国の債務管理に関する研究会（第12回）

理財局説明資料

個人向け国債の商品性の見直し等について

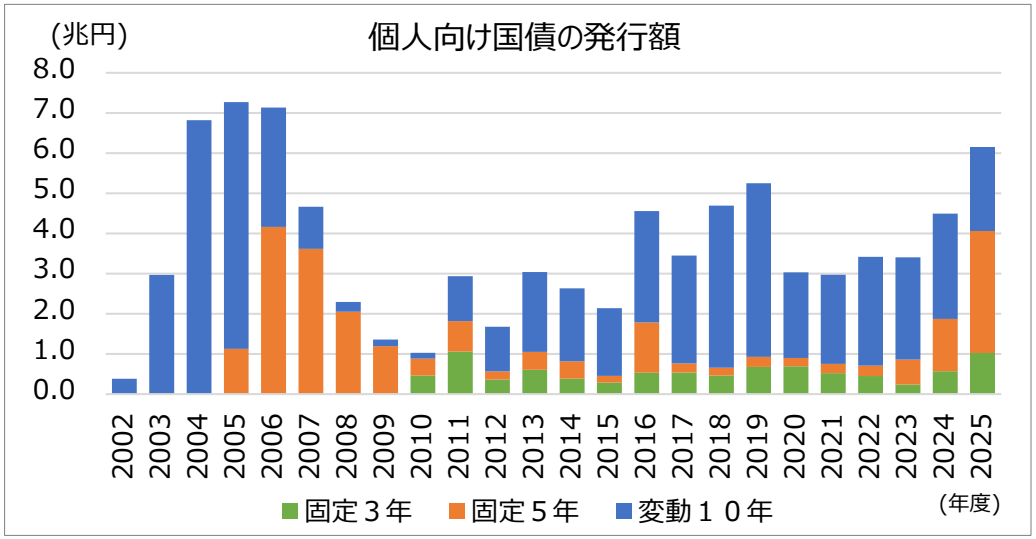
令和８年11月５日

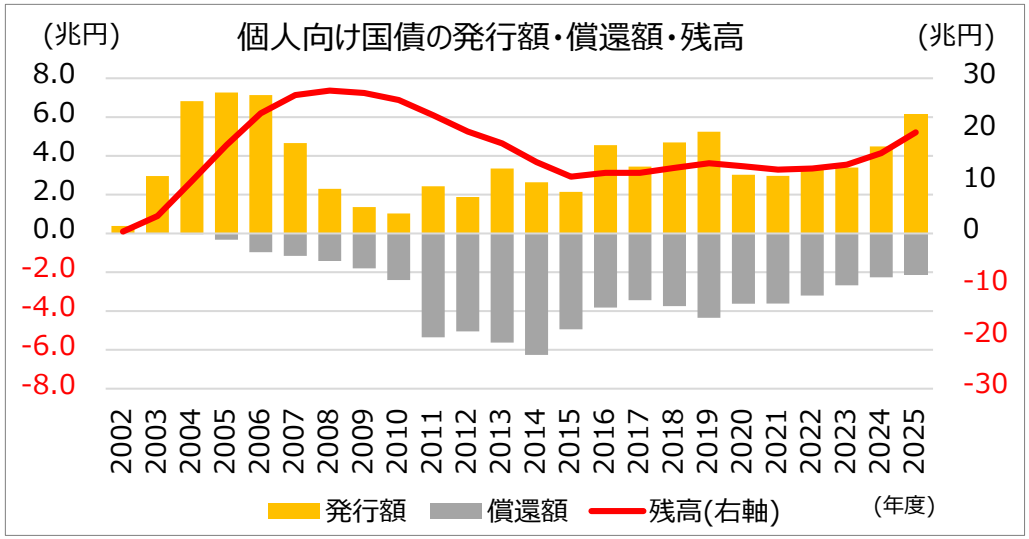
個人向け国債の発行金利及び発行状況等

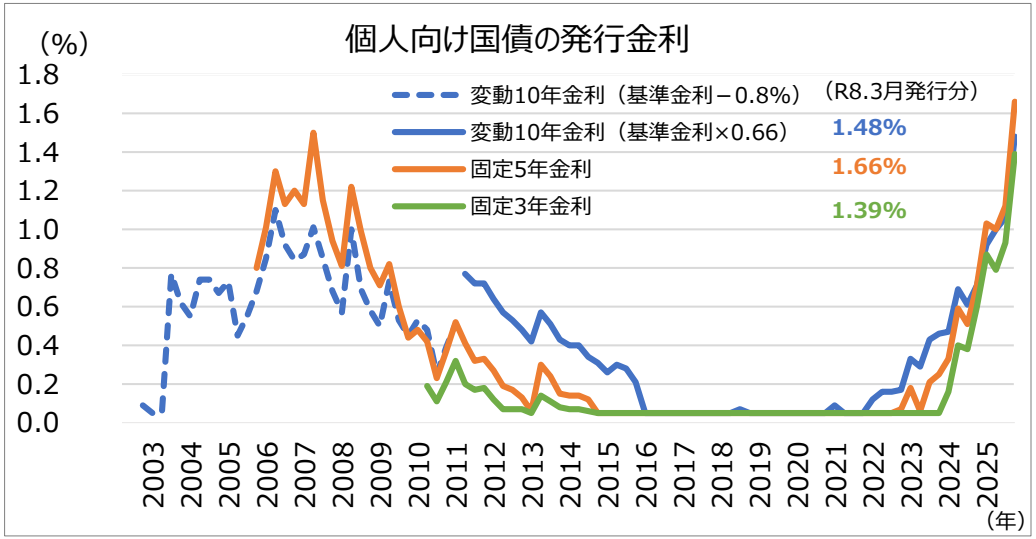
第10回 国の債務管理に関する研究会
理財局 説明資料（2026.5.26）

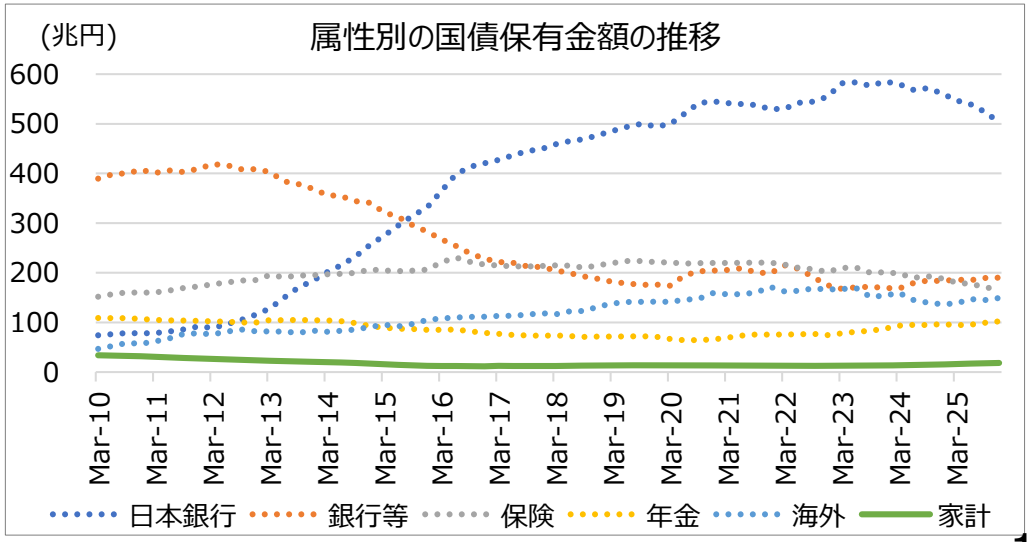
○ **<u>個人向け国債の発行額</u>**は、足元では**<u>金利上昇を背景に増加傾向</u>**にある。商品別では、これまで主流であった変動10年から、金利上昇により**<u>固定5年の割合が増加</u>**している。また、個人向け国債の**<u>発行残高についても増加傾向</u>**にある。

○ 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、**<u>家計部門による保有額は依然として低い水準</u>**にとどまっている。







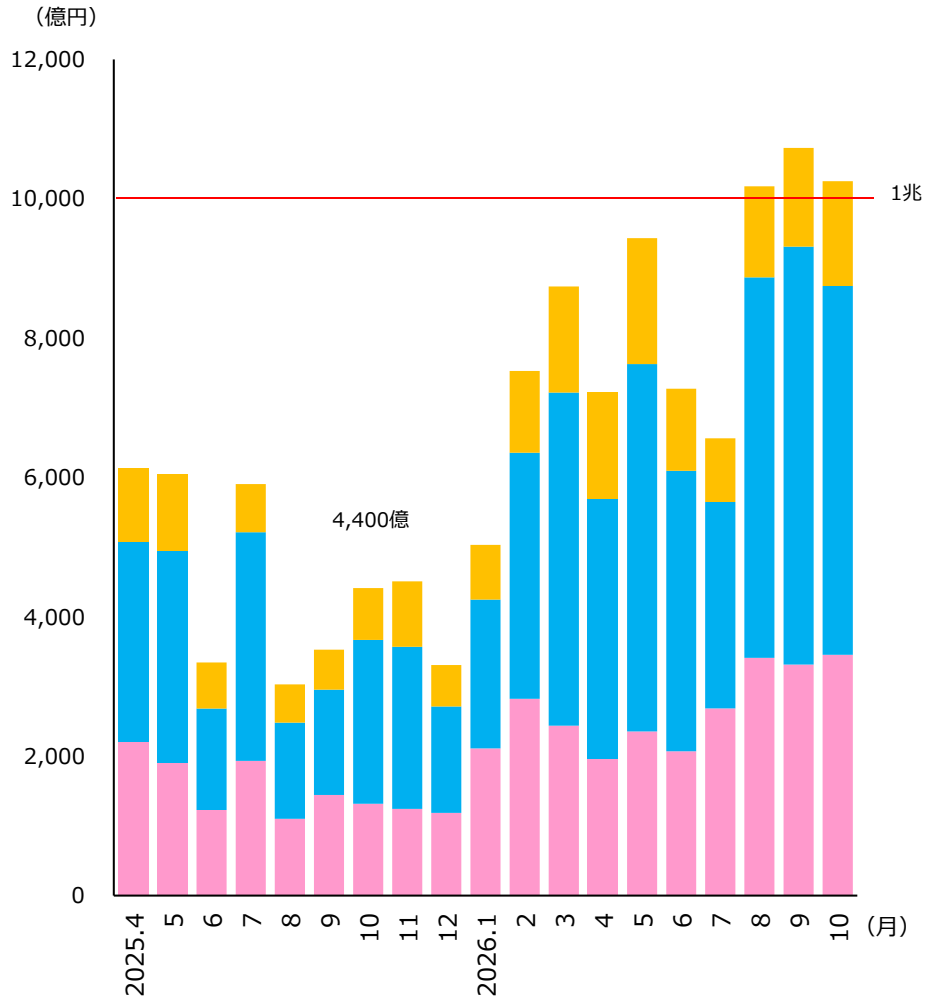


（出所）個人向け国債の発行額等：財務省（額面ベース）。 国債保有金額：日本銀行資金循環統計（時価ベース）。

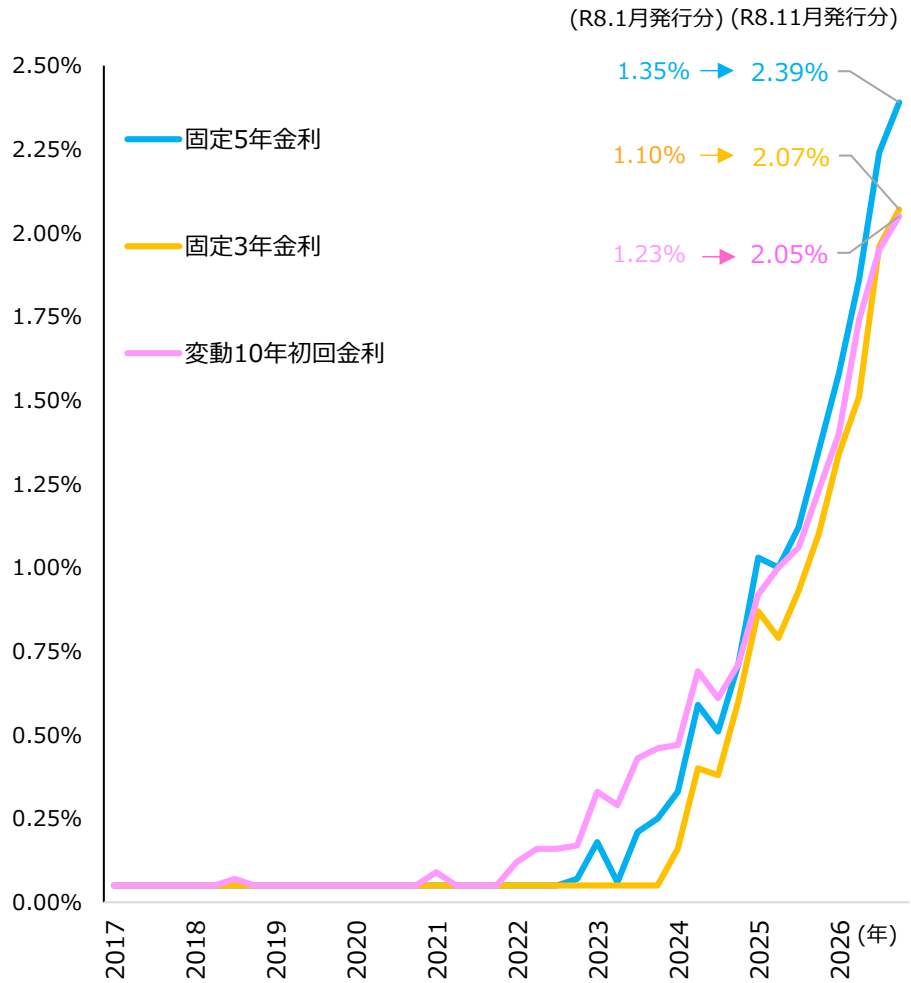
個人向け国債の発行金利及び発行状況

○ 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。特に2026年の年初からは**金利が約1.7～1.9倍**となっており、発行額についても、10月は計**1.0兆円（前年同月比2.3倍、5,800億円増）**となった。

個人向け国債の月別発行額



個人向け国債の発行金利



個人向け国債プラスの概要

- 個人向け国債の販売対象について、国債の安定保有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**、従来の個人に加え、**一部の法人等**（非営利法人、非上場法人等）**にも販売対象を拡大**する予定。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。
- **商品のラインナップ**及び**基本的な商品性等に変更なし。**

■商品ラインナップ及び各商品性等

ラインナップ	変動10	固定5	固定3
償還期限	１０年	５年	３年
発行頻度	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		
販売価格	額面金額100円につき100円		
販売対象者	個人**及び一部の法人等(非営利法人、非上場法人等)**		
金利タイプ	変動金利 (6カ月毎に変動)	固定金利	
金利設定方法 （基準金利）	基準金利×0.66 （直近の10年債入札の平均落札利回り）	基準金利－0.05% （期間5年の利付国債の想定利回り）	基準金利－0.03% （期間3年の利付国債の想定利回り）
金利の下限	０．０５％		
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が差し引かれます		
償還金額	額面金額100円につき100円（中途換金時も同じ）		

販売対象拡大に向けた周知・説明会の実施状況

- 令和８年12月募集分（令和９年１月発行分）からの販売対象拡大に向けて、令和８年10月より、財務省ホームページ、ＴＶＣＭ、インターネット広告等を活用し、販売対象の拡大及び商品名の「個人向け国債プラス」への変更に関する周知を実施。
- 取扱金融機関である証券会社主催のセミナー等を通じて、新たな販売対象となる一部の法人等（非営利法人、非上場法人等）に対し、商品性や利用方法に関する理解促進を図るための説明を実施。

財務省ホームページ（個人向け国債専用ページ）



TVCM、動画広告



セミナー参加業態

一般財団法人
一般社団法人
公益財団法人
公益社団法人
学校法人
医療法人
公立大学法人
国立大学法人
社会福祉法人
宗教法人
税理士法人
商工会議所
土地改良区
労働組合
共済組合
共済団体
協同組合
マンション管理組合
健康保険組合
健康保険団体連合会
農業信用基金協会
地方公共団体
公社
非上場法人

個人向け国債の商品性の見直し、新商品等の魅力向上策

＜検討の方向性＞

	現状	方向性
金利タイプ	固定、変動	複利型の追加導入、 変動10年の掛け目の見直し等を検討
償還期限	３年、５年、１０年	２０年等の追加導入を検討
購入単位	最低１万円	引き下げを検討
中途換金	発行後１年間は禁止	禁止期間の短縮を検討

＜新商品導入のポイント＞

○　複利型や償還期限の長い商品の導入　　→　多様な資金形成ニーズへの対応

○　購入単位の引下げ、中途換金制度の見直し　→　若年層を含む幅広い購入者層の拡大

※ 複利型の導入に当たっては、商品の特性を踏まえ、中途換金時の取扱いについて所要の制度設計を行う予定。

※ 商品性の見直し及び新商品の導入については、金融機関におけるシステム改修や販売体制の整備等に一定の期間を要することから、準備状況を踏まえながら実施する予定。

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
理財局 説明資料（2026.5.26）

○ 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ところ、**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
理財局 説明資料（2026.5.26）

＜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①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、②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、③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、④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、⑤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。

n=30以上の場合
全体 +10ポイント
全体 +5ポイント
全体 -5ポイント
全体 -10ポイント

		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）	①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する	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する	②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）	中途解約時に差し引かれる利息を少なくする・無くす（その代わり、利回りは低下する）	中途解約が出来ない期間を短くする・無くす（その代わり、利回りは低下する）	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
金融商品購入経験者									
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

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
全体 +10ポイント
全体 +5ポイント
全体 -5ポイント
全体 -10ポイント

		③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	④運用期間中の利息が無い代わりに、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年と同じ商品性で、満期10年の固定金利型の商品	⑤満期が20年、30年程度で、中途解約時も元本確保で３％程度の高い利回りが得られる商品	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
金融商品購入経験者										
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）。

個人向け国債を軸とした具体的な商品性・商品体系について

既存商品の見直し ／ 10年変動の適用利率算定式の見直し

- 個人向け国債の変動10年の適用利率については、制度開始時は「基準金利－0.80%」が採用されていたが、2011年7月発行分以降、金利低下時の影響を抑制する観点から、「基準金利×0.66」へと算定方式が変更された経緯がある
- しかしながら、足元では金融正常化が進展し、金利環境が大きく変化していることを踏まえると、当該算定方式については再度見直しを検討すべき局面にあると考えられる
- 具体的には、掛目の変更や「基準金利－〇%」とする案が想定されるが、これにより「変動10年＜固定5年」といった適用利率の逆転状態の是正が期待されるとともに、日本国債のイールドカーブに沿った、より整合的な金利体系の形成につながるものと考えられる

新商品の導入 ／ 超長期債、金利上昇・インフレ抵抗力のある変動金利商品の導入

- 年金世代や資産形成層を中心に、「長期で保有でき、かつ金利上昇にも対応できる商品」への潜在的ニーズは近年高まりつつある
- 足元では、超長期セクターにおいて利回り面での投資妙味が高まっている一方で、個人投資家向けには、日本国債のイールドカーブに沿った商品選択肢が必ずしも十分に提供されているとは言えない状況
- 年限が超長期且つ、金利上昇やインフレへの抵抗力を備えた変動金利商品は、将来の金利上昇を意識して購入タイミングに悩む層や、安全性を重視しつつも少しでも高い利回りを求める40～60代にとって、運用の受け皿になり得る

新窓販の個人向け国債への一本化

- 日本国債のリテール向け販売には、「個人向け国債」「新窓販国債」「店頭取引（セカンダリー取引）」の三つの形態が存在している
- 本件を進めるにあたっては、10年を固定に一本化するとともに、新たな変動金利商品（超長期）を導入することで、商品特性やラインナップの観点から、現行の顧客ニーズは概ね網羅される見込み（変動型は、相対的にインフレ抵抗力があり、過度な買い替えを抑制する効果がある商品と位置付けられる）
- また、本件が実現すれば、個人投資家にとって理解しやすい商品体系の構築につながるとともに、販売現場における説明負担の軽減や、国債販売全体の効率性向上も期待される

SBI SECURITIES Co., Ltd. All Rights Reserved.

骨太の方針・成長戦略における個人向け国債に関する記載

○ **経済財政運営と改革の基本方針2026（令和８年７月21日閣議決定）**

（成長を支える資金供給の促進）

（前略）また、アセットオーナーの機能向上や、家計の安定的な資産形成促進、オンチェーン金融の推進を図る。個人向け国債の魅力向上による国内投資家層の拡大を図る。

○ **日本成長戦略（令和８年７月21日閣議決定）**

３．（２）③ ⅲ）国民が経済成長の成果を最大限享受するための環境整備

くわえて、家計の安定的な資産形成を促進するため、企業型ＤＣ・iDeCoの加入者目線に立った制度改善と制度内容に関する広報の充実化、個人向け国債の商品性の見直しや新たな商品の設計を含む更なる環境整備、実務的な改善を通じたNISAの継続的な利便性向上と更なる普及・定着に向けた広報を実施していく。