

「2025年度インパクト投資に関する消費者意識調査」を発表

インパクト投資の認知度は過去最高値8.8%に到達。

関心度も19.4%へ上昇し、特に投資経験のある20代・30代で顕著

一般財団法人社会変革推進財団(所在地:東京都港区、理事長:大野修一、以下「SIIF」)は、国際的なインパクト投資推進機関であるGSG Impactの日本支部である「GSG Impact JAPAN National Partner」の事務局として、「2025年度インパクト投資に関する消費者意識調査」を実施し、その結果を発表しました。

本調査は、日本におけるインパクト投資の消費者向け調査として2019年に開始し、今年で7回目となります。SIIFでは、インパクト投資に対する一般消費者の認知度や関心度を継続的に観察するとともに、今後のリテール市場の拡大に向けた示唆を得ることを目的に分析を行っています。

調査結果サマリー

■ インパクト投資の認知度は過去最高の8.8%

インパクト投資の意味を「多少なりとも知る」層は8.8%となり、調査開始以来の最高値を記録しました。また、「言葉を聞いたことはあるが意味は知らない」層まで含めた広義の認知層は21.1%となり、初めて20%を超えました。

■ インパクト投資の実施への関心度は19.4%へ上昇

インパクト投資を実際に行うことに「関心がある」と回答した層は19.4%となり、前年から3ポイント上昇しました。

■ 投資経験のある20代・30代で、認知度・関心度ともに高い

インパクト投資の認知度・関心度はいずれも、投資経験のある20代・30代(Z世代・ミレニアル世代)で高い傾向が確認されました。

■ 関心の高い投資領域は「再生可能エネルギー」「環境」「医療」「介護」

インパクト投資に関心を持つ層が投資対象として関心を示した領域は、再生可能エネルギー、環境、医療、介護などが上位となりました。

■ 関心層の8割以上が「経済的リターン」を重視

インパクト投資に関心を持つ層の8割以上が、他の投資商品と同等、またはそれを上回る経済的リターンを求めていることが分かりました。

■ 金融リテラシー教育の受講率は8%にとどまる

学校や勤務先、金融機関などが行う金融リテラシー教育について、受講経験がある消費者は全体の8%にとどまりました。

調査結果からの示唆: 個人向け市場拡大の鍵は「投資経験×若年層」

本調査の分析では、個人向けインパクト投資市場の拡大に向けて、以下のような示唆が整理されています。

- 投資経験のある消費者(株式・投資信託等)に重点を置くことが有効
- 特に、投資経験のある20代・30代が有望セグメント
- 他の投資商品と同等以上の経済的リターン訴求が重要
- 高エシカル消費意識層が接する媒体での露出が、認知・関心の拡大に有効

調査概要



- 調査期間: 2025年9月2日～9月3日
- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 全国の20歳～79歳の一般消費者
- 回答者数: 4,130人
- 抽出方法: 全国の性別人口比・世代人口比に近似するよう層化二段無作為抽出
- 実査委託先: 株式会社マクロミル
- 分析実施: 一般財団法人 社会変革推進財団(SIIF)

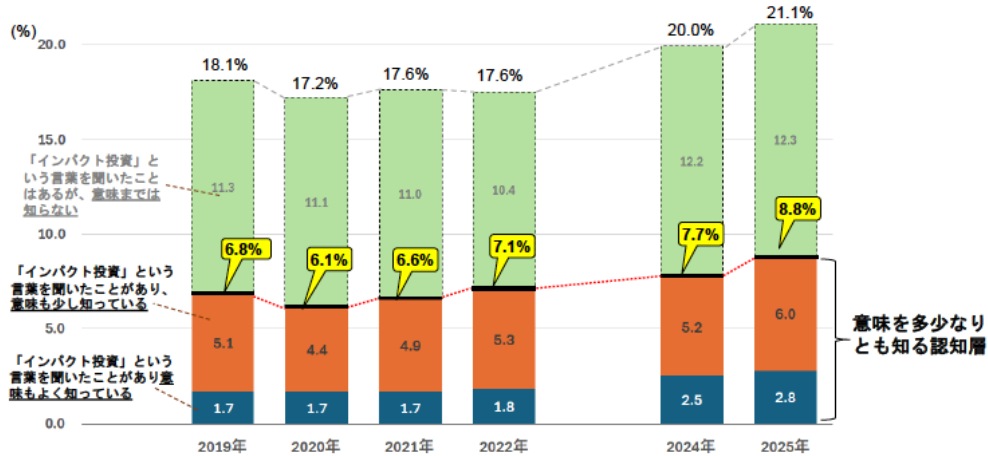
https://www.siif.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2026/02/JP-Consumer_Survey_on_Impact_Investing_2025Final.pdf

調査結果 *一部抜粋

インパクト投資の認知度と経年比較

- 本調査を開始して以来、インパクト投資の意味を多少なりとも知る認知層は8.8%と最高となった。
- 「言葉を聞いたことはあるが、意味までは知らない」層まで含めた広義の認知層は初めて20%を超えた。
- ゆっくりではあるが、インパクト投資の認知のすそ野は確実に広がっているといえる。

Q 経済的なりターン（利益）を生み出すと同時に、社会課題解決も追求する投資を「インパクト投資」と呼びます。あなたは「インパクト投資」という言葉を聞いたことがありますか。最も当てはまるもの一つを選んでください。



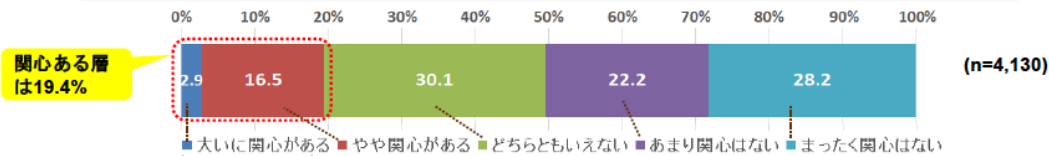
33

Copyright© 2026 SIIF All Rights Reserved.

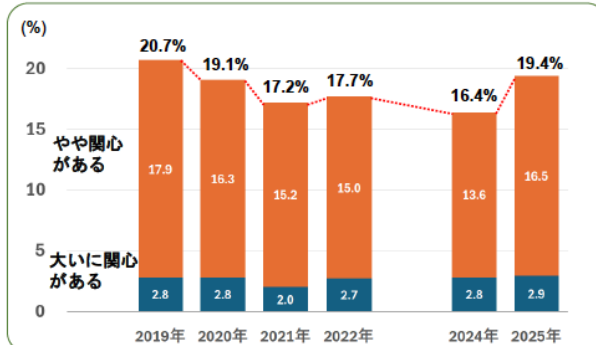
インパクト投資実施への関心度

- 調査開始以降、インパクト投資を行うことに関心ある人の割合は低下傾向にあったが、2025年は19.4%と前年より3ポイント上昇。

Q あなたは、「インパクト投資」を行ってみたいと思いますか。あなたのお考えに最も近いもの一つを選んでください。



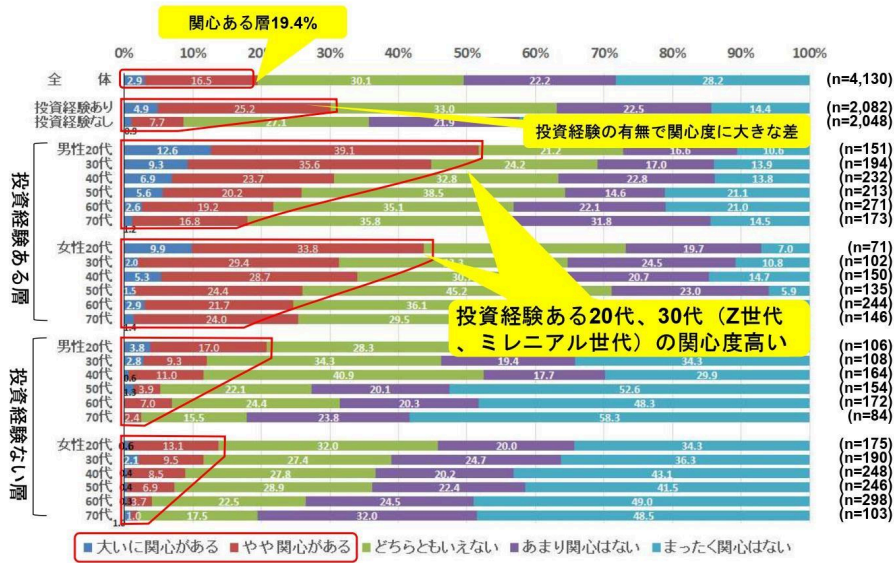
インパクト投資
関心度の経年比較



36

Copyright© 2026 SIIF All Rights Reserved.

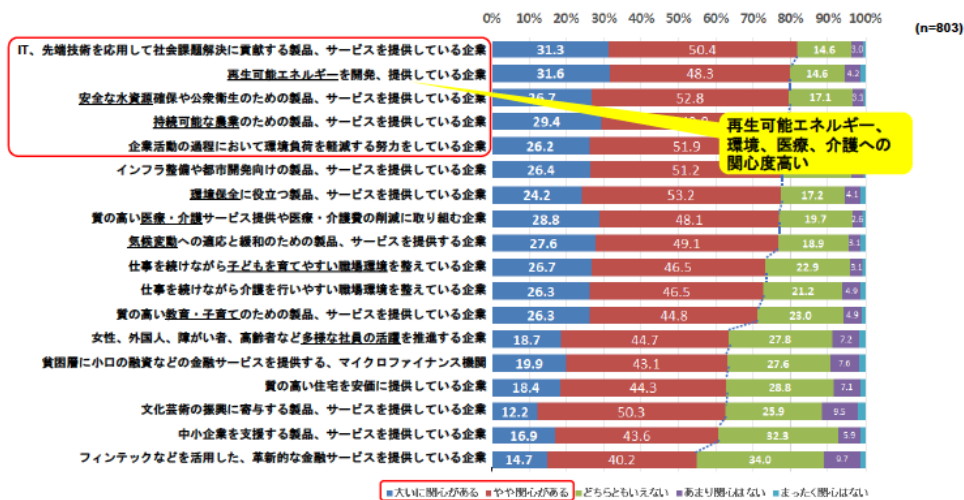
- インパクト投資の認知度と同様、投資経験の有無によって関心度にも大きな差がある。
- 投資経験ある20代、30代といった、Z世代、ミレニアル世代がインパクト投資への関心度が高い。



消費者はどの領域に関心を持っているのか？

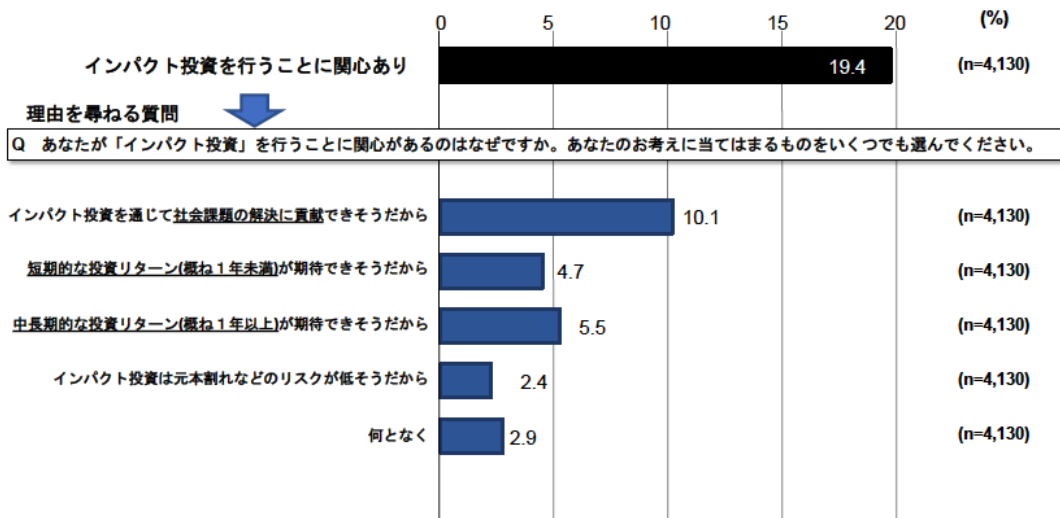
- インパクト投資を行うことに関心ある層に、社会課題解決のためどのような企業へ投資したいかを尋ねたところ、再生可能エネルギー、環境、医療、介護などSDGs領域を推進する企業への関心度が高い。

Q 社会課題（子どもの貧困、介護問題、引きこもり問題など）の解決に取り組む企業に投資することは、それらの企業への支援につながります。あなたはその企業の株式や投資信託を購入したり、クラウドファンディングで融資や投資をしてみようと思いませんか。設問ごとにあなたの考えに最も近いものを一つ選んでください。



なぜインパクト投資を行うことに興味あるのか 1/2

- インパクト投資を行うことに興味ある層(19.4%)のうち、「社会課題の解決に貢献できそうだから」と回答した人は半数の10.1%。
- 残りの半分は、投資リターンを期待していることが分かる。



金融リテラシー教育の受講有無

- 金融リテラシー教育の受講率は全体のわずか8%に過ぎない。
- 男女とも20代の割合が最も高く、年齢帯が上昇するごとに受講率は低下する。

Q あなたはこれまでに、学校、勤務先や金融機関などが行う「金融リテラシー教育」を受けたことがありますか？
最も当てはまるもの一つを選んでください。
(なお金融リテラシー教育とは、お金や金融の様々なはたらきを理解し、生活に必要なお金の知識(貯蓄、投資、保険、ローンなど)を身に付け、より豊かな生活やよりよい社会づくりのために主体的に行動できる判断力、態度を養う教育を指します。)

