

国債トツプリテーター会議 (第19回)

— 配付資料 —

令和2年6月10日(水)

財務省理財局

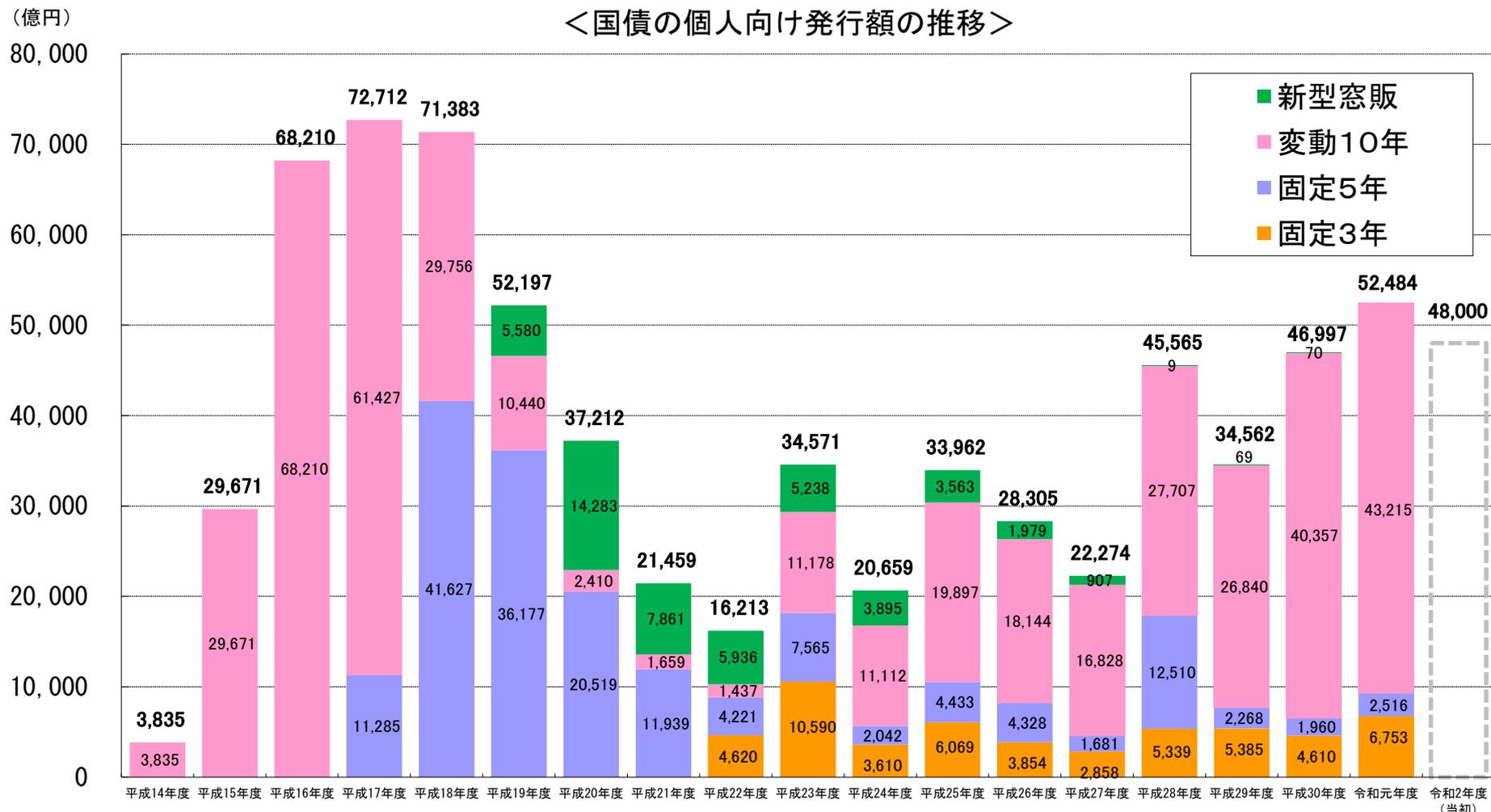
個人向け国債
JAPANESE GOVERNMENT BONDS

個人向け国債の販売動向等について

個人向け国債の発行額

- 平成17年度以降、減少傾向が続いていたが、平成22年度を境に、増加傾向で推移。
- 令和元年度の発行額は5.2兆円と、平成27年度と比較し約2.5倍に増加。

＜国債の個人向け発行額の推移＞

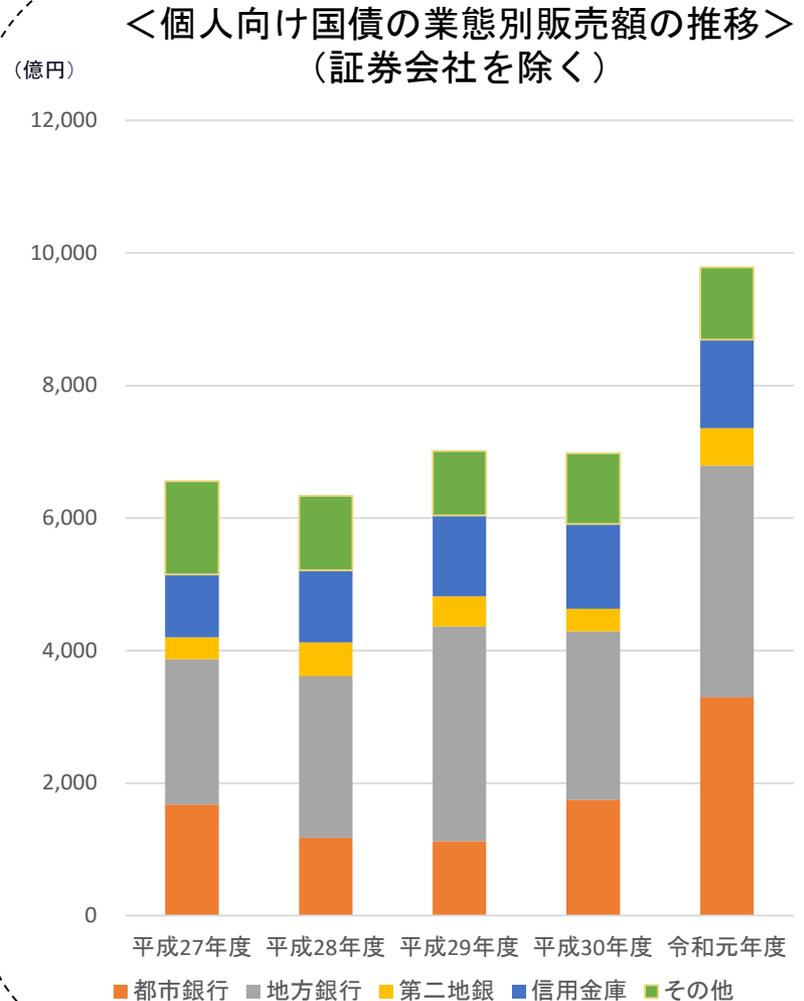
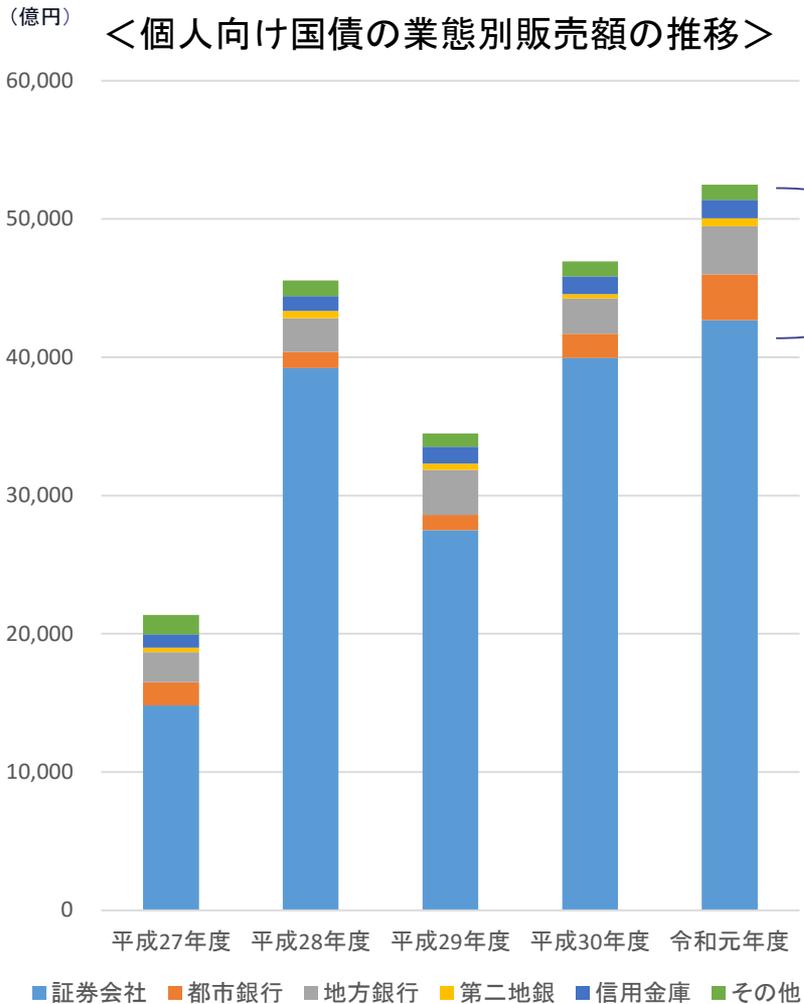


(注1) 令和2年度(当初)は国債発行計画に計上されている発行予定額。

(注2) 平成23年度及び平成24年度の変動10年は復興応援国債を含む。

個人向け国債の業態別販売額

○ 業態別の販売額では、証券会社の販売が大きなシェアを占めている。

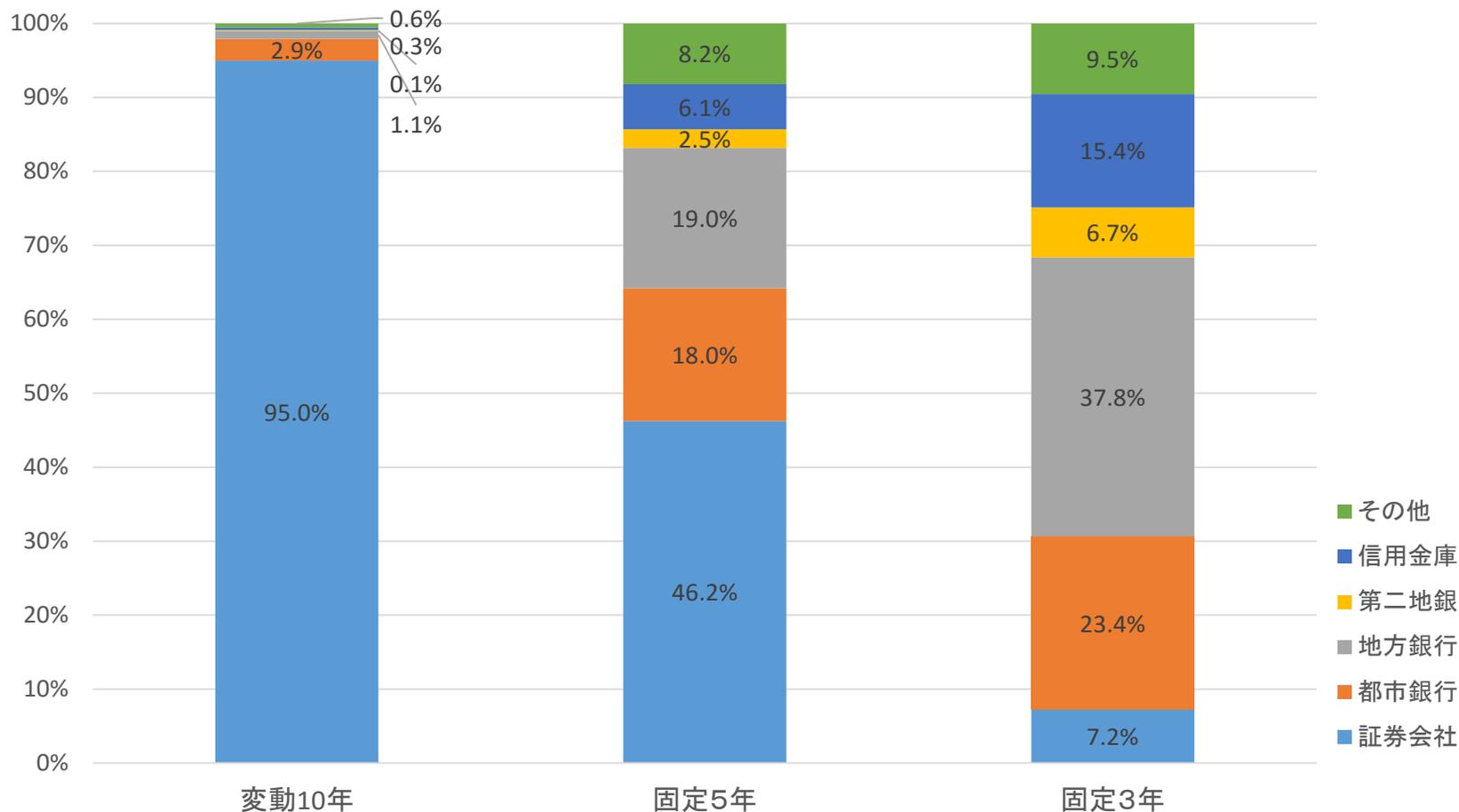


※ 「その他」は信託銀行、信用組合、労働金庫、JA、ゆうちょ銀行を表す。

個人向け国債の業態別販売割合（商品別）

- 商品別では、変動10年の販売シェアは証券会社が95%と圧倒的に大きい。
- 年限が短くなるにつれ、預金取扱金融機関の販売シェアが大きくなっている。

＜個人向け国債の商品別・業態別販売割合（令和元年度）＞

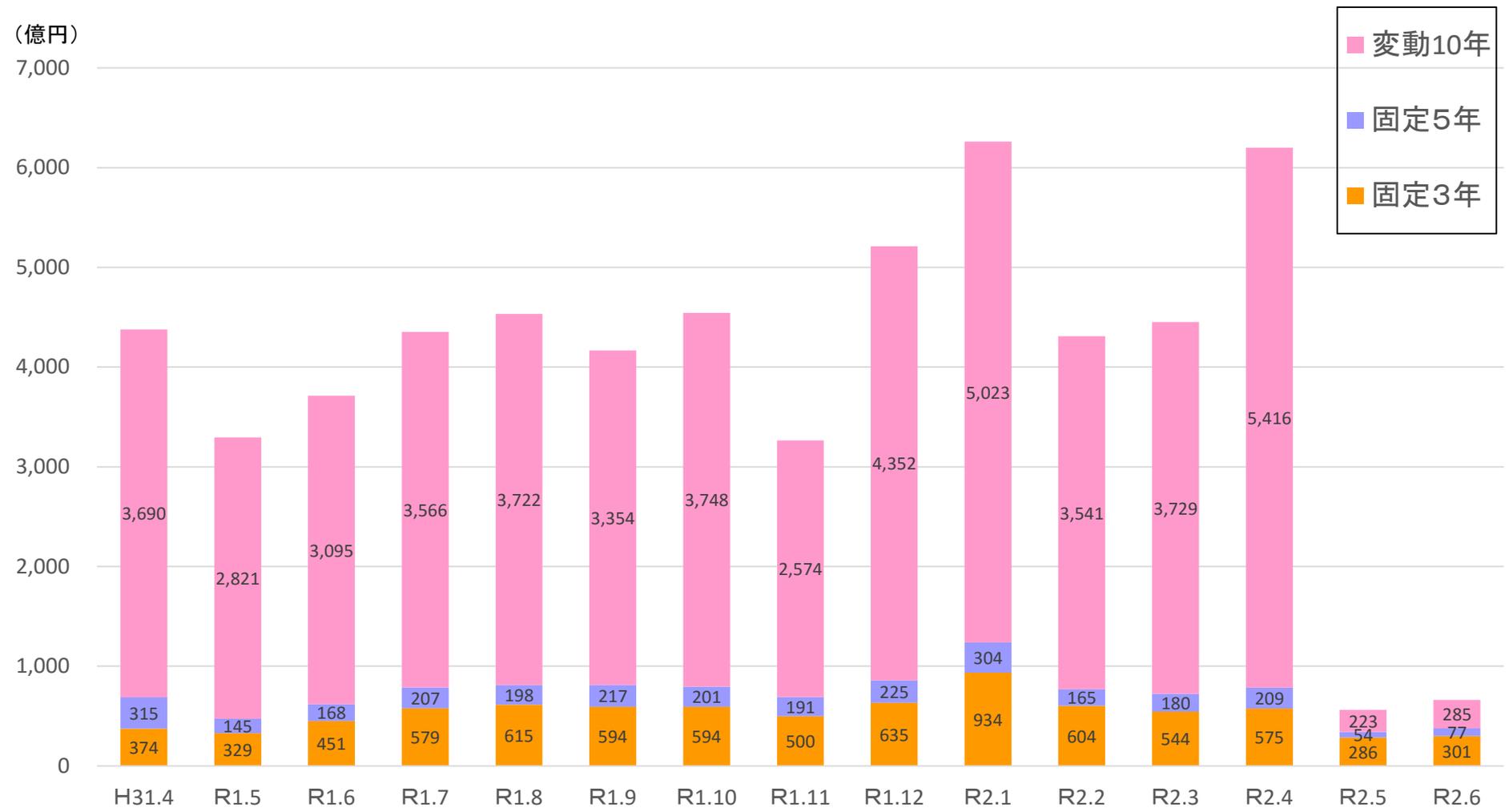


※ 「その他」は信託銀行、信用組合、労働金庫、JA、ゆうちょ銀行を表す。

足元の個人向け国債の販売動向①

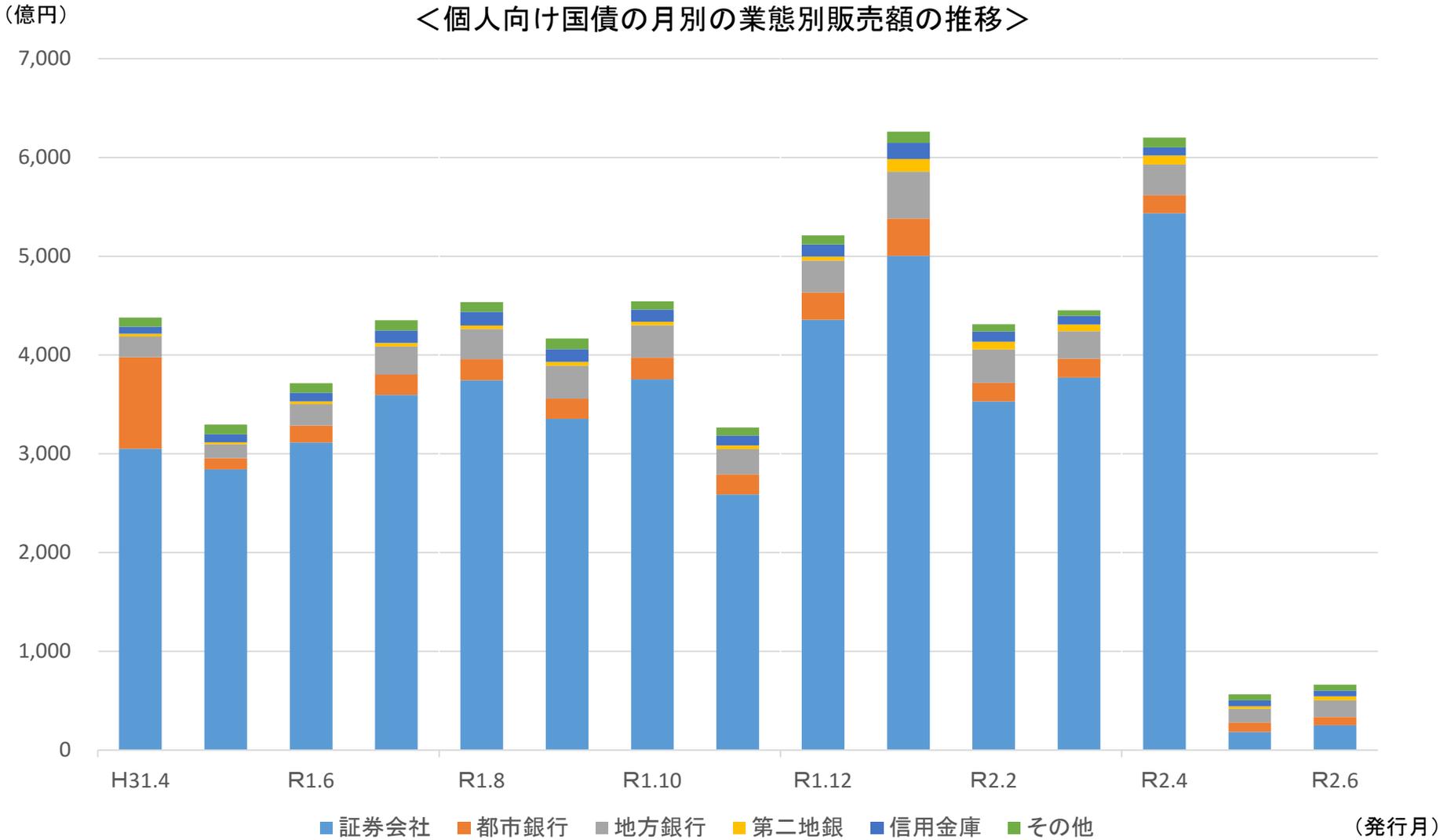
○ 令和元年度においては、概ね月4,000億円程度の販売額で推移していたが、足元、令和2年5月発行債から個人向け国債の販売額は大きく落ち込んでいる。

<個人向け国債の月別の販売額の推移>



足元の個人向け国債の販売動向②

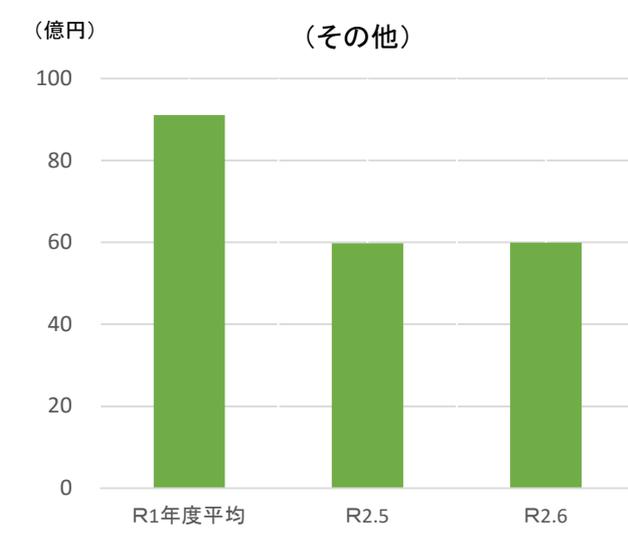
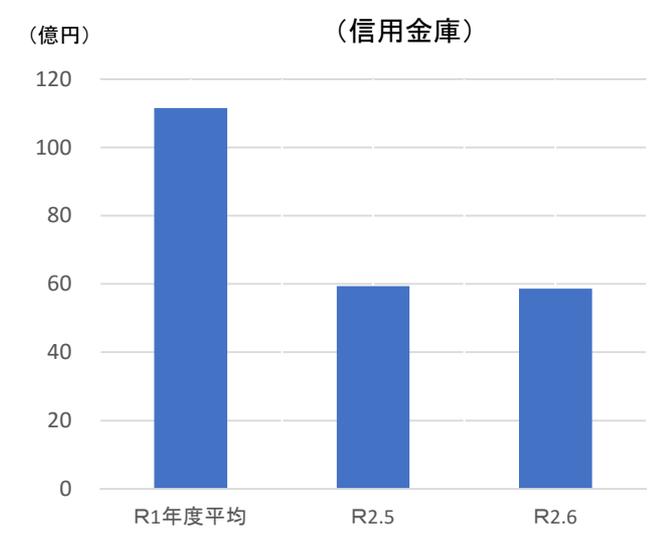
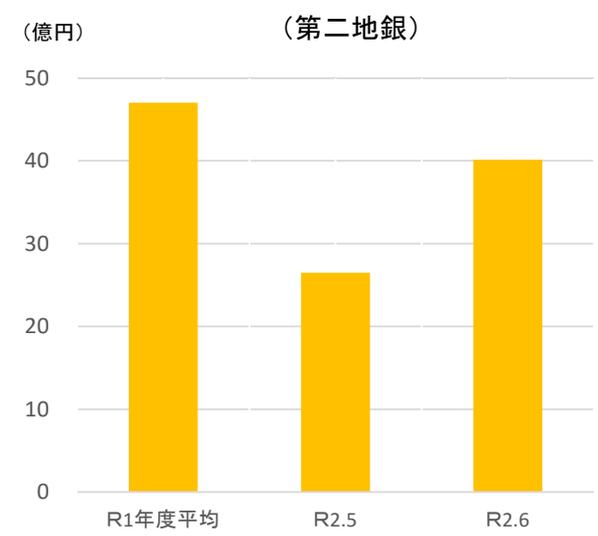
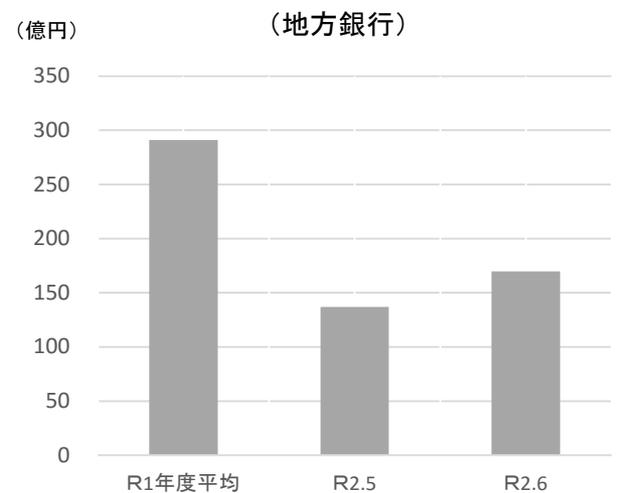
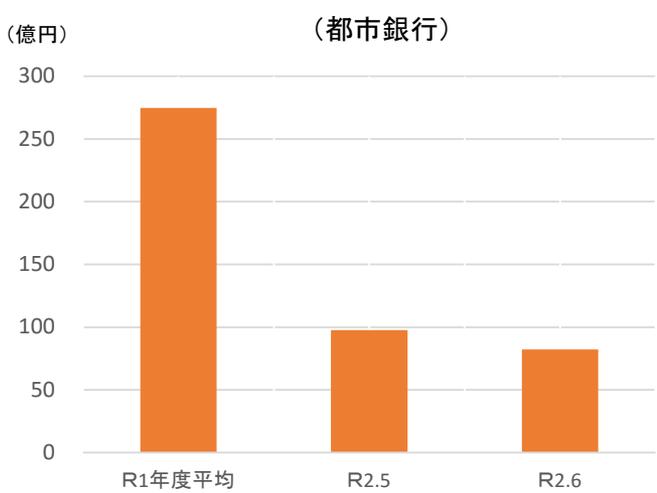
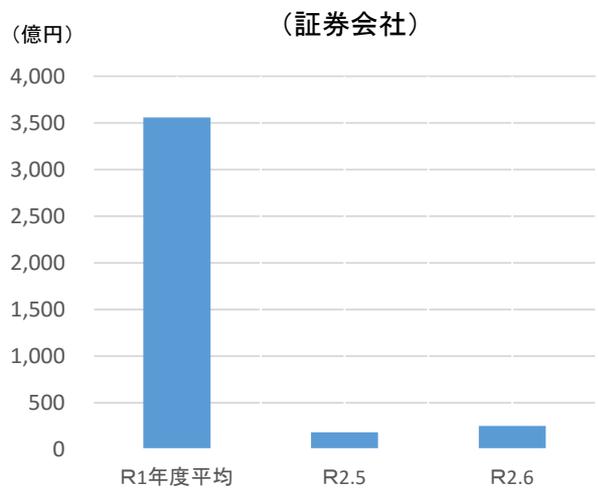
○ 足元、令和2年5月発行債から個人向け国債の販売額は大きく落ち込んでおり、特に証券会社の販売額の減少が顕著。



足元の個人向け国債の販売動向③

- 業態別では、証券会社による販売額が大きく落ち込んでいる。
- 預金取扱金融機関による販売額の落ち込みは、証券会社と比べると小さい。

＜個人向け国債の月別の業態別販売額＞



取扱機関へのアンケート・事前ヒアリング概要①

新型コロナウイルス感染症の影響による販売額の減少

○ 新型コロナウイルス感染症の営業活動への影響

- ✓ 緊急事態宣言後は、来店の勧誘や訪問営業は行わず、新規顧客の勧誘を控えて既存顧客のフォローのみ行ったが、個人向け国債の販売もかなり落ち込んだ。
- ✓ 能動的な訪問販売は自粛し、交代制の出勤により、窓口対応を通常の半分程度としたため、個人向け国債を含めて全般的に金融商品の販売は低調だった。
- ✓ ネット経由の投資信託については、コロナショック後の相場回復を見据えた能動的な投資行動も見られたが、個人向け国債を含めて全体的に販売状況は厳しかった。

○ 販売確保に効果があった取組事例

- ✓ リテール販売への影響は相当大きかったが、オンライン営業はそこまで影響を受けず、リテール商品のオンライン販売は若干であるが増加した。
- ✓ 新年度前に個人向け国債の償還管理表を営業店に還元しており、電話で営業を行うことにより、個人向け国債のみ昨年4月と同水準の販売を維持した。
- ✓ 個人向け国債は、償還を迎えた方の再投資により、他商品と比べると相対的に販売できた。
- ✓ コロナ禍の状況においても、個人向け国債は償還のあった顧客から呼び出しがある等して、販売できた例があった。今後は、電話による営業を検討したい。

取扱機関へのアンケート・事前ヒアリング概要②

販売促進策の変更による販売額の減少

○ キャッシュバックキャンペーン取止めの影響

- ✓ キャンペーン目的の購入者は減少。キャンペーン取止めとコロナ禍の影響が絡み合い、販売実績は大幅に減少した。
- ✓ 4、5月の販売額は大幅に減少した。コロナ禍の影響もあるが、どちらかというキャンペーン取止めの影響が大きいとみている。
- ✓ もともとグループ銀行からの紹介が7～8割を占めるが、キャンペーン取止めや、コロナ禍での銀行における対面取引縮小に伴って、銀行紹介の顧客への販売も大きく落ち込んだ。

○ その他の販売促進の取組事例

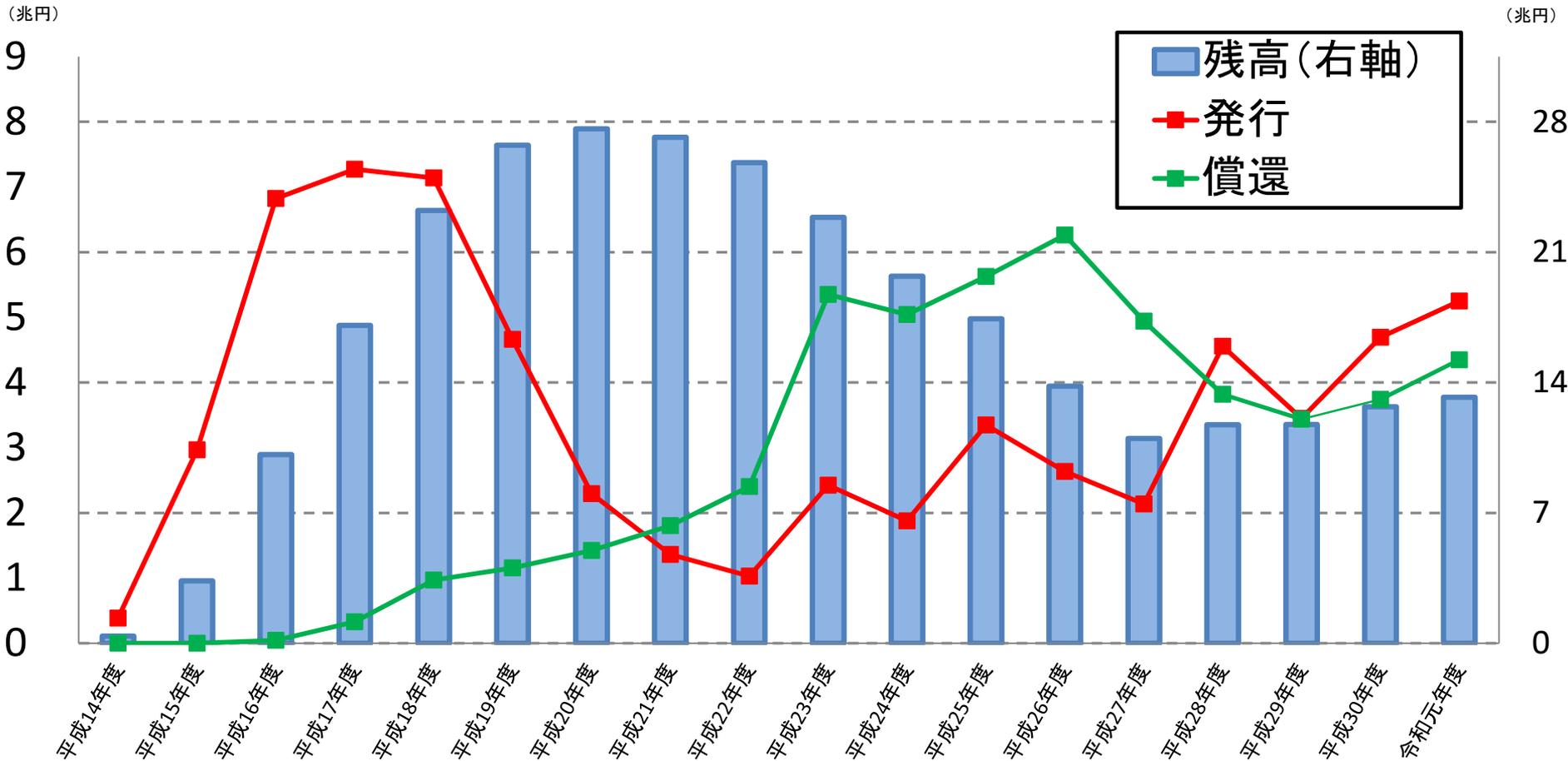
- ✓ 個人向け国債の販売における全体の利便性向上のため、購入申込書の簡素化や自動記帳機能のシステム化に取り組むこととした。
- ✓ 償還を迎える事前のお客様リストや低リスク志向のお客様への提案に関する成功事例を営業店に発信し、個人向け国債の再投資や新規購入を促している。
- ✓ 座学研修の充実やパート職員に対する販売報奨金支給の実施により、顧客と対面する機会の多い女性営業員の戦力アップを図っている。
- ✓ 個人向け国債を一定額以上購入された方に、個人向け国債購入金額と同額までの定期預金の金利を0.1%上乘せして、販売促進を図っている。

個人向け国債の長期安定保有の促進について

個人向け国債の発行残高

- ピーク時の平成20年度の発行残高は約28兆円となったが、その後、固定5年や変動10年の満期償還に伴い、発行残高は減少傾向。
- 近年では、マイナス金利による相対的な金利の優位等の影響もあり、平成28年以降、発行額は増加傾向にあるが、中途換金の増加による償還額の増加により、発行残高は横ばい。

＜個人向け国債の発行額及び償還額、発行残高の推移＞

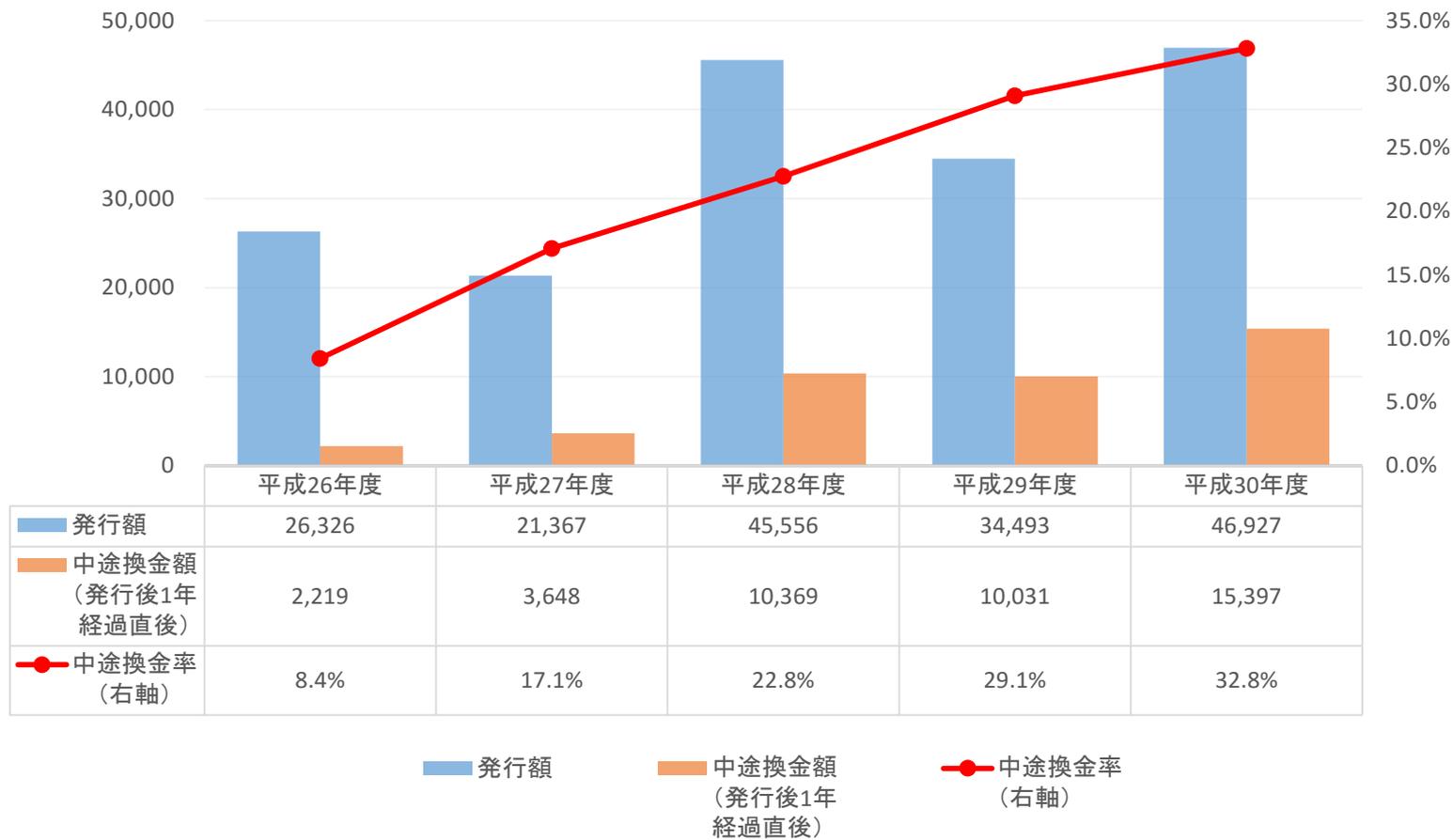


個人向け国債の中途換金

○ 発行後1年経過直後の中途換金率は、年々上昇傾向にあり、平成30年度においては、発行後1年経過直後に、発行額の約3割が中途換金されている。

(億円)

＜発行後1年経過直後の中途換金率の推移＞



(注1) 中途換金率は、発行額に占める中途換金額の割合として算出。

(注2) 個人向け国債は、発行後1年経過後であれば、中途換金をすることが可能。

手数料体系の見直し

<概要>

- 国債管理政策上、国債の安定消化を確保するため、個人による国債の長期安定的な保有を促進し、国債の保有者層の多様化を図ることが重要。
- 長期安定的な保有促進の施策の一環として、取扱機関が個人の長期的な国債保有を支援する体制を構築しやすくするため、2020年10月発行債から、募集発行事務取扱手数料を引き下げるとともに、新たな手数料として、管理手数料を導入※する。

※ 2020年10月以降に発行される個人向け国債(固定3年・固定5年・変動10年)の利払時における参加者口座の残高の2/10,000を管理手数料として支払う。

【現行】

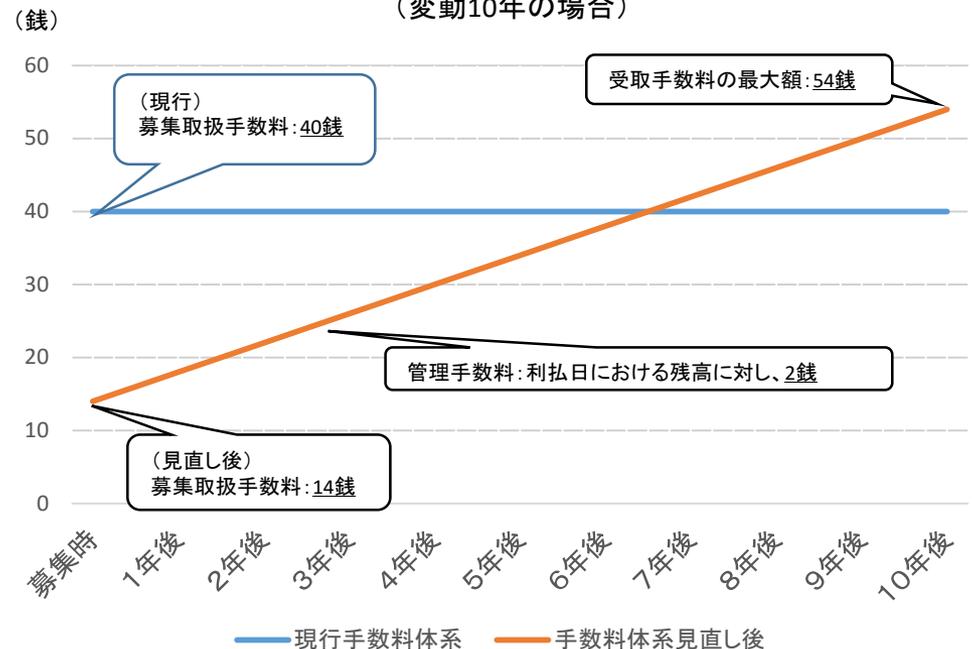
	募集発行事務 取扱手数料
固定3年	20銭
固定5年	30銭
変動10年	40銭



【見直し後】

	募集発行事務 取扱手数料 (a)	管理手数料の最大額 (6ヵ月あたりの管理手数料) (b)	受取手数料 の最大額 (a)+(b)
固定3年	8銭	12銭 (2銭)	20銭
固定5年	11銭	20銭 (2銭)	31銭
変動10年	14銭	40銭 (2銭)	54銭

<見直し後の受取手数料のイメージ> (変動10年の場合)



個人向け国債の広告について



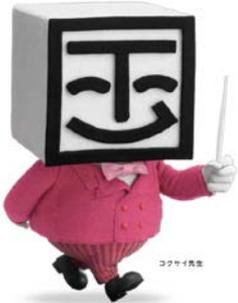
令和元年度及び2年度の個人向け国債の広告について

<広告の趣旨・目的等>

○ 令和元年度及び2年度については、安心かつ手軽な資産運用の手段として、個人向け国債等の商品性の魅力を浸透させるとともに、勤労世代(特に若い世代や女性)の個人向け国債等に対する興味・関心を高め、中長期的に投資家層の裾野拡大を図ることを主な目的として、6月・12月のボーナス期を中心に、以下の点を踏まえた広告を実施。

- ① クロスメディアの手法を取り入れ、主たる訴求対象である勤労世代(特に若い世代や女性)の目に触れやすい効果的な媒体を活用し、財務省ウェブサイト(個人向け国債専用サイト等)や取扱金融機関店頭への誘導を図る。
- ② 基本コンセプトは統一しながらも、媒体毎にそれぞれターゲットを設定し、それに適した広告表現やキャッチコピーを用い、個人向け国債等の魅力をアピールする。

(平成31年1月11日「平成31年度国債広告の企画・制作及び実施委託業務仕様書」等より)
(令和2年1月10日「令和2年度国債広告の企画・制作及び実施委託業務仕様書」等より)



個人向け国債の購入者

○ 個人向け国債の購入者については、50代以上が大半を占めるが、年限が短いものほど、その割合が高まる。一方、40代以下の若年層の購入は数パーセントにとどまる。

＜個人向け国債の商品別の購入者（平成29年度～令和元年度）＞



※ 当局が毎年実施している取扱金融機関に対するアンケート結果から分析

〔取扱金融機関の担当者からのヒアリング〕

- 個人向け国債の販売のうち、約85%が固定3年。下限金利発行が続き、変動金利の魅力が薄れていることが要因と考えられる。また、購入者の性別比は「男性：女性＝1：2」、年齢層は60代・70代が中心。
- 年限別の販売割合は固定3年が39%、5年が14%、変動10年が47%。投資初心者には比較的短い期間で運用できる固定3年が人気。年代では60代が最も多く、全体の30%を占める。性別では、男性44%、女性56%の割合。
- 固定3年の販売割合が金額・件数とも80%強を占める。年齢問わず、女性の方が比較的lowリスクかつ長期保有志向が強い。
- 60歳以上の女性や、年金受給者はlowリスク商品の長期保有志向が強い。

令和元年度 広告実績

- メインの訴求ターゲットである勤労世代(特に若者及び女性)を中心に、幅広い層を対象とした様々な媒体(インターネット、新聞、雑誌、ポスター、パンフレットなど)で広告を実施。
- 加えて、地方(三大都市圏を除く。)での広告も実施しており、テレビCM・イベントへのコクサイ先生着ぐるみの参加、地域の著名人が参加するセミナーを開催するなど、その地域の金融機関とも連携しつつ、エリアを限定した広告を行っている(元年度:主に宮城県・熊本県にて実施。)

【商品説明用ポスター (全国)】

個人向け国債は「手軽」で「安心」。選ばれる理由があります。

- 元本割れなし
大切なお金を守ります!
- 1万円から購入可能
手軽にスタートできる!
- 中途換金も1万円からOK
もしものときも安心!
- 最低金利は0.05%(年率)
金利が下がっても心配なし!
- 国が発行
安心感が違う!
- 毎月発行
思い立ったらすぐ買える!

個人向け国債
JAPANESE GOVERNMENT BONDS
変動10 固定5 固定3

KOKUSAIには愛がある。それは未来への贈り物。

詳しくは特設サイトで! 個人向け国債

【地方プロモーション用ポスター】

未来の安心つなげよう!

個人向け国債

KOKUSAIには愛がある。

- 元本割れなし
大切なお金を守ります!
- 1万円から購入可能
手軽にスタートできる!
- 中途換金も1万円からOK
もしものときも安心!
- 最低金利は0.05%(年率)
金利が下がっても心配なし!
- 国が発行
安心感が違う!
- 毎月発行
思い立ったらすぐ買える!

個人向け国債
JAPANESE GOVERNMENT BONDS
変動10 固定5 固定3

KOKUSAIには愛がある。それは未来への贈り物。

詳しくは特設サイトで! 個人向け国債

個人向け国債で未来への贈りモノ

個人向け国債

KOKUSAIには愛がある。それは未来への贈りモノ。

- 元本割れなし
大切なお金を守ります!
- 1万円から購入可能
手軽にスタートできる!
- 中途換金も1万円からOK
もしものときも安心!
- 最低金利は0.05%(年率)
金利が下がっても心配なし!
- 国が発行
安心感が違う!
- 毎月発行
思い立ったらすぐ買える!

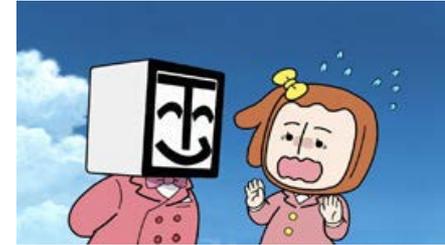
個人向け国債
JAPANESE GOVERNMENT BONDS
変動10 固定5 固定3

KOKUSAIには愛がある。それは未来への贈りモノ。

詳しくは特設サイトで! 個人向け国債

令和2年度 実施予定広告② (WEBサイトの見直しやSNSの充実)

- 新キャラクターを前面に使用したサイトへリニューアル。
- これまでのTwitter、facebookに加え、InstagramやLINEも活用し情報発信。



個人向け国債の
個子ちゃん
アカウントとして、
Instagramを
開設



個人向け国債の
個子ちゃん &
ココサイ先生
アカウントとして、
LINEを開設
&
スタンプ配布

