令和元年 9 月 30 日

各　位

日本貸金業協会
Japan Financial Services Association

資金需要者等の現状と動向に関する調査結果報告の公表について

- 資金需要者におけるライフスタイルの変化や資金ニーズの多様化など、貸金業者に求められている社会的役割が大きく変わってきている中で、資金需要者の多様性を理解し、資金需要者保護の充実や、金融リテラシー向上の更なる取組みの促進が求められている。
- また、多くの中小零細事業者が事業活動における資金調達や資金繰りに様々な問題や不安を抱えており、資金需要者の実情に即した多様な金融サービスの提供など、身近な金融機関としての貸金業者が担う役割が期待されている。

日本貸金業協会は、資金需要者等を取り巻く社会環境が高度情報化社会の進展等によって大きく変化する中で、貸金業が担う健全な資金供給機能が的確に発揮されていること及び資金需要者等の借入行動の実態、借入れに対する意識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しました。

■ 調査結果のポイント ■

1. 貸金市場の状況（JICC[1]「統計データ」より）

資料内 P13-P15 参照

- 平成 31 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[2]を性別にみると、男性が 63.5%、女性が 36.5%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 15.8%、9.1%と最も高くなっている。
- また、都道府県別の就業人口[3]に対する利用者数の割合 では、「沖縄県」が 13.4%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.7%、「東京都」が 12.2%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 6.8%と最も低い。

2. 借入れの動機・背景

資料内 P16-P29/P96-P102 参照

＜資金需要者を取り巻く経済環境の変化＞

- 借入経験のある個人の家計収支状況の変化について見たところ、1 年前と比べて「変化なし」の回答割合が 46.3%と最も高いものの、「改善した」が 20.3%、「悪化した」が 18.6%となり、全体ではわずかに改善傾向を示す結果となっている。世代別では、30 代以下で改善傾向であるが、40 代以上では悪化傾向となっており、世代間で差が現れている。
- また、借入経験のある事業者の事業環境の変化及び今後の見通しを見ると、改善傾向が 2 割程度あるものの、わずかながら悪化傾向がそれを上回る結果となっており、依然として資金需要者を取り巻く事業環境が厳しい状況におかれていることがうかがえる。

＜借入申込の資金使途＞

- 借入経験のある個人の直近 3 年間における借入申込の資金使途をみると「趣味娯楽（レジャー、旅行を含む）」が最も高くなっているものの、年代や男女で違いがわかる結果となった。
- また、借入経験のある事業者では、「取引先への支払い（事業の一時的な運転資金）」が最も高く、特定業種の事業者における具体的な資金使途では、「商品の仕入れ」や「設備の購入」などが高い割合となっており、業種によってその特徴を見て取れる結果となっている。

---

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

2 「株式会社日本信用情報機構」が保有する統計データにより集計された消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（異動情報・参考情報が付帯してから 1 年以上経過する債務のあるもの等を除外）

3 総務省が公表している 2018 年度の都道府県別就業者人口に占める割合

＜借入れの背景＞

- 借入経験のある個人では、資金需要者のライフサイクルイベントにおける支出の増加や、収入の減少などの回答が2割未満であるのに対し、支出の先取り（将来の臨時収入や収入の増加を見込んだもの、または旅行や物品購入などによるもの）が4割前後を占める結果となっており、世代別では 30 代以下でそうした傾向が特に強く現れている。
- また、借入経験のある事業者では、「売上減少」が 4 割弱で最も高く、「設備投資等による支出増加」や「見込んでいた収入が途絶える等による運転資金の不足」との回答も比較的目立つ結果となった。

3. 借入れの意識・行動

資料内 P30-P90/P103-P124 参照

＜借入行動の状況等＞

- 借入経験のある個人の新たな借入れ契約の申込方法をみると、インターネットからの申込みが 4 割と最も高いものの、資金需要者の年代やライフスタイルによって、申込方法が多様化している。

＜借入先を選定した理由・利用満足度＞

- 借入経験のある個人の借入先を選定した理由をみると、「借入手続きの簡便さ」が 43.0%と最も高く、借入申込時の簡便性や利便性が重視される傾向にあり、貸金業者からの借入れに対する利用満足度でも「借入金の使途の自由度」や「契約手続きの手軽さ」などの利便性を高く評価している。

＜インターネットサービスの利用状況等＞

- 借入経験のある個人におけるインターネット利用によるライフスタイルの変化をみると、若い世代ではコミュニケーションや娯楽といった場面への影響が色濃くなっている一方で、高い世代ではそれらに加え、旅行や買い物の情報源としての活用や、実店舗での購買頻度の減少など、消費行動との結びつきの強さも傾向として現れている。
- 借入経験のある事業者におけるフィンテック等を活用した資金調達方法の認知度については、クラウドファンディング（寄付型）が最も認知されており、利用したい理由としては、「金利の低さ」が 49.5%と最も多く、特にサービス業において関心の高さがみてとれる結果となった。

＜金融リテラシーの状況＞

- 借入経験のある個人の家計管理状況を見ると、「毎月（毎週）の収支を把握している」のは 4 割となっており、民法改正に伴う成人年齢引き下げについて、民法改正及び成人年齢の引下げの両方とも知っていると回答した割合は、7 割強となった。
- また、金銭教育受講の有無について、全体の約 6 割が受けたことがないと回答しており、年代別にみると、年代が高くなるほど、割合が高くなっており、18 歳から 22 歳までの若年者における金銭教育の受講意向を見ると、受講したい内容として「資金管理・家計管理について」が 39.1%と最も高く、若年者が基礎的な金銭教育の受講を望んでいる状況が見て取れる。

＜ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等＞

- 借入経験のある個人のヤミ金融等非正規業者の認知度については、「ヤミ金融等非正規業者[4]」が 30.6%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者[5]」が 25.5%で続き、借入経験のある個人の 15.4%が、ヤミ金融等非正規業者との接触経験を持ち、その接触方法については、「電話」や「電子メール」、「ダイレクトメール」、「街頭の看板・張り紙」、「FAX」など多岐に及んでいる。

4. 貸金業者に対する期待・要望

資料内 P91-P92/P125-P127 参照

- 貸金業者に望んでいることについては、借入経験のある個人及び事業者ともに、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 39.4%、47.3%とそれぞれ最も高くなっている一方で、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。

---

[4] ヤミ金融等非正規業者とは、国（財務局）または都道府県の登録を受けずに貸金業を営んでいる業者

[5] クレジットカードショッピング枠の現金化業者とは、本来、商品やサービスを後払いするために設定されている「ショッピング」の利用可能枠を現金化する業者（換金目的でのクレジットカード利用は、クレジットカード会社の会員規約に違反する行為で、クレジットカードの利用ができなくなったり、犯罪やトラブルに巻き込まれたりするケースもある）

記

1. 公表日

令和元年 9 月 30 日（月曜日）

2. 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	令和元年 8 月 2 日から令和元年 8 月 20 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）	①借入れの動機・背景 ➢ 家計の収支状況と今後の見通し ➢ 借入申込を行った際の資金使途 ➢ 借入申込を行った背景 等 ②借入れの意識・行動 ➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果 ➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由 ➢ 借入れできなかった際の行動とその影響 ➢ 貸金業者に対する利用満足度 ➢ インターネットサービス等の利用状況・影響 ➢ 金融リテラシーの状況 等 ③貸金業者に対する期待・要望 ➢ 貸金業者からの借入れに関する今後の利用意向 ➢ 借入先との連絡方法・手段 ➢ 貸金業者に望んでいること 等

3. ホームページ掲載箇所

日本貸金業協会ホームページ（https://www.j-fsa.or.jp/） 内
調査結果報告資料のページ（https://www.j-fsa.or.jp/material/report/index.php/）

4. 今回の調査結果の内容に関する問い合わせ先

日本貸金業協会 業務企画部 調査課
（直通）03-5739-3013

以 上

令和元年 9 月 30 日

日本貸金業協会
Japan Financial Services Association

各 位

資金需要者等の現状と動向に関する調査結果報告

- 資金需要者におけるライフスタイルの変化や資金ニーズの多様化など、貸金業者に求められている社会的役割が大きく変わってきている中で、資金需要者の多様性を理解し、資金需要者保護の充実や、金融リテラシー向上の更なる取組みの促進が求められている。
- また、多くの中小零細事業者が事業活動における資金調達や資金繰りに様々な問題や不安を抱えており、資金需要者の実情に即した多様な金融サービスの提供など、身近な金融機関としての貸金業者が担う役割が期待されている。

■ 調査目的

日本貸金業協会は、資金需要者等を取り巻く社会環境が高度情報化社会の進展等によって大きく変化する中で、貸金業が担う健全な資金供給機能が的確に発揮されていること及び資金需要者等の借入行動の実態、借入れに対する意識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しました。

■ 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	令和元年 8 月 2 日から令和元年 8 月 20 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)	①借入れの動機・背景 ➢ 家計の収支状況と今後の見通し ➢ 借入申込を行った際の資金使途 ➢ 借入申込を行った背景 等 ②借入れの意識・行動 ➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果 ➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由 ➢ 借入れできなかった際の行動とその影響 ➢ 貸金業者に対する利用満足度 ➢ インターネットサービス等の利用状況・影響 ➢ 金融リテラシーの状況 等 ③貸金業者に対する期待・要望 ➢ 貸金業者からの借入れに関する今後の利用意向 ➢ 借入先との連絡方法・手段 ➢ 貸金業者に望んでいること 等

＜個人向け調査＞

【プレ調査】
回収サンプル数 48,092 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:2,500 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
＜18 歳～22 歳以下の若年者＞ 500 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
※18 歳～22 歳以下の若年者の追加サンプルについては、貸金業者からの借入経験を問わない

＜事業者向け調査＞

【プレ調査】
回収サンプル数 19,390 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:1,148 名 小規模企業経営者:352 名)

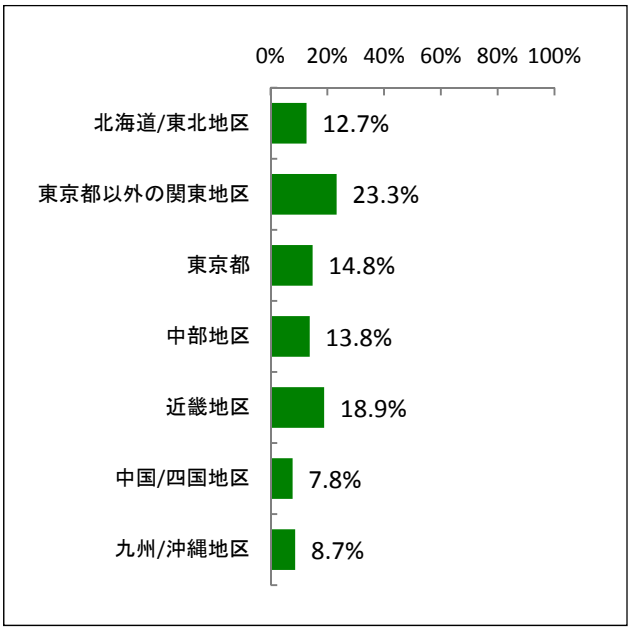
※貸金業者から事業性資金(運転資金・設備資金等)の借入れをしたことがある個人事業主の借入利用者と、本人が経営する会社または所属する会社において貸金業者から事業性資金の借入れをしたことがある小規模企業経営者の借入利用者
※小規模企業経営者の事業規模ついては、「中小企業基本法第 2 条第 5 項」の規定等に基づいて該当する事業者を抽出
※回収サンプルには、基本サンプル 1,000 名の他に、追加サンプルとして特定業種(「小売業:358 名」、「宿泊業:12 名」、「飲食サービス業:130 名」)の事業者 500 名を含む

【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)

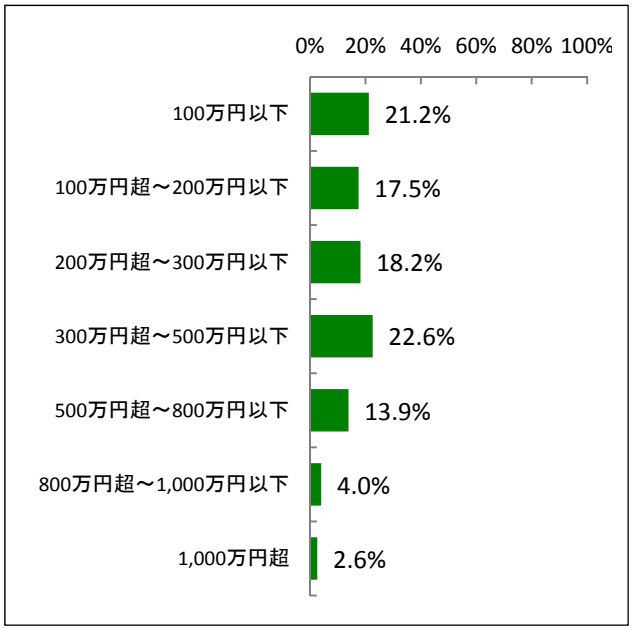
■ 標本構成

＜貸金業者からの借入経験のある個人　n=2,000＞

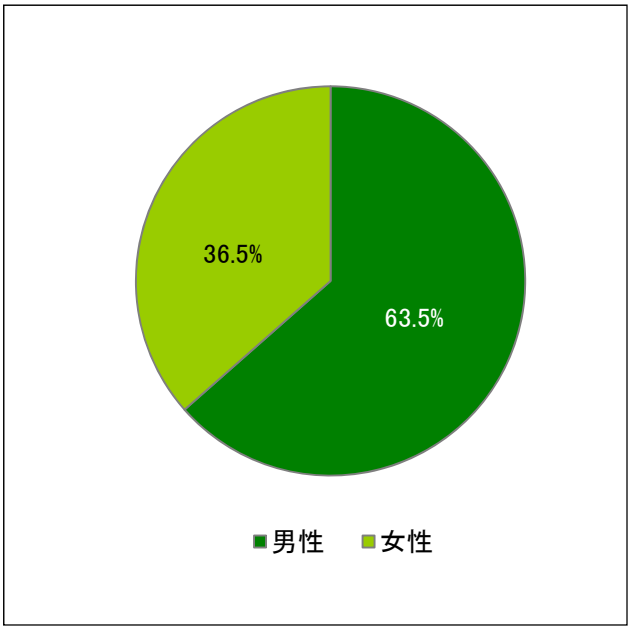
＜地区＞



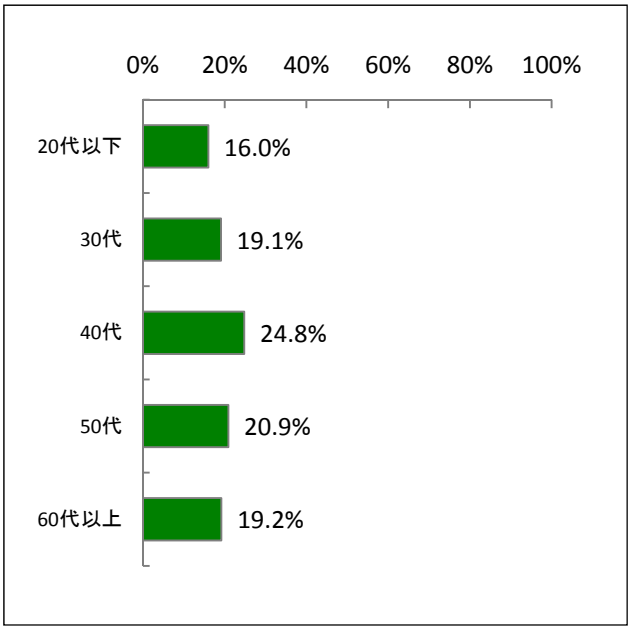
＜個人年収＞



＜男女＞

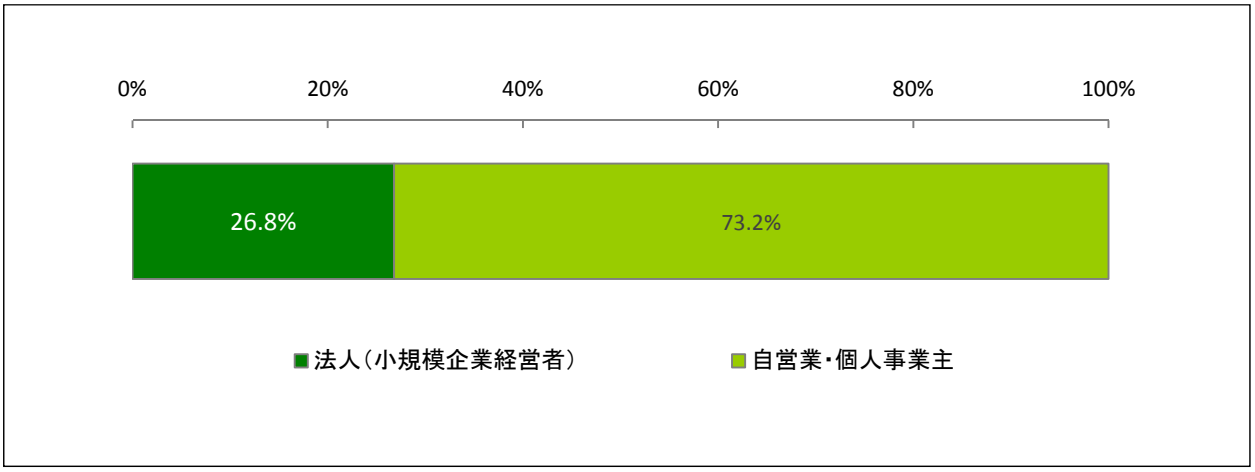


＜年代＞

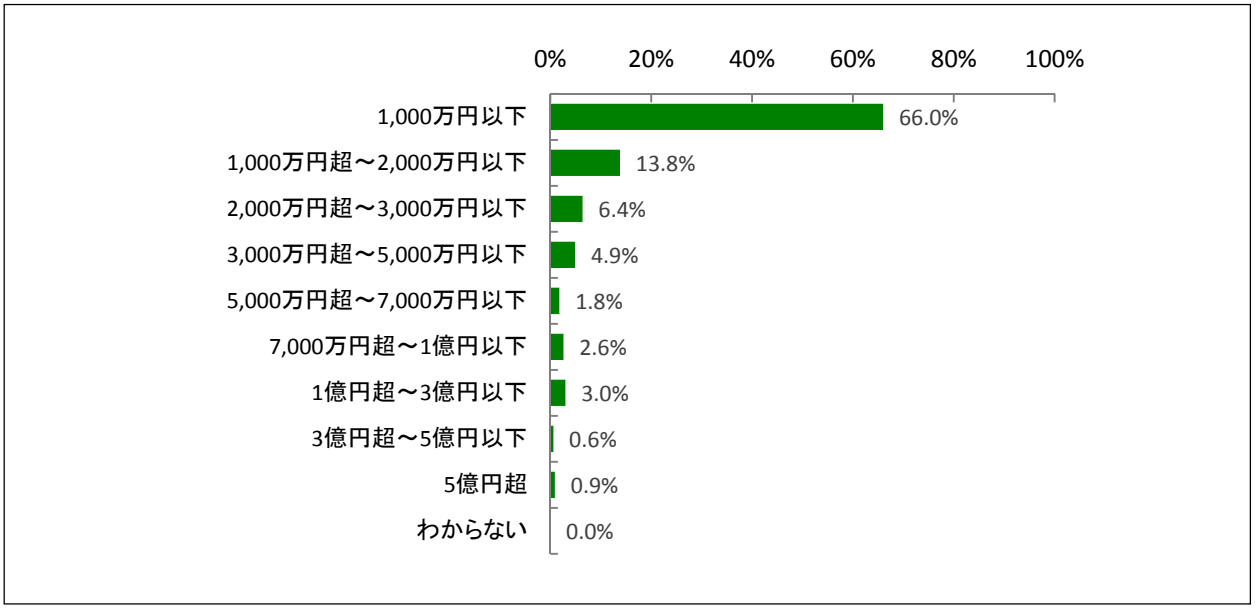


＜貸金業者からの借入経験のある事業者　n=1,500＞

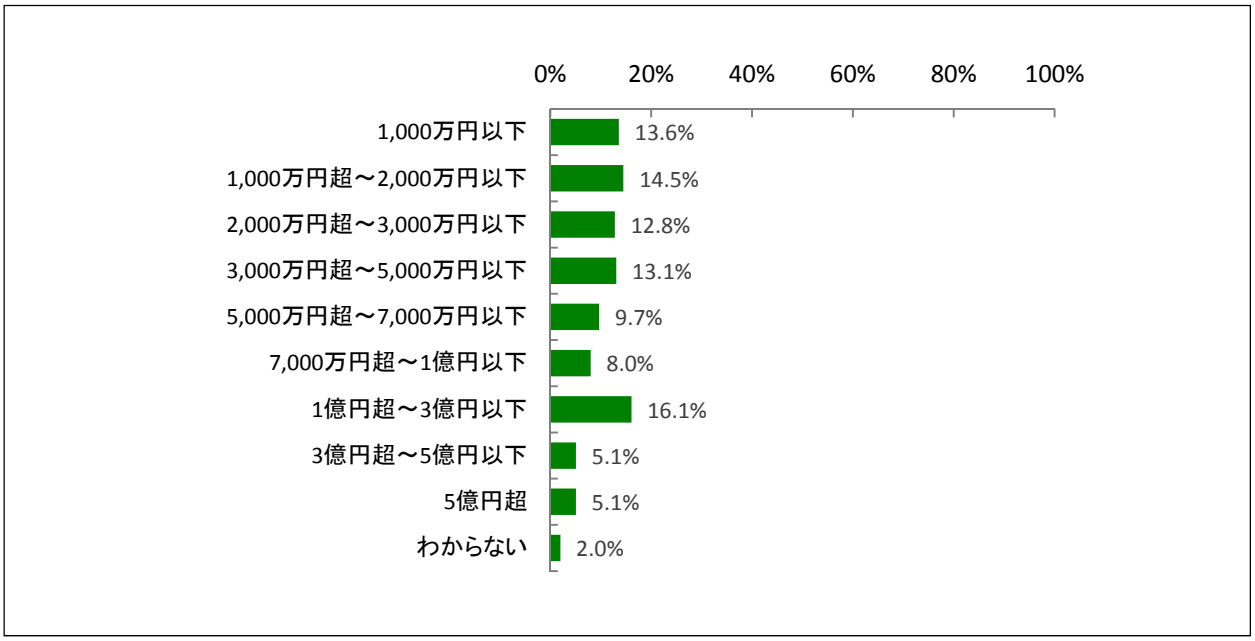
＜職業（個人事業主・小規模企業経営者）＞



＜年商　（個人事業主）＞



＜年商　（会社法人）＞



■ 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[1]「統計データ」より）

- 平成 31 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[2]を性別にみると、男性が 63.5%、女性が 36.5%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 15.8%、9.1%と最も高くなっている。(P13 図 1)
- また、都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合[3]では、「沖縄県」が 13.4%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.7%、「東京都」が 12.2%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 6.8%と最も低い。(P14 図 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 63.6%となっている。(P15 図 3)

■ 調査結果のポイント

Ⅰ.借入経験のある個人

1. 借入れの動機・背景

- 借入経験のある個人の家計収支状況の変化について見たところ、1 年前と比べて「変化なし」の回答割合が 46.3%と最も高いものの、「改善した」が 20.3%、「悪化した」が 18.6%となり、全体ではわずかに改善傾向を示す結果となっている。世代別では、30 代以下で改善傾向であるが、40 代以上では悪化傾向となっており、世代間で差が現れている。(P16 図 4)
- また、1 年前に比べ支出の増加した費目では、「趣味／娯楽（レジャー、旅行を含む）費(33.4%)」、「食費(25.4%)」、「外食などの遊興費(21.5%)」と続いており、支出の増加と資金使途とは一定程度相関関係が認められる。(P18 図 5、P21 図 6)
- さらに、今後支出が増加する見込みの費目や、借入申込を行った際の資金使途を見ると、世代間で違いが見て取れる。(P18 図 5、P21 図 6)
- 借入申込を行った背景に着目すると、資金需要者のライフサイクルイベントにおける支出の増加や、収入の減少などの回答が2割未満であるのに対し、支出の先取り（将来の臨時収入や収入の増加を見込んだもの、または旅行や物品購入などによるもの）が4割前後を占める結果となっており、世代別では 30 代以下でそうした傾向が特に強く現れている。(P24 図 7)
- また、日常生活において抱えている不安について見たところ、「金銭面の不安を抱えている」が 59.7%と最も高く、次いで「健康面の不安を抱えている」が 46.7%、「孤独感を感じる可能性など、精神面の不安を抱えている」が 22.6%となっており、多くの資金需要者が金銭面や健康面などの様々な不安を抱えている様子がうかがえる。(P27 図 8)
- さらに、年代別に見ると、20 代以下と 30 代では「金銭面の不安を抱えている」、40 代以上では「健康面の不安を抱えている」と回答した割合が高く、世代間で抱えている不安に違いが見られる結果となっている。(P27 図 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

2 「株式会社日本信用情報機構」が保有する統計データにより集計された消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（異動情報・参考情報が付帯してから 1 年以上経過する債務のあるもの等を除外）

3 総務省が公表している 2018 年度の都道府県別就業者人口に占める割合

2. 借入れの意識・行動

➢ 借入行動の状況等

- 借入経験のある個人の直近 3 年間における貸金業者への借入申込み状況を見ると、3 割が借入申込みを行い、そのうち 66.1%が希望どおりの借入ができたと回答しており、昨年度調査に比べて微増傾向となっている。(P30 図 9)
- また、借入の申込み方法を見ると、インターネットからの申込みが 4 割と最も高いものの、資金需要者の年代やライフスタイルによって、申込方法が多様化していることがわかる(P31 図 10)。
- 借入申込みの際に計画していた返済期間を見ると、1 年以内(「1 週間以内」～「1 年以内」)が 5 割強であり、返済原資については、「毎月の収入」が 8 割を占める(P33 図 11)。
- また、借入経験のある個人の約 7 割が年収の 3 分の 1 を超えた経験はないと回答している(P34 図 12)。
- 銀行等の預金取扱金融機関が行っているカードローンなどの利用意向についてみると、53.8%が利用を考えたことがあると回答している。(P35 図 13)
- また、年収別に「利用を考えたことがある(利用している)」と回答した割合をみると、低所得者層、中所得者層、高所得者層でそれぞれ 23.8%、31.7%、31.1%と、年収が高いほどその割合が高い傾向となっている。(P35 図 13)

➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由等

- 借入先を選定する際に重視するポイントについて見たところ、金利の低さ(50.5%)を重視する傾向が強くみられる一方で、保証人不要(34.5%)や申し込み手順のわかりやすさ(32.3%)などの借入申込時の簡便性なども重視していることが見て取れる(P36 図 14)。
- また、検討した借入先としては、半数以上が「クレジットカード・信販会社(55.2%)」と「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)(51.3%)」をあげている。年代別の傾向として、30 代以下は「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)」、40 代以上は「クレジットカード・信販会社」を主な検討対象としている。(P39 図 15)
- さらに、借入先として選定した理由では、「金利の低さ(41.5%)」と同程度、「借入手続きの簡便さ(43.0%)」などの簡便性や利便性が重視される傾向にあり、そのような情報を伝えやすい「テレビ CM(21.4%)」や「借入先企業のホームページ(20.0%)」が主な情報源となっている。(P41 図 16、P42 図 17)

➢ 借入れできなかった際の行動・影響

- 借入経験のある個人における借入れできなかった(申し込まなかった)際の行動としては、「支出を抑えた」が 5 割、次いで「貸金業者以外から借りた」、「相談窓口や家族・知人等に相談した」がそれぞれ 3 割弱となっている。(P45 図 18)
- また、希望どおりの借入ができなかった場合、約 6 割が日常生活に支障がでたと回答している。(P47 図 19)

➢ 延滞経験の有無・理由

- 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見たところ、6.5%が支払いを延滞したことがあると回答しており、その延滞した理由については、「失業し働けなくなったから」と回答した割合が 41.1%と最も高く、次いで「怪我や病気で働けなくなったから」が 26.4%、「給与・賞与等が予定通り支給されなかったから」が 19.4%となっている。(P48 図 20, 21)

➢ **貸金業者に対する利用満足度**

- 借入経験のある個人による、借入れに伴う一連のサービスについて満足した内容では、「借入金の使途の自由度」が 32.1%と最も高く、次いで「契約手続きの手軽さ」が 29.0%、「申込から審査結果が出るまでのスピード」が 27.8%と続いている。それらに加え、20 代以下では商品ラインナップや職員の対応において満足している割合が高くなっている。(P49 図 22)

➢ **インターネットサービス等の利用状況・変化**

- 借入経験のある個人が利用しているインターネット関連サービスについて見たところ、上位を占めるのは「電子メール(79.3%)」、「動画サイト(67.8%)」、「EC サイト(65.6%)」、「SNS(56.5%)」となっており、中でも SNS は 30 代以下と 50 代以上とで利用状況の差が顕著に現れている(52 図 23)。
- また、借入経験のある個人におけるインターネット利用によるライフスタイルの変化では、若い世代ではコミュニケーションや娯楽といった場面への影響が色濃くなっている一方で、高い世代ではそれらに加え、旅行や買い物の情報源としての活用や、実店舗での購買頻度の減少など、消費行動との結びつきの強さも傾向として現れている。(P55 図 24)
- 借入経験のある個人の利用している電子決済手段としては、「クレジットカード(84.2%)」や「電子マネー(66.4%)」の占める割合が高いものの、世代別ではスマートフォンを利用する QR コード決済が 40 代以下の層に比較的受け入れられていることがわかる。(P55 図 25)
- また、買い物などで電子決済を利用しない理由をみると、約半数が使い方がわからないと回答しており、これは高い世代に限らず、20 代以下でもその傾向を示している。(P61 図 26)

➢ **金融リテラシーの状況**

- 借入経験のある個人の家計管理状況を見ると、「毎月（毎週）の収支を把握している」のは 4 割となっており、男性に比べ女性の方が家計管理についての意識が高いことがうかがえる。(P64 図 27)
- 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 6 割強が知っていると回答したのに対して、貸金業者からの借入における総量規制について知っているのは 2 割にとどまり、世代を問わずその傾向がみられる結果となった。(P67 図 28)
- 貸金業者が行っている返済等に関するカウンセリングは、若い世代ほど利用を希望する傾向が高く、カウンセリングの相談窓口・機関・団体では、全体的に認知度向上の余地はあるものの、比較的知られているものとして「国民生活センター相談窓口」、「日本司法支援センター法テラス」などが挙げられる。(P70 図 29, 71 図 30)
- また、民法改正に伴う成人年齢引き下げについて、民法改正及び成人年齢の引下げの両方とも知っていると回答した割合は、7 割強となった。(P73 図 31)
- さらに、18 歳から 22 歳までの若年者における借入に対する意識に着目すると、「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」と回答した割合が 38.4%と最も高く、次いで「どんな状況であってもお金を借りるべきではないないと思う」が 37.8%、「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 17.4%となった。(P74 図 32)
- 借入経験のある個人の金銭教育受講の有無について、全体の約 6 割が受けたことがないと回答しており、年代別にみると、年代が高くなるほど、割合が高くなっていることがわかる。(P76 図 34)
- また、受講したい内容をみると、「長期的な貯蓄・資産運用(44.1%)」や「資金管理・家計管理(38.4%)」などが多く、受講形態では「パソコンやスマートフォンによる E-ラーニング形式(61.0%)」が「講義形式(39.4%)」を上回る結果となっている。(P78,81 図 35)

- さらに、18 歳から 22 歳までの若年者における金銭教育の受講意向を見ると、「資金管理・家計管理について（39.1％）」、「長期的な貯蓄・資産運用について（35.5％）」、「金融トラブルや多重債務について（29.6％）」の順となり、若年者が基礎的な金銭教育の受講を望んでいる状況が見て取れる。（P78 図 35）
- 借入経験のある個人の 2 割が金融詐欺[4]や悪質商法等[5]による消費者トラブルの経験またはトラブルになりかけた経験を有しており、そうしたトラブルを避けるために、資金需要者の大半が消費者トラブルにならないように気をつけていると回答している一方で、特に気をつけていないとの回答も一定割合を占める。（P82 図 36, P84 図 37）

➢ **ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等**

- ヤミ金融等非正規業者の認知度については、「ヤミ金融等非正規業者[6]」が 30.6％、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者[7]」が 25.5％、「偽装質屋[8]」が 10.4％、「似非（えせ）ファクタリング業者[9]」が 8.1％、「SNSなどを使った個人間融資[10]」が 10.8％となった。（P87 図 38）
- また、借入経験のある個人の 15.4％が、ヤミ金融等非正規業者との接触経験を持ち、その接触方法については、「電話」や「電子メール」、「ダイレクトメール」、「街頭の看板・張り紙」、「FAX」など多岐に及んでいる。（P88 図 39,40）
- さらに、ヤミ金融等非正規業者の利用意識について見たところ、利用したくないとの回答が大半ではあるものの、20 代以下の世代では他の世代に比べて低いものとなっており、若年者へのヤミ金融被害に関する予防啓発の拡充や教育などの重要性を示す結果となっている。（P89 図 41）

3. 貸金業者に対する期待・要望

- 各種問合せや返済相談等を行う際に望む借入先との連絡方法・手段について見てみると、「店頭窓口(42.3%)」、「電話(オペレーターによる応答サービス) (41.3%)」、「インターネット(会員専用ホームページ等) (38.9%)」が主だったものとなっており、特に借入先との対人コミュニケーションの丁寧さを重視する傾向が見て取れる。（P91 図 42）
- また、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 39.4％と最も高く、次いで「安心して相談できる体制」が 25.9％、「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求」が 25.2％となった一方で、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。（P92 図 43）

---

4 金融詐欺とは、融資を行うには保証金等が必要（融資詐欺）、身に覚えの無い請求（架空請求）、払いすぎた税金等を返金するため取引銀行の情報が必要（還付金詐欺）等、言葉巧みに騙す行為

5 悪質商法等には、悪質マルチ商法・悪徳マルチまがい商法（商品を販売しながら会員を増やす）、アポイントメントセールス（電話やハガキで誘い出し、商品を買わせる）、キャッチセールス（駅前や繁華街で誘い、商品を買わせる）、ネガティブオプション（勝手に商品を送りつけ、代金を請求する）などがある

6 ヤミ金融等非正規業者とは、国（財務局）または都道府県の登録を受けずに貸金業を営んでいる業者

7 クレジットカードショッピング枠の現金化業者とは、本来、商品やサービスを後払いするために設定されている「ショッピング」の利用可能枠を現金化する業者（換金目的でのクレジットカード利用は、クレジットカード会社の会員規約に違反する行為で、クレジットカードの利用ができなくなったり、犯罪やトラブルに巻き込まれたりするケースもある）

8 偽装質屋とは、質屋営業を装い、担保価値のない物品を質置きさせた上で、実質的に年金等を担保にして金銭の貸付を行い、高額な金利等の支払を求める業者

9 似非（えせ）ファクタリング業者とは、貸金業法や利息制限法の規制が及ばない「ファクタリング（債権の売買）」を偽装して金銭の貸付を行い、高額な金利等の支払を求める業者

10 ＳＮＳなどを使った個人間融資とは、ＳＮＳや掲示板サイトなどを通じて、見知らぬ個人同士が金銭の貸し借りをすることを指す

Ⅱ.借入経験のある事業者

1. 借入れの動機・背景

- 借入経験のある事業者の事業環境の変化及び今後の見通しを見ると、改善傾向が 2 割程度あるものの、わずかながら悪化傾向がそれを上回る結果となっており、依然として資金需要者を取り巻く事業環境が厳しい状況におかれていることがうかがえる。（P96 図 44）
- 借入を行なった資金使途では、事業の一時的な運転資金(つなぎ資金)としての利用が多く、中でも「取引先への支払い(事業の一時的な運転資金）(55.5%)」と回答した割合が最も高く、特定業種の事業者における具体的な資金使途では、「商品の仕入れ」や「設備の購入」などが高い割合となっており、業種によってその特徴を見て取れる結果となっている。(P99 図 45, P100 図 46)
- また、借入をした背景に着目して見ると、「売上減少」が 4 割弱で最も高く、「設備投資等による支出増加」や「見込んでいた収入が途絶える等による運転資金の不足」との回答も比較的目立つ結果となった。(P101 図 47)
- さらに、主な資金調達先について見ると、借入れの目的によって変化がみられ、一時的な事業資金の場合は「クレジットカード・信販会社」などの貸金業者が利用されやすい一方で、経常的な事業資金や設備投資等では、地方銀行などの預金取扱金融機関が利用されやすいことがわかる。(P102 図 48)

2. 借入れの意識・行動

➢ 借入行動の状況等

- 借入経験のある事業者の直近 3 年間における貸金業者への借入申込み状況を見ると、4 割が借入申込みを行い、そのうち 55.4%が希望どおりの借入ができたと回答しており、昨年度調査と比べて同様傾向となっている。(P103 図 49)
- また、借入申込みの際に計画していた返済期間を見ると、1 年以内（「1 週間以内」～「1 年以内」）が 4 割強であり、返済原資については、「売上代金の回収による返済」が大半を占める(P104 図 50)。
- 借入経験のある事業者の約 5 割が貸金業者から個人で借入れた資金を事業の運転資金に転用した経験があると回答している(P105 図 51)。

➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由等

- 借入先を選定する際に重視するポイントについて見たところ、「金利の低さ(57.3%)」が最も高くなっている一方で、「無担保での借入(39.2%)」、「保証人が不要(38.1%)」など、簡便性を重視する傾向も見て取れる。（P106 図 52）
- また、借入先として選んだ理由について見ると、主だったものとして「借入手続きが簡単だった(41.0%)」、「審査時間が短そうだった(32.5%)」があがるなど、利便性が一定以上選定理由に影響を与えていることがわかる結果となっている。(P107 図 53)
- さらに、選定する際の情報源としては、「借入先企業のホームページ(33.4%)」が最も利用されていることがわかる結果となった。(P108 図 54)

➢ 特定業種の事業者における借入れによる経済効果

- 借入経験のある特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者における、借入れを行ったことによる経済効果について見たところ、「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）(31.0%)」、「顧客の新規獲得につながった（つながると思ったから）(28.7%)」などをはじめ、7 割強が何らかの経済効果があったと回答している。（P109 図 55）

➢ **借入れできなかった際に取った行動・影響**

- 借入経験のある事業者における借入れできなかった（申し込まなかった）際に取った行動としては、事業規模縮小や取引先への支払い繰り延べなどを含む、事業活動において必要な行動を取ったことに加え、「生活費(88.7%)」や「趣味/娯楽（レジャー、旅行を含む）などの費用(62.0%)」といった個人の消費を減らす対応も顕著にうかがえる。（P110 図 56）
- また、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(42.6%)」、「事業に必要な資材の購入等に支障がでた(32.5%)」など、借入申込の資金使途と相関した影響が見て取れる。（P112 図 57）

➢ **事業活動における資金調達や資金繰りの問題**

- 借入経験のある事業者のうち、事業活動における資金調達や資金繰りで問題を抱えていないと回答したのは 3 割弱にとどまり、「返済や利息負担の大きさ」、「借入の手間」等何らかの問題を抱えており、事業活動における将来の資金繰りにも不安を抱えている事業者が大半を占める。（P113 図 58, P114 図 59）

➢ **延滞経験の有無・理由**

- 借入経験のある事業者のうち、貸金業者からの借入れにおける 3 カ月以上の延滞経験があると回答した割合は 6.5%となっており、「業績悪化による手元資金の不足(59.2%)」、「売上代金の回収の遅れ(42.9%)」が主な要因となっている。（P115 図 60）

➢ **インターネットサービス等の活用状況・変化**

- 借入経験のある事業者におけるインターネット活用状況について見たところ、「電子メールの送受信」が 77.2%と最も高く、次いで「ホームページ閲覧等の情報収集」が 64.9%、「インターネットバンキング(オンラインバンキング)の利用」が 43.6%と続いている。（P116 図 61）
- また、インターネット利用によるビジネス環境の変化では、「インターネットを介した仕入れや物品購入」、「情報発信」、「インターネットバンキングの活用」など、幅広く訴求できるインターネットの影響を多岐にわたり確認できる結果となった。（P117 図 62）
- フィンテック等を活用した資金調達手法の認知度について見ると、クラウドファンディング（寄付型）の認知度が最も高く、昨年度調査と比べて他の調達方法も含め認知度は上昇している。（P118 図 63）
- また、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としては、「金利の低さ(49.5%)」、「審査時間の短さ(37.9%)」、「調達額の大きさ(必要金額を調達可能) (33.1%)」などが高く、特にサービス業において関心の高さがみてとれる結果となった。（P119 図 64, P120 図 65）

➢ **ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等**

- ヤミ金融等非正規業者の認知度について見たところ、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(36.7%)」や「クレジットカードショッピング枠の現金化業者(33.3%)」に比べ、「偽装質屋(12.7%)」、「似非（えせ）ファクタリング業者(7.8%)」、「ＳＮＳを使った個人間融資(12.7%)」が相対的に低いことがわかる結果となった。（P122 図 66）
- また、ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無を見ると、11.6%が接触したことがあると回答しており、「業者からの電話(29.9%)」、「業者から届いた電子メール(28.7%)」が代表的な接触方法となっている。（P123 図 67,68）
- さらに、ヤミ金融等非正規業者の利用意識では、約 8 割が「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。（P124 図 69）

3. 貸金業者に対する期待・要望

- 貸金業者からの借入れについての今後の用途別での利用意向について見たところ、「取引先への支払い（一時的なつなぎ資金）」が 41.4%と最も高く、次いで「設備投資等の支払い」が 37.4%、「取引先への支払い（経常的な資金）」が 23.8%となっている。(P125 図 70)
- また、各種問合せや返済相談等を行う際に望む借入先との連絡方法・手段では、「店頭窓口(53.1%)」や「電話(人による応答サービス) (34.3%)」などの対人コミュニケーションの丁寧さを望む割合が高くなっている一方で、「インターネット（会員専用ホームページ等）(32.9%)」や「電子メール (30.8%)」などによる手軽さを重視する傾向も見て取れる。(P126 図 71)
- さらに、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 47.3%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 26.9%、「安心して相談できる体制」が 26.1%と続いている一方で、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た。(P127 図 72)

■ 目次

（はじめに）

■ 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）】 13

Ⅰ.借入経験のある個人

1.借入れの動機・背景 16

(1) 家計収支状況の変化と今後の見通し 16
(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 18
(3) 借入申込を行った際の資金使途 21
(4) 借入申込を行った背景 24
(5) 日常生活において抱えている不安 27

2.借入れの意識・行動 30

(1) 借入行動の状況等 30
(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由 36
(3) 借入れできなかった際に取った行動・影響 45
(4) 延滞経験の有無と延滞した理由 48
(5) 貸金業者に対する利用満足度 49
(6) インターネットサービス等の利用状況・変化 52
(7) 金融リテラシーの状況 64
(8) ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等 87

3.貸金業者に対する期待・要望 91

(1) 借入先との連絡方法・手段 91
(2) 貸金業者に望むこと 92

Ⅱ.借入経験のある事業者

1.借入れの動機・背景 96

(1) 事業環境ならびに事業収支状況の変化と今後の見通し 96
(2) 借入申込を行った際の資金使途 99
(3) 特定業種の事業者における具体的な資金使途 100
(4) 借入申込を行った背景 101
(5) 事業資金の主な資金調達先 102

2.借入れの意識・行動 103

(1) 借入行動の状況等 103
(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由 106
(3) 特定業種の事業者における借入れによる経済効果 109
(4) 借入れできなかった際に取った行動・影響 110
(5) 事業活動における資金調達や資金繰りの問題 113
(6) 事業活動における将来的な資金繰りの不安 114
(7) 延滞経験の有無と延滞した理由 115
(8) インターネットサービス等の活用状況・変化 116
(9) ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等 122

3.貸金業者に対する期待・要望 125

(1) 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向 125
(2) 借入先との連絡方法・手段 126
(3) 貸金業者に望むこと 127

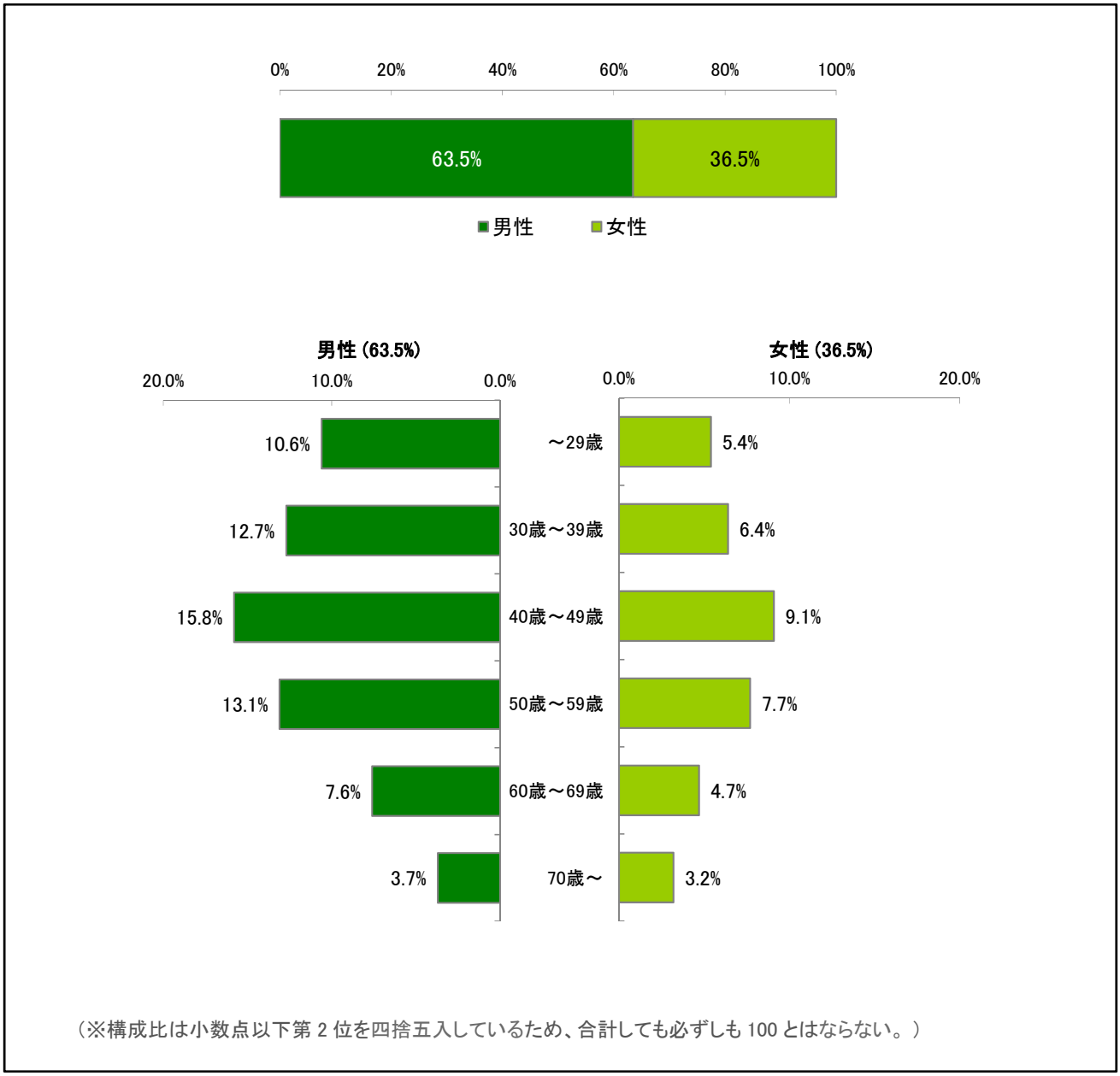
【参考資料】 株式会社日本信用情報機構 「消費者向無担保借入利用者に関する統計資料」

■ 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）】

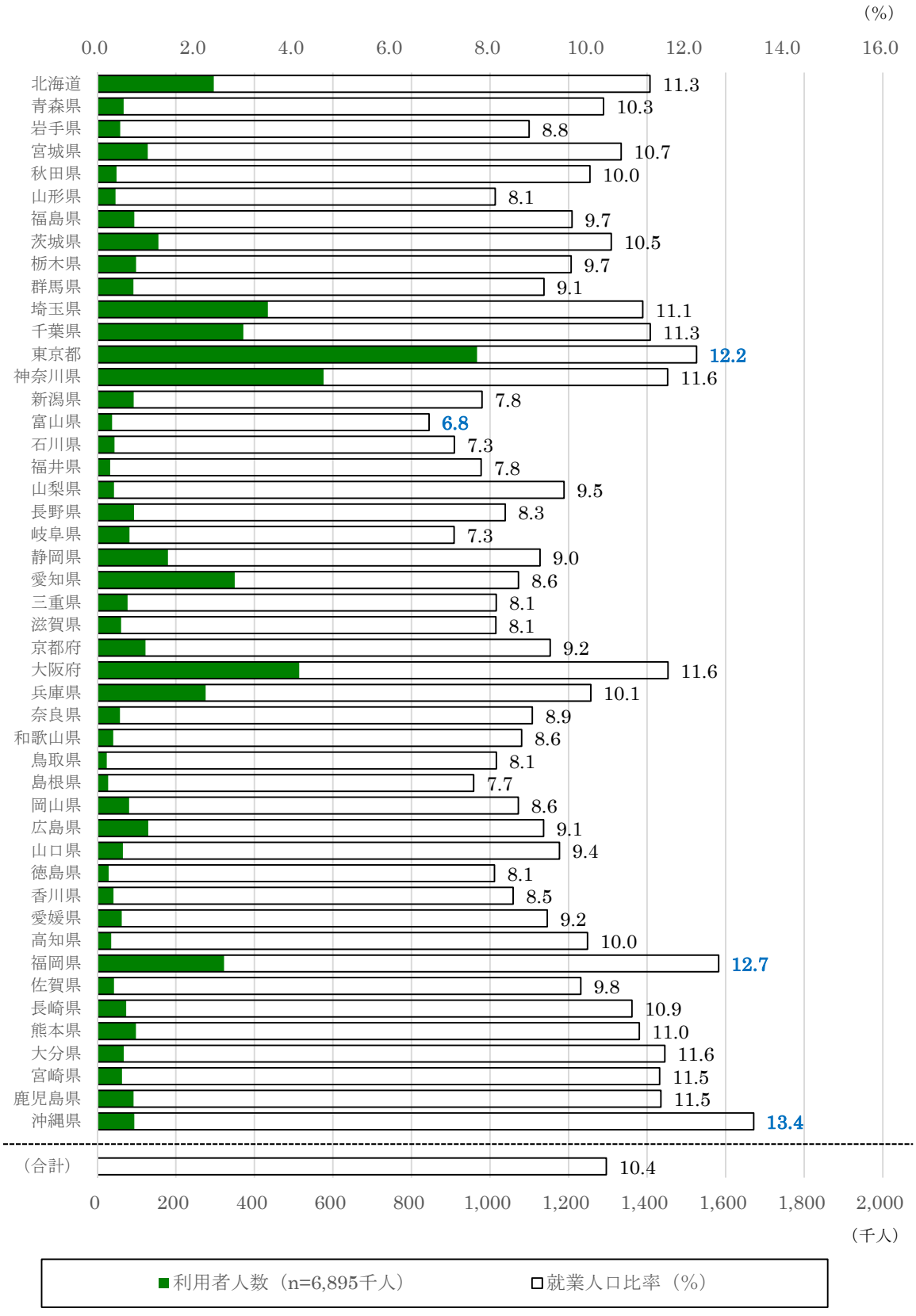
- 平成 31 年 3 月末時点における消費者向無担保貸付残高のある人数構成比を性別にみると、男性が 63.5%、女性が 36.5%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 15.8%、9.1%と最も高くなっている。
- また、都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合では、「沖縄県」が 13.4%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.7%、「東京都」が 12.2%と続いている。一方、利用者数の割合が低い地域では「富山県」が 6.8%と最も低い。
- 残高区分別に消費者向無担保貸付残高のある人数構成比をみると、50 万円以下の占める割合が 63.6%となっている。

＜図 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=6,895 千人）＞



（※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。）

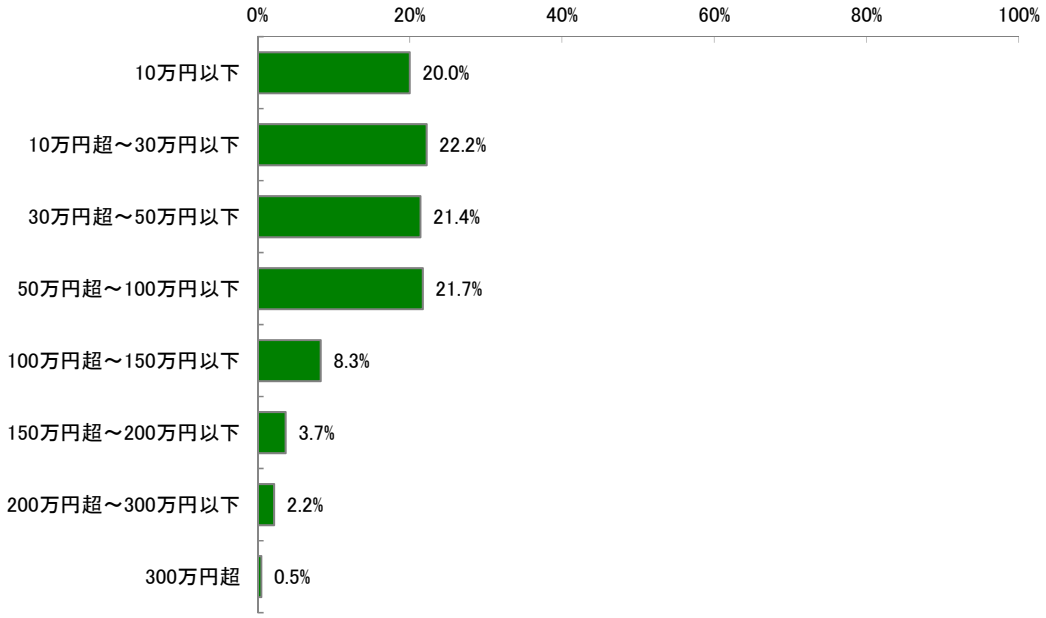
＜図 2:都道府県別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比／就業人口比率％＞



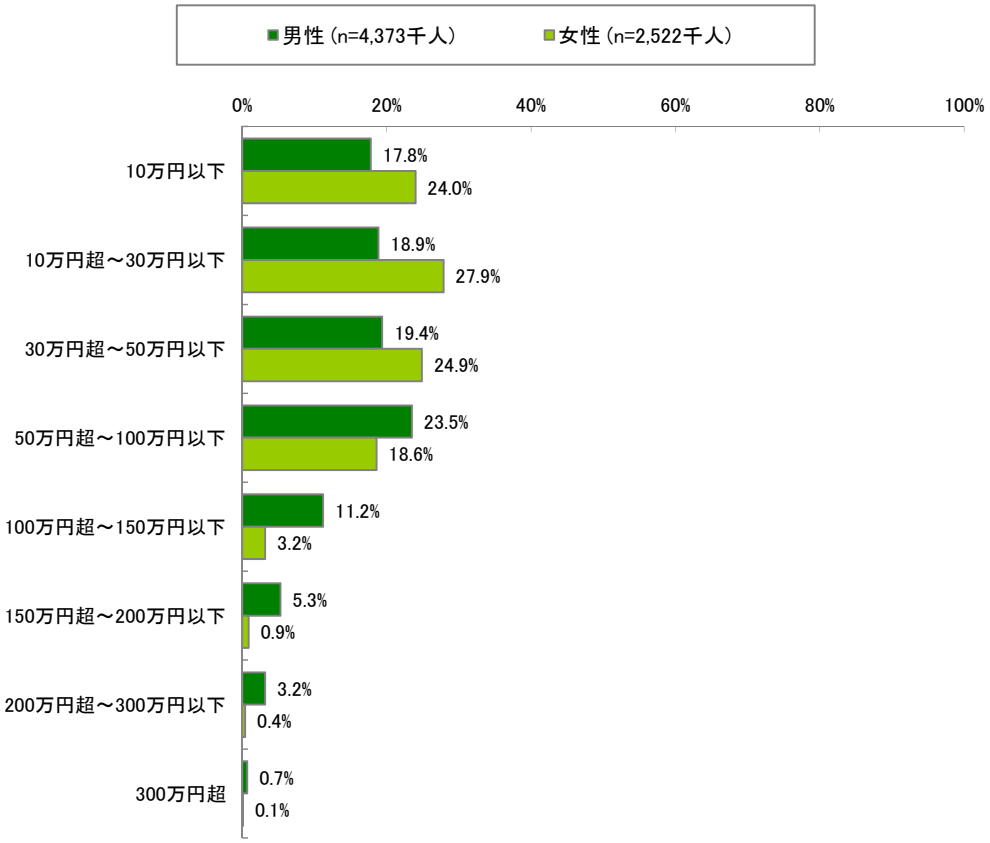
（※「就業人口比率（%）」は、「都道府県別の利用者人数」を「都道府県別の就業者人口」で除した割合）

＜図 3:残高区分別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（ｎ=6,895 千人）＞

【残高区分別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比】



【残高区分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

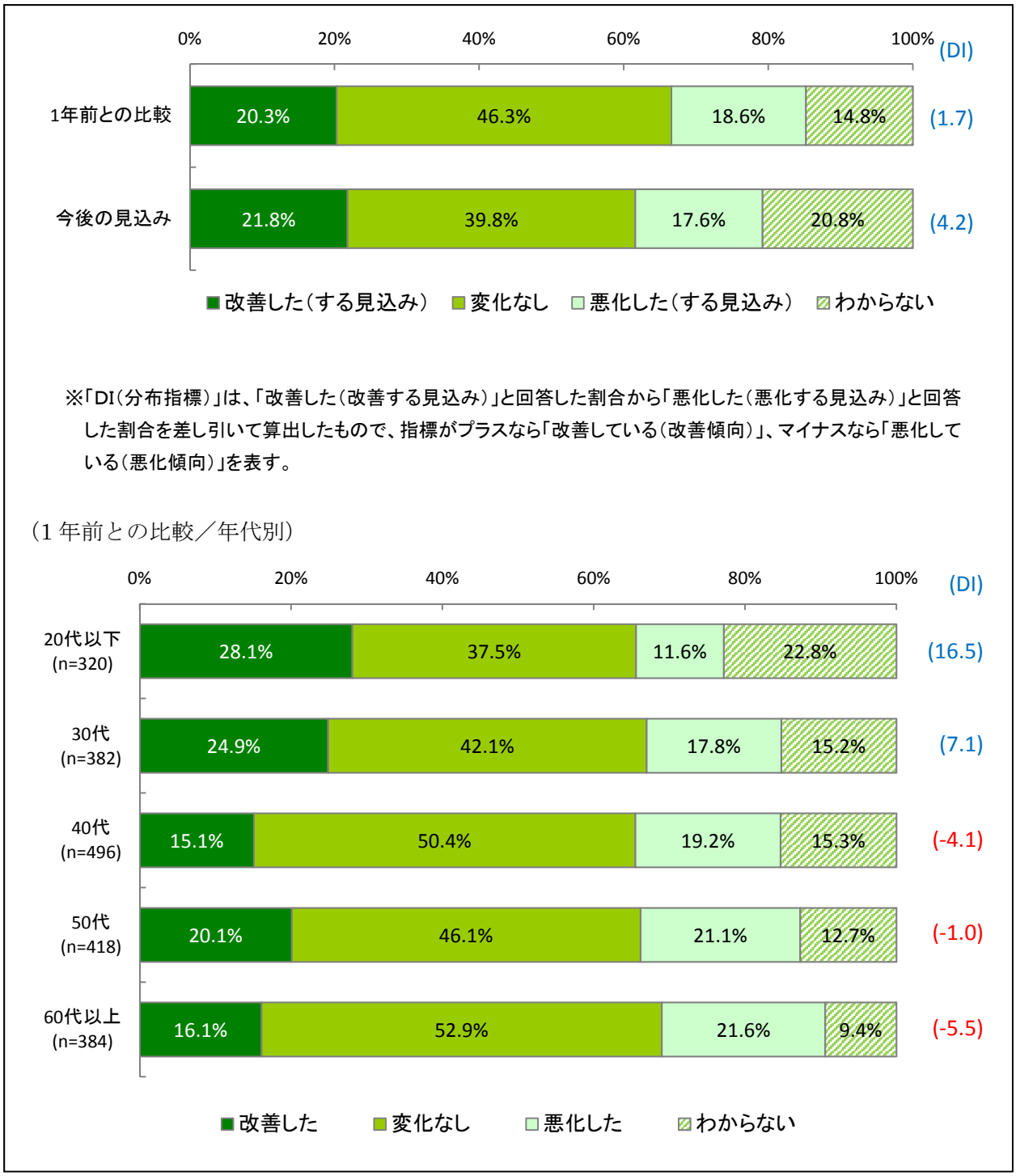
I. 借入経験のある個人

1. 借入れの動機・背景

(1) 家計収支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 46.3%と最も高く、次いで「改善した」が 20.3%、「悪化した」が 18.6%と続いており、今後の見込みでも、39.8%が「変化なし」と回答している。

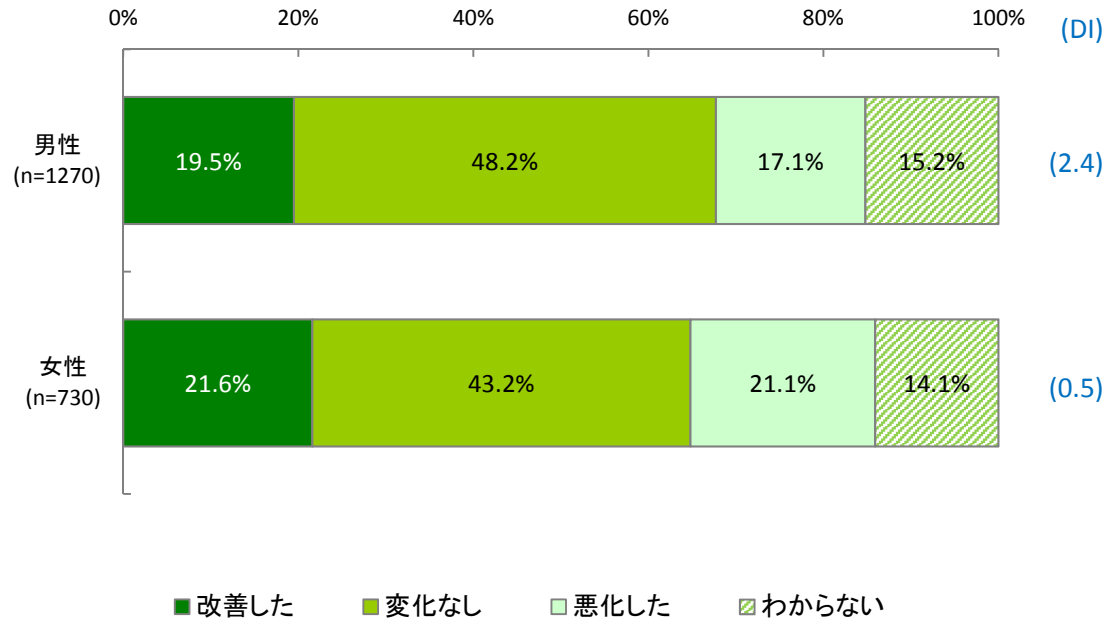
＜図 4:家計収支状況の変化と今後の見通し (n=2,000)＞



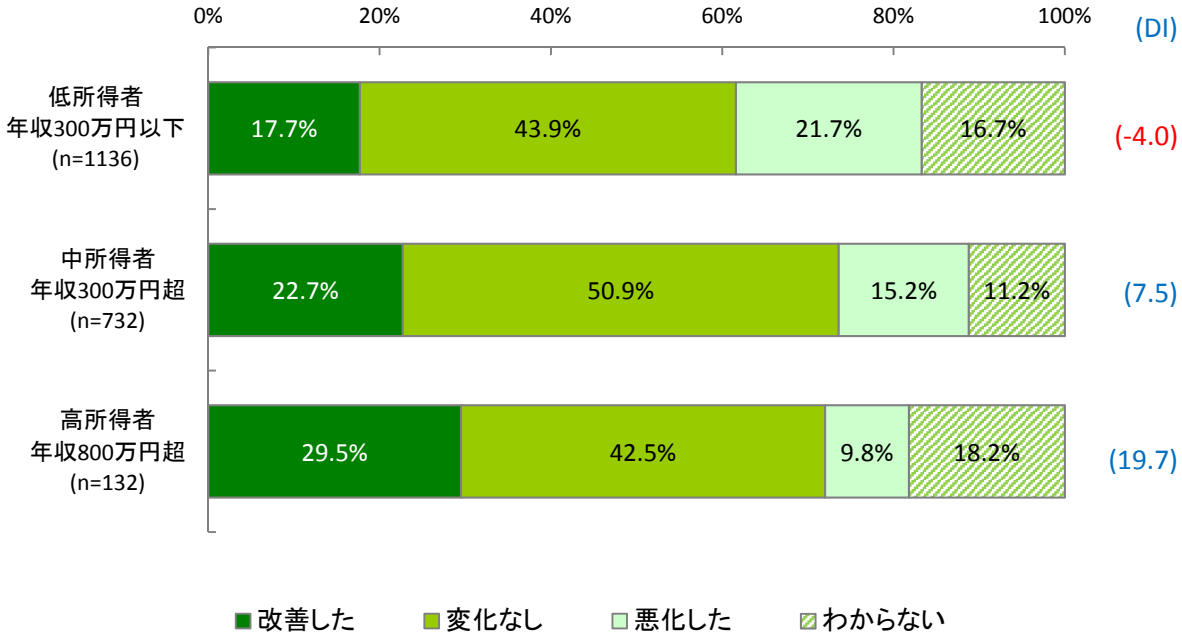
※「DI(分布指標)」は、「改善した(改善する見込み)」と回答した割合から「悪化した(悪化する見込み)」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している(改善傾向)」、マイナスなら「悪化している(悪化傾向)」を表す。

(1 年前との比較／年代別)

（1 年前との比較／男女別）



（1 年前との比較／年収別）

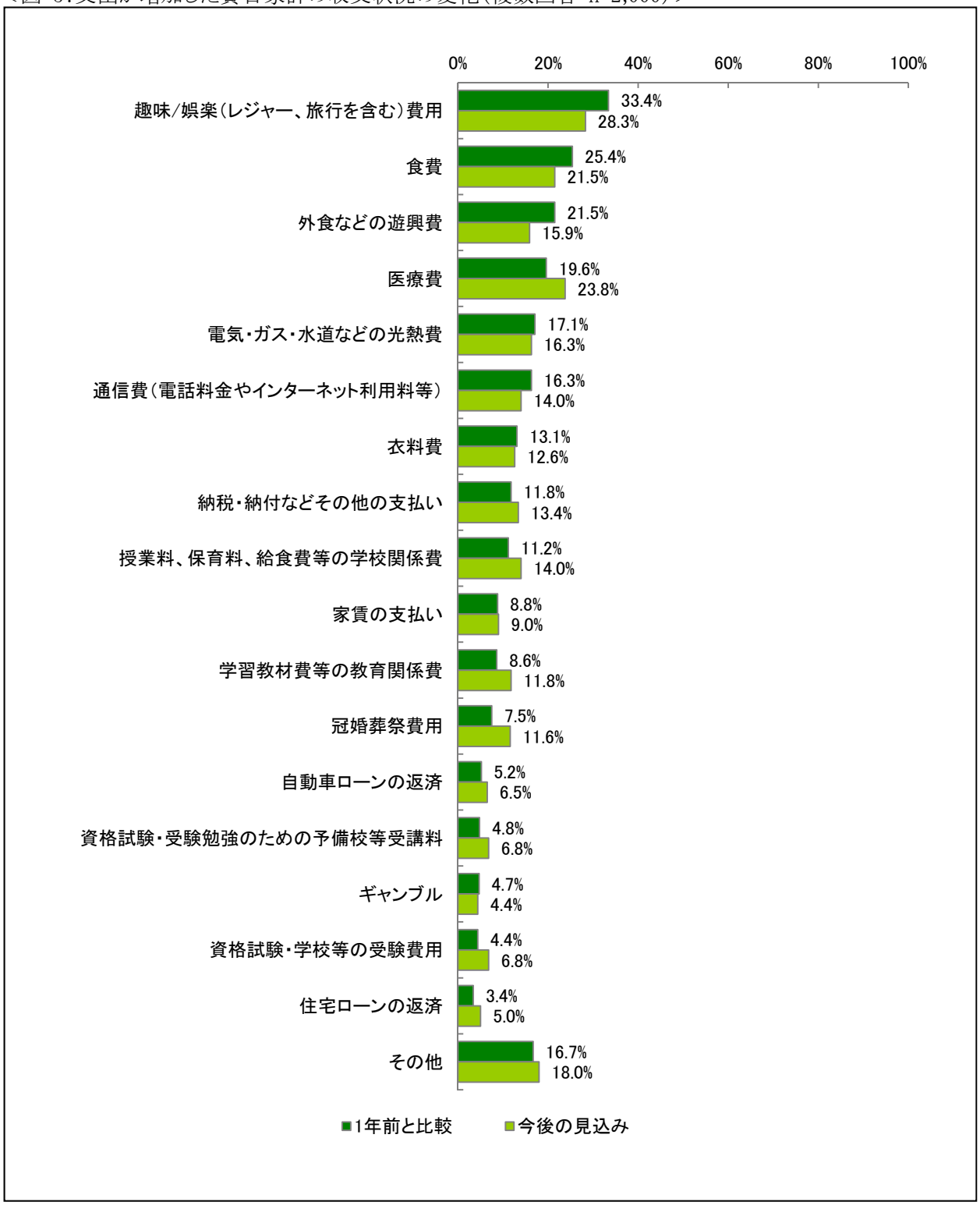


※「DI（分布指標）」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。

(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

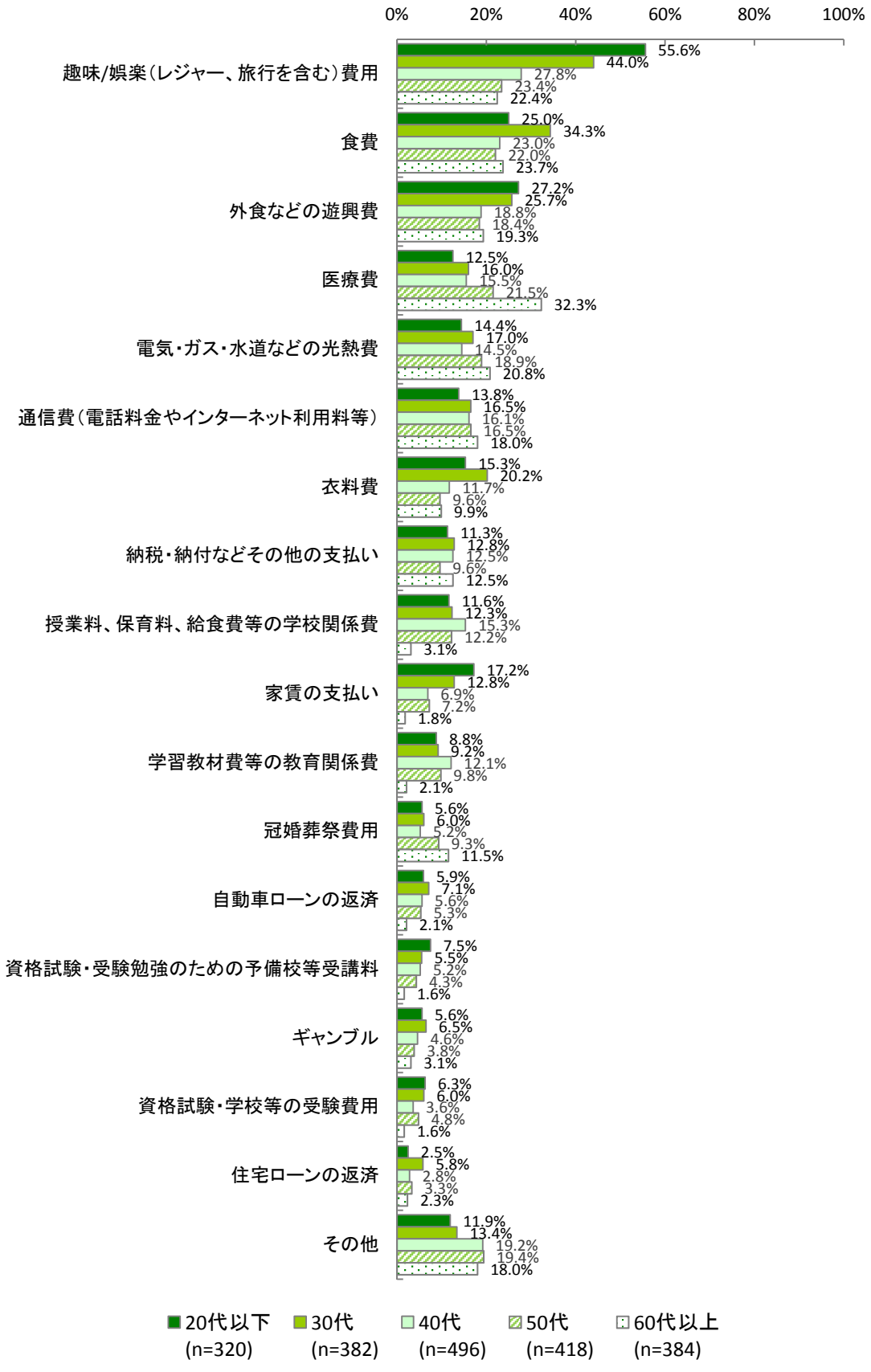
- 1 年前と比較して支出が増加した費目をみると、「趣味／娯楽(レジャー、旅行を含む)費用」が 33.4%と最も高く、次いで「食費」が 25.4%と続いており、今後支出が増加する見込みの費目でも、「趣味／娯楽(レジャー、旅行を含む)費用」が 28.3%と最も高い結果となった。

＜図 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=2,000)＞



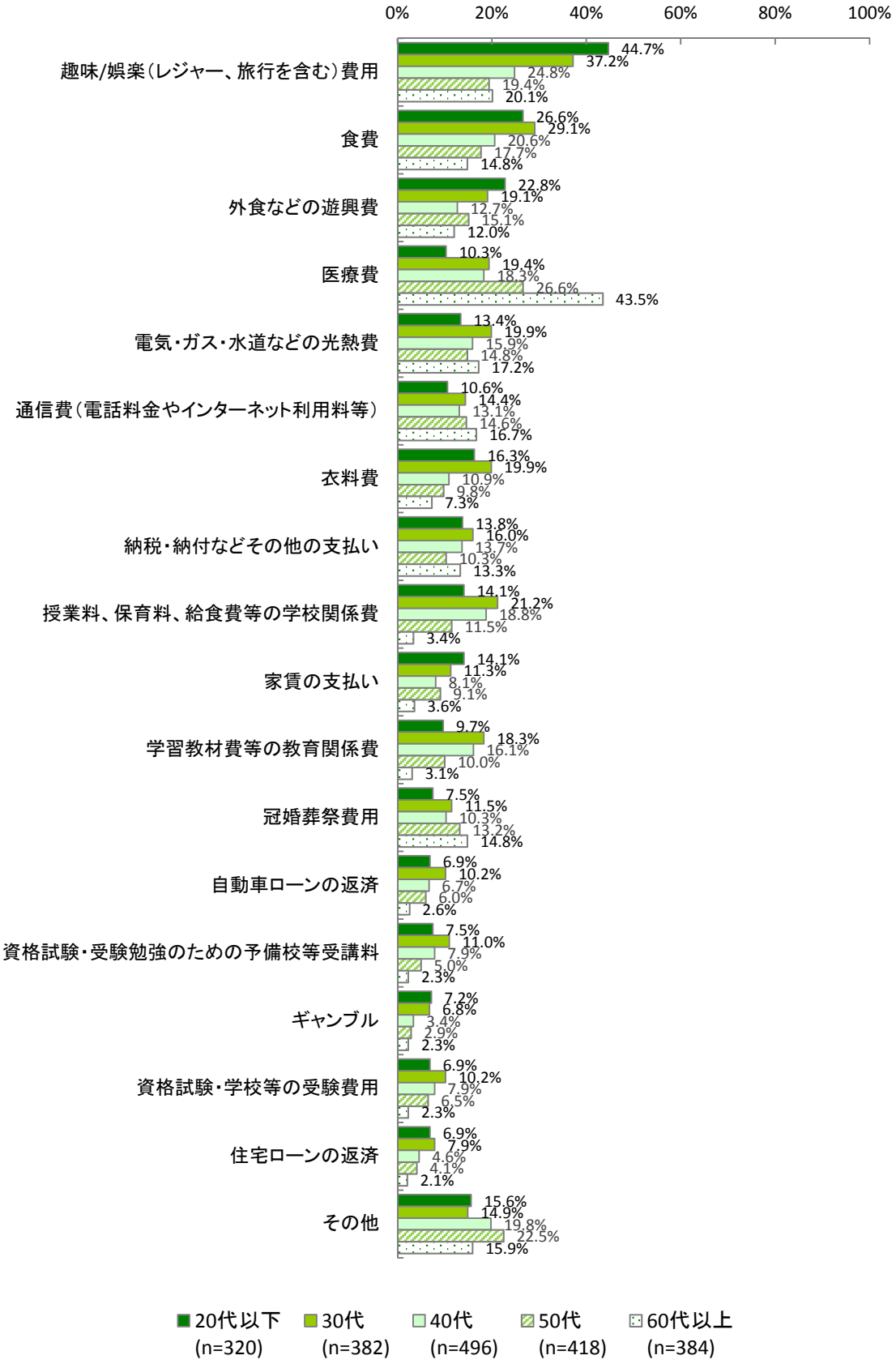
【1 年前との比較】

（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
趣味/娯楽（レジャー、旅行を含む）費用
55.6%
44.0%
27.8%
23.4%
22.4%
食費
25.0%
34.3%
23.0%
22.0%
23.7%
外食などの遊興費
27.2%
25.7%
18.8%
18.4%
19.3%
医療費
12.5%
16.0%
15.5%
21.5%
32.3%
電気・ガス・水道などの光熱費
14.4%
17.0%
14.5%
18.9%
20.8%
通信費（電話料金やインターネット利用料等）
13.8%
16.5%
16.1%
16.5%
18.0%
衣料費
15.3%
20.2%
11.7%
9.6%
9.9%
納税・納付などその他の支払い
11.3%
12.8%
12.5%
9.6%
12.5%
授業料、保育料、給食費等の学校関係費
11.6%
12.3%
15.3%
12.2%
3.1%
家賃の支払い
17.2%
12.8%
6.9%
7.2%
1.8%
学習教材費等の教育関係費
8.8%
9.2%
12.1%
9.8%
2.1%
冠婚葬祭費用
5.6%
6.0%
5.2%
9.3%
11.5%
自動車ローンの返済
5.9%
7.1%
5.6%
5.3%
2.1%
資格試験・受験勉強のための予備校等受講料
7.5%
5.5%
5.2%
4.3%
1.6%
ギャンブル
5.6%
6.5%
4.6%
3.8%
3.1%
資格試験・学校等の受験費用
6.3%
6.0%
3.6%
4.8%
1.6%
住宅ローンの返済
2.5%
5.8%
2.8%
3.3%
2.3%
その他
11.9%
13.4%
19.2%
19.4%
18.0%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

【今後の見込み】

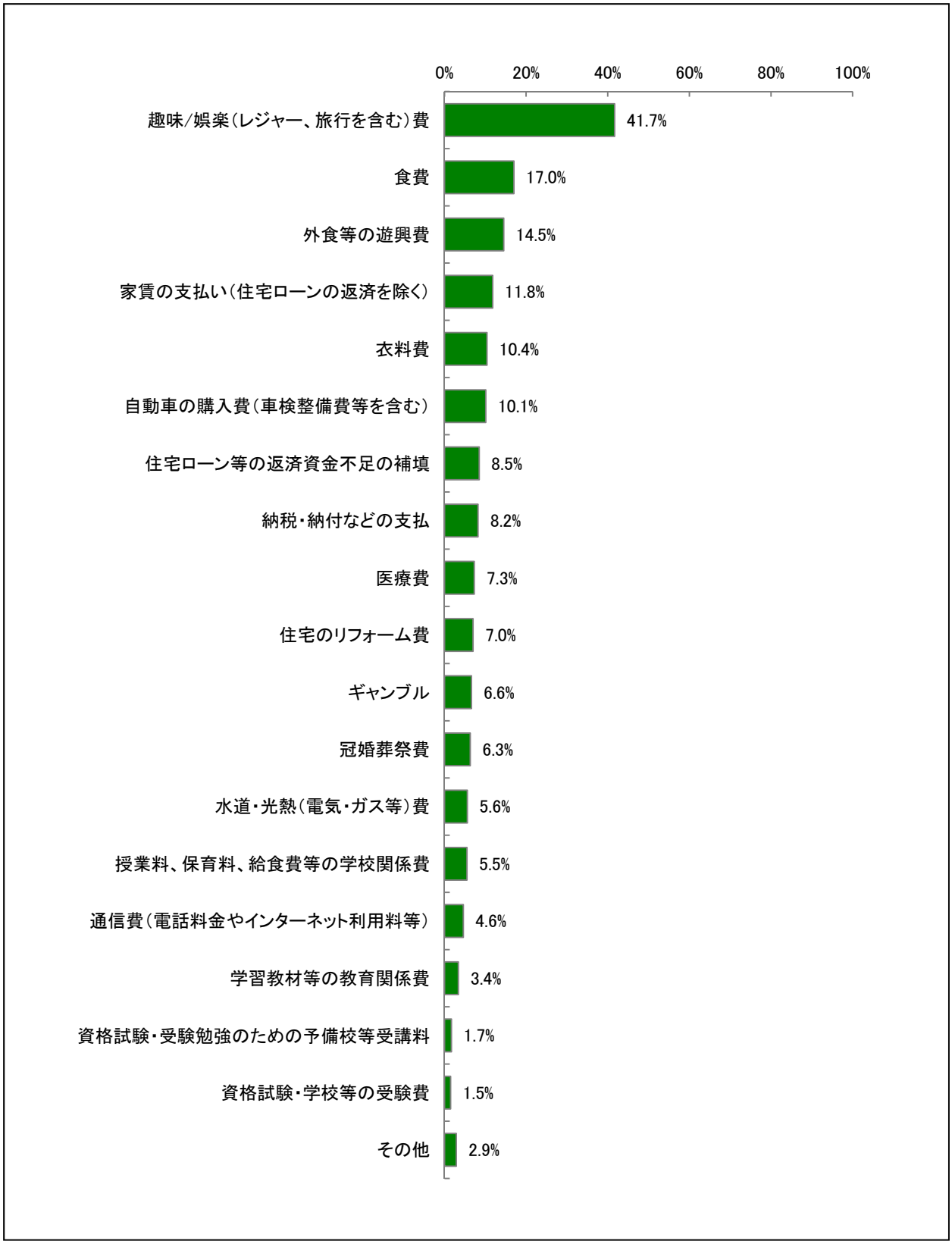
（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
趣味/娯楽（レジャー、旅行を含む）費用
44.7%
37.2%
24.8%
19.4%
20.1%
食費
26.6%
29.1%
20.6%
17.7%
14.8%
外食などの遊興費
22.8%
19.1%
12.7%
15.1%
12.0%
医療費
10.3%
19.4%
18.3%
26.6%
43.5%
電気・ガス・水道などの光熱費
13.4%
19.9%
15.9%
14.8%
17.2%
通信費（電話料金やインターネット利用料等）
10.6%
14.4%
13.1%
14.6%
16.7%
衣料費
16.3%
19.9%
10.9%
9.8%
7.3%
納税・納付などその他の支払い
13.8%
16.0%
13.7%
10.3%
13.3%
授業料、保育料、給食費等の学校関係費
14.1%
21.2%
18.8%
11.5%
3.4%
家賃の支払い
14.1%
11.3%
8.1%
9.1%
3.6%
学習教材費等の教育関係費
9.7%
18.3%
16.1%
10.0%
3.1%
冠婚葬祭費用
7.5%
11.5%
10.3%
13.2%
14.8%
自動車ローンの返済
6.9%
10.2%
6.7%
6.0%
2.6%
資格試験・受験勉強のための予備校等受講料
7.5%
11.0%
7.9%
5.0%
2.3%
ギャンブル
7.2%
6.8%
3.4%
2.9%
2.3%
資格試験・学校等の受験費用
6.9%
10.2%
7.9%
6.5%
2.3%
住宅ローンの返済
6.9%
7.9%
4.6%
4.1%
2.1%
その他
15.6%
14.9%
19.8%
22.5%
15.9%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

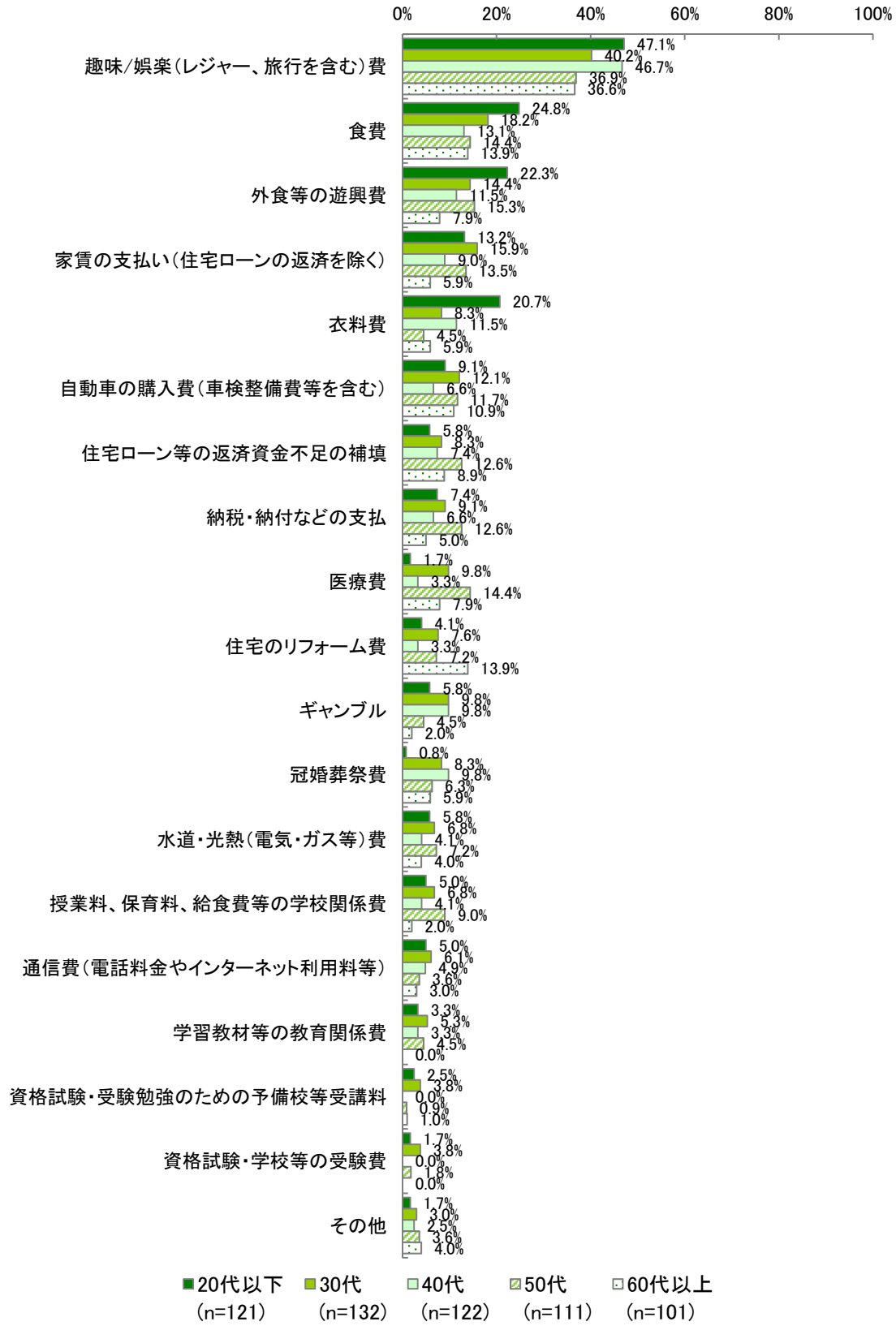
(3) 借入申込を行った際の資金使途

- 借入経験のある個人に対して直近 3 年間における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)費用」が 41.7%と最も高く、次いで「食費」が 17.0%、「外食等の遊興費」が 14.5%となった。

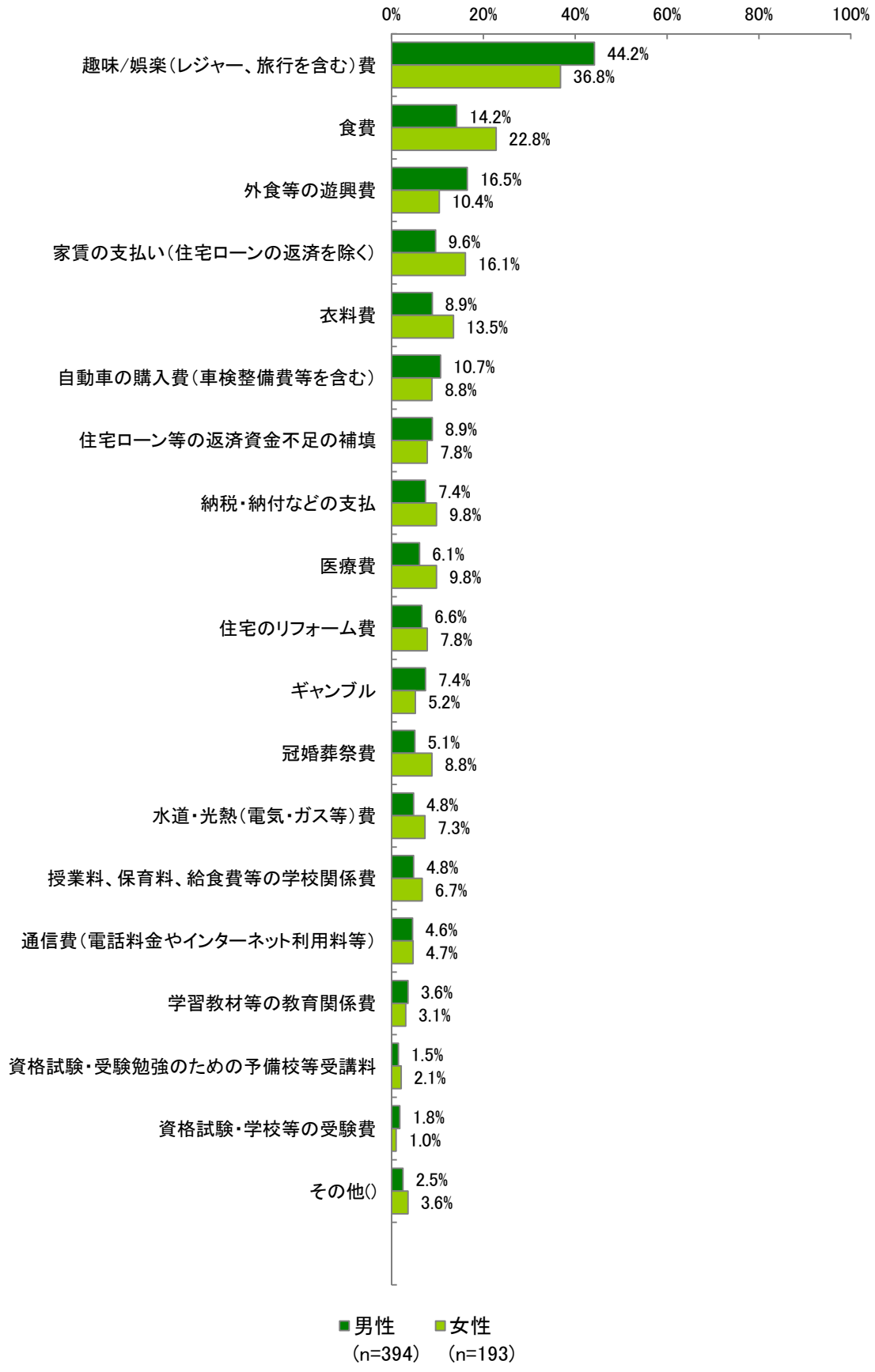
＜図 6:直近 3 年間に借入申込を行った際の資金使途(複数回答 n=587)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
趣味/娯楽（レジャー、旅行を含む）費
47.1%
40.2%
46.7%
36.9%
36.6%
食費
24.8%
18.2%
13.1%
14.4%
13.9%
外食等の遊興費
22.3%
14.4%
11.5%
15.3%
7.9%
家賃の支払い（住宅ローンの返済を除く）
13.2%
15.9%
9.0%
13.5%
5.9%
衣料費
20.7%
8.3%
11.5%
4.5%
5.9%
自動車の購入費（車検整備費等を含む）
9.1%
12.1%
6.6%
11.7%
10.9%
住宅ローン等の返済資金不足の補填
5.8%
8.3%
7.4%
12.6%
8.9%
納税・納付などの支払
7.4%
9.1%
6.6%
12.6%
5.0%
医療費
1.7%
9.8%
3.3%
14.4%
7.9%
住宅のリフォーム費
4.1%
7.6%
3.3%
7.2%
13.9%
ギャンブル
5.8%
9.8%
9.8%
4.5%
2.0%
冠婚葬祭費
0.8%
8.3%
9.8%
6.3%
5.9%
水道・光熱（電気・ガス等）費
5.8%
6.8%
4.1%
7.2%
4.0%
授業料、保育料、給食費等の学校関係費
5.0%
6.8%
4.1%
9.0%
2.0%
通信費（電話料金やインターネット利用料等）
5.0%
6.1%
4.9%
3.6%
3.0%
学習教材等の教育関係費
3.3%
5.3%
3.3%
4.5%
0.0%
資格試験・受験勉強のための予備校等受講料
2.5%
3.8%
0.0%
0.9%
1.0%
資格試験・学校等の受験費
1.7%
3.8%
0.0%
1.8%
0.0%
その他
1.7%
3.0%
2.5%
3.6%
4.0%
20代以下 (n=121)
30代 (n=132)
40代 (n=122)
50代 (n=111)
60代以上 (n=101)

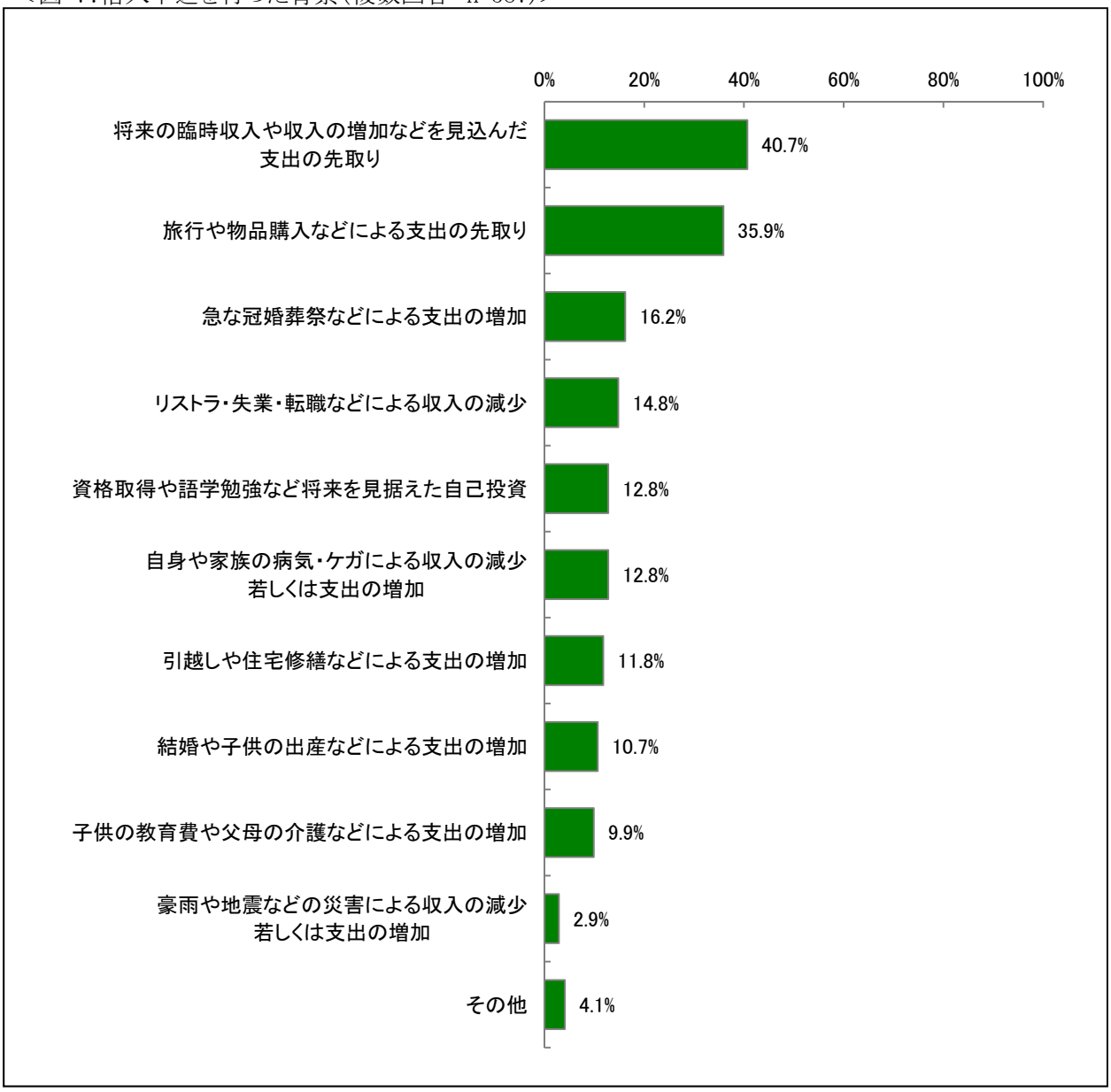
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
趣味/娯楽（レジャー、旅行を含む）費
44.2%
36.8%
食費
14.2%
22.8%
外食等の遊興費
16.5%
10.4%
家賃の支払い（住宅ローンの返済を除く）
9.6%
16.1%
衣料費
8.9%
13.5%
自動車の購入費（車検整備費等を含む）
10.7%
8.8%
住宅ローン等の返済資金不足の補填
8.9%
7.8%
納税・納付などの支払
7.4%
9.8%
医療費
6.1%
9.8%
住宅のリフォーム費
6.6%
7.8%
ギャンブル
7.4%
5.2%
冠婚葬祭費
5.1%
8.8%
水道・光熱（電気・ガス等）費
4.8%
7.3%
授業料、保育料、給食費等の学校関係費
4.8%
6.7%
通信費（電話料金やインターネット利用料等）
4.6%
4.7%
学習教材等の教育関係費
3.6%
3.1%
資格試験・受験勉強のための予備校等受講料
1.5%
2.1%
資格試験・学校等の受験費
1.8%
1.0%
その他()
2.5%
3.6%
男性
女性
（n=394）
（n=193）

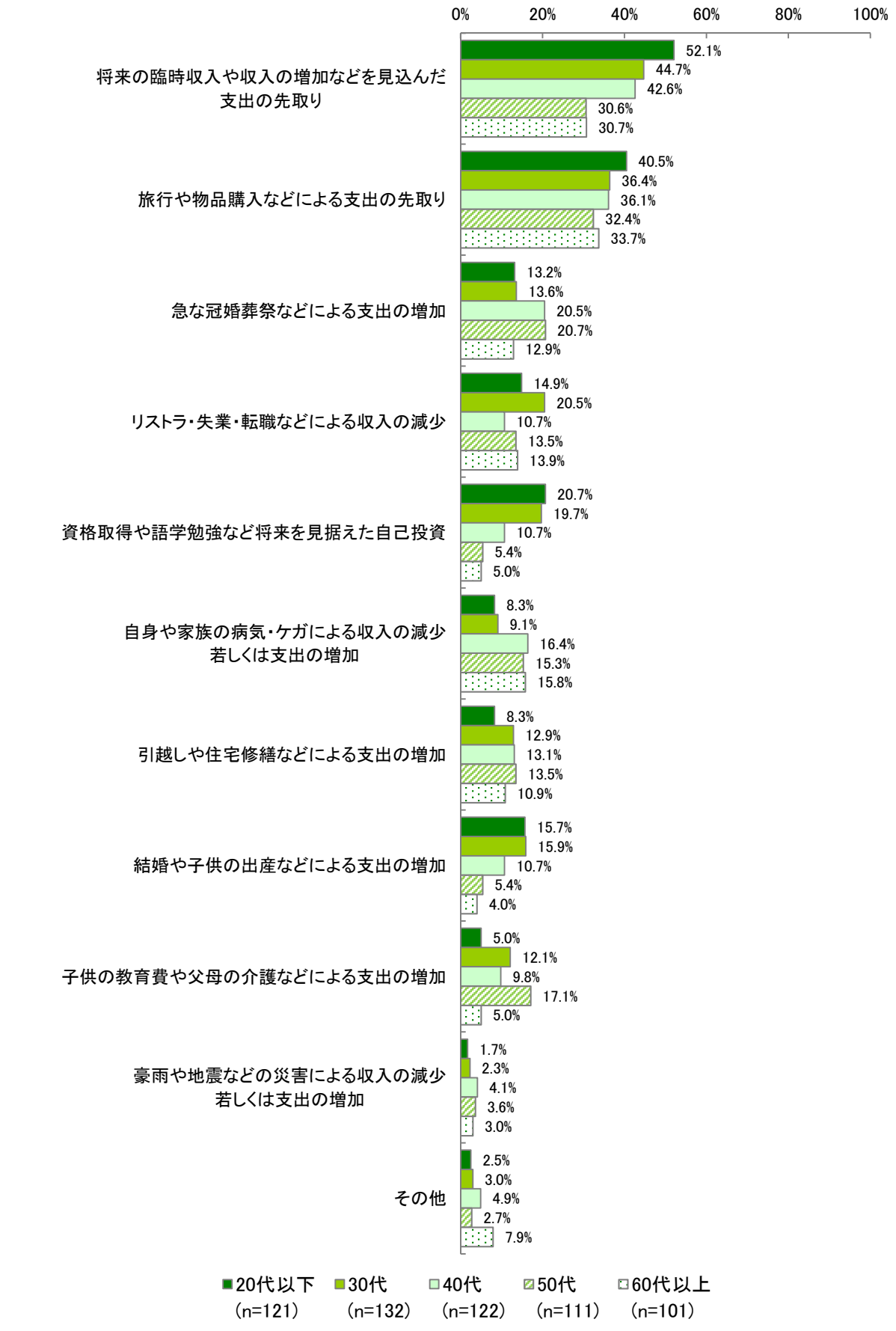
(4) 借入申込を行った背景

- また、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 40.7%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 35.9%、「急な冠婚葬祭などによる支出の増加」が 16.2%と続いている。

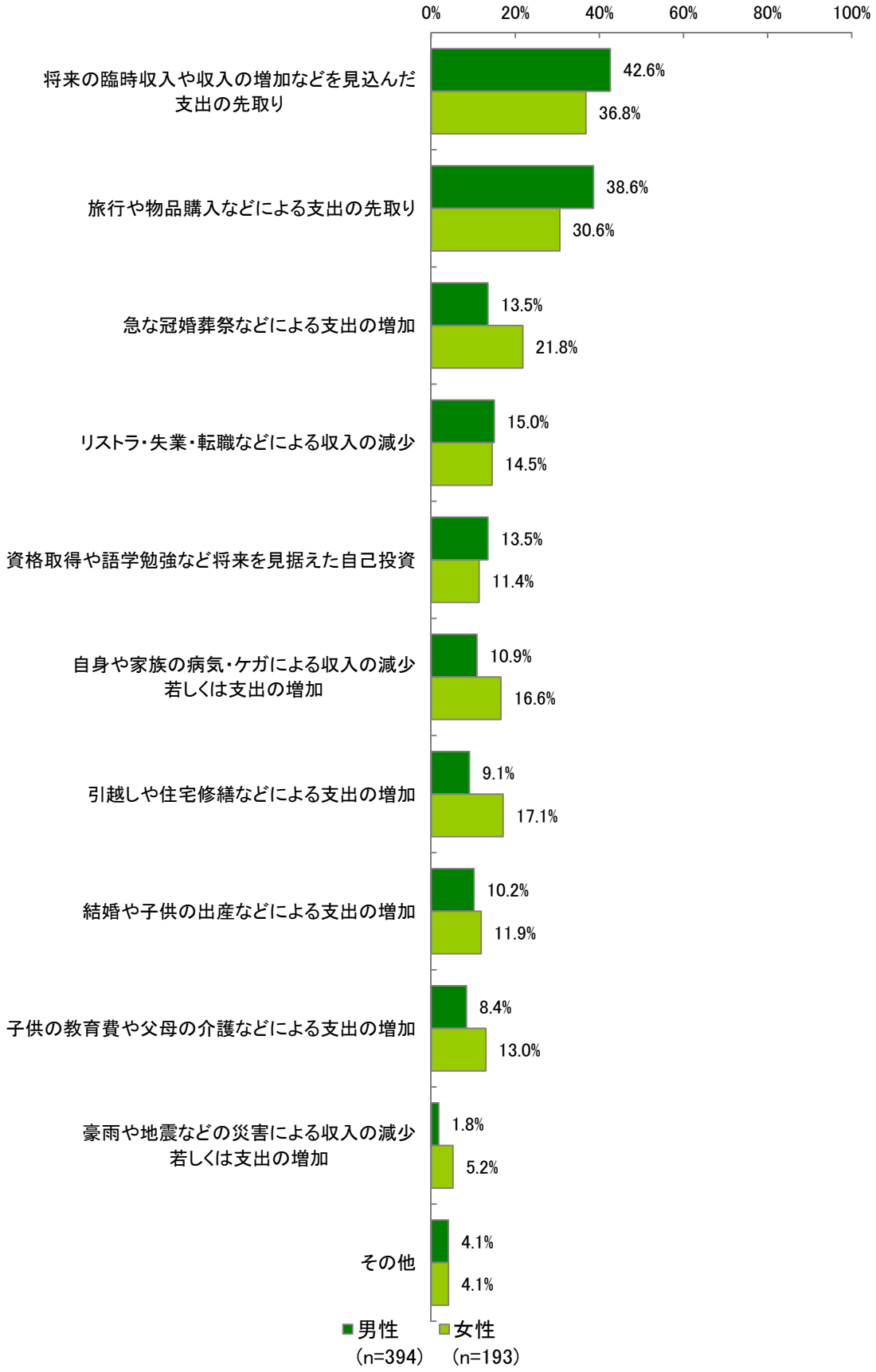
＜図 7:借入申込を行った背景(複数回答 n=587)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
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
52.1%
44.7%
42.6%
30.6%
30.7%
旅行や物品購入などによる支出の先取り
40.5%
36.4%
36.1%
32.4%
33.7%
急な冠婚葬祭などによる支出の増加
13.2%
13.6%
20.5%
20.7%
12.9%
リストラ・失業・転職などによる収入の減少
14.9%
20.5%
10.7%
13.5%
13.9%
資格取得や語学勉強など将来を見据えた自己投資
20.7%
19.7%
10.7%
5.4%
5.0%
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
8.3%
9.1%
16.4%
15.3%
15.8%
引越しや住宅修繕などによる支出の増加
8.3%
12.9%
13.1%
13.5%
10.9%
結婚や子供の出産などによる支出の増加
15.7%
15.9%
10.7%
5.4%
4.0%
子供の教育費や父母の介護などによる支出の増加
5.0%
12.1%
9.8%
17.1%
5.0%
豪雨や地震などの災害による収入の減少若しくは支出の増加
1.7%
2.3%
4.1%
3.6%
3.0%
その他
2.5%
3.0%
4.9%
2.7%
7.9%
20代以下 (n=121)
30代 (n=132)
40代 (n=122)
50代 (n=111)
60代以上 (n=101)

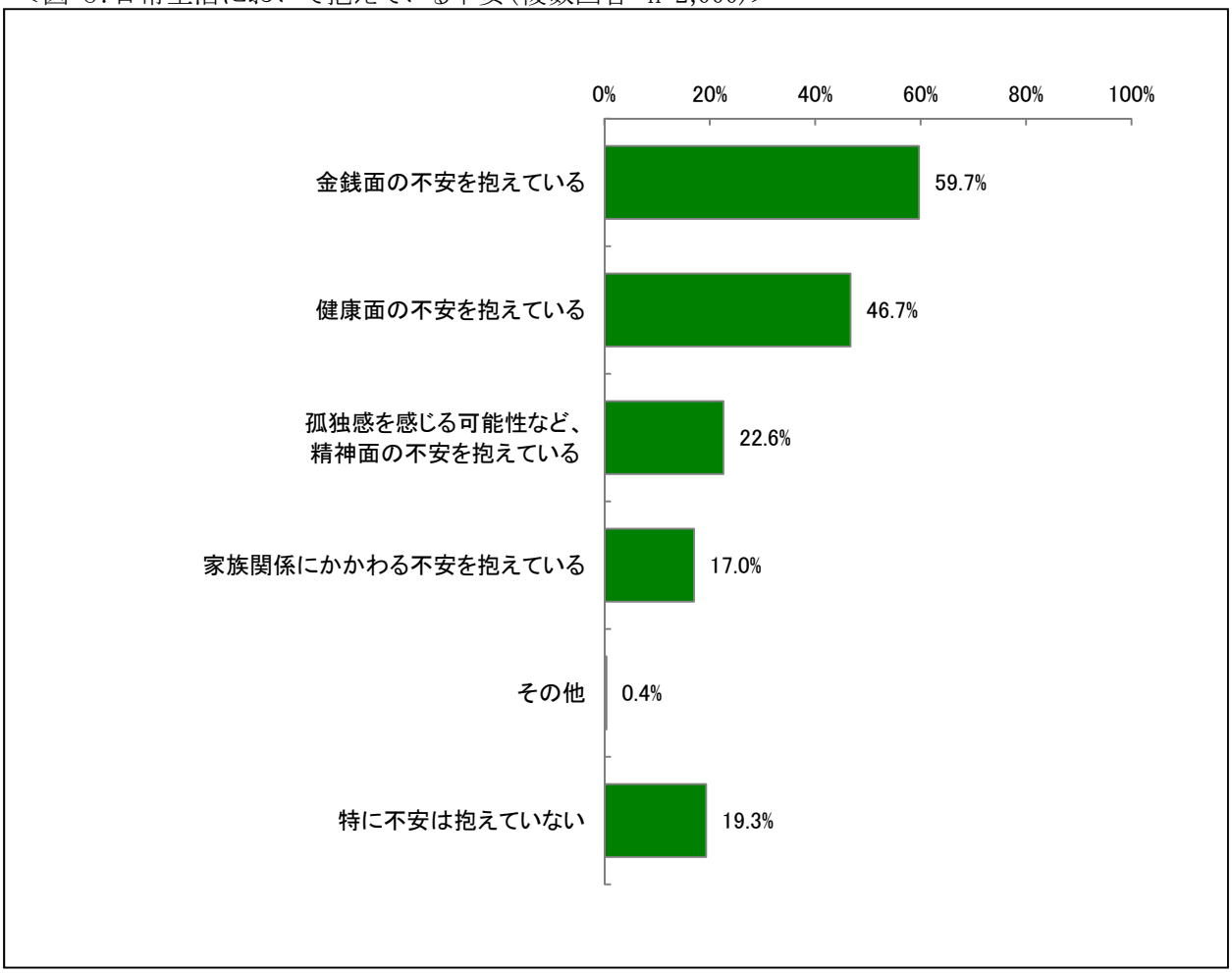
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
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
42.6%
36.8%
旅行や物品購入などによる支出の先取り
38.6%
30.6%
急な冠婚葬祭などによる支出の増加
13.5%
21.8%
リストラ・失業・転職などによる収入の減少
15.0%
14.5%
資格取得や語学勉強など将来を見据えた自己投資
13.5%
11.4%
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
10.9%
16.6%
引越しや住宅修繕などによる支出の増加
9.1%
17.1%
結婚や子供の出産などによる支出の増加
10.2%
11.9%
子供の教育費や父母の介護などによる支出の増加
8.4%
13.0%
豪雨や地震などの災害による収入の減少若しくは支出の増加
1.8%
5.2%
その他
4.1%
4.1%
男性 (n=394)
女性 (n=193)

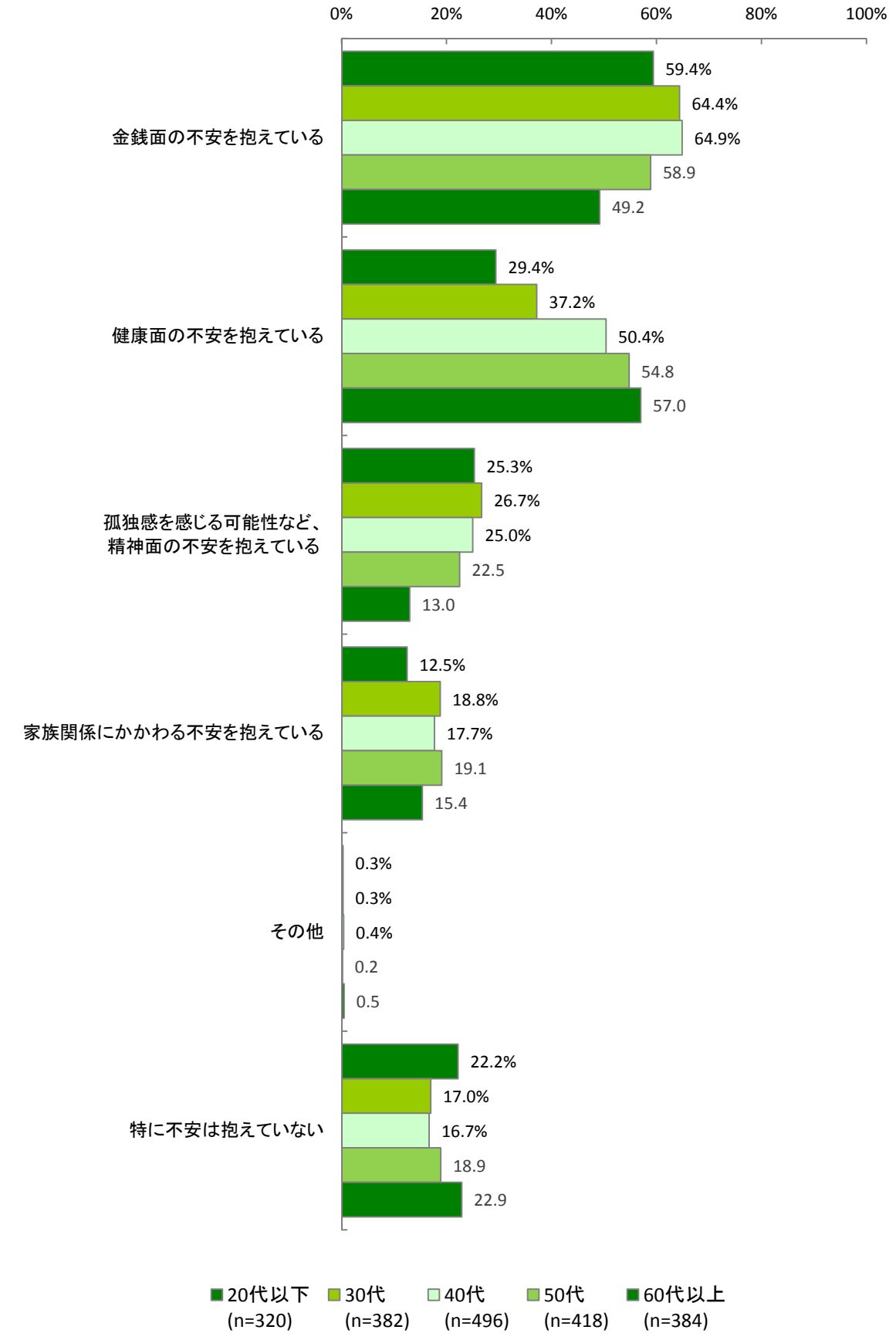
(5) 日常生活において抱えている不安

- 借入経験のある個人に対して、日常生活において抱えている不安について調査したところ、「金銭面の不安を抱えている」が 59.7%と最も高く、次いで「健康面の不安を抱えている」が 46.7%、「孤独感を感じる可能性など、精神面の不安を抱えている」が 22.6%となった。
- 年代別にみると、20 代以下と 30 代では「金銭面の不安を抱えている」、40 代以上では「健康面の不安を抱えている」と回答した割合が高く、世代間で抱えている不安に違いが見られる結果となっている。

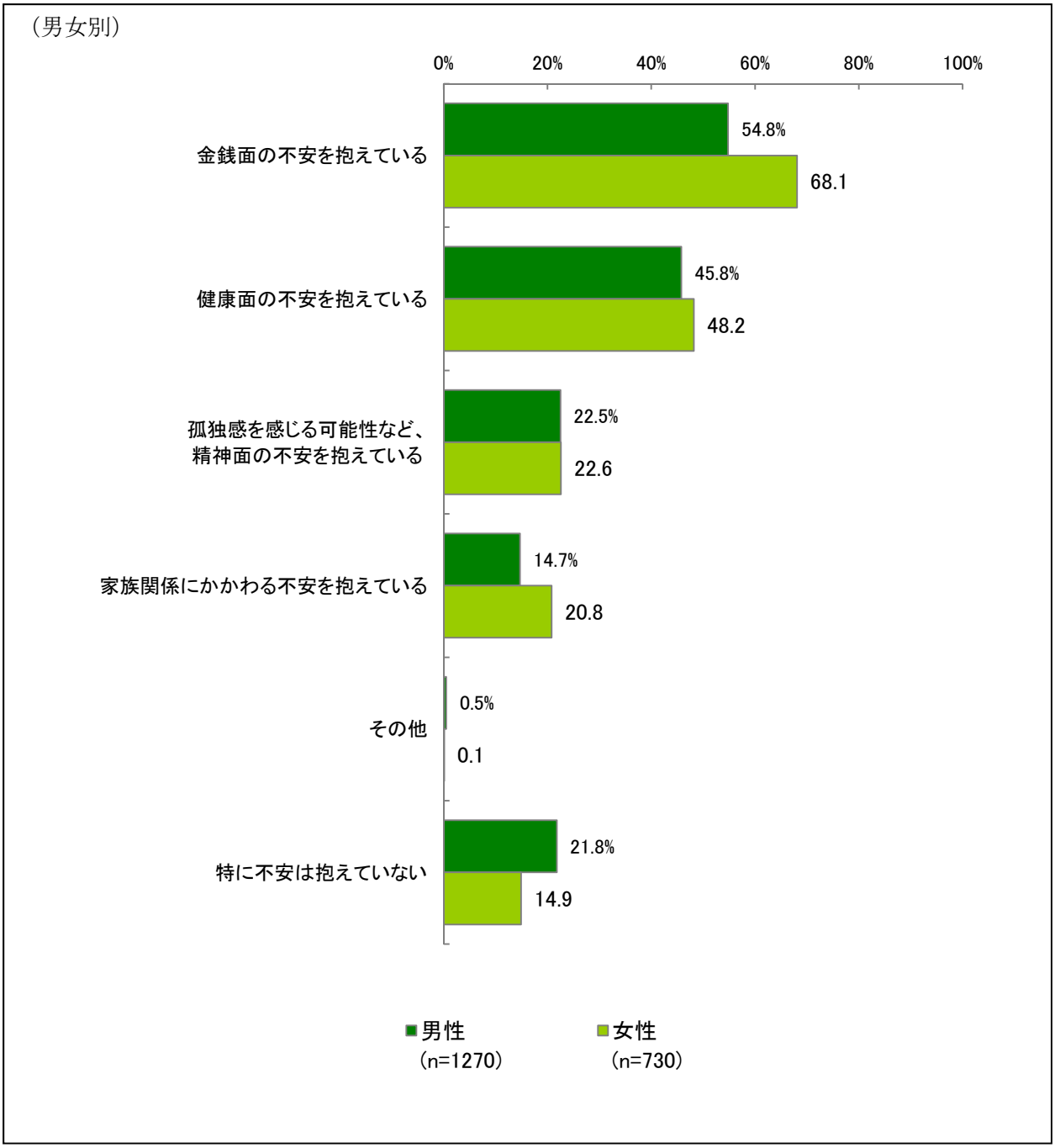
＜図 8:日常生活において抱えている不安(複数回答 n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
金銭面の不安を抱えている
59.4%
64.4%
64.9%
58.9
49.2
健康面の不安を抱えている
29.4%
37.2%
50.4%
54.8
57.0
孤独感を感じる可能性など、精神面の不安を抱えている
25.3%
26.7%
25.0%
22.5
13.0
家族関係にかかわる不安を抱えている
12.5%
18.8%
17.7%
19.1
15.4
その他
0.3%
0.3%
0.4%
0.2
0.5
特に不安は抱えていない
22.2%
17.0%
16.7%
18.9
22.9
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
金銭面の不安を抱えている
54.8%
68.1
健康面の不安を抱えている
45.8%
48.2
孤独感を感じる可能性など、精神面の不安を抱えている
22.5%
22.6
家族関係にかかわる不安を抱えている
14.7%
20.8
その他
0.5%
0.1
特に不安は抱えていない
21.8%
14.9
男性 (n=1270)
女性 (n=730)

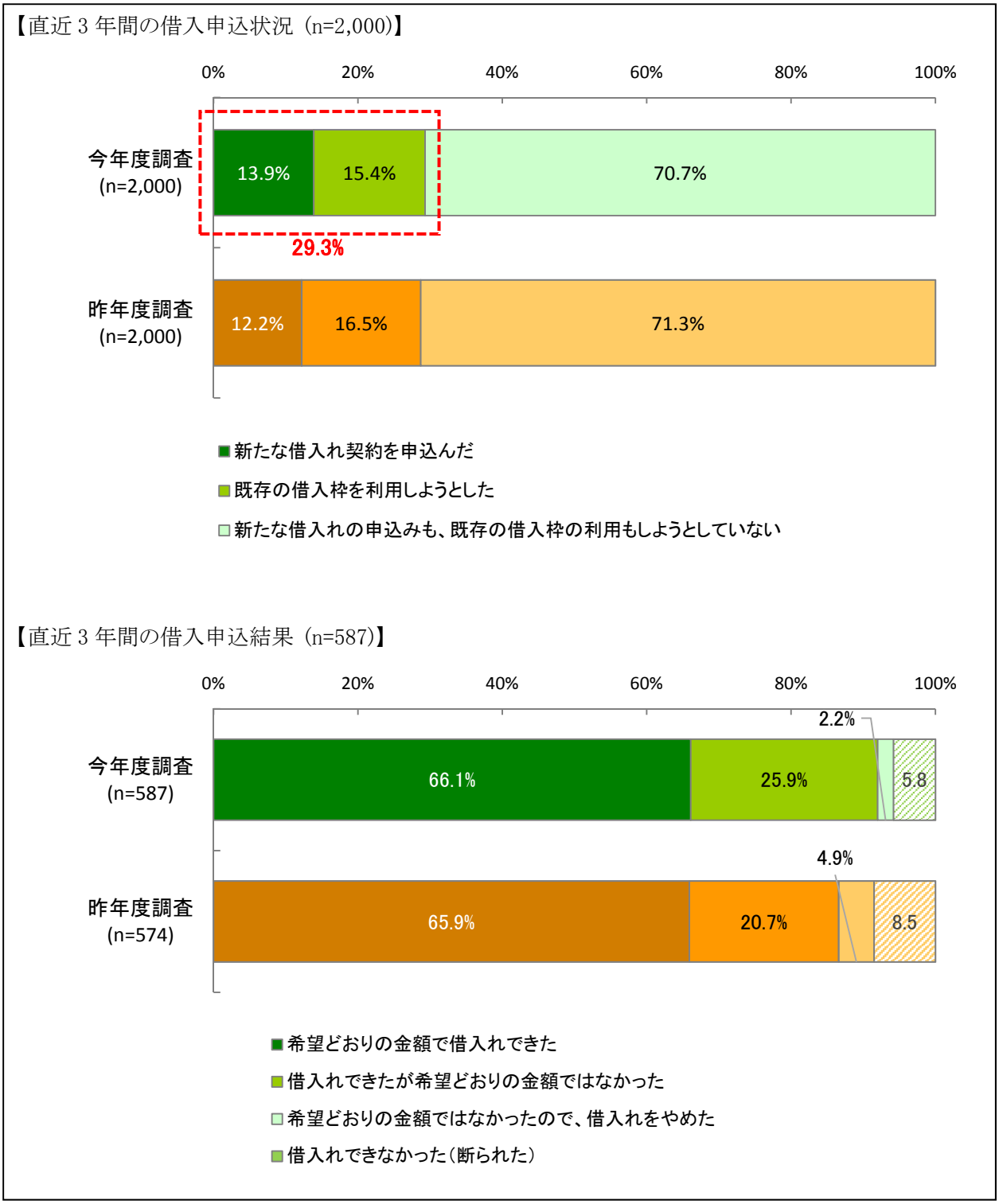
2. 借入れの意識・行動

(1) 借入行動の状況等

① 貸金業者への借入申込状況・結果

- 借入経験のある個人に対して、直近 3 年間の貸金業者への借入申込状況について調査したところ、29.3%が借入申込みを行い、そのうち 66.1%が希望どおりの借入れができたと回答している。

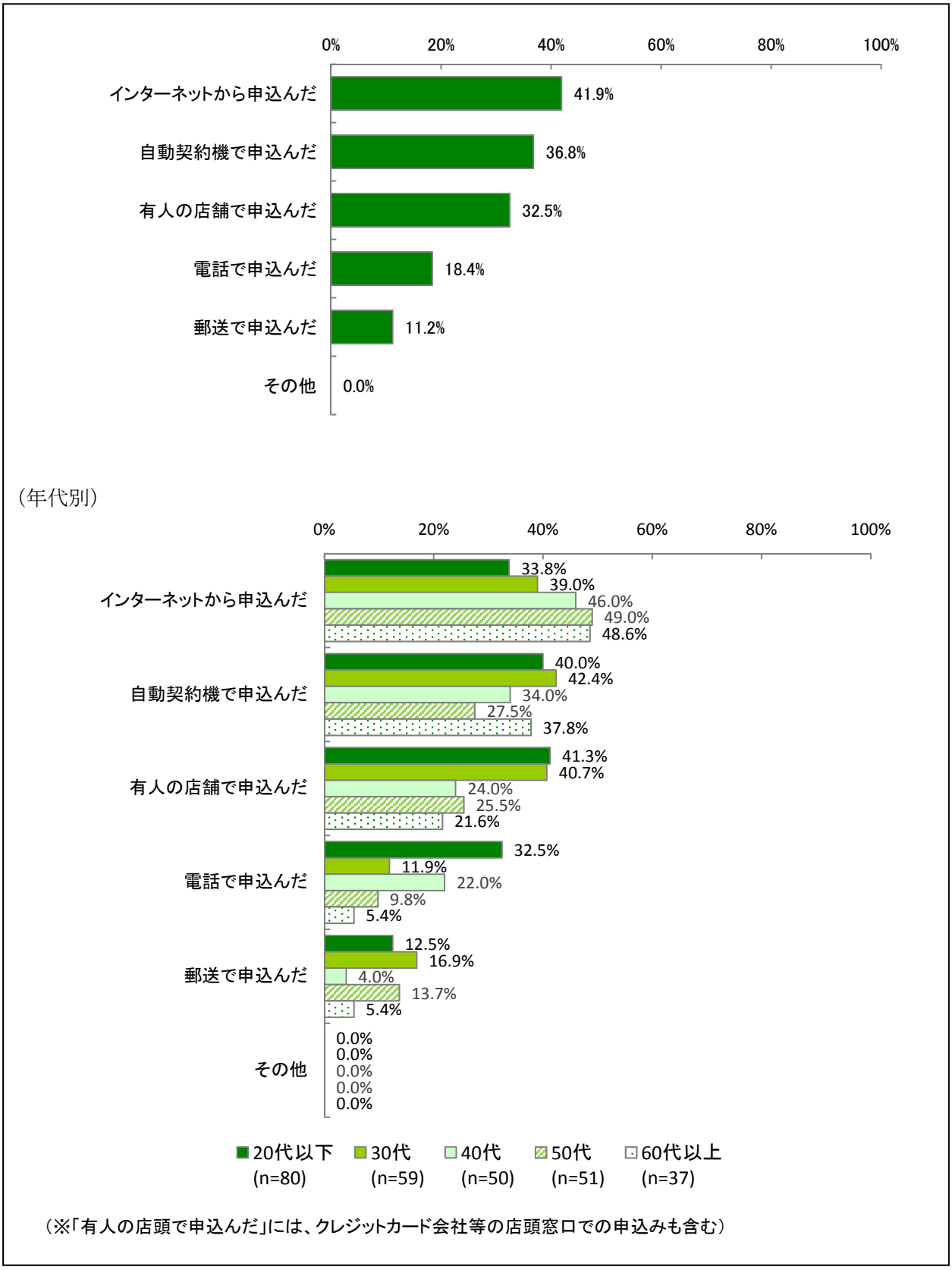
＜図 9:直近 3 年間の借入申込状況・結果＞



② 新たな借入れ契約の申込方法

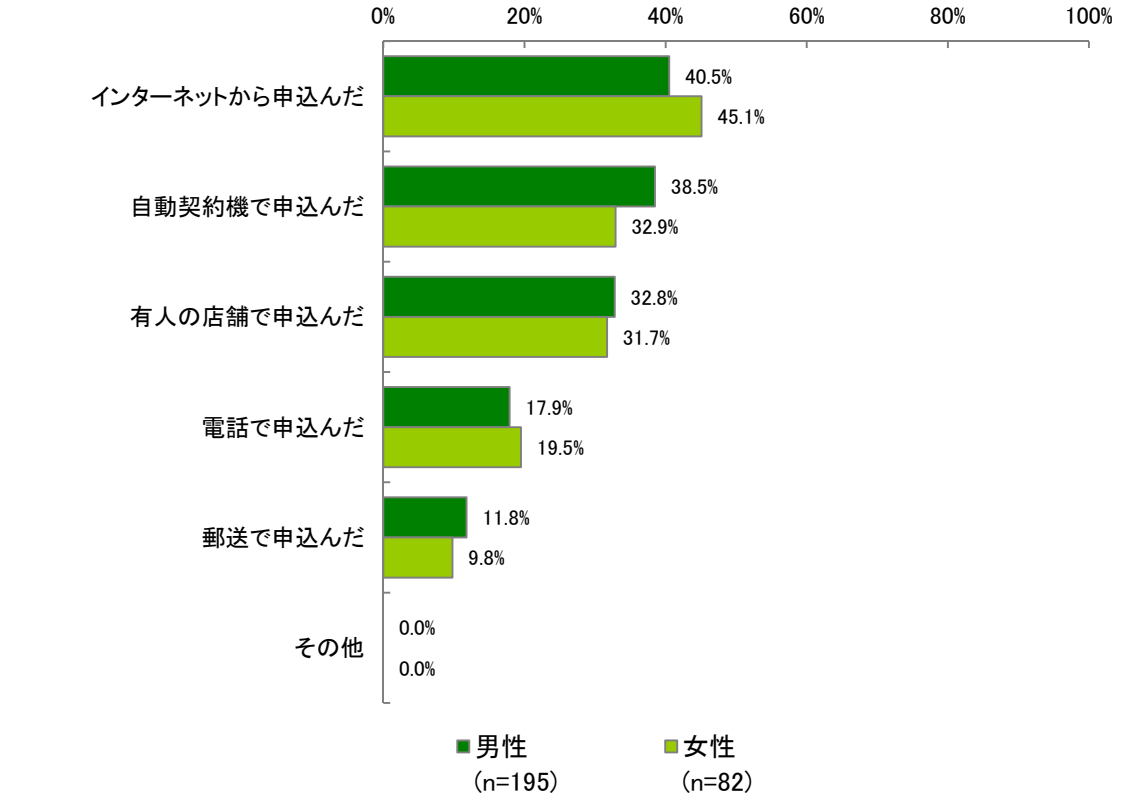
- 新たな借入れ契約の申込方法では、「パソコンやスマートフォン等を使ってインターネットから申込んだ」が 41.9%と最も高く、次いで「自動契約機で申込んだ」が 36.8%と続いている。

＜図 10：新たな借入れ契約の申込方法（複数回答 n=277)＞



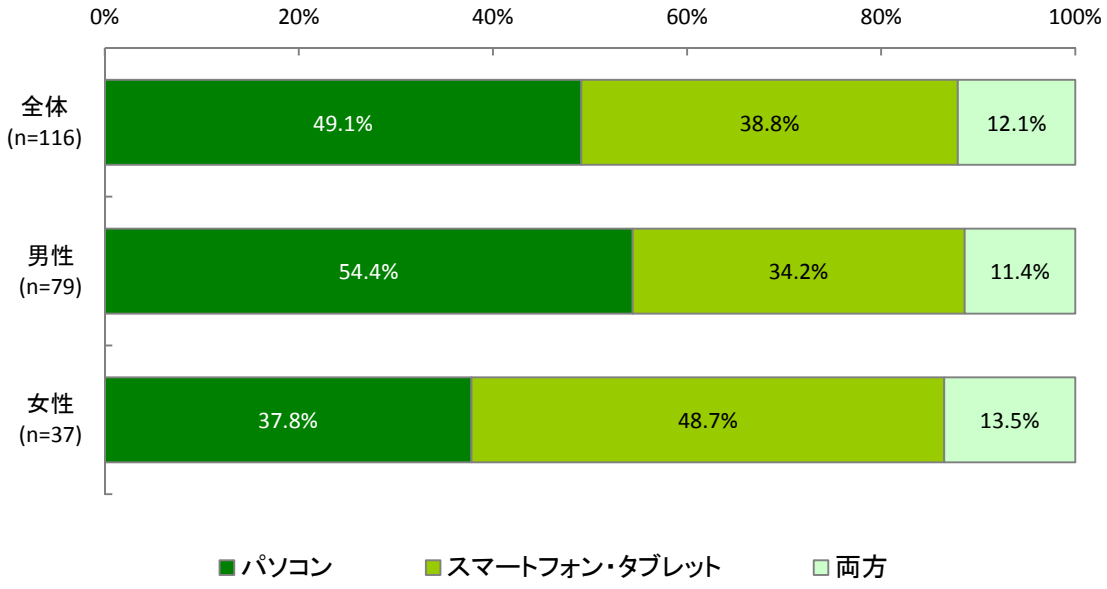
（※「有人の店頭で申込んだ」には、クレジットカード会社等の店頭窓口での申込みも含む）

（男女別）



（※「有人の店頭で申込んだ」には、クレジットカード会社等の店頭窓口での申込みも含む）

【インターネットから申し込んだ際の媒体 / 男女別 (n=116)】

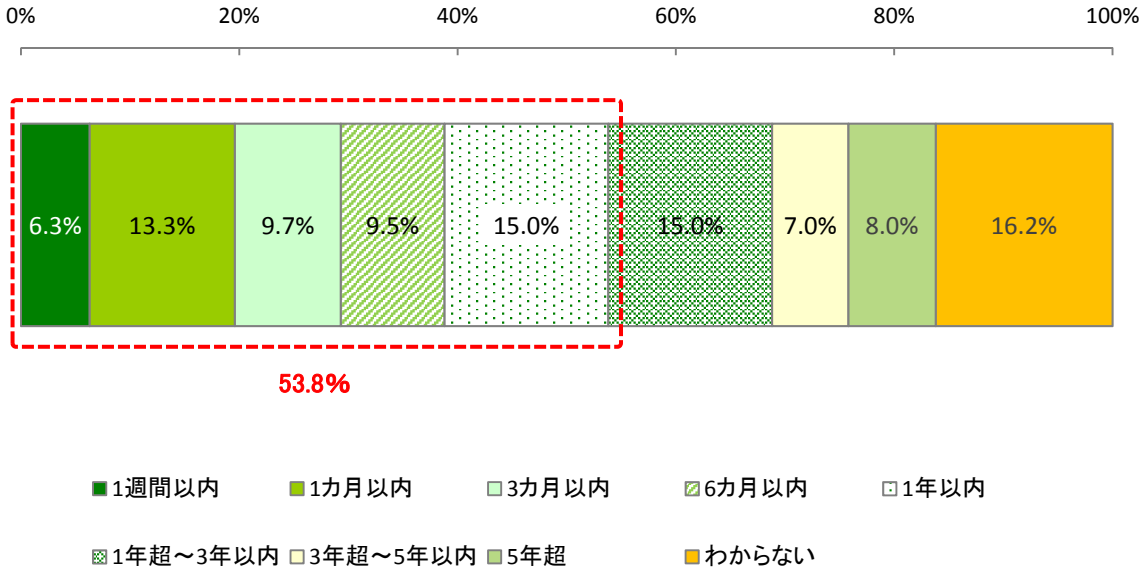


③計画していた返済期間・返済原資

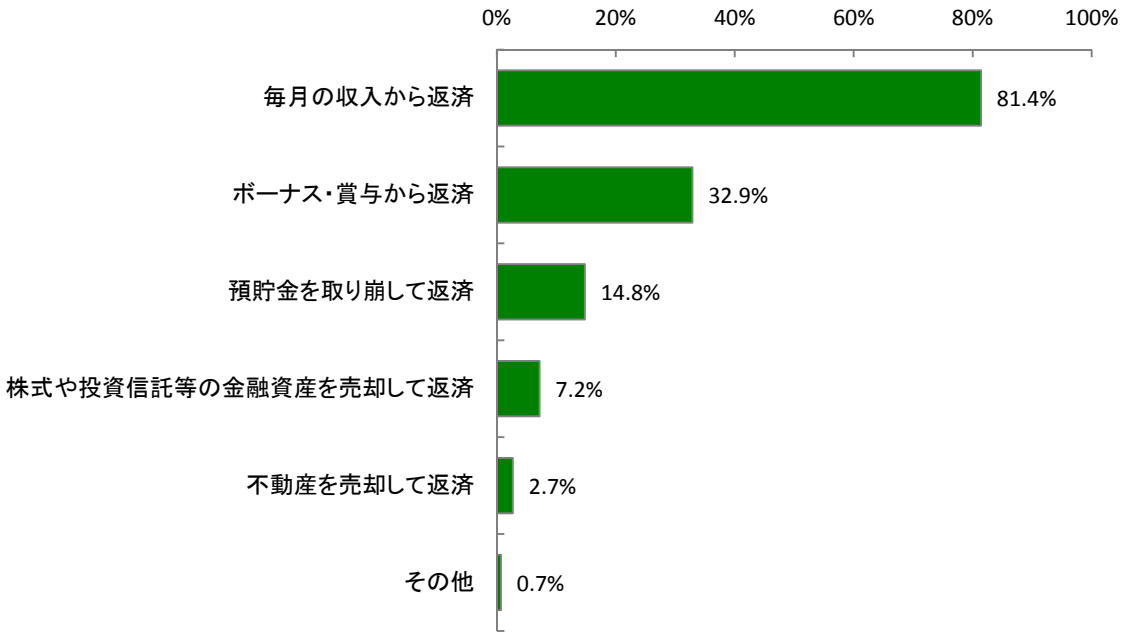
- 借入れを申込みした際に計画していた返済期間をみると、53.8%が 1 年以内(「1 週間以内」～「1 年以内」)と回答しており、返済原資については「毎月の収入から返済する」と回答した割合が 81.4%と最も高い結果となっている。

＜図 11:計画していた返済期間・返済方法（n=587)＞

【計画していた返済期間】



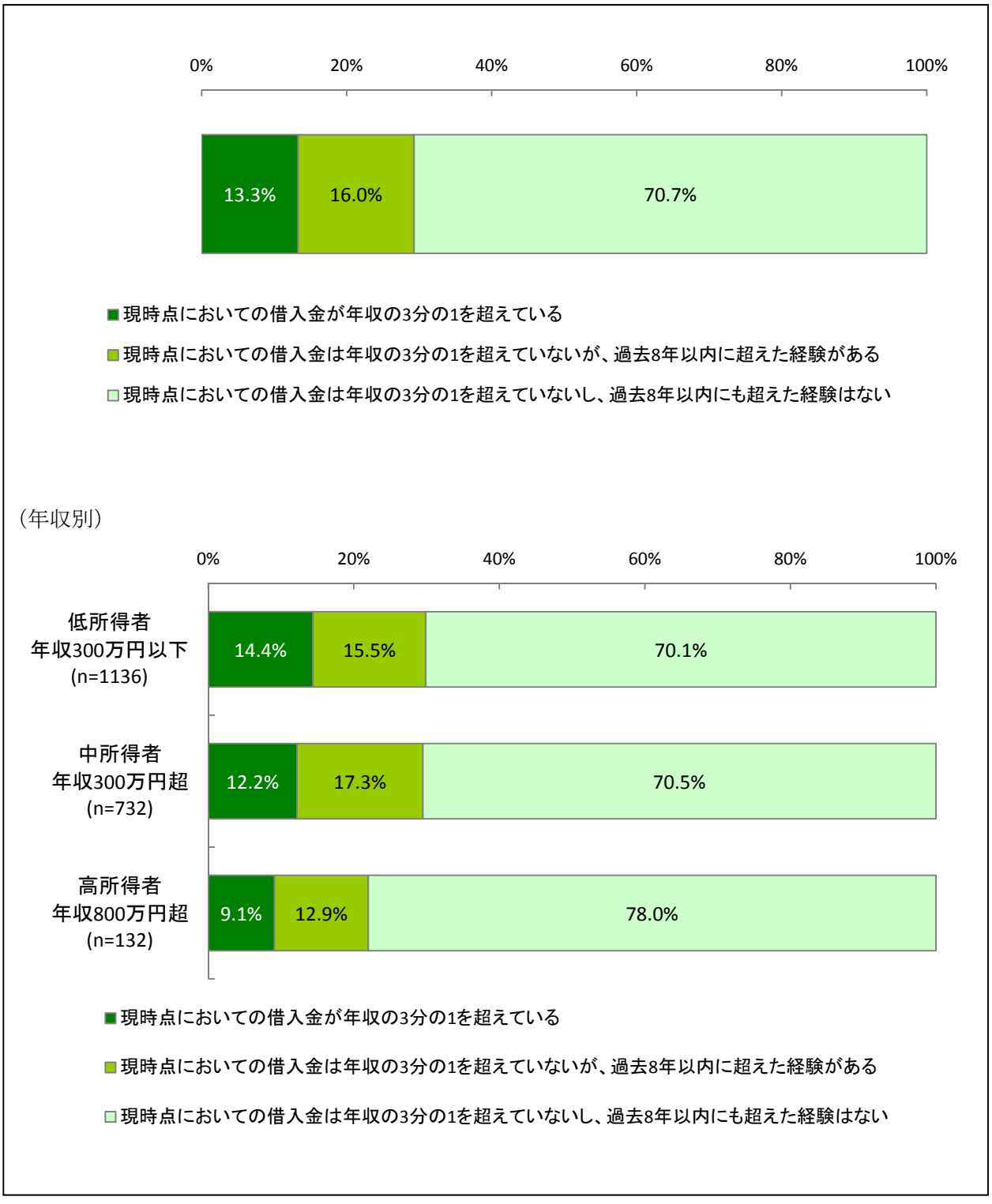
【計画していた返済原資（複数回答)】



④過去利用における総量規制該当の有無

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れが年収の 3 分の 1 を超えた経験の有無について調査したところ、70.7%が年収の 3 分の1を超えた経験はないと回答している。

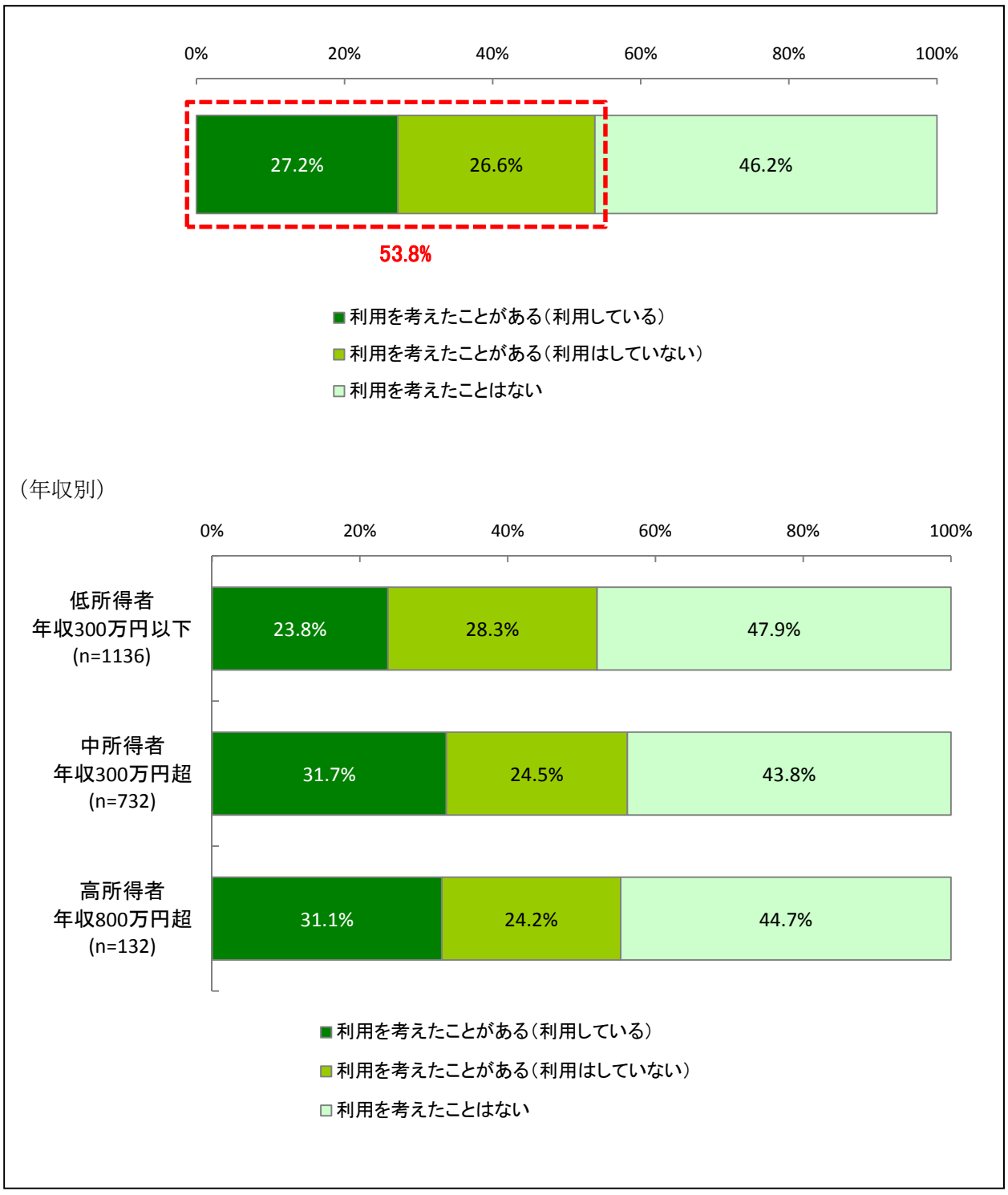
＜図 12:総量規制該当の有無 （n=2,000）＞



⑤ 預金取扱金融機関が行っているカードローン等の利用意向

- 銀行等の預金取扱金融機関が行っているカードローンなどの利用意向についてみると、53.8%が利用を考えたことがあると回答している。
- また、年収別に「利用を考えたことがある(利用している)」と回答した割合をみると、低所得者層、中所得者層、高所得者層でそれぞれ 23.8%、31.7%、31.1%と、年収が高いほどその割合が高い傾向となっている。

＜図 13:預金取扱金融機関が行っているカードローン等の利用意向 (n=2,000)＞

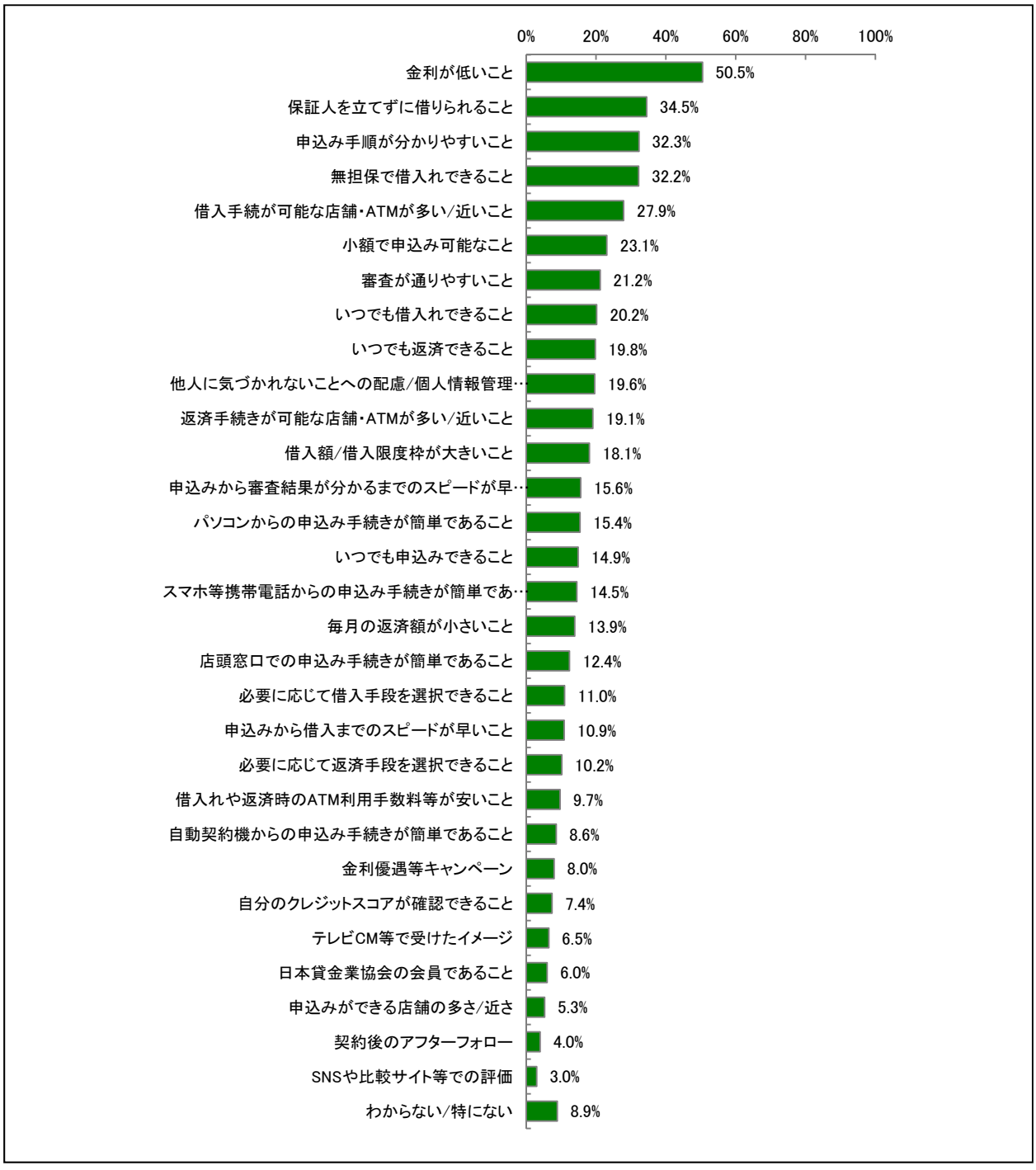


(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由

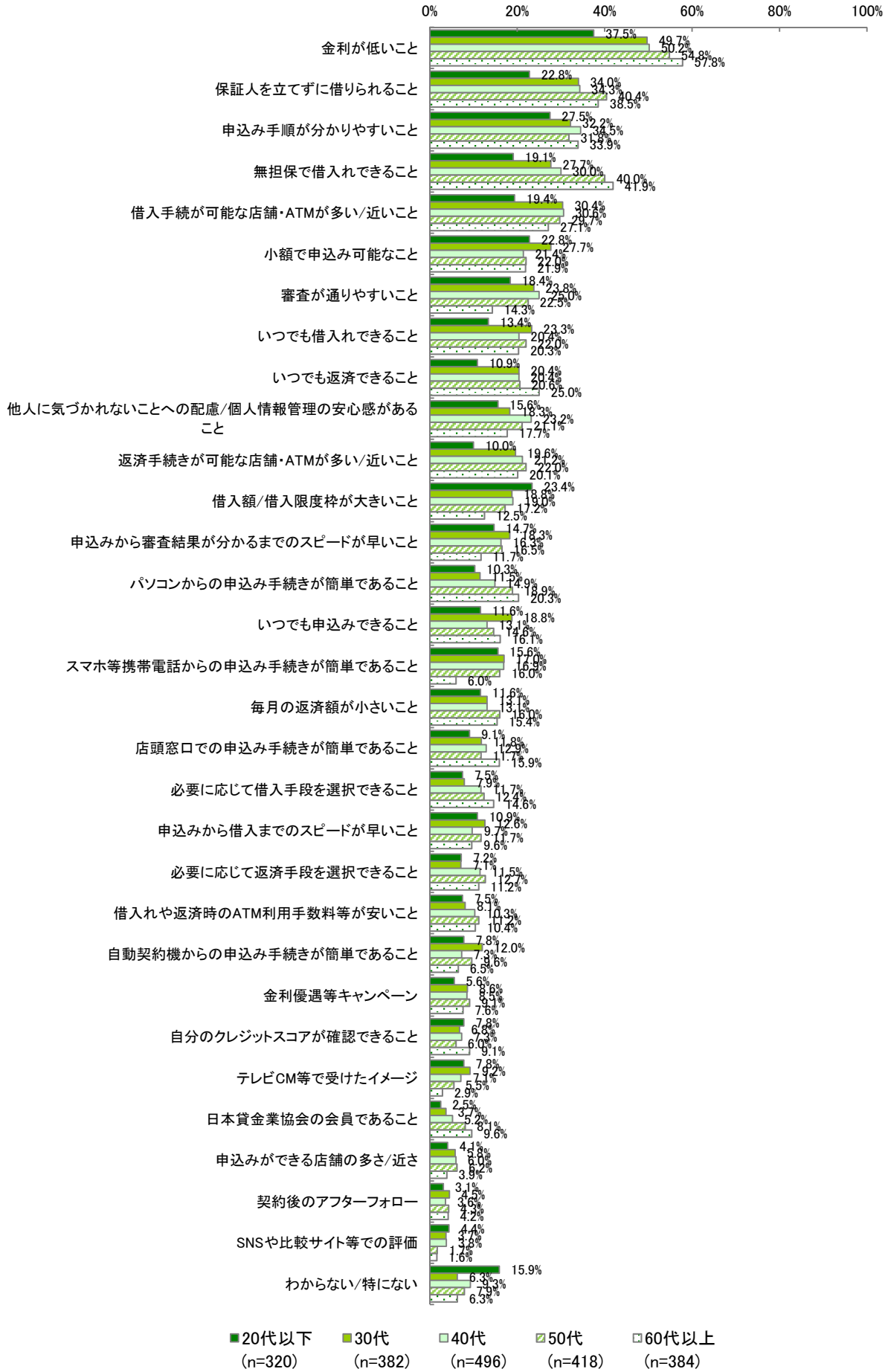
① 借入先を選定する際に重視するポイント

- 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 50.5%と最も高く、次いで「保証人を立てずに借りられること」が 34.5%、「申し込み手順がわかりやすいこと」が 32.3%となった。一方、「他人に気づかれないことへの配慮/個人情報管理の安心感がある」や「日本貸金業協会の会員であること」など、借入先を選定する際に安心感を重視する様子も見てとれる結果となっている。

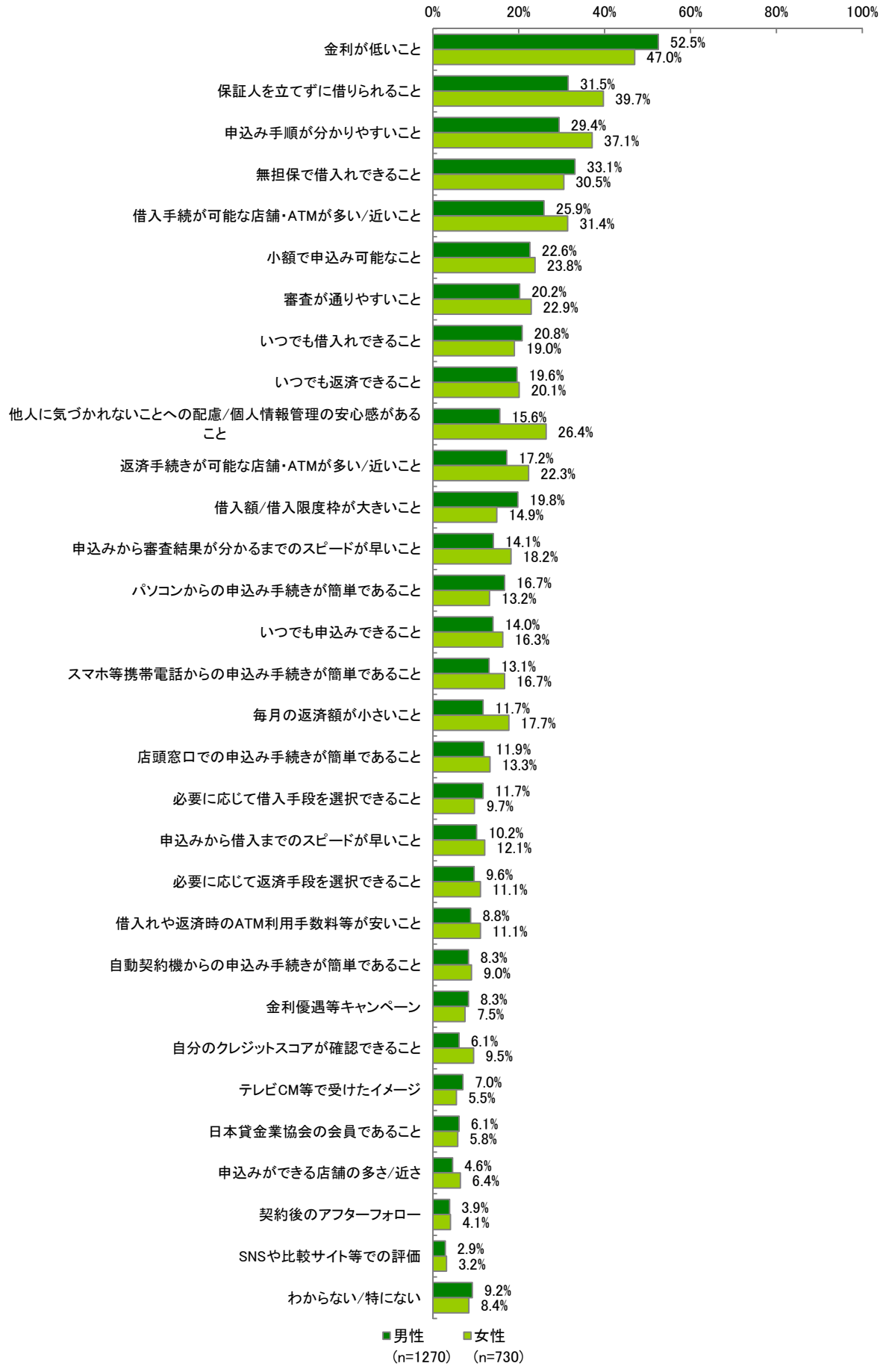
＜図 14:借入先を選定する際に重視するポイント （複数回答 n=2,000）＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
金利が低いこと
保証人を立てずに借りられること
申込み手順が分かりやすいこと
無担保で借入れできること
借入手続が可能な店舗・ATMが多い/近いこと
小額で申込み可能なこと
審査が通りやすいこと
いつでも借入れできること
いつでも返済できること
他人に気づかれないことへの配慮/個人情報管理の安心感があること
返済手続きが可能な店舗・ATMが多い/近いこと
借入額/借入限度枠が大きいこと
申込みから審査結果が分かるまでのスピードが早いこと
パソコンからの申込み手続きが簡単であること
いつでも申込みできること
スマホ等携帯電話からの申込み手続きが簡単であること
毎月の返済額が小さいこと
店頭窓口での申込み手続きが簡単であること
必要に応じて借入手段を選択できること
申込みから借入までのスピードが早いこと
必要に応じて返済手段を選択できること
借入れや返済時のATM利用手数料等が安いこと
自動契約機からの申込み手続きが簡単であること
金利優遇等キャンペーン
自分のクレジットスコアが確認できること
テレビCM等で受けたイメージ
日本貸金業協会の会員であること
申込みができる店舗の多さ/近さ
契約後のアフターフォロー
SNSや比較サイト等での評価
わからない/特にない
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

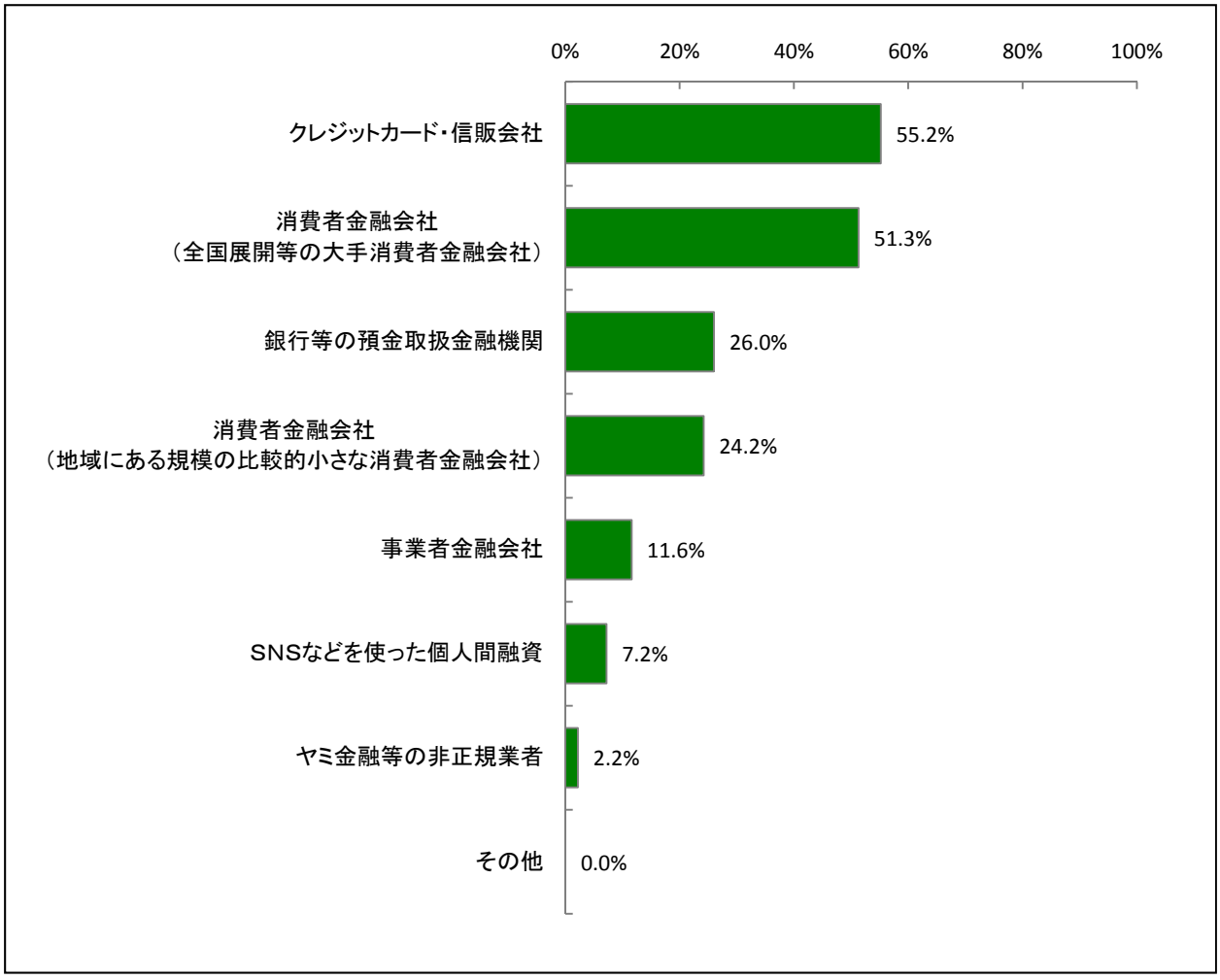
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
金利が低いこと 52.5% 47.0%
保証人を立てずに借りられること 31.5% 39.7%
申込み手順が分かりやすいこと 29.4% 37.1%
無担保で借入れできること 33.1% 30.5%
借入手続が可能な店舗・ATMが多い/近いこと 25.9% 31.4%
小額で申込み可能なこと 22.6% 23.8%
審査が通りやすいこと 20.2% 22.9%
いつでも借入れできること 20.8% 19.0%
いつでも返済できること 19.6% 20.1%
他人に気づかれないことへの配慮/個人情報管理の安心感があること 15.6% 26.4%
返済手続きが可能な店舗・ATMが多い/近いこと 17.2% 22.3%
借入額/借入限度枠が大きいこと 19.8% 14.9%
申込みから審査結果が分かるまでのスピードが早いこと 14.1% 18.2%
パソコンからの申込み手続きが簡単であること 16.7% 13.2%
いつでも申込みできること 14.0% 16.3%
スマホ等携帯電話からの申込み手続きが簡単であること 13.1% 16.7%
毎月の返済額が小さいこと 11.7% 17.7%
店頭窓口での申込み手続きが簡単であること 11.9% 13.3%
必要に応じて借入手段を選択できること 11.7% 9.7%
申込みから借入までのスピードが早いこと 10.2% 12.1%
必要に応じて返済手段を選択できること 9.6% 11.1%
借入れや返済時のATM利用手数料等が安いこと 8.8% 11.1%
自動契約機からの申込み手続きが簡単であること 8.3% 9.0%
金利優遇等キャンペーン 8.3% 7.5%
自分のクレジットスコアが確認できること 6.1% 9.5%
テレビCM等で受けたイメージ 7.0% 5.5%
日本貸金業協会の会員であること 6.1% 5.8%
申込みができる店舗の多さ/近さ 4.6% 6.4%
契約後のアフターフォロー 3.9% 4.1%
SNSや比較サイト等での評価 2.9% 3.2%
わからない/特にない 9.2% 8.4%
■男性 ■女性
（n=1270） （n=730）

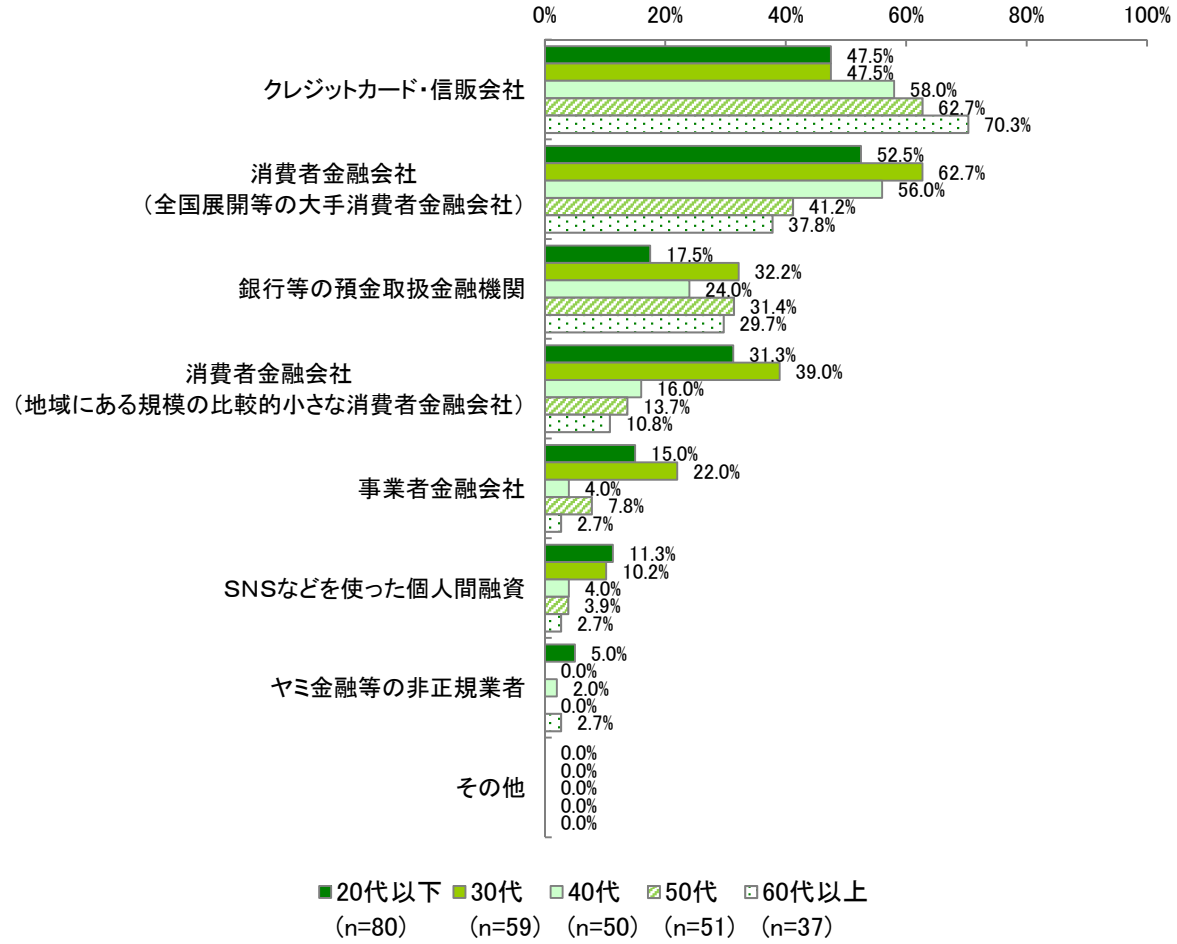
② 借入先として検討した先

- 借入先として検討した先については、「クレジットカード・信販会社」が 55.2%と最も高く、次いで「消費者金融会社（全国展開等の大手消費者金融会社）」が 51.3%、「銀行等の預金取扱金融機関」が 26.0%となった。
- 年代別にみると、20 代と 30 代では「消費者金融会社（全国展開等の大手消費者金融会社）」、40 代以上では「クレジットカード・信販会社」と回答した割合が最も高く、世代間で選定先の傾向に違いが見られる結果となっている。

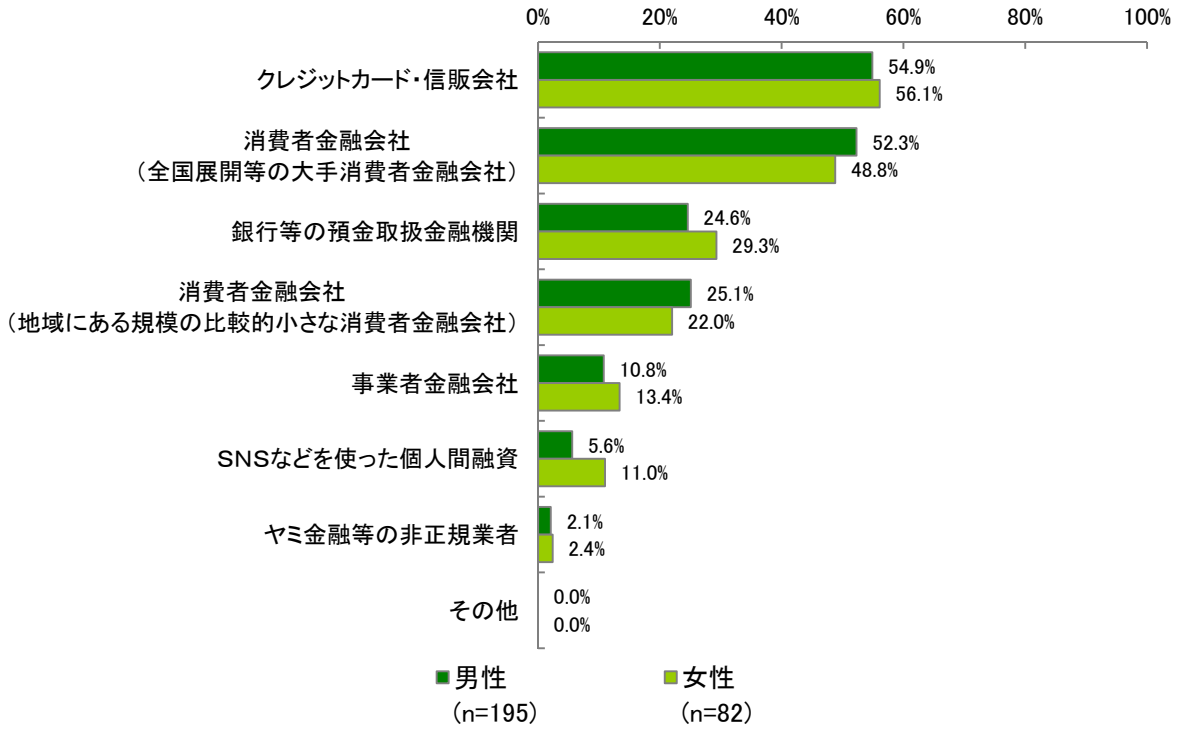
＜図 15：借入先として検討した先 （複数回答 n=277）＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカード・信販会社
47.5%
47.5%
58.0%
62.7%
70.3%
消費者金融会社
（全国展開等の大手消費者金融会社）
52.5%
62.7%
56.0%
41.2%
37.8%
銀行等の預金取扱金融機関
17.5%
32.2%
24.0%
31.4%
29.7%
消費者金融会社
（地域にある規模の比較的小さな消費者金融会社）
31.3%
39.0%
16.0%
13.7%
10.8%
事業者金融会社
15.0%
22.0%
4.0%
7.8%
2.7%
SNSなどを使った個人間融資
11.3%
10.2%
4.0%
3.9%
2.7%
ヤミ金融等の非正規業者
5.0%
0.0%
2.0%
0.0%
2.7%
その他
0.0%
0.0%
0.0%
0.0%
0.0%
20代以下 30代 40代 50代 60代以上
（n=80） （n=59） （n=50） （n=51） （n=37）

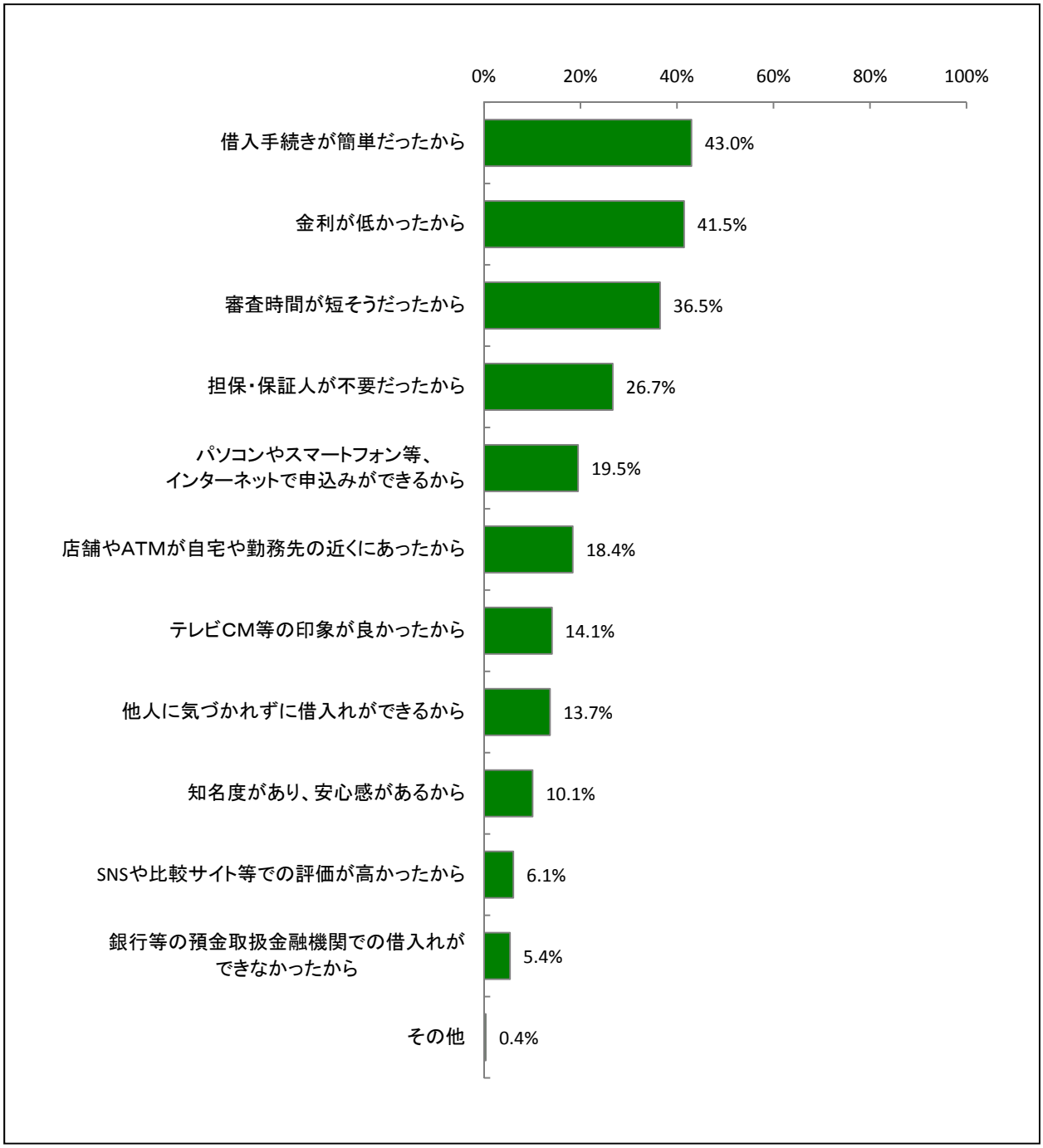
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカード・信販会社
54.9%
56.1%
消費者金融会社
（全国展開等の大手消費者金融会社）
52.3%
48.8%
銀行等の預金取扱金融機関
24.6%
29.3%
消費者金融会社
（地域にある規模の比較的小さな消費者金融会社）
25.1%
22.0%
事業者金融会社
10.8%
13.4%
SNSなどを使った個人間融資
5.6%
11.0%
ヤミ金融等の非正規業者
2.1%
2.4%
その他
0.0%
0.0%
男性
（n=195）
女性
（n=82）

③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、「借入手続きが簡単だったから」が 43.0%と最も高く、次いで「金利が低かったから」が 41.5%と続いている。

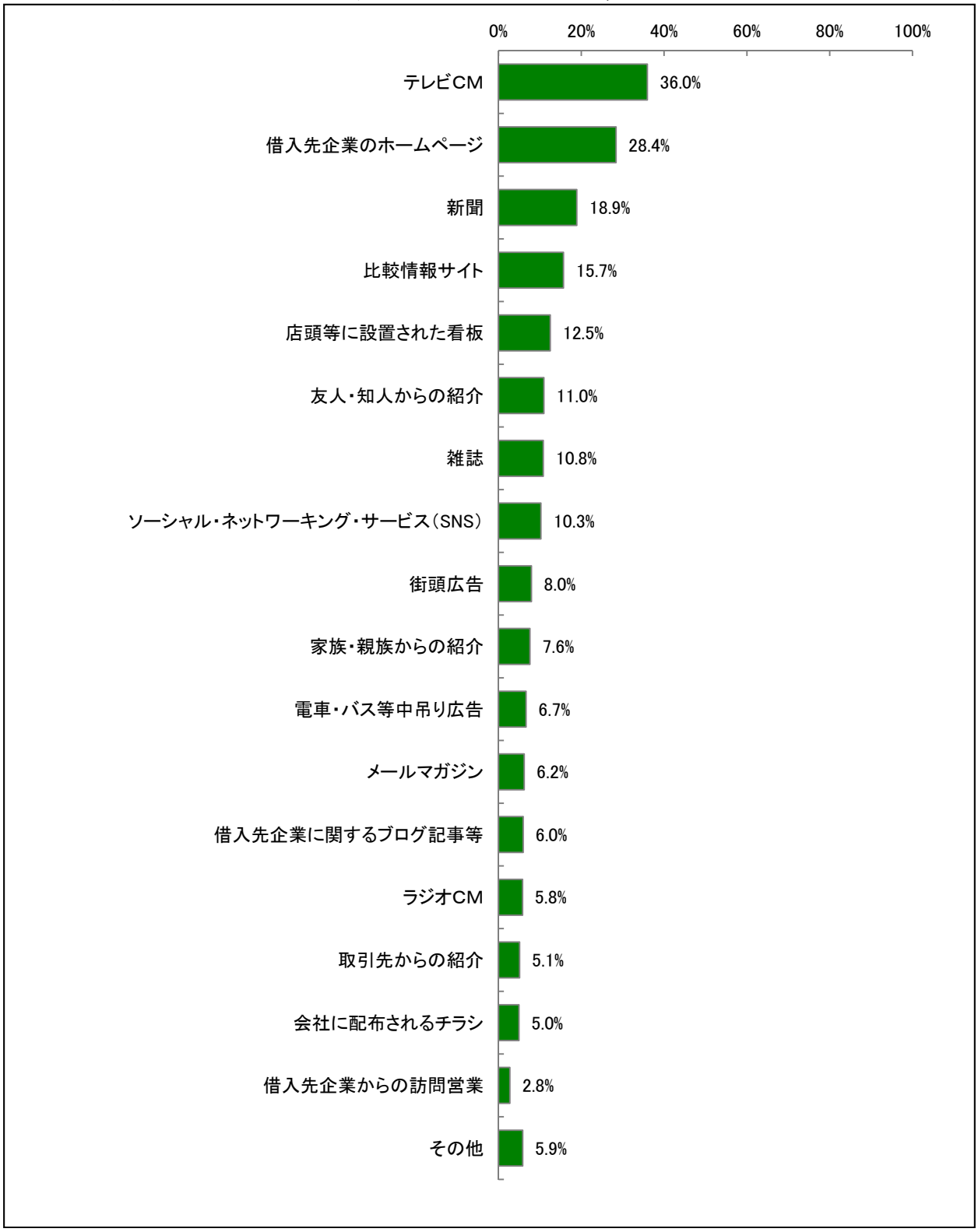
＜図 16:借入先として選んだ理由 （複数回答 n=277）＞



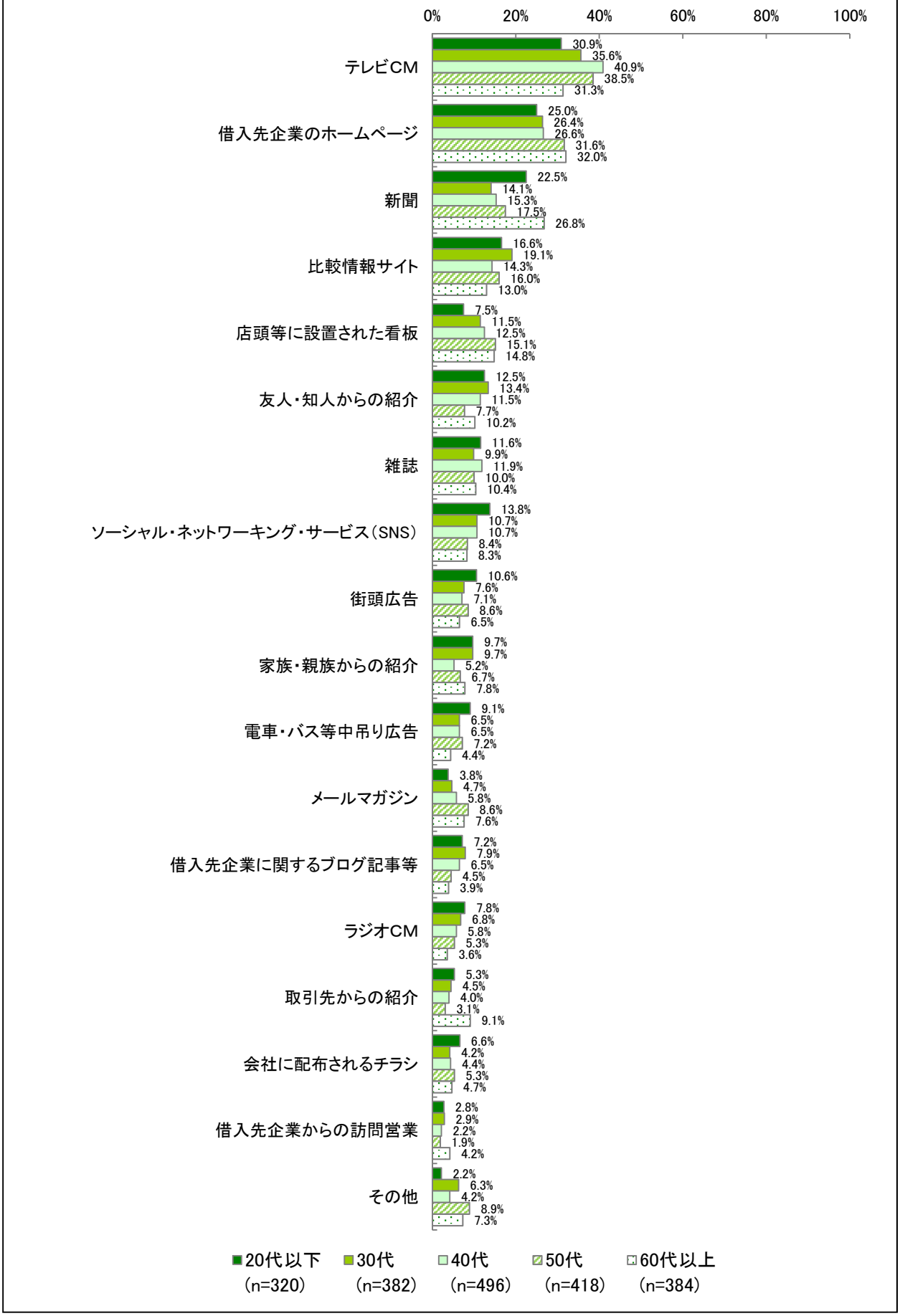
④借入先を選定する際の情報源

- 借入先を選定する際の情報源では、「テレビCM」が 36.0%と最も高く、次いで「借入先企業のホームページ」が 28.4%、「新聞」が 18.9%となった。

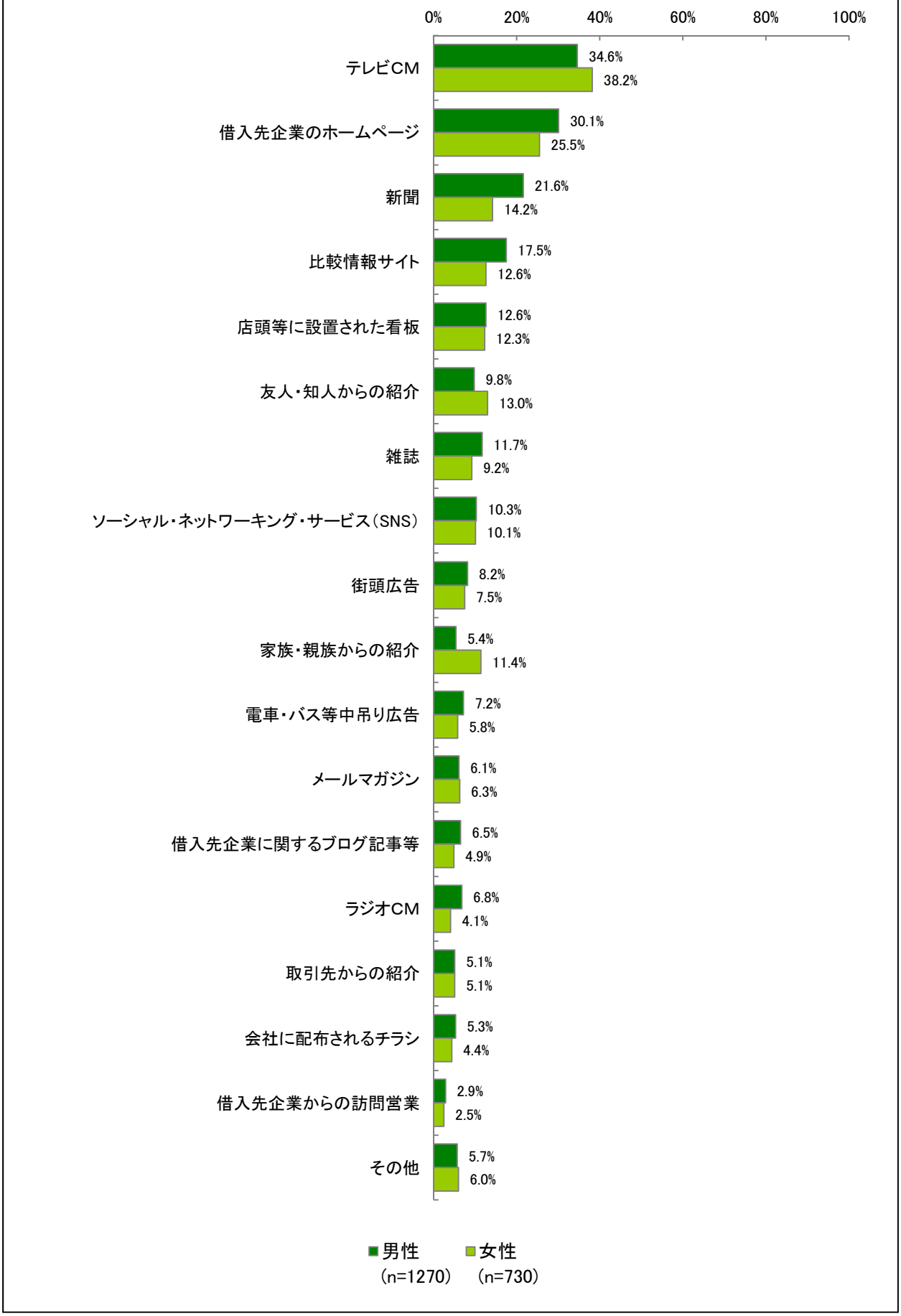
＜図 17:借入先を選定する際の情報源 （複数回答 n=2,000）＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
テレビCM
30.9%
35.6%
40.9%
38.5%
31.3%
借入先企業のホームページ
25.0%
26.4%
26.6%
31.6%
32.0%
新聞
22.5%
14.1%
15.3%
17.5%
26.8%
比較情報サイト
16.6%
19.1%
14.3%
16.0%
13.0%
店頭等に設置された看板
7.5%
11.5%
12.5%
15.1%
14.8%
友人・知人からの紹介
12.5%
13.4%
11.5%
7.7%
10.2%
雑誌
11.6%
9.9%
11.9%
10.0%
10.4%
ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）
13.8%
10.7%
10.7%
8.4%
8.3%
街頭広告
10.6%
7.6%
7.1%
8.6%
6.5%
家族・親族からの紹介
9.7%
9.7%
5.2%
6.7%
7.8%
電車・バス等中吊り広告
9.1%
6.5%
6.5%
7.2%
4.4%
メールマガジン
3.8%
4.7%
5.8%
8.6%
7.6%
借入先企業に関するブログ記事等
7.2%
7.9%
6.5%
4.5%
3.9%
ラジオCM
7.8%
6.8%
5.8%
5.3%
3.6%
取引先からの紹介
5.3%
4.5%
4.0%
3.1%
9.1%
会社に配布されるチラシ
6.6%
4.2%
4.4%
5.3%
4.7%
借入先企業からの訪問営業
2.8%
2.9%
2.2%
1.9%
4.2%
その他
2.2%
6.3%
4.2%
8.9%
7.3%
20代以下 （n=320）
30代 （n=382）
40代 （n=496）
50代 （n=418）
60代以上 （n=384）

（男女別）

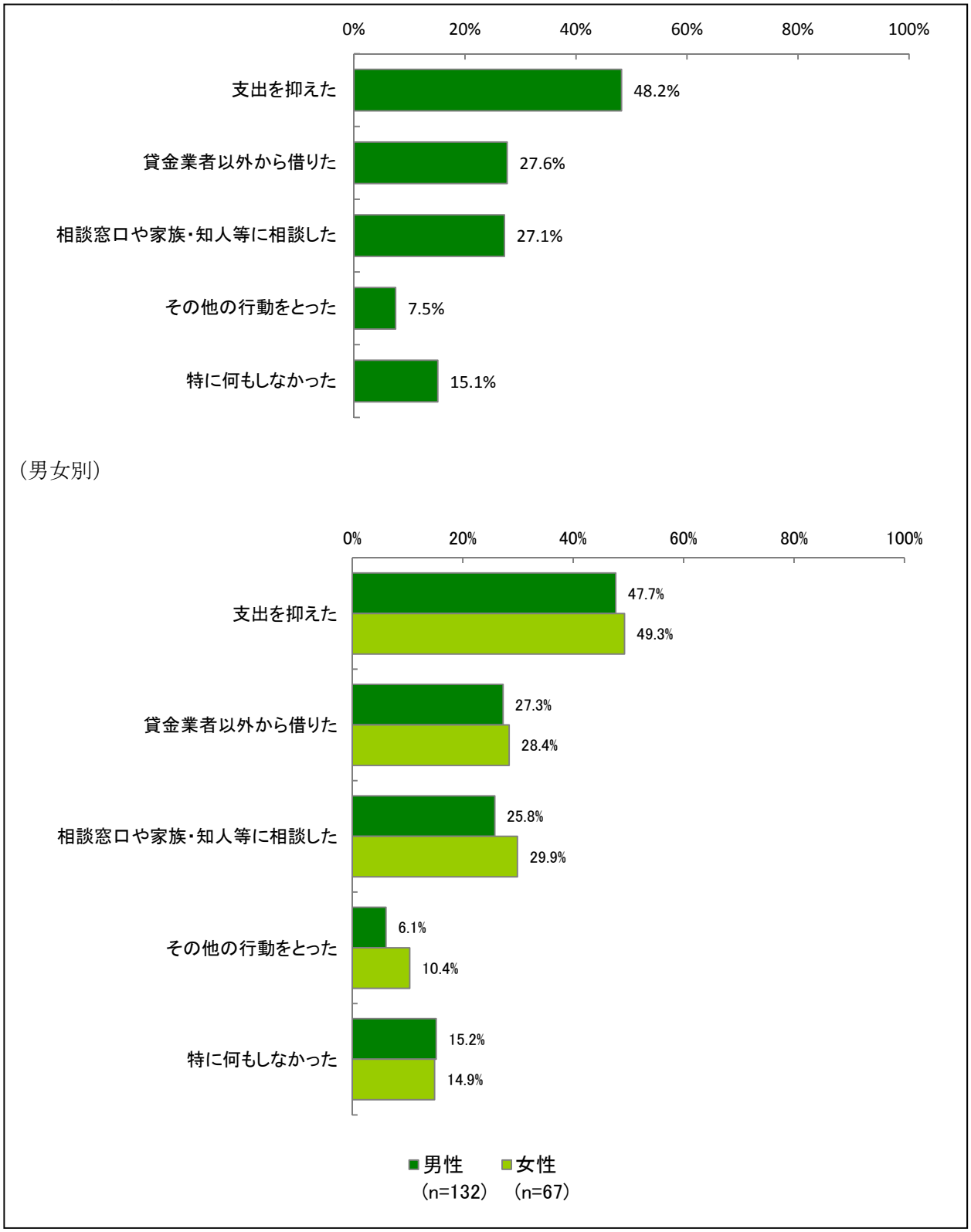

0%
20%
40%
60%
80%
100%
テレビCM
34.6%
38.2%
借入先企業のホームページ
30.1%
25.5%
新聞
21.6%
14.2%
比較情報サイト
17.5%
12.6%
店頭等に設置された看板
12.6%
12.3%
友人・知人からの紹介
9.8%
13.0%
雑誌
11.7%
9.2%
ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）
10.3%
10.1%
街頭広告
8.2%
7.5%
家族・親族からの紹介
5.4%
11.4%
電車・バス等中吊り広告
7.2%
5.8%
メールマガジン
6.1%
6.3%
借入先企業に関するブログ記事等
6.5%
4.9%
ラジオCM
6.8%
4.1%
取引先からの紹介
5.1%
5.1%
会社に配布されるチラシ
5.3%
4.4%
借入先企業からの訪問営業
2.9%
2.5%
その他
5.7%
6.0%
男性 （n=1270）
女性 （n=730）

(3) 借入れできなかった際に取った行動・影響

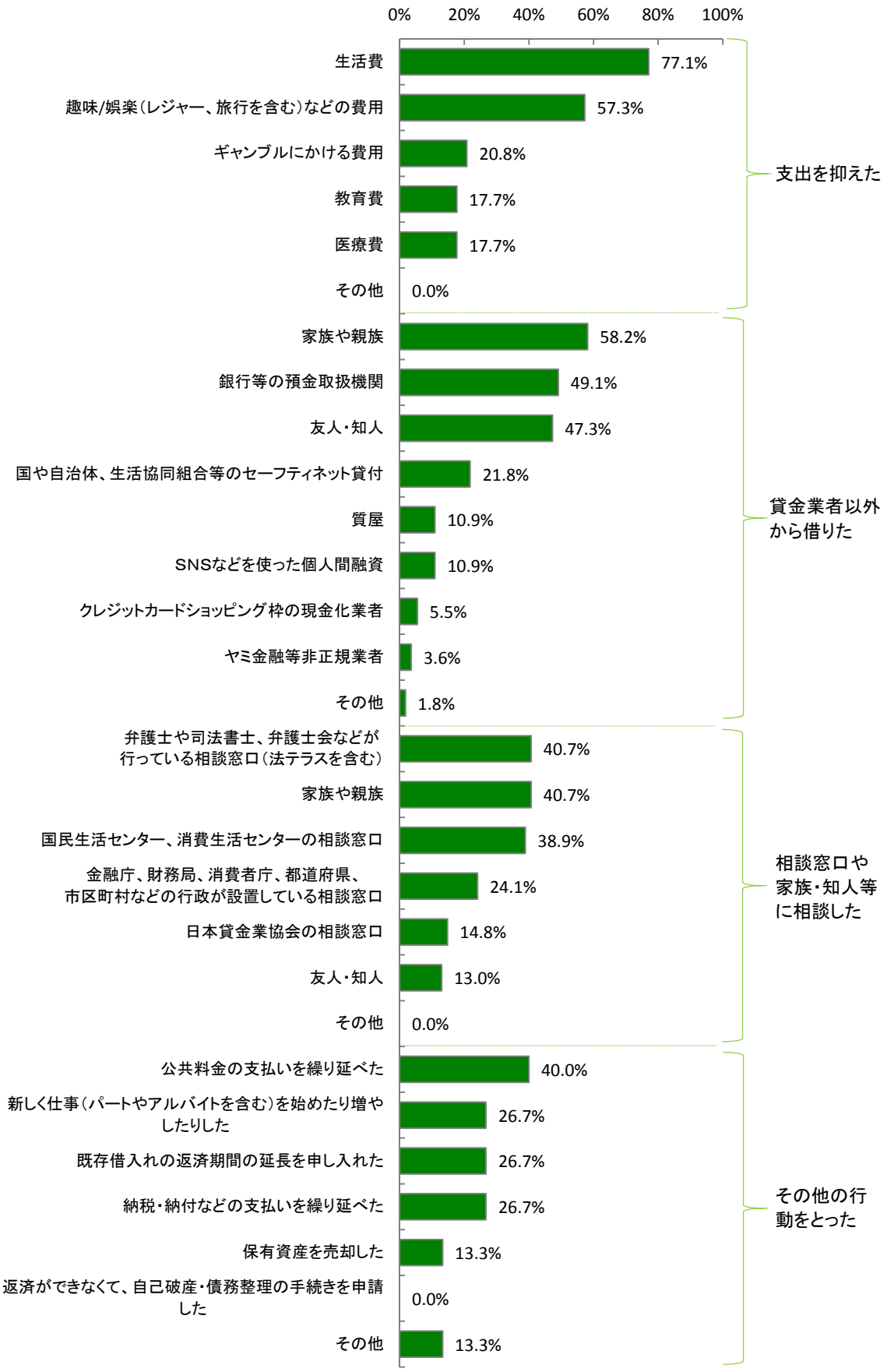
① 借入れできなかった(申込まなかった)際に取った行動

- 借入経験のある個人に対して、借入れできなかった(申し込まなかった)際に取った行動について調査したところ、「支出を抑えた」が 48.2%と最も高く、次いで「貸金業者以外から借りた」が 27.6%、「相談窓口や家族・知人等に相談した」が 27.1%となった。

＜図 18:借入れできなかった際に取った行動 (複数回答 n=199)＞



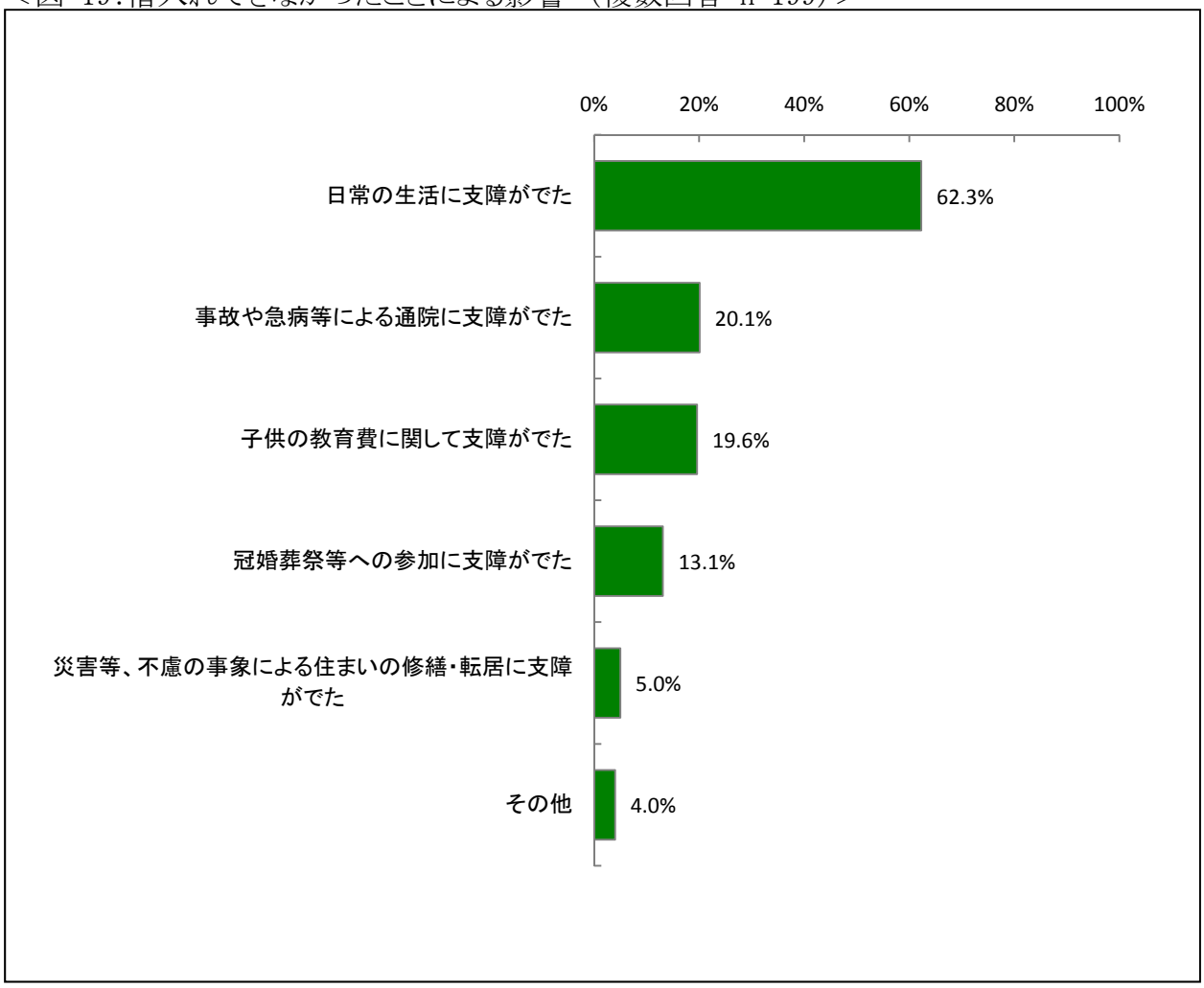
(借入れができなかった際に取った行動の詳細)



② 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、「日常の生活に支障がでた」が 62.3%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 20.1%と続いている。

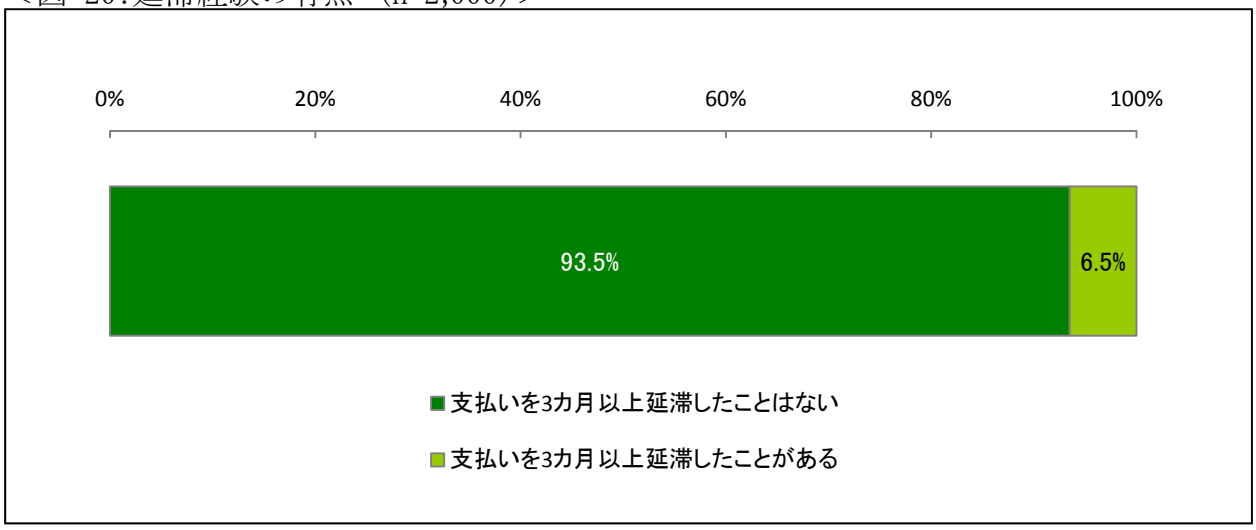
＜図 19：借入れできなかったことによる影響 （複数回答 n=199）＞



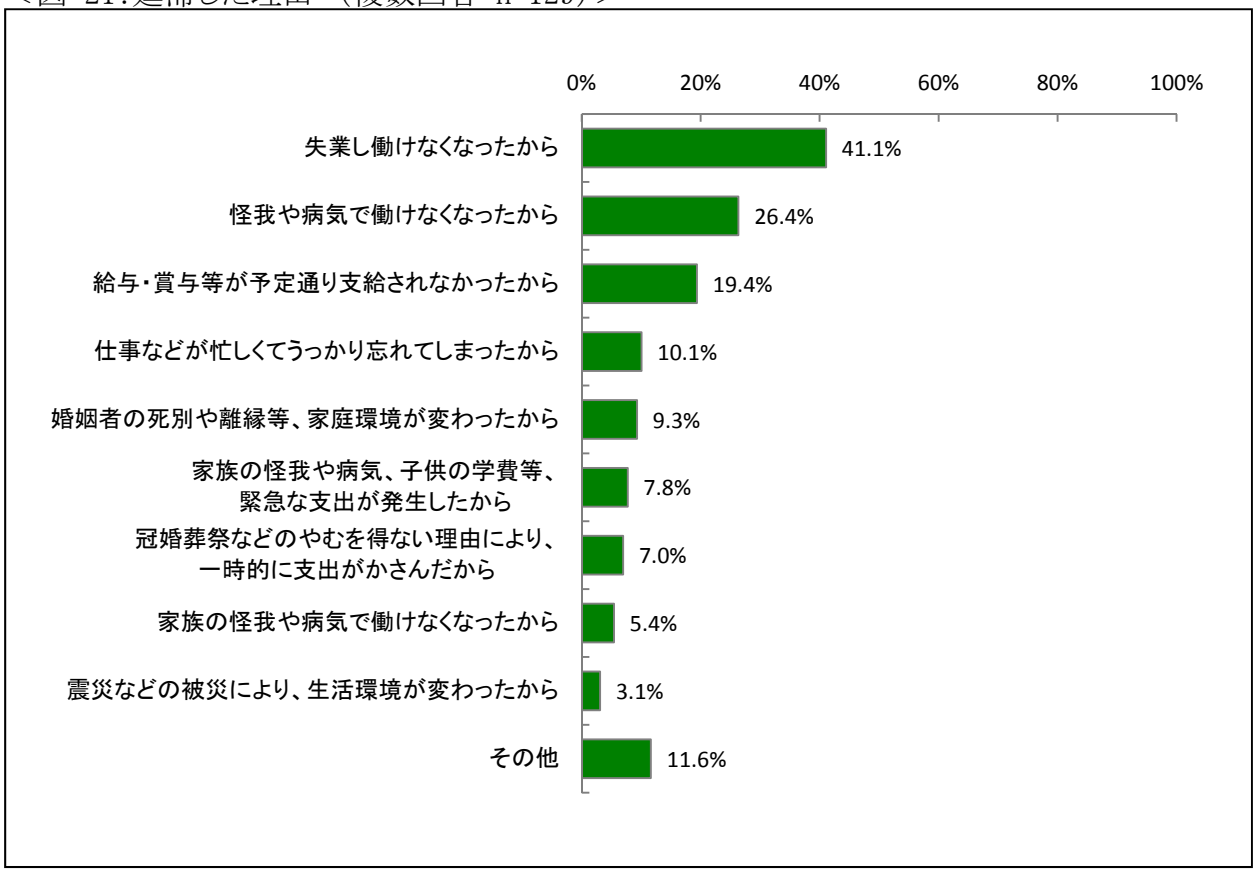
(4) 延滞経験の有無と延滞した理由

- 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、6.5%が支払いを延滞したことがあると回答しており、その延滞した理由については、「失業し働けなくなったから」と回答した割合が 41.1%と最も高く、次いで「怪我や病気で働けなくなったから」が 26.4%、「給与・賞与等が予定通り支給されなかったから」が 19.4%となっている。

＜図 20：延滞経験の有無 （n=2,000）＞



＜図 21：延滞した理由 （複数回答 n=129）＞

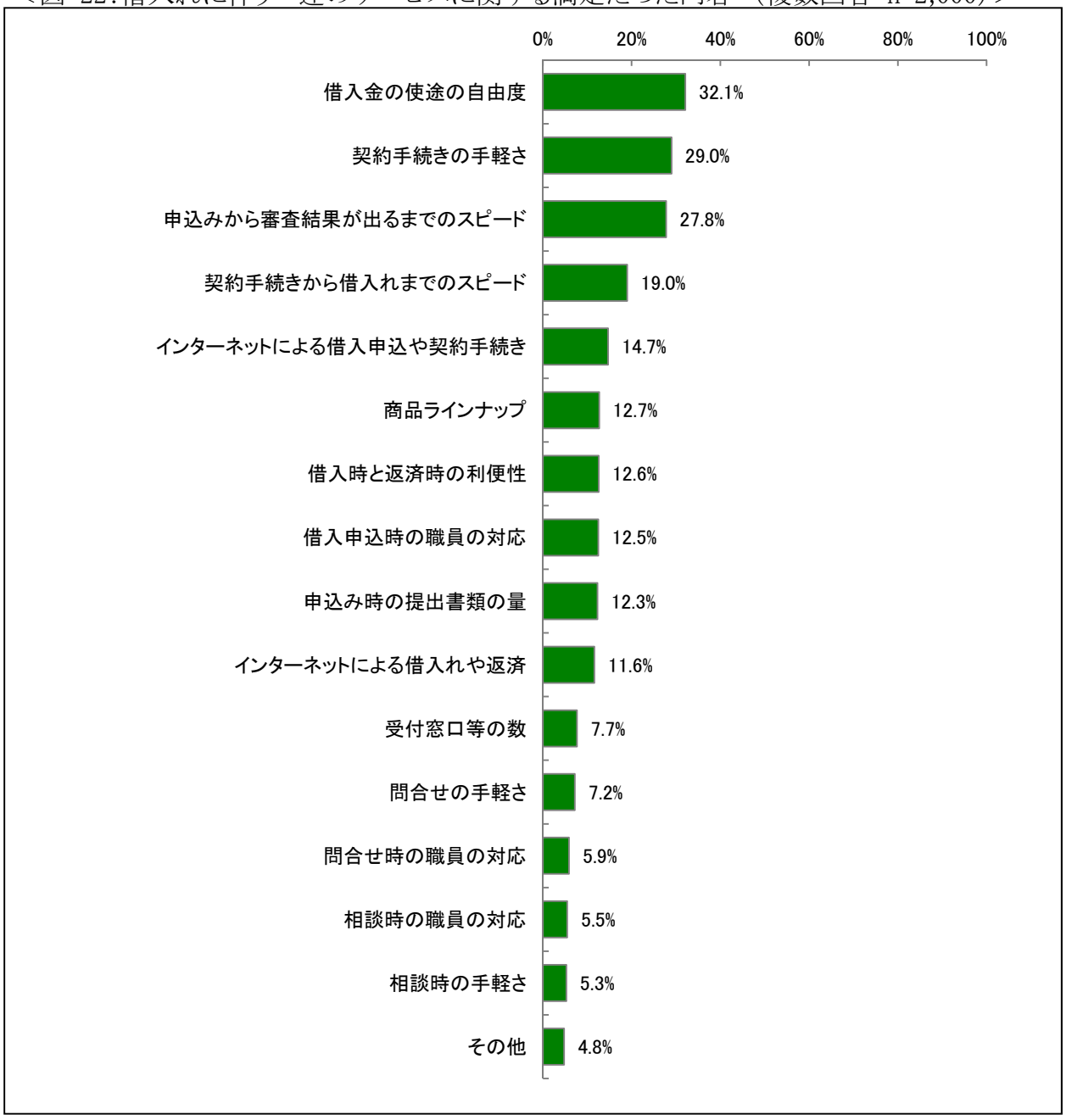


(5) 貸金業者に対する利用満足度

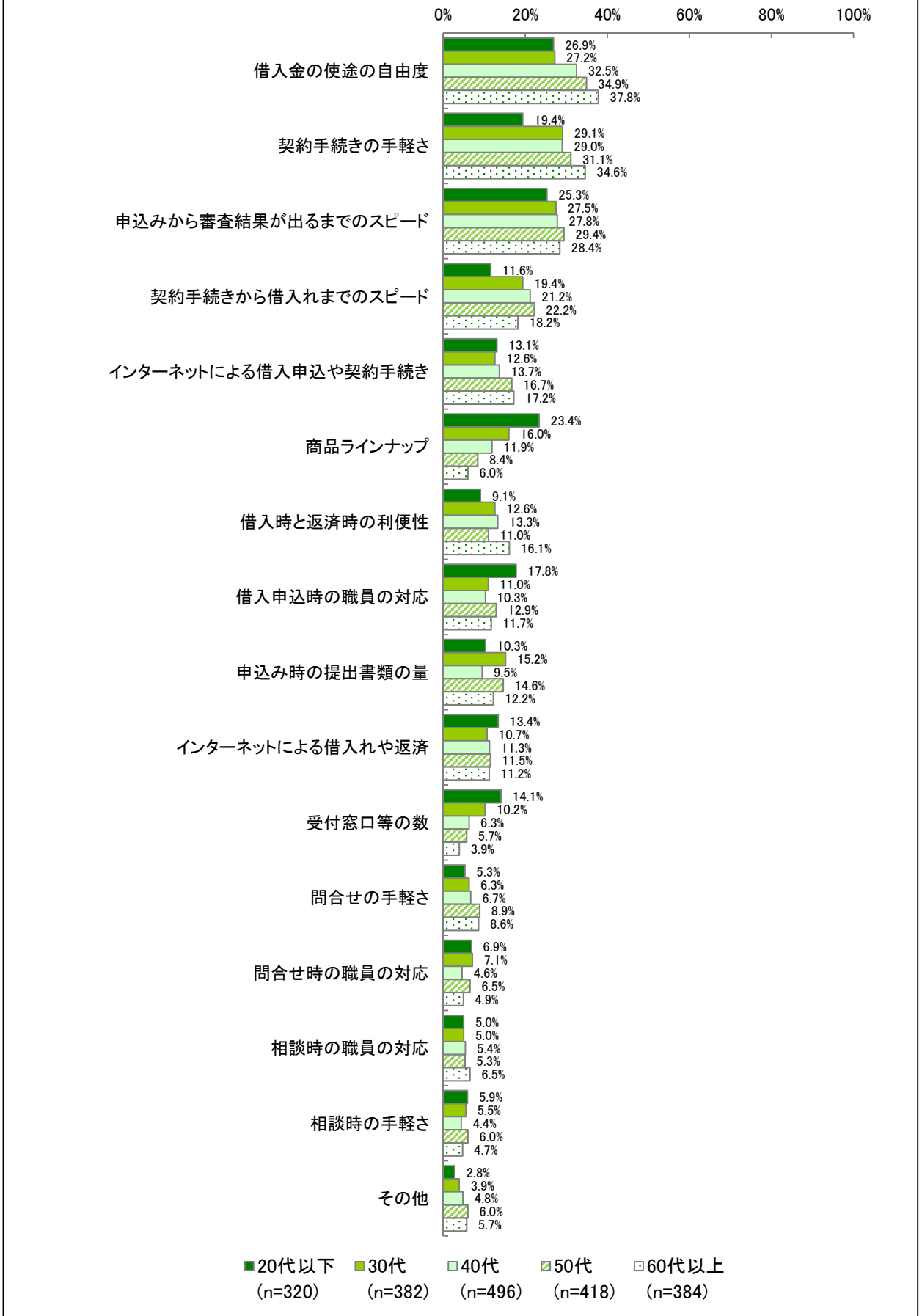
① 借入れに伴う一連のサービスについて満足であった内容

- 借入経験のある個人に対して、借入れに伴う一連のサービスについて満足であった内容を調査したところ、「借入金の使途の自由度」が 32.1%と最も高く、次いで「契約手続きの手軽さ」が 29.0%、「申込から審査結果が出るまでのスピード」が 27.8%と続いている。
- また、年代別に満足であった内容をみると、高い年代では利便性に満足している一方で、低い年代では安心感を重視していることが分かる結果となっている。
- さらに、男女別で見ると、男性では「借入金の使途の自由度(33.8%)」、女性では「契約手続きの手軽さ(31.2%)」がそれぞれ最も高い結果となった。

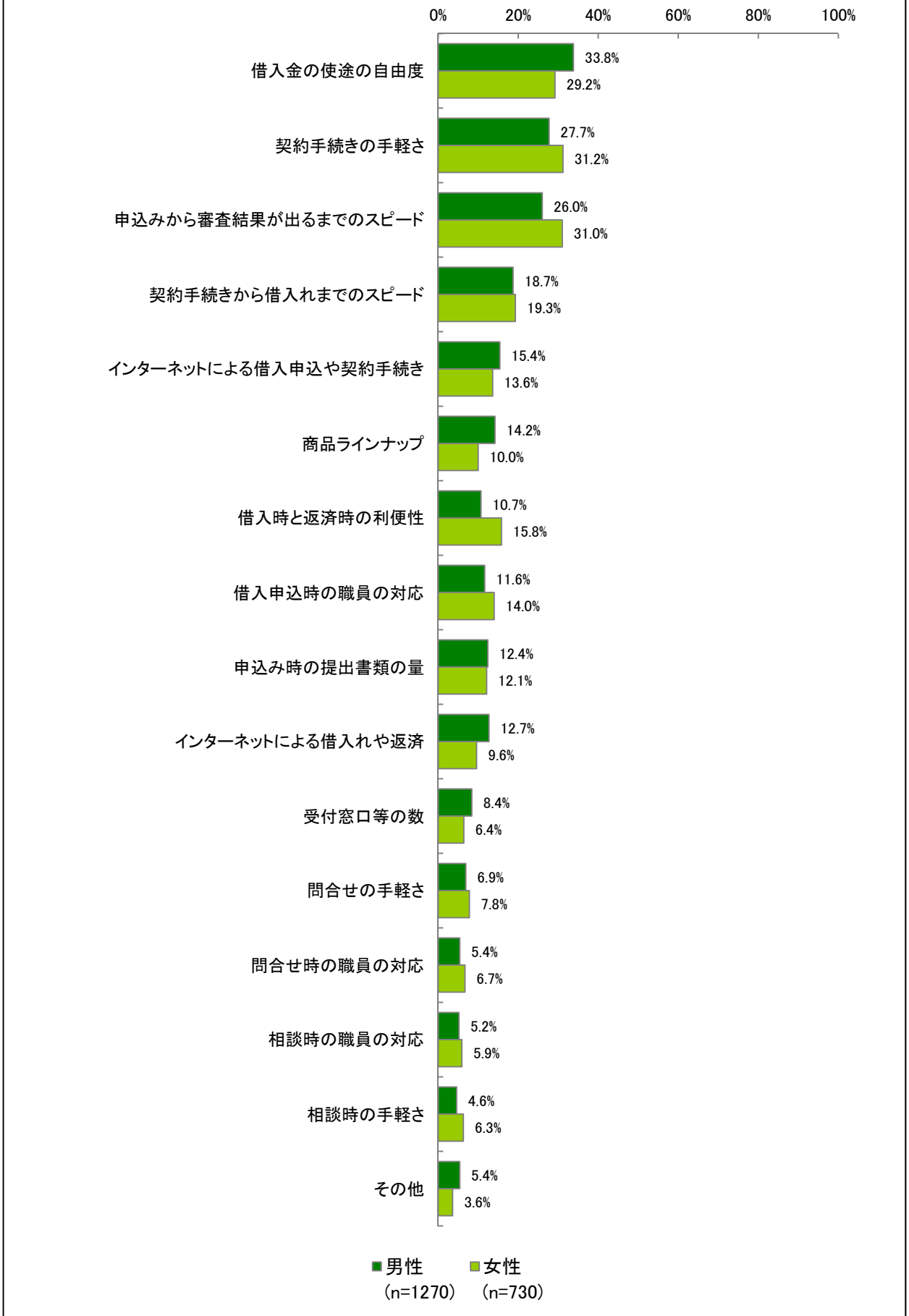
＜図 22:借入れに伴う一連のサービスに関する満足だった内容 (複数回答 n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
借入金の使途の自由度
26.9%
27.2%
32.5%
34.9%
37.8%
契約手続きの手軽さ
19.4%
29.1%
29.0%
31.1%
34.6%
申込みから審査結果が出るまでのスピード
25.3%
27.5%
27.8%
29.4%
28.4%
契約手続きから借入れまでのスピード
11.6%
19.4%
21.2%
22.2%
18.2%
インターネットによる借入申込や契約手続き
13.1%
12.6%
13.7%
16.7%
17.2%
商品ラインナップ
23.4%
16.0%
11.9%
8.4%
6.0%
借入時と返済時の利便性
9.1%
12.6%
13.3%
11.0%
16.1%
借入申込時の職員の対応
17.8%
11.0%
10.3%
12.9%
11.7%
申込み時の提出書類の量
10.3%
15.2%
9.5%
14.6%
12.2%
インターネットによる借入れや返済
13.4%
10.7%
11.3%
11.5%
11.2%
受付窓口等の数
14.1%
10.2%
6.3%
5.7%
3.9%
問合せの手軽さ
5.3%
6.3%
6.7%
8.9%
8.6%
問合せ時の職員の対応
6.9%
7.1%
4.6%
6.5%
4.9%
相談時の職員の対応
5.0%
5.0%
5.4%
5.3%
6.5%
相談時の手軽さ
5.9%
5.5%
4.4%
6.0%
4.7%
その他
2.8%
3.9%
4.8%
6.0%
5.7%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

（男女別）

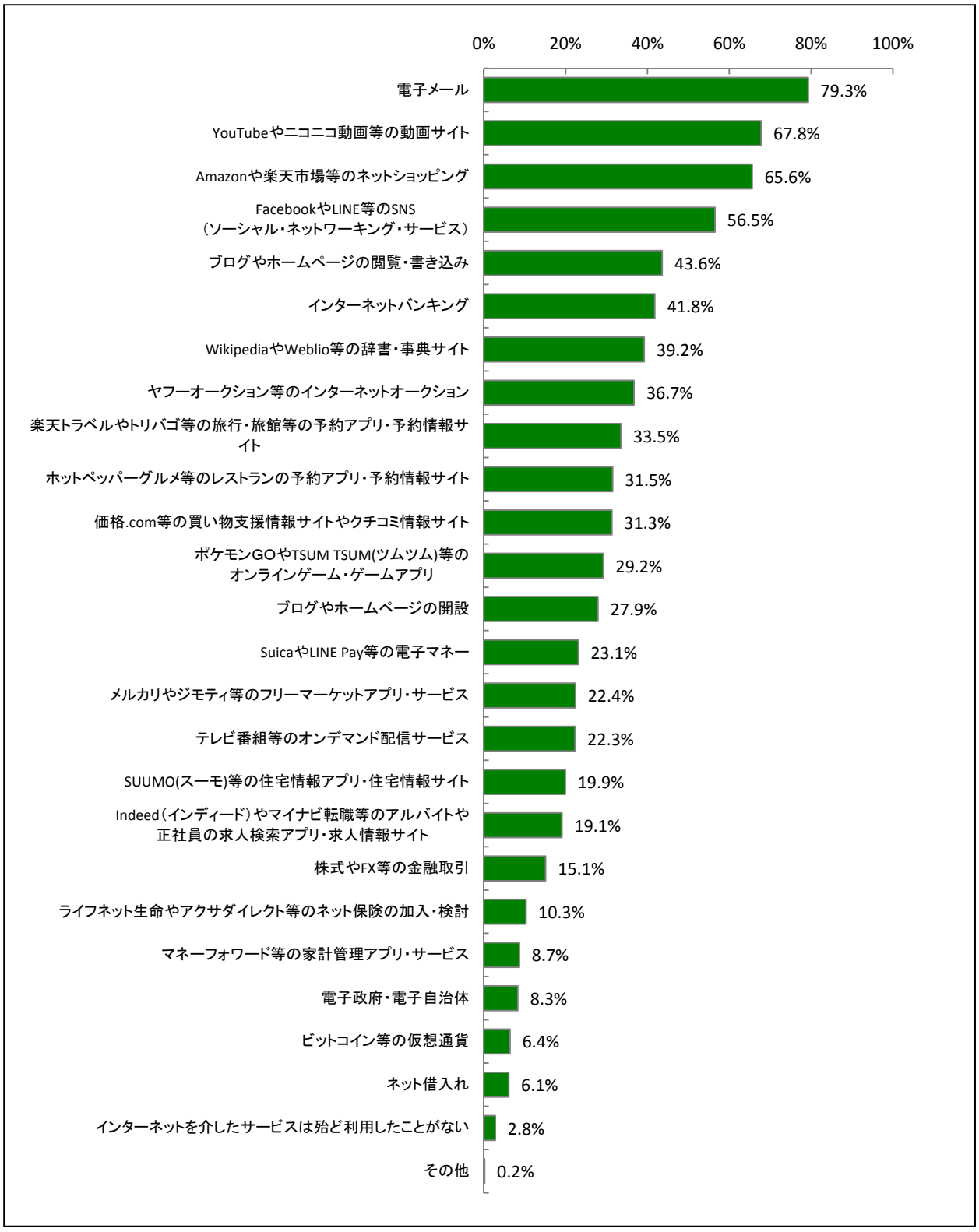

0%
20%
40%
60%
80%
100%
借入金の使途の自由度
33.8%
29.2%
契約手続きの手軽さ
27.7%
31.2%
申込みから審査結果が出るまでのスピード
26.0%
31.0%
契約手続きから借入れまでのスピード
18.7%
19.3%
インターネットによる借入申込や契約手続き
15.4%
13.6%
商品ラインナップ
14.2%
10.0%
借入時と返済時の利便性
10.7%
15.8%
借入申込時の職員の対応
11.6%
14.0%
申込み時の提出書類の量
12.4%
12.1%
インターネットによる借入れや返済
12.7%
9.6%
受付窓口等の数
8.4%
6.4%
問合せの手軽さ
6.9%
7.8%
問合せ時の職員の対応
5.4%
6.7%
相談時の職員の対応
5.2%
5.9%
相談時の手軽さ
4.6%
6.3%
その他
5.4%
3.6%
男性 (n=1270)
女性 (n=730)

(6) インターネットサービス等の利用状況・変化

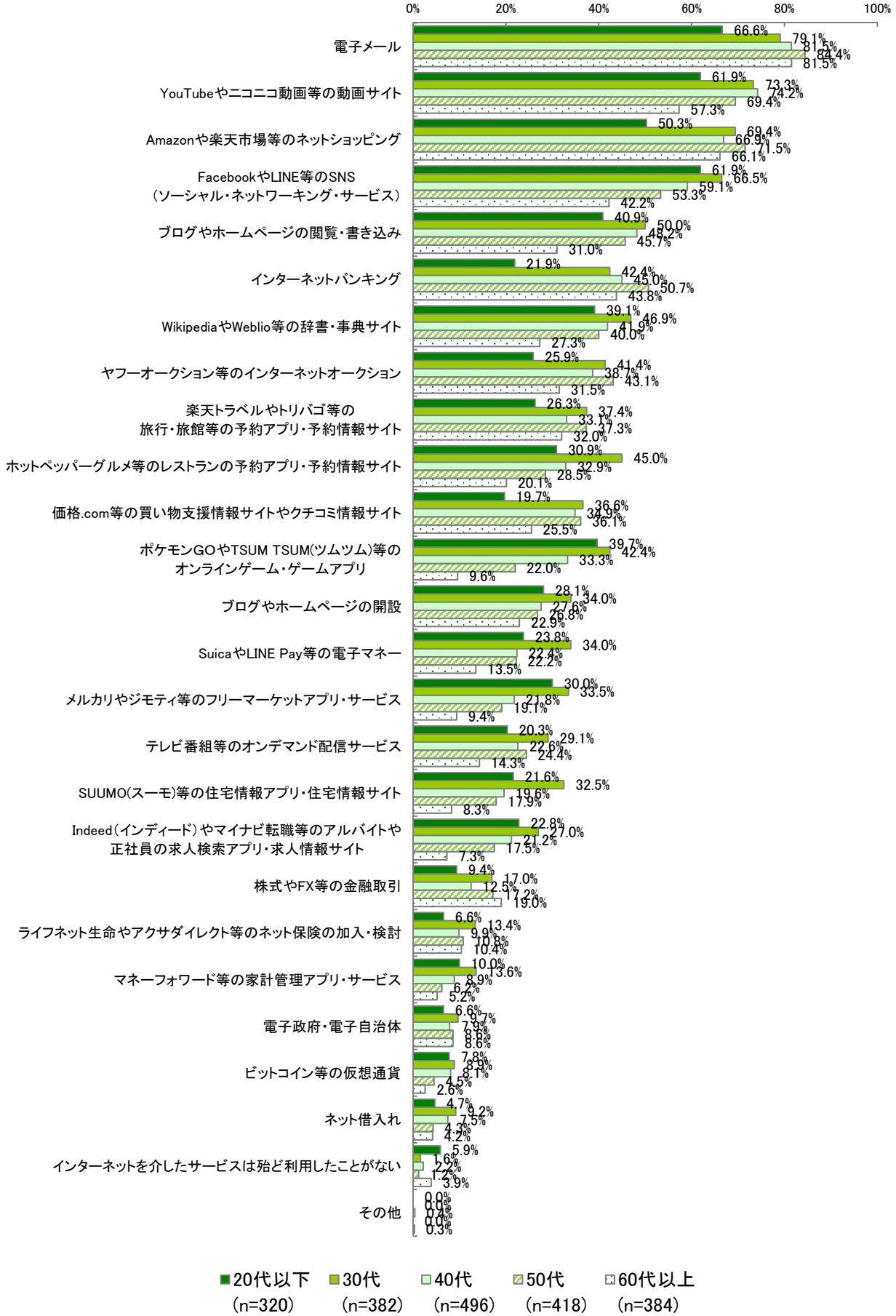
①インターネットサービス等の利用状況

- 借入経験のある個人に対して、インターネット関連サービスの利用状況について調査したところ、「電子メール」が 79.3%と最も高く、次いで「YouTube やニコニコ動画等の動画サイト」が 67.8%と続いている。

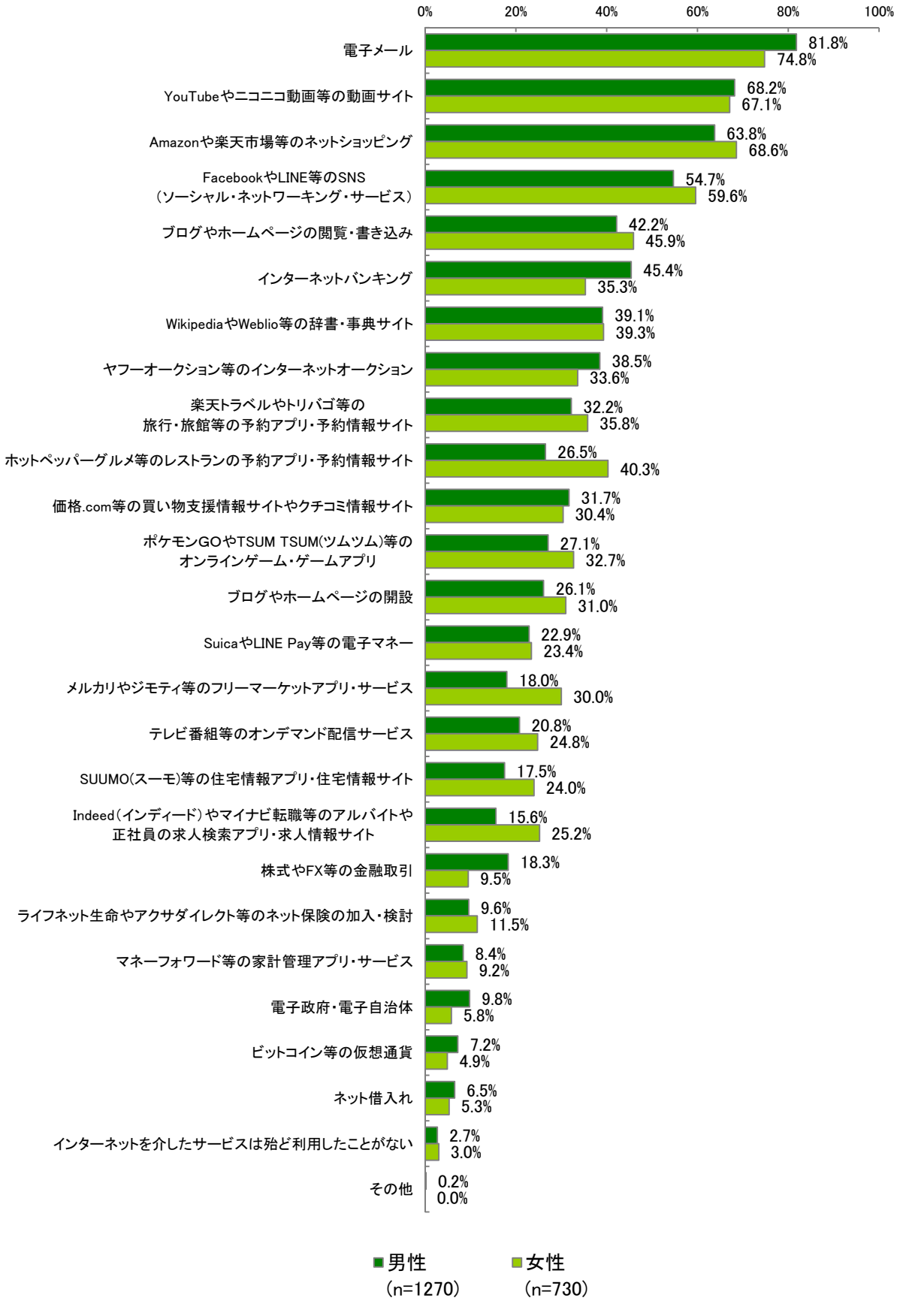
＜図 23:インターネットサービス等の利用状況（複数回答 n=2,000）＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
電子メール
66.6%
79.1%
81.5%
84.4%
81.5%
YouTubeやニコニコ動画等の動画サイト
61.9%
73.3%
74.2%
69.4%
57.3%
Amazonや楽天市場等のネットショッピング
50.3%
69.4%
66.9%
71.5%
66.1%
FacebookやLINE等のSNS
（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）
61.9%
66.5%
59.1%
53.3%
42.2%
ブログやホームページの閲覧・書き込み
40.9%
50.0%
48.2%
45.7%
31.0%
インターネットバンキング
21.9%
42.4%
45.0%
50.7%
43.8%
WikipediaやWeblio等の辞書・事典サイト
39.1%
46.9%
41.9%
40.0%
27.3%
ヤフーオークション等のインターネットオークション
25.9%
41.4%
38.7%
43.1%
31.5%
楽天トラベルやトリバゴ等の
旅行・旅館等の予約アプリ・予約情報サイト
26.3%
37.4%
33.1%
37.3%
32.0%
ホットペッパーグルメ等のレストランの予約アプリ・予約情報サイト
30.9%
45.0%
32.9%
28.5%
20.1%
価格.com等の買い物支援情報サイトやクチコミ情報サイト
19.7%
36.6%
34.9%
36.1%
25.5%
ポケモンGOやTSUM TSUM(ツムツム)等の
オンラインゲーム・ゲームアプリ
39.7%
42.4%
33.3%
22.0%
9.6%
ブログやホームページの開設
28.1%
34.0%
27.6%
26.8%
22.9%
SuicaやLINE Pay等の電子マネー
23.8%
34.0%
22.4%
22.2%
13.5%
メルカリやジモティ等のフリーマーケットアプリ・サービス
30.0%
33.5%
21.8%
19.1%
9.4%
テレビ番組等のオンデマンド配信サービス
20.3%
29.1%
22.6%
24.4%
14.3%
SUUMO(スーモ)等の住宅情報アプリ・住宅情報サイト
21.6%
32.5%
19.6%
17.9%
8.3%
Indeed（インディード）やマイナビ転職等のアルバイトや
正社員の求人検索アプリ・求人情報サイト
22.8%
27.0%
21.2%
17.5%
7.3%
株式やFX等の金融取引
9.4%
17.0%
12.5%
17.2%
19.0%
ライフネット生命やアクサダイレクト等のネット保険の加入・検討
6.6%
13.4%
9.9%
10.8%
10.4%
マネーフォワード等の家計管理アプリ・サービス
10.0%
13.6%
8.9%
6.2%
5.2%
電子政府・電子自治体
6.6%
9.7%
7.9%
8.6%
8.6%
ビットコイン等の仮想通貨
7.8%
8.9%
8.1%
4.5%
2.6%
ネット借入れ
4.7%
9.2%
7.5%
4.3%
4.2%
インターネットを介したサービスは殆ど利用したことがない
5.9%
1.6%
1.2%
1.7%
3.9%
その他
0.8%
0.4%
0.0%
0.3%
20代以下
（n=320）
30代
（n=382）
40代
（n=496）
50代
（n=418）
60代以上
（n=384）

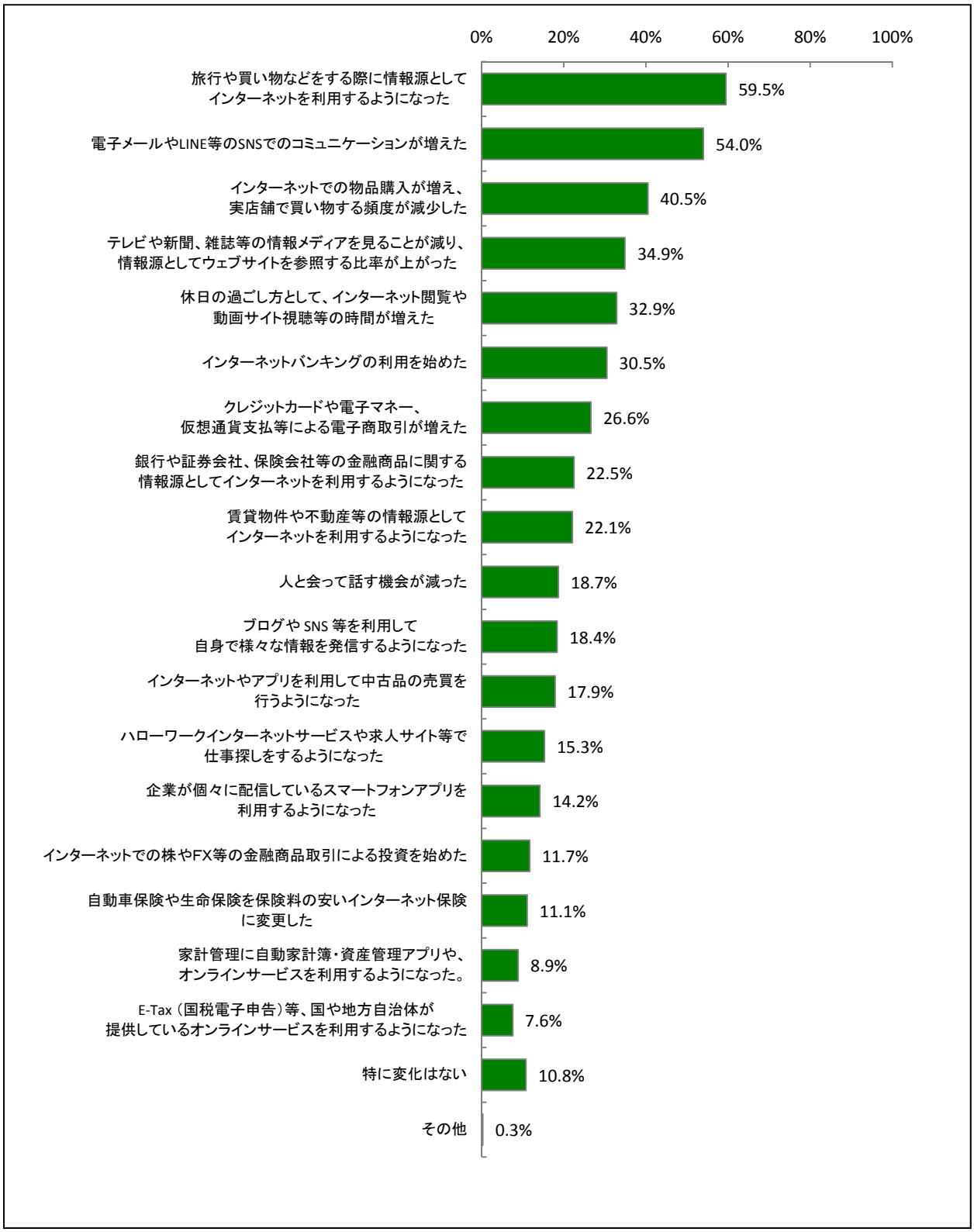
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
電子メール
81.8%
74.8%
YouTubeやニコニコ動画等の動画サイト
68.2%
67.1%
Amazonや楽天市場等のネットショッピング
63.8%
68.6%
FacebookやLINE等のSNS
（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）
54.7%
59.6%
ブログやホームページの閲覧・書き込み
42.2%
45.9%
インターネットバンキング
45.4%
35.3%
WikipediaやWeblio等の辞書・事典サイト
39.1%
39.3%
ヤフーオークション等のインターネットオークション
38.5%
33.6%
楽天トラベルやトリバゴ等の
旅行・旅館等の予約アプリ・予約情報サイト
32.2%
35.8%
ホットペッパーグルメ等のレストランの予約アプリ・予約情報サイト
26.5%
40.3%
価格.com等の買い物支援情報サイトやクチコミ情報サイト
31.7%
30.4%
ポケモンGOやTSUM TSUM(ツムツム)等の
オンラインゲーム・ゲームアプリ
27.1%
32.7%
ブログやホームページの開設
26.1%
31.0%
SuicaやLINE Pay等の電子マネー
22.9%
23.4%
メルカリやジモティ等のフリーマーケットアプリ・サービス
18.0%
30.0%
テレビ番組等のオンデマンド配信サービス
20.8%
24.8%
SUUMO(スーモ)等の住宅情報アプリ・住宅情報サイト
17.5%
24.0%
Indeed（インディード）やマイナビ転職等のアルバイトや
正社員の求人検索アプリ・求人情報サイト
15.6%
25.2%
株式やFX等の金融取引
18.3%
9.5%
ライフネット生命やアクサダイレクト等のネット保険の加入・検討
9.6%
11.5%
マネーフォワード等の家計管理アプリ・サービス
8.4%
9.2%
電子政府・電子自治体
9.8%
5.8%
ビットコイン等の仮想通貨
7.2%
4.9%
ネット借入れ
6.5%
5.3%
インターネットを介したサービスは殆ど利用したことがない
2.7%
3.0%
その他
0.2%
0.0%
男性
（n=1270）
女性
（n=730）

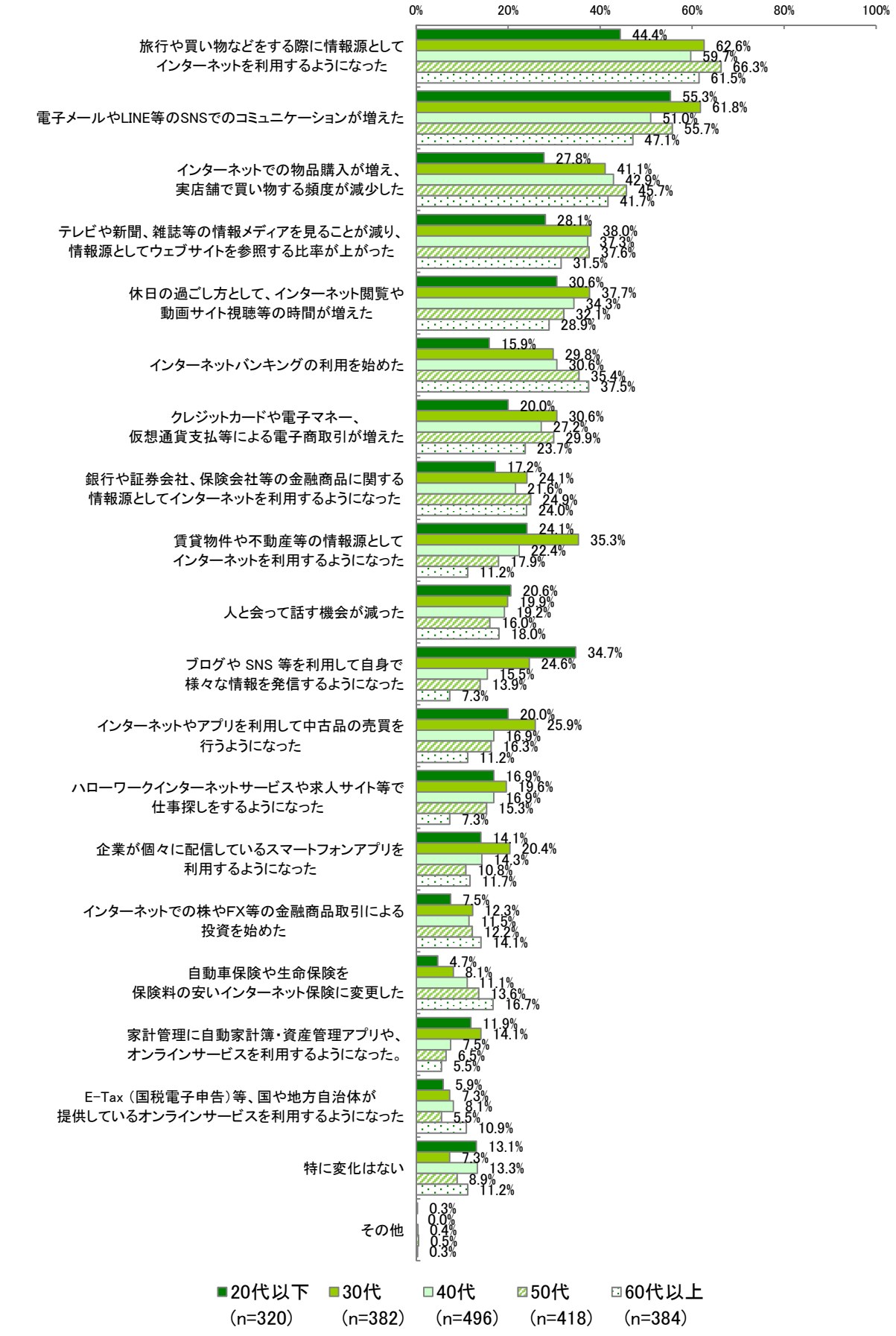
②インターネット利用によるライフスタイルの変化

- インターネット利用によるライフスタイルの変化では、「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 59.5%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 54.0%、「インターネットでの物品購入が増え、実店舗で買い物する頻度が減少した」が 40.5%となった。

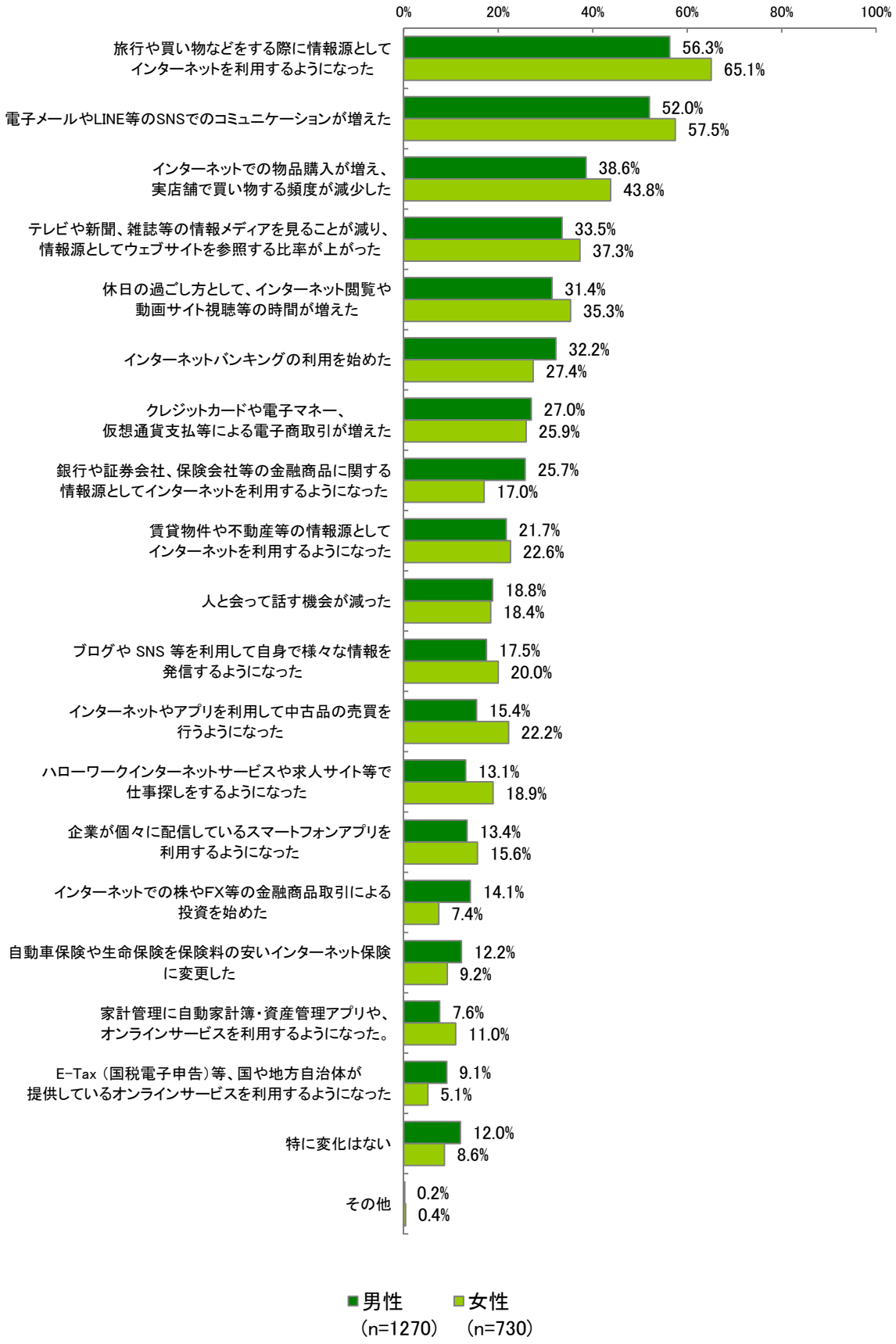
＜図 24:ライフスタイルの変化（複数回答 n=2,000）＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
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
44.4% 62.6% 59.7% 66.3% 61.5%
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
55.3% 61.8% 51.0% 55.7% 47.1%
インターネットでの物品購入が増え、実店舗で買い物する頻度が減少した
27.8% 41.1% 42.9% 45.7% 41.7%
テレビや新聞、雑誌等の情報メディアを見ることが減り、情報源としてウェブサイトを参照する比率が上がった
28.1% 38.0% 37.3% 37.6% 31.5%
休日の過ごし方として、インターネット閲覧や動画サイト視聴等の時間が増えた
30.6% 37.7% 34.3% 32.1% 28.9%
インターネットバンキングの利用を始めた
15.9% 29.8% 30.6% 35.4% 37.5%
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
20.0% 30.6% 27.2% 29.9% 23.7%
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
17.2% 24.1% 21.6% 24.9% 24.0%
賃貸物件や不動産等の情報源としてインターネットを利用するようになった
24.1% 35.3% 22.4% 17.9% 11.2%
人と会って話す機会が減った
20.6% 19.9% 19.2% 16.0% 18.0%
ブログや SNS 等を利用して自身で様々な情報を発信するようになった
34.7% 24.6% 15.5% 13.9% 7.3%
インターネットやアプリを利用して中古品の売買を行うようになった
20.0% 25.9% 16.9% 16.3% 11.2%
ハローワークインターネットサービスや求人サイト等で仕事探しをするようになった
16.9% 19.6% 16.9% 15.3% 7.3%
企業が個々に配信しているスマートフォンアプリを利用するようになった
14.1% 20.4% 14.3% 10.8% 11.7%
インターネットでの株やFX等の金融商品取引による投資を始めた
7.5% 12.3% 11.5% 12.2% 14.1%
自動車保険や生命保険を保険料の安いインターネット保険に変更した
4.7% 8.1% 11.1% 13.6% 16.7%
家計管理に自動家計簿・資産管理アプリや、オンラインサービスを利用するようになった。
11.9% 14.1% 7.5% 6.5% 5.5%
E-Tax（国税電子申告）等、国や地方自治体が提供しているオンラインサービスを利用するようになった
5.9% 7.3% 8.1% 5.5% 10.9%
特に変化はない
13.1% 7.3% 13.3% 8.9% 11.2%
その他
0.3% 0.0% 0.4% 0.5% 0.3%
20代以下（n=320）
30代（n=382）
40代（n=496）
50代（n=418）
60代以上（n=384）

（男女別）

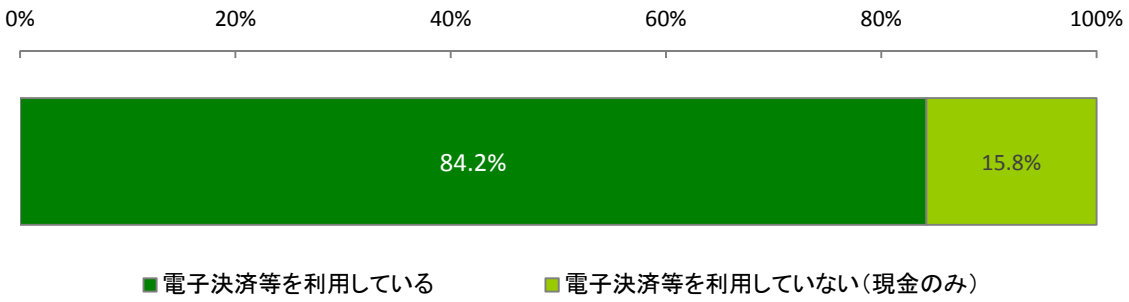

0%
20%
40%
60%
80%
100%
旅行や買い物などをする際に情報源としてインターネットを利用するようになった
56.3%
65.1%
電子メールやLINE等のSNSでのコミュニケーションが増えた
52.0%
57.5%
インターネットでの物品購入が増え、実店舗で買い物する頻度が減少した
38.6%
43.8%
テレビや新聞、雑誌等の情報メディアを見ることが減り、情報源としてウェブサイトを参照する比率が上がった
33.5%
37.3%
休日の過ごし方として、インターネット閲覧や動画サイト視聴等の時間が増えた
31.4%
35.3%
インターネットバンキングの利用を始めた
32.2%
27.4%
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
27.0%
25.9%
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
25.7%
17.0%
賃貸物件や不動産等の情報源としてインターネットを利用するようになった
21.7%
22.6%
人と会って話す機会が減った
18.8%
18.4%
ブログや SNS 等を利用して自身で様々な情報を発信するようになった
17.5%
20.0%
インターネットやアプリを利用して中古品の売買を行うようになった
15.4%
22.2%
ハローワークインターネットサービスや求人サイト等で仕事探しをするようになった
13.1%
18.9%
企業が個々に配信しているスマートフォンアプリを利用するようになった
13.4%
15.6%
インターネットでの株やFX等の金融商品取引による投資を始めた
14.1%
7.4%
自動車保険や生命保険を保険料の安いインターネット保険に変更した
12.2%
9.2%
家計管理に自動家計簿・資産管理アプリや、オンラインサービスを利用するようになった。
7.6%
11.0%
E-Tax（国税電子申告）等、国や地方自治体が提供しているオンラインサービスを利用するようになった
9.1%
5.1%
特に変化はない
12.0%
8.6%
その他
0.2%
0.4%
男性 （n=1270）
女性 （n=730）

③利用している決済手段

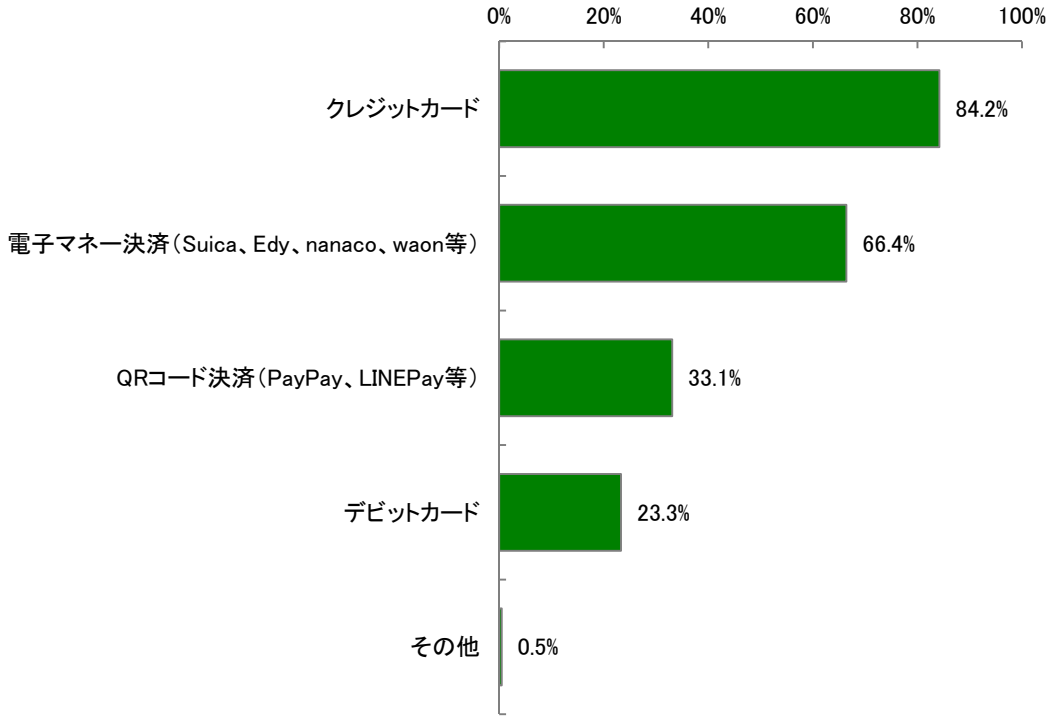
- 借入経験のある個人に対して、日常買い物などにおける電子決済等の利用有無について調査したところ、84.2%が電子決済等を利用していると回答している。
- また、利用している電子決済手段を見ると、「クレジットカード」が 84.2%と最も高く、次いで「電子マネー決済（Suica、Edy、nanaco、waon 等）」が 66.4%、「QRコード決済（PayPay、LINEPay 等）」が 33.1%と続いている。

＜図 25:利用している決済手段 （n=2,000）＞

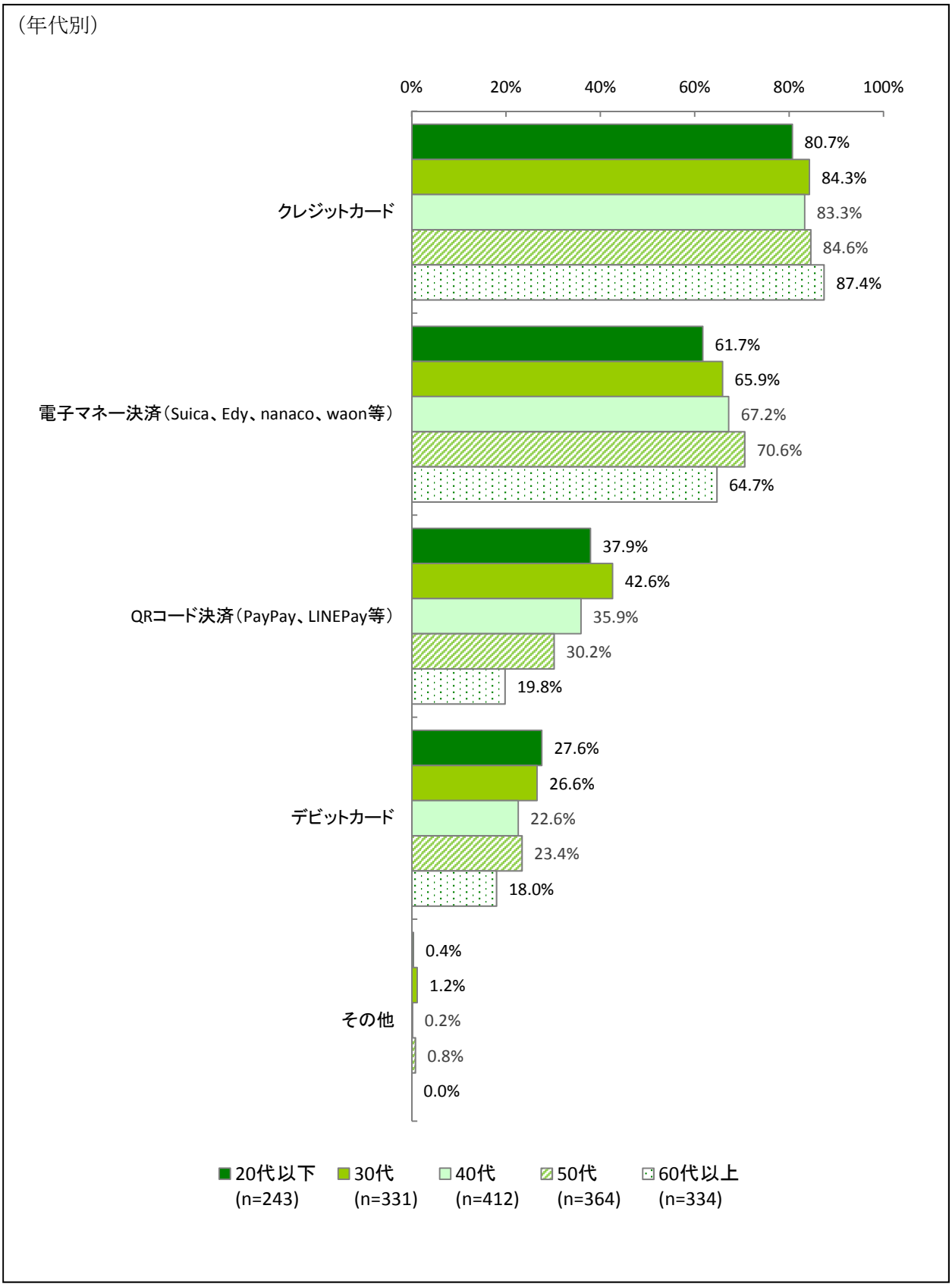
（日常買い物などにおける電子決済等の利用有無 n=2,000）



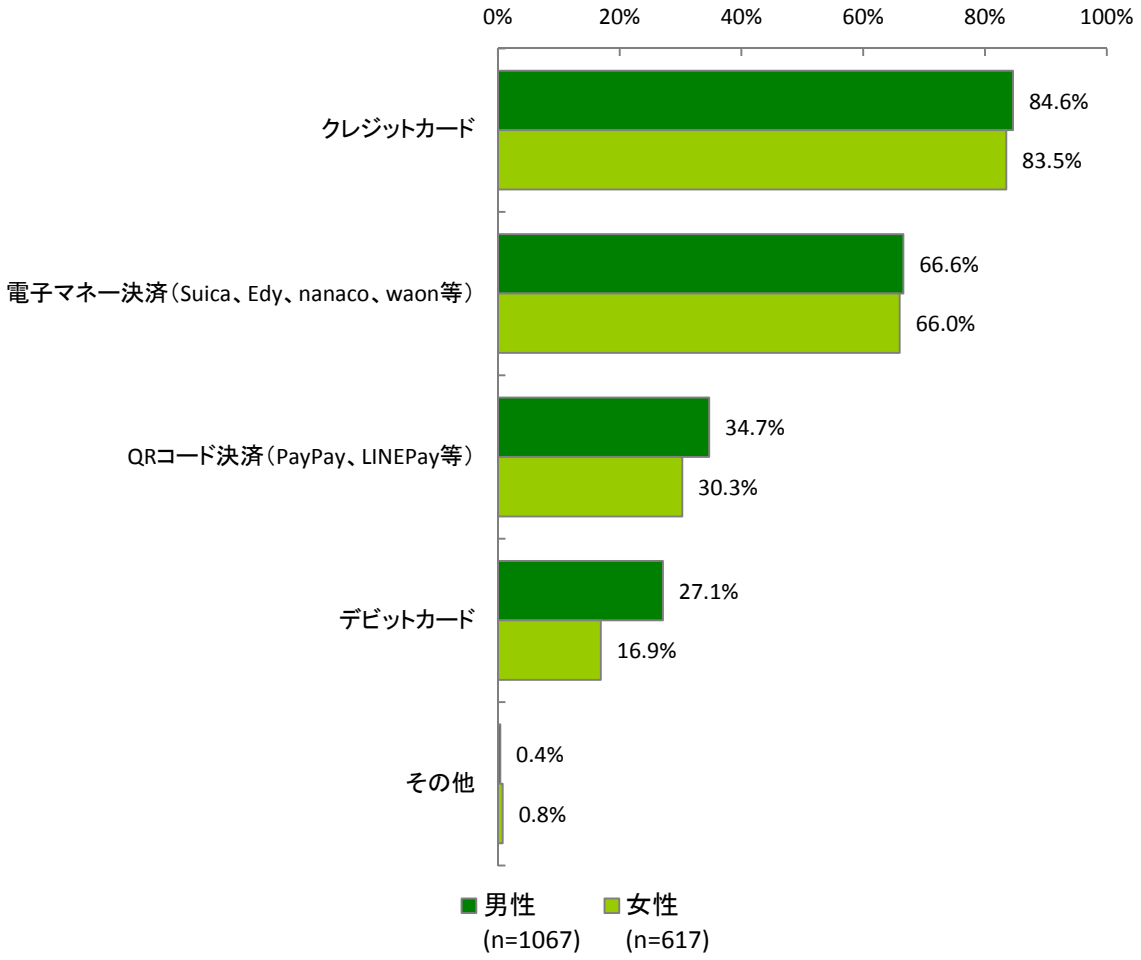
（利用している電子決済手段（複数回答 n=1,684））



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカード
80.7%
84.3%
83.3%
84.6%
87.4%
電子マネー決済（Suica、Edy、nanaco、waon等）
61.7%
65.9%
67.2%
70.6%
64.7%
QRコード決済（PayPay、LINEPay等）
37.9%
42.6%
35.9%
30.2%
19.8%
デビットカード
27.6%
26.6%
22.6%
23.4%
18.0%
その他
0.4%
1.2%
0.2%
0.8%
0.0%
20代以下 (n=243)
30代 (n=331)
40代 (n=412)
50代 (n=364)
60代以上 (n=334)

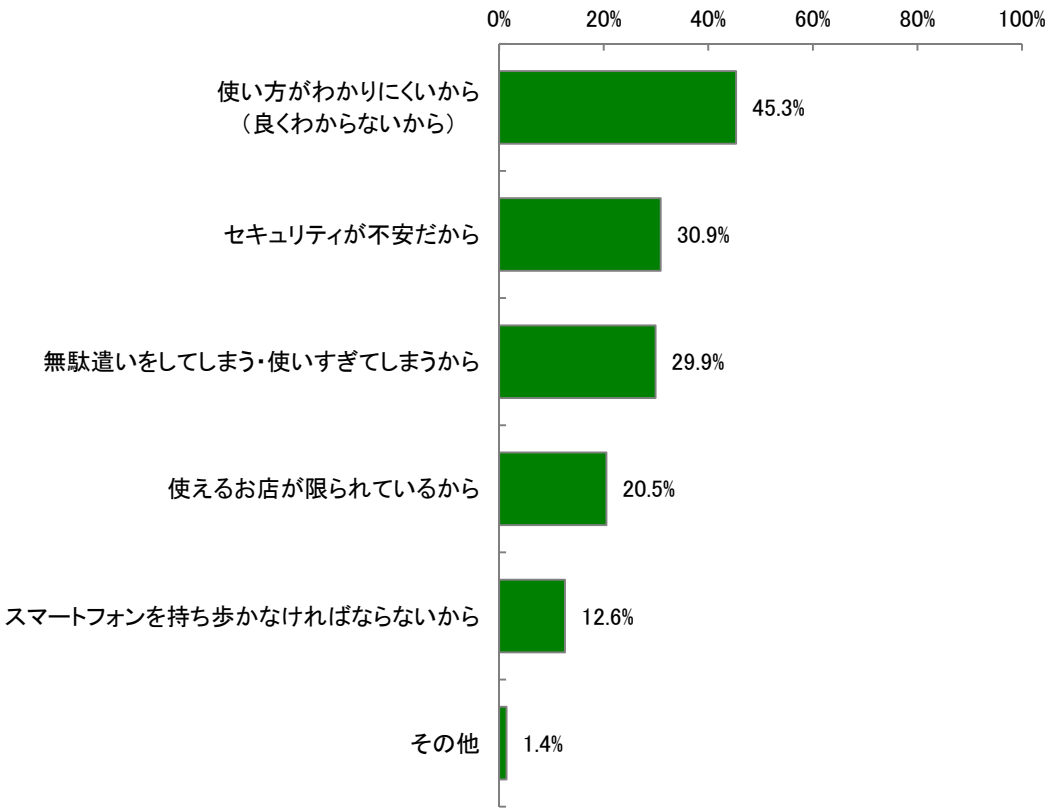
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカード
84.6%
83.5%
電子マネー決済（Suica、Edy、nanaco、waon等）
66.6%
66.0%
QRコード決済（PayPay、LINEPay等）
34.7%
30.3%
デビットカード
27.1%
16.9%
その他
0.4%
0.8%
男性 (n=1067)
女性 (n=617)

④電子決済等を利用しない理由

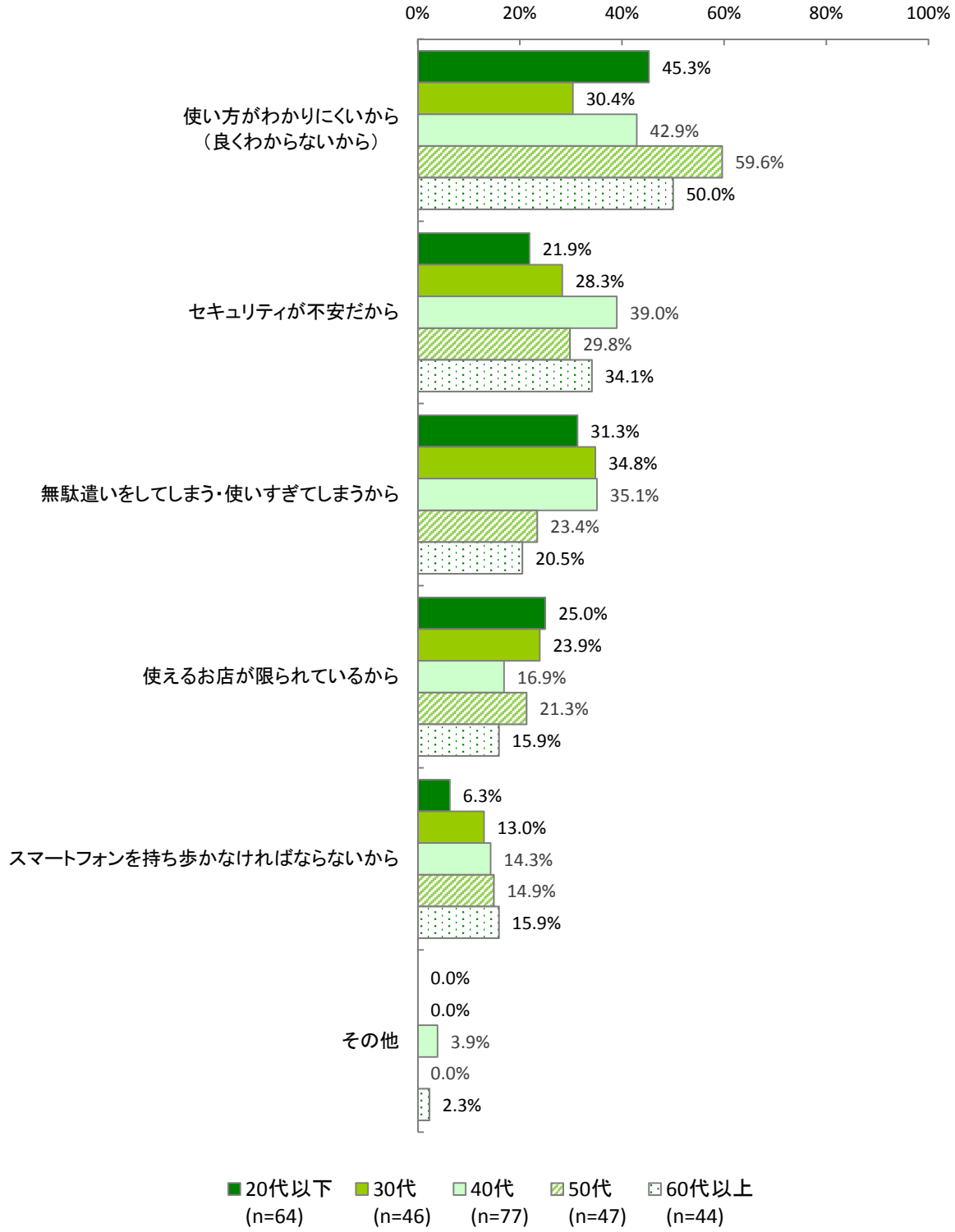
- 日常買い物などで電子決済等を利用しない理由を見ると、「使い方がわかりにくいから（良くわからないから）」が 45.3%と最も高く、次いで「セキュリティが不安だから」が 30.9%、「無駄遣いをしてしまう・使いすぎてしまうから」が 29.9%となっている。

＜図 26：電子決済等を利用しない理由 （複数回答 n=278）＞



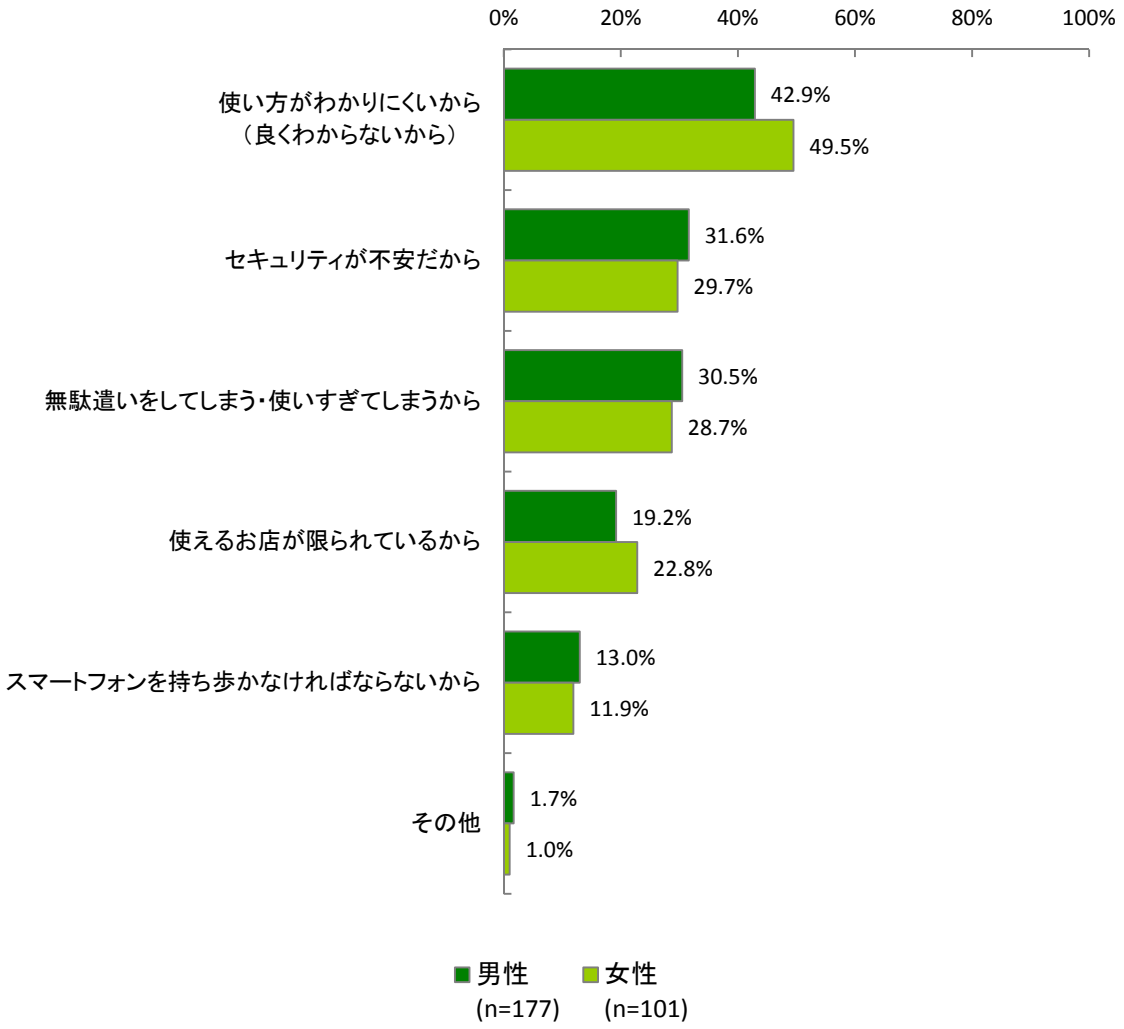
※「電子決済等を利用していない（現金のみ）」と回答した者（n=316）から、無回答者（n=38）を除いている。

（年代別）



※「電子決済等を利用していない（現金のみ）」と回答した者（n=316）から、無回答者（n=38）を除いている。

（男女別）



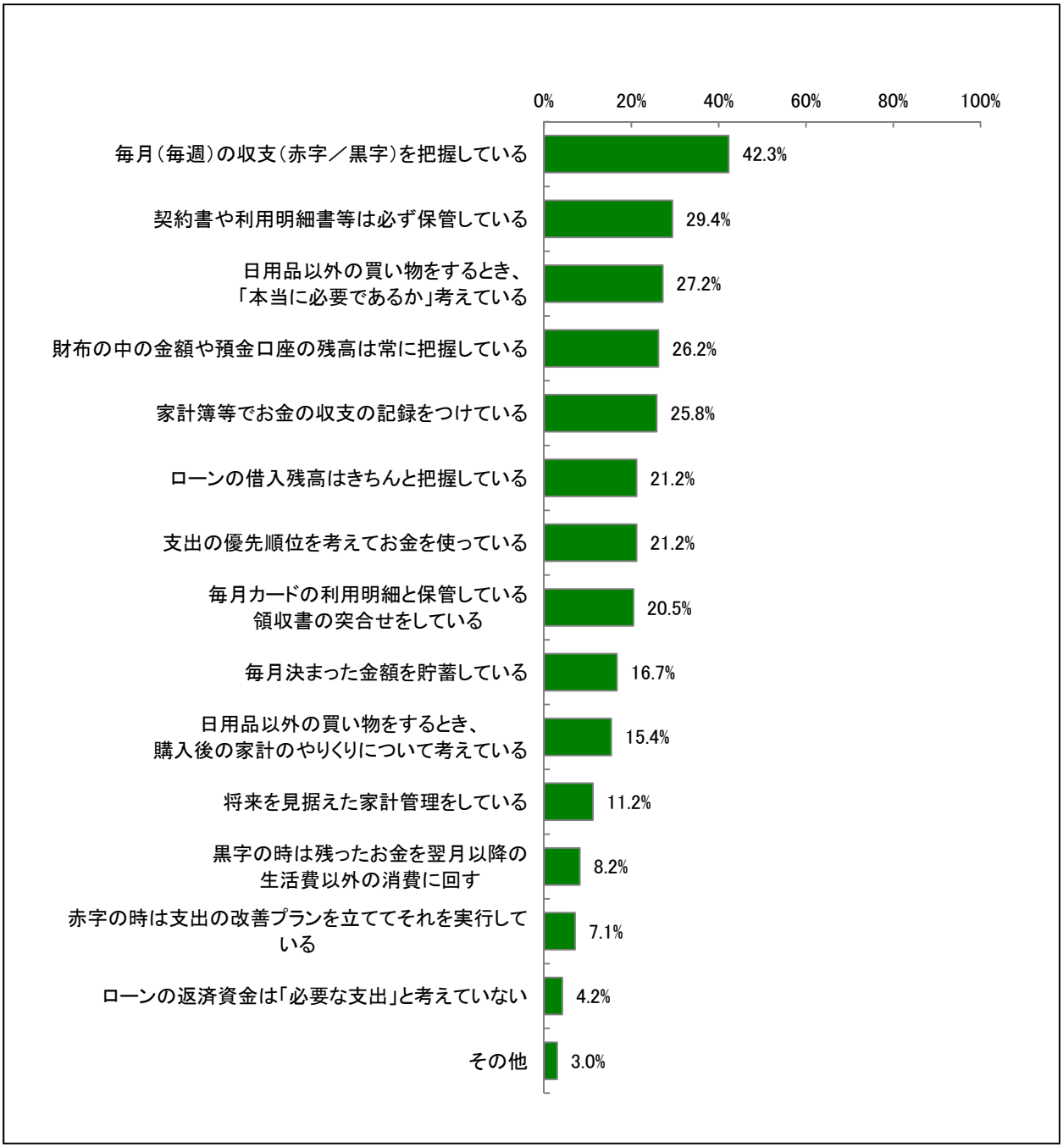
※「電子決済等を利用していない（現金のみ）」と回答した者（n=316）から、無回答者（n=38）を除いている。

(7) 金融リテラシーの状況

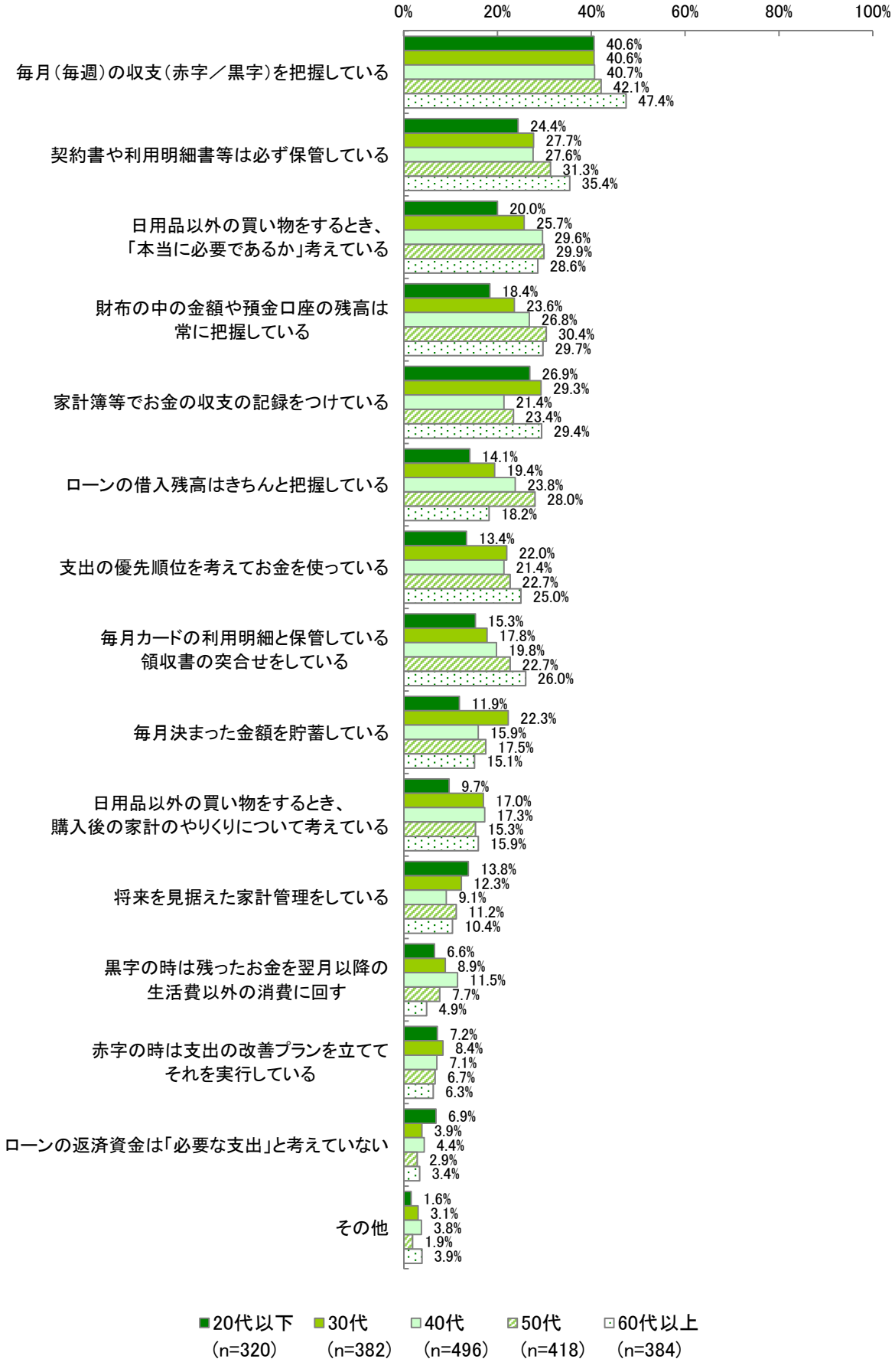
① 家計管理の状況

- 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 42.3%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 29.4%となった。

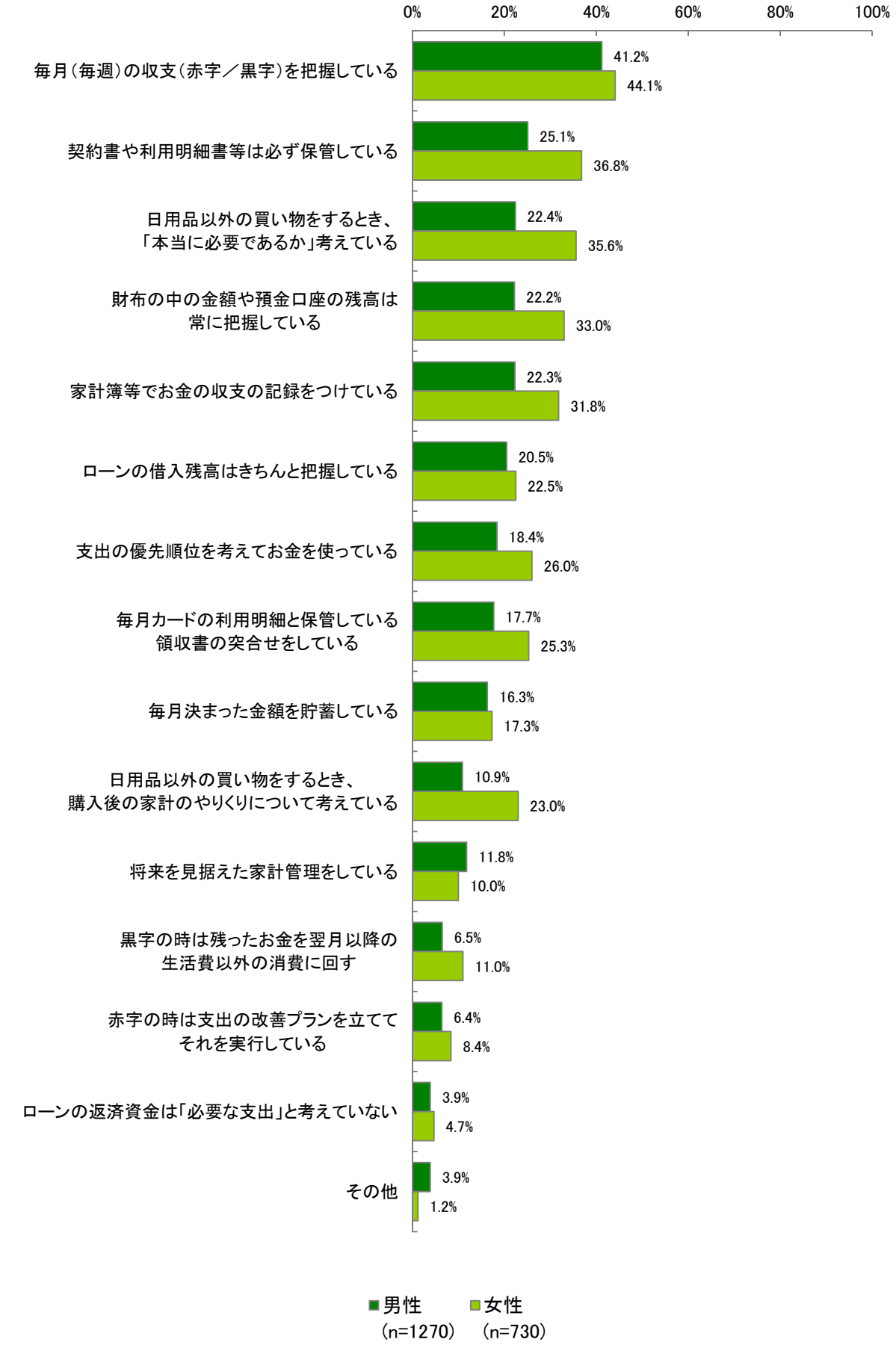
＜図 27:家計管理の状況 (複数回答 n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
毎月（毎週）の収支（赤字／黒字）を把握している
40.6%
40.6%
40.7%
42.1%
47.4%
契約書や利用明細書等は必ず保管している
24.4%
27.7%
27.6%
31.3%
35.4%
日用品以外の買い物をするとき、「本当に必要であるか」考えている
20.0%
25.7%
29.6%
29.9%
28.6%
財布の中の金額や預金口座の残高は常に把握している
18.4%
23.6%
26.8%
30.4%
29.7%
家計簿等でお金の収支の記録をつけている
26.9%
29.3%
21.4%
23.4%
29.4%
ローンの借入残高はきちんと把握している
14.1%
19.4%
23.8%
28.0%
18.2%
支出の優先順位を考えてお金を使っている
13.4%
22.0%
21.4%
22.7%
25.0%
毎月カードの利用明細と保管している領収書の突合せをしている
15.3%
17.8%
19.8%
22.7%
26.0%
毎月決まった金額を貯蓄している
11.9%
22.3%
15.9%
17.5%
15.1%
日用品以外の買い物をするとき、購入後の家計のやりくりについて考えている
9.7%
17.0%
17.3%
15.3%
15.9%
将来を見据えた家計管理をしている
13.8%
12.3%
9.1%
11.2%
10.4%
黒字の時は残ったお金を翌月以降の生活費以外の消費に回す
6.6%
8.9%
11.5%
7.7%
4.9%
赤字の時は支出の改善プランを立ててそれを実行している
7.2%
8.4%
7.1%
6.7%
6.3%
ローンの返済資金は「必要な支出」と考えていない
6.9%
3.9%
4.4%
2.9%
3.4%
その他
1.6%
3.1%
3.8%
1.9%
3.9%
20代以下 （n=320）
30代 （n=382）
40代 （n=496）
50代 （n=418）
60代以上 （n=384）

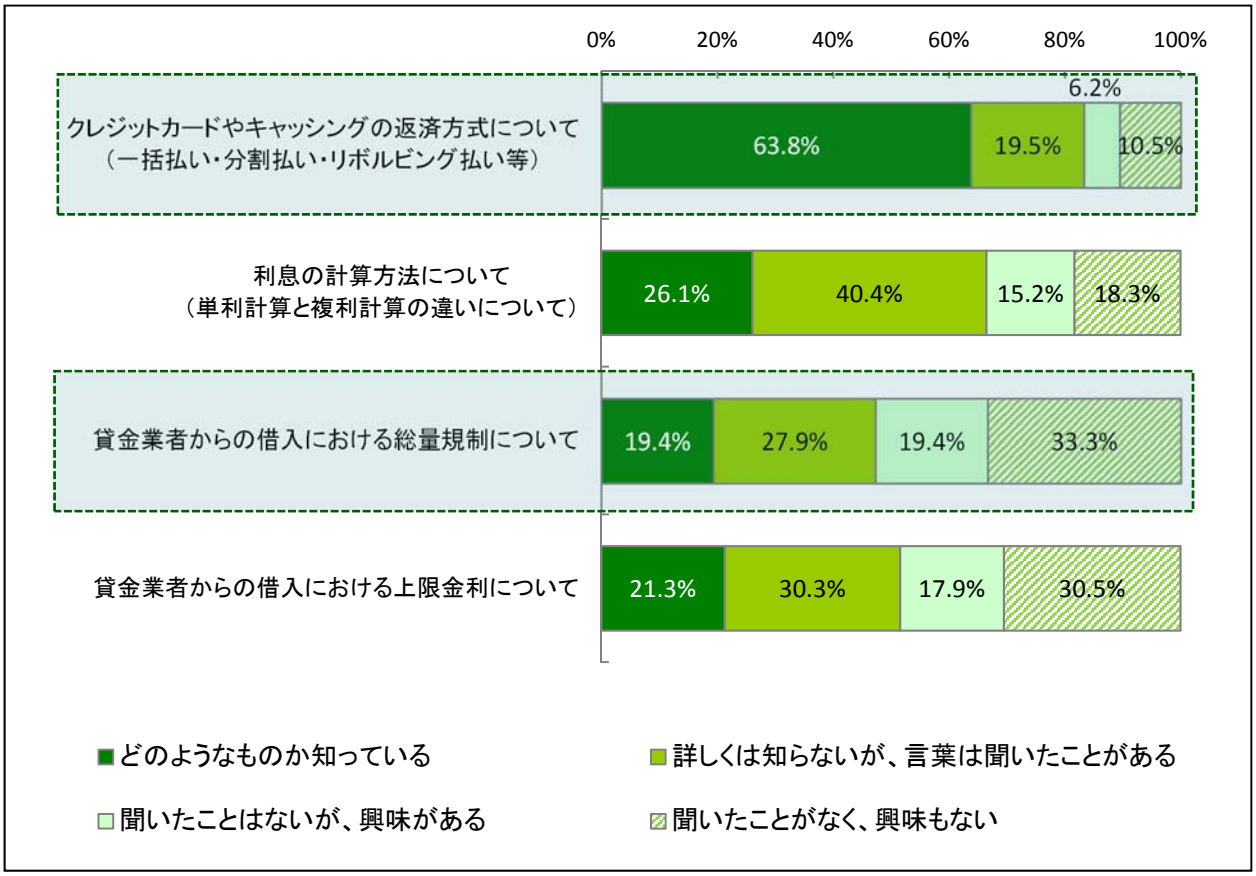
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
毎月（毎週）の収支（赤字／黒字）を把握している
41.2%
44.1%
契約書や利用明細書等は必ず保管している
25.1%
36.8%
日用品以外の買い物をするとき、「本当に必要であるか」考えている
22.4%
35.6%
財布の中の金額や預金口座の残高は常に把握している
22.2%
33.0%
家計簿等でお金の収支の記録をつけている
22.3%
31.8%
ローンの借入残高はきちんと把握している
20.5%
22.5%
支出の優先順位を考えてお金を使っている
18.4%
26.0%
毎月カードの利用明細と保管している領収書の突合せをしている
17.7%
25.3%
毎月決まった金額を貯蓄している
16.3%
17.3%
日用品以外の買い物をするとき、購入後の家計のやりくりについて考えている
10.9%
23.0%
将来を見据えた家計管理をしている
11.8%
10.0%
黒字の時は残ったお金を翌月以降の生活費以外の消費に回す
6.5%
11.0%
赤字の時は支出の改善プランを立ててそれを実行している
6.4%
8.4%
ローンの返済資金は「必要な支出」と考えていない
3.9%
4.7%
その他
3.9%
1.2%
男性（n=1270）
女性（n=730）

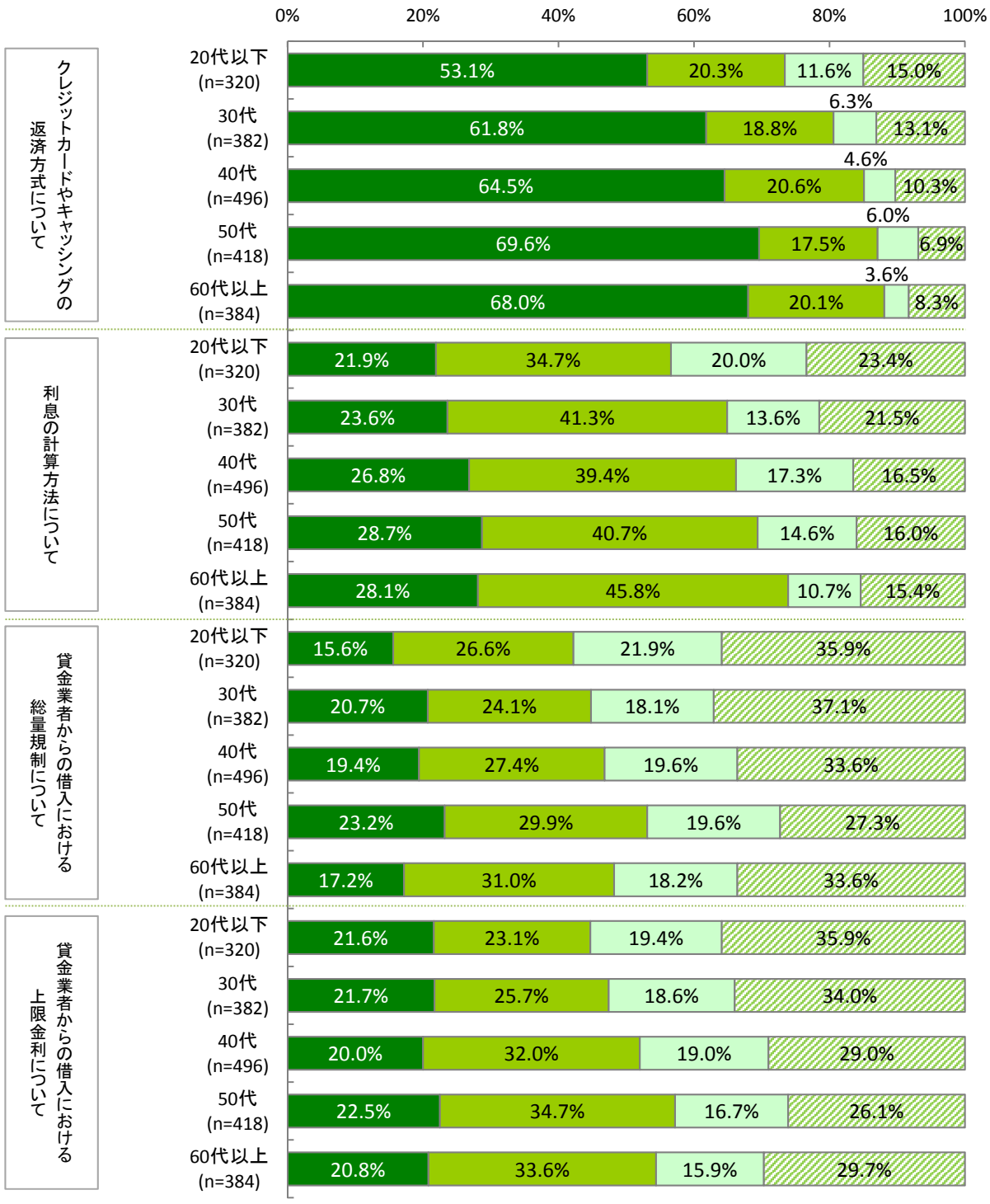
② 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度

- 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、63.8%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。

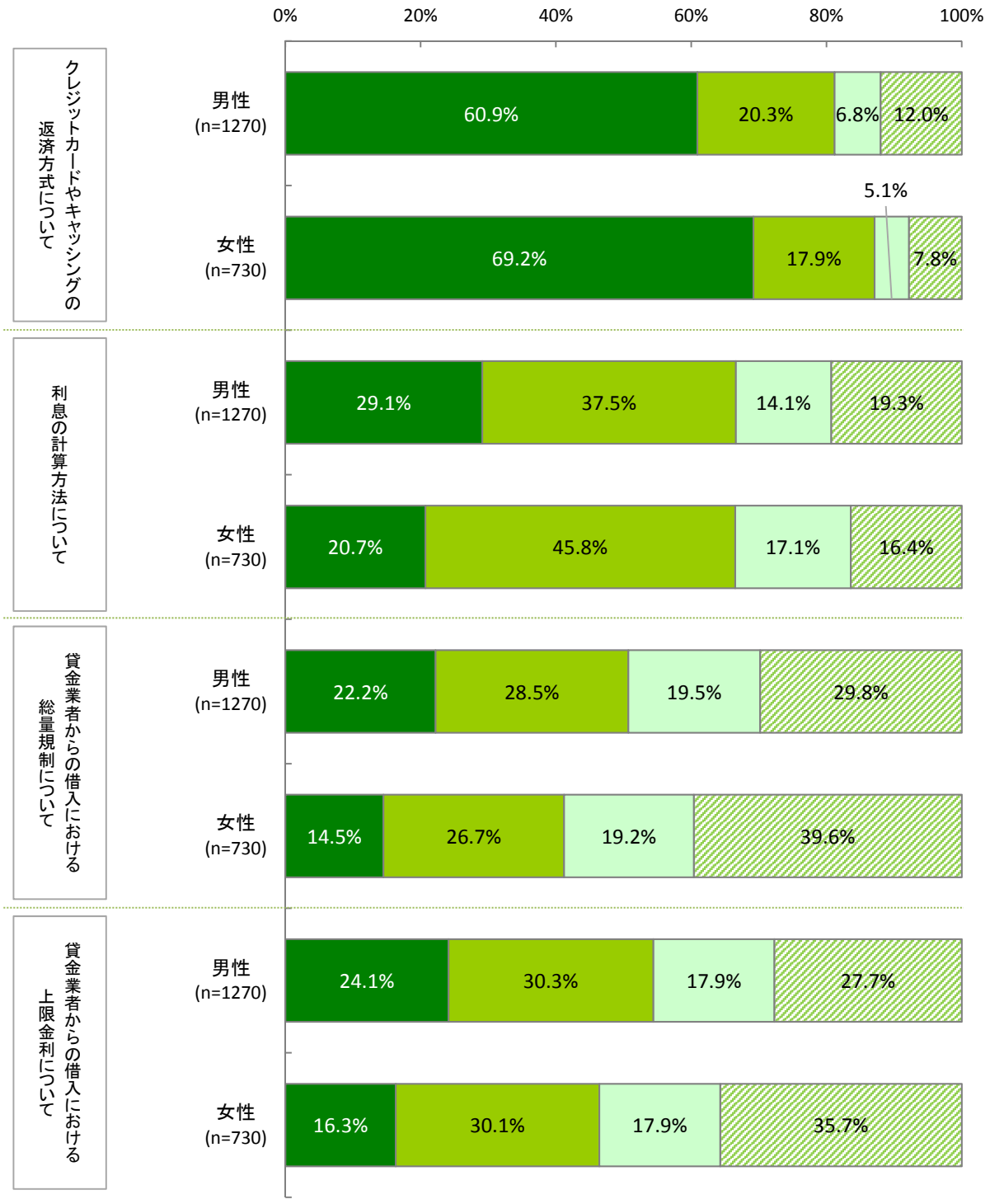
＜図 28:貸金業者からの借入れに関する知識・理解度（n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカードやキャッシングの返済方式について
利息の計算方法について
貸金業者からの借入における総量規制について
貸金業者からの借入における上限金利について
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)
53.1% 20.3% 11.6% 15.0%
61.8% 18.8% 6.3% 13.1%
64.5% 20.6% 4.6% 10.3%
69.6% 17.5% 6.0% 6.9%
68.0% 20.1% 3.6% 8.3%
21.9% 34.7% 20.0% 23.4%
23.6% 41.3% 13.6% 21.5%
26.8% 39.4% 17.3% 16.5%
28.7% 40.7% 14.6% 16.0%
28.1% 45.8% 10.7% 15.4%
15.6% 26.6% 21.9% 35.9%
20.7% 24.1% 18.1% 37.1%
19.4% 27.4% 19.6% 33.6%
23.2% 29.9% 19.6% 27.3%
17.2% 31.0% 18.2% 33.6%
21.6% 23.1% 19.4% 35.9%
21.7% 25.7% 18.6% 34.0%
20.0% 32.0% 19.0% 29.0%
22.5% 34.7% 16.7% 26.1%
20.8% 33.6% 15.9% 29.7%
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

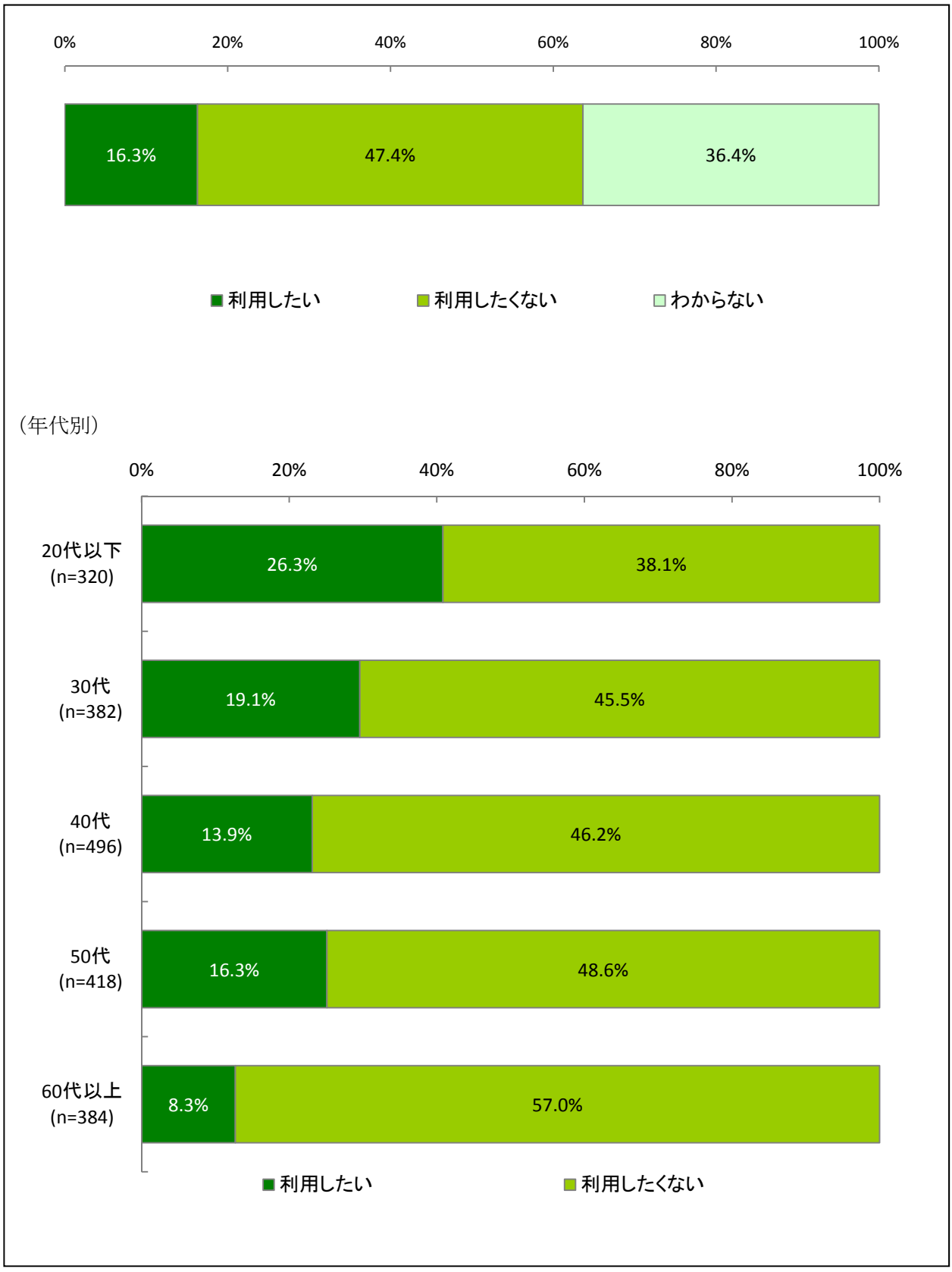
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
クレジットカードやキャッシングの返済方式について
男性 (n=1270)
60.9%
20.3%
6.8%
12.0%
女性 (n=730)
69.2%
17.9%
5.1%
7.8%
利息の計算方法について
男性 (n=1270)
29.1%
37.5%
14.1%
19.3%
女性 (n=730)
20.7%
45.8%
17.1%
16.4%
貸金業者からの借入における総量規制について
男性 (n=1270)
22.2%
28.5%
19.5%
29.8%
女性 (n=730)
14.5%
26.7%
19.2%
39.6%
貸金業者からの借入における上限金利について
男性 (n=1270)
24.1%
30.3%
17.9%
27.7%
女性 (n=730)
16.3%
30.1%
17.9%
35.7%
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カウンセリングの利用意向

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者が行っている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、16.3%が利用したいと回答している。

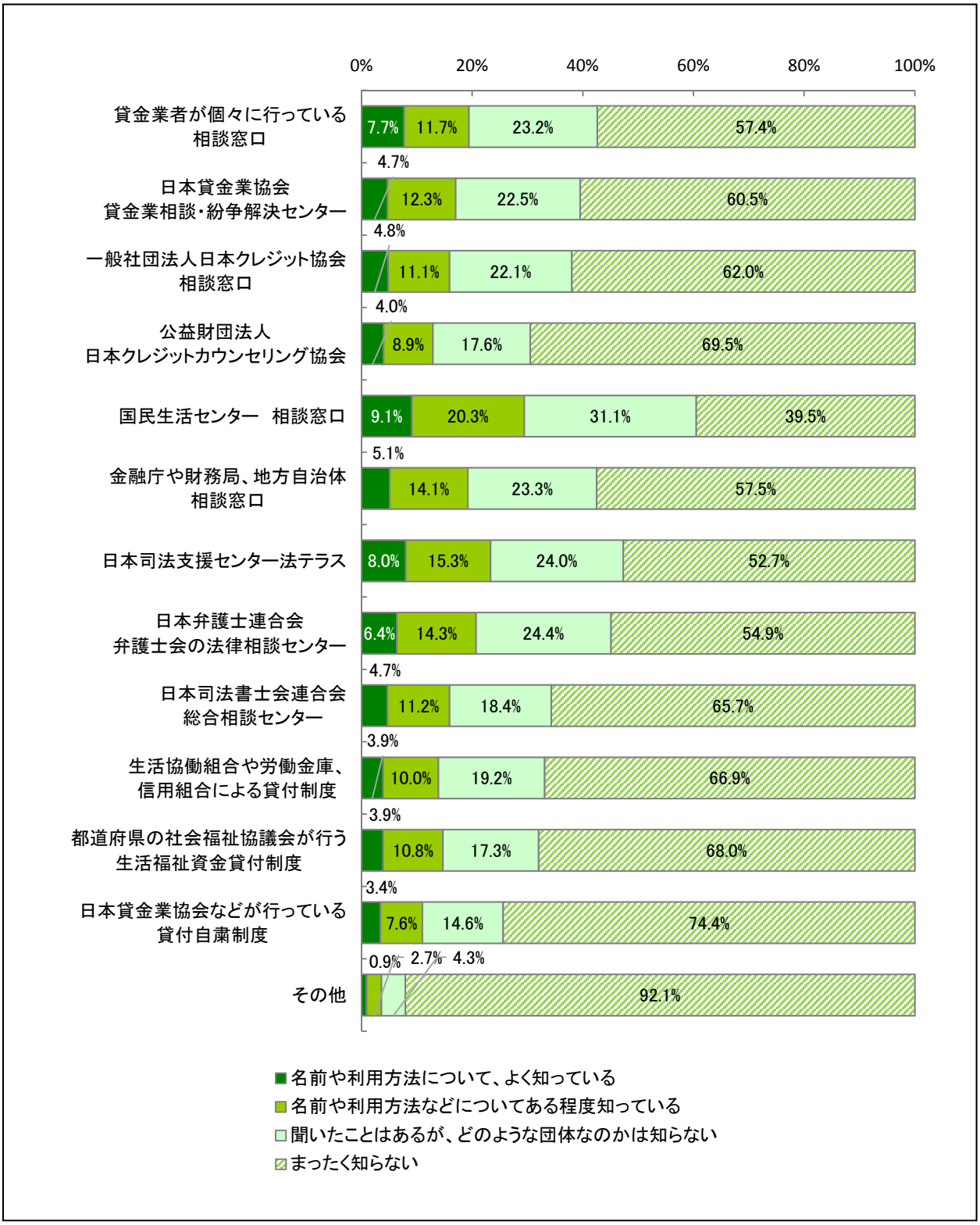
＜図 29:カウンセリングの利用意向（複数回答 n=2,000)＞



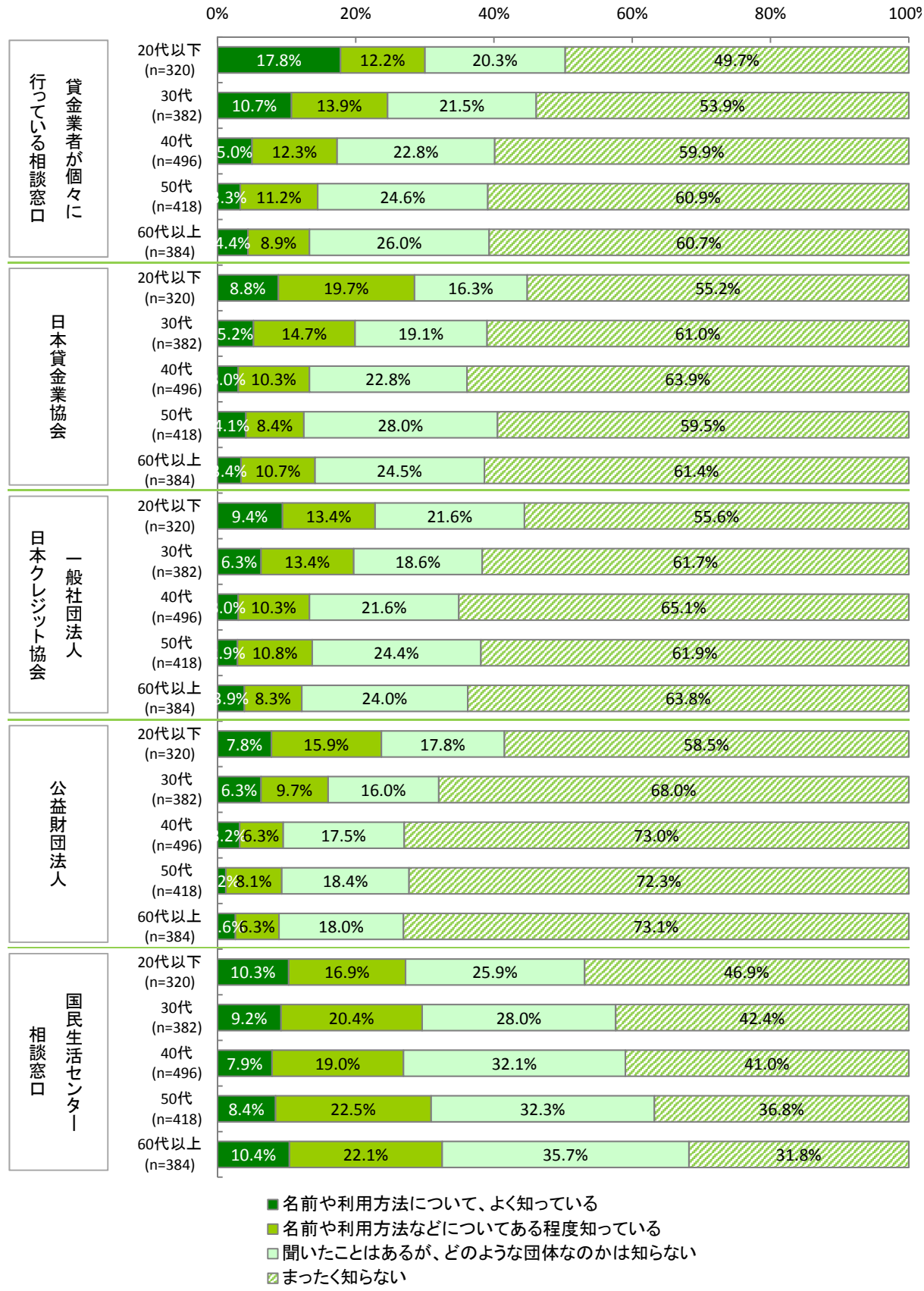
④カウンセリングを行っている相談窓口・機関・団体の認知

- 借入や返済等に関するカウンセリングを行っている相談窓口・機関・団体の認知については、「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、「国民生活センター相談窓口」が29.4%と最も高く、次いで「日本司法支援センター法テラス」が23.3%と続いている。

＜図 30:カウンセリングを行っている相談窓口等の認知度（複数回答 n=2,000)＞



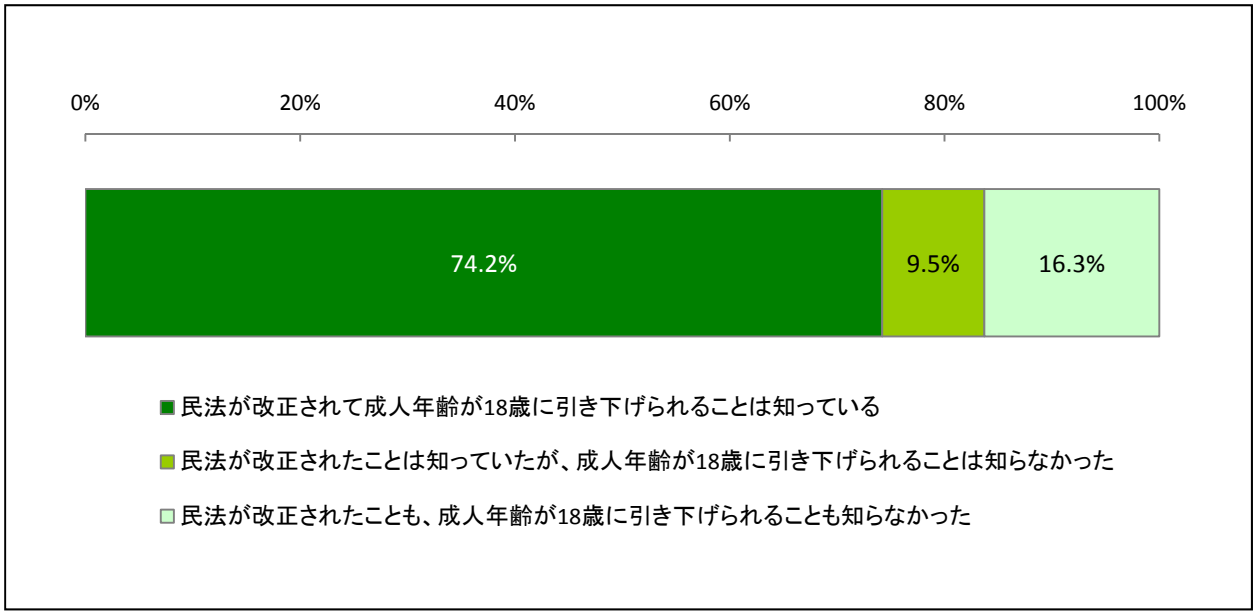
（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
貸金業者が個々に行っている相談窓口
日本貸金業協会
一般社団法人日本クレジット協会
公益財団法人
国民生活センター相談窓口
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)
17.8% 12.2% 20.3% 49.7%
10.7% 13.9% 21.5% 53.9%
5.0% 12.3% 22.8% 59.9%
3% 11.2% 24.6% 60.9%
4.4% 8.9% 26.0% 60.7%
8.8% 19.7% 16.3% 55.2%
5.2% 14.7% 19.1% 61.0%
0% 10.3% 22.8% 63.9%
4.1% 8.4% 28.0% 59.5%
4% 10.7% 24.5% 61.4%
9.4% 13.4% 21.6% 55.6%
6.3% 13.4% 18.6% 61.7%
0% 10.3% 21.6% 65.1%
9% 10.8% 24.4% 61.9%
9% 8.3% 24.0% 63.8%
7.8% 15.9% 17.8% 58.5%
6.3% 9.7% 16.0% 68.0%
2% 6.3% 17.5% 73.0%
2% 8.1% 18.4% 72.3%
6% 6.3% 18.0% 73.1%
10.3% 16.9% 25.9% 46.9%
9.2% 20.4% 28.0% 42.4%
7.9% 19.0% 32.1% 41.0%
8.4% 22.5% 32.3% 36.8%
10.4% 22.1% 35.7% 31.8%
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

⑤ 成人年齢引き下げに関する知識度

- 民法改正に伴う成人年齢引き下げに関する認知度については、「民法が改正されて成人年齢が 18 歳に引き下げられることは知っている」が 74.2%と最も高く、次いで「民法が改正されたことも、成人年齢が 18 歳に引き下げられることも知らなかった」が 16.3%、「民法が改正されたことは知っていたが、成人年齢が 18 歳に引き下げられることは知らなかった」が 9.5%となっている。

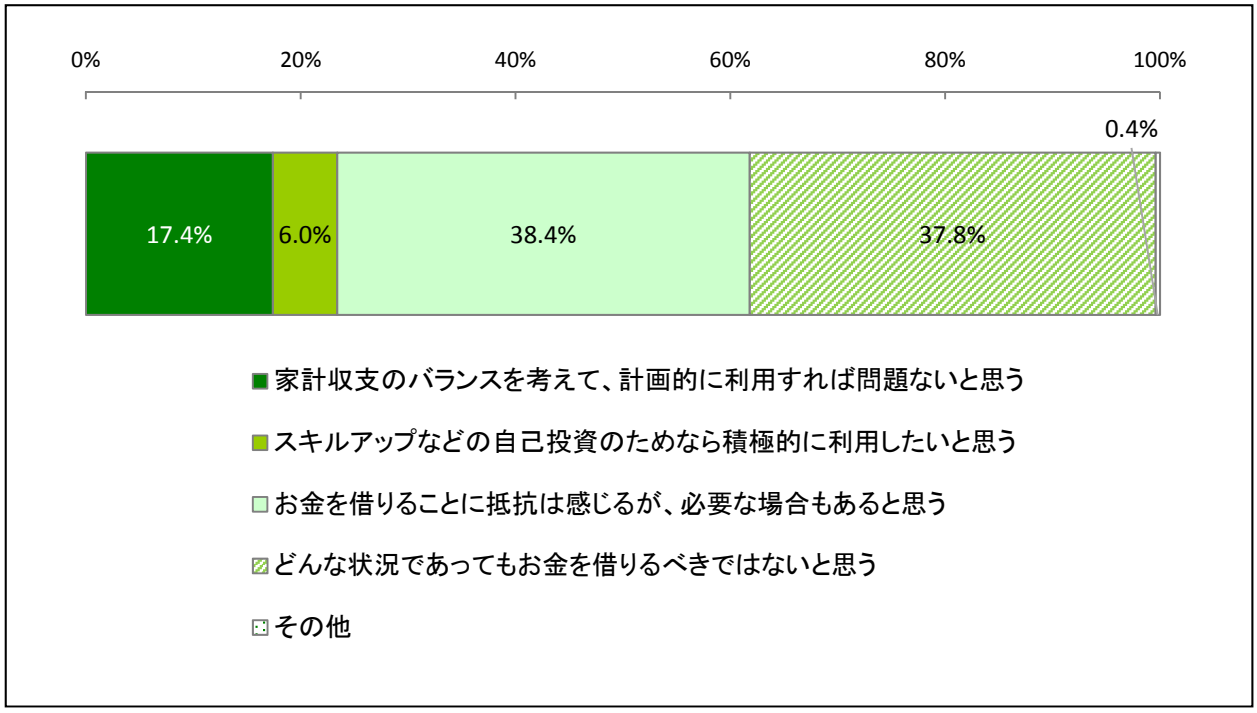
＜図 31:民法改正に伴う成人年齢引き下げに関する認知度（n=2,000)＞



⑥ 若年者のお金を借りることに対する意識

- 年齢が 18 歳から 22 歳までの若年者に対して、お金を借りることに対する意識について調査したところ、「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 38.4%と最も高く、次いで「どんな状況であってもお金を借りるべきではないと思う」が 37.8%、「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 17.4%となった。

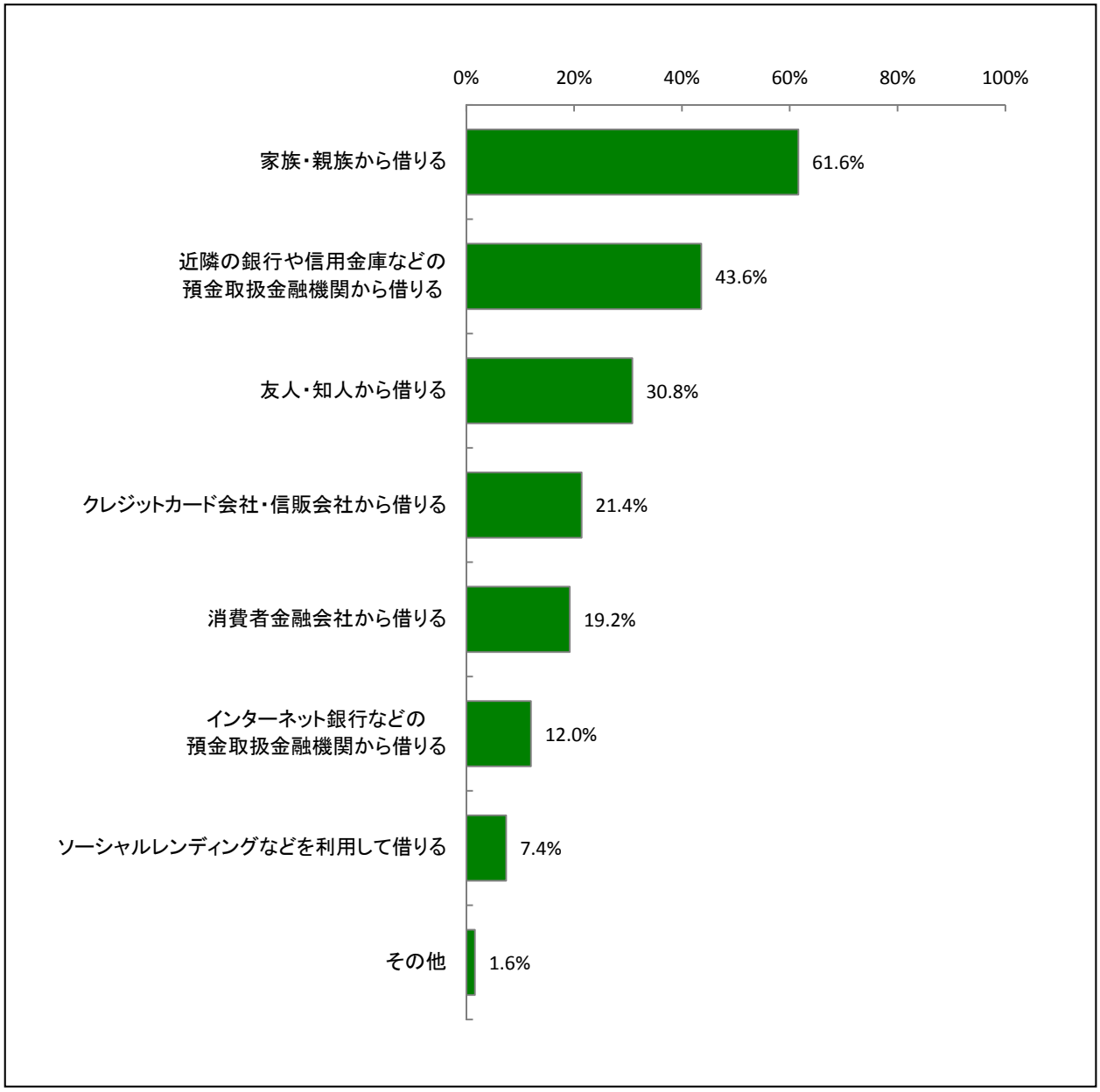
＜図 32:若年者のお金を借りることに対する意識（n=500)＞



⑦ 若年者が知っている（思いつく）お金を借りる手段

- 年齢が 18 歳から 22 歳までの若年者に対して、知っている（思いつく）お金を借りる手段について調査したところ、「家族・親族から借りる」が 61.6%と最も高く、次いで「近隣の銀行や信用金庫などの預金取扱金融機関から借りる」が 43.6%、「友人・知人から借りる」が 30.8%となっている。

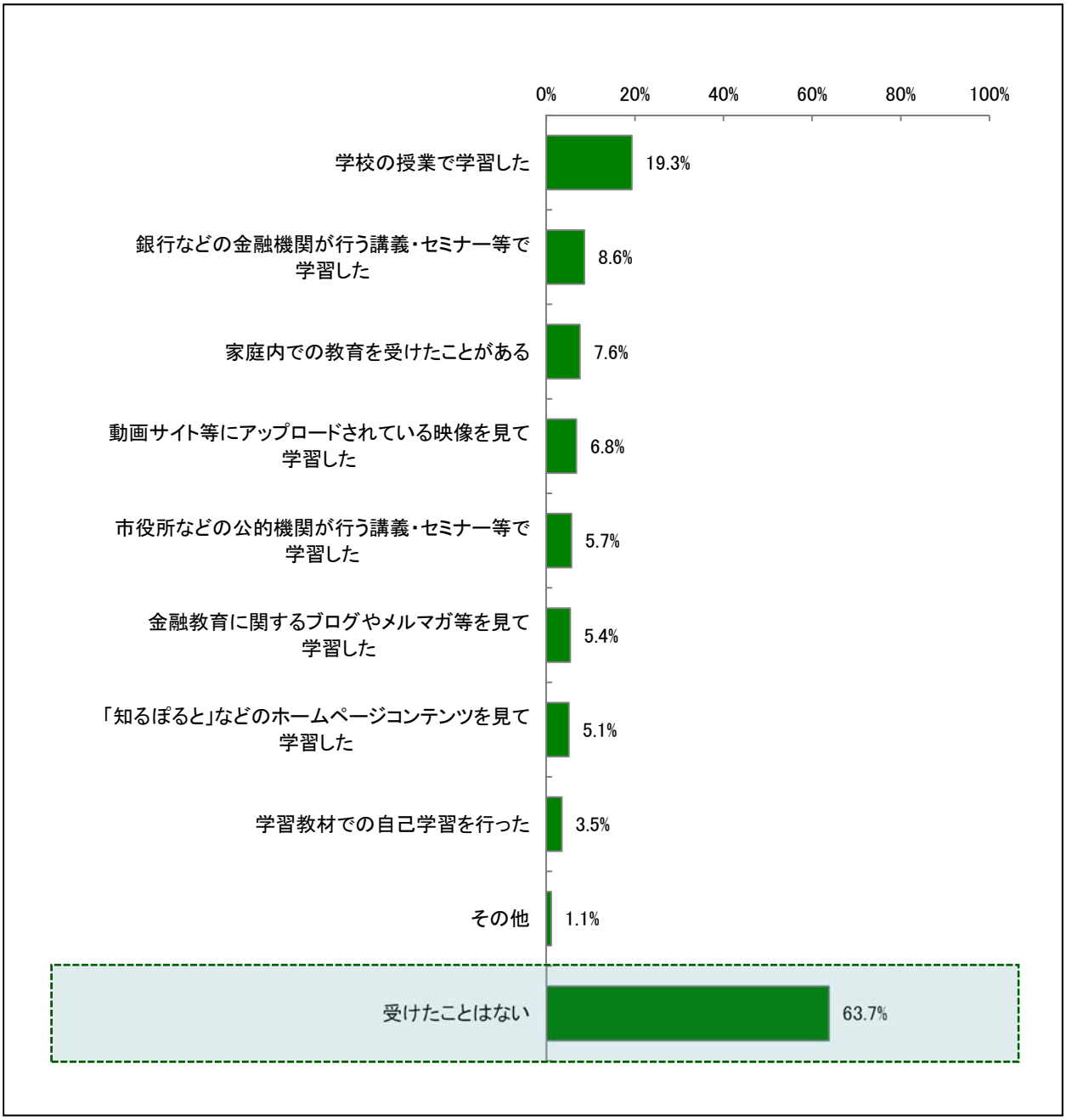
＜図 33：若年者が知っている（思いつく）お金を借りる手段 (n=500)＞



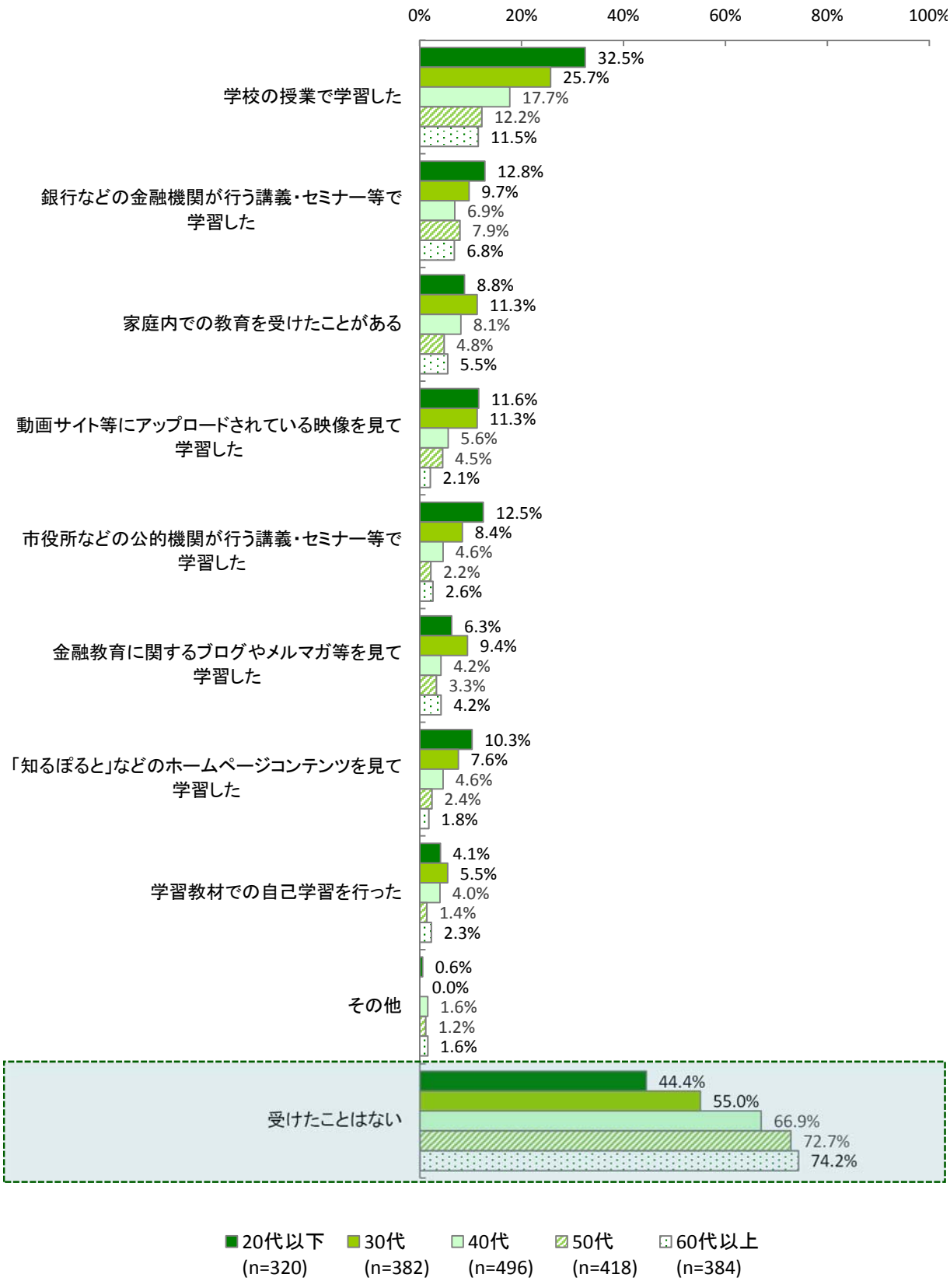
⑧ 金銭教育受講の有無

- 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、63.7%が受けたことがないと回答している。
- また、受けたことがある金銭教育では、「学校の授業で学習した」が 19.3%と最も高く、次いで「銀行などの金融機関が行う講義・セミナー等で学習した」が 8.6%、「家庭内での教育を受けたことがある」が 7.6%となった。

＜図 34:金銭教育受講の有無（複数回答 n=2,000)＞



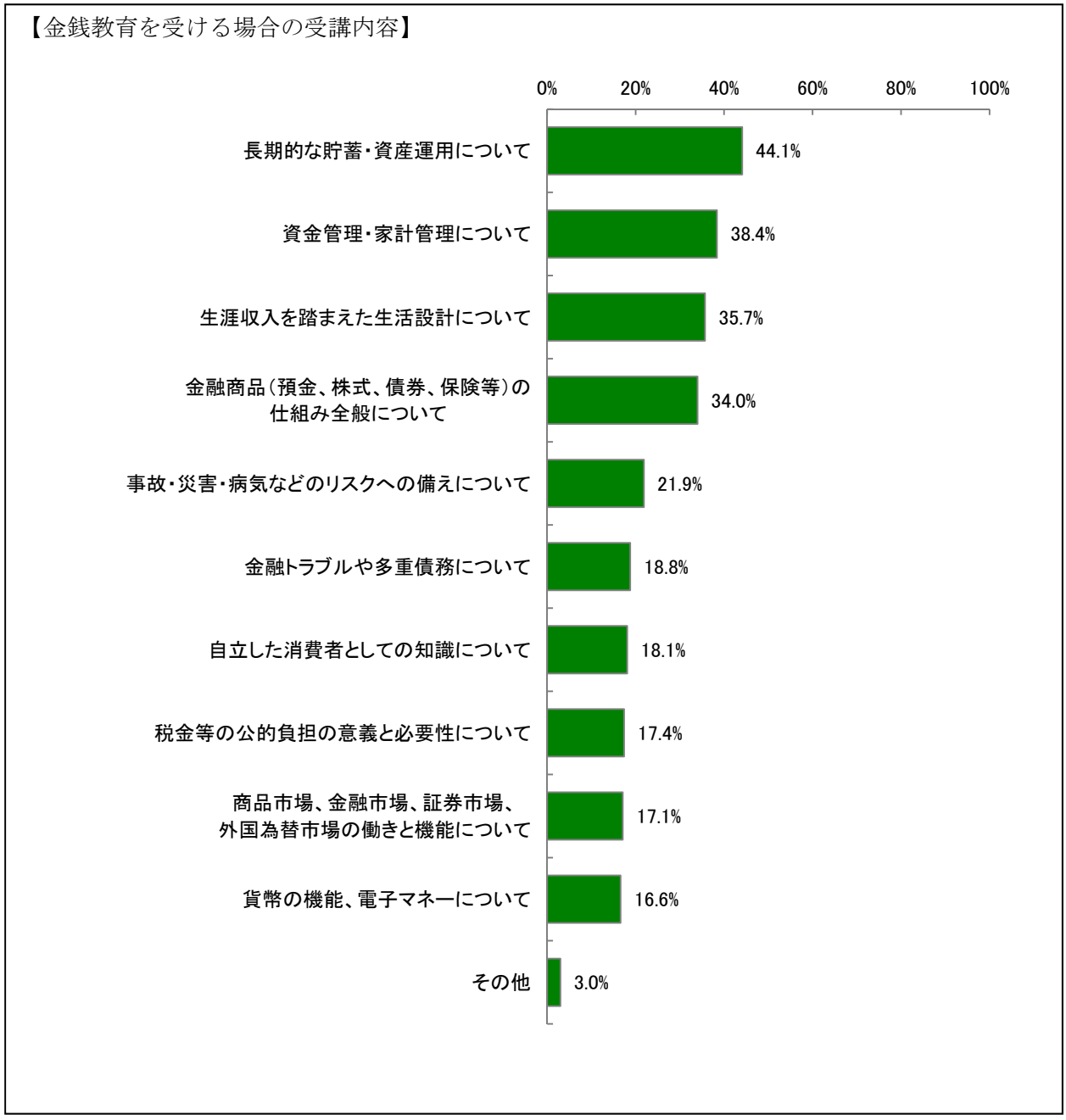
（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
学校の授業で学習した
32.5%
25.7%
17.7%
12.2%
11.5%
銀行などの金融機関が行う講義・セミナー等で学習した
12.8%
9.7%
6.9%
7.9%
6.8%
家庭内での教育を受けたことがある
8.8%
11.3%
8.1%
4.8%
5.5%
動画サイト等にアップロードされている映像を見て学習した
11.6%
11.3%
5.6%
4.5%
2.1%
市役所などの公的機関が行う講義・セミナー等で学習した
12.5%
8.4%
4.6%
2.2%
2.6%
金融教育に関するブログやメルマガ等を見て学習した
6.3%
9.4%
4.2%
3.3%
4.2%
「知るぽると」などのホームページコンテンツを見て学習した
10.3%
7.6%
4.6%
2.4%
1.8%
学習教材での自己学習を行った
4.1%
5.5%
4.0%
1.4%
2.3%
その他
0.6%
0.0%
1.6%
1.2%
1.6%
受けたことはない
44.4%
55.0%
66.9%
72.7%
74.2%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

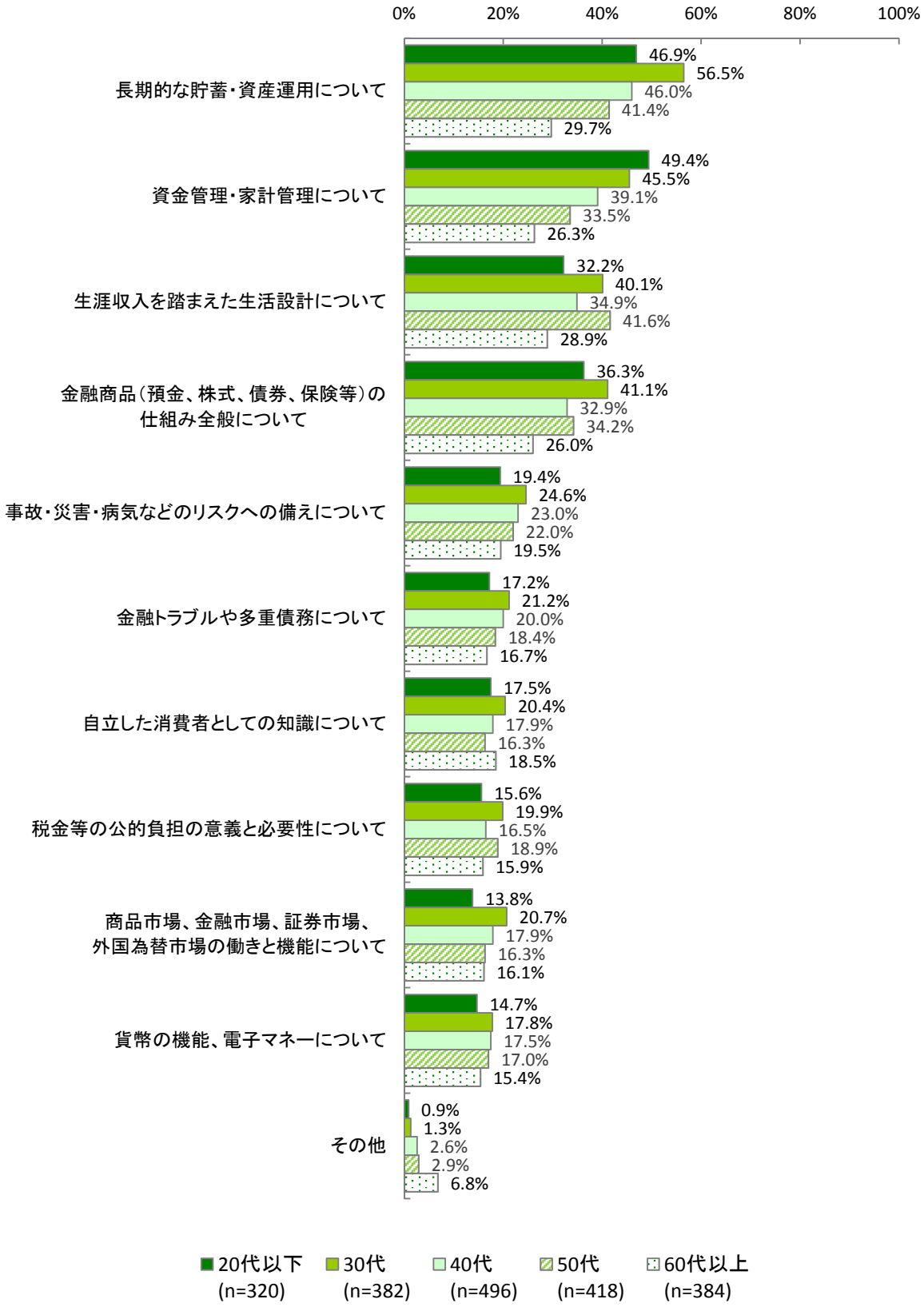
⑨金銭教育の受講意向

- 金銭教育の受講意向について見ると、受講内容では、「長期的な貯蓄・資産運用について」が 44.1%と最も高く、次いで「資金管理・家計管理について」が 38.4%、「生涯収入を踏まえた生活設計について」が 35.7%となった。
- また、金銭教育を受ける場合の形態については、「パソコンやスマートフォンによる E-ラーニング形式」が 61.0%と最も高く、次いで「講義形式」が 39.4%となっている。
- さらに、18 歳から 22 歳までの若年者における金銭教育の受講意向を見ると、「資金管理・家計管理について」が 39.1%と最も高く、次いで「長期的な貯蓄・資産運用について」が 35.5%、「金融トラブルや多重債務について」が 29.6%と続いている。

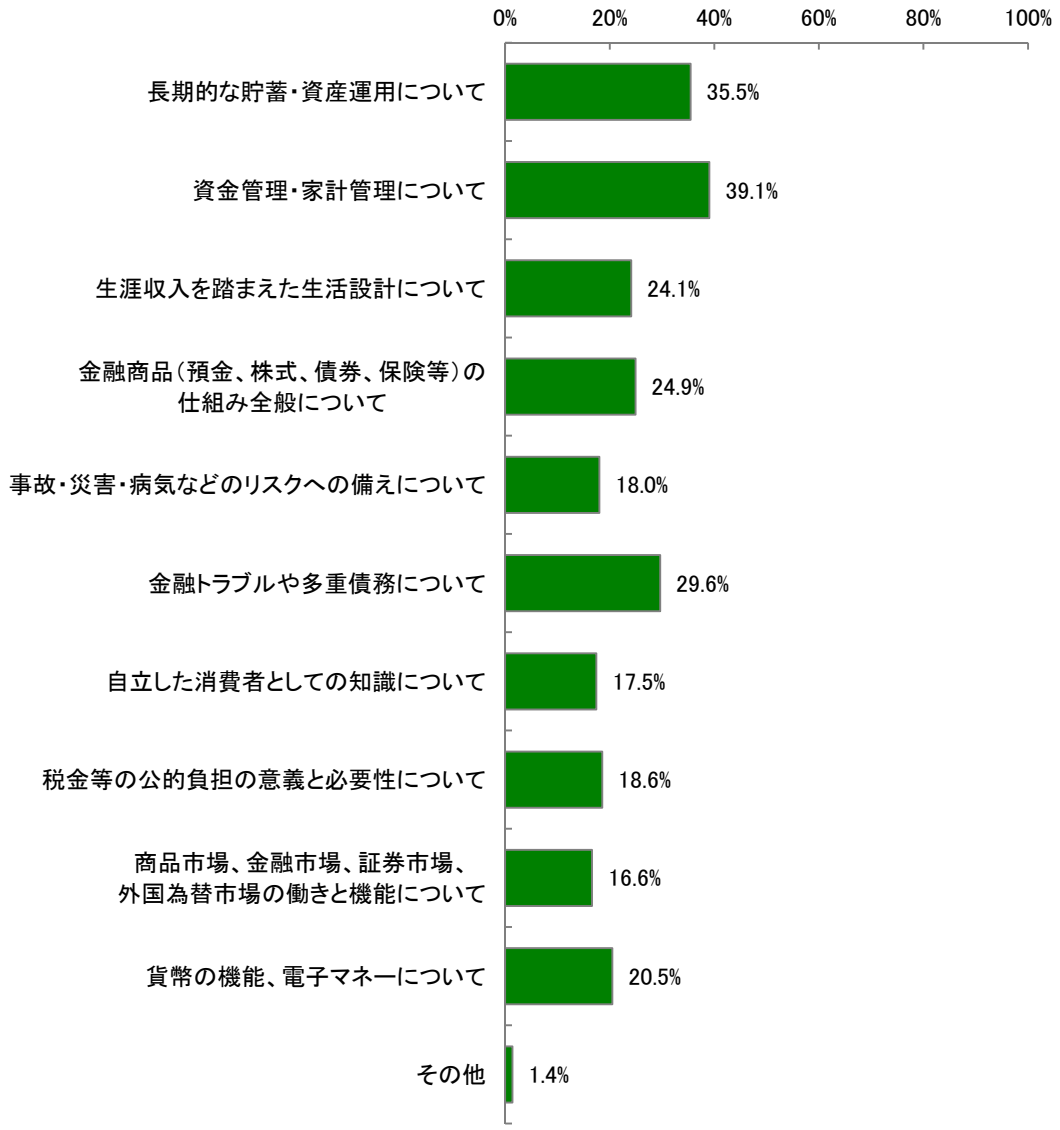
＜図 35:金銭教育の受講意向（複数回答　n=2,000)＞



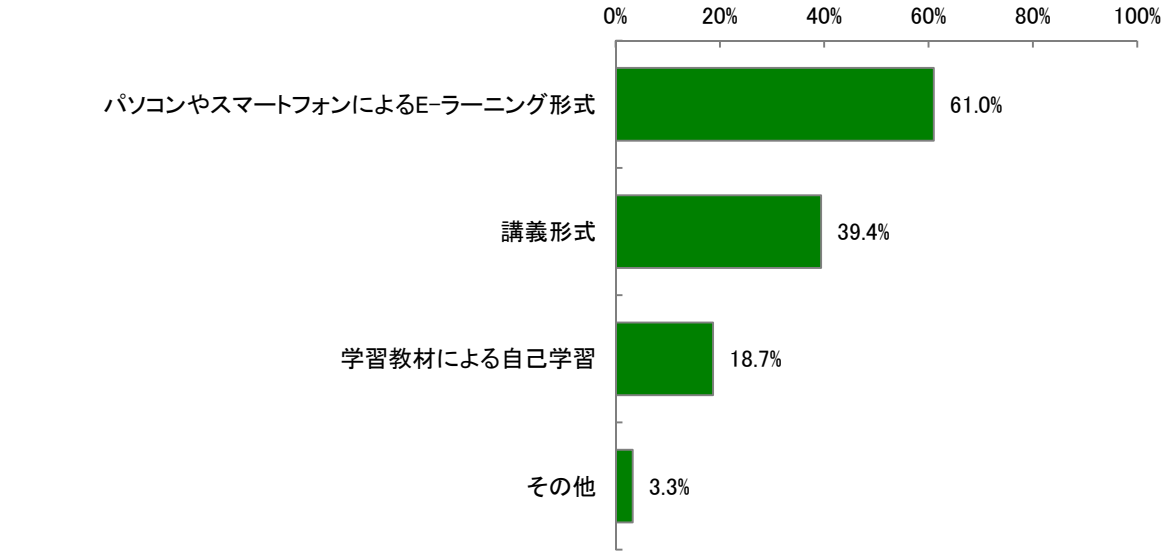
（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
長期的な貯蓄・資産運用について
46.9%
56.5%
46.0%
41.4%
29.7%
資金管理・家計管理について
49.4%
45.5%
39.1%
33.5%
26.3%
生涯収入を踏まえた生活設計について
32.2%
40.1%
34.9%
41.6%
28.9%
金融商品（預金、株式、債券、保険等）の仕組み全般について
36.3%
41.1%
32.9%
34.2%
26.0%
事故・災害・病気などのリスクへの備えについて
19.4%
24.6%
23.0%
22.0%
19.5%
金融トラブルや多重債務について
17.2%
21.2%
20.0%
18.4%
16.7%
自立した消費者としての知識について
17.5%
20.4%
17.9%
16.3%
18.5%
税金等の公的負担の意義と必要性について
15.6%
19.9%
16.5%
18.9%
15.9%
商品市場、金融市場、証券市場、外国為替市場の働きと機能について
13.8%
20.7%
17.9%
16.3%
16.1%
貨幣の機能、電子マネーについて
14.7%
17.8%
17.5%
17.0%
15.4%
その他
0.9%
1.3%
2.6%
2.9%
6.8%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

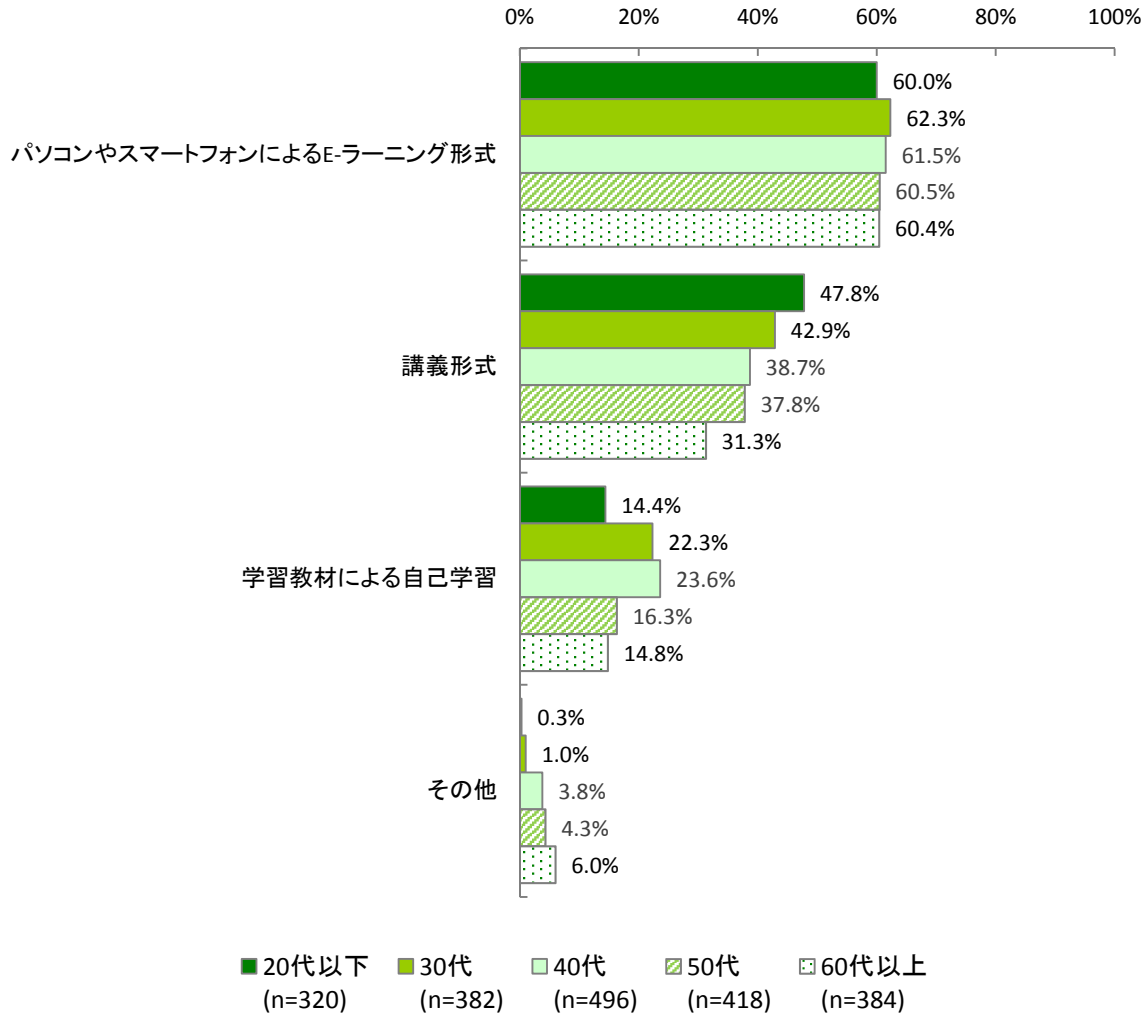
（18 歳から 22 歳までの若年者　n=500）



【金銭教育を受ける場合の形態】



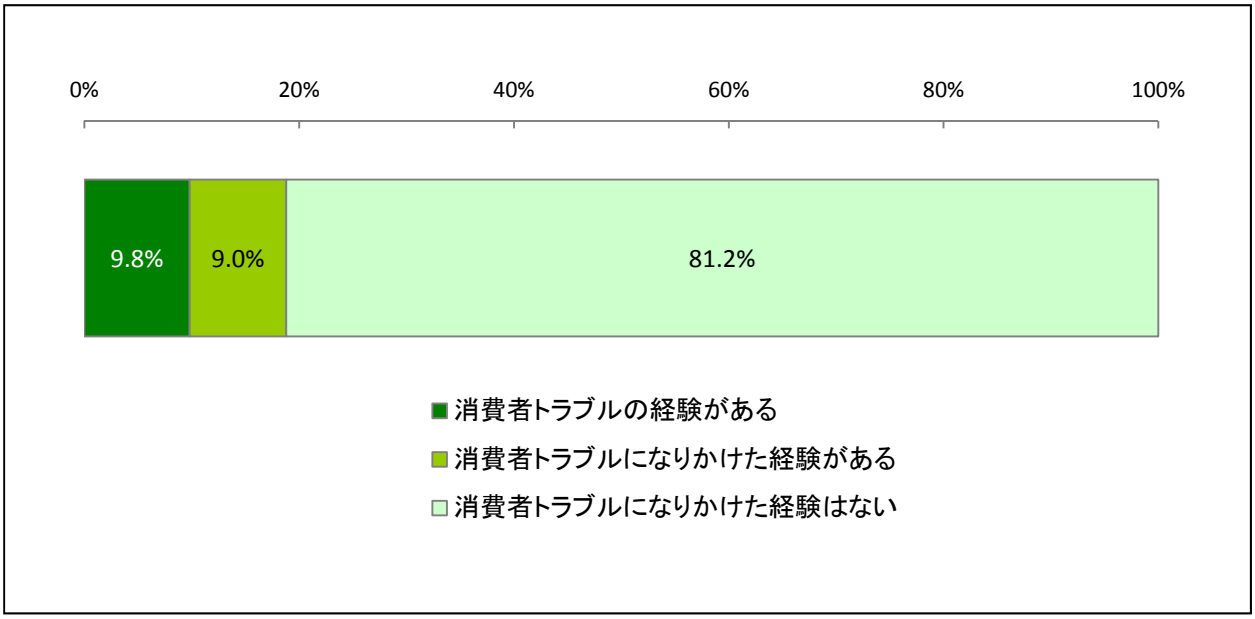
（年代別）



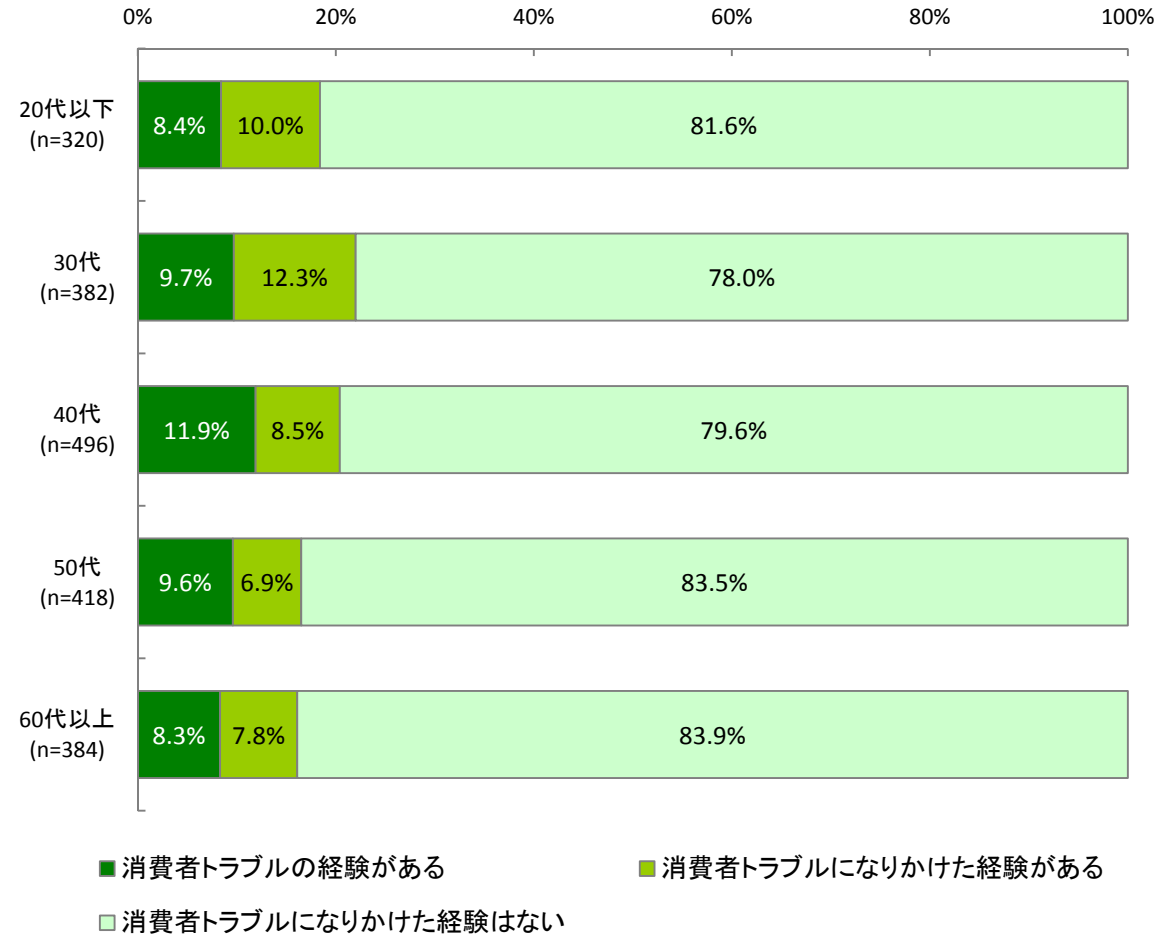
⑩ 消費者トラブル経験の有無

- 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 81.2%と最も高く、次いで「消費者トラブルの経験がある」が 9.8%、「消費者トラブルになりかけた経験がある」が 9.0%となった。

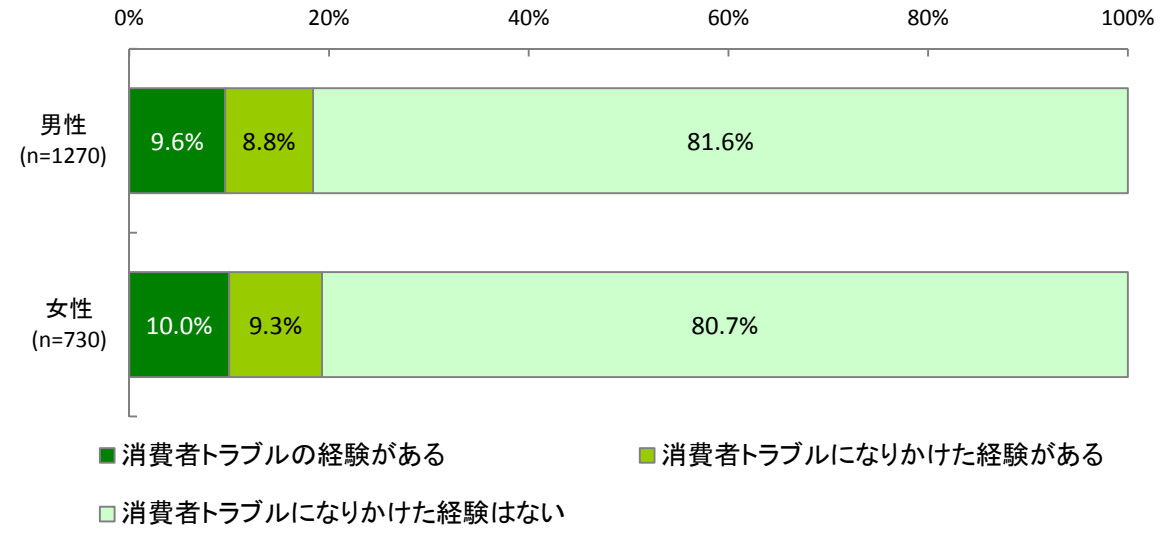
＜図 36:消費者トラブル経験の有無 (n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
20代以下 (n=320)
8.4%
10.0%
81.6%
30代 (n=382)
9.7%
12.3%
78.0%
40代 (n=496)
11.9%
8.5%
79.6%
50代 (n=418)
9.6%
6.9%
83.5%
60代以上 (n=384)
8.3%
7.8%
83.9%
消費者トラブルの経験がある
消費者トラブルになりかけた経験がある
消費者トラブルになりかけた経験はない

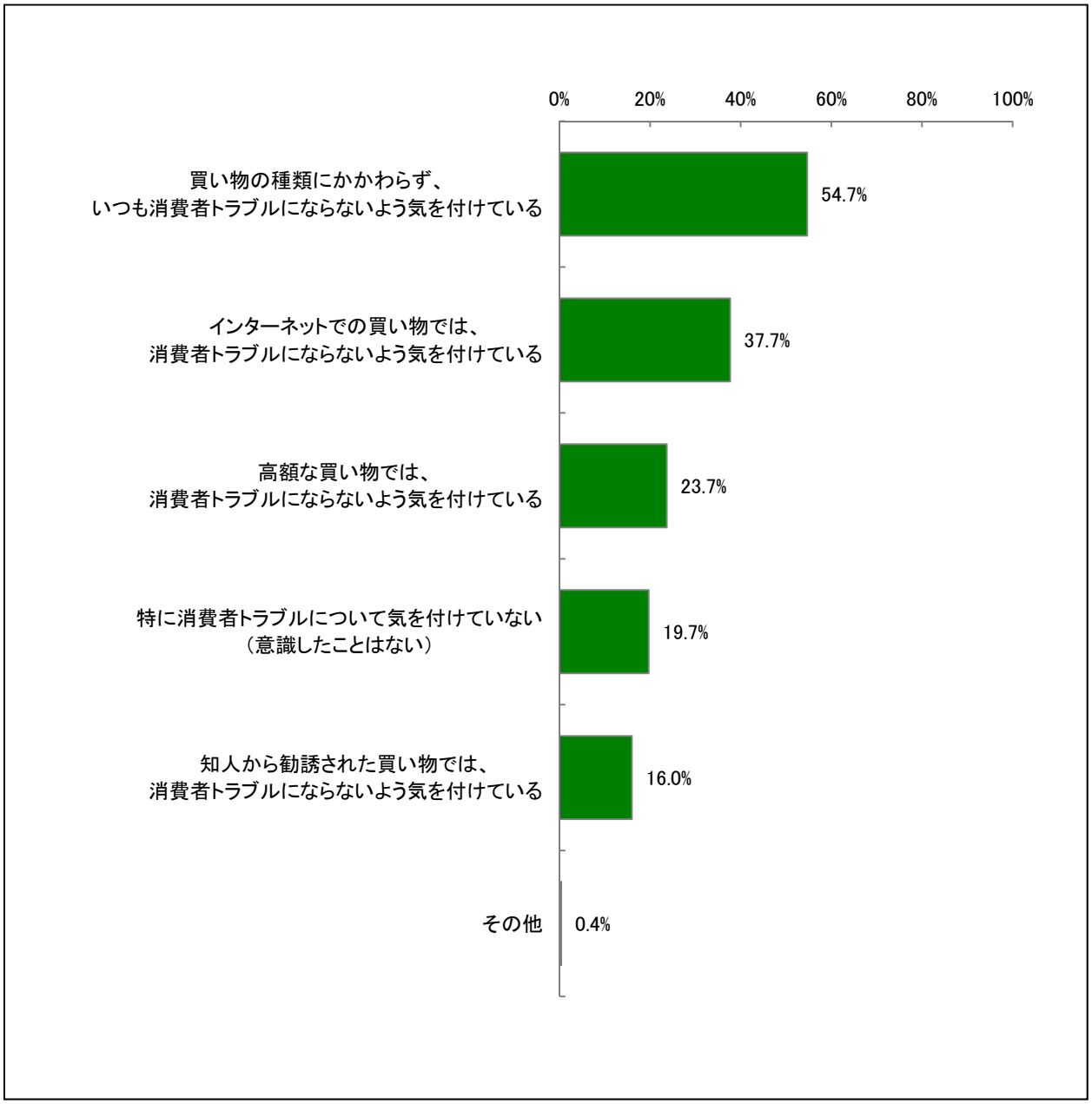
（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
男性 (n=1270)
9.6%
8.8%
81.6%
女性 (n=730)
10.0%
9.3%
80.7%
消費者トラブルの経験がある
消費者トラブルになりかけた経験がある
消費者トラブルになりかけた経験はない

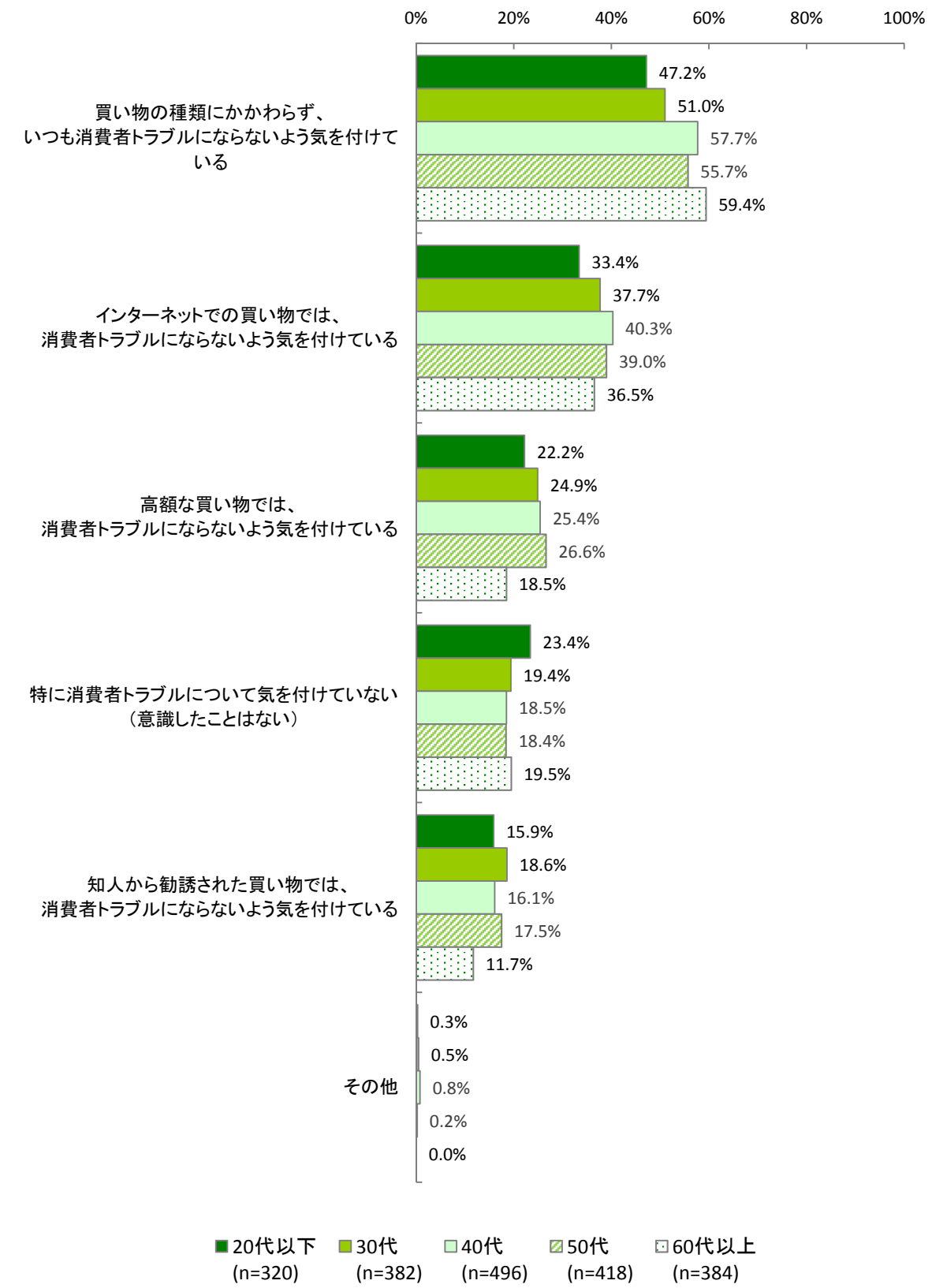
⑪ 消費者トラブルについての意識

- 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 54.7%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 37.7%と続いている。

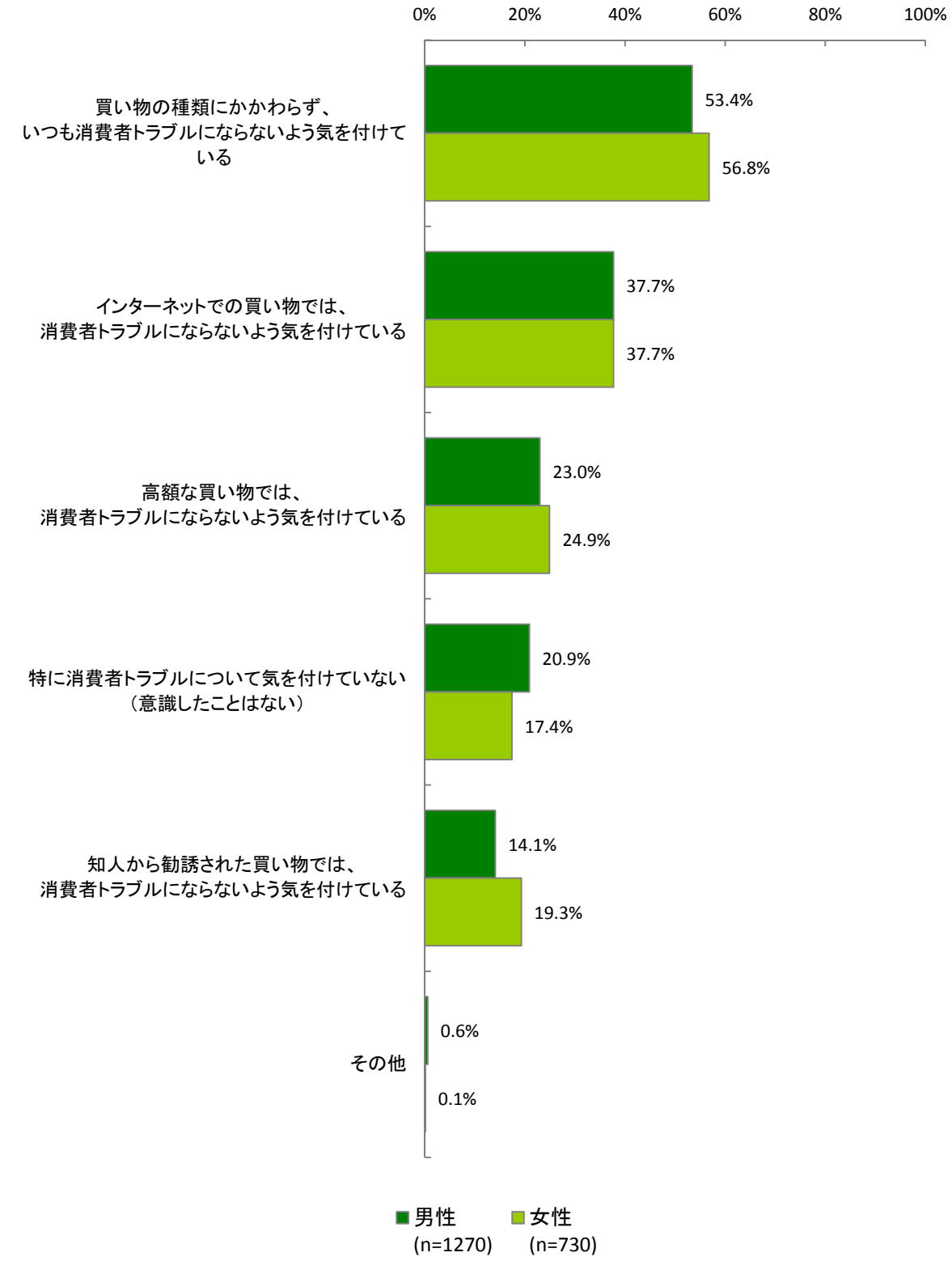
＜図 37:消費者トラブルについての意識（複数回答 n=2,000)＞



（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
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
47.2%
51.0%
57.7%
55.7%
59.4%
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
33.4%
37.7%
40.3%
39.0%
36.5%
高額な買い物では、消費者トラブルにならないよう気を付けている
22.2%
24.9%
25.4%
26.6%
18.5%
特に消費者トラブルについて気を付けていない（意識したことはない）
23.4%
19.4%
18.5%
18.4%
19.5%
知人から勧誘された買い物では、消費者トラブルにならないよう気を付けている
15.9%
18.6%
16.1%
17.5%
11.7%
その他
0.3%
0.5%
0.8%
0.2%
0.0%
20代以下 (n=320)
30代 (n=382)
40代 (n=496)
50代 (n=418)
60代以上 (n=384)

（男女別）

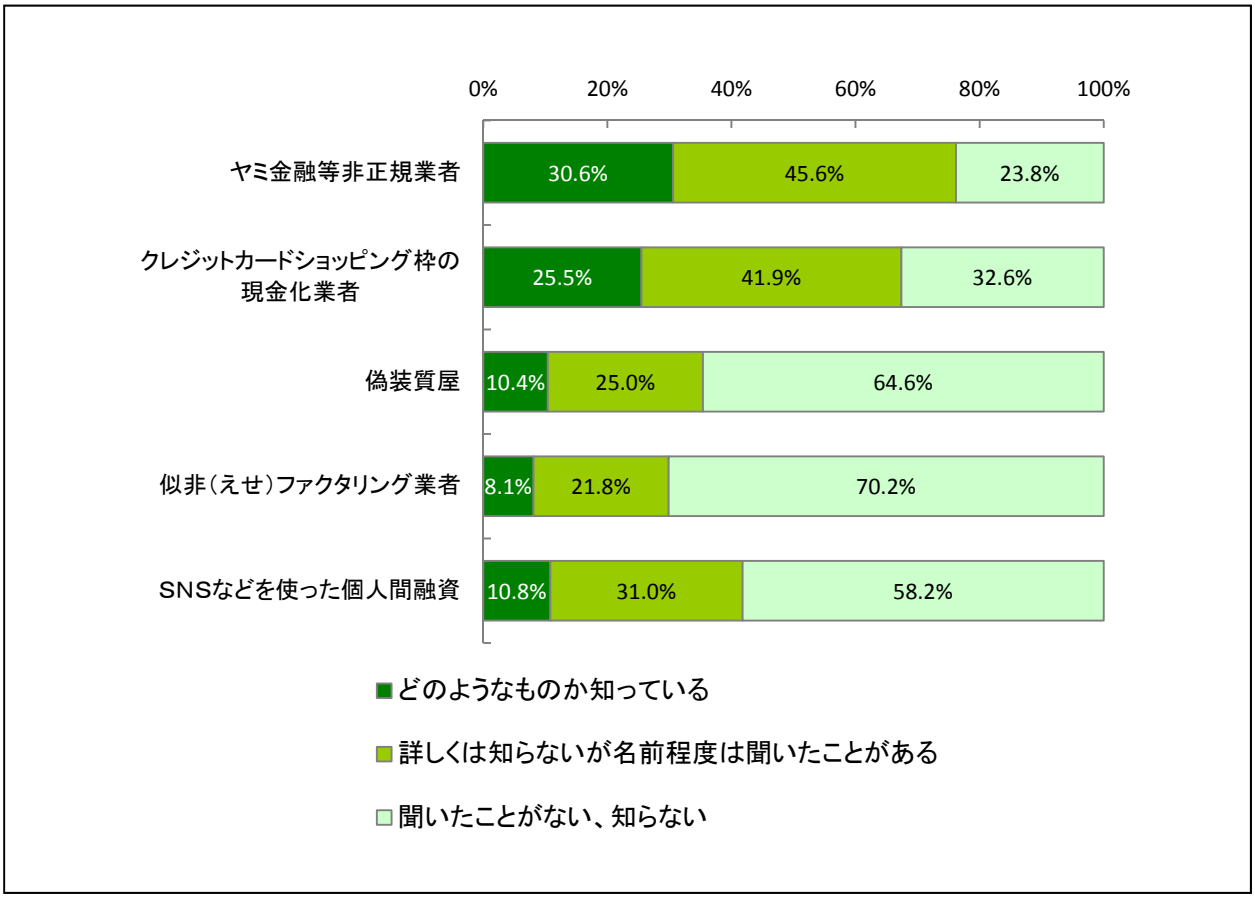

0%
20%
40%
60%
80%
100%
買い物の種類にかかわらず、
いつも消費者トラブルにならないよう気を付けている
53.4%
56.8%
インターネットでの買い物では、
消費者トラブルにならないよう気を付けている
37.7%
37.7%
高額な買い物では、
消費者トラブルにならないよう気を付けている
23.0%
24.9%
特に消費者トラブルについて気を付けていない
（意識したことはない）
20.9%
17.4%
知人から勧誘された買い物では、
消費者トラブルにならないよう気を付けている
14.1%
19.3%
その他
0.6%
0.1%
男性 (n=1270)
女性 (n=730)

(8) ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等

① ヤミ金融等非正規業者についての認知度

- 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、「ヤミ金融等非正規業者」が 30.6%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 25.5%、「偽装質屋」が 10.4%、「似非(えせ)ファクタリング業者」が 8.1%、「SNSなどを使った個人間融資」が 10.8%となった。

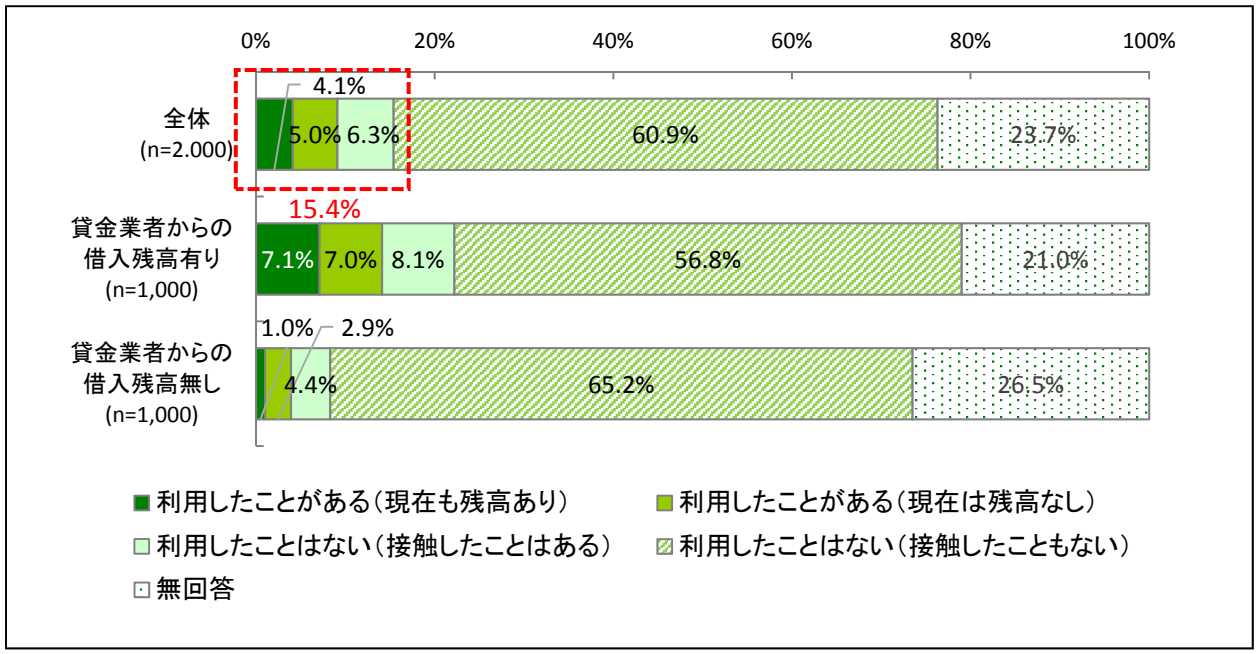
＜図 38:ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=2,000)＞



② ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無

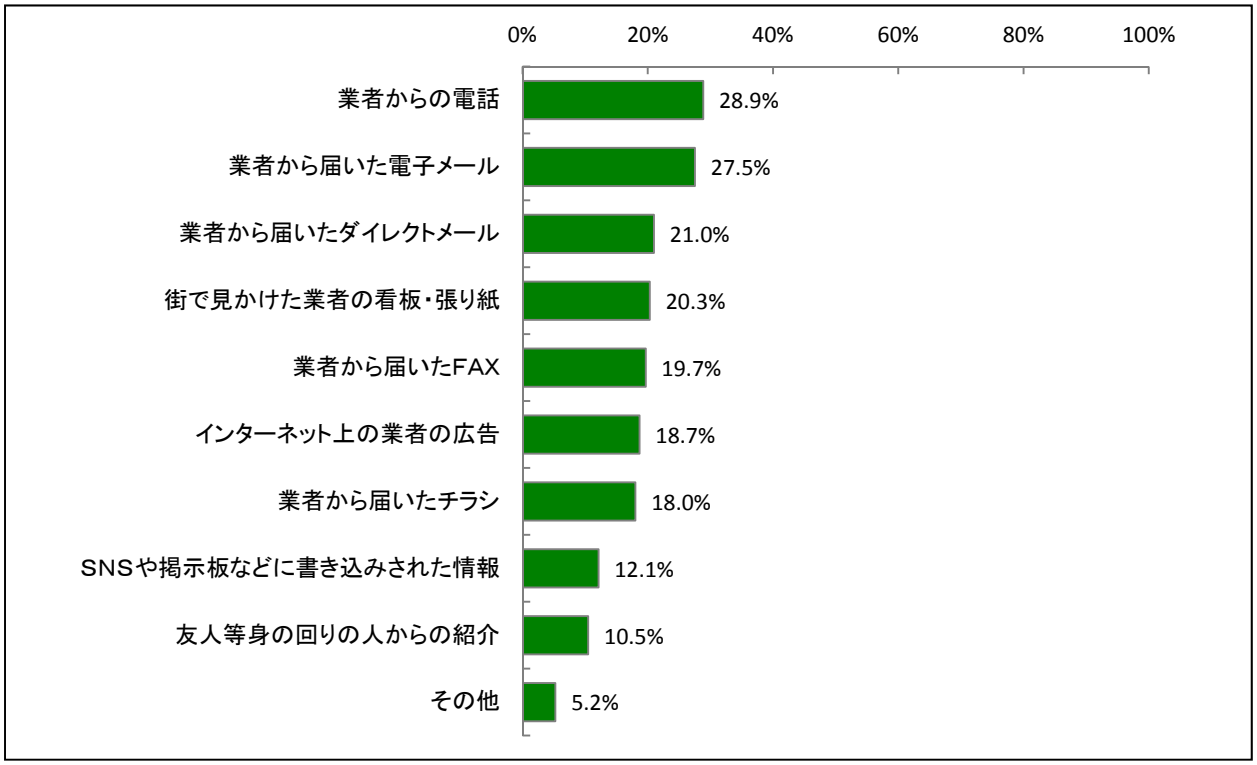
- ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無をみると、15.4%が接触したことがあると回答しており、その接触方法については「業者からの電話」が 28.9%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が 27.5%、「業者から届いたダイレクトメール」が 21.0%と続いている。

＜図 39:ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無 （n=2,000）＞



③ ヤミ金融等非正規業者との接触方法

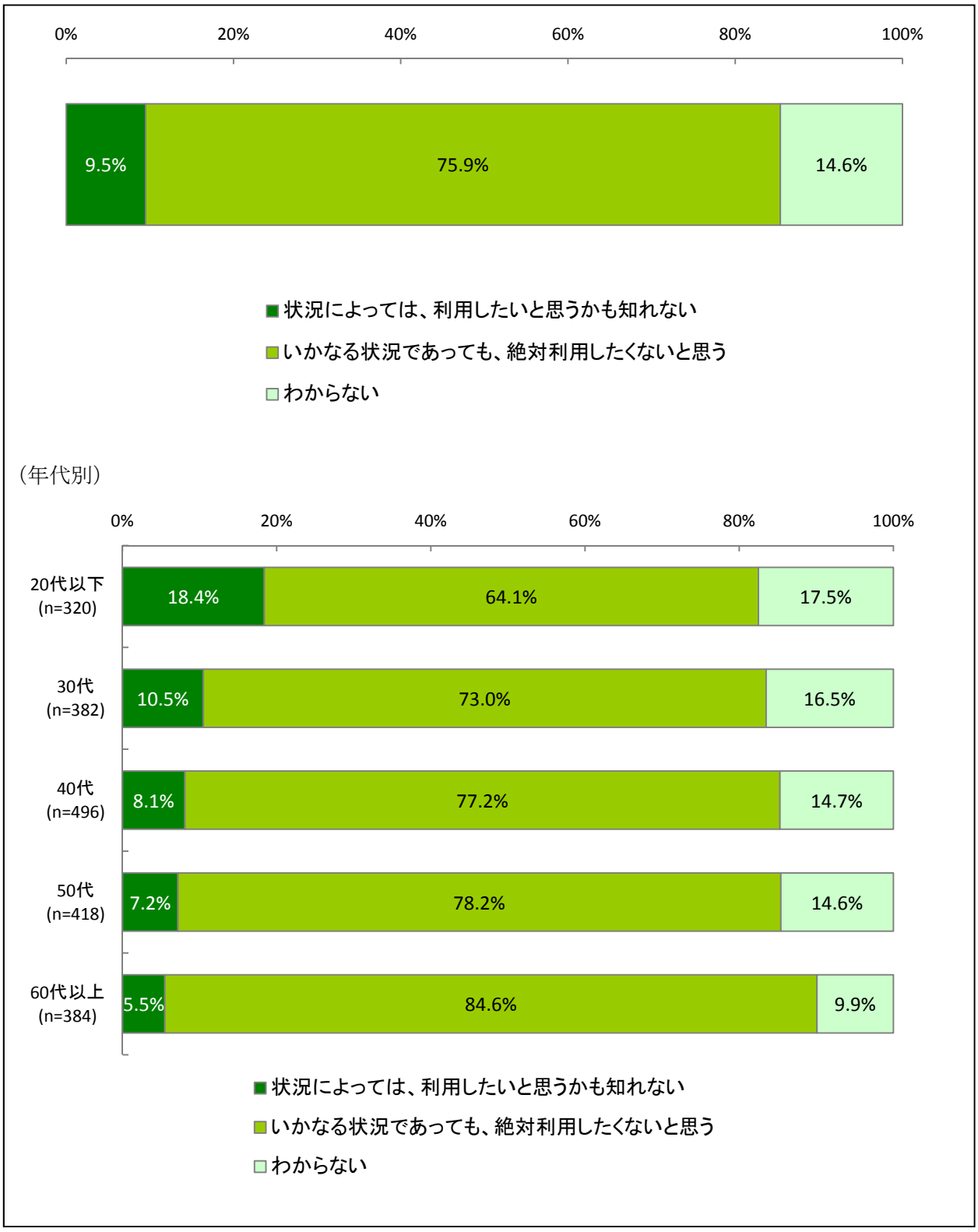
＜図 40:ヤミ金融等非正規業者との接触方法 （複数回答 n=305）＞



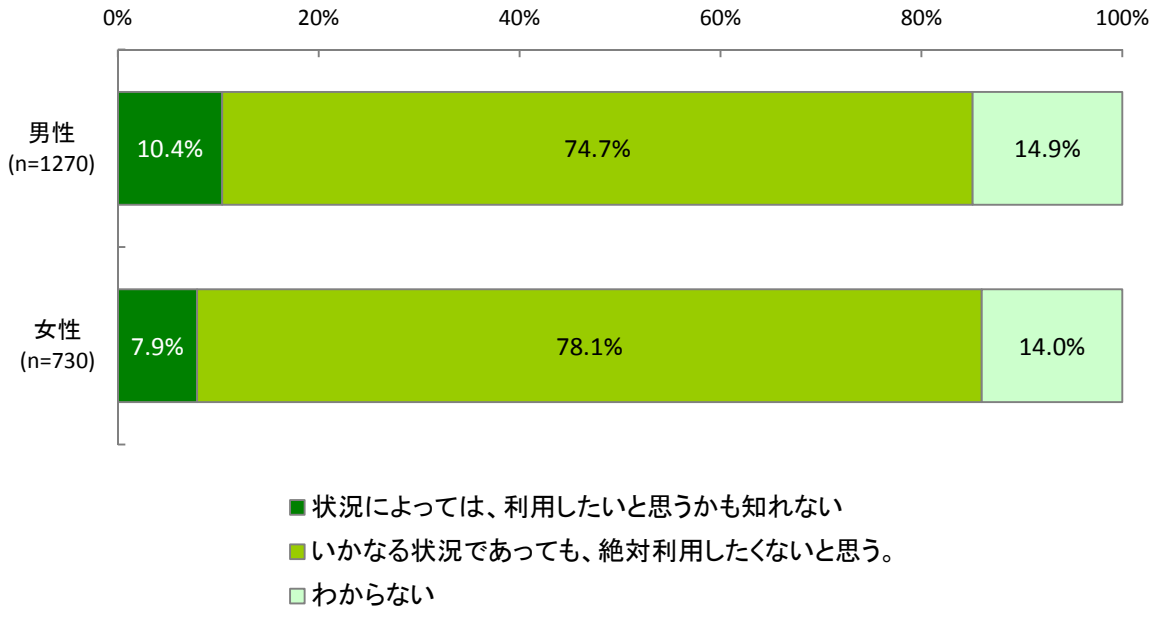
④ヤミ金融等非正規業者の利用意識

- 借入経験のある個人に対して、ヤミ金融等非正規業者の利用意識について調査したところ、75.9%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 41:ヤミ金融等非正規業者の利用意識 （n=2,000）＞



（男女別）

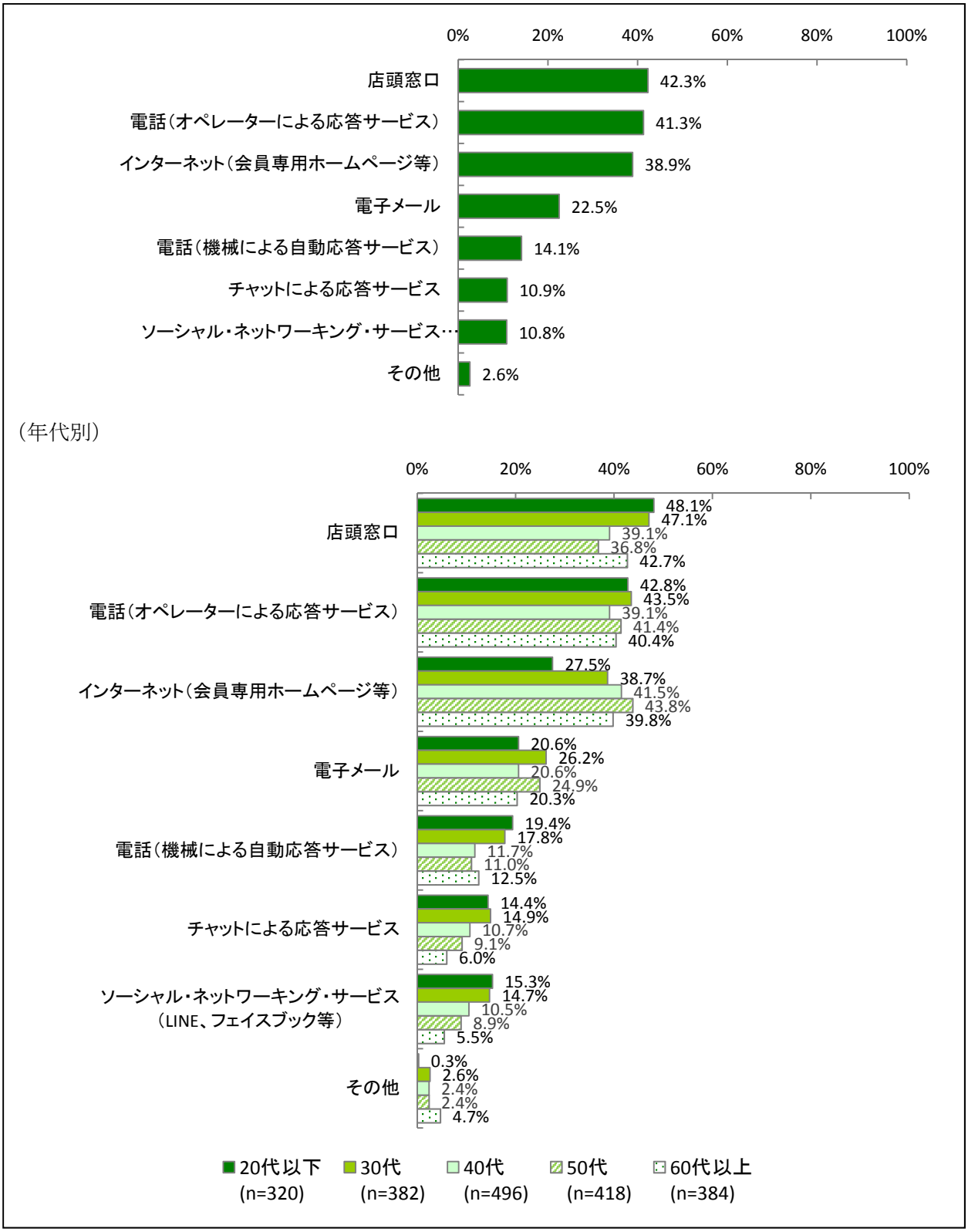

0%
20%
40%
60%
80%
100%
男性
(n=1270)
10.4%
74.7%
14.9%
女性
(n=730)
7.9%
78.1%
14.0%
状況によっては、利用したいと思うかも知れない
いかなる状況であっても、絶対利用したくないと思う。
わからない

3. 貸金業者に対する期待・要望

(1) 借入先との連絡方法・手段

- 各種問合せや返済相談等を行う際に望む借入先との連絡方法・手段について調査したところ、「店頭窓口」が 42.3%と最も高く、次いで「電話(オペレーターによる応答サービス)」が 41.3%、「インターネット(会員専用ホームページ等)」が 38.9%と続いている。

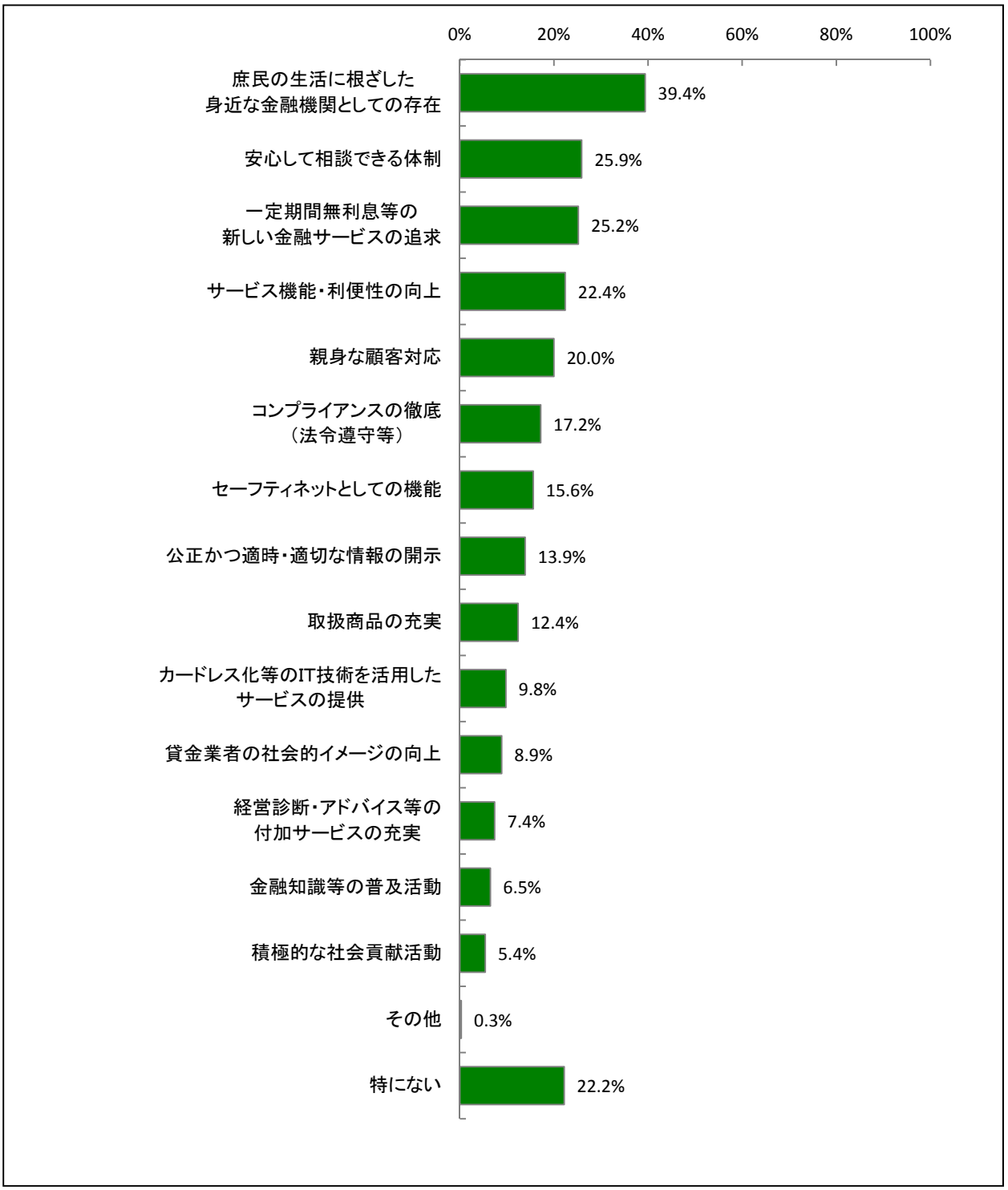
＜図 42:借入先との連絡方法 (複数回答 n=2,000)＞



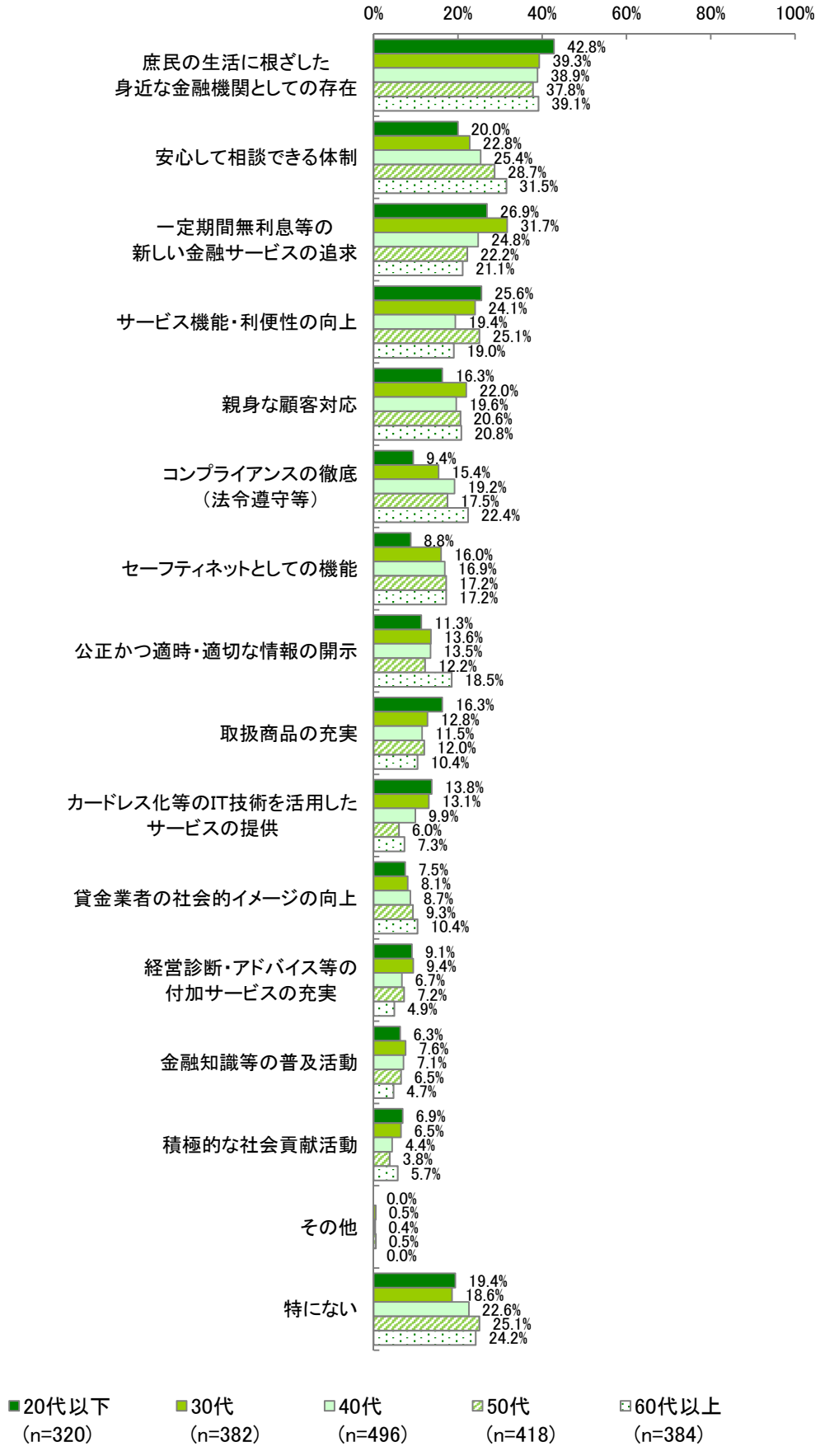
(2) 貸金業者に望むこと

- 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 39.4%と最も高く、次いで「安心して相談できる体制」が 25.9%、「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求」が 25.2%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。

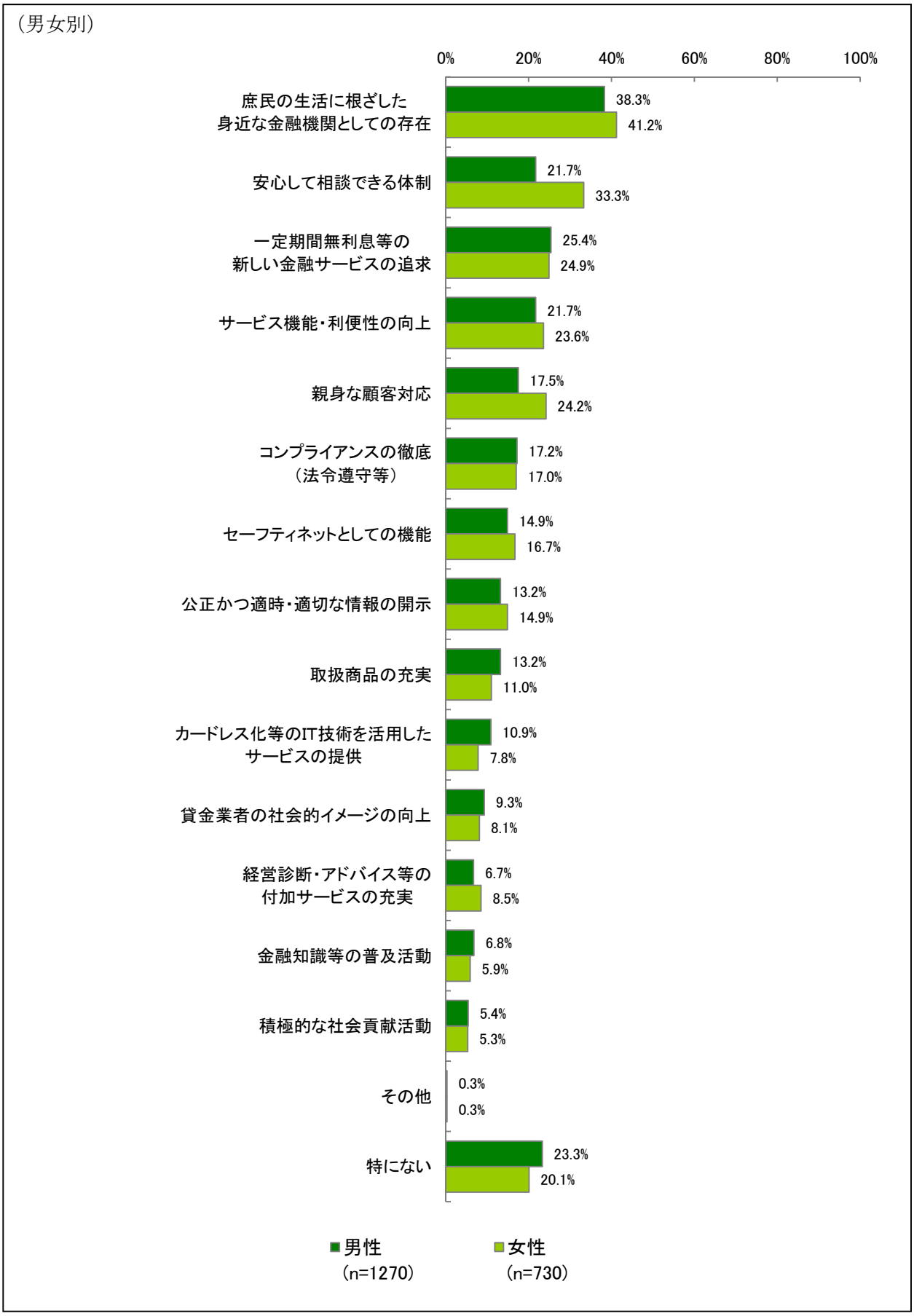
＜図 43:貸金業者に望むこと （複数回答　n=2,000）＞



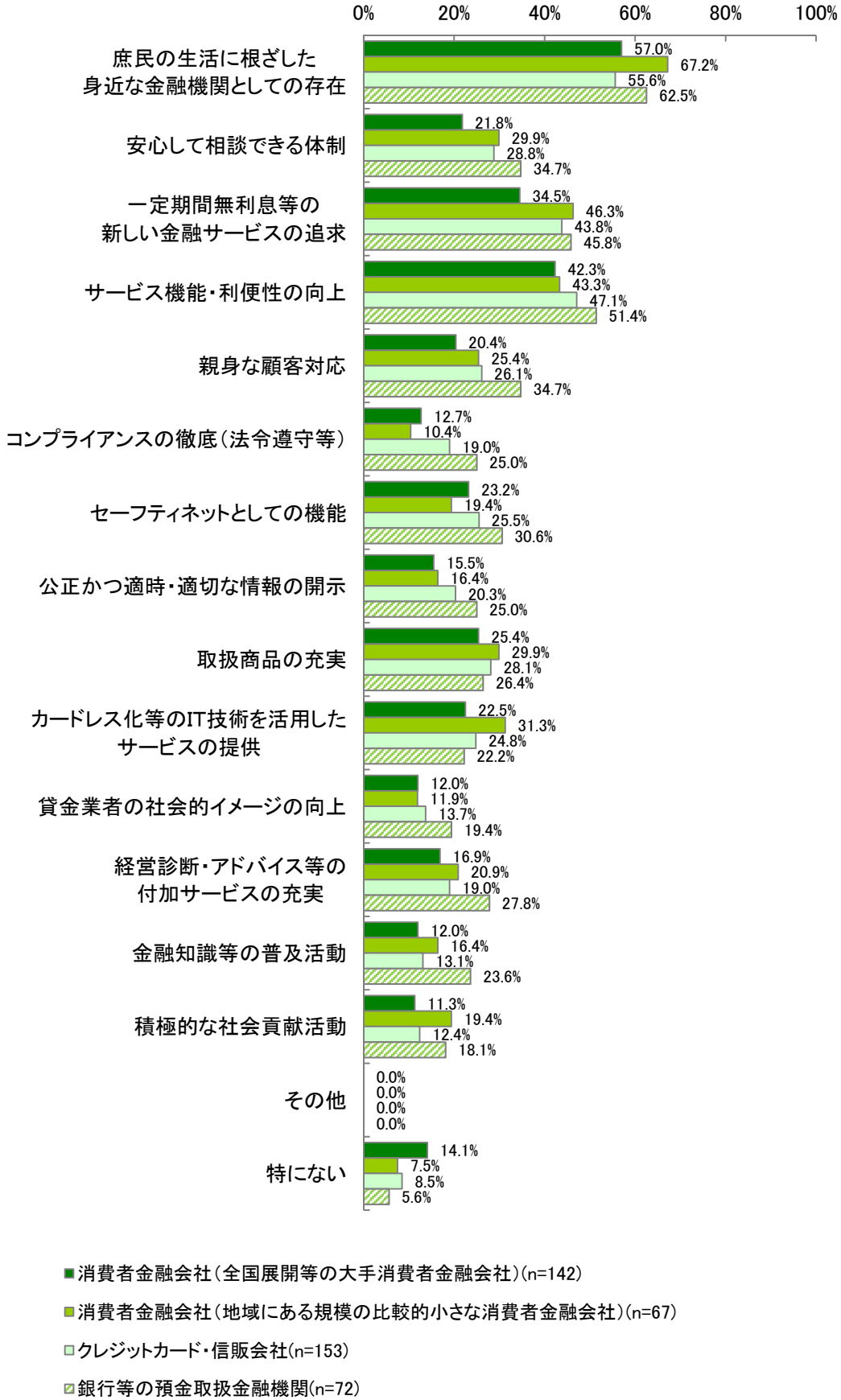
（年代別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在
42.8%
39.3%
38.9%
37.8%
39.1%
安心して相談できる体制
20.0%
22.8%
25.4%
28.7%
31.5%
一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求
26.9%
31.7%
24.8%
22.2%
21.1%
サービス機能・利便性の向上
25.6%
24.1%
19.4%
25.1%
19.0%
親身な顧客対応
16.3%
22.0%
19.6%
20.6%
20.8%
コンプライアンスの徹底（法令遵守等）
9.4%
15.4%
19.2%
17.5%
22.4%
セーフティネットとしての機能
8.8%
16.0%
16.9%
17.2%
17.2%
公正かつ適時・適切な情報の開示
11.3%
13.6%
13.5%
12.2%
18.5%
取扱商品の充実
16.3%
12.8%
11.5%
12.0%
10.4%
カードレス化等のIT技術を活用したサービスの提供
13.8%
13.1%
9.9%
6.0%
7.3%
貸金業者の社会的イメージの向上
7.5%
8.1%
8.7%
9.3%
10.4%
経営診断・アドバイス等の付加サービスの充実
9.1%
9.4%
6.7%
7.2%
4.9%
金融知識等の普及活動
6.3%
7.6%
7.1%
6.5%
4.7%
積極的な社会貢献活動
6.9%
6.5%
4.4%
3.8%
5.7%
その他
0.0%
0.5%
0.4%
0.5%
0.0%
特にない
19.4%
18.6%
22.6%
25.1%
24.2%
20代以下（n=320）
30代（n=382）
40代（n=496）
50代（n=418）
60代以上（n=384）

（男女別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在
38.3%
41.2%
安心して相談できる体制
21.7%
33.3%
一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求
25.4%
24.9%
サービス機能・利便性の向上
21.7%
23.6%
親身な顧客対応
17.5%
24.2%
コンプライアンスの徹底（法令遵守等）
17.2%
17.0%
セーフティネットとしての機能
14.9%
16.7%
公正かつ適時・適切な情報の開示
13.2%
14.9%
取扱商品の充実
13.2%
11.0%
カードレス化等のIT技術を活用したサービスの提供
10.9%
7.8%
貸金業者の社会的イメージの向上
9.3%
8.1%
経営診断・アドバイス等の付加サービスの充実
6.7%
8.5%
金融知識等の普及活動
6.8%
5.9%
積極的な社会貢献活動
5.4%
5.3%
その他
0.3%
0.3%
特にない
23.3%
20.1%
男性（n=1270）
女性（n=730）

（借入先として検討した先別）



II. 借入経験のある事業者

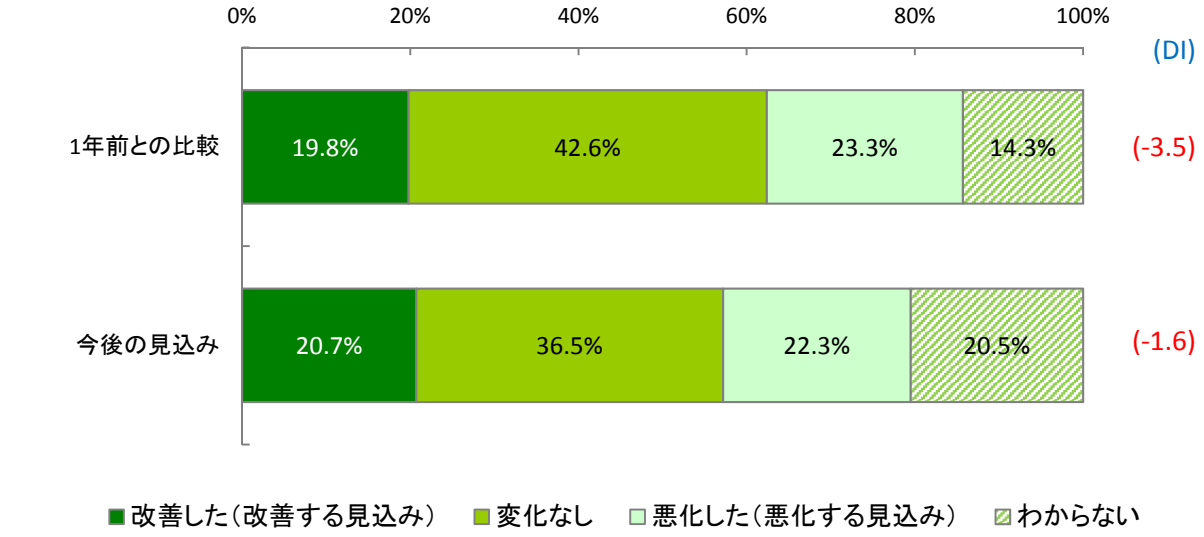
1. 借入れの動機・背景

(1) 事業環境ならびに事業収支状況の変化と今後の見通し

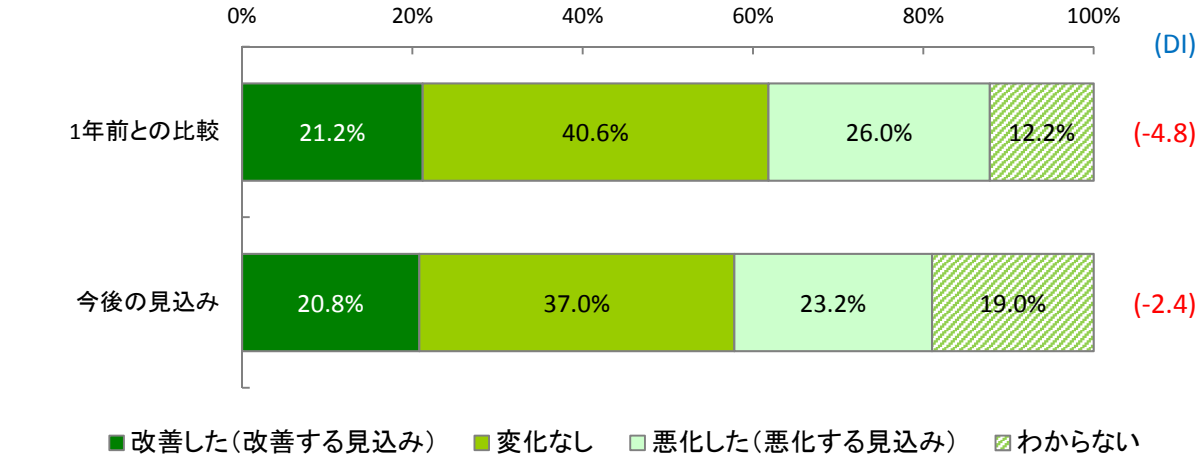
- 借入経験のある事業者に対して、事業環境の変化と今後の見通しについて調査したところ、19.8%が 1 年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでも 20.7%が「改善する見込み」と回答している。
- 事業の収支状況の変化と今後の見通しでは、20.3%が 1 年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでも 20.9%が「改善する見込み」と回答している。

＜図 44:事業環境・事業収支状況の変化と今後の見通し（n=1,500)＞

【事業環境の変化と今後の見通し】

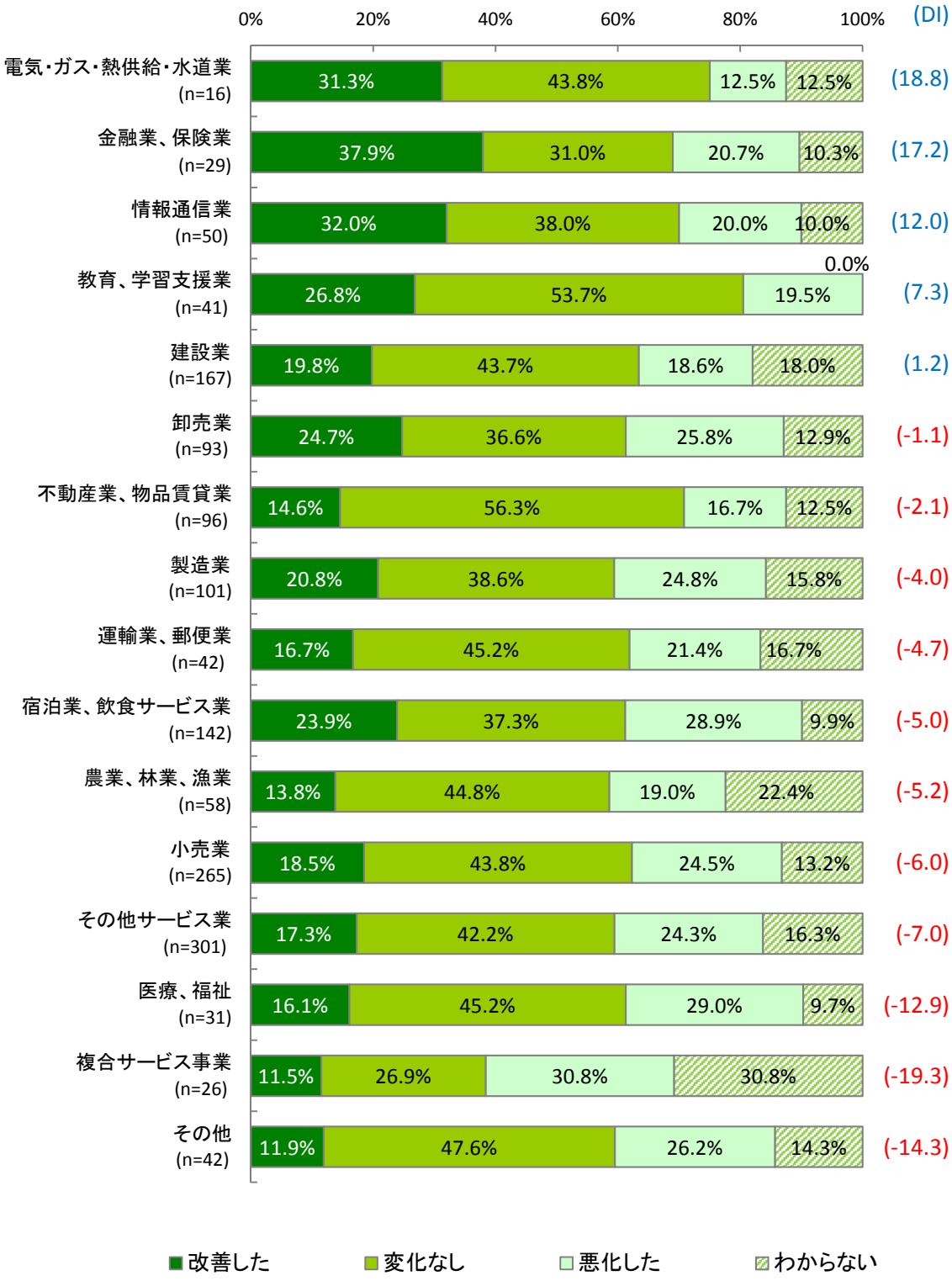


＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者　n=500＞



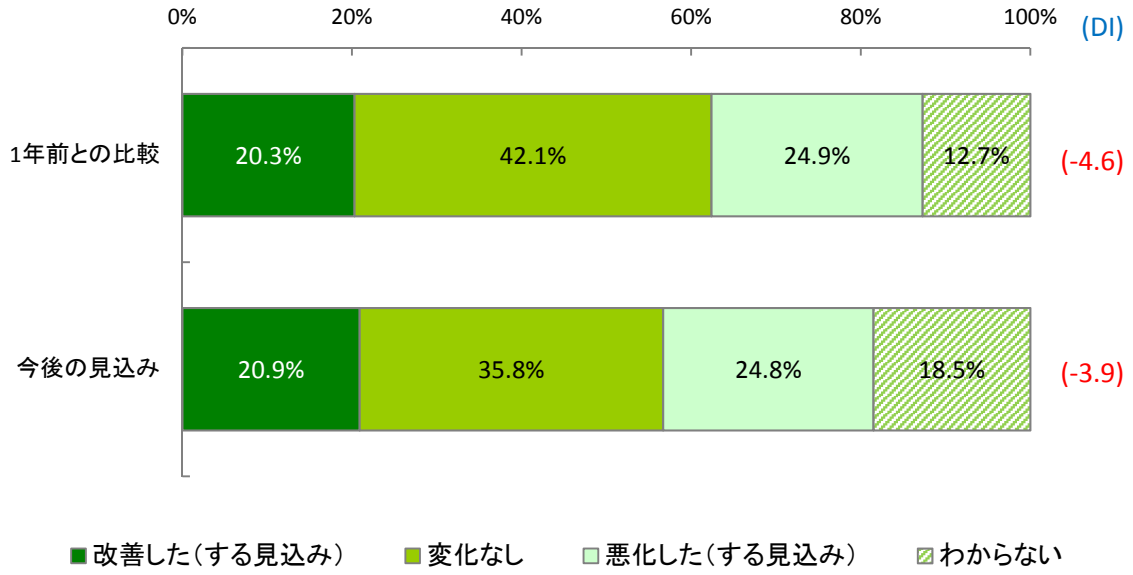
※「DI（分布指標）」は、「改善した（改善する見込み）」と回答した割合から「悪化した（悪化する見込み）」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している（改善傾向）」、マイナスなら「悪化している（悪化傾向）」を表す。

（1 年前との比較／業種別）

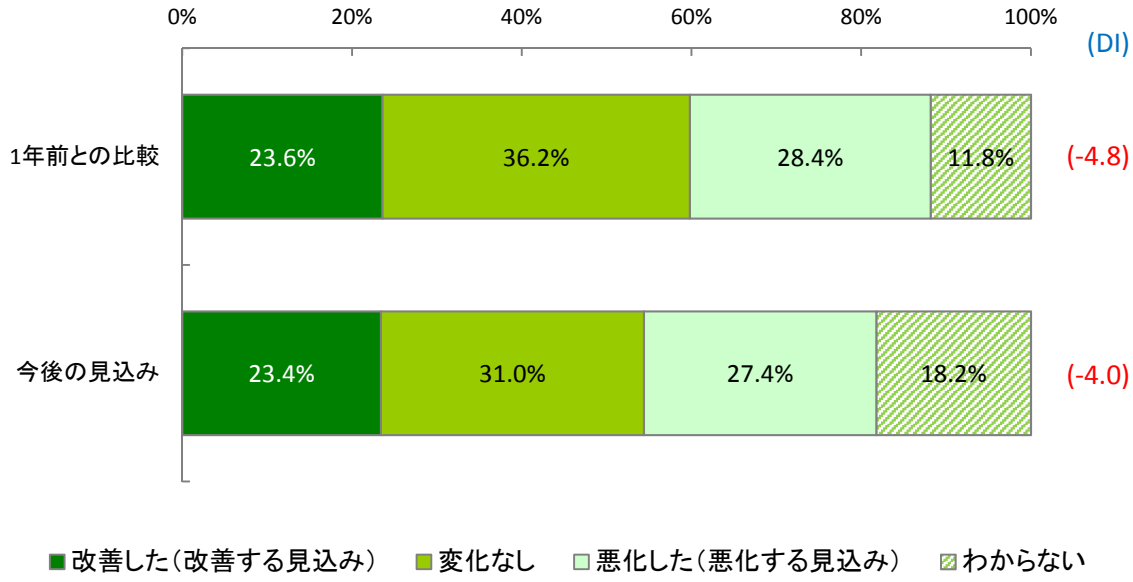


※「DI（分布指標）」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。

【事業収支状況の変化と今後の見通し】



＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者　n=500＞

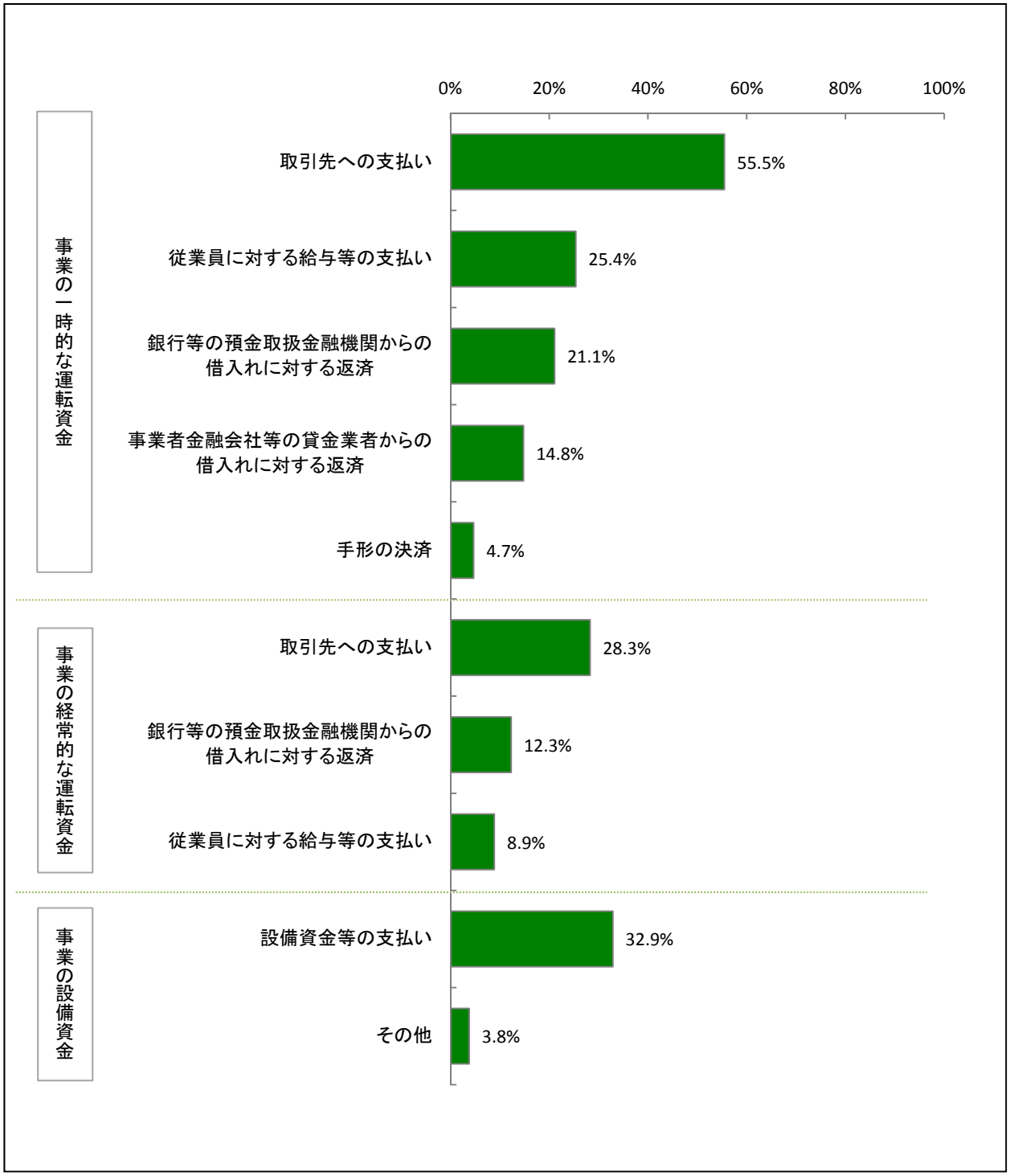


※「DI（分布指標）」は、「改善した（改善する見込み）」と回答した割合から「悪化した（悪化する見込み）」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している（改善傾向）」、マイナスなら「悪化している（悪化傾向）」を表す。

(2) 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、直近 3 年間における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(事業の一時的な運転資金)」と回答した割合が 55.5%と最も高い結果となった。

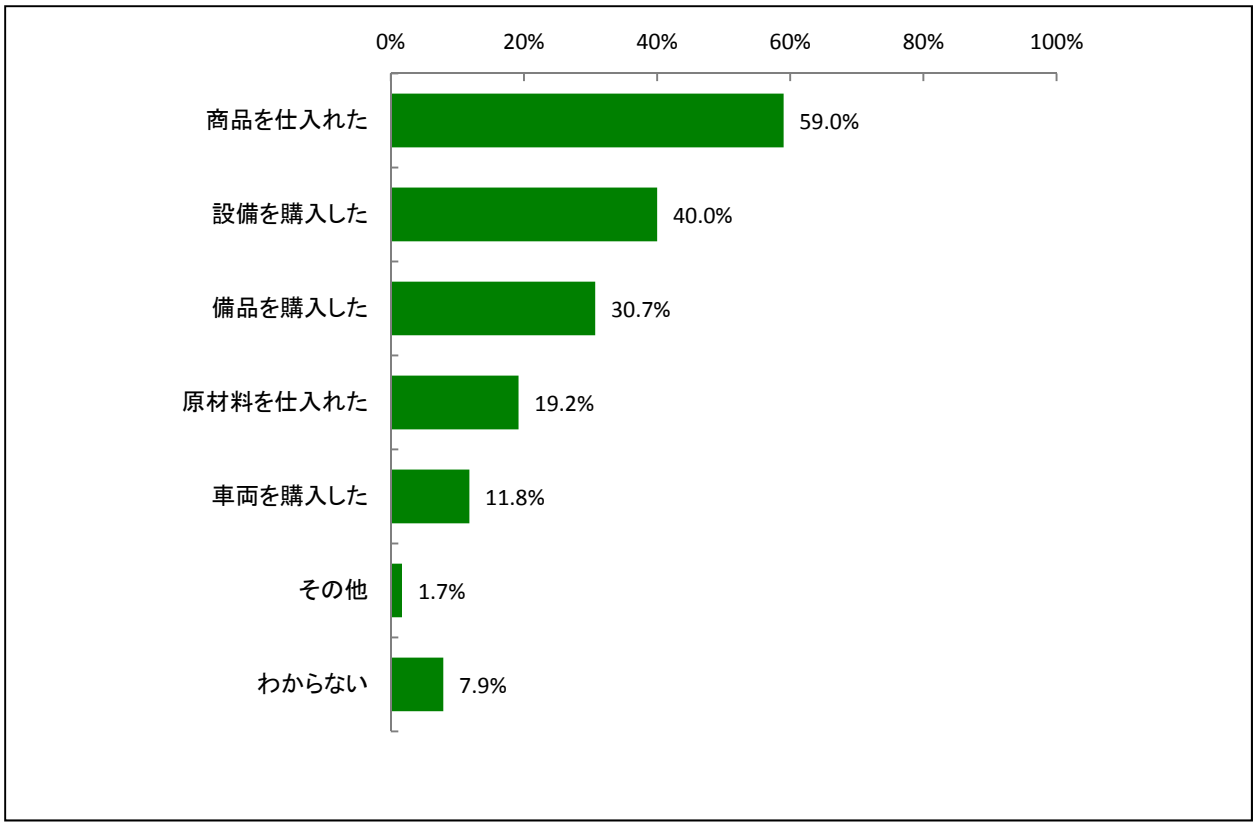
＜図 45:直近 3 年以内に借入申込を行った際の資金使途 （複数回答 n=559)＞



(3) 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59.0%と最も高く、次いで「設備を購入した」が 40.0%、「備品を購入した」が 30.7%となった。

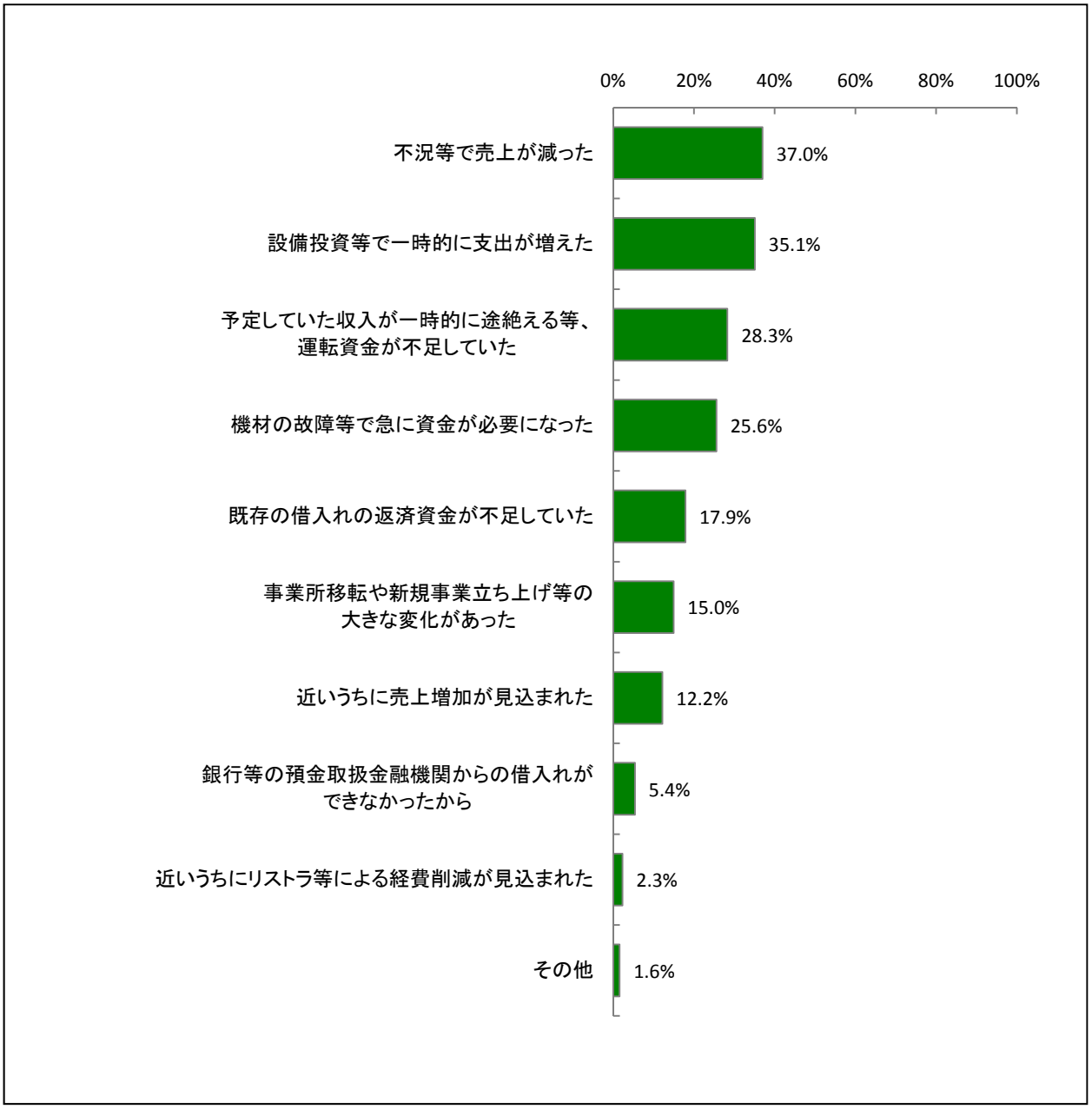
＜図 46:特定業種の事業者における具体的な資金使途 （複数回答 n=407）＞



(4) 借入申込を行った背景

- 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 37.0%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 35.1%、「予定していた収入が一時的に途絶える等、運転資金が不足していた」が 28.3%と続いている。

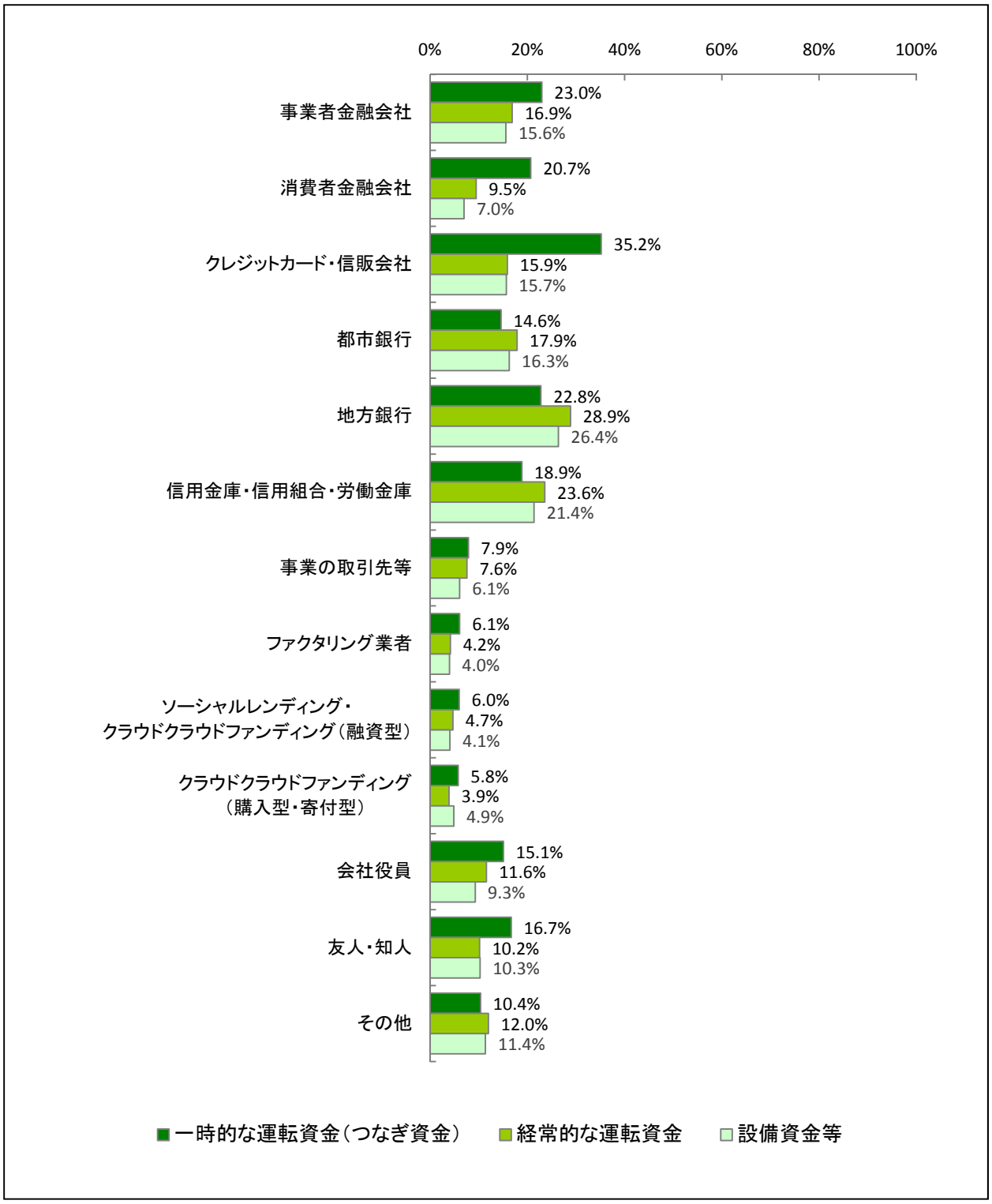
＜図 47:借入申込を行った背景 （複数回答 n=559）＞



(5) 事業資金の主な資金調達先

- 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、「クレジットカード・信販会社」が 35.2%と最も高く、次いで「事業者金融会社」が 23.0%、「地方銀行」が 22.8%と続いている。
- また、経常的な運転資金では、「地方銀行」が 28.9%と最も高くなっており、設備資金等については、「地方銀行」が 26.4%と最も高くなっている。

＜図 48:事業資金の主な調達先 (複数回答 n=1,500)＞



2. 借入れの意識・行動

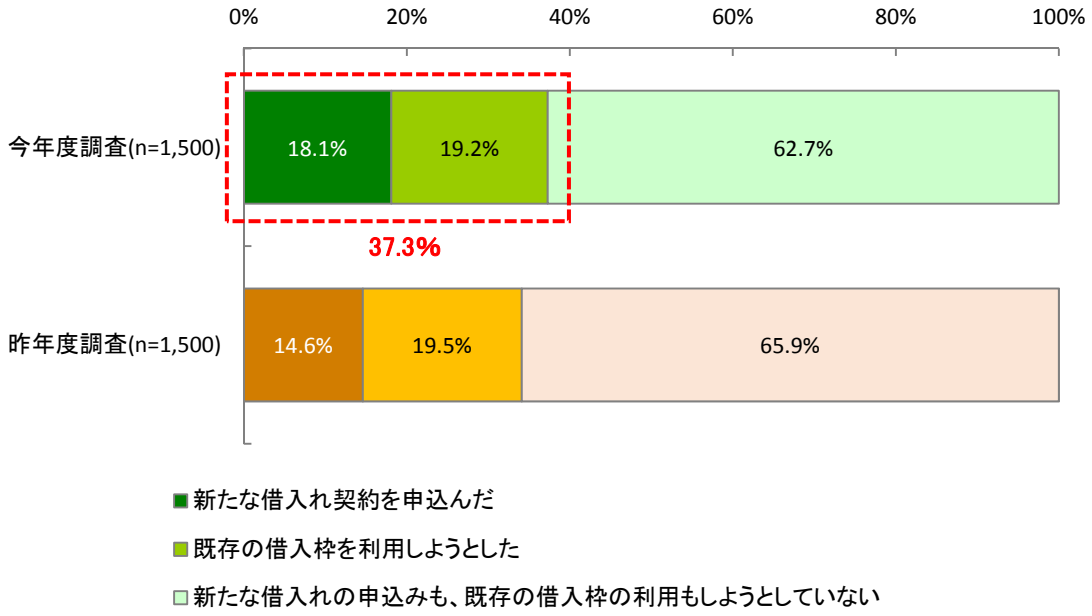
(1) 借入行動の状況等

① 貸金業者への借入申込状況・結果

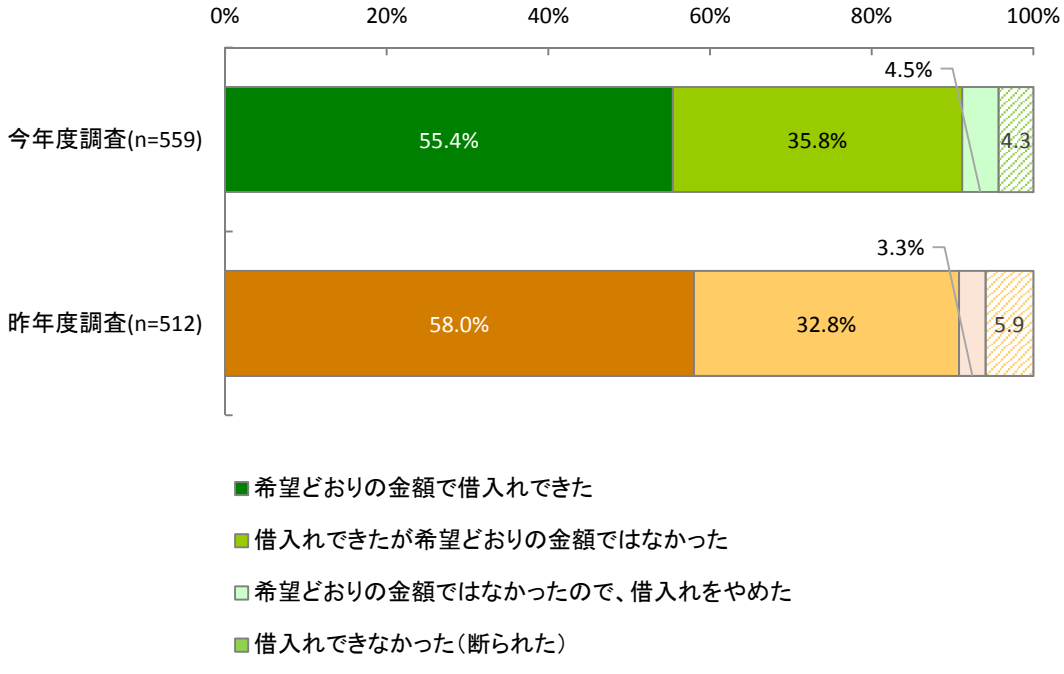
- 借入経験のある事業者に対して、直近 3 年間の貸金業者への借入申込状況について調査したところ、37.3%が借入申込みを行い、そのうち 55.4%が希望どおりの借入れができたと回答している。

＜図 49:直近 3 年間の借入申込み状況・結果＞

【直近 3 年間の借入申込状況（n=1,500）】



【直近 3 年間の借入申込結果（n=559）】

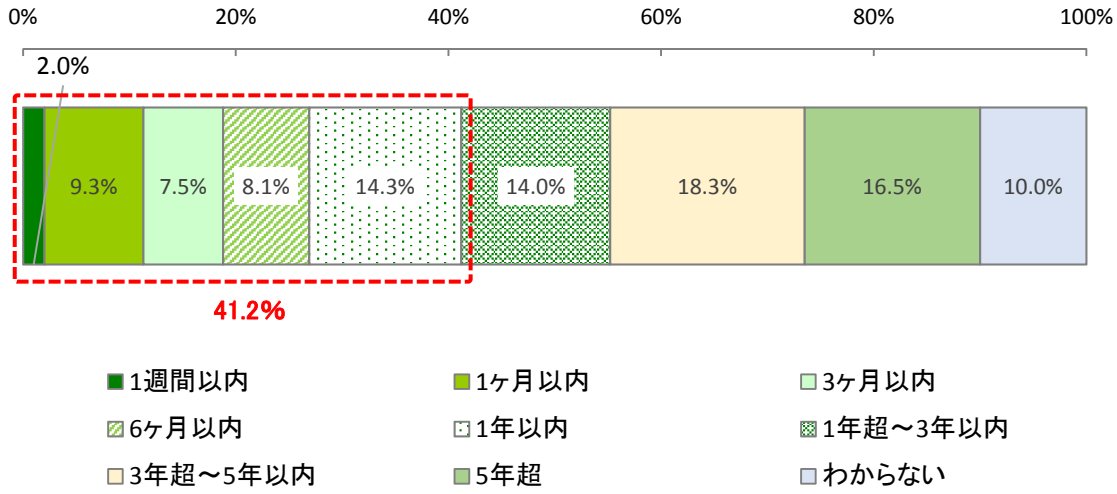


② 計画していた返済期間・返済原資

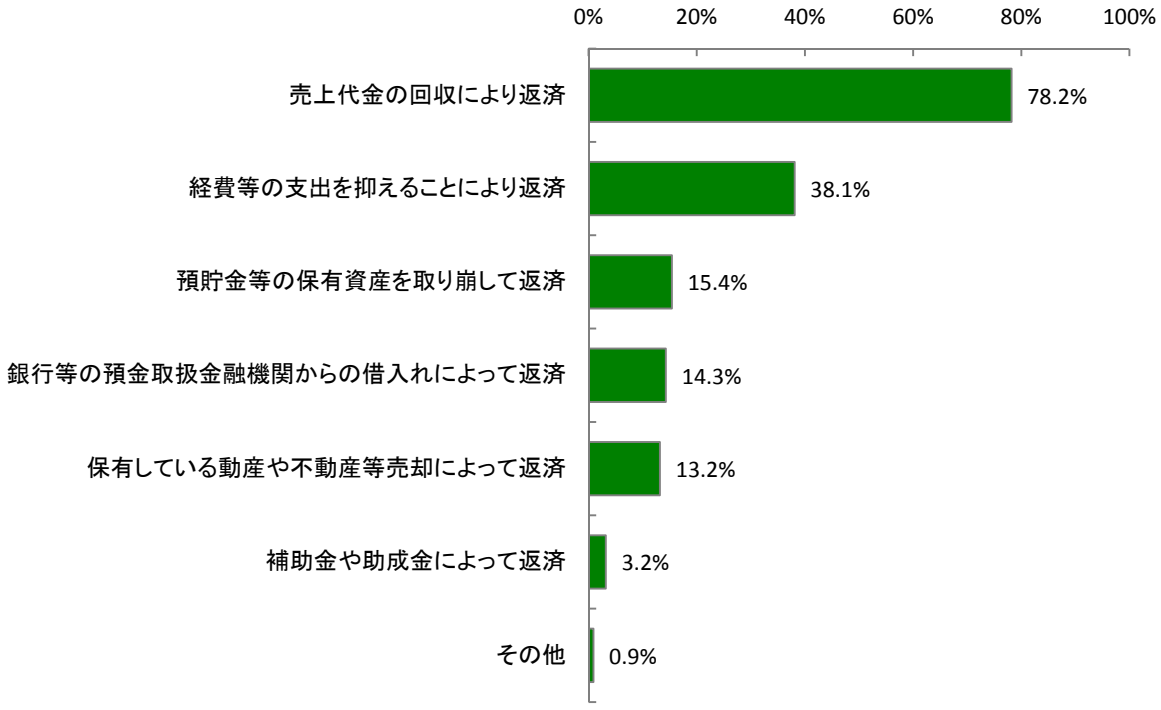
- 新たな借入れを申込みした際に計画していた返済期間をみると、41.2%が 1 年以内（「1 週間以内」～「1 年以内」）と回答しており、返済原資については「売上代金の回収により返済」と回答した割合が 78.2%と最も高い結果となった。

＜図 50:計画していた返済期間・返済原資（n=559)＞

【返済期間】



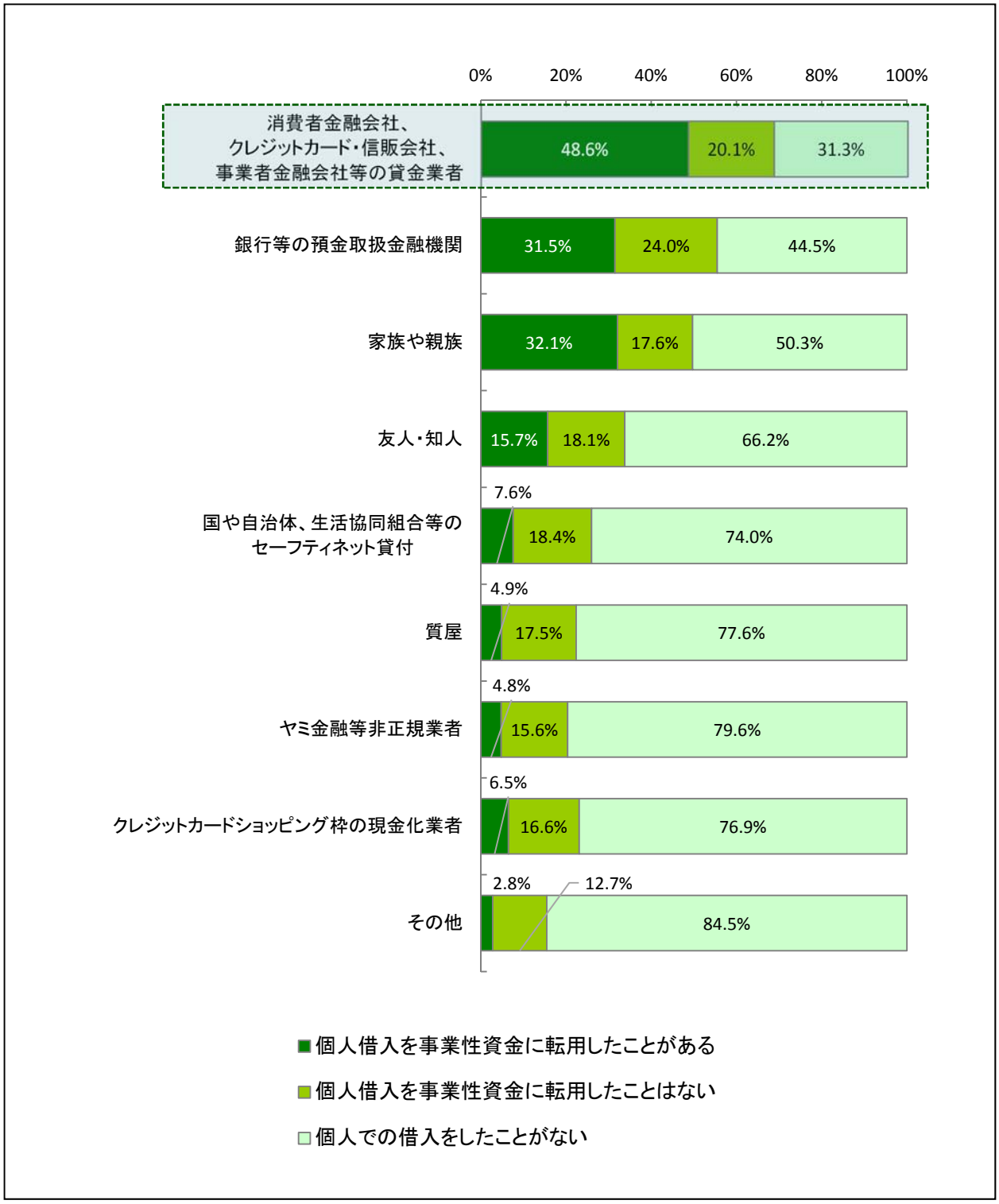
【返済原資 （複数回答)】



③事業性資金への転用経験

- 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の有無については、48.6%が転用したことがあると回答している。

＜図 51:事業性資金への転用経験の有無（n=1,500)＞

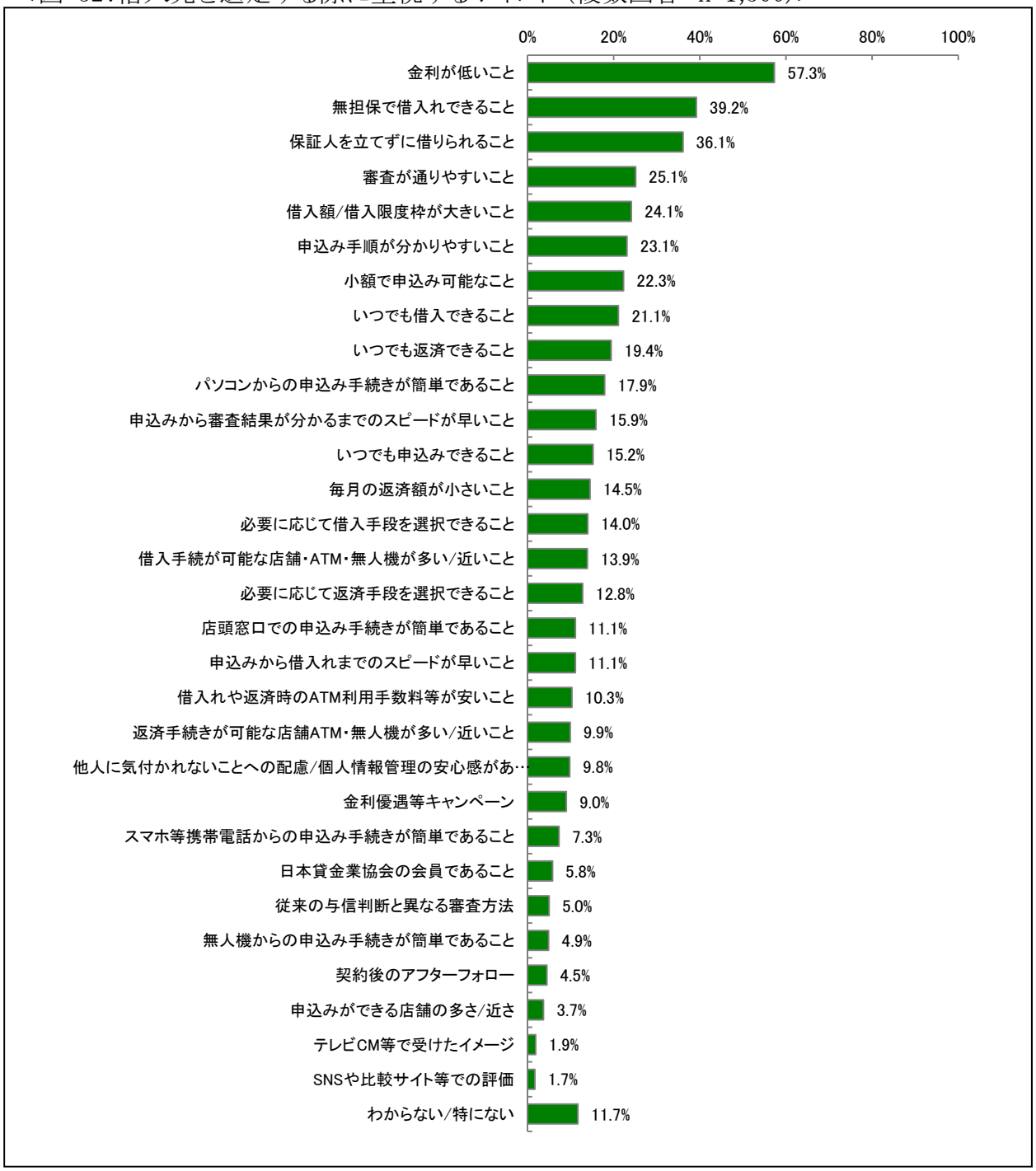


(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由

①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 57.3%と最も高く、次いで「無担保で借入れできること」が 39.2%、「保証人を立てずに借りられること」が 36.1%となった。一方、「他人に気づかれないことへの配慮/個人情報管理の安心感がある」や「日本貸金業協会の会員であること」など、借入先を選定する際に安心感を重視する様子も見てとれる結果となっている。

＜図 52:借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=1,500)＞

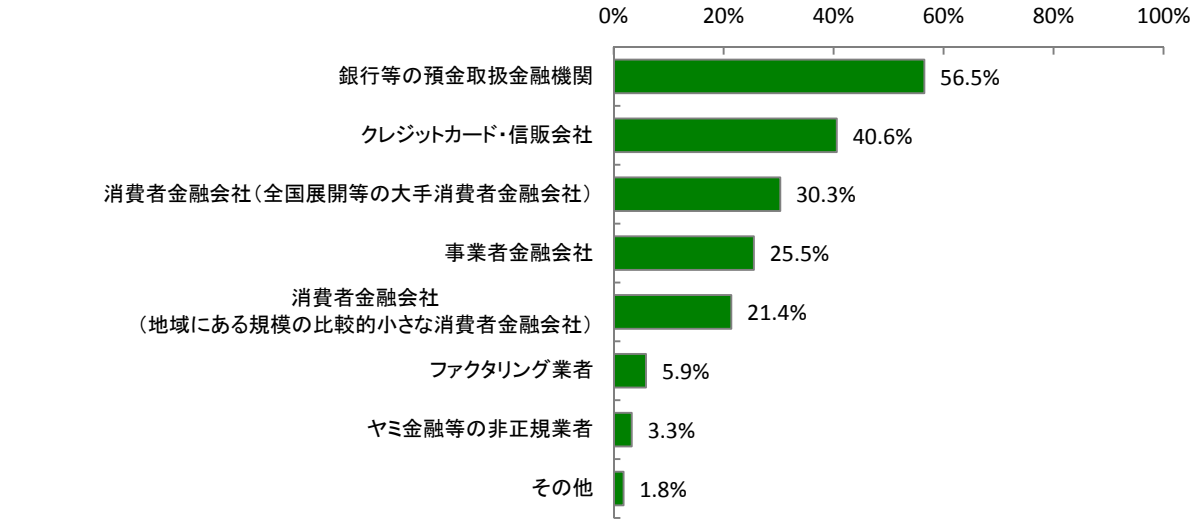


② 借入先として検討した先・選んだ理由

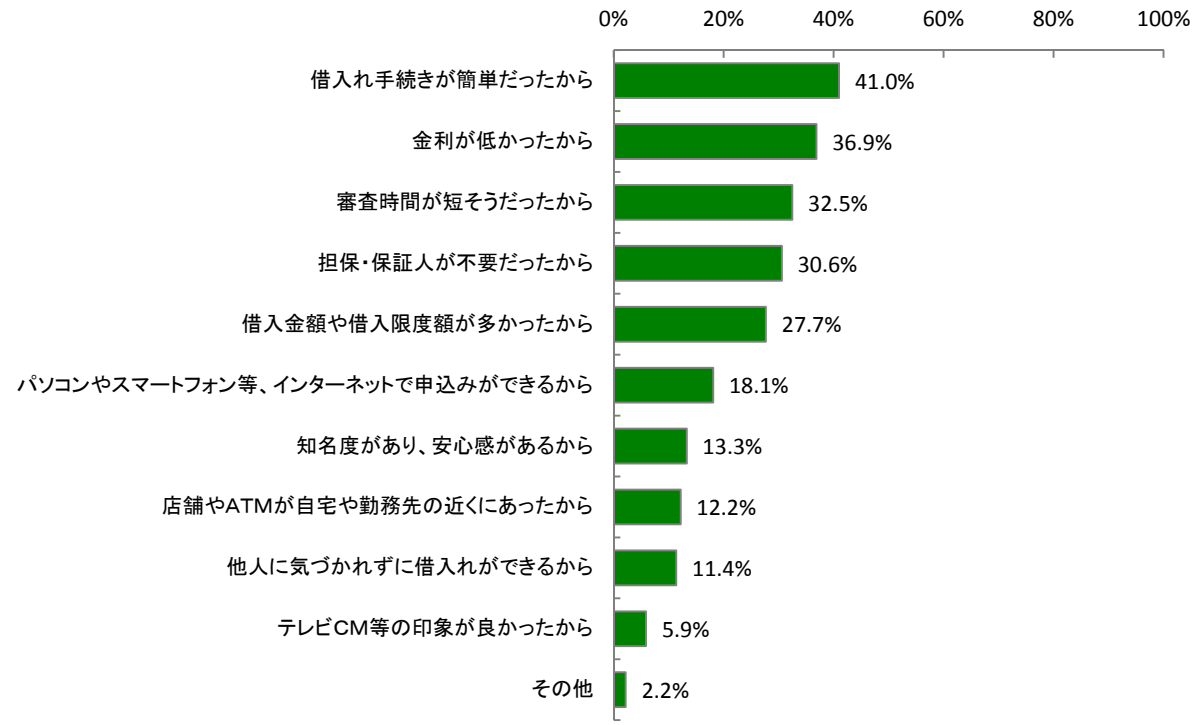
- 借入先として検討した先については、「銀行等の預金取扱金融機関」が 56.5%と最も高く、次いで「クレジットカード・信販会社」が 40.6%、「消費者金融会社（全国展開等の大手消費者金融会社）」が 30.3%と続いている。
- 借入先を選定した理由については、「借入手続きが簡単だったから」が 41.0%と最も高く、次いで「金利が低かったから」が 36.9%、「審査期間が短そうだったから」が 32.5%と続いている。

＜図 53：借入先として検討した先・選んだ理由（複数回答 n=271）＞

【借入先として検討した先】



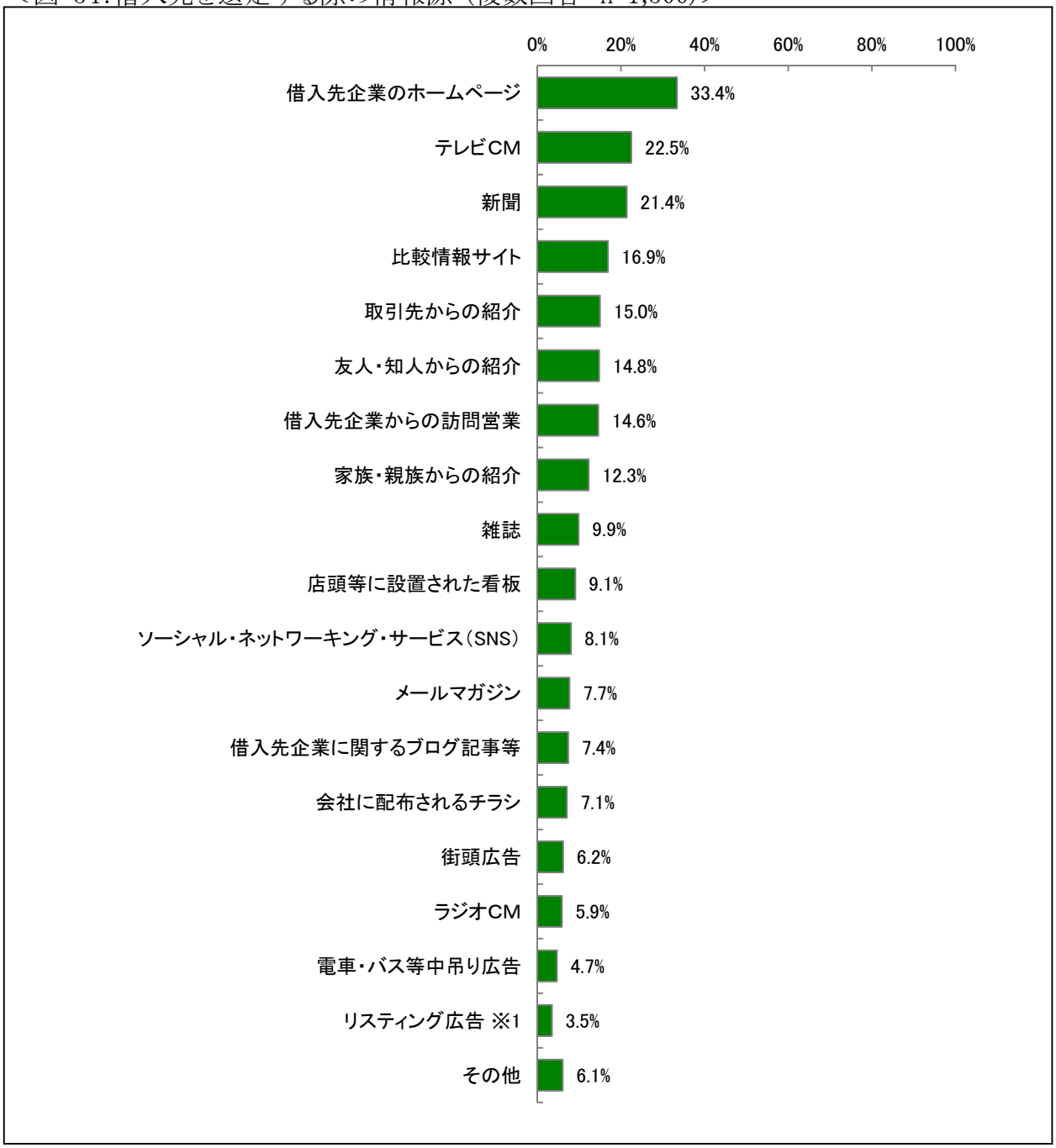
【借入先として選んだ理由】



③借入先を選定する際の情報源

- 借入先を選定する際の情報源をみると、「借入先企業のホームページ」が 33.4%と最も高く、次いで「テレビCM」が 22.5%、「新聞」が 21.4%と続いている。

＜図 54:借入先を選定する際の情報源（複数回答 n=1,500)＞

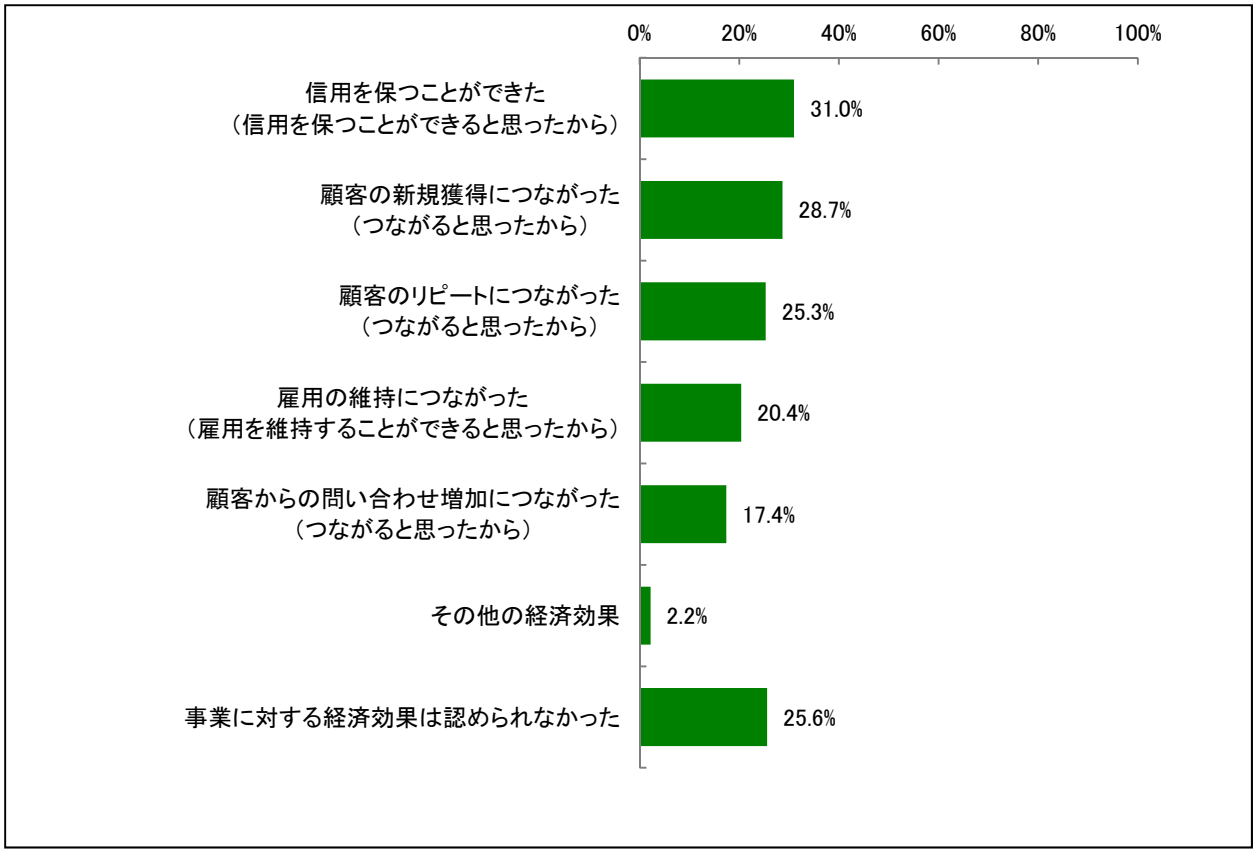


(3) 特定業種の事業者における借入れによる経済効果

- 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、「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 31.0%と最も高く、次いで「顧客の新規獲得につながった(つながると思ったから)」が 28.7%と続いている。

特定業者における借入れによる経済効果

＜図 55:特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス業)の事業者における借入れによる経済効果
(複数回答　n=407)＞

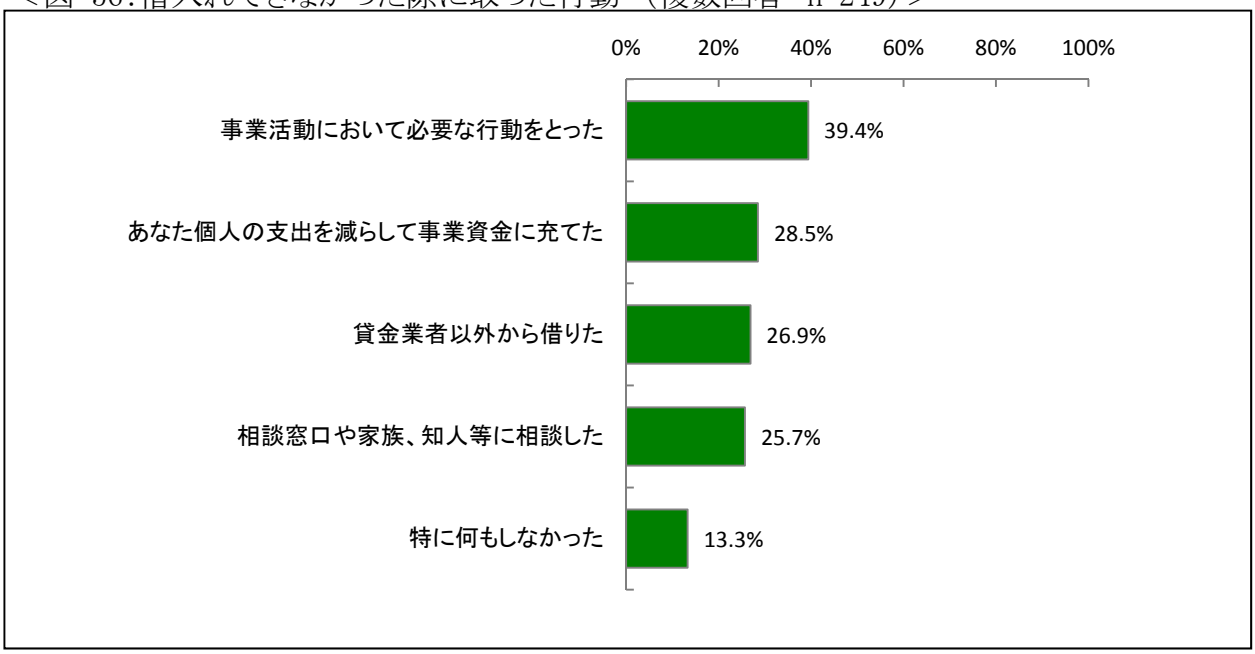


(4) 借入れできなかった際に取った行動・影響

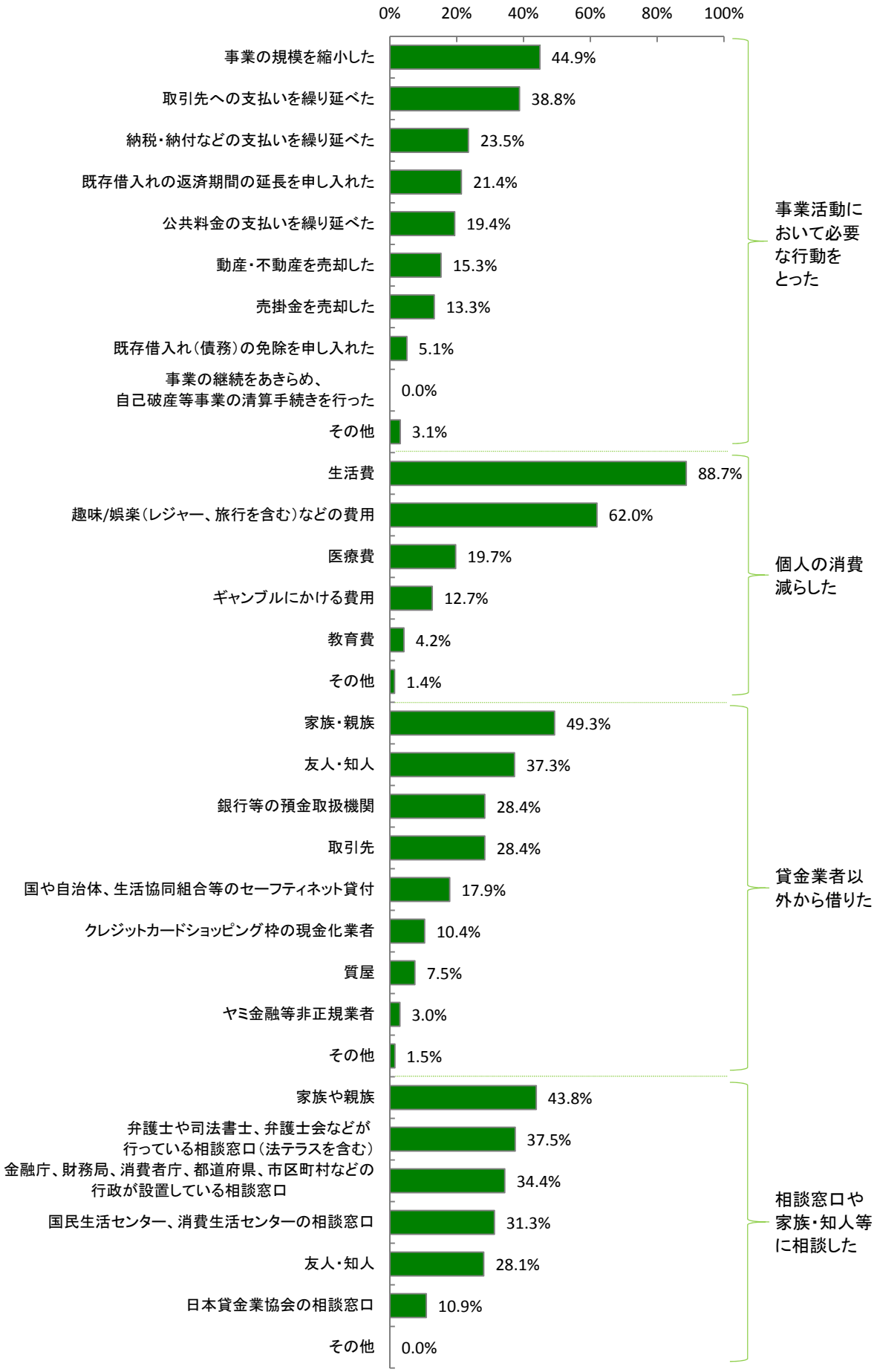
① 借入れできなかった(申込まなかった)際に取った行動

- 借入経験のある事業者に対して、借入れできなかった(申し込まなかった)際に取った行動について調査したところ、「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 39.4%と最も高くなっており、その内容をみると、「生活費(88.7%)」や「趣味/娯楽(レジャー、旅行を含む)などの費用(62.0%)」などの支出を減らして対応している結果となっている。

＜図 56:借入れできなかった際に取った行動 (複数回答 n=249)＞



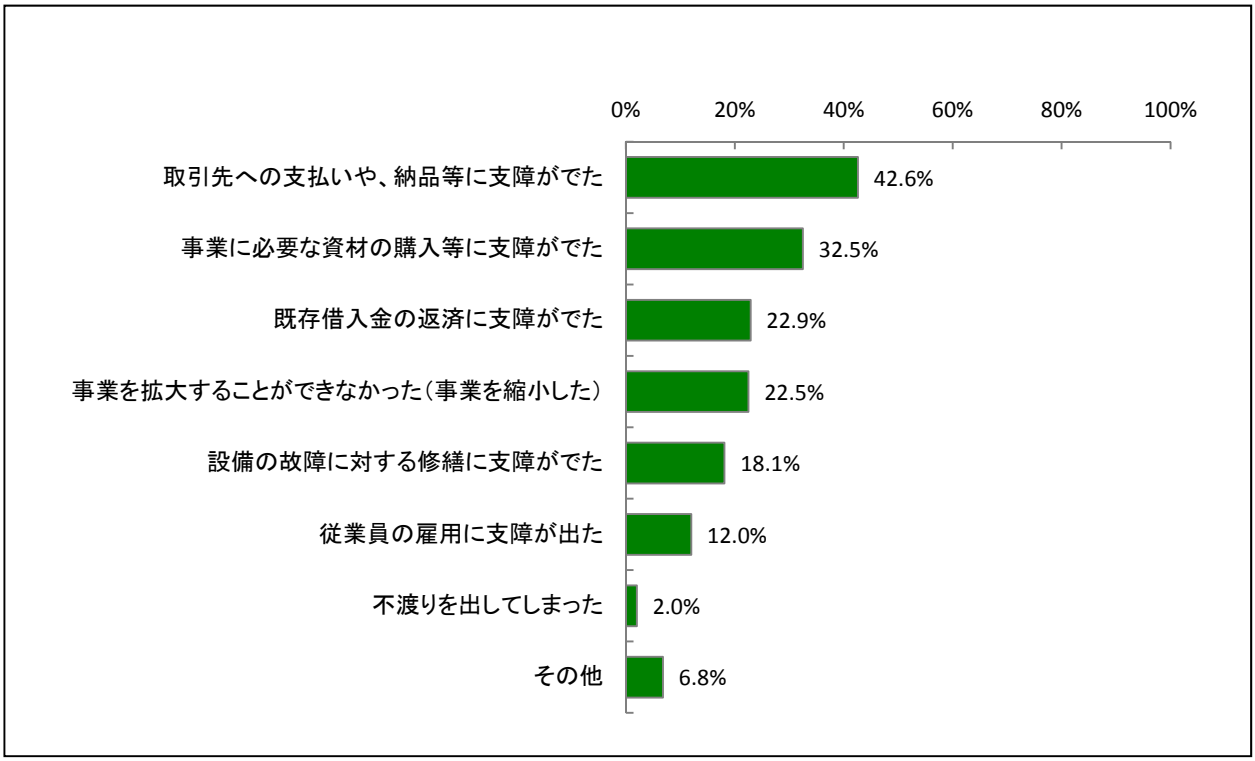
(借入ができなかった際に取った行動の詳細)



② 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 42.6%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 32.5%と続いている。

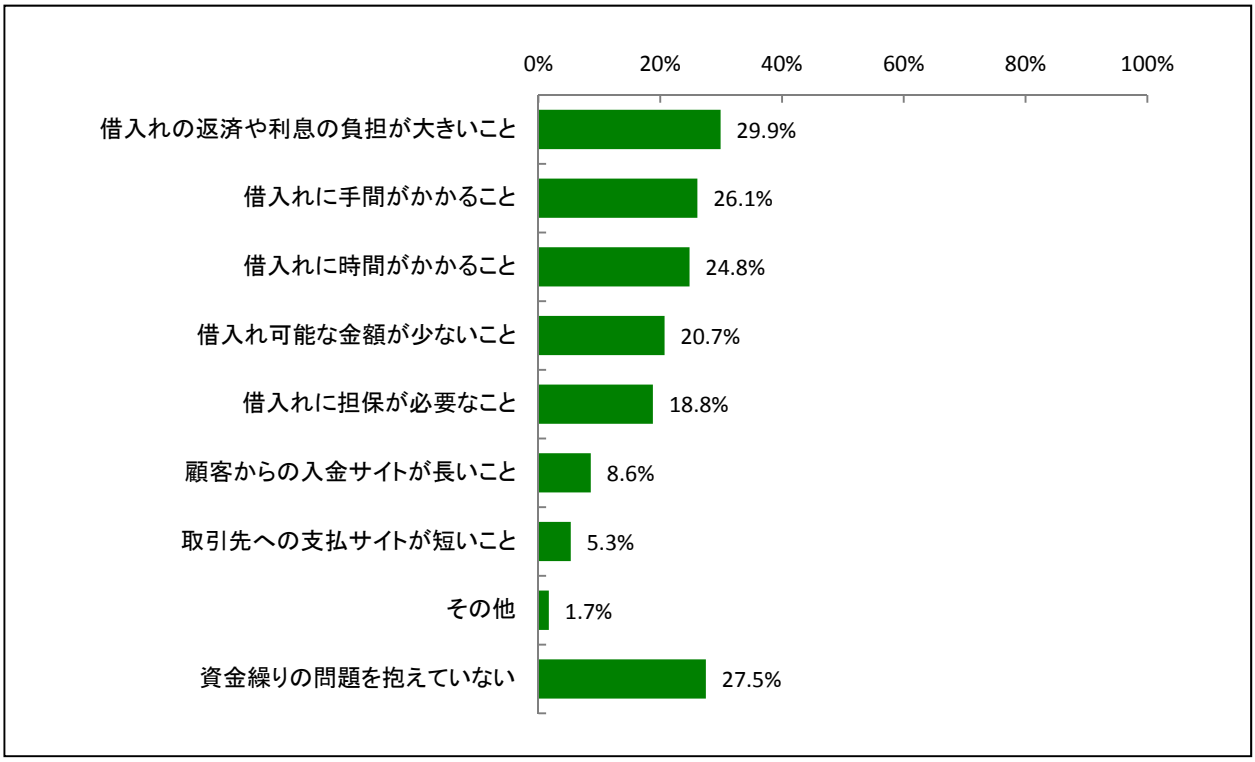
＜図 57：借入れできなかったことによる影響（複数回答 n=249)＞



(5) 事業活動における資金調達や資金繰りの問題

- 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おける問題について調査したところ、「借入れの返済や利息の負担が大きいこと」が 29.9%と最も高く、次いで「借入れに手間がかかること」が 26.1%、「借入れに時間がかかること」が 24.8%と続いている。

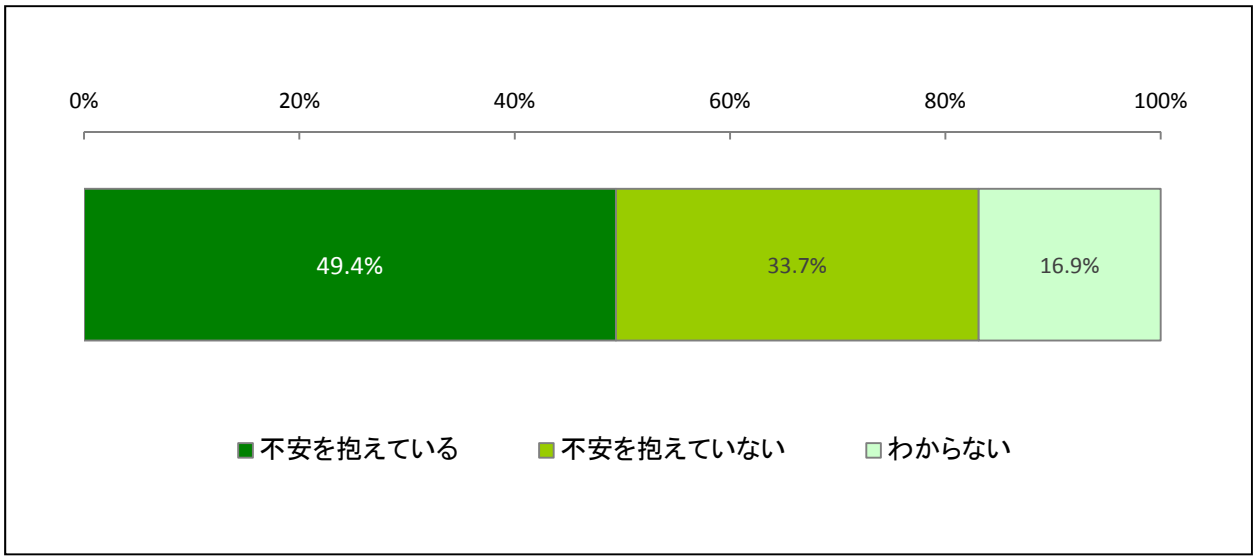
＜図 58:事業活動における資金調達や資金繰りの問題（複数回答 n=1,500)＞



(6) 事業活動における将来的な資金繰りの不安

- 事業活動における将来的な資金繰りの不安について見ると、49.4%が不安を抱えていると回答している。

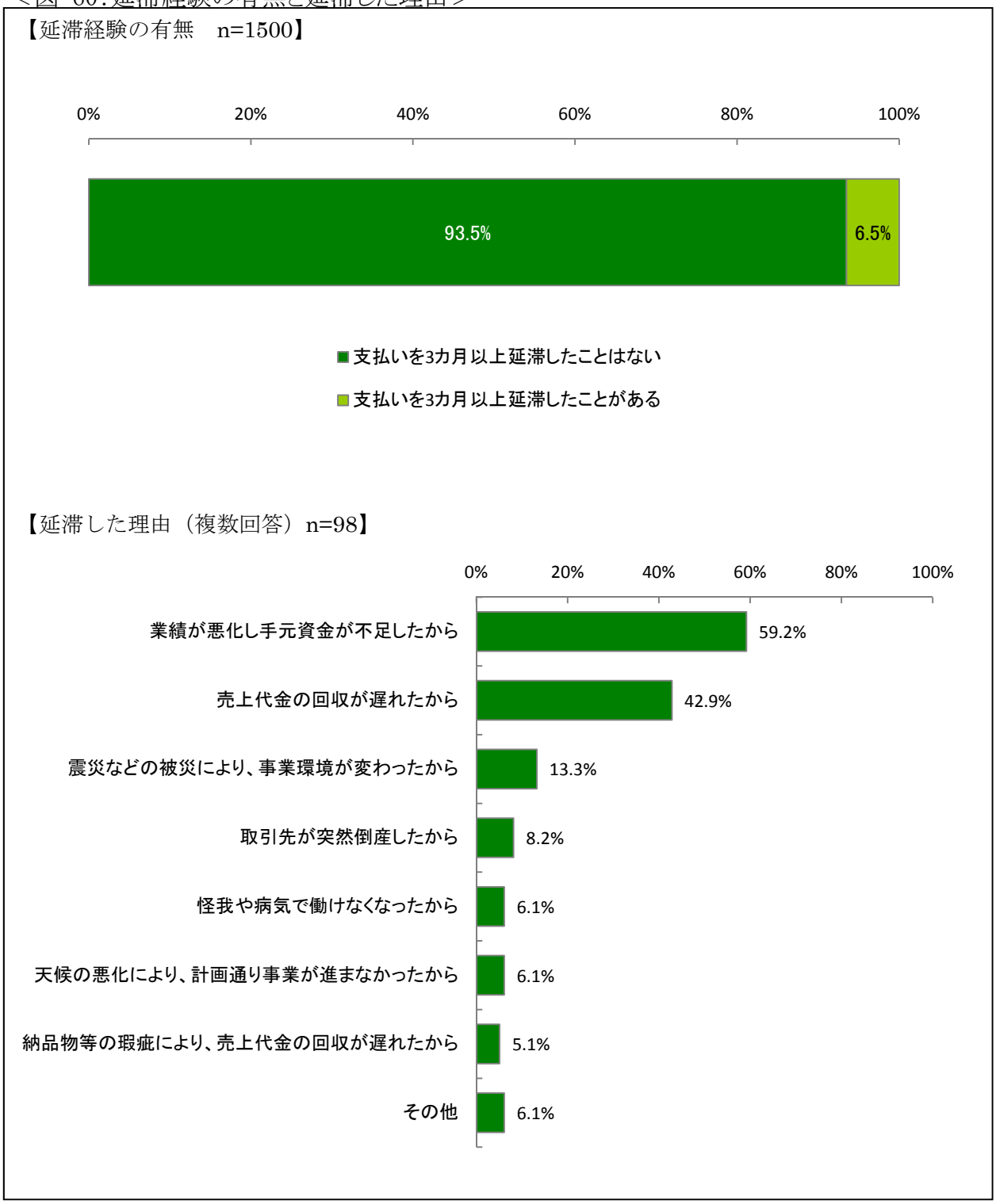
＜図 59:事業活動における将来的な資金繰りの不安（複数回答 n=1,500)＞



(7) 延滞経験の有無と延滞した理由

- 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、6.5%が支払いを延滞したことがあると回答しており、その延滞した理由については、「業績が悪化し手元資金が不足したから」が 59.2%と最も高く、次いで「売上代金の回収が遅れたから」が 42.9%、「震災などの被災により、事業環境が変わったから」が 13.3%となっている。

＜図 60:延滞経験の有無と延滞した理由＞

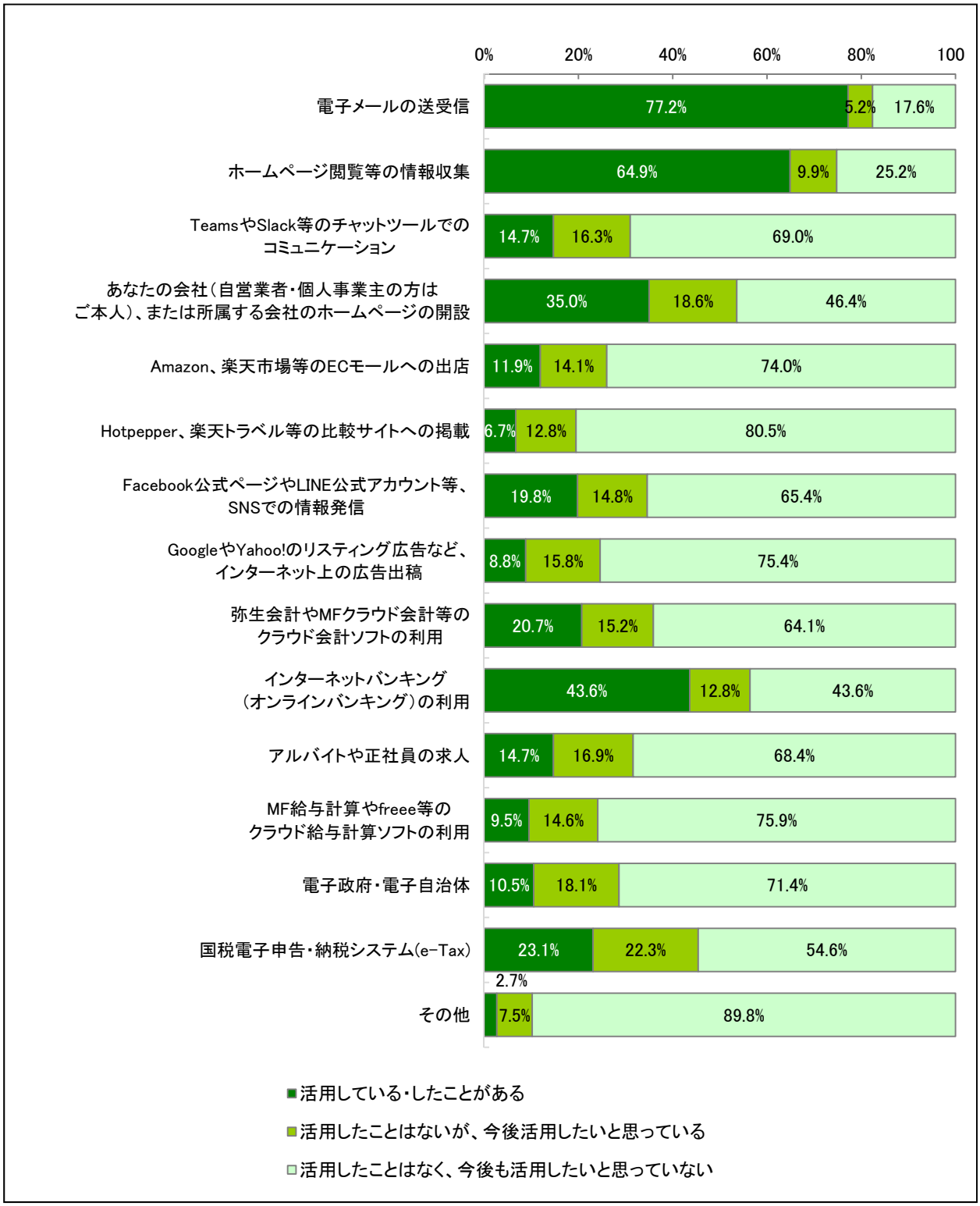


(8) インターネットサービス等の活用状況・変化

① インターネットサービス等の活用状況

- 借入経験のある事業者に対して、事業におけるインターネットの活用状況について調査したところ、「電子メールの送受信」が 77.2%と最も高く、次いで「ホームページ閲覧等の情報収集」が 64.9%、「インターネットバンキング(オンラインバンキング)の利用」が 43.6%となった。

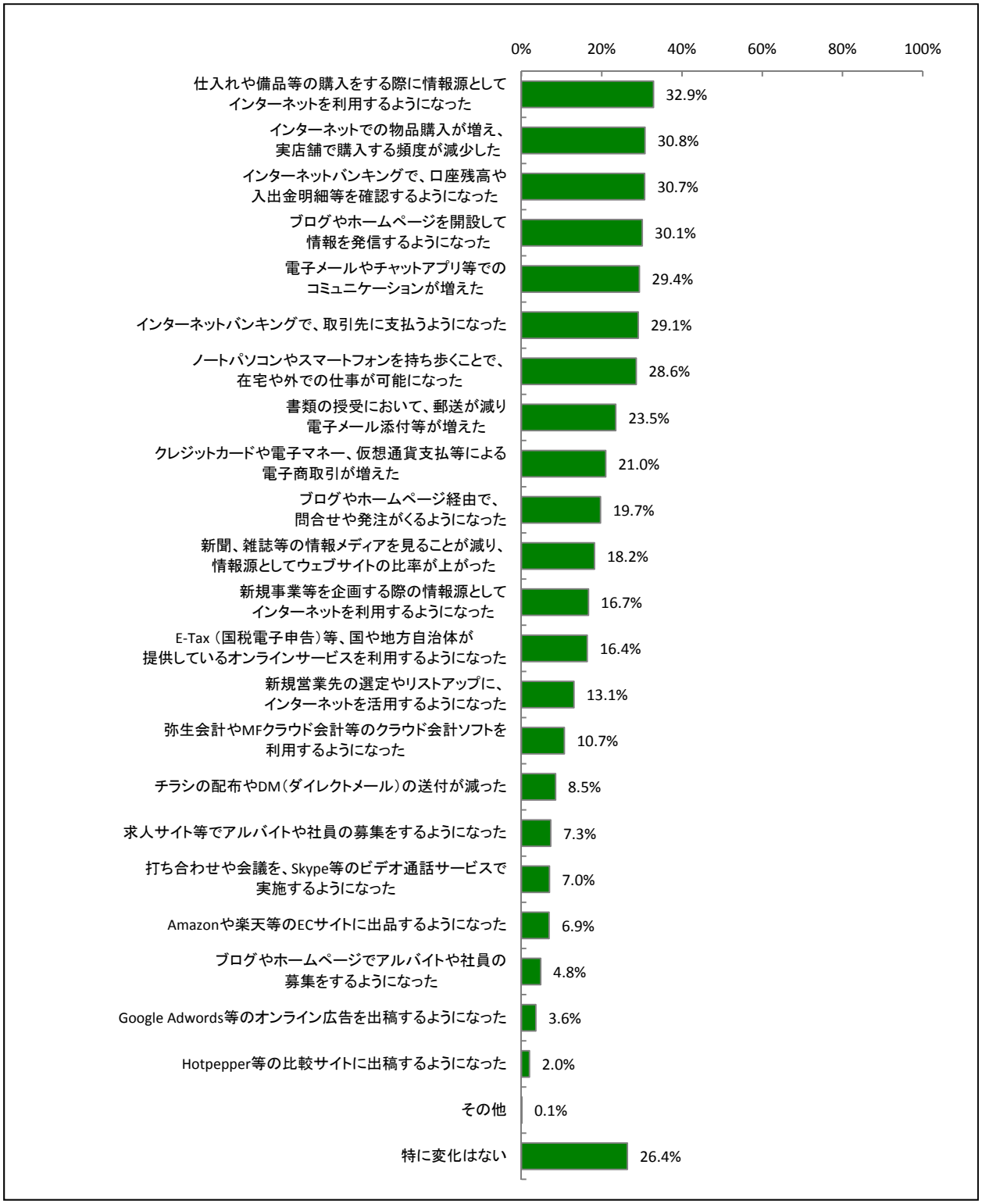
＜図 61:インターネットサービス等の利用状況 (n=1,500)＞



② インターネット利用によるビジネス環境の変化

- インターネット利用によるビジネス環境の変化については、「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」が 32.9%と最も高く、次いで「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」が 30.8%、「インターネットバンキングで、口座残高や入出金明細等を確認するようになった」が 30.7%と続いている。

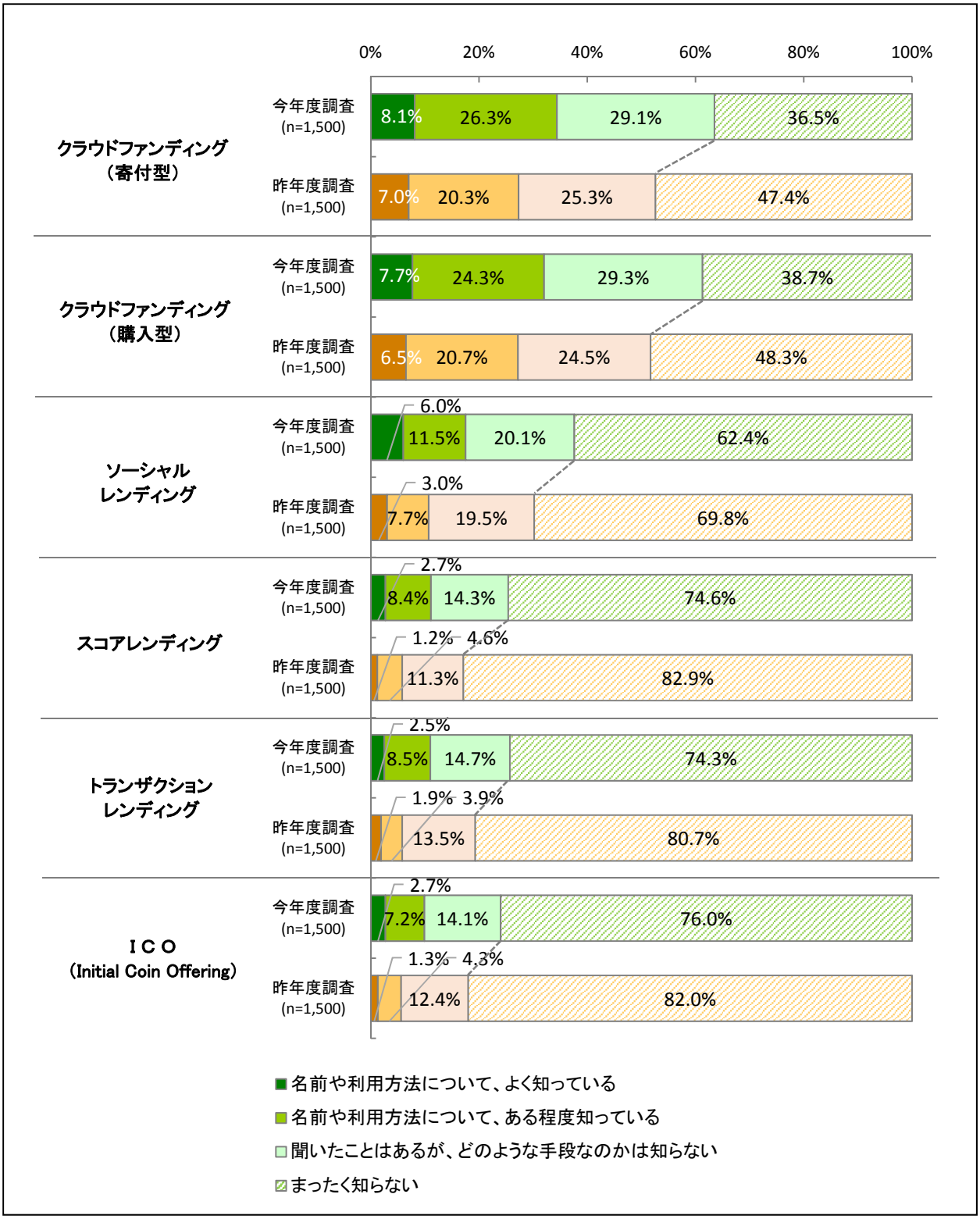
＜図 62:インターネット利用によるビジネス環境の変化（複数回答 n=1,500)＞



③ フィンテック等を活用した資金調達方法の認知・利用意向

- 借入経験のある事業者に対して、フィンテック等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 63.5%と最も高く、次いで「クラウドファンディング（購入型）」が 61.3%、「ソーシャルレンディング」が 37.6%となった。

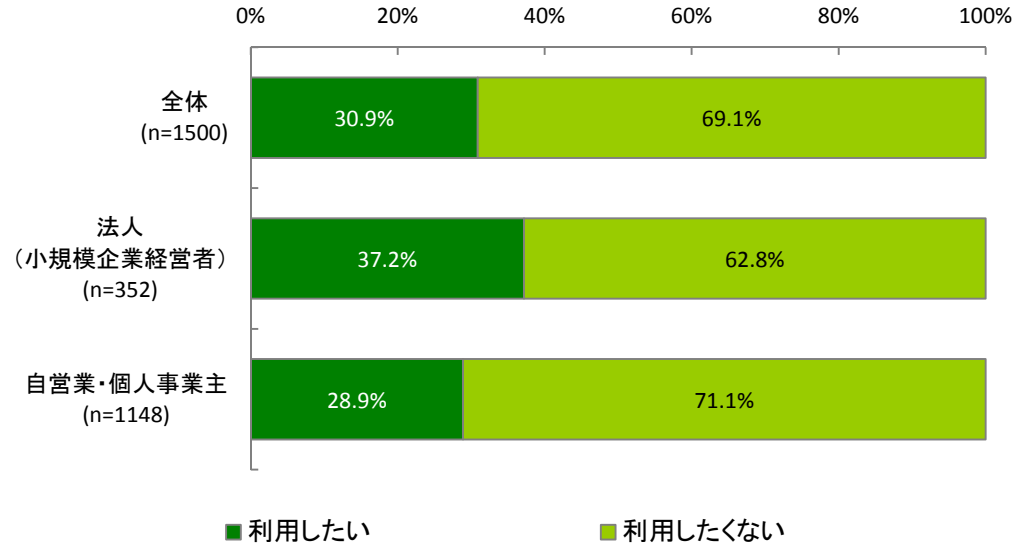
＜図 63:フィンテック等を活用した資金調達方法の認知度（n=1,500)＞



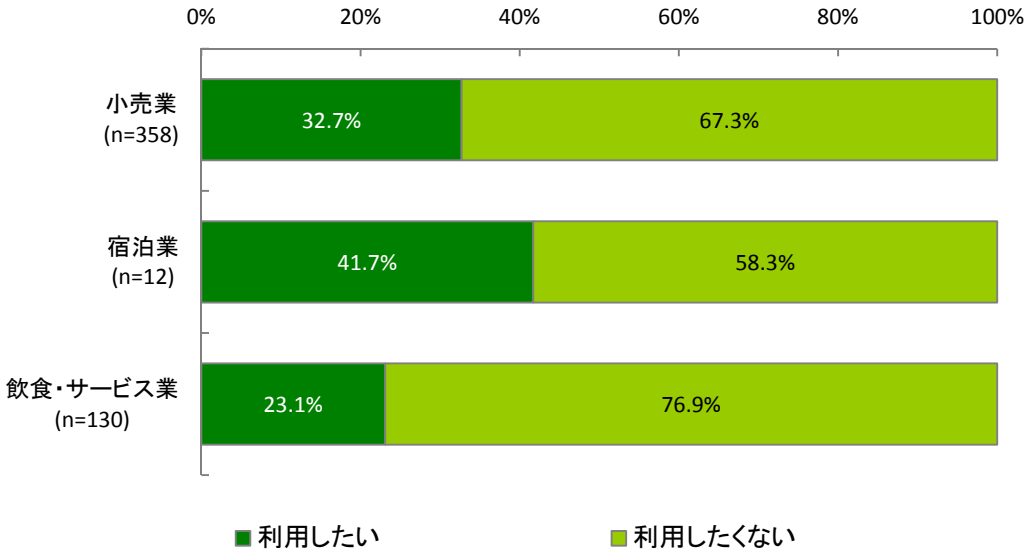
- フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向については、30.9%が利用したいと回答しており、利用したい理由では「金利が低いから」が 49.5%と最も高く、次いで「審査時間が短いから」が 37.9%、「調達できる金額が大きいから（必要な金額を調達できるから）」が 33.1%と続いている。
- 特定業種（小売業、宿泊業・飲食サービス業）の事業者の利用意向をみると、「小売業」の 32.7%、「宿泊業」の 41.7%、「飲食・サービス業」の 23.1%が、フィンテック等を活用した資金調達方法を利用したいと回答している。

＜図 64:フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向＞

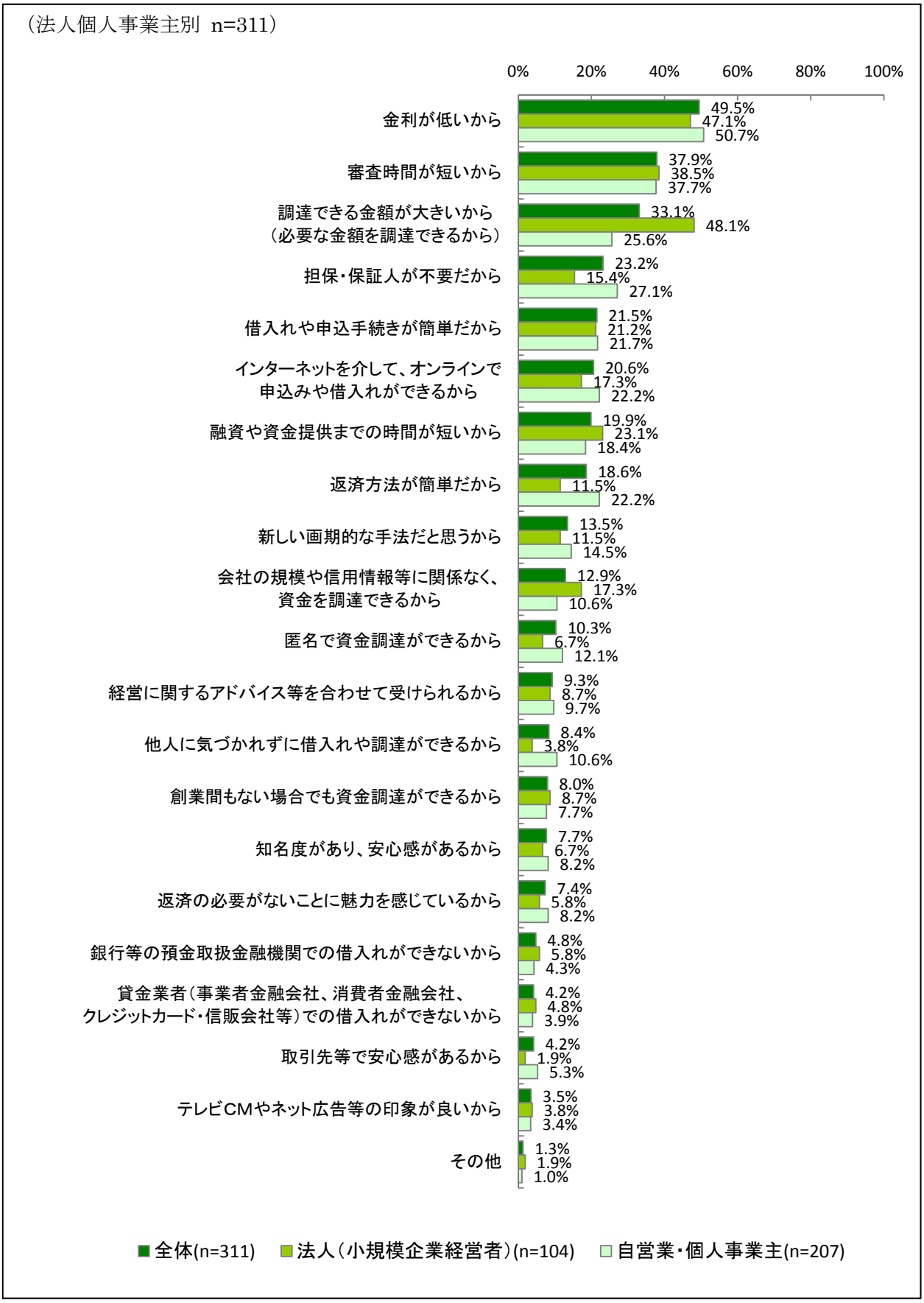
（法人個人事業主別 n=1,500）



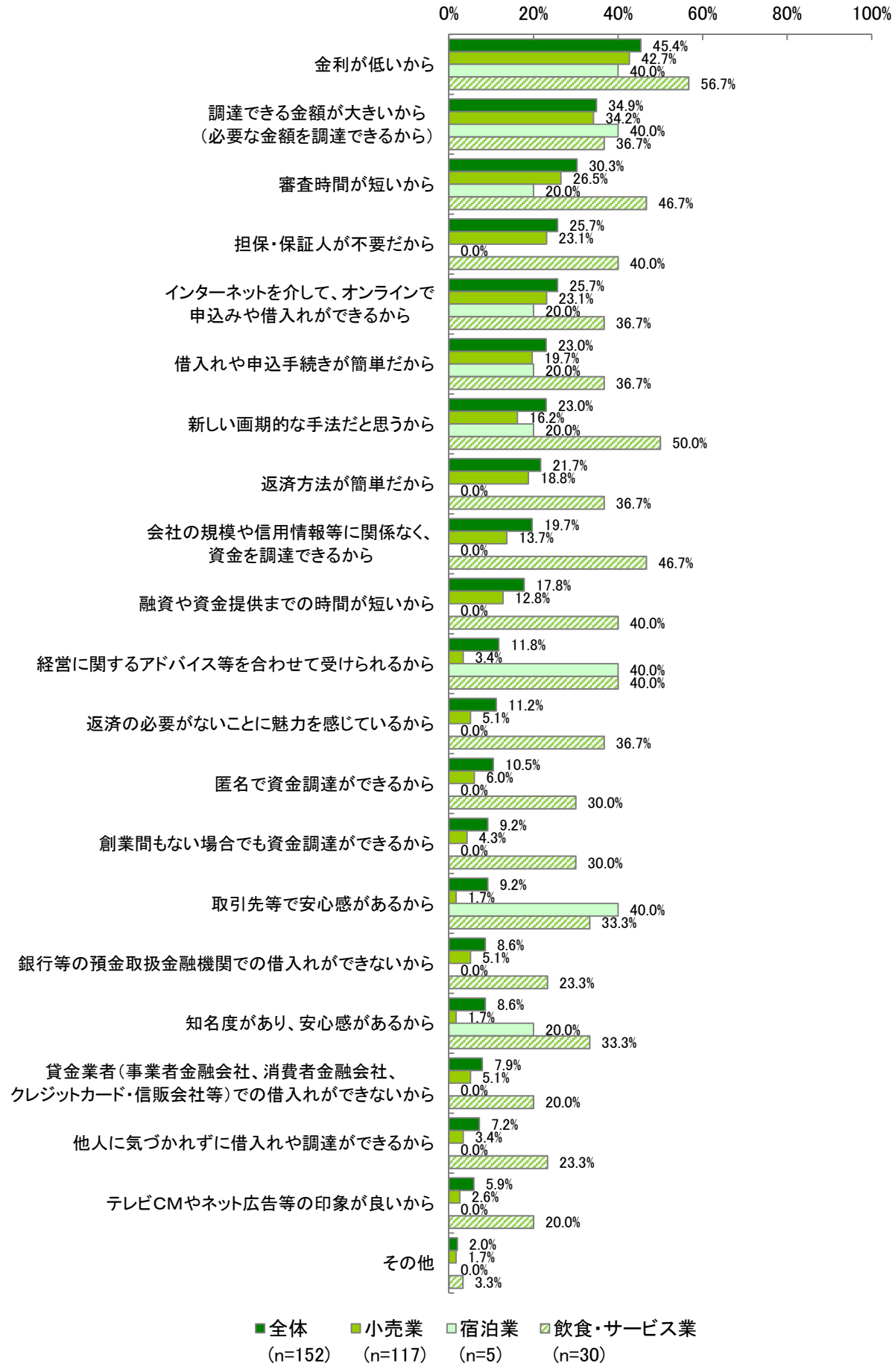
＜特定業種（小売業、宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500＞



＜図 65:フィンテック等を活用した資金調達方法を利用したい理由（複数回答）＞



＜特定業種（小売業、宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=152＞

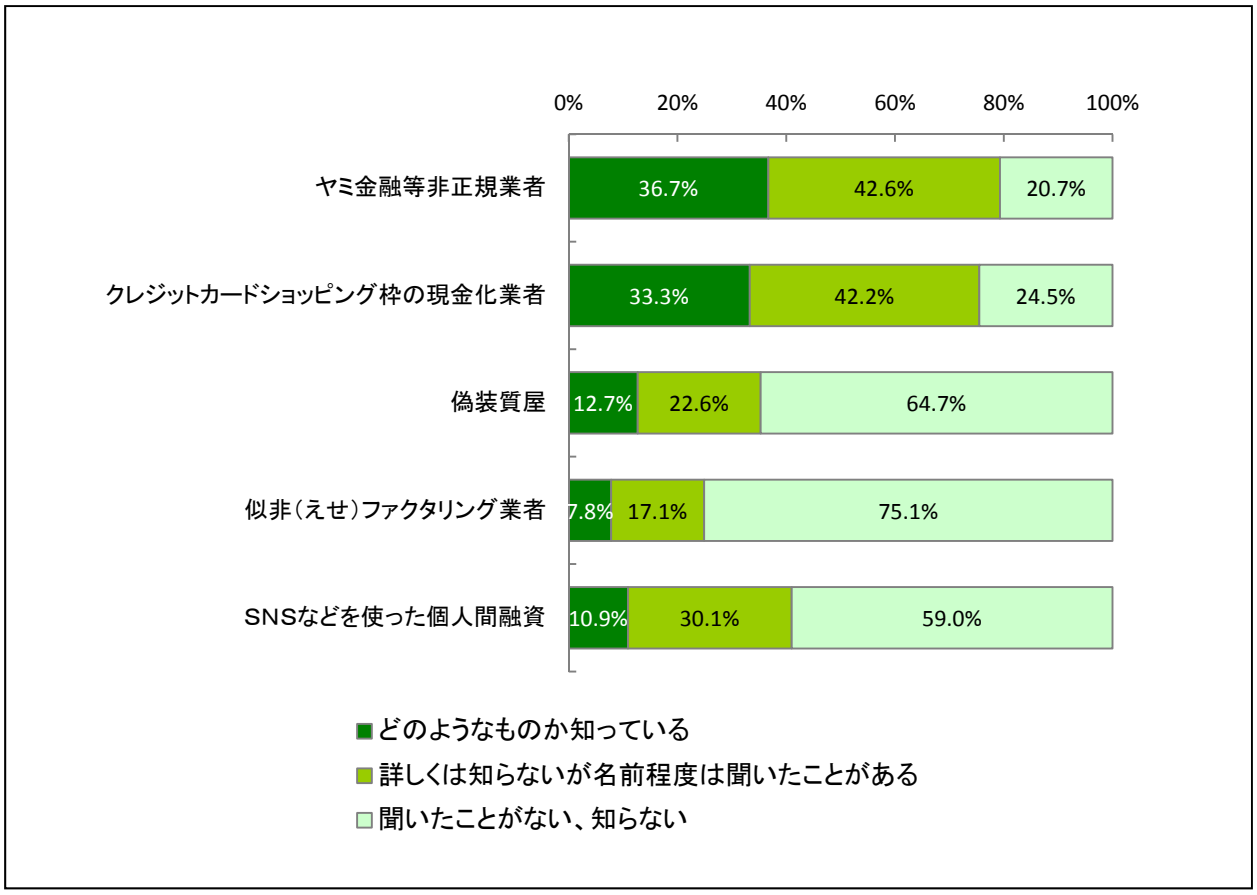


(9) ヤミ金融等非正規業者の認知度・接触状況等

① ヤミ金融等非正規業者についての認知度

- 借入経験のある事業者に対して、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 36.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 33.3%、「偽装質屋」が 12.7%、「似非(えせ)ファクタリング業者」が 7.8%、「SNSなどを使った個人間融資」が 10.9%となった。

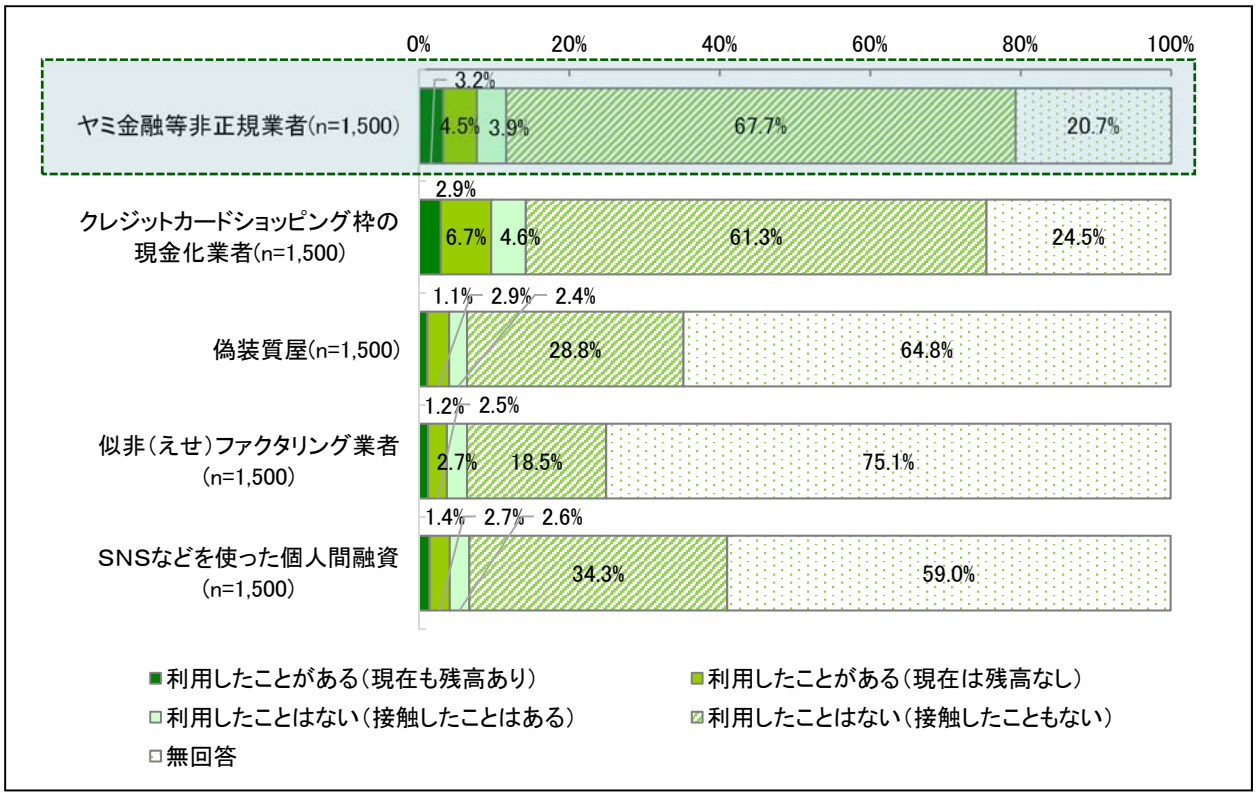
＜図 66:ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=1,500)＞



② ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無

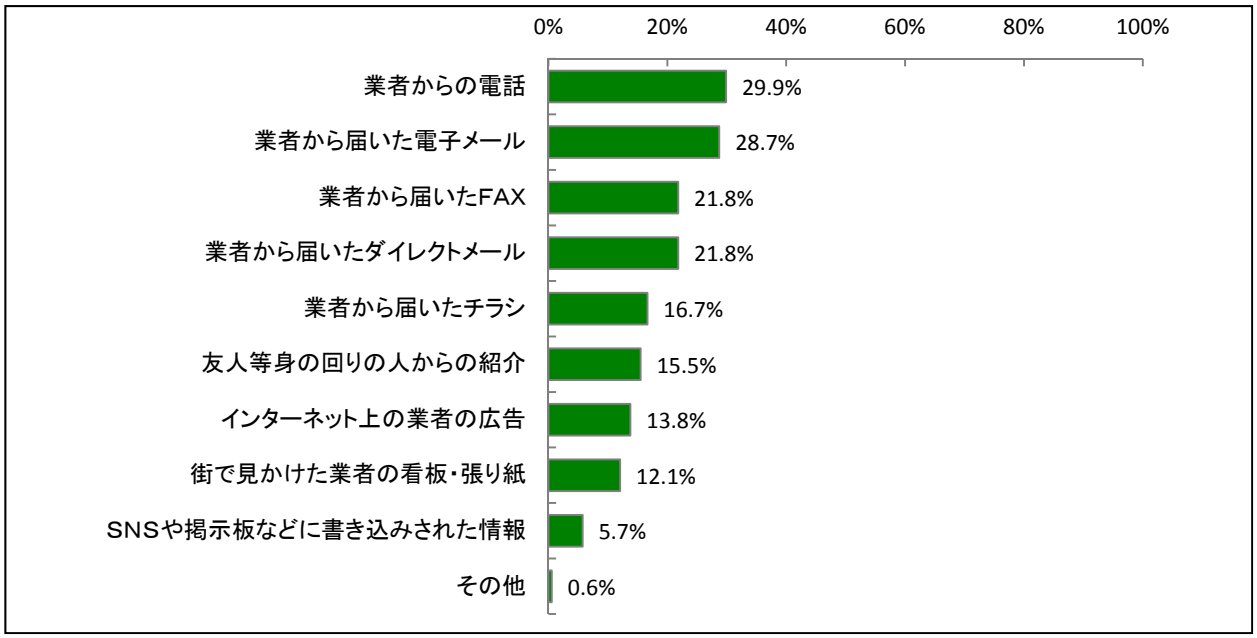
- ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無をみると、11.6%が接触したことがあると回答しており、その接触方法については、「業者からの電話」が 29.9%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が 28.7%、「業者から届いたFAX」、「業者から届いたダイレクトメール」がそれぞれ 21.8%と続いている。

＜図 67：ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無（n=1,500）＞



③ ヤミ金融等非正規業者との接触方法

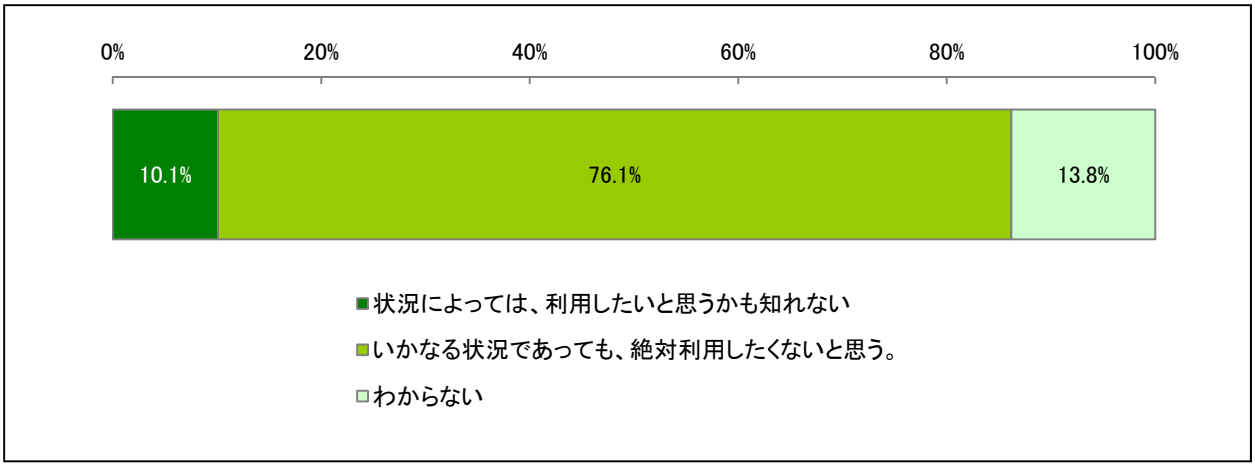
＜図 68：ヤミ金融等非正規業者との接触方法（複数回答 n=174）＞



④ ヤミ金融等非正規業者の利用意識

- 借入経験のある事業者に対して、ヤミ金融等非正規業者の利用意識について調査したところ、76.1%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 69:ヤミ金融等非正規業者の利用意識 （n=1,500）＞

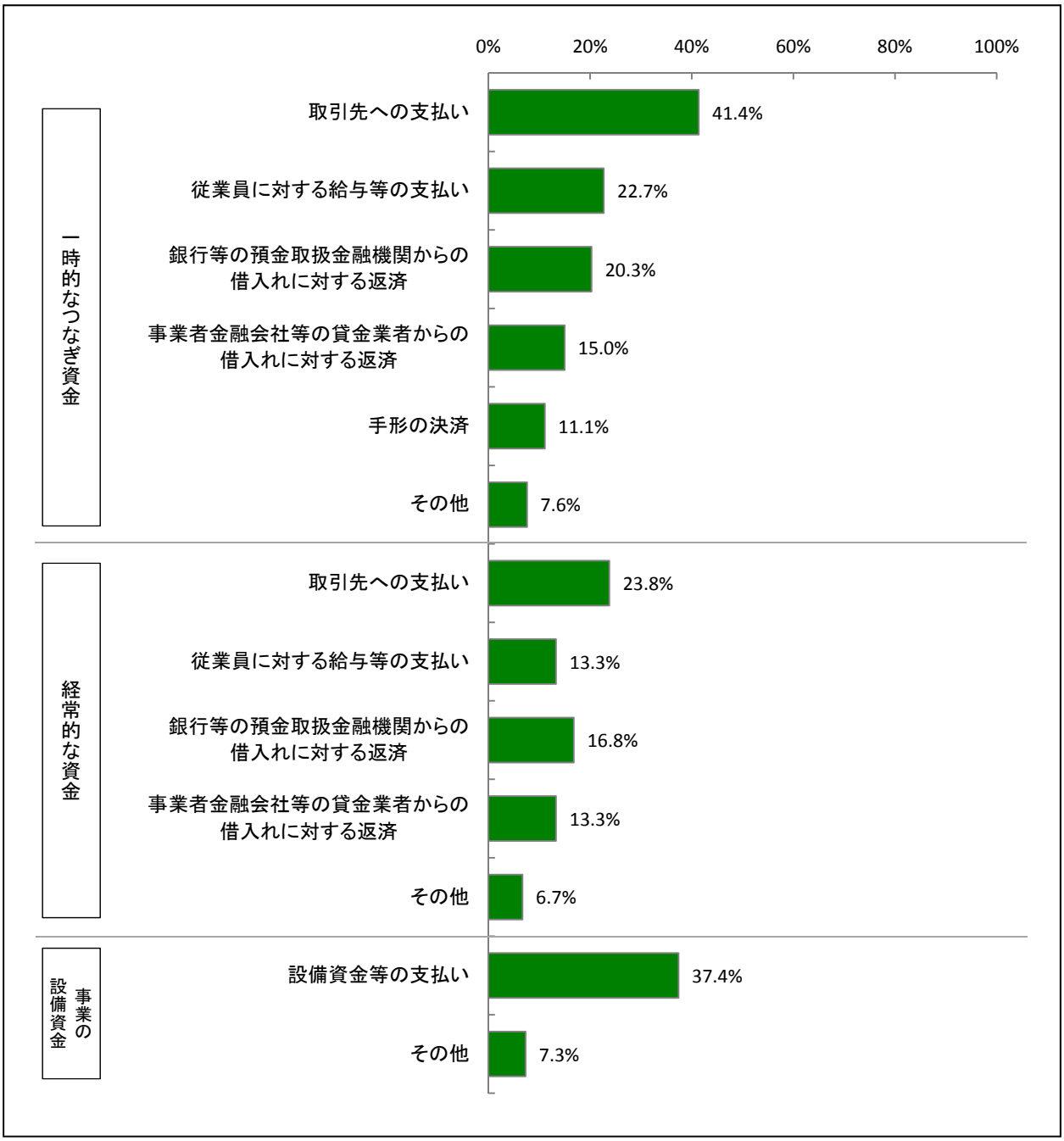


3. 貸金業者に対する期待・要望

(1) 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に対して、貸金業者からの借入れについての今後の用途別での利用意向について調査したところ、「取引先への支払い(一時的なつなぎ資金)」が41.4%と最も高く、次いで「設備投資等の支払い」が37.4%、「取引先への支払い(経常的な資金)」が23.8%となった。

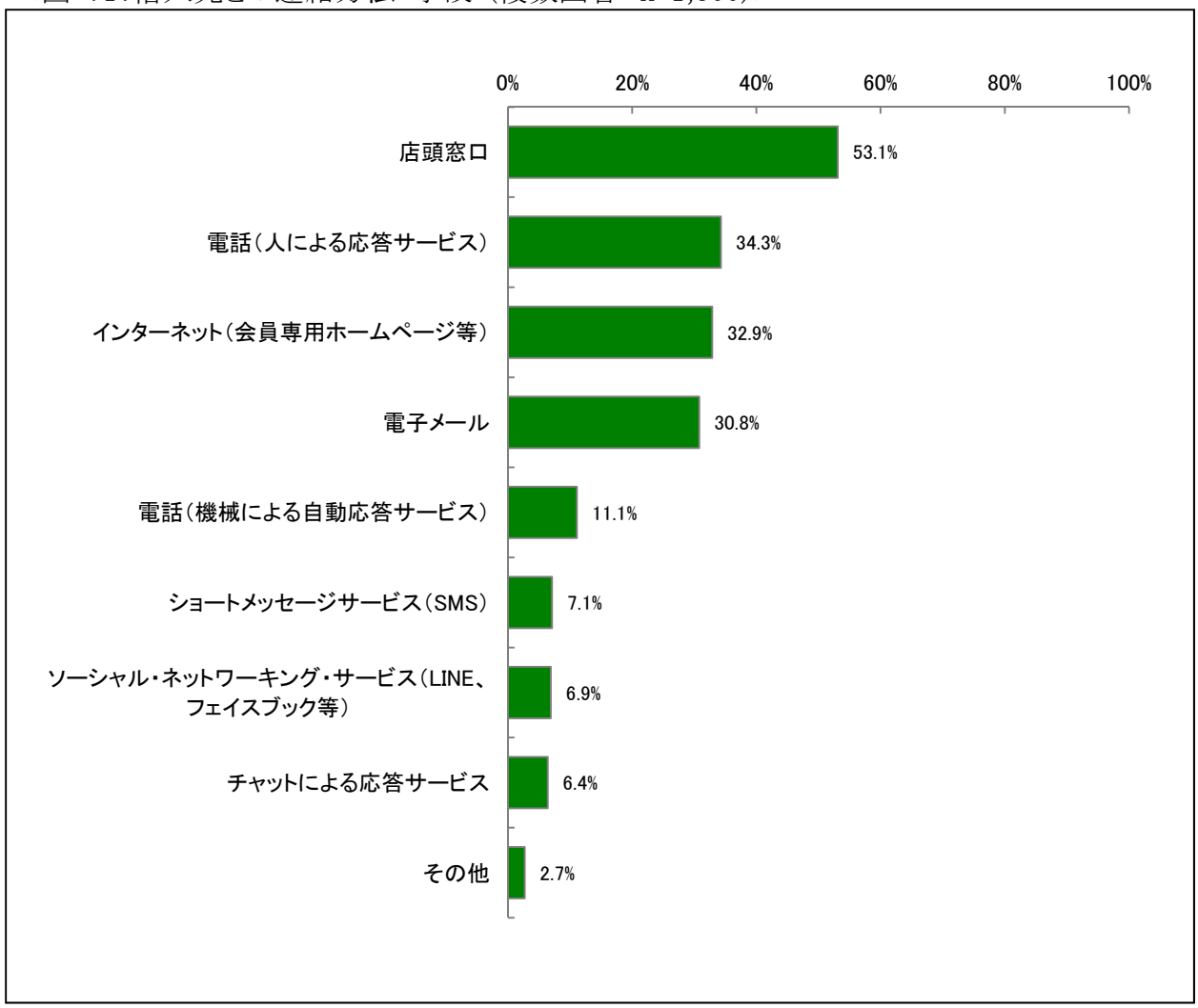
＜図 70:貸金業者からの借入れについての今後の利用意向 (複数回答 n=660)＞



(2) 借入先との連絡方法・手段

- 各種問合せや返済相談等を行う際に望む借入先との連絡方法・手段では、「店頭窓口」が 53.1%と最も高く、次いで「電話(人による応答サービス)」が 34.3%、「インターネット(会員専用ホームページ等)」が 32.9%と続いている。

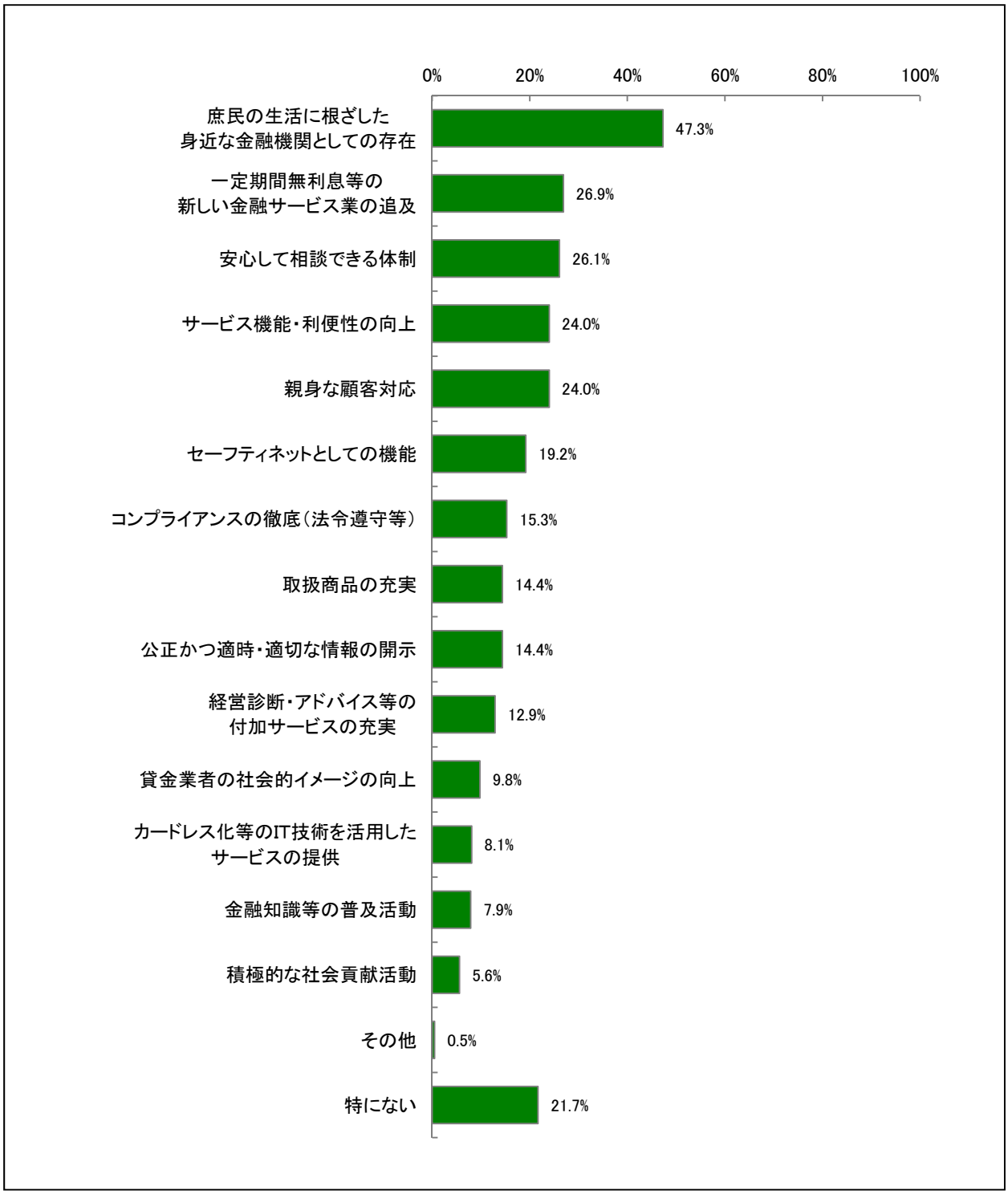
＜図 71:借入先との連絡方法・手段 (複数回答 n=1,500)＞



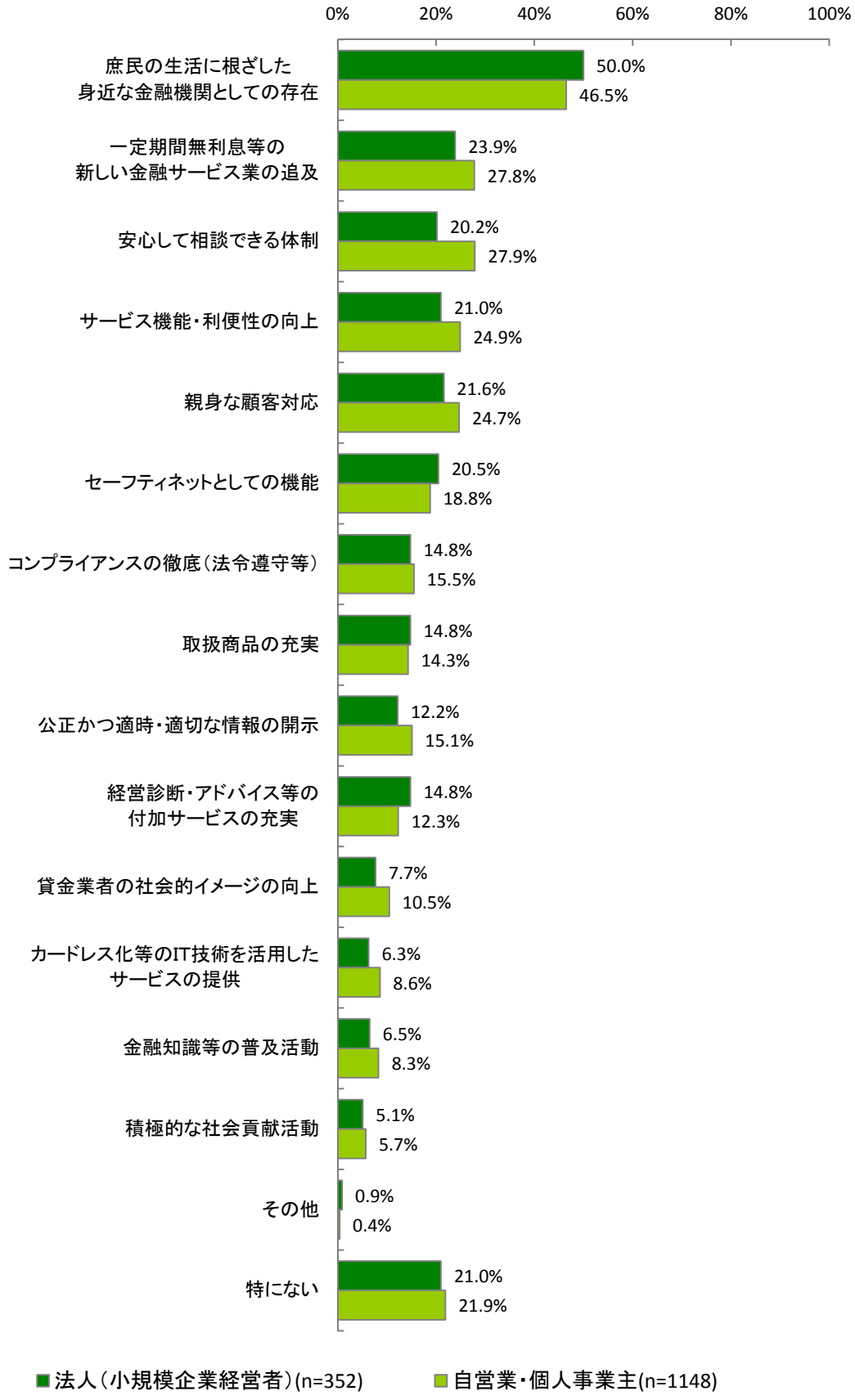
(3) 貸金業者に望むこと

- 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 47.3％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 26.9％、「安心して相談できる体制」が 26.1％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。

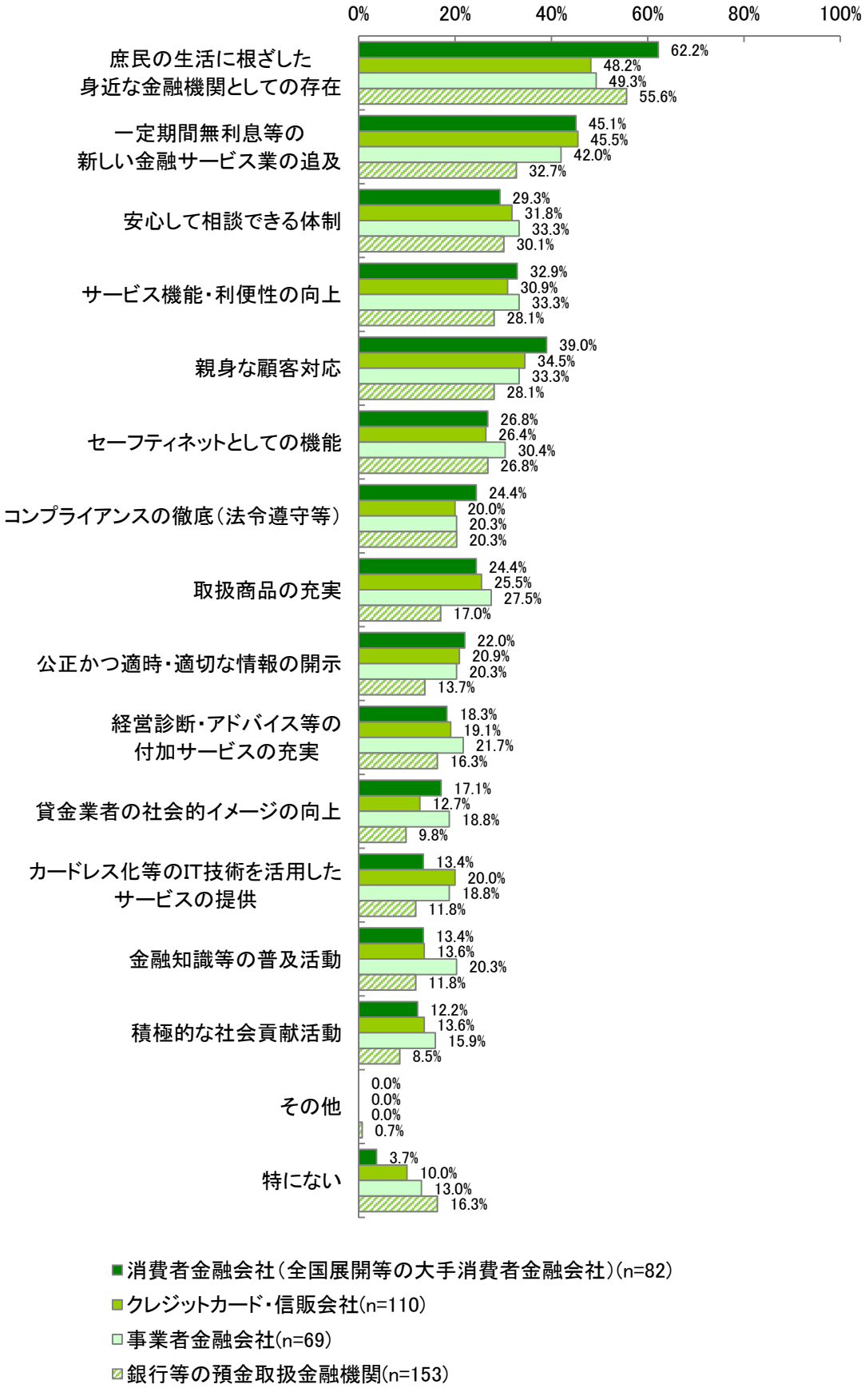
＜図 72:貸金業者に望むこと（複数回答 n=1,500)＞



（法人個人事業主別）


0%
20%
40%
60%
80%
100%
庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在
50.0%
46.5%
一定期間無利息等の新しい金融サービス業の追及
23.9%
27.8%
安心して相談できる体制
20.2%
27.9%
サービス機能・利便性の向上
21.0%
24.9%
親身な顧客対応
21.6%
24.7%
セーフティネットとしての機能
20.5%
18.8%
コンプライアンスの徹底（法令遵守等）
14.8%
15.5%
取扱商品の充実
14.8%
14.3%
公正かつ適時・適切な情報の開示
12.2%
15.1%
経営診断・アドバイス等の付加サービスの充実
14.8%
12.3%
貸金業者の社会的イメージの向上
7.7%
10.5%
カードレス化等のIT技術を活用したサービスの提供
6.3%
8.6%
金融知識等の普及活動
6.5%
8.3%
積極的な社会貢献活動
5.1%
5.7%
その他
0.9%
0.4%
特にない
21.0%
21.9%
法人（小規模企業経営者）(n=352)
自営業・個人事業主(n=1148)

（借入先として検討した先別）



以上

JICC貸金無担保登録情報（※消費者向残高あり）

（2019 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	5	0.1	79	1.1	3	0.13	74	1.1	0.99	0.6
20代	727	16.6	516	1.6	373	14.78	348	1.5	14.01	8.0
30代	876	20.0	652	1.5	441	17.49	380	1.4	12.56	8.3
40代	1,080	24.7	719	1.5	625	24.77	400	1.4	12.10	8.6
50代	906	20.7	778	1.5	532	21.08	413	1.5	12.30	8.9
60代	527	12.0	587	1.4	325	12.90	352	1.4	9.29	8.2
70代以上	252	5.8	342	1.3	223	8.85	243	1.2	10.07	13.0
計	4,373	100	646	1.5	2,522	100.00	371	1.4	11.76	8.6

■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	296.7	11.3	石川県	44.0	7.3	岡山県	81.2	8.6
青森県	67.1	10.3	福井県	32.9	7.8	広島県	130.0	9.1
岩手県	58.6	8.8	山梨県	42.6	9.5	山口県	65.3	9.4
宮城県	128.7	10.7	長野県	93.6	8.3	徳島県	29.0	8.1
秋田県	49.3	10.0	岐阜県	82.1	7.3	香川県	41.5	8.5
山形県	46.5	8.1	静岡県	179.9	9.0	愛媛県	62.2	9.2
福島県	94.4	9.7	愛知県	350.1	8.6	高知県	35.4	10.0
茨城県	155.9	10.5	三重県	77.4	8.1	福岡県	323.0	12.7
栃木県	99.0	9.7	滋賀県	60.8	8.1	佐賀県	42.7	9.8
群馬県	92.3	9.1	京都府	122.8	9.2	長崎県	73.6	10.9
埼玉県	434.4	11.1	大阪府	514.1	11.6	熊本県	98.7	11.0
千葉県	372.2	11.3	兵庫県	275.9	10.1	大分県	67.5	11.6
東京都	967.0	12.2	奈良県	57.7	8.9	宮崎県	63.1	11.5
神奈川県	576.4	11.6	和歌山県	40.6	8.6	鹿児島県	92.5	11.5
新潟県	92.7	7.8	鳥取県	24.2	8.1	沖縄県	94.5	13.4
富山県	37.8	6.8	島根県	27.7	7.7	合計	6,895.6	10.4

■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	777	17.76	1.03	605	23.98	1.03	1,381	20.03	1.03
10～30万円以下	826	18.89	1.19	708	28.07	1.23	1,534	22.24	1.21
30～50万円以下	846	19.35	1.28	627	24.86	1.35	1,473	21.37	1.31
50～100万円以下	1,031	23.57	1.91	468	18.57	2.11	1,499	21.74	1.97
100～150万円以下	488	11.16	1.89	82	3.25	2.18	570	8.26	1.93
150～200万円以下	233	5.34	1.81	22	0.87	2.16	255	3.70	1.84
200～300万円以下	140	3.20	1.89	9	0.36	2.27	149	2.16	1.91
300万円超	33	0.75	2.39	1	0.06	2.74	34	0.49	2.40
計	4,373	100.00	1.49	2,522	100.00	1.42	6,895	100.00	1.46

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 2018 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