

報道関係各位

2026年5月26日  
株式会社クロス・マーケティング

## 20～30代の資産運用は4割で「投資信託」「国内株式」が主流 資産運用のきっかけは、男性は能動的、女性は受動的

－金融に関する調査（2026年）－

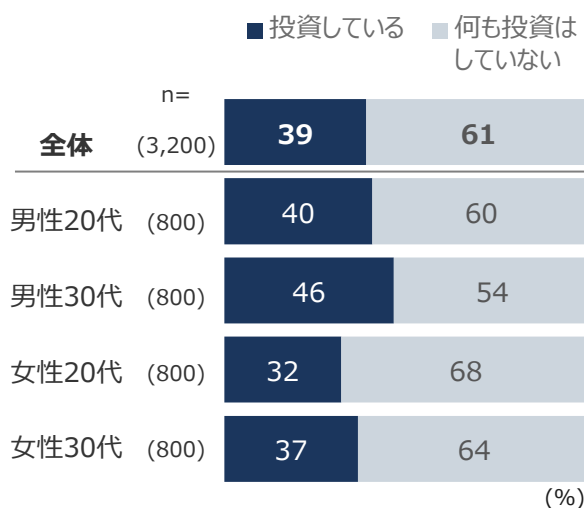
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026年4月、全国20～39歳の男女3,200名を対象に「金融に関する調査（2026年）」を行いました。情報リテラシーの高いZ世代は、低金利で従来型の資産形成が難しいと感じている世代と言われています。今回は、資産運用の実態として運用商品、運用のきっかけ、運用目的、株式投資の目的と銘柄選定基準、資産運用を行わない理由などに注目し分析をしました。

### ■ 調査結果 （一部抜粋）

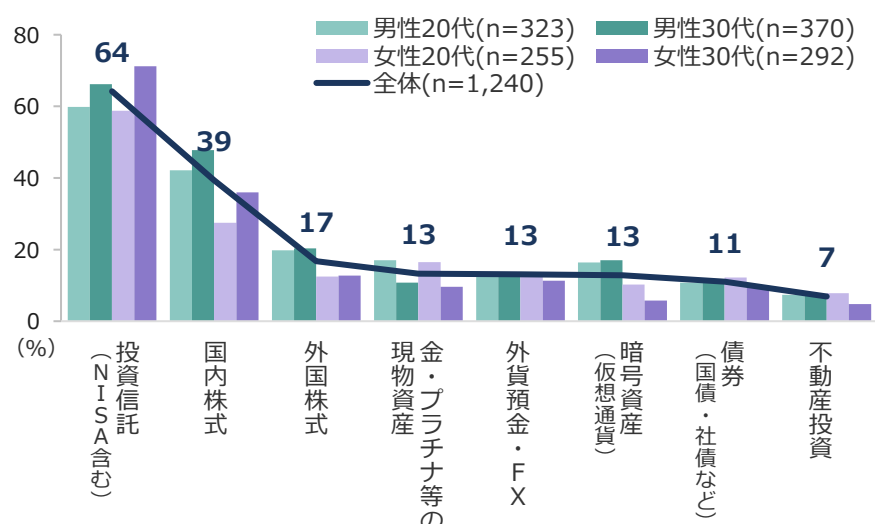
- ✓ **【資産運用の有無と投資商品】** 男女20～30代で資産運用を行っている人は39%であり、男性30代46%、男性20代の40%が高い。＜図1＞ 資産運用を行っている人の運用商品は「NISA含む投資信託」64%、「国内株式」39%が多く、次いで「外国株式」17%。「NISA含む投資信託」は女性30代、「国内株式」は男性20～30代が高い。＜図2＞
- ✓ **【資産運用のきっかけと主な目的】** 資産運用のきっかけは「家族や友人からの勧め」26%、「YouTubeなどの動画コンテンツ」25%、「制度改革（NISA、iDeCoの拡充など）」24%がTOP3。女性は「家族や友人からの勧め」、男性は「YouTubeなどの動画コンテンツ」、男女とも30代は「制度改革」が高い。女性は受動的に、男性は能動的に資産運用を始めている様子が見える。＜図3＞ 資産運用の目的は、「老後資金の準備」「万一の備え（予備資金）」「税制優遇を使う」「銀行預金では資産が増えない」「生活費のための資金作り」「物価上昇への備え」が上位にあがる。女性30代は、老後資金の準備が45%、「万一の備え」36%と特に高い。＜図4＞
- ✓ **【株式投資の目的と銘柄選定基準】** 国内・外国株式を保有している人の株式投資目的は「値上がり益（キャピタルゲイン）」「配当金（インカムゲイン）」ほぼ同率の6割。男性30代で「値上がり益」は高い。銘柄選定基準は「配当金利回りの高さ」39%、「株式優待の魅力」30%、「業績（売上や利益の成長性）」27%、「株価が割安」26%などがあがる。＜図5＞
- ✓ **【資産運用を行わない理由】** 資産運用を行っていない人の理由は、「知識がなく、何から始めていいかわからない」「損をするのは怖い」「投資に回す資金がない」が1割半ばと限定的。資産運用について「考えたことがない」人が6割と多い。＜図6＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260526finance>

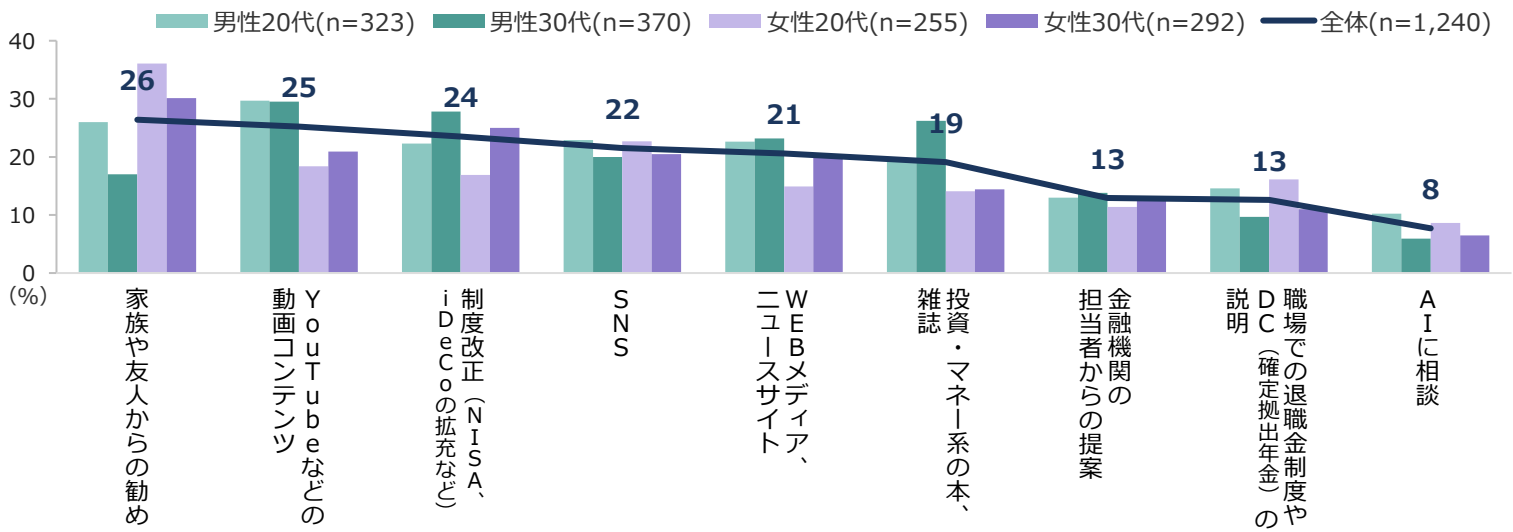
＜図1＞ 資産運用の有無（単一回答）



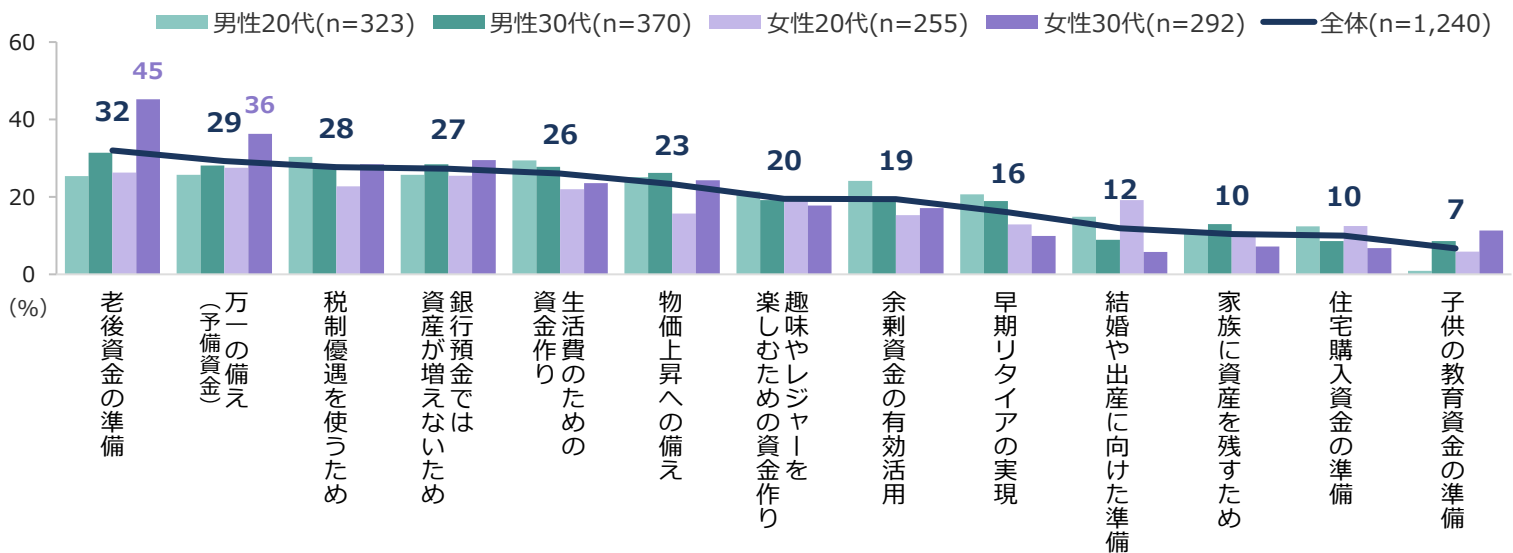
＜図2＞ 投資運用商品（複数回答） ※ベース：資産運用者・投資者



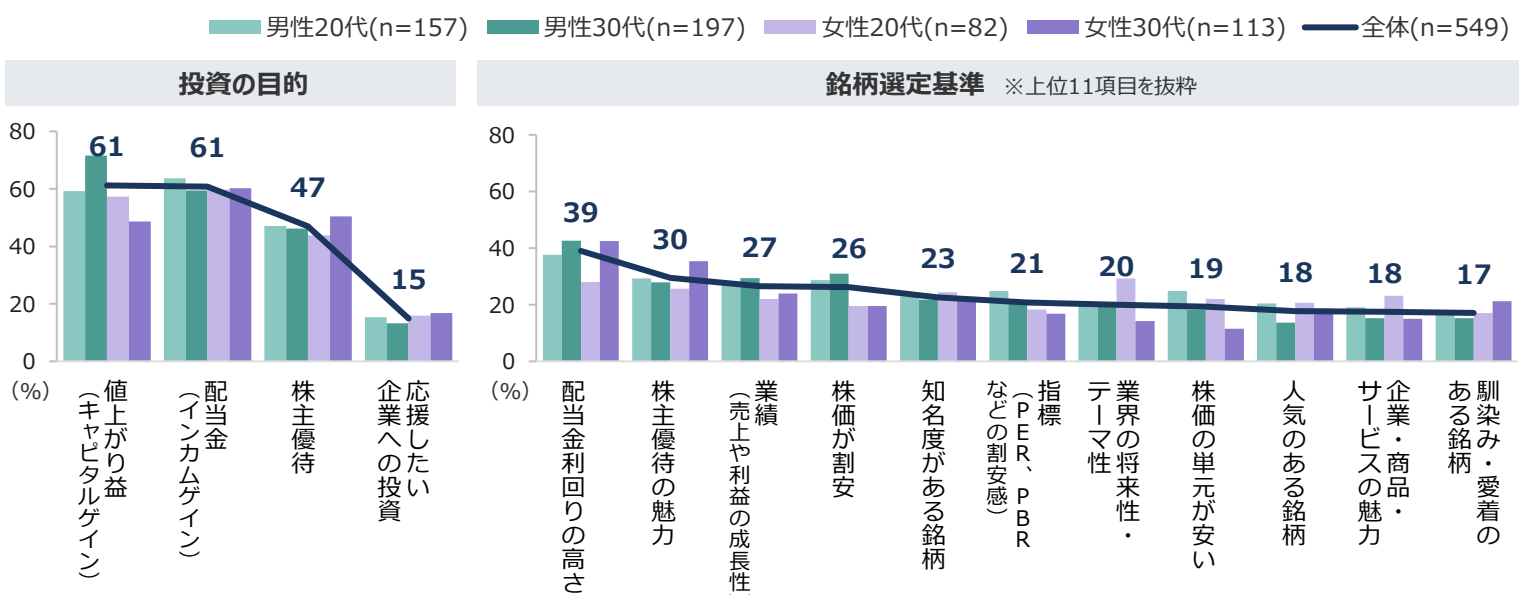
<図3> 資産運用のきっかけ (複数回答) ※ベース: 資産運用者・投資者



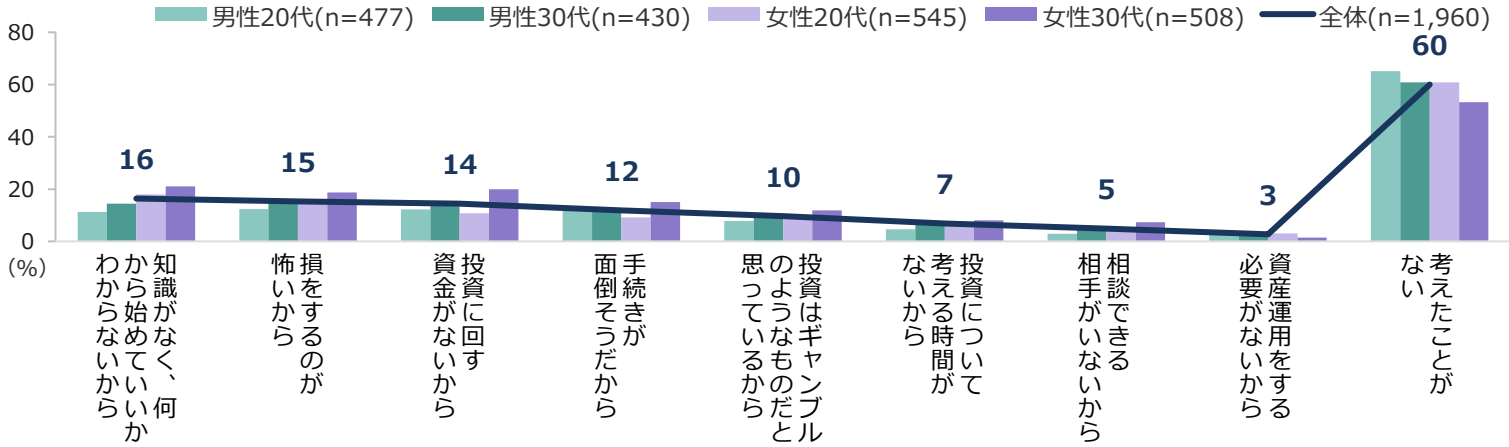
<図4> 資産運用の主な目的 (複数回答) ※ベース: 資産運用者・投資者



<図5> 株式投資の目的と銘柄選定基準 (複数回答) ※ベース: 個別株保有者



＜図6＞ 資産運用を行わない理由（複数回答） ※ベース：資産運用未実施者



■レポート項目一覧

- 調査概要
- 回答者プロフィール  
(性別・年代・未婚・居住地・世帯構成・子どもの学齢・住居形態・世帯年収・個人年収・ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

▼ 調査結果サマリー

▼ 調査結果詳細

【資産保有状況】

- 預貯金額
- 預貯金の目的
- 資産運用が話題に上がった経験・相手
- 資産運用状況・投資商品

【資産運用状況】

- 運用割合／運用状況
- 投資スタイル
- 積立投資理由
- 運用のきっかけ／目的
- 運用後の使い道
- 運用効果の実感
- 株式投資目的
- 銘柄選定基準
- 投資先製品・サービスの選好

【資産運用に対する意識】

- 投資後の変化
- 資産運用の必要性有無
- 余剰資金の有無・使い道
- 資産運用をしない理由／始める条件
- 損失に対する意識

【お金・時間・生き方の価値観】

- 支払い方法の選好
- 時間帯効果（タイプ）
- 費用対効果（コスパ）
- 時間の使い方
- 趣味・関心事
- 「10年後の自分」イメージ
- 貯蓄や将来の備えへの注力度・満足度
- 価値観
- 生活関連の意識
- 時間のゆとり／収入のゆとり
- 貯蓄や資産の充足度

▼ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20260526finance>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～39歳の男女  
 調査期間 : 2026年4月22日（水）～28日（火）  
 有効回答数 : 本調査3,200サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

◀引用・転載時のクレジット表記のお願い▶

本リリースの引用・転載時には、必ず当社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。  
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」