

# 平成20年度「商品先物取引に関する実態調査」報告書

2009年8月

農林水産省総合食料局商品取引監理官

経済産業省商務情報政策局商務課



## = 目次 =

.調査の概要.....	1
.委託者調査の結果.....	5
-1.回答者の属性.....	6
-2.商品先物取引を始めた動機.....	9
-3.商品先物取引の経験.....	10
-4.商品先物取引の経験期間（累積）.....	12
-5.商品先物取引を行った商品.....	14
-6.商品先物取引以外に取引経験のある金融商品.....	16
-7.現在の商品取引員と取引をしているきっかけ.....	17
-8.現在の商品取引員と取引をしている理由.....	18
-9.「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ.....	21
-10.商品先物取引を始めるにあたっての商品取引員からの説明.....	23
-11.商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みの理解.....	25
-12.委託手数料について.....	28
-13.商品取引員に対する不満.....	31
-14.注文方法について.....	34
-15.商品先物取引の判断材料.....	39
-16.損失を一定限度内に抑える商品について.....	41
-17.日本商品先物取引協会について.....	42
.商品取引員調査の結果.....	51
-1.取引口座数.....	52
-2.一般個人の損益状況.....	53
-3.登録外務員数.....	54

## 本報告書を読む際の注意事項

1. 報告書中の「 $n$ 」は質問に対する回答者数で、100%が何人の回答に相当するのを示す比率算出の基数となります。
2. 複数回答の質問においては、総回答数を回答者数（ $n$ ）で割った比率を回答割合として示しているため、合計が100%を超える場合があります。
3. 結果数値（%）は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合があります。

## .調査の概要

## 1.調査の目的

商品先物取引の受託業務の現状等を把握し、今後の商品先物取引に関する制度立案や運営を行う上での基礎資料として活用する。

## 2.調査項目

### 委託者アンケート調査

- ・ 回答者の属性（性別、年齢、職業、年収、投資割合）
- ・ 商品先物取引を始めた動機
- ・ 商品先物取引の経験（取引のある商品取引員数、経験期間、取引商品）
- ・ 商品先物取引以外に取引経験のある金融商品
- ・ 現在の商品取引員と取引をしているきっかけ及び理由
- ・ 商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みの理解（「商品先物取引・委託のガイド」、商品取引員からの説明等）
- ・ 委託手数料について
- ・ 商品取引員に対する不満
- ・ 商品先物取引について（注文方法、判断材料、損失を一定限度内に抑える商品の有用性等）
- ・ 日本商品先物取引協会について

### 商品取引員アンケート調査

- ・ 取引口座数
- ・ 一般個人の損益状況
- ・ 登録外務員数

## 3.調査対象

### 委託者アンケート調査

- ・ 調査対象数 4,731 人
- ・ 抽出方法 無作為抽出による標本調査

### 商品取引員アンケート調査

- ・ 調査対象数 53 社
- ・ 抽出方法 全数調査

#### 4.調査時期

委託者アンケート調査

平成 21 年 1 月 15 日～平成 21 年 2 月 4 日

商品取引員アンケート調査

平成 20 年 12 月 24 日～平成 21 年 1 月 16 日

#### 5.調査方法

アンケート調査票を用いた郵送調査

#### 6.調査実施委託機関

株式会社リサーチワークス

#### 7.回収結果

委託者アンケート調査

1,595 名（有効回答のみ。有効回答率 33.7%）

商品取引員アンケート調査

52 社（有効回答のみ。有効回答率 98.1%）





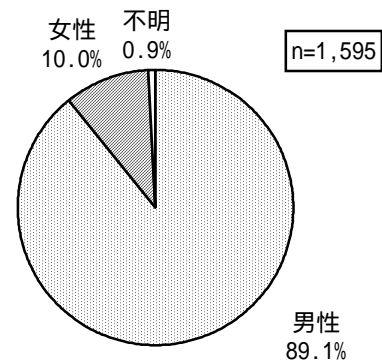
## .委託者調査の結果

## -1.回答者の属性

### (1)性別

性別は、「男性」が 89.1%、「女性」が 10.0% となっている。(図表 1)

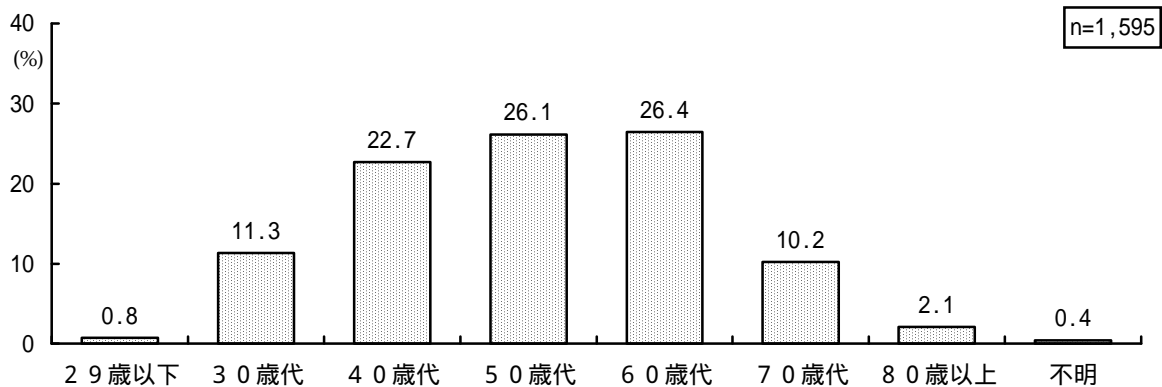
図表 1：回答者の性別



### (2)年齢

年齢は、「60 歳代」が 26.4%と最も多く、次いで、「50 歳代」(26.1%)、「40 歳代」(22.7%)となっており、「40 歳代~60 歳代」で全体の 8 割弱を占めている。(図表 2)

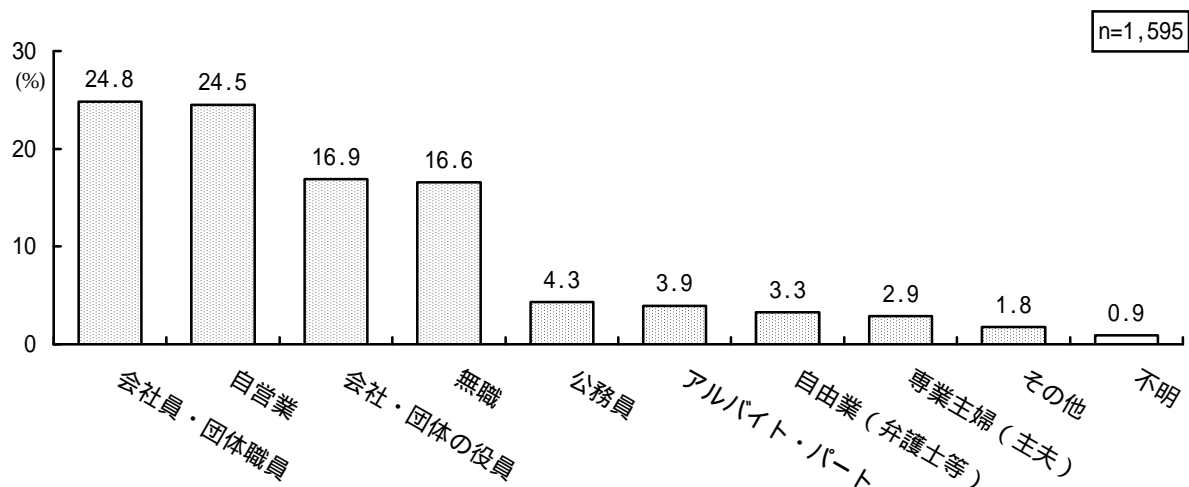
図表 2：年齢



### (3)職業

職業は「会社員・団体職員」が 24.8%と最も多くなっている。2 番目に多いのは「自営業」(24.5%)であり、これに「自由業(弁護士等)」(3.3%)を加えると 3 割弱になる。3 番目に多いのは「会社・団体の役員」(16.9%)で、以下「無職」(16.6%)、「公務員」(4.3%)となっている。(図表 3)

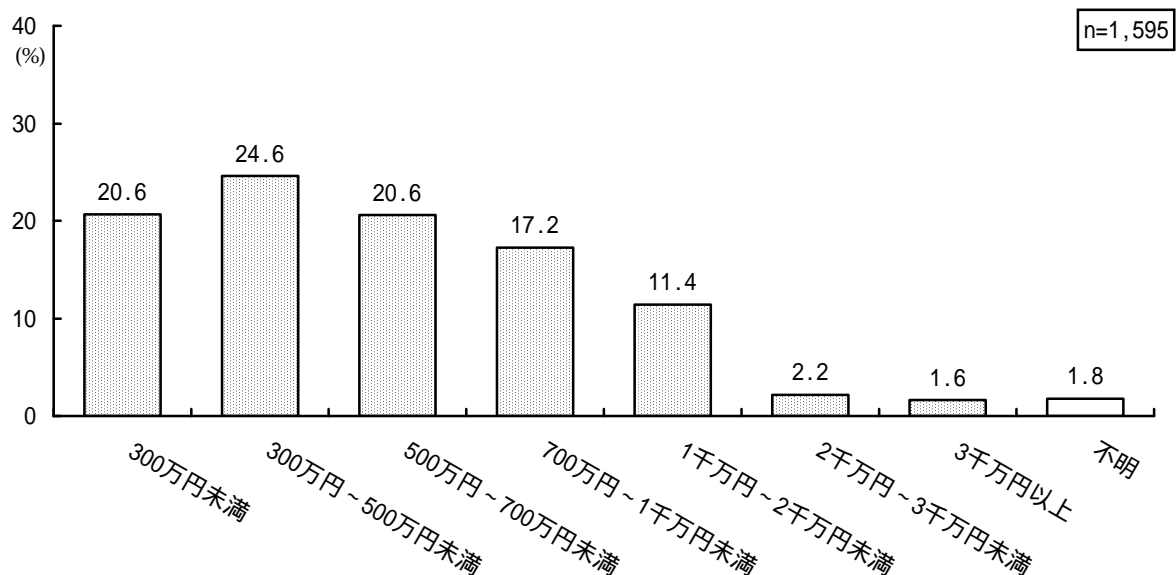
図表 3：職業



(4)年収

年収は「300万～500万円未満」が24.6%と最も多くなっている。次いで、「300万円未満」と「500万～700万円未満」がともに20.6%と多く、700万円未満で全体の7割弱を占めている。これに、「700万円～1千万円未満」(17.2%)を加えると、全体の約8割が1千万円未満となっている。(図表4)

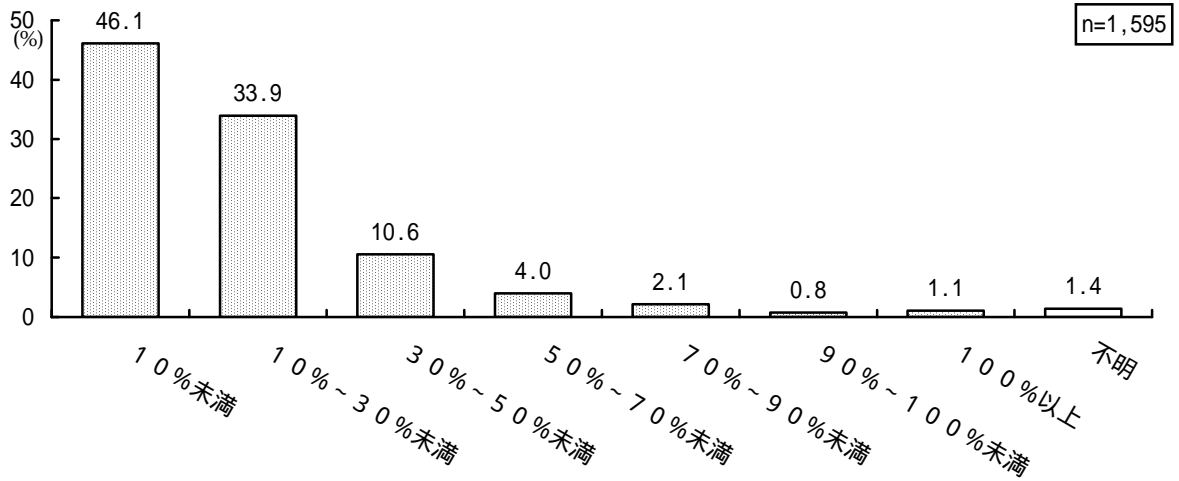
図表 4：年収



## (5)投資割合

保有資産額に対する商品先物取引への投資割合は、「10%未満」が46.1%と最も多くなっている。次いで、「10%～30%未満」(33.9%)が多く、「30%未満」で全体の8割を占めている。(図表5)

図表 5 : 投資割合

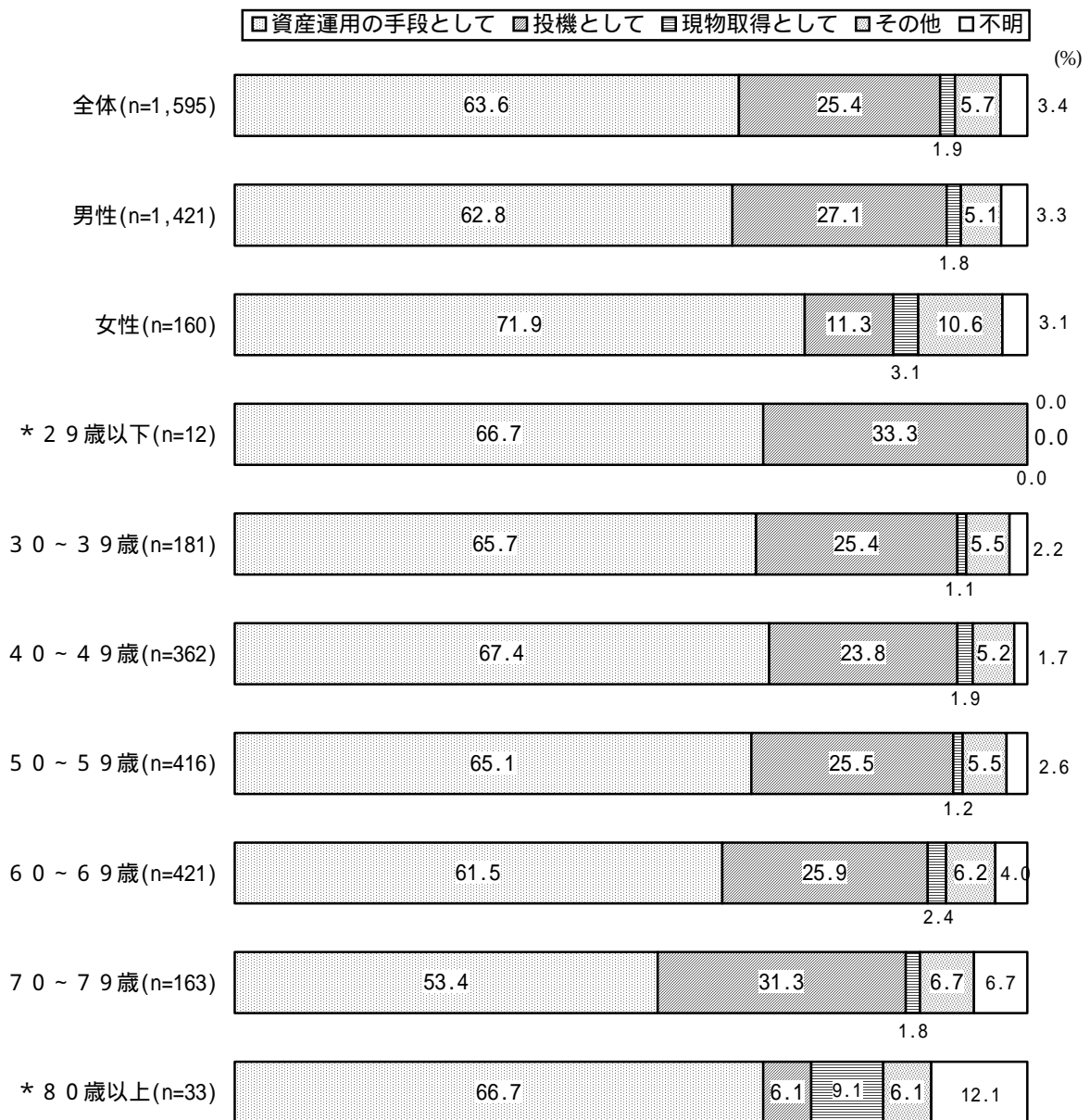


## -2.商品先物取引を始めた動機

商品先物取引を始めた動機については、「資産運用の手段として」が63.6%、「投機として」が25.4%となっており、資産運用としての意識が高いことがわかる。また、商品受け渡しの「現物取得として」は1.9%にとどまっている。

性別、年齢別にみても、いずれも「資産運用の手段として」が半数を超えている。(図表6)

図表6：商品先物取引を始めた動機（全体、性別、年齢別）



注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

### -3.商品先物取引の経験

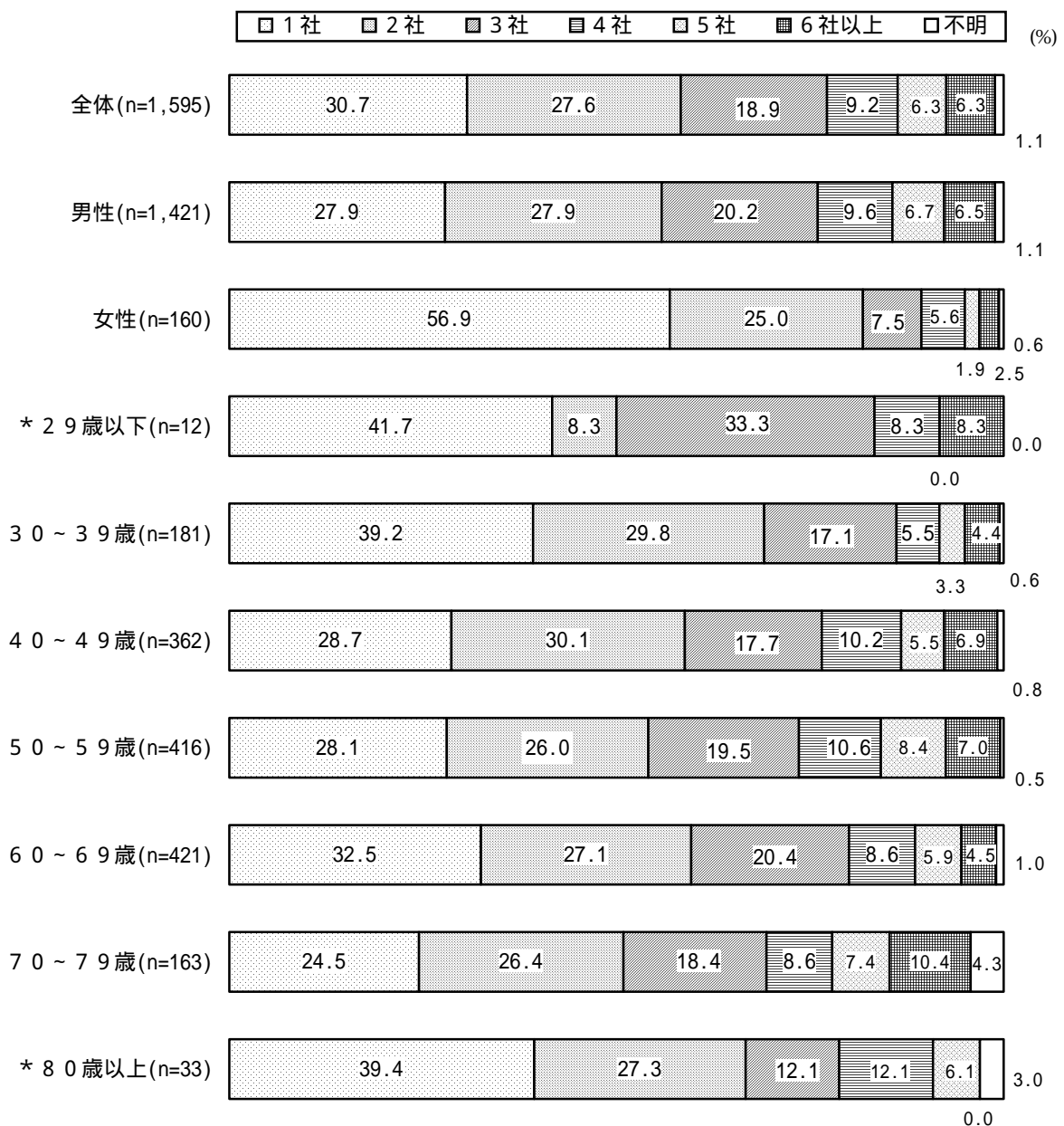
#### (1)これまでに取引した商品取引員数

これまでに取引した経験のある商品取引員数については、「1社」が30.7%、「2社」が27.6%となっており、約6割が「2社以下」となっている。

性別で見ると、「女性」は「1社」が56.9%と多くなっている。

年齢別で見ると、「30歳代」は「1社」が4割弱となっているが、「40歳代～60歳代」は3割前後となっている。「70歳代」では「2社以上」が7割強を占めている。(図表7)

図表7：これまでに取引した商品取引員数（全体、性別、年齢別）



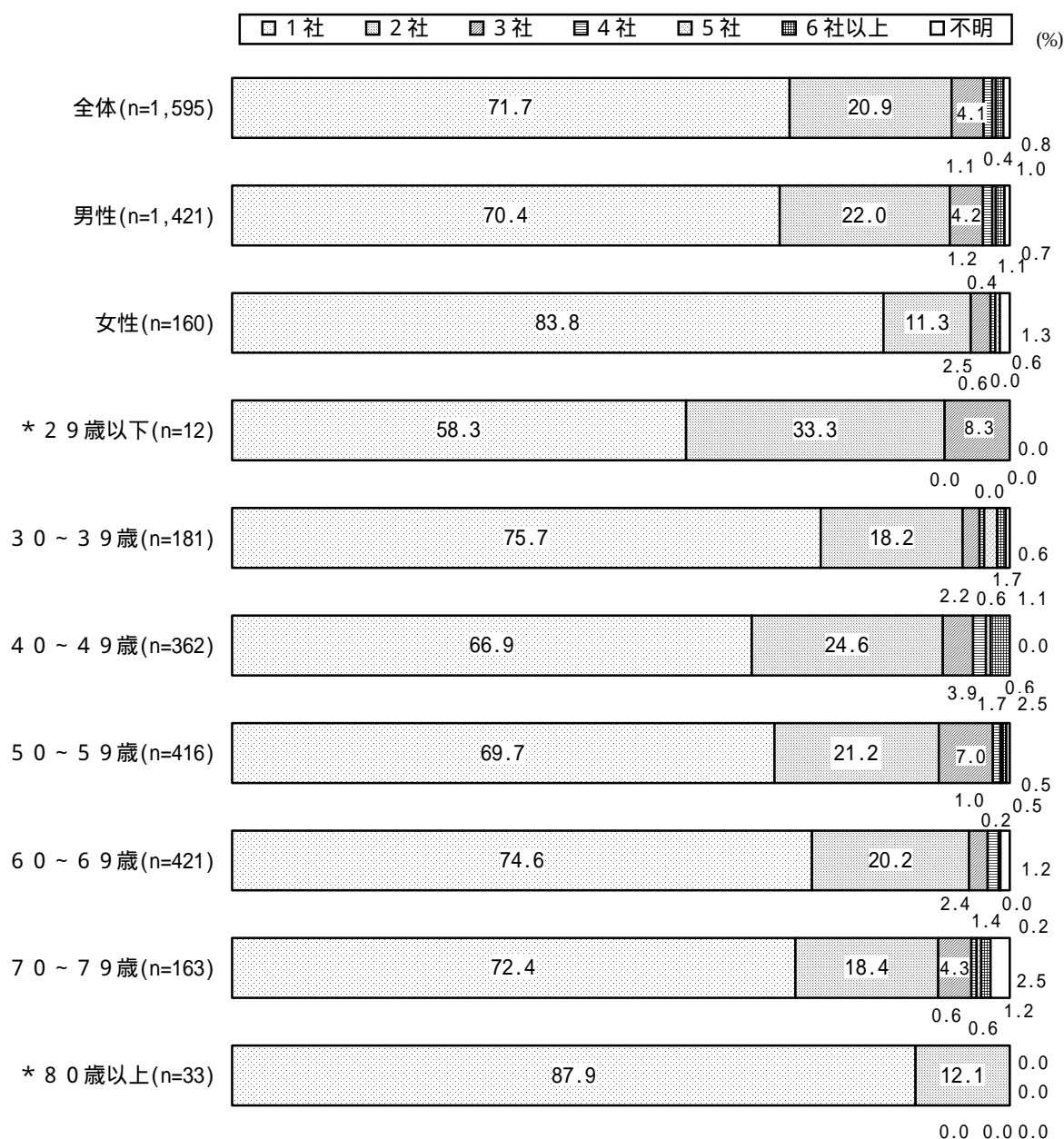
注)図表中\*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## (2)現在取引している商品取引員数

現在取引している商品取引員数については、「1社」が71.7%、「2社」が20.9%となっており、9割強が「2社以下」となっている。

性別、年齢別にみても、いずれも「1社」が多くなっており、大きな違いはみられない。ただし、男性よりも女性は「1社」の割合がやや多くなっている。(図表8)

図表8：現在取引している商品取引員数（全体、性別、年齢別）



注) 図表中 \*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

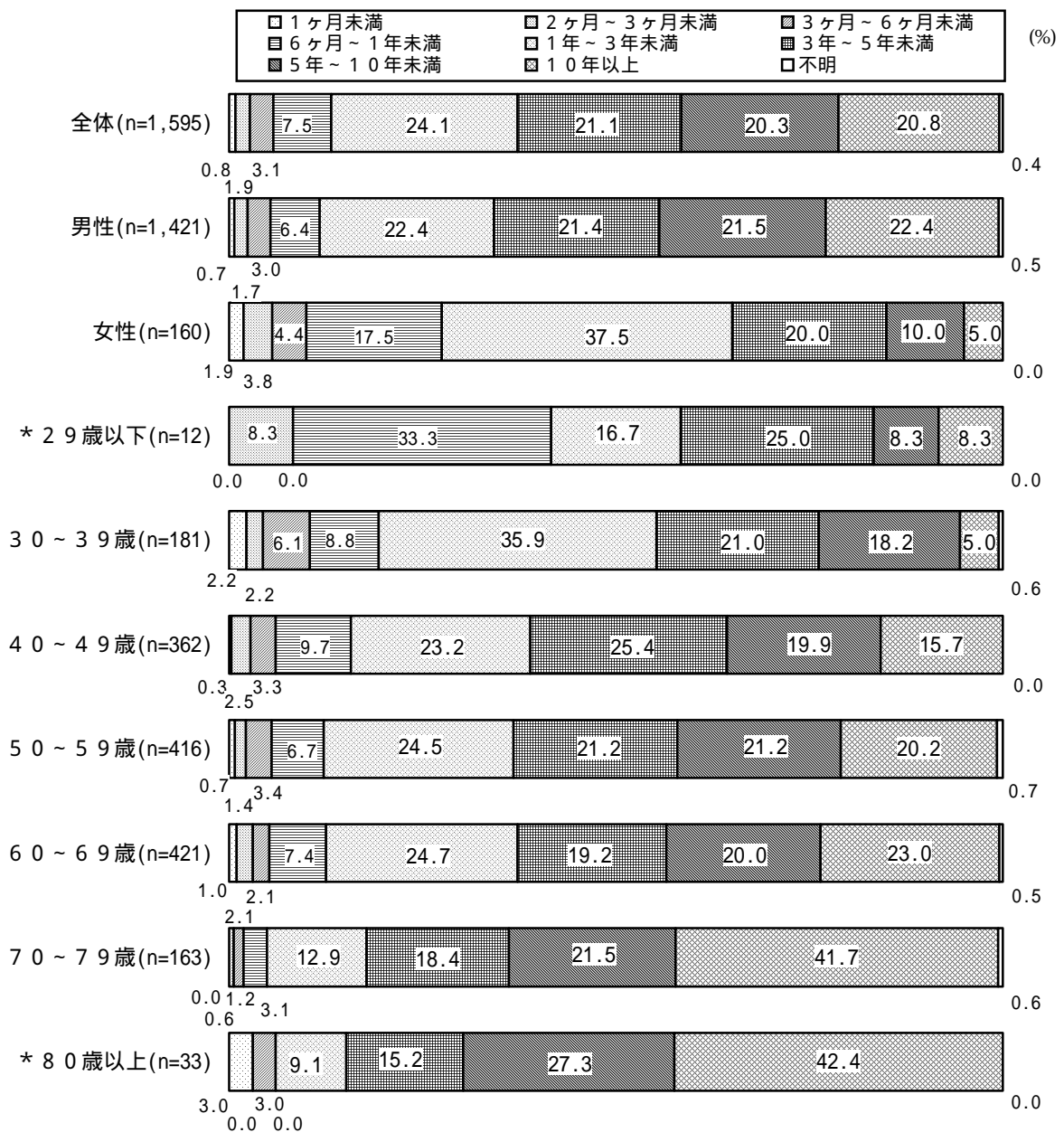
#### -4.商品先物取引の経験期間(累積)

商品先物取引の経験期間(累積)については、「1~3年未満」が24.1%と最も多くなっており、次いで「3年~5年未満」(21.1%)、「10年以上」(20.8%)となっている。「1年以上」が全体の9割近くを、また「3年以上」が約6割を占めている。

性別でみると、「女性」は「1年未満」が27.6%とやや多くなっている。

年齢別でみると、「70歳代」は「10年以上」が41.7%と多くなっており、年齢が高いほど経験期間が長くなる傾向がみられる。(図表9)

図表9：商品先物取引の経験期間(全体、性別、年齢別)

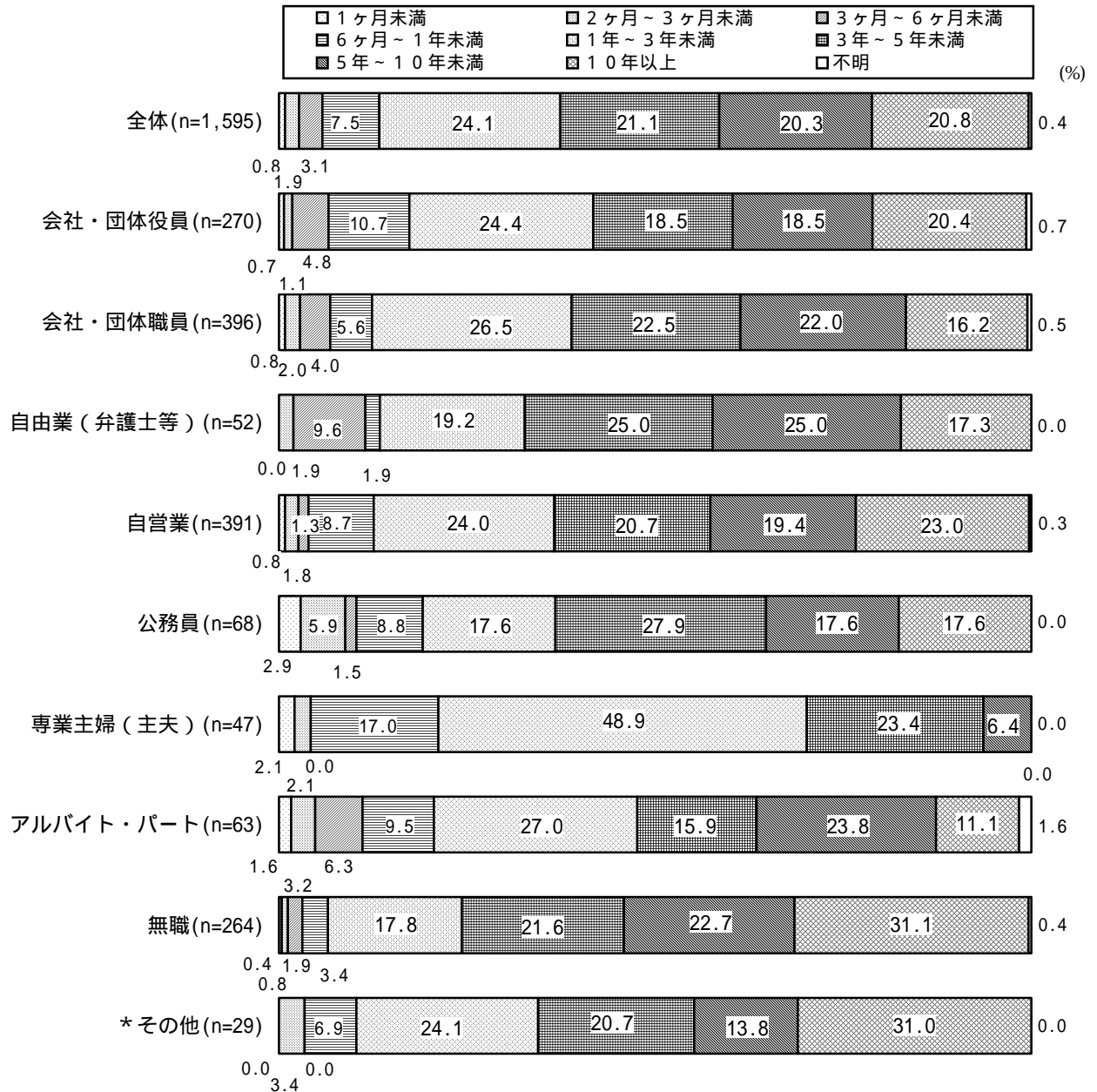


注)図表中\*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。



商品先物取引の経験期間（累積）を職業別でみると「専業主婦（主夫）」や「アルバイト・パート」で1年未満の期間を合計した割合が2割を超えているなど、比較的経験期間が短い割合が多い。また「専業主婦（主夫）」は、「1年～3年未満」の割合が48.9%と高くなっており、3年未満の割合が7割以上を占めていることがわかる。（図表10）

図表 10：商品先物取引の経験期間（職業別）



注) 図表中 \* 印のついた「その他」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -5.商品先物取引を行った商品

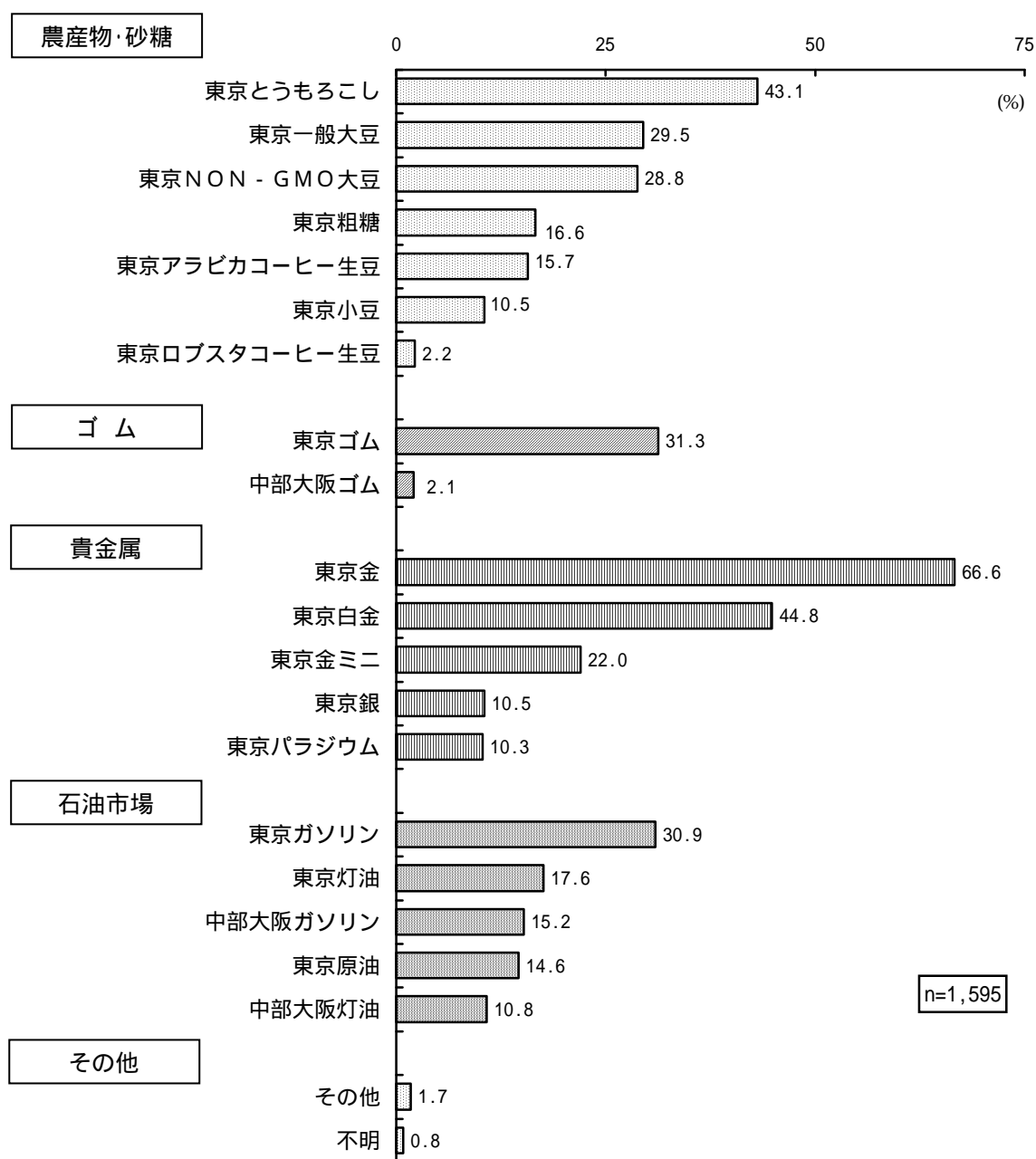
「農産物・砂糖」は「東京とうもろこし」が43.1%と多くなっている。

「ゴム」は「東京ゴム」が31.3%と多くなっている。

「貴金属」は「東京金」が66.6%と、回答者の約6割が取引を行っている。また、「東京白金」も44.8%と多く、全体で2番目に取引が多い。

「石油市場」は「東京ガソリン」が30.9%と多くなっている。(図表11)

図表 11：商品先物取引を行った商品（全体）【複数回答】



性別、年齢別にみても、大きな違いはみられない。(図表12)

図表 12：商品先物取引を行った商品（性別、年齢別）【複数回答】

(上段実数 / 下段%)

	農産物・砂糖							ゴム	
	東京とうもろこし	東京一般大豆	東京NON GMO大豆	東京粗糖	東京アラビカコーヒー生豆	東京小豆	東京ロブスタコーヒー生豆	東京ゴム	中部大阪ゴム
全体 (n=1,595)	687 43.1	471 29.5	459 28.8	264 16.6	251 15.7	168 10.5	35 2.2	499 31.3	33 2.1
男性 (n=1,421)	636 44.8	432 30.4	419 29.5	241 17.0	232 16.3	149 10.5	33 2.3	460 32.4	31 2.2
女性 (n=160)	44 27.5	33 20.6	35 21.9	18 11.3	15 9.4	14 8.8	1 0.6	32 20.0	1 0.6
*29歳以下 (n=12)	5 41.7	3 25.0	4 33.3	0 0.0	1 8.3	2 16.7	0 0.0	3 25.0	0 0.0
30歳代 (n=181)	77 42.5	58 32.0	50 27.6	30 16.6	35 19.3	18 9.9	3 1.7	51 28.2	6 3.3
40歳代 (n=362)	181 50.0	122 33.7	122 33.7	64 17.7	64 17.7	50 13.8	9 2.5	127 35.1	8 2.2
50歳代 (n=416)	187 45.0	121 29.1	130 31.3	74 17.8	65 15.6	34 8.2	5 1.2	130 31.3	10 2.4
60歳代 (n=421)	161 38.2	112 26.6	101 24.0	61 14.5	53 12.6	31 7.4	11 2.6	119 28.3	6 1.4
70歳代 (n=163)	67 41.1	50 30.7	45 27.6	28 17.2	28 17.2	25 15.3	5 3.1	58 35.6	3 1.8
*80歳以上 (n=33)	8 24.2	4 12.1	5 15.2	6 18.2	4 12.1	7 21.2	2 6.1	9 27.3	0 0.0

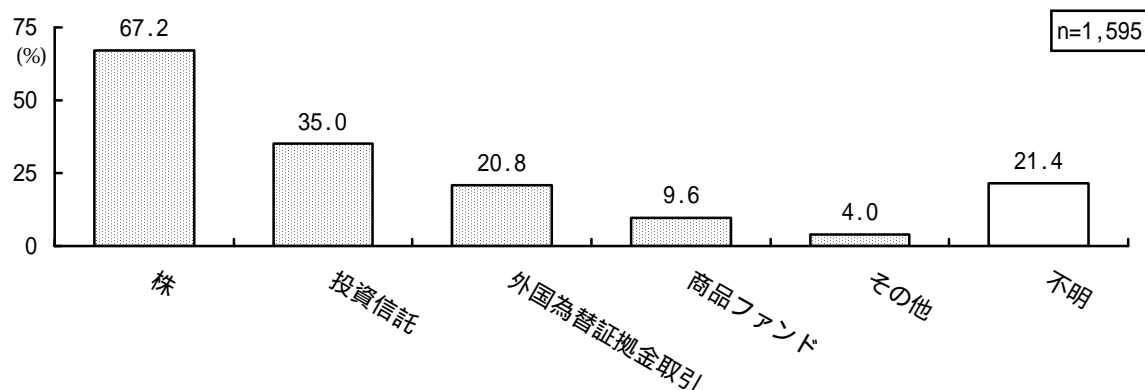
	貴金属					石油市場					その他
	東京金	東京白金	東京金ミニ	東京銀	東京パラジウム	東京ガソリン	東京灯油	中部大阪ガソリン	東京原油	中部大阪灯油	
全体 (n=1,595)	1062 66.6	715 44.8	351 22.0	168 10.5	164 10.3	493 30.9	280 17.6	242 15.2	233 14.6	172 10.8	27 1.7
男性 (n=1,421)	957 67.3	661 46.5	309 21.7	154 10.8	150 10.6	448 31.5	263 18.5	187 13.2	218 15.3	125 8.8	23 1.6
女性 (n=160)	94 58.8	48 30.0	40 25.0	12 7.5	12 7.5	40 25.0	15 9.4	53 33.1	14 8.8	45 28.1	4 2.5
*29歳以下 (n=12)	8 66.7	6 50.0	8 66.7	3 25.0	0 0.0	7 58.3	3 25.0	4 33.3	3 25.0	2 16.7	0 0.0
30歳代 (n=181)	114 63.0	80 44.2	51 28.2	21 11.6	14 7.7	68 37.6	34 18.8	24 13.3	40 22.1	18 9.9	4 2.2
40歳代 (n=362)	235 64.9	175 48.3	90 24.9	40 11.0	35 9.7	149 41.2	77 21.3	67 18.5	72 19.9	42 11.6	3 0.8
50歳代 (n=416)	279 67.1	194 46.6	103 24.8	51 12.3	48 11.5	116 27.9	72 17.3	74 17.8	53 12.7	57 13.7	7 1.7
60歳代 (n=421)	296 70.3	179 42.5	70 16.6	36 8.6	42 10.0	110 26.1	63 15.0	54 12.8	49 11.6	39 9.3	9 2.1
70歳代 (n=163)	99 60.7	67 41.1	25 15.3	13 8.0	17 10.4	36 22.1	28 17.2	15 9.2	13 8.0	10 6.1	3 1.8
*80歳以上 (n=33)	26 78.8	11 33.3	3 9.1	3 9.1	7 21.2	5 15.2	1 3.0	3 9.1	2 6.1	2 6.1	1 3.0

注) 図表中 \* 印のついた年齢層 (29 歳以下、80 歳以上) はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -6.商品先物取引以外に取引経験のある金融商品

商品先物取引以外に取引経験のある金融商品については、「株」が67.2%と最も多くなっている。次いで、「投資信託」(35.0%)、「外国為替証拠金取引」(20.8%)となっている。(図表13)

図表 13：商品先物取引以外に取引経験のある金融商品（全体）【複数回答】



性別でみると、いずれも「株」が最も多いが、「男性」は「株」が68.1%、「女性」では「投資信託」が44.4%と男性をやや上回っている。

年齢別でみると、いずれも「株」が最も多いが、年齢が上がるほどその割合が高まる傾向にある。「投資信託」も同様に年齢が上がるほど割合が高まる傾向にある。また、「50歳代以下」は「外国為替証拠金取引」が2・3割以上とやや多くなっている。(図表14)

図表 14：商品先物取引以外に取引経験のある金融商品（性別、年齢別）【複数回答】

(上段実数 / 下段%)

	株	投資信託	外国為替 証拠金取引	商品 ファンド	その他	不明
全体 (n=1,595)	1072 67.2	559 35.0	331 20.8	153 9.6	64 4.0	342 21.4
男性 (n=1,421)	968 68.1	485 34.1	304 21.4	136 9.6	59 4.2	297 20.9
女性 (n=160)	91 56.9	71 44.4	25 15.6	16 10.0	5 3.1	44 27.5
* 29歳以下 (n=12)	7 58.3	3 25.0	4 33.3	1 8.3	1 8.3	3 25.0
30歳代 (n=181)	98 54.1	44 24.3	56 30.9	17 9.4	14 7.7	58 32.0
40歳代 (n=362)	226 62.4	122 33.7	85 23.5	34 9.4	16 4.4	88 24.3
50歳代 (n=416)	279 67.1	143 34.4	93 22.4	33 7.9	16 3.8	91 21.9
60歳代 (n=421)	297 70.5	164 39.0	61 14.5	51 12.1	14 3.3	80 19.0
70歳代 (n=163)	133 81.6	72 44.2	28 17.2	15 9.2	3 1.8	16 9.8
* 80歳以上 (n=33)	25 75.8	10 30.3	3 9.1	2 6.1	0 0.0	6 18.2

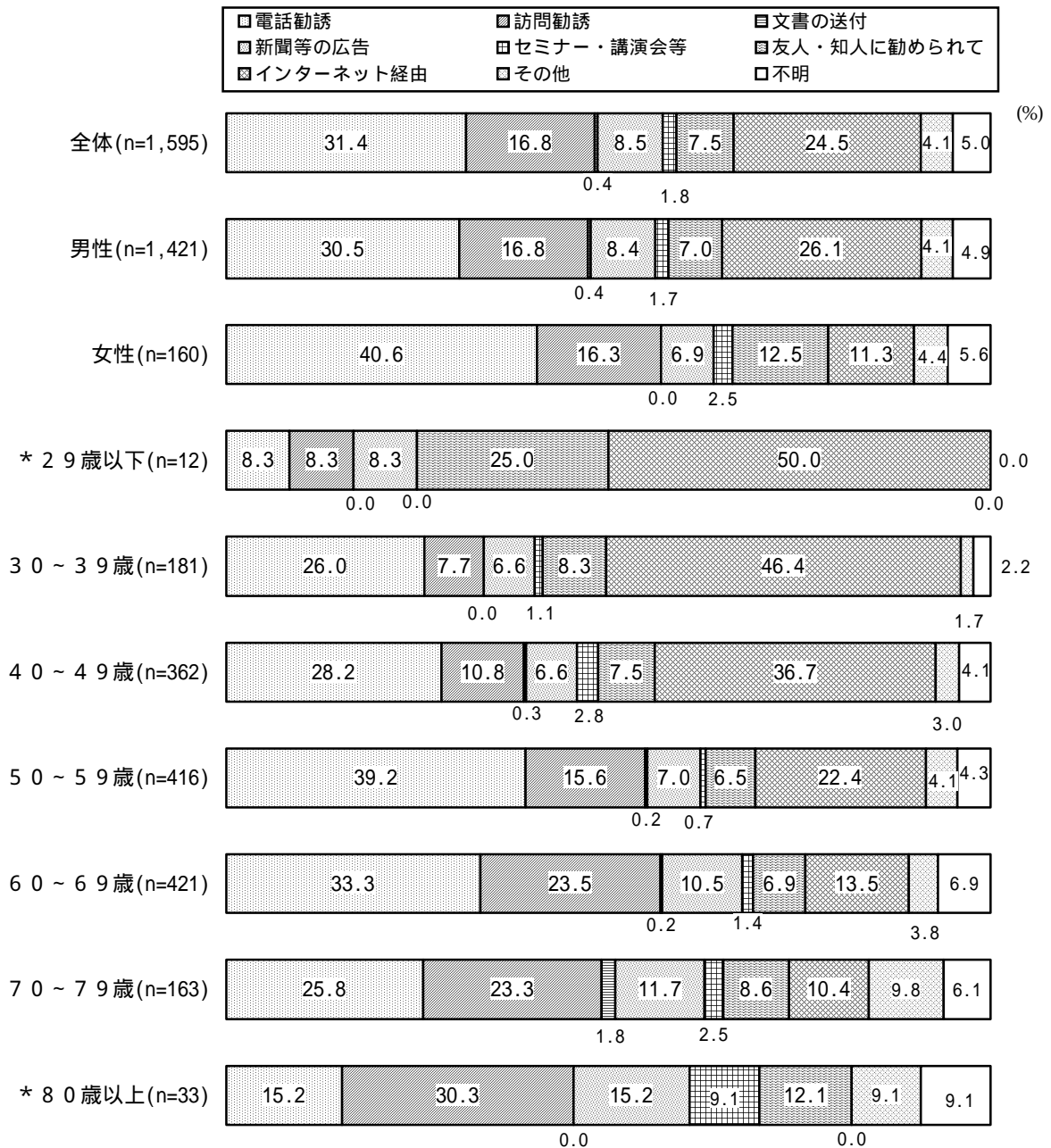
注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -7.現在の商品取引員と取引をしているきっかけ

現在の商品取引員と取引をしているきっかけについては、「電話勧誘を受けて」が31.4%、「訪問勧誘を受けて」が16.8%となっており、約5割が商品取引員からの勧誘がきっかけになっている。

性別、年齢別でみると、「男性」や「40歳代以下」は「インターネットを經由して」が多くなっている。「女性」では「電話勧誘」がやや多くなっている。また、年齢が上がるほど「訪問勧誘」の割合が高くなる傾向にある。(図表15)

図表 15：現在の商品取引員と取引をしているきっかけ（全体、性別、年齢別）

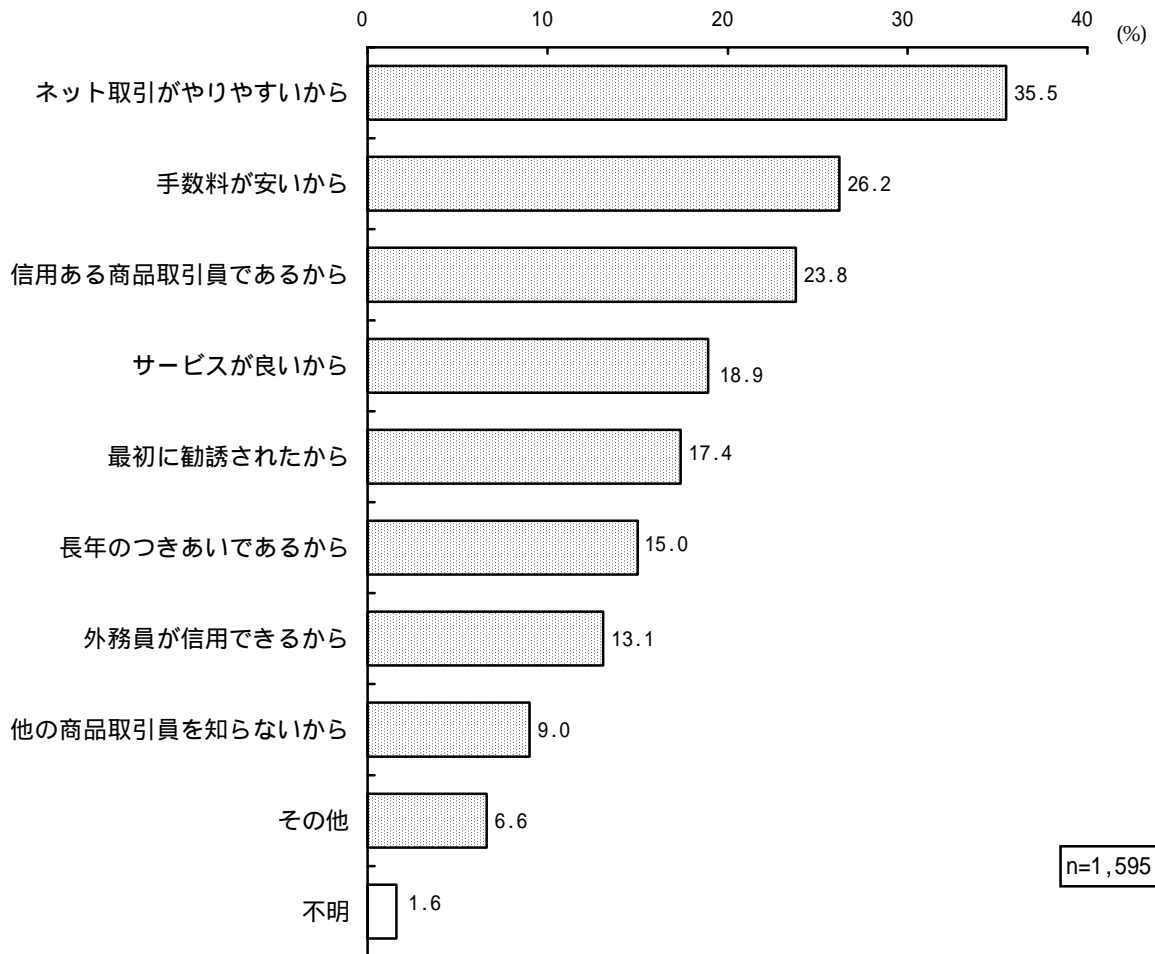


注) 図表中 \*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -8.現在の商品取引員と取引をしている理由

現在の商品取引員と取引をしている理由については、「ネット取引がやりやすいから」が35.5%と最も多い。次いで、「手数料が安いから」(26.2%)、「信用ある商品取引員であるから」(23.8%)となっている。(図表 16)

図表 16：現在の商品取引員と取引をしている理由（全体）



性別でみると、「男性」は「ネット取引がやりやすいから」(37.1%)と「手数料が安いから」(27.3%)の割合が「女性」よりもやや多くなっている。一方「女性」では、「最初に勧誘されたから」(31.9%)と「他の商品取引員を知らないから」(17.5%)の割合が「男性」よりも多い。

年齢別でみると、「60歳代以下」は「ネット取引がやりやすいから」が最も多くなっている。「ネット取引がやりやすいから」は年齢が下がるほど割合が高くなっている。一方、「信用ある商品取引員であるから」や「長年のつきあいであるから」は年齢が上がるほど割合が高くなっている。(図表17)

図表 17：現在の商品取引員と取引をしている理由（性別、年齢別）【複数回答】

(上段実数 / 下段%)

	ネット取引がやりやすいから	手数料が安いから	信用ある商品取引員であるから	サービスが良いから	最初に勧誘されたから	長年のつきあいであるから	外務員が信用できるから	他の商品取引員を知らないから	その他	不明
全体 (n=1,595)	566 35.5	418 26.2	379 23.8	301 18.9	277 17.4	239 15.0	209 13.1	143 9.0	105 6.6	25 1.6
男性 (n=1,421)	527 37.1	388 27.3	343 24.1	279 19.6	222 15.6	221 15.6	189 13.3	114 8.0	90 6.3	21 1.5
女性 (n=160)	34 21.3	25 15.6	33 20.6	21 13.1	51 31.9	17 10.6	18 11.3	28 17.5	15 9.4	3 1.9
*29歳以下 (n=12)	6 50.0	6 50.0	1 8.3	4 33.3	1 8.3	0 0.0	0 0.0	1 8.3	1 8.3	0 0.0
30歳代 (n=181)	94 51.9	66 36.5	37 20.4	35 19.3	20 11.0	9 5.0	14 7.7	13 7.2	20 11.0	2 1.1
40歳代 (n=362)	170 47.0	137 37.8	74 20.4	65 18.0	46 12.7	33 9.1	35 9.7	31 8.6	15 4.1	5 1.4
50歳代 (n=416)	147 35.3	112 26.9	94 22.6	82 19.7	66 15.9	69 16.6	62 14.9	34 8.2	31 7.5	5 1.2
60歳代 (n=421)	114 27.1	72 17.1	95 22.6	72 17.1	106 25.2	74 17.6	65 15.4	46 10.9	30 7.1	7 1.7
70歳代 (n=163)	30 18.4	20 12.3	61 37.4	34 20.9	29 17.8	44 27.0	24 14.7	16 9.8	6 3.7	4 2.5
*80歳以上 (n=33)	2 6.1	2 6.1	14 42.4	9 27.3	8 24.2	9 27.3	9 27.3	2 6.1	2 6.1	1 3.0

注) 図表中 \*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「電話勧誘を受けて」と「訪問勧誘を受けて」は「最初に勧誘されたから」がやや多くなっている。また、「新聞等の広告を見て」では、「ネット取引がやりやすいから」や「手数料が安いから」、「信用ある商品取引員であるから」がいずれも3割前後となっている。

「インターネットを經由して」は、「ネット取引がやりやすいから」(76.5%)、「手数料が安いから」(55.0%)が多くなっている。(図表18)

図表 18：現在の商品取引員と取引をしている理由（取引のきっかけ別）【複数回答】

(上段実数/下段%)

	ネット取引がやりやすいから	手数料が安いから	信用ある商品取引員であるから	サービスが良いから	最初に勧誘されたから	長年のつきあいであるから	外務員が信用できるから	他の商品取引員を知らないから	その他	不明
全体 (n=1,595)	566 35.5	418 26.2	379 23.8	301 18.9	277 17.4	239 15.0	209 13.1	143 9.0	105 6.6	25 1.6
電話勧誘を受けて (n=501)	87 17.4	69 13.8	115 23.0	82 16.4	144 28.7	81 16.2	88 17.6	55 11.0	31 6.2	6 1.2
訪問勧誘を受けて (n=268)	33 12.3	21 7.8	46 17.2	27 10.1	102 38.1	60 22.4	43 16.0	36 13.4	23 8.6	2 0.7
* 文書の送付を受けて (n=6)	2 33.3	2 33.3	3 50.0	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	1 16.7	1 16.7	0 0.0
新聞等の広告を見て (n=136)	49 36.0	42 30.9	38 27.9	33 24.3	10 7.4	32 23.5	13 9.6	13 9.6	5 3.7	4 2.9
* セミナー・講演会等 に出席して(n=28)	9 32.1	7 25.0	16 57.1	10 35.7	2 7.1	4 14.3	5 17.9	1 3.6	0 0.0	0 0.0
友人・知人に勧められ て(n=120)	38 31.7	27 22.5	40 33.3	25 20.8	9 7.5	12 10.0	23 19.2	15 12.5	9 7.5	3 2.5
インターネットを經由 して(n=391)	299 76.5	215 55.0	78 19.9	93 23.8	2 0.5	13 3.3	8 2.0	12 3.1	17 4.3	2 0.5
その他 (n=66)	19 28.8	13 19.7	17 25.8	14 21.2	2 3.0	19 28.8	16 24.2	5 7.6	8 12.1	1 1.5

注) 図表中 \* 印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

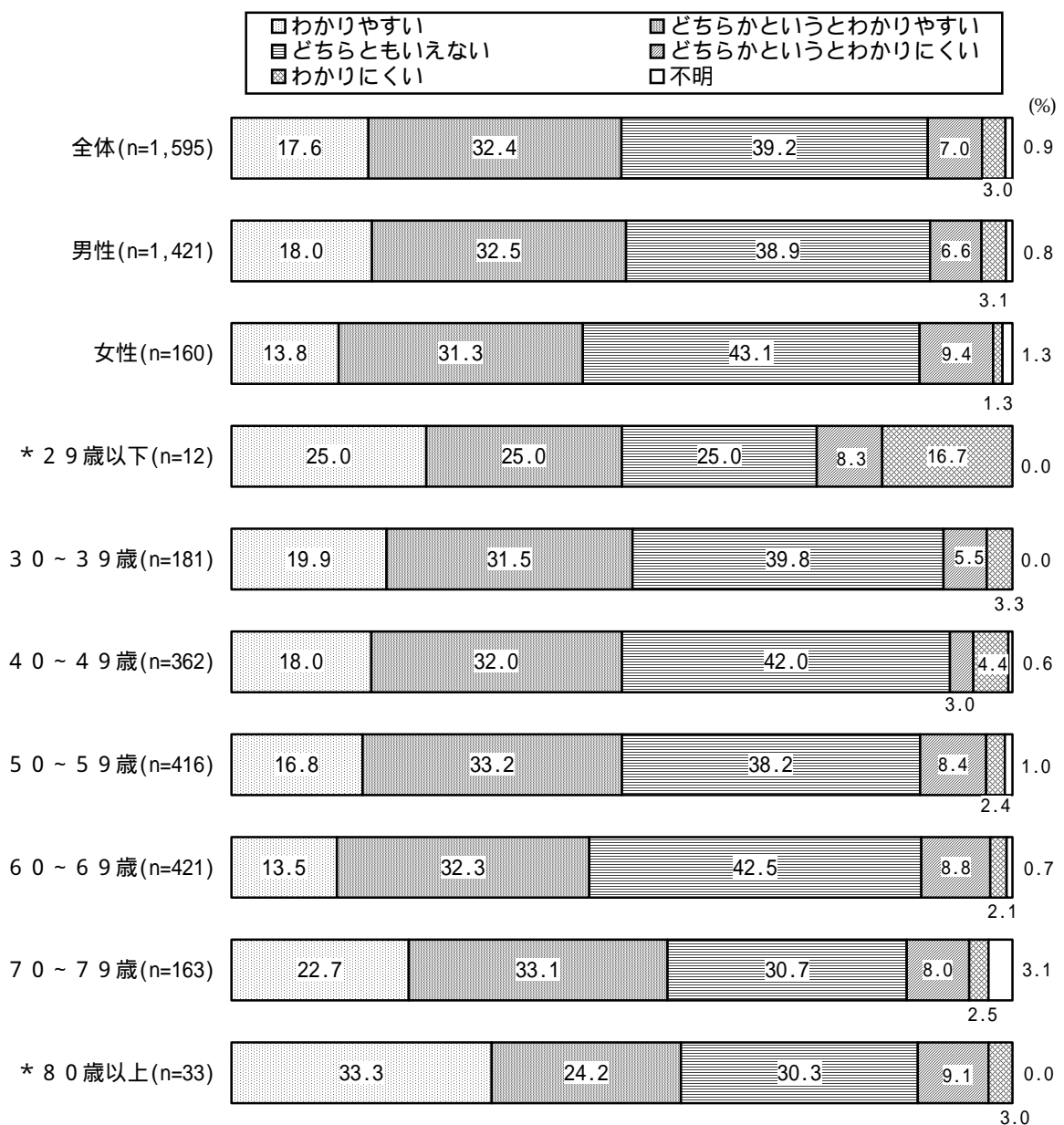


## -9.「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ

「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさについては、「わかりやすい」が 17.6%、「どちらかというわかりやすい」が 32.4%となっており、合計すると 5 割がわかりやすいとなっている。これに対して、「わかりにくい」は 3.0%、「どちらかというわかりにくい」が 7.0%となっており、合計すると 1 割がわかりにくいとなっている。

性別、年齢別でも、わかりやすいとの意見が多いが、「50 歳代以上」は「どちらかというわかりにくい」が 8%を超えているなど、わかりにくいとの回答がやや多い。(図表 19)

図表 19：「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ（全体、性別、年齢別）

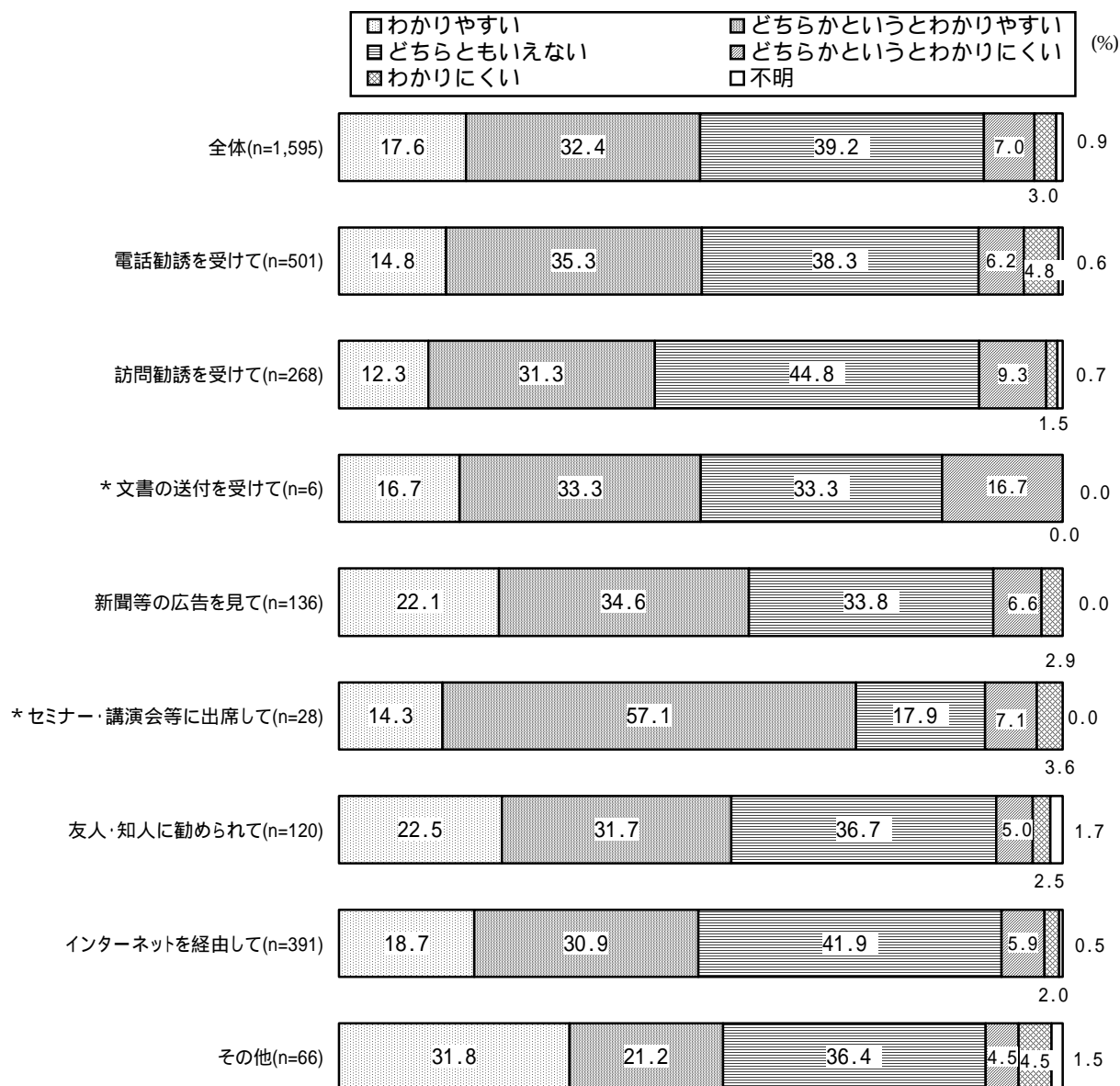


注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29 歳以下、80 歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「新聞等の広告を見て」は「わかりやすい」、「どちらかというわかりやすい」の合計が56.7%と多くなっている。これに対して、「訪問勧誘を受けて」では「わかりやすい」、「どちらかというわかりやすい」の合計が約43.6%とやや少なくなっている。

また、「電話勧誘を受けて」と「訪問勧誘を受けて」では「わかりにくい」、「どちらかというわかりにくい」の合計が1割以上となっている。(図表20)

図表 20 : 「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ (取引のきっかけ別)



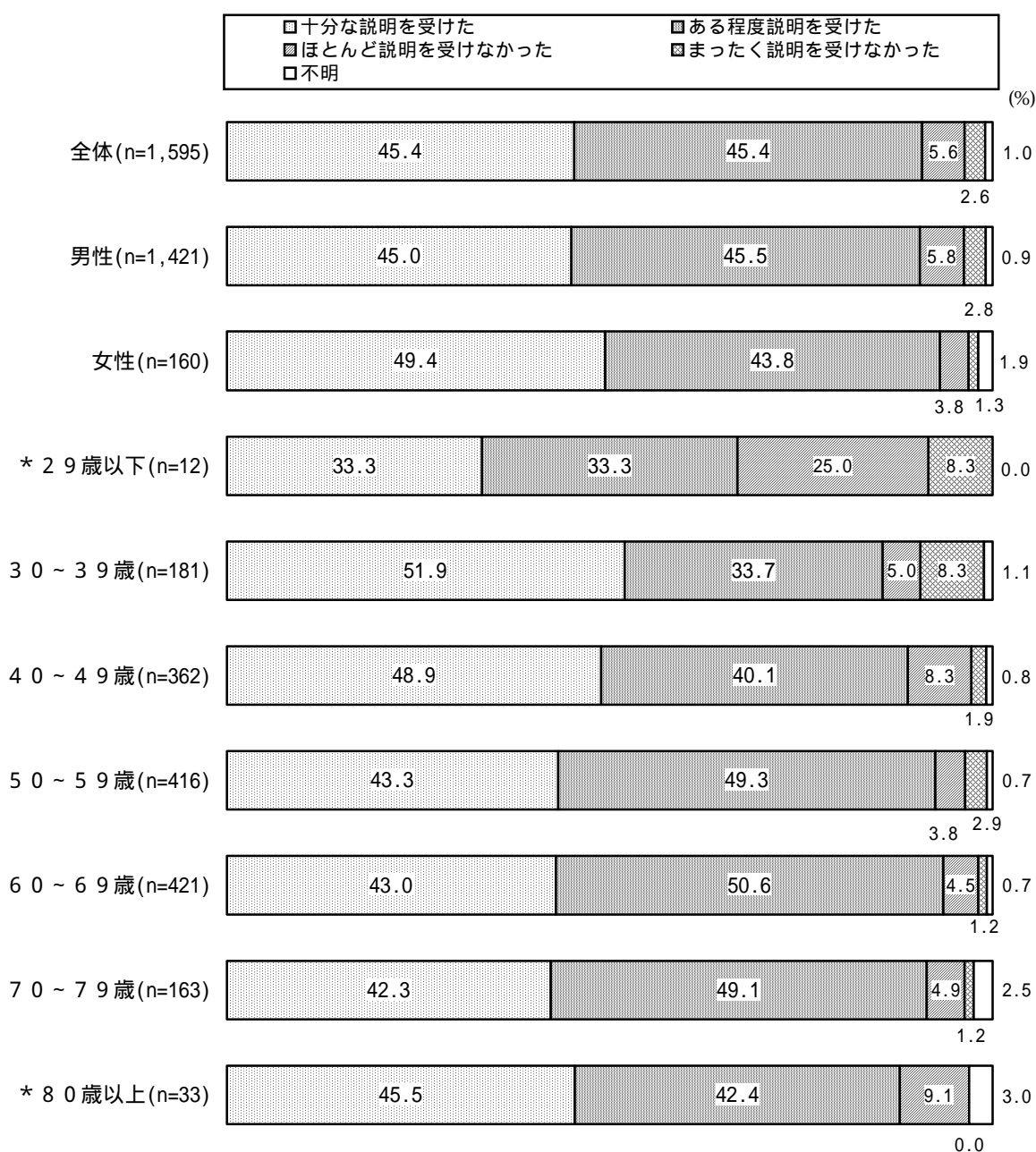
注) 図表中 \* 印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -10.商品先物取引を始めるにあたっての商品取引員からの説明

商品先物取引を始める際の説明については、「十分な説明を受けた」、「ある程度説明を受けた」がともに45.4%となっており、合計すると約9割を占めている。これに対して、「ほとんど説明を受けなかった」(5.6%)、「まったく説明を受けなかった」(2.6%)との回答もみられる。

性別、年齢別でも、大きな違いはみられないが、「40歳代以下」は「ほとんど説明を受けなかった」と「まったく説明を受けなかった」の合計がやや高くなっている。(図表21)

図表 21：商品先物取引を始めるにあたっての商品取引員からの説明（全体、性別、年齢別）

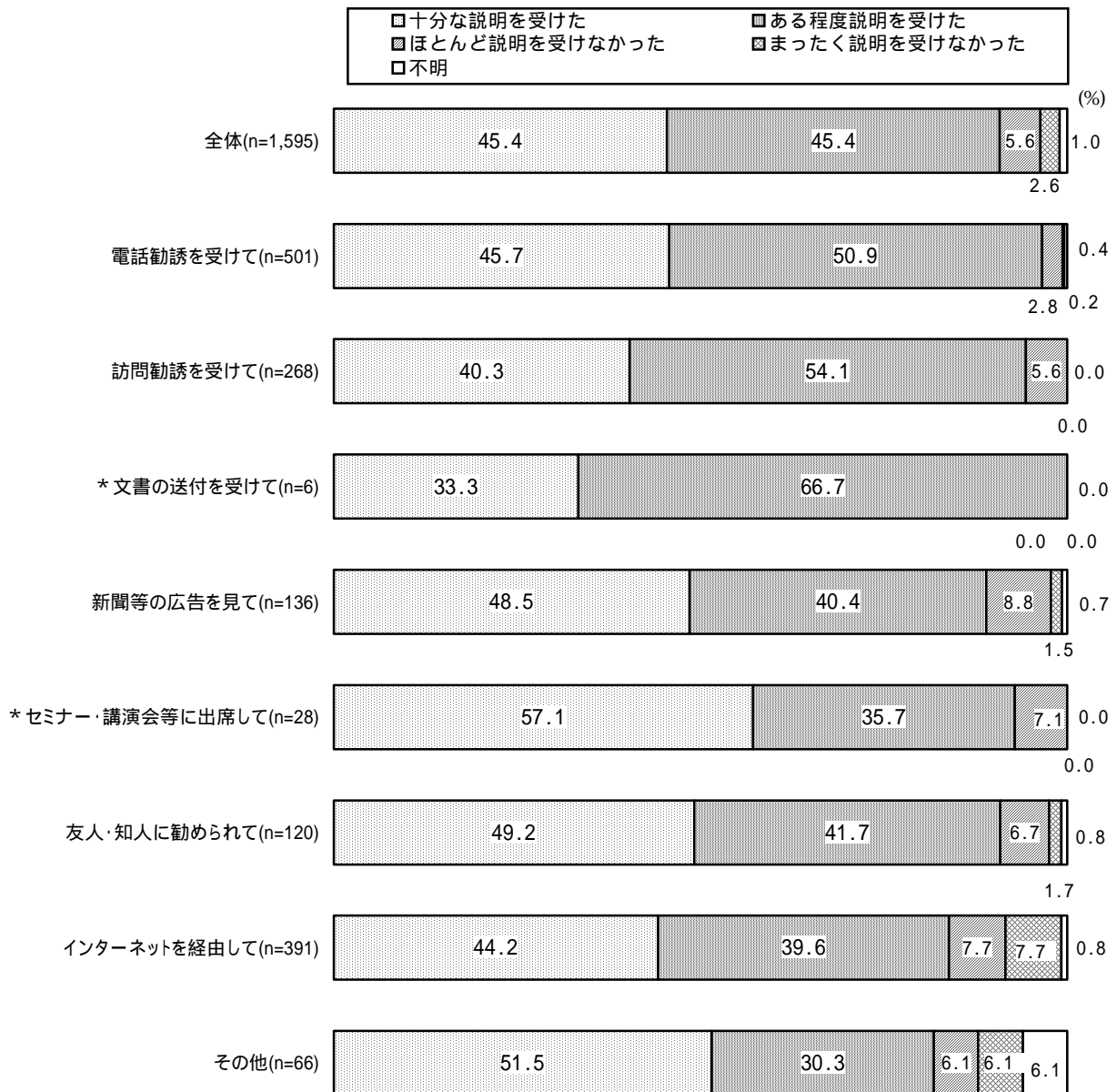


注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「インターネットを經由して」は「十分な説明を受けた」と「ある程度説明を受けた」の合計が 83.8%とやや少なくなっているが、これはインターネットでの申込みは必ずしも対面での説明が行われるわけではないためと考えられる。(図表 22)

しかしながら、「 - 11 . 商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みの理解」では「インターネットを經由して」と回答した委託者の理解度は高くなっている。(図表 23)

図表 22：商品先物取引を始めるにあたっての商品取引員からの説明（取引のきっかけ別）



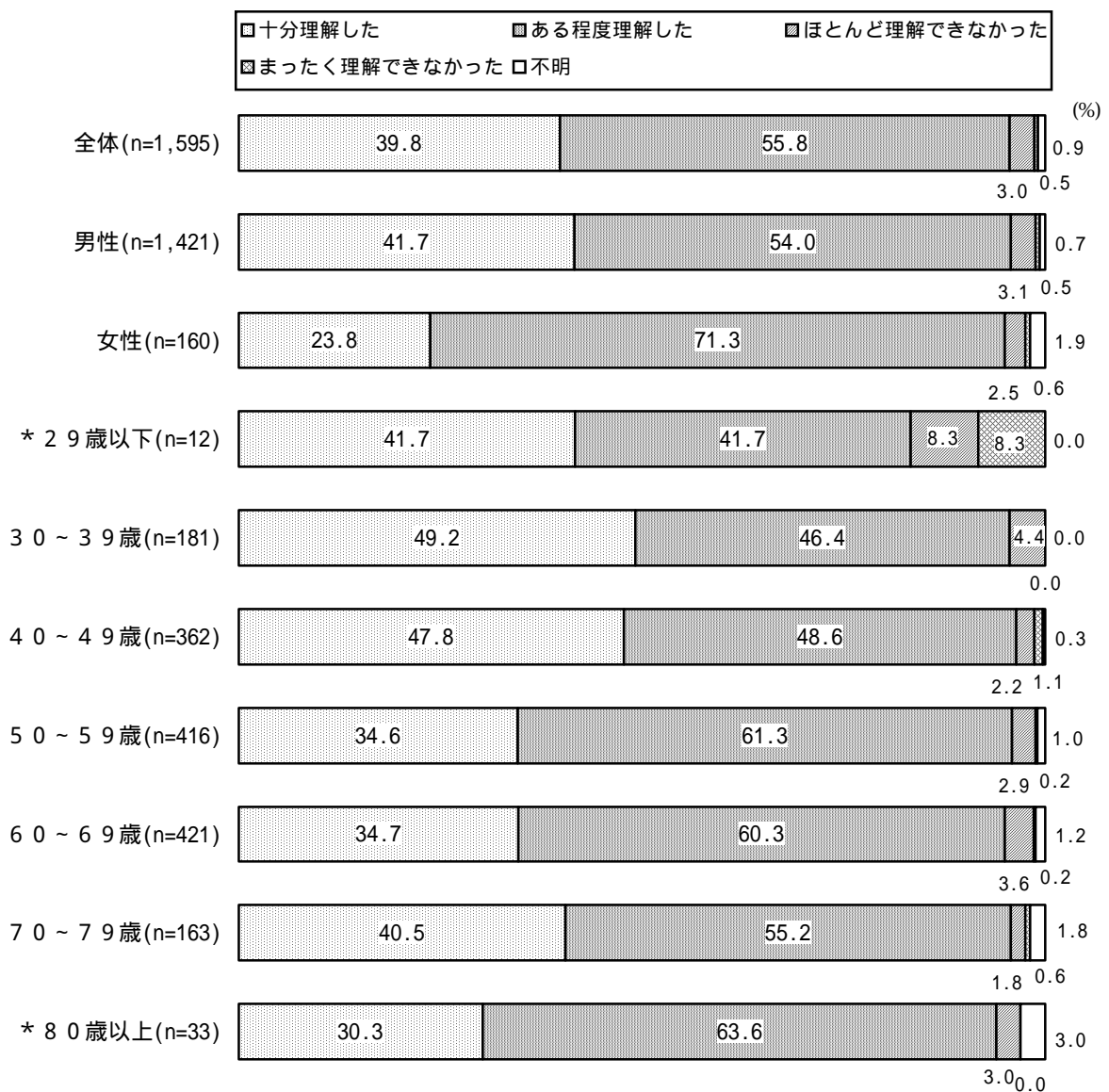
注) 図表中 \* 印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -11.商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みの理解

商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みを理解したかについては、「十分理解した」が39.8%、「ある程度理解した」が55.8%となっており、合計すると約9割を占めている。「ほとんど理解できなかった」(3.0%)、「まったく理解できなかった」(0.5%)の回答はわずかである。

性別でみると、「女性」は「十分理解した」が23.8%と少なく、「ある程度理解した」(71.3%)が「男性」と比較して多くなっている。(図表23)

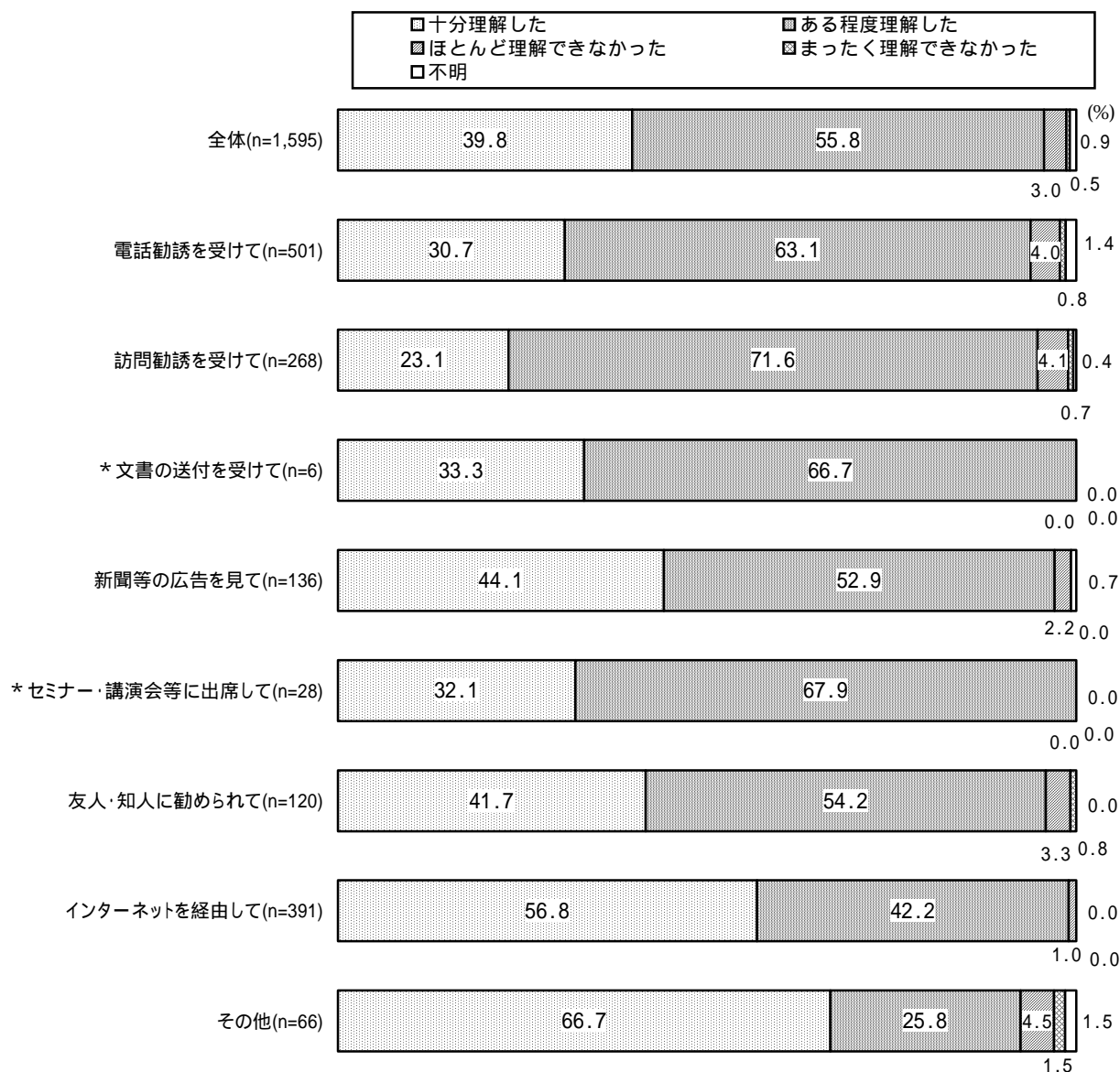
図表 23：商品先物取引の仕組みの理解（全体、性別、年齢別）



注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「訪問勧誘を受けて」は「十分理解した」が23.1%とやや少ない。これに対して、「インターネットを經由して」では「十分理解した」が56.8%となっており、「新聞等の広告を見て」、「友人・知人に勧められて」でも、「十分理解した」が4割を超えている。（図表24）

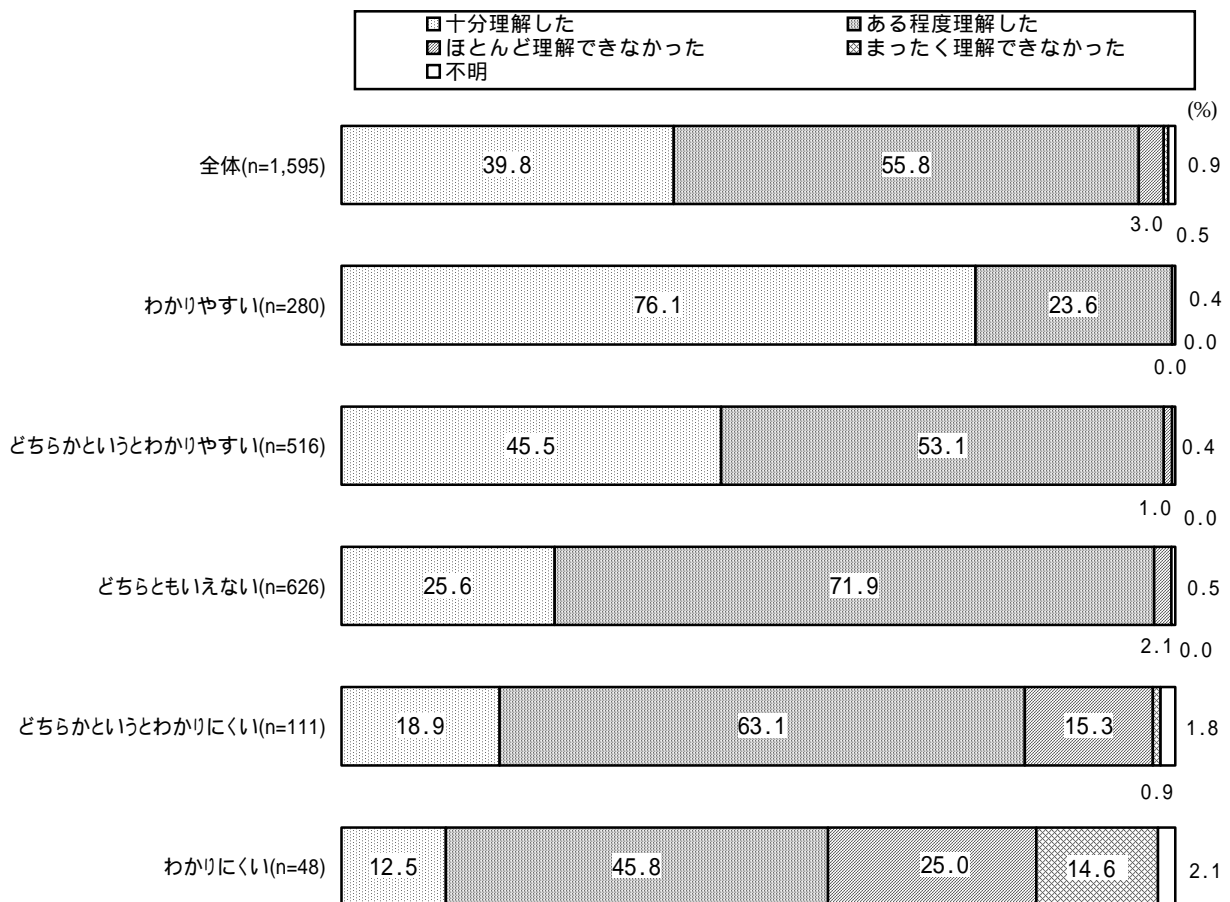
図表 24：商品先物取引の仕組みの理解（取引のきっかけ別）



注) 図表中 \*印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ別でみると、「わかりやすい」は「十分理解した」が76.1%と最も多くなっている。また、「どちらともいえない」でも、「十分理解した」、「ある程度理解した」の合計が約9割を占めている。これに対して「わかりにくい」では「ほとんど理解できなかった」、「まったく理解できなかった」の合計が約4割となっている。（図表25）

図表 25：商品先物取引の仕組みの理解（「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ別）

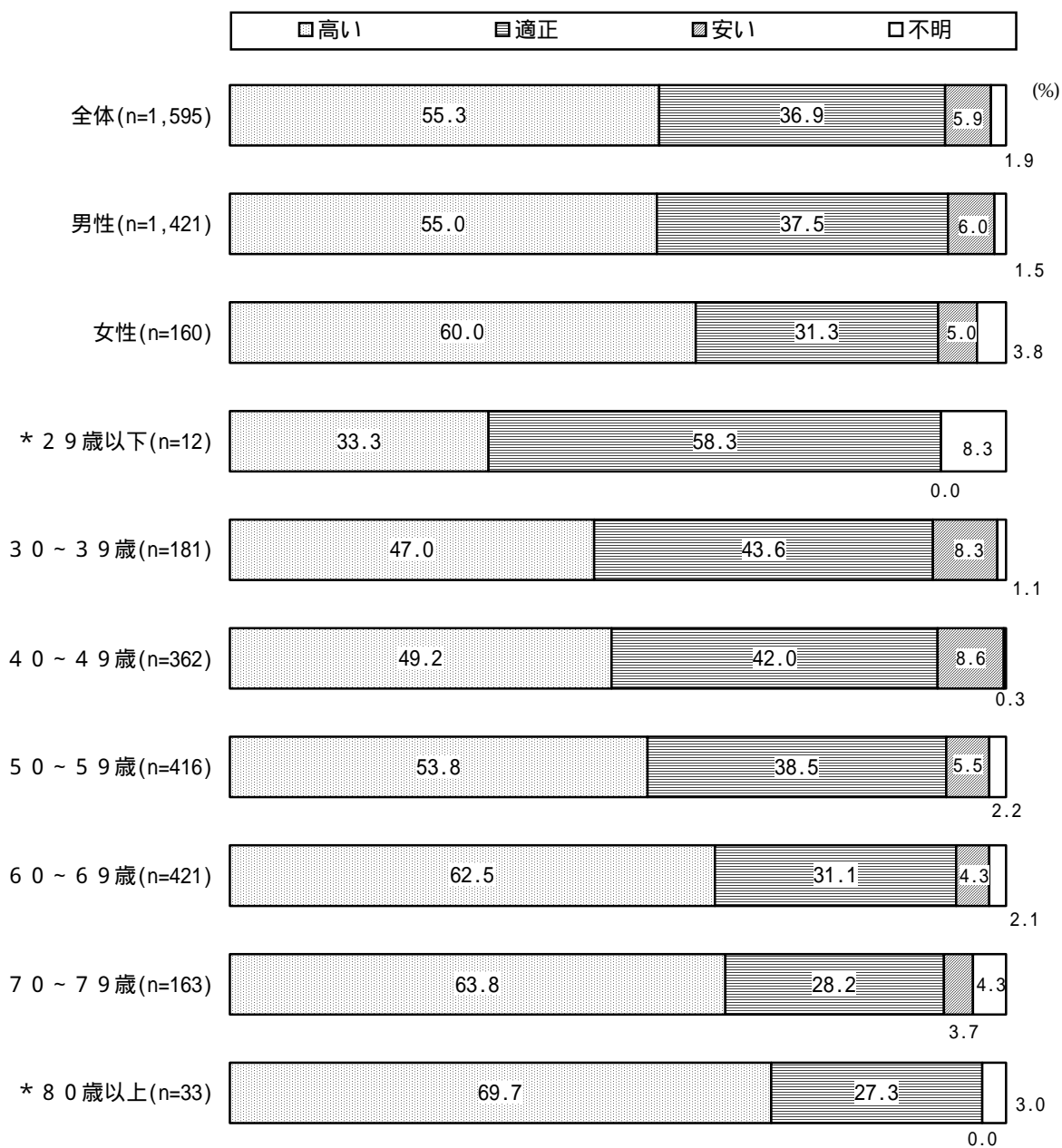


## -12.委託手数料について

委託手数料については、「高い」が55.3%、「適正」が36.9%、「安い」が5.9%となっており、高いと考えている割合が多い。

年齢別でみると、「40歳代以下」は「適正」が4割を超えているが、年齢が上がるにつれて「高い」と感じる割合が多くなっている。(図表26)

図表 26：委託手数料について（全体、性別、年齢別）



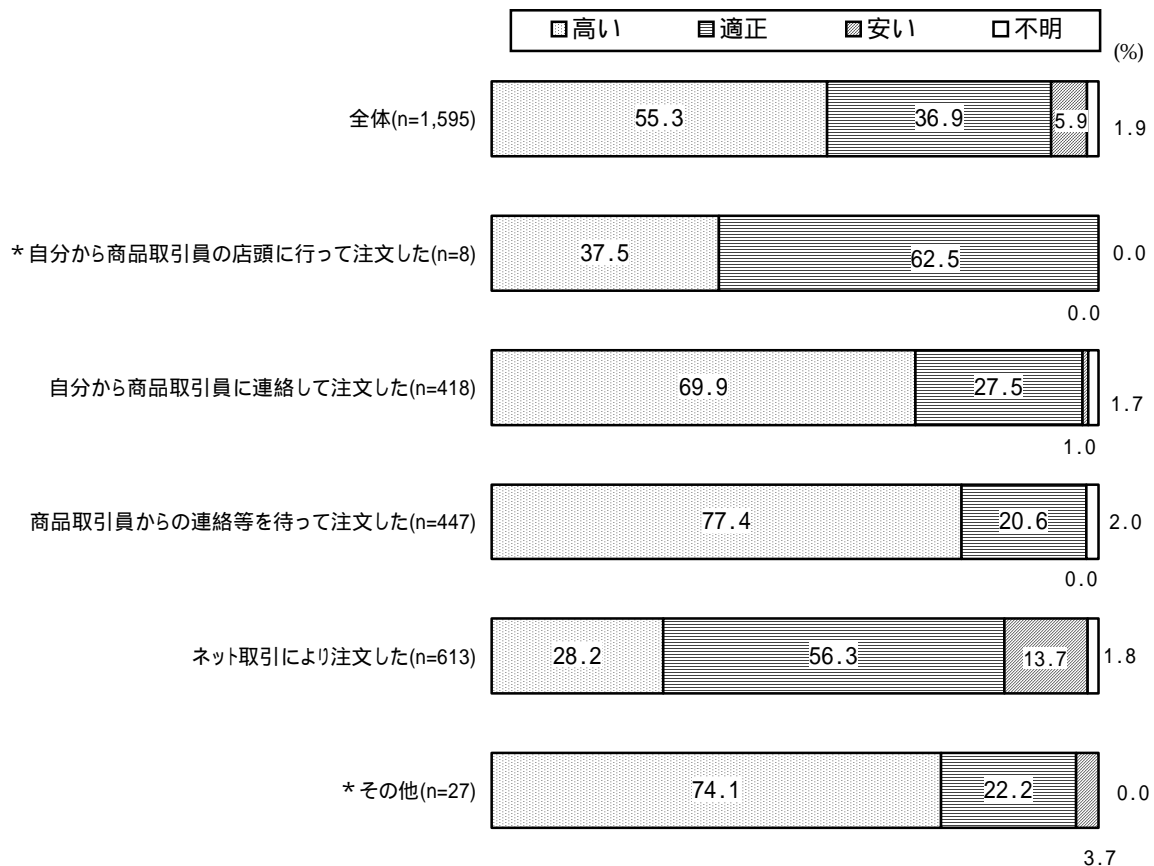
注) 図表中 \*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。



これまでの注文方法別でみると、商品取引員（外務員）と直接取引しているケースでは、「高い」と感じている割合が約7割となっている。

なお、「ネット取引により注文した」は「高い」と感じた人が28.2%であるが、「適正」が56.3%、「安い」が13.7%となっており、「適正」もしくは「安い」と考える割合が高くなっている。（図表27）

図表 27：委託手数料について（これまでの注文方法別）

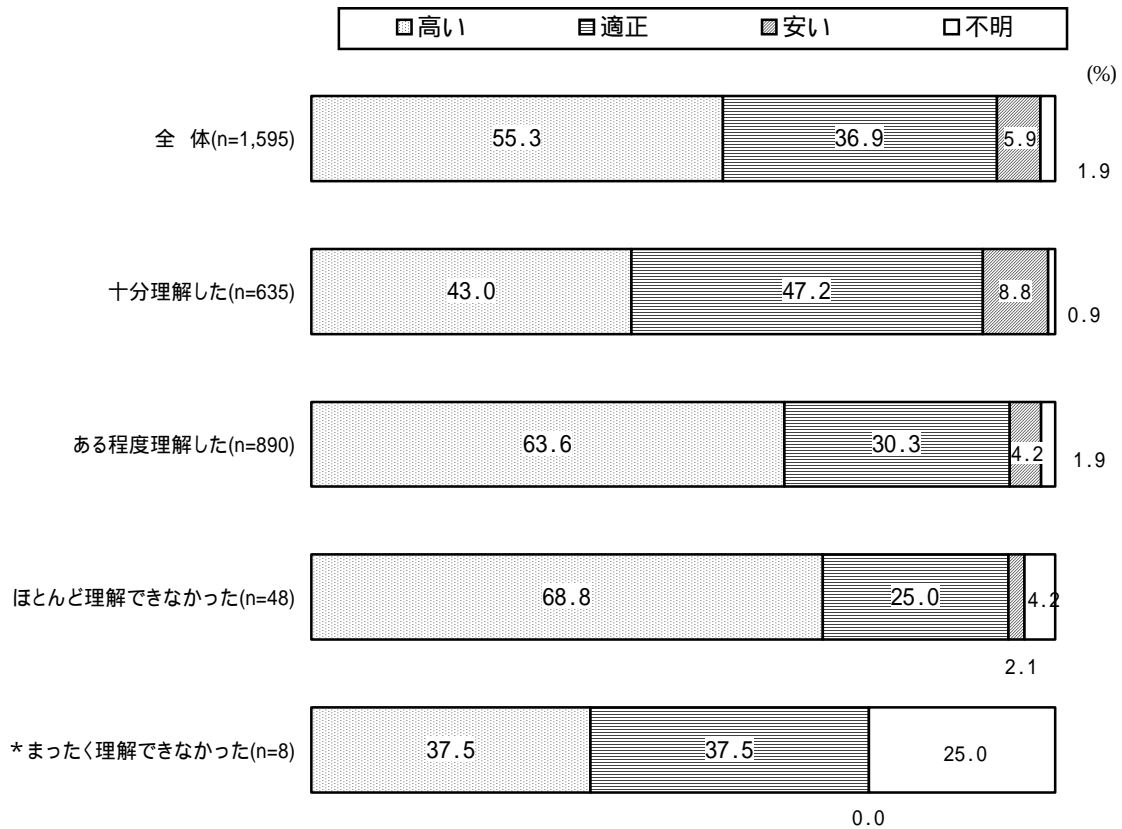


注) 図表中\*印のついた「自分から商品取引員の店頭に行って注文した」、「その他」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

商品先物取引の仕組みの理解別で見ると「十分理解した」では「高い」が43.0%、「適正」が47.2%、「安い」が8.8%となっており、商品先物取引の仕組みを理解している委託者ほど「適正」もしくは「安い」と考える割合が多い。

しかし、「ある程度理解した」や「ほとんど理解できなかった」では6割を超えて「高い」と感じている。(図表28)

図表 28：委託手数料について（商品先物取引の仕組みの理解別）

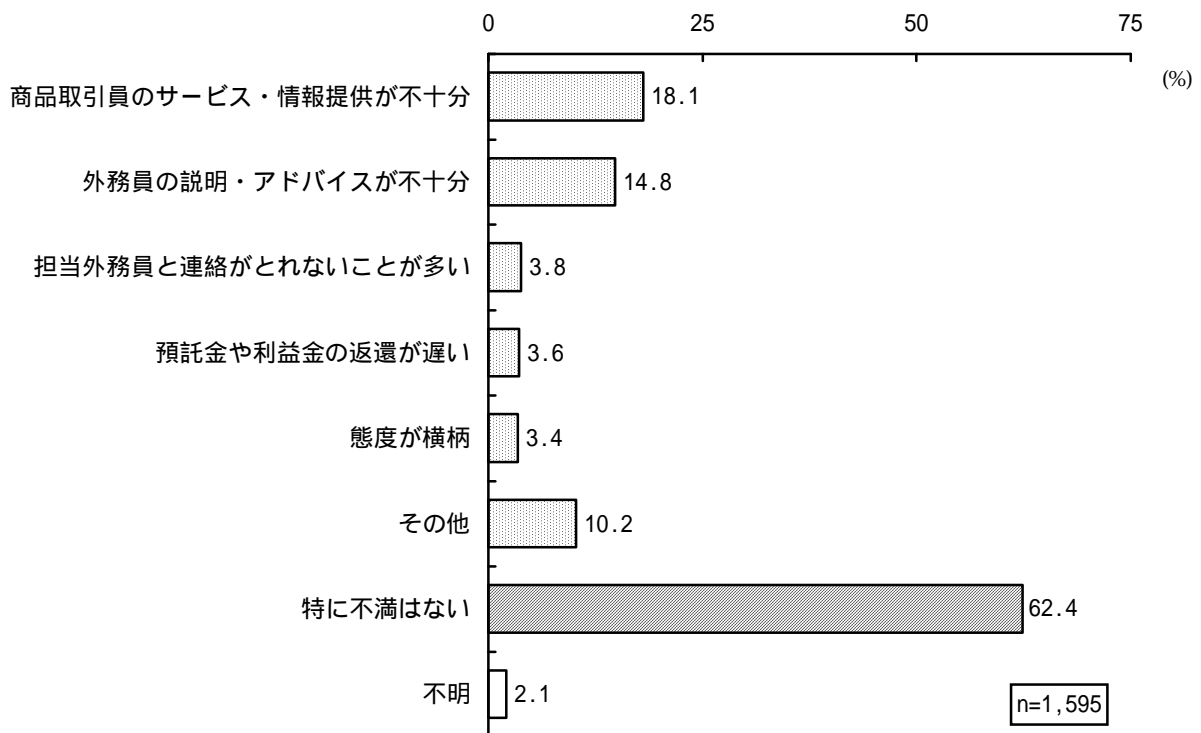


注) 図表中 \*印のついた「まったく理解できなかった」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -13.商品取引員に対する不満

商品取引員に対する不満については、「特に不満はない」が62.4%と最も多くなっており、過半数は不満を持っていない。しかしながら、「商品取引員のサービス・情報提供が不十分」(18.1%)と、「外務員の説明・アドバイスが不十分」(14.8%)の不満はそれぞれ1割を超えている。(図表29)

図表 29：商品取引員に対する不満（全体）【複数回答】



性別では顕著な違いは見られず、年齢別でもサンプル数の少ない「29歳以下」を除いて、各年代に大きな違いはみられない。(図表30)

図表 30：商品取引員に対する不満（性別、年齢別）【複数回答】

(上段実数 / 下段%)

	特に不満はない	商品取引員のサービス・情報提供が不十分	外務員の説明・アドバイスが不十分	担当外務員と連絡がとれないことが多い	預託金や利益金の返還が遅い	態度が横柄	その他	不明
全体 (n=1,595)	995 62.4	289 18.1	236 14.8	60 3.8	57 3.6	54 3.4	163 10.2	33 2.1
男性 (n=1,421)	900 63.3	254 17.9	206 14.5	44 3.1	53 3.7	43 3.0	137 9.6	27 1.9
女性 (n=160)	90 56.3	28 17.5	28 17.5	16 10.0	4 2.5	11 6.9	23 14.4	6 3.8
* 29歳以下 (n=12)	5 41.7	4 33.3	5 41.7	1 8.3	2 16.7	1 8.3	0 0.0	0 0.0
30歳代 (n=181)	123 68.0	29 16.0	21 11.6	6 3.3	6 3.3	10 5.5	19 10.5	3 1.7
40歳代 (n=362)	241 66.6	58 16.0	42 11.6	15 4.1	8 2.2	12 3.3	36 9.9	4 1.1
50歳代 (n=416)	258 62.0	76 18.3	65 15.6	16 3.8	21 5.0	17 4.1	37 8.9	9 2.2
60歳代 (n=421)	233 55.3	83 19.7	73 17.3	16 3.8	16 3.8	11 2.6	60 14.3	12 2.9
70歳代 (n=163)	104 63.8	33 20.2	25 15.3	5 3.1	4 2.5	3 1.8	8 4.9	5 3.1
* 80歳以上 (n=33)	28 84.8	4 12.1	4 12.1	1 3.0	0 0.0	0 0.0	2 6.1	0 0.0

注)図表中\*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「電話勧誘を受けて」と「訪問勧誘を受けて」は「特に不満はない」が約5割で、半数近くが不満を持っており、「外務員の説明・アドバイスが不十分」が2割を超えている。これに対して「インターネットを經由して」では「特に不満はない」が約8割を占めている。

商品先物取引の仕組みの理解別でみると、「十分理解した」は「特に不満はない」が79.2%となっているのに対し、「ある程度理解した」の「商品取引員のサービス・情報提供が不十分」や「外務員の説明・アドバイスが不十分」が4割を超えていることは、十分な情報提供等がされないままで取引が行われていたことが伺える。

これまでの注文方法別でみると、「自分から商品取引員に連絡して注文した」と「ネット取引により注文した」では「特に不満はない」が6・7割を占めているが、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」では「特に不満はない」は44.1%となっており、半数以上が不満を持つ

ている。また上述の仕組みの理解別と同様に商品取引員又は外務員の情報提供等が2割を超えて不十分であることが示された。(図表31)

図表 31：商品取引員に対する不満（取引のきっかけ別等）【複数回答】

(上段実数/下段%)

		特に不満はない	商品取引員のサービス・情報提供が不十分	外務員の説明・アドバイスが不十分	担当外務員と連絡がとれないことが多い	預託金や利益金の返還が遅い	態度が横柄	その他	不明
全体 (n=1,595)		995 62.4	289 18.1	236 14.8	60 3.8	57 3.6	54 3.4	163 10.2	33 2.1
取引のきっかけ	電話勧誘を受けて (n=501)	251 50.1	119 23.8	112 22.4	34 6.8	25 5.0	26 5.2	60 12.0	16 3.2
	訪問勧誘を受けて (n=268)	139 51.9	75 28.0	59 22.0	16 6.0	15 5.6	12 4.5	18 6.7	3 1.1
	*文書の送付を受けて (n=6)	2 33.3	4 66.7	2 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0
	新聞等の広告を見て (n=136)	92 67.6	21 15.4	12 8.8	4 2.9	6 4.4	3 2.2	10 7.4	2 1.5
	*セミナー・講演会等に出席 して(n=28)	20 71.4	4 14.3	4 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 7.1	1 3.6
	友人・知人に勧められて (n=120)	81 67.5	20 16.7	19 15.8	1 0.8	0 0.0	1 0.8	8 6.7	2 1.7
	インターネットを經由して (n=391)	319 81.6	29 7.4	12 3.1	3 0.8	7 1.8	7 1.8	37 9.5	2 0.5
	その他(n=66)	45 68.2	5 7.6	4 6.1	1 1.5	1 1.5	2 3.0	13 19.7	3 4.5
商品先物取引の理解	十分理解した(n=635)	503 79.2	51 8.0	43 6.8	6 0.9	15 2.4	10 1.6	43 6.8	9 1.4
	ある程度理解した(n=890)	471 52.9	221 24.8	174 19.6	47 5.3	40 4.5	34 3.8	99 11.1	20 2.2
	ほとんど理解できなかった (n=48)	14 29.2	12 25.0	15 31.3	6 12.5	2 4.2	7 14.6	13 27.1	2 4.2
	*まったく理解できなかった (n=8)	2 25.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5	0 0.0	2 25.0	4 50.0	0 0.0
これまでの注文方法	*自分から商品取引員の店頭 に行って注文した(n=8)	5 62.5	0 0.0	2 25.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	2 25.0	0 0.0
	自分から商品取引員に連絡し て注文した(n=418)	255 61.0	93 22.2	59 14.1	16 3.8	18 4.3	7 1.7	27 6.5	11 2.6
	商品取引員からの連絡等を待 って注文した(n=447)	197 44.1	119 26.6	128 28.6	31 6.9	26 5.8	27 6.0	53 11.9	13 2.9
	ネット取引により注文した (n=613)	485 79.1	50 8.2	27 4.4	6 1.0	10 1.6	14 2.3	55 9.0	7 1.1
	*その他(n=27)	9 33.3	6 22.2	9 33.3	4 14.8	1 3.7	4 14.8	12 44.4	0 0.0

注) 図表中\*印のついた項目はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -14.注文方法について

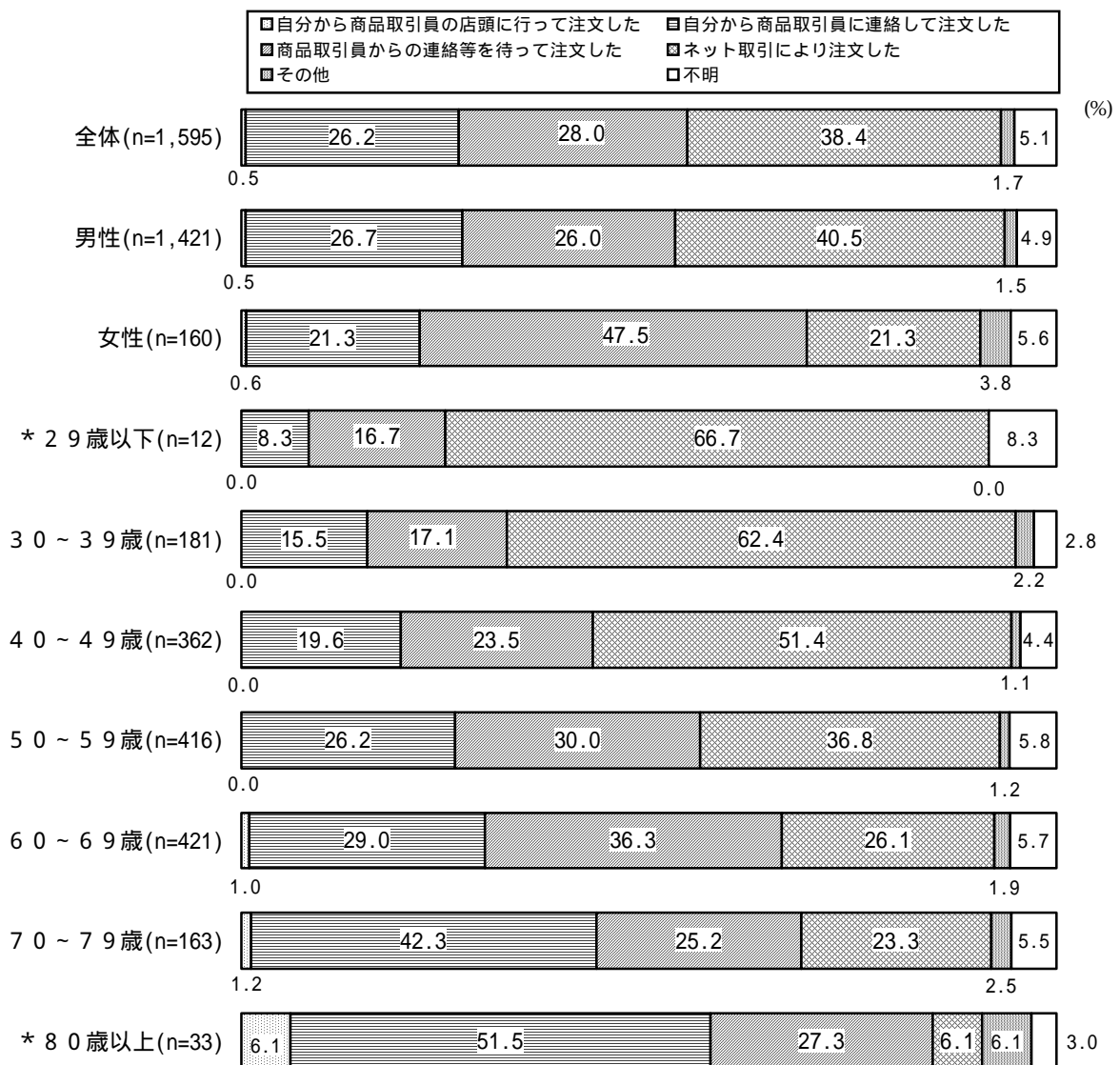
### (1)これまでの注文方法

これまでの注文方法については、「ネット取引により注文した」が38.4%とネット取引の拡大を示している。次いで、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」(28.0%)、「自分から商品取引員に連絡して注文した」(26.2%)となっている。

性別でみると、「女性」は「商品取引員からの連絡等を待って注文した」が47.5%と多くなっている。

年齢別でみると、「40歳以下」は「ネット取引により注文した」が過半数となっており、年齢が下がるほど「ネット取引により注文した」の割合が多くなっている。一方で、年齢が上がるほど「自分から商品取引員に連絡して注文した」が多くなる傾向がみられる。(図表32)

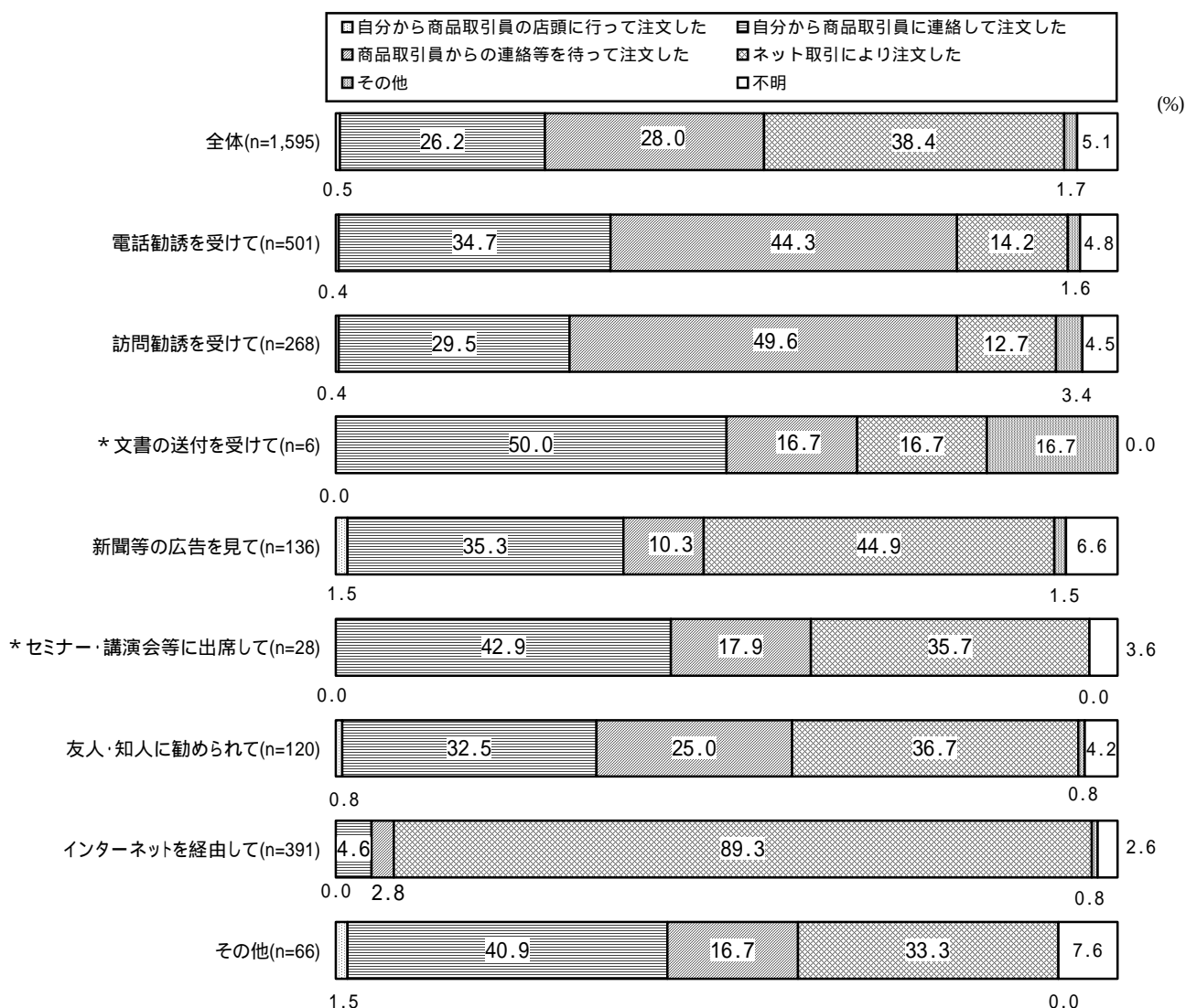
図表 32：これまでの注文方法（全体、性別、年齢別）



注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「電話勧誘を受けて」と「訪問勧誘を受けて」は、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」が5割弱となっている。これに対して、「新聞等の広告を見て」や「友人・知人に勧められて」では、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」は少なく、「自分から商品取引員に連絡して注文した」、「ネット取引により注文した」の割合が多くなっている。また、「インターネットを経由して」では「ネット取引により注文した」が約9割を占めている。(図表 33)

図表 33：これまでの注文方法（取引のきっかけ別）



注) 図表中 \* 印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

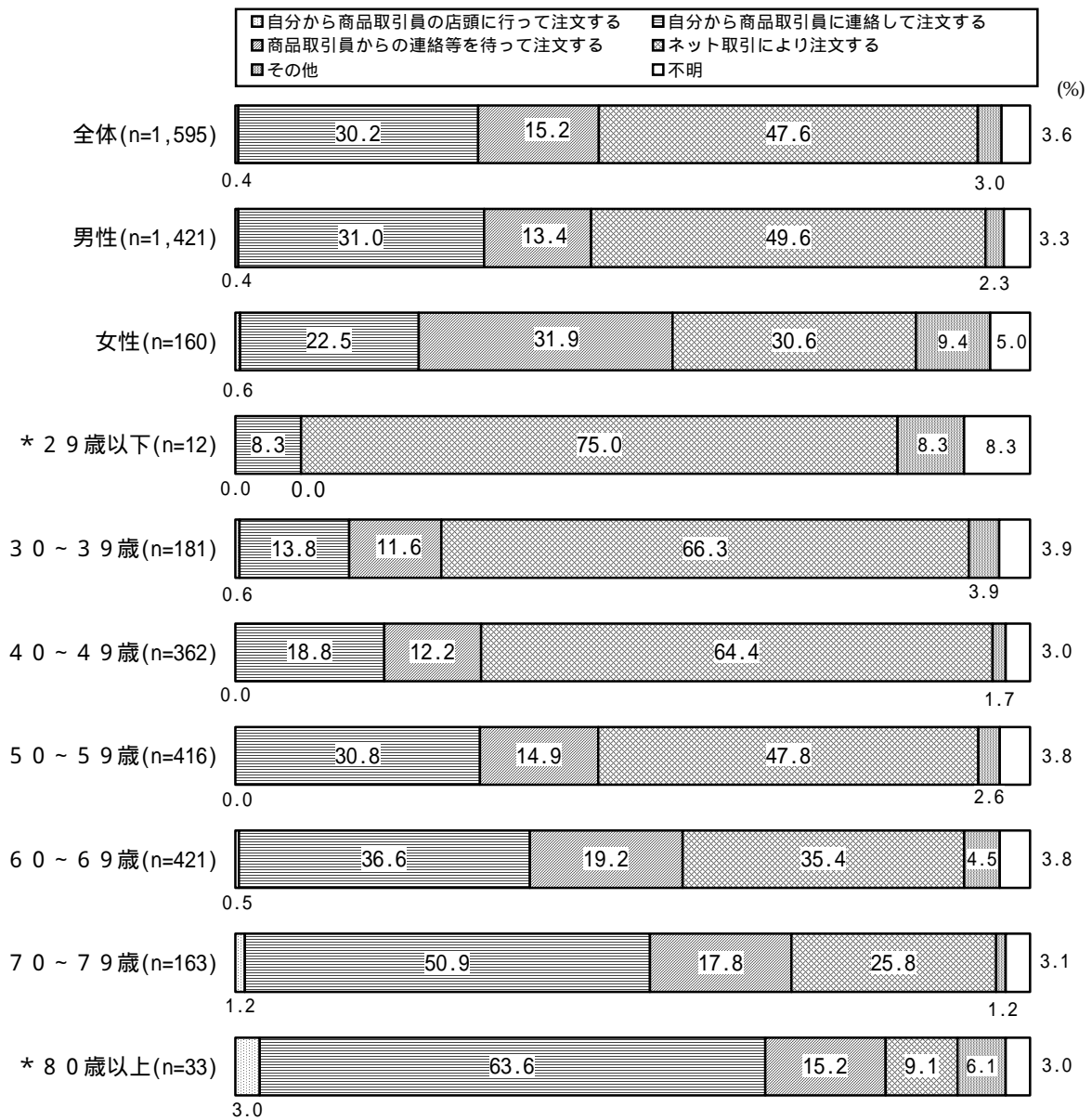
## (2)これからの注文方法

これからの注文方法については、「ネット取引により注文する」(47.6%)、「自分から商品取引員に連絡して注文する」(30.2%)が多くなっている。

性別でみると、「女性」は「商品取引員からの連絡等を待って注文する」が男性と比べると31.9%とやや多く、「ネット取引により注文する」が30.6%とやや少なくなっている。

年齢別でみると、「40歳代以下」は「ネット取引により注文する」が半数を超えており、年齢が下がるにつれて「ネット取引により注文する」割合が多くなっている。一方で、年齢が上がるほど「自分から商品取引員に連絡して注文する」が多くなる傾向がみられる。(図表34)

図表 34：これからの注文方法（全体、性別、年齢別）

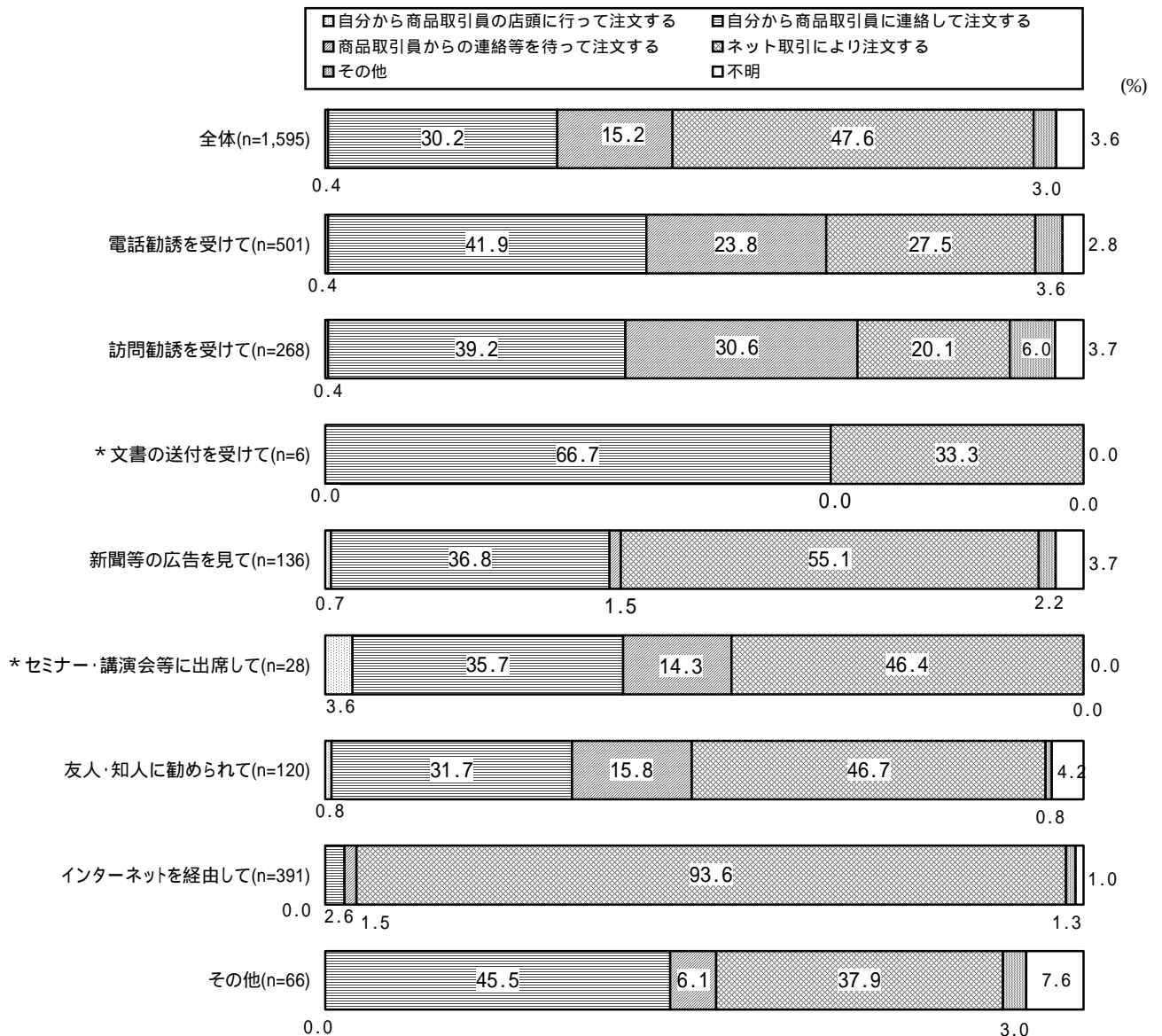


注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。



取引のきっかけ別でみると、「電話勧誘を受けて」や「訪問勧誘を受けて」は、「自分から商品取引員に連絡して注文する」が約4割と多くなっているが、「商品取引員からの連絡等を待つて注文する」も2、3割と多くなっている。これに対して、「新聞等の広告を見て」、「友人・知人に勧められて」では、「ネット取引により注文する」の割合が高くなっている。また、「インターネットを経由して」では「ネット取引により注文する」が9割を超えている。(図表35)

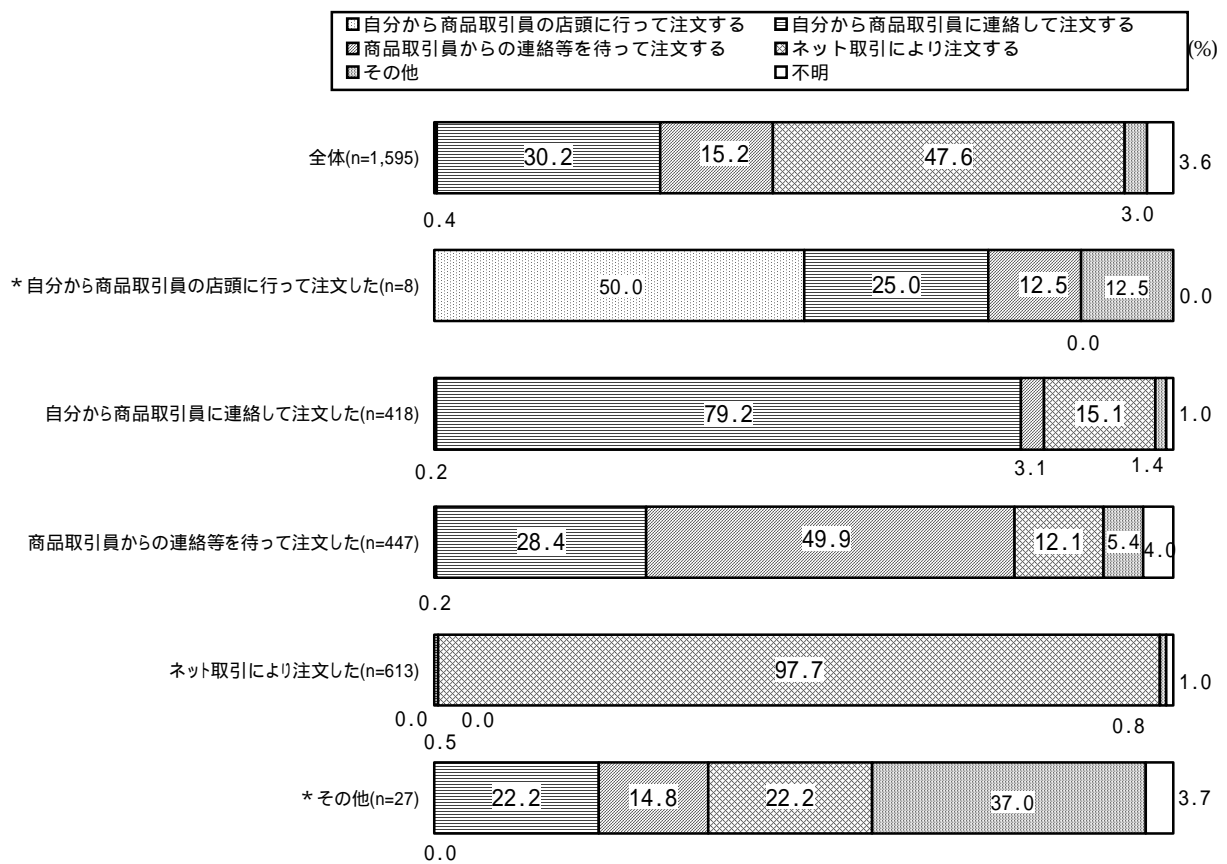
図表 35：これからの注文方法（取引のきっかけ別）



注) 図表中 \* 印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

これまでの注文方法別でみると、「自分から商品取引員に連絡して注文した」は、これまでと同じ「自分から商品取引員に連絡して注文する」が79.2%と多くなっているが、「ネット取引により注文する」が15.1%となっている。また、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」では、「商品取引員からの連絡等を待って注文する」が49.9%となっており、今後は「自分から商品取引員に連絡して注文する」が28.4%、「ネット取引により注文する」が12.1%となっている。「ネット取引により注文した」では「ネット取引により注文する」が97.7%で、現在の注文方法を継続する傾向が高い。(図表36)

図表 36：これからの注文方法（これまでの注文方法別）

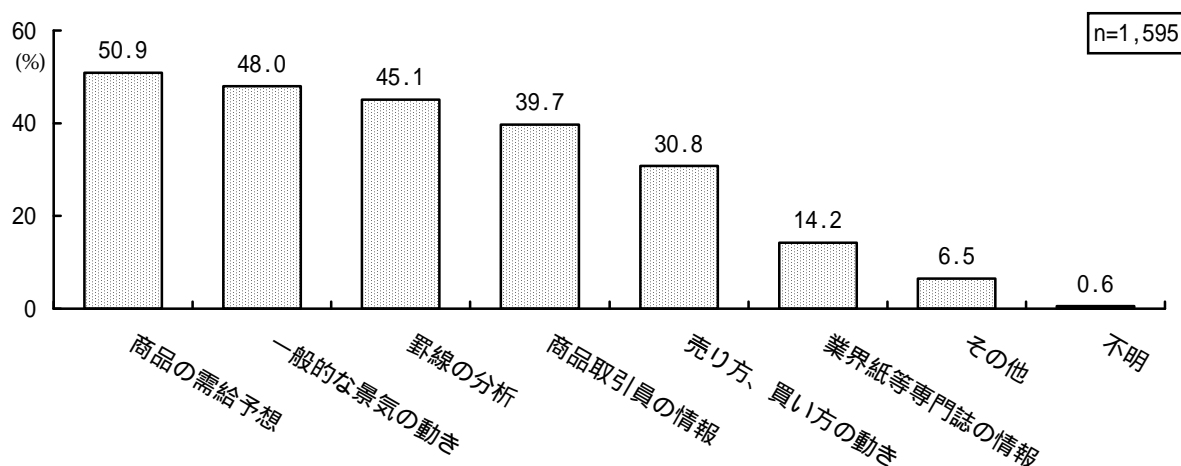


注) 図表中\*印のついた「自分から商品取引員の店頭に行って注文した」、「その他」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -15.商品先物取引の判断材料

商品先物取引の判断材料については、「商品の需給予想」(50.9%)、「一般的な景気の動き」(48.0%)、「罫線の分析」(45.1%)が約5割と多くなっている。次いで、「商品取引員の情報」(39.7%)、「売り方、買い方の動き」(30.8%)となっている。(図表 37)

図表 37：商品先物取引の判断材料(全体)【複数回答】



性別でみると、「女性」は「一般的な景気の動き」が56.3%と最も多いが、「罫線の分析」(28.8%)はやや少なく、「商品取引員の情報」(55.0%)の占めるウェイトは高い。(図表 38)

図表 38：商品先物取引の判断材料(性別、年齢別)【複数回答】

	(上段実数 / 下段%)							
	商品の需給予想	一般的な景気の動き	罫線の分析	商品取引員の情報	売り方、買い方の動き	業界紙等専門誌の情報	その他	不明
全体 (n=1,595)	812 / 50.9	765 / 48.0	719 / 45.1	634 / 39.7	492 / 30.8	227 / 14.2	104 / 6.5	9 / 0.6
男性 (n=1,421)	722 / 50.8	670 / 47.1	666 / 46.9	541 / 38.1	436 / 30.7	206 / 14.5	86 / 6.1	7 / 0.5
女性 (n=160)	84 / 52.5	90 / 56.3	46 / 28.8	88 / 55.0	50 / 31.3	21 / 13.1	16 / 10.0	2 / 1.3
* 29歳以下 (n=12)	4 / 33.3	6 / 50.0	7 / 58.3	2 / 16.7	3 / 25.0	0 / 0.0	3 / 25.0	0 / 0.0
30歳代 (n=181)	81 / 44.8	93 / 51.4	91 / 50.3	53 / 29.3	62 / 34.3	22 / 12.2	15 / 8.3	1 / 0.6
40歳代 (n=362)	178 / 49.2	173 / 47.8	188 / 51.9	118 / 32.6	119 / 32.9	37 / 10.2	24 / 6.6	0 / 0.0
50歳代 (n=416)	239 / 57.5	213 / 51.2	174 / 41.8	163 / 39.2	136 / 32.7	49 / 11.8	21 / 5.0	0 / 0.0
60歳代 (n=421)	212 / 50.4	188 / 44.7	158 / 37.5	200 / 47.5	122 / 29.0	71 / 16.9	29 / 6.9	5 / 1.2
70歳代 (n=163)	85 / 52.1	77 / 47.2	82 / 50.3	79 / 48.5	39 / 23.9	40 / 24.5	7 / 4.3	1 / 0.6
* 80歳以上 (n=33)	9 / 27.3	13 / 39.4	15 / 45.5	17 / 51.5	10 / 30.3	8 / 24.2	5 / 15.2	2 / 6.1

注)図表中\*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「電話勧誘を受けて」や「訪問勧誘を受けて」は、「商品取引員の情報」が6割弱と多くなっている。「インターネットを經由して」では、「罫線の分析」が最も多く、次いで「商品の需給予想」となっている。「新聞等の広告を見て」、「友人・知人に勧められて」では「商品の需給予想」が最も多くなっている。

これまでの注文方法別でみると、「自分から商品取引員に連絡した」は「商品の需給予想」が60.3%、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」は「商品取引員の情報」が71.6%、「ネット取引により注文した」は「罫線の分析」が63.1%と最も多くなっている。(図表39)

図表 39：商品先物取引の判断材料（取引のきっかけ、注文方法別）【複数回答】

(上段実数 / 下段%)

	商品の需給予想	一般的な景気の動き	罫線の分析	商品取引員の情報	売り方、買い方の動き	業界紙等専門誌の情報	その他	不明	
全体 (n=1,595)	812 50.9	765 48.0	719 45.1	634 39.7	492 30.8	227 14.2	104 6.5	9 0.6	
取引のきっかけ	電話勧誘を受けて (n=501)	236 47.1	252 50.3	174 34.7	276 55.1	151 30.1	72 14.4	24 4.8	2 0.4
	訪問勧誘を受けて (n=268)	127 47.4	124 46.3	70 26.1	158 59.0	87 32.5	37 13.8	13 4.9	3 1.1
	* 文書の送付を受けて (n=6)	4 66.7	3 50.0	2 33.3	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0
	新聞等の広告を見て (n=136)	75 55.1	71 52.2	72 52.9	36 26.5	44 32.4	26 19.1	7 5.1	1 0.7
	* セミナー・講演会等に出 席して(n=28)	20 71.4	14 50.0	17 60.7	8 28.6	11 39.3	7 25.0	1 3.6	0 0.0
	友人・知人に勧められて (n=120)	73 60.8	65 54.2	58 48.3	43 35.8	35 29.2	16 13.3	7 5.8	1 0.8
	インターネットを經由して (n=391)	207 52.9	166 42.5	246 62.9	50 12.8	122 31.2	44 11.3	26 6.6	1 0.3
	その他(n=66)	36 54.5	28 42.4	44 66.7	23 34.8	21 31.8	8 12.1	13 19.7	0 0.0
これまでの注文方法	* 自分から商品取引員の店 頭に行って注文した(n=8)	4 50.0	5 62.5	2 25.0	3 37.5	2 25.0	1 12.5	1 12.5	0 0.0
	自分から商品取引員に連絡 して注文した(n=418)	252 60.3	226 54.1	185 44.3	210 50.2	154 36.8	88 21.1	22 5.3	1 0.2
	商品取引員からの連絡等を 待って注文した(n=447)	193 43.2	221 49.4	94 21.0	320 71.6	121 27.1	47 10.5	12 2.7	6 1.3
	ネット取引により注文した (n=613)	311 50.7	269 43.9	387 63.1	64 10.4	177 28.9	73 11.9	53 8.6	1 0.2
	* その他(n=27)	9 33.3	10 37.0	8 29.6	10 37.0	5 18.5	4 14.8	8 29.6	1 3.7

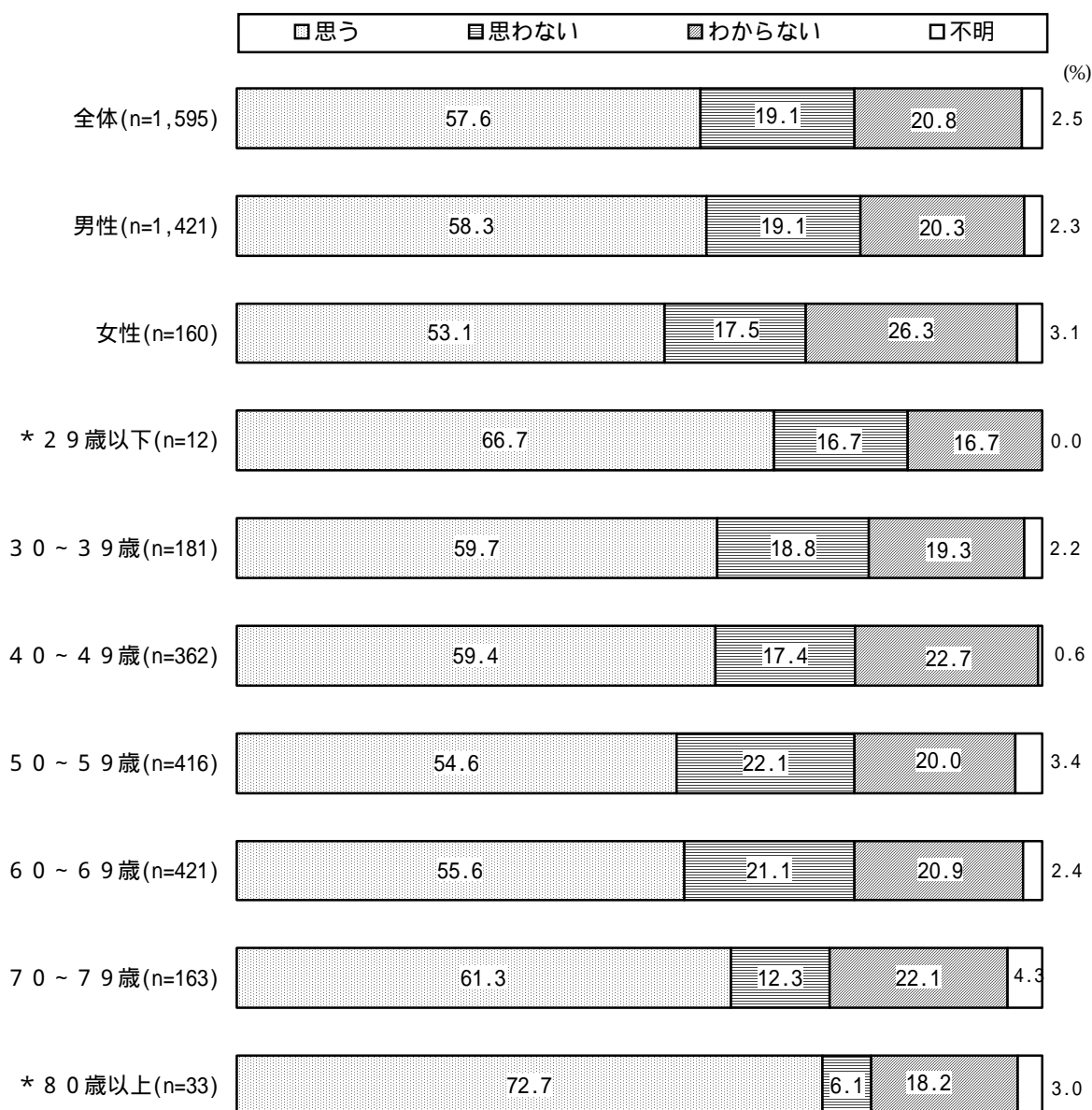
注) 図表中 \* 印のついた項目はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -16.損失を一定限度内に抑える商品について

損失を一定限度内に抑える商品の有用性については、「(有用であると)思う」が57.6%と半数を超え、一方で「(有用であると)思わない」も19.1%と約2割いる。

性別、年齢別にみても「(有用であると)思う」がいずれも半数を超え、大きな違いは見られないが、「女性」は「(有用であると)思う」が53.1%と男性と比べてやや少なく、「わからない」の割合が26.3%とやや多くなっている。(図表40)

図表 40：損失を一定限度内に抑える商品の有用性について(全体、性別、年齢別)



注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

## -17.日本商品先物取引協会について

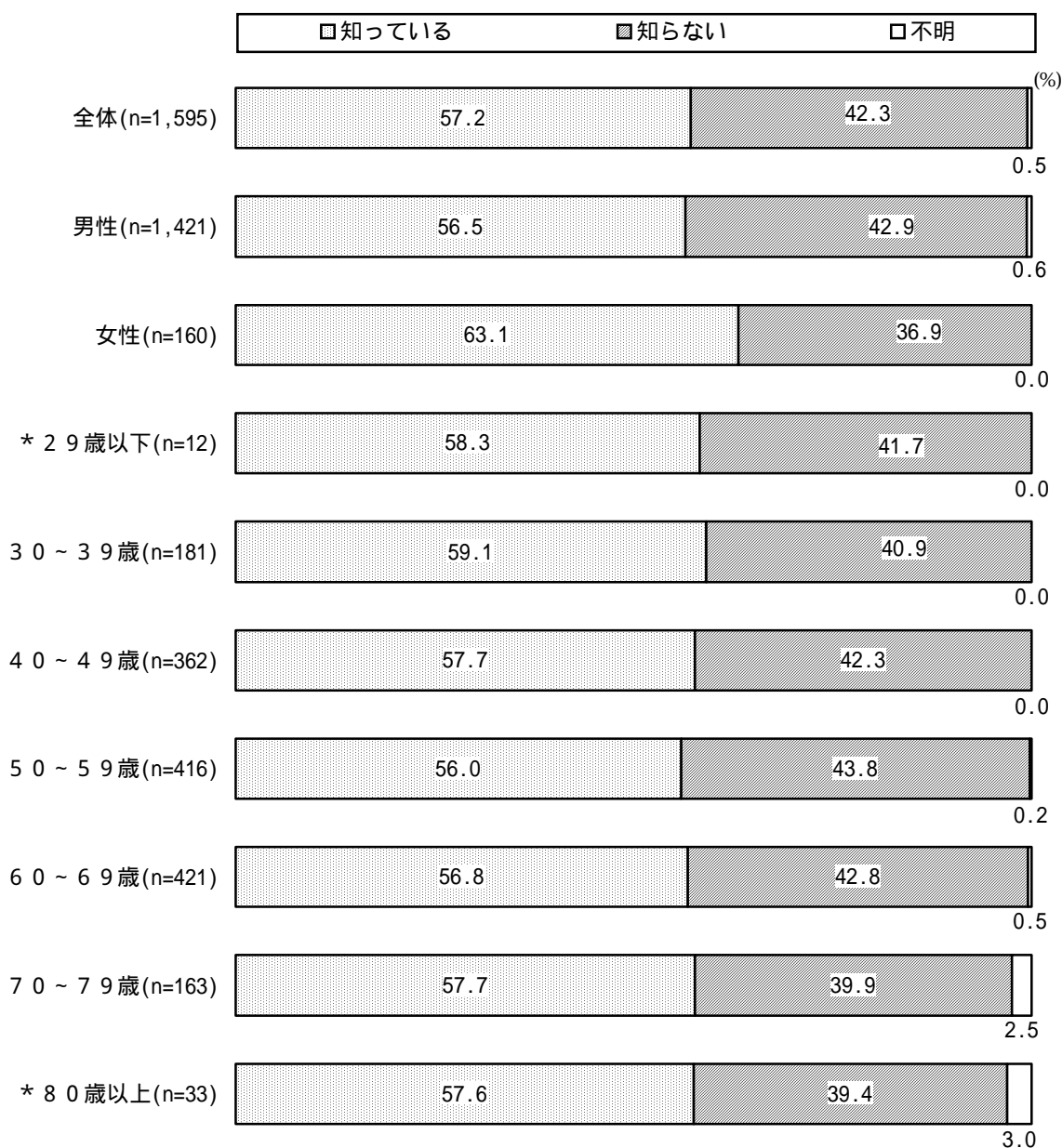
### (1)日本商品先物取引協会の認知度

日本商品先物取引協会の認知度については、「知っている」が57.2%、「知らない」が42.3%となっており、半数近くが認知していない。

性別でみると、「女性」が63.1%となっており、「男性」の56.5%と比較して認知度はやや高くなっている。

年齢別でも、いずれも6割弱が認知しており、大きな違いはみられない。(図表41)

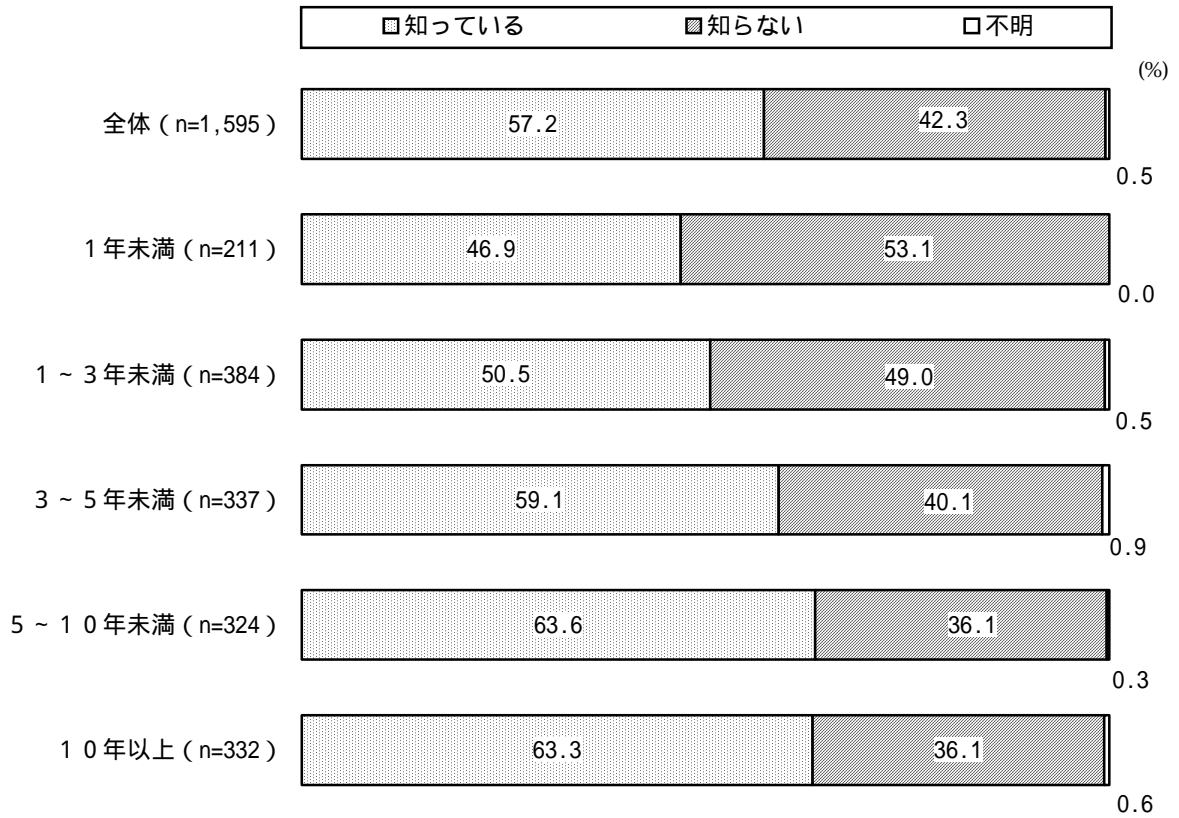
図表 41：日本商品先物取引協会について（全体、性別、年齢別）



注) 図表中 \*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引の経験年数（累積）別でみると、「1年未満」は「知っている」が46.9%と「知らない」（53.1%）の方が上回っているが、「10年以上」では「知っている」が63.3%となっており、経験年数が長くなるほど認知度は高くなる傾向がみられる。（図表42）

図表 42：日本商品先物取引協会について（取引の経験年数（累積）別）



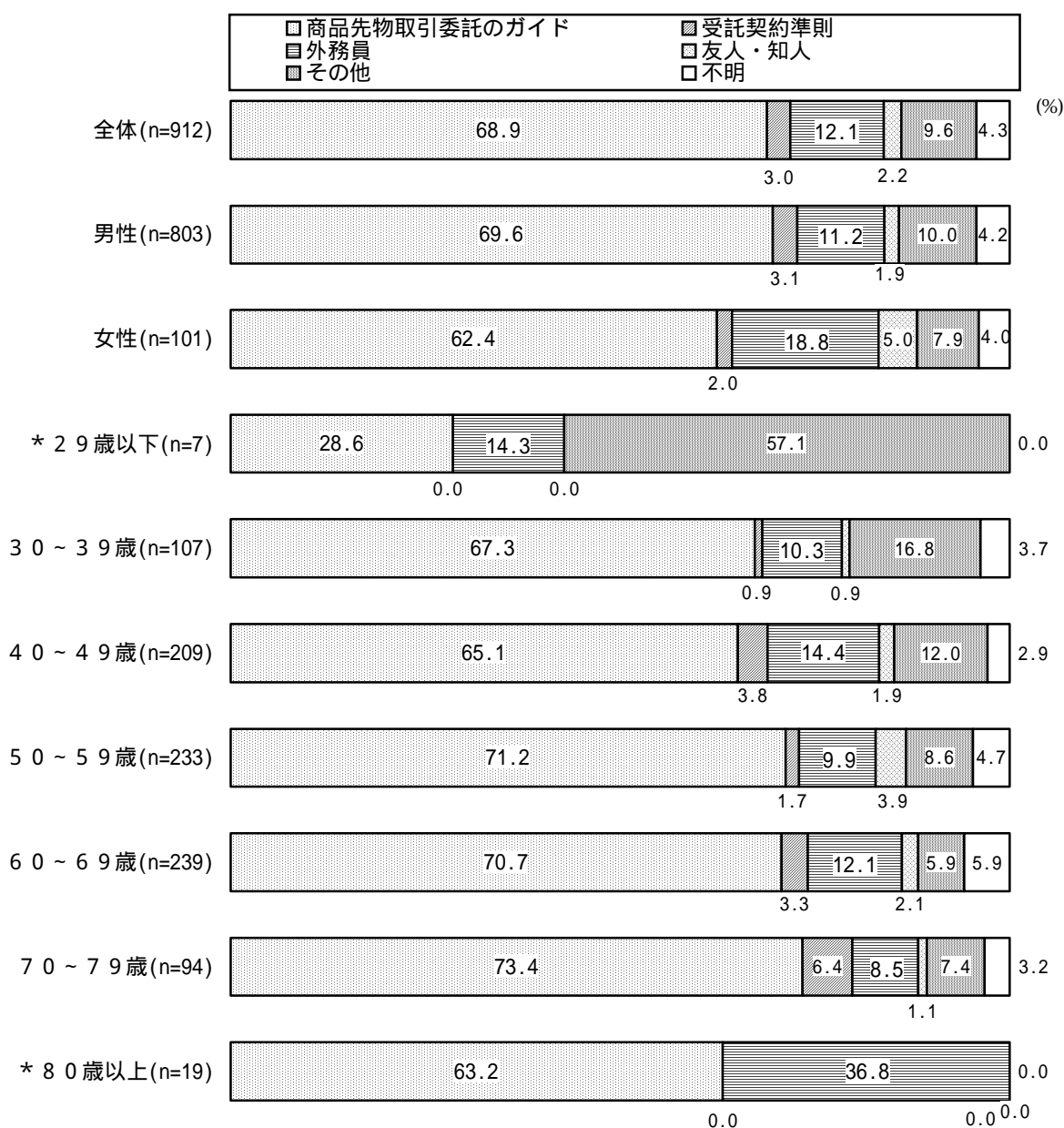
## (2)日本商品先物取引協会を知ったきっかけ

日本商品先物取引協会を知ったきっかけについては、「商品先物取引委託のガイド」が68.9%と最も多くなっている。また、「外務員」が12.1%と2番目に多い。

性別にみると、「男性」は「商品先物取引委託のガイド」が69.6%と女性と比べてやや多くなっているのに対し、「女性」では「外務員」が18.8%と男性と比べてやや多くなっている。

年齢別でも、サンプル数の少ない「80歳以上」を除き、大きな違いはみられないが、年齢が下がるほど「その他」の割合が多くなっている。(図表43)

図表 43：日本商品先物取引協会を知ったきっかけ（全体、性別、年齢別）



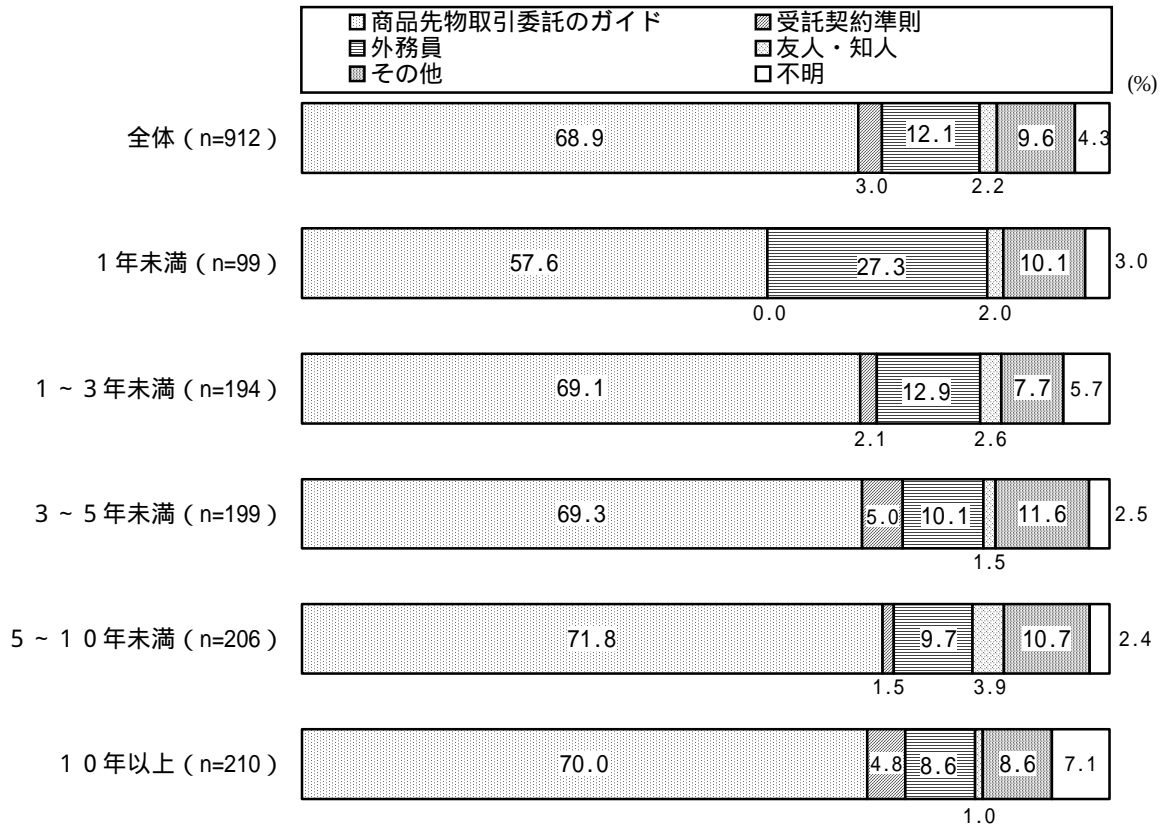
注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

注) 日本商品先物取引協会を「知っている」と回答した委託者 912人が回答。



取引の経験年数（累積）別でみると、「1年未満」は「商品先物取引委託のガイド」の割合が57.6%とやや少なく、「外務員」の割合が27.3%とやや多くなっているが、いずれも「商品先物取引委託のガイド」が半数を超えている。（図表44）

図表 44：日本商品先物取引協会を知ったきっかけ（取引の経験年数（累積）別）



注)日本商品先物取引協会を「知っている」と回答した委託者 912 人が回答。

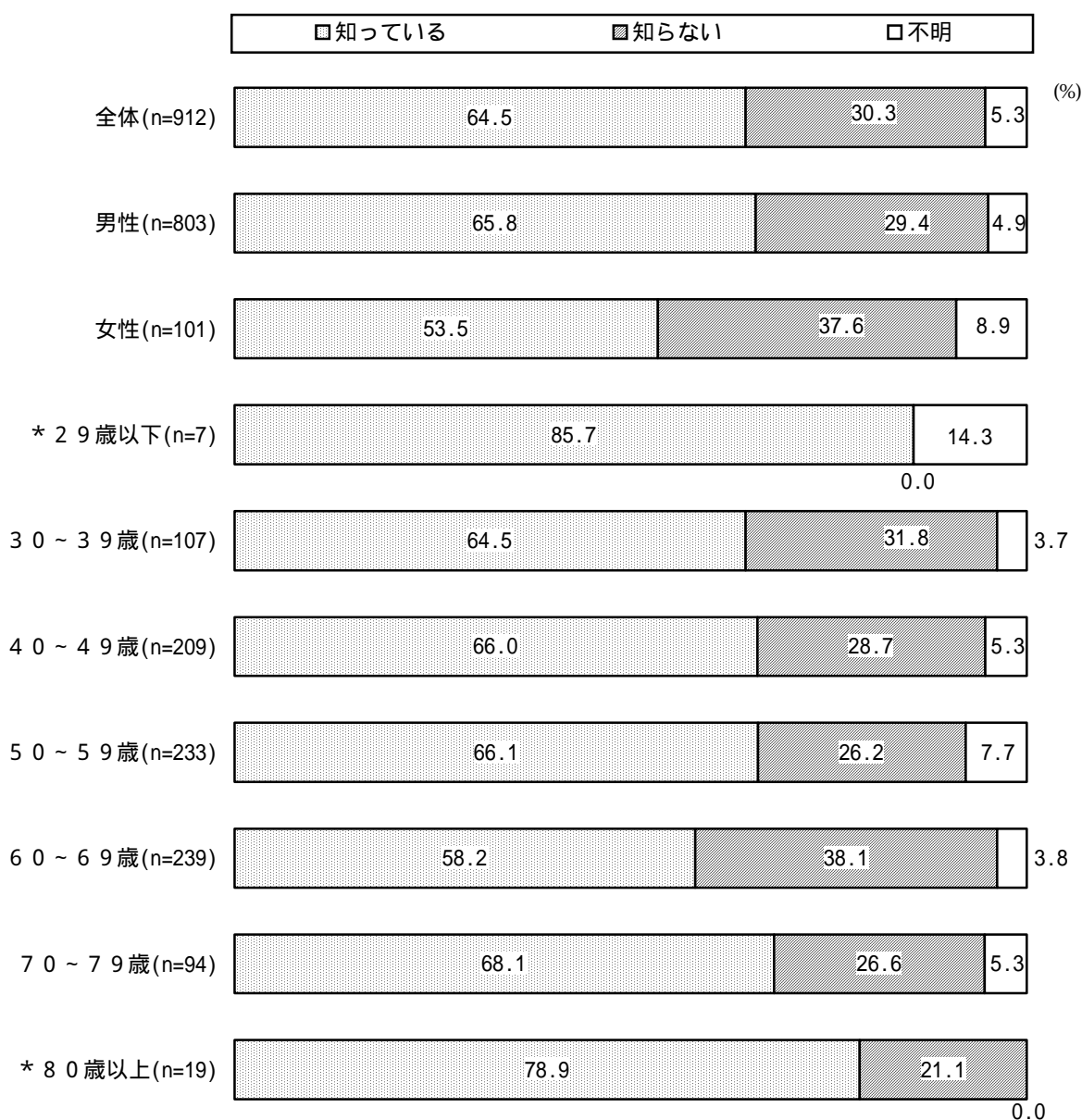
### (3)日本商品先物取引協会の相談・苦情の仲介業務について

日本商品先物取引協会が相談・苦情の仲介業務を行っていることについては、「知っている」が64.5%、「知らない」が30.3%となっている。

性別でみると、「女性」は「知っている」の割合が53.5%と男性と比べてやや少なく、「知らない」が37.6%とやや多くなっている。

年齢別でも、サンプル数の少ない「29歳以下」と「80歳以上」を除き、大きな違いはみられない。(図表45)

図表 45：日本商品先物取引協会の相談・苦情の仲介業務について（全体、性別、年齢別）

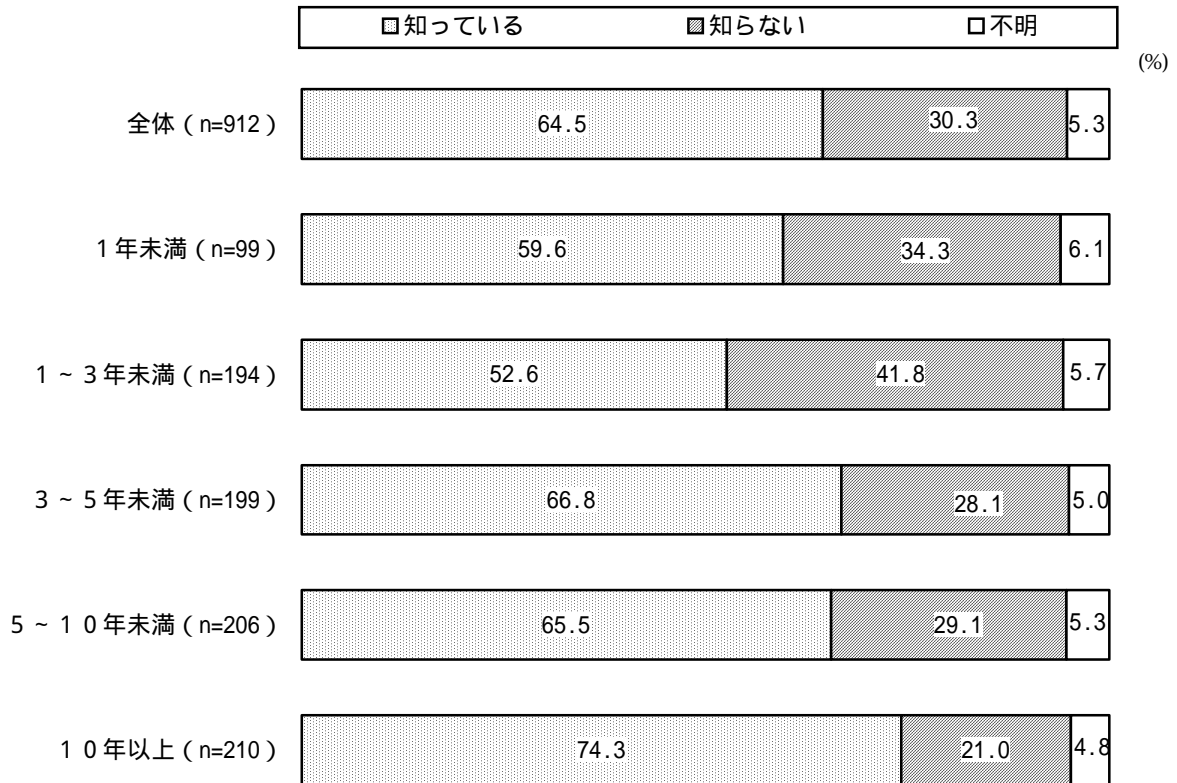


注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

注) 日本商品先物取引協会を「知っている」と回答した委託者 912人が回答。

取引の経験期間（累積）別でみると、「1～3年未満」は「知っている」が52.6%となっているが、「10年以上」では「知っている」が74.3%となっており、経験期間が長くなるほど認知度は高くなる傾向がみられる。（図表46）

図表 46：日本商品先物取引協会の相談・苦情の仲介業務について（取引経験期間（累積）別）



注)日本商品先物取引協会を「知っている」と回答した委託者 912 人が回答。

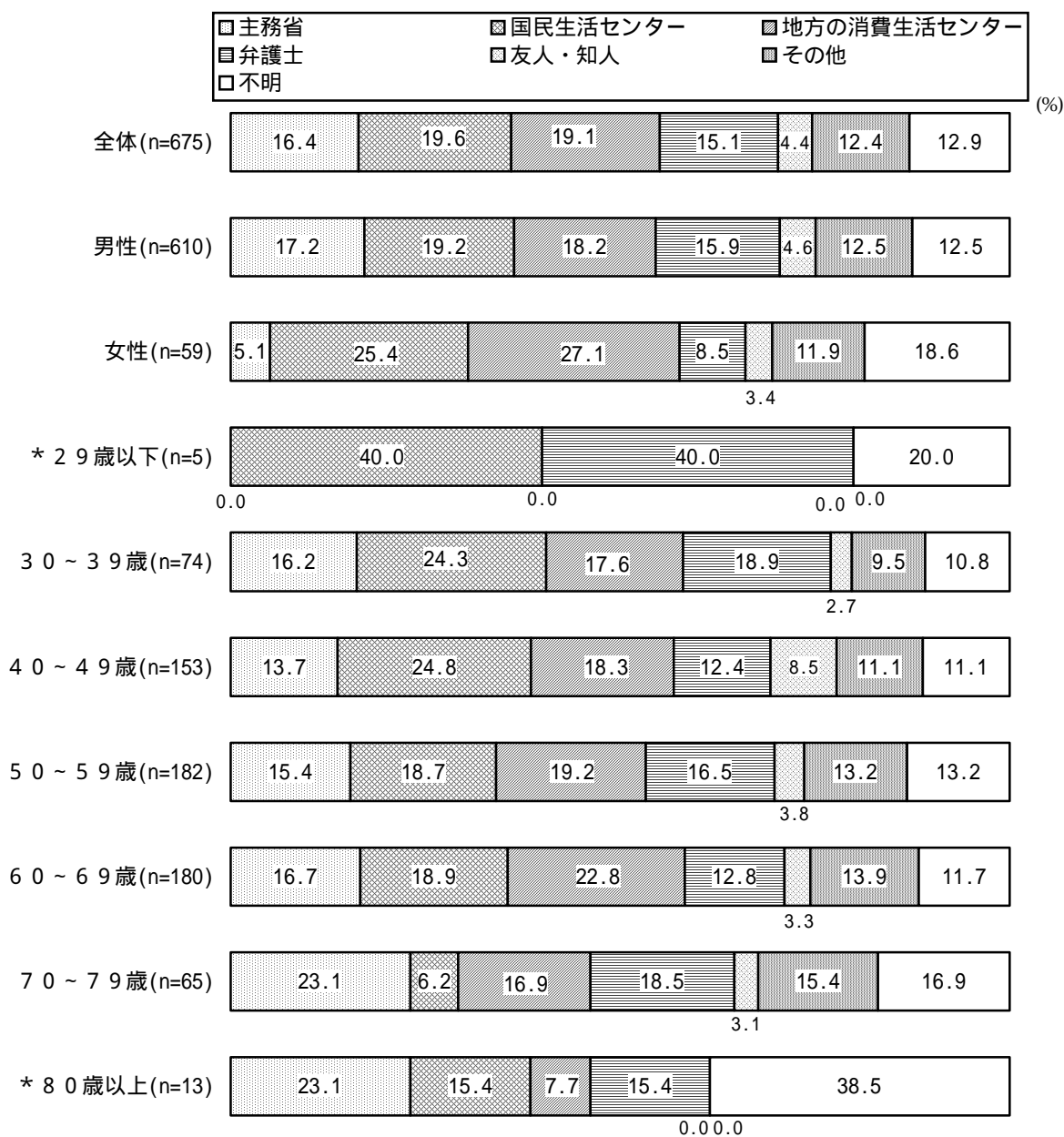
#### (4)相談・苦情の申し立て先について

相談や苦情の申し立て先については、「国民生活センター」(19.6%)が最も多く、次いで「地方の消費生活センター」(19.1%)、「主務省」(16.4%)、「弁護士」(15.1%)となっている。

性別でみると、「女性」は「主務省」(5.1%)と「弁護士」(8.5%)の割合が少なく、「国民生活センター」(25.4%)と「地方の消費生活センター」(27.1%)が多くなっている。

年齢別で大きな違いは見られないが、年齢が上がるほど「国民生活センター」の割合が少なくなる傾向が見られる。(図表 47)

図表 47：相談・苦情の申し立てについて（全体、性別、年齢別）

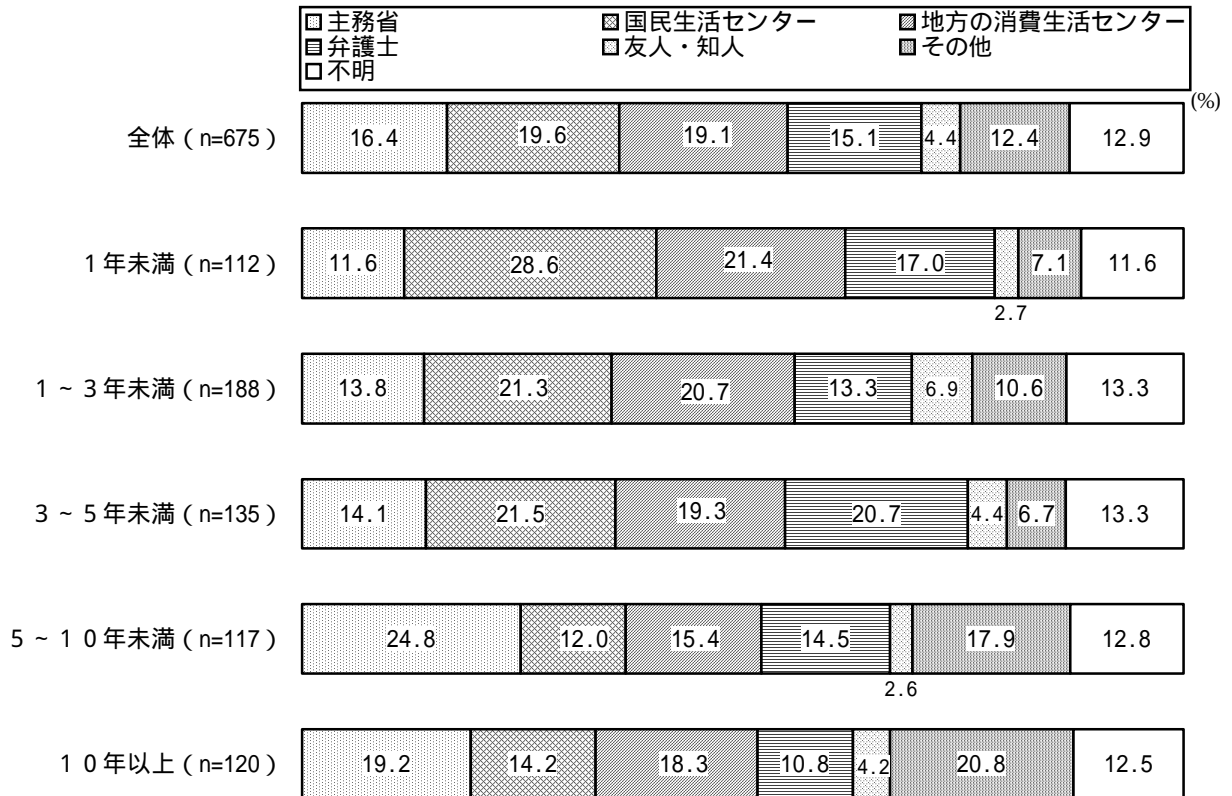


注) 図表中 \* 印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

注) 日本商品先物取引協会を「知らない」と回答した委託者 675 人が回答。

取引の経験期間（累積）別でみると、「1年未満」は「国民生活センター」が28.6%と最も多くなっているが、「10年以上」では14.2%となっている。また、「5～10年未満」では「主務省」が24.8%とやや多くなっている。また、経験期間が長くなるほど「その他」の割合が多くなる傾向が見られる。（図表48）

図表 48：相談・苦情の申し立てについて（取引経験期間（累積）別）



注)日本商品先物取引協会を「知らない」と回答した委託者 675 人が回答。



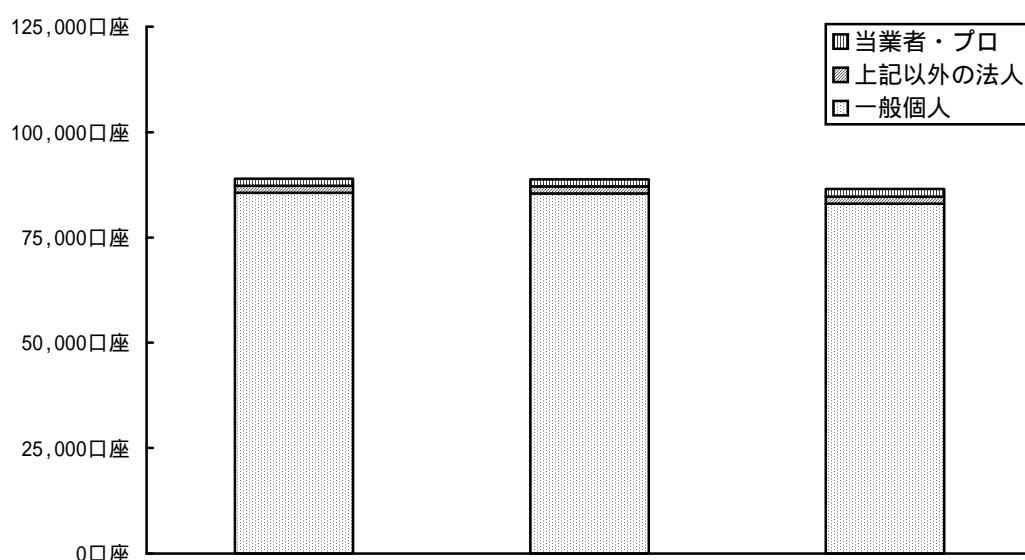
## .商品取引員調査の結果

## -1.取引口座数

平成 19 年から平成 21 年における商品取引員の年初及び新規の口座数と年末の建玉口座数について、「プロ・当業者」、「プロ・当業者以外の法人」、「一般個人」の別に質問している。なお、本調査の時期が年初であったため、平成 21 年の新規口座数と年末の建玉口座数は調査対象外としている。

取引口座数は、平成 19 年初には 88,905 口座あり、平成 20 年初には 88,761 口座、平成 21 年初は 86,516 口座と減少している。新規口座数は、平成 19 年には 43,702 口座あり、平成 20 年は 30,662 口座と減少している。年末の建玉口座数は、平成 19 年には 37,615 口座あり、平成 20 年は 27,251 口座と減少している。(図表 49)

図表 49：取引口座数



		平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年
プロ・当業者	年初の口座数	1,744 口座	1,727 口座	1,837 口座
	新規の口座数	633 口座	750 口座	
	年末の建玉口座数	889 口座	793 口座	
上記以外の法人	年初の口座数	1,661 口座	1,693 口座	1,624 口座
	新規の口座数	749 口座	478 口座	
	年末の建玉口座数	697 口座	587 口座	
一般個人	年初の口座数	85,500 口座	85,341 口座	83,055 口座
	新規の口座数	42,320 口座	29,434 口座	
	年末の建玉口座数	36,029 口座	25,871 口座	
合計	年初の口座数	88,905 口座	88,761 口座	86,516 口座
	新規の口座数	43,702 口座	30,662 口座	
	年末の建玉口座数	37,615 口座	27,251 口座	

注) 「プロ」:「商品取引所法施行規則第 107 条第 1 項第 1 号~6 号として規定される者」

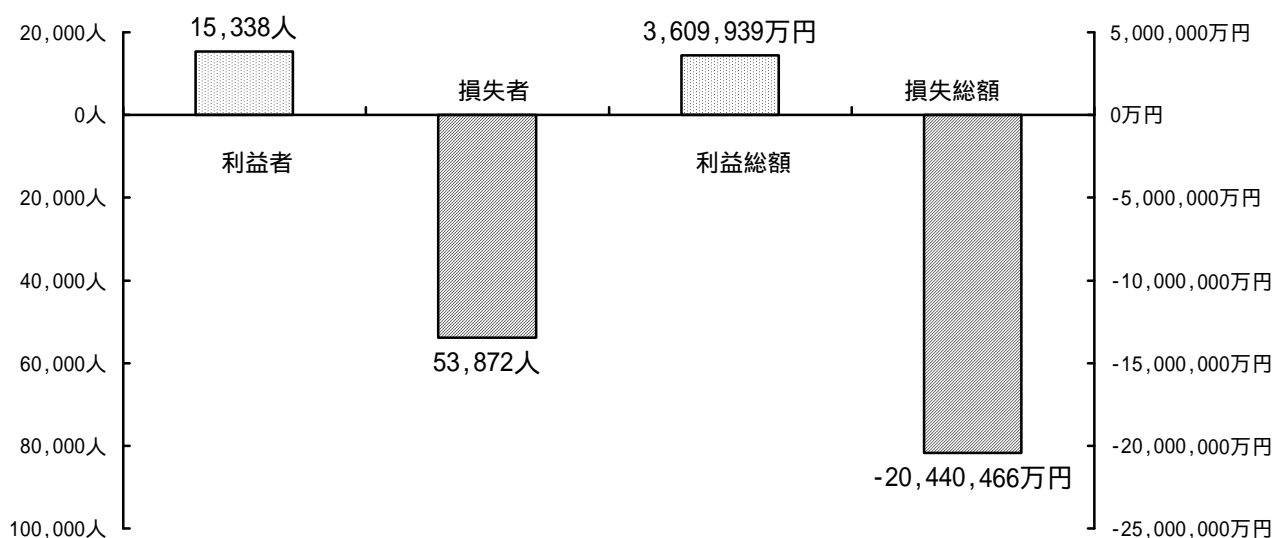
「当業者」:「商品取引所法施行規則第 107 条第 1 項第 7 号として規定される者」



## -2.一般個人の損益状況

平成 20 年の一般個人の損益状況については、利益者が 15,338 人、損失者が 53,872 人となっており、利益者は約 2 割、損失者は約 8 割という結果になっている。また、一人当たり平均利益額は 235 万円、一人当たり平均損失額は 379 万円となっている。(図表 50)

図表 50：一般個人の損益状況



	平成 20 年
利益者数	15,338 人 ( 22% )
利益合計額	361 億円
一人当たり利益額	235 万円
損失者数	53,872 人 ( 78% )
損失合計額	2,044 億円
一人当たり損失額	379 万円
委託者数合計	69,210 人 ( 100% )

注) 損益の計算方法は「売買損益金 + 手数料 + 手数料に係る消費税」。

### -3.登録外務員数

登録外務員数は、平成19年初には8,390名であったのが、平成20年初には6,566名、平成21年初には5,116名と減少している。(図表51)

図表 51 : 登録外務員数

