

資金需要者等の借入意識や借入行動に関する調査結果報告の公表について

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、資金需要者等の借入行動などにも大きな変化が生じており、貸金業者の担う資金供給機能においても、新しい生活様式や事業環境に対応したデジタル化の重要性が高まりつつある。

新型コロナウイルス感染拡大の影響や急速な情報化社会の進展など資金需要者等の生活様式や事業環境は劇的に変化しており、資金需要者等の借入れに対する意識等も大きく変わりつつあります。

日本貸金業協会は、こうした状況を踏まえ、生活様式や事業環境の変化が資金需要者等に及ぼす影響や貸金業者に求められている資金供給機能、社会的役割等を明らかにすることを目的として、資金需要者等を対象としたアンケート調査を実施いたしました。

■ 調査結果のポイント ■

1. 貸金市場の状況(JICC¹「統計データ」より) 資料内 P45-P46 参照
 - 令和 2 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 63.1%、女性が 36.9%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 14.9%、8.8%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、「福岡県」が 12.6%と最も高く、次いで「沖縄県」が 12.1%、「東京都」が 11.9%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 6.9%と最も低い。
2. 新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響 資料内 P09-P21 参照
 - (1) 社会生活や事業活動への影響
 - 借入経験のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による社会生活等への影響と変化を見たところ、現時点で影響が出ているとの回答が過半数を超える結果となった。雇用や収入については、収入が増加したと回答した割合も 1 割程度みられたものの、収入や仕事の減少といった悪い影響が目立っていることがわかる結果となっており、今後の家計収支の見込みについても、約 3 割が悪化する見込みと回答している。
 - 借入経験のある事業者の事業活動等への影響と変化についてみると、現時点で影響が出ているとの回答が全体で 6 割を超え、特に対面サービスの提供機会の多い特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス)では 7 割強となった。売上、利益の減少といった影響が多く挙げられたことから、運転資金の調達のための新たな借入需要が生み出されていることがわかったほか、国や行政機関などの資金繰り支援制度の利用(利用検討)も活発に行われていることが明らかとなった。

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) 借入行動への影響

- 借入経験のある個人の借入行動への影響についてみると、自粛生活により支出が減ったため新たな借入れが不要になったといった理由が多く挙げられたほか、収入減少による返済への懸念から借入れを控えるといった理由も上位に挙がっている。
- 借入経験のある事業者の借入行動への影響をみると、「国や行政機関などの資金繰り支援制度等を利用する(利用を検討する)ようになった」(27.8%)、「売上減少など事業の収支が悪化したことによって、事業の運転資金を補填するため、新たに借入れが必要になった」(21.0%)といった項目が上位を占めている。
- 一方で、「売上減少など事業の収支が悪化したことによって、返済の目途が不安だったため、新たな借入を行わなかった」(20.7%)といった回答も一定割合を占める結果となった。

3. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

資料内 P22-P44 参照

(1) デジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化

- 借入経験のある個人のデジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化についてみると、社会生活の変化については、スマートフォンの普及率が9割を超えるなどデジタル端末の保有が一般化することで、情報収集やコミュニケーション、購買決済などにおける変化を生んでいることが明らかとなった。
- モバイル端末での借入行動のきっかけとしてバナー広告やリスティング広告⁴等の広告媒体での認知も多く挙げられ、借入について認知から行動に至るプロセスがインターネット上に移りつつあることが読みとれる結果となっている。

(2) デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化

- 借入経験のある事業者の事業におけるデジタル化の状況については、電子メールやインターネットでの情報収集などの「基本業務」が最も高い。また、「事業・販路拡大にかかわる業務」におけるデジタルマーケティングツールの導入や、バックオフィス業務においては「会計・財務」で特にデジタル化が進行していることがわかる。
- デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化についてみると、借入先を選定する際の情報源としてデジタルメディアが主要な情報源となっていることが明らかとなった。
- フィンテック等を利用した資金調達方法としては、クラウドファンディング⁵が広く認識されており、「金利の低さ」、「調達できる金額の大きさ」等が主な利点として挙げられた一方で、「仕組みの不透明性」「手続きの煩雑さ」等を理由に、フィンテック等を利用した資金調達方法の採用には消極的な意見もみられる結果となっている。

⁴ インターネットでの検索結果に連動して表示される広告を指します。

⁵ クラウドファンディングとは、インターネットを利用して、事業や活動に対する支援を募ることで資金を得る手法で、資金提供の対価として物品やサービスを提供するタイプを指します。

4. 貸金業者からの借入れに関する満足度や貸金業者に望むこと

資料内 P113-P116/P118-P121 参照

(1) 貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある個人の貸金業者からの借入れに伴う一連のサービスに関する満足度をみると、商品については「保証人を立てずに借りられること」の満足度が最も高く、次いで「少額で申込み可能なこと」と続いているように、個人の多様な借入ニーズへの幅の広いサービス提供が顧客満足を生んでいることがみてとれる。また、申込については手続き・手順のわかりやすさや簡便性、借入・返済についてはいつでも借入・返済できること、その他については他人に気づかれないことへの配慮や個人情報管理の安心感があることが、比較的高い顧客満足を示す結果となっている。

(2) 貸金業者に対して望んでいるサービスや役割について

- 借入経験のある個人の貸金業者に望んでいるサービスや役割についてみると、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 47.8%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及」が 31.0%、「サービス機能・利便性の向上」が 26.3%となっており、モバイル端末等を様々な金融サービスを利用するためのツールとして利用している資金需要者と利用していない資金需要者では、貸金業者に対する要望の強さに違いがみてとれる結果となった。資金需要者の性別や年代で貸金業者に望んでいるサービスや役割にそれぞれ違いがあることがみてとれる結果となっている。

5. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

資料内 P132-P143 参照

- 借入経験のある個人の社会問題となり得る可能性のある行動借入について調査を行なったところ、全体の約 2 割強が消費者トラブルの経験がある若しくは、トラブルになりかけた経験があると回答しており、特に若年層ほど消費者トラブルに遭遇しやすいことがわかった。ヤミ金融等非正規業者等を利用することへの意識においても、20 代以下では、状況によっては利用したいと思うかも知れないと回答した割合が 2 割にのぼり、利用に対しての抵抗感が他の年齢層と比べて低く、ヤミ金融被害の拡大が懸念される結果となっている。
- 借入経験のある個人のヤミ金融等非正規業者等の認知度は、「ヤミ金融等非正規業者」や「クレジットカードショッピング枠の現金化業者⁶」などが比較的認知が浸透している一方で「SNS などを使った個人間融資⁷」や「偽装質屋⁸」、「偽装ファクタリング業者⁹」については認知度向上の余地が大きい現状も明らかとなった。

⁶ 「クレジットカードショッピング枠の現金化」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」の利用可能枠を換金する目的で利用することを指します。換金目的でクレジットカードを利用することは、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ります。（クレジットカードに付帯しているキャッシングの利用は除きます。）

⁷ 「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します。

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を指します。

⁹ 偽装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を指します。

記

1. 公表日

令和2年11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2年9月4日から令和2年9月16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新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響 ➢ 新しい生活様式や事業環境による借入行動への影響・変化 ②デジタル化の進展がもたらす借入行動等への影響・変化 ➢ 資金需要者等におけるモバイル端末等の利用状況 ➢ デジタル化の普及による借入行動への影響・変化 ③資金需要者等を取り巻く環境の変化について ➢ 家計収支・生活習慣・消費行動 ➢ 事業収支・事業環境・年商 ④資金需要者等の借入れに対する意識等について ⑤資金需要者等の借入行動について ➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果 ➢ 借入れする際に重視するポイント・理由 ➢ 貸金業者からの借入れに対する利用満足度 ⑥社会問題となり得る可能性のある行動 ➢ SNSを使った個人間融資や偽装ファクタリングの認知・利用状況

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

各位

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

資金需要者等の借入意識や借入行動に関する調査結果報告

～ 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、資金需要者等の借入行動などにも大きな変化が生じており、貸金業者の担う資金供給機能においても、新しい生活様式や事業環境に対応したデジタル化の重要性が高まりつつある。～

新型コロナウイルス感染拡大の影響や急速な情報化社会の進展など資金需要者等の生活様式や事業環境は劇的に変化しており、資金需要者等の借入れに対する意識等も大きく変わりつつあります。日本貸金業協会は、こうした状況を踏まえ、生活様式や事業環境の変化が資金需要者等に及ぼす影響や貸金業者に求められている資金供給機能、社会的役割等を明らかにすることを目的として、資金需要者等を対象としたアンケート調査を実施いたしました。

第1編 調査概要

1.調査概要

(1)調査方法	インターネット調査法(スマートフォン等を利用したモバイルリサーチ)
(2)調査対象	調査会社が保有する全国18歳以上のインターネットモニター会員
(3)調査期間	令和2年9月4日から令和2年9月16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新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響 ➢ 新しい生活様式や事業環境による借入行動への影響・変化 ②デジタル化の進展がもたらす借入行動等への影響・変化 ➢ 資金需要者等におけるモバイル端末等の利用状況 ➢ デジタル化の普及による借入行動への影響・変化 ③資金需要者等を取り巻く環境の変化について ➢ 家計収支・生活習慣・消費行動 ➢ 事業収支・事業環境・年商 ④資金需要者等の借入れに対する意識等について ⑤資金需要者等の借入行動について ➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果 ➢ 借入れする際に重視するポイント・理由 ➢ 貸金業者からの借入れに対する利用満足度 ⑥社会問題となり得る可能性のある行動 ➢ SNSを使った個人間融資や偽装ファクタリングの認知・利用状況

<個人向け調査>

【プレ調査】

回収サンプル数 40,930 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のある個人若しくはクレジットカードを持っている方で貸金業者からの借入経験がない個人を抽出

<事業者向け調査>

【プレ調査】

回収サンプル数 17,251 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:1,135 名 小規模企業経営者:365 名)

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

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

※回収サンプルには、基本サンプル 1,000 名の他に、追加サンプルとして特定業種(「卸売業:86 名」、「小売業:259 名」、「宿泊・飲食サービス業:155 名」)の事業者 500 名を含む

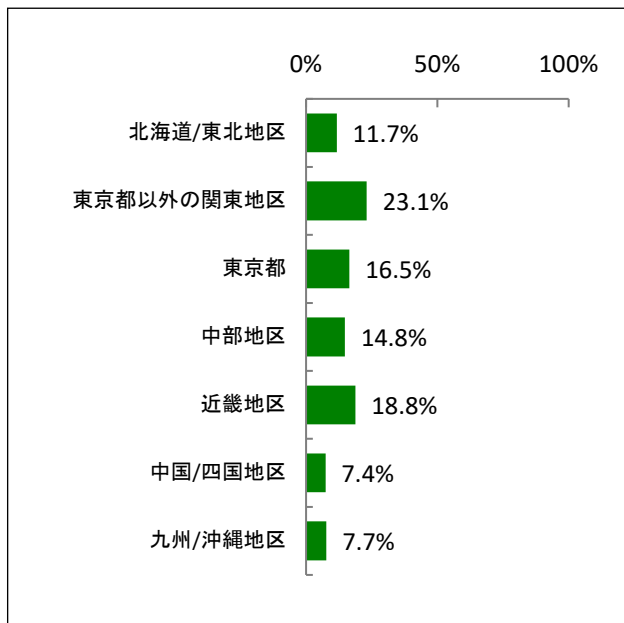
【本調査に関するお問い合わせ先】

日本貸金業協会 業務企画部 調査課 (電話番号:03-5739-3013)

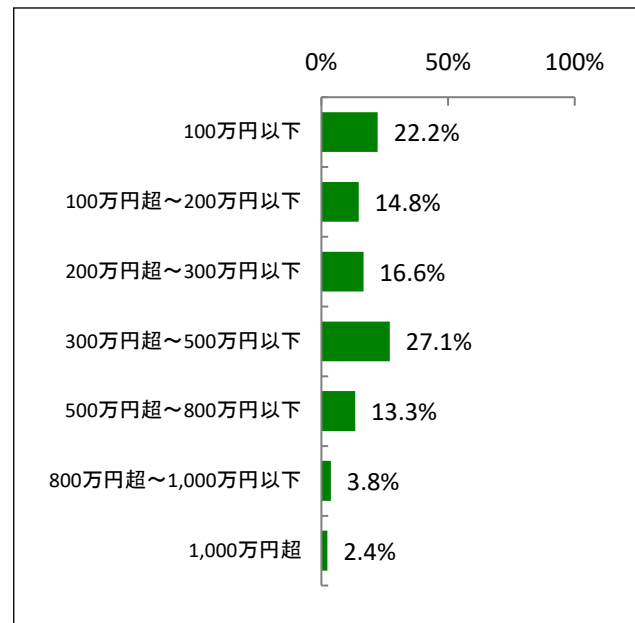
2.標本構成

＜貸金業者からの借入経験のある個人 n=2,000＞

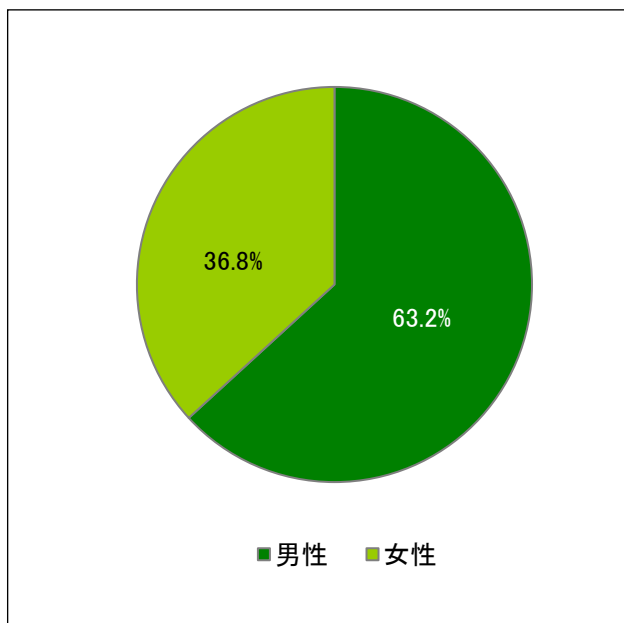
＜地区＞



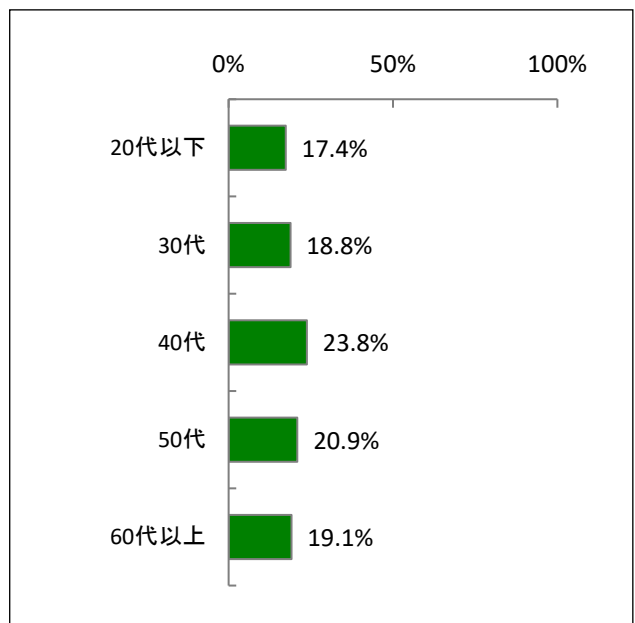
＜個人年収＞



＜男女＞

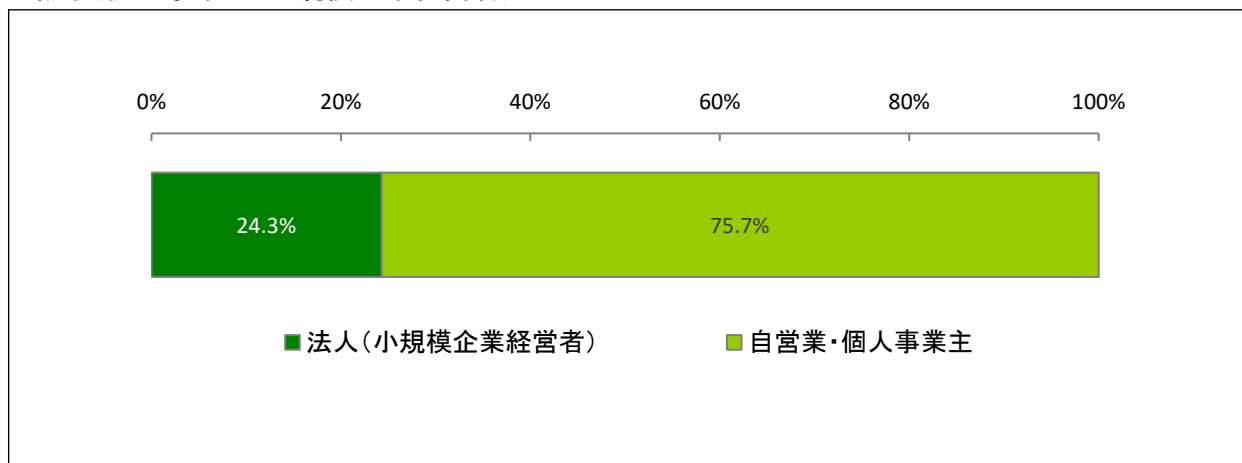


＜年代＞

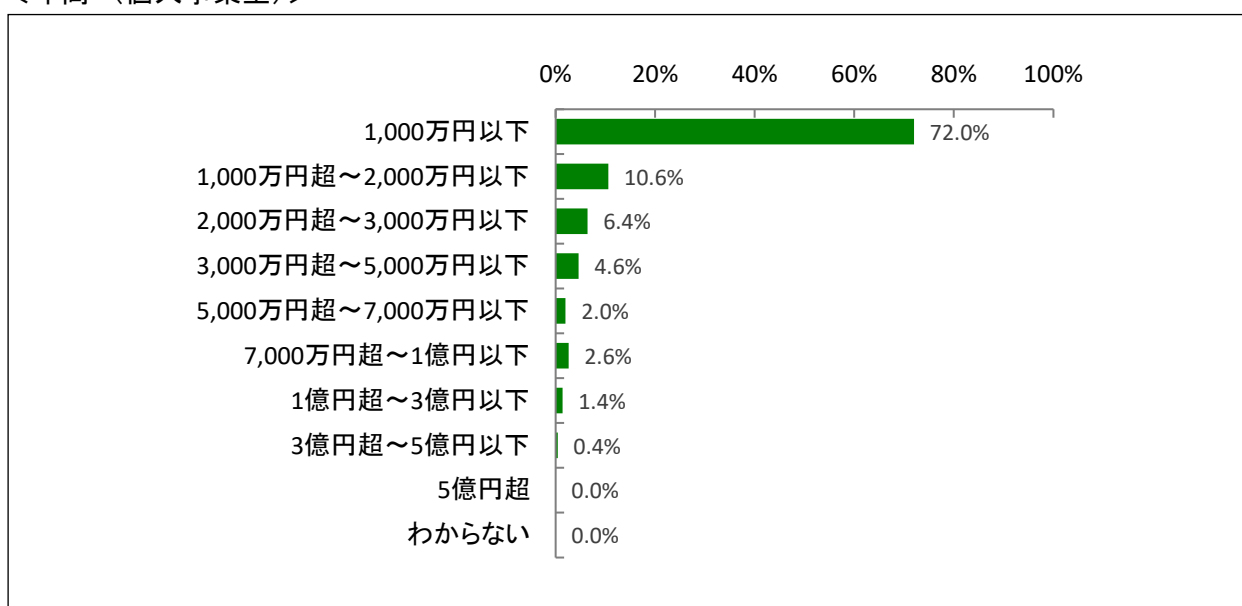


<貸金業者からの借入経験のある事業者 n=1,500>

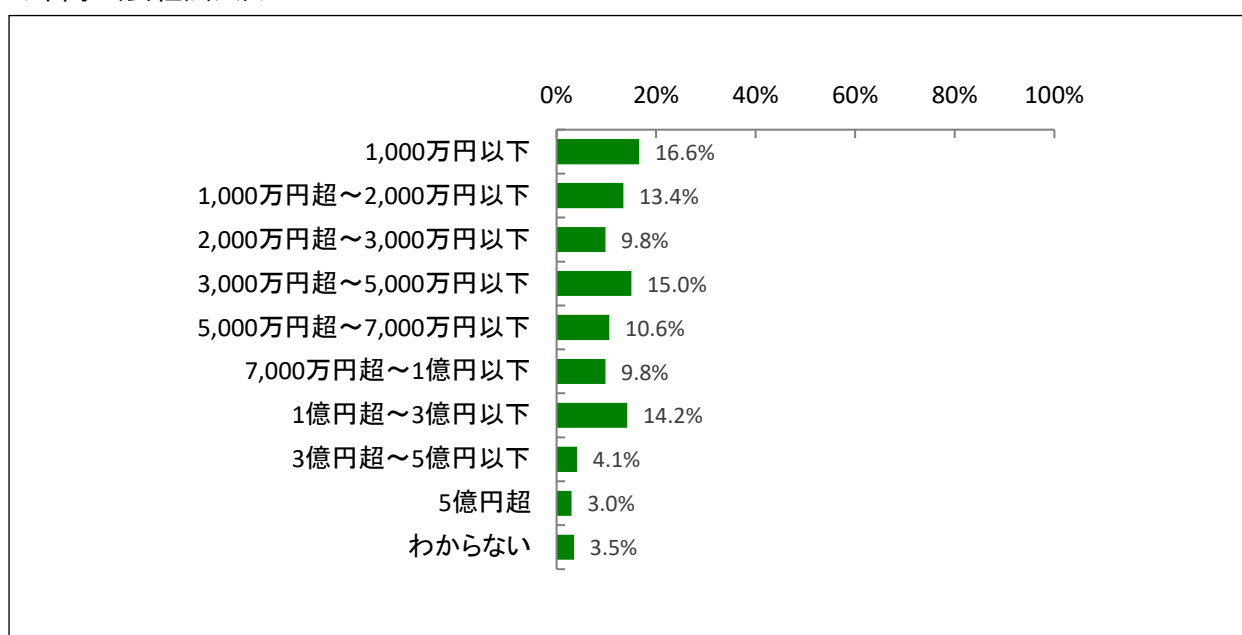
<職業(個人事業主・小規模企業経営者)>



<年商 (個人事業主)>



<年商 (会社法人)>



3.調査結果のポイント

はじめに

貸金市場における消費者向無担保貸付の状況（JICC¹「統計データ」より）

- 令和2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63.1%、女性が36.9%となっており、年齢別では男女共に40歳代がそれぞれ14.9%、8.8%と最も高くなっている。（P45 図表1）
- 都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合³では、「福岡県」が12.6%と最も高く、次いで「沖縄県」が12.1%、「東京都」が11.9%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6.9%と最も低い。（P46 図表2）
- 残高区分別に消費者向無担保貸付残高のある人数構成比をみると、50万円以下の占める割合が62.4%となっている。（P47 図表3）

1.新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

（1）社会生活への影響

- 借入経験のある個人の新型コロナウイルス感染拡大による社会生活等への影響と変化について見たところ、現時点で影響が出ているとの回答が過半数を超える結果となった。雇用や収入については、収入が増加したと回答した割合も1割程度みられたものの、収入や仕事の減少といった悪い影響が目立っていることがわかる結果となっており、今後の家計収支の見込みについても、約3割が悪化する見込みと回答している。（P9 図表1～P11 図表3）

（2）資金需要者（個人）の借入行動への影響

- 借入経験のある個人の借入行動への影響についてみると、自粛生活により支出が減ったため新たな借入れが不要になったといった理由が多く挙げられたほか、収入減少による返済への懸念から借入れを控えるといった理由も上位に挙がっている。（P12 図表4）

（3）事業活動への影響

- 借入経験のある事業者の新型コロナウイルス感染拡大による事業活動等への影響と変化についてみると、現時点で影響が出ているとの回答が全体で6割を超え、特に対面サービスの提供機会の多い特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス）では7割強となった。売上、利益の減少といった影響が多く挙げられたことから、運転資金の調達のための新たな借入需要が生み出されていることがわかったほか、国や行政機関などの資金繰り支援制度の利用（利用検討）も活発に行われていることが明らかとなった。（P15 図表5～P17 図表6）

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2019年度の都道府県別就業者人口に占める割合

(4)資金需要者(事業者)の借入行動への影響

- 借入経験のある事業者の新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響をみると、「国や行政機関などの資金繰り支援制度等を利用する(利用を検討する)ようになった」(27.8%)、「売上の減少など事業の収支が悪化したことによって、事業の運転資金を補填するため、新たに借入れが必要になった」(21.0%)といった項目が上位を占めている。一方で、「売上の減少など事業の収支が悪化したことによって、返済の目途が不安だったため、新たな借入を行わなかった」(20.7%)といった回答も一定割合を占める結果となった。(P21 図表 8)

2.デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

(1)デジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化

- 借入経験のある個人のデジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化についてみると、社会生活の変化については、スマートフォンの普及率が9割を超えるなどデジタル端末の保有が一般化することで、情報収集やコミュニケーション、購買決済などにおける変化を生んでいることが明らかとなった。(P22 図表 9～P23 図表 10)
- モバイル端末での借入行動のきっかけとしてバナー広告やリスティング広告⁴等の広告媒体での認知も多く挙げられ、借入について認知から行動に至るプロセスがインターネット上に移りつつあることが読みとれる結果となっている。(P24 図表 11)

(2)デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化

- 借入経験のある事業者の事業におけるデジタル化の状況については、電子メールやインターネットでの情報収集などの「基本業務」(76.7%)が最も高い。また、「事業・販路拡大にかかわる業務」(45.8%)におけるデジタルマーケティングツールの導入や、バックオフィス業務においては「会計・財務」(52.1%)で特にデジタル化が進行していることがわかる。(P28 図表 13)
- デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化についてみると、借入先を選定する際の情報源としてデジタルメディアが主要な情報源となっていることが明らかとなった。(P30 図表 15)
- フィンテック等を利用した資金調達方法としては、クラウドファンディング⁵が広く認識されており、「金利の低さ」、「調達できる金額の大きさ」等が主な利点として挙げられた一方で、「仕組みの不透明性」「手続きの煩雑さ」等を理由に、フィンテック等を利用した資金調達方法の採用には消極的な意見もみられる結果となっている。(P36 図表 17、P38 図表 19、P40 図表 20)

⁴ インターネットでの検索結果に連動して表示される広告を指します。

⁵ クラウドファンディングとは、インターネットを利用して、事業や活動に対する支援を募ることで資金を得る手法で、資金提供の対価として物品やサービスを提供するタイプを指します。

3.貸金業者からの借入れに関する満足度や貸金業者に望むこと

(1)貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある個人の貸金業者からの借入れに伴う一連のサービスに関する満足度をみると、商品については「保証人を立てずに借りられること」の満足度が最も高く、次いで「少額で申込み可能なこと」と続いているように、個人の多様な借入ニーズへの幅の広いサービス提供が顧客満足を生んでいることがみてとれる。また、申込については手続き・手順のわかりやすさや簡便性、借入・返済についてはいつでも借入・返済できること、その他については他人に気づかれないことへの配慮や個人情報管理の安心感があることが、比較的高い顧客満足を示す結果となっている。(P169 図表 43)

(2)貸金業者に対して望んでいるサービスや役割について

- 借入経験のある個人の貸金業者に望んでいるサービスや役割についてみると、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 47.8%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及」が 31.0%、「サービス機能・利便性の向上」が 26.3%となっており、モバイル端末等を様々な金融サービスを利用するためのツールとして利用している資金需要者と利用していない資金需要者では、貸金業者に対する要望の強さに違いがみてとれる結果となった。資金需要者の性別や年代で貸金業者に望んでいるサービスや役割にそれぞれ違いがあることがみてとれる結果となっている (P42 図表 16、P174 図表 45)

4.社会問題となり得る可能性のある行動等について

- 借入経験のある個人の社会問題となり得る可能性のある行動借入について調査を行なったところ、全体の約 2 割強が消費者トラブルの経験がある若しくは、トラブルになりかけた経験があると回答しており、特に若年層ほど消費者トラブルに遭遇しやすいことがわかった。ヤミ金融等非正規業者等を利用することへの意識においても、20 代以下では、状況によっては利用したいと思うかも知れないと回答した割合が 2 割にのぼり、利用に対しての抵抗感が他の年齢層と比べて低く、ヤミ金融被害の拡大が懸念される結果となっている。(P132 図表 43、P142 図表 48)
- 借入経験のある個人のヤミ金融等非正規業者等の認知度は、「ヤミ金融等非正規業者」や「クレジットカードショッピング枠の現金化業者⁶」などが比較的認知が浸透している一方で「SNS などを使った個人間融資⁷」や「偽装質屋⁸」、「偽装ファクタリング業者⁹」については認知度向上の余地が大きい現状も明らかとなった。(P137 図表 45、P184 図表 90)

6 「クレジットカードショッピング枠の現金化」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」の利用可能枠を換金する目的で利用することを指します。換金目的でクレジットカードを利用することは、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ります。(クレジットカードに付帯しているキャッシングの利用は除きます。)

7 「SNS など使った個人間融資」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します。

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を指します。

9 偽装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を指します。

4.調査目次

第1編 調査概要

1.調査概要.....	1
2.標本構成.....	3
3.調査結果のポイント.....	5
4.調査目次.....	8

第2編 調査結果(今年度テーマ調査の概要)

I. 新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

1. 資金需要者等(個人)の社会生活等への影響と変化	9
2. 資金需要者等(事業者)の事業活動等への影響と変化	15

II. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

1. デジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化(個人)	22
2. デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化(事業者)	28

第3編 調査結果(今年度の詳細データ分析から)

■ はじめに

【貸金市場における消費者向無担保貸付の状況(JICC「統計データ」より)】	45
---	----

I. 借入経験のある個人

1. 資金需要者等を取り巻く環境の変化等(家計収支・生活習慣・消費行動)	48
2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について	69
3. 資金需要者等の借入行動等について	77
4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について	132

II. 借入経験のある事業者

1. 借入れの動機・背景	144
2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について	148
3. 資金需要者等の借入行動等について	156
4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について	182

第2編 調査結果(今年度テーマ調査の概要)

I. 新型コロナウイルス感染拡大による資金需要者等への影響

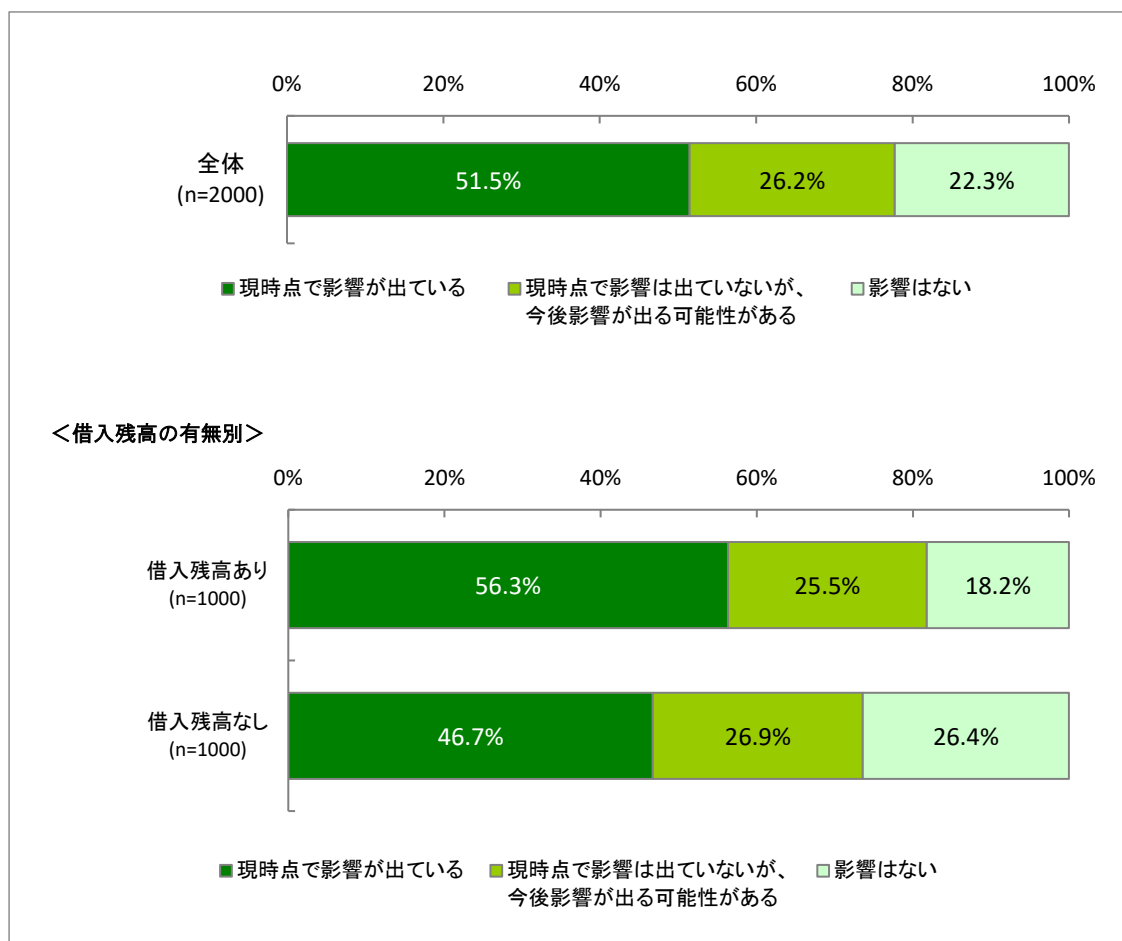
1. 資金需要者等(個人)の社会生活等への影響と変化

新型コロナウイルス感染拡大による社会生活等への影響と変化を見てみると、現時点で影響が出ているとの回答が過半数を超える結果となった。雇用や収入については、収入が増加したと回答した割合も1割程度みられたものの、収入や仕事の減少といった悪い影響が目立っていることがわかる。また、それに伴い今後の家計収支状況の見通しについても、悪化傾向がみられた。借入行動への影響については、収入減少による返済への懸念から借入を控えるといった理由が多く挙げられたほか、自粛生活により支出が減ったため新たな借入れが不要になったといった理由も上位に挙がった。

(1) 社会生活等への影響

新型コロナウイルス感染拡大による社会生活等への影響をみると、「現時点で影響が出ている」が51.5%、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が26.2%となった。

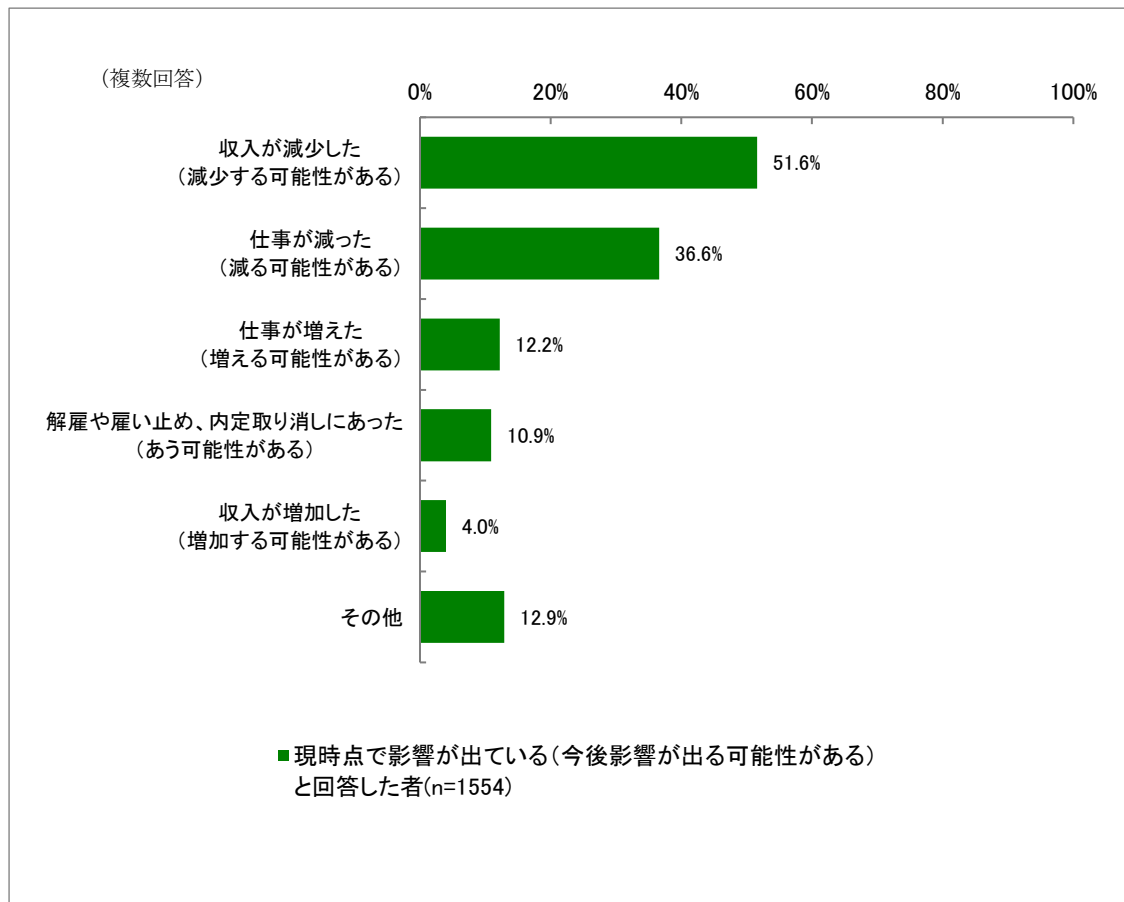
図表1 新型コロナウイルス感染拡大による社会生活等への影響



(2) 雇用や収入への影響

新型コロナウイルス感染拡大による雇用や収入への影響をみると、「収入が減少した（減少する可能性がある）」が 51.6%と最も高く、次いで「仕事が減った（減る可能性がある）」が 36.6%と続いているように、悪い影響が上位を占めており、就労状況の悪化を被っていることがわかる。一方で、「仕事が増えた（増える可能性がある）」、「収入が増加した（増加する可能性がある）」と回答した割合が、それぞれ 12.2%、4.0%となっており、コロナ渦において良い影響を受けている資金需要者も一定割合存在していることも確認された。

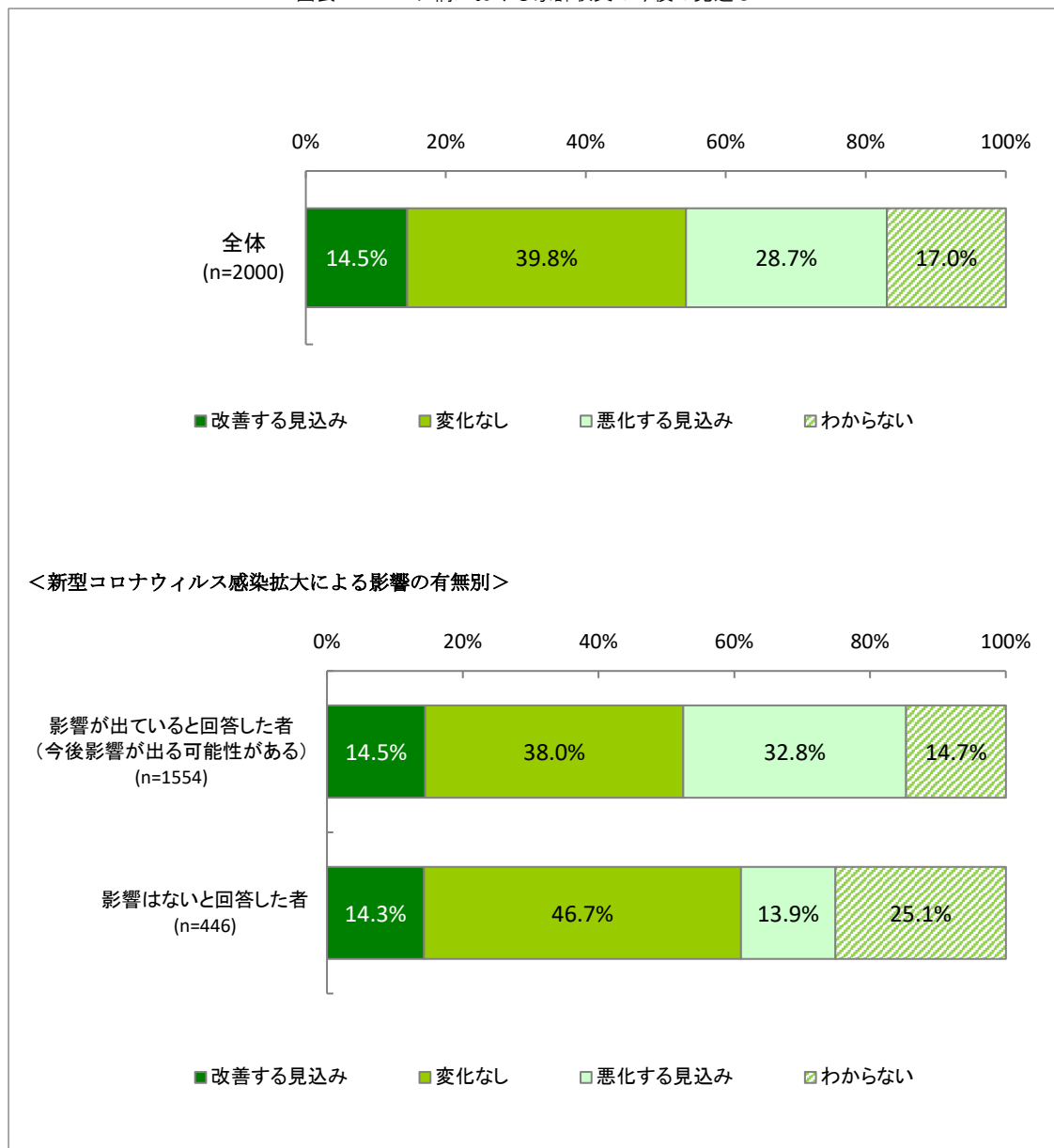
図表 2 新型コロナウイルス感染拡大による雇用や収入への影響



(3) コロナ禍における家計収支の変化

コロナ禍における家計収支の今後の見通しをみると、全体を通じて変化なしが最も多いものの、コロナウィルス感染拡大による社会生活等への「影響はないと回答した者」に比べ「現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者」の方が、悪化したと回答した割合が大きいことがみてとれる。

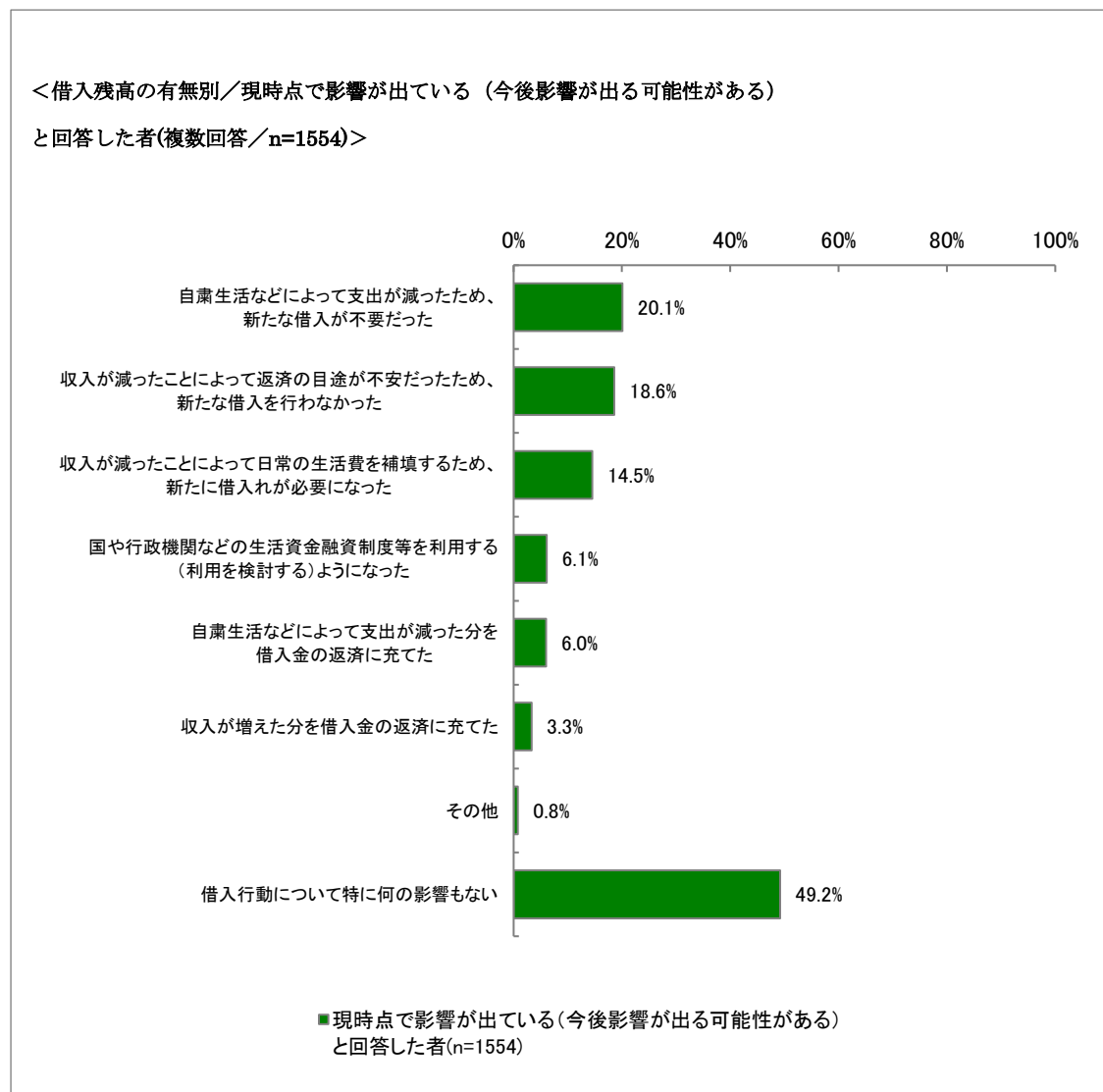
図表 3 コロナ禍における家計収支の今後の見通し



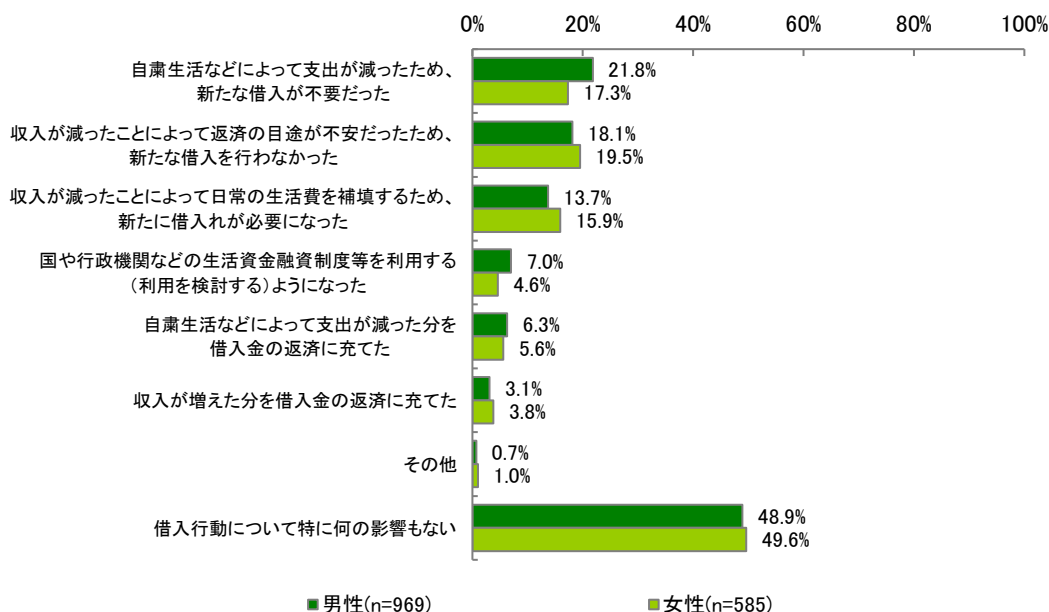
(4) 借入行動への影響

新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響をみると、「自粛生活などによって、支出が減ったため、新たな借入が不要だった」(20.1%)や「収入が減ったことによって、返済の目途が不安だったため、新たな借入を行わなかった」(18.6%)など借入を控える理由が目立つ一方で、「収入が減ったことによって、日常の生活費を補填するため、新たに借入れが必要になった」(14.5%)といった理由もみられた。

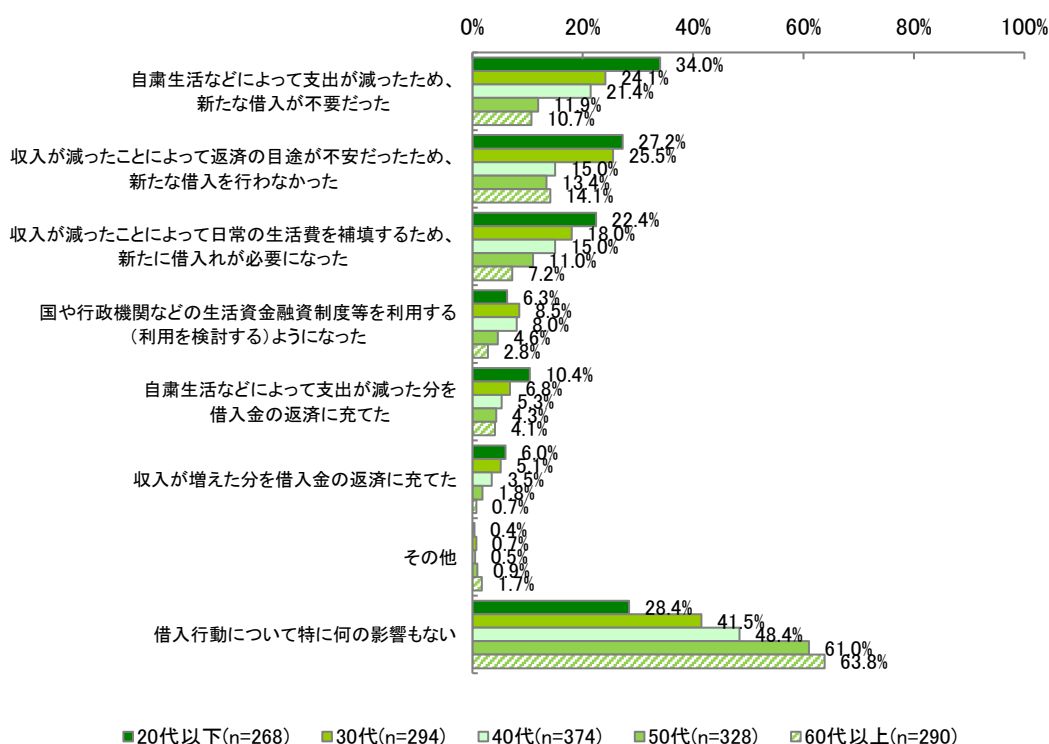
図表4 借入行動への影響



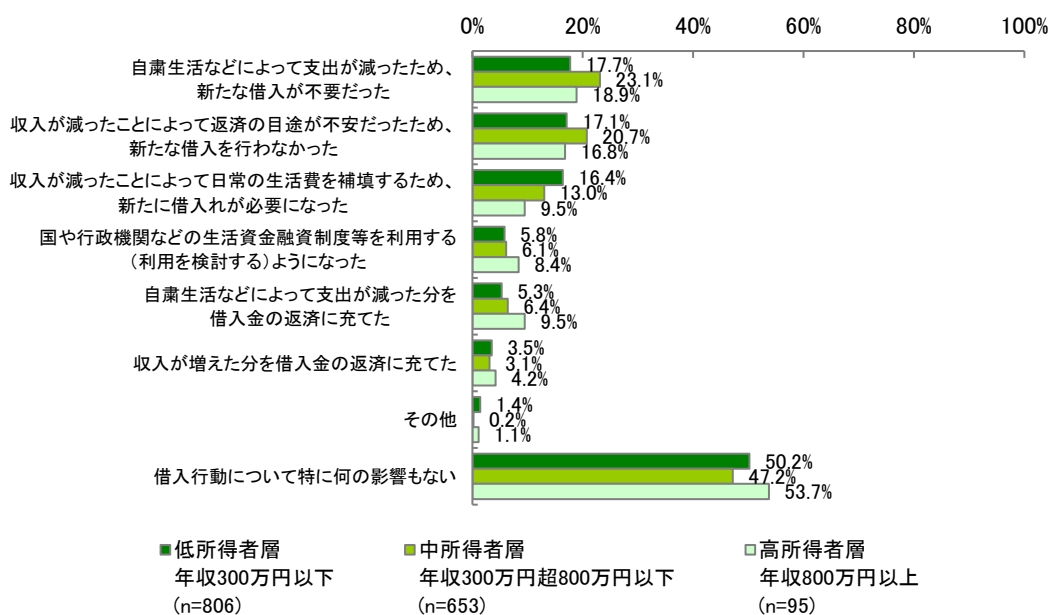
<性別／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(複数回答／n=1554)>



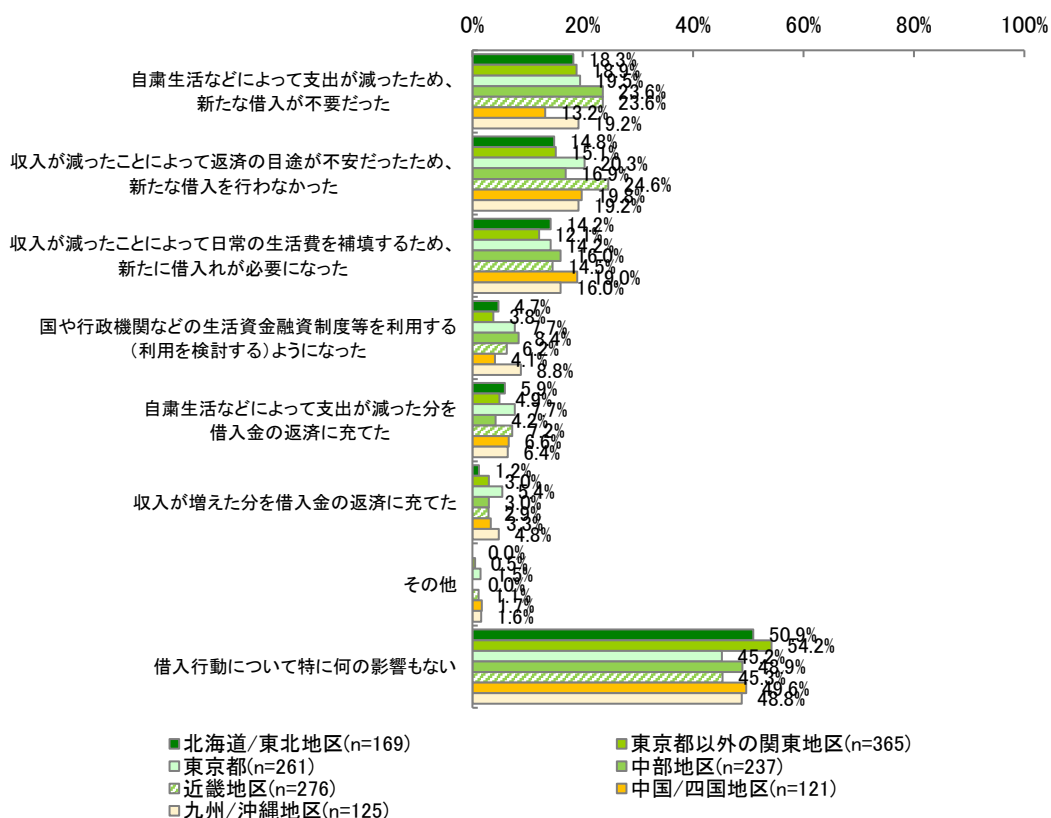
<年代別／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(複数回答／n=1554)>



<所得階層別／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(複数回答／n=1554)>



<所在地域別／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(複数回答／n=1554)>



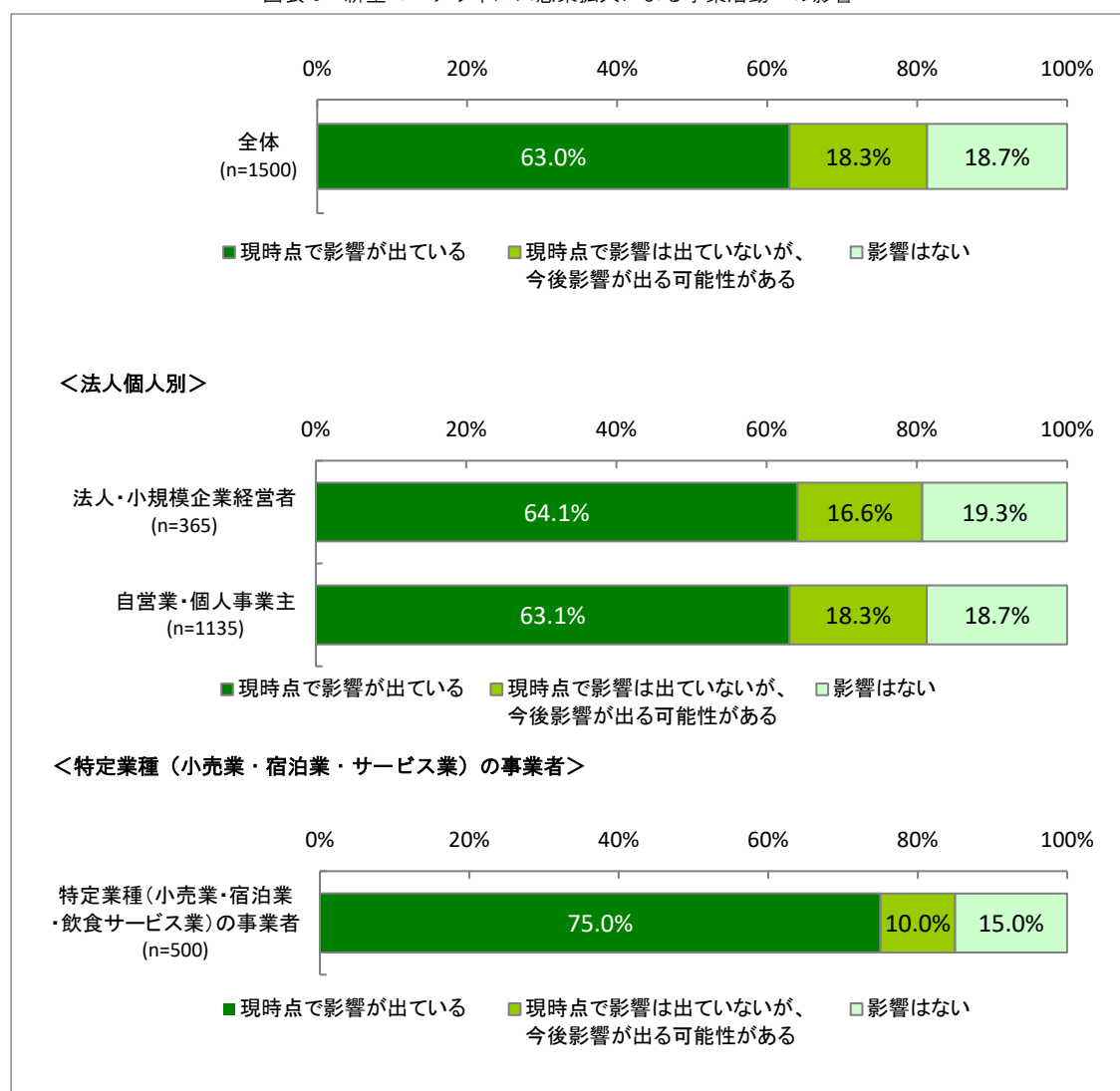
2. 資金需要者等(事業者)の事業活動等への影響と変化

新型コロナウイルス感染拡大による事業活動等への影響と変化を調査したところ、現時点で影響が出ているとの回答が全体で6割を超え、特に対面サービスの提供機会の多い特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス）では7割強となった。売上、利益の減少といった影響が多く挙げられたことから、運転資金の調達のための新たな借入需要が生み出されており、一時的な運転資金が必要な場合においては「貸金業者」が最も利用されていることなどがわかったほか、国や行政機関などの資金繰り支援制度の利用（利用検討）も活発に行われていることが明らかとなった。

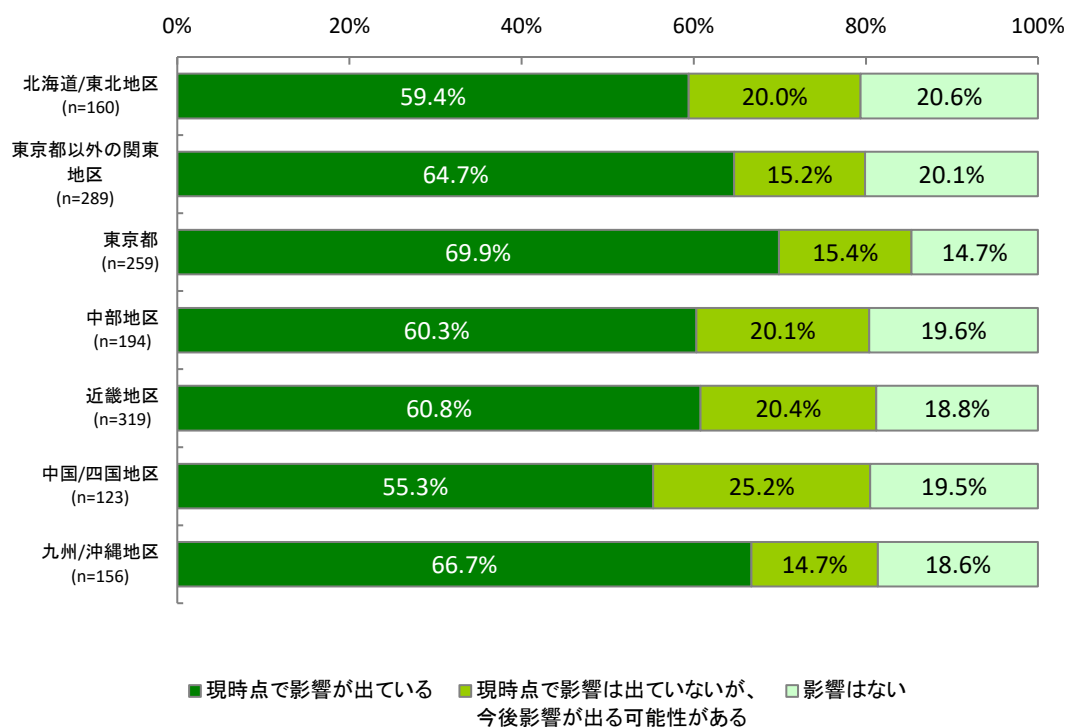
(1) 事業活動等への影響

借入経験のある事業者に対して、新型コロナウイルス感染拡大による事業活動等への影響の有無について調査したところ、「現時点で影響が出ている」が63.0%、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が18.3%となった。「現時点で影響が出ている」という回答に着目してみると、特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者の75.0%がそのように回答しており、対面サービスの提供機会が多い業種での影響が極めて大きいことがわかる。また、所在地域別では「東京都」が最も高く69.9%となった。

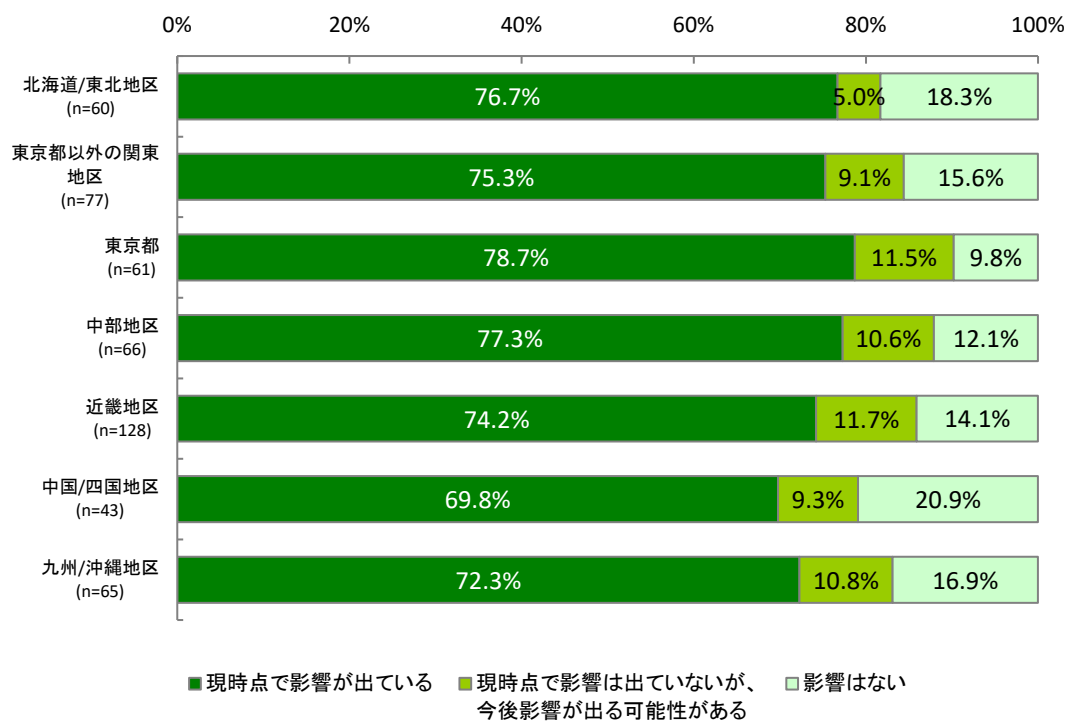
図表5 新型コロナウイルス感染拡大による事業活動への影響



<所在地域別／事業者(n=1500)>



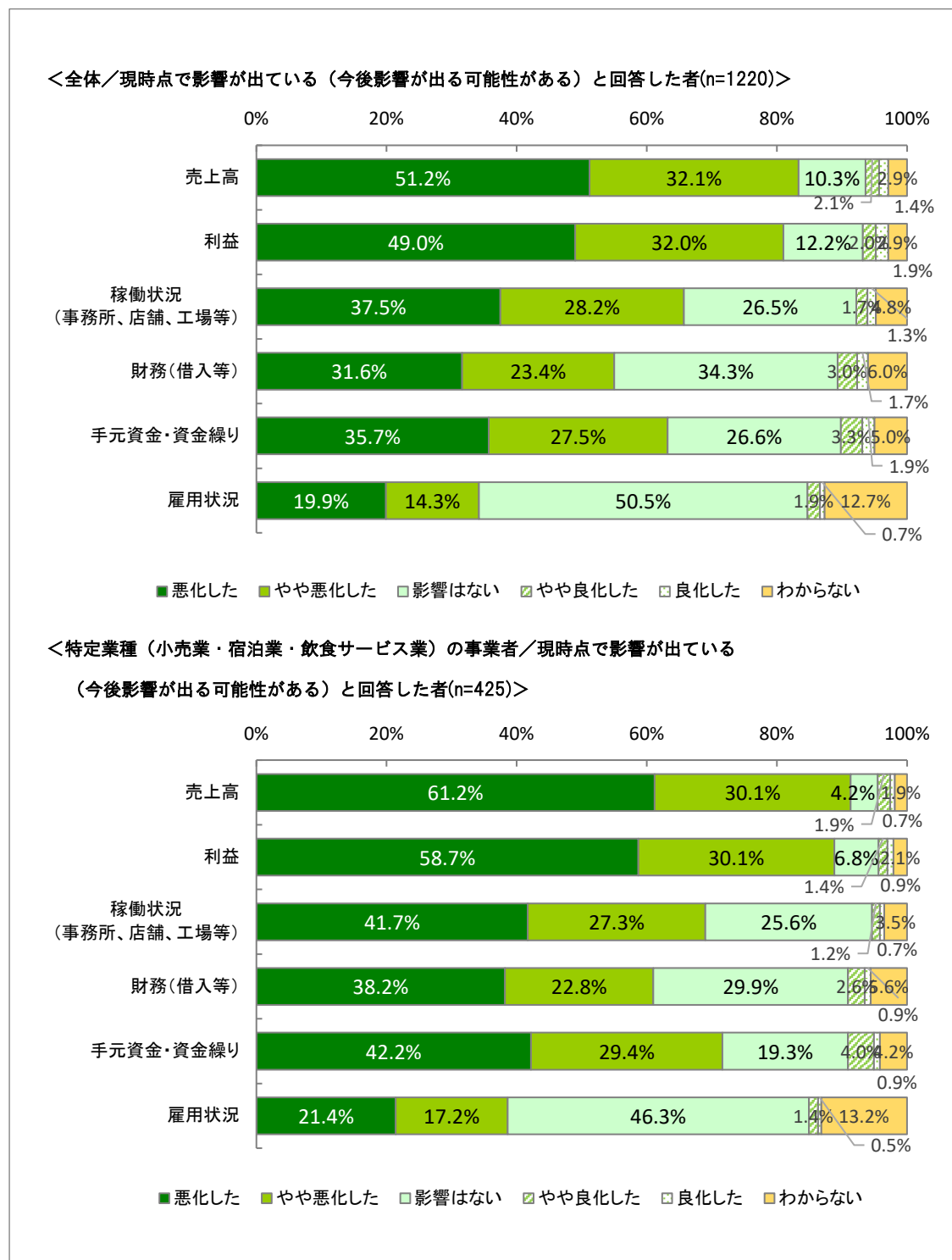
<所在地域別／特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者(n=500)>



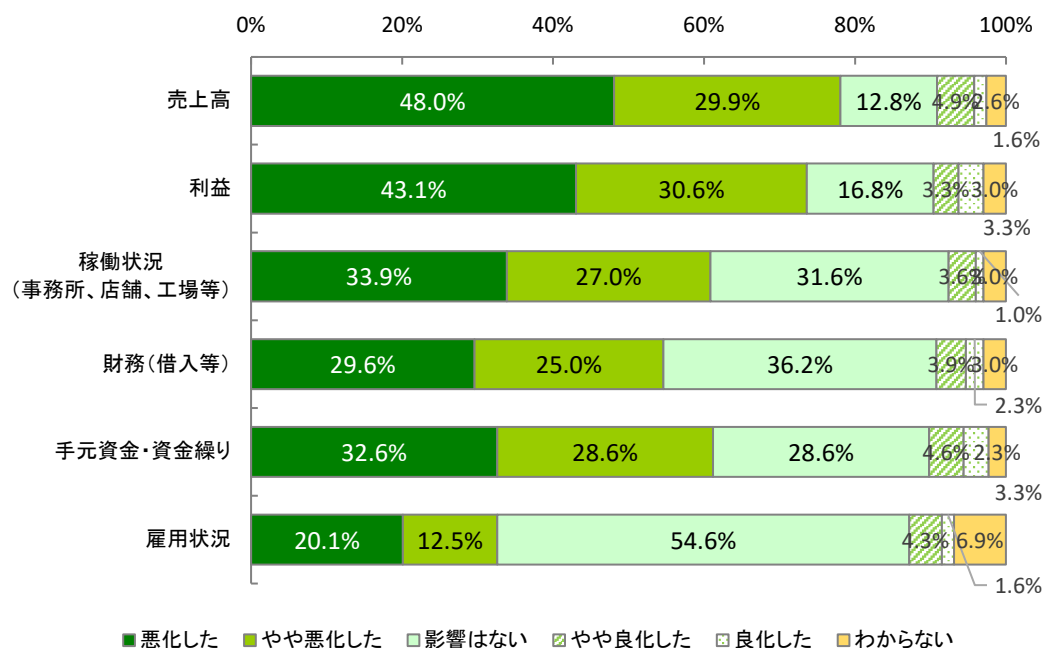
(2) 売上や業績への影響

新型コロナウイルス感染拡大による売上や業績、財政状況への影響をみると、コロナウィルス感染拡大により事業活動等へ「現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）」と回答した者について、「悪化した」、「やや悪化した」と回答した割合の合計は、「売上高」が83.3%、「利益」が81.0%と太宗を占める一方で、「雇用状況」については34.2%となった。

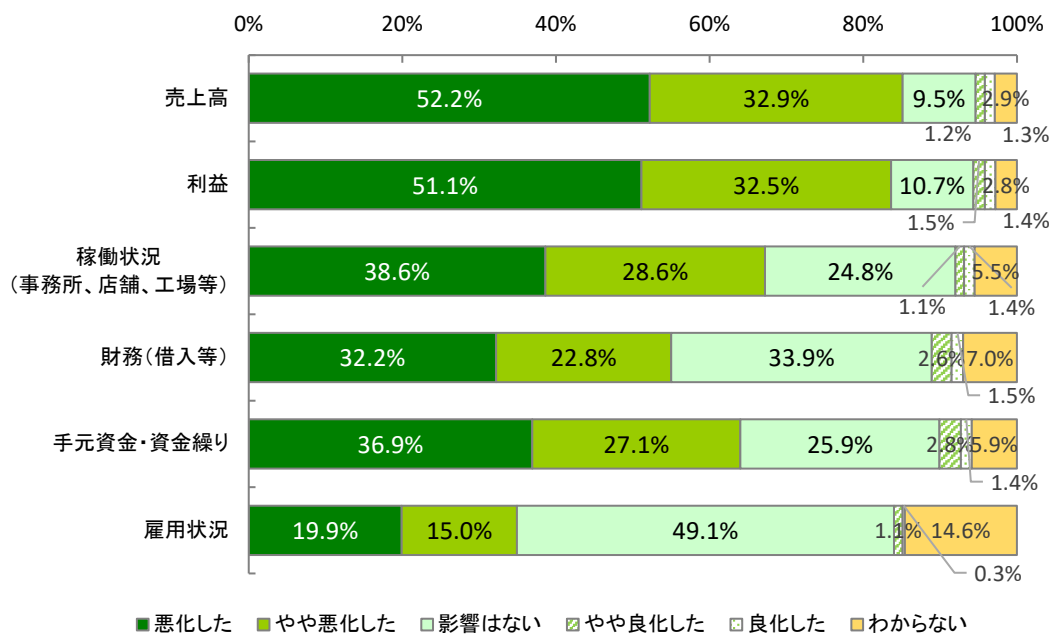
図表 6 新型コロナウイルス感染拡大による売上や業績への影響



<法人／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(n=304)>



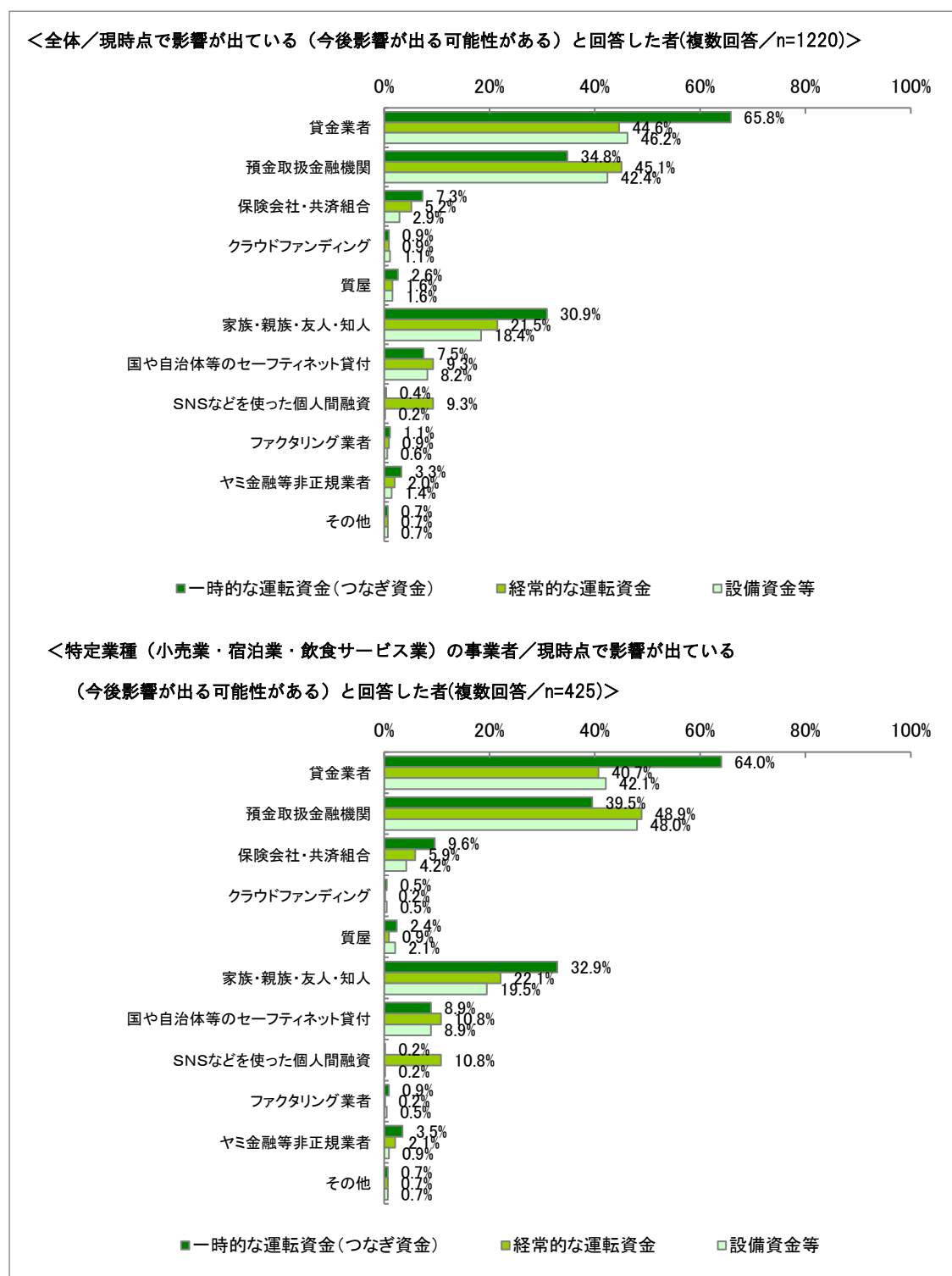
<自営業・個人事業主／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(n=916)>



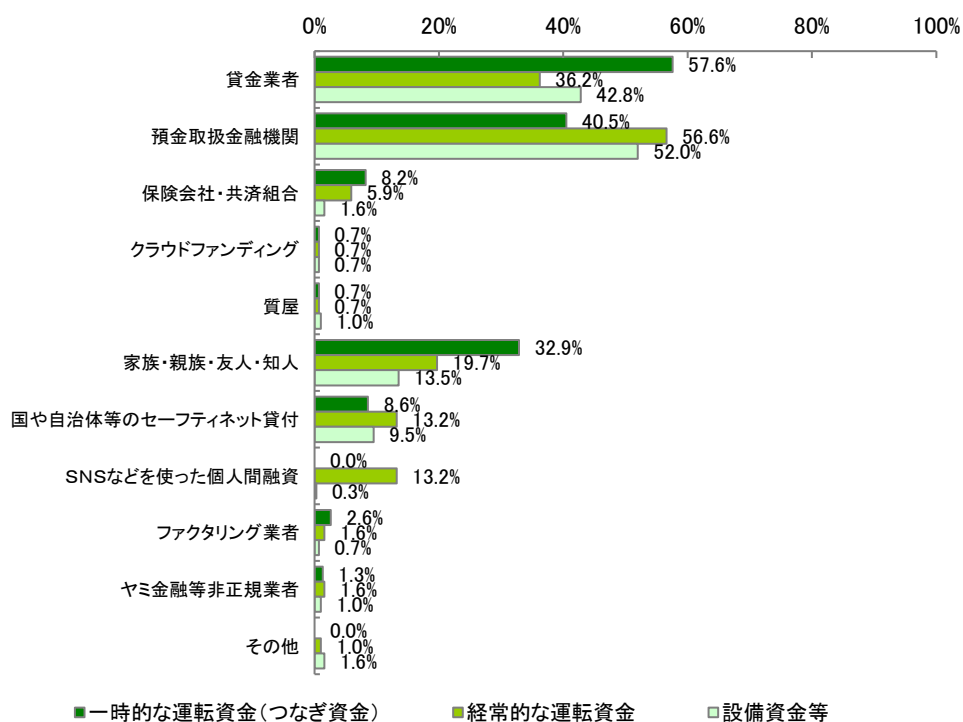
(3) コロナ禍における事業者の主な資金調達先

コロナ禍における事業者の主な資金調達先をみると、コロナウィルス感染拡大により事業活動等へ「現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）」と回答した者の「資金調達先」としては、「貸金業者」や「預金取扱金融機関」が特に目立つほか、「家族・親族・友人・知人」に頼るケースも比較的多いことがわかった。また、一時的な運転資金の調達が必要な場合においては、「貸金業者」が最も利用されることもみてとれる。

図表 7 事業者における主な資金調達先

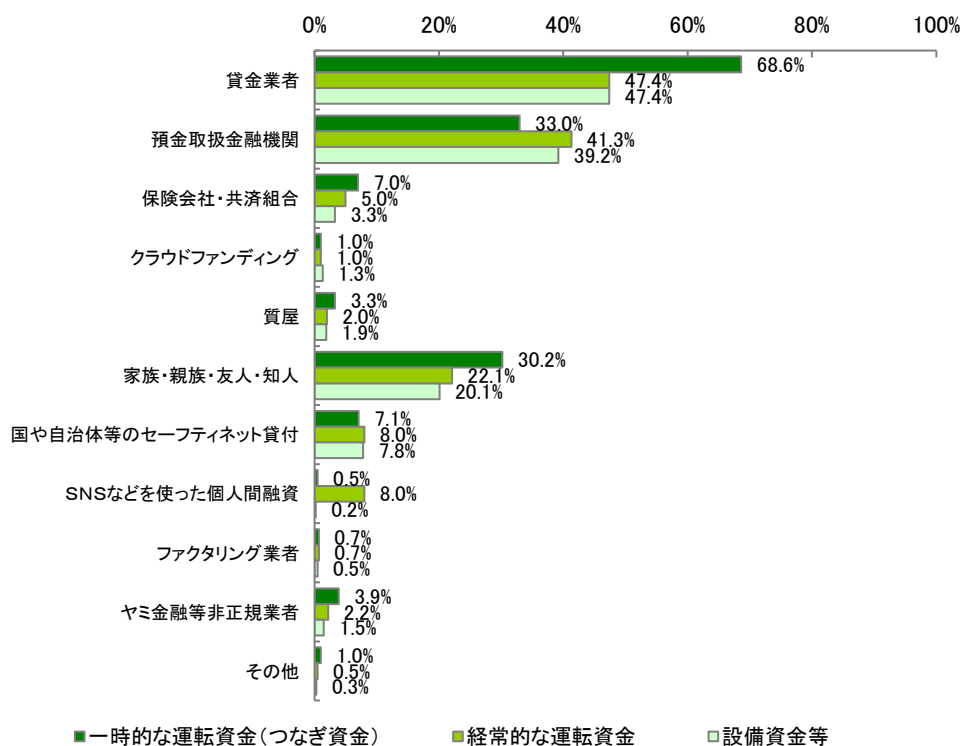


<法人／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）と回答した者(複数回答／n=304)>



<自営業・個人事業主／現時点で影響が出ている（今後影響が出る可能性がある）

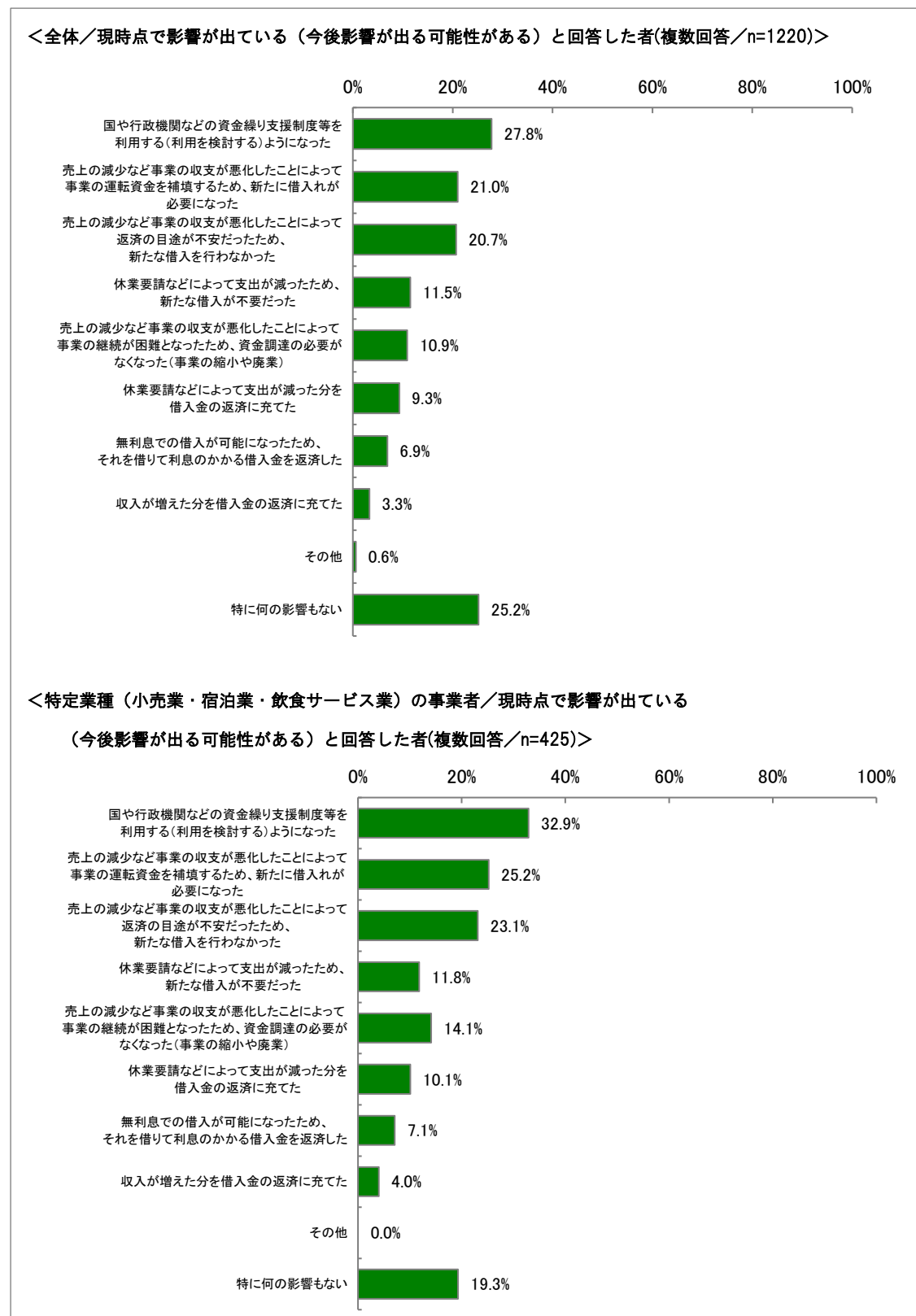
と回答した者(複数回答／n=916)>



(4) 借入行動への影響

新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響をみると、「国や行政機関などの資金繰り支援制度等を利用する(利用を検討する)ようになった」(27.8%)、「売上の減少など事業の収支が悪化したことによって、事業の運転資金を補填するため、新たに借入れが必要になった」(21.0%)といった項目が上位を占めている。一方で、「売上の減少など事業の収支が悪化したことによって、返済の目途が不安だったため、新たな借入を行わなかった」(20.7%)といった回答も一定割合を占める結果となった。

図表 8 新型コロナウイルス感染拡大による借入行動への影響



II. デジタル化の進展がもたらす借入行動等の変化

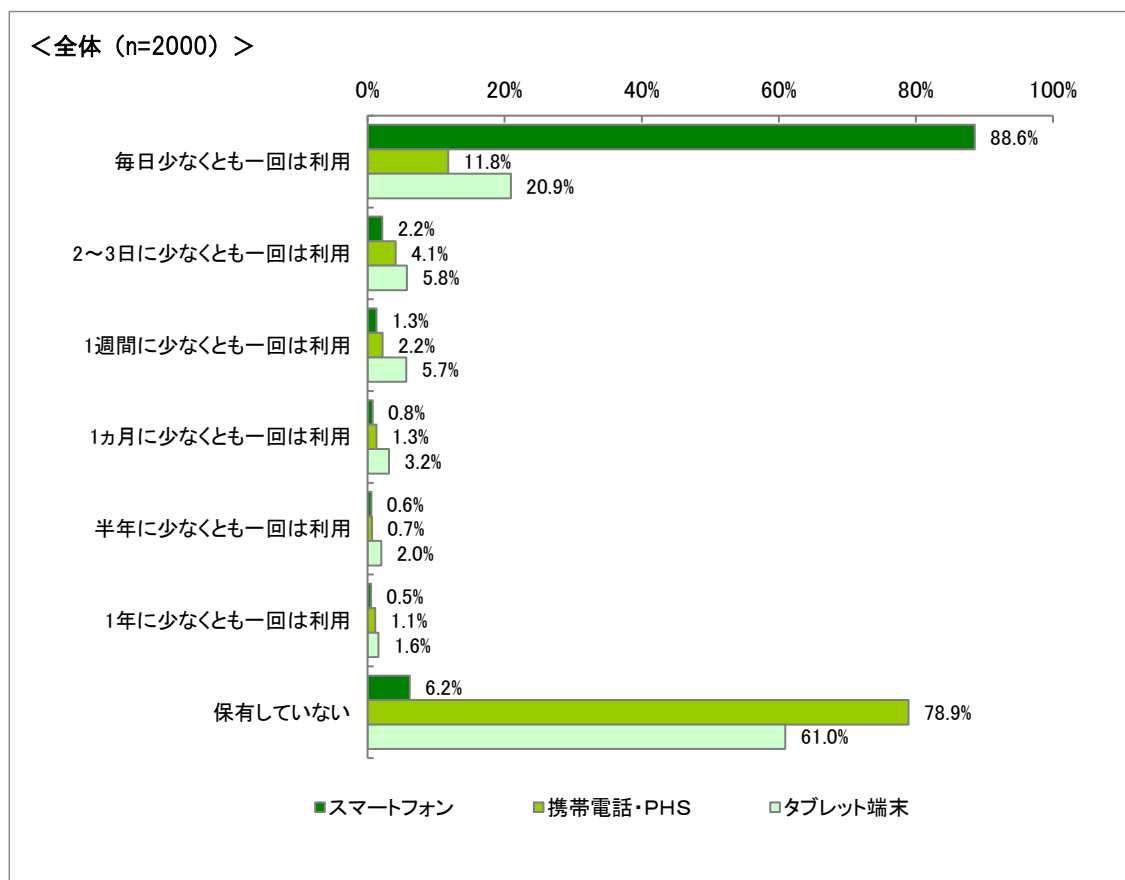
1. デジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化(個人)

デジタル化の普及による社会生活と借入行動等の変化について調査を行なったところ、社会生活の変化については、スマートフォンの普及率が9割を超えるなどデジタル端末の保有が一般化することで、情報収集やコミュニケーション、購買決済などにおける変化を生んでいることが明らかとなった。借入行動においてもデジタル化の進展がみられ、借入申込みにおいてモバイル端末を利用する人たちは「手続きの簡単さ」や「自分の都合に合わせていつでも申込みができる」といった簡便性や利便性を重要する傾向がわかった。また、モバイル端末での借入行動のきっかけとしてバナー広告やリスティング広告等の広告媒体での認知も多く挙げられ、借入について認知から行動に至るプロセスがインターネット上に移りつつあることが読みとれる結果となっている。

(1) モバイル端末等の保有状況と利用頻度

モバイル端末保有状況を見ると、「スマートフォン」を保有していないと回答した割合はわずか6.2%となり、他のモバイル端末と比べ極めて保有率が高い。また、利用頻度についても「毎日少なくとも一回は利用」がほとんど全てを占めており、年代別でも全世代で同様の傾向を示していることから、スマートフォンは世代を問わず人々の日常生活に深く浸透していることがわかる。一方で「携帯電話・PHS」、「タブレット端末」については保有していないと回答した割合がそれぞれ78.9%、61.0%となった。

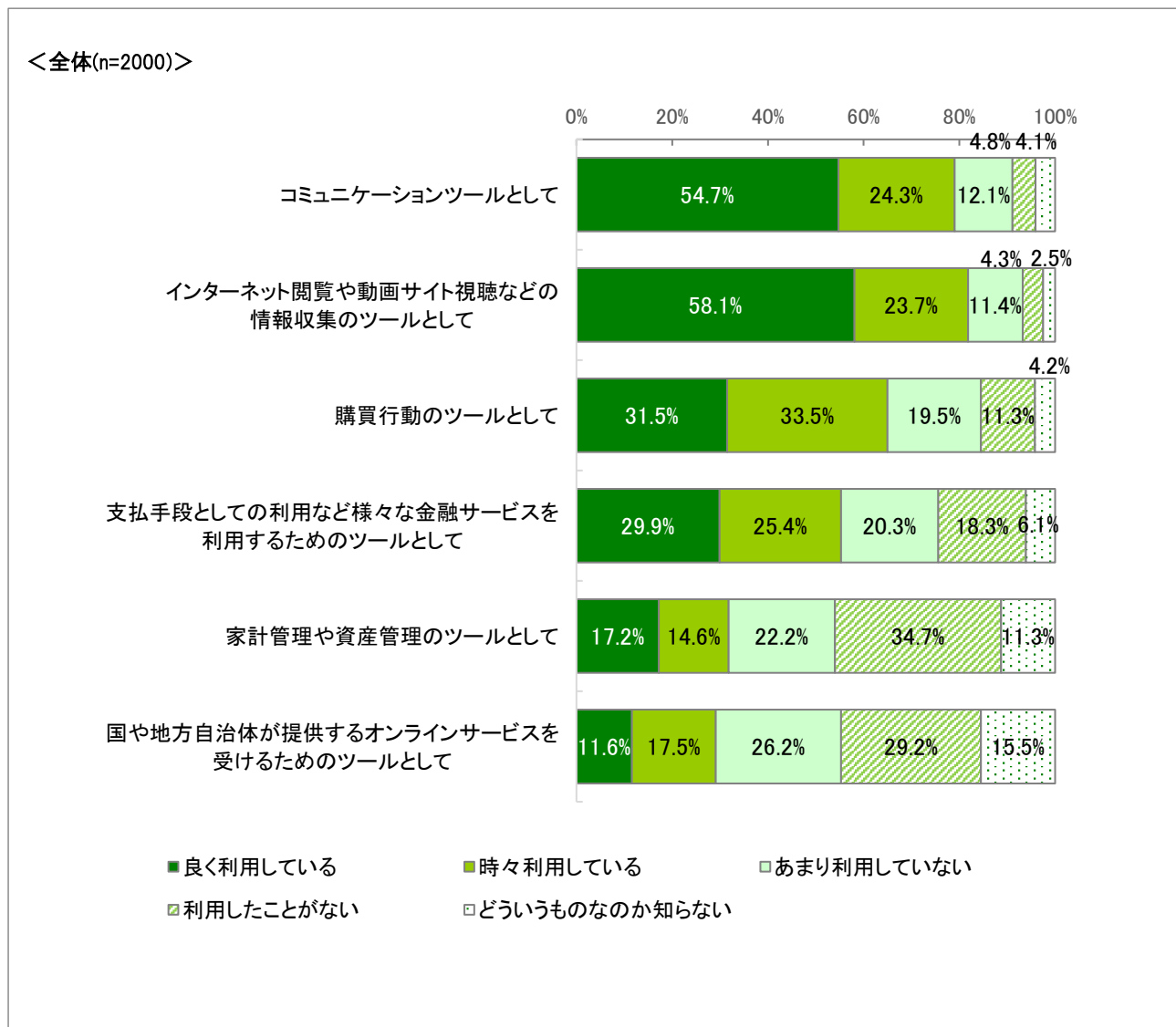
図表 9 モバイル端末等の保有状況と利用頻度



(2) モバイル端末等の利用状況

モバイル端末等の利用状況をみると、「良く利用している」、「時々利用している」と回答した割合の合計は、「インターネット閲覧や動画サイト視聴などの情報収集のツールとして」が81.8%と最も高く、次いで「コミュニケーションツールとして」が79.0%、「購買行動のツールとして」が65.0%と続いており、年代別で利用に違いがみてとれる結果となっている。

図表 10 モバイル端末等の利用状況

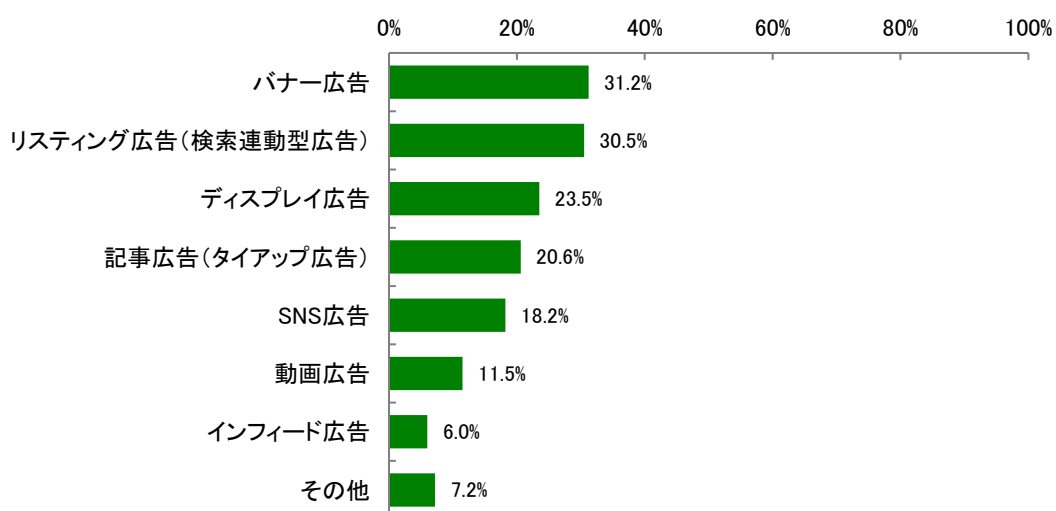


(3) モバイル端末等を使って借入申込みするきっかけとなった広告媒体

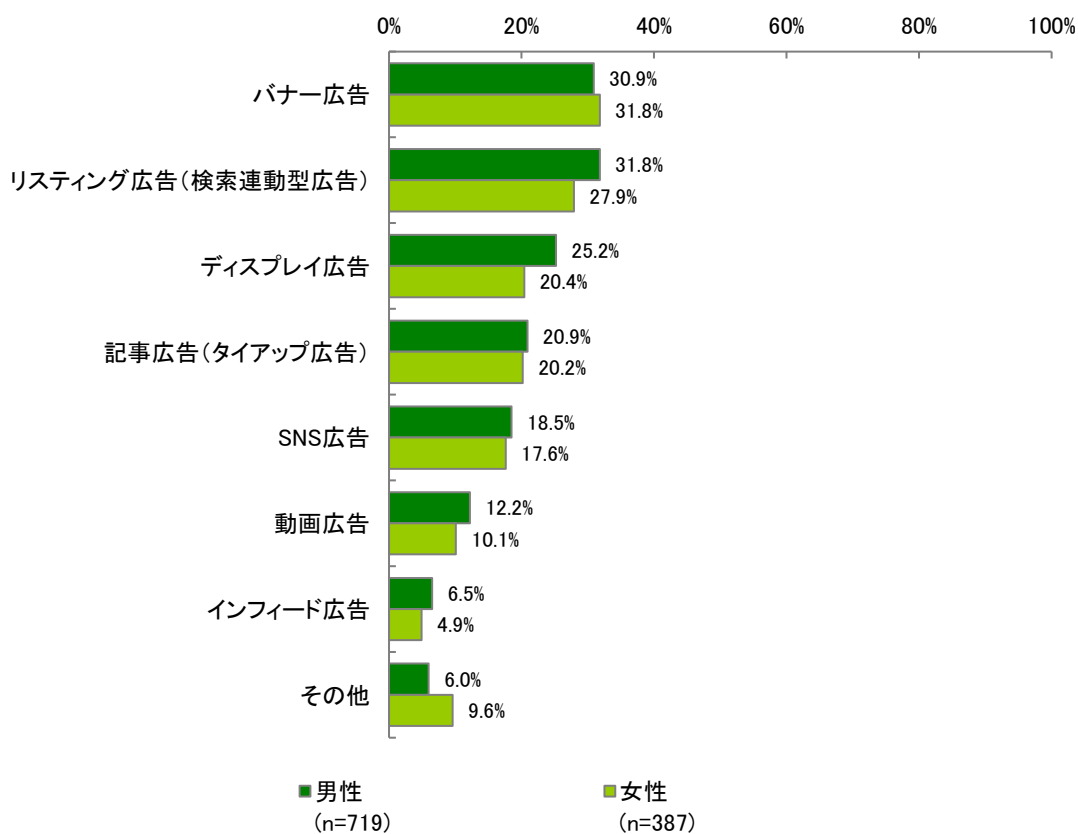
モバイル端末等を使って借入申込みするきっかけとなった広告媒体をみると、「バナー広告」と回答した割合が 31.2%と最も高く、次いで「リスティング広告（検索連動型広告）」が 30.5%、「ディスプレイ広告」が 23.5%となっている。「リスティング広告（検索連動型広告）」といった借入に関心のある者の目に触れる広告媒体が主たるきっかけとなっていることがみてとれる結果となった。

図表 11 モバイル端末等を使って借入申込みするきっかけとなった広告媒体

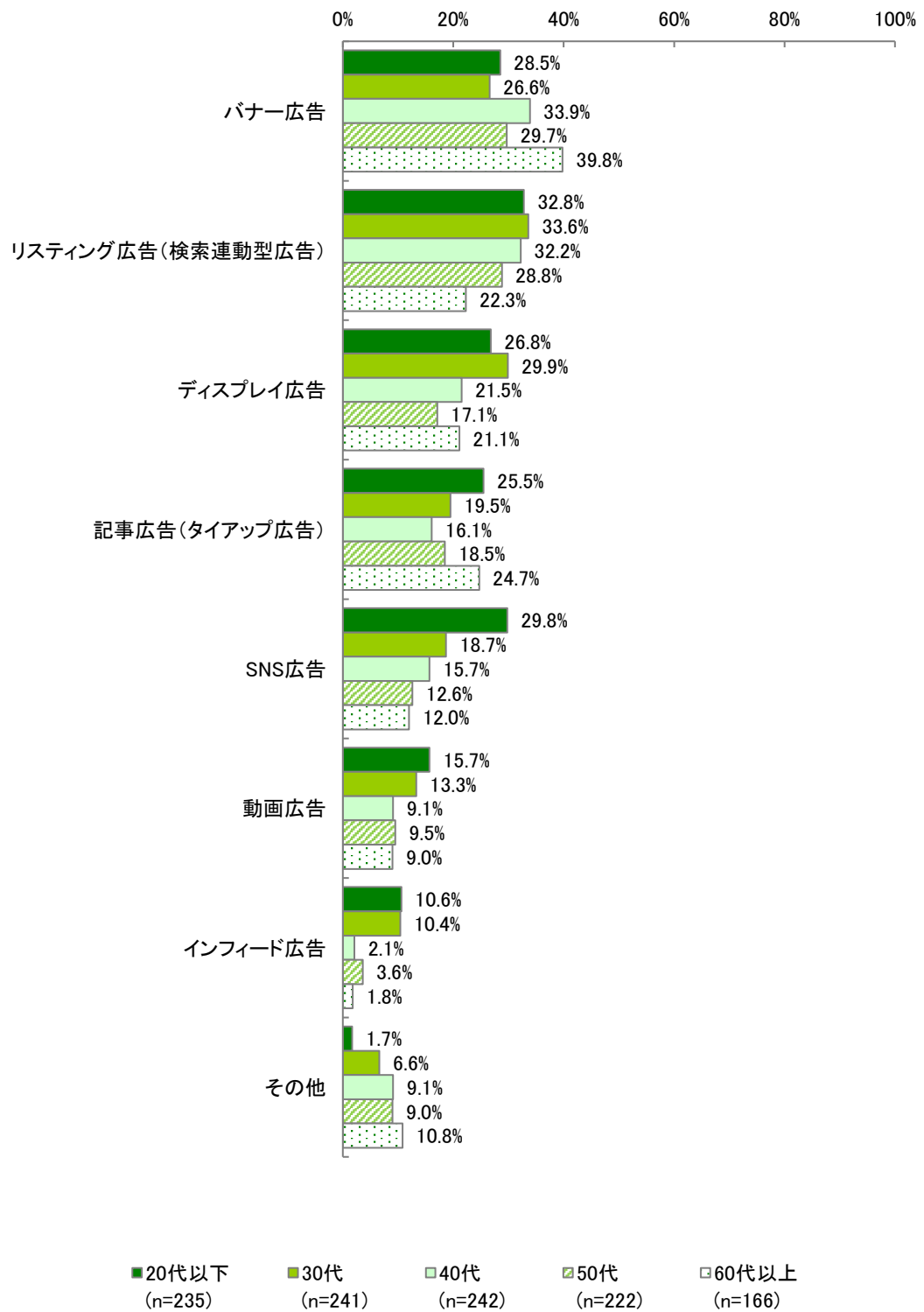
<モバイル端末等を使って借入申込みの経験があると回答した者(複数回答/n=1106)>



(男女別)



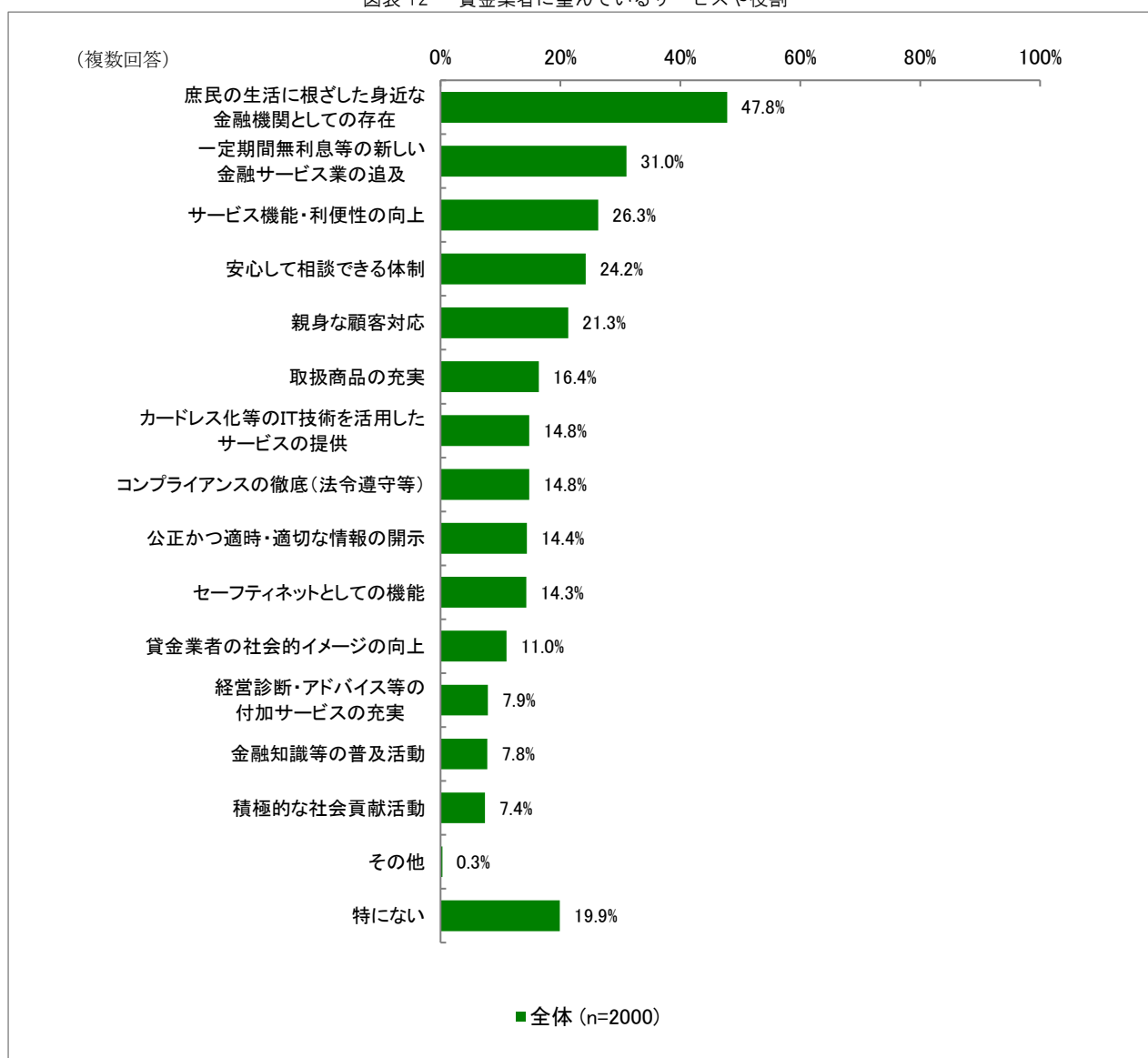
(年代別)



(4) 貸金業者に望んでいるサービスや役割

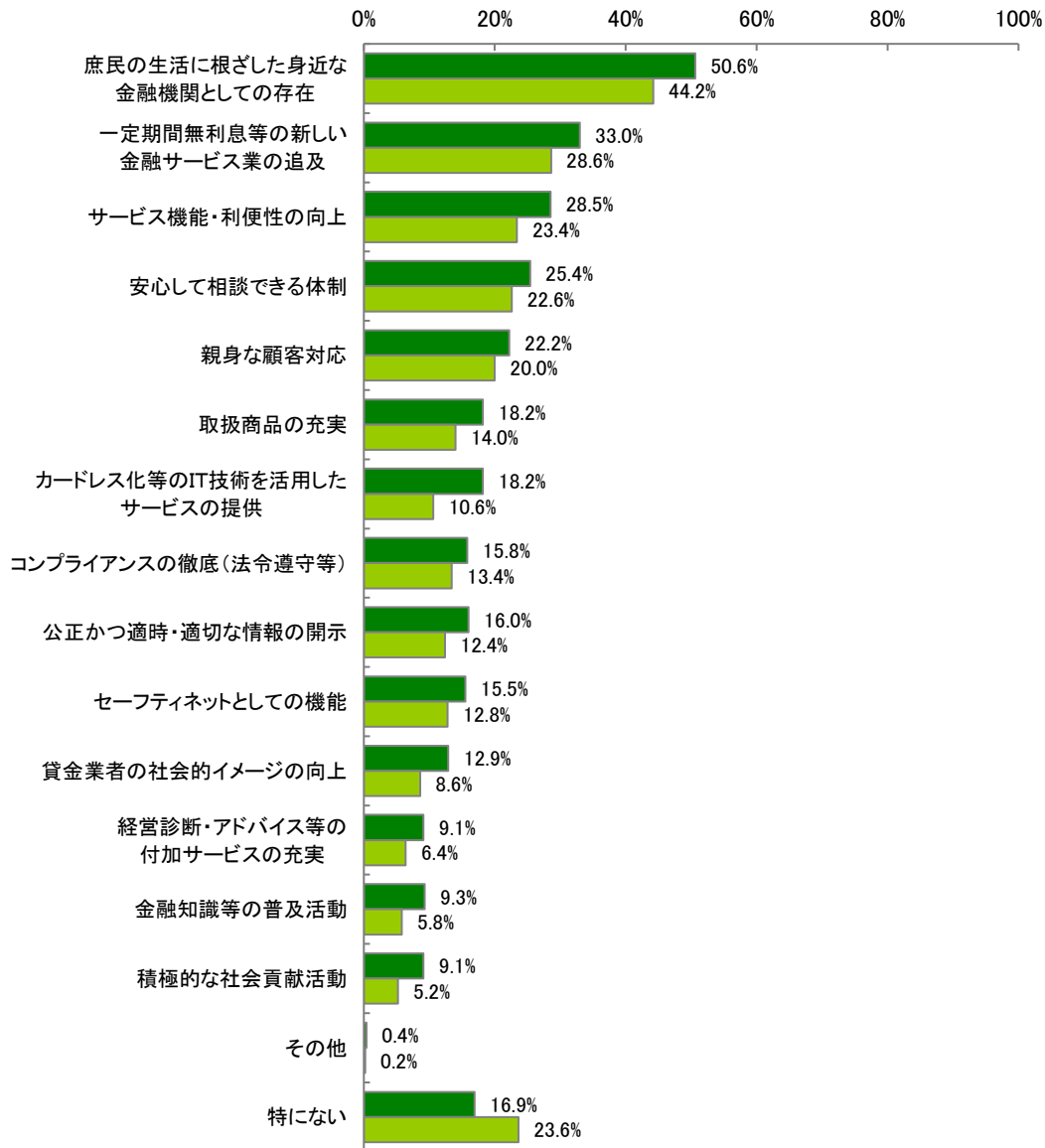
貸金業者に望んでいるサービスや役割についてみると、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 47.8%と最も高く、次いで「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追及」が 31.0%、「サービス機能・利便性の向上」が 26.3%となっており、モバイル端末等を様々な金融サービスを利用するためのツールとして利用している資金需要者と利用していない資金需要者では、望んでいるサービスや役割の何れの項目においてもモバイル端末等を様々な金融サービスを利用するためのツールとして利用している資金需要者の方が上回る結果となった。

図表 12 貸金業者に望んでいるサービスや役割



<モバイル端末等を支払手段としての利用など様々な金融サービスを利用するための
ツールとして利用している有無別>

(複数回答)



■ モバイル端末等を支払手段としての利用など
様々な金融サービスを利用するためのツール
として利用している (n=1107)

■ モバイル端末等を支払手段としての利用など
様々な金融サービスを利用するためのツール
として利用していない (n=893)

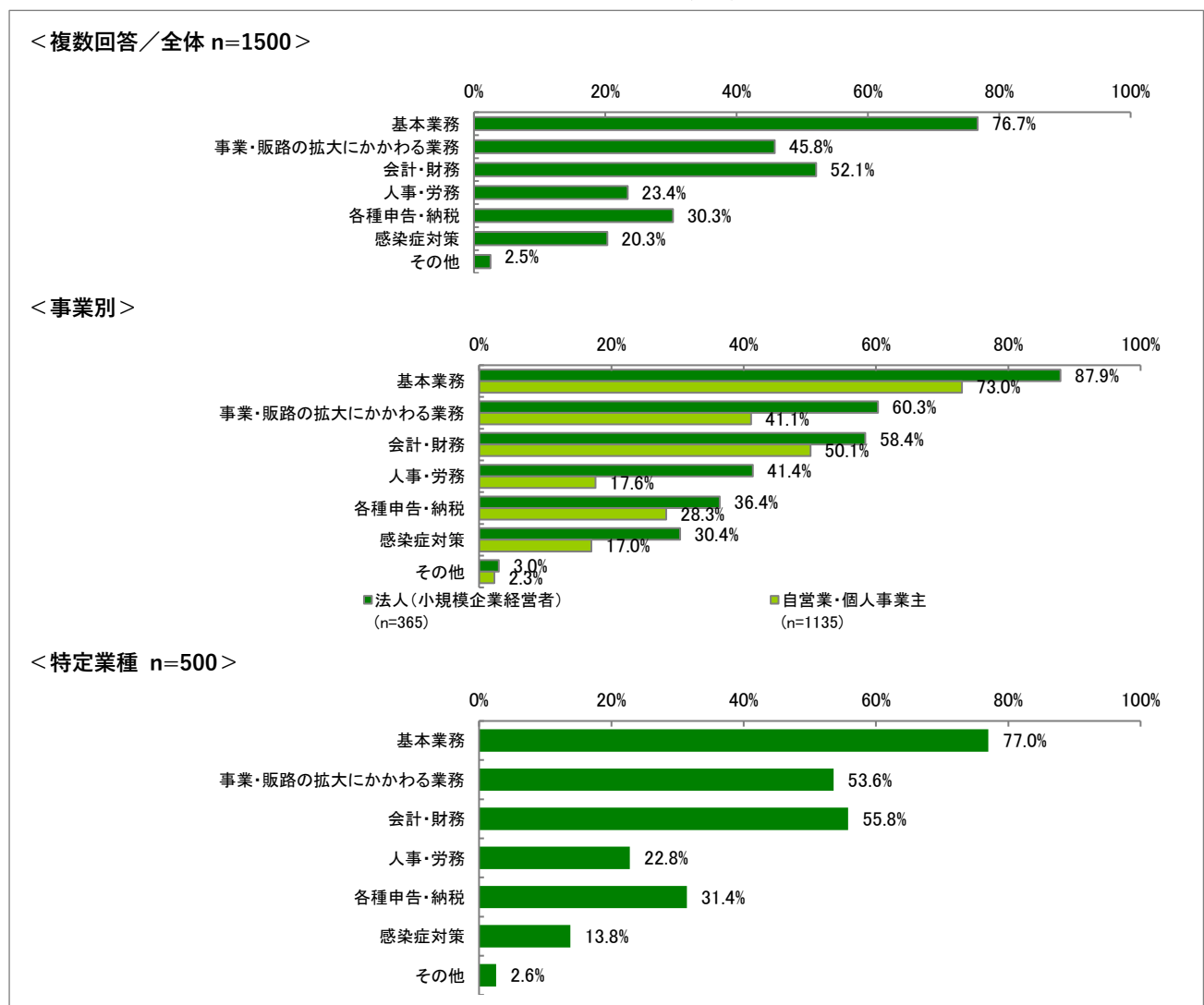
2. デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化(事業者)

デジタル化の普及による事業活動と借入行動等の変化について調査を行なったところ、借入先を選定する際の情報源としてデジタルメディアが主要な情報源となっていることが明らかとなった。また、フィンテック等を利用した資金調達方法としては、クラウドファンディングが広く認識されており、「金利の低さ」、「調達できる金額の大きさ」等が主な利点として挙げられた一方で、「仕組みの不透明性」「手続きの煩雑さ」等を理由に、フィンテック等を利用した資金調達方法の採用には消極的な意見もみられる結果となっている。

(1) デジタル化の普及による事業活動への影響と変化

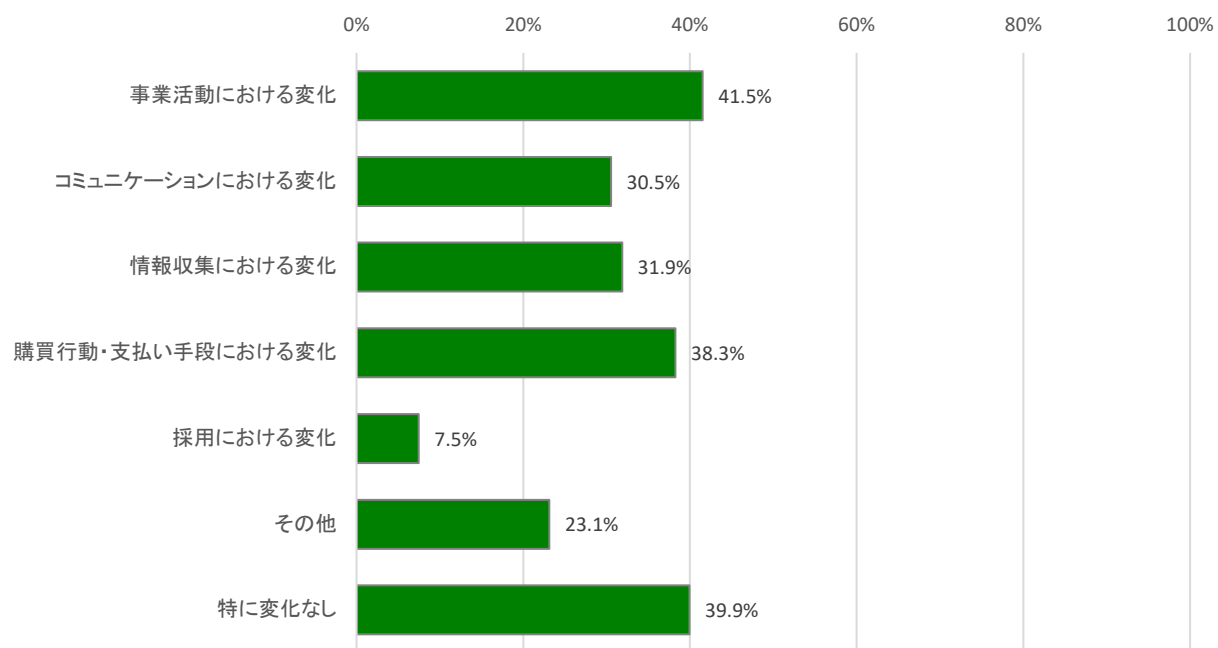
事業におけるデジタル化の状況については、「基本業務」(76.7%)が最も高い。また、「事業・販路拡大にかかわる業務」(45.8%)におけるデジタルマーケティングツールの導入や、バックオフィス業務においては「会計・財務」(52.1%)で特にデジタル化が進行していることがわかる。事業別でみると、「法人(小規模企業経営者)」に比べ「自営業・個人事業主」は、デジタル化の普及という観点では全体的に遅れをとっているものの、業務の規模や範囲が狭いため、IT投資の費用対効果が見込みづらいといった経営判断も示唆される結果となった。また、デジタル化の普及による事業活動への影響と変化については、「法人(小規模企業経営者)」と「特定業種」では「事業活動における変化」が最も高い割合となった一方、「自営業・個人事業主」では「特になし」が最も高く、デジタル化の普及の遅れを反映した結果となった。

図表 13 事業におけるデジタル化の状況

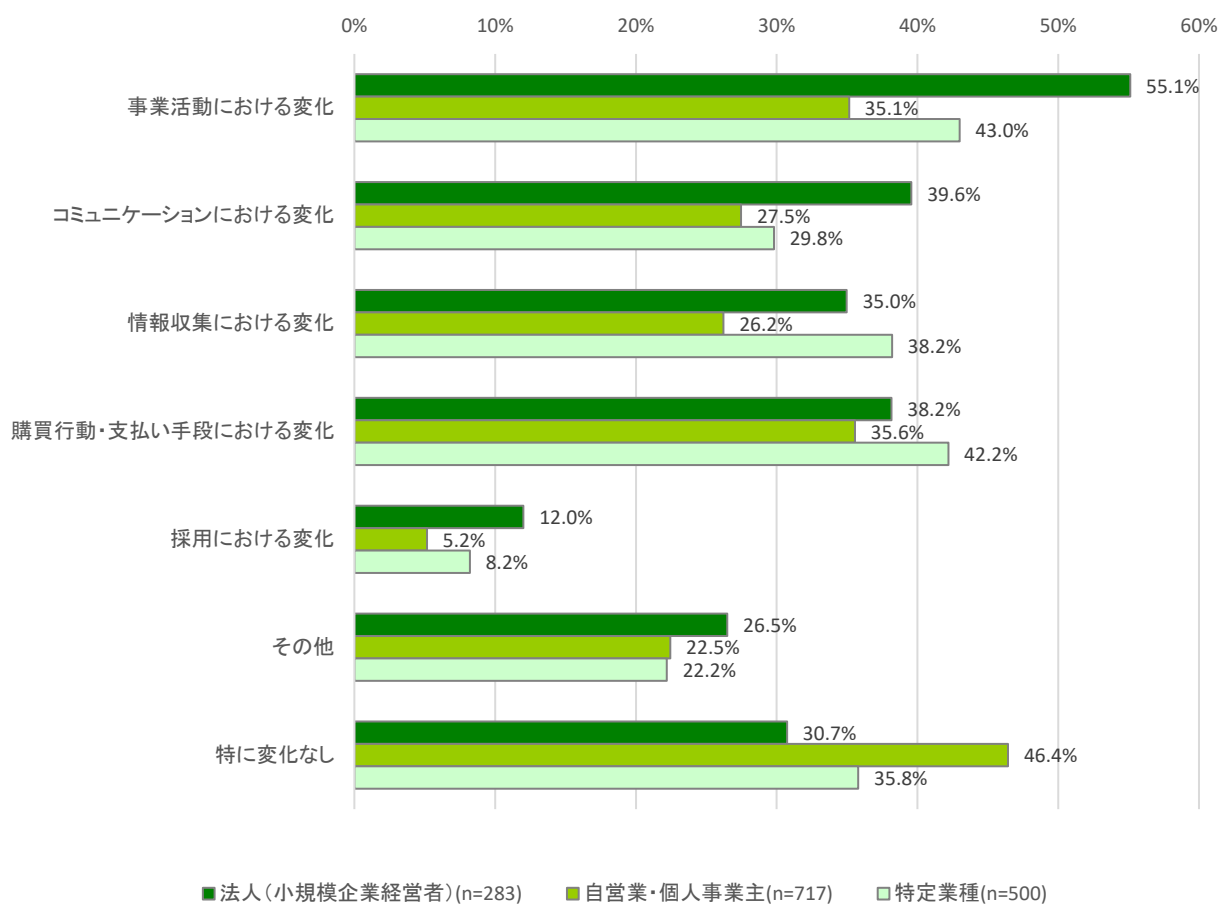


図表 14 デジタル化の普及による事業活動への影響と変化

<複数回答／全体 n=1500>



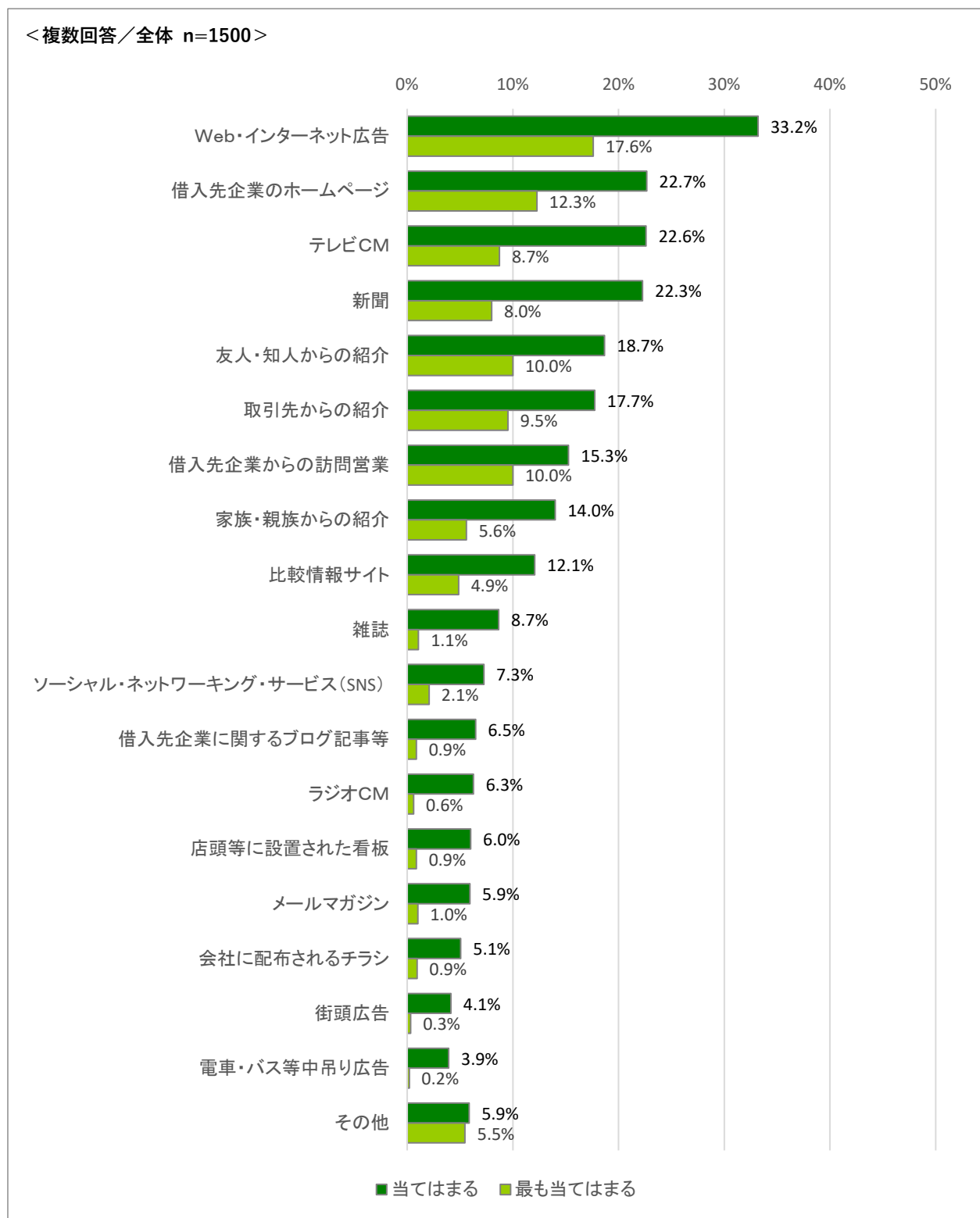
<事業別>



(2) 借入先を選定する際の情報収集先について

借入先を選定する際の情報源として「当てはまる」と回答した割合をみると、「Web・インターネット広告」(33.2%)、「借入先企業のホームページ」(22.7%)といったデジタルメディアが特に目立つ結果となった。一方で、「新聞」(22.3%)を除く紙媒体は割合が総じて低く、デジタルメディアへの移行が示唆される結果となった。一方で、「友人・知人からの紹介」(18.7%)をはじめとする人づての紹介がマスメディアに続く位置を占めていることもみてとれる。

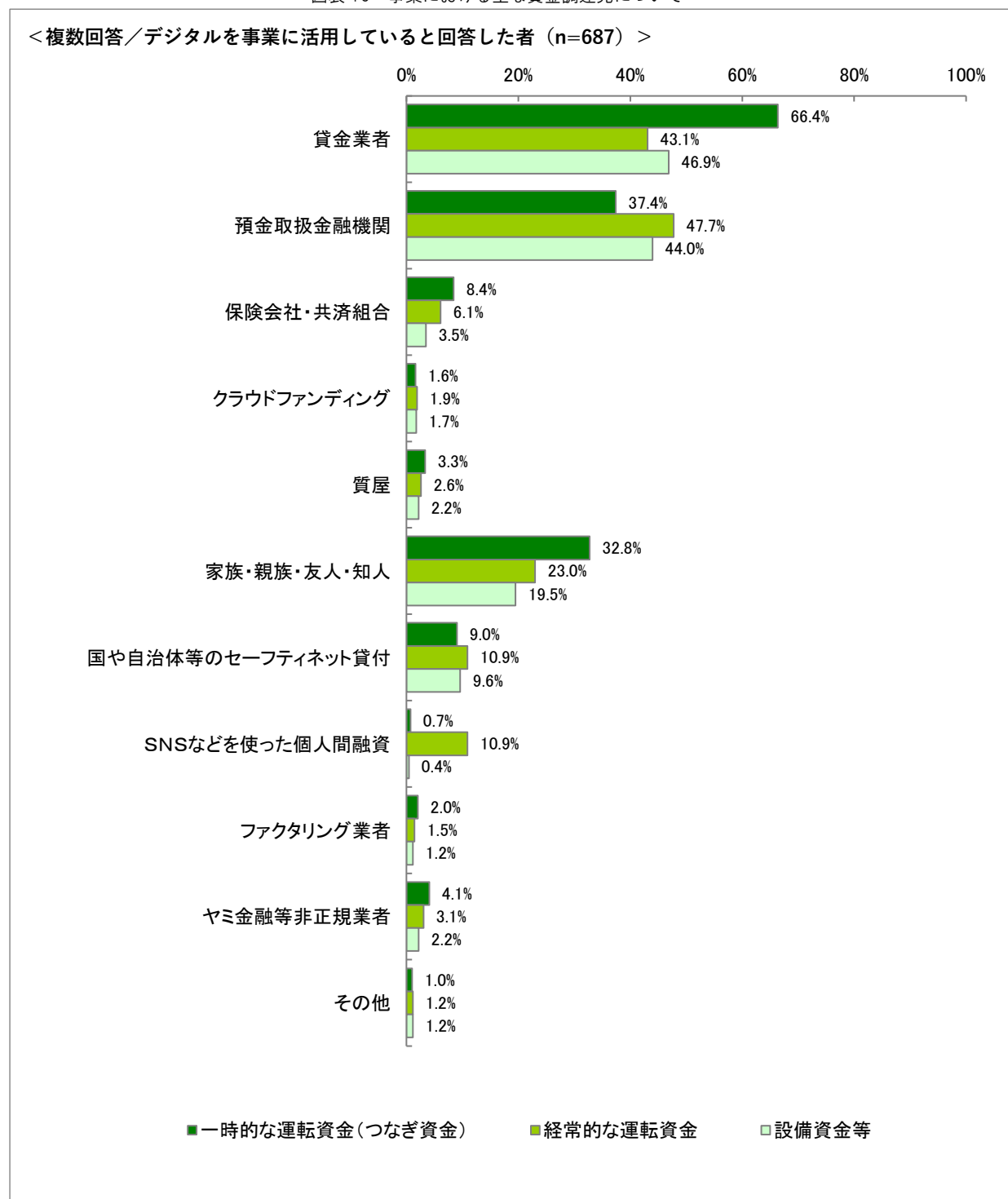
図表 15 借入先を選定する際の情報収集先について



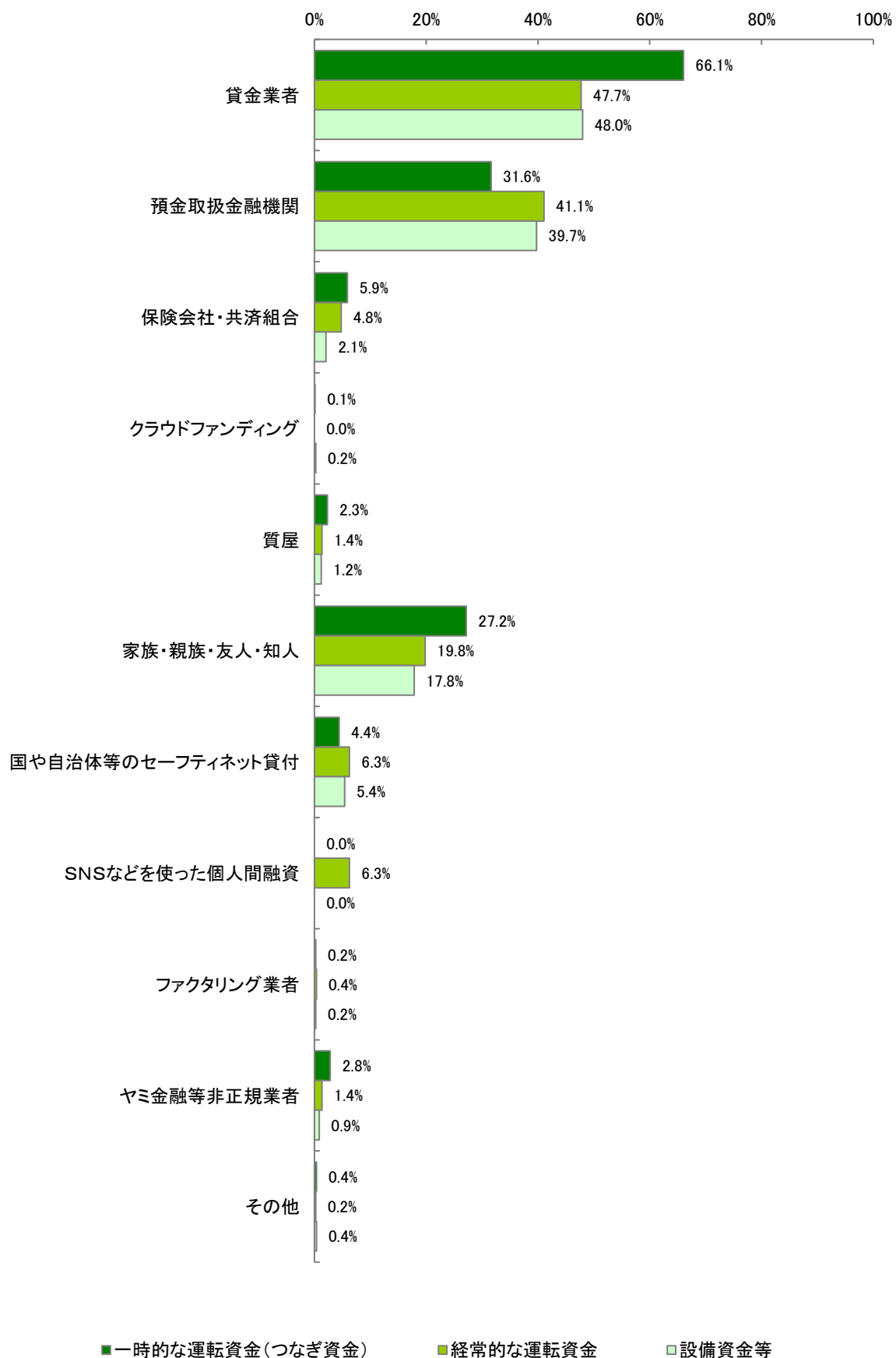
(3) 事業における主な資金調達先について

借入経験のある事業者に対して、主な事業資金の調達先について調査したところ、デジタルの事業への活用有無および事業の別を問わず、一時的な運転資金（つなぎ資金）では、「貸金業者」が最も利用されていることがわかった。また、経常的な運転資金では、デジタルを事業に活用している場合では「預金取扱金融機関」、活用していない場合は「貸金業者」が最も高く、事業別では、法人（小規模企業経営者）および自営業・個人事業主では「預金取扱金融機関」、特定業種では「貸金業者」が最も高くなっている。一方で、クラウドファンディングを利用した資金調達先については、デジタルを事業に活用している事業者の場合でも、現状では2%を下回っていることがわかる。

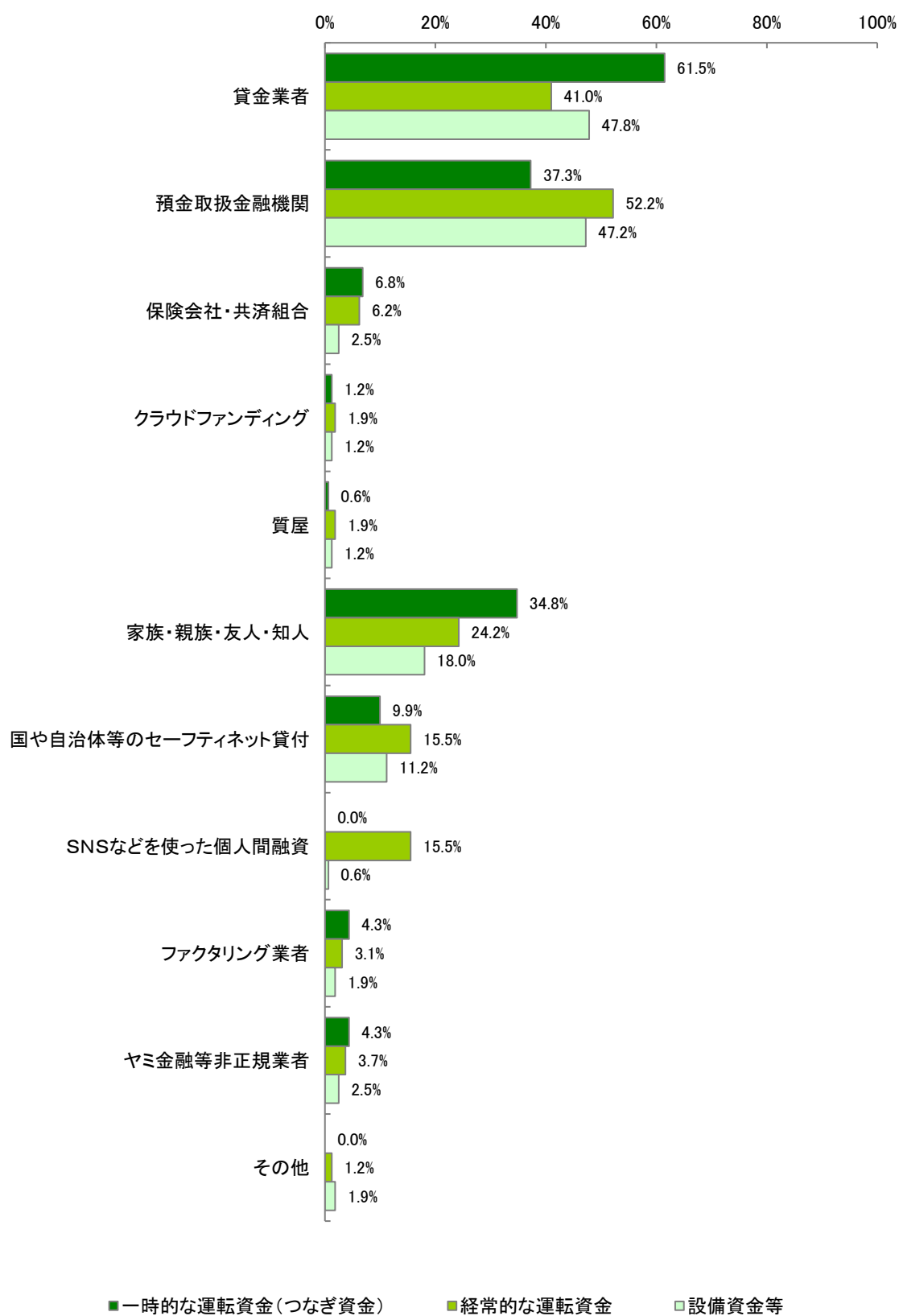
図表 16 事業における主な資金調達先について



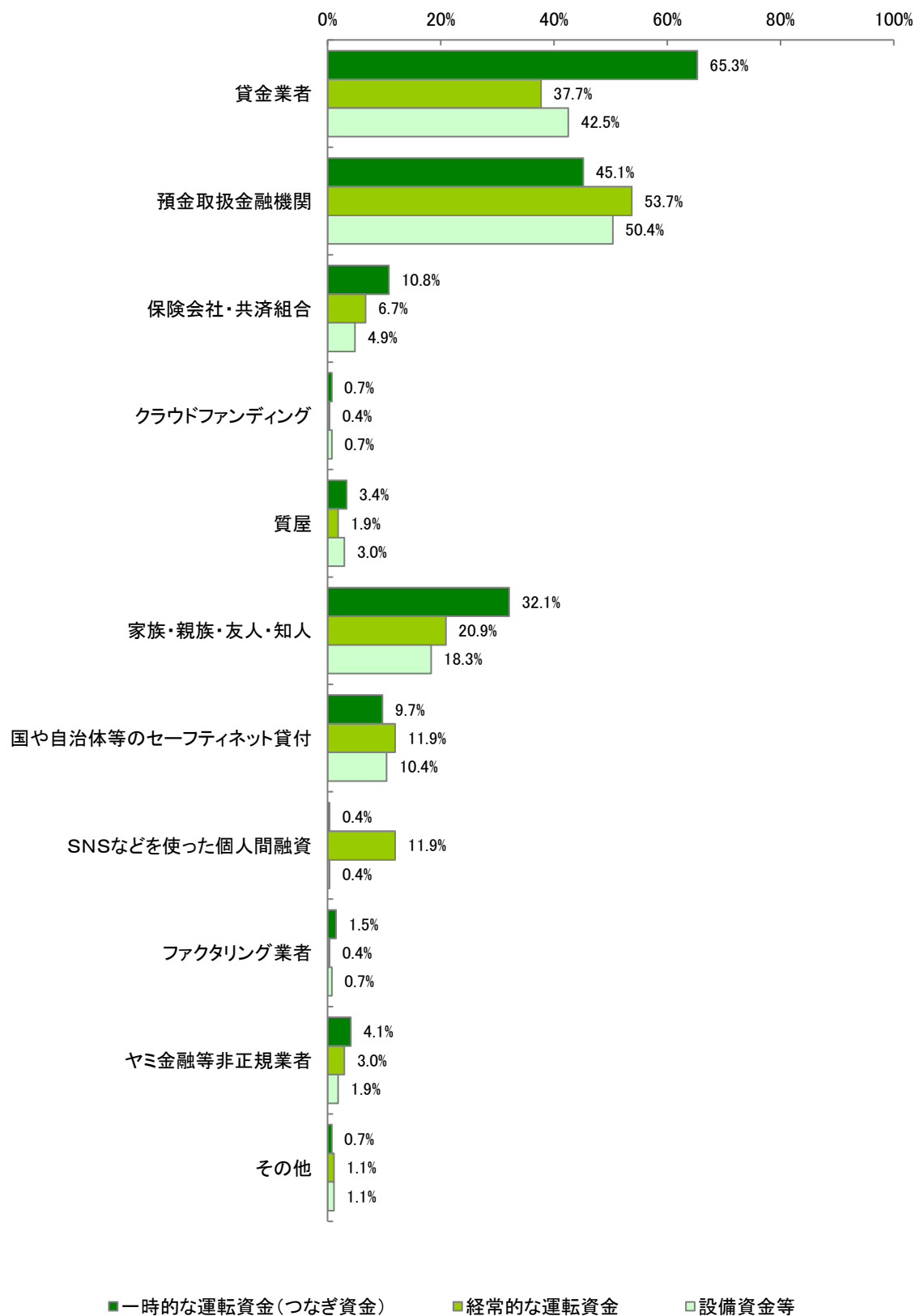
<複数回答／デジタルを事業に活用していないと回答した者（n=813）>



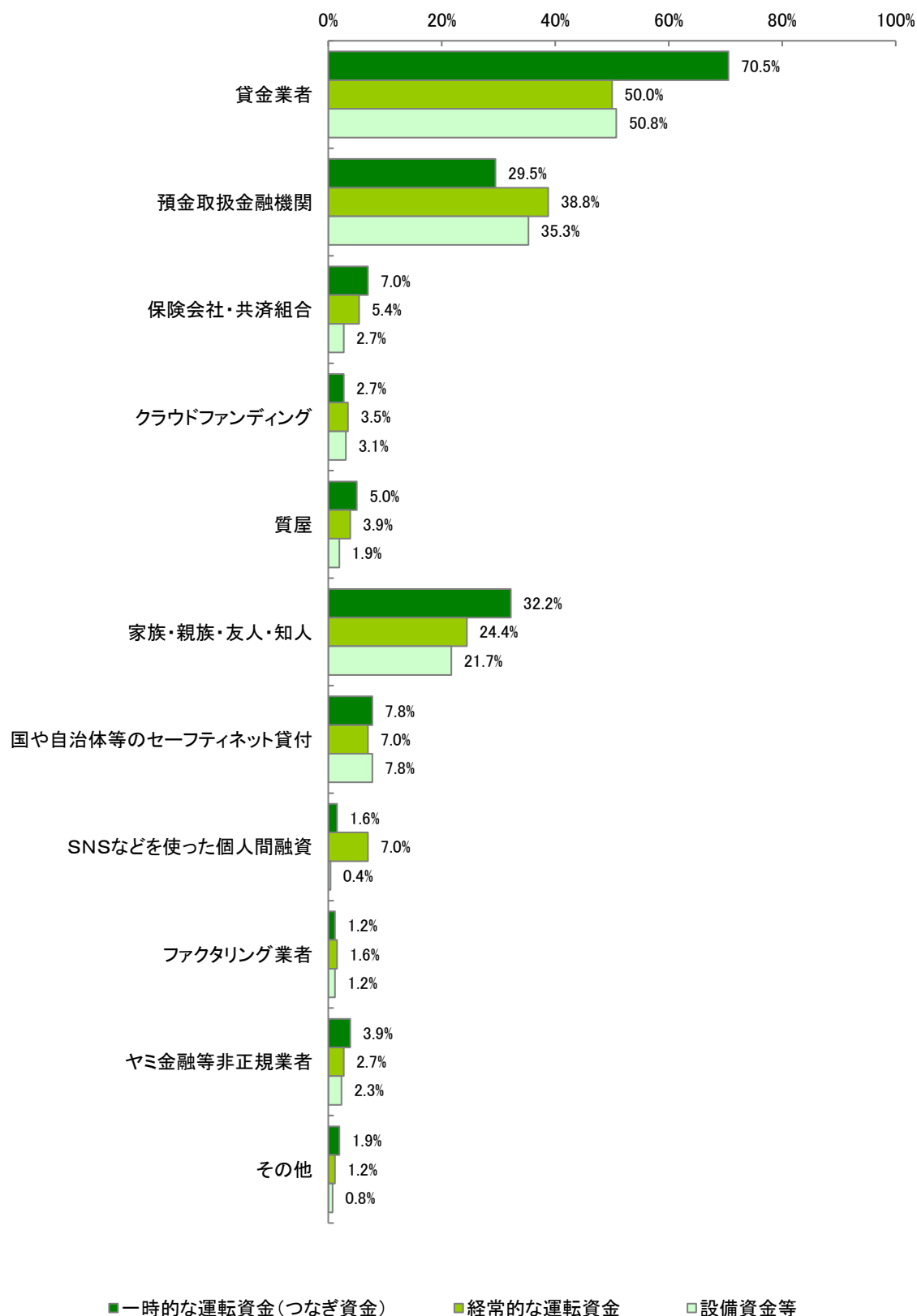
<複数回答／法人（小規模企業経営者）（n=161）>



<複数回答／自営業・個人事業主（n=258）>



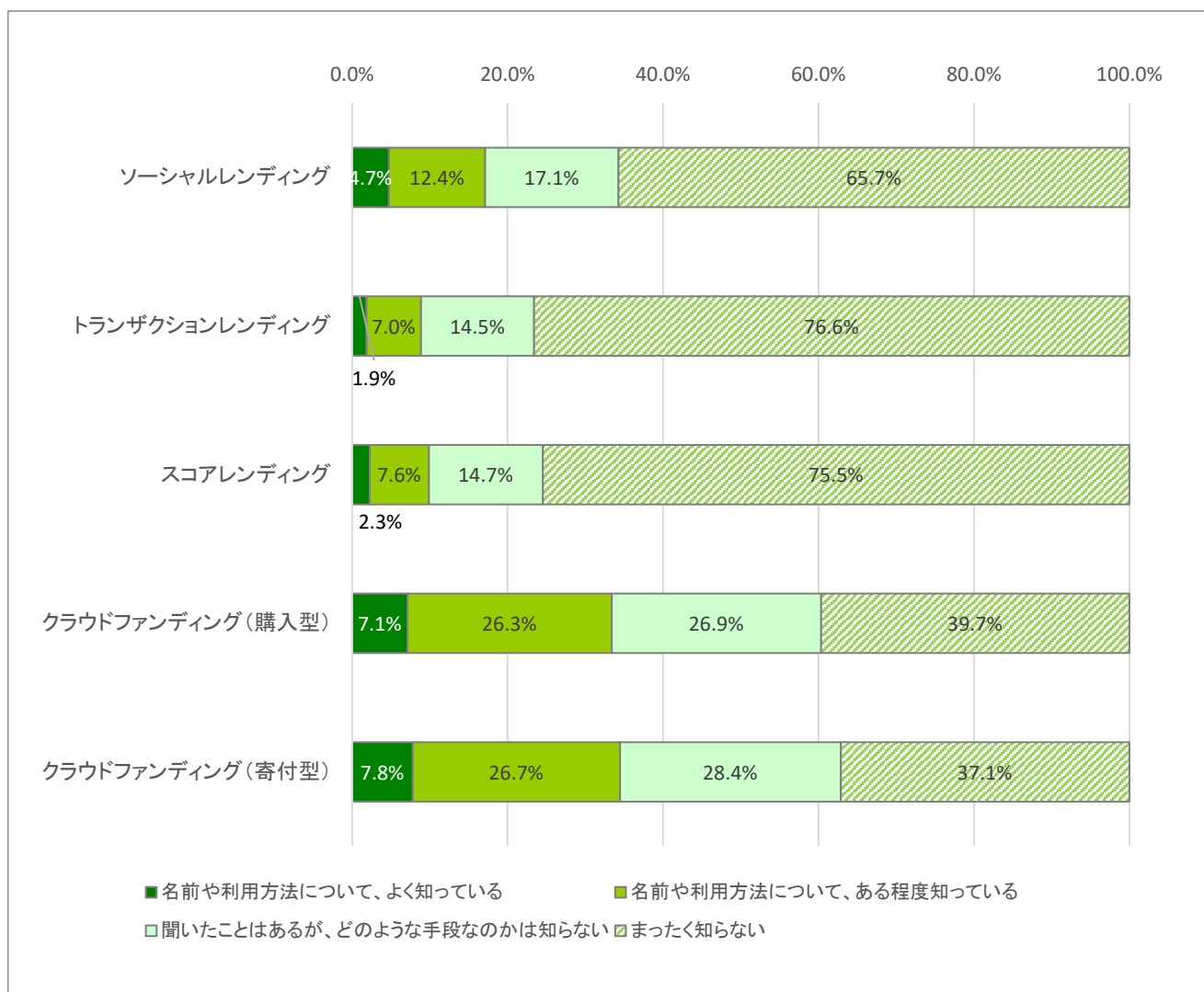
<複数回答／特定業種（n=268）>



(4) フィンテック等を活用した資金調達方法の認知状況

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62.9%と最も高く、次いで「クラウドファンディング（購入型）」が60.3%と、クラウドファンディングについては比較的認知が進んでいる一方、その他の「スコアレンディング」（24.5%）、「トランザクションレンディング」（23.4%）、「ソーシャルレンディング」（34.2%）については依然として認知状況の向上余地が大きいと言える。

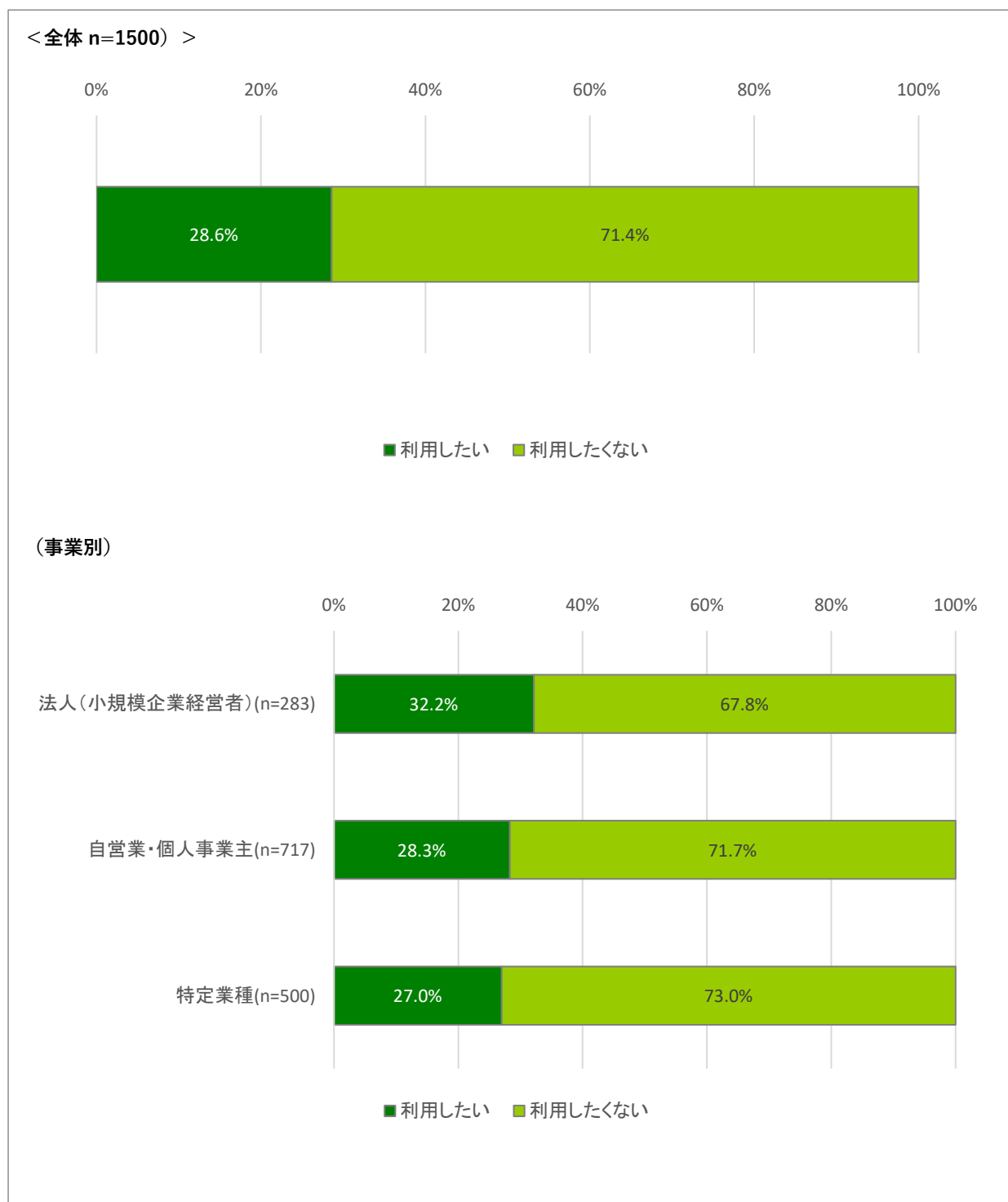
図表 17 フィンテック等を活用した資金調達方法の認知状況



(5) フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向

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、28.6%が利用したいと回答している。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29.6%、「宿泊業」の50.0%、「飲食・サービス業」の18.4%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。

図表 18 フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向

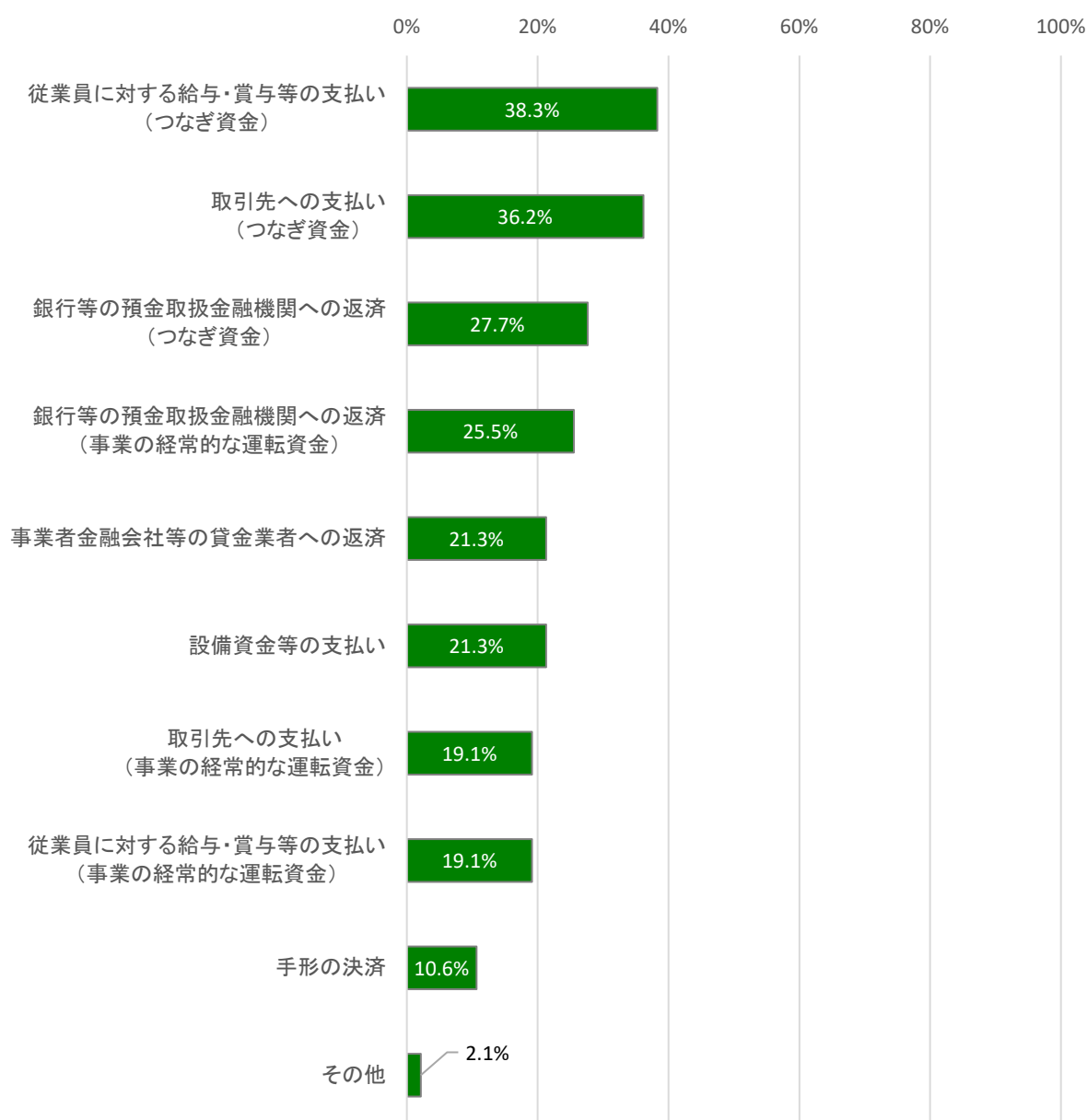


(6) クラウドファンディングを活用して調達した資金の資金使途

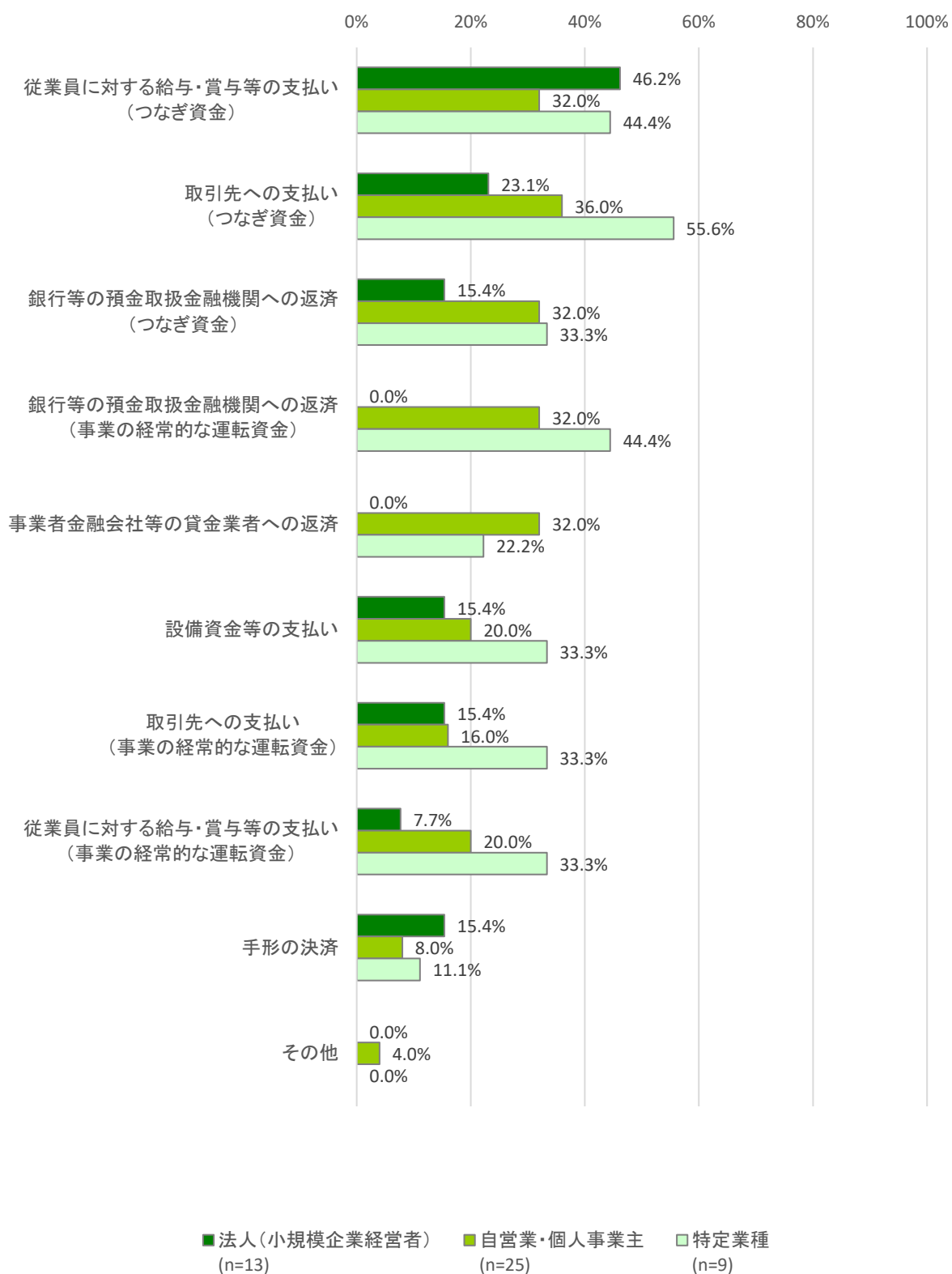
借入経験のある事業者に対して、クラウドファンディングを利用して調達した資金の資金使途と調達金額について調査したところ、「従業員に対する給与・賞与等の支払い」が38.3%と最も高く、次いで「取引先への支払い」が36.2%、「銀行等の預金取扱業者への返済」が27.7%となった。事業別にみると、自営業・個人事業主と特定業種では「取引先への支払い(つなぎ資金)」がそれぞれ36.0%、55.6%と最も高かったのに対し、法人（小規模企業経営者）では「従業員に対する給与・賞与等の支払い(つなぎ資金)」が46.2%と最も高く、顕著な差がみられる結果となった。

図表 19 クラウドファンディングを活用して調達した資金の資金使途

<複数回答／事業における主な資金調達先でクラウドファンディングと回答した n=47>



<複数回答／事業別(事業における主な資金調達先でクラウドファンディングと回答した n=47)>

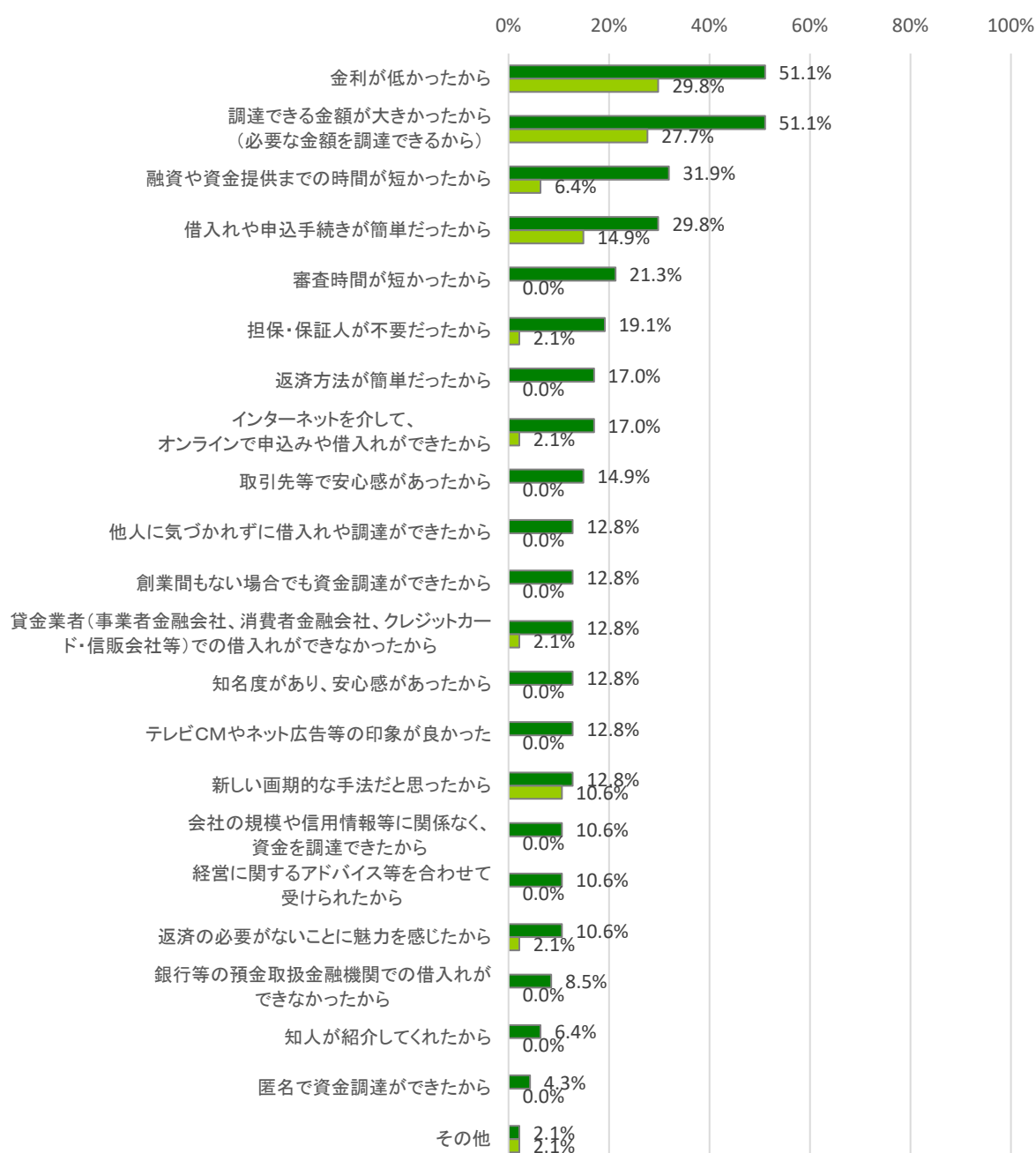


(7) クラウドファンディングを活用した資金調達方法を選んだ理由

クラウドファンディングを活用した資金調達方法を選んだ理由については、「金利が低かったから」と「調達できる金額が大きかったから（必要な金額を調達できるから）」が51.1%と最も高く、次いで「融資や資金提供までの時間が短かったから」が31.9%と続いている。手続き等の利便性も一定程度重要視されているが、返済に係る金利、調達金額に関する商品設計について特に重きが置かれていることがわかる結果となった。

図表 20 クラウドファンディングを活用した資金調達方法を選んだ理由

<複数回答／事業別(事業における主な資金調達先でクラウドファンディングと回答した n=47)>



■ 当てはまるもの ■ 最もあてはまる

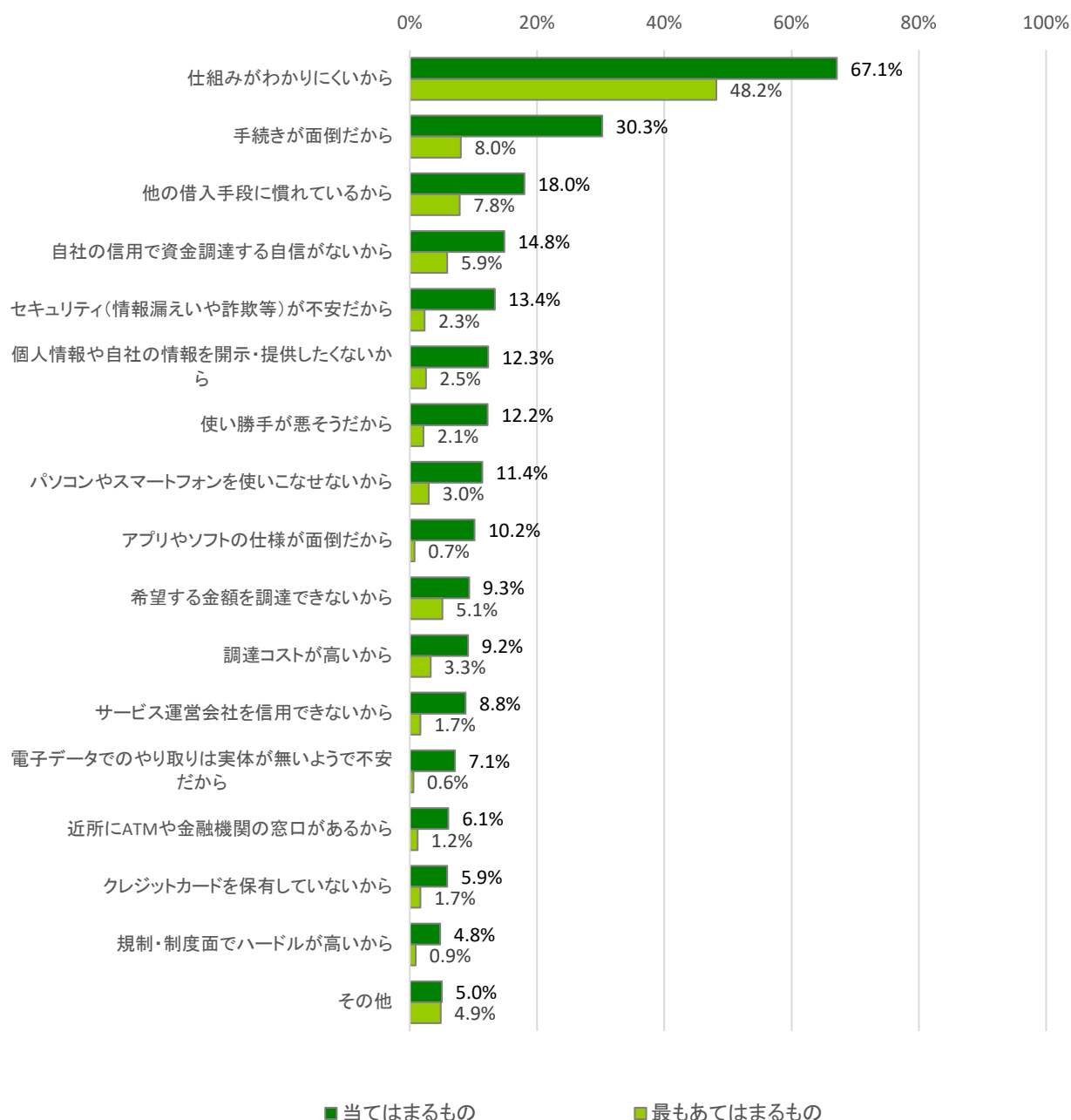
(8) フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由

フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由については、「仕組みがわかりにくいから」が67.1%と最も高く、続く「手続きが面倒だから」(30.3%)と比べても大きく差があることがみてとれる結果となった。フィンテック等を活用した資金調達に係る仕組みをいかにわかりやすく資金需要者となる事業者へ伝えていくか、という点に大きな課題が存在していると言える。

図表 21 フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由

<複数回答／フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向において「利用したくない」>

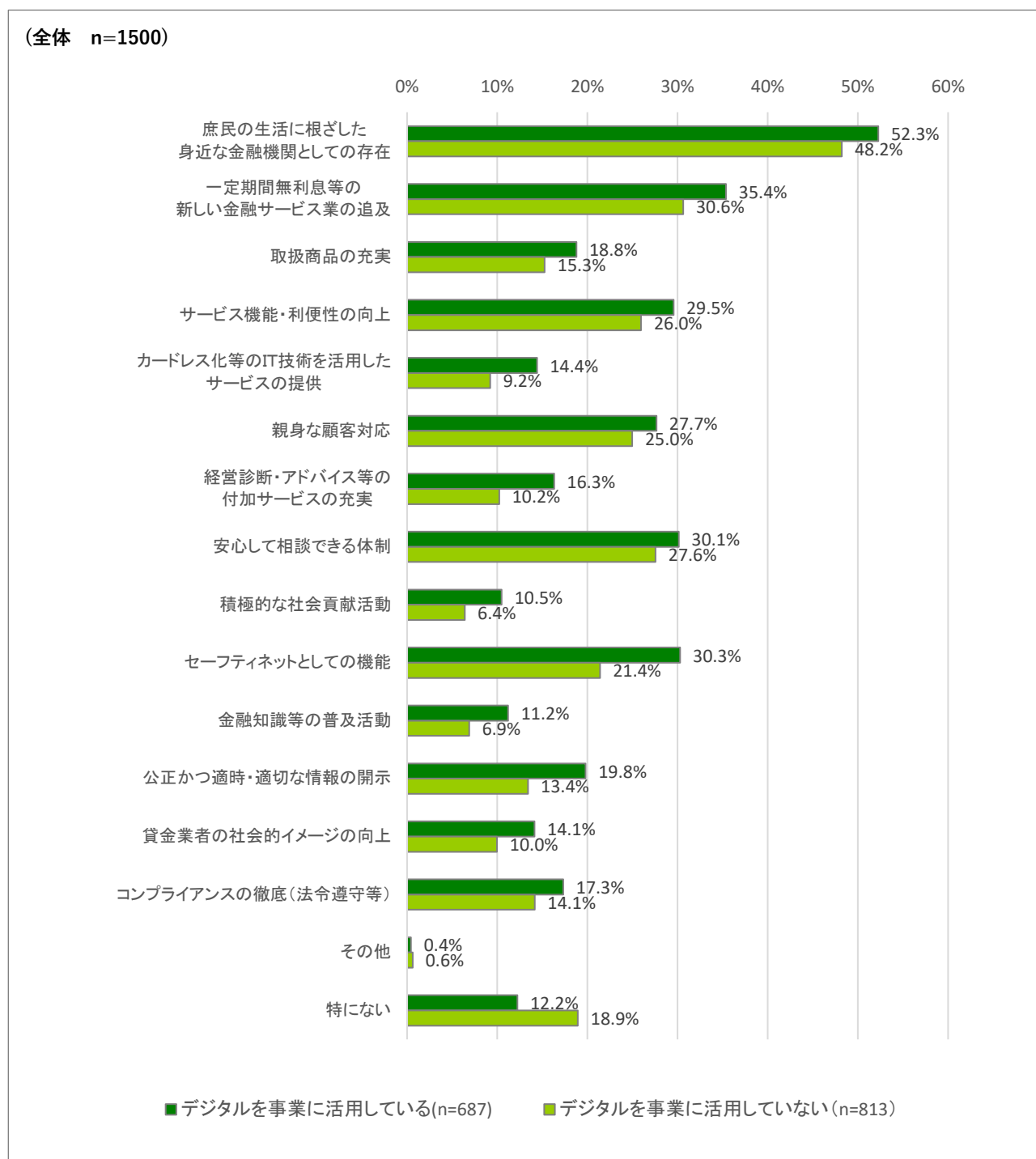
と回答した n=1071>



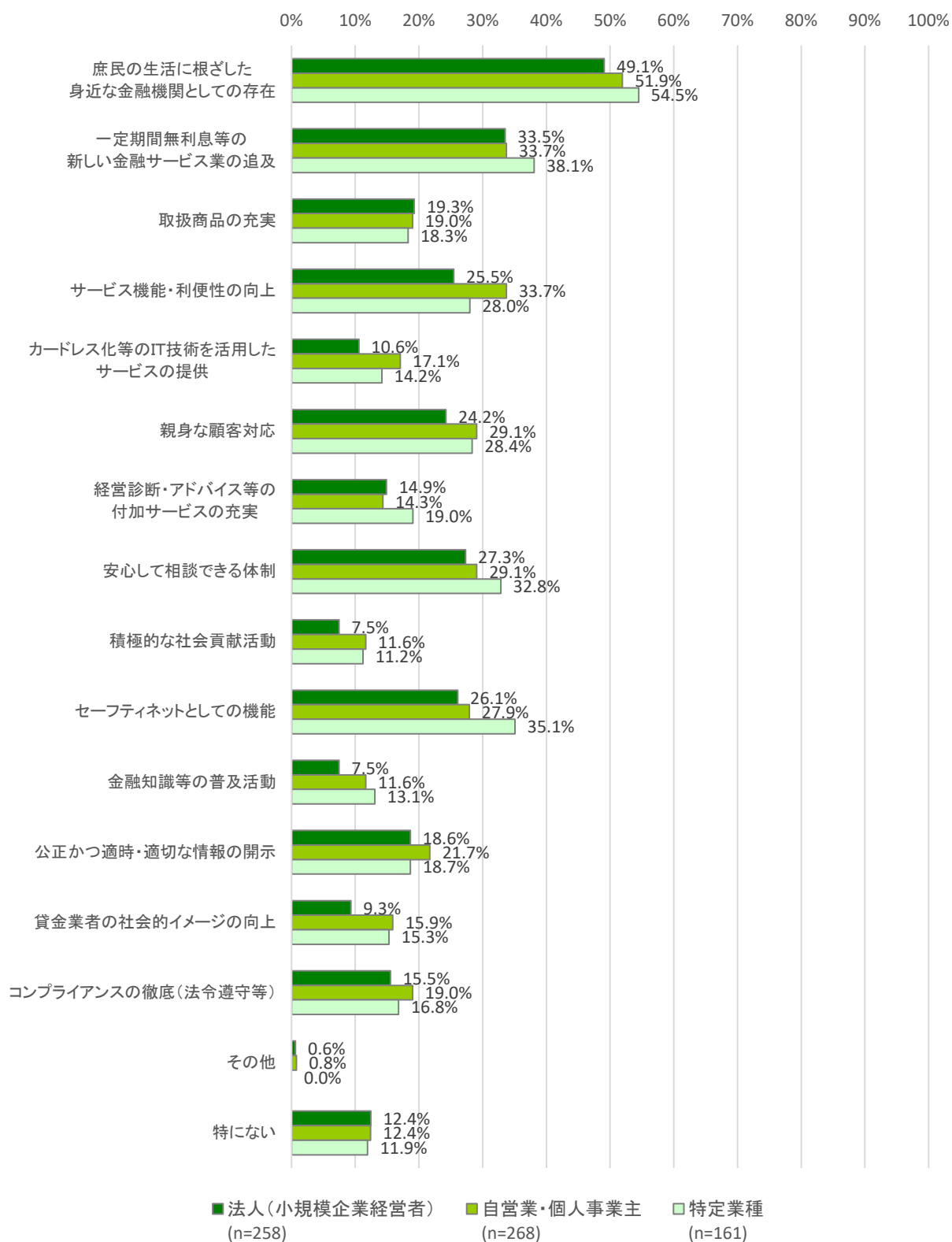
(9) 資金需要者等(事業者)が貸金業者に望んでいるサービスや役割

貸金業者に望むことについては、デジタルを事業に活用している場合、活用していない場合で「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」がそれぞれ 52.3%、48.2%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」がそれぞれ 35.4%、30.6%と続いている。デジタルの事業への活用有無によって大きな差異が確認できたものとして、「セーフティネットとしての機能」については、デジタルを事業に活用している場合では 30.3%となる一方、活用していない場合では 21.4%となった。

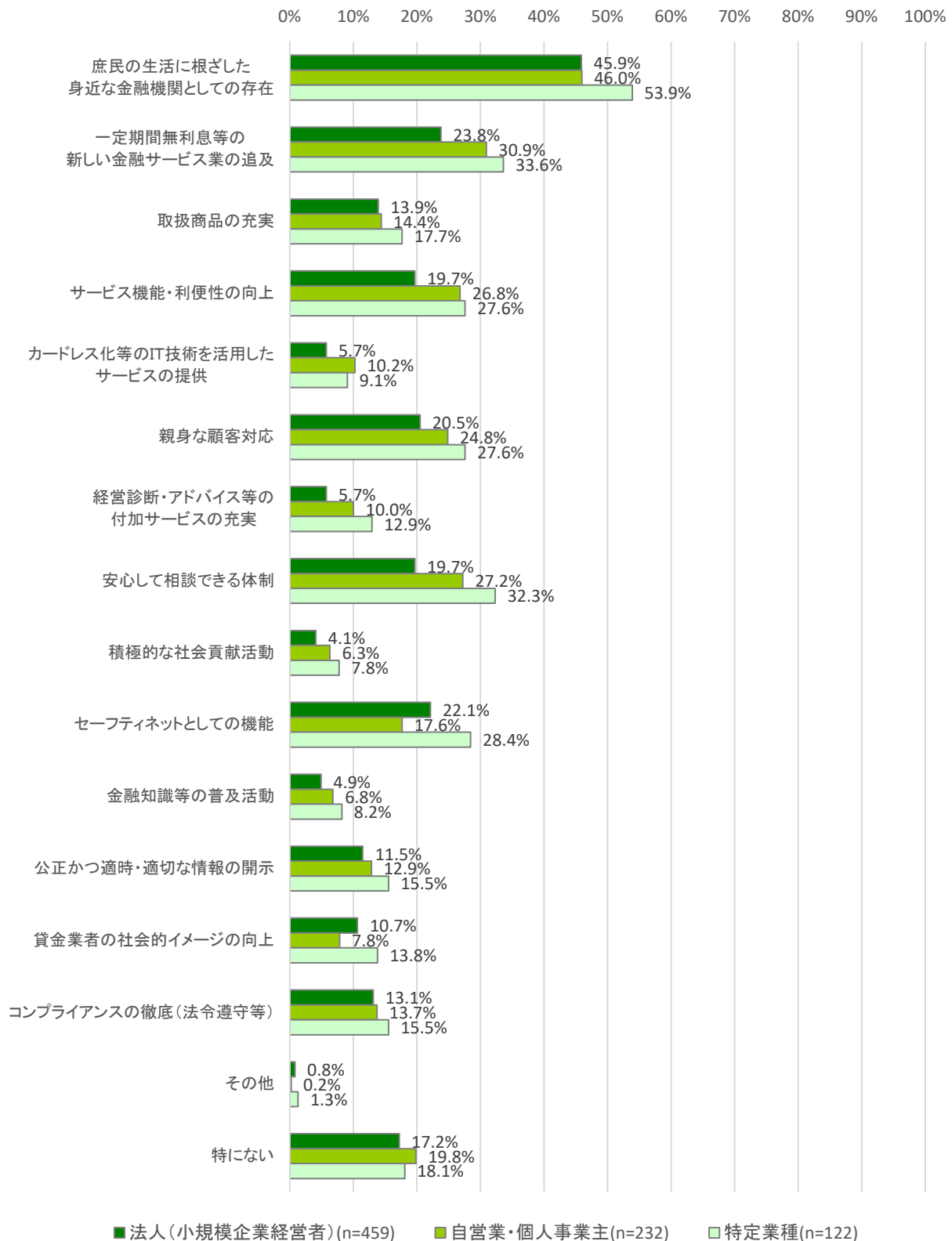
図表 22 資金需要者等（事業者）が貸金業者に望んでいるサービスや役割



<複数回答／デジタルを事業に活用している n=687>



<複数回答／デジタルを事業に活用していない n=813>



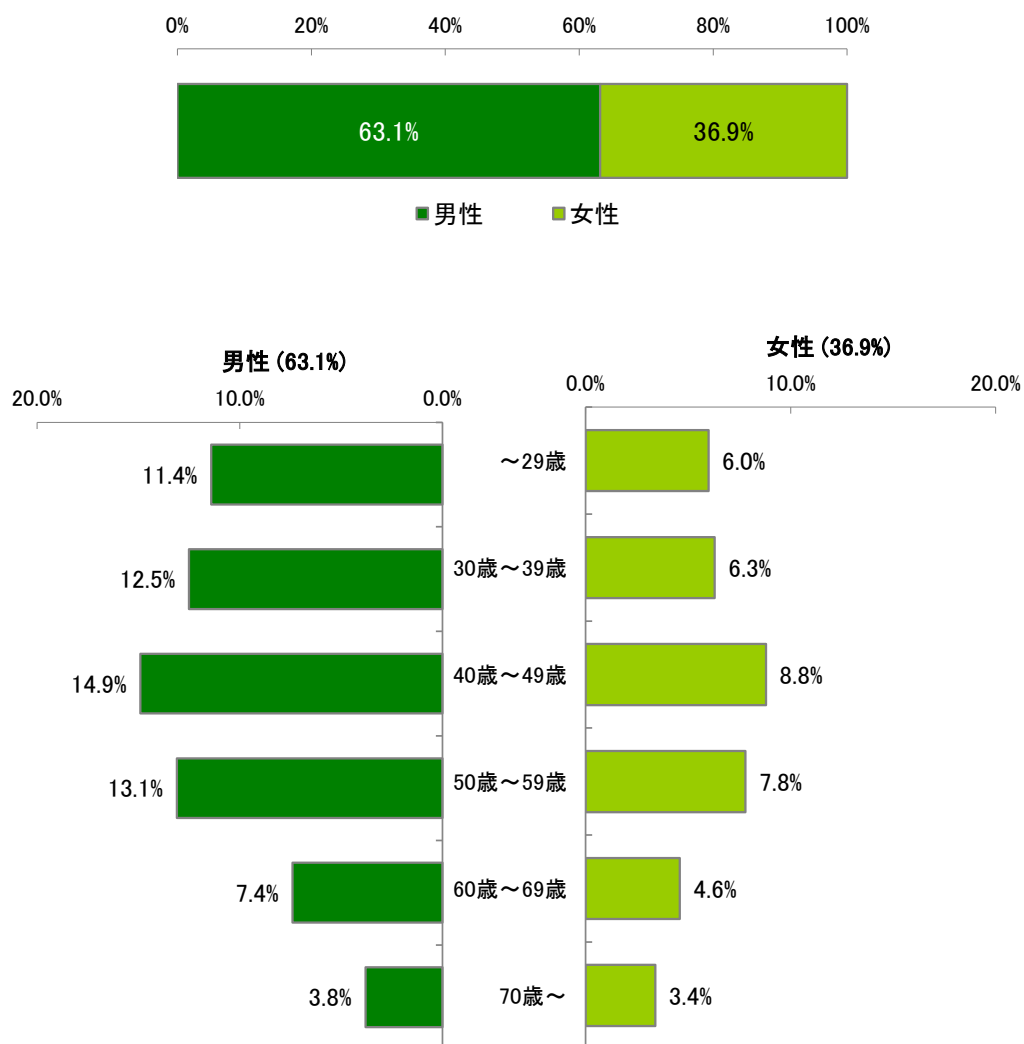
第 3 編 調査結果(今年度の詳細データ分析から)

■ はじめに

【貸金市場における消費者向無担保貸付の状況(JICC「統計データ」より)】

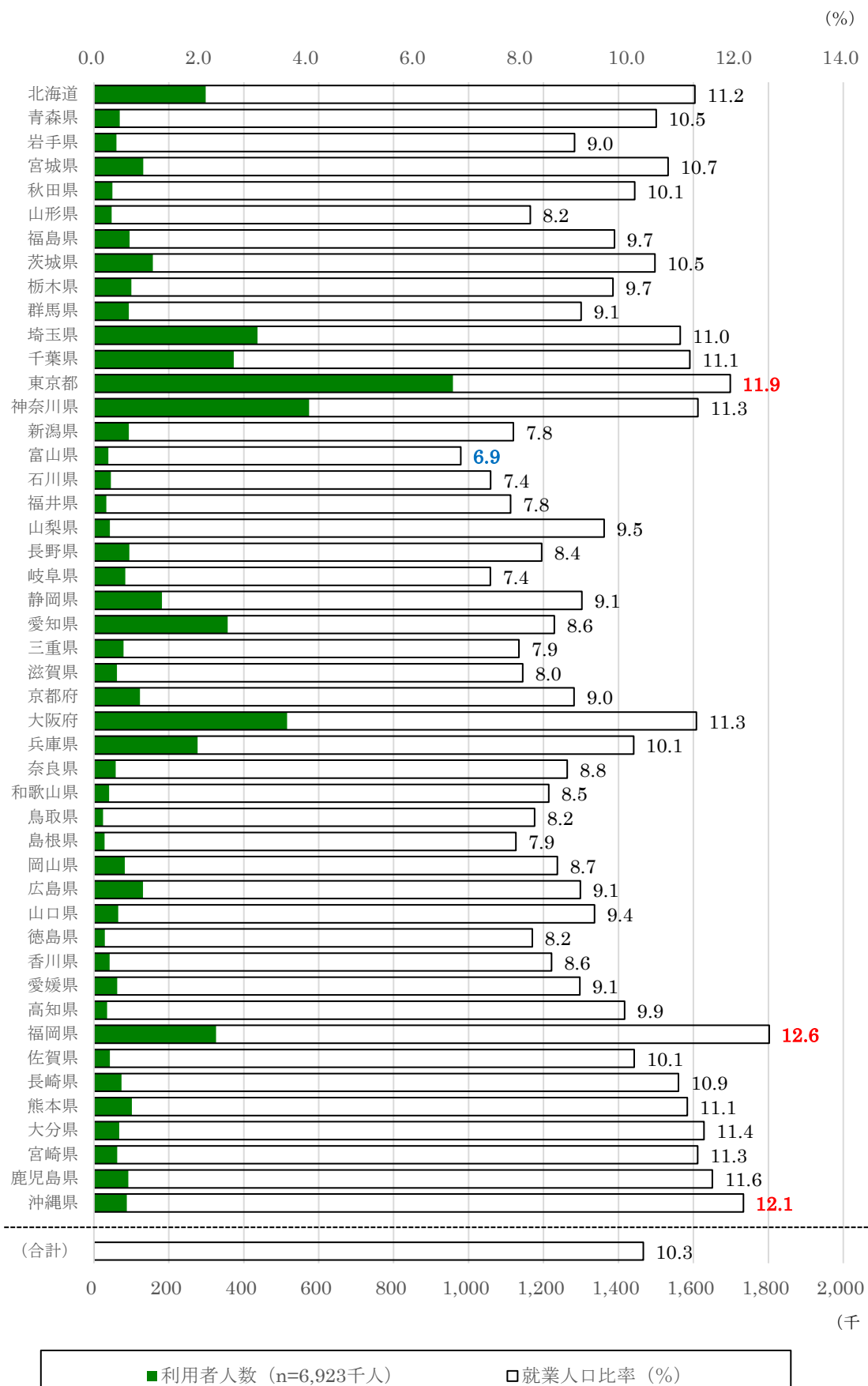
- 令和 2 年 3 月末時点における消費者向無担保貸付残高のある人数構成比を性別にみると、男性が 63.1%、女性が 36.9%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 14.9%、8.8%と最も高くなっている。
- また、都道府県別の就業人口に対する利用者数の割合では、「福岡県」が 12.6%と最も高く、次いで「沖縄県」が 12.1%、「東京都」が 11.9%と続いている。一方、利用者数の割合が低い地域では「富山県」が 6.9%と最も低い。
- 残高区分別に消費者向無担保貸付残高のある人数構成比をみると、50 万円以下の占める割合が 62.4%となっている。

<図表 1:男女・年代別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比(n=6,895 千人)>



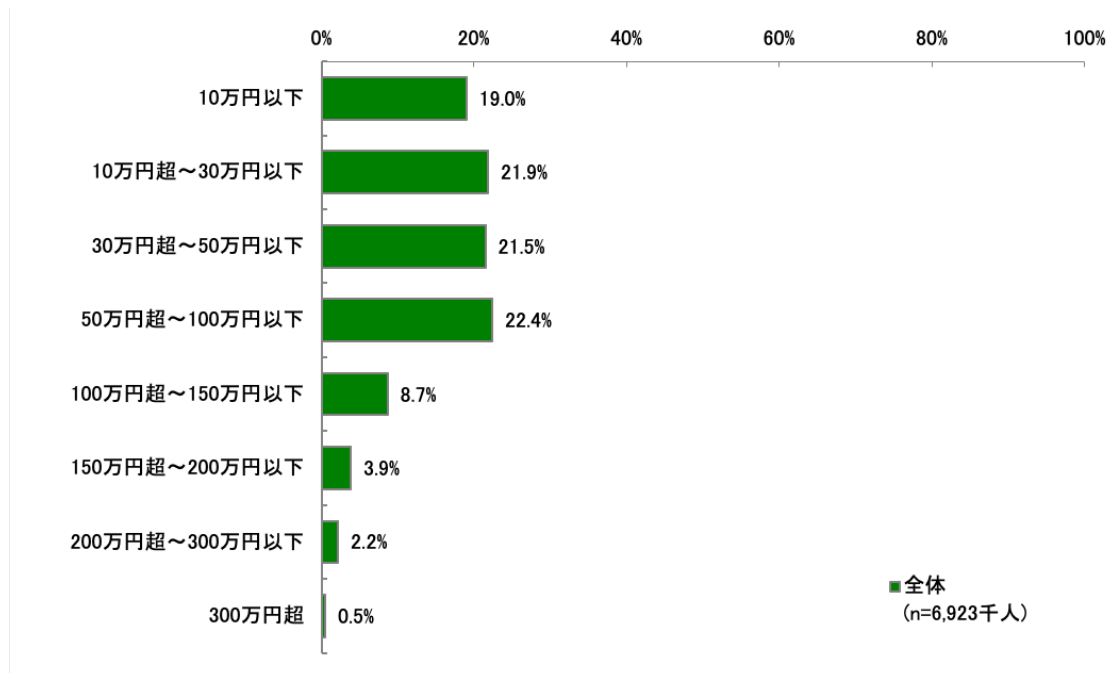
(※構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも 100 とはならない。)

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

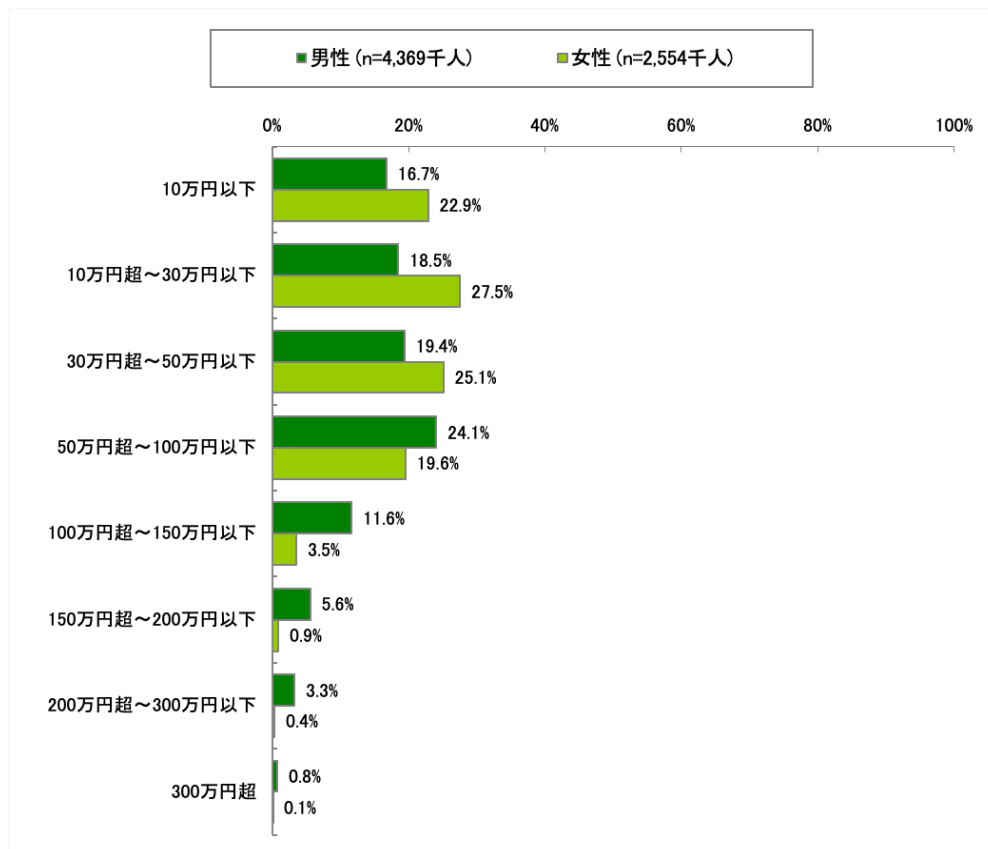


<図表 3:残高区分別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（n=6,923 千人）>

【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

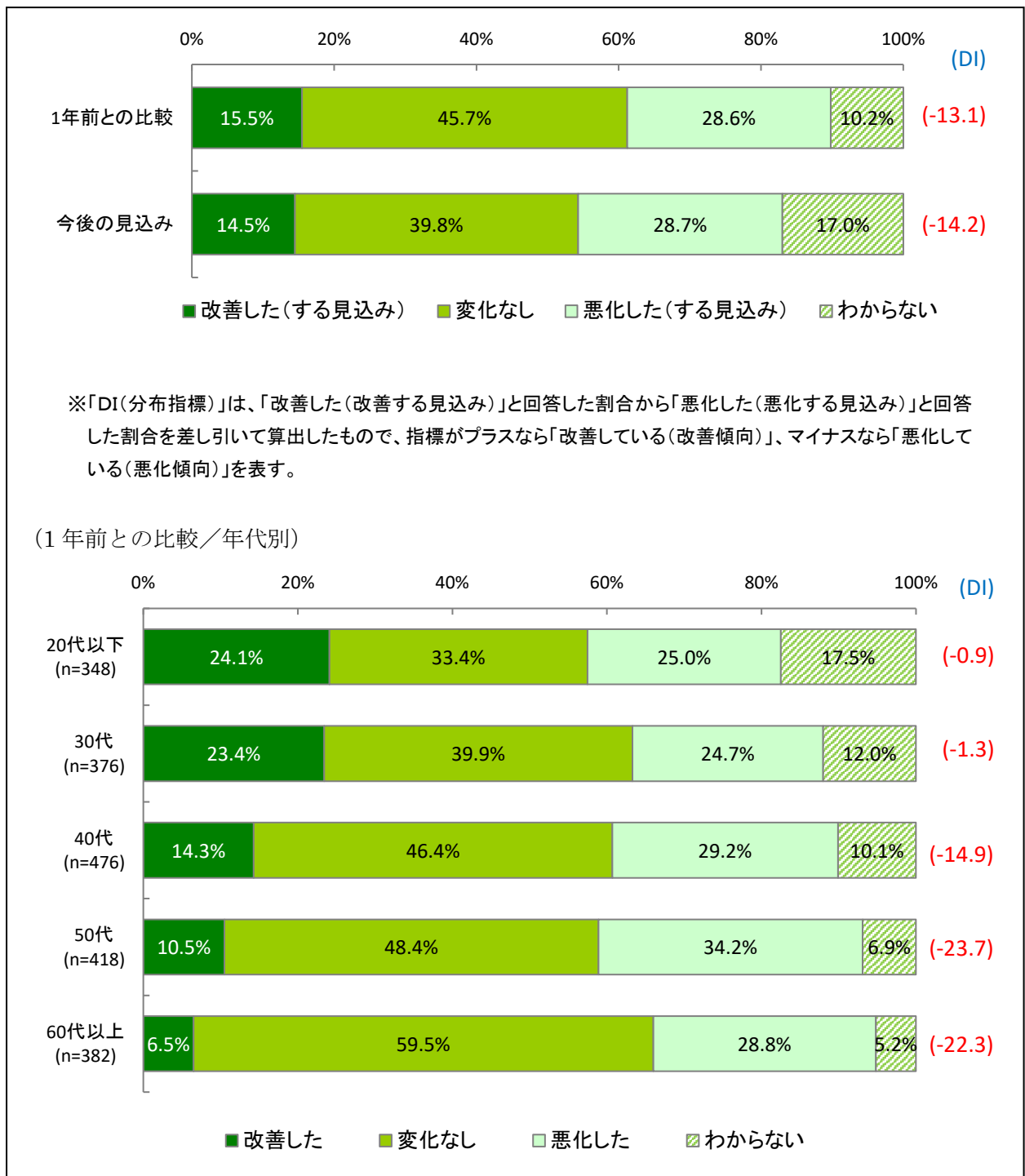
I. 借入経験のある個人

1. 資金需要者等を取り巻く環境の変化等(家計収支・生活習慣・消費行動)

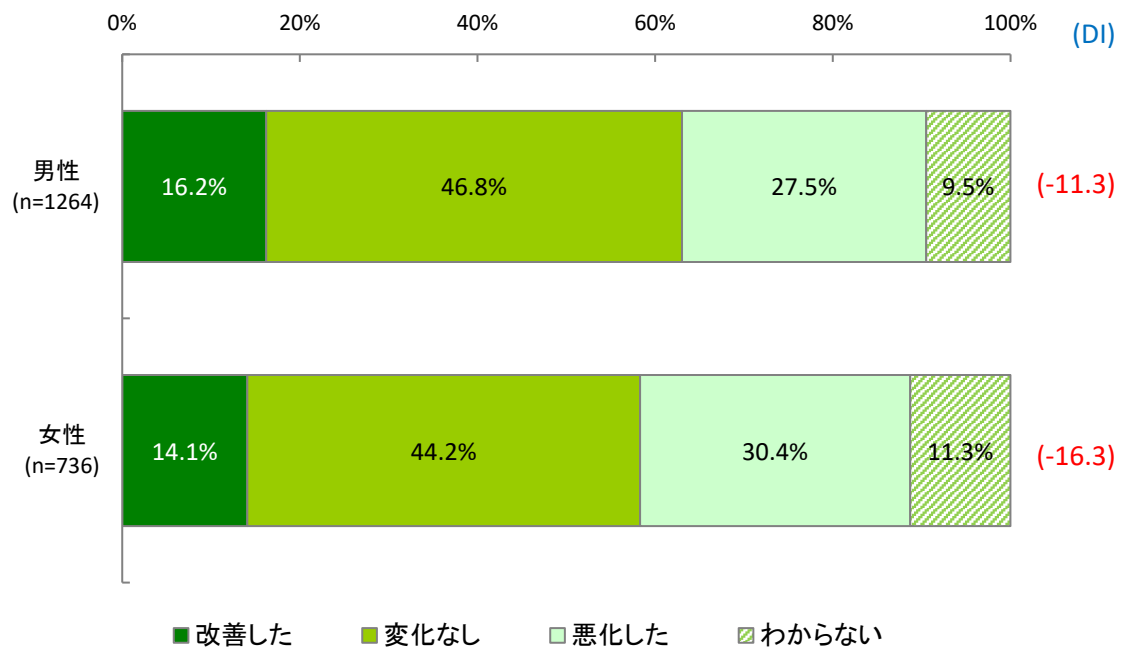
(1) 家計収支状況の変化と今後の見通し

- 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45.7%と最も高く、次いで「悪化した」が28.6%、「改善した」が15.5%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。

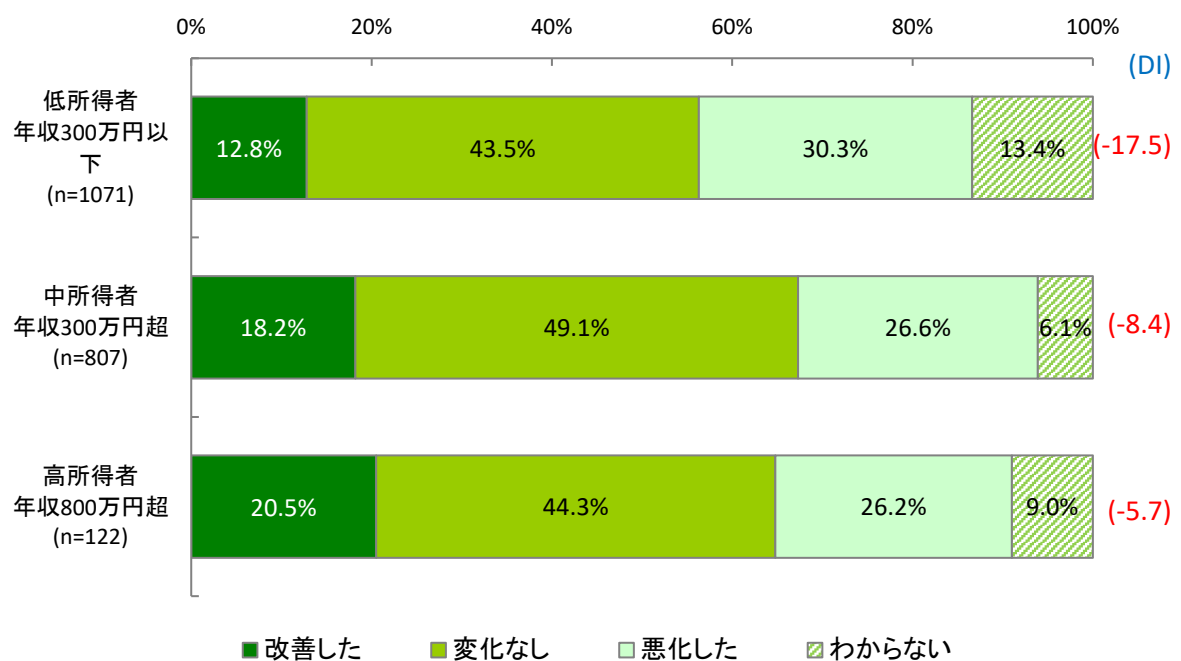
<図表 4:家計収支状況の変化と今後の見通し (n=2,000)>



(1年前との比較／男女別)



(1年前との比較／年収別)

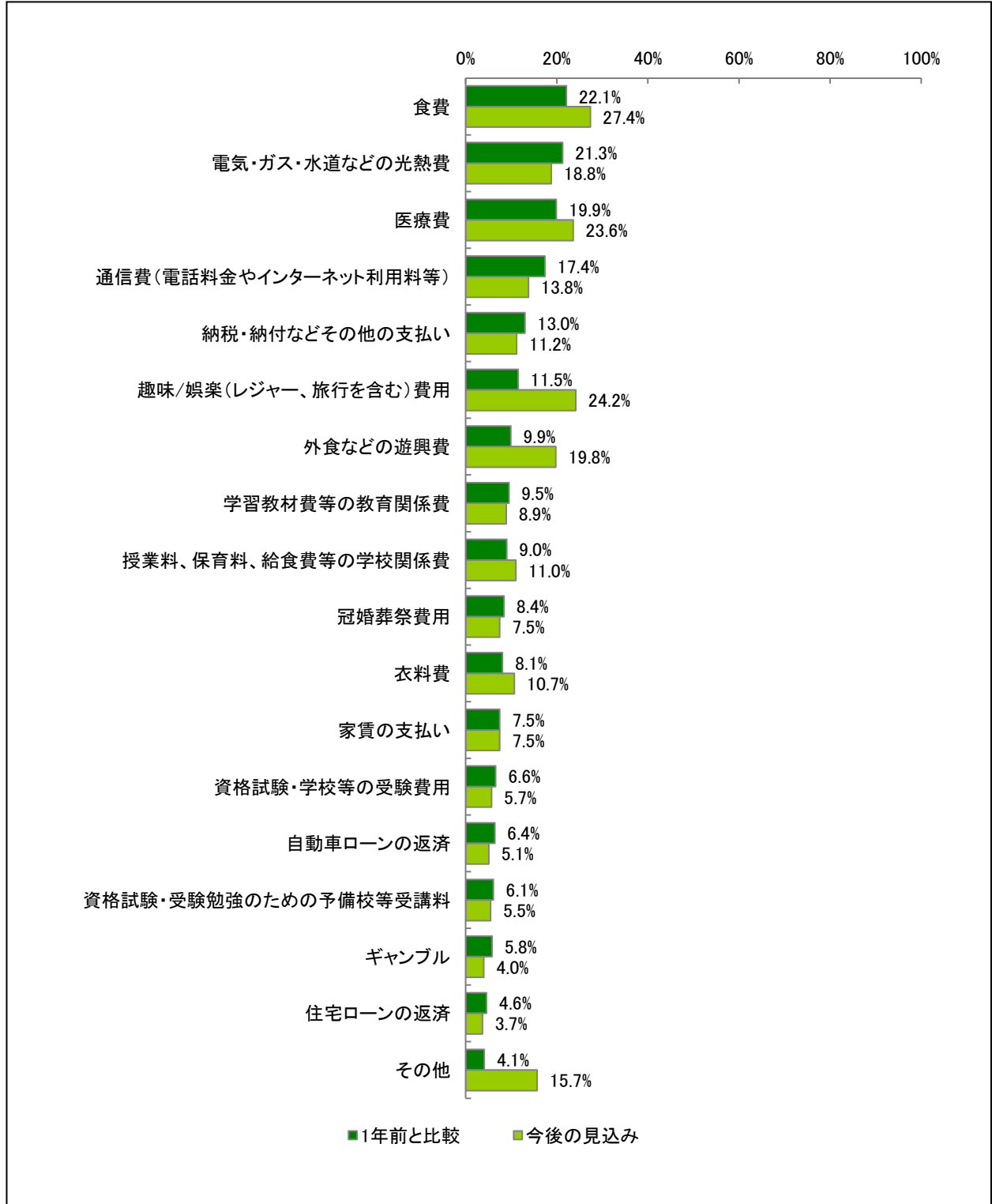


※「DI(分布指標)」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。

(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

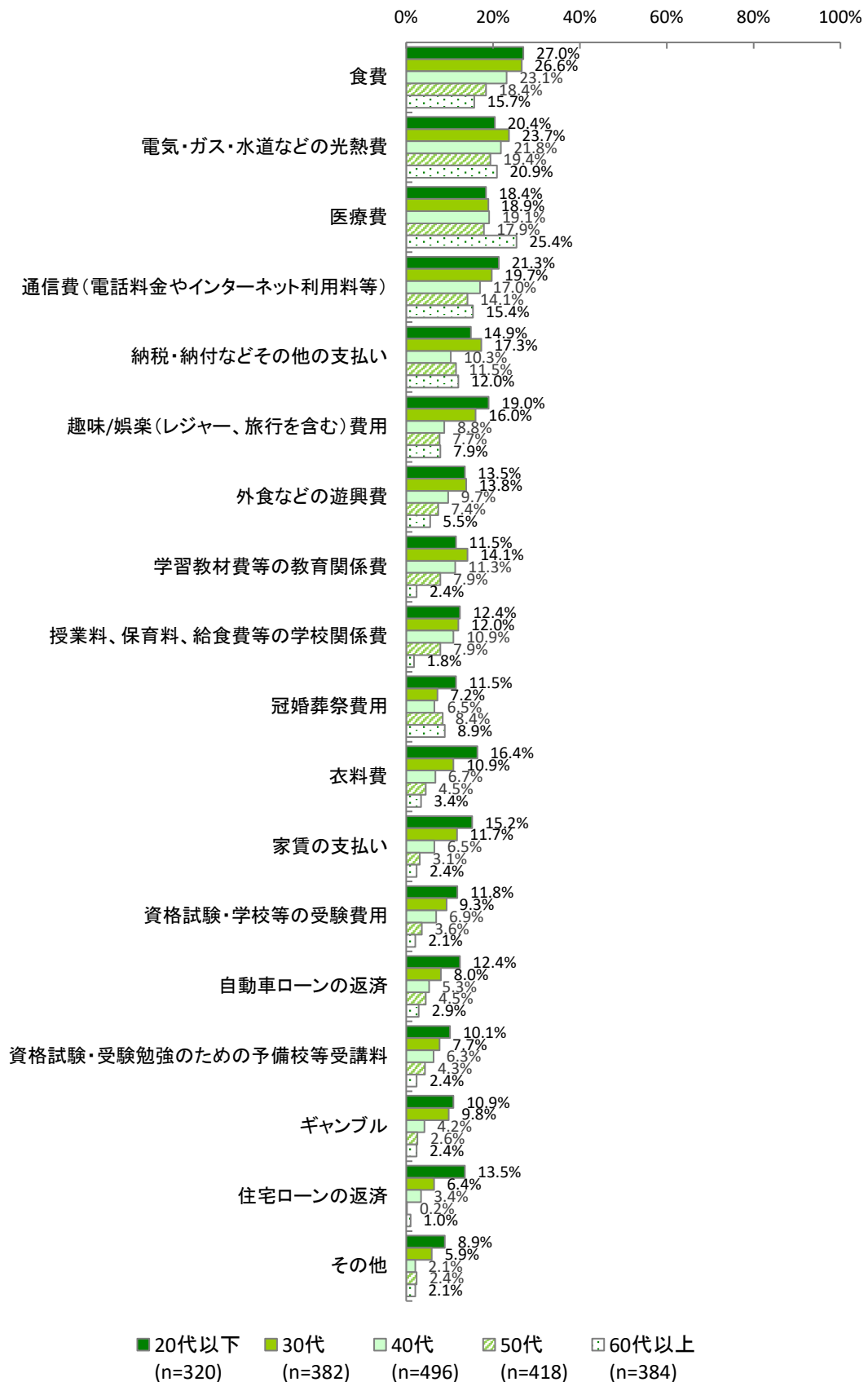
- 1年前と比較して支出が増加した費目をみると、「食費」が22.1%と最も高く、次いで「電気・ガス・水道などの光熱費」が21.3%と続いており、今後支出が増加する見込みの費目でも、「食費」が27.4%と最も高い結果となった。

<図表 5: 支出が増加した費目家計の収支状況の変化(複数回答 n=2,000) >



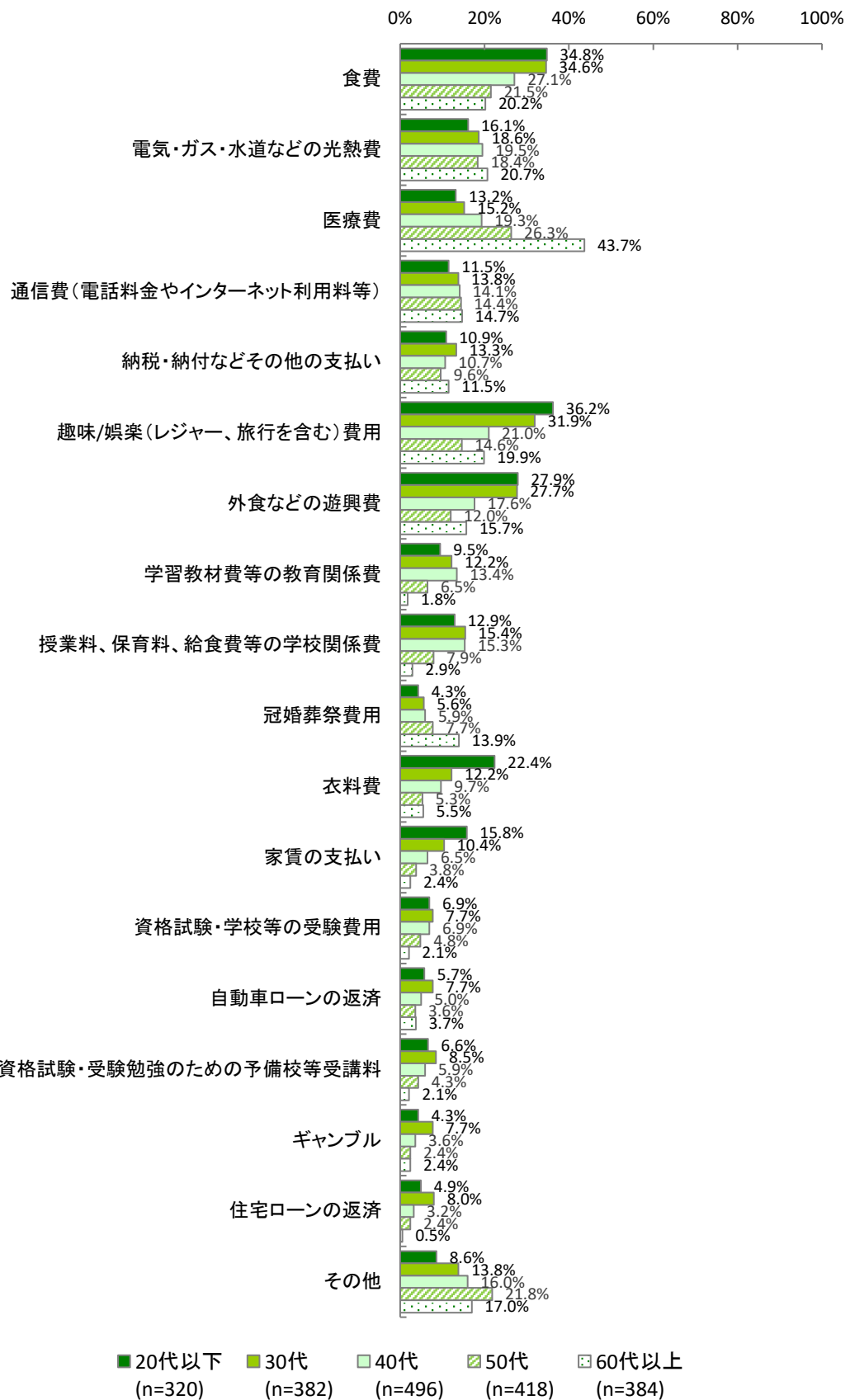
【1年前との比較】

(年代別)



【今後の見込み】

(年代別)

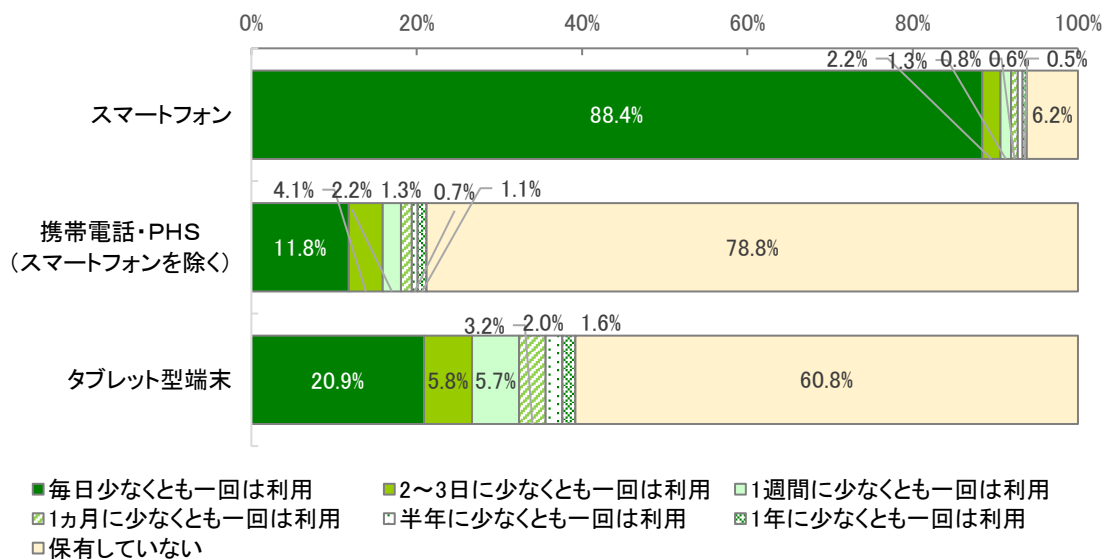


(3) モバイル端末の保有状況と利用頻度について

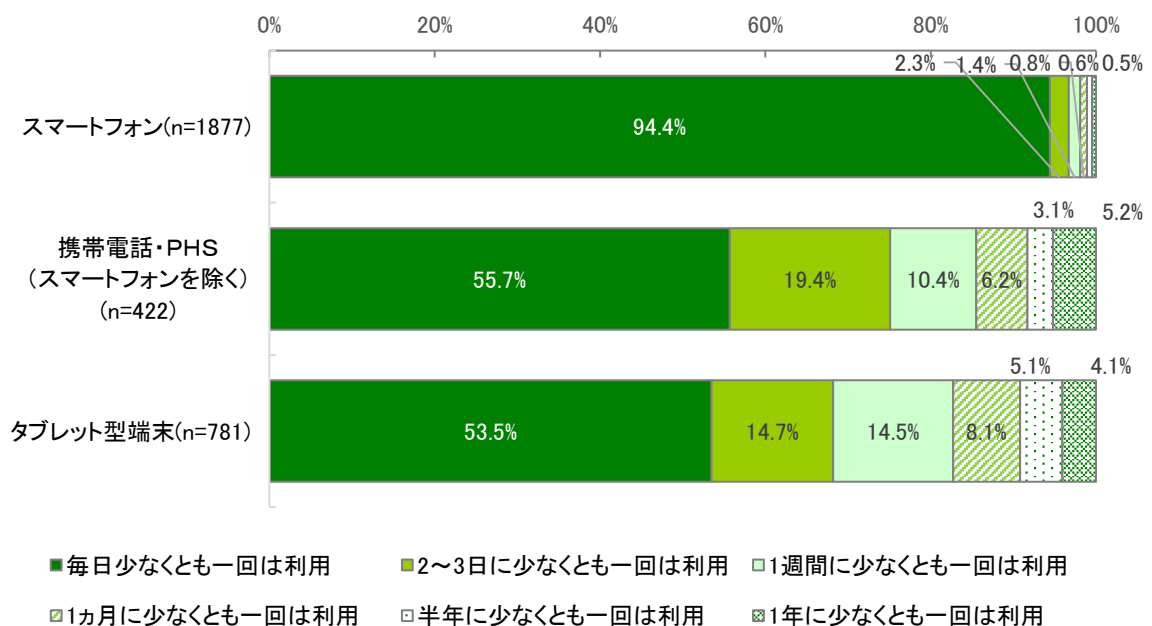
- モバイル端末の利用頻度について、「毎日少なくとも一回は利用」と回答した割合は、「スマートフォン」が 88.4%と最も高く、次いで「タブレット型端末」が 20.9%、「携帯電話・PHS(スマートフォンを除く)」が 11.8%となった。
- モバイル端末の保有状況をみると、「スマートフォン」が 94.4%と最も高く、次いで「携帯電話・PHS(スマートフォンを除く)」が 55.7%、「タブレット型端末」が 53.5%となった。

<図表 6: モバイル端末等の保有状況と利用頻度(n=2000)>

【利用頻度】



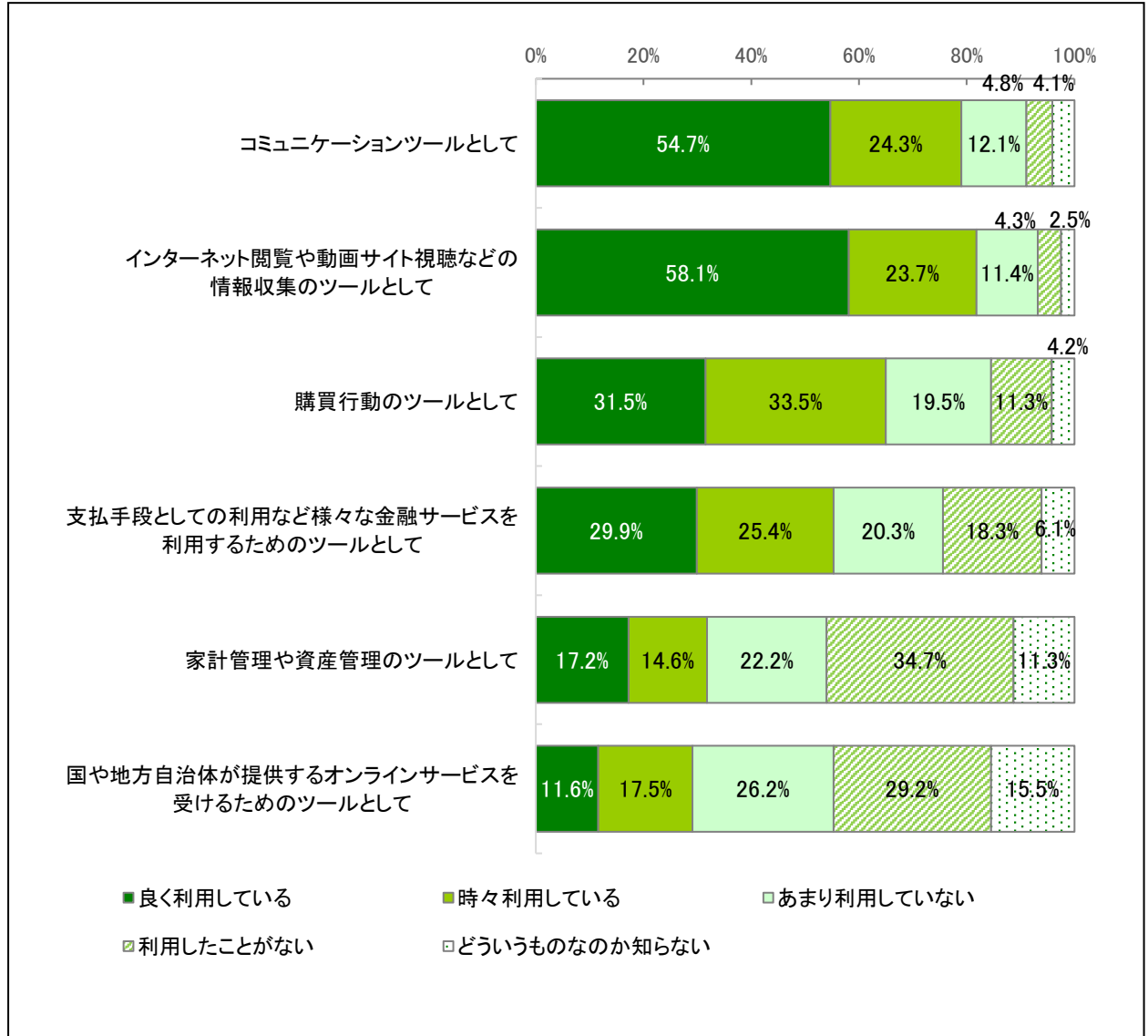
(保有者ベース)



(4) モバイル端末等の利用状況について

- モバイル端末の利用状況をみると、「よく利用している」と回答した割合については「インターネット閲覧や動画サイト視聴などの情報収集のツールとして」が 58.1%と最も高く、次いで「コミュニケーションツールとして」が 54.7%、「購買行動のツールとして」が 31.5%となった。

<図表 7: モバイル端末等の利用状況（複数回答 n=2000）>



(5) モバイル端末等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化について

- モバイル端末等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化をみると、「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64.1%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60.5%、「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」が54.8%となった。一方で「インターネットでの物品購入が増え、実店舗で買い物をする頻度が減少した」や「クレジットカードや電子マネー、仮想通貨支払等による電子商取引が増えた」など、電子商取引の比重が増加傾向にある様子もみてとれる結果となっている。

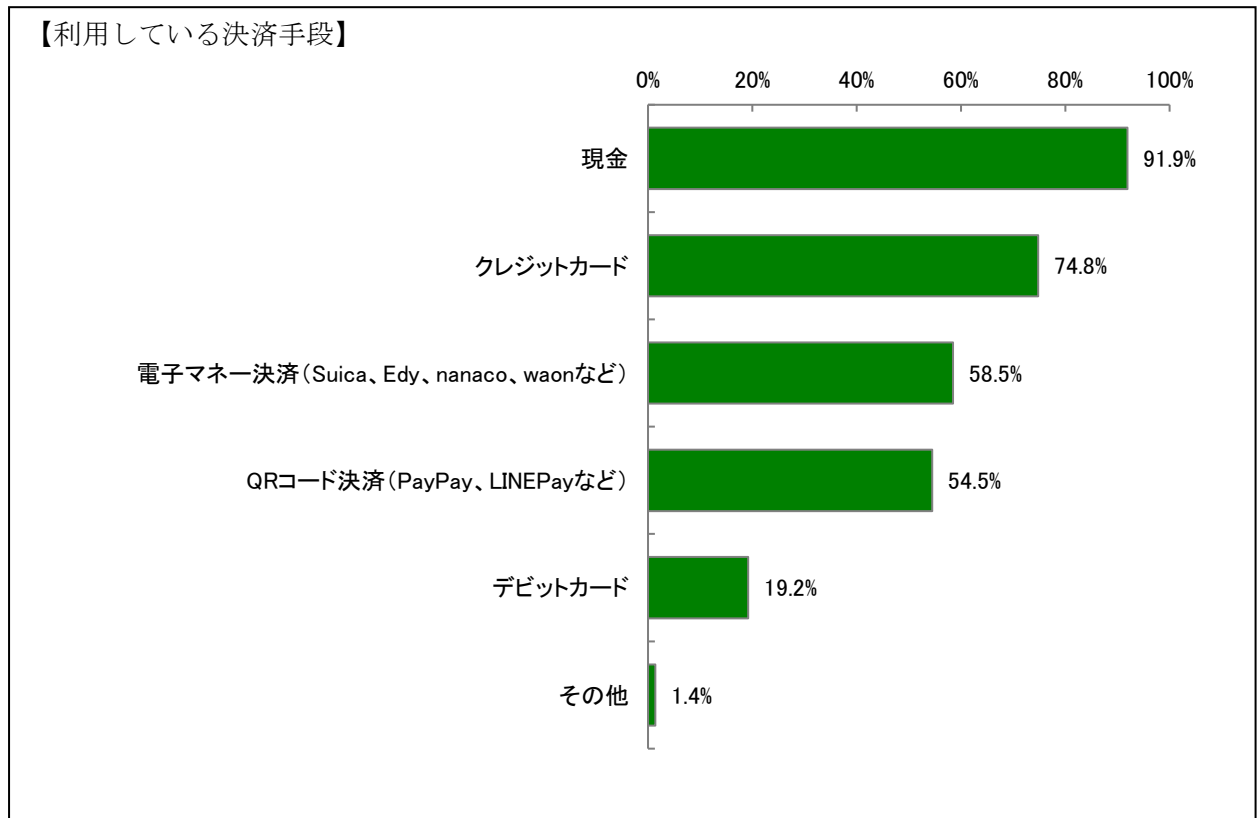
＜図表 8: モバイル端末等の利用による生活習慣やライフスタイル等の変化（複数回答 n=2000）＞



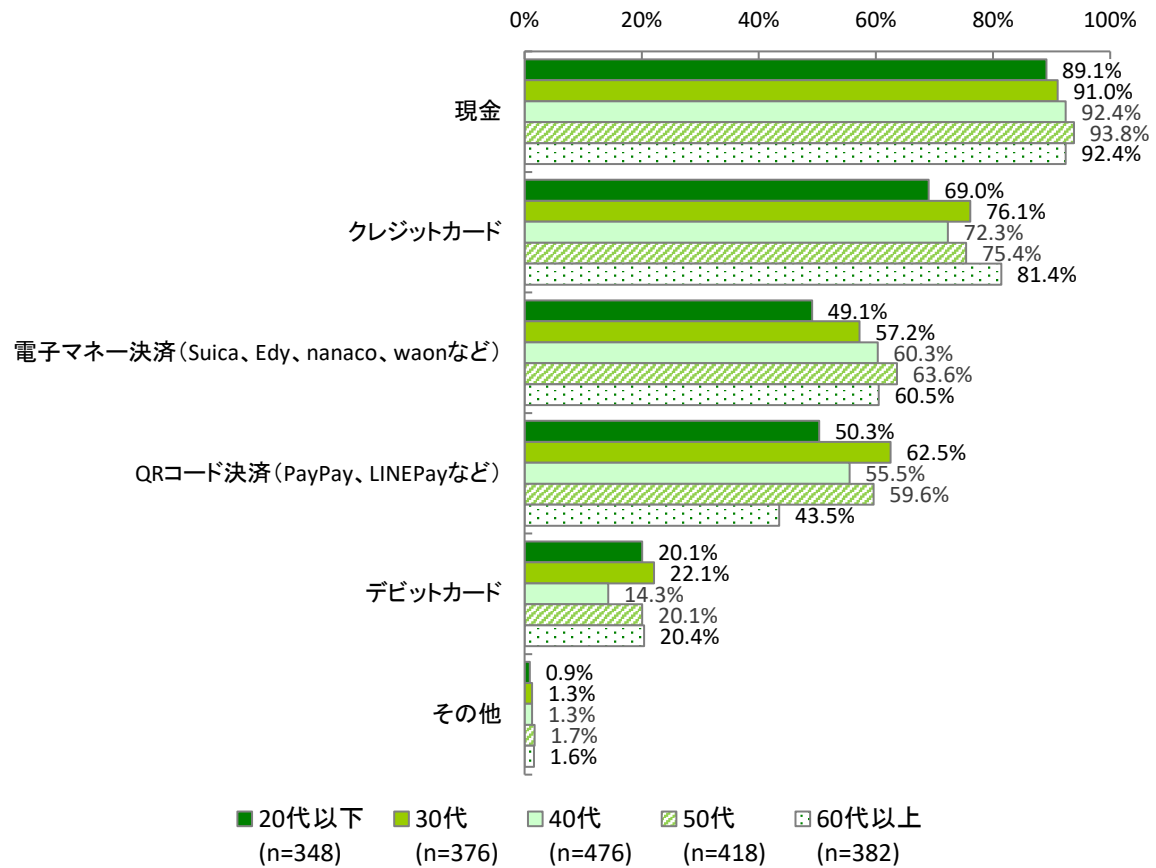
(6) 利用している決済手段について

- 利用している決済手段をみると、「現金」が 91.9%と最も高く、次いで「クレジットカード」が 74.8%、「電子マネー決済 (Suica、Edy、nanaco、waon など)」が 58.5%となった。
- また、決済比率をみると、「現金のみ」と回答した割合は「9.8%」にとどまり、「電子決済を利用」と回答した割合は「90.2%」となった。

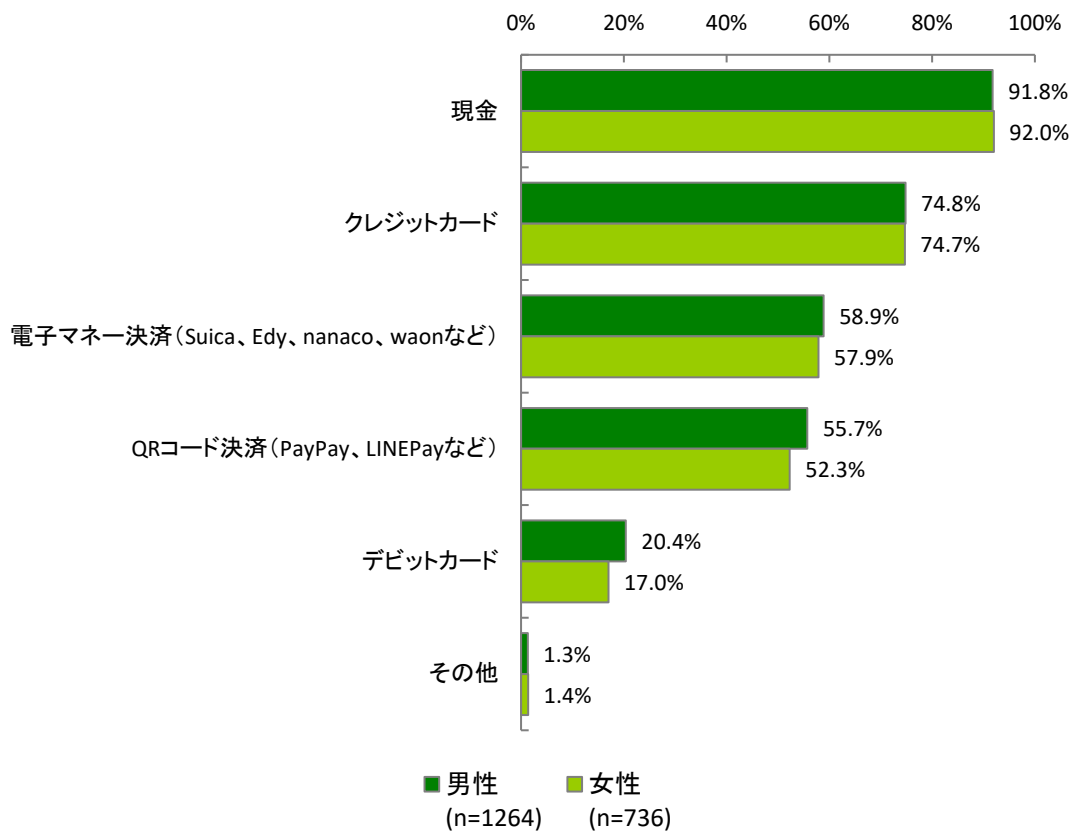
<図表 9: 決済手段 (複数回答 n=2000)>



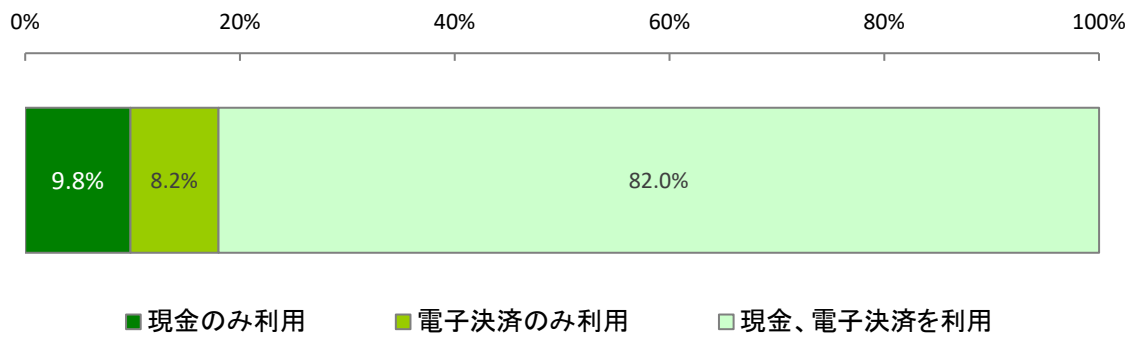
(年代別)



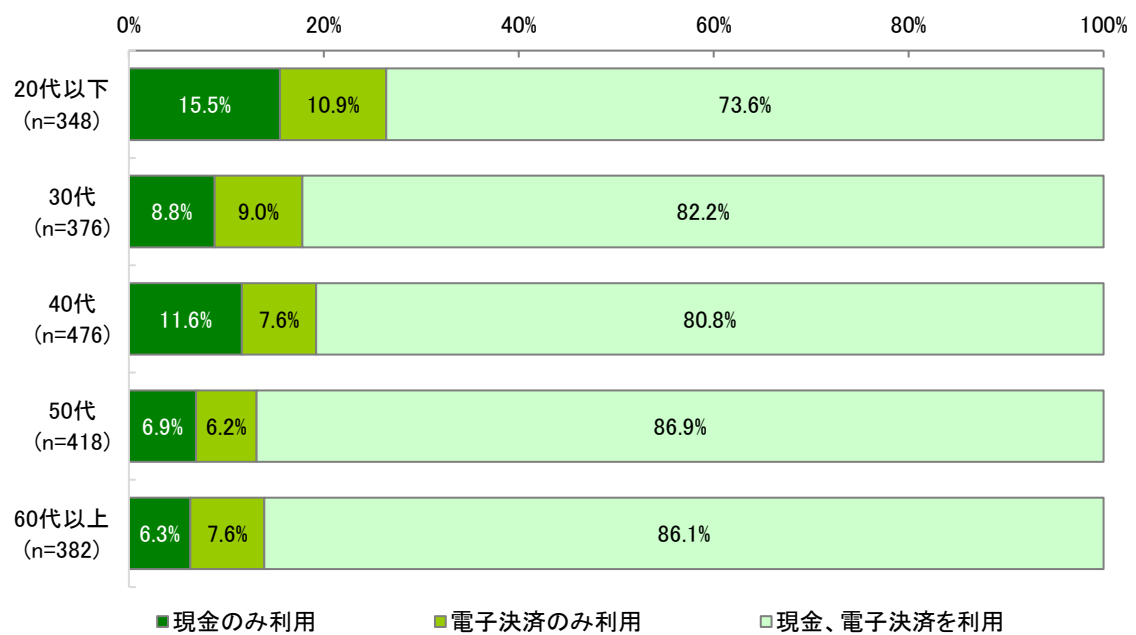
(男女別)



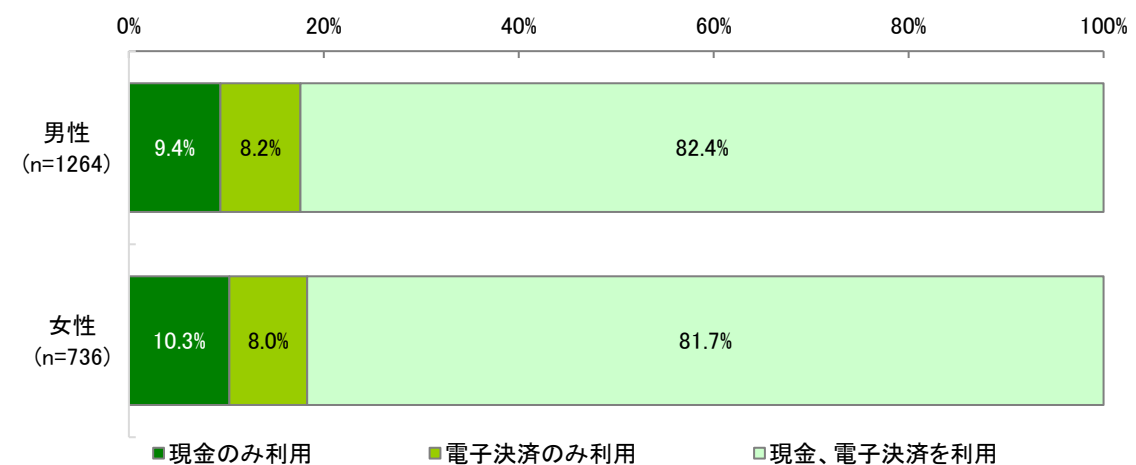
【利用している決済手段における決済比率】



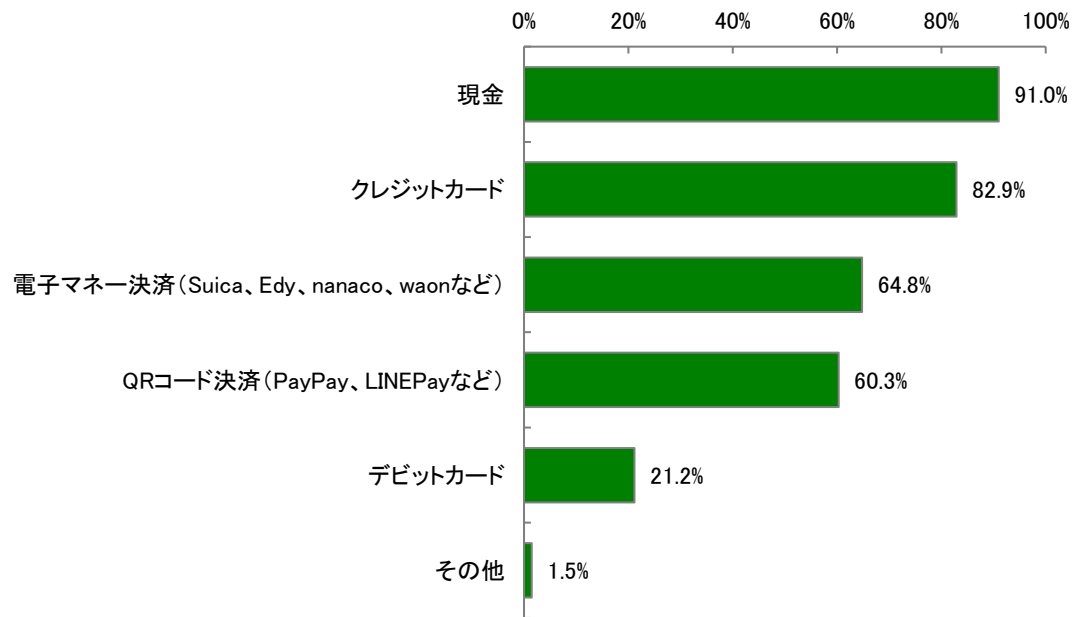
(年代別)



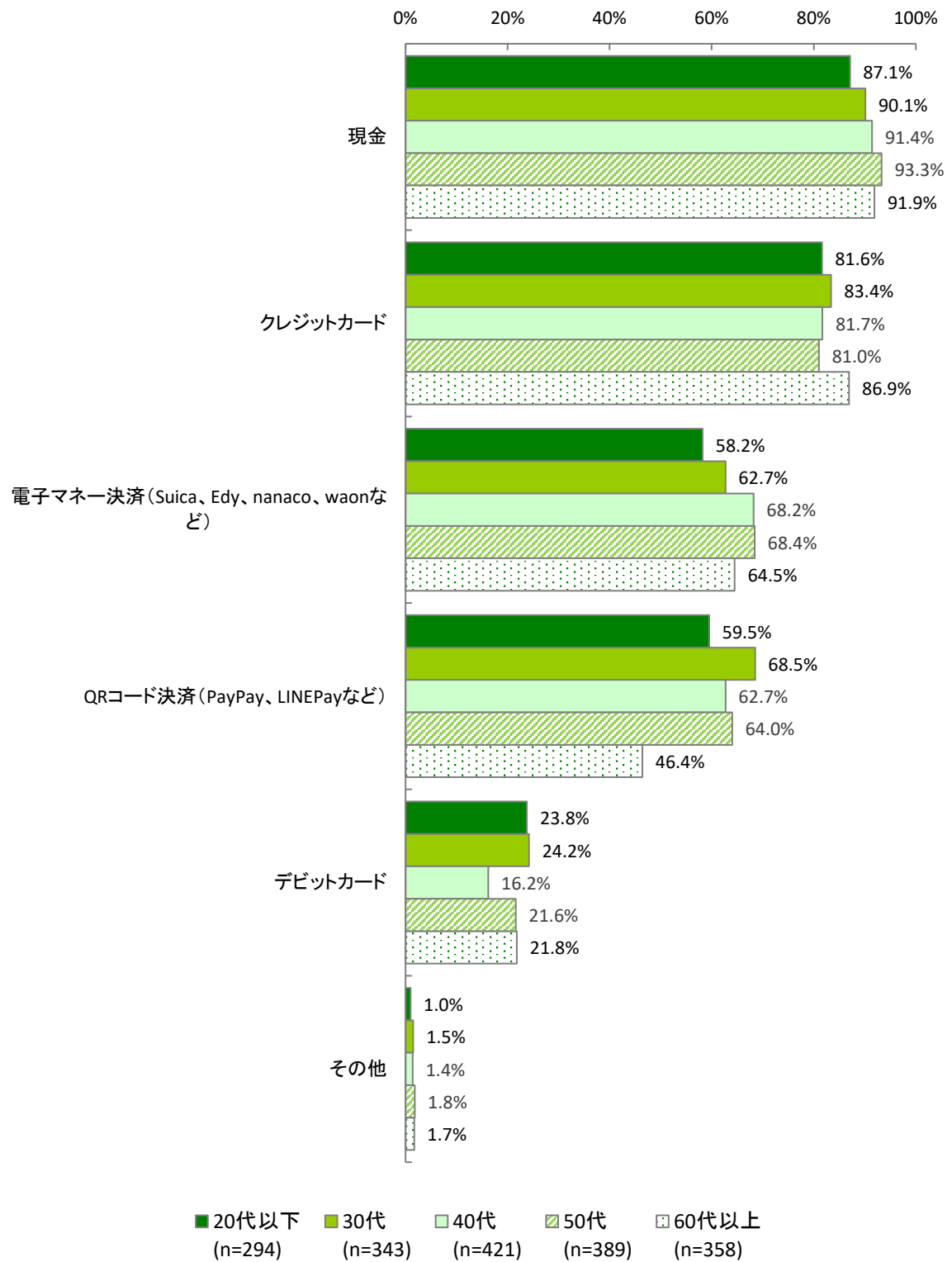
(男女別)



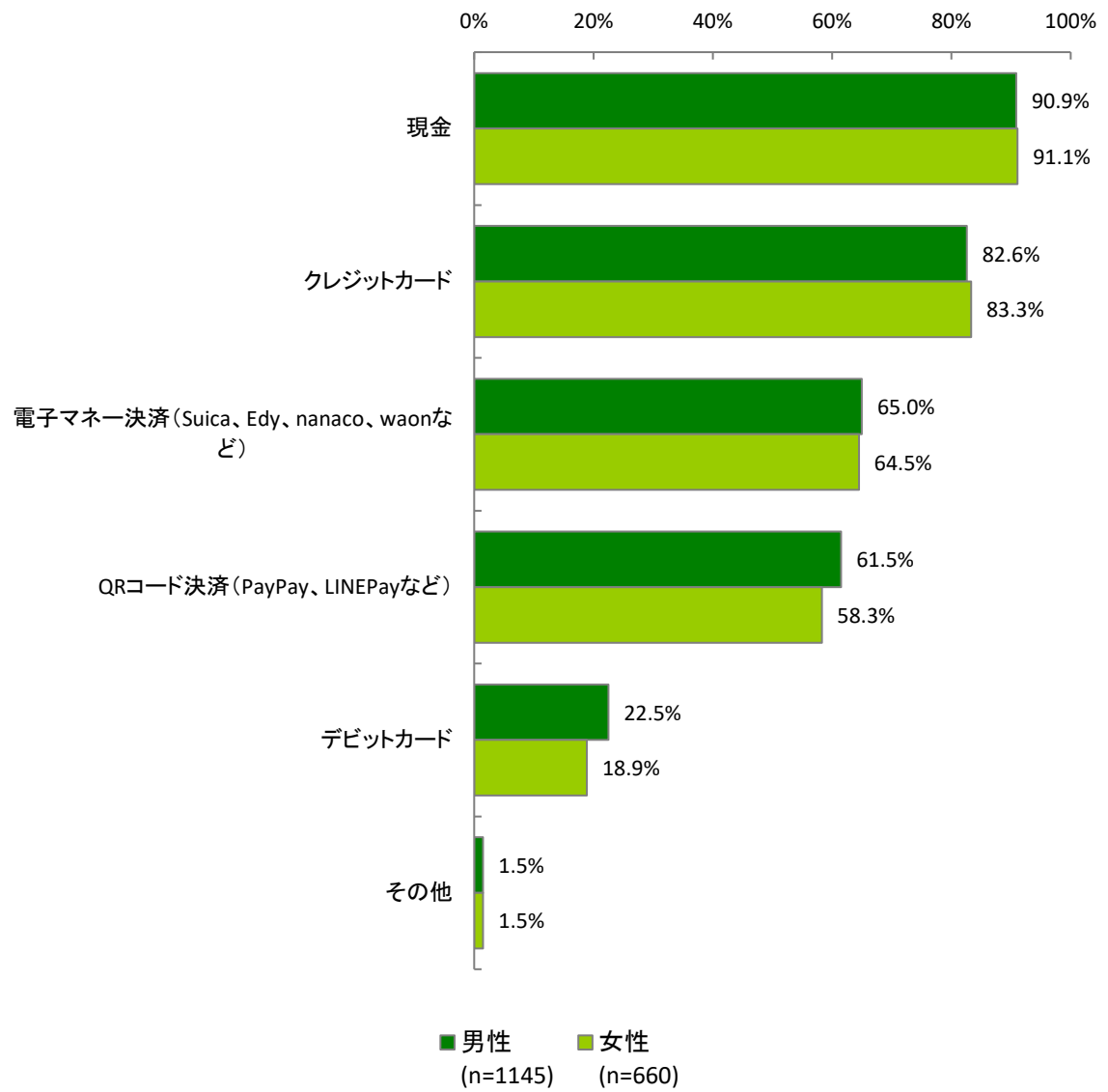
【利用している決済手段（いずれかの電子決済利用者） n=1805】



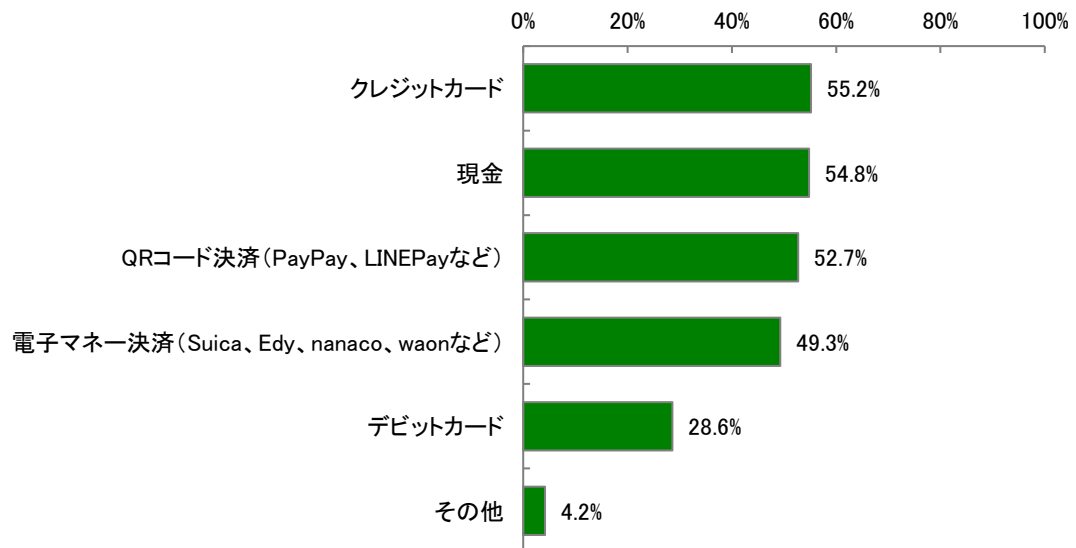
(年代別)



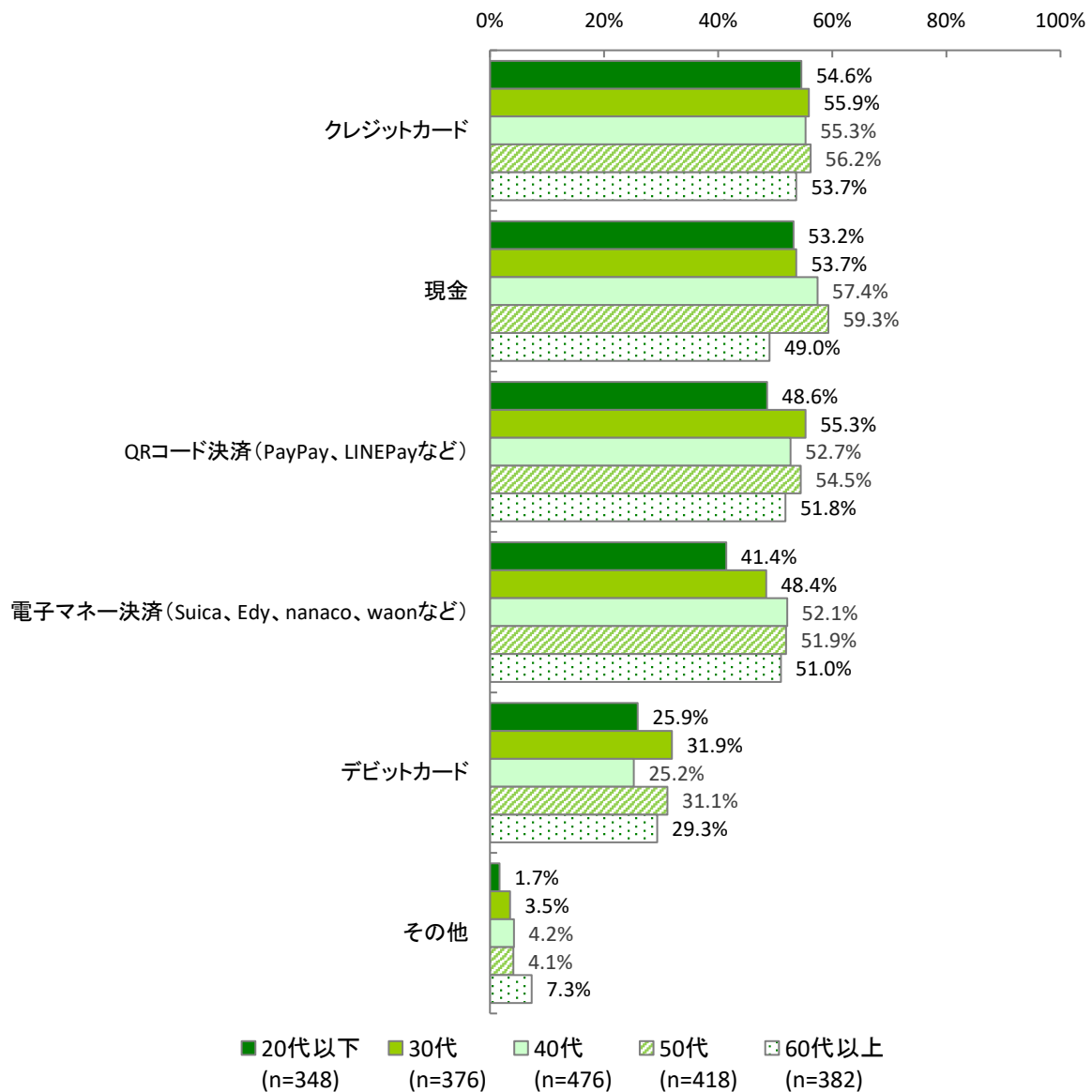
(男女別)



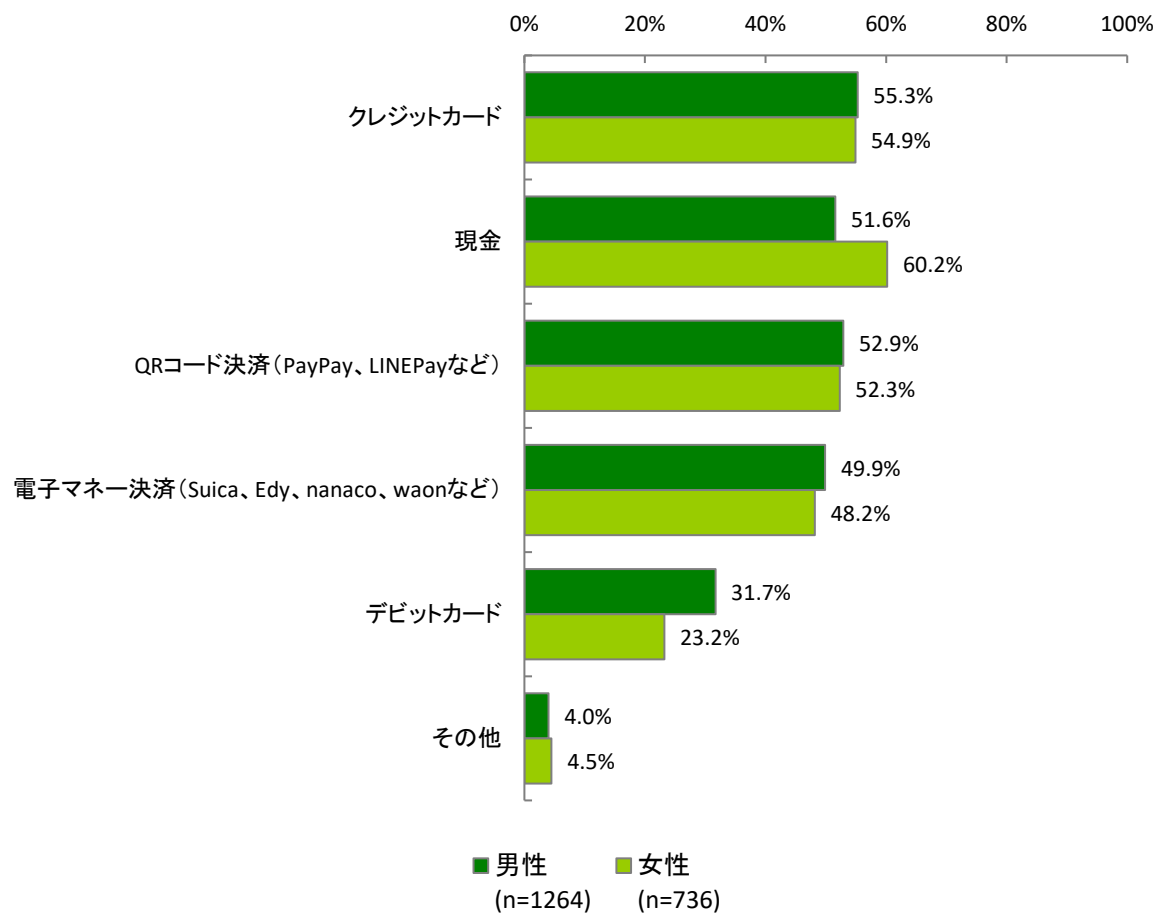
【今後利用したいと思っている決済手段】



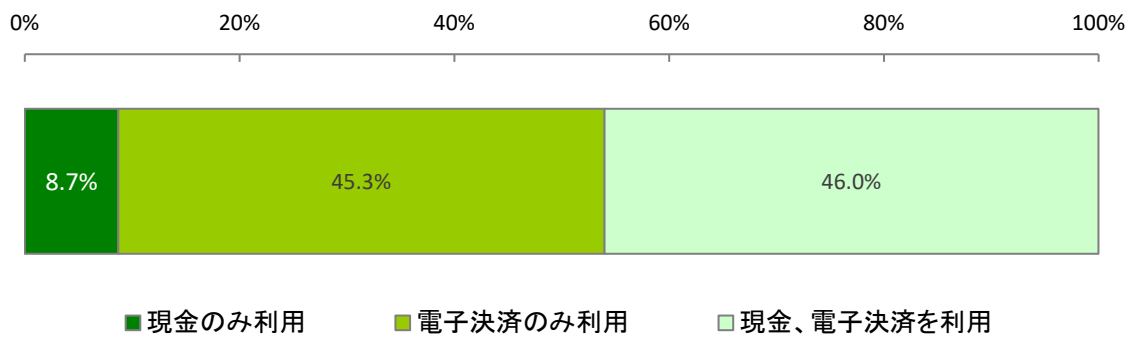
(年代別)



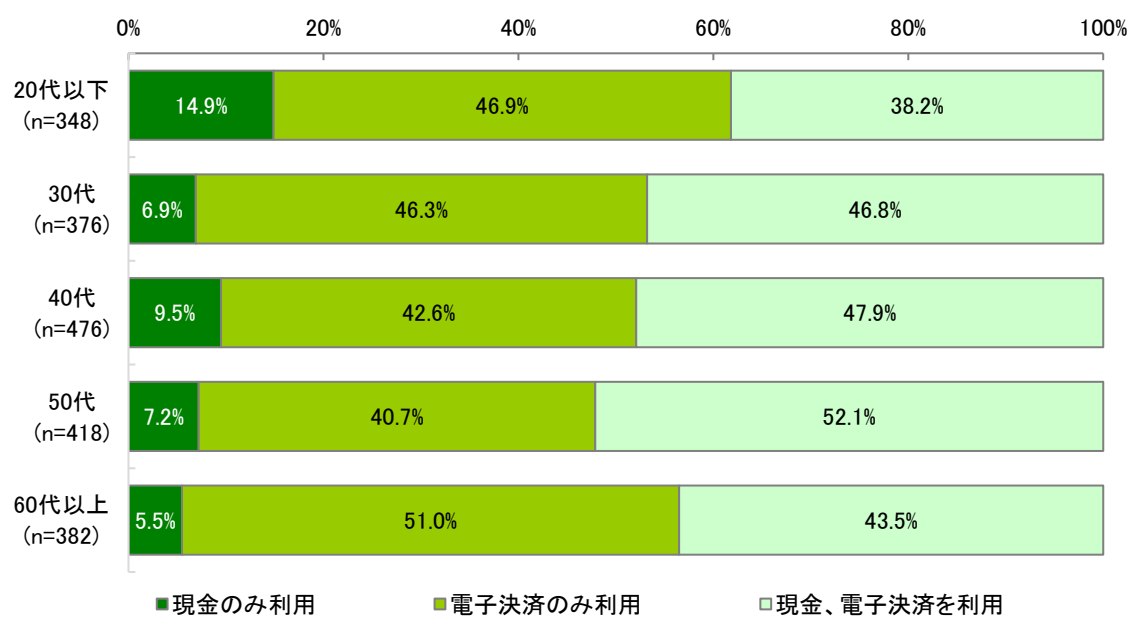
(男女別)



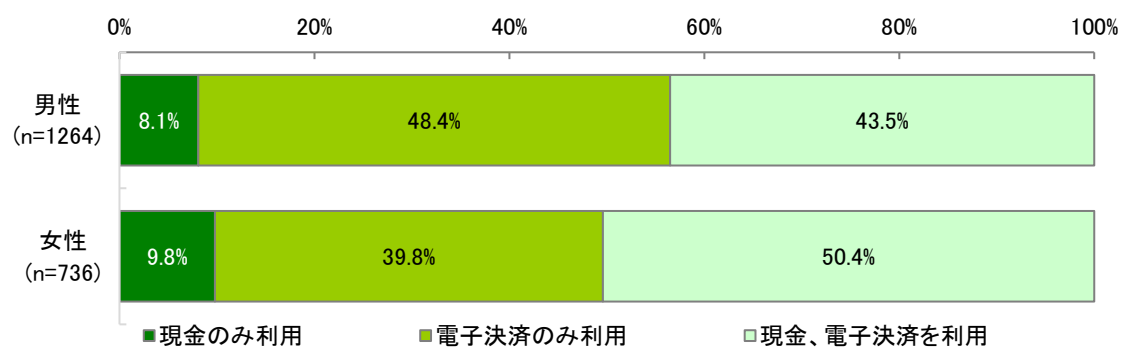
【利用している決済手段における決済比率】



(年代別)



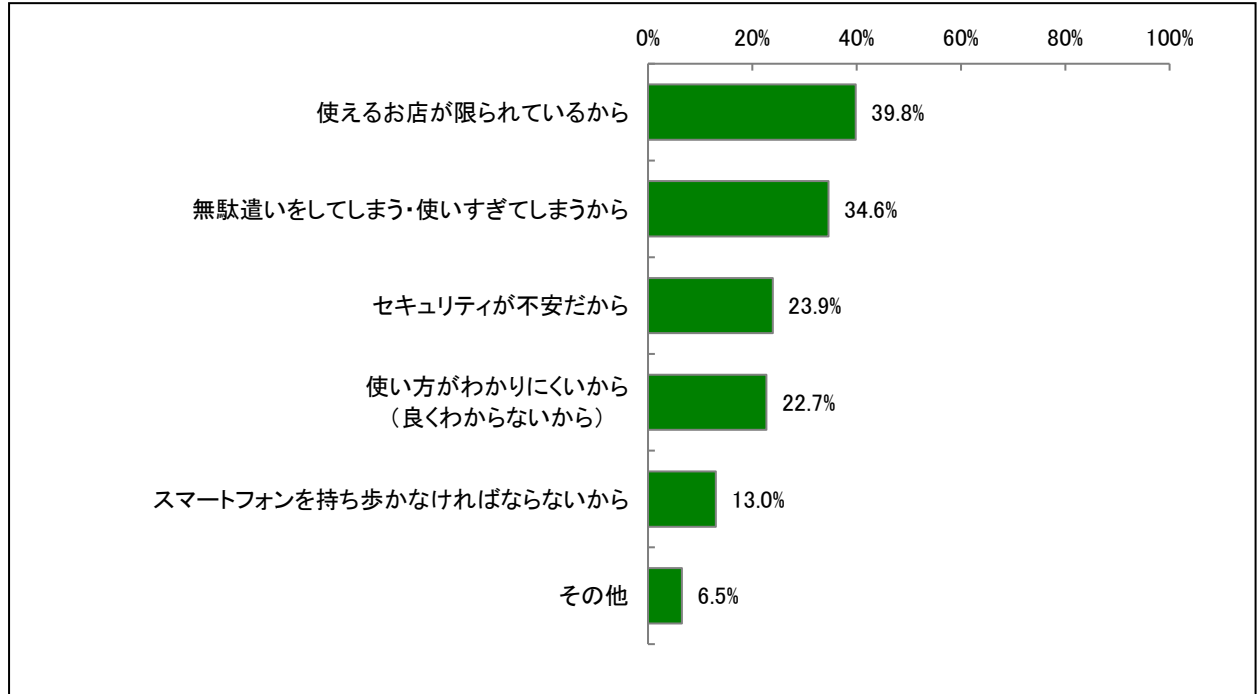
(男女別)



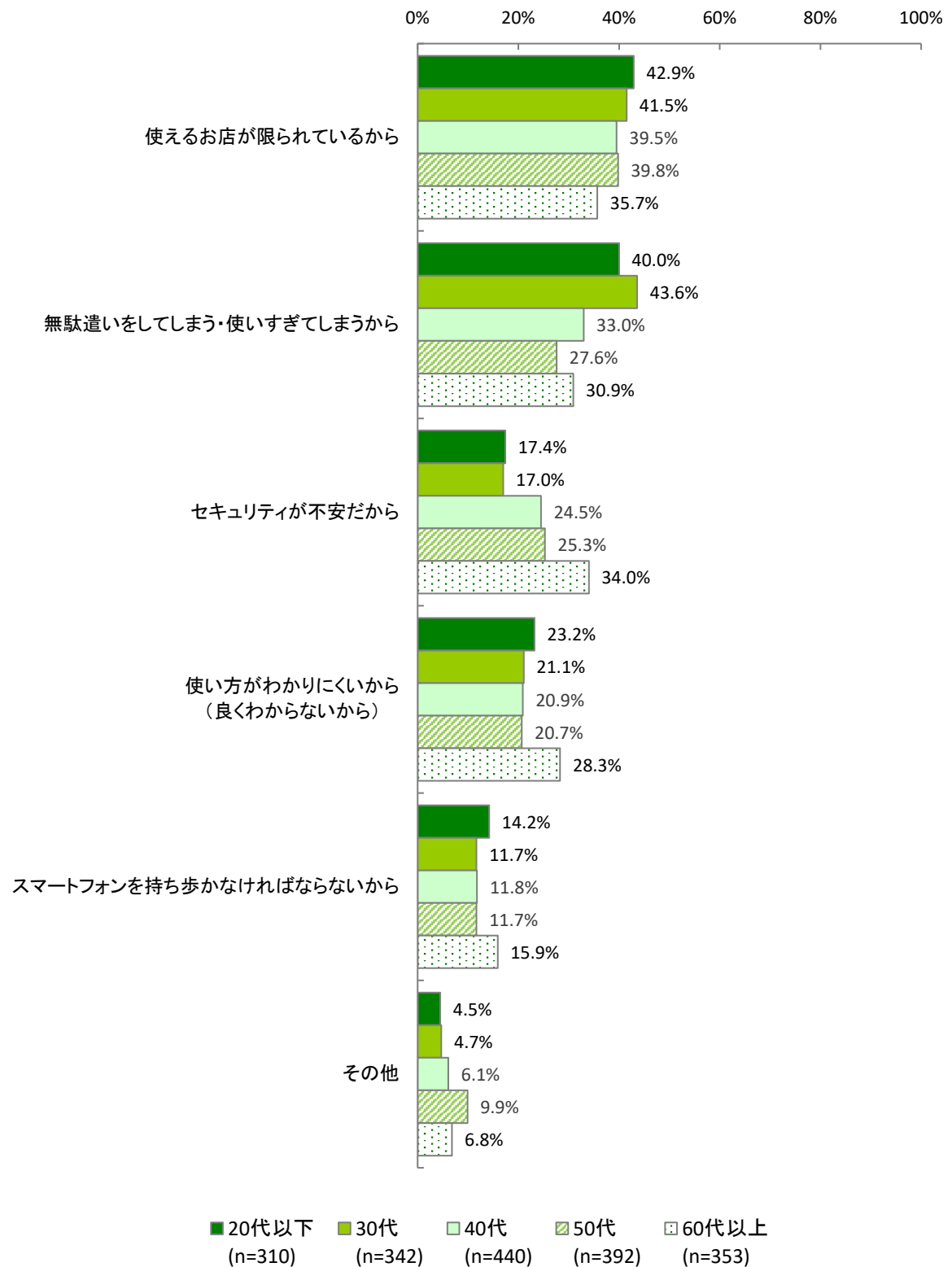
(7) 決済手段などを利用しない理由について

- 決済手段などを利用しない理由をみると、「使えるお店が限られているから」が 39.8%と最も高く、次いで「無駄遣いをしてしまう・使いすぎてしまうから」が 34.6%、「セキュリティが不安だから」が 23.9%となった。

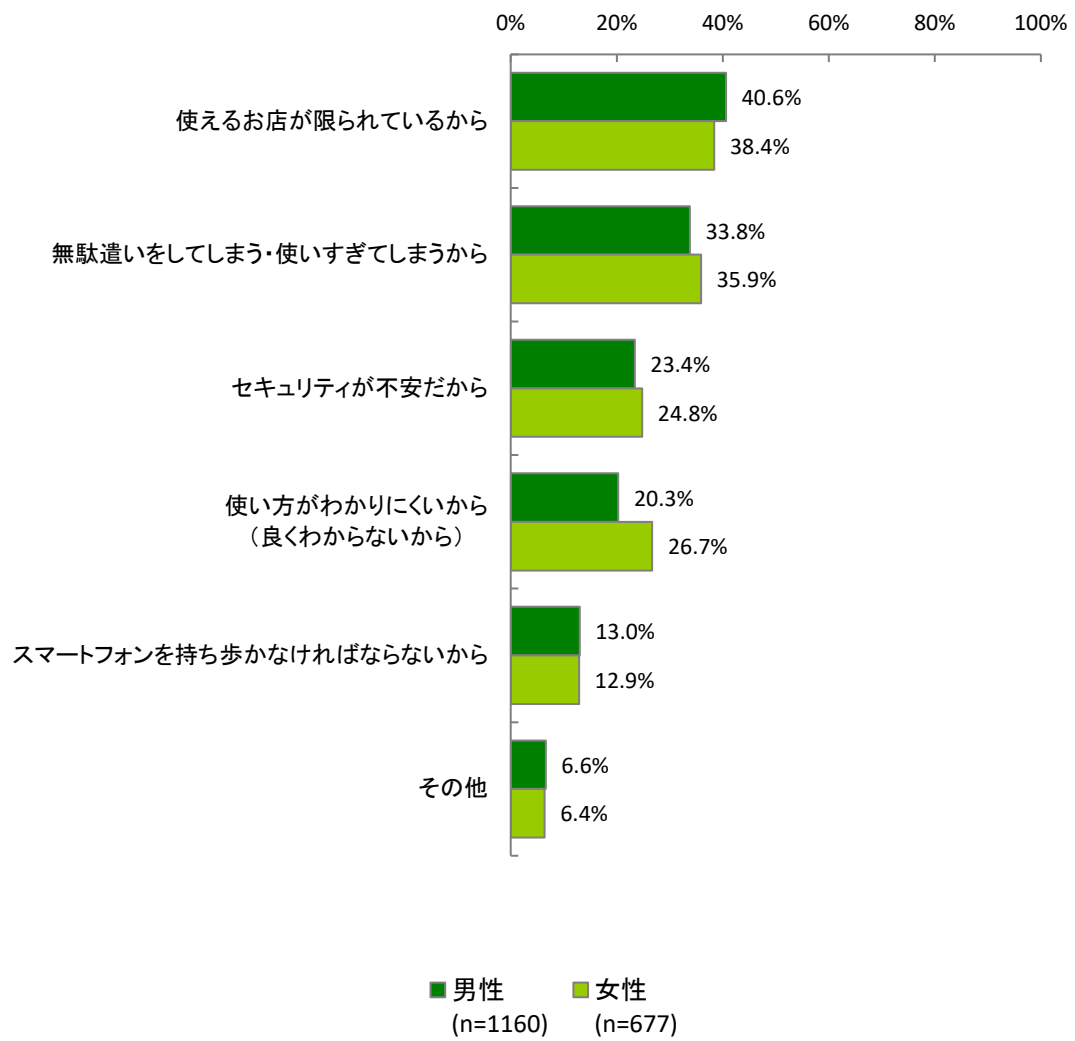
<図表 10:電子決済などを利用しない場合の理由（複数回答 n=1837）>



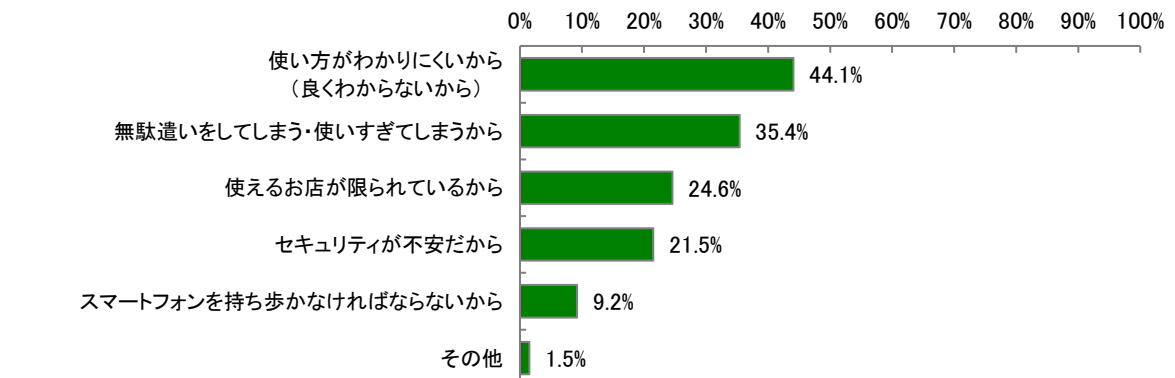
(年代別)



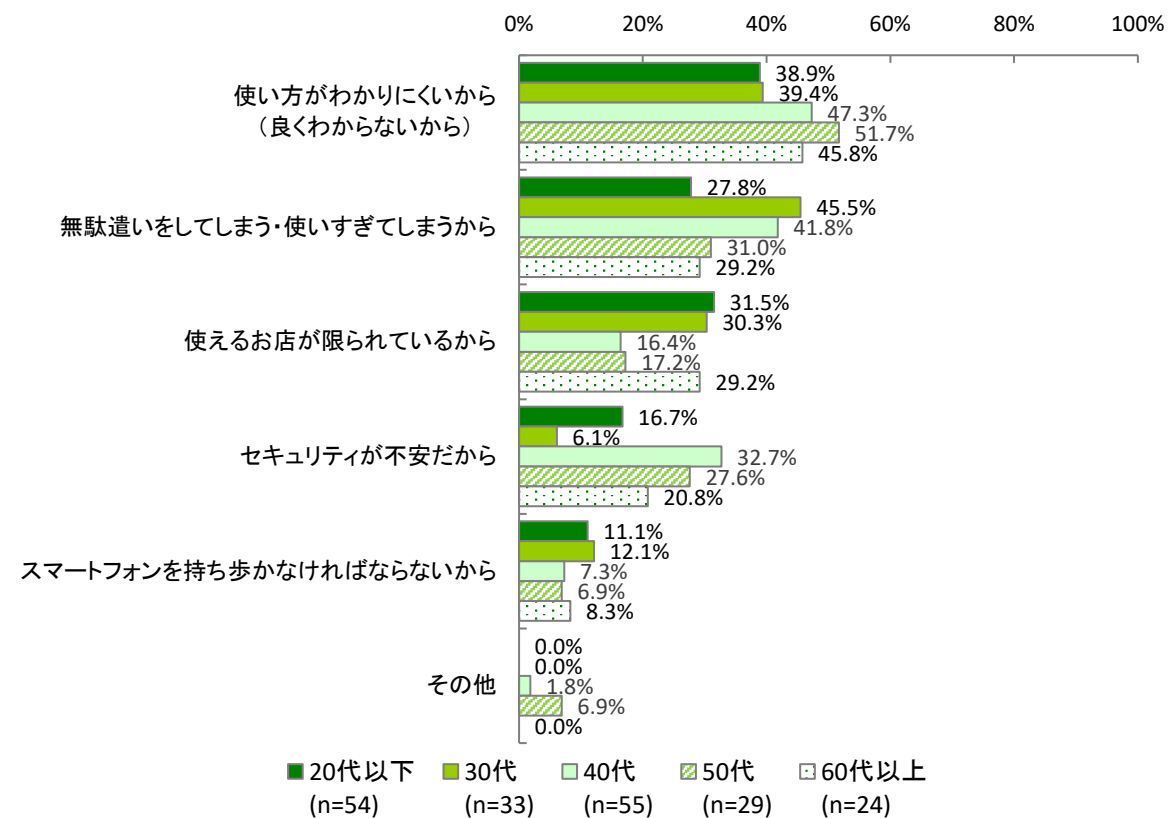
(男女別)



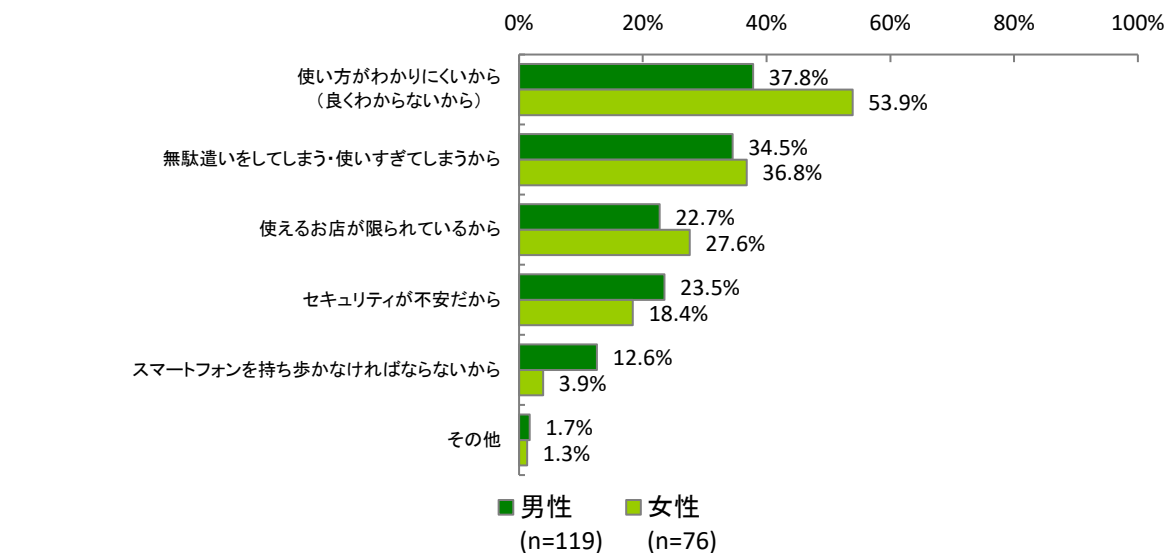
【決済方法：現金のみ】



(年代別)



(男女別)

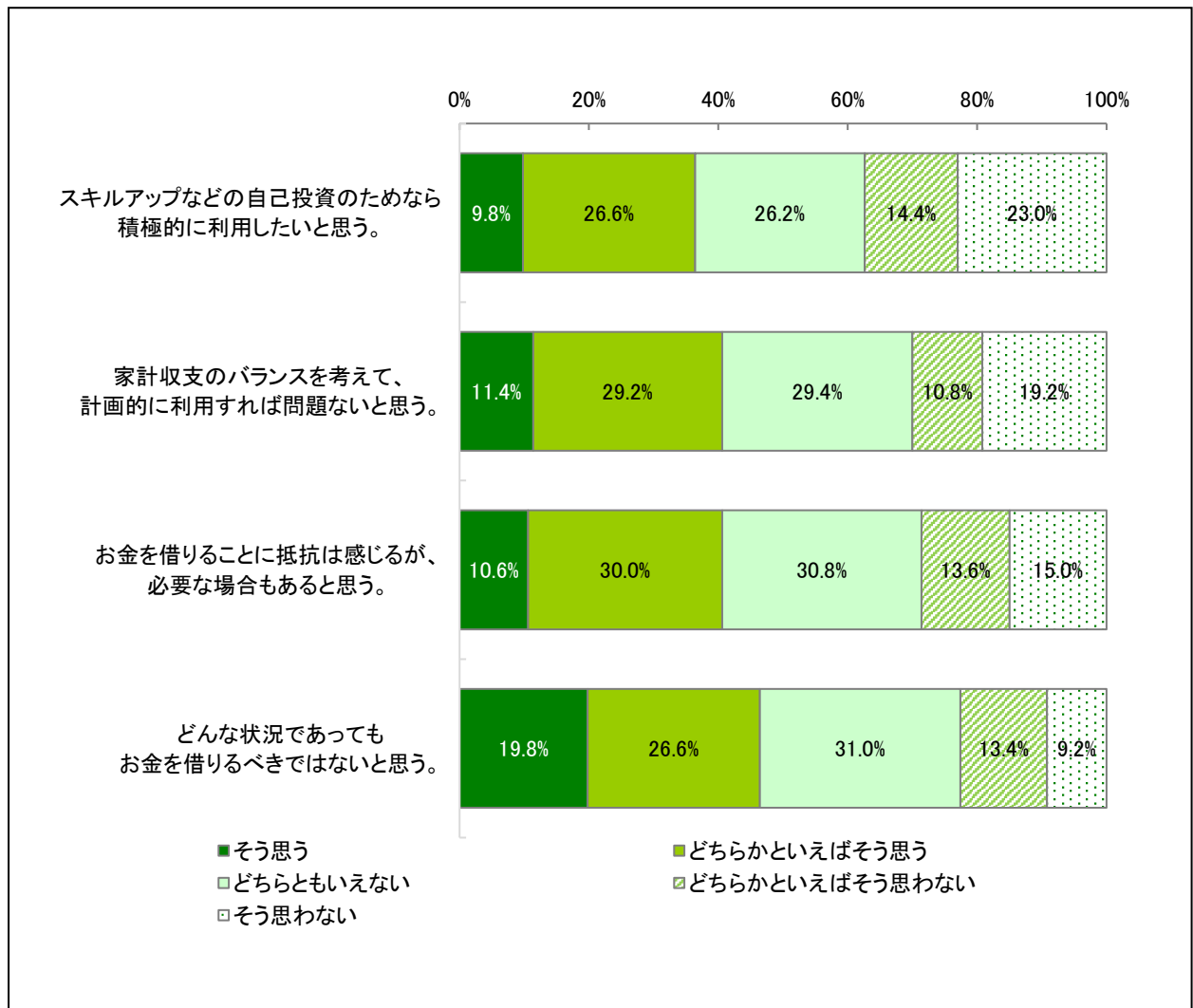


2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について

(1) お金を借りることに対する意識について

- お金を借りることに対する意識については、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」と回答した割合の合計をみると、「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 46.4%と最も高く、次いで「家計収支のバランスを考えて、計画的に利用すれば問題ないと思う。」が 40.6%、「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 40.6%となった。

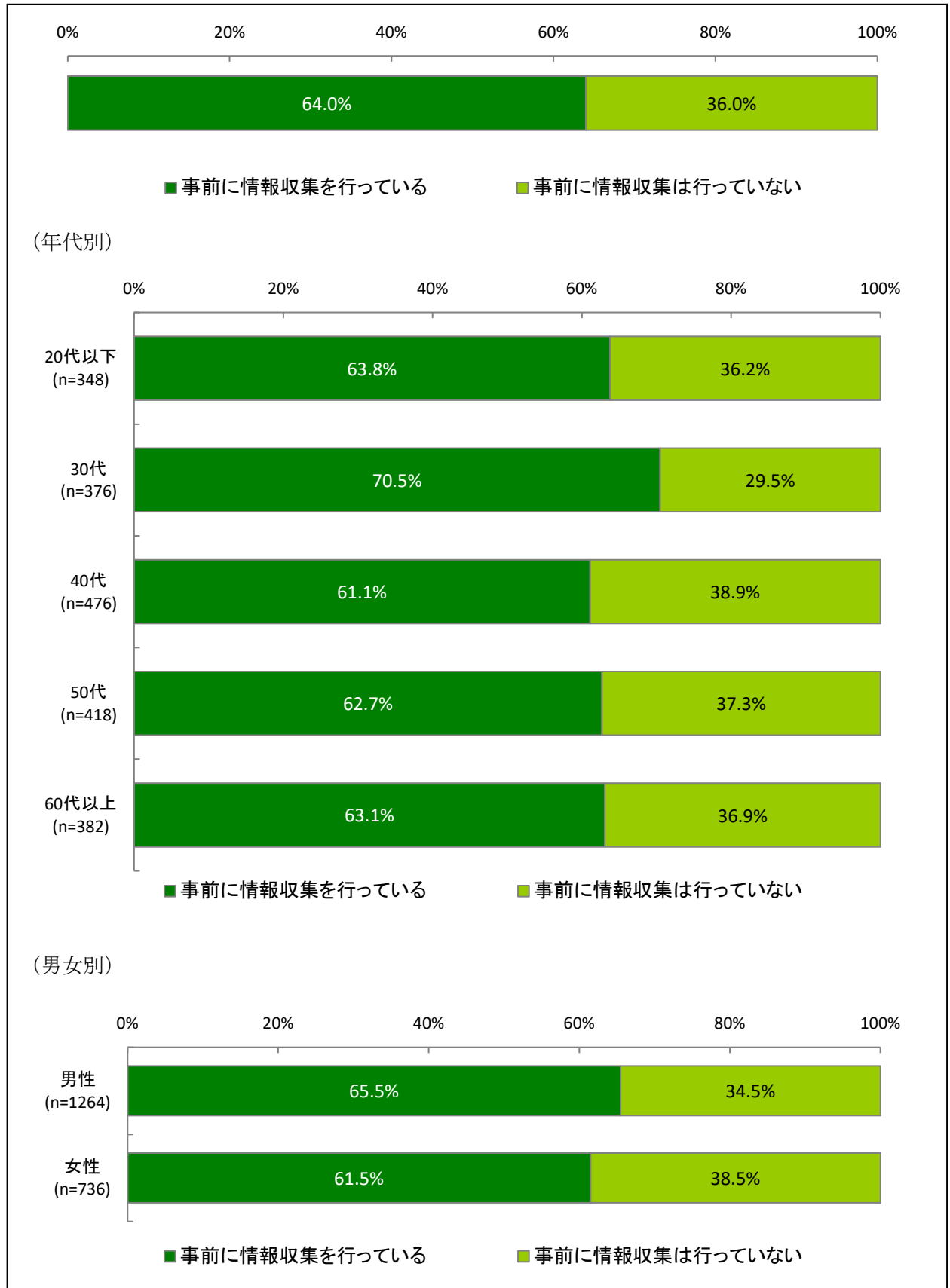
<図表 11:お金を借りることに対する意識（複数回答 n=2000）>



(2) 借入れに関する情報収集の有無について

- 借入に関する情報収集の有無については、64.0%が「事前に情報収集を行っている」と回答した。

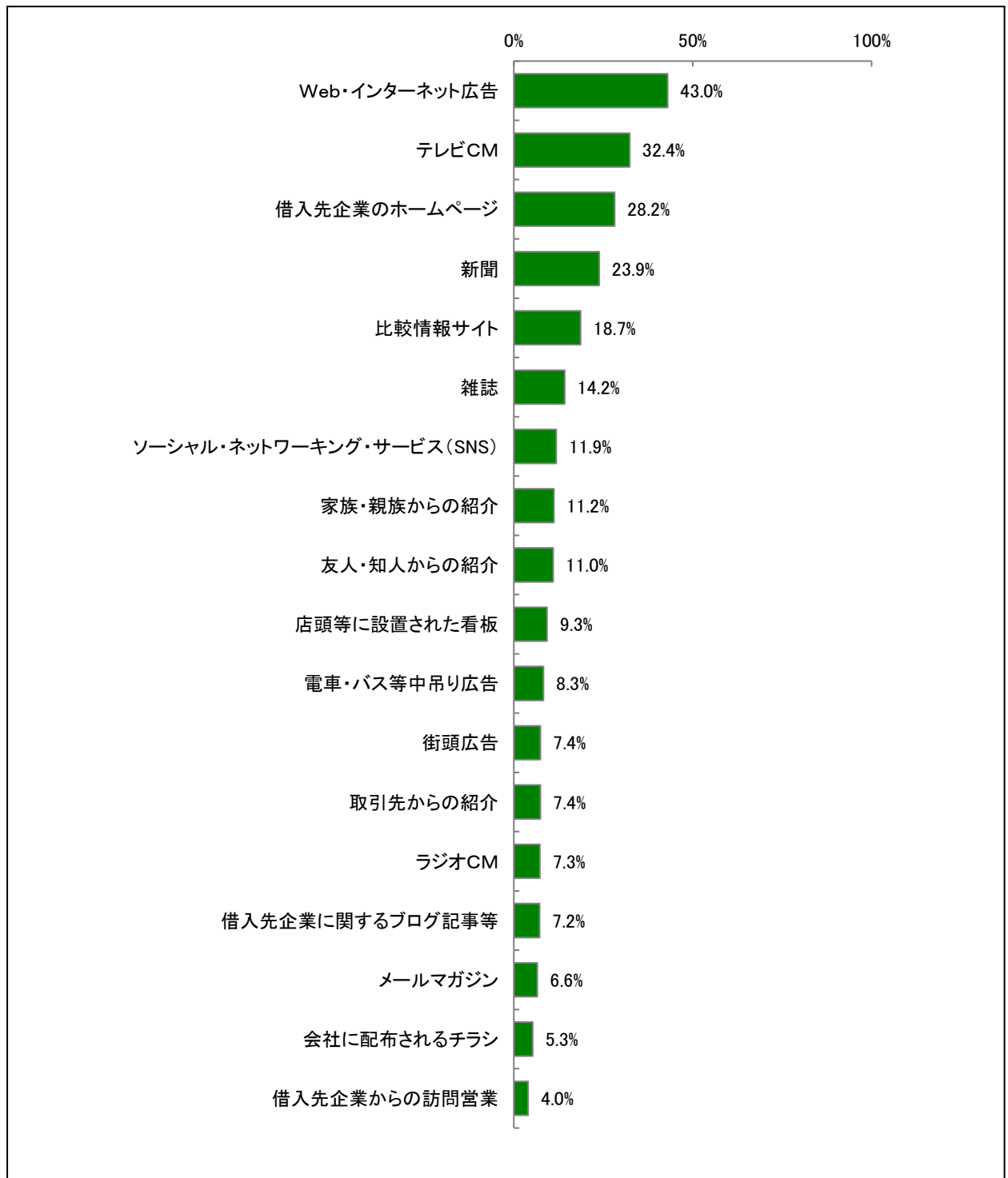
<図表 12:借入に関する情報収集の有無 (n=2,000)>



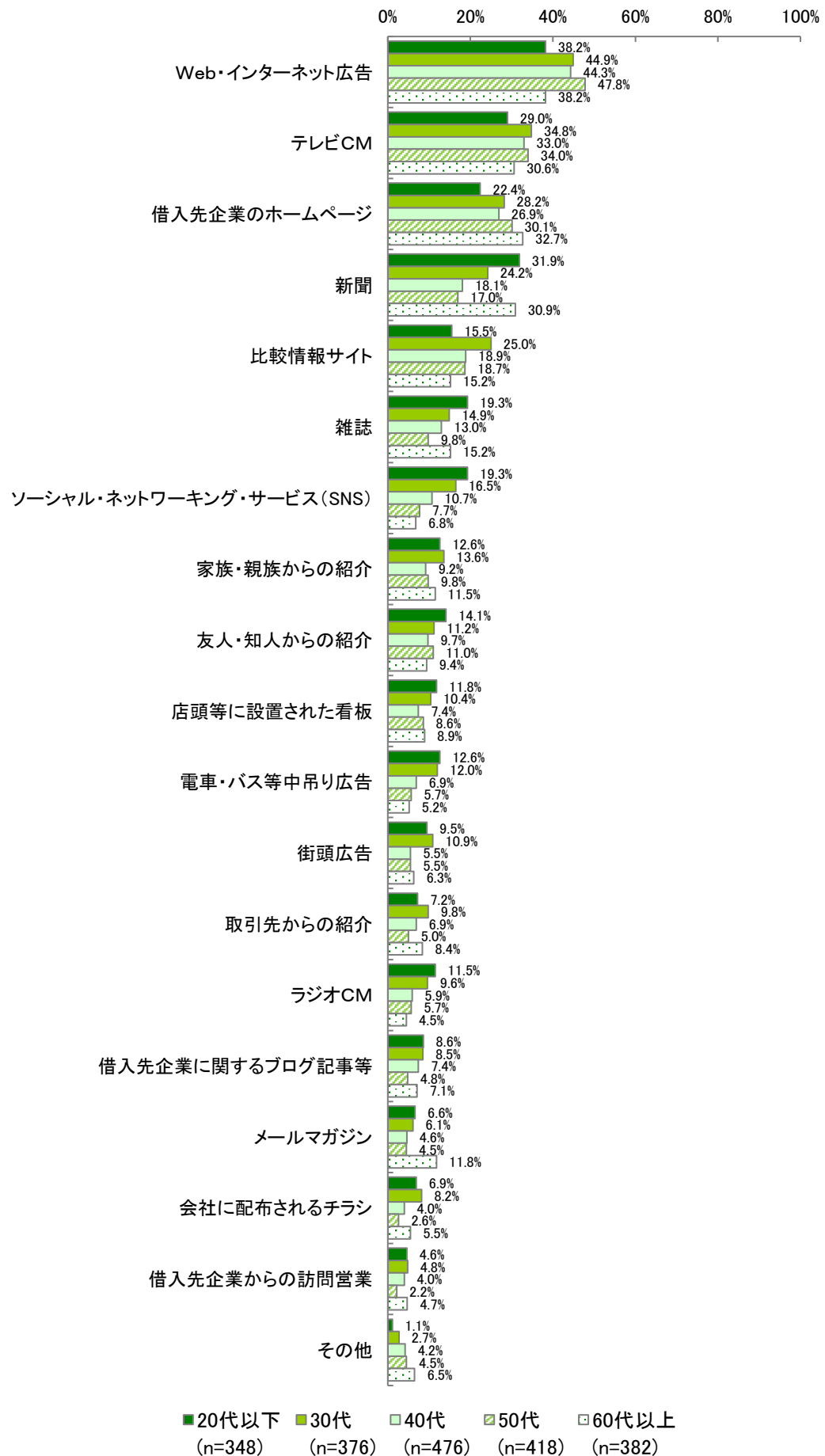
(3) 借入先を選定する際の情報収集先について

- 借入先を選定する際の情報収集先については、「Web・インターネット広告」が 43.0%と最も高く、次いで「テレビ CM」が 32.4%、「借入先企業のホームページ」が 28.2%となった。

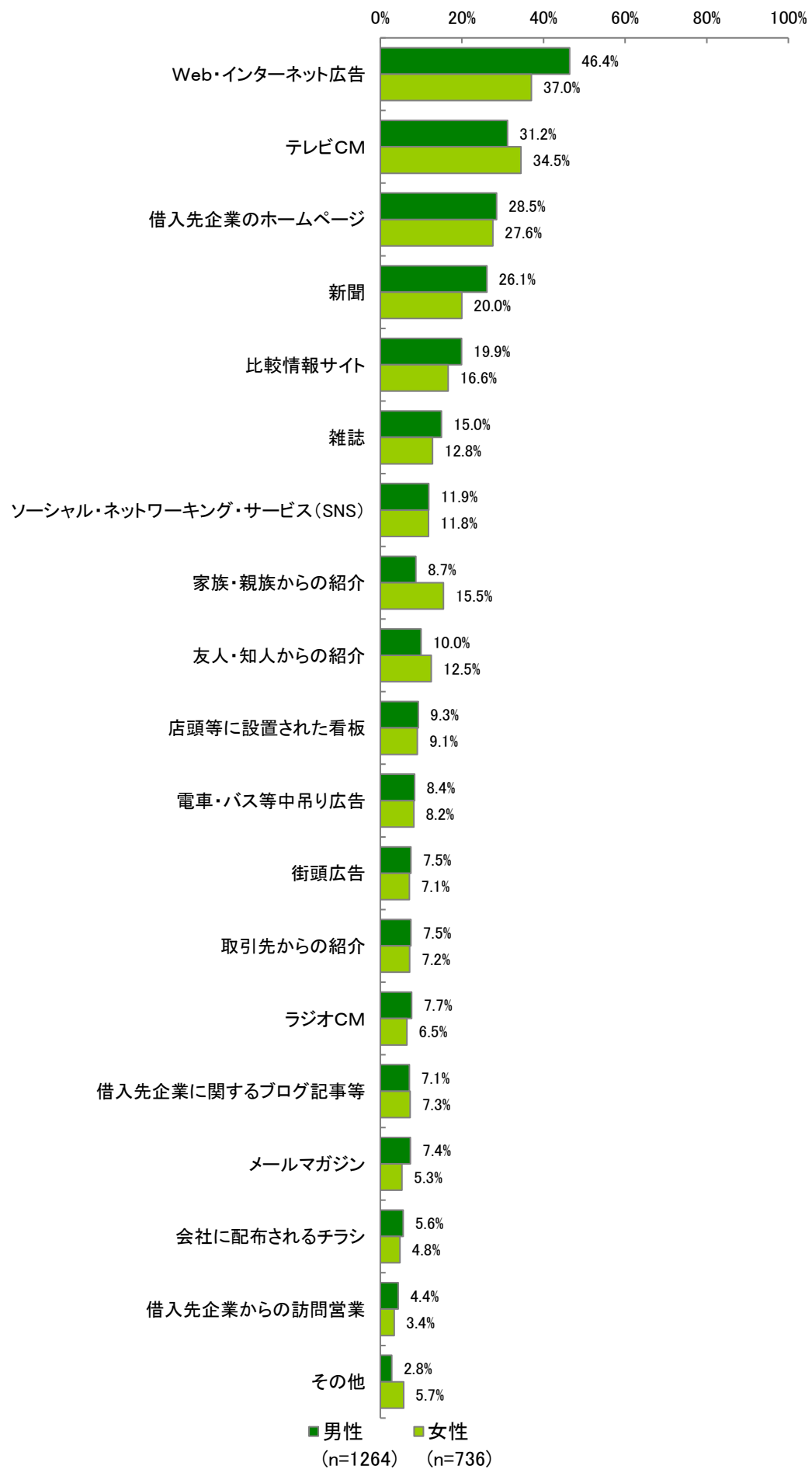
<図表 13:借入先を選定する際の情報収集先（複数回答 n=2000）>



(年代別)



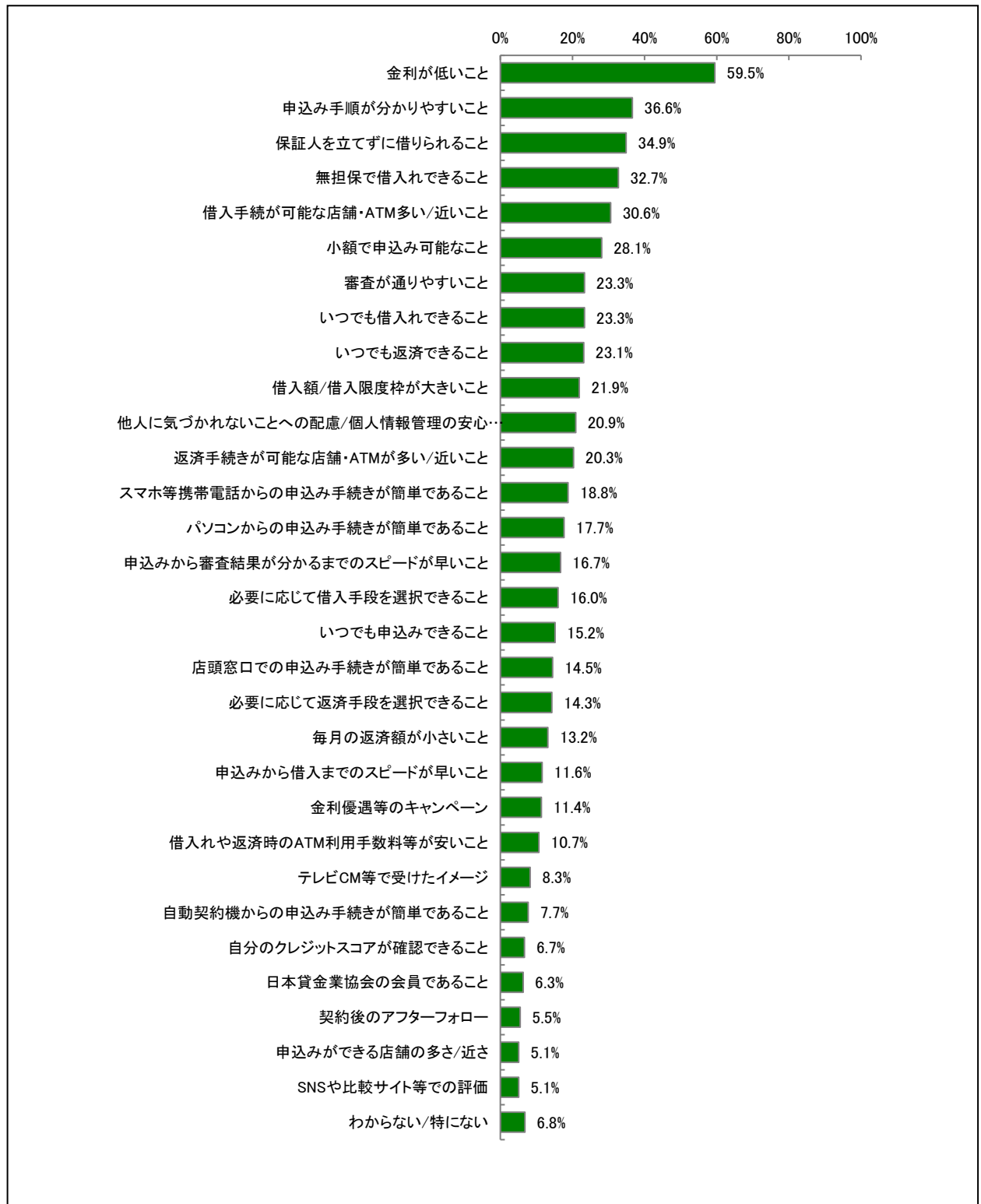
(男女別)



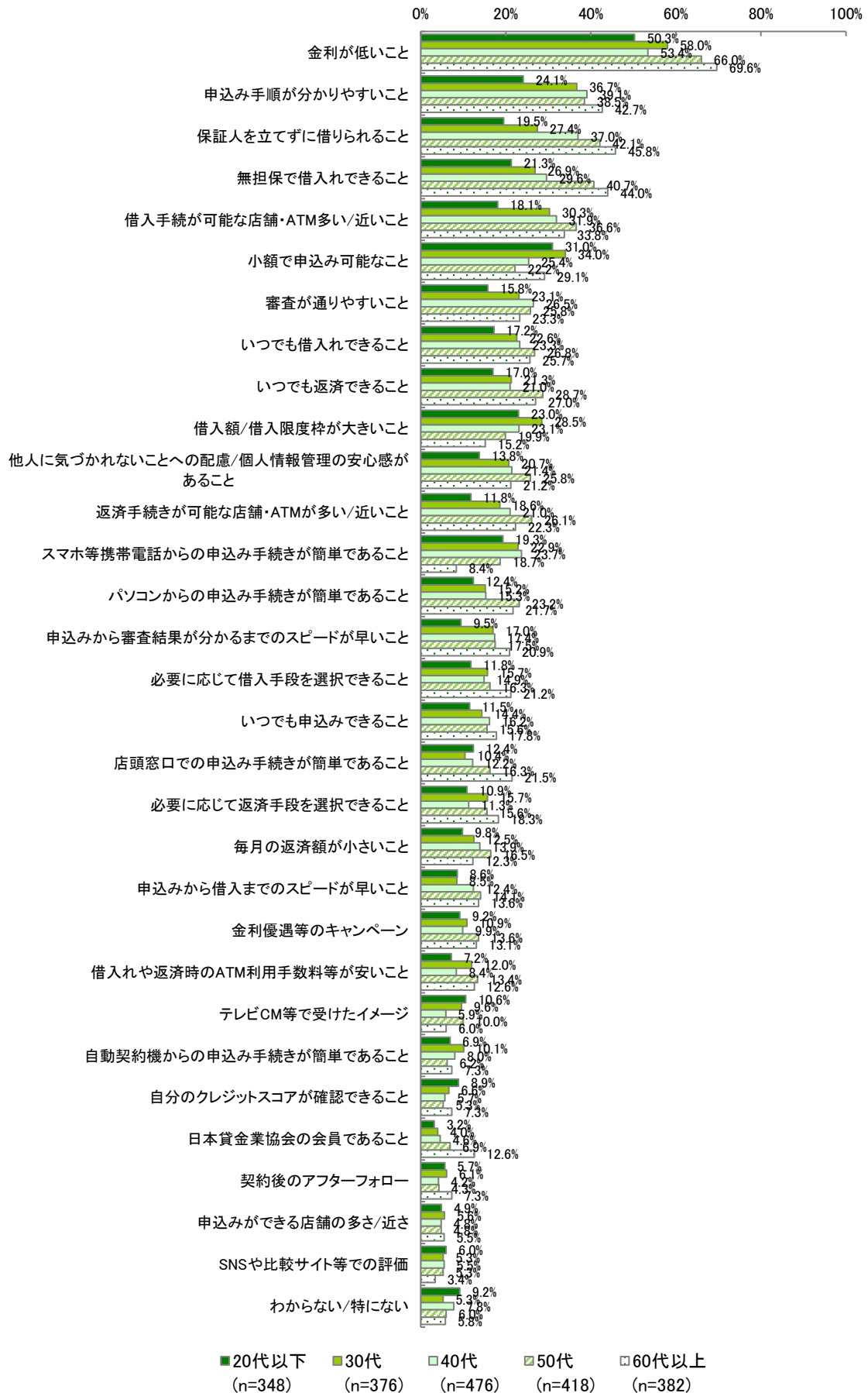
(4) 借入先を選定する際に重視するポイント

- 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 59.5%と最も高く、次いで「申込み手順が分かりやすいこと」が 36.6%、「保証人を立てずに借りられること」が 34.9%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みとれる結果となっている。

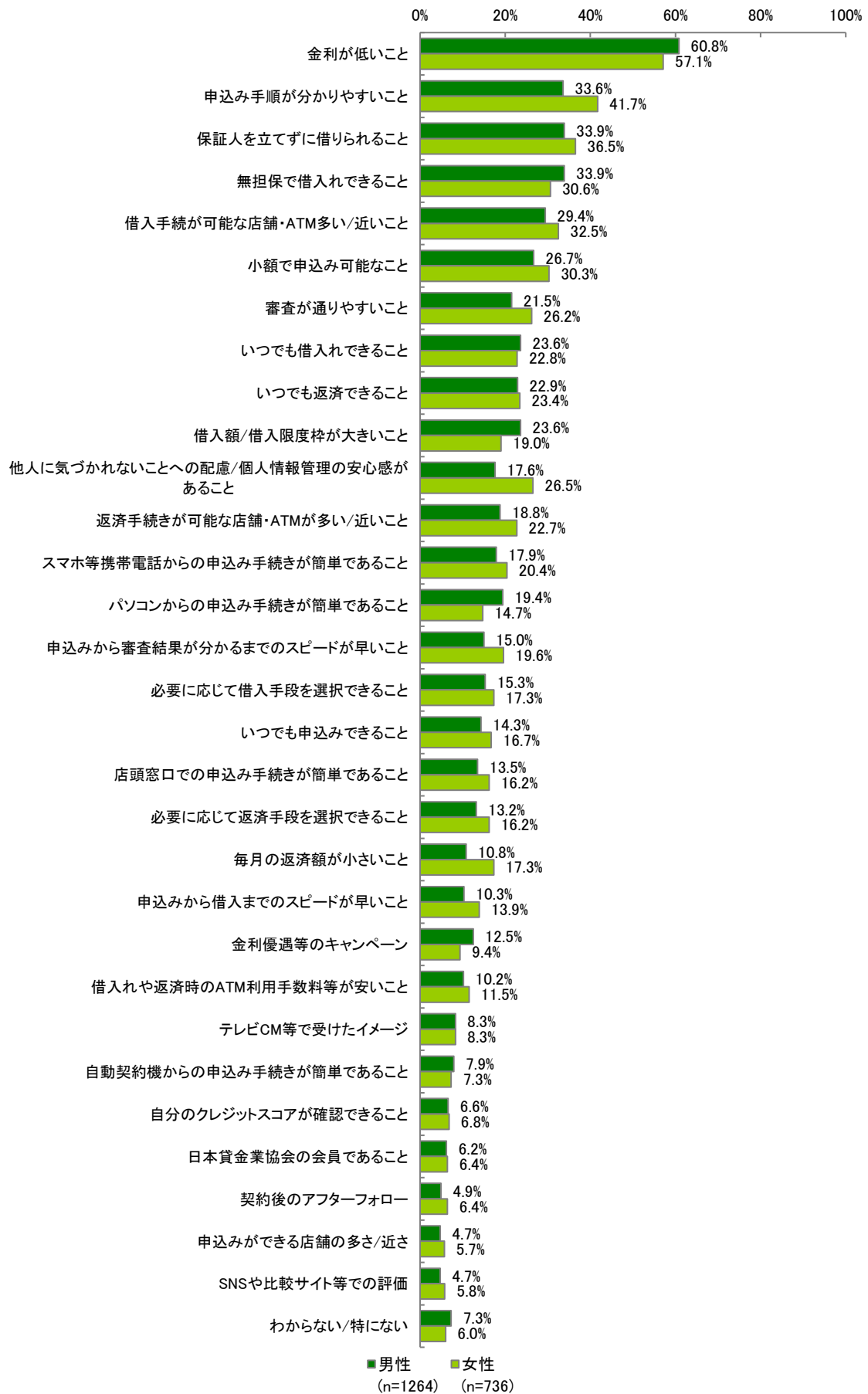
<図表 14:借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=2,000）>



(年代別)



(男女別)



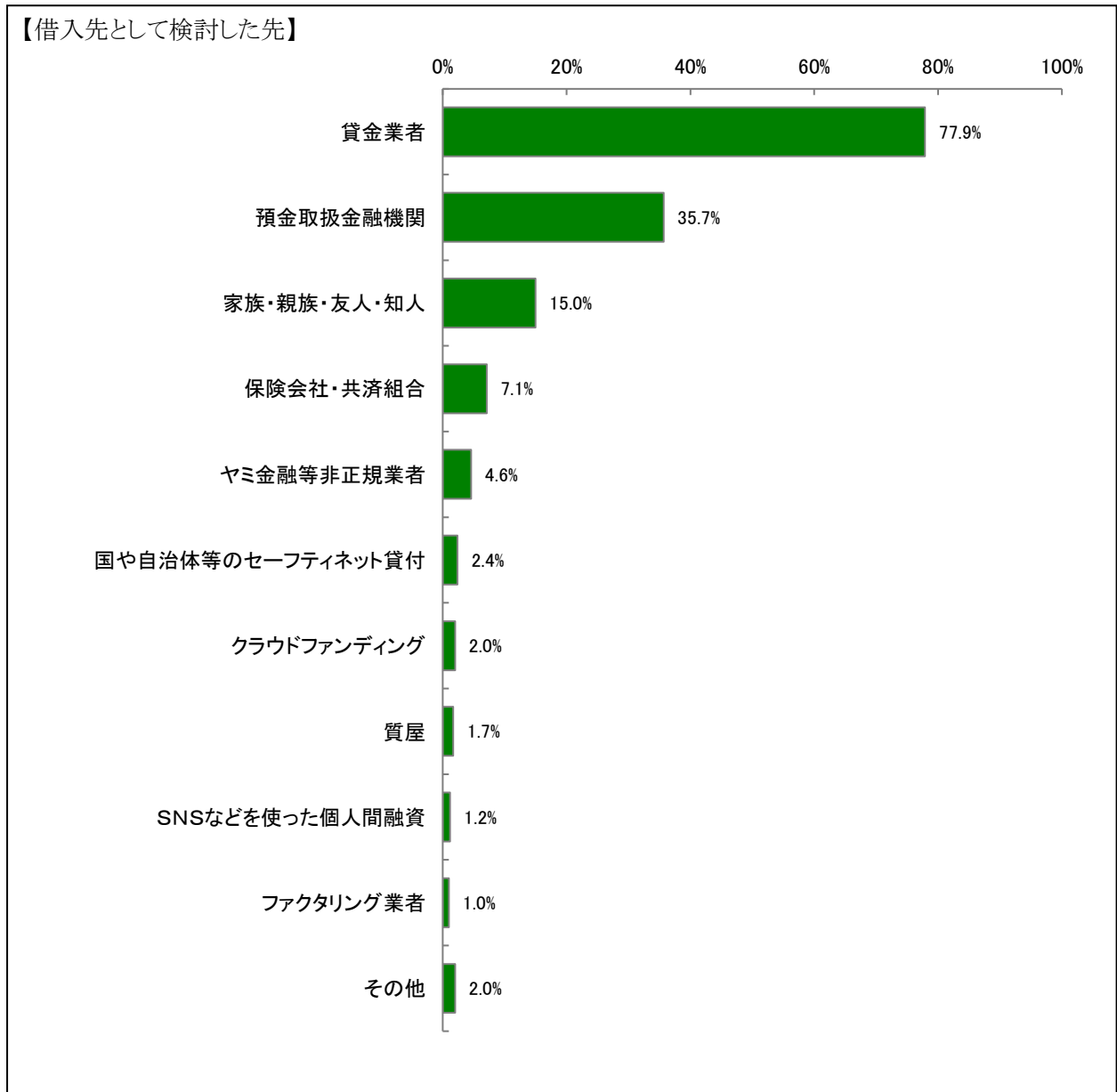
3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について

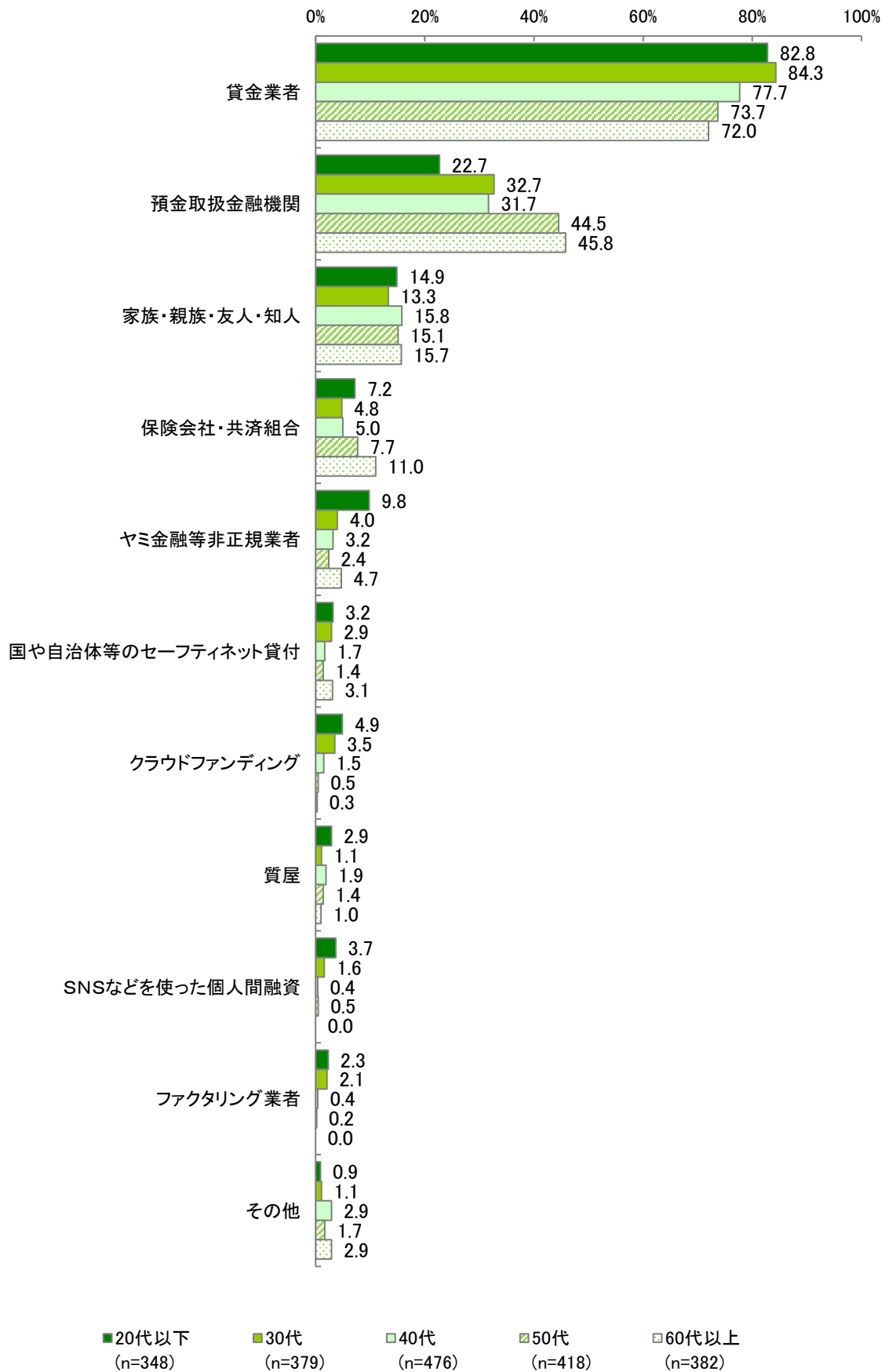
① 借入先として検討した先について

- 借入経験のある個人に対して、借入先として検討した先を調査したところ、「貸金業者」が 77.9%と最も高く、次いで「預金取扱金融機関」が 35.7%、「家族・親族・友人・知人」が 15.7%と続いている。

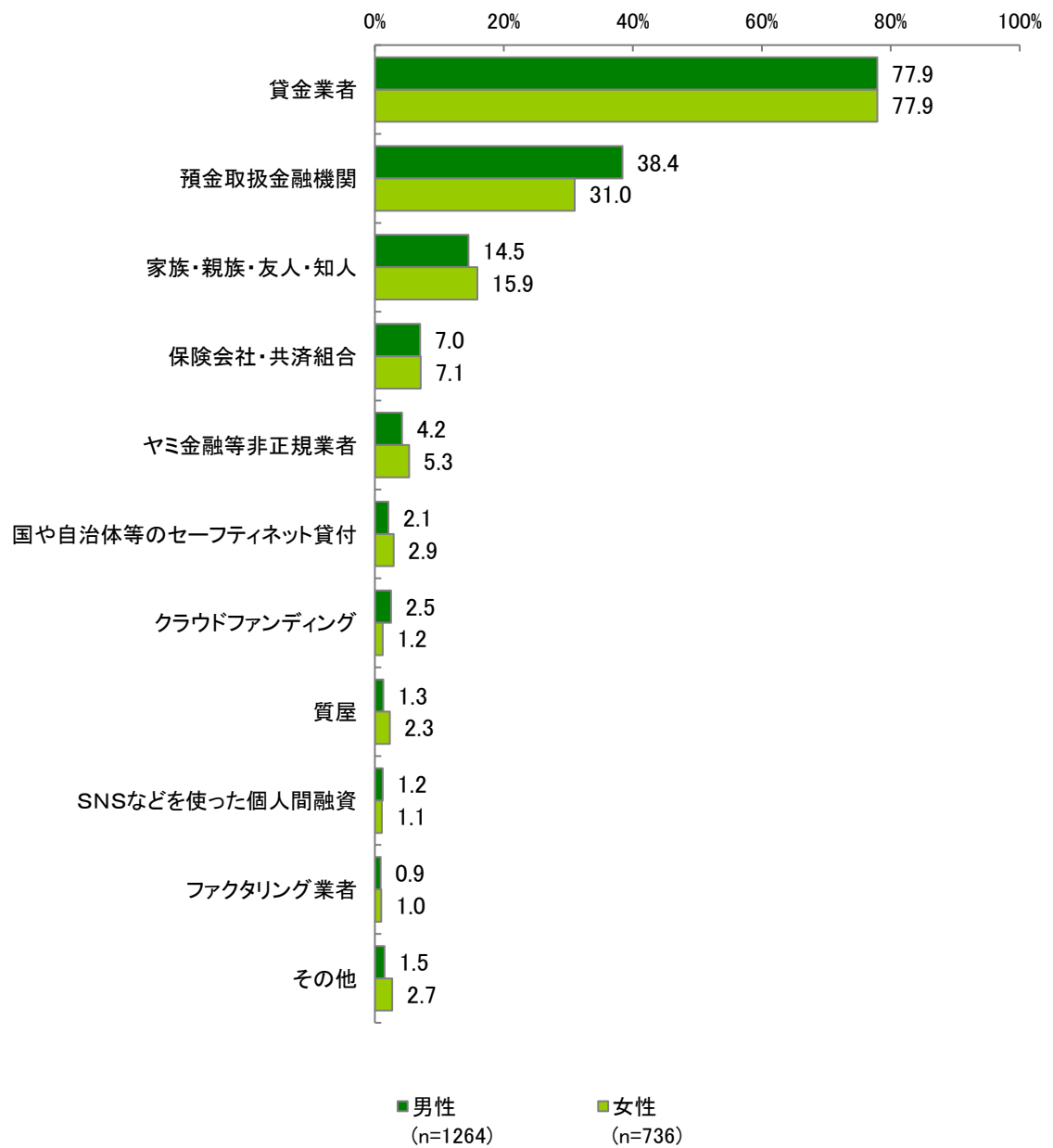
<図表 15:借入先として検討した先・選んだ理由（複数回答 n=2000）>



(年代別)



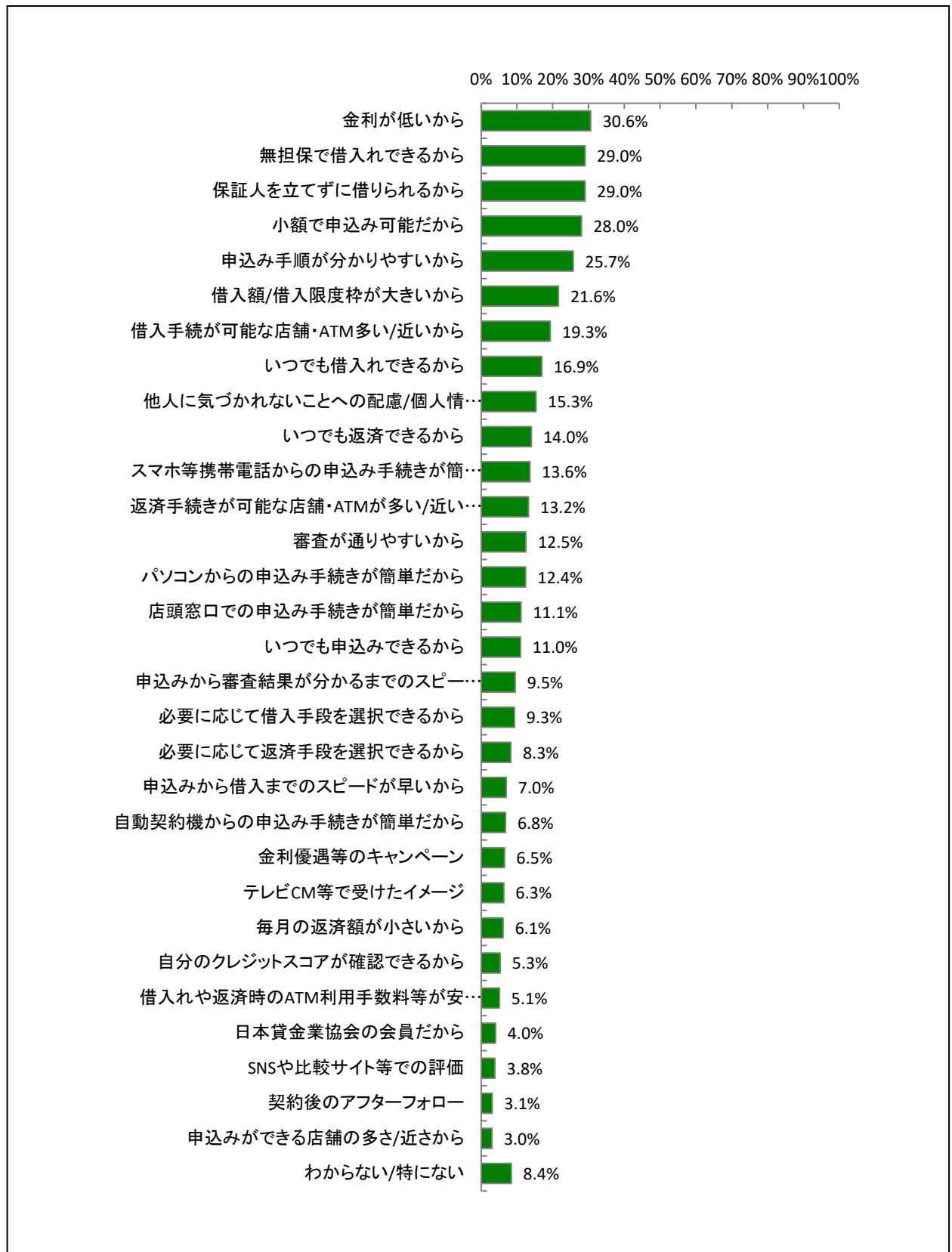
(男女別)



② 最終的に借入先として選んだ理由

- 借入経験のある個人に対して、借入先を選定した理由について調査したところ、「金利が低いから」が30.6%と最も高く、次いで「無担保で借入れできるから」が29.0%と続いている。

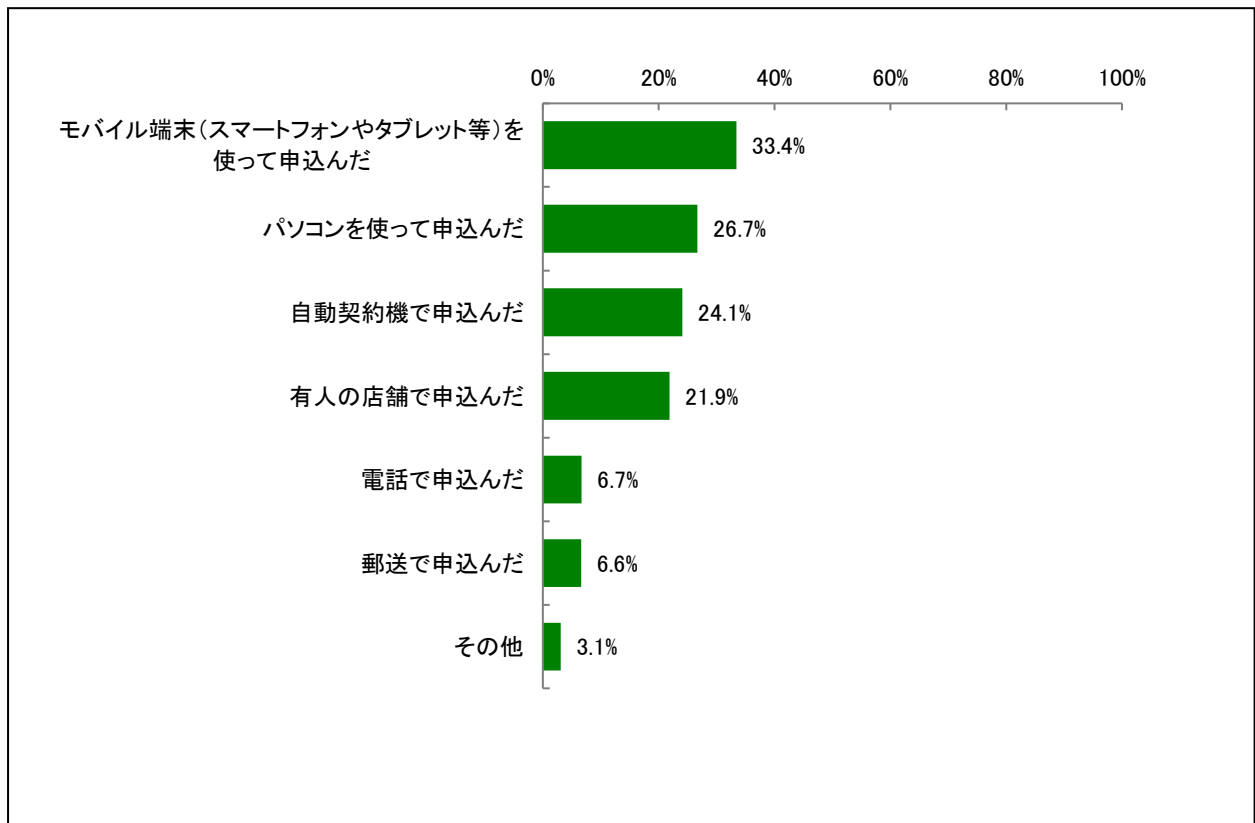
＜図表 16:借入先として選んだ理由（複数回答 n=2000）＞



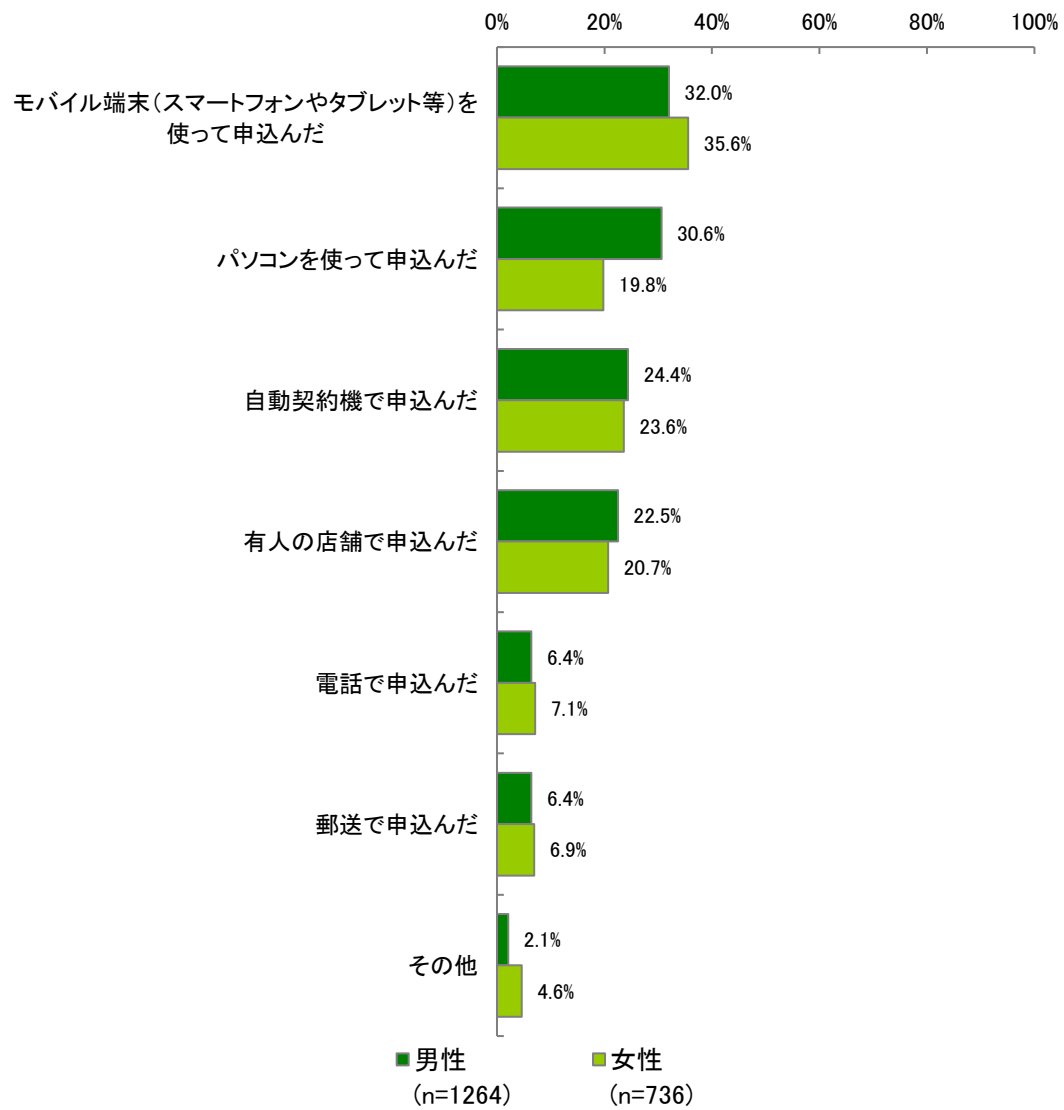
③ 借入れした際の申込方法について

- 借入れした際の申込方法については、「モバイル端末(スマートフォンやタブレット等)を使って申込んだ」が 33.4%と最も高く、次いで「パソコンを使って申込んだ」が 26.7%、「自動契約機で申込んだ」が 24.1%となった。

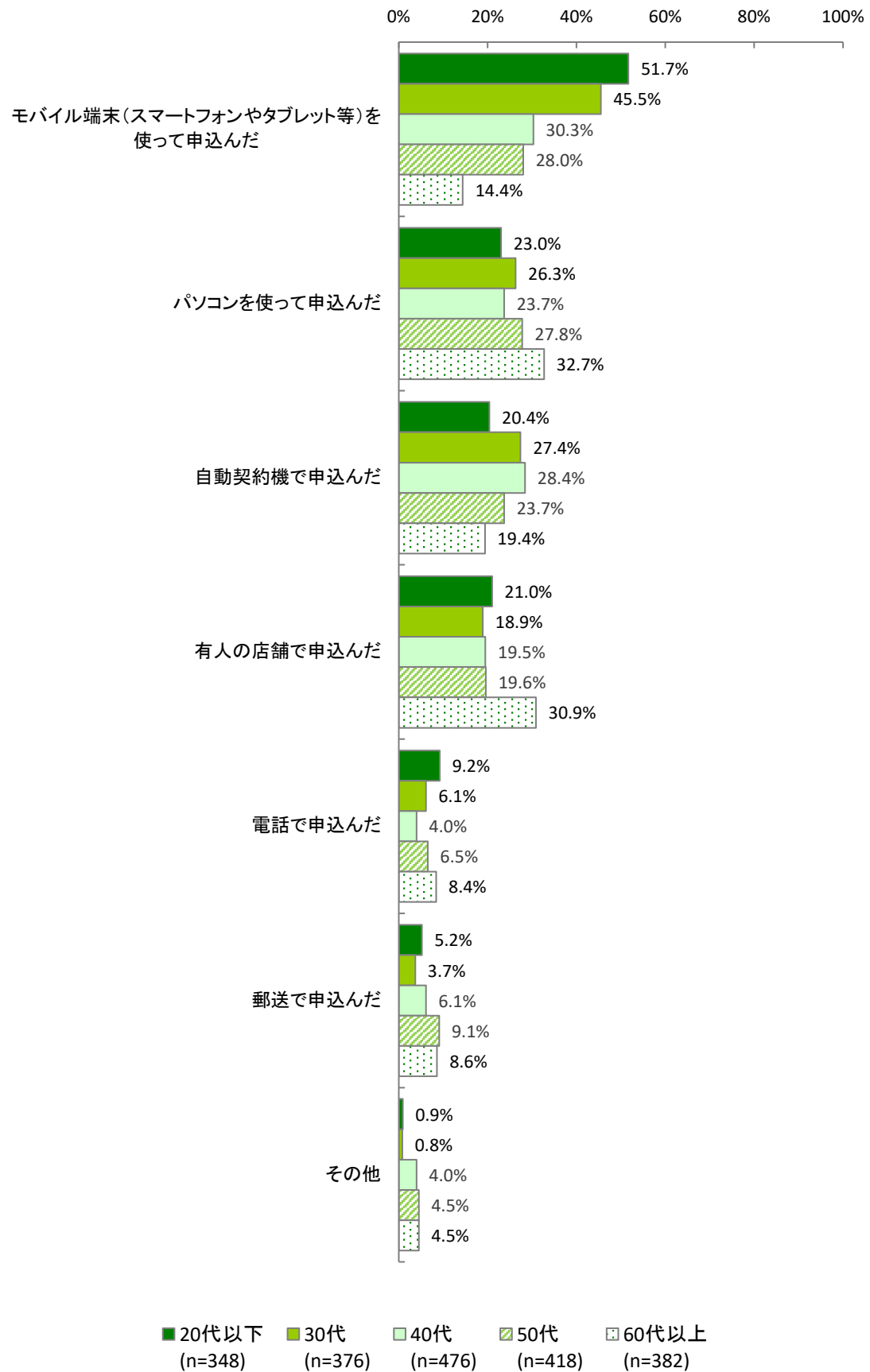
<図表 17:借入れした際の申込方法(複数回答 n=2000)>



(男女別)



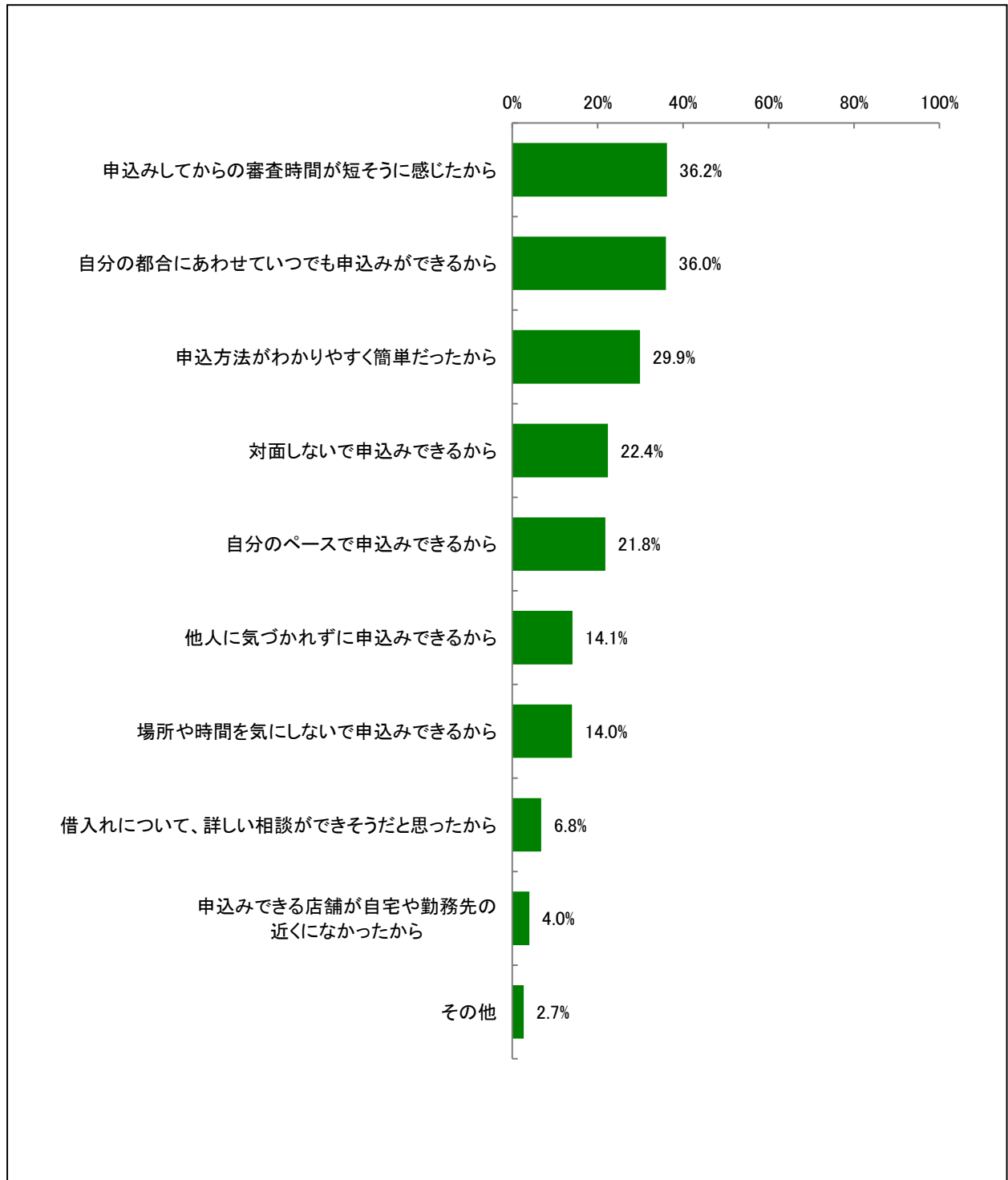
(年代別)



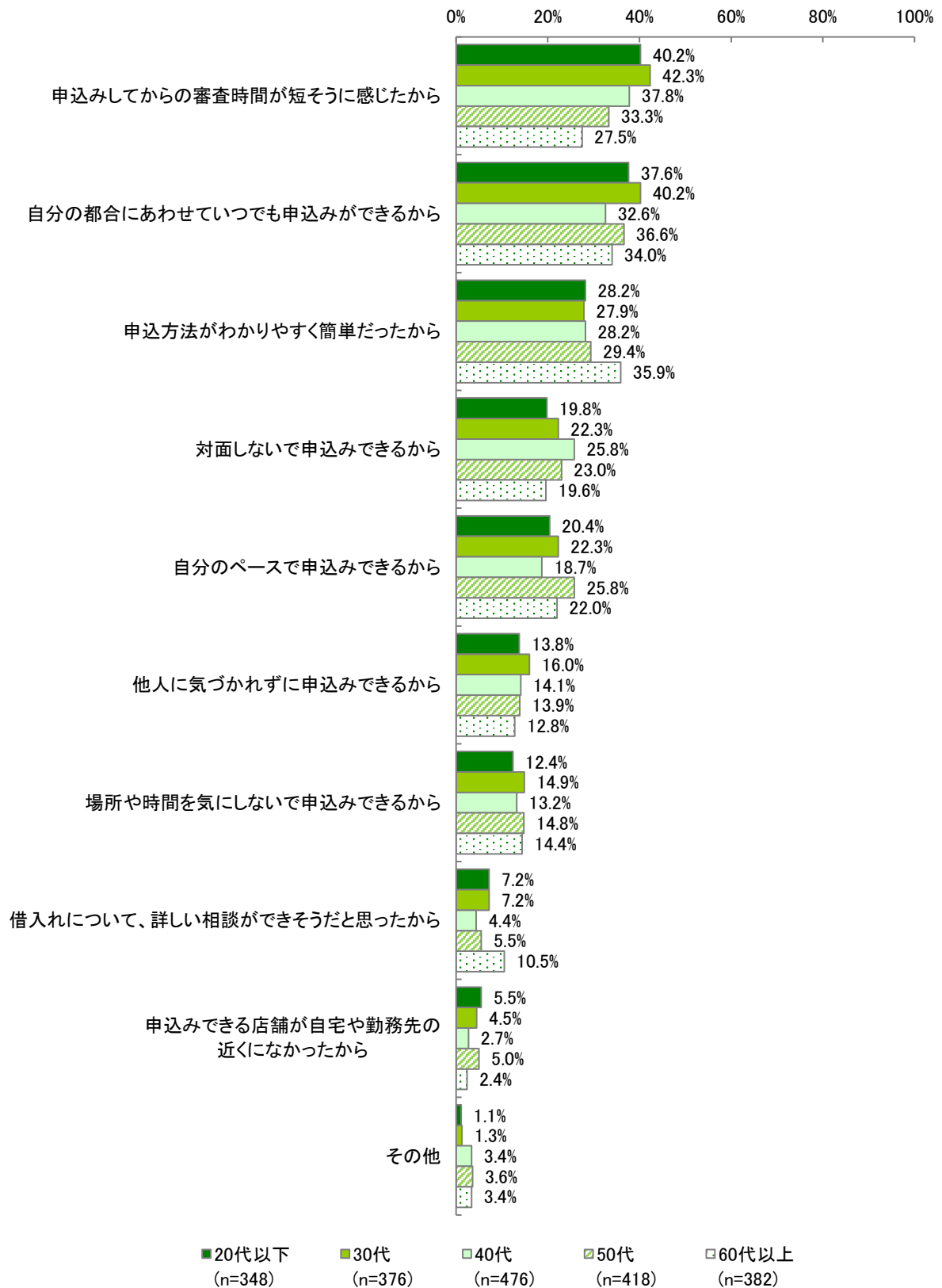
④ 借入れする際の申込方法を選んだ理由

- 借入れする際の申込方法を選んだ理由については、「申込みしてから審査時間が短そうに感じたから」と回答した割合が36.2%と最も高く、次いで「自分の都合にあわせていつでも申込みができるから」が36.0%、「申込方法がわかりやすく簡単だったから」が29.9%となっている。年代別に見ると、20代以下～40代では「申込みしてから審査時間が短そうに感じたから」、50代以上では「自分の都合にあわせていつでも申込みができるから」と回答した割合が高く、世代間で理由に違いが見られる結果となった。

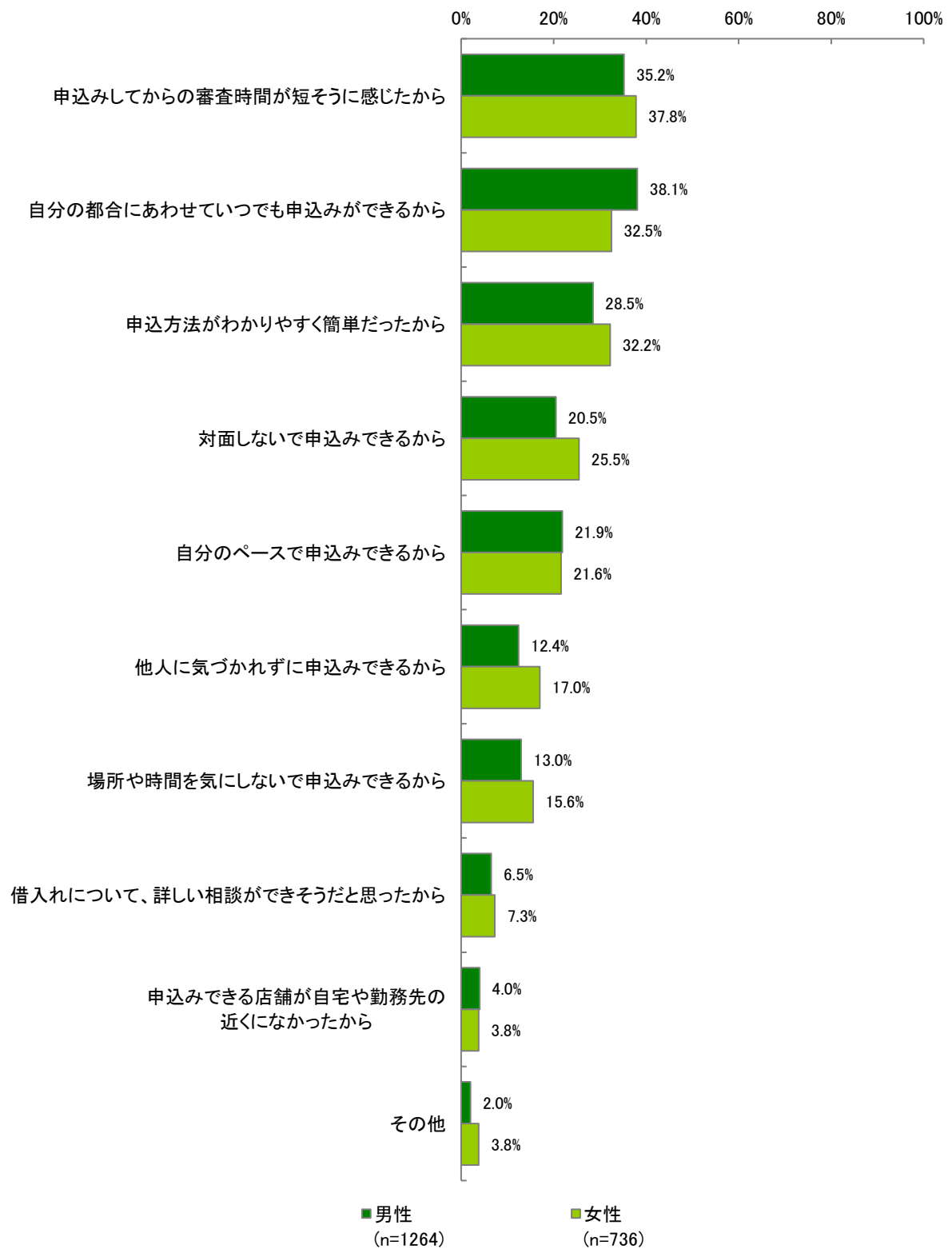
＜図表 18:借入れする際の申込方法を選んだ理由（複数回答 n=2000）＞



(年代別)



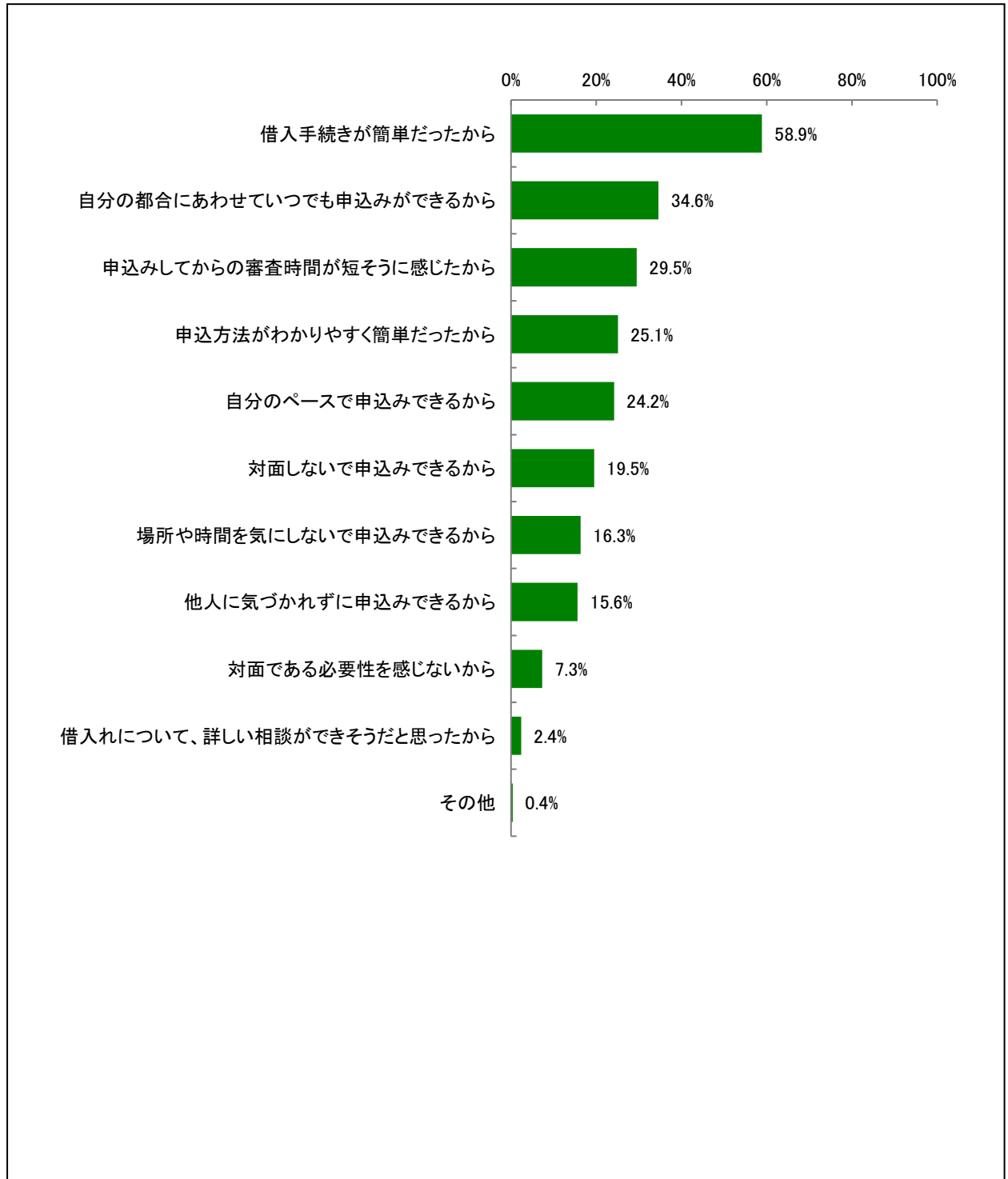
(男女別)



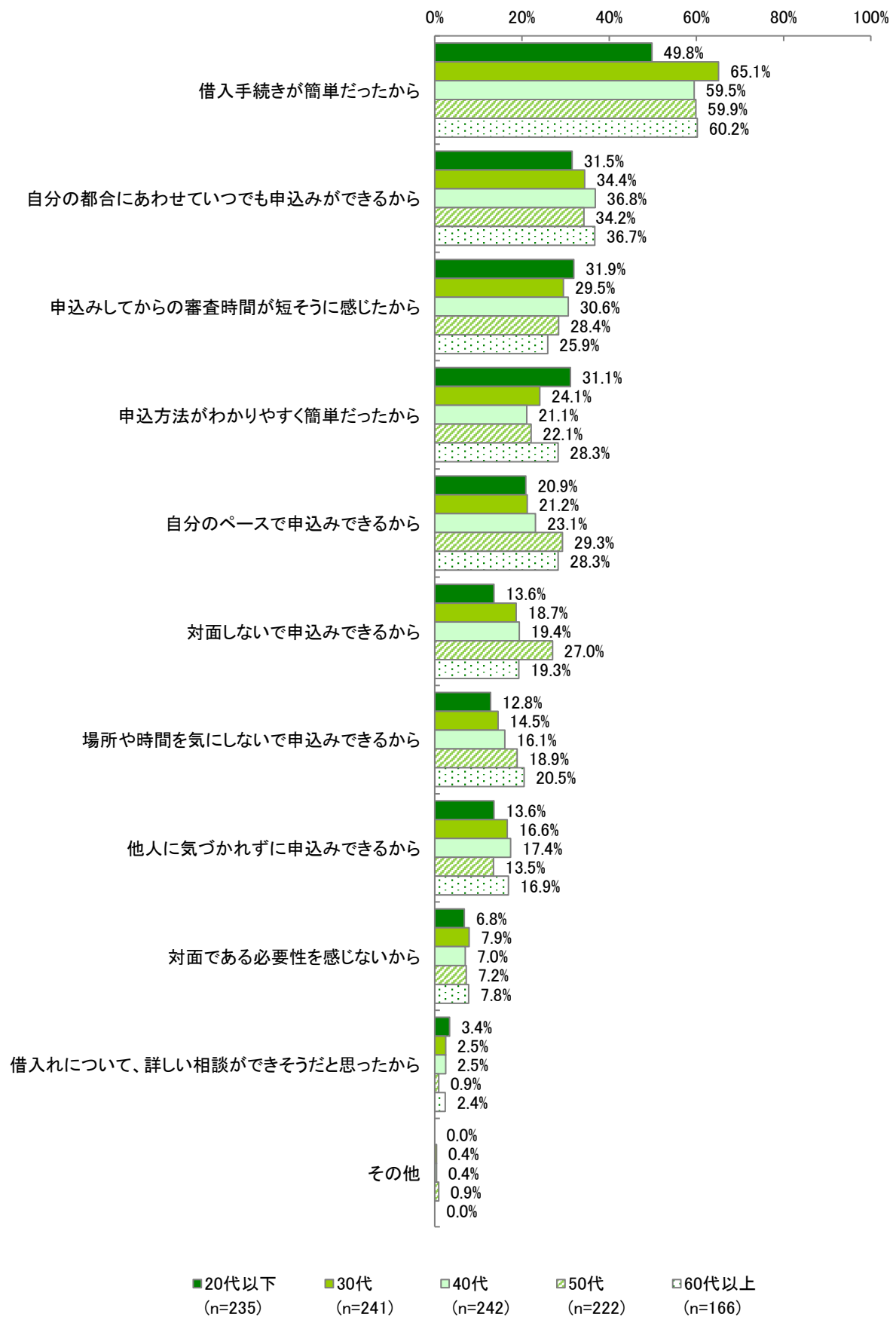
⑤ モバイル端末等を使って借入申込みした理由

- モバイル端末等を使って借入申込みした理由をみると、「借入手続きが簡単だったから」と回答した割合が 58.9%と最も高く、次いで「自分の都合にあわせていつでも申込みができるから」が 34.6%、「申込みしてからの審査時間が短そうに感じたから」が 29.5%となった。

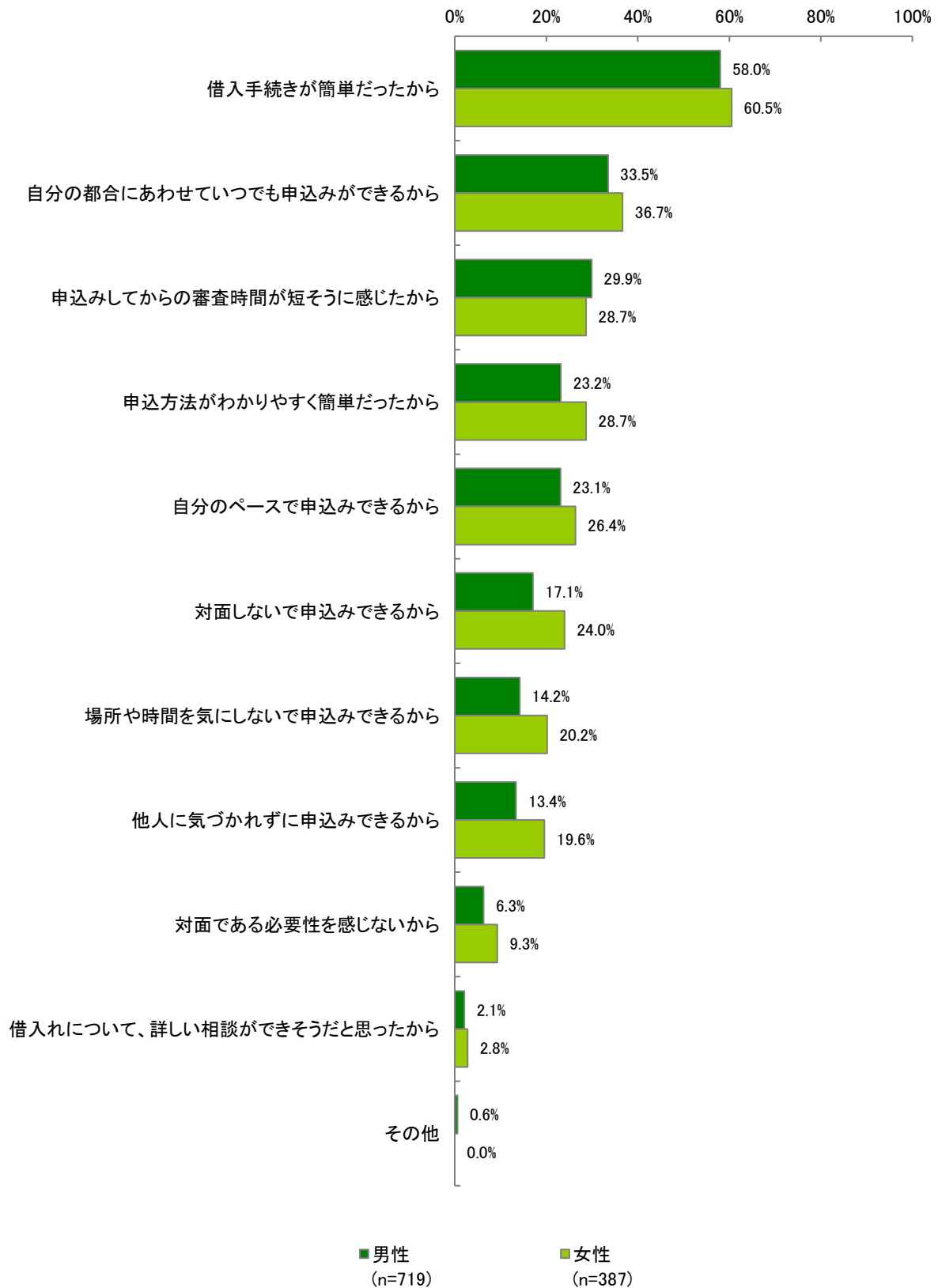
＜図表 19: モバイル端末やパソコンを利用して借入れ申込みをした理由（複数回答 n=1106）＞



(年代別)



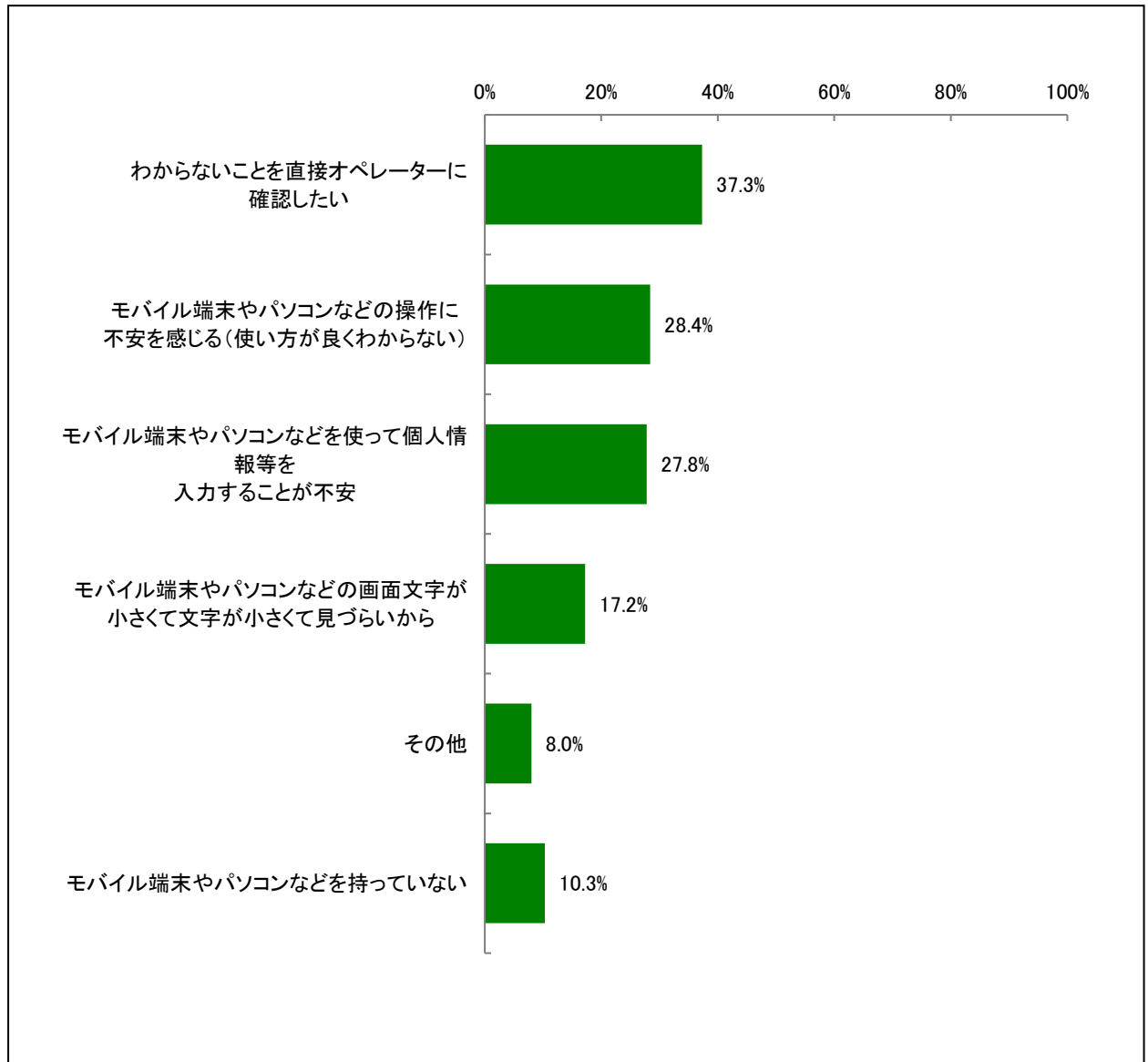
(男女別)



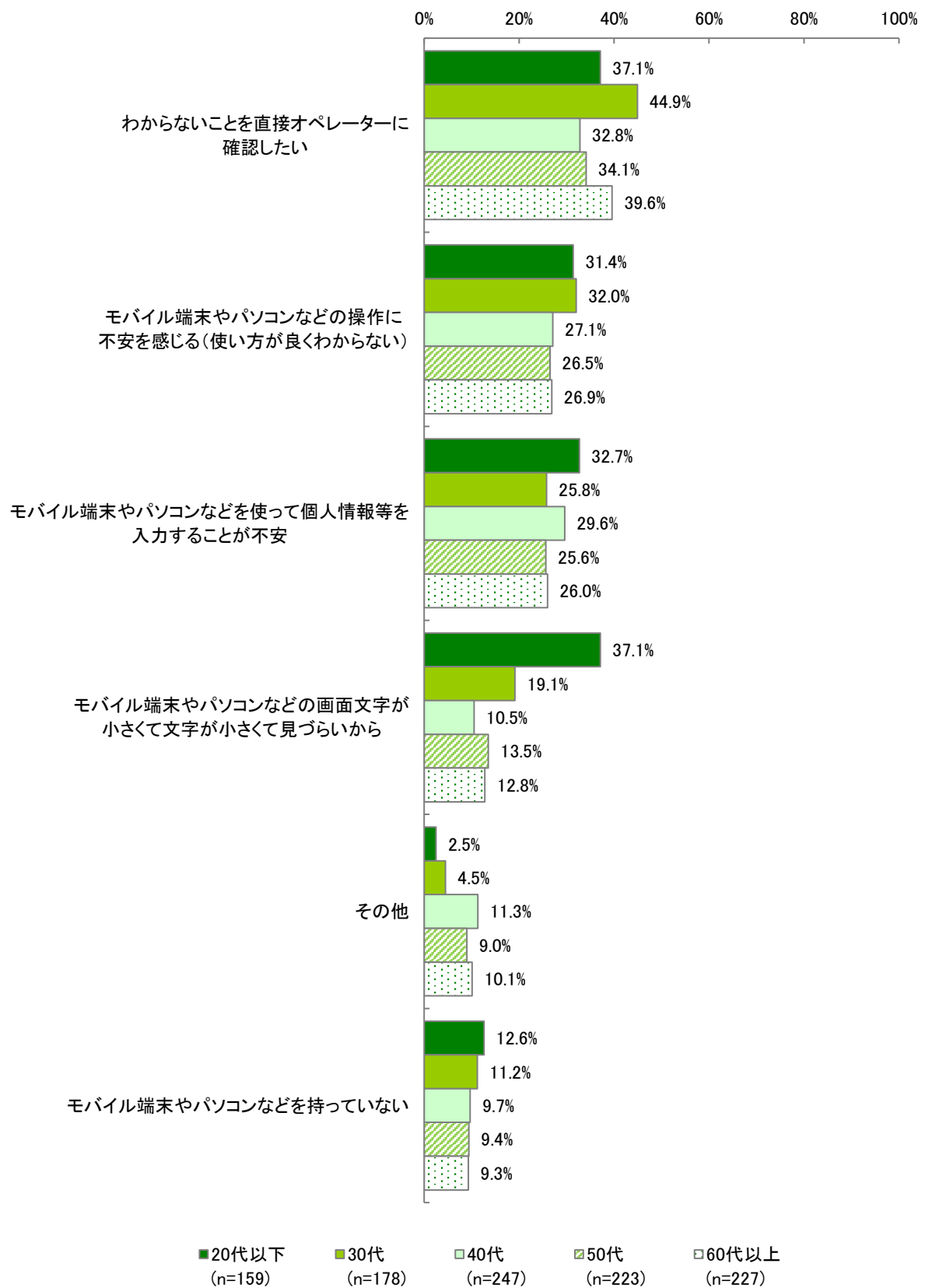
⑥ モバイル端末やパソコンを使って契約・借入れの申込みをしなかった理由

- モバイル端末やパソコンを使って契約・借入れの申込をしなかった理由をみると、「わからないことを直接オペレーターに確認したい」と回答した割合が 37.3%と最も高く、次いで「モバイル端末やパソコンなどの操作に不安を感じる(使い方が良くわからない)」が 28.4%、「モバイル端末やパソコンなどを使って個人情報等を入力することが不安」が 27.8%となった。

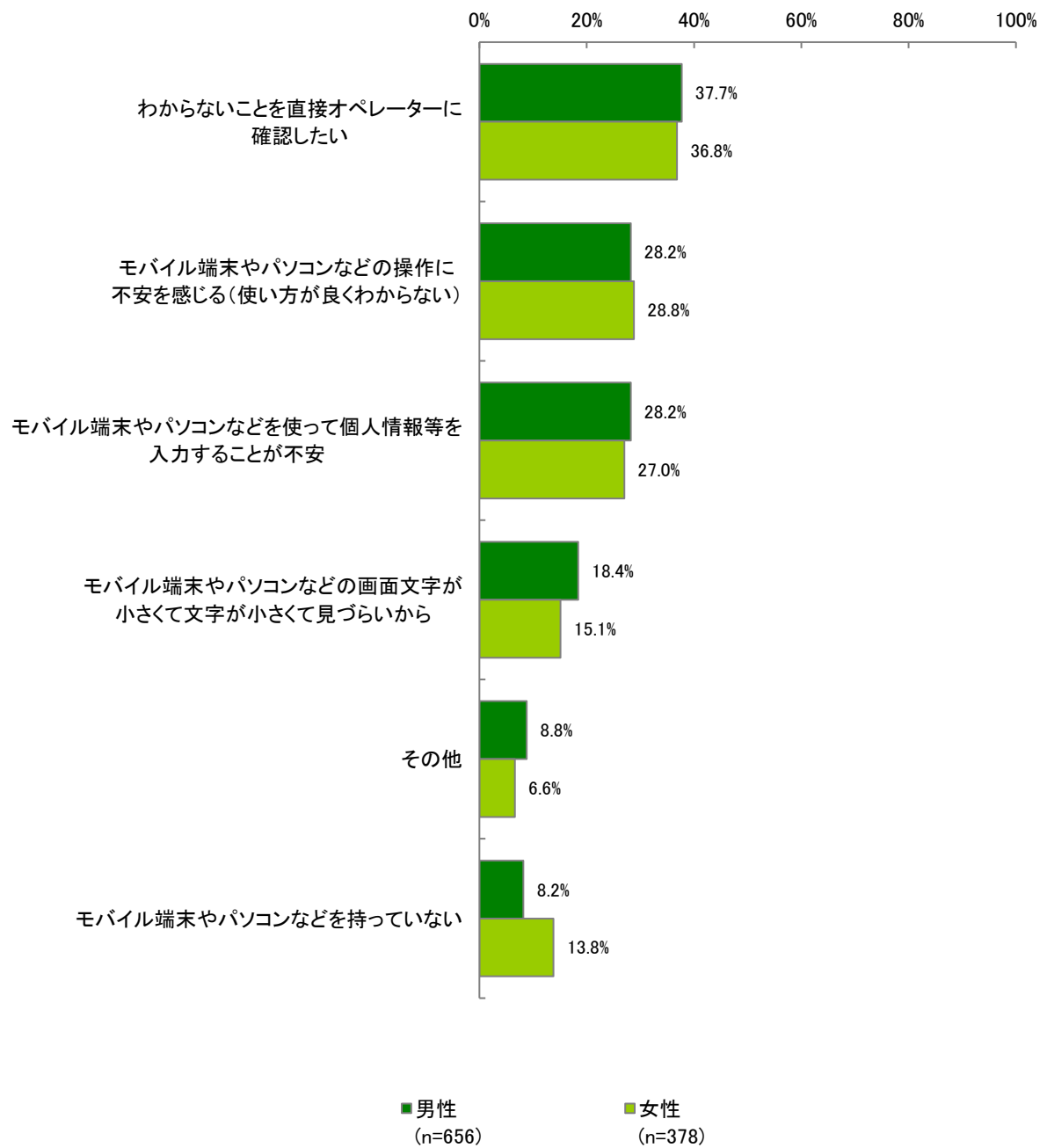
＜図表 20: モバイル端末やパソコンを使って契約・借入れの申込みをしなかった理由（複数回答 n=1034）＞



(年代別)



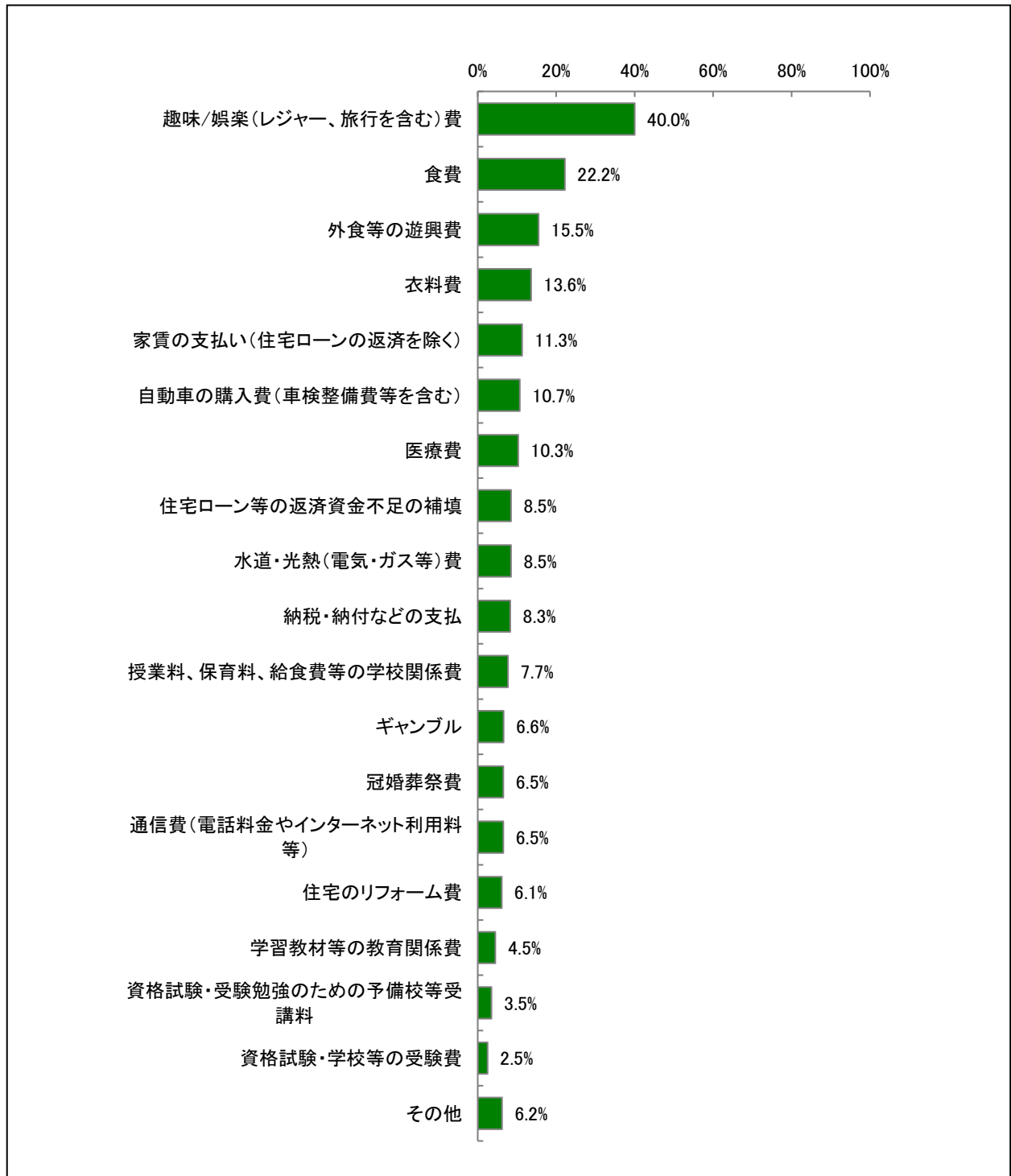
(男女別)



⑦ 借入申込を行なった際の資金使途と借入希望額

- 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40.0%と最も高く、次いで「食費」が22.2%、「外食等の遊興費」が15.5%となった。

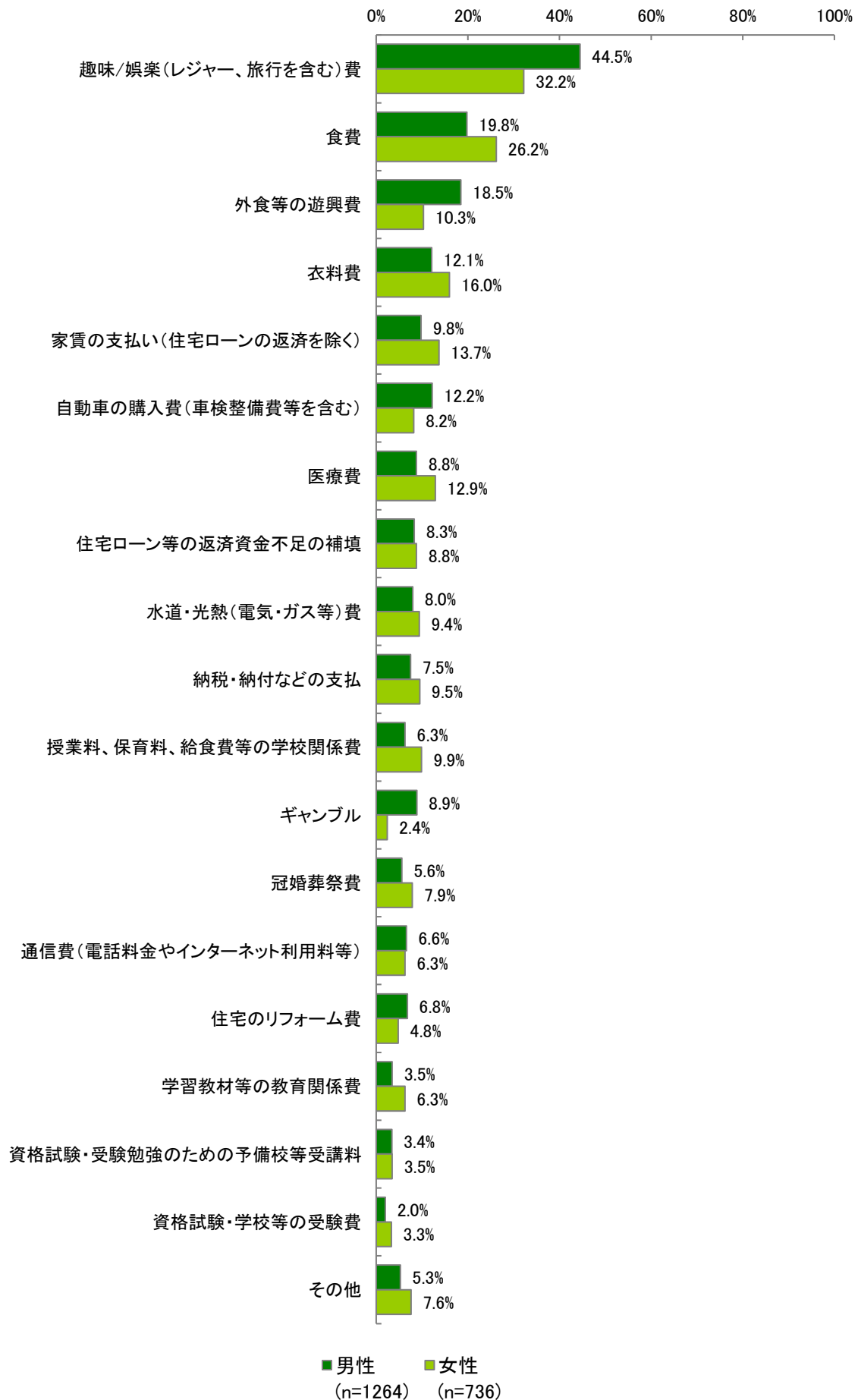
＜図表 21: 借入申込を行なった際の資金使途と借入希望額(複数回答 n=2000)＞



(年代別)



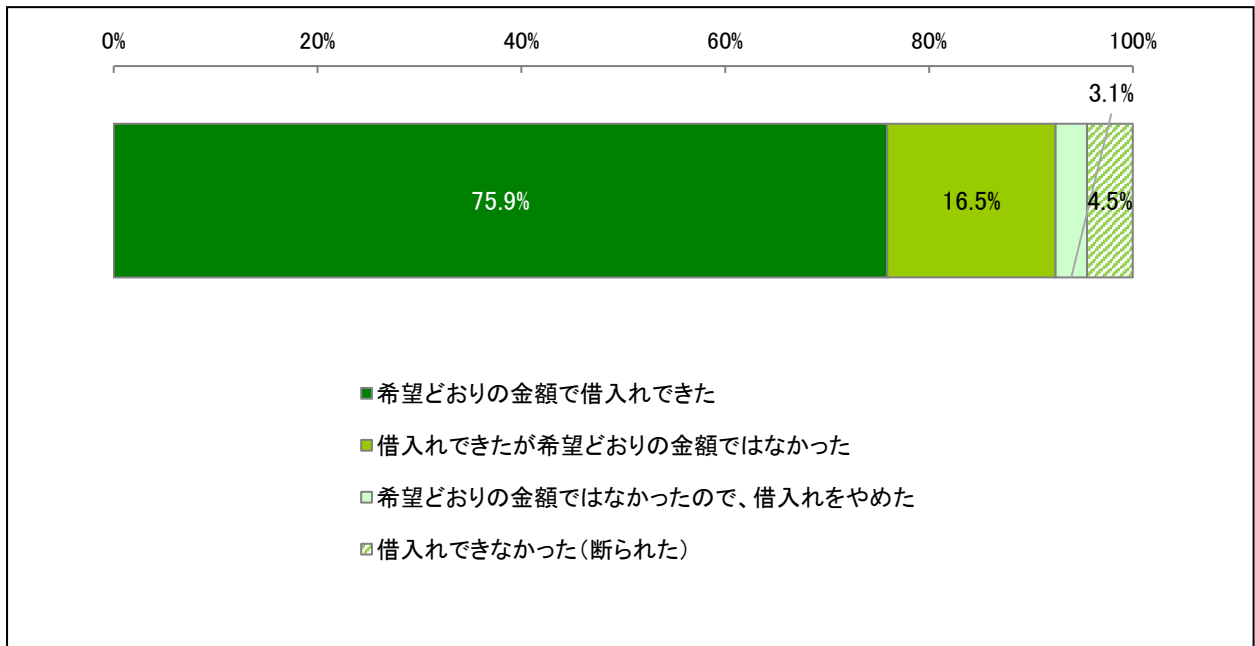
(男女別)



⑧ 直近3年間の貸金業者への借入申込の結果について

- 借入経験のある個人に対して、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、75.9%が希望どおりの借入れができたと回答している。

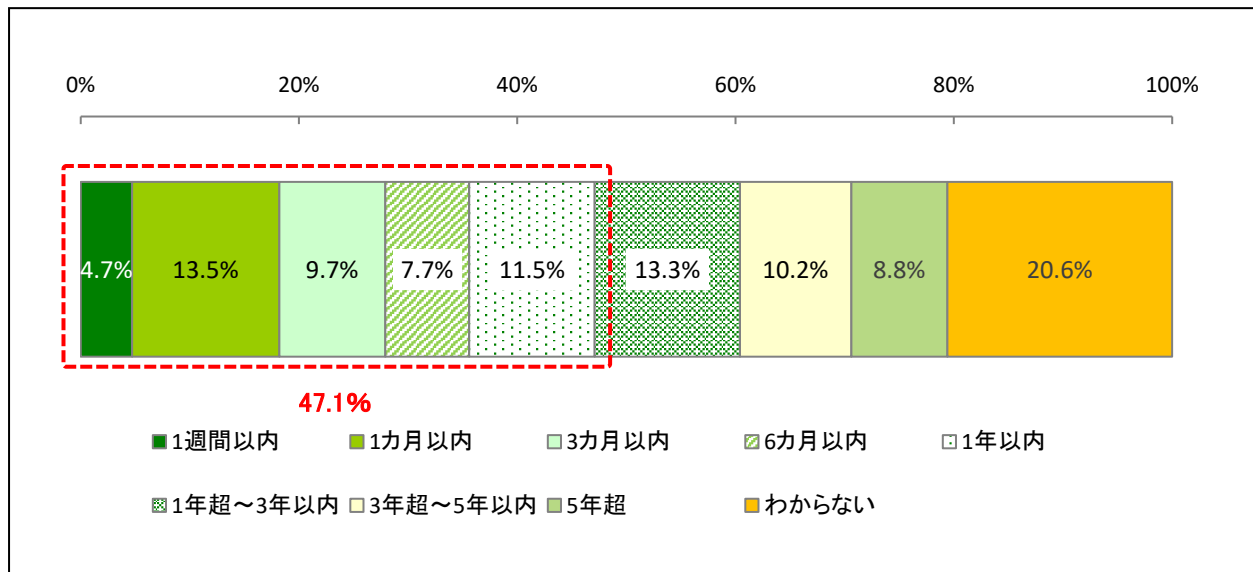
<図表 22:貸金業者への借入申込結果 (n=2000)>



⑨ 借入申込時に計画していた返済期間について

- 借入を申込みした際に計画していた返済期間をみると、47.1%が1年以内(「1週間以内」～「1年以内」)と回答した。

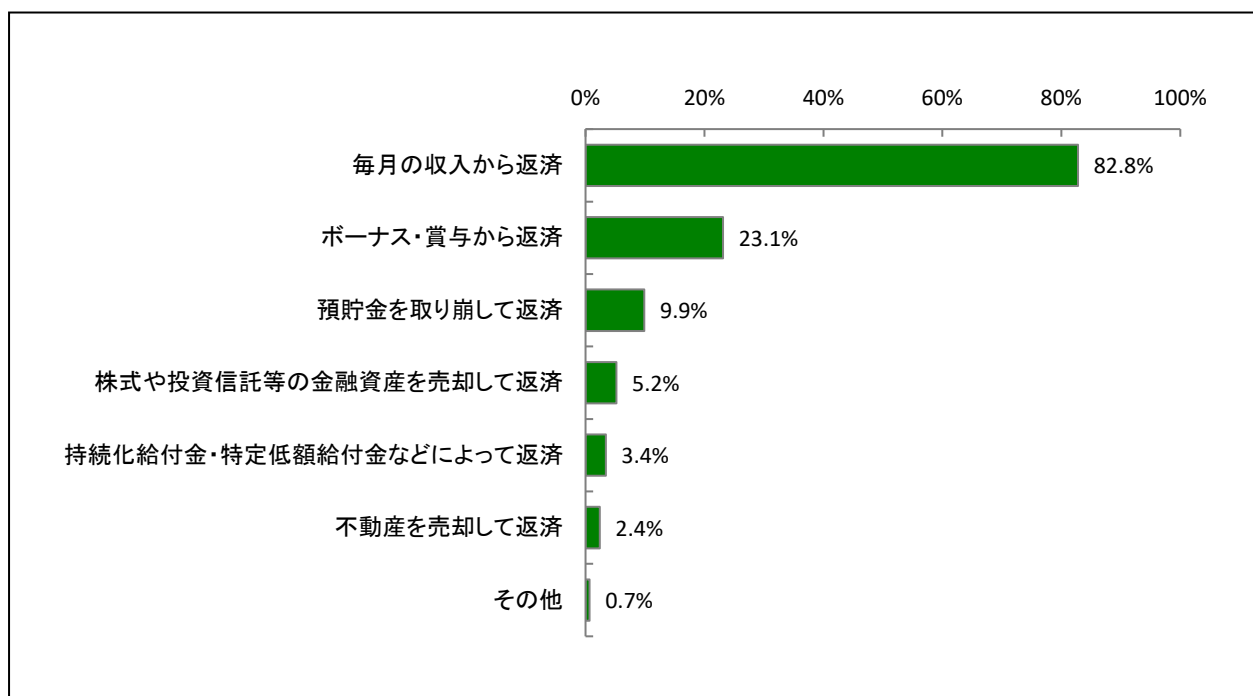
<図表 23:新たな借入れ申込や借入枠の利用検討時に計画していた返済期間(複数回答 n=2000)>



⑩ 借入申込時に計画していた返済原資について

- 借入を申込みした際に計画していた返済原資をみると、「毎月の収入から返済」が82.8%と最も高く、次いで「ボーナス・賞与から返済」が23.1%と続いている。

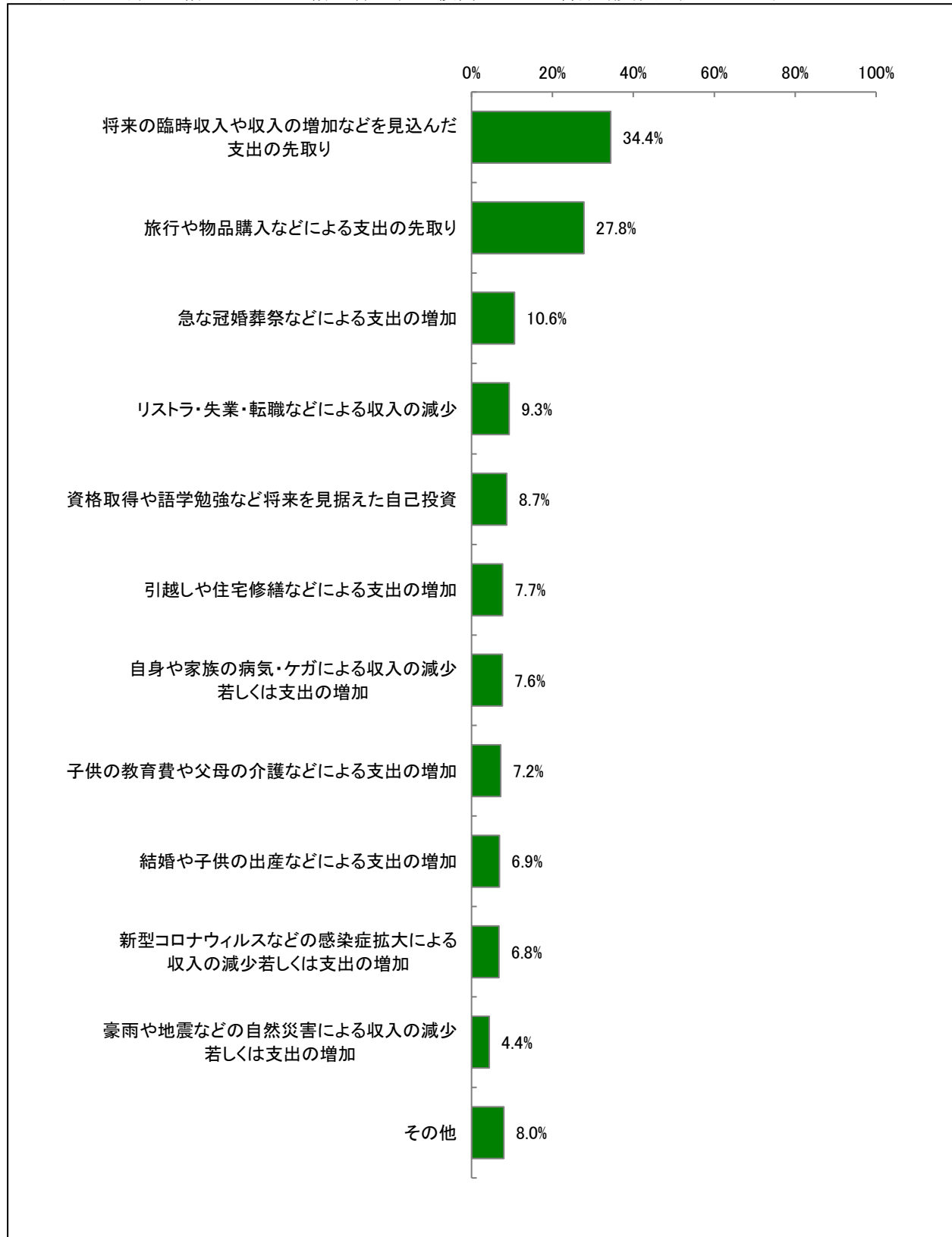
<図表 24:新たな借入れ申込や借入枠の利用検討時に計画していた返済原資(複数回答 n=2000)>



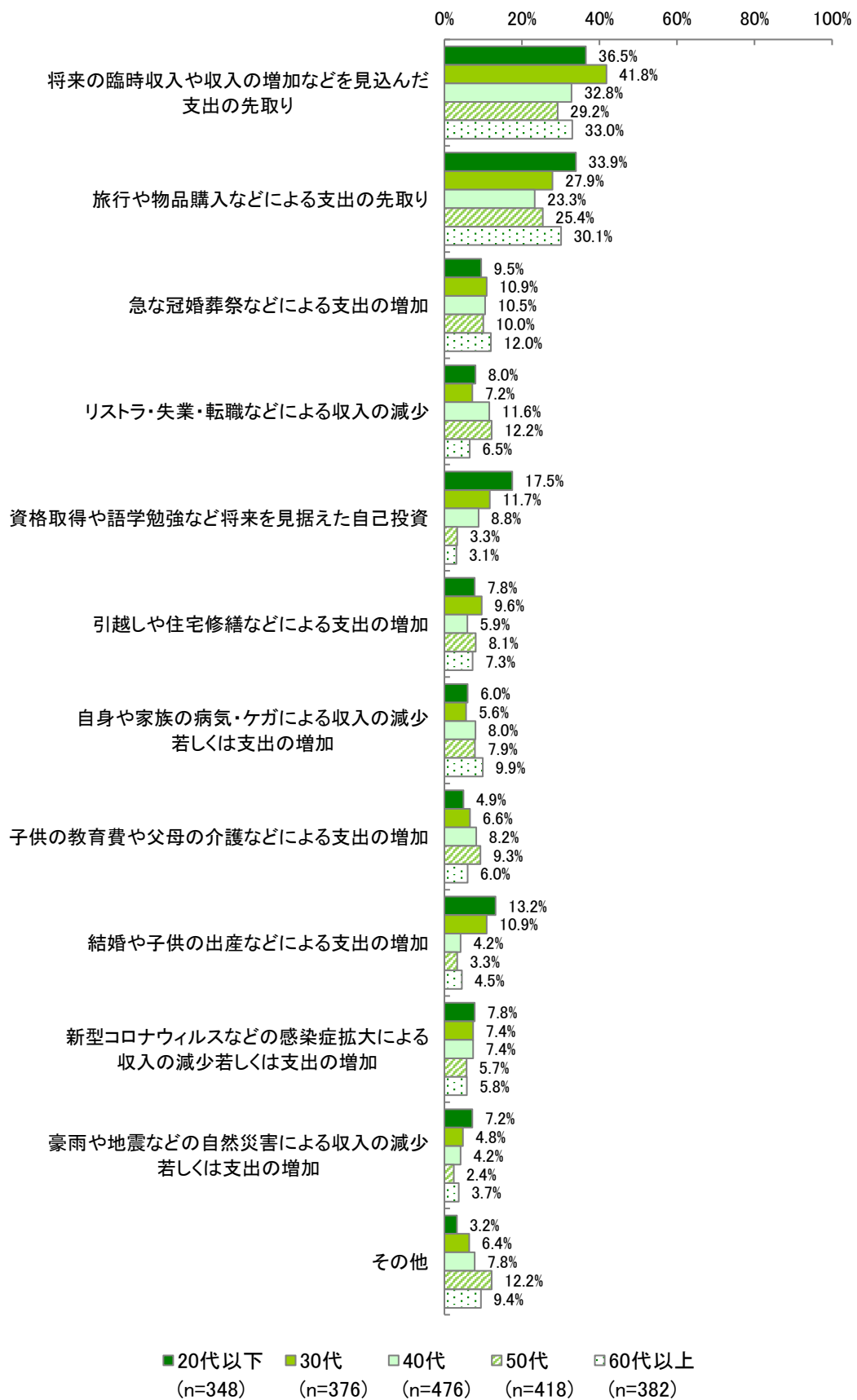
⑪ 借入申込に至った背景

- 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34.4%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27.8%、「急な冠婚葬祭などによる支出の増加」が10.6%と続いている。

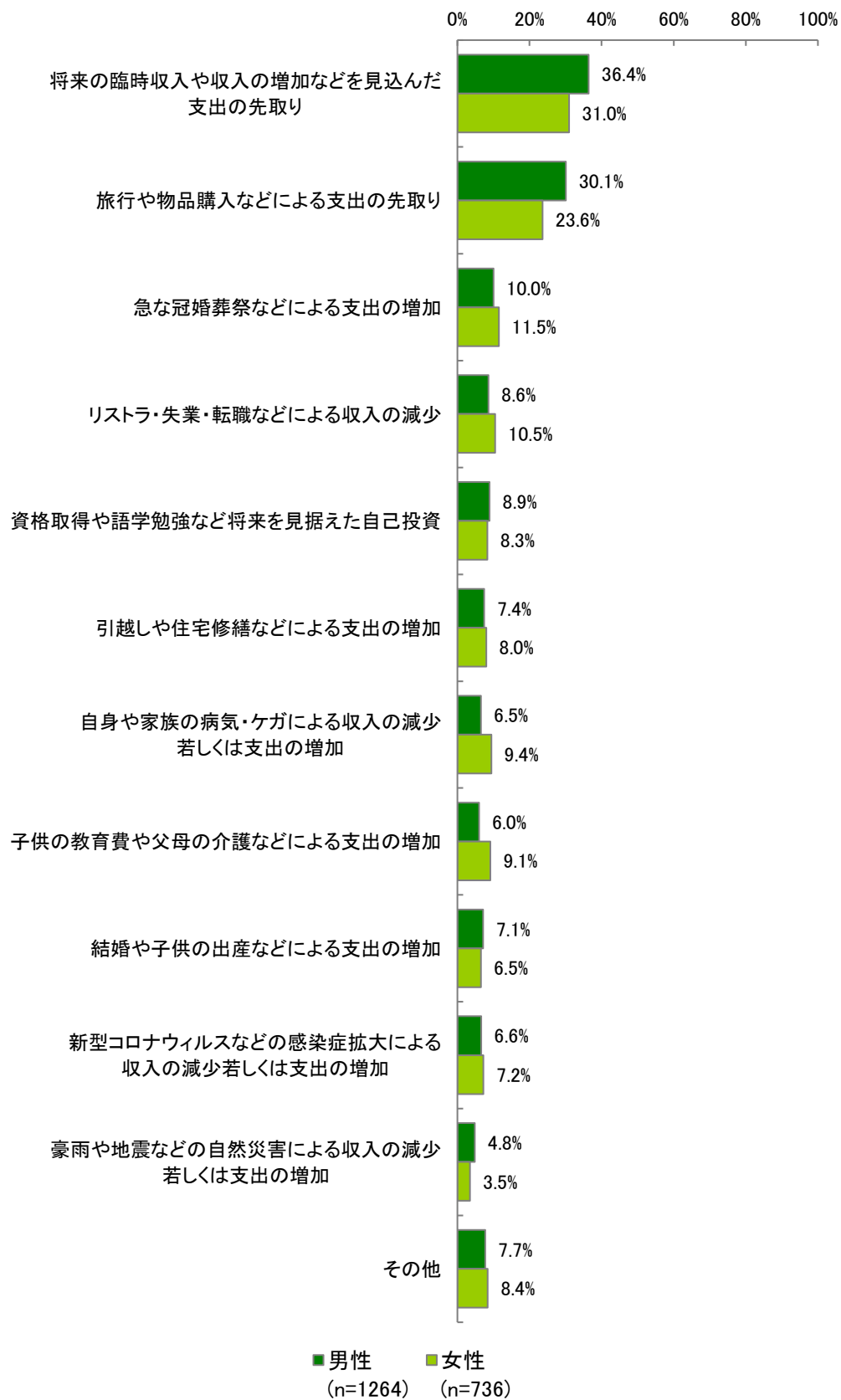
＜図表 25:新たな借入れ申込や借入枠の利用検討に至った背景(複数回答 n=2000)＞



(年代別)



(男女別)

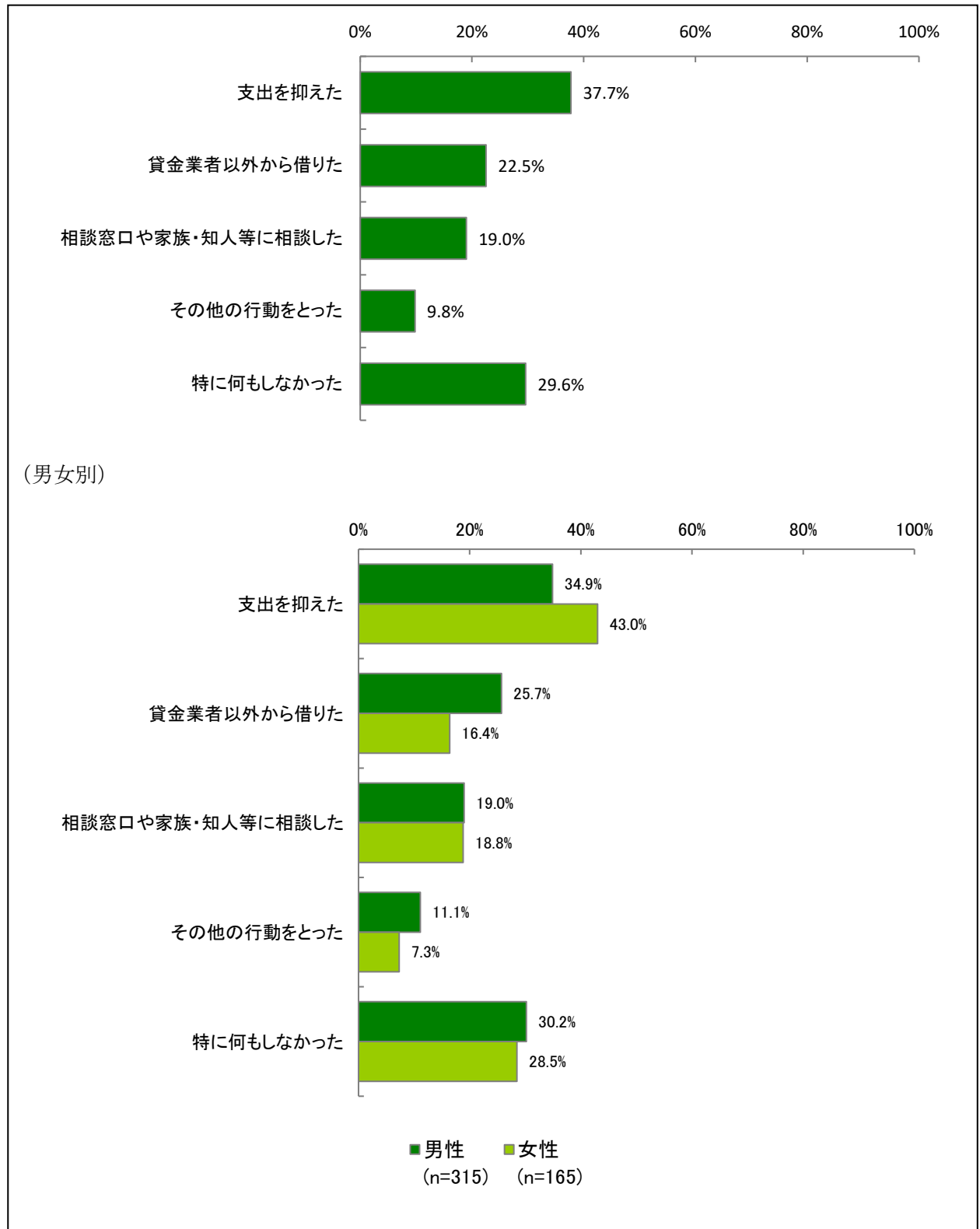


(2) 資金需要者等の借入れできなかった際の行動・影響

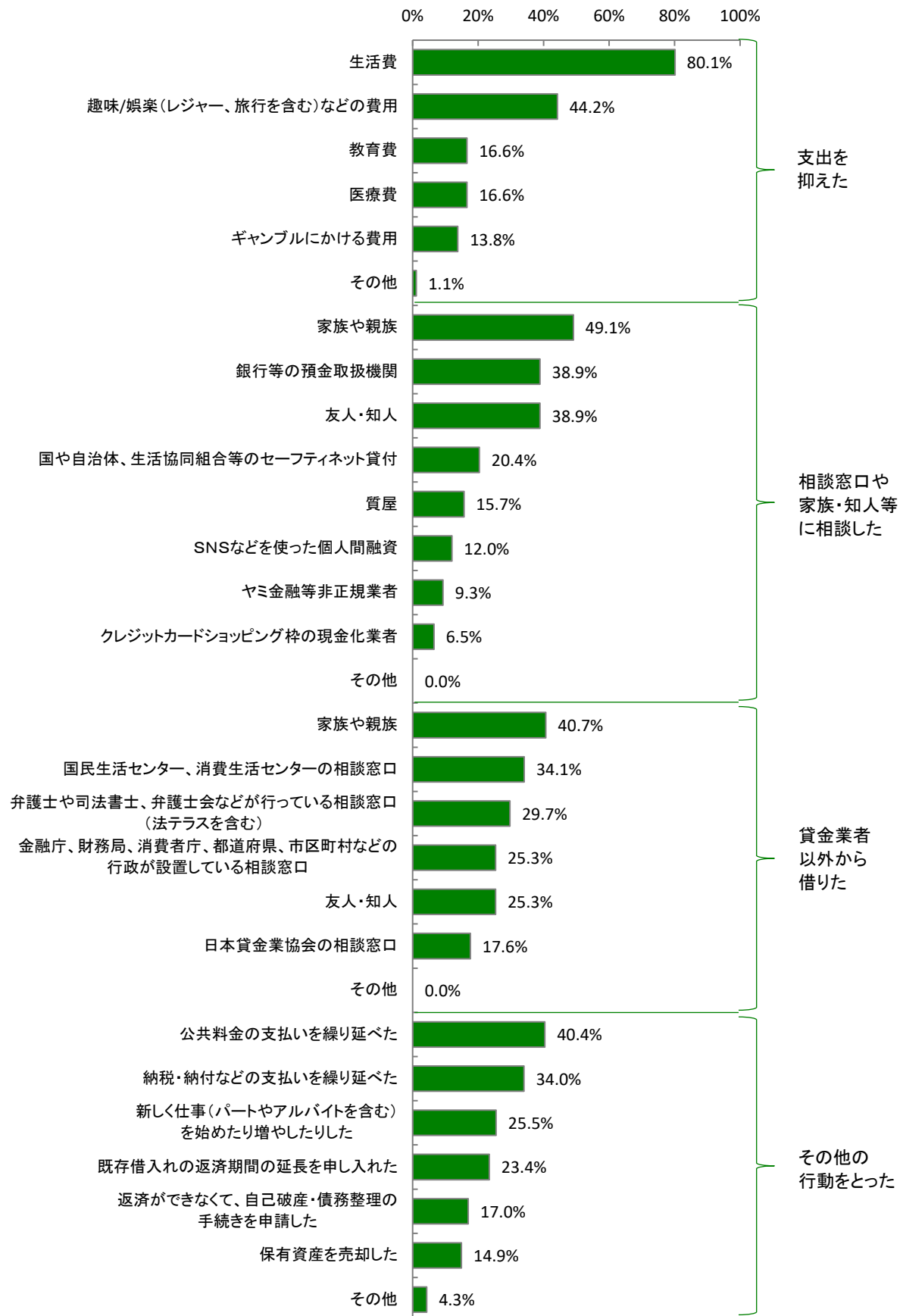
① 希望どおりに借入れできなかった際に行った行動

- 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)際に行った行動について調査したところ、「支出を抑えた」が37.7%と最も高く、次いで「特に何もしなかった」が29.6%、「貸金業者以外から借りた」が22.5%となった。

<図表 26:借入れできなかった際に行った行動（複数回答 n=480）>



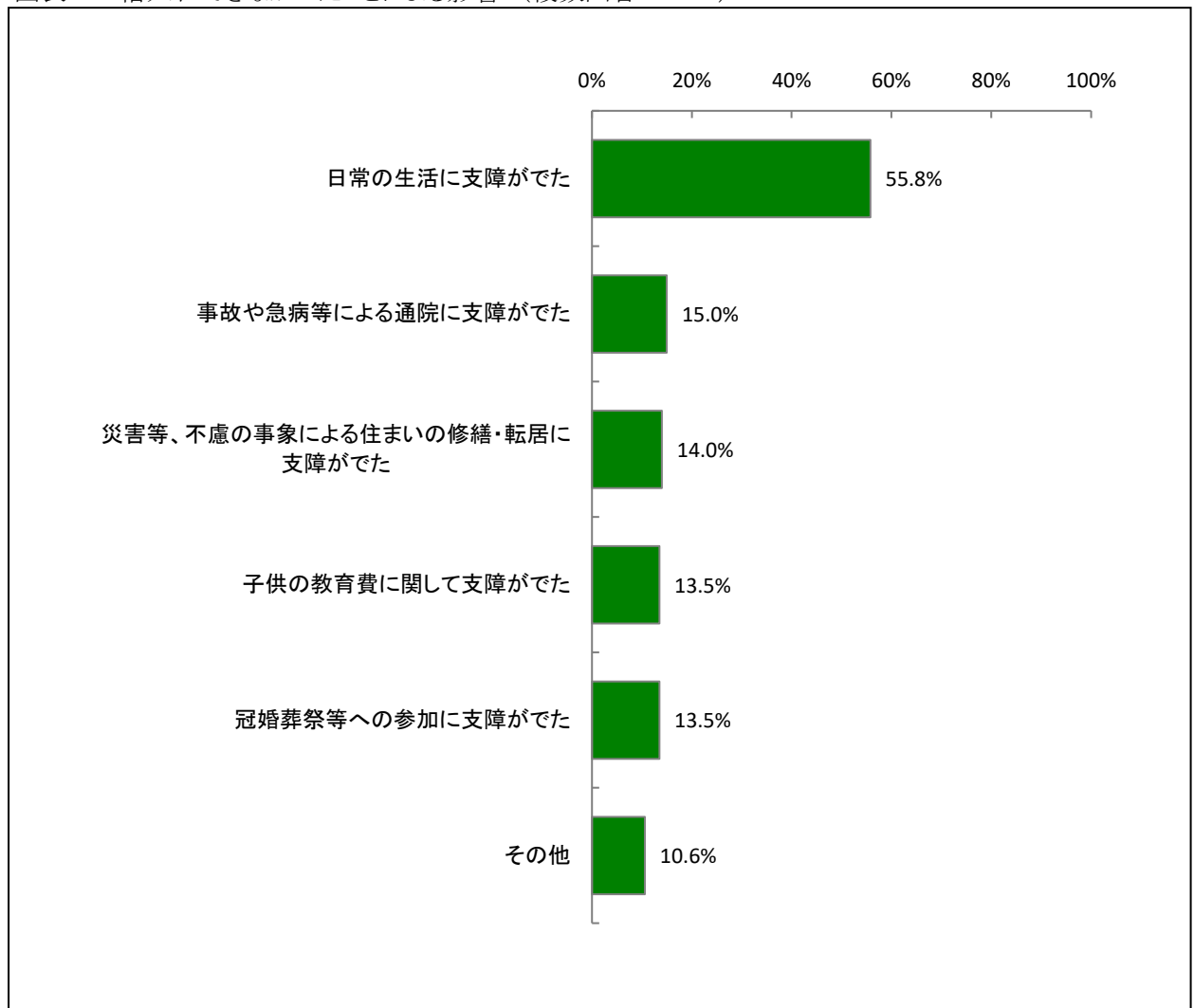
(借入れができなかった際に行った行動の詳細)



② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響

- 希望どおりの借入れができなかったことによる影響については、「日常生活に支障がでた」が55.8%と最も高く、次いで「事故や急病等による通院に支障がでた」が15.0%と続いている。

<図表 27:借入れできなかったことによる影響（複数回答 n=480）>

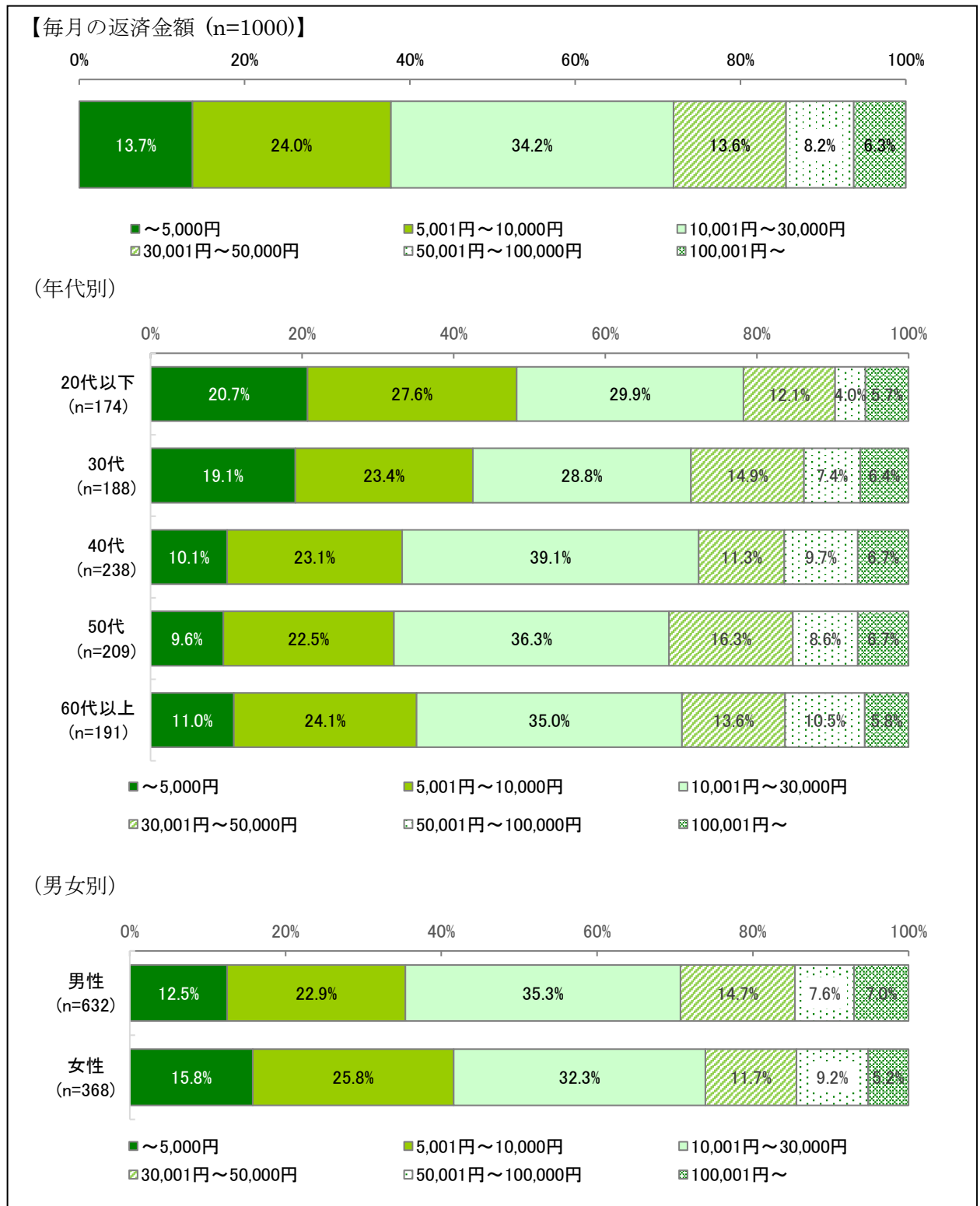


(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について

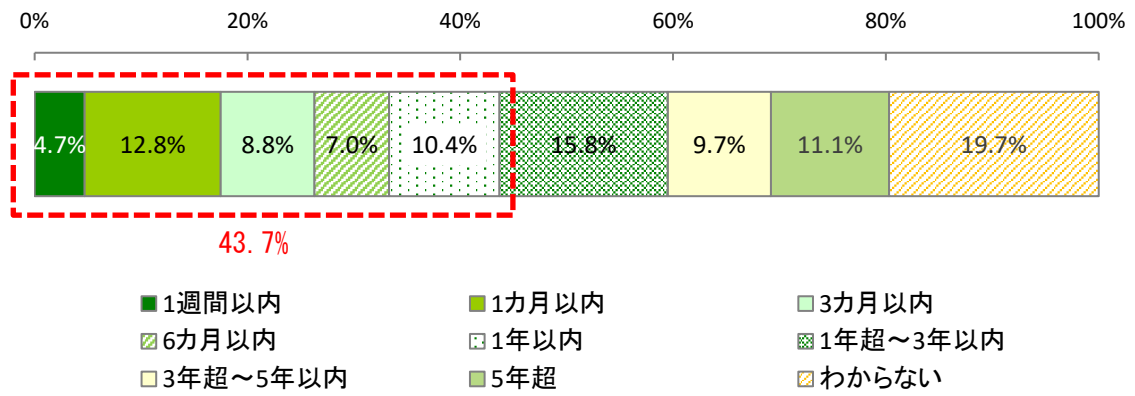
① 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間

- 借入れ後の毎月の返済金額については、「10,001 円～30,000 円」が 34.2%と最も高く、次いで「5,001 円～10,000 円」が 24.9%、「～5,000 円」が 13.7%となった。
- また、完済に至るまでの返済期間をみると、43.7%が 1 年以内（「1 週間以内」～「1 年以内」）と回答した。

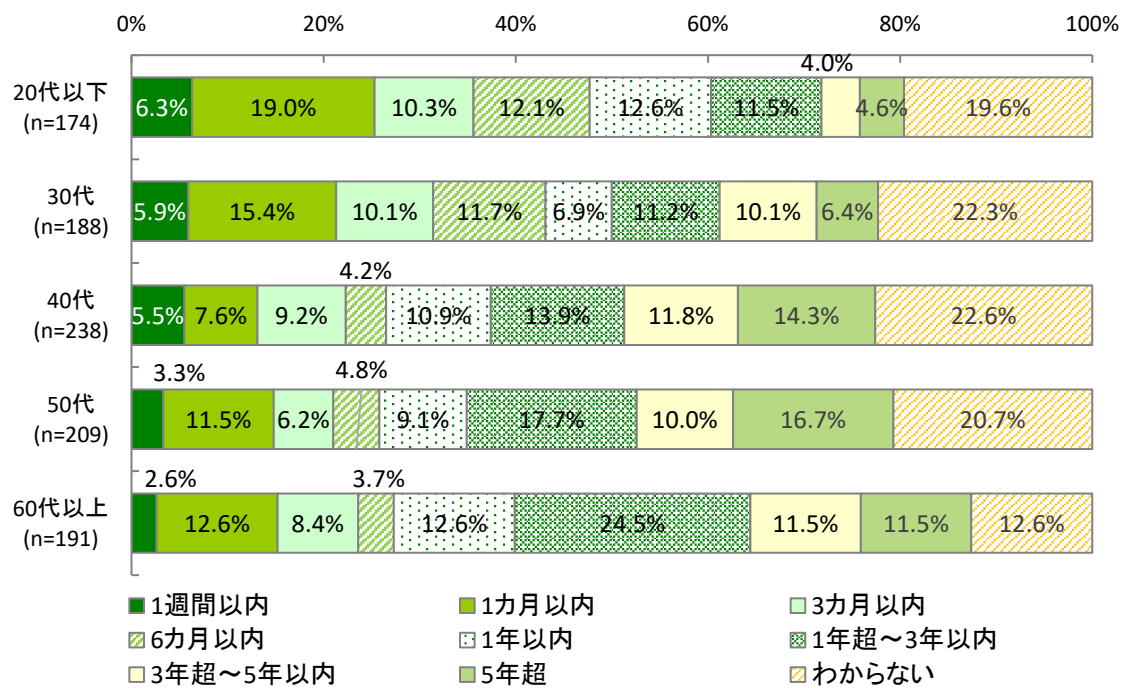
<図表 28: 毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間>



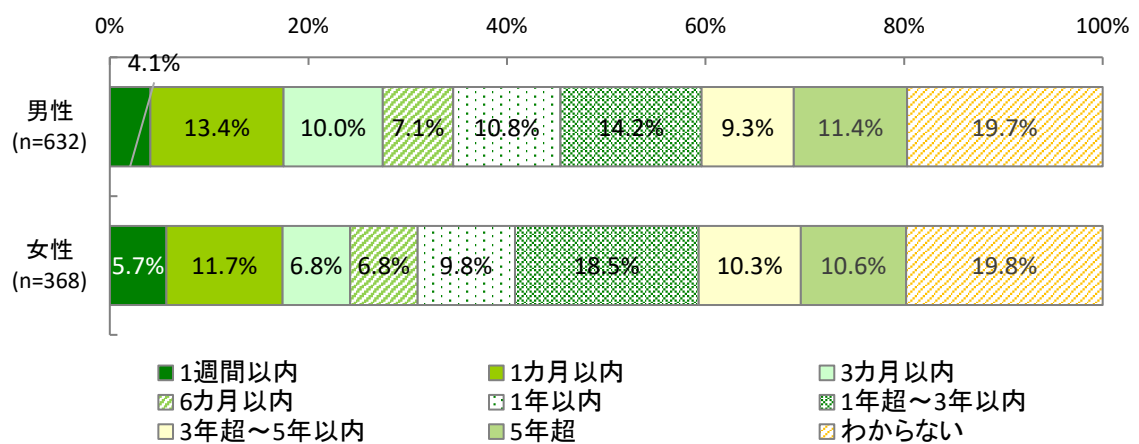
【返済期間 (n=1000)】



(年代別)



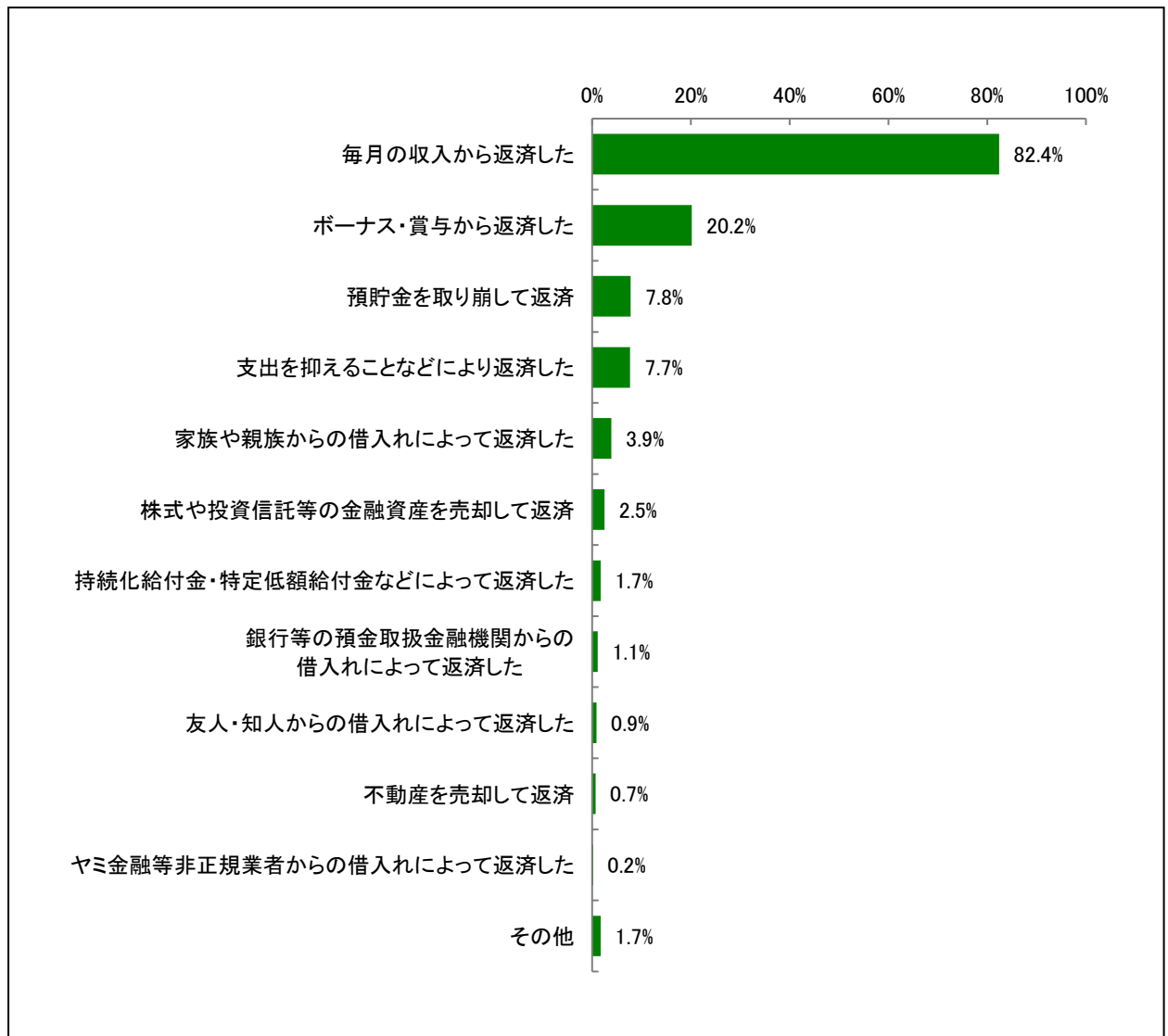
(男女別)



② 借入後の返済原資について

- 借入後の返済原資をみると、「毎月の収入から返済した」が82.4%と最も高く、次いで「ボーナス・賞与から返済した」が20.2%と続いている。

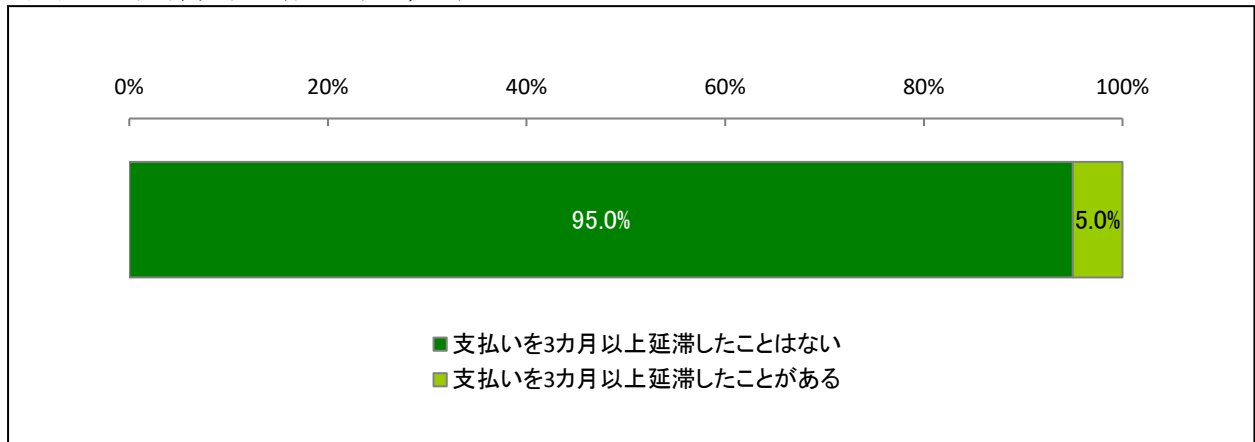
＜図表 29:利用者における借入返済原資（複数回答 n=1000）＞



③ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れにおける3カ月以上の延滞経験の有無について調査したところ、5.0%が支払いを延滞したことがあると回答している。

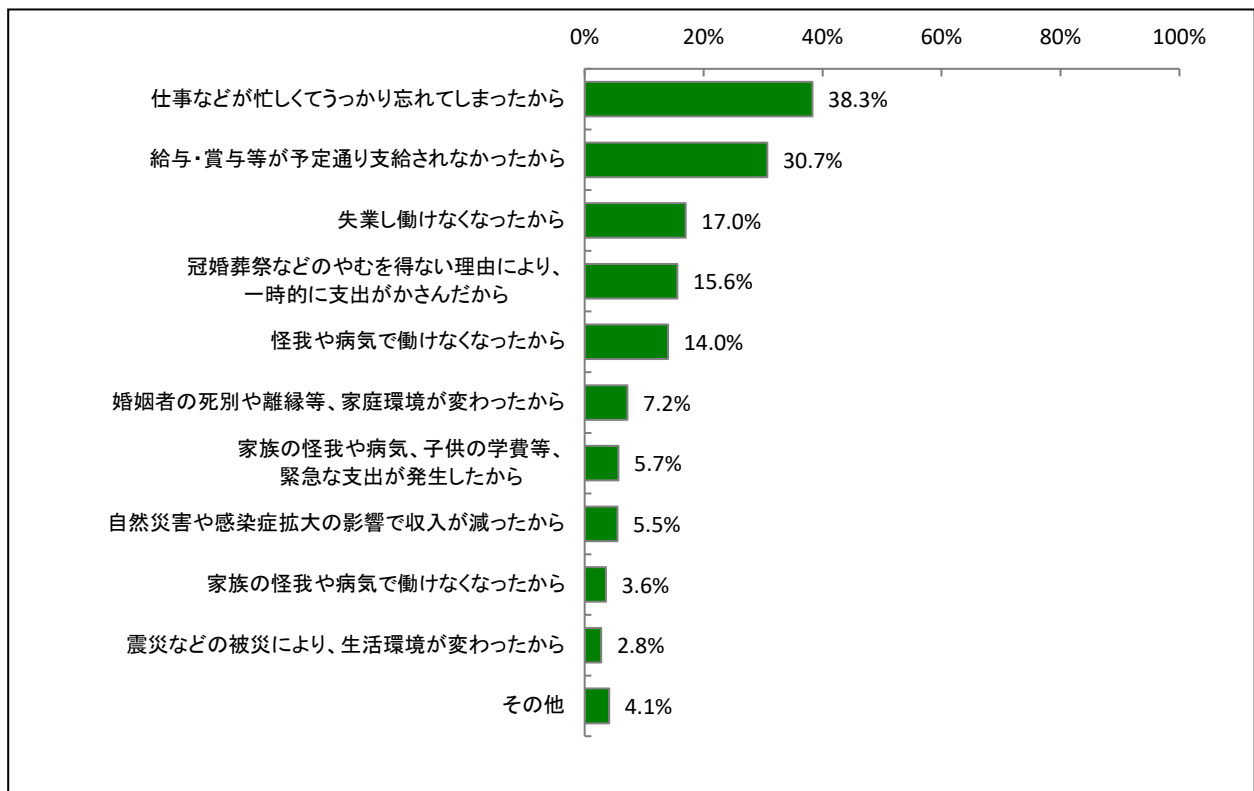
<図表 30:延滞経験の有無 (n=2,000)>



④ 延滞した理由について

- 延滞した理由については、「仕事などが忙しくてうっかり忘れてしまったから」と回答した割合が38.3%と最も高く、次いで「給与・賞与等が予定通り支給されなかったから」が30.7%、「失業し働けなくなったから」が17.0%となった。

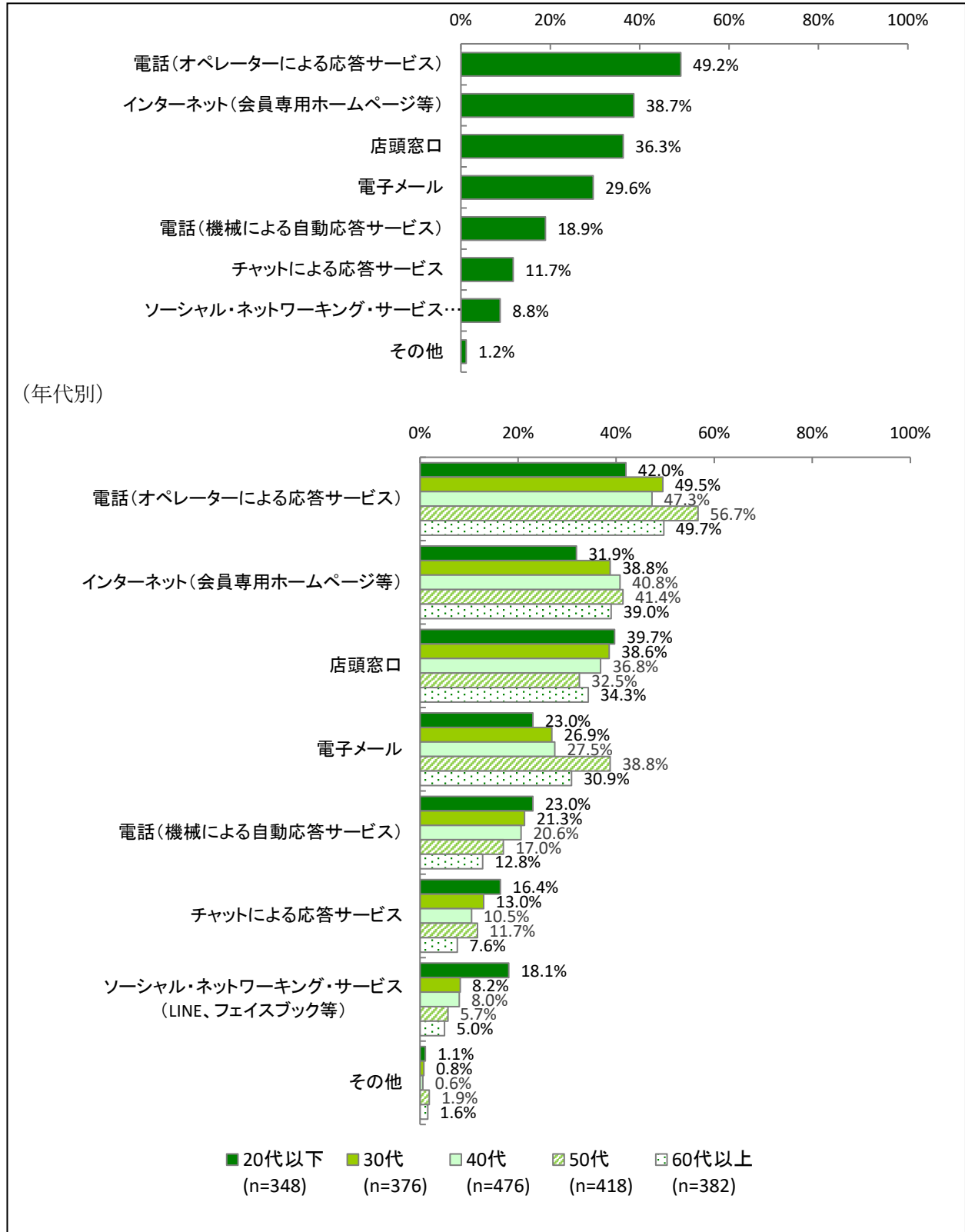
<図表 31:延滞した理由 (複数回答 n=635)>



⑤ 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、「電話(オペレーターによる応答サービス)」が49.2%と最も高く、次いで「インターネット(会員専用ホームページ等)」が38.7%、「店頭窓口」が36.3%と続いている。

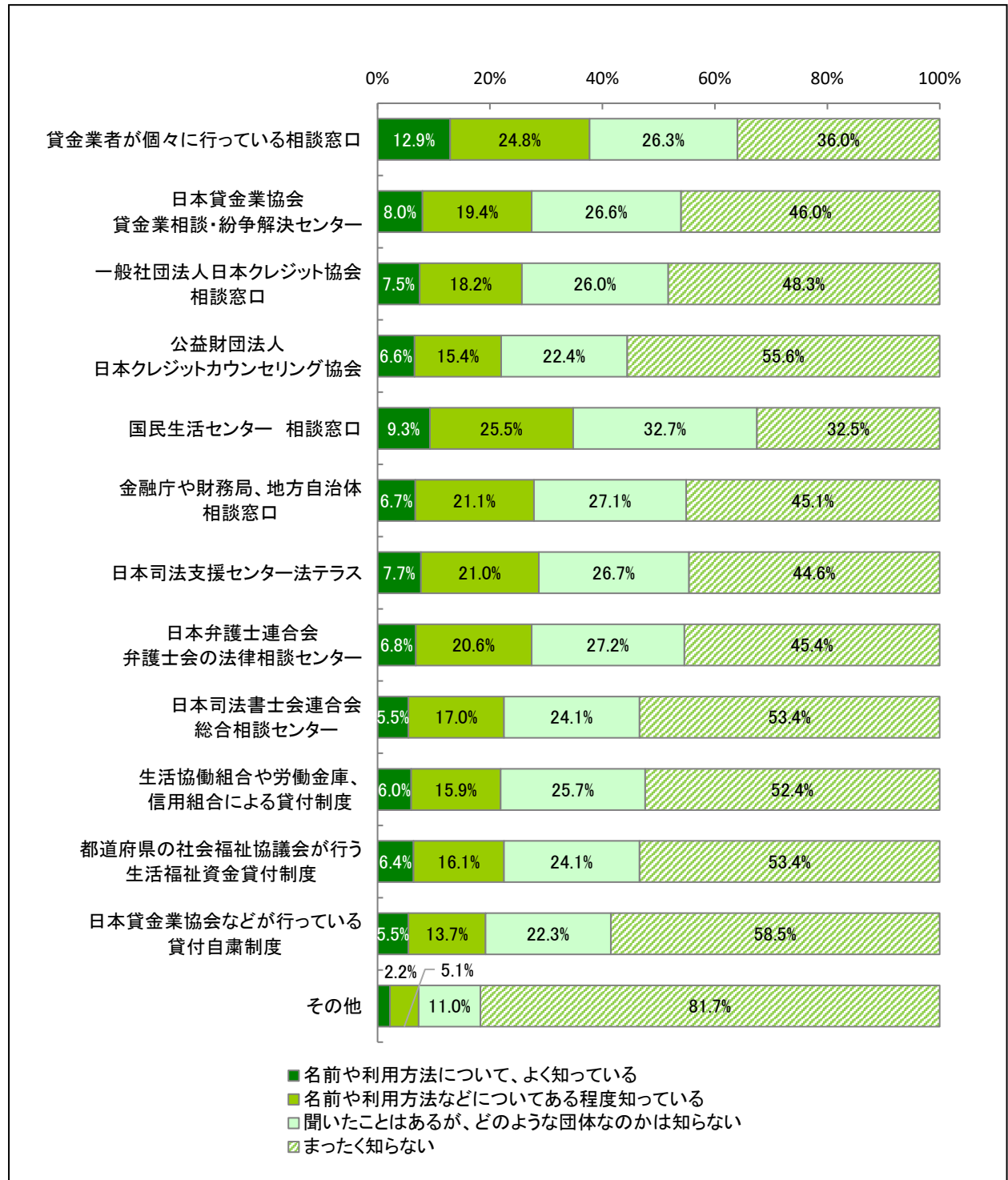
＜図表 32:借入先との連絡方法（複数回答 n=2,000）＞

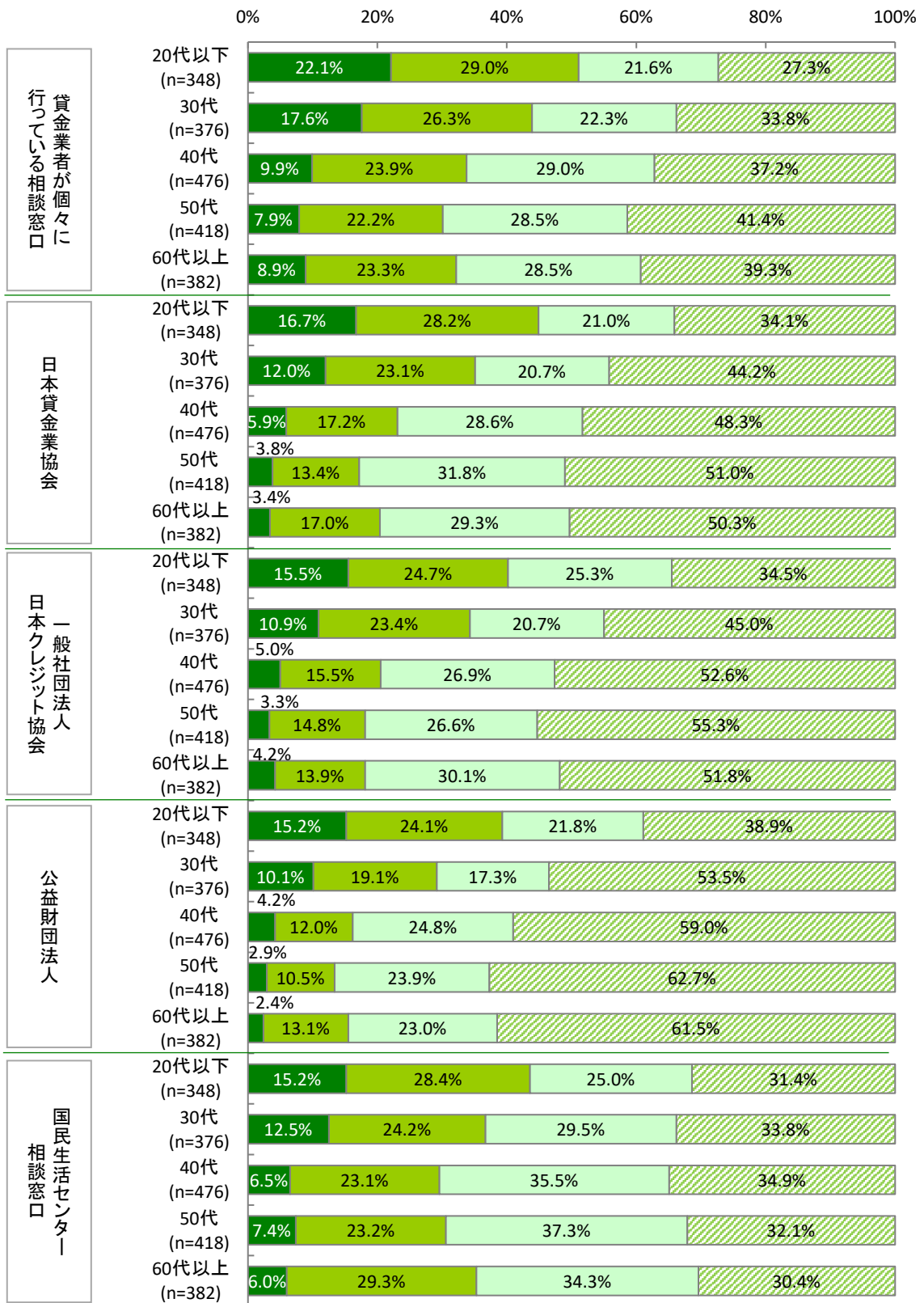


⑥ セーフティネット等の認知度について

- セーフティネット等の認知度について、「名前や利用方法について、よく知っている」、「名前や利用方法などについて、ある程度知っている」と回答した割合の合計をみると、「貸金業者が個々に行っている相談窓口」が37.7%と最も高く、次いで「国民生活センター 相談窓口」が34.8%と続いている。

<図表 33:セーフティネット等の認知度 (n=2000)>





■ 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

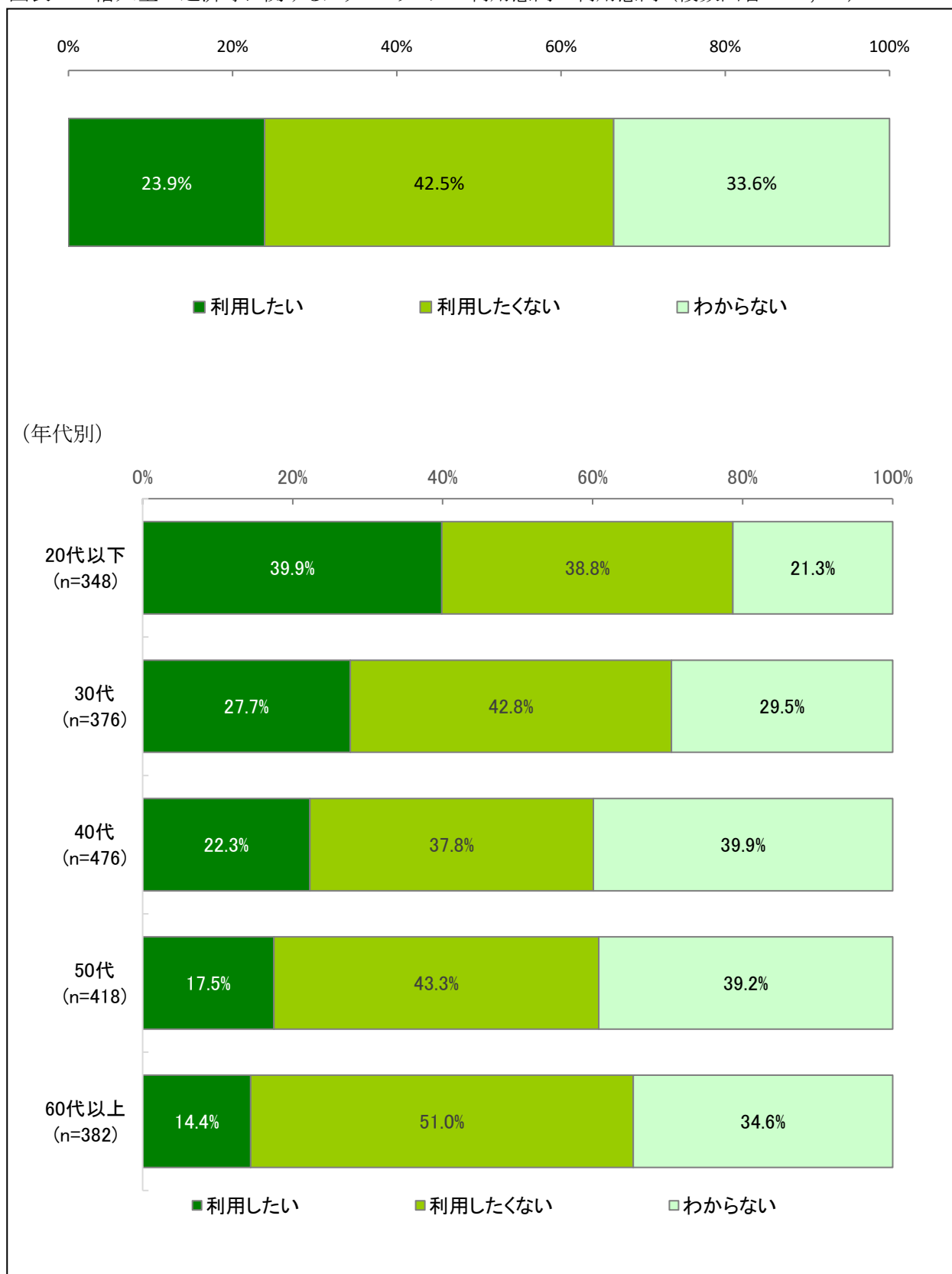
□ 聞いたことはあるが、どのような団体なのかは知らない

▨ まったく知らない

⑦ 借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向について

- 借入経験のある個人に対して、借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向について調査したところ、23.9%が利用したいと回答している。

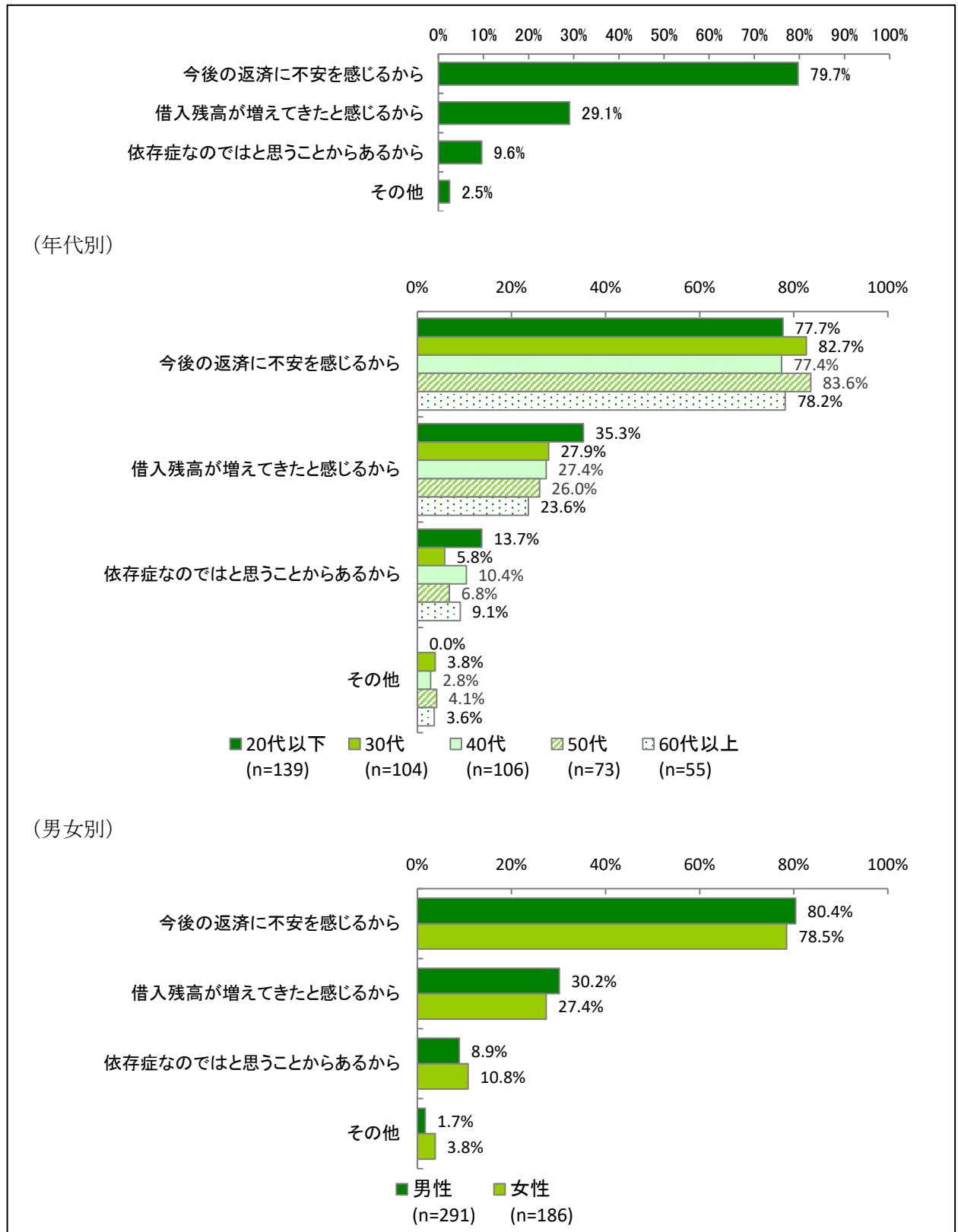
＜図表 34:借入金の返済等に関するカウンセリングの利用意向の利用意向（複数回答 n=2,000）＞



⑧ 借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由について

- 借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由をみると、「今後の返済に不安を感じるから」が79.7%と最も高く、次いで「借入残高が増えてきたと感じるから」が29.1%、「依存症なのではと思うことからあるから」が9.6%となった。

＜図表 35:借入金の返済等に関するカウンセリングを利用したい理由（複数回答 n=477）＞

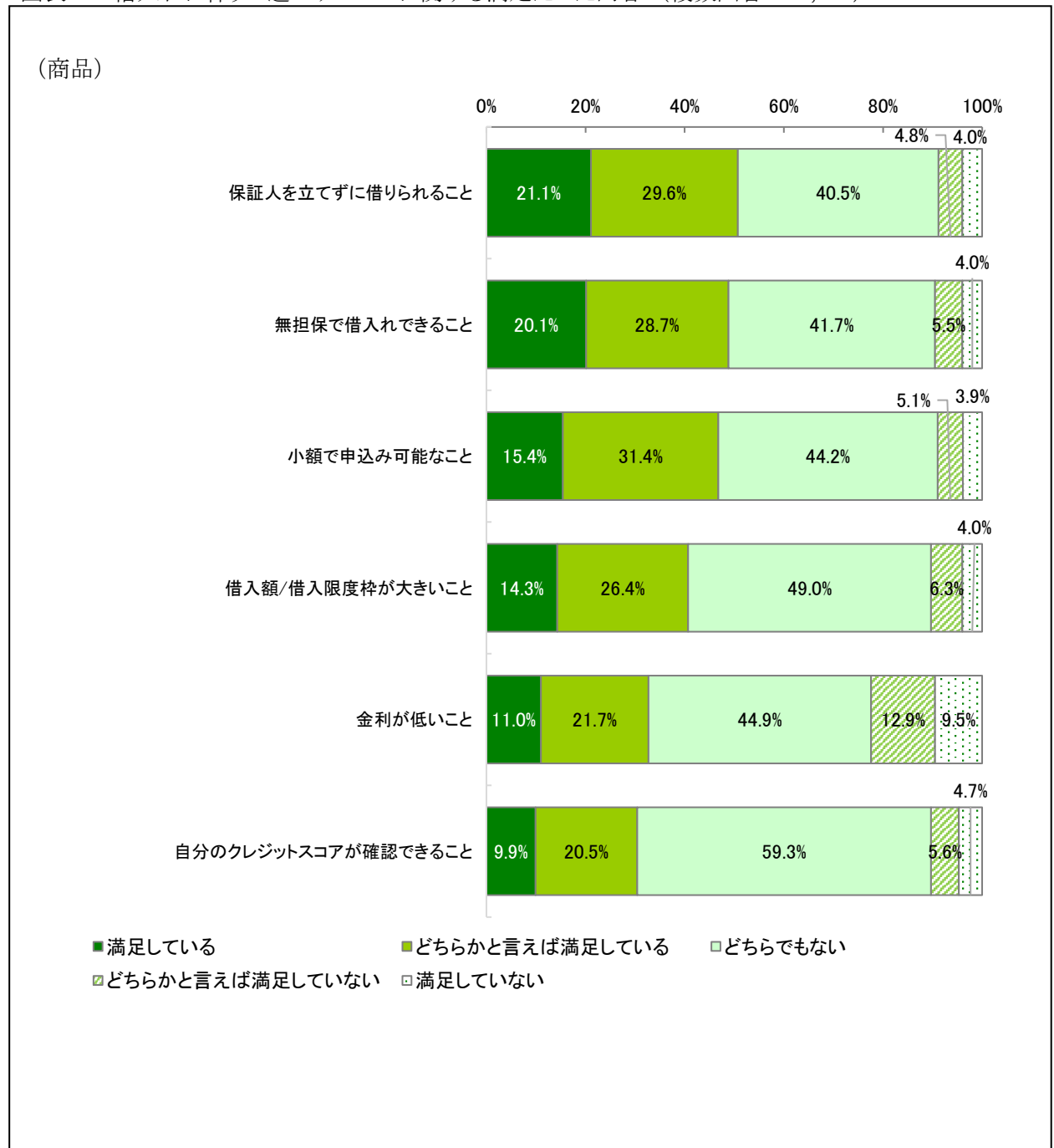


(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について

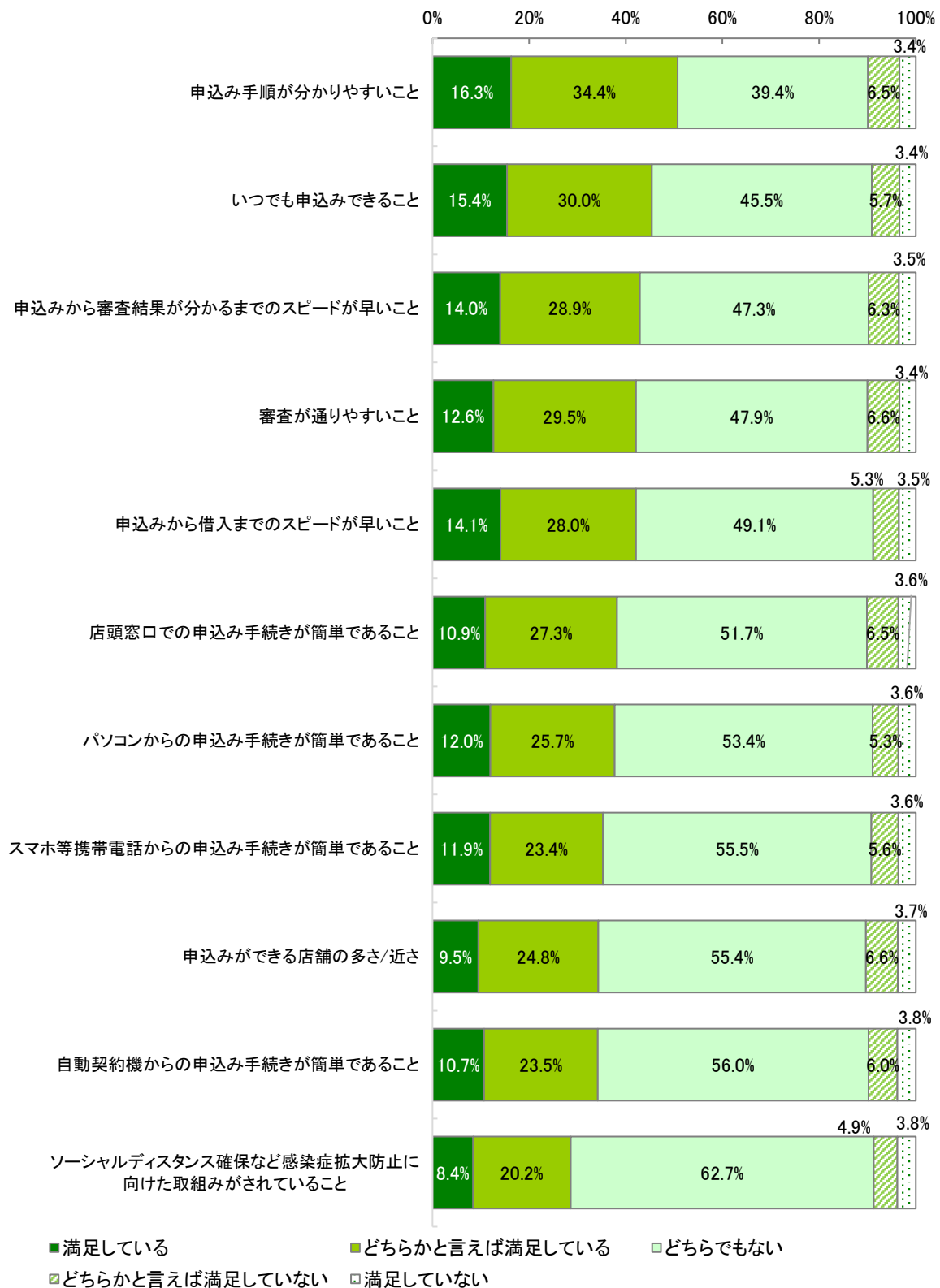
① 貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れに関する満足度について調査したところ、「満足している」、「どちらかと言えば満足している」と回答した割合の合計は、「保証人を立てずに借りられること」が 50.7%と最も高く、次いで「無担保で借入できること」が 48.8%、「小額で申込み可能なこと」が 46.8%となった。

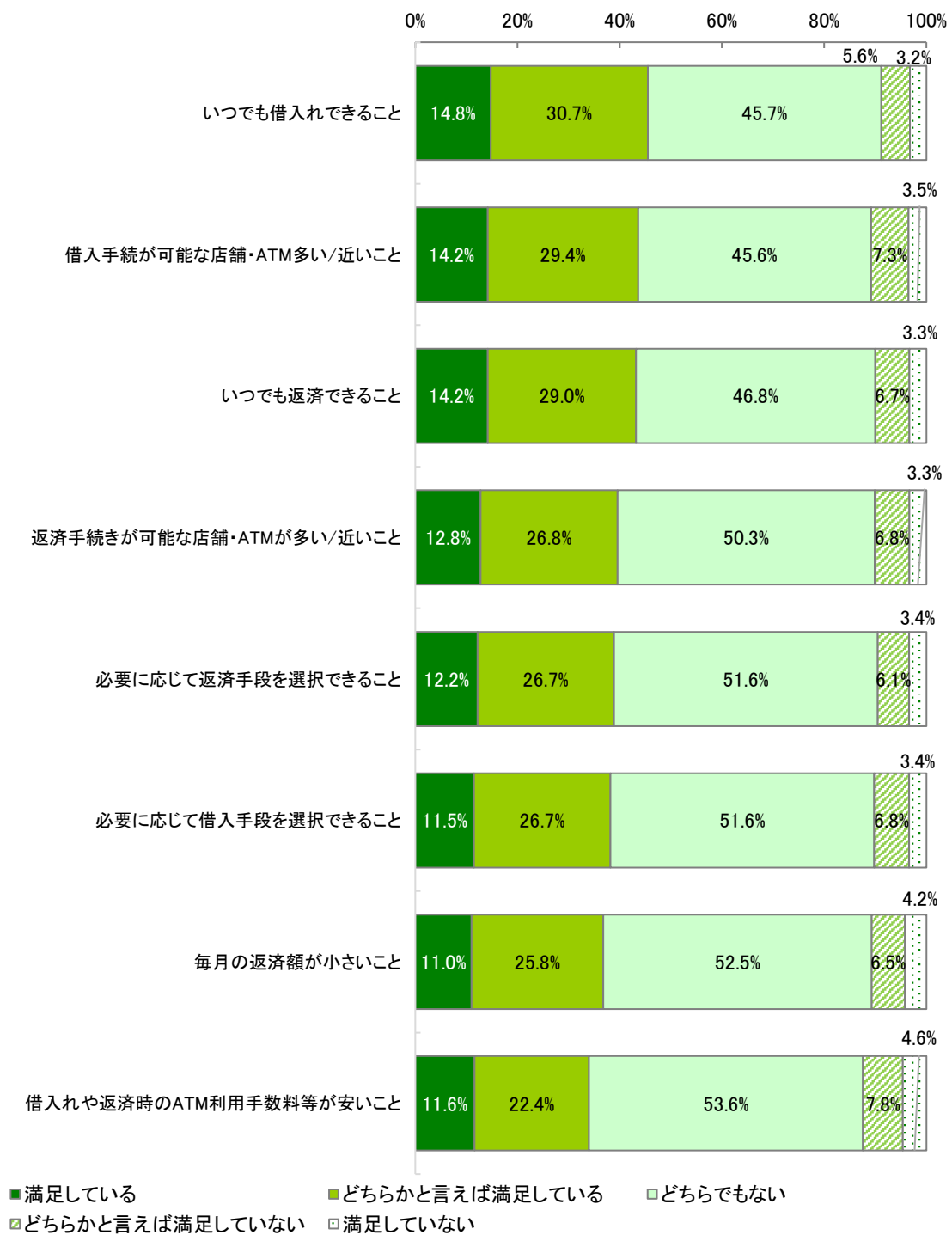
<図表 36:借入れに伴う一連のサービスに関する満足だった内容（複数回答 n=2,000）>



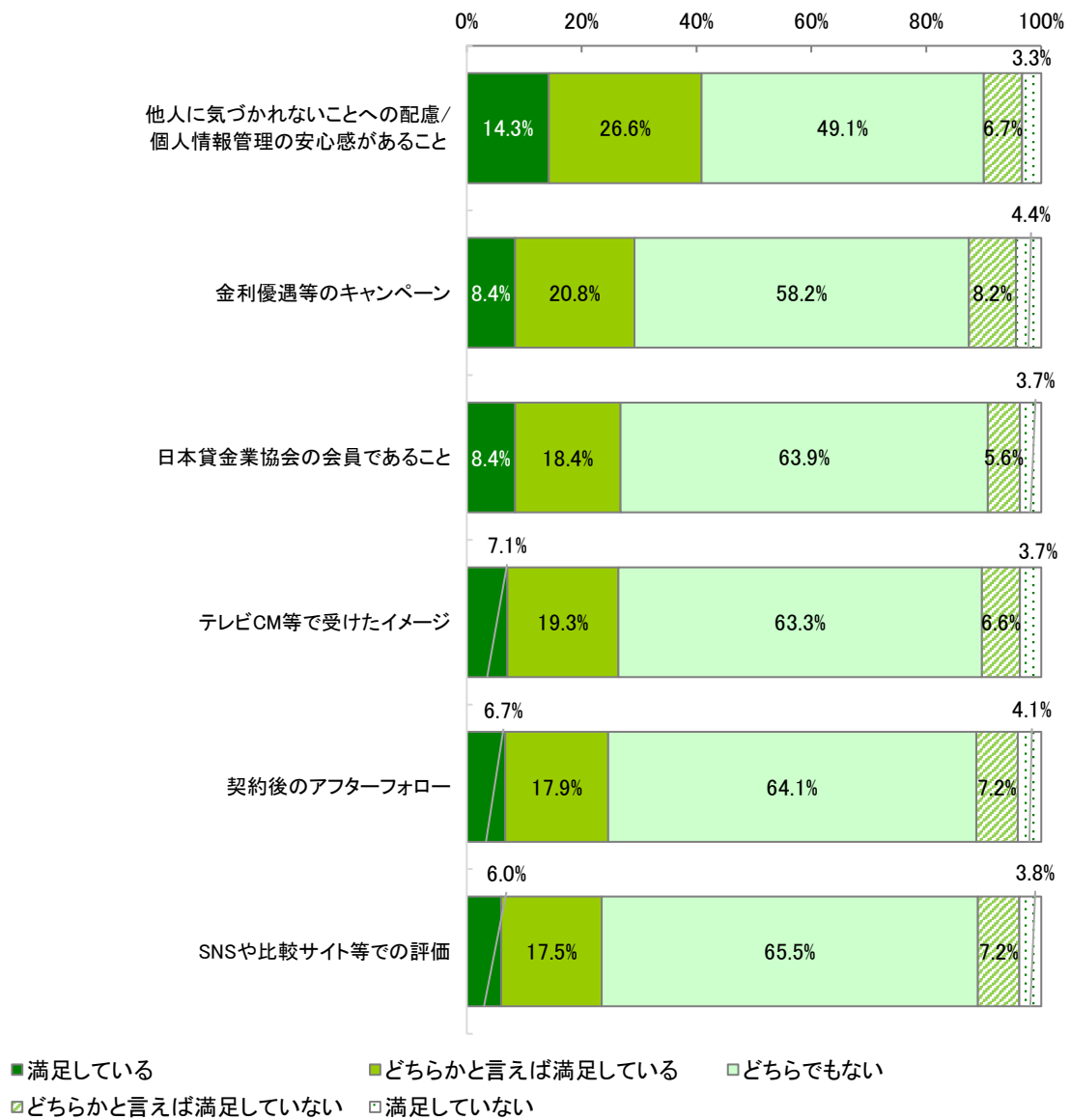
(申込み)



(借入・返済)



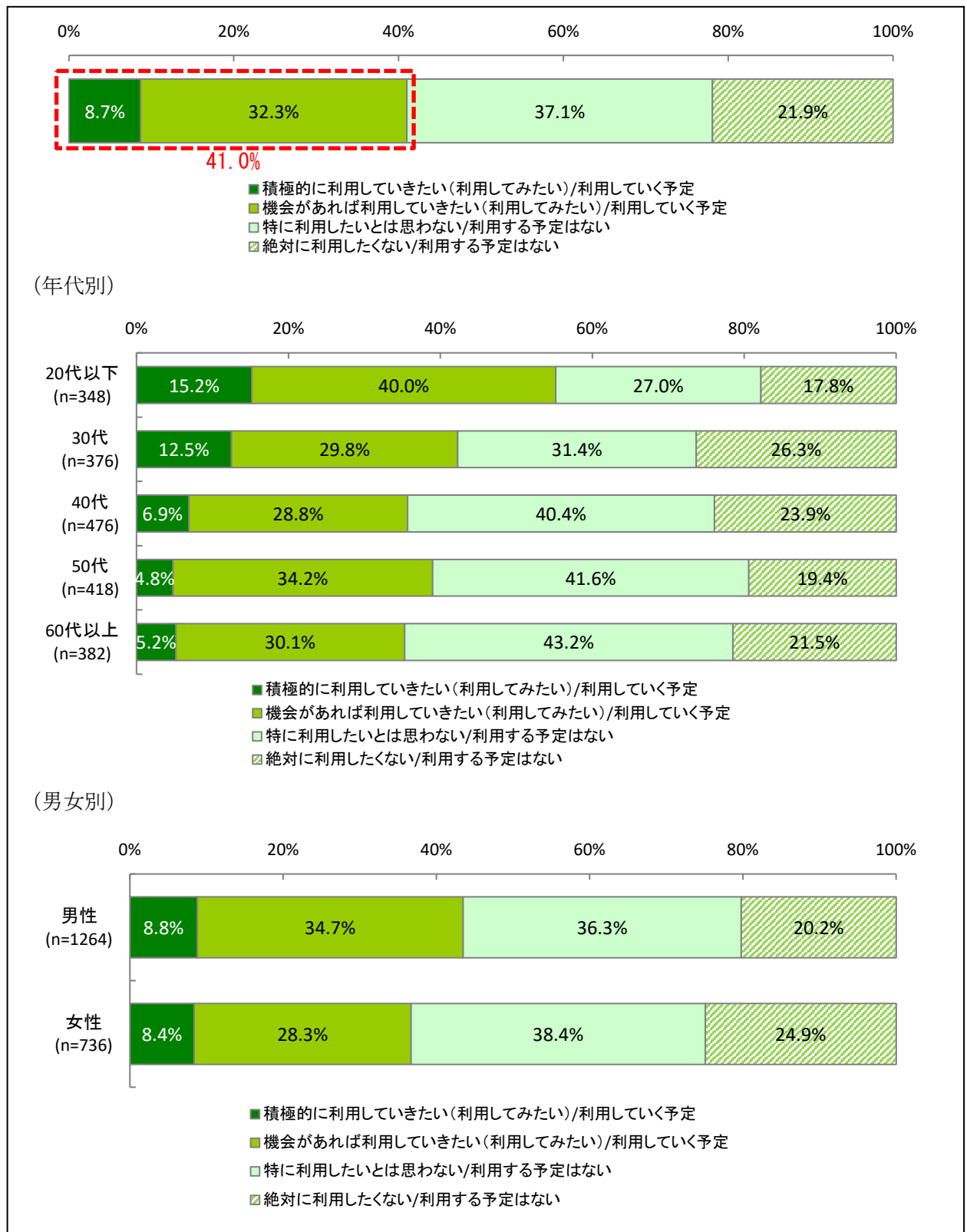
(その他)



② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向

- 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向について、「積極的に利用していきたい(利用してみたい)/利用していく予定」、「機会があれば利用していきたい(利用してみたい)/利用していく予定」と回答した割合の合計は 41.0%となった。
- 年代別にみると、特に「20 代以下」で利用していきたい(利用してみたい)/利用していく予定と回答した割合が高い結果となっている。

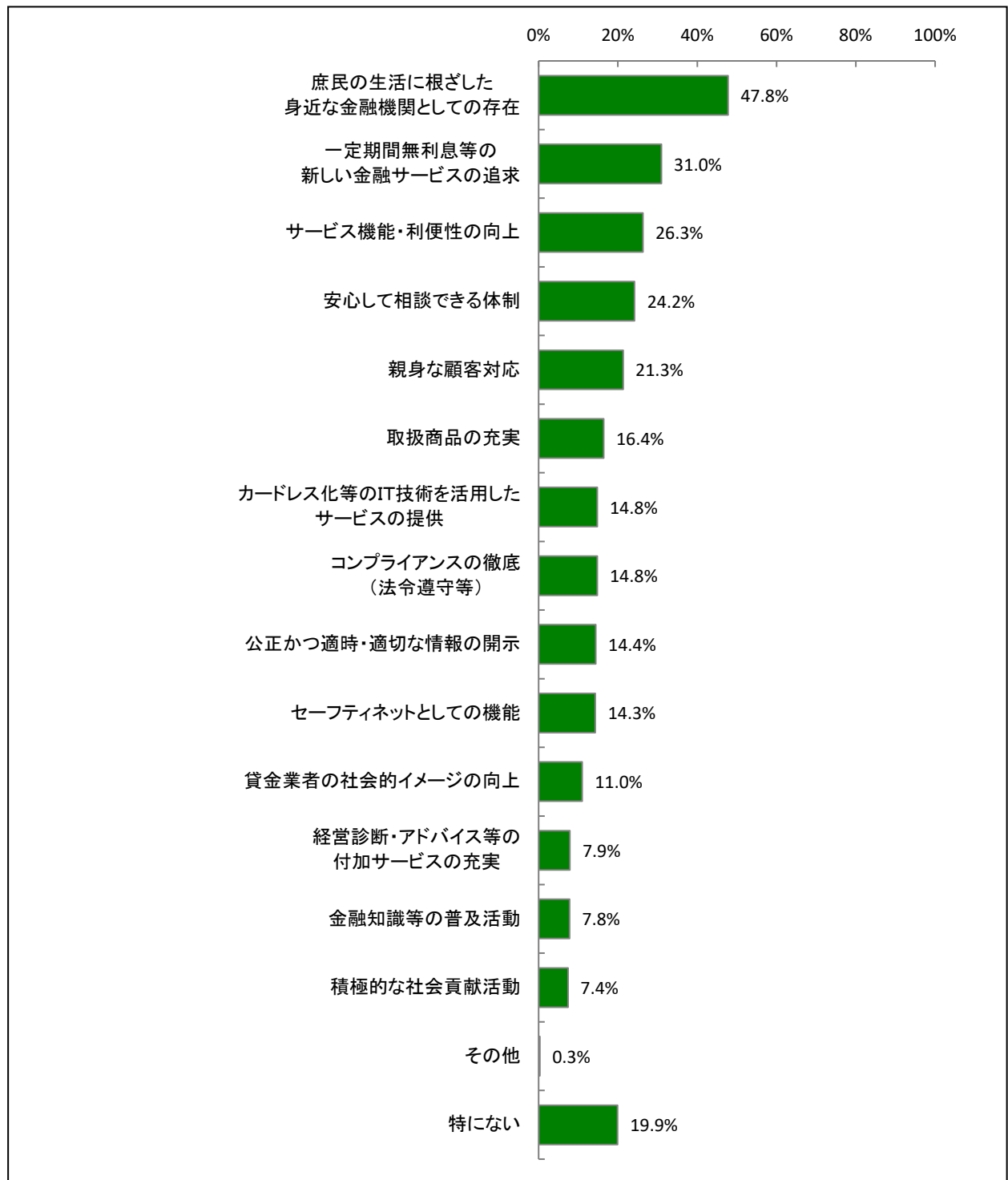
＜図表 37:貸金業者からの借入れについての今後の利用意向（複数回答 n=2000）＞



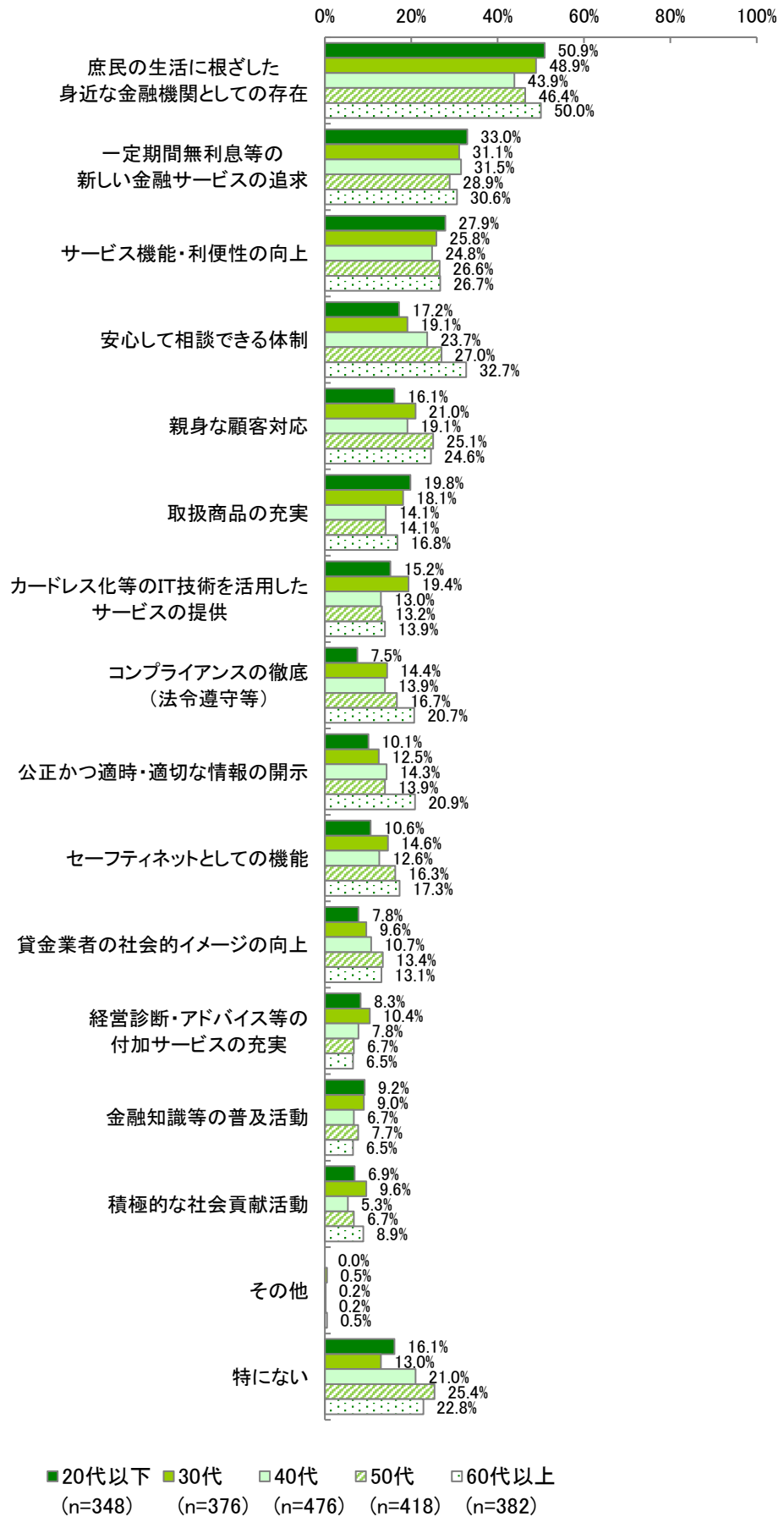
③ 貸金業者に対して望んでいるサービスや役割について

- 貸金業者に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47.8%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及」が31.0%、「サービス機能・利便性の向上」が26.3%となった。一方、貸金業者の業態や事業規模に応じて、それぞれ望んでいる内容に違いが生じている結果となっている。

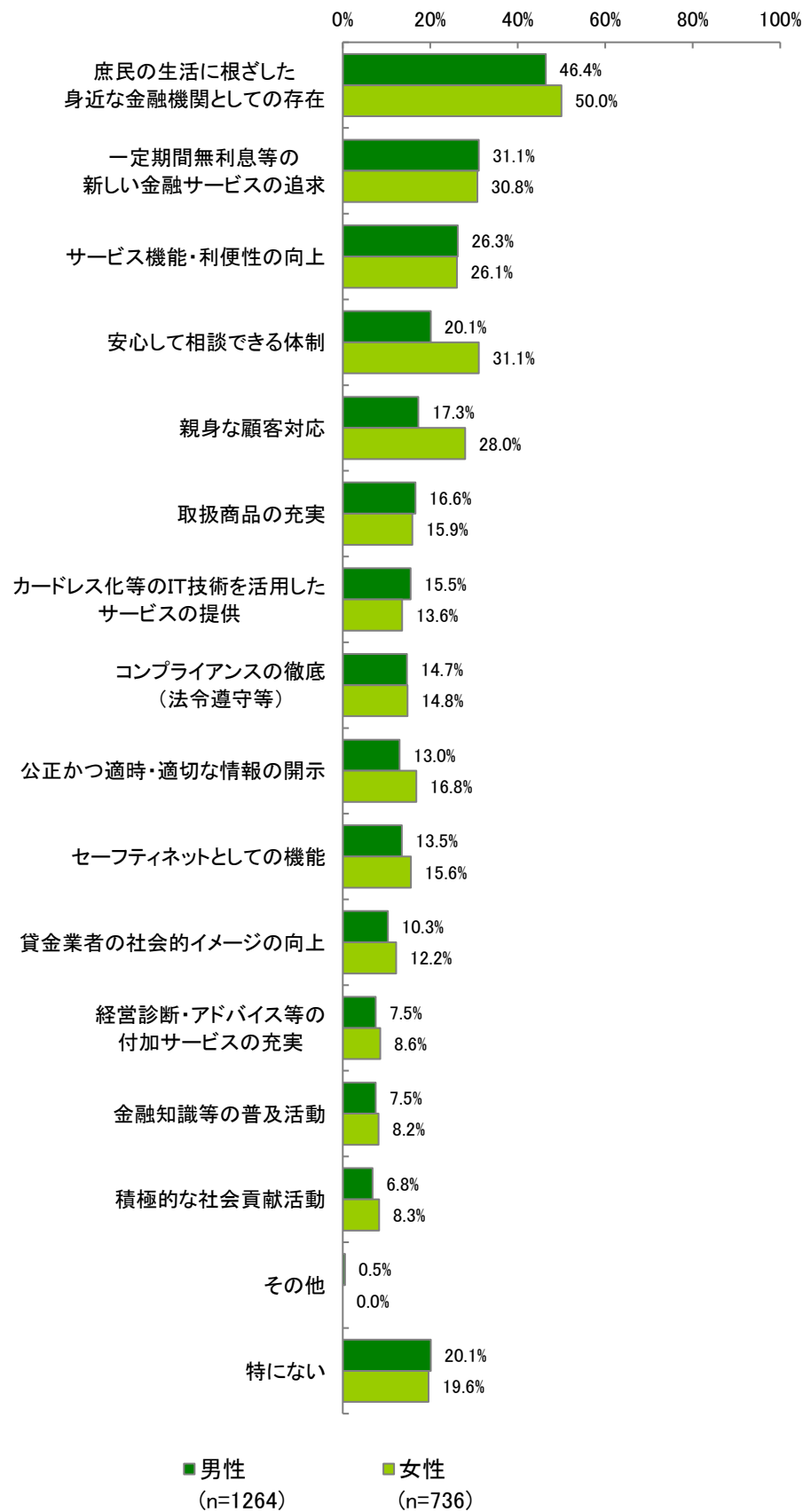
＜図表 38:貸金業者に望むこと（複数回答 n=2,000）＞



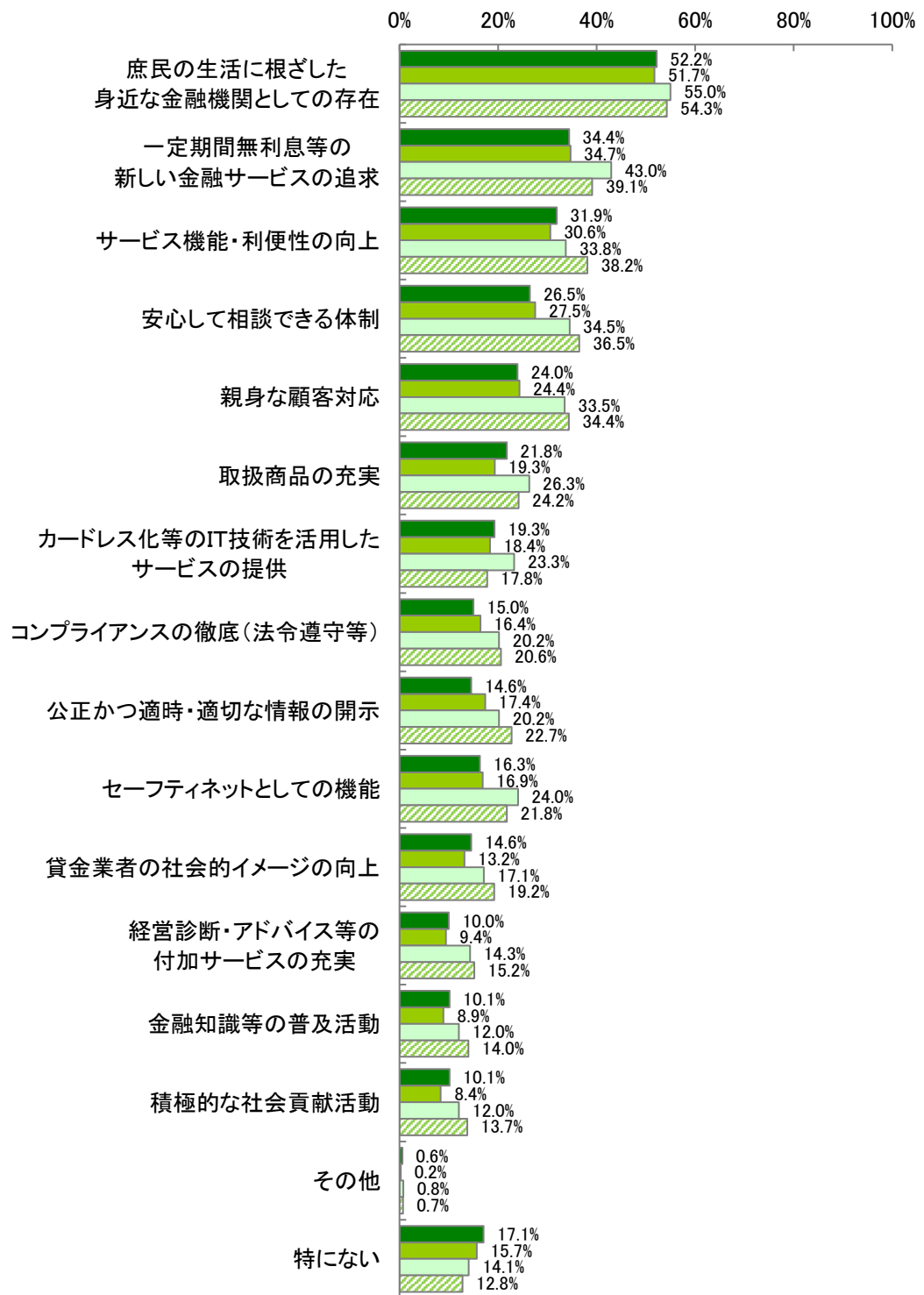
(年代別)



(男女別)



(借入先として検討した先別)



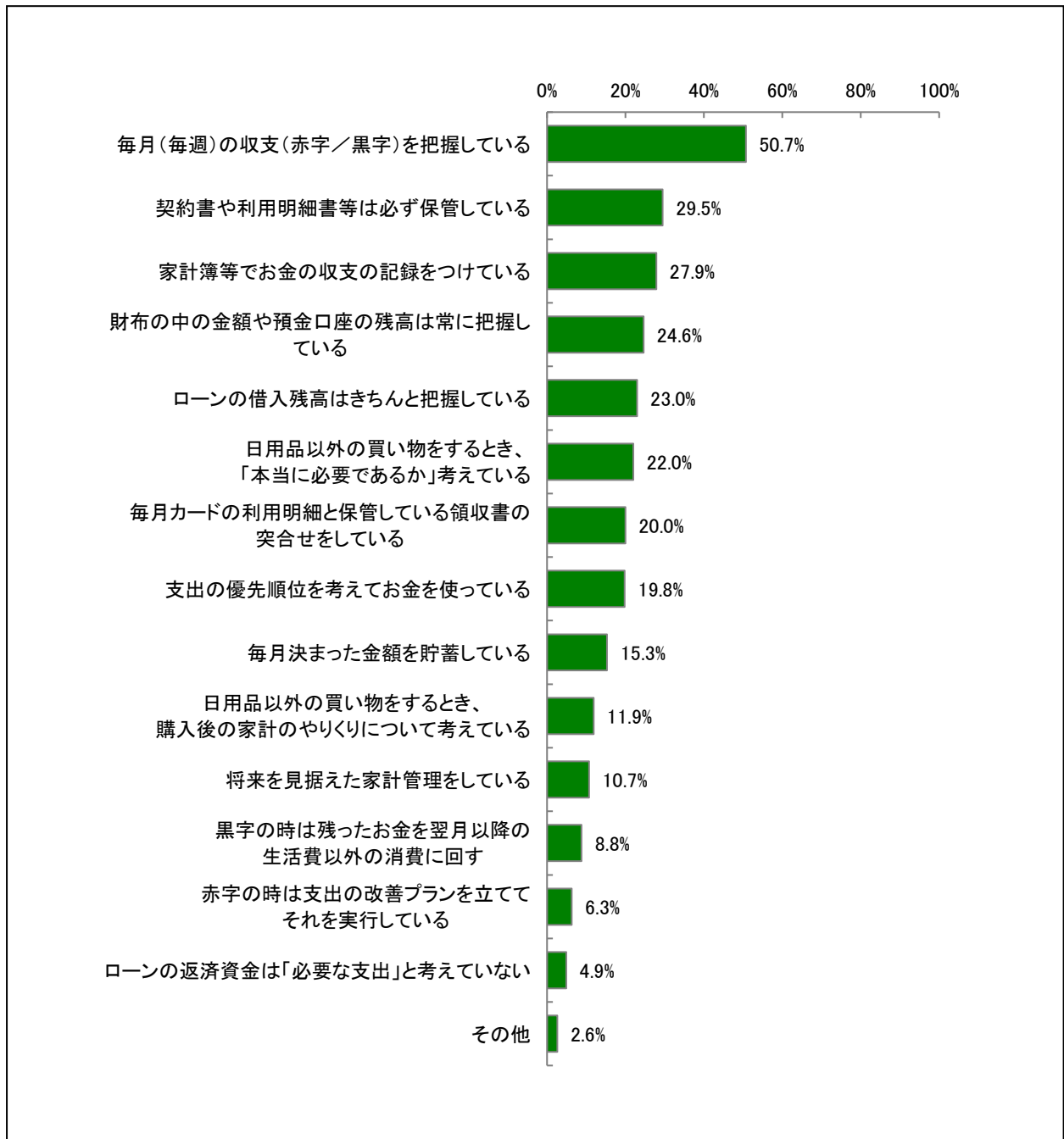
- 貸金業者(消費者金融会社)(n=680)
- 貸金業者(クレジットカード・信販会社)(n=1231)
- 預金取扱金融機関(都市銀行)(n=391)
- ▨ 預金取扱金融機関(地方銀行)(n=422)

(5) 資金需要者等の借入れに関する知識・スキル(金融リテラシー)

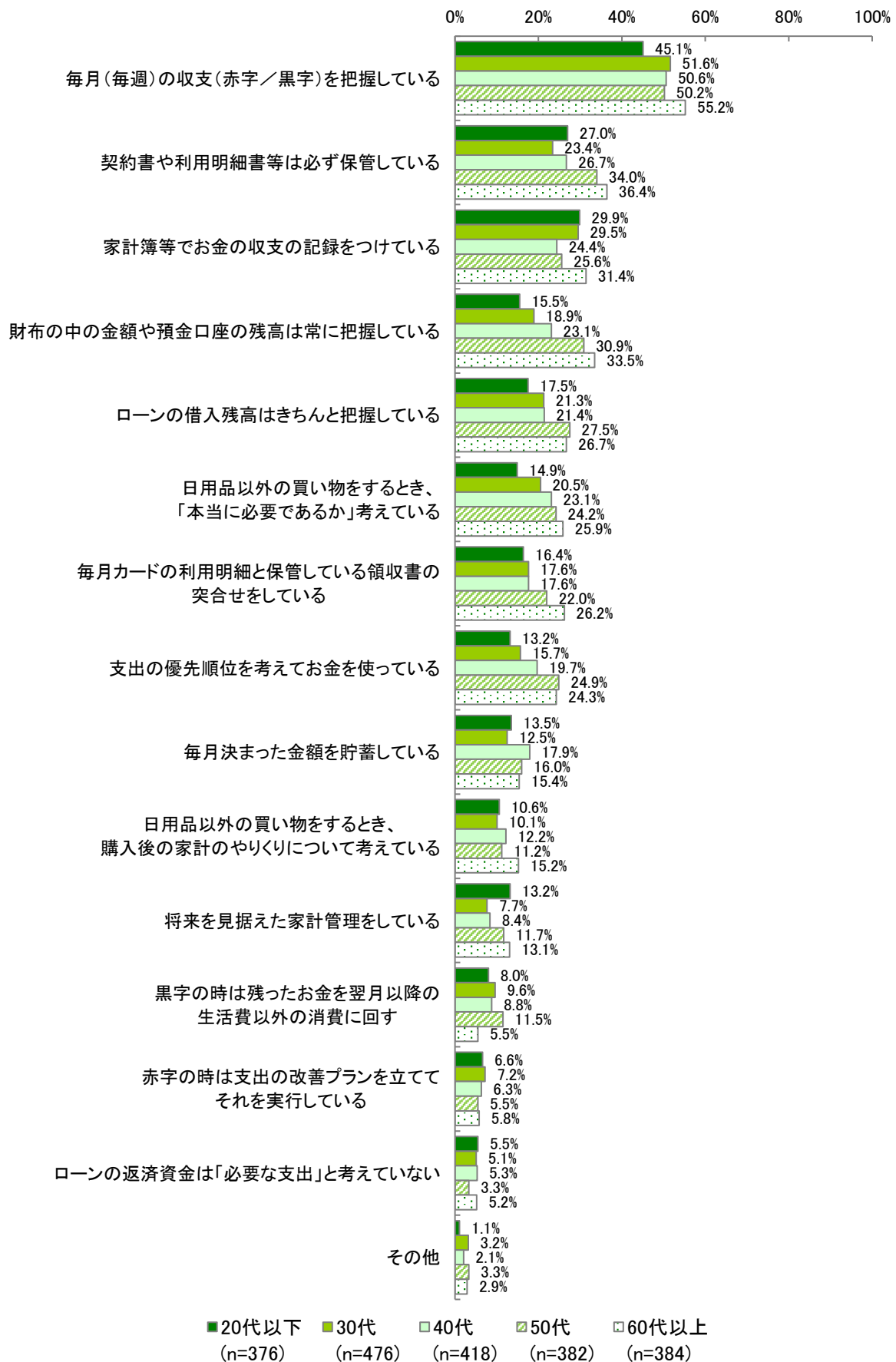
① 現在行っている家計管理について

- 借入経験のある個人に対して、家計における適切な収支管理(赤字解消や黒字確保等)のために習慣化しているものについて調査したところ、「毎月(毎週)の収支を把握している」が 50.7%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 29.5%となった。

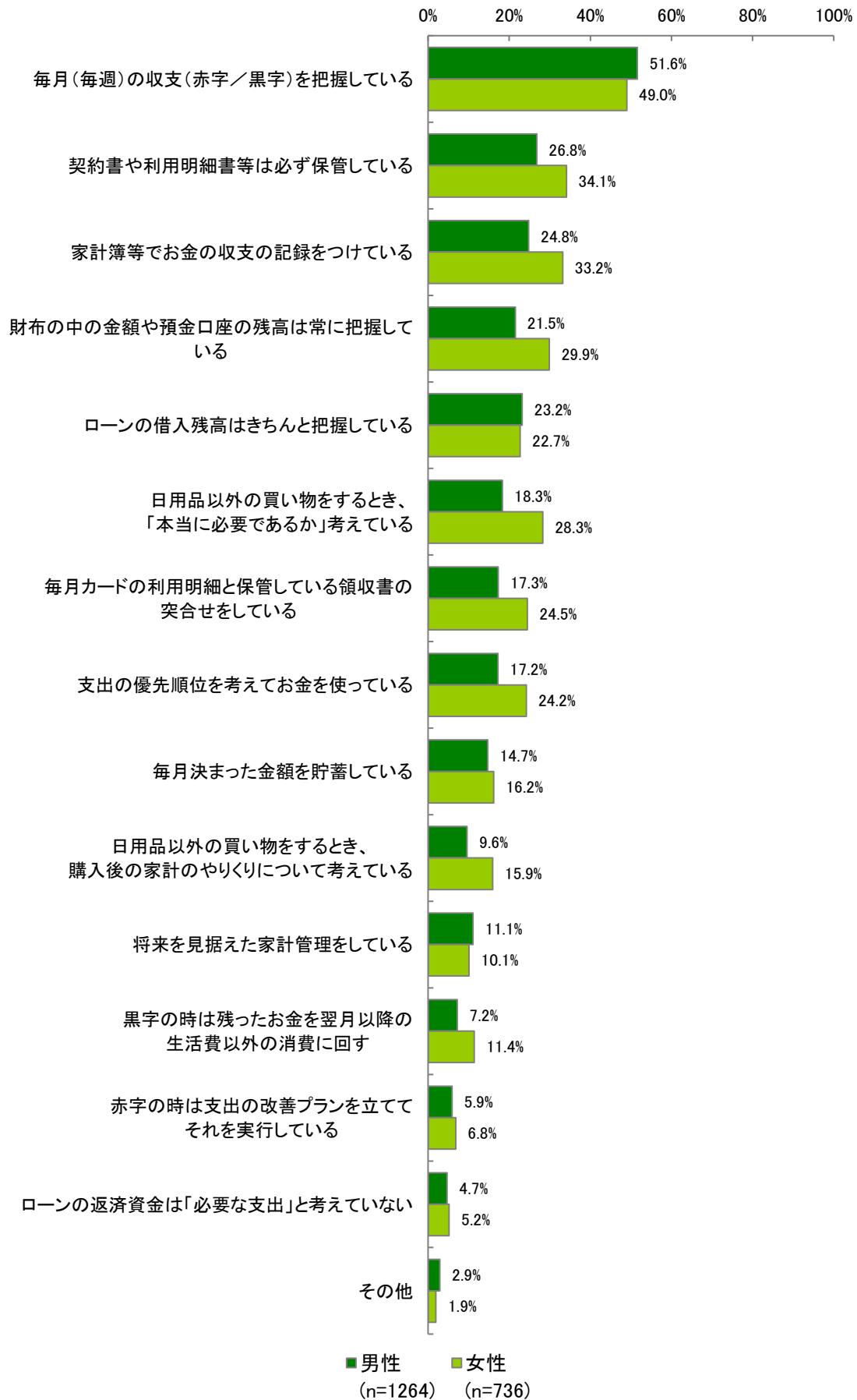
<図表 39:家計管理の状況(複数回答 n=2,000)>



(年代別)



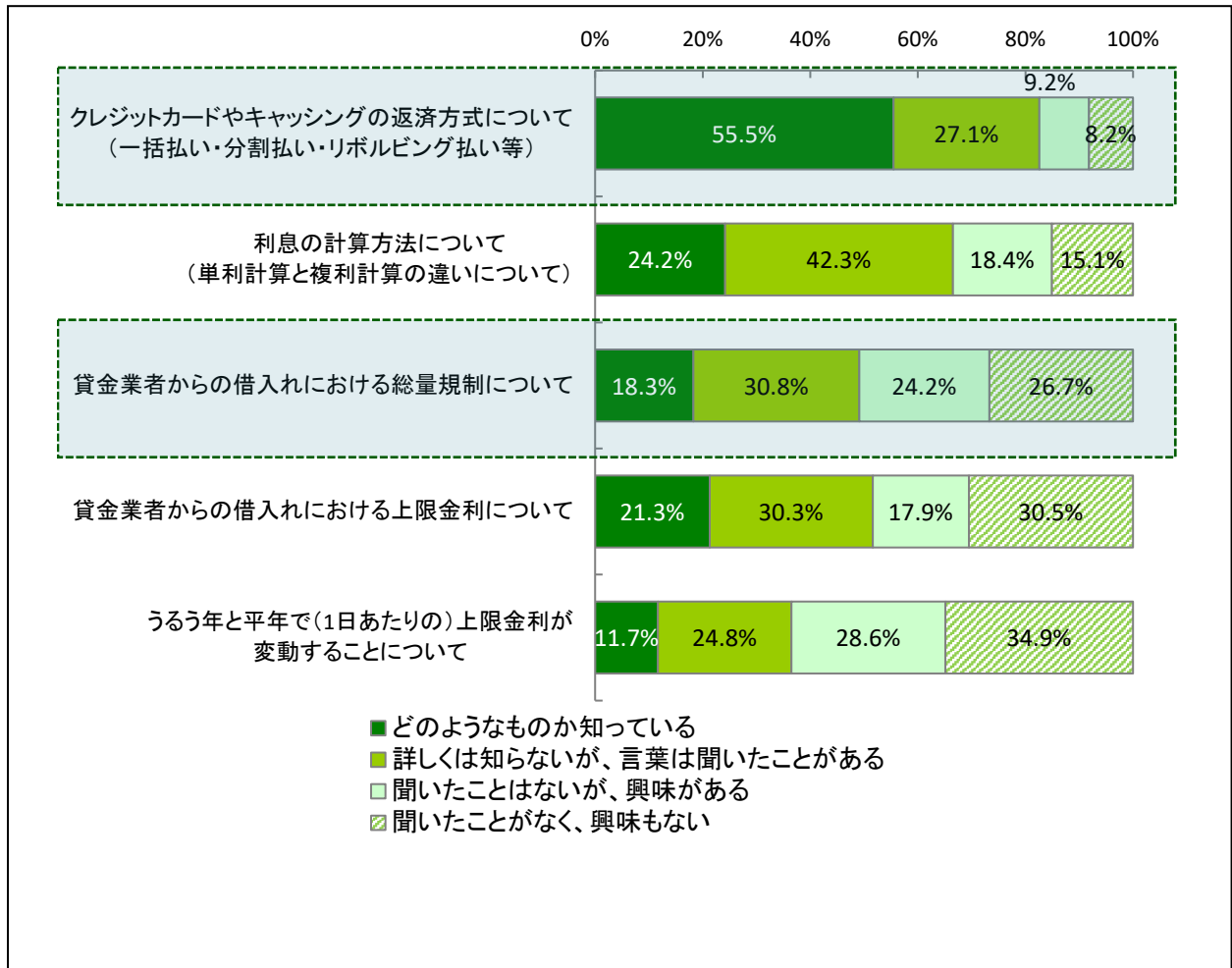
(男女別)



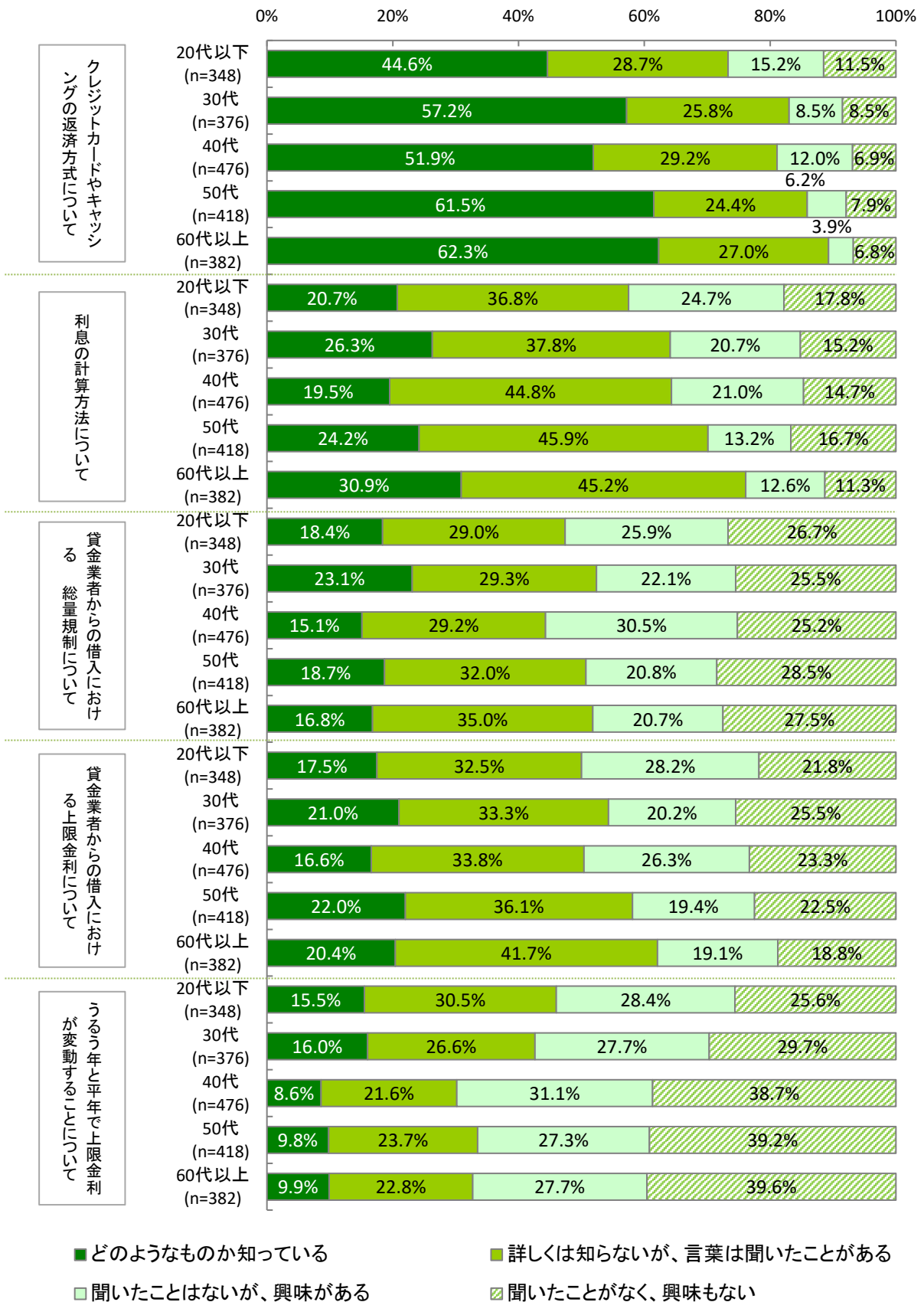
② 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度

- 貸金業者からの借入れに関する制度や仕組みの知識・理解度については、「クレジットカードやキャッシングの返済方法」では、55.5%がどのようなものか知っていると回答している。一方、「貸金業者からの借入れにおける総量規制について」では、どのようなものか知っている割合は18.3%にとどまる結果となっている。

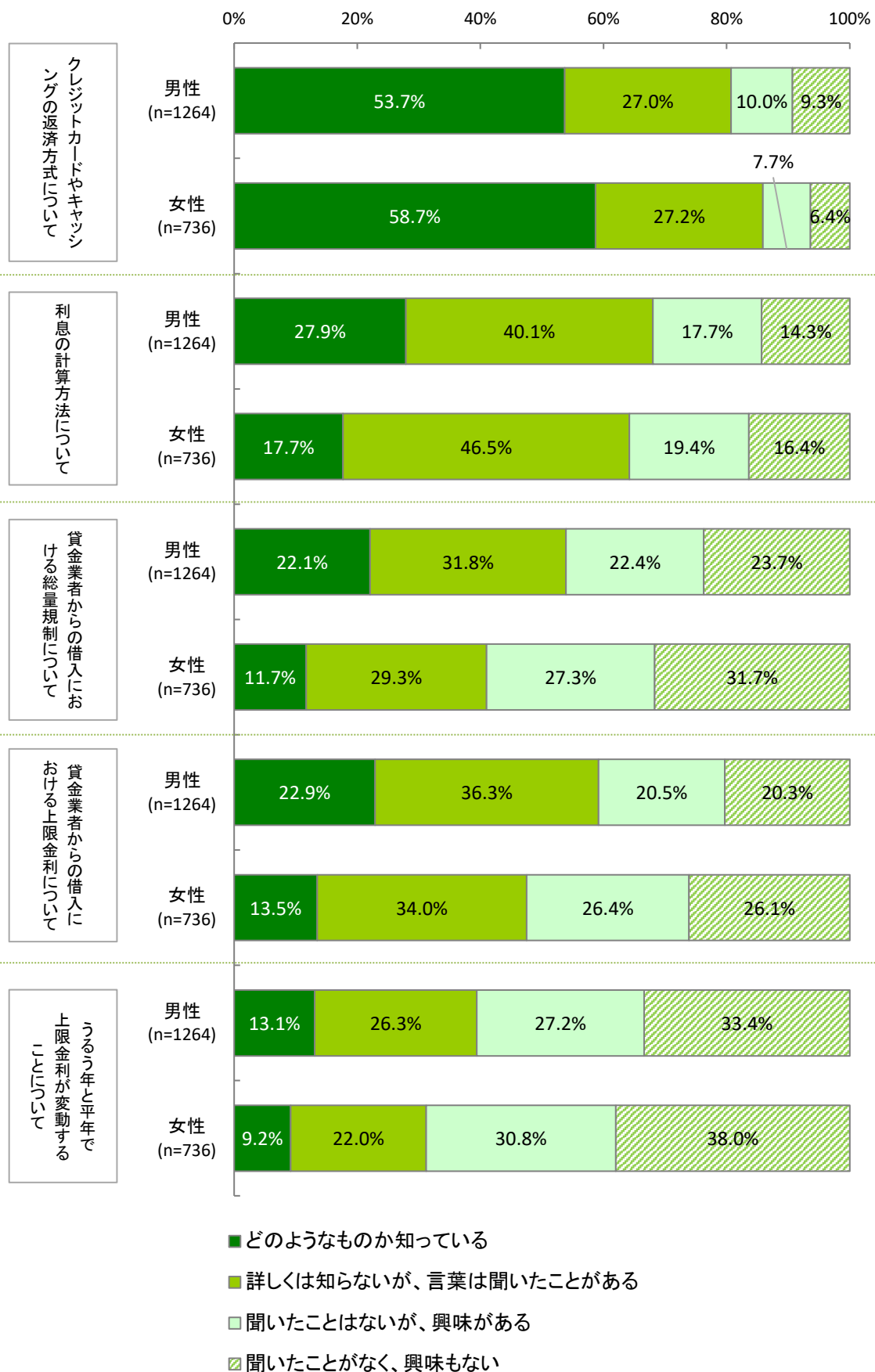
＜図表 40: 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度 (n=2,000)＞



(年代別)



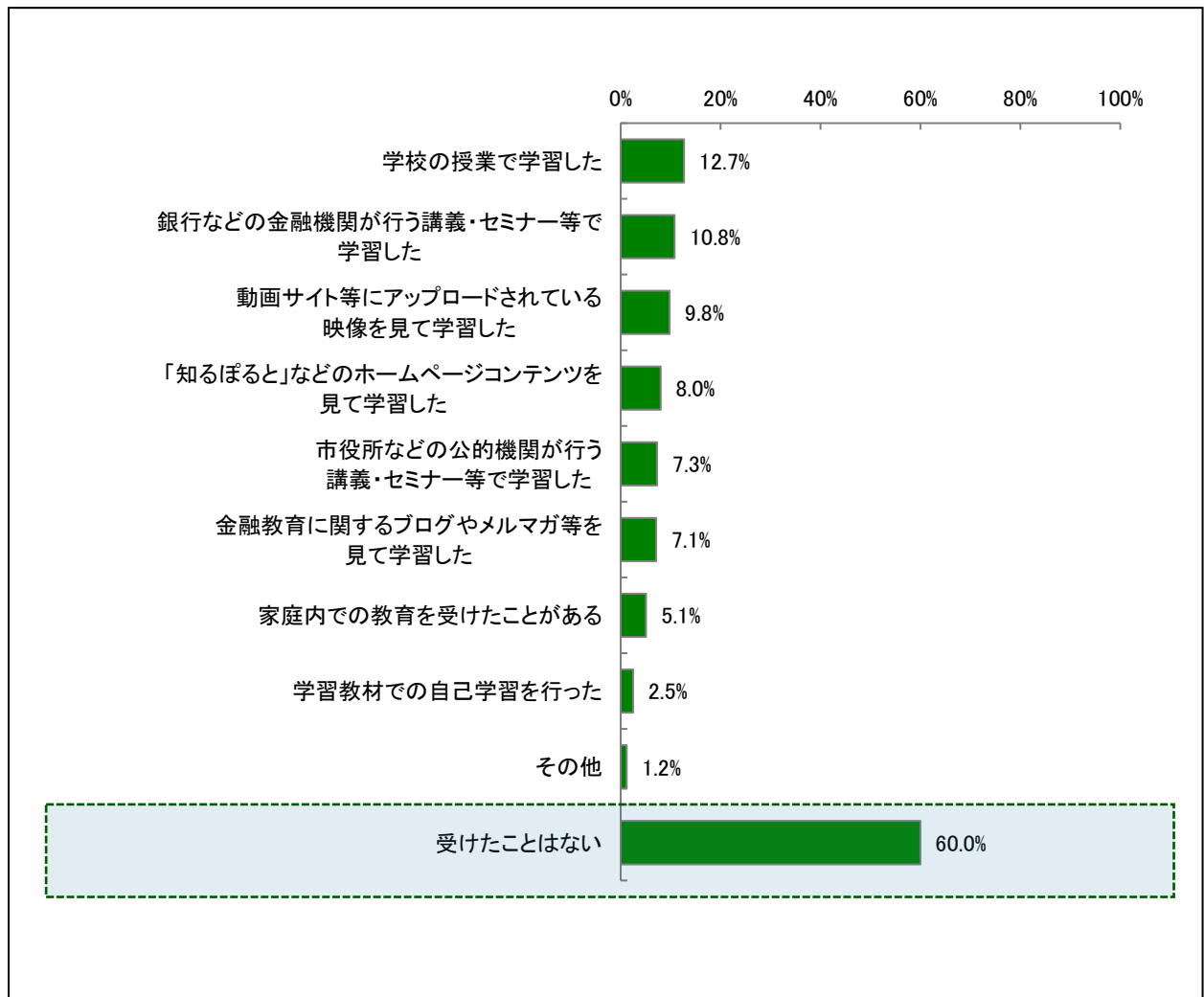
(男女別)



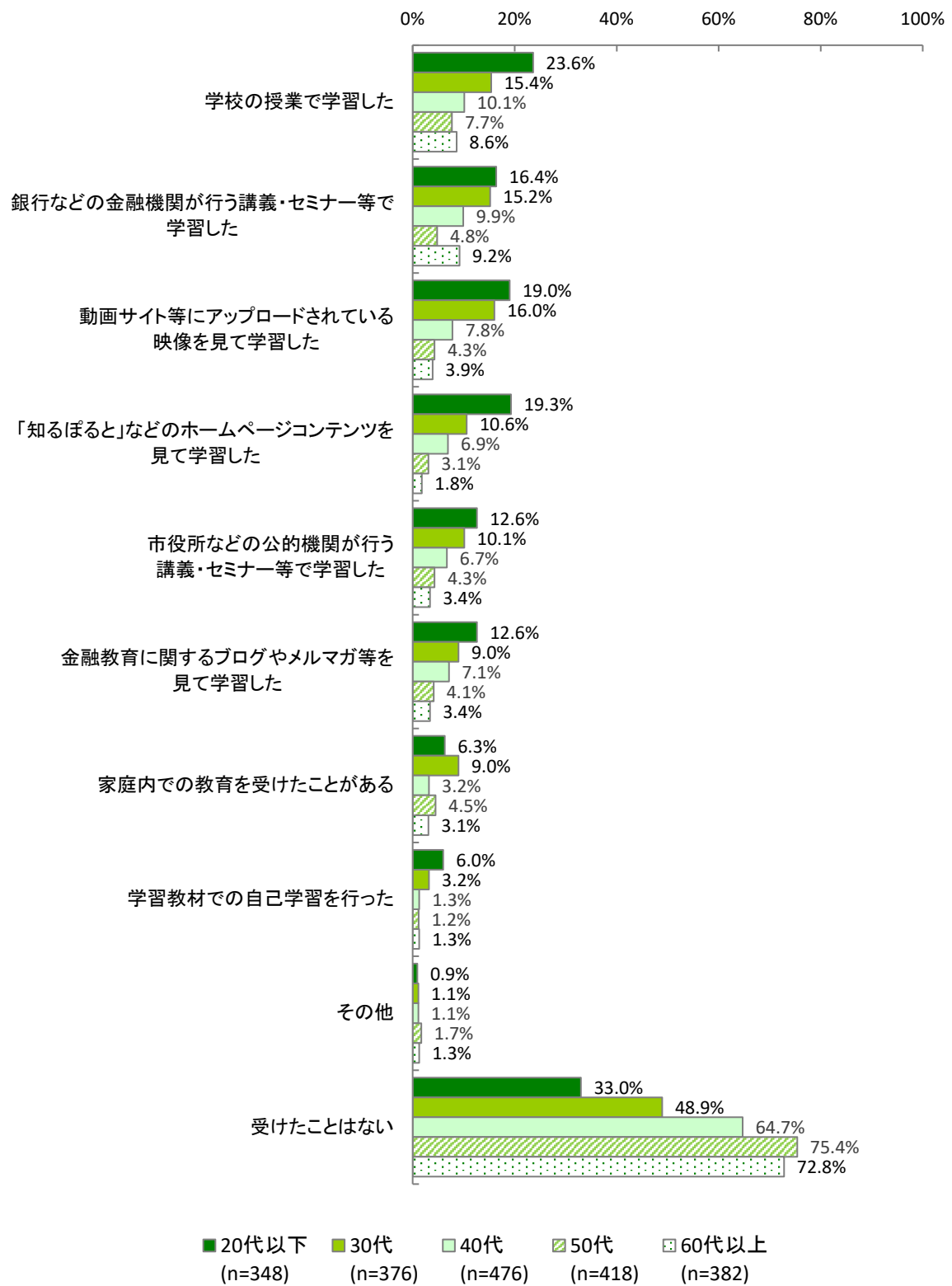
③ 金銭教育受講の有無について

- 借入経験のある個人に対して、金銭教育受講の有無について調査したところ、60.0%が受けたことがないと回答している。

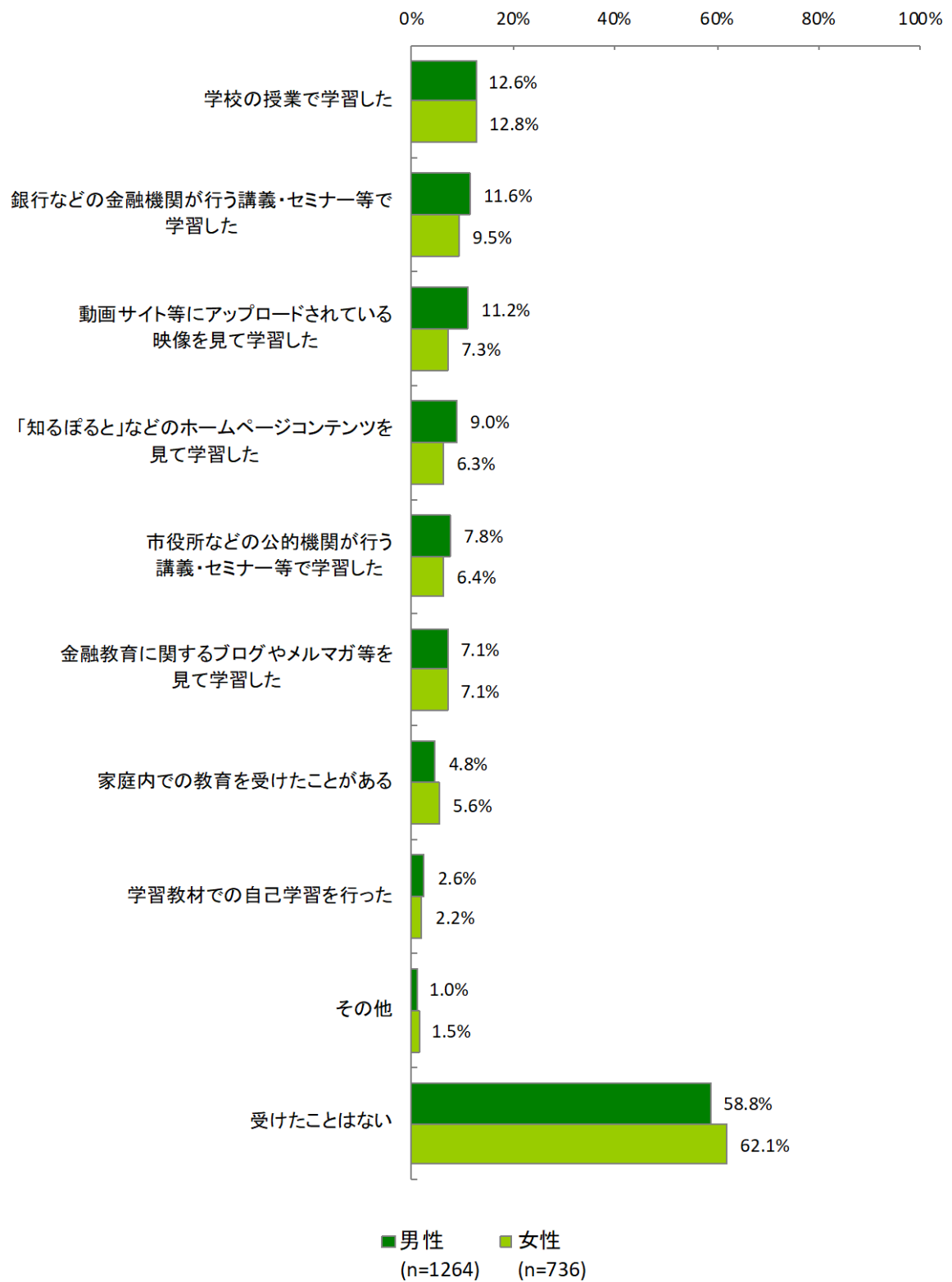
＜図表 41:金銭教育受講の有無（複数回答 n=2,000）＞



(年代別)



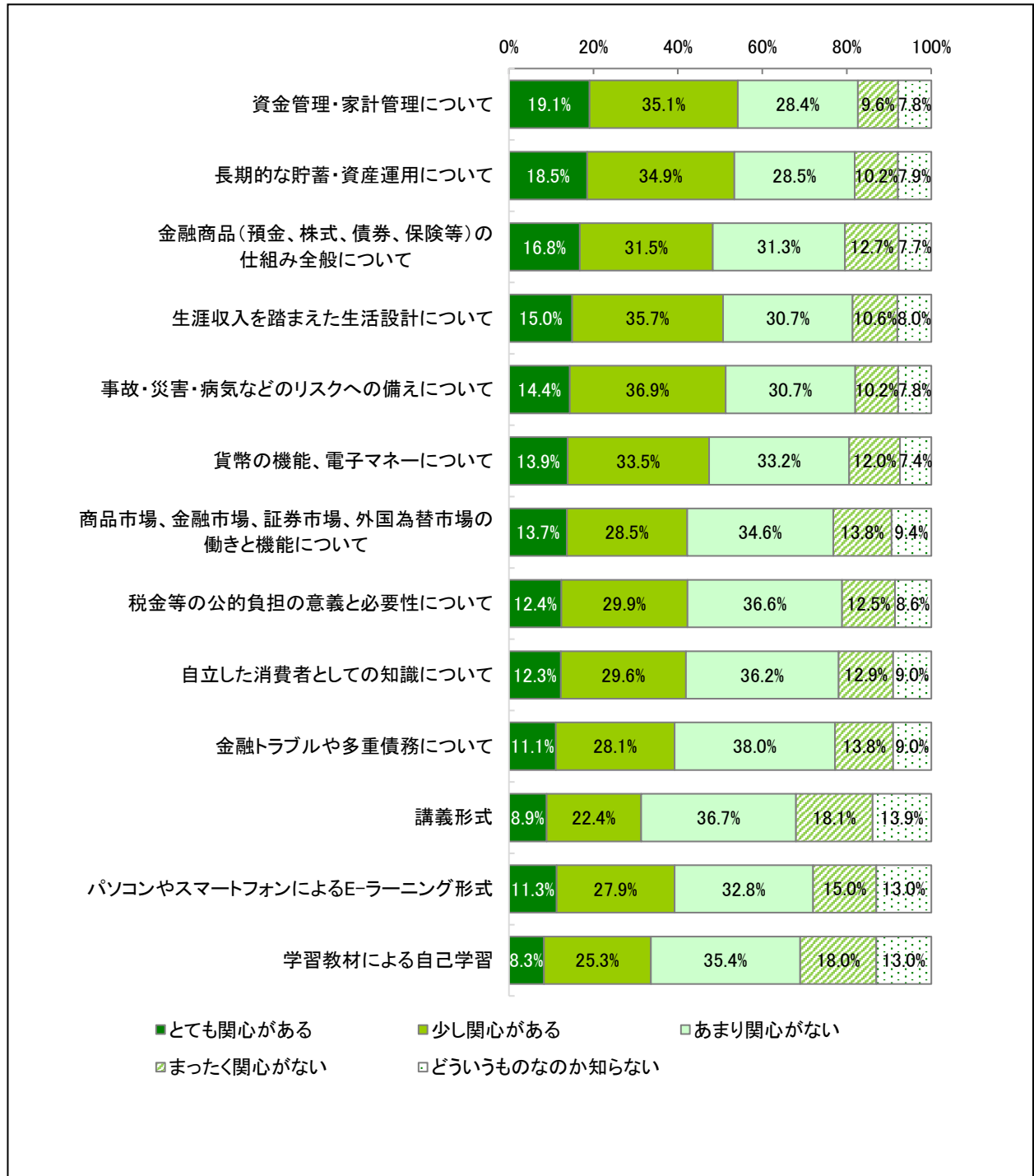
(男女別)



④ 金銭教育の受講意向について

- 金銭教育の受講意向について、「とても関心がある」、「少し関心がある」と回答した割合の合計をみると、受講内容では、「資金管理・家計管理について」が54.2%と最も高く、次いで「長期的な貯蓄・資産運用について」が53.4%、「事故・災害・病気などのリスクへの備えについて」が51.3%となった。

＜図表 42: 金銭教育を受ける場合の受講内容（複数回答 n=2,000）＞

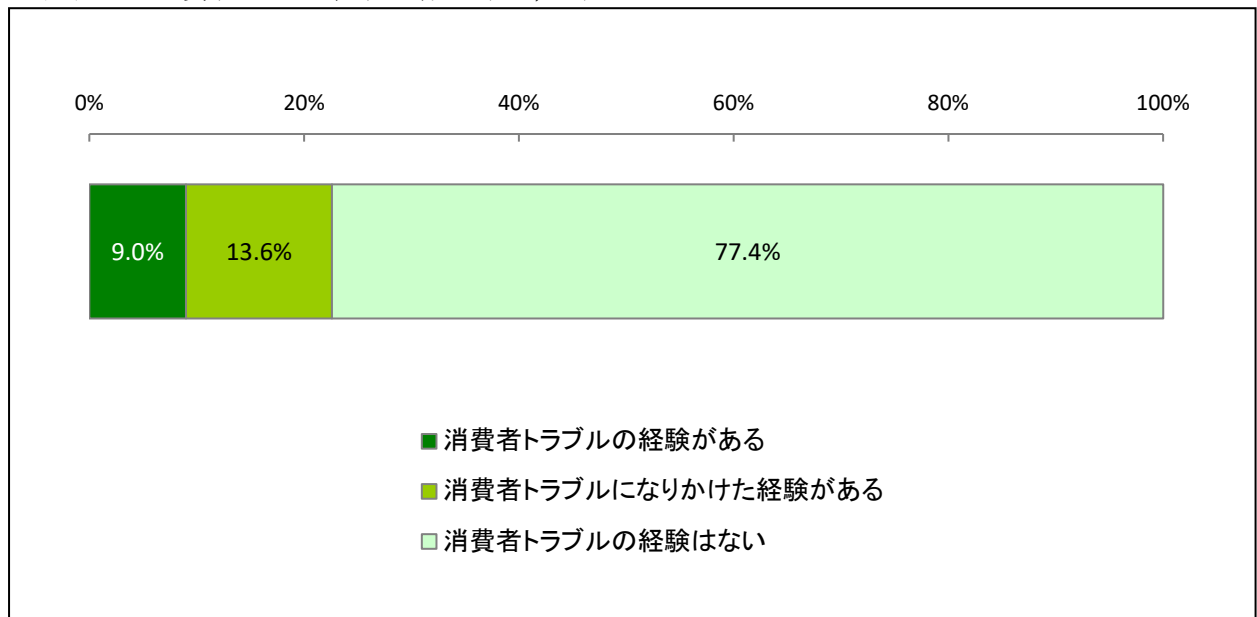


4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

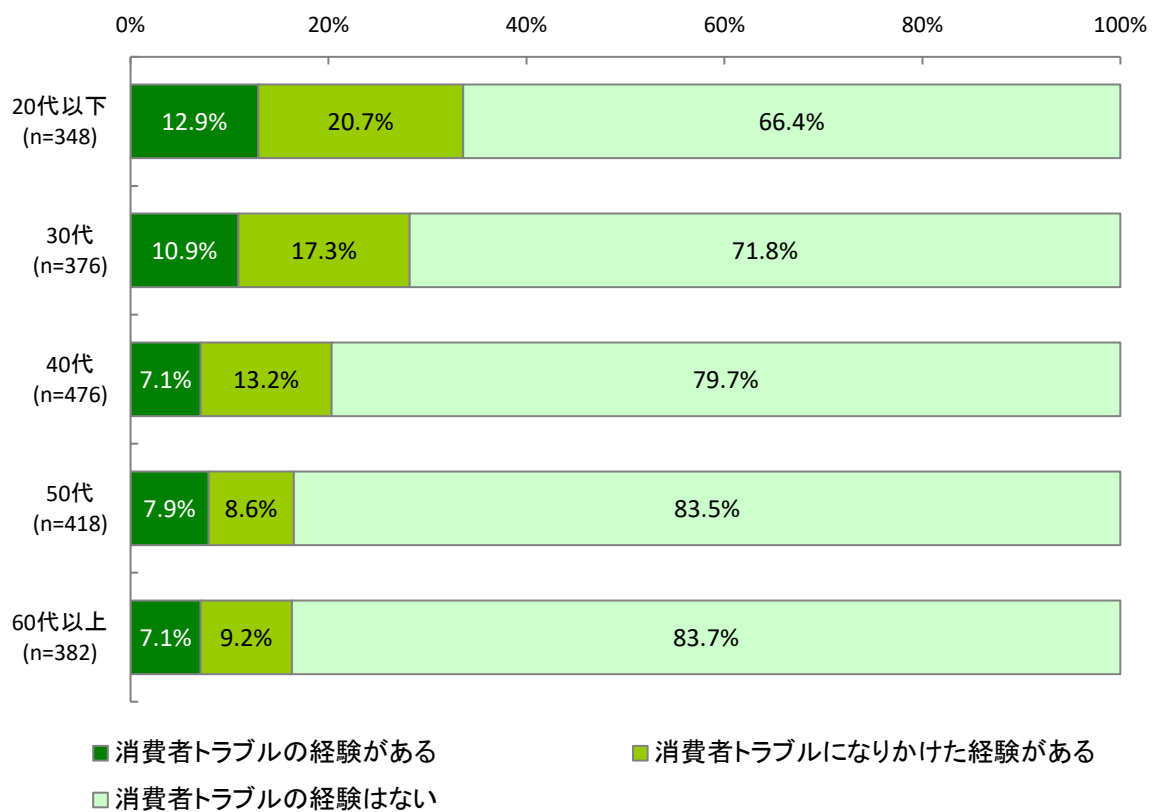
(1) 消費者トラブル経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、金融詐欺や悪質商法等による消費者トラブル経験の有無について調査したところ、「消費者トラブルになりかけた経験はない」が 77.4%と最も高く、次いで「消費者トラブルになりかけた経験がある」が 13.6%、「消費者トラブルの経験がある」が 9.0%となった。
- 年代別にみると、若年層ほどトラブル経験があると回答した割合が高い結果となっている。

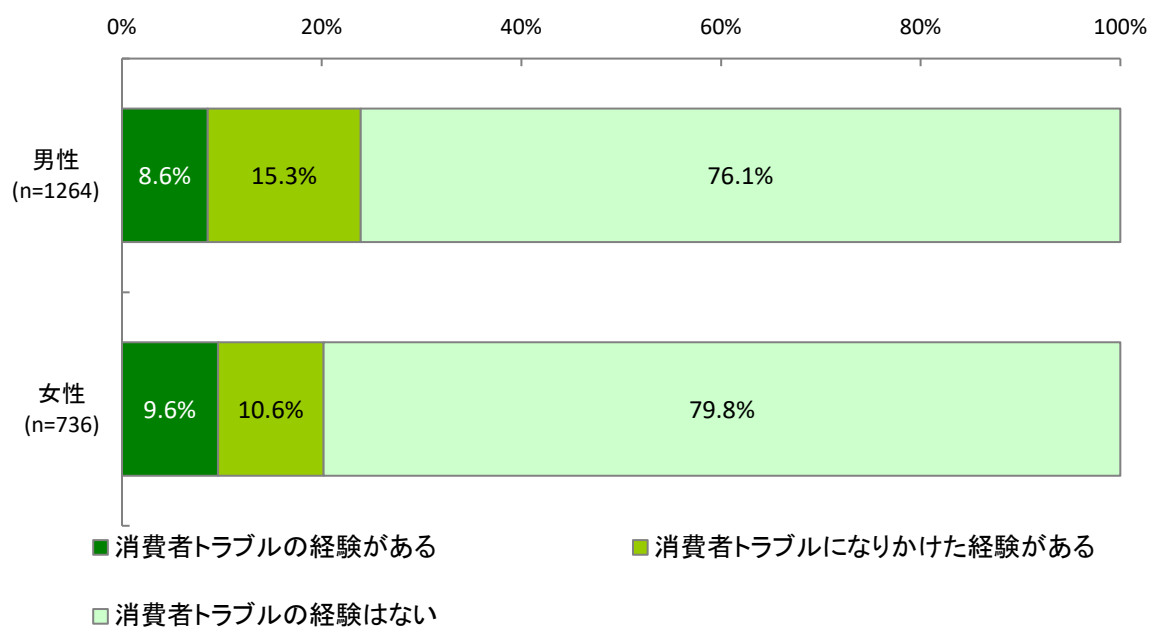
<図表 43:消費者トラブル経験の有無 (n=2,000)>



(年代別)



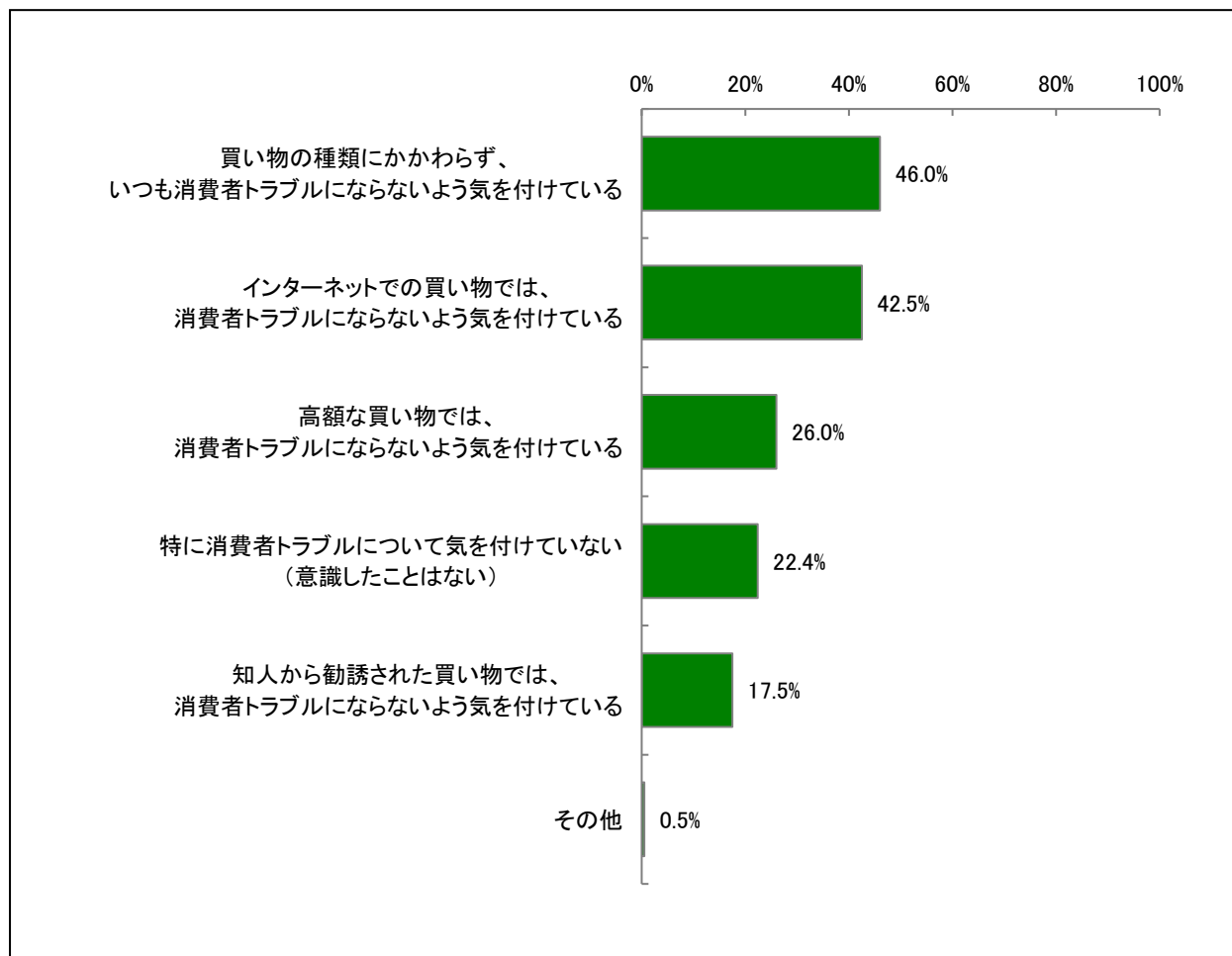
(男女別)



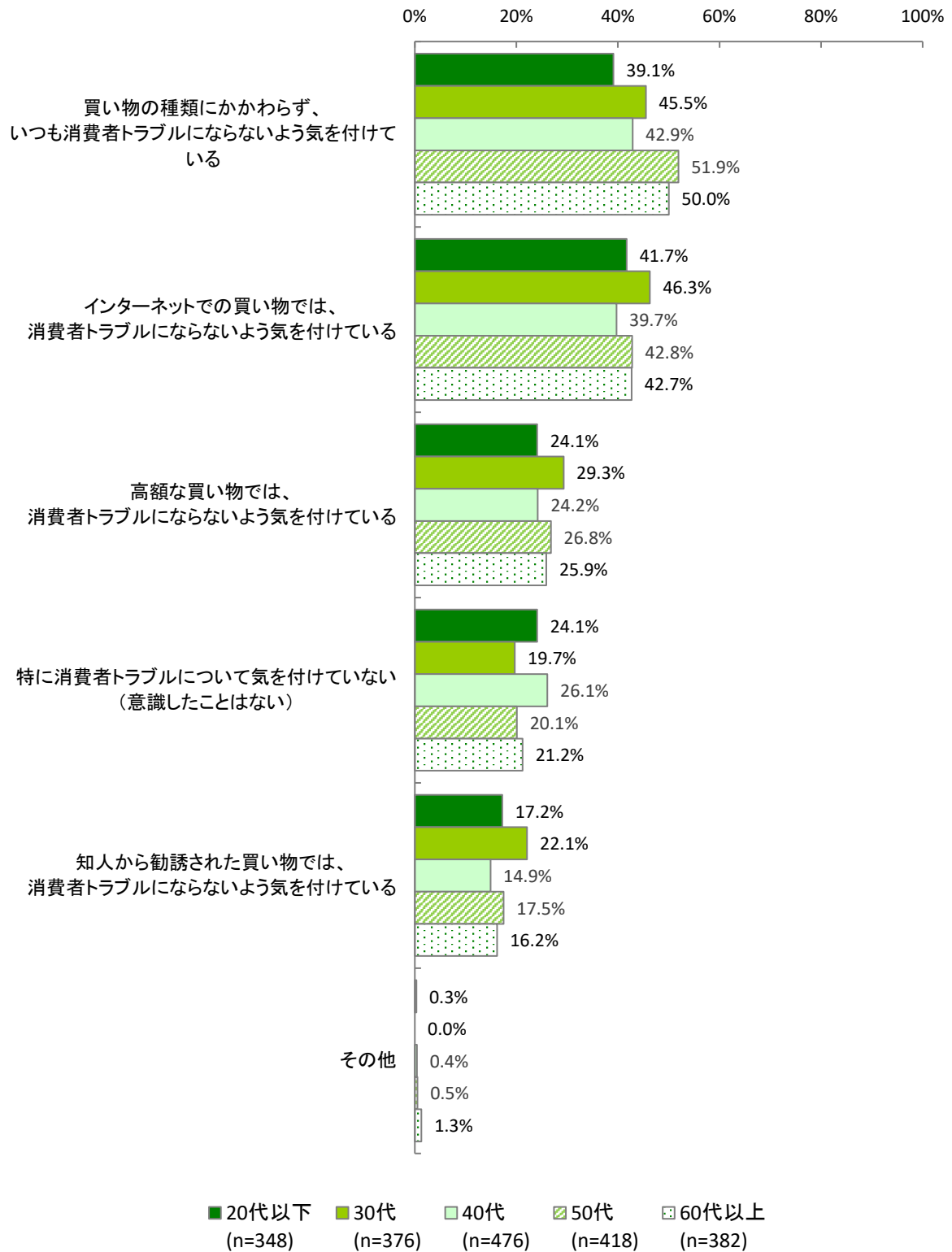
(2) 消費者トラブルに関する意識について

- また、消費者トラブルについての意識では、「買い物の種類にかかわらず、いつも消費者トラブルにならないよう気を付けている」が46.0%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42.5%と続いている。

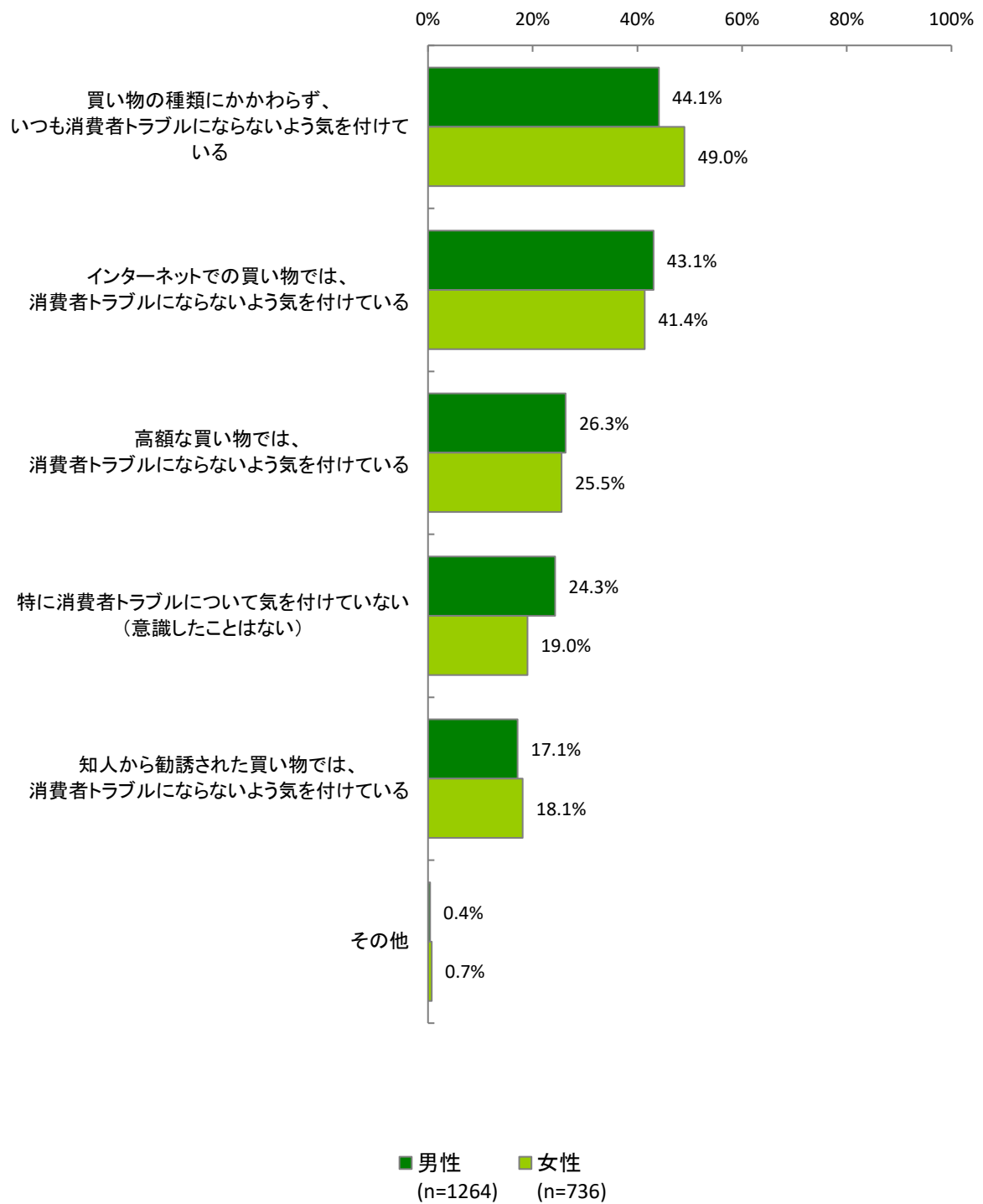
<図表 44:消費者トラブルについての意識（複数回答 n=2,000）>



(年代別)



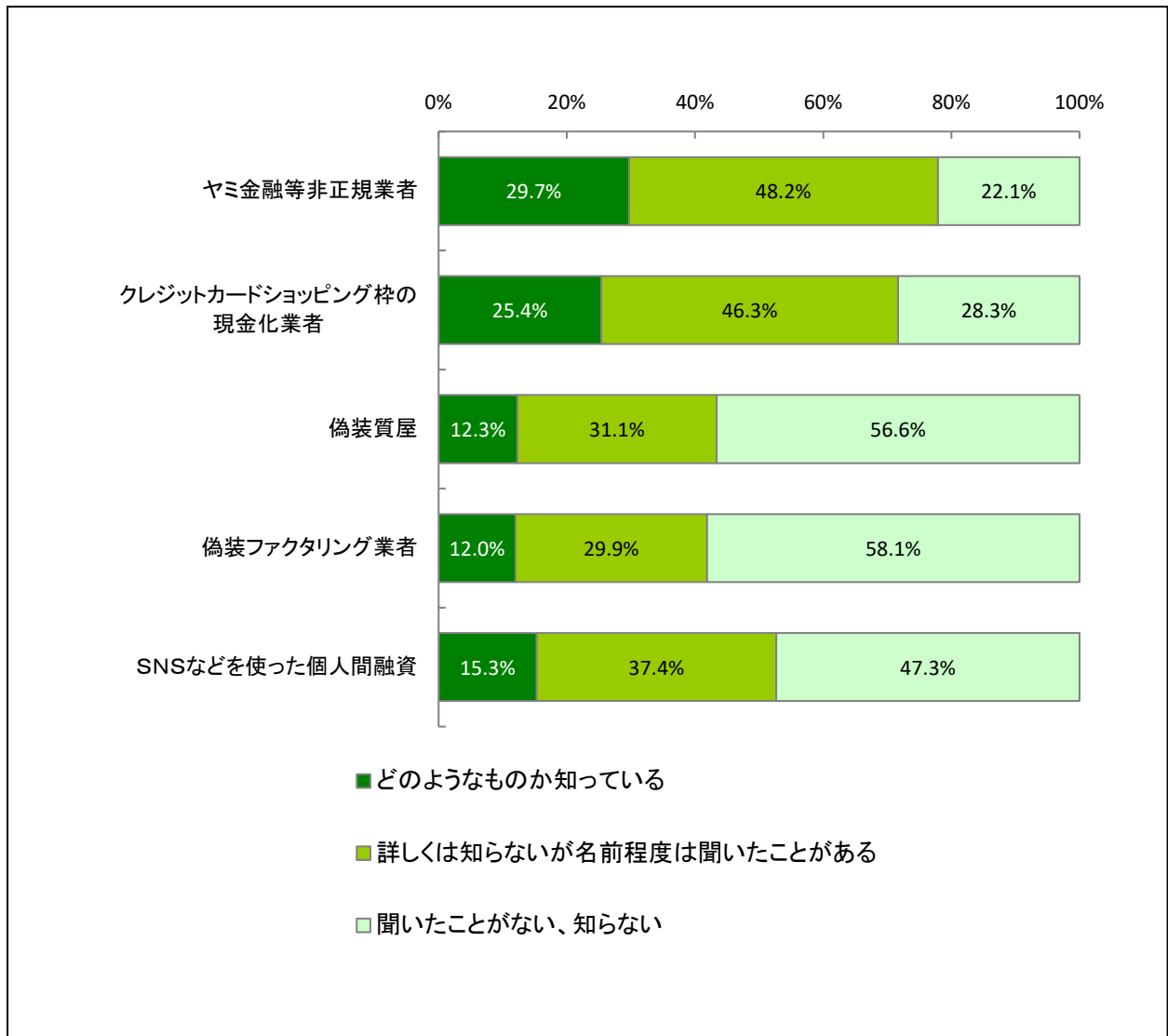
(男女別)



(3) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について

- 借入経験のある個人に対して、ヤミ金融等非正規業者などの認知度について調査したところ、「どのようなものか知っている」と回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が 29.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 25.4%、「偽装質屋」が 12.3%、「偽装ファクタリング業者」が 12.0%、「SNSなどを使った個人間融資」が 15.3%となった。

<図表 45: ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=2,000)>

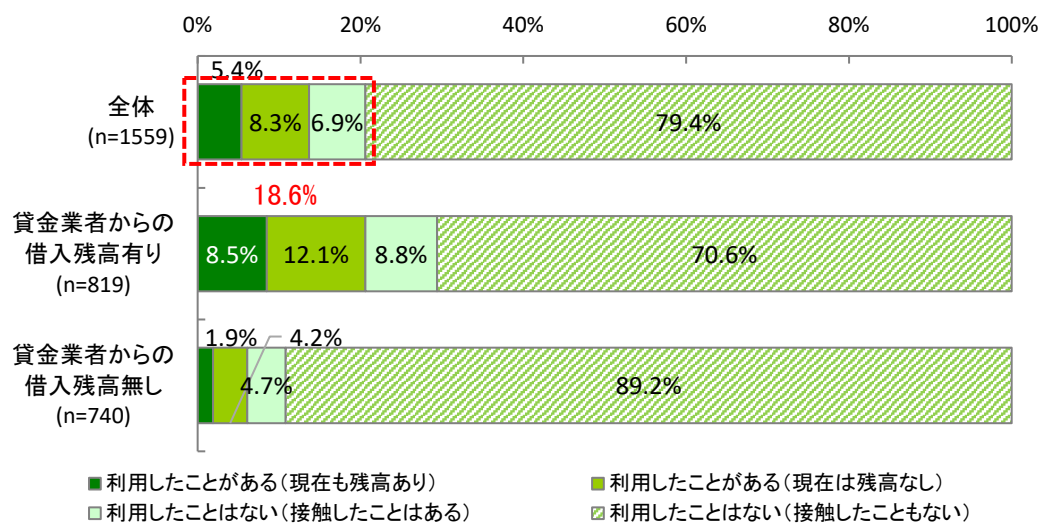


(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触の有無について

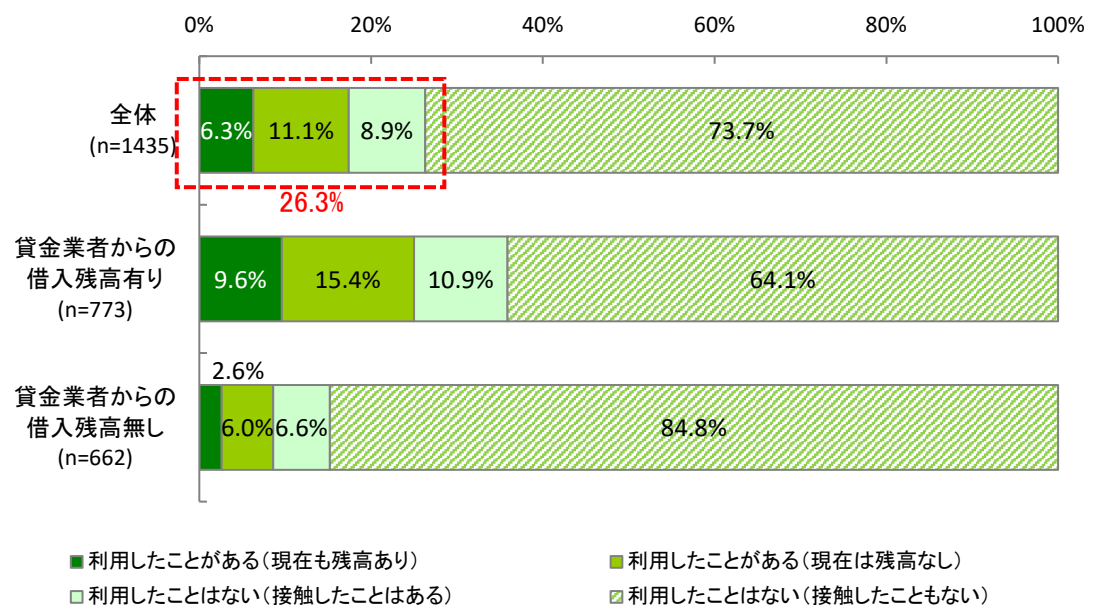
- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の利用及び接触の有無をみると、「利用したことがある（現在も残高あり）」、「利用したことがある（現在は残高なし）」、「利用したことはない（接触したことはある）」の割合の合計は、「ヤミ金融等非正規業者」が 18.6%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 26.3%、「偽装質屋」が 30.7%、「偽装ファクタリング業者」が 32.7%、「SNS などを使った個人間融資」が 26.4%となった。

<図表 46: ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などの利用経験>

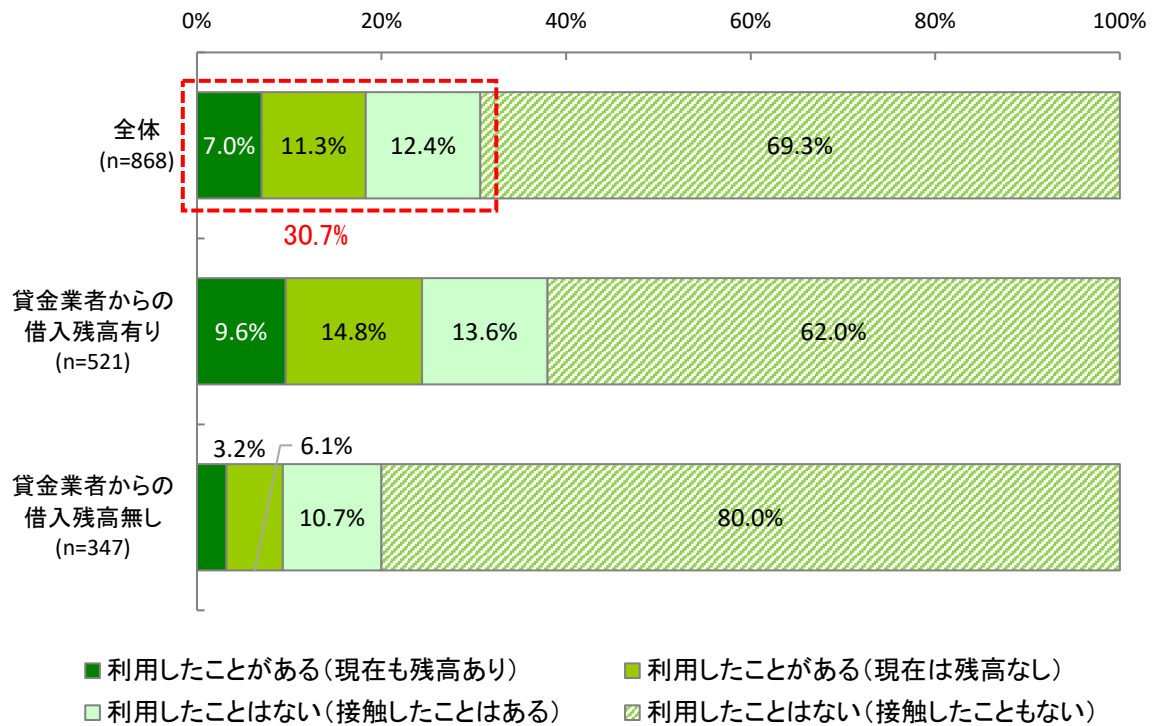
【ヤミ金融等非正規業者（n=1559）】



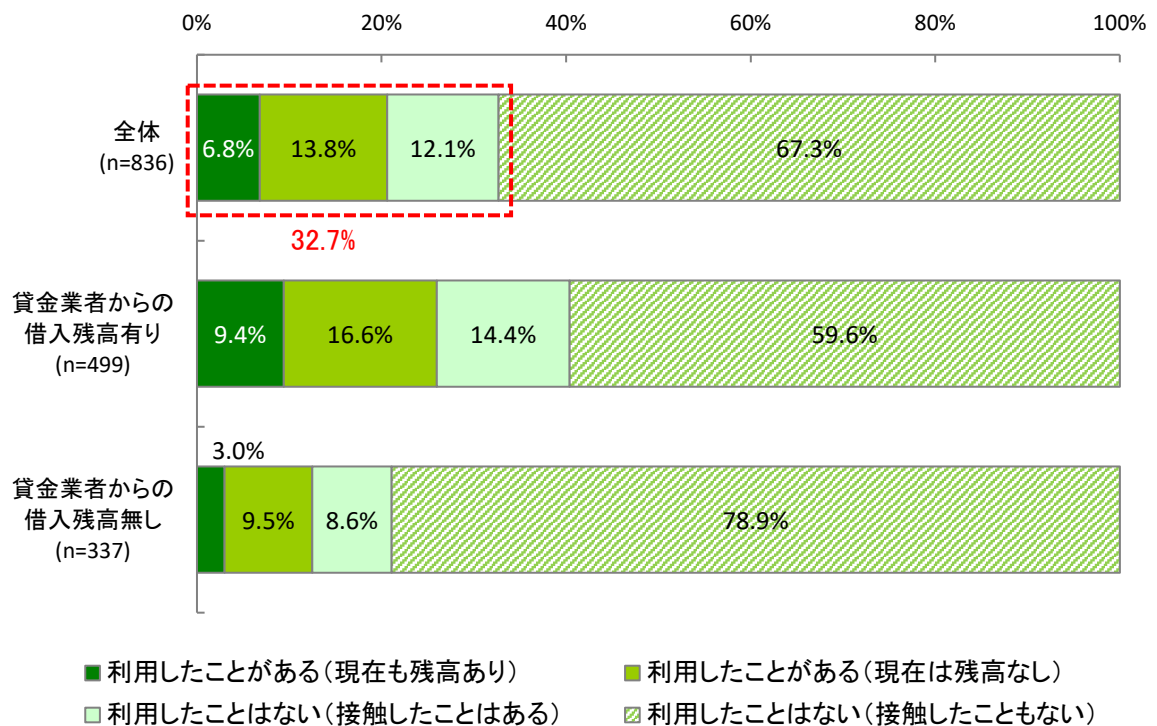
【クレジットカードショッピング枠の現金化業者（n=1435）】



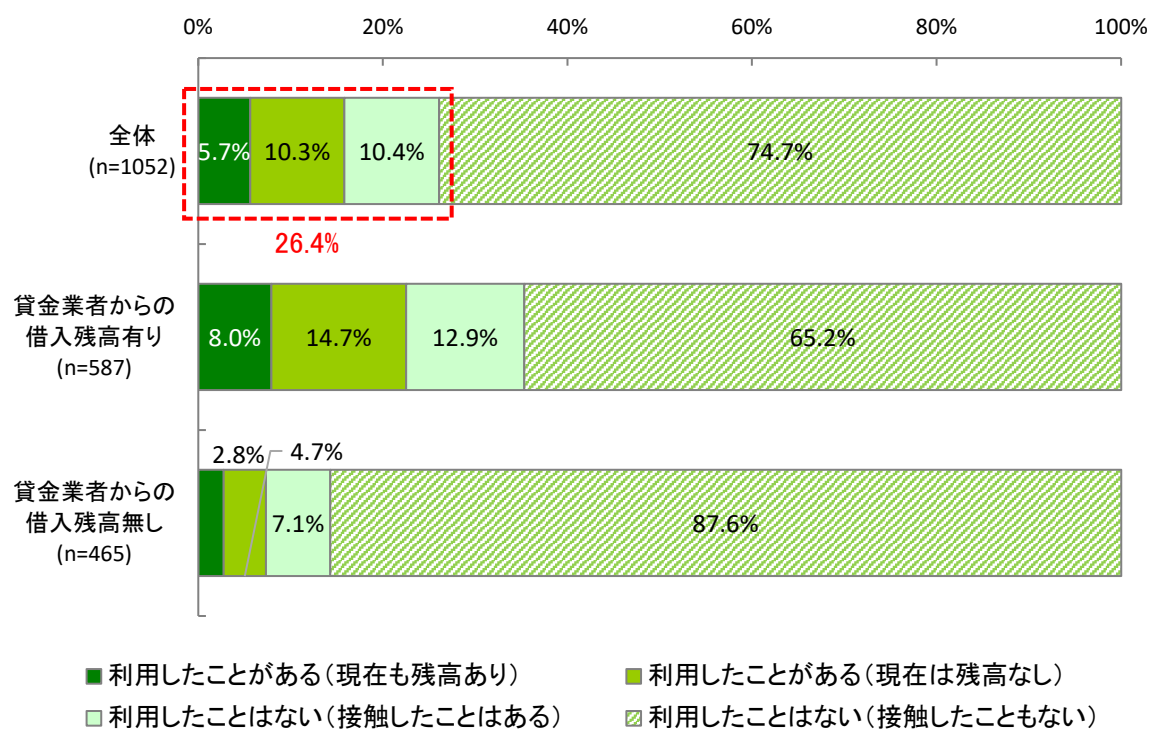
【偽装質屋 (n=868)】



【偽装ファクタリング業者 (n=836)】



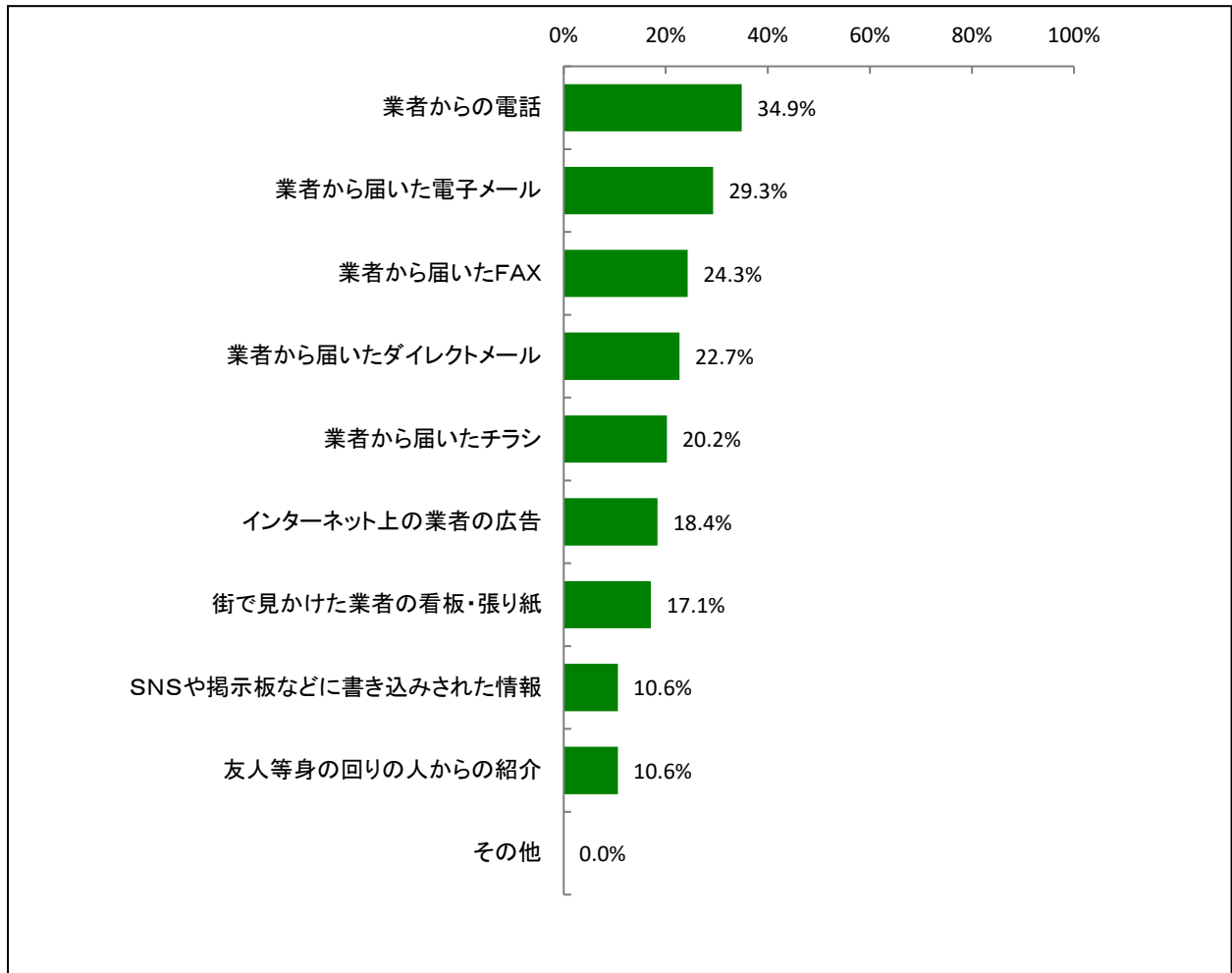
【SNS などを使った個人間融資（n=1052）】



(5) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触した際の接触方法について

- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の利用および接触した際の接触方法については、「業者からの電話」が 34.9%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が 29.3%、「業者から届いた FAX」が 24.3%と続いている。

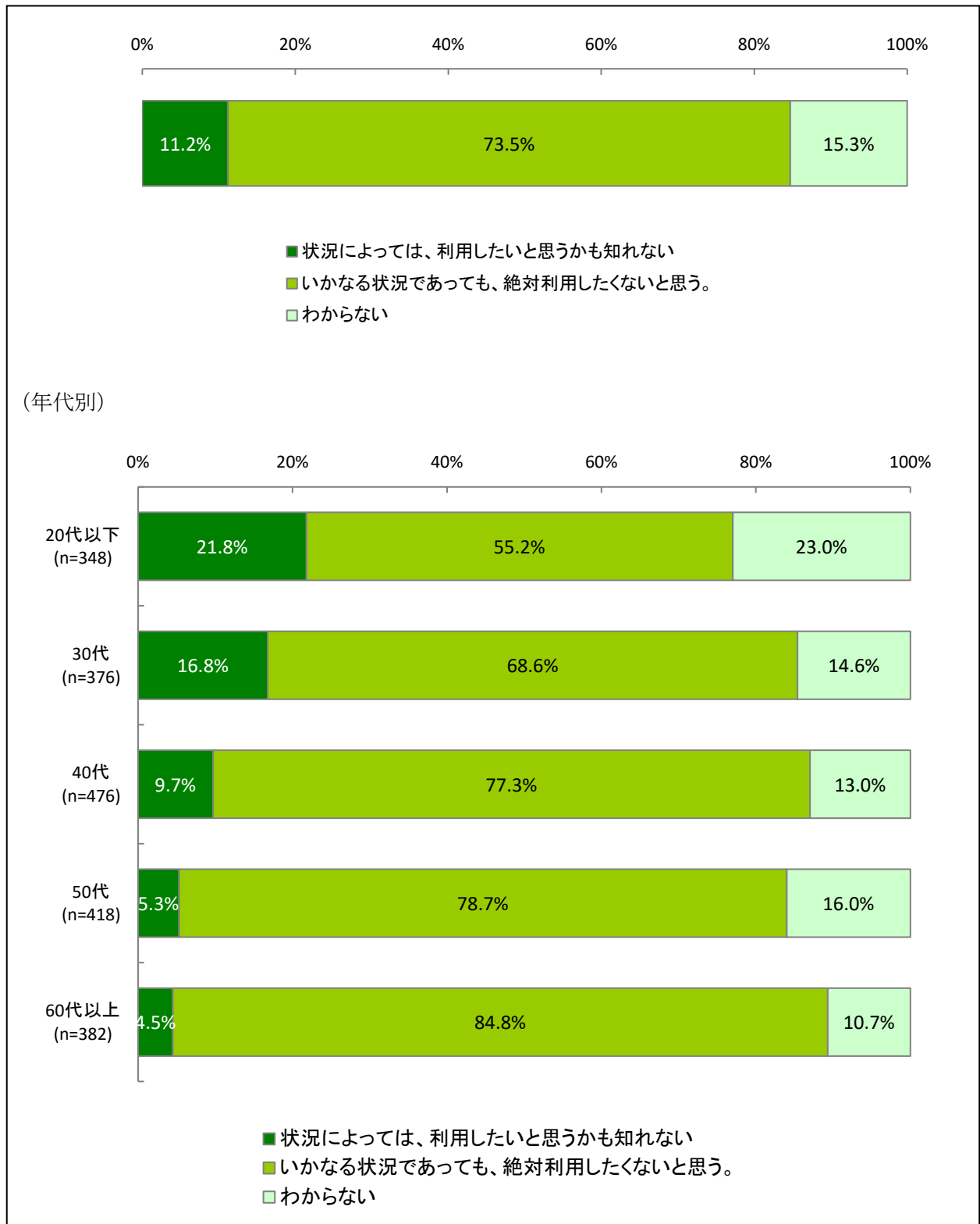
<図表 47: ヤミ金融等非正規業者との接触方法（複数回答 n=321）>



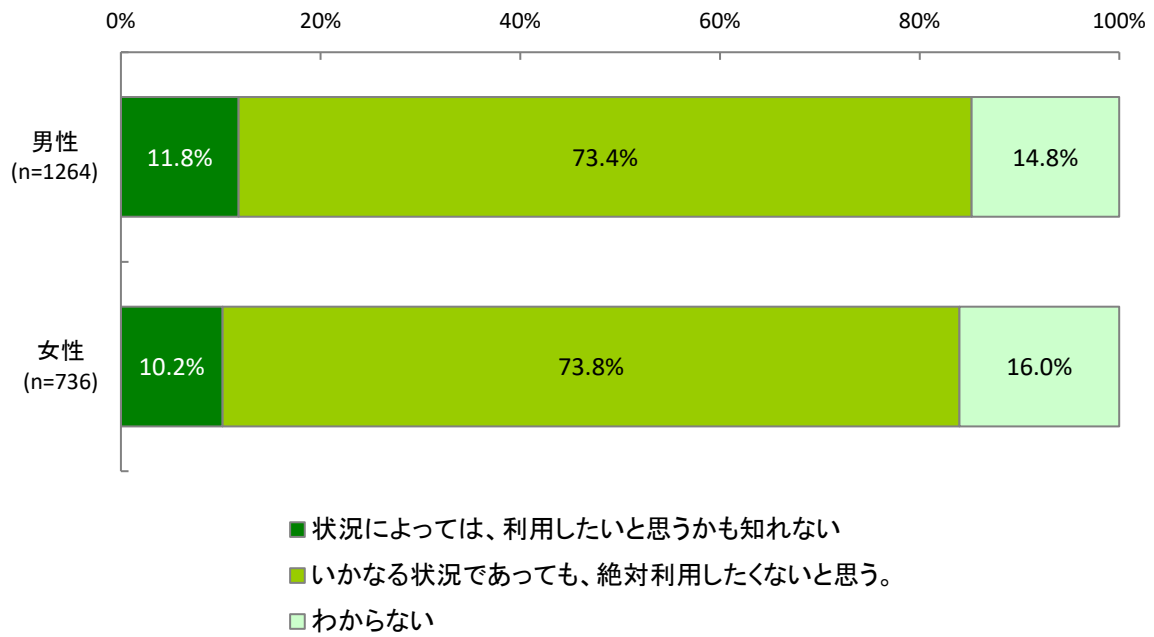
(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識

- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等を利用することに対する意識について調査したところ、73.5%がいかなる状況であっても、絶対利用したくないと思うと回答している。

<図表 48: ヤミ金融等非正規業者の利用意識 (n=2,000)>



(男女別)



II. 借入経験のある事業者

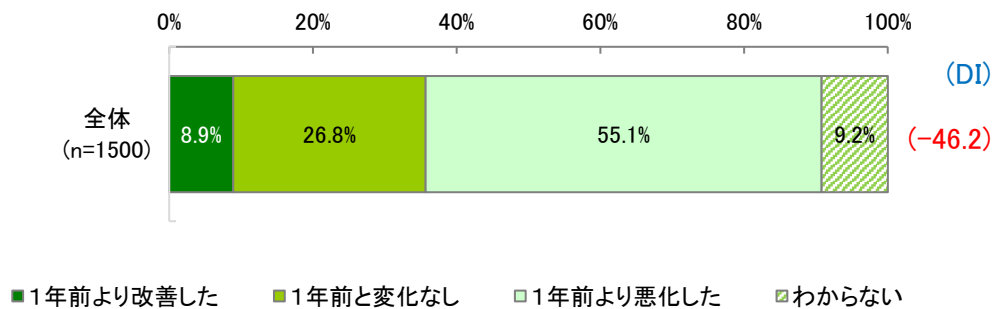
1. 借入れの動機・背景

(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

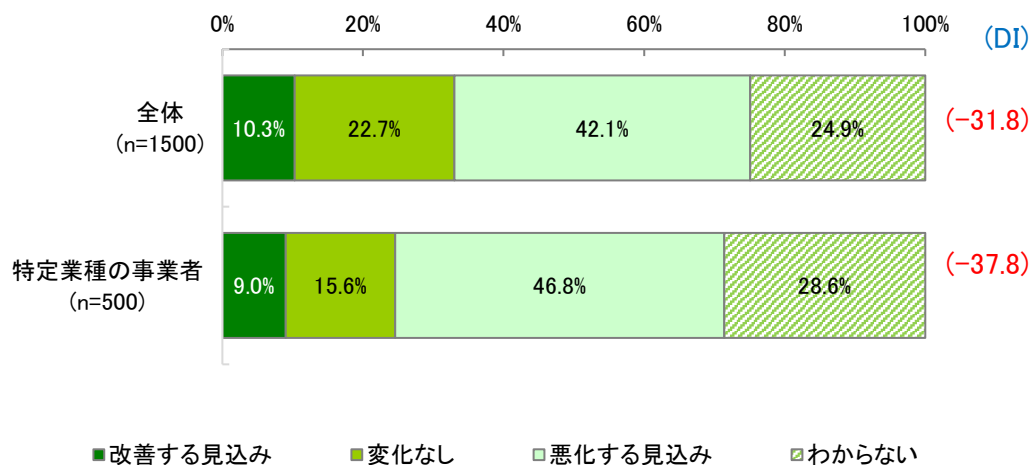
- 借入経験のある事業者に対して、事業環境の変化と今後の見通しについて調査したところ、8.9%が1年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでは10.3%が「改善する見込み」と回答している。

<図表 49:事業環境の変化と今後の見通し (n=1,500)>

【事業環境の変化(1年前との比較)】

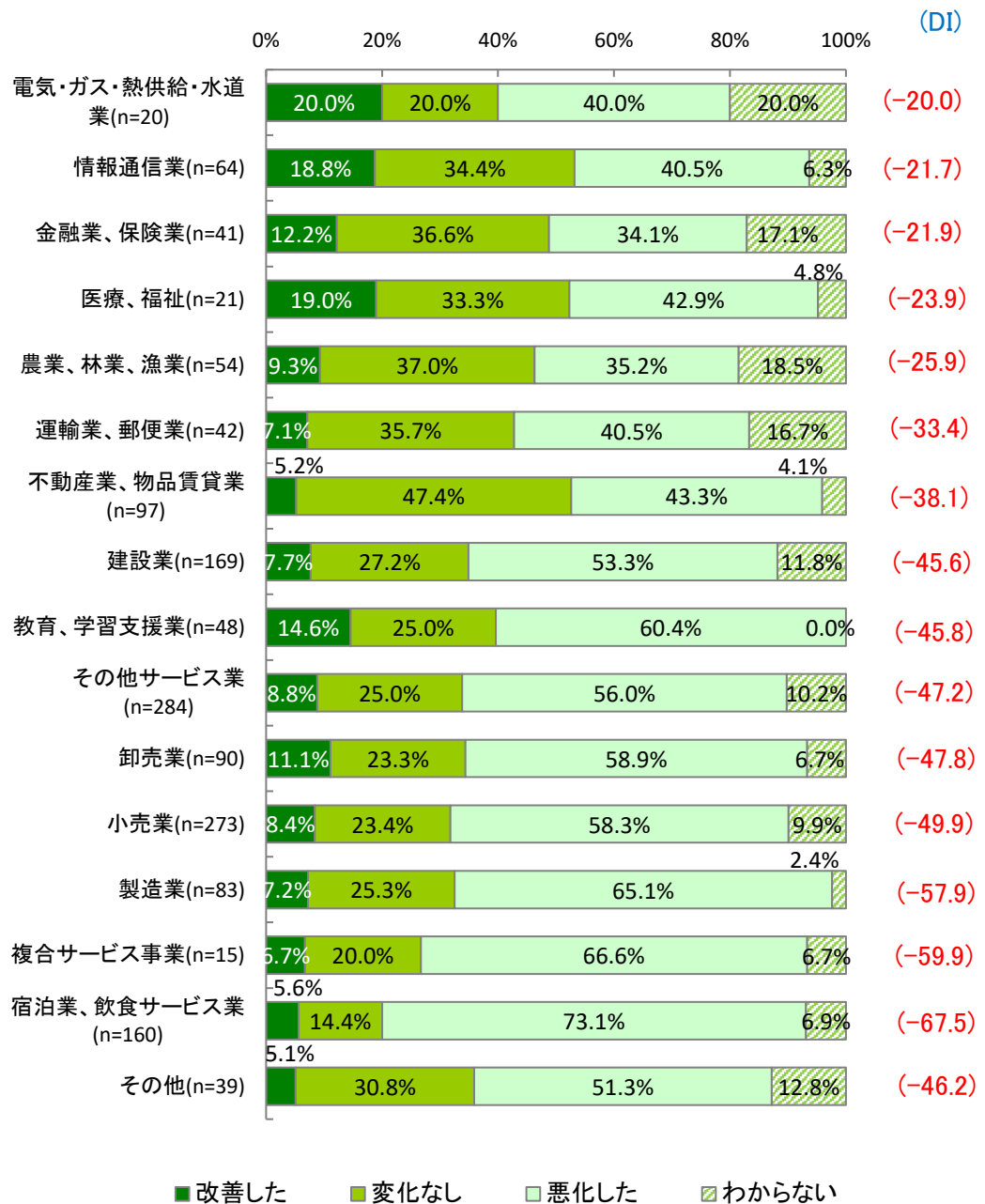


【事業環境の今後の見通し】



※「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)



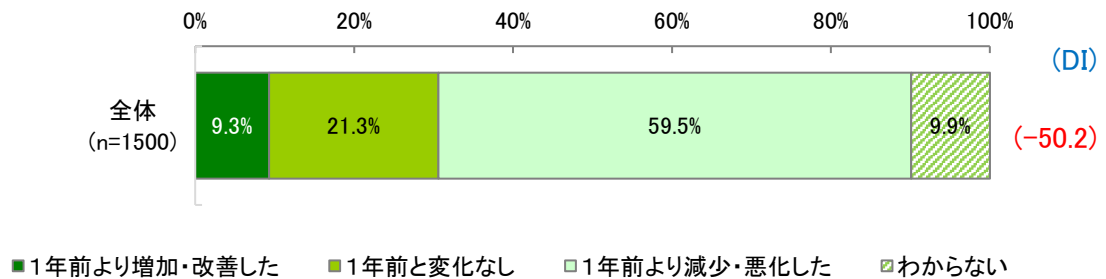
※「DI(分布指標)」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。

(2) 年商・事業収支状況の変化と今後の見通し

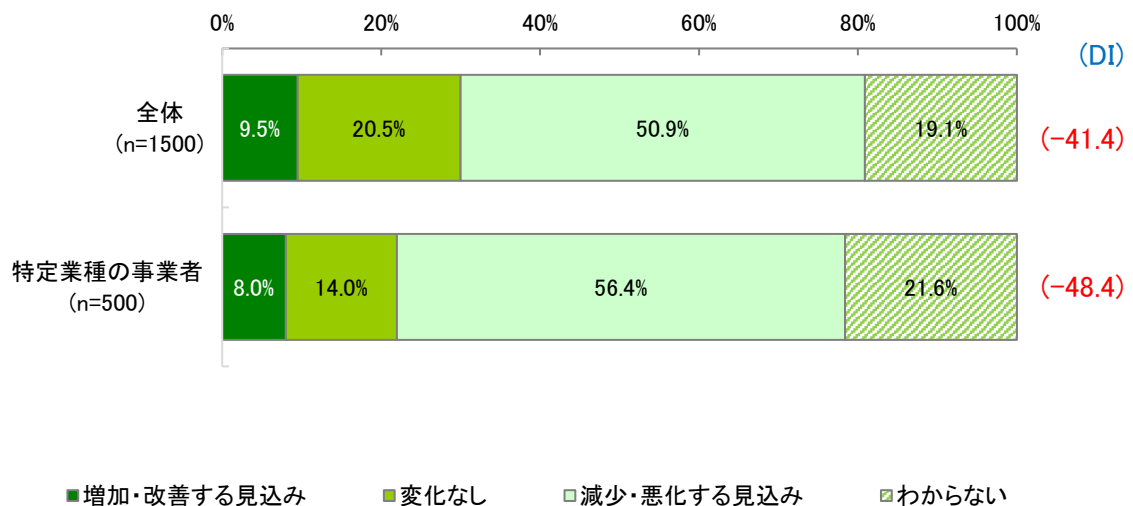
- 年商・事業収支状況の変化と今後の見通しをみると、9.3%が1年前と比較して「改善した」と回答しており、今後の見通しでは9.5%が「改善する見込み」と回答している。

<図表 50: 事業収支状況の変化と今後の見通し (複数回答 n=1,500)>

【売上高・事業収支状況の変化(1年前との比較)】



【売上高・事業収支の今後の見通し】

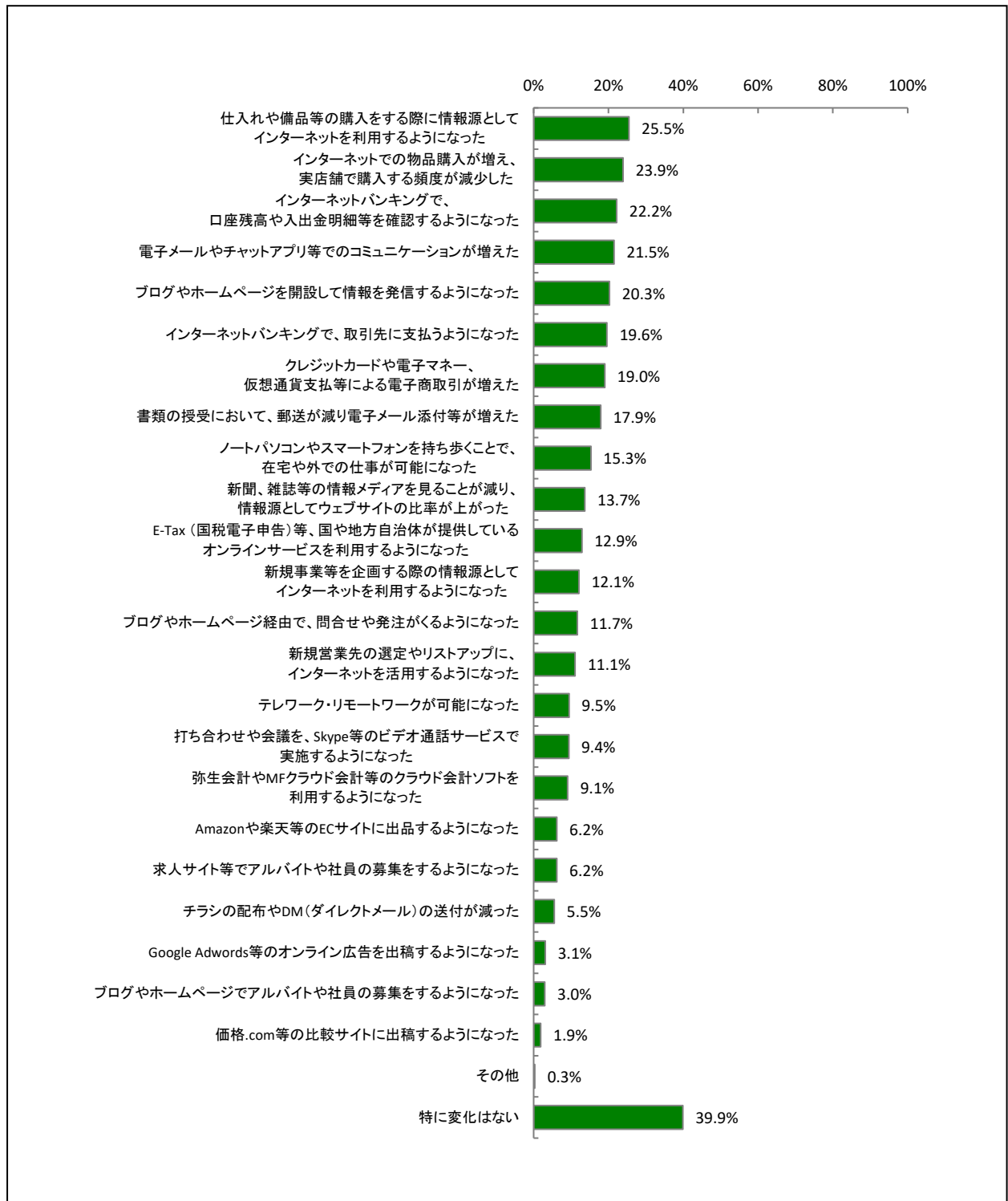


※「DI(分布指標)」は、「改善した(改善する見込み)」と回答した割合から「悪化した(悪化する見込み)」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している(改善傾向)」、マイナスなら「悪化している(悪化傾向)」を表す。

(3) デジタル化の普及による事業環境の変化

- 借入経験のある事業者に対して、デジタル化の普及による事業環境の変化について調査したところ、「仕入れや商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25.5%と最も高く、次いで「インターネットでの物品購入が増え、実店舗で購入する機会が減少した」が23.9%、「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22.2%となった。

＜図表 51: インターネットやスマートフォンの普及によってどのようなビジネス環境の変化
(複数回答 n=1,500)＞

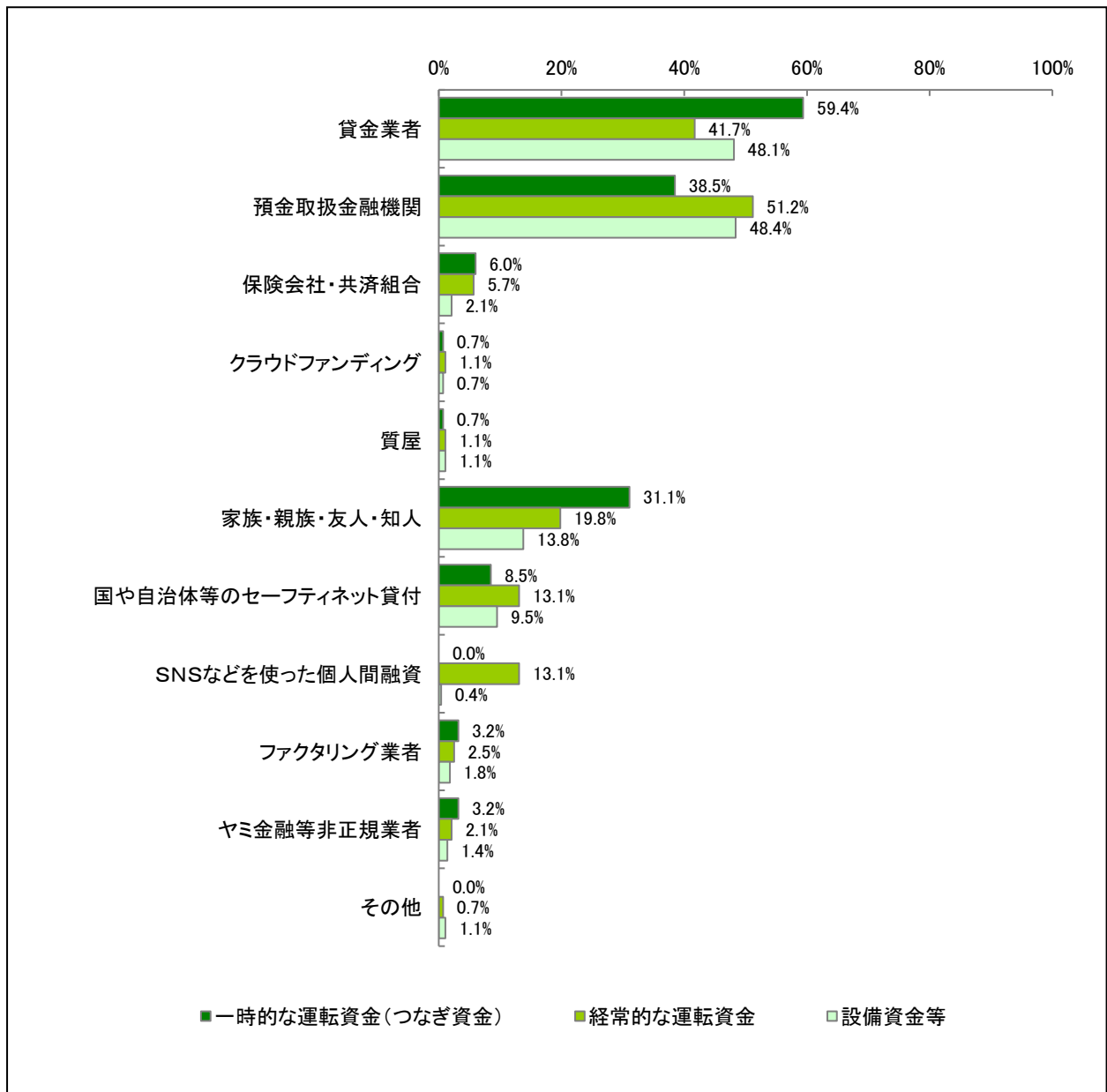


2. 資金需要者等の借入れに対する意識等について

(1) 事業における主な資金調達先について

- 借入経験のある事業者に対して、主な事業資金の調達先について調査したところ、一時的な運転資金(つなぎ資金)では、「貸金業者」が59.4%と最も高く、次いで「預金取扱金融機関」が38.5%、「家族・親族・友人・知人」が31.1%と続いている。
- 経常的な運転資金では、「預金取扱金融機関」が51.2%で最も高く、設備投資資金では、「貸金業者」と「預金取扱金融機関」がそれぞれ48.1%と最も高くなっている。

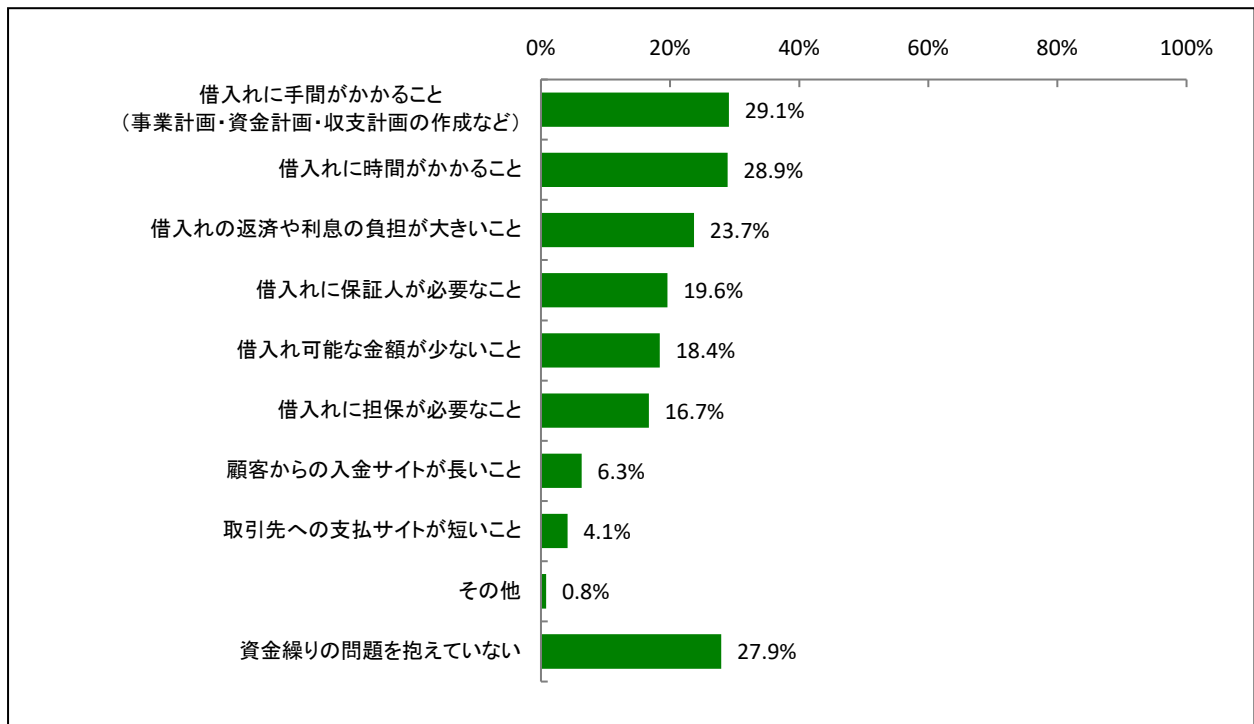
<図表 52:事業資金の主な調達先（複数回答 n=1,500）>



(2) 事業活動における資金調達や資金繰りに対する問題意識について

- 借入経験のある事業者に対して、事業活動における資金調達や資金繰りにおける問題について調査したところ、「借入に手間がかかること(事業計画・資金計画・収支計画の作成など)」が29.1%と最も高く、次いで「借入に手間がかかること」が28.9%、「借入の返済や利息の負担が大きいこと」が23.7%と続いている。

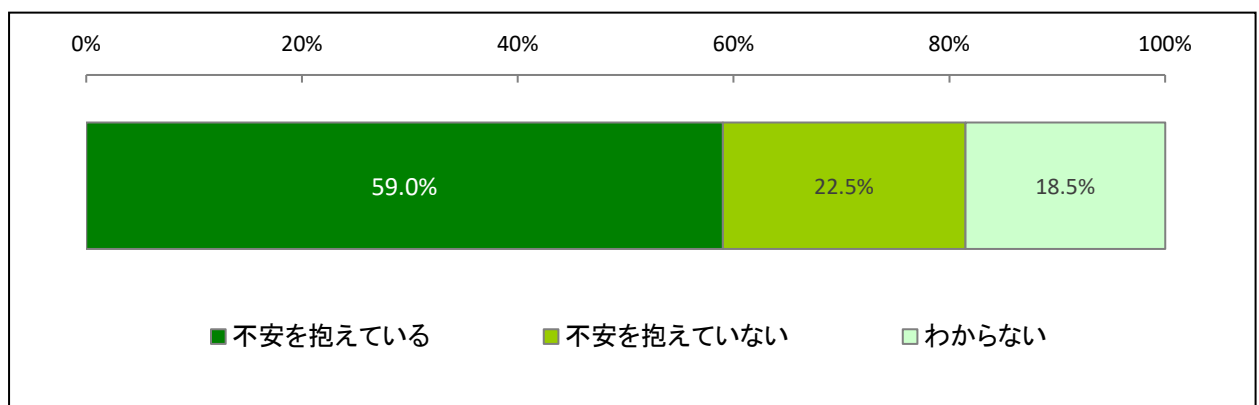
<図表 53: 事業活動における資金調達や資金繰りの問題 (複数回答 n=1,500)>



(3) 事業活動における将来的な資金繰りの不安について

- 事業活動における将来的な資金繰りの不安については、59.0%が不安を抱えていると回答している。

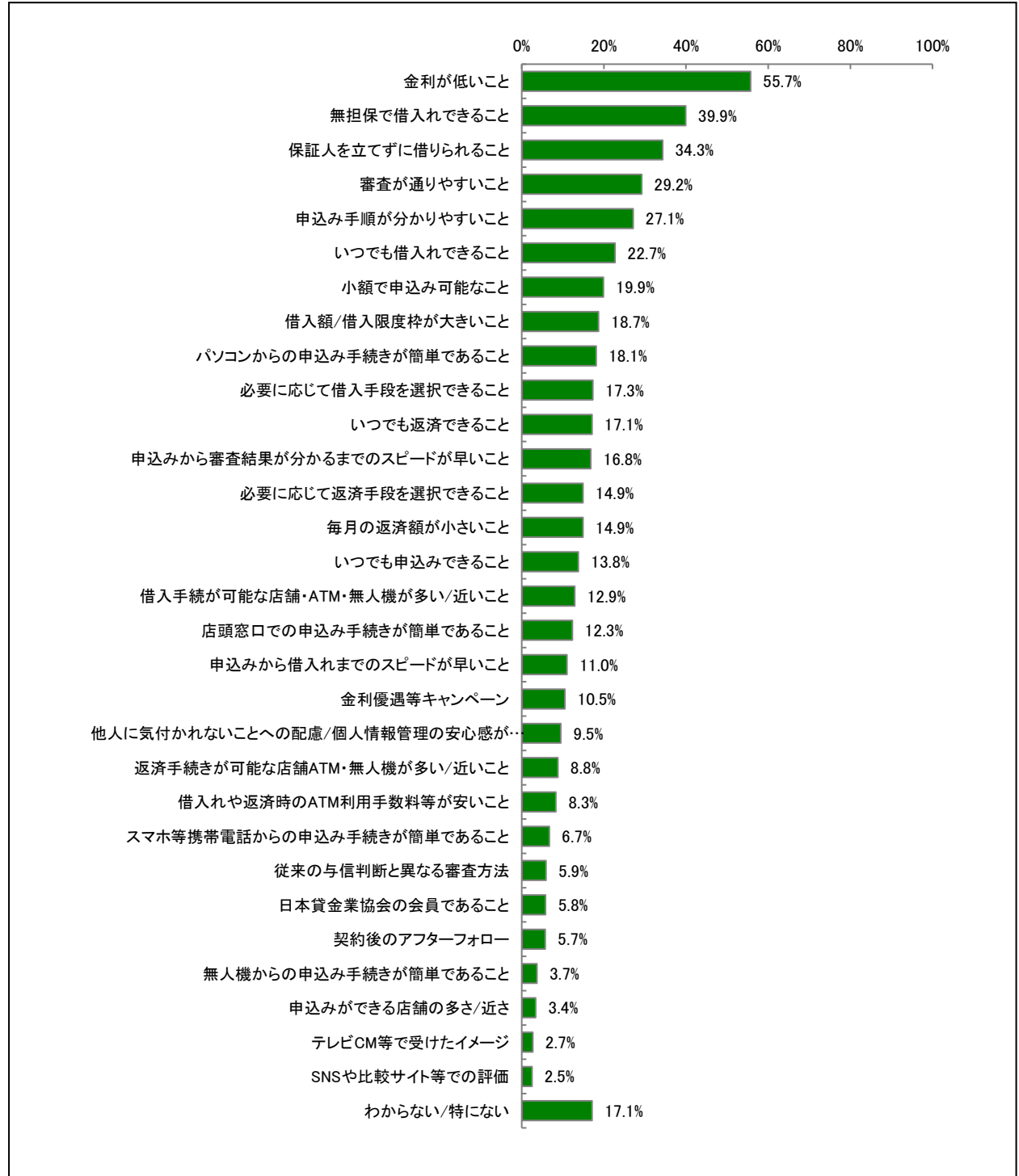
<図表 54: 事業活動における将来的な資金繰りの不安 (n=1,500)>



(4) 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 55.7%と最も高く、次いで「無担保で借入れできること」が 39.9%、「保証人を立てずに借りられること」が 34.3%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みとれる結果となっている。

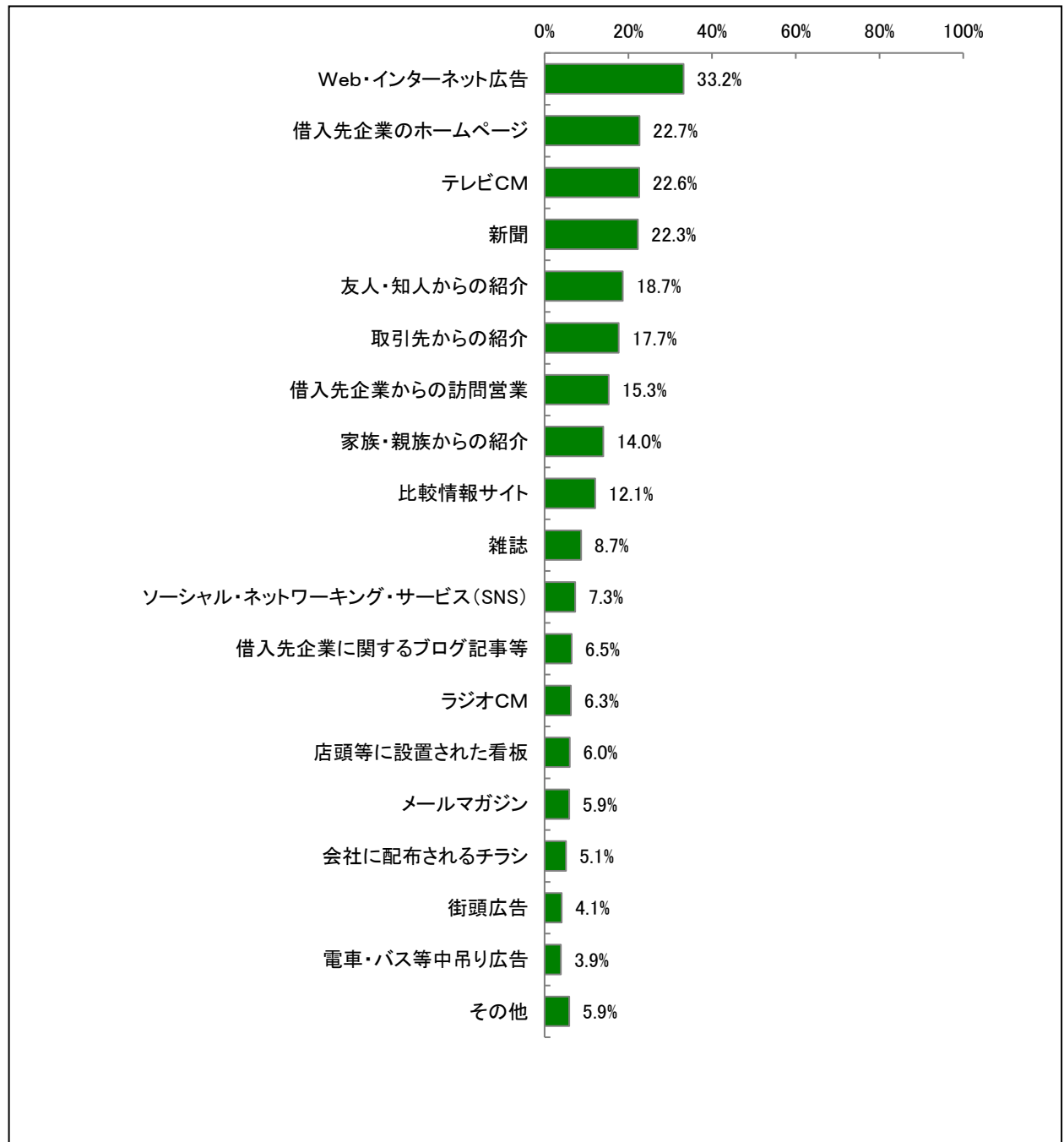
<図表 55:借入先を選定する際に重視するポイント (複数回答 n=1,500)>



(5) 借入先を選定する際の情報収集先について

- 借入先を選定する際の情報源をみると、「Web・インターネット広告」が 33.2%と最も高く、次いで「借入先企業のホームページ」が 22.7%、「テレビ CM」が 22.6%と続いている。

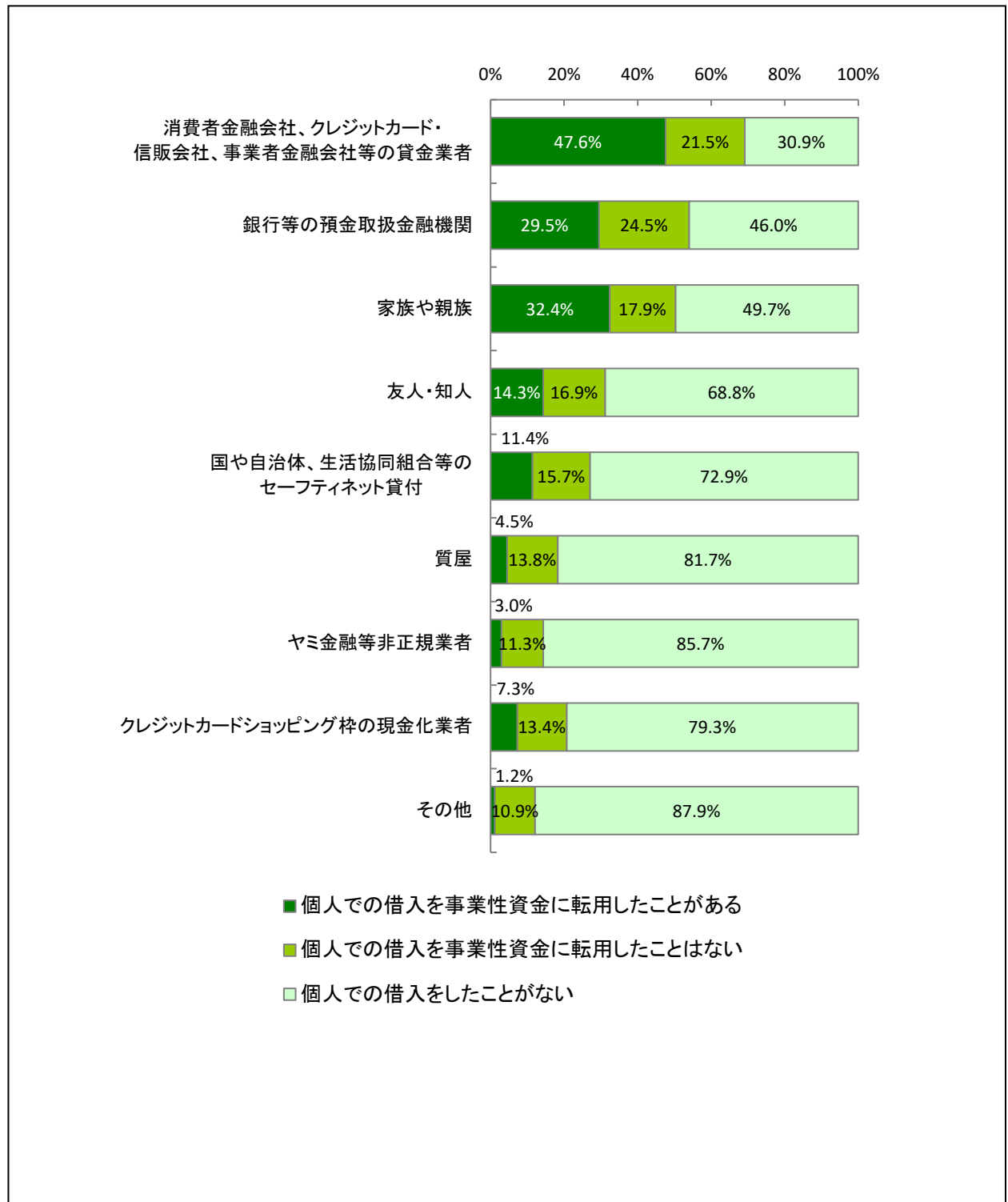
<図表 56:借入先を選定する際の情報源（複数回答 n=1,500）>



(6) 個人借入の事業性資金への転用経験の有無について

- 貸金業者から個人で借入れた資金を事業の運転資金等に転用した経験について、「個人間での借入を事業性資金に転用したことがある」と回答した割合をみると、「消費者金融会社、クレジットカード・信販会社、事業者金融会社等の貸金業者」が47.6%と最も高く、次いで「家族や親族」が32.4%、「銀行等の預金取扱金融機関」が29.5%と続いている。

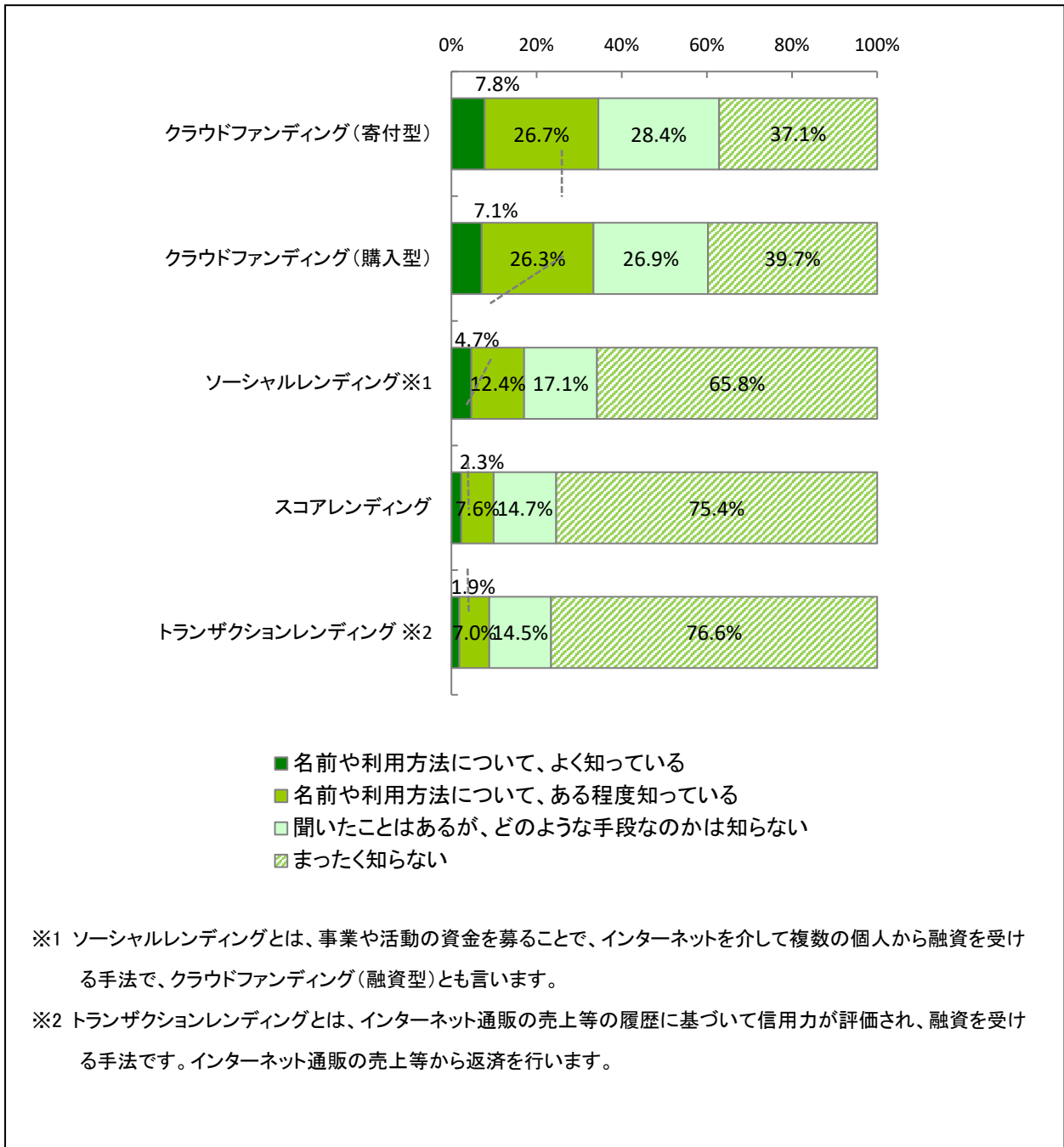
<図表 57: 事業性資金への転用経験 (n=1,500)>



(7) 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

- 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62.9%と最も高く、次いで「クラウドファンディング(購入型)」が60.3%、「ソーシャルレンディング」が34.2%となった。

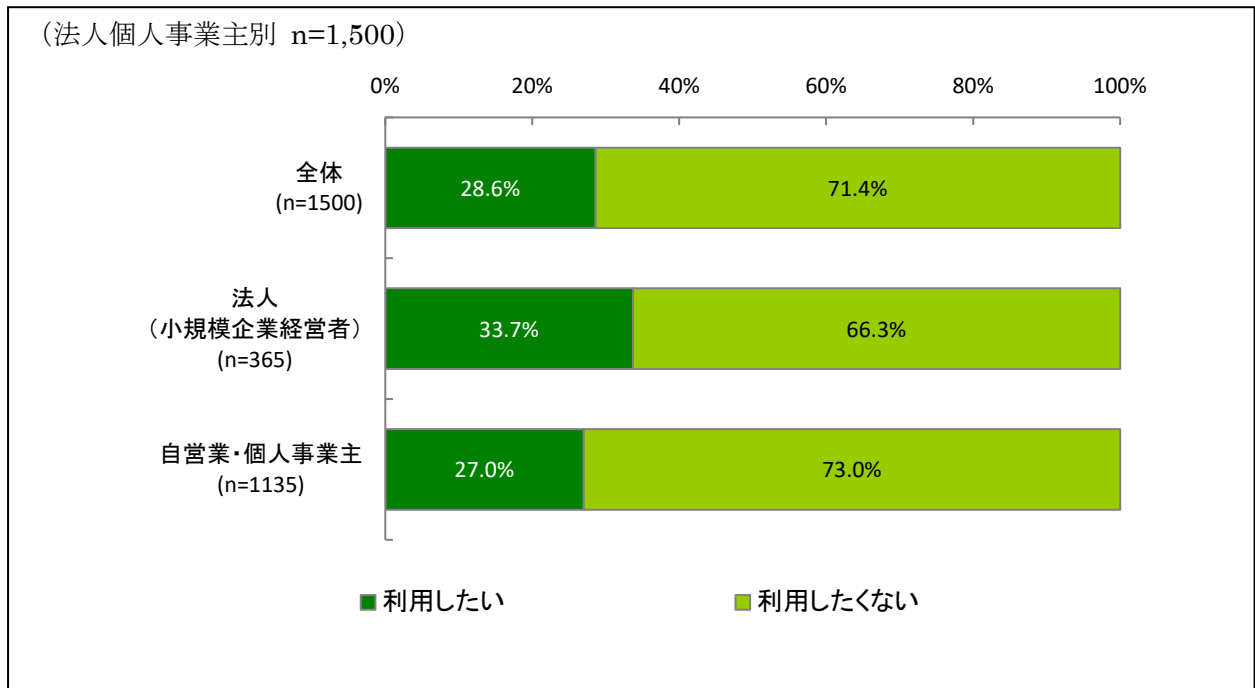
<図表 58:フィンテック等の最新の技術を活用した新しい資金調達手段の理解度 (n=1,500)>



(8) 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

- 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、28.6%が利用したいと回答している。
- 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29.6%、「宿泊業」の50.0%、「飲食・サービス業」の18.4%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。

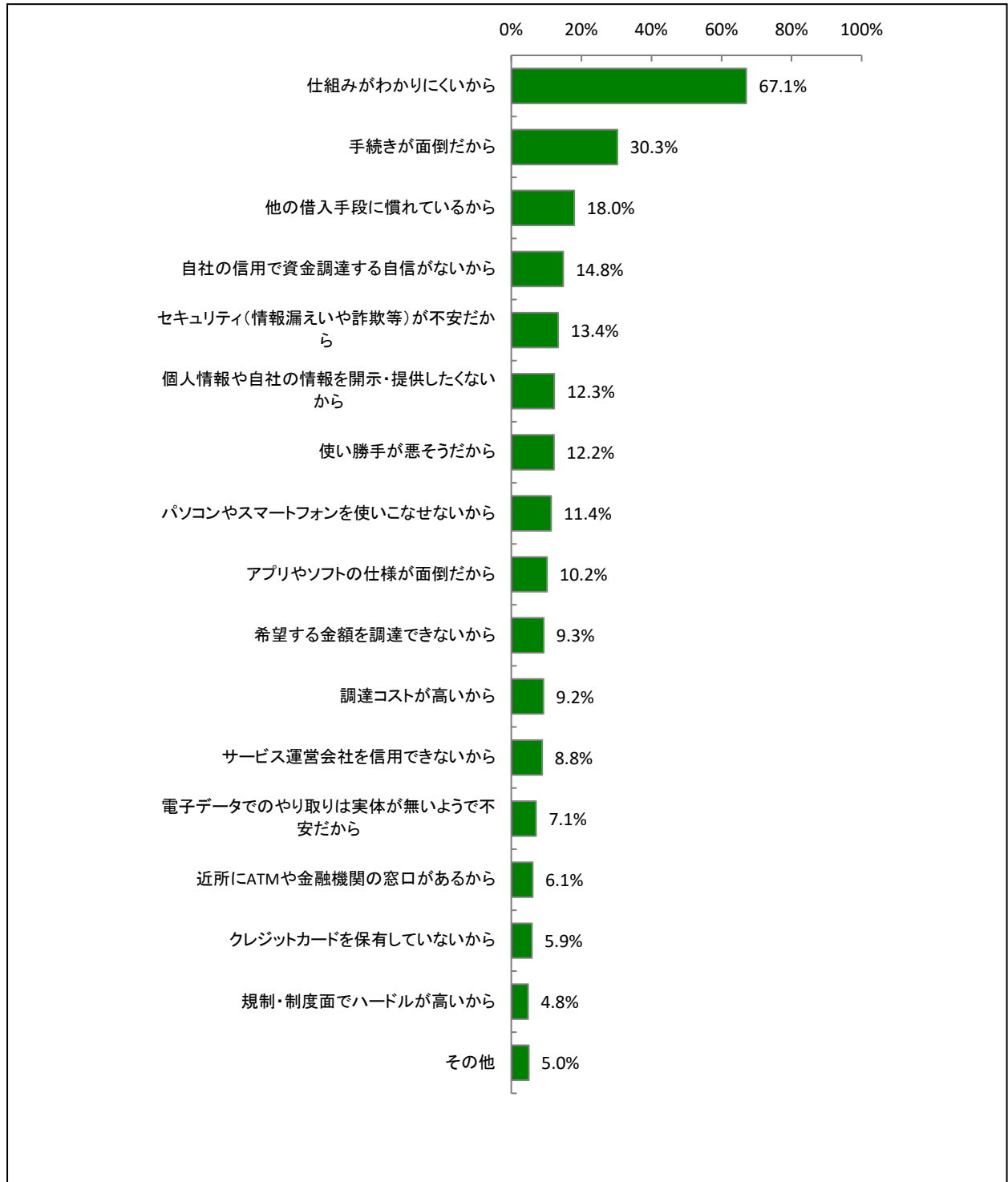
<図表 59:フィンテック等の最新の技術を活用した新しい資金調達手段の利用意向>



(9) フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由

- フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由については、「仕組みがわかりにくいから」が 67.1%と最も高く、次いで「手続きが面倒だから」が 30.3%、「他の借入手段に慣れているから」が 18.0%となった。

<図表 60:フィンテック等を活用した資金調達方法を利用しない理由（複数回答 n=1071）>



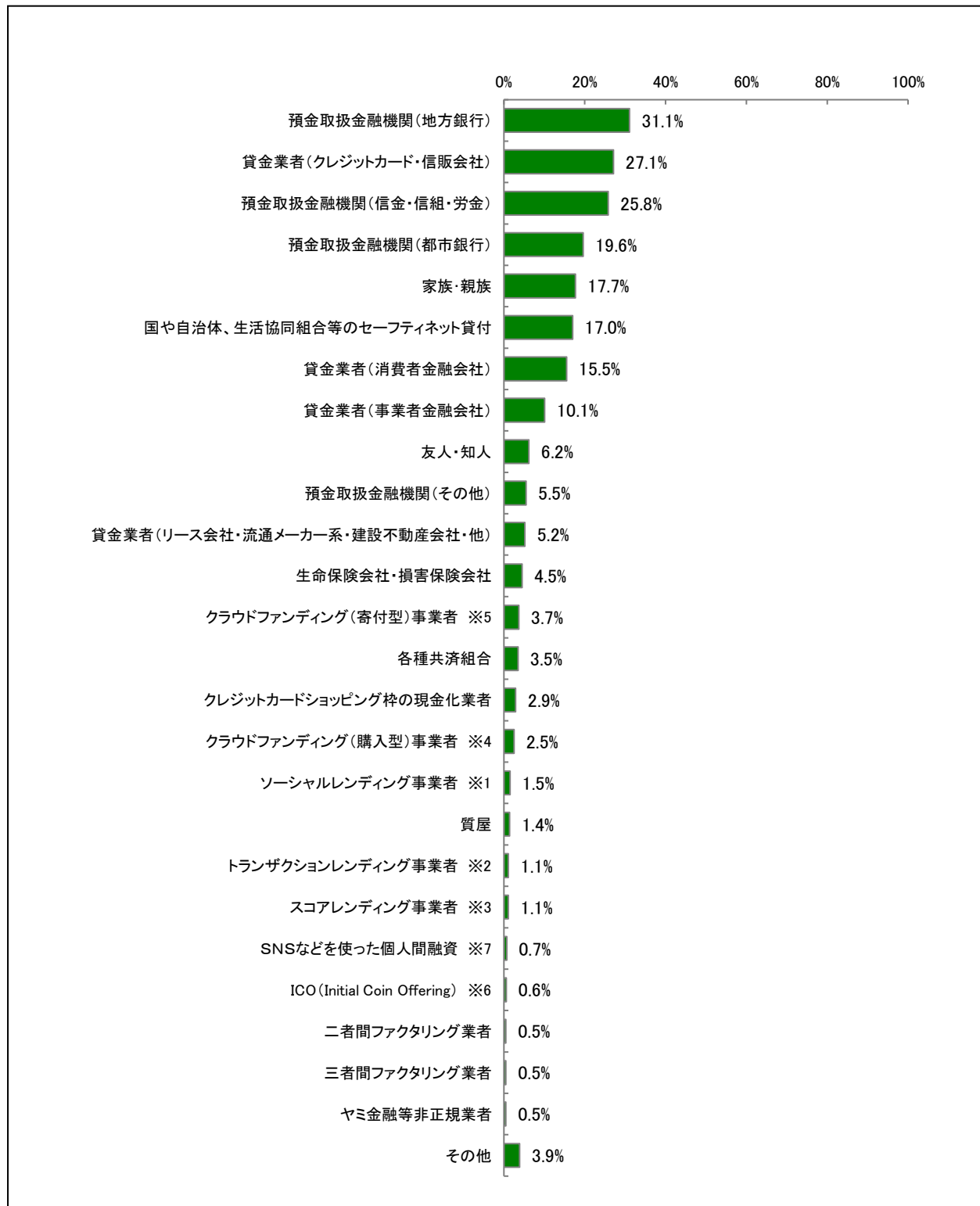
3. 資金需要者等の借入行動等について

(1) 資金需要者等の借入行動等について

① 借入先として検討した先について

- 借入先として検討した先については、「地方銀行」が31.1%と最も高く、次いで「クレジットカード・信販会社」が27.1%、「信金・信組・労金」が25.8%と続いている。

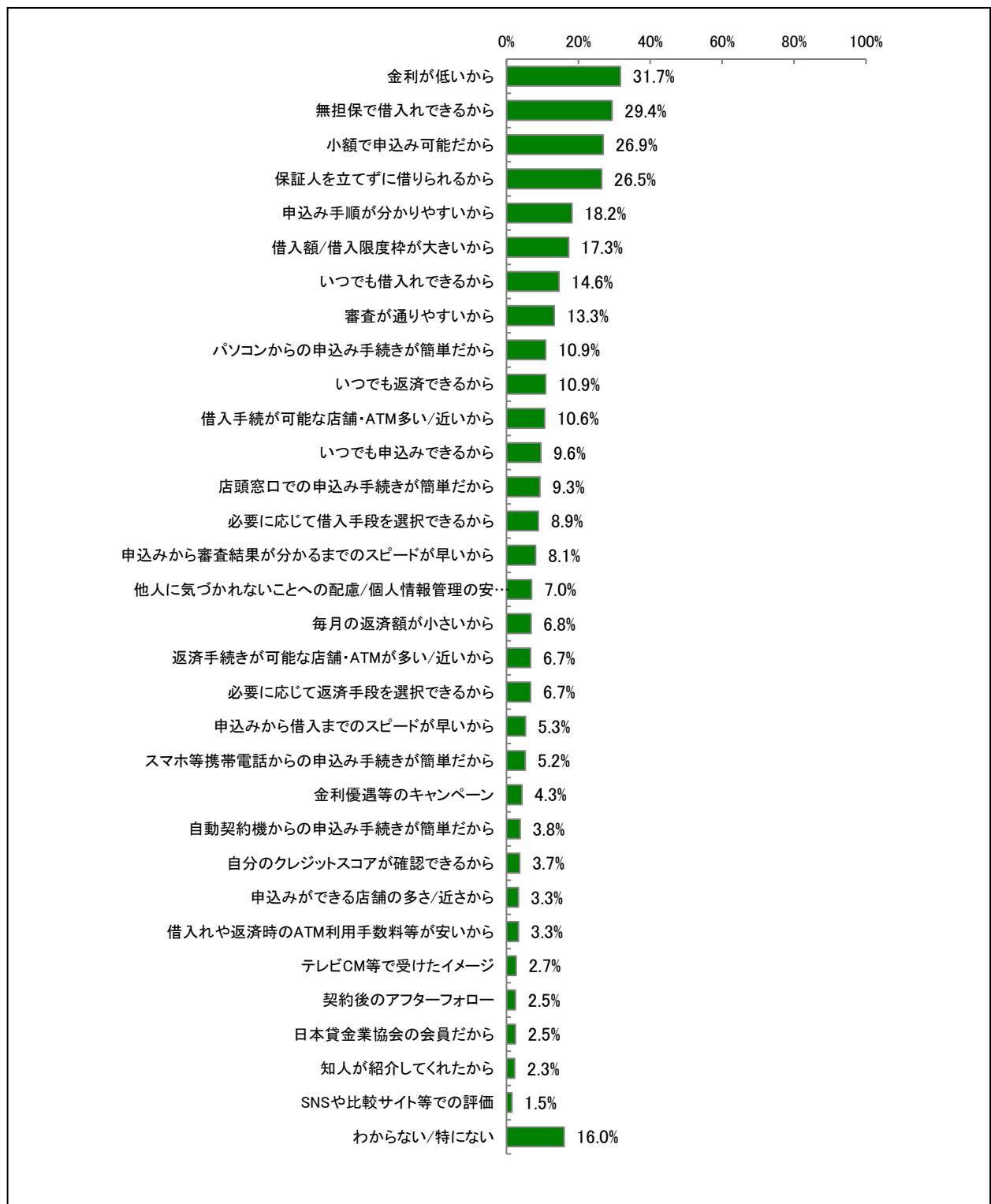
<図表 61:借入先として検討した先（複数回答 n=1500）>



② 最終的に借入先として選んだ理由

- 借入先を選定した理由については、「金利が低いから」が31.7%と最も高く、次いで「無担保で借りれるから」が29.4%、「少額で申し込み可能だから」が26.9%と続いている。

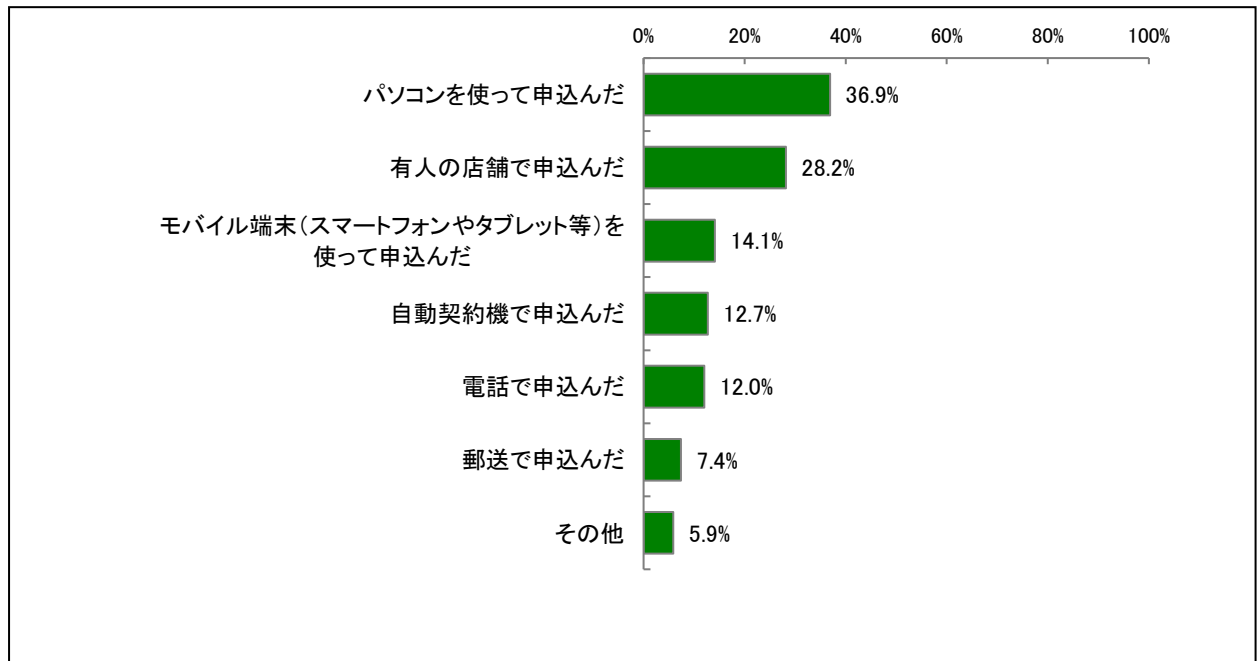
<図表 62:借入先として選んだ理由（複数回答 n=1500）>



③ 借入れする際の申込方法について

- 借入れする際の申込方法については、「パソコンを使って申し込んだ」が 36.9%と最も高く、次いで「有人の店舗で申し込んだ」が 28.2%、「モバイル端末(スマートフォンやタブレット等)を使って申し込んだ」が 14.1%となった。

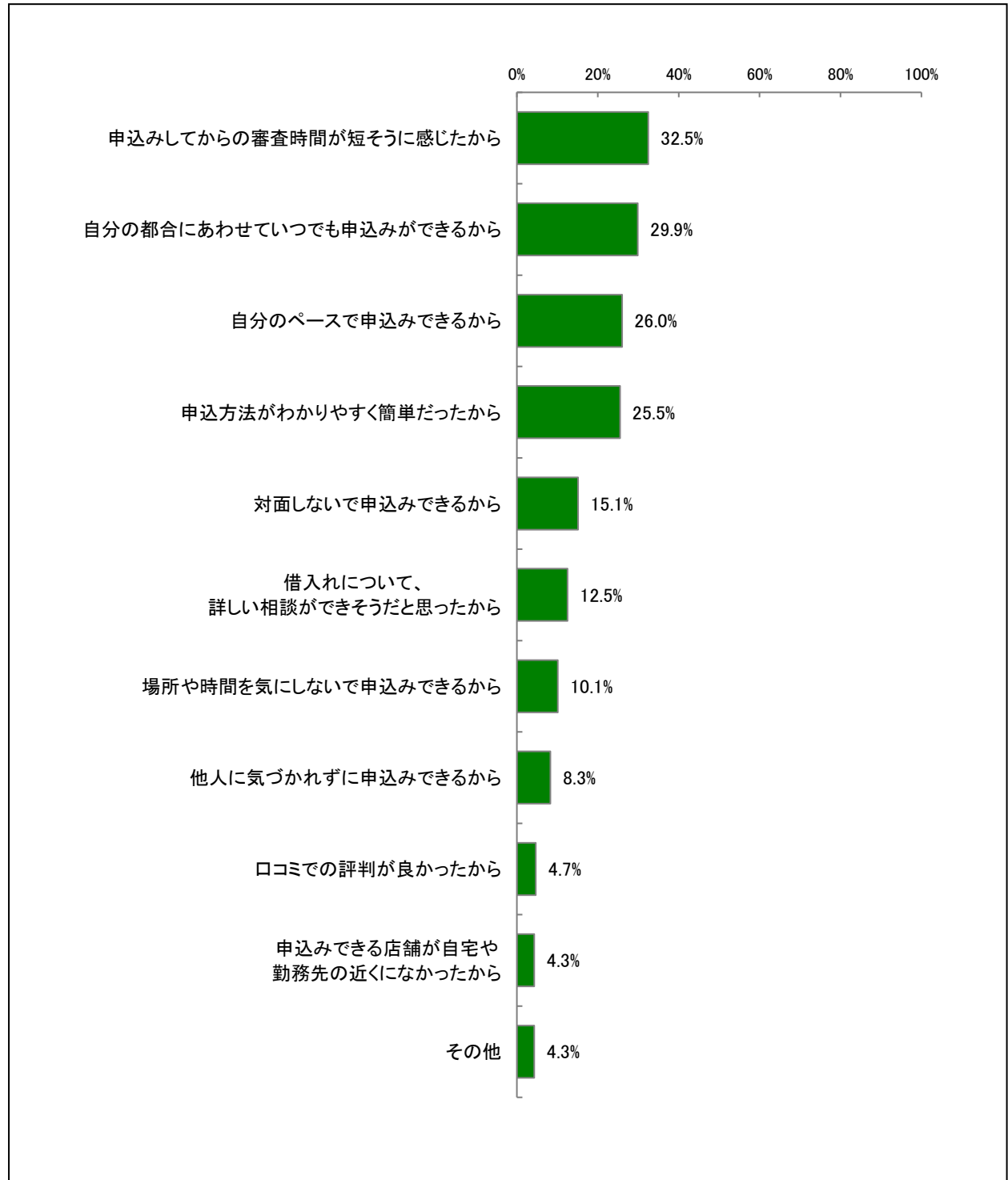
<図表 63:借入れする際の申込方法(複数回答 n=1500)>



④ 借入れする際の申込方法を選んだ理由

- 借入れする際の申込方法を選んだ理由については、「申し込みしてから審査時間が短そうに感じたから」が32.5%と最も高く、次いで「自分の都合にあわせていつでも申し込みができるから」が29.9%、「自分のペースで申し込みできるから」が26.0%となった。

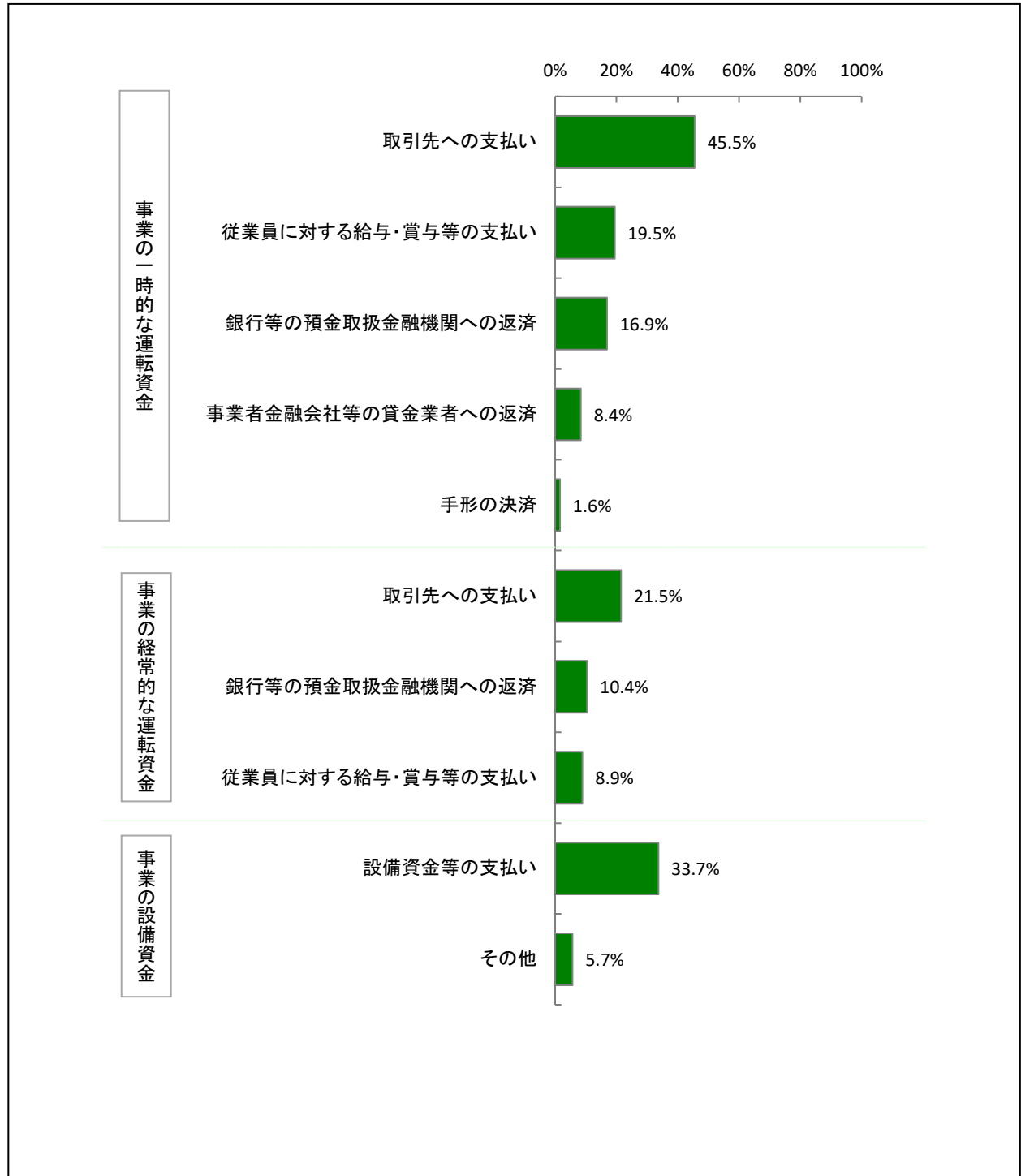
＜図表 64:借入れする際の申込方法を選んだ理由（複数回答 n=1500）＞



⑤ 借入申込を行った際の資金使途と借入希望額

- 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45.5%と最も高い結果となった。

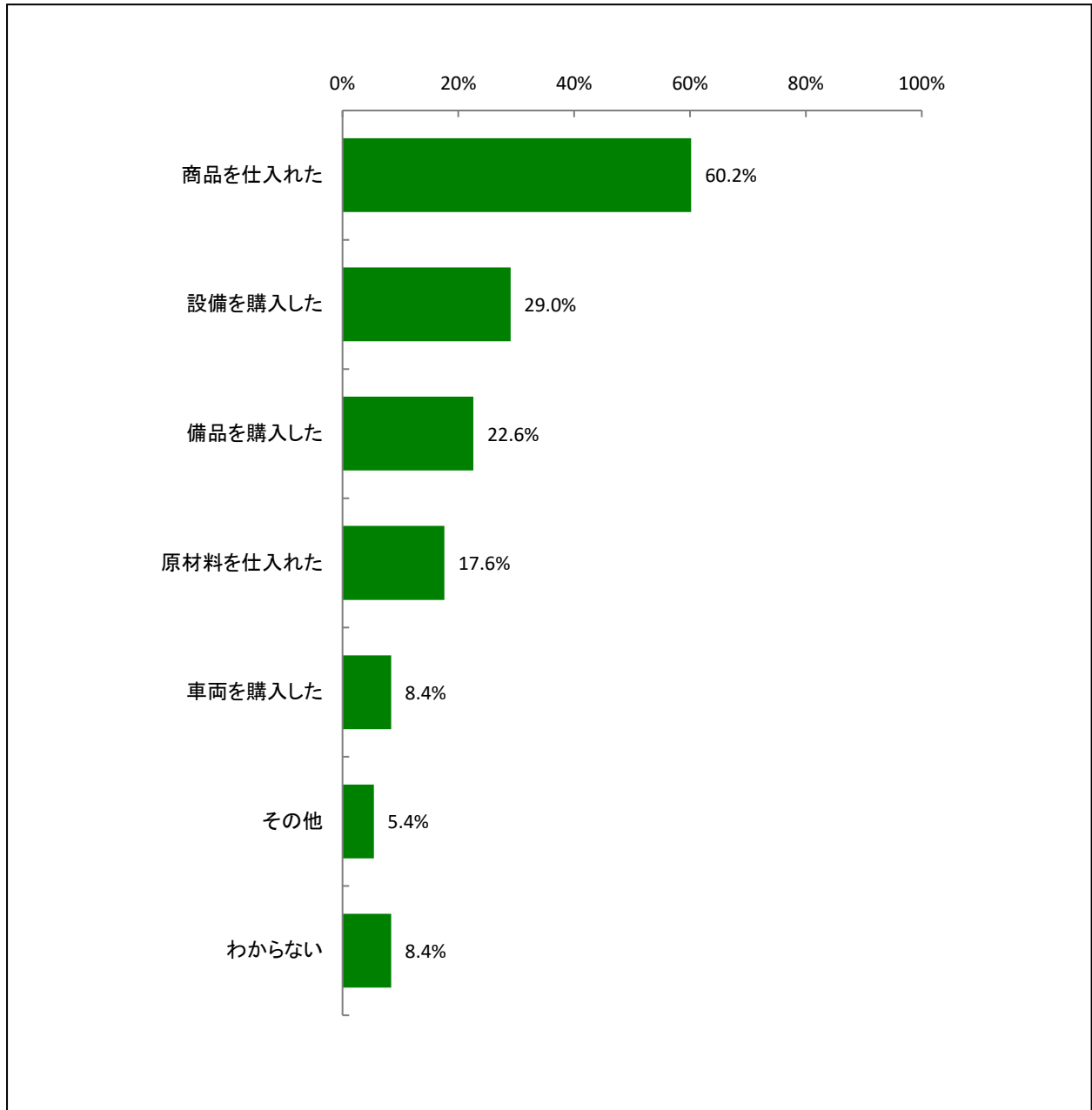
<図表 65:直近3年以内に借入申込を行った際の資金使途 (複数回答 n=559)>



⑥ 特定業種の事業者における具体的な資金使途

- 借入経験のある特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス業)の事業者に対して、借入れを行った際の具体的な資金使途について調査したところ、「商品を仕入れた」が60.2%と最も高く、次いで「設備を購入した」が29.0%、「備品を購入した」が22.6%となった。

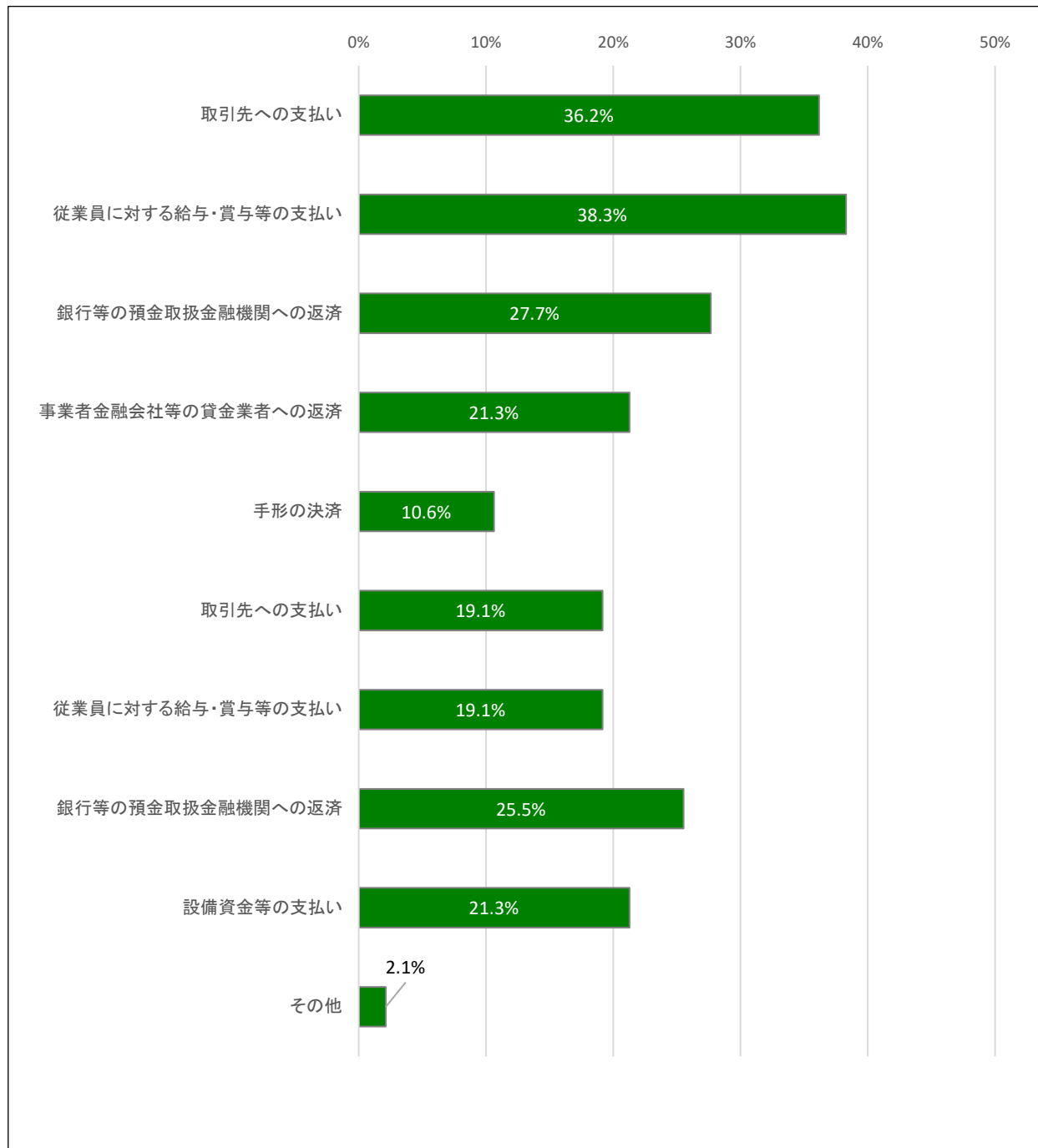
<図表 66: 特定業種の事業者における具体的な資金使途 (複数回答 n=500)>



⑦ フィンテック等を利用して調達した資金の資金使途と調達金額

- 借入経験のある事業者に対して、フィンテック等を利用して調達した資金の資金使途と調達金額について調査したところ、「従業員に対する給与・賞与等の支払い」が38.3%と最も高く、次いで「取引先への支払い」が36.2%、「銀行等の預金取扱業者への返済」が27.7%となった。

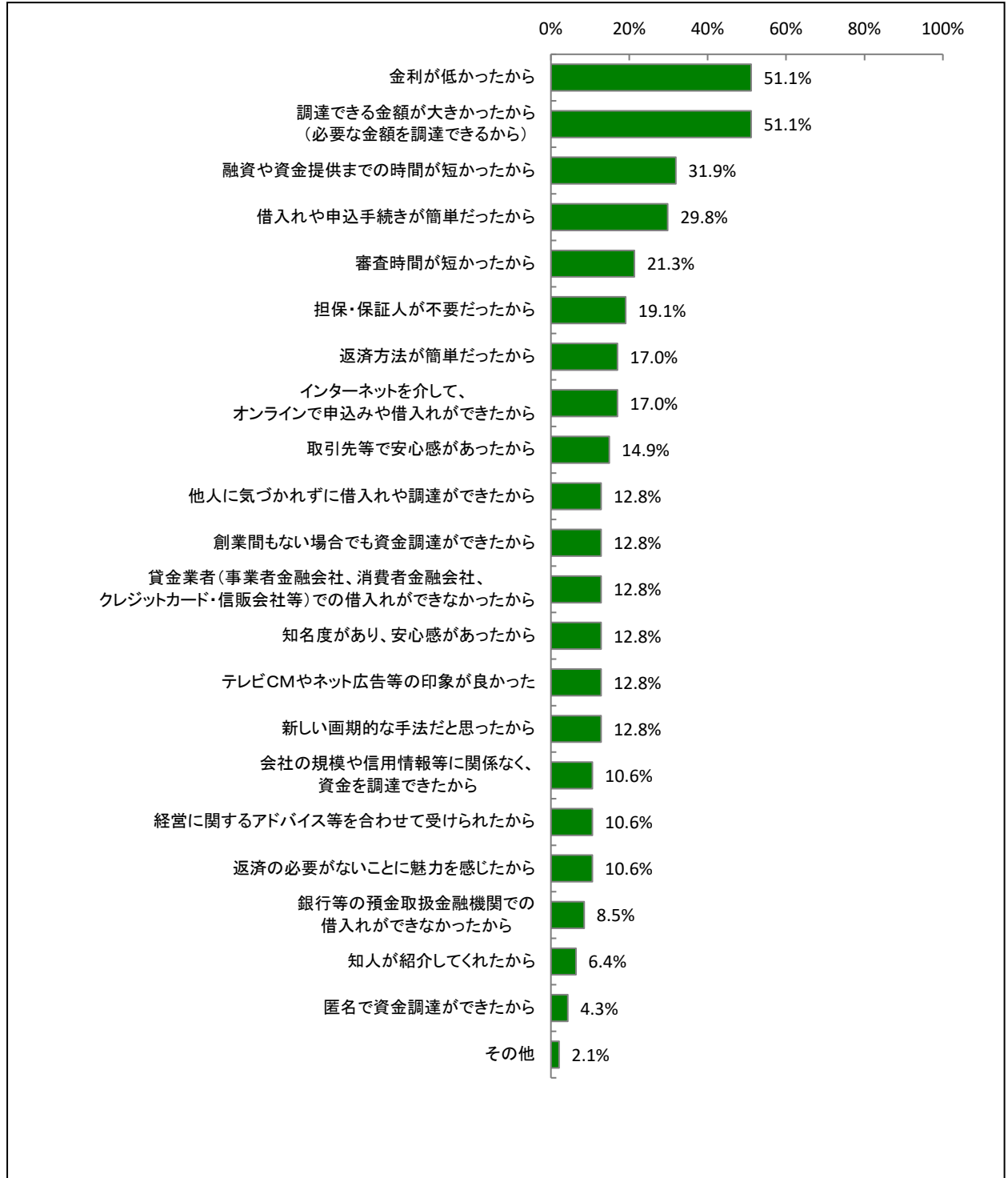
＜図表 67:フィンテック等を活用して調達した資金の資金使途と調達金額（複数回答 n=47）＞



⑧ フィンテック等を活用した資金調達方法を選んだ理由

- フィンテック等を活用した資金調達方法を選んだ理由については、「金利が低かったから」と「調達できる金額が大きかったから(必要な金額を調達できるから)」が 51.1%と最も高く、次いで「融資や資金提供までの時間が短かったから」が 31.9%と続いている。

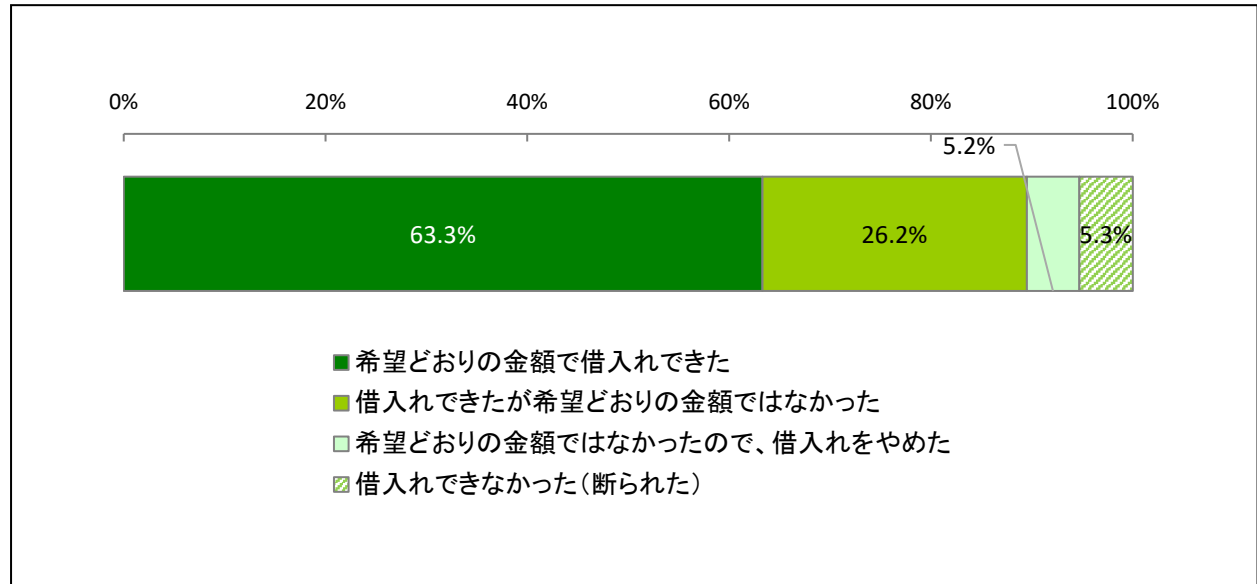
＜図表 68:フィンテック等の最新の技術を活用した新しい資金調達手段を選んだ理由（複数回答 n=47）＞



⑨ 直近3年間の貸金業者への借入申込の結果について

- 借入経験のある事業者に対して、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、63.3%が希望どおりの借入れができたと回答している。

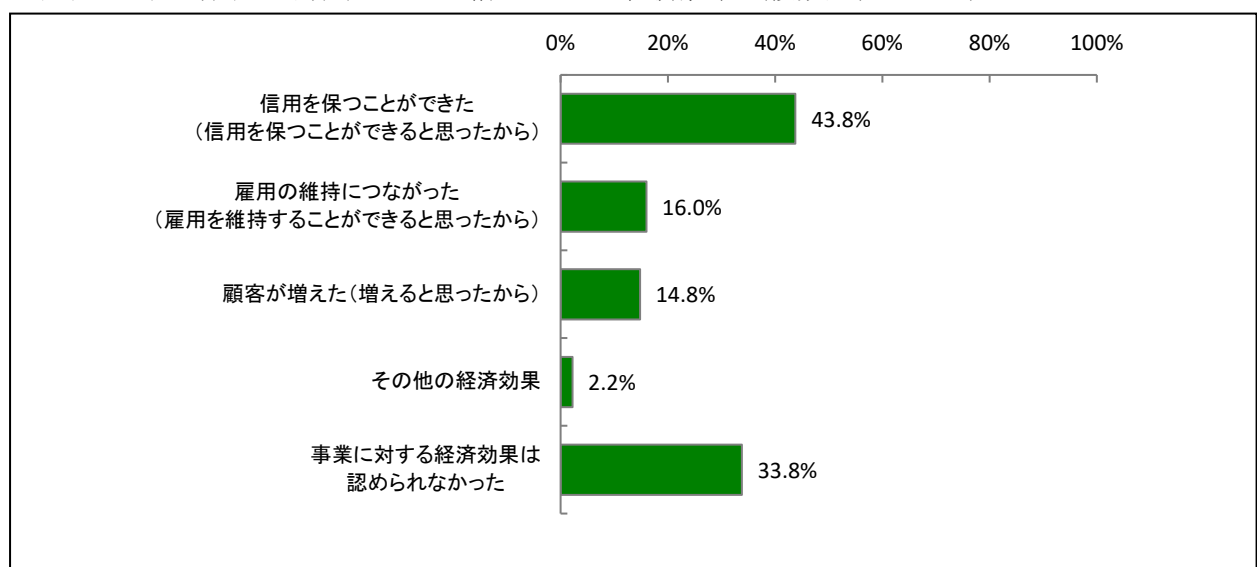
<図表 69:直近3年間の借入申込み結果 (n=1500)>



⑩ 特定業種の事業者における借入れの経済効果について

- また、借入経験のある特定業種(小売業・宿泊業・飲食サービス業・)の事業者に対して、借入れを行ったことによる経済効果について調査したところ、「信用を保つことができた(信用を保つことができたと思ったから)」が43.8%と最も高く、次いで「顧客の維持につながった(つながると思ったから)」が16.0%と続いている。

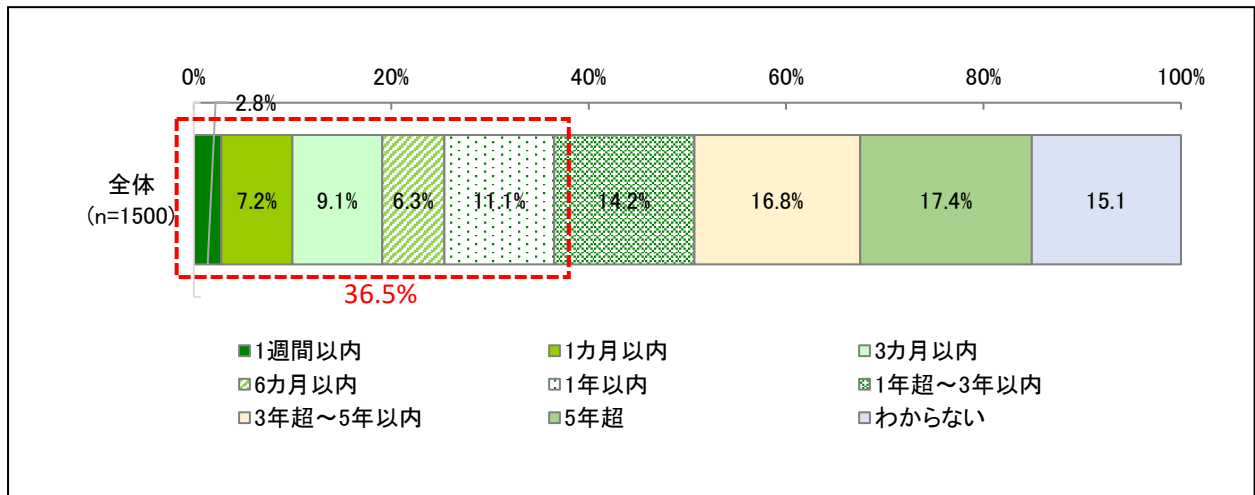
<図表 70:特定業種の事業者における借入れによる経済効果 (複数回答 n=500)>



⑪ 借入申込時に計画していた返済期間について

- 新たな借入を申込みした際に計画していた返済期間をみると、36.5%が1年以内(「1週間以内」～「1年以内」)と回答した。

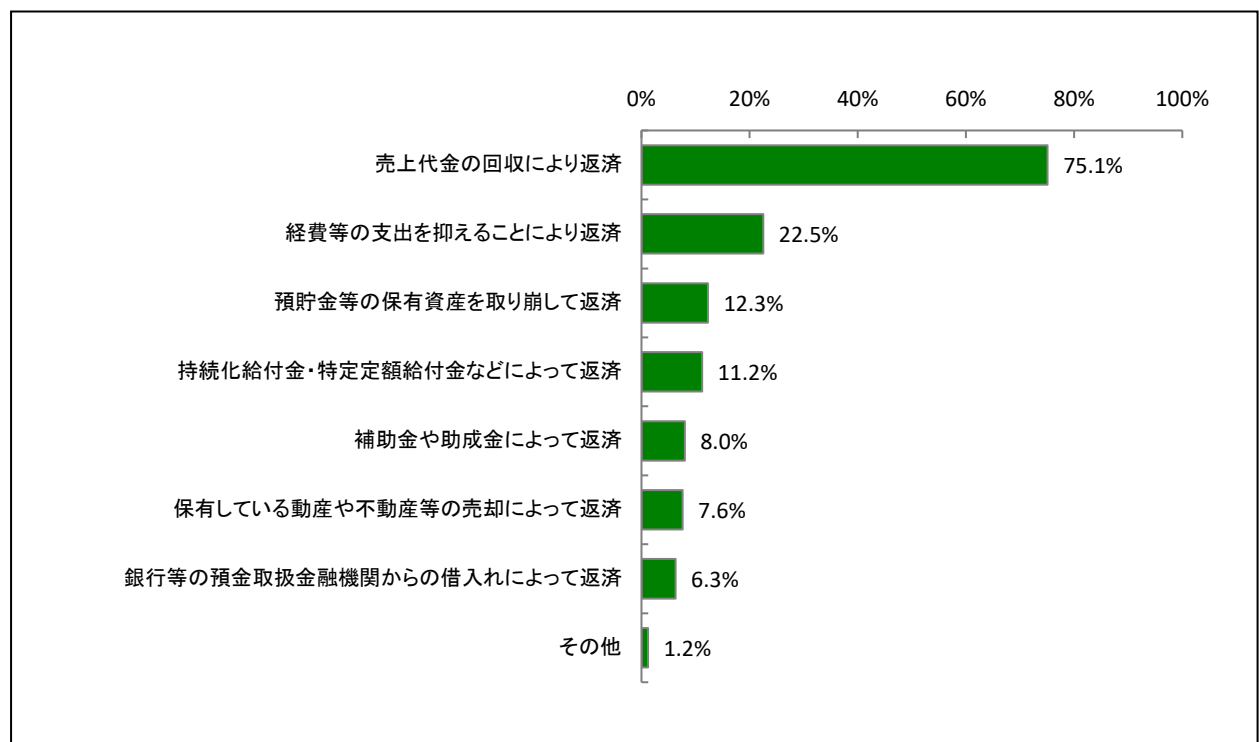
＜図表 71:計画していた返済期間 (n=1500)＞



⑫ 借入申込時に計画していた返済原資について

- 借入申込時に計画していた返済原資については、「売上代金の回収により返済」と回答した割合が75.1%と最も高い結果となった。

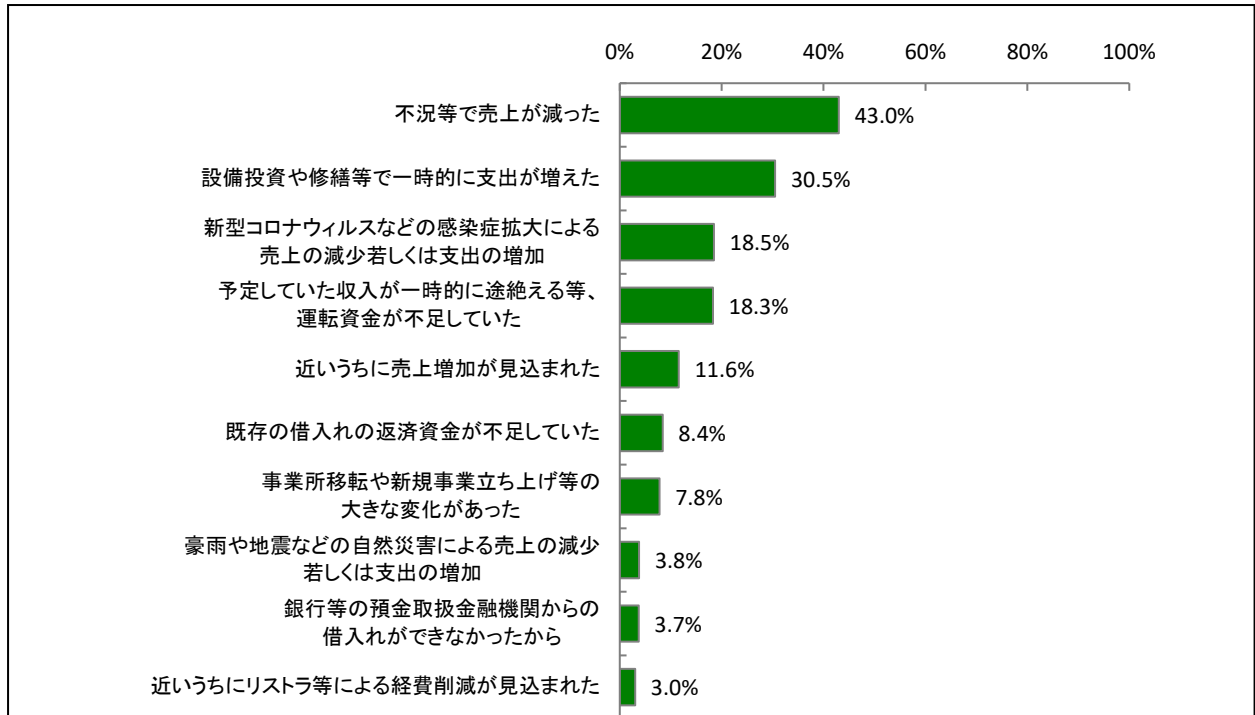
＜図表 72:借入申込時に計画していた返済原資 (複数回答 n=1500)＞



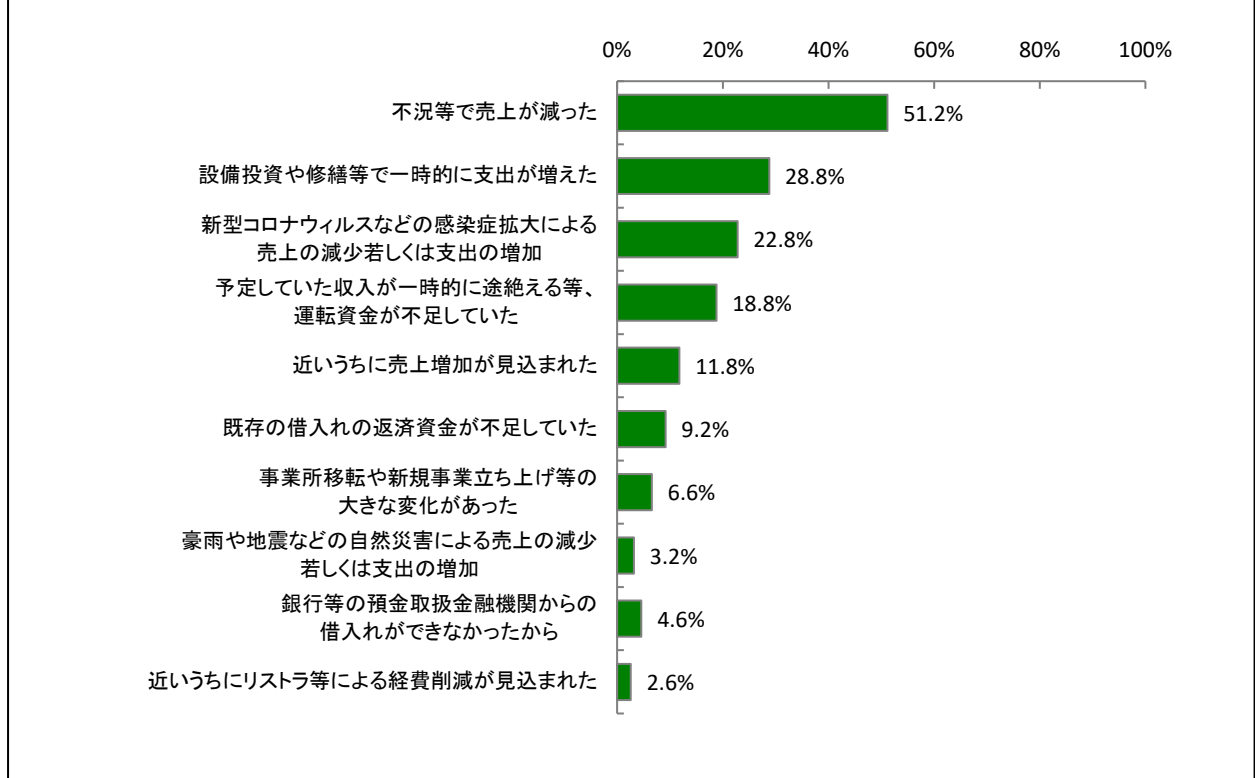
⑬ 借入申込に至った背景

- 新たな借入れ申込や既に契約している借入枠を利用した背景をみると、「不況等で売上が減った」が43.0%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30.5%、「新型コロナウイルスなどの感染症拡大による売上減少若しくは支出の増加」が18.5%となった。

＜図表 73:借入申込を行った背景（複数回答 n=1500）＞



＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=500＞

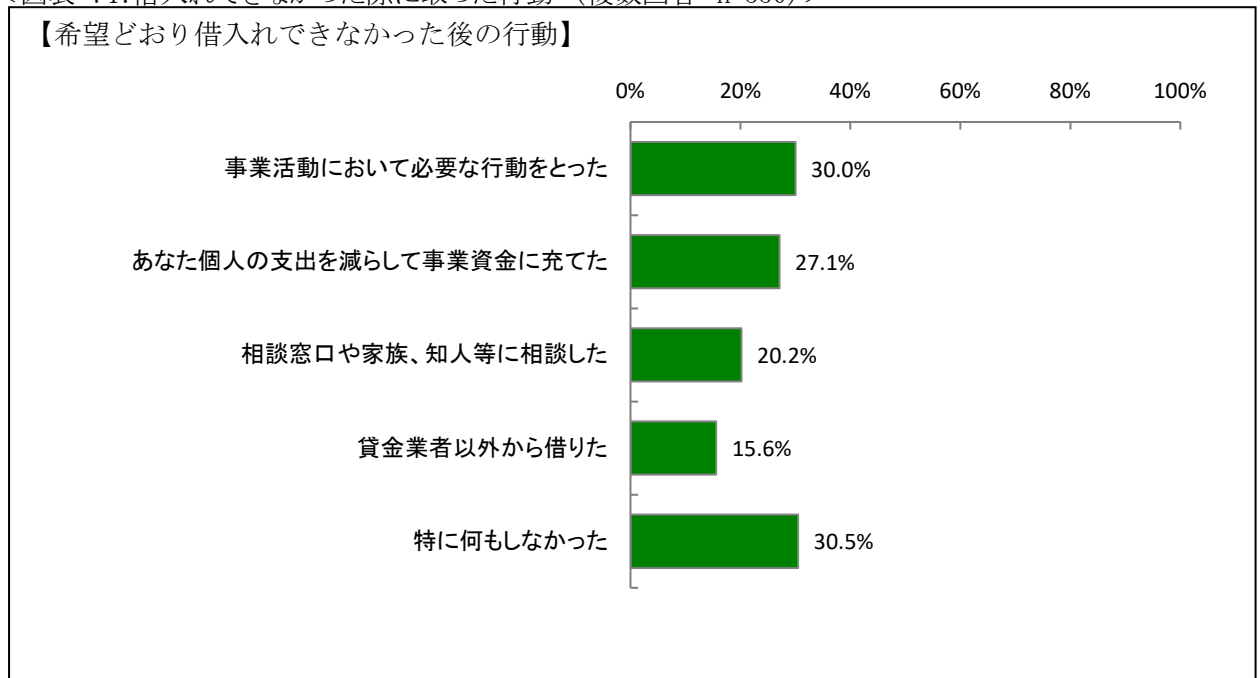


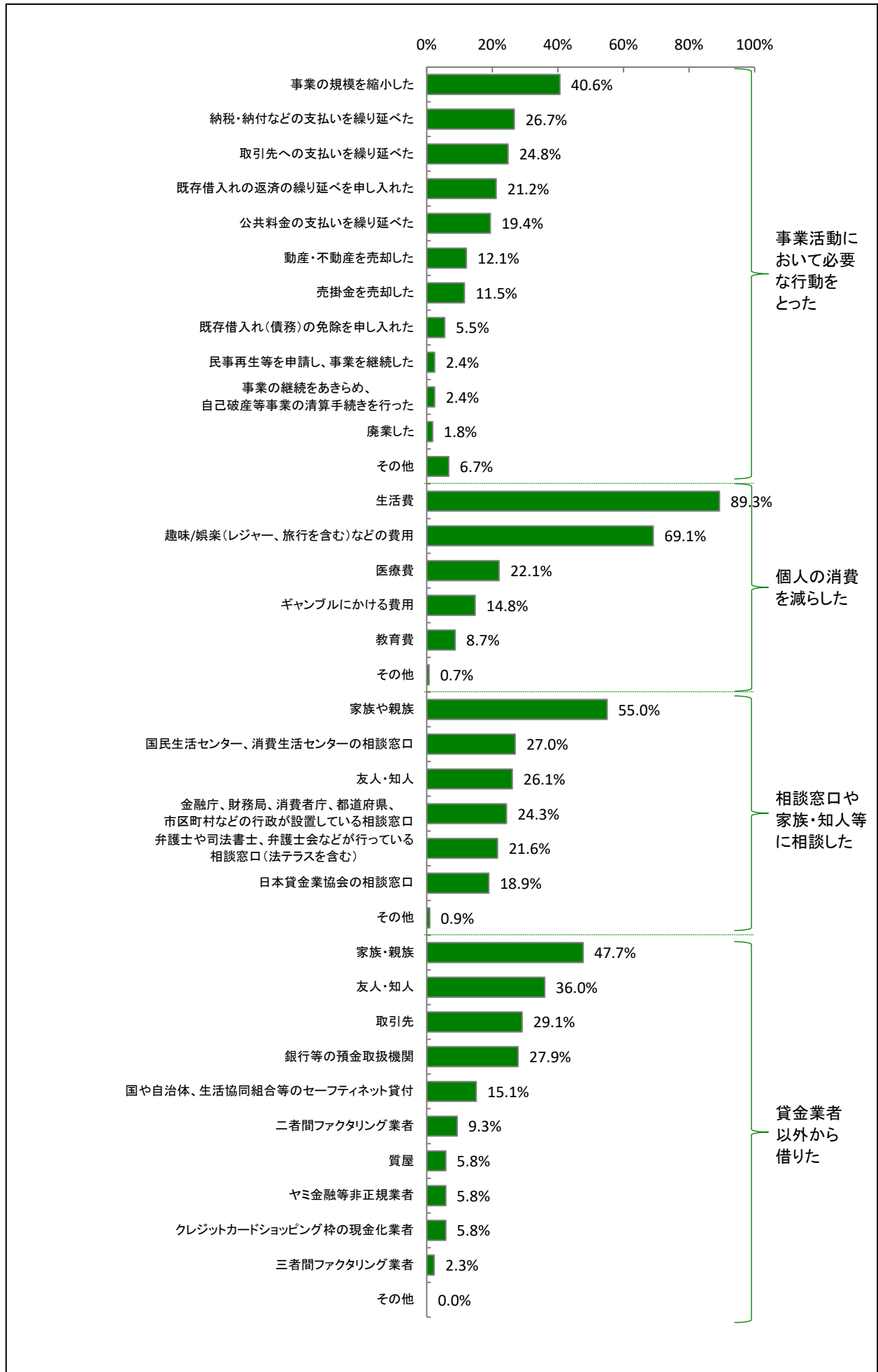
(2) 資金需要者等の借入れできなかった際の行動・影響

① 希望どおりに借入れできなかった際に行った行動

- 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)際に行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30.0%と最も高くなっており、その内容をみると、「生活費(89.3%)」や「趣味/娯楽(レジャー、旅行を含む)などの費用(69.1%)」などの支出を減らして対応している結果となっている。

<図表 74:借入れできなかった際に行った行動 (複数回答 n=550)>

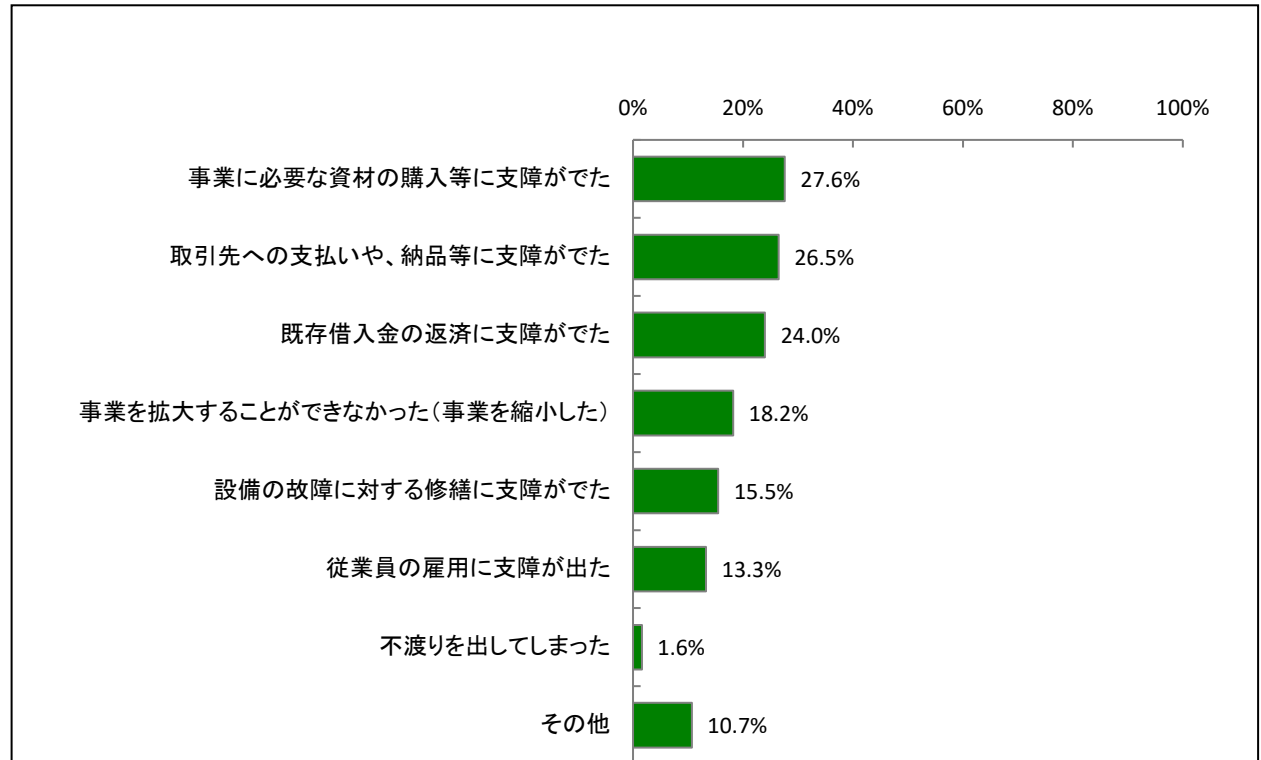




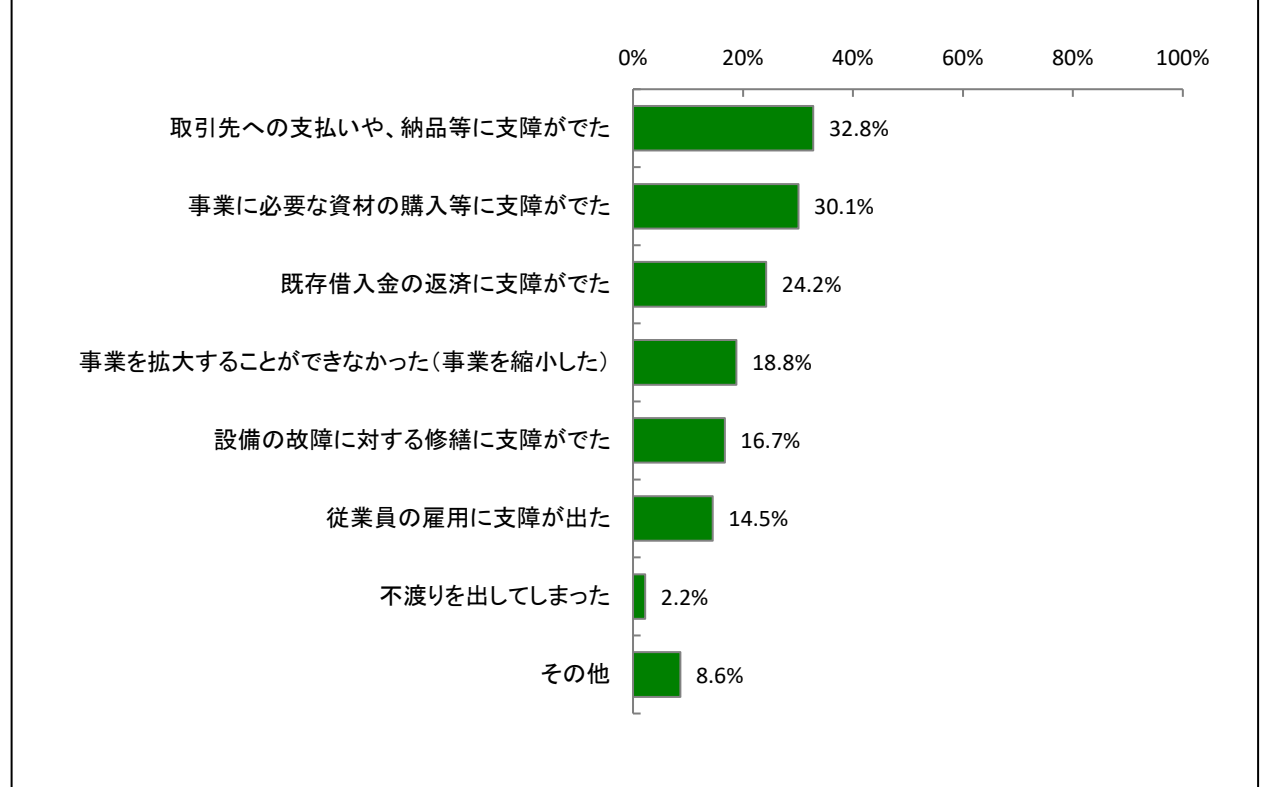
② 希望どおりに借入れできなかったことによる影響

- 希望どおりの借入れができなかったことによる影響については、「事業に必要な資材の購入等に支障がでた」が27.6%と最も高く、次いで「取引先への支払いや、納品等に支障がでた」が26.5%と続いている。

<図表 75:借入れできなかったことによる影響（複数回答 n=550）>



<特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=186>

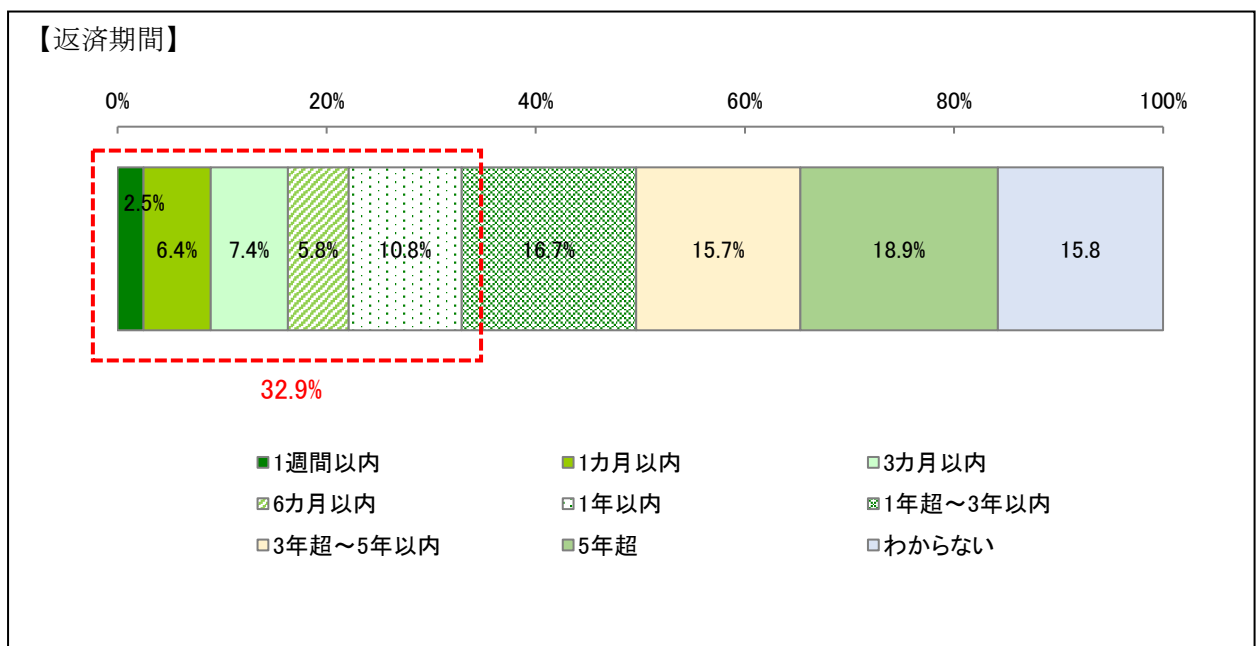
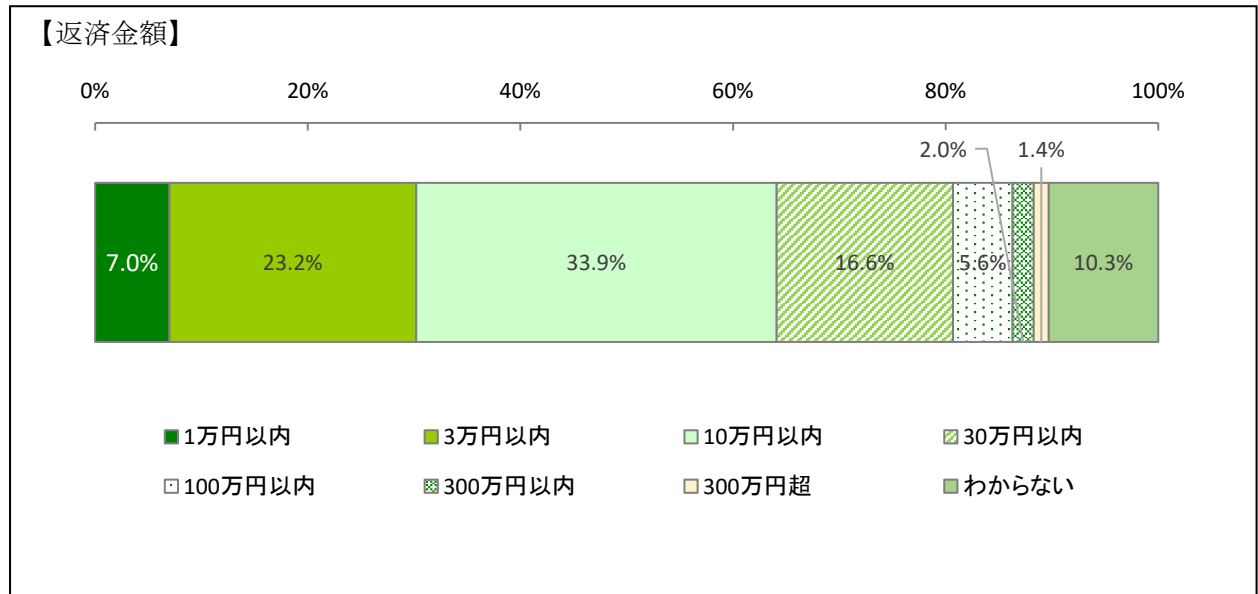


(3) 借入金の返済状況・セーフティネットの認知度等について

① 借入後の毎月の返済金額と完済に至るまでの返済期間

- 借入れ後の毎月の返済金額については、「10 万円以内」が 33.9%と最も高く、次いで「3 万円以内」が 23.2%、「30 万円以内」が 16.6%となった。
- また、完済に至るまでの返済期間をみると、32.9%が 1 年以内（「1 週間以内」～「1 年以内」）と回答した。

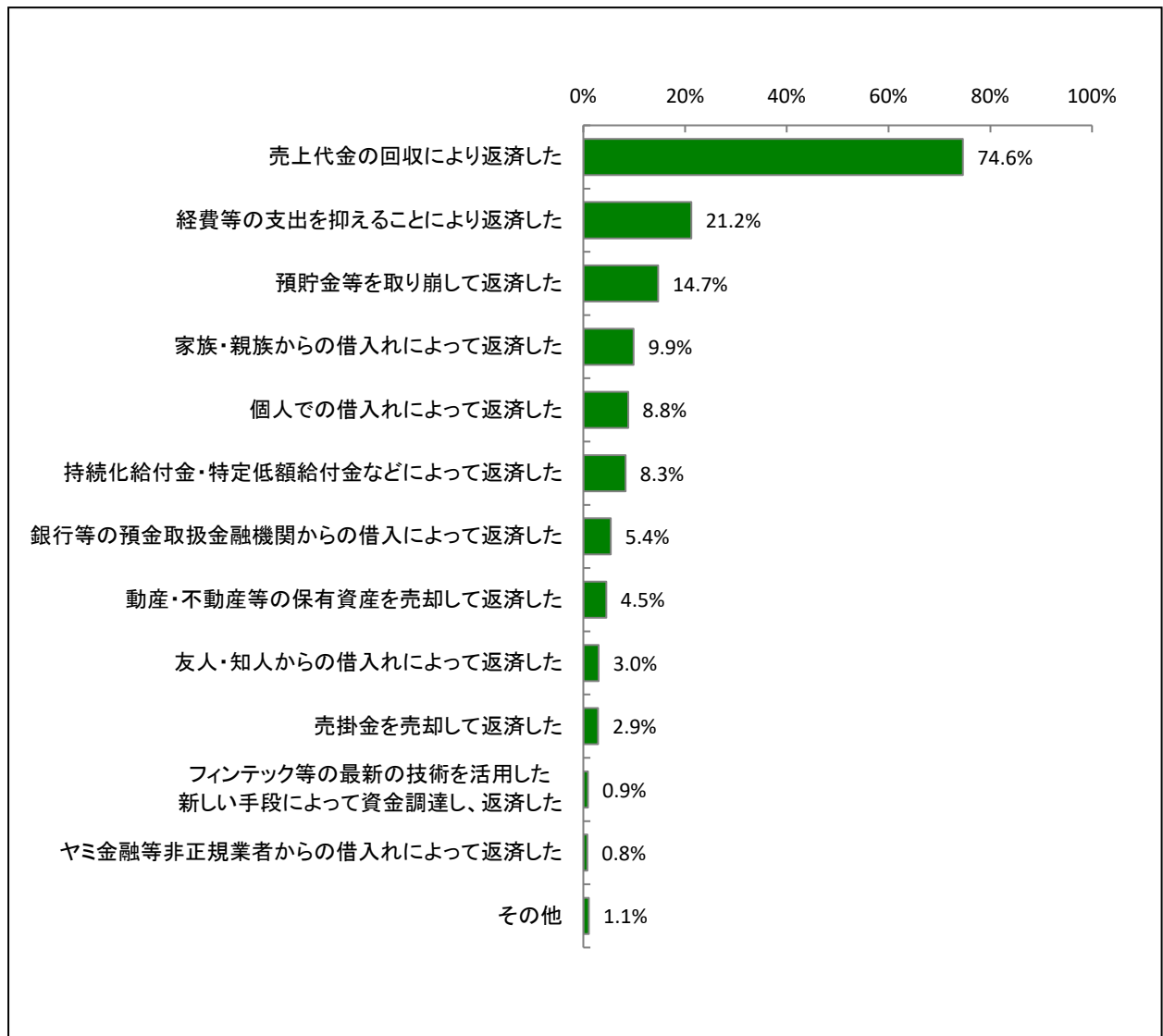
<図表 76:毎月の返済金額と返済期間 (n=1322)>



② 借入後の返済原資について

- 借入後の返済原資をみると、「売上代金の回収により返済した」が74.6%と最も高く、次いで「経費等の支出を抑えることにより返済した」が21.2%と続いている。

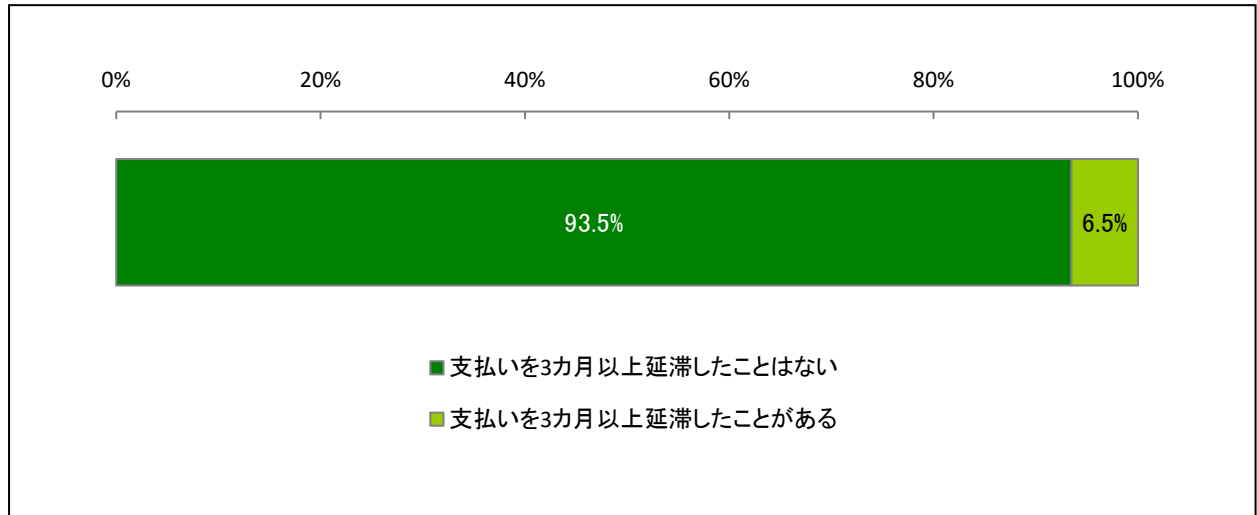
＜図表 77:利用者における借入返済原資（複数回答 n=1322）＞



③ 貸金業者からの借入れにおける延滞経験の有無

- 借入経験のある個人に対して、貸金業者からの借入れにおける3カ月以上の延滞経験の有無について調査したところ、6.5%が支払いを延滞したことがあると回答した。

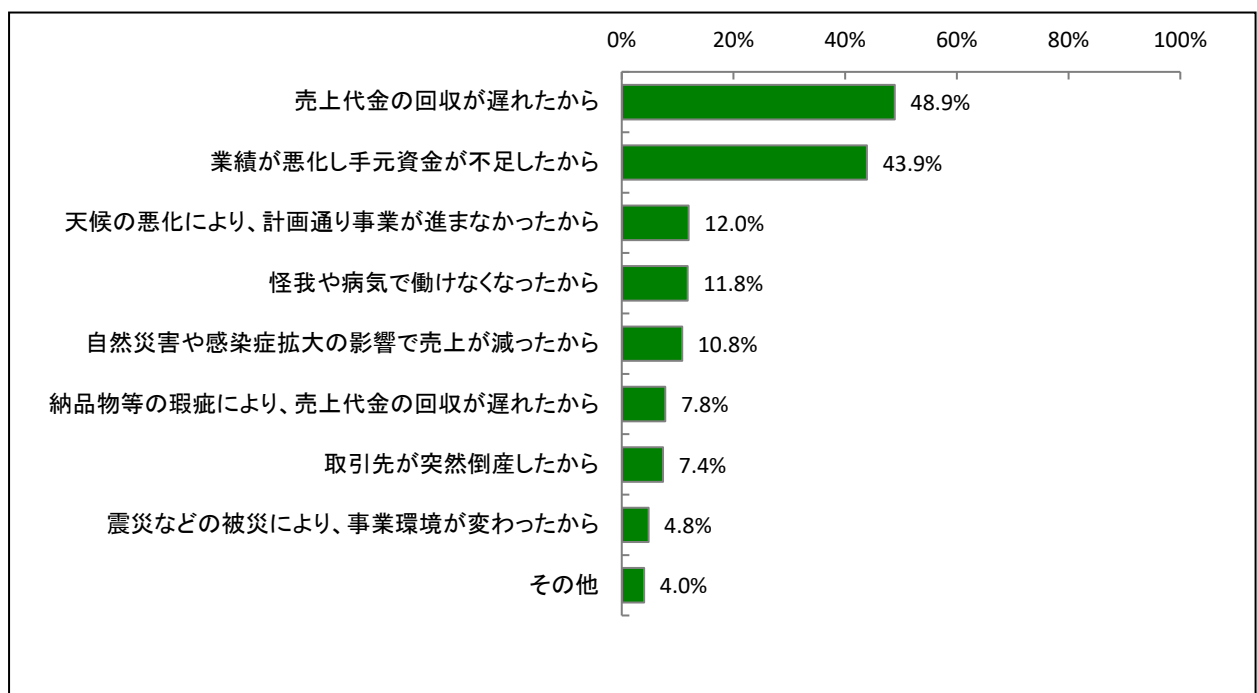
<図表 78:延滞経験の有無 (n=1500)>



④ 延滞した理由について

- 延滞した理由については、「売上代金の回収が遅れたから」と回答した割合が48.9%と最も高く、次いで「業績が悪化してもと資金が不足したから」が43.9%、「天候等の悪化により、計画通り事業が進まなかったから」が12.0%となった。

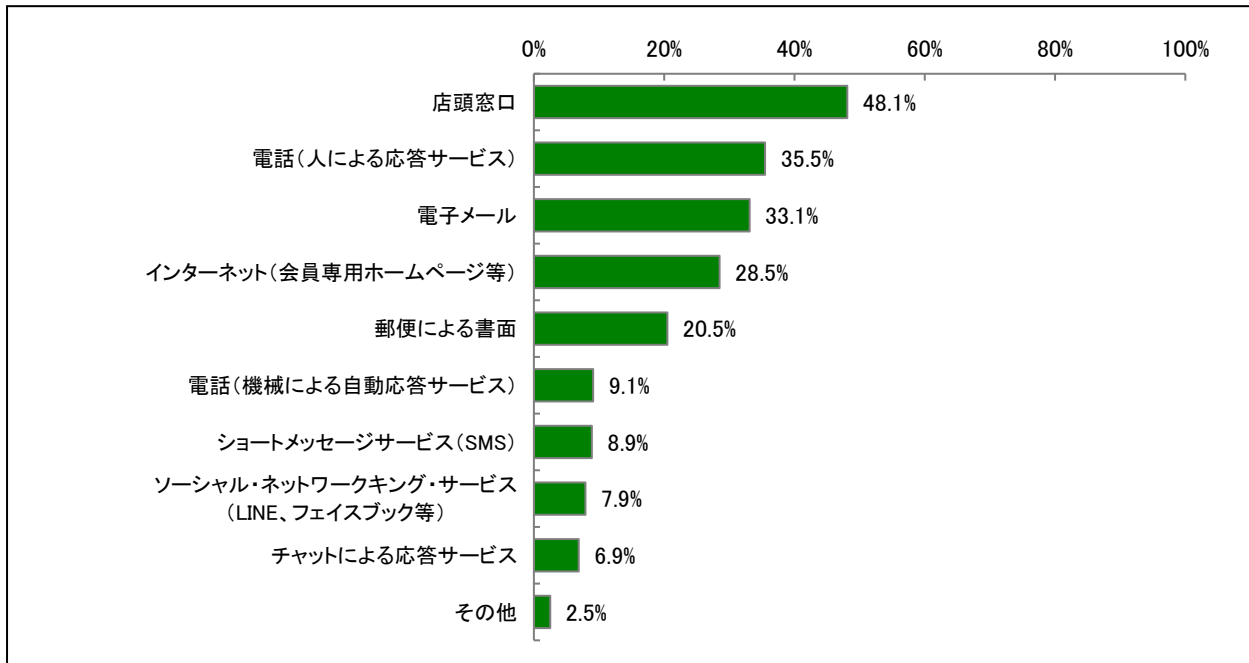
<図表 79:延滞した理由 (複数回答 n=501)>



⑤ 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48.1%と最も高く、次いで「電話(人による応答サービス)」が35.5%、「電子メール」が33.1%と続いている。

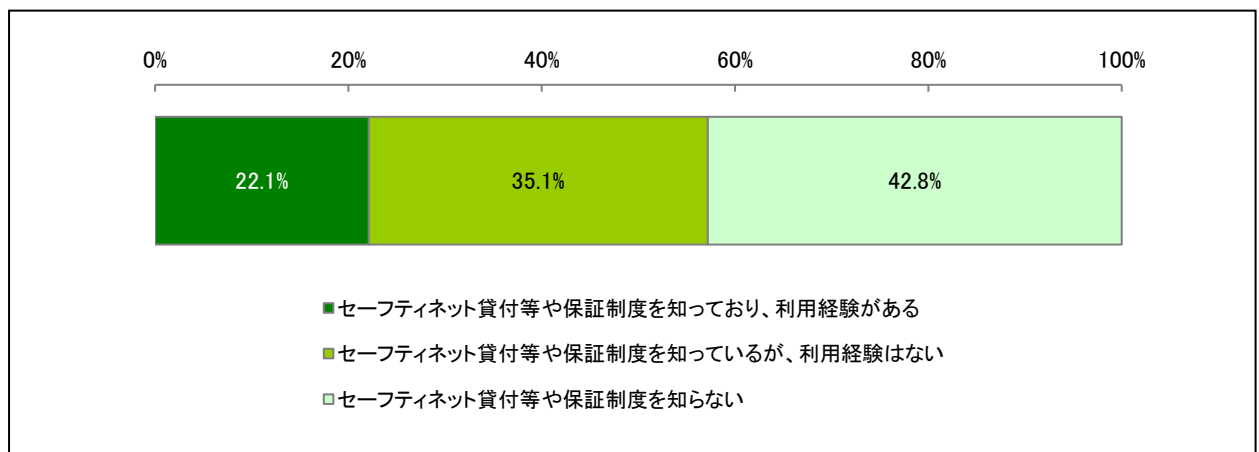
<図表 80:借入先との連絡方法・手段(複数回答 n=1,500)>



⑥ セーフティネット等の認知度について

- 借入経験のある事業者に対して、セーフティネット等の認知度について調査したところ、「セーフティネット貸付等や保証制度を知らない」が42.8%と最も高く、次いで「セーフティネット貸付等や保証制度を知っているが、利用経験はない」が35.1%、「セーフティネット貸付等や保証制度を知っており、利用経験がある」が22.1%となった。

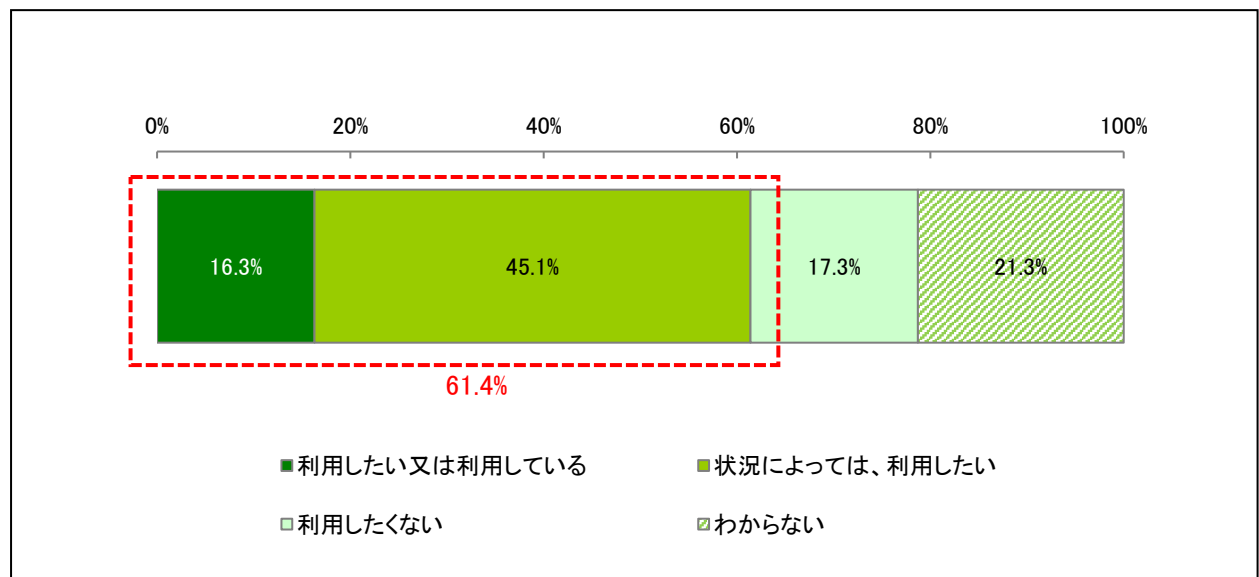
<図表 81:セーフティネット貸付等の認知度について (n=1500)>



⑦ セーフティネット等の利用意向について

- セーフティネット等の利用意向については、「利用したい又は利用している」と「状況によっては利用したい」と回答した割合の合計は 61.4%となった。

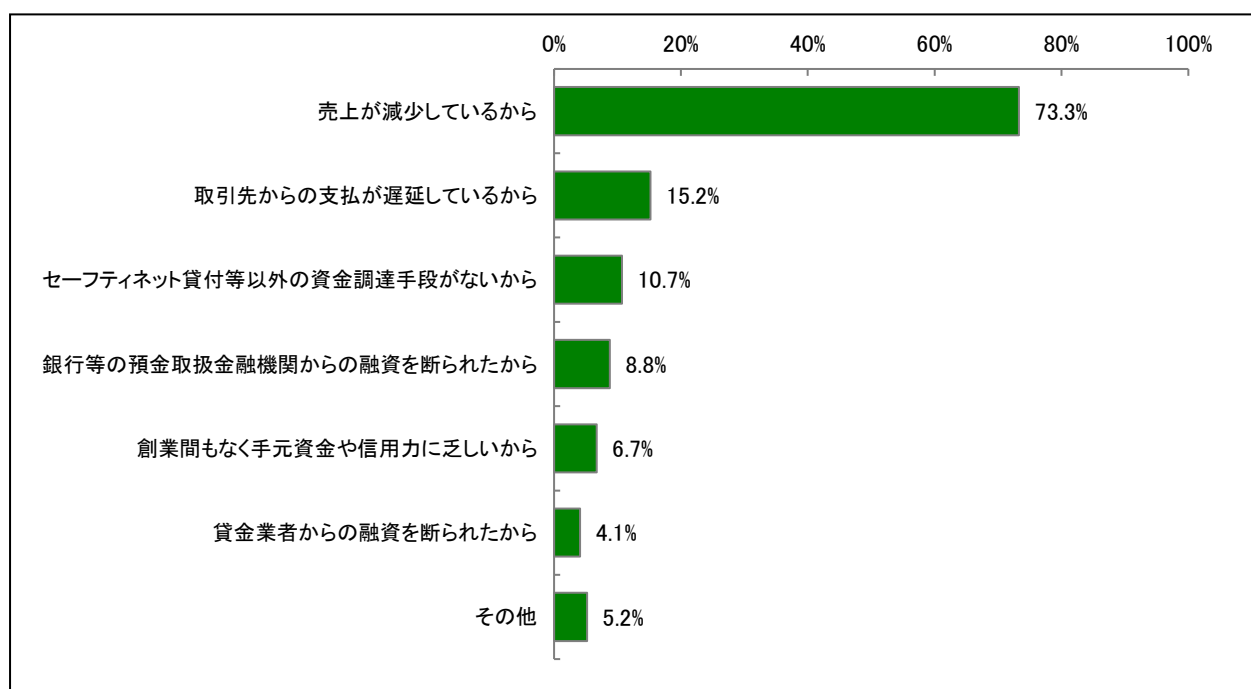
＜図表 82:セーフティネット貸付等の利用意向について (n=1500)＞



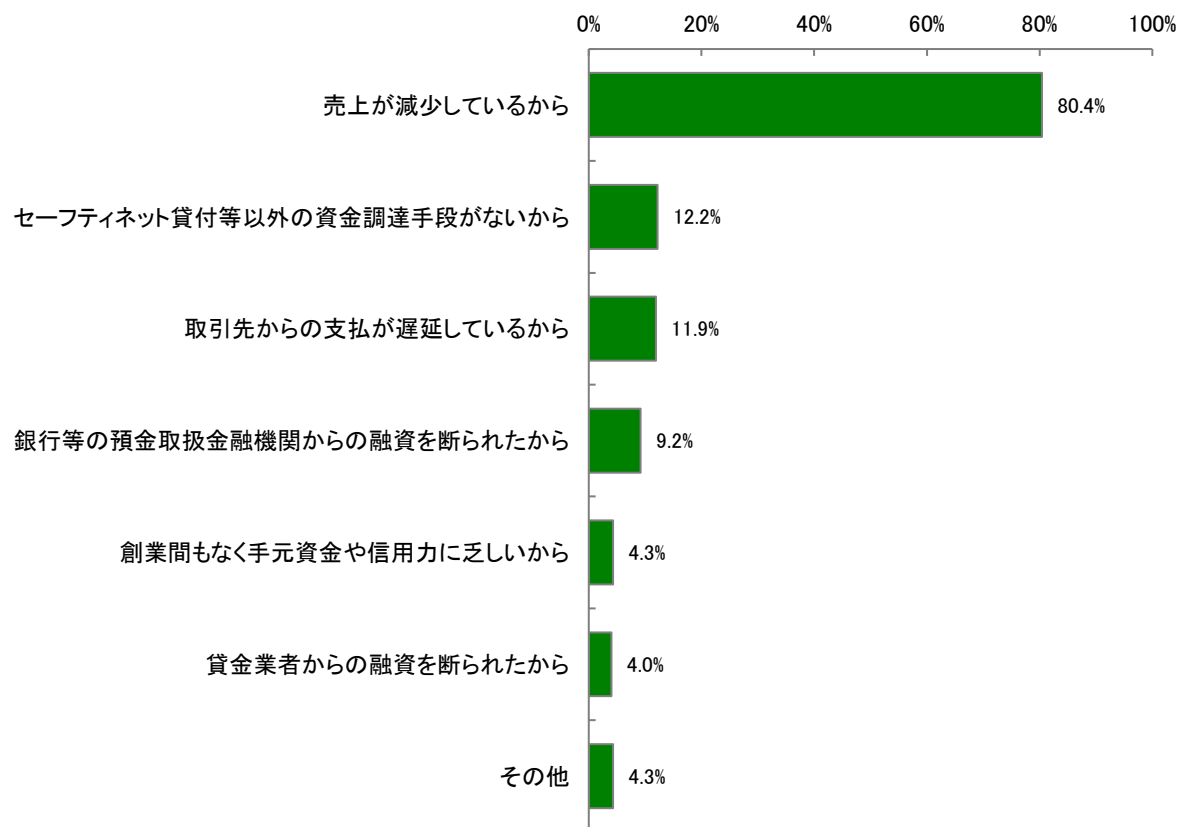
⑧ セーフティネット等を利用したい理由について

- セーフティネット等を利用したい理由については、「売上が減少しているから」が 73.2%と最も高く、次いで「取引先の支払いが遅延しているから」が 16.2%、「セーフティネット貸付等以外の資金調達手段がないから」が 10.7%となった。

＜図表 83:セーフティネット貸付等を利用した、又はしたい理由 (複数回答 n=921)＞



< 特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=327 >

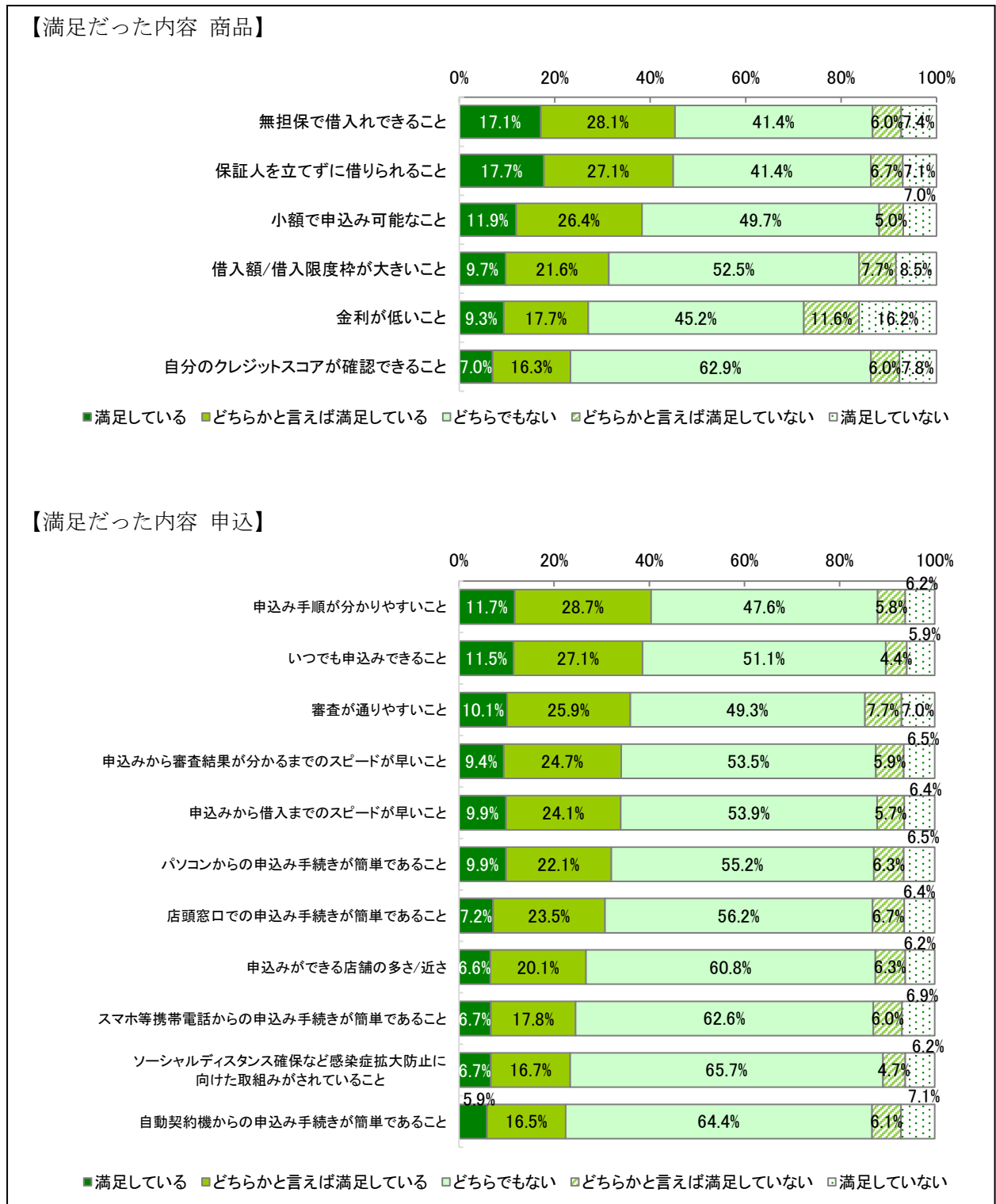


(4) 貸金業者からの借入れに関する顧客満足度・今後の利用意向等について

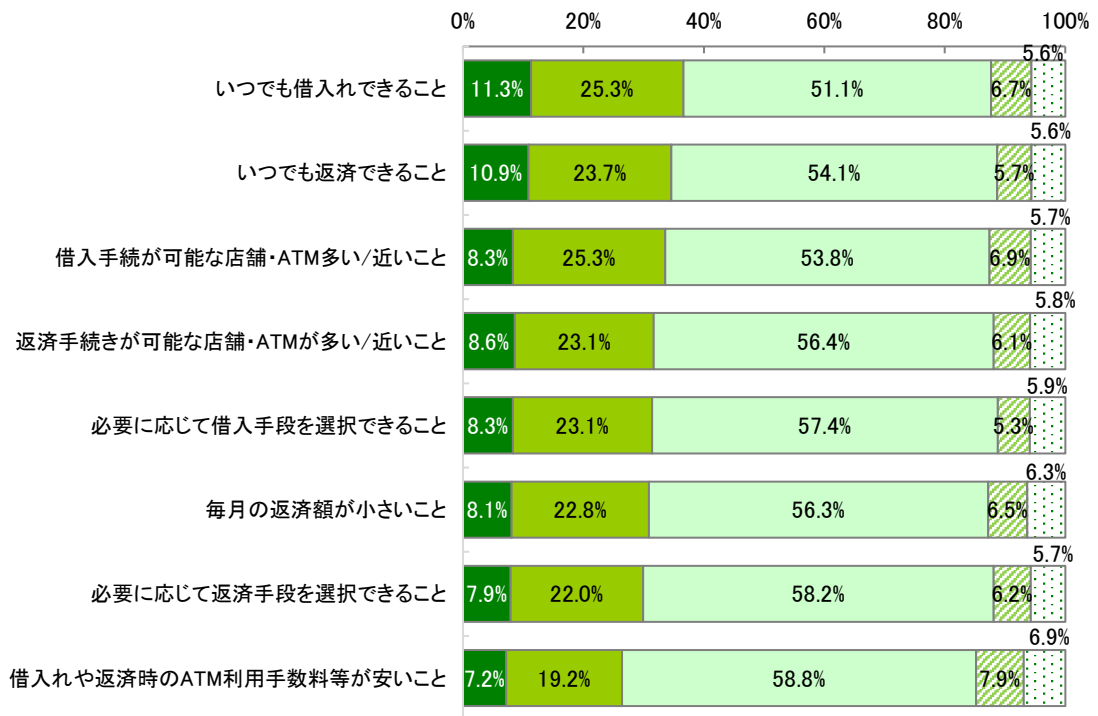
① 貸金業者からの借入れに関する満足度について

- 借入経験のある事業者に対して、貸金業者からの借入れに関する満足度について調査したところ、「満足している」、「どちらかと言えば満足している」と回答した割合の合計は、「無担保で借入できること」が45.2%と最も高く、次いで「保証人を立てずに借りられること」が44.8%、「申込み手順がわかりやすいこと」が40.4%となった。

<図表 84:貸金業者からの借入れに関する満足度（複数回答 n=1500）>

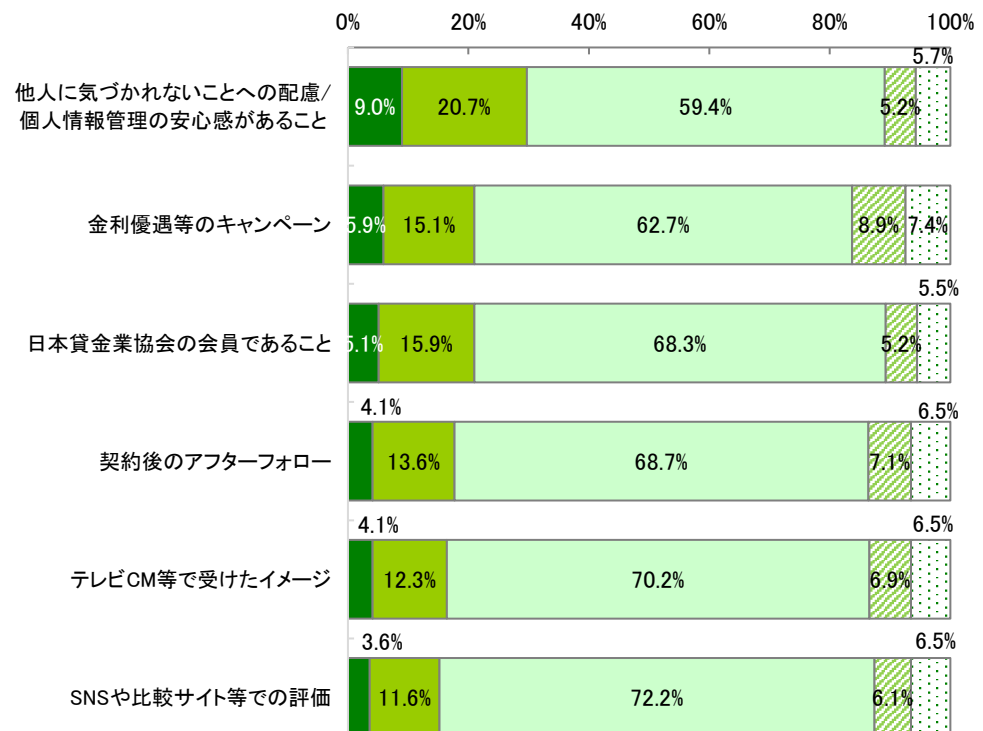


【満足だった内容 借入・返済】



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

【満足だった内容 その他】

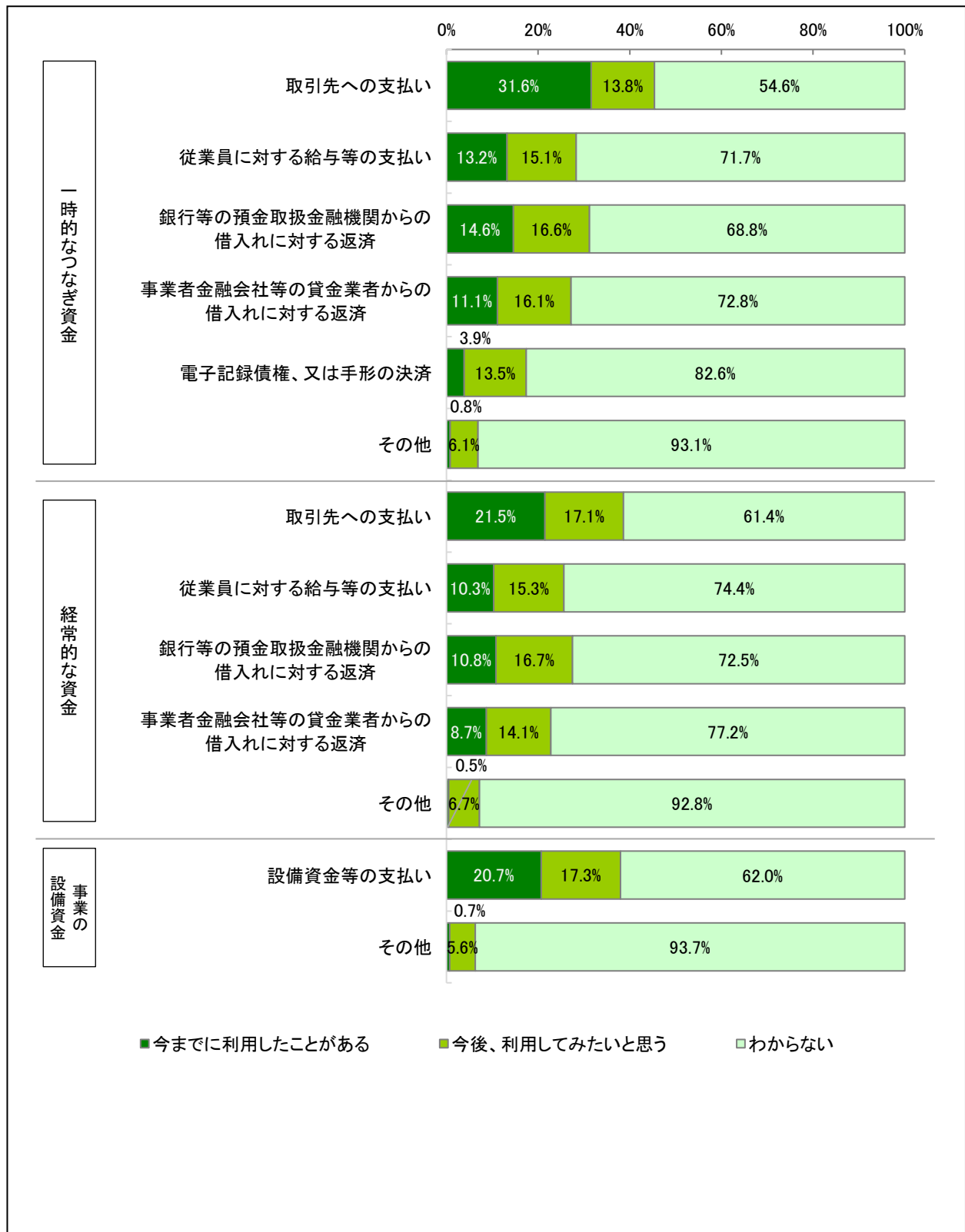


■満足している ■どちらかと言えば満足している □どちらでもない □どちらかと言えば満足していない □満足していない

② 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向

- 借入経験のある事業者に対して、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31.6%と最も高く、次いで「取引先への支払い(経常的な資金)」が21.5%、「設備投資等の支払い」が20.7%となった。

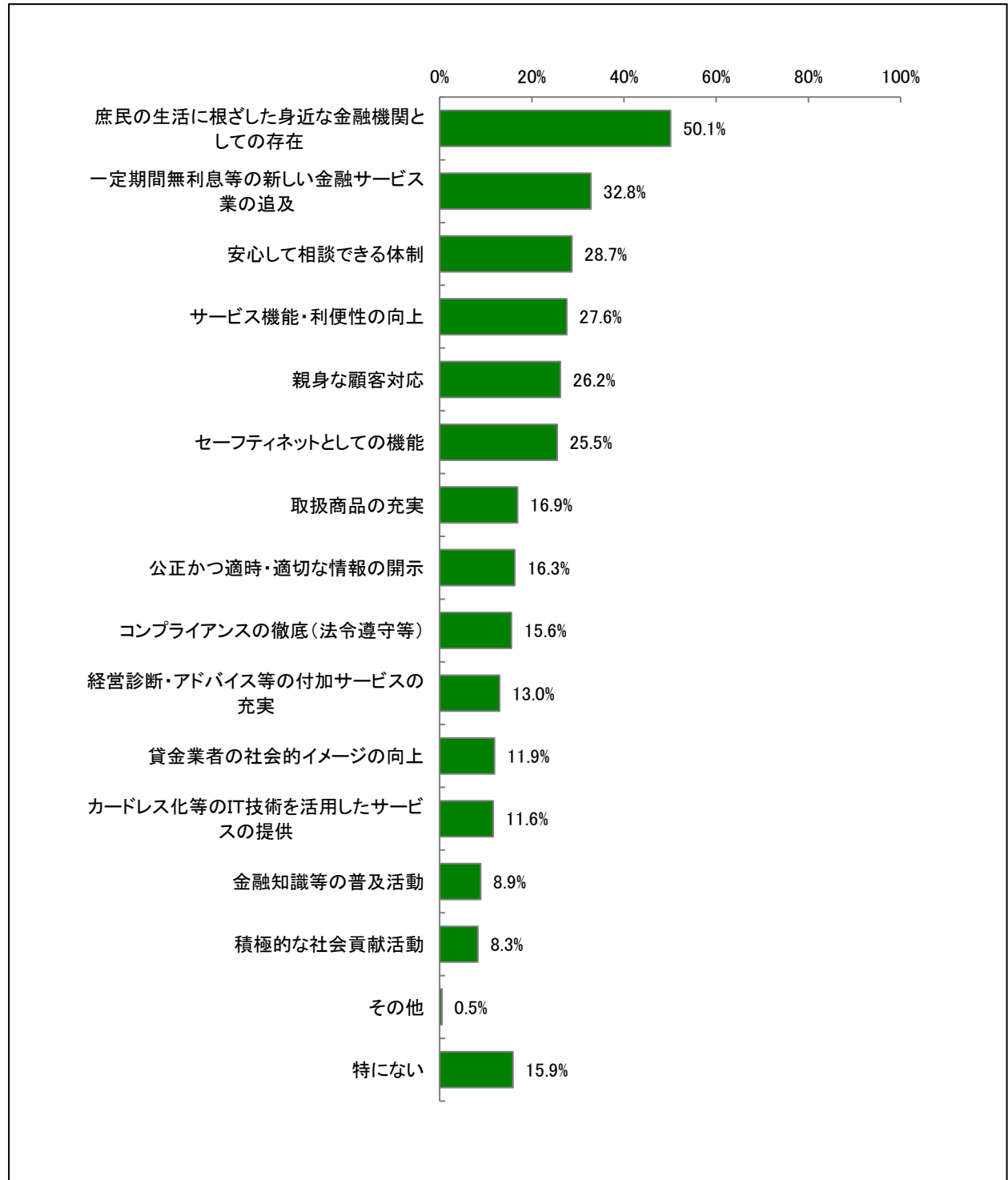
＜図表 85:貸金業者からの借入れについての今後の利用意向（複数回答 n=1500）



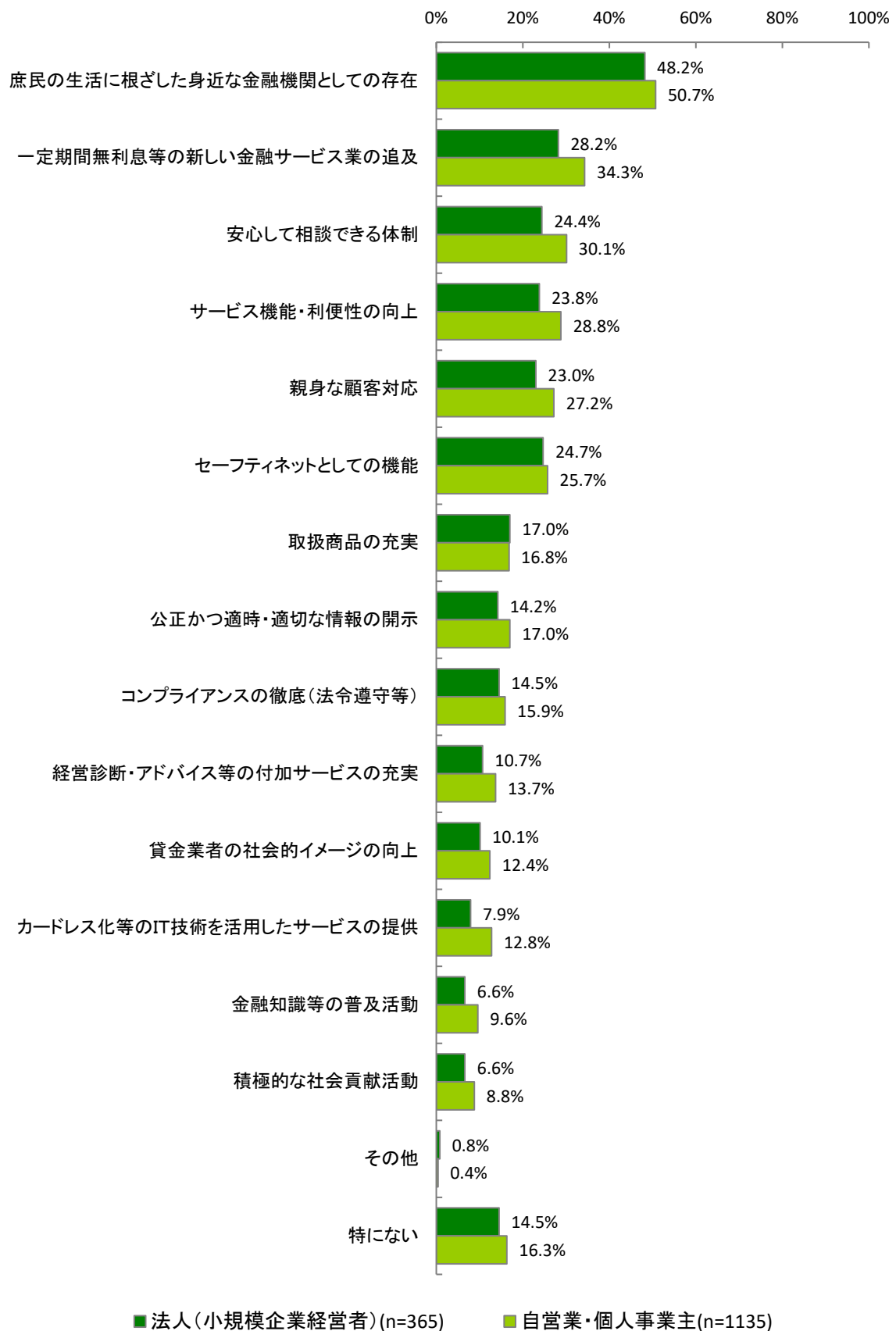
③ 貸金業者に対して臨んでいるサービスや役割について

- 貸金業者に望むことについては、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 50.1%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 32.8%、「安心して相談できる体制」が 28.7%となった。

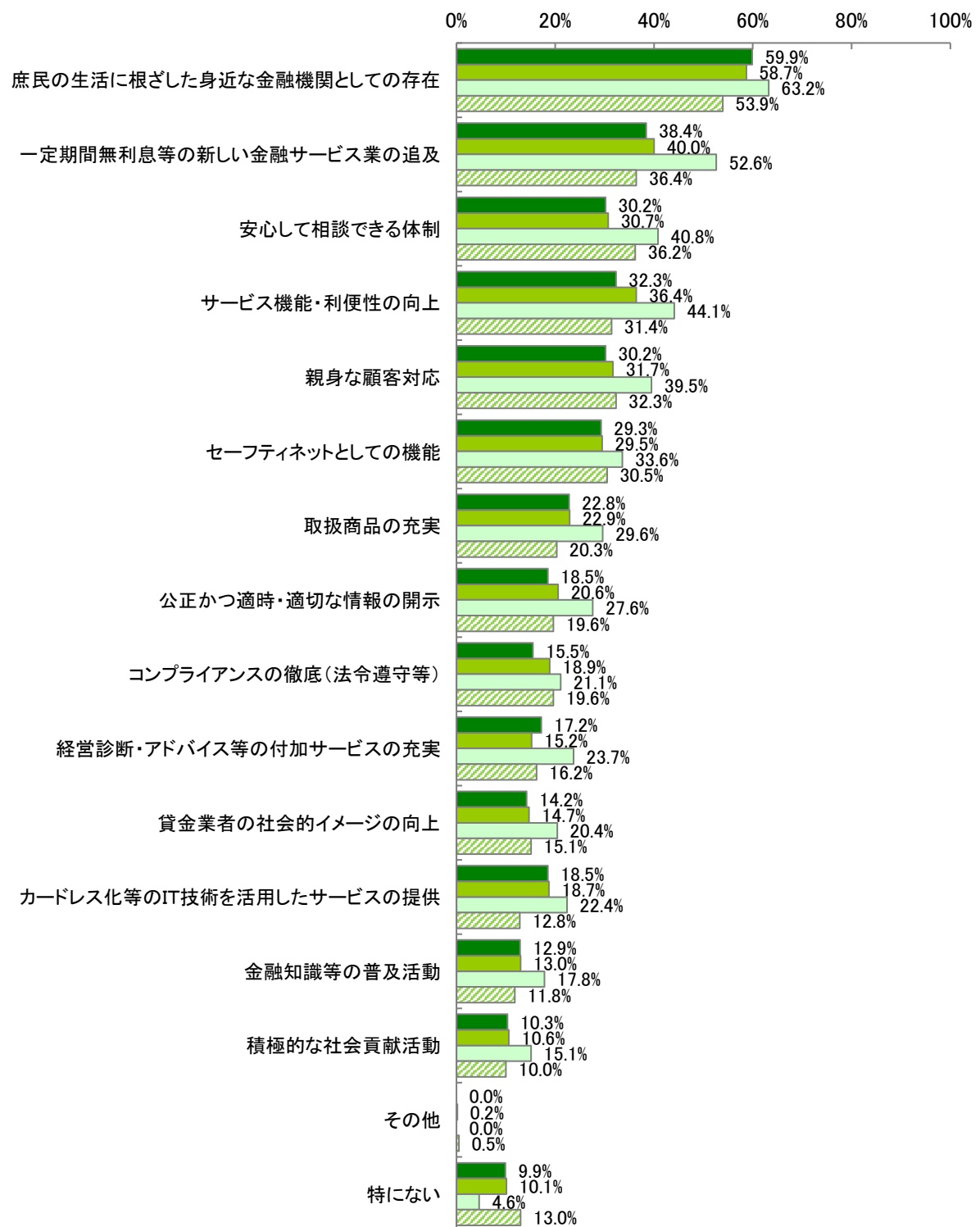
<図表 86:貸金業者に望むこと（複数回答 n=1,500）>



(法人個人事業主別)



(借入先として検討した先別)



■ 消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)(n=232)

■ 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)(n=407)

□ クレジットカード・信販会社(n=152)

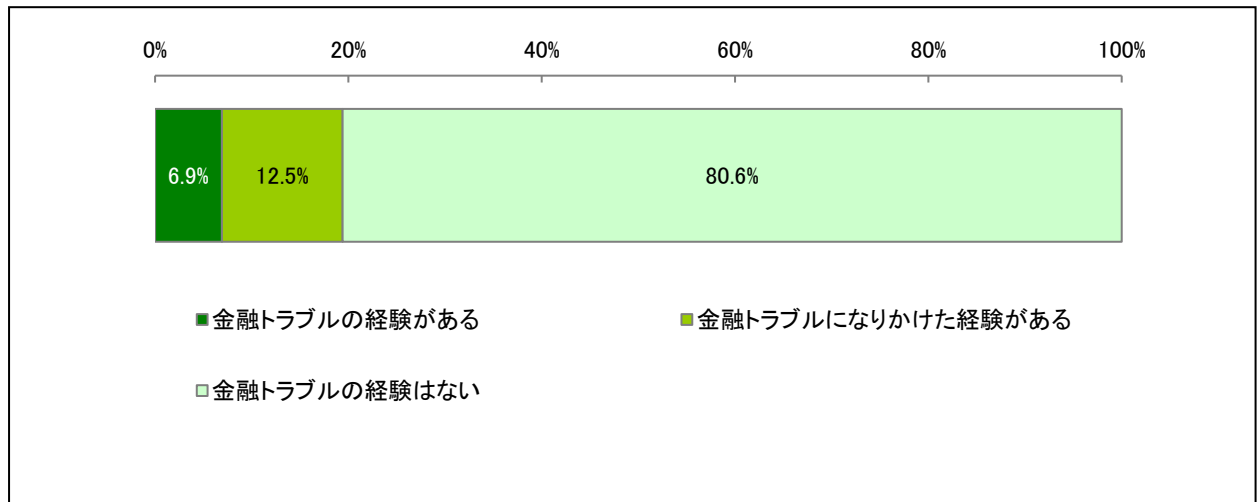
▨ 銀行等の預金取扱金融機関(n=813)

4. 社会問題となり得る可能性のある行動等について

(1) 資金調達におけるトラブル経験の有無

- 借入経験のある事業者に対して、資金調達におけるトラブル経験の有無について調査したところ、「金融トラブルになりかけた経験はない」が 80.6%と最も高く、次いで「金融トラブルになりかけた経験がある」が 12.5%、「金融トラブルの経験がある」が 6.9%となった。

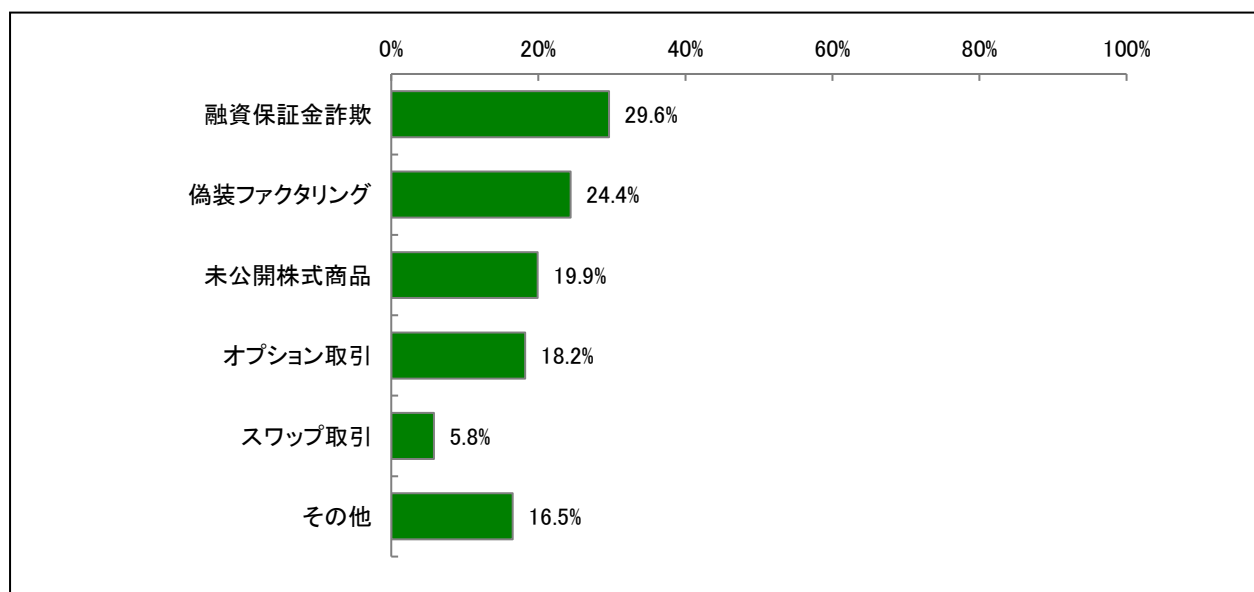
<図表 87:資金調達における金融トラブル経験の有無 (n=1500)>



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

- 被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容については、「融資保証金詐欺」が 29.8%と最も高く、次いで「偽装ファクタリング」が 24.4%、「未公開株式商品」が 19.9%となった。

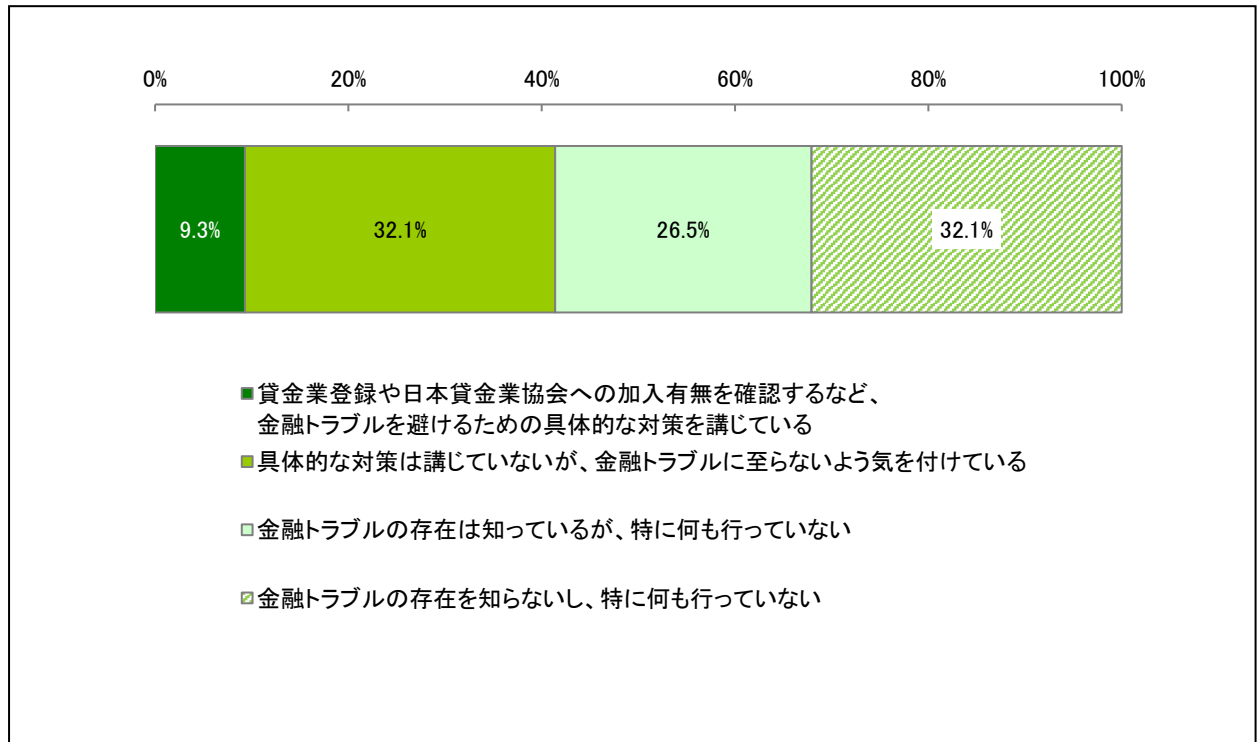
<図表 88:被害にあった若しくは被害にあいかけた金融トラブルの具体的な内容について
(複数回答 n=291)>



(3) 資金調達におけるトラブルに関する意識について

- 資金調達におけるトラブルに関する意識については、「具体的な対策は講じていないが、金融トラブルに至らないよう気をつけている」と「金融トラブルの存在を知らないし、特に何も行なっていない」が32.1%と最も高く、次いで「金融トラブルの存在を知っているが、特に何も行なっていない」が26.5%と続いている。

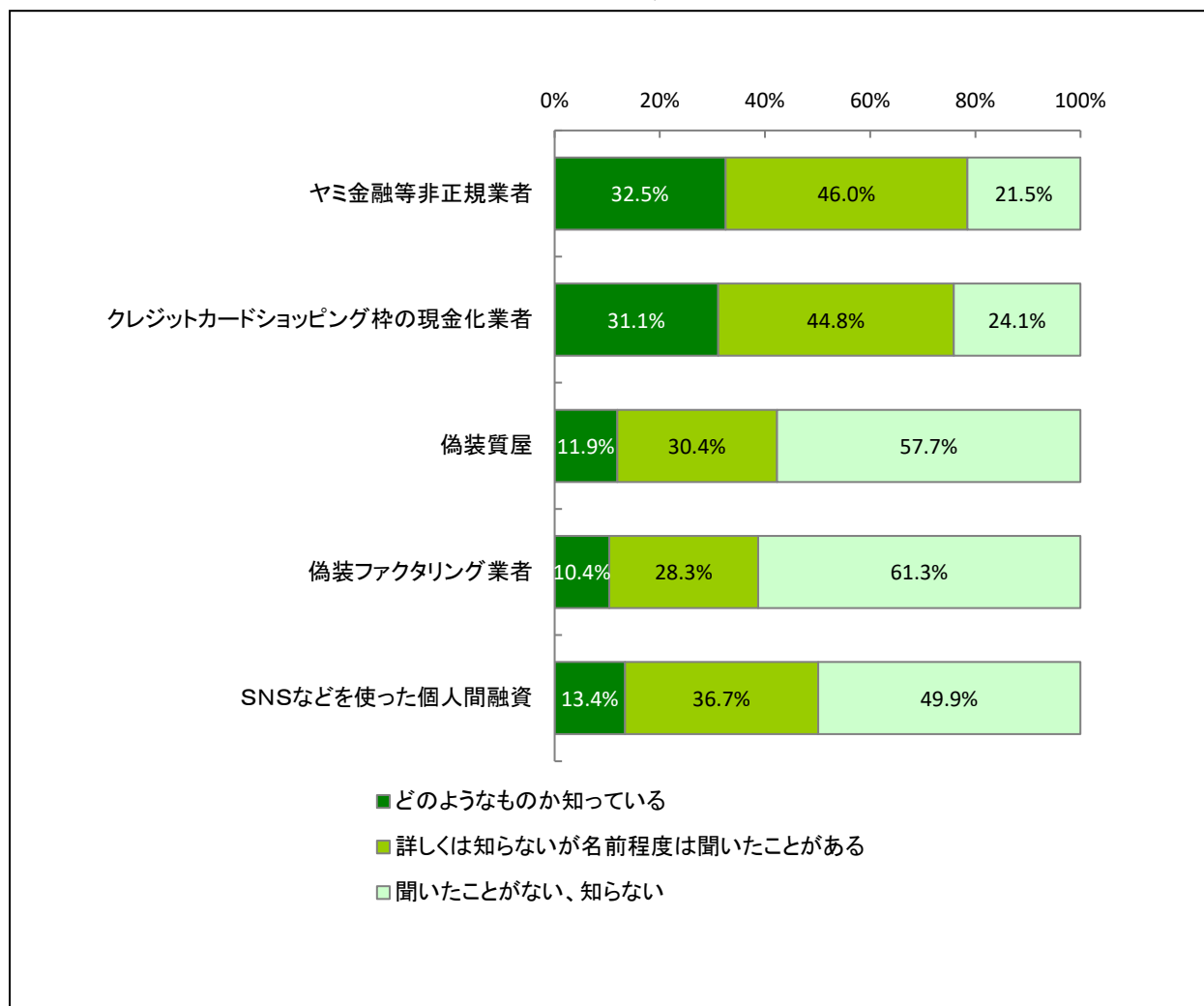
<図表 89: 資金調達における金融トラブルに関する意識について (n=1500)>



(4) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知について

- 借入経験のある事業者に対して、ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の認知度について調査したところ、どのようなものか知っていると回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が 32.5%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 31.1%、「偽装質屋」が 11.9%、「偽装ファクタリング業者」が 10.4%、「SNSなどを使った個人間融資」が 13.4%となった。

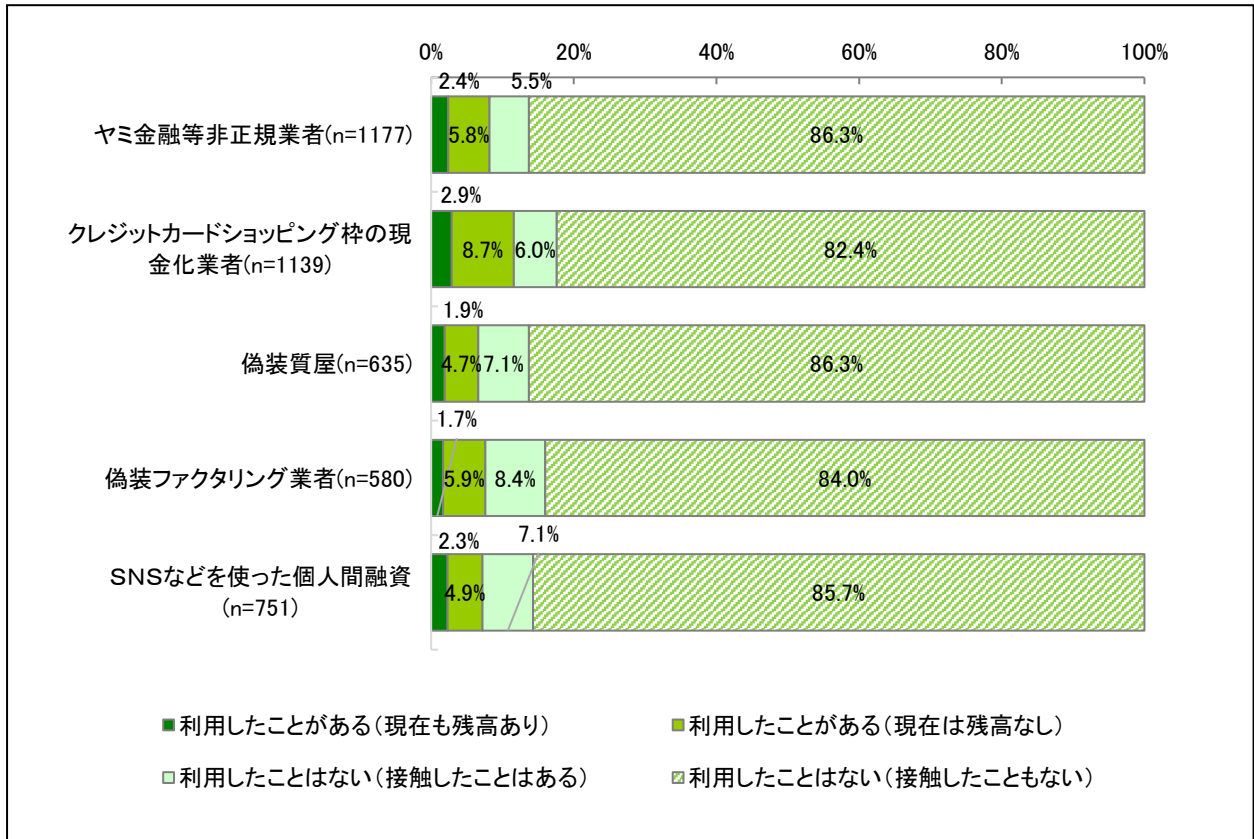
<図表 90:ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=1,500)>



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

- ヤミ金融等非正規業者や SNS などを使った個人間融資等の利用および接触の有無をみると、接触したことがあると回答した割合は、「ヤミ金融等非正規業者」が 13.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 17.6%、「偽装質屋」が 13.7%、「偽装ファクタリング業者」が 16.0%、「SNSなどを使った個人間融資」が 14.3%となった。

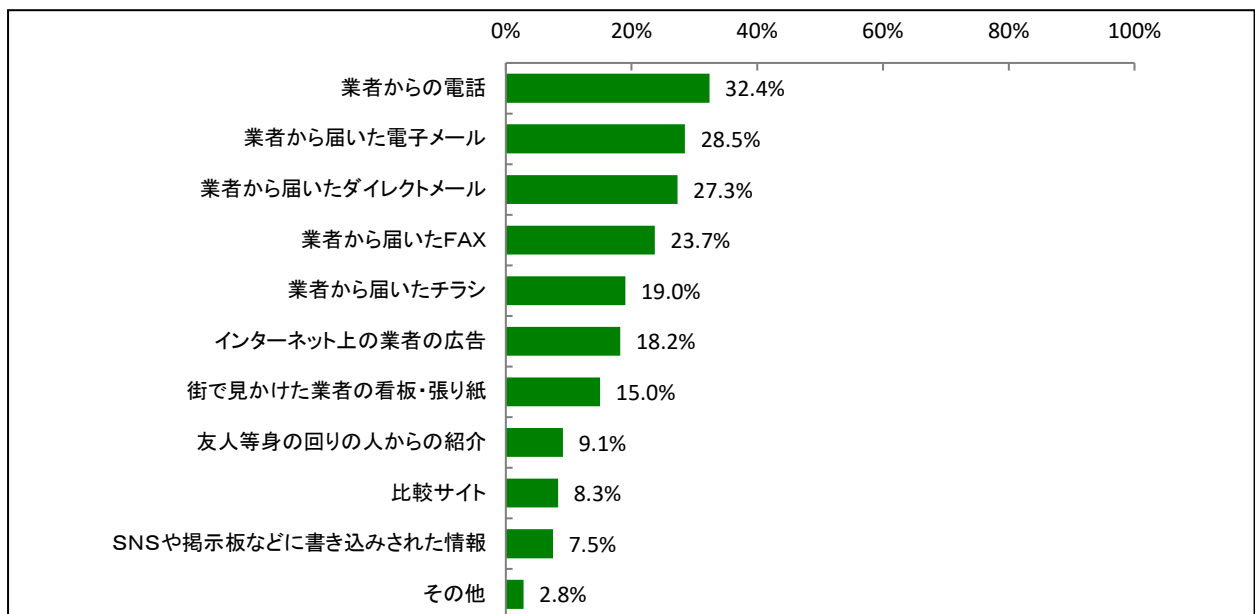
<図表 91:ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無 (n=1500)>



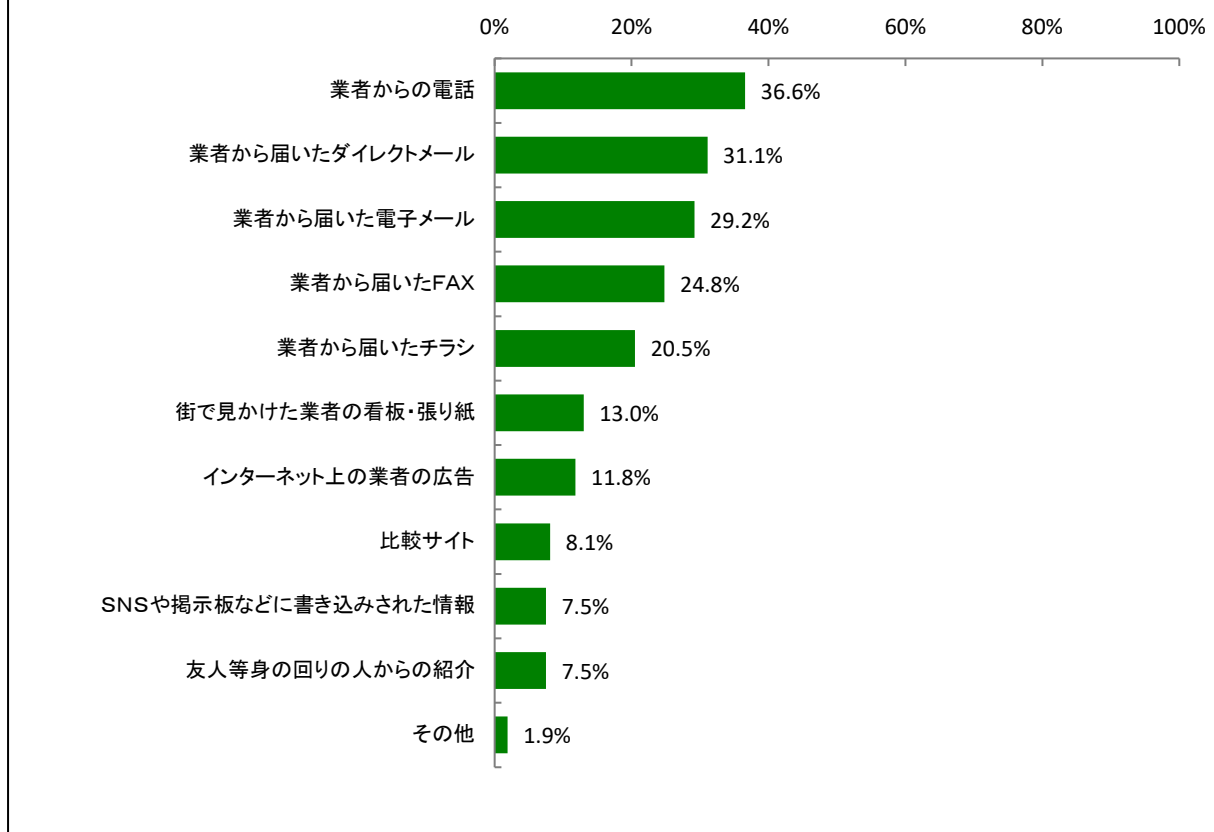
(6) ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触した際の接触方法について

- ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等の利用および接触した際の接触方法をみると、「業者からの電話」が32.4%と最も高く、次いで「業者から届いた電子メール」が28.5%、「業者から届いたダイレクトメール」が27.3%となった。

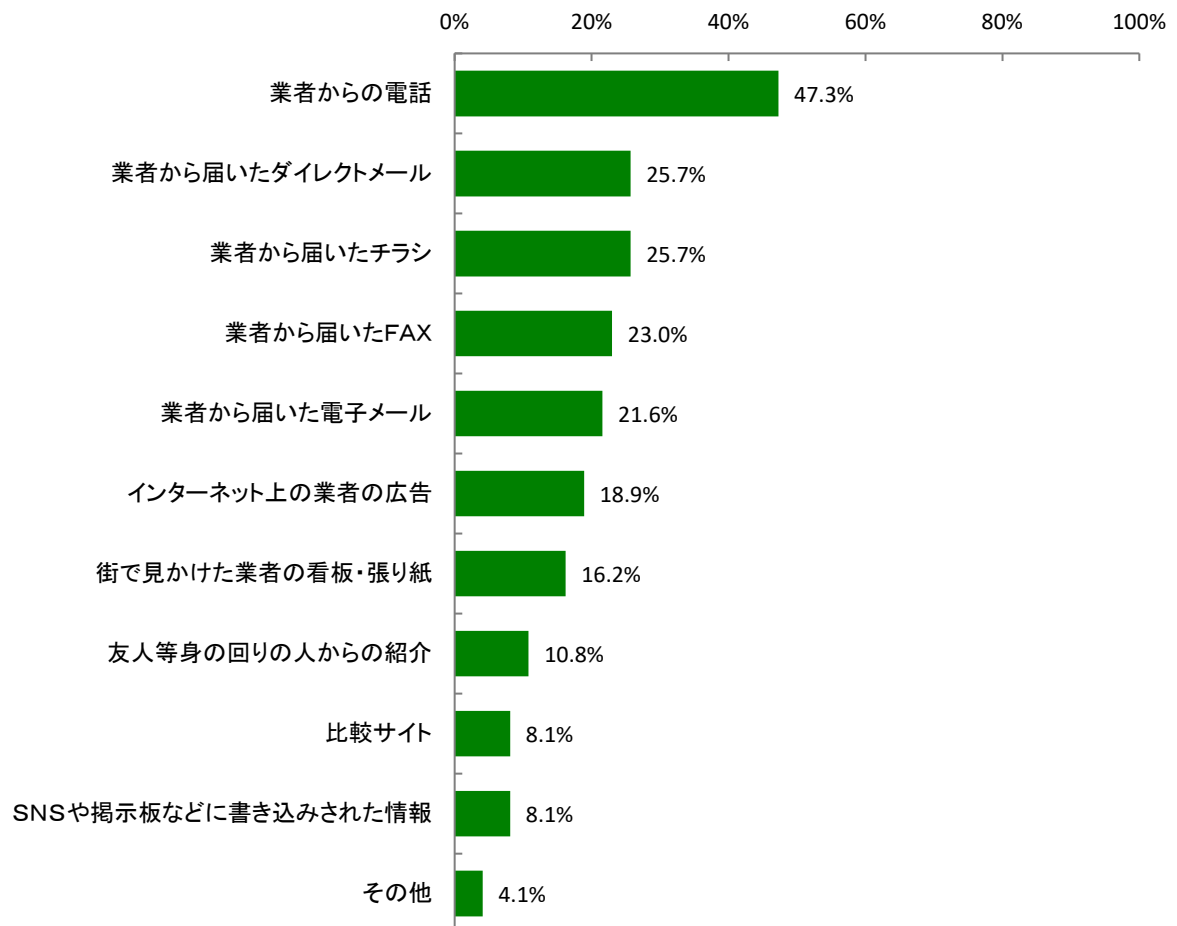
＜図表 92: ヤミ金融等非正規業者、クレジットカードショッピング枠の現金化業者などとの接触媒体／方法（複数回答 n=253）＞



＜ヤミ金融等非正規業者のみ n=161＞



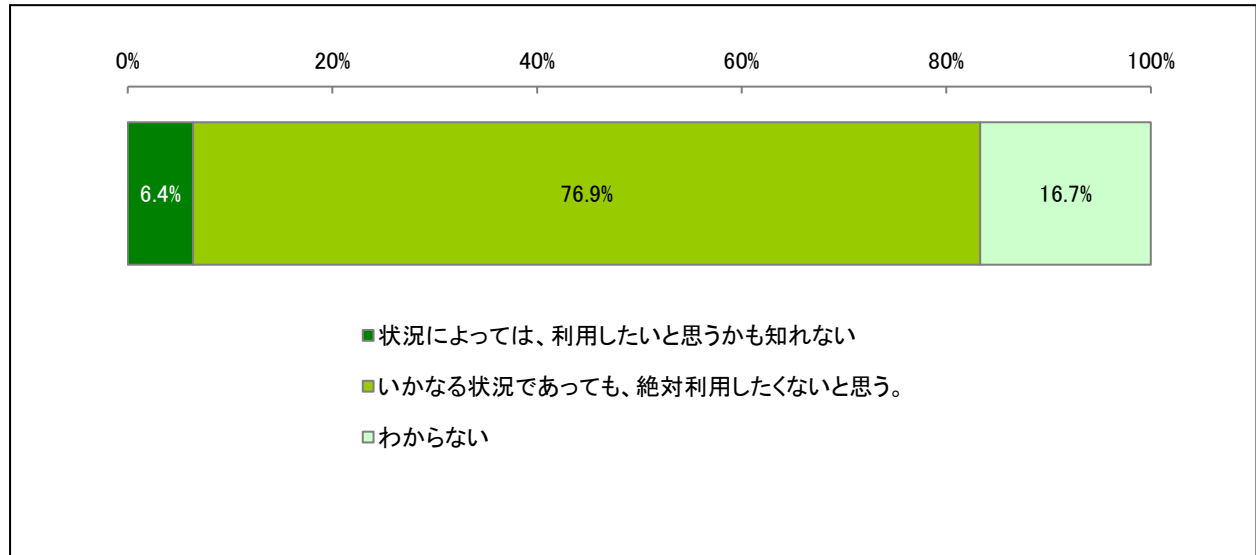
＜特定業種（小売業・宿泊業・飲食サービス業）の事業者 n=74＞



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

- 借入経験のある事業者に対して、ヤミ金融等非正規業者やSNSなどを使った個人間融資等を利用することに対する意識について調査したところ、76.9%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。

<図表 93:ヤミ金融等非正規業者の利用意識 (n=1,500)>



JICC貸金無担保登録情報(※消費者向残高あり)

(2020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

年代	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	6	0.13	74	1.07	4	0.14	72	1.08	1.00	0.59
20代	781	17.88	534	1.67	412	16.12	366	1.54	14.87	8.68
30代	863	19.76	680	1.53	437	17.11	397	1.46	12.69	8.24
40代	1,041	23.83	739	1.49	611	23.94	414	1.47	11.79	8.43
50代	904	20.70	795	1.53	540	21.14	425	1.48	12.07	8.79
60代	511	11.71	608	1.46	319	12.48	367	1.39	9.17	7.97
70代以上	262	6.00	352	1.31	232	9.09	249	1.24	9.39	12.54
計	4,369	100.00	663	1.52	2,554	100.00	384	1.45	11.71	8.54

■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	298.4	11.2	石川県	45.0	7.4	岡山県	82.6	8.7
青森県	68.7	10.5	福井県	33.0	7.8	広島県	131.2	9.1
岩手県	59.8	9.0	山梨県	42.7	9.5	山口県	64.9	9.4
宮城県	131.4	10.7	長野県	94.7	8.4	徳島県	29.4	8.2
秋田県	49.6	10.1	岐阜県	83.9	7.4	香川県	41.9	8.6
山形県	47.6	8.2	静岡県	181.8	9.1	愛媛県	62.0	9.1
福島県	95.3	9.7	愛知県	356.8	8.6	高知県	35.4	9.9
茨城県	157.3	10.5	三重県	78.7	7.9	福岡県	326.1	12.6
栃木県	100.0	9.7	滋賀県	61.6	8.0	佐賀県	42.8	10.1
群馬県	93.3	9.1	京都府	123.1	9.0	長崎県	73.5	10.9
埼玉県	436.8	11.0	大阪府	515.4	11.3	熊本県	101.1	11.1
千葉県	373.5	11.1	兵庫県	277.1	10.1	大分県	67.6	11.4
東京都	958.3	11.9	奈良県	58.1	8.8	宮崎県	62.5	11.3
神奈川県	574.2	11.3	和歌山県	40.7	8.5	鹿児島県	92.1	11.6
新潟県	93.2	7.8	鳥取県	24.7	8.2	沖縄県	88.1	12.1
富山県	38.6	6.9	島根県	28.3	7.9	合計	6,922.6	10.3

■残高区分別の構成比及び一人当たり借入件数

※単位：人数・千人、構成比・％、平均件数・件

残高区分	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	731	16.73	1.03	584	22.87	1.04	1,315	19.00	1.03
10～30万円以下	809	18.53	1.19	704	27.55	1.24	1,513	21.86	1.21
30～50万円以下	847	19.38	1.28	641	25.09	1.36	1,487	21.49	1.32
50～100万円以下	1,051	24.06	1.94	500	19.57	2.15	1,551	22.41	2.00
100～150万円以下	508	11.64	1.95	90	3.54	2.24	599	8.65	1.99
150～200万円以下	244	5.58	1.86	24	0.94	2.23	268	3.87	1.89
200～300万円以下	144	3.30	1.92	10	0.38	2.32	154	2.22	1.95
300万円超	34	0.77	2.41	2	0.06	2.80	35	0.51	2.43
計	4,369	100.00	1.52	2,554	100.00	1.45	6,923	100.00	1.49

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2019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