

第21回 国債トップリテナー会議

資 料

令和4年6月8日（水）
財務省理財局

—目 次—

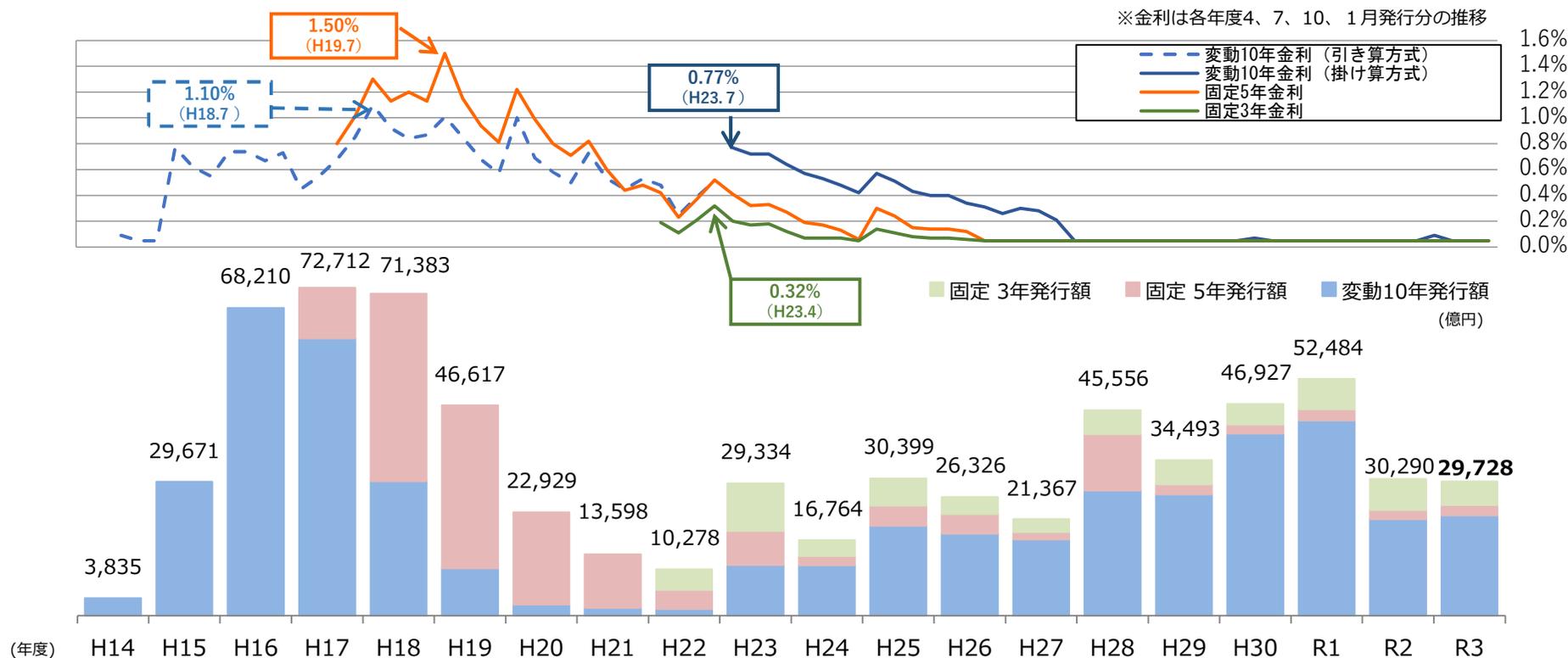
1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

個人向け国債の販売動向等について ①

- 令和3年度における個人向け国債の発行額は約3兆円と令和2年度と同水準。
- 4月から12月は、令和2年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響による販売落ち込み等により、一月あたりの平均販売額は約2千億円であった。
- 一方、2月以降は金利が上昇したこと等により、一月あたりの平均販売額は約3千億円に回復。
- 当局が実施した取扱機関へのヒアリングでは、
 - ・電話等非対面での営業活動に切り換えたことから、販売回復の動きが見られる。
 - ・リスク許容度の低い個人投資家において、定期預金の代替商品として選択されている。
 といった意見が聞かれた。

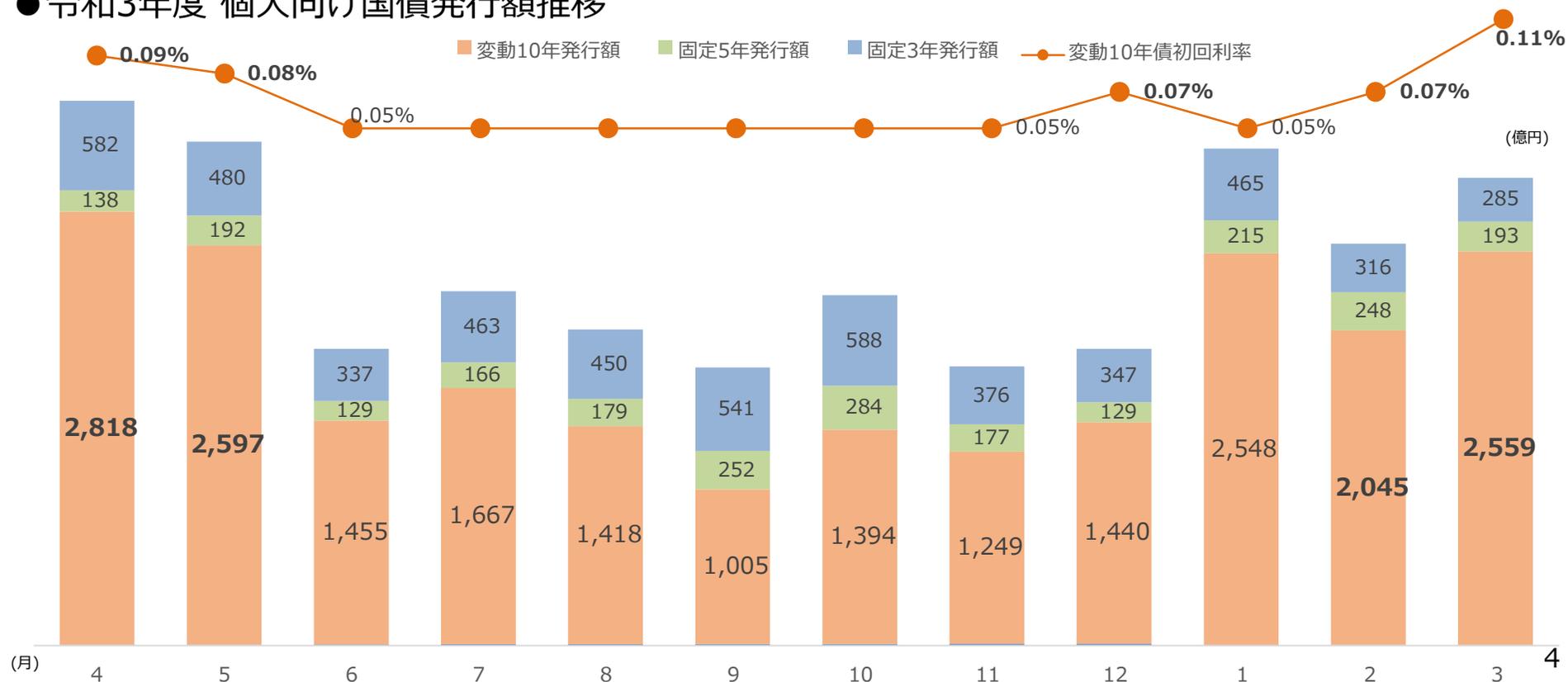
●個人向け国債発行額推移



個人向け国債の販売動向等について ②

- 令和3年度の各月の販売額についてみると、変動10年債は4～5月、2～3月といった初回利率が0.05%を超えた月の販売額が増加している。
- 当局が実施した取扱機関へのヒアリングにおいては、
 - ・金利上昇を受け、顧客からの問い合わせが増えた。
 との意見があった一方で
 - ・金利上昇幅が小さく、金利上昇は変動10年に限られていることから顧客の反応は薄い。
 - ・固定5年や固定3年の金利が上がってくれば、顧客の反応は変わるのではないか。
 との意見があった。

●令和3年度 個人向け国債発行額推移



個人向け国債の販売動向等について

③

- 当局が令和3年11月に実施したアンケート（注）によれば、購入件数は女性が多く、約6割は60歳代以上が占めている。
- 購入金額でみると、男性が多く、約7割は60歳代以上が占めている。
- このことから、個人向け国債の購入者は高齢者が多く、女性の購入者が多いものの、1回あたりの購入金額は男性が多い。

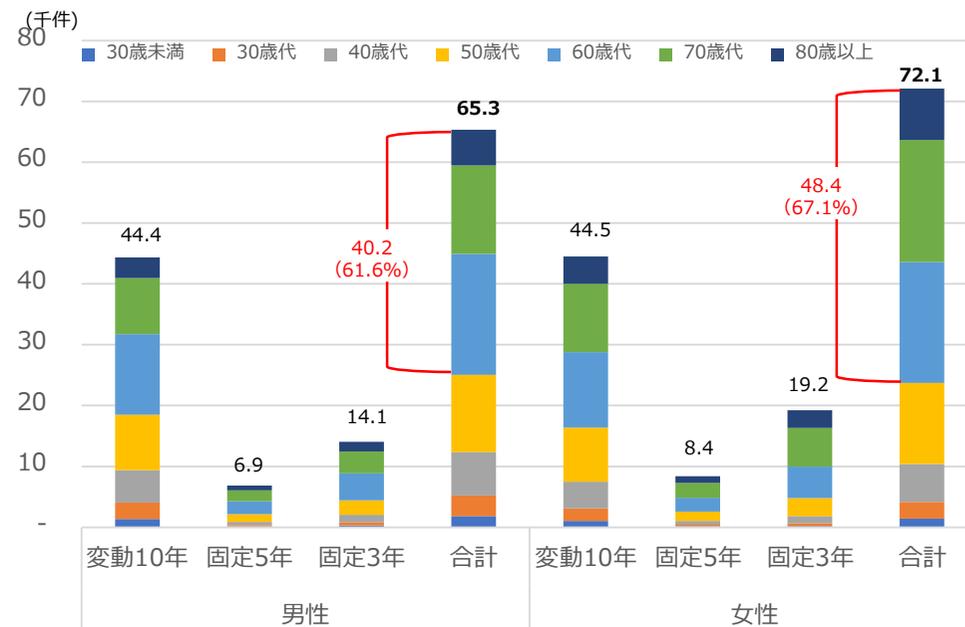
（注）令和3年4月～9月発行分の個人向け国債について、年齢や性別等購入者の属性を調査（調査範囲（金額ベース）95%）。

- 取扱機関に対するヒアリングにおいても、
 - ・ 日中の営業活動で対面できるのは女性が多いことから、個人向け国債の購入者は女性が多くなりやすい。
 - ・ 女性はリスクを避ける傾向にあることから、預金と金利を比較しつつ、リスクの低い個人向け国債を選んでいる。

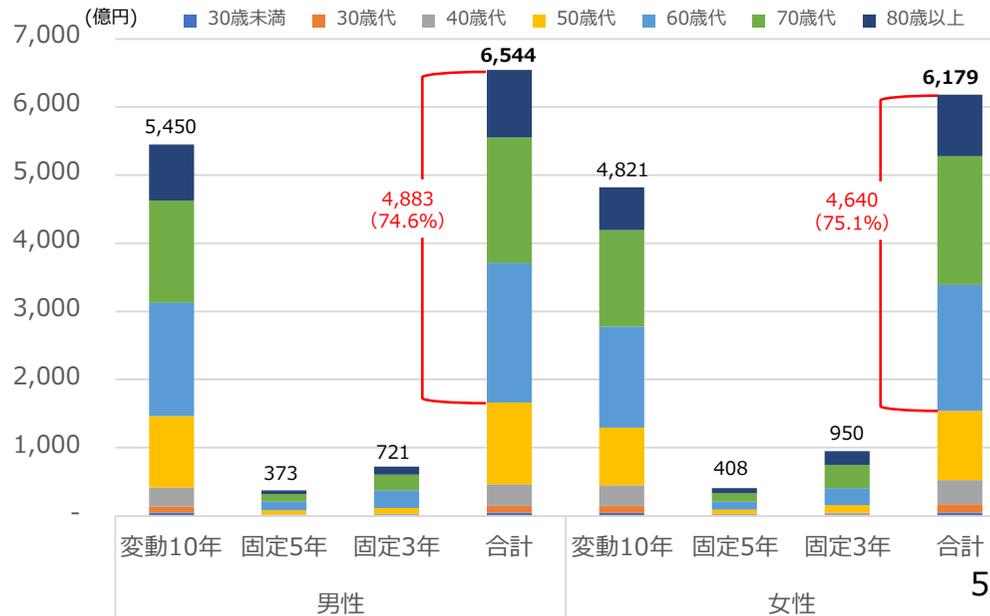
といった声が聞かれた。

●令和3年4～9月発行分 個人向け国債購入件数・金額

<購入件数>



<購入金額>



1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

広告の趣旨・目的

- 令和4年度の国債広告の目的は、国債の販売促進。
- 年代や性別でターゲットを絞らず、金融商品購入経験者・未経験者それぞれに個人向け国債の商品性の魅力をわかりやすく伝え、購入につながる広告展開を実施する。

<購入経験>

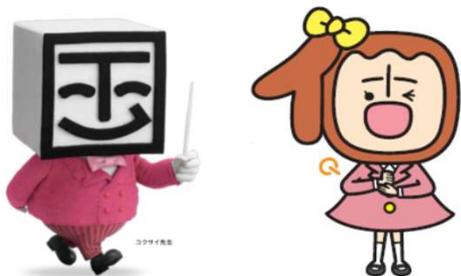
あり

なし

<取組>

- 個人向け国債の「元本割れしない」点を訴求し、金融資産ポートフォリオにおけるローリスクの中核的な商品としてアピールする。

- 投資判断に必要な個人向け国債の商品性
 - i. 0.05%の最低金利保証
 - ii. 毎月購入できる
 - iii. 元本割れしない
 - iv. 1万円から購入できる
 - v. 身近な金融機関で購入できる
 - vi. インターネットでも購入できる等を丁寧にわかりやすく説明し、投資の入口に適した商品としてアピールする。



令和4年度 実施予定広告②（インターネット広告やSNSの充実）

- 令和3年度に引き続き、インターネット広告に重点を置くほか、SNS（Twitter・Facebook・Instagram・LINE・YouTube）を活用し情報を発信していく。また、商品説明用動画を制作し、金融機関のサイネージ等での放映を行う。

Webサイト



バナー広告



Web動画



地方プロモーションについて①（令和3年度実績）

- 地方プロモーションとして、地域の著名人を起用したポスター・テレビCMの製作、イベントへの個子ちゃんの参加、地域住民を対象とした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。
- 令和3年度は石川県・静岡県・沖縄県で実施。

石川県



ほくりくアイドル部 と収録した個人向け国債テレビ番組（全4回）



馬場ももこさんを起用したポスター



金沢大学の就活サークル「CareerFirst」、県内大学学生団体と連携した「就活生のマネ活！社会人になる前に学ぶ資産形成講座」（オンライン生配信＋アーカイブ配信）



馬場ももこさんを迎えた「20代のためのマネーセミナー～馬場ももこと学ぶ！お金の育て方～」（オンライン生配信＋アーカイブ配信）

地方プロモーションについて②（令和3年度実績）

静岡県



静岡銀行・常葉大学と提携した
「大学生のための資産形成講座」
(対面+オンライン生配信)



清水エスパルス ホームゲームでのPRイベント



大石参月さんをゲストに迎えた
「20代から始める！マネーセミナー」
(オンライン生配信+アーカイブ配信)

沖縄県



プロ野球公式戦でのPRイベント



糸数美樹さん出演のTV番組
「Aランチ」での一コマ



仲程仁美さんを迎えた「20代から始める、
イチから学べるマネーライフセミナー」
(オンライン生配信+アーカイブ配信)

地方プロモーションについて③（令和4年度実施予定）

- 令和4年度地方プロモーションは群馬県・島根県・鹿児島県で実施予定。

群馬県

- ・群馬県出身のタレント・JOYさんを起用したテレビCM、ポスター掲出
- ・街頭ビジョン及び駅ナカ・サイネージでCM放映
- ・JOYさんを起用したオリジナルミニ番組を放送（アーカイブ配信実施）
- ・地元金融機関と連携した金融商品購入経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・JOYさんを起用し地元金融機関と連携した金融商品購入未経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・地域イベントへのブース展開 他



島根県

- ・島根県在住のカリスマ家計簿主婦づんさんを起用したテレビCM、ポスター掲出
- ・街頭ビジョン及び駅ナカ・サイネージでCM放映
- ・づんさんと地元著名人を起用したオリジナルミニ番組を放送（アーカイブ配信実施）
- ・地元金融機関と連携した金融商品購入経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・づんさんを起用し地元金融機関と連携した金融商品購入未経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・地域イベントへのブース展開 他



鹿児島県

- ・鹿児島県内での好感度が高いタレント榮徳多賀子さんを起用したテレビCM、ポスター掲出
- ・街頭ビジョンでCM放映
- ・榮徳さんを起用したテレビ番組内ミニコーナーを放送（アーカイブ配信実施）
- ・地元金融機関とラジオ番組「おしえて野口さん」とタイアップした金融商品購入経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・地元金融機関とYouTubeチャンネル「魁！！たくお塾」とタイアップした金融商品購入未経験者向けセミナーの実施（オンライン配信及びアーカイブ配信も実施）
- ・地域イベントへのブース展開 他



1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

個人向け国債販売にあたっての取組事例

- 当局が取扱機関に対して実施したヒアリングでは、個人向け国債販売における取組事例を収集。
- 個人向け国債の販売にあたっては、顧客のニーズを聴取し、顧客のリスク許容度に応じた提案を基本としつつ、以下の取組を行っている先がみられた。

顧客へのアプローチ

- 定期預金や預金残高の多い顧客等宛へのDMに個人向け国債のチラシを同封。

組織内への周知

- 月に一度、各支店を集めた会議で業績が良かった店舗の取組事例を紹介。
- 毎月、銘柄毎の利率を記入した一枚紙チラシを社内のネットワークに掲載。

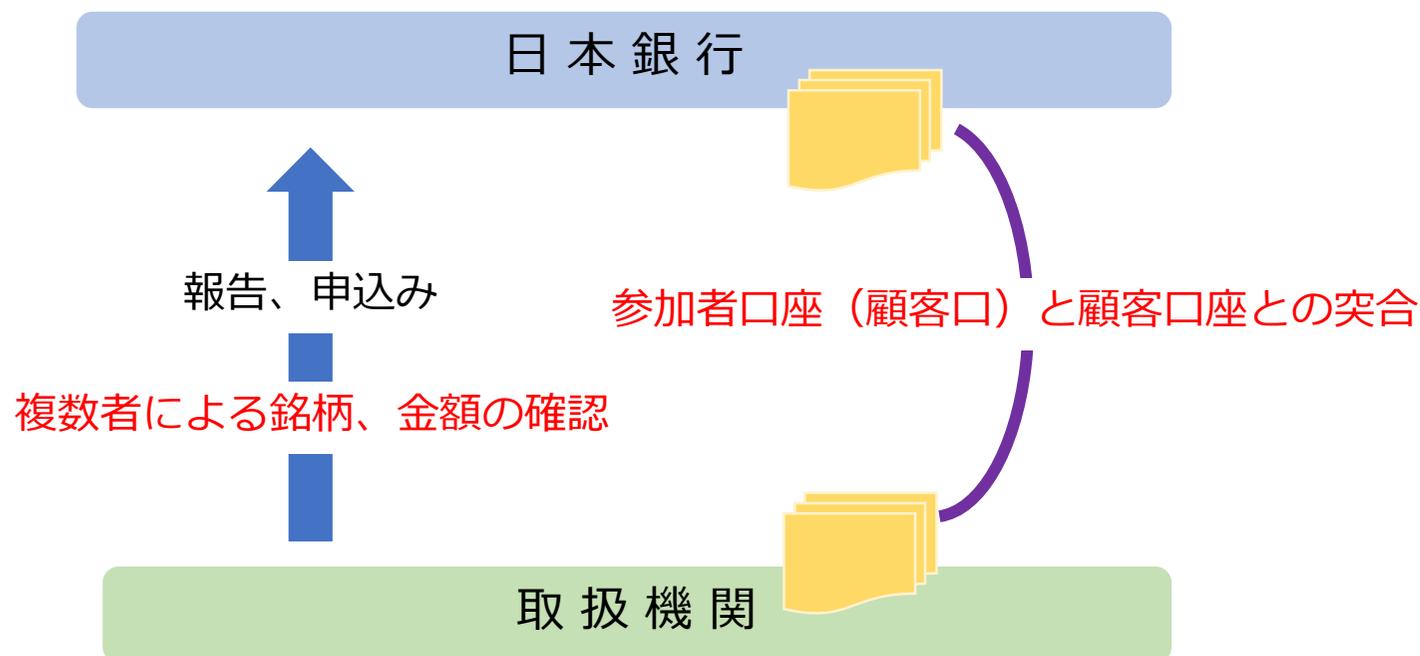
事務改善

- タブレットを使用して個人向け国債の営業活動を推進。
- 販売額増加に伴い、事務フローのチェックリストを作成して営業店の事務過誤を防止。

1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

個人向け国債の取扱事務に係る注意事項

- 令和3年度、取扱機関が行う募集、中途換金に係る日本銀行への応募金額の報告、国債売渡の申込みの事務に関して、銘柄誤りや金額誤りが数度発生している。
- 中途換金に係る事務における誤りの中には、個人向け国債の銘柄毎の残高について、参加者口座（顧客口）と顧客口座との突合を行っていなかったため、誤りの判明が遅れた事例もあった。
- こうした誤りを防止する観点から、取扱機関におかれては、
 - ① 複数者による銘柄、金額の確認
 - ② 参加者口座（顧客口）と顧客口座との突合を徹底していただきたい。



1. 個人向け国債の販売動向等について
2. 個人向け国債の広告について
3. 個人向け国債販売にあたっての取組事例
4. 個人向け国債の取扱事務に係る注意事項
5. 令和4年度の取組方針

令和4年度の取組方針

- 前回（第20回）の会議において、発行当局と取扱機関の連携強化を図り、個人向け国債の一層の販売促進や裾野拡大を目指すこととし、取扱機関の事務負担軽減や発行当局からの情報発信強化を図ることとした。
- 令和3年度においては、販売実績アンケート項目簡素化による取扱機関の事務負担軽減を図ったほか、取扱機関とのヒアリングで受けた要望に対応する等、取扱機関との連携強化に向けた取組みを実施。
- 令和4年度は個人向け国債の販売状況を踏まえ、以下の点について重点化を図ることとする。

