



金融調査情報

No.2025-22

(2026. 1. 22)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所

主任研究員 間場 紗壽

03-5202-7671

s1000790@FacetoFace.ne.jp

家計の意識変化を踏まえた預金分析

—普通預金残高に影響する外部・内部要因の定量的検証—

視点

「貯蓄から投資へ」というフレーズが聞かれて久しい。新NISAの開始等によって変化した家計の金融資産への意識は、個人顧客を主要な顧客とする信用金庫の預金戦略にも大きな影響を与えている。本稿は、個人の普通預金残高に作用する要因について、信用金庫外部の観点と内部の観点の両面から定量的に考察する。本分析を通じて、持続的な預金残高の維持および拡大に対して信用金庫ができる施策の可能性を示すことを目指す。

要旨

- 新NISAの導入等、家計による投資が身近なものになってきた。家計の関心の中心は金融商品の安全性から収益性へ移り、その流れで定期性預金の存在感は薄れつつある可能性が指摘できる。
- 信用金庫の総預金の7割超は個人預金である。その個人預金において要求払預金が占める割合はこの15年程度でおよそ3割から5割へ上昇するなど、預金構造は変化している。家計の意識の変化を前提に、普通預金残高の持続的獲得および維持に資する取組みの強化が急務である。
- こうした状況を踏まえ、本稿では、全国254の信用金庫の個人普通預金残高の伸び率を被説明変数、信用金庫がコントロールできない外部要因（短期金利、金利見通し）とコントロールできる内部要因（渉外人員割合、広告宣伝費）を説明変数とする推計式を基に、各要因がどのような影響を与えているか探った。
- 本推計の結果、外部要因である短期金利の上昇と将来の金利見通しが普通預金を減少させる可能性が示唆された。金利が上昇するとの見通しは、個人顧客の将来得られるリターンを逸失する恐れを高めている可能性がある。
- 内部要因では、渉外人員割合の上昇は顧客との接点の増加によって顧客の信用金庫利用頻度を高め、普通預金残高の獲得に寄与している可能性が示唆された。広告宣伝費は定期性預金の募集によって同一金融機関内の資金移動を誘発するものの、その影響はあまり大きくないことも示された。
- 本稿は普通預金残高の増減要因について、「信用金庫がコントロールできるか否か」の視点で考察した点が特徴である。自らがコントロールできる施策によって預金残高の獲得および維持を目指すことの重要性を示している。

キーワード

個人預金 新NISA 家計 「貯蓄から投資へ」 信用金庫経営 預金分析

はじめに

1. 家計における定期預金の存在感は薄れつつある
2. 預金に対する家計の姿勢は変わりつつある
3. 信用金庫の個人預金のおよそ5割は要求払預金
4. 信用金庫外部の要因と信用金庫内部の要因の影響を推計する
5. 将来の金利見通しと積極的な営業活動は預金残高に影響を与える

おわりに**はじめに**

「貯蓄から投資へ」というフレーズが聞かれて久しい。投資が家計にとって身近なものになっていく中で、預金の存在感は相対的に低下しつつある可能性がある。「お金に働いてもらう」という表現があるように、多様な金融商品を通じて将来必要になると見込まれる資金の獲得を目指す動きが広がってきたと言える。

本稿では、まず家計の金融行動の変遷について概観し、投資に対する意識や金融商品の収益性に対する意識が高まっていることを確認する。そのうえで、信用金庫外部の要因と内部の要因の両方の視点から預金残高に影響を与える要素を検討し、その影響を推計する。本分析を通じて、預金残高に影響を与える要素について、信用金庫がコントロールできることとできないことに分けて考察し、その影響の大きさを可視化することを目指す。

1. 家計における定期預金の存在感は薄れつつある

個人の金融資産を取り巻く環境は変化してきた。「貯蓄から投資へ」への流れを加速させるために証券税制が大幅に改善されたのは、2003年のこと¹である。その後金融調査情報No.2025-13²でも説明しているように、2014年に少額投資非課税制度であるNISA（Nippon Individual Savings Account）がスタート³した。2024年には新NISAとなって再始動し、その買付金額は既に政府目標を達成している。家計にとって投資は身近なものになってきたと言える。

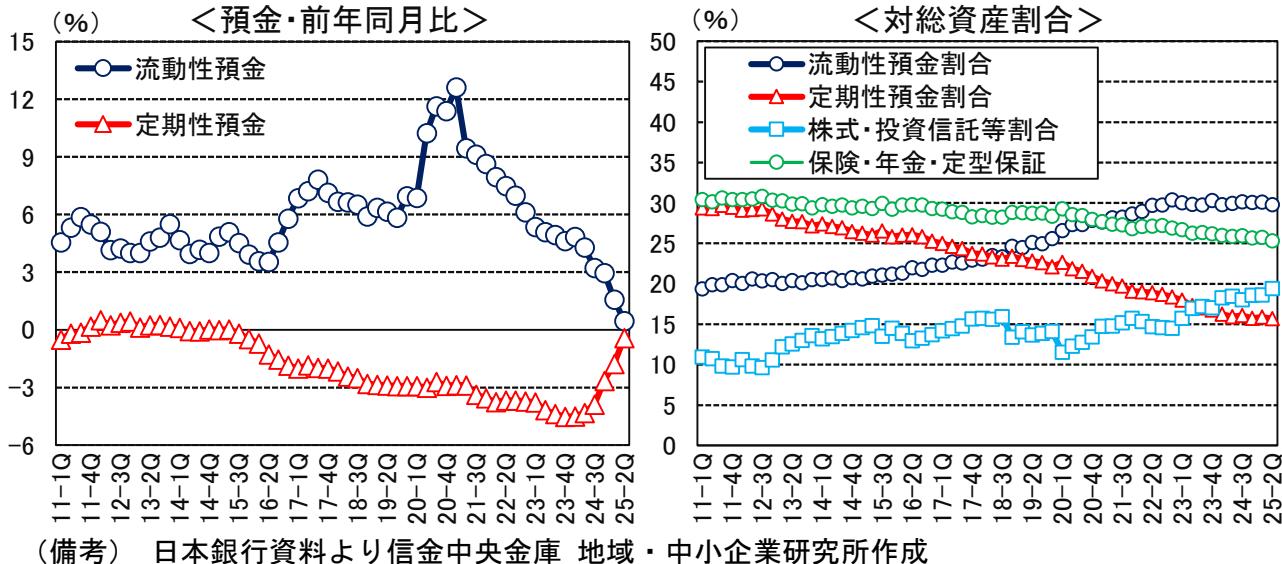
その一方で、家計における定期性預金の存在感は薄れつつある可能性がある。日本の個人金融資産における預金残高の推移を確認すると、2016年のマイナス金利付き量的・質的金融緩和以降、家計が保有する定期性預金残高は減少してきた（図表1左）。マイナス金利解除後、金利の上昇に伴ってその減少のペースは鈍化しているが、他方で個人金融資産に占める定期性預金の割合は高まっていない（図表1右）。この流れにあわせるように、株式や投資信託等が緩やかなペースで割合を高めており、家計における「貯蓄から投資へ」の流れが見て取れる。

¹ 金融庁ウェブサイト (<https://www.fsa.go.jp/ordinary/zeisei/index2.html>)

² 当研究所ウェブサイト (<https://www.scbri.jp/reports/finance/20251106-nisa.html>) を参照。

³ 金融庁ウェブサイト (<https://www.fsa.go.jp/policy/nisa2/know/index.html>)

(図表1) 個人金融資産残高の推移

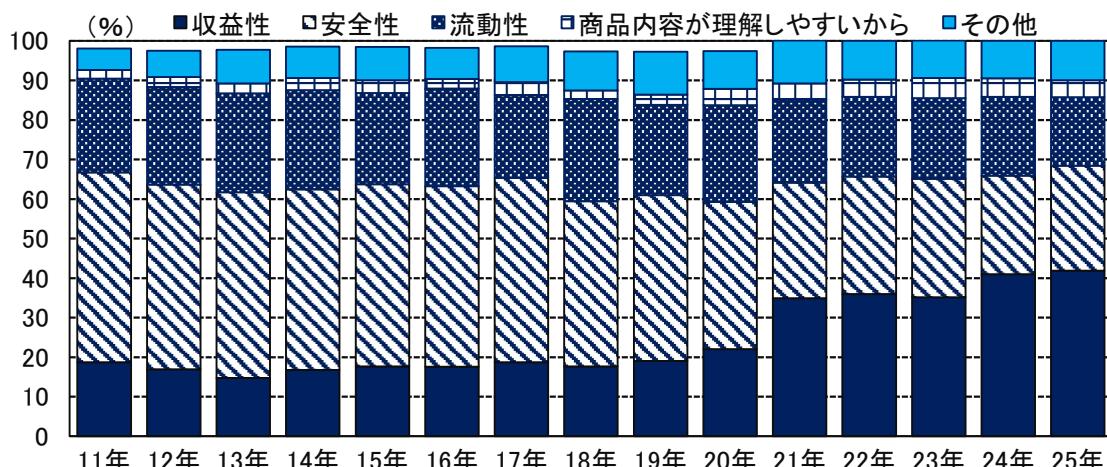


(備考) 日本銀行資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

2. 預金に対する家計の姿勢は変わりつつある

家計において定期性預金の存在感が薄れつつある要因として、家計の意識の変化が考えられる。家計の金融行動に関する世論調査によれば、金融商品を選択する際に「収益性」を重視する人の割合が高まっていることがわかる（図表2）。

(図表2) 金融商品を選択する際に重視すること（二人以上世帯）



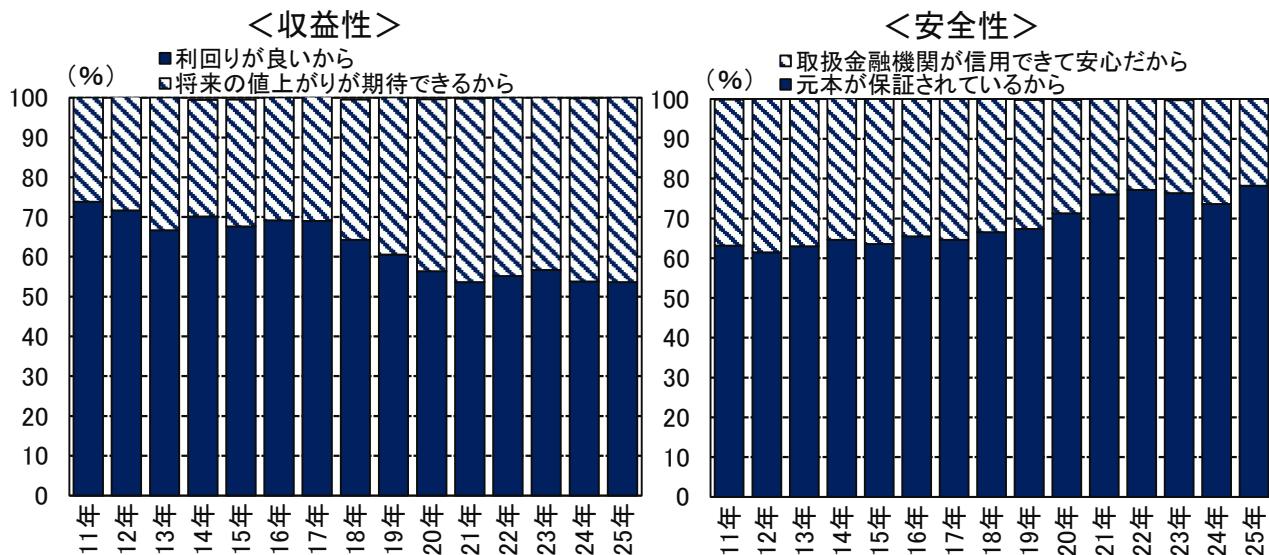
(注1) 調査の方法の変更から 2019年～2021年のデータは不連続だが、中期的なトレンドを把握する趣旨からそのまま採用している。

(注2) 調査の計算方法の都合上、合計の和は必ずしも100にはならない。

(備考) 金融経済教育推進機構「家計の金融行動に関する世論調査」（2025年）より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

「収益性」について詳細に確認すると、将来の値上がりに対する期待が高まっていることがわかる。また「安全性」については、取引先金融機関に対する安心感よりも金融商品そのものに対する安心感を重視していることが確認できる（図表3）。これらは個人顧客自ら金融商品を選択する意識が高まっている可能性を示唆している。また、実店舗を持たないインターネット専業銀行の台頭も影響しているものと考えられる。

(図表3) 「金融商品を選択する際に重視すること」の項目別詳細



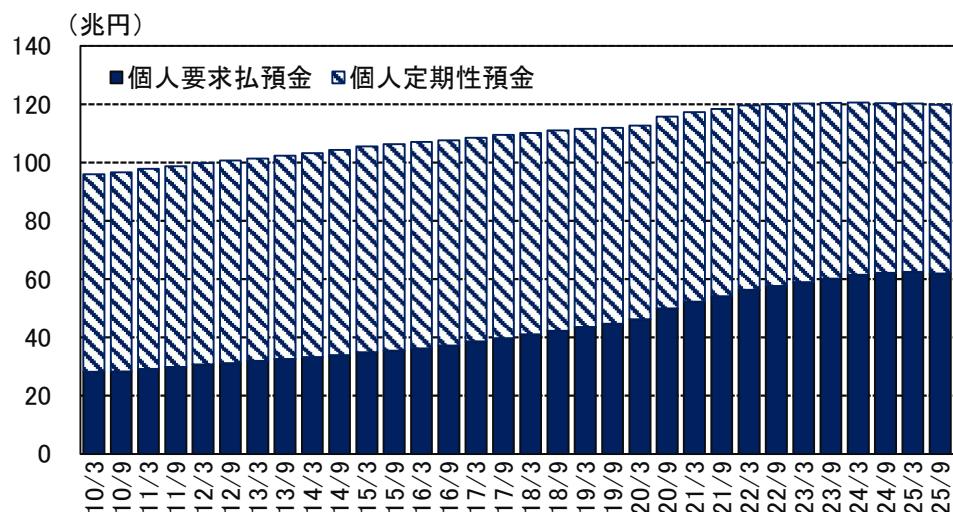
(備考) 金融経済教育推進機構「家計の金融行動に関する世論調査」(2025年)より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

ここまで議論を踏まえると、「貯蓄から投資へ」の流れが進む中で、家計の将来のリターン獲得への意識の高まり等から、定期性預金を積極的に選択する人自体が減ってきている可能性が考えられる。

3. 信用金庫の個人預金のおよそ5割は要求払預金

総預金の7割以上を個人預金が占める信用金庫にとって、個人顧客の金融行動に係る意識の変化は、経営に大きな影響を与える可能性がある。信用金庫の個人預金の推移を追うと、定期性預金のウェイトが低下傾向にあるのに対し、15年ほど前に3割ほどであった要求払預金は、今や5割ほどとなっている(図表4)。相応に残高のある定期性預金の確保は引き続き重要なテーマといえようが、今後は、要求払預金の獲得および維持に向けた施策の推進の重要性が一段と高まってくると考えられる。

(図表4) 信用金庫の個人預金の推移



(備考) 日本銀行資料より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

4. 信用金庫外部の要因と信用金庫内部の要因の影響を推計する

ここまで見てきた家計の金融行動を踏まえ、全国 254 の信用金庫の個人普通預金残高の伸び率を被説明変数、信用金庫がコントロールできない外部要因（短期金利、金利見通し）とコントロールできる内部要因（渉外人員割合、広告宣伝費）を説明変数とする推計式を基に、各要因がどのような影響を与えていたかを探った。

（1）本稿における推計の概要

本稿の分析では、要求払預金の一つである個人の普通預金残高の伸び率に影響を与えると考えられる要因を選定のうえ、それぞれの係数符号の統計的な優位性を確認した。要因について信用金庫外部の要因と内部の要因に分けて選定した。

外部の要因として、信用金庫がコントロールできない市場金利の変化に着目した。金融調査情報 No. 2025-12⁴でも示しているように、普通預金残高は金利上昇に反応して減少する可能性があることから、短期金利を説明変数に採用している。将来の金利水準の見通しも預金者の行動に影響を与えるものと考えられるため、今回は将来の金利の見通しに係る指標（以下「金利見通し」という。）も説明変数に追加している。

内部の要因とは、信用金庫がコントロールできる施策等である。まず、要求払預金の増加に資する内部要因として、渉外人員割合を説明変数に採用した。普通預金は定期性預金とは違って特別金利の付与等のような手段で直接募集することができないため、信用金庫の営業に取り組む姿勢全般を表す変数が預金残高の増減に影響を与えるという考え方に基づいて、本説明変数を採用した。合わせて、定期性預金の増加に資する内部要因として広告宣伝費を説明変数に採用した。定期性預金の積極的な募集は要求払預金残高に対する下押し圧力になる可能性がある。例えば懸賞金付定期預金の懸賞金品に係る費用については営業経費（広告宣伝費）で処理されるなど、広告宣伝費は定期性預金の募集動向を捉えることができる変数と考えられる。

（2）推計式の詳細

分析にあたっては、2021 年 10 月から 2025 年 10 月⁵までの全国 254 の信用金庫のパネルデータと固定効果モデル⁶を用いた。今回用いた具体的な推計式は以下のとおりである。

$$y_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 x_{1,t} + \beta_2 x_{2,t} + \beta_3 x_{cr,i,t} + a_i + \varepsilon_{i,t} \cdots \quad (1)$$

$$y_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 x_{1,t} + \beta_2 x_{2,t} + \beta_4 x_{ad,i,t} + a_i + \varepsilon_{i,t} \cdots \quad (2)$$

被説明変数、説明変数としたデータとその定義を図表 5 で示す。金利見通しについては、将来の金利水準の見通しの上昇は、預金者が抱く「普通預金に預け続けることで将来のリターンを逃すかもしれないという恐れ」を大きくすると考えられることから、予想符号はマイナスである。

⁴ 当研究所ウェブサイト (<https://www.scbri.jp/reports/finance/20251030-post-594.html>) を参照。

⁵ コロナ禍の特別定額給付金による変動が落ち着いて以降のデータを用いている。

⁶ パネルデータとは、複数の対象（今回であれば 254 の信用金庫）について複数の項目を継続的に調べて記録したデータのこと。固定効果モデルとは、分析対象によって異なるものの期間を通じて一定で変化しない変数を a_i として回帰式に加えて分析を行うモデルのこと。

内部要因に関して、渉外活動に従事する職員が多くなれば信用金庫と顧客の接点も多くなり、信用金庫の利用頻度上昇に繋がると考えられることから、予想符号はプラスである。広告宣伝費の増加は、定期性預金の募集等に起因すると考えられ、普通預金から定期預金等への資金移動を促すと考えられることから、予想符号はマイナスである⁷。

預金残高の変動には信用金庫固有の事情が影響している可能性も想定される。そこで固定効果モデルを採用し、個別の信用金庫の特徴に起因する預金残高への影響を除去することを試みた。

(図表5) 採用した被説明変数、説明変数の定義

変数名	定義	予想符号	
$y_{i,t}$	個人預金残高伸び率*	i 信用金庫の t 月の個人普通預金残高伸び率(前年同月比)	/
$x_{1,t}$	短期金利	t 月の無担保コールONレート	-
$x_{2,t}$	金利見通し	t 月のOIS1年物レート- t 月の無担保コールONレート	-
$x_{cr,i,t}$	渉外人員割合	i 信用金庫の t 月基準前年度の渉外人員割合	+
$x_{ad,i,t}$	広告宣伝費	i 信用金庫の t 月基準前年度の広告宣伝費(前年度比)	-
a_i	固定効果	時間に対して不变、観察できない信用金庫ごとの属性	/

(注) *は被説明変数である。

(備考) 日本銀行資料、Bloomberg より信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

5. 将来の金利見通しと積極的な営業活動は預金残高に影響を与える

推計の結果は図表6のとおりである。短期金利および金利見通しの係数符号は想定通りとなった。短期金利に比べて金利見通しの係数がより大きくなっている背景には、個人顧客の収益性に対する意識の高まりがあると考えられる。将来の金利水準の見通しが高まれば高まるほど、今の預金金利の相対的な低さを強く感じるようになる。金利がある状態が定着しつつある現在において、収益性への関心が高まっている家計が貯蓄から投資に資金を移動させることは自然なように思える。金利の上昇が一定程度落ち着くまでは、普通預金残高に下押し圧力がかかり続けることが予想される。

選定した内部要因は、いずれも預金残高に有意な影響を及ぼしている可能性が示唆された。渉外人員割合の係数は想定どおり正であり、渉外職員の積極的な営業活動が顧客との取引を活性化させ、その結果預金残高の増加・維持につながっていると考えられる。図表3で示したように個人顧客は主体的に金融商品を選択する傾向が強まっている。したがって、渉外職員が金融商品の選択に資する情報を的確に提供することで顧客との関係性を深め、普通預金残高の維持に繋げることが重要と言えよう。

⁷ ここでは普通預金残高に対してマイナスを表す趣旨であって、広告宣伝費が預金全体や信用金庫経営にマイナスの効果を持つ趣旨ではない。

広告宣伝費の係数符号についても想定通りマイナスとなっている。本変数の係数は普通預金から定期預金等の金融商品への同一金融機関内の資金移動を表すものと解釈できる。ただ、係数自体は他の変数と比較してそこまで大きくないことから、普通預金から定期性預金にシフトするケースは、信用金庫業界全体で見れば実はあまり多くない可能性がある。つまり積極的な定期性預金の募集は、信用金庫にとっていわゆるニューマネーの獲得に繋がる行為であると考えられる。

(図表6) 推計結果一覧⁸

パターン	説明変数	係数		標準誤差	自由度修正済決定係数
1	短期金利	-6.658	***	0.814	0.574
	金利見通し	-9.564	***	2.102	
	渉外人員割合	0.080	**	0.037	
2	短期金利	-6.567	***	0.775	0.588
	金利見通し	-9.049	***	2.028	
	広告宣伝費	-0.017	***	0.003	

(注1) 標準誤差はクラスターロバスト標準誤差。クラスターは信用金庫レベル及び月次レベル。

(注2) ***は1%、**は5%、*は10%水準で統計的に有意であることを意味する。

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

おわりに

本稿では、個人の普通預金残高に影響を与える要因について、信用金庫がコントロールできるか否かの視点から考察し、その影響の大きさを推計した。本稿の大きなポイントとして、預金残高に影響を与える要因について、外部要因と内部要因に分けて考察した点が挙げられる。金利上昇は報道でも大きく取り上げられて印象に残りやすい。また「貯蓄から投資へ」の流れのなか、個人の意識変化の影響は大きい。これらの要因を信用金庫はコントロールできない。これらの影響が緩和されるとの見通しに過度に固執したり、反対にその影響の大きさに悲観的になる必要はなく、「自らがコントロールできる施策で預金残高の減少に歯止めをかけられる」という視点をもって、信用金庫経営を考えることが重要であると言えよう。

以上

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがいまして、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。

⁸ 説明変数に渉外人員割合と広告宣伝費の両方を含めたケースでも、それぞれの係数の大きさや決定係数についてほぼ変わらない結果が得られた。