

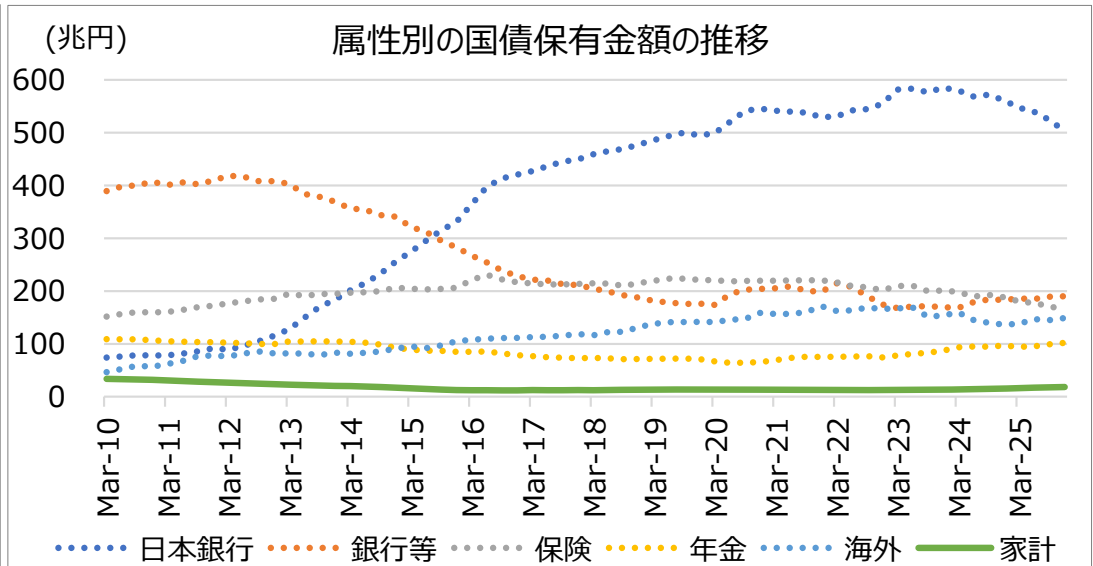
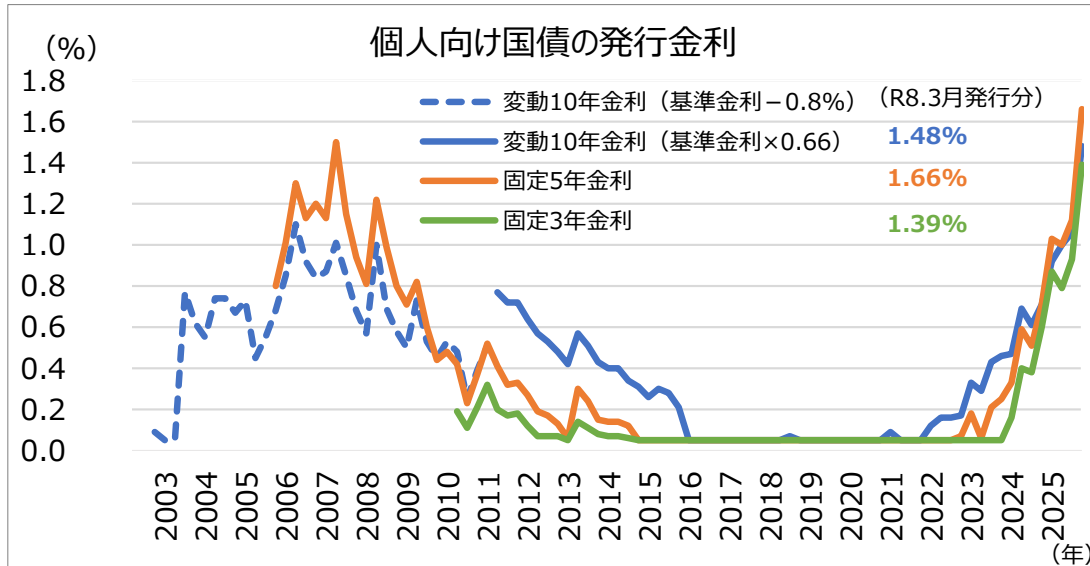
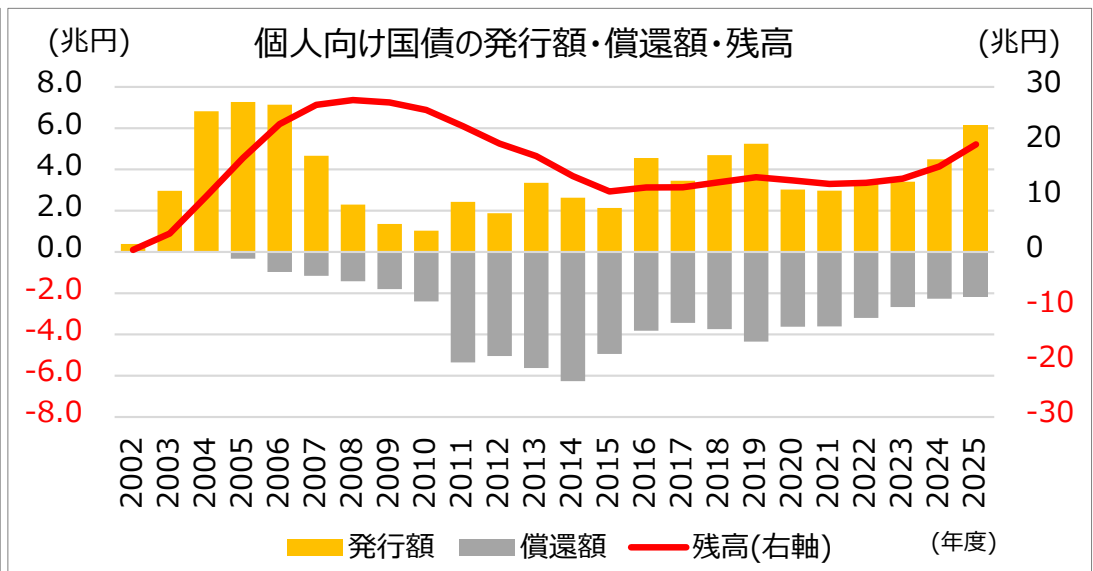
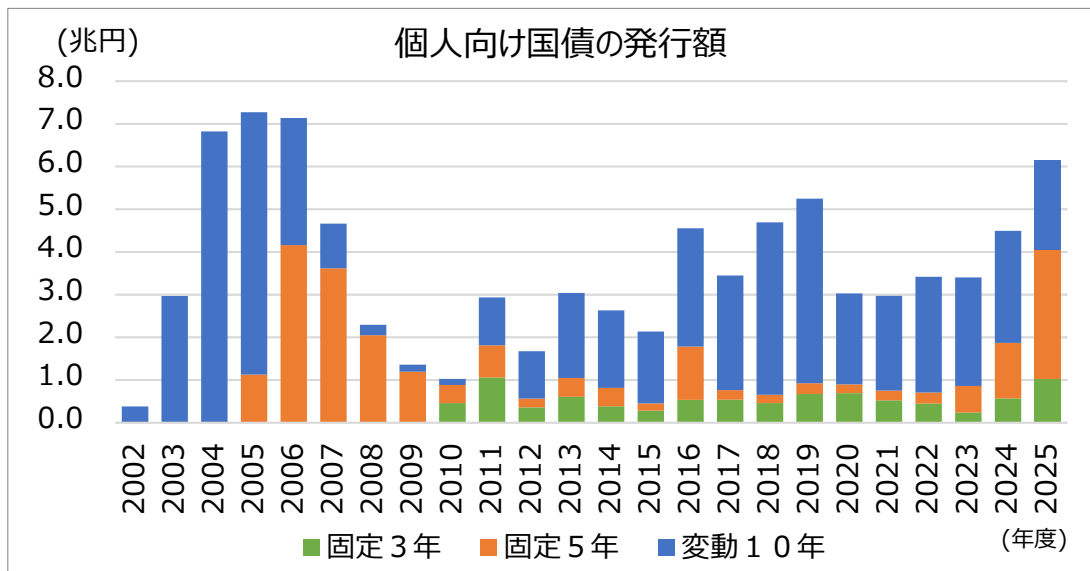
(参考資料)

財務省からの報告事項

個人向け国債の発行金利及び発行状況等

第10回 国の債務管理に関する研究会
(2026年5月26日) 資料より抜粋

- **個人向け国債の発行額**は、足元では**金利上昇を背景に増加傾向**にある。商品別では、これまで主流であった変動10年から、金利上昇により**固定5年の割合が増加**している。また、個人向け国債の**発行残高についても増加傾向**にある。
- 一方で、本邦における国債保有は機関投資家が中心であり、**家計部門による保有額は依然として低い水準**にとどまっている。


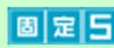






(出所) 個人向け国債の発行額等：財務省（額面ベース）。国債保有金額：日本銀行資金循環統計（時価ベース）。

個人向け国債と新型窓口販売国債

第10回 国の債務管理に関する研究会
(2026年5月26日) 資料より抜粋

- 家計向けの小口の国債商品は、中途換金時に国が額面で購入を行う「個人向け国債」と、金融機関による時価での買取となる「新型窓口販売国債」の2種類が存在。
- 個人向け国債は、これまで個人に限定して販売していたが、国債保有者層の拡大を図る観点から、**令和8年12月募集分（令和9年1月発行分）より、販売対象を学校法人、マンション管理組合などの一部の法人等にも拡大予定。**それに伴い、商品名を「個人向け国債」から「**個人向け国債プラス**」に変更予定。

| | 個人向け国債 | | | 新型窓口販売国債 | | |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| |  |  |  |  |  |  |
| 償還期限 | 10年 | 5年 | 3年 | 10年 | 5年 | 2年 |
| 発行頻度 | 毎月 | | | 毎月 | | |
| 購入単位／購入限度額 | 最低1万円から1万円単位 / 上限なし | | | 最低5万円から5万円単位 / 一申込みあたりの上限は3億円 | | |
| 販売価格 | 額面金額100円につき100円 | | | 入札結果に応じて、発行毎に財務省で決定 | | |
| 購入対象者 | 個人及び一部の法人等（非営利法人、非上場法人等） | | | 制限なし （法人やマンションの管理組合なども購入可能） | | |
| 金利タイプ | 変動金利 | 固定金利 | | 固定金利 | | |
| 金利設定方法 <small>（基準金利）</small> | <small>基準金利 × 0.66</small> <small>（直近の10年債入札の平均落札利回り）</small> | <small>基準金利 - 0.05%</small> <small>（期間5年の国債の想定利回り）</small> | <small>基準金利 - 0.03%</small> <small>（期間3年の国債の想定利回り）</small> | 直近の入札により発行した国債と同じ | | |
| 利回り <small>（2026年5月募集分）</small> | 1.67% | 1.89% | 1.57% | 2.490% | 1.958% | 1.367% |
| 金利の下限 | 0.05% | | | なし | | |
| 中途換金 | 発行後1年経過すればいつでも国の買取による中途換金が可能。 ※中途換金時に、直前2回分の各利子（税引前）相当額 × 0.79685 が差し引かれる。 | | | 市場でいつでも売却が可能。 ただし、その時々市場価格となるため、売却損、売却益が発生。 | | |
| 償還金額 | 額面金額100円につき100円（中途換金時と同じ） | | | 額面金額100円につき100円 | | |

- 足元でも国債発行は高水準で推移している一方で、日本銀行による国債買入は段階的に減額されている。このような状況の中、国債の安定消化を図る観点から、**国債保有者層の多様化を促進する必要がある。**
- 約2,000兆円超の金融資産を保有する家計部門が注目される中、**個人向け販売の促進策**について、アセットマネジメント会社、証券会社、銀行等の金融機関へのヒアリングや、個人を対象としたアンケート調査を実施した結果、以下のような意見が聞かれた。

<個人向け国債を販売する金融機関からの声>

- ✓ 既存の商品性の改善
 - 利率調整値（主に10年変動の掛け目）の変更。
 - 中途換金制限の見直し。
- ✓ 新商品の導入
 - 個人向けの物価連動債、超長期債（20年債、30年債）の導入。
 - 満期時にボーナスクーポンのある商品、10年より期間の短い3年や5年の変動債の導入。
- ✓ その他
 - 利子の非課税措置、NISA対象商品への適用。
 - つみたてNISAのように定期的に定額で購入できる仕組みの導入。
 - 手数料水準が説明負荷やシステム対応の費用対効果に見合わないため、販売機関への手数料の増額を希望。
 - 預金取扱機関にとって、個人向け国債の販売は預金流出につながるため、積極的には取り扱いづらい。

<アセットマネジメント会社からの声>

- 3.0%を超える超長期債の利回りは魅力的。市場実勢並の利回りを提供すれば、割引債や超長期債には一定の需要あり。
- 物価連動債は商品性が複雑。インフレ対策には株式や金が選好されており、パフォーマンスが実際のインフレ率に応じる商品性が必要。
- つみたてNISAやマル優等の税制優遇措置を期待。投資信託への個人向け国債の組入、過去の中期国債ファンドのような業界統一商品を望む。
- 投資商品としての国債の認知度向上や宣伝強化が必要。インフルエンサー等の発信による認知度向上も期待。

個人向け販売の促進策について

第10回 国の債務管理に関する研究会
(2026年5月26日) 資料より抜粋

<個人を対象としたアンケート調査結果>

- ✓ 金融商品購入経験者・未経験者それぞれ5,000人を対象に、「購入しやすくなる/購入したくなると思われる改善策（既存商品）」及び「購入したいと思う個人向け国債の商品性（新商品）」に関する選択式のアンケート調査を実施。
- ✓ 既存商品の改善策としては、税制優遇措置を除くと、口座引落や毎月自動で積立できる積立方式（現行の金融商品取引法においても累積投資契約の対象となり得る）へのニーズが高い。また、利回り改善に関する施策についても高い。
- ✓ 個人向け国債の新商品に関しては、元本が物価に連動するタイプの商品ニーズが最も高い。この他、満期が短い商品、複利運用が可能な商品、満期10年の固定金利型商品の割合も高い。また、40代以下の層からは、満期が超長期（20年、30年）で高利回りを得られる商品についても、一定程度のニーズが確認された。

Q.既存の個人向け国債について、どのような改善・改定がされた場合に、あなたは、個人向け国債を購入したい/購入しやすくなると思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。

Q.個人向け国債について、どのような新商品が発売された場合に、あなたは、個人向け国債を購入したいと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。

| n=30以上の場合 | ① | | ② | | 金融機関ではなく、国（財務省）のホームページから直接購入できるようにする | その他 | | |
|-------------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--|--------------------------------------|------|------|-----|
| | 税制優遇措置を講じる（個人向け国債をNISAの対象に含める等） | クレジットカードや口座引落による積立購入ができるようになる | 毎週や毎月のように、一定期間毎に自動で積立ができるようになる | 利回りを通常の国債と同程度まで高くする（その代わり、中途解約時に差し引かれる利息は多くなる） | | | | |
| 全体 (n) (5000) | 39.2 | 35.5 | 30.7 | 29.3 | 17.7 | 15.3 | 14.0 | 3.6 |
| 男性20代 (500) | 37.4 | 38.7 | 32.1 | 32.2 | 22.8 | 20.9 | 19.8 | 1.9 |
| 男性30代 (500) | 36.6 | 36.8 | 30.2 | 30.9 | 19.5 | 17.6 | 16.1 | 2.4 |
| 男性40代 (500) | 39.2 | 36.4 | 34.2 | 30.7 | 19.3 | 19.6 | 15.9 | 3.4 |
| 男性50代 (500) | 38.6 | 33.8 | 23.7 | 31.2 | 15.2 | 14.3 | 11.8 | 4.9 |
| 男性60代 (500) | 40.4 | 26.0 | 25.9 | 33.6 | 14.0 | 12.0 | 12.5 | 6.8 |
| 女性20代 (500) | 35.0 | 47.1 | 34.1 | 23.3 | 20.5 | 20.5 | 19.9 | 0.6 |
| 女性30代 (500) | 36.1 | 45.5 | 40.0 | 23.5 | 21.0 | 12.5 | 15.0 | 2.0 |
| 女性40代 (500) | 38.5 | 44.0 | 37.5 | 20.9 | 18.0 | 14.0 | 11.0 | 2.0 |
| 女性50代 (500) | 43.3 | 34.5 | 30.1 | 25.4 | 18.7 | 12.4 | 11.1 | 2.8 |
| 女性60代 (500) | 44.9 | 27.4 | 28.5 | 31.1 | 13.1 | 9.4 | 9.2 | 4.7 |
| 金融商品購入未経験者 | | | | | | | | |
| 全体 (n) (5000) | 31.3 | 41.1 | 37.5 | 22.1 | 20.5 | 15.8 | 17.5 | 2.2 |
| 男性20代 (500) | 33.1 | 40.9 | 34.7 | 24.6 | 19.5 | 15.9 | 24.0 | 1.5 |
| 男性30代 (500) | 32.9 | 38.4 | 39.6 | 26.8 | 23.8 | 20.0 | 20.7 | 1.1 |
| 男性40代 (500) | 36.8 | 38.7 | 34.1 | 27.1 | 17.7 | 14.5 | 20.1 | 1.6 |
| 男性50代 (500) | 36.6 | 34.3 | 33.5 | 31.3 | 18.7 | 15.5 | 17.1 | 3.2 |
| 男性60代 (500) | 38.2 | 38.5 | 33.0 | 31.3 | 21.4 | 17.2 | 17.9 | 3.4 |
| 女性20代 (500) | 20.5 | 41.4 | 41.8 | 15.5 | 23.3 | 15.8 | 16.1 | 1.4 |
| 女性30代 (500) | 26.0 | 46.6 | 39.4 | 15.7 | 18.7 | 15.2 | 15.1 | 2.7 |
| 女性40代 (500) | 30.4 | 45.0 | 39.1 | 16.1 | 18.9 | 15.0 | 16.9 | 2.4 |
| 女性50代 (500) | 33.8 | 42.6 | 37.4 | 22.5 | 21.8 | 15.3 | 15.6 | 2.2 |
| 女性60代 (500) | 32.1 | 36.6 | 38.7 | 23.0 | 24.2 | 15.6 | 13.2 | 2.8 |

| n=30以上の場合 | ③ | | ④ | | ⑤ | | 投資信託のように、時価に応じた購入と解約が随時可能な商品。ただし、市場実勢に応じた元本変動のリスクあり | 政策金利程度の利回りで、元本確保で購入と解約が随時可能な商品 | 長期間に渡って元本を徐々に取り崩しながら、高い利回りで運用する商品（元本が満期時に一括でなく、利息の受取と合わせて徐々に分割されて戻ってくる商品） | その他 |
|-------------------|--|-----------------------------|---|-------------------------|---|------|---|--------------------------------|---|-----|
| | 元本が物価の上昇に連動して増加する商品。ただし、物価が下落しても元本棄損は発生しない | 期間が6か月、1年程度で、政策金利を上回る利回りの商品 | 運用期間中の利息が元本に組み込まれて増えていく商品（複利効果により利息を都度受け取る場合に比べ総受取額が多くなる商品） | 固定3年・5年で、満期10年の固定金利型の商品 | 満期が20年、30年程度で、中途解約時でも元本確保で3%程度の高い利回りが得られる商品 | | | | | |
| 全体 (n) (5000) | 33.6 | 23.4 | 22.3 | 21.5 | 19.6 | 17.3 | 15.1 | 14.5 | 3.5 | |
| 男性20代 (500) | 31.6 | 25.3 | 28.4 | 25.7 | 26.9 | 26.1 | 20.1 | 23.6 | 2.1 | |
| 男性30代 (500) | 30.2 | 21.6 | 22.3 | 22.0 | 26.1 | 23.8 | 16.2 | 17.7 | 2.0 | |
| 男性40代 (500) | 30.7 | 24.0 | 23.8 | 23.5 | 22.4 | 18.0 | 15.8 | 16.1 | 4.6 | |
| 男性50代 (500) | 34.1 | 20.7 | 18.2 | 20.0 | 19.7 | 15.5 | 14.4 | 12.0 | 5.2 | |
| 男性60代 (500) | 35.6 | 23.0 | 20.1 | 19.3 | 13.2 | 14.1 | 12.6 | 11.3 | 5.9 | |
| 女性20代 (500) | 32.4 | 21.2 | 24.3 | 23.9 | 20.8 | 22.0 | 18.8 | 20.3 | 1.5 | |
| 女性30代 (500) | 33.7 | 22.2 | 23.6 | 17.8 | 24.9 | 20.9 | 16.4 | 16.4 | 1.7 | |
| 女性40代 (500) | 32.3 | 19.7 | 20.9 | 23.2 | 19.2 | 17.6 | 17.0 | 12.4 | 0.9 | |
| 女性50代 (500) | 37.8 | 26.8 | 24.1 | 20.7 | 13.8 | 10.6 | 10.8 | 12.0 | 2.4 | |
| 女性60代 (500) | 39.0 | 29.8 | 21.2 | 20.0 | 10.8 | 8.0 | 11.9 | 7.7 | 4.7 | |
| 金融商品購入未経験者 | | | | | | | | | | |
| 全体 (n) (5000) | 39.6 | 24.1 | 19.3 | 23.9 | 17.6 | 12.8 | 16.1 | 14.2 | 3.1 | |
| 男性20代 (500) | 33.1 | 25.9 | 24.3 | 24.6 | 24.7 | 18.1 | 22.8 | 21.2 | 2.0 | |
| 男性30代 (500) | 38.0 | 23.3 | 22.5 | 21.9 | 25.1 | 20.6 | 23.3 | 22.6 | 1.4 | |
| 男性40代 (500) | 40.3 | 20.8 | 21.7 | 25.6 | 25.1 | 13.9 | 14.6 | 21.1 | 1.5 | |
| 男性50代 (500) | 42.5 | 23.1 | 18.4 | 29.3 | 11.7 | 13.0 | 15.2 | 13.2 | 3.5 | |
| 男性60代 (500) | 41.3 | 28.0 | 14.9 | 26.0 | 12.7 | 10.0 | 19.6 | 11.7 | 4.9 | |
| 女性20代 (500) | 37.7 | 20.7 | 16.8 | 19.4 | 15.1 | 17.1 | 13.9 | 12.6 | 1.9 | |
| 女性30代 (500) | 35.9 | 23.1 | 18.7 | 20.9 | 20.3 | 12.2 | 14.7 | 11.8 | 3.6 | |
| 女性40代 (500) | 41.2 | 23.5 | 18.1 | 22.5 | 18.3 | 8.8 | 15.0 | 10.5 | 4.0 | |
| 女性50代 (500) | 43.9 | 26.6 | 18.3 | 26.5 | 10.7 | 8.0 | 12.8 | 11.9 | 3.3 | |
| 女性60代 (500) | 41.9 | 28.8 | 20.6 | 25.5 | 12.3 | 9.8 | 13.5 | 10.1 | 4.7 | |

注）財務省の委託に基づき、株式会社電通東日本（令和7年度「国債広告の企画・制作及び実施委託業務」受託者）がインターネットによるアンケート調査を実施（2025年12月18日～22日）。