

2022年度版

# インパクト投資に関する 消費者意識調査

2022年10月27日

一般財団法人 社会変革推進財団 (SIIF)

このたび社会変革推進財団（以下SIIF）では、2022年度の「インパクト投資に関する消費者調査」を実施し、その結果を発表いたしました。

当調査はインパクト投資に関する消費者向けの調査として日本で初めて2019年に開始したものであり、今年で4回目の実施となります。インパクト投資への一般消費者の認知度や、実際にインパクト投資を行うことへの関心度などを継続的に観察しており、本レポートでは消費者意識の現状把握と今後の趨勢予測に有用なデータと洞察を記載しています。

SIIFはGSG国内諮問委員会の事務局として、金融機関等を対象にした調査である「日本におけるインパクト投資の現状と課題」を2017年より実施し、レポートを公開しております<sup>(注1)</sup>。今般発表した本「インパクト投資に関する消費者調査」と併せてお目通しいただくことで、日本のインパクト投資の最新状況を複眼的にご理解いただけるものと存じます。

この消費者調査は、既述の「日本におけるインパクト投資の現状と課題」の調査にも携わった織田聡および佐々木喬史が実施しました。

本レポートをご一読いただき、忌憚なくご意見をお寄せいただければ幸いです。

一般財団法人 社会変革推進財団  
代表理事 青柳 光昌

注1：「日本におけるインパクト投資の現状と課題 2021年度調査」 <http://impactinvestment.jp/user/media/resources-pdf/gsg-2021.pdf>

・ 調査結果サマリー	4
・ 調査の趣旨と概要	5
・ インパクト投資とは	6
・ 回答者(4,414名)の属性分布	7
・ 消費者の投資経験	11
・ インパクト投資の認知度とインパクト投資実施への関心度	22
・ インパクト投資に割いてもよいと考える金額	33
・ 消費者の金融機関などへの意向	39
・ パーソナリティ分析	47
・ チャリティ活動とインパクト投資関心度の相関	58
・ インパクト投資の個人市場開拓への示唆	64
・ 編集後記	65
・ 付属資料	67

## 【投資経験者】

- ・消費者の投資経験率は46.0%とまだ半分以下ながら、近年微増傾向。

## 【インパクト投資の認知度】

- ・インパクト投資の意味を多少なりとも知る認知度は7.1%と、初めて7%を超えた。
- ・投資経験のある20代、30代の認知度が高い。

## 【インパクト投資関心度、インパクト投資に割いてもよい金額】

- ・インパクト投資を実際に行ってみることへの関心度は、コロナ禍の減少期を脱し17.7%へ増加した。
- ・認知度と同様、投資経験ある20代、30代の関心度が高い。
- ・インパクト投資に関心を持つ理由として、「社会課題解決への貢献」は世代を通じて一定割合存在する。
- ・また「50万円以上を割いても良い」という高ロイヤルティ層も、広い世代にわたり一定割合存在する。
- ・インパクト投資関心層が関心を持つ投資領域の上位は、再生可能エネルギー、環境、医療、介護。
- ・ただ、20代、30代は子育て(男女とも)、インフラや都市開発(男性)への関心が高くなっている。

## 【パーソナリティとインパクト投資への関心】

- ・インパクト投資を行うことへの関心度と相関が高いパーソナリティは、イノベーション志向と上昇志向。

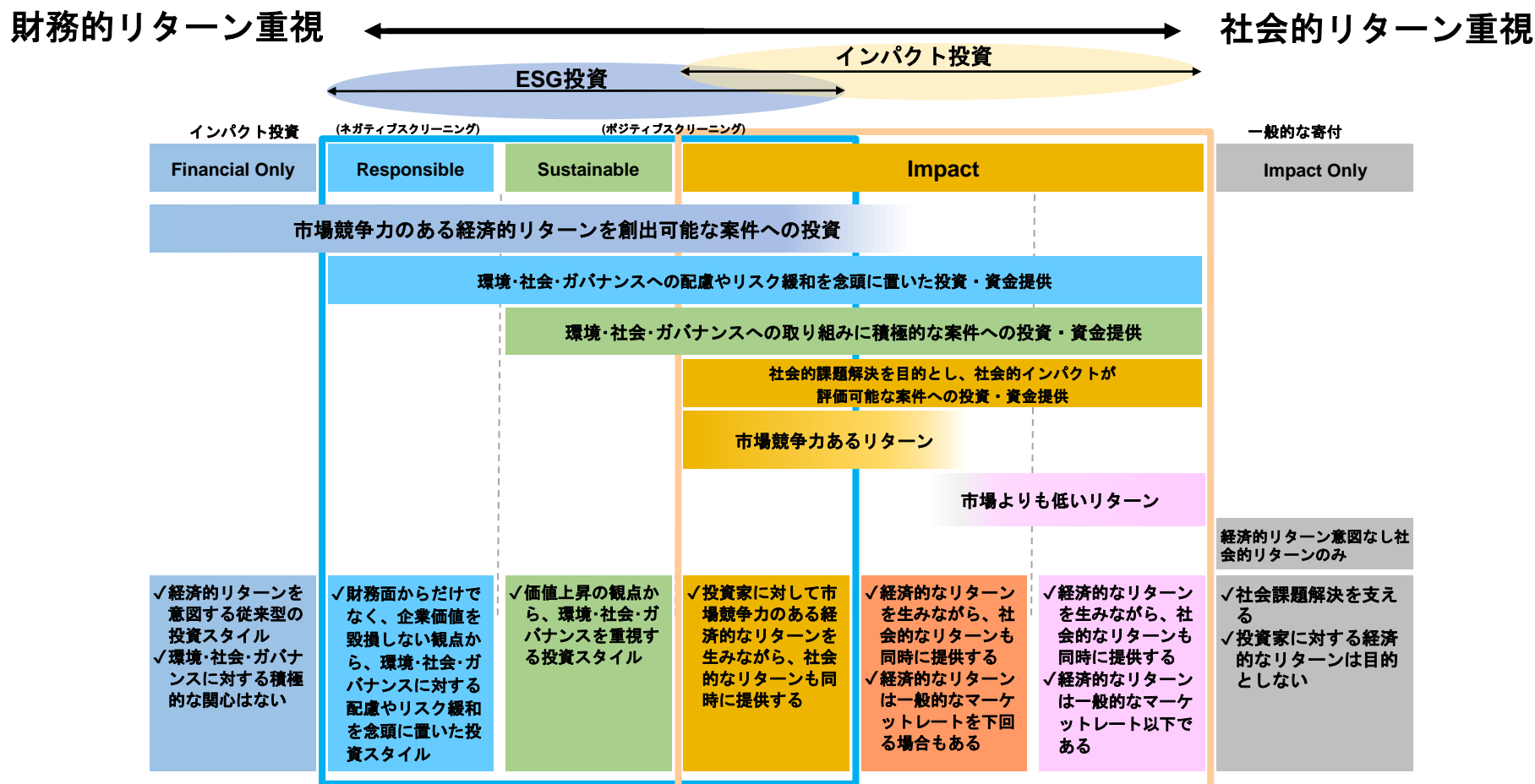
## 【インパクト投資の個人市場開拓上の示唆】

- ・①投資経験がある、②20代、30代に加え、個人金融資産を多く持つ60歳以上が有望セグメント。
- ・ターゲットセグメント抽出に際しては年収よりも金融資産を重視すべき。
- ・消費者への訴求ポイントとしては全世代向けに社会貢献が有効であり、20代と30代には投資リターンメリットが有効と考えられる。

- インパクト投資に対する消費者意識の現状把握と、今後のリテール市場開拓に有用な情報の分析を目的として定量調査を実施した。

✓調査期間	: 2022年8月8日~9日
✓調査形態	: インターネット調査
✓対象	: 20歳から79歳までの全国の一般消費者
✓回答者数	: 4,414人 (昨年4,127人)
✓抽出方法	: 全国の性别人口比と世代人口比に近似するよう層化二段無作為抽出
✓実査委託先	: 株式会社マクロミル
✓分析実施	: SIIF

- インパクト投資とは、財務的リターンと並行して、ポジティブで測定可能な社会的及び環境的インパクトを同時に生み出すことを意図する投資行動を指す。

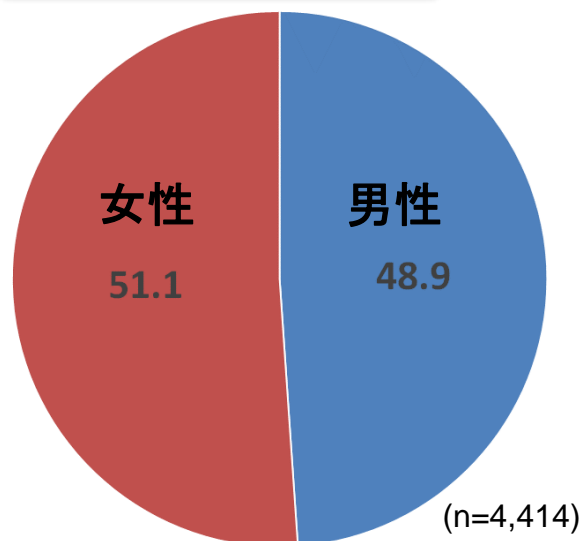


資料： GSG国内諮問委員会 「インパクト投資拡大に向けた提言書2019」

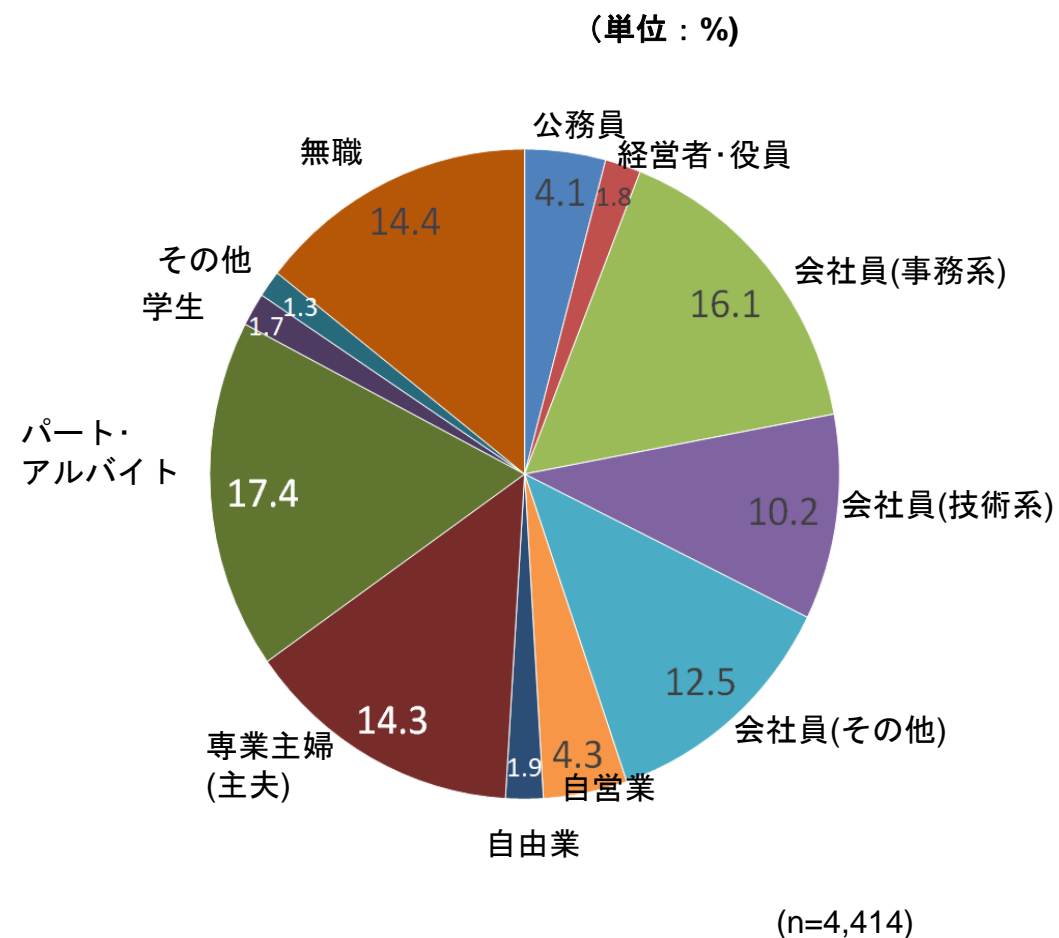
- ESG投資：投資をする際に、環境・社会・企業統治に配慮している企業を重視・選別して行う投資
- インパクト投資：ESGよりさらに踏み込んで、「社会によいインパクトをもたらしているか」どうかを成果評価することを前提とした投資で、経済的リターンと社会的リターンの双方を生み出す投資先を選択しようという投資行動

## 回答者(4,414名)の属性分布

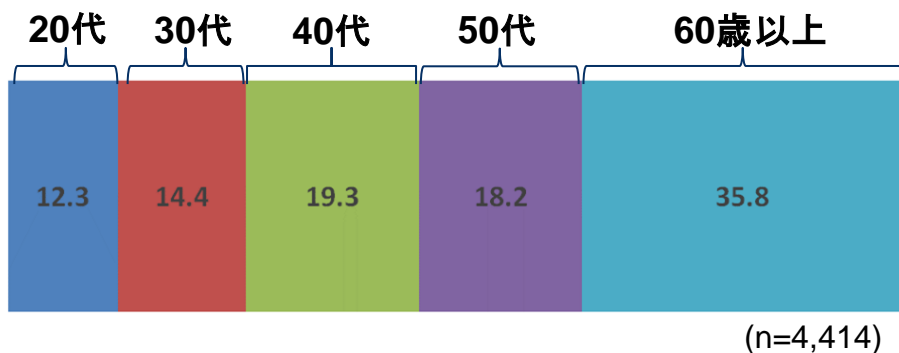
**性別** (単位：%)



**職業** (単位：%)



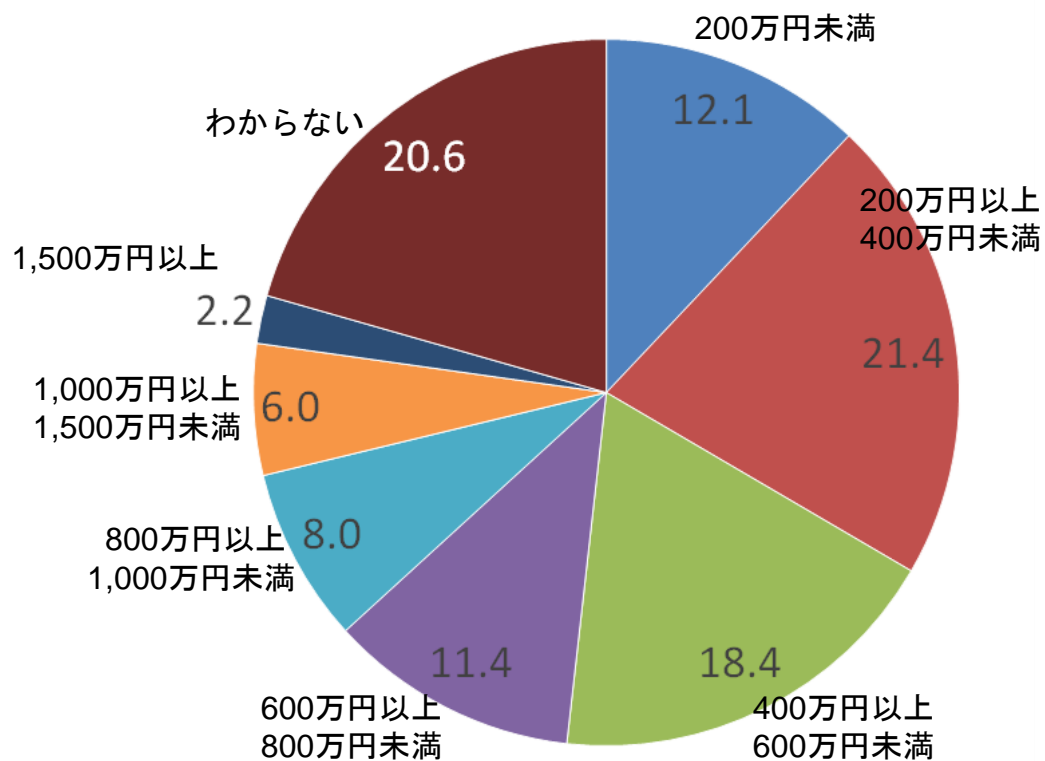
**世代** (単位：%)





世帯年収

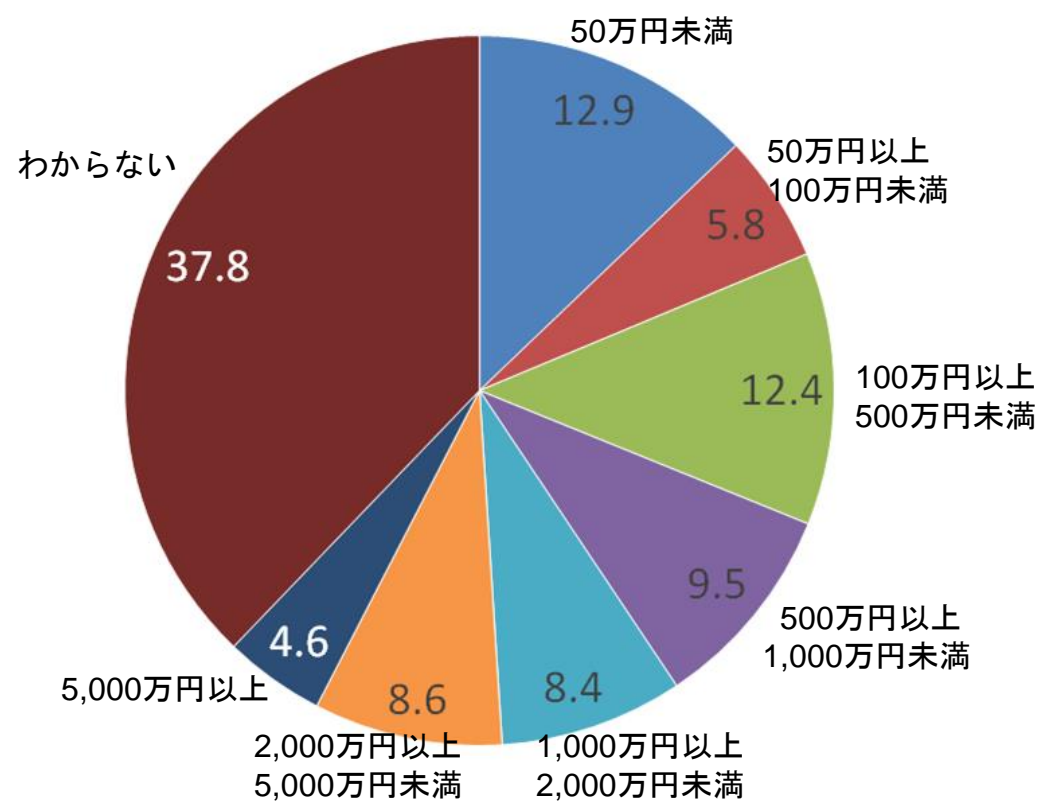
(単位：%)



(n=4,414)

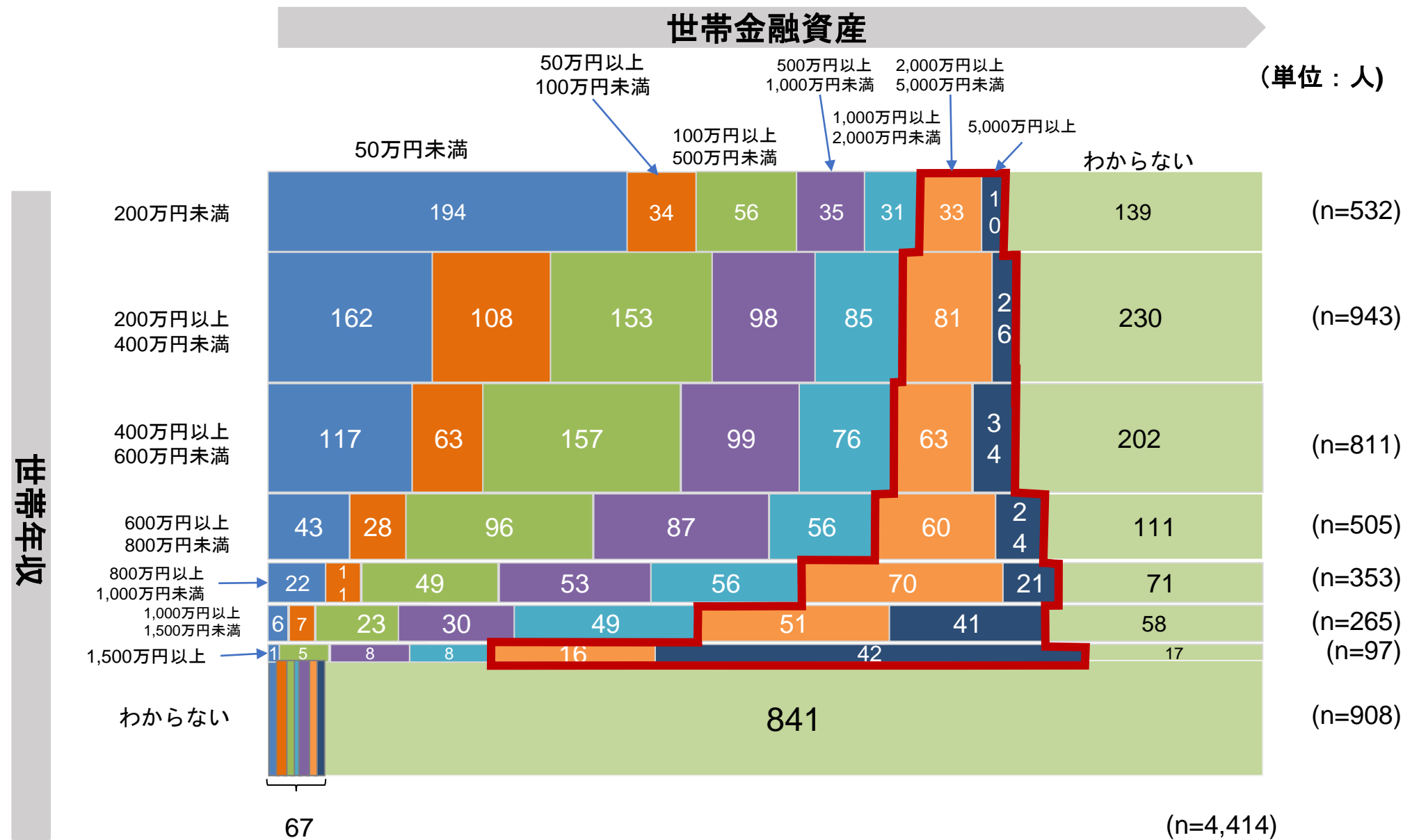
世帯金融資産

(単位：%)



(n=4,414)

- 回答者4,414人の世帯年収と世帯金融資産を二次元的に視覚化。
- 世帯年収が800万円以上になると、世帯金融資産額が2,000万円以上の回答割合（赤枠の横幅）が増加する。



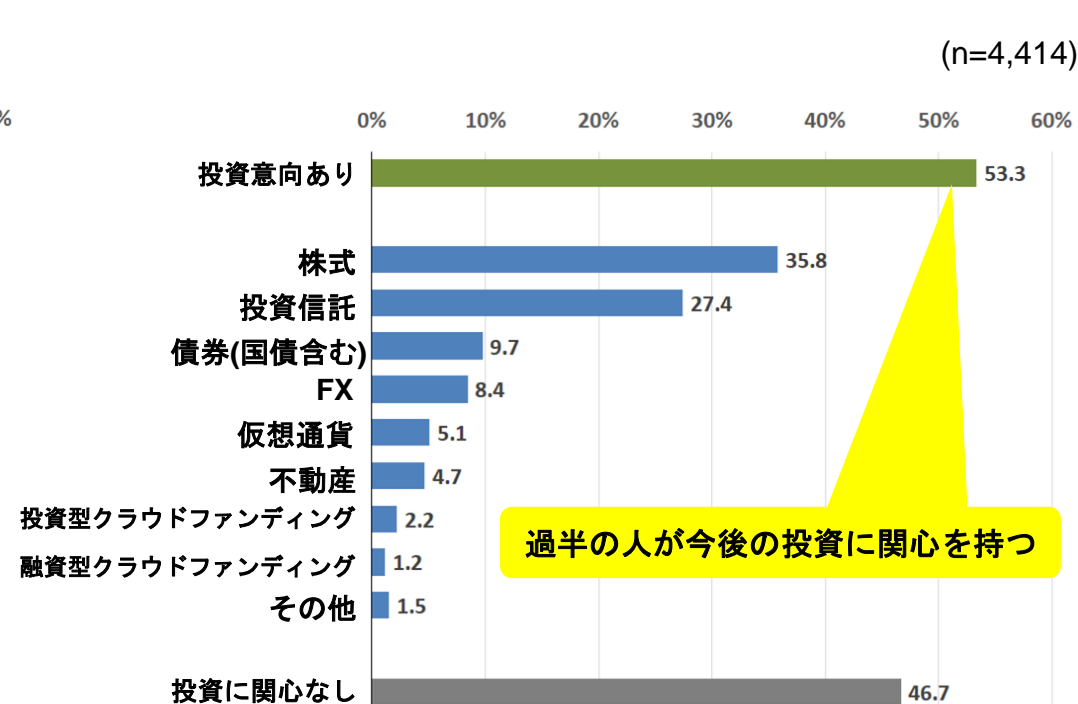
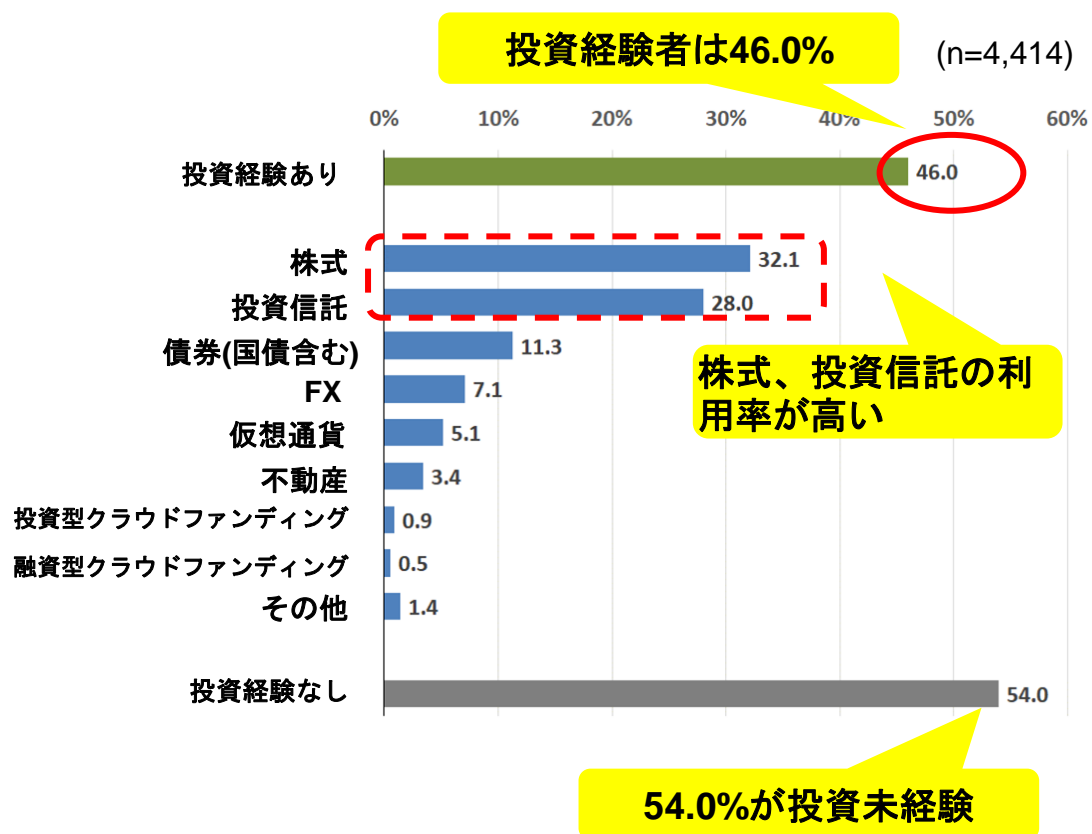
# 消費者の投資経験

# いままでの投資経験と、今後の投資意向

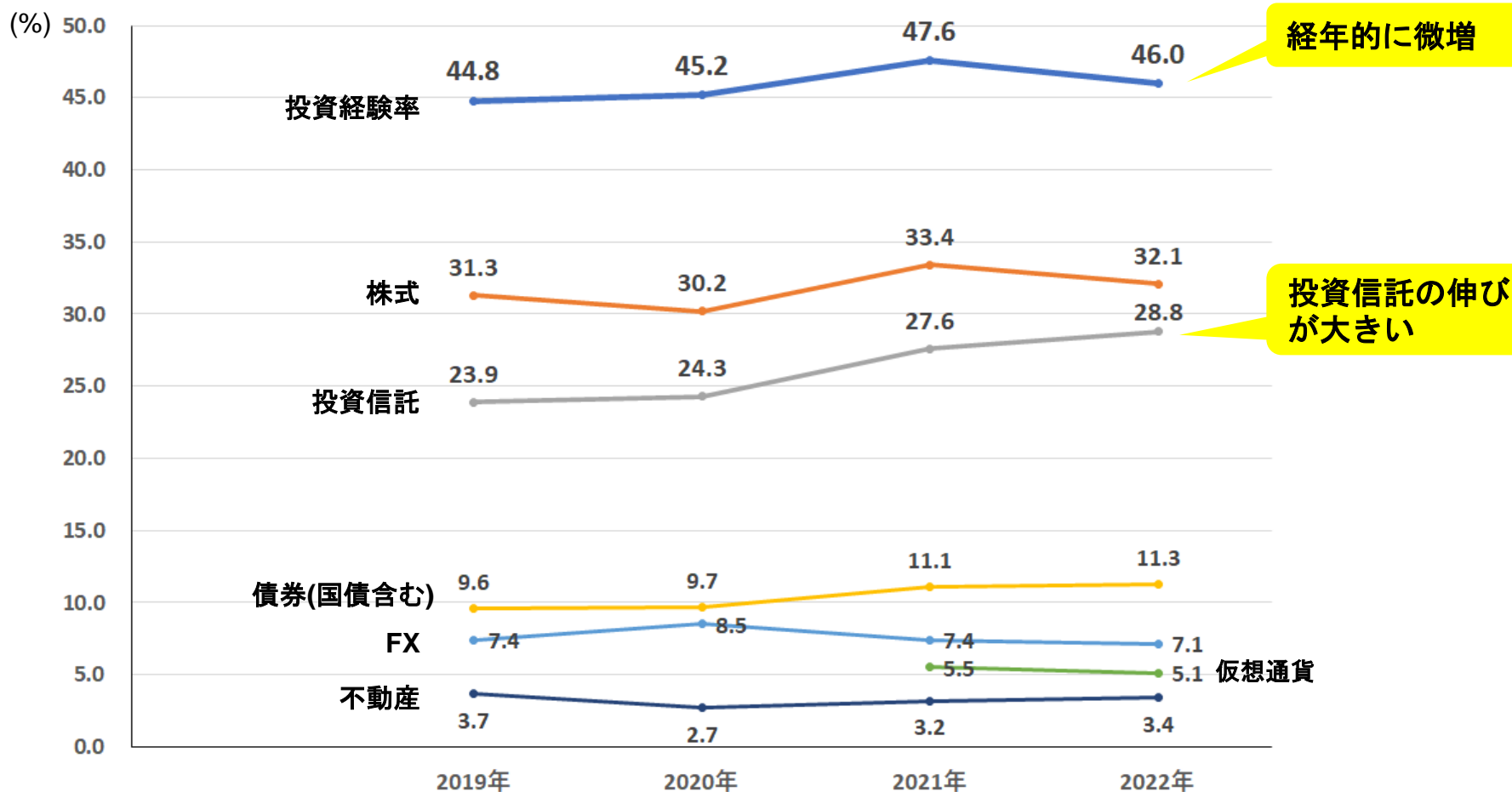
- 消費者の投資経験率は**46.0%**とまだ半分以下に留まる。
- アセットクラスでは**株式**と**投資信託**の経験率が高い。
- 今後投資を始めたい人を含めると、**53.3%**と過半の人が投資に関心を示している。

問 あなたはいままでどのような投資をした経験がありますか。当てはまるものをいくつでも選んでください。

問 あなたは（継続することも含めて）今後どのような投資をしたいと思いますか。当てはまるものをいくつでも選んでください。

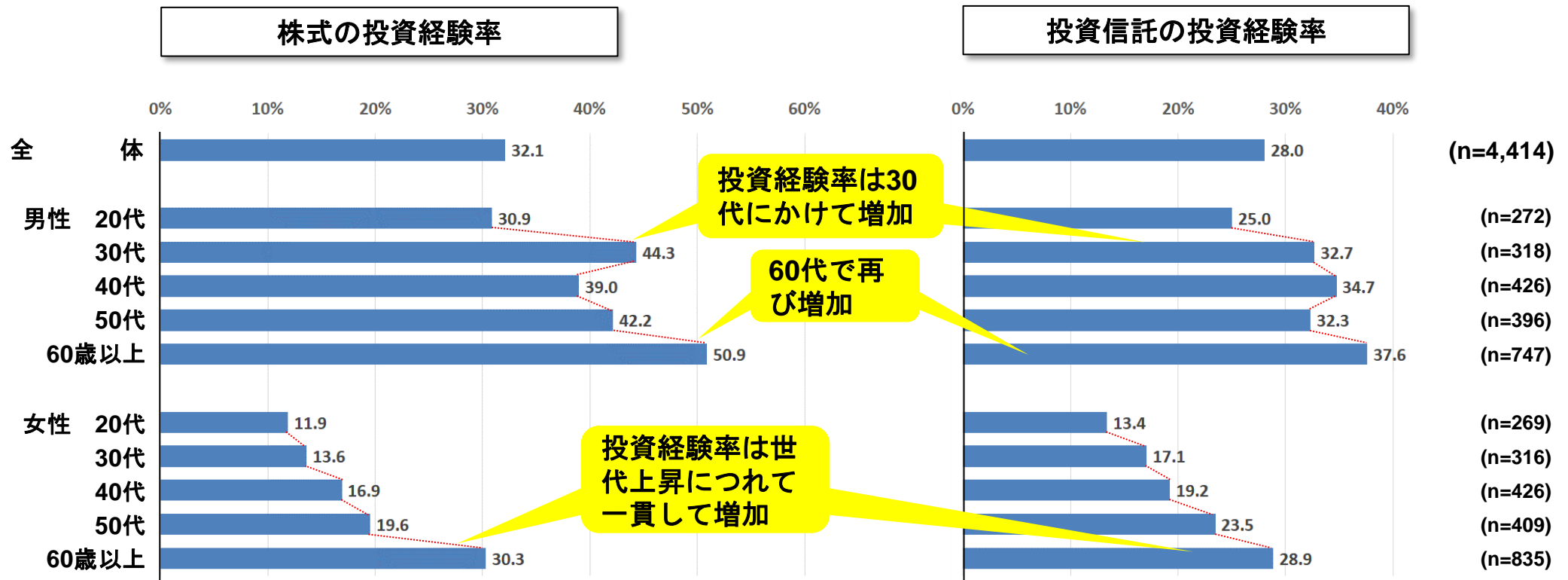


- いわゆる「年金2000万円問題」などにより投資への関心が徐々に高まりつつあり、投資経験率は微増傾向。
- 投資信託の伸びが比較的大きい反面、FXや不動産は横ばい。



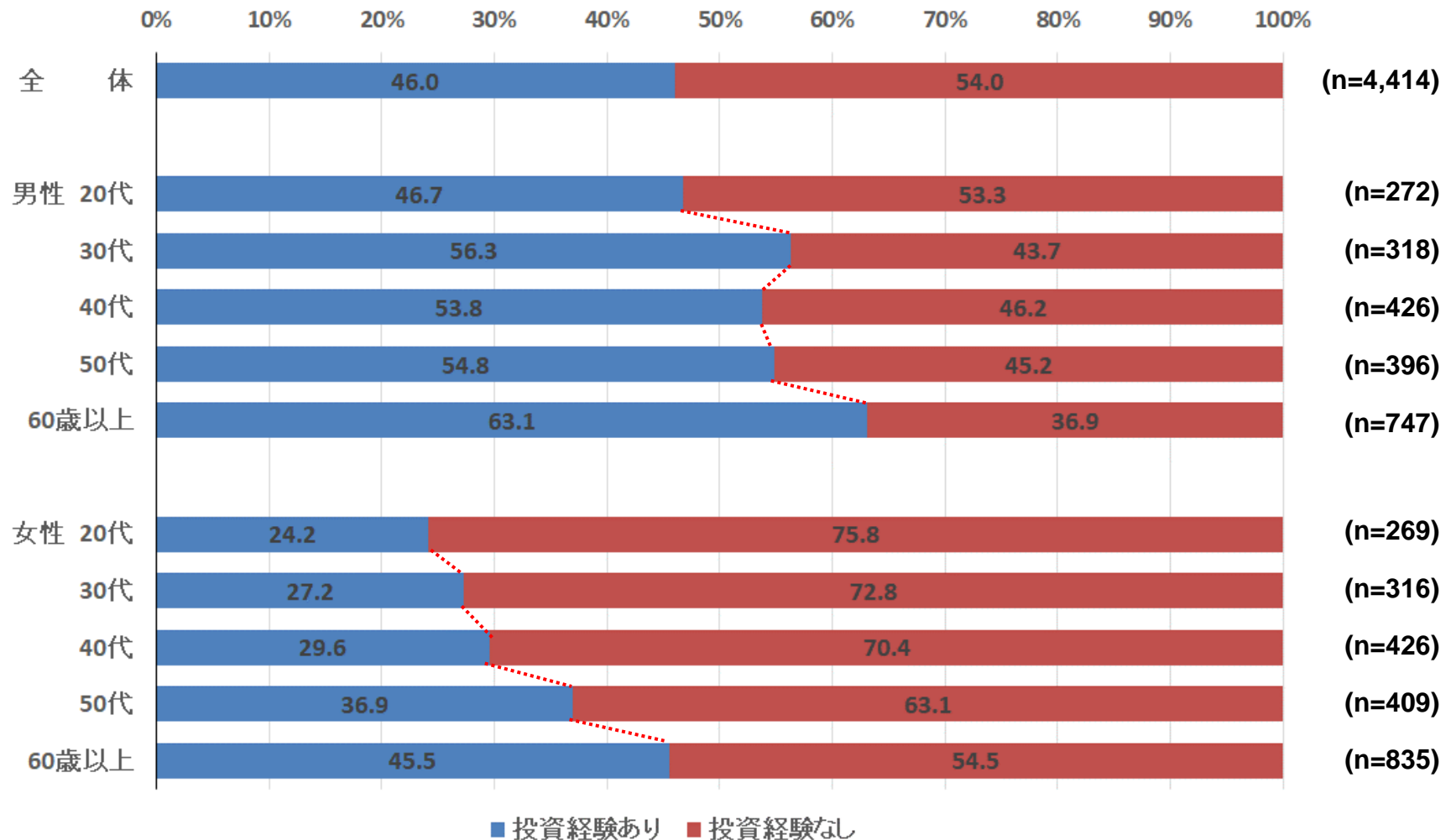
注：クラウドファンディング（融資型、投資型）は割愛した。

- 株式、投資信託とも、男性は就職、結婚などライフステージの変化が大きい20代、30代にかけて投資経験率が上昇。その後40代、50代までは横ばい。
- 女性は世代が上昇するにつれ、一貫して株式と投資信託の経験率が増加。

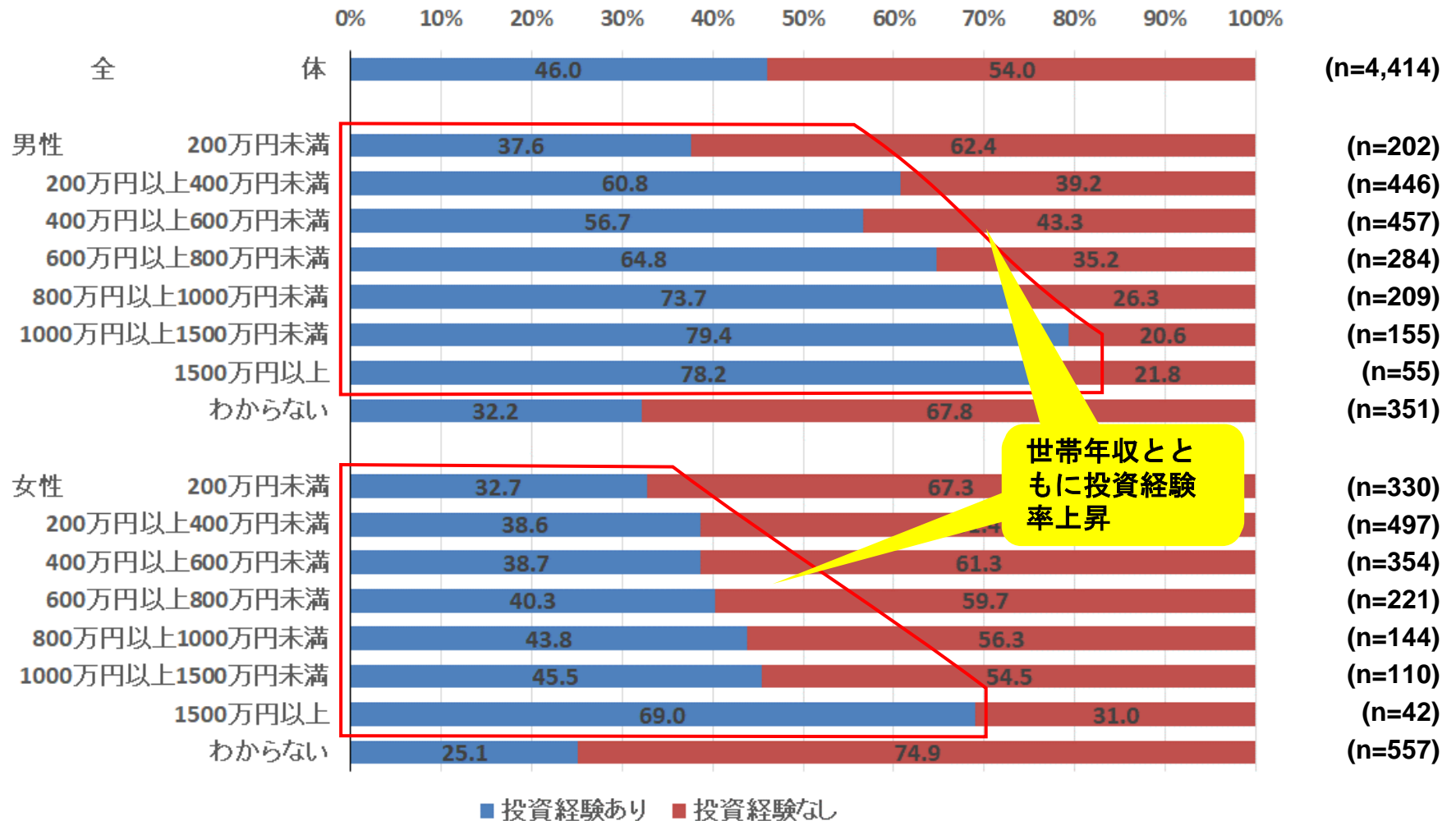


次ページ：投資経験率の性別・世代別クロス分析

- 投資の2大アセットクラスである株式、投資信託の傾向をそのまま反映し、男性は40代と50代で投資経験率がいったん足踏みし、60歳以上で再び増加。
- 女性は世代が上昇するにつれ投資経験率も一貫して増加。

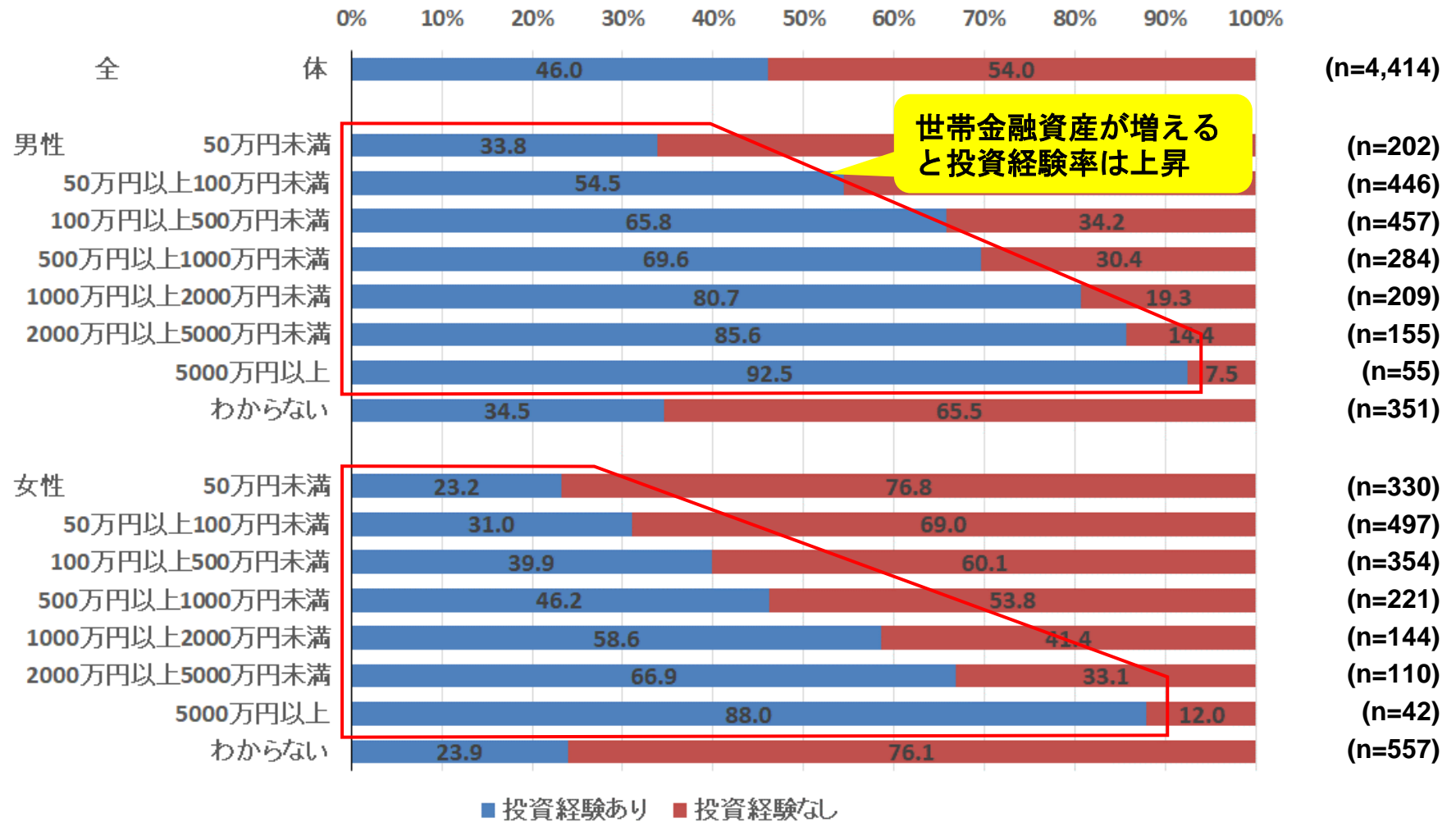


- 世帯年収と投資経験率は相関関係が明確に現れている。
- ただ、世帯年収1,500万円以上の層でも投資未経験者が男性で2割、女性で3割もいる。
- 預貯金からなかなか投資に向かわないという、日本の消費者の保守的な傾向が見て取れる。





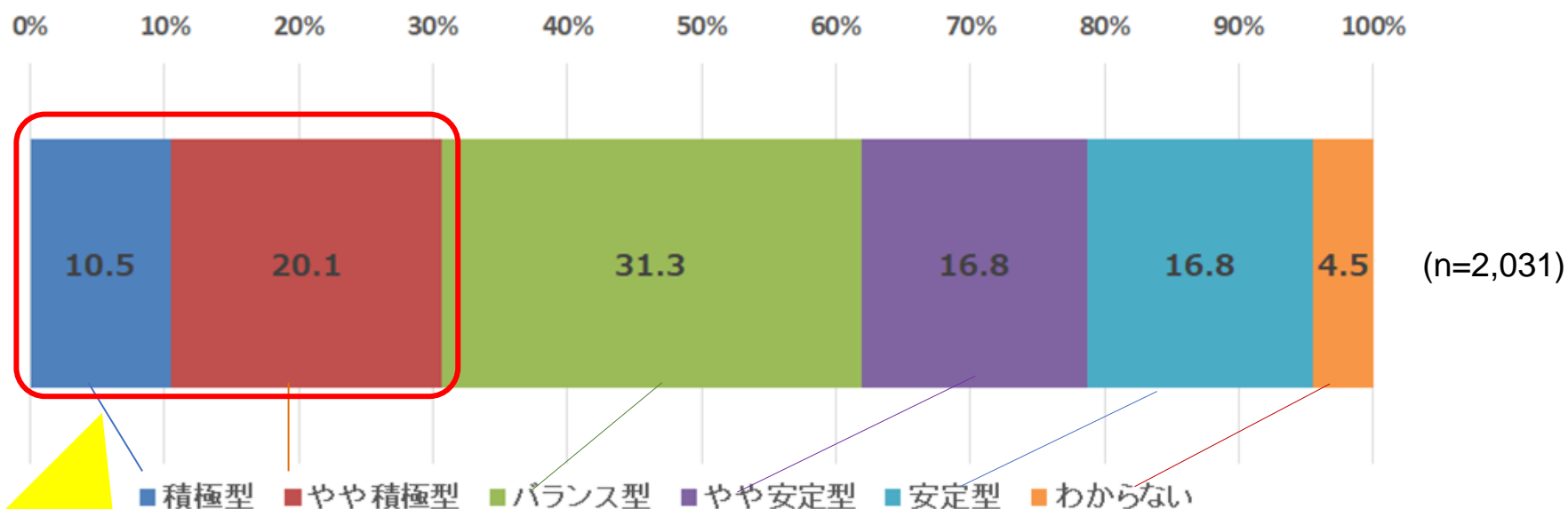
- 世帯金融資産と投資経験率は、世帯年収よりも更に強い相関関係が現れている。
- ただ、世帯金融資産5,000万円以上の層でも投資未経験者が男女とも約1割いる。
- 世帯年収別クロスの箇所而言及したように、投資に向かわない日本の消費者の傾向が現れている。



- 投資経験ある人にどのような方針で投資に臨んでいるかを尋ねたところ、「バランス型」が最も多く、「やや安定型」や「安定型」のようにリスクを抑えることを優先する人も多い。

(投資経験者対象の設問)

あなたの投資方針について、あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。

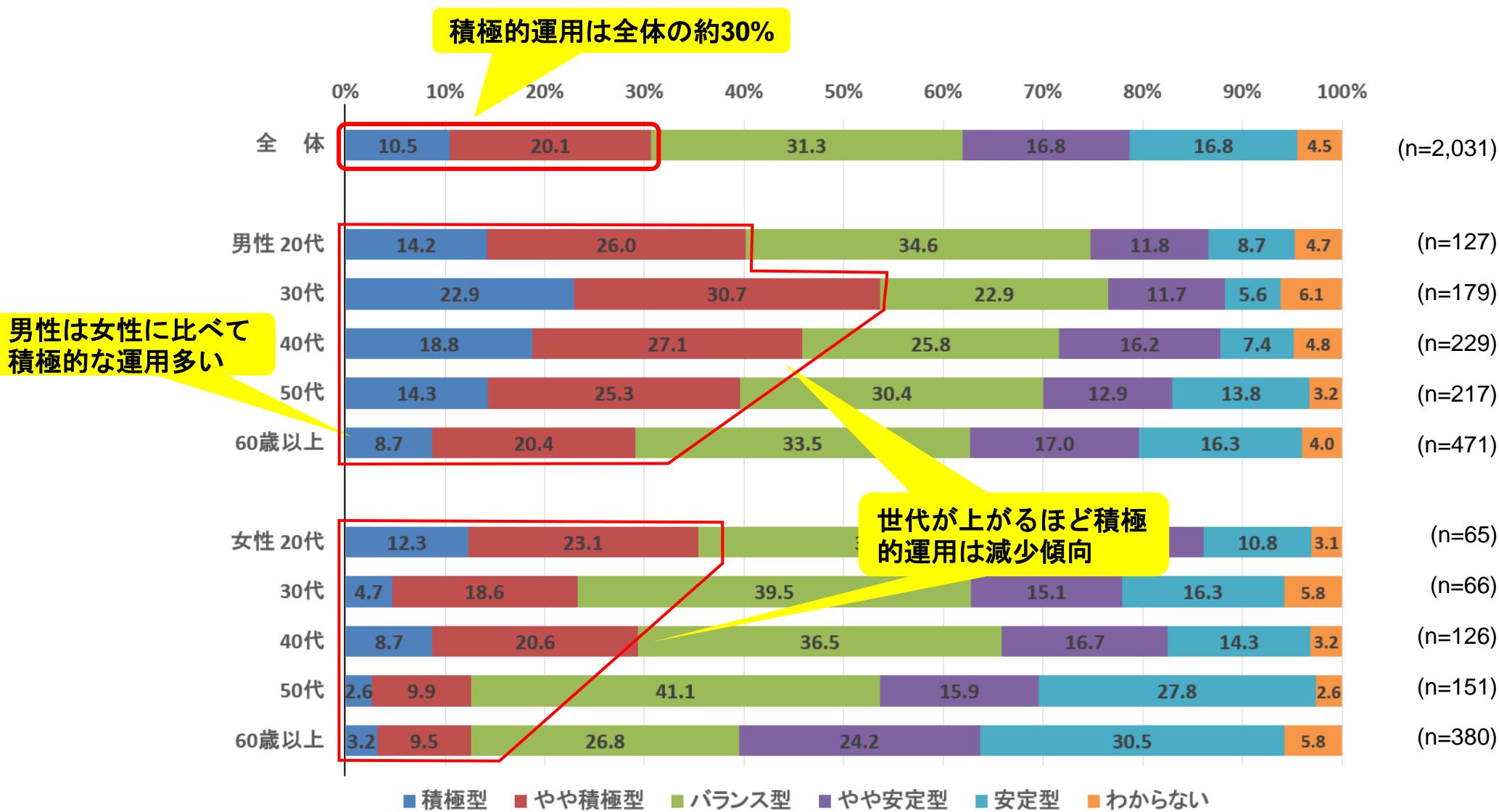


積極的な運用は全体の約30%

積極型 :	リターンを最優先し、リスクある商品を積極的に組み入れる投資方針
やや積極型 :	リスクを取ってリターンの追求を重視する投資方針
バランス型 :	リスクとリターンのバランスを重視する投資方針
やや安定型 :	リターンの追求よりもリスクを抑えることを重視する投資方針
安定型 :	リスクを抑えることを最優先に考える投資方針

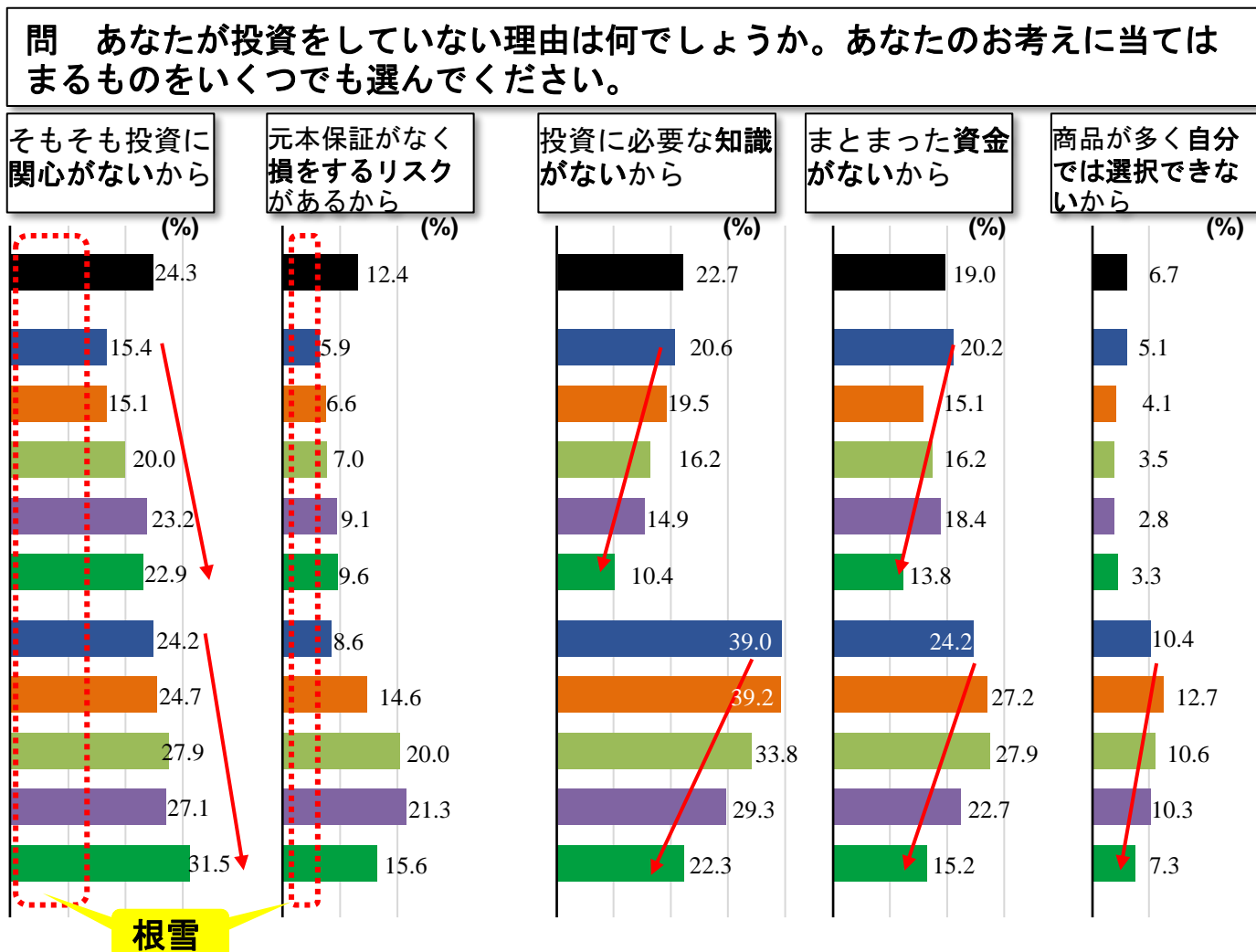
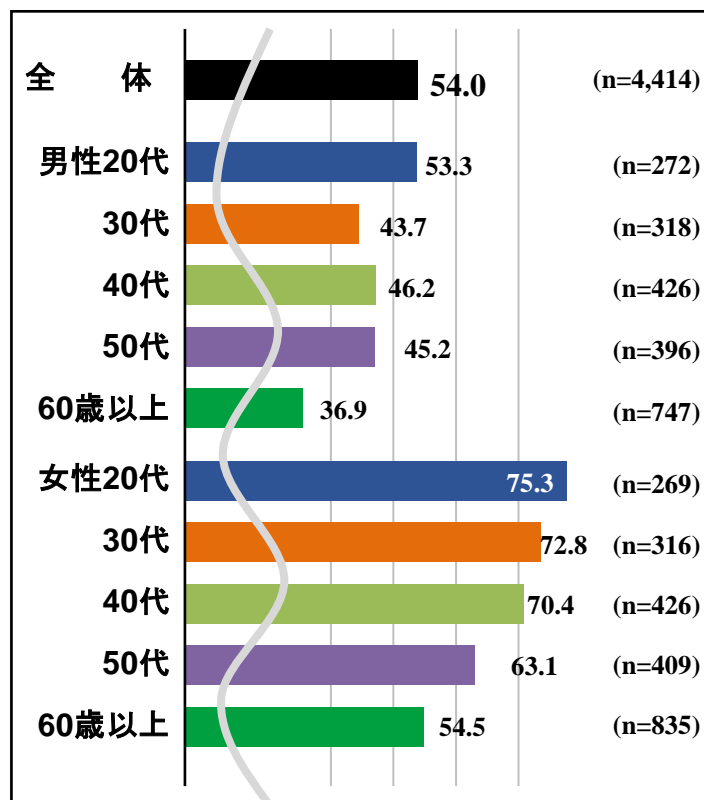
# 性別、世代別にみた投資方針

- 全ての世代で、男性の方が女性より「積極型」「やや積極型」が多い。
- 男女とも、世代が上昇するにつれ、リスク抑制を重視する傾向が明確に現れている。



- 「そもそも投資に関心がないから」、「元本保証がなく損をするリスクがあるから」という確信的理由の回答率は、全世代にわたって“根雪”のように存在する。
- 逆に、「必要な知識がないから」、「まとまった資金がないから」というリソース制約的な理由は世代の上昇とともに減少。特に60歳以上になると、知識、資金の制約要因は大きく減少する。

投資経験ない人の割合(%)



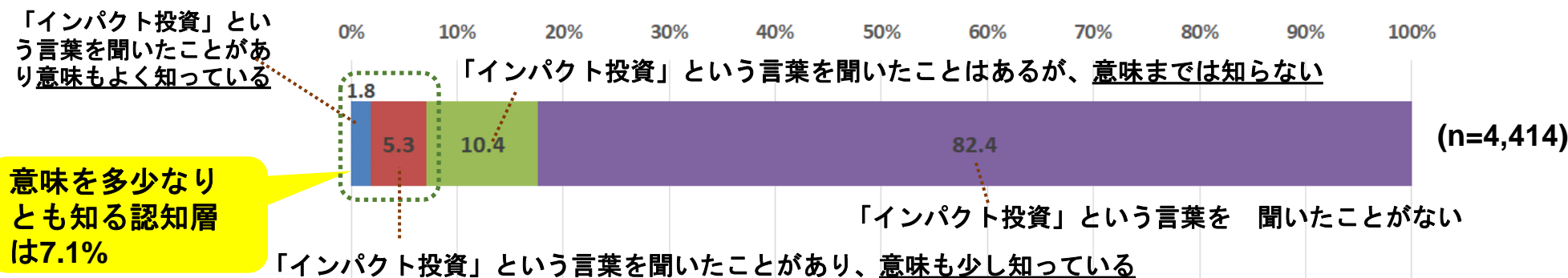
注: %値の算出母数は、「投資経験ない人」だけではなく、「投資経験ある人」も含めた全サンプル。

- 消費者の投資経験率は46.0%とまだ半分以下ながら、近年微増傾向にある。
- 男性の投資経験率は20代、30代にかけて上昇して40代、50代は横ばいとなり、60歳以上で再び増加。
- 女性の投資経験率は世代の上昇とともに一貫して増加。
- 運用方針を見ると、リターンを重視する積極運用タイプは男性の方が女性より多い。
- 年齢の上昇とともにリスク回避型の投資方針が増加する。
- 投資をしない理由として、「そもそも投資に関心がないから」「損をするリスクがあるから」という、確信的に投資に背を向ける人が、全世代にわたり一定割合存在する。
- 一方で、「知識がないから」「資金がないから」というようなリソース制約を挙げた人の割合は、60歳以上で大きく減少する。
  
- 投資人口を増やすためには、まとまった資金や投資知識を必要としない、手軽に始められる投資商品が求められる。

# インパクト投資の認知度と インパクト投資実施への関心度

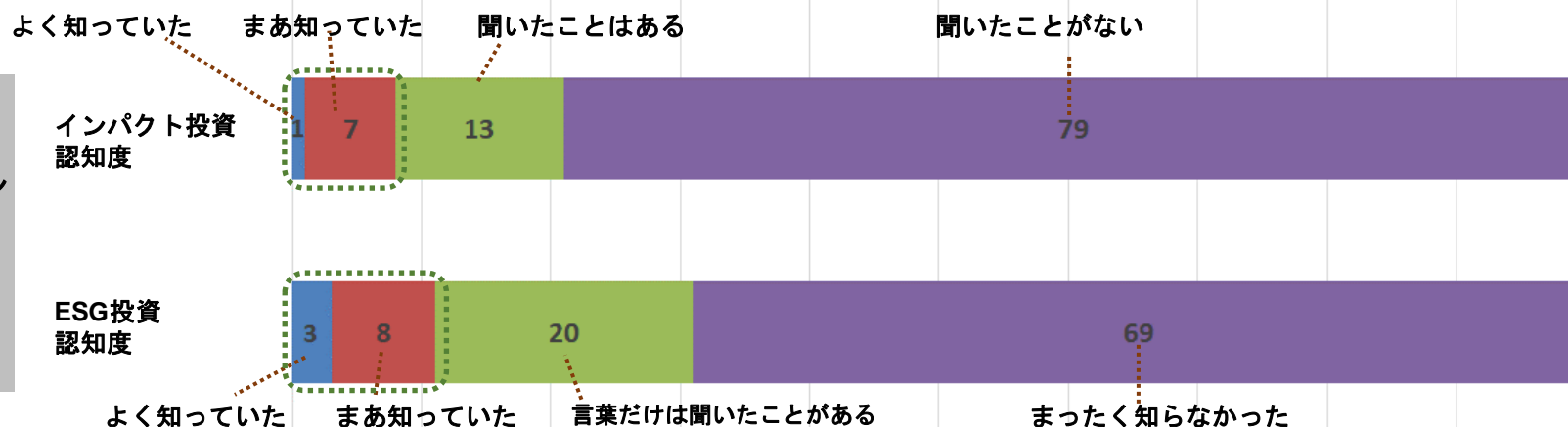
- 意味を多少なりとも理解している認知者の割合は7.1%。
- 他機関の類似調査でもインパクト投資を知る人の割合は8%であり、7~8%が認知度の実勢といえる。

問 経済的なリターン（利益）を生み出すと同時に、社会課題解決も追求する投資を「インパクト投資（または社会的インパクト投資）」と呼びます。あなたは「インパクト投資」という言葉を聞いたことがありますか。最も当てはまるものを一つ選んでください。



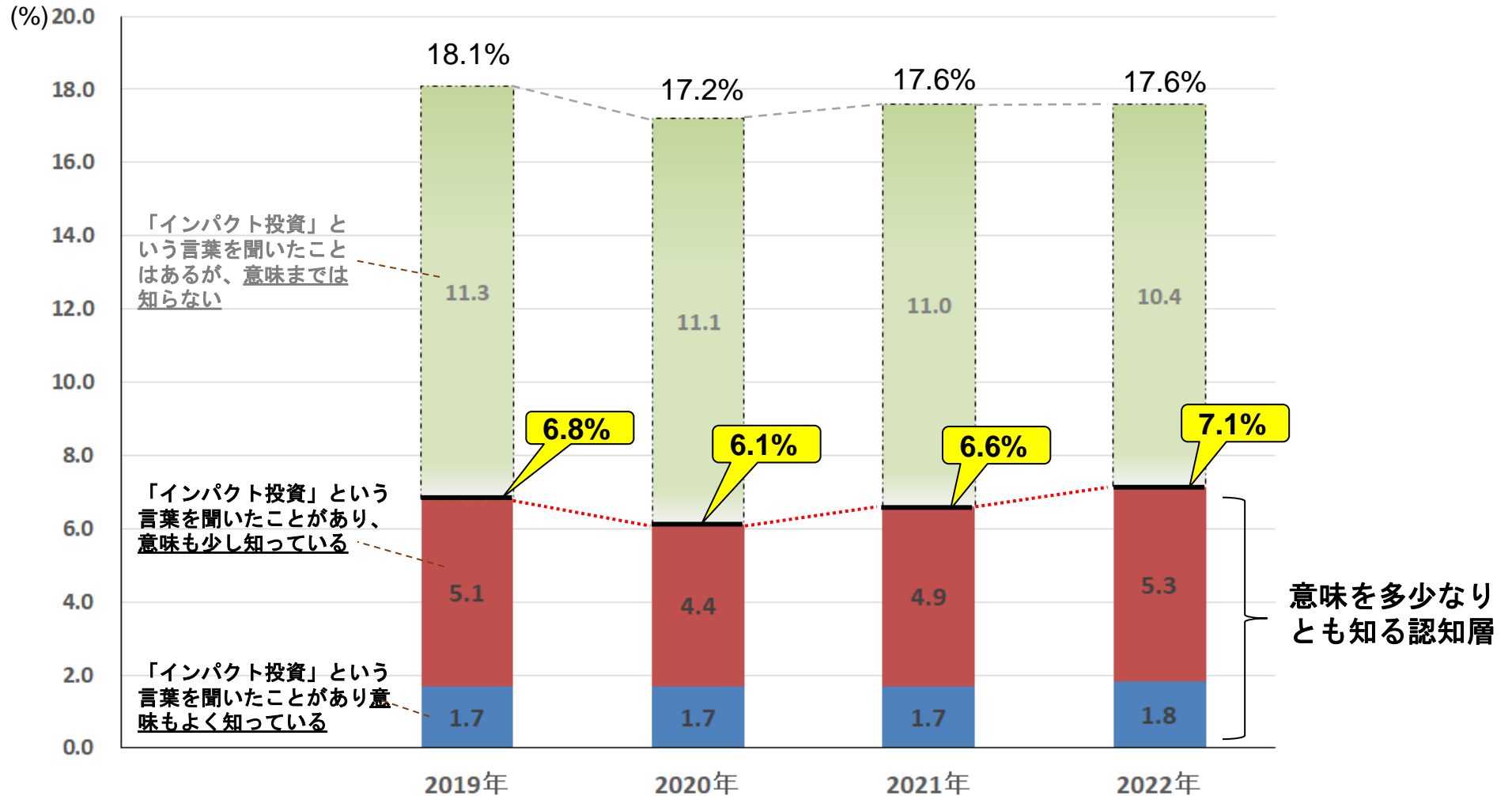
## 【参考】

年金シニアプラン  
総合研究機構  
による調査



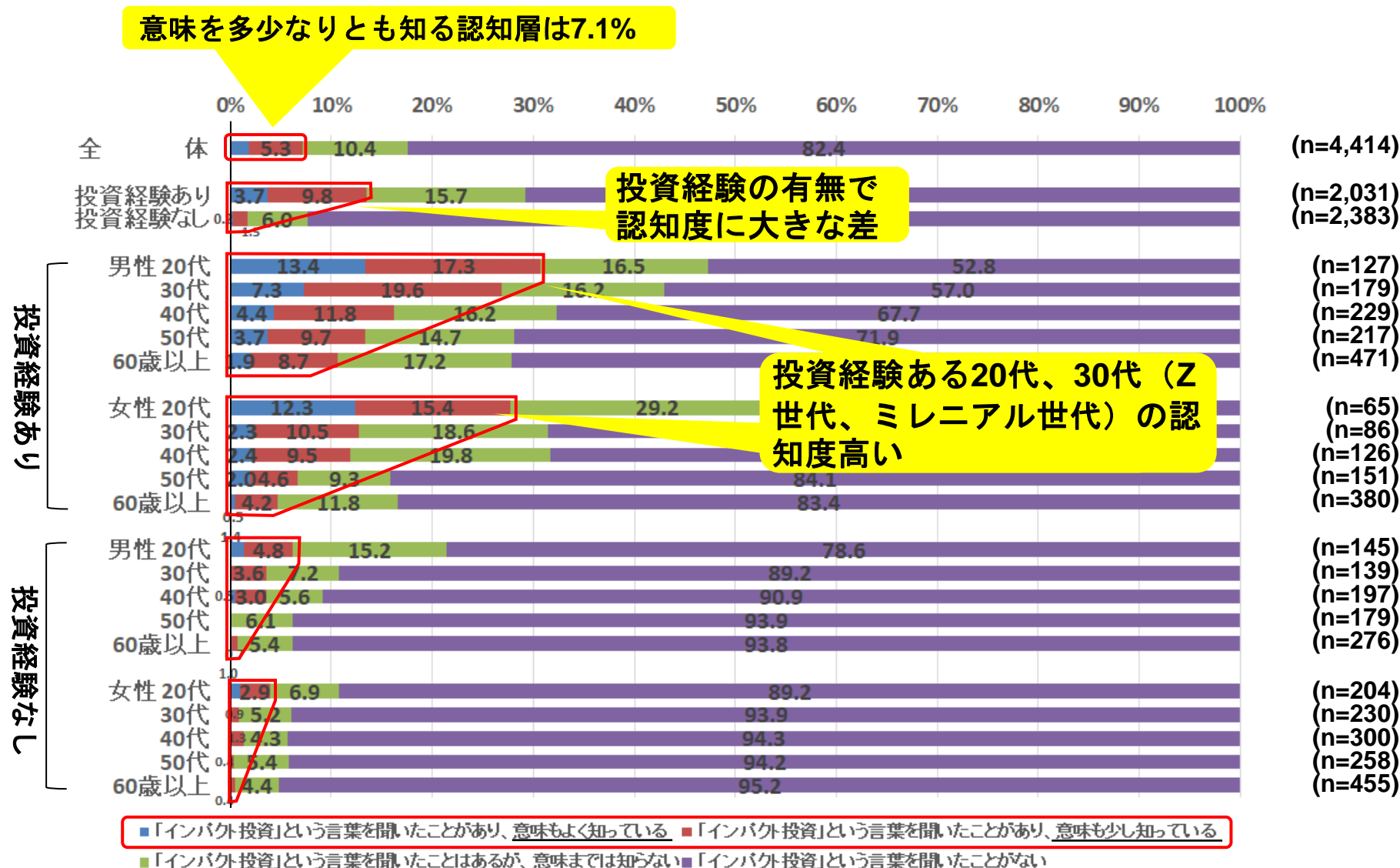
資料： 年金シニアプラン総合研究機構「年金と投資に関する意識調査結果」(2022年8月)

- 2019年の調査開始以来、インパクト投資の意味を多少なりとも知る認知層が初めて7%を超えた。





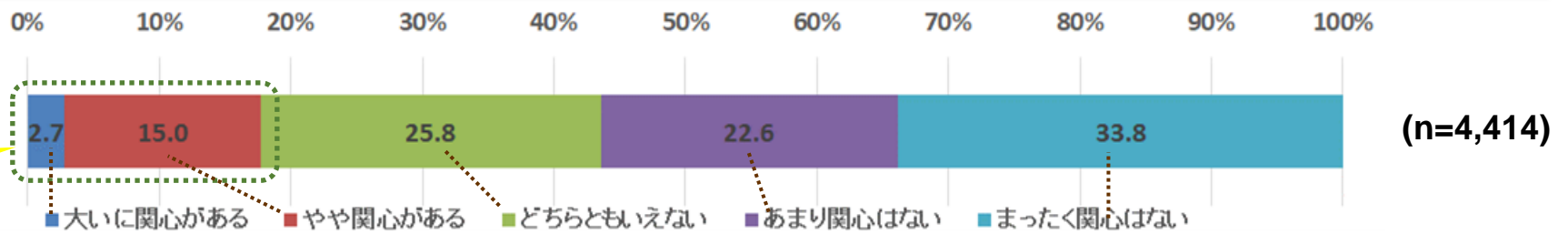
- インパクト投資の認知度は、投資経験の有無により大きく異なる。
- 男女とも、投資経験ある20代、30代のいわゆるZ世代、ミレニアル世代の認知度が高い。



# インパクト投資を行うことへの関心度

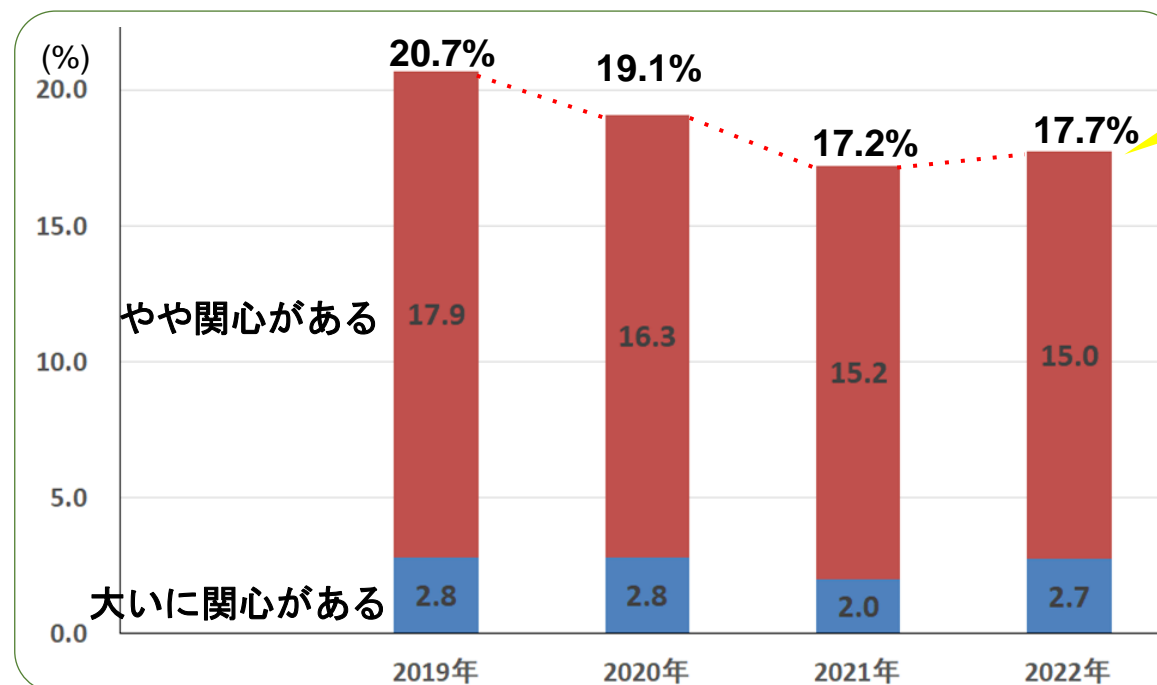
- インパクト投資を行うことに関心ある人の割合は**17.7%**。
- 関心度はインパクト投資の認知度(7.1%)よりは高く、「社会課題解決の機会があれば活用してみたい」という層が一定割合いることが分かる。
- 関心度の経年比較を見ると、コロナ禍で投資意欲が減退した期間を脱し、2022年は上向きに転じた。

あなたは、「インパクト投資」を行ってみたいと思いますか。あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。



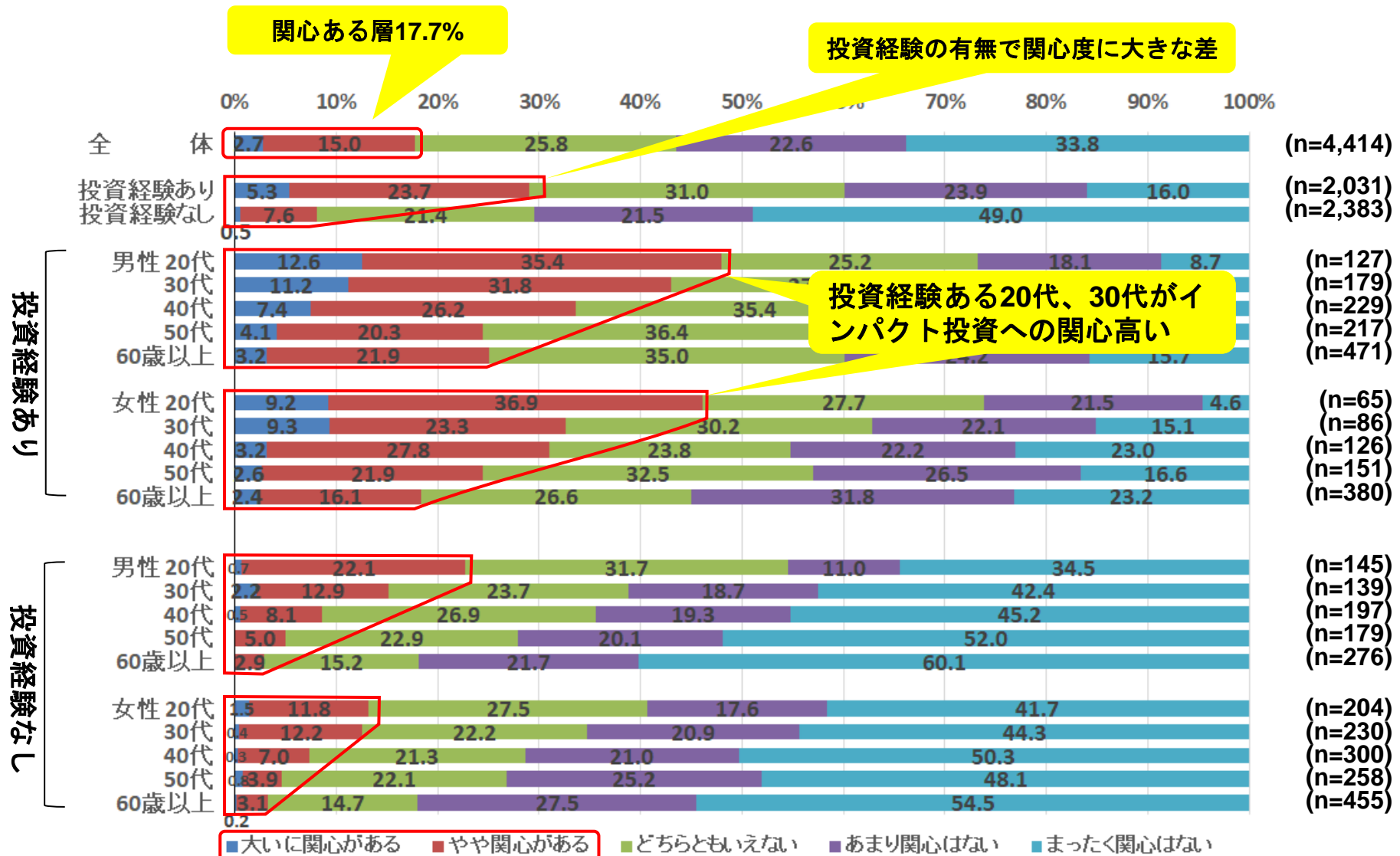
関心ある層は  
17.7%

インパクト投資  
関心度の経年比較



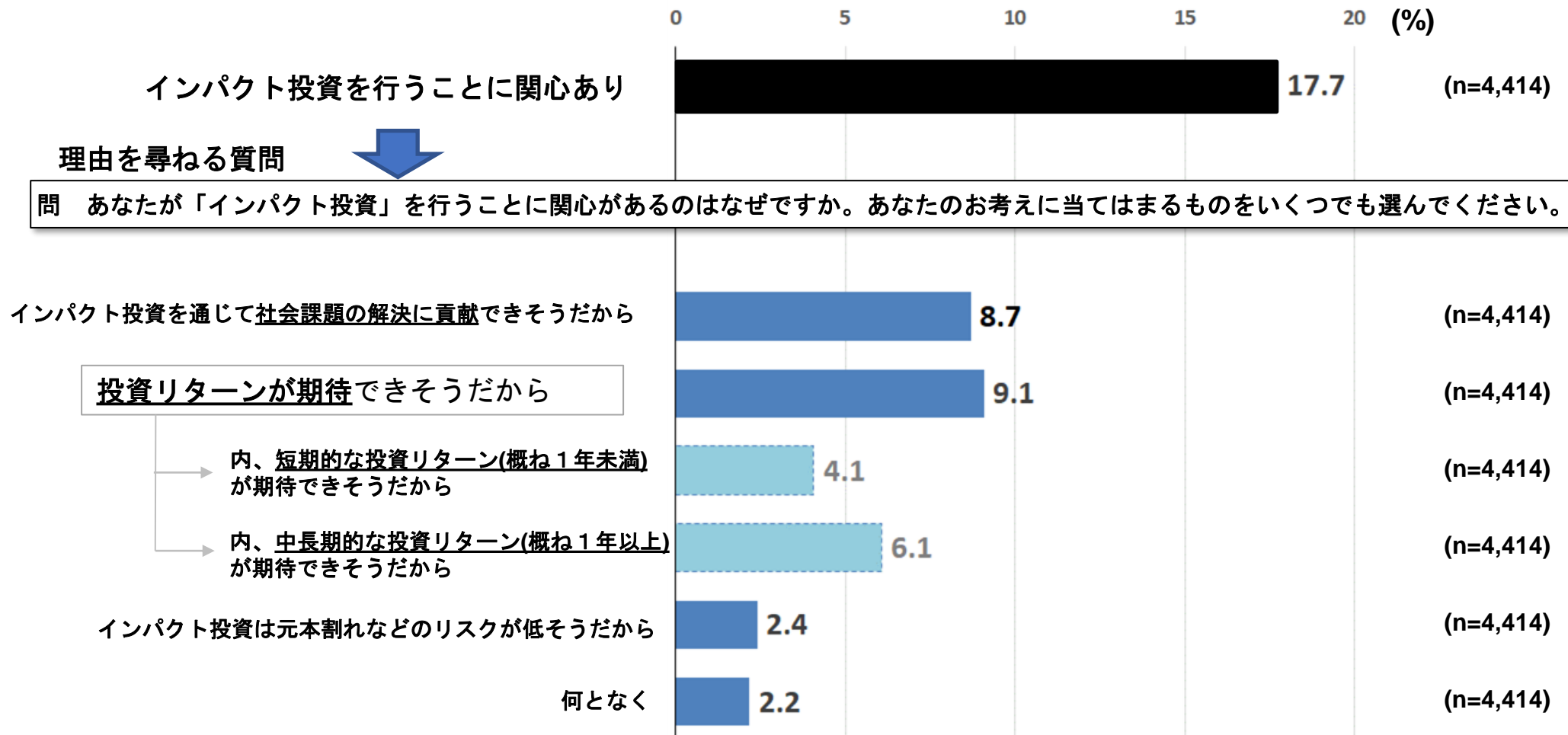
コロナ禍による  
投資意欲減退を  
脱し再増加

- 投資経験の有無で、インパクト投資を行うことへの関心度に大きな差がある。
- 男女とも、投資経験ある20代、30代のいわゆるZ世代、ミレニアル世代がインパクト投資への関心度が高い。



# なぜインパクト投資を行うことに興味あるのか

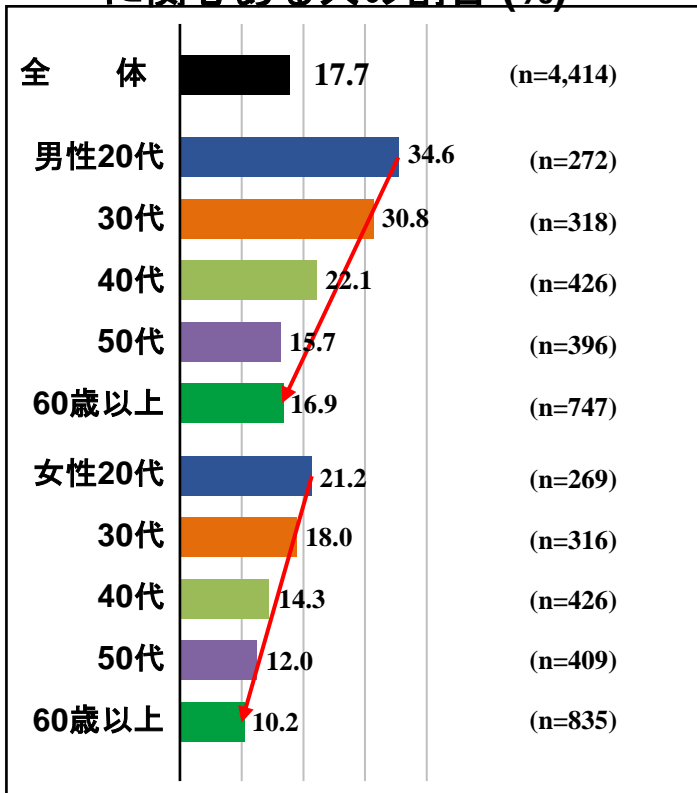
- インパクト投資を行うことに興味ある層(17.7%)のうち、「投資リターンが期待できそうだから」と回答した人と、「社会課題の解決に貢献できそうだから」と回答した人は、ほぼ同割合。
- また、投資リターンを期待する人の中では、短期よりもむしろ中長期でのリターンを期待する人が多い。



- 「社会課題の解決に貢献できそうだから」と回答した人は、全世代にわたって一定割合存在する。
- 一方、投資リターンを期待してインパクト投資に関心ある人の割合は、若年層ほど高い。
- つまり、若年層ほど、インパクト投資を投資商品として捉える傾向があると考えられる。

あなたが「インパクト投資」を行うことに興味があるのはなぜですか。あなたのお考えに当てはまるものをいくつでも選んでください。

インパクト投資を行うことに興味ある人の割合 (%)



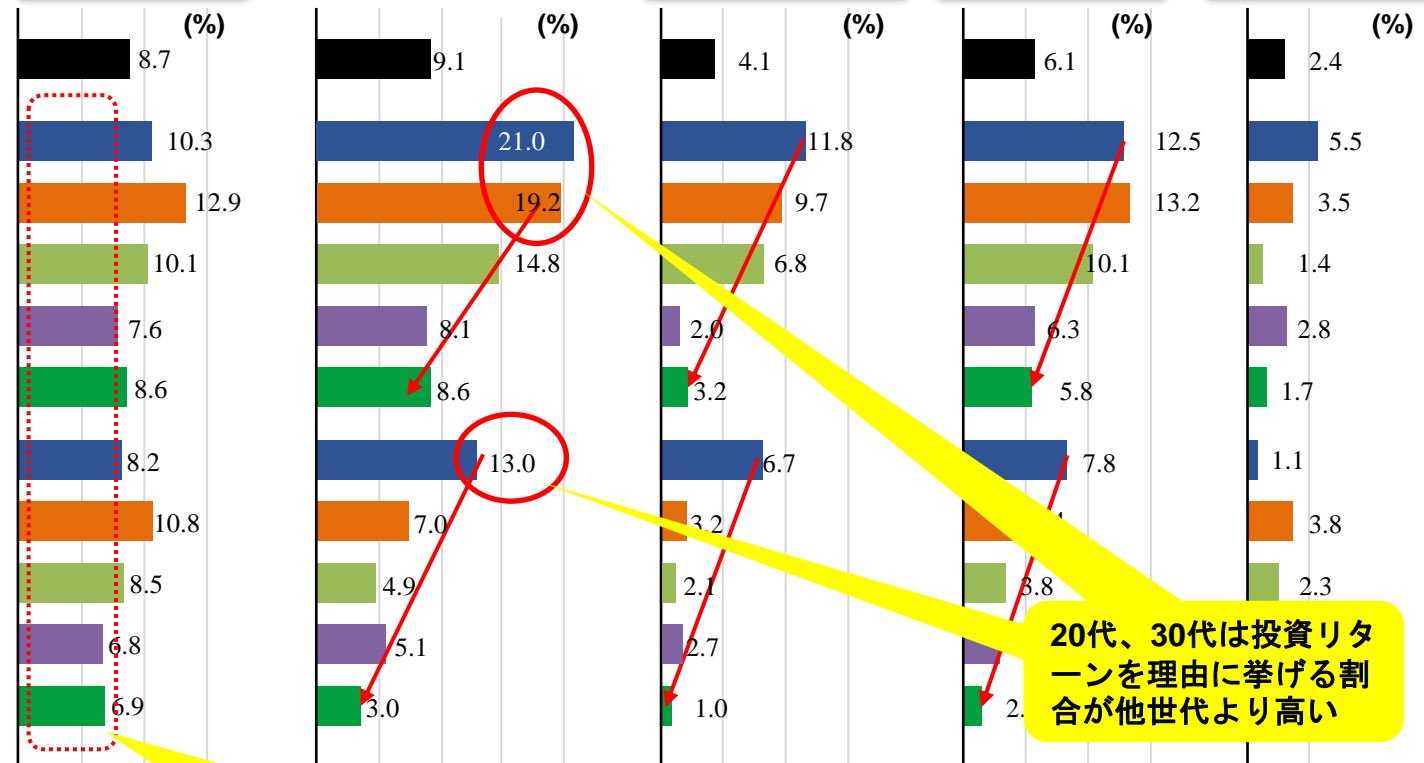
インパクト投資を通じて社会課題の解決に貢献できそうだから

投資リターンが期待できそうだから

内、短期的な投資リターン(概ね1年未満)が期待できそうだから

内、中長期的な投資リターン(概ね1年以上)が期待できそうだから

インパクト投資は元本割れなどのリスクが低そうだから



一定割合の固定層

20代、30代は投資リターンを理由に挙げる割合が他世代より高い

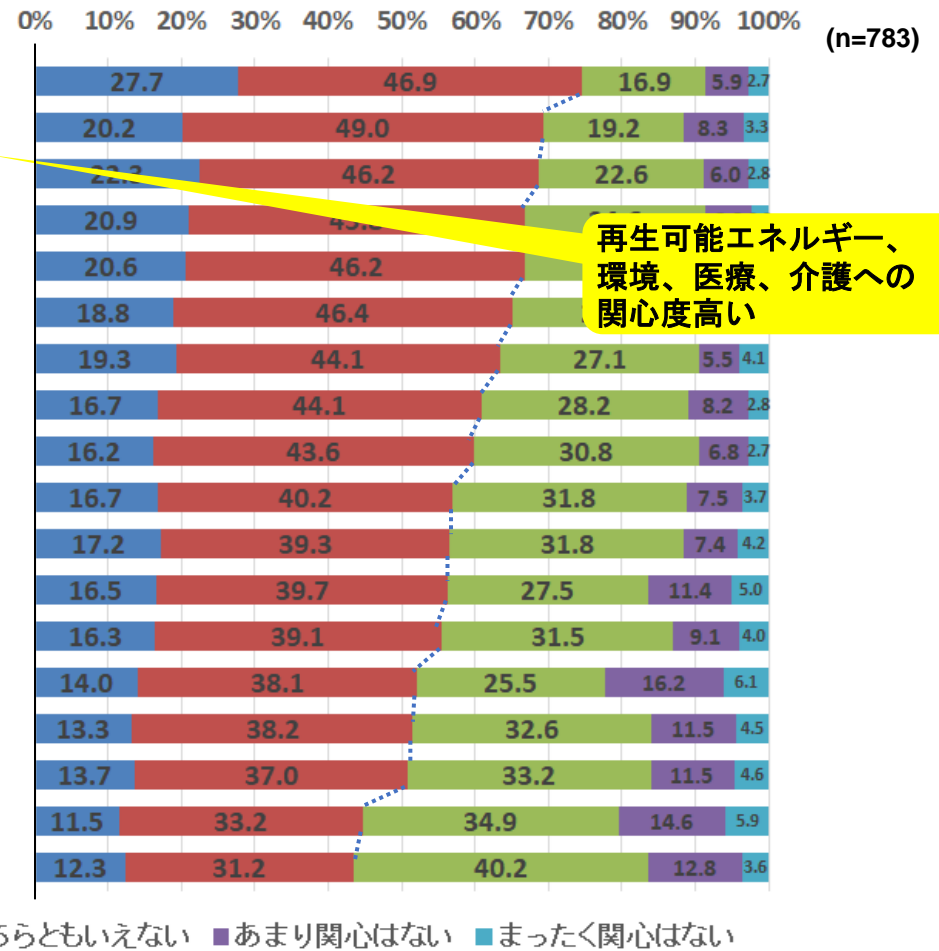
注: %値の算出母数は、「インパクト投資への関心はどちらともいえない」「インパクト投資に関心ない人」も含めた全サンプル。

# 消費者はどの領域に関心を持っているのか？

- インパクト投資を行うことに関心ある層に、社会課題解決のためどのような企業へ投資したいかを尋ねたところ、再生可能エネルギー、環境、医療、介護などSDGs領域を推進する企業への関心度が高い。

社会課題（子どもの貧困、介護問題、引きこもり問題など）の解決に取り組む企業に投資することは、それらの企業への支援につながります。あなたはその企業の株式や投資信託を購入したり、クラウドファンディングで融資や投資を試みようと思いますか。設問ごとにあなたの考えに最も近いものを一つ選んでください。

- 再生可能エネルギーを開発、提供している企業
- 環境保全に役立つ製品、サービスを提供している企業
- 質の高い医療・介護サービス提供や医療・介護費の削減に取り組む企業
- 持続可能な農業のための製品、サービスを提供している企業
- IT、先端技術を応用して社会課題解決に貢献する製品、サービスを提供している企業
- 安全な水資源確保や公衆衛生のための製品、サービスを提供している企業
- 気候変動への適応と緩和のための製品、サービスを提供する企業
- インフラ整備や都市開発向けの製品、サービスを提供している企業
- 企業活動の過程において環境負荷を軽減する努力をしている企業
- 女性、外国人、障がい者、高齢者など多様な社員の活躍を推進する企業
- 仕事を続けながら子どもを育てやすい職場環境を整えている企業
- 質の高い教育・子育てのための製品、サービスを提供している企業
- 仕事を続けながら介護を行いやすい職場環境を整えている企業
- 文化芸術の振興に寄与する製品、サービスを提供している企業
- 貧困層に小口の融資などの金融サービスを提供する、マイクロファイナンス機関
- 質の高い住宅を安価に提供している企業
- フィンテックなどを活用した、革新的な金融サービスを提供している企業
- 中小企業を支援する製品、サービスを提供している企業



■ 大いに興味がある ■ やや興味がある ■ どちらともいえない ■ あまり興味はない ■ まったく興味はない

# 消費者はどの領域に関心を持っているのか -- 性別・世代別順位

- インパクト投資の関心領域を性別、世代別に分けてみると、子育て関連の2つの領域に対して、**20代男性、20代女性、30代女性の関心が高い。**
- 現在または近い将来の子育て世代として、切実な問題意識を持っていることがうかがえる。
- 20代、30代の男性は「インフラ整備や都市開発」への関心が高い。

「大に関心ある」と「やや関心がある」の合計%の順位(上位5位を赤でマーク)

	全体 順位	男性					女性					
		20代	30代	40代	50代	60~	20代	30代	40代	50代	60~	
再生可能エネルギーを開発、提供している企業	1	2	1	1	1	1	6	3	3	4	1	
環境保全に役立つ製品、サービスを提供している企業	2	9	8	5	8	3	3	1	4	2	2	
質の高い医療・介護サービス提供や医療・介護費の削減に取り組む企業	3	8	4	4	5	5	2	4	2	3	5	
持続可能な農業のための製品、サービスを提供している企業	4	13	7	7	2	4	13	9	1	5	3	
IT、先端技術を応用して社会課題解決に貢献する製品、サービスを提供している企業	5	5	6	2	3	2	4	11	12	8	7	
安全な水資源確保や公衆衛生のための製品、サービスを提供している企業	6	10	3	6	13	6	12	5	8	6	4	
気候変動への適応と緩和のための製品、サービスを提供する企業	7	12	5	10	12	7	15	7	11	1	6	
<b>インフラ整備や都市開発向けの製品、サービスを提供している企業</b>	8	1	2	9	10	8	11	13	13	11	9	
企業活動の過程において環境負荷を軽減する努力をしている企業	9	7	12	8	4	9	9	12	5	7	8	
女性、外国人、障がい者、高齢者など多様な社員の活躍を推進する企業	10	6	9	17	9	13	8	8	6	10	11	
<b>仕事を続けながら子どもを育てやすい職場環境を整えている企業</b>	11	4	13	14	11	17	1	2	7	15	12	
<b>質の高い教育・子育てのための製品、サービスを提供している企業</b>	12	3	11	13	14	11	5	6	15	12	14	
仕事を続けながら介護を行いやすい職場環境を整えている企業	13	15	14	11	15	12	7	10	10	9	13	
文化芸術の振興に寄与する製品、サービスを提供している企業	14	18	17	16	16	10	10	15	9	13	10	
貧困層に小口の融資などの金融サービスを提供する、マイクロファイナンス機関	15	17	16	3	6	15	14	16	18	16	15	
質の高い住宅を安価に提供している企業	16	16	10	15	7	14	16	14	14	14	16	
フィンテックなどを活用した、革新的な金融サービスを提供している企業	17	11	15	12	17	16	18	18	17	17	18	
中小企業を支援する製品、サービスを提供している企業	18	14	18	18	18	18	17	17	16	18	17	
	n=	783	94	98	94	62	126	57	57	61	49	85

- インパクト投資の意味を多少なりとも知る人の割合は7.1%となり、2019年からの経年比較で初めて7%を超えた。
- 投資経験のある20代と30代（Z世代、ミレニアル世代）の認知度が高い。
- 実際にインパクト投資を行うことに関心を持つ人の割合は、以降コロナ禍で投資意欲が減退した期間を脱し、2022年は上向きに転じ17.7%となった。
- 認知度と同様、投資経験ある20代、30代 のインパクト投資関心度が高い。
- インパクト投資への関心理由を見ると、「社会課題解決への貢献」を挙げた人の割合は世代を跨って一定割合存在する。
- インパクト投資の関心領域としては、再生可能エネルギー、環境、医療、介護などが上位に来る。
- ただし20代、30代では子育てが上位にランクされる。
- 今後のインパクト投資商品のマーケティングの示唆として、訴求するメリットを世代別にを差別化することが有効と考えられる。  
例1：社会貢献の意義を全世代にわたって訴求し、20、30代には他商品と遜色ない投資リターンを訴求  
例2：20代、30代には子育て支援を訴求

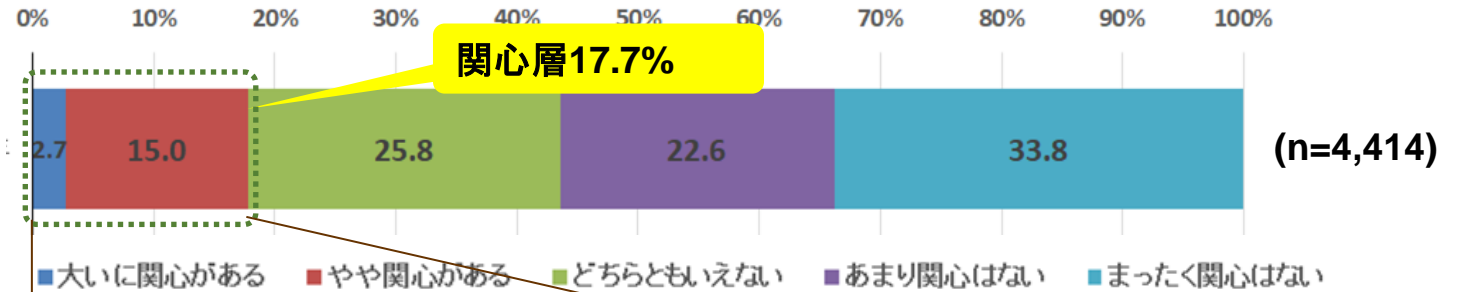


# インパクト投資に割いてもよいと考える金額

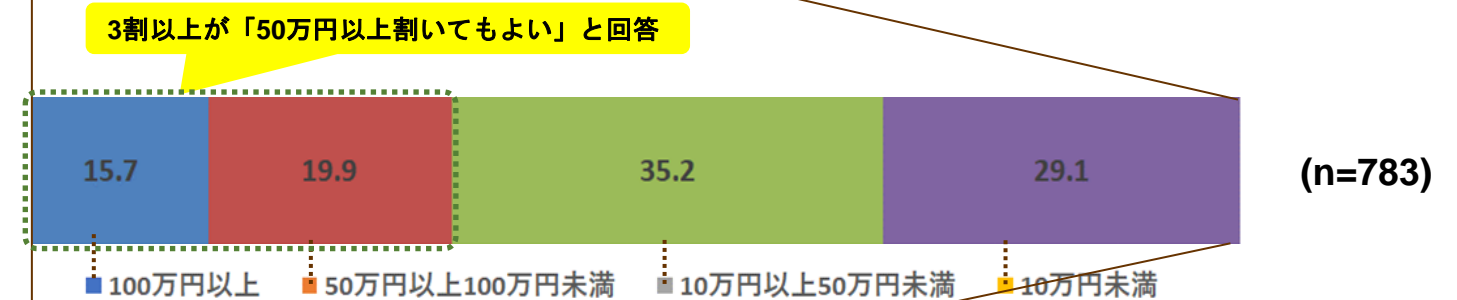
# インパクト投資実施への関心度と、割いてもよい金額の関係

- インパクト投資の実施に関心ある17.7%の人に、インパクト投資に割いてもよい金額を尋ねたところ、3割以上が50万円以上と回答。
- 今までインパクト投資という言葉聞いたことがない人が8割という状況下としては、健闘しているといえる。

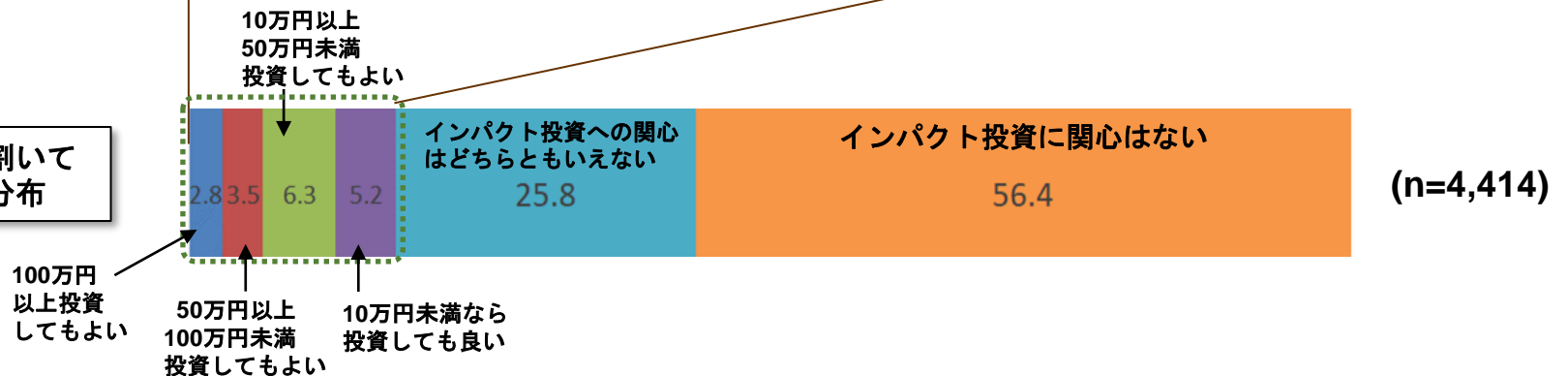
(問再掲) あなたは、「インパクト投資」を行ってみたいと思いますか。あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。



(関心ある回答者対象の設問) あなたは資産運用の中で、いくらくらいまでなら「インパクト投資」に資金を割いてもよいと思いますか。

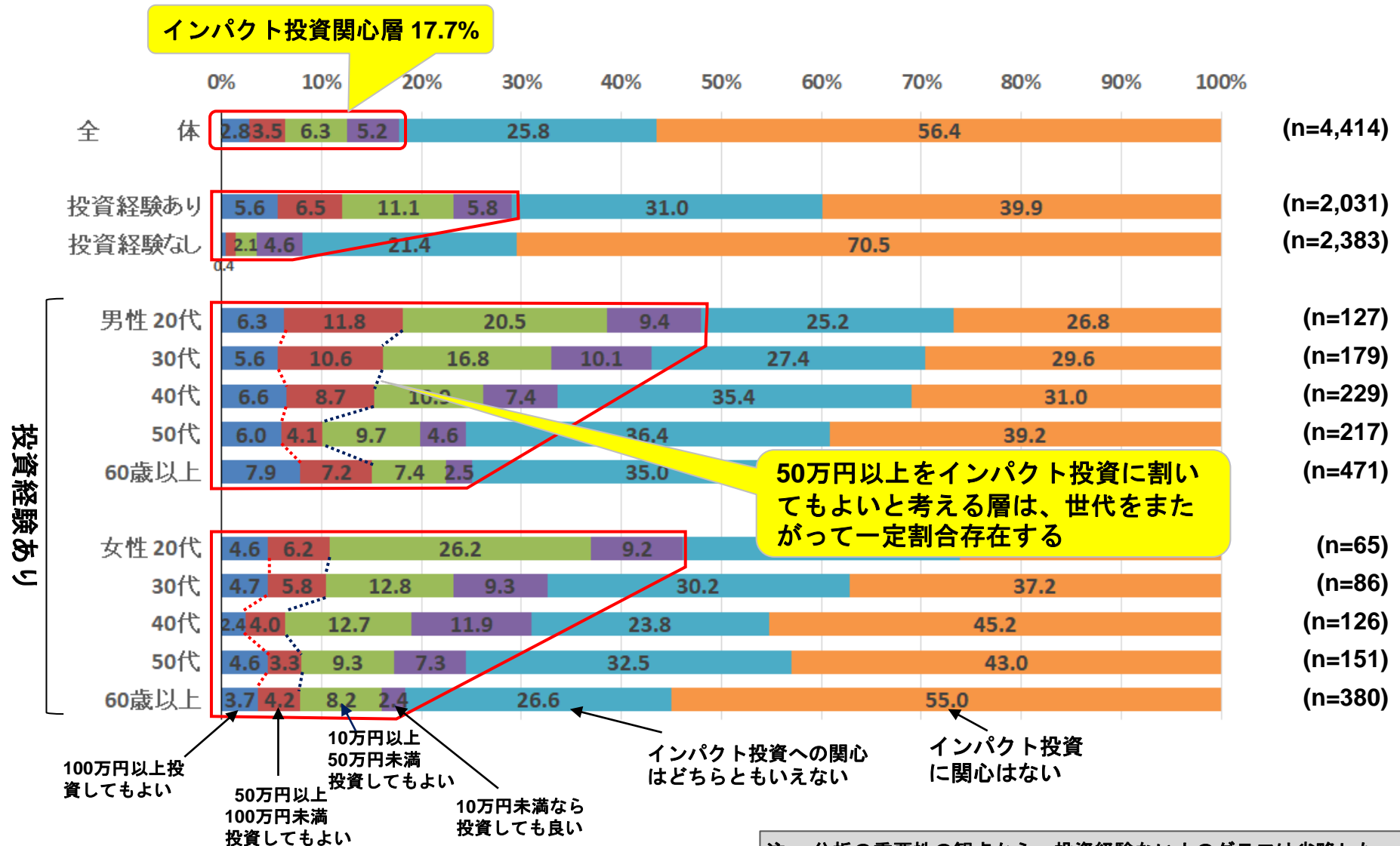


インパクト投資関心度と、割いてもよい金額を統合した回答分布



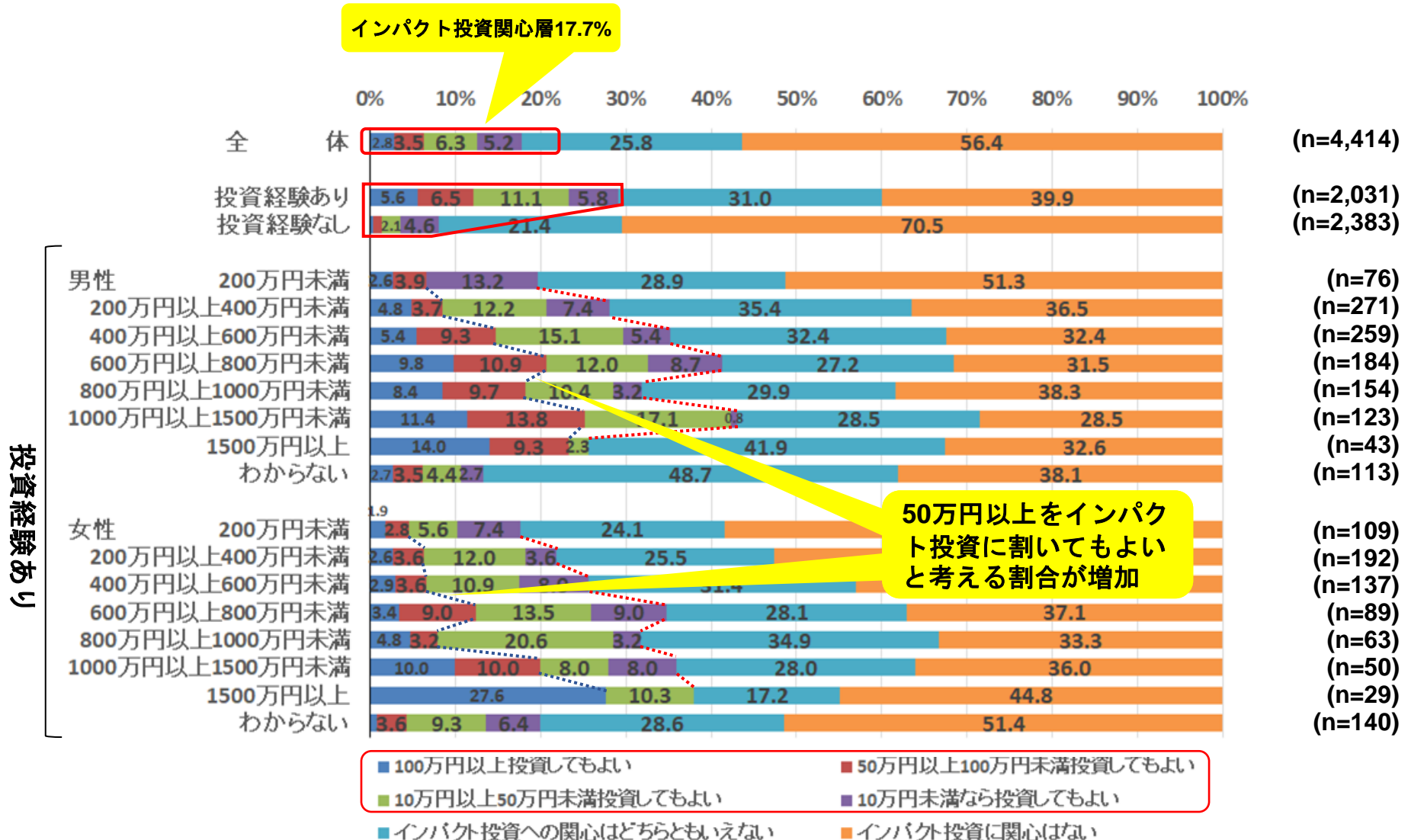
# インパクト投資に割いてもよい金額 -- 世代別クロス

- 投資経験のある人を世代別に分析したところ、インパクト投資に50万円以上を投資してもよいというロイヤルティの高い層が、世代をまたがって一定割合存在している。



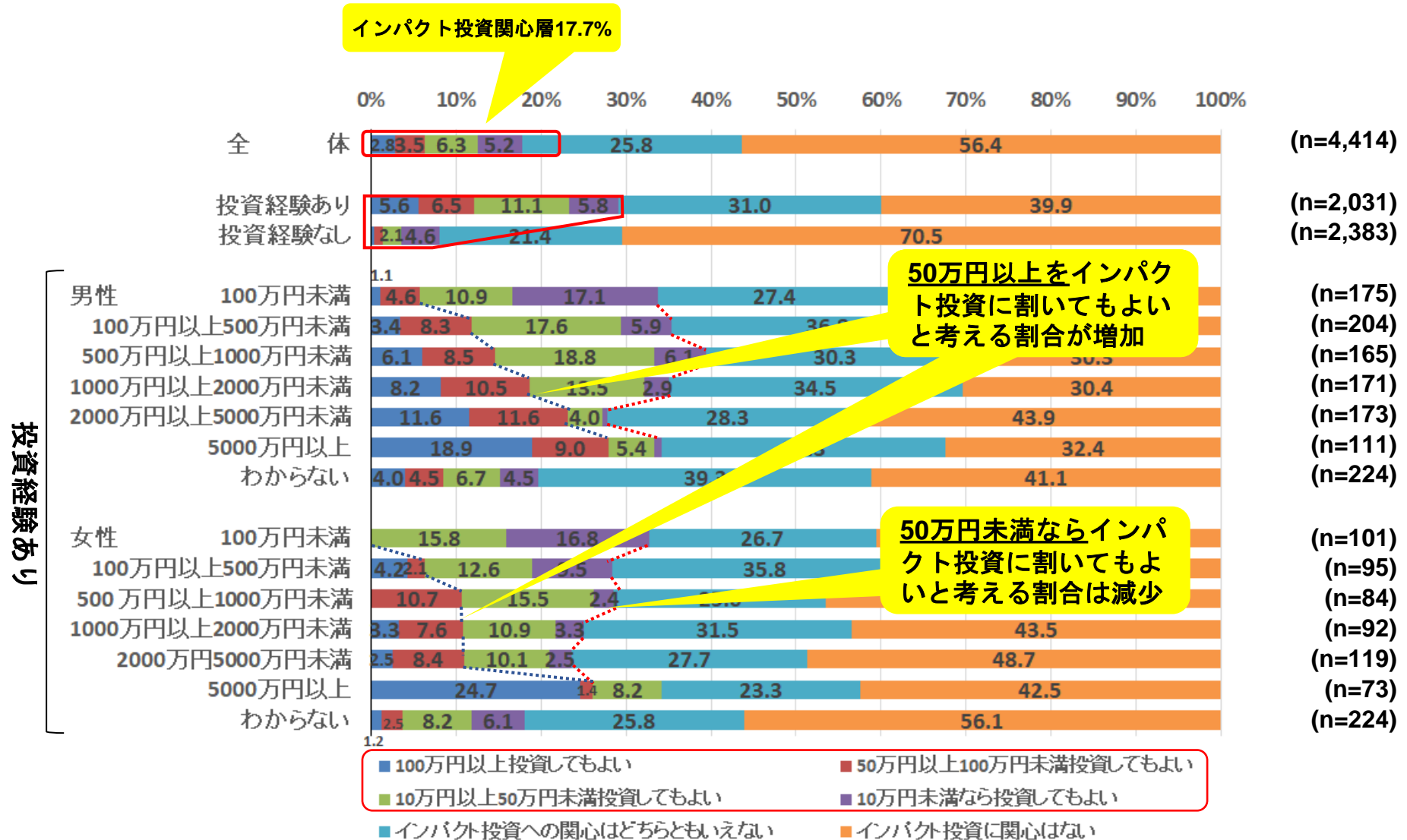
# インパクト投資に割いてもよい金額 -- 世帯年収別クロス

- 多少の凹凸はあるが世帯年収が高い人ほどインパクト投資への関心度は大きくなり、また50万円以上を割いてもよい割合も増加する。



注：分析の重要性の観点から、投資経験ない人のグラフは省略した。

- 世帯金融資産の上昇に伴い、50万円以上割いてもよい人の割合が、凹凸なく一貫して増加する。
- 一方で、50万円未満なら割いてもよい人の割合は、世帯金融資産の上昇とともに減少する。



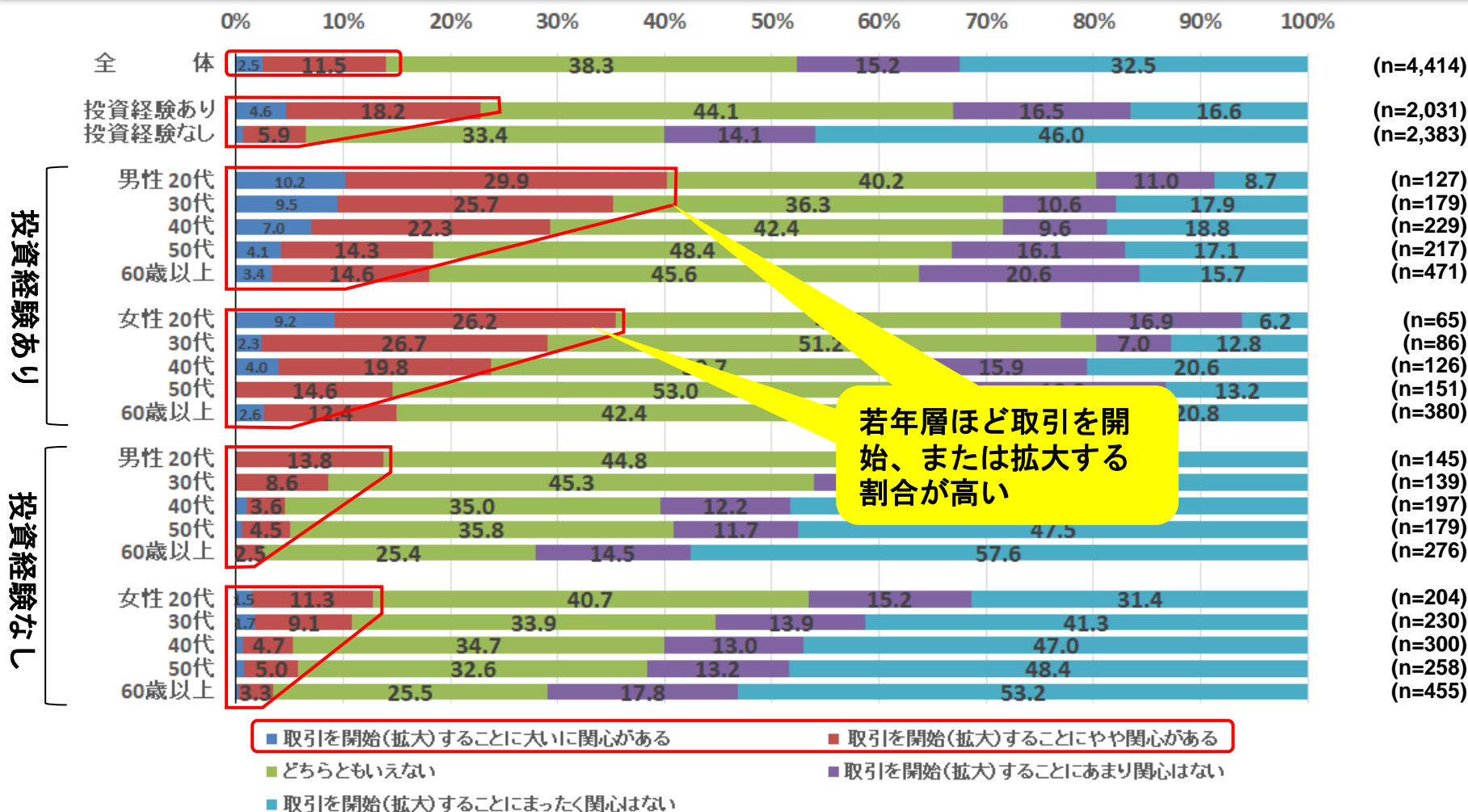
- 世代別に見ると、50万円以上をインパクト投資に割いてもよいという高ロイヤルティ層は各世代に一定割合存在する。
  - 世帯収入や世帯金融資産が上がると、50万円以上をインパクト投資に割いてもよい人の割合は増加する。
  - 特に世帯金融資産との相関が高く、世帯金融資産が上がると凹凸なしで一貫して同上割合は増加する。
  - 世帯金融資産が上がると、50万円未満ならインパクト投資に割いてもよいという、浮動票的な人の割合は減少する。
- 
- 今後の有望顧客層の抽出に際しては、年収よりも金融資産をキーに用いることが有効と考えられる。

# 消費者の金融機関などへの意向

# インパクト投資商品を扱う金融機関への選好度

- インパクト投資商品を扱う金融機関と、取引を開始または拡大する意向があるかどうかを尋ねた。
- 男女問わず、若年層ほど取引を開始、または拡大すると回答した割合が高い。
- ただし、投資経験がない人は、インパクト投資商品を理由に金融機関に誘引される可能性は低い。

問 銀行、証券会社などの金融機関がインパクト投資商品を扱っていると知った場合、あなたはその金融機関に口座を開設するなど、新たに取引を始めたいと思いますか。あるいは既に取引がある場合は預け資産を増やすなど取引を拡大したいと思いますか。あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。

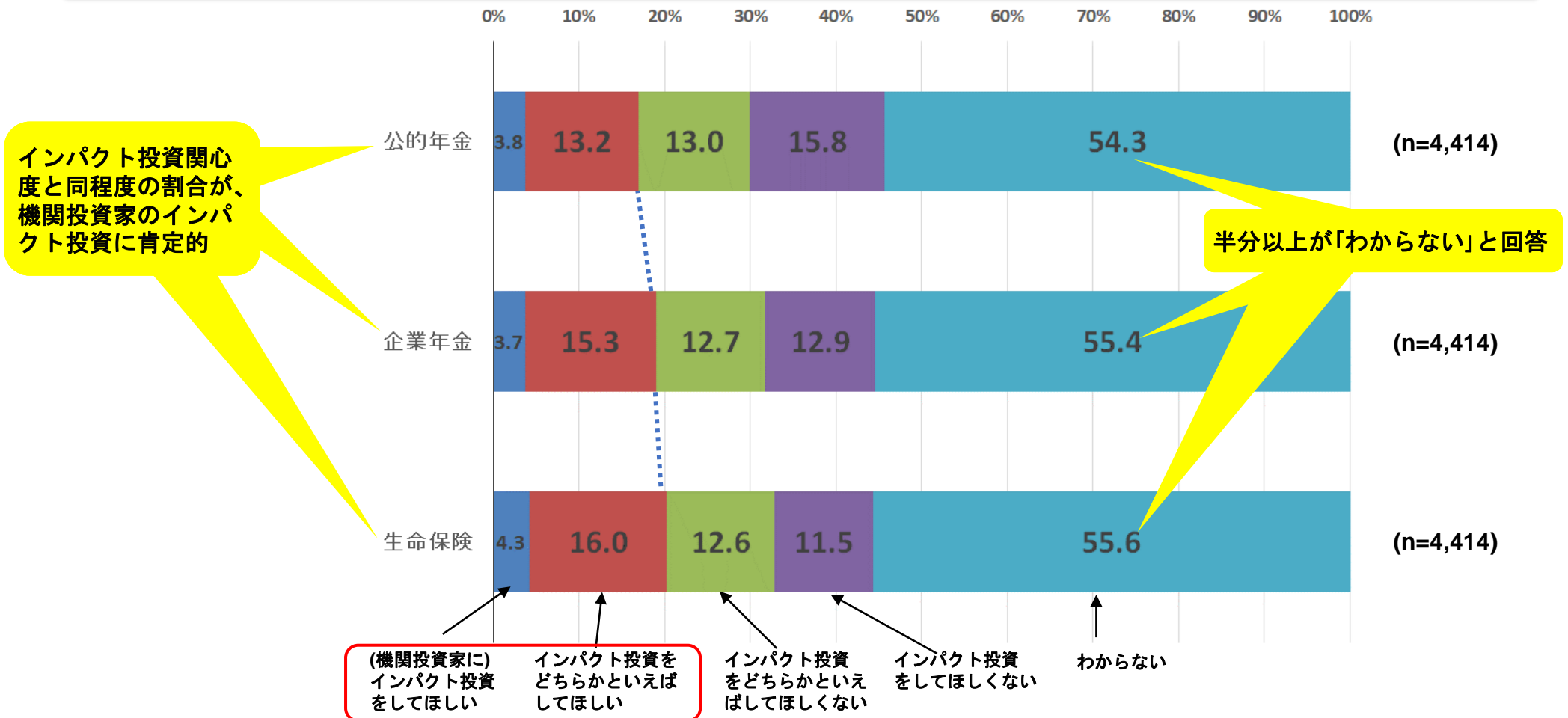




# 機関投資家がインパクト投資を行うことへの肯定度

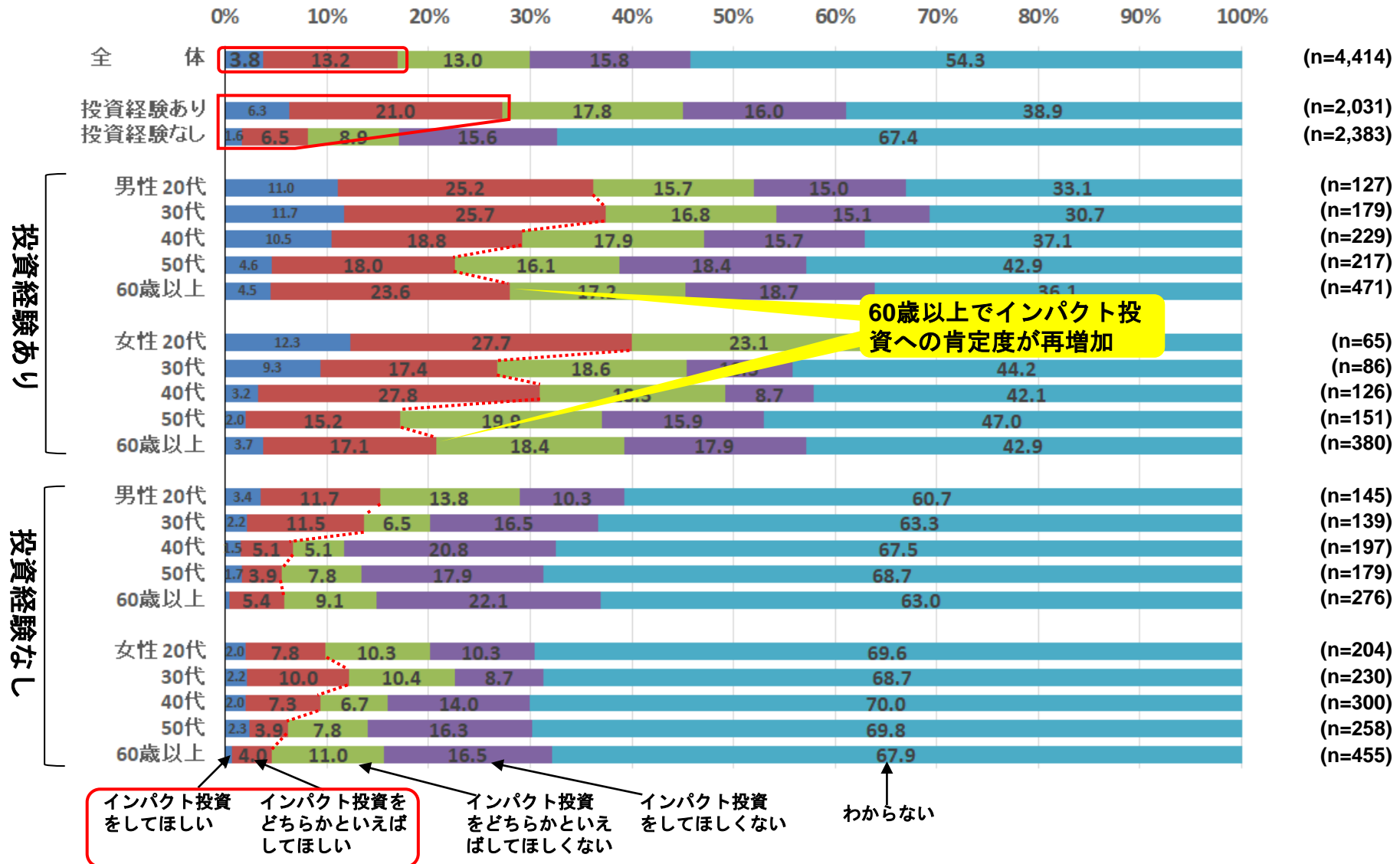
- 公的年金、企業年金、生保の機関投資家がインパクト投資を行うことに対しては、インパクト投資関心度（17.7%）と同程度の約2割が肯定的である。
- 一方、半分以上が「わからない」と回答。

問 あなたの資産を運用している公的年金、企業年金、保険会社が、「インパクト投資」を行うことについてどのように思いますか。あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。



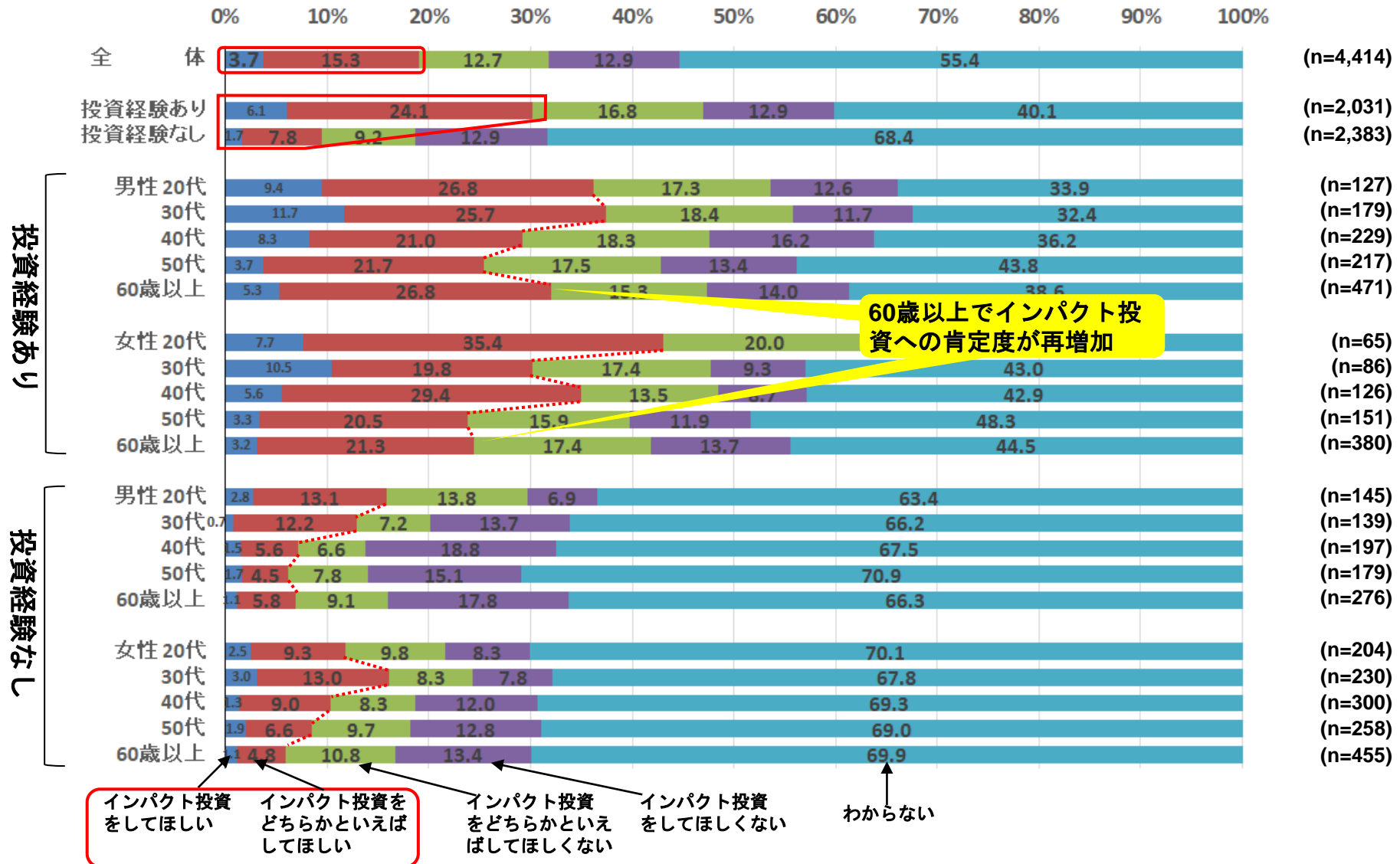
# 公的年金がインパクト投資を行うことへの肯定度

- 投資経験の有無により、公的年金がインパクト投資を行うことへの肯定度に差が出ている。
- 凹凸はあるものの、概ね若年層ほど肯定的である。
- 世代の上昇とともに肯定度は減少するが、投資経験ある60歳以上で増加に転じている点に着目すべき。



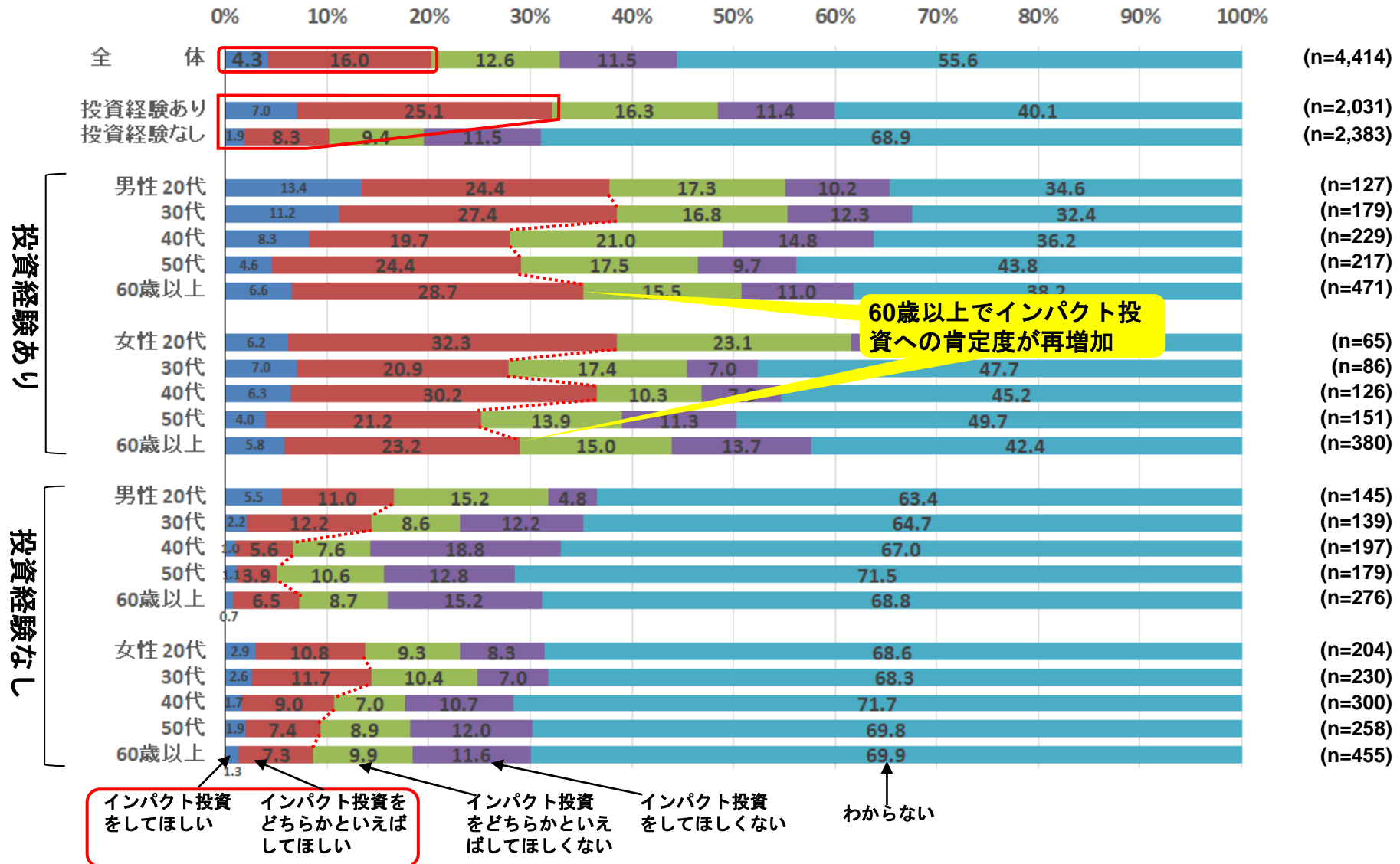
# 企業年金がインパクト投資を行うことへの肯定度

- 企業年金も、公的年金と同様の回答分布となっており、投資経験者、若年層ほど肯定度が高い。
- 公的年金同様、投資経験ある60歳以上で肯定度が増加に転じている。



# 生命保険がインパクト投資を行うことへの肯定度

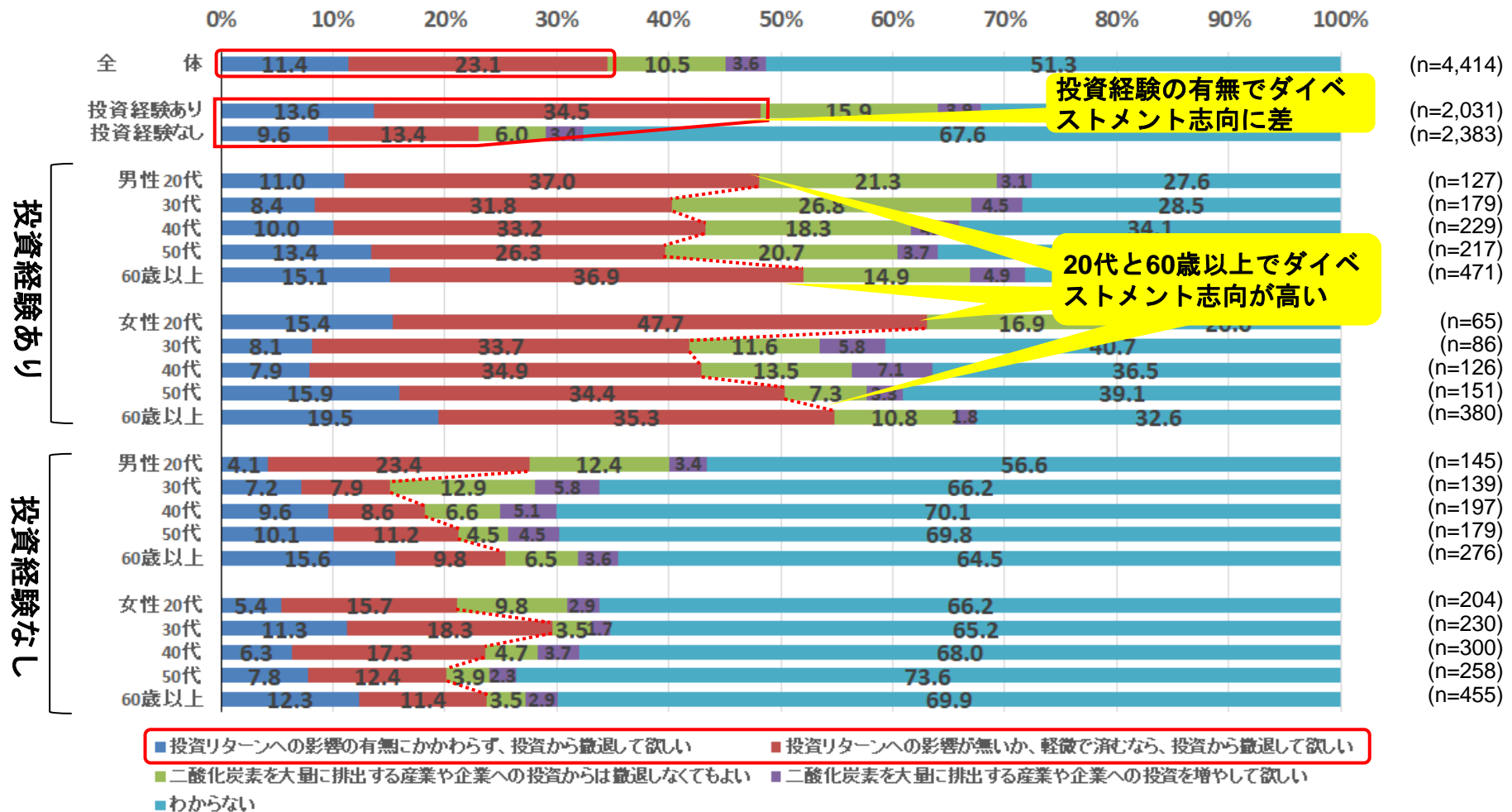
- 生命保険の場合も、若年層ほど、生保会社がインパクト投資を行うことへの肯定度は高い
- ただ、生命保険は私的人格が強いためか、公的年金や企業年金に比べて世代による肯定度の格差は少ない。
- 生命保険でも、投資経験ある60歳以上での肯定度が増加に転じている。



# 環境に有害な企業からのダイベストメント（投資撤退）志向

- 投資経験の有無により、ダイベストメント志向に差が出ている。
- 投資経験ある20代と、同じく投資経験ある60歳以上のダイベストメント志向が他世代に比べ高い。

問 あなたの資産を運用している公的年金、企業年金、生命保険会社が温室効果ガスとされる二酸化炭素を大量に排出する産業や企業に投資しているとします。あなたはそのような投資を今後どうすべきと思いますか。あなたのお考えに最も近いものを一つ選んでください。



- インパクト投資商品を扱う金融機関とは、投資経験ある若年層ほど、新たに取引を開始したり既存の取引を拡大しようという割合が高い。
- ただし、投資経験がない人は若年層であっても、インパクト投資商品を理由に金融機関に誘引される可能性は低い。
- 機関投資家によるインパクト投資に対しては、投資経験ある20代、30代は肯定的。
- その後40代、50代にかけて肯定度は減少するものの、60歳以上で再び増加に転じている。
- 二酸化炭素排出企業ないし産業からのダイベストメント（投資撤退）では、20代と60歳以上のダイベストメント志向が高く、間の30代、40代、50代では低い。
  
- 今後Z世代やその次の世代が新たに年金や生命保険に加入するにつれ、機関投資家によるインパクト投資に対する肯定度は高まり、インパクト投資への追い風となるものと期待される。
- 一方で、機関投資家によるインパクト投資への肯定度の低い40代、50代が将来年金受給者に転じた際、受給水準を巡って、インパクト投資に対して更にネガティブとなる可能性がある。

# パーソナリティ分析

- インパクト投資の有望顧客層の抽出を目的に、パーソナリティ分析を実施した。
- 24問の設問への回答と、インパクト投資関心度との相関を調べ、インパクト投資有望顧客層のペルソナ象を探る。

【パーソナリティを尋ねる設問: 1カテゴリー4問 × 6カテゴリー = 計24問】

<b>環境志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 自然や地球環境を大事にしたい</li><li>• リサイクルを心がけ、なるべくゴミを出さずに暮らしたい</li><li>• 環境に配慮した生活を送りたい</li><li>• 多少高くても環境に配慮した商品を選択したい</li></ul>	<b>絆・利他志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 身近な人とのふれあいを大切にしたい</li><li>• 仕事よりも家族や子どもとの時間を大切にしたい</li><li>• 困っている人を助けたい</li><li>• 自分ひとりの幸せよりもみんなの幸せを考えたい</li></ul>
<b>イノベーション志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 世の中の物事、出来事に広く関心を持ちたい</li><li>• 新たなアイデアを考えたい</li><li>• 冒険したい、ワクワクすることをした</li><li>• 流行に後れず、敏感でいたい</li></ul>	<b>規範・伝統志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• いつも他人に礼儀正しく接するべきだ</li><li>• 誰も見ていないときも、ルールに従うべきだ</li><li>• 伝統や常識を重んじる方だ</li><li>• これまでの慣習に従うことが大事だ</li></ul>
<b>上昇志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 人生の勝ち組になりたい</li><li>• 実力を発揮し、人から賞賛されたい</li><li>• 職場で昇格、昇給したい</li><li>• 責任者となり、他人を指導したい</li></ul>	<b>快適・快樂志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 人生をエンジョイしたい</li><li>• 気ままに暮らしたい</li><li>• 人生でいろいろな経験をしたい</li><li>• 環境に配慮するよりも快適性、利便性を重視したい</li></ul>

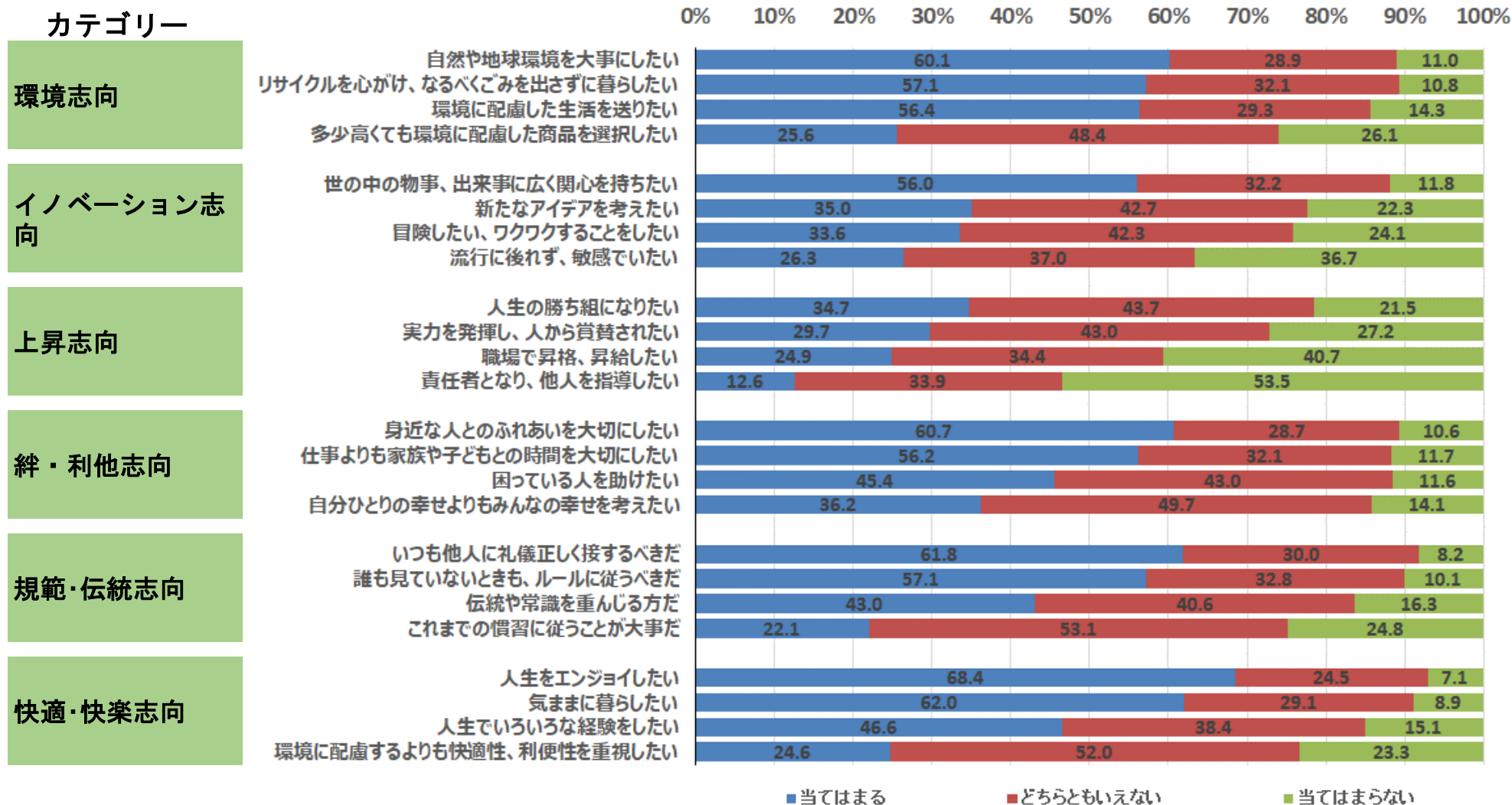
24個の設問ごとに、①あてはまる、②どちらともいえない、③あてはまらない を選択



# パーソナリティ分析の概要(2) – 各24設問の単純集計

- 設問によって回答分布は様々であり、これら設問への回答をクロスキーに用いてインパクト投資関心度を分析する。

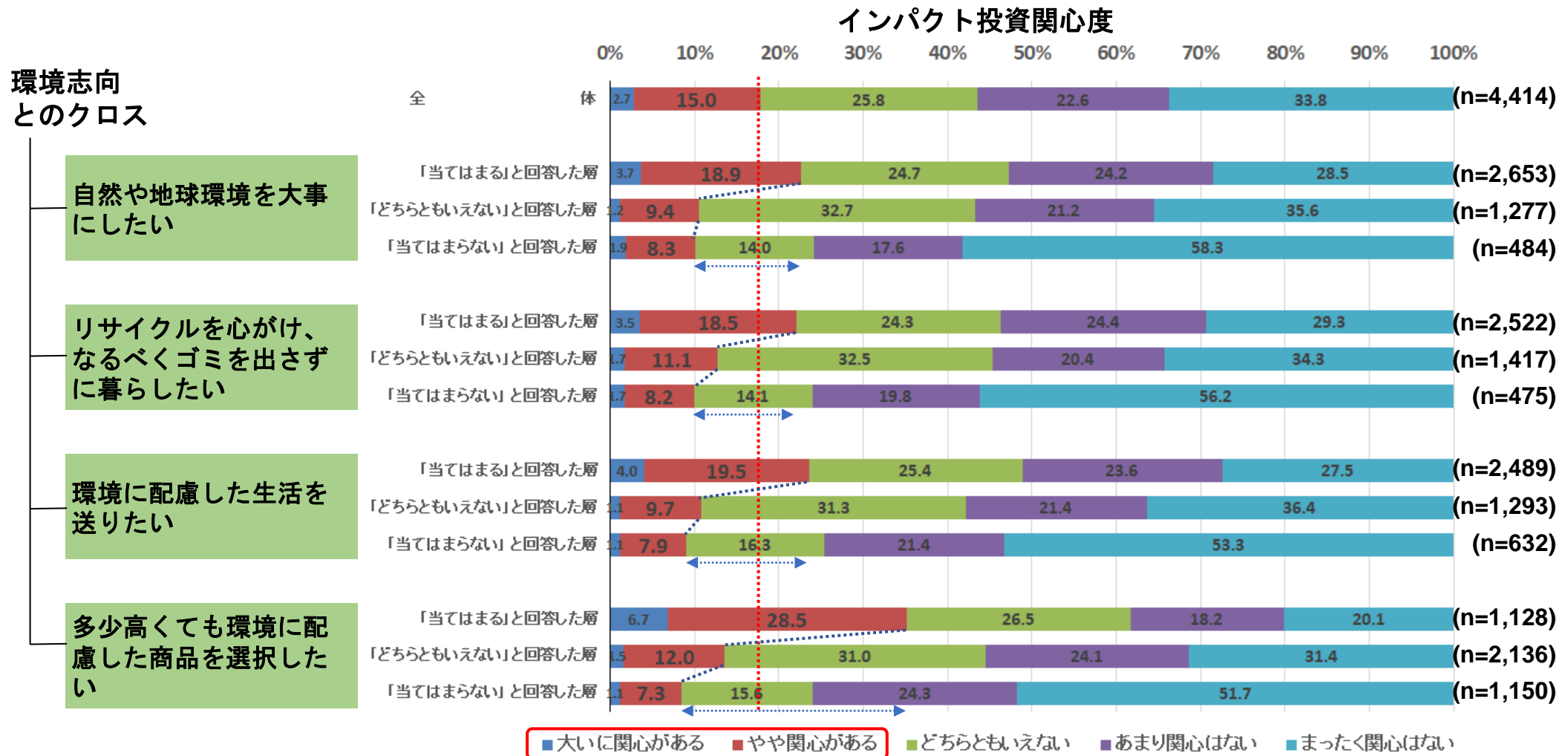
(n=4,414)



# 各24設問の回答と、 インパクト投資関心度との相関

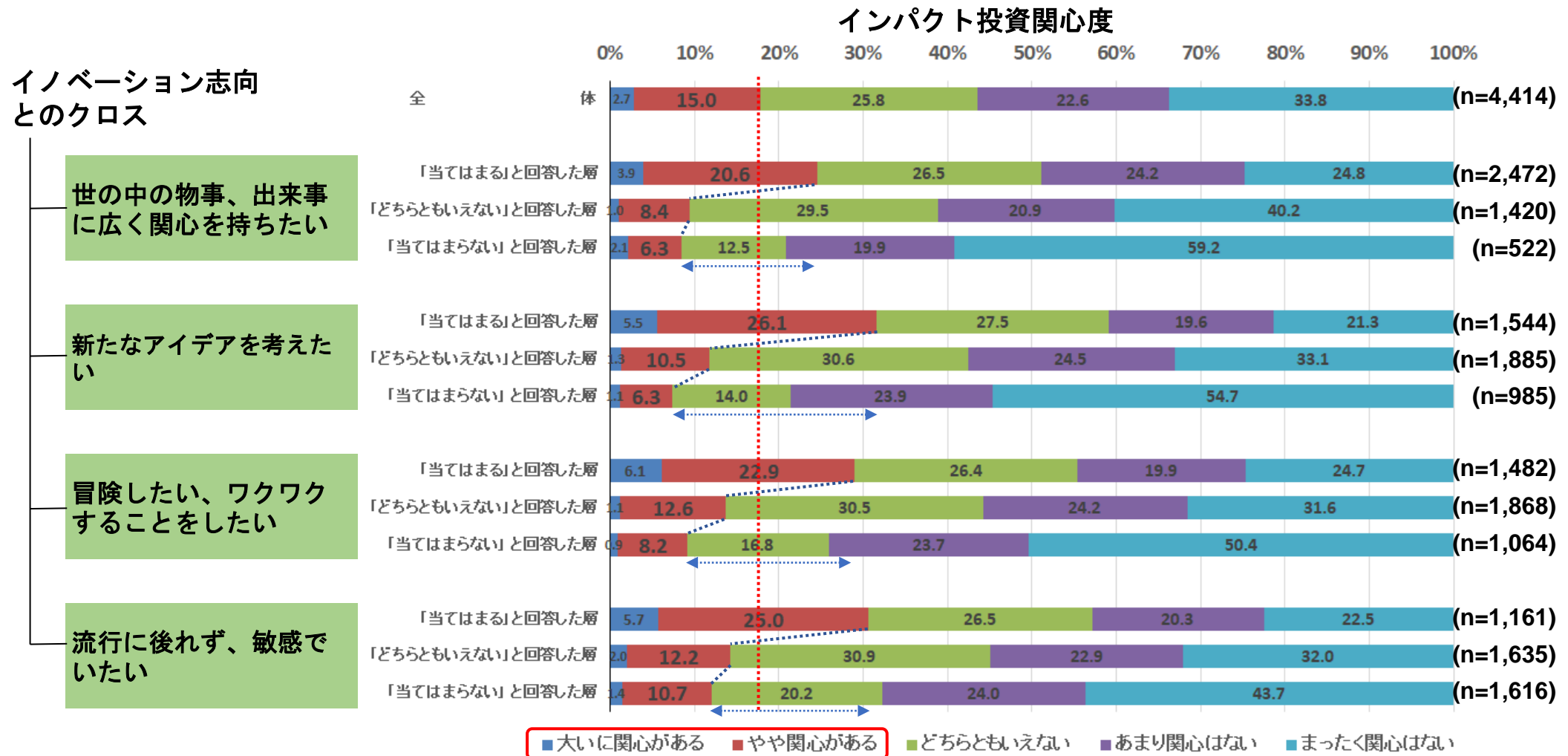
# 環境志向と、インパクト投資関心度との相関

- 環境関連の各設問で「当てはまる」と回答している層は、インパクト投資への関心度も高い。
- 特に「多少高くても環境に配慮した商品を選択したい」の回答では、「当てはまる」の層と「当てはまらない」の層の間で、インパクト投資関心度に大きな開きがあり、相関度合いが強い。



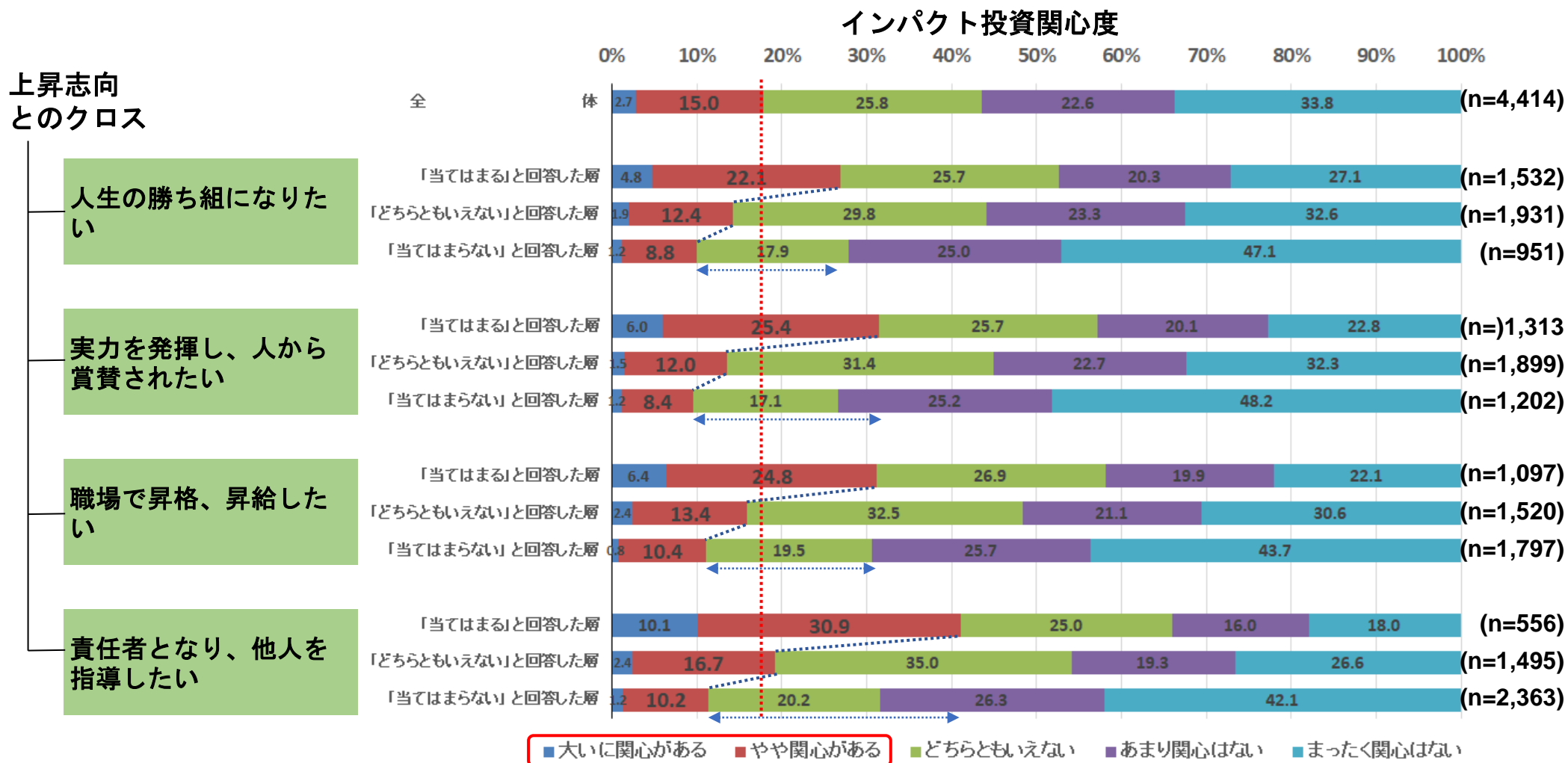
# イノベーション志向と、インパクト投資関心度との相関

- イノベーション志向の各設問に「当てはまる」と回答した層は、「当てはまらない」と回答した層に比べて、インパクト投資への関心度の相対差が大きい。
- つまり、イノベーション志向とインパクト投資関心度の相関は高いといえる。

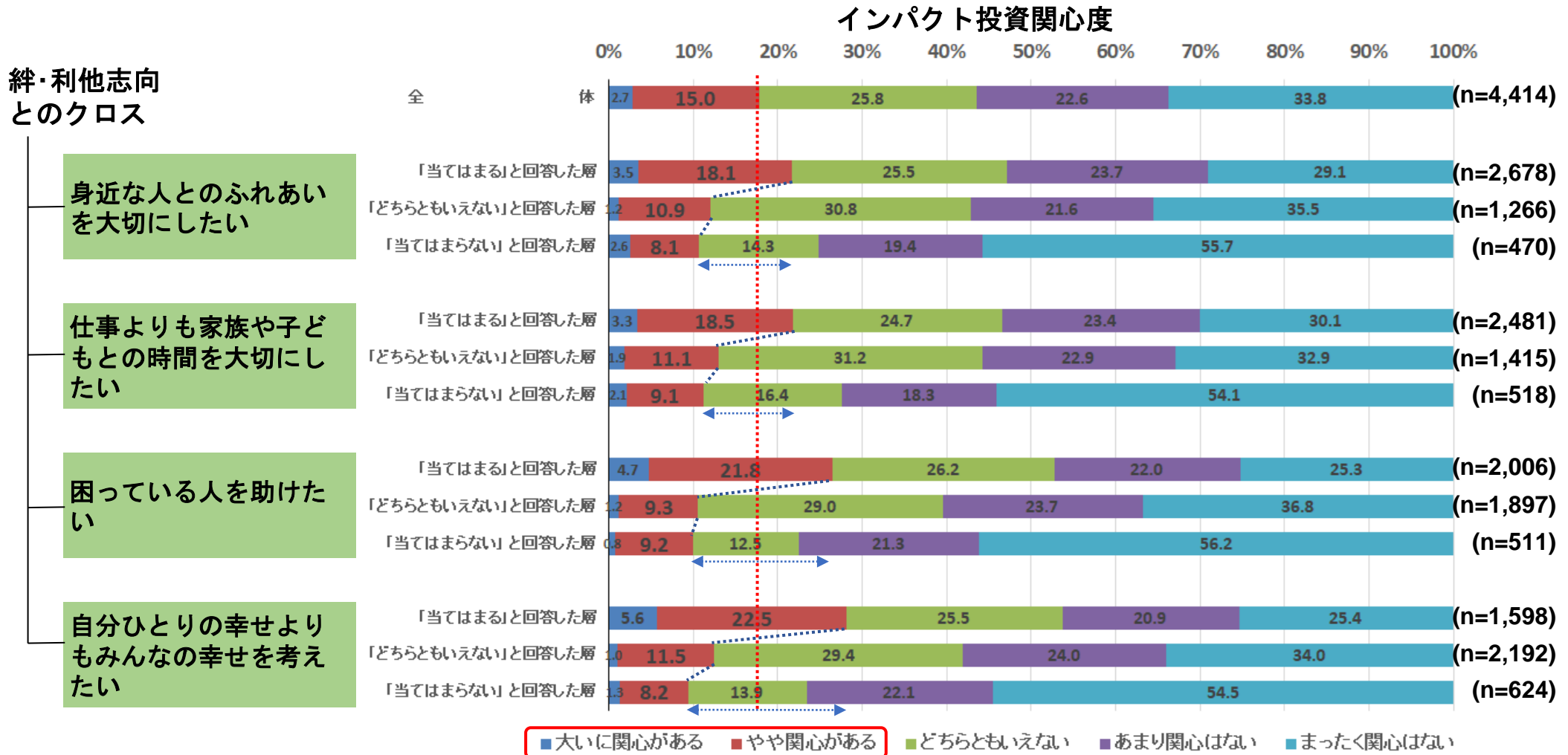


# 上昇志向と、インパクト投資関心度との相関

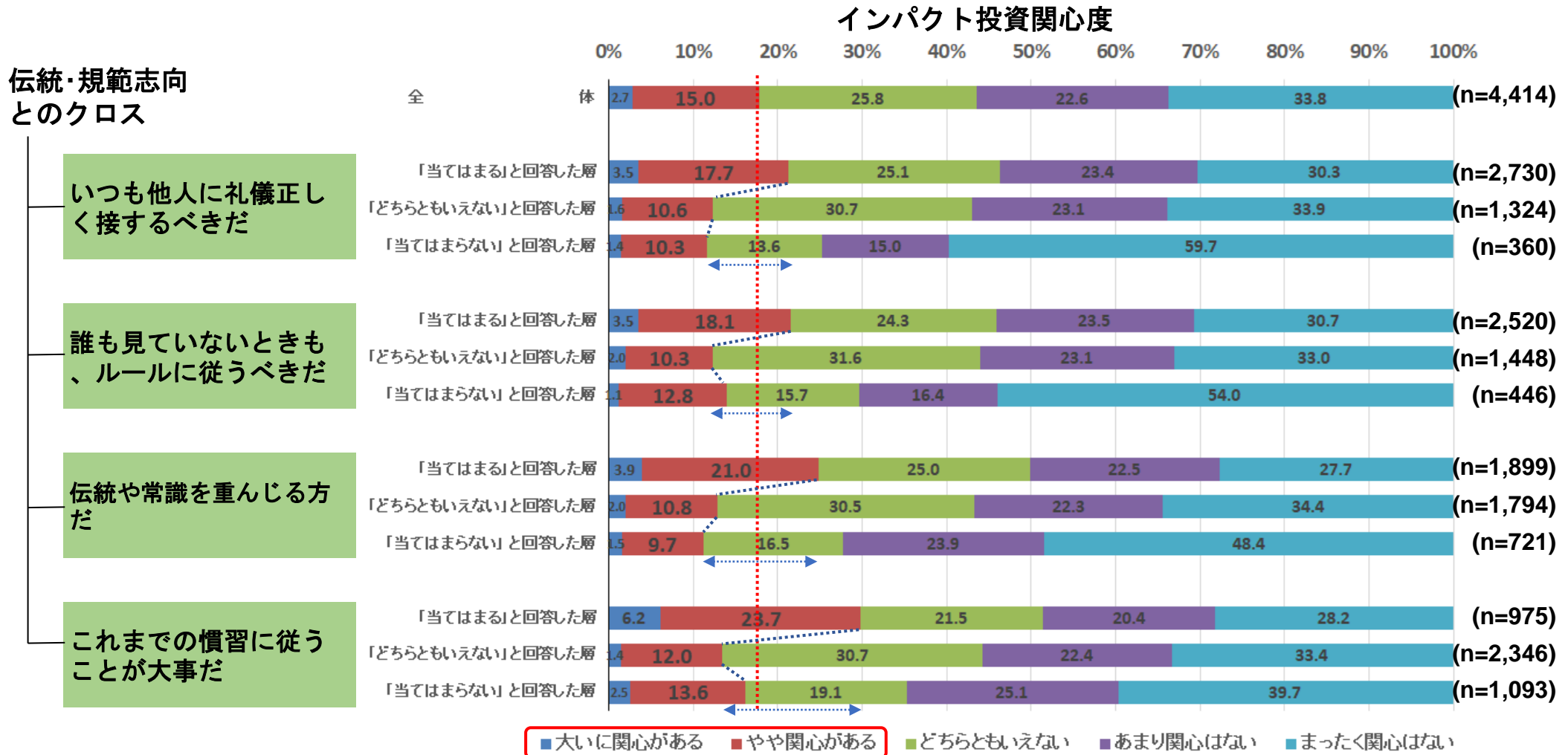
- ・イノベーション志向と同様、上昇志向も、インパクト投資関心度との相関が高い。



- 絆・利他志向の各回答と、インパクト投資関心度の相関度合いは強くない。

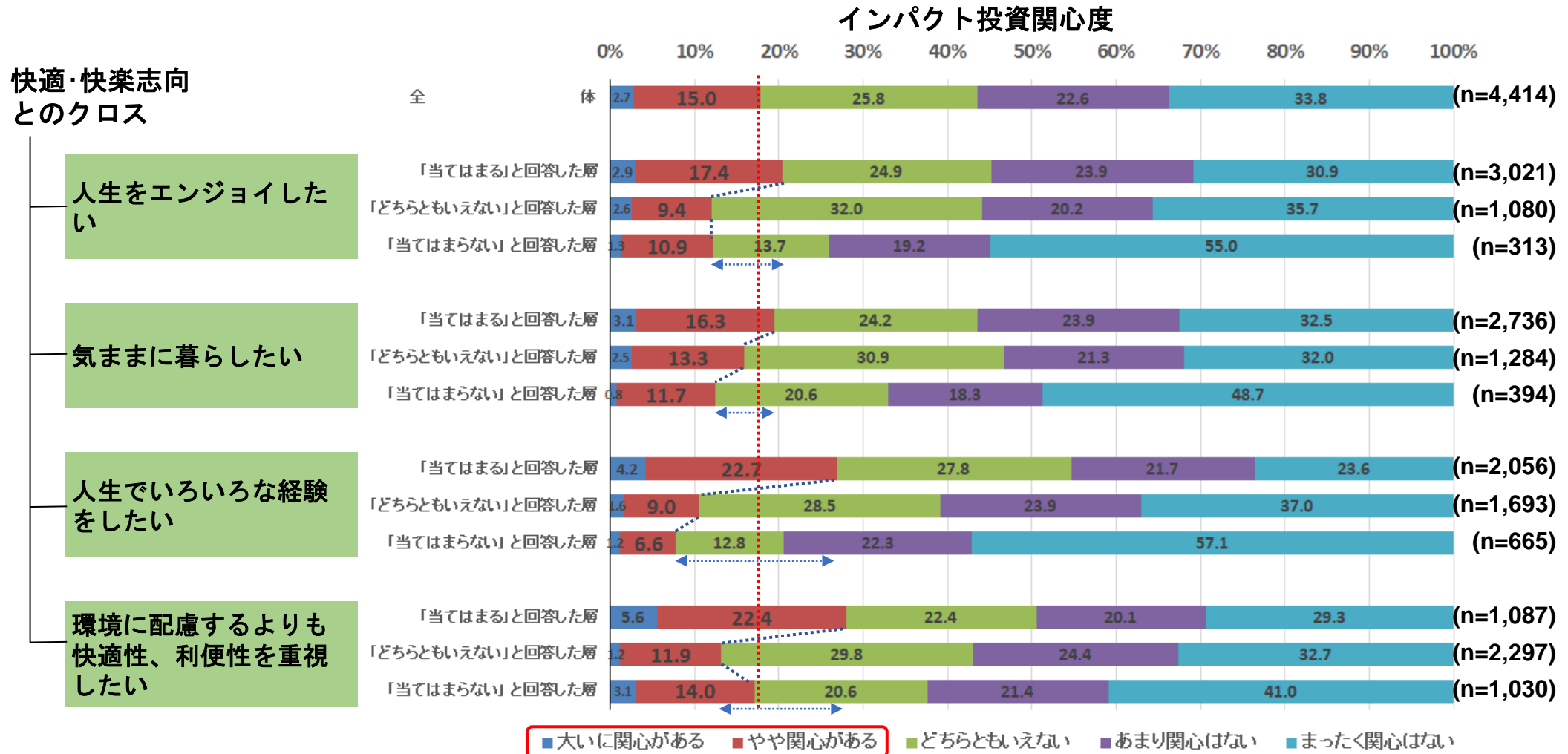


- ・ 絆・利他志向と同様、伝統・規範志向の各回答と、インパクト投資関心度の相関度合いも強くない。



# 快適・快樂志向と、インパクト投資関心度との相関

- 「人生でいろいろな経験をしたい」以外では、この快適・快樂志向の各回答と、インパクト投資関心度との相関度合いは弱い。





# パーソナリティとインパクト投資関心度の相関 まとめ

- ①イノベーション志向、②上昇志向の強い人はインパクト投資に高い関心を持つ傾向にある。
- ③環境志向がそれに続く。
- 反面、④絆・利他志向、⑤規範・伝統志向、⑥快適・快樂志向は、インパクト投資への関心度との相関関係は低い。

相関度合い

高

	イノベーション	上昇	環境	絆・利他	規範・伝統	快適・快樂
新たなアイデアを考えたい	○					
多少高くても環境に配慮した商品を選択したい			○			
責任者となり、他人を指導したい		○				
人生でいろいろな経験をしたい						○
実力を発揮し、人から賞賛されたい		○				
職場で昇格、昇給したい		○				
世の中の物事、出来事に広く関心を持ちたい	○					
冒険したい、ワクワクすることをしたい	○					
流行に後れず、敏感でいたい	○					
困っている人を助けたい				○		
自分ひとりの幸せよりもみんなの幸せを考えたい				○		
環境に配慮した生活を送りたい			○			
自然や地球環境を大事にしたい			○			
人生の勝ち組になりたい		○				
伝統や常識を重んじる方だ					○	
リサイクルを心がけ、なるべくゴミを出さずに暮らしたい			○			
身近な人とのふれあいを大切にしたい				○		
いつも他人に礼儀正しく接するべきだ					○	
これまでの慣習に従うことが大事だ					○	
人生をエンジョイしたい						○
誰も見ていないときも、ルールに従うべきだ					○	
環境に配慮するよりも快適性、利便性を重視したい						○
仕事よりも家族や子どもとの時間を大切にしたい				○		
気ままに暮らしたい						○

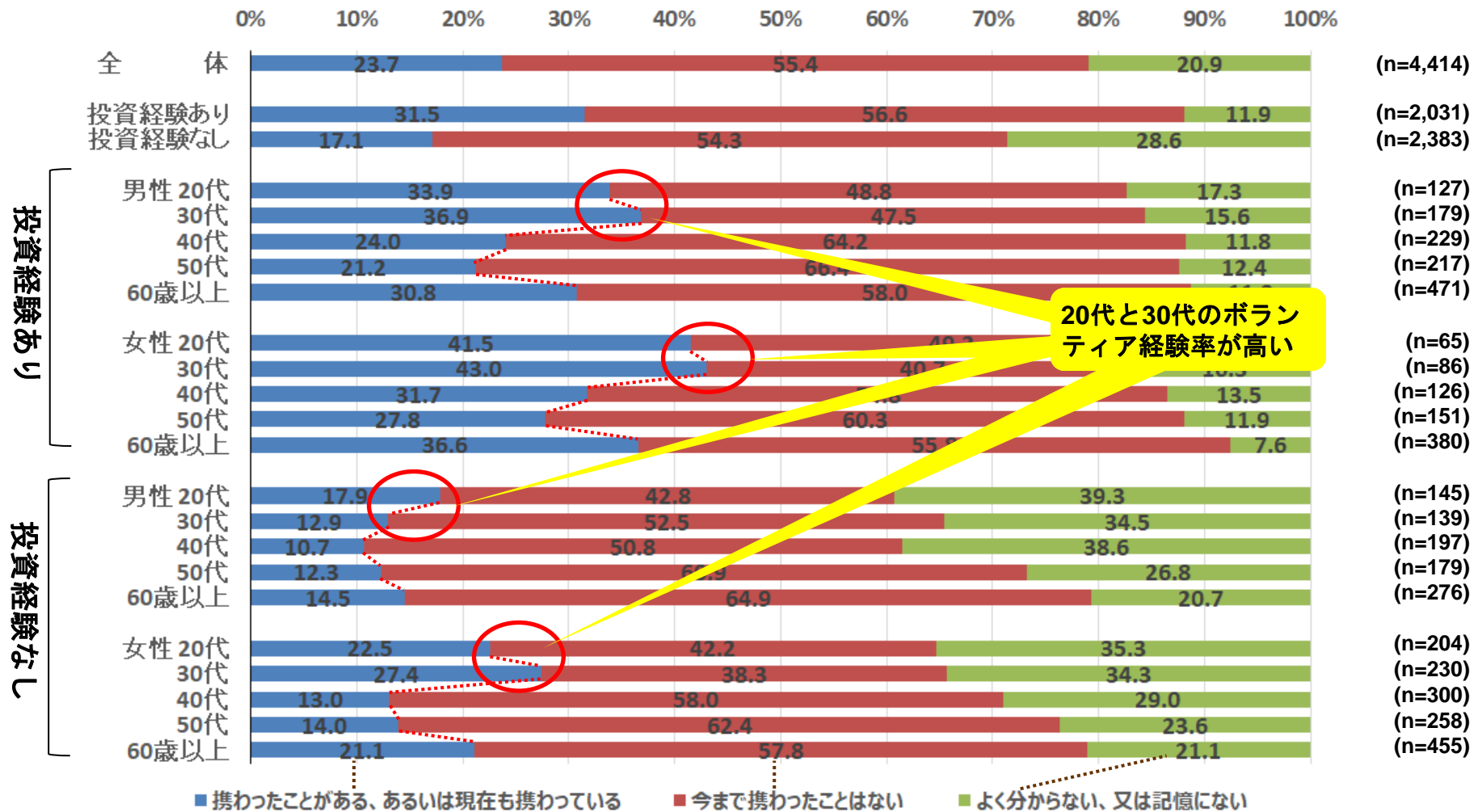
低

# チャリティ活動（ボランティア、寄付）とインパクト投資関心度の相関

# ボランティア活動の経験率

- 20代、30代の、Z世代とミレニアル世代のボランティア経験率が高く、40代、50代は低い。
- 60歳以上で再びボランティア経験率は増加する。定年後に参加する人が多いと考えられる。

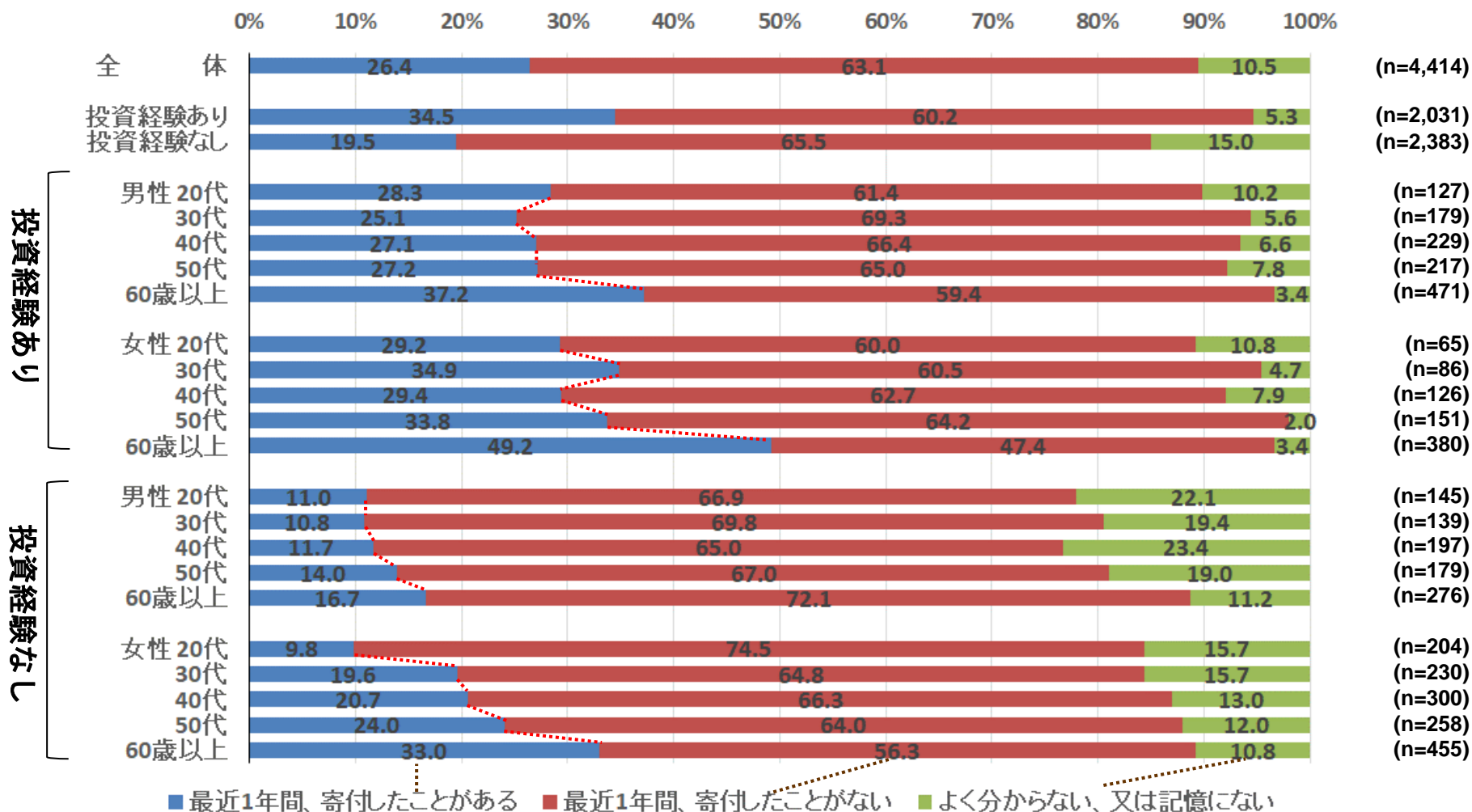
問 あなたは今までボランティア活動に携わったことがありますか。当てはまるものを一つを選んでください。



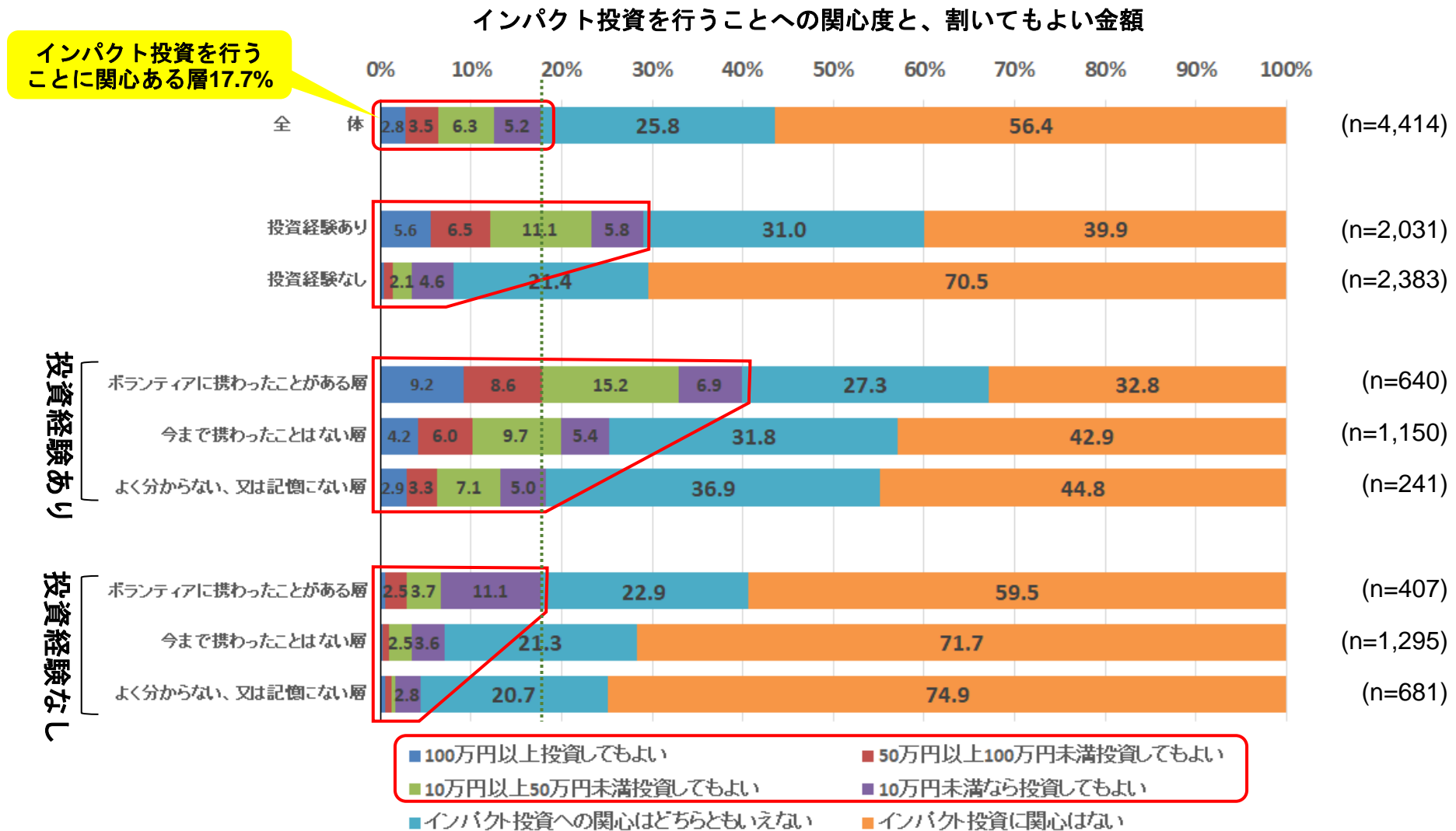
20代と30代のボランティア経験率が高い

- 世代が上がるにつれ寄付経験率は緩やかに増え、60歳以上で顕著に増加する。

問 あなたは最近1年間のうち、街頭募金や慈善団体に寄付をしたことがありますか。当てはまるもの一つを選んでください。

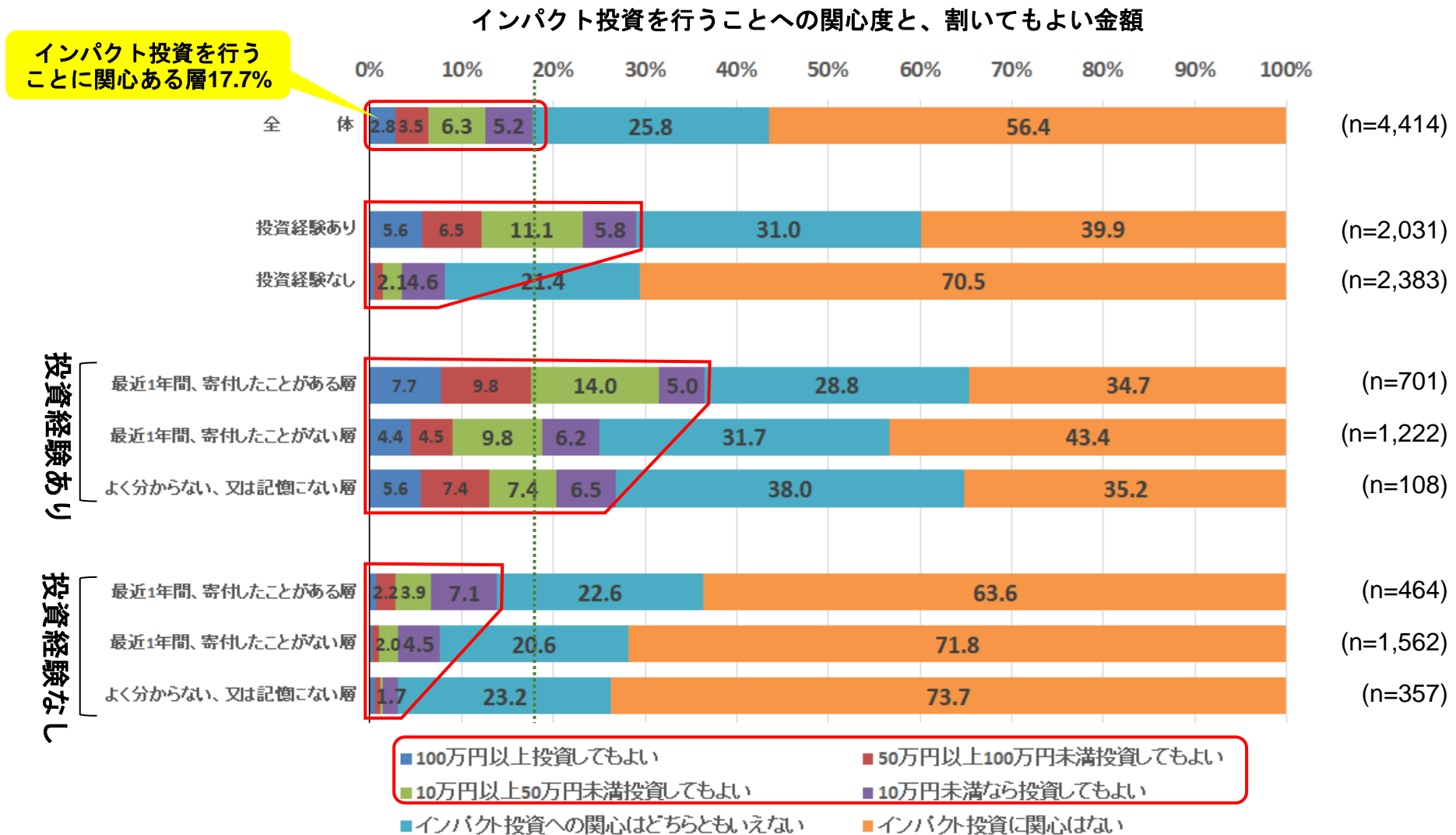


- 投資経験があり、ボランティア活動に携わったことのある層は、他の層に比べてインパクト投資を行うことへの関心度が高く、割いてもよい金額も大きくなる。



# 寄付の経験度と、インパクト投資関心度の相関

- ボランティア活動と同じように、投資経験があり、最近1年間で寄付したことがある層は、他の層に比べてインパクト投資を行うことへの関心度が高く、また割いてもよい金額も大きくなる。



- パーソナリティ分析で設定した6カテゴリーを、インパクト投資関心度との相関の強い順に並べると
  - イノベーション志向
  - 上昇志向
  - 環境志向
  - 絆・利他志向
  - 伝統・規範志向
  - 快適・快樂志向の順番となった。
- 投資経験があつてボランティア活動経験がある層、および、投資経験があつて1年以内の寄付経験がある層は、インパクト投資を行うことへの関心度が高く、インパクト投資に割いてもよい金額も高くなる傾向にある。
- インパクト投資の有望顧客へのリーチを試みる際、イノベーション志向、上昇志向の消費者が触れる媒体を選ぶことが有効と考えられる。
- また、ボランティア活動経験者、寄付経験者のネットワークを活用することも有効と考えられる。

- 今までの調査から、今後のインパクト投資のリテール市場の開拓に向けて以下のような試案が考えられる。

## 本調査から得られる示唆

想定顧客 セグメンテーション	投資経験	・ 株式、投資信託など、既に投資を行っている <b>投資経験者</b> に重点を置くことが有効
	経済属性	・ 世帯年収よりも世帯金融資産をキーとし、概ね世帯金融資産2000万円以上を狙うのが有効
	世代	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 50万円以上割いても良いと考える高ロイヤルティ層は全世代に跨っており、全世代がターゲットセグメントとなる。</li> <li>・ その中でも                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-インパクト投資関心度のすそ野の広い、<b>投資経験ある20代&amp;30代</b>(Z世代、ミレニウム世代)、</li> <li>-個人金融資産を多く有する<b>60歳以上の世代</b></li> </ul> </li> </ul> が有望
	パーソナリティ	・ <b>新しもの好き、上昇志向が強い人、ボランティア活動や寄付に熱心な人</b>
商品設計	商品 コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インパクト投資の社会貢献性を訴求することが、幅広い世代向けに有効。</li> <li>・ 投資リターンを重視する20代、30代には、他投資商品と遜色ないリターンを訴求する。</li> <li>・ 一方、リターンよりもリスク抑制を重視する中高年層には、上場インパクト企業を組み入れた債券や投資信託商品など、ボラティリティの低い商品を提案する</li> </ul>
	対象領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 再生可能エネルギー、環境、医療、介護などSDGs領域を推進する企業</li> <li>・ 20代、30代には、<b>子育てしやすい環境</b>を推進する企業                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-20代、30代の男性には、インフラ、都市開発に寄与する企業</li> </ul> </li> </ul>



インパクト投資に関する消費者調査は2019年に始まり今年で4回目となります。毎年、調査にあたっては設問の改廃を行い、インパクト投資の今後の普及拡大に寄与するような新たなインサイト発掘に努めています。それと並行して、『単純平均値を論じてあまり意味はない』との思考のもと、市場構造を立体的に把握できるようにクロス分析の強化を心がけて来ました。

今年の調査では、

- なぜインパクト投資を行うことに関心があるのか
- インパクト投資を手掛ける金融機関と取引を開始、拡大したいか

の問いを新たに設けるとともに、機関投資家が行うインパクト投資への肯定度を、①公的年金、私的年金、③生保に分けて尋ねました。

またクロス分析では、特にインパクト投資関心度、割いてもよい金額に対し、デモグラフィック要因とパーソナリティ要因の多様な分析軸を用意して潜在顧客の像を描き出すよう心掛けました。本レポートの内容が皆様の関心に触れれば執筆者としてこのうえない喜びです。

当調査実施に際しては、設問立案からレポートの作成に至るまでSIIF内外から様々な助言をいただきました。この場を借りて御礼申し上げます。ただ本レポートの内容に関する一切の責任は執筆者に存します。皆様からのご意見、ご叱正を賜れますと幸いです。

一般財団法人 社会変革推進財団

菅野 文美 (インパクト・エコノミー・ラボ 所長)

織田 聡 (同上 ナレッジ・デベロップメント・オフィサー)

最後までお読み頂きありがとうございました。

ご意見、ご質問を歓迎しております。

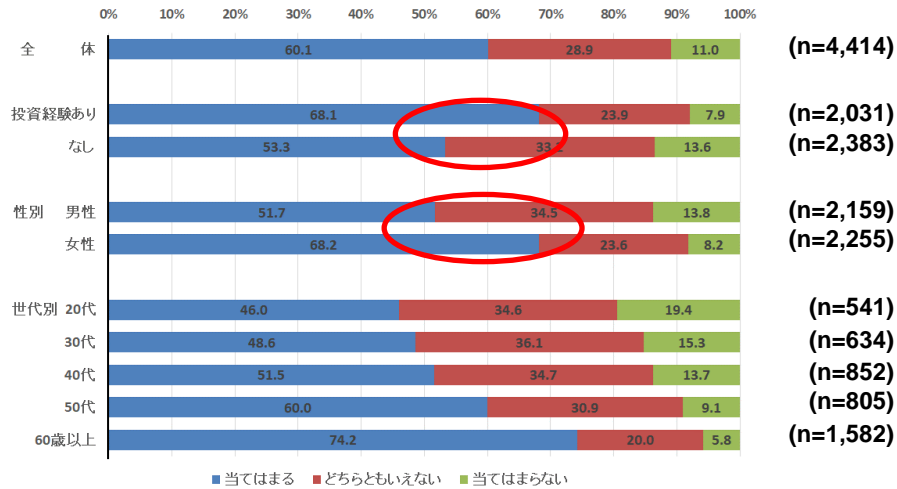
[info@siif.or.jp](mailto:info@siif.or.jp) までお気軽にお寄せください。

# 付属資料

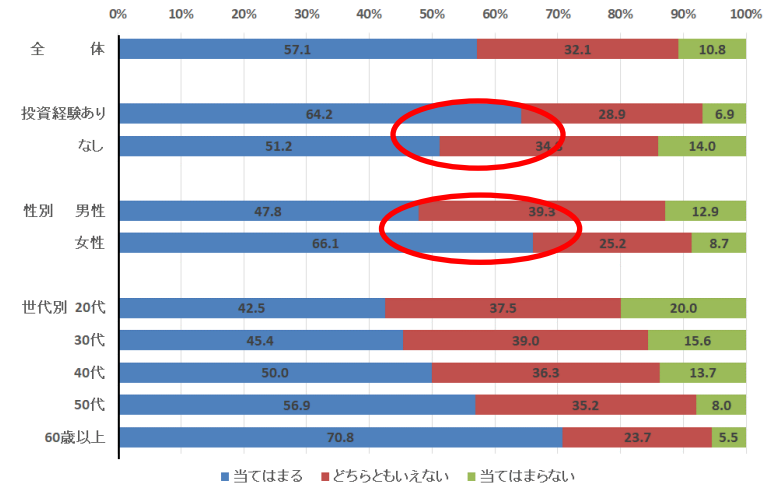
## パーソナリティ24設問 への回答の属性別分布

- 環境志向の4設問の回答を見ると、全ての設問で投資経験者の方が「当てはまる」割合が高い。
- また、全ての設問で女性の方が男性よりも「当てはまる」割合が高い。

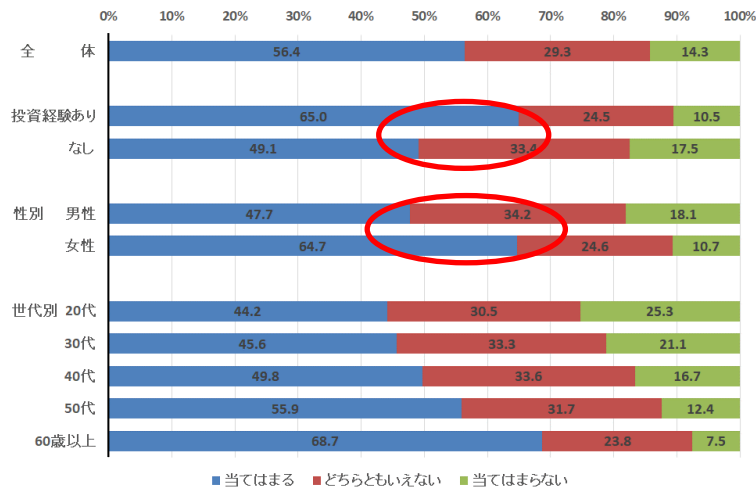
## 自然や地球環境を大事にしたい



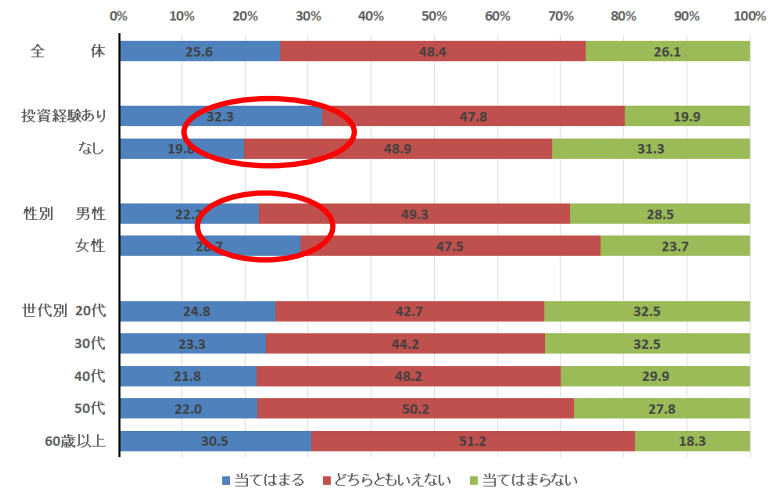
## リサイクルを心がけ、なるべくゴミを出さずに暮らしたい



## 環境に配慮した生活を送りたい



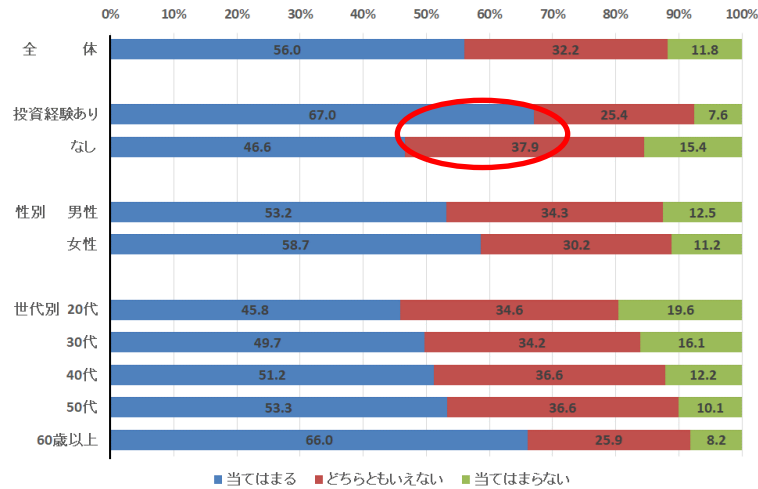
## 多少高くても環境に配慮した商品を選択したい



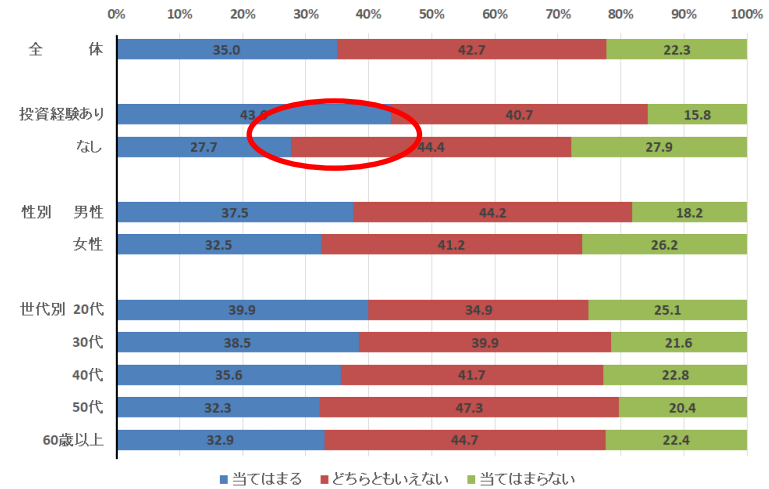
# イノベーション志向の属性別傾向

- 環境志向と同様、全ての設問で投資経験者の方が「当てはまる」割合が高い。
- 性別による顕著な差は見られない。

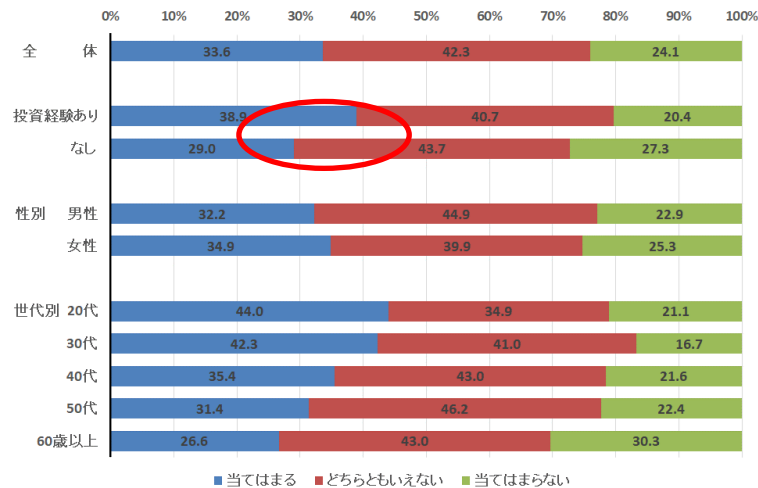
## 世の中の物事、出来事に広く関心を持ちたい



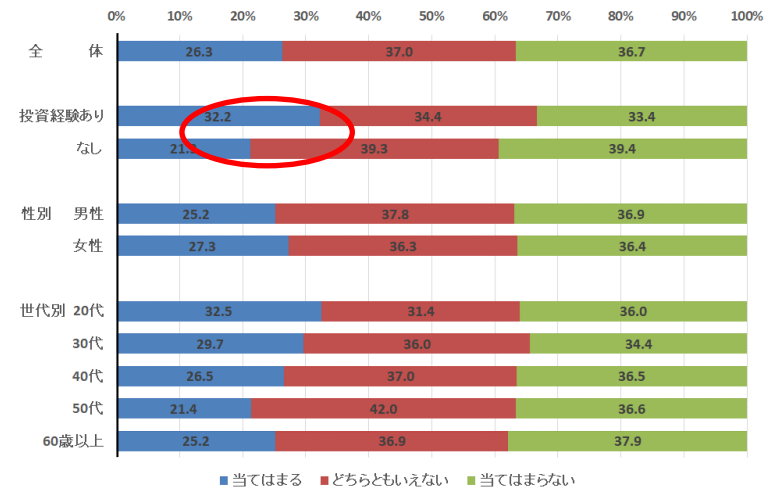
## 新たなアイデアを考えたい



## 冒険したい、ワクワクすることをしたい

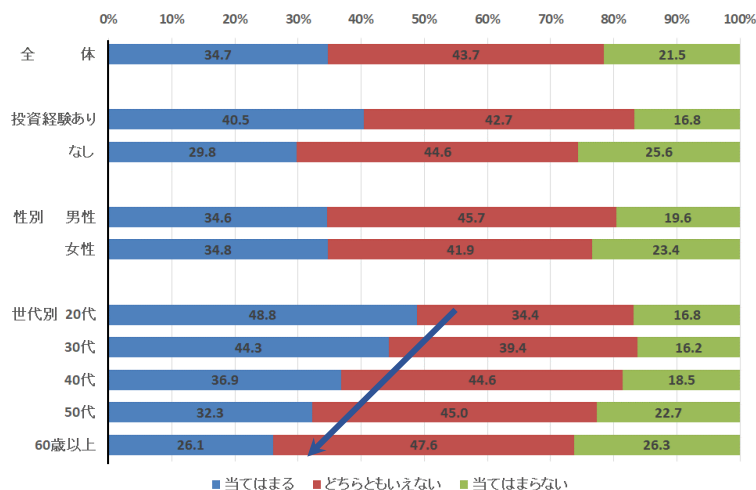


## 流行に後れず、敏感でいたい

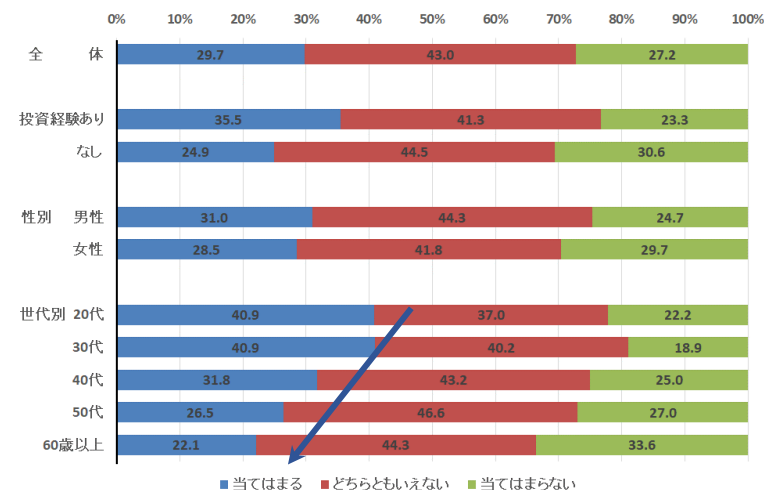


- 上昇志向の回答は、世代による差が明確に現れている。
- これからの現役期間が長い20代、30代ほど上昇志向が強い。

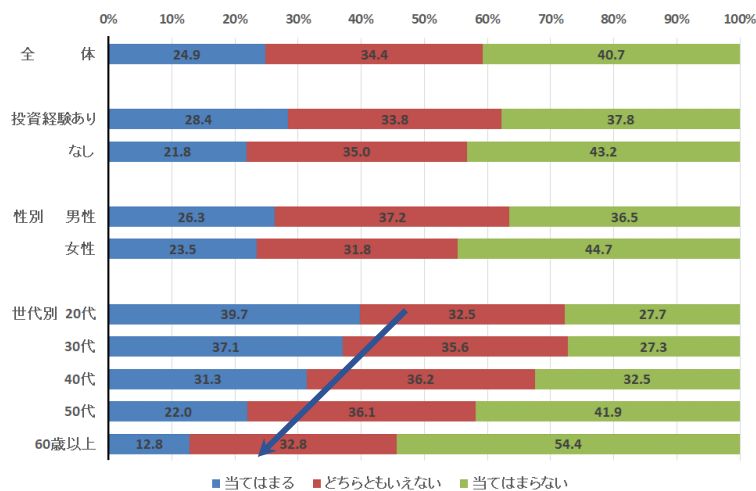
## 人生の勝ち組になりたい



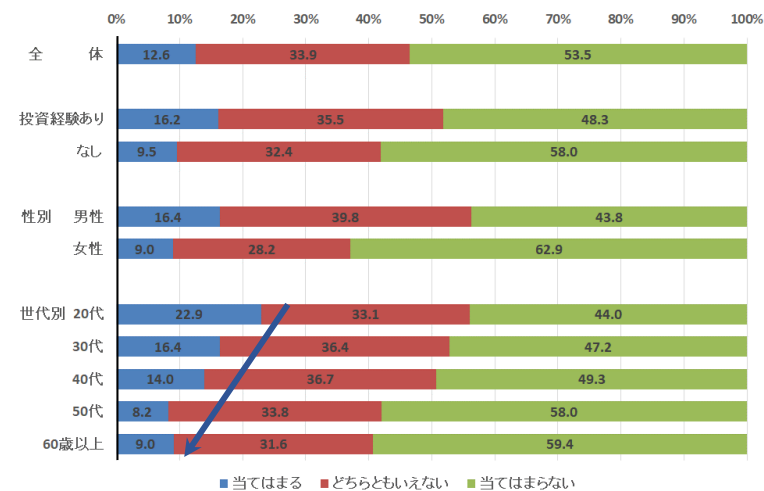
## 実力を発揮し、人から賞賛されたい



## 職場で昇格、昇給したい

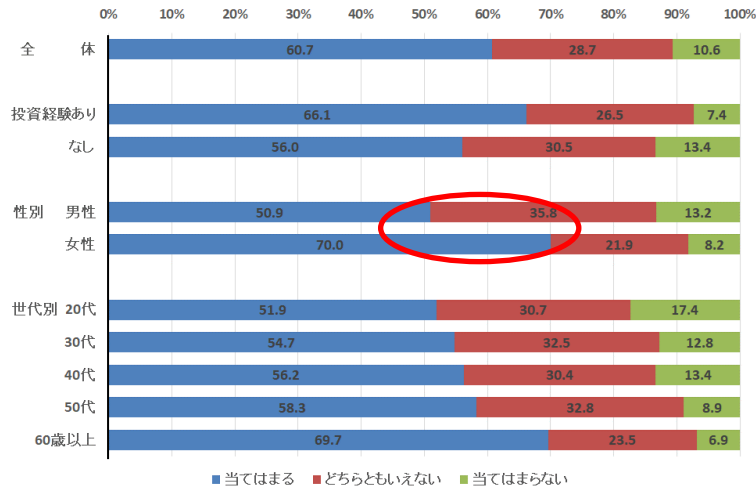


## 責任者となり、他人を指導したい

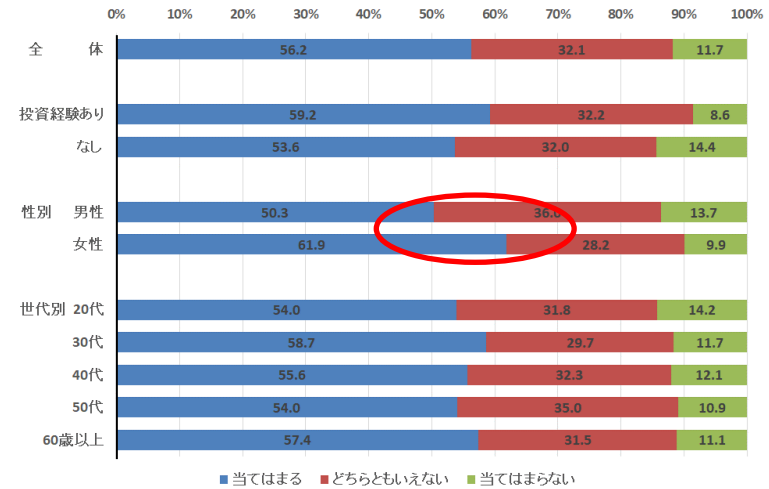


- 全ての設問で女性の方が男性よりも「当てはまる」割合が高い。
- 「身近な人とのふれあいを大切にしたい」の回答以外は、世代による傾向は見受けられない。

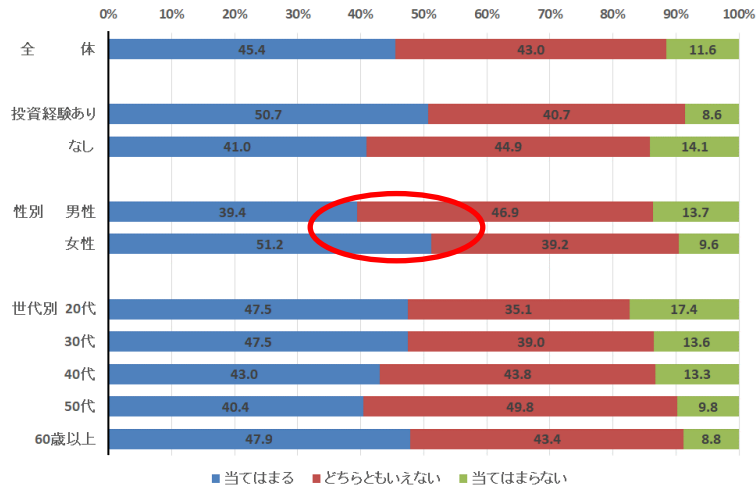
### 身近な人とのふれあいを大切にしたい



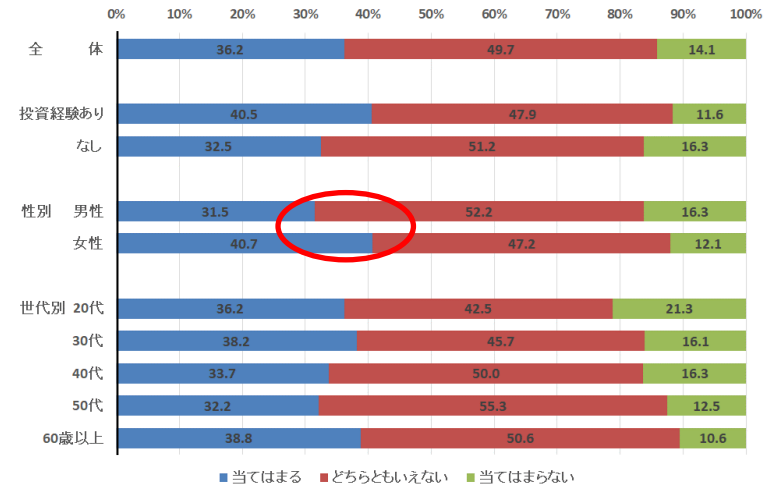
### 仕事よりも家族や子どもとの時間を大切にしたい



### 困っている人を助けたい

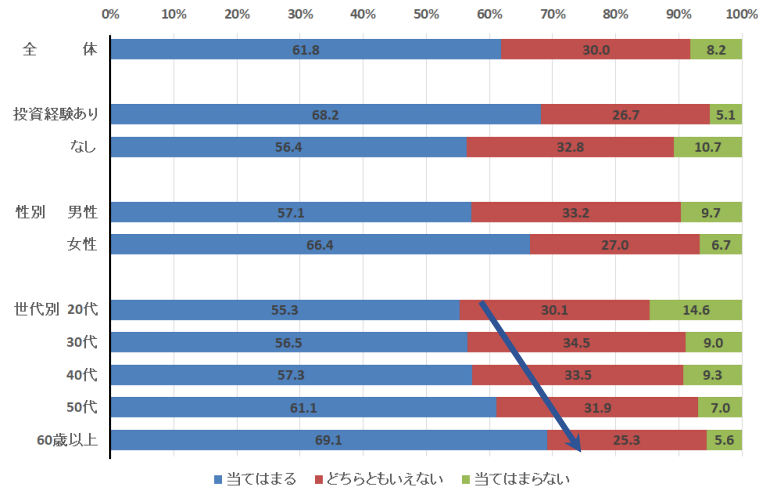


### 自分ひとりの幸せよりもみんなの幸せを考えたい

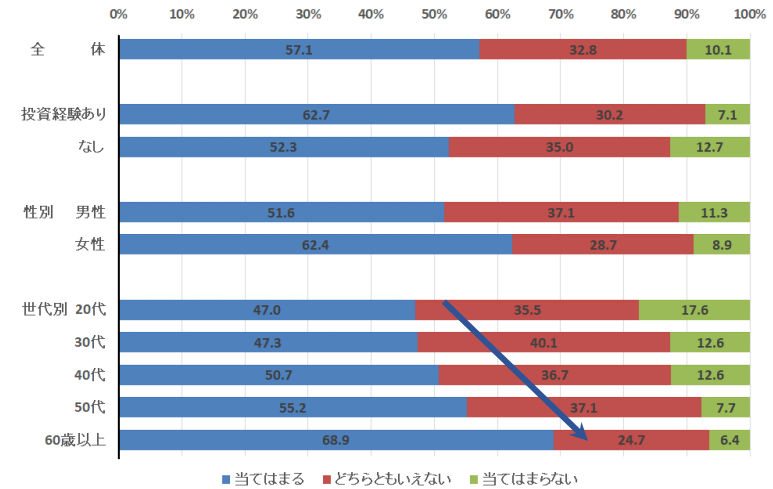


- 「これまでの慣習に従うことが大事だ」の回答以外は世代差が現れており、世代が上昇するにつれて「当てはまる」が多くなっている。

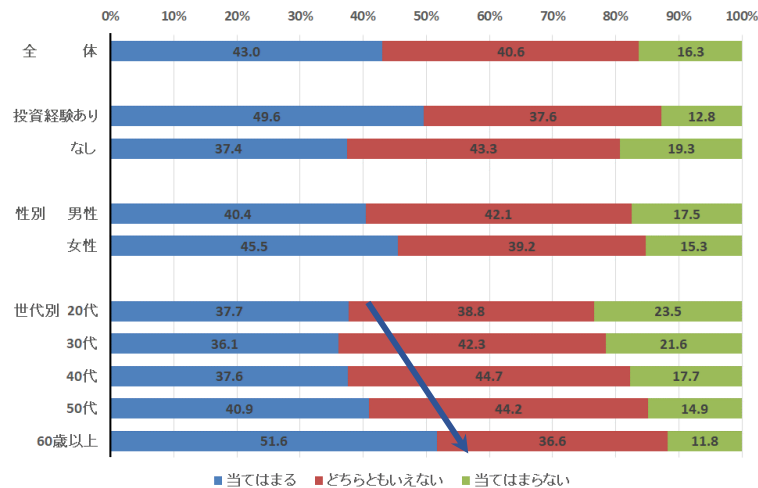
### いつも他人に礼儀正しく接するべきだ



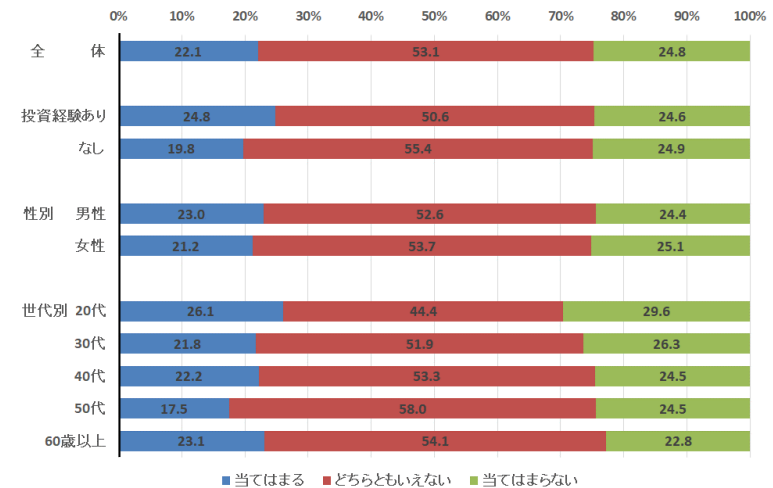
### 誰も見ていないときも、ルールに従うべきだ



### 伝統や常識を重んじる方だ



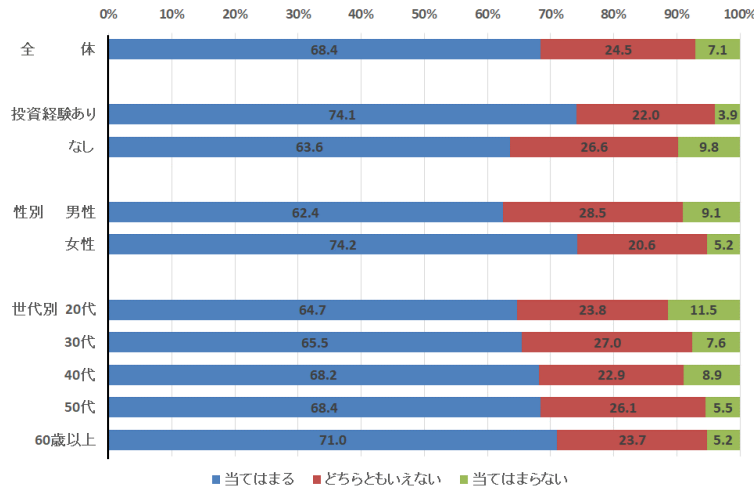
### これまでの慣習に従うことが大事だ



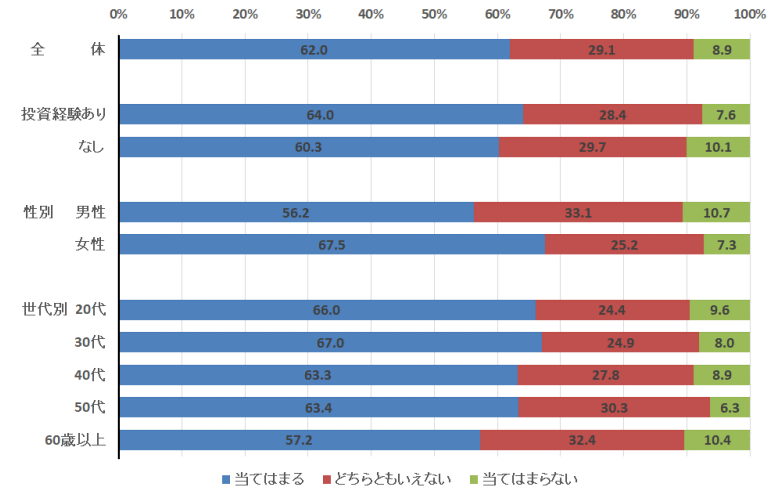


- 「環境に配慮するよりも快適性、利便性を重視したい」に当てはまると回答した割合は、若年層ほど高い。

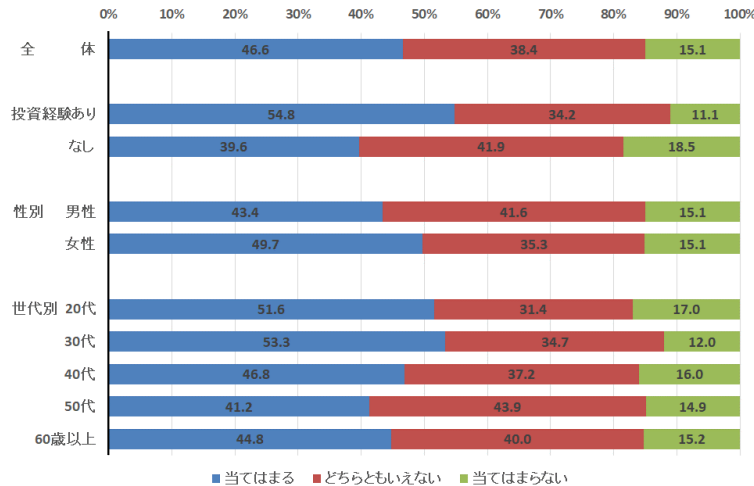
## 人生をエンジョイしたい



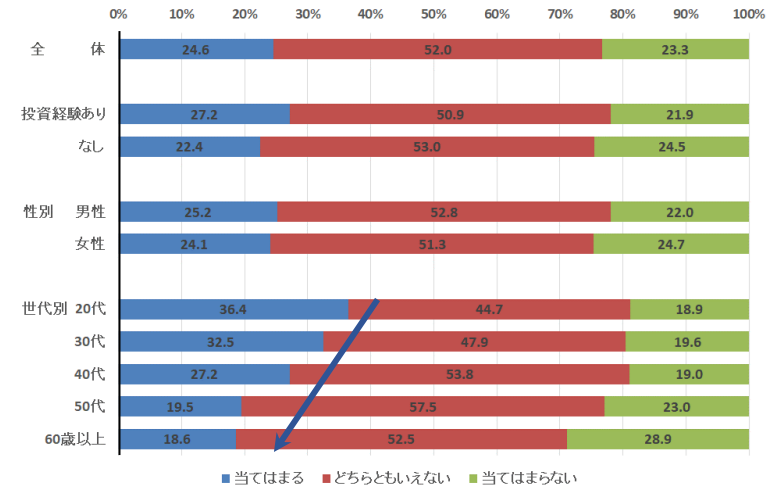
## 気ままに暮らしたい



## 人生でいろいろな経験をしたい

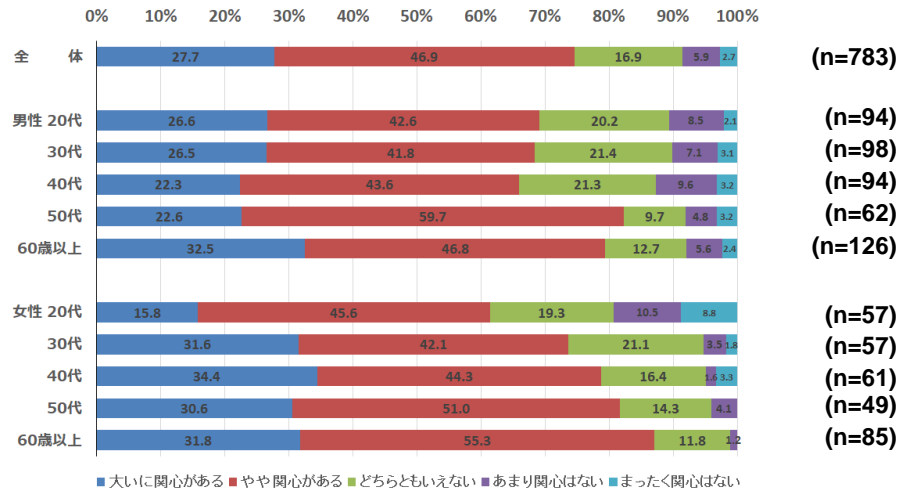


## 環境に配慮するよりも快適性、利便性を重視したい

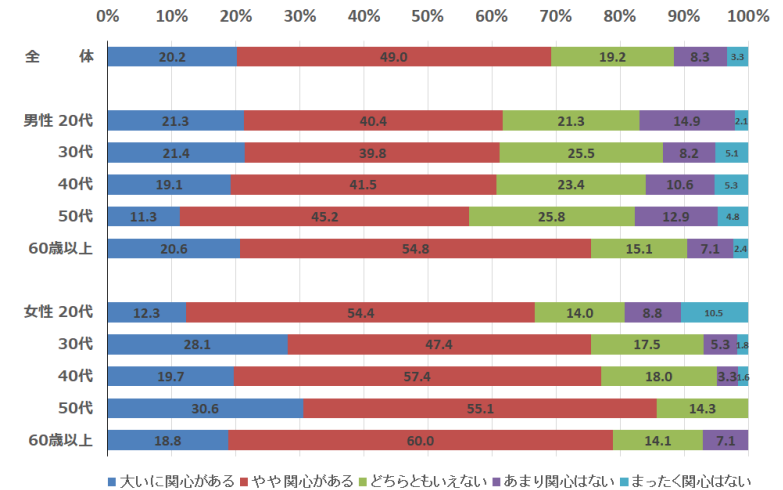


# インパクト投資関心領域 性別・世代別クロス分析

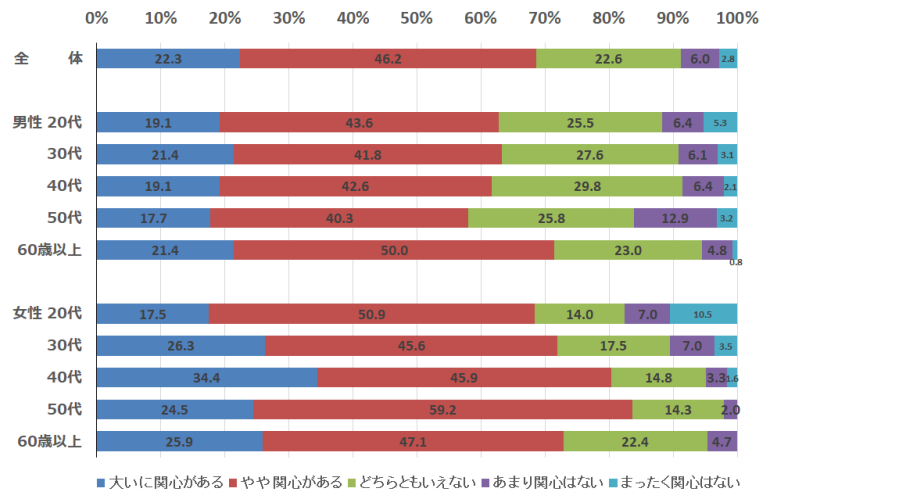
## 再生可能エネルギーを開発、提供している企業



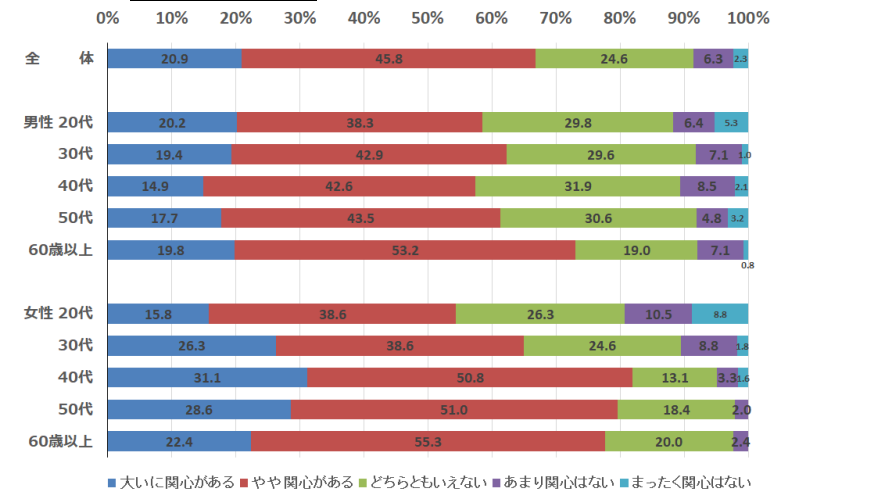
## 環境保全に役立つ製品、サービスを提供している企業



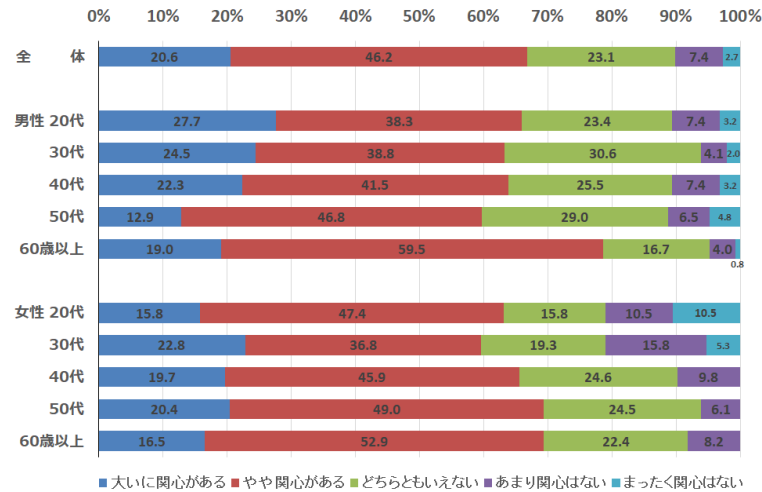
## 質の高い医療・介護サービス提供や医療・介護費の削減に取り組む企業



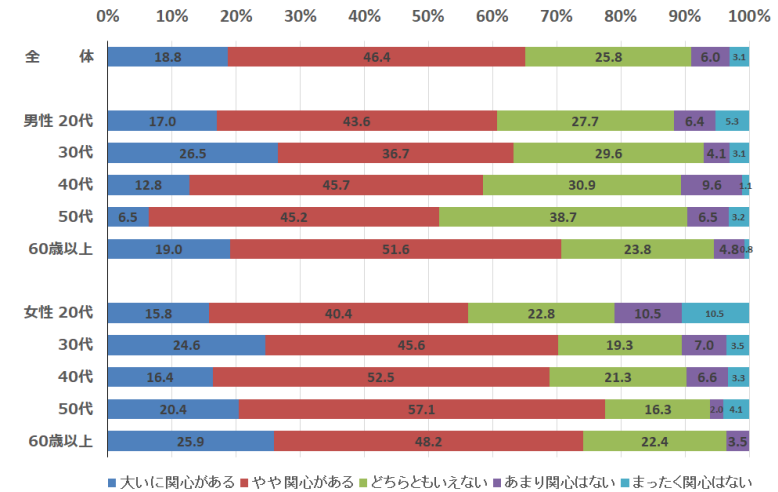
## 持続可能な農業のための製品、サービスを提供している企業



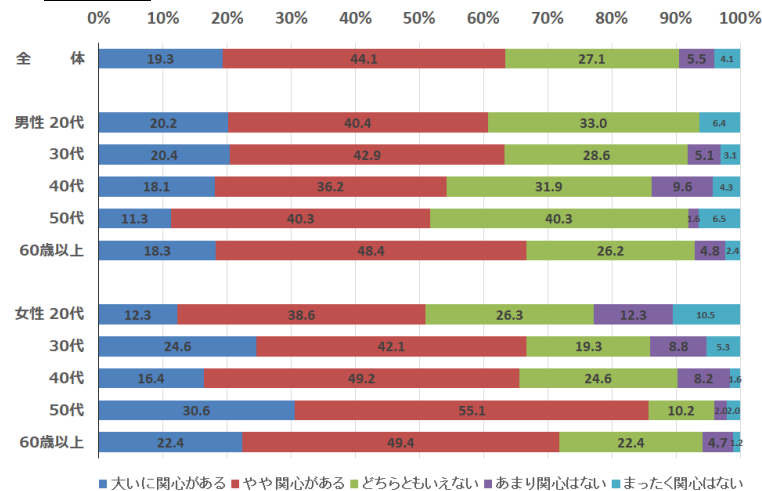
IT、先端技術を活用して社会課題解決に貢献する製品、サービスを提供している企業



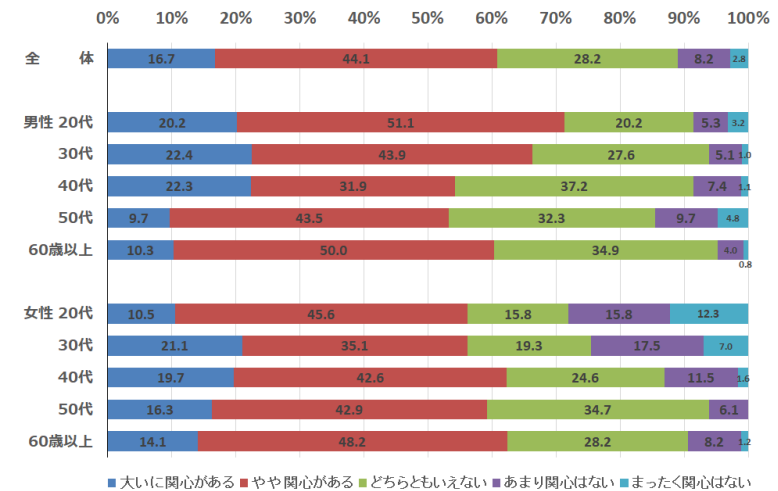
安全な水資源確保や公衆衛生のための製品、サービスを提供している企業



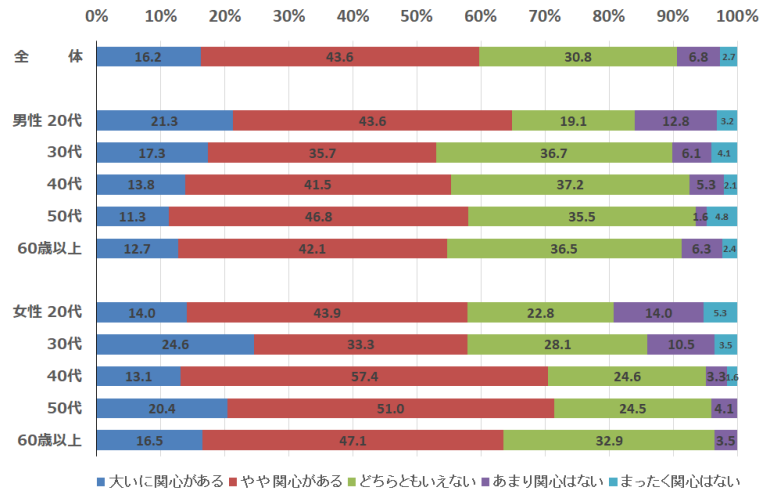
気候変動への適応と緩和のための製品、サービスを提供する企業



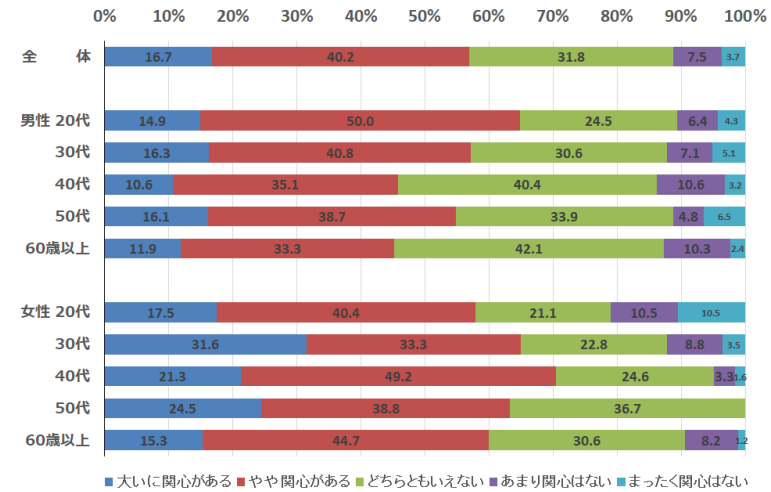
インフラ整備や都市開発向けの製品、サービスを提供している企業



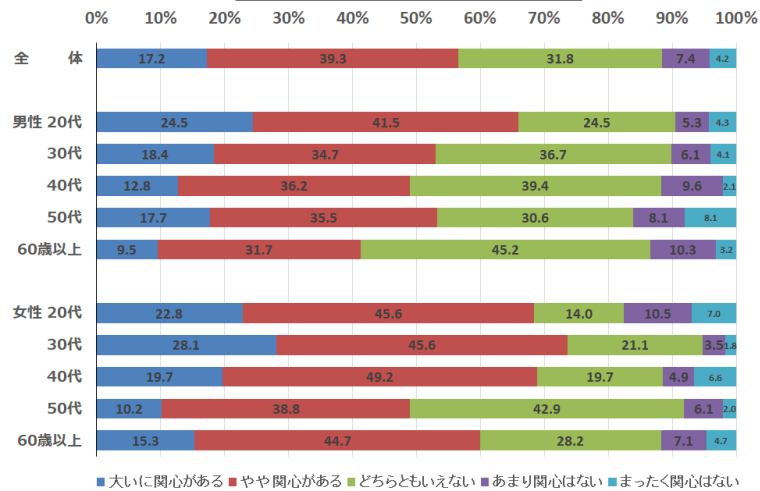
### 企業活動の過程において環境負荷を軽減する努力をしている企業



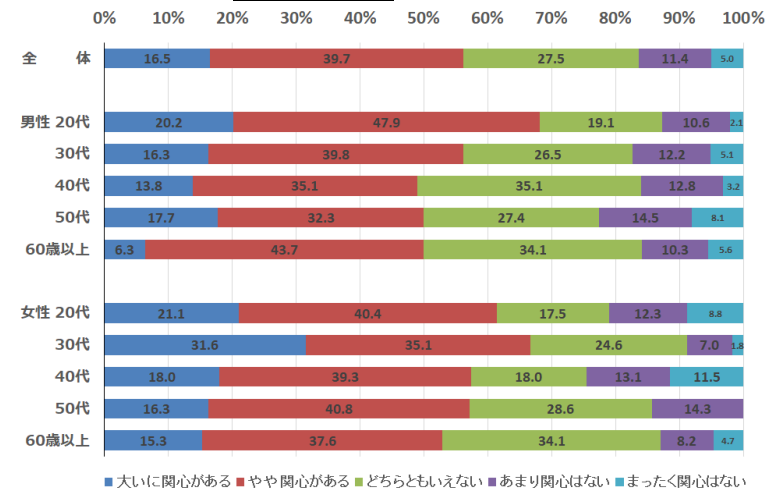
### 女性、外国人、障がい者、高齢者など多様な社員の活躍を推進する企業



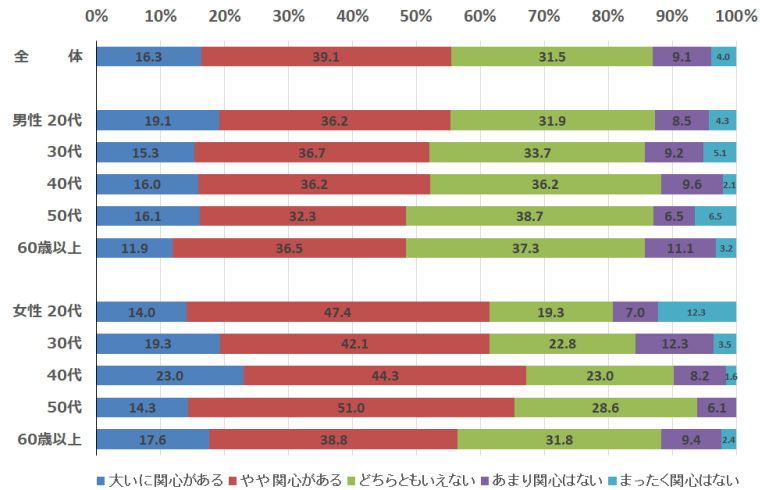
### 仕事を続けながら子どもを育てやすい職場環境を整えている企業



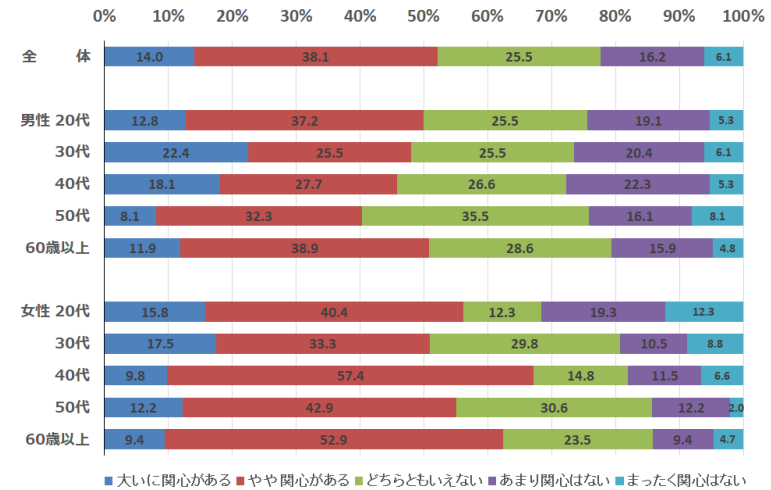
### 質の高い教育・子育てのための製品、サービスを提供している企業



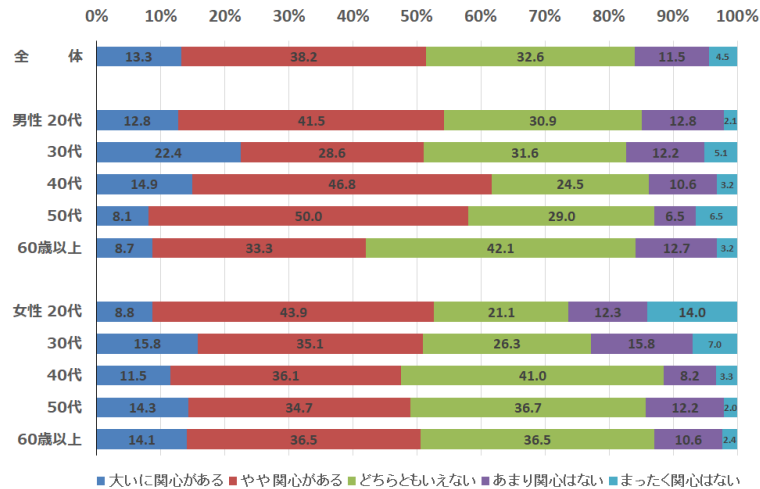
### 仕事を続けながら介護を行いやすい職場環境を整えている企業



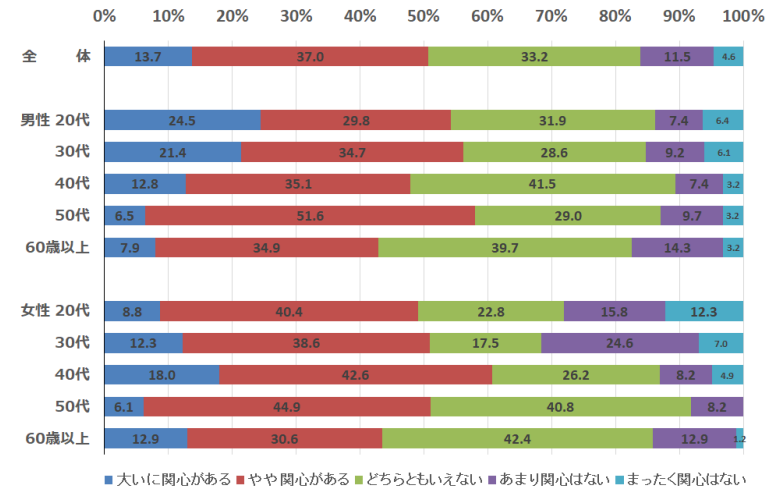
### 文化芸術の振興に寄与する製品、サービスを提供している企業



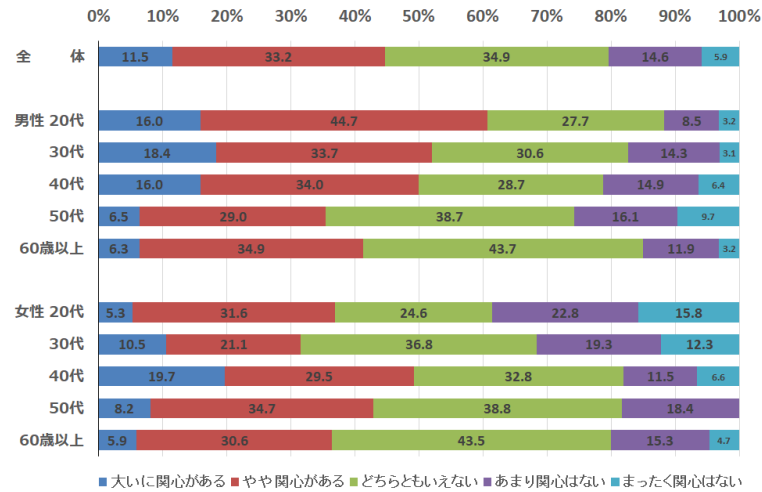
### 貧困層に小口の融資などの金融サービスを提供する、マイクロファイナンス機関



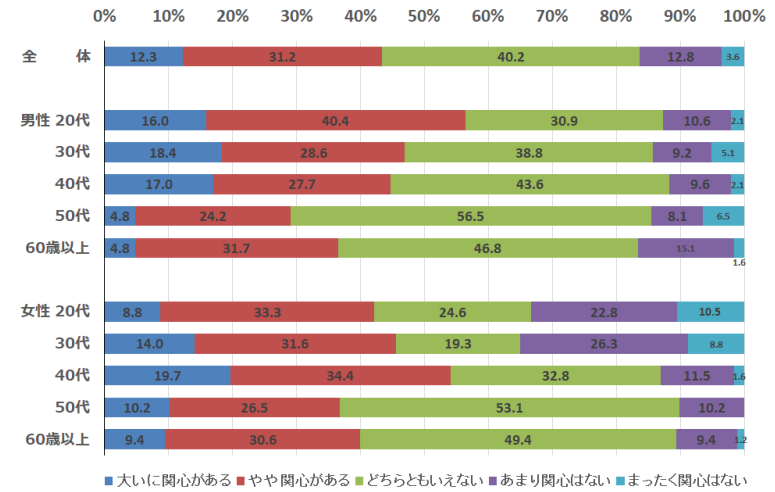
### 質の高い住宅を安価に提供している企業



## フィンテックなどを活用した、革新的な金融サービスを提供している企業



## 中小企業を支援する製品、サービスを提供している企業



**2022年度版 インパクト投資に関する消費者意識調査  
2022年10月27日発行**

**一般財団法人 社会変革推進財団**

**東京都港区赤坂1-11-28  
03-6229-2622  
info@siif.or.jp**