



コロナ禍で高まった資金準備と 金融アドバイスの必要性

貯蓄に関するデロイトグローバルサーベイの
日本の調査結果

デロイト トーマツ グループ

**MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS**

since 1845

目次

エグゼクティブサマリー.....	3
1. 日本国内のサーベイ結果の特徴.....	4
2. 老後資金準備の水準に自信がない日本の消費者.....	5
2.1. サーベイ結果が示す老後資金準備の水準への不安感.....	5
2.2. 老後資金準備の水準に自信が持てない理由.....	5
2.3. 認識と現実のギャップはないか.....	6
3. コロナ禍で高まる貯蓄・保障の意識.....	9
3.1. 短期・長期貯蓄の必要性への認識.....	9
3.2. 老後資金準備に関するアドバイスの必要性への認識.....	9
4. 変化を踏まえた国内の金融サービス事業者の方向性.....	10
4.1. 貯蓄・保障商品のニーズ.....	10
4.2. サービスのニーズ.....	11
4.3. 今後のソリューション.....	12
5. 金融リテラシーの課題.....	13
5.1. サーベイでみられた金融リテラシーの低さ.....	13
5.2. 金融リテラシーの向上に向けて：若年層に対する早期からの老後資金準備の働きかけ.....	15
連絡先.....	16
脚注.....	17

エグゼクティブサマリー

- コロナ禍による不確実性やその他の要因によって消費者の貯蓄に対する態度や行動がどのように変化しているかを理解するために、デロイトは2021年に8カ国の約8,000人を対象としたグローバルサーベイを実施した。サーベイにおける日本国内の回答結果から、国内の金融サービス事業者が進むべき方向性を探った。
- 日本の消費者の中では、老後資金準備が十分かについて自信を持つ人の割合が11%と低位にとどまった。これはグローバル平均の35%を14ポイント下回り、調査対象8カ国の中で最低である。
- 老後資金準備の水準に「自信がある」グループと「自信がない」グループの年収と貯蓄の中央値には明白な差があり、準備の余力と実態が自信を持てるか否かを分けていると考えられる。コロナ禍が始まってから1年間の普通預金などの現金貯蓄は、実際は全般的に増加傾向にあるが、年収が600万円未満のグループでは現金貯蓄が「減少した」とする回答が「増加した」とする回答よりも多く、コロナ禍の直撃を受けたことが読み取れる。
- 一方で、コロナ禍により消費者は貯蓄の必要性を再認識した。日本では、老後資金準備の必要性を感じるものが「多くなった」とする回答割合から「少なくなった」とする回答割合を差し引いた正味の割合が43%になった。これはグローバル平均の33%を10ポイントも上回り、調査対象国の中で最高である。また、老後資金準備に限らず、想定外の支出に備えるための一般的な貯蓄の必要性への認識もコロナ禍中に高まった。一般的な貯蓄の必要性を感じるものが「多くなった」という正味の回答割合も42%（正味）と、グローバル平均の39%を上回っている。このような貯蓄、特に老後資金準備への要望の高まりに加え、コロナ禍1年で資金の余剰が増えた人々は多いとみられ、金融機関にとっては、顧客に建設的な長期の貯蓄プランやその他の保障を提案する好機が到来している。コロナ禍でマイナスの影響を受けた人々の間でも必要性の認識は高まっており、複利効果が期待できる年齢層を中心に、低コストで運用できる貯蓄商品やサービスが期待される。
- 金融リテラシーの欠如から、「どうすれば良いかがわからず」、現在の自分の老後資金準備に確信を持ってない人々が多いことも、日本の特徴である。コロナ禍を経て経済先行きが不透明な中で、不安な人々に適切にアドバイス、資金準備商品を提供していけば、金融機関の顧客ベースは拡大し、成長性・収益性は向上し、日本経済全体に利益をもたらすことができると考えられる。

グローバルサーベイ「新型コロナウイルス感染症が貯蓄に及ぼす影響：高まる経済的不安感」概要

デロイトは、オーストラリア、カナダ、中国、フランス、ドイツ、日本、英国、米国の8カ国で8,036人の消費者を対象としたサーベイを2021年7月、8月に実施した。回答者の年齢は22～75歳で、平均年齢は45歳、男女の比率は50%ずつである。また、回答者の家計総所得の分布がそれぞれの国を代表するように配慮した。サーベイ回答者の雇用形態別の構成は、正規雇用者が64%、パートタイム雇用者16%、自営業者8%、退職者5%である。

1. 日本国内のサーベイ結果の特徴

2019年に金融庁報告書で「老後2,000万円問題」が話題になるなど、老後資金準備の不足は、コロナ禍前から人生100年時代の日本社会の課題の1つであった。コロナ禍を経て、消費者の貯蓄に対する意識や行動が変化したとすれば、長年の懸案であった老後資金準備の不足の解消に、保険会社、証券会社、銀行などの金融サービス事業者が積極的に関与できるビジネスチャンスになり得る。

デロイトが2021年7月、8月に実施した8カ国8,036人を対象とした前述のグローバルサーベイに、日本国内からは1,004人がサーベイに回答した。日本の回答者の年齢は22~75歳で、平均年齢は50歳である。年収の平均値は695万円、中央値は650万円であるⁱ。サーベイ回答者の雇用形態別の構成は、正規雇用者が59.7%、パートタイム雇用者25.3%、自営業者12.2%、退職者0.4%である。自宅が持家の回答者は1,004人中714人（持家の価額の中央値3,025万円）、賃貸の回答者は281人であった。

グローバルサーベイで、日本の結果が際立っていたのは、以下の3点である。

(1) 老後資金準備の水準に自信がない

- 現在の老後資金準備の水準に自信を持っている人は非常に少ない。日本では8カ国中最低の11%

(2) 貯蓄・保障の必要性への認識が高まっている

- 「貯蓄の必要性を感じるが多くなった」-「少なくなった」の正味の数値は、日本は43%で調査対象国の中で最高

(3) 金融リテラシーが低い可能性がある

- 退職貯蓄口座（年金保険や確定拠出年金など）の保有比率が23%と低い
- 退職貯蓄口座を保有していない理由、老後資金準備の水準に自信がない理由、今後利用したい商品・サービスなどを問う質問に対し、「わからない」「情報がない」などの回答の比率が高い

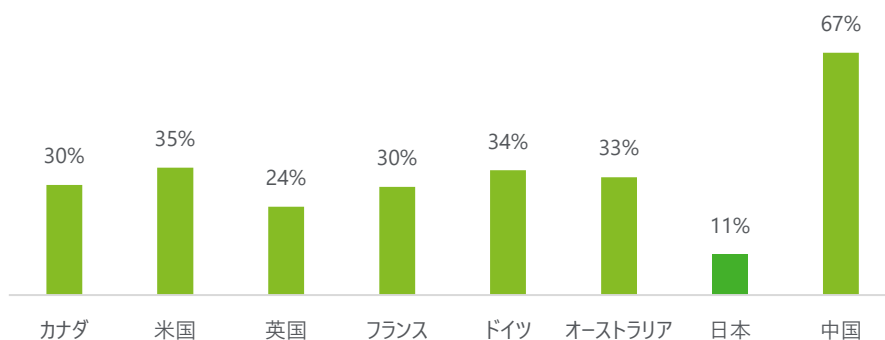
老後資金準備についての自信の低さと、コロナ禍による消費者の意識変化は、老後資金準備が不足しているという懸念払拭に向けて、国内の保険会社、証券会社、銀行などの金融サービス事業者が商品・サービスを提供する好機を意味している。サーベイの日本国内の回答結果から、国内の金融サービス事業者が進むべき方向性を探る。

2. 老後資金準備の水準に自信がない日本の消費者

2.1. サーベイ結果が示す老後資金準備の水準への不安感

日本では、現在の老後資金準備の水準に自信がある人は11%と非常に少なく、サーベイ対象8カ国中最低である。

図1：退職貯蓄に自信を持っているとした回答者の割合



出所：Deloitte Global Survey

図1は、退職貯蓄口座を保有している回答者に対する質問への回答である。「退職後の快適な生活のための資金を確保するのに十分な貯蓄をしている、または十分に貯蓄していると確信している/非常に自信がある」という回答の割合は、中国（約67%）を除いて、全体的に低い。日本は特に低い。日本で退職貯蓄口座を保有しているという回答者（265人）のうち、「自信あり」の回答は11%、「やや自信あり」は27%、「自信なし」は57%、「わからない」が5%だった。

なお、質問でいう「退職貯蓄口座」とは、退職貯蓄口座（確定給付制度および確定拠出年金、iDeCo、年金など）および退職に備えて特別に割り当てたその他の貯蓄を意味する。

2.2. 老後資金準備の水準に自信が持てない理由

グローバルレポート「新型コロナウイルス感染症が貯蓄に及ぼす影響：高まる経済的不安感」では、日本で退職貯蓄の水準に「自信あり」の回答が11%しかない理由について、以下のように解説している。

- 平均余命が長い（かつ延伸している）：世界保健機関(WHO)によれば、日本の60歳の平均余命は世界最高であり、2019年までに26年以上の水準に達している
- 就業率が高い：経済協力開発機構（OECD）によれば、日本の高齢者の就業率は調査対象国の中では最も高い。25歳から64歳までの人口の86%が就業しており、65歳超でも26%が就業している
- 失業率が低いことと、長生きのために自己資金を調達する必要性が認識されていることの両方が影響している

日本の老後資金準備に自信が持てない理由の1位は、グローバルと同様に「貯蓄する余裕がない」（26%）ではあるが、これはグローバル平均の35%を下回っている。一方で日本の2位の理由である「老後が想定外に長期になる可能性」（15%）および3位の理由である「退職貯蓄が十分か確信を持つために必要な情報が見つからない」（14%）は、いずれもグローバル平均の9%、5%を大きく上回り、調査対象8カ国の中でも最も高い（図2参照）。

図2：退職貯蓄に自信がない理由（回答者が1位に選んだ理由）



出所：Deloitte Global Survey

退職貯蓄の水準に「自信がない」と回答した人たちは、長生きリスクが高い日本で老後資金準備の必要性を強く感じながらも、「長生きする」分を賄うほどに「貯蓄する余裕はなく」、備えようにも自分の「退職貯蓄が十分か確信を持つために必要な情報が見つからない」ために、自信が持てない状況と考えられる。さらに「自信がない」と回答した人たちは、必要十分な額を高く見積もる傾向もみられたⁱⁱ

2.3. 認識と現実のギャップはないか

サーベイでは、「貯蓄する余裕がない」ことが、老後資金準備の水準に自信が持てない理由の1位であったが、本当に余裕がないのだろうか。サーベイでの年収・貯蓄水準、コロナ禍中の貯蓄増減、貯蓄目的についての設問に対する回答結果や、総務省家計調査から、「余裕がない」という認識と、実際の家計の資金状況の間にギャップがないかを探る。

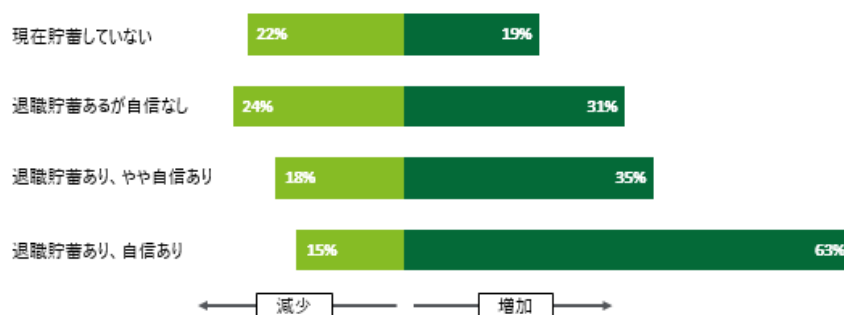
年収については、日本の回答者の中で、退職貯蓄に自信がある回答者と、退職貯蓄口座を保有していても自信がない回答者の世帯年収の中央値をみると、「自信ありⁱⁱⁱ」が1,050万円、「自信なし」は650万円であり、約400万円の開きがある。

貯蓄・積立残高については、退職貯蓄口座残高の中央値は、「自信あり」が825万円、「自信なし」は413万円であり、「自信あり」回答者の残高は、「自信なし」の約2倍である。非退職貯蓄口座残高の中央値は、「自信あり」が4,647万円、「自信なし」は825万円であり、「自信あり」が「自信なし」の5倍以上になっている^{iv}。

では、コロナ禍中に、貯蓄は変化しただろうか。「過去1年間に、現金貯蓄の合計金額は変化しましたか」という質問に対し、日本の回答者の間では、増加が22%、減少が22%と同率であったが、「変化なし」の回答が47%で最多である。

現金貯蓄の変化を、退職貯蓄に自信がある、やや自信がある、自信がない、そもそも退職貯蓄口座を保有していない、のグループ別にみると、退職貯蓄があるグループでは、自信がなくても現金貯蓄の増加割合が減少割合を上回っている（図3参照）。

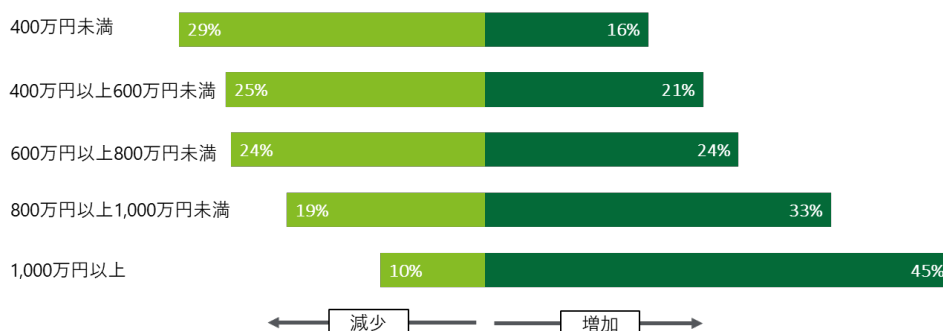
図3：コロナ禍中の現金貯蓄の変化、退職貯蓄口座を保有しているか、保有者の中では自信のあるなし別



出所：Deloitte Global Survey

回答者の世帯年収別にみると、600万円以上800万円未満のグループで、現金貯蓄が減少した割合と増加した割合は同率になり、それより年収が多いグループでは現金貯蓄の増加の割合が減少の割合を上回っている。これに対し、年収が600万円未満のグループでは、現金貯蓄の減少の割合が増加の割合を上回っている。1年前と同じ水準を維持できている回答者が約半分を占めてはいるが、年収が少ないグループほどコロナ禍のマイナスの影響を受けたと考えられる（図4参照）。

図4：コロナ禍中の現金貯蓄の変化、世帯年収別



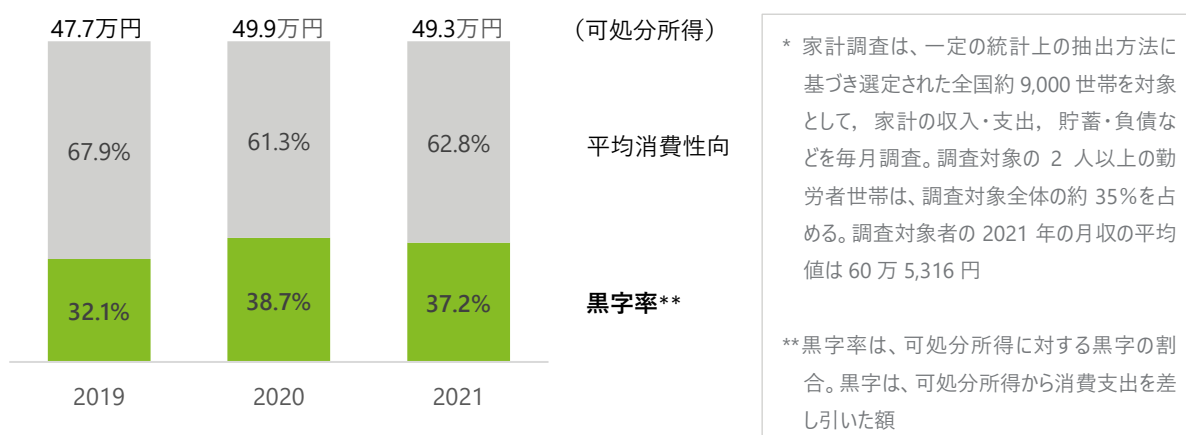
出所：Deloitte Global Survey

前述の現金貯蓄は、普通預金など、資金が消費に回らず余剰として積み上がったものと考えられる。サーベイでは、「コロナ禍前と比べて何のための貯蓄が増えたか」についても質問している。日本では、「目的なし」という回答が53%で最多であり、支出減による余剰であることがうかがえる。次に多いのは「想定外の支出に備えるための貯蓄」の29%である。グローバル平均でも「目的なし」や「想定外に備える貯蓄」の回答割合は高いが、それぞれ45%、26%で日本よりも低い。

貯蓄目的で次に多いのは、「医療費」（13%）、「失業への備え」（11%）であり、グローバル平均（医療費9%、失業への備え10%）より高い。一方で、「退職」への備えが増えたとする割合は7%で、グローバル平均14%の半分だった。

総務省統計局「家計調査報告」の2人以上の勤労者世帯の黒字率でも、コロナ禍が始まった2020年には38.7%と、コロナ禍直前の2019年の32.1%から6.6ポイント上昇した¹⁾。2021年も37.2%と、コロナ前の水準を上回っている。同調査によれば、2021年の消費支出は、コロナ禍の影響がない2019年と比べると年平均で実質4.6%減少している。外出自粛や、酒類を提供する店舗・カラオケ店への営業時間短縮・休業要請などにより、飲食代、旅行関係費などが大幅に減少したためである。コロナ禍による消費支出の減少により、貯蓄に振り向けることができる余剰は増えていると考えられる（図5参照）。

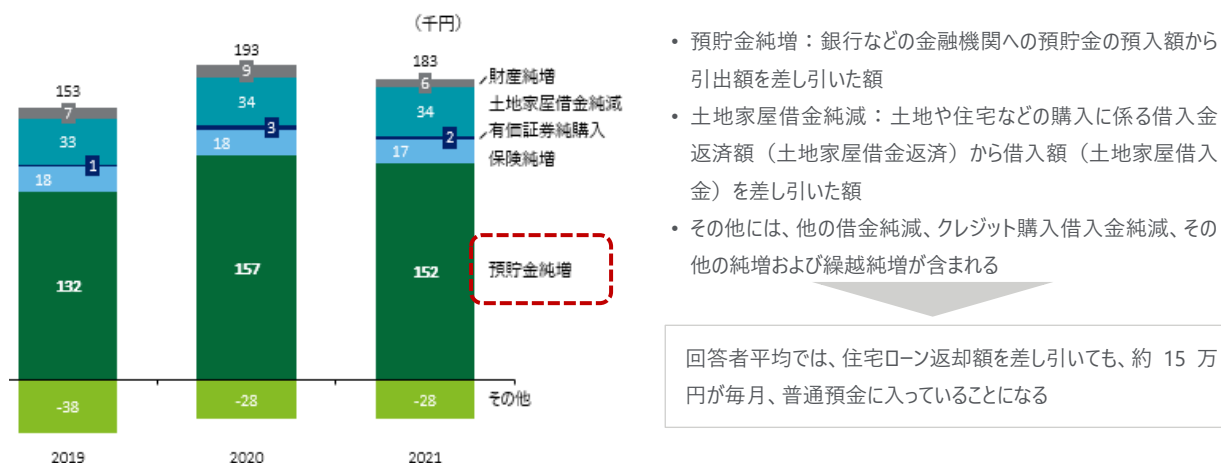
図5：1世帯あたりの黒字率（2人以上の勤労者世帯*）



出所：総務省統計局「家計調査報告」を基にデロイト トーマツ作成

黒字の平均額は2020年で19万2,800円あるが、そのうち15万7,200円が預貯金純増である（図6参照）。計画的に老後資金準備の積み立てなどに回せる余裕はあるが、普通預金などに置かれたままの資金が多いとみられる。

図6：世帯の黒字の内訳（2人以上の勤労者世帯）



出所：総務省統計局「家計調査報告」を基にデロイト トーマツ作成

グローバルサーベイでのコロナ禍中の貯蓄に関する質問への回答結果や、家計調査報告の余剰資金の状況を見る限り、日本の家計の貯蓄は、特に高所得層を中心に、増加したといえる。ただし、増えていても、無目的または短期的な目先の出費に備える貯蓄が中心であり、長期的な老後資金準備はグローバル平均を下回る水準にとどまっていると考えられる。

3. コロナ禍で高まる貯蓄・保障の意識

長生きリスクが高い日本では、人々は老後資金準備の必要性を認識しながらも、そのための方法についての情報が得られず、平均寿命が長いために、実際以上に余裕がないと感じてしまっているようである。一方で、サーベイ結果は、コロナ禍に伴う経済の落ち込みが、消費者のお金への不安感（financial insecurity）を高め、貯蓄への考え方を変えたことを示している。

コロナ禍により、老後資金準備を増やすべきとした回答者の割合は、日本はどの国よりも高かった。一方で、実際に老後資金準備を増やしたとする回答は、日本ではフランスを除く他の調査対象国より少なく、まだ行動が伴っていないことがうかがえる。

また、老後資金準備に関するアドバイスの必要性の認識も、コロナ禍中に高まった。

3.1. 短期・長期貯蓄の必要性への認識

長期の老後資金準備の必要性への認識は、日本では他国よりも顕著に高まっている。サーベイでの「コロナ禍は、退職貯蓄の必要性に関するあなたの考え方に特にどのような影響を与えましたか」という質問に対し、「退職貯蓄の必要性を感じるようになった」―「少なくなった」の正味の数値は、日本は43%で調査対象国の中で最高であり、グローバル平均の33%を10ポイントも上回る。日本での「必要性を感じる」の回答割合は46%で、「変わらない」の回答割合45%も上回っている。特に、コロナ禍が仕事に影響（リモートワーク増加、人員減で業務量が増加、人員削減対象になった、収入減など）を及ぼしたと考える勤労者が、退職貯蓄の必要性が高まったと考えている（回答者ベース384人、正味51%）。

老後資金準備に限らない一般的な貯蓄の必要性への認識も、コロナ禍中に高まった。日本では正味で42%が必要性を感じるようになっており、これはグローバル平均の39%を上回る。また、老後資金準備、一般的な貯蓄とも、年齢別では年齢が高い層ほど、性別では女性の方が必要性への認識が高い傾向にある。

今回のグローバルサーベイでは、「コロナ禍収束後に余剰現金を使用するにあたって、上位3つの優先事項は何ですか」という質問も設けられた。日本では、「退職貯蓄」に回すという回答比率が41%で、レジャー・娯楽支出の38%を上回った。「緊急時に使える資金として貯蓄」という回答も38%と高かった。

3.2 老後資金準備に関するアドバイスの必要性への認識

コロナ禍を経て、老後資金準備に関するアドバイスの必要性への認識も高まった。グローバルサーベイでは、「コロナ禍は、退職に向けたベストの貯蓄方法についてのアドバイスの必要性にどのように影響しましたか」という設問もあった。この質問に対し、27%が「アドバイスの必要性が高まった」と回答している。「アドバイスの必要性が高まった」から「必要性が薄れた」を差し引いた正味の必要性は、日本では24%と、グローバル平均22%をやや上回っている。

特に以下の属性で、「アドバイスの必要性が高まった」という回答の比率が相対的に高かった。

- 年齢グループ別：22-34歳、35-54歳で、ともに29%とやや高め
- 退職貯蓄を行っているか否かの別：退職貯蓄を行っている人の間で36%（うち、退職貯蓄の水準に「自信なし」グループで40%、「やや自信あり」グループで36%）と高い水準
- 持家・賃貸の別：持家居住者のうち、住宅ローン保有者では33%

4. 変化を踏まえた国内の金融サービス事業者の方向性

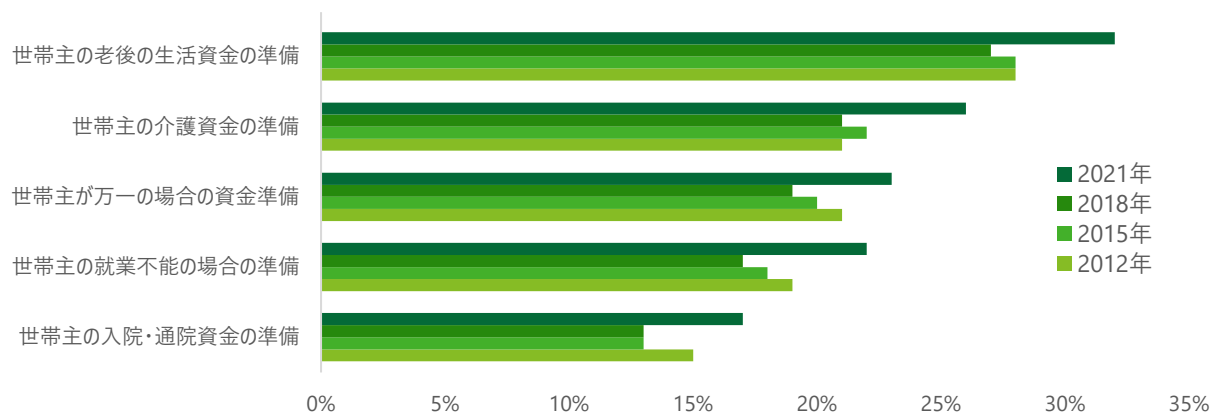
これまでにみてきたグローバルサーベイの結果から、日本ではコロナ禍を経て、貯蓄の必要性の認識や金融アドバイスの必要性の認識が高まっている一方で、積極的に老後資金準備を増やす行動には至っておらず、老後資金準備水準に自信がない人、そのための積立や貯蓄自体を行っていない人が多い状況にあるといえる。サーベイ結果に外部調査も加え、日本の消費者には具体的などのようなニーズがあるかを探る。

4.1. 貯蓄・保障商品のニーズ

グローバルサーベイと同じ2021年に、国内の約4,000世帯を対象に実施された生命保険文化センターの調査[※]では、老後資金準備に関する商品のニーズの高さが示されている。「今後増やしたい生活保障準備」のトップは、老後の生活資金の準備、次が介護資金の準備となった。32%の人々が世帯主の老後資金を増やしたいと考えており、この割合は30代～50代では42%超に、年収600万～700万円の所得層でも45%にのぼる。

この調査からも、コロナ禍で備えの必要性への認識が高まったことが読み取れる。世帯主の老後資金準備、介護資金準備、万一の場合の資金準備、就業不能準備は、コロナ前の2018年時点の調査では、2015年時点の調査よりも、「増やしたい」の回答割合が低下していた。しかし、2021年時点の調査では、再び回答割合が軒並み上昇している（図7参照）。

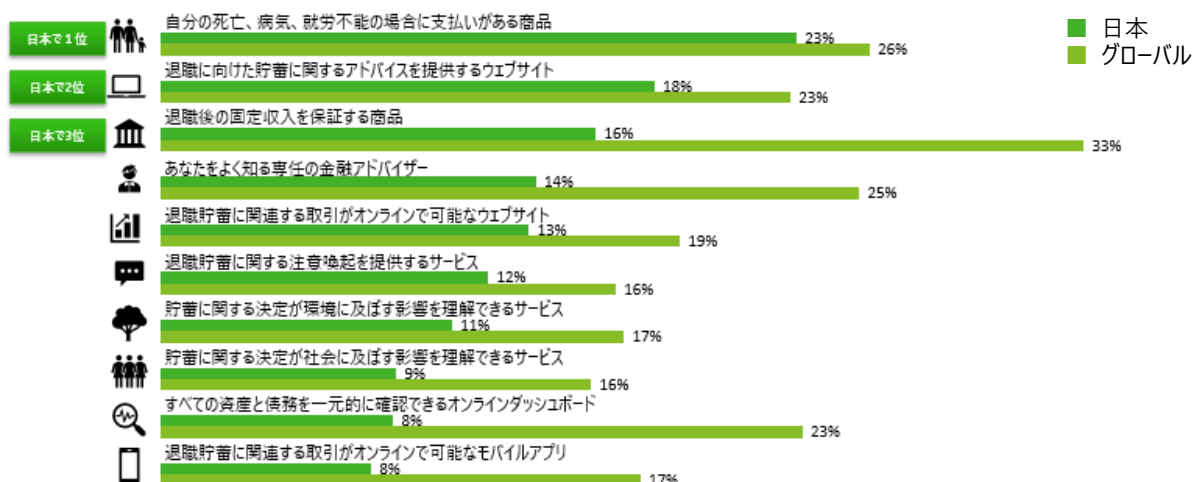
図7：今後増やしたい生活保障準備項目（複数回答）



出所：生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」（2021年度）を基にデロイト トーマツ作成

サーベイの日本の回答者では、「死亡・病気・就労不能を保障する商品」の利用意向が23%で1位であり、次いで「退職に向けた貯蓄に関するアドバイスを提供するウェブサイト」（18%）、「退職後の固定収入を保証する商品」（16%）となる（図8参照）。

図8：今後利用したい商品・サービス、日本国内では死亡・医療・就業不能を保障する商品がトップ



出所：Deloitte Global Survey

* 質問内容「次の商品やサービスのうち、あなたが利用する可能性が非常に高いものはどれですか？既に使用しているものも含めて、上位5つを選択してください」。回答者数816人

図8のグローバルサーベイの質問は「既に利用しているものも含めて」と記載されているため、既に参加しており今後も継続する商品も入っている。加えて図7の生命保険文化センター調査では、死亡・医療・就業保障は別々になっているのに対し、グローバルサーベイでは1つにまとめられているために、老後資金準備商品よりも回答割合が高くなったと考えられる。

両調査ともに、老後資金準備、死亡・医療・就業不能保障のいずれも、日本国内におけるニーズはコロナ禍の中で高まっている状況であることを示している

4.2. サービスのニーズ

図8で取り上げたサーベイでの問い「今後利用したい商品・サービス」では、商品よりもサービスの回答項目の方が多い。サービスに関する回答だけに絞ると、上位5位は以下のとおりであり、アドバイスへの需要が上位を占めた。

- ① 退職貯蓄のアドバイスを提供するウェブサイト（18%）
- ② あなたをよく知る専任のアドバイザー（14%）
- ③ 退職貯蓄について情報収集・共有できるウェブサイト（14%）
- ④ 退職貯蓄のオンライン取引ができるウェブサイト（13%）
- ⑤ 給与増加時などに退職貯蓄に関する注意喚起を行うサービス（12%）

使いたいサービスの上位5位に「あなたをよく知る専任のアドバイザー」が入っていることから、生損保険会社の営業職員や代理店、大型乗合代理店、金融アドバイザーやFPからのアドバイスを顧客は必要としている可能性がある。一方で②以外は、オンラインでのアドバイス提供サービスであり、オンラインと対面の双方にアドバイスサービスのニーズがある。

コロナ禍が富裕層の意識や行動にも影響を与えたことを示す外部調査もある^{vii}。コロナ禍での富裕層の個人資産の運用についての意識変化を問う調査では、「資産の管理・運用に関するアドバイスをしてもらえる信頼できる専門家が必要と思った」という回答割合が増え、全体の4割を超えた。アドバイスに対するニーズの上昇は、リーマンショックや東日本大震災後の株価暴落時にはなかった変化であるとされている^{viii}。先行き不透明な時代で個々のニーズに合わせて細かいアドバイスの必要性は高まっていると考えられる。

4.3. 今後のソリューション

ここまで見てきた各種の回答結果から、商品・サービスについては以下のニーズがあると考えられる。

商品面では、①老後資金準備、②死亡・医療・就業不能保障、のいずれにも「利用したい」「増やしたい」というニーズがある。加えて、上記「3.1.短期・長期貯蓄の必要性への認識」で取り上げた別のサーベイ質問項目の結果から、③緊急時にすぐに引き出せる貯蓄もニーズが高まっていることがわかっている。

- ① 老後資金準備
- ② 死亡・医療・就業不能保障
- ③ 緊急時にすぐに引き出せる貯蓄

①は早期に準備を開始すると複利効果が高く効率的であるが、②と③のニーズに阻まれて、着手できていない可能性がある。②や③の資金準備ニーズが①の妨げにならないようにする商品が、米国で提供されており、参考になる。退職貯蓄・保険・投資サービスを提供するVoya Financialは、緊急時のための貯蓄と老後資金準備の間でより適切に資金を配分できるデータ駆動型の金融ウェルビーイングソリューションを開発した。このソリューションは、長期的な金融ウェルビーイング目標の最大化に役立つ^{ix}。

サービスでは、コロナ禍前よりも金融アドバイスへのニーズが高まっている。①顧客のことをよく理解している専任アドバイザー、②老後資金準備についてのアドバイスや顧客の行動を促すウェブサイトやツールに、一定のニーズがみられることから、保険会社、証券会社、銀行など金融サービス事業者にとっては、人やデジタルツールを利用したアドバイスを提供する好機である。

個々の顧客は、老後までの期間や、収入、資産・負債など状態が様々であるため、個々人に合わせてパーソナライズされたアドバイスが望まれる。人それぞれの状態に合わせて、老後資金やその他の資金の準備方法を理解し、目標を立て、それに合わせて顧客が行動できるようになるアドバイスが理想的である。

人によるアドバイスにはコスト・手数料負担がデジタルツールよりもかかるが、負担が可能な所得層には有効である。デジタルツールは、より幅広い所得層に有効である。米FinTech企業のBrightPlanが企業に提供している従業員向け資産管理プラットフォームでは、個々人のライフイベントに応じてパーソナライズされた資金計画を提示し、目標達成のための投資レコメンド・運用、計画の進捗確認が可能である^x。

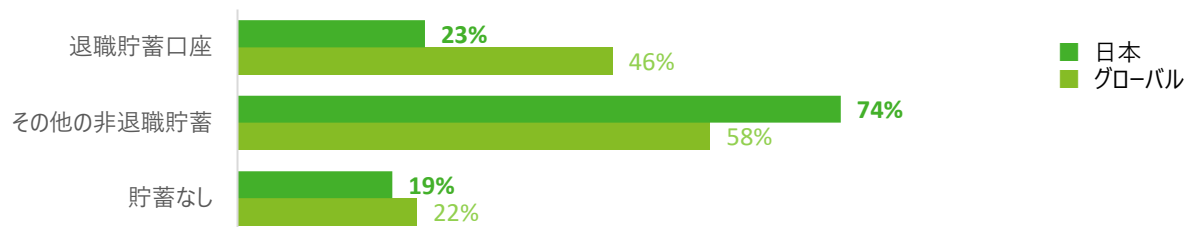
5. 金融リテラシーの課題

グローバルサーベイの結果は、日本の消費者の金融リテラシーの低さも示唆している。金融リテラシーの課題解決に向けて、アドバイス機能強化をはじめ、金融サービス事業者からの働きかけも期待される。

5.1. サーベイでみられた金融リテラシーの低さ

日本では、退職貯蓄口座（確定給付制度および確定拠出年金、iDeCo、年金など）や、退職に備えて特別に割り当てたその他の貯蓄を保有している割合がグローバル平均よりも低い。退職貯蓄口座を保有している回答者の割合は、日本では23%である。これはグローバル平均の46%の半分であり、調査対象国の中ではフランスの19%に次ぐ低さである。

図9：日本のサーベイ回答者の退職貯蓄口座の保有比率はグローバル平均の半分

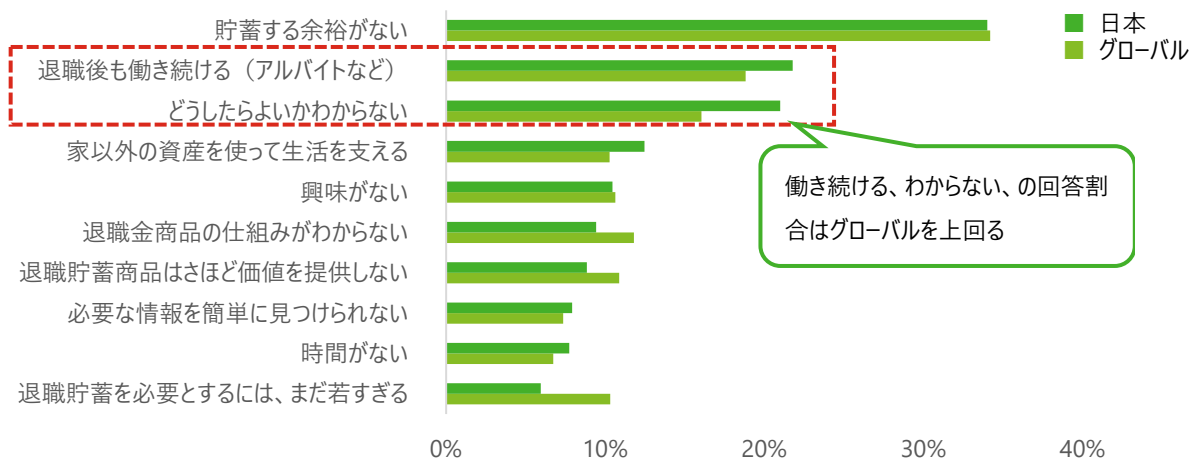


出所：Deloitte Global Survey

退職貯蓄口座を保有していない回答者が、保有していない理由の1位は「余裕がない」（34%）だが、「余裕がない」認識と実態にギャップがある可能性については「2.3. 認識と現実のギャップはないか」で既に述べた。

一方で、2位の「退職後も働き続ける」（22%）、3位の「どうしたらよいかわからない」（21%）は、グローバル平均を上回る。特に「どうしたらよいかわからない」の回答比率の高さは調査対象国中1位であり、金融リテラシーの低さをうかがわせる。

図10：退職貯蓄口座を保有していない理由



出所：Deloitte Global Survey

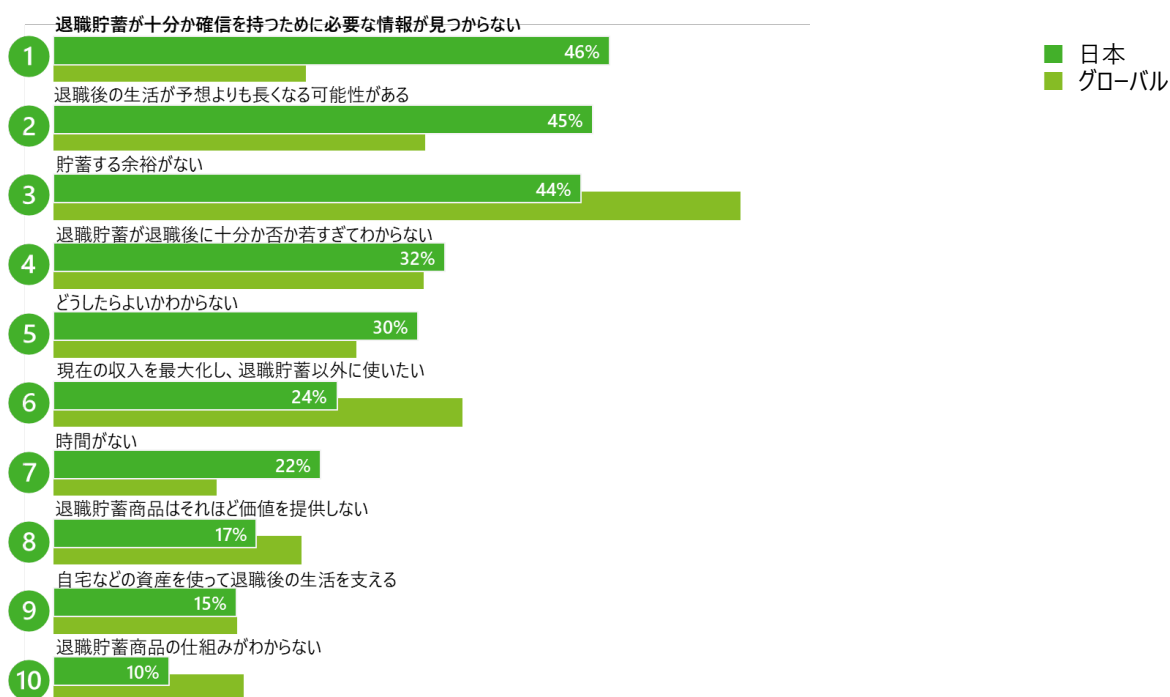
* 退職貯蓄口座を保有していない回答者に対する「退職に向けた貯蓄（退職金口座、退職に備えて特別に割り当てた貯蓄など）がないと回答されました。主な理由は何ですか？あてはまるものをすべて選択してください」という質問

老後資金準備のための貯蓄を行っていない理由として「どうしたらよいかわからない」の回答比率は、日本では若年層の回答者（22-34歳）の間で27%と、日本の平均より高かった。35-54歳の年齢層での同項目の回答比率は24%で、理由としては最も高かった。

退職口座保有者のうち、退職貯蓄の水準に「自信がない」理由について、3位に「退職貯蓄が十分か確信を持つために必要な情報が見つからない」が挙がっていた点（上記「2.2. 老後資金準備の水準に自信が持てない理由」〔図2：退職貯蓄に自信がない理由（回答者が1位に選んだ理由）〕参照）も、金融リテラシーの欠如が背景にあると考えられる。

なお、「自信がない」理由については、各回答者が上位3位まで選ぶ方式で質問され、上位3位を全て集計すると、「退職貯蓄が十分か確信を持つために必要な情報が見つからない」の回答比率は46%になり、自信がない理由のトップである。この回答比率は他の調査対象国を上回る。さらに、「どうしたらよいかわからない」とした回答比率も30%で、グローバル平均の25%を上回る。

図11：退職貯蓄に自信がない理由（回答者が選んだ上位3位の理由の合計）



出所：Deloitte Global Survey

前述の「4.1. 貯蓄・保障商品のニーズ」の「図8：今後利用したい商品・サービス、日本国内では死亡・医療・就業不能を保障する商品がトップ」をみると、日本国内でニーズが高い商品・サービスの順位付けはできるが、日本国内の回答比率が、グローバル平均の回答比率を上回る項目はない。この点は、日本の消費者が自身の資金準備を検討しようとする意識が、相対的に弱いことを表しているかもしれない。

図8では表示していないが、今後利用したい商品・サービスの質問において日本で最も回答比率が高かった選択項目は「わからない」の38%であった。「わからない」の回答比率はグローバル平均の24%の約1.6倍であり、調査8カ国中最高である。

5.2. 金融リテラシーの向上に向けて：若年層に対する早期からの老後資金準備の働きかけ

グローバルサーベイの結果をもとに、人々の老後資金準備への意識、パンデミックによる意識・行動の変化、ニーズを概観し、これからの金融サービス事業者に求められるソリューションを考察してきた。しかし、保険会社、証券会社、銀行などの金融サービス事業者が革新的な商品・サービスを提供しても、顧客・消費者が実際に利用しなければ、状況は好転しない。

金融リテラシーの欠如は、革新的な商品・サービスの活用を阻む一因とも考えられる。

若年層は、長期投資で複利効果を最大限活用して、老後資金を準備することが可能である。たとえ低所得であっても、細く長く投資を続けるために、デジタルツールは有効である。また、人による金融アドバイスが受けられなくても、オンラインでのアドバイスや情報収集にデジタルツールを活用できる。

日本では2022年4月から、金融リテラシーの課題を解決するために、高等学校学習指導要領により家庭科で資産形成が取り上げられることになった。「生涯を見通した経済計画を立てるには、教育資金、住宅取得、後の備えの他にも、事故や病気、失業などのリスクへの対応策も必要であることについて理解し、貯金、民間保険、株式、債券、投資信託等の基本的な金融商品の特徴（メリット、デメリット）、資産形成の視点にも触れながら、生涯を見通した経済計画の重要性について理解できるようにする」^{xi}とされている。必修化によって、若年層の金融リテラシー向上が期待される。

また、日本国内の金融サービス事業者各社や業界団体は、小学校、中学校、高等学校、大学向けに出張授業や寄付講座を多数行っている。こうした取り組みも若年層の金融リテラシー向上につながることを期待される。

若年層のデジタルリテラシーは他の世代に比べて高いが、子供がデジタルツールにアクセスできない家庭もあると考えられる。金融サービス事業者は、金融包摂の観点から、子供を含めて幅広い消費者・顧客のデジタルリテラシー向上に貢献できる。

他の調査対象国でも、金融教育が学習指導要領に組み込まれているケースもある。例えば英国では中等教育で金融教育が必修になっている。ただし、日本よりも早くから金融教育が必修化されているにもかかわらず、英国では金融教育が、義務教育終了試験GSCE^{xii}のカリキュラムには含まれていない点や、初等教育で必修化されていない点を懸念する声もあり^{xiii}、十分ではない状況がうかがえる。

Barclaysは英国で、顧客・消費者にデジタルスキルの教育とサポートを提供し、金融サービスでのデジタル革命が顧客・消費者に受け入れられるよう努めている。デジタルスキルプログラムを学校向けに提供する取り組みも行っている。学校向けではないとみられるが、Lloyds Banking Groupも、消費者、中小事業者、慈善団体向けに、デジタルスキルトレーニングを提供している^{xiv}。

連絡先

筆者

Holger Froemer

パートナー | 保険セクターリーダー

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社

hmroemer@tohatsu.co.jp

滝沢 明子

パートナー | 保険セクター

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社

aktakizawa@tohatsu.co.jp

竹内 正子

シニアアソシエイト | 保険セクター

デロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社

masako.takeuchi@tohatsu.co.jp

脚注

-
- i 日本のお答者の世帯年収の平均値は 695 万円（中央値は 650 万円）であるのに対し、他の調査対象国の年収平均は、米国 9 万 4,000 ドル、カナダ 8 万 4511 カナダドル、英国 5 万 2,990 ポンド、ドイツ 5 万 0,349 ユーロ、フランス 3 万 3,379 ユーロ、オーストラリア 9 万 7532 豪ドル、中国 19 万 6,695 人民元
- ii サーベイでの質問「退職に備えて貯蓄する上で最も重要な目標は何か」を順位付けする形で回答を集め、上位 1 位を集計すると、「自信なし」の回答者の間では、「自信あり」の回答者よりも、「特定のライフスタイルの目標（年 1 回の旅行など）を可能にすること」や「家族のための支払いを十分に行えるようにすること」など、追加で資金が必要な項目が選ばれる比率が高かった。一方で、「自信あり」の回答者の間で最も回答比率が高かった選択肢は「できるだけ多くの貯蓄をして退職することだが、具体的な金額の目標はない」だった。
- iii 「自信あり」の回答者数は 30 人未満のため、サーベイの結果は参考値の扱いとする
- iv 「自信あり」「自信なし」のほかに、「やや自信あり」と回答した人もいる（73 人）。「やや自信あり」の回答者グループの世帯年収の中央値は 746 万円、退職貯蓄口座残高の中央値は 825 万円、非退職貯蓄口座残高の中央値は 825 万円
- v 総務省統計局「家計調査報告 [家計収支編] 2021 年（令和 3 年）平均結果の概要」
https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/pdf/fies_gaikyo2021.pdf
- vi 生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」（2021 年度）
<https://www.jili.or.jp/press/2021/3672.html>
- vii 野村総合研究所「NRI 富裕層アンケート調査」（2020 年）
https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/1st/2020/cc/1221_1
- viii 日本 FP 協会「Journal of Financial Planning®」March 2022, p.7
- ix *Business Wire*, "[The future of financial wellness: New Voya whitepaper provides actionable insights to support increasing health and wealth needs of working Americans](#)"
- x 米 BrightPlan ウェブサイト <https://www.brightplan.com/>
- xi 文部科学省「【家庭編】高等学校学習指導要領（平成 30 年告示）解説」https://www.mext.go.jp/content/1407073_10_1_2.pdf
- xii GSCE は、16 歳で受験する英国の全国統一試験で、大学進学にも影響する
- xiii Deloitte "[Growth through financial inclusion, A roadmap for UK banks](#)" (2021) p.21
- xiv Deloitte "[Growth through financial inclusion, A roadmap for UK banks](#)" (2021) p.44

Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 30 都市以上に 1 万 5 千名を超える専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（ www.deloitte.com/jp ）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オーストラリア、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを提供し、Fortune Global 500®の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 175 年余りの歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約 345,000 名のプロフェッショナルの活動の詳細については、（ www.deloitte.com ）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。また DTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生し得るいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTL ならびに各メンバーファームおよびそれらの関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

Member of

Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2022. For information, contact Deloitte Tohmatsu Group.



IS 669126 / ISO 27001