

各位

東京都港区高輪三丁目19番15号
 日本貸金業協会
 問合わせ先 業務企画部 調査課
 電話番号 03-5739-3013
 F A X 番号 03-5739-3027

資金需要者等の借入意識や借入行動等に関する調査結果報告

～ 新型コロナウイルス感染症拡大による影響などによって、資金需要者等の生活様式等が変わりつつある。一方で、個人・事業者ともに既存の経済格差の一層の拡大といった二極化の問題が懸念される中、資金需要者の借入意識や行動にも変化の兆しがみられ、貸金業者に求められる金融サービスも多様化が進んでいる。～

新型コロナウイルス感染症が流行し始めてから1年以上が経過し、コロナ禍の自粛要請やデジタル化の進展などから資金需要者等の価値観や行動様式が変わってきたことを受けて、資金需要者等の借入意識や借入行動等も大きく変わりつつあります。日本貸金業協会は、こうした状況を踏まえ、資金需要者等の借入状況や意識の変化、行動変容などを調査し、貸金業者に求められている資金供給機能や社会的役割等を明らかにすることを目的として、資金需要者等を対象としたアンケート調査を実施いたしました。

第1編 調査概要

1.調査概要

(1)調査方法	インターネット調査法(スマートフォン等を利用したモバイルリサーチ)
(2)調査対象	調査会社が保有する全国18歳以上のインターネットモニター会員
(3)調査期間	令和3年10月25日から令和3年11月8日
(4)調査主体	日本貸金業協会 業務企画部
(5)主な調査項目 (個人・事業者共通)	<ul style="list-style-type: none"> ①新型コロナウイルス感染症拡大による資金需要者等への影響 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 新しい生活様式や事業環境への影響・変化 等 ②資金需要者等を取り巻く環境の変化について <ul style="list-style-type: none"> ➢ 家計収支・生活習慣・消費行動・事業収支・事業環境 等 ③デジタル化の進展がもたらす借入行動等への影響・変化 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 生活習慣やライフスタイルへの影響・変化 ➢ デジタル化の進展が及ぼす借入手段等の変化 ④資金需要者等の借入意識や借入行動、セーフティネットの認知度等について ⑤資金需要者等の借入れできなかった際の行動・影響 ⑥貸金業者からの借入に関する満足度・今後の利用意向 ⑦資金需要者等の借入に関する知識・スキル(金融リテラシー) ⑧社会問題となり得る可能性のある行動 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ヤミ金融やSNSを使った個人間融資などの認知・利用状況 等

<個人向け調査>

【プレ調査】

回収サンプル数 31,519 名

【本調査(貸金業者からの借入経験のある個人)】

回収サンプル数:2,000 名 [借入経験のある専業主婦(主夫)を含む]

<貸金業者からの借入残高あり> 1,000 名

<貸金業者からの借入残高なし> 1,000 名

※消費者金融会社やクレジットカード会社・信販会社、事業者金融会社から、現時点において借入残高がある個人及び消費者金融会社やクレジットカード会社・信販会社、事業者金融会社から、借入経験があり、かつ現時点において借入残高がない個人

※基本サンプル 2,000 名は、性別及び年齢を株式会社日本信用情報機構の統計データにより割付

<事業者向け調査>

【プレ調査】

回収サンプル数 22,138 名

【本調査(貸金業者からの借入経験のある事業者)】

回収サンプル数:1,500 名(個人事業主:1,115 名 小規模企業経営者:385 名)

※貸金業者から事業性資金(運転資金・設備資金等)の借入れをしたことがある個人事業主の借入利用者と、本人が経営する会社または所属する会社において貸金業者から事業性資金の借入れをしたことがある小規模企業経営者の借入利用者

※小規模企業経営者の事業規模については、「中小企業基本法第 2 条第 5 項」の規定等に基づいて該当する事業者を抽出

※回収サンプルには、基本サンプル 1,000 名の他に、追加サンプルとして特定業種(「卸売業:92 名」、「小売業:248 名」、「宿泊・飲食サービス業:160 名」)の事業者 500 名を含む

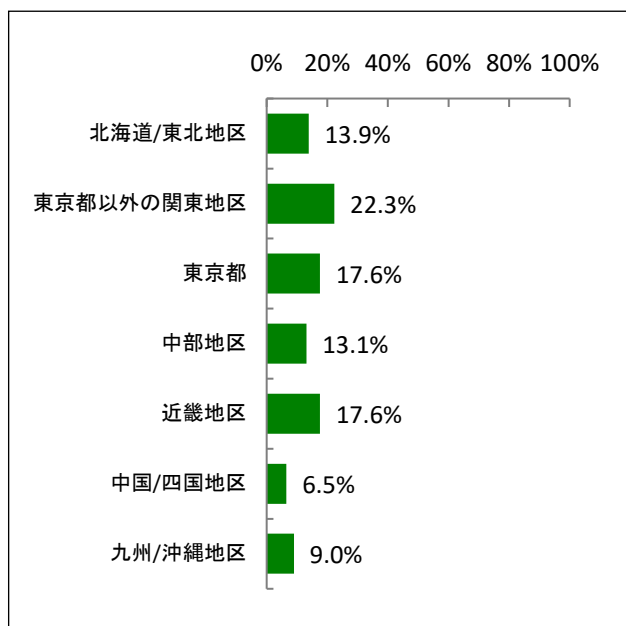
【本調査に関するお問い合わせ先】

日本貸金業協会 業務企画部 調査課 (電話番号:03-5739-3013)

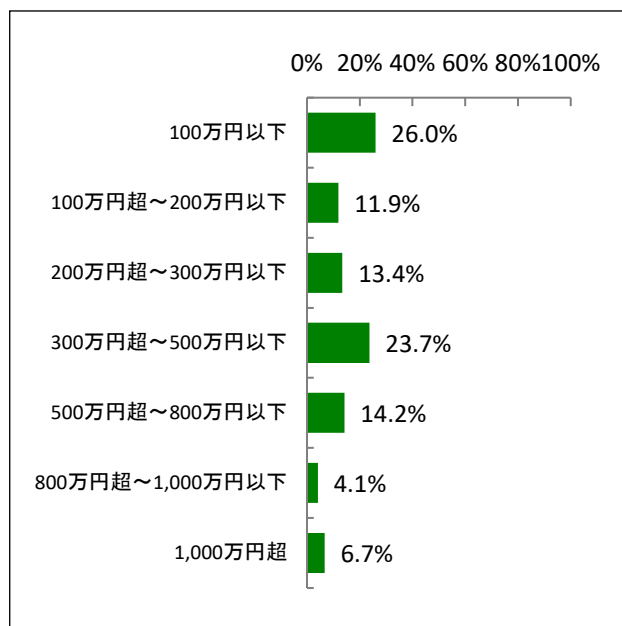
2.標本構成

<貸金業者からの借入経験のある個人 n=2,000>

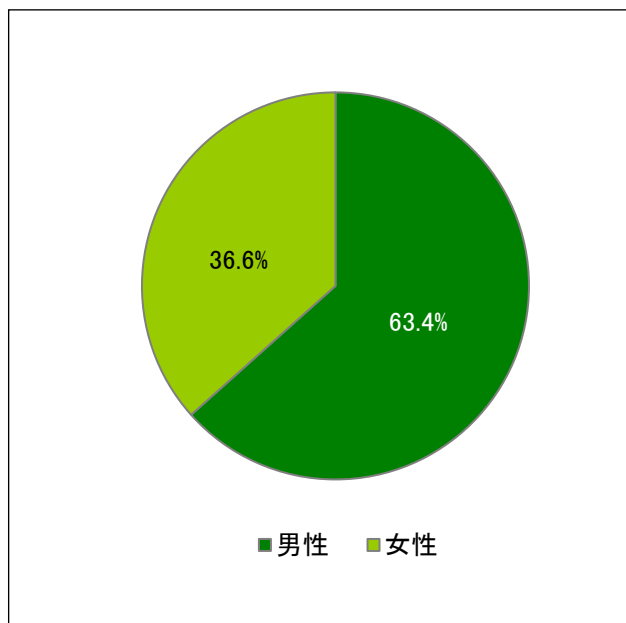
<地区>



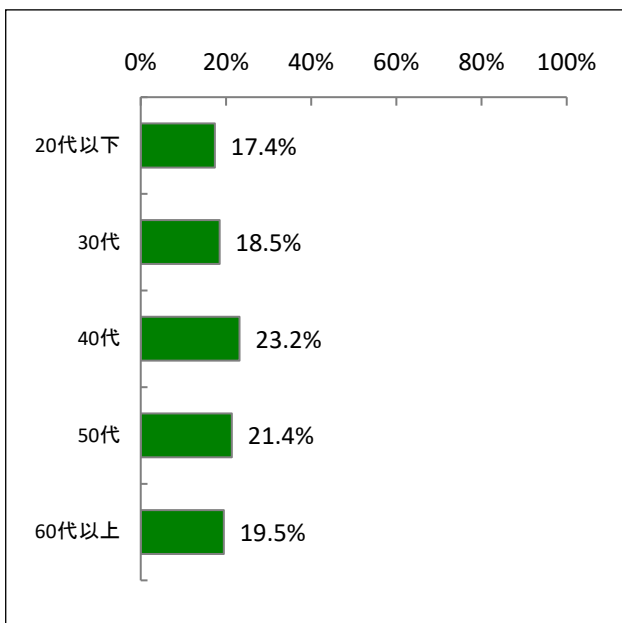
<個人年収>



<男女>

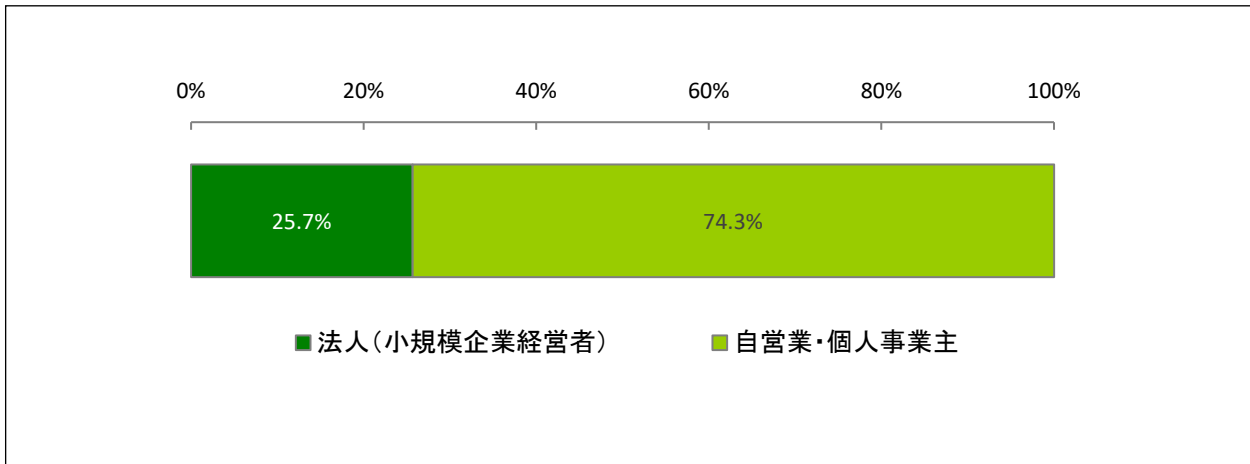


<年代>

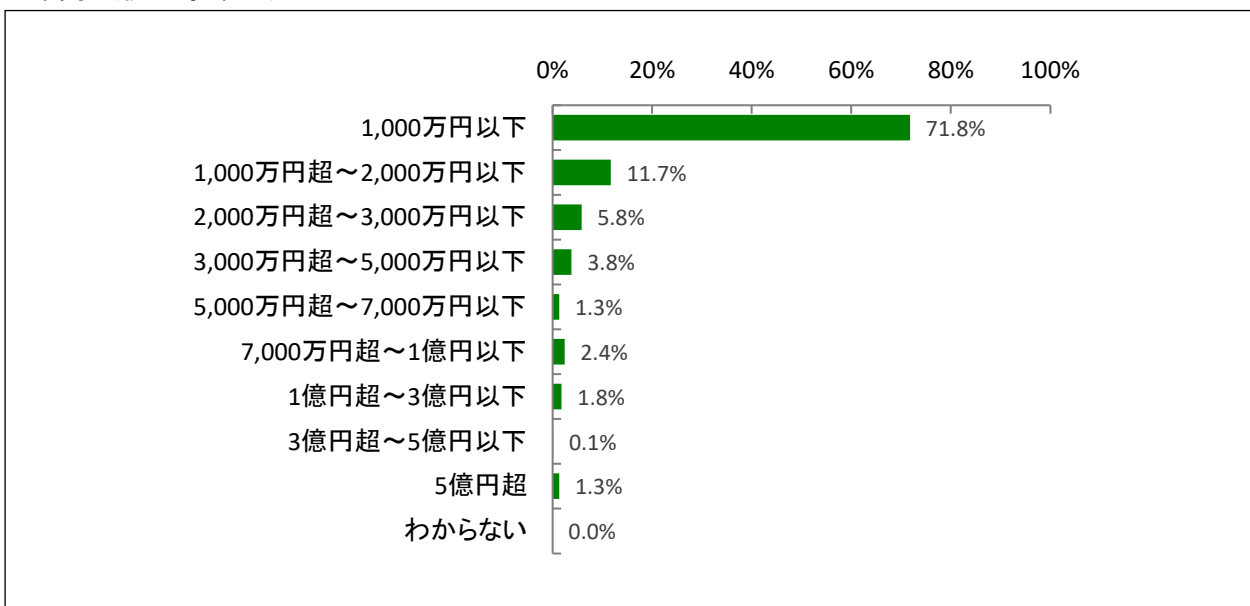


<貸金業者からの借入経験のある事業者 n=1,500>

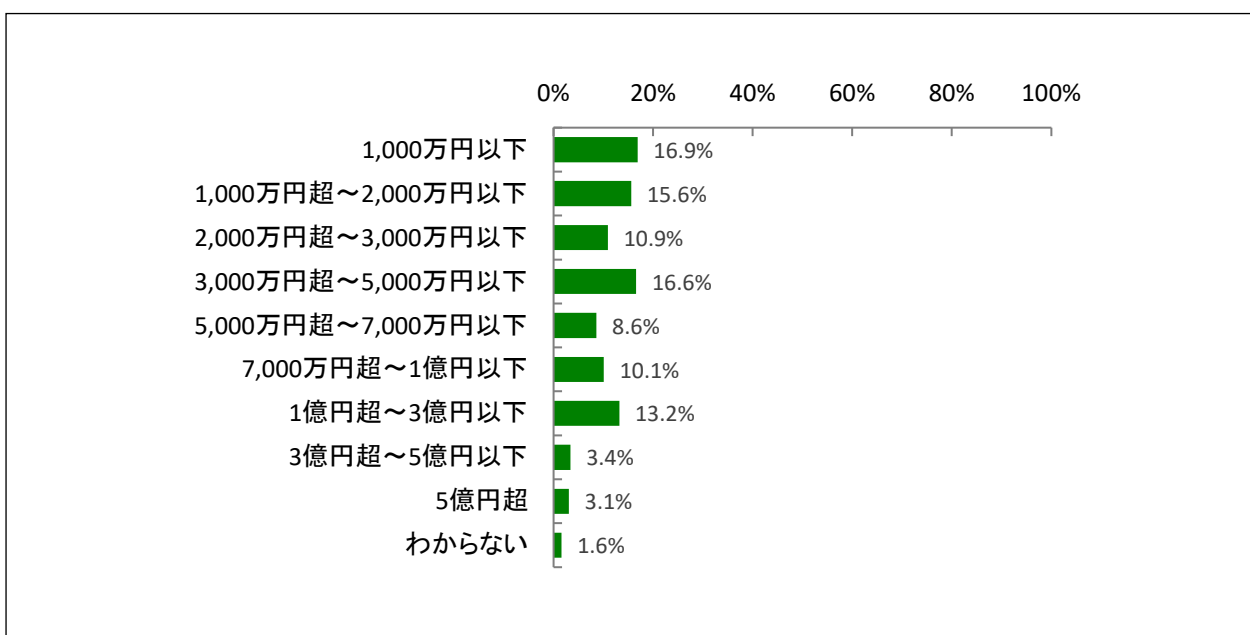
<職業(個人事業主・小規模企業経営者)>



<年商 (個人事業主)>



<年商 (会社法人)>



3.調査結果のポイント

はじめに

貸金市場における消費者向無担保貸付の状況（JICC¹「統計データ」より）

- 令和3年3月末時点における消費者向無担保貸付残高のある人数構成比を性別にみると、男性が63.3%、女性が36.7%となっており、年齢別では男女共に40歳代がそれぞれ14.7%、8.5%と最も高くなっている。（P57 図表1）
- 都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合では、「福岡県」が11.5%と最も高く、次いで「沖縄県」が11.1%、「北海道」「鹿児島県」が10.5%と続いている。一方、利用者数の割合が低い地域では「富山県」が6.4%と最も低い。（P58 図表2）
- 残高区分別に消費者向無担保貸付残高のある人数構成比をみると、50万円以下の占める割合が61.6%となっている。（P59 図表3）

1.新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

(1)資金需要者(個人)における生活様式の変化

- 借入経験のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による生活様式の変化として、外出控えと在宅時間増加に伴い購買・娯楽・移動・コミュニケーション等多方面での影響が一定割合みられた。中でも外出に伴う外食・娯楽・旅行の減少は5割を超え、最も影響が顕著となった。また、生活様式の変化として増加したと回答された割合が減少したと回答された割合を上回るもの（ネットショッピング等の購買等）については、コロナ終息後も継続して増加が見込まれると回答された割合が高くなっている。（P13 図表1）

(2)資金需要者(個人)における雇用環境や家計収支の変化

- 借入経験のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による雇用環境の変化における仕事・収入の減少(3割強)といった悪影響に伴って、家計収支状況についても悪化が改善を上回る結果となった。また、そうした状況が背景となり、副業・兼業意欲が活発化(副業・兼業の開始と検討あわせて4割程度)していることもうかがえる。（P15 図表2～P17 図表4）

(3)資金需要者(個人)における借入金の返済への影響

- 借入経験のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による返済への影響としては、半数が影響を感じていないものの、年代が下がるほど返済への影響を受けていると感じており、また終息後に影響を受けることを懸念していることがうかがえる。（P23 図表8）

¹ 「JICC」は、株式会社日本信用情報機構（貸金業法に基づく指定信用情報機関）の略称

(4) 資金需要者(事業者)における事業環境の変化

- 借入経験のある事業者の新型コロナウイルス感染拡大による事業環境への影響については、現時点で影響が出ているとの回答が全体で6割を超え、特に対面サービスの提供機会の多い特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス)では7割強となった。また、事業活動等への影響については、売上高、利益が「悪化した」「やや悪化した」と回答した割合が6割を超える結果となった。(P24 図表 9)

(5) 資金需要者(事業者)における事業収支への影響

- 借入経験のある事業者の新型コロナウイルス感染拡大による事業収支状況への影響をみると、1年前と比べて「悪化した」と回答した割合が「改善した」と回答した割合を3割程度上回る結果となったが、前回調査と比べて「改善した」と回答した割合が1割程度増加している。(P27 図表 10)

2. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

(1) 資金需要者(個人)におけるデジタル化の進展による生活習慣やライフスタイルへの影響(変化)

- 借入経験のある個人のスマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化をみると、コミュニケーションにおいてはメールや SNS でのコミュニケーションの増加(6割弱)、情報収集においては旅行や買い物の情報源としてインターネット利用の増加(6割強)、購買行動・支払い手段においては EC の利用機会増加と実店舗での購買機会減少(5割強)が最も変化が大きなものとしてあげられた。(P31 図表 15)

(2) 資金需要者(個人)におけるデジタル化の進展による借入手段の変化

- 借入経験のある個人のコロナ渦における借入手段や返済手段の変化をみると、借入手段について、利用が増えたと回答した割合が、利用が減ったと回答した割合を上回ったものは、インターネットや電話を利用した口座振込と金融機関の ATM となり、その逆は貸金業者の店頭窓口、貸金業者の ATM となった。この傾向は返済手段についても同様であり、借入や返済において利便性の高い手段が選好されていることがうかがえる。(P21 図表 6)

(3) 資金需要者(事業者)におけるデジタル化の進展による事業環境への影響(変化)

- 借入経験のある事業者のデジタル化の進展による事業環境の変化をみると、事業活動にはブログやホームページ開設による情報発信(3割)、コミュニケーションでは電子メールやチャットアプリ等でのコミュニケーション増加(4割弱)、情報収集では仕入れや備品等の購入時の情報源としてのインターネット利用(4割強)、購買行動・支払手段ではインターネットバンキングでの口座残高等の確認(4割強)が最も大きい割合を占める結果となった。(P163 図表 56)

3.借入意識や借入行動の変化

(1)資金需要者(個人)における借入意識の変化

- 借入経験のある個人のお金を借りることに対する意識をみると、抵抗は感じるが必要な場合もあるでは「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて5割を超える結果となり、前回調査と比べて大きく上昇した一方で、どんな状況でも借りるべきではないでは、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」を合わせて3割程度と前回調査と比べて大きく低下している。(P80 図表 12)

(2)資金需要者(個人)における借入行動の変化

- 借入経験のある個人のコロナ禍の借入行動への影響としては、半数が影響を感じていない一方で、自粛生活による支出減や収入減による返済不安から借入の消極化も目立つ結果となった。また、そうした消極化の傾向は年代が下がるほど強いこともみとれた。(P19 図表 5)
- コロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向については、「過去に利用した経験がある」、「現在利用している」と回答した割合を合わせて2割程度であったが、年代が下がるほど割合が高く、20代以下では3割を超えた。(P22 図表 7)

(3)資金需要者(個人)における借入行動に至った背景

- 借入経験のある個人の借入申込を行なった際の資金用途については、趣味/娯楽費(4割弱)、食費(2割強)、外食等の遊興費(2割弱)が上位を占め、それぞれ世代が下がるほど割合が高い傾向がみられた一方、60代以上が最も高い割合になるものとして、例えば医療費、冠婚葬祭費、住宅のリフォーム費等が挙げられ、世代ごとに特色が分かれる結果となった。(P102 図表 22)
- 借入申込に至った背景をみると、「将来の臨時収入や収入の増加などを見込んだ支出の先取り」が3割強と最も高くなった。世代別では、「自身や家族の病気・ケガによる収入の減少若しくは支出の増加」は年代が上がるほど割合が高く、「資格取得や語学勉強など将来を見据えた自己投資」は年代が下がるほど割合が高くなっている。(P107 図表 26)

(4)資金需要者(事業者)における借入意識の変化

- 借入経験のある事業者の事業活動における資金調達や資金繰りに対する問題意識をみると、問題を抱えていないと回答した割合は2割ほどで、借入の手間、借入にかかる時間、大きな借入返済や利息負担などを問題視している割合が3割を超える結果となった。また、前回調査と比べて全体的に問題意識の高まりがみられる結果となっている。(P172 図表 59)

(5)資金需要者(事業者)における借入行動の変化

- 借入経験のある事業者のコロナ禍における借入意識や借入行動の変化をみると、「オンラインで借入できる場所を探した」(2割)が最も高く、外出や対面を控える傾向があらわれる結果となった。また、新型コロナウイルス感染症特別貸付等の利用(2割)も上位となっており、国や行政機関による施策への関心の高さがうかがえる。新型コロナウイルス感染症特別貸付等の利用については、コロナ禍の影響が見込まれやすい小売業・宿泊業・飲食サービス業(特定業種)で特に関心度が高く、「現在利用している」と回答した割合は全体では3割弱であるのに対して、特定業種では4割近くとなった。(P173 図表 60、P174 図表 61)

(6) 資金需要者(事業者)における借入行動に至った背景

- 借入経験のある事業者の借入れする際の申込方法を選んだ理由をみると、審査時間が短いこと(3割強)、いつでも申込みできること(3割)、申込方法のわかりやすさ・簡便さ(2割強)等が上位に並ぶ結果となった。(P189 図表 74)
- 借入申込に至った背景については、不況等で売上が減ったことが5割弱で最も高くなり、前回調査と比べて割合が微増していることがわかる。(P194 図表 81)

4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

(1) 資金需要者(個人)における借入等に関する知識・理解度

- 借入経験のある個人の貸金業者からの借入に関する知識・理解度をみると、クレジットカードやキャッシングの返済方式について、「どのようなものか知っている」と回答した割合が全体で6割程度となっている一方で、世代別では20代以下で4割強にとどまる結果となった。(P50 図表 28)

(2) 資金需要者(個人)における消費トラブルや金融犯罪等に関する意識

- 借入経験のある個人の消費トラブルや金融犯罪等に関する意識をみると、「買い物の種類に関わらずいつも消費者トラブルにならないよう気をつけている」と回答した割合が全体で5割弱と最も高く、世代別では年代が上がるほどその意識が強いことがわかった。(P148 図表 47)
- また、金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度については、「振り込み詐欺²」や「還付金詐欺³」では半数程度の認知度がある一方で、日常的に身近でない「キーロガー⁴」や「クレデンシャルスタッフィング⁵」などは低い水準にとどまった。(P52 図表 29)

(3) 資金需要者(事業者)における金融トラブルの具体的な内容

- 借入経験のある事業者の被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容をみると、「融資保証金詐欺」、「偽装ファクタリング」が3割程度で上位を占めており、かつ前回調査と比べて増加傾向にある。(P211 図表 96)

(4) 資金需要者(事業者)におけるヤミ金融等との接触方法

- 借入経験のある事業者のヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等との接触した際の接触方法をみると、接触媒体として「業者からの電話」、「業者から届いたメール」が3割程度で上位を占めている一方、次いで「インターネット上の業者の広告」が2割強となっていることから、直接的なコンタクト以外の接触も一定程度存在している。(P154 図表 51)

² 「振り込み詐欺」とは、いわゆるオレオレ詐欺や、架空請求詐欺、融資保証金詐欺などの現金を預金口座に振り込ませるなどの方法によりだまし取る(脅し取る)詐欺行為を指します。

³ 「還付金等詐欺」とは、市町村、税務署、日本年金機構などの職員などになりすまし、医療費や税金などの還付があると偽って、ATMへ行かせお金を振り込ませる詐欺行為を指します。

⁴ 「キーロガー」とは、パソコンやキーボードの操作の内容を記録するためのソフトウェア等の総称で、悪意のある第三者によってクレジットカード番号やアカウント情報(ユーザID、パスワードなど)などの情報を不正に取得する目的で使われることを指します。

⁵ 「クレデンシャルスタッフィング」とは、インターネット上で公開されているWebサイトを利用する時に同一のIDとパスワードの組み合わせを使いまわしていることが多いという習慣を悪用したもので、不正に取得したIDとパスワードを使って、Webサイトへのログインを自動的に試みるサイバー攻撃のことを指します。

4.調査目次

第1編 調査概要

1.調査概要	1
2.標本構成	3
3.調査結果のポイント	5
4.調査目次	9

第2編 調査結果（今年度テーマ調査の概要）

I. 新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

1. コロナ渦における生活様式の変化とコロナ渦終息後の見通し	13
2. 資金需要者等（事業者）の事業活動等への影響と変化	24
II. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化	30
1. デジタル化の進展による社会生活と借入行動等の変化（個人）	30
2. デジタル化の進展による事業活動と借入行動等の変化（事業者）	38

III. 金融リテラシーの状況

第3編 調査結果（今年度の詳細データ分析から）

■ はじめに

【貸金市場における消費者向無担保貸付の状況（JICC「統計データ」より）】	57
---	----

I. 借入経験のある個人

1. 資金需要者等を取り巻く環境の変化等（家計収支・生活習慣・消費行動）	60
（1）家計の収入状況の変化と今後の見通し	60
（2）支出が増加した費目・今後支出が増加する見込みの費目	64
（3）スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用状況について	68
（4）スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化について	69
（5）利用している決済手段について	71
（6）キャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由について	76
（7）コロナ渦における生活様式の変化とコロナ渦終息後の見通し	78
（8）コロナ渦における雇用環境等の変化とコロナ渦終息後の見通し	79
2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について	
（1）お金を借りることに対する意識について	80
（2）コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について	81
（3）コロナ禍における借入手段や返済手段の変化について	84
（4）コロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向	85
（5）新たな借入れが必要（資金不足）となった際に考える借入方法について	86
（6）借入先を選定する際の情報収集先について	89
（7）借入先を選定する際に重視するポイント	92

3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について

① 借入先として検討した先について	96
② 最終的に借入先として選んだ理由	99
③ 借入れした際の申込方法について	100
④ 借入申込を行なった際の資金使途	102
⑤ 貸金業者への借入申込の結果について	105
⑥ 借入申込時に計画していた返済期間について	105
⑦ 借入申込時に計画していた返済原資について	106
⑧ 借入申込に至った背景	107

(2) 資金需要者等の借入れできなかった際の行動・影響

① 希望どおりに借入れできなかった際に行った行動	110
② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響	112

(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について

① コロナ禍における借入金の返済への影響とコロナ禍終息後の見通し	113
② 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間	114
③ 借入後の返済原資について	117
④ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無	118
⑤ 延滞した理由について	118
⑥ 返済が困難になった場合における手段や行動等について	119
⑦ セーフティネット等の認知度について	121
⑧ 借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向について	125
⑨ 借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由について	126

(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について

① 貸金業者からの借入れに関する満足度について	127
② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向	130
③ 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望 131	
④ 貸金業者に対して望んでいるサービスや役割について	132

(5) 資金需要者等の借入れに関する知識・スキル（金融リテラシー）

① 現在行っている家計管理について	136
② 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度	139
③ 金銭教育受講の有無について	143
④ 金銭教育の受講意向について	146

4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

(1) 消費者トラブル経験の有無	147
(2) 消費者トラブルに関する意識について	148
(3) 金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度	150
(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について	151
(5) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無について	152
(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法について	154
(7) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識	155

II. 借入経験のある事業者

1. 借入れの動機・背景

(1) 事業環境の変化と今後の見通し	156
(2) 売上高・事業の収支状況の変化と今後の見通し	159
(3) クラウドサービスの認知・利用状況について	161
(4) デジタル化の進展による事業環境の変化	163
(5) コロナ禍における事業環境の変化とコロナ終息後の見通し	166

2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について

(1) 事業における主な資金調達先について	170
(2) 事業活動における資金調達や資金繰りに対する問題意識について	172
(3) コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について	173
(4) 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向	174
(5) 事業活動における将来（コロナ終息後）の資金繰りの不安について	175
(6) 新型コロナウイルス感染症特別貸付の返済開始時期について	176
(7) 借入先を選定する際の情報収集先について	177
(8) 借入先を選定する際に重視するポイント	178
(9) 個人借入の事業性資金への転用経験の有無について	180
(10) フィンテックを活用した資金調達方法の認知度について	181
(11) フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向について	182
(12) フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由	183
(13) フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由	184

3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について	
① 借入先として検討した先について	186
② 最終的に借入先として選んだ理由	187
③ 借入れする際の申込方法について	188
④ 借入れする際の申込方法を選んだ理由	189
⑤ 借入申込を行った際の資金使途	190
⑥ 特定業種の事業者における具体的な資金使途	191
⑦ 貸金業者への借入申込の結果について	191
⑧ 特定業種の事業者における借入れの経済効果について	192
⑨ 借入申込時に計画していた返済期間について	192
⑩ 借入申込時に計画していた返済原資について	193
⑪ 借入申込に至った背景	194

(2) 資金需要者等の借入れできなかった際の行動・影響	
① 希望どおりに借入れできなかった際に行った行動.....	195
② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響.....	197
(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について	
① 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間.....	198
② 借入後の返済原資について.....	199
③ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無.....	199
④ 延滞した理由について.....	200
⑤ セーフティネット等の認知度について.....	201
⑥ セーフティネット等の利用意向について.....	201
⑦ セーフティネット等を利用したい理由について.....	202
(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について	
① 貸金業者からの借入れに関する満足度について.....	203
② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向.....	207
③ 貸金業者に対して臨んでいるサービスや役割について.....	208
④ 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望	210
4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について	
(1) 資金調達におけるトラブル経験の有無.....	211
(2) 被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容について.....	211
(3) 資金調達におけるトラブルに関する意識について.....	212
(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について.....	213
(5) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無について.....	214
(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法について.....	215
(7) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識.....	217

第2編 調査結果（今年度テーマ調査の概要）

I. 新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

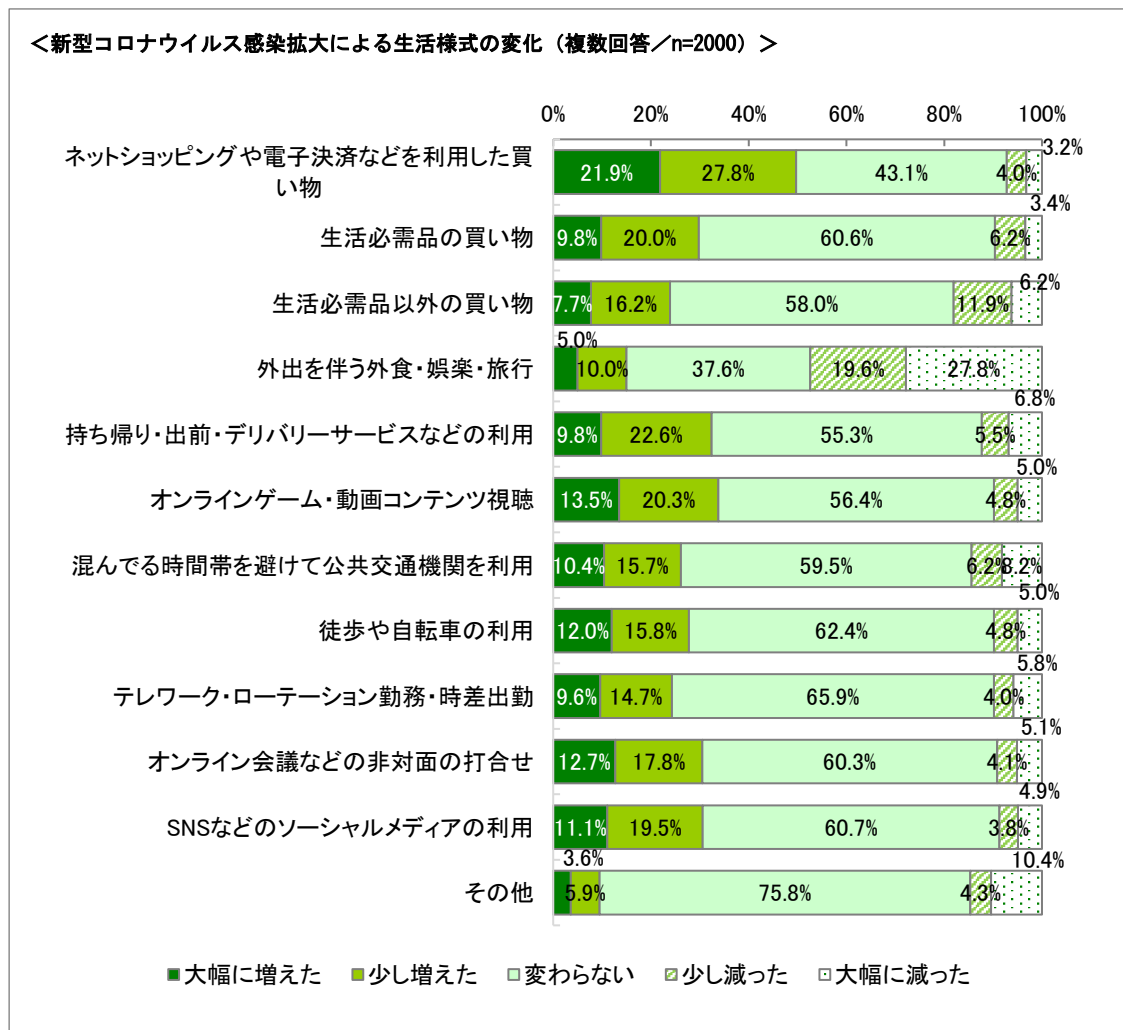
1. コロナ禍における生活様式の変化とコロナ禍終息後の見通し

- コロナ禍による生活様式の変化として、外出控えと在宅時間増加に伴い、購買・娯楽・移動・コミュニケーション等多方面への影響が一定割合みられた。中でも「外出を伴う外食・娯楽・旅行」の減少は5割弱と最も影響が顕著となった。雇用環境の変化における仕事・収入の減少（3割強）といった悪影響に伴い、家計収支状況についても悪化が改善を上回る結果となった。また、そうした状況が背景となり、副業・兼業意欲が活発化（副業・兼業の開始と検討あわせて4割程度）していることもうかがえる。コロナ禍の借入行動への影響としては、半数が影響を感じていない一方で、自粛生活による支出減や収入減による返済不安から借入の消極化も目立つ結果となった。また、コロナ禍による借入金の返済への影響懸念には年代別で差があることもわかった。

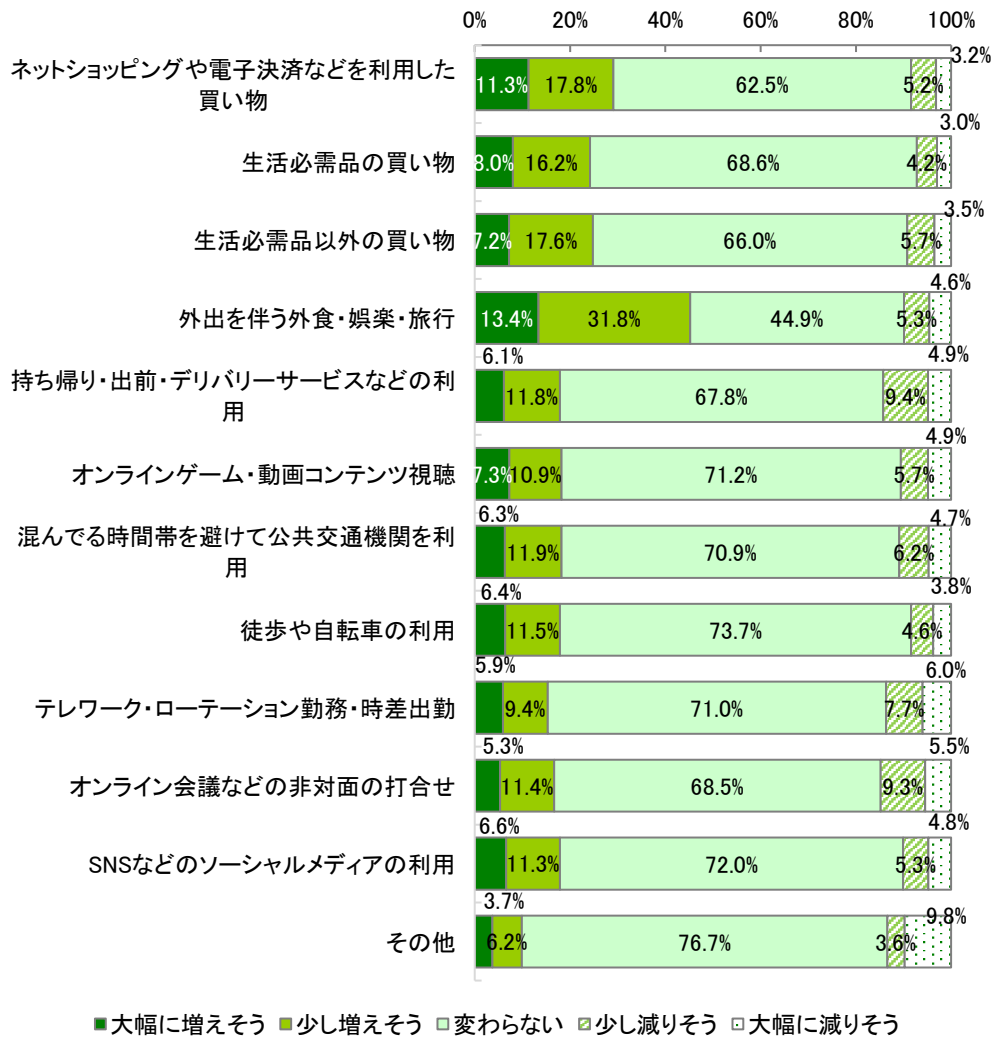
(1) コロナ禍における生活様式の変化とコロナ禍終息後の見通し

- 新型コロナウイルス感染拡大による生活様式の変化をみると、「大幅に増えた」「少し増えた」と回答した割合の合計では、「ネットショッピングや電子決済などを利用した買い物」が49.5%と最も高く、次いで「オンラインゲーム・動画コンテンツ視聴」が33.8%となった。

図表1 新型コロナウイルス感染拡大による生活様式の変化とコロナ禍終息後の見通し



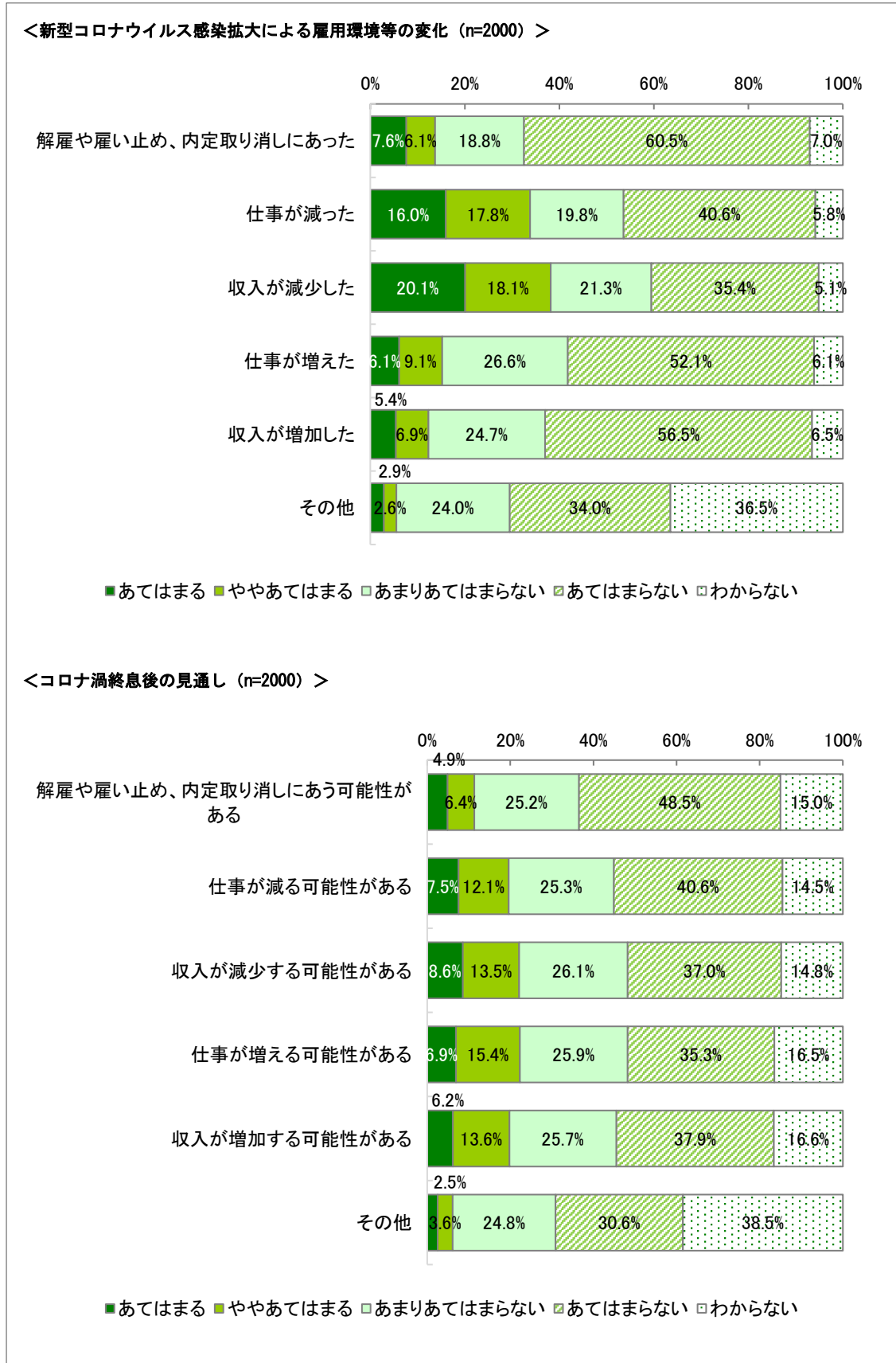
<コロナ禍終息後の見通し（複数回答／n=2000）>



(2) コロナ渦における雇用環境等の変化とコロナ渦終息後の見通し

- 新型コロナウイルス感染拡大による雇用環境等の変化をみると、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した割合の合計では、「収入が減少した」が 38.2%で最も高く、次いで「仕事が減った」が 33.8%となった。

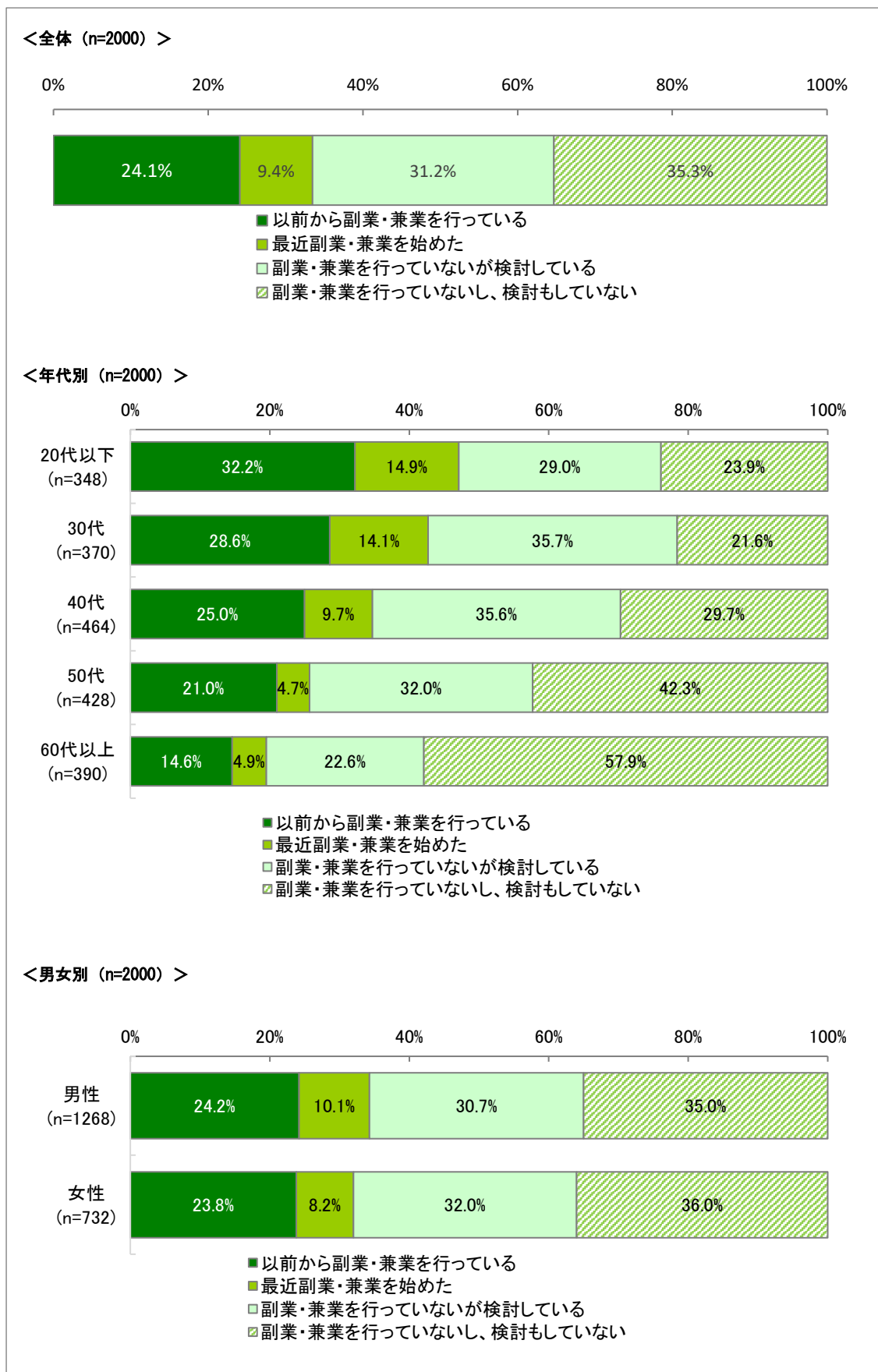
図表2 コロナ渦における雇用環境等の変化とコロナ渦終息後の見通し



(3) 副業・兼業の有無

- 副業・兼業の有無をみると、「副業・兼業を行っていないし、検討もしていない」が 35.3%で最も高く、次いで「副業・兼業を行っていないが検討している」が 31.2%となった。

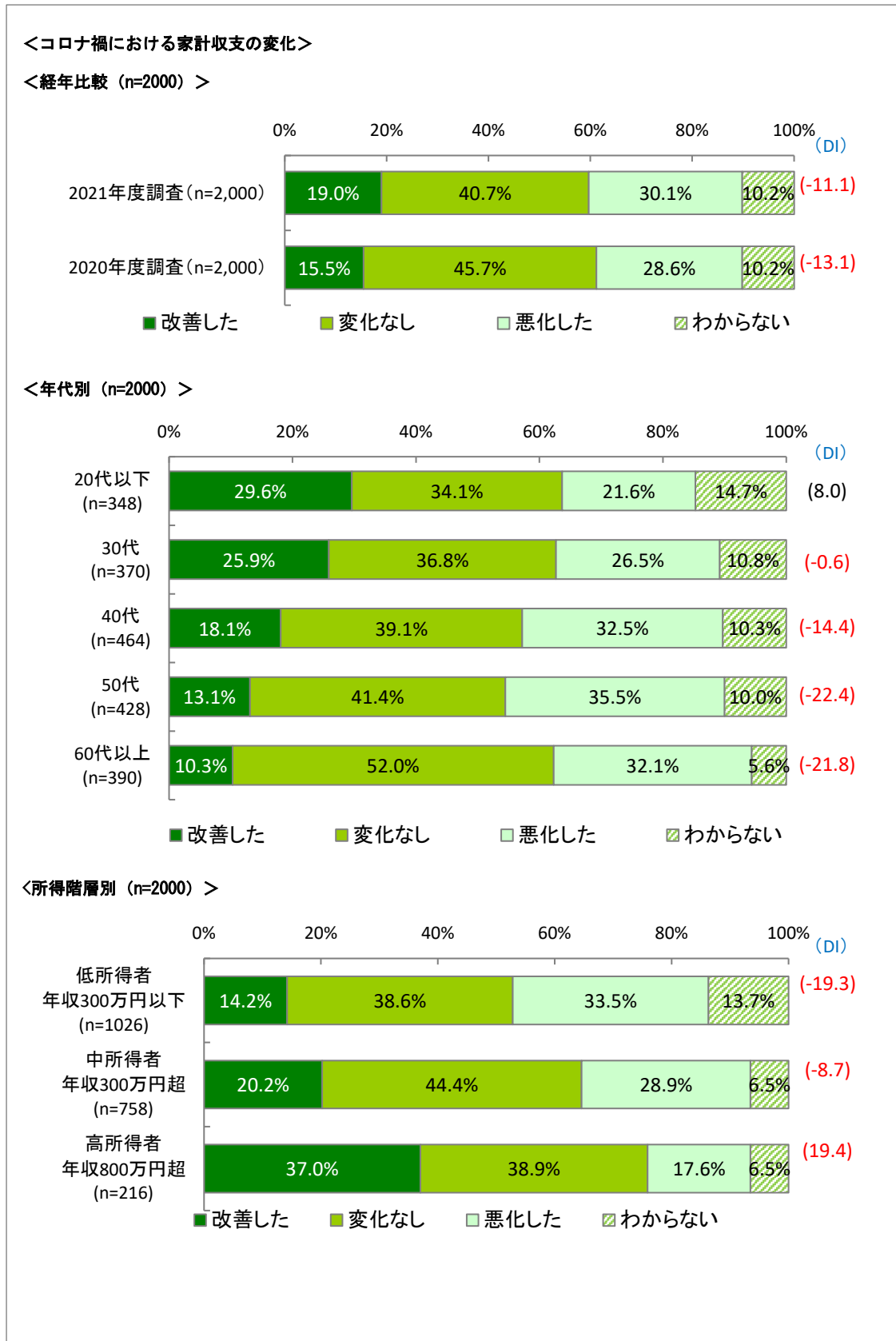
図表3 副業・兼業の有無



(4) コロナ禍における家計収支の変化

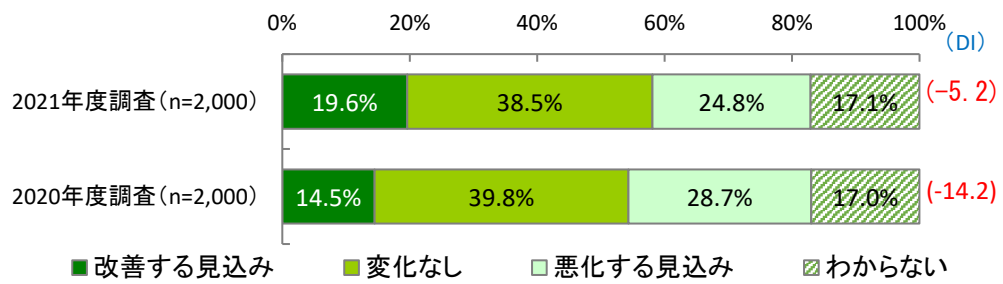
- コロナ禍における家計収支の変化と今後の見込みをみると、全体を通じて変化なしが最も多いものの、いずれも悪化した（する見込み）と回答した割合が大きいことがみてとれる。

図表4 コロナ禍における家計収支の変化

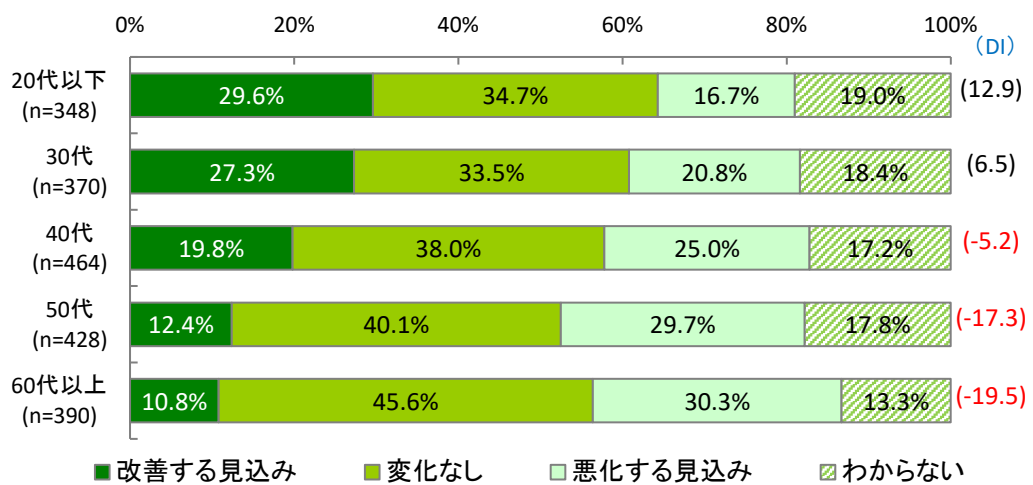


<今後の見込み>

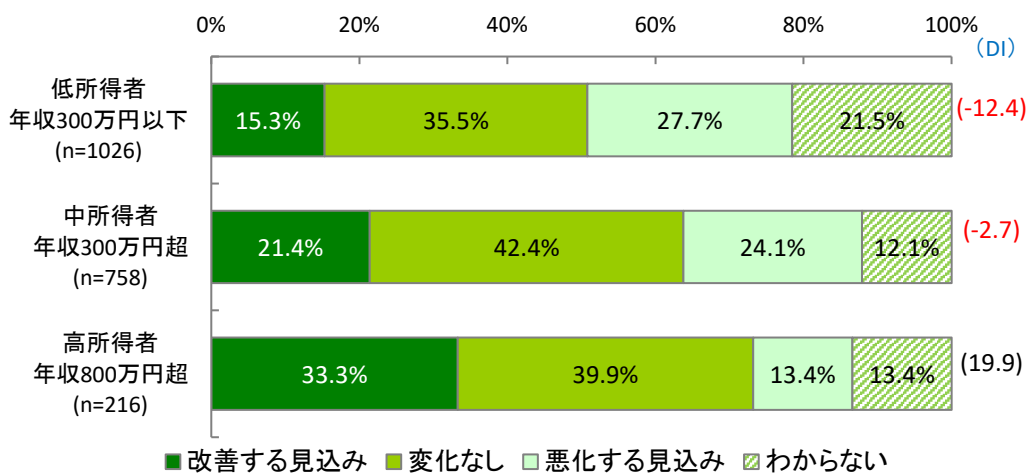
<経年比較 (n=2000)>



<年代別 (n=2000)>



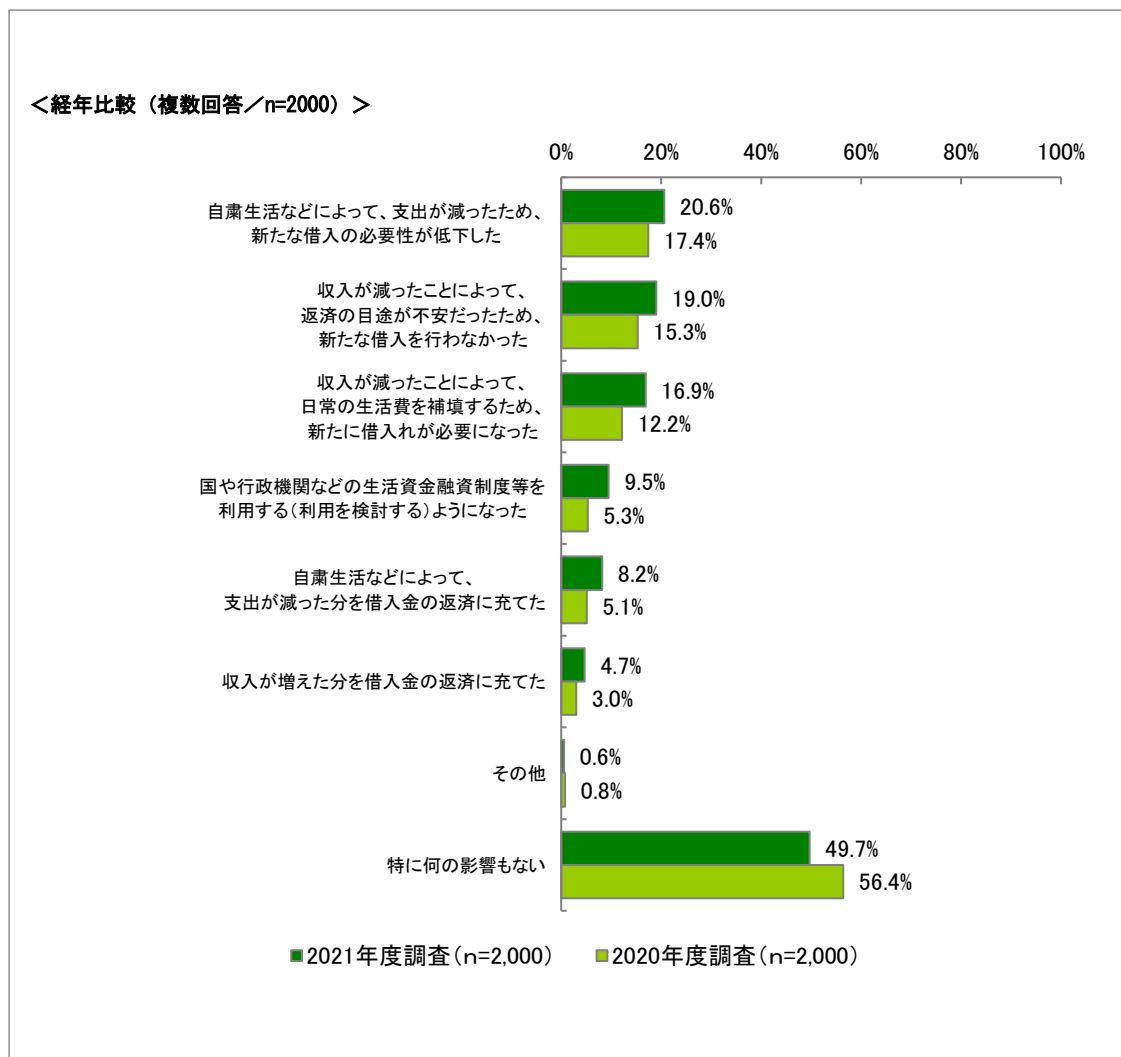
<所得階層別 (n=2000)>



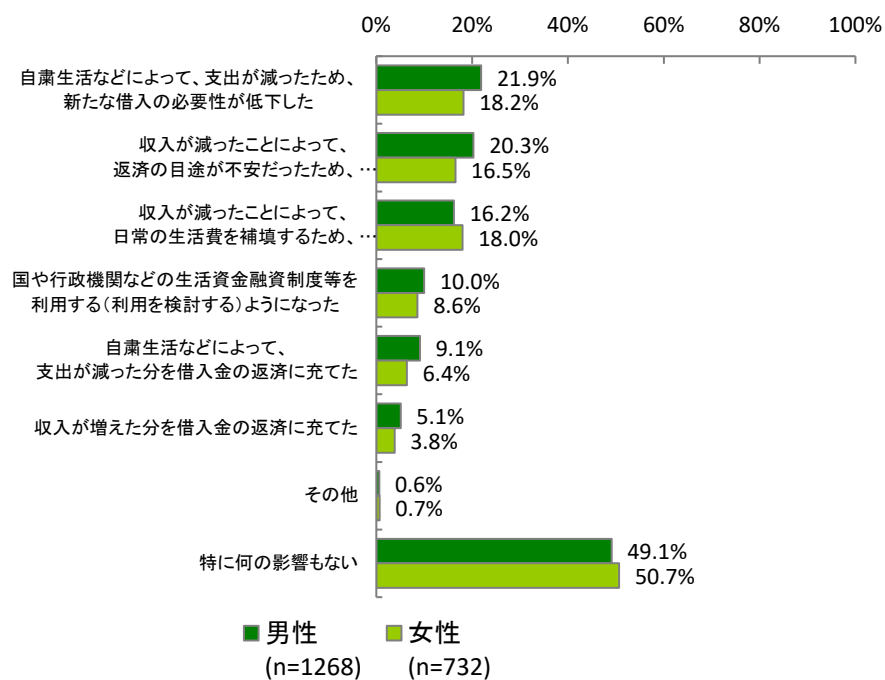
(5) コロナ渦における借入意識や借入行動の変化について

- 新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響をみると、「自粛生活などによって、支出が減ったため、新たな借入が不要だった」（20.6%）や「収入が減ったことによって、返済の目途が不安だったため、新たな借入を行わなかった」（19.0%）など借入を控える理由が目立つ一方で、「収入が減ったことによって、日常の生活費を補填するため、新たに借入れが必要になった」（16.9%）といった理由もみられた。

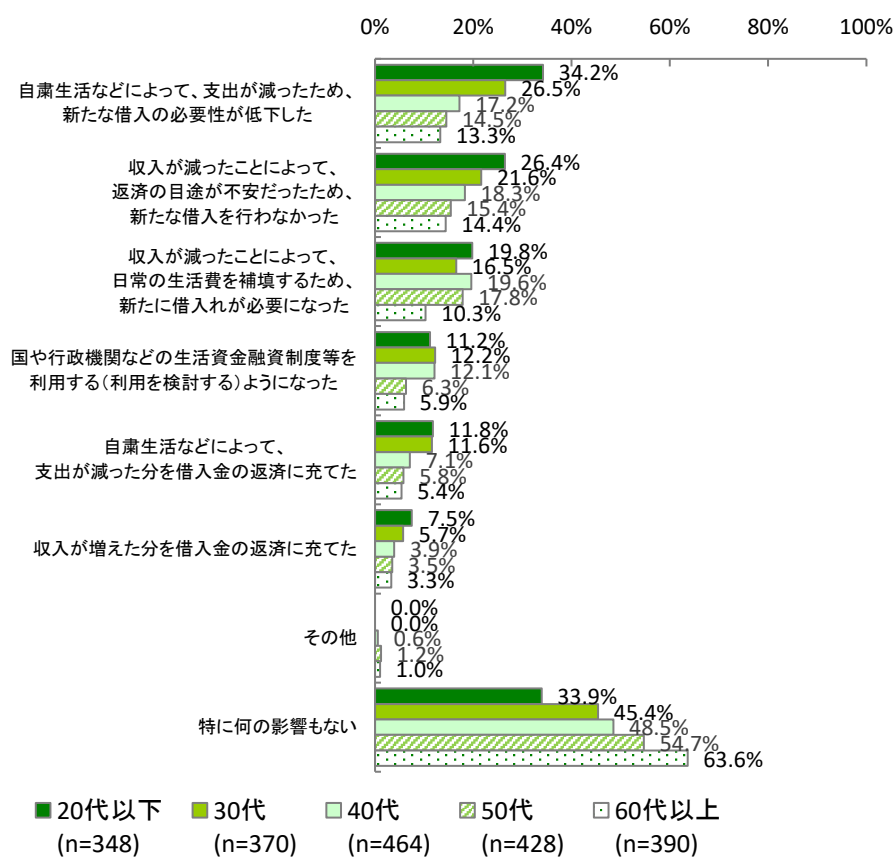
図表5 新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響



<男女別（複数回答／n=2000）>



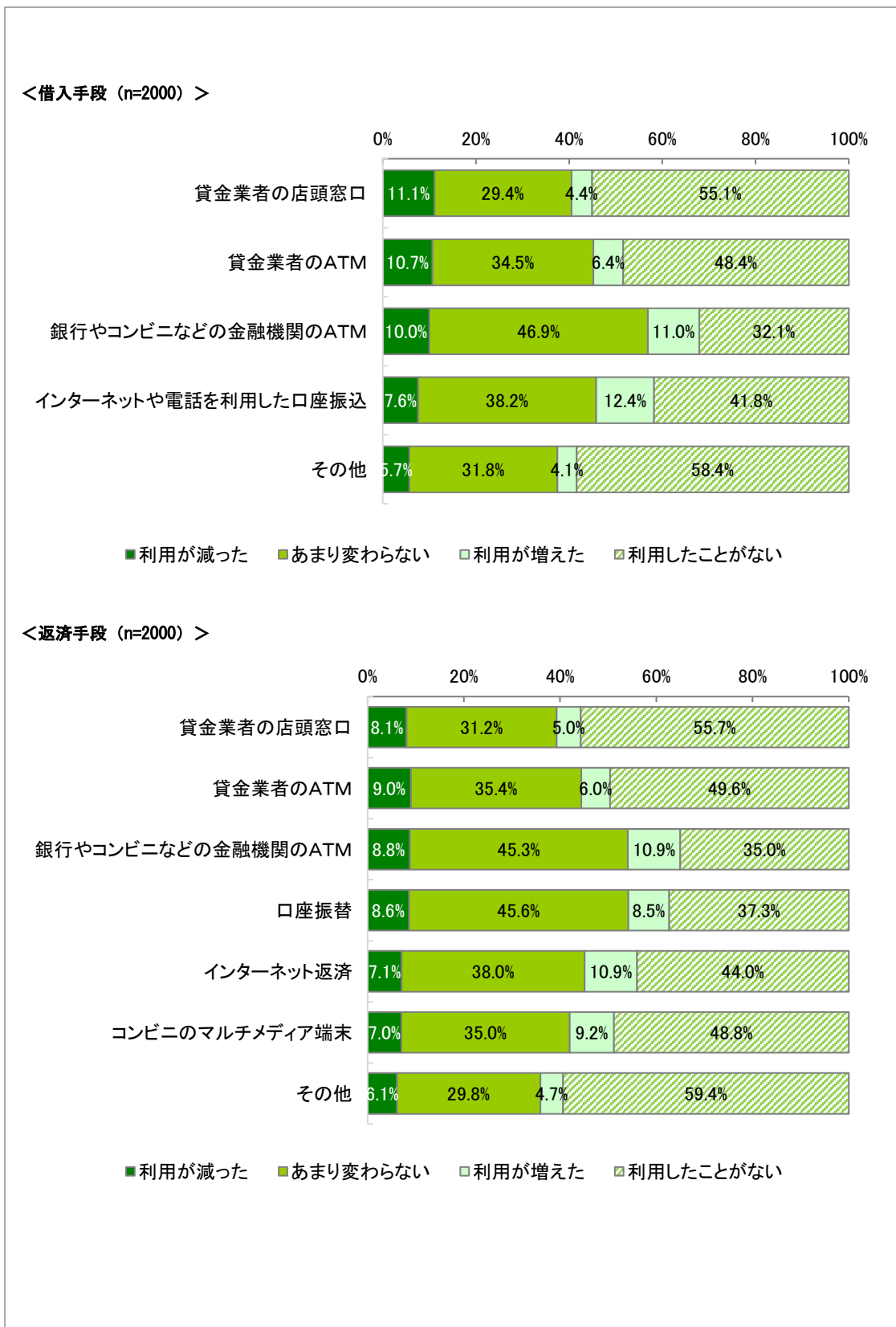
<年代別（複数回答／n=2000）>



(6) コロナ禍における借入手段や返済手段の変化について

- 新型コロナウイルス感染拡大による借入手段や返済手段の変化をみると、借入手段で「利用が減った」と回答した割合は「貸金業者の店頭窓口」が11.1%で最も高く、返済手段では「貸金業者のATM」が9.0%で最も高くなった。

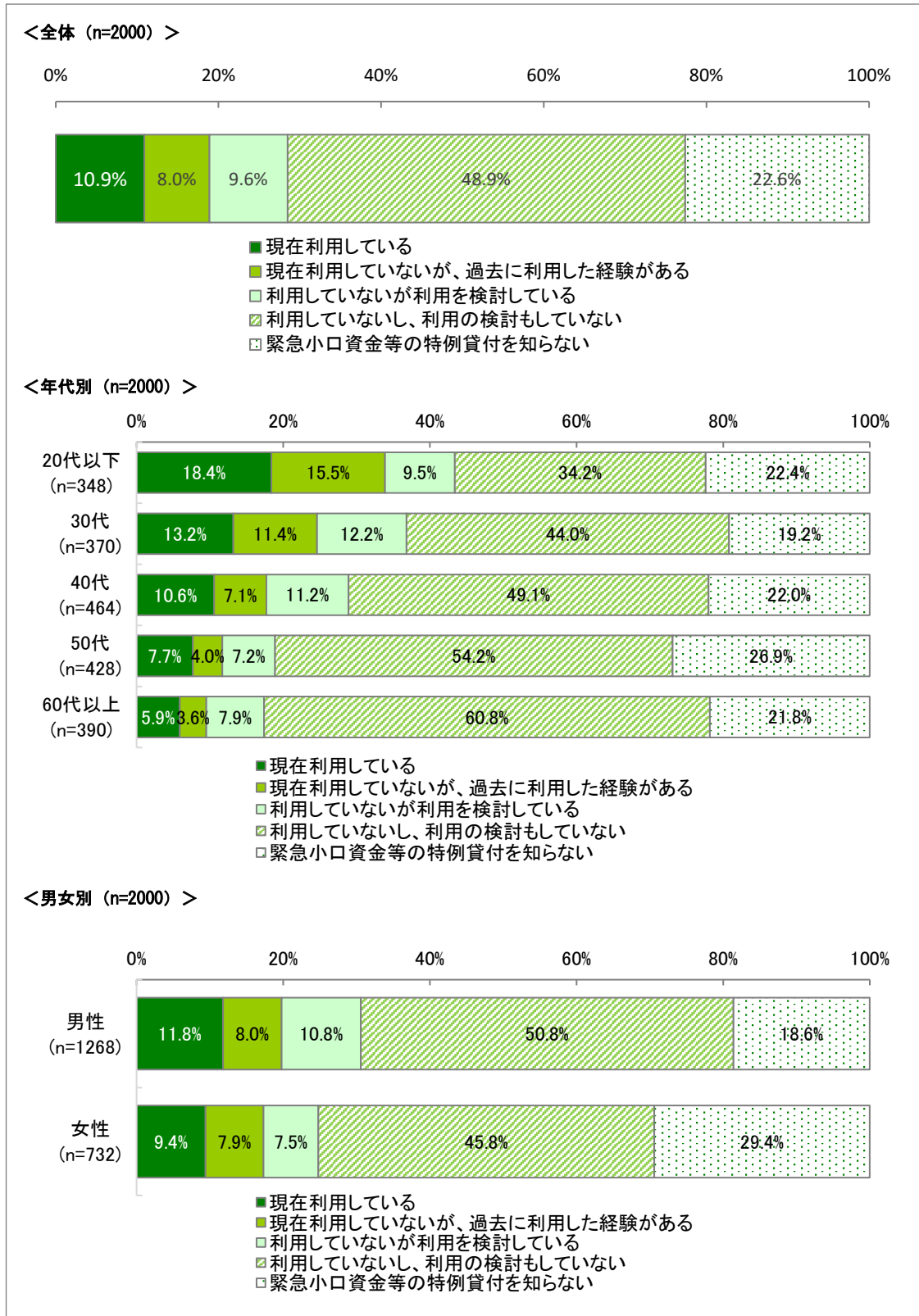
図表6 新型コロナウイルス感染拡大による借入手段や返済手段の変化



(7) コロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向

- 新型コロナウイルス感染拡大による緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向をみると、「現在利用している」が10.9%、「現在利用していないが、過去に利用した経験がある」が8.0%となった。一方で「利用していないし、利用の検討もしていない」が48.9%と最も高い割合となった。

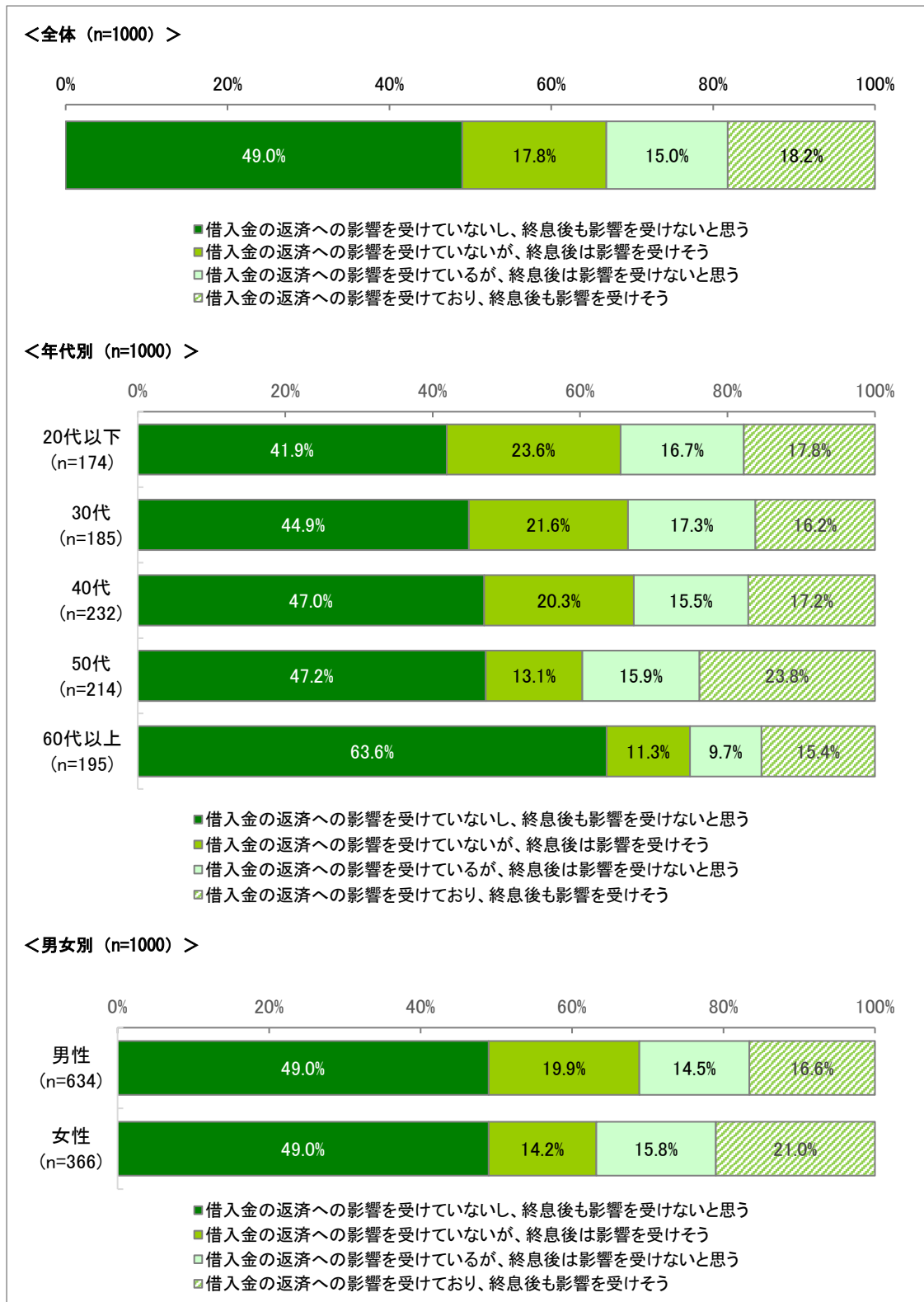
図表7 新型コロナウイルス感染拡大による緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向



(8) コロナ渦における借入金の返済への影響とコロナ渦終息後の見通し

- 借入残高のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による借入金の返済への影響とコロナ渦終息後の見通しをみると、「借入金の返済への影響を受けていないし、終息後も影響を受けないと思う」が49.0%で最も高く、次いで「借入金の返済への影響を受けており、終息後も影響を受けそう」が18.2%となった。

図表8 新型コロナウイルス感染拡大による借入金の返済への影響とコロナ渦終息後の見通し



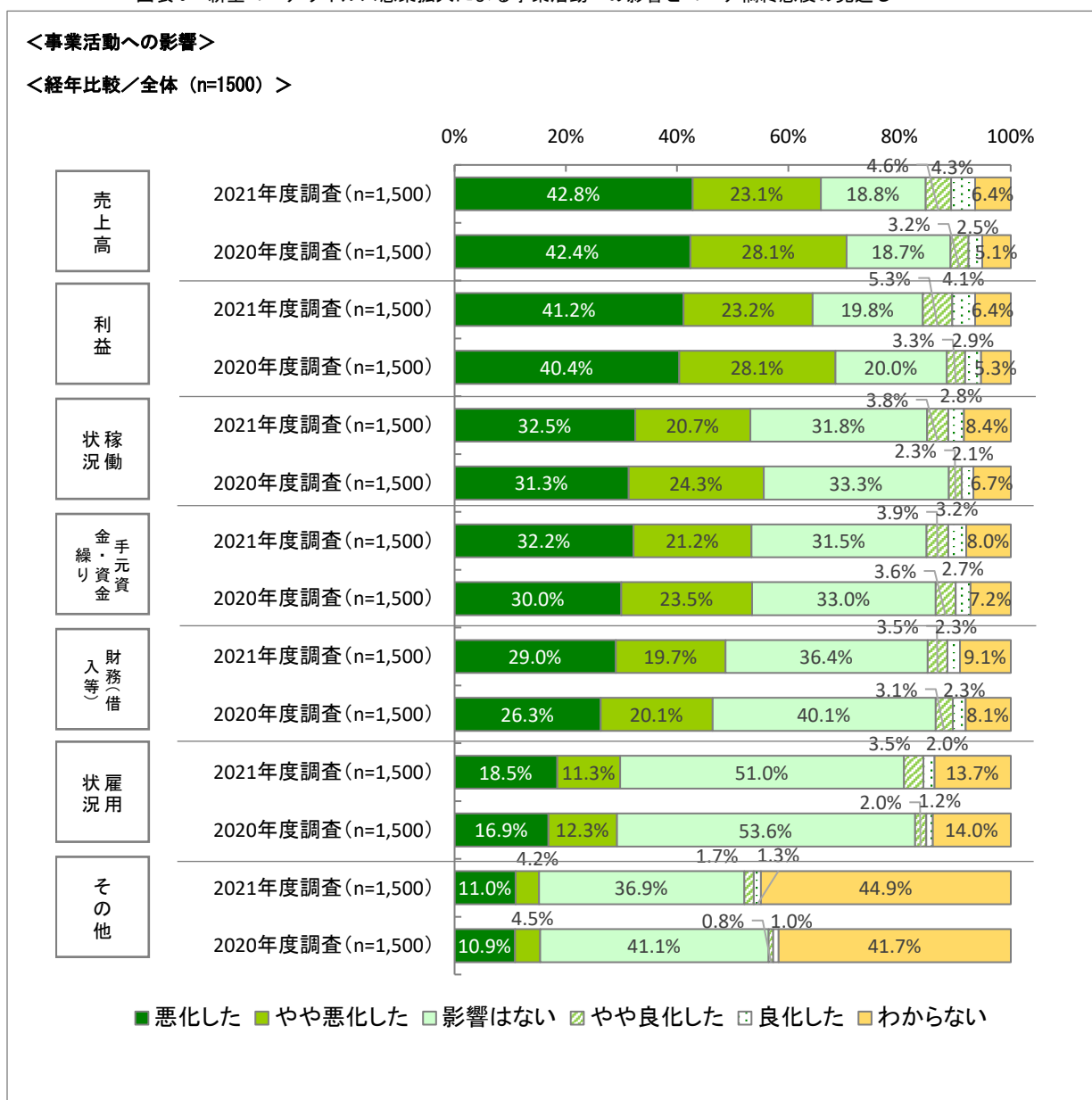
2. 資金需要者等（事業者）の事業活動等への影響と変化

- 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動等への影響の有無について調査したところ、「悪化した」と「やや悪化した」と回答した割合の合計は、「売上高」「利益」で6割を超え、特に対面サービスの提供機会の多い特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス）では7割強となった。新型コロナウイルス感染症特別貸付利用については、利用実績ありと利用検討中をあわせると6割に迫る割合となり、コロナ禍における資金繰り不安がうかがえる。また、コロナ終息後についても6割強が資金繰り不安を示していることがわかった。

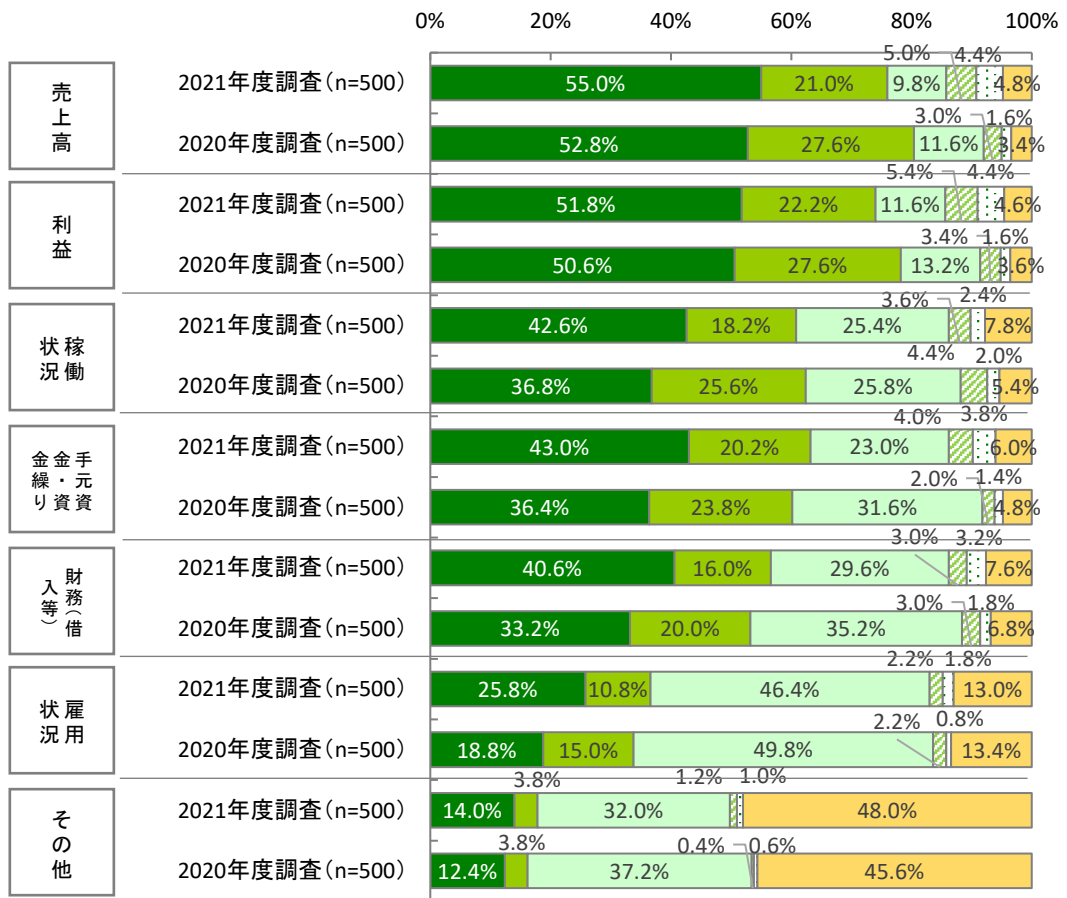
(1) コロナ禍における事業環境の変化とコロナ禍終息後の見通し

- 借入経験のある事業者に対して、新型コロナウイルス感染拡大による事業活動等への影響の有無について調査したところ、「悪化した」「やや悪化した」と回答した割合の合計をみると、「売上高」が65.9%で最も高く、次いで「利益」が64.4%となった。一方、最も割合の低い項目は「雇用状況」の29.8%となった。

図表9 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動への影響とコロナ禍終息後の見通し



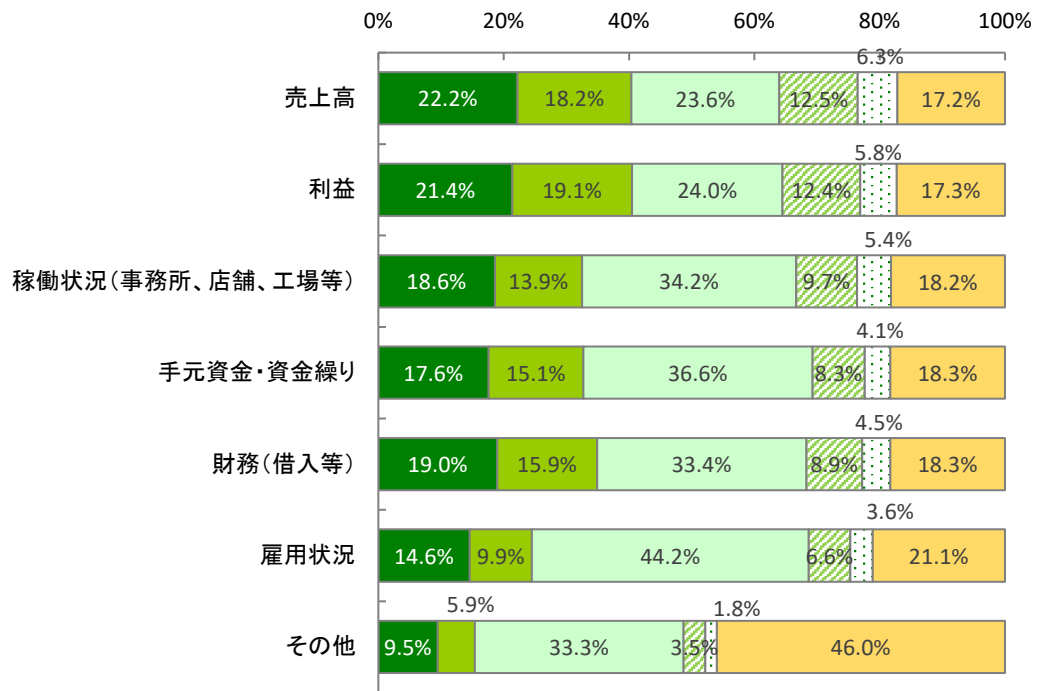
<経年比較／特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者（n=500）>



■悪化した ■やや悪化した □影響はない ▨やや良化した □良化した □わからない

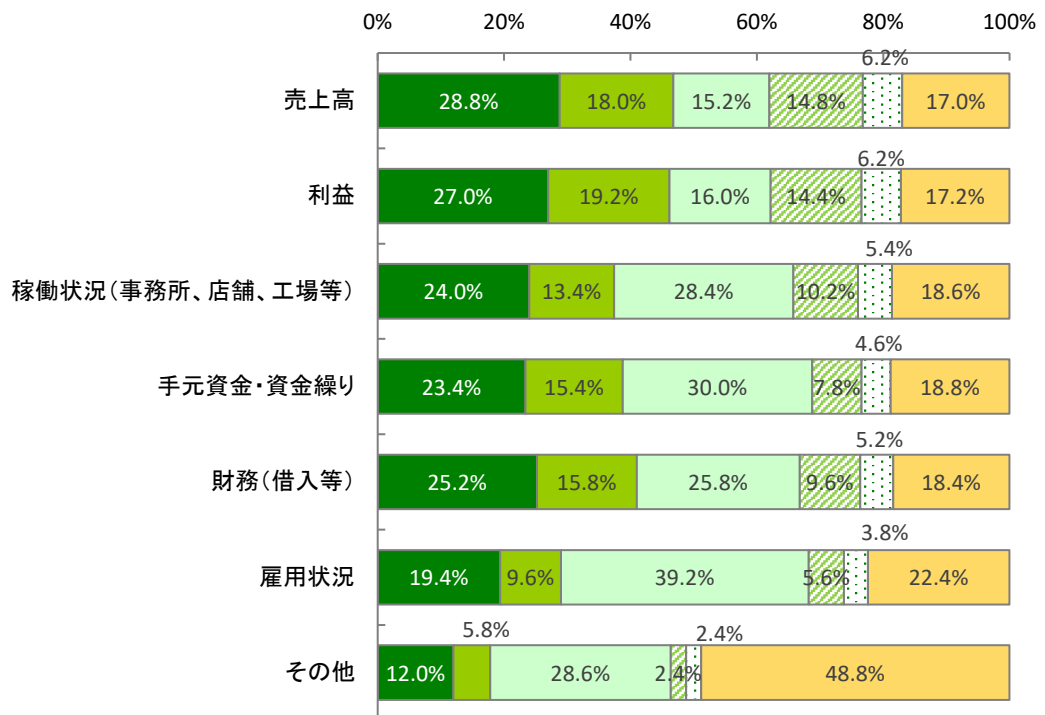
<コロナ禍終息後の見通し>

<全体 (n=1500) >



■悪化する ■やや悪化する □影響はない ▨やや良化する □良化する ■わからない

<特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス業)の事業者(n=500)>

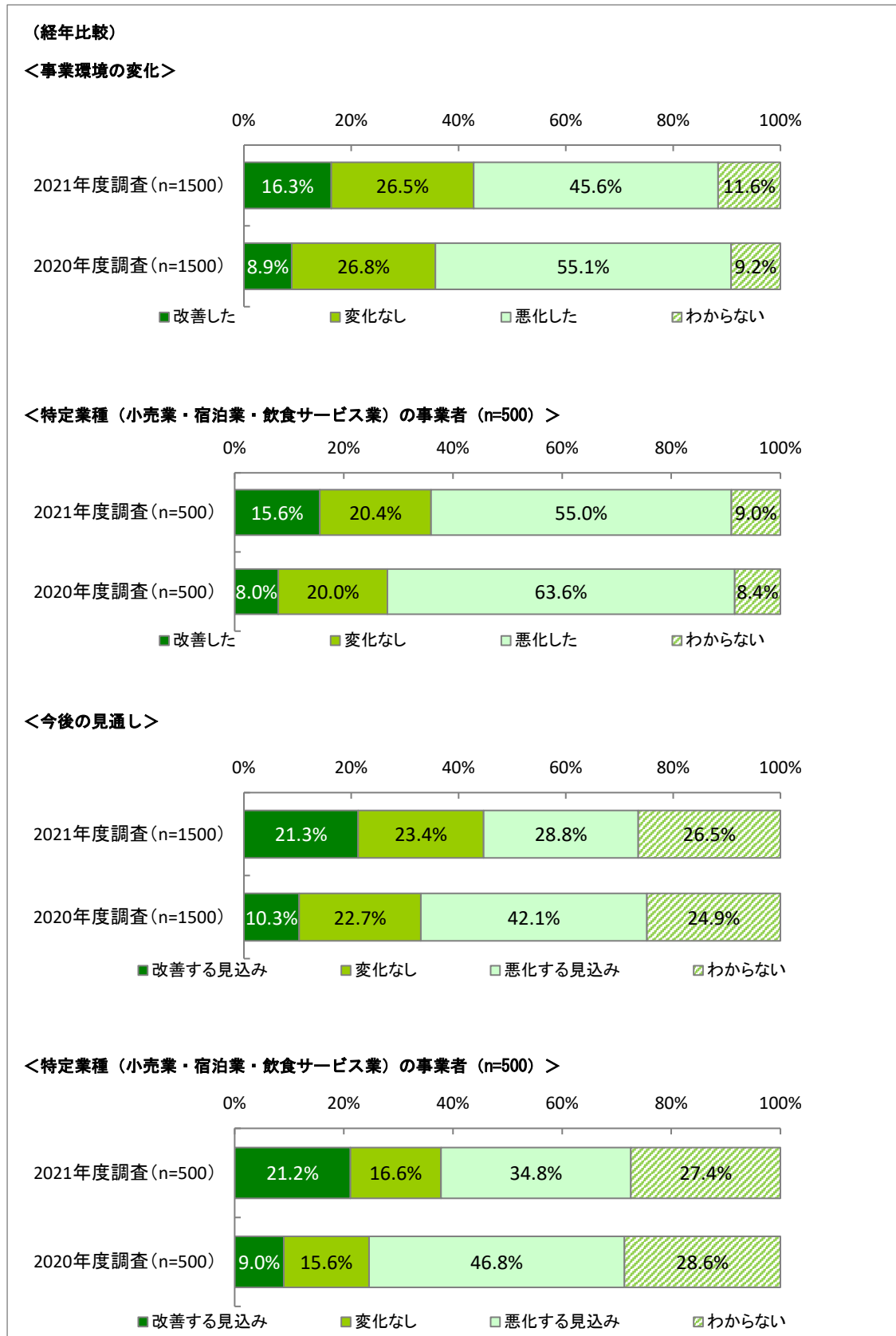


■悪化する ■やや悪化する □影響はない ▨やや良化する □良化する ■わからない

(2) 売上高・事業の収支状況の変化と今後の見通し

- 新型コロナウイルス感染拡大による売上や業績、財政状況への影響をみると、コロナウイルス感染拡大により事業環境が「悪化した」と回答した割合は 45.6%となった。また、今後の見通しについても「悪化する見込み」と回答した割合が 28.8%となっている。

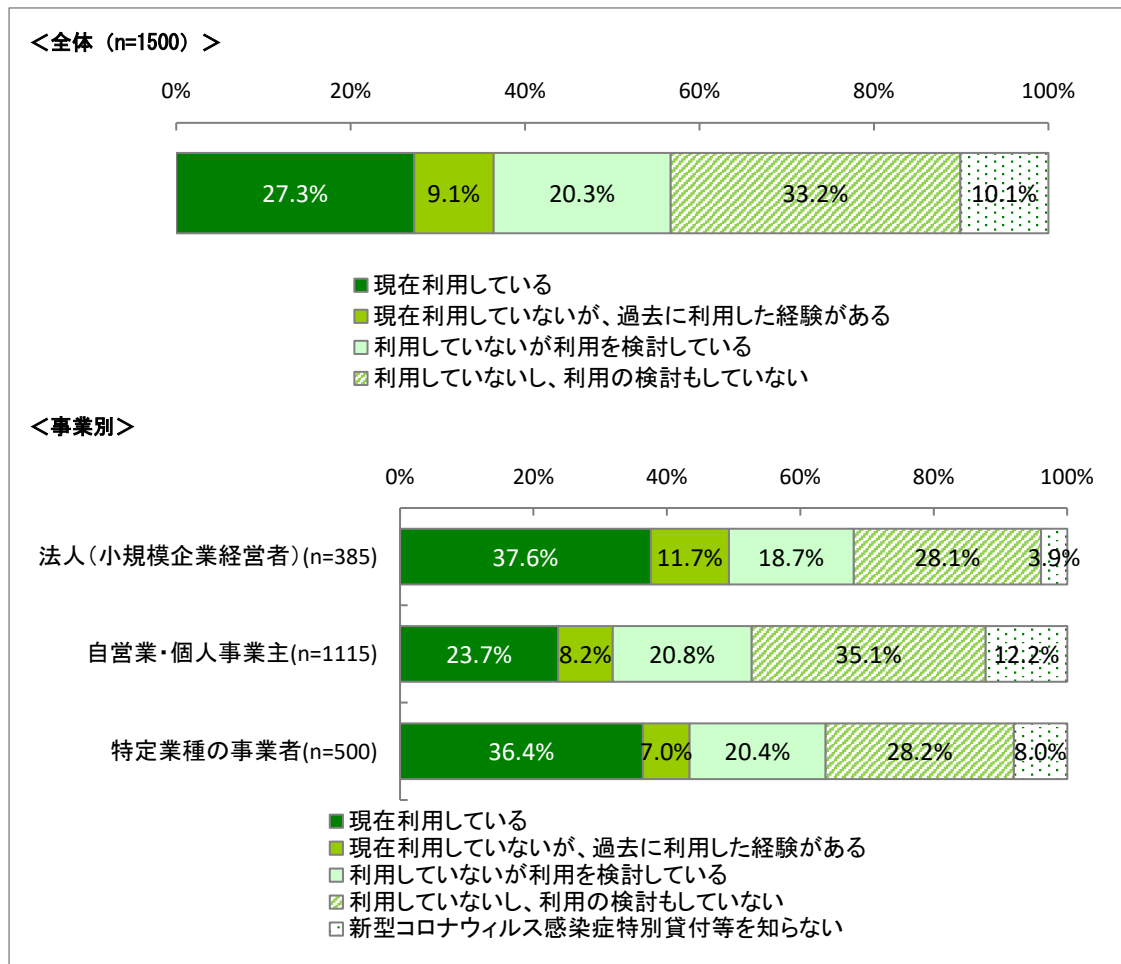
図表 10 新型コロナウイルス感染拡大による売上や業績への影響



(3) 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向

- コロナ禍における新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向をみると、「現在利用している」と回答した割合は 27.3%となった。中でも特に法人（小規模企業経営者）での割合が 37.6%と高く、自営業・個人事業主の 23.7%と大きな差が生まれている。

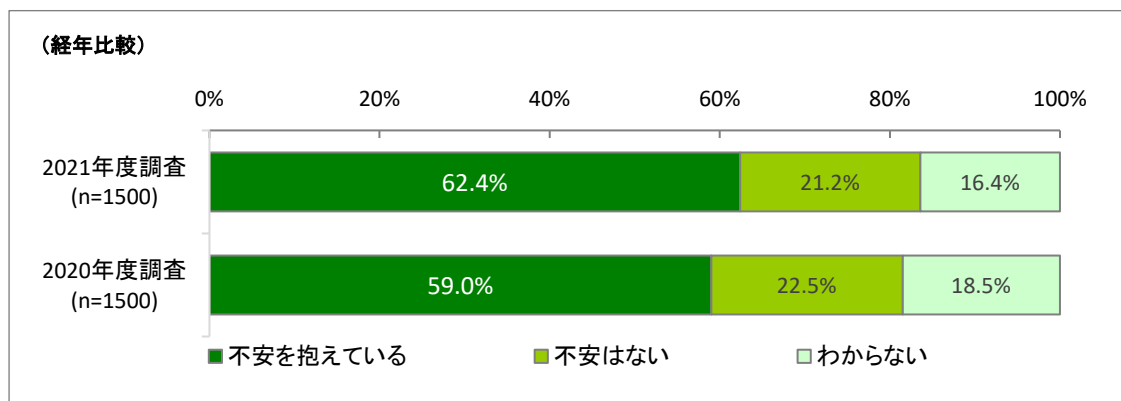
図表 11 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向



(4) 事業活動における将来（コロナ渦終息後）の資金繰りの不安について

- 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動における将来（コロナ渦終息後）の資金繰りの不安についてみると、「不安を抱えている」と回答した割合が 62.4%と最も高かった。前年に比べ同回答の割合が上昇した一方、「不安はない」と回答した割合がわずかに減少した。

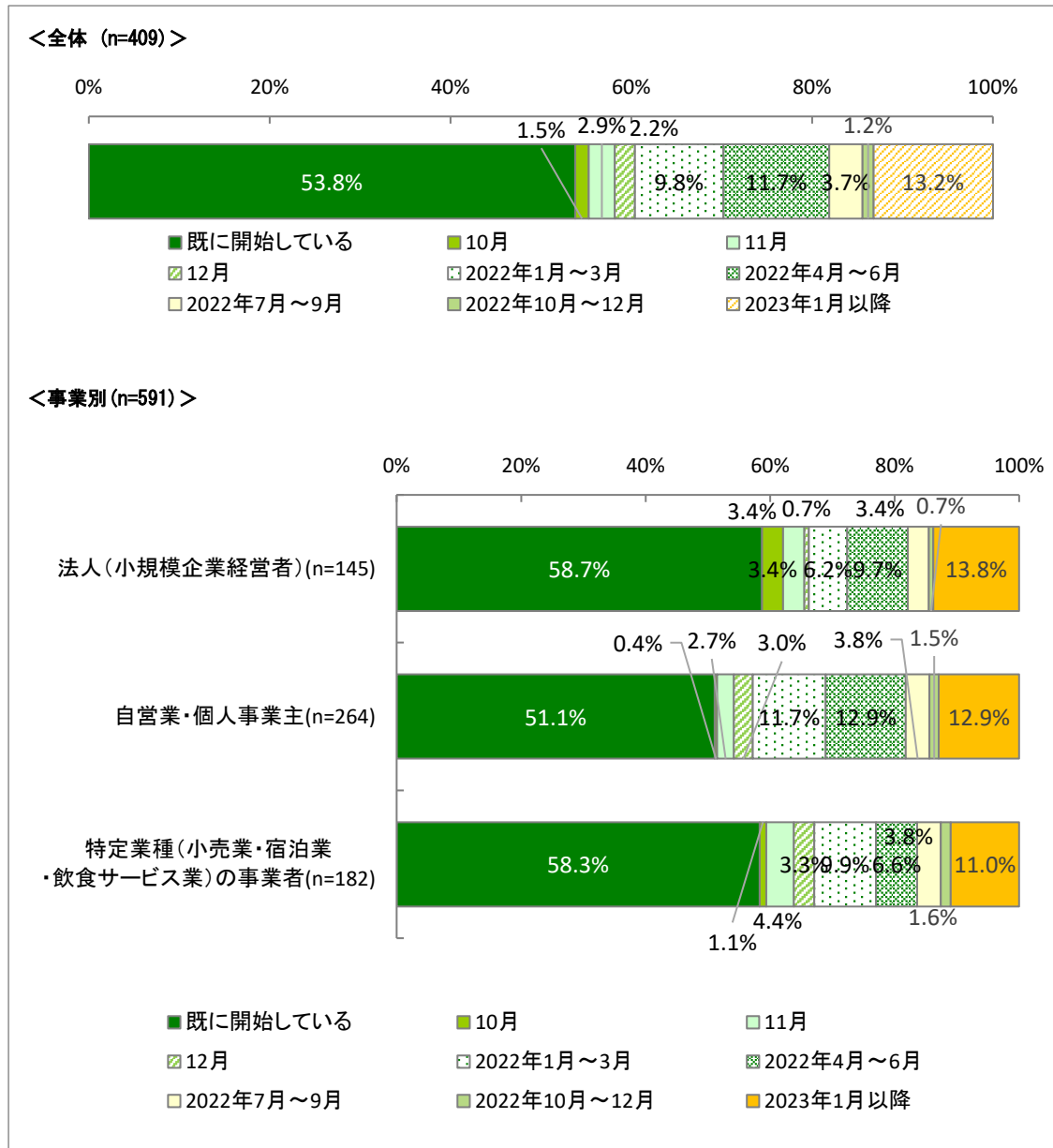
図表 12 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動における将来（コロナ渦終息後）の資金繰りの不安



(5) 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の返済開始時期について

- 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の返済開始時期をみると、「既に開始している」が 53.8% と最も高い割合となった。法人（小規模企業経営者）と自営業・個人事業主の内訳でも、それぞれで「既に開始している」という回答が半数を超え、高い割合を占める結果となった。

図表 13 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の返済開始時期



II. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

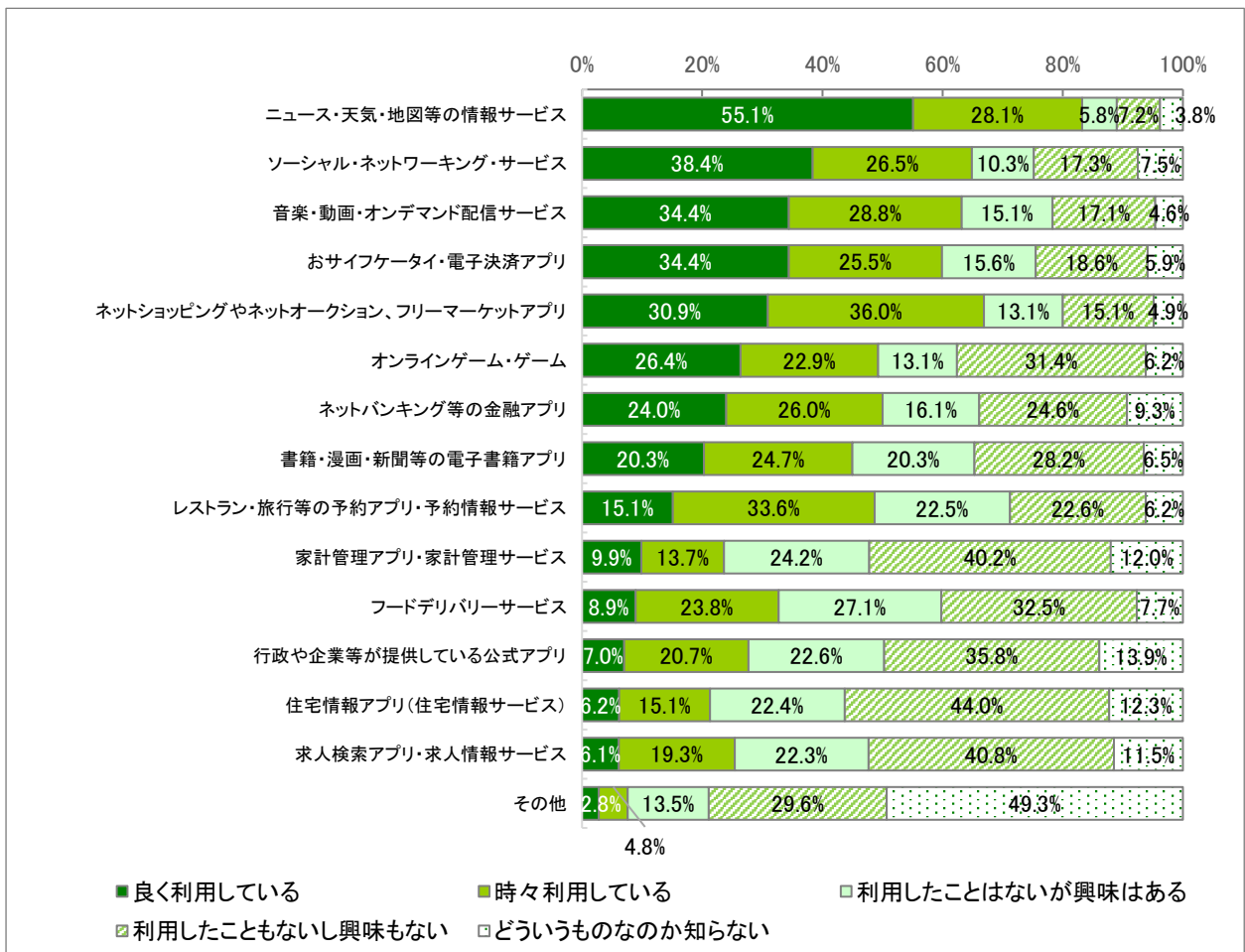
1. デジタル化の進展による社会生活と借入行動等の変化（個人）

- 個人におけるスマートフォン等を使った各種サービス・アプリの認知・利用状況については、「ニュース・天気・地図等の情報サービス」で利用者が8割を超えたほか、SNS、電子決済、音楽・動画配信、ECサービスで6割を超える結果となり、情報収集、コミュニケーション、購買行動・支払い手段等において利用が浸透していることがわかった。決済手段についてみると、電子マネー決済、QRコード決済の利用が60代以上でも6割前後と世代を問わず浸透してきており、今後利用したいと思っている決済手段についても、電子決済のみにシフトしたいと考えている層が年代を問わず大きな割合を占めた。

(1) スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用状況について

- 各種サービス・アプリ等の認知・利用状況について、「良く利用している」と「時々利用している」の割合の合計では、「ニュース・天気・地図等の情報サービス」が最も高く83.2%となり、他の各種サービス・アプリ等と比べて特に使用率が高い。また、利用頻度についても「良く利用している」が大きな割合を占めており、スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等が日常生活に深く浸透していることがわかる。一方で「住宅情報アプリ(住宅情報サービス)」、「家計管理アプリ・家計管理サービス」については使用していないと回答した割合がそれぞれ78.7%、76.4%となった。

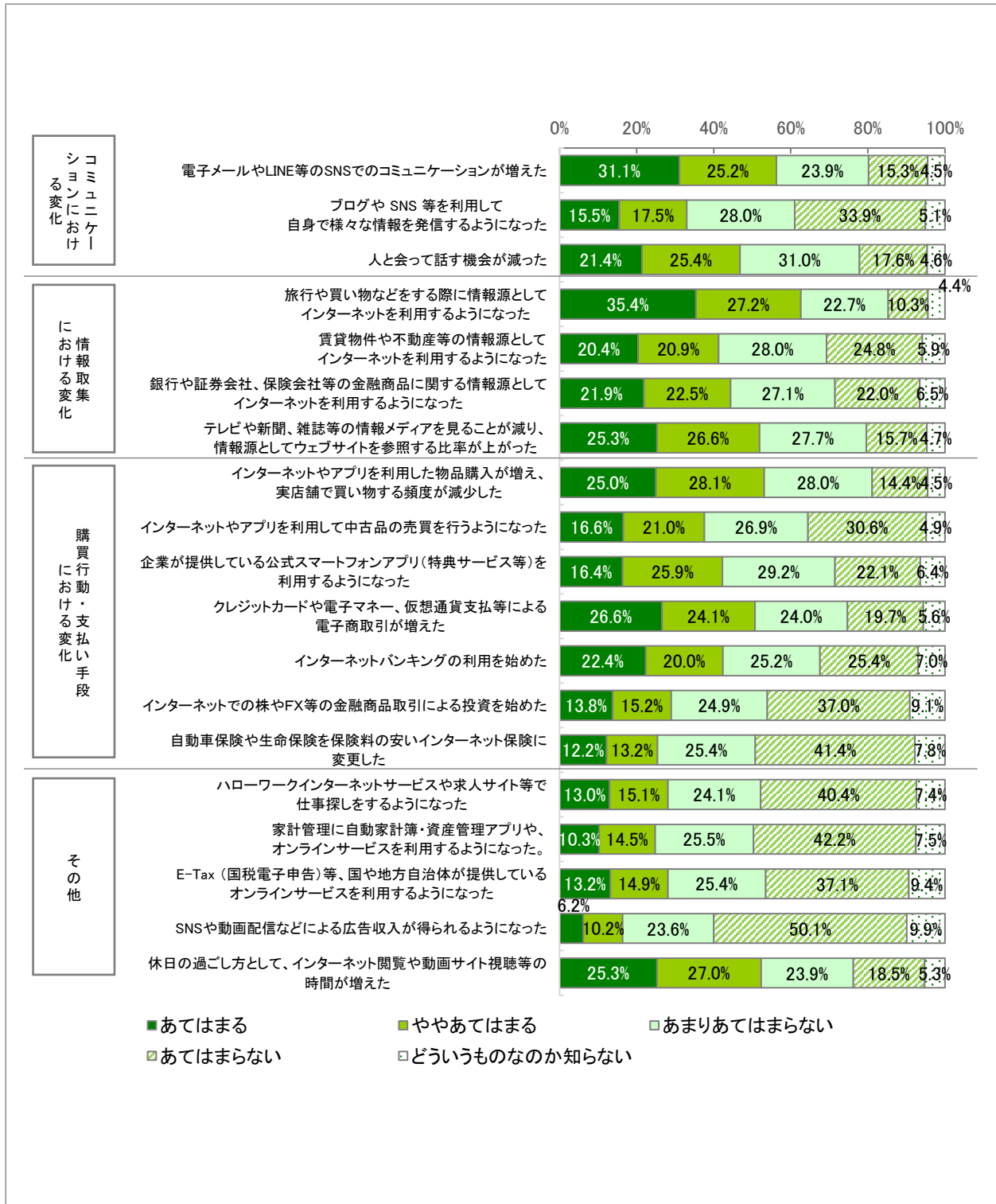
図表 14 スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用状況(n=2000)



(2) スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化について

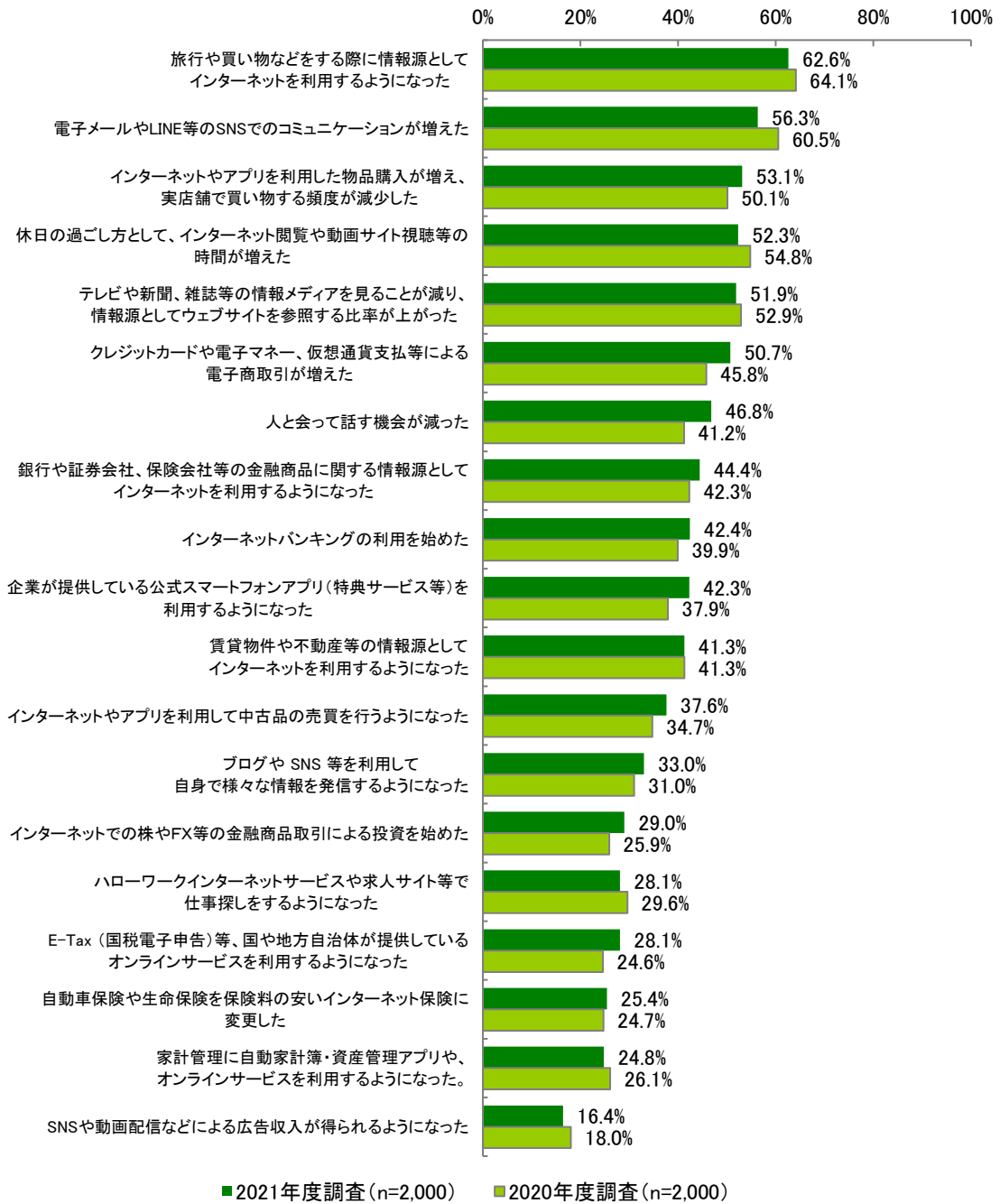
- 生活習慣やライフスタイル等の変化について、「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計をみると、「旅行や買い物などをする際に情報源としてインターネットを利用するようになった」が62.6%と最も高く、次いで「電子メールやLINE等のSNSでのコミュニケーションが増えた」が56.3%、「インターネットやアプリを利用した物品購入が増え、実店舗で買い物する頻度が減少した」が53.1%と続いており、前回調査（2020年度調査）と概ね同じ傾向がみとれる結果となった。

図表 15 スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化 (n=2000)



<「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計>

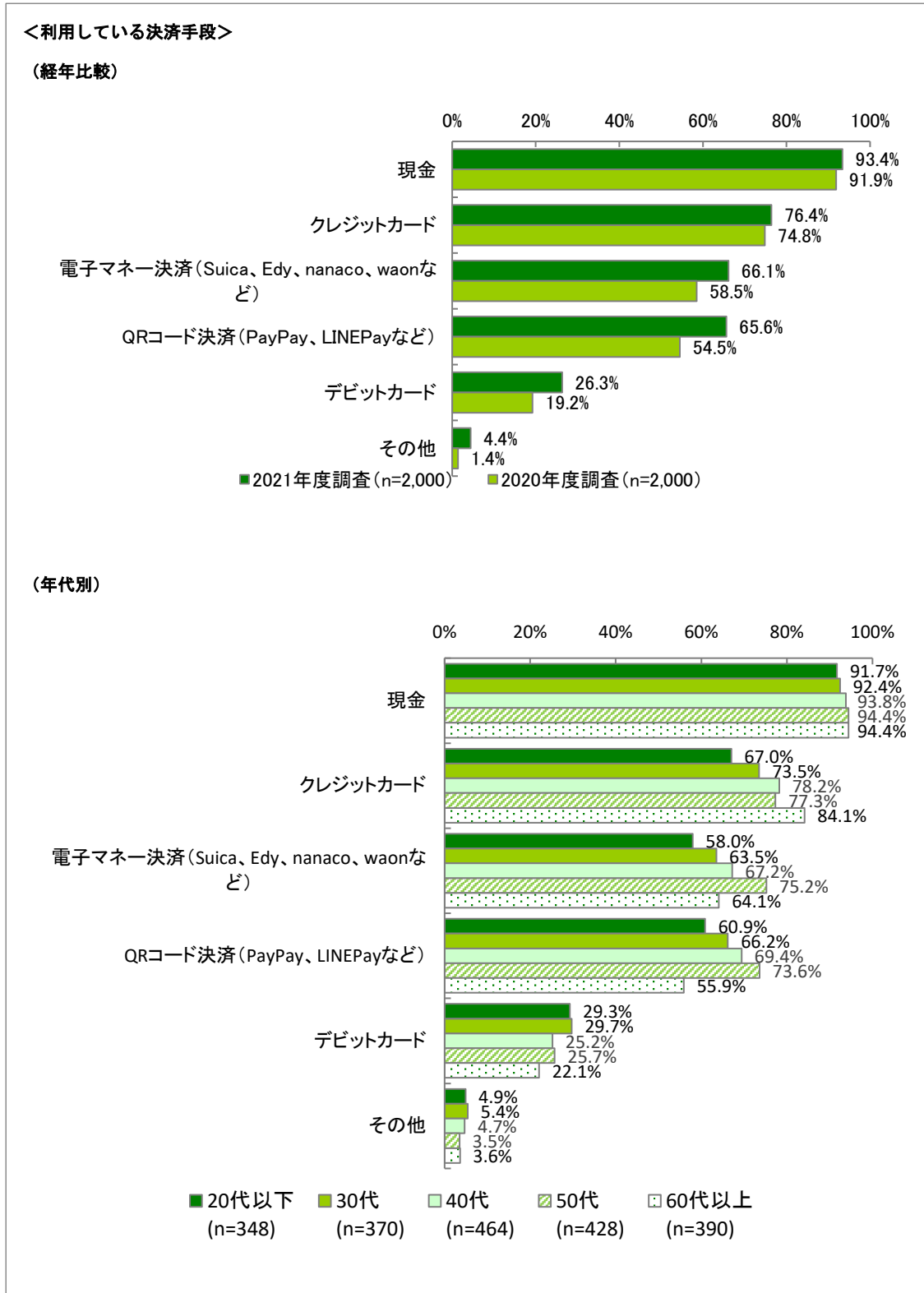
(経年比較)



(3) 利用している決済手段について

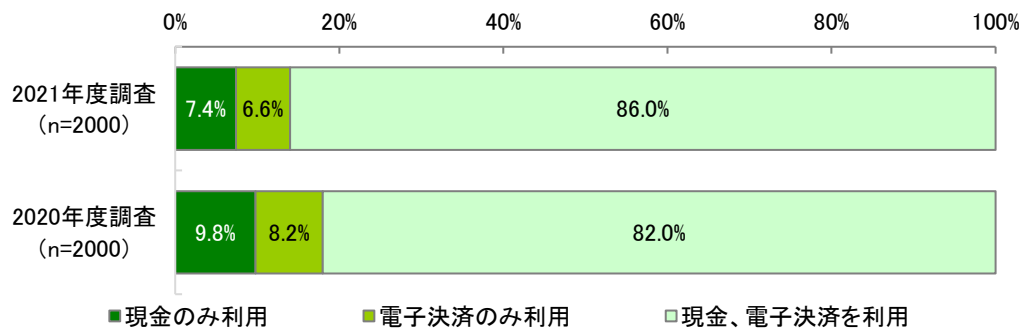
- 利用している決済手段をみると、「現金」と回答した割合が93.4%と最も高く、次いで「クレジットカード」が76.4%、「デビットカード」が66.1%となっている。スマートフォンが身近になる中で、根強く「現金」「クレジットカード」といった媒体が主流として残っていることがみてとれる結果となった。

図表 16 利用している決済手段（複数回答／n=2000）

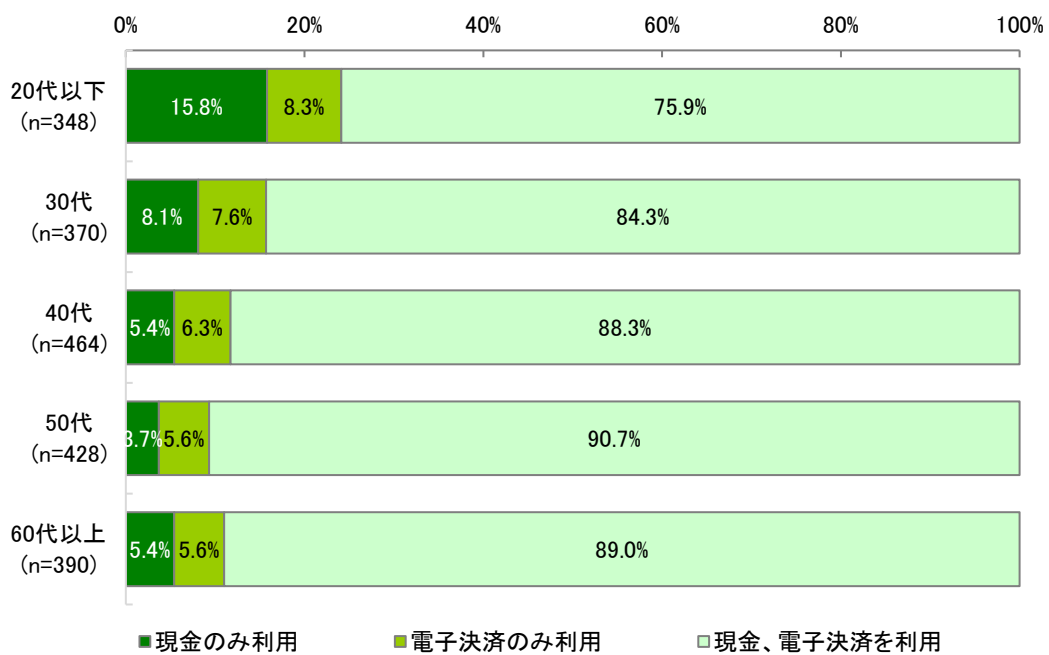


<利用している決済手段の比率 (n=2000) >

(経年比較)

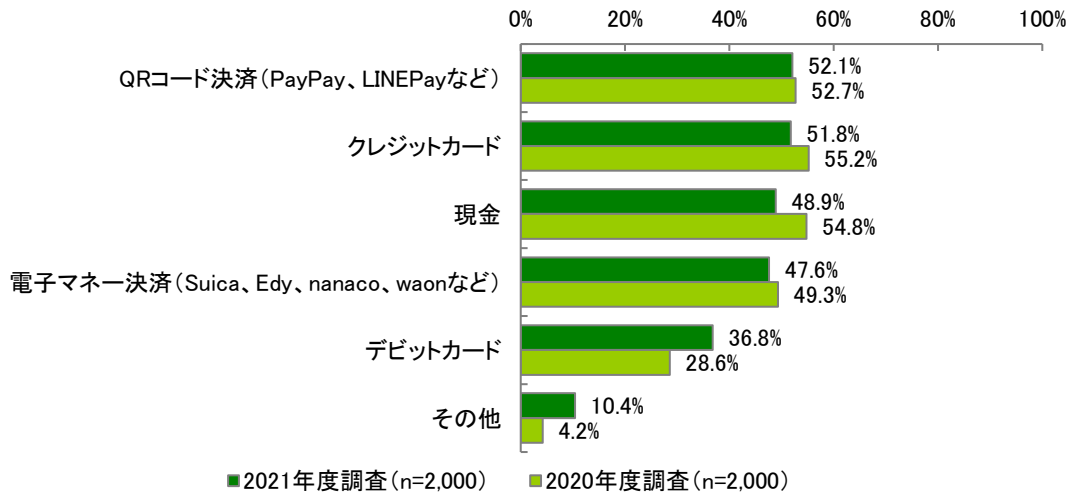


(年代別)

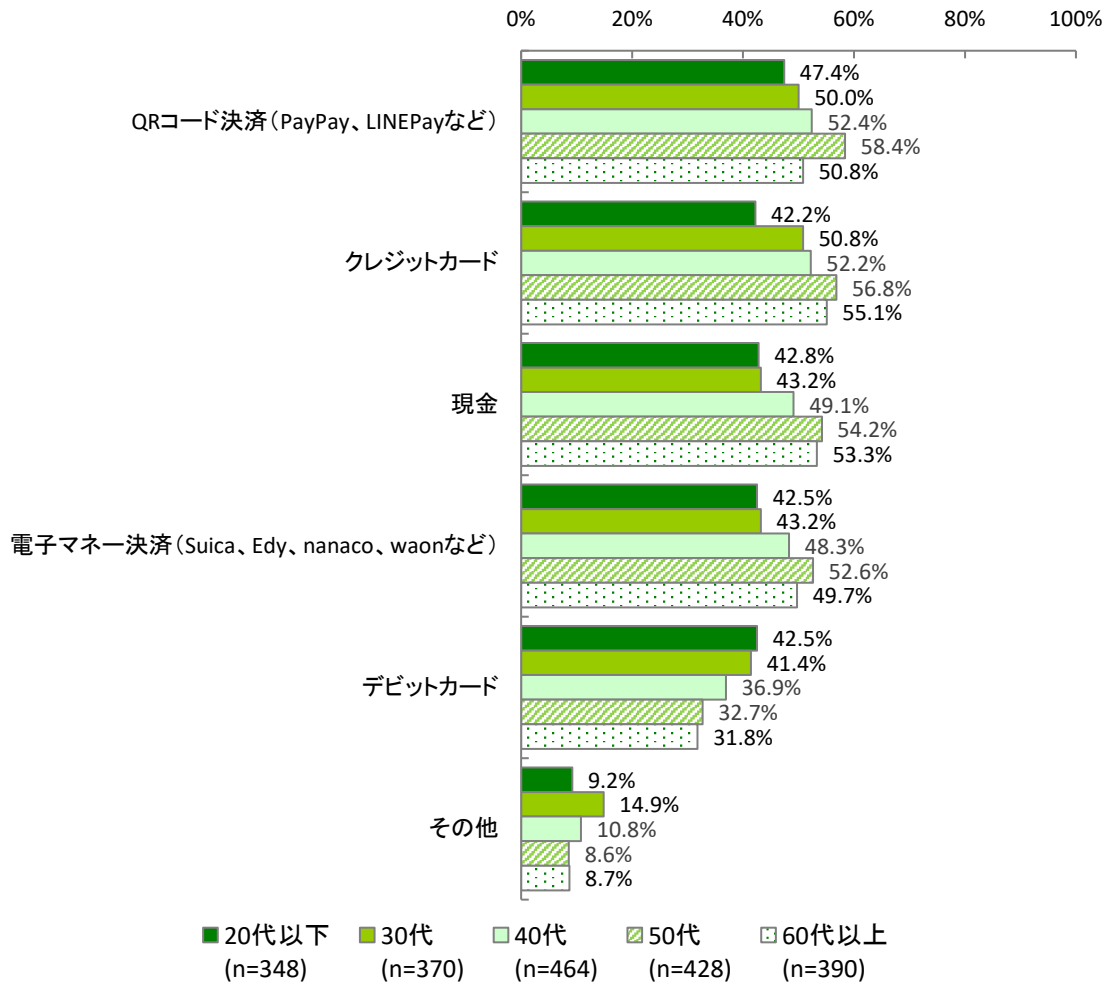


<今後利用したいと思っている決済手段 (n=2000) >

(経年比較) >

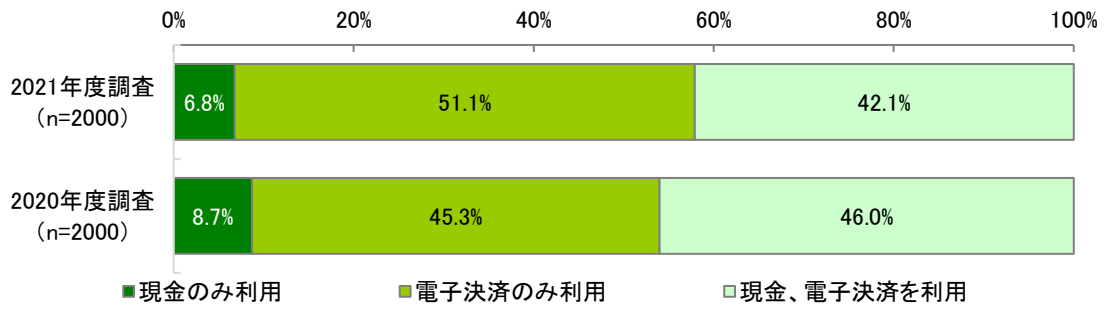


(年代別)

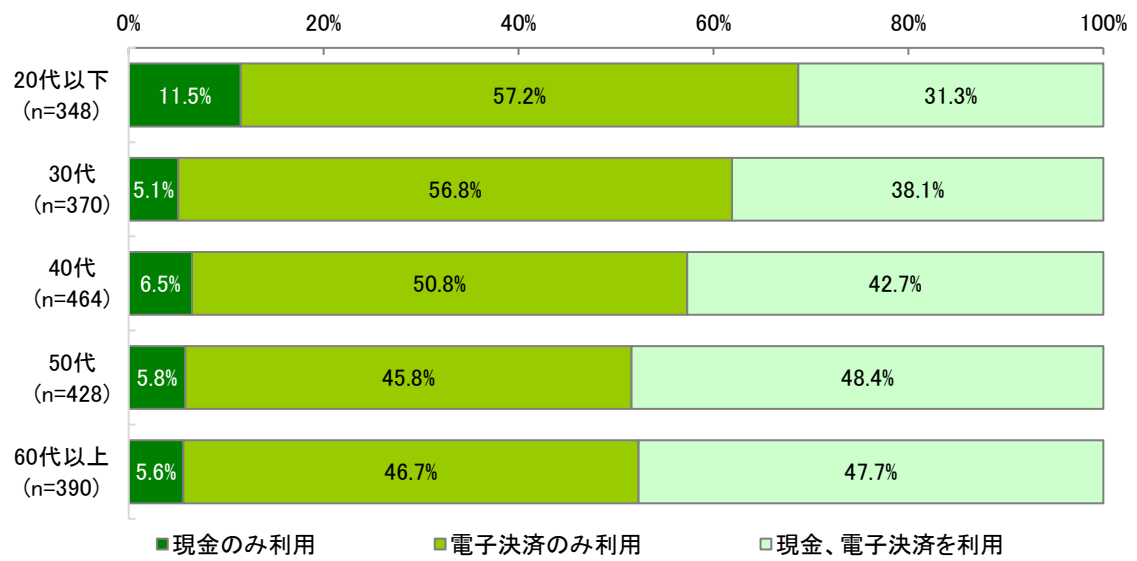


<今後利用したいと思っている決済手段の比率 (n=2000) >

(経年比較)



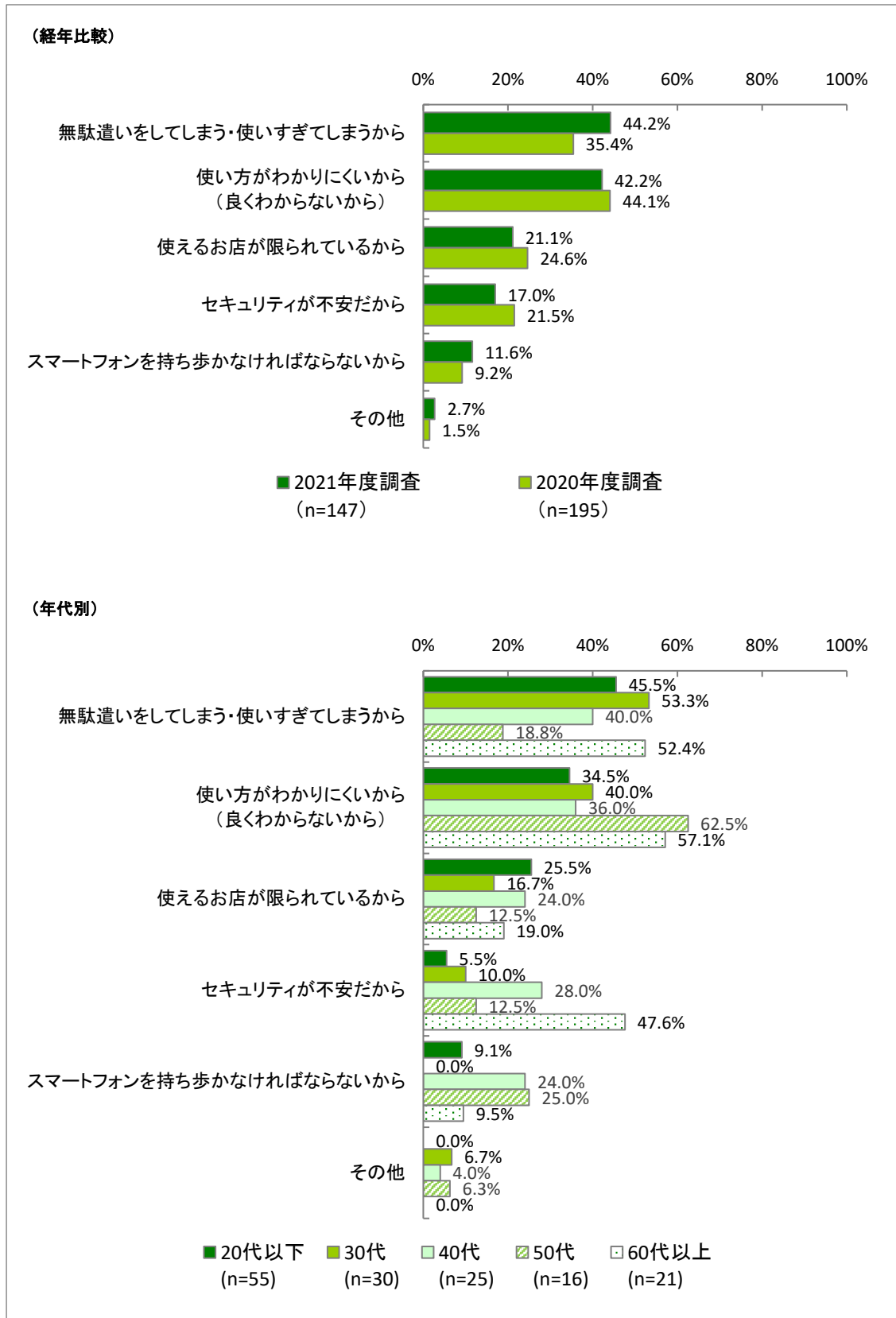
(年代別)



(4) キャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由について

- 現金のみ利用していると回答した借入経験のある個人のキャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由みると、「無駄遣いをしてしまう・使いすぎてしまうから」が 44.2%と最も高く、次いで「使い方がわかりにくいから」が 42.2%、「使えるお店が限られているから」が 21.1%となった。

図表 17 キャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由（複数回答／n=147）



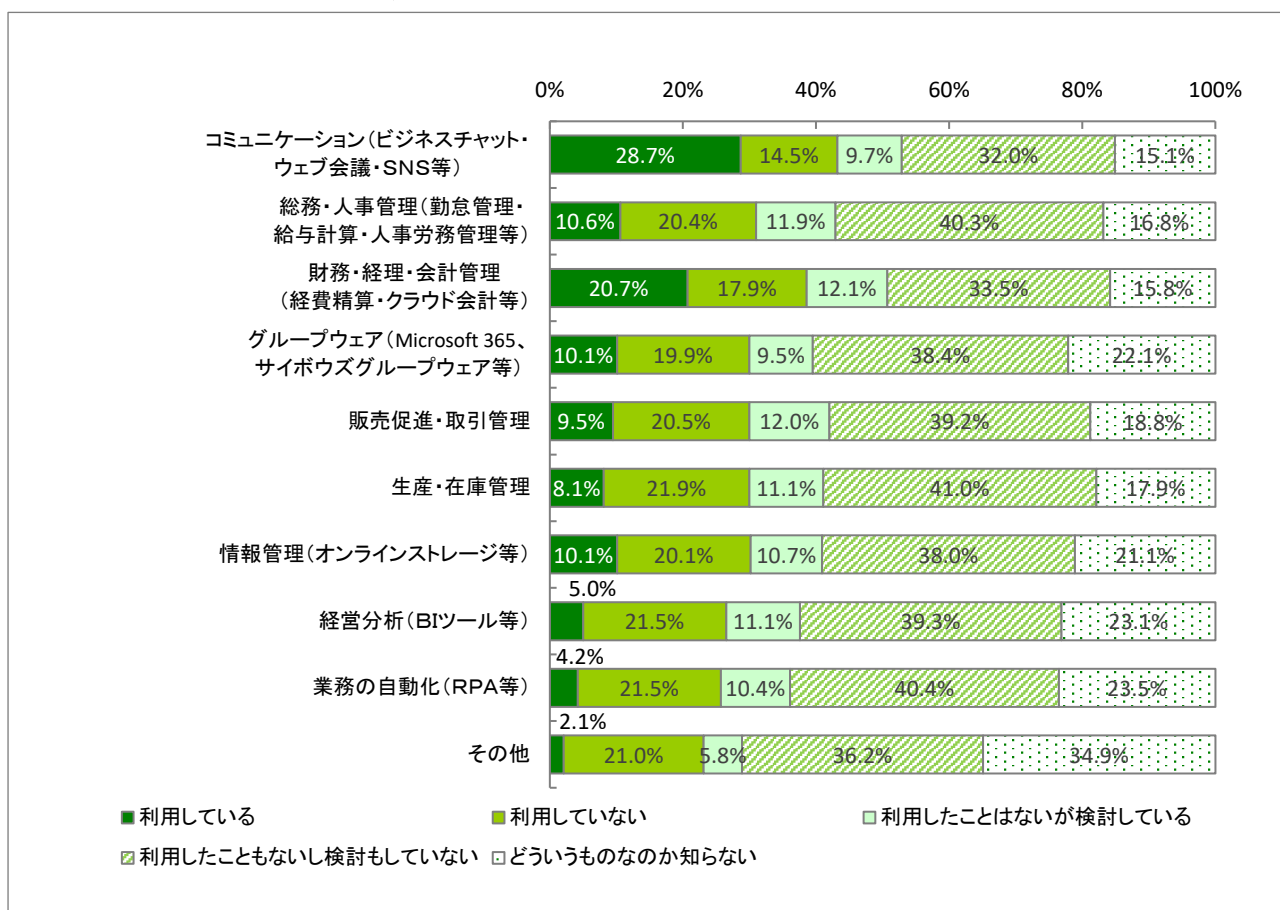
2. デジタル化の進展による事業活動と借入行動等の変化（事業者）

- 事業者のクラウドサービスの認知・利用状況を見ると、コミュニケーション（ビジネスチャット等）が3割弱と最も利用割合が高く、次いで財務・経理・会計管理で2割強となったが、その他のサービスについては「どういうものなのか知らない」が「利用している」を上回る結果となり、各種クラウドサービスの認知状況には向上の余地があることがうかがえる。借入先を選定する際の情報収集先については、「Web・インターネット広告」が最も高く、紙媒体は割合が総じて低いことから、デジタルメディアへの移行がうかがえる。一方、資金調達先については「フィンテック等を活用した資金調達手法」の利用割合は極少であり、貸金業者、預金取扱金融機関、家族・親族等が上位を占めている。借入先を選定する際に重視するポイントを見ると、借入条件に関する事項（低金利、無担保、保証人不要等）が上位を占めており、これらはフィンテック等を活用した資金調達手法を利用したい理由においても上位に挙げられていることから、フィンテックに関しては認知度の向上が重要課題といえる。それに加え、利用が検討された場合にも仕組みの分かりづらさが利用に至る障壁となっていることもわかった。

(1) クラウドサービスの認知・利用状況について

- クラウドサービスの認知・利用状況について、「利用している」の割合を見ると、「コミュニケーション（ビジネスチャット・ウェブ会議・SNS等）」（28.7%）が最も高い。また、「財務・経理・会計管理（経費精算・クラウド会計等）」（20.7%）や「総務・人事管理（勤怠管理・給与計算・人事労務管理等）」（10.6%）などバックオフィス業務における利用が目立つ。一方、「業務の自動化（RPA等）」や「経営分析（BIツール等）」では「どういうものなのか知らない」が高く、デジタル化の進展の遅れを反映した結果となった。

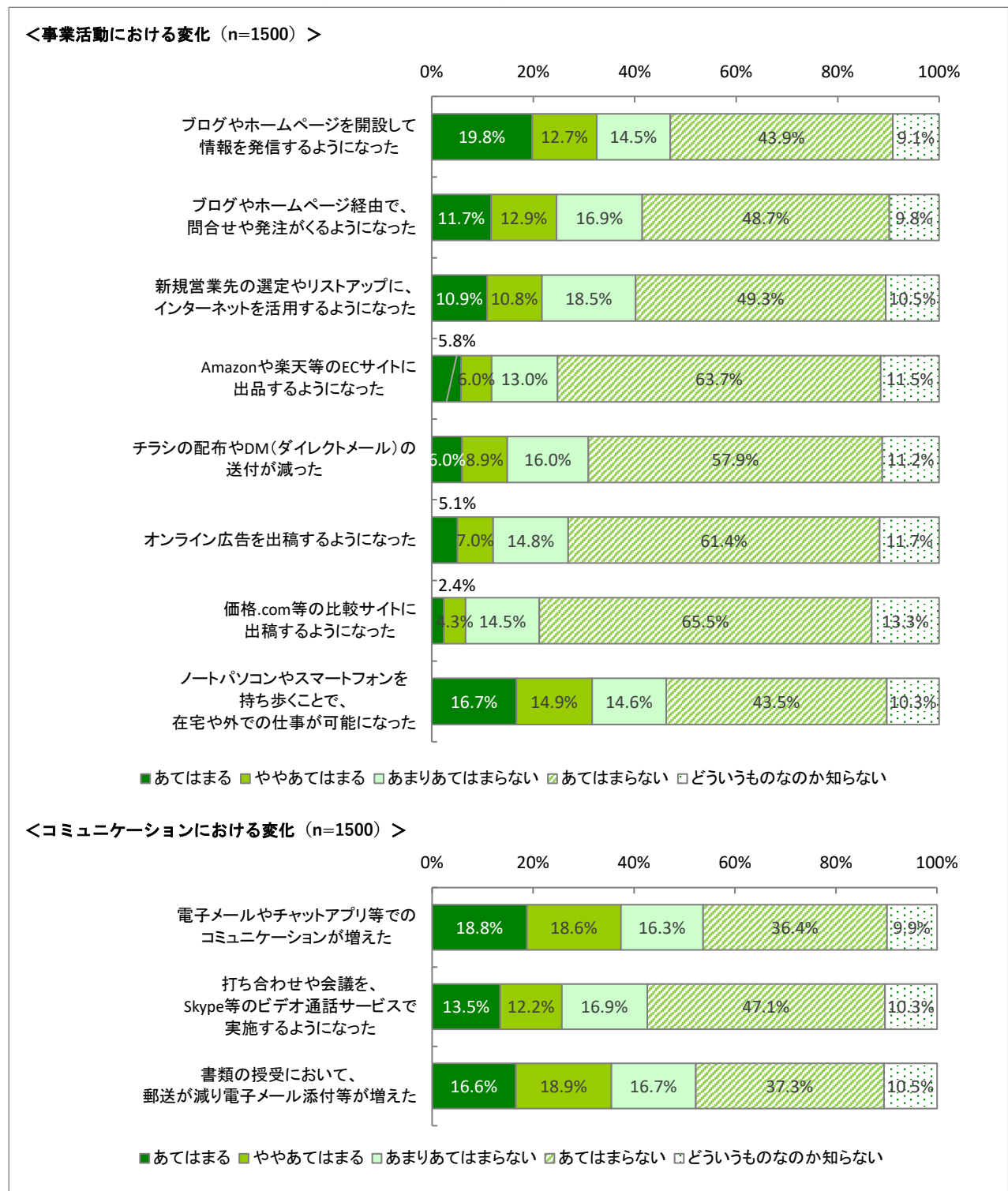
図表 18 クラウドサービスの認知・利用状況 (n=1500)



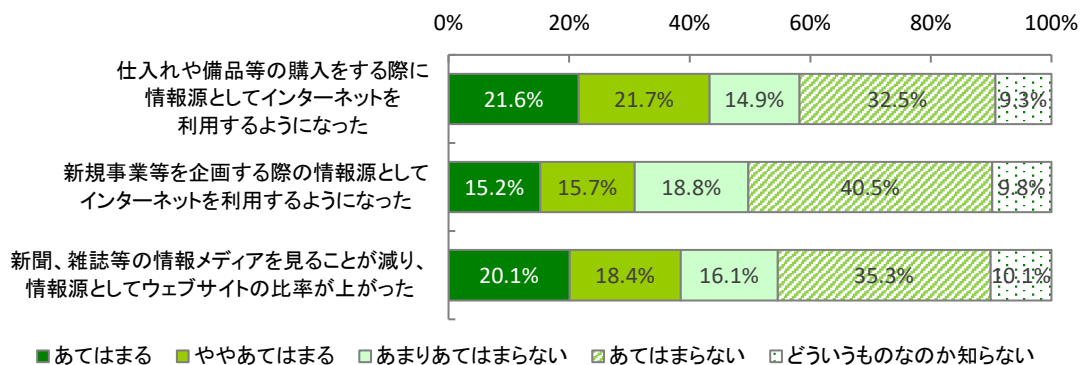
(2) デジタル化の進展による事業活動の変化

- 事業におけるデジタル化の進展について、「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計をみると、「インターネットバンキングで口座や入出金明細等を確認するようになった」(44.8%)が最も高く、「インターネットでの物品購入が増え、実店舗で購入する頻度が減少した」(42.0%)など、購買行動・支払い手段においてデジタル化の進展が目立つ。また、「仕入れや備品等の購入をする際に情報源としてインターネットを利用するようになった」(43.3%)「新聞、雑誌等の情報メディアを見るのが減り、情報源としてウェブサイトの比率が上がった」(38.5%)に見られるように、情報収集の手段においてもデジタル化の進展がみられる。

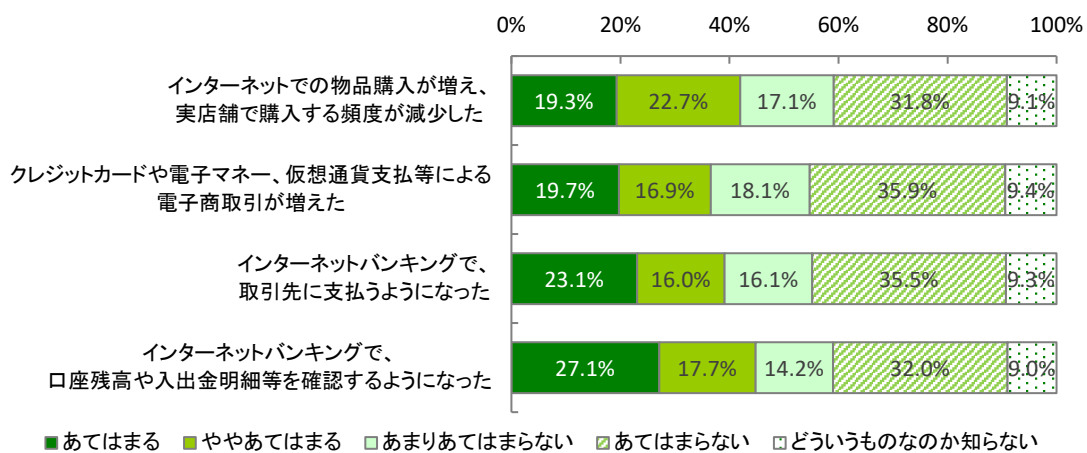
図表 19 デジタル化の進展による事業活動の変化



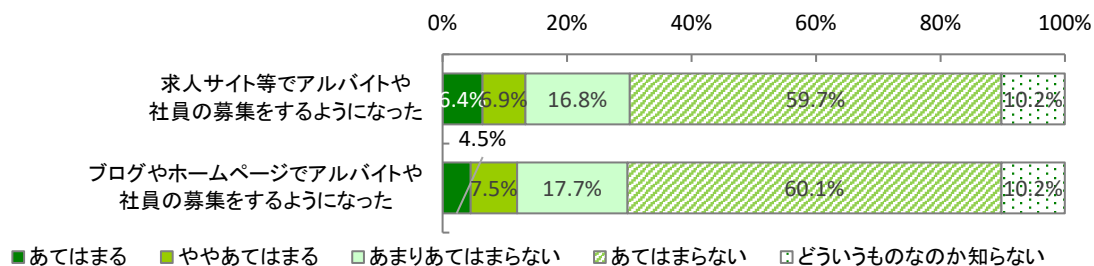
<情報収集における変化 (n=1500) >



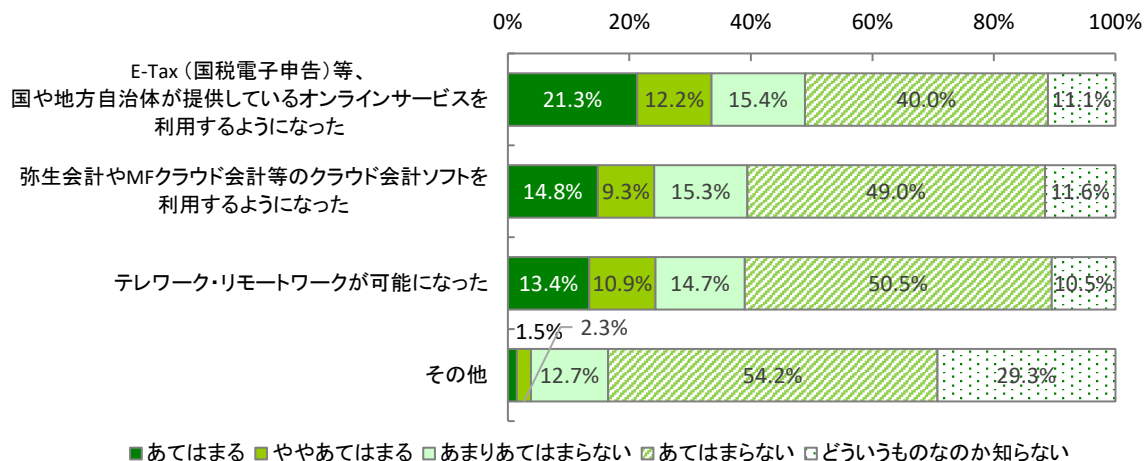
<購買行動・支払い手段における変化 (n=1500) >



<採用における変化 (n=1500) >



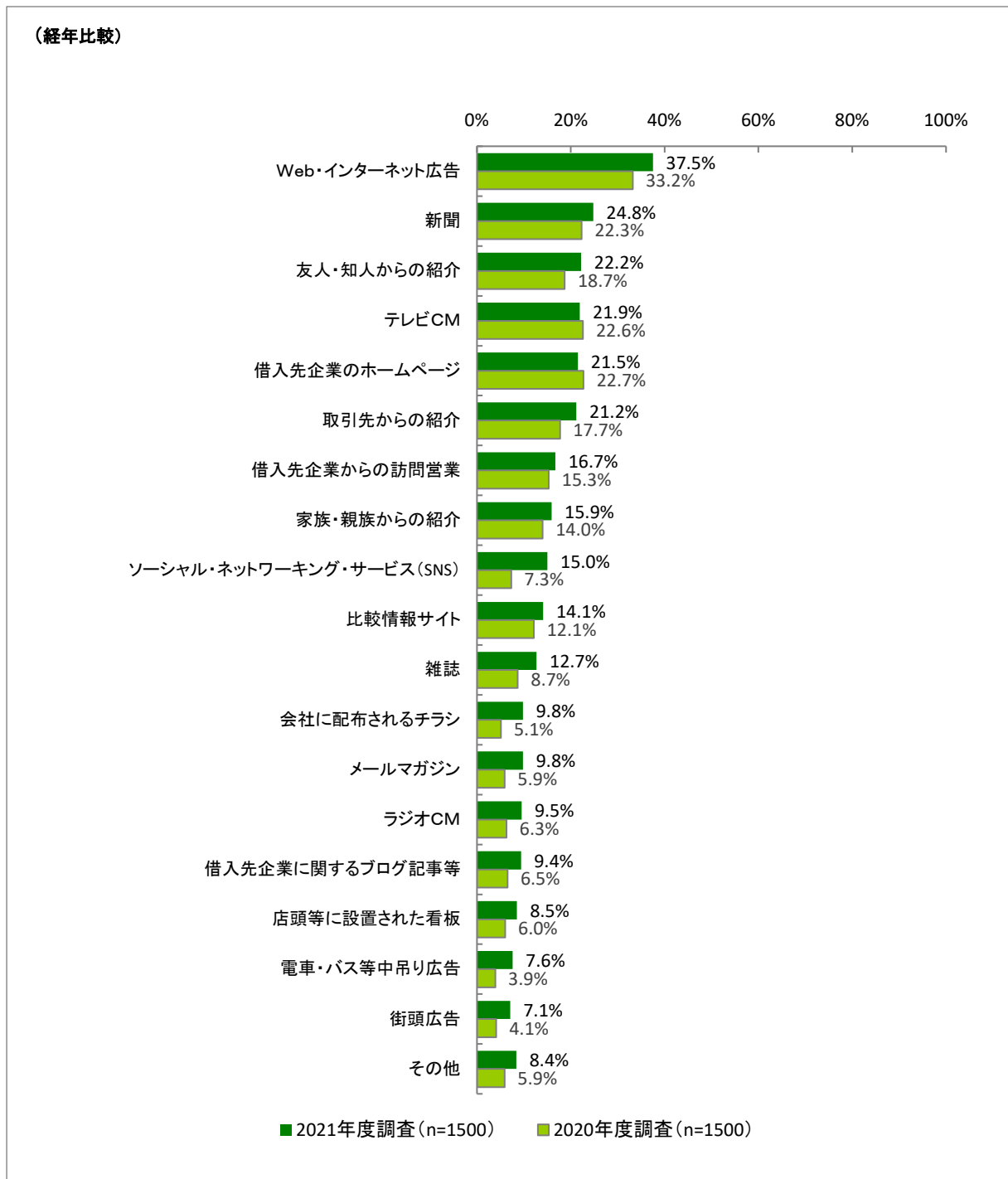
<その他 (n=1500) >



(3) 借入先を選定する際の情報収集先について

- 借入先を選定する際の情報収集先をみると、「Web・インターネット広告」(37.5%) が特に目立つ結果となった。一方で、「新聞」(24.8%) を除く紙媒体は割合が総じて低く、デジタルメディアへの移行がうかがえる。一方で、「友人・知人からの紹介」(22.2%) をはじめとする人づての紹介がマスメディアに続く位置を占めていることもみてとれる。

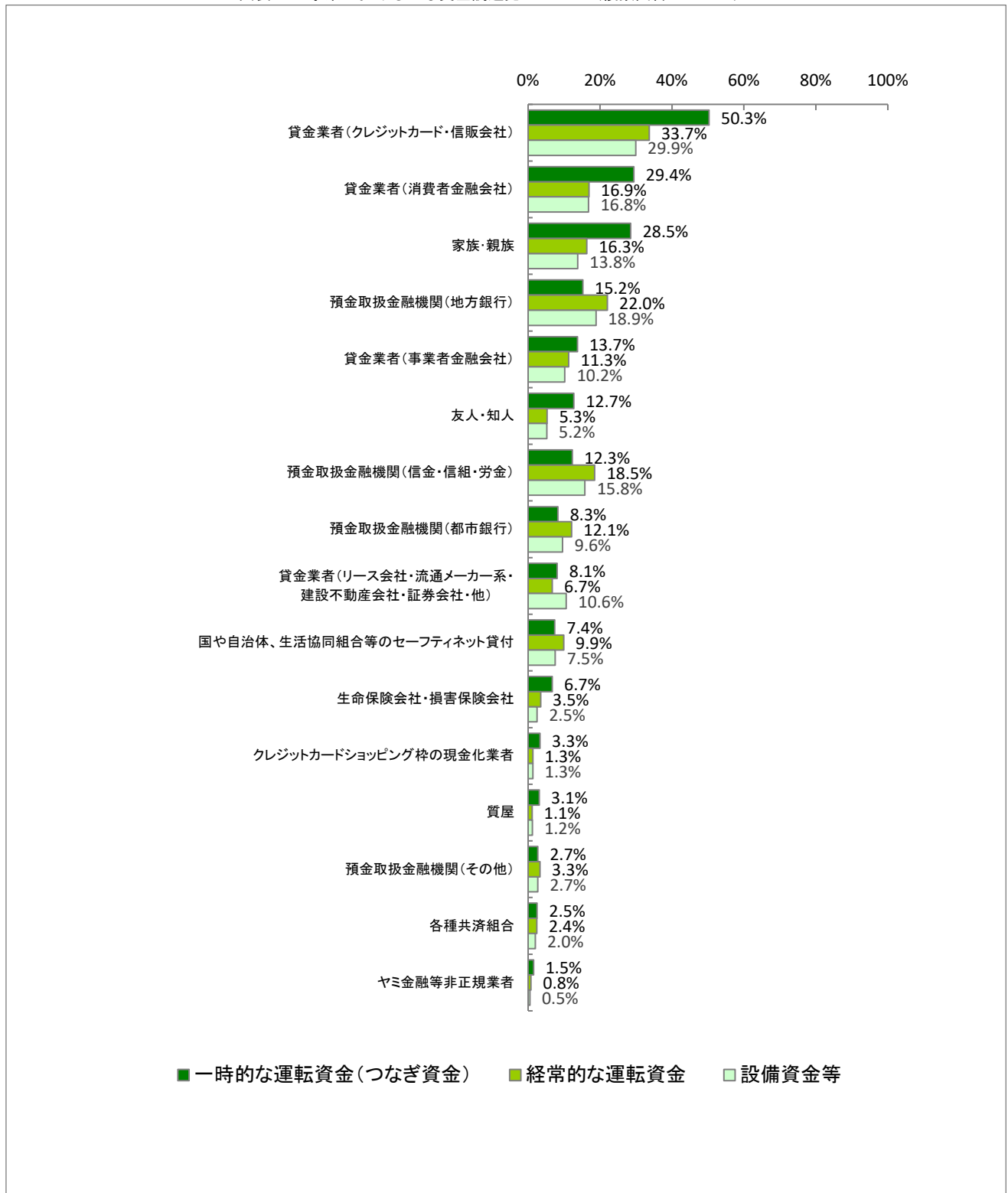
図表 20 借入先を選定する際の情報収集先について (複数回答/ n=1500)



(4) 事業における主な資金調達先について

- 借入経験のある事業者に対して、主な事業資金の調達先について調査したところ、一時的な運転資金（つなぎ資金）では、「貸金業者（クレジットカード・信販会社）」が最も利用されていることがわかった。加えて、経常的な運転資金でも「貸金業者（クレジットカード・信販会社）」が最も高く、この傾向は設備資金等でも同様の結果となった。

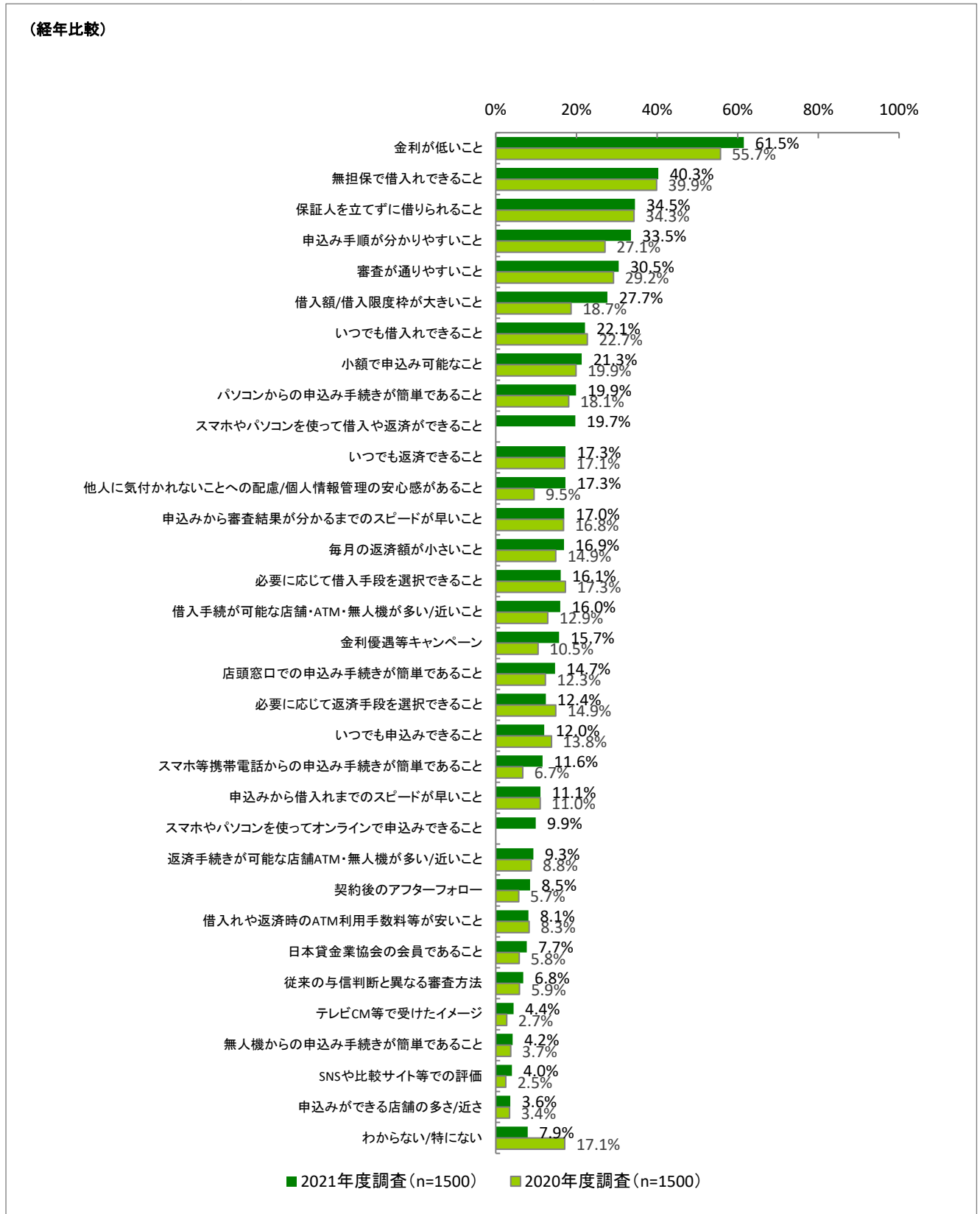
図表 21 事業における主な資金調達先について（複数回答／n=1500）



(5) 借入先を選定する際に重視するポイント

- 借入先を選定する際に重視するポイントを見ると、「金利が低いこと」(61.5%)が最も高く、次いで「無担保で借入れできること」(40.3%)、「保証人を立てずに借りられること」(34.5%)といった、便利さや手軽さを重視する傾向がうかがえる結果となった。

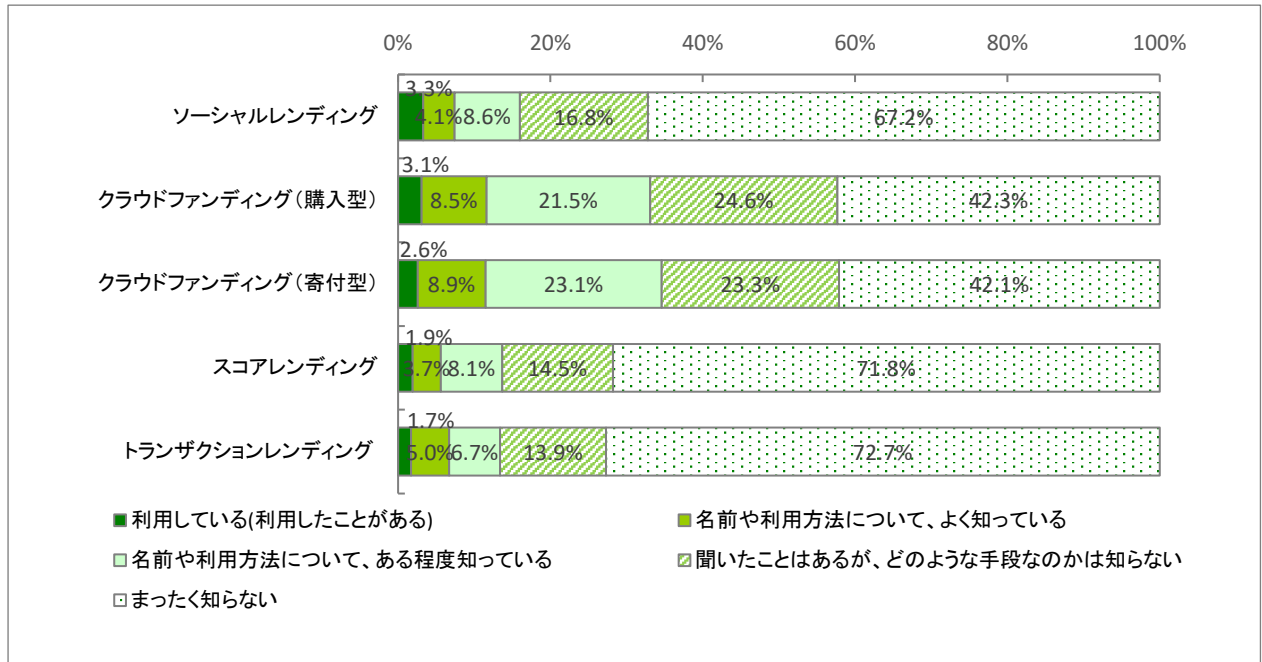
図表 22 借入先を選定する際に重視するポイント (複数回答/n=1500)



(6) フィンテックを活用した資金調達方法の認知度について

- 借入経験のある事業者に対して、フィンテックを活用した資金調達方法の認知度を調査したところ、「よく知っている」、「ある程度知っている」、「聞いたことはあるが、どのような手段なのかは知らない」と回答した割合の合計は、「クラウドファンディング（寄付型）」が 55.3%と最も高く、次いで「クラウドファンディング（購入型）」が 54.6%と、クラウドファンディングについては比較的認知が進んでいる一方、その他の「ソーシャルレンディング」（29.5%）、「スコアレンディング」（26.3%）、「トランザクションレンディング」（25.6%）については依然として認知度向上の余地が大きいといえる結果となった。

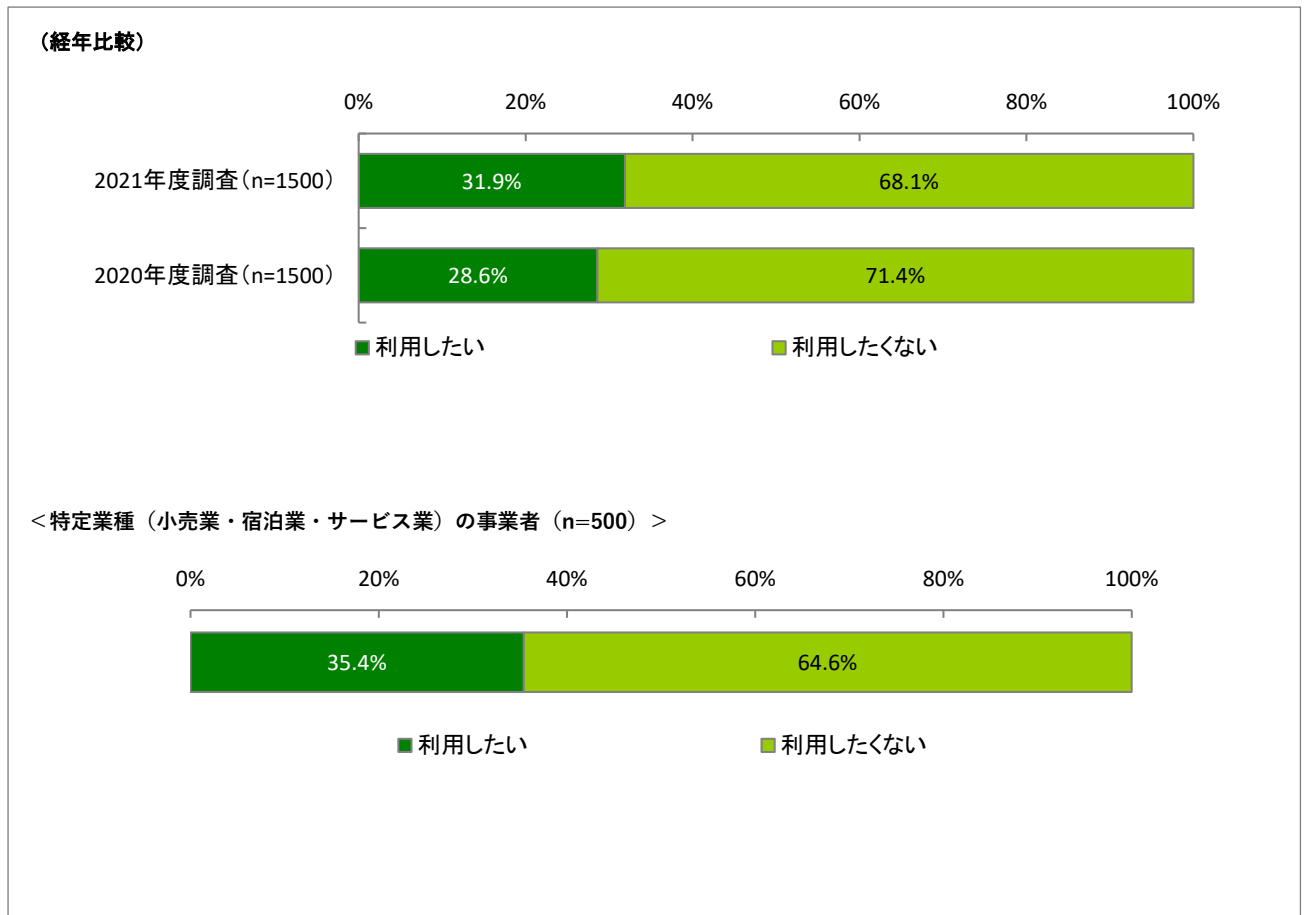
図表 23 フィンテックを活用した資金調達方法の認知度（複数回答／n=1500）



(7) フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向について

- フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向については、31.9%が利用したいと回答している。前年に比べて利用の意向が高まっており、デジタル活用やオンライン業務化の高まりを受けて導入が促されていることがうかがえる。

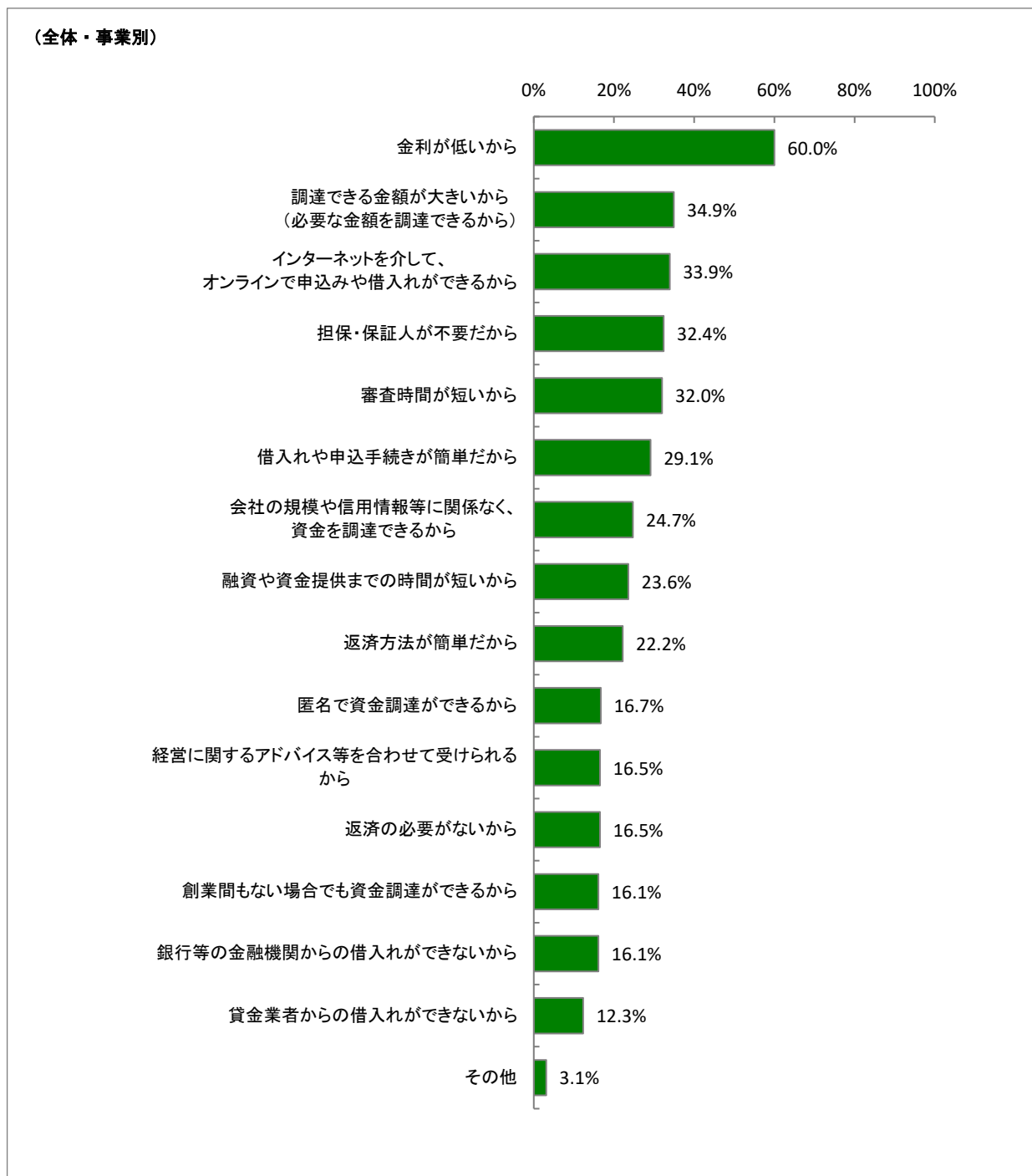
図表 24 フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向 (n=1500)



(8) フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由

- フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由については、「金利が低いから」が 60.0%と最も高く、次いで「調達できる金額が大きいから（必要な金額を調達できるから）」が 34.9%、「インターネットを介して、オンラインで申込みや借入れができるから」が 33.9%と続いている。手続き等の利便性も一定程度重要視されているが、返済に係る金利、調達金額に関する商品設計について特に重きが置かれていることがわかる結果となった。

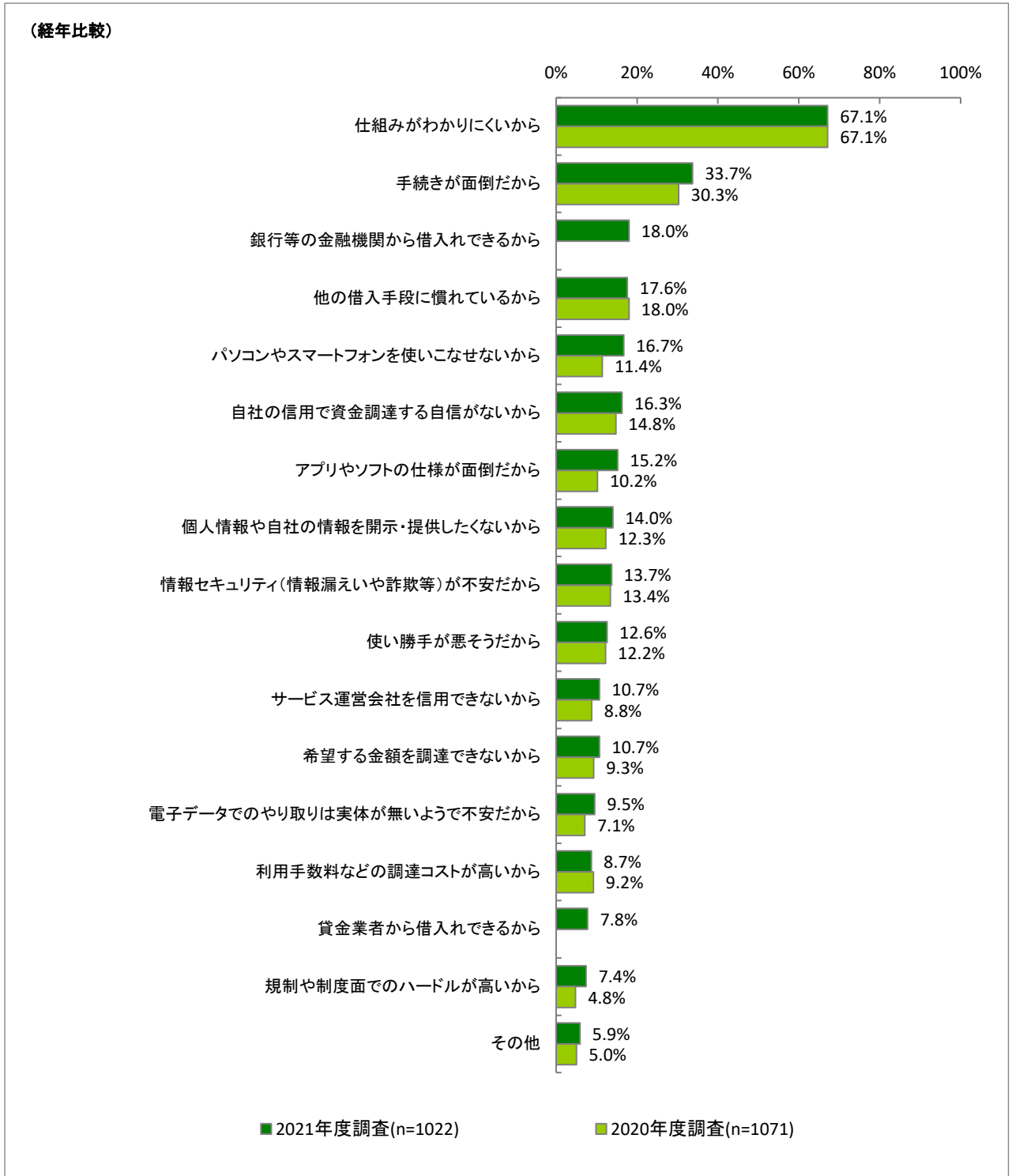
図表 25 フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由（複数回答／n=1456）



(9) フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由

- フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由については、「仕組みがわかりにくいから」が67.1%と最も高く、続く「手続きが面倒だから」(33.7%)と比べても大きく差があることがみてとれる結果となった。フィンテックを活用した資金調達に係る仕組みをいかにわかりやすく資金需要者となる事業者へ伝えていくか、という点に大きな課題が存在していると言える。

図表 26 フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由（複数回答／n=1022）



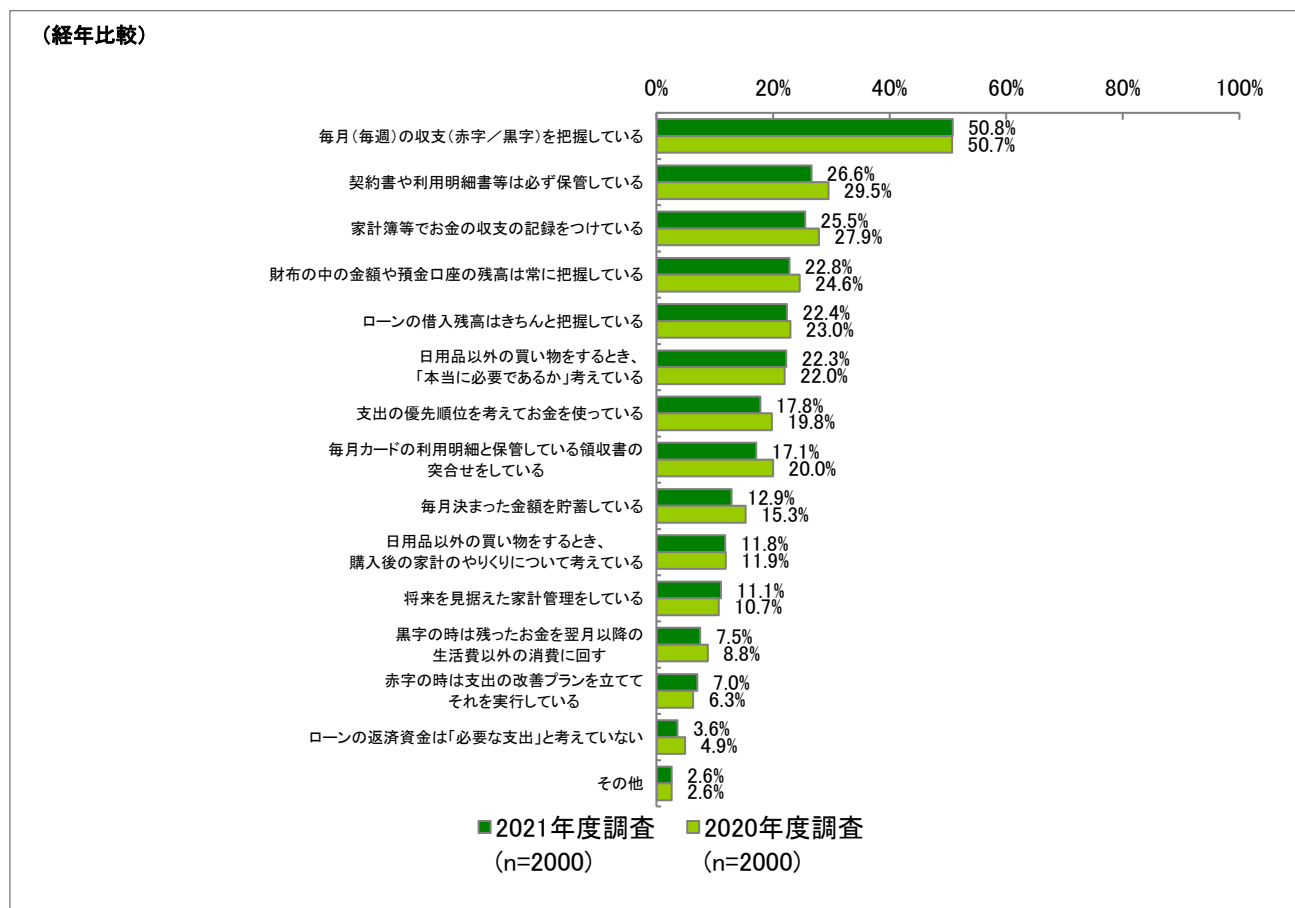
III. 金融リテラシーの状況

- 金融リテラシーについて、現在行っている家計管理をみると「毎月（毎週）の収支（赤字／黒字）を把握している」が5割と最も高く、それ以外は3割を下回る結果となった。世代別では年代が下がるほど全体的に意識が弱く、特に「財布の中の金額や預金口座の残高を把握している」で大きく割合が落ち込んでいる。貸金業者からの借入に関する知識・理解度をみると、「クレジットカードやキャッシングの返済方式について」を除き、詳しくは知らない、聞いたことがないと回答した割合が7割を超えた。「クレジットカードやキャッシングの返済方式について」は、どのようなものか知っているという回答した割合が全体で6割に迫るものの、世代別では20代以下で4割強と若年層ほど理解度が低い。ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知状況では、ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者において、聞いたことがない、知らないという回答した割合が前年比で微増している。金銭教育受講経験をみると、学校教育、それ以外の機会のいずれにおいても若年層ほど学習機会を多く享受していることがわかった。

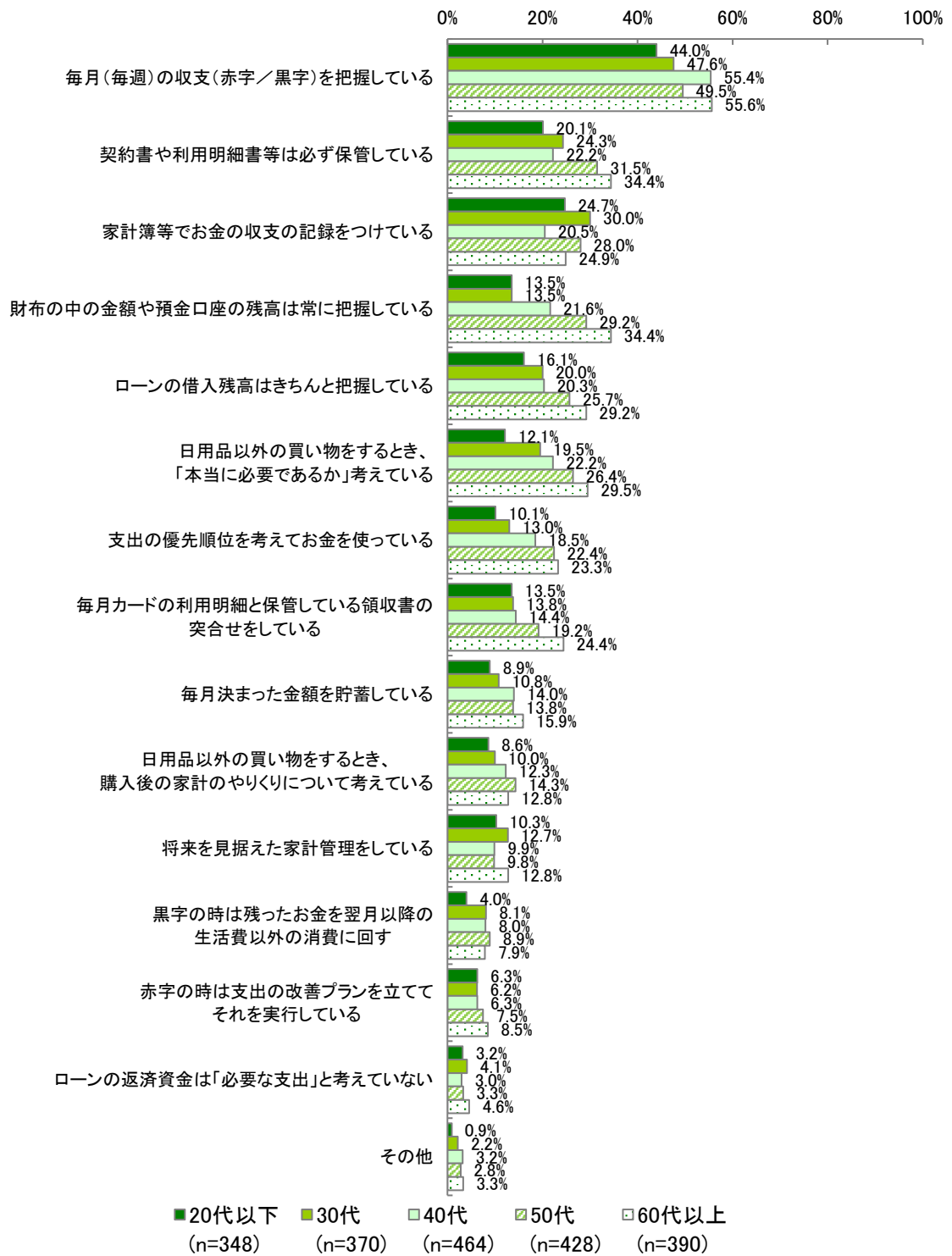
(1) 現在行っている家計管理について

- 適切な収支管理のための習慣については、「毎月（毎週）の収支（赤字／黒字）を把握している」が50.8%と最も高く、次いで「契約書や利用明細書等は必ず保管している」が26.6%と続いている。加えて「家計簿等でお金の収支の記録をつけている」の25.5%など、家計の透明性を高め金銭の出入りを明確に把握することが重視されることがわかる結果となった。

図表 27 現在行っている家計管理（複数回答／n=2000）



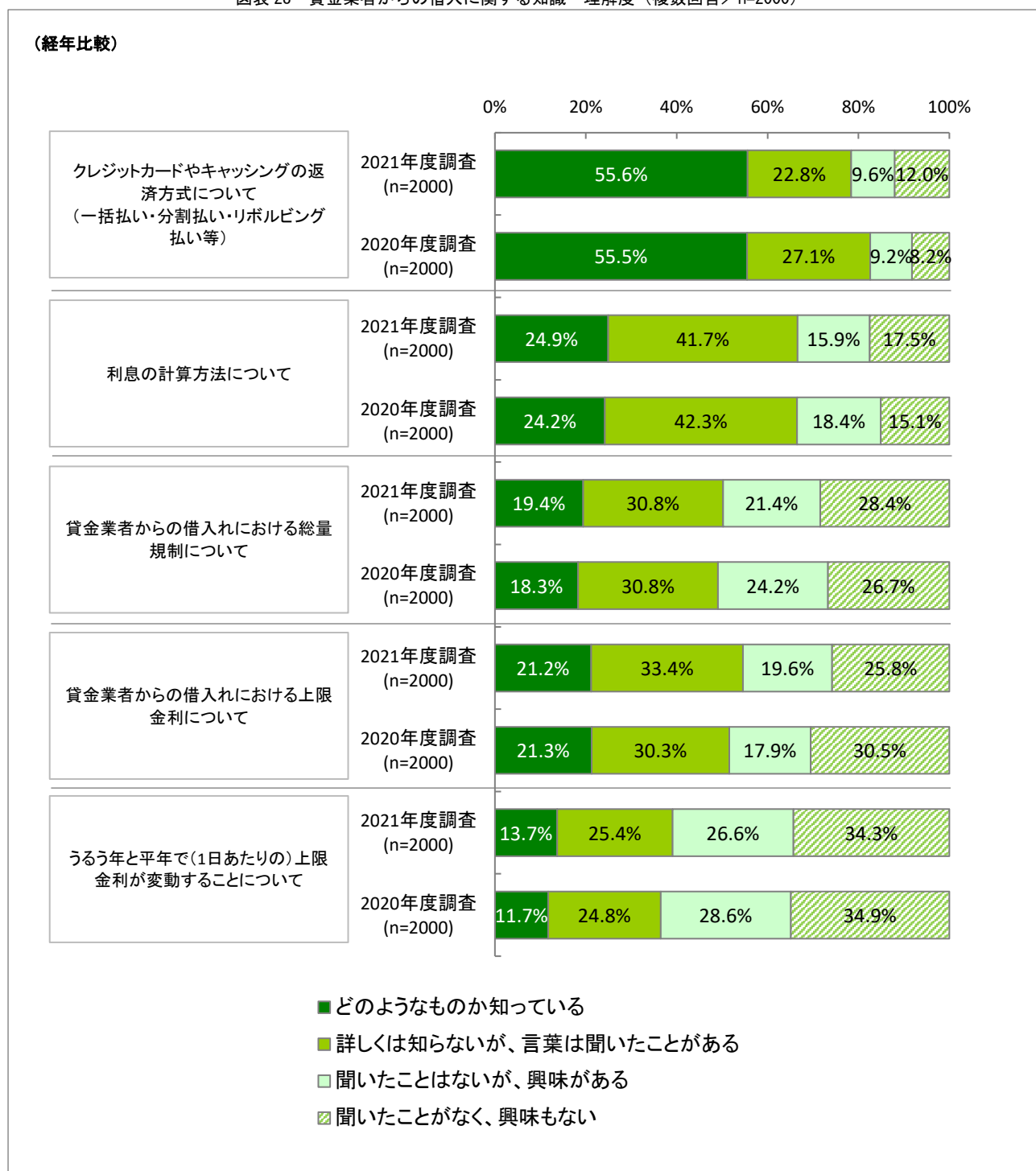
(年代別)



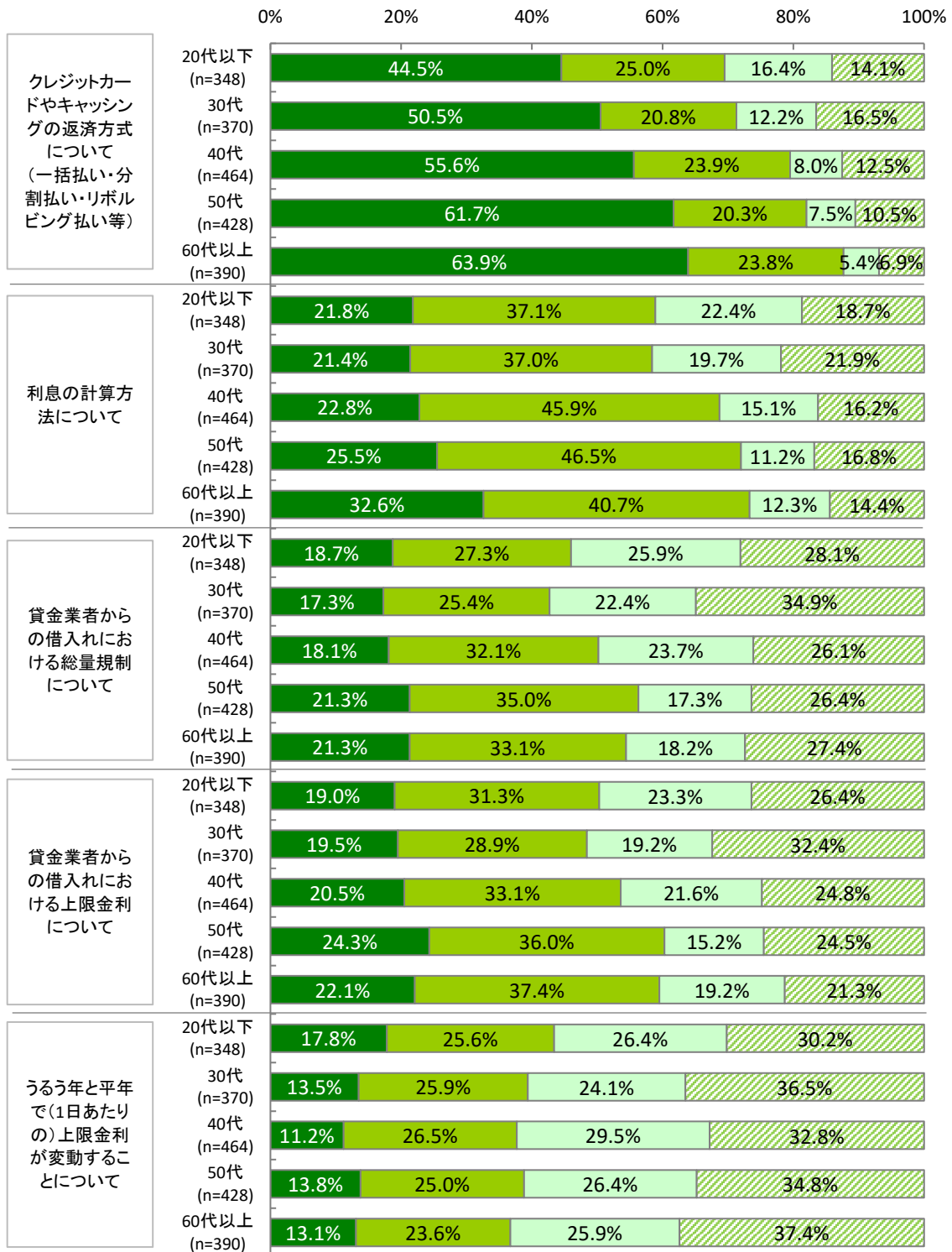
(2) 貸金業者からの借入に関する知識・理解度

- 貸金業者からの借入に関する知識・理解度については、「クレジットカードやキャッシングの返済方式について（一括払い・分割払い・リボルビング払い等）」が 55.6%と最も高く、次いで「利息の計算方法について（単利計算と複利計算の違いについて）」が 24.9%と続いている。他の手段についての知識・理解度が低い水準に留まる一方で、特に日常でよく使用されるクレジットカードについての知識や理解が高いことがわかる結果となった。

図表 28 貸金業者からの借入に関する知識・理解度（複数回答／n=2000）



(年代別)

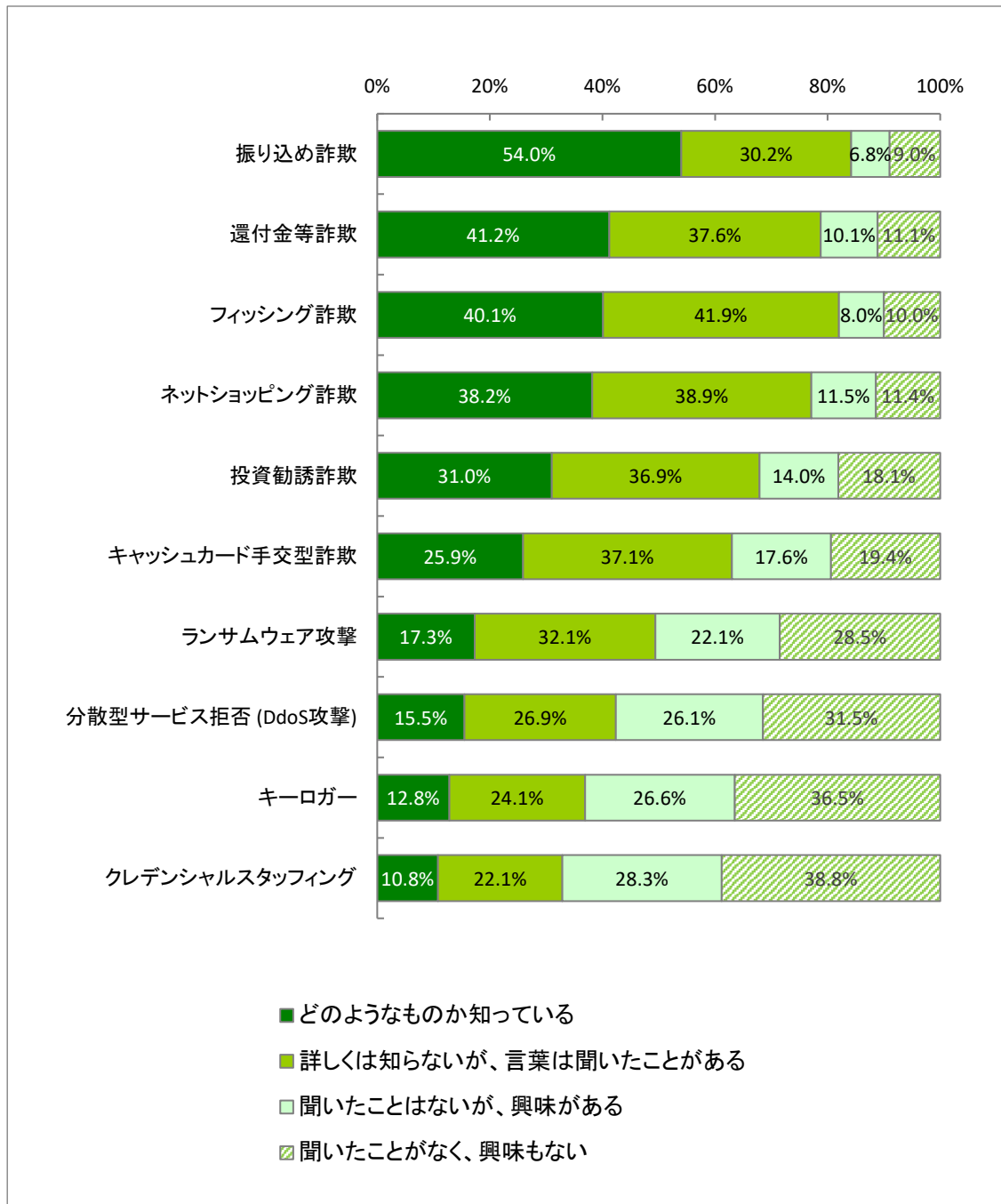


- どのようなものか知っている
- 詳しくは知らないが、言葉は聞いたことがある
- 聞いたことはないが、興味がある
- ▨ 聞いたことがなく、興味もない

(3) 金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度

- 金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度については、「どのようなものか知っている」と回答した割合では、「振り込め詐欺」が54.0%と最も高く、次いで「還付金詐欺」が41.2%と続いている。認知度の比較的高い「振り込め詐欺」や「還付金詐欺」では半数程度の認知度がある一方で、日常的に身近でない「キーロガー」や「クレデンシャルスタッフィング」などは低い水準に留まっている。

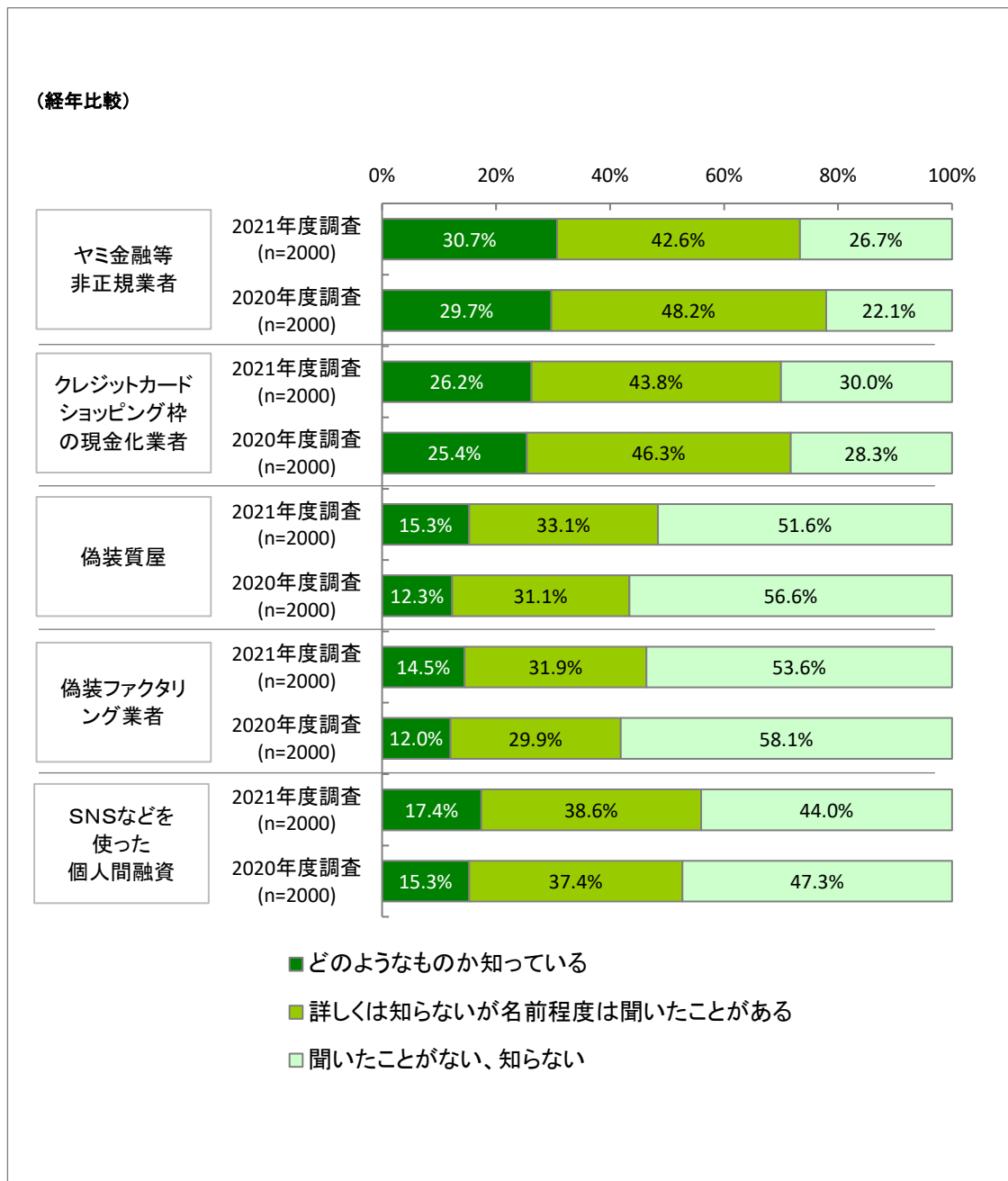
図表 29 金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度 (n=2000)



(4) ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の認知について

- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の認知については、「どのようなものか知っている」と回答した割合では、「ヤミ金融等非正規業者」が 30.7%と最も高く、次いで「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 26.2%と続いている。

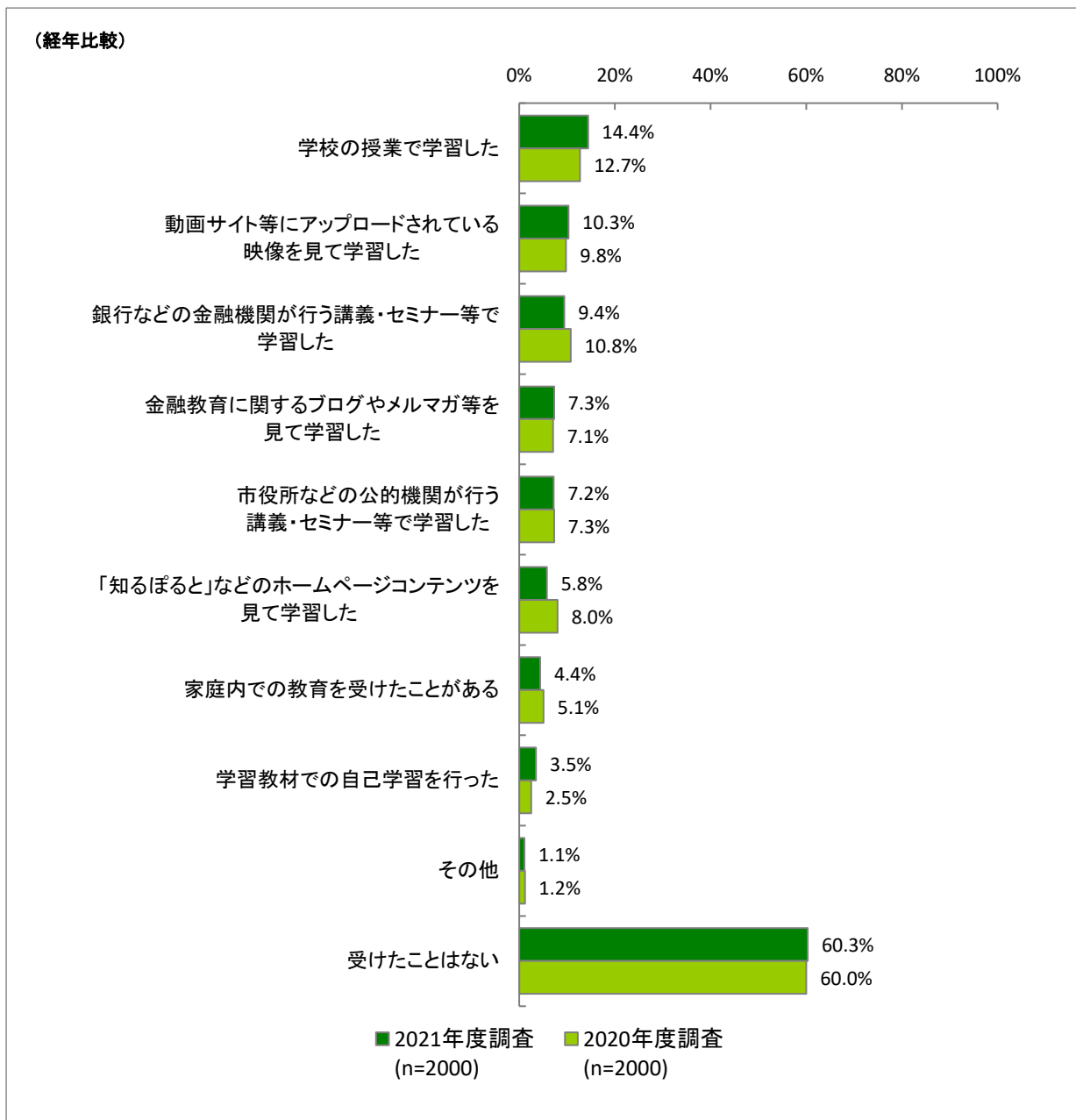
図表 30 ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の認知（複数回答／n=2000）



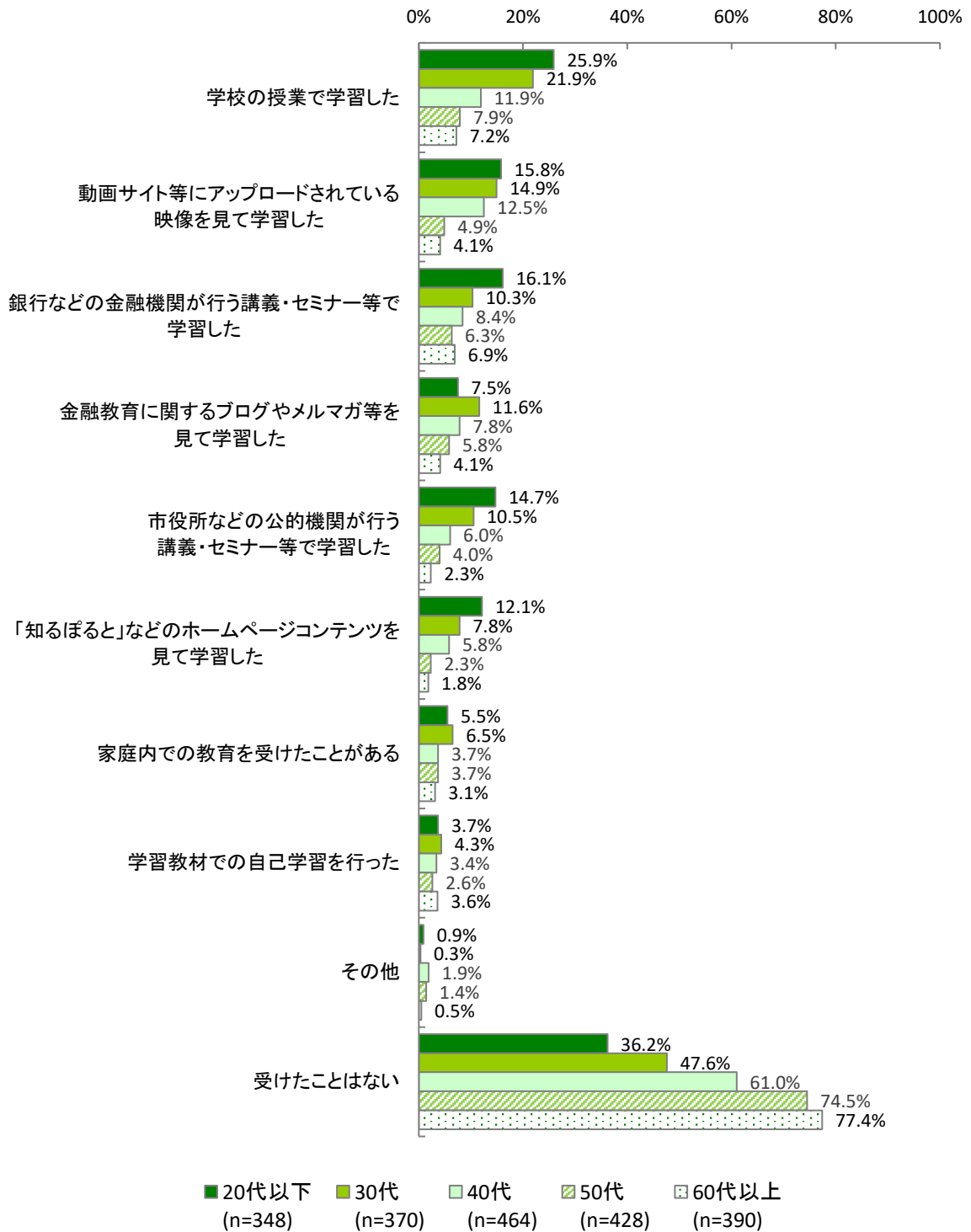
(5) 金銭教育受講経験の有無について

- 金銭教育受講経験の有無については、「受けたことはない」が 60.3%と最も高く、次いで「学校の授業で学習した」が 14.4%と続いている。多くが金銭に関する教育を受けないまま事業や家計に関する貸し借りなどを行っていることがわかった。

図表 31 金銭教育受講経験の有無（複数回答／n=2000）



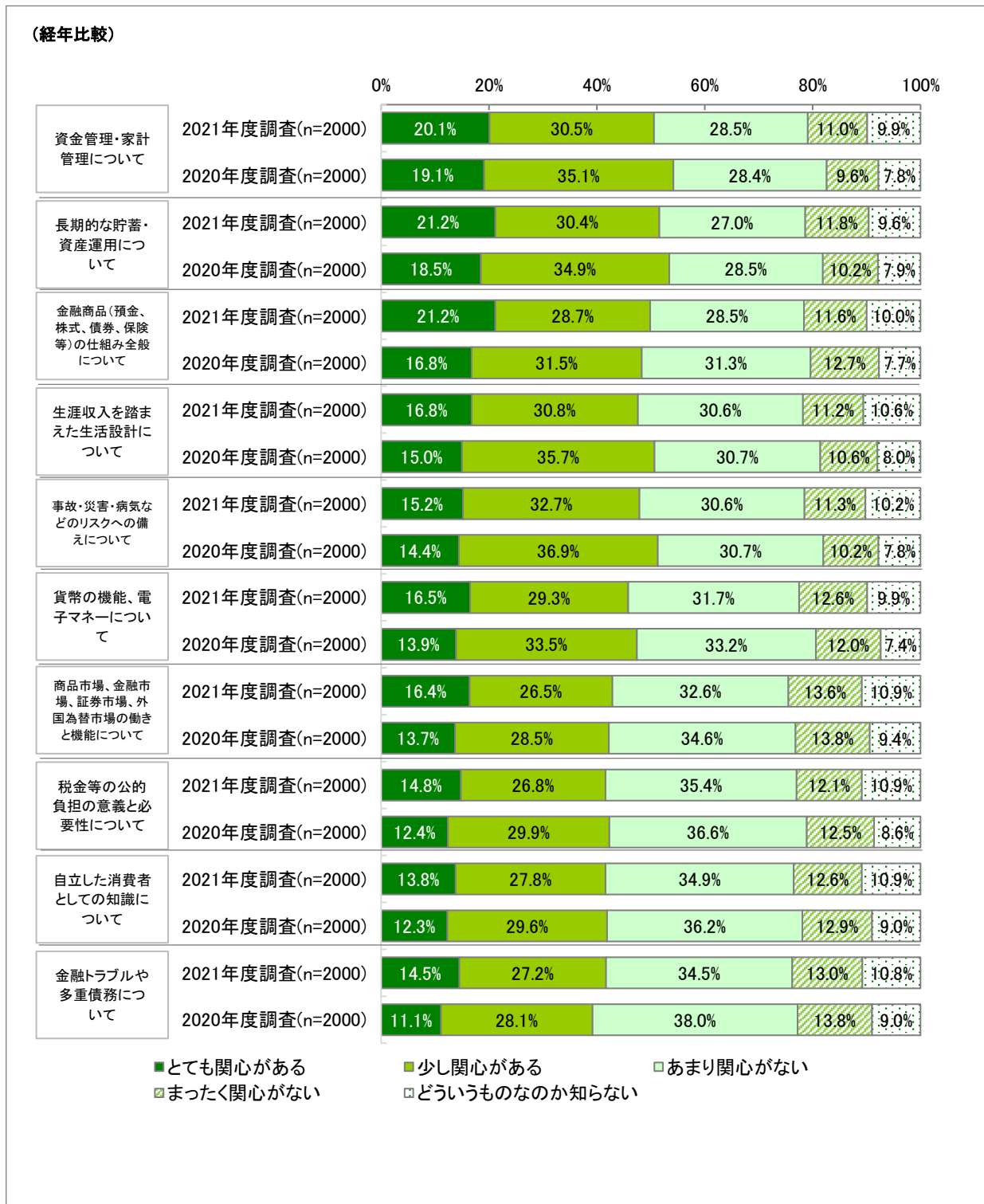
(年代別)



(6) 金銭教育受講意向について

- 金銭教育受講意向については、「とても関心がある」、「少し関心がある」と回答した割合の合計は、「長期的な貯蓄・資産運用について」が 51.6%と最も高く、次いで「資金管理・家計管理について」が 50.6%と続いている。

図表 32 金銭教育受講意向（複数回答／n=2000）



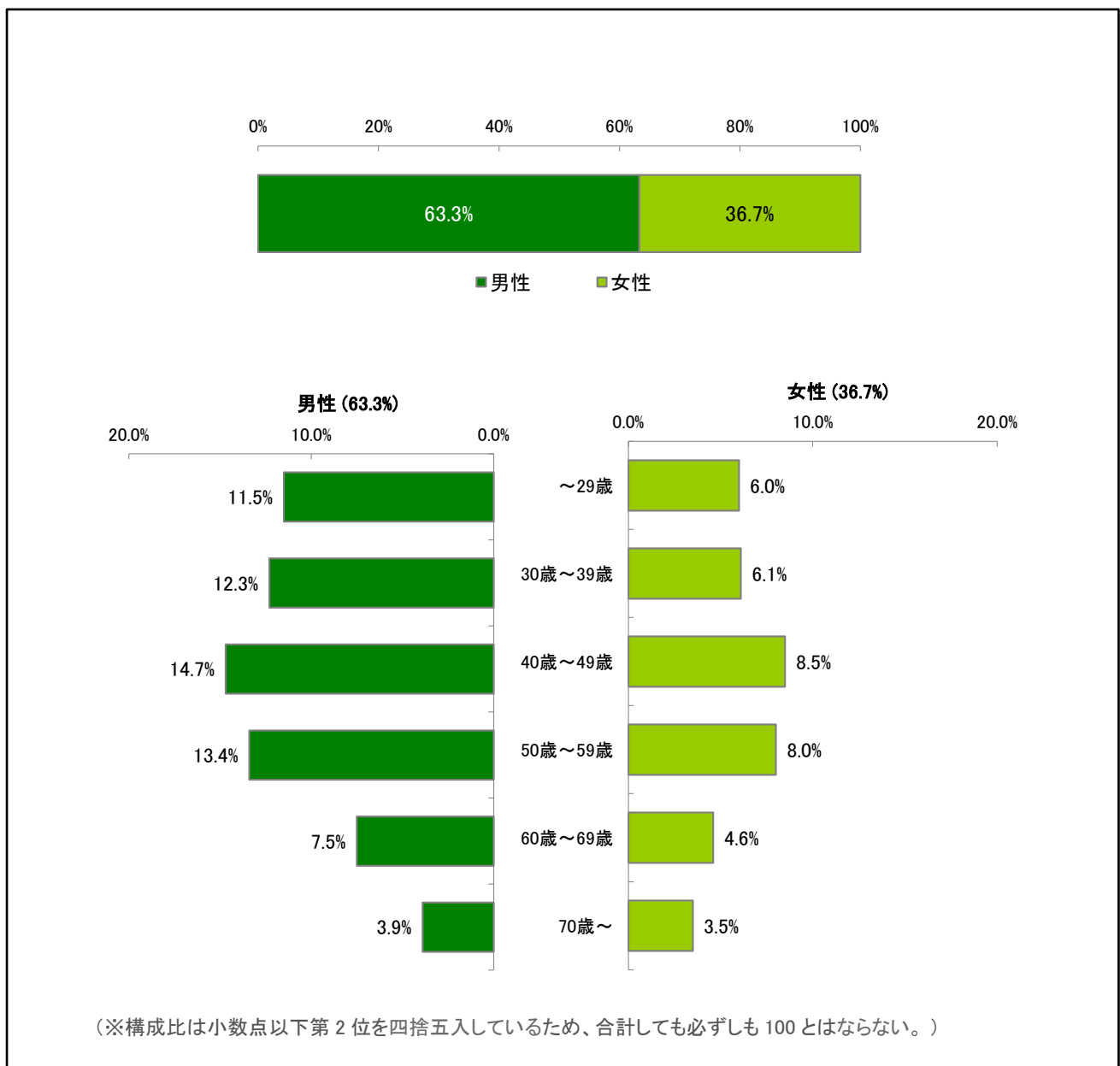
第3編 調査結果（今年度の詳細データ分析から）

■ はじめに

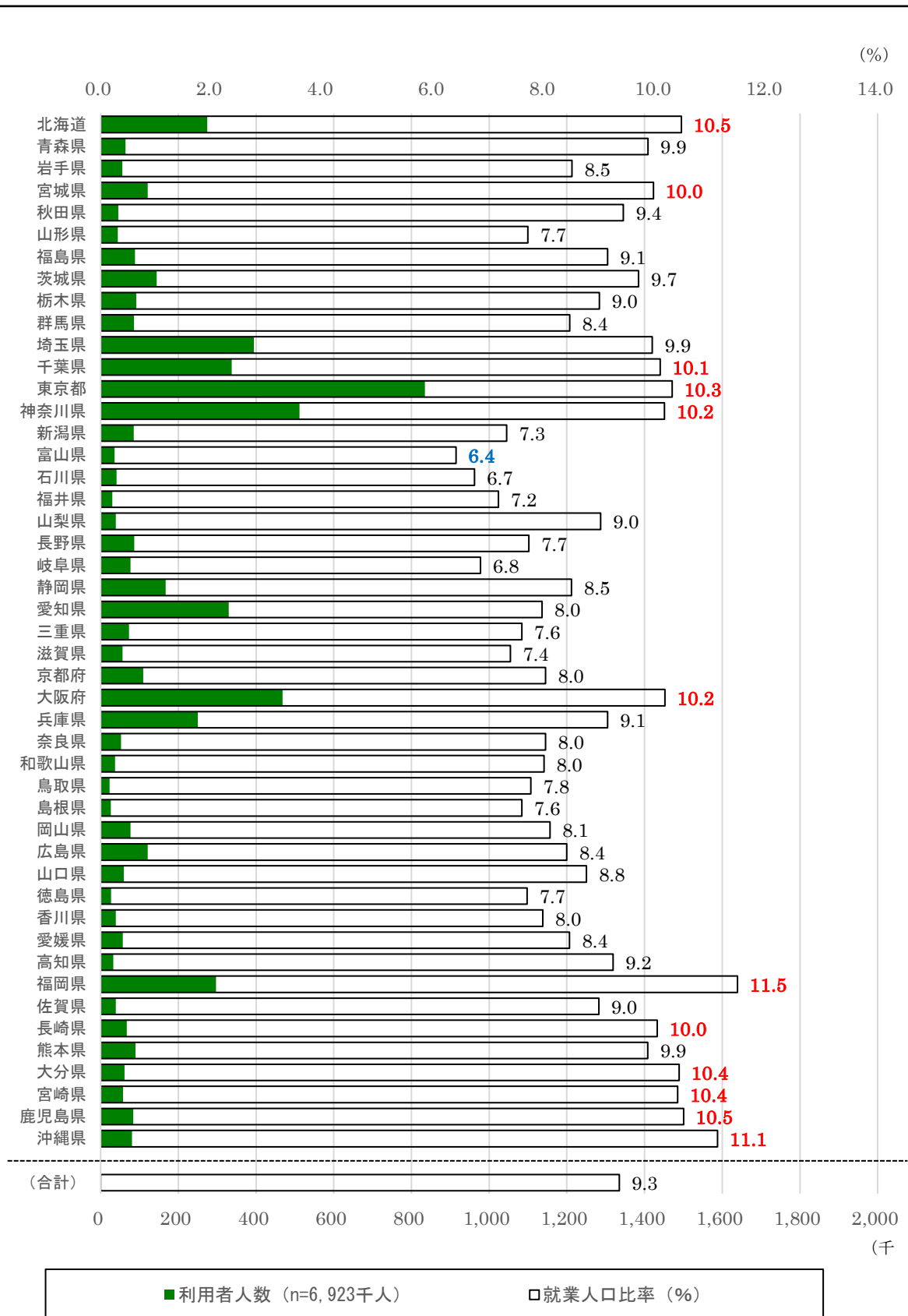
【貸金市場における消費者向無担保貸付の状況（JICC「統計データ」より）】

- 令和3年3月末時点における消費者向無担保貸付残高のある人数構成比を性別にみると、男性が63.3%、女性が36.7%となっており、年齢別では男女共に40歳代がそれぞれ14.7%、8.5%と最も高くなっている。
- また、都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合では、「福岡県」が11.5%と最も高く、次いで「沖縄県」が11.1%、「北海道」「鹿児島県」が10.5%と続いている。一方、利用者数の割合が低い地域では「富山県」が6.4%と最も低い。
- 残高区分別に消費者向無担保貸付残高のある人数構成比をみると、50万円以下の占める割合が61.6%となっている。

<図表1：男女・年代別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（n=6,275千人）>



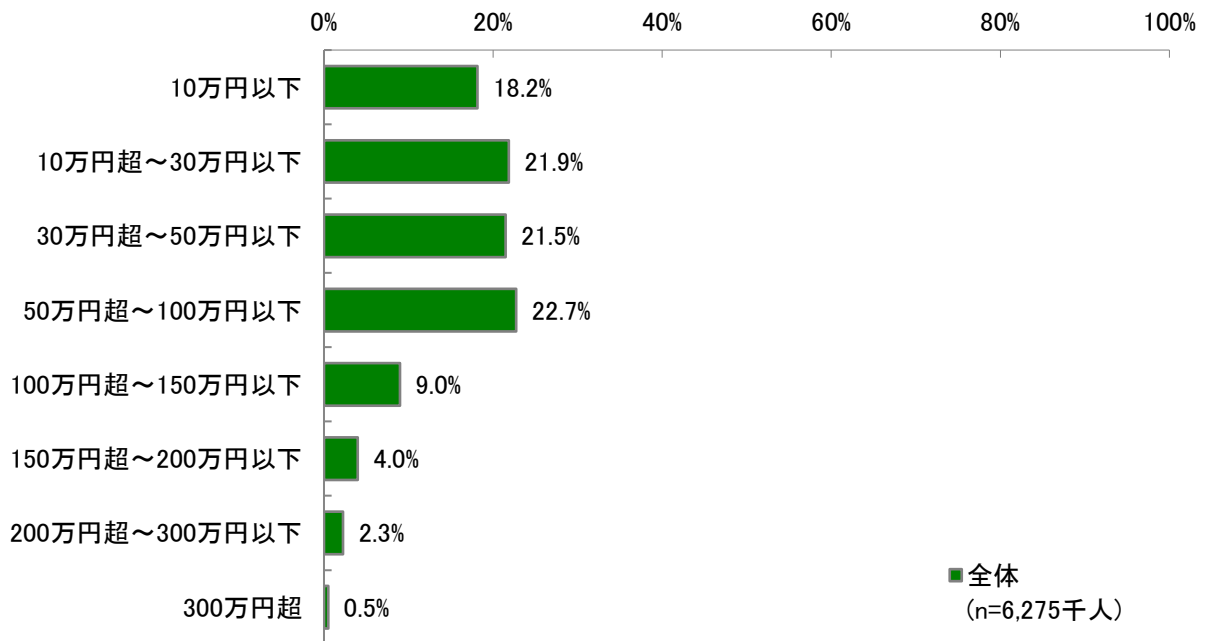
<図表 2：都道府県別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比／就業人口比率％>



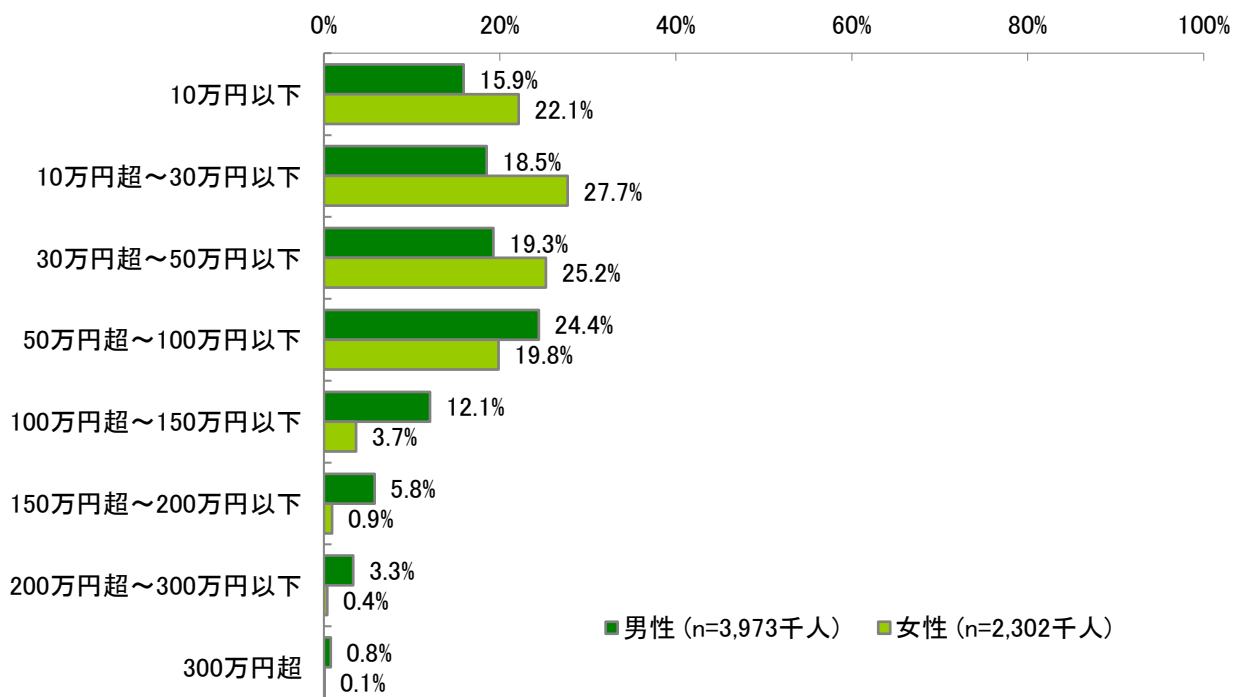
(※「就業人口比率 (%)」は、「都道府県別の利用者人数」を「都道府県別の就業者人口」で除した割合)

＜図表 3：残高区別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（n=6,275 千人）＞

【残高区別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比】



(男女別)



(※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。)

■ 調査結果

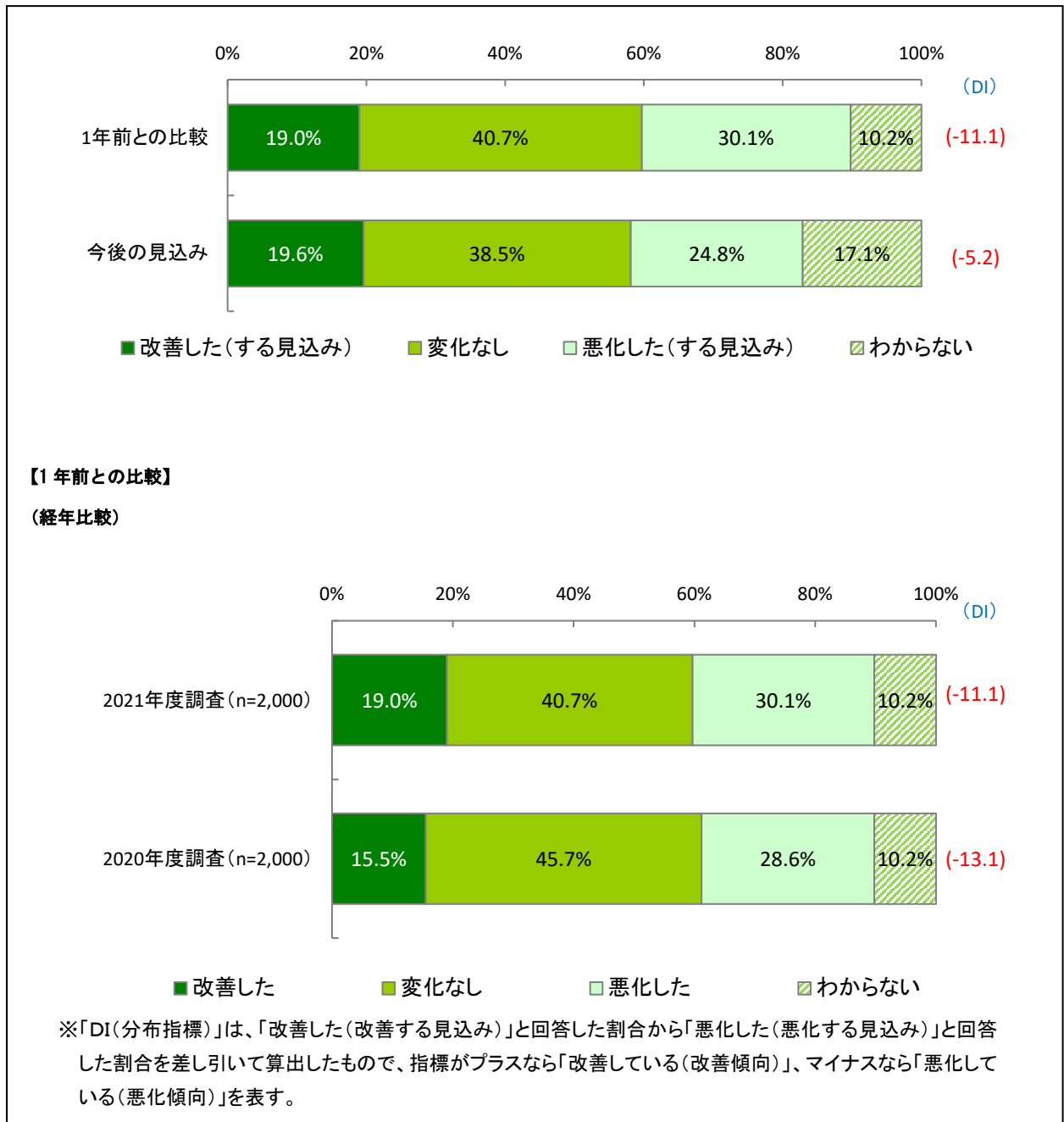
I. 借入経験のある個人

1. 資金需要者等を取り巻く環境の変化等（家計収支・生活習慣・消費行動）

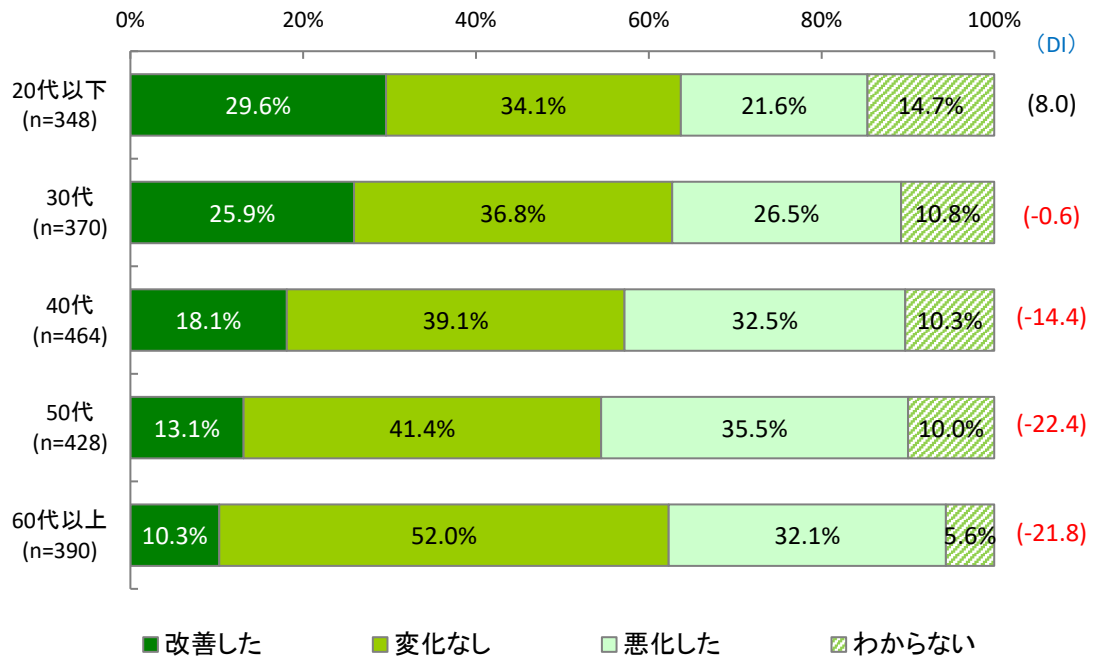
(1) 家計の収入状況の変化と今後の見通し

- 借入経験のある個人に対して、家計の収支状況の変化と今後の見通しについて調査したところ、「変化なし」が40.7%と最も高く、次いで「悪化した」が30.1%、「改善した」が19.0%と続いており、今後の見込みでも、38.5%が「変化なし」と回答している。

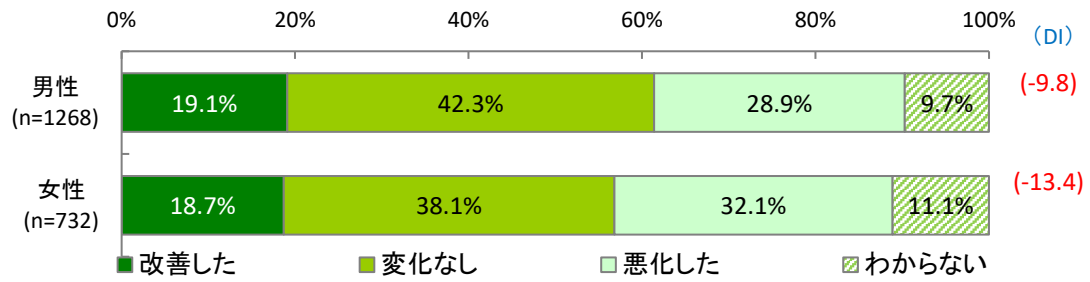
<図表 4：家計収支状況の変化と今後の見通し（n=2000）>



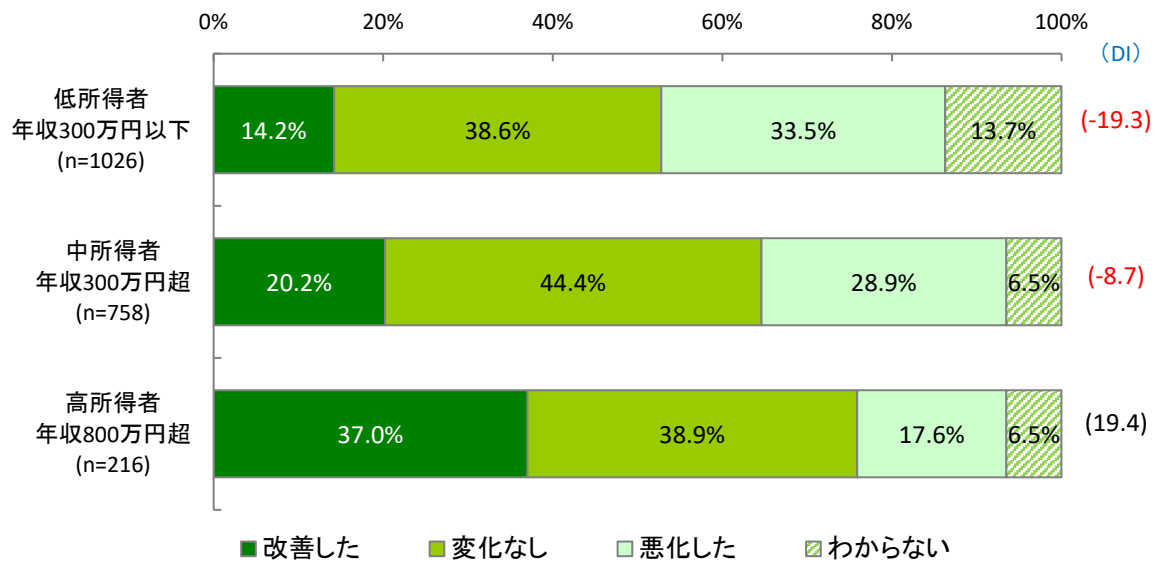
(年代別)



(男女別)

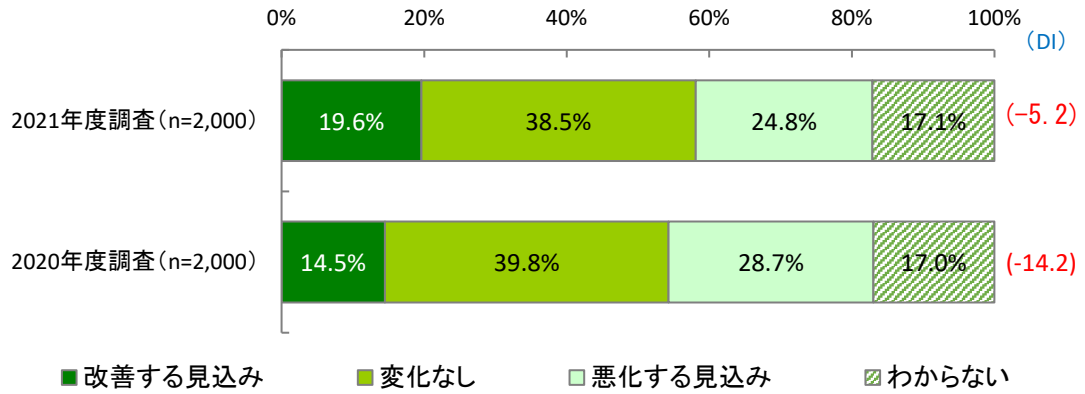


(年収別)

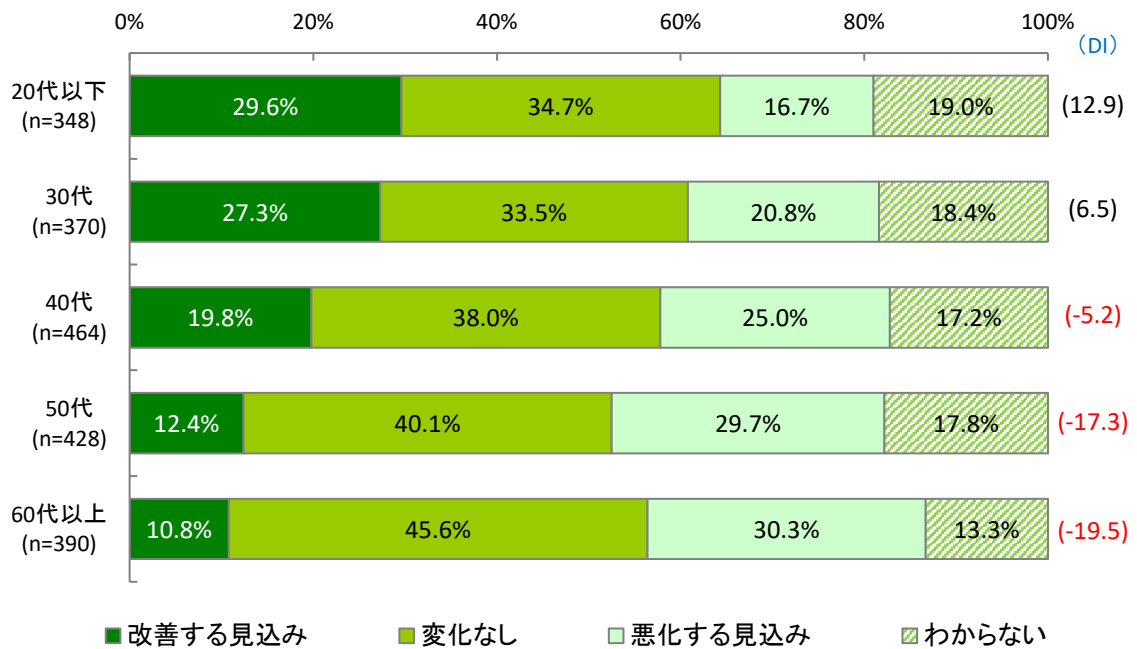


【今後の見込み】

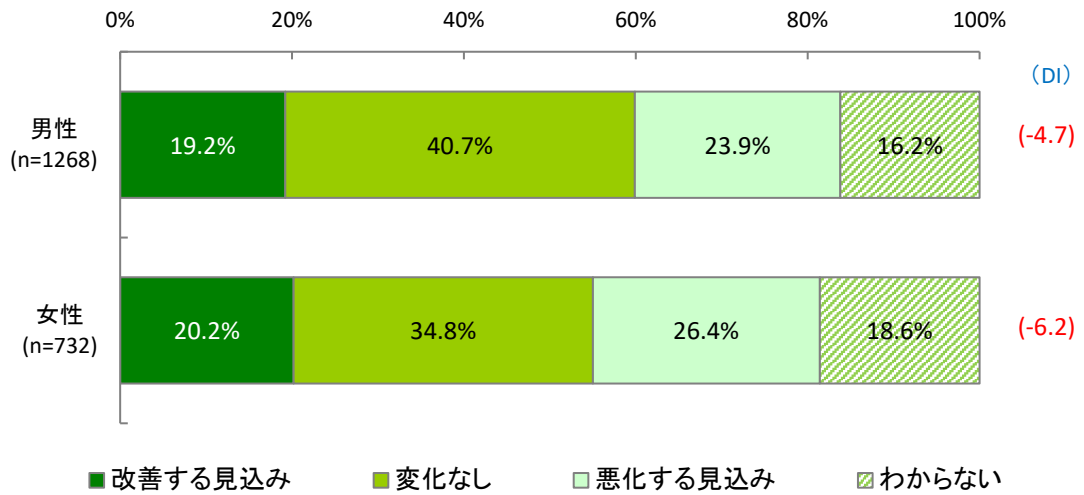
(経年比較)



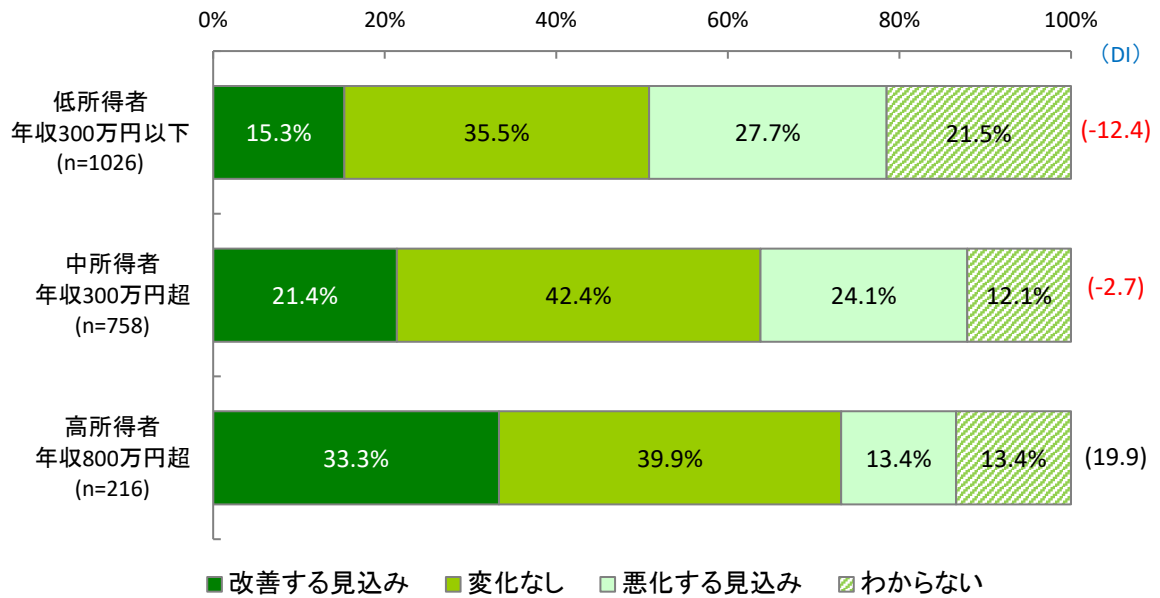
(年代別)



(男女別)



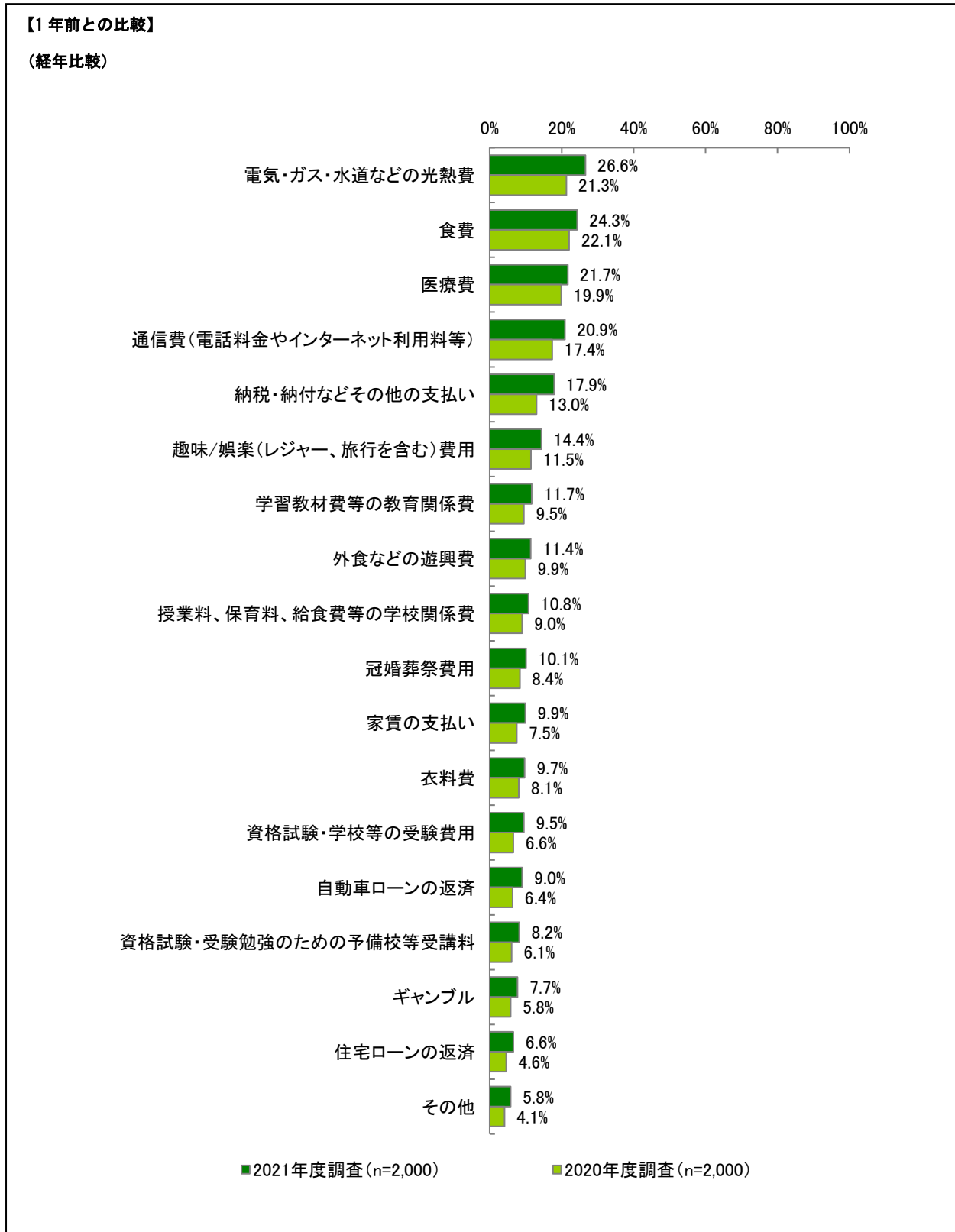
(年収別)



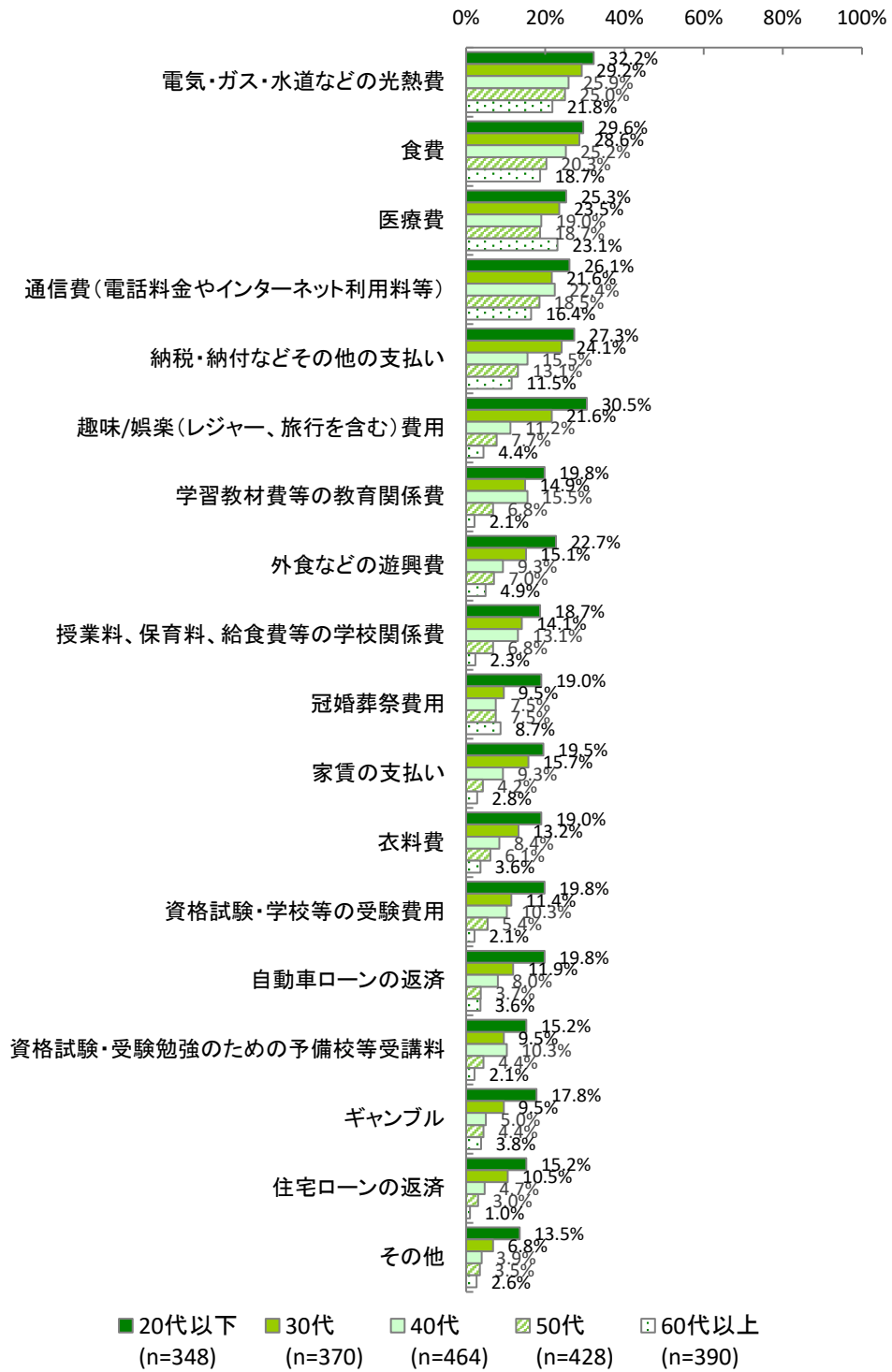
(2) 支出が増加した費目・今後支出が増加する見込みの費目

- 1年前と比較して支出が増加した費目をみると、「電気・ガス・水道などの光熱費」が26.6%と最も高く、次いで「食費」が24.3%と続いており、今後支出が増加する見込みの費目では、「趣味/娯楽(レジャー、旅行を含む)費用」が43.1%と最も高い結果となった。

<図表 5：支出が増加した費目家計の収支状況の変化（複数回答 n=2000）>

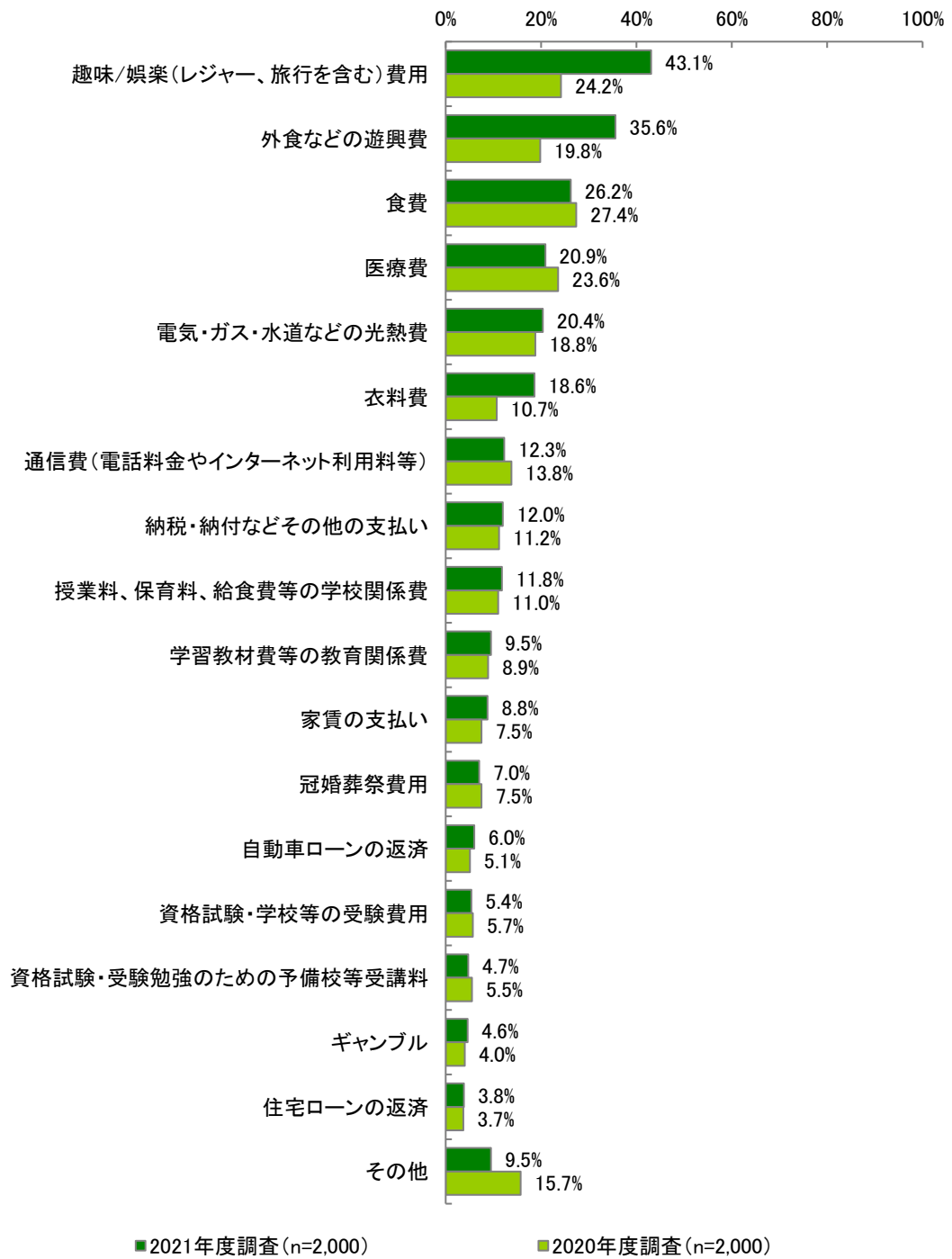


(年代別)

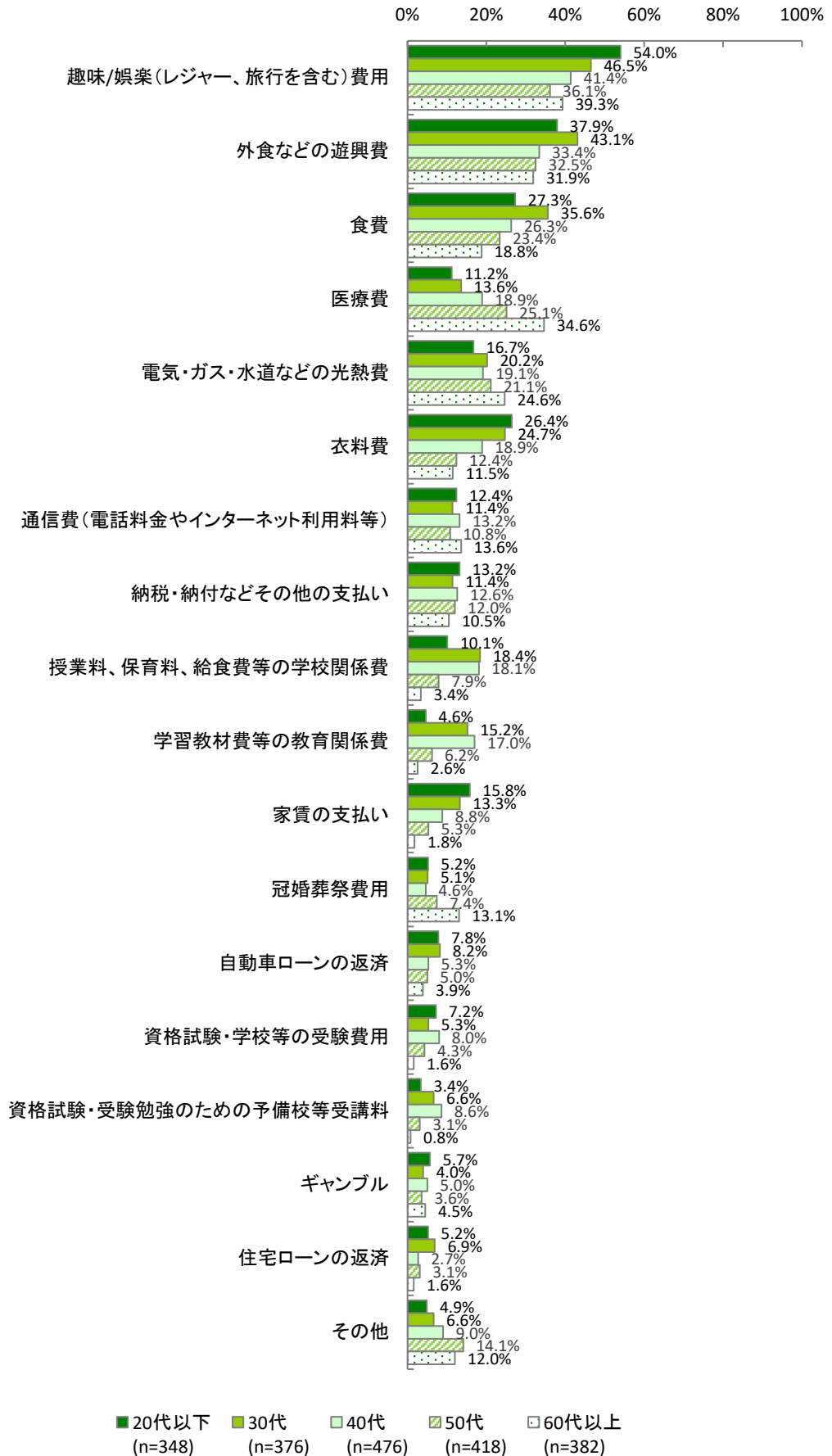


【今後の見込み】

(経年比較)



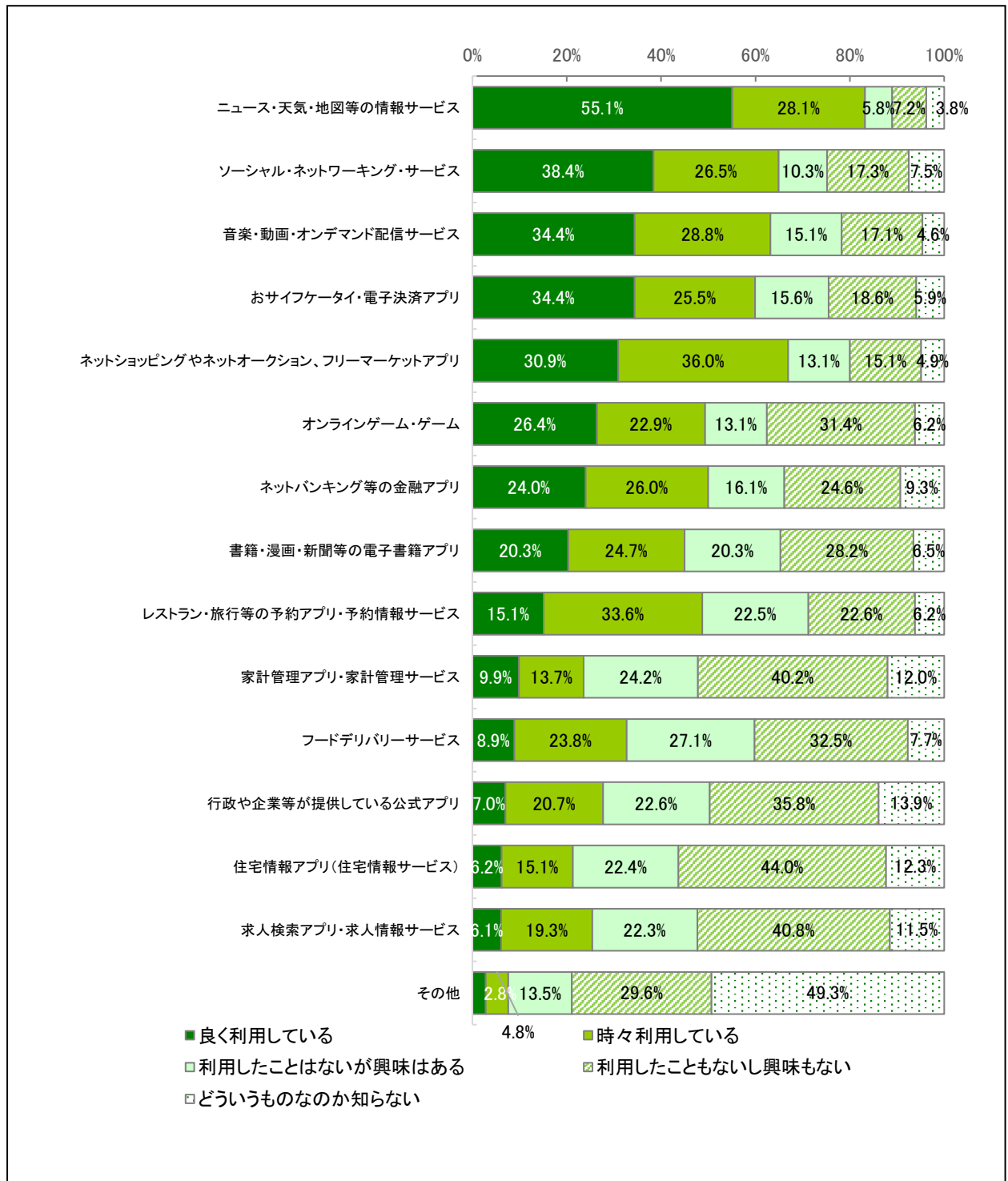
(年代別)



(3) スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用状況について

- スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用頻度について、「良く利用している」と回答した割合では「ニュース・天気・地図等の情報サービス」が55.1%と最も高く、次いで「ソーシャル・ネットワーキング・サービス」が38.4%、「おサイフケータイ・電子決済アプリ」が34.4%となった。
- 「どういうものなのか知らない」と回答した割合では、「その他」が49.3%と最も高く、次いで「行政や企業等が提供している公式アプリ」が13.9%、「住宅情報アプリ(住宅情報サービス)」が12.3%となった。

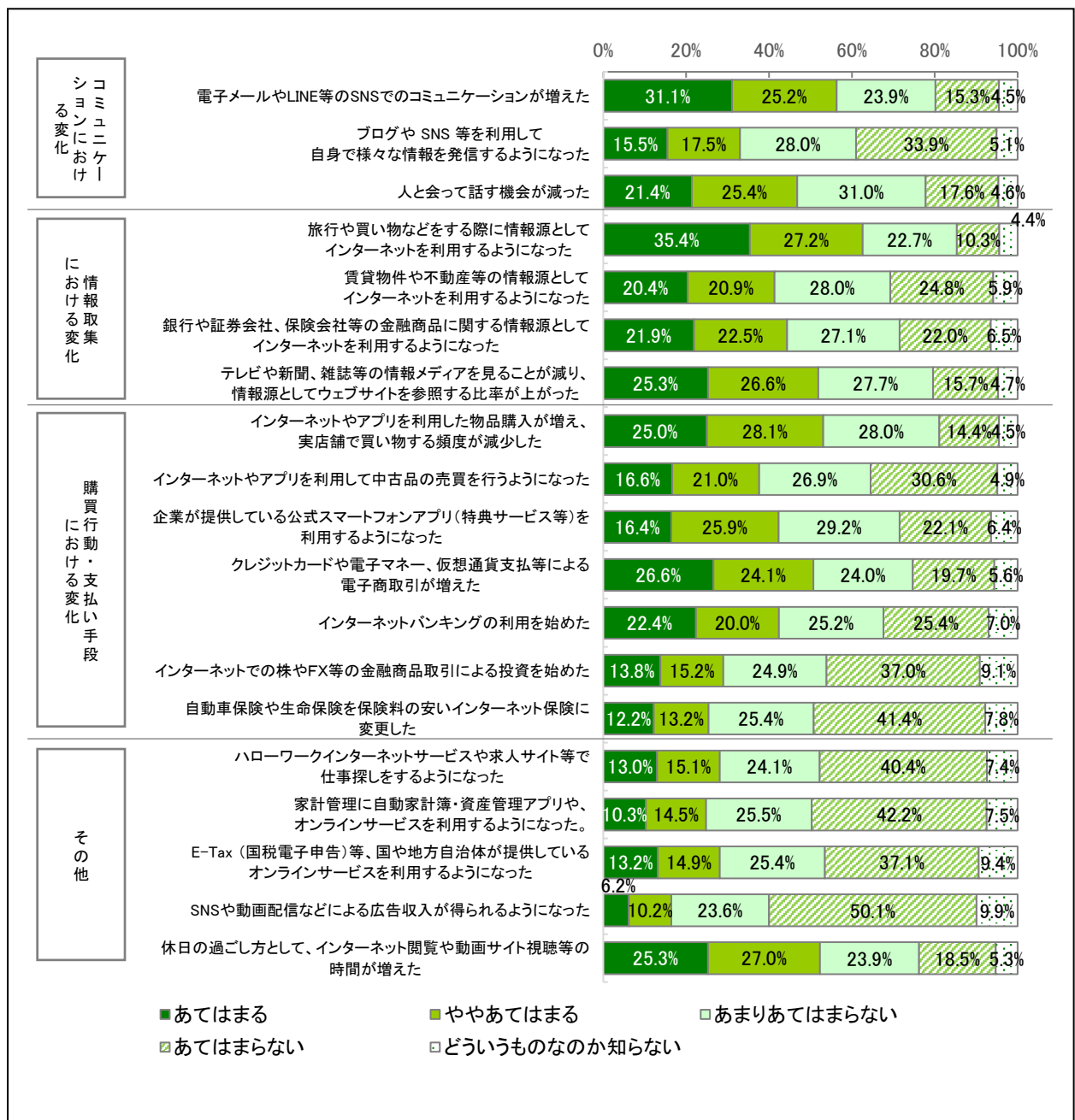
<図表 6：スマートフォン等を使った各種サービス・アプリ等の認知・利用状況 (n=2000)>



(4) スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化について

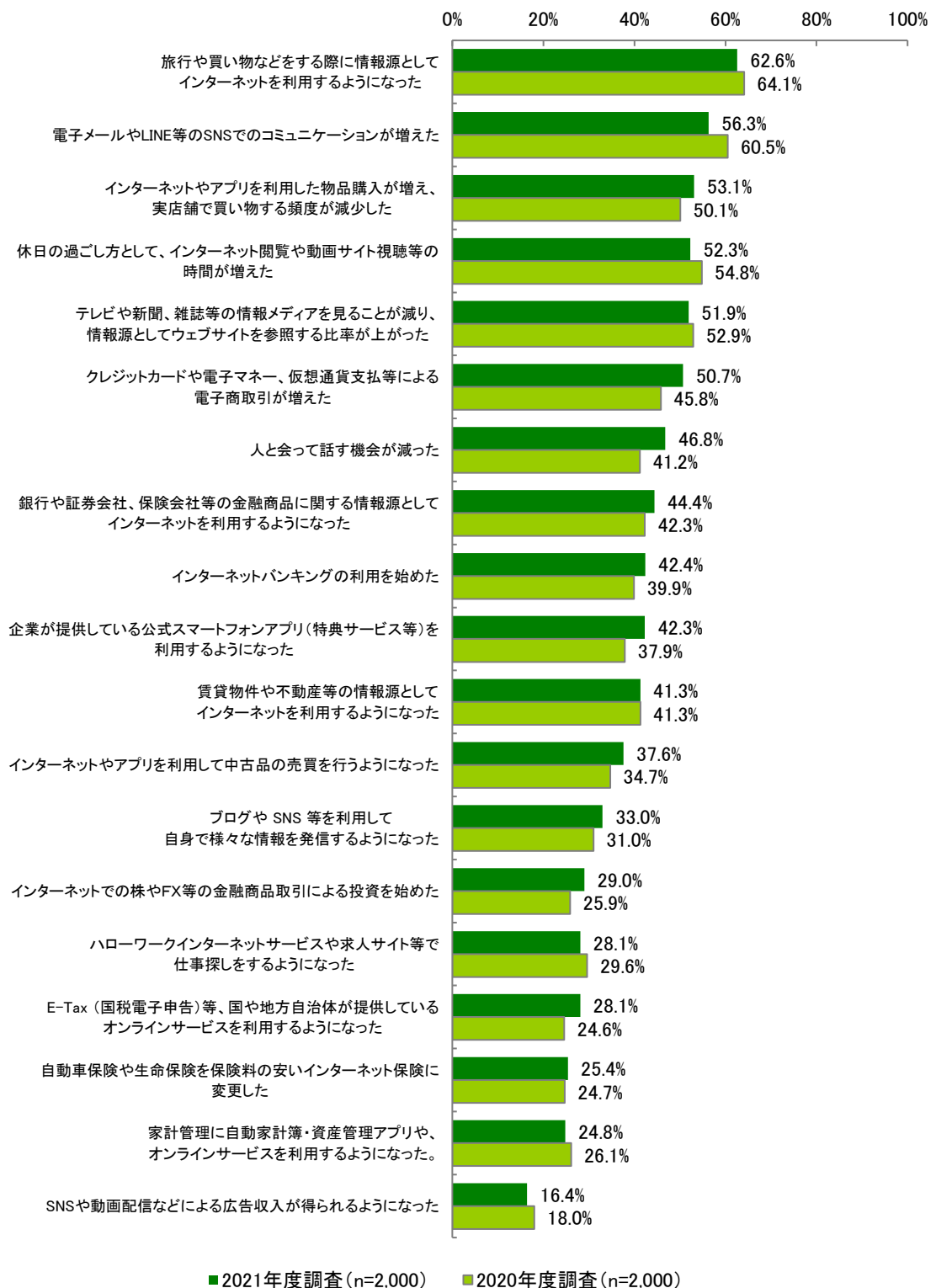
- スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化については、「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計をみると、コミュニケーションにおける変化では「電子メールやLINE等のSNSでのコミュニケーションが増えた」が56.3%、情報収集における変化では「旅行や買い物などをする際に情報源としてインターネットを利用するようになった」が62.6%、購買行動・支払い手段における変化では「インターネットやアプリを利用した物品購入が増え、実店舗で買い物する頻度が減少した」が53.1%とそれぞれ最も高くなった。一方で「銀行や証券会社、保険会社等の金融商品に関する情報源としてインターネットを利用するようになった」や「クレジットカードや電子マネー、仮想通貨支払等による電子商取引が増えた」など、電子商取引の比重が増加傾向にある様子もみてとれる結果となっている。

＜図表 7：スマートフォン等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化（複数回答 n=2000）＞



【「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計】

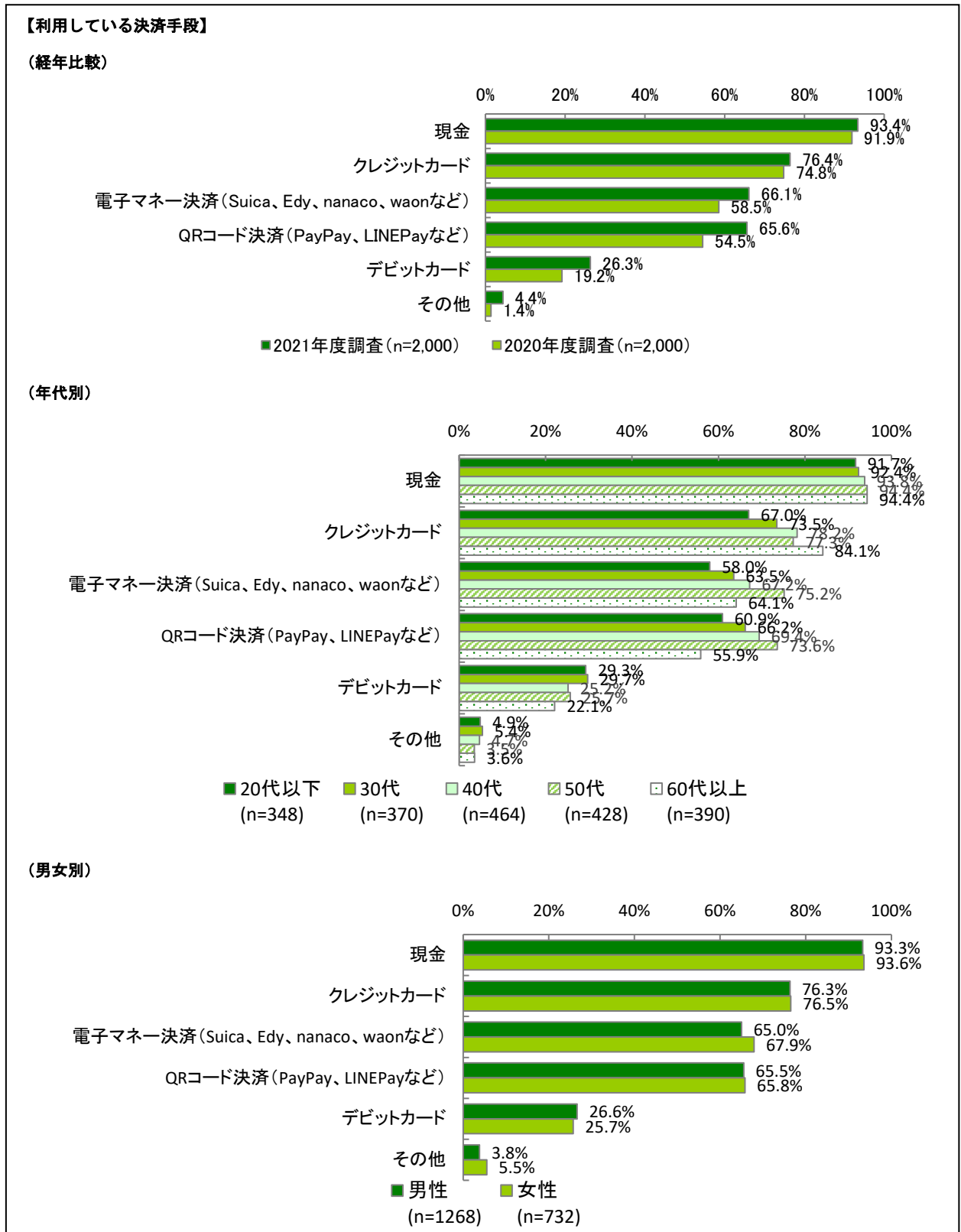
(経年比較)



(5) 利用している決済手段について

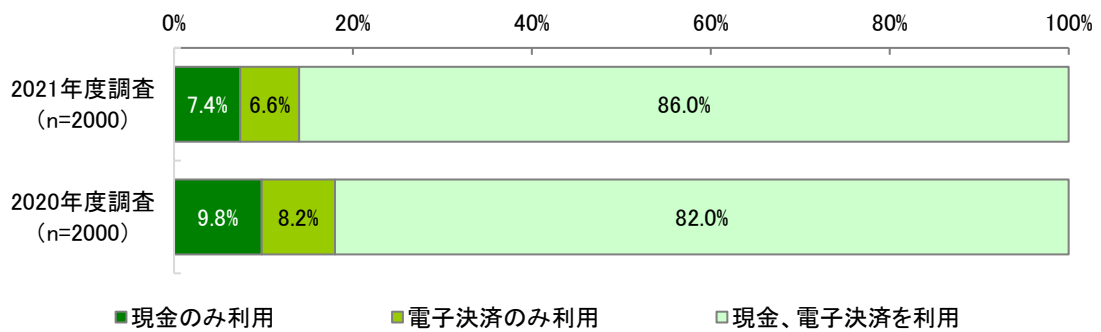
- 利用している決済手段をみると、「現金」が93.4%と最も高く、次いで「クレジットカード」が76.4%、「電子マネー決済（Suica、Edy、nanaco、waonなど）」が66.1%となった。
- また、決済手段の比率をみると、「現金のみ」と回答した割合は7.4%にとどまり、「電子決済を利用」と回答した割合は92.6%となった。

<図表 8：決済手段（複数回答 n=2000）>

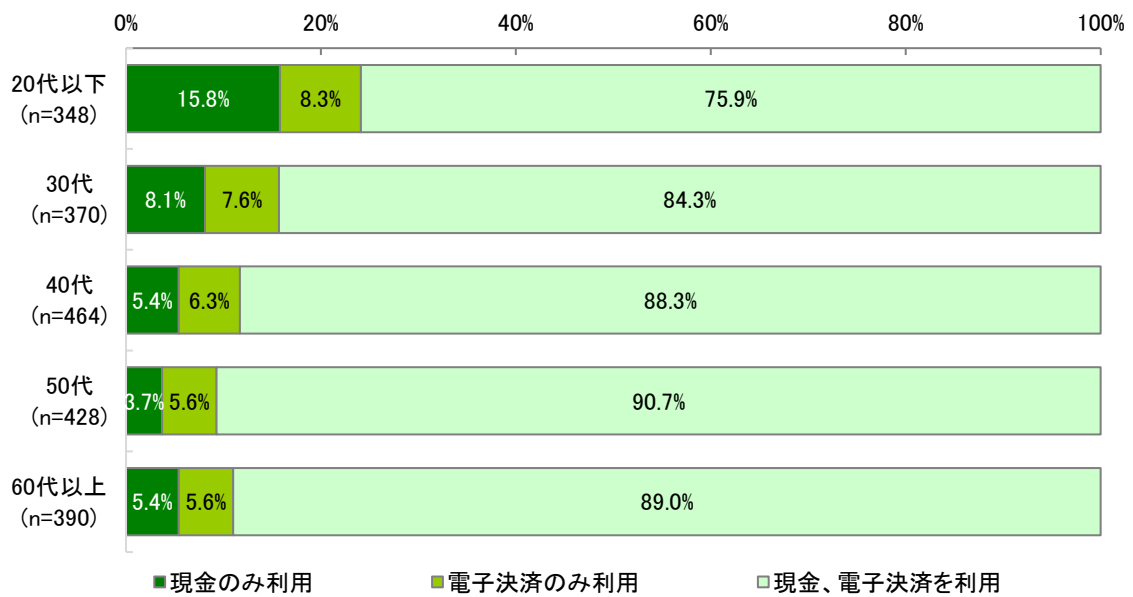


【利用している決済手段の比率】

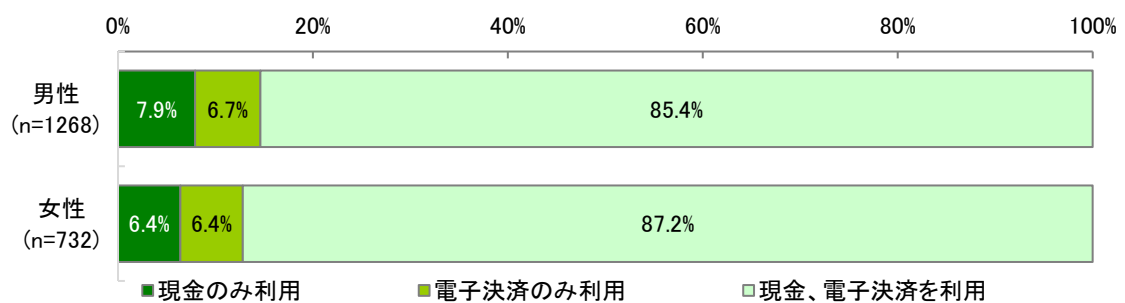
(経年比較)



(年代別)

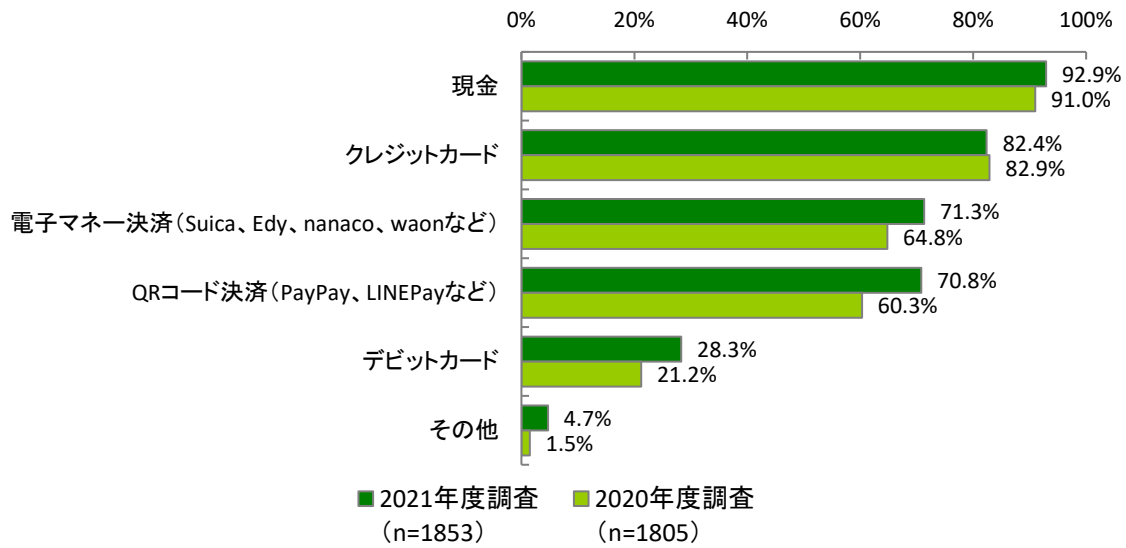


(男女別)

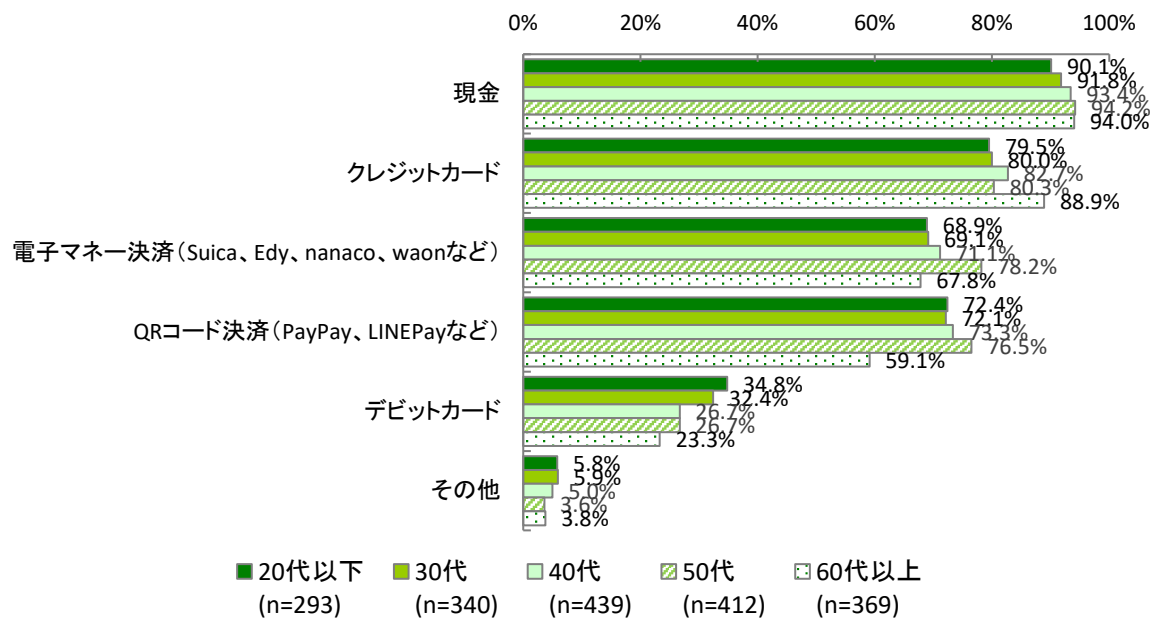


【利用している決済手段（いずれかの電子決済利用ベース）（複数回答）】

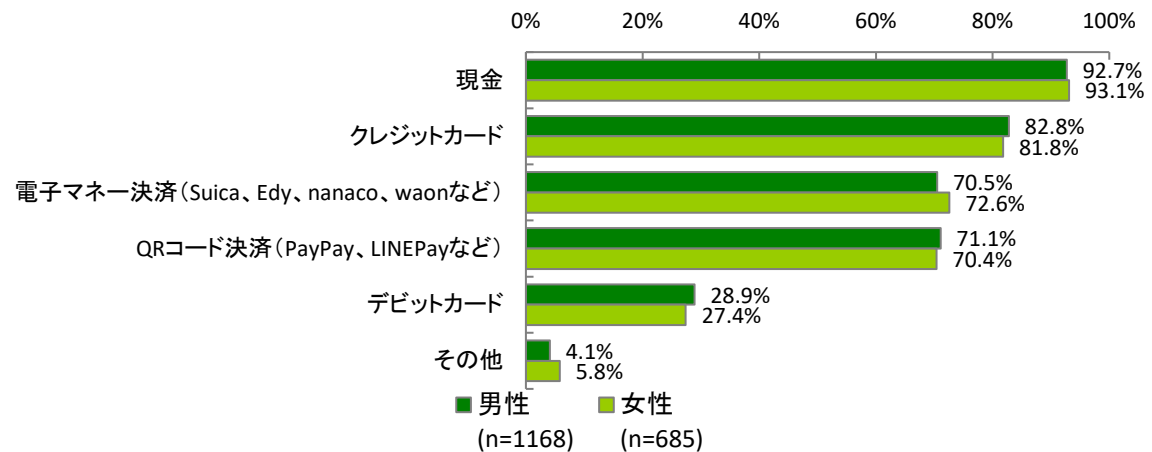
(経年比較)



(年代別)

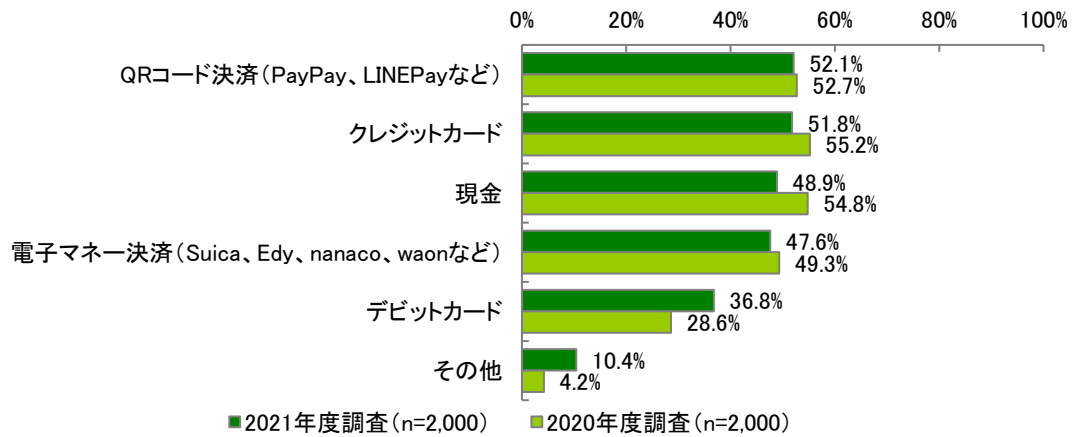


(男女別)

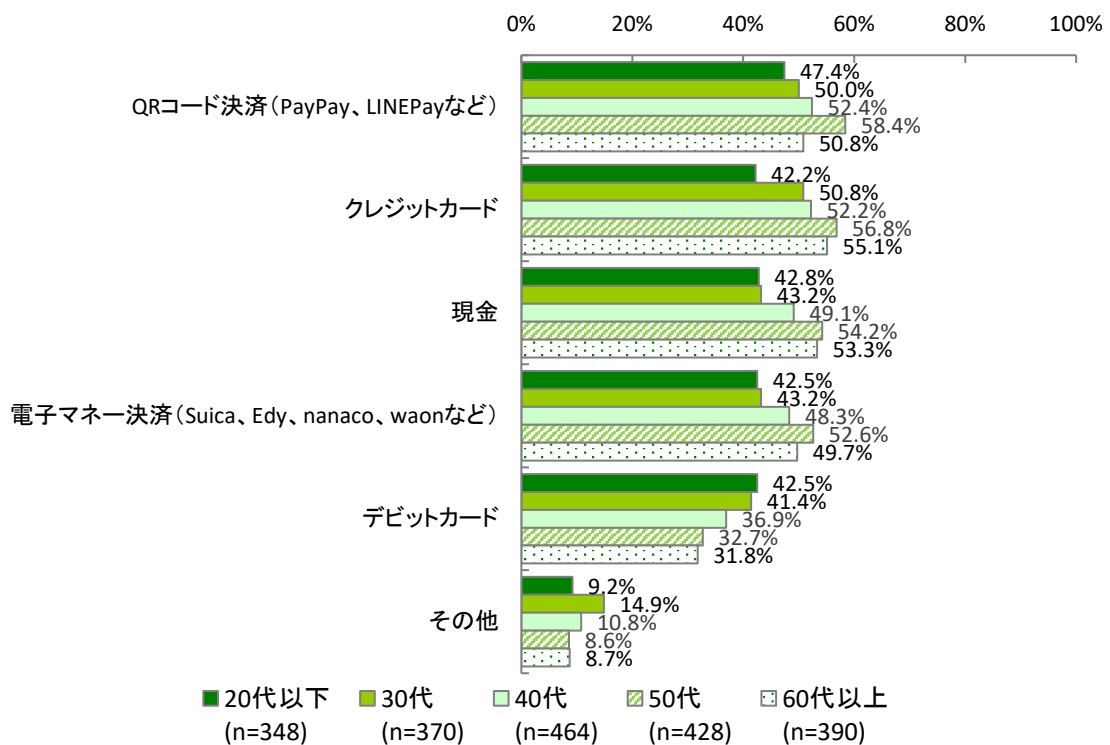


【今後利用したいと思っている決済手段（複数回答／n=2000）】

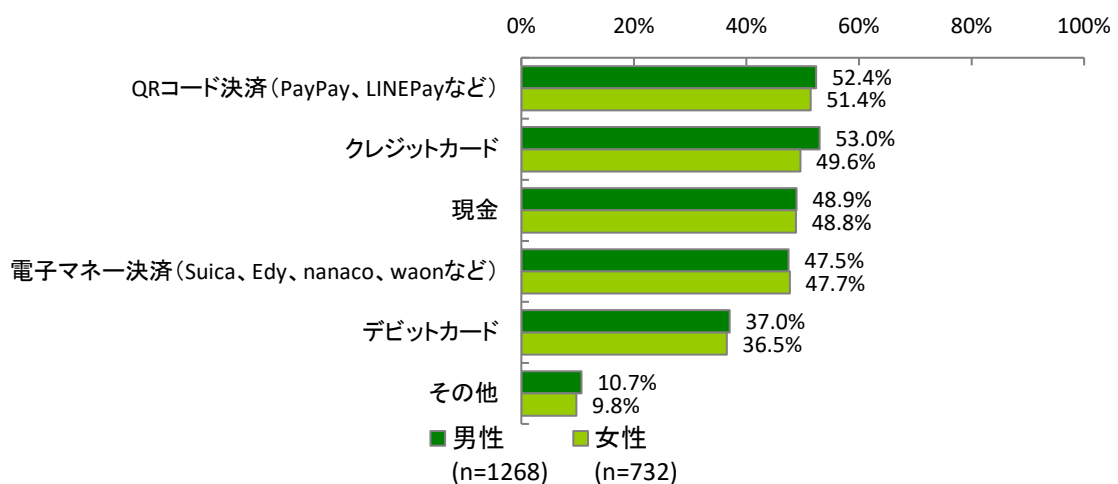
（経年比較）



（年代別）

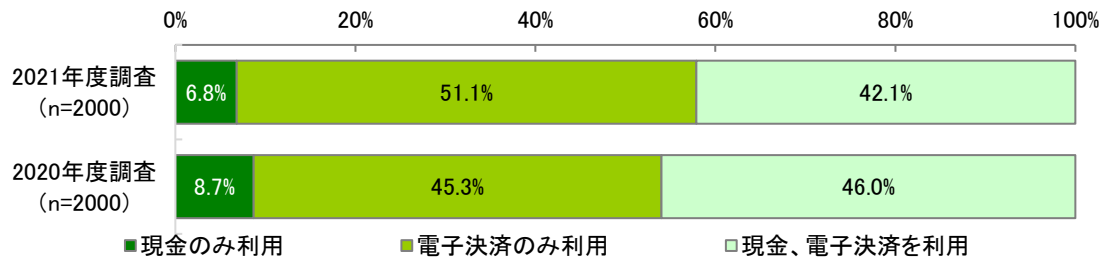


（男女別）

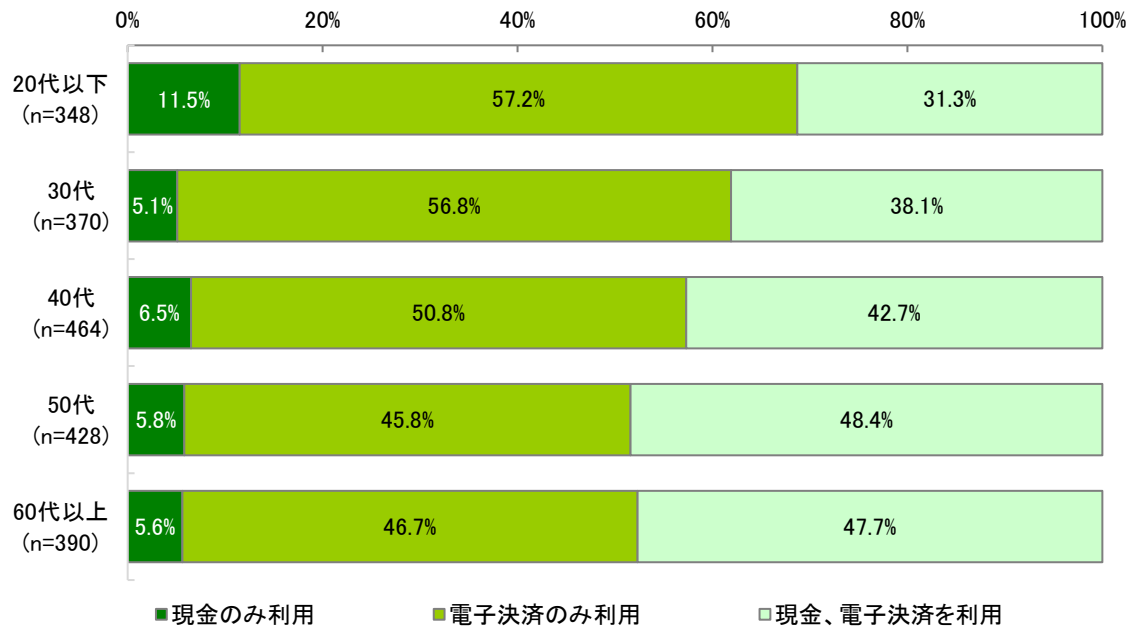


【今後利用したいと思っている決済手段の比率 経年比較】

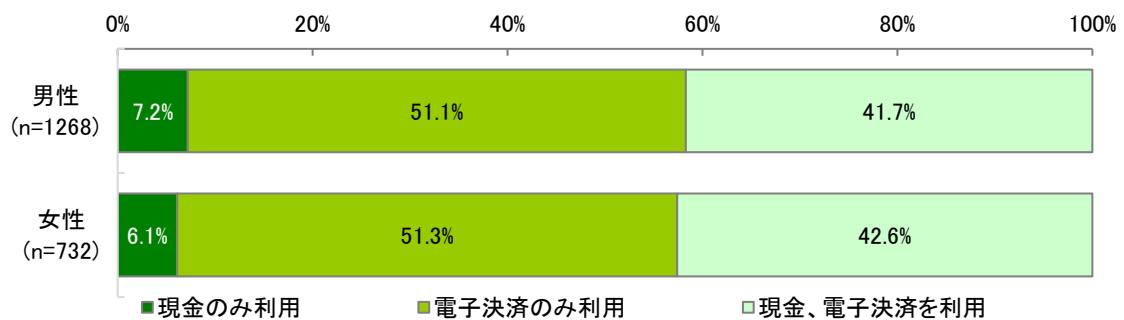
(経年比較)



(年代別)



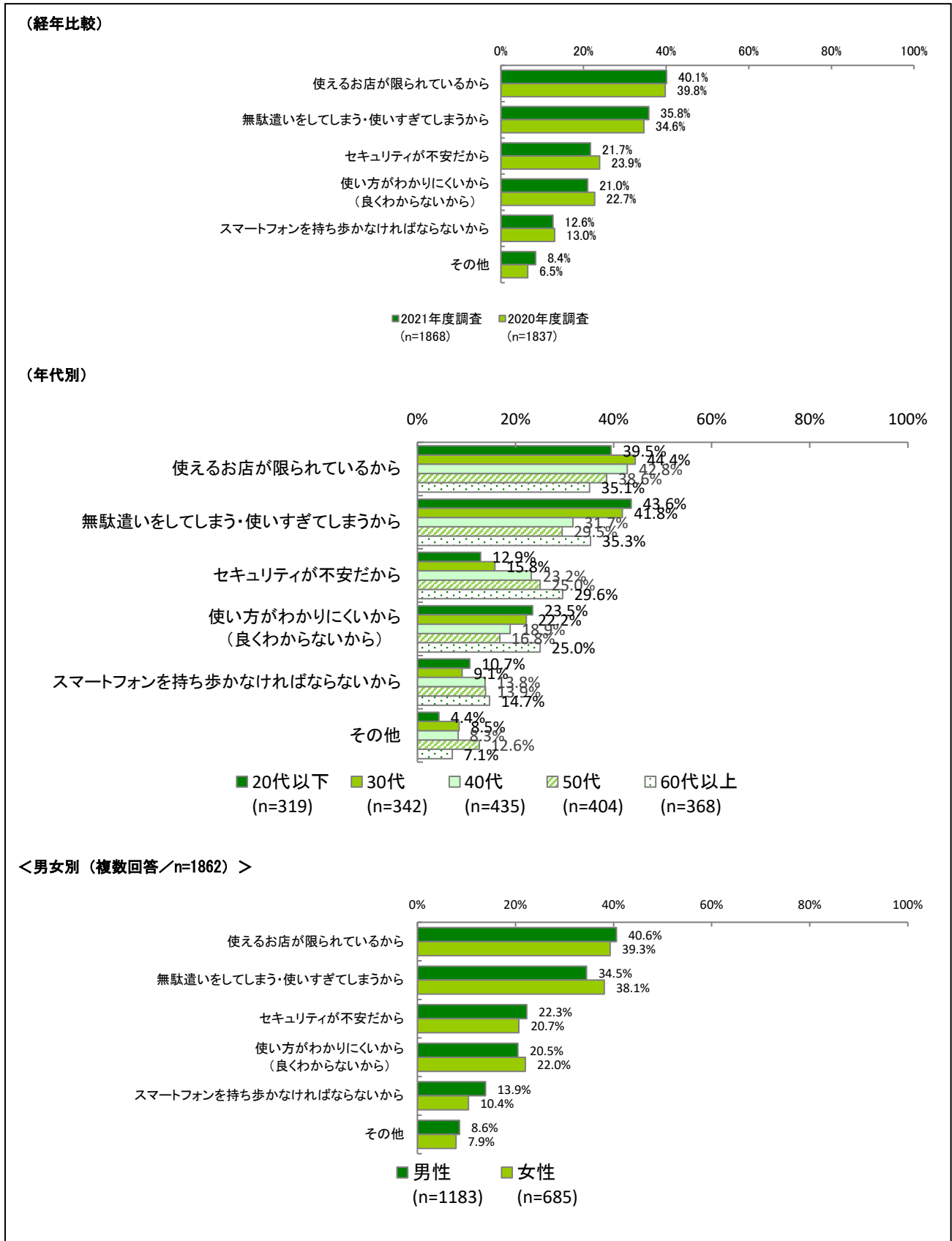
(男女別)



(6) キャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由について

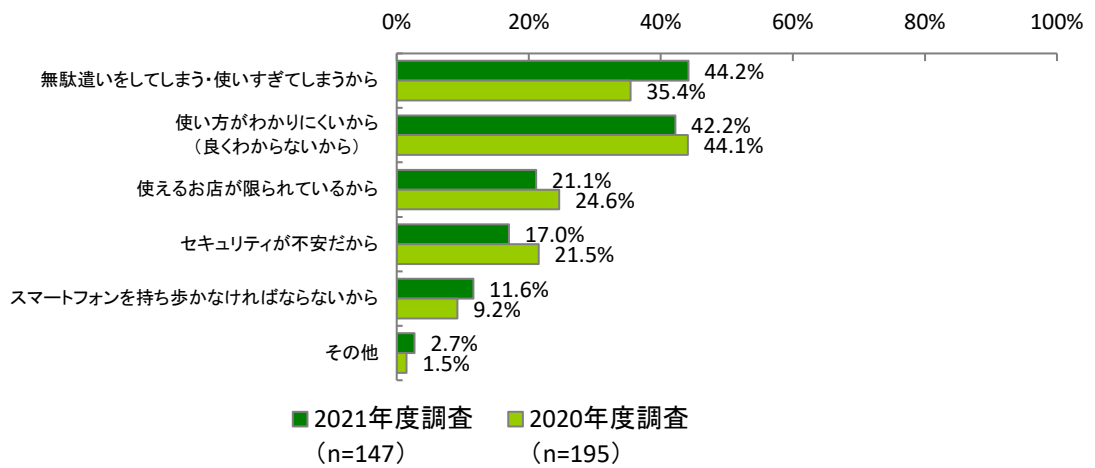
- キャッシュレス（電子決済）などを利用しない理由をみると、「使えるお店が限られているから」が40.1%と最も高く、次いで「無駄遣いをしてしまう・使いすぎてしまうから」が35.8%、「セキュリティが不安だから」が21.7%となった。

<図表 9：電子決済などを利用しない場合の理由（複数回答 n=1868）>

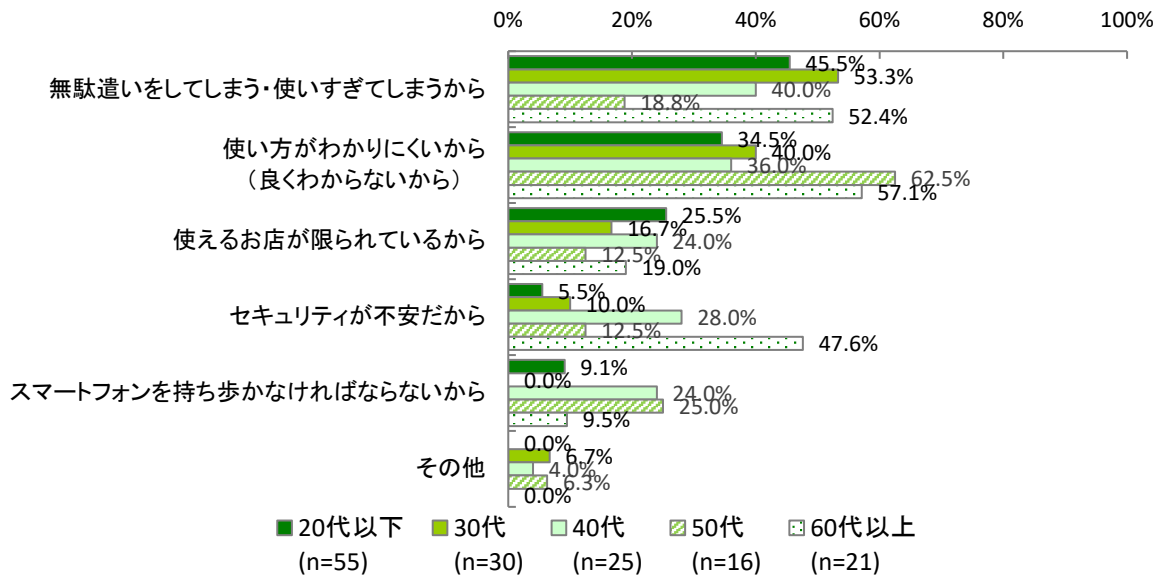


【決済方法：現金のみ(複数回答 n=147)】

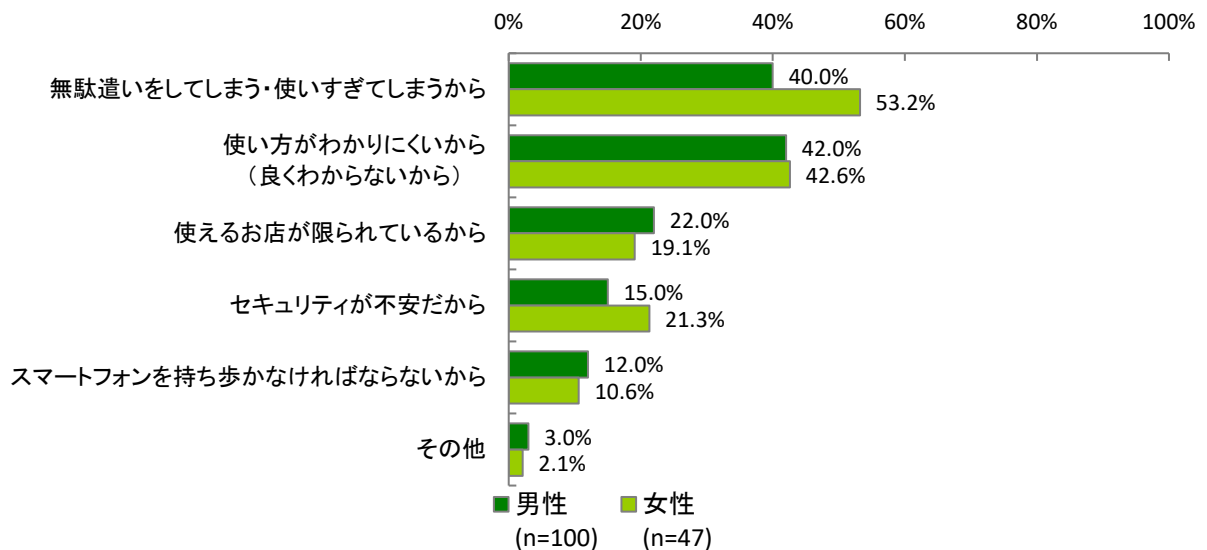
(経年比較)



(年代別)



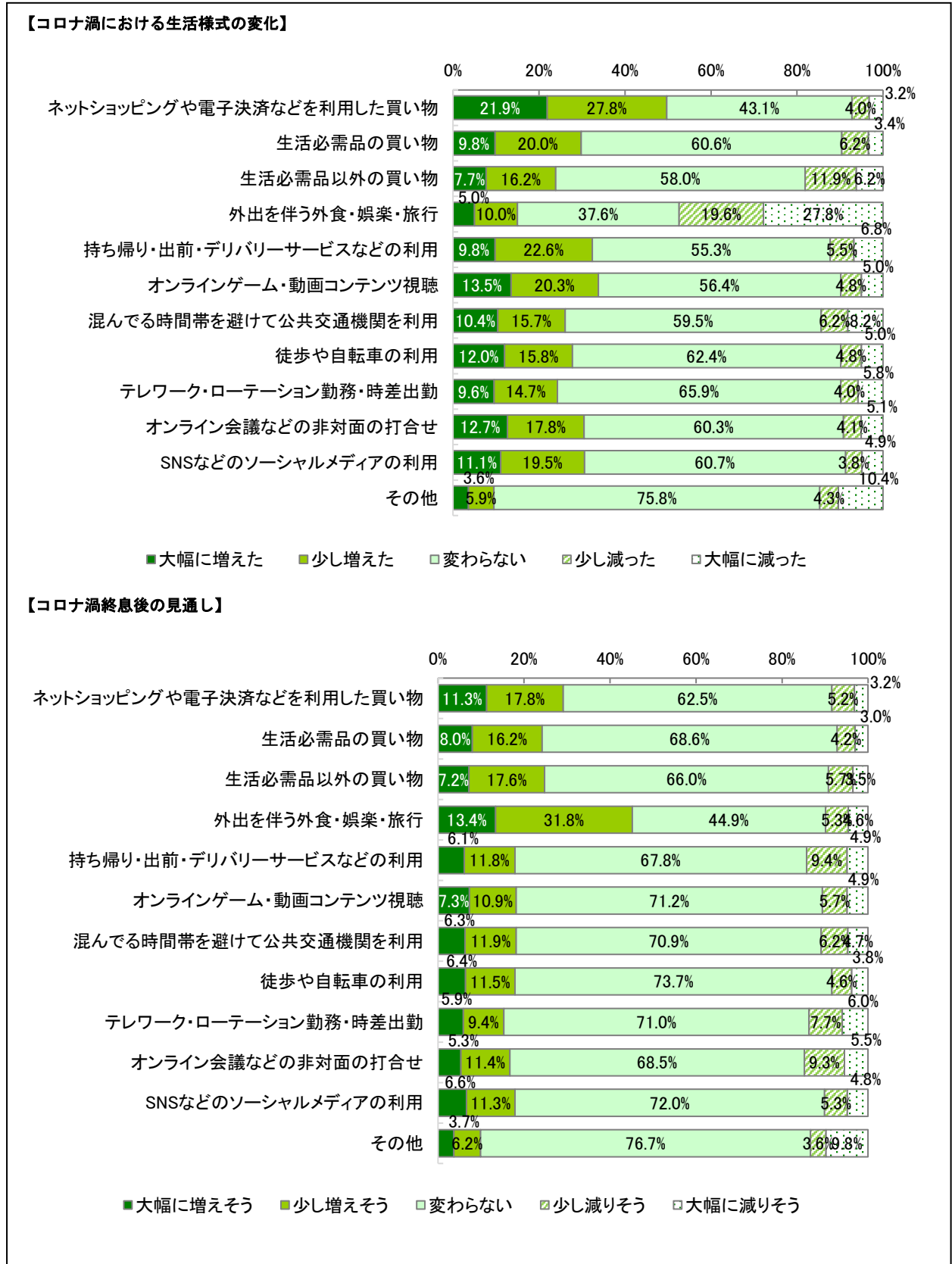
(男女別)



(7) コロナ渦における生活様式の変化とコロナ渦終息後の見通し

- コロナ渦における生活様式の変化をみると、「大幅に増えた」、「少し増えた」と回答した割合の合計では、「ネットショッピングや電子決済などを利用した買い物」が49.7%と最も高く、次いで「オンラインゲーム・動画コンテンツ視聴」が33.8%となった。

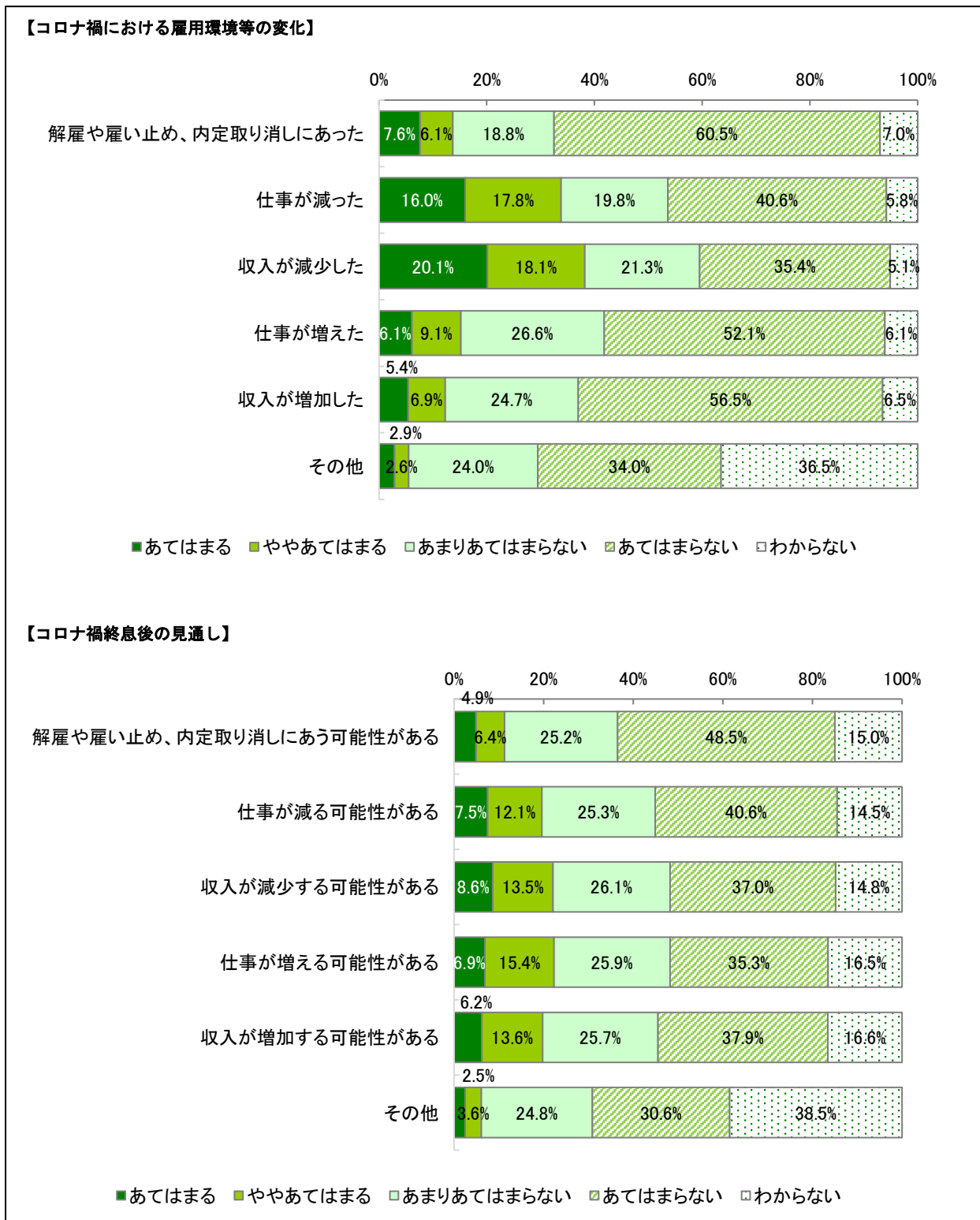
<図表 10：コロナ渦における生活様式の変化とコロナ渦終息後の見通し（複数回答 n=2000）>



(8) コロナ禍における雇用環境等の変化とコロナ禍終息後の見通し

- コロナ禍における雇用環境等の変化をみると、「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した割合の合計では、「収入が減少した」が38.2%と最も高く、次いで「仕事が減った」が33.8%、「解雇や雇い止め、内定取り消しにあった」が13.7%となった。

<図表 11：コロナ禍における雇用環境等の変化とコロナ禍終息後の見通し (n=2000)>

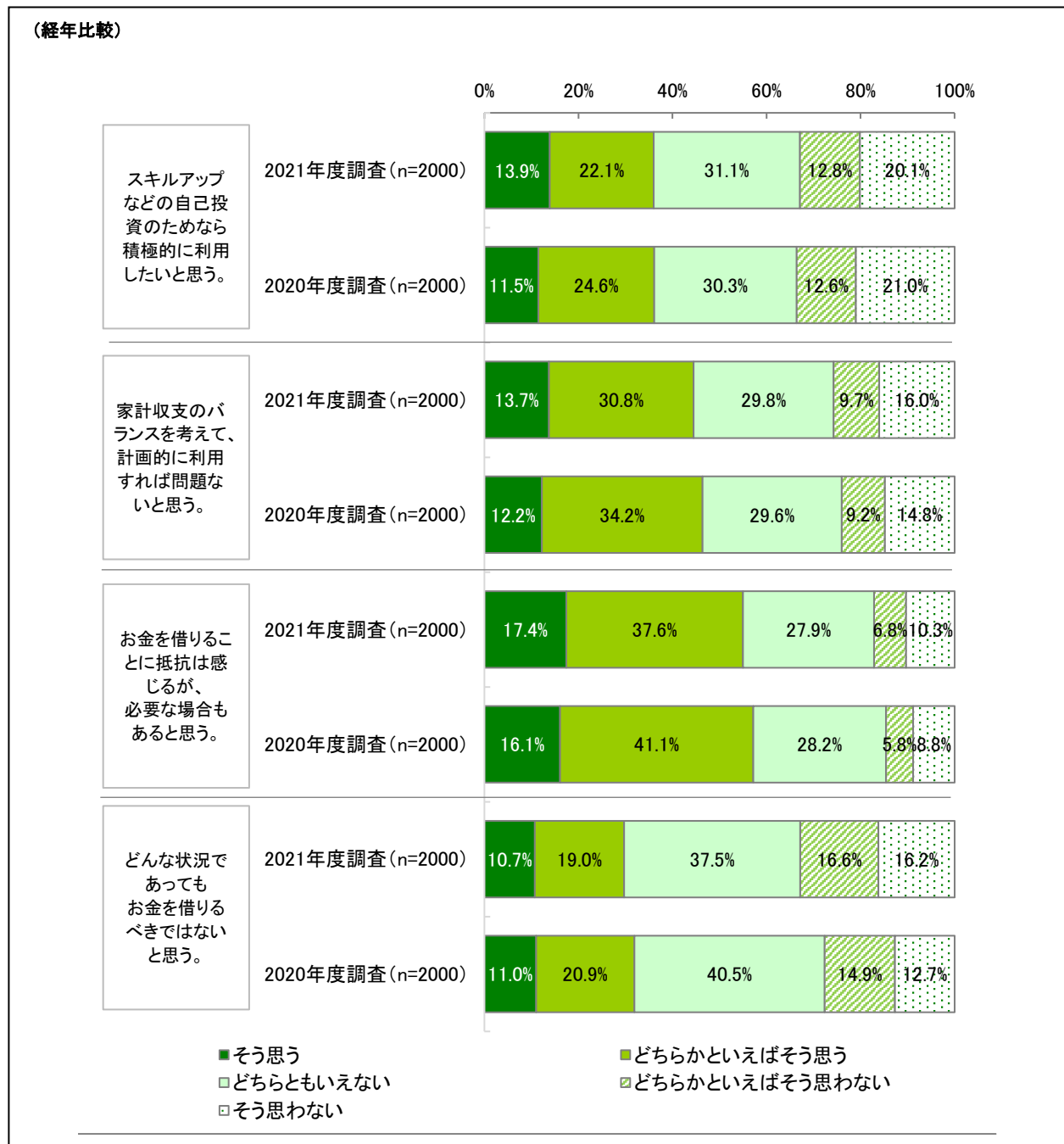


2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について

(1) お金を借りることに対する意識について

- お金を借りることに対する意識については、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」と回答した割合の合計をみると、「お金を借りることに抵抗は感じるが、必要な場合もあると思う。」が55.0%と最も高く、次いで「家計収支のバランスを考えて、計画的に利用すれば問題ないと思う。」が44.5%、「スキルアップなどの自己投資のためなら積極的に利用したいと思う。」が36.0%となった。

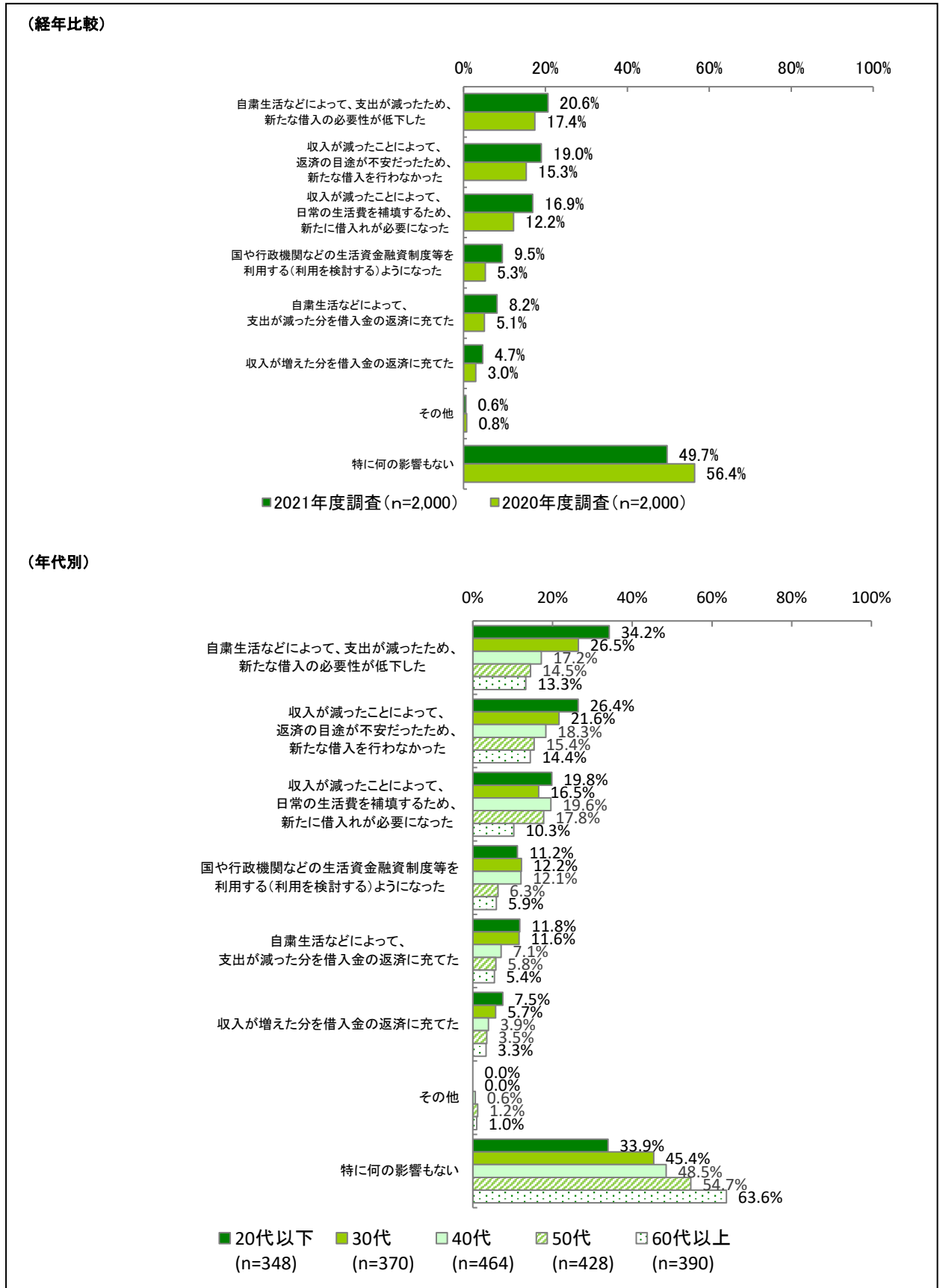
<図表 12：お金を借りることに対する意識（複数回答 n=2000）>



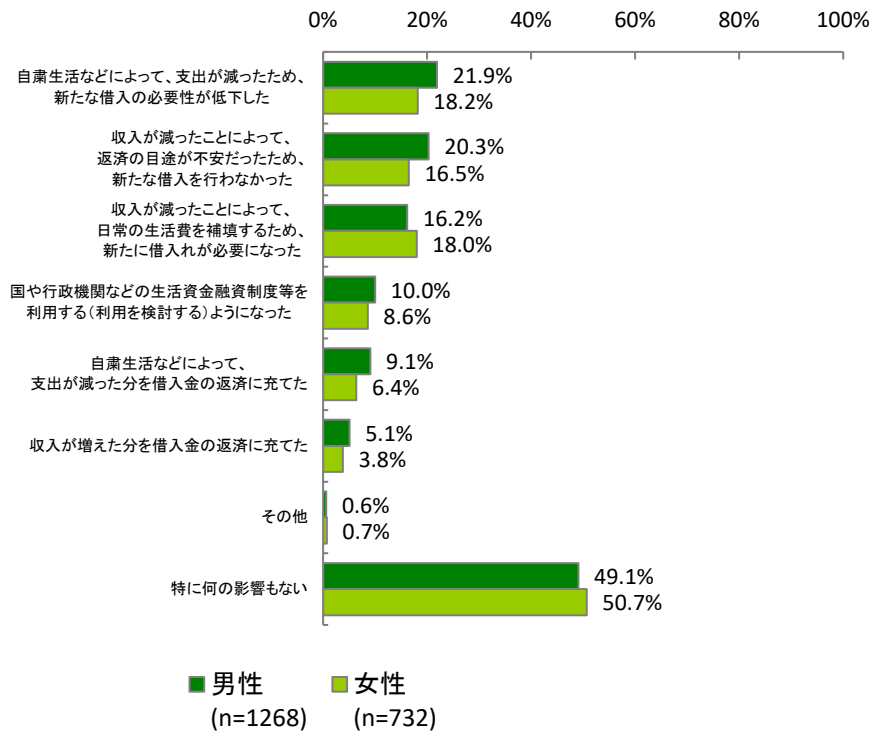
(2) コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について

- コロナ禍における借入意識や借入行動の変化については、「自粛生活などによって、支出が減ったため、新たな借入の必要性が低下した」が20.6%と最も高くなった。一方で、49.7%が「特に何の影響もない」と回答している。

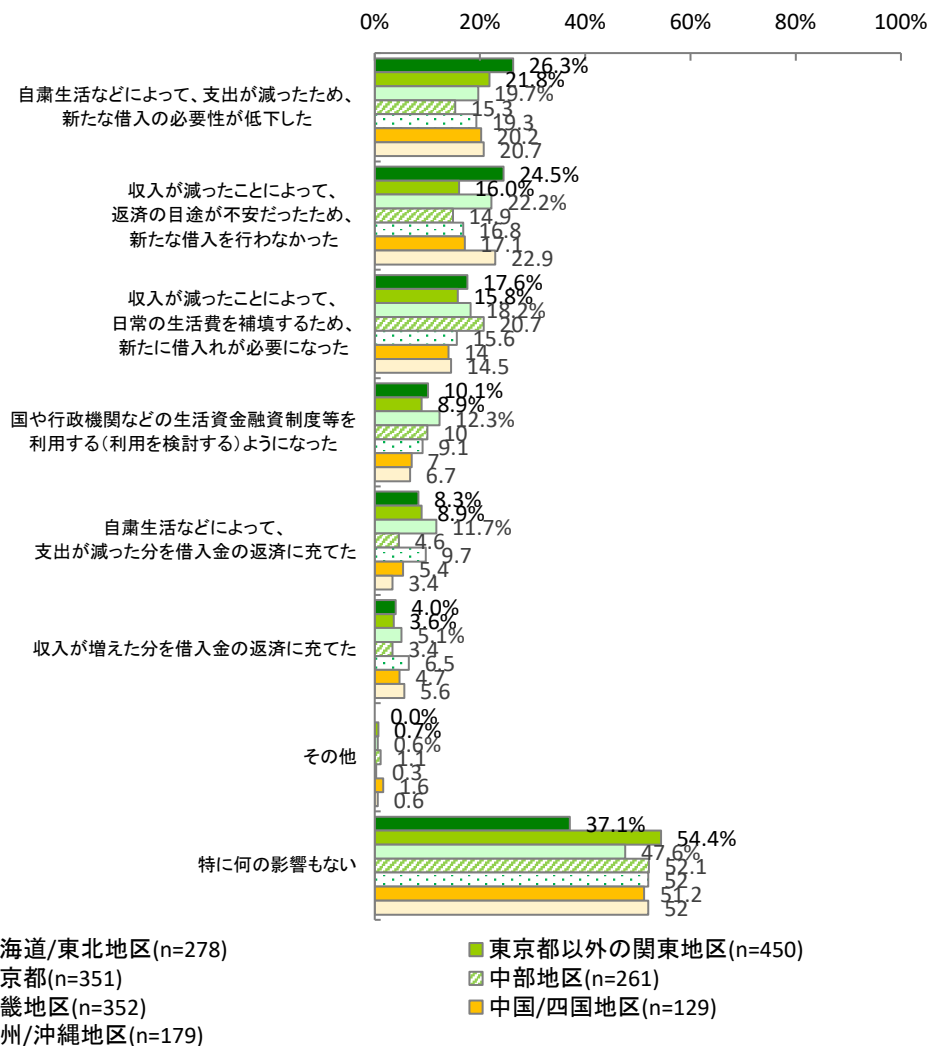
<図表 13：コロナ禍における借入意識や借入行動の変化 (n=2000) >



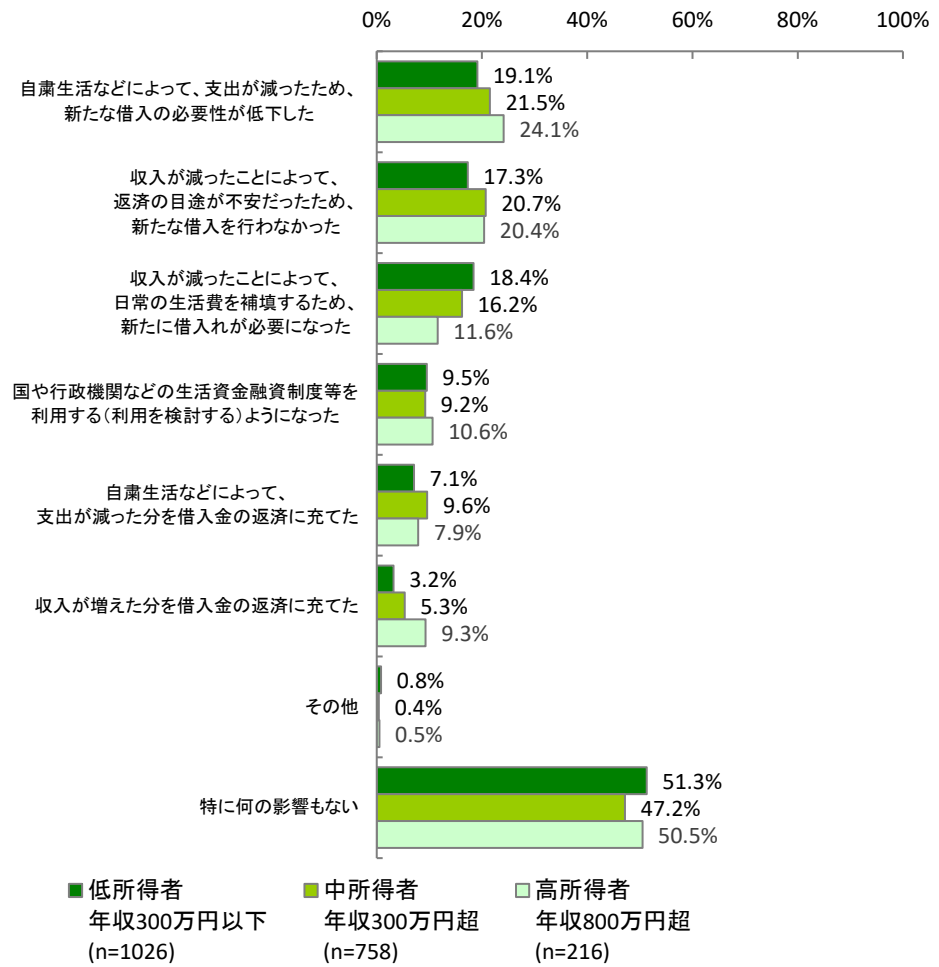
(男女別)



(地域別)



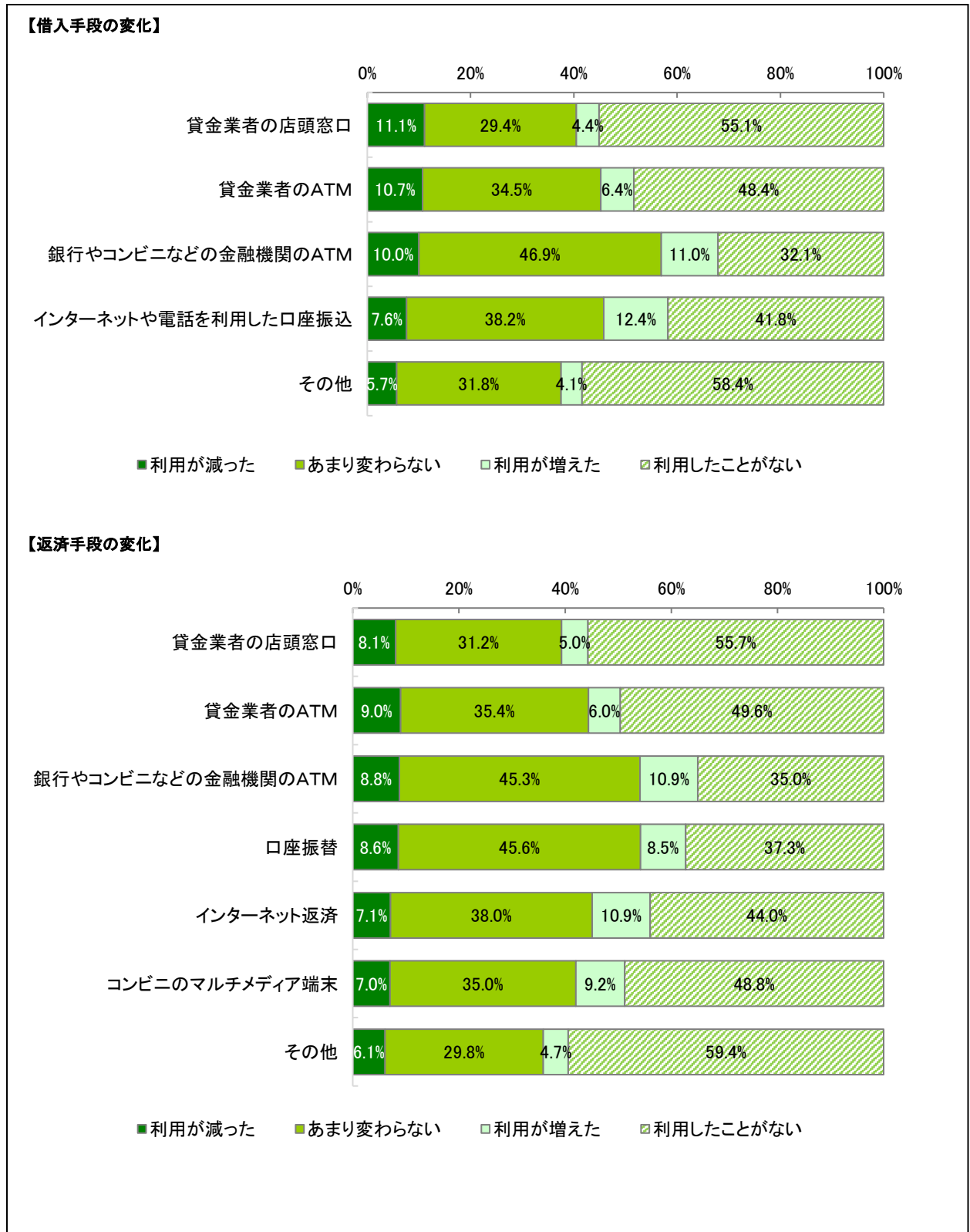
(所得階層別)



(3) コロナ禍における借入手段や返済手段の変化について

- 借入手段については、「利用が増えた」と回答した割合をみると、「インターネットや電話を利用した口座振込」が12.4%と最も高く、次いで「銀行やコンビニなどの金融機関のATM」が11.0%となった。返済手段については、「利用が増えた」と回答した割合をみると、「インターネット返済」と「銀行やコンビニなどの金融機関のATM」が最も高く10.9%となった。

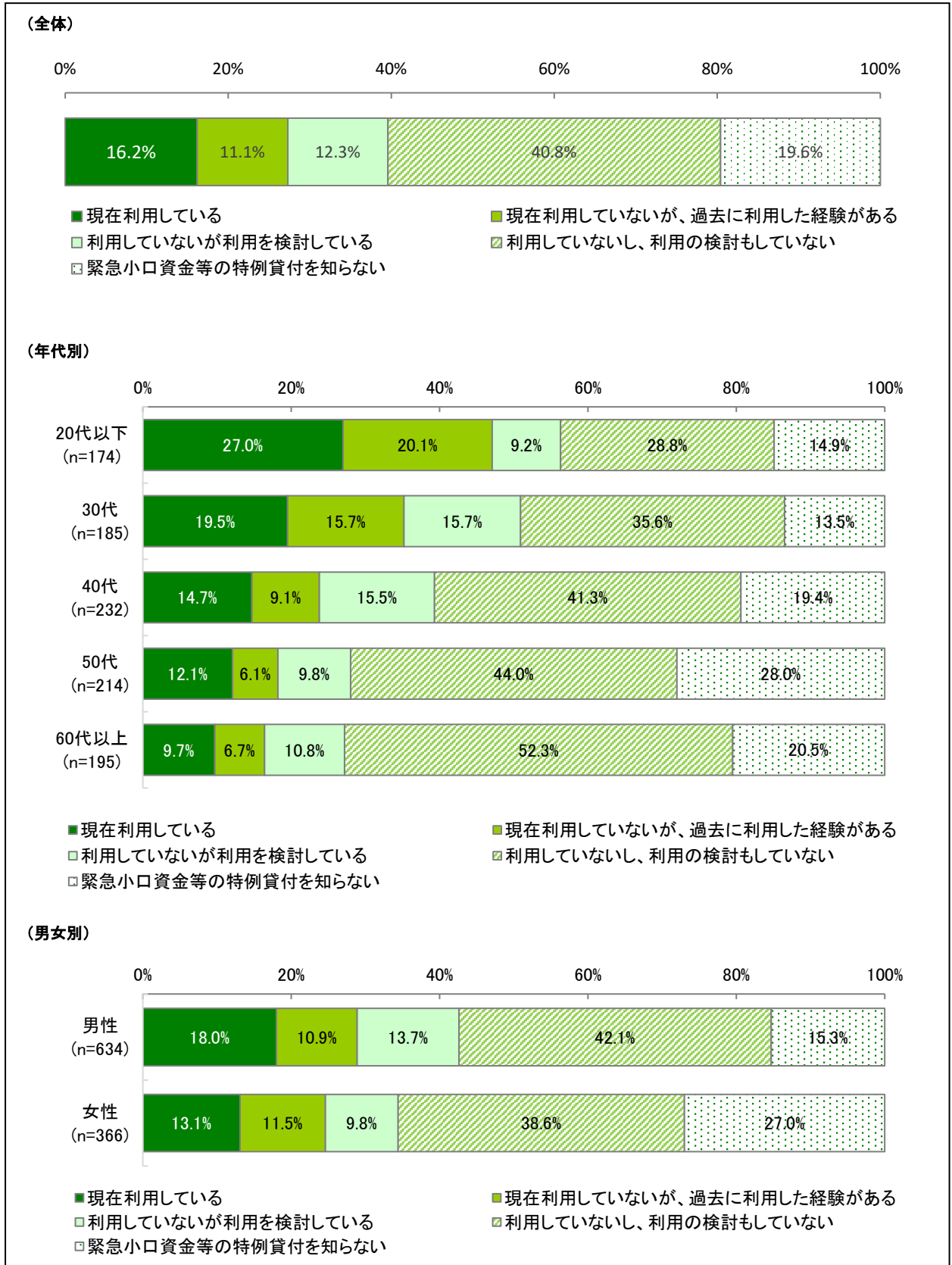
<図表 14：コロナ禍における借入手段や返済手段の変化（n=2000）>



(4) コロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向

- 借入残高のある個人のコロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向についてみると、「利用していないし、利用の検討もしていない」が40.8%と最も高く、次いで「緊急小口資金等の特例貸付を知らない」が19.6%となった。

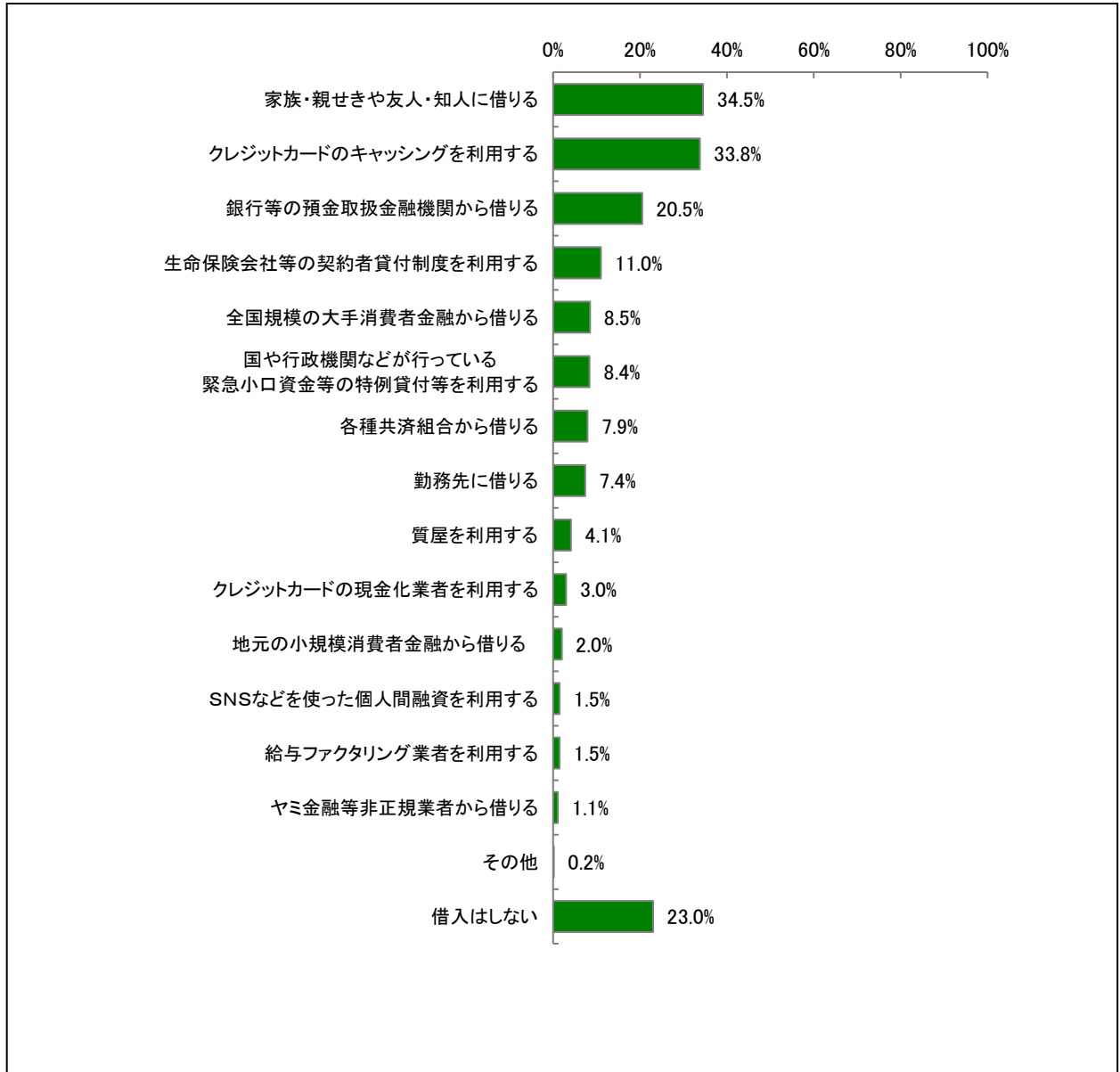
<図表 15：コロナ禍における緊急小口資金等の特例貸付利用の有無・利用意向（n=1000）>



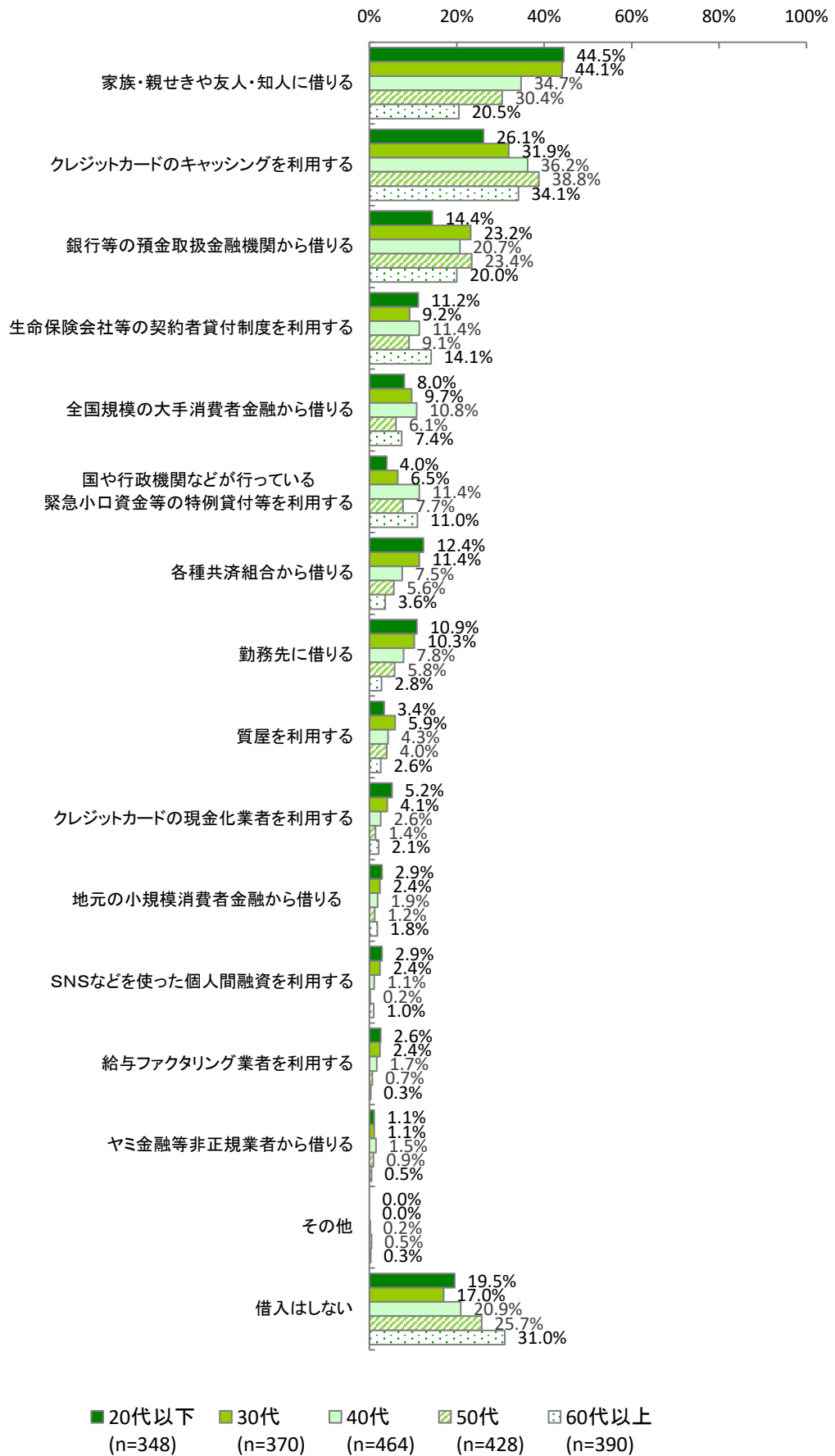
(5) 新たな借入れが必要（資金不足）となった際に考える借入方法について

- 新たな借入れが必要（資金不足）となった際に考える借入方法については、「家族・親せきや友人・知人に借りる」が34.5%と最も高く、次いで「クレジットカードのキャッシングを利用する」が33.8%、「銀行等の預金取扱金融機関から借りる」が20.5%となった。

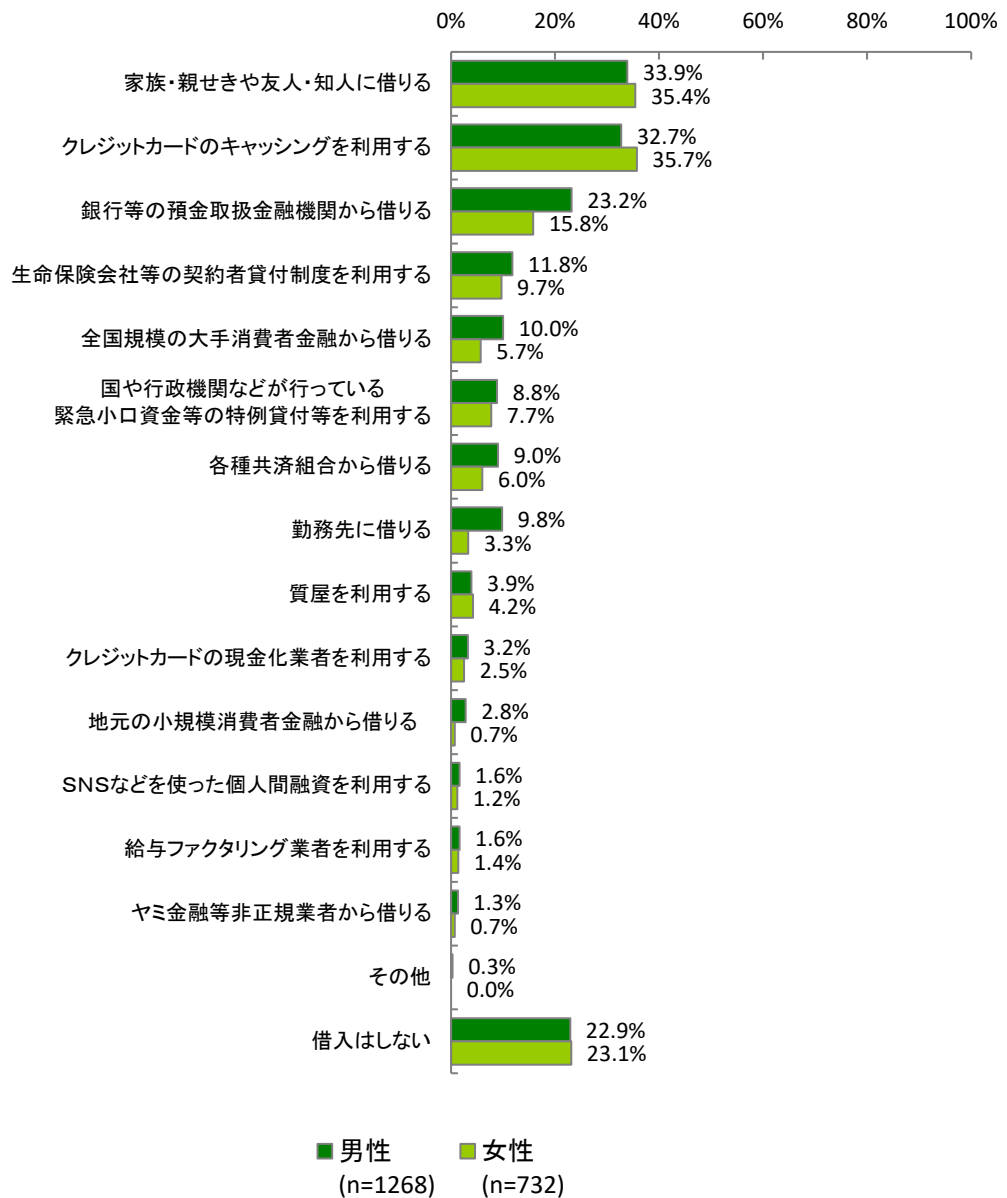
<図表 16：新たな借入れが必要（資金不足）となった際に考える借入方法（n=2000）>



(年代別)



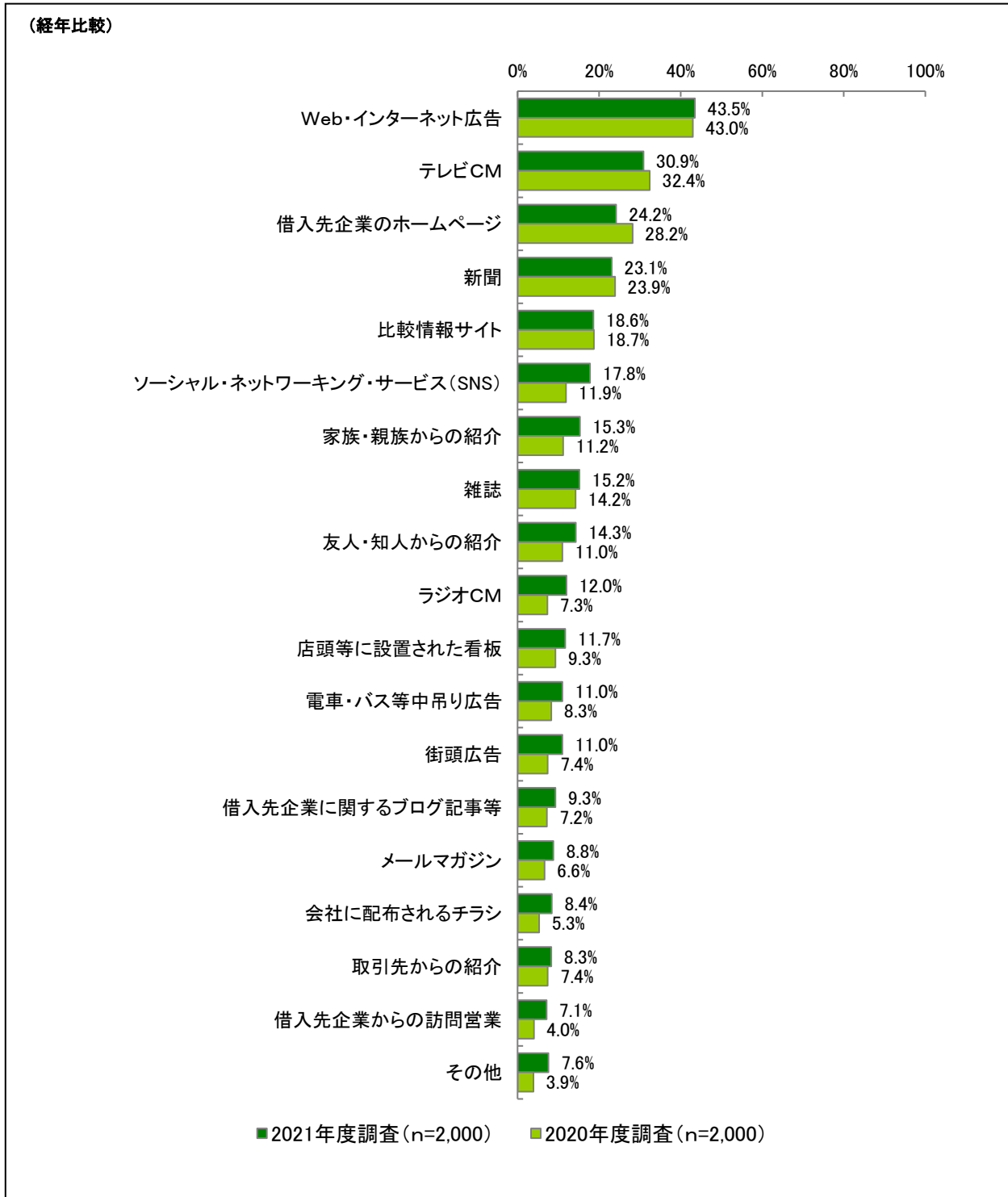
(男女別)



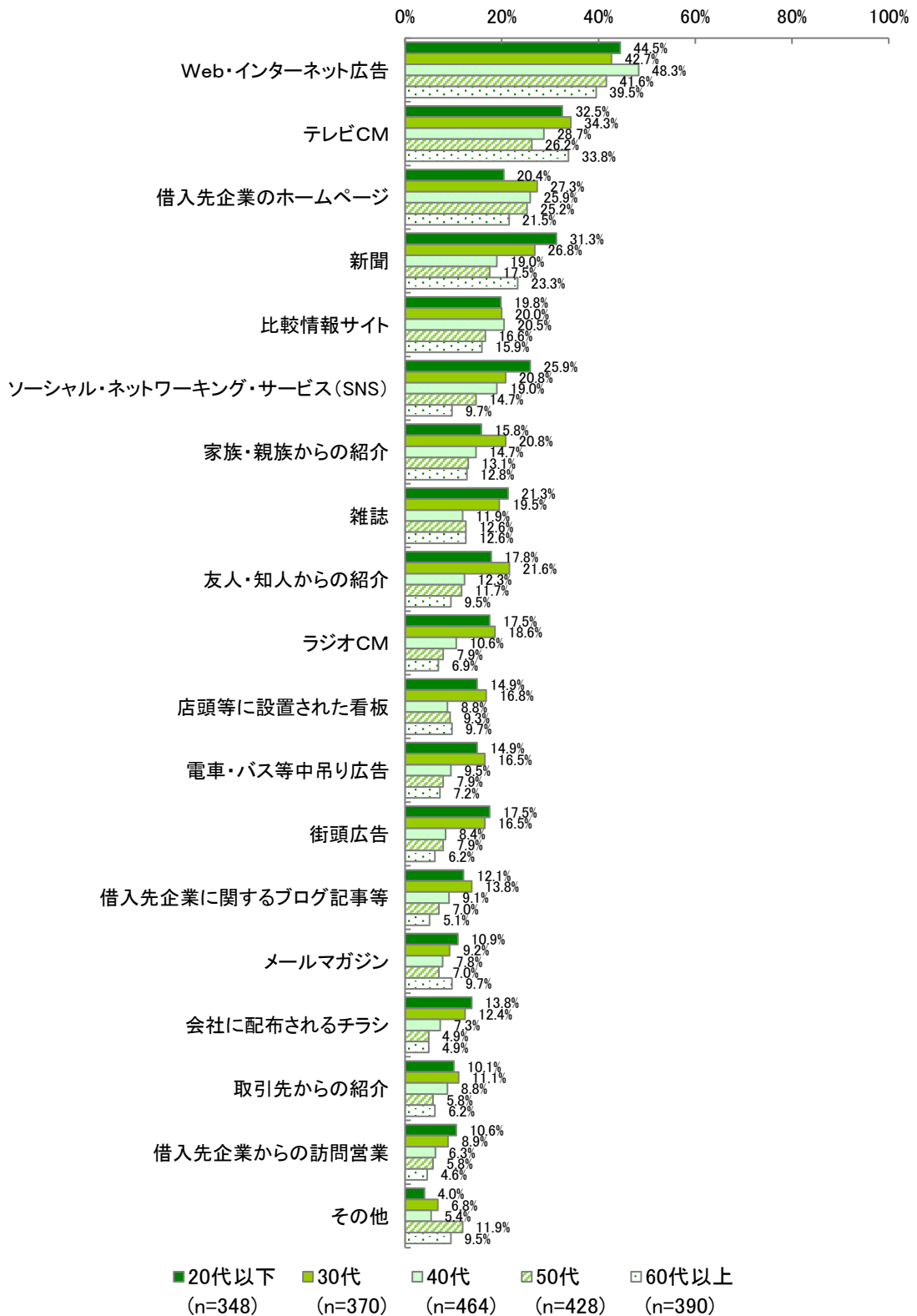
(6) 借入先を選定する際の情報収集先について

- 借入先を選定する際の情報収集先については、「Web・インターネット広告」が43.5%と最も高く、次いで「テレビCM」が30.9%、「借入先企業のホームページ」が24.2%となった。

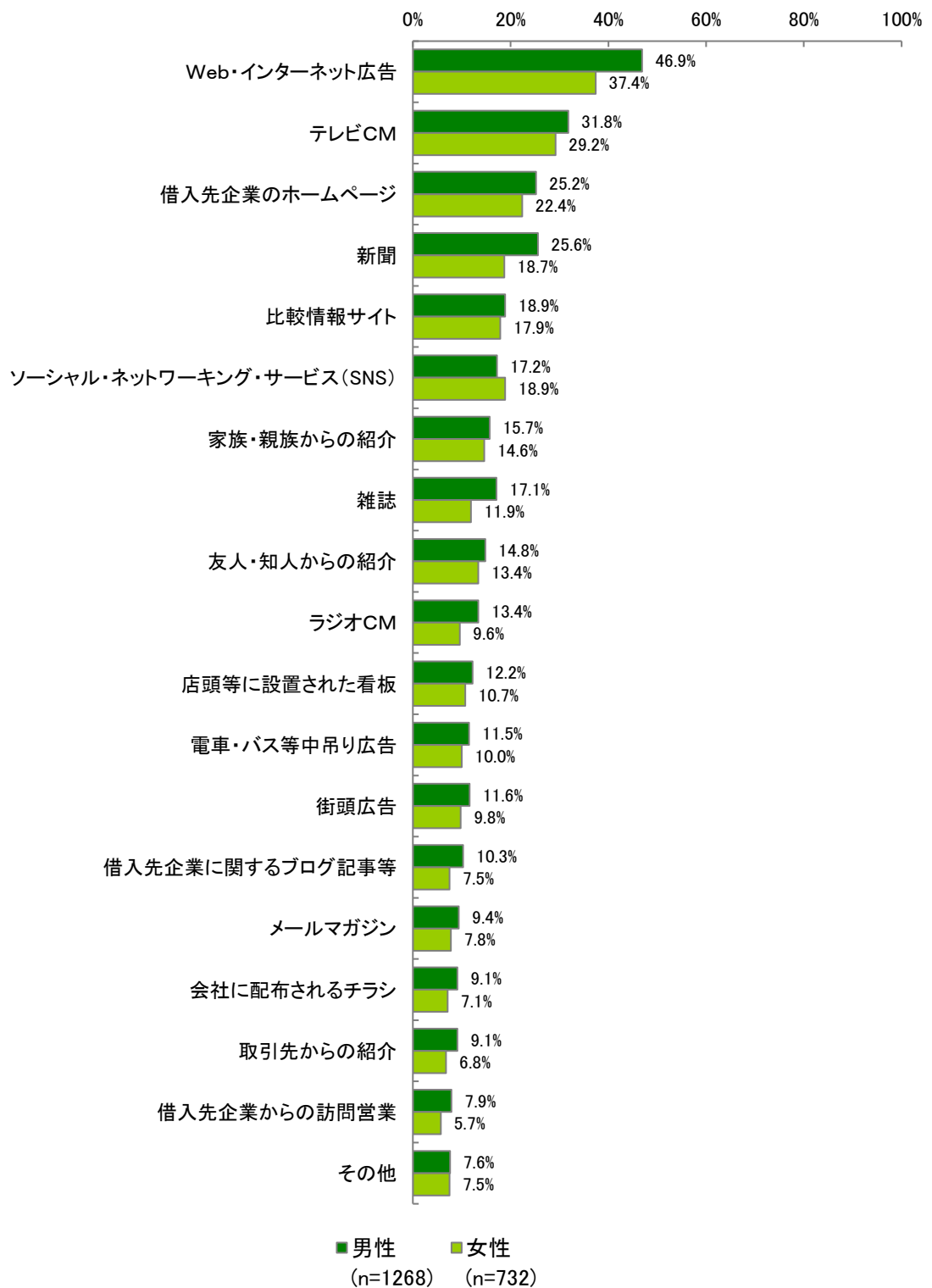
<図表 17：借入先を選定する際の情報収集先（複数回答 n=2000）>



(年代別)



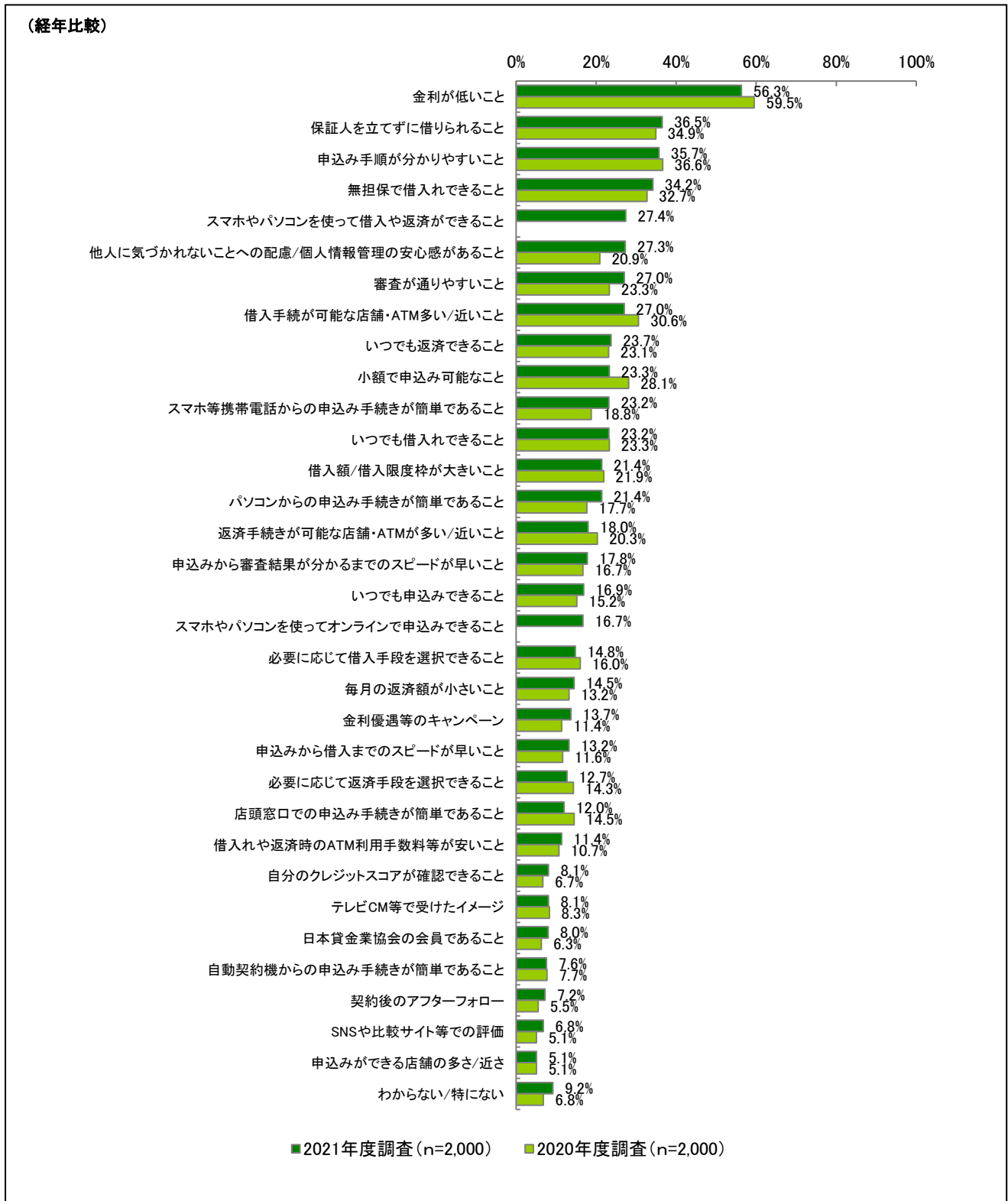
(男女別)



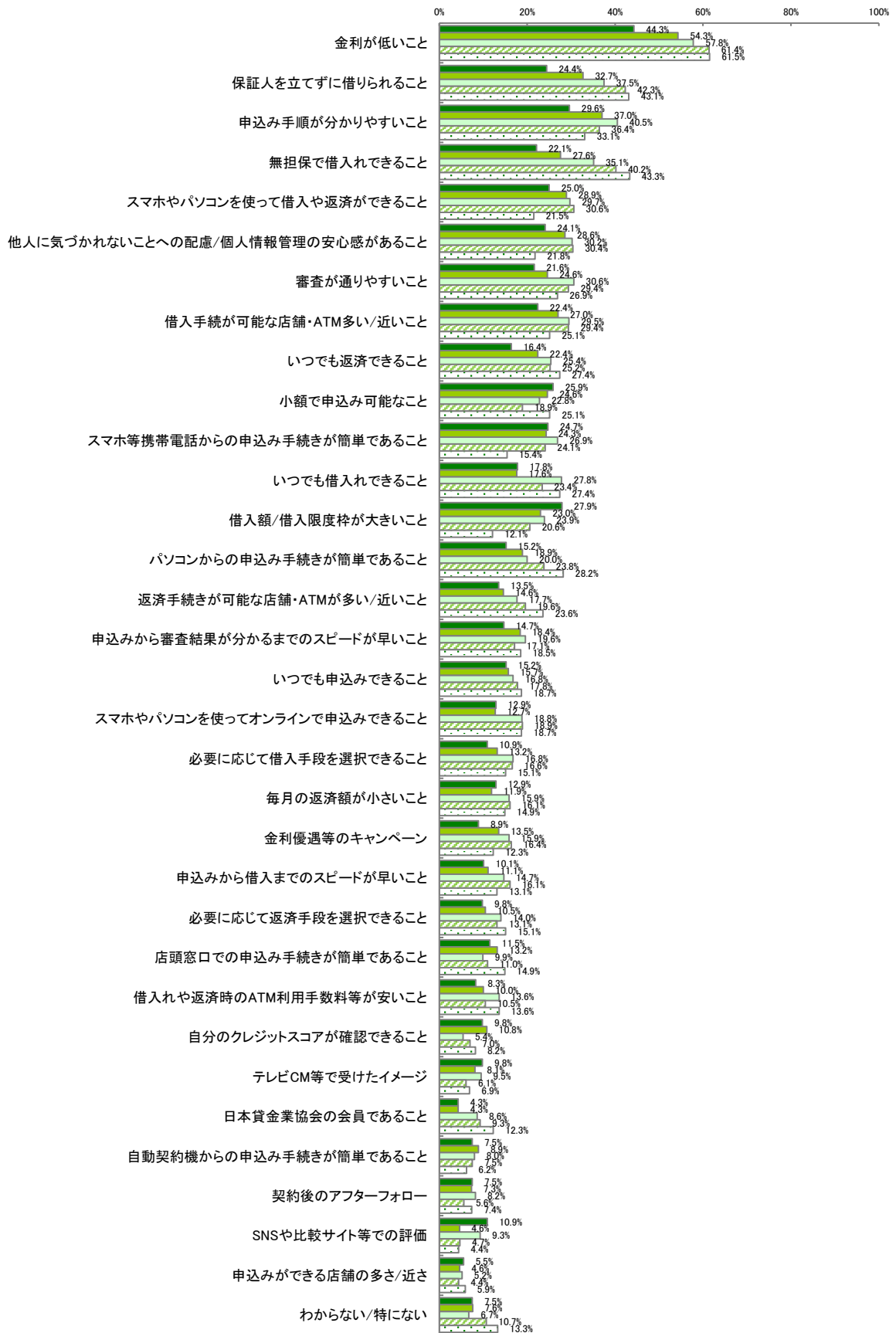
(7) 借入先を選定する際に重視するポイント

- 借入経験のある個人に対して、借入先を選定する際に重視するポイントを調査したところ、「金利が低いこと」が56.3%と最も高く、次いで「保証人を立てずに借りられること」が36.5%、「申込み手順が分かりやすいこと」が35.7%となった。一方、「無担保で借入ができること」や「スマホやパソコンを使って借入や返済ができること」など、借入先を選定する際に利便性を重視する様子がみてとれる結果となっている。

<図表 18：借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=2000）>

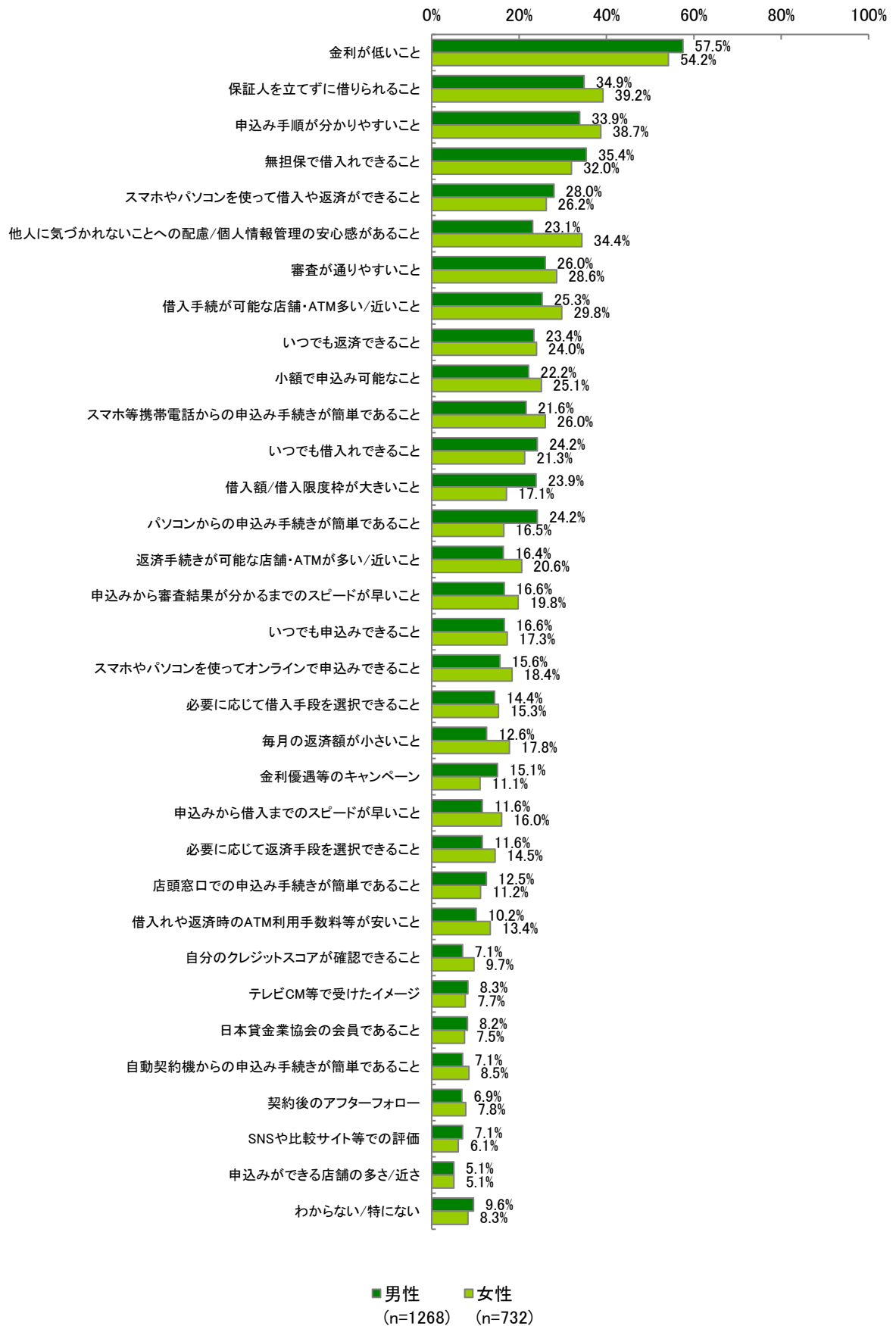


(年代別)

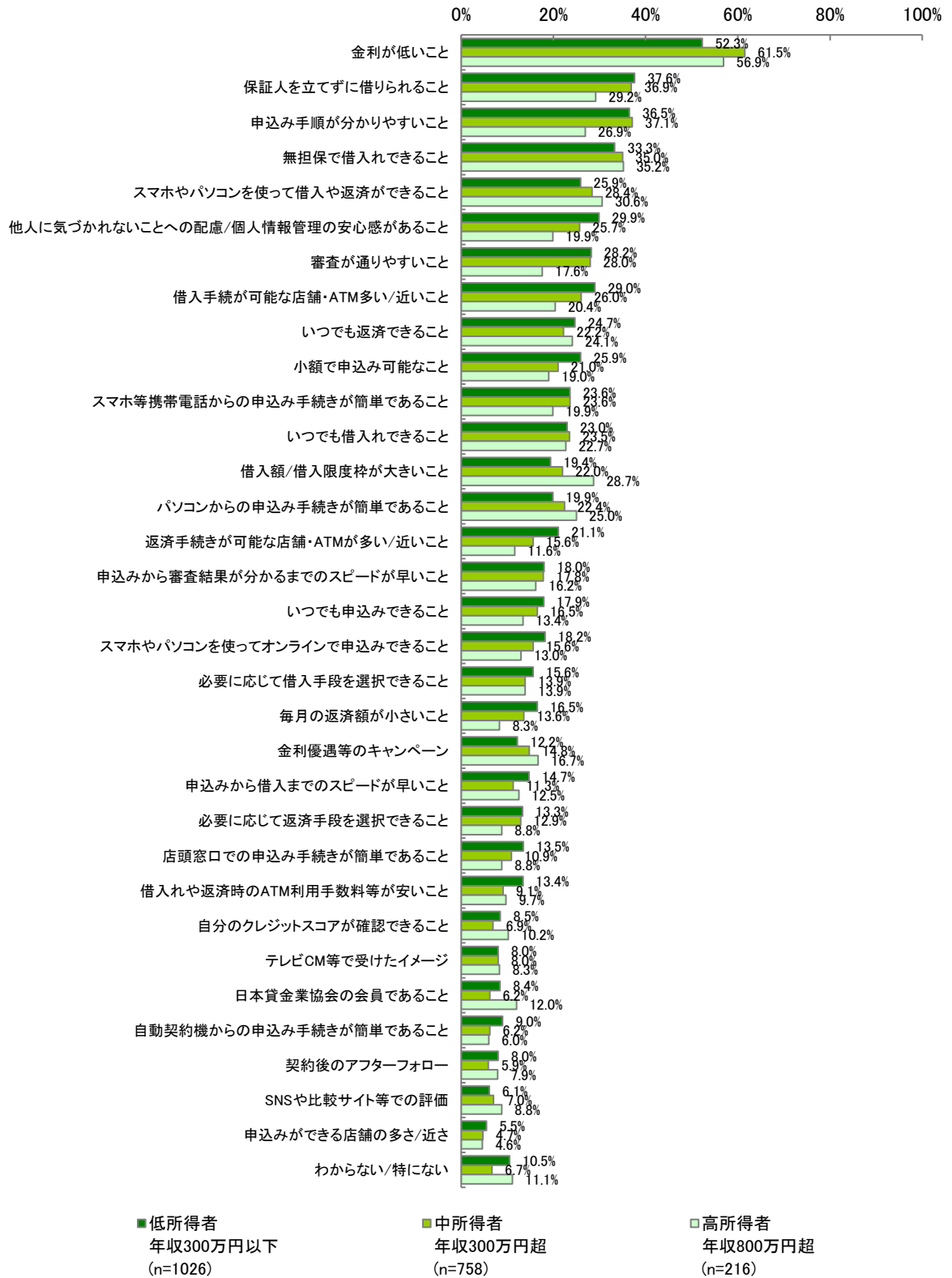


■ 20代以下 (n=348) ■ 30代 (n=370) ■ 40代 (n=464) ■ 50代 (n=428) ■ 60代以上 (n=390)

(男女別)



(所得階層別)



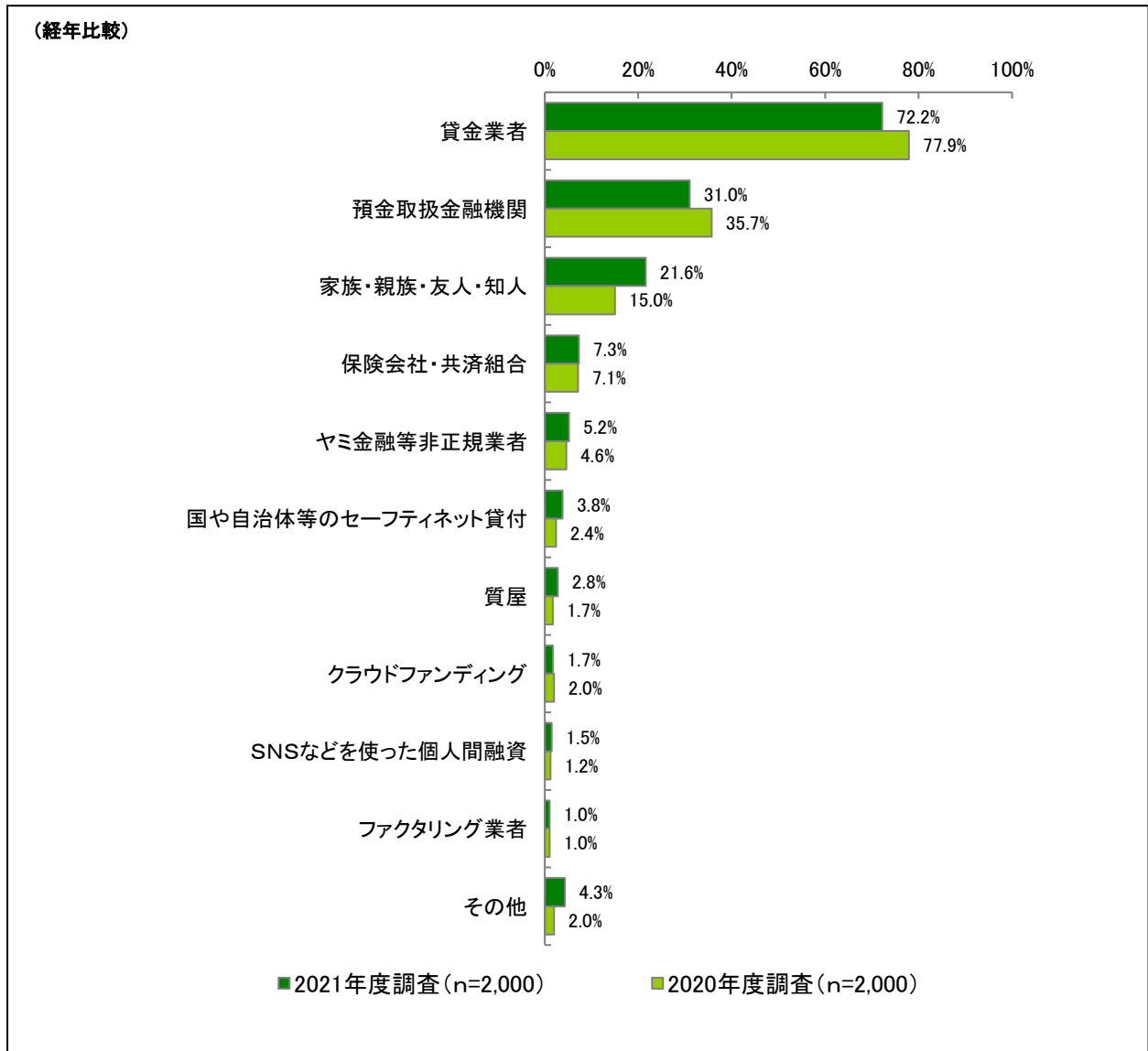
3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について

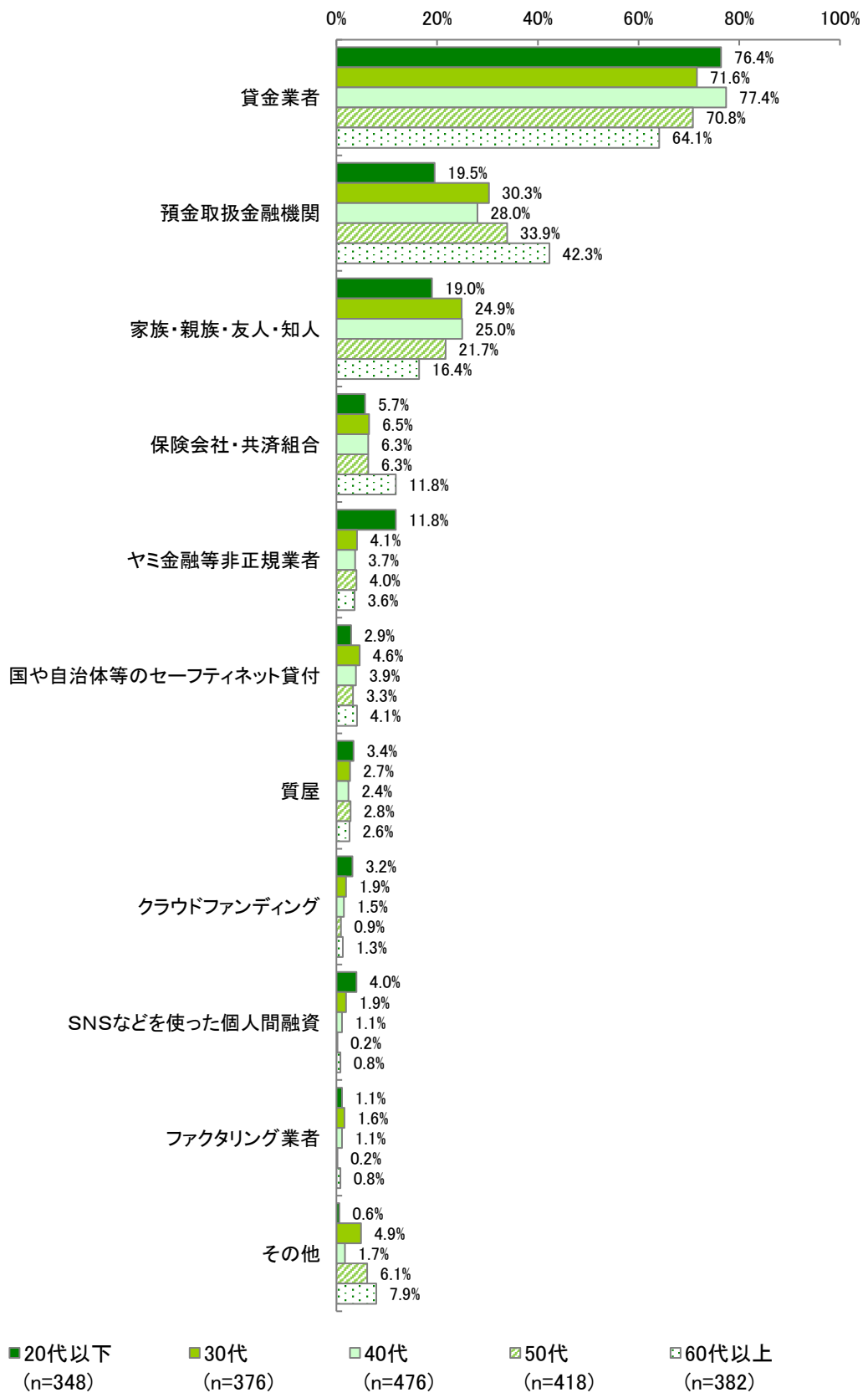
① 借入先として検討した先について

- 借入経験のある個人に対して、借入先として検討した先を調査したところ、「貸金業者」が72.2%と最も高く、次いで「預金取扱金融機関」が31.0%、「家族・親族・友人・知人」が21.6%と続いている。

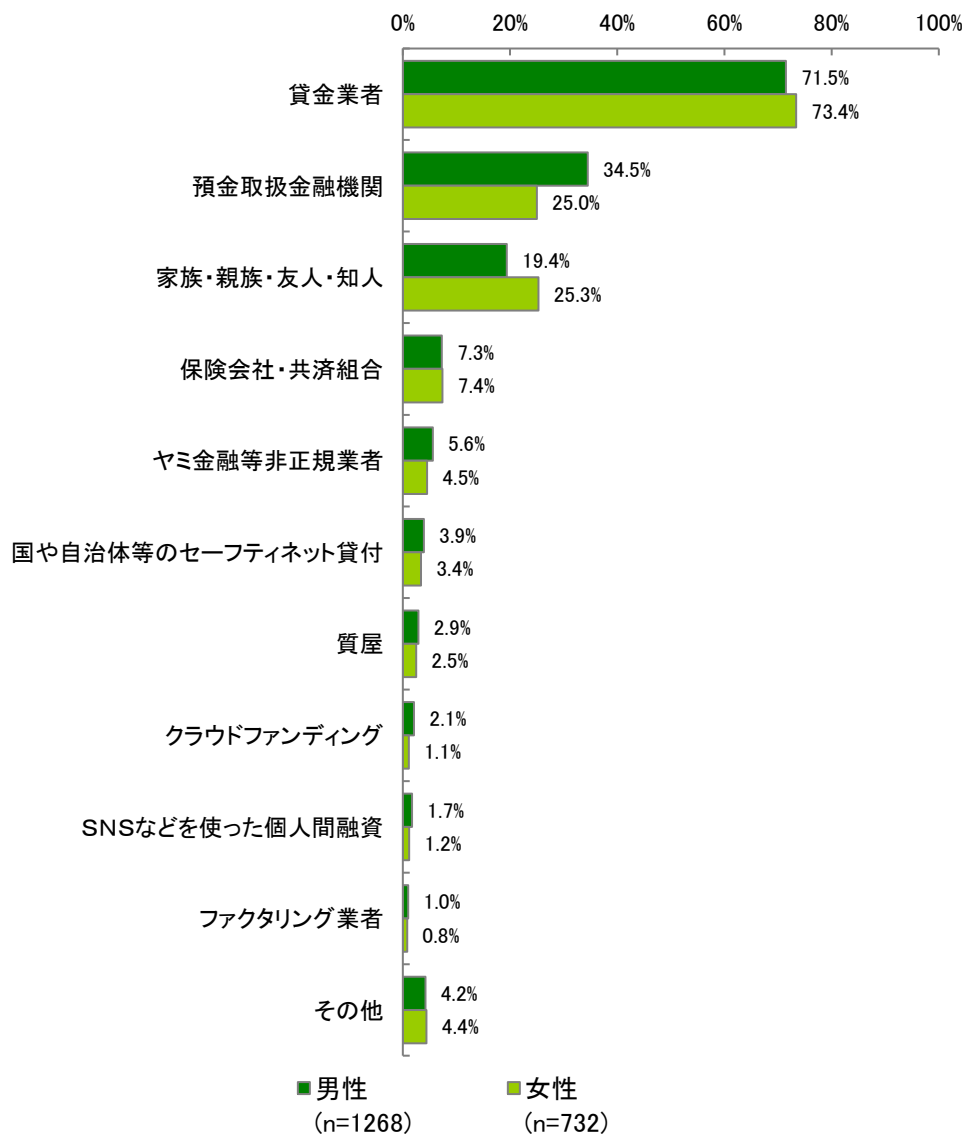
<図表 19：借入先として検討した先・選んだ理由（複数回答 n=2000）>



(年代別)



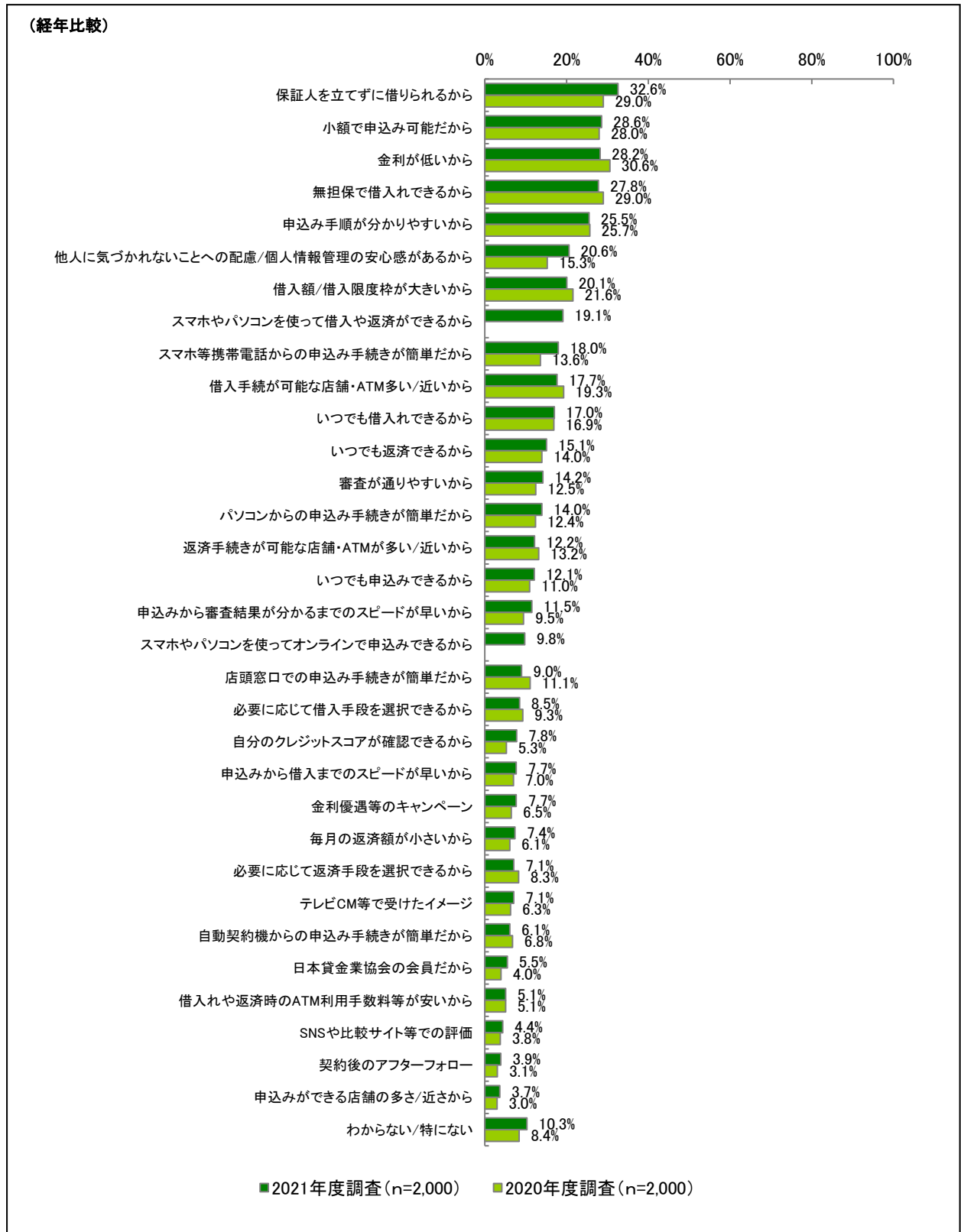
(男女別)



② 最終的に借入先として選んだ理由

- 借入経験のある個人に対して、借入先を選定した理由について調査したところ、「保証人を立てずに借りられるから」が32.6%と最も高く、次いで「小額で申込み可能だから」が28.6%と続いている。

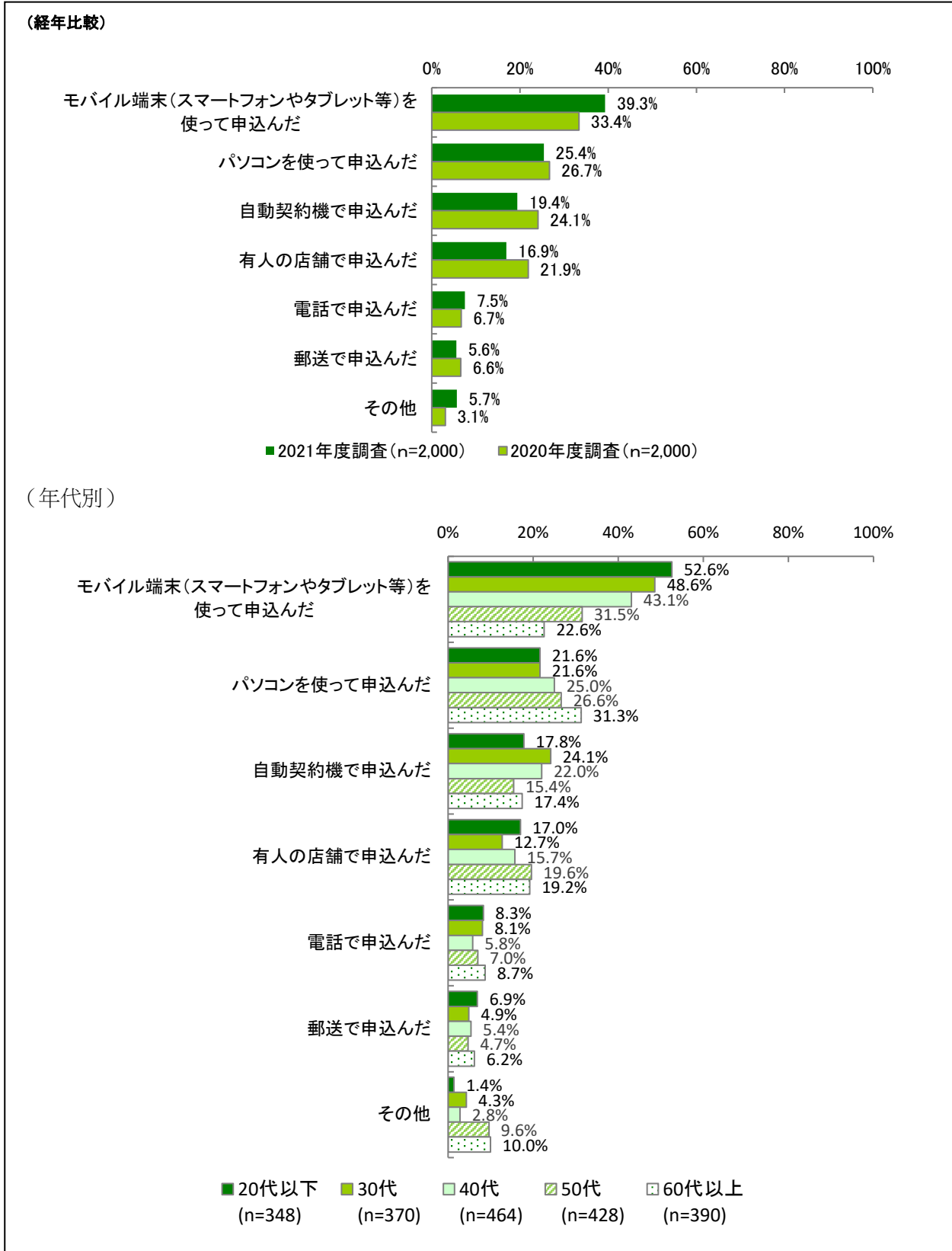
<図表 20：借入先として選んだ理由（複数回答 n=2000）>



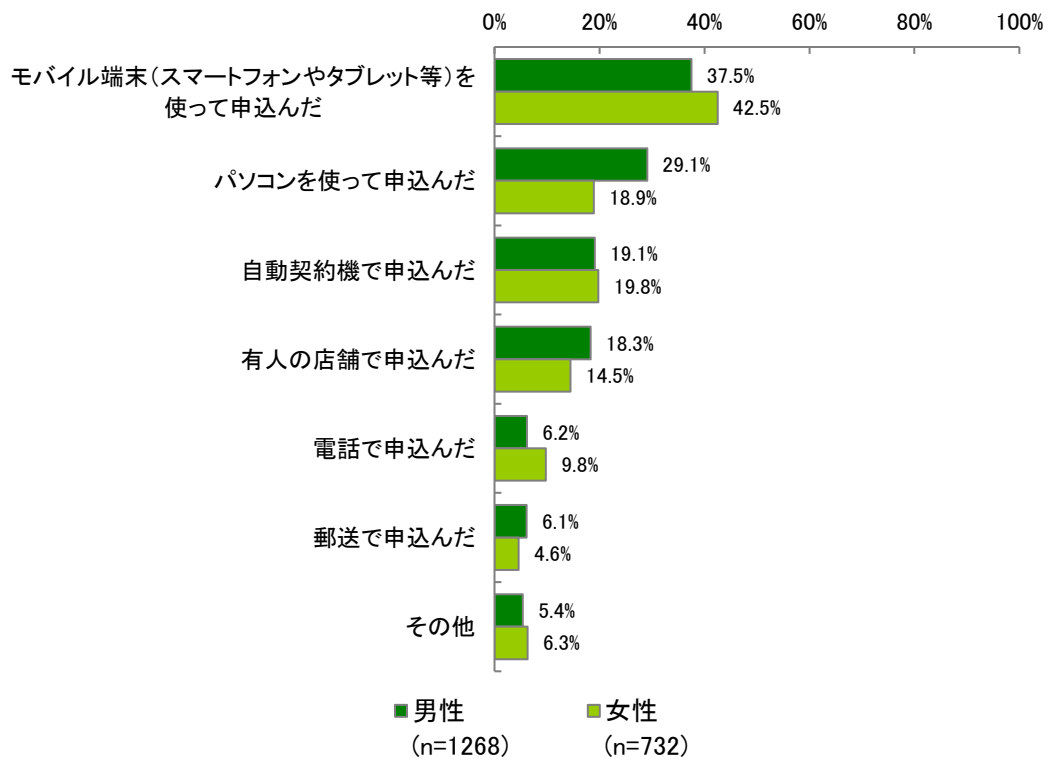
③ 借入れした際の申込方法について

- 借入れした際の申込方法については、「モバイル端末（スマートフォンやタブレット等）を使って申込んだ」が39.3%と最も高く、次いで「パソコンを使って申込んだ」が25.4%、「自動契約機で申込んだ」が19.4%となった。

<図表 21：借入れした際の申込方法（複数回答 n=2000）>



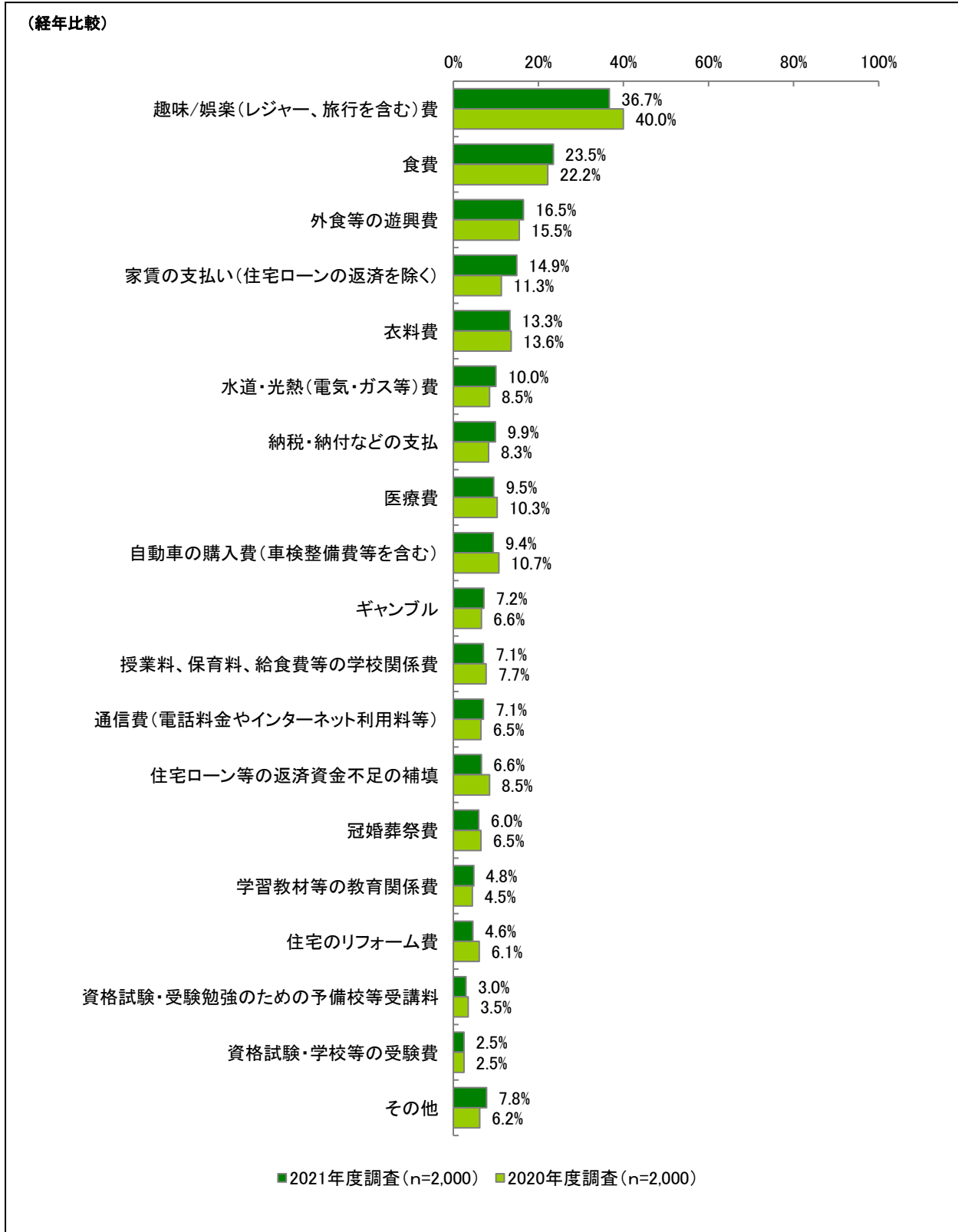
(男女別)



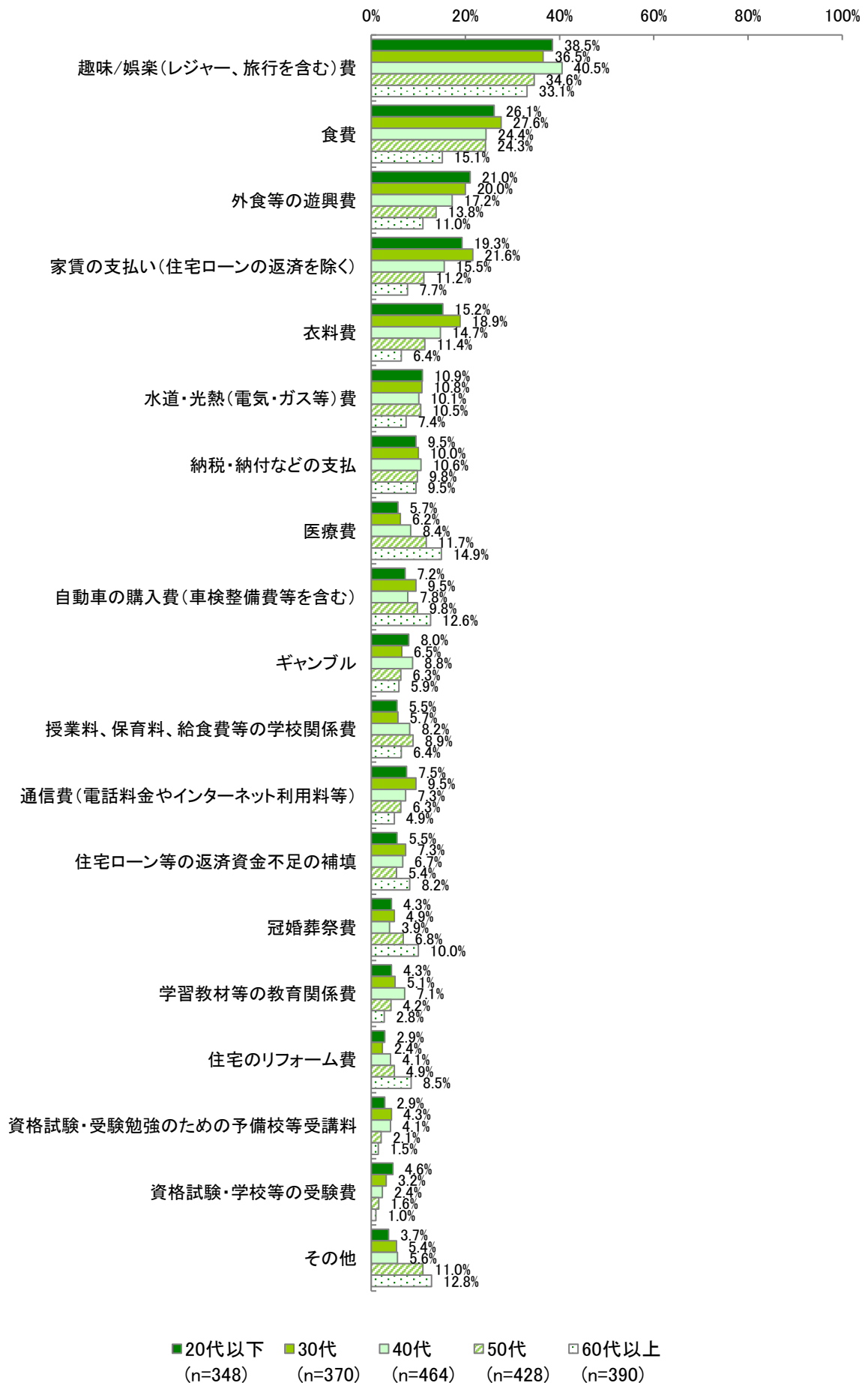
④ 借入申込を行なった際の資金使途

- 借入経験のある個人に対して借入申込の資金使途について調査したところ、「趣味／娯楽（レジャー、旅行を含む）費」が36.7%と最も高く、次いで「食費」が23.5%、「外食等の遊興費」が16.5%となった。

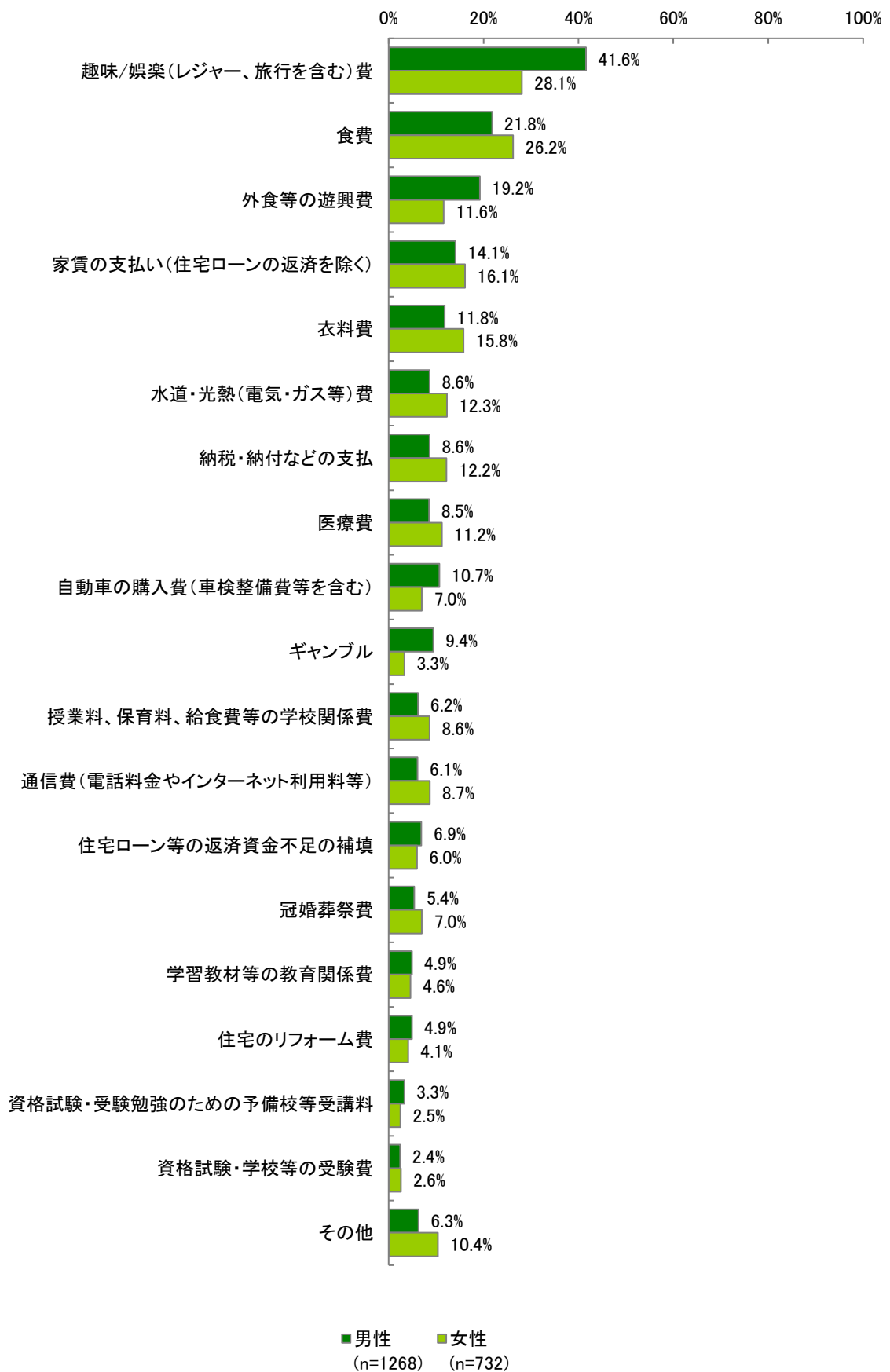
＜図表 22：借入申込を行なった際の資金使途（複数回答 n=2000）＞



(年代別)



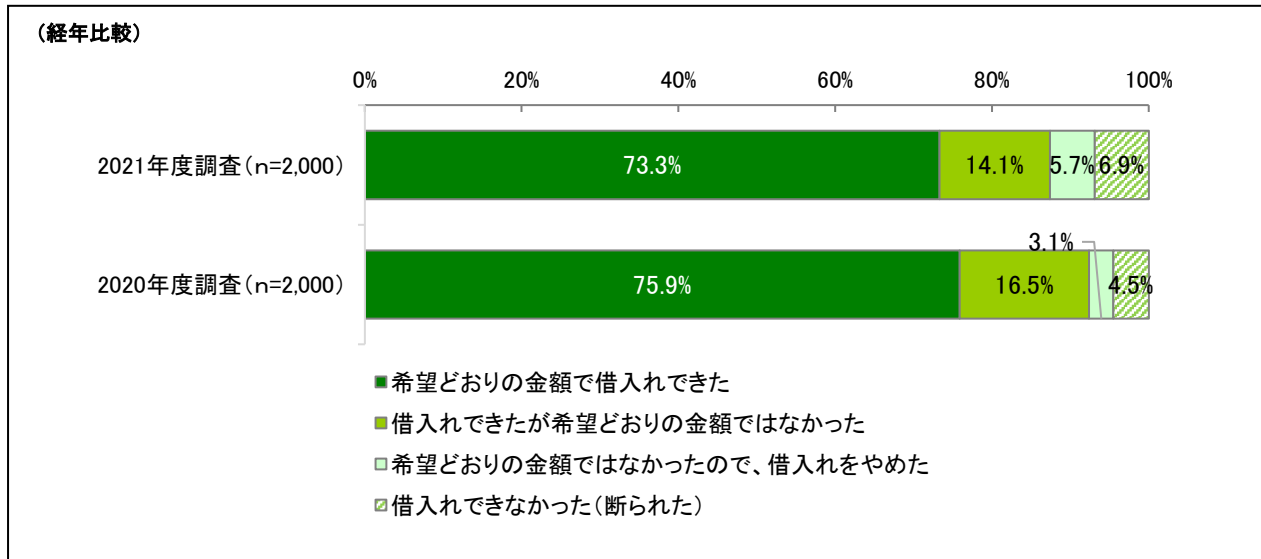
(男女別)



⑤ 貸金業者への借入申込の結果について

- 借入経験のある個人に対して貸金業者への借入申込状況について調査したところ、73.3%が希望どおりの借入れができたと回答している。

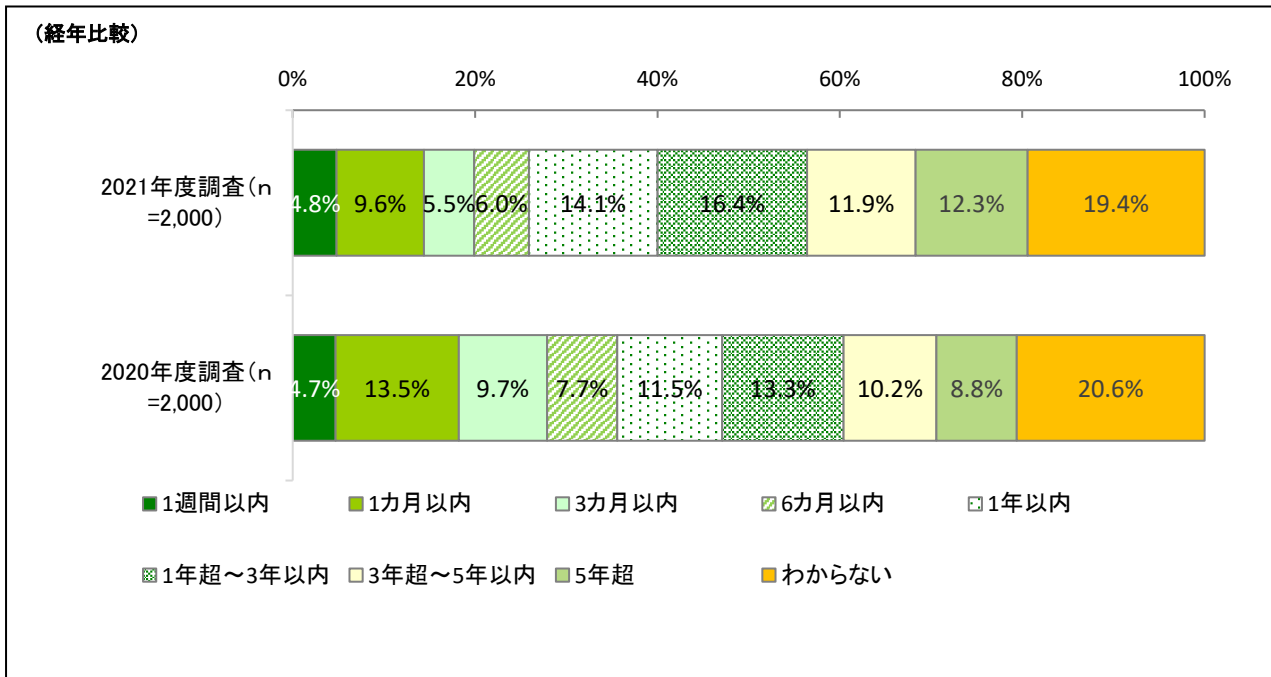
<図表 23：貸金業者への借入申込結果 (n=2000) >



⑥ 借入申込時に計画していた返済期間について

- 借入れを申込みした際に計画していた返済期間をみると、40.0%が1年以内（「1週間以内」～「1年以内」）と回答した。

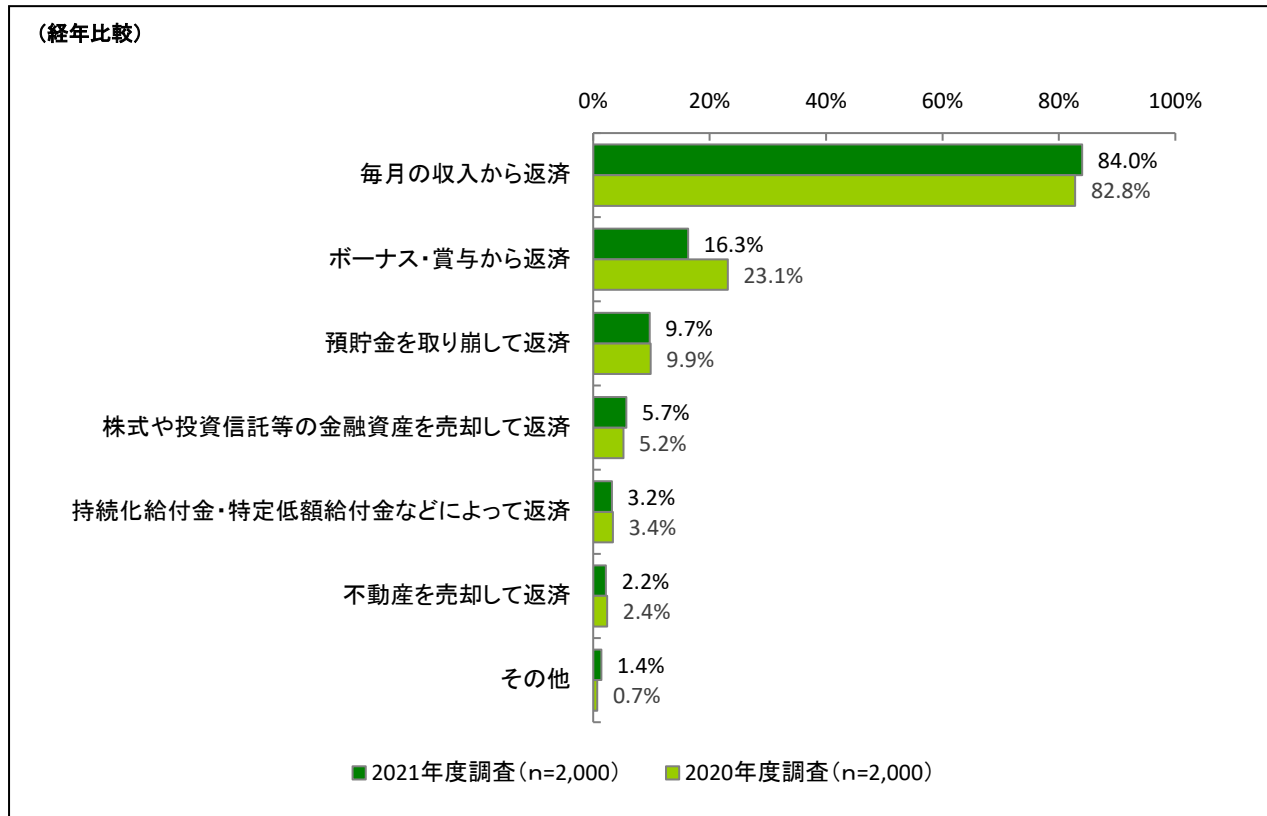
<図表 24：新たな借入れ申込や借入枠の利用検討時に計画していた返済期間（複数回答 n=2000）>



⑦ 借入申込時に計画していた返済原資について

- 借入れを申込みした際に計画していた返済原資をみると、「毎月の収入から返済」が84.0%と最も高く、次いで「ボーナス・賞与から返済」が16.3%と続いている。

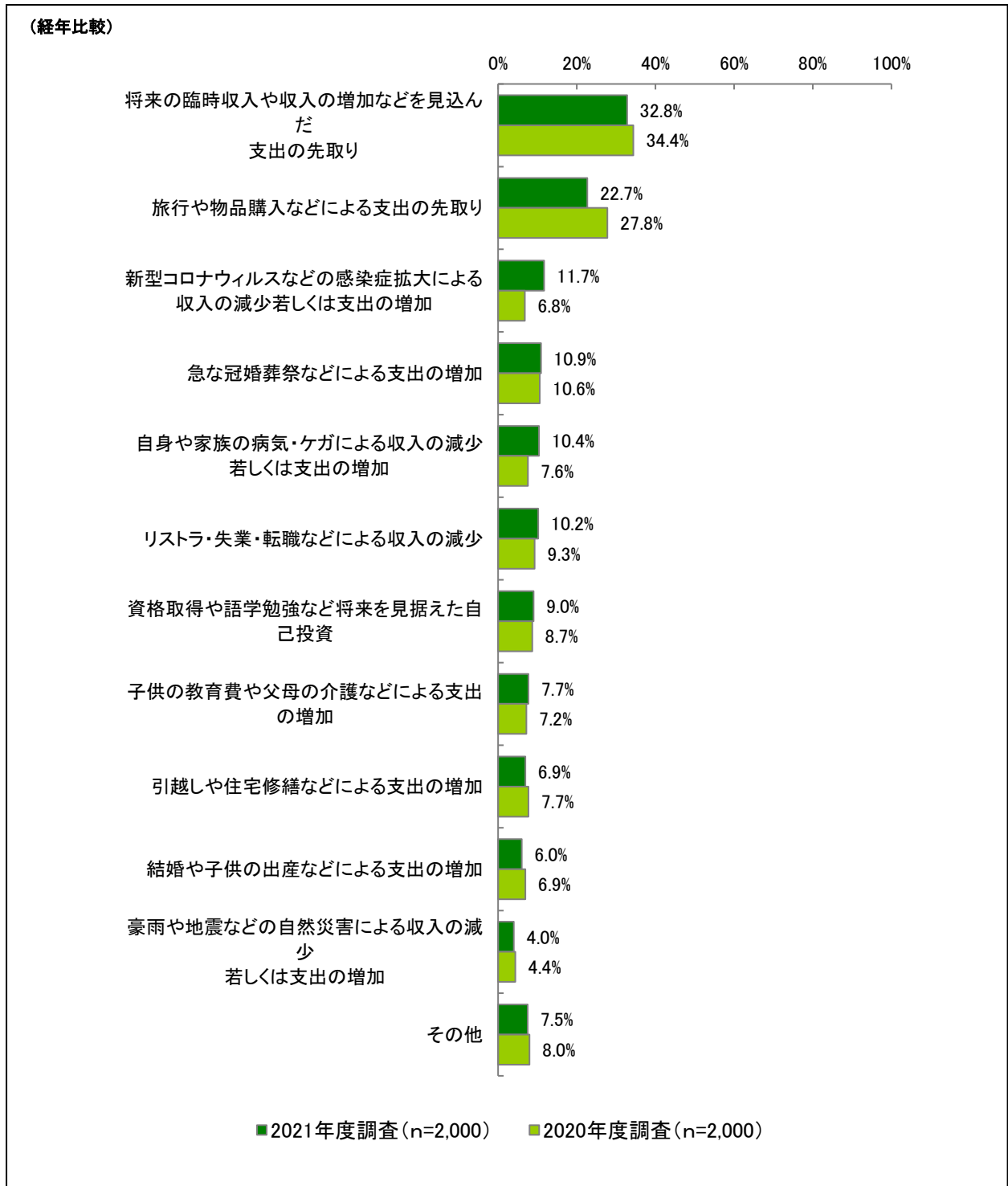
<図表 25：借入申込時に計画していた返済原資（複数回答 n=2000）>



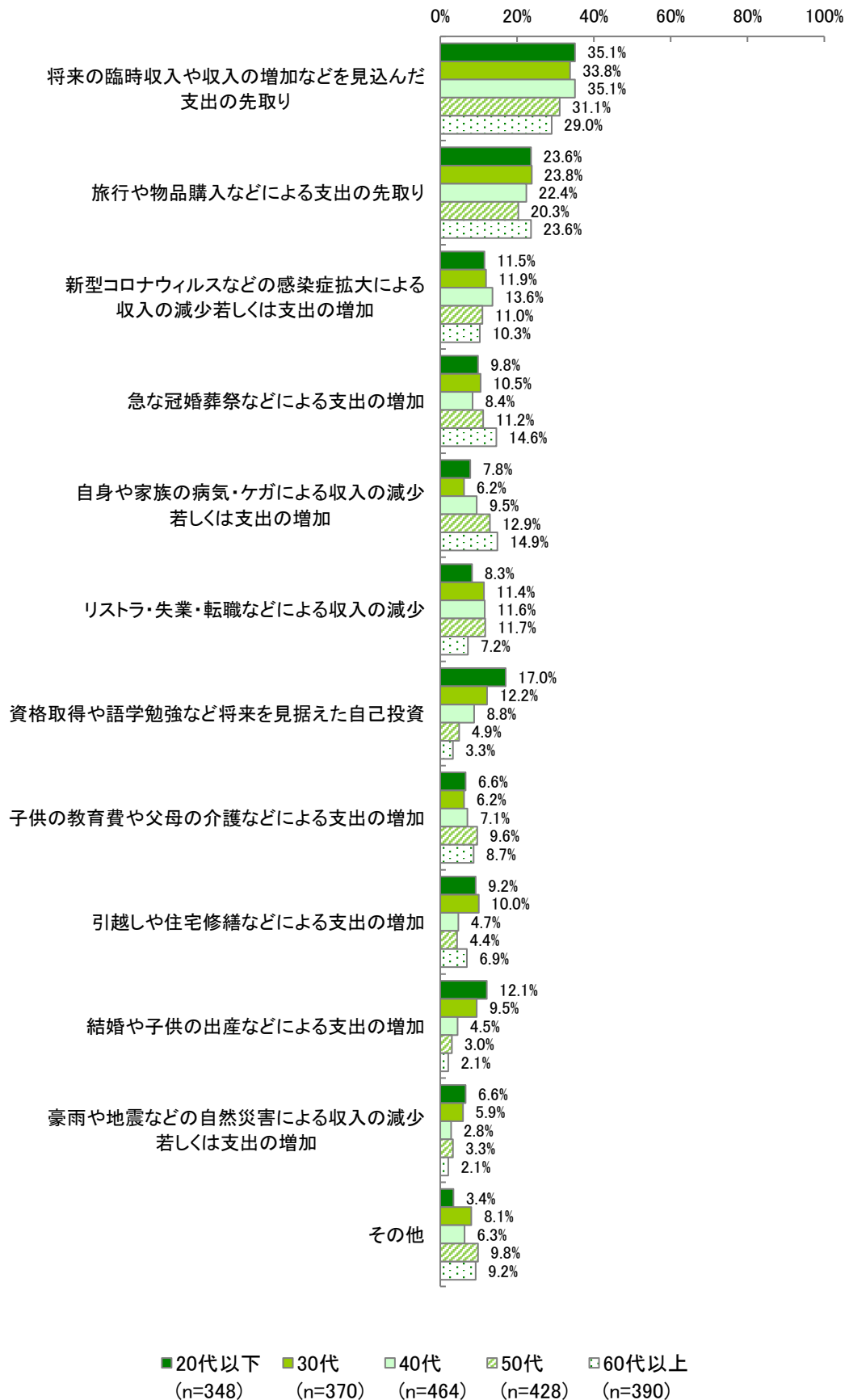
⑧ 借入申込に至った背景

- 新たな借入れ申込や既に契約している借入枠を利用した背景をみると、「将来の臨時収入や収入の増加などを見込んだ支出の先取り」が32.8%と最も高く、次いで「旅行や物品購入などによる支出の先取り」が22.7%、「新型コロナウイルスなどの感染症拡大による収入の減少若しくは支出の増加」が11.7%と続いている。

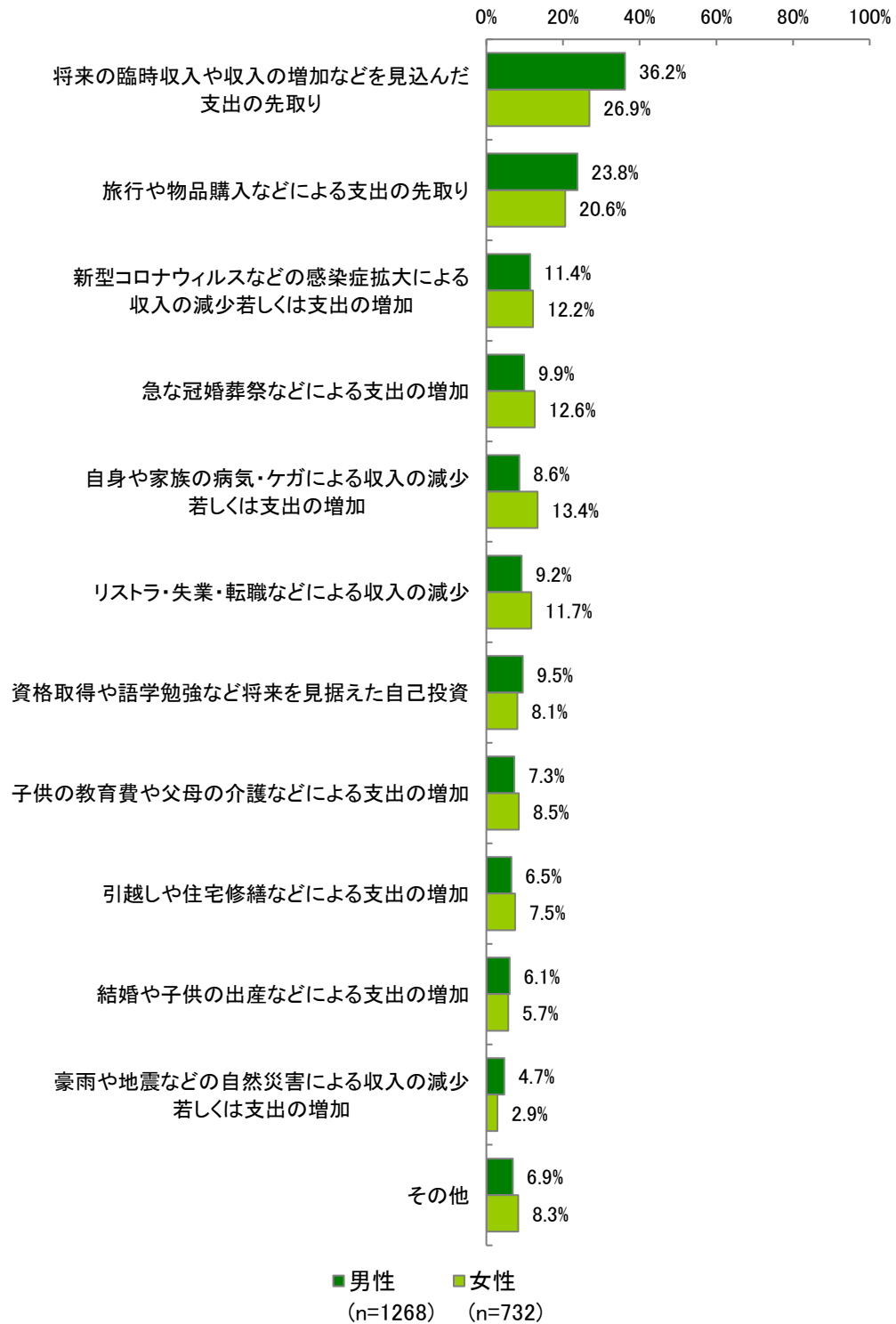
<図表 26：新たな借入れ申込や借入枠の利用検討に至った背景（複数回答 n=2000）>



(年代別)



(男女別)

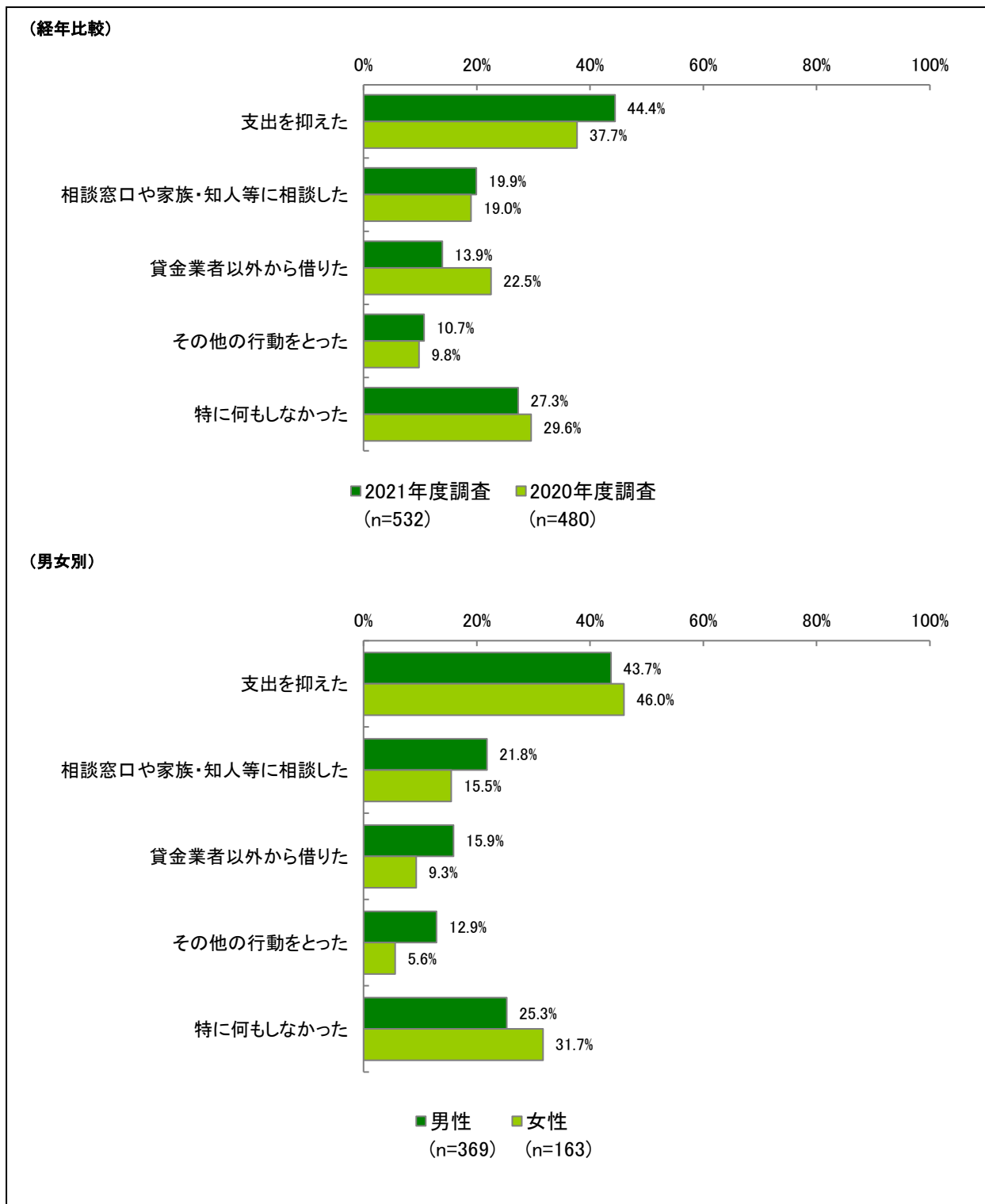


(2) 資金需要者等の借入れできなかつた際の行動・影響

① 希望どおりに借入れできなかつた際に行った行動

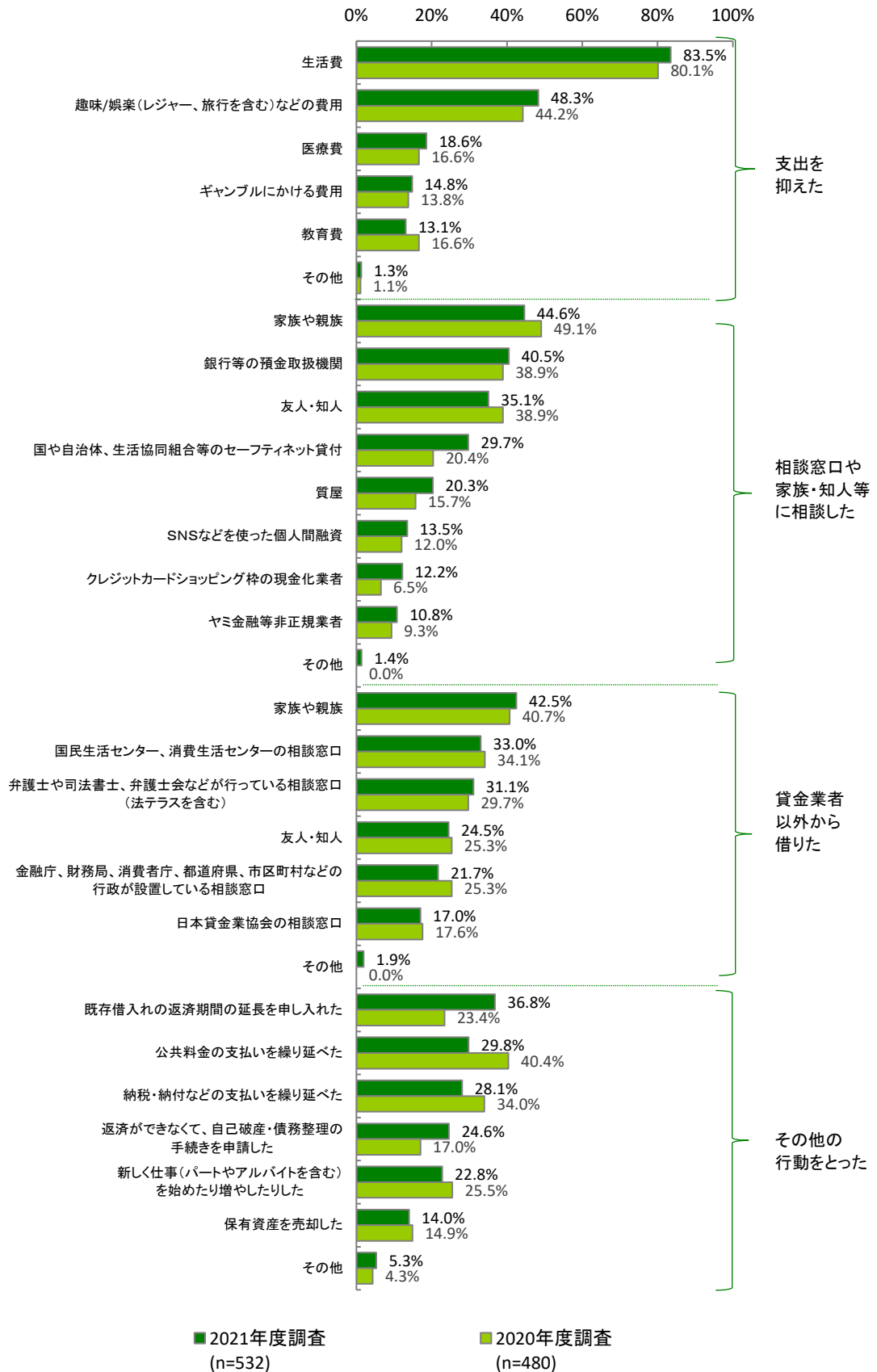
- 借入経験のある個人に対して、借入れできなかつた（申し込まなかつた）際に行った行動について調査したところ、「支出を抑えた」が44.4%と最も高く、次いで「特に何もしなかつた」が27.3%、「相談窓口や家族・知人等に相談した」が19.9%となった。

<図表 27：希望通りに借入れできなかつた（申し込まなかつた）際に行った行動（複数回答 n=532）>



【希望通りに借入れできなかった（申込みなかった）際に行った行動の詳細】

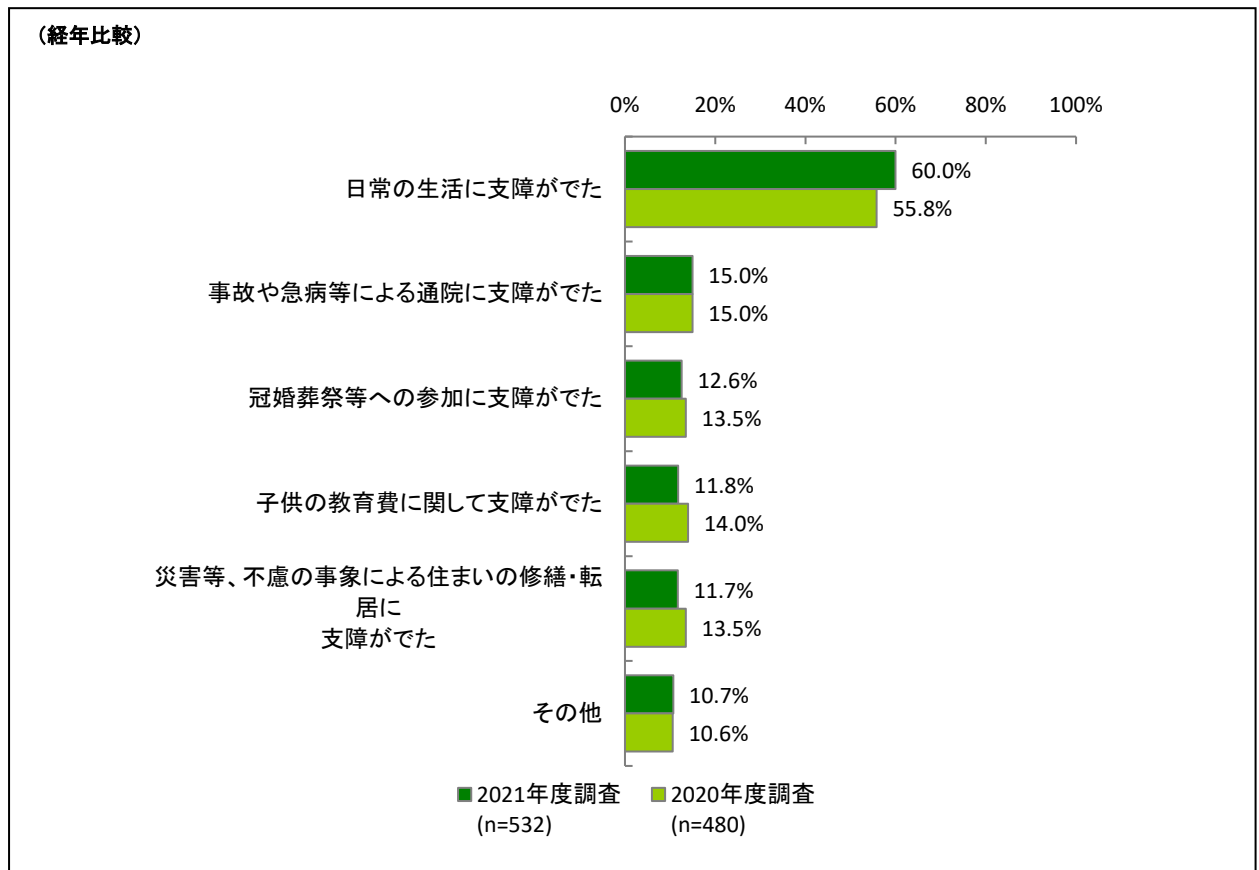
（経年比較）



② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響

- 希望どおりの借入れができなかったことによる影響については、「日常生活に支障がでた」が60.0%と最も高く、次いで「事故や急病等による通院に支障がでた」が15.0%と続いている。

<図表 28：希望通りに借入できなかったことによる影響（複数回答 n=532）>

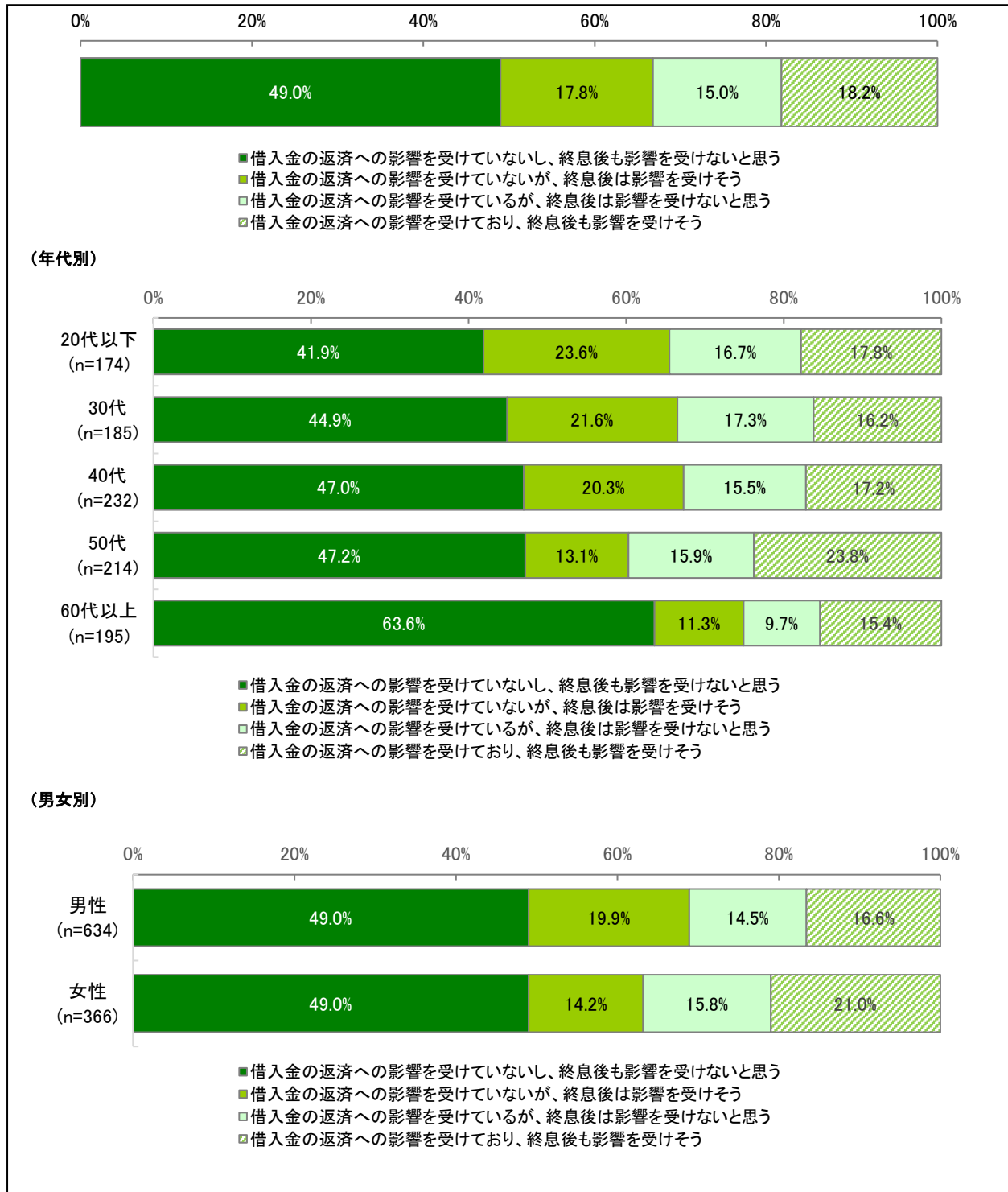


(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について

① コロナ禍における借入金の返済への影響とコロナ禍終息後の見通し

- 借入残高のある個人の借入金の返済への影響とコロナ禍終息後の見通しについて調査したところ、「借入金の返済への影響を受けていないし、終息後も影響を受けないと思う」が49.0%と最も高く、次いで「借入金の返済への影響を受けており、終息後も影響を受けそう」が18.2%、「借入金の返済への影響を受けているが、終息後は影響を受けないと思う」が15.0%、「借入金の返済への影響を受けていないが、終息後は影響を受けそう」が17.8%となった。

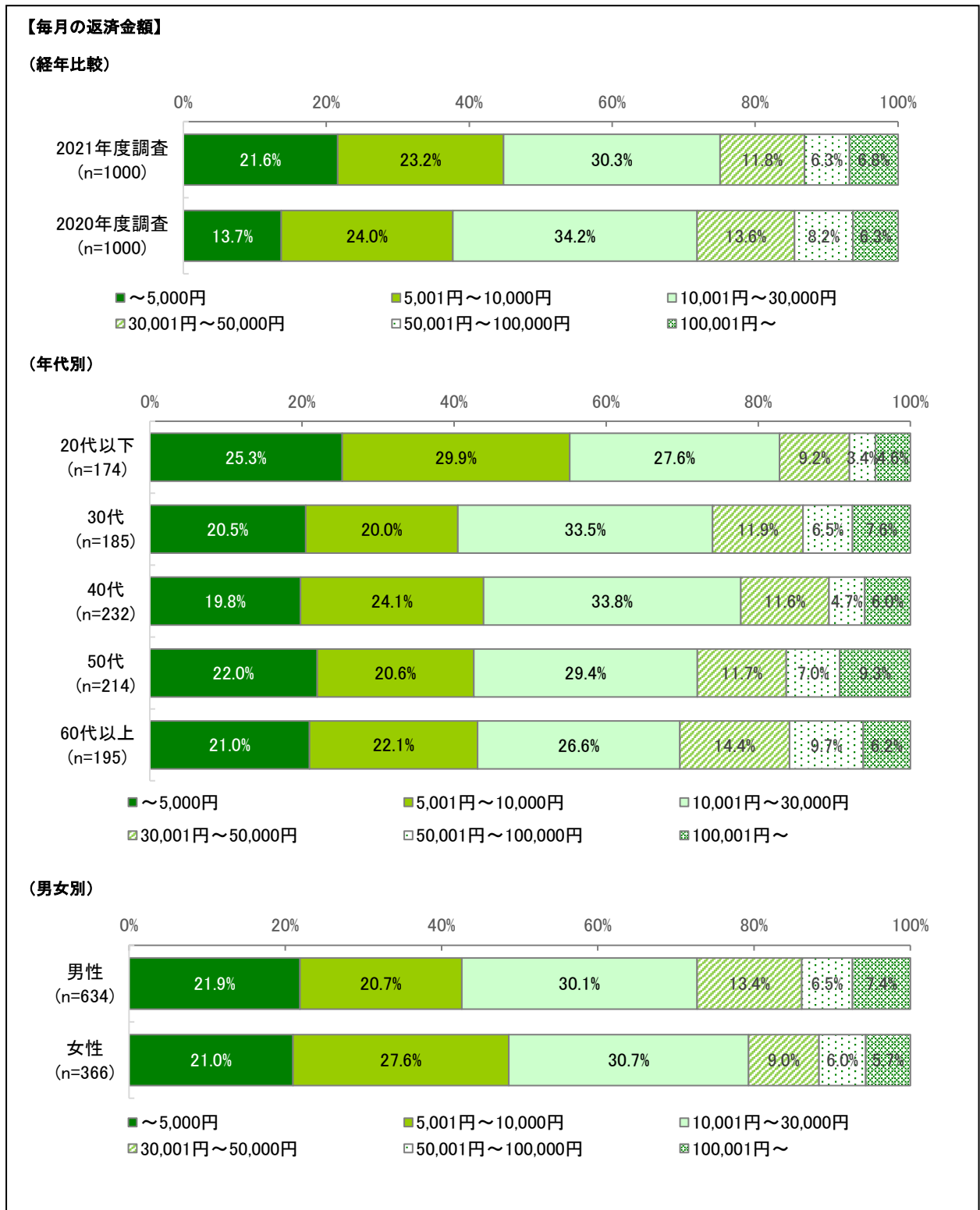
<図表 29：コロナ禍における借入金の返済への影響（n=1000）>



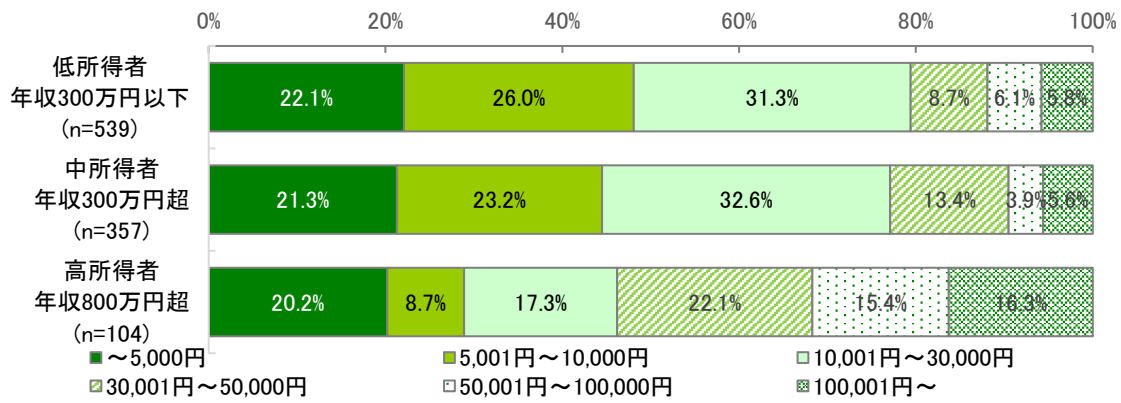
② 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間

- 借入残高のある個人の借入れ後の毎月の返済金額をみると、「10,001円～30,000円」が30.3%と最も高く、次いで「5,001円～10,000円」が23.2%、「～5,000円」が21.6%となった。
- また、完済に至るまでの返済期間については、49.5%が1年以内（「1週間以内」～「1年以内」）と回答した。

＜図表 30：毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間（n=1000）＞

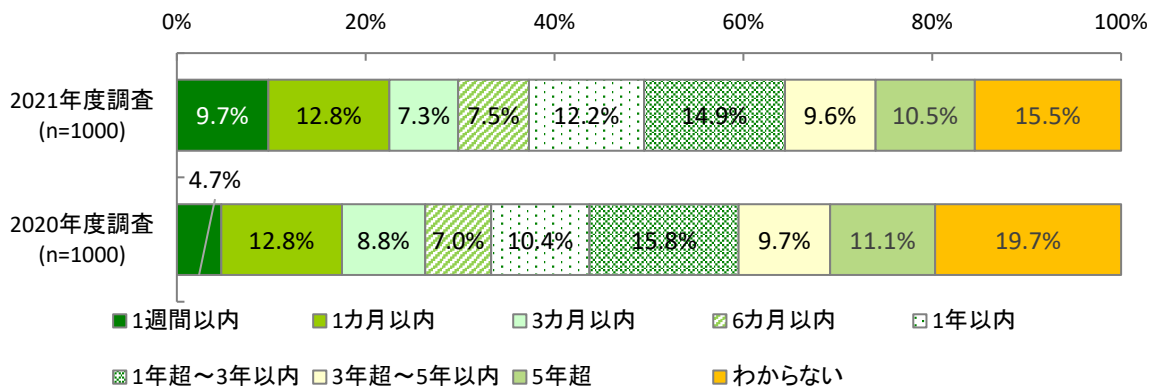


(年収別)

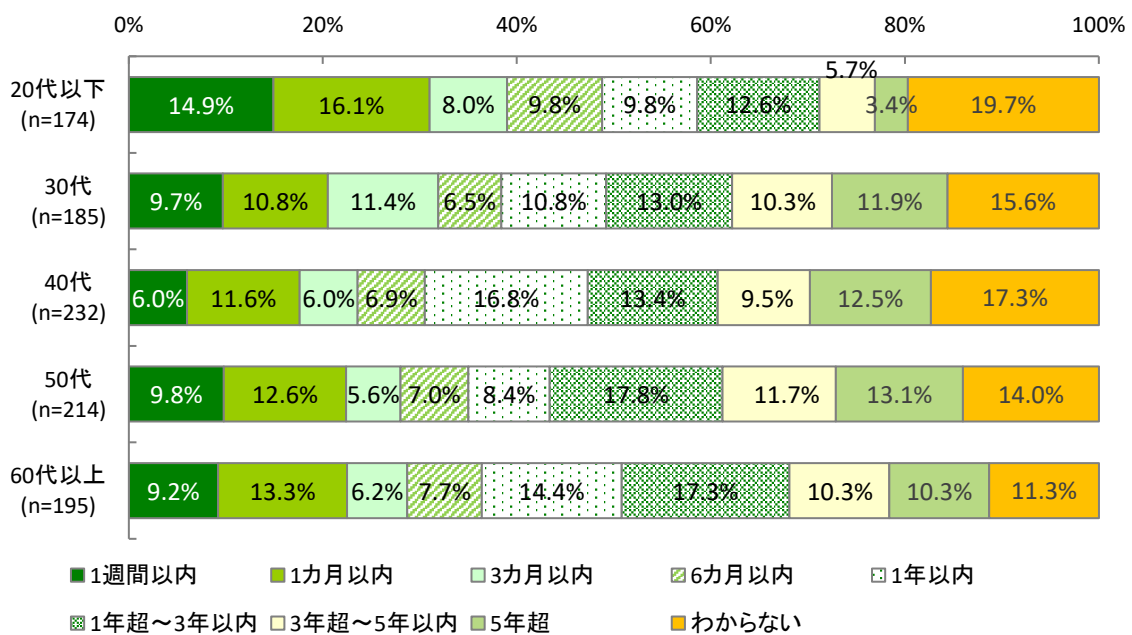


【返済期間】

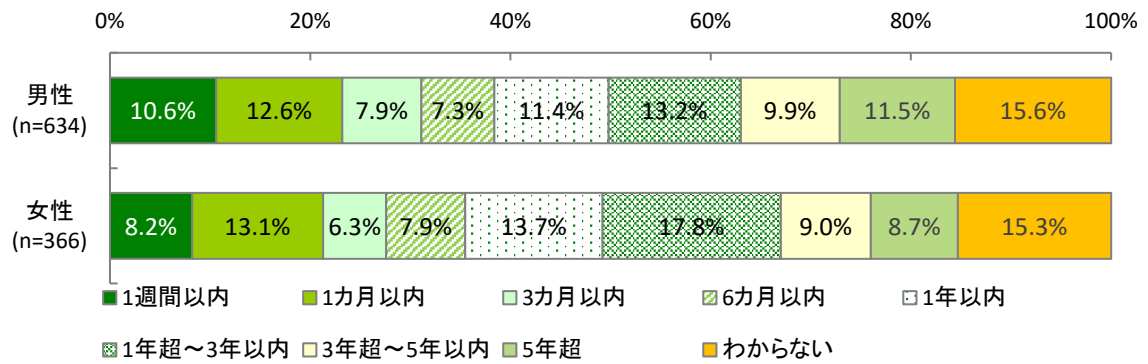
(経年比較/全体)



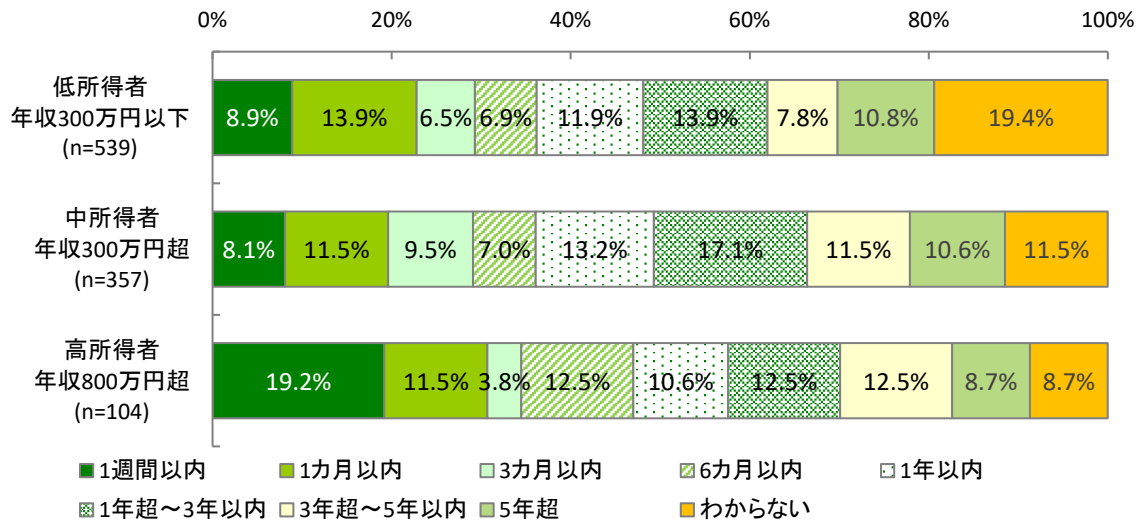
(年代別)



(男女別)



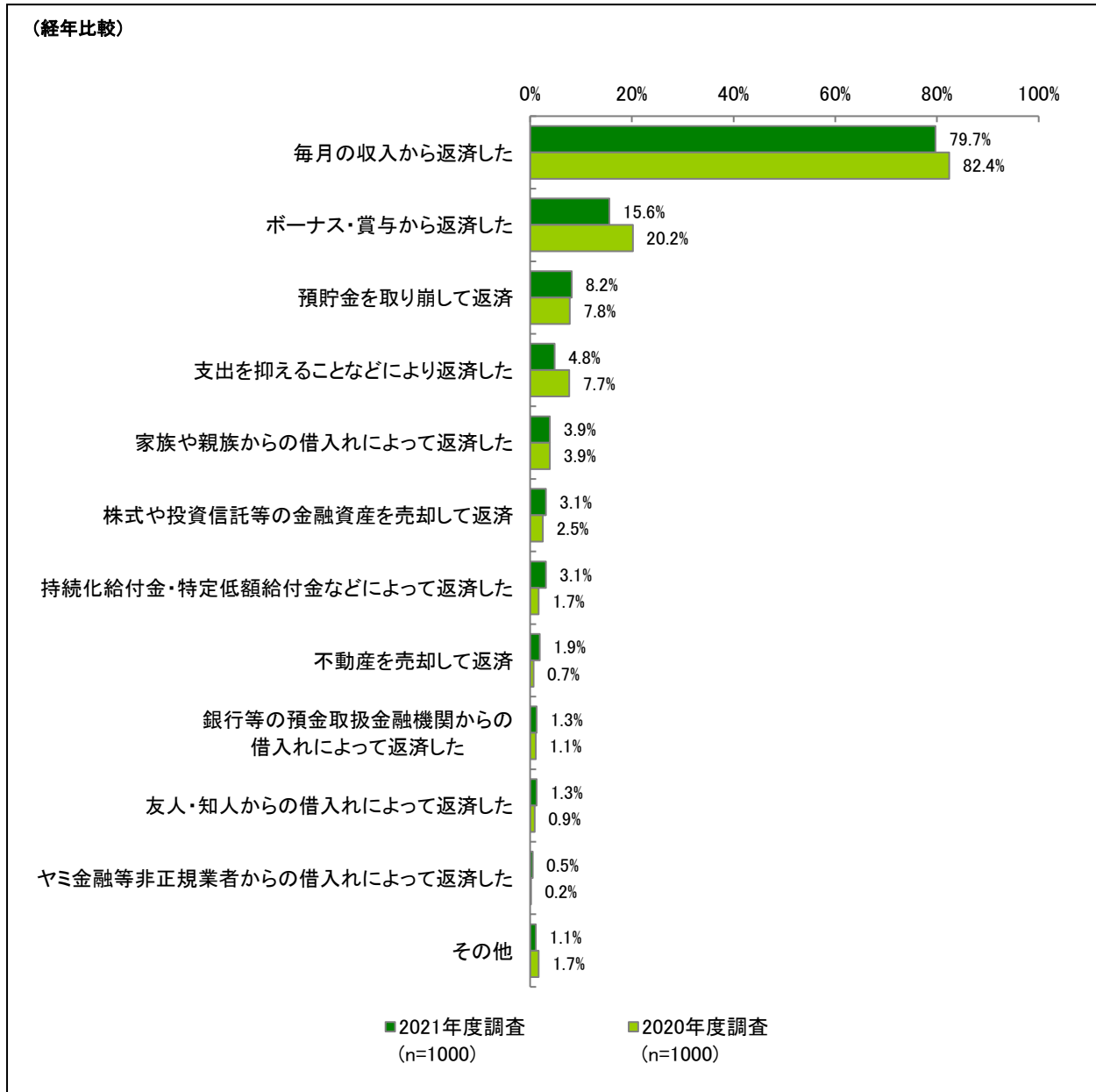
(年収別)



③ 借入後の返済原資について

- 借入経験のある（現在残高のない）個人の借入後の返済原資をみると、「毎月の収入から返済した」が79.7%と最も高く、次いで「ボーナス・賞与から返済した」が15.6%と続いている。

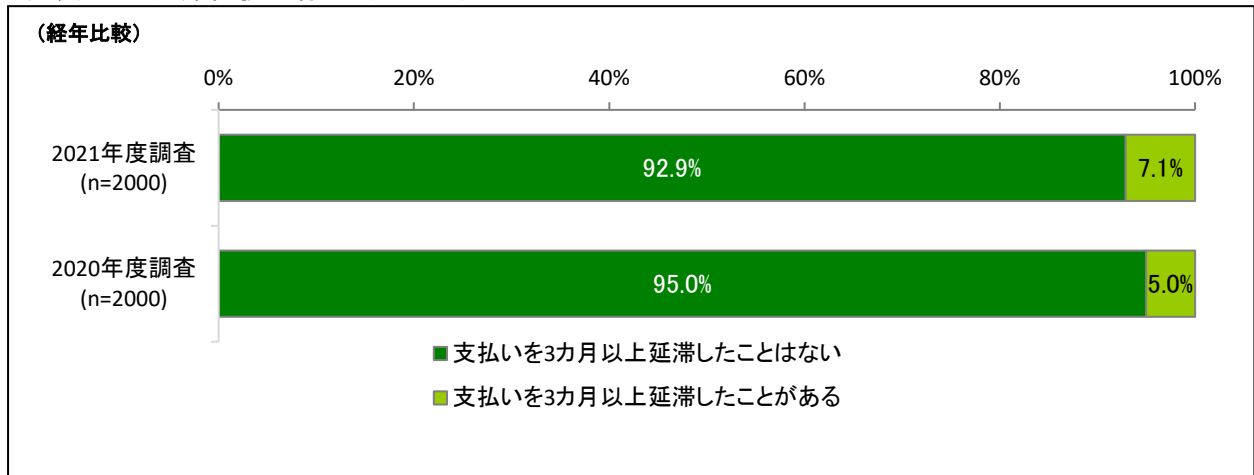
<図表 31：利用者における借入返済原資（複数回答 n=1000）>



④ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れにおける3カ月以上の延滞経験の有無について調査したところ、7.1%が「支払いを3カ月以上延滞したことがある」と回答している。

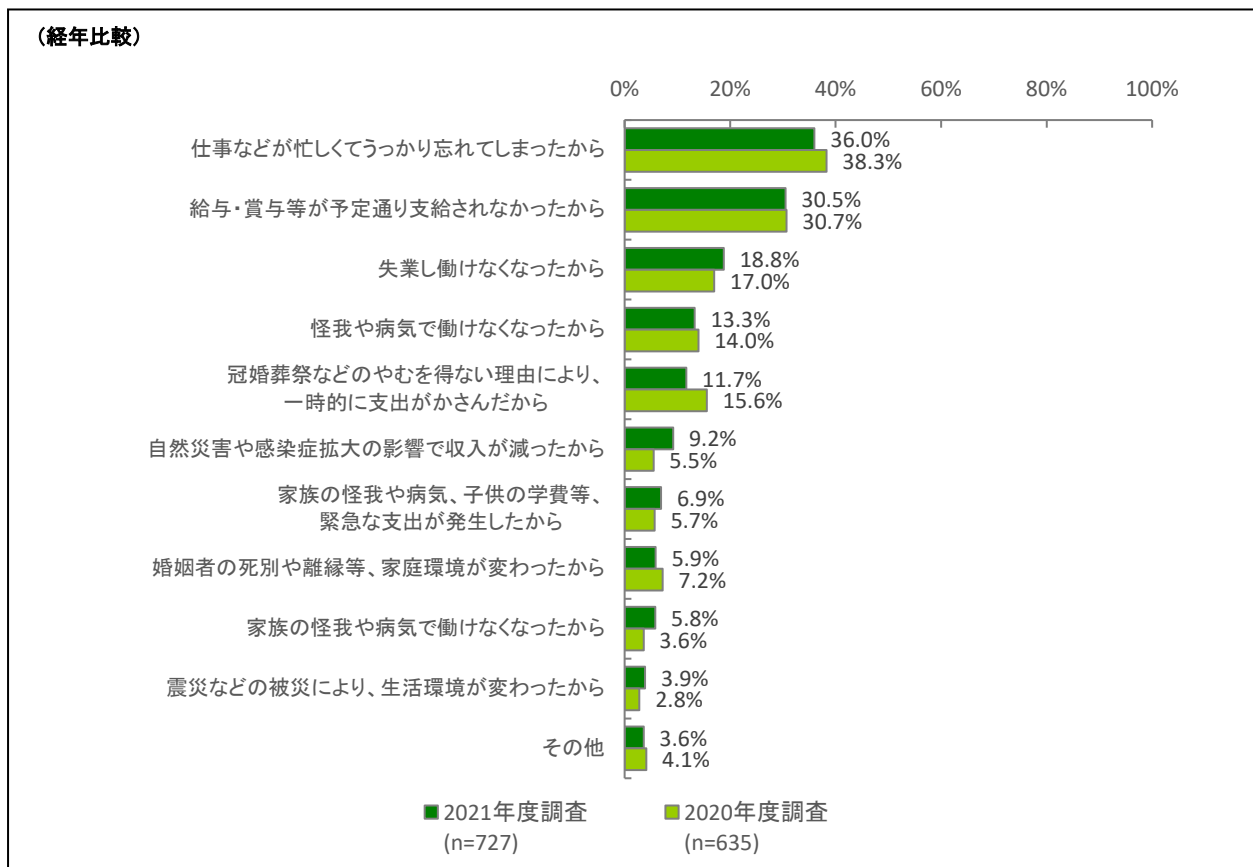
＜図表 32：延滞経験の有無（n=2000）＞



⑤ 延滞した理由について

- 延滞した理由については、「仕事などが忙しくてすっかり忘れてしまったから」と回答した割合が36.0%と最も高く、次いで「給与・賞与等が予定通り支給されなかったから」が30.5%、「失業し働けなくなったから」が18.8%となった。

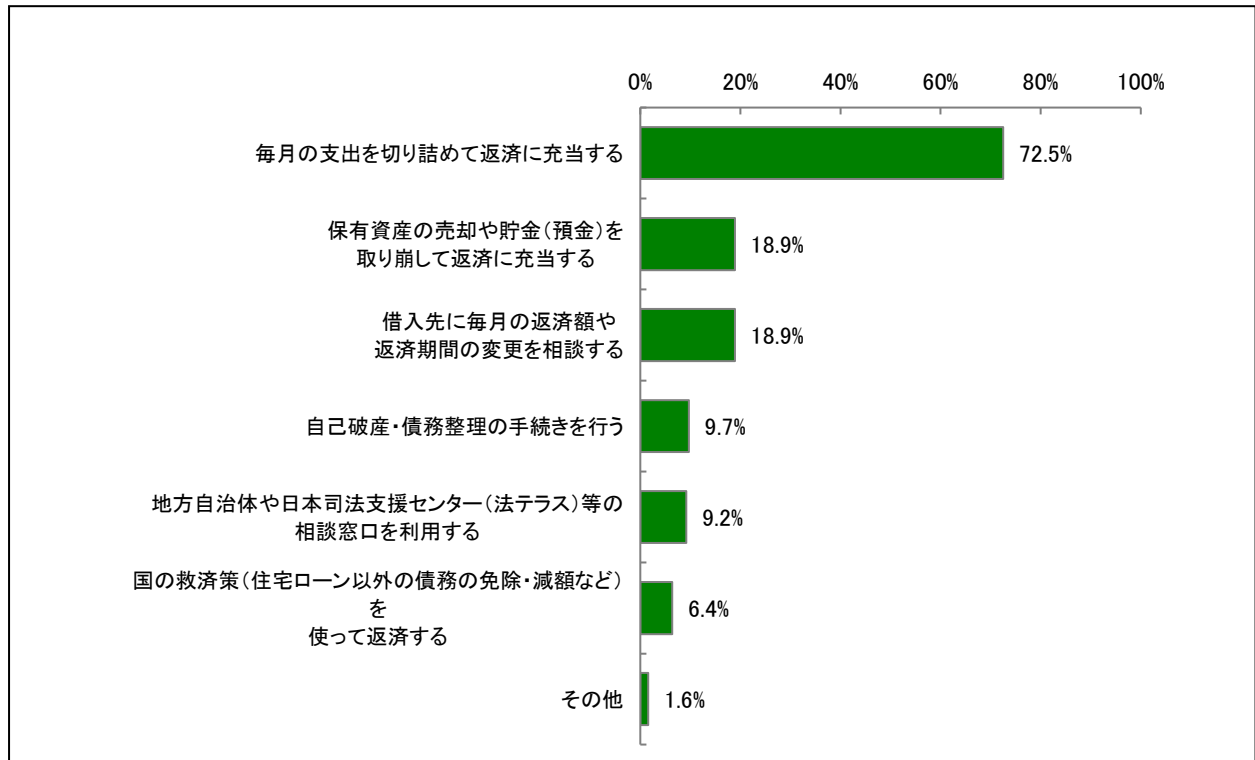
＜図表 33：延滞した理由（複数回答 n=727）＞



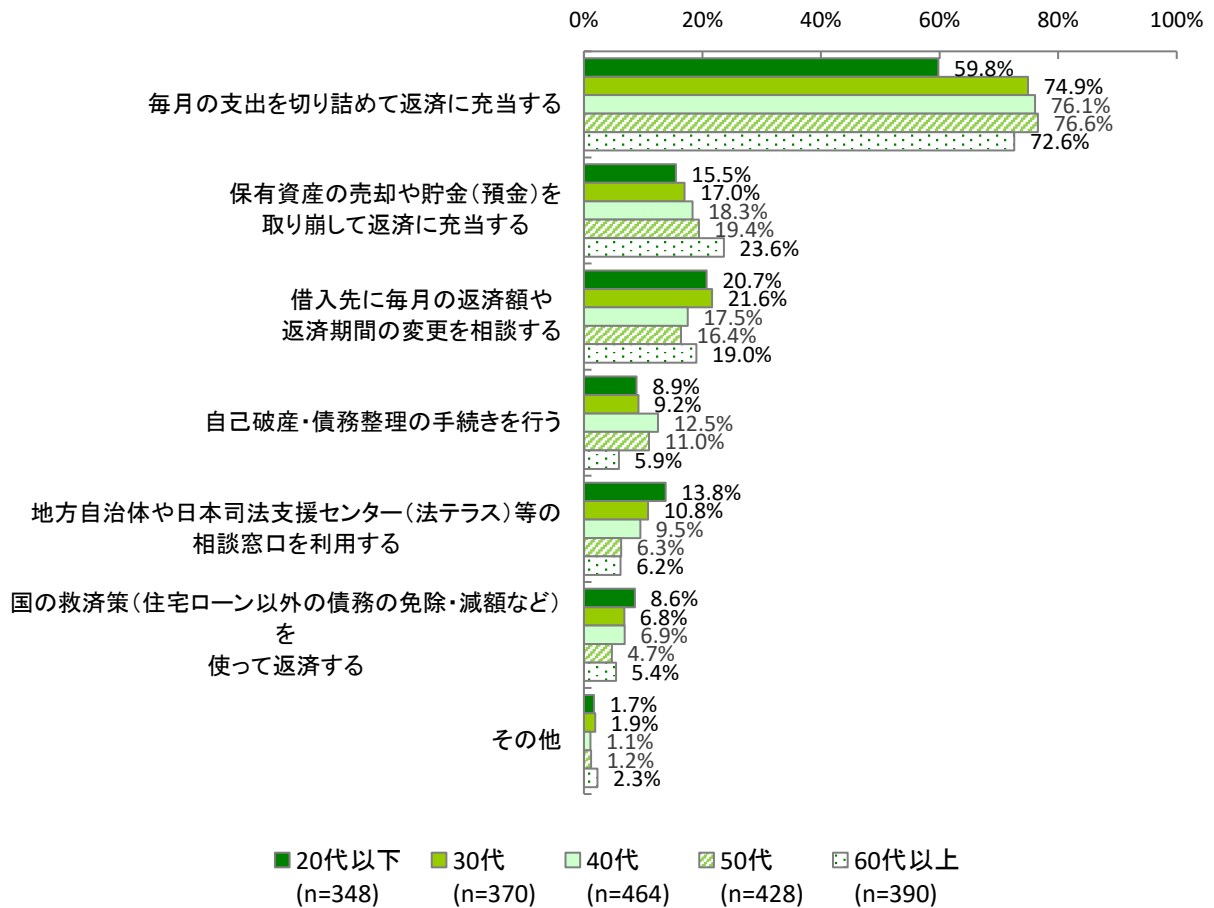
⑥ 返済が困難になった場合における手段や行動等について

- 返済が困難になった場合における手段や行動等について調査したところ、「毎月の支出を切り詰めて返済に充当する」が72.5%と最も高く、次いで「保有資産の売却や貯金(預金)を取り崩して返済に充当する」と「借入先に毎月の返済額や返済期間の変更を相談する」が18.9%と続いている。

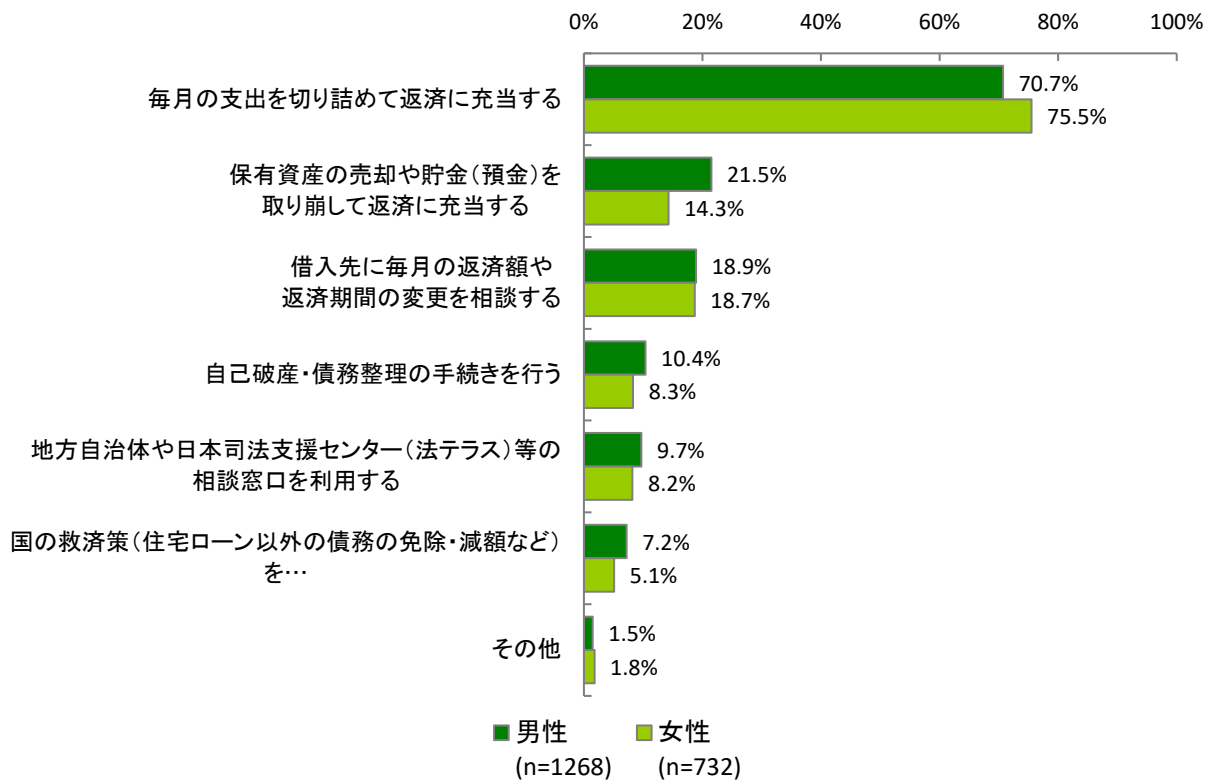
<図表 34 : 返済が困難になった場合における手段や行動等 (複数回答 n=2000) >



(年代別)



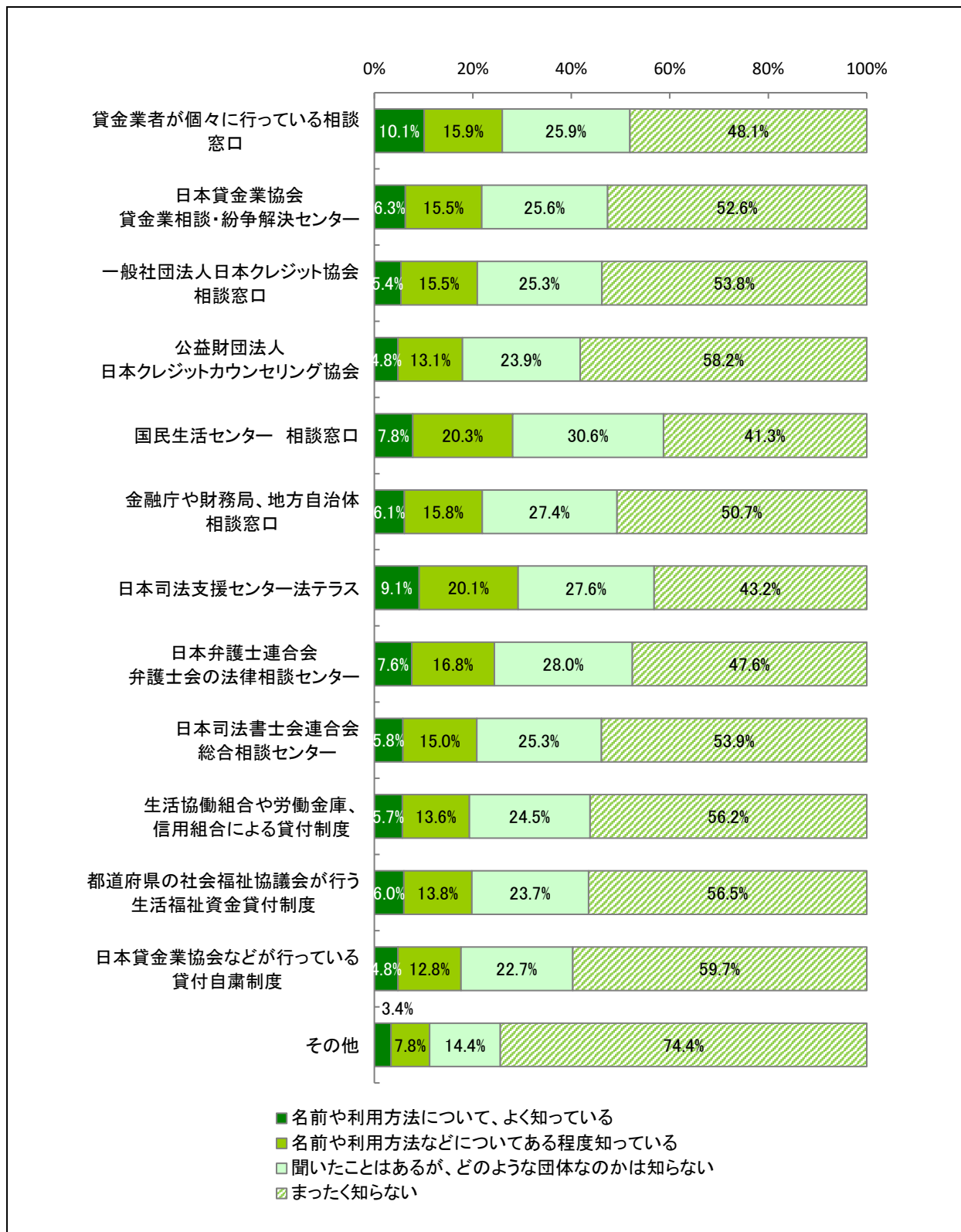
(男女別)



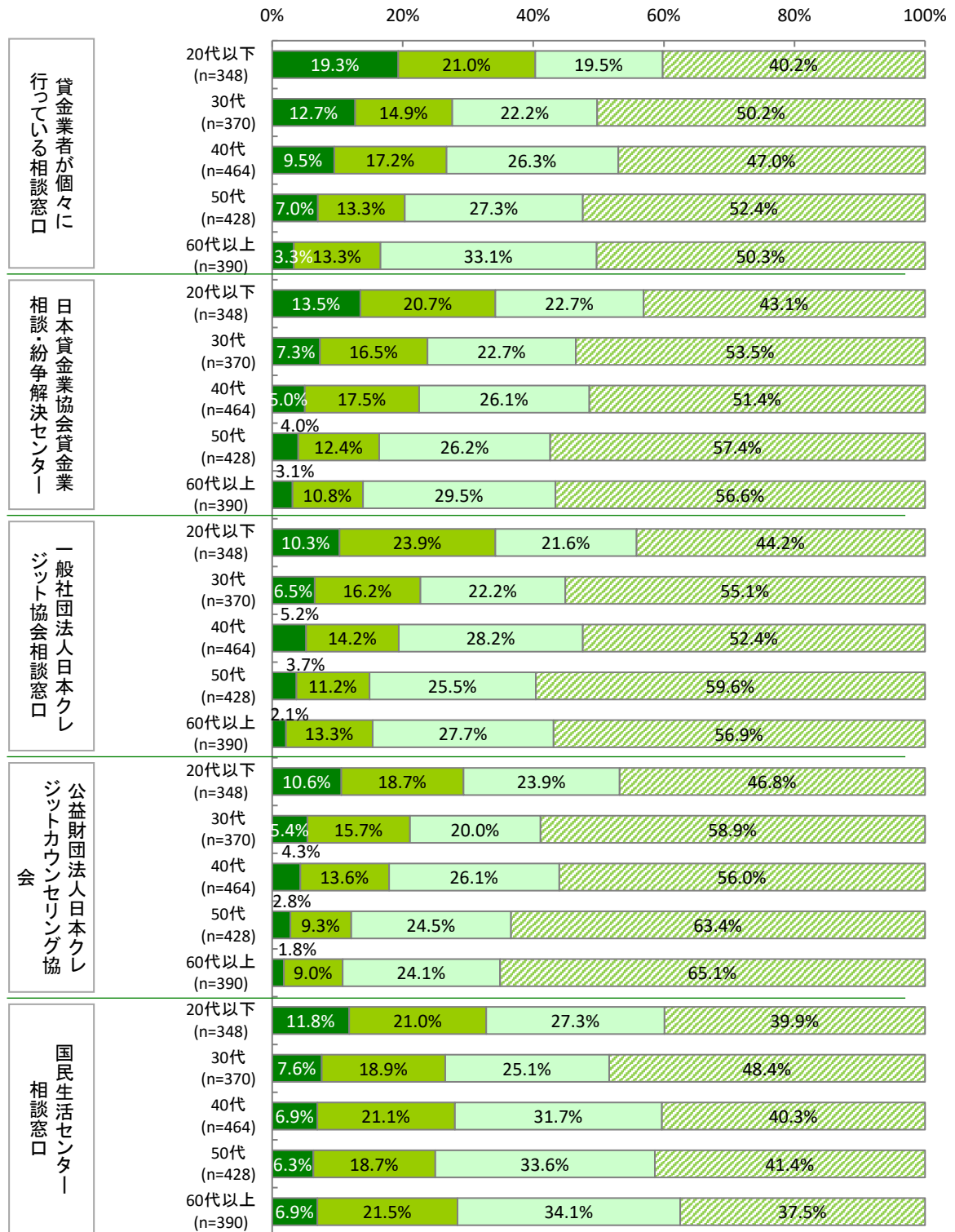
⑦ セーフティネット等の認知度について

- セーフティネット等の認知度について、「名前や利用方法について、よく知っている」、「名前や利用方法などについて、ある程度知っている」と回答した割合の合計をみると、「日本司法支援センター法テラス」が29.2%と最も高く、次いで「国民生活センター相談窓口」が28.1%と続いている。

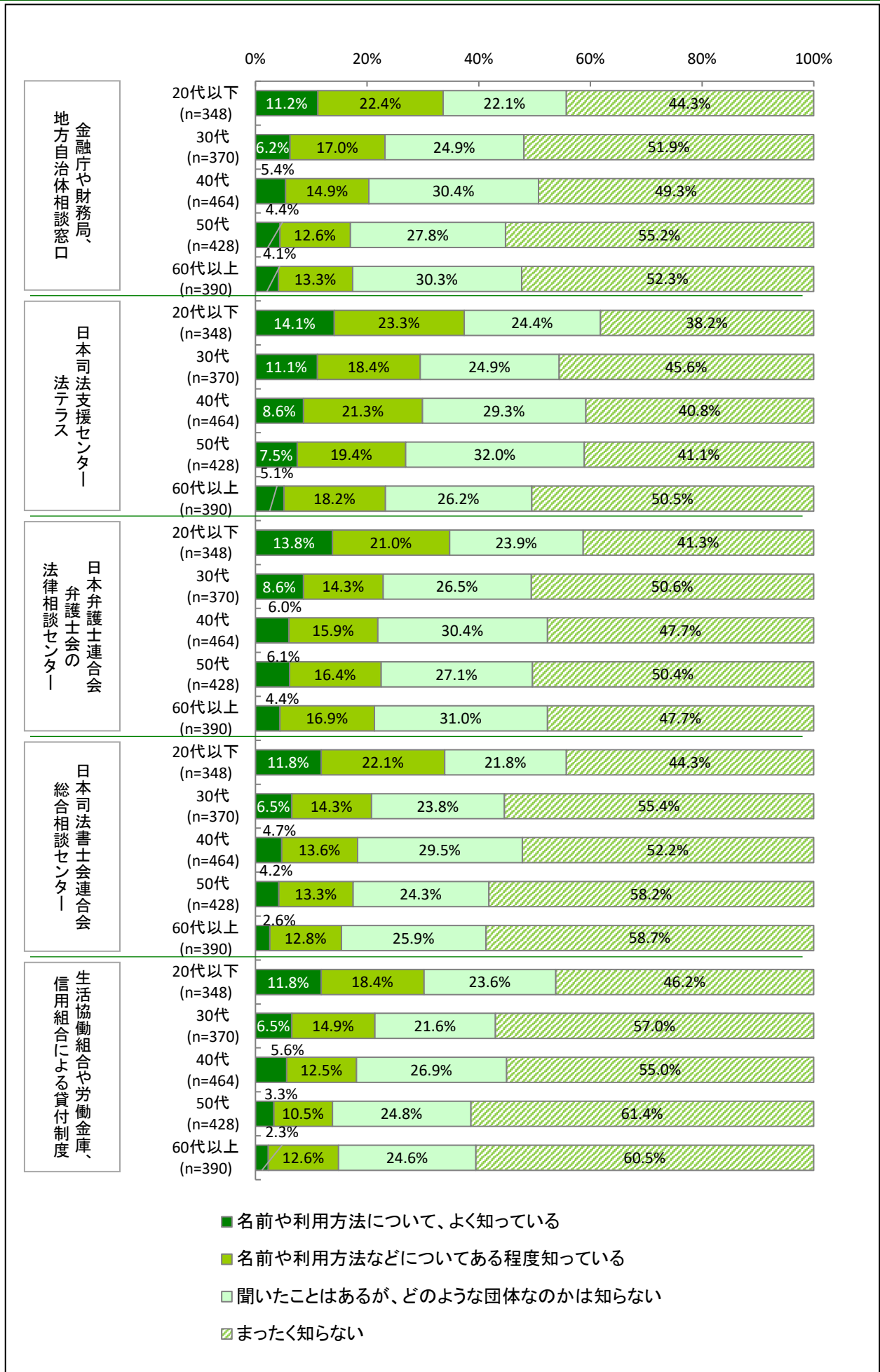
＜図表 35：セーフティネット等の認知度（n=2000）＞

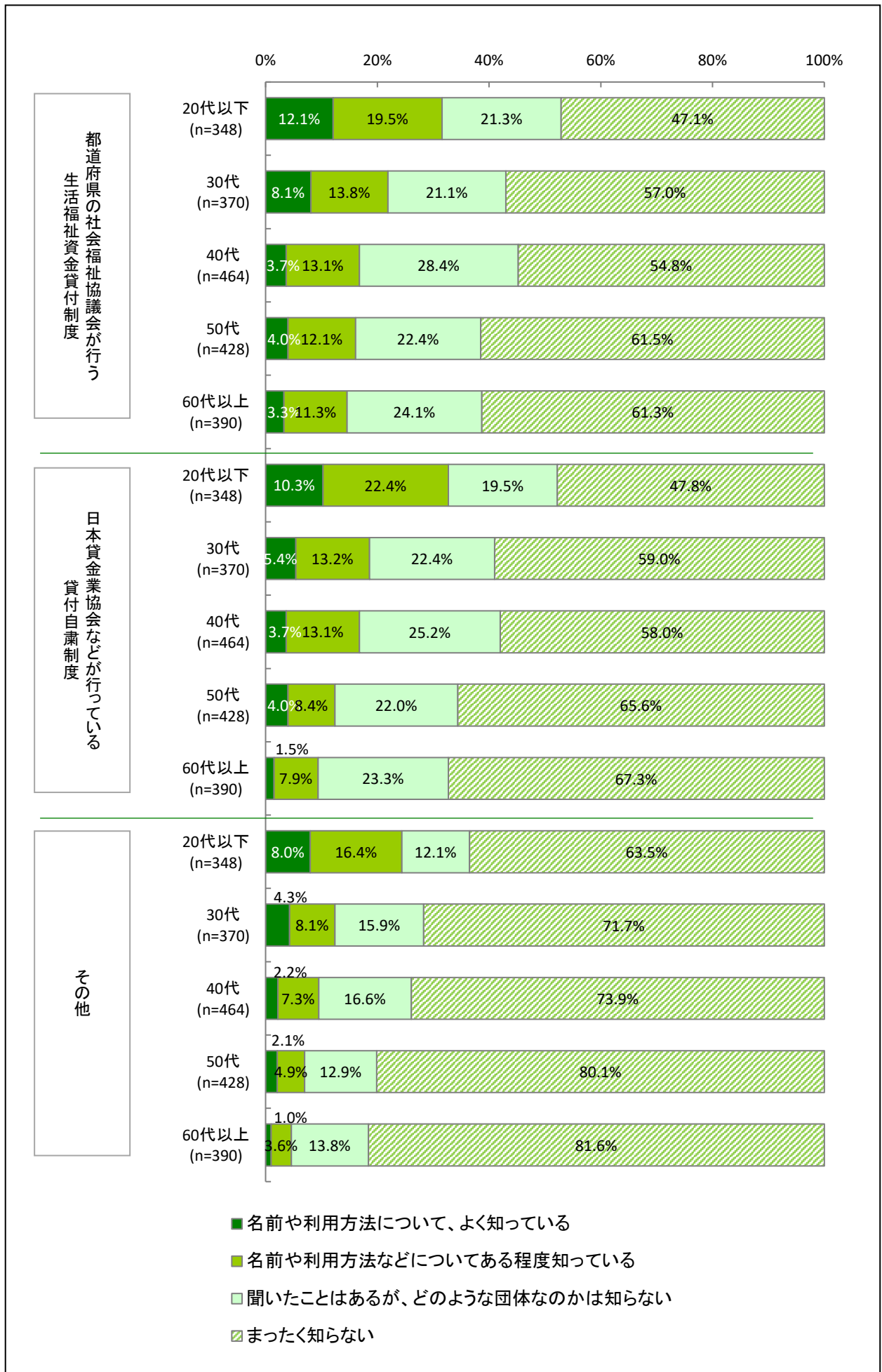


(年代別)



- 名前や利用方法について、よく知っている
- 名前や利用方法などについてある程度知っている
- 聞いたことはあるが、どのような団体なのかは知らない
- まったく知らない

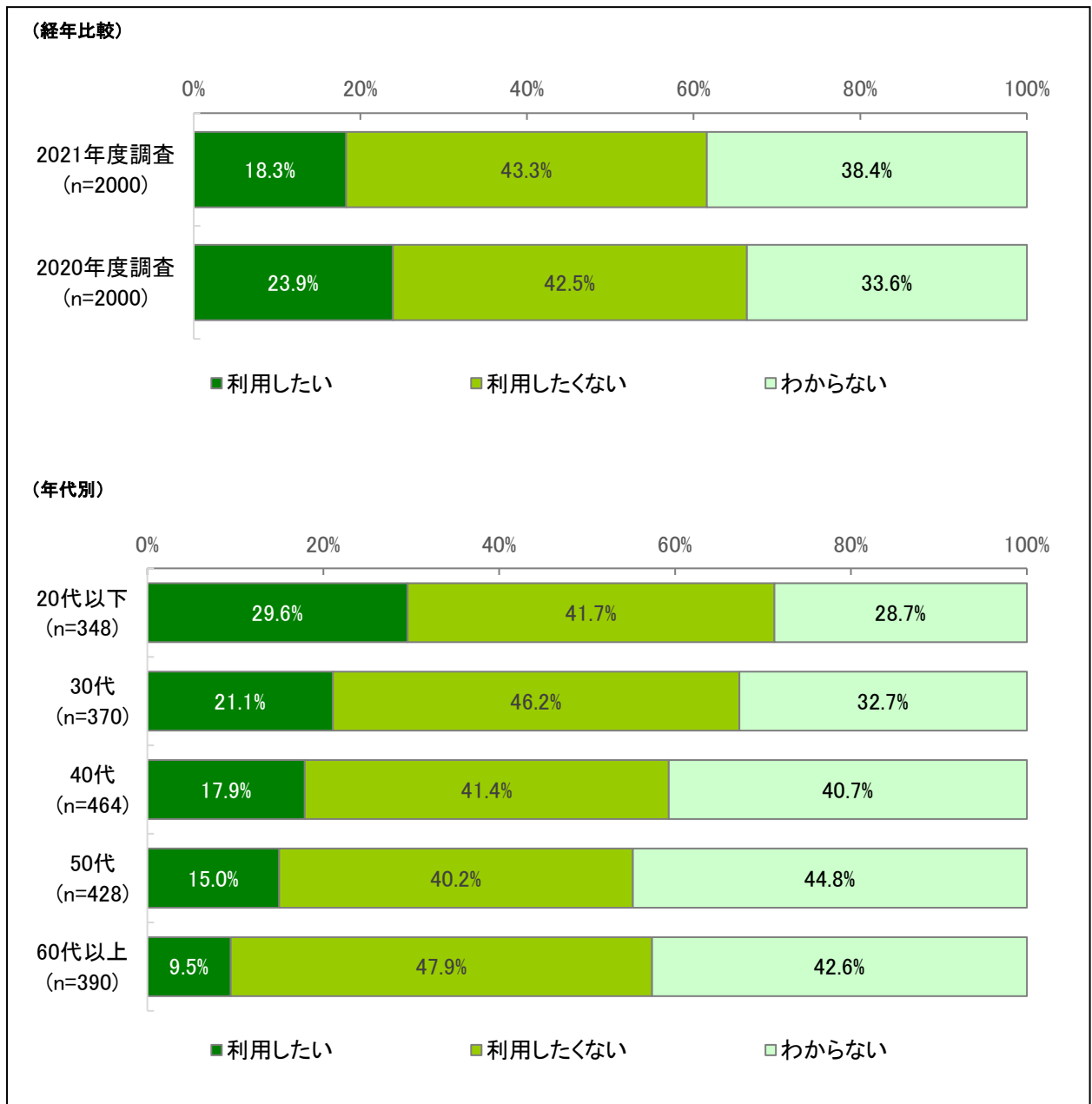




⑧ 借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向について

- 借入経験のある個人に対して、借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向について調査したところ、18.3%が利用したいと回答している。

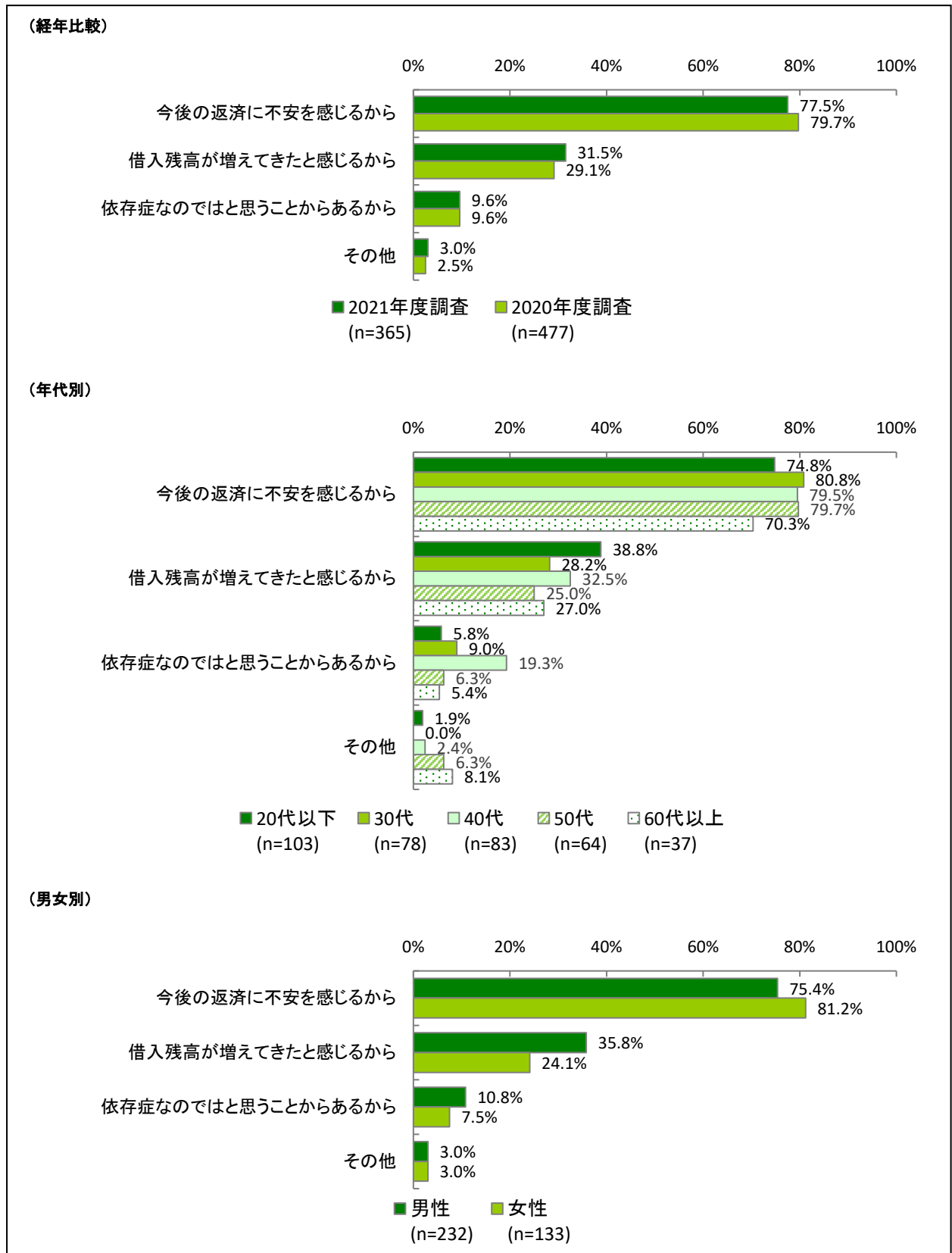
<図表 36：返済等に関するカウンセリングの利用意向（複数回答 n=2000）>



⑨ 借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由について

- 借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由をみると、「今後の返済に不安を感じるから」が77.5%と最も高く、次いで「借入残高が増えてきたと感じるから」が31.5%、「依存症なのではと思うことからあるから」が9.6%となった。

<図表 37：借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由（複数回答 n=365）>

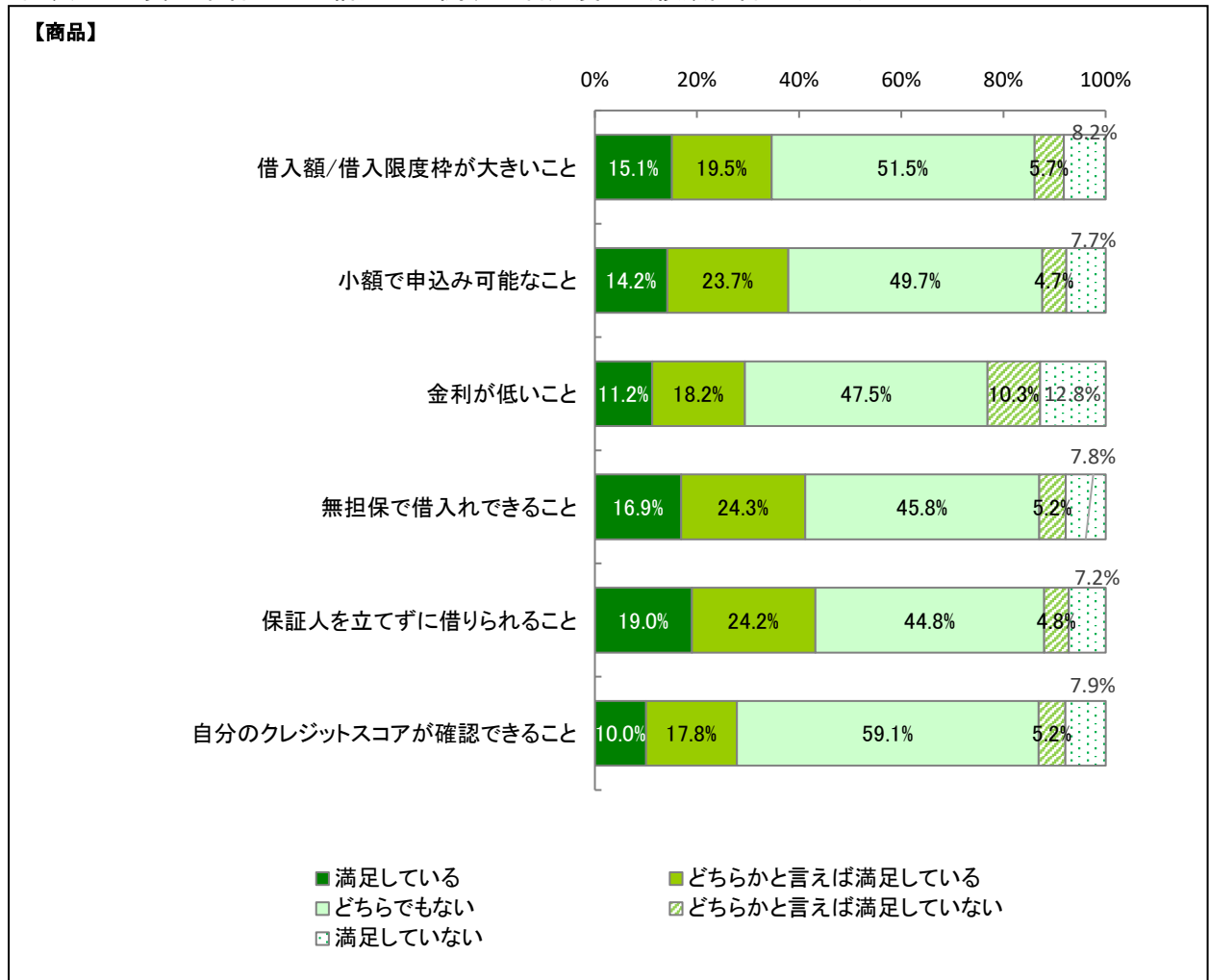


(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について

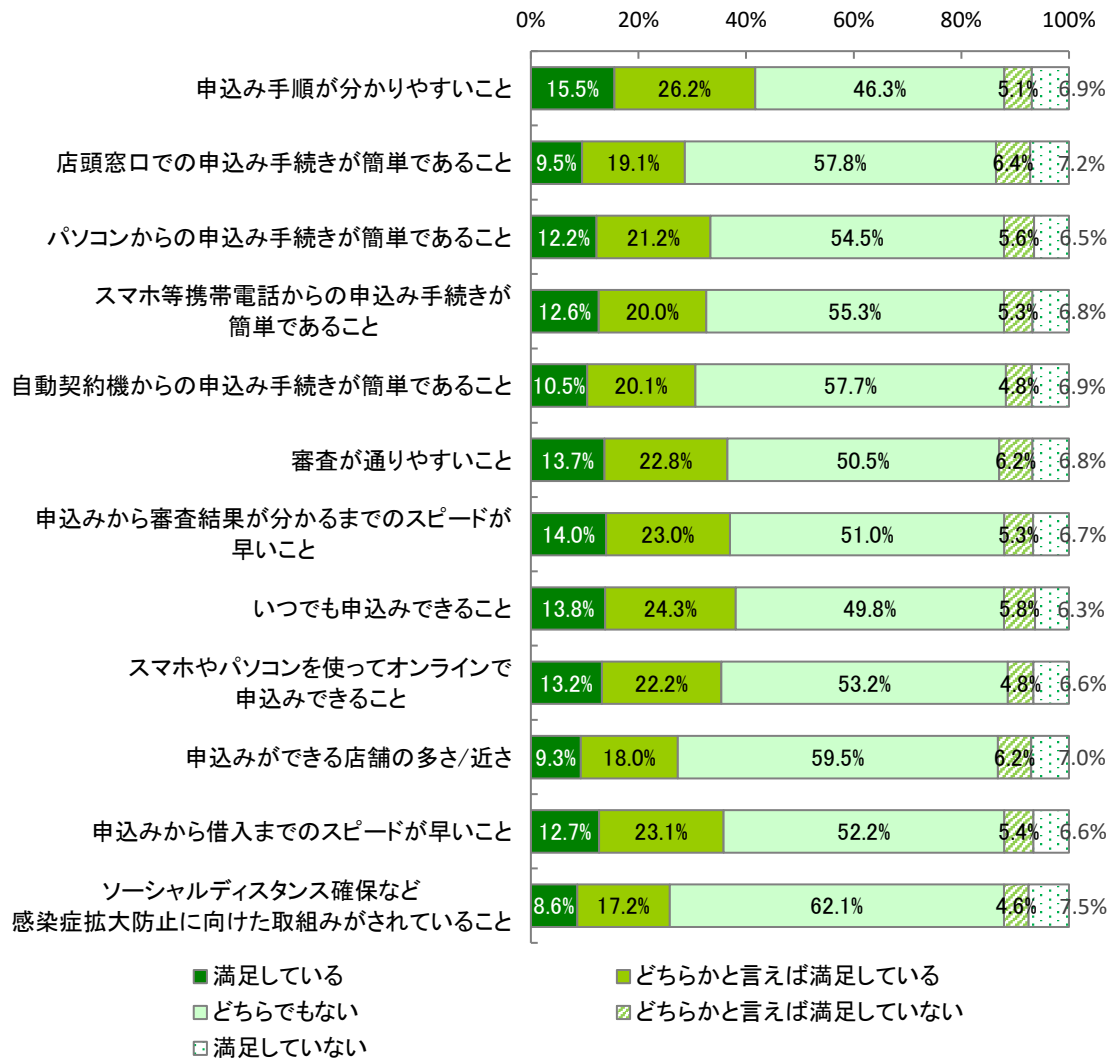
① 貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れに関する満足度について調査したところ、「満足している」、「どちらかと言えば満足している」と回答した割合の合計は、「保証人を立てずに借りられること」が43.2%と最も高く、次いで「無担保で借入できること」が41.2%、「小額で申込み可能なこと」が37.9%となった。

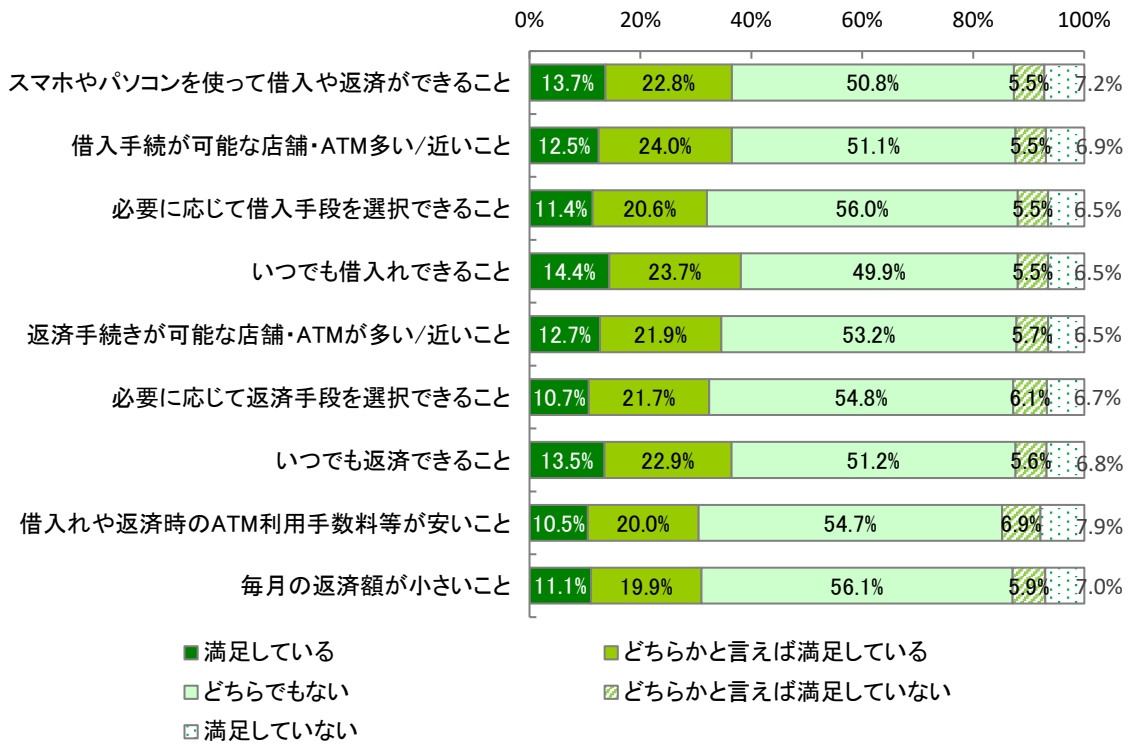
＜図表 38：貸金業者からの借入れに関する満足度（複数回答 n=2000）＞



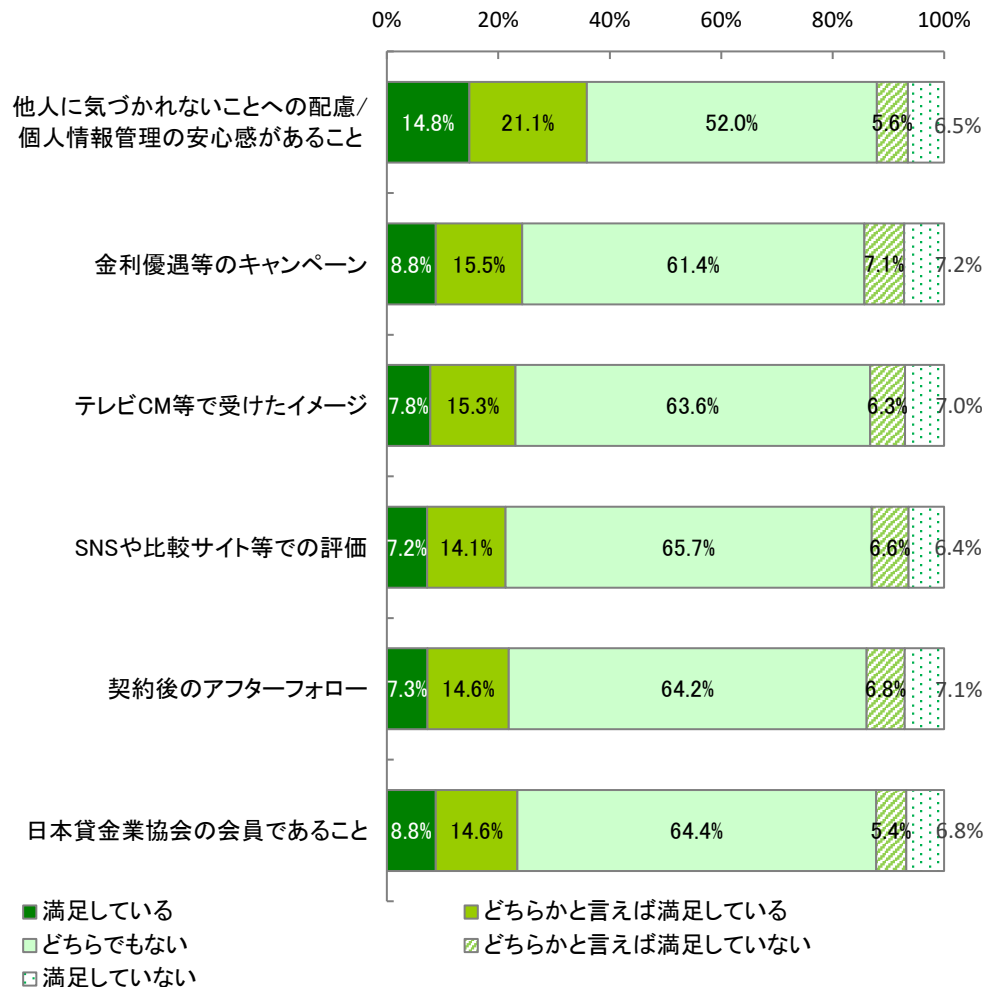
【申込み】



【借入・返済】



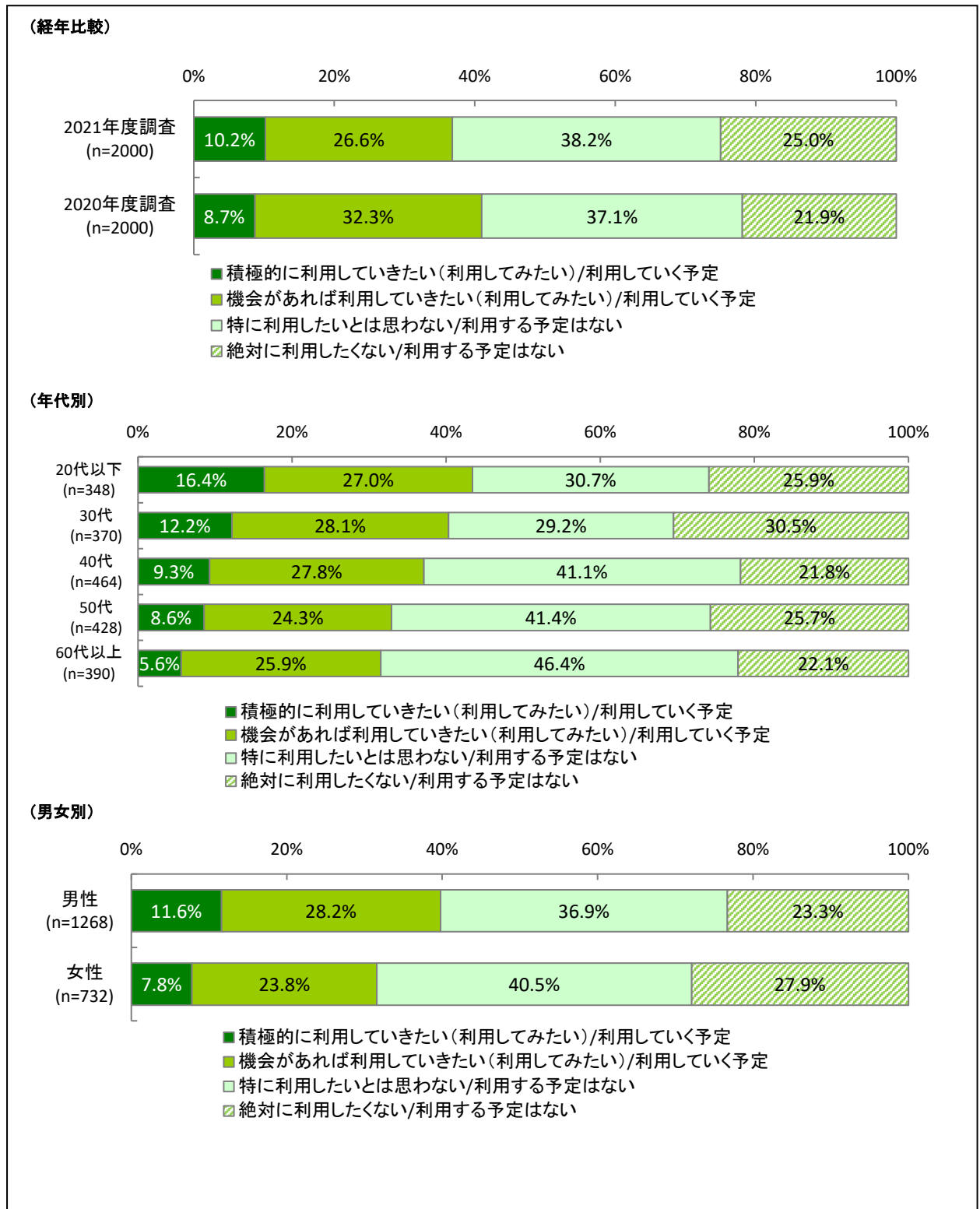
【その他】



② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向

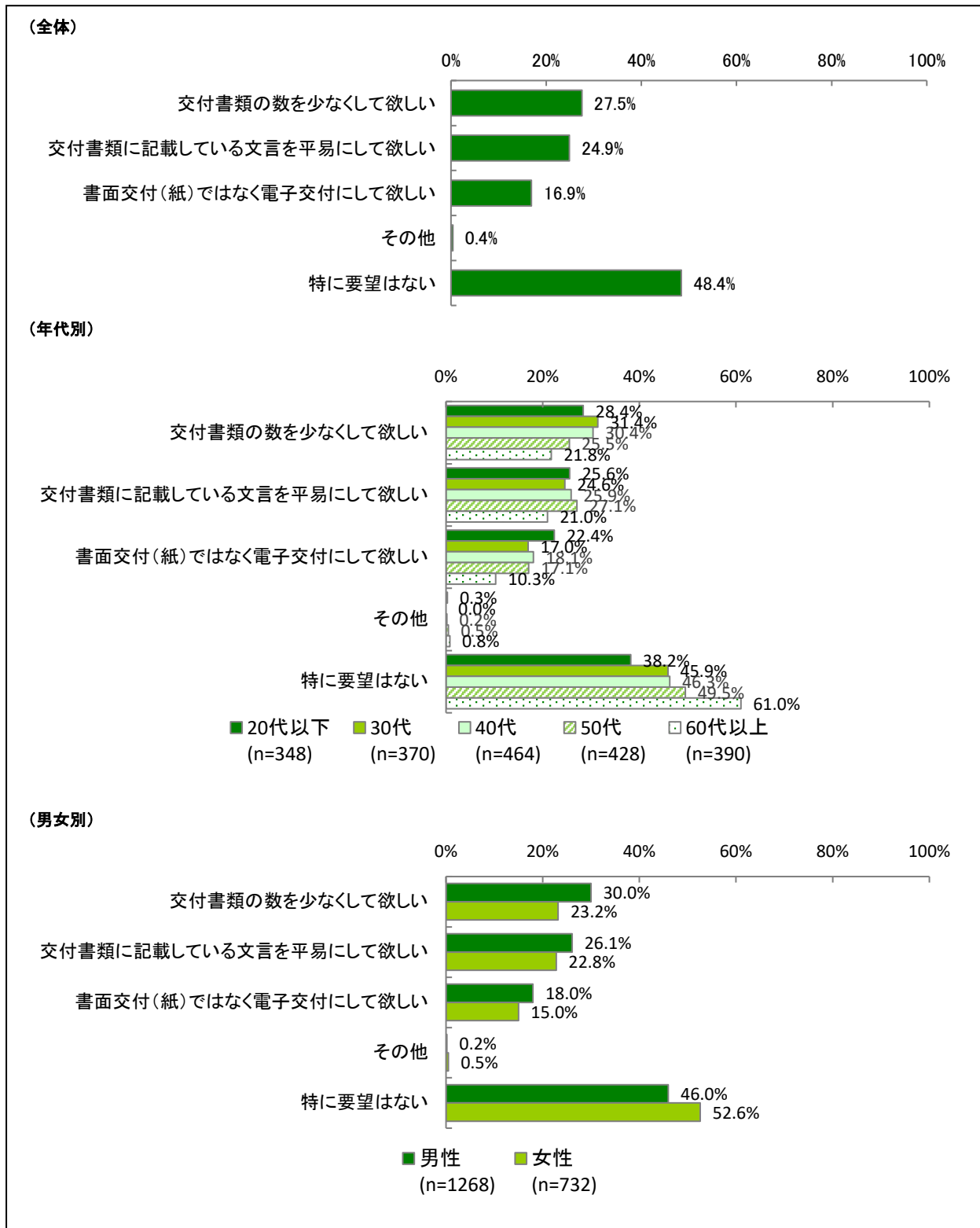
- 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向について、「積極的に利用していきたい（利用してみたい）/利用していく予定」、「機会があれば利用していきたい（利用してみたい）/利用していく予定」と回答した割合の合計は36.8%となった。
- 年代別にみると、特に「20代以下」で利用していきたい（利用してみたい）/利用していく予定と回答した割合が高い結果となっている。

＜図表 39：貸金業者からの借入れについての今後の利用意向（複数回答 n=2000）＞



- ③ 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望
- 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望については、「特に要望はない」が48.4%と最も高く、次いで「交付書類の数を少なくして欲しい」が27.5%、「交付書類に記載している文言を平易にして欲しい」が24.9%、「交付書類に記載している文言を平易にして欲しい」が24.9%となった。

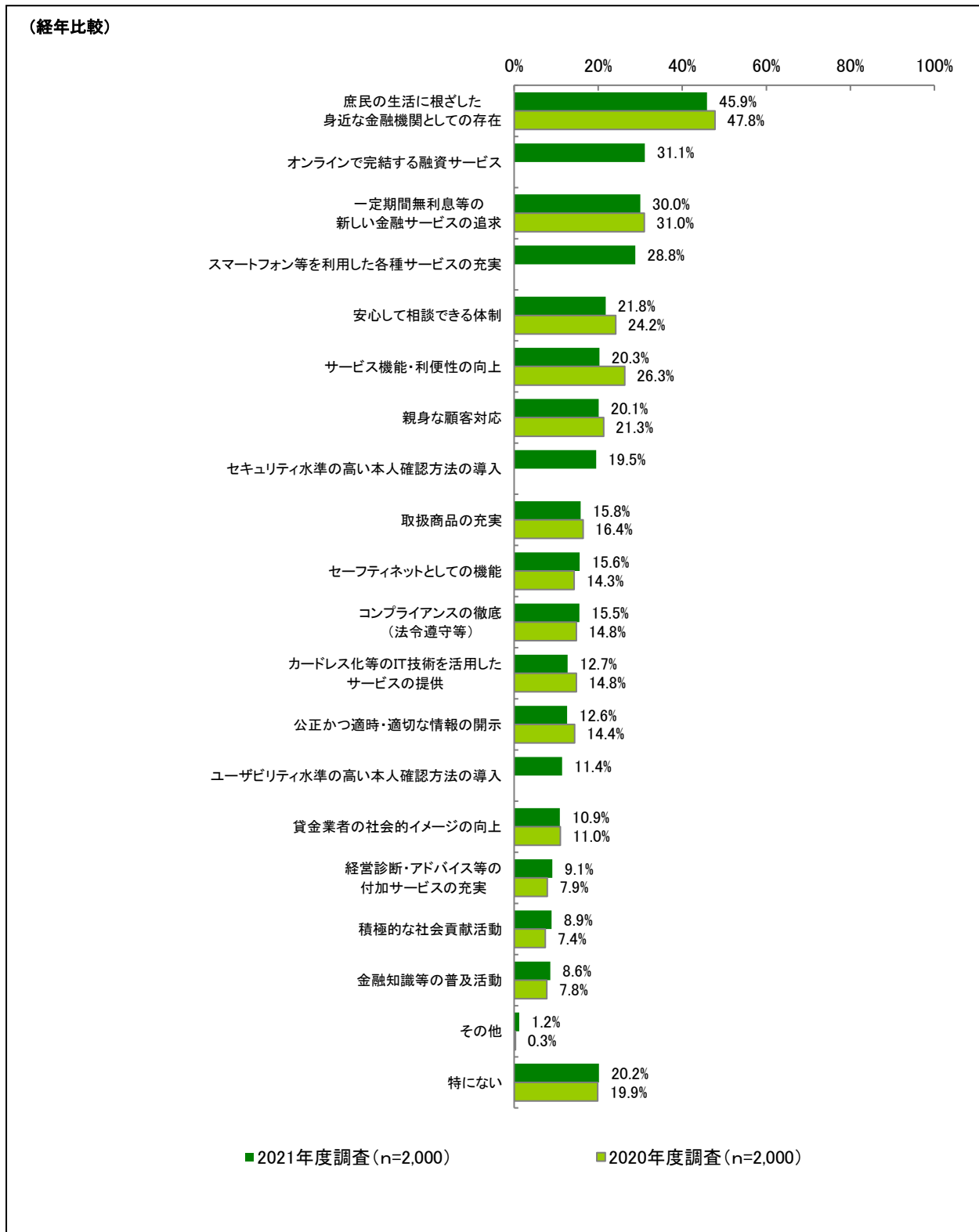
<図表 40：貸金業者に望むこと（複数回答 n=2000）>



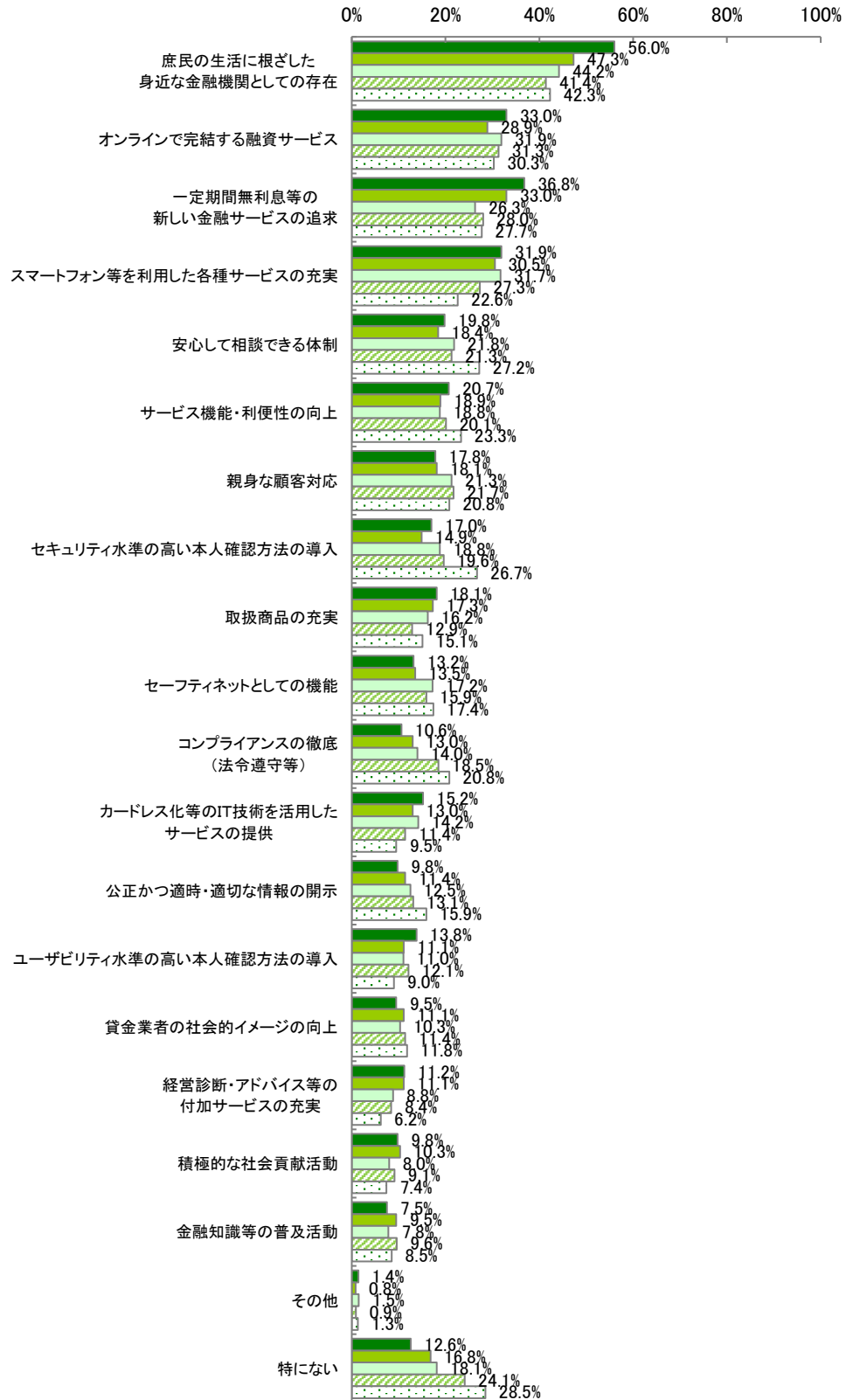
④ 貸金業者に対して望んでいるサービスや役割について

- 貸金業者に対して望んでいるサービスや役割については、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が45.9%と最も高く、次いで「オンラインで完結する融資サービス」が31.1%、「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求」が30.0%となった。一方、貸金業者の業態や事業規模に応じて、それぞれ望んでいる内容に違いが生じている結果となっている。

<図表 41：貸金業者に対して望んでいるサービスや役割（複数回答 n=2000）>

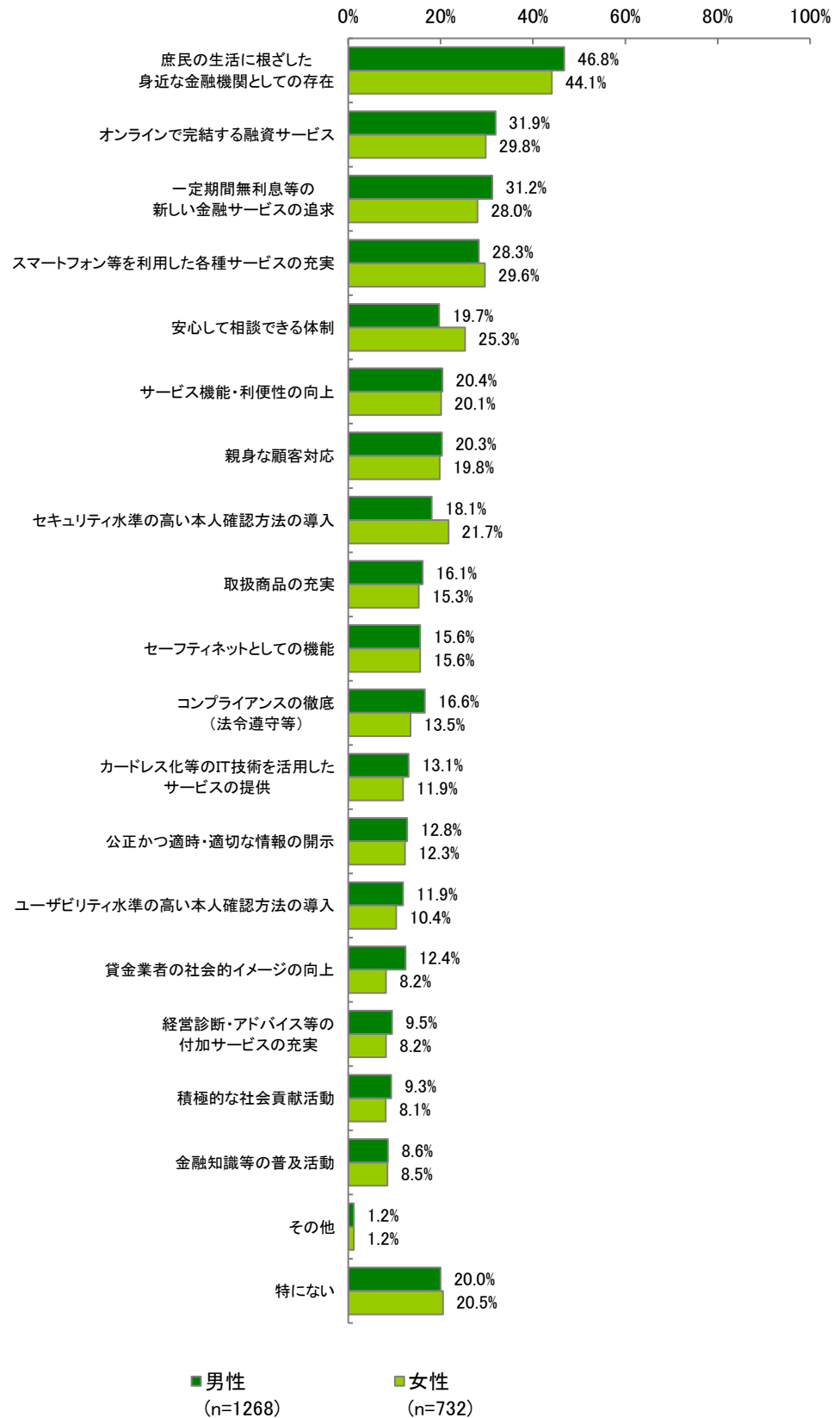


(年代別)

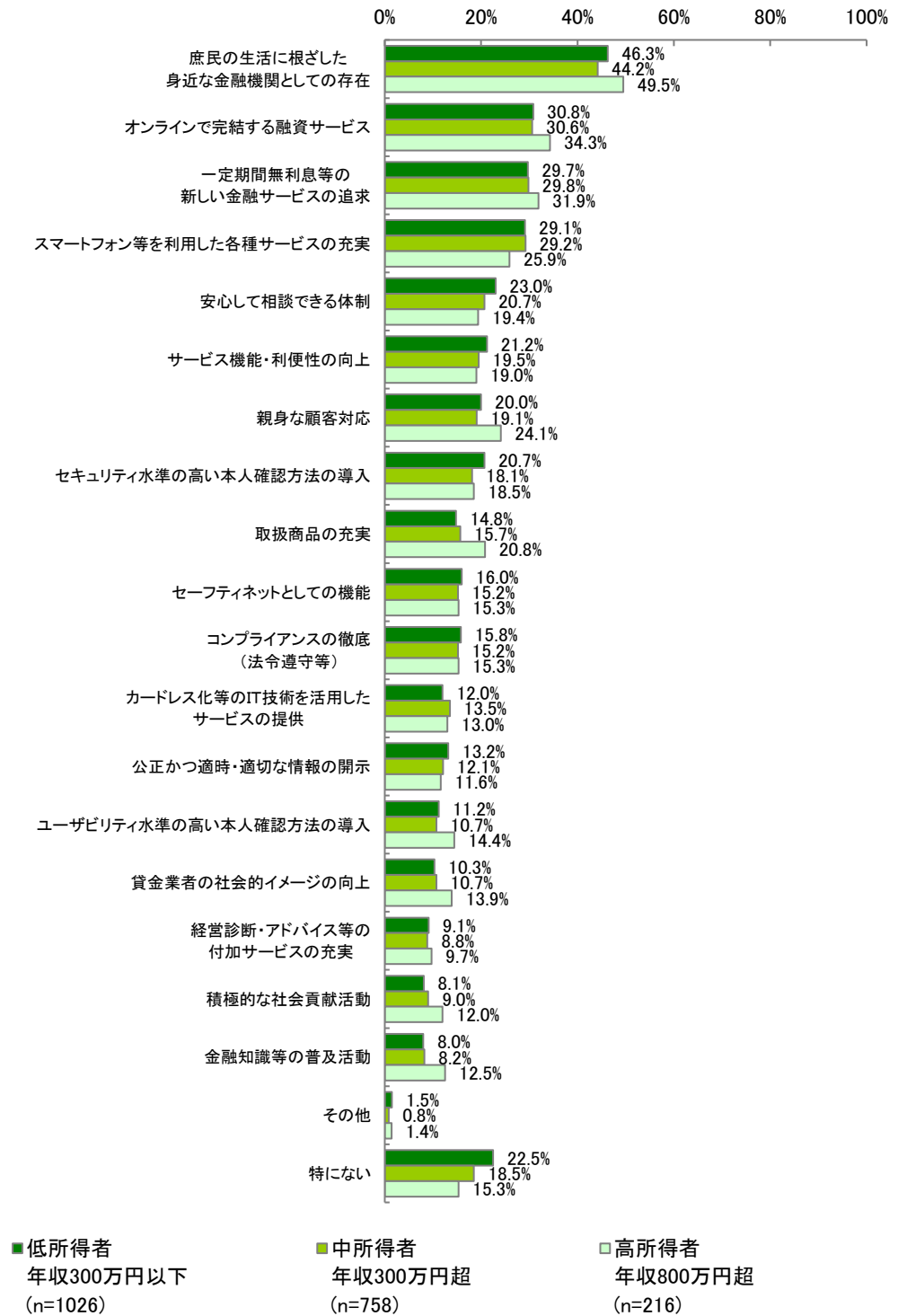


■ 20代以下 (n=348) ■ 30代 (n=370) ■ 40代 (n=464) ■ 50代 (n=428) ■ 60代以上 (n=390)

(男女別)



(年収別)

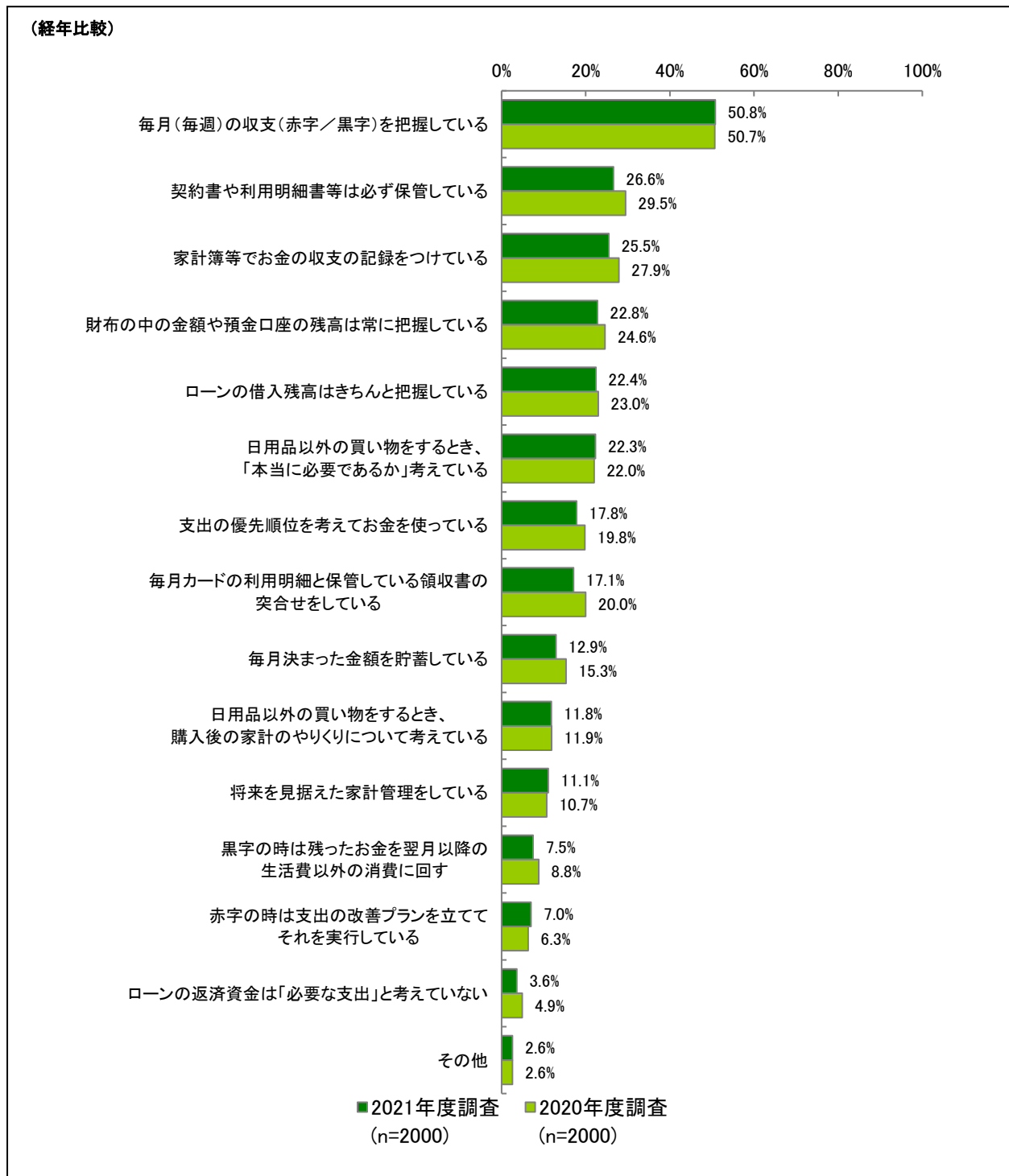


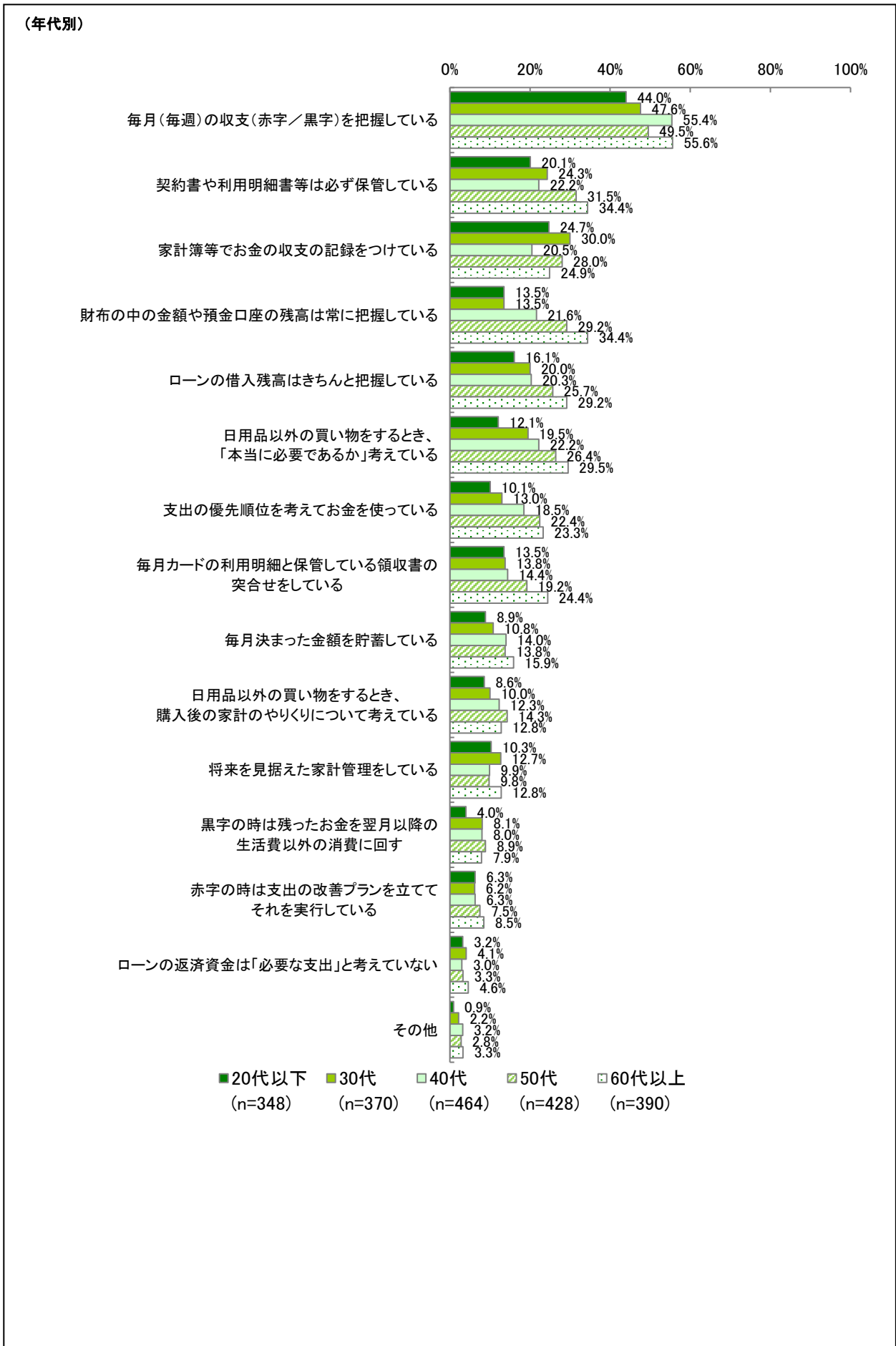
(5) 資金需要者等の借入れに関する知識・スキル（金融リテラシー）

① 現在行っている家計管理について

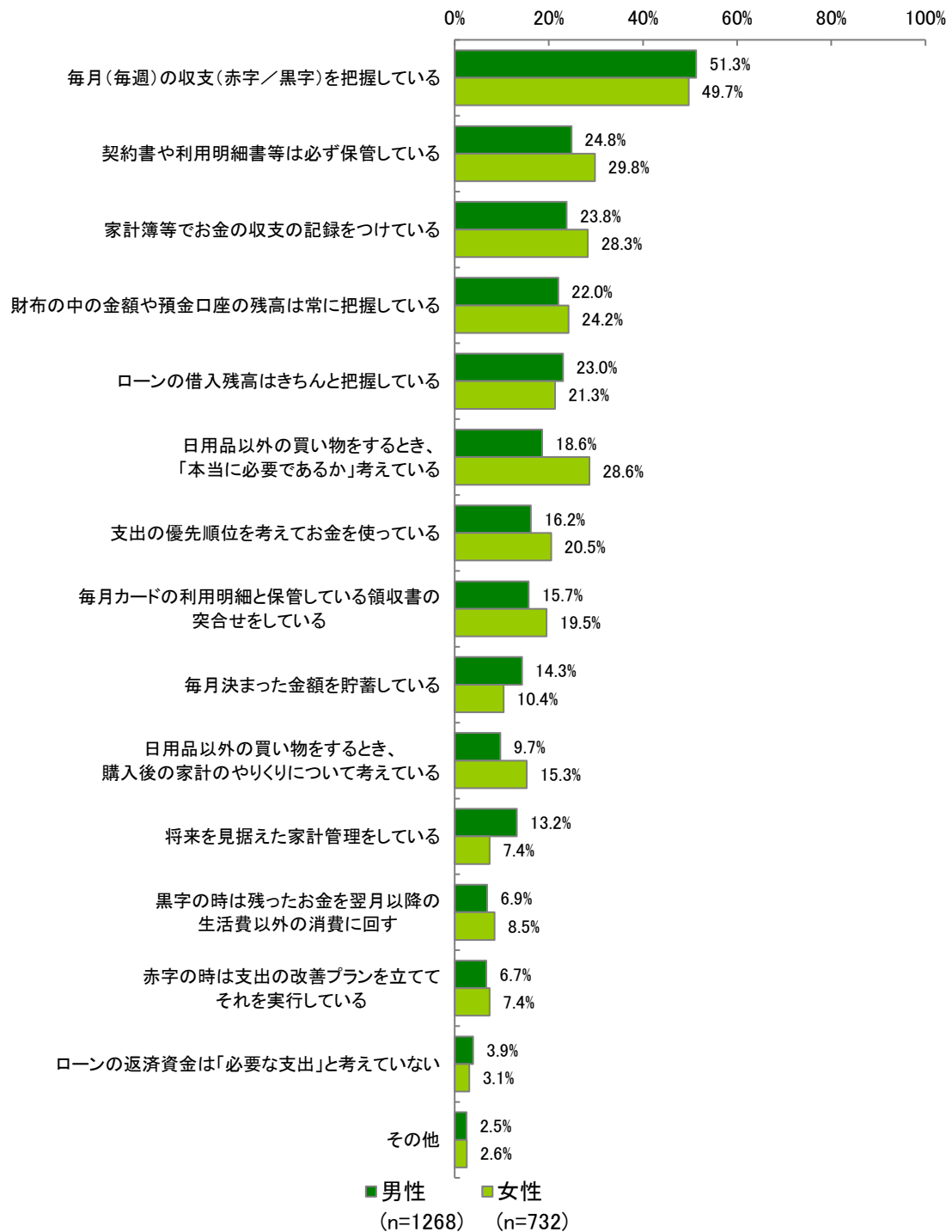
- 借入経験のある個人に対して、家計における適切な収支管理（赤字解消や黒字確保等）のために習慣化しているものについて調査したところ、「毎月（毎週）の収支を把握している」が50.8%と最も高く、次いで「契約書や利用明細書等は必ず保管している」が26.6%となった。

＜図表 42：適切な収支管理のための習慣（複数回答 n=2000）＞





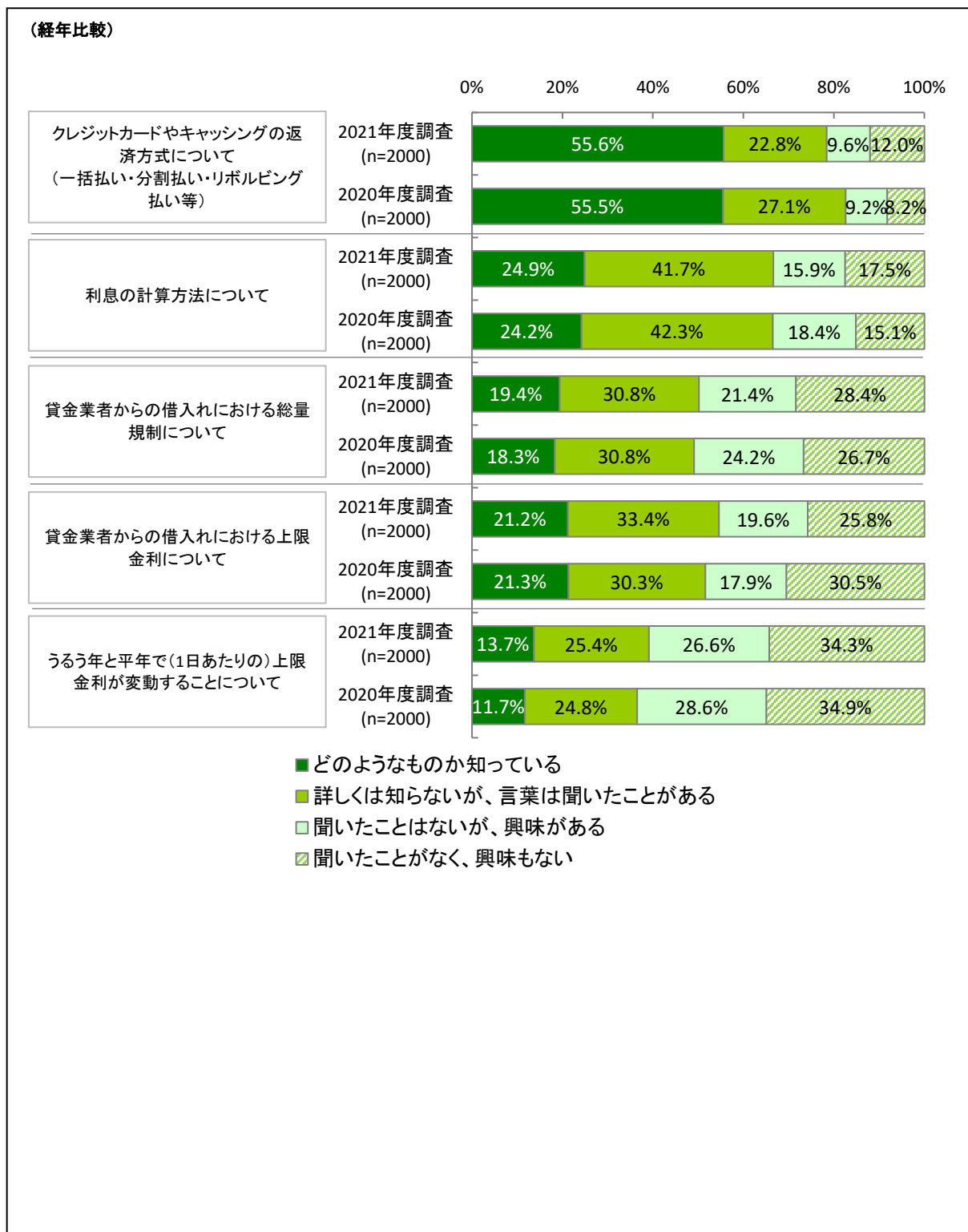
(男女別)



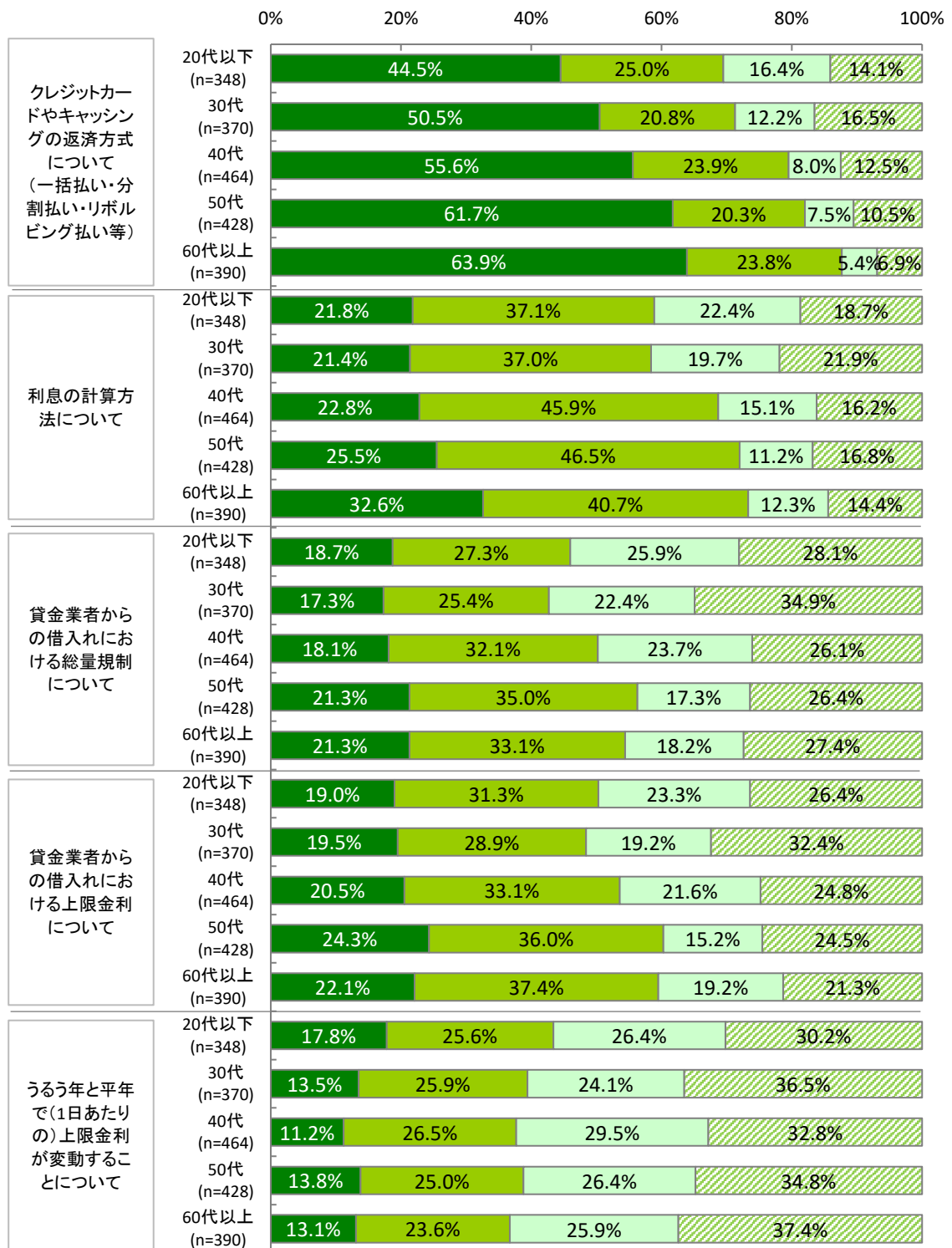
② 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度

- 貸金業者からの借入れに関する制度や仕組みの知識・理解度については、「クレジットカードやキャッシングの返済方法」では、55.6%がどのようなものか知っていると回答している。一方、「貸金業者からの借入れにおける総量規制について」では、どのようなものか知っていると回答した割合は19.4%にとどまる結果となっている。

＜図表 43：借入れに関する制度や仕組みの認知状況（n=2000）＞

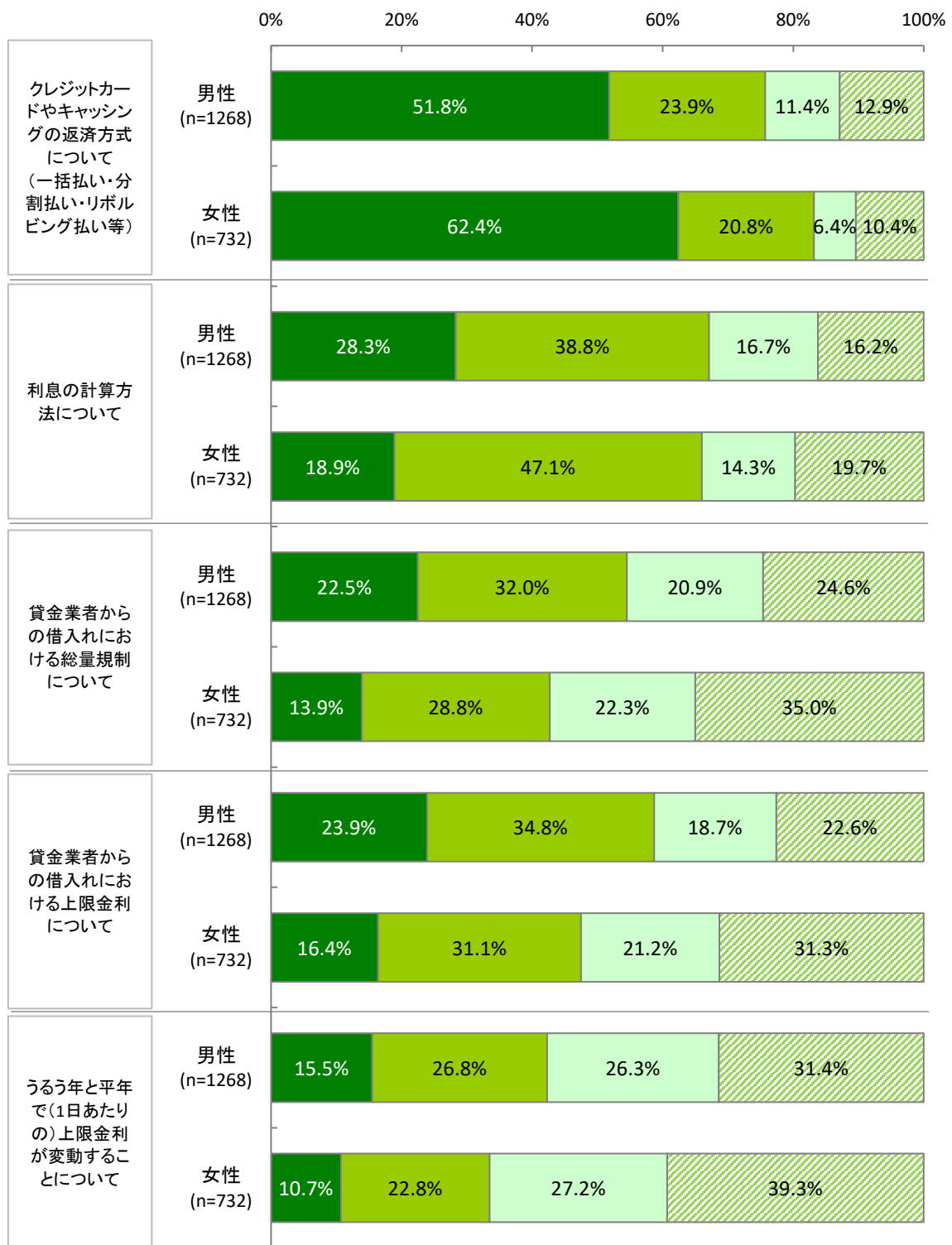


(年代別)

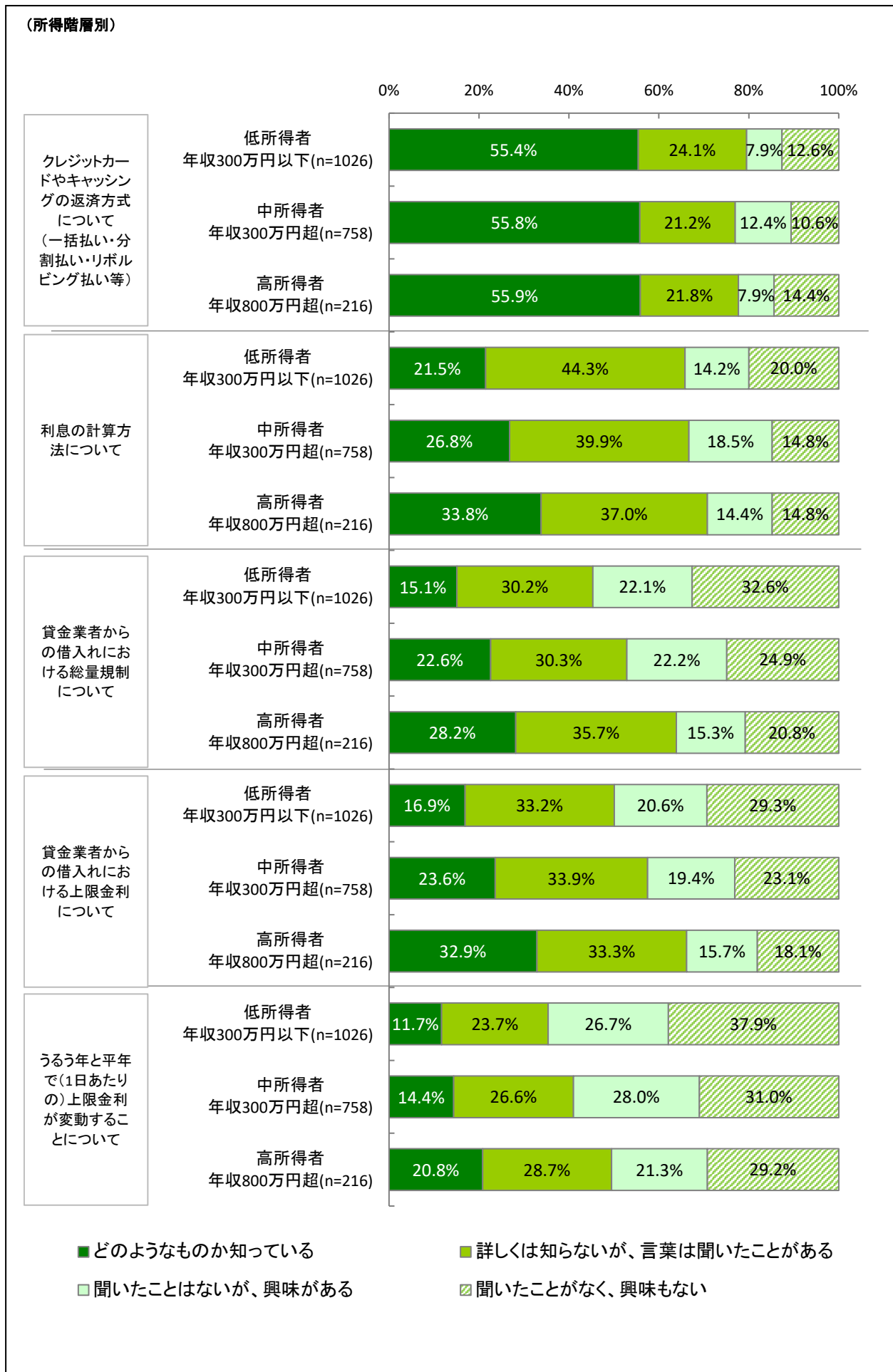


- どのようなものか知っている
- 詳しくは知らないが、言葉は聞いたことがある
- 聞いたことはないが、興味がある
- ▨ 聞いたことがなく、興味もない

(男女別)



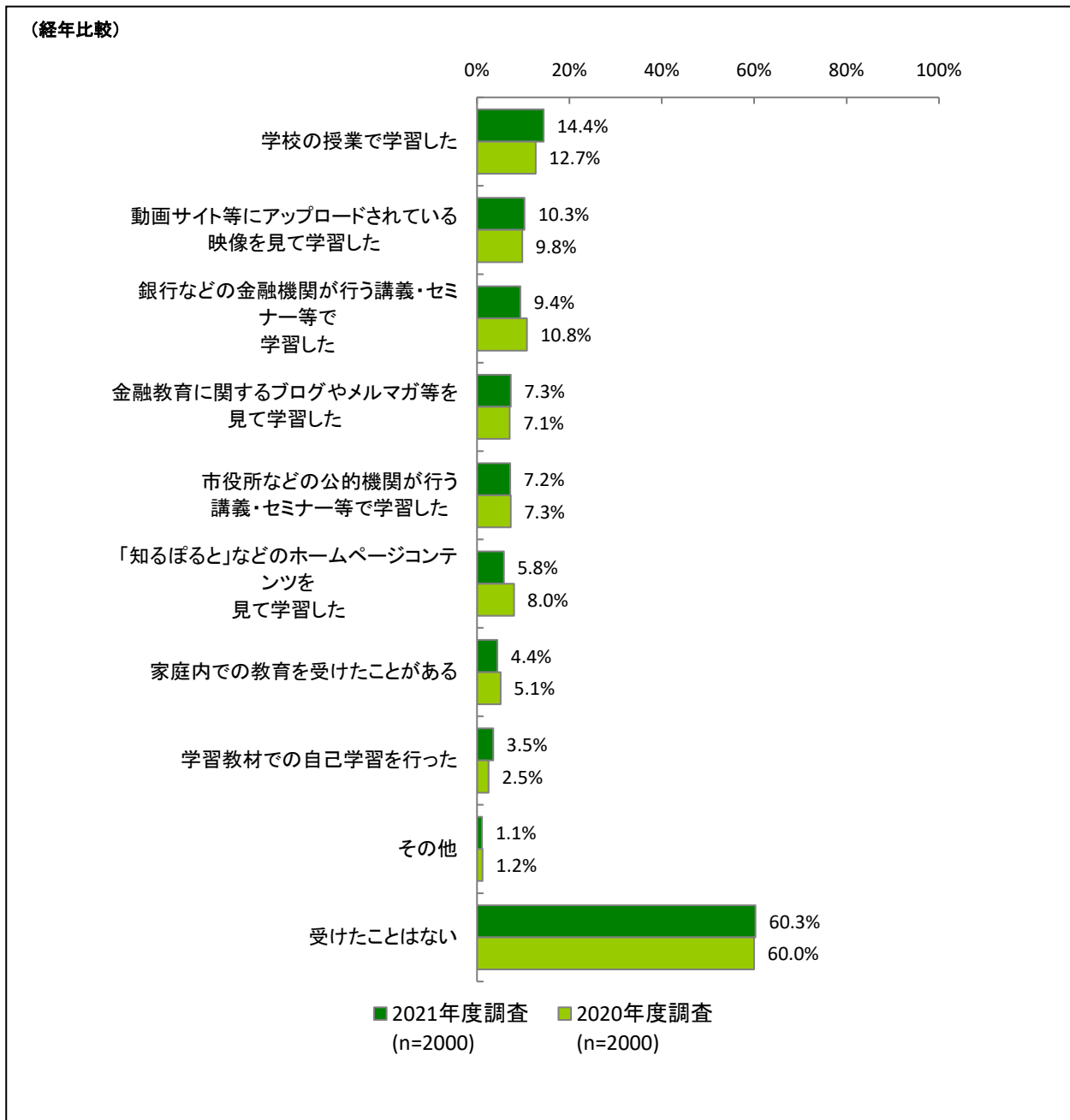
- どのようなものか知っている
- 詳しくは知らないが、言葉は聞いたことがある
- 聞いたことはないが、興味がある
- 聞いたことがなく、興味もない



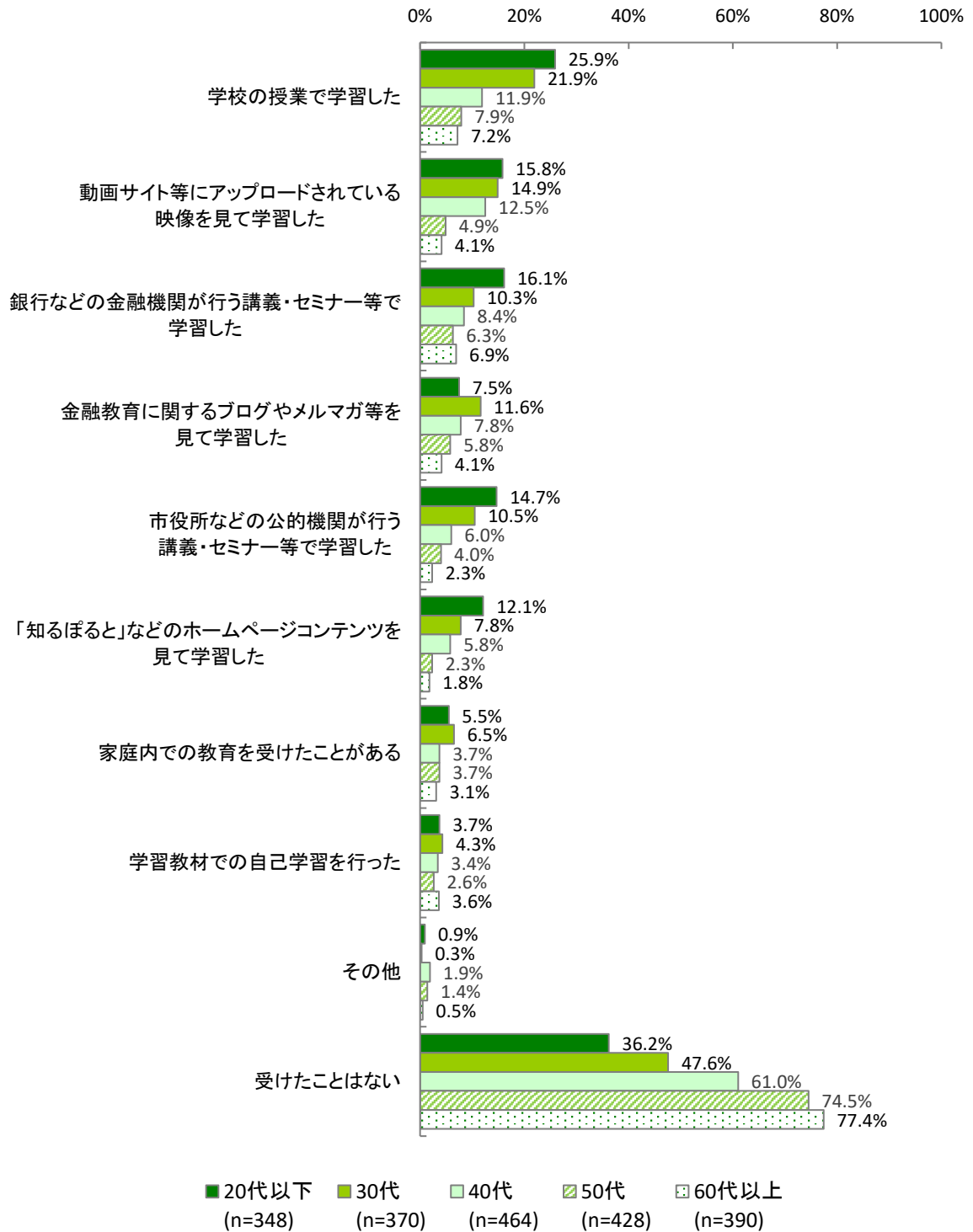
③ 金銭教育受講の有無について

- 借入経験のある個人に対して、金銭教育受講の有無について調査したところ、60.3%が受けたことがないと回答している。

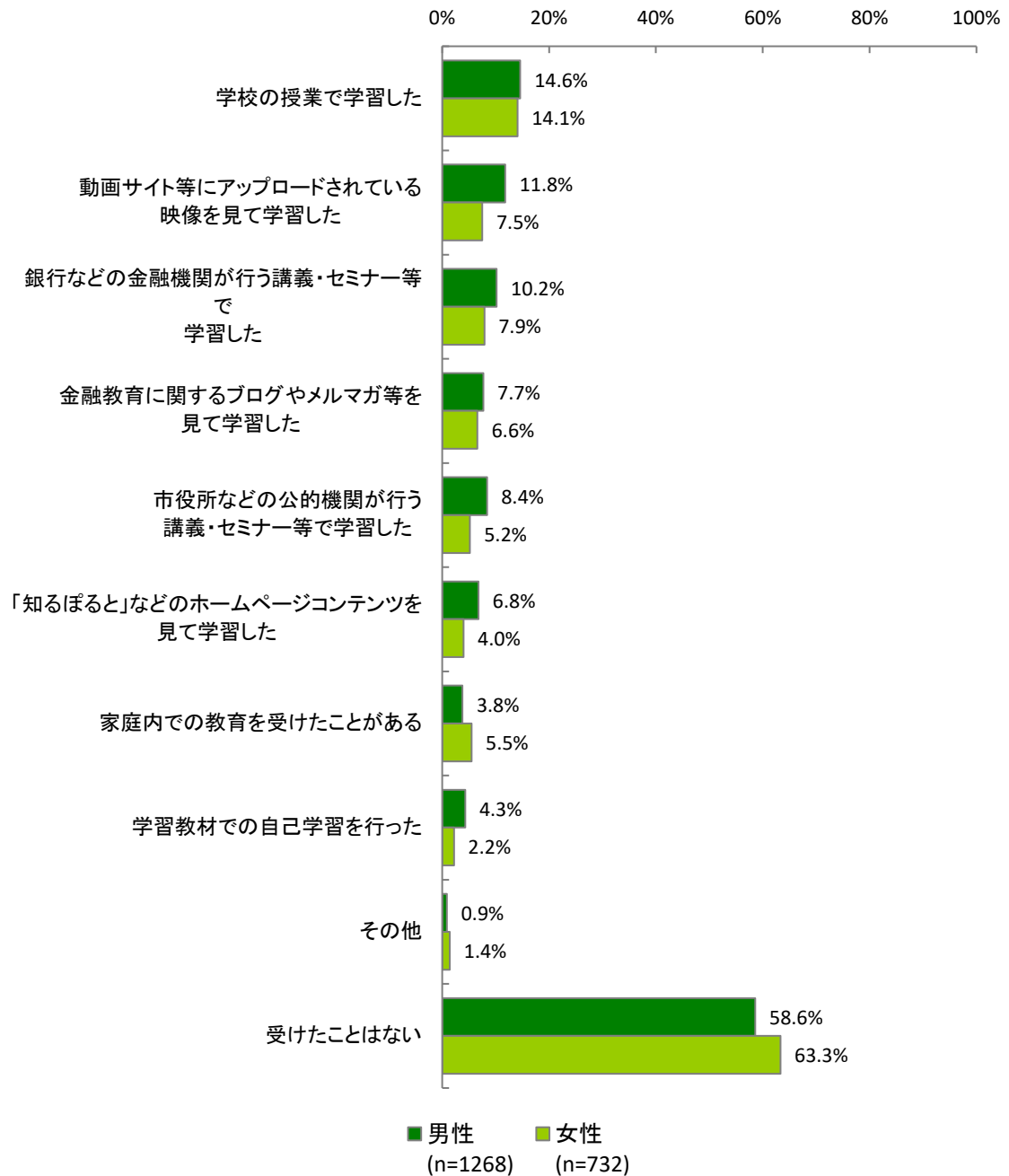
＜図表 44：金銭教育受講の有無（複数回答 n=2000）＞



(年代別)



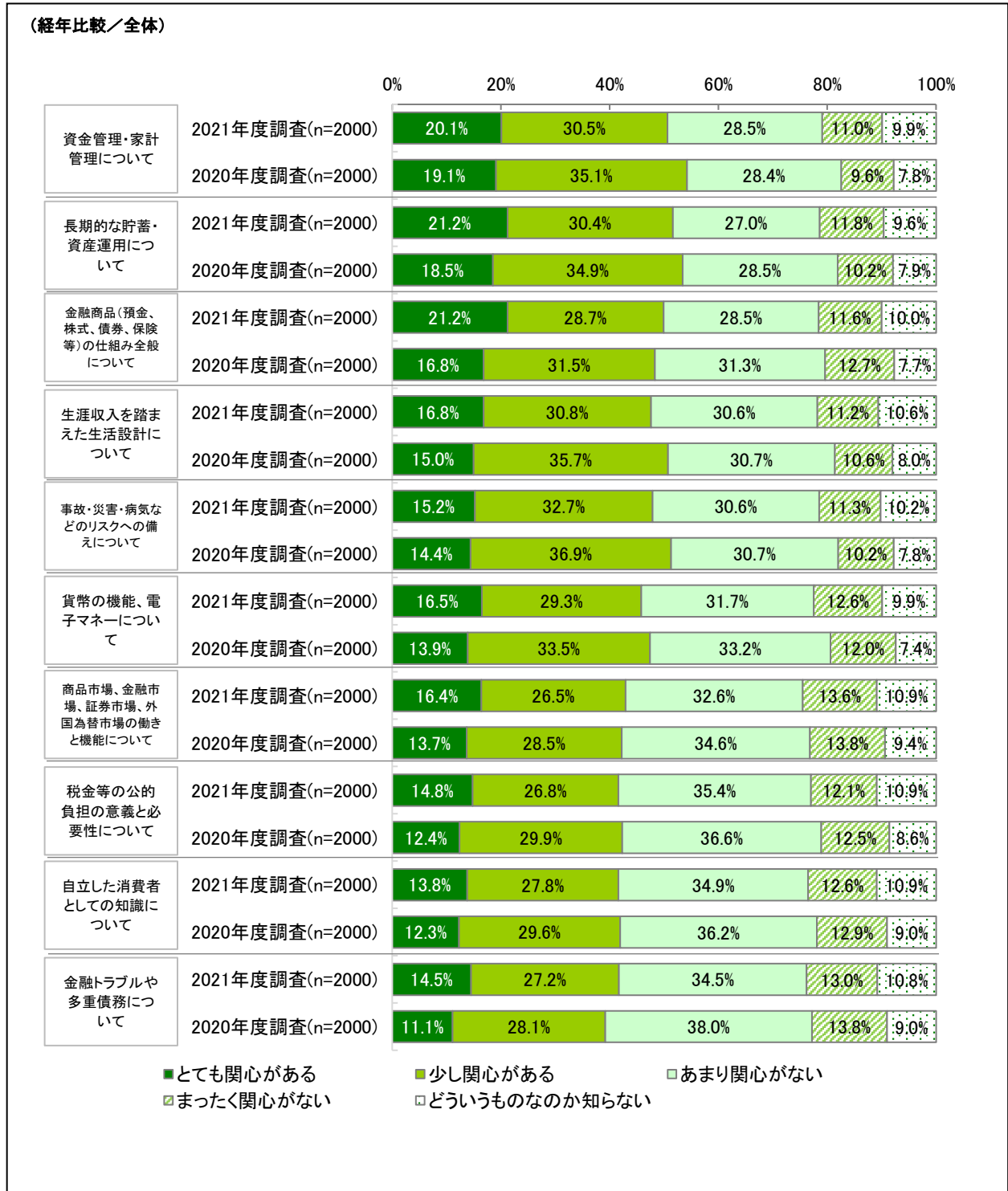
(男女別)



④ 金銭教育の受講意向について

- 金銭教育の受講意向について、「とても関心がある」、「少し関心がある」と回答した割合の合計をみると、受講内容では、「長期的な貯蓄・資産運用について」が51.6%と最も高く、次いで「資金管理・家計管理について」が50.6%、「金融商品(預金、株式、債券、保険等)の仕組み全般について」が49.9%となった。

＜図表 45：金銭教育の受講意向（複数回答 n=2000）＞

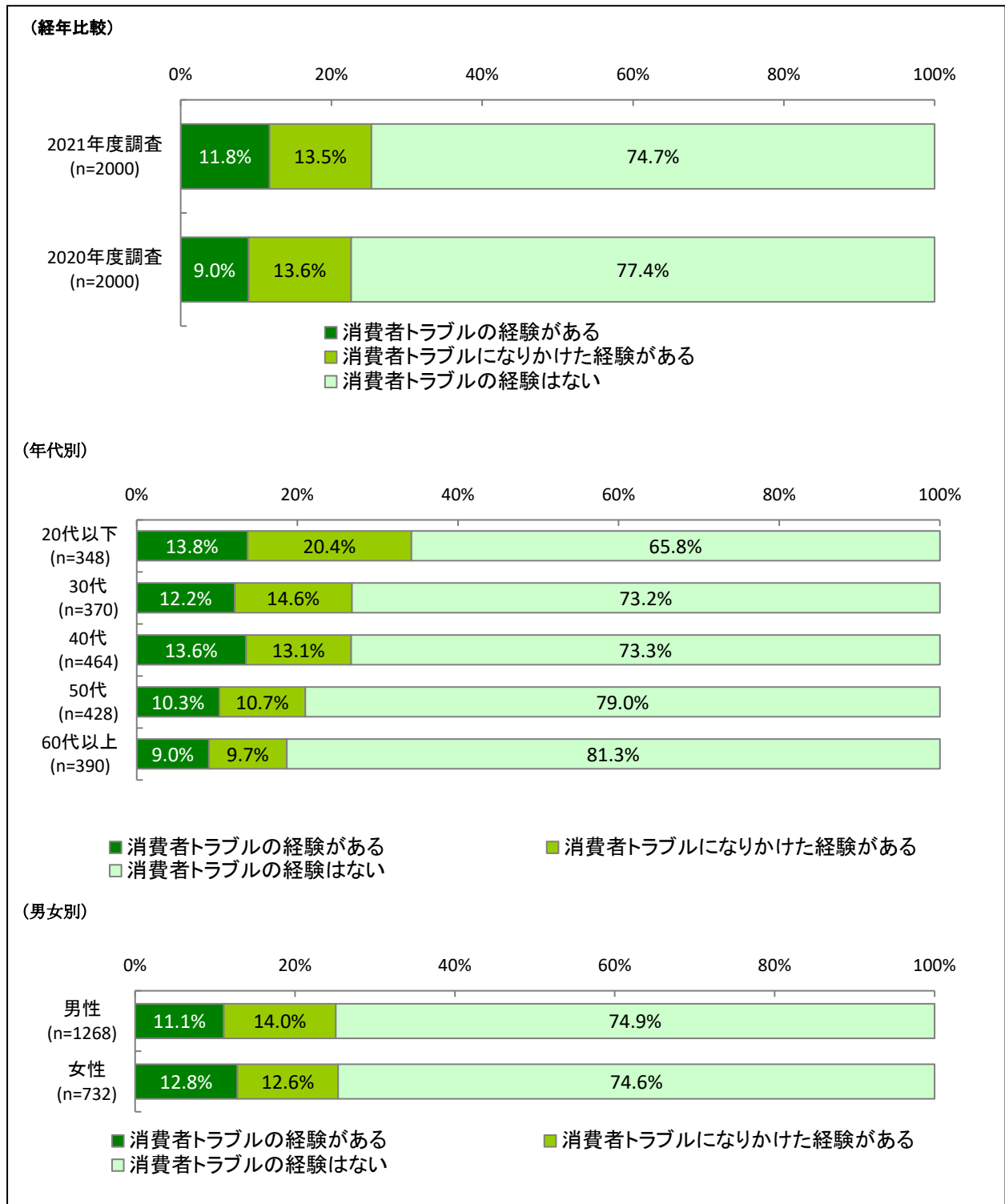


4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

(1) 消費者トラブル経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、金融詐欺や悪質商法等による消費者トラブル経験の有無について調査したところ、「消費者トラブルになりかけた経験はない」が74.7%と最も高く、次いで「消費者トラブルになりかけた経験がある」が13.5%、「消費者トラブルの経験がある」が11.8%となった。
- 年代別にみると、若年層ほどトラブル経験があると回答した割合が高い結果となっている。

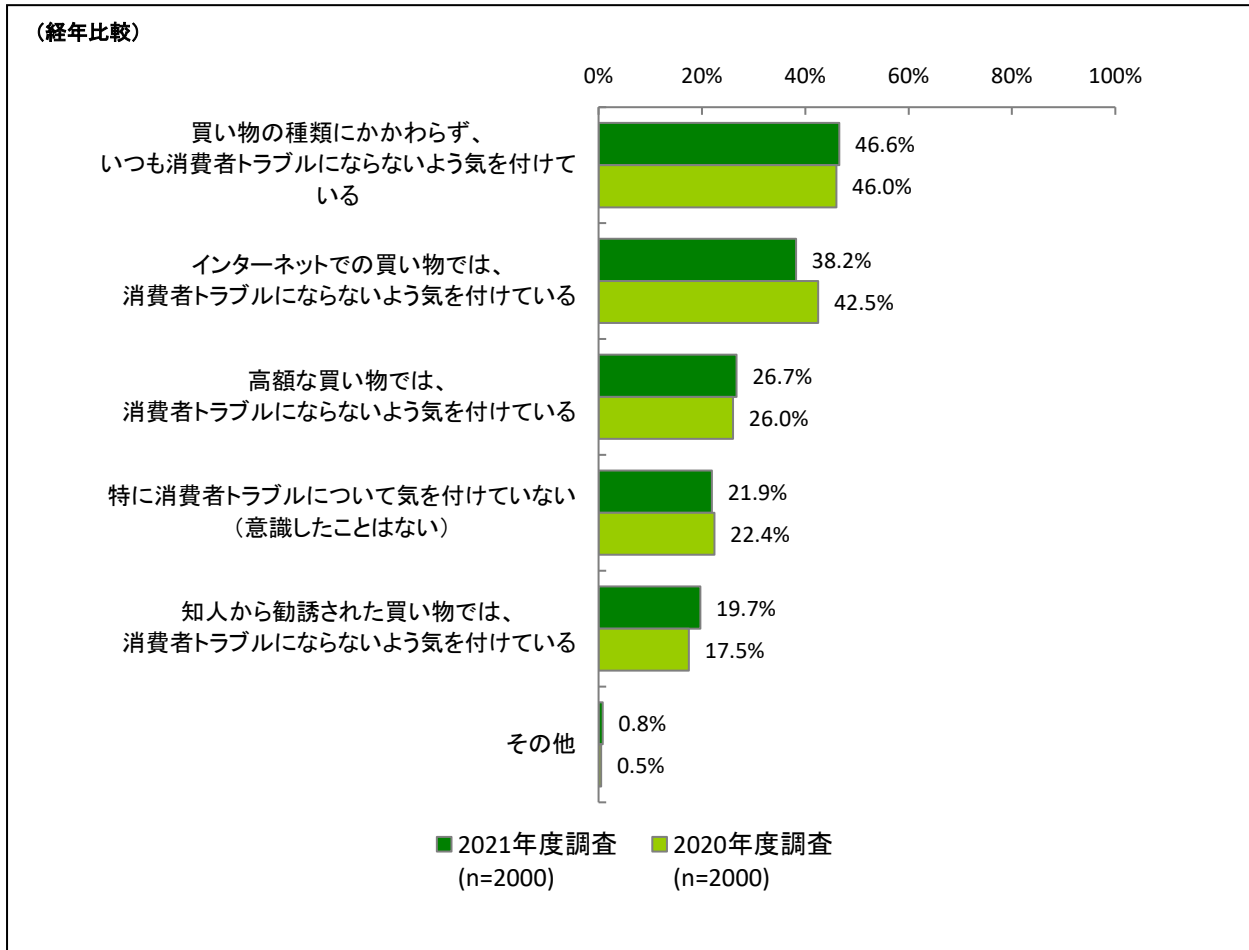
<図表 46：消費者トラブル経験の有無 (n=2000)>



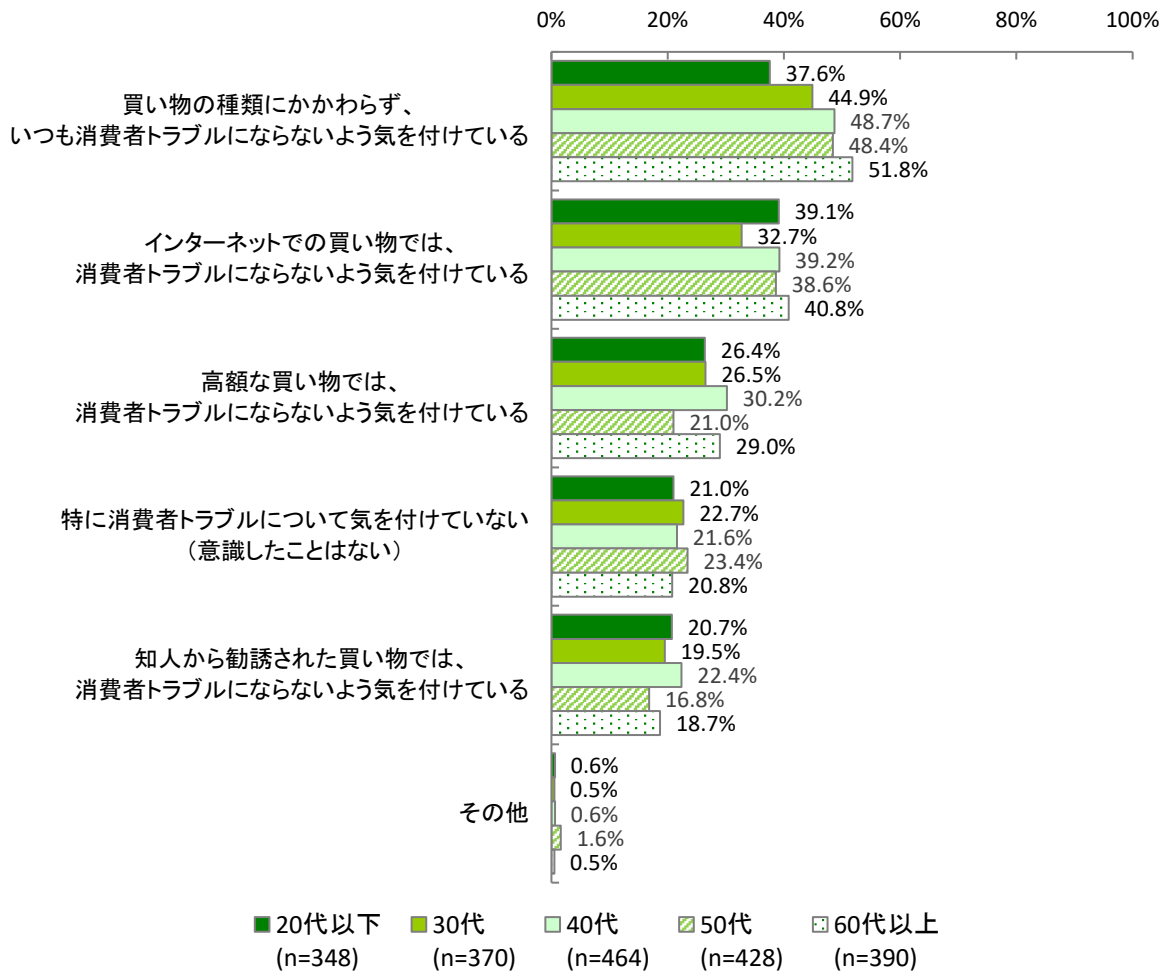
(2) 消費者トラブルに関する意識について

- また、消費者トラブルについての意識では、「買い物の種類にかかわらず、いつも消費者トラブルにならないよう気を付けている」が46.6%と最も高く、次いで「インターネットでの買い物では、消費者トラブルにならないよう気を付けている」が38.2%と続いている。

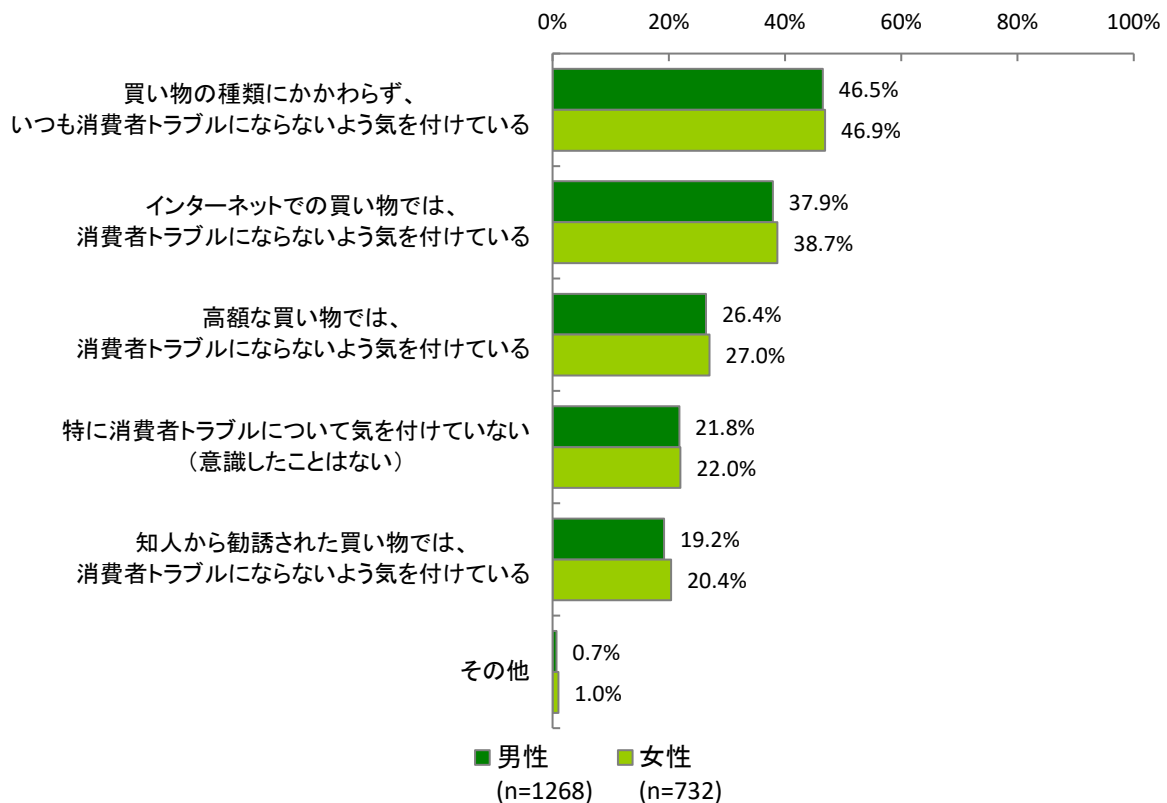
<図表 47：消費者トラブルについての意識（複数回答 n=2000）>



(年代別)



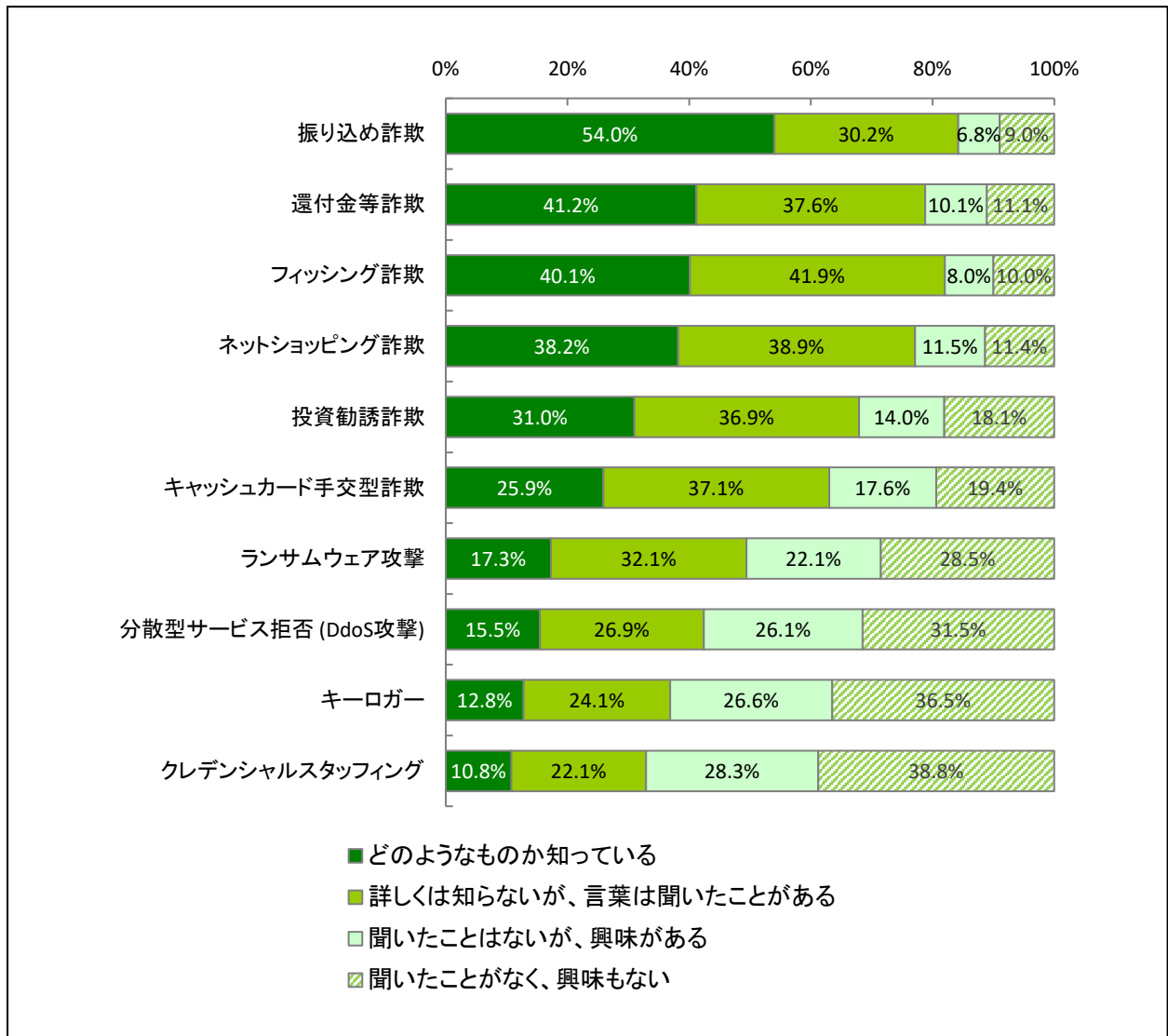
(男女別)



(3) 金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識・理解度

- 借入経験のある個人に対して、ヤミ金融等非正規業者などの認知度について調査したところ、「どのようなものか知っている」と回答した割合は、「振り込め詐欺」が54.0%、「還付金等詐欺」が41.2%、「フィッシング詐欺」が40.1%、「ネットショッピング詐欺」が38.2%、「投資勧誘詐欺」が31.0%となった。

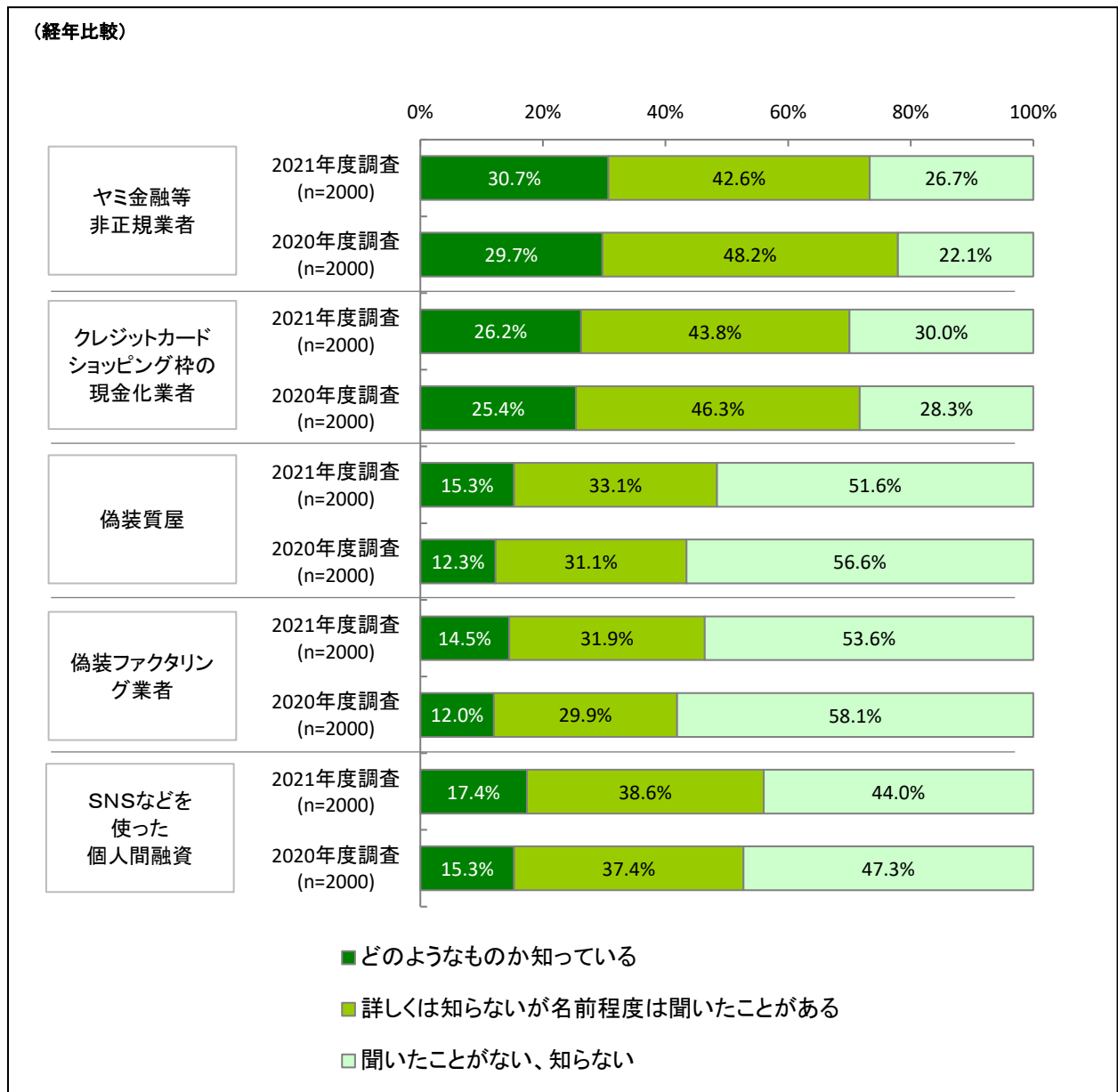
<図表 48：金融犯罪やサイバーセキュリティに関する知識についての認知度（n=2000）>



(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について

- 借入経験のある個人に対して、ヤミ金融等非正規業者などの認知度について調査したところ、「どのようなものか知っている」と回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が30.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が26.2%、「偽装質屋」が15.3%、「偽装ファクタリング業者」が14.5%、「SNSなどを使った個人間融資」が17.4%となった。

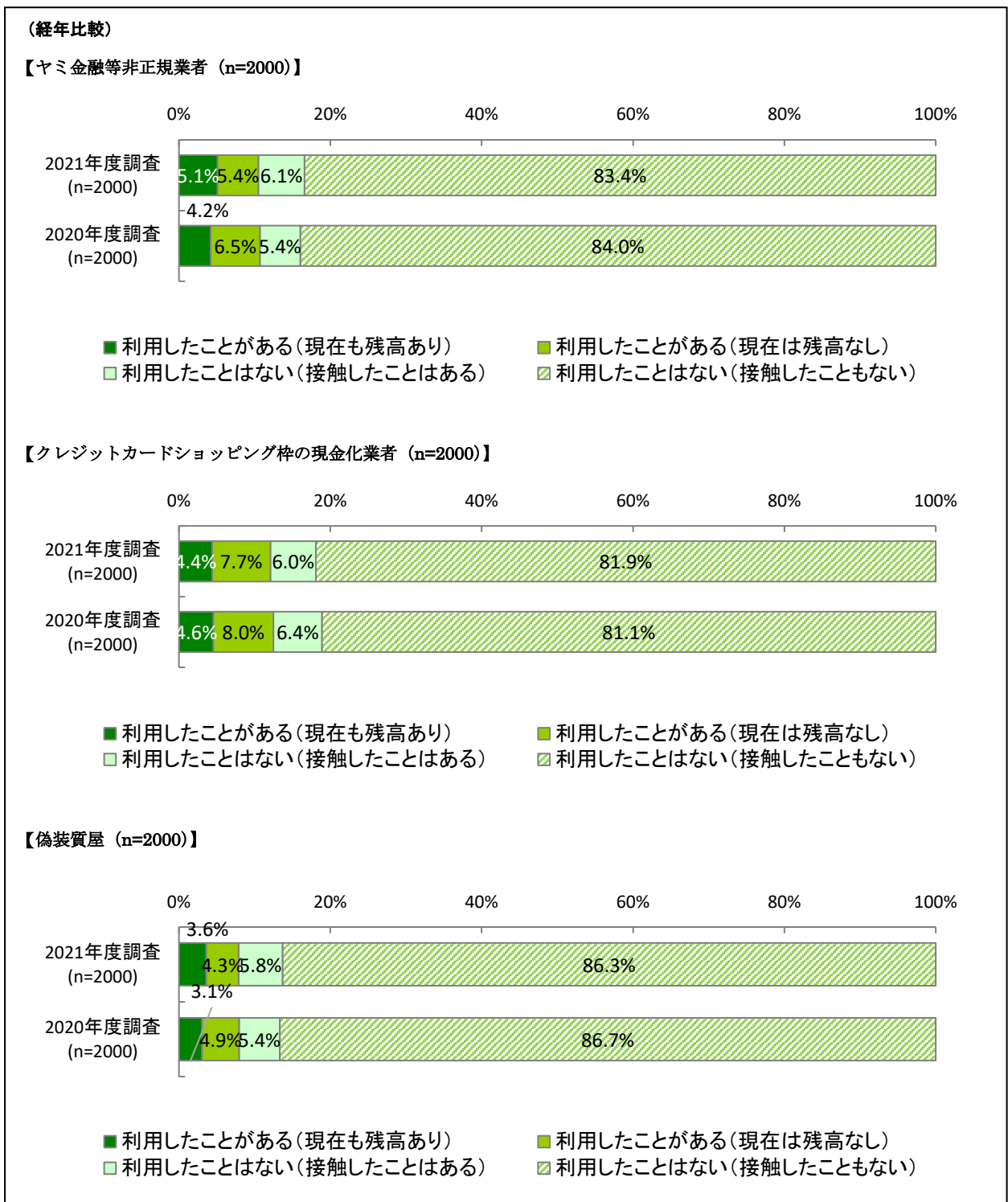
<図表 49：ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などについての認知 (n=2000) >



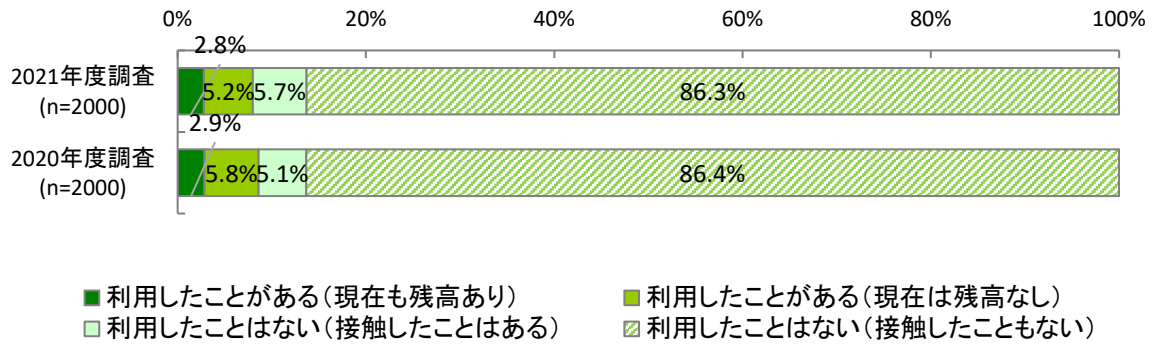
(5) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無について

- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の利用及び接触の有無をみると、「利用したことがある(現在も残高あり)」、「利用したことがある(現在は残高なし)」と回答した割合の合計は、「ヤミ金融等非正規業者」が 10.5%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 12.1%、「偽装質屋」が 7.9%、「偽装ファクタリング業者」が 8.0%、「SNS などを使った個人間融資」が 8.5% となった。

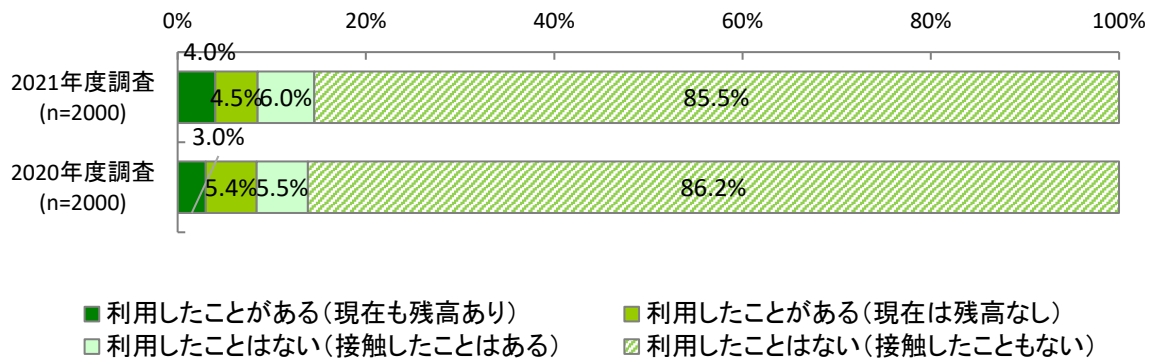
<図表 50 : ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無>



【偽装ファクタリング業者 (n=2000)】



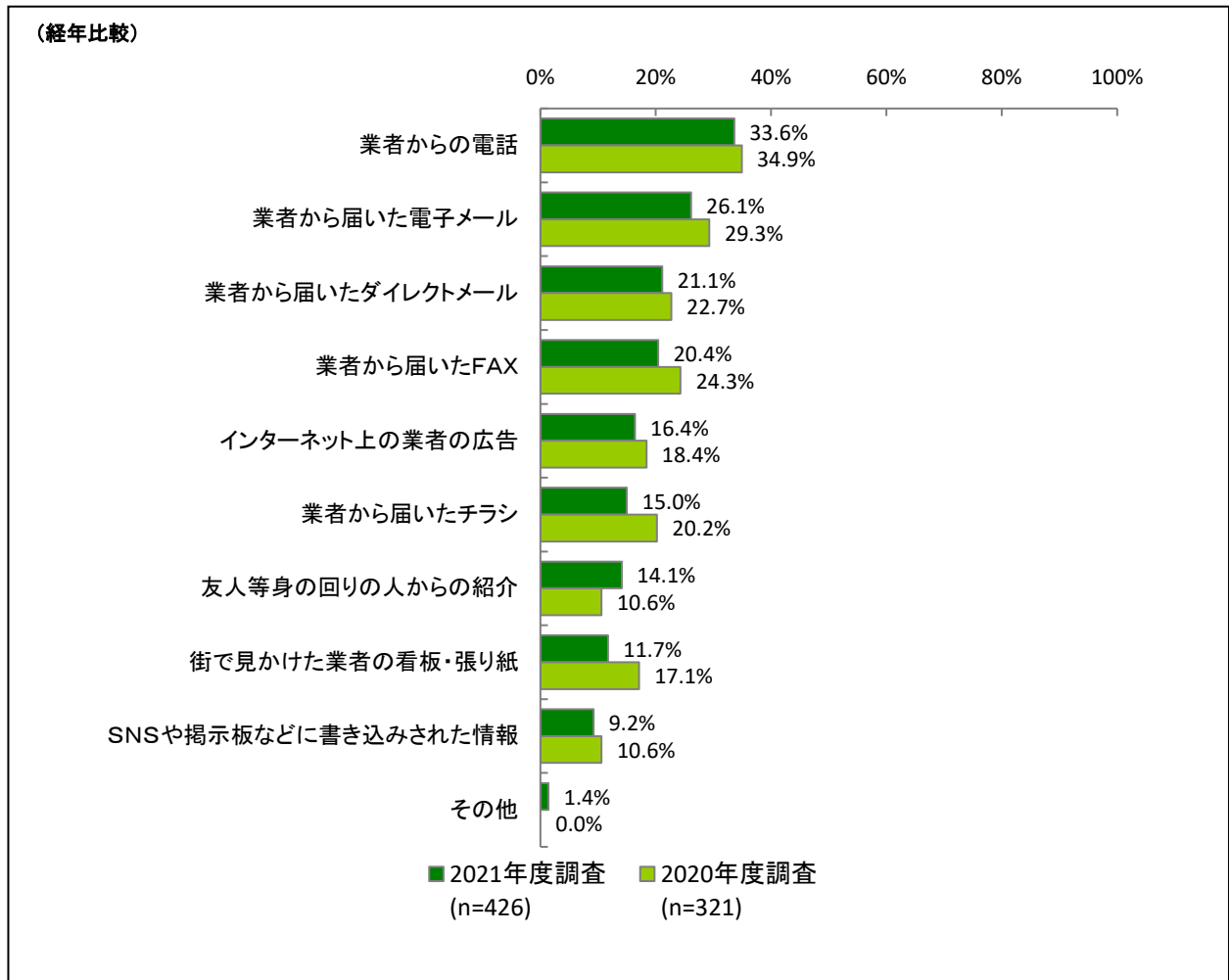
【SNSなどを使った個人間融資 (n=2000)】



(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法について

- ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法については、「業者からの電話」が33.6%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が26.1%、「業者から届いたFAX」が21.1%と続いている。

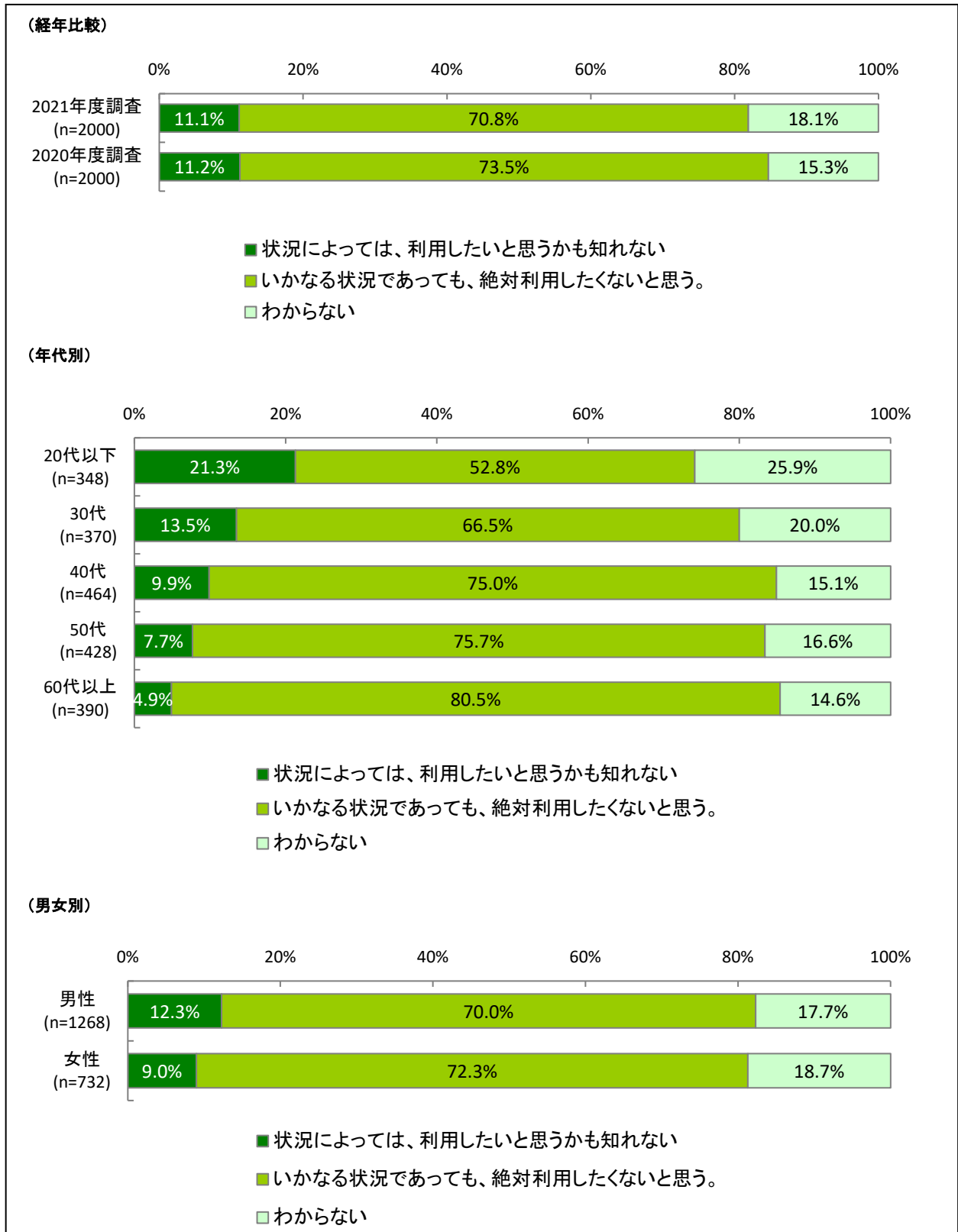
<図表 51：ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などとの接触媒体／方法（複数回答 n=426）>



(7) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識

- ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識について調査したところ、70.8%がいかなる状況であっても、絶対利用したくないと思うと回答している。

<図表 52：ヤミ金融等非正規業者の利用意識 (n=2000) >



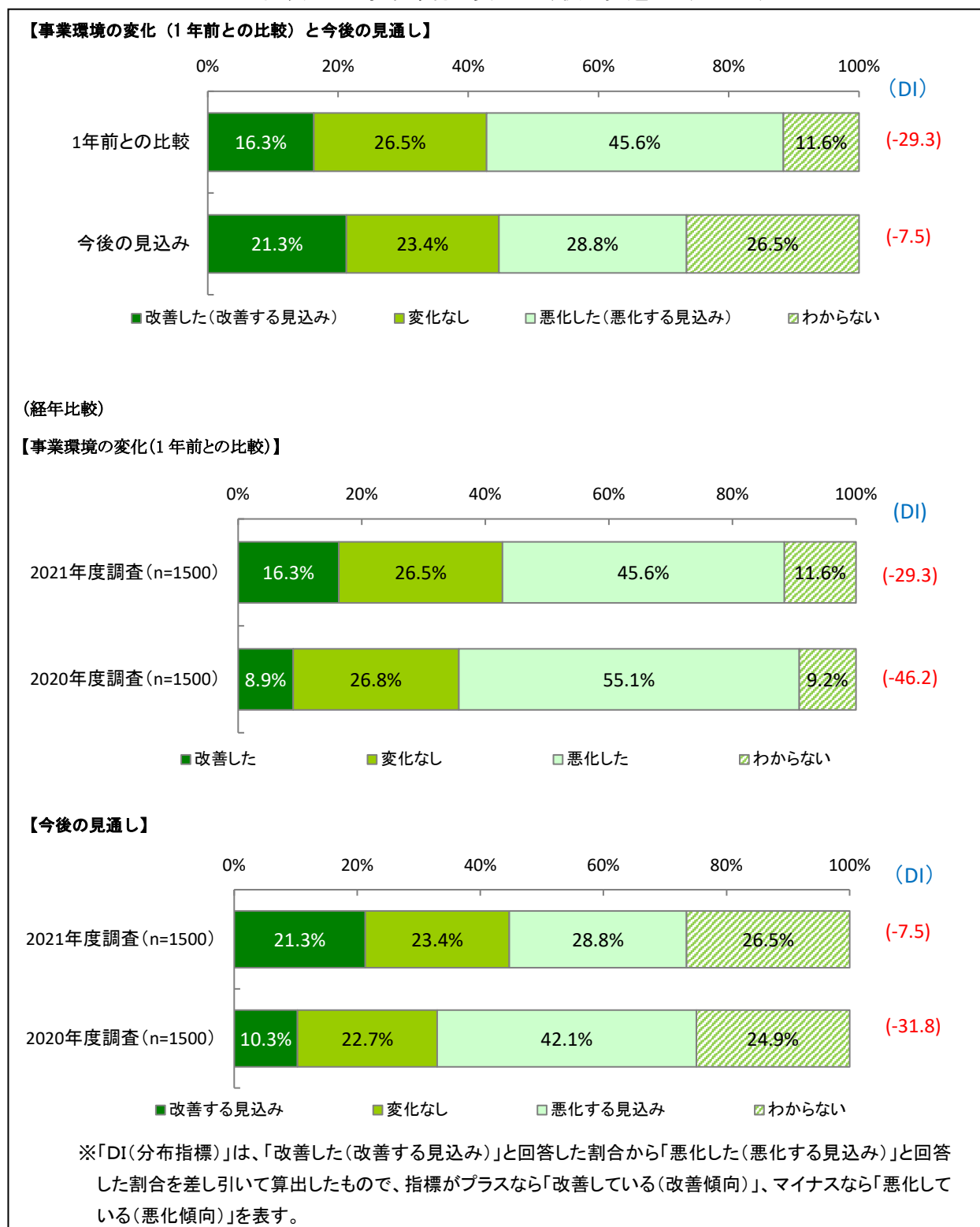
II. 借入経験のある事業者

1. 借入れの動機・背景

(1) 事業環境の変化と今後の見通し

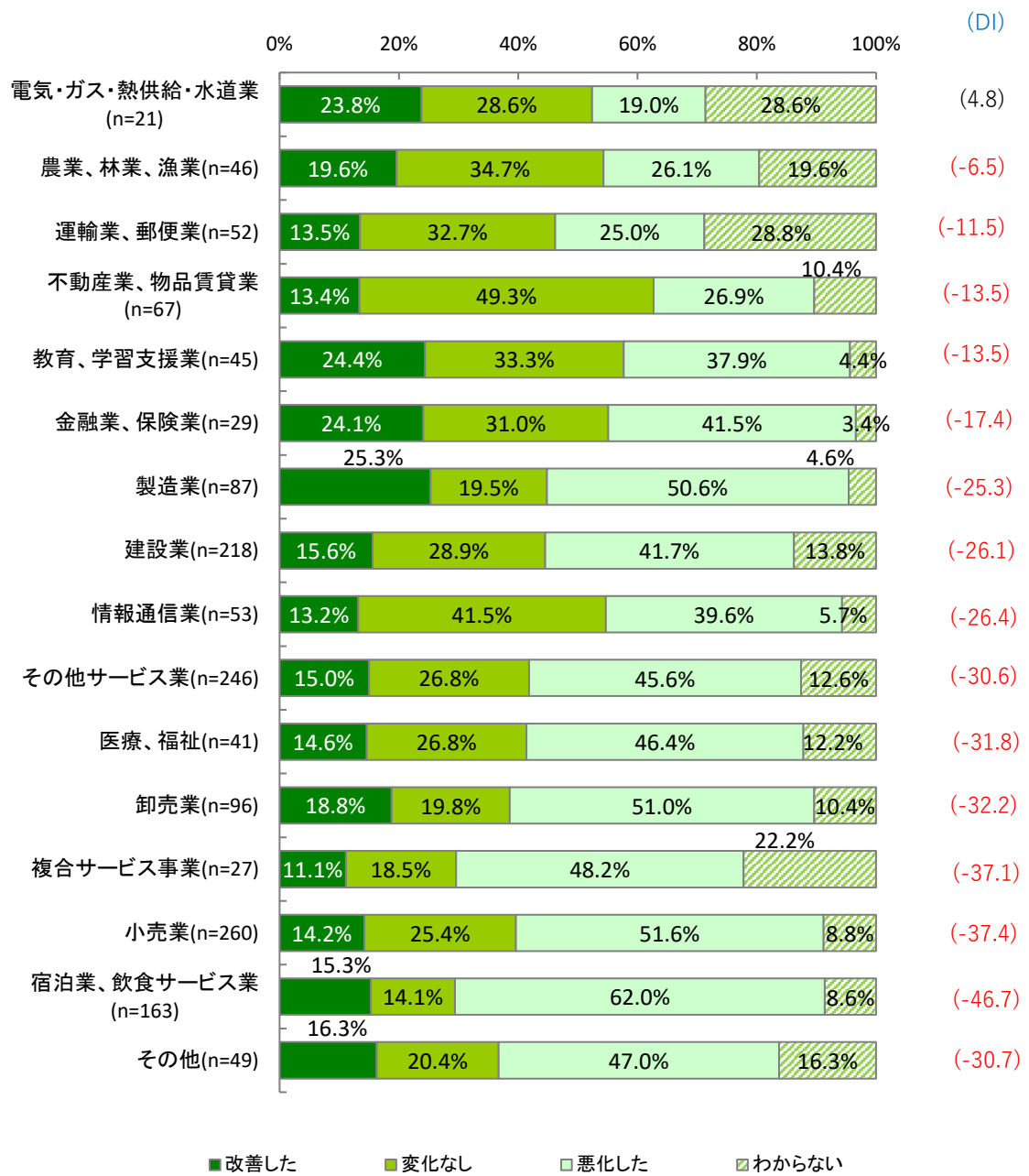
- 借入経験のある事業者に対して、事業環境の変化と今後の見通しについて調査したところ、16.3%が1年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでは21.3%が「改善する見込み」と回答している。

<図表 53：事業環境の変化と今後の見通し (n=1500)>



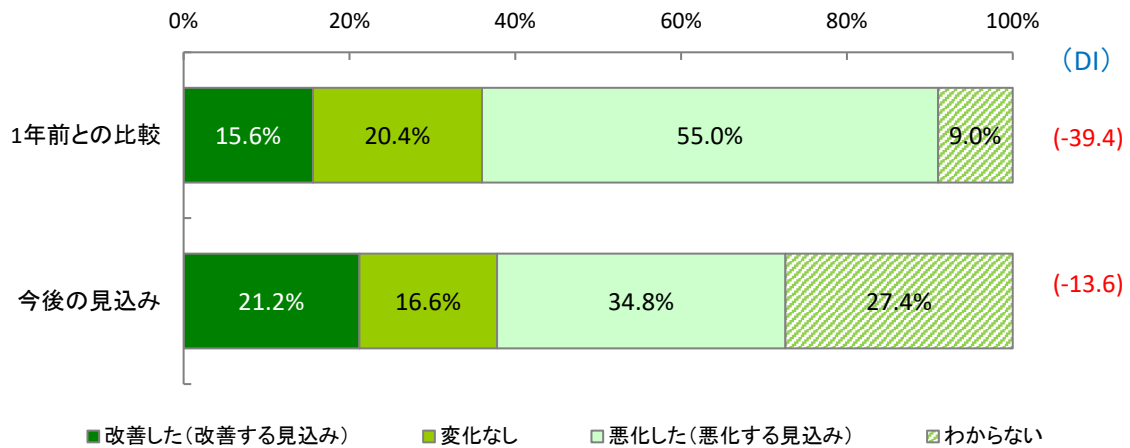
【事業環境の変化(1年前との比較)】

(業種別)



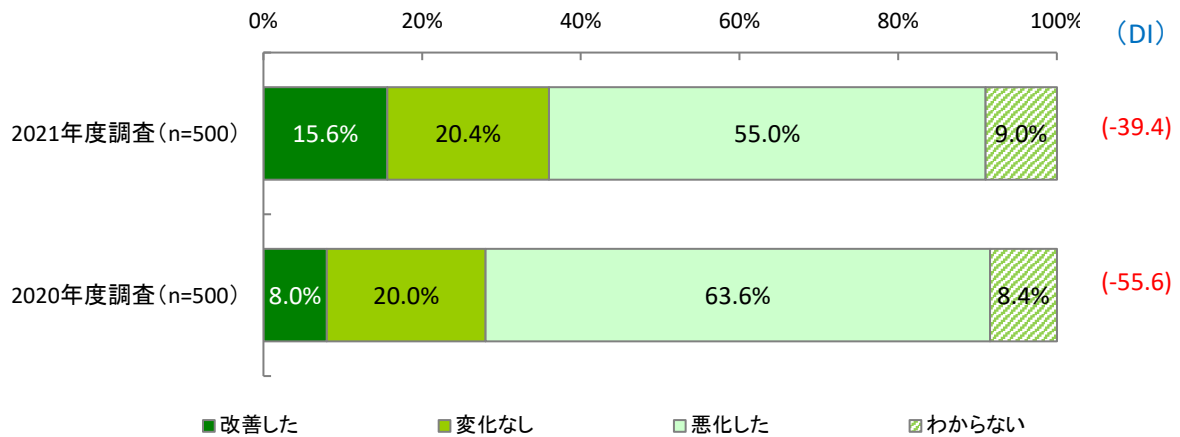
<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

【事業環境の変化（1年前との比較）と今後の見通し】

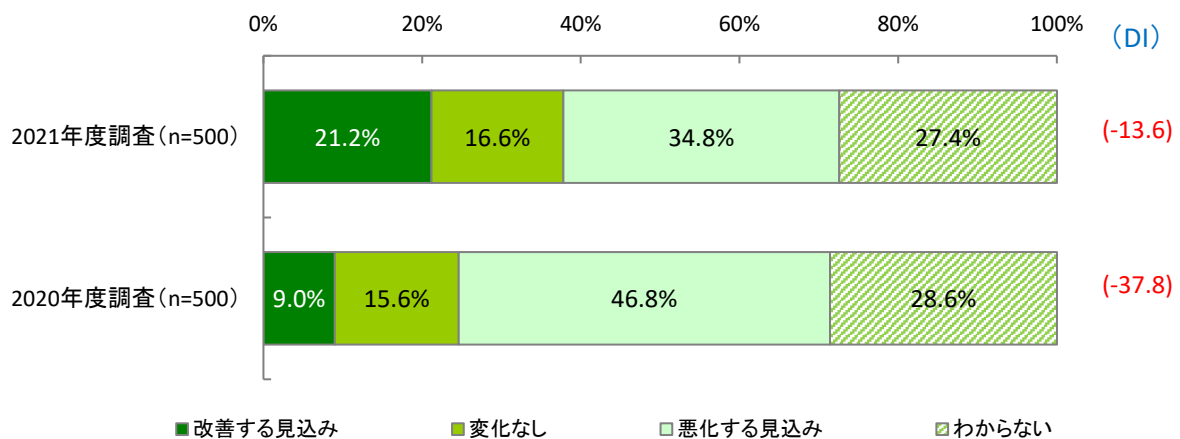


（経年比較）

【事業環境の変化(1年前との比較)】



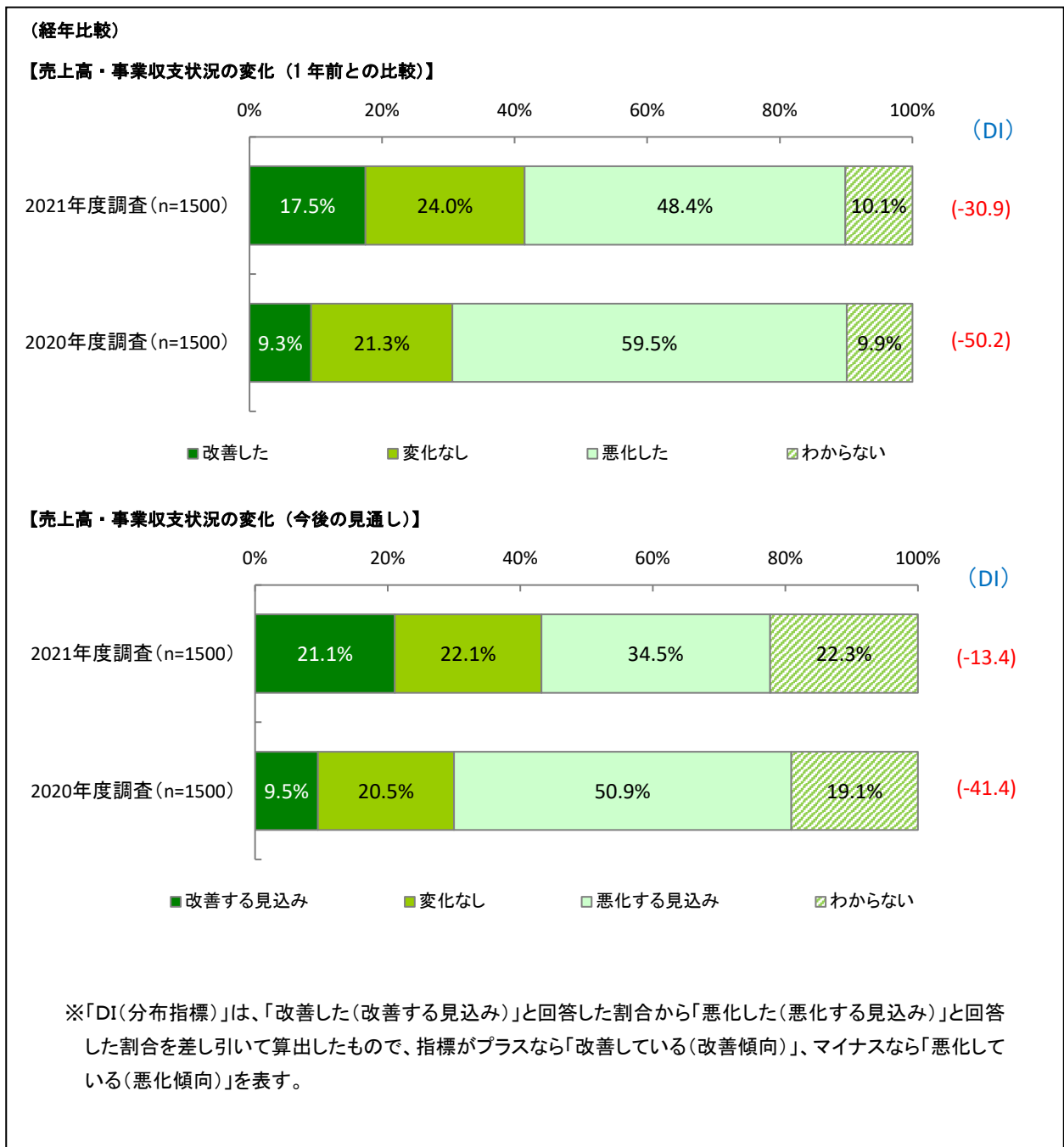
【今後の見通し】



(2) 売上高・事業の収支状況の変化と今後の見通し

- 年商・事業収支状況の変化と今後の見通しをみると、17.5%が1年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでは21.1%が「改善する見込み」と回答している。

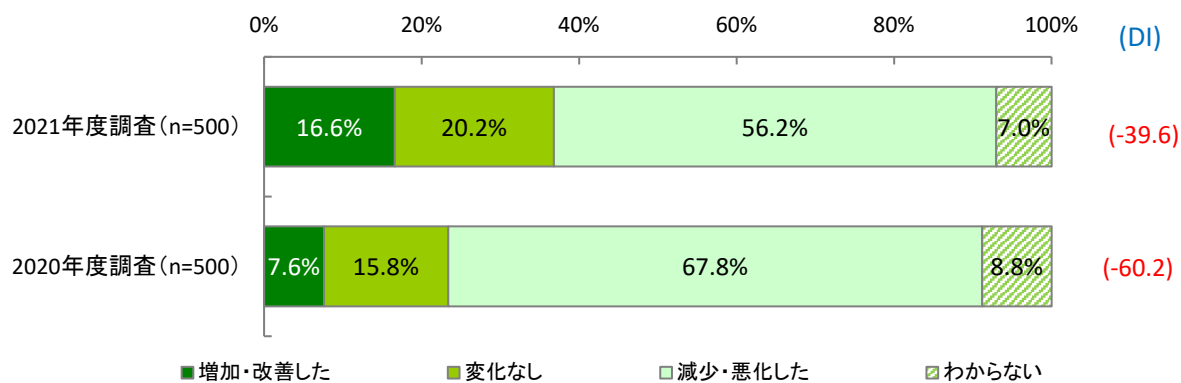
<図表 54：事業収支状況の変化と今後の見通し (n=1500)>



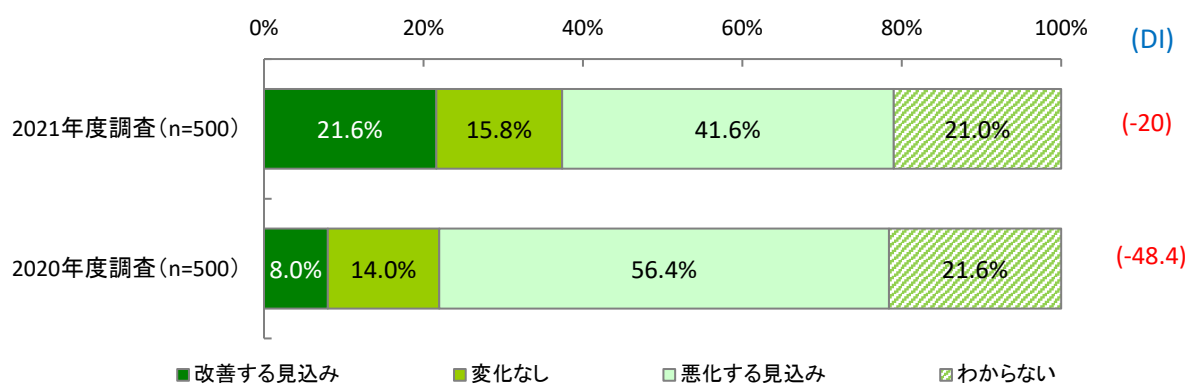
<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

（経年比較）

【売上高・事業収支状況の変化（1年前との比較）】



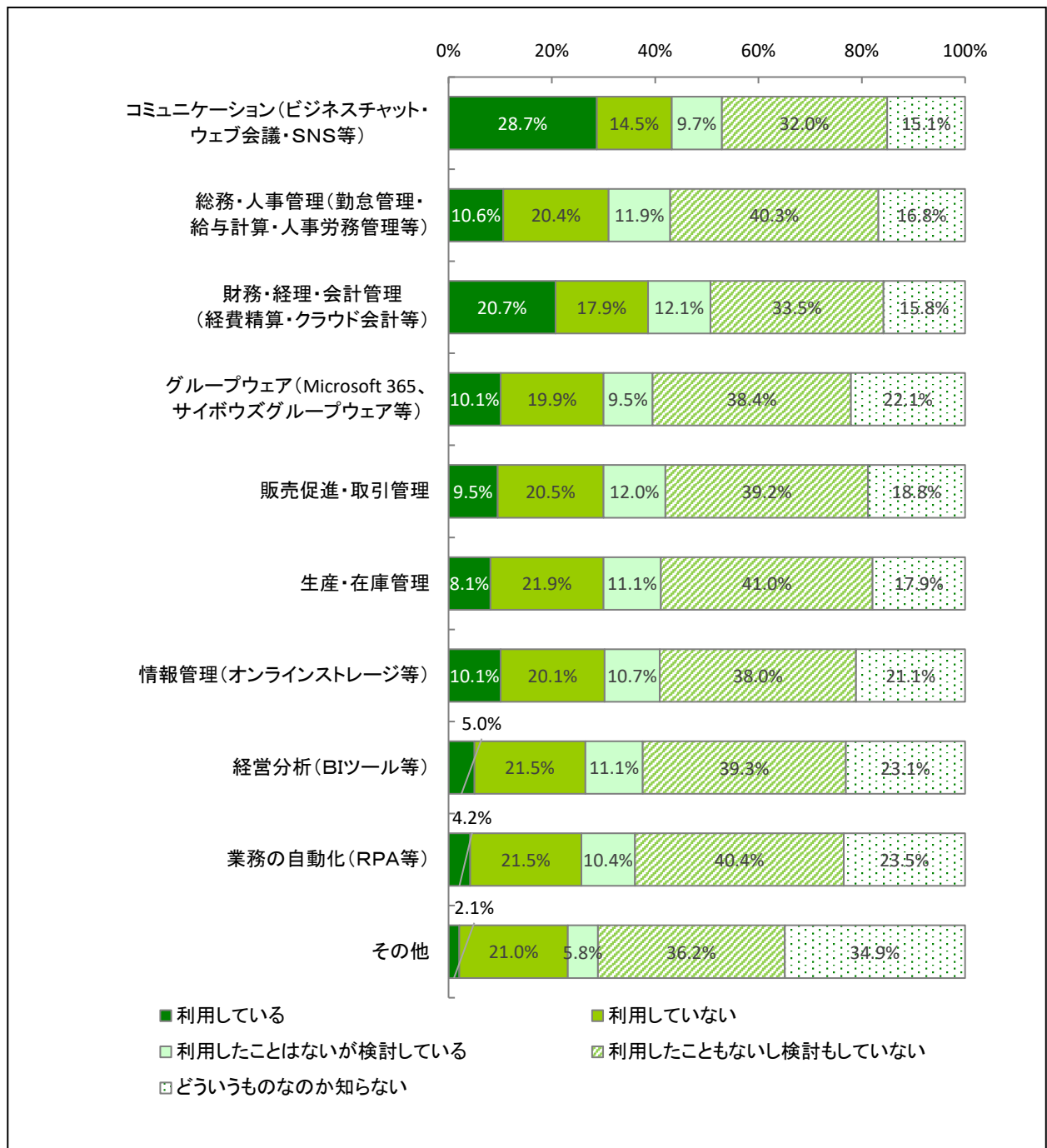
【売上高・事業収支状況の変化（今後の見通し）】



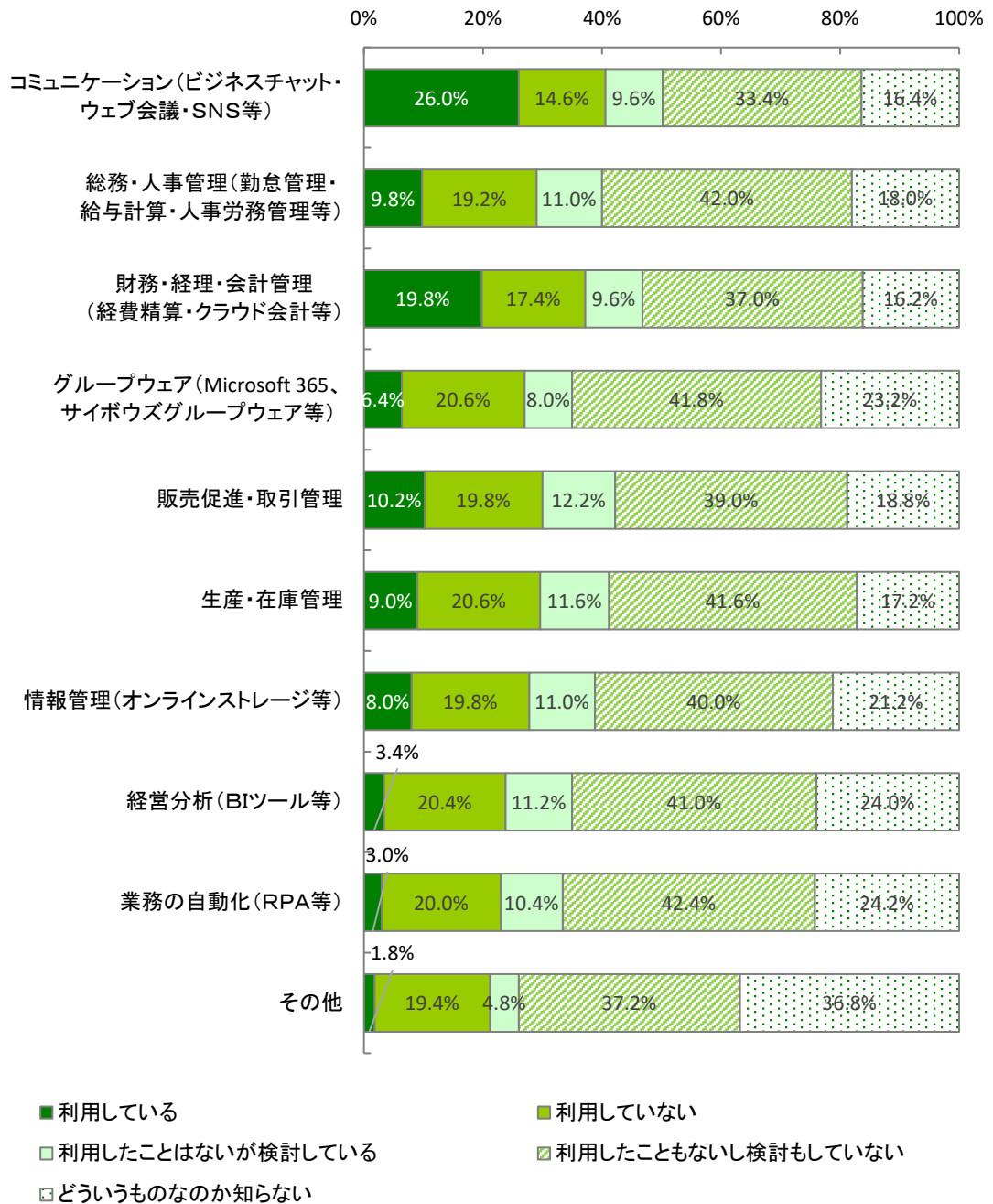
(3) クラウドサービスの認知・利用状況について

- クラウドサービスの認知・利用状況について調査したところ、「利用している」と回答した割合は、「コミュニケーション(ビジネスチャット・ウェブ会議・SNS等)」が28.7%と最も高く、次いで「財務・経理・会計管理(経費精算・クラウド会計等)」が20.7%、「総務・人事管理(勤怠管理・給与計算・人事労務管理等)」が10.6%となった。

<図表 55 : クラウドサービスの認知・利用状況(複数回答 n=1500)>



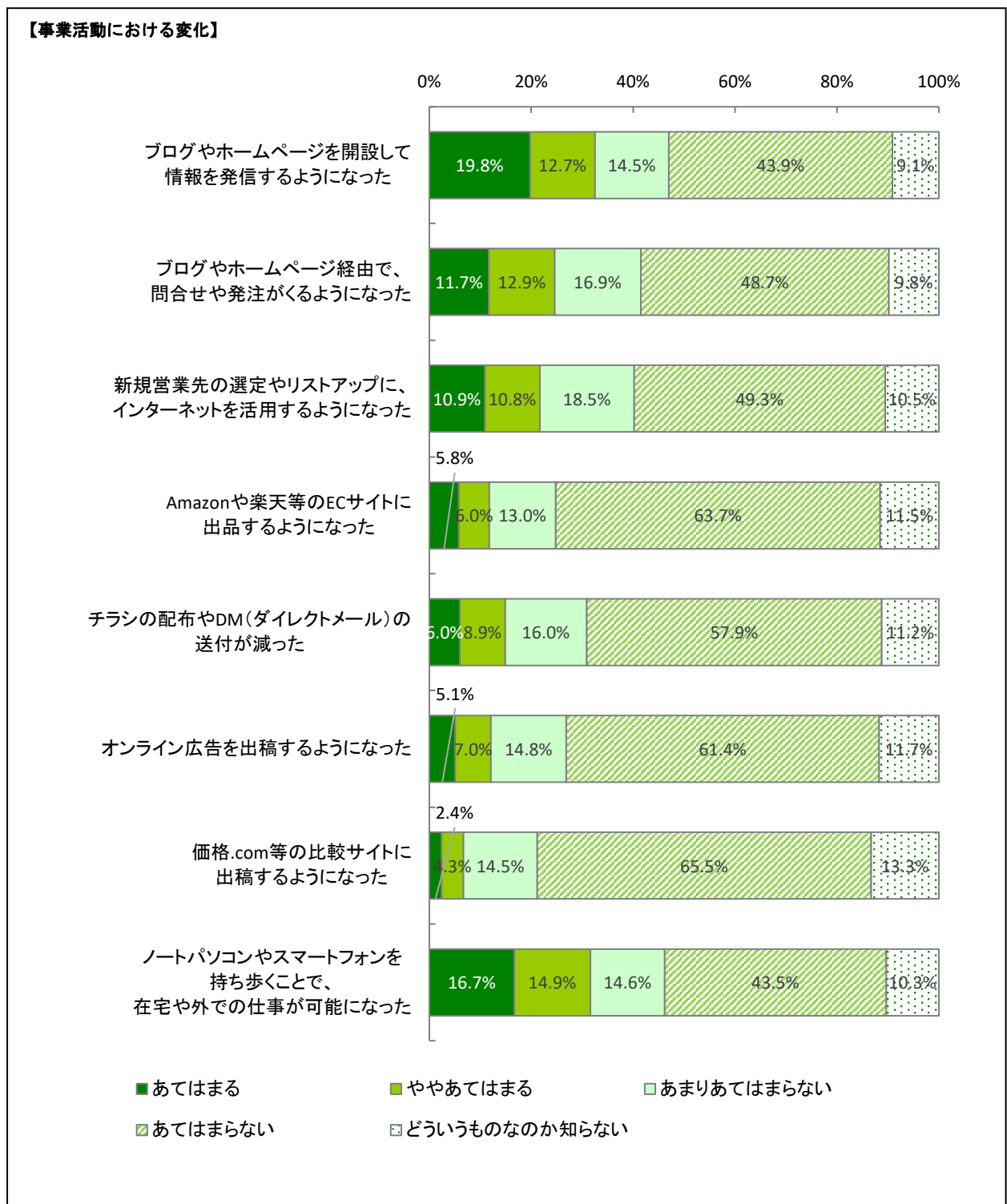
<特定業種（小売業・宿泊業・サービス業）の事業者（n=500）>



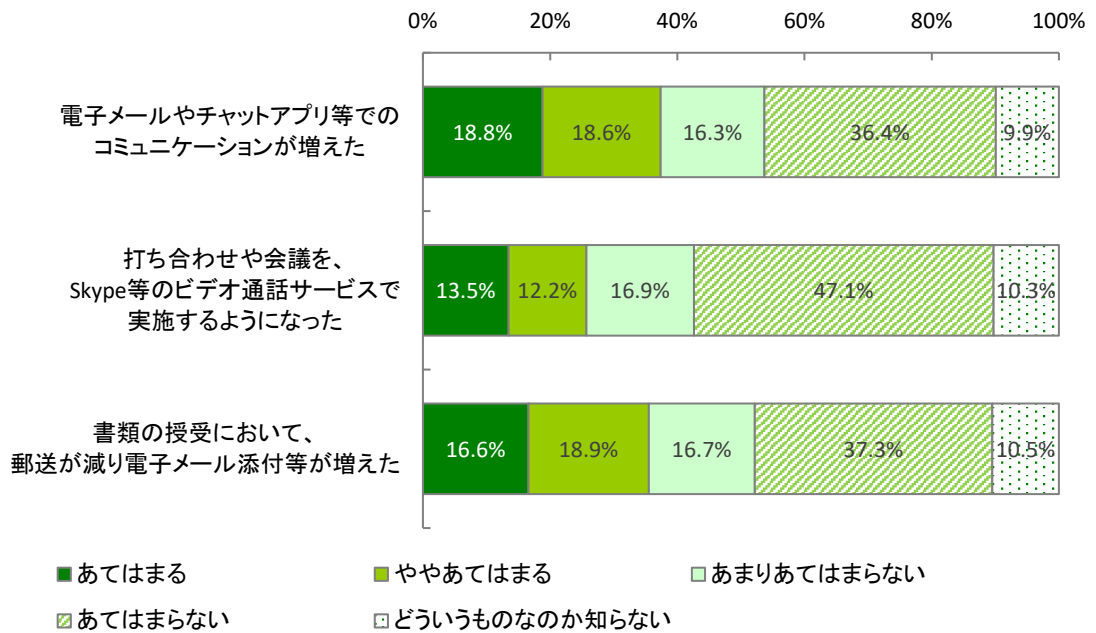
(4) デジタル化の進展による事業環境の変化

- 借入経験のある事業者に対して、デジタル化の進展による事業環境の変化について調査したところ、「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した割合の合計は、「ブログやホームページを開設して情報を発信するようになった」が32.5%と最も高く、次いで「ノートパソコンやスマートフォンを持ち歩くことで、在宅や外での仕事が可能になった」が31.6%、「ブログやホームページ経由で問合せや発注がくるようになった」が24.6%となった。

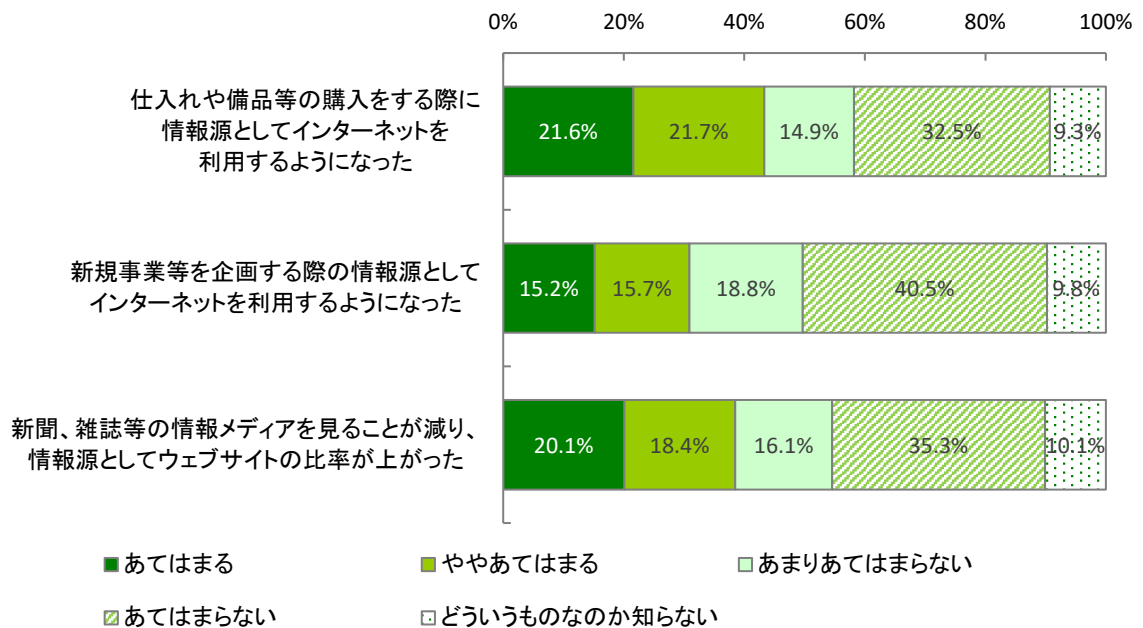
<図表 56：デジタル化の進展による事業環境の変化(複数回答 n=1500)>



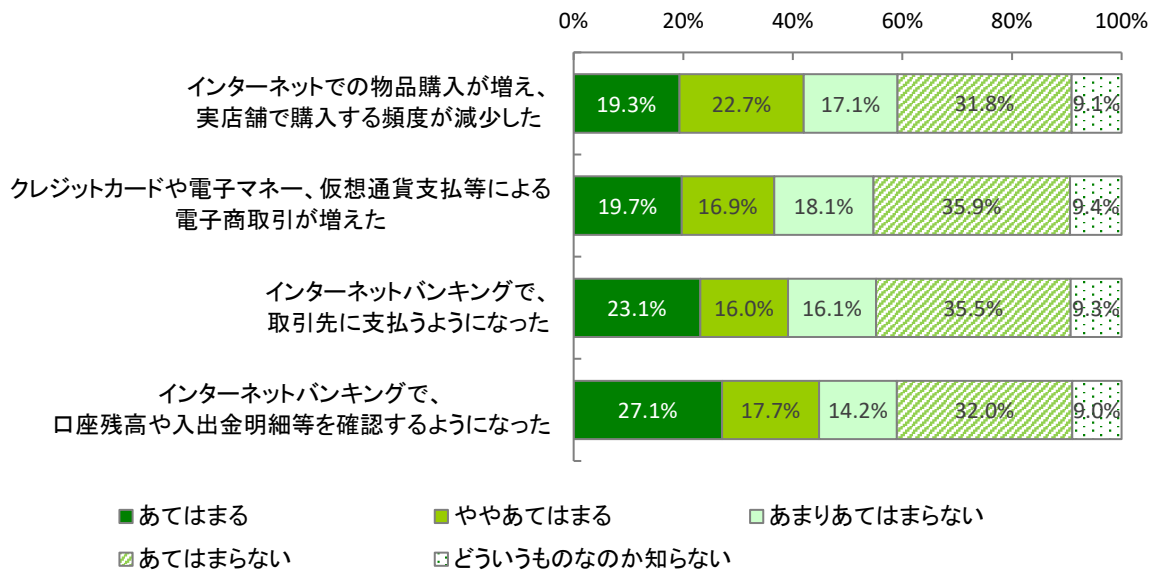
【コミュニケーションにおける変化】



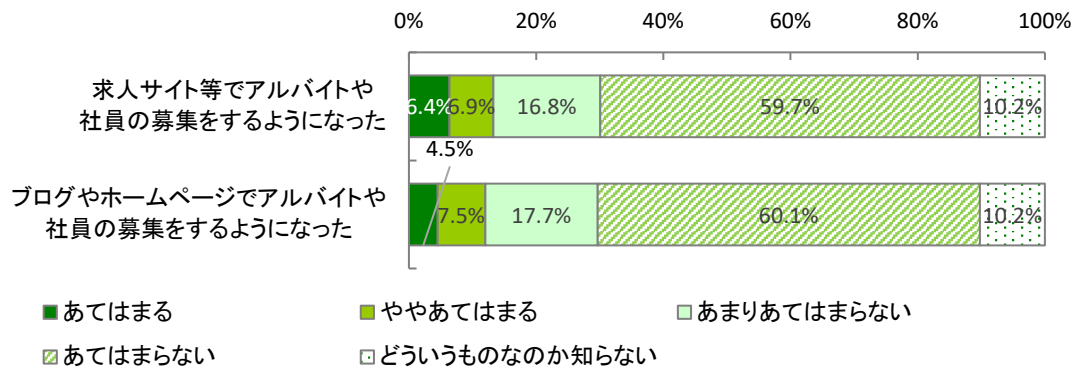
【情報収集における変化】



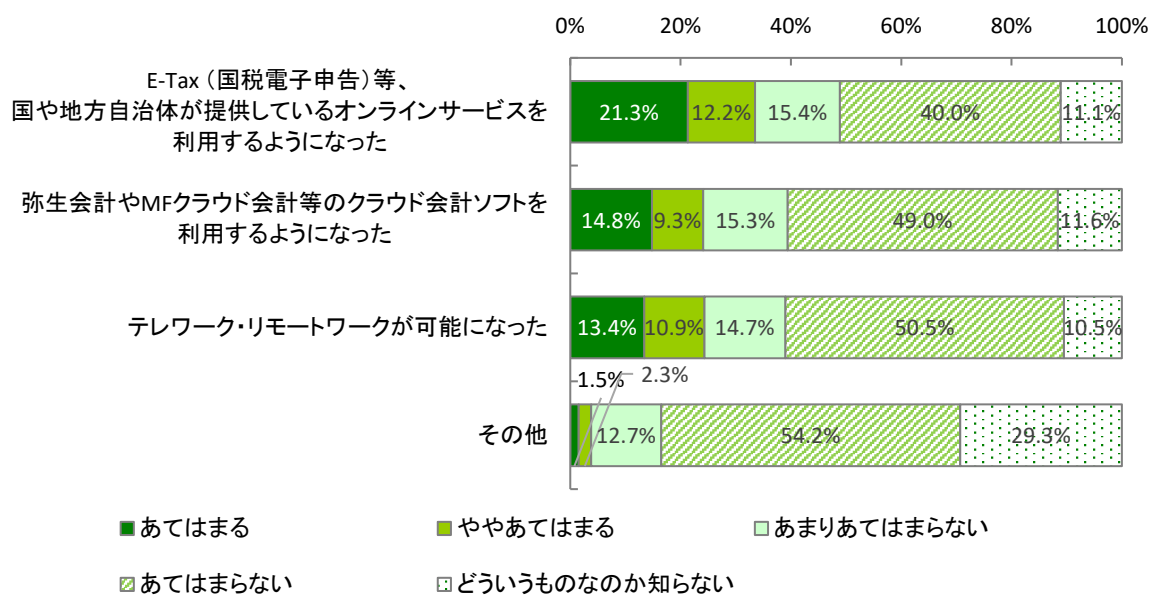
【購買行動・支払手段における変化】



【採用における変化】



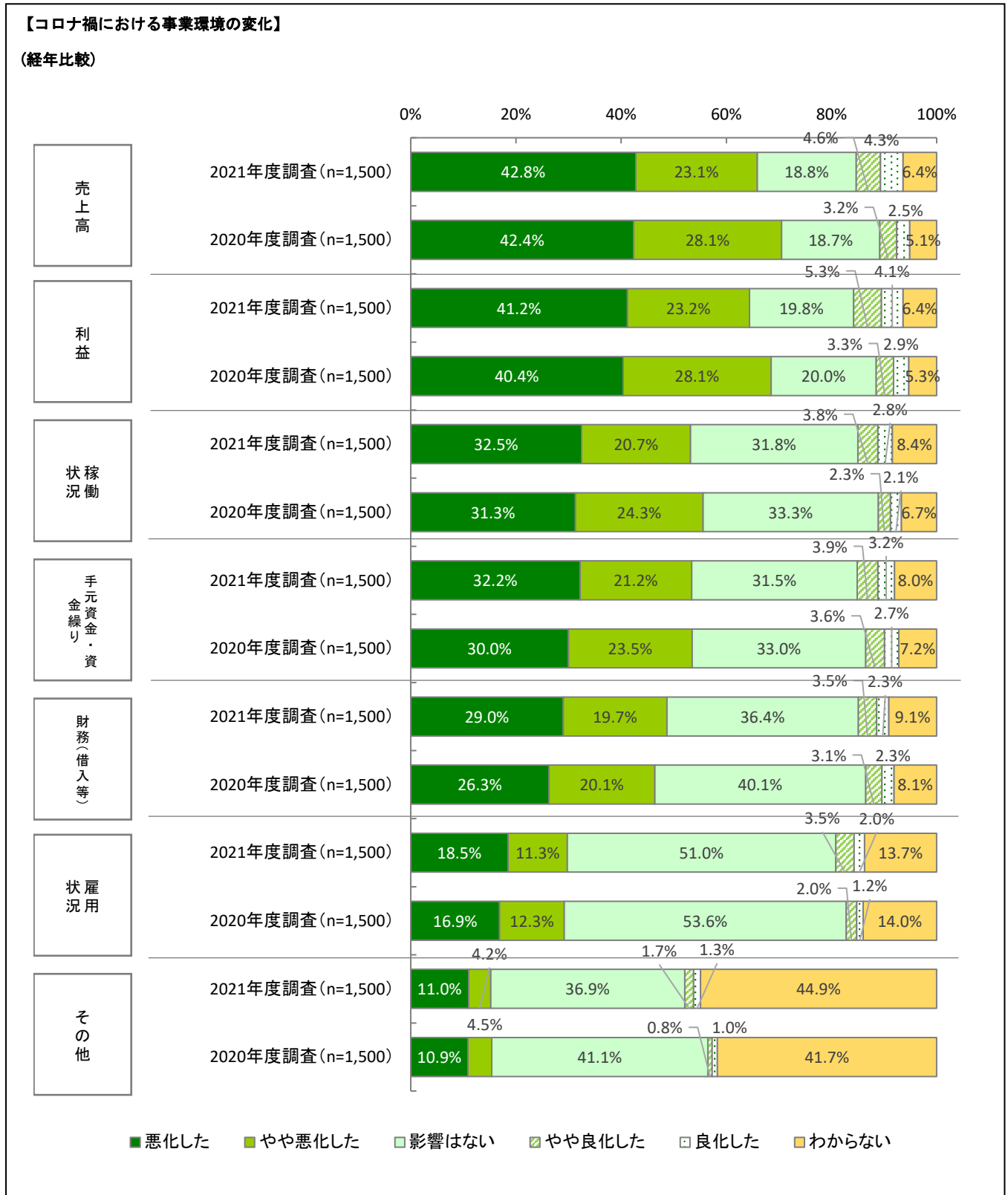
【その他】



(5) コロナ禍における事業環境の変化とコロナ終息後の見通し

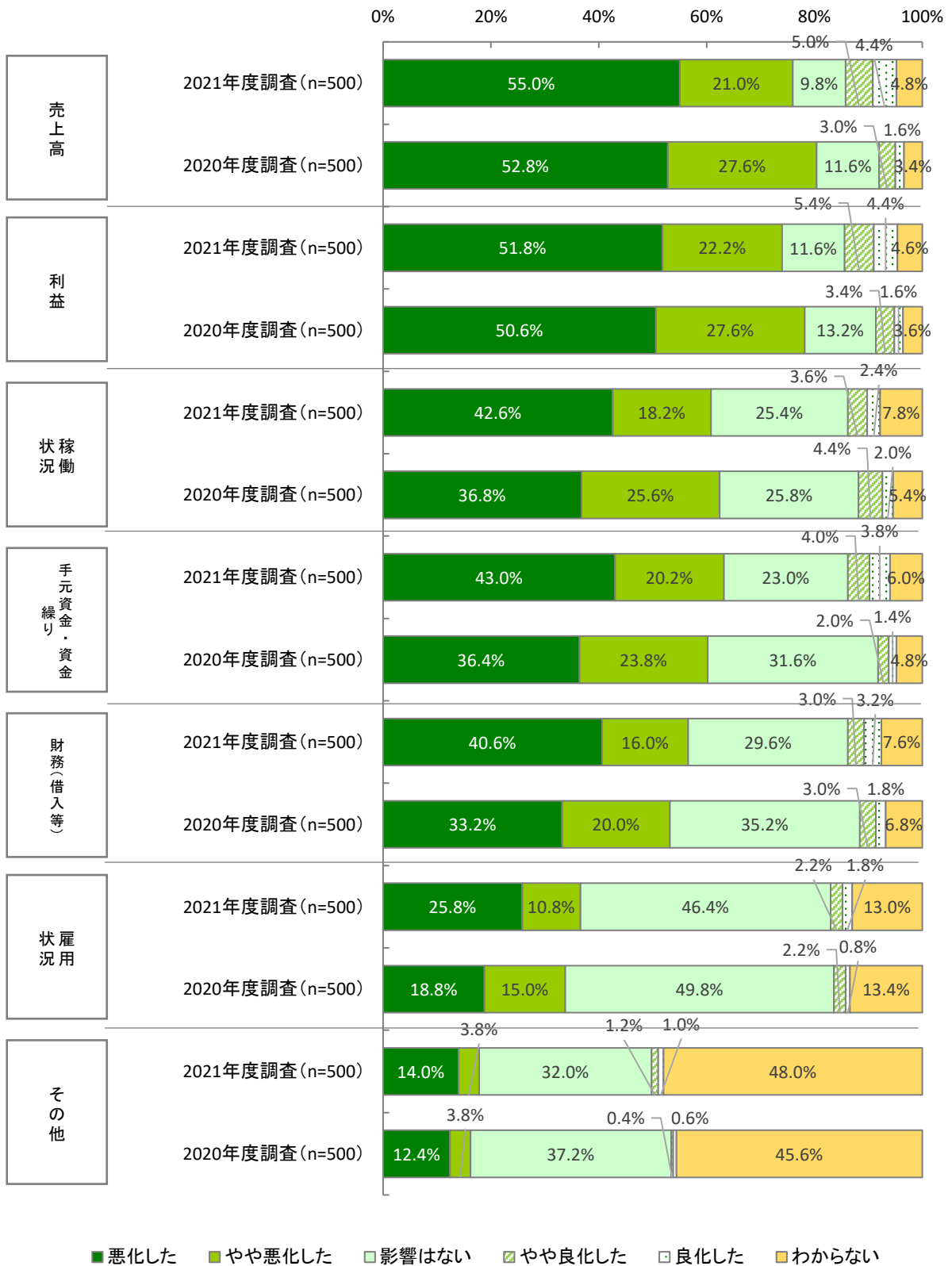
- コロナ禍における事業環境の変化について調査したところ、「悪化した」「やや悪化した」と回答した割合の合計は、「売上高」が65.9%と最も高く、次いで「利益」が64.4%、「手元資金・資金繰り」が53.4%となった。

<図表 57： コロナ禍における事業環境の変化と終息後の見通し（複数回答 n=1500）>

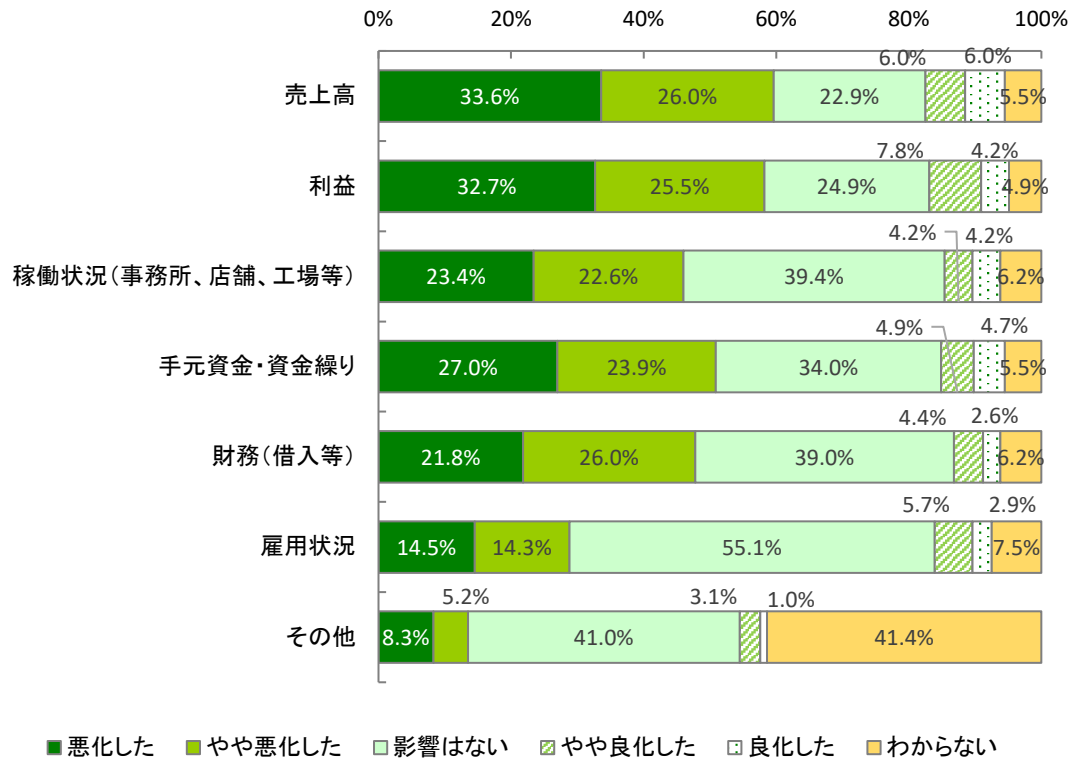


<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

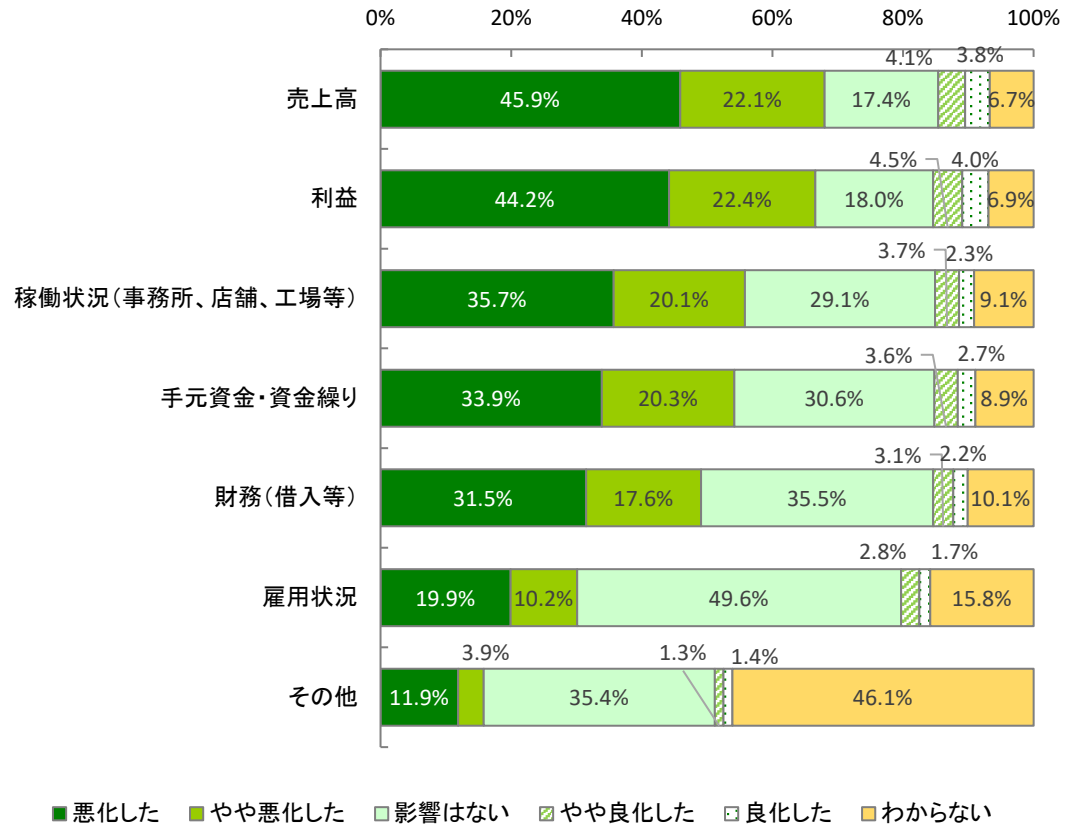
(経年比較)



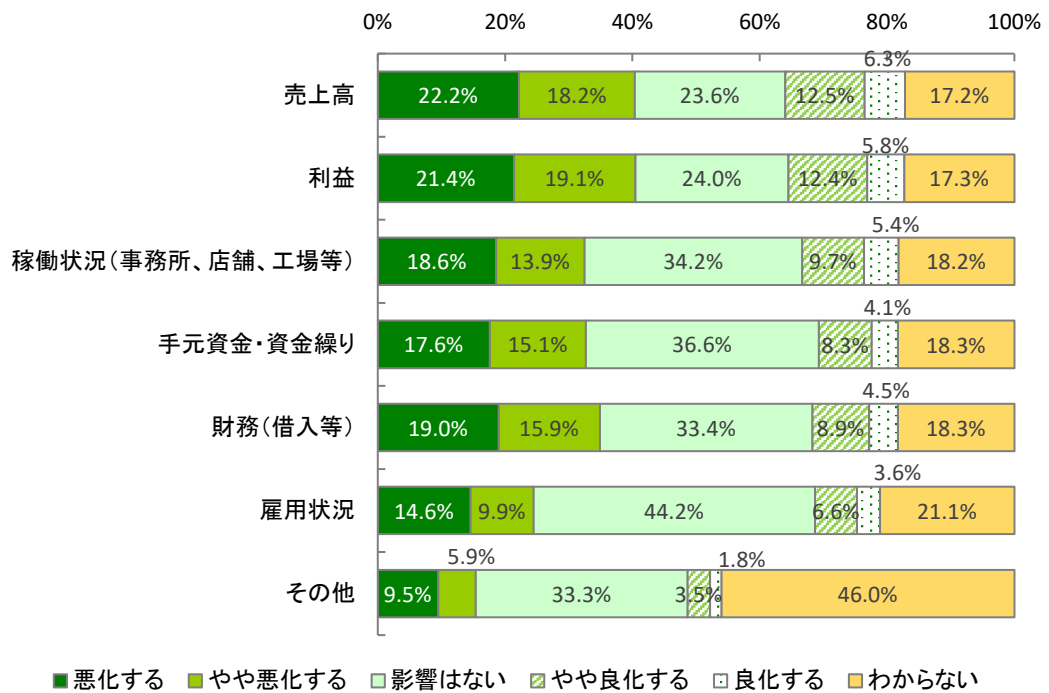
<法人（小規模企業経営者）(n=385)>



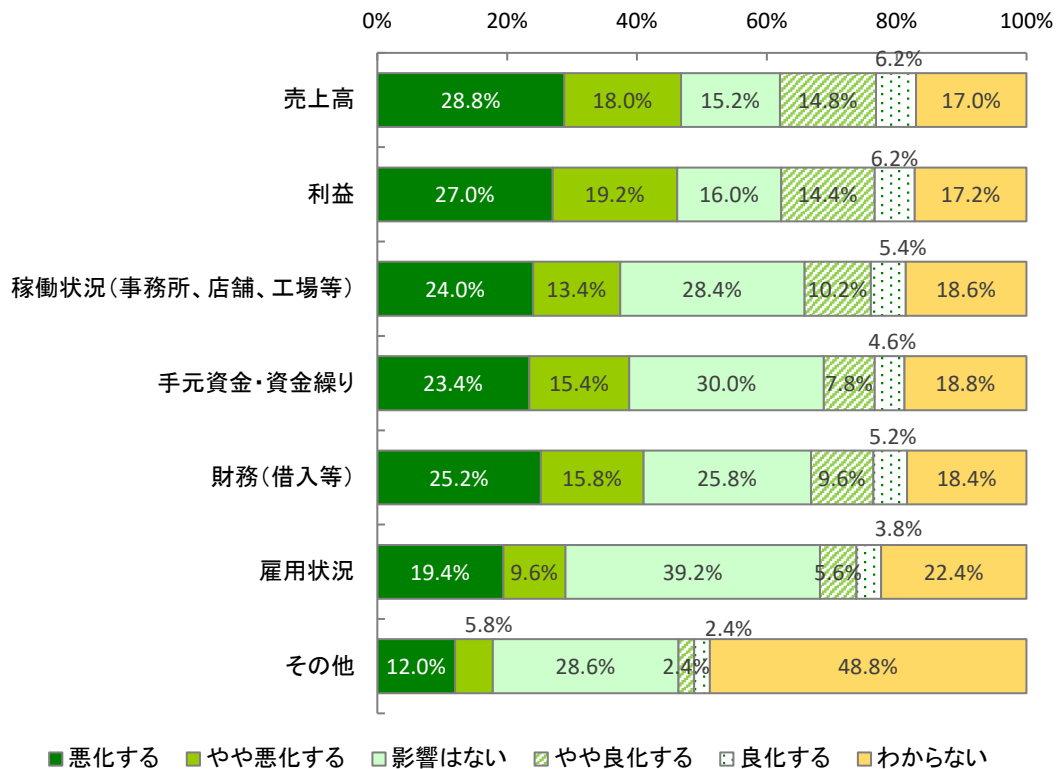
<自営業・個人事業主 (n=1115)>



【コロナ禍終息後の見通し】



<特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス業)の事業者 n=500>

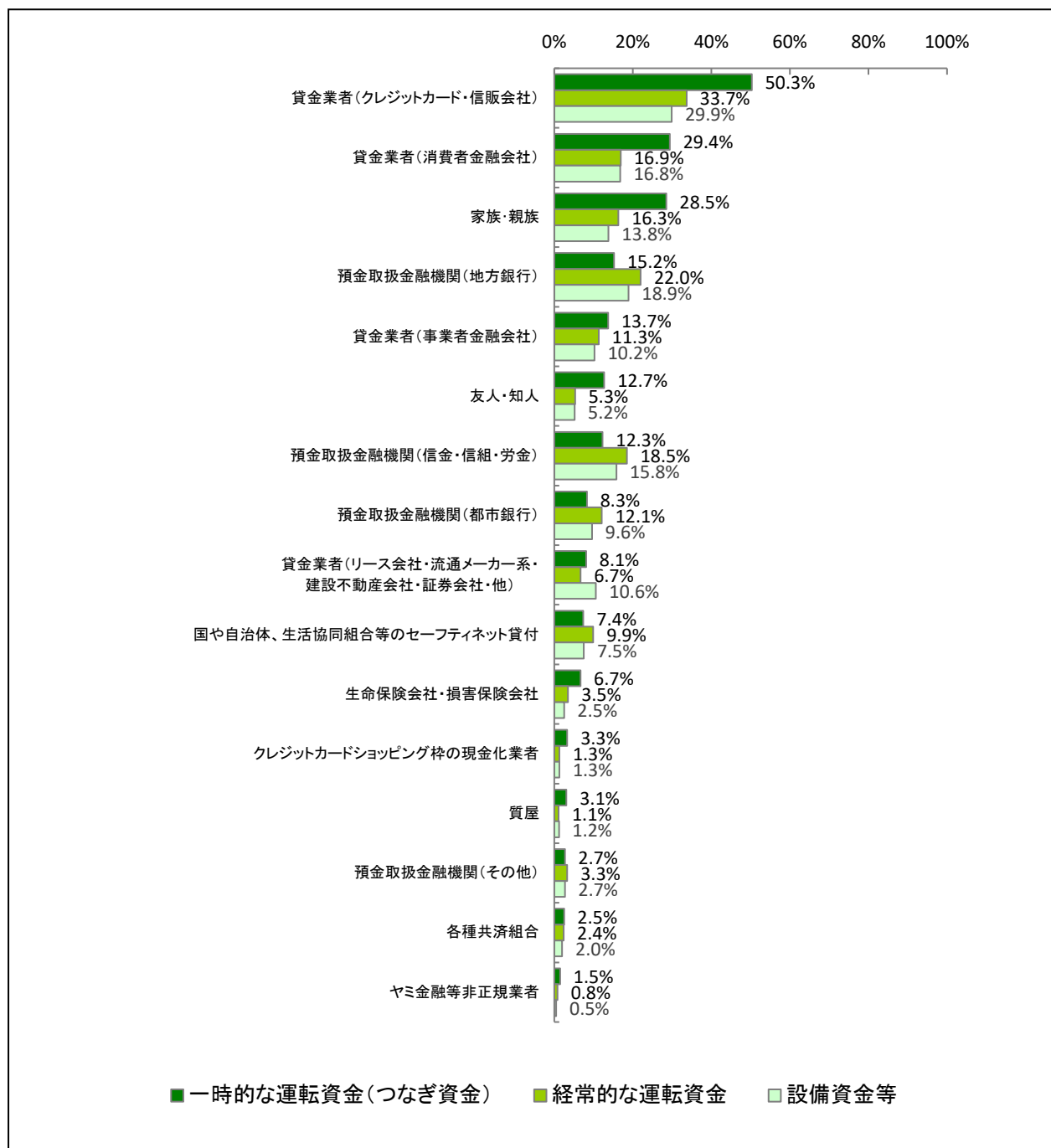


2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について

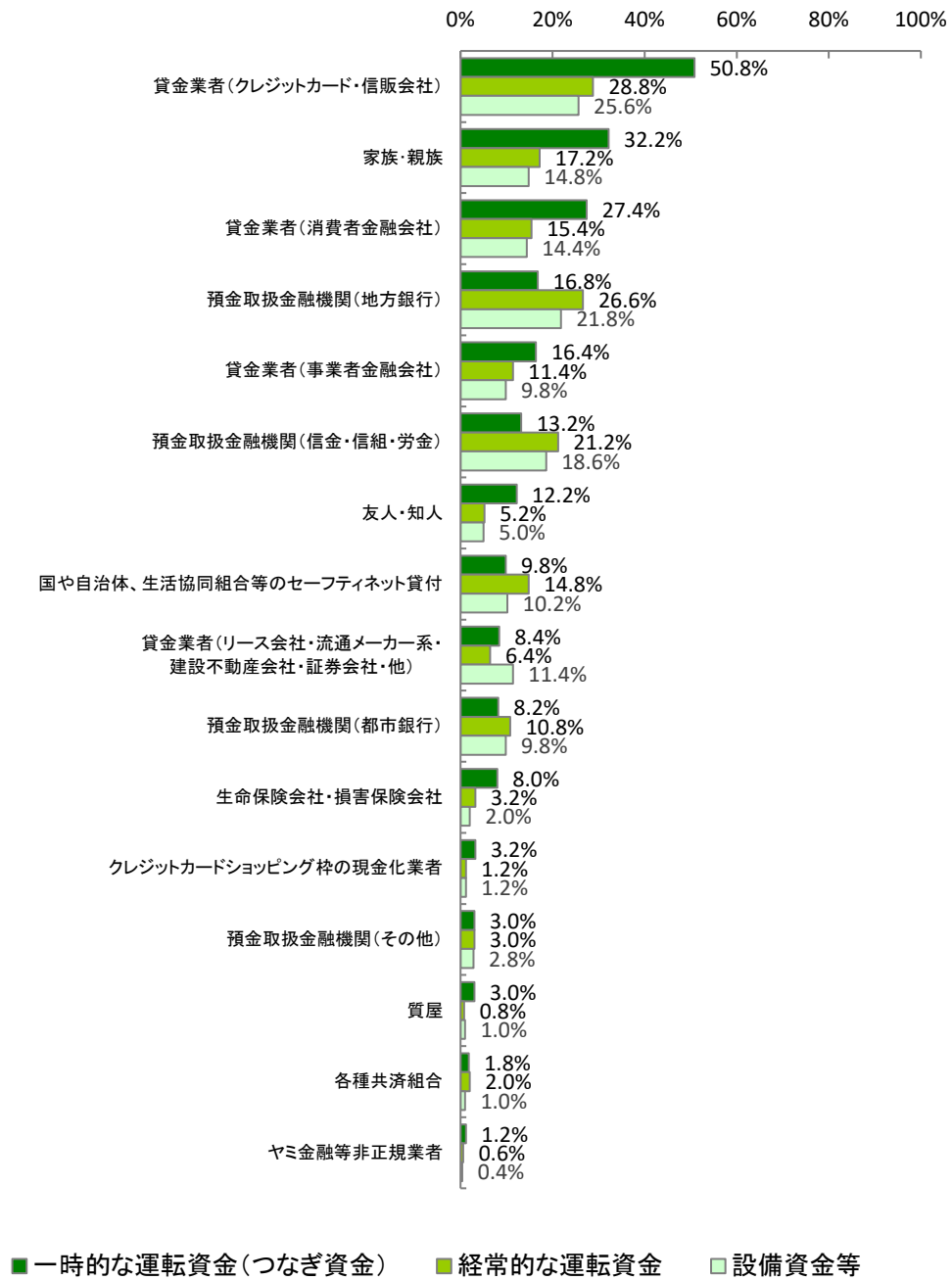
(1) 事業における主な資金調達先について

- 借入経験のある事業者に対して、主な事業資金の調達先について調査したところ、一時的な運転資金（つなぎ資金）では、「貸金業者（クレジットカード・信販会社）」が50.3%と最も高く、次いで「貸金業者（消費者金融会社）」が29.4%、「家族・親族」が28.5%となった。
- 経常的な運転資金では、「貸金業者（クレジットカード・信販会社）」が33.7%で最も高く、設備投資資金でも、「貸金業者（クレジットカード・信販会社）」が29.9%と最も高くなっている。

<図表 58：事業資金の主な調達先（複数回答 n=1500）>



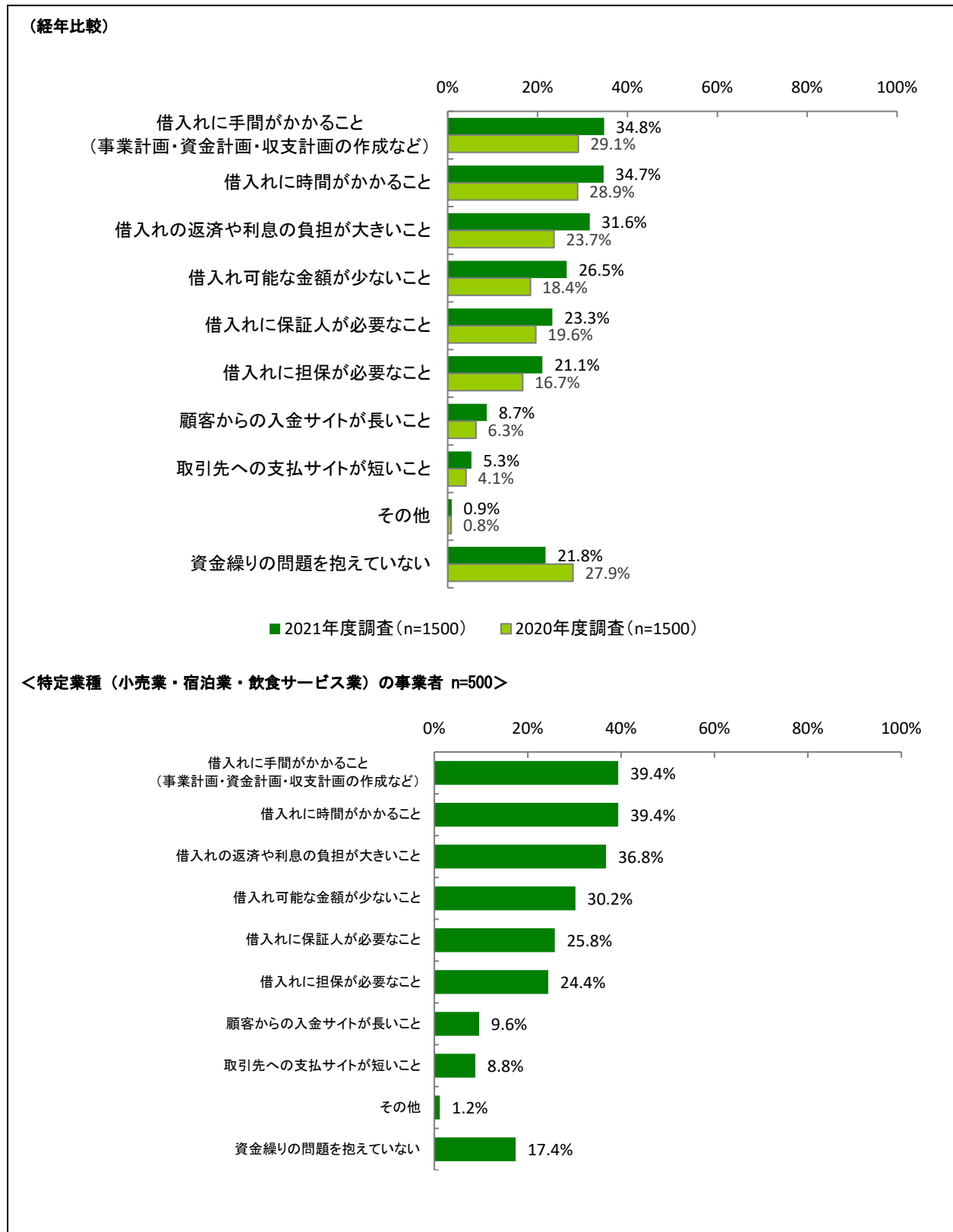
＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500＞



(2) 事業活動における資金調達や資金繰りに対する問題意識について

- 借入経験のある事業者に対して、事業活動における資金調達や資金繰りに関する問題について調査したところ、「借入に手間がかかること（事業計画・資金計画・収支計画の作成など）」が34.8%と最も高く、次いで「借入に時間がかかること」が34.7%、「借入の返済や利息の負担が大きいこと」が31.6%と続いている。

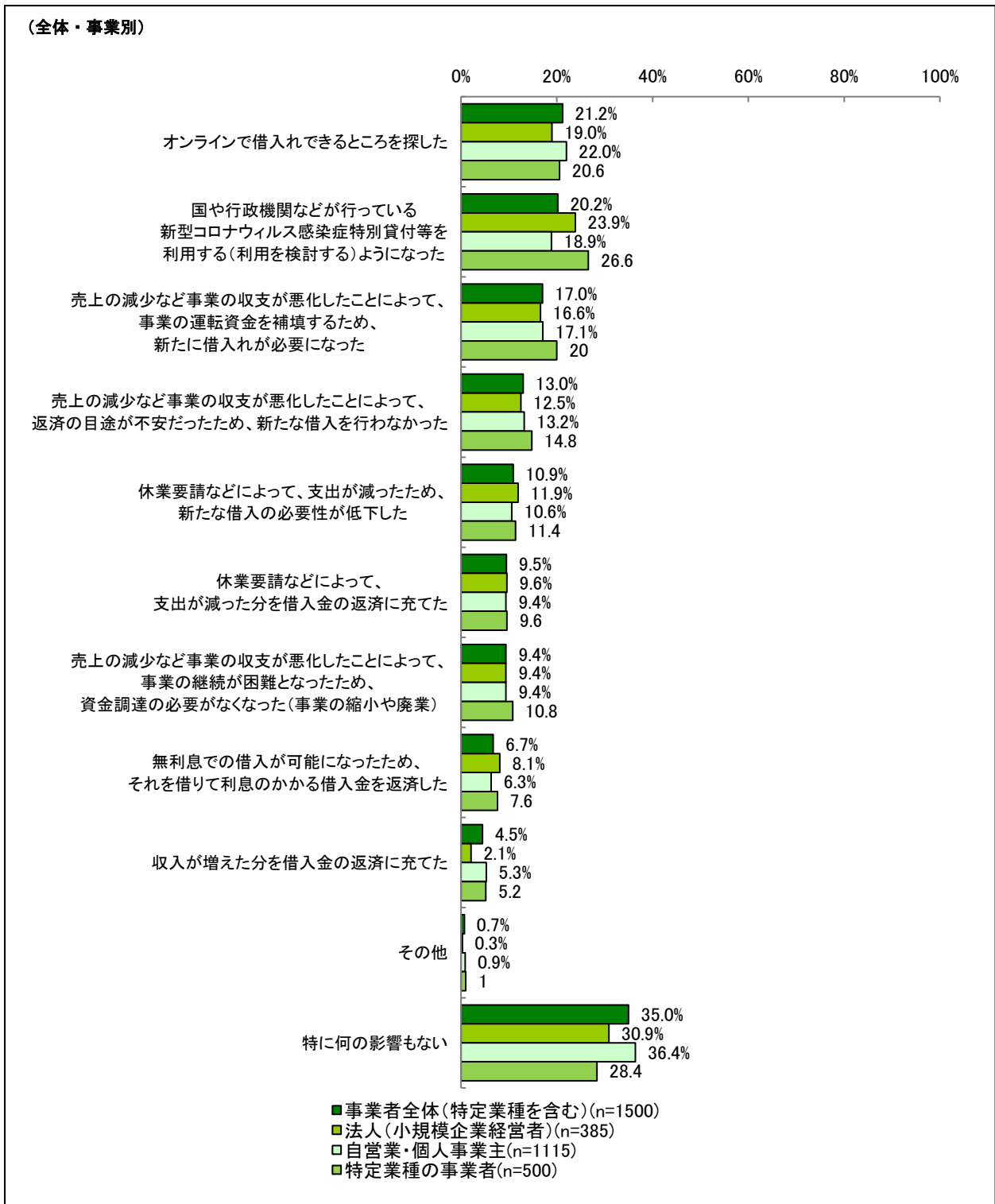
<図表 59：事業活動における資金調達や資金繰りの問題意識（複数回答 n=1500）>



(3) コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について

- コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について調査したところ、「オンラインで借入れできる場所を探した」が21.2%と最も高く、次いで「国や行政機関などが行っている新型コロナウイルス感染症特別貸与等を利用する(利用を検討する)ようになった」が20.2%、「売上の減少など事業の収支が悪化したことによって、事業の運転資金を補填するため、新たに借入れが必要になった」が17.0%と続いている。

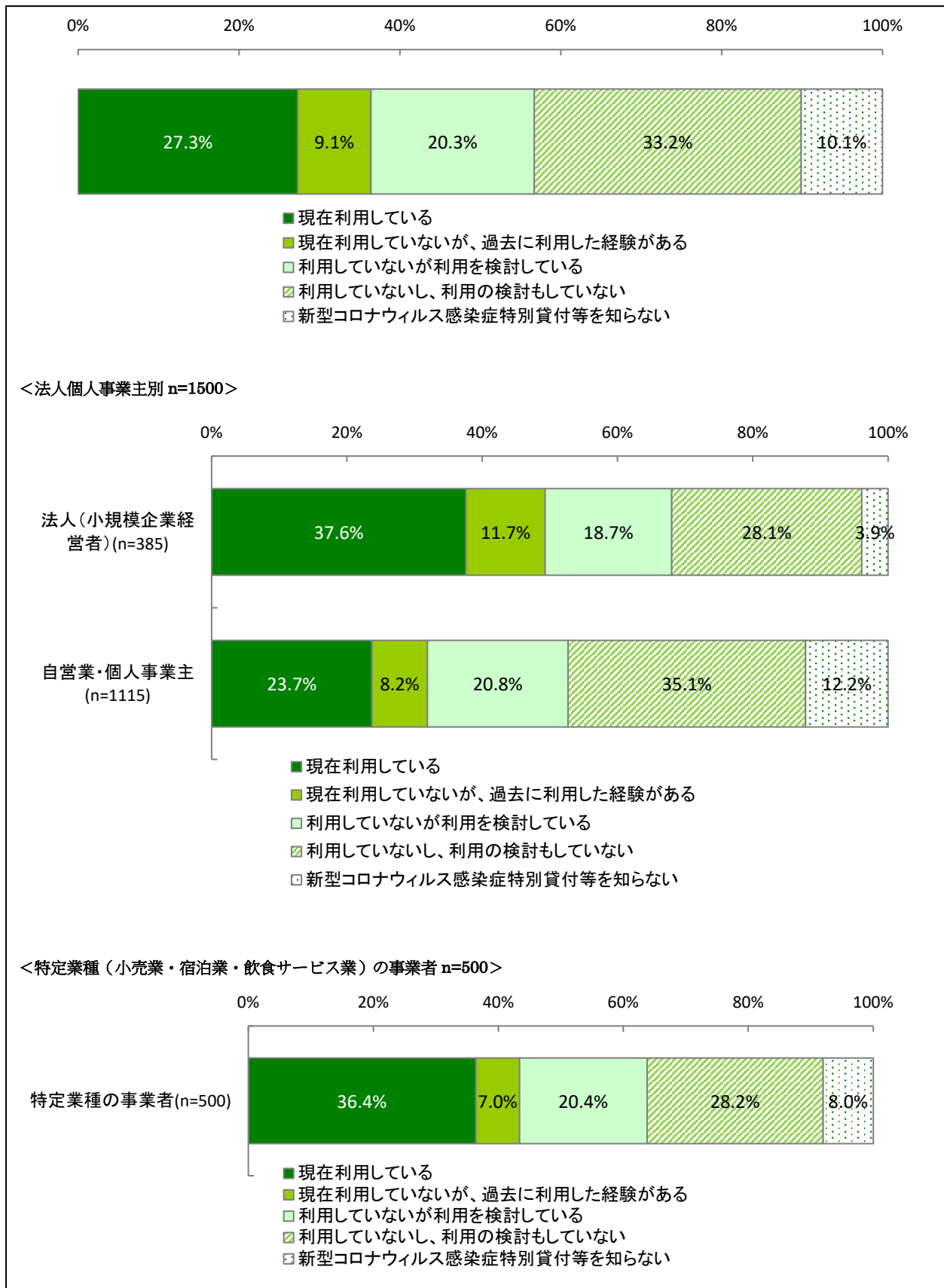
<図表 60：コロナ禍における借入意識や借入行動の変化について（複数回答 n=1500）>



(4) 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向

- 新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向について調査したところ、「現在利用している」と回答した割合は27.3%となった。

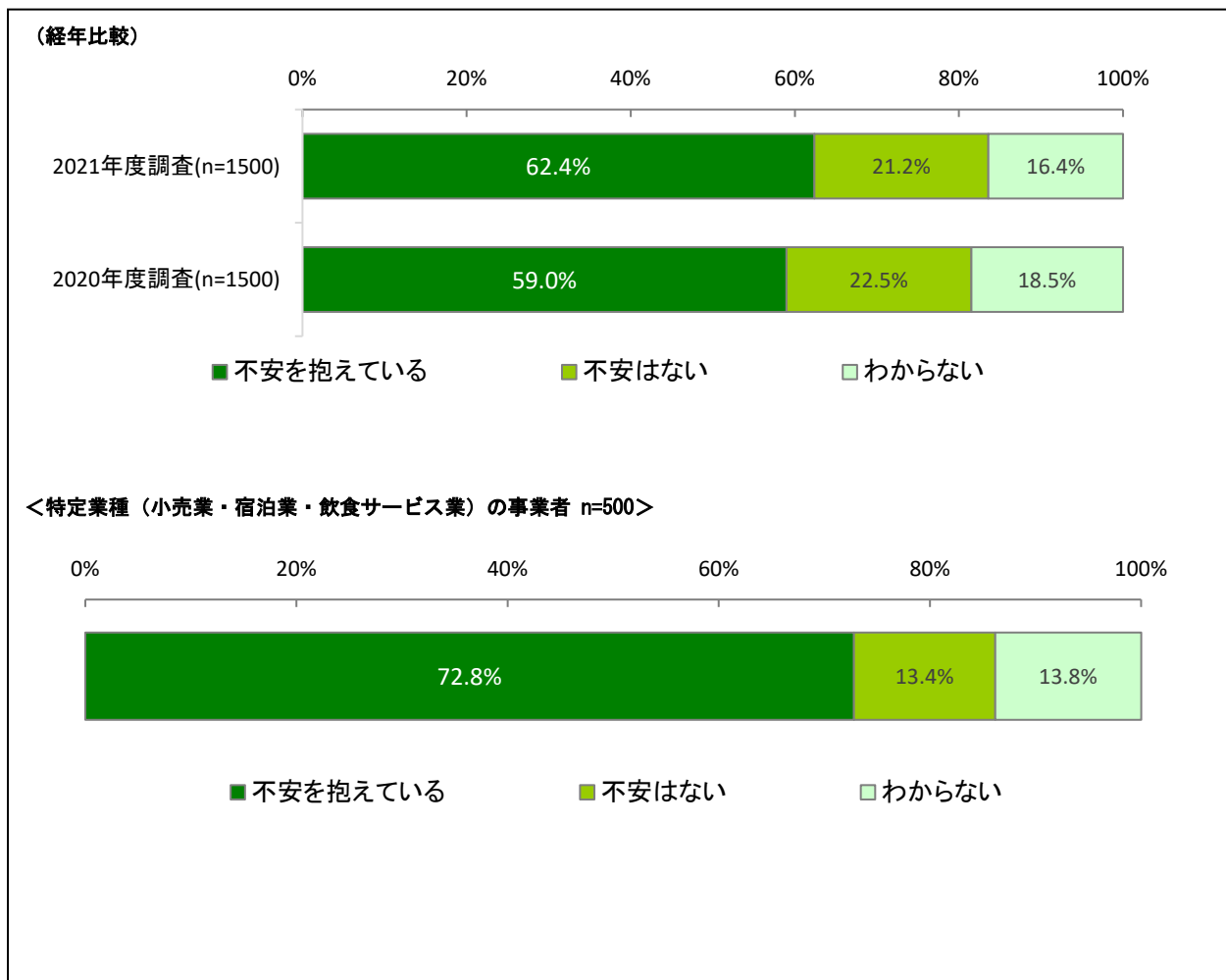
<図表 61：新型コロナウイルス感染症特別貸付利用の有無・利用意向 (n=1500)>



(5) 事業活動における将来（コロナ終息後）の資金繰りの不安について

- 事業活動における将来的な資金繰りの不安については、62.4%が不安を抱えていると回答している。

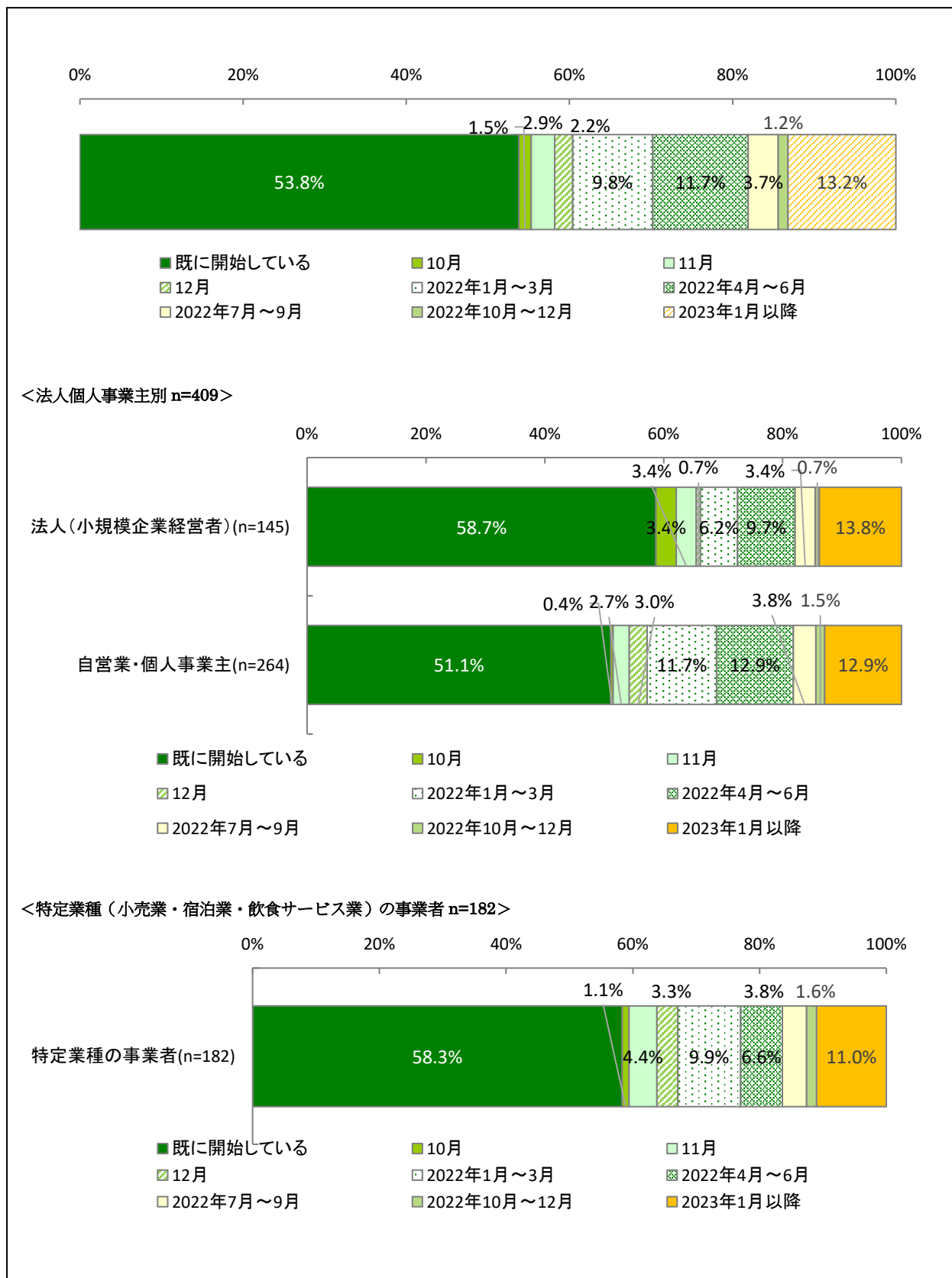
<図表 62：事業活動における将来的な資金繰りの不安（n=1500）>



(6) 新型コロナウイルス感染症特別貸付の返済開始時期について

- 新型コロナウイルス感染症特別貸付の返済開始時期については、53.8%が「既に開始している」と回答している。

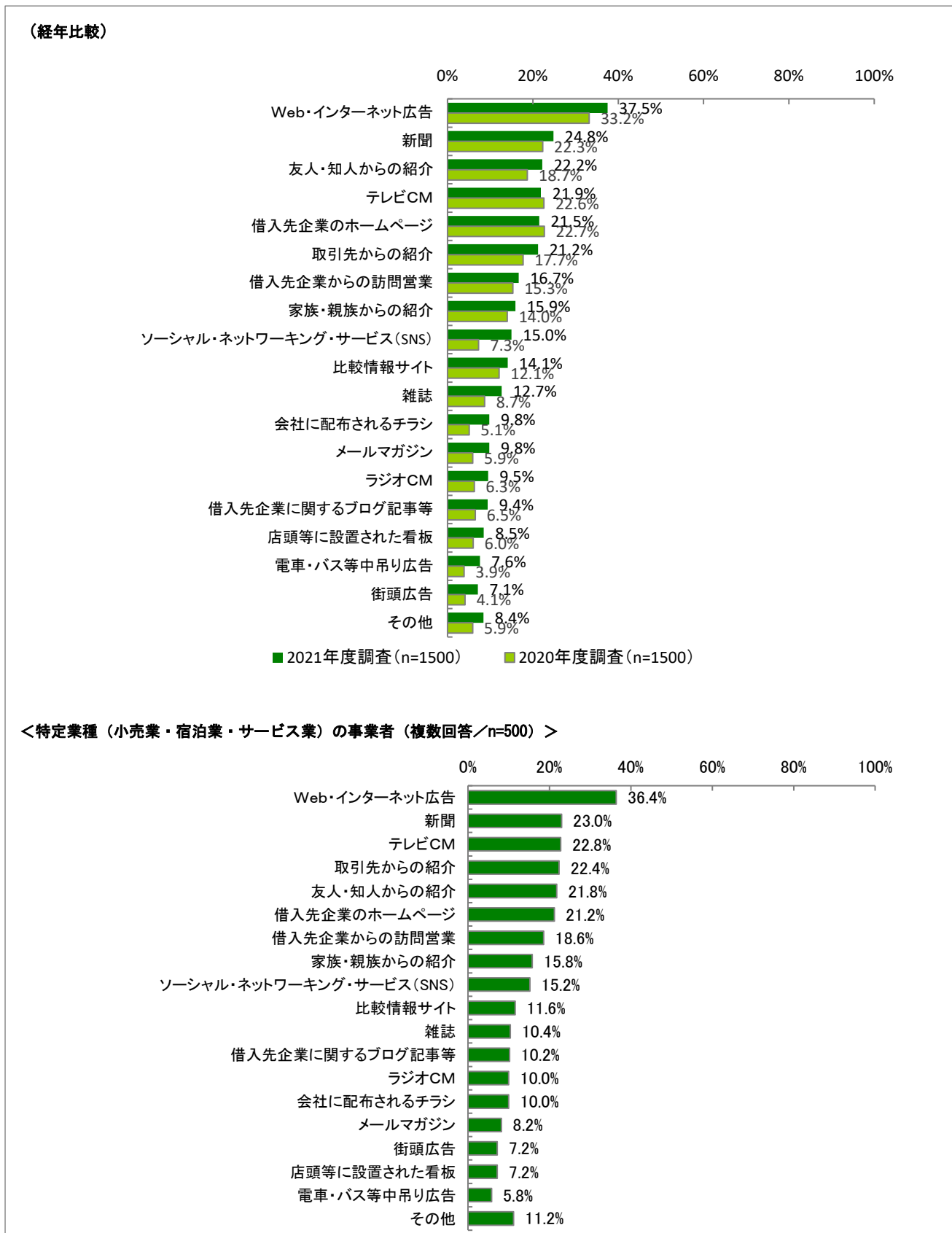
<図表 63 : 新型コロナウイルス感染症特別貸付の返済開始時期 (n=409)>



(7) 借入先を選定する際の情報収集先について

- 借入先を選定する際の情報源をみると、「Web・インターネット広告」が37.5%と最も高く、次いで「新聞」が24.8%、「友人・知人からの紹介」が22.2%と続いている。

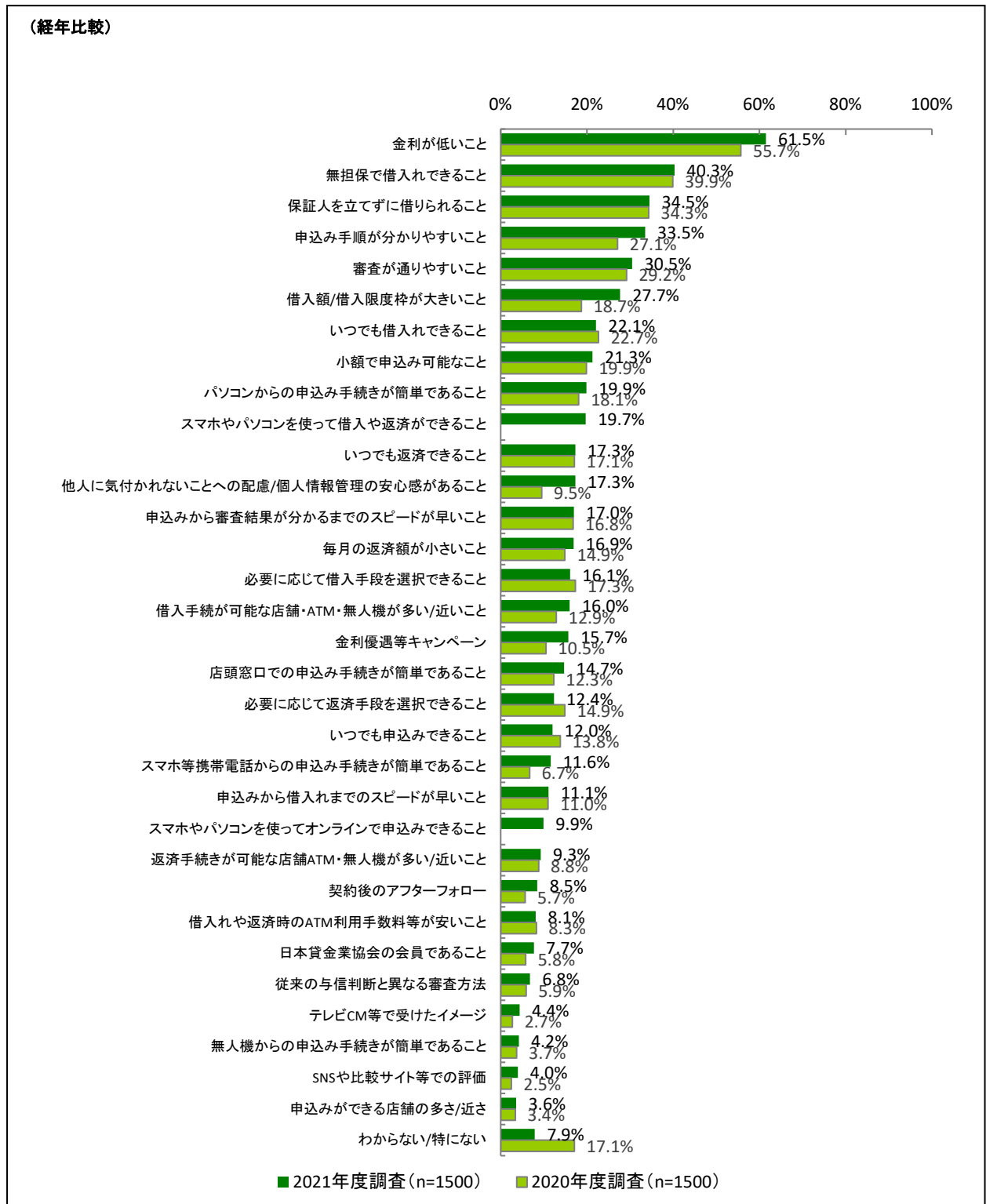
<図表 64：借入先を選定する際の情報源（複数回答 n=1500）>



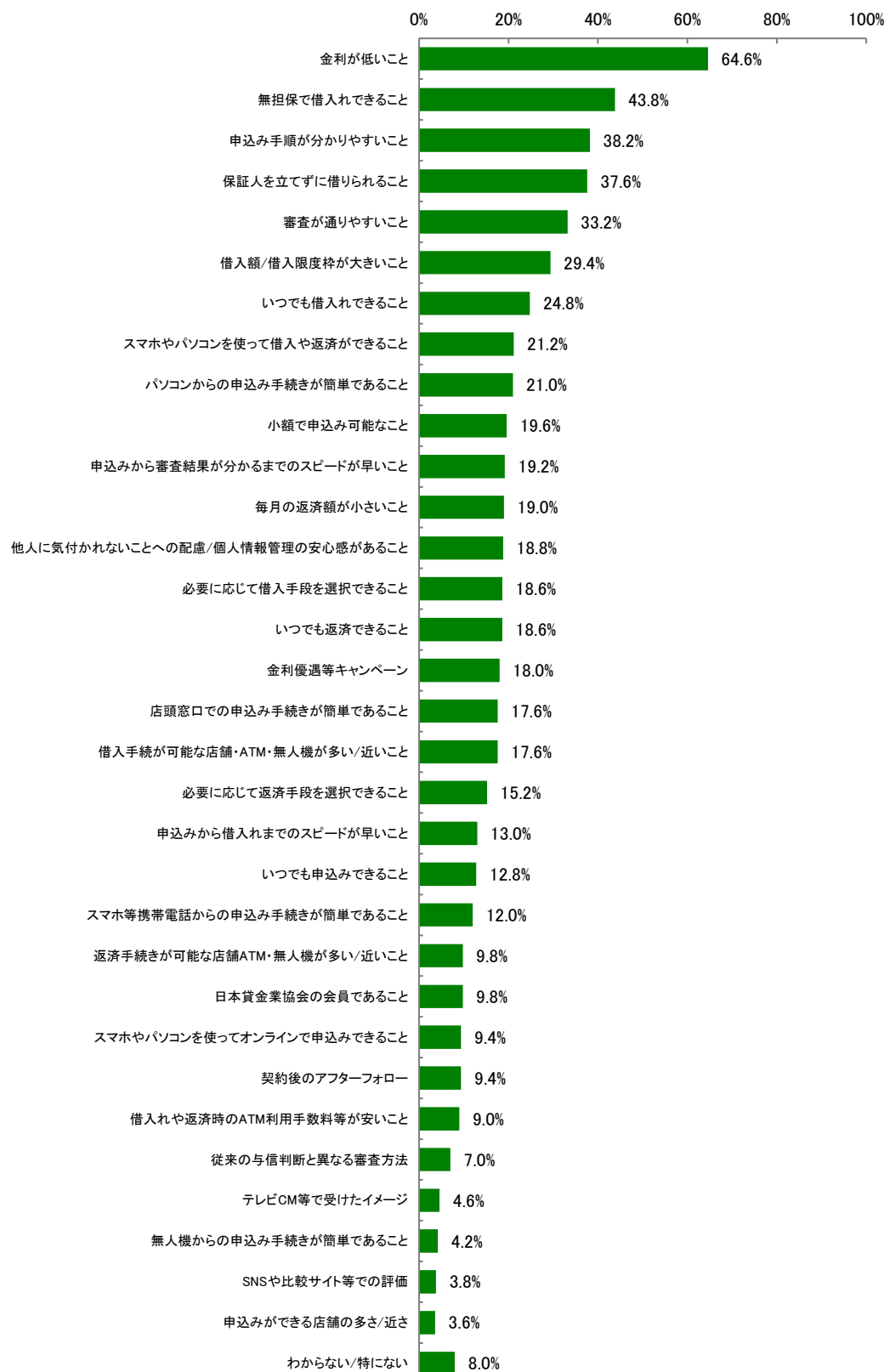
(8) 借入先を選定する際に重視するポイント

- 借入経験のある事業者に対して、借入先を選定する際に重視するポイントを調査したところ、「金利が低いこと」が61.5%と最も高く、次いで「無担保で借入ができること」が40.3%、「保証人を立てずに借りられること」が34.5%、「保証人を立てずに借りられること」が34.5%となった。

<図表 65：借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=1500）>



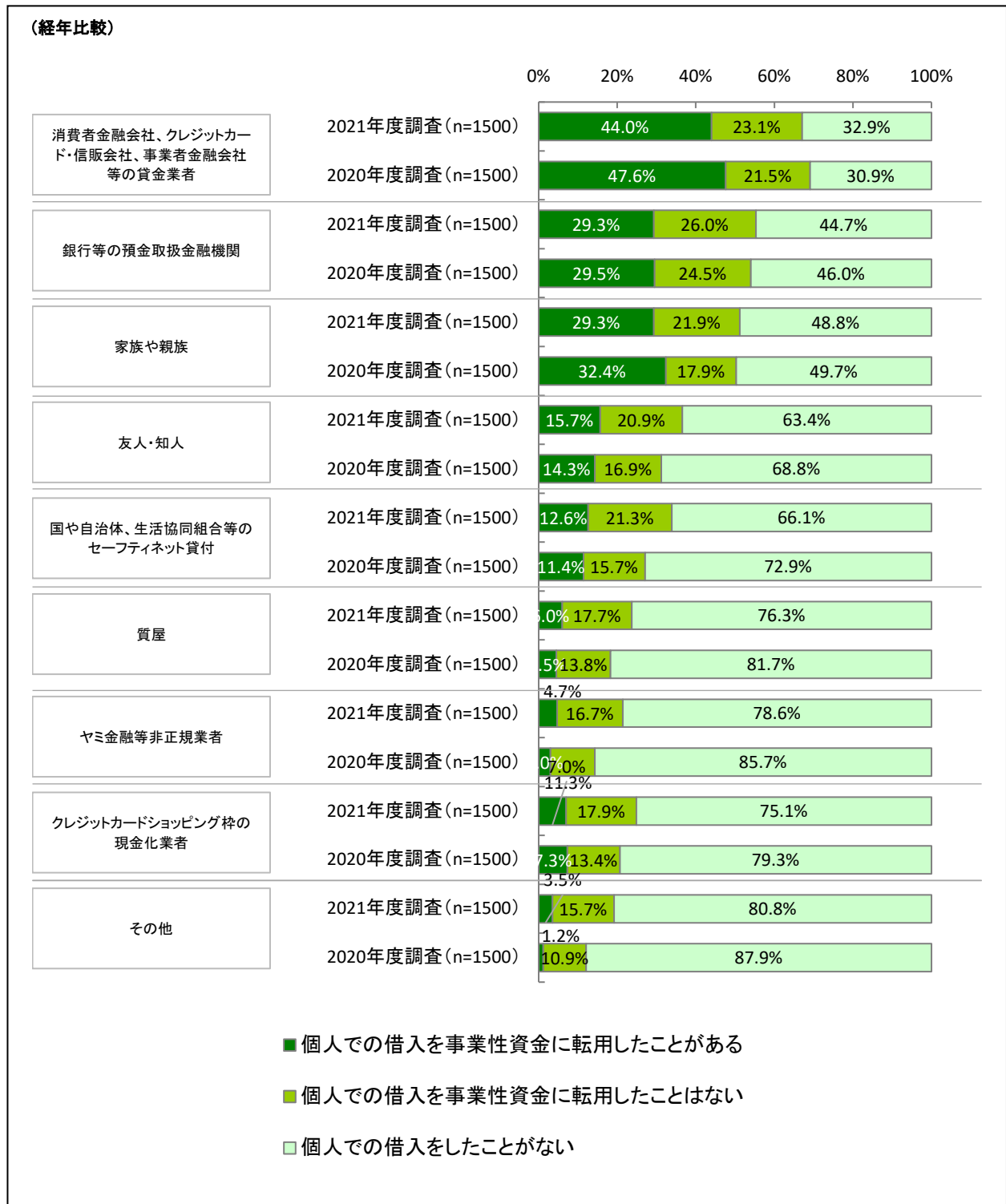
<特定業種（小売業・宿泊業・サービス業）の事業者（複数回答／n=500）>



(9) 個人借入の事業性資金への転用経験の有無について

- 貸金業者から個人で借入れた資金を事業の運転資金等に転用した経験について、「個人間での借入を事業性資金に転用したことがある」と回答した割合をみると、「消費者金融会社、クレジットカード・信販会社、事業者金融会社等の貸金業者」が44.0%と最も高く、次いで「家族や親族」と「銀行等の預金取扱金融機関」が29.3%と続いている。

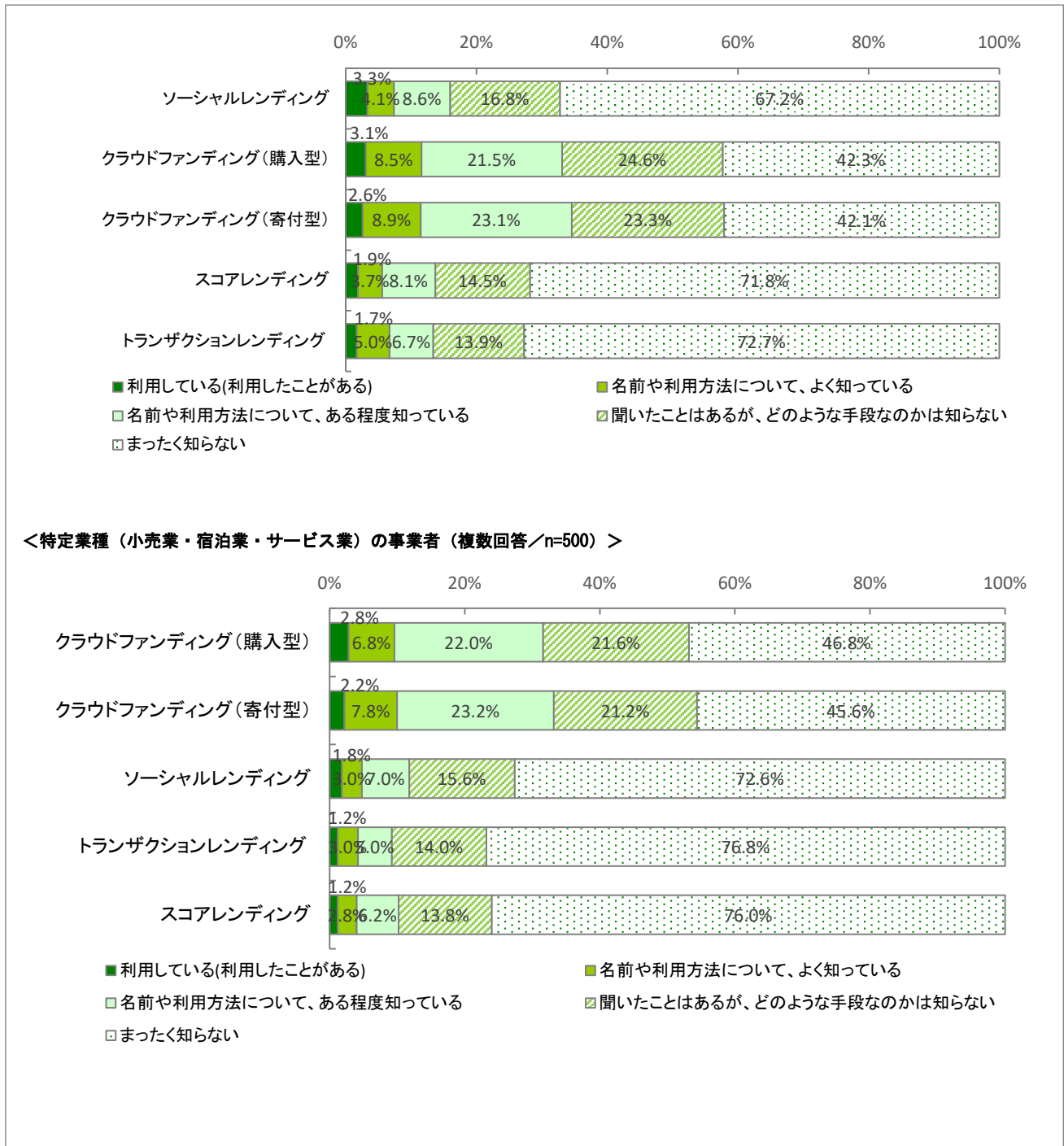
<図表 66：事業性資金への転用経験（n=1500）>



(10) フィンテックを活用した資金調達方法の認知度について

- 借入経験のある事業者に対して、フィンテックを活用した資金調達方法の認知について調査したところ、「よく知っている」、「ある程度知っている」、「聞いたことはあるが、どのような手段なのかは知らない」と回答した割合の合計をみると、「クラウドファンディング（寄付型）」が55.3%と最も高く、次いで「クラウドファンディング（購入型）」が54.6%、「ソーシャルレンディング」が29.5%となった。

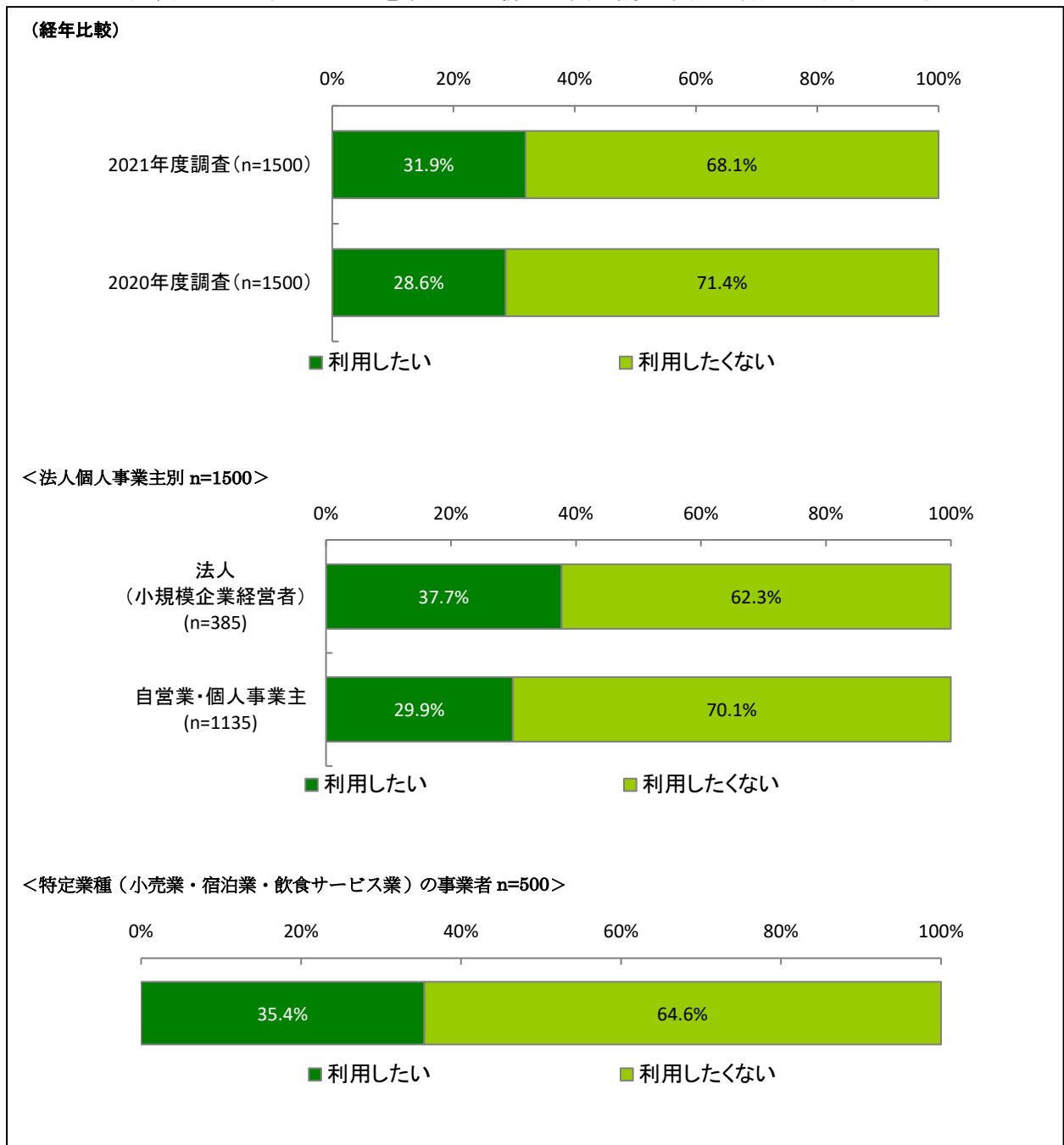
<図表 67：フィンテックを活用した新しい資金調達手段の認知度（複数回答 n=1500）>



(11)フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向について

- フィンテックを活用した資金調達方法の利用意向については、31.9%が利用したいと回答している。

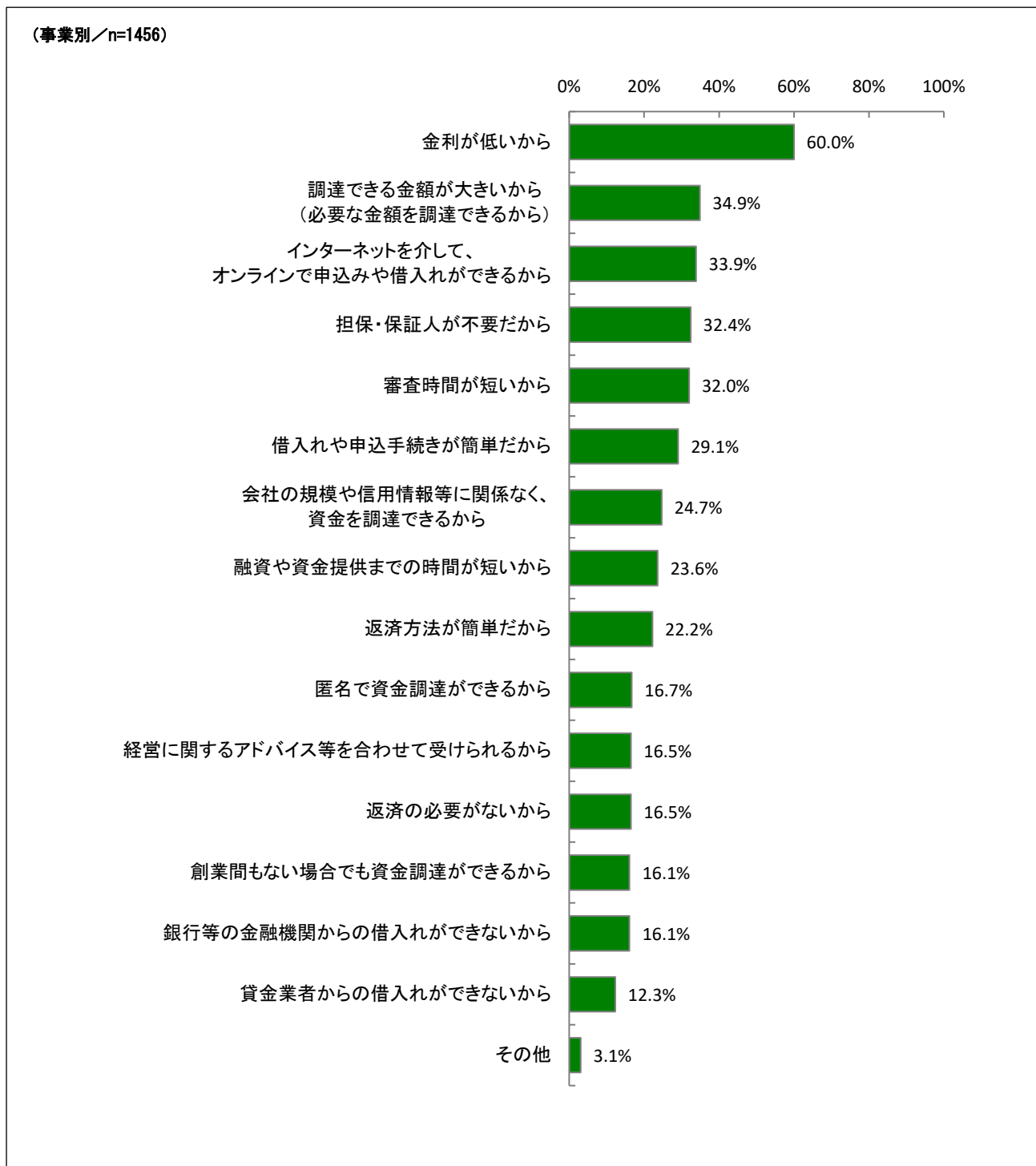
<図表 68：フィンテックを活用した新しい資金調達手段の利用意向（n=1500）>



(12)フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由

- フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由については、「金利が低いから」が60.0%と最も高く、次いで「調達できる金額が大きいから(必要な金額を調達できるから)」が34.9%、「インターネットを介して、オンラインで申込みや借入れができるから」が33.9%となった。

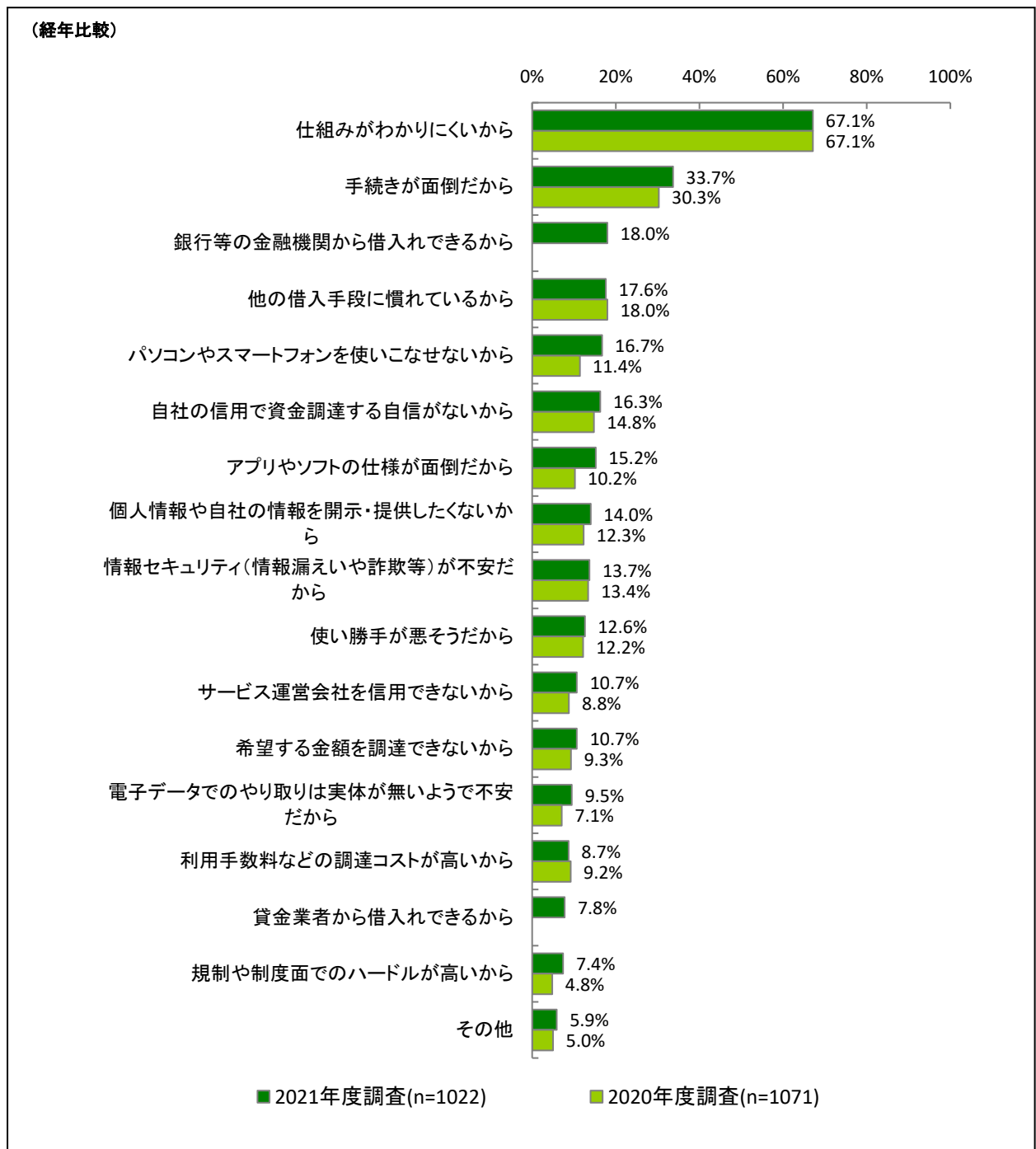
<図表 69：フィンテックを活用した資金調達方法を利用したい理由（複数回答 n=1500）>



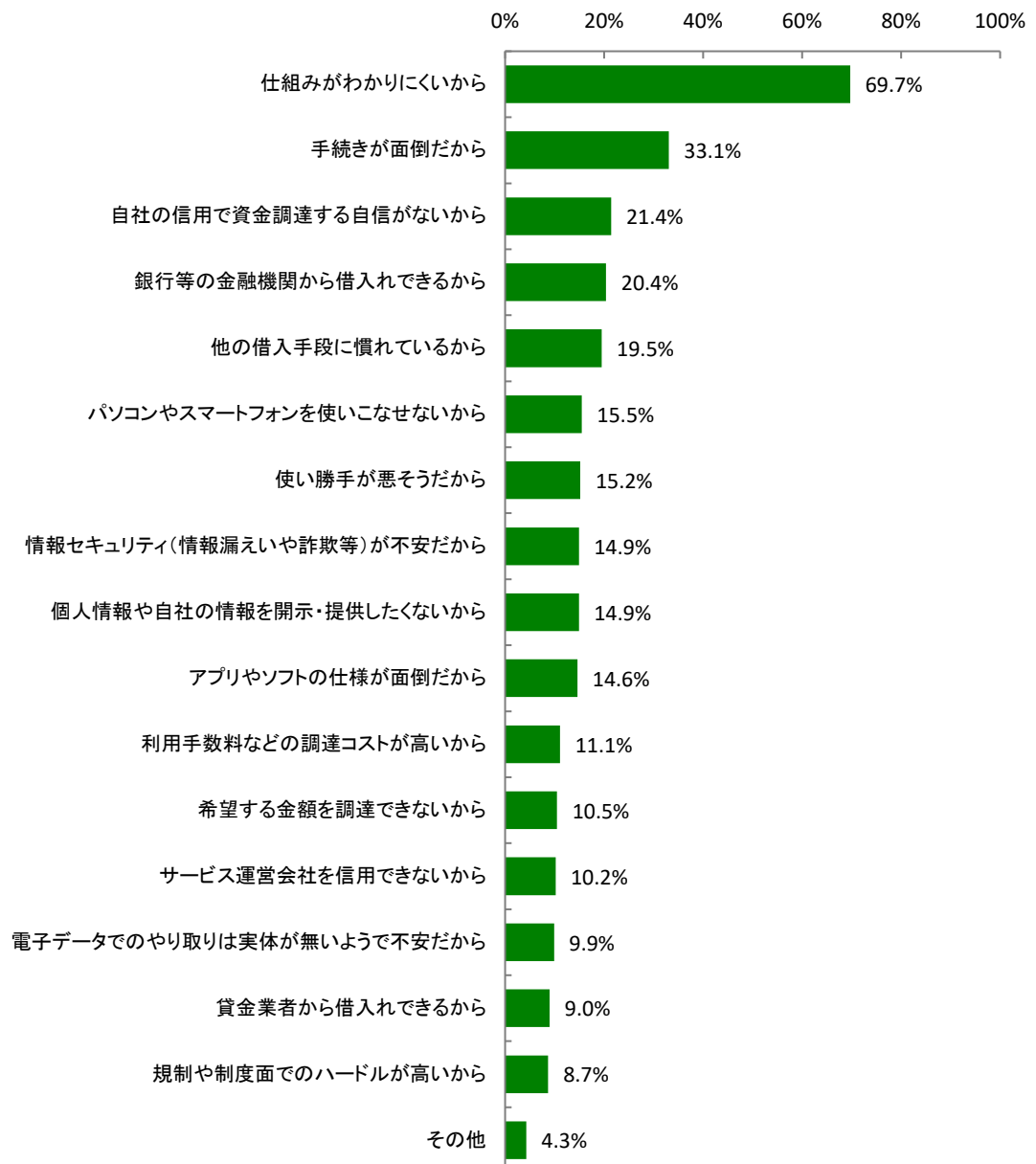
(13) フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由

- フィンテックを活用した資金調達方法を利用しない理由については、「仕組みがわかりにくいから」が67.1%と最も高く、次いで「手続きが面倒だから」が33.7%、「銀行等の金融機関から借入れできるから」が18.0%となった。

<図表 70：フィンテックの最新の技術を活用した新しい資金調達手段を利用したくない理由
(複数回答 n=1022)>



<特定業種（小売業・宿泊業・サービス業）の事業者（複数回答／n=500）>



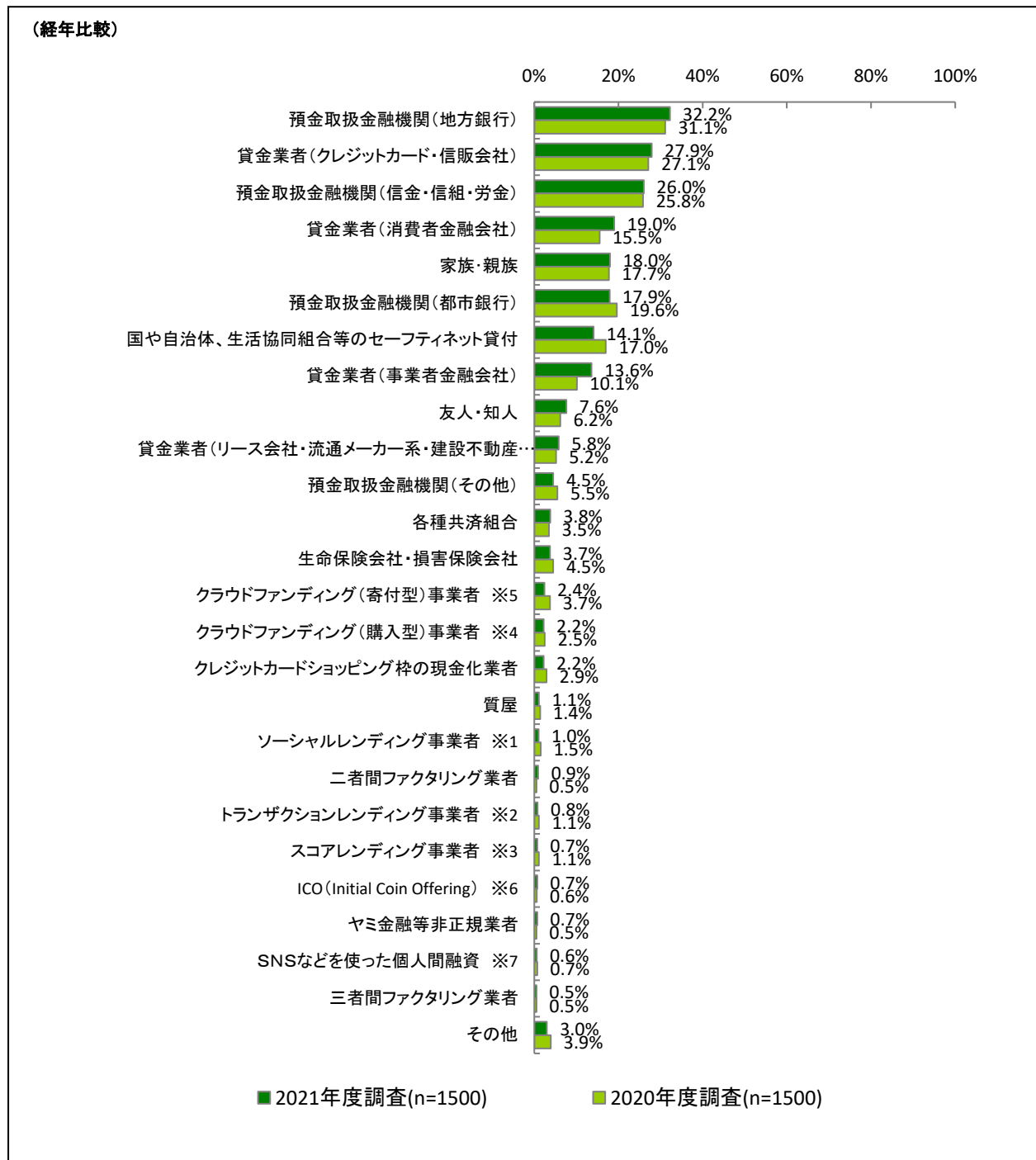
3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について

① 借入先として検討した先について

- 借入先として検討した先については、「地方銀行」が32.2%と最も高く、次いで「クレジットカード・信販会社」が27.9%、「信金・信組・労金」が26.0%と続いている。

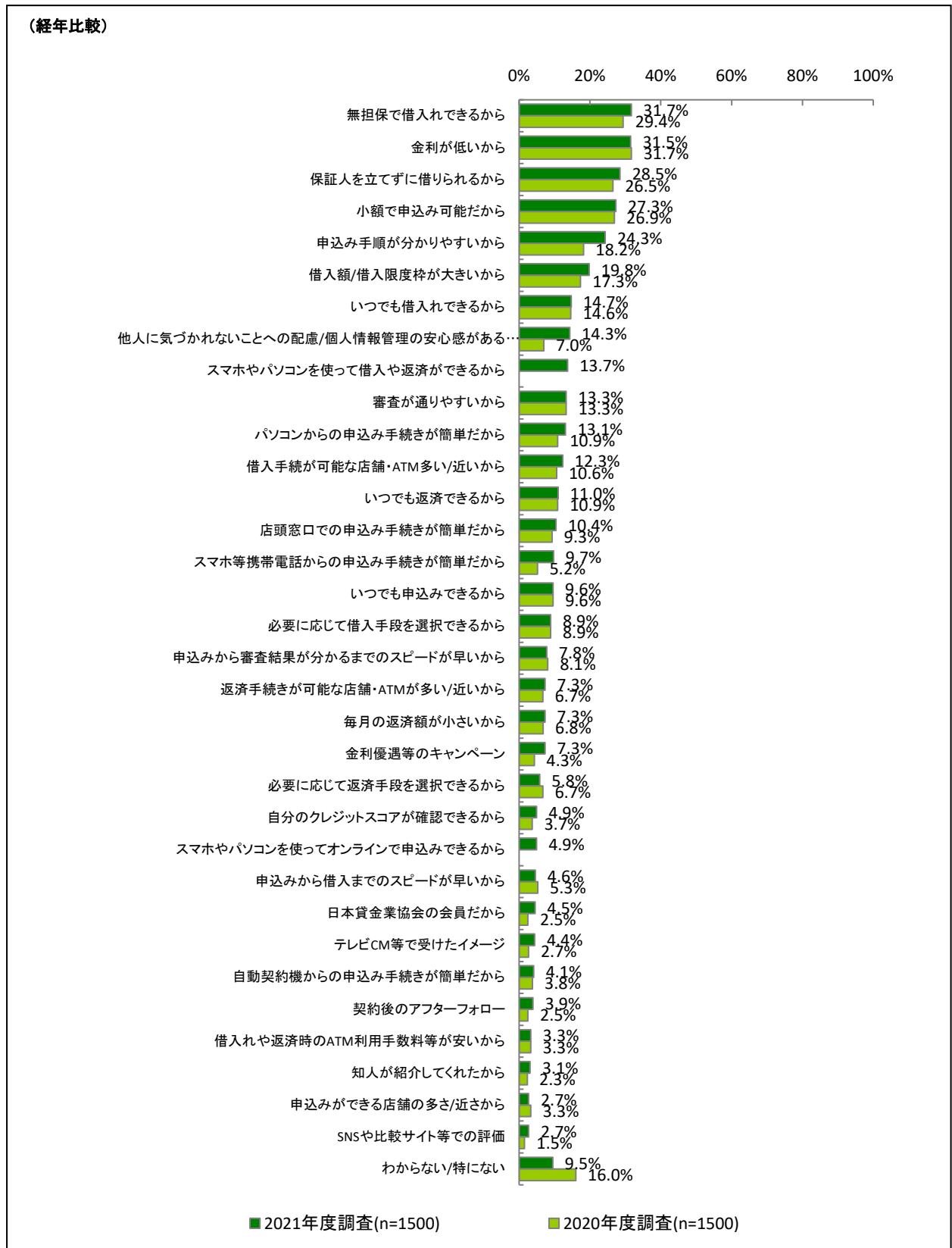
<図表 71：借入先として検討した先（複数回答 n=1500）>



② 最終的に借入先として選んだ理由

- 借入先を選定した理由については、「無担保で借りれるから」が31.7%と最も高く、次いで「金利が低いから」が31.5%、「保証人を立てずに借りられるから」が28.5%と続いている。

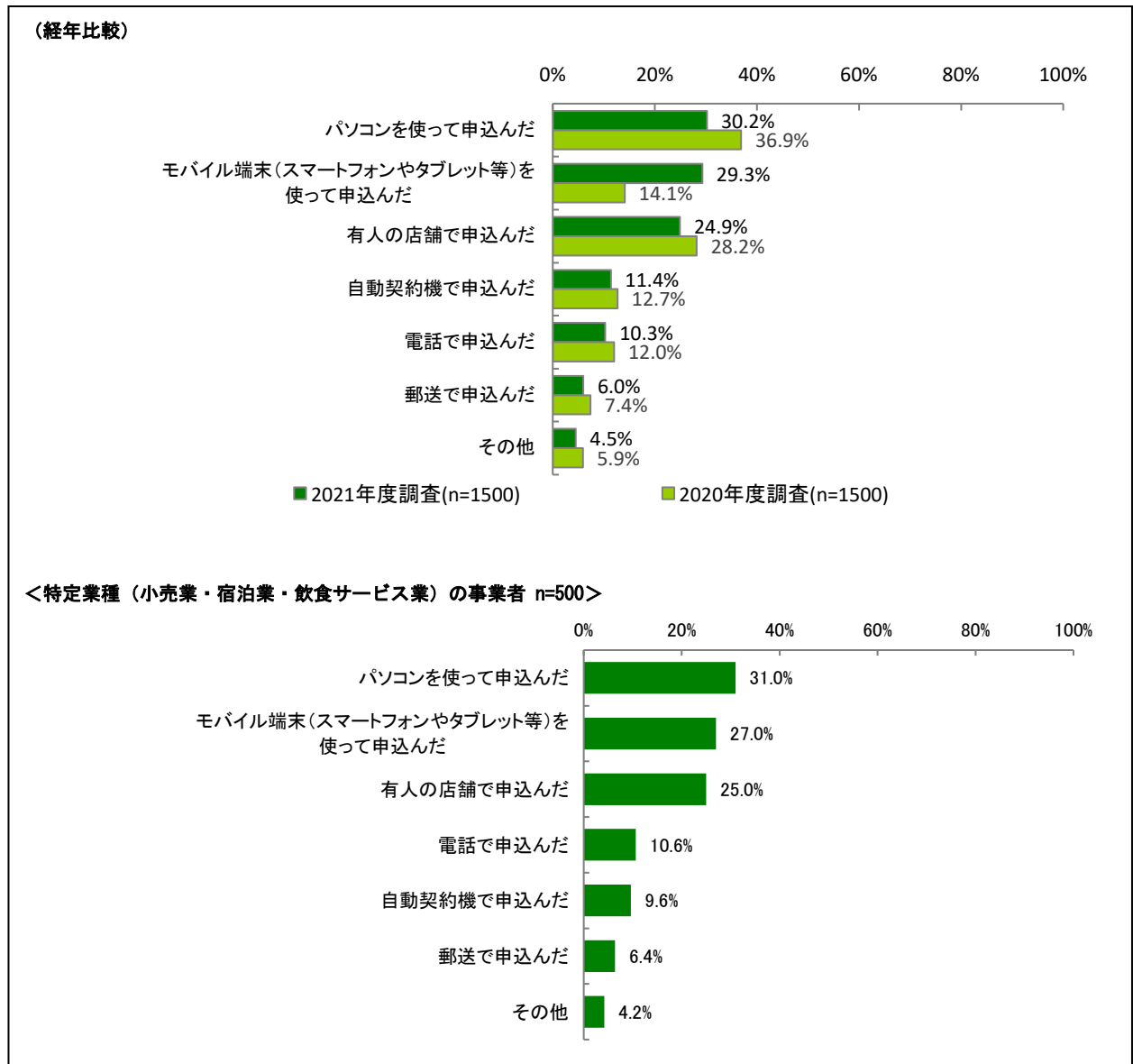
＜図表 72：借入先として選んだ理由（複数回答 n=1500）＞



③ 借入れする際の申込方法について

- 借入れする際の申込方法については、「パソコンを使って申し込んだ」が30.2%と最も高く、次いで「モバイル端末（スマートフォンやタブレット等）を使って申し込んだ」が29.3%、「有人の店舗で申し込んだ」が24.9%となった。

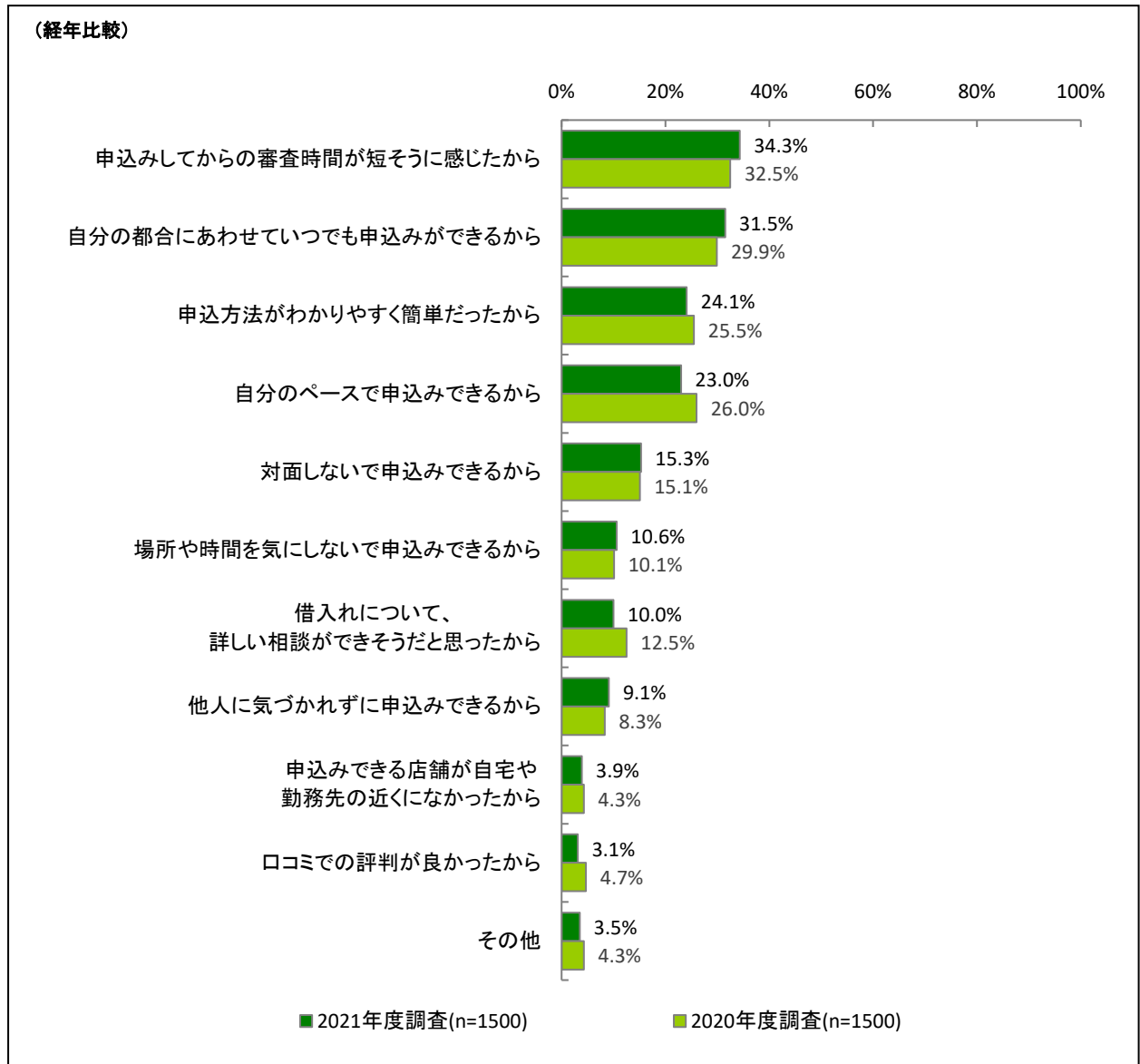
＜図表 73：借入れする際の申込方法（複数回答 n=1500）＞



④ 借入れする際の申込方法を選んだ理由

- 借入れする際の申込方法を選んだ理由については、「申し込みしてから審査時間が短そうに感じたから」が34.3%と最も高く、次いで「自分の都合にあわせていつでも申し込みができるから」が31.5%、「自分の都合にあわせていつでも申し込みができるから」が24.1%となった。

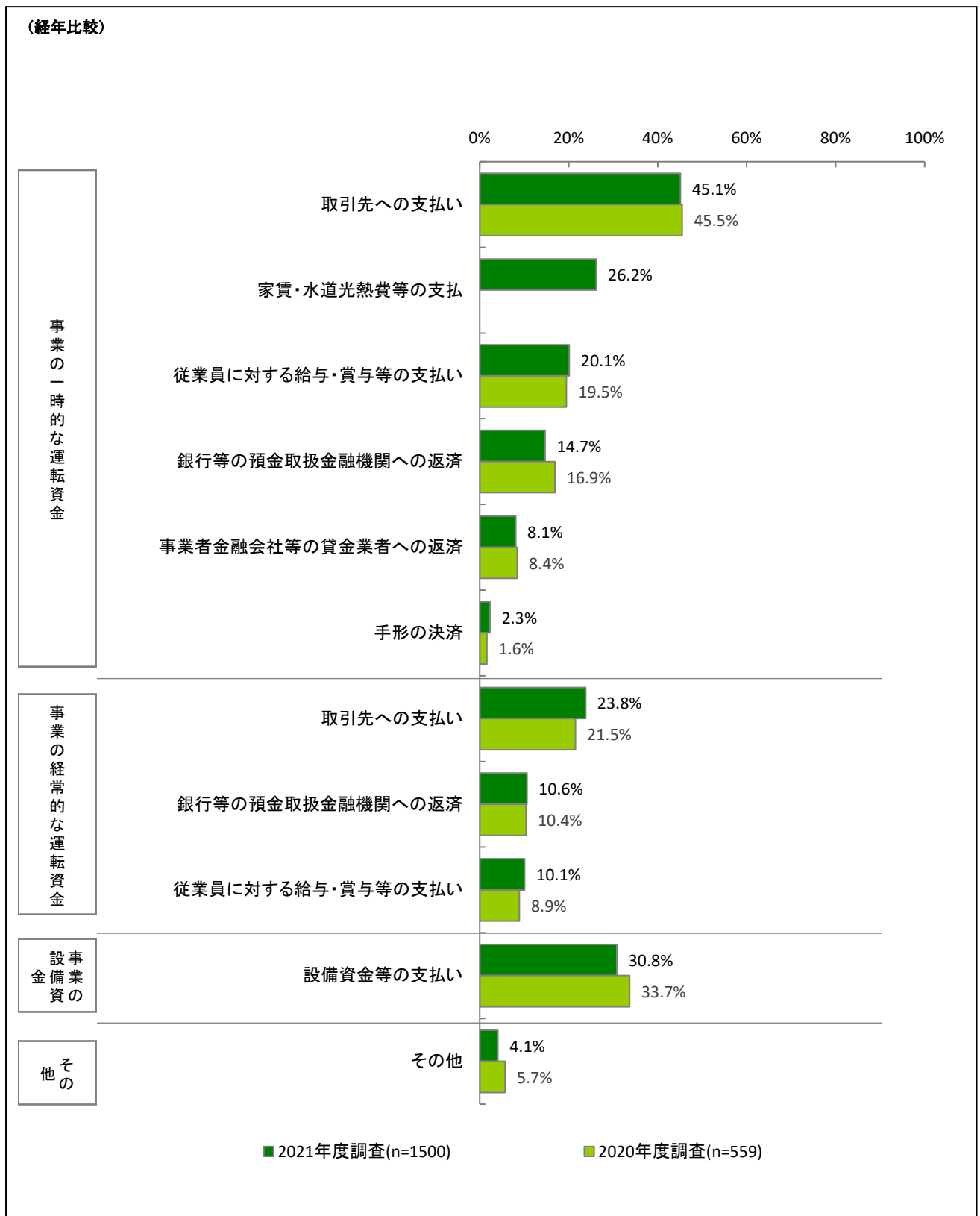
＜図表 74：借入れする際の申込方法を選んだ理由（複数回答 n=1500）＞



⑤ 借入申込を行った際の資金使途

- 借入経験のある事業者に対して、借入申込の資金使途について調査したところ、「取引先への支払い」と回答した割合が45.1%と最も高い結果となった。

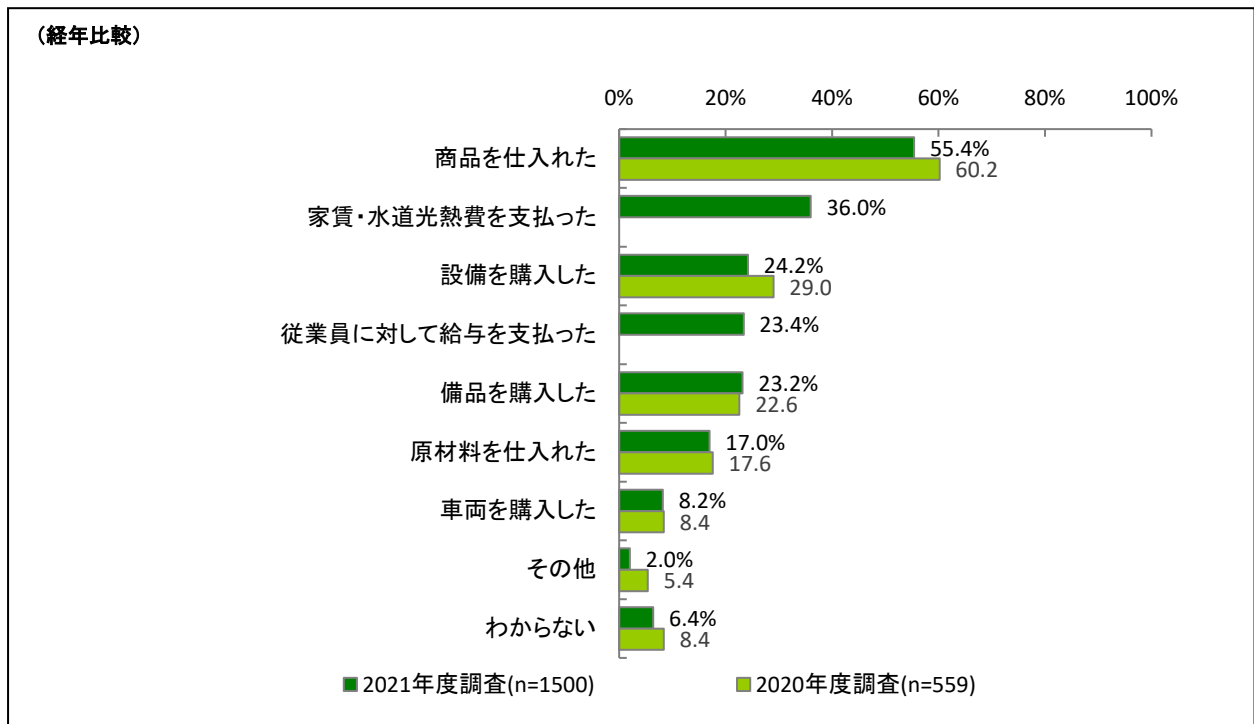
<図表 75：借入申込を行った際の資金使途（複数回答 n=1500）>



⑥ 特定業種の事業者における具体的な資金使途

- 借入経験のある特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者に対して、借入れを行った際の具体的な資金使途について調査したところ、「商品を仕入れた」が55.4%と最も高く、次いで「家賃・水道光熱費を支払った」が36.0%、「設備を購入した」が24.2%となった。

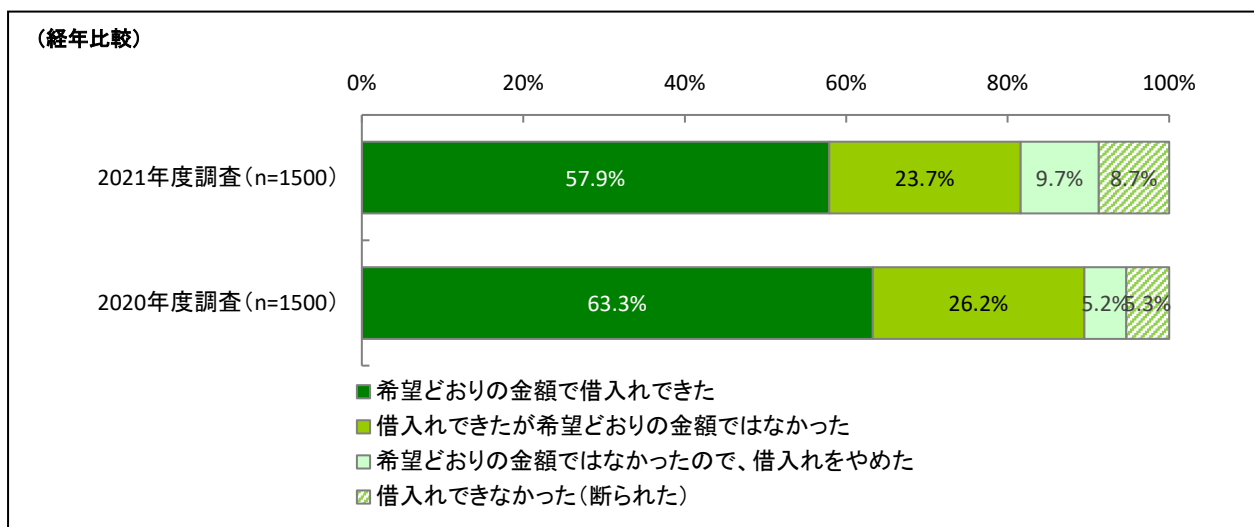
<図表 76：特定業種の事業者における具体的な資金使途（複数回答 n=500）>



⑦ 貸金業者への借入申込の結果について

- 借入経験のある事業者に対して、貸金業者への借入申込状況について調査したところ、57.9%が希望どおりの借入れができたと回答している。

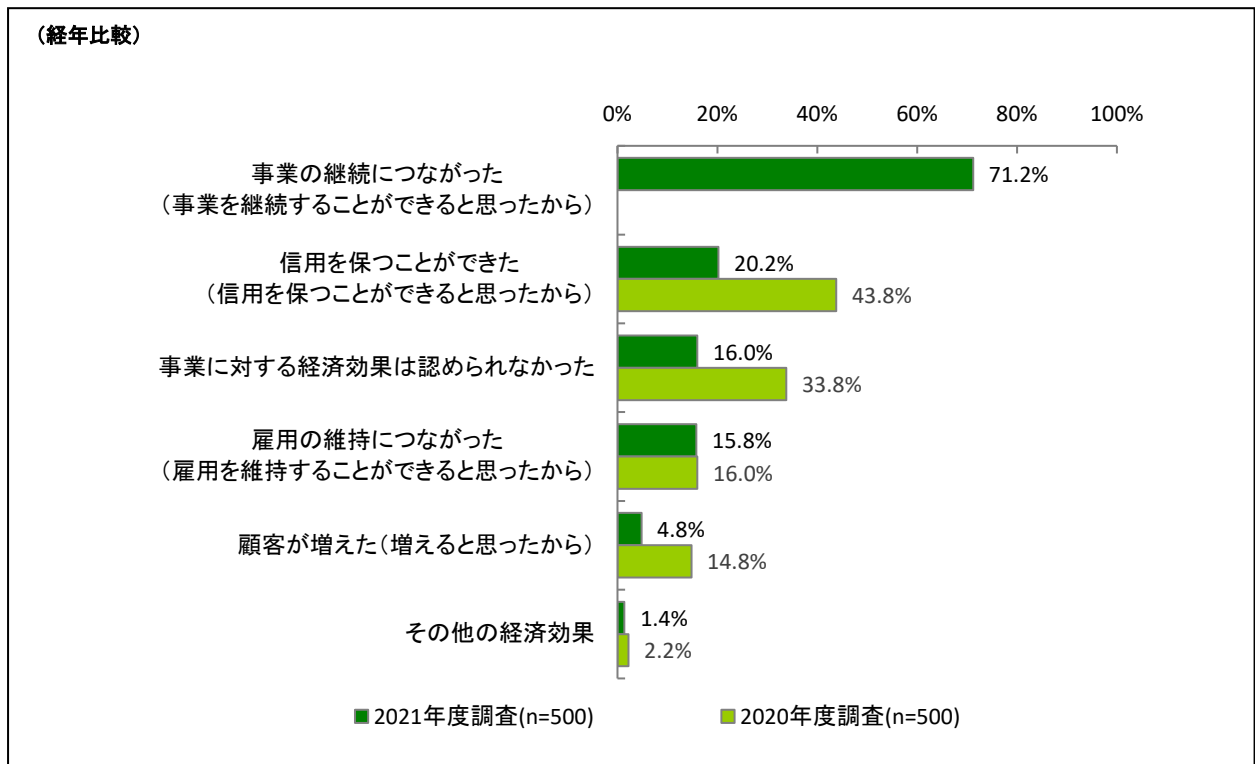
<図表 77：借入申込み結果（n=1500）>



⑧ 特定業種の事業者における借入れの経済効果について

- また、借入経験のある特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者に対して、借入れを行ったことによる経済効果について調査したところ、「事業の継続につながった（事業を継続することができると思ったから）」が71.2%と最も高く、次いで「信用を保つことができた（信用を保つことができると思ったから）」が20.2%と続いている。

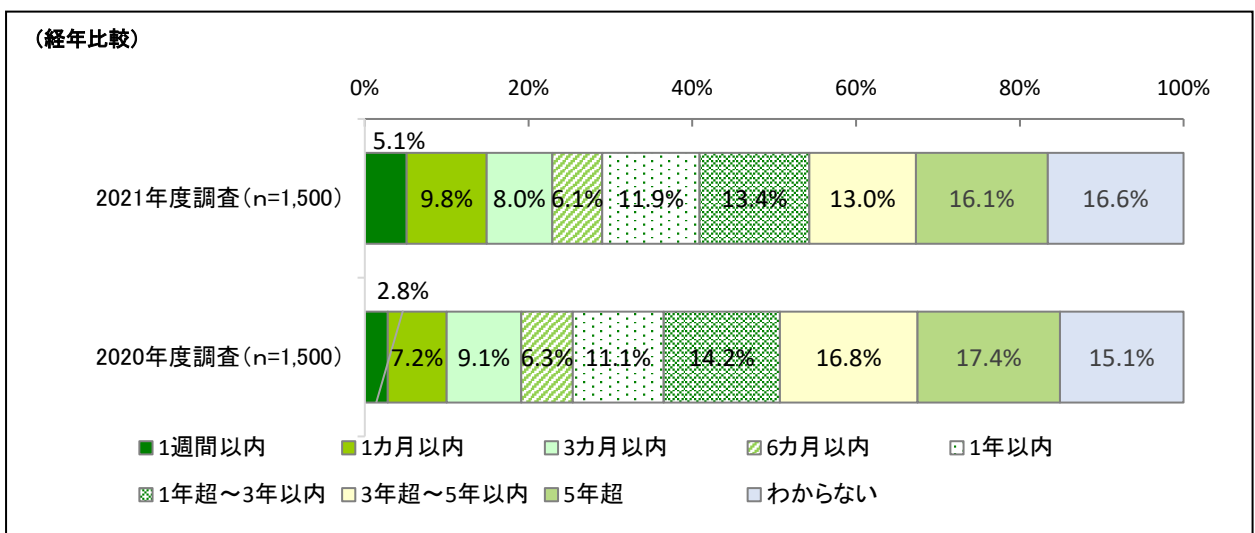
<図表 78：特定業種の事業者における借入れによる経済効果（複数回答 n=500）>



⑨ 借入申込時に計画していた返済期間について

- 新たな借入れを申込みした際に計画していた返済期間をみると、40.9%が1年以内（「1週間以内」～「1年以内」）と回答した。

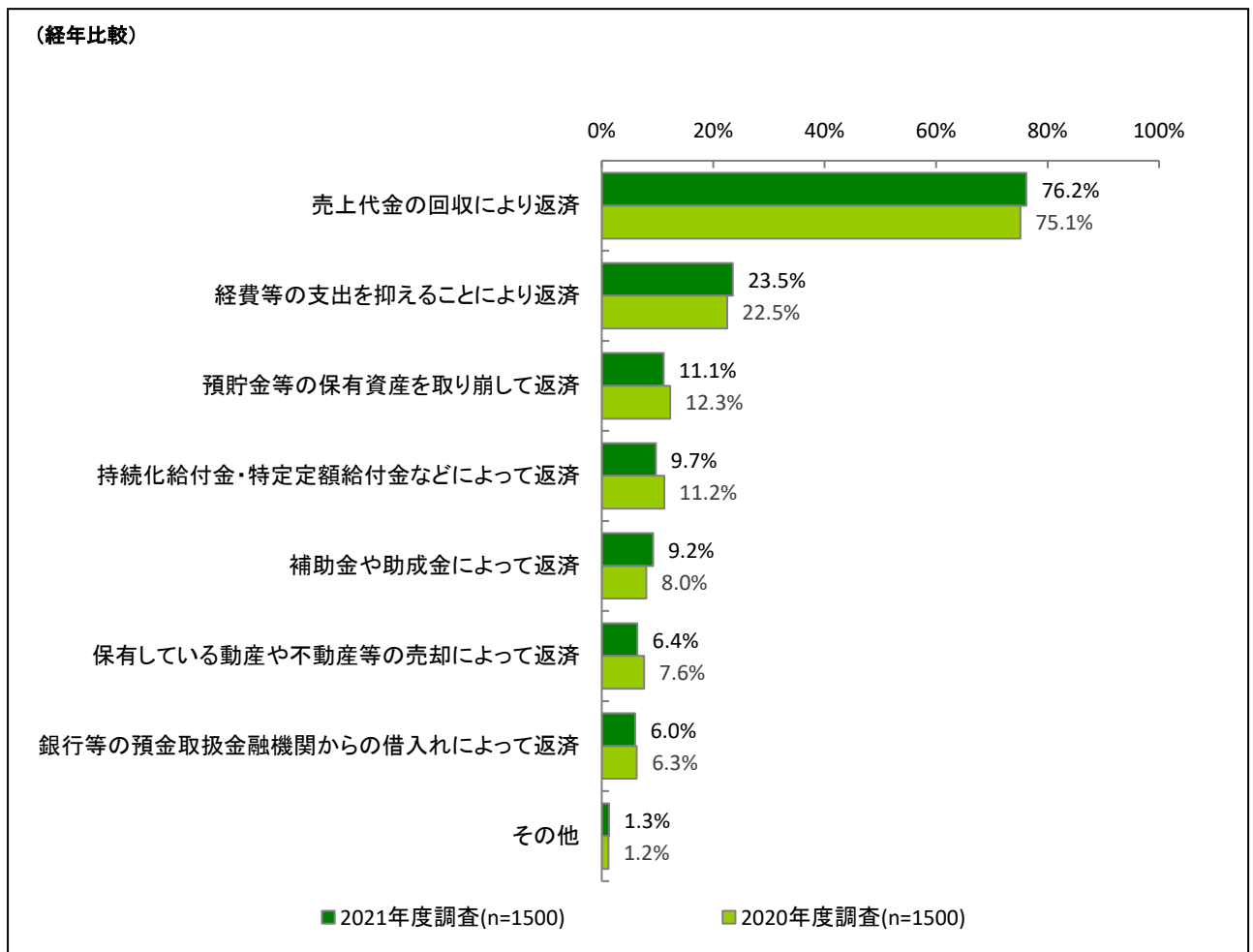
<図表 79：計画していた返済期間（n=1500）>



⑩ 借入申込時に計画していた返済原資について

- 借入申込時に計画していた返済原資については、「売上代金の回収により返済」と回答した割合が76.2%と最も高い結果となった。

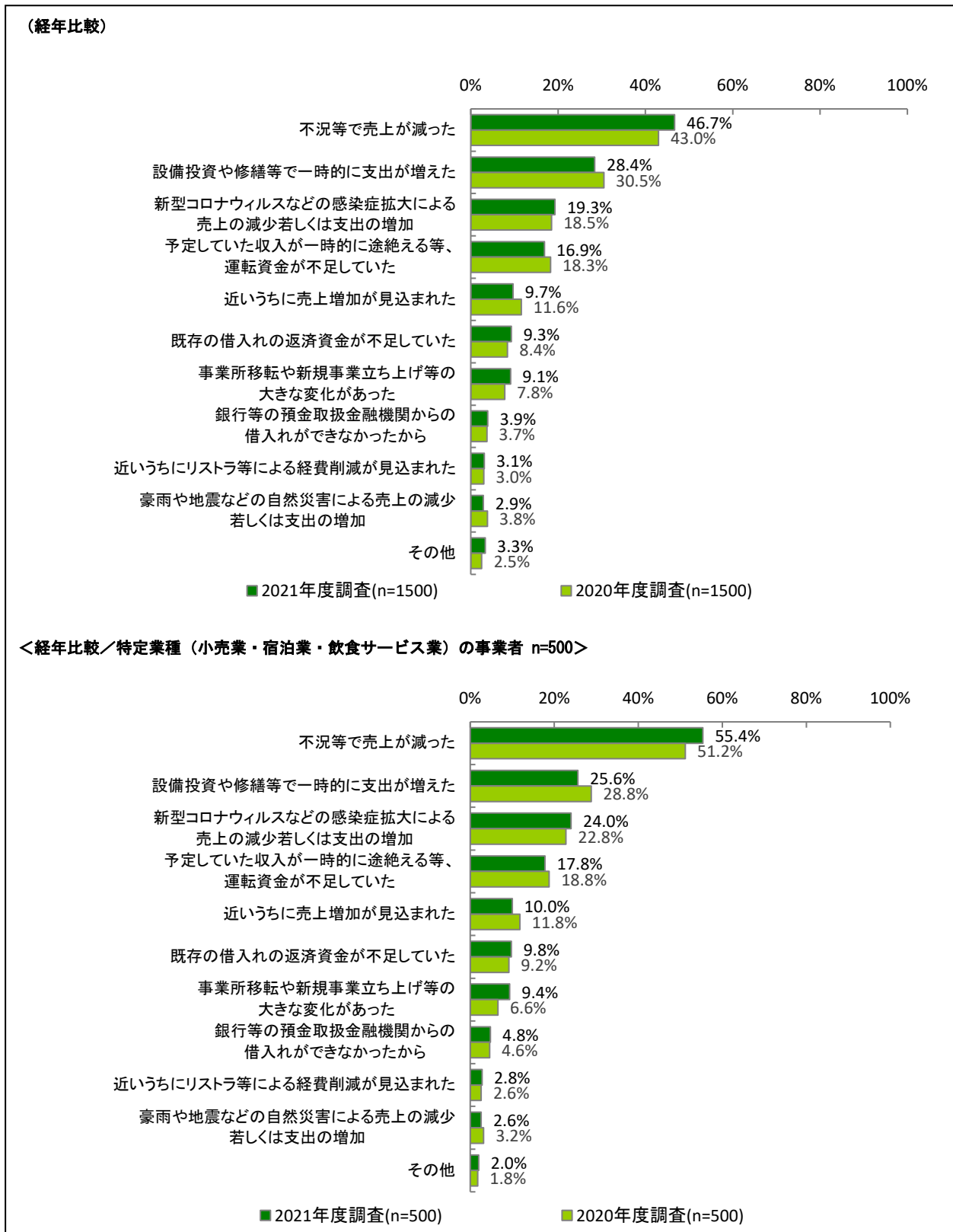
<図表 80：借入申込時に計画していた返済原資（複数回答 n=1500）>



⑪ 借入申込に至った背景

- 新たな借入れ申込や既に契約している借入枠を利用した背景をみると、「不況等で売上が減った」が46.7%と最も高く、次いで「設備投資等で一時的に支出が増えた」が28.4%、「新型コロナウイルスなどの感染症拡大による売上の減少若しくは支出の増加」が19.3%となった。

＜図表 81：借入申込に至った背景（複数回答 n=1500）＞

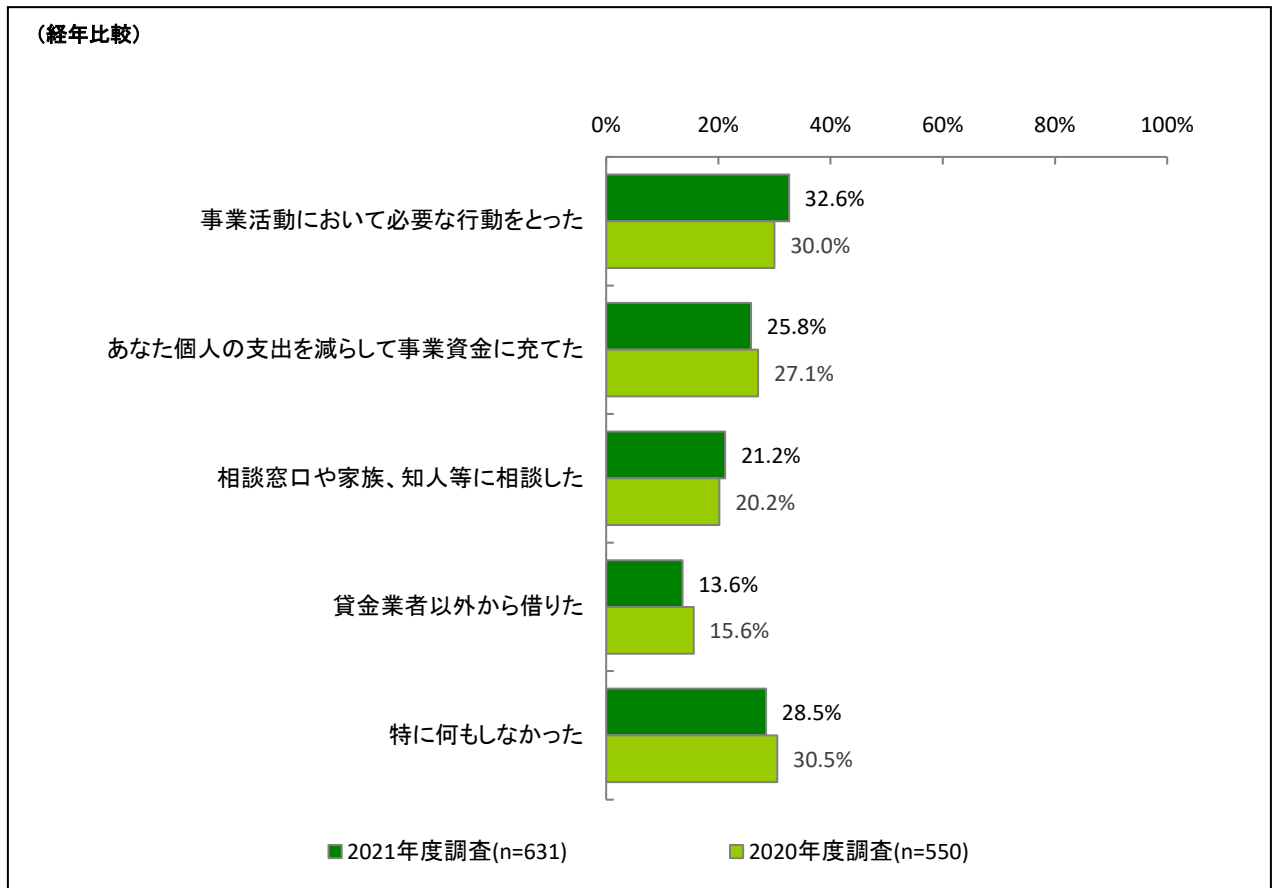


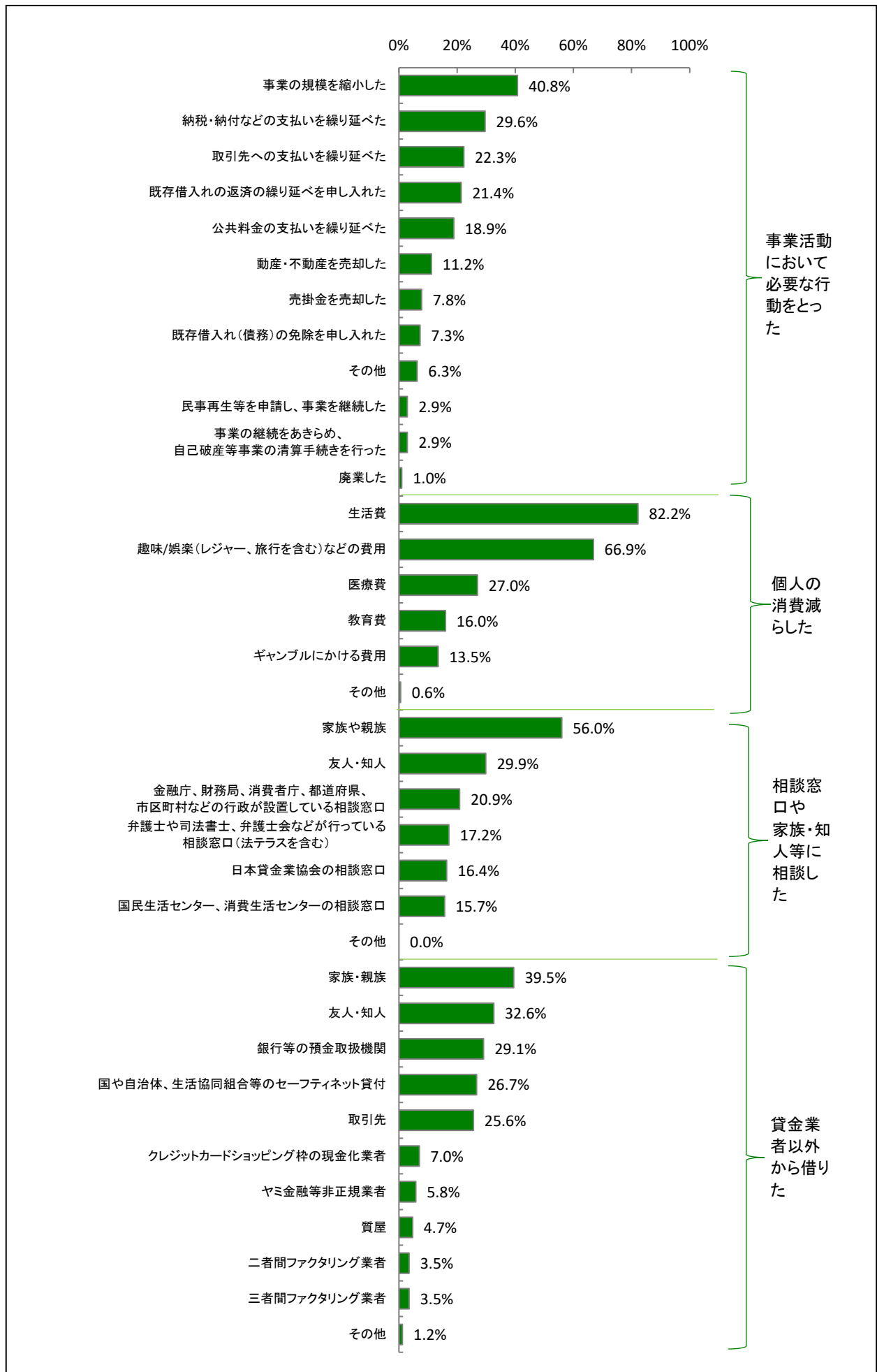
(2) 資金需要者等の借入れできなかつた際の行動・影響

① 希望どおりに借入れできなかつた際に行った行動

- 借入経験のある事業者の借入れできなかつた（申し込まなかつた）際に行った行動についてみると、「事業活動において必要な行動をとった」と回答した割合が32.6%と最も高くなっており、その内容をみると、「事業の規模を縮小した（40.8%）」や「納税・納付などの支払いを繰り延べた（29.6%）」などの支出を減らして対応している結果となった。

<図表 82：借入れできなかつた際に行った行動（複数回答 n=631）>

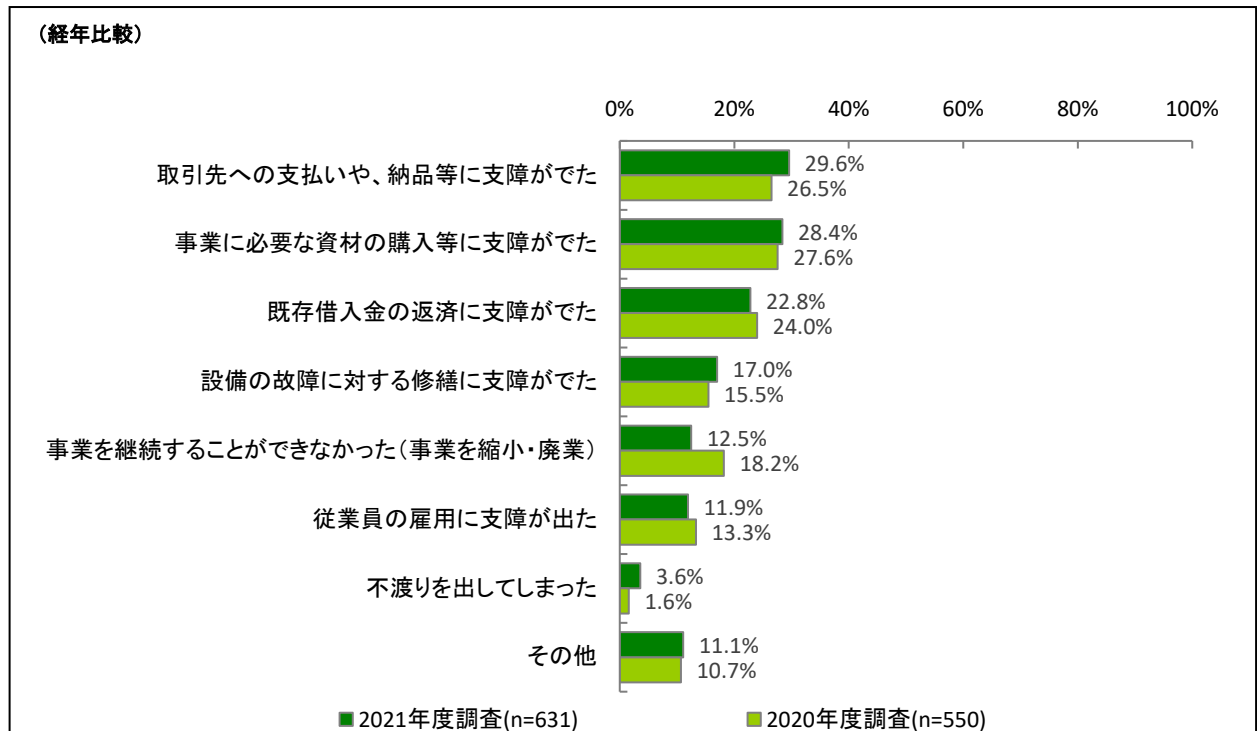




② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響

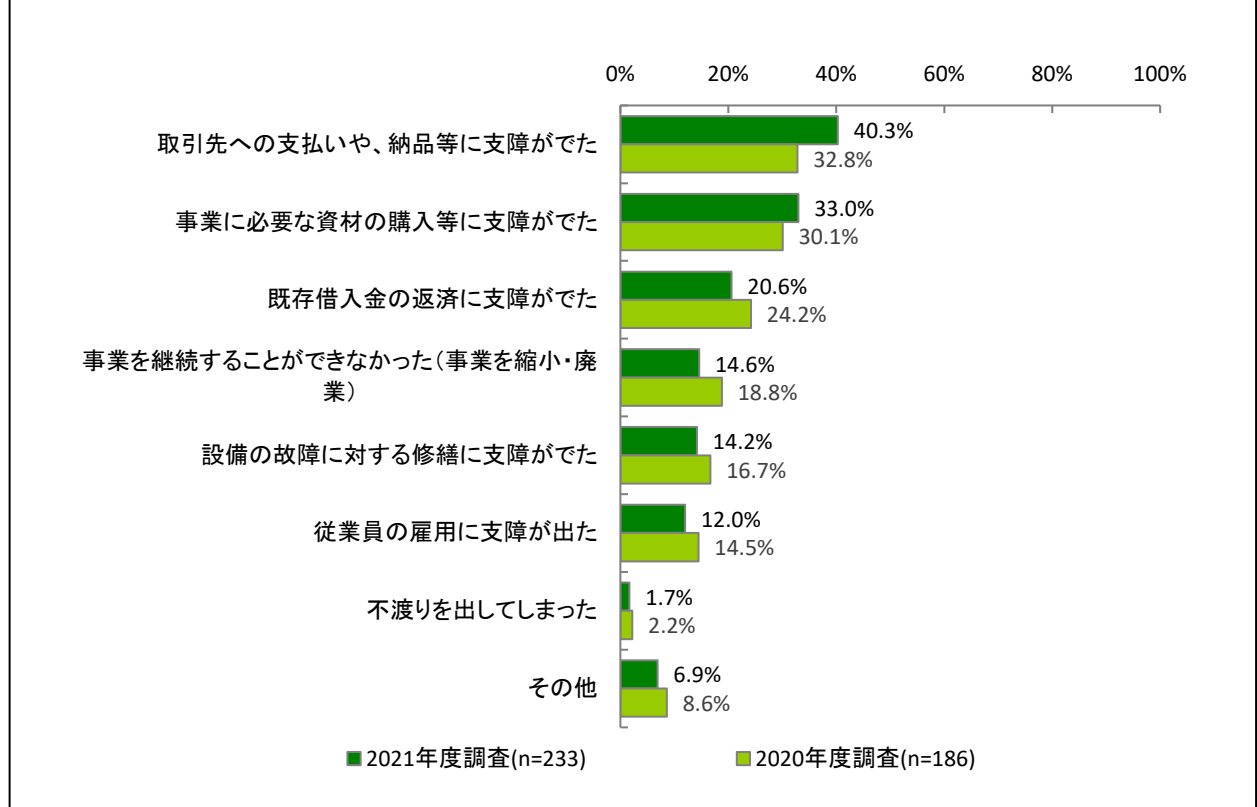
- 希望どおりの借入れができなかったことによる影響については、「取引先への支払いや、納品等に支障がでた」が29.6%と最も高く、次いで「事業に必要な資材の購入等に支障がでた」が28.4%と続いている。

＜図表 83：借入れできなかったことによる影響（複数回答 n=631）＞



＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=233＞

(経年比較)

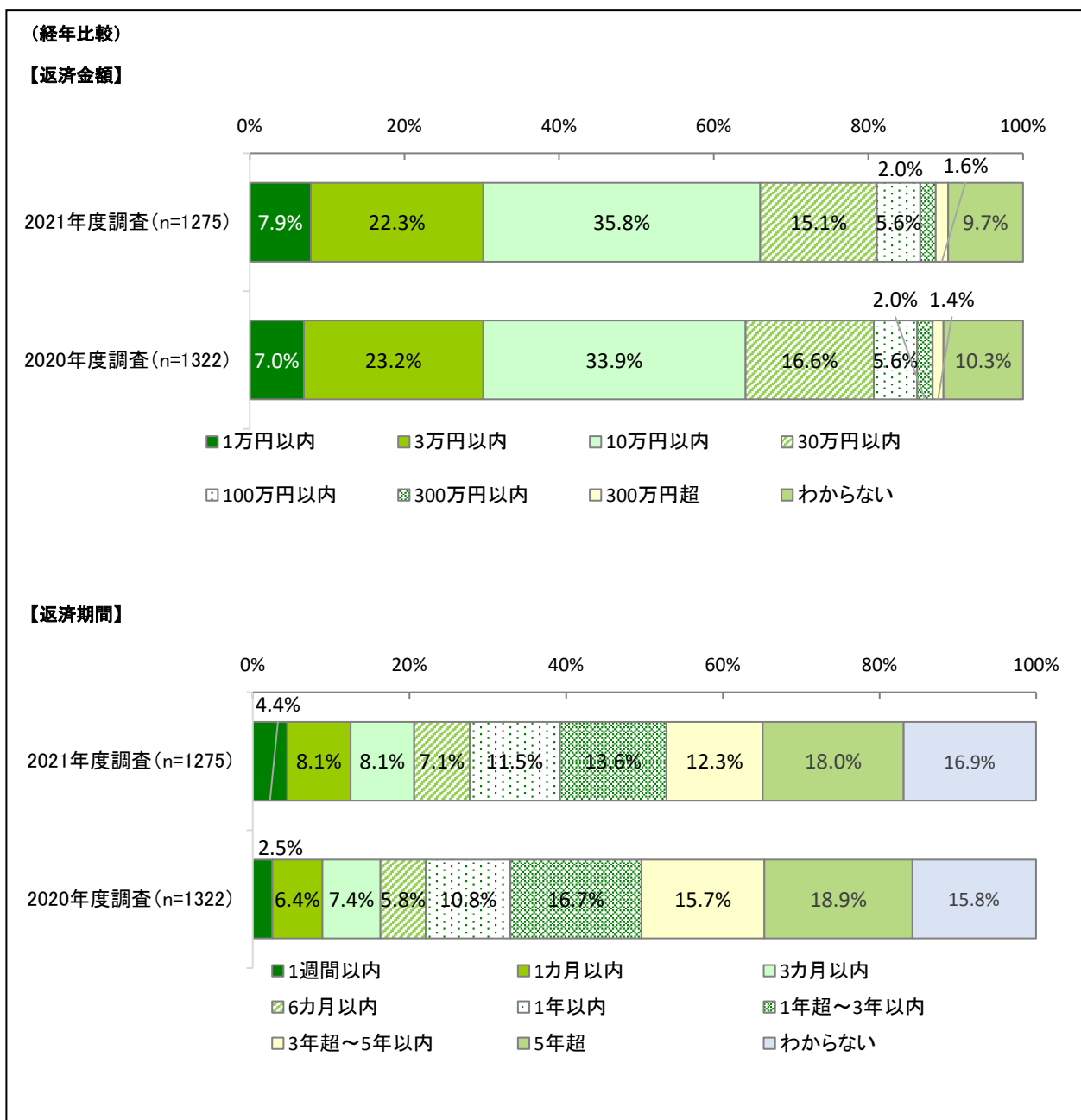


(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について

① 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間

- 借入れ後の毎月の返済金額については、「10万円以内」が35.8%と最も高く、次いで「3万円以内」が22.3%、「30万円以内」が15.1%となった。
- また、完済に至るまでの返済期間をみると、39.2%が1年以内（「1週間以内」～「1年以内」）と回答した。

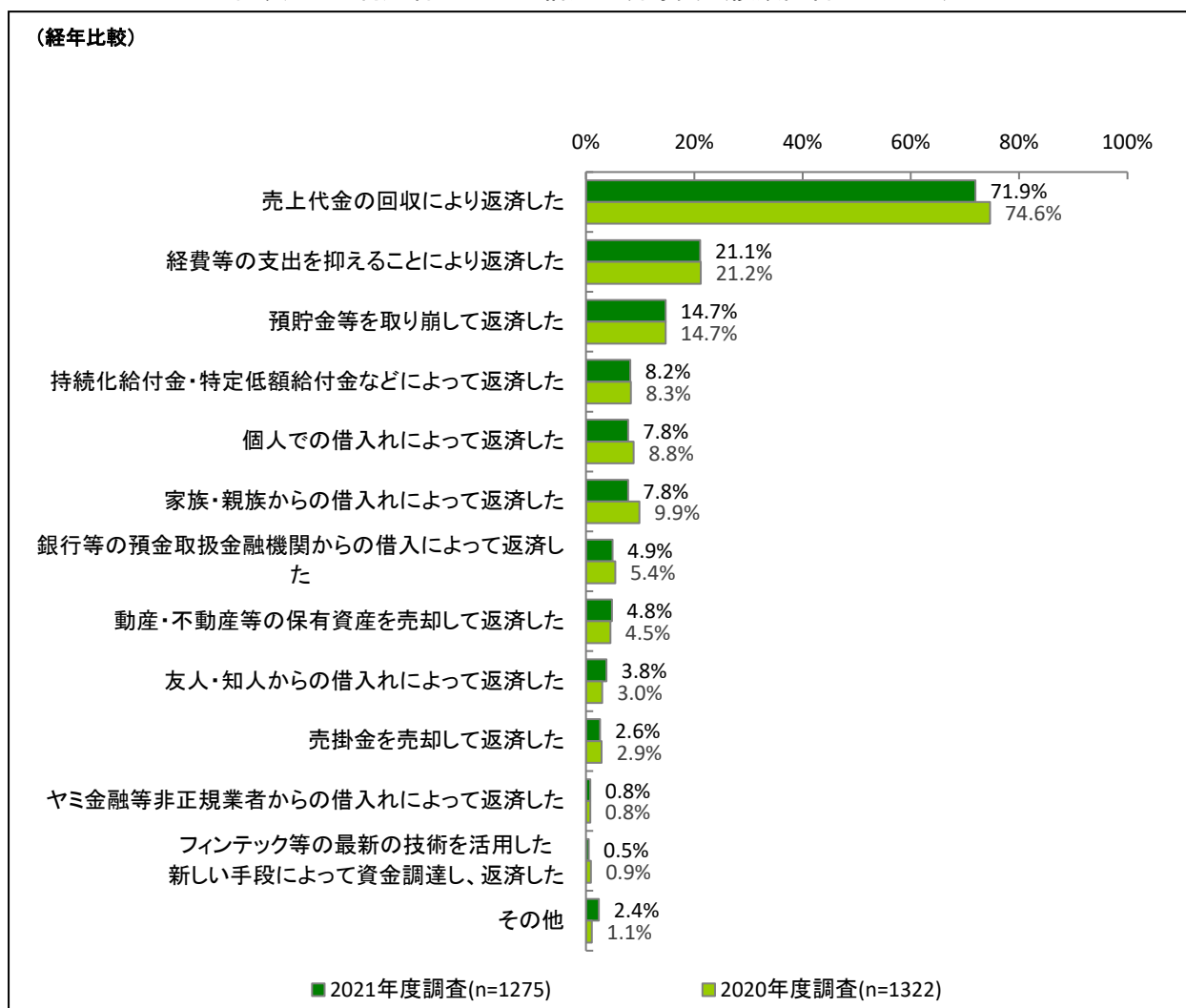
<図表 84：毎月の返済金額と返済期間（n=1275）>



② 借入後の返済原資について

- 借入後の返済原資をみると、「売上代金の回収により返済した」が71.9%と最も高く、次いで「経費等の支出を抑えることにより返済した」が21.1%と続いている。

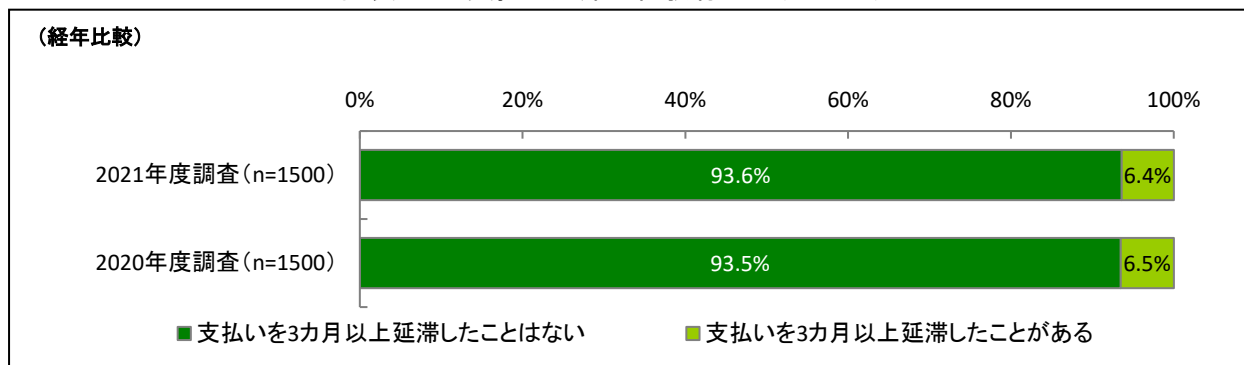
＜図表 85：利用者における借入返済原資（複数回答 n=1275）＞



③ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れにおける3カ月以上の延滞経験の有無について調査したところ、6.4%が支払いを延滞したことがあると回答した。

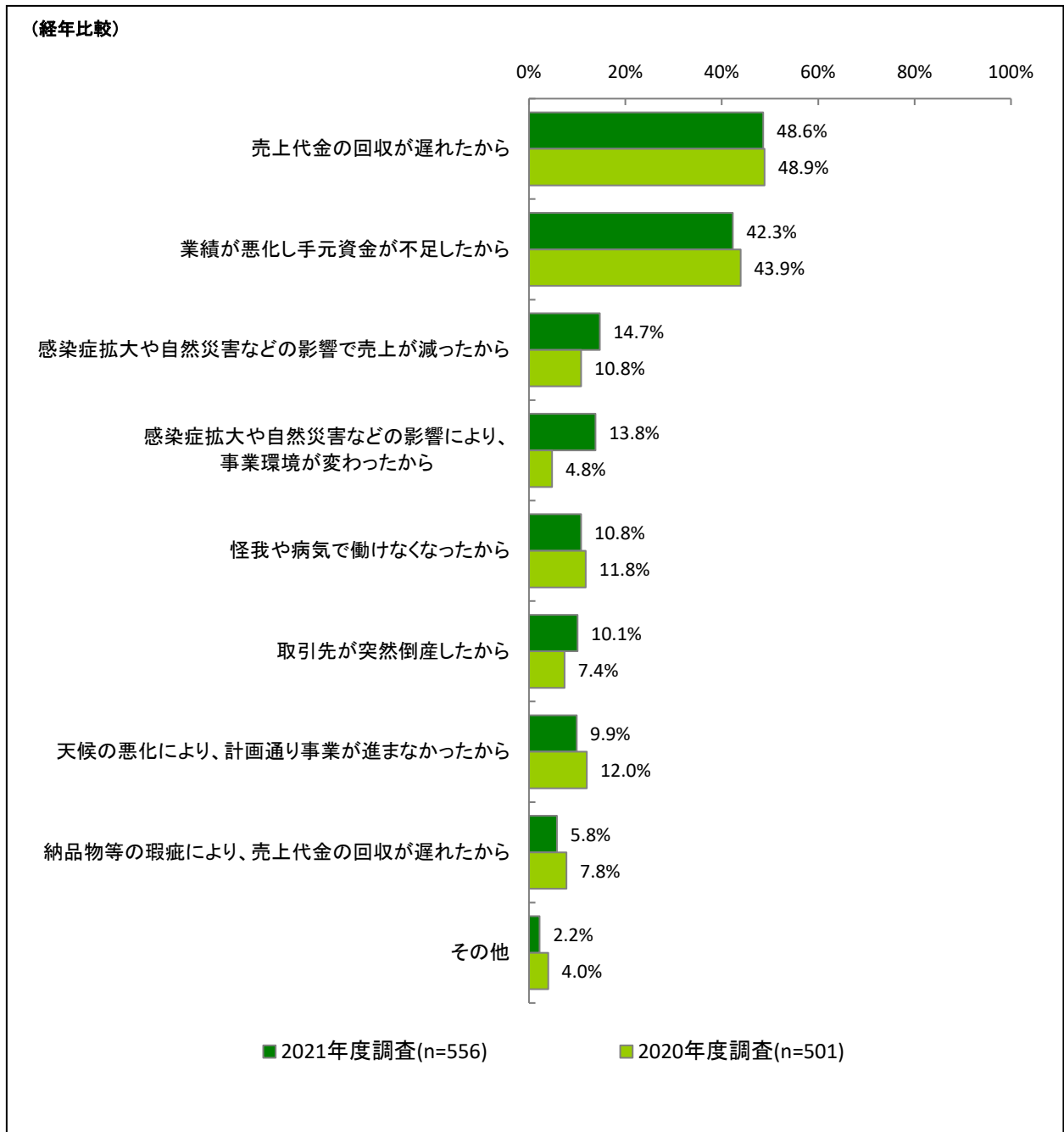
＜図表 86：支払い延滞の経験有無（n=1500）＞



④ 延滞した理由について

- 延滞した理由については、「売上代金の回収が遅れたから」と回答した割合が48.6%と最も高く、次いで「業績が悪化し手元資金が不足したから」が42.3%、「感染症拡大や自然災害などの影響で売上げが減ったから」が14.7%となった。

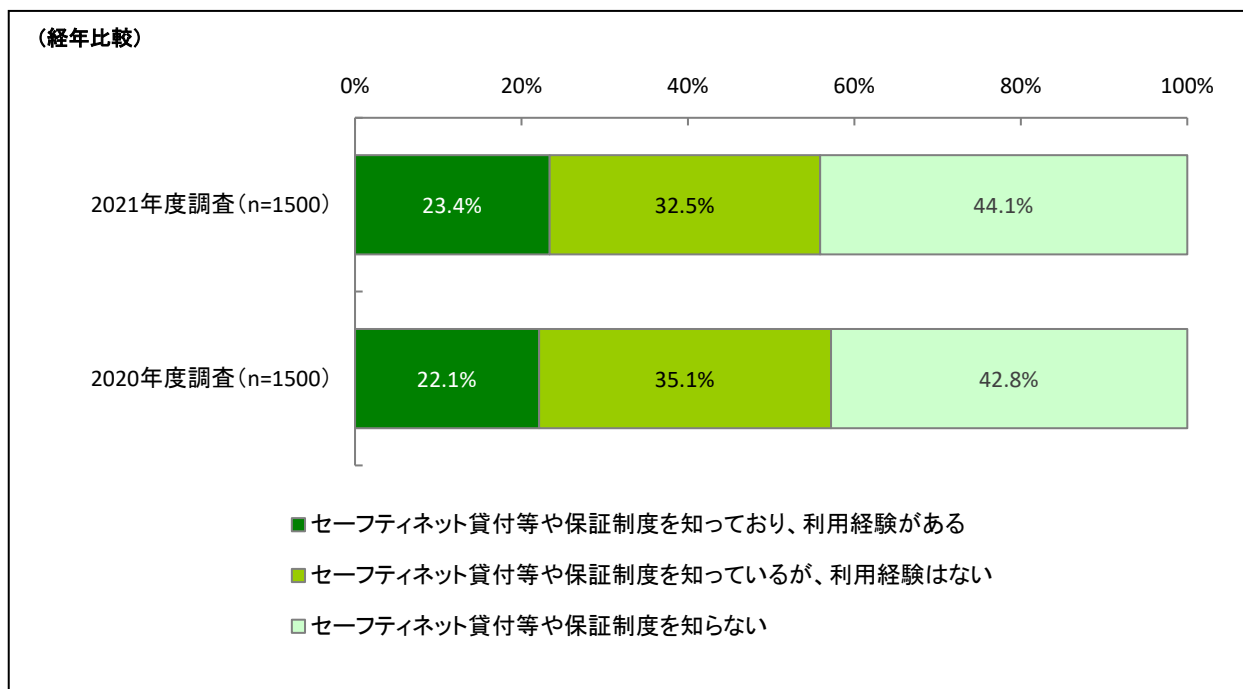
＜図表 87：支払い延滞の理由（複数回答 n=556）＞



⑤ セーフティネット等の認知度について

- 借入経験のある事業者に対して、セーフティネット等の認知度について調査したところ、「セーフティネット貸付等や保証制度を知らない」が44.1%と最も高く、次いで「セーフティネット貸付等や保証制度を知っているが、利用経験はない」が32.5%、「セーフティネット貸付等や保証制度を知っており、利用経験がある」が23.4%となった。

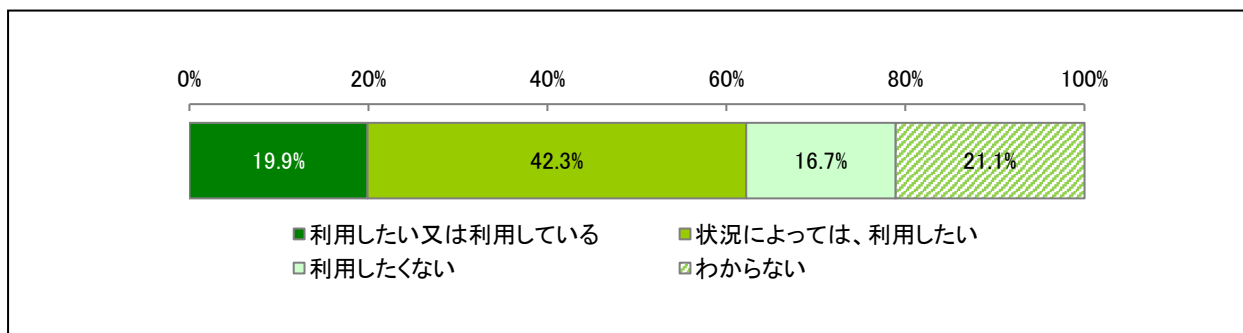
<図表 88：セーフティネット貸付等の認知度について (n=1500)>



⑥ セーフティネット等の利用意向について

- セーフティネット等の利用意向については、「利用したい又は利用している」と「状況によっては利用したい」と回答した割合の合計は62.2%となった。

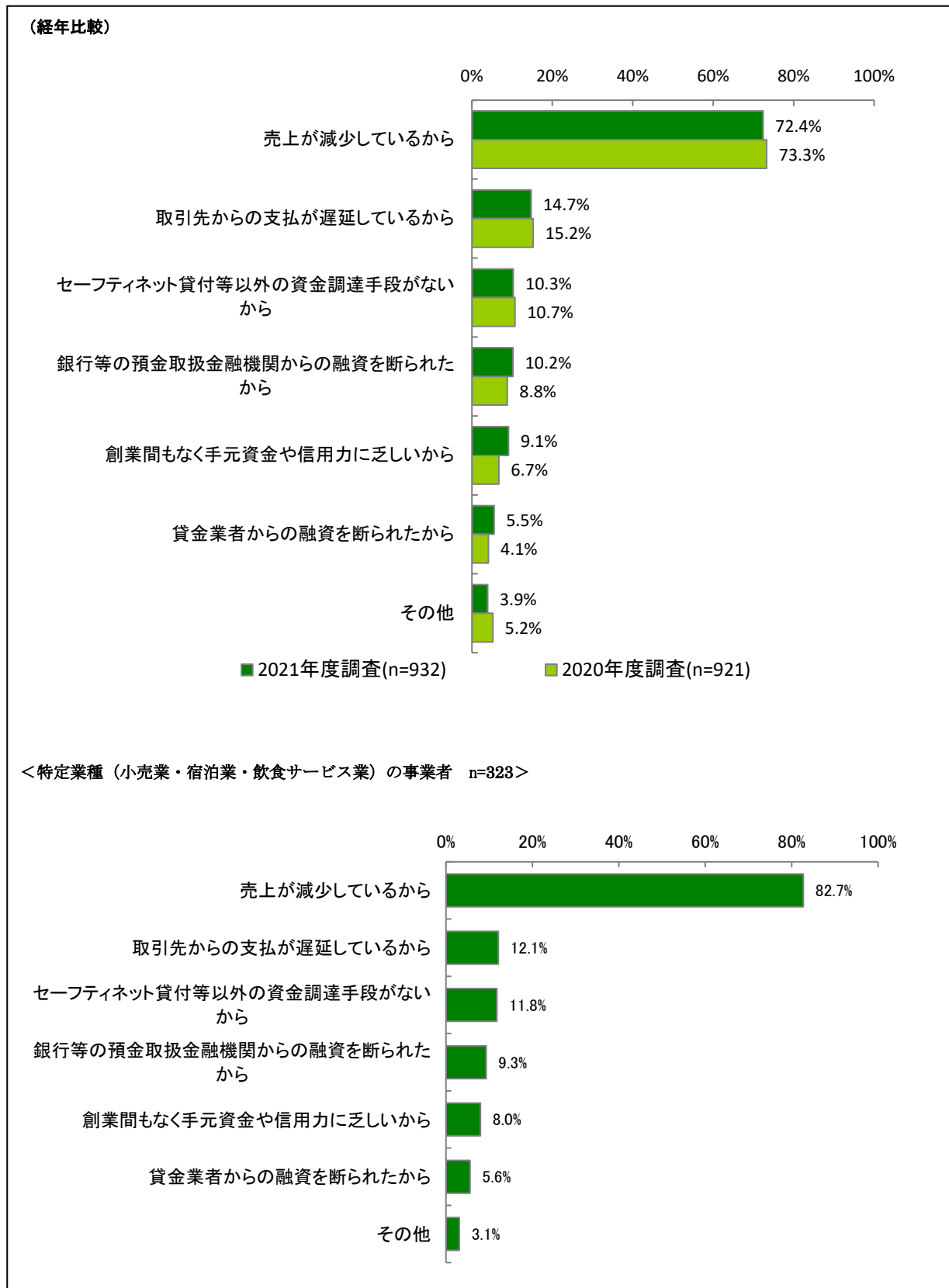
<図表 89：セーフティネット貸付等の利用意向について (n=1500)>



⑦ セーフティネット等を利用したい理由について

- セーフティネット等を利用したい理由については、「売上が減少しているから」が72.4%と最も高く、次いで「取引先の支払いが遅延しているから」が14.7%、「セーフティネット貸付等以外の資金調達手段がないから」が10.3%となった。

<図表 90：セーフティネット貸付等を利用した、又はしたい理由（複数回答 n=932）>

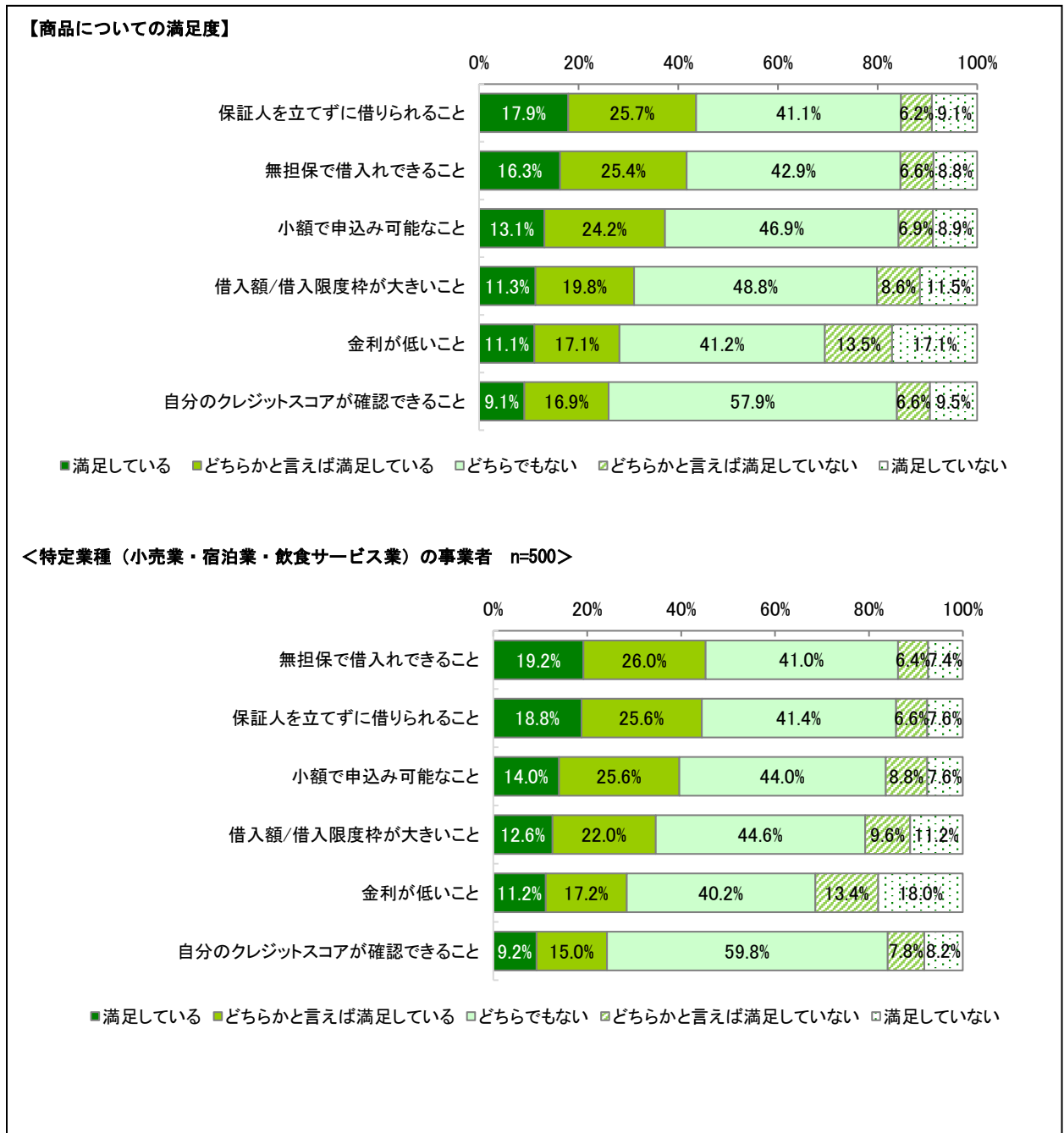


(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について

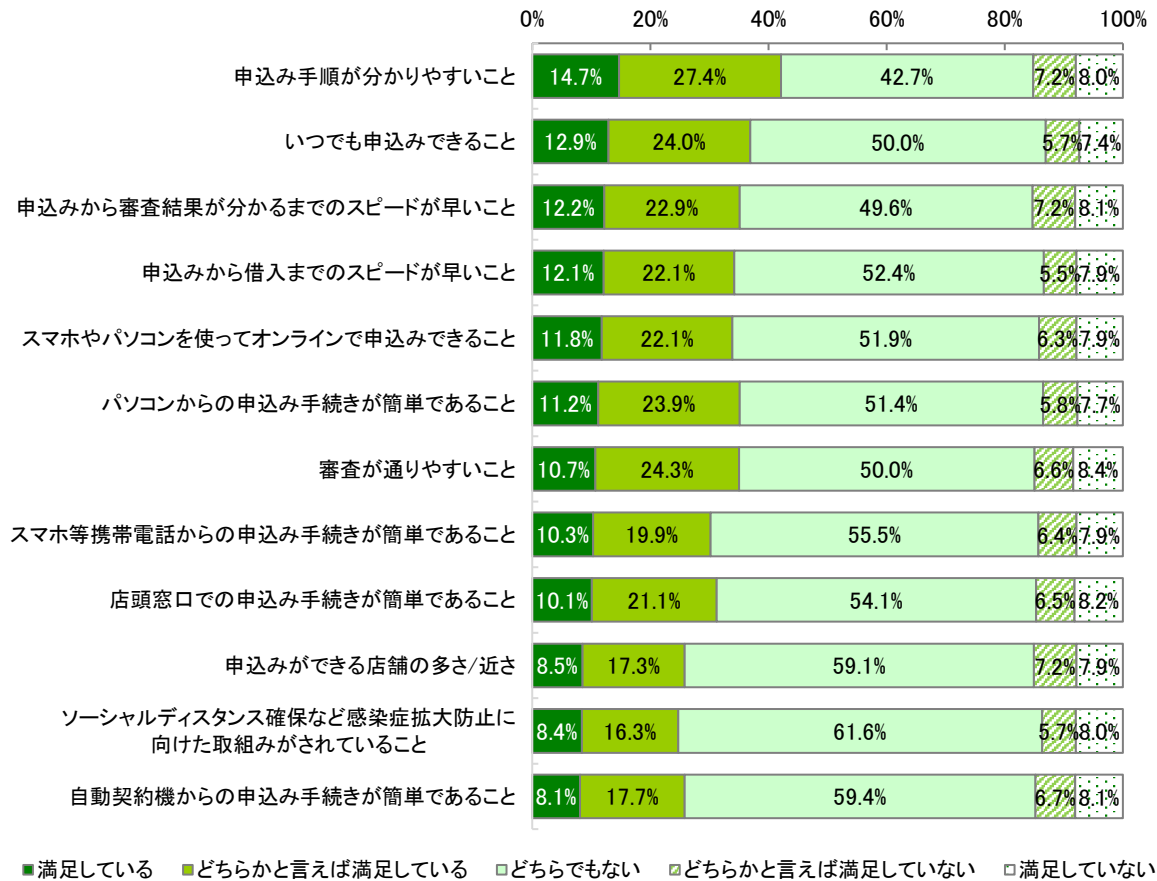
① 貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある事業者に対して、貸金業者からの借入れに関する満足度について調査したところ、「満足している」、「どちらかと言えば満足している」と回答した割合の合計は、「保証人を立てずに借りられること」が43.6%と最も高く、次いで「無担保で借入できること」が41.7%、「小額で申込み可能なこと」が37.3%となった。

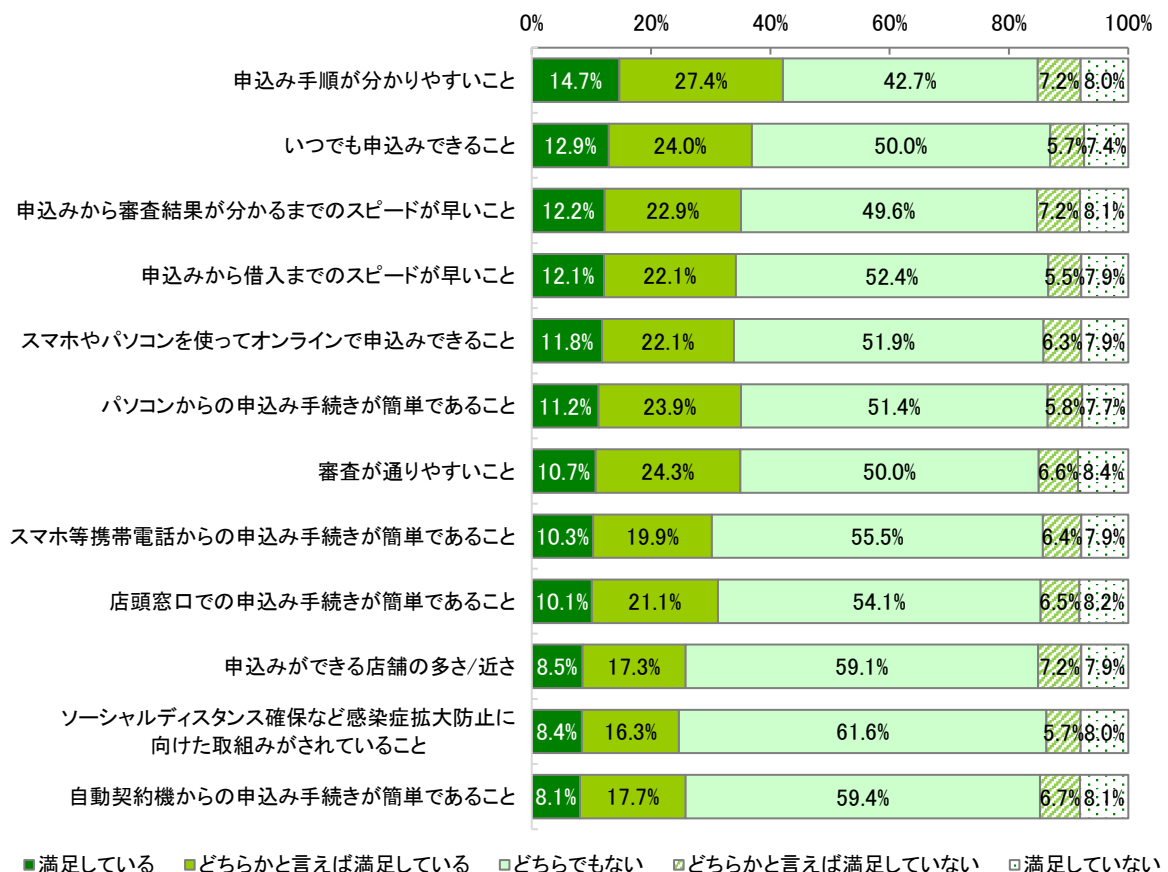
<図表 91：貸金業者からの借入れに関する満足度（複数回答 n=1500）>



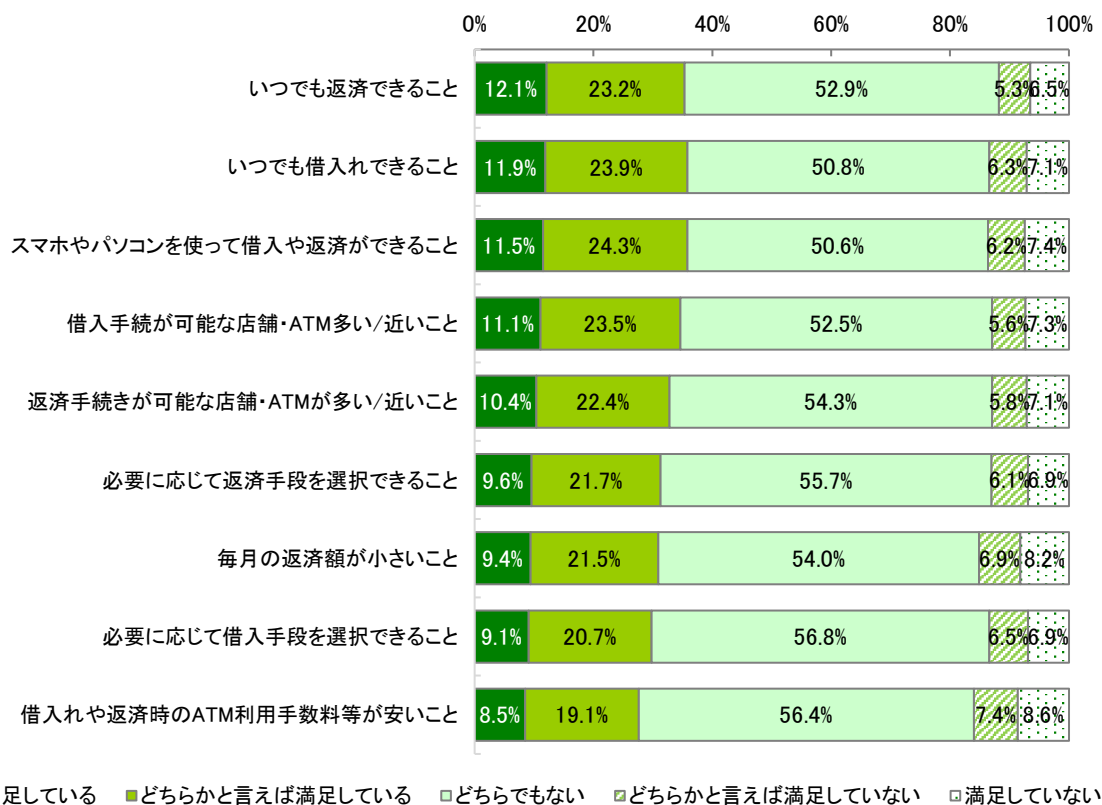
【申込についての満足度】



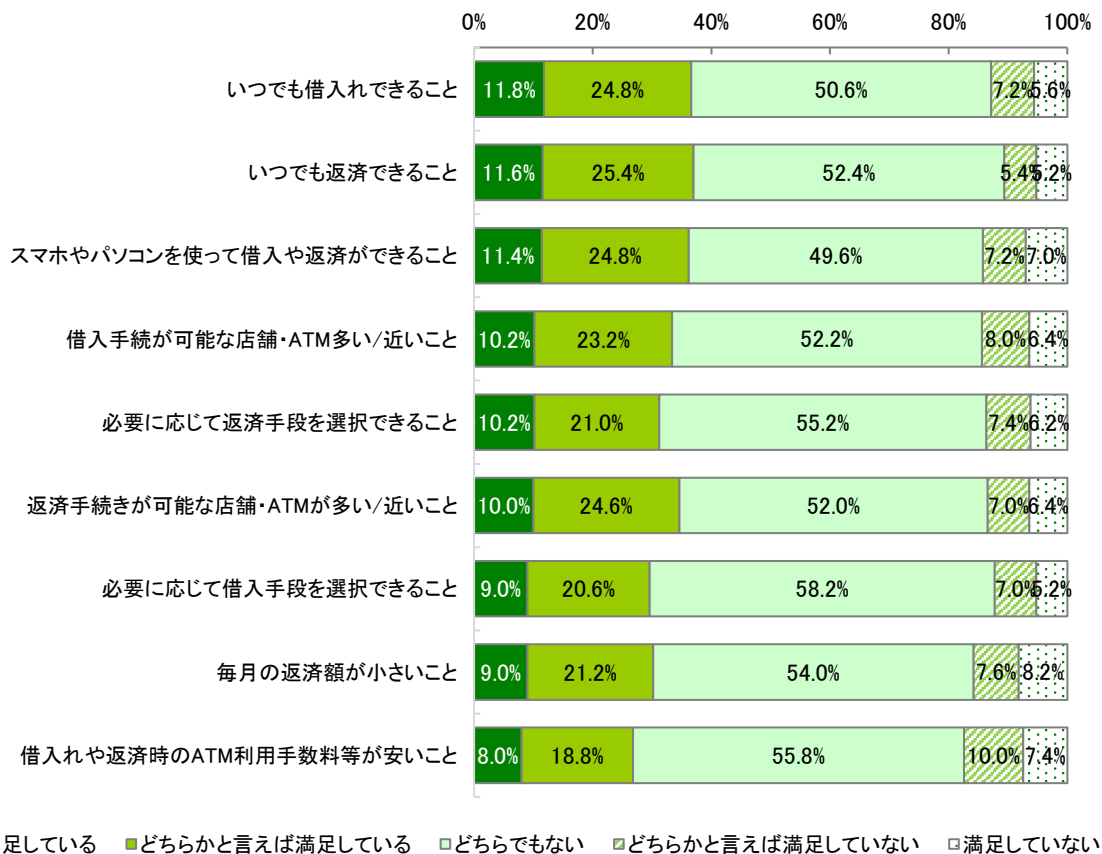
＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500＞



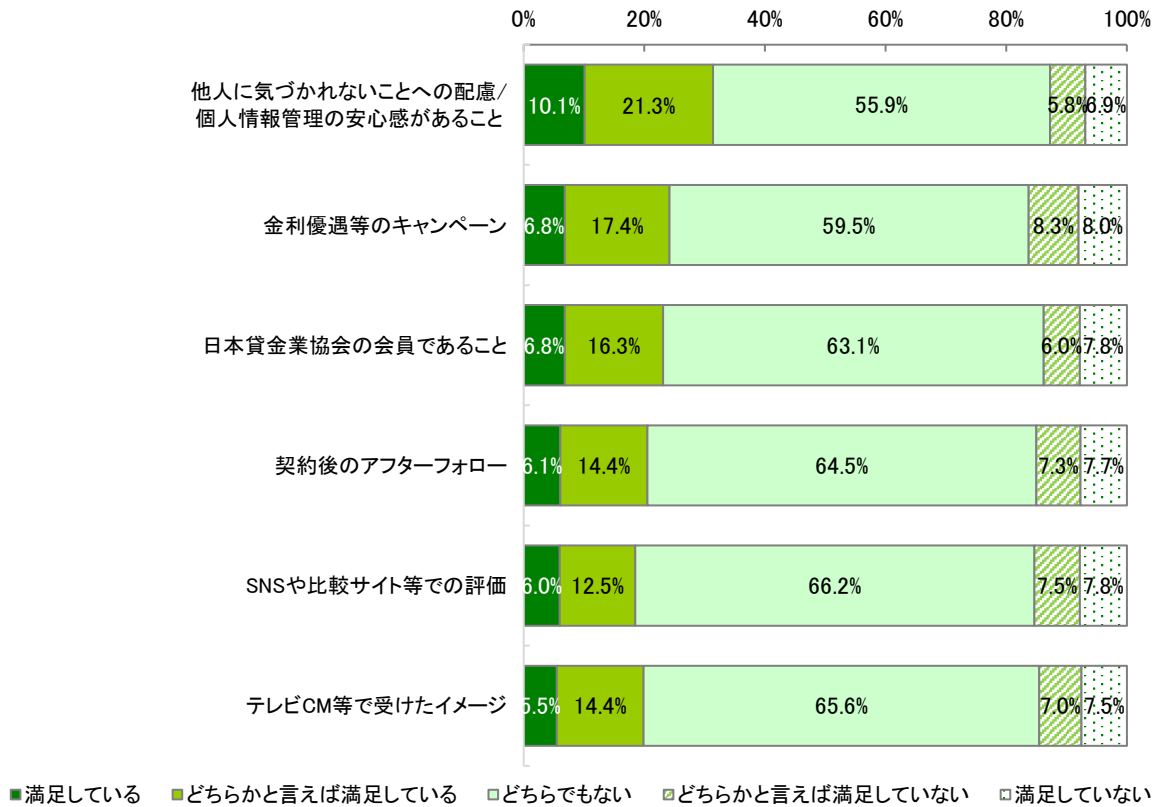
【借入・返済についての満足度】



<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

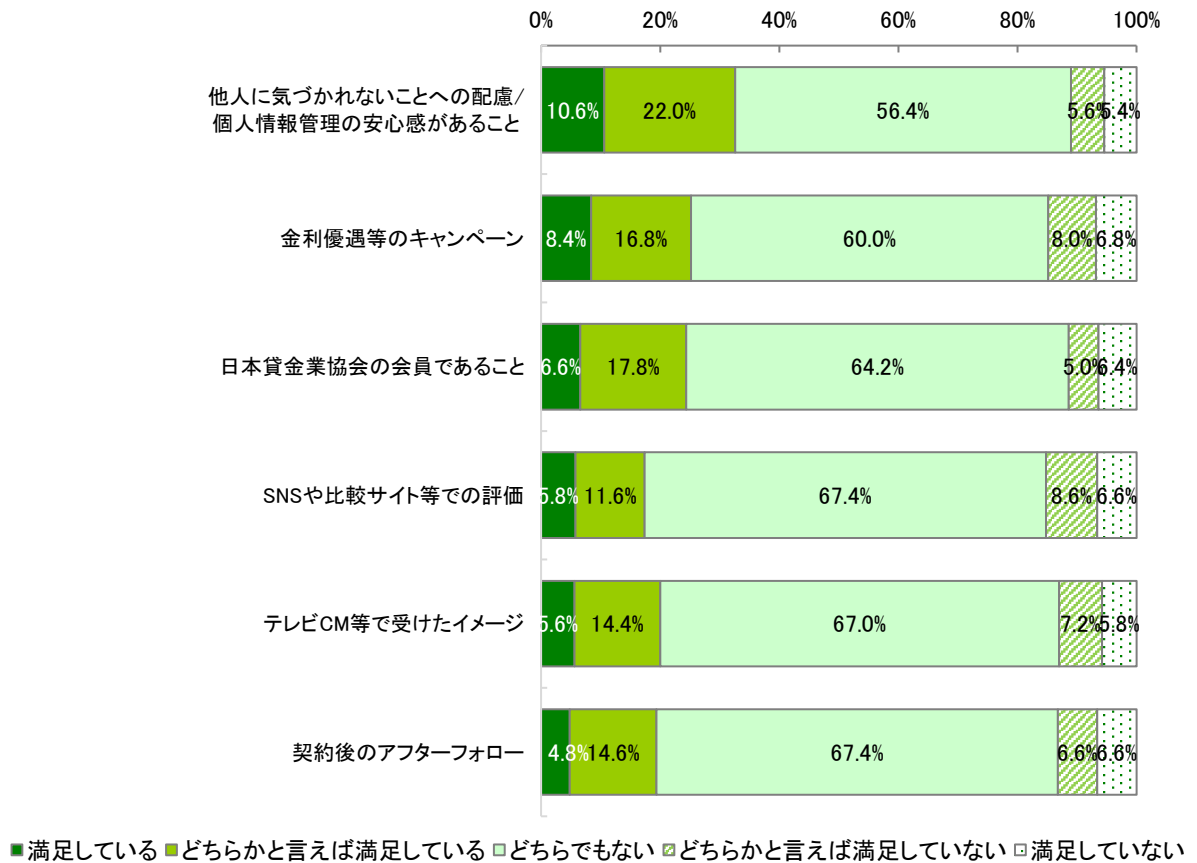


【その他】



■満足している ■どちらかと言えば満足している □どちらでもない ▨どちらかと言えば満足していない □満足していない

<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

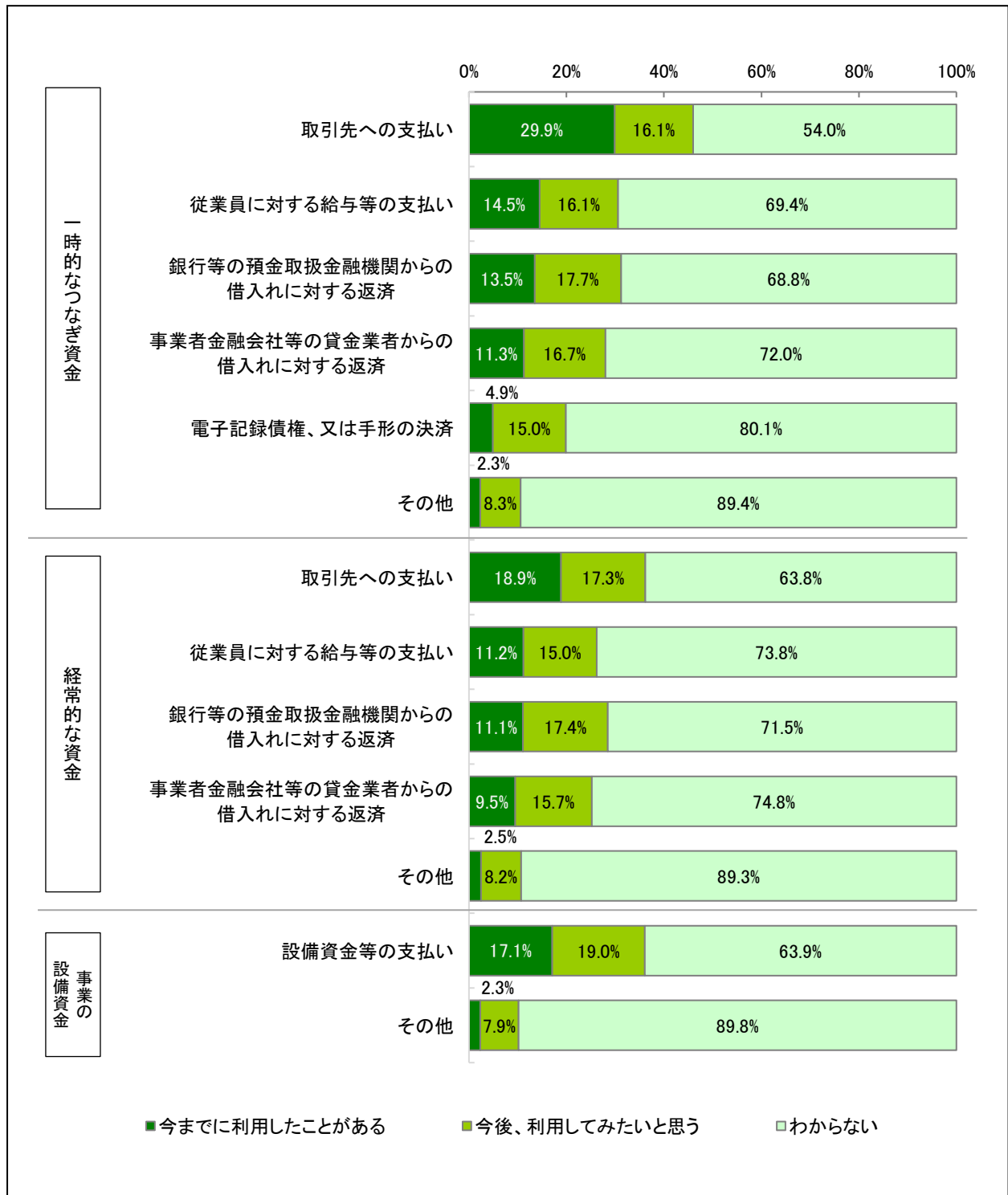


■満足している ■どちらかと言えば満足している □どちらでもない ▨どちらかと言えば満足していない □満足していない

② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向

- 借入経験のある事業者の貸金業者からの借入れについての今後の利用意向を用途別にみると、一時的なつなぎ資金と経常的な資金では「銀行等の預金取扱金融機関からの借入れに対する返済」がそれぞれ17.7%、17.4%と最も高くなっており、事業の設備資金では19.0%が今後利用してみたいと回答している。

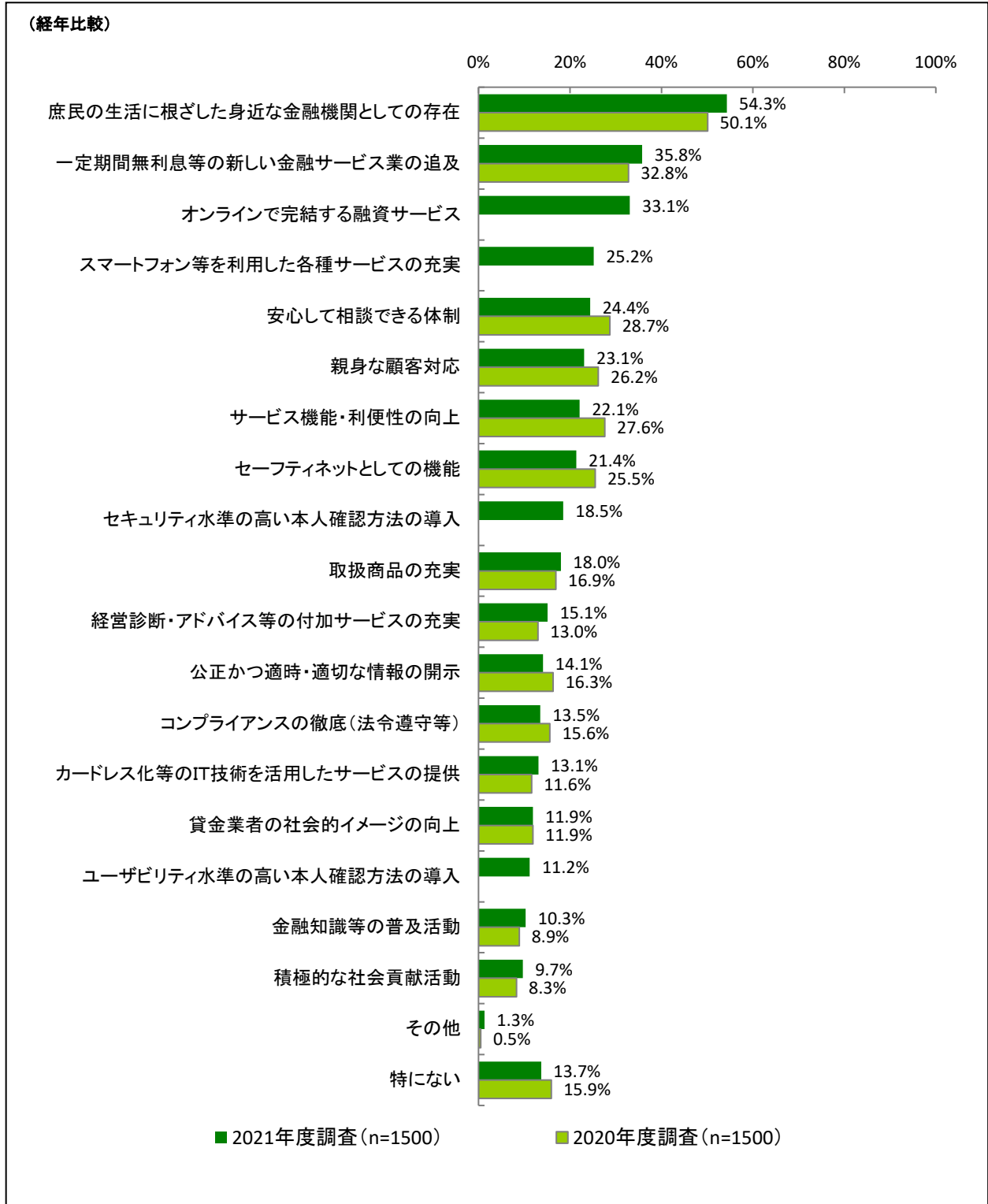
<図表 92：貸金業者からの借入れについての今後の利用意向（複数回答 n=1500）>

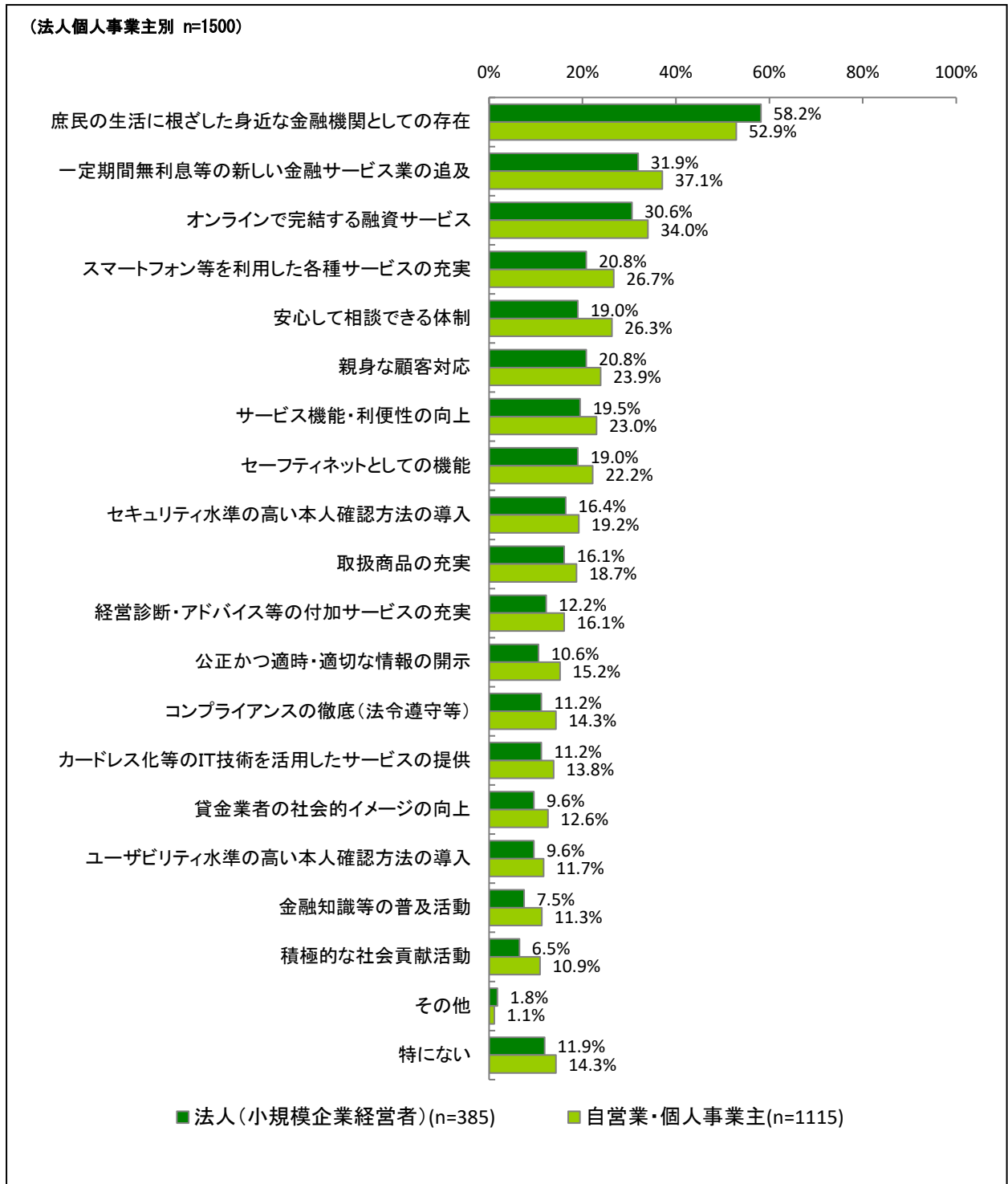


③ 貸金業者に対して臨んでいるサービスや役割について

- 貸金業者に望むことについては、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が54.3%と最も高く、次いで「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求」が35.8%、「オンラインで完結する融資サービス」が33.1%となった。

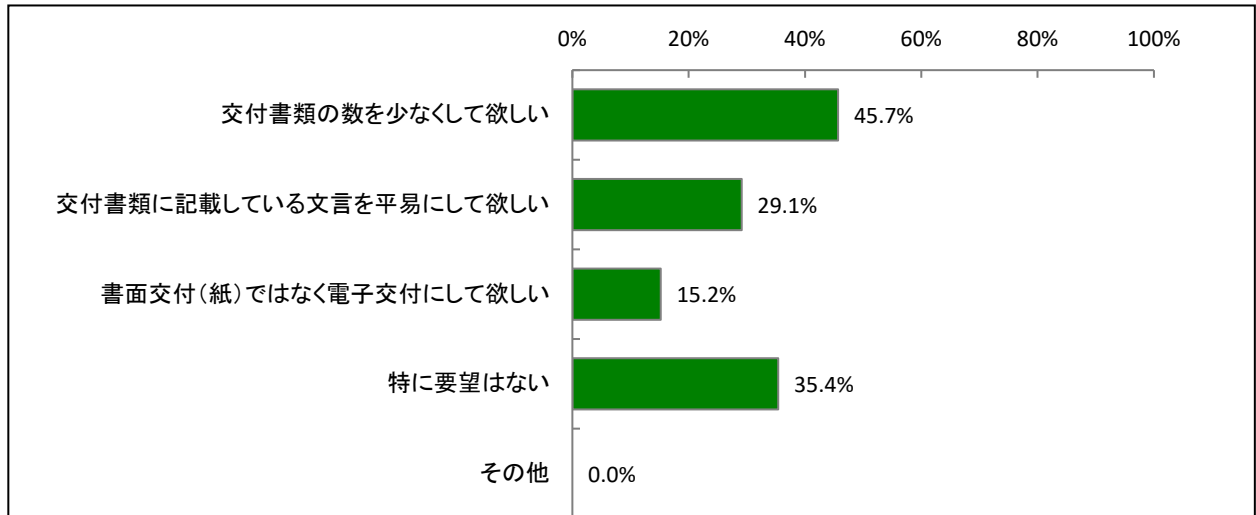
＜図表 93：貸金業者に対して望むこと（複数回答 n=1500）＞



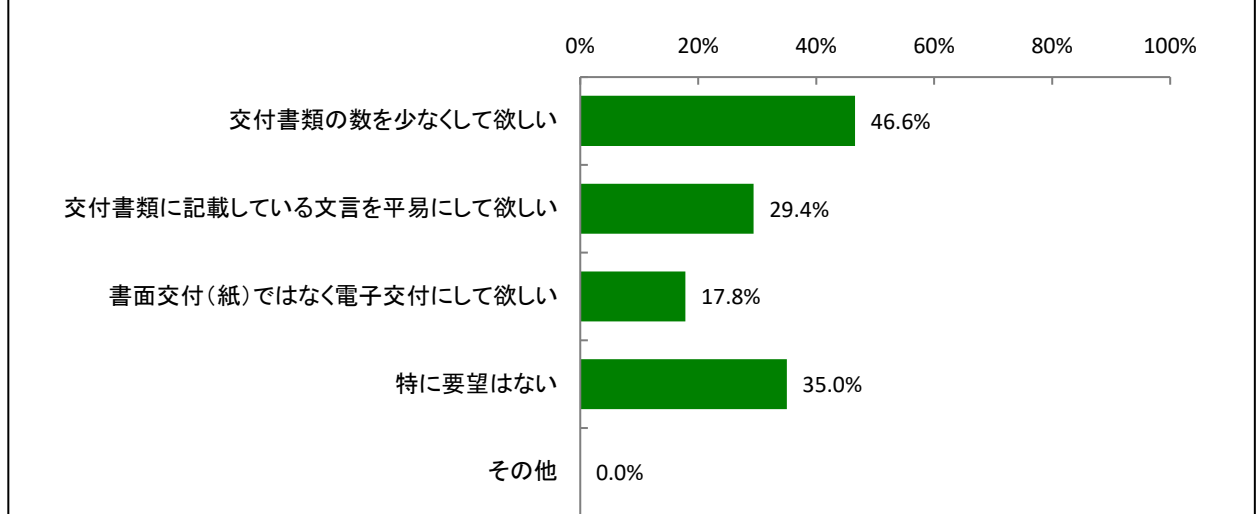


- ④ 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望
- 借入れの契約（借り換えを含む）を締結する際に貸金業者から交付される書類に関する改善要望については、「交付書類の数を少なくして欲しい」が45.7%と最も高く、次いで「特に要望はない」が35.4%、「交付書類に記載している文言を平易にして欲しい」が29.1%となった。

<図表 94：貸金業者に望むこと（複数回答 n=1500）>



<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500>

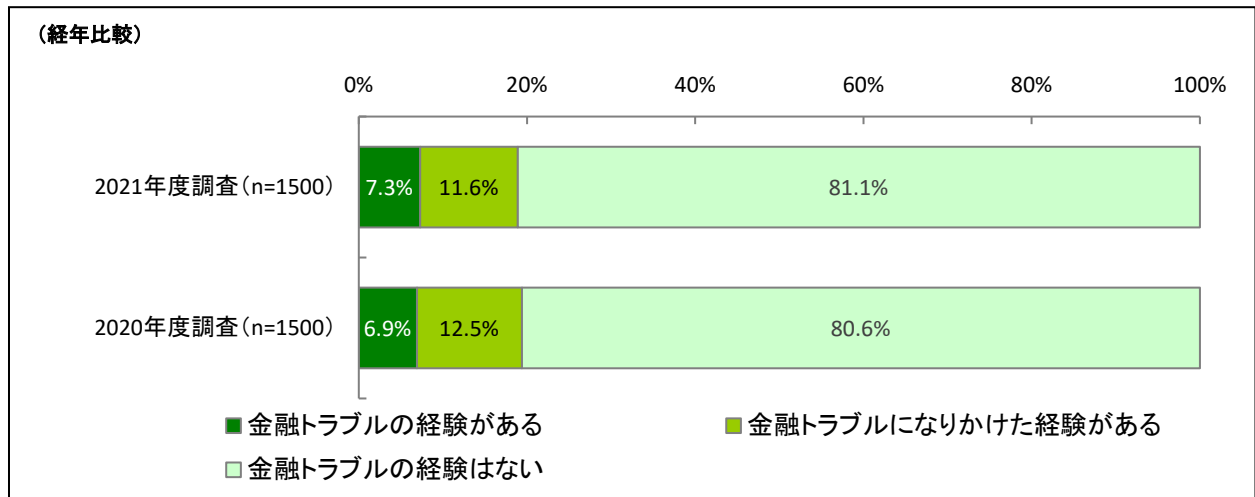


4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

(1) 資金調達におけるトラブル経験の有無

- 借入経験のある事業者に対して、資金調達におけるトラブル経験の有無について調査したところ、「金融トラブルになりかけた経験はない」が81.1%と最も高く、次いで「金融トラブルになりかけた経験がある」が11.6%、「金融トラブルの経験がある」が7.3%となった。

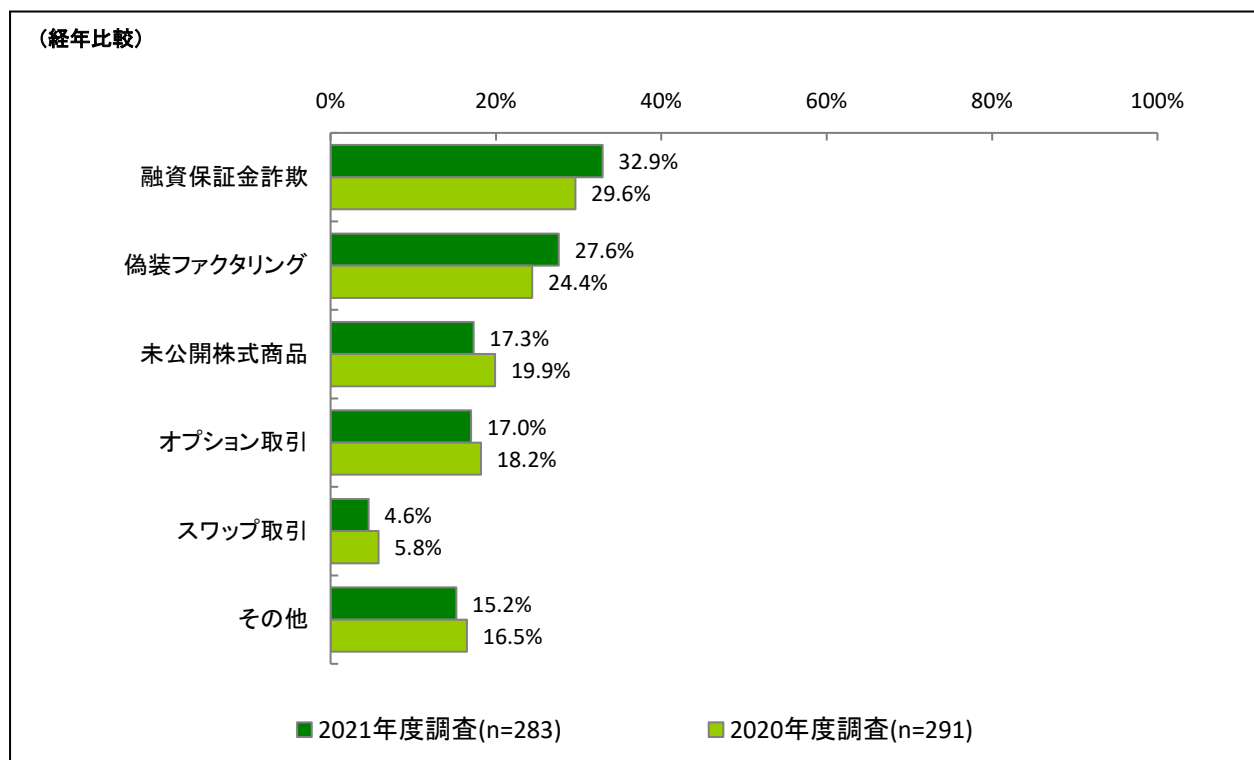
<図表 95：資金調達における金融トラブル経験の有無 (n=1500)>



(2) 被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容について

- 被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容については、「融資保証金詐欺」が32.9%と最も高く、次いで「偽装ファクタリング」が27.6%、「未公開株式商品」が17.3%となった。

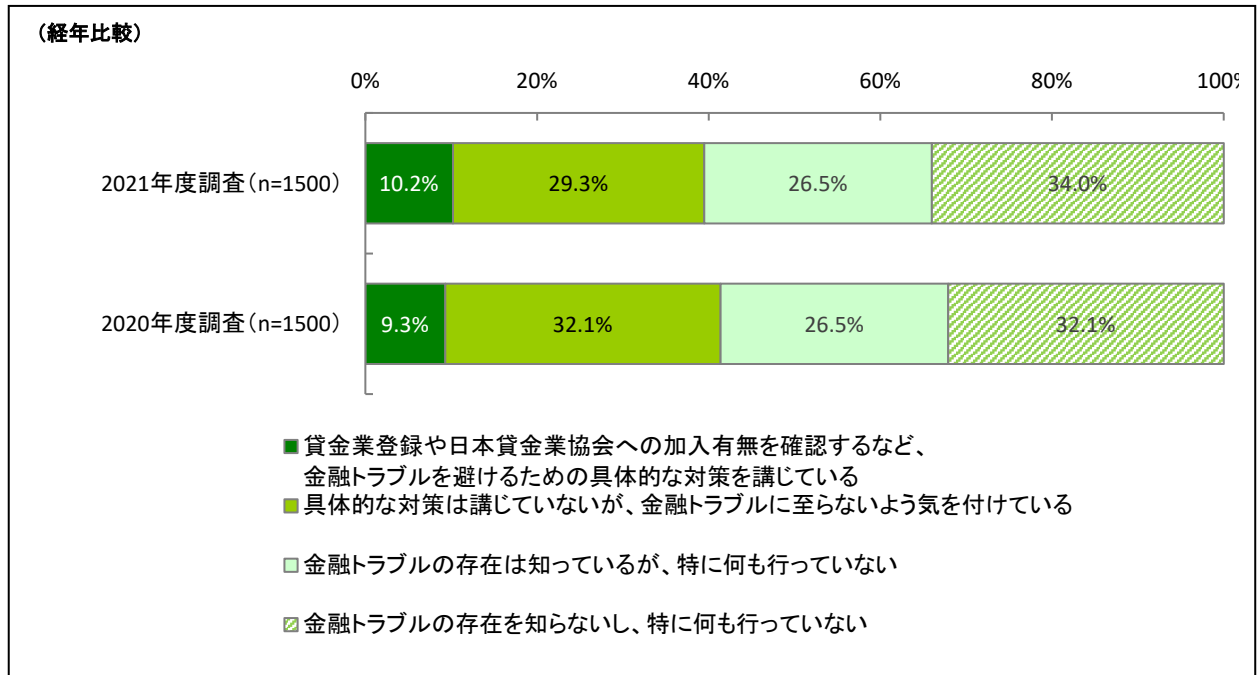
<図表 96：被害にあった金融トラブルの具体的な内容について (複数回答 n=283)>



(3) 資金調達におけるトラブルに関する意識について

- 資金調達におけるトラブルに関する意識については、「金融トラブルの存在を知らないし、特に何も行っていない」が34.0%と最も高く、次いで「具体的な対策は講じていないが、金融トラブルに至らないよう気をつけている」が29.3%、「金融トラブルの存在を知っているが、特に何も行っていない」が26.5%と続いている。

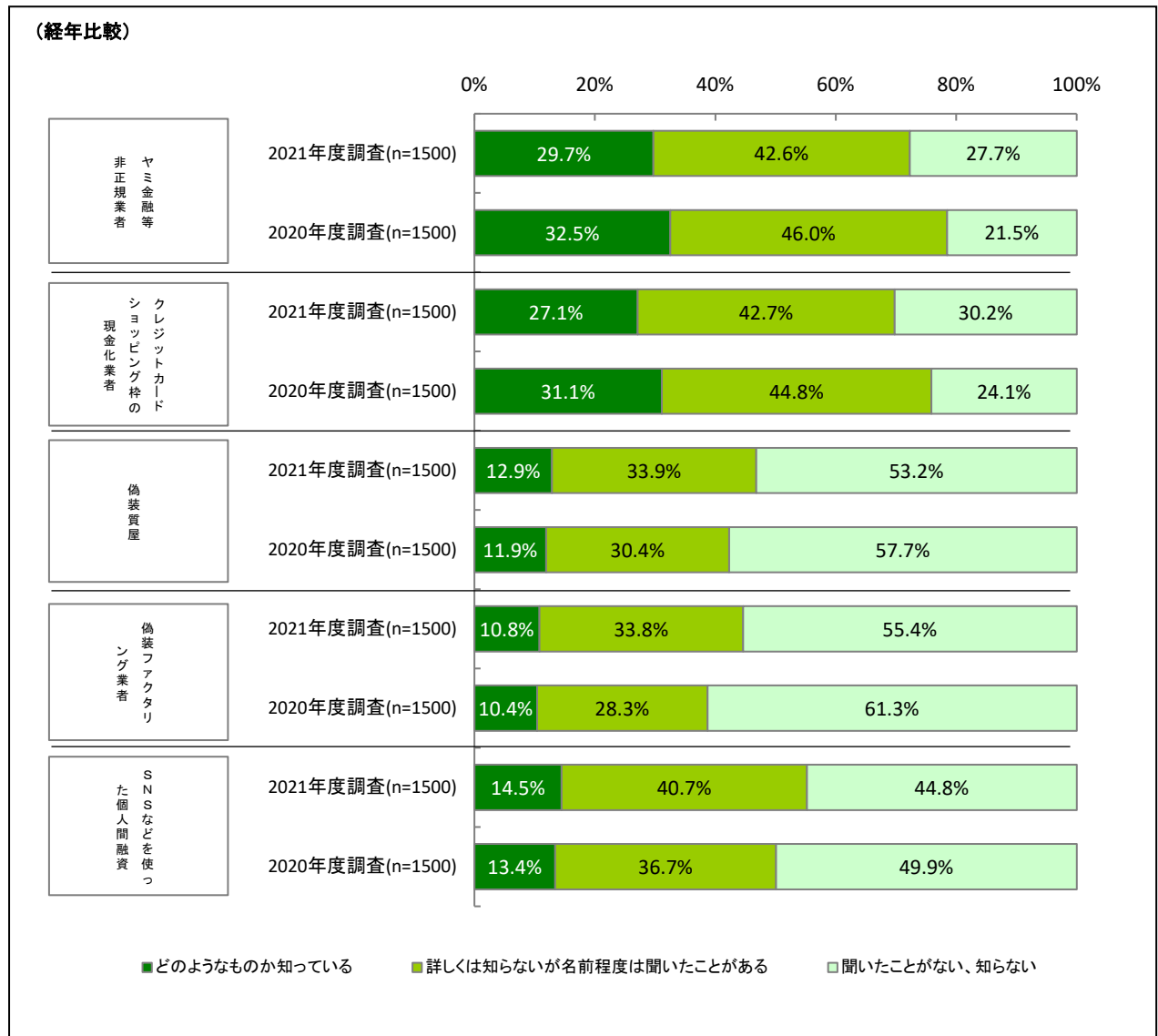
<図表 97：資金調達における金融トラブルに関する意識について (n=1500)>



(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について

- 借入経験のある事業者に対して、ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知度について調査したところ、どのようなものか知っていると回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が29.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が27.1%、「偽装質屋」が12.9%、「偽装ファクタリング業者」が10.8%、「SNSなどを使った個人間融資」が14.5%となった。

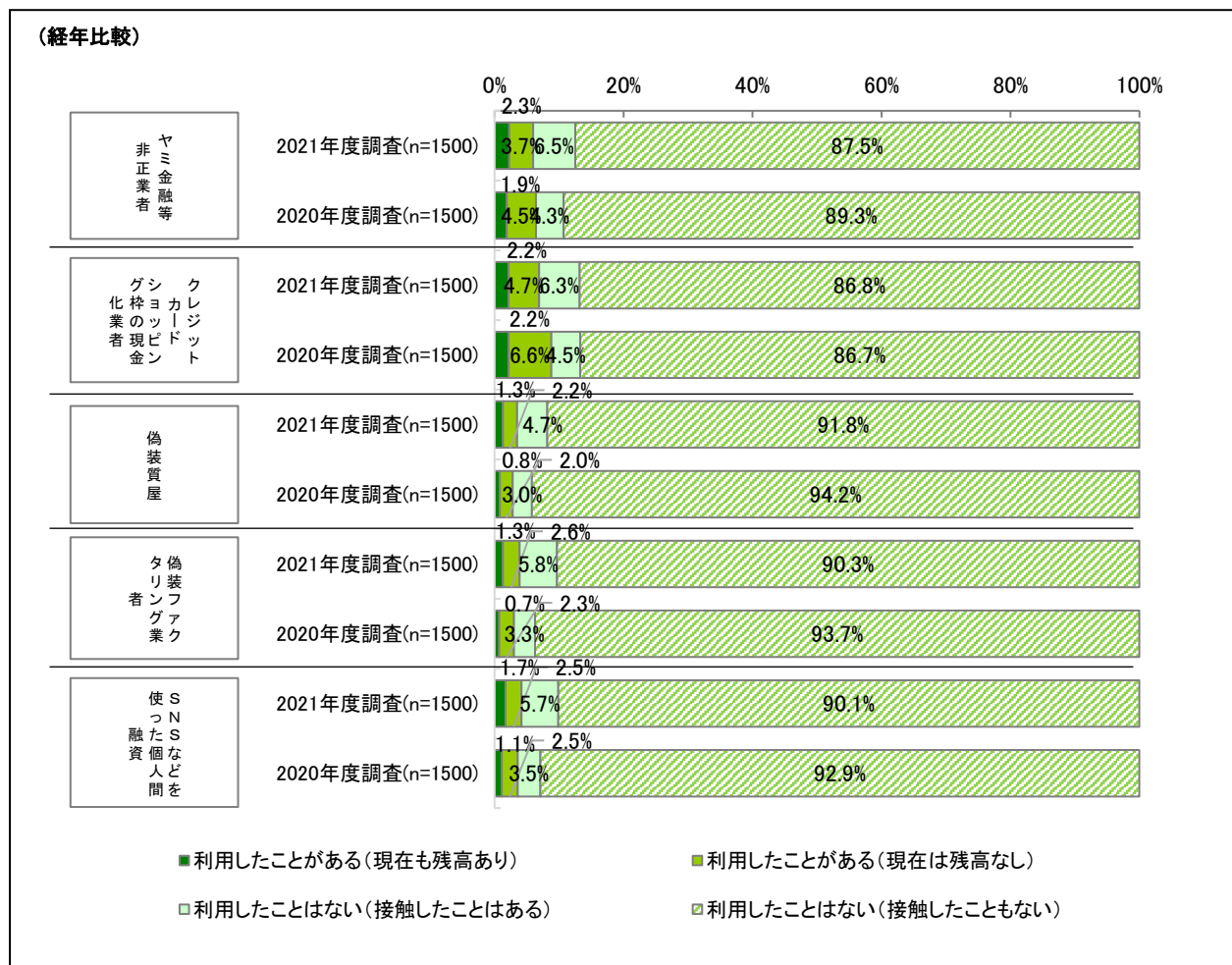
<図表 98 : ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などについての認知 (n=1500) >



(5) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無について

- ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無をみると、利用したことがあると回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が6.0%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が6.9%、「偽装質屋」が3.5%、「偽装ファクタリング業者」が3.9%、「SNSなどを使った個人間融資」が4.2%となった。

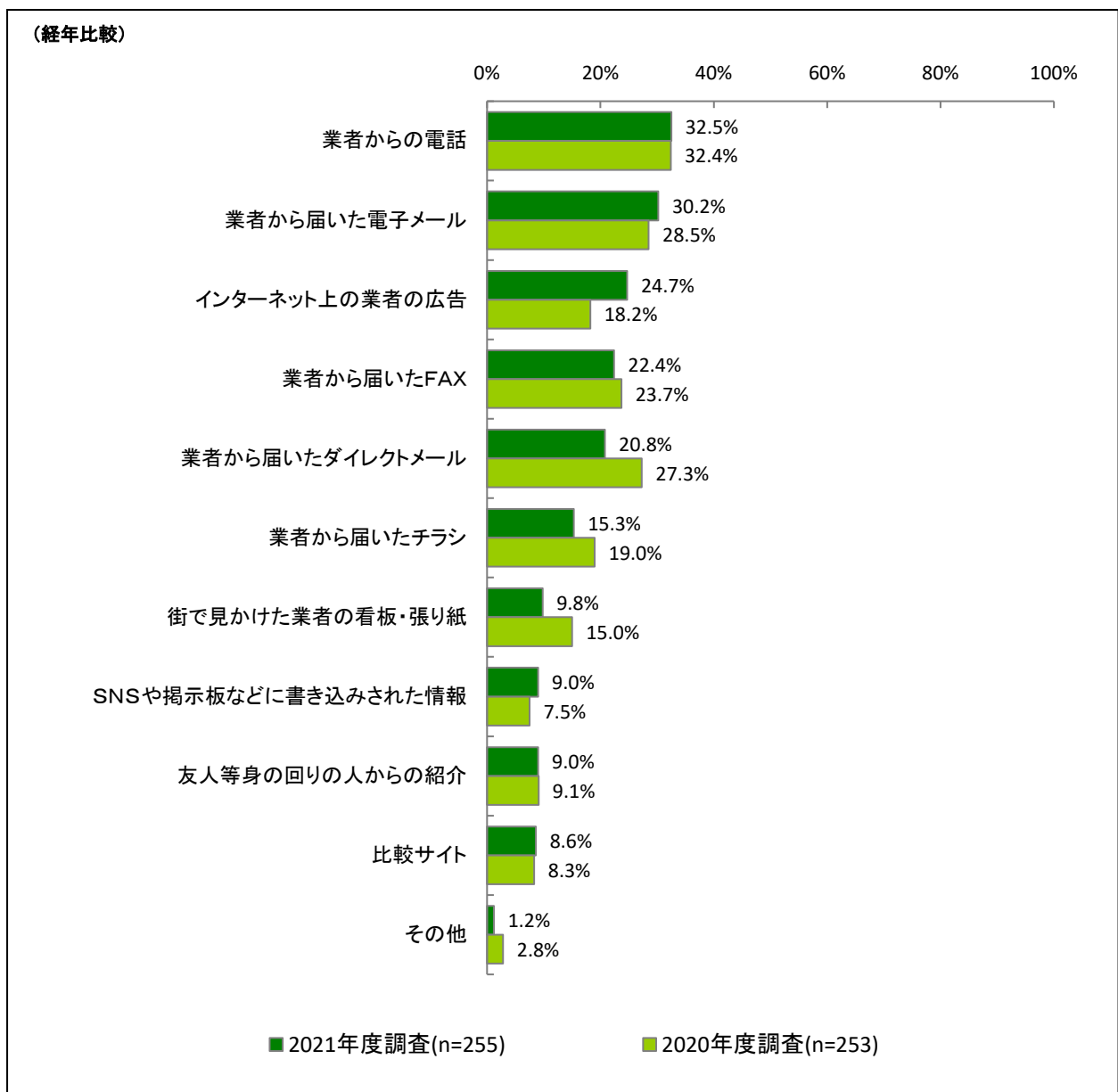
<図表 99：ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などの利用経験（n=1500）>



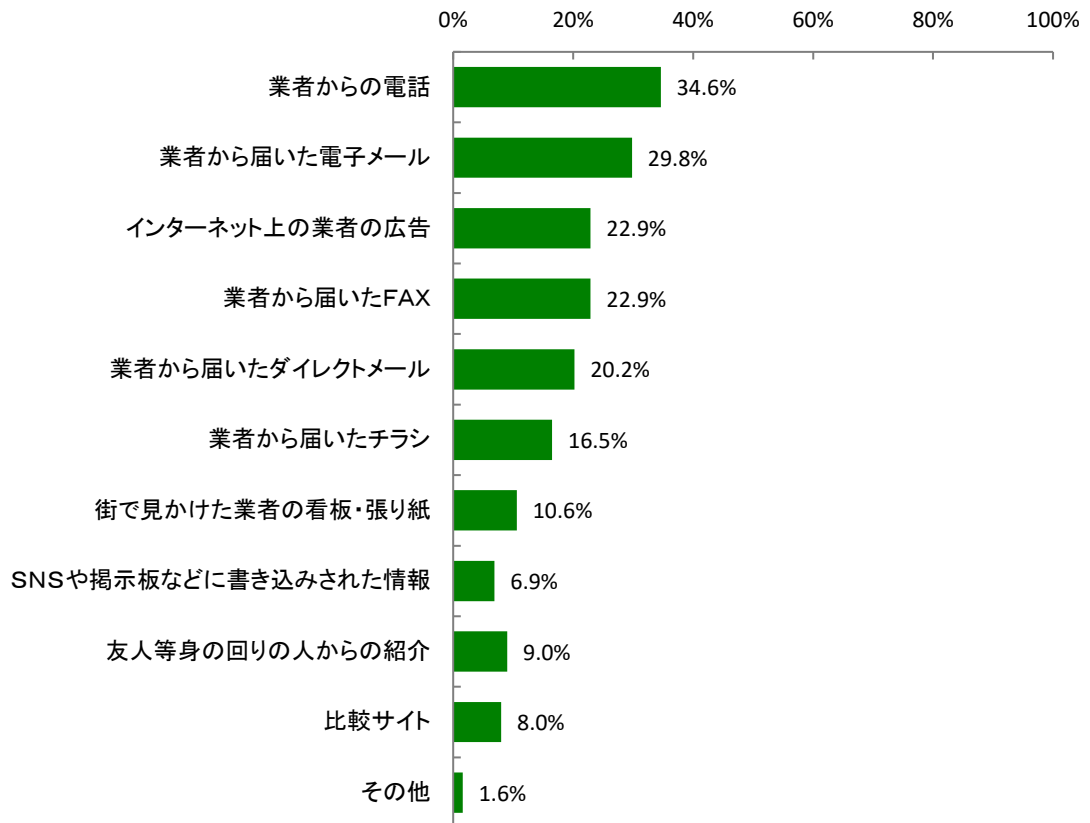
(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法について

- ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等と接触した際の接触方法をみると、「業者からの電話」が32.5%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が30.2%、「インターネット上の業者の広告」が24.7%となった。

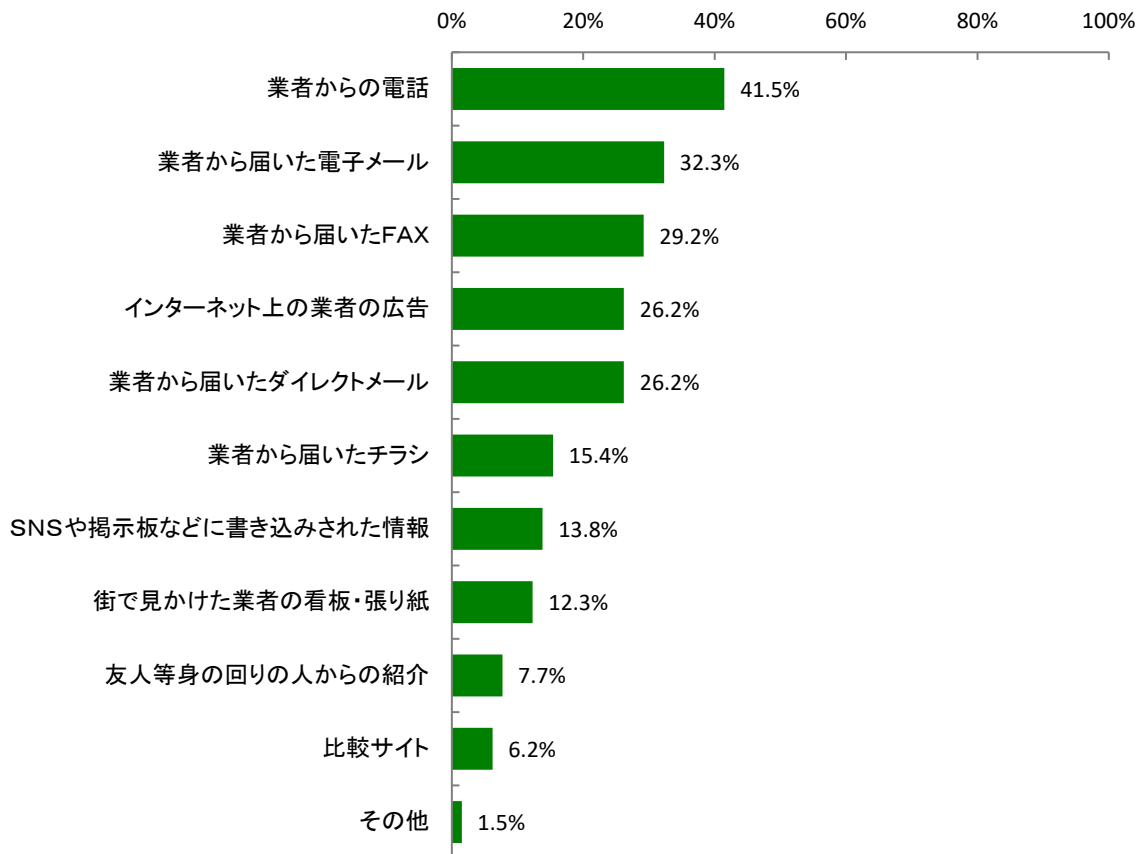
<図表 100 : ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などとの接触媒体／方法（複数回答 n=255）>



<ヤミ金融等非正規業者のみ n=188>



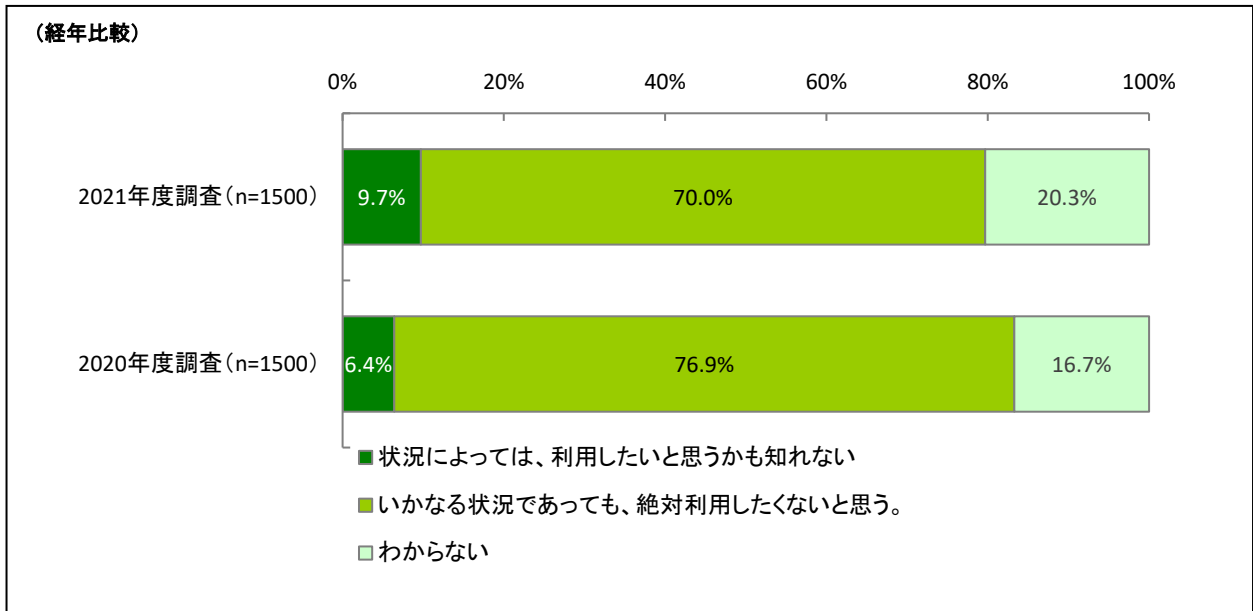
<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=65>



(7) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識

- 借入経験のある事業者に対して、ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識について調査したところ、70.0%が「いかなる状況であっても、絶対利用したくないと思う」と回答している。

<図表 101 : ヤミ金融等非正規業者の利用意識 (n=1500) >



J I C C 貸金無担保登録情報（※消費者向残高あり）

(2021年3月末)

■性別・年代別の構成比、一人当たり借入残高および一人当たり借入件数

※単位：人数・千人、構成比・%、平均残高・千円、平均件数・件

	男性				女性				就業者人口比	
	人数	構成比	平均残高	平均件数	人数	構成比	平均残高	平均件数	男性	女性
10代	3	0.09	82	1.08	2	0.10	79	1.09	0.68	0.43
20代	717	18.04	553	1.70	373	16.19	386	1.57	13.60	7.86
30代	775	19.50	703	1.54	383	16.66	406	1.47	11.70	7.43
40代	921	23.18	750	1.48	534	23.18	414	1.47	10.65	7.53
50代	840	21.16	796	1.51	502	21.79	421	1.47	11.02	8.06
60代	469	11.81	611	1.45	291	12.63	365	1.39	8.61	7.34
70代以上	248	6.24	347	1.30	217	9.45	246	1.23	8.37	11.09
計	3,973	100.00	673	1.52	2,302	100.00	387	1.45	10.71	7.75

■居住地都道府県別分布

※単位：人数・千人、%

都道府県	人数	就業者人口比	都道府県	人数	就業者人口比	都道府県	人数	就業者人口比
北海道	274.5	10.5	石川県	41.3	6.7	岡山県	77.0	8.1
青森県	63.8	9.9	福井県	30.1	7.2	広島県	121.1	8.4
岩手県	55.8	8.5	山梨県	39.0	9.0	山口県	59.7	8.8
宮城県	121.5	10.0	長野県	86.5	7.7	徳島県	27.2	7.7
秋田県	45.3	9.4	岐阜県	77.2	6.8	香川県	38.8	8.0
山形県	44.1	7.7	静岡県	167.5	8.5	愛媛県	57.2	8.4
福島県	88.8	9.1	愛知県	329.8	8.0	高知県	32.5	9.2
茨城県	144.6	9.7	三重県	73.0	7.6	福岡県	297.2	11.5
栃木県	92.0	9.0	滋賀県	56.2	7.4	佐賀県	39.4	9.0
群馬県	86.1	8.4	京都府	109.5	8.0	長崎県	67.1	10.0
埼玉県	394.4	9.9	大阪府	468.2	10.2	熊本県	89.9	9.9
千葉県	337.7	10.1	兵庫県	249.9	9.1	大分県	61.7	10.4
東京都	834.4	10.3	奈良県	52.6	8.0	宮崎県	57.5	10.4
神奈川県	512.2	10.2	和歌山県	37.3	8.0	鹿児島県	83.7	10.5
新潟県	85.6	7.3	鳥取県	23.1	7.8	沖縄県	80.8	11.1
富山県	35.8	6.4	島根県	26.1	7.6	合計	6,274.7	9.3

■残高区分別の構成比及び一人当たり借入件数

※単位：人数・千人、構成比・%、平均件数・件

	男性			女性			全体		
	人数	構成比	平均件数	人数	構成比	平均件数	人数	構成比	平均件数
10万円以下	631	15.87	1.03	510	22.14	1.04	1,140	18.17	1.04
10～30万円以下	735	18.49	1.19	638	27.72	1.24	1,373	21.88	1.21
30～50万円以下	766	19.28	1.28	581	25.25	1.36	1,347	21.47	1.31
50～100万円以下	970	24.42	1.93	457	19.84	2.13	1,427	22.74	1.99
100～150万円以下	479	12.06	1.93	84	3.66	2.20	564	8.98	1.97
150～200万円以下	229	5.76	1.85	22	0.95	2.18	251	4.00	1.88
200～300万円以下	133	3.34	1.92	9	0.38	2.30	142	2.26	1.94
300万円超	31	0.77	2.37	1	0.06	2.71	32	0.51	2.39
計	3,973	100.00	1.52	2,302	100.00	1.45	6,275	100.00	1.50

注1) 「JICC」は、株式会社日本信用情報機構(貸金業法に基づく指定信用情報機関)の略称

注2) 各計数は、株式会社日本信用情報機構が保有する信用情報のうち、貸金業法対象情報(消費者向無担保無保証残高ありの登録情報)を基に集計したもので、異動情報(入金予定日から3カ月以上何ら入金されなかったもの)及び参考情報が付帯してから1年以上経過する債務のある者等を除外したもの

注3) 「就業者人口比%」は、総務省が公表している2020年度の男女別及び都道府県別就業者人口に占める割合

注4) 「構成比%」は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

以上