

個人投資家の投資性向と情報性向について

小山 雅史（株式会社電通）

昨今注目されている個人投資家の定量的・定性的調査から見た個人投資家の投資性向、投資決定要因について報告する。

ネットトレーディングを中心に、個人投資家の証券取引が活発になっている。10年前と比較した場合、延べ数で約400万人もの増加が報告されている。そのような背景の下、電通では2000年から5年間にわたって、定量調査を実施してきた。さらに昨年証券業協会における「個人投資家を考える研究会」において、個人投資家、あるいは今後投資を行いたいと考える潜在個人投資家合計約100名にインタビューを行った。

その結果は以下のポイントにまとめることが出来る。

個人投資家はその投資スタイルにおいて、いくつかのタイプに分かれ、ひとくくりにすることが難しい。

インターネットが「当たり前」のツールになってきた中で、ネット投資家も変容している。

今までは、短期取引傾向が強かったが、主流になったことによって、平準化している。

この1年間に限れば、依然積極的な投資意欲を持っているが、一方で市場全体の上昇については慎重な見方を示している。このような傾向を考えると、個人投資家はより個別銘柄を吟味し、自律的な投資を行う傾向がうかがえる。

取引市場も広がる中で、投資対象も、より幅広くなってきている。

知名度、ブランド、レピュテーションが個人投資家においては鍵

一方で個人投資家は企業の情報発信に不満を持っている。それは量的な不満というよりも、質的な不満にこの5年間でシフトしていると言ってよい。

性別差は企業選択において差が出ている。女性は身近・長期・お得感。男性は利ざや、成長性、CSR。

資産規模による違いはそれほど存在しない。

このようなポイントを通じて、個人投資家の現在の状況、この5年間の変化、そして今後の個人投資家のあり方について考えていきたい。