

<保険見直し本舗 資産形成と家計バランスに関する意識調査>

約7割が資産形成を実施、広がる将来不安への備え

一方で、1割以上が生活費を削って資産形成を行っていると回答。“投資優先型家計”の実態が明らかに。

保険代理店関連事業を営む株式会社保険見直し本舗グループ(本社:東京都新宿区/代表取締役社長 グループ CEO:臼井朋貴)は、子会社の株式会社保険見直し本舗(本社:東京都新宿区/代表取締役社長:遠山拓馬)において、全国の20代~60代の男女837名を対象に「資産形成と家計バランスに関する意識調査」を実施しました。

新NISAの開始以降、将来への備えとして資産形成への関心は一層高まりを見せています。一方で、物価上昇や生活コストの増加が続く中、投資を優先するあまり日々の生活費を抑える人も一定数存在していると考えられます。将来への安心と現在の暮らしの充実をどのように両立させるべきか。本調査では、資産形成の実施状況や資金の捻出方法、生活満足度への影響などを通じて、無理のない資産形成のあり方を探りました。

【調査概要】

- ・調査期間:2025年11月21日~12月19日
- ・調査対象:保険見直し本舗公式LINEユーザーの20代~60代の男女
- ・調査方法:公式LINEを通じたインターネット調査
- ・調査主体:株式会社保険見直し本舗
- ・有効回答数:837人

◆調査サマリー

<TOPIC1>資産形成の実施状況と開始背景に関する実態調査

- 全体の約7割(72.4%)が「資産形成を行っている」と回答。資産形成はすでに一般的な行動に。
- 資産形成を始めたきっかけは「老後や将来への不安」と約6割(56.6%)が回答。
- 資産形成商品としては、約8割(79.5%)が「つみたてNISA・新NISA」を一番初めに想起すると回答。制度拡充を背景に、NISAの認知・活用が広がっていることが明らかに。

<TOPIC2>資産形成と資金捻出方法の実態に関する意識調査

- 資産形成を行っている人のうち約7割(70.3%)が「余裕資金の一部を回している」と回答する一方で、約1割(11.6%)は「生活費や娯楽費を削って捻出している」ことが判明。
- 年代別に見ると、40代(14.4%)、50代(14.7%)で「生活費や娯楽費を削って資産形成に回している」と回答した割合が高い傾向が明らかに。
- 生活費を削る場合の見直し項目としては、「食費(外食費を含む)」(43.7%)、「月々の保険料」(42.4%)、「通信費・光熱費」(34.2%)が上位。生活の質に直結する支出からの見直しが意識されている。

<TOPIC3>資産形成と生活満足度・消費意識の変化に関する意識調査

- 資産形成開始後の変化として、全体では「変わらない」(41.7%)が最多となった一方、「以前より充実している」(26.9%)との回答も一定数存在。
- しかし、生活費削減型の人では「以前より節約志向が強くなった」(42.9%)、「負担感が増した」(18.6%)との回答が目立ち、余裕資金型と比べて生活への影響が大きい傾向が明らかに。

◆調査結果詳細

【調査対象内訳】

20代:92人、30代:220人、40代:215人、50代:200人、60代以上:110人
 (男性:265人/女性:562人/回答しない:10人)

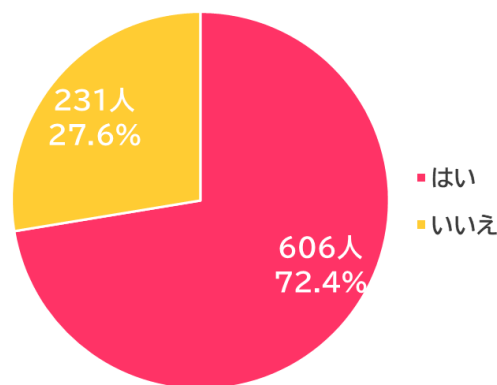
<TOPIC1>資産形成の実施状況と開始背景に関する実態調査

- 全体の約7割(72.4%)が「資産形成を行っている」と回答。資産形成はすでに一般的な行動に。
- 資産形成を始めたきっかけは「老後や将来への不安」と約6割(56.6%)が回答。
- 資産形成商品としては、約8割(79.5%)が「つみたてNISA・新NISA」を一番初めに想起すると回答。
 制度拡充を背景に、NISAの認知・活用が広がっていることが明らかに。

資産形成(NISAや投資、保険など)を行っているかを尋ねたところ、全体の約7割(72.4%)が「行っている」と回答しました《グラフ1》。資産形成は一部の人の取り組みではなく、多くの人にとって身近な行動となっていることが分かります。

《グラフ1》あなたは資産形成(NISAや投資、保険など)を行っていますか

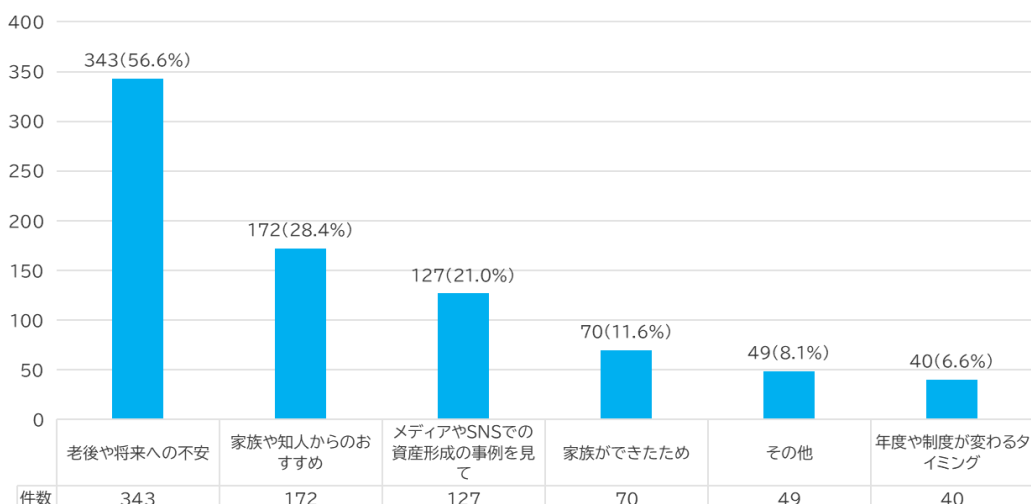
(単一回答 | n=837人)



さらに、資産形成を始めたきっかけについて聞いたところ、「老後や将来への不安」(56.6%)が最多となりました《グラフ2》。次いで「家族や知人からのおすすめ」(28.4%)、「メディアやSNSでの事例を見て」(21.0%)が続き、将来不安や情報接触が行動の後押しとなっている実態が明らかになりました。

《グラフ2》資産形成をはじめたきっかけは何ですか

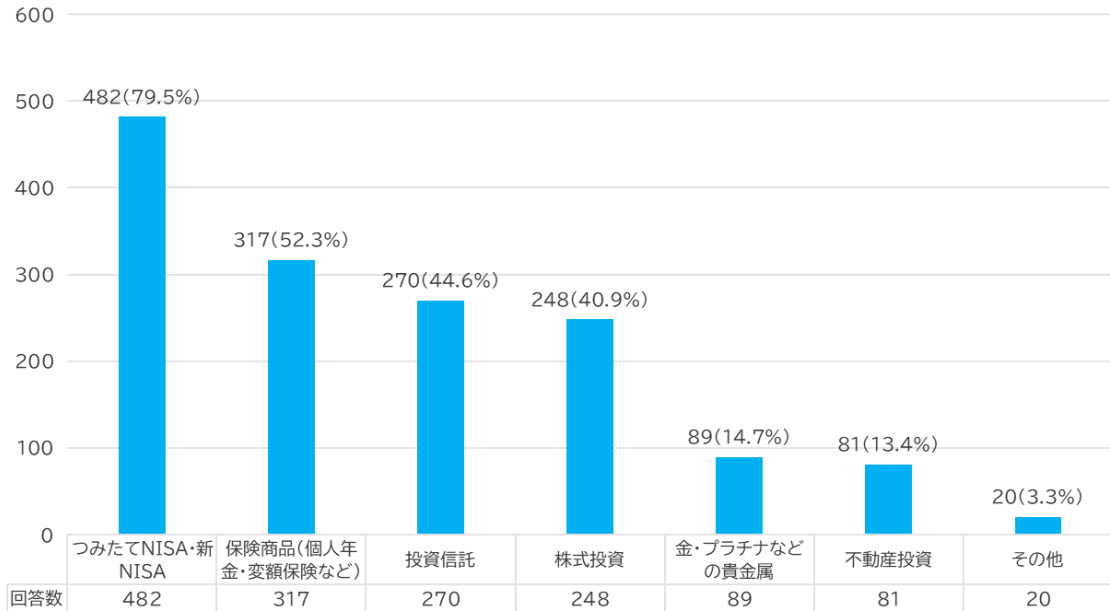
(複数回答 | n=606人)



また、資産形成商品としてイメージするものでは「つみたてNISA・新NISA」(79.5%)が最多となり、制度拡充を背景にNISAの浸透が進んでいることがうかがえます《グラフ3》。

《グラフ3》資産形成商品でイメージするものは何ですか

(複数回答 | n=606人)



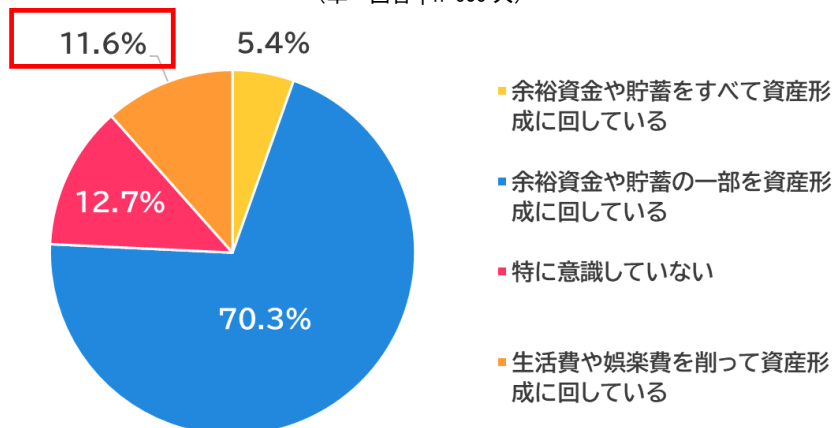
<TOPIC2> 資産形成と資金捻出方法の実態に関する意識調査

- 資産形成を行っている人のうち約7割(70.3%)が「余裕資金の一部を回している」と回答する一方で、約1割(11.6%)は「生活費や娯楽費を削って捻出している」ことが判明。
- 年代別に見ると、40代(14.4%)、50代(14.7%)で「生活費や娯楽費を削って資産形成に回している」と回答した割合が高い傾向が明らかに。
- 生活費を削る場合の見直し項目としては、「食費(外食費を含む)」(43.7%)、「月々の保険料」(42.4%)、「通信費・光熱費」(34.2%)が上位。生活の質に直結する支出からの見直しが意識されている。

資産形成に回すお金の捻出方法について尋ねたところ、「余裕資金や貯蓄の一部を回している」(70.3%)が最多となりました《グラフ4》。一方で、約1割(11.6%)が「生活費や娯楽費を削って資産形成に回している」と回答し、一定数が家計を圧迫しながら投資を行っている実態が明らかになりました。

《グラフ4》資産形成に回すお金は、どのように捻出していますか

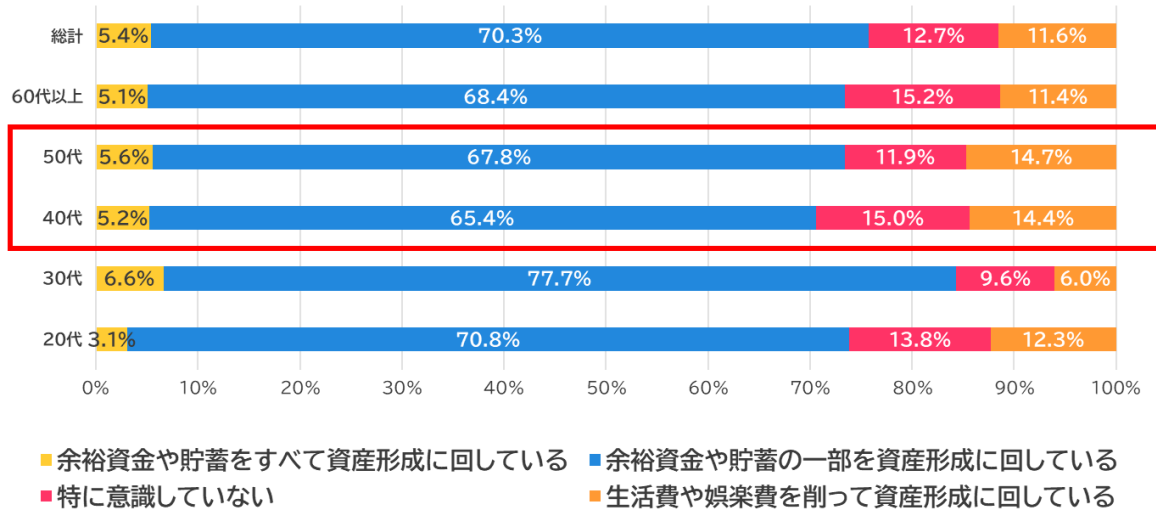
(単一回答 | n=606人)



さらに年代別に見ると、40代(14.4%)、50代(14.7%)で「生活費や娯楽費を削って資産形成に回している」と回答した割合がやや高いことが分かりました《グラフ5》。一方、30代では6.0%と比較的低く、20代(12.3%)、60代以上(11.4%)は全体平均(11.6%)と同程度の水準となっています。

《グラフ5》資産形成に回すお金は、どのように捻出していますか(各年代内の構成比)

(単一回答 | n=606人)

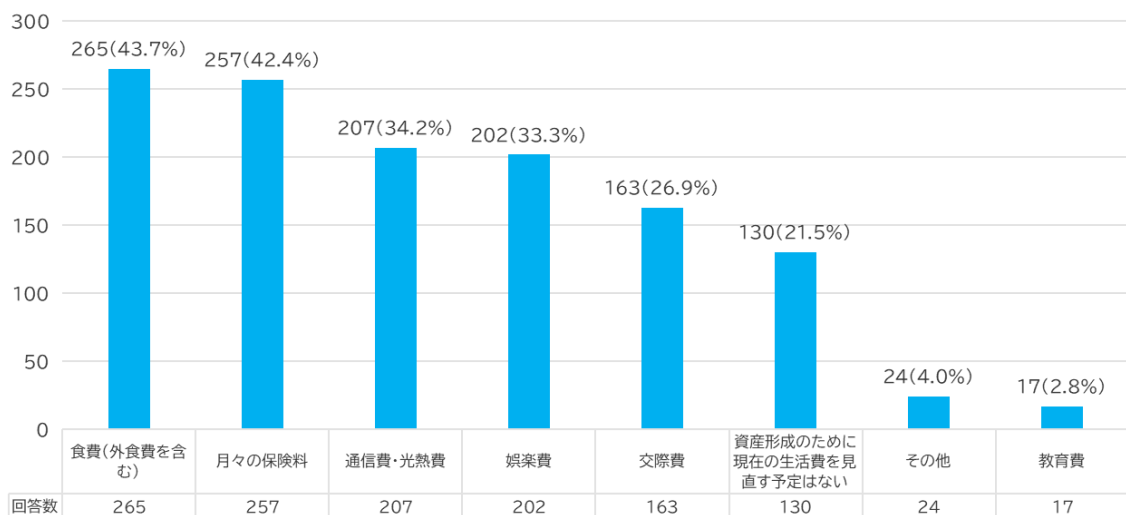


一般的に、教育費や住宅費など支出負担が大きくなりやすい世代において、投資資金の確保が家計に影響を与えている可能性がうかがえます。

生活費を見直す場合の項目としては、「食費(外食費を含む)」(43.7%)、「月々の保険料」(42.4%)、「通信費・光熱費」(34.2%)が上位に挙がりました。こうした結果から、生活の質に直結する支出を調整し、投資資金を捻出しようとする意識が示唆されます。《グラフ6》。

《グラフ6》資産形成のための資金を確保するとしたら、どの項目の見直しから考えたいですか

(複数回答 | n=606人)



<TOPIC3> 資産形成と生活満足度・消費意識の変化に関する意識調査

- 資産形成開始後の変化として、全体では「変わらない」(41.7%)が最多となった一方、「以前より充実している」(26.9%)との回答も一定数存在。
- しかし、生活費削減型の人では「以前より節約志向が強くなった」(42.9%)、「負担感が増した」(18.6%)との回答が目立ち、余剰資金型と比べて生活への影響が大きい傾向が明らかに。

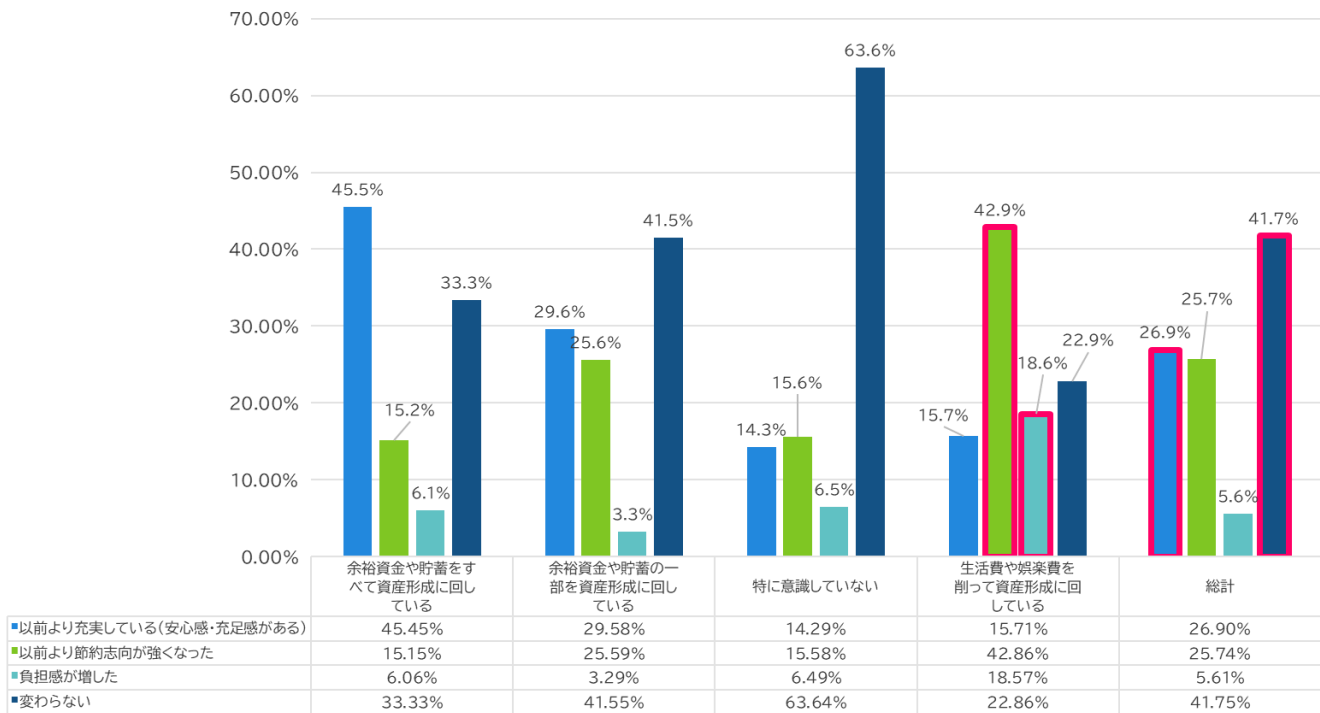
資産形成を始めてからの生活満足度や消費意識の変化について尋ねたところ、「変わらない」(41.7%)が最多となりました。一方で、「以前より充実している(安心感・充足感がある)」(26.9%)との回答も一定数見られました《グラフ7》。

しかし、資金捻出方法別に見ると、生活費や娯楽費を削っている層では「以前より節約志向が強くなった」(42.9%)、「負担感が増した」(18.6%)との回答が目立ちました。余裕資金で運用している層と比べ、生活への影響が大きい傾向が見られます。

投資そのものが生活満足度を下げているのではなく、資金の捻出方法が心理的負担に影響している可能性が示唆される結果となりました。

《グラフ7》資産形成を始めてから、生活の満足度や消費意識に変化はありましたか

(単一回答 | n=606人)



◆保険見直し本舗について

株式会社保険見直し本舗は、来店型保険相談ショップ「保険見直し本舗」を運営している乗合代理店です。

全国におよそ 350 店舗を展開し、40 社を超える保険会社の商品を取り扱っており、店舗での対面相談のみでなく、オンライン、訪問、電話での相談も、何度でも無料で受けることができます。

人生 100 年時代における「ライフサポートプラットフォーム」を目指し、人々の暮らしに安心と豊かさをお届けすることを掲げ、お客さま一人ひとりの人生に寄り添い、不便、不満、不安を取り除くべく、保険相談に限らず、住宅ローンショップや介護相談窓口を併設した店舗など様々なサービスを展開しています。

商号 株式会社保険見直し本舗グループ
 代表 代表取締役社長 グループ CEO 臼井 朋貴
 本社 東京都新宿区新宿五丁目 17 番 18 号
 設立 2025 年 8 月 5 日
 資本金 1 億円
 従業員数 2,255 名(連結)/202 名(単体)(2026 年 3 月 1 日 現在)
 事業内容 保険代理店関連事業
 URL <https://mhompo.co.jp/>

商号 株式会社保険見直し本舗
 代表 代表取締役社長 遠山 拓馬
 本社 東京都新宿区新宿五丁目 17 番 18 号
 設立 2020 年 12 月 4 日
 資本金 1 億円
 従業員数 1,464 名(2026 年 3 月 1 日 現在)
 事業内容 保険代理事業、銀行代理事業、介護関連事業、派遣事業
 【労働者派遣事業許可番号 派 13 - 318388】
 URL コーポレートサイト: <https://hoken.mhompo.co.jp/>
 保険見直し本舗サービスサイト: <https://www.hokepon.com/>

報道機関からのお問い合わせ先

株式会社保険見直し本舗グループ 社長室広報課 山田
 TEL: 03-6636-9990 E-mail: pr@mhompo.co.jp