

STOCK RESEARCH CENTER

**新興市場とアナリストレポートに関する
個人投資家意識調査 報告書**

2018年3月16日



一般社団法人 証券リサーチセンター

調査概要

1. 調査の目的

【調査1】市場全体における新興株の立ち位置の把握

【調査2】アナリストレポートの利用実態の把握

2. 調査対象

【調査1】全国の20歳以上の男女（人口構成比に準じた構成）

【調査2】全国の20歳以上の男女（投資家かつアナリストレポート利用者）

3. 調査方法

インターネット調査

4. 調査日程

【調査1】2017年10月30日～11月3日

【調査2】2017年11月 1日～11月3日

5. 有効回答数

【調査1】20,000サンプル

【調査2】1,550サンプル

6. 調査実施機関

株式会社マクロミル

1. 新興株式の保有状況と投資行動の把握

【目的】

本調査では、当センターが調査対象とする国内新興市場（東証2部、JASDAQ、マザーズ）に関する投資家の傾向を把握することで、当センターが発行するレポートの適正化を図り、普及の促進を行うことを目的に、全国の2万人を対象とした調査を行った。ここでは、以下の4項目に関する要約を記した。

【調査結果要約】

1) 対象プロフィール

- 本調査は、人口構成比率に基づいた2万人を対象に行った。そこから、「投資経験者」（7,756人）、さらに当センターの対象である「国内新興市場株式保有者（現保有者）」（2,723人）を抽出した。当調査では、この「新興市場株式保有者」を主要な分析対象とし、その特徴を明らかにすることを狙いとしている。
- 「国内新興市場株式保有者」は、男性が約7割（70.5%）で、年代では、60代以上が約5割（52.3%）となった。約7割（72.3%）が既婚者であった。居住エリアでは、関東42.6%、近畿20.1%、中部18.2%と続き、この主要3エリアで8割（80.9%）を占めていた。全体平均と比較すると、都市部に住む既婚の男性高齢者が多いという傾向が見えた。個人年収では、200万円未満が、26.2%と最も多く、年収400万円未満が約5割（51.4%）であった。職業は、「無職」（20.0%）、「専業主婦」（16.9%）の順に多かった。全体平均との比較では、年収が比較的高く、職業では無職の割合が高かった（+6.3%）、60代以上が約半数という構成を反映したものと考えられる。

2) 投資実態

- 投資経験について調査をおこなった。過去の保有を含む投資経験者は38.8%と全体の約4割となった。保有金融資産では、「国内株式」は、保有経験者を含めて78.4%と約8割と最も多かった。国内株式市場別の保有経験では、「東証一部」が97.1%と最も多く、その他の市場では保有経験者が半数未満であった。現保有者の割合としては、「確定拠出年金」や「REIT（不動産投信）」に並ぶ位置付けであった。
- 投資期間のスタンスでは、「長期（5年以上）」（24.0%）、「中期（1～3年程度）」（23.6%）、「短期（～1年）」（18.7%）の順に多かった。1年以上保有が、62.5%で比較的中長期の傾向があった。

3) 新興市場への投資ポイント

- 新興市場株式の現保有者と、興味はあるが投資には至っていない層に、投資に至るポイントを調査した。双方とも、「気になる銘柄があった（れば）」、「急成長しそうな銘柄があった（れば）」が多く、「証券会社に勧められた（れば）」、「家族・友人・知人に勧められた（れば）」が少なかった。
- 他者からの勧めではなく、自ら気になる銘柄を見つけることが、保有に結び付いているという実態が明らかになった。

4) 投資情報

- 投資にあたってどのような情報を得ているか、またどのような情報を必要としているかについて調査をおこなった。投資の際に欲しい情報は、「株価・気配」(60.2%)、「配当」(55.8%)の順に多かったが、投資の際に得ている情報も、「株価・気配」(75.7%)、「配当」(62.4%)の順に多く、欲しい情報の上位に関しては、十分に得られているという結果となった。一方で、欲しい情報としては低いものでは、十分に得られていない情報（需給にギャップがあるもの）があり、「企業の潜在的成長力」10.1%、「アナリストの評価」4.0%、「投資家の推奨」3.2%等となった。
- 金融情報の入手経路では、「yahoo!ファイナンス」(44.5%)、「会社四季報」(44.4%)、「新聞」(42.6%)の順に多かった。国内株式保有経験者との比較では、インターネットを利用した情報経路の活用に大きな差が生じていた。

調査まとめ

新興市場への投資経験は、投資家経験者全体の半数未満となっており、投資が進んでいない状況が明らかになった。新興市場株式保有者は、投資家全体と比較すると、多様な情報経路から、自発的に情報収集をおこなっており、銘柄を発見することで、投資へと結びついているという活発な姿が明らかになった。一方で、そのように積極的な情報収集を行わない投資家にとっては、新興市場銘柄に対する情報が不足しているということが推測される。

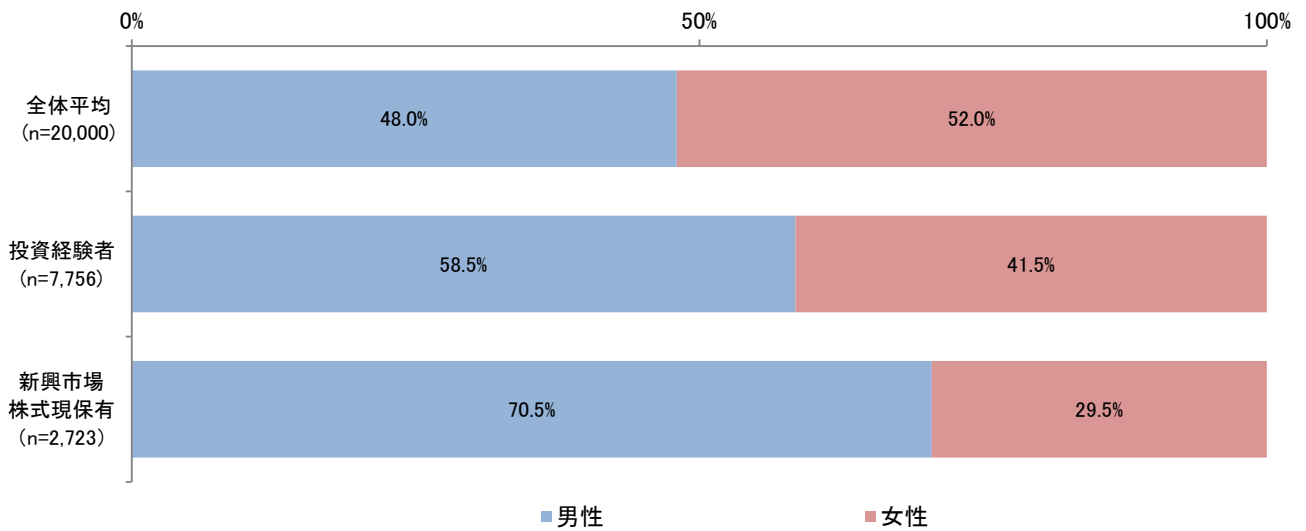
今回の調査より、証券リサーチセンターでは、不足する新興市場銘柄に対する情報を投資家に供給することで、新興市場の活性化につなげることができるものとする。

次ページからは、「新興市場株式保有者」を「投資経験者」、「国内株式保有経験者」と比較することにより、より具体的な特徴を明らかにしていく。

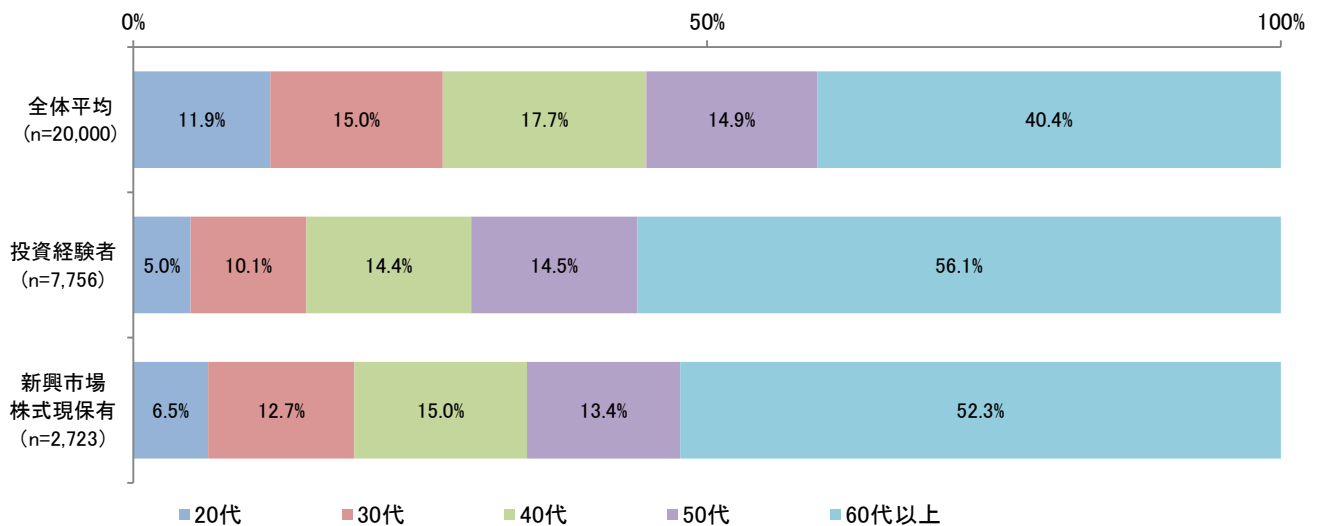
調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 対象プロフィール

- 新興市場投資家の多くは、男性(70.5%)であり、これは投資経験者と比較しても非常に高い比率(+12.0%)であった。
- 年代では、全体平均との比較では、若年層が少なく、高齢者が多い傾向が大きかった。一方で、投資経験者との比較では、40代以下の層の比率が新興市場では若干多かった(+4.7%)。

■ 性別



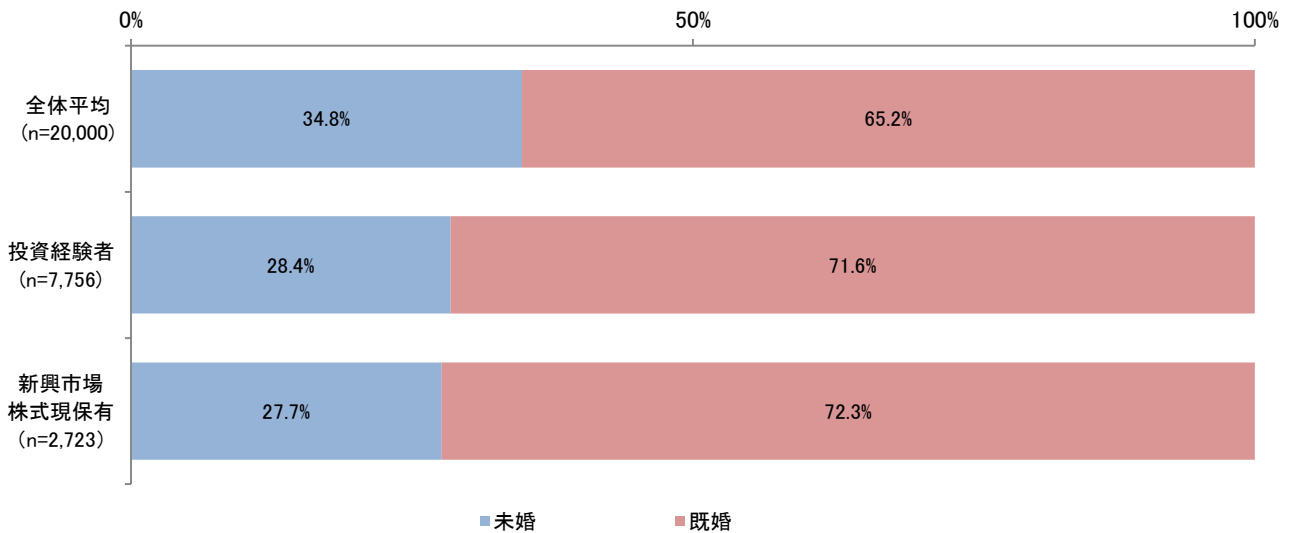
■ 年代



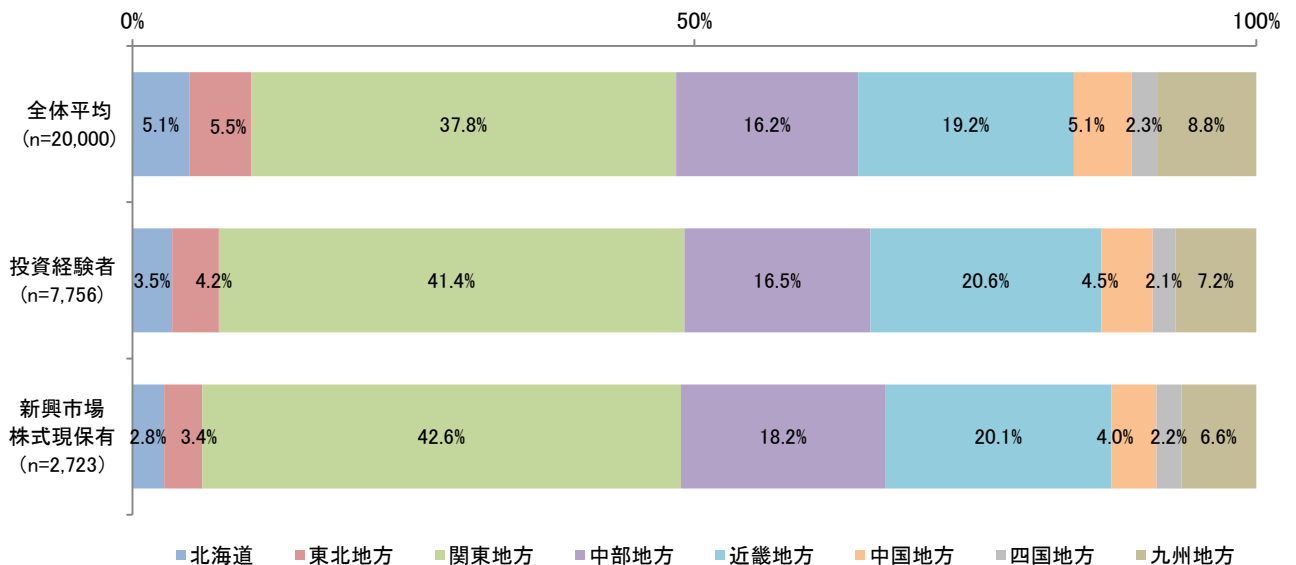
調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 対象プロフィール

- 未既婚に関して、未婚が約3割、既婚が7割と、全体平均よりも高かった。投資経験者との間には大きな差異はみられなかった。
- 居住エリアに関しては、投資経験者との間に大きな差異はみられなかった。一方で、全体平均との比較では、関東、近畿、中部など都市圏が比較的高い傾向があった。

■ 未既婚



■ エリア

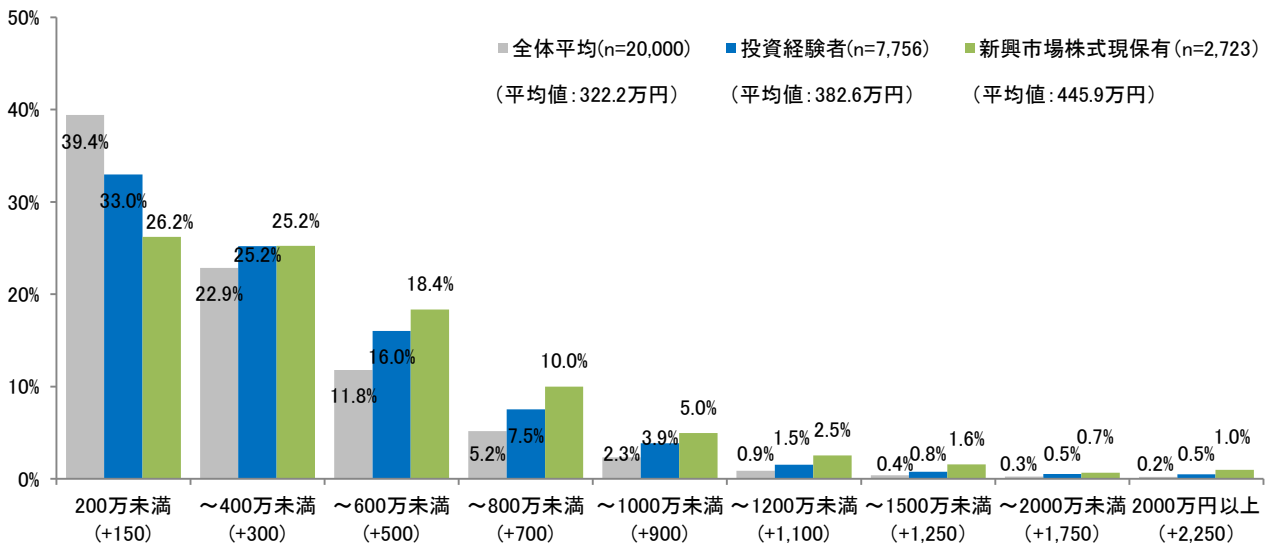


調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 対象プロフィール

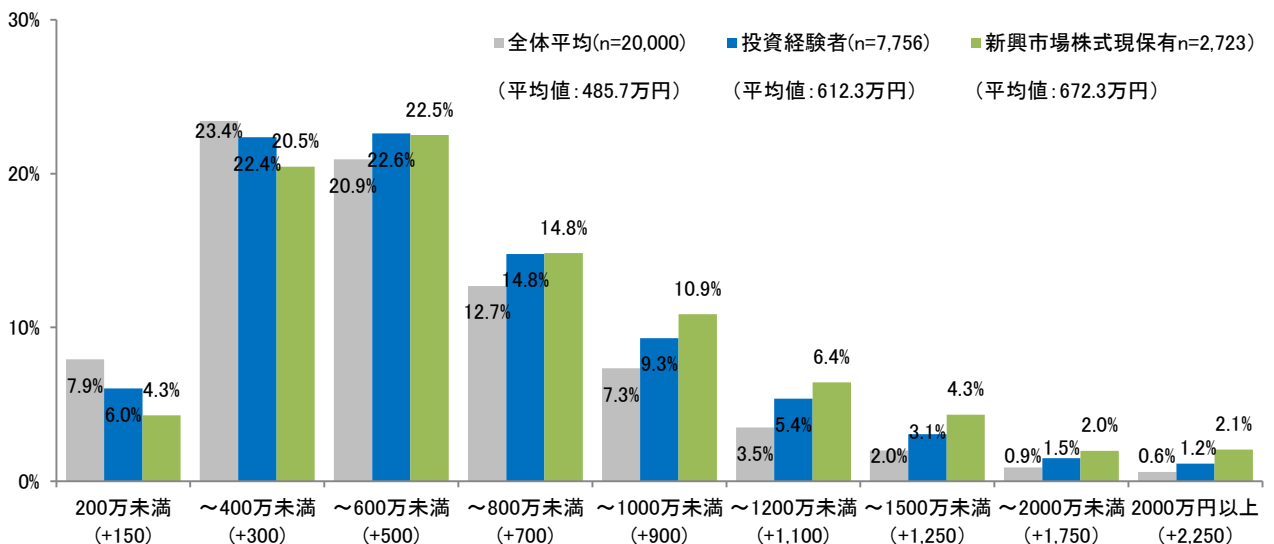
- 年収に関しては、「個人年収」、「世帯年収」とも、「全体平均」、「投資経験者」、「新興市場株式保有者」の順に高くなる傾向がみられた。
- 「全体平均」と「新興市場株式保有者」間の平均値の差は、個人年収で123.7万円。世帯平均で、186.6万円であった。収入の差が投資に影響していることが考えられる。

※平均値は、()内の数値を重み付けて算出

■ 個人年収



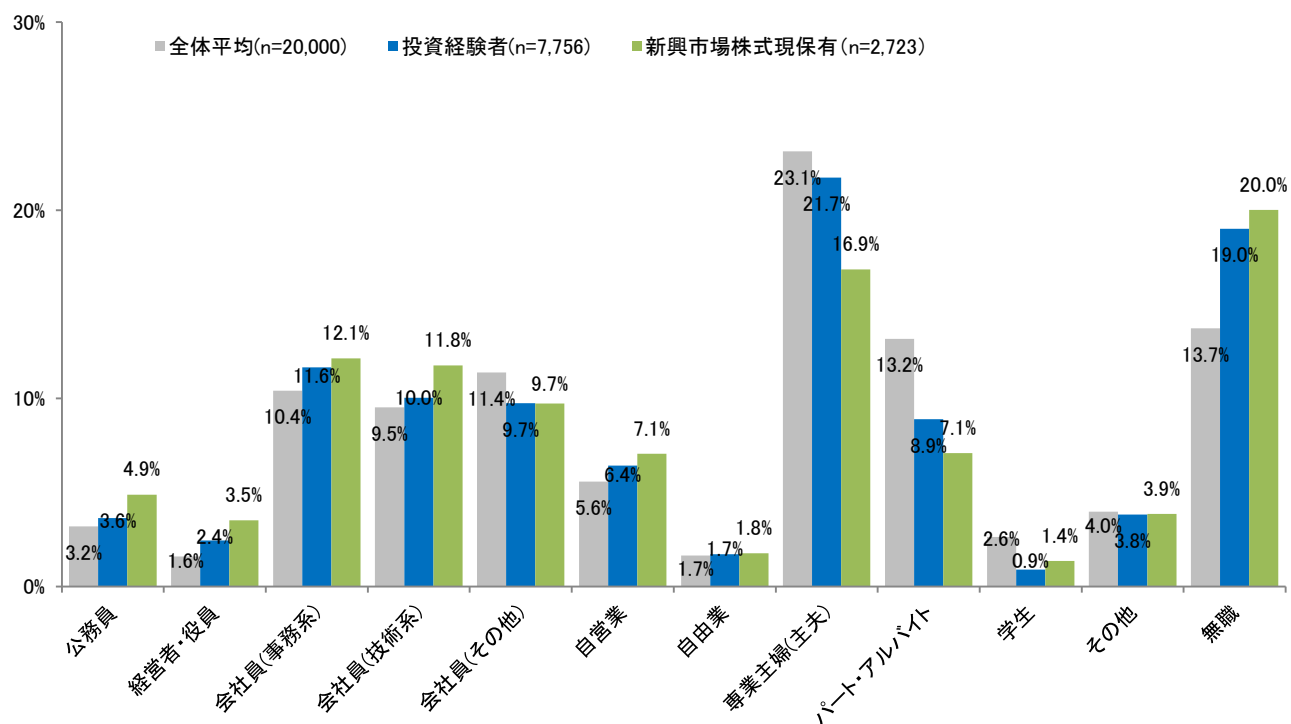
■ 世帯年収



調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 対象プロフィール

- 職業では、新興市場株式保有者は、全体平均と比較して、「専業主婦」、「パート・アルバイト」の割合が低く、「無職」の割合が高かったことが大きな差異としてあった。「新興市場株式保有者」では、男性が7割、60代以上が約5割という構成を反映しているといえる。

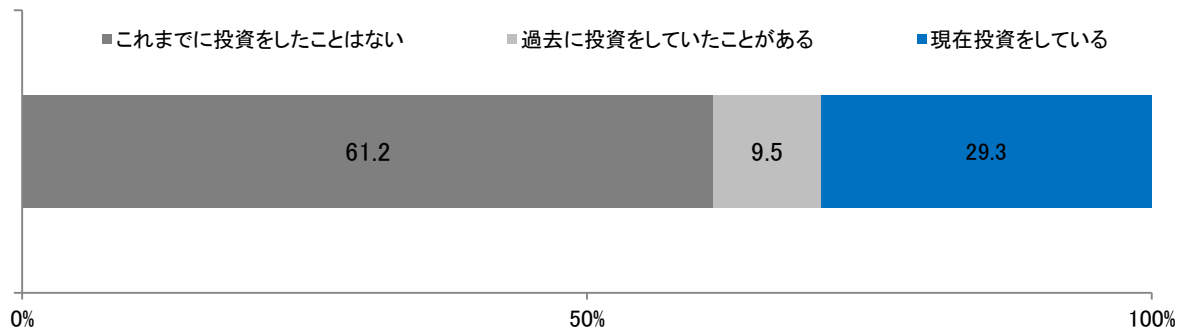
■ 職業



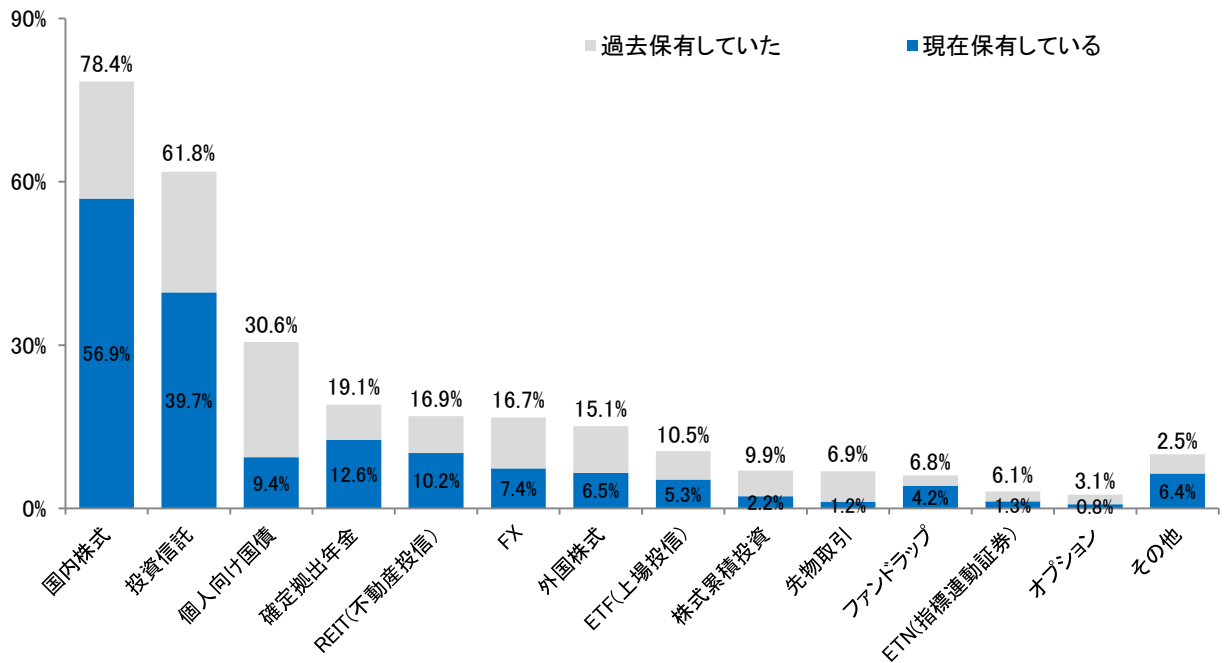
調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 投資実態

- 現保有者と過去の経験者を含めた、「投資経験者」は、38.8%と全体の約4割であった。
- 金融商品別では、「国内株式」の保有経験者が78.4%と約8割と最も多かった。

■ 投資経験 (n=20,000)



■ 金融商品保有状況 金融商品保有経験者 (n=7,756)

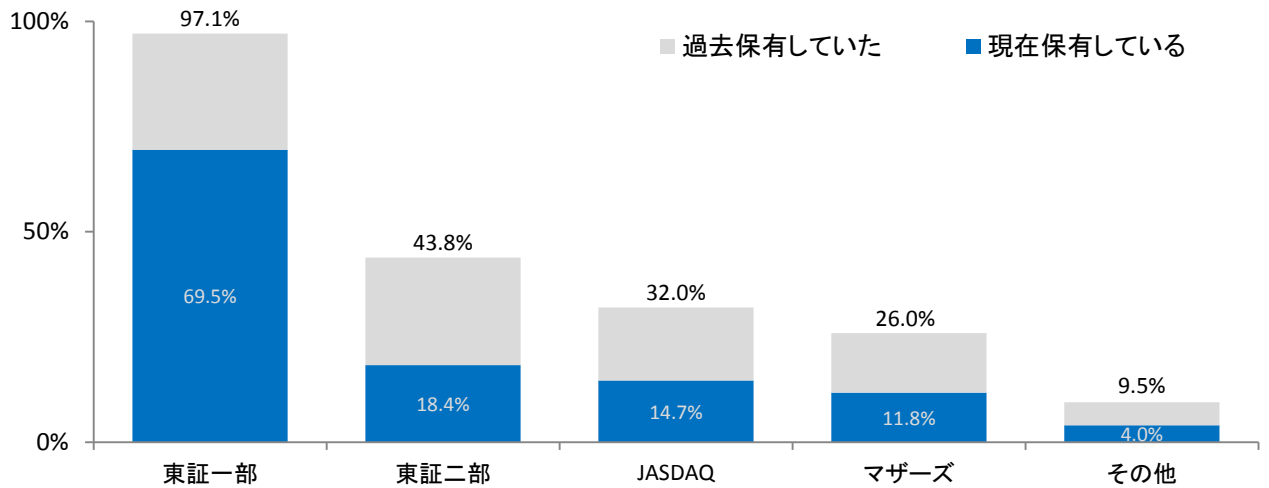


調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 投資実態

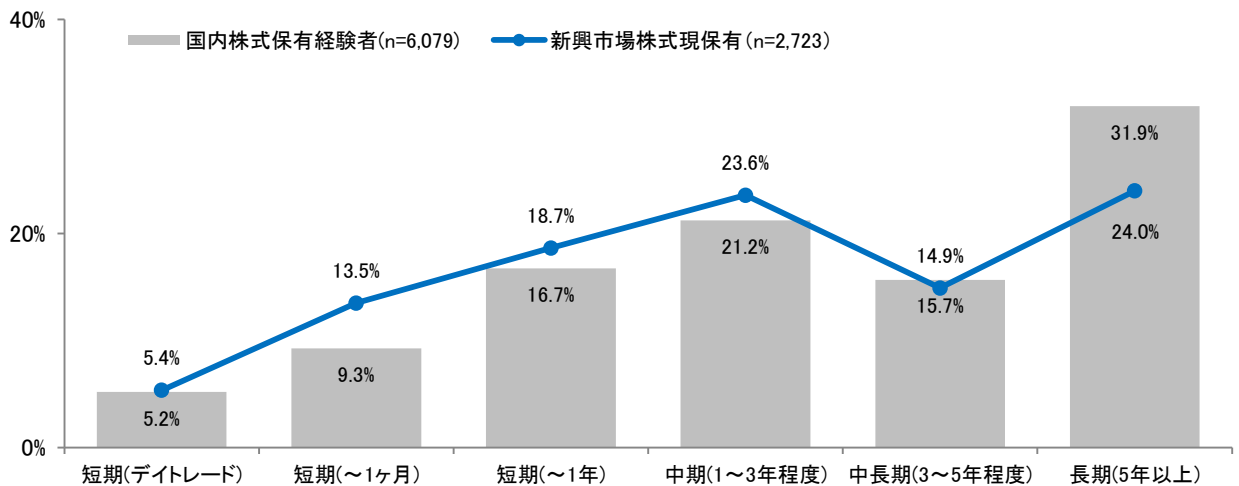
- 国内株式市場の保有経験では、「東証一部」が97%と最も多く、「新興市場株式(東証二部、JASDAQ、マザーズ)」の保有経験は、半数に満たず、「個人向け国債」(30.6%)に並ぶ位置付けであった。
- 投資スタンスでは、1年以上の合計が、62.5%と中長期の傾向があるが、「国内株式保有経験者」と比較して、「新興市場株式保有者」では、やや短期よりの傾向があった。

■ 国内株式保有者/保有経験者

国内株式保有経験者 (n=6,079)



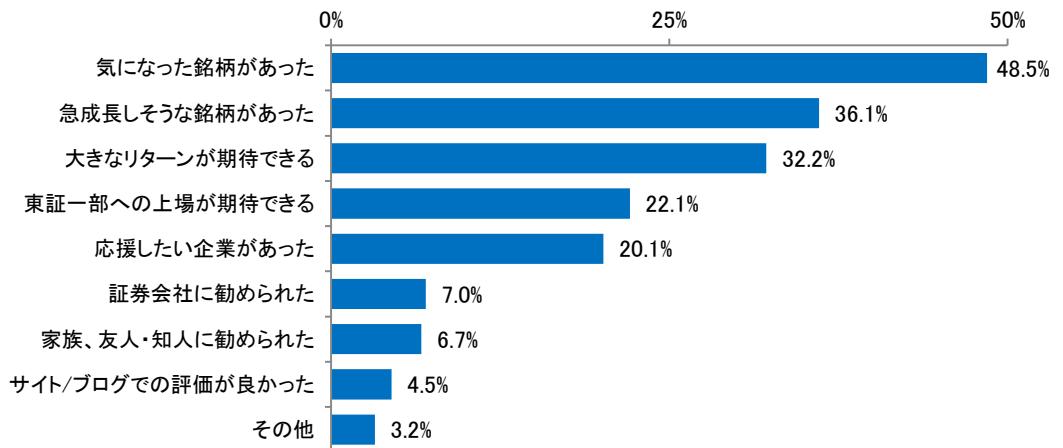
■ 投資期間のスタンス



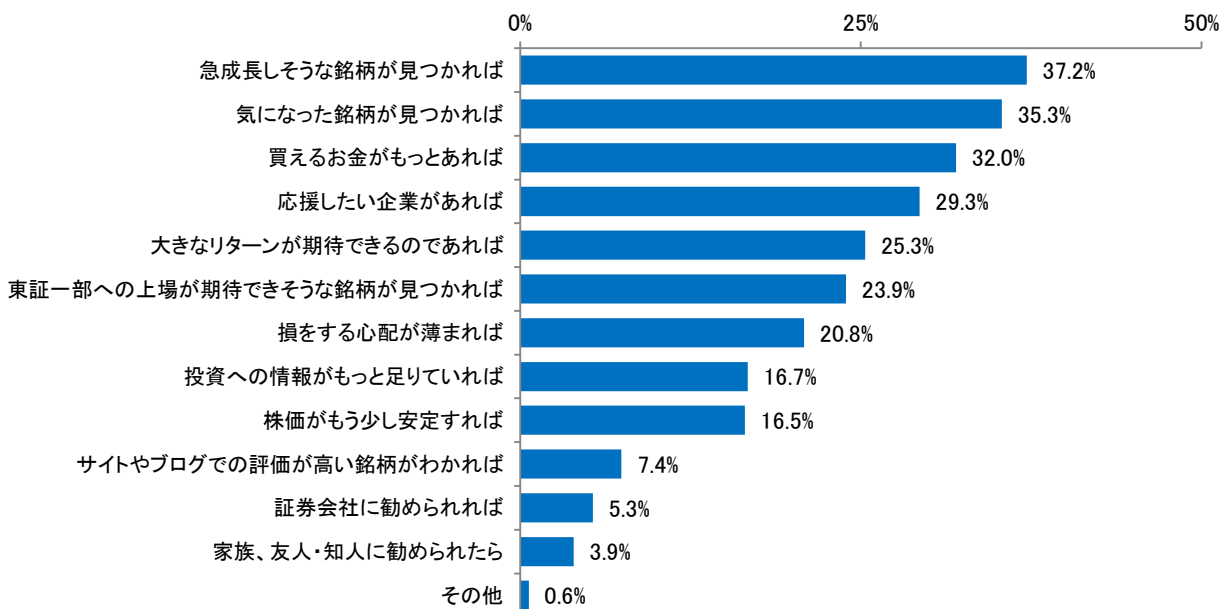
調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 新興市場への投資ポイント

- 新興市場株式の保有ポイントとしては、「気になった銘柄があった」、「急成長しそうな銘柄があった」が高く、「証券会社に勧められた」、「家族・友人・知人に勧められた」など他者からの勧めは低かった。
- 保有を検討するポイントも同様の結果が出ており、成長銘柄を自ら見つけることが保有の大きな理由となっていると考えられる。

■ 新興市場株の保有のポイント 新興市場株保有者 (n=1,545)



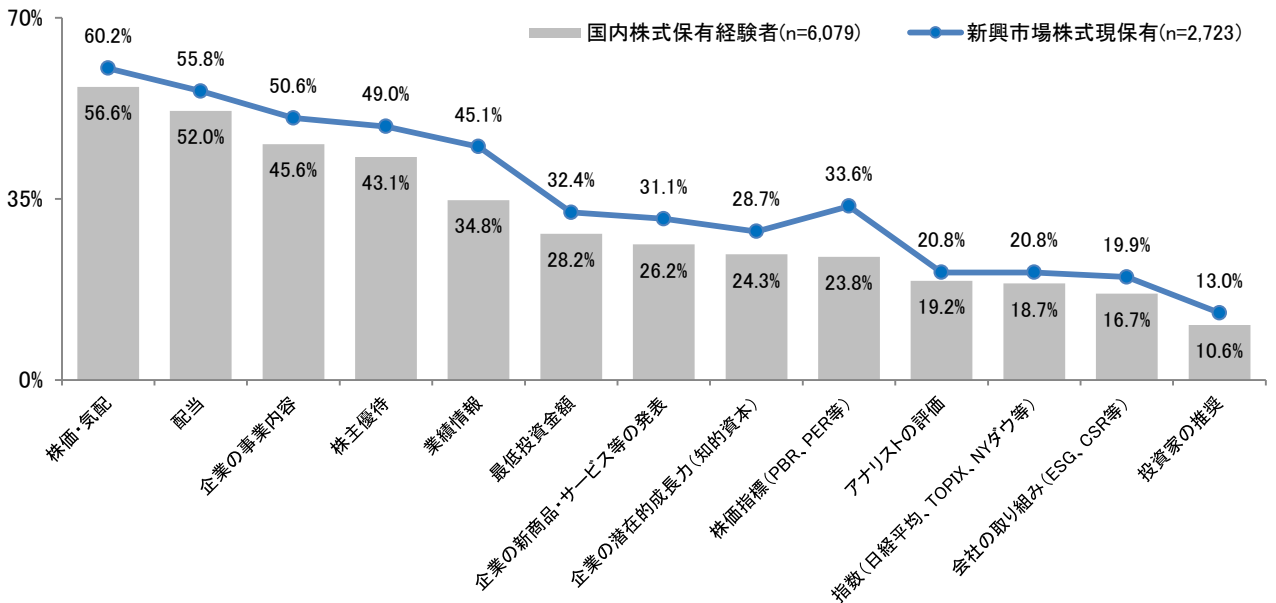
■ 新興市場株の保有したいと思うポイント 新興市場株非保有/興味あり (n=1,426)



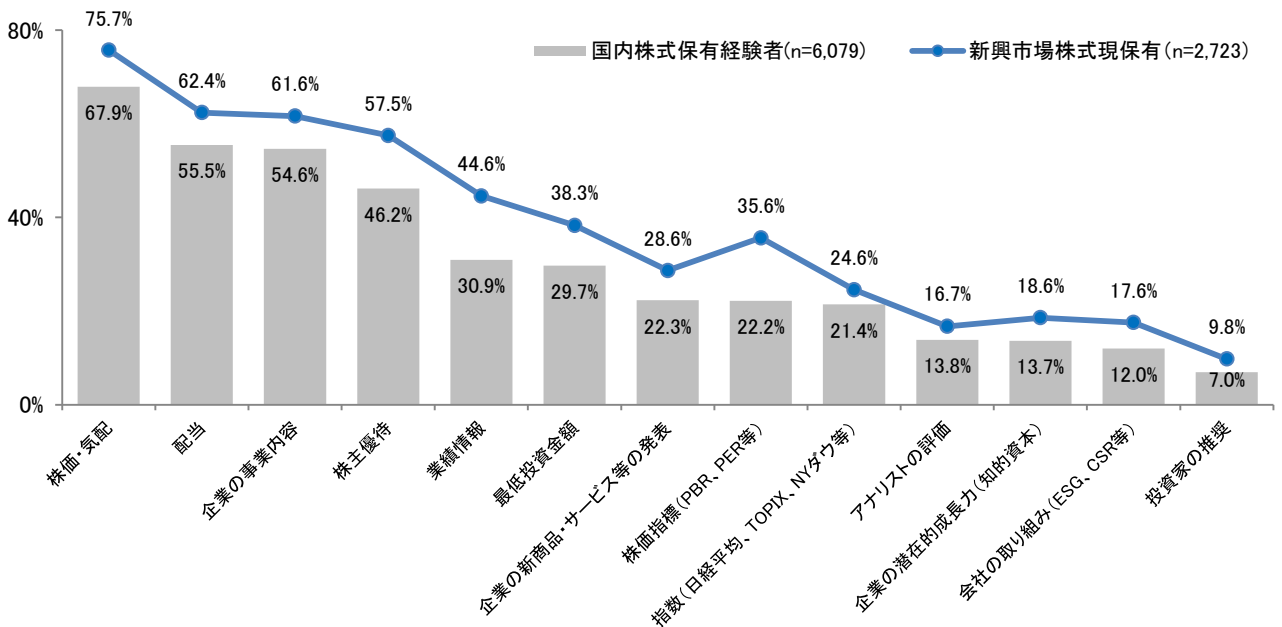
調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 投資情報

- 「欲しい情報」、「得ている情報」とも新興市場株式保有者の方が、より情報を収集していることが明らかになった。
- 欲しい情報では、「業績情報」(+13.6%)、「株価指標」(+13.5%)と大きな差があり、得ている情報でも、同様に「業績情報」(+10.3%)、「株式指標」(+9.8%)と大きな差があり、特徴的な情報といえる。

■ 投資する際に欲しい情報



■ 投資する際に得ている情報

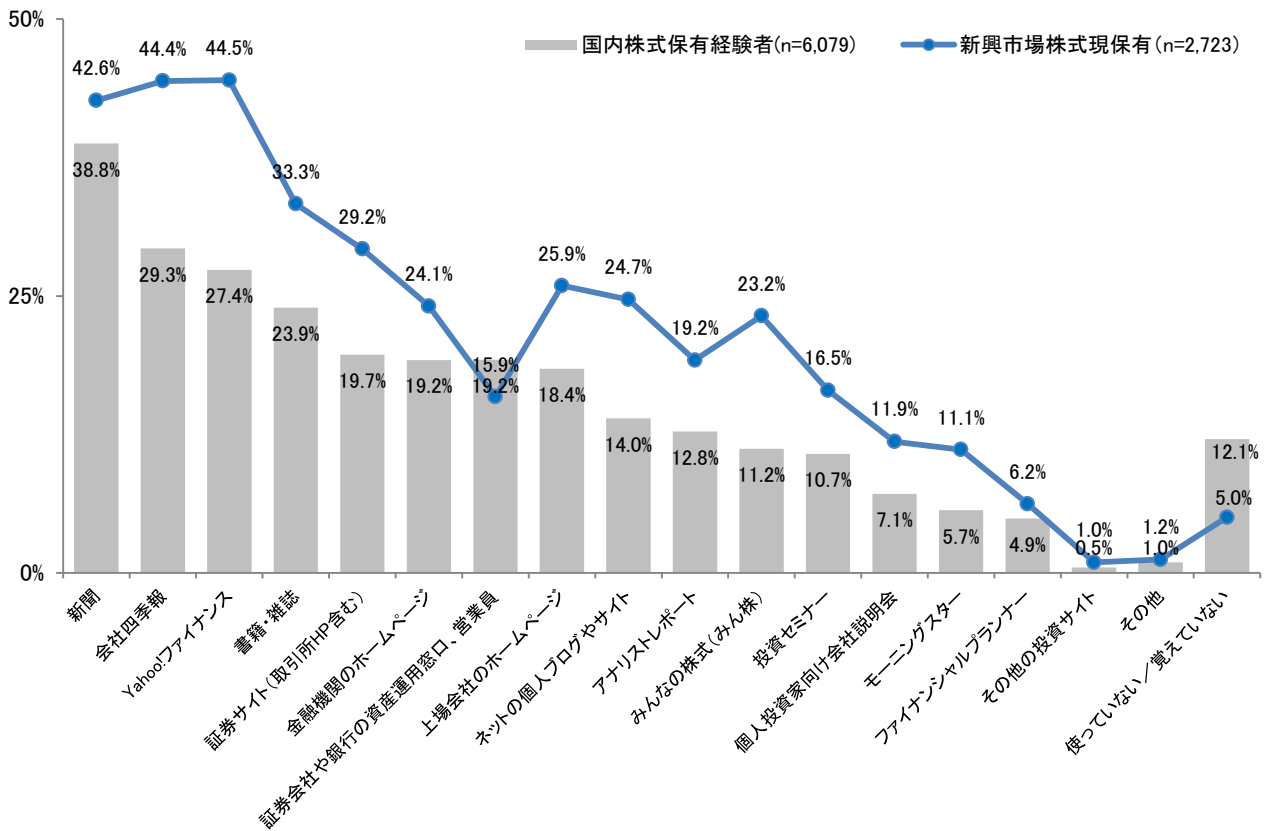


調査 1) 新興市場投資家に関する調査 - 投資情報

- 情報の入手経路に関しては、「新興市場株式保有者」においては、「国内株式保有経験者」と比較して、より広範囲の情報を取得していることがわかった。特に、「Yahoo!ファイナンス」(44.5%)、「個人ブログ」(24.7%)、「みんなの株式」(23.2%)といったインターネットの活用に大きな差異を見ることができる。

■ 金融情報の入手経路

国内株式保有者 (n=6,079)



2. アナリスト・レポート利用者の実態調査

【目的】

本調査では、「アナリストレポートの利用者」を調査対象とし、その利用傾向や要望を把握することで、当センター発行レポートの適正化、普及を促進することを目的とし、調査1の回答者より投資家を抽出した。ここでは、以下の3項目に関する要約を記した。

【調査結果の要約】

1) 回答者プロフィール

- 本調査の回答者は、調査1の回答から投資家（1,550人）を抽出した。その中から主要な調査対象として、さらにアナリストレポート利用者（646人）を抽出している。また、アナリストレポート利用者の中でも、当センターの対象である新興市場銘柄に関するレポートを利用している者（527人）を抽出して、比較対象とした。
- 「アナリストレポート利用者」は、男性70.7%と約7割。年代では、60代以上が、50.8%と約半数。既婚者が73.7%と約7割であった。居住エリアでは、関東地方（45.0%）、近畿地方（19.0%）、中部地方（15.2%）の順に多く、この3エリアで約8割（79.2%）であった。一般投資家との比較では、そこまで差異はなかったが、性別で男性が多かった（11.4%）。
- 個人年収では、200～400万未満が26.8%と最も多く、400万円未満が、約5割（50.2%）であった。職業では、無職が19.2%、会社員（事務職）が16.4%と続いた。会社員合計では、38.0%と約4割。一週間の投資時間は、30分（20.1%）、1時間（16.1%）、2時間（14.2%）と短時間の傾向となった。一般投資家との比較では、アナリストレポート利用者では、年収、投資時間の割合が高く、会社員の比率が高かった。

2) 利用実態

- 見ている銘柄の市場は、一部が78.2%と約8割。その他の市場は、それぞれ3割未満であり、新興市場のレポートが読まれていない実態が明らかになった。
- 利用開始時期は、「投資開始直後」が22.6%が最も多く、次が「覚えてない」が21.8%であったが、投資開始半年後までの合計が、53.1%と比較的早い段階で利用を開始していることがわかった。
- 利用頻度では、週に1～2回が30.7%と最も多く、月に1回以上利用者の合計が、87.5%と約9割の人は毎月何かしらの形で利用している実態が伺えた。

- 利用のきっかけでは、「ネットでたまたまみつけて」が55.4%、「投資の本や雑誌でみつけて」が34.1%と、投資情報を収集する過程でみつけていることが伺えた。
- 利用媒体は、「PC」が89.5%と他の利用手段を大きく上回っている。

3) 利用のポイント

- 利用するタイミングとしては、「銘柄について深く知りたいとき」、「新しい銘柄を探しているとき」「投資対象として判断するとき」など多様な利用目的があることがわかった。
- 利用する理由では、「大まかな概要が理解できる」63.2%、「客観的な分析ができる」56.5%、「情報が集約されている」53.5%と高かった。
- アナリストレポートで見ている情報、重視している情報では、「今後の見通し」、「アナリストの投資判断」、「決算情報」の項目が高く、専門家の意見を重視している傾向が伺えた。

まとめ

アナリストレポート利用者は、投資家全体からみれば非常に少ない（調査1：金融情報の入手経路を参照）ものの、今回の調査により、一般投資家よりも収入と投資に掛ける時間が長く、多くの情報を収集しているという活発な投資家像が見えてきた。特に、当センターが対象とする新興市場銘柄でアナリストレポートを利用している者では、より顕著にその特徴を表しており、アナリストレポート利用者の平均を大きく上回っていた。しかしながら、新興市場銘柄での利用は、3割未満と利用が進んでおらず、普及の余地があることも明らかになった。

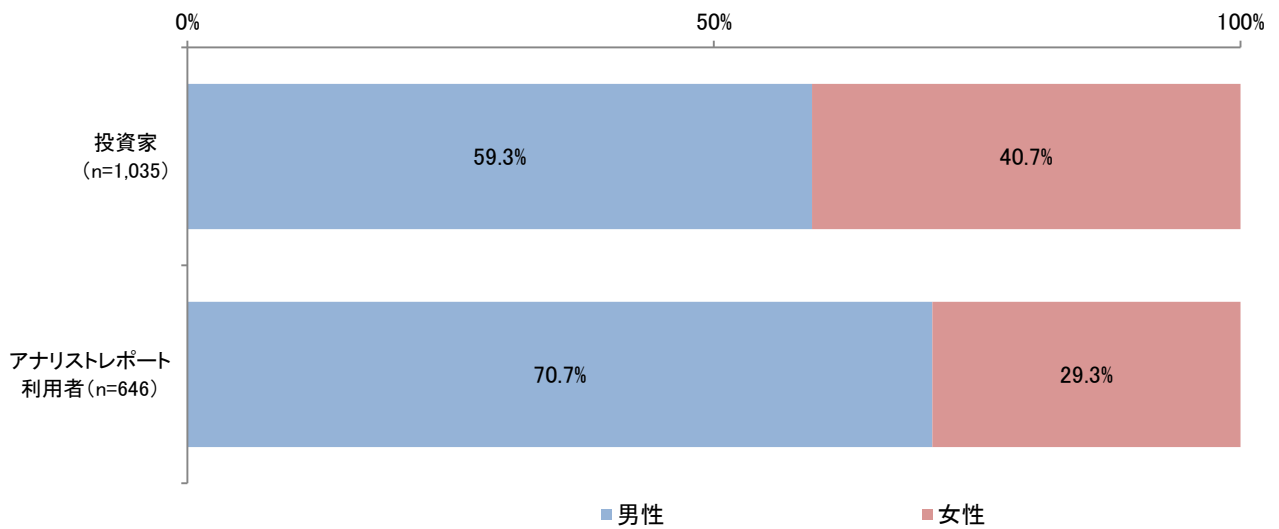
当センターでは、今回の調査で得た結果をもとに、レポートの適正化をはかり、利用の促進を行うと共に、アナリストレポートをいまだ利用していない投資家へも普及をおこない、市場に不足する投資情報の一層の提供をおこなうものである。

次ページからは、「新興市場銘柄のアナリストレポートの利用者」を「一般投資家」、「アナリストレポート利用者」と比較することにより、より具体的な特徴を明らかにしていく。

調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - プロフィール

- 性別では、「投資家」よりも「アナリストレポート利用者」において、男性の比率が高かった(+11.4%)。
- 年代別では、「投資家」と「アナリストレポート利用者」の間に大きな差異はみられなかった。

■ 性別



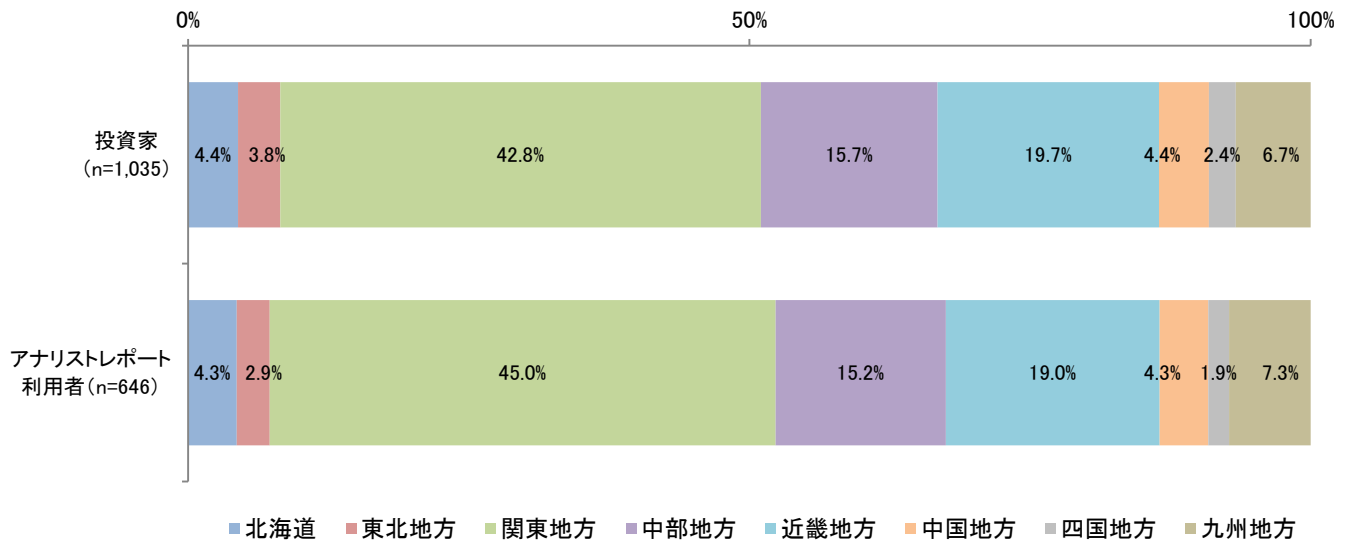
■ 年代



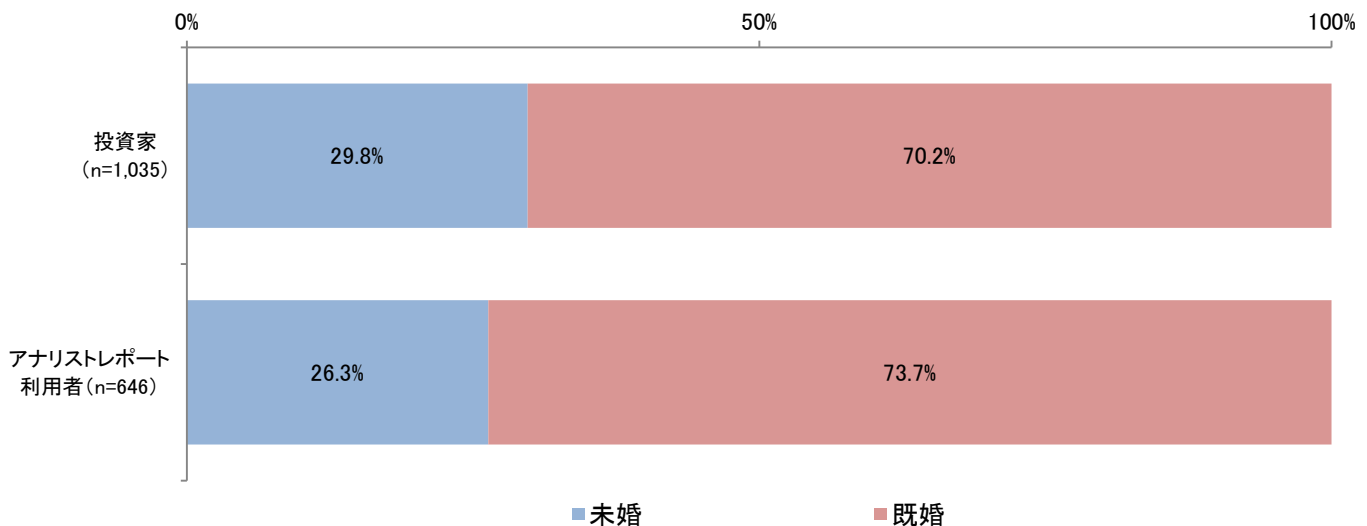
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - プロフィール

- 居住エリアに関しては、関東(45%)、近畿(19.0%)、中部(15.2%)の順で多かった。「投資家」と「アナリストレポート利用者」に、大きな差異はなかった。
- 既未婚に関しては、73.7%が既婚と約7割。投資家とアナリストレポート利用者に大きな差異はなかった。

■ エリア



■ 未既婚

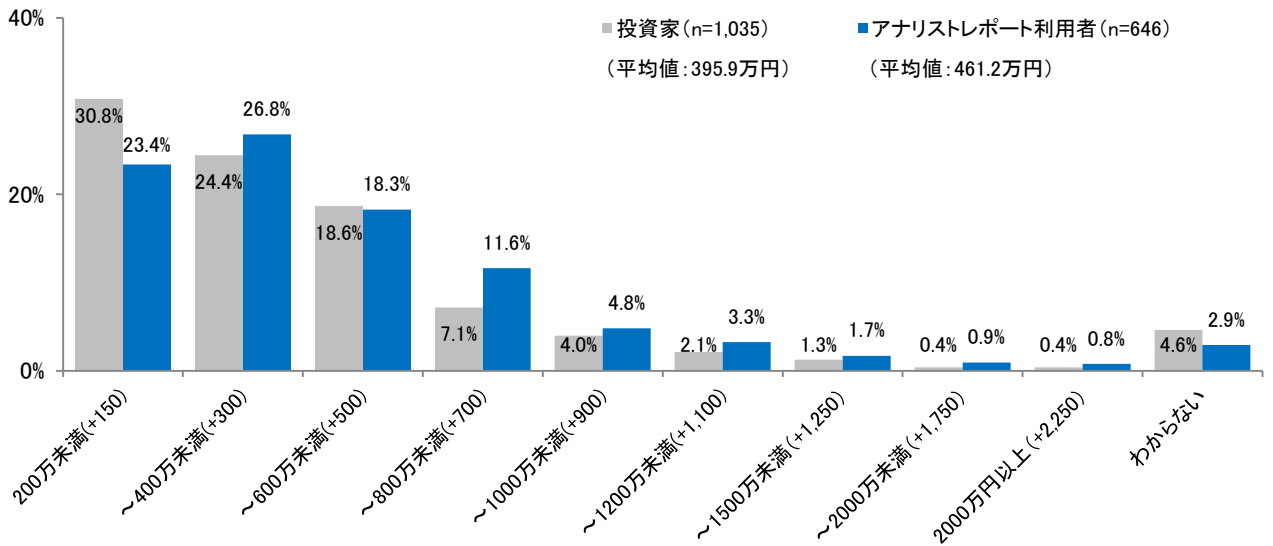


調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - プロフィール

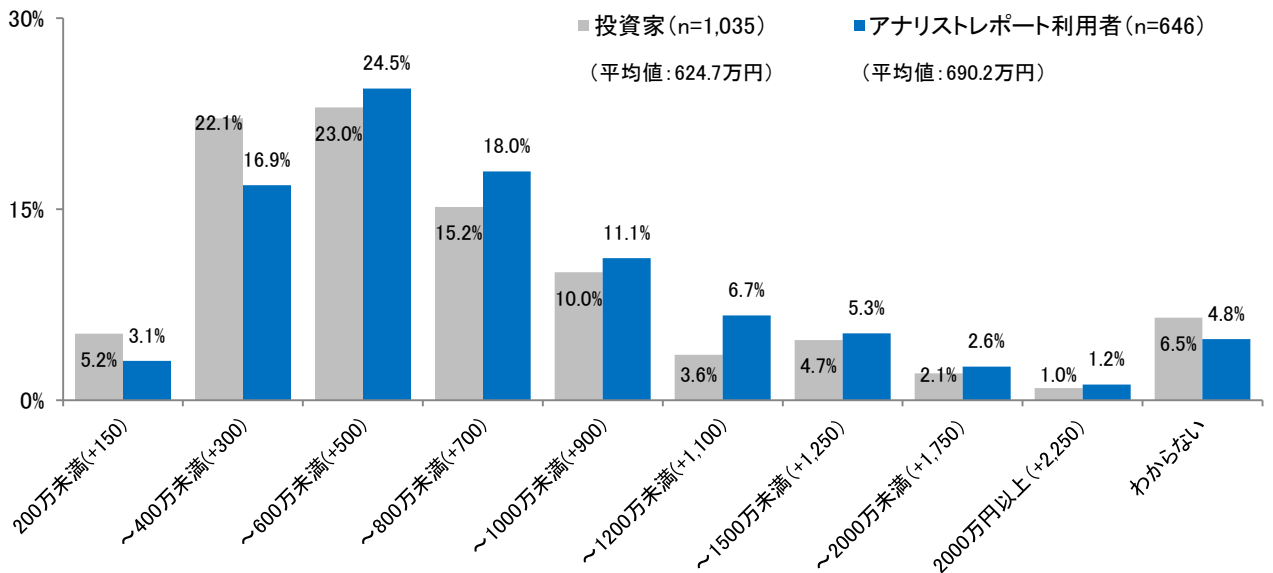
- 個人年収では、「投資家」よりも「アナリストレポート利用者」の方が高い傾向にあった。平均値では、65.3万円の差があった。
- 世帯年収でも、「投資家」よりも「アナリストレポート利用者」の方が高い傾向があった。平均値では、65.5万円の差があった。

※平均値は、()内の数値を重み付けして算出

■ 個人年収



■ 世帯年収

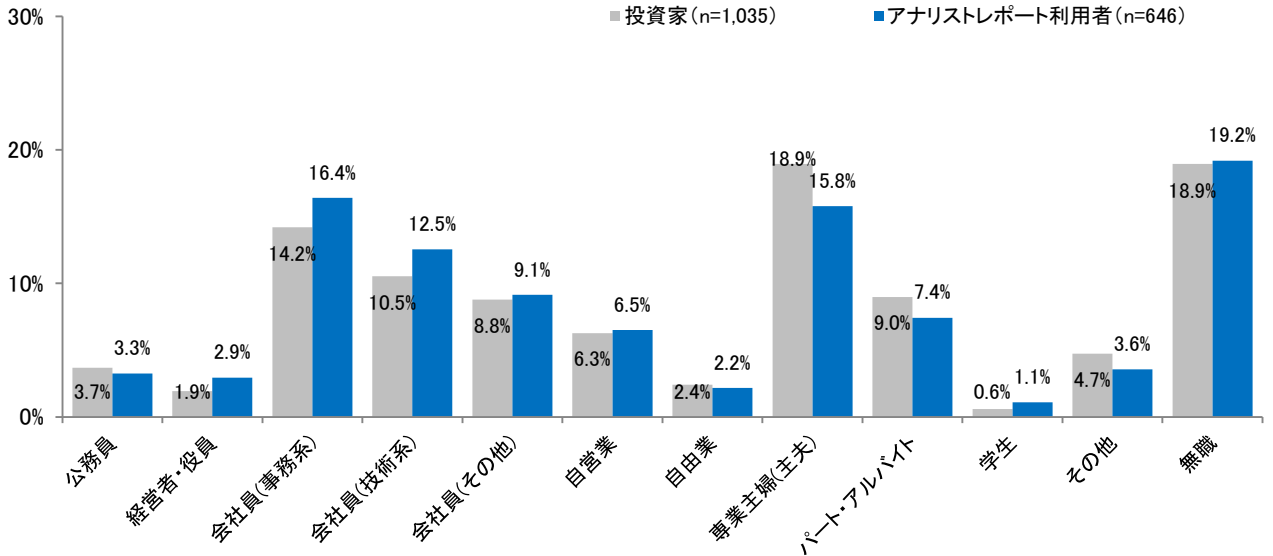


調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - プロフィール

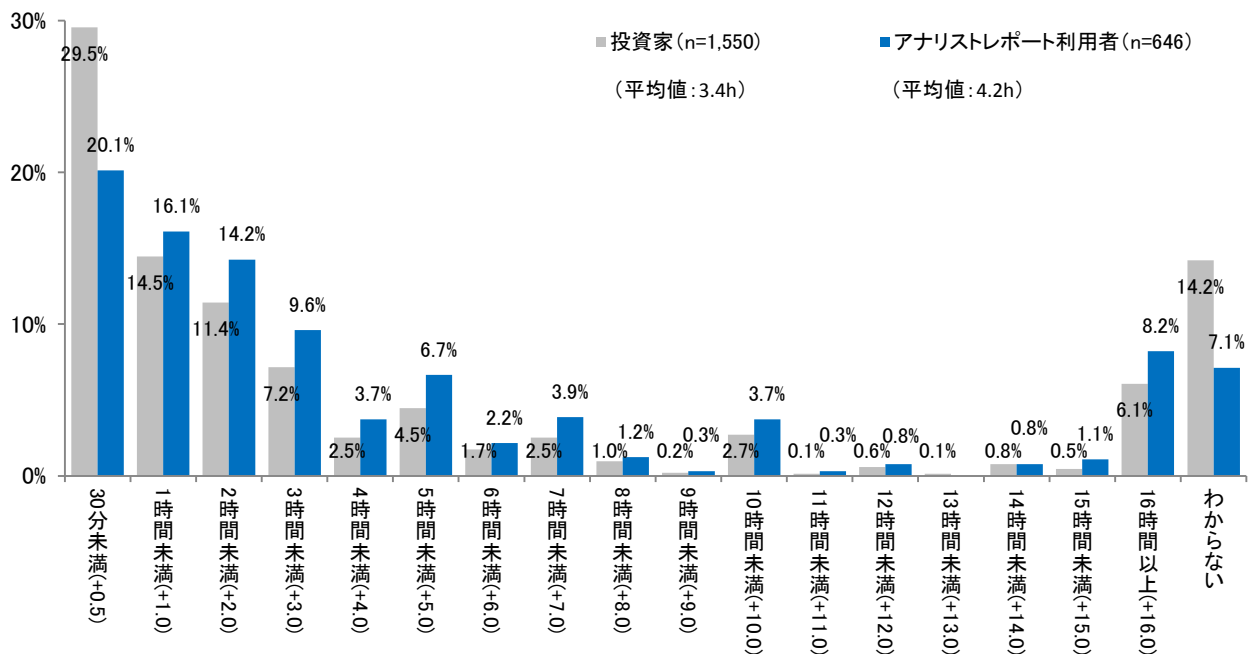
- 職業では、大きな差異はみられなかった、会社員の割合がわずかに多い傾向があった。
- 投資時間では、「投資家」よりも「アナリストレポート利用者」の方が、長時間の傾向(+0.8h)がみられた。

※平均値は、()内の数値を重み付けて算出

■ 職業



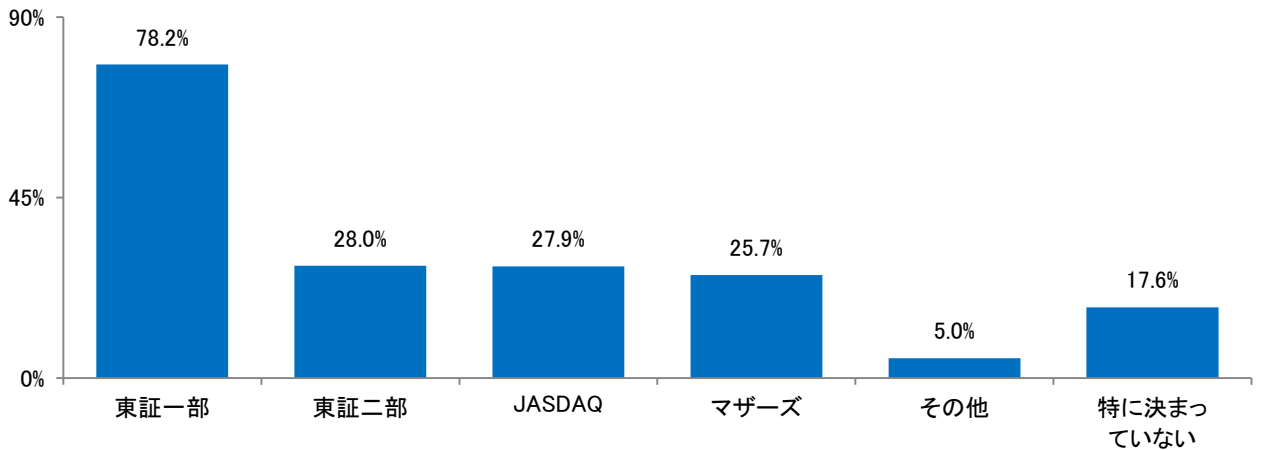
■ 1週間の投資時間



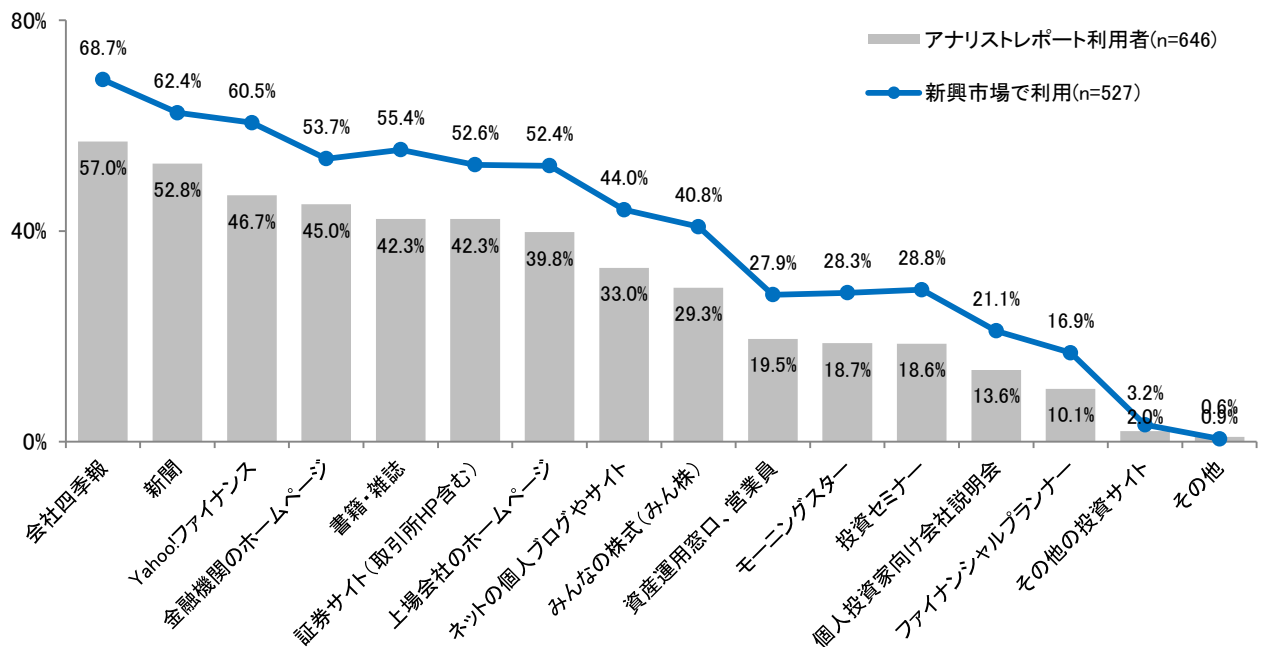
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - 利用実態

- アナリストレポートでみている市場は、東証一部(78.2%)と最も高かった。その他の市場は、3割に満たなかった。
- アナリストレポート以外の情報源としては、会社四季報、新聞、yahoo!ファイナンスと多かった。新興市場での利用者は、より多くの情報源を持っていることがわかった。

■ アナリストレポートで見ている銘柄の市場 (n=646)



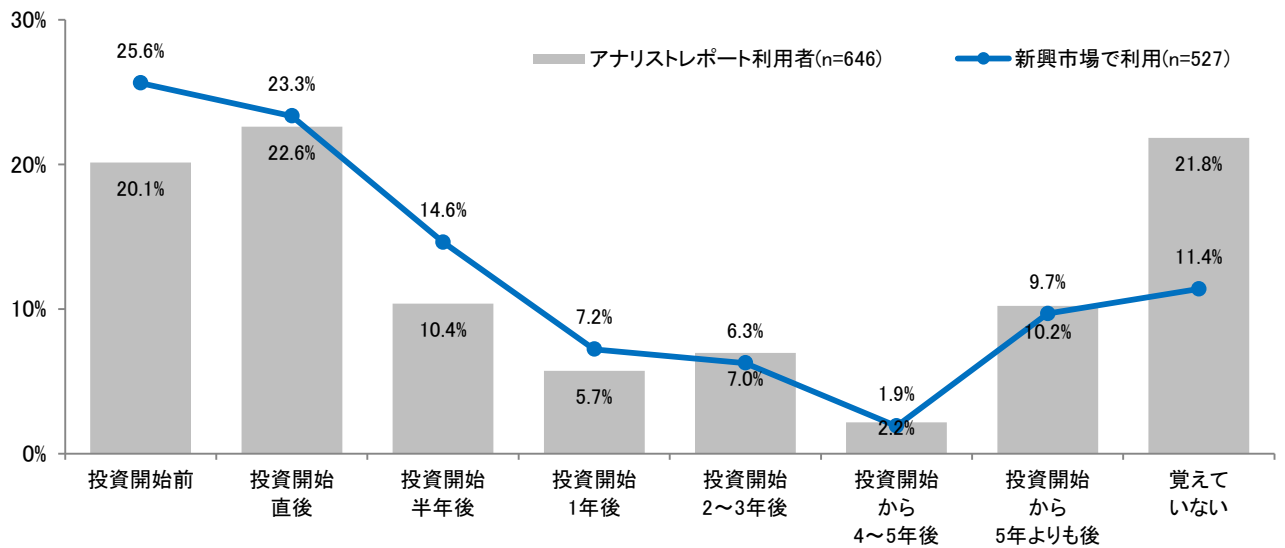
■ アナリストレポート以外の情報源



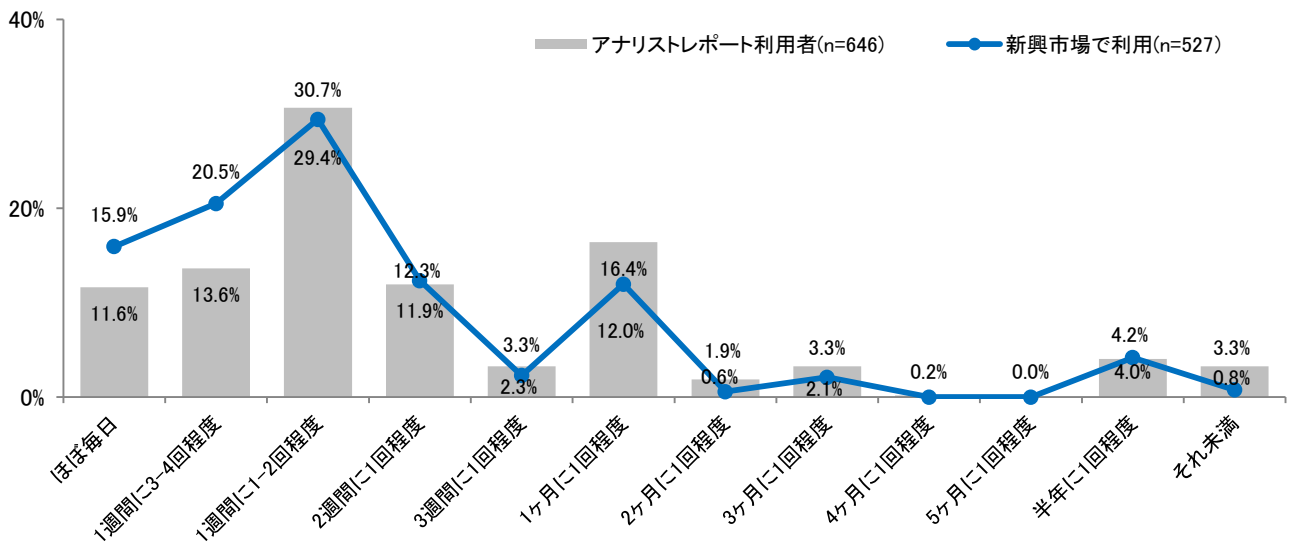
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - 利用実態

- 利用開始時期は、「投資開始1年」で、58.8%と早い段階で情報収集の手段として活用していることがわかった。新興市場での利用者は、同期間が70.7%とより早い段階で利用を始めていることがわかった。
- 利用頻度としては、1週間に1回以上が55.9%と、半数以上は比較的高頻度で利用しているといえる。新興市場での利用者は、1週間に1回以上が67.1%とよりさらに高頻度で利用していることがわかった。

■ アナリストレポートの利用開始時期



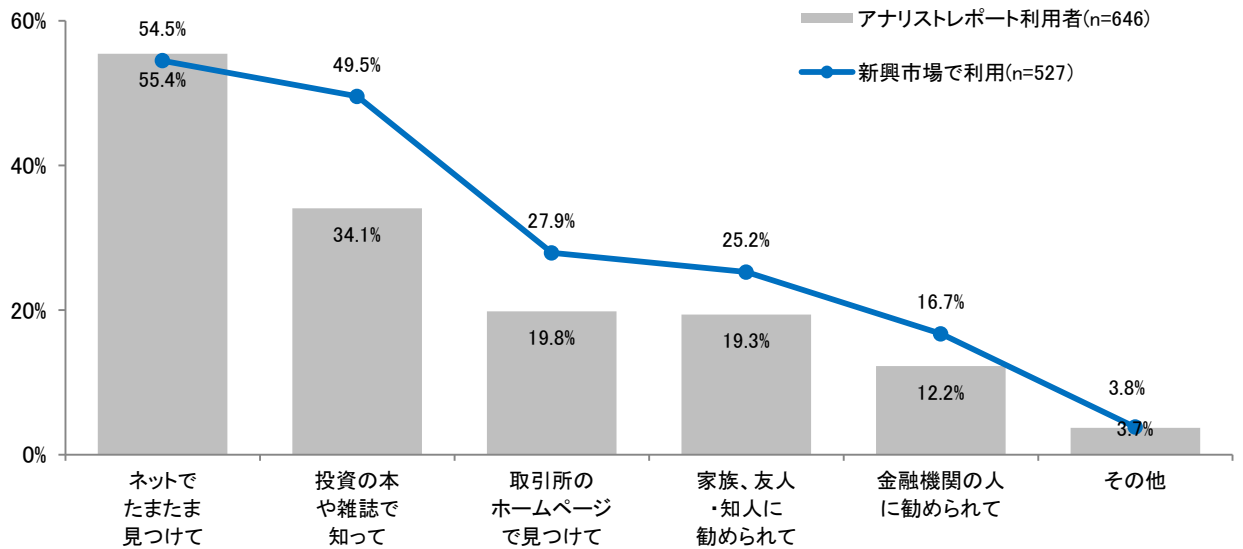
■ アナリストレポート利用頻度



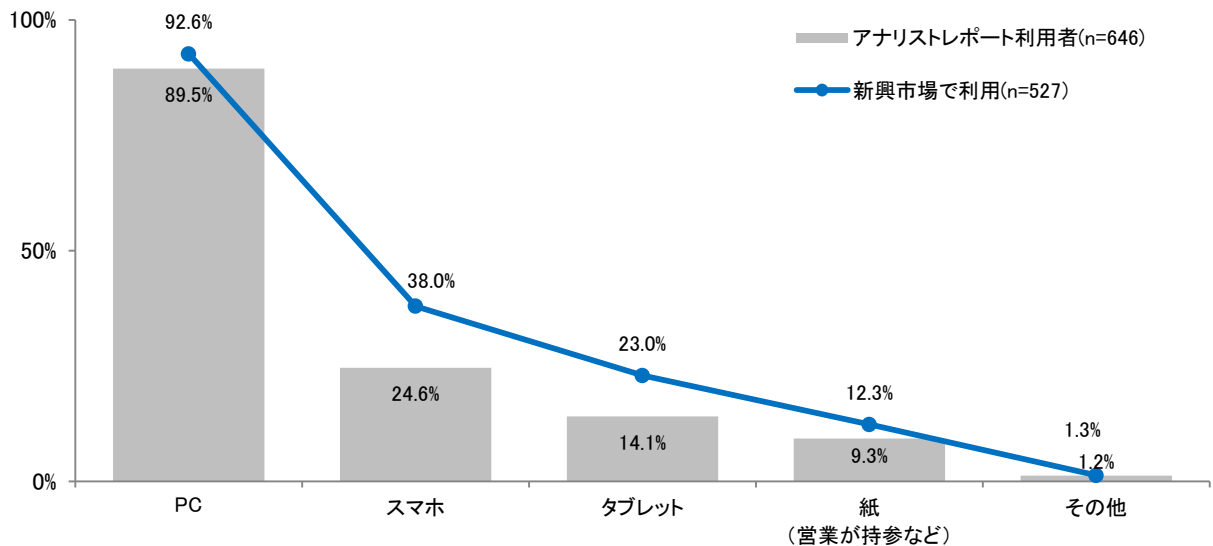
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - 利用実態

- 利用のきっかけとしては、「たまたま見つけて」55.4%、「投資の本や雑誌で知って」34.1%と続いた。一方で、「人に勧められて」は低い傾向があり、自発的な情報収集の中で見つけている傾向がわかる。新興市場での利用者では、「投資の本や雑誌で知って」の割合が非常に高かった(+15.4%)。
- 利用媒体としては、PCが圧倒的に多く約9割であった。新興市場での利用者では、スマホ(38.0%)の利用も比較的多かった。

■ アナリストレポートを利用したきっかけ



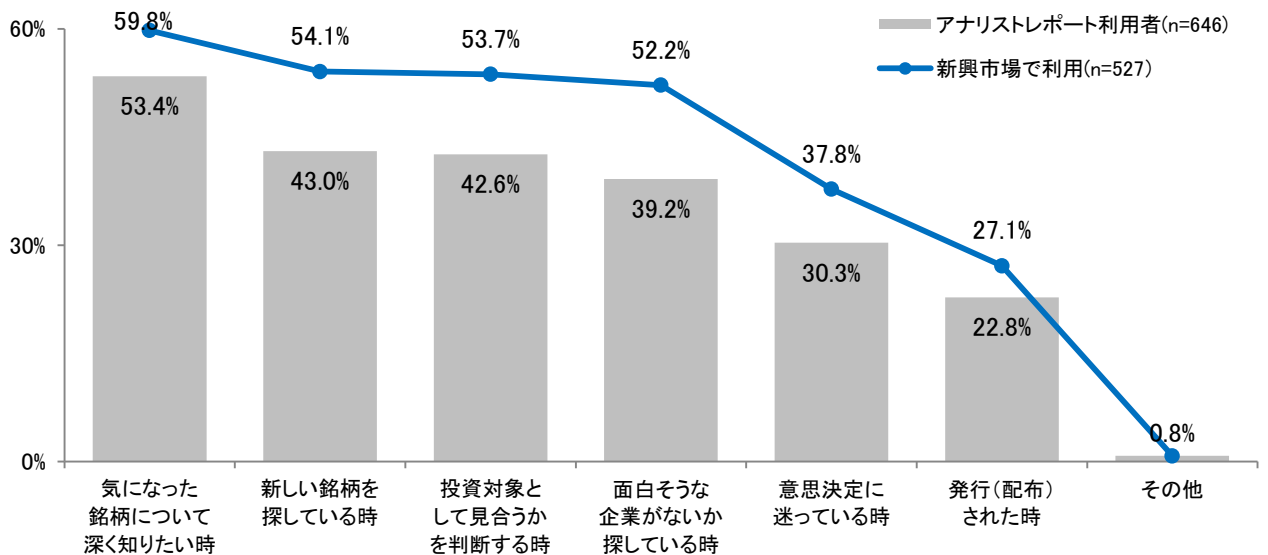
■ アナリストレポートの利用媒体



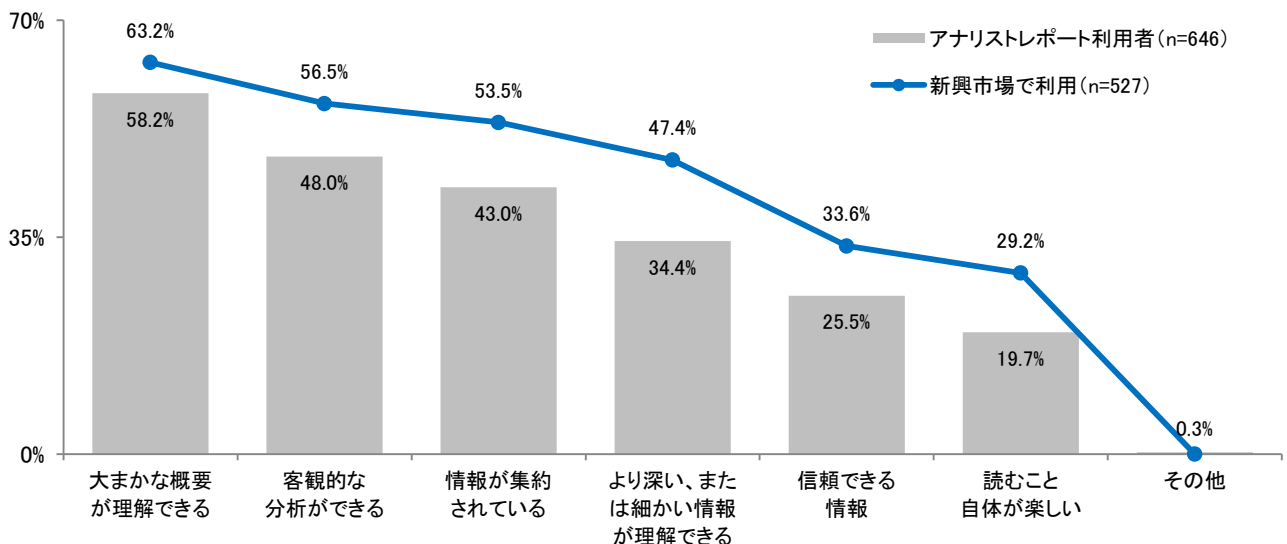
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - 利用のポイント

- 利用するタイミングでは、「銘柄について深く知りたい時」(53.4%)、「銘柄を探している」(43.0%)、「投資判断する際」(42.6%)と続き、「知る・探す・判断の材料」と多様な利用目的があることが明らかになった。新興市場での利用者では、「探す」目的の利用が比較的高い傾向があった。
- 利用する理由では、「概要が理解できる」58.2%、「客観的分析ができる」48.0%、「情報が集約されている」43.0%と続いた。新興市場での利用者では、特に「深く、細かい情報が理解できる」が高かった(+13.0%)。

■ アナリストレポートを利用するタイミング



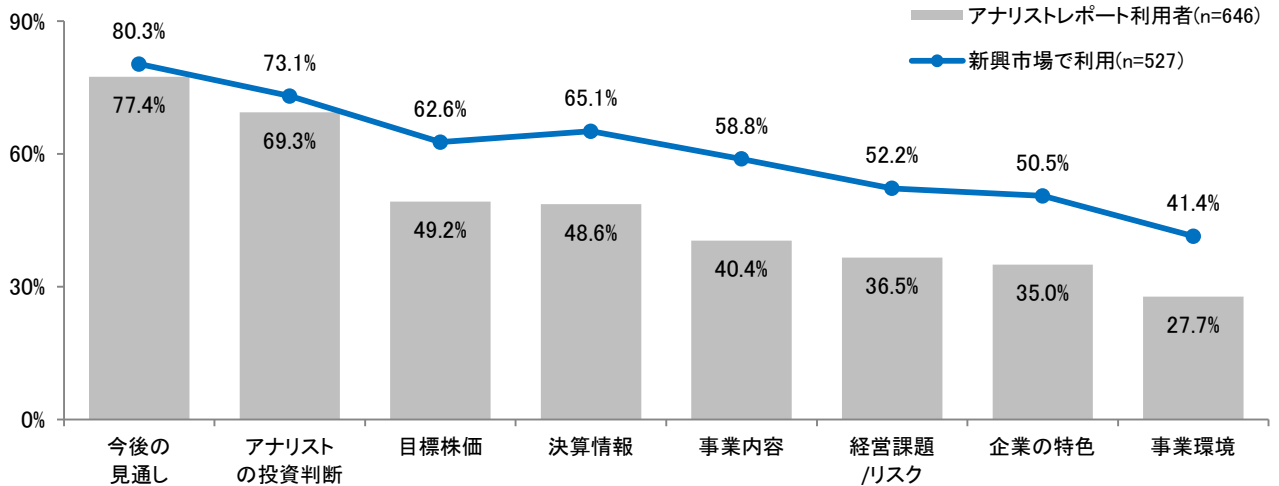
■ アナリストレポートを利用する理由



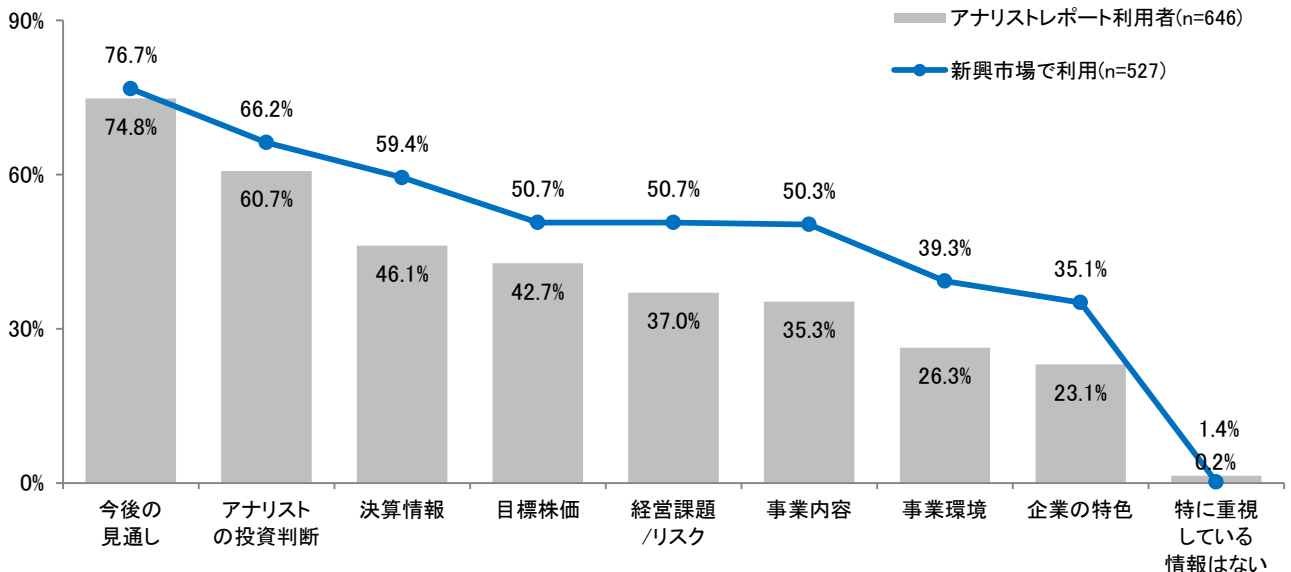
調査 2) アナリスト・レポート利用者の実態調査 - 利用のポイント

- 見ている情報、重視している情報では、「今後の見通し」(77.4%)や「アナリストの投資判断」(69.3%)など、専門家の評価を重視している傾向があった。新興市場での利用者では、より多くの項目を見ており、比較のみでいる割合が低い「経営課題/リスク」や「企業の特徴」も半数以上が見ていた。

■ アナリストレポートで見ている情報



■ アナリストレポートで特に重視している情報



■本レポートに関するお問い合わせ

一般社団法人証券リサーチセンター

〒100-0011 東京都千代田区内幸町1-1-7 NBF日比谷ビル21階

URL : <http://www.holistic-r.org/>

E-mail : info@stock-r.org

<引用・転載に関するクレジット表記のお願い>

本レポートの著作権は当センターが保有します。本レポートの引用・転載する場合には、必ず当センターの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。