

平成21年度「商品先物取引に関する実態調査」報告書

2010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 =

I .調査の概要	1
II .委託者調査の結果	5
II -1.回答者の属性	6
II -2.商品先物取引を始めた動機	9
II -3.商品先物取引の経験	10
II -4.商品先物取引の経験期間（累積）	12
II -5.商品先物取引を行った商品	14
II -6.商品先物取引以外に取引経験のある金融商品	16
II -7.取引額の拡大の有無	17
II -8.取引額の拡大時期	18
II -9.取引額拡大の理由	19
II -10.現在の商品取引員と取引をしているきっかけ	20
II -11.現在の商品取引員と取引をしている理由	21
II -12.「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ	24
II -13.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	26
II -14.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	28
II -15.委託手数料について	32
II -16.商品取引員に対する不満	35
II -17.商品取引員からの勧誘について	38
II -18.注文方法について	40
II -19.商品先物取引の判断材料	45
II -20.損失を一定限度内に抑える商品について	47
II -21.日本商品先物取引協会について	48
II -23.商品先物取引についての満足度	56
II -24.商品先物取引法の認知	57
III .商品取引員調査の結果	59
III -1.取引口座数	60
III -2.損益の状況	63
III -3.登録外務員数	66

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か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。

I .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

①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
- ・ 取引額の拡大について
- ・ 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
- ・ 商品先物取引についての満足度
- ・ 商品先物取引法についての認知

②商品取引員アンケート調査

- ・ 取引口座数
- ・ 委託者の損益状況
- ・ 登録外務員数

3.調査対象

①委託者アンケート調査

- ・ 調査対象数 3,742 人
- ・ 抽出方法 無作為抽出による標本調査

②商品取引員アンケート調査

- ・ 調査対象数 39 社
- ・ 抽出方法 全数調査

4.調査時期

①委託者アンケート調査

平成 22 年 1 月 15 日～平成 22 年 2 月 5 日

②商品取引員アンケート調査

平成 21 年 12 月 25 日～平成 22 年 1 月 18 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

①委託者アンケート調査

1,258 名（有効回答のみ。有効回答率 33.6%）

②商品取引員アンケート調査

39 社 （有効回答のみ。有効回答率 100.0%）

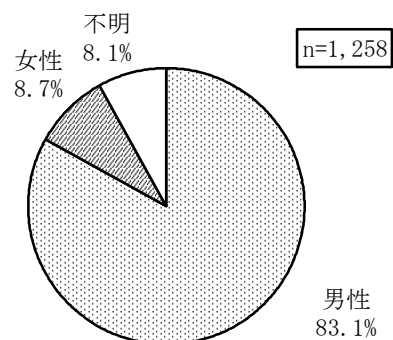
Ⅱ.委託者調査の結果

Ⅱ-1.回答者の属性

(1)性別

性別は、「男性」が 83.1%、「女性」が 8.7% となっている。(図表 1)

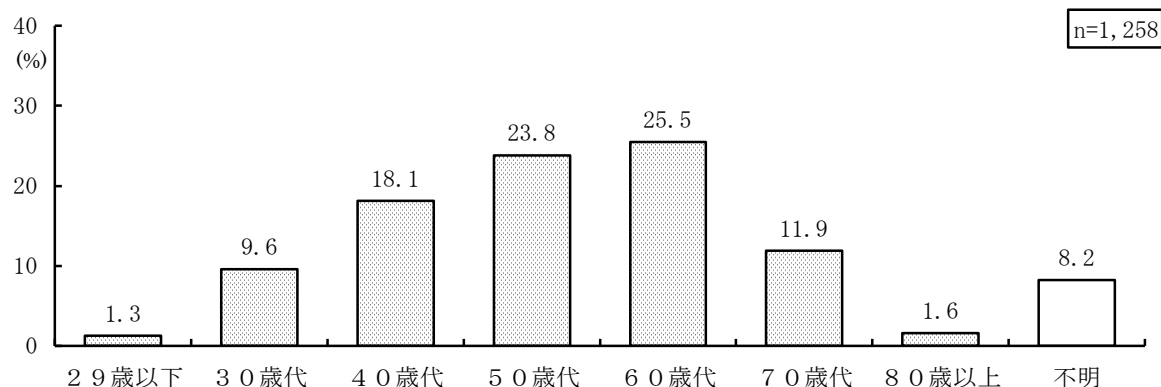
図表 1：回答者の性別



(2)年齢

年齢は、「60 歳代」が 25.5%と最も多く、次いで、「50 歳代」(23.8%)、「40 歳代」(18.1%)となっており、「40 歳代～60 歳代」で全体の 7 割弱を占めている。(図表 2)

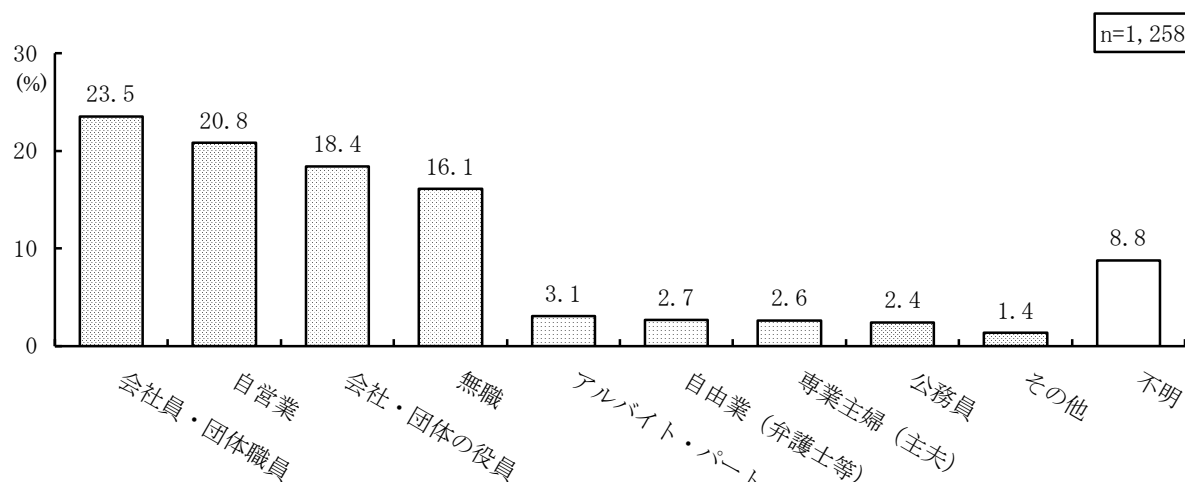
図表 2：年齢



(3)職業

職業は「会社員・団体職員」が 23.5%と最も多くなっている。2 番目に多いのは「自営業」(20.8%)であり、これに「自由業（弁護士等）」(2.7%)を加えると自営業・自由業が 2 割あまりとなる。3 番目に多いのは「会社・団体の役員」(18.4%)で、「無職」(16.1%)が続いている。(図表 3)

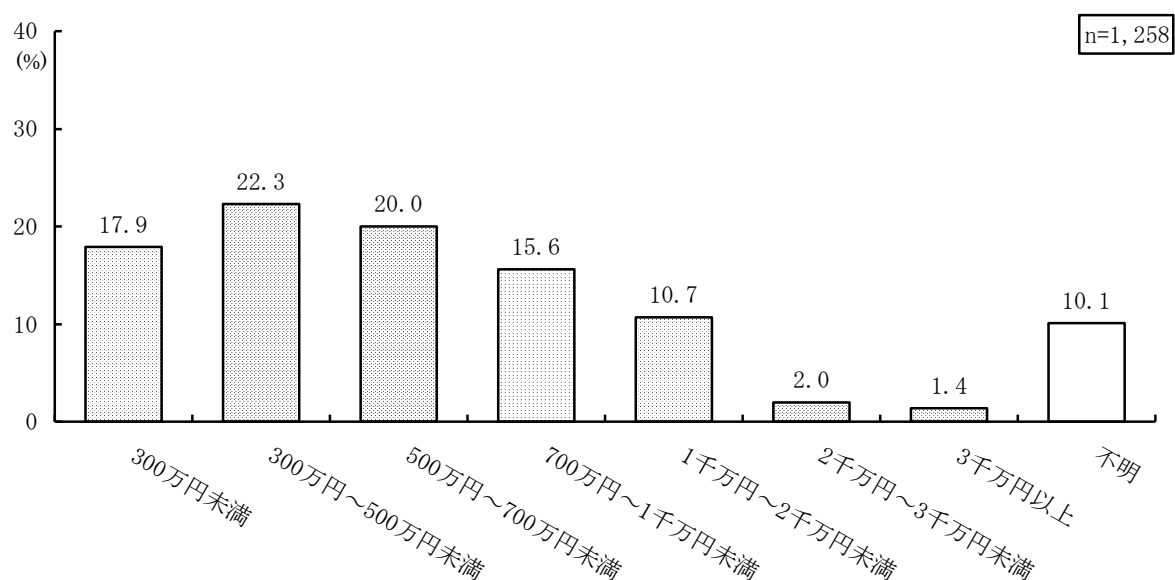
図表 3：職業



(4)年収

年収は「300 万～500 万円未満」が 22.3%と最も多くなっている。次いで「500 万～700 万円未満」(20.0%)が多くなっている。「300 万円未満」(17.9%)を加えると全体の 700 万円未満で全体の約 6 割を占めている。さらに「700 万円～1 千万円未満」(15.6%)を加えると、全体の 7 割以上が 1 千万円未満となっている。(図表 4)

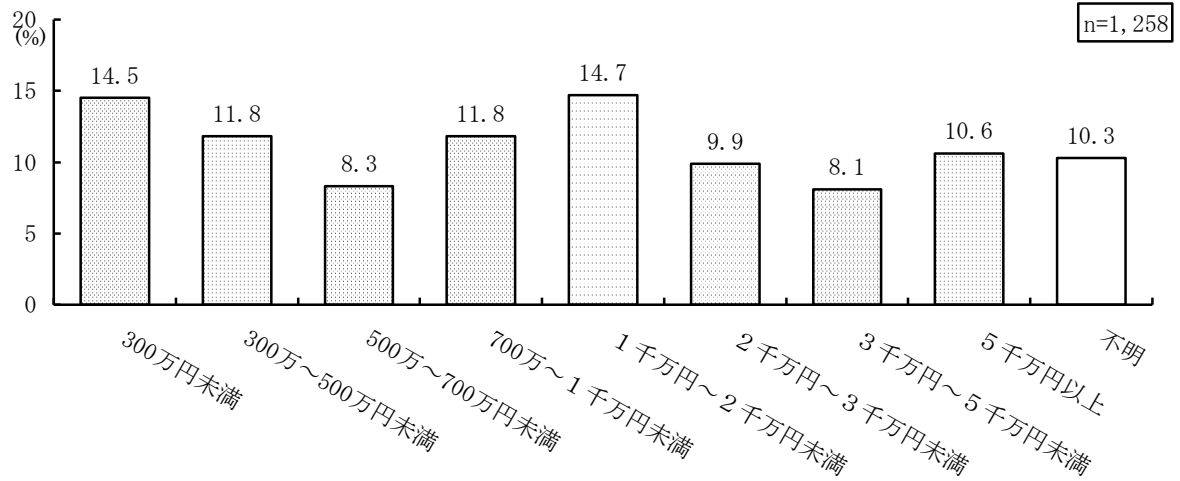
図表 4：年収



(5)保有資産額

保有資産額については、「1千万円～2千万円未満」（14.7%）が最も多くなっている。次いで、「300万円未満」（14.5%）が多くなっている。（図表5）

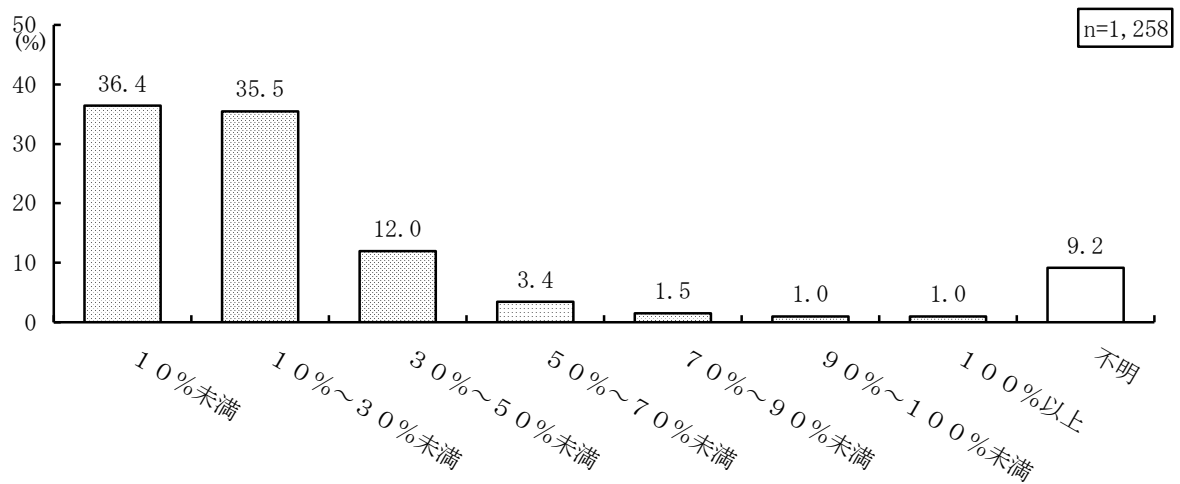
図表 5：保有資産額



(6)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36.4%と最も多くなっている。次いで、「10%～30%未満」（35.5%）が多く、「30%未満」で全体の約7割を占めている。（図表6）

図表 6：投資割合

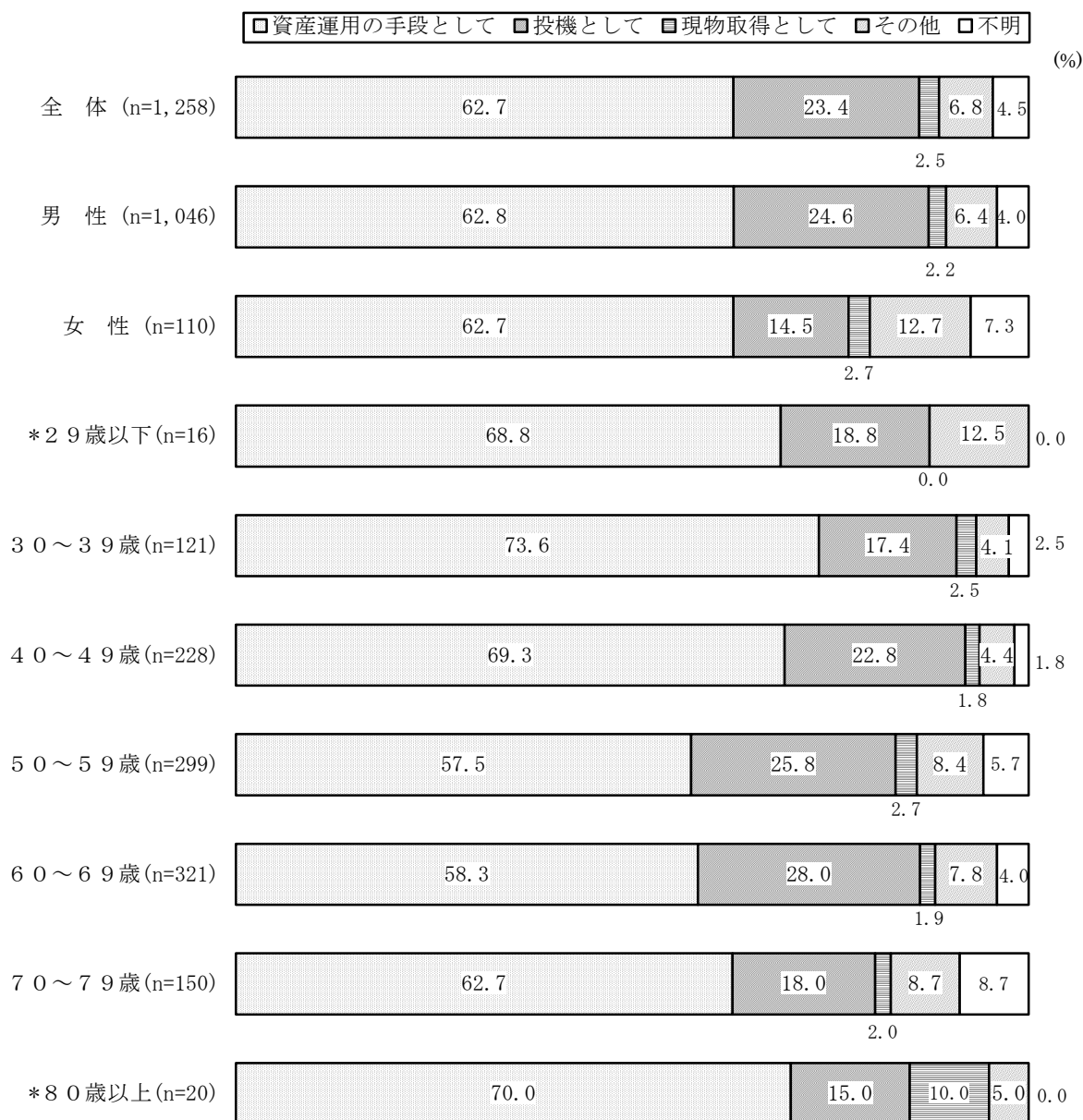


Ⅱ-2.商品先物取引を始めた動機

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 62.7%、「投機として」が 23.4%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 2.5%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 7)

図表 7：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。

Ⅱ-3.商品先物取引の経験

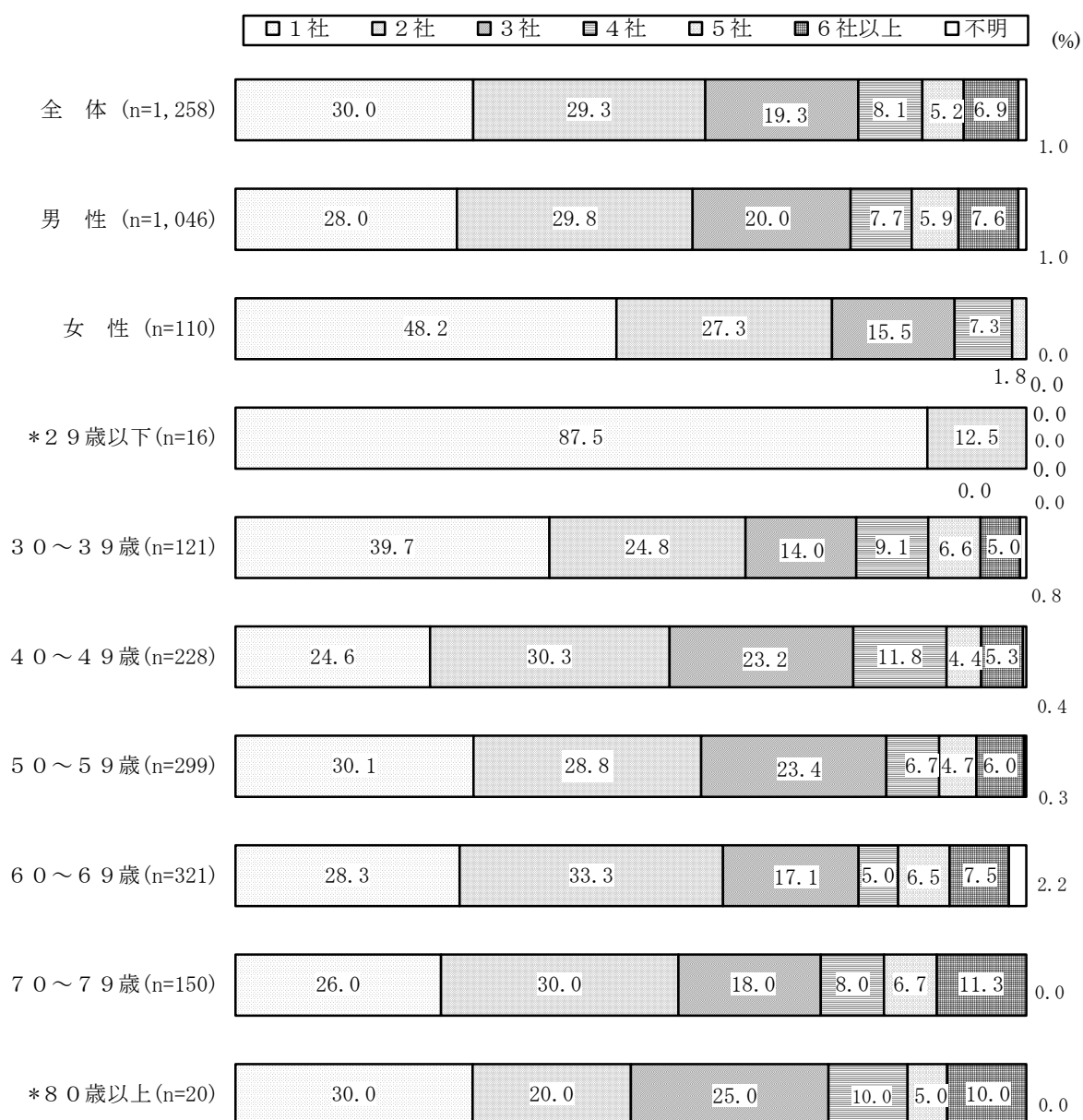
(1)これまでに取引した商品取引員数

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30.0%、「2社」が29.3%となっており、約6割が「2社以下」となっている。

性別でみると、「女性」は「1社」が48.2%と多くなっている。

年齢別でみると、「30歳代」は「1社」が4割弱となっているが、「40歳代以上」は「2社以上」が7割程度を占めている。(図表8)

図表 8：これまでに取引した商品取引員数（全体、性別、年齢別）



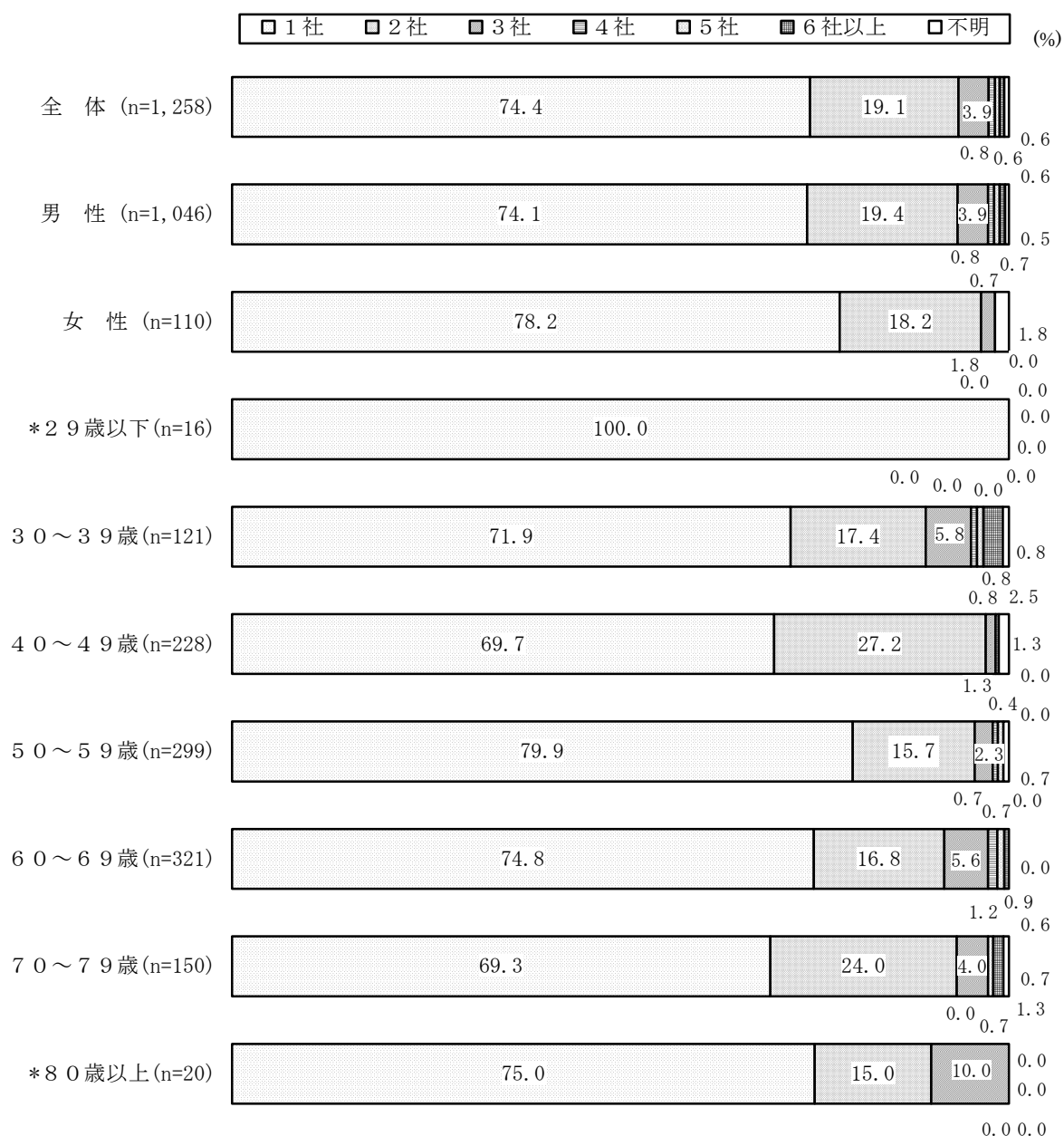
注)図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

(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74.4%、「2社」が19.1%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」が最も多くなっており、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9)

図表9：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。

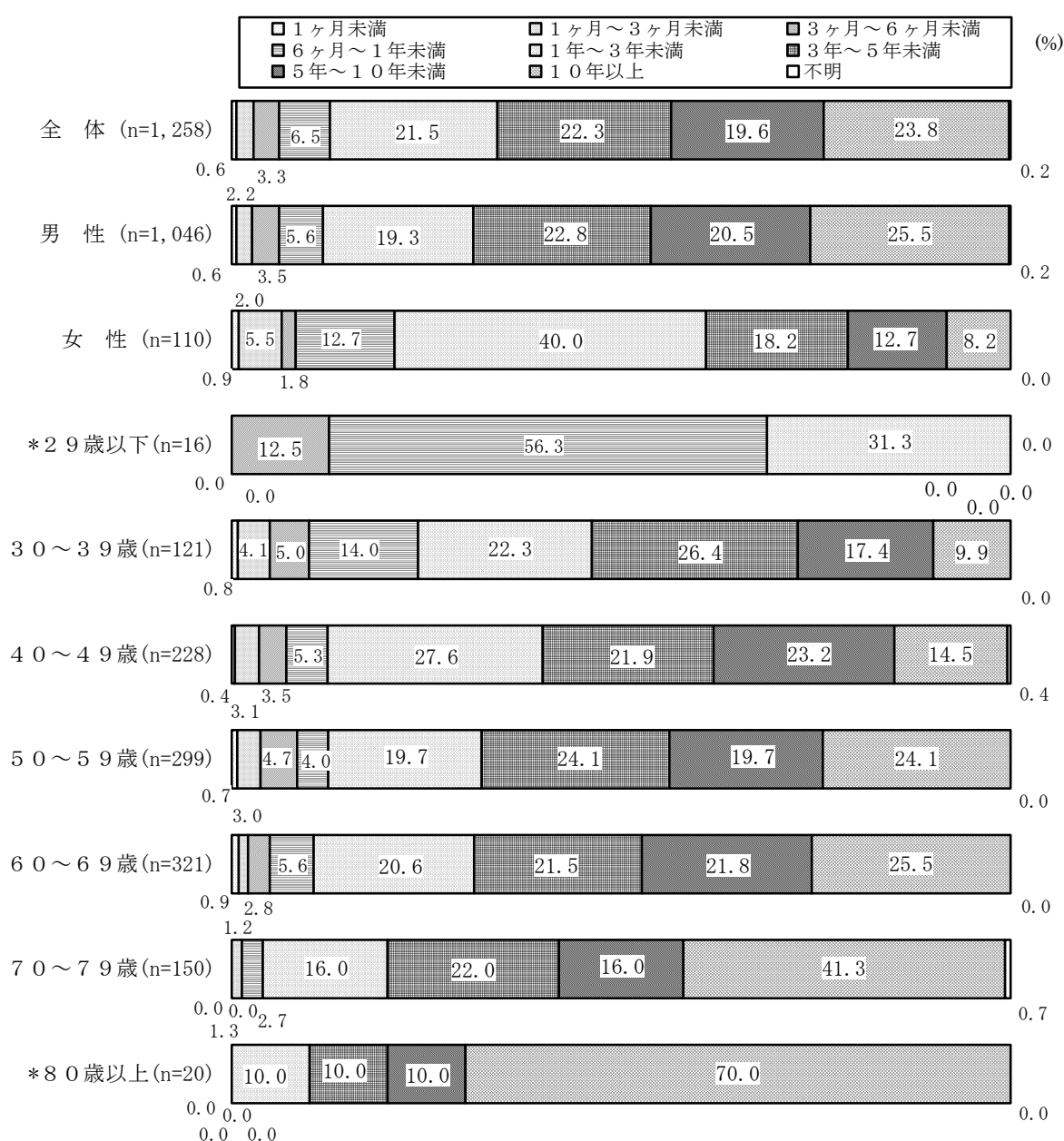
Ⅱ-4.商品先物取引の経験期間(累積)

商品先物取引の経験期間（累積）については、「10 年以上」が 23.8%で最も多くなっており、次いで「3～5 年未満」（22.3%）、「1 年～3 年未満」（21.5%）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 6 割以上を占めている。

性別でみると、「女性」は「1 年未満」が 20.9%と「男性」と比べて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 41.3%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 10）

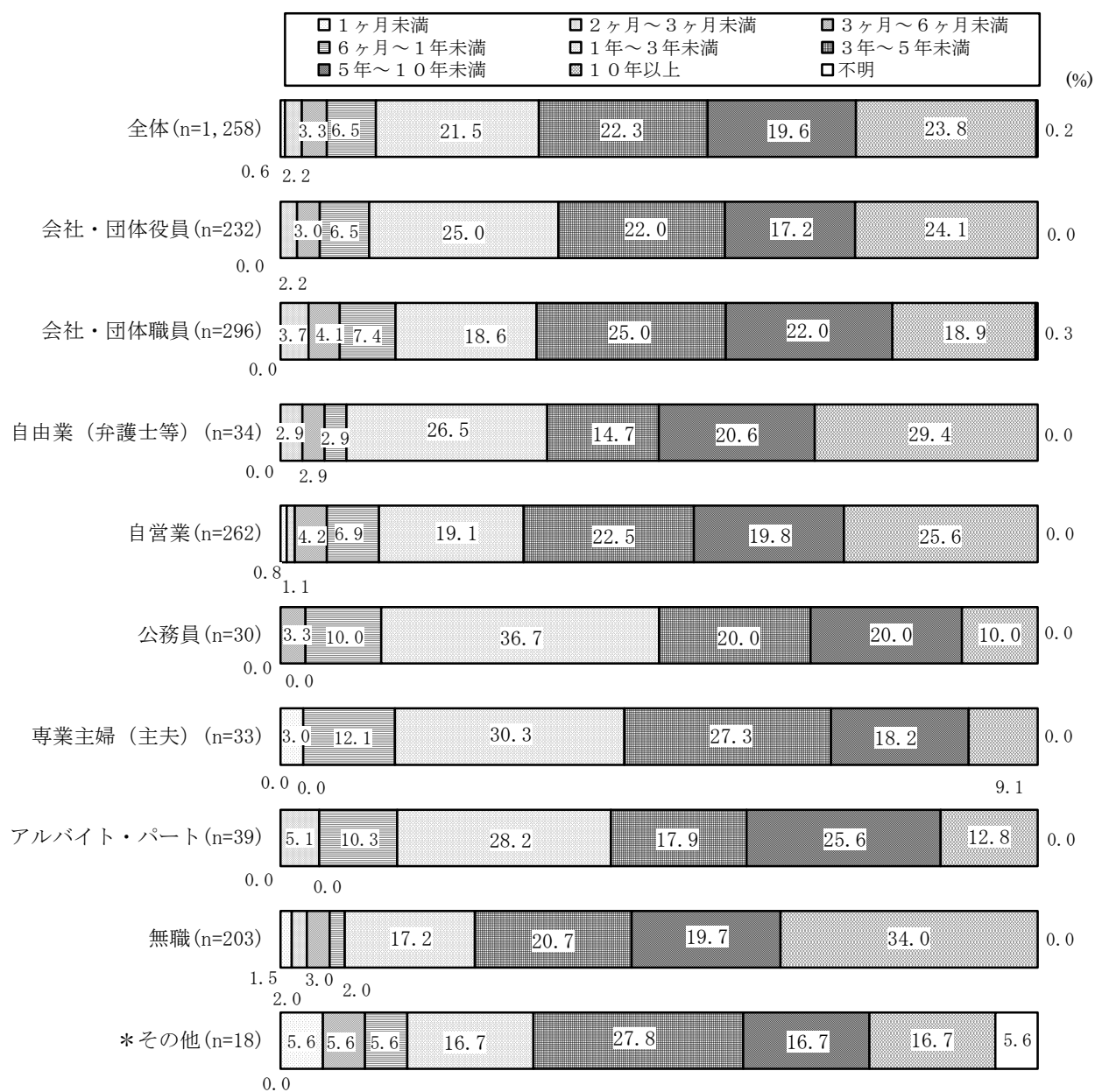
図表 10：商品先物取引の経験期間（全体、性別、年齢別）



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15%を超えており、また「公務員」と「専業主婦（主夫）」は、「1年～3年未満」の割合が3割を占め、3年未満の割合が4割以上となっている。（図表11）

図表 11：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。

Ⅱ-5.商品先物取引を行った商品

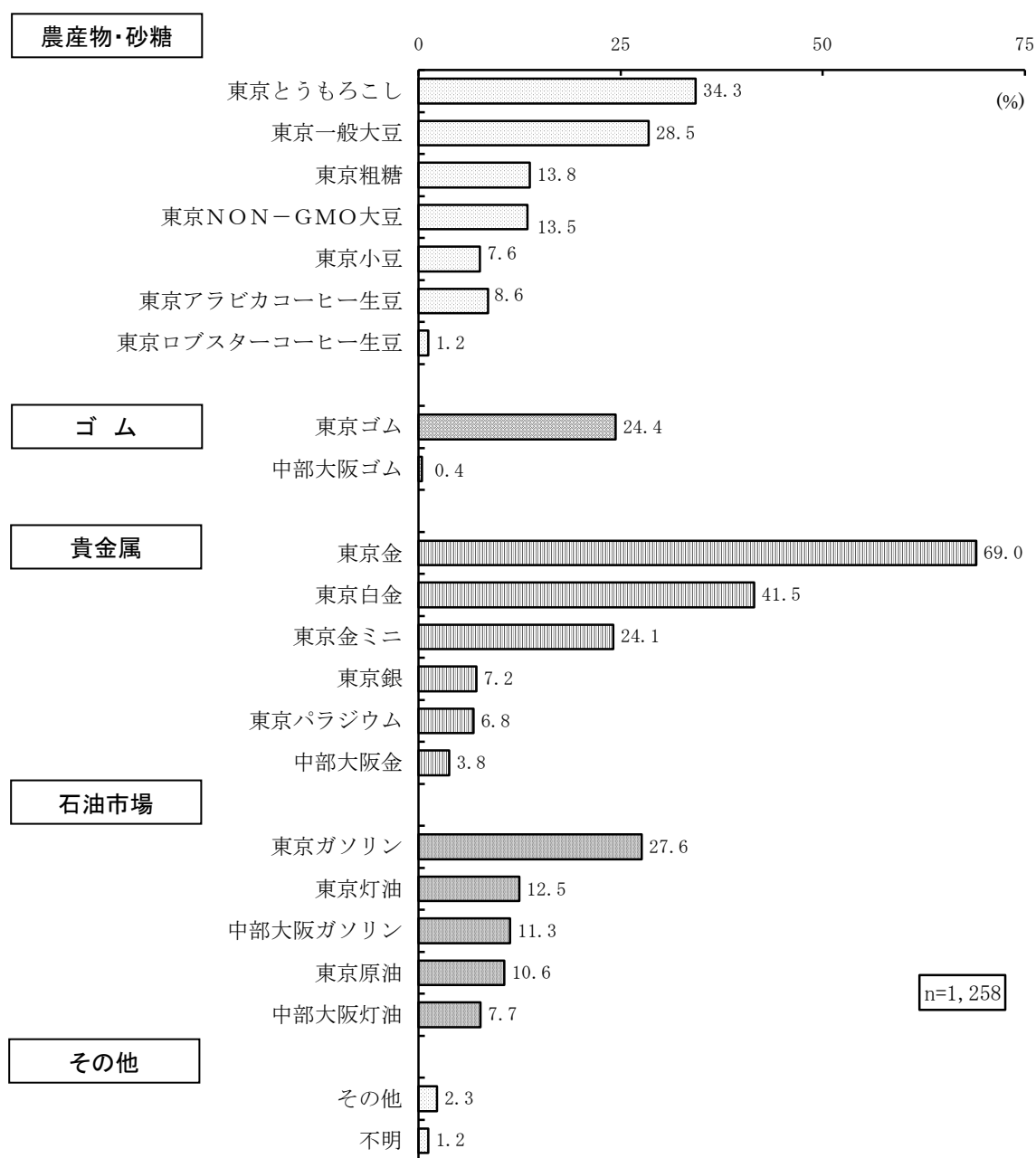
「農産物・砂糖」は「東京とうもろこし」が 34.3%と多くなっている。

「ゴム」は「東京ゴム」が 24.4%と多くなっている。

「貴金属」は「東京金」が 69.0%と、回答者の約 7 割が取引を行っている。また、「東京白金」も 41.5%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 27.6%と多くなっている。(図表 12)

図表 12：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 13)

図表 13：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	東京粗糖	東京NON-GMO大豆	東京小豆	東京アラビカコーヒー生豆	東京ロブスターコーヒー生豆	東京ゴム	中部大阪ゴム
全体 (n=1,258)	432 34.3	359 28.5	174 13.8	170 13.5	96 7.6	108 8.6	15 1.2	307 24.4	5 0.4
男性 (n=1,046)	375 35.9	308 29.4	156 14.9	154 14.7	87 8.3	93 8.9	15 1.4	277 26.5	4 0.4
女性 (n=110)	27 24.5	23 20.9	6 5.5	3 2.7	2 1.8	6 5.5	0 0.0	12 10.9	1 0.9
*29歳以下 (n=16)	3 18.8	2 12.5	3 18.8	2 12.5	0 0.0	2 12.5	1 6.3	2 12.5	0 0.0
30歳代 (n=121)	45 37.2	33 27.3	18 14.9	18 14.9	12 9.9	8 6.6	4 3.3	30 24.8	0 0.0
40歳代 (n=228)	87 38.2	69 30.3	34 14.9	34 14.9	21 9.2	18 7.9	3 1.3	66 28.9	1 0.4
50歳代 (n=299)	92 30.8	84 28.1	38 12.7	34 11.4	14 4.7	26 8.7	1 0.3	65 21.7	2 0.7
60歳代 (n=321)	107 33.3	83 25.9	40 12.5	40 12.5	18 5.6	22 6.9	4 1.2	77 24.0	2 0.6
70歳代 (n=150)	58 38.7	50 33.3	26 17.3	25 16.7	18 12.0	18 12.0	2 1.3	41 27.3	0 0.0
*80歳以上 (n=20)	8 40.0	9 45.0	2 10.0	3 15.0	5 25.0	5 25.0	0 0.0	7 35.0	0 0.0

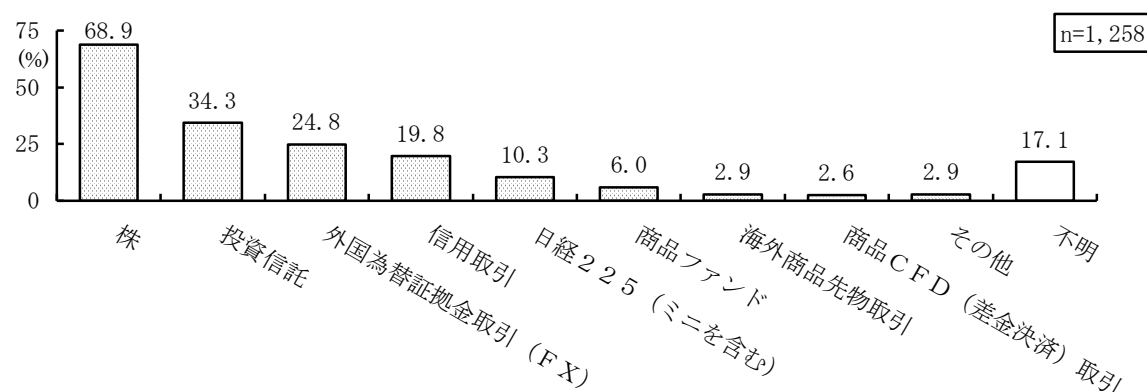
	貴金属						石油市場					その他
	東京金	東京白金	東京金ミニ	東京銀	東京パラジウム	中部大阪金	東京ガソリン	東京灯油	中部大阪ガソリン	東京原油	中部大阪灯油	
全体 (n=1,258)	868 69.0	522 41.5	303 24.1	91 7.2	85 6.8	48 3.8	347 27.6	157 12.5	142 11.3	133 10.6	97 7.7	29 2.3
男性 (n=1,046)	738 70.6	454 43.4	236 22.6	80 7.6	68 6.5	40 3.8	310 29.6	142 13.6	108 10.3	121 11.6	72 6.9	23 2.2
女性 (n=110)	64 58.2	32 29.1	43 39.1	5 4.5	5 4.5	4 3.6	16 14.5	4 3.6	24 21.8	4 3.6	17 15.5	2 1.8
*29歳以下 (n=16)	9 56.3	4 25.0	6 37.5	2 12.5	1 6.3	2 12.5	1 6.3	0 0.0	2 12.5	2 12.5	2 12.5	0 0.0
30歳代 (n=121)	76 62.8	47 38.8	46 38.0	12 9.9	6 5.0	3 2.5	44 36.4	19 15.7	17 14.0	18 14.9	12 9.9	9 7.4
40歳代 (n=228)	167 73.2	102 44.7	73 32.0	17 7.5	9 3.9	14 6.1	76 33.3	31 13.6	32 14.0	29 12.7	20 8.8	8 3.5
50歳代 (n=299)	204 68.2	116 38.8	65 21.7	19 6.4	17 5.7	14 4.7	80 26.8	35 11.7	42 14.0	29 9.7	29 9.7	4 1.3
60歳代 (n=321)	221 68.8	147 45.8	70 21.8	19 5.9	24 7.5	10 3.1	84 26.2	39 12.1	28 8.7	28 8.7	19 5.9	3 0.9
70歳代 (n=150)	111 74.0	61 40.7	18 12.0	13 8.7	14 9.3	1 0.7	37 24.7	19 12.7	10 6.7	17 11.3	6 4.0	1 0.7
*80歳以上 (n=20)	13 65.0	8 40.0	1 5.0	2 10.0	0 0.0	0 0.0	4 20.0	3 15.0	0 0.0	1 5.0	0 0.0	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。

Ⅱ-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68.9%と最も多くなっている。次いで、「投資信託」(34.3%)、「外国為替証拠金取引 (FX)」(24.8%)となっている。(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（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70.5%、「女性」の60.0%を約10ポイント上回っている。

年齢別でても、「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。これに対して「外国為替証拠金取引 (FX)」は比較的低い年齢層で多くなっている。(図表 15)

図表 15：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 (FX)	信用取引	日経225 (ミニを含む)	商品ファンド	海外商品先物取引	商品CFD (差金決済) 取引	その他	不明
全体 (n=1,258)	867 68.9	432 34.3	312 24.8	249 19.8	129 10.3	76 6.0	37 2.9	33 2.6	37 2.9	215 17.1
男性 (n=1,046)	737 70.5	358 34.2	260 24.9	218 20.8	114 10.9	63 6.0	31 3.0	29 2.8	33 3.2	169 16.2
女性 (n=110)	66 60.0	38 34.5	27 24.5	14 12.7	6 5.5	7 6.4	4 3.6	2 1.8	2 1.8	25 22.7
*29歳以下 (n=16)	11 68.8	4 25.0	7 43.8	2 12.5	4 25.0	0 0.0	0 0.0	2 12.5	0 0.0	0 0.0
30歳代 (n=121)	71 58.7	34 28.1	43 35.5	25 20.7	25 20.7	8 6.6	5 4.1	10 8.3	7 5.8	33 27.3
40歳代 (n=228)	127 55.7	66 28.9	63 27.6	36 15.8	28 12.3	19 8.3	4 1.8	4 1.8	6 2.6	55 24.1
50歳代 (n=299)	209 69.9	107 35.8	77 25.8	54 18.1	28 9.4	25 8.4	9 3.0	10 3.3	8 2.7	50 16.7
60歳代 (n=321)	243 75.7	117 36.4	69 21.5	70 21.8	28 8.7	12 3.7	10 3.1	5 1.6	10 3.1	38 11.8
70歳代 (n=150)	123 82.0	59 39.3	24 16.0	39 26.0	7 4.7	5 3.3	7 4.7	1 0.7	4 2.7	16 10.7
*80歳以上 (n=20)	18 90.0	10 50.0	3 15.0	7 35.0	1 5.0	1 5.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 5.0

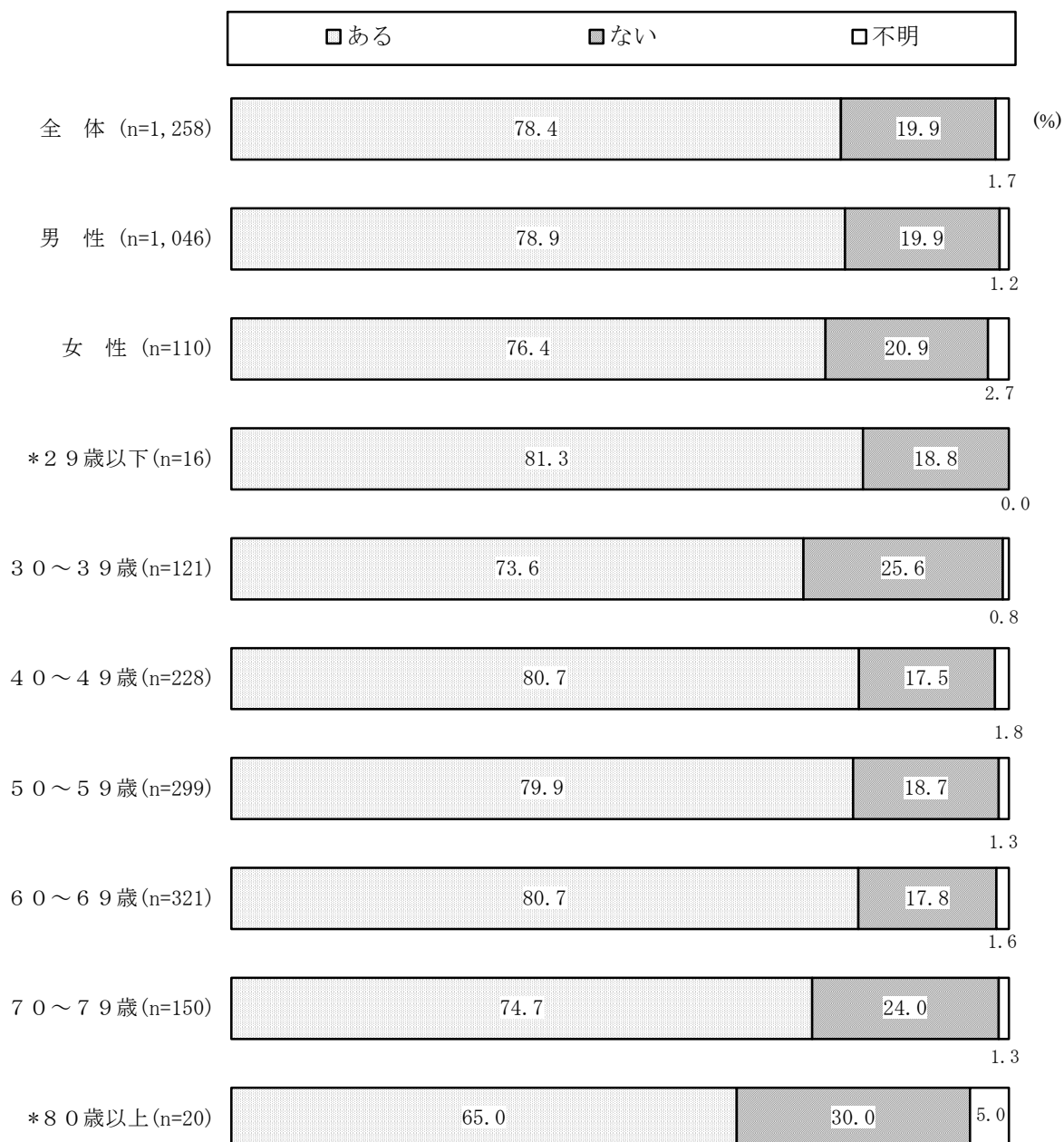
注) 図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-7.取引額の拡大の有無

取引開始後に取引額を拡大したかどうかについて、「ある」が 78.4%、「ない」が 19.9%となっており、ほぼ 8 割が取引を拡大している。

性別、年齢別でみてもいずれの属性も 7 割以上が取引額を拡大しており、取引開始後に取引拡大をしている割合が高い。(図表 16)

図表 16：取引額の拡大の有無（全体、性別、年齢別）



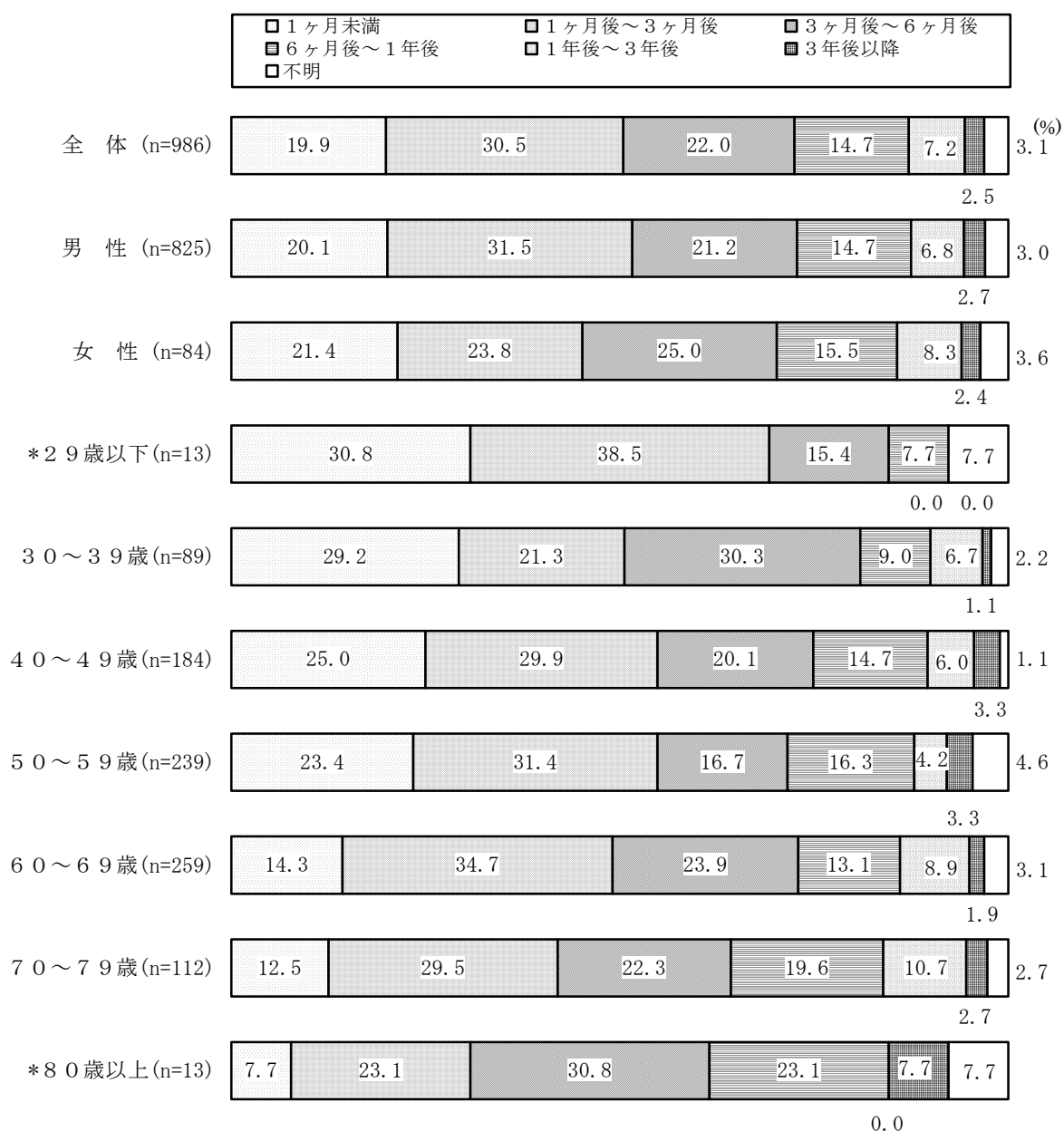
注)図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-8.取引額の拡大時期

取引開始後に取引額を拡大した対象者に対して、取引経過後どの程度の期間で取引額を拡大したかを質問している。その結果をみると、「1ヶ月～3ヶ月後」が30.5%で最も多くなっている。これに次いで「3ヶ月後～6ヶ月後」(22.0%)、「1ヶ月未満」(19.9%)の割合が多く、取引開始後3ヶ月までに半数が、6ヶ月までに7割以上が取引額を拡大している。

性別では大きな差は見られないものの、年齢別では「30歳代」で8割以上が6ヶ月以内に預託金を追加しているなど年齢が低い層で早期に取引額を拡大している割合が高い。(図表17)

図表 17：取引額の拡大の時期（全体、性別、年齢別）

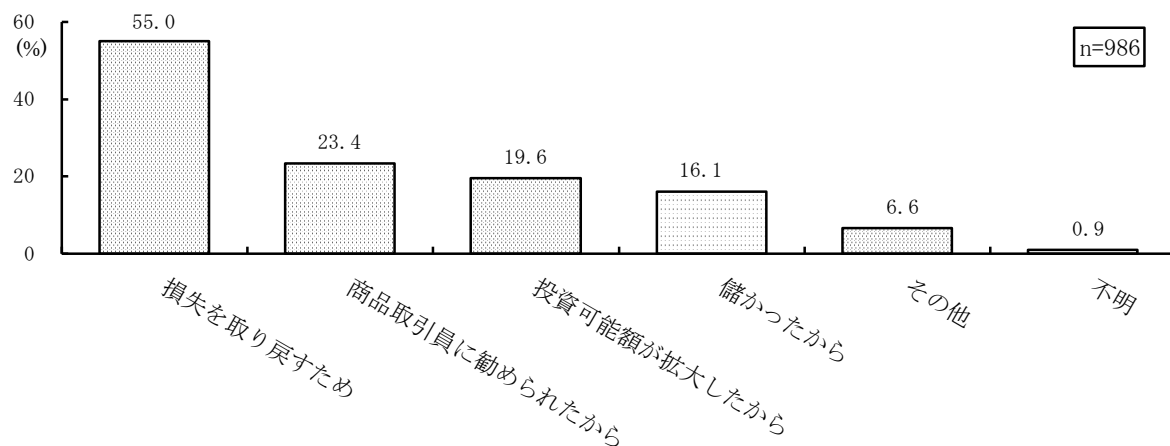


注) 図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-9.取引額拡大の理由

取引開始後に取引額を拡大した対象者に対して、その理由について質問している。その結果をみると、「損失を取り戻すため」が55.0%で最も多くなっている。(図表18)

図表 18：取引額の拡大理由（全体）



性別、年齢別でも「損失を取り戻すため」の割合が多くなっており、大きな違いは見られない。(図表19)

図表 19：取引額の拡大理由（性別、年齢別）【複数回答】

(上段実数／下段%)

	損失を取り戻すため	商品取引員 (外務員等) に勧められたから	投資可能額が 拡大したから	儲かったから	その他	不明
全体 (n=986)	542 55.0	231 23.4	193 19.6	159 16.1	65 6.6	9 0.9
男性 (n=825)	449 54.4	191 23.2	168 20.4	134 16.2	54 6.5	7 0.8
女性 (n=84)	46 54.8	24 28.6	10 11.9	14 16.7	4 4.8	2 2.4
*29歳以下 (n=13)	7 53.8	4 30.8	3 23.1	2 15.4	0 0.0	0 0.0
30歳代 (n=89)	45 50.6	10 11.2	17 19.1	21 23.6	8 9.0	0 0.0
40歳代 (n=184)	84 45.7	47 25.5	36 19.6	33 17.9	18 9.8	1 0.5
50歳代 (n=239)	136 56.9	63 26.4	36 15.1	38 15.9	13 5.4	3 1.3
60歳代 (n=259)	152 58.7	62 23.9	59 22.8	39 15.1	12 4.6	2 0.8
70歳代 (n=112)	67 59.8	26 23.2	22 19.6	15 13.4	6 5.4	3 2.7
*80歳以上 (n=13)	4 30.8	3 23.1	5 38.5	0 0.0	1 7.7	0 0.0

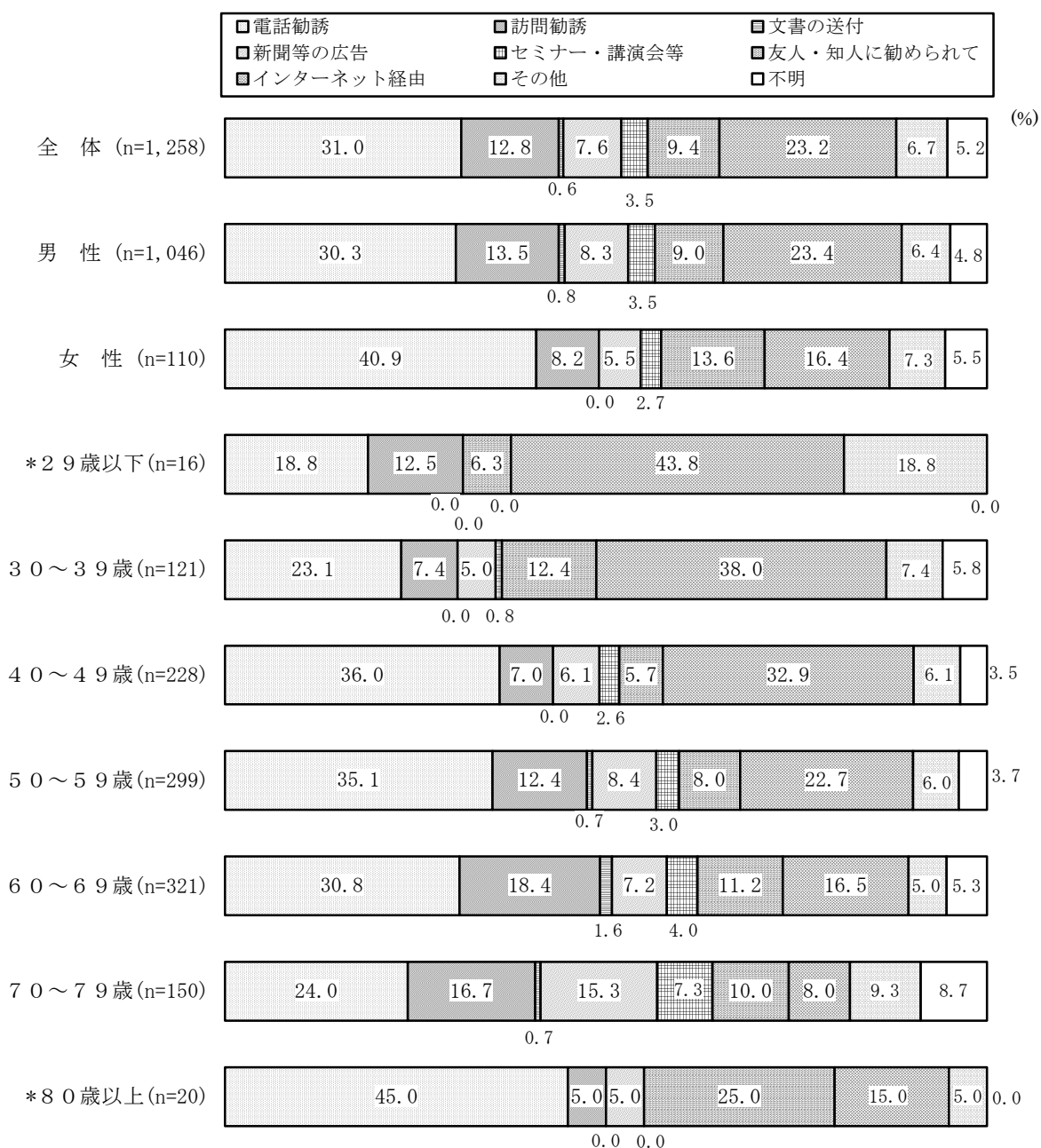
注) 図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-10.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 31.0%、「訪問勧誘を受けて」が 12.8%となっており、4 割以上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「インターネットを経由して」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 20)

図表 20：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）

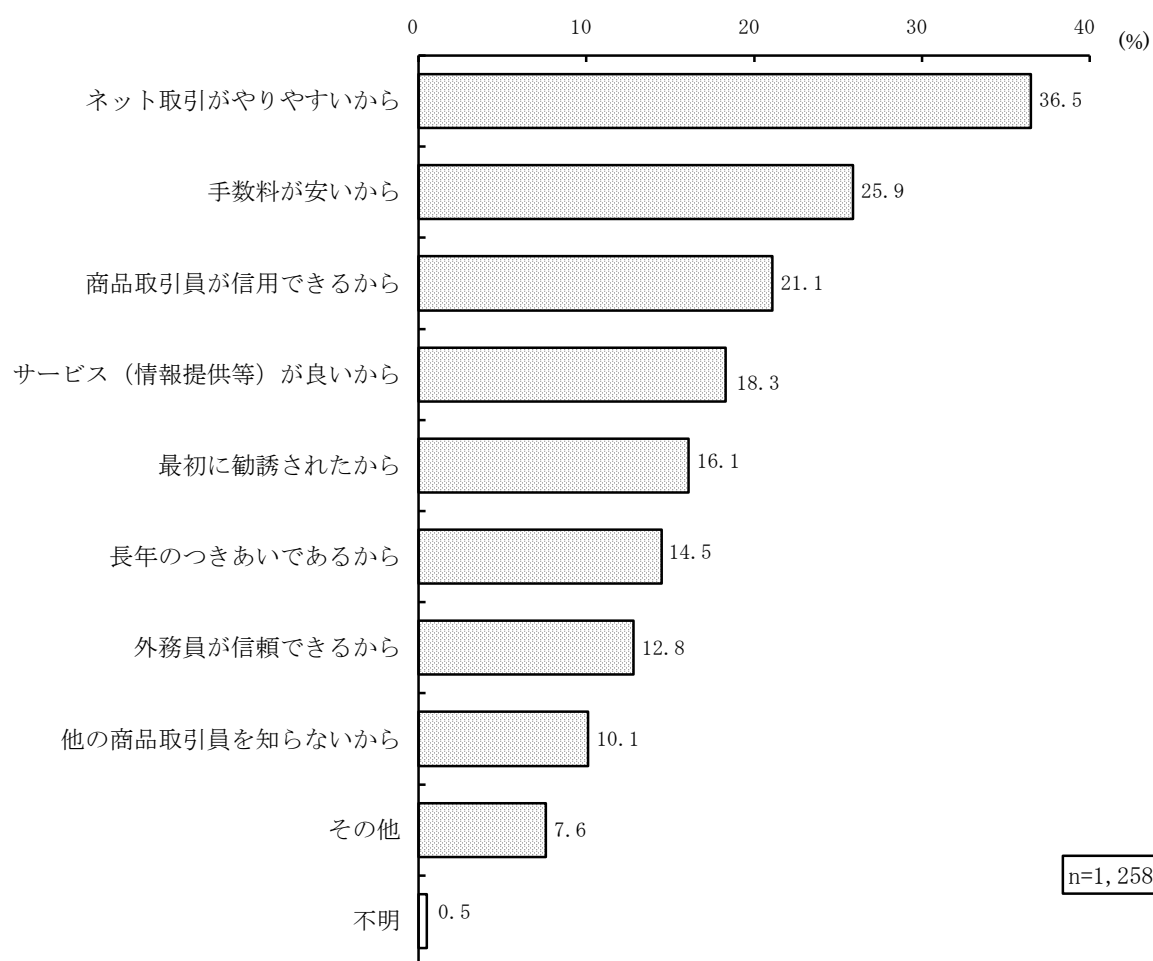


注) 図表中*印のついた年齢層(29 歳以下、80 歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-11.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36.5%と最も多い。次いで、「手数料が安いから」(25.9%)、「商品取引員が信用できるから」(21.1%)となっている。(図表 21)

図表 21：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」(37.5%)と「手数料が安いから」(26.7%)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」(28.2%)と「他の商品取引員を知らないから」(17.3%)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 22)

図表 22：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	商品取引員が信用できるから	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	外務員が信頼できるから	他の商品取引員を知らないから	その他	不明
全体 (n=1,258)	459 36.5	326 25.9	266 21.1	230 18.3	203 16.1	182 14.5	161 12.8	127 10.1	96 7.6	6 0.5
男性 (n=1,046)	392 37.5	279 26.7	210 20.1	194 18.5	155 14.8	154 14.7	128 12.2	97 9.3	83 7.9	5 0.5
女性 (n=110)	31 28.2	21 19.1	30 27.3	18 16.4	31 28.2	13 11.8	20 18.2	19 17.3	8 7.3	1 0.9
*29歳以下 (n=16)	6 37.5	6 37.5	3 18.8	3 18.8	2 12.5	0 0.0	1 6.3	1 6.3	2 12.5	0 0.0
30歳代 (n=121)	58 47.9	46 38.0	25 20.7	22 18.2	13 10.7	4 3.3	11 9.1	11 9.1	9 7.4	1 0.8
40歳代 (n=228)	113 49.6	80 35.1	32 14.0	41 18.0	30 13.2	24 10.5	30 13.2	23 10.1	19 8.3	1 0.4
50歳代 (n=299)	112 37.5	77 25.8	65 21.7	52 17.4	47 15.7	38 12.7	41 13.7	27 9.0	32 10.7	1 0.3
60歳代 (n=321)	94 29.3	54 16.8	65 20.2	65 20.2	70 21.8	54 16.8	46 14.3	33 10.3	24 7.5	3 0.9
70歳代 (n=150)	37 24.7	37 24.7	41 27.3	26 17.3	20 13.3	40 26.7	14 9.3	19 12.7	5 3.3	0 0.0
*80歳以上 (n=20)	4 20.0	0 0.0	8 40.0	3 15.0	4 20.0	6 30.0	5 25.0	1 5.0	0 0.0	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「最初に勧誘されたから」がやや多くなっている。また、「新聞・雑誌等の広告を見て」では、「ネット取引がやりやすいから」が高くなっている。「インターネットを経由して」は、「ネット取引がやりやすいから」(76.4%)、「手数料が安いから」(57.5%)が多くなっている。(図表 23)

図表 23：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	商品取引員が信用できるから	サービス（情報提供等）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	外務員が信頼できるから	他の商品取引員を知らないから	その他	不明
全体 (n=1,258)	459 36.5	326 25.9	266 21.1	230 18.3	203 16.1	182 14.5	161 12.8	127 10.1	96 7.6	6 0.5
電話勧誘を受けて (n=390)	67 17.2	38 9.7	99 25.4	81 20.8	108 27.7	62 15.9	68 17.4	51 13.1	29 7.4	2 0.5
訪問勧誘を受け (n=161)	31 19.3	18 11.2	32 19.9	17 10.6	46 28.6	29 18.0	20 12.4	27 16.8	14 8.7	1 0.6
*文書の送付を受けて (n=8)	1 12.5	1 12.5	4 50.0	2 25.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	1 12.5	2 25.0	0 0.0
新聞・雑誌等の広告を見て (n=96)	46 47.9	32 33.3	19 19.8	20 20.8	3 3.1	18 18.8	9 9.4	8 8.3	7 7.3	0 0.0
*セミナー、講演会等 に出席して(n=44)	14 31.8	13 29.5	15 34.1	15 34.1	8 18.2	9 20.5	9 20.5	7 15.9	1 2.3	0 0.0
友人・知人に勧められて (n=118)	31 26.3	18 15.3	32 27.1	16 13.6	11 9.3	25 21.2	25 21.2	15 12.7	8 6.8	1 0.8
インターネットを経由して (n=292)	223 76.4	168 57.5	29 9.9	54 18.5	4 1.4	10 3.4	6 2.1	7 2.4	13 4.5	0 0.0
その他 (n=84)	22 26.2	16 19.0	22 26.2	10 11.9	8 9.5	15 17.9	9 10.7	8 9.5	18 21.4	0 0.0

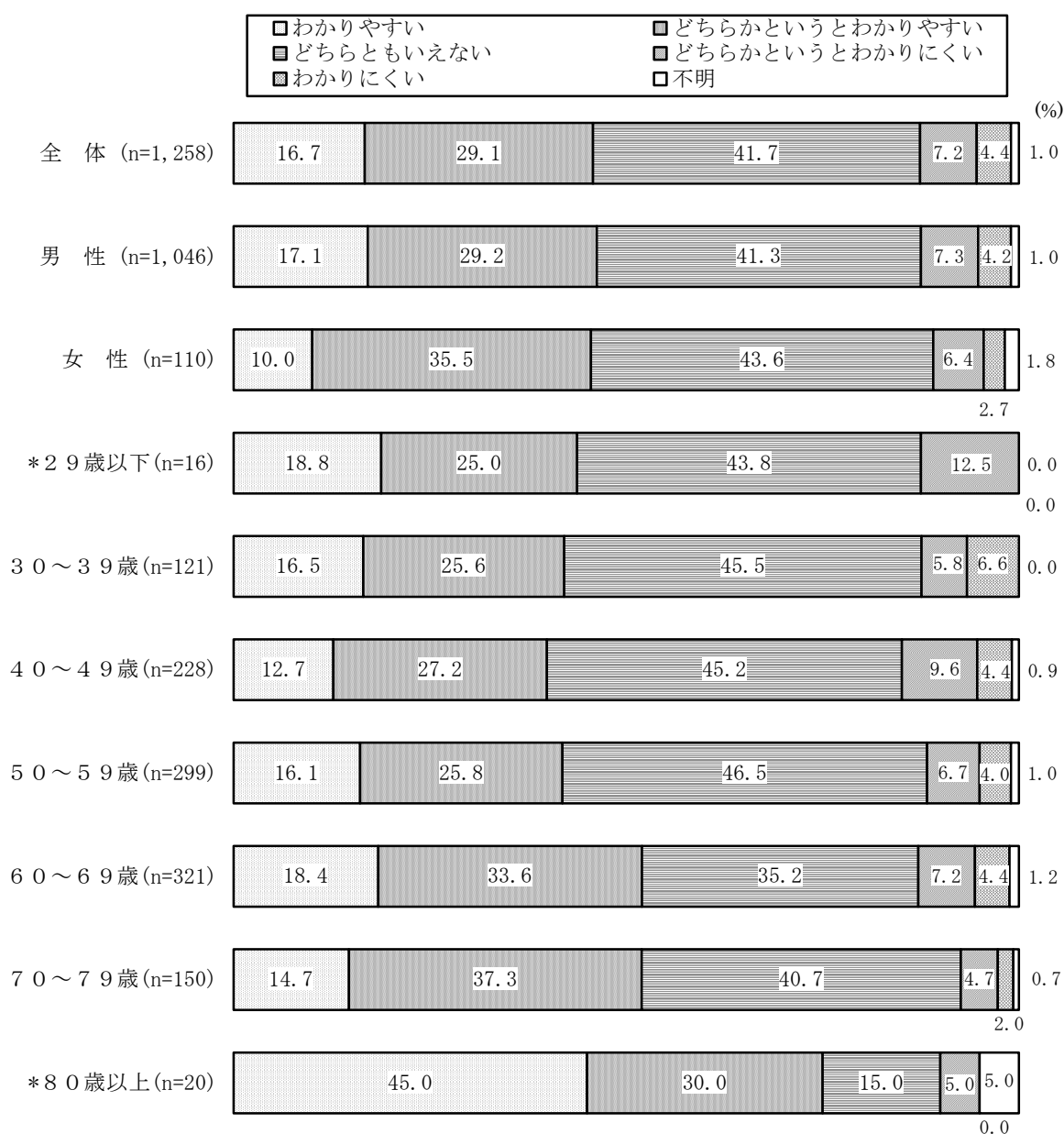
注) 図表中*印のついた「文書の送付を受けて」と「セミナー・講演会等に出席して」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-12.「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 16.7%、「どちらかというわかりやすい」が 29.1%となっており、わかりやすいとする割合は合計で 5 割弱となっている。これに対して、「わかりにくい」は 4.4%、「どちらかというわかりにくい」が 7.2%となっており、合計すると 1 割あまり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、「60 歳代」と「70 歳代」では「わかりやすい」と「どちらかといえばわかりやすい」の合計が過半数となっている。(図表 24)

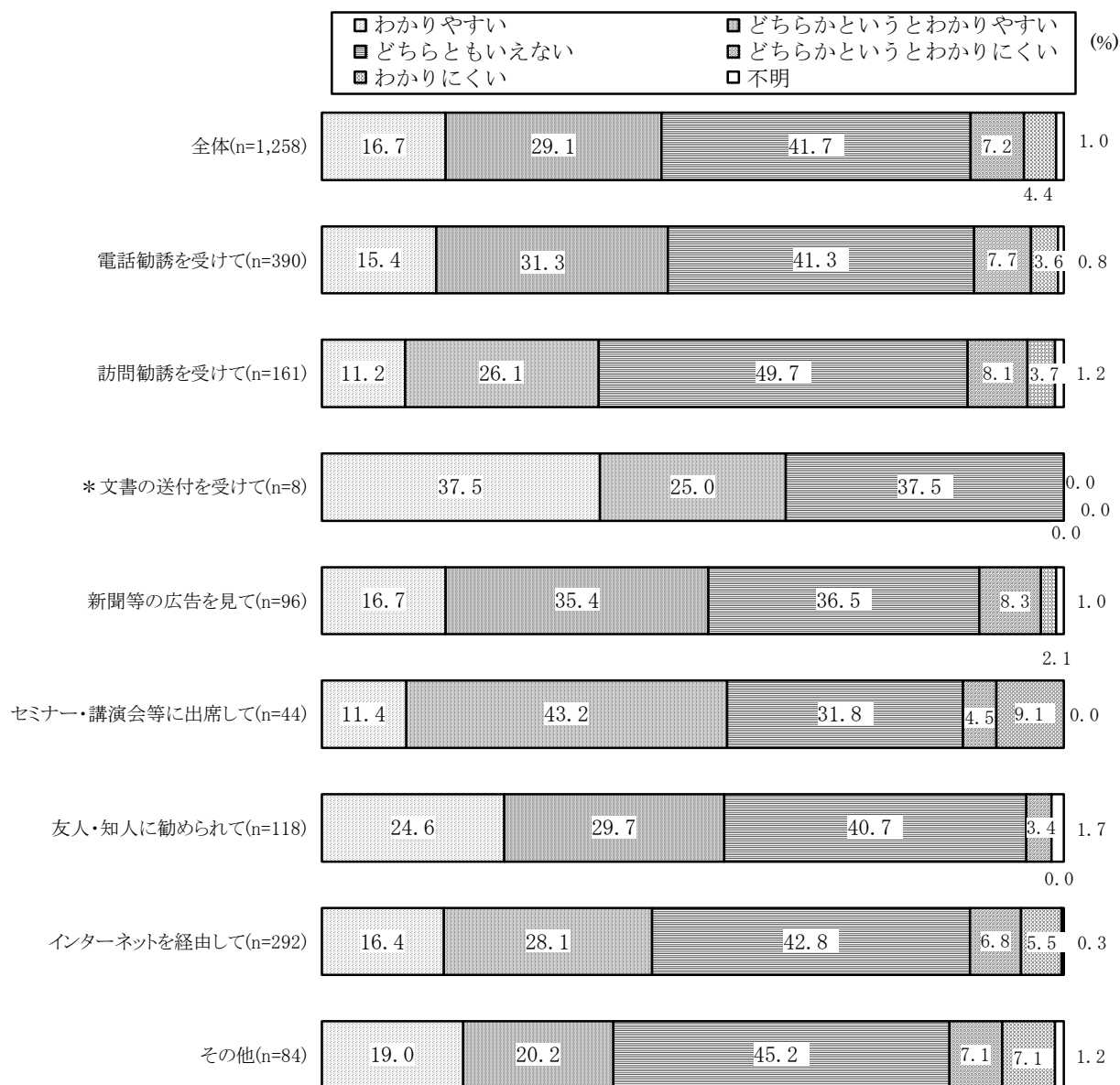
図表 24：「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ（全体、性別、年齢別）



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、「訪問勧誘を受けて」では「わかりやすい」、「どちらかというとわかりやすい」の合計が約 37.3%とやや少なくなっている。(図表 25)

図表 25：「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）



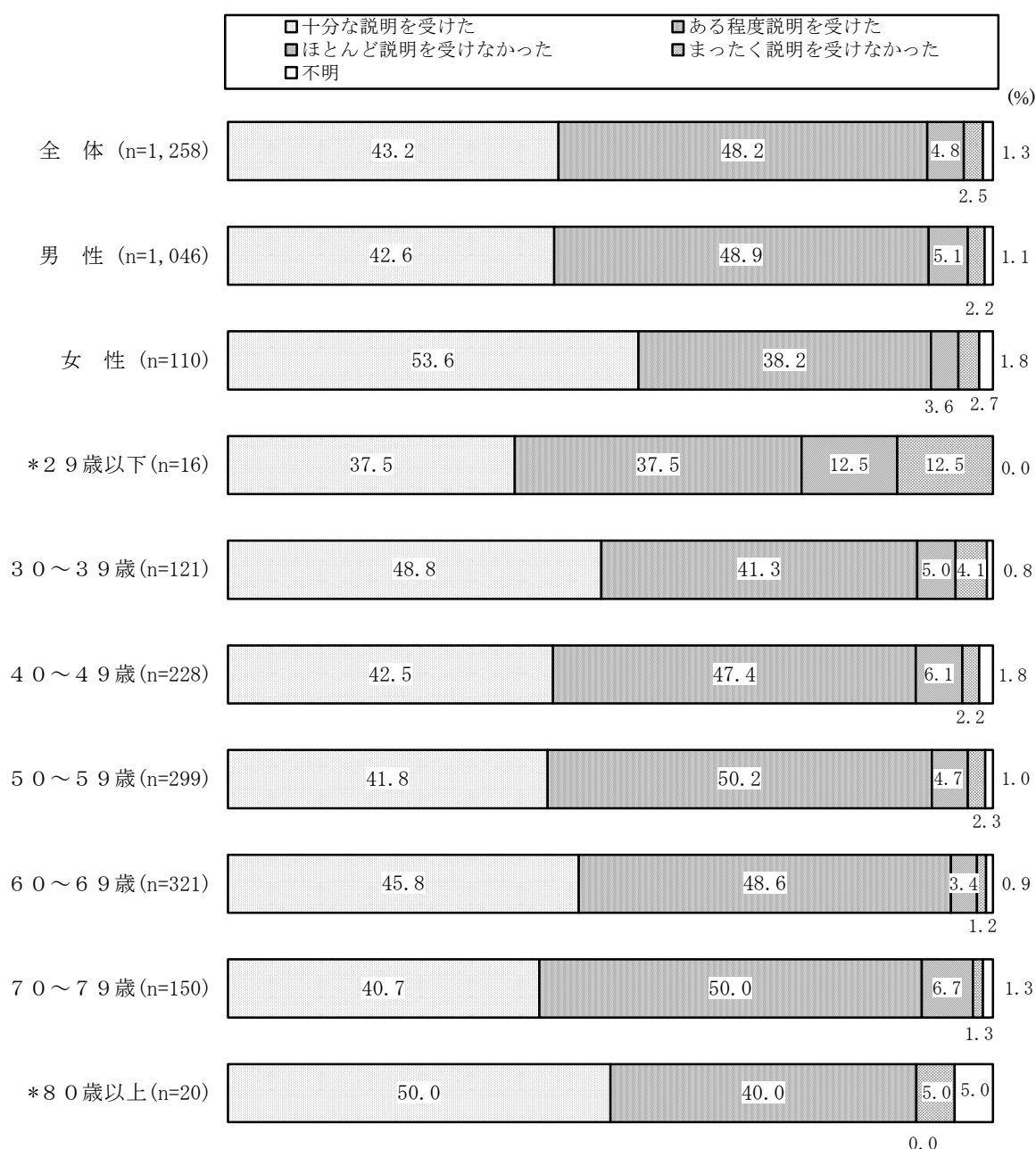
注) 図表中 * 印のついた「文書の送付を受けて」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-13.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」が 43.2%、「ある程度説明を受けた」48.2%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」(4.8%)、「まったく説明を受けなかった」(2.5%) との回答もみられる。

性別、年齢別で見ても、サンプル数が少ない属性を除いて「十分な説明を受けた」と「ある程度説明を受けた」の合計が 9 割前後となっており、大きな違いはみられない。(図表 26)

図表 26：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）

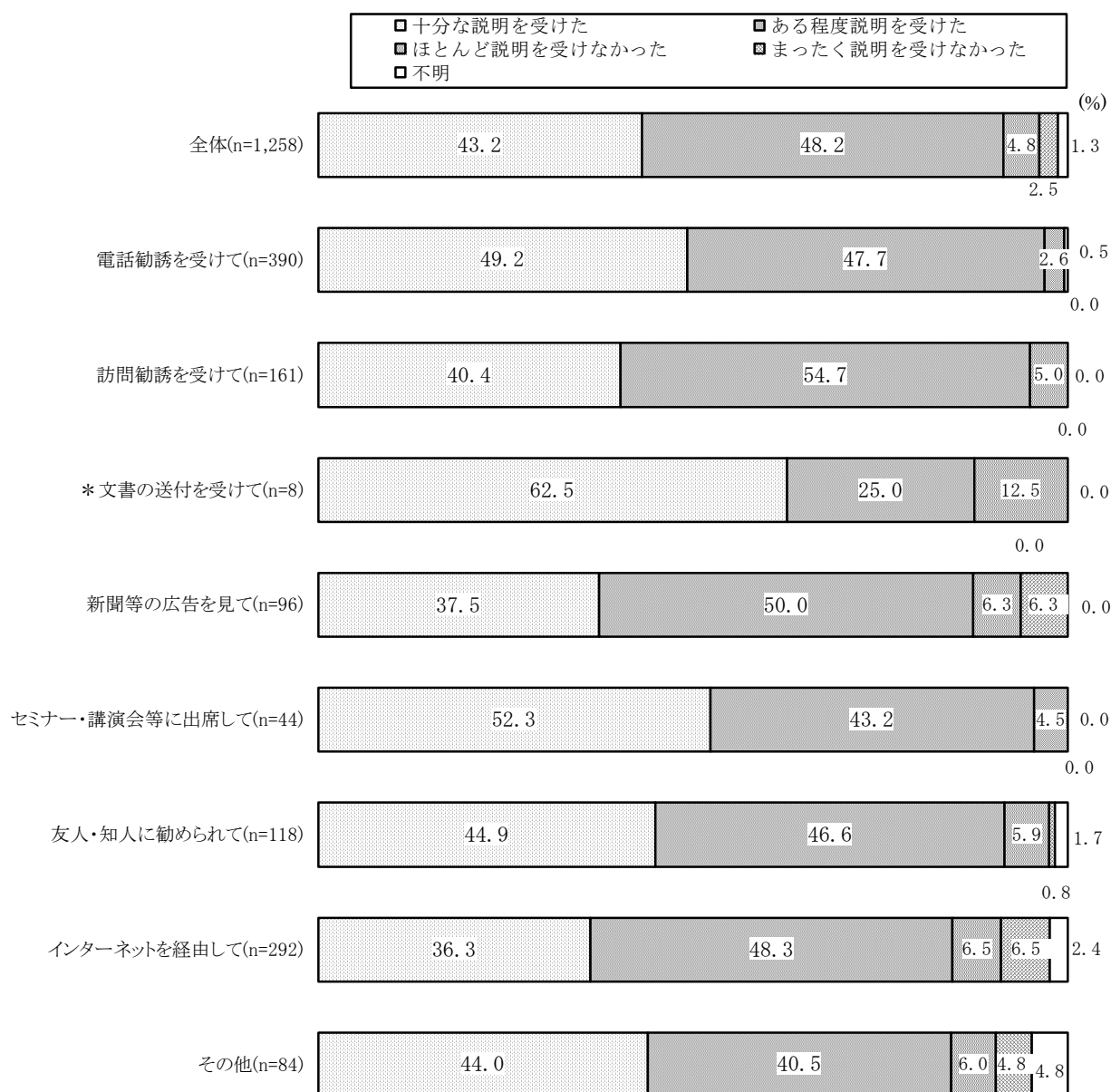


注)図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

取引のきっかけ別でみると、「インターネットを経由して」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 84.6%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 27)

しかしながら、「Ⅱ-14. 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「インターネットを経由して」と回答した委託者の理解度は高くなっている。(29 ページ・図表 29)

図表 27：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」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

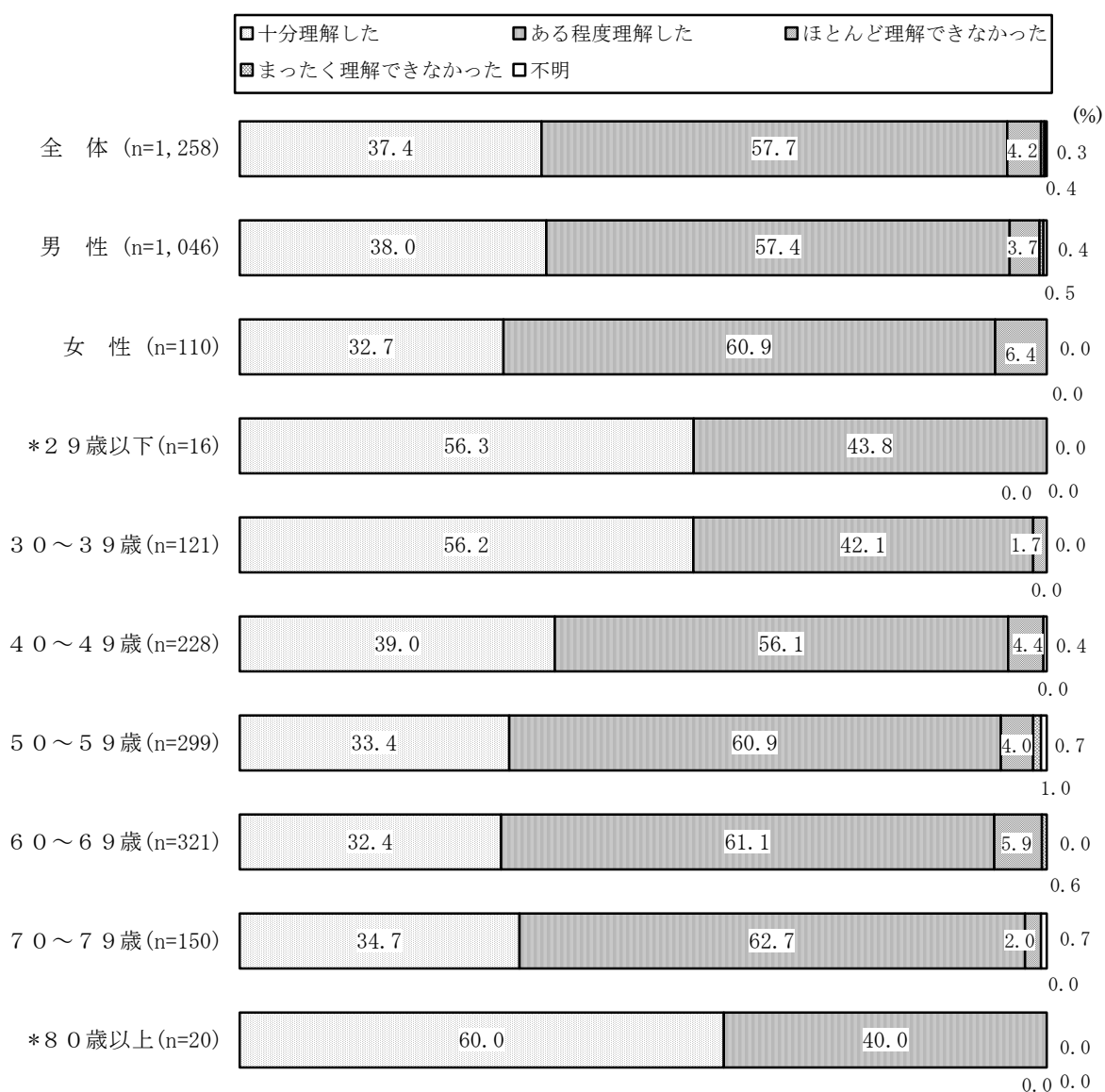
Ⅱ-14.商品先物取引を始めるにあたっての商品先物取引の仕組みの理解

(1)取引前の理解状況

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では、「十分理解した」が37.4%、「ある程度理解した」が57.7%であり、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」(4.2%)、「まったく理解できなかった」(0.4%)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32.7%とやや少ない。年齢別では「30歳代」で「十分理解した」が56.2%となるなど、比較的若い層で理解している割合が高い。(図表28)

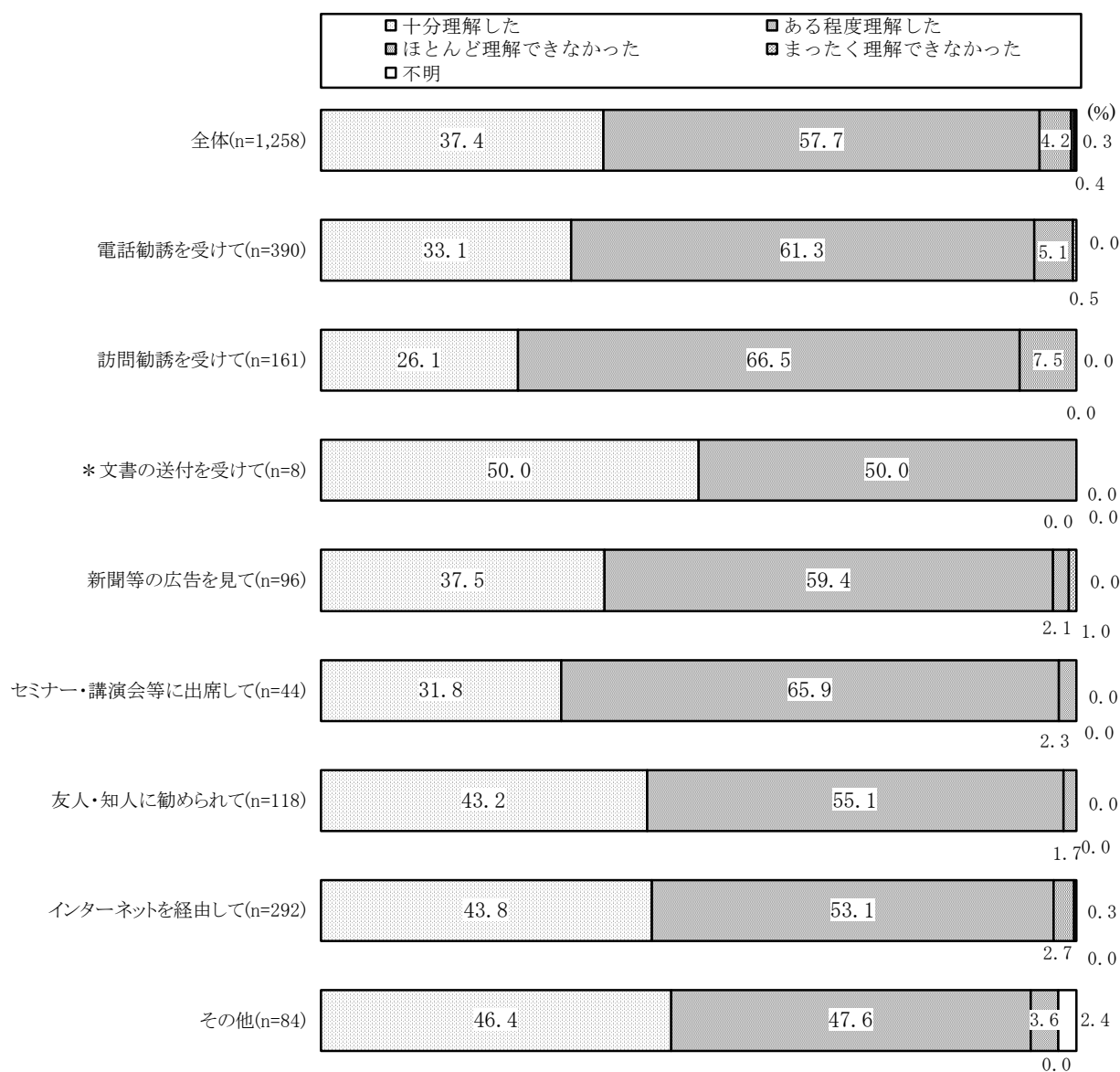
図表 28：商品先物取引の仕組みの理解（全体、性別、年齢別）



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 26.1%とやや少ない。これに対して、「インターネットを経由して」や「友人・知人に勧められて」では、「十分理解した」が 4 割を超えている。(図表 29)

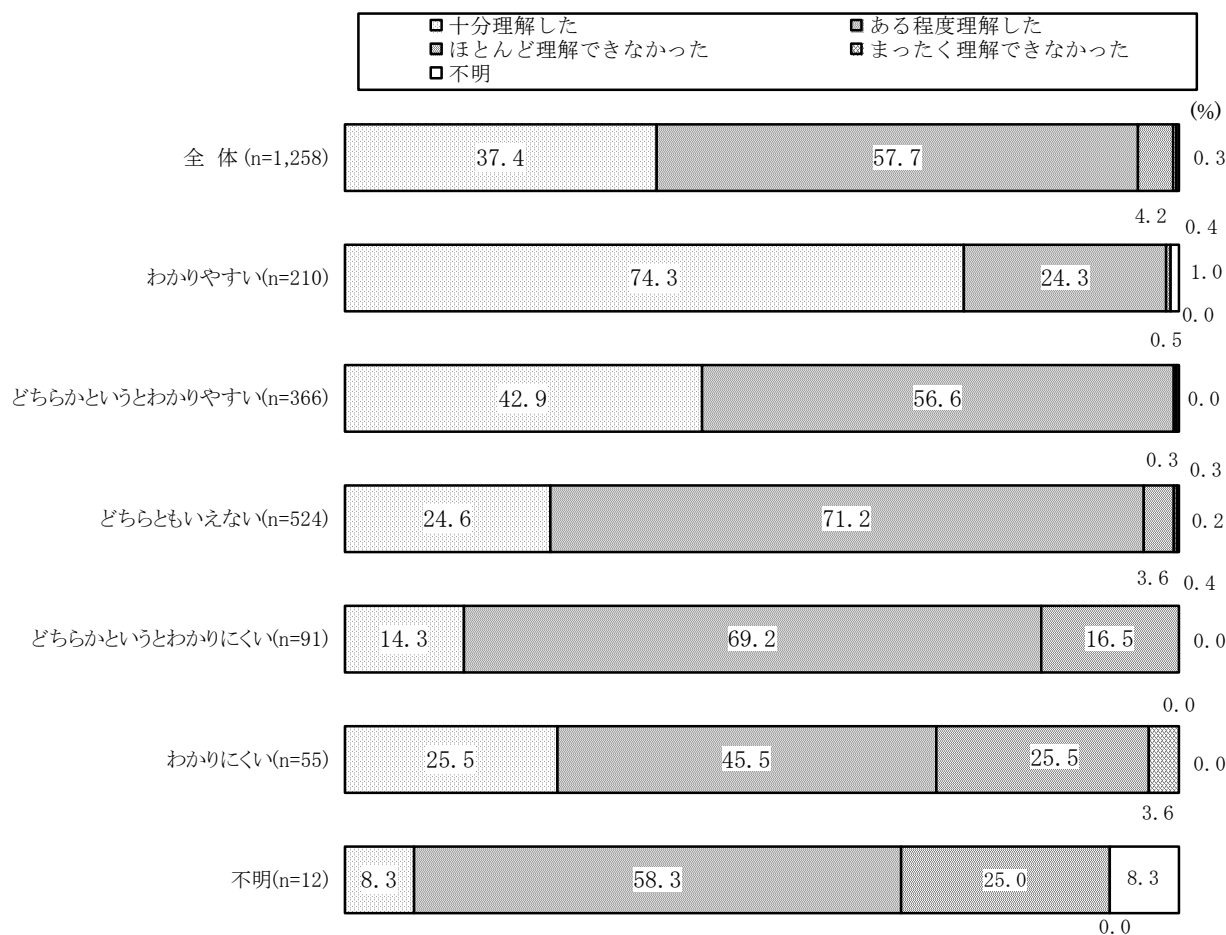
図表 29：商品先物取引の仕組みの理解（取引のきっかけ別）



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74.3%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3割となっている。（図表30）

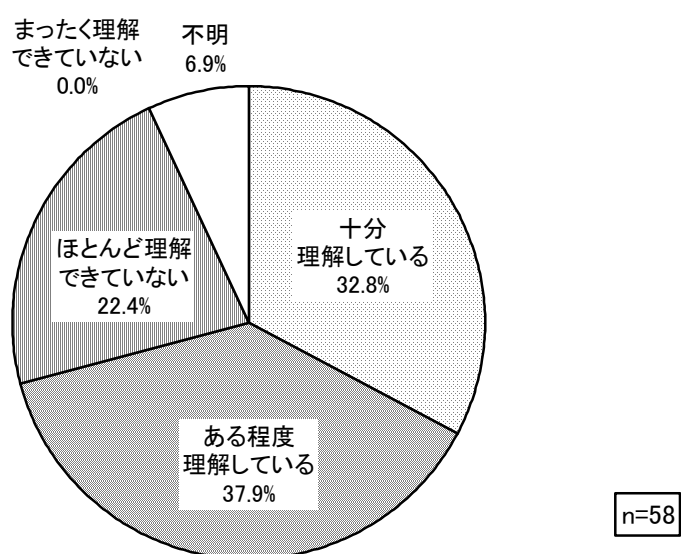
図表 30：商品先物取引の仕組みの理解（「商品先物取引委託のガイド」のわかりやすさ別）



(2)現在の理解状況

「(1)取引前の理解状況」で、「ほとんど理解できなかった」あるいは「まったく理解できなかった」と回答した 58 名を対象として、現在の理解状況について質問している。その結果「十分理解している」が 32.8%、「ある程度理解している」が 37.9%で開始時に理解が不十分であったうちの 7 割程度が現在は理解している。しかしながら「ほとんど理解できていない」も 22.4%となっている。(図表 31)

図表 31：現在の商品先物取引の仕組みの理解

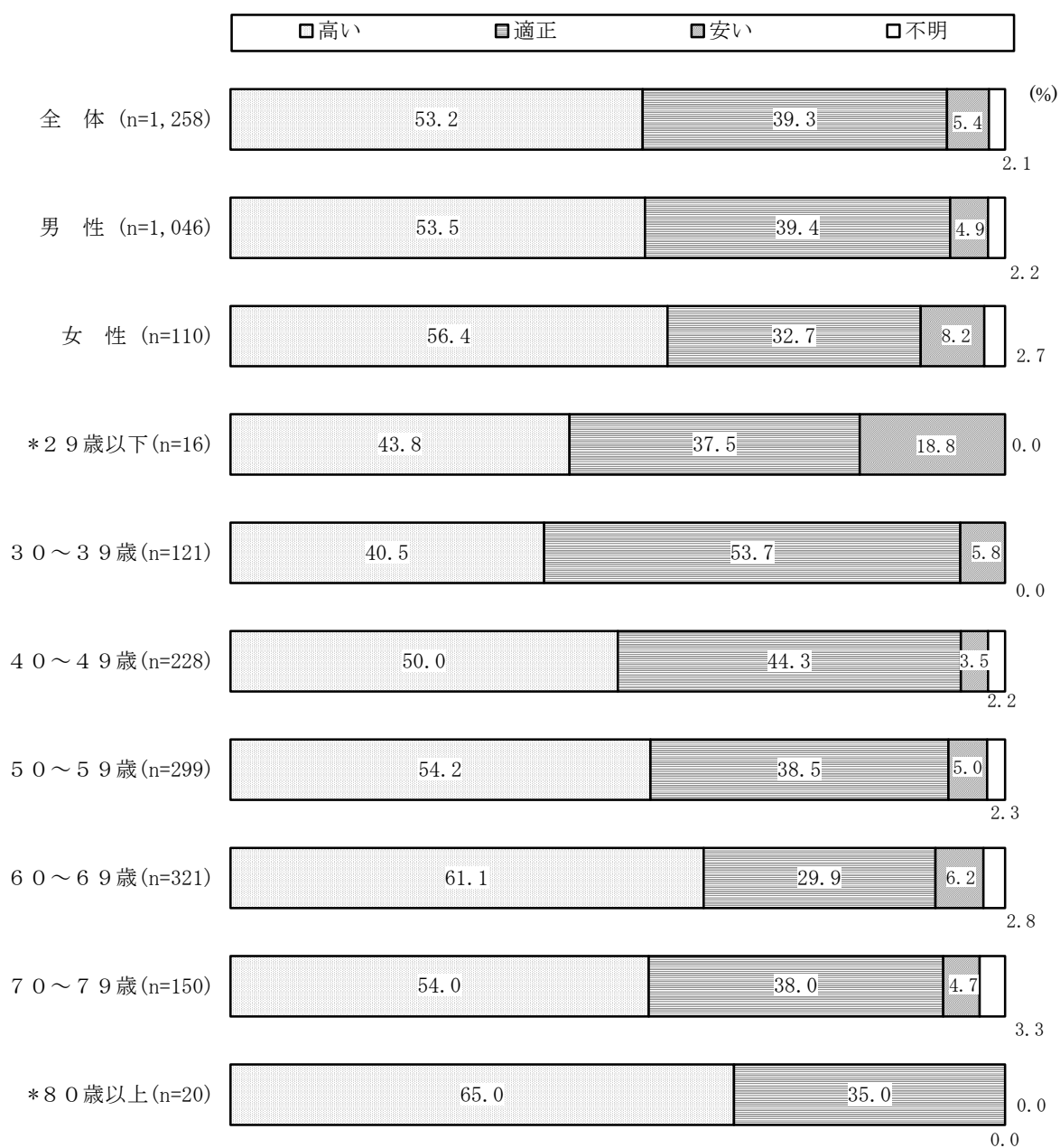


Ⅱ-15.委託手数料について

委託手数料については、「高い」が 53.2%、「適正」が 39.3%、「安い」が 5.4%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、50 歳以上では過半数が「高い」と感じていることがわかる。(図表 32)

図表 32：委託手数料について（全体、性別、年齢別）

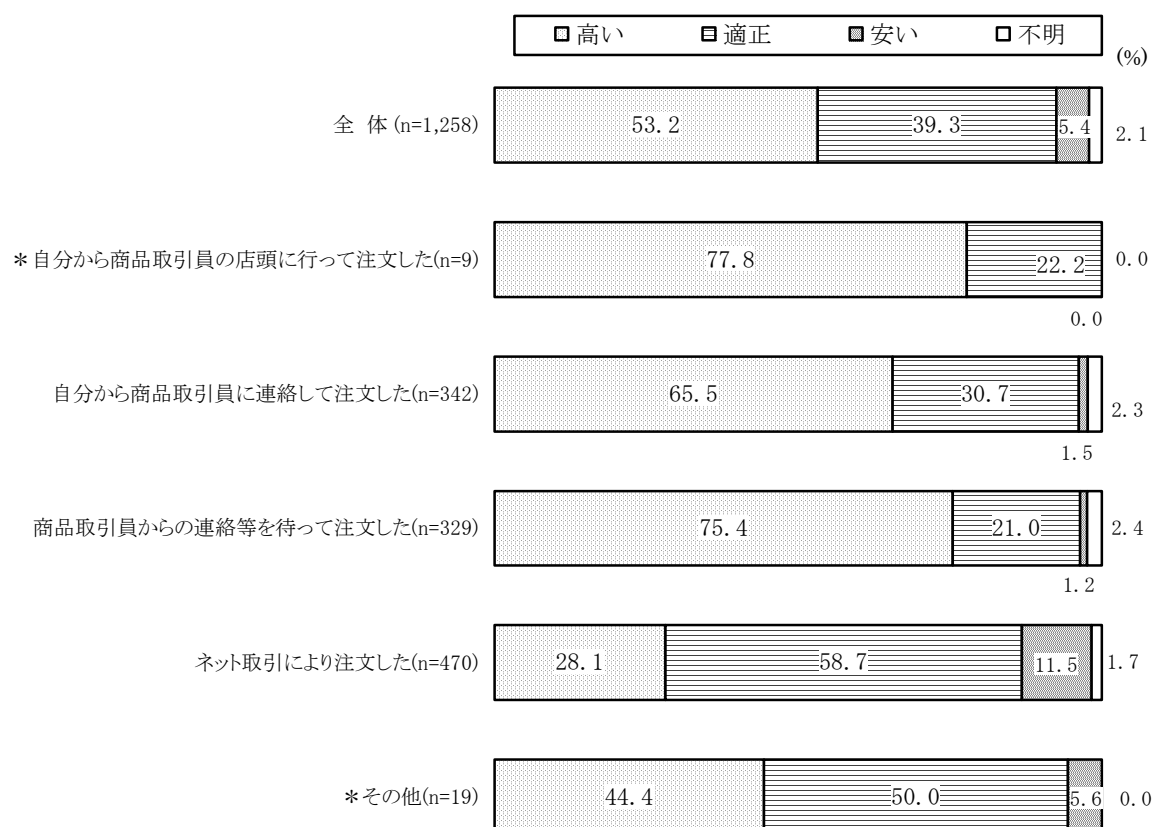


注)図表中*印のついた年齢層(29 歳以下、80 歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

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高くなっている。

一方、「ネット取引により注文した」は「高い」と感じた人が 28.1%であるが、「適正」が 58.7%、「安い」が 11.5%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 33）

図表 33：委託手数料について（これまでの注文方法別）

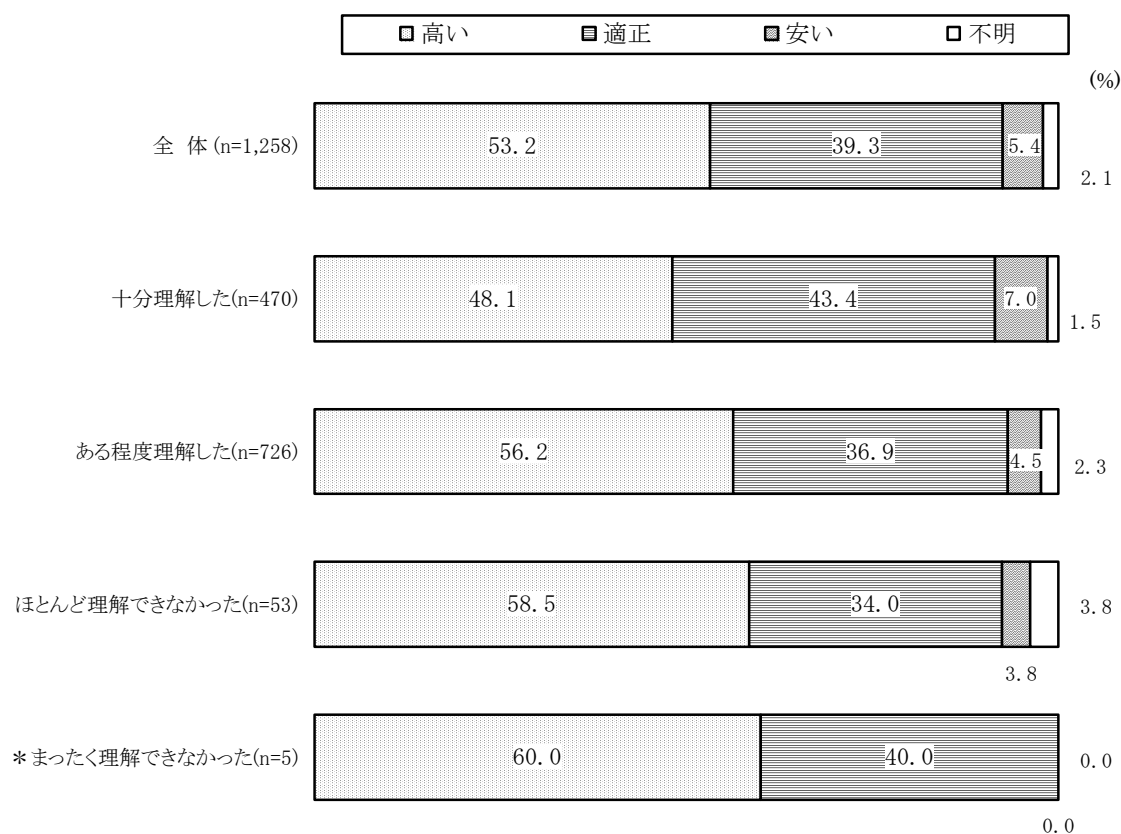


注) 図表中*印のついた「自分から商品取引員の店頭に行って注文した」、「その他」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

商品先物取引の仕組みの理解別でみると「十分理解した」では「高い」が48.1%、「適正」が43.4%、「安い」が7.0%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「高い」と感じる割合が全体平均を上回っている。(図表 34)

図表 34：委託手数料について（商品先物取引の仕組みの理解別）

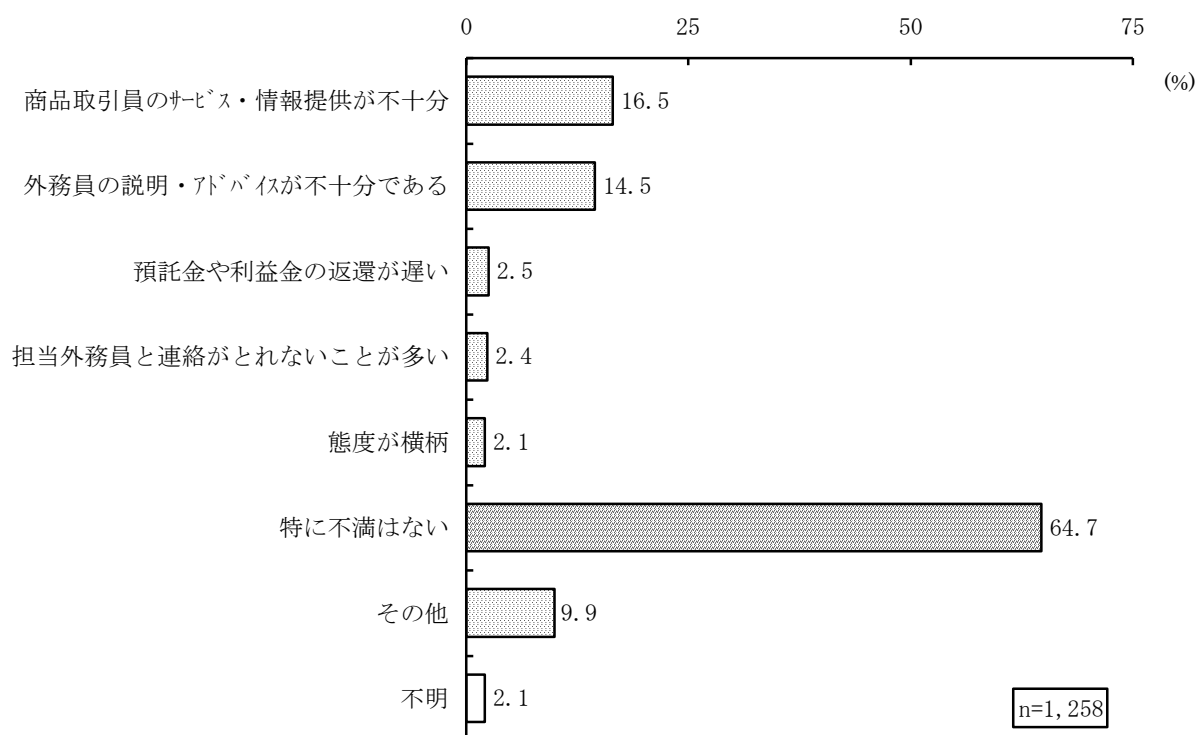


注) 図表中 *印のついた「まったく理解できなかった」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-16.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64.7%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」(16.5%)と、「外務員の説明・アドバイスが不十分」(14.5%)の不満はそれぞれ1割を超えている。(図表35)

図表 35：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、年齢別でも大きな違いはみられない。(図表 36)

図表 36：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である	預託金や利益金の返還が遅い	担当外務員と連絡がとれないことが多い	態度が横柄	その他	不明
全体 (n=1,258)	814 64.7	207 16.5	182 14.5	31 2.5	30 2.4	27 2.1	124 9.9	26 2.1
男性 (n=1,046)	681 65.1	176 16.8	150 14.3	27 2.6	25 2.4	22 2.1	99 9.5	19 1.8
女性 (n=110)	67 60.9	17 15.5	14 12.7	3 2.7	4 3.6	3 2.7	14 12.7	7 6.4
*29歳以下 (n=16)	13 81.3	2 12.5	2 12.5	0 0.0	3 18.8	0 0.0	1 6.3	0 0.0
30歳代 (n=121)	88 72.7	13 10.7	16 13.2	4 3.3	2 1.7	3 2.5	11 9.1	1 0.8
40歳代 (n=228)	135 59.2	36 15.8	33 14.5	4 1.8	6 2.6	5 2.2	26 11.4	10 4.4
50歳代 (n=299)	190 63.5	55 18.4	44 14.7	6 2.0	11 3.7	6 2.0	37 12.4	6 2.0
60歳代 (n=321)	207 64.5	53 16.5	48 15.0	10 3.1	6 1.9	7 2.2	28 8.7	7 2.2
70歳代 (n=150)	98 65.3	32 21.3	20 13.3	5 3.3	1 0.7	3 2.0	9 6.0	1 0.7
*80歳以上 (n=20)	17 85.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0	0 0.0	1 5.0	1 5.0	1 5.0

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」がそれぞれ2割を超えている。これに対して「インターネットを経由して」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78.5%となっているのに対し、「ある程度理解した」では58.4%、「ほとんど理解できなかった」では34.0%と低くなっており、理解度が下がるにつれて不満が増える傾向にある。

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」と「ネット取引により注文した」では「特に不満はない」が約 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 46.5%となっており、半数以上が不満を持っている。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それぞれ 2 割を超えている。(図表 37)

図表 37：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である	預託金や利益金の返還が遅い	担当外務員と連絡がとれないことが多い	態度が横柄	その他	不明
全体 (n=1,258)	814 64.7	207 16.5	182 14.5	31 2.5	30 2.4	27 2.1	124 9.9	26 2.1
取引のきっかけ	電話勧誘を受けて (n=390)	216 55.4	80 20.5	84 21.5	11 2.8	17 4.4	14 3.6	42 10.8
	訪問勧誘を受け (n=161)	80 49.7	39 24.2	37 23.0	4 2.5	3 1.9	6 3.7	21 13.0
	*文書の送付を受けて (n=8)	6 75.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 12.5
	新聞・雑誌等の広告を見て (n=96)	64 66.7	14 14.6	9 9.4	5 5.2	1 1.0	0 0.0	10 10.4
	*セミナー、講演会等 に出席して(n=44)	31 70.5	6 13.6	6 13.6	0 0.0	1 2.3	0 0.0	3 6.8
	友人・知人に勧められて (n=118)	80 67.8	17 14.4	11 9.3	6 5.1	1 0.8	1 0.8	8 6.8
	インターネットを経由して (n=292)	245 83.9	18 6.2	12 4.1	2 0.7	3 1.0	2 0.7	20 6.8
	その他 (n=84)	54 64.3	18 21.4	11 13.1	0 0.0	1 1.2	2 2.4	12 14.3
商品 先物 の 理 解	十分理解した (n=470)	369 78.5	47 10.0	34 7.2	9 1.9	10 2.1	6 1.3	33 7.0
	ある程度理解した (n=726)	424 58.4	145 20.0	132 18.2	18 2.5	18 2.5	15 2.1	72 9.9
	ほとんど理解できなかった (n=53)	18 34.0	14 26.4	15 28.3	4 7.5	2 3.8	6 11.3	14 26.4
	*まったく理解できなかった (n=5)	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 80.0
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(n=9)	5 55.6	1 11.1	1 11.1	1 11.1	0 0.0	0 0.0	1 11.1
	自分から商品取引員に連絡して 注文(n=342)	239 69.9	54 15.8	47 13.7	13 3.8	4 1.2	4 1.2	17 5.0
	商品取引員から連絡を待って注文 した(n=329)	153 46.5	80 24.3	92 28.0	9 2.7	15 4.6	14 4.3	45 13.7
	ネット取引により注文した (n=470)	360 76.6	49 10.4	22 4.7	2 0.4	4 0.9	4 0.9	41 8.7
	*その他(n=18)	7 38.9	4 22.2	2 11.1	1 5.6	1 5.6	1 5.6	8 44.4

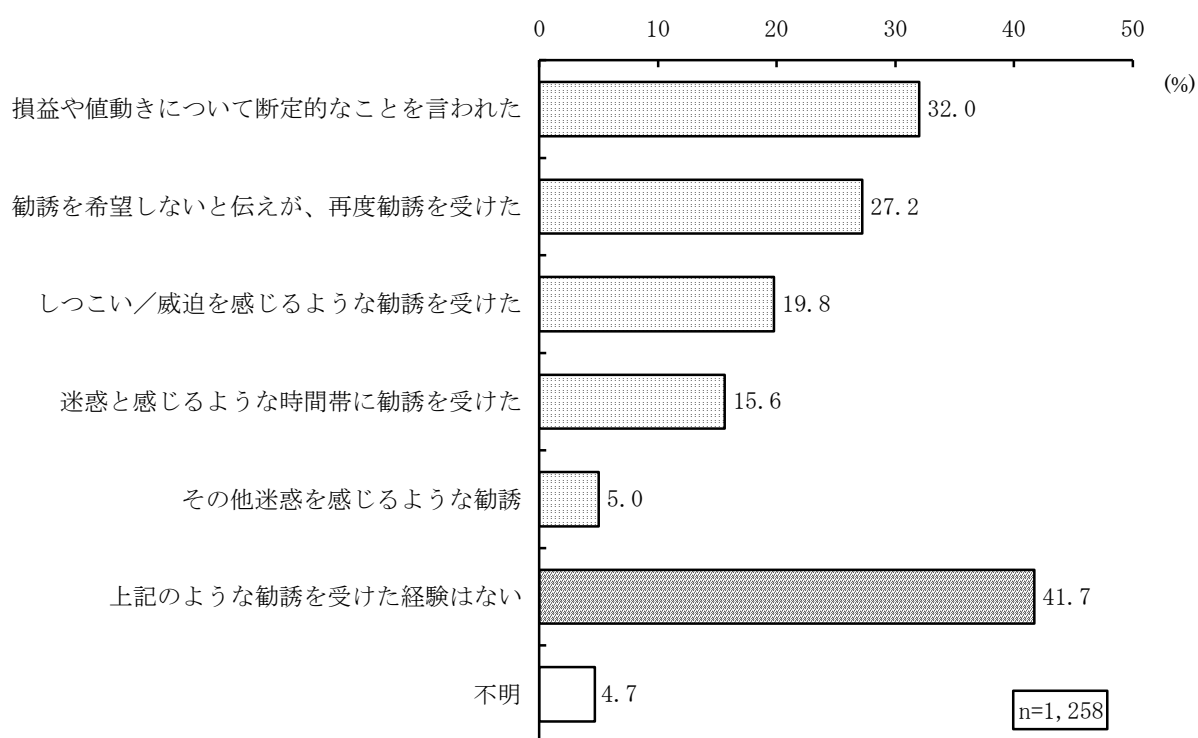
注) 図表中*印のついた項目はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-17.商品取引員からの勧誘について

商品取引員からの勧誘について、不適切と感じられる内容として、「損益や値動きについて断定的なことを言われた」が 32.0%で最も多く、次いで「勧誘を希望しないと伝えたが、再度勧誘を受けた」(27.2%)、「しつこい／威迫を感じるような勧誘を受けた」(19.8%)が続いている。

これらの項目について、過半数となるものはないものの、「上記のような勧誘を受けた経験はない」は 41.7%となっており、過半数がなんらかの不適切と思われる勧誘を受けていることがわかる。(図表 38)

図表 38：商品取引員からの勧誘（全体）【複数回答】



性別では顕著な違いは見られず、年齢別でも大きな違いはみられない。現在の取引員との取引のきっかけ別では「インターネットを経由して」、「友人・知人に勧められて」などでは「上記のような勧誘を受けた経験はない」が過半数となっているのに対して、「電話勧誘を受けて」、「訪問勧誘を受けて」では「上記のような勧誘を受けたことはない」が 3 割前後で 7 割程度が問題となるような勧誘を受けたと感じていることがわかる。(図表 39)

図表 39：商品取引員からの勧誘（属性別）【複数回答】

	損益や値動きについて断定的なことを言われた	勧誘を希望しないと伝えたが、再度勧誘を受けた	しつこい／威迫を感じるような勧誘を受けた	迷惑と感じるような時間帯に勧誘を受けた	その他迷惑を感じるような勧誘	上記のような勧誘を受けた経験はない	不明
全体 (n=1,258)	402 32.0	342 27.2	249 19.8	196 15.6	63 5.0	524 41.7	59 4.7
男性 (n=1,046)	338 32.3	290 27.7	210 20.1	172 16.4	47 4.5	439 42.0	44 4.2
女性 (n=110)	31 28.2	24 21.8	20 18.2	8 7.3	10 9.1	49 44.5	10 9.1
*29歳以下 (n=16)	4 25.0	2 12.5	0 0.0	0 0.0	1 6.3	11 68.8	0 0.0
30歳代 (n=121)	24 19.8	25 20.7	20 16.5	15 12.4	4 3.3	70 57.9	5 4.1
40歳代 (n=228)	78 34.2	72 31.6	50 21.9	44 19.3	10 4.4	86 37.7	12 5.3
50歳代 (n=299)	101 33.8	83 27.8	75 25.1	53 17.7	15 5.0	116 38.8	13 4.3
60歳代 (n=321)	111 34.6	93 29.0	58 18.1	44 13.7	15 4.7	128 39.9	16 5.0
70歳代 (n=150)	46 30.7	39 26.0	26 17.3	24 16.0	10 6.7	64 42.7	6 4.0
*80歳以上 (n=20)	4 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 5.0	13 65.0	2 10.0
電話勧誘を受けて (n=390)	155 39.7	142 36.4	86 22.1	69 17.7	18 4.6	119 30.5	18 4.6
訪問勧誘を受け (n=161)	69 42.9	47 29.2	37 23.0	28 17.4	8 5.0	44 27.3	7 4.3
*文書の送付を受けて (n=8)	1 12.5	2 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 50.0	1 12.5
新聞・雑誌等の広告を見て (n=96)	28 29.2	27 28.1	19 19.8	17 17.7	8 8.3	43 44.8	2 2.1
*セミナー、講演会等 に出席して(n=44)	10 22.7	9 20.5	9 20.5	4 9.1	1 2.3	25 56.8	1 2.3
友人・知人に勧められて (n=118)	24 20.3	19 16.1	17 14.4	15 12.7	4 3.4	67 56.8	6 5.1
インターネットを經由して (n=292)	73 25.0	60 20.5	50 17.1	45 15.4	11 3.8	155 53.1	12 4.1
その他 (n=84)	18 21.4	12 14.3	15 17.9	7 8.3	7 8.3	47 56.0	6 7.1

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。

Ⅱ-18.注文方法について

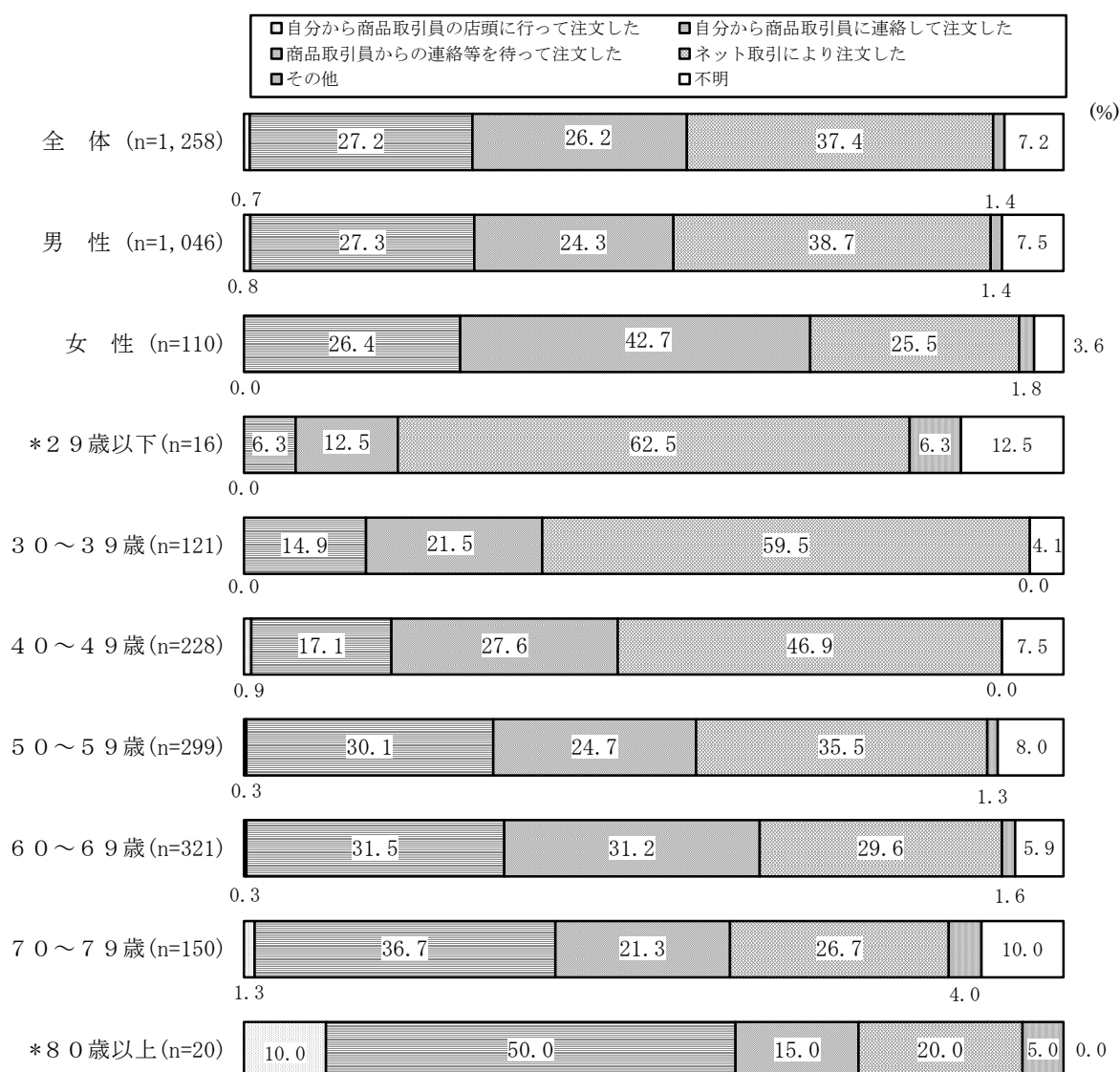
(1)これまでの注文方法

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37.4%で最も多くなっている。次いで、「自分から商品取引員に連絡して注文した」(27.2%)、「商品取引員からの連絡等を待って注文した」(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42.7%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40)

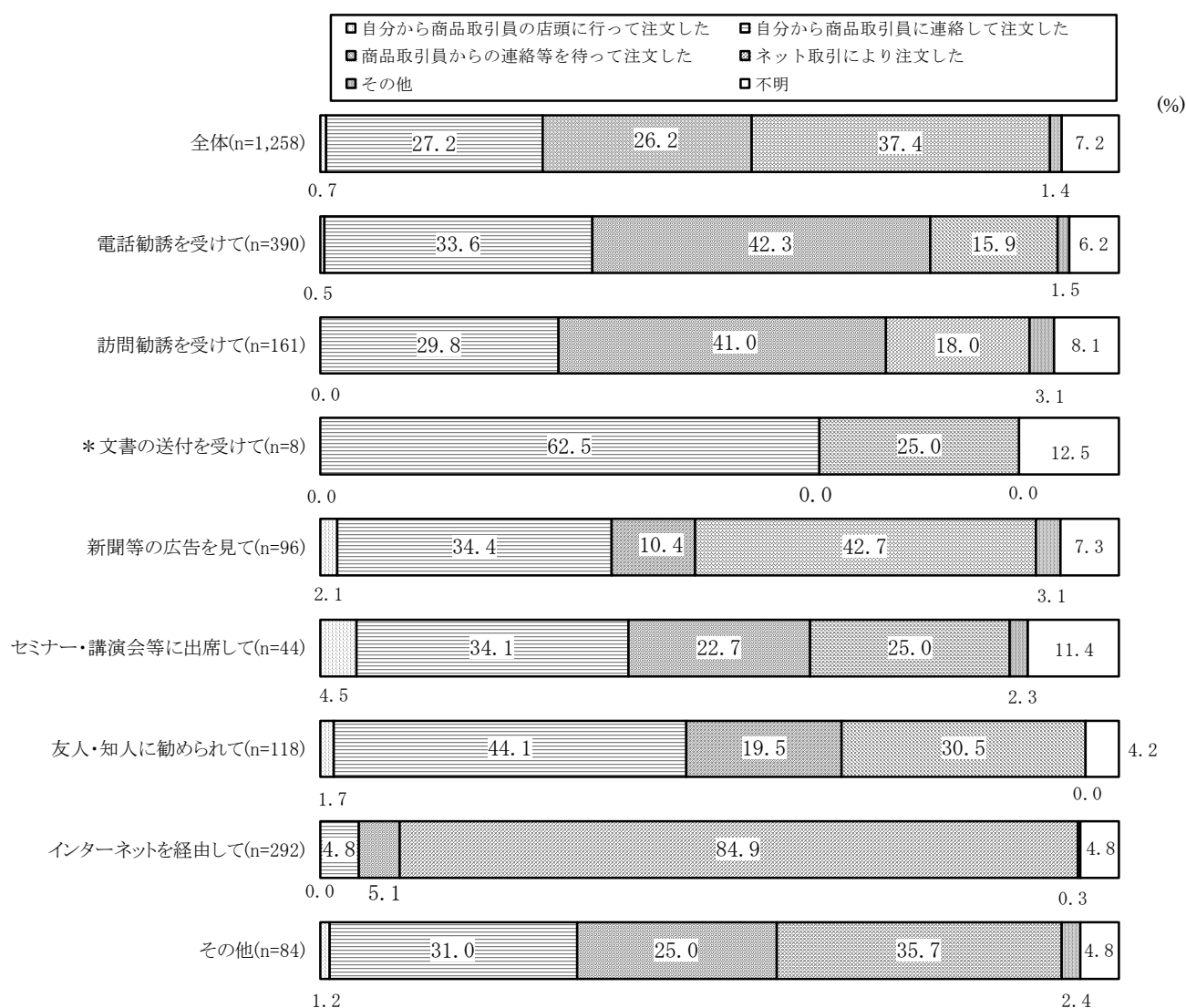
図表 40：これまでの注文方法（全体、性別、年齢別）



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4割強となっている。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 41)

図表 41：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。

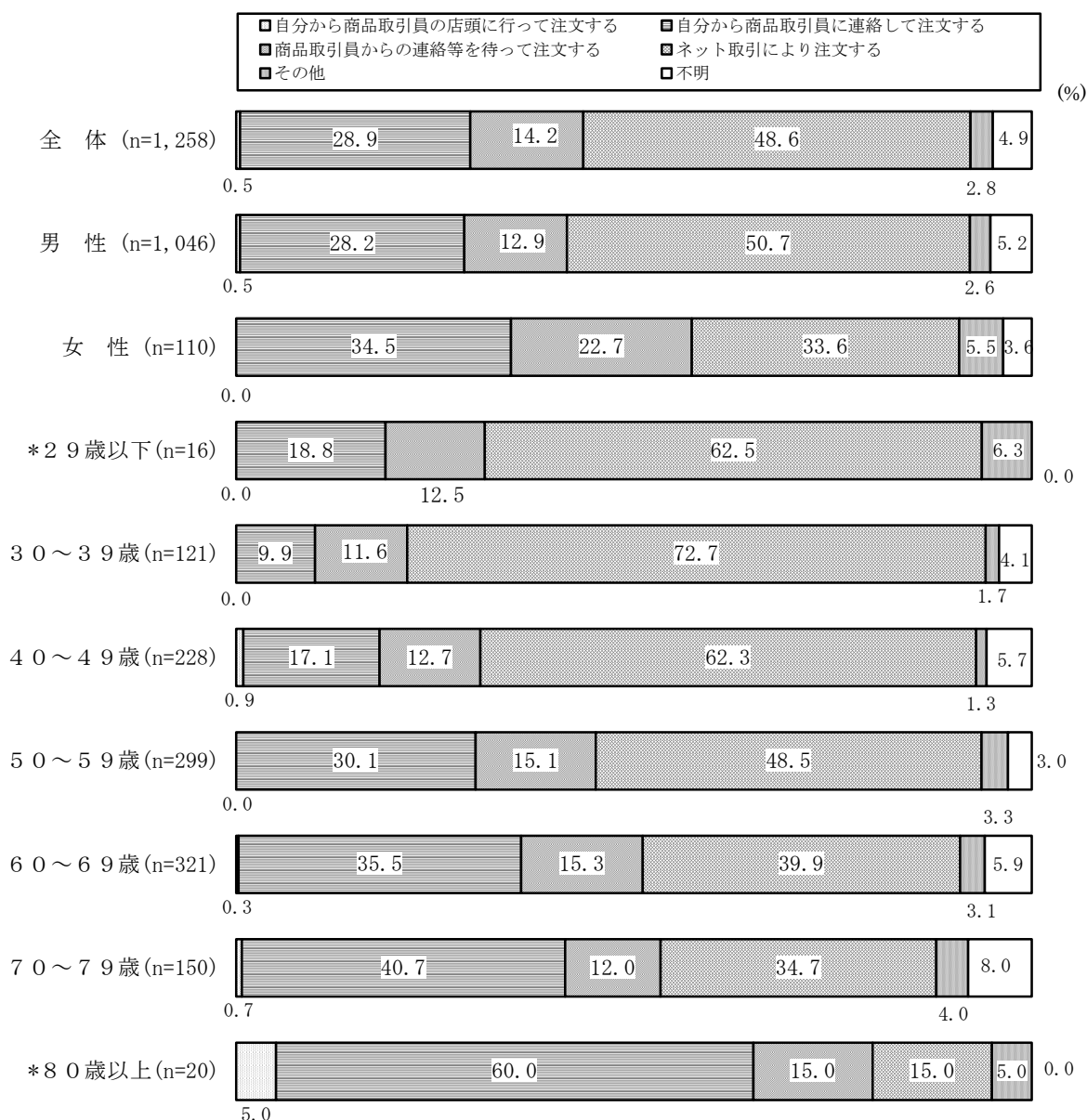
(2)これからの注文方法

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」(48.6%)、「自分から商品取引員に連絡して注文する」(28.9%)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22.7%とやや多く、「ネット取引により注文する」が33.6%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 42)

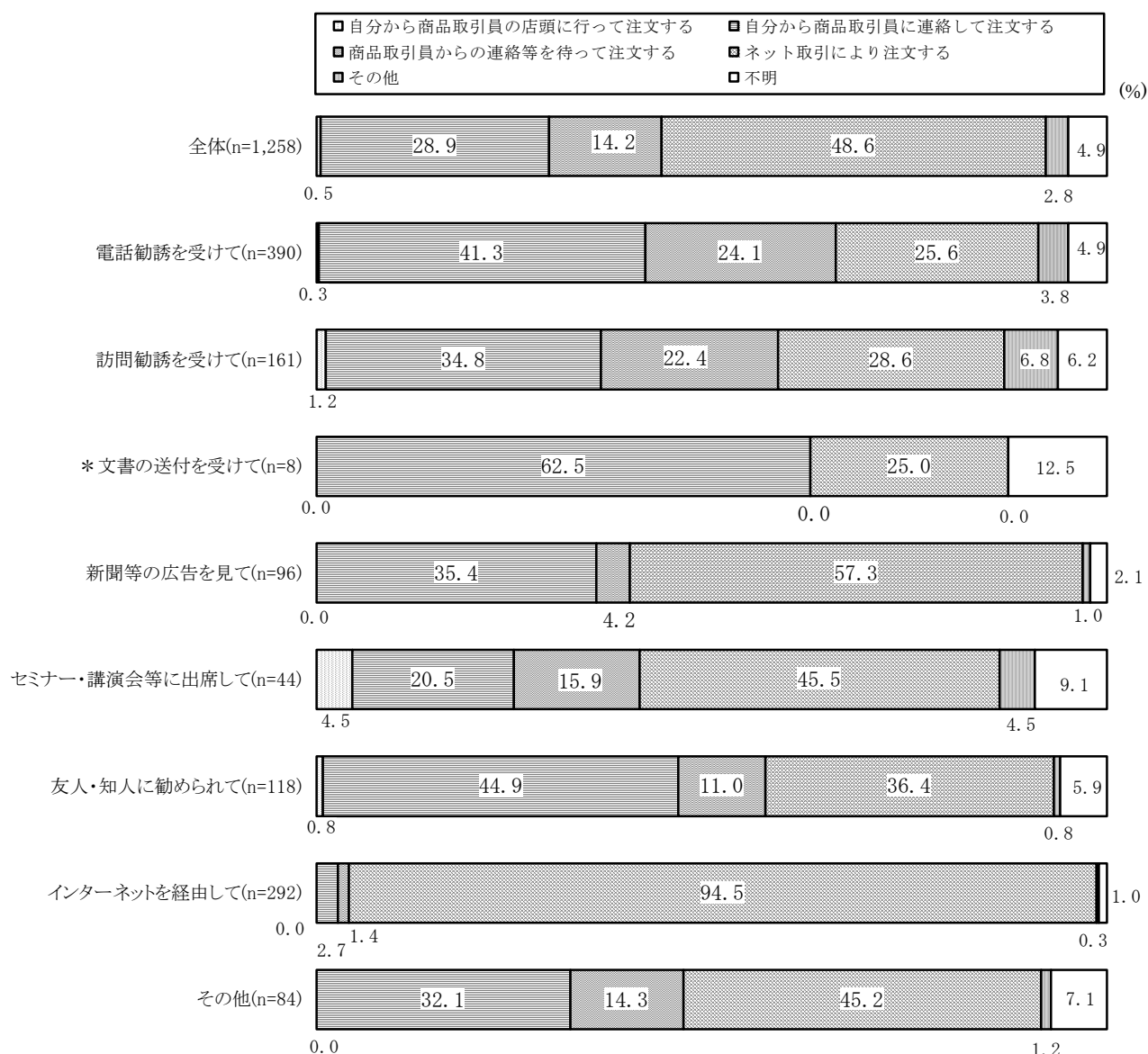
図表 42：これからの注文方法（全体、性別、年齢別）



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割程度を占めている。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、「自分から商品取引員に連絡して注文する」、「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43)

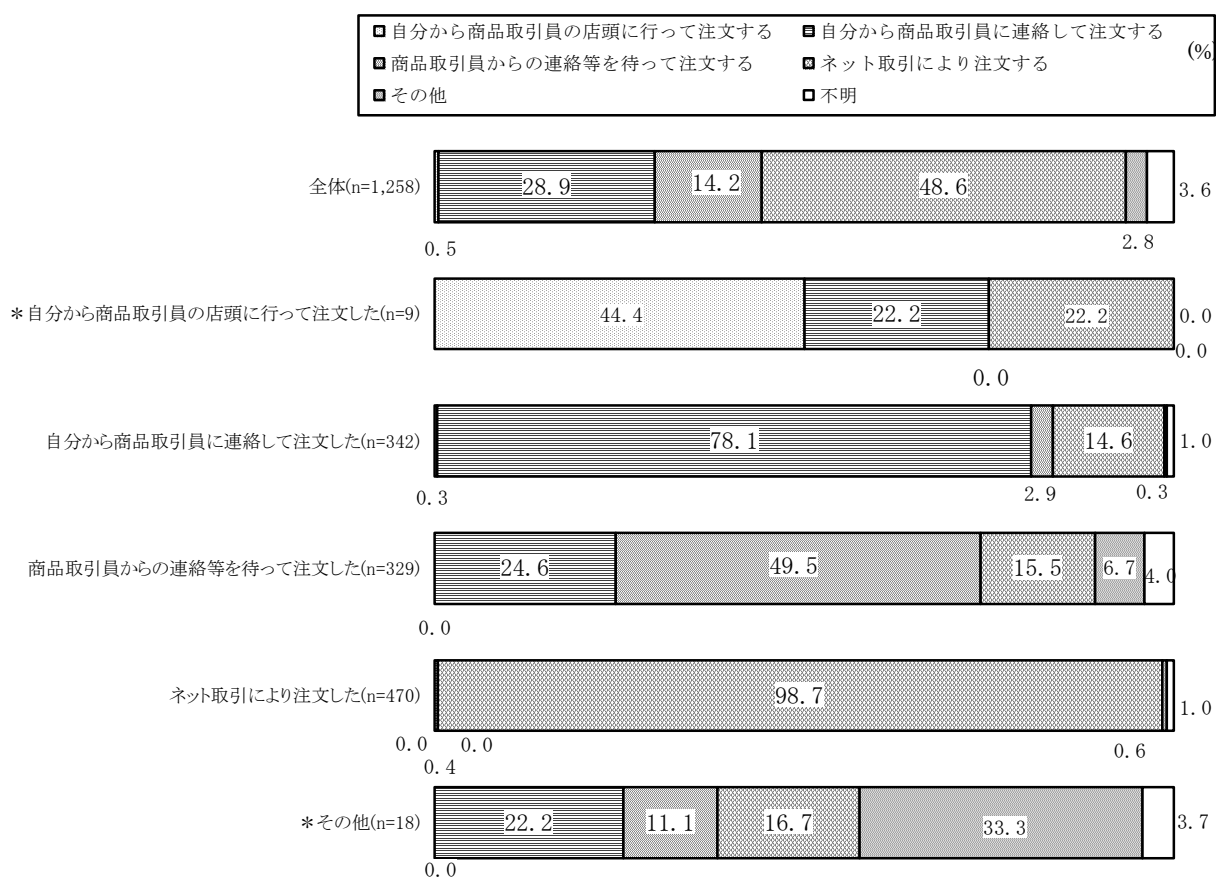
図表 43：これからの注文方法（取引のきっかけ別）



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78.1%と多くなっているが、「ネット取引により注文する」が14.6%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49.5%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24.6%、「ネット取引により注文する」が15.5%となっている。一方、「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98.7%で、現在の注文方法を継続する傾向が高い。(図表 44)

図表 44：これからの注文方法（これまでの注文方法別）

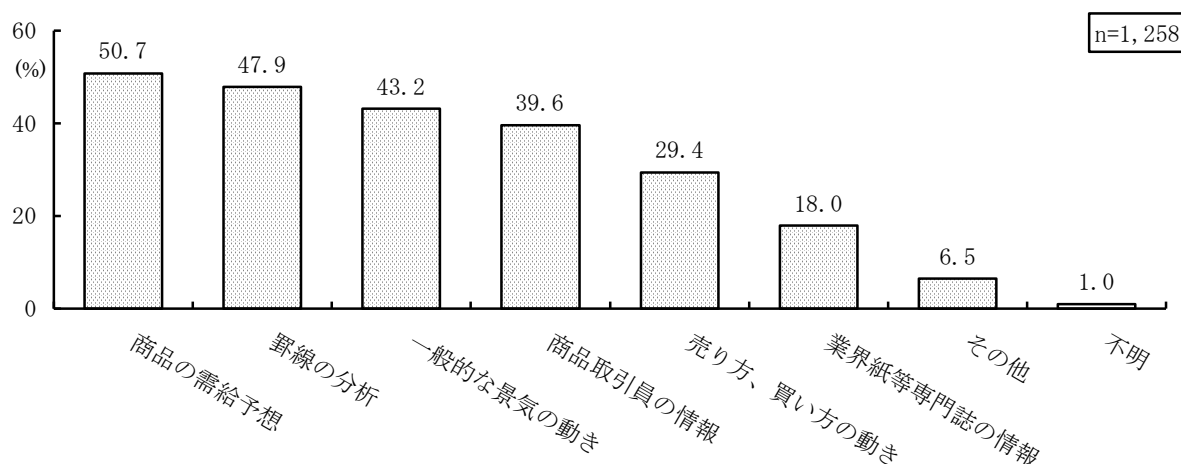


注)図表中*印のついた「自分から商品取引員の店頭に行って注文した」、「その他」はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-19.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」（50.7%）、「罫線の分析」（47.9%）が約 5 割と多くなっている。これに「一般的な景気の動き」（43.2%）、「商品取引員の情報」（39.6%）、「売り方、買い方の動き」（29.4%）が続いている。（図表 45）

図表 45：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「商品取引員の情報」（60.0%）と「一般的な景気の動き」（59.1%）の割合が高いのが特徴となっている。（図表 46）

図表 46：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	罫線の分析	商品取引員の情報	一般的な景気の動き	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=1,258)	638 50.7	602 47.9	498 39.6	543 43.2	370 29.4	227 18.0	82 6.5	12 1.0
男性 (n=1,046)	532 50.9	527 50.4	386 36.9	431 41.2	315 30.1	193 18.5	71 6.8	11 1.1
女性 (n=110)	56 50.9	40 36.4	66 60.0	65 59.1	33 30.0	14 12.7	4 3.6	1 0.9
*29歳以下 (n=16)	5 31.3	5 31.3	4 25.0	8 50.0	7 43.8	1 6.3	0 0.0	2 12.5
30歳代 (n=121)	51 42.1	57 47.1	38 31.4	62 51.2	44 36.4	12 9.9	11 9.1	0 0.0
40歳代 (n=228)	118 51.8	118 51.8	77 33.8	90 39.5	76 33.3	31 13.6	17 7.5	3 1.3
50歳代 (n=299)	155 51.8	150 50.2	119 39.8	120 40.1	86 28.8	49 16.4	18 6.0	3 1.0
60歳代 (n=321)	167 52.0	147 45.8	142 44.2	139 43.3	93 29.0	63 19.6	19 5.9	2 0.6
70歳代 (n=150)	80 53.3	79 52.7	64 42.7	66 44.0	37 24.7	44 29.3	8 5.3	1 0.7
*80歳以上 (n=20)	11 55.0	10 50.0	8 40.0	10 50.0	5 25.0	7 35.0	2 10.0	1 5.0

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」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。「インターネットを経由して」では、「野線の分析」が最も多く、次いで「商品の需給予想」となっている。「新聞・雑誌等の広告を見て」、「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50.3%、「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73.6%、「ネット取引により注文した」は「野線の分析」が62.8%と最も多くなっている。(図表47)

図表 47：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	野 線 の 分 析	一 般 的 な 景 気 の 動 き	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=1,258)		638 50.7	602 47.9	543 43.2	498 39.6	370 29.4	227 18.0	82 6.5	12 1.0
取引 の き っ か け	電話勧誘を受けて (n=390)	180 46.2	151 38.7	172 44.1	219 56.2	116 29.7	65 16.7	16 4.1	4 1.0
	訪問勧誘を受け (n=161)	72 44.7	56 34.8	64 39.8	91 56.5	46 28.6	27 16.8	7 4.3	2 1.2
	*文書の送付を受けて (n=8)	3 37.5	4 50.0	4 50.0	2 25.0	2 25.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5
	新聞・雑誌等の広告を見て (n=96)	64 66.7	47 49.0	38 39.6	24 25.0	19 19.8	28 29.2	7 7.3	1 1.0
	*セミナー、講演会等 に出席して(n=44)	29 65.9	20 45.5	25 56.8	23 52.3	15 34.1	13 29.5	0 0.0	0 0.0
	友人・知人に勧められて (n=118)	63 53.4	56 47.5	57 48.3	43 36.4	38 32.2	22 18.6	6 5.1	1 0.8
	インターネットを経由して (n=292)	159 54.5	188 64.4	124 42.5	35 12.0	96 32.9	34 11.6	28 9.6	2 0.7
	その他 (n=84)	38 45.2	48 57.1	27 32.1	32 38.1	19 22.6	19 22.6	11 13.1	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(n=9)	6 66.7	3 33.3	2 22.2	4 44.4	1 11.1	4 44.4	0 0.0	0 0.0
	自分から商品取引員に連絡して 注文(n=342)	172 50.3	155 45.3	168 49.1	170 49.7	104 30.4	79 23.1	20 5.8	2 0.6
	商品取引員から連絡を待って 注文した(n=329)	144 43.8	92 28.0	141 42.9	242 73.6	83 25.2	50 15.2	11 3.3	3 0.9
	ネット取引により注文した (n=470)	253 53.8	295 62.8	185 39.4	41 8.7	145 30.9	69 14.7	42 8.9	4 0.9
	*その他(n=18)	11 61.1	6 33.3	7 38.9	8 44.4	8 44.4	3 16.7	2 11.1	1 5.6

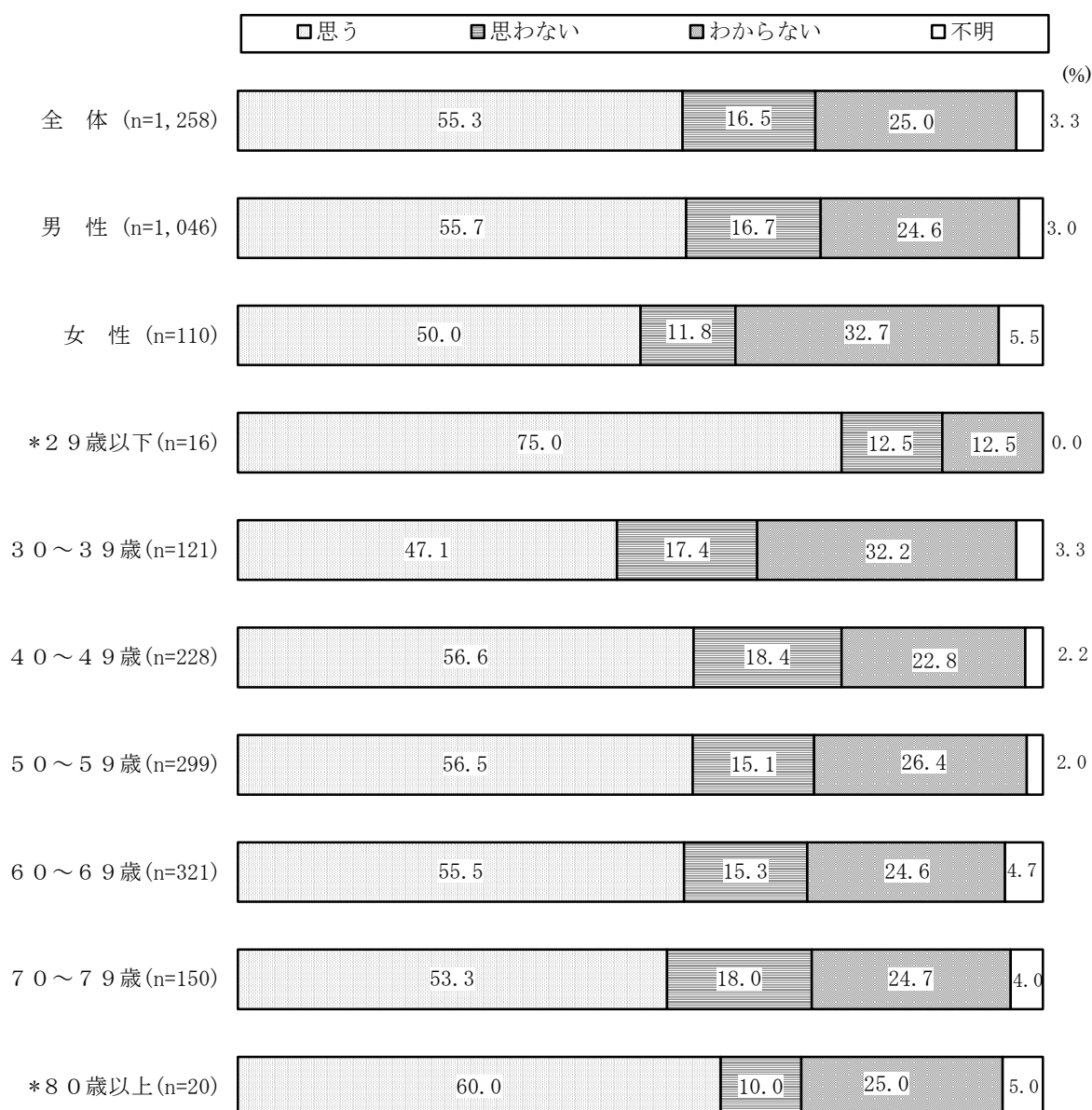
注)図表中*印のついた項目はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-20.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 55.3%と半数を超え、一方で「(有用であると) 思わない」も 16.5%となっている。

性別、年齢別にみても「(有用であると) 思う」がいずれも半数以上で、大きな違いは見られないが、「女性」は「(有用であると) 思う」が 50.0%と男性と比べてやや少なく、「わからない」の割合が 32.7%とやや多くなっている。(図表 48)

図表 48：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。

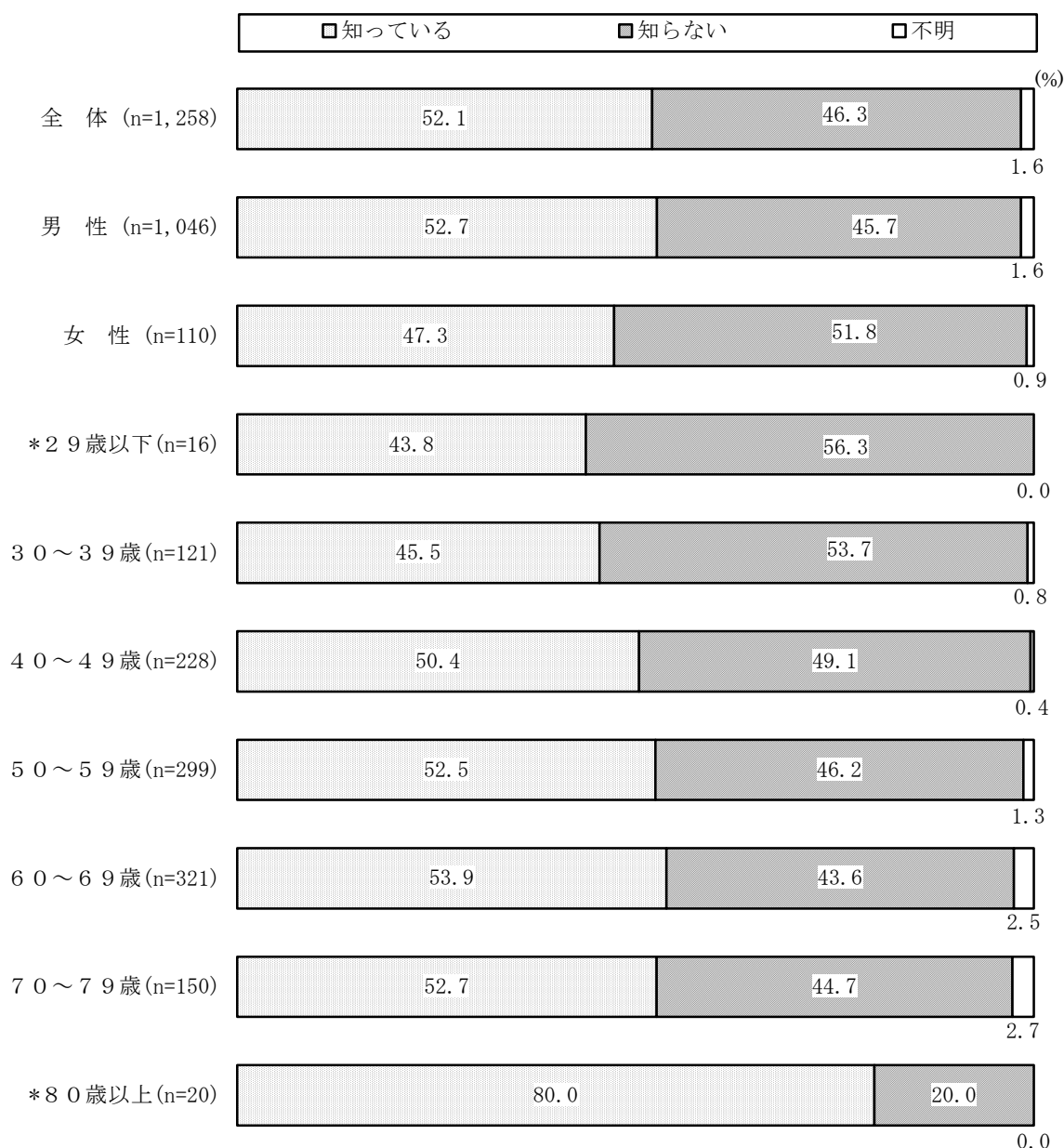
Ⅱ-21.日本商品先物取引協会について

(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 52.1%、「知らない」が 46.3% となっており、認知率はほぼ半数となっている。

性別でみると、「女性」では「知っている」が 47.3%で半数以下となっている。年齢別でみても、いずれも半数程度が認知しており、大きな違いはないものの「30 歳代」では半数以下となるなど、低い年齢層ではやや認知率が低い。(図表 49)

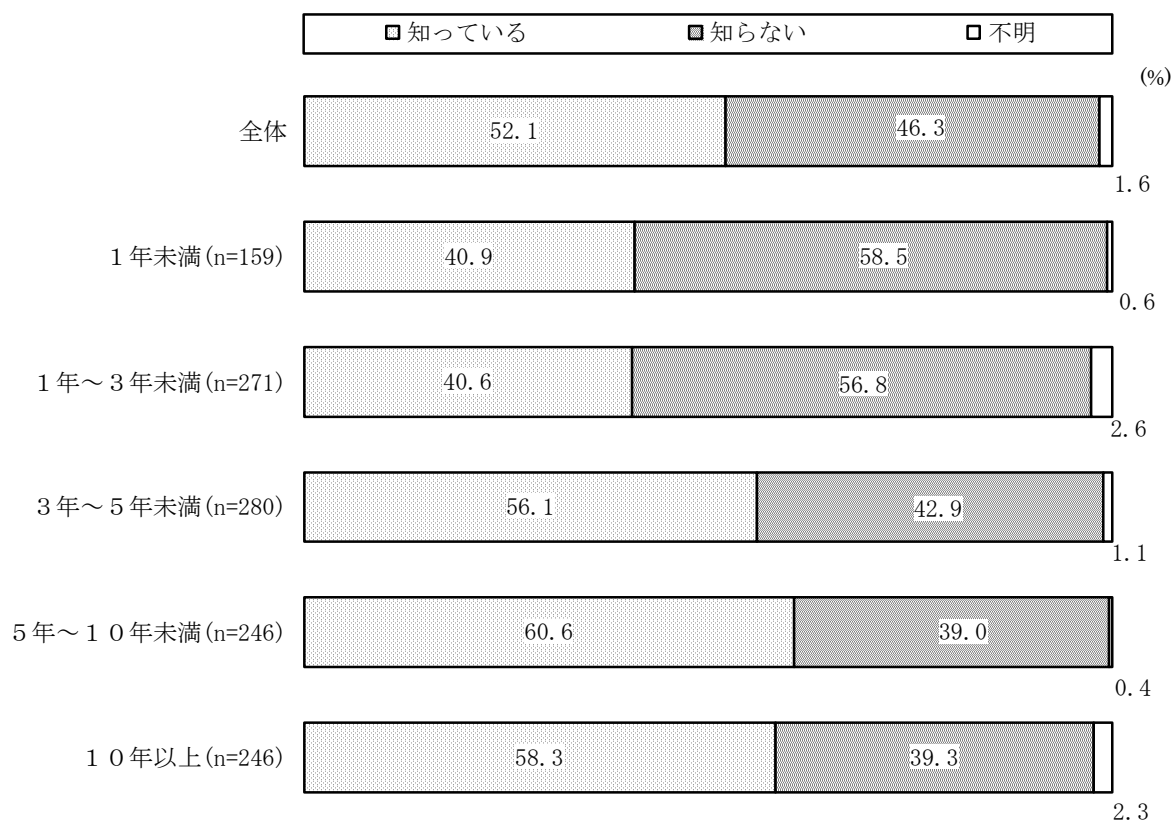
図表 49：日本商品先物取引協会について（全体、性別、年齢別）



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 40.9%と「知らない」（58.5%）の方が上回っているが、「3 年～5 年未満」では「知っている」が 56.1%と過半数になり、これ以上ではいずれも過半数となっている。（図表 50）

図表 50：日本商品先物取引協会について（取引の経験年数（累積）別）



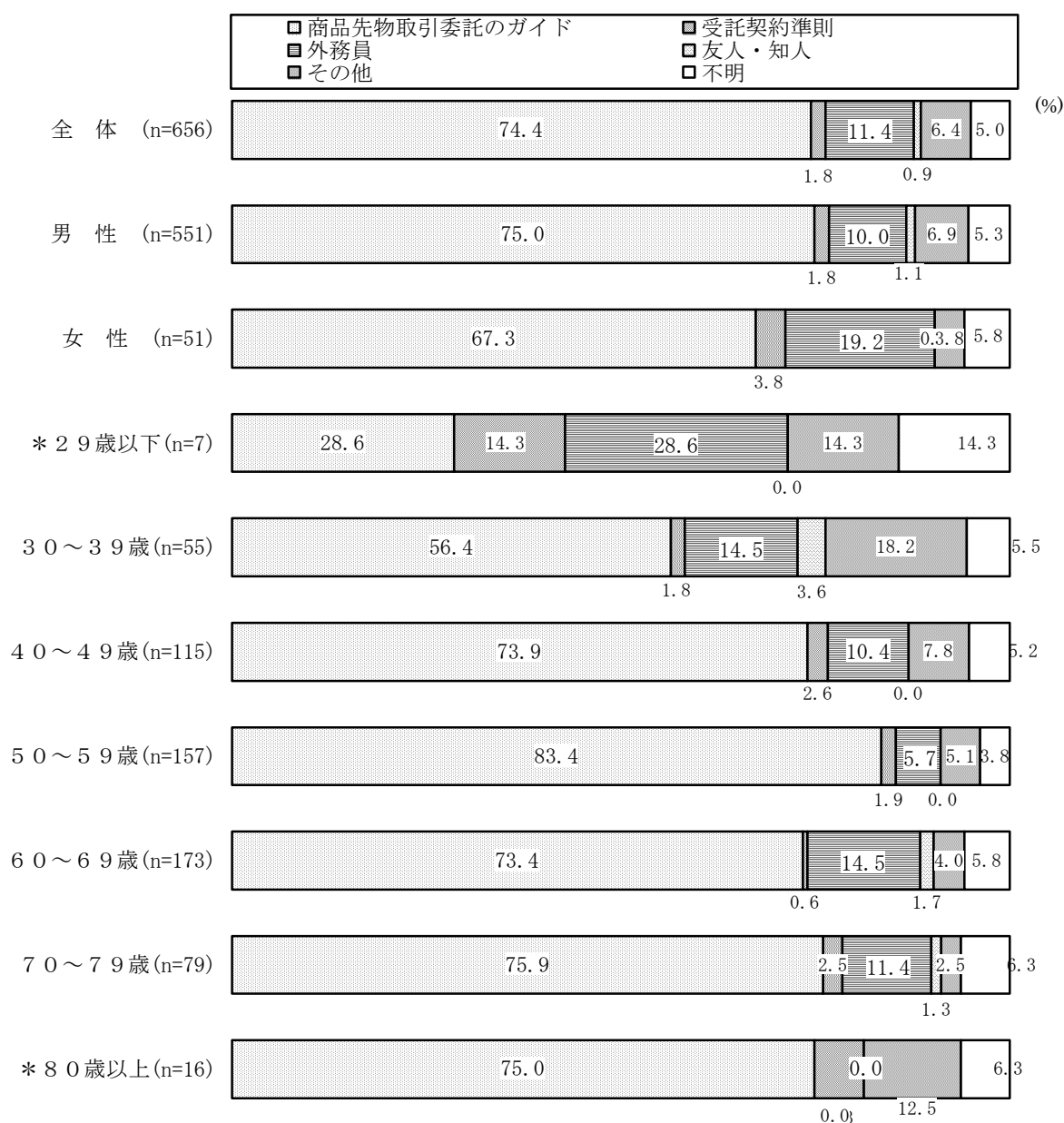
(2)日本商品先物取引協会を知ったきっかけ

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74.4%と最も多くなっている。また、「外務員」が11.4%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75.0%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19.2%と男性と比べてやや多くなっている。

年齢別でみても、「商品先物取引委託のガイド」の割合が多いが、年齢が下がるほど「その他」の割合が多くなっている。(図表 51)

図表 51：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）

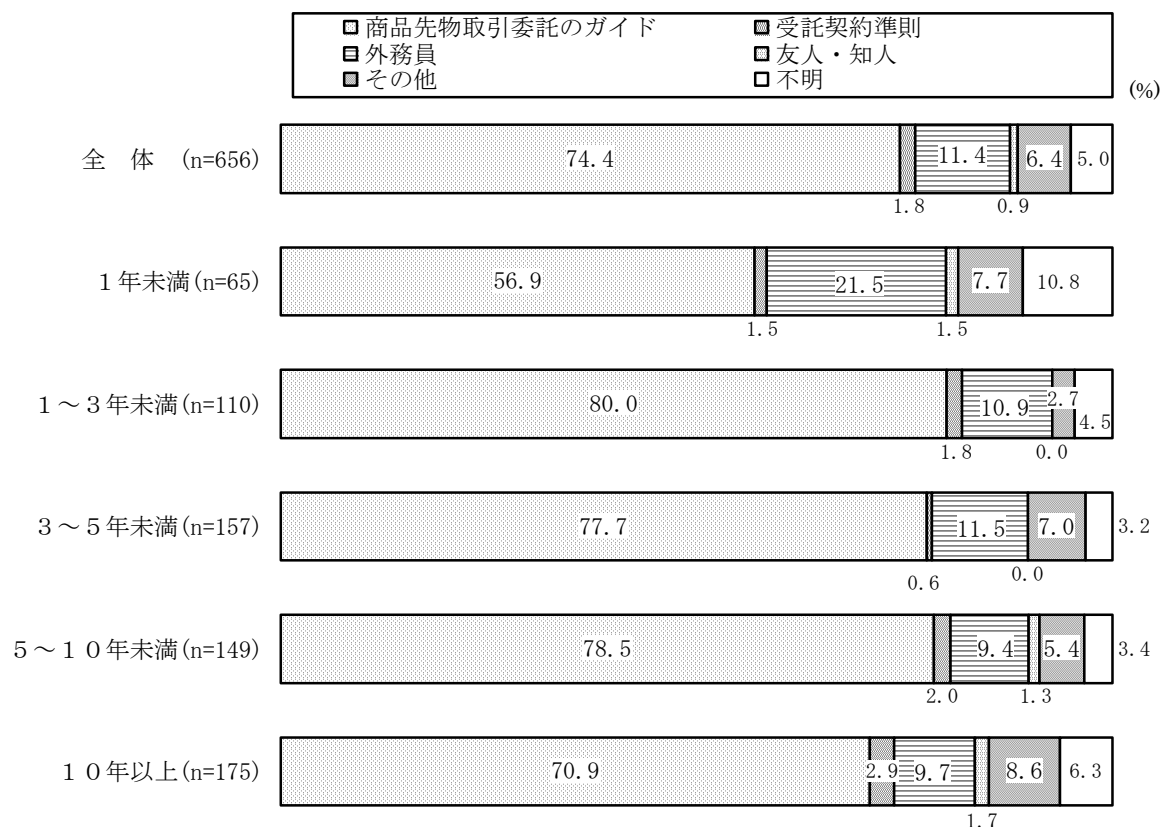


注)図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

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 656 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 56.9%とやや少なく、「外務員」の割合が 21.5%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 52）

図表 52：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 656 人が回答。

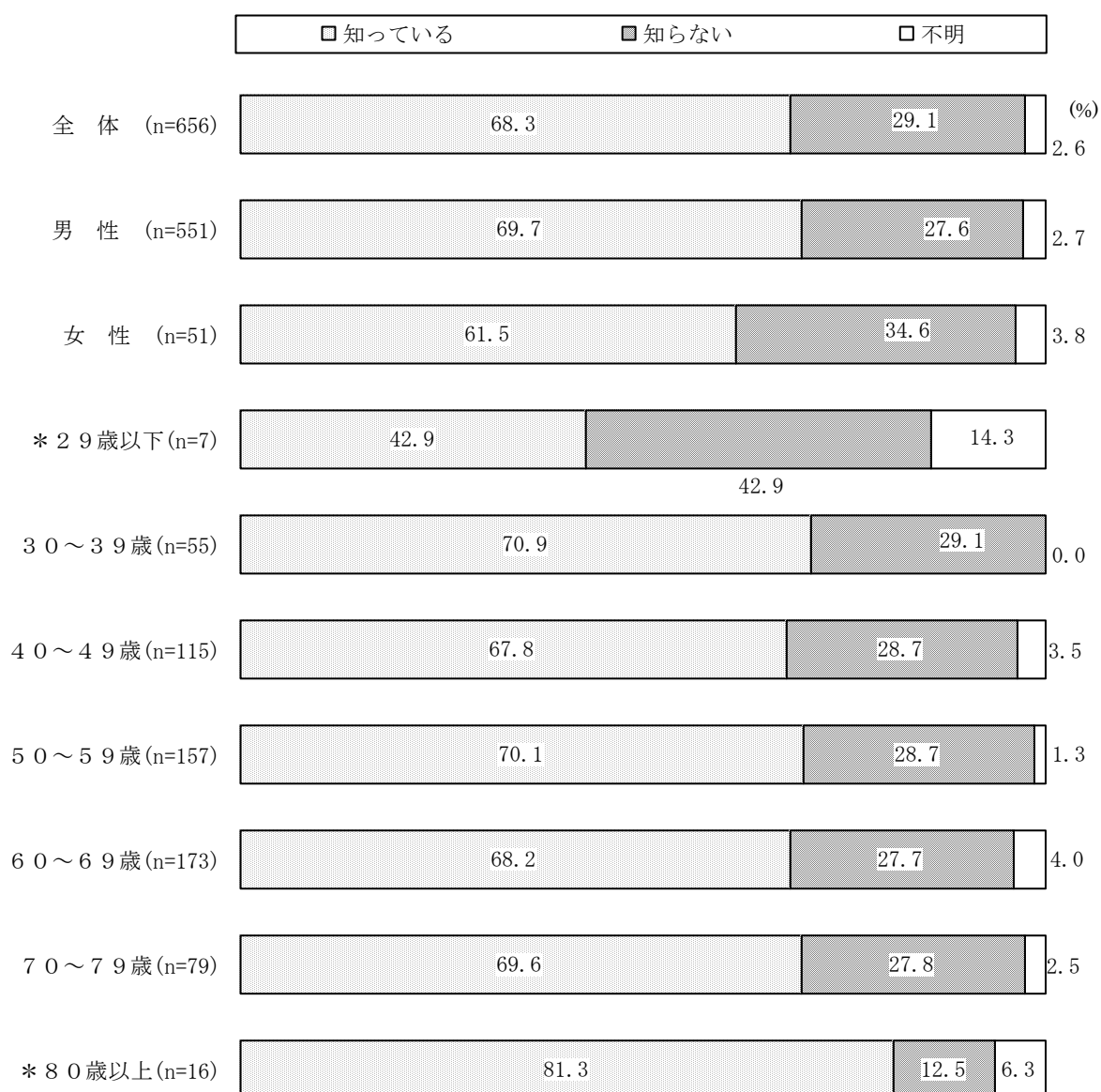
(3)日本商品先物取引協会の相談・苦情についての仲介業務について

日本商品先物取引協会が相談・苦情について仲介業務を行っていることについては、「知っている」が 68.3%、「知らない」が 29.1%となっている。

性別でみると、「女性」は「知っている」の割合が 61.5%と男性と比べてやや少なく、「知らない」が 34.6%とやや多くなっている。

年齢別でみても、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 53)

図表 53：日本商品先物取引協会の相談・苦情についての仲介業務について（全体、性別、年齢別）

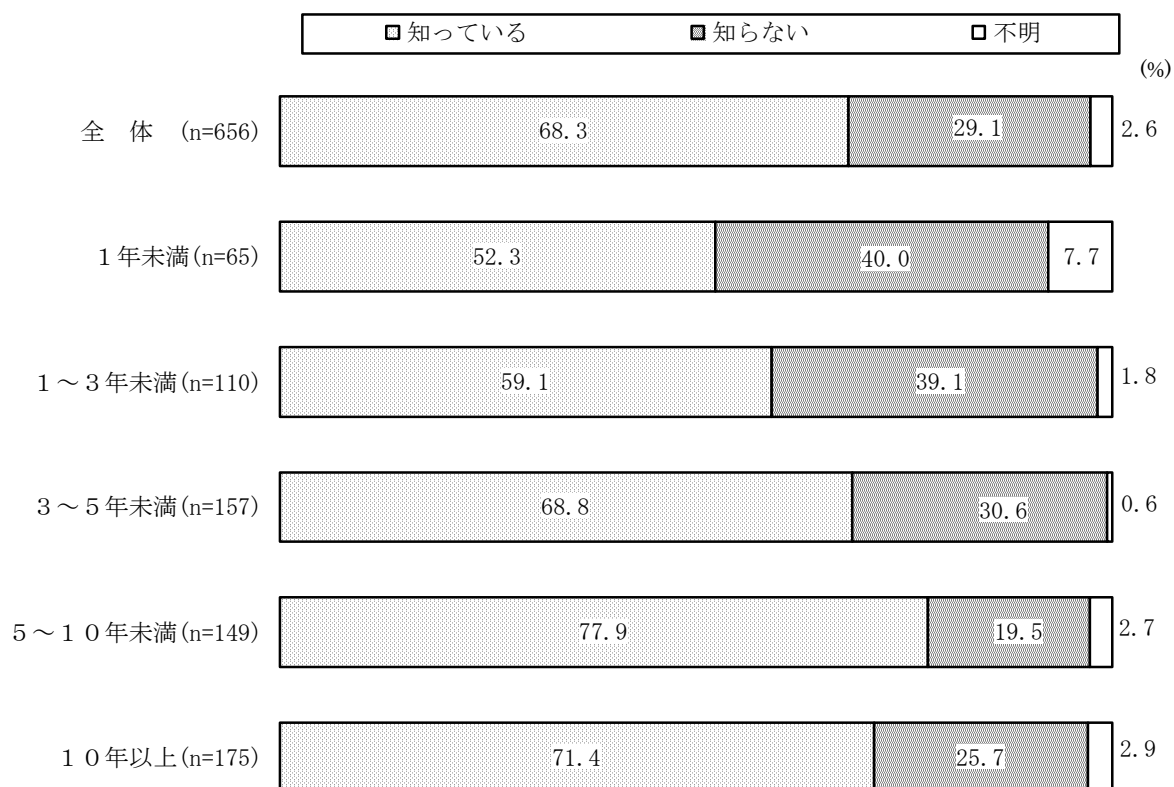


注) 図表中*印のついた年齢層(29 歳以下、80 歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

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 656 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 59.1%となっているが、「5 年～10 年未満」で「知っている」が 77.9%となるなど、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 54）

図表 54：日本商品先物取引協会の相談・苦情について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 656 人が回答。

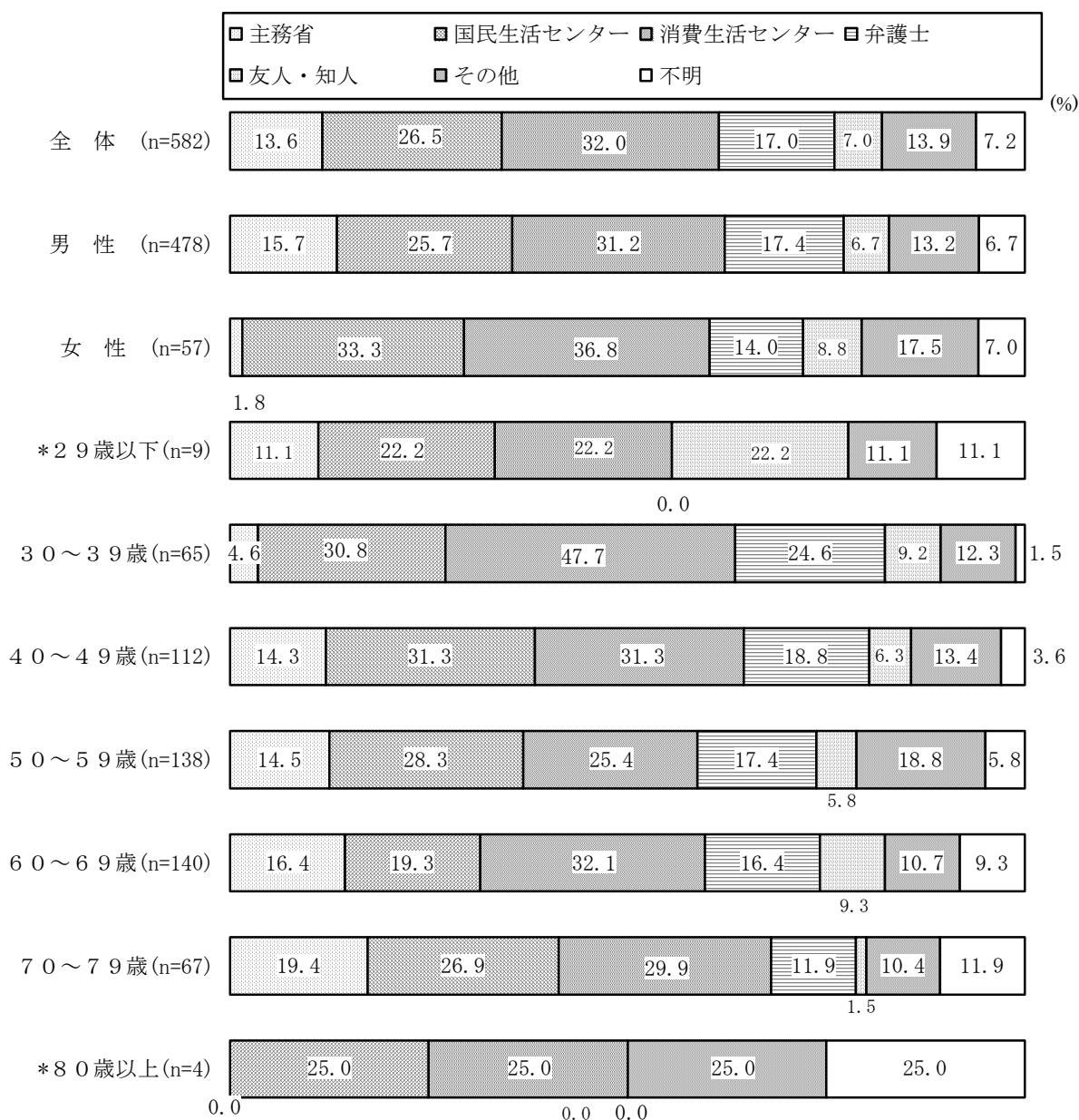
(4)相談・苦情の申し立て先について

相談や苦情の申し立て先については、「消費生活センター」(32.0%)が最も多く、次いで「国民生活センター」(26.5%)、「弁護士」(17.0%)、「主務省」(13.6%)となっている。

性別でみると、「女性」は「主務省」(1.8%)の割合が少なく、「消費生活センター」(36.8%)と「国民生活センター」(33.3%)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「主務省」の割合が大きくなる傾向が見られる。(図表 55)

図表 55：相談・苦情の申し立てについて（全体、性別、年齢別）

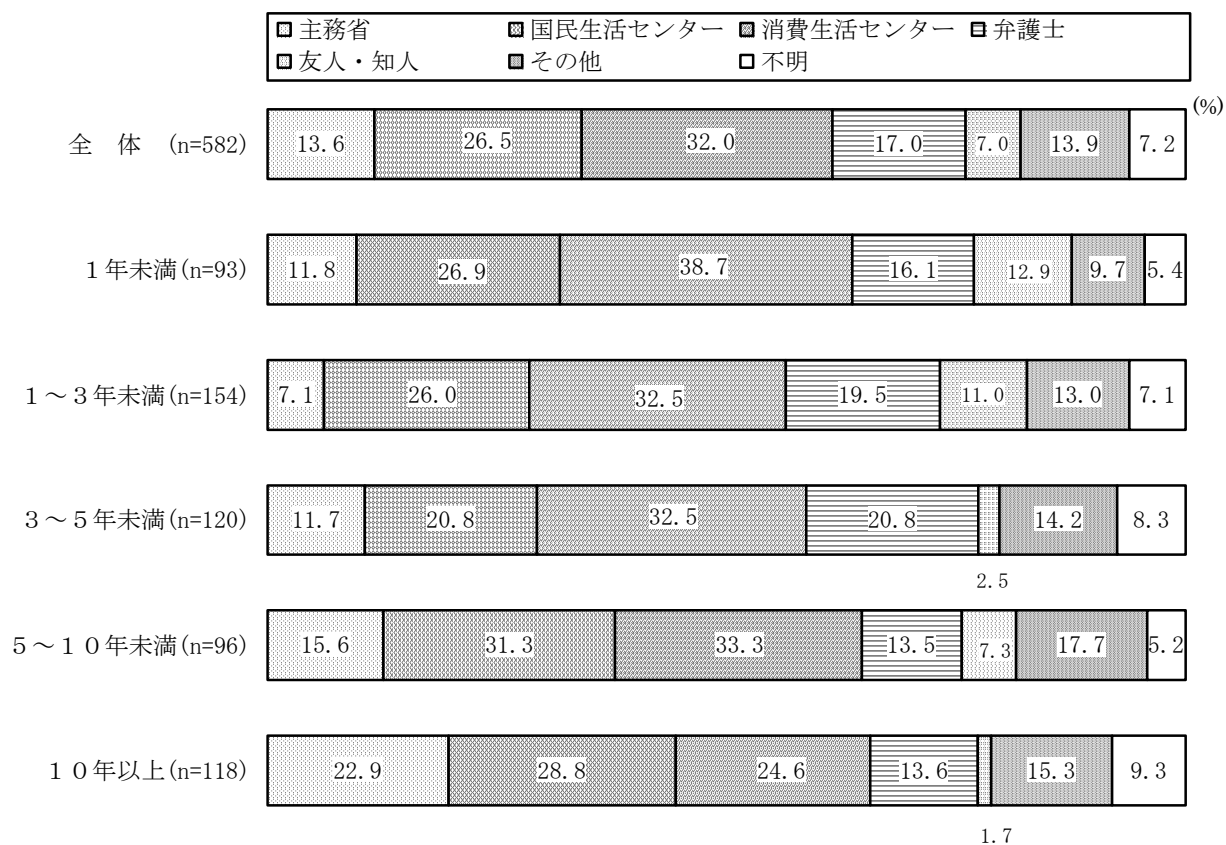


注)図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

注)日本商品先物取引協会を「知らない」と回答した委託者 582 人が回答。

取引の経験期間（累積）別でみると、「1年未満」は「消費生活センター」や「国民生活センター」といった消費者の苦情相談を受け付ける機関の割合がやや多いのに対して、「5～10年未満」や「10年以上」では「主務省」の割合がやや多くなっている。（図表 56）

図表 56：相談・苦情の申し立てについて（取引経験期間（累積）別）



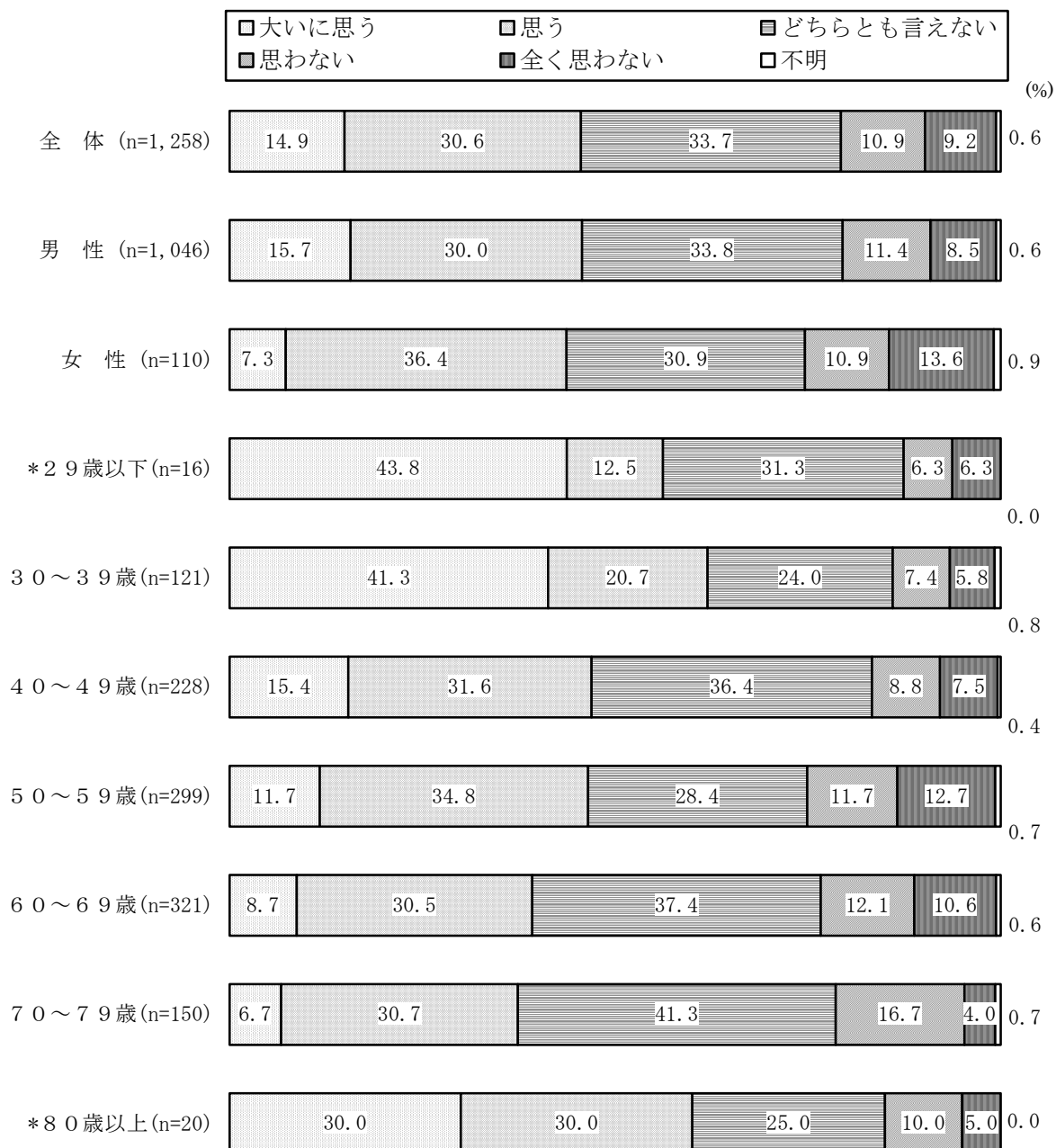
注)日本商品先物取引協会を「知らない」と回答した委託者 582 人が回答。

Ⅱ-23.商品先物取引についての満足度

商品先物取引を経験したことに満足しているかについては、「大いに思う」が 14.9%、「思う」が 30.6%で 45.5%がある程度満足している。これに対して「思わない」(10.9) %、「まったく思わない」(9.2%) は合計 20.1%であり、満足している割合が高くなっている。

性別、年齢別でも満足している割合が、満足していない割合を上回っている。(図表 57)

図表 57：商品先物取引についての満足度（全体、性別、年齢別）



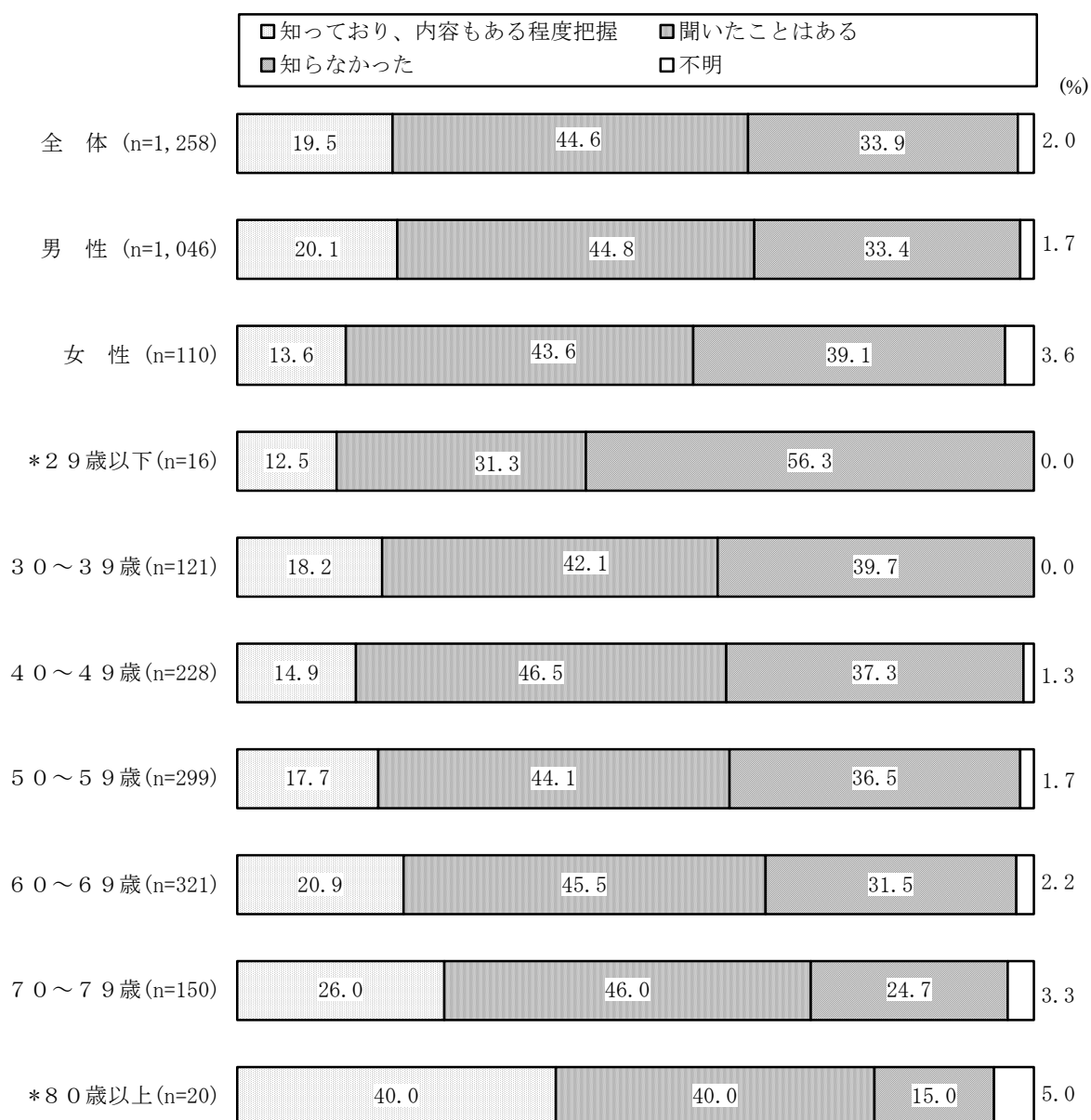
注) 図表中*印のついた年齢層(29歳以下、80歳以上)はサンプル数が少ないため、参考値と考えるべきである。

Ⅱ-24.商品先物取引法の認知

商品取引所法の改正に伴う商品先物取引法については、「聞いたことはある」が44.6%で最も多い。「知っており、内容もある程度把握」の19.5%を合すると、6割以上が同法について知っていることになる。

性別でみると、「女性」では「知らなかった」が39.1%とやや多い。年齢別では年齢層が高くなるほど「知らなかった」の割合が低くなり、認知率が高くなることがわかる。(図表58)

図表 58：商品先物取引法の認知について（全体、性別、年齢別）



Ⅲ.商品取引員調査の結果

Ⅲ-1.取引口座数

(1) 口座数

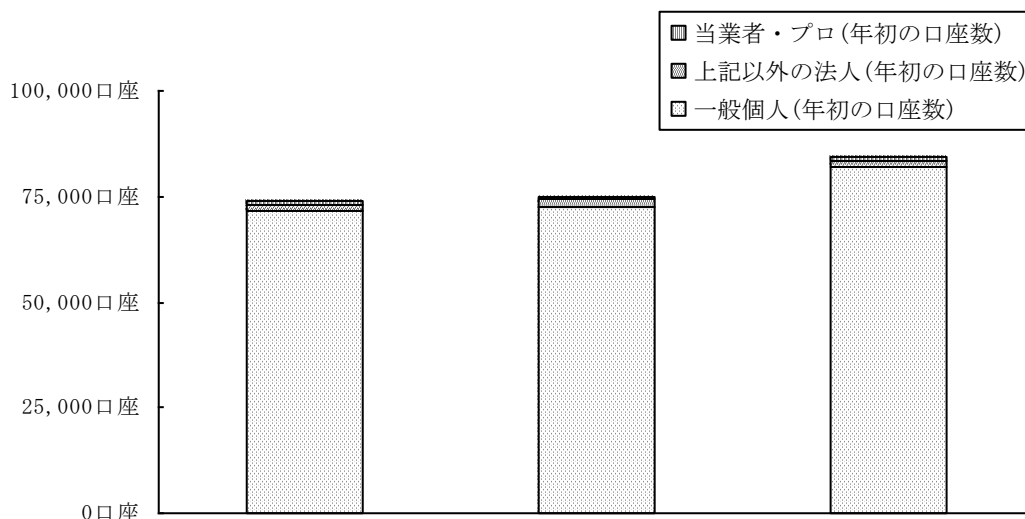
平成 20 年から平成 22 年における商品取引員の年初及び新規の口座数と年末の建玉口座数について、「プロ・当業者」、「プロ・当業者以外の法人」、「一般個人」の別に質問している。なお、本調査の時期が年初であったため、平成 22 年の新規口座数と年末の建玉口座数は調査対象外としている。

取引口座数は、平成 20 年初には 73,850 口座あり、平成 21 年初には 75,048 口座、平成 22 年初は 84,396 口座となっている。

新規口座数は、平成 20 年には 26,328 口座あり、平成 21 年は 27,537 口座となっている。年末の建玉口座数は、平成 20 年には 25,277 口座あり、平成 21 年は 27,393 口座となっている。

(図表 59)

図表 59：取引口座数



		平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年
プロ・当業者	年初の口座数	668 口座	832 口座	886 口座
	新規の口座数	304 口座	241 口座	
	年末の建玉口座数	406 口座	441 口座	
上記以外の法人	年初の口座数	1,470 口座	1,473 口座	1,630 口座
	新規の口座数	437 口座	505 口座	
	年末の建玉口座数	593 口座	643 口座	
一般個人	年初の口座数	71,712 口座	72,743 口座	81,880 口座
	新規の口座数	25,587 口座	26,791 口座	
	年末の建玉口座数	24,278 口座	26,309 口座	
合 計	年初の口座数	73,850 口座	75,048 口座	84,396 口座
	新規の口座数	26,328 口座	27,537 口座	
	年末の建玉口座数	25,277 口座	27,393 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」

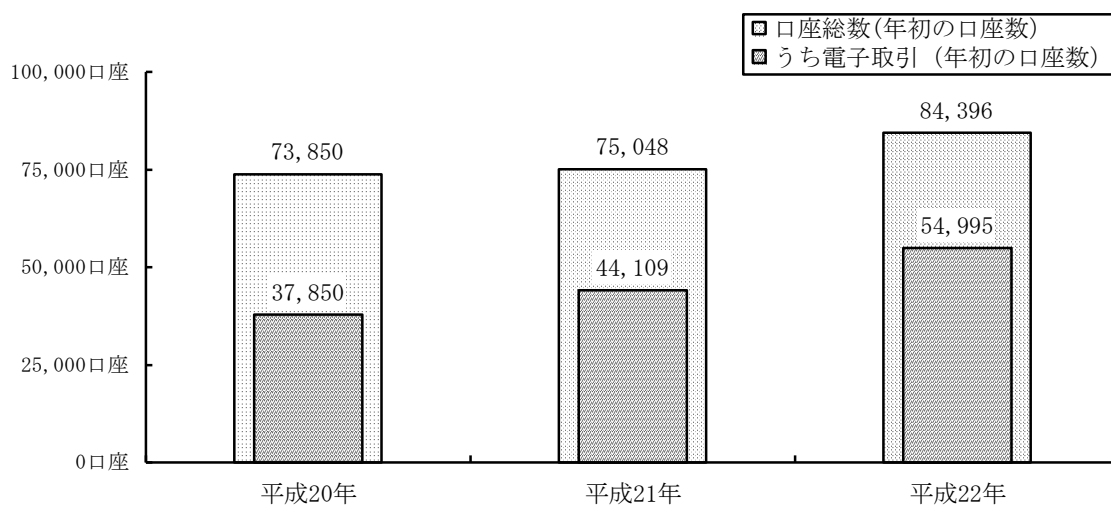
(2) 電子取引口座数

今回の調査では、インターネットなどの通信回線を利用して取引を行う電子取引の口座数についても口座総数と同様に調査している。

電子取引口座は、平成 20 年初には 37,850 口座あり、平成 21 年初には 44,109 口座、平成 22 年初は 54,995 口座となっている。(図表 60)

口座総数に対する割合は平成 20 年初には 51.3%、平成 21 年初には 58.8%、平成 22 年初は 65.2%と増加傾向を示している。

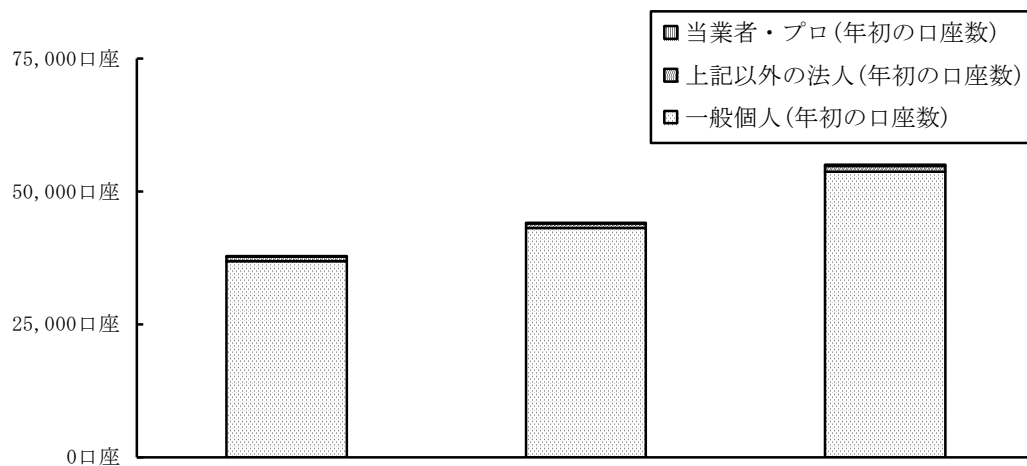
図表 60：口座数と電子取引口座



新規口座数は、平成 20 年には 11,144 口座あり、平成 21 年は 16,303 口座となっている。年末の建玉口座数は、平成 20 年には 7,439 口座あり、平成 21 年は 9,009 口座となっている。

電子取引口座数の推移について、「プロ・当業者」、「プロ・当業者以外の法人」、「個人」の別でみると、特に個人の増加が大きく、平成 20 年には 36,951 口座であったものが、平成 21 年には 43,098 口座となり、平成 22 年には 53,771 口座となっている。(図表 61)

図表 61：電子取引口座数



		平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年
プロ・当業者	年初の口座数	136 口座	159 口座	171 口座
	新規の口座数	40 口座	60 口座	
	年末の建玉口座数	86 口座	95 口座	
上記以外の法人	年初の口座数	763 口座	852 口座	1,053 口座
	新規の口座数	180 口座	325 口座	
	年末の建玉口座数	253 口座	284 口座	
一般個人	年初の口座数	36,951 口座	43,098 口座	53,771 口座
	新規の口座数	10,924 口座	15,918 口座	
	年末の建玉口座数	7,100 口座	8,630 口座	
合 計	年初の口座数	37,850 口座	44,109 口座	54,995 口座
	新規の口座数	11,144 口座	16,303 口座	
	年末の建玉口座数	7,439 口座	9,009 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」

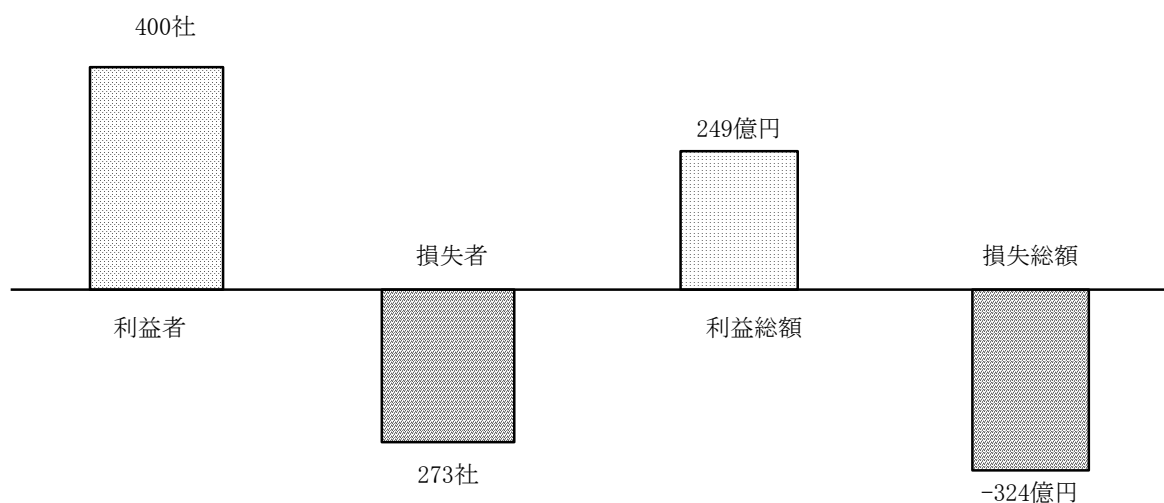
Ⅲ-2.損益の状況

(1)プロ・当業者

平成 21 年の 1 年間において、利益者が 400 社、損失者が 273 社となっており、一社当たり平均利益額は 6,236 万円、一社当たり平均損失額は 1 億 1,877 万円となっている。(図表 62)

利益者と損失者の比率については、利益者 59%に対して損失者は 41%と、利益者の割合が多くなっている。

図表 62：プロ・当業者の損益状況



	平成 21 年
利益者数	400 社(59%)
利益合計額	249 億円
一社当たり利益額	6,236 万円
損失者数	273 社(41%)
損失合計額	324 億円
一社当たり損失額	1 億 1,877 万円
委託者数合計	673 社 (100%)

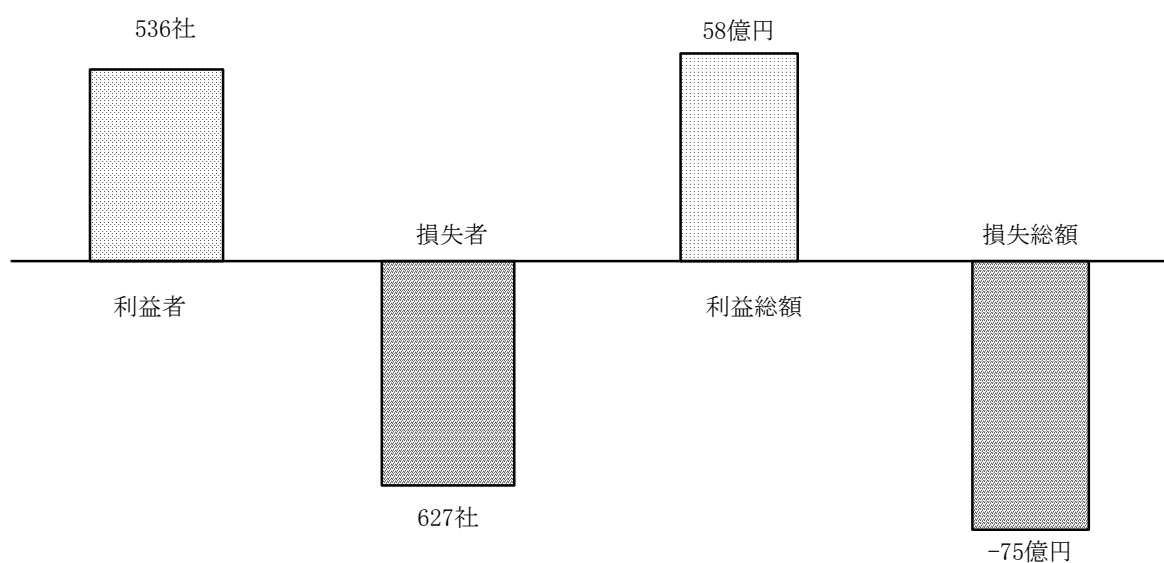
注) 損益の計算方法は「売買損益金+手数料+手数料に係る消費税」。

(2)プロ・当業者以外の法人

平成 21 年の 1 年間に於いて、利益者が 536 社、損失者が 627 社となっており、一社当たり平均利益額は 1,083 万円、一社当たり平均損失額は 1,201 万円となっている。(図表 63)

利益者と損失者の比率については、利益者 46%に対して損失者は 54%と、やや損失者の割合が多くなっている。

図表 63：プロ・当業者以外の法人の損益状況



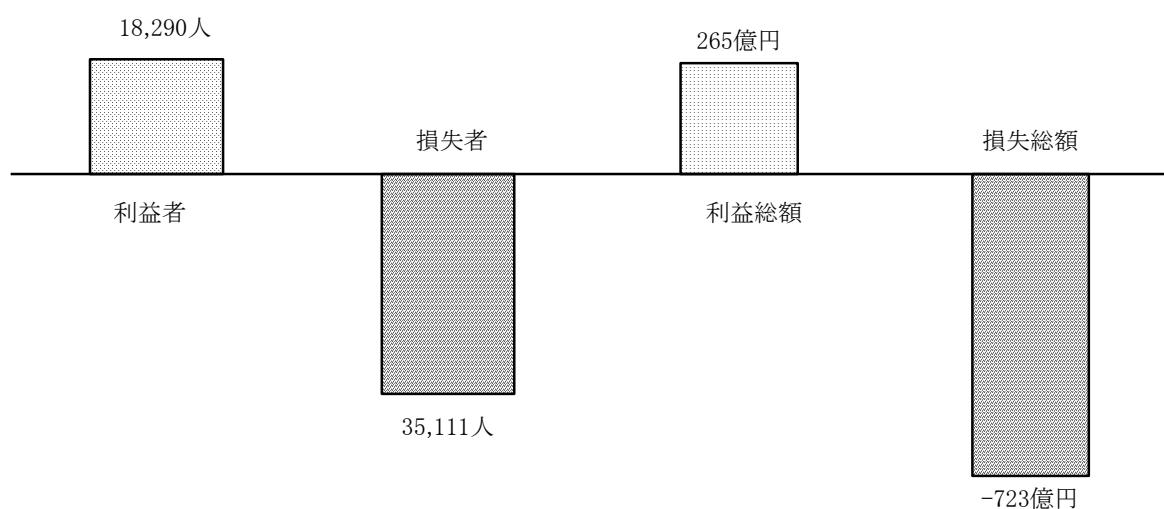
	平成 21 年
利益者数	536 社(46%)
利益合計額	58 億円
一社当たり利益額	1,083 万円
損失者数	627 社(54%)
損失合計額	75 億円
一社当たり損失額	1,201 万円
委託者数合計	1,163 社 (100%)

(3)一般個人

平成 21 年の 1 年間において、利益者が 18,290 人、損失者が 35,111 人となっており、一人当たり平均利益額は 145 万円、一人当たり平均損失額は 206 万円となっている。(図表 64)

利益者と損失者の比率については、利益者 34%に対して損失者は 66%と、損失者の割合が多くなっている。

図表 64：一般個人の損益状況



	平成 21 年
利益者数	18,290 人(34%)
利益合計額	265 億円
一人当たり利益額	145 万円
損失者数	35,111 人(66%)
損失合計額	723 億円
一人当たり損失額	206 万円
委託者数合計	53,401 人 (100%)

Ⅲ-3.登録外務員数

登録外務員数は、平成 20 年初には 5,482 名であったのが、平成 21 年初には 4,467 名、平成 22 年初には 3,623 名と減少している。(図表 65)

図表 65 : 登録外務員数

