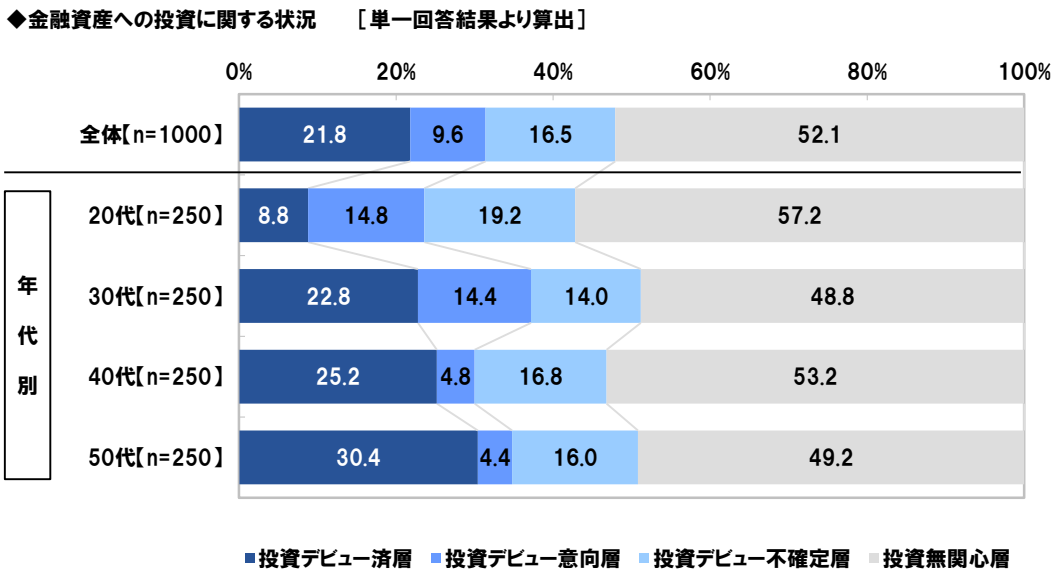
◆30 代ビジネスウーマンの約 4 人に 1 人が既に投資デビューを果たす！

全国の 20 歳～59 歳のビジネスウーマン（アルバイト・パート除く）1,000 名（全回答者）に、金融資産への投資に関する状況を聞いたところ、投資経験のある「投資デビュー済層」は 21.8%、投資意向のある「投資デビュー意向層」は 9.6%、投資を始めるか迷っている「投資デビュー不確定層」は 16.5%となりました。

「投資デビュー済層」の割合を年代別にみると、20 代 8.8%、30 代 22.8%、40 代 25.2%、50 代 30.4%と、年代が上がるにつれ高くなりました。

また、「投資デビュー意向層」の割合を年代別にみると、20 代は 14.8%、30 代は 14.4%、40 代は 4.8%、50 代は 4.4%となり、20 代・30 代と 40 代・50 代の間で 10 ポイントほどの差がみられました。 **[図 1]**

[図 1]

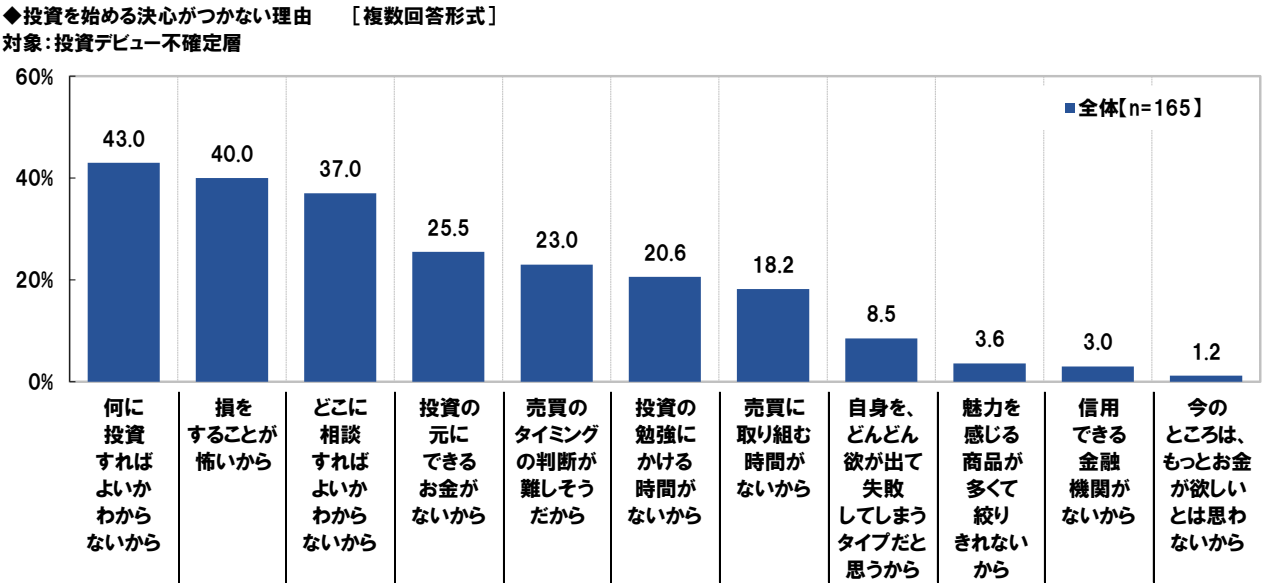


◆“投資”に踏み切れないビジネスウーマンたち、そのワケとは？

投資を始めるか迷っている投資デビュー不確定層が 16.5%となりましたが、投資を始めるかどうかを迷う理由とは、何なのでしょうか。

投資デビュー不確定層 165 名に、投資を始める決心がつかない理由を聞いたところ、最多回答は「何に投資すればよいかわからないから」で 43.0%となりました。様々な投資対象がある中から何を選ぶべきなのか、という迷いが、投資に踏み切れない要因として最も多いようです。以下、「損をすることが怖いから」が 40.0%、「どこに相談すればよいかわからないから」が 37.0%で続きました。 **[図 2]**

[図 2]



◆ビジネスウーマンに人気の投資先とは？　40 代・50 代の半数以上がプロに任せられる「投資信託」を選択

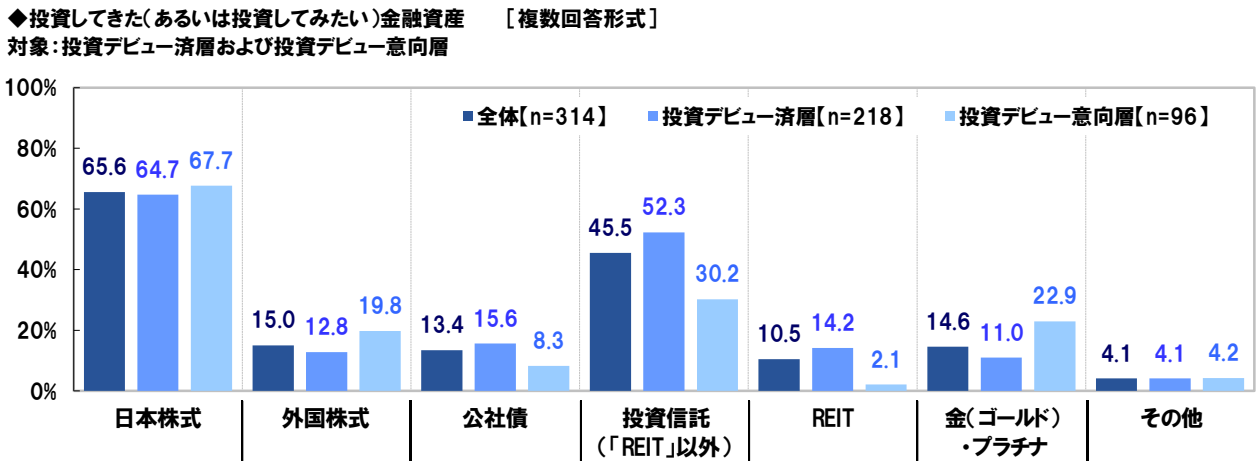
投資デビュー済の人や、投資デビュー意向のある人は、どのような金融資産に投資してきた（あるいは投資してみたいと思っている）のでしょうか。

投資デビュー済層および投資デビュー意向層 314 名に、投資してきた（あるいは投資してみたい）金融資産を聞いたところ、最も多くの人に選ばれたのは「日本株式」で 65.6%、次いで人気なのは「投資信託」で 45.5%となりました。

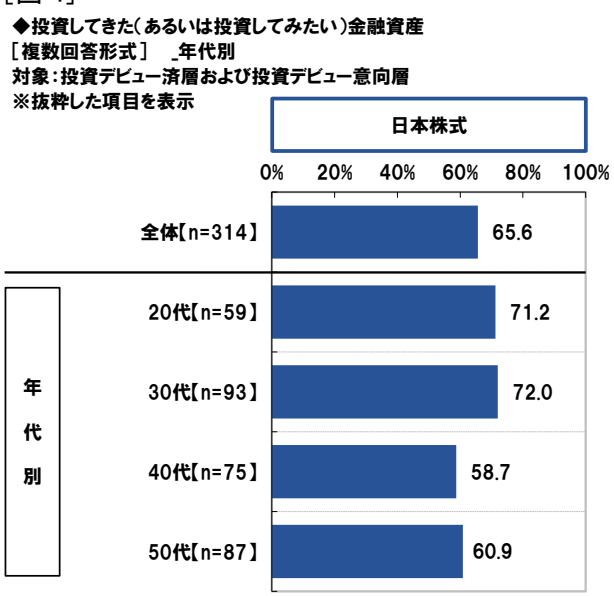
投資デビュー済層と投資デビュー意向層で分けてみると、「日本株式」ではデビュー済層　64.7%、デビュー意向層 67.7%とほぼ変わりませんが、「投資信託」ではデビュー済層　52.3%、デビュー意向層　30.2%となり、デビュー済層が、デビュー意向層を 22.1 ポイント上回りました。日本株式の人気は投資経験を問わない一方、投資信託は、経験者からの人気が高いようです。 **[図 3]**

また、全体での割合を年代別にみると、20 代・30 代は、40 代・50 代に比べて「日本株式」の割合が高く、7 割超（20 代 71.2%、30 代 72.0%、40 代 58.7%、50 代 60.9%、以下同順）となりました。他方、40 代や 50 代は、20 代・30 代に比べて「投資信託」の割合が高くなりました（30.5%、43.0%、50.7%、54.0%）。20 代・30 代は自分自身で投資先を決定したい、40 代・50 代はプロに委託したい、そういう思いが垣間みえる結果ではないでしょうか。 **[図 4][図 5]**

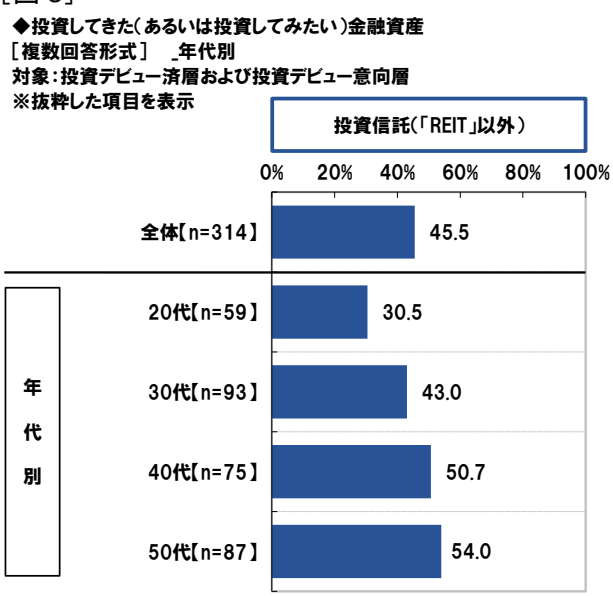
［図 3］



［図 4］



［図 5］

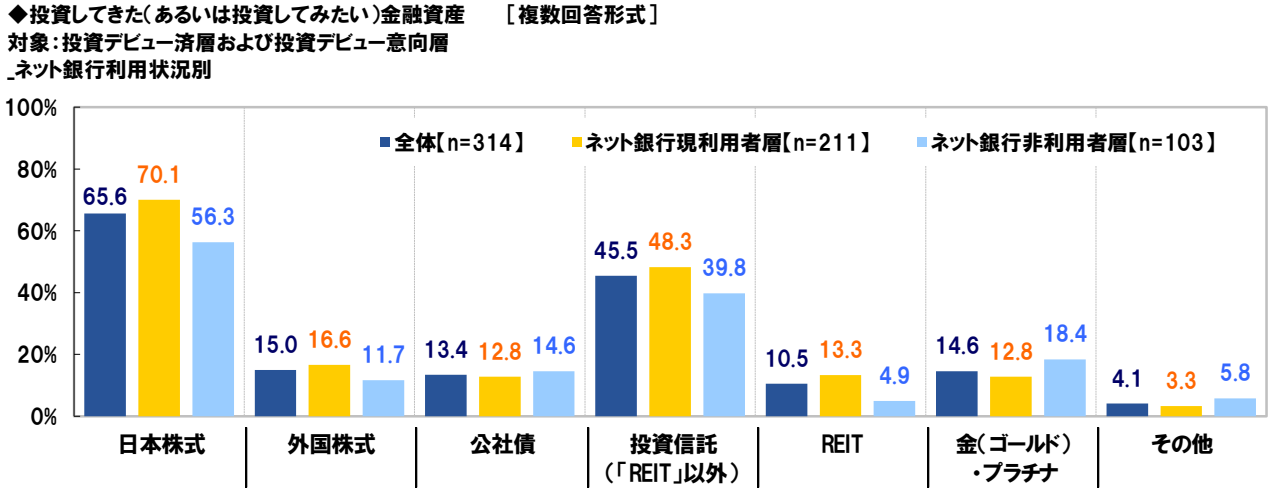


◆ネット銀行利用者には株女子・投信女子が多い傾向が判明

最近は、ネット上での取引を中心とする“ネット銀行”が増えつつあります。ネット銀行には、証券会社と提携していたり、様々な手数料が無料になるケースがあったりと、投資に有利な面を持つものもあります。では、ネット銀行を利用しているかどうかで、投資する金融資産選びに違いはあるのでしょうか。

投資デビュー済層および投資デビュー意向層 314 名をネット銀行の利用状況で分けて、投資してきた（あるいは投資してみたい）金融資産についての回答をみると、「日本株式」の割合は、現利用者層 70.1%、非利用者層 56.3%となり、13.8 ポイント差となりました。また、「投資信託」でも、現利用者層 48.3%、非利用者層 39.8%となり、8.5 ポイントの開きがみられました。ネット銀行の利用者のほうが、“株女子”や“投信女子”が多い傾向にあるようです。 **[図 6]**

[図 6]



▼ビジネスウーマンの投資スタイル

◆ビジネスウーマンの投資スタイル 「長期投資派」5 割半、「リスク分散派」は 8 割に

ビジネスウーマンたちは、投資に対してどのように取り組んでいる（あるいは取り組もうと考えている）のでしょうか。投資デビュー済層および投資デビュー意向層 314 名の、投資スタイルを探りました。

まず、【投資の目的】について聞いたところ、老後や未来の生活費を稼ぐ「老後資金づくり派」が 61.5%、プチぜいたくのためのお小遣いを稼ぐ「お小遣いづくり派」が 38.5%となり、将来への備えに投資を利用したいと考えている人が多い結果となりました。

次に、【投資対象と社会貢献】については、社会に好影響を与えているものに投資する「社会貢献重視派」が 32.2%、自身が得る利益を最大化するものに投資する「自己利益重視派」が 67.8%となり、投資を通じた社会貢献を重要視する人は決して多くない現状が明らかになりました。

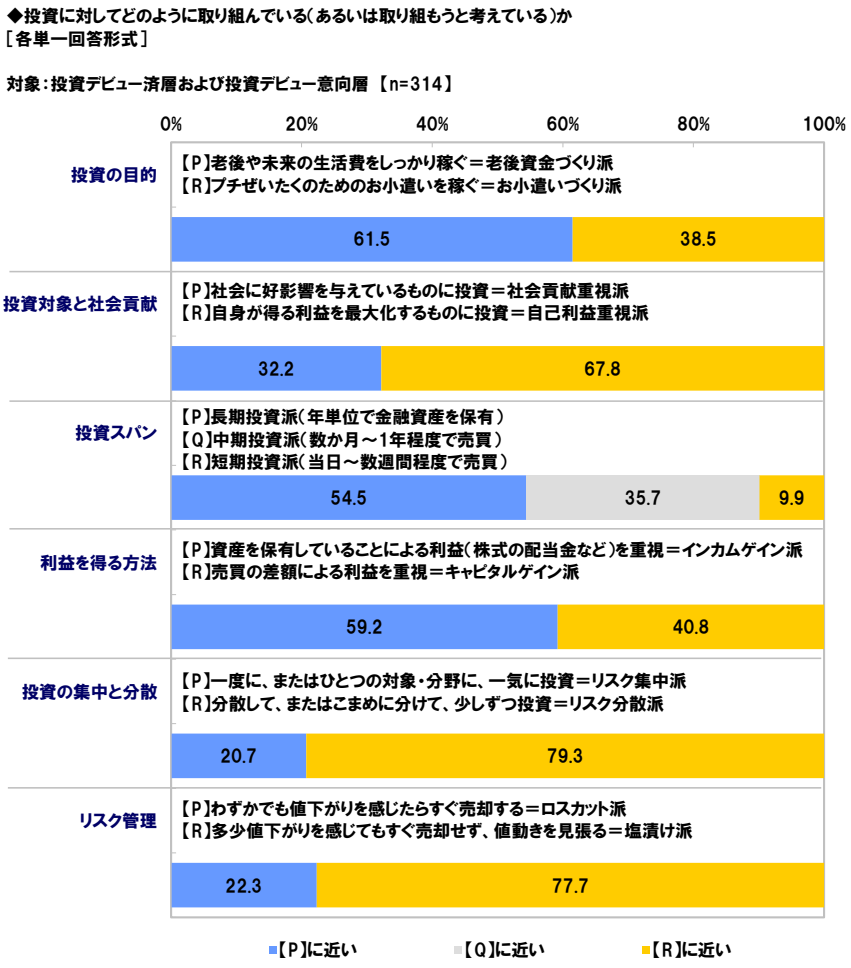
続いて、【投資スパン】について、年単位で金融資産を保有する「長期投資派」が 54.5%、数か月から 1 年程度で売買する「中期投資派」が 35.7%、当日から数週間程度で売買する「短期投資派」が 9.9%で、中長期的な投資をしようと考える人が大多数を占めました。

【利益を得る方法】について、配当金など、資産保有による利益を重視する「インカムゲイン派」が 59.2%で、売買の差額による利益を重視する「キャピタルゲイン派」40.8%より多くなりました。

また、【投資の集中と分散】については、一度に・またはひとつの対象や分野に一気に投資する「リスク集中派」が 20.7%、分散して・またはこまめに分けて少しずつ投資する「リスク分散派」が 79.3%でした。

さらに、投資は【リスク管理】も重要ですが、わずかでも値下がりを感じたらすぐに売却する「ロスカット派」は 22.3%、多少値下がりを感じてもすぐ売却せず値動きを見張る「塩漬け派」は 77.7%となりました。 **[図 7]**

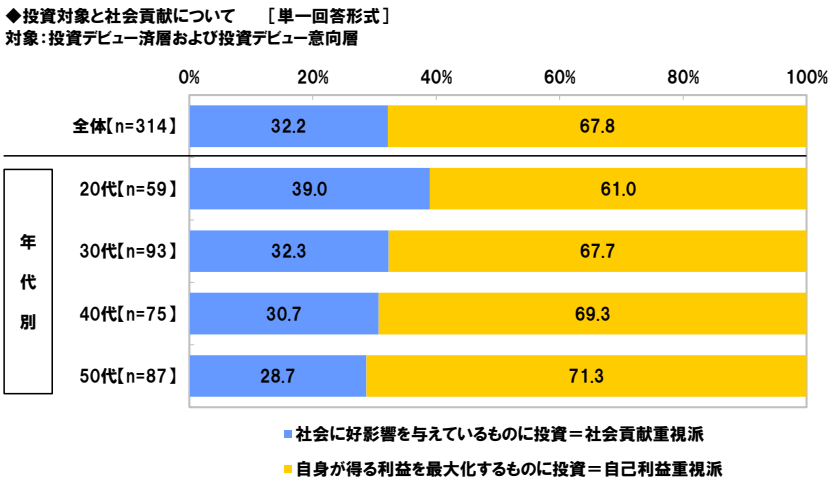
[図 7]



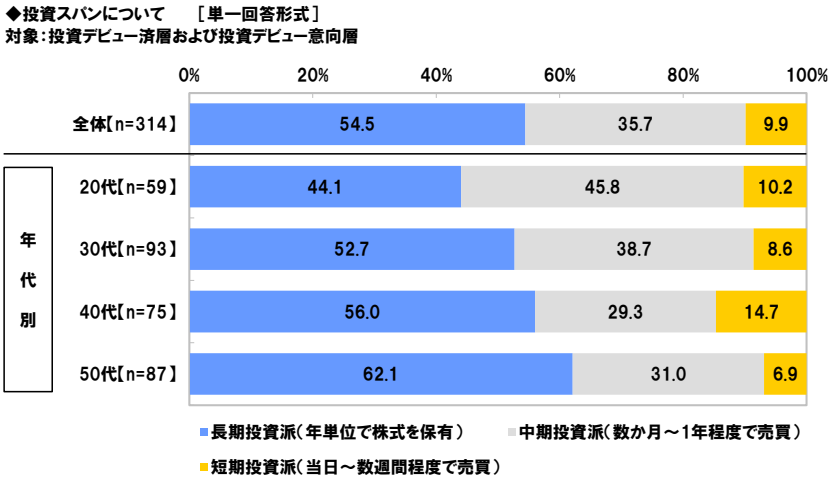
◆若年層は「社会貢献重視派」が多い傾向

投資スタイルを年代別にみると、若い年代ほど「社会貢献重視派」が多い傾向がみられ、20 代では 4 割（39.0%）となりました。また、上の年代ほど「長期投資派」や「塩漬け派」の割合が高くなり、自分の投資先をじっくりと見守ろうという気持ちを持つ方が多い傾向がみられました。 **[図 8][図 9][図 10]**

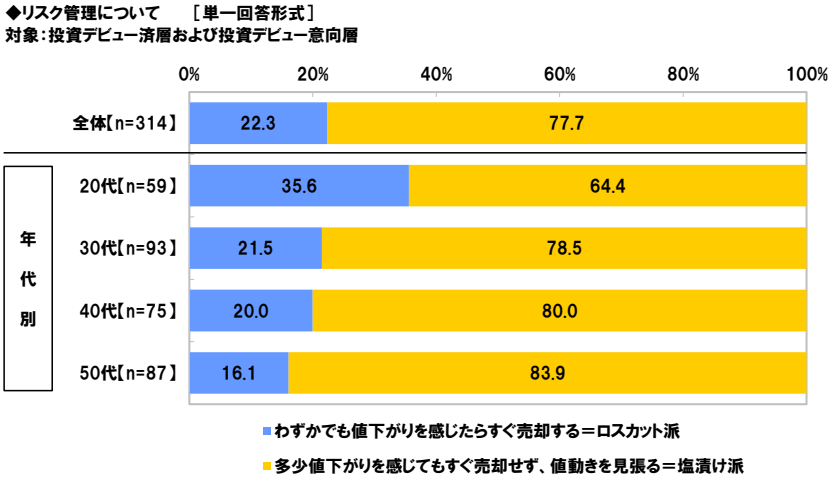
[図 8]



[図 9]



[図 10]



◆ビジネスウーマンの投資スタイルとライフプランニングの状況との関係性とは？
◆家計簿アプリを利用するビジネスウーマンは、将来の備えとして投資に取り組む傾向

ライフプランニングをする際、お金について考えることは避けられません。では、ライフプランニングの状況と、投資スタイルとの間には関係があるのでしょうか。

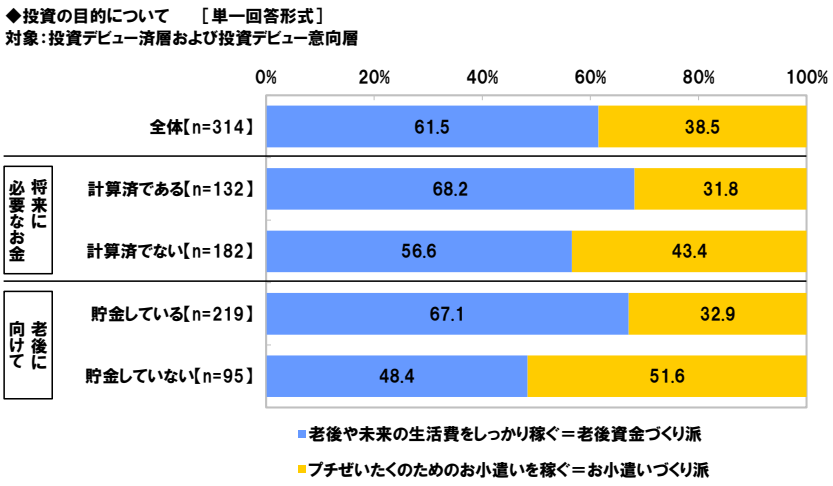
老後についてしっかり考えていると想定される「老後資金づくり派」の割合をみると、将来に必要なお金を計算済みであるかどうかで差がみられました。老後や未来への備えとして投資を活用する「老後資金づくり派」の割合は、計算済みの層では 68.2%、計算済みでない層では 56.6%となり、11.6 ポイントの開きがありました。

また、老後に向けて貯金しているかどうかでも違いがあり、「老後資金づくり派」の割合は、貯金している層が 67.1%、貯金していない層が 48.4%で、18.7 ポイント差となりました。

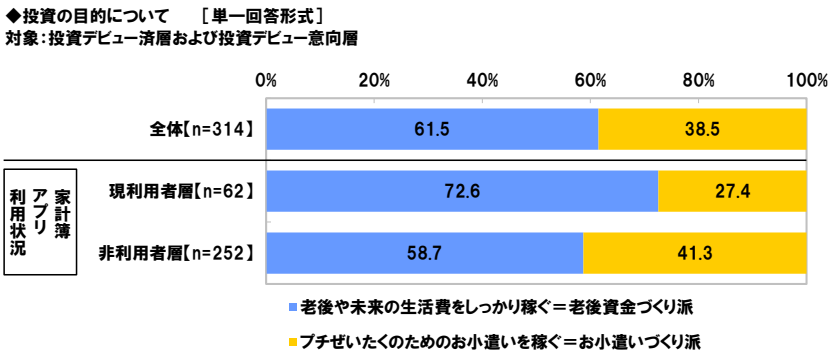
これらは、ライフプランニングと投資スタイルの関係性を窺わせる結果と言えるのではないでしょうか。 **[図 11]**

また、家計簿アプリの利用状況によっても特徴がみられ、現利用者層では「老後資金づくり派」が 72.6%で、非利用者層の 58.7%と比べて、13.9 ポイント高い結果となりました。アプリを使って家計をきっちりと管理している人は、投資の利益も、将来の家計のやりくりに役立てようと考えるのかもしれません。 **[図 12]**

[図 11]



[図 12]



◆もしも投資で 300 万円儲かったら何したい？　最多は「貯金」、8 人に 1 人が「クルマ購入」

投資で得られた利益の使い道は様々ですが、ある程度まとまったお金を手に入れられた場合、ビジネスウーマンたちは何に使いたいと考えているのでしょうか。全回答者（1,000 名）に、もしも、今から投資をして、1 年後に 300 万円儲かっていたら、その 300 万円で何をしたいかを聞きました。

最多となったのは「貯金する」で 61.0%と、半数以上となりました。2 番目には「国内旅行に行く」36.9%、3 番目には「海外旅行に行く」28.9%と、旅行関係が上位となりました。

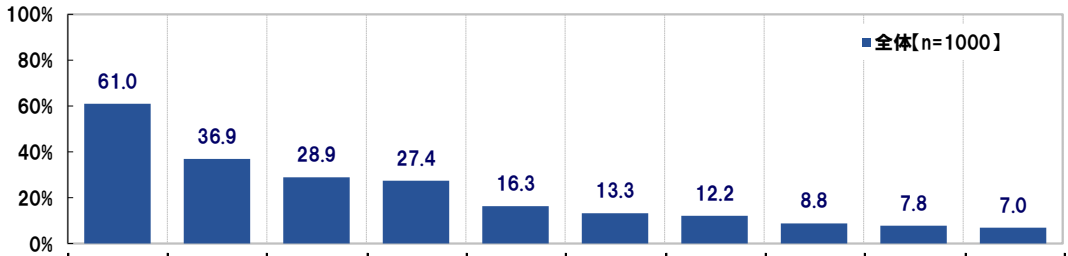
次いで、「日々の生活費に充てる」27.4%という堅実な意見が挙がりましたが、その次には「さらに投資する」16.3%という意欲的な使い道が続きました。また、「普段行けないような高級料亭・レストランに行く」13.3%のようにプチぜいたくをする人や、「クルマを買う」12.2%のように大きな買い物に使う人も 1 割強みられました。

年代別にみると、20 代では、「本・CD・DVD などを大量に買う」が 13.2%と、全年代のうち最も高い割合となりました。

また、金融資産投資の状況別にみると、投資経験のある投資デビュー済層では、「貯金する」57.8%に次いで「さらに投資する」46.8%が高くなっています。経験を活かし、300 万円を元手にさらに利益を増やそうという野心的な姿勢が窺えました。 **[図 13]**

［図 13］

◆もしも、今から投資をして、1年後に300万円儲かっていたら、その300万円で何をしたいか　［複数回答形式］
※上位10項目を抜粋



		n数	貯金する	国内旅行に行く	海外旅行に行く	日々の生活費に充てる	さらに投資する	普段行けないような高級料亭・レストランに行く	クルマを買う	高級ブランドの服やバッグなどを買う	本・CD・DVDなどを大量に買う	趣味の道具を買い揃える（アウトドアグッズなど）
全体		1,000	61.0	36.9	28.9	27.4	16.3	13.3	12.2	8.8	7.8	7.0
年代別	20代	250	60.0	38.4	30.8	31.6	10.0	16.8	11.2	12.4	13.2	10.4
	30代	250	57.6	41.2	30.0	28.0	18.8	13.6	14.4	7.2	6.8	7.2
	40代	250	64.8	37.6	28.8	32.4	18.0	12.0	11.6	10.8	7.2	7.2
	50代	250	61.6	30.4	26.0	17.6	18.4	10.8	11.6	4.8	4.0	3.2
投資※金融資産	デビュー済	218	57.8	33.5	33.5	23.4	46.8	17.0	10.6	12.4	6.4	6.0
	デビュー意向	96	53.1	43.8	41.7	29.2	27.1	22.9	17.7	15.6	14.6	13.5
	デビュー不確定	165	67.3	38.8	27.3	26.1	12.7	10.9	8.5	9.1	6.1	7.9

全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

※デビュー済：投資経験のある層／デビュー意向：（投資未経験で）投資意向のある層／デビュー不確定：投資を始めるか迷っている層

▼ビジネスウーマンが投資したい企業とは？

◆投資先企業を選ぶ際に重視すること 「ブランドイメージ」「株主還元」「売上高」「技術力」

◆ビジネスウーマンの投資先企業選び 20 代はブランドイメージ、30 代は自身が実感するメリットを重視

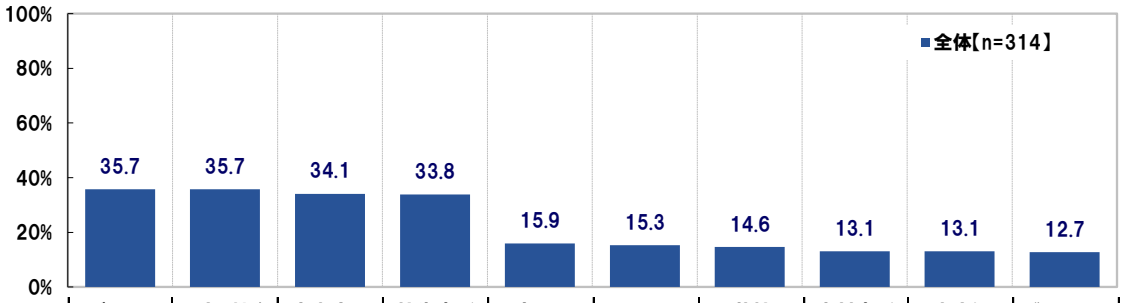
ビジネスウーマンは、どのような企業に投資したいと考えているのでしょうか。投資デビュー済層および投資デビュー意向層 314 名に対し、投資先企業を選ぶ際に重視することを聞きました。

「ブランドイメージが良い」、「配当、株主優待などの株主還元が充実している」が 35.7%で並んで最多となり、以下、「売上高や利益が好調である」34.1%、「技術力が高い」33.8%が続いています。これらの項目の間には割合の差があまりなく、株主還元・利益・競争力のような指標にしやすい企業のスペックと、主観的なイメージとを、同様に重視していることがわかりました。

年代別にみると、若い年代ほど「ブランドイメージ」の割合が高く、20 代では 47.5%となりました。20 代のビジネスウーマンは、よりイメージを重要視する傾向にあるようです。また、30 代では最多回答が「配当、株主優待などの株主還元が充実している」46.2%で、他の年代と比べても最も高い割合となりました。さらに、「商品・サービスの利用で自分自身が満足している」21.5%の割合も他の年代より高くなっています。30 代は、株主としての利益、顧客としての満足感のように、“自身がメリットを実感している企業かどうか”を重要なポイントと考えていることが窺えました。 **[図 14]**

[図 14]

◆投資先企業を選ぶ際に重視すること ［複数回答形式］
対象：投資デビュー済層および投資デビュー意向層 ※上位10項目を抜粋



		n数	ブランドイメージが良い	配当、株主優待などの株主還元が充実している	売上高や利益が好調である	技術力が高い	商品・サービスの利用で自分自身が満足している	PER、ROEなどの財務指標が優れている	公共性や社会貢献度が高い	人材力が高い	未来に向けて積極的に投資している	グローバル展開をしている
全体		314	35.7	35.7	34.1	33.8	15.9	15.3	14.6	13.1	13.1	12.7
年代別	20代	59	47.5	27.1	37.3	30.5	16.9	10.2	6.8	18.6	16.9	8.5
	30代	93	37.6	46.2	31.2	36.6	21.5	16.1	19.4	16.1	9.7	14.0
	40代	75	38.7	30.7	37.3	29.3	13.3	16.0	16.0	10.7	16.0	13.3
	50代	87	23.0	34.5	32.2	36.8	11.5	17.2	13.8	8.0	11.5	13.8

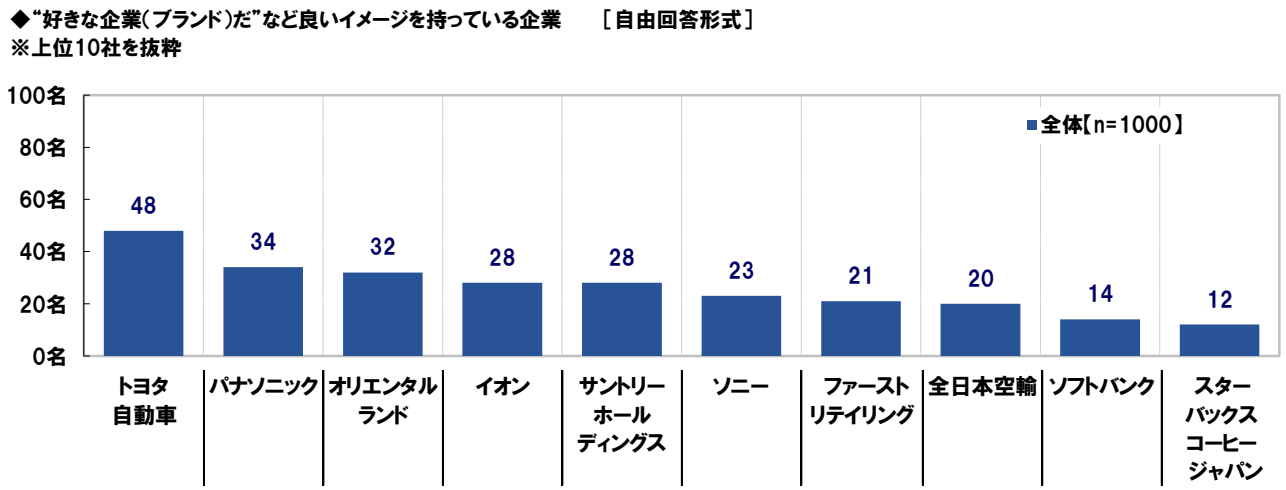
全体比+10pt以上　全体比+5pt以上　全体比-5pt以下　全体比-10pt以下　（%）

◆ビジネスウーマンからの好感度が高い企業　1 位「トヨタ自動車」

投資デビュー済層や投資デビュー意向層が投資先企業選びで重視する点として、ブランドイメージがトップとなりました。では、ビジネスウーマンはどの企業に良いイメージを持っているのでしょうか。

全回答者（1,000 名）に、“好きな企業（ブランド）だ”など良いイメージを持っている企業を聞いたところ、1 位は、最近、元本保証の株式発行で話題になった「トヨタ自動車」（48 名）でした。以下、2 位は「パナソニック」（34 名）、3 位は「オリエンタルランド」（32 名）となりました。 **[図 15]**

［図 15］

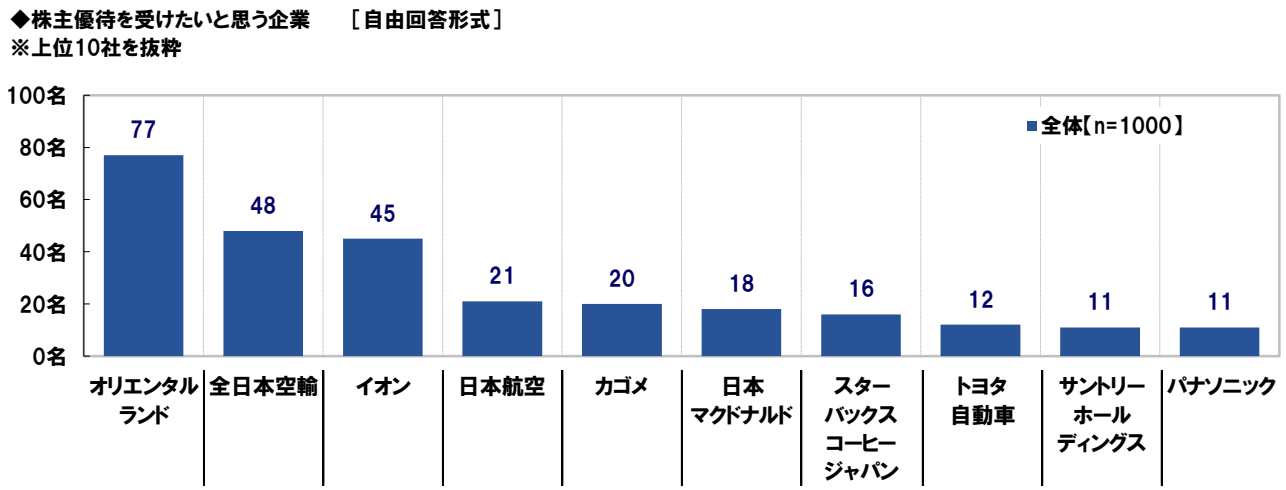


◆ビジネスウーマンが株主優待を受けたい企業　1 位「オリエンタルランド」
◆じっくり長期投資してみたい“有望株”企業　1 位「トヨタ自動車」「ユーグレナ」も TOP10 入り

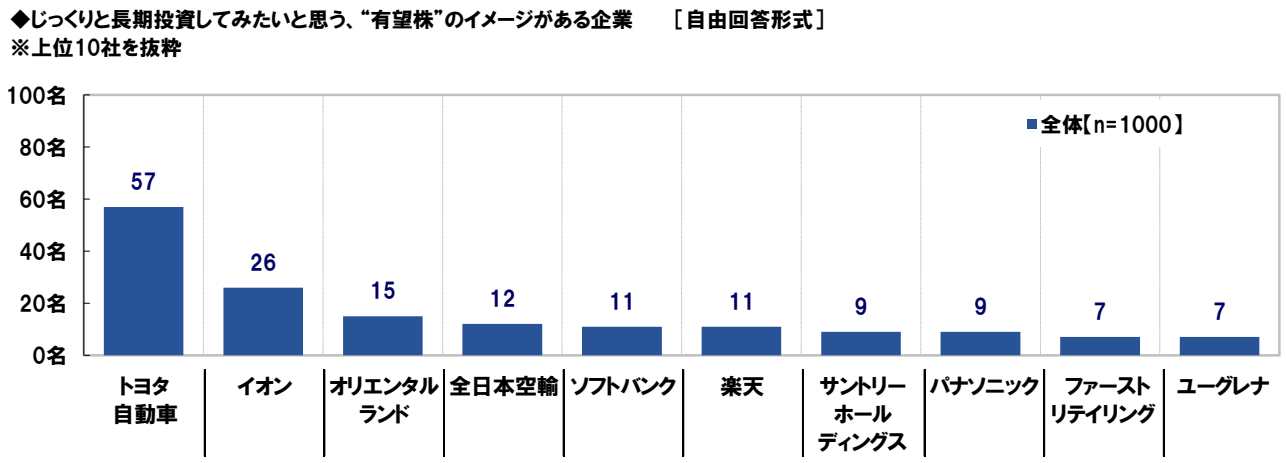
次に、株主優待を受けたいと思う企業についても聞いたところ、1 位は「オリエンタルランド」（77 名）でした。人気テーマパークである東京ディズニーランドまたは東京ディズニーシーのワンデーパスポートを受け取れるため、優待を受けたい人が多いのかもしれません。以下、2 位は「全日本空輸」（48 名）、3 位は「イオン」（45 名）でした。 **[図 16]**

また、じっくりと長期投資してみたいと思う、“有望株”のイメージがある企業を聞いたところ、1 位は「トヨタ自動車」（57 名）、2 位は「イオン」（26 名）、3 位は「オリエンタルランド」（15 名）となりました。また 9 位には、「ファーストリテイリング」と並んで、ミドリムシを活用した食品などを手掛ける「ユーグレナ」（ともに 7 名）が挙がりました。 **[図 17]**

［図 16］



［図 17］



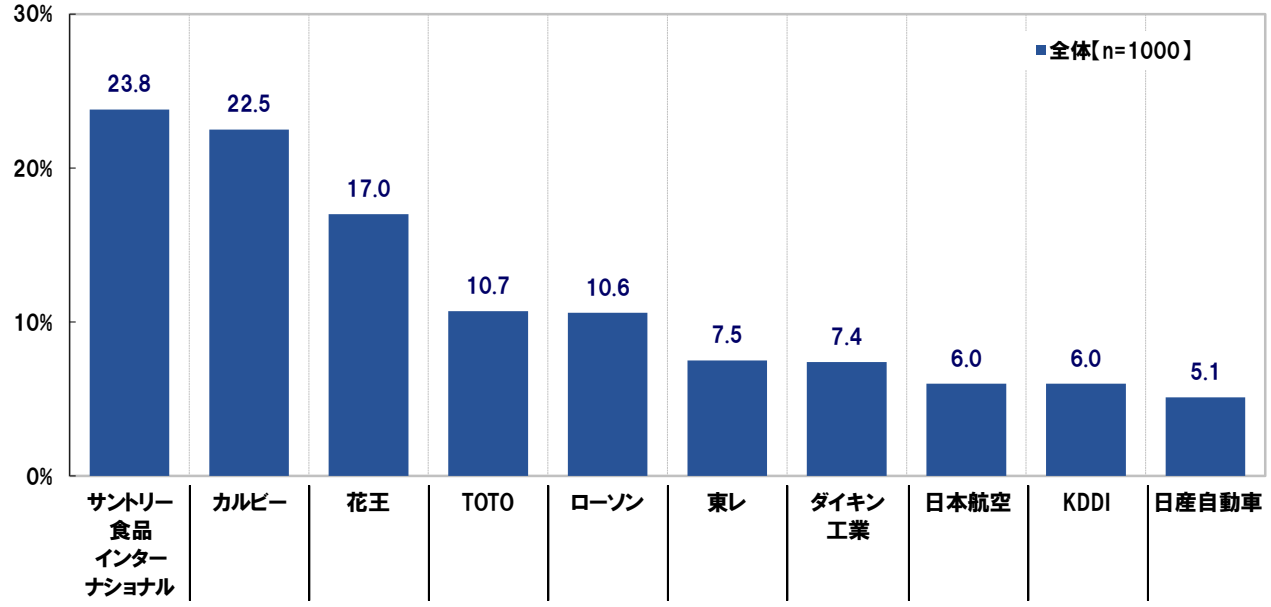
◆ビジネスウーマンが投資したい“なでしこ銘柄”ランキング　1 位「サントリー食品インターナショナル」

2012 年から、経済産業省と東京証券取引所が共同で、“なでしこ銘柄”というものを選定しています。“なでしこ銘柄”には、東証一部上場企業の中から、業種ごとに、女性が働き続けるための環境整備を含め、女性人材の活用を積極的に進めている企業が選ばれています。

そこで、全回答者（1,000 名）に、この“なでしこ銘柄”を提示し、もし投資するならこの企業に投資したいと思う企業を聞いたところ、1 位は「サントリー食品インターナショナル」23.8%、2 位は「カルビー」22.5%と、食料品メーカーが、それぞれ 5 人に 1 人以上の割合で、上位 2 企業となりました。以下、3 位は「花王」17.0%、4 位は「TOTO」10.7%、5 位「ローソン」10.6%という結果となっています。 **［図 18］**

［図 18］

◆もし投資するならこの企業に投資したいと思う“なでしこ銘柄”＊　［複数回答形式］
※上位10社を抜粋



＊経済産業省と東京証券取引所が共同で、東証一部上場企業の中から業種ごとに選定した、女性が働き続けるための環境整備を含め、女性人材の活用を積極的に進めている企業

■■調査概要■■

◆調査タイトル　:ビジネスウーマンの投資デビュー・投資スタイルに関する調査

◆調査対象　:ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
全国の20歳～59歳のビジネスウーマン（アルバイト・パート除く）

◆調査期間　:2015年6月10日～6月11日

◆調査方法　:インターネット調査

◆調査地域　:全国

◆有効回答数　:1,000サンプル（有効回答から各年代が均等になるように抽出）

◆実施機関　:ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「スパークス・アセット・マネジメント調べ」と付記のうえ
ご使用いただきますようお願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

会社名　:スパークス・アセット・マネジメント株式会社
所在地　:東京都品川区東品川 2-2-4　天王洲ファーストタワー16F
会社 HP　:http://www.sparx.co.jp/

担当　:経営管理部　広報・IR チーム
:InvestorRelations@sparxgroup.com（メールアドレス）

TEL　:03-6711-9200（代表）
FAX　:03-6711-9201（代表）