

証券会社の認知とイメージに関する調査

サマリーレポート

2009年4月

株式
会社 **RJCリサーチ**

目次

【サマリー】

1. 全体結果	1
2. 結果のポイント①／口座開設状況・開設理由	2
3. 結果のポイント②／企業イメージと重視イメージ比較	3
4. 調査結果からの考察／口座開設率向上の施策提案	4

【調査結果】

調査概要	5
回答者属性	5
調査結果	6
◆投資経験・投資歴	6
◆投資額	7
◆証券会社の認知状況	8
◆口座開設理由（10社合計）	9
◆口座開設理由（企業別）	10
◆口座開設で重視するイメージ（因子分析）	11
◆企業別因子スコア	12
◆企業イメージと重視イメージの比較	13
◆今後の投資意向	14
◆投資を始めた理由／投資をしていない理由（テキストマイニング）	15

■全体結果

サブプライムローン問題に端を発する「100年に一度の経済危機」の中、日経平均株価は1年前の半分まで下落。現在も低迷が続いている。1年前とは投資環境が大幅に変わると同時に、世界的に大手の証券会社が破綻するなど、投資や証券業界を取り巻く環境が変わりつつある。そのような状況の中、いま一般消費者は投資や証券会社をどのように捉えているのか、全国1088名の一般男女（20歳以上）を対象に、証券会社を通じた投資経験や今後の投資意向、国内証券会社10社（既存証券大手5社とネット証券大手5社）の企業イメージなどをインターネット調査を用い測定した。

【市場環境】

◆若い年代を中心に、オンライントレード活用傾向に。

現在投資をしている比率を年代別に見ると、20代、30代、40代では「インターネットを通じた投資」の比率が「店舗や電話などを通じた投資」の比率を上回っている。50代、60代では「店舗や電話などを通じた投資」の比率の方が若干高いが、「店舗や電話を通じた投資はここ1年していない」の回答者も1～2割いる。

◆知名度低くても口座開設でネット証券会社健闘。

口座開設経験率のトップは既存大手証券会社の野村證券で20.1%。2番手にはネット証券会社のSBI証券(12.4%)が挙げられた。会社設立からそれ程年数が経っていない為、社名認知率では野村證券より38.8%下回るSBI証券だが、「現在口座を開いている」比率ではそれ程の差は見られない。

◆投資額に男女間の差少なく。

投資経験率は男性の方が女性より21.3%高いが、投資額については男女間の差はそれ程見られない。また、男女共に半数近くが300万円以上の資金をもって投資を行っている。

【競争環境】

◆口座開設理由は「既存証券＝安心」「ネット証券＝実利」

野村證券や大和証券などの既存証券会社では「有名な企業だから」、「信頼できる企業だから」、「経営状態が安定で安心だと思ったから」などの比率が高く、安心感を求める投資家が開設している。SBI証券や楽天証券などのネット証券会社では、「手数料が安いから」、「サービスやツールに魅力があったから」などの比率が高く、実利面でのメリットを望む投資家が開設している。

◆信頼できると同時に手数料が安いことが今後の競争の決め手。

口座開設の際に最も重視されているイメージは、「信頼できる」(69.5%)。二番目は「手数料が安い」(58.5%)である。証券会社10社のイメージを尋ねたところ、「信頼できる」と「手数料が安い」ことの両方のイメージが強い証券会社は無い。

【営業機会】

◆現ノユーザーの1/3が積極的。

現在投資をしていない人(現ノユーザー)で「非常にしたいと思う」「ややしてみたいと思う」と回答した積極派は29.4%。約3分の1が「してみたい」と思っている。調査対象がネットモニターであるので統計的な代表性の問題はあるが、それを承知で仮にこの比率を用いて潜在顧客数を推計してみると、日本人口約1億2500万人から現在の個人株主数約4000万人(東証資料)を差し引き8500万人、そこからさらに未成年約2000万人を差し引いた、6500万人の中の29.4%、つまり約2000万人が積極派と言える。

◆周りからの勧めが投資を始めるきっかけに。

投資を始めた理由を自由記述式で尋ねたところ、トップは「資産運用」。「銀行の低金利に嫌気」、「周りの人からの勧め」が続く。「周りの人からの勧め」がベスト3に入ったことから、投資を始めるきっかけとして、口コミが重要な役割を果たすことが分かる。

◆女性は身近な口コミで口座開設。

口座開設理由を男女別に見ると、男性は実用性を求めているのに対し、女性は「友人・知人・家族から勧められたから」の項目が男性に比べ3倍近く高く、どの証券会社で口座を開くかを決める際にも、口コミが重要であることがうかがえる。「雑誌やネットなどで勧められていたから」の項目はそれ程高い訳ではなく、男女差も無いことから、「身近である周りの人からの勧め」が重要な役割をしていると推測される。

■結果のポイント①／口座開設状況・開設理由

◆下表は証券会社10社の口座開設状況と、口座開設理由を示したものである。

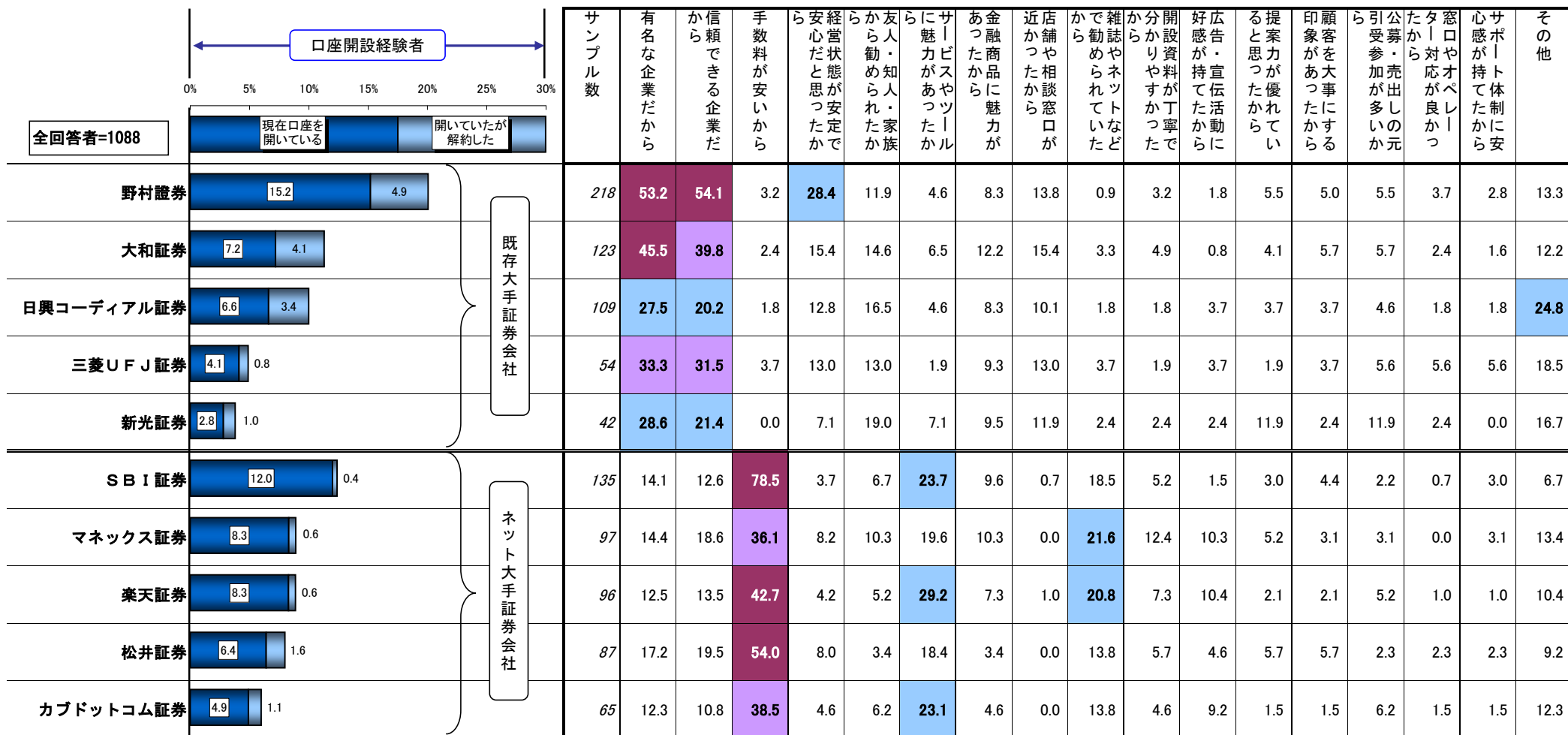
⇒ ・口座開設経験率のトップは野村證券。次いで、SBI証券、大和証券、日興コーディアル証券が続く。

⇒ ・既存証券会社では、「有名な企業だから」、「信頼できる企業だから」などが口座開設理由となっている。
 ・ネット証券会社では、「手数料が安いから」や「サービスやツールに魅力があったから」などが口座開設理由となっている。

⇒ ・既存証券会社の解約率がネット証券会社に比べて若干高い。

二極化傾向

乗換の可能性



※ 新光証券は2009年4月3日に「みずほ証券」を吸収合併し、社名を「みずほ証券株式会社」に変更

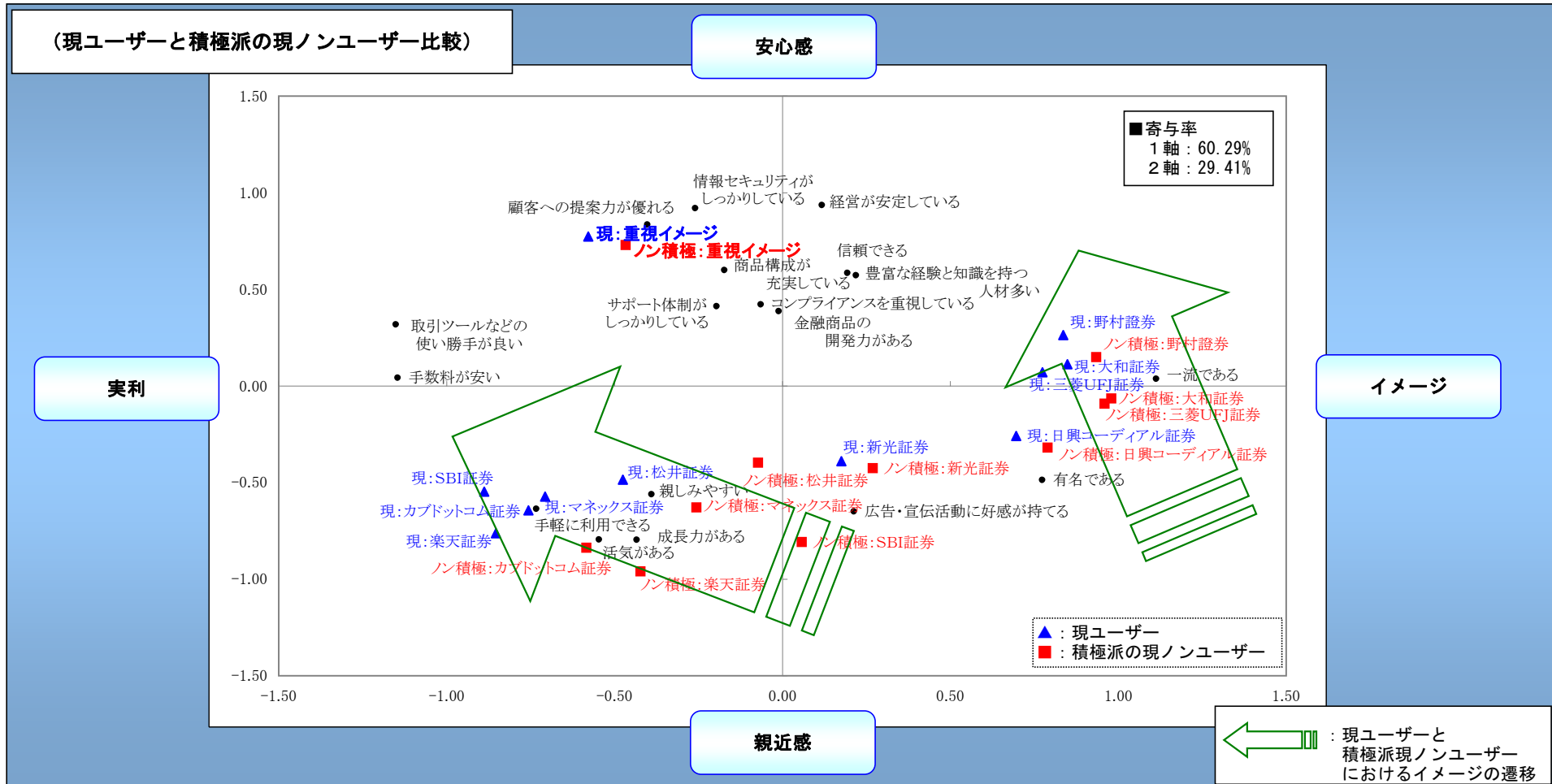
※ 40%以上：紫
 30%台：薄紫
 20%台：水色

■結果のポイント②／企業イメージと重視イメージ比較

◆証券会社10社の「企業イメージ」と「口座開設の際に重視するイメージ」を元にコレスポネン分析を行った。
 ここではさらに、「現在投資しているユーザー」と「投資に積極的意向を示す現ノユーザー」が持つイメージの違いを比較した。

⇒投資をしている人は、投資していない人よりも「実利」や「安心感」を想起させるイメージ項目が高い傾向があると言える。

⇒重視イメージの近くに証券会社がプロットされていないことから、「顧客への提案力が優れる」や「情報セキュリティがしっかりしている」などの項目は、重視されているイメージと各証券会社のイメージのギャップが大きいことを示している。また、重視イメージの近くに証券会社がプロットされていないのは、イメージが二極化しており、バランスの取れた証券会社が不在であることも起因していると考えられる。

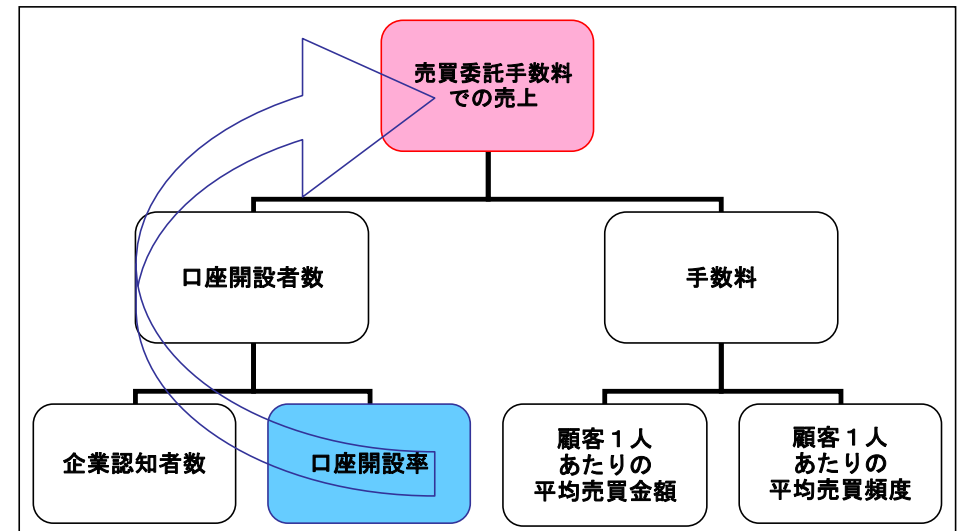


「コレスポネン分析」とは … 項目間の関連性を調べる多変量解析の一つです。
 関連の強いものは近くに、弱いものは遠くにポジショニングされます。

■調査結果からの考察／口座開設率向上の施策提案

証券会社の主収益源の中で、個人投資家を対象とした収益源である「売買委託手数料」での売上を上げる為の施策を提案したい。売買委託手数料での売上を上げるためには、「口座開設者数を増やす」「売買単価を上げる」「売買頻度を増やす」という3つの方法がある。

当報告書では「口座開設者数を増やす」ことに主眼を置き、調査結果から考えられる「口座開設率向上の施策」をまとめた。



■口座開設率を上げるには…

①既存証券会社（信頼性）とネット証券会社（利便性）の優位点を併せ持つ

既存証券会社は信頼性はあるが、価格競争力で劣る。ネット証券会社は価格競争力はあるが、信頼性で劣る。同時に両方を訴求することで企業としての競争力が高まる。

②「情報セキュリティ」や「サポート体制」の強化と訴求

「情報セキュリティがしっかりしている」や「サポート体制がしっかりしている」も口座開設の際に重視されているにも関わらず、いずれの証券会社ともあまりそのようなイメージを持たれていない。強化・訴求していくことで他社との差別化が図れる。

③「投資の始め方」や「証券の仕組み」などのプレサポートを導線として顧客化

「投資を始めたいけど分からない」という層に対して、敷居の低い「サポートの場」を提供することで、顧客化への導線とすることが可能となる。

④女性の潜在顧客に対し、口コミを意識したコミュニケーション戦略を立案

「女性は周りの人の勧めで口座開設をする会社を選択する傾向がある」という調査結果から、口コミを意識した営業戦略を実行することで、顧客化できる可能性が高まる。

■調査概要

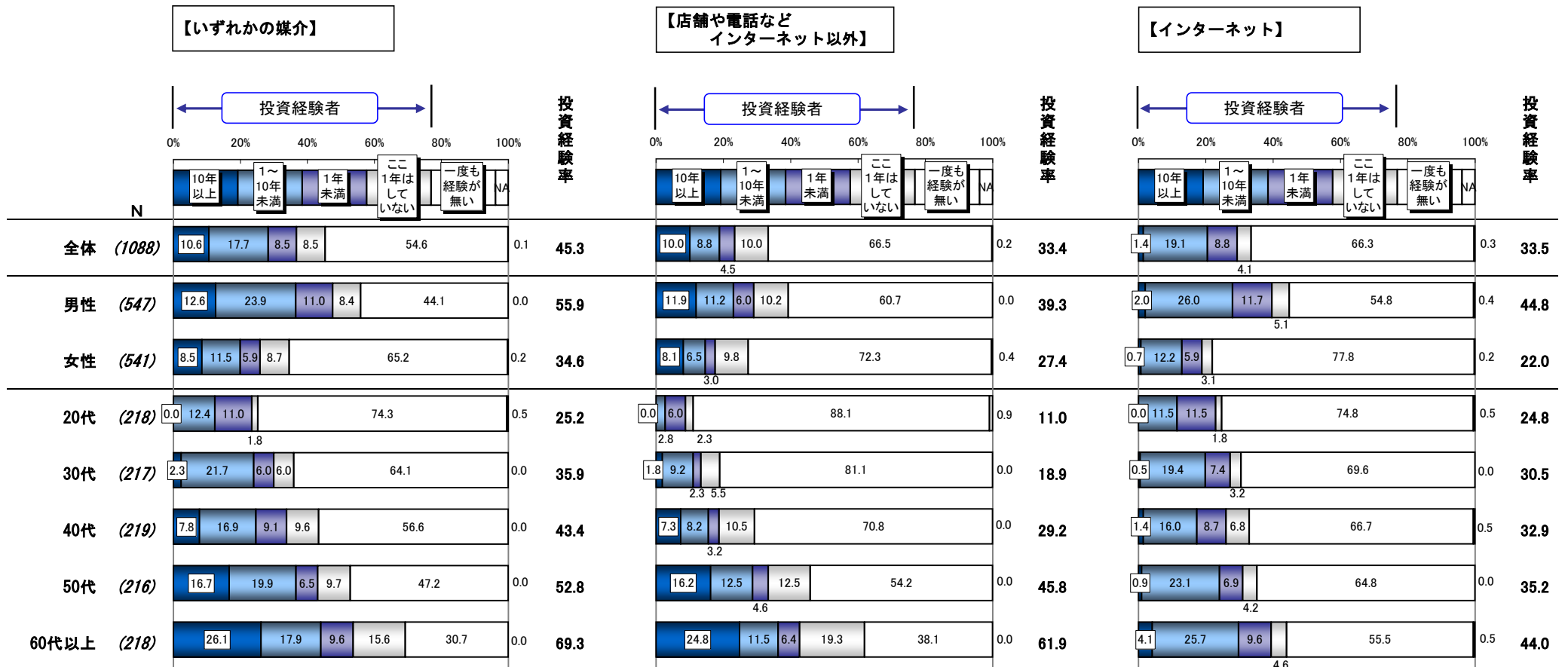
調査目的	投資経験や証券会社の企業イメージ、今後の投資意向などを探る
調査対象	全国の20代以上の男女
調査方法	WEB調査
有効回答数	1088サンプル
調査実施期間	2009年1月27日、28日
調査項目	1. 証券会社の口座開設経験・認知状況
	2. 証券会社の口座開設理由
	3. 企業イメージ
	4. 口座開設の際に重視するイメージ
	5. 投資経験／投資歴
	6. 投資額
	7. 今後の投資意向
	8. 投資している理由／投資していない理由（自由回答）
調査実施機関	(株)RJCリサーチ
実施・分析担当	集計分析1部 石渡佑矢

回答者属性	男性20代	9.9	経営者・会社役員	2.1
	男性30代	10.0	会社員	36.7
	男性40代	10.3	公務員	3.8
	男性50代	9.9	自営業	8.5
	男性60代以上	10.1	パート・アルバイト	11.1
	女性20代	10.1	専業主婦	22.1
	女性30代	9.9	学生	3.0
	女性40代	9.8	無職	9.7
	女性50代	9.9	その他	3.0
	女性60代以上	9.9	北海道・東北	8.9
	未婚	28.8	東京	14.9
	既婚	64.9	関東（東京を除く）	29.5
	離別・死別	6.3	甲信越・北陸・東海	13.7
		近畿	18.7	
		中国・四国・九州・沖縄	14.3	

■投資経験・投資歴

若い年代を中心に、オンライントレード活用傾向に。

- 回答者の45.3%が、いずれかの媒介を通じて証券会社での投資を経験している。
- 「店舗や電話など」での投資経験率を年代間で比較すると、経験率に最大50%近くの差があるのに対し、「インターネット」ではその差が少ない。また、20代、30代では「インターネット」での投資経験率が「店舗や電話など」の投資経験率より1割程度高く、年代が高まるにつれて「店舗や電話など」での投資経験率が上回る。
- 「投資歴1～10年未満」と「投資歴1年未満」の合計を算出すると、いずれの年代でも「店舗や電話など」より「インターネット」での比率が高くなっていく。逆に、「ここ1年はしていない」の比率を見ると、どの年代でも「インターネット」より「店舗や電話など」の比率の方が高い。ネットモニターを対象とした調査であることを考慮しても、若い世代を中心に「インターネット」を通じた投資が「店舗や電話など」に代わり、活用され始めている傾向がうかがえる。














■投資額

投資額に男女間の差少なく。

- 現ユーザー（現在投資を行っている人）401名の平均投資額は860.3万円。
- 投資経験率は男性の方が女性より21.3%高いが、投資額については男女間の差は少ない。「2000万円以上」と回答した女性の比率が男性より5.3%高かった為、平均値を見ると差があるように見えるが、他の投資額の比率を比較すると顕著な差は見られない。また、男女共に半数近くが300万円以上の資金をもって投資を行っている。
- 年代間で比較すると、投資額の差が顕著に現れた。60代以上では、4割近くが1000万円以上で投資を行っているのに対し、20代、30代では4～5割が100万円未満で投資をしている。

現ユーザーベース N=401

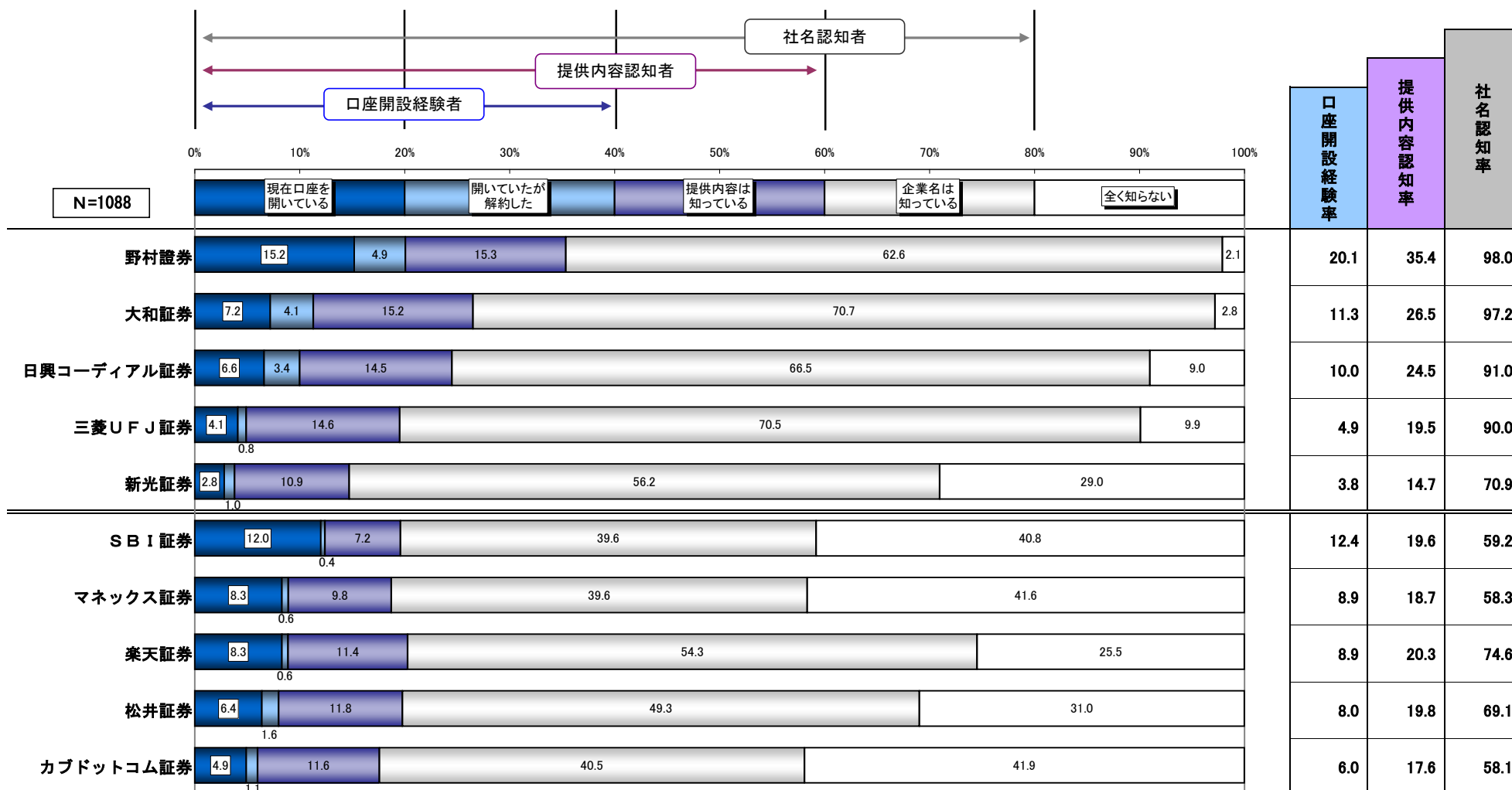
	サンプル数	2000万円以上	1000～2000万円未満	500～1000万円未満	300～500万円未満	100～300万円未満	50～100万円未満	50万円未満	無回答	◆平均投資額
全体	401	11.5	9.7	13.2	15.2	16.5	11.7	15.2	1.7	⇒  860.3万円
男性	260	9.6	10.8	12.7	15.4	17.3	11.9	15.4	2.7	⇒  799.9万円
女性	141	14.9	7.8	14.2	14.9	14.9	11.3	14.9	5.0	⇒  972.0万円
20代	52	1.9	7.7	1.9	9.6	17.3	19.2	30.8	22.2	⇒  373.9万円
30代	65	1.5	9.2	10.8	15.4	15.4	18.5	26.2	4.7	⇒  413.9万円
40代	74	8.1	4.1	14.9	17.6	18.9	9.5	14.9	16.4	⇒  670.0万円
50代	93	12.9	8.6	18.3	11.8	19.4	10.8	12.9	5.8	⇒  872.7万円
60代以上	117	22.2	15.4	14.5	18.8	12.8	6.8	4.3	4.4	⇒  1416.9万円
1年未満	92	3.3	6.5	12.0	8.7	18.5	19.6	20.7	11.8	⇒  502.1万円
1～10年未満	193	6.7	8.8	11.9	16.1	18.7	13.0	20.2	2.4	⇒  612.5万円
10年以上	115	25.2	13.9	16.5	19.1	11.3	3.5	2.6	6.8	⇒  1523.8万円

※「投資額」：調査票では「投資額及び投資用資金の総額」と定義

証券会社の認知状況

知名度低くても口座開設率でネット証券会社健闘。

- 口座開設経験率のトップは野村證券で20.1%。次いで、SBI証券(12.4%)、大和証券(11.3%)、日興コーディアル証券(10.0%)が続いている。
- 野村證券とSBI証券を比較すると、社名認知率では98.0%と59.2%と、40%近くの違いがあるのに対して、「現在口座を開いている」の比率では15.2%と12.0%と、それ程の差は見られない。
- 「口座を開いていたが解約した」の比率を見ると、野村證券や大和証券、日興コーディアル証券では3~5%の比率となっている。ネット証券会社では0~2%と、若干の差ではあるが、既存証券会社の解約率の方が高い。



■口座開設理由（10社合計）

女性は身近な口コミで口座開設。

- 10社合計での口座開設理由のトップは「有名な企業だから」で40.4%。次いで「信頼できる企業だから」（38.3%）、「手数料が安いから」（38.3%）が続く。いずれの属性でもこの3つの項目は高い比率を示している。
- 性別で見ると、男性は実利を求めているのに対し、女性は身近である周りの人からの口コミの項目が高い。年代別で見ると、20代、30代などの若年層は広告宣伝活動のようなイメージ戦略が有効に働いており、60代以上では企業としての信頼性を元に証券会社が選ばれている。
- 投資額別で見ると、1000万円以上の層では特に、信頼性や安定性を求めている。「金融商品に魅力があったから」や「提案力が優れていると思ったから」などの比率が高いのもこの層の特徴と言える。

口座開設経験者ベース

	サンプル数	有名な企業だから	信頼できる企業だから	手数料が安いから	安心だと思えたから	経営状態が安定だから	友人・知人・家族から勧められたから	魅力が伝わったから	金融商品に魅力があったから	店舗や相談窓口が近かったから	雑誌やネットなどで勧められたから	分設資料が丁寧だったから	好感が持てたから	広告・宣伝活動に提案力が優れていたから	顧客が大事にする印象があったから	引受参加が多いから	窓口やオペレーターが良かったから	サポート体制が安心	その他
全体（10社合計）	470	40.4	38.3	38.3	21.1	18.3	18.1	13.8	13.0	12.8	7.7	7.0	7.0	6.4	4.5	3.8	3.4	17.4	
性別	男性	289	41.5	40.1	41.2	23.5	10.7	23.9	15.9	11.4	13.1	9.0	8.0	8.3	6.6	5.2	3.5	3.1	17.6
	女性	181	38.7	35.4	33.7	17.1	30.4	8.8	10.5	15.5	12.2	5.5	5.5	5.0	6.1	3.3	4.4	3.9	17.1
年代	20代	50	32.0	38.0	46.0	12.0	10.0	16.0	12.0	6.0	18.0	4.0	18.0	10.0	6.0	6.0	4.0	2.0	22.0
	30代	77	39.0	29.9	46.8	13.0	22.1	20.8	22.1	7.8	16.9	10.4	14.3	7.8	2.6	5.2	2.6	1.3	11.7
	40代	93	43.0	29.0	39.8	14.0	16.1	20.4	12.9	10.8	16.1	8.6	4.3	4.3	5.4	5.4	1.1	3.2	17.2
	50代	108	45.4	40.7	31.5	23.1	16.7	17.6	13.9	21.3	9.3	8.3	4.6	4.6	3.7	4.6	4.6	2.8	16.7
	60代以上	142	38.7	47.2	35.2	31.7	21.8	16.2	10.6	13.4	9.2	6.3	2.8	9.2	11.3	2.8	5.6	5.6	19.7
投資歴	1年未満	78	32.1	39.7	33.3	19.2	16.7	12.8	9.0	10.3	14.1	7.7	10.3	5.1	3.8	6.4	5.1	3.8	20.5
	1～10年未満	173	37.0	38.2	50.9	20.2	15.0	25.4	20.2	11.0	12.7	8.1	8.1	6.4	4.6	4.6	4.0	2.9	17.3
	10年以上	101	56.4	42.6	41.6	31.7	23.8	22.8	12.9	16.8	13.9	7.9	5.0	11.9	13.9	6.9	5.9	4.0	15.8
投資額	100万円未満	91	25.3	31.9	46.2	8.8	11.0	14.3	11.0	6.6	15.4	7.7	8.8	4.4	5.5	4.4	2.2	0.0	23.1
	100～500万円未満	112	43.8	39.3	48.2	19.6	17.9	25.9	16.1	17.9	12.5	10.7	10.7	5.4	5.4	5.4	3.6	5.4	16.1
	500～1000万円未満	48	47.9	41.7	47.9	33.3	31.3	20.8	12.5	12.5	16.7	10.4	6.3	8.3	4.2	6.3	8.3	0.0	10.4
	1000万円以上	82	54.9	50.0	37.8	41.5	17.1	28.0	24.4	13.4	12.2	4.9	4.9	14.6	12.2	7.3	8.5	7.3	19.5

※「全体（10社合計）」：10社いずれかで回答があった割合
「全体（10社合計）」の比率が高い項目順にソート

※「全体（10社合計）」を有意に上回る（有意水準1%）：ピンク
「全体（10社合計）」を有意に上回る（有意水準5%）：ページ

■口座開設理由（企業別）

各社の開設理由は信頼性と利便性の二極化。

- 野村証券や大和証券といった既存証券会社での口座開設理由は、「有名な企業だから」、「信頼できる企業だから」、「経営状態が安定で安心だと思ったから」などの項目が高い。安心感を求める投資家の支持を得ていることがうかがえる。
- ネット証券会社のSBI証券や楽天証券では、「手数料が安いから」や「サービスやツールに魅力があったから」などの項目が高い。実利面でのメリットを望む投資家の支持を得ていることがうかがえる。また、「雑誌やネットなどで勧められていたから」の比率を見ると、既存証券会社よりもネット証券会社の方がやや高くなっている。

口座開設経験者ベース

	サンプル数	有名な企業だから	信頼できる企業だから	手数料が安いから	安心だと思つたから	経営状態が安定だから	友人・知人・家族から勧められたから	魅力がスツたから	サビがスツたから	金融商品に魅力があつたから	店舗や相談窓口が近かつたから	雑誌やネットなどで勧められていたから	分設資料が丁寧かつたから	好感が持てたから	広告・宣伝活動に力を入れたから	提案力が優れていたから	顧客が大事にするから	公募・売出しの多いから	窓口やオペレーターが良かったから	サポート体制が安心だから	その他
全体（10社合計）	470	40.4	38.3	38.3	21.1	18.3	18.1	13.8	13.0	12.8	7.7	7.0	7.0	6.4	4.5	3.8	3.4	17.4			
野村証券	218	53.2	54.1	3.2	28.4	11.9	4.6	8.3	13.8	0.9	3.2	1.8	5.5	5.0	5.5	3.7	2.8	13.3			
大和証券	123	45.5	39.8	2.4	15.4	14.6	6.5	12.2	15.4	3.3	4.9	0.8	4.1	5.7	5.7	2.4	1.6	12.2			
日興コーディアル証券	109	27.5	20.2	1.8	12.8	16.5	4.6	8.3	10.1	1.8	1.8	3.7	3.7	3.7	4.6	1.8	1.8	24.8			
三菱UFJ証券	54	33.3	31.5	3.7	13.0	13.0	1.9	9.3	13.0	3.7	1.9	3.7	1.9	3.7	5.6	5.6	5.6	18.5			
新光証券	42	28.6	21.4	0.0	7.1	19.0	7.1	9.5	11.9	2.4	2.4	2.4	11.9	2.4	11.9	2.4	0.0	16.7			
SBI証券	135	14.1	12.6	78.5	3.7	6.7	23.7	9.6	0.7	18.5	5.2	1.5	3.0	4.4	2.2	0.7	3.0	6.7			
マネックス証券	97	14.4	18.6	36.1	8.2	10.3	19.6	10.3	0.0	21.6	12.4	10.3	5.2	3.1	3.1	0.0	3.1	13.4			
楽天証券	96	12.5	13.5	42.7	4.2	5.2	29.2	7.3	1.0	20.8	7.3	10.4	2.1	2.1	5.2	1.0	1.0	10.4			
松井証券	87	17.2	19.5	54.0	8.0	3.4	18.4	3.4	0.0	13.8	5.7	4.6	5.7	5.7	2.3	2.3	2.3	9.2			
カブドットコム証券	65	12.3	10.8	38.5	4.6	6.2	23.1	4.6	0.0	13.8	4.6	9.2	1.5	1.5	6.2	1.5	1.5	12.3			

※全体（10社合計）の比率が高い項目順にソート

※ 40%以上：紫
30%台：薄紫
20%台：水色

■口座開設で重視するイメージ（因子分析）

重視因子は、企業基盤力・利便性・ネームバリュー・活力・信用力の5つ。

- 口座開設で重視するイメージ18項目で因子分析を行った結果、5つの因子が抽出された。
- 第1因子は、人材やサポート体制、セキュリティなど、組織としての基本的な体制や活動に関する項目が多く、「企業基盤力」と名付けた。
- 第2因子は、「手軽に利用できる」や「手数料が安い」などの項目が抽出され、「利便性」と名付けた。
- 第3因子は、「有名である」と「一流である」の2項目が抽出され、「ネームバリュー」と名付けた。
- 第4因子は、「活気がある」と「成長力がある」の2項目が抽出され、「活力」と名付けた。
- 第5因子は、「信頼できる」と「経営が安定している」の2項目が抽出され、「信用力」と名付けた。

	因子No. 1	因子No. 2	因子No. 3	因子No. 4	因子No. 5
	企業 基盤力	利便性	ネーム バリュー	活力	信用力
豊富な経験と知識を持つ人材が多い	0.6408	0.0642	0.0871	0.1298	0.1869
顧客への提案力が優れる	0.5458	0.1091	0.0499	0.2388	0.0774
サポート体制がしっかりしている	0.5188	0.2657	0.0228	0.0183	0.2450
情報セキュリティがしっかりしている	0.4943	0.3606	0.0520	0.1072	0.1669
商品構成が充実している	0.4884	0.2759	0.0777	0.1546	0.0317
コンプライアンスを重視している	0.4636	0.3146	0.0283	0.1081	0.1355
金融商品の開発力がある	0.4105	0.1410	0.1151	0.2985	-0.0448
手軽に利用できる	0.2278	0.5706	0.0380	0.0877	0.1168
手数料が安い	0.1308	0.5662	-0.0163	0.0428	0.2798
取引ツールなどの使い勝手が良い	0.1989	0.5605	-0.0512	0.1059	0.0186
有名である	0.0223	0.0777	0.8031	0.1301	0.0572
一流である	0.1101	-0.0806	0.5883	0.1424	0.1967
活気がある	0.1609	0.1451	0.1144	0.6401	0.0627
成長力がある	0.2284	0.0542	0.1581	0.5560	0.1953
信頼できる	0.1426	0.1400	0.1880	0.1064	0.5893
経営が安定している	0.2912	0.2570	0.1132	0.1400	0.4597
親しみやすい	0.1432	0.3190	0.2357	0.2949	0.0752
広告・宣伝活動に好感が持てる	0.1841	0.2781	0.2030	0.2130	0.0006
固有値	2.2029	1.6732	1.2117	1.1504	0.8908
寄与率	12.24%	9.30%	6.73%	6.39%	4.95%
累積寄与率	12.24%	21.53%	28.27%	34.66%	39.61%

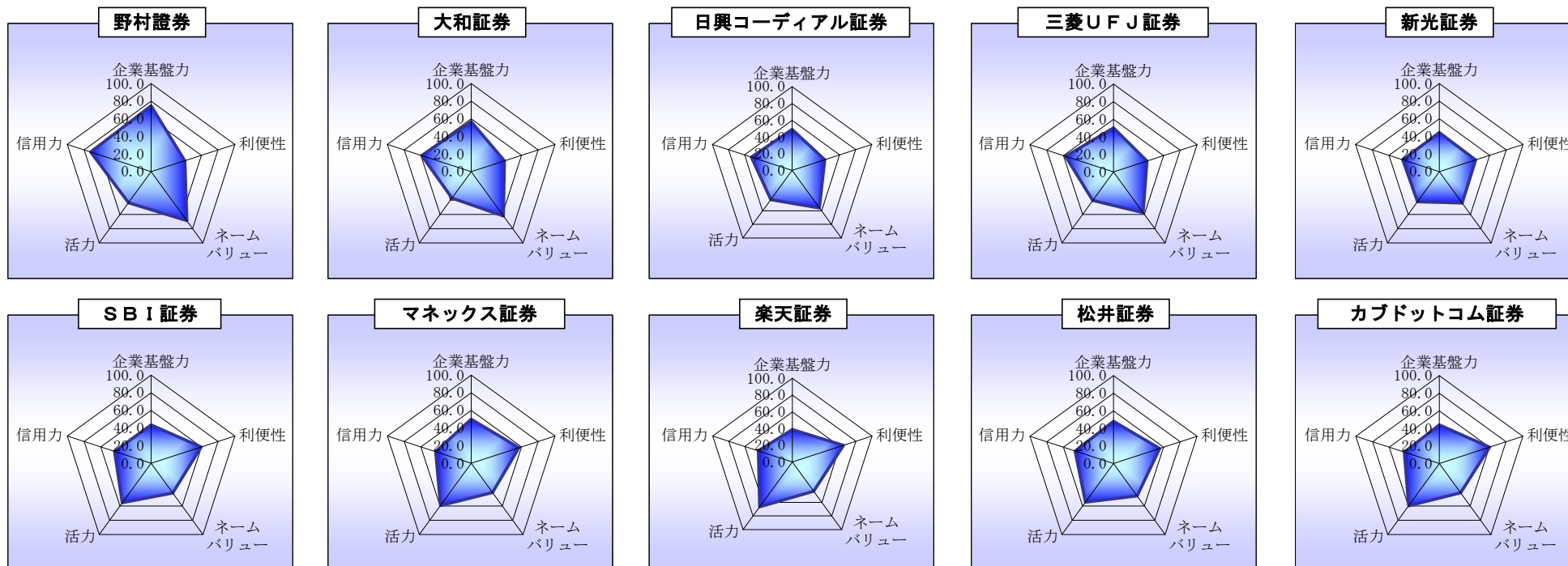
因子抽出法：主因子法／SMC反復推定、基準化を伴うバリマックス回転（5軸で回転）

「因子分析」とは … 多数の変数（項目）を出来るだけ少ない変数にまとめる多変量解析の一つです。

■企業別因子スコア

バランスの取れた証券会社不在。

●「重視するイメージ」18項目の因子分析を行った結果抽出された5つの因子の強さを、10社の企業イメージを元に算出した。
野村證券や大和証券などの既存証券会社では、「企業基盤力」「ネームバリュー」「信用力」の因子が強い。
対して、ネット証券会社では「利便性」「活力」の因子が強く、既存証券会社とネット証券会社で全く異なるイメージを持たれていることが明らかになった。



サンプル数	因子No. 1	因子No. 2	因子No. 3	因子No. 4	因子No. 5	
	企業基盤力	利便性	ネームバリュー	活力	信用力	
野村證券	1088	74.8	40.3	68.7	43.6	72.0
大和証券	1088	56.8	39.8	61.9	36.9	59.0
日興コーディアル証券	1088	49.1	40.7	55.5	43.2	51.1
三菱UFJ証券	1088	50.2	40.1	57.1	40.0	57.7
新光証券	1088	44.5	43.2	43.8	42.1	43.6
SBI証券	1088	43.6	59.7	41.8	55.2	43.4
マネックス証券	1088	50.1	56.8	41.2	59.1	42.4
楽天証券	1088	38.8	64.2	43.2	66.2	42.8
松井証券	1088	48.1	55.1	45.4	54.4	46.1
カブドットコム証券	1088	43.9	60.1	41.3	59.4	41.9

因子スコア：標準化したデータに因子負荷量を加重し、算出された値を10社の中でさらに標準化した得点。

(平均50、標準偏差10で標準化)

50%(平均)以上：薄紫

■企業イメージと重視イメージの比較

信頼できると同時に手数料が安いことが今後の競争の決め手。

- 口座開設の際に最も重視されているイメージは、「信頼できる」で69.5%。次いで「手数料が安い」(58.5%)、「経営が安定している」(47.3%)が続く。
- 10社の「企業イメージ」の中で、「手数料が安い」「信頼できる」「経営が安定している」「情報セキュリティがしっかりしている」「サポート体制がしっかりしている」などの項目において、「重視するイメージ」とのギャップが大きい。

	サンプル数	信頼できる	手数料が安い	経営が安定している	手軽に利用できる	情報セキュリティがしっかりしている	サポート体制がしっかりしている	取引ツールなどの使い勝手が良い	コンプライアンスを重視している	一流である	有名である	商品構成が充実している	成長力がある	豊富な経験と知識を持つ人材が多い	顧客への提案力が優れる	親しみやすい	活気がある	金融商品の開発力がある	広告・宣伝活動に好感が持てる	分からない／無回答
重視するイメージ	1088	69.5	58.5	47.3	29.1	27.1	25.9	23.5	22.7	19.8	19.7	18.8	18.6	17.6	16.6	16.2	12.5	9.3	4.8	13.3
野村證券	1088	25.2	1.1	14.4	3.3	4.2	5.4	0.6	4.5	41.8	54.3	5.1	4.9	6.6	2.1	4.9	3.1	3.2	4.2	15.9
大和証券	1088	17.3	0.7	8.2	3.1	3.0	5.1	0.5	3.4	29.0	46.8	2.6	2.2	4.2	1.3	4.9	2.5	1.7	3.6	22.3
日興コーディアル証券	1088	11.8	0.9	4.9	4.6	2.9	4.3	0.4	2.9	18.7	38.2	1.7	4.2	2.8	1.1	5.0	3.4	1.7	5.8	28.2
三菱UFJ証券	1088	15.4	0.6	8.4	3.4	2.3	4.6	0.6	2.9	24.0	38.0	2.0	3.7	2.7	1.5	4.0	2.6	1.1	2.5	28.9
新光証券	1088	6.2	1.2	2.2	6.6	1.8	4.6	0.9	2.5	6.2	17.2	1.2	3.9	1.6	1.3	4.3	3.2	0.7	2.8	46.9
SBI証券	1088	6.2	12.1	2.0	12.2	1.4	4.8	4.3	1.8	4.2	13.6	1.7	9.5	1.1	1.1	6.3	4.2	1.3	2.8	41.8
マネックス証券	1088	5.4	9.1	1.7	11.7	1.7	4.7	3.9	2.8	3.7	12.3	2.4	8.0	1.4	1.7	5.3	6.5	1.5	2.6	44.0
楽天証券	1088	5.3	12.6	2.1	16.9	1.7	3.7	4.9	1.7	3.3	18.2	2.1	9.5	0.7	0.9	10.4	8.0	1.1	3.2	32.6
松井証券	1088	8.4	13.1	2.8	9.7	1.6	4.3	2.4	2.4	6.3	21.6	2.1	7.3	1.8	1.8	6.1	5.3	1.4	3.2	37.5
カブドットコム証券	1088	4.8	11.4	1.7	14.6	1.5	4.6	3.9	1.9	2.8	13.5	1.7	8.0	1.1	1.4	7.4	6.6	0.9	2.5	40.0

※「重視するイメージ」の比率が高い項目順にソート

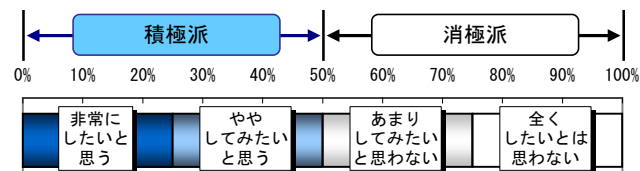
※ 重視するイメージ上位5項目：水色
10社平均に対して有意水準1%：ピンク

■今後の投資意向

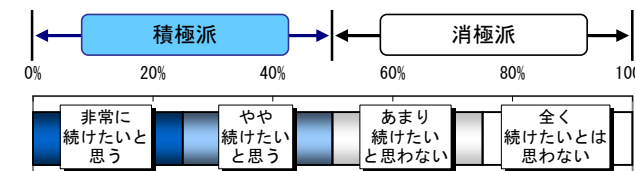
現ノンユーザーの1/3が積極的。

- 現在投資をしていない人で「非常にしたいと思う」「ややしてみたいと思う」と回答した積極派は29.4%。現ノンユーザーの約3分の1が「してみたい」と思っている。
- 性別では、現ノンユーザー、現ユーザーともに男性の方が積極的である。
- 現ノンユーザーを年代別に見ると、30代の積極派が42.1%と他の年代に比べて高くなっている。(有意水準1%)
- 現ユーザーでは各層とも8割以上が継続意向を示しているが、現ノンユーザーでは、性別、年代により積極性が異なる。

【現ノンユーザー】



【現ユーザー】



	【現ノンユーザー】				積極派	消極派	【現ユーザー】				積極派	消極派		
	N	非常にしたいと思う	ややしてみたいと思う	あまりしてみたいと思わない			全くしたいと思わない	N	非常に続けたいと思う	やや続けたいと思う			あまり続けたいと思わない	全く続けたいと思わない
全体 (687)		6.3	23.1	24.5	46.1	29.4	70.6	(400)	50.3	37.3	9.3	3.3	87.5	12.5
男性 (287)		9.8	28.9	22.3	39.0	38.7	61.3	(260)	55.0	32.7	9.2	3.1	87.7	12.3
女性 (400)		3.8	19.0	26.0	51.3	22.8	77.3	(140)	41.4	45.7	9.3	3.6	87.1	12.9
20代 (166)		10.8	20.5	24.7	44.0	31.3	68.7	(51)	64.7	29.4	5.9	0.0	94.1	5.9
30代 (152)		7.2	34.9	18.4	39.5	42.1	57.9	(65)	52.3	35.4	7.7	4.6	87.7	12.3
40代 (145)		4.8	20.0	21.4	53.8	24.8	75.2	(74)	54.1	31.1	10.8	4.1	85.1	14.9
50代 (123)		2.4	17.9	26.0	53.7	20.3	79.7	(93)	46.2	46.2	5.4	2.2	92.5	7.5
60代以上 (101)		4.0	20.8	35.6	39.6	24.8	75.2	(117)	43.6	38.5	13.7	4.3	82.1	17.9

■投資を始めた理由／投資をしていない理由（テキストマイニング）

周りからの勧めが投資を始めるきっかけに。

※自由回答をテキストマイニングツール「Word Miner」で解析・クラスター化。

- 投資を始めた理由の1位は「資産運用」(26.1%)。次いで「銀行の低金利に嫌気」(16.5%)、「周りの人からの勧め」(16.0%)、「社会勉強」(6.7%)、「ネットで手軽」(5.6%)が続く。
「周りの人からの勧め」がベスト3に入ったことから、投資を始める際に口コミが重要な役割を果たすことが分かる。また、「社会勉強」の記述回答から、投資を始める人の中には、知識欲や好奇心が旺盛な人が多い事が読み取れる。
- 投資をしていない理由の1位は「リスクが嫌」(30.7%)。「余裕資金が無い」(27.3%)、「興味が無い」(10.0%)、「始め方や仕組みが分からない」(9.8%)が続く。「始め方や仕組みが分からない」と「知識不足」の合計が15%を超える点も注目し値するところである。

■投資を始めた理由（代表的な回答を記載）

▼銀行の低金利に嫌気

- ・銀行預金の金利が低いから（男性50代）
- ・銀行金利が安いから少しでもお金を増やそうとして始めた。（男性50代）
- ・銀行の預金金利の低さにあきれはて、資産運用を図った。（男性40代）

▼周りの人からの勧め

- ・家族の勧めで始めた（女性50代）
- ・会社の同僚に勧められたから。（女性40代）
- ・友人から話を聞いて自分もしてみようと思った。（男性60代以上）

▼社会勉強

- ・経済を勉強したくて投資を始めた。幅広く国際的な経済の動きに興味を持った。（男性60代以上）
- ・社会に興味を持つようになりたかったから（女性30代）
- ・頭の体操、経済環境を知るため（男性60代以上）

■投資をしていない理由（代表的な回答を記載）

▼リスクが嫌

- ・リスクが高いと思うから。（男性20代）
- ・損をしたくないから（男性20代）
- ・とにかくリスクは背負いたくないです。（男性50代）

▼始め方や仕組みが分からない

- ・システムが良く分からない為。（男性20代）
- ・やりたい気持ちがありながら、どうやって始めたらいいのか分からない。（女性30代）
- ・難しくてよくわからないから（女性50代）

▼知識不足

- ・やってみたいと思うが、知識がなく、どんな商品がいいのか分からない。（女性20代）
- ・知識が無いので投資する際のリスクが読めない。（男性50代）
- ・あまり投資への知識がなく損はしたくないため（女性60代以上）

