

各 位

## 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

- 個人の資金需要者の生活環境が大きく変わり、暮らしが多様化する中で、貸金業者には様々な資金需要に応え、より身近な金融機関としての役割が一層もとめられている一方で、資金需要者一人ひとりの金融リテラシーの重要性が増してきている。
- また、事業者の資金需要者においては、事業環境が変化している中でも、一時的な運転資金などの短期借入需要は依然現存し、貸金業者には時代のニーズに即した適時、適格な資金供給機能が求められていることがうかがえる。

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<sup>1</sup>「統計データ」より) 資料内 P13-P15 参照

- 平成 30 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<sup>2</sup>を性別にみると、男性が 63.7%、女性が 36.3%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 16.2%、9.3%と最も高くなっている。
- また、都道府県別の就業人口<sup>3</sup>に対する利用者数の割合 では、「沖縄県」が 13.3%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.6%、「東京都」が 12.4%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 6.7%と最も低い。

#### 2. 借入れの動機・背景 資料内 P16-P26/P75-P79 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の収支状況の変化と今後の見通しについてみると、「変化なし」が 45.6%と最も高く、今後の見込みでも、38.9%が「変化なし」と回答しているものの、高所得者(年収 800 万円超)や若い世代ほど改善傾向にある結果となった。
- また、借入経験のある事業者における事業環境の変化と今後の見通しでは、21.7%が 1 年前と比較して改善したと回答しており、今後の見通しについては 26.1%が改善する見込みと回答している。ただし、インターネットを事業に活用している事業者とそうでない事業者では、明らかに差がみられる結果となっている。

##### <借入申込の資金用途>

- 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用途をみると「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)」が最も高くなっており、改めて中小零細事業者における一時的な運転資金などの短期借入需要が依然現存している状況がうかがえる結果となっている。

<sup>1</sup> 「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

<sup>2</sup> 「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)

<sup>3</sup> 総務省が公表している 2017 年度の都道府県別就業人口に占める割合

### ＜借入れの背景＞

- 借入経験のある個人の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39.4%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28.9%、「急な冠婚葬祭などによる支出の増加」が16.0%となった。
- また、借入経験のある事業者では、「不況等で売上が減った」が40.2%と最も高く、次いで「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31.4%と続いている。

### 3. 借入れの意識・行動

資料内 P27-P69/P80-P97 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の申込みが48.0%と最も高く、計画していた返済期間をみると、43.4%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88.7%が毎月の収入から返済すると回答している。
- また、借入経験のある事業者では、27.7%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」が84.6%と最も高い結果となった。

#### ＜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、「借入手続きが簡単だったから」が41.8%と最も高く、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については、「借入金の使途の自由度」が31.6%と最も高く、次いで「契約手続きの手軽さ」が30.6%と続いている。
- また、借入経験のある事業者の借入先を選定した理由でも、「借入手続きが簡単だったから」が50.2%と最も高くなっており、借入先を選定した理由や、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などを総じてみると、資金需要者が貸金業者の利便性を高く評価していることがわかる結果となった。

#### ＜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、「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65.7%と最も高く、次いで「SNS<sup>4</sup>でのコミュニケーションが増えた」が56.4%、「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44.5%と続いている。
- また、借入経験のある事業者における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32.5%と最も高く、次いで「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32.1%、「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30.5%と続いており、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、27.9%が利用したいと回答している。

#### ＜金融リテラシーの状況＞

- 借入経験のある個人の家計における適切な収支管理のために習慣化しているものについてみると、「毎月（毎週）の収支を把握している」が43.6%と最も高く、次いで「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」が28.6%となった。
- また、貸金業者からの借入れに関する制度や仕組みの認知・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、65.1%がどのようなものか知っていると回答している。一方、「利息の計算方法（単利計算と複利計算の違い）」では、どのようなものか知っている割合は25.1%にとどまる結果となっている。

### 4. 貸金業者に対する期待・要望

資料内 P70-P74/P98-P102 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40.6%、50.5%とそれぞれ最も高くなっており、情報化社会の急速な進展や経済格差の広がりなどにより、資金需要者を取り巻く社会環境が大きく変わってきたことで、身近な金融機関としての貸金業者の存在価値が以前にもまして高まってきていることがうかがえる結果となった。

<sup>4</sup> Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略称

## 記

### 1. 公表日

平成 30 年 9 月 28 日(金曜日)

### 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	平成 30 年 7 月 30 日から平成 30 年 8 月 18 日
(4)調査主体	日本貸金業協会 業務企画部
(5)主な調査項目 (個人・事業者共通)	<ul style="list-style-type: none"><li>①借入れの動機・背景<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 家計の収支状況と今後の見通し</li><li>➢ 借入申込を行った際の資金使途</li><li>➢ 借入申込を行った背景 等</li></ul></li><li>②借入れの意識・行動<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果</li><li>➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由</li><li>➢ 借入れできなかった際の行動とその影響</li><li>➢ 貸金業者に対する利用満足度</li><li>➢ インターネットサービス等の利用状況・影響</li><li>➢ 金融リテラシーの状況 等</li></ul></li><li>③貸金業者に対する期待・要望<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 貸金業者からの借入れに関する今後の利用意向</li><li>➢ 借入先との連絡方法・手段</li><li>➢ 貸金業者に望んでいること 等</li></ul></li></ul>

### 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

## 資金需要者等の現状と動向に関する調査結果報告

- 個人の資金需要者の生活環境が大きく変わり、暮らしが多様化する中で、貸金業者には様々な資金需要に応え、より身近な金融機関としての役割が一層求められている一方で、資金需要者一人ひとりの金融リテラシーの重要性が増してきている。
- また、事業者の資金需要者においては、事業環境が変化している中でも、一時的な運転資金などの短期借入需要は依然現存し、貸金業者には時代のニーズに即した適時、適格な資金供給機能が求められていることがうかがえる。

### ■ 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	平成 30 年 7 月 30 日から平成 30 年 8 月 18 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)	<p>①借入れの動機・背景</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 家計の収支状況と今後の見通し</li> <li>➢ 借入申込を行った際の資金用途</li> <li>➢ 借入申込を行った背景 等</li> </ul> <p>②借入れの意識・行動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 貸金業者への新たな借入申込状況・結果</li> <li>➢ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由</li> <li>➢ 借入れできなかった際の行動とその影響</li> <li>➢ 貸金業者に対する利用満足度</li> <li>➢ インターネットサービス等の利用状況・影響</li> <li>➢ 金融リテラシーの状況 等</li> </ul> <p>③貸金業者に対する期待・要望</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 貸金業者からの借入れに関する今後の利用意向</li> <li>➢ 借入先との連絡方法・手段</li> <li>➢ 貸金業者に望んでいること 等</li> </ul>

## <個人向け調査>

### 【プレ調査】

回収サンプル数 35,460 名

### 【本調査(貸金業者からの借入経験のある個人)】

回収サンプル数:2,000 名 [借入経験のある専業主婦(主夫)を含む]

<貸金業者からの借入残高あり> 1,000 名

<貸金業者からの借入残高なし> 1,000 名

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

※回収サンプルは、性別及び年齢を株式会社日本信用情報機構の統計データにより割付

## <事業者向け調査>

### 【プレ調査】

回収サンプル数 19,699 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:1,287 名 小規模企業経営者:213 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、「電子商取引」や「クラウド会計」、「SNSでの情報発信」等IT・インターネットを積極的に活用している事業者 578 名(個人事業主:501 名 小規模企業経営者:77 名)を含む

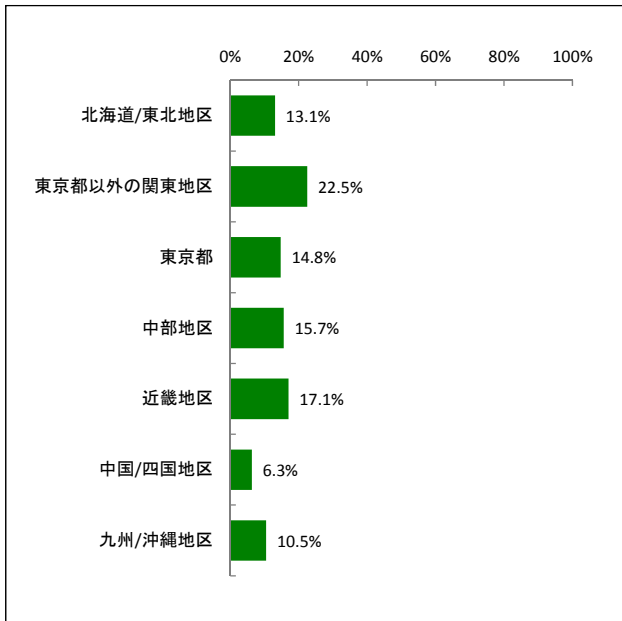
### 【本調査に関するお問い合わせ先】

日本貸金業協会 業務企画部 調査課 (電話番号:03-5739-3013)

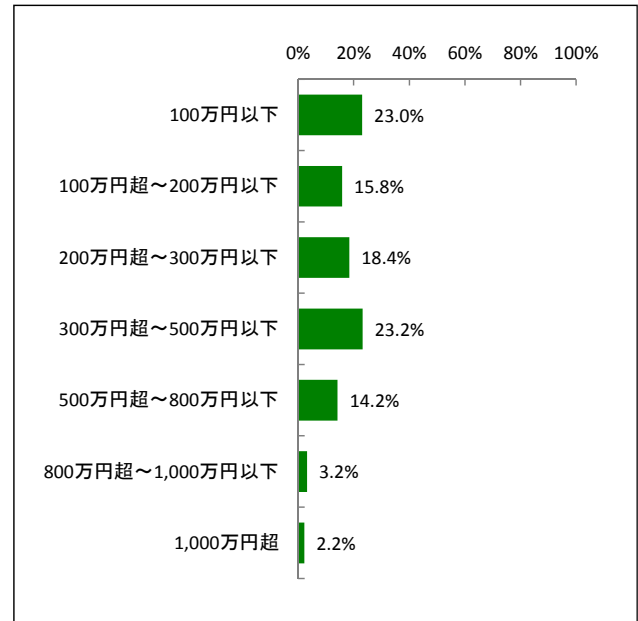
## ■ 標本構成

<借入経験のある個人 n=2,000>

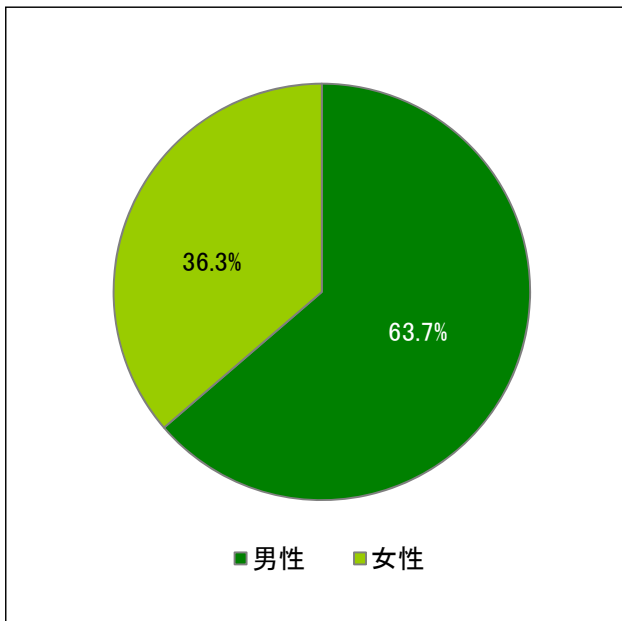
<地区>



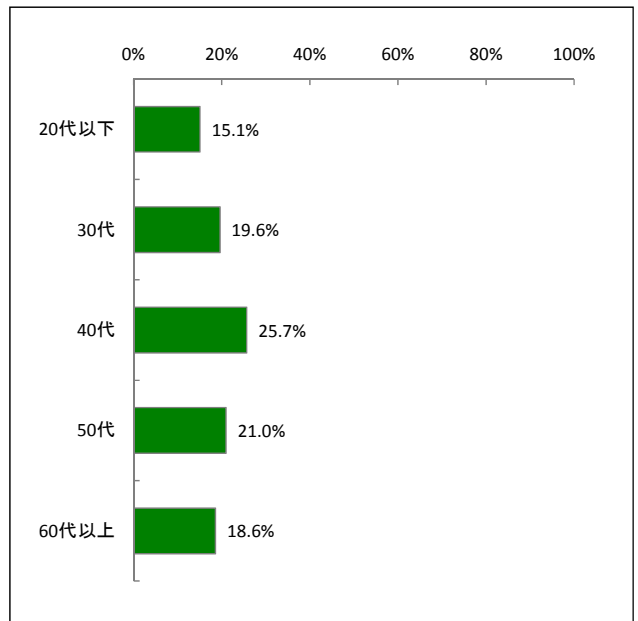
<個人年収>



<男女>

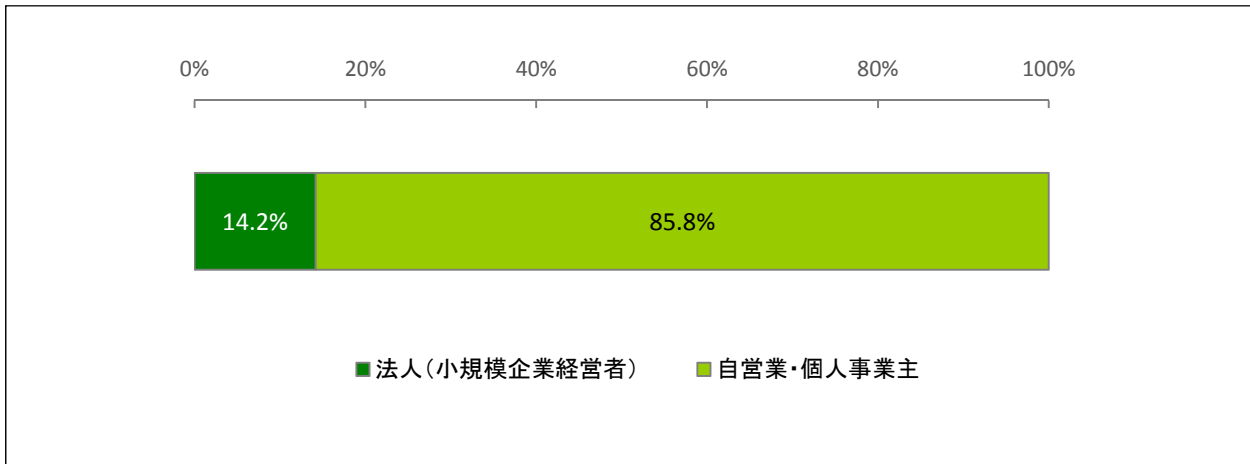


<年代>

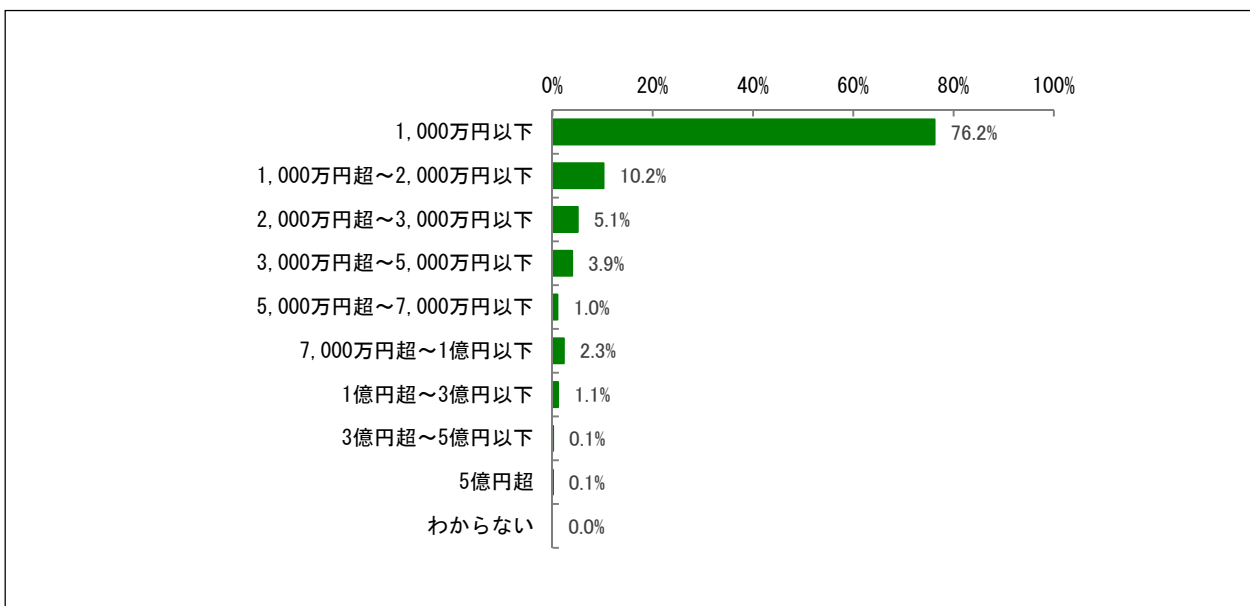


<借入経験のある事業者 n=1,500>

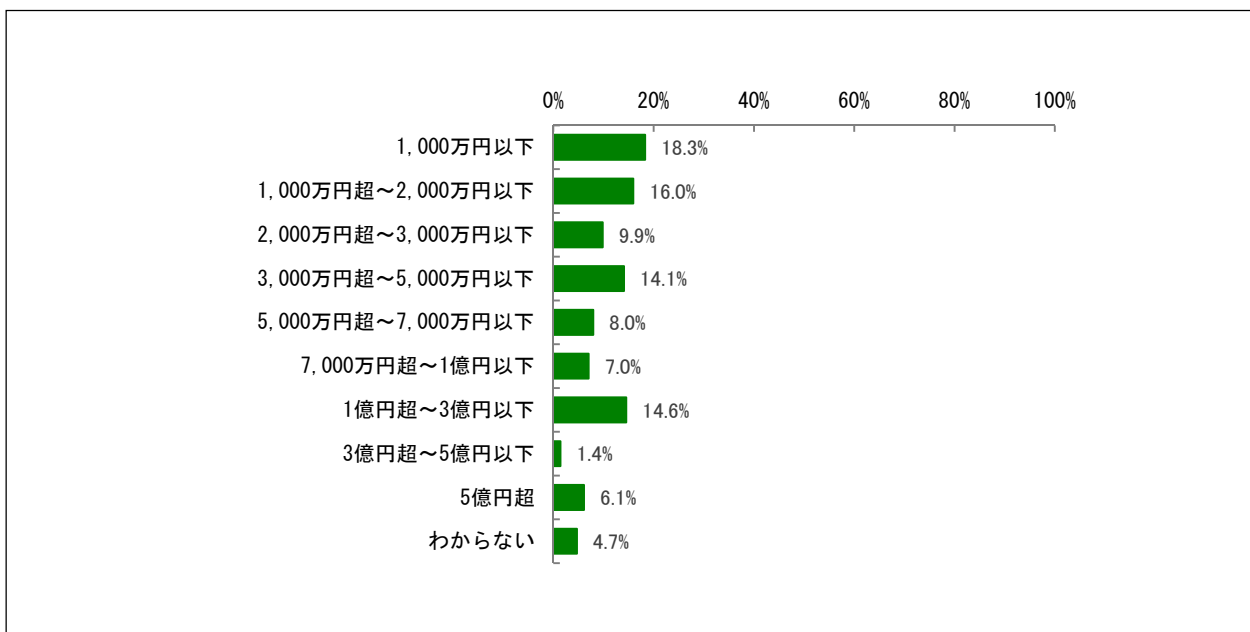
<職業(個人事業主・小規模企業経営者)>



<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<sup>1</sup>「統計データ」より）

- 平成 30 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<sup>2</sup>を性別にみると、男性が 63.7%、女性が 36.3%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 16.2%、9.3%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<sup>3</sup>では、「沖縄県」が 13.3%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.6%、「東京都」が 12.4%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 6.7%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 64.3%となっている。(P15 図 3)

## ■ 調査結果の概要

### 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 45.6%と最も高く、次いで「改善した」が 21.2%、「悪化した」が 19.4%と続いており、今後の見込みでも、38.9%が「変化なし」と回答している。(P16 図 4)
- また、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 30.6%と最も高く、次いで「食費」が 29.6%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 26.5%と最も高い結果となった。(P18 図 5)
- 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 47.6%と最も高く、次いで「食費」が 24.4%、「外食等の遊興費」が 16.6%となった。(P21 図 6)
- 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 39.4%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 28.9%、「急な冠婚葬祭などによる支出の増加」が 16.0%と続いている。(P24 図 7)

#### 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、28.7%が借入申込みを行い、そのうち 65.9%が希望どおりの借入れができたと回答している。(P27 図 8)
- また、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 48.0%と最も高く、次いで「自動契約機で申込んだ」が 32.8%と続いている。(P28 図 9)

<sup>1</sup> 「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

<sup>2</sup> 「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を除外）

<sup>3</sup> 総務省が公表している 2017 年度の都道府県別就業人口に占める割合

- 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、43.4%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88.7%と最も高い結果となっている。(P30 図10)
  - 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、72.8%が年収の3分の1を超えた経験はないと回答している。(P31 図11)
  - 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、54.2%が利用を考えたことがあると回答している。(P32 図12)
  - 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22.6%、31.9%、43.9%と、年収が高いほどその割合が高い傾向となっている。(P32 図12)
- **借入先を選定する際に重視するポイント・理由等**
- 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49.6%と最も高く、次いで「保証人を立てずに借りられること」が35.3%、「無担保で借入れできること」が31.9%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見てとれる結果となっている。(P33 図13)
  - また、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62.7%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57.4%、「銀行等の預金取扱金融機関」が30.7%となった。(P36 図14)
  - さらに、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。(P37 図14)
  - 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41.8%と最も高く、次いで「金利が低かったから」が39.3%と続いている。(P38 図15)
  - また、借入先を選定する際の情報源では、「テレビCM」が36.6%と最も高く、次いで「借入先企業のホームページ」が28.3%、「比較情報サイト」が17.2%となった。(P39 図16)
- **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45.9%と最も高く、次いで「特に何もしなかった」が24.0%、「相談窓口や家族・知人等に相談した」が23.0%となった。(P42 図17)
  - 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75.0%と最も高く、次いで「事故や急病等による通院に支障がでた」が14.3%と続いている。(P44 図18)
- **延滞経験の有無・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、6.3%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」が43.2%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36.8%、「怪我や病気で働けなくなったから」が21.6%となっている。(P45 図19, 20)

## ➤ 貸金業者に対する利用満足度

- 借入経験のある個人に対して、借入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31.6%と最も高く、次いで「契約手続きの手軽さ」が30.6%、「申込から審査結果が出るまでのスピード」が28.1%となった。(P46 図21)
- さらに、男女別に満足であった内容をみると、男性では「借入金の使途の自由度(33.4%)」、女性では「申込から審査結果が出るまでのスピード(31.3%)」がそれぞれ最も高い結果となった。(P46 図21)
- 借入に伴う一連のサービスについて不満足であった内容については、「申込時の提出書類の量」が11.7%と最も高く、次いで「借入時と返済時の利便性」が11.0%と続いている。(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86.6%と最も高く、次いで「インターネットショッピング」が75.2%と続いている。(P52 図23)
- また、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65.7%と最も高く、次いで「SNS<sup>4</sup>でのコミュニケーションが増えた」が56.4%、「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44.5%となった。(P55 図24)

## ➤ 金融リテラシーの状況

- 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43.6%と最も高く、次いで「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」が28.6%となった。(P58 図25)
- また、貸金業者からの借入に関する制度や仕組みの認知・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、65.1%がどのようなものか知っていると回答している。一方、「利息の計算方法(単利計算と複利計算の違い)」では、どのようなものか知っていると回答した割合は25.1%にとどまる結果となっている。(P61 図26)
- 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<sup>5</sup>の利用意向について調査したところ、20.8%が利用したいと回答している。(P64 図27)
- また、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24.3%と最も高く、次いで「日本司法支援センター法テラス」が22.0%と続いている。(P65 図28)

<sup>4</sup> Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略称

<sup>5</sup> 返済等に関するカウンセリングとは、返済に関する相談や生活再建のためのアドバイス、債務解決等に関する相談先の案内等を指す

### ➤ ヤミ金融等非正規業者との接触状況

- 借入経験のある個人に対して、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、偽装質屋、似非(えせ)ファクタリング業者の認知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<sup>6</sup>」が 27.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者<sup>7</sup>」が 22.5%、「偽装質屋<sup>8</sup>」が 8.6%、「似非(えせ)ファクタリング業者<sup>9</sup>」が 6.3%となった。(P68 図 29)
- また、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 28.8%と最も高く、次いで「インターネット上の業者の広告」が 23.1%、「業者から届いたダイレクトメール」が 22.7%と続いている。(P69 図 30,31)

### 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 42.7%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 42.5%、「店頭窓口」が 35.3%と続いている。(P70 図 32)
- 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 40.6%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 27.1%、「安心して相談できる体制」が 25.5%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。(P71 図 33)

<sup>6</sup> 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

<sup>7</sup> 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)

<sup>8</sup> 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

<sup>9</sup> 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

## 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、21.7%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26.1%が「改善する見込み」と回答している。(P75 図34)
- また、事業の収支状況の変化と今後の見通しでは、21.1%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26.0%が「改善する見込み」と回答している。(P75 図34)
- 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用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50.8%と最も高い結果となった。(P78 図35)
- 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、「不況等で売上が減った」が40.2%と最も高く、次いで「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31.4%、「設備投資等で一時的に支出が増えた」が30.1%と続いている。(P79 図36)

### 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、34.1%が借入申込みを行い、そのうち58.0%が希望どおりの借入れができたと回答している。(P80 図37)
- また、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、27.7%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84.6%と最も高い結果となった。(P81 図38)
- さらに、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、54.6%が転用したことがあると回答している。(P82 図39)

#### ➤ 借入先を選定する際に重視するポイント・理由等

- 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55.0%と最も高く、次いで「無担保で借入れできること」が44.7%、「保証人を立てずに借りられること」が42.9%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見てとれる結果となっている。(P83 図40)
- また、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60.7%と最も高く、次いで「クレジットカード・信販会社」が52.5%、「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)」が32.9%と続いている。(P84 図41)
- 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50.2%と最も高く、次いで「金利が低かったから」、「担保・保証人が不要だったから」がそれぞれ40.6%となった。(P84 図41)
- 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32.9%と最も高く、次いで「テレビCM」が26.0%、「友人・知人からの紹介」が18.8%と続いている。(P85 図42)

### ➤ 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、「個人の支出を減らして事業資金に充てた」と回答した割合が 40.0%と最も高くなっており、その内容をみると、「生活費(89.5%)」や「趣味/娯楽(レジャー、旅行を含む)等の費用(70.9%)」などの支出を減らして対応している結果となっている。(P86 図 43)
- 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 36.7%と最も高く、次いで「既存借入金の返済に支障がでた」が 32.6%と続いている。(P88 図 44)

### ➤ 延滞経験の有無・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、5.7%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 69.4%と最も高く、次いで「売上代金の回収が遅れたから」が 49.4%、「取引先が突然倒産したから」が 15.3%となっている。(P89 図 45)

### ➤ 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 81.0%と最も高く、次いで「ホームページ閲覧等の情報収集」が 69.8%、「インターネットバンキング」が 51.5%となった。(P90 図 46)
- また、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、「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 32.5%と最も高く、次いで「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 32.1%、「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 30.5%と続いている。(P91 図 47)
- 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」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)<sup>10</sup>」が 27.3%と最も高く、次いで「クラウドファンディング(購入型)<sup>11</sup>」が 27.2%、「ソーシャルレンディング<sup>12</sup>」が 10.7%となった。(P92 図 48)
- また、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、27.9%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 53.7%と最も高く、次いで「調達できる金額が大きいから(必要な金額を調達できるから)」が 30.5%、「担保・保証人が不要だから」が 27.2%と続いている。(P93,94 図 49,50)
- さらに、インターネットを事業に活用している事業者<sup>13</sup>の利用意向をみると、38.8%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おり、そのうちの「ECモール<sup>14</sup>」や「比較情報サイト<sup>15</sup>」を利用している事業者では、48.2%が利用したいと回答している。(P94 図 50)

<sup>10</sup> クラウドファンディング(寄付型)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、対価や返済が不要なタイプを指す

<sup>11</sup> クラウドファンディング(購入型)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す

<sup>12</sup> ソーシャルレンディングとは、事業や活動の資金を募ることで、インターネットを介して複数の個人から融資を受ける手法

<sup>13</sup> 「電子商取引」や「クラウド会計」、「SNSを使った情報発信」等、IT・インターネットを事業に活用している事業者

<sup>14</sup> インターネット上の仮想商店街

<sup>15</sup> 複数の商品やサービスを比較できるインターネット上の情報サイト

### ➤ ヤミ金融等非正規業者との接触状況

- 借入経験のある事業者に対して、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、偽装質屋、似非(えせ)ファクタリング業者の認知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 36.1%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 33.4%、「偽装質屋」が 12.1%、「似非(えせ)ファクタリング業者」が 7.8%となった。(P96 図 51)
- また、ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無をみると、16.3%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、「ヤミ金業者等非正規業者からの電話」が 31.3%と最も高く、次いで「インターネット上の業者の広告」が 22.4%、「ヤミ金融等非正規業者から届いた FAX」が 17.9%と続いている。(P97 図 52,53)

### 3. 貸金業者に対する期待・要望

- 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、「設備資金等の支払い」が 39.4%と最も高く、次いで「取引先への支払い(一時的なつなぎ資金)」が 32.9%、「取引先への支払い(経常的な資金)」が 21.5%となった。(P98 図 54)
- 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」が 50.1%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 43.3%、「電話(オペレーターによる応答サービス)」が 36.9%と続いている。(P99 図 55)
- 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 50.5%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 28.8%、「安心して相談できる体制」が 27.7%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。(P100 図 56)

## ■ 目次

(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
---------------------------------------	----

(調査結果)

### 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
2.借入れの意識・行動	27
(1) 借入行動の状況等	27
(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由	33
(3) 借入れできなかった際に取った行動・影響	42
(4) 延滞経験の有無と延滞した理由	45
(5) 貸金業者に対する利用満足度	46
(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	58
(8) ヤミ金融等非正規業者との接触状況	68
3.貸金業者に対する期待・要望	70
(1) 借入先との連絡方法・手段	70
(2) 貸金業者に望むこと	71

### II.借入経験のある事業者

1.借入れの動機・背景	75
(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	75
(2) 借入申込を行った際の資金使途	78
(3) 借入申込を行った背景	79
2.借入れの意識・行動	80
(1) 借入行動の状況等	80
(2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由	83
(3) 借入れできなかった際に取った行動・影響	86
(4) 延滞経験の有無と延滞した理由	89
(5) インターネットサービス等の活用状況・変化	90
(6) ヤミ金融等非正規業者との接触状況	96
3.貸金業者に対する期待・要望	98
(1) 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向	98
(2) 借入先との連絡方法・手段	99
(3) 貸金業者に望むこと	100

【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」

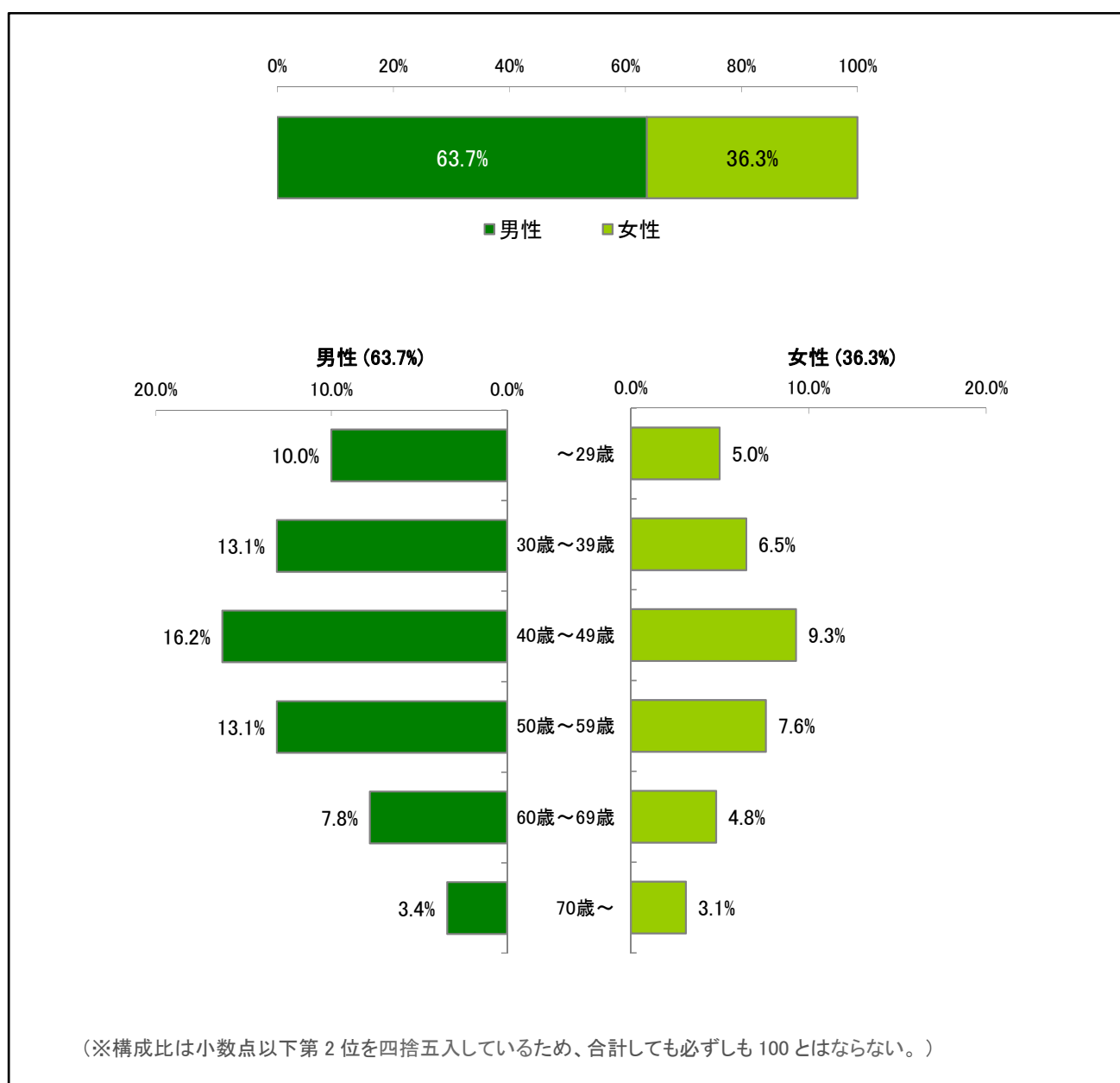


## ■ はじめに

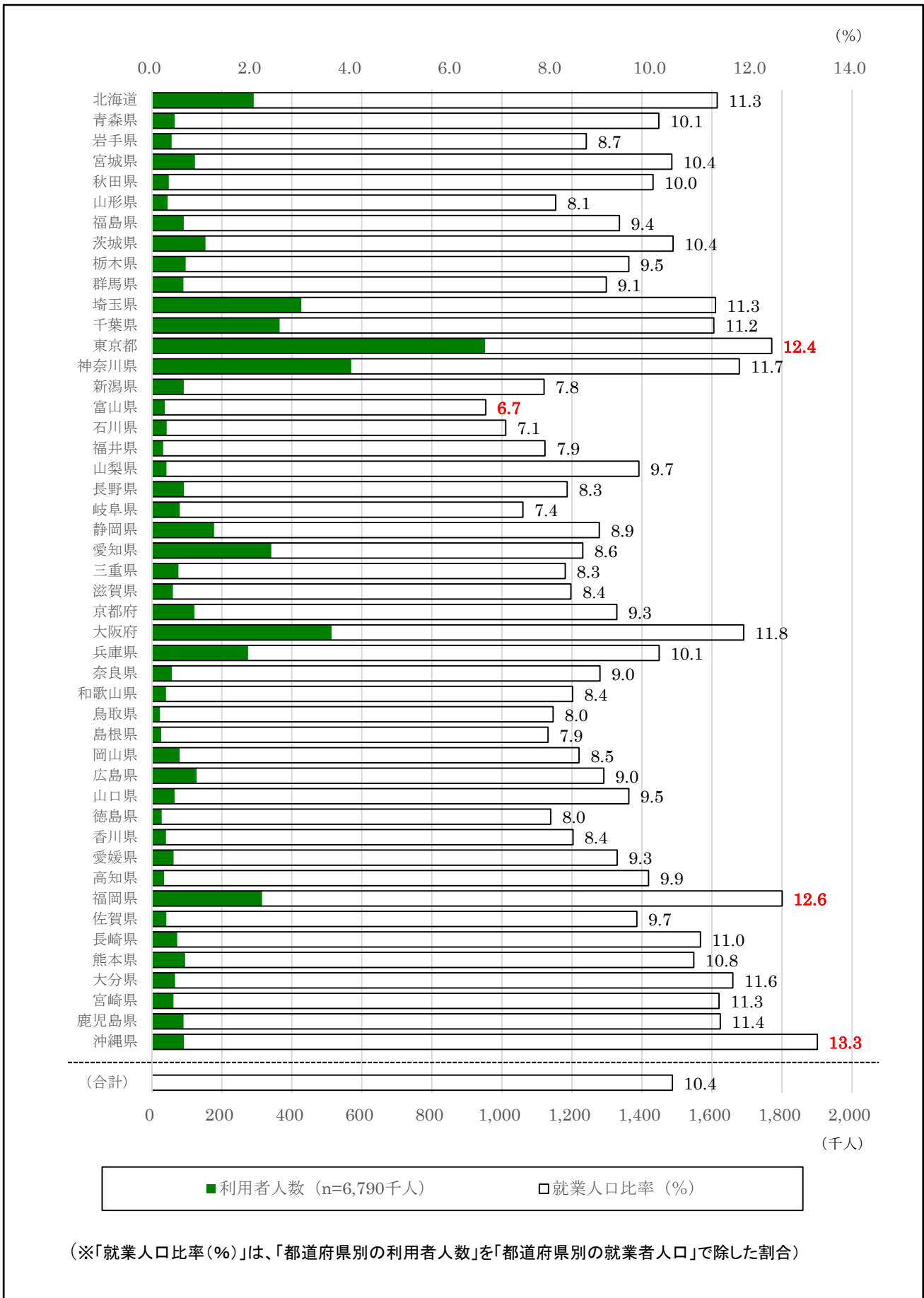
### 【貸金市場における消費者向無担保貸付の状況(JICC「統計データ」より)】

- 平成 30 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 63.7%、女性が 36.3%となっており、年齢別では男女共に 40 歳代がそれぞれ 16.2%、9.3%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 13.3%と最も高く、次いで「福岡県」が 12.6%、「東京都」が 12.4%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 6.7%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 64.3%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=6,790 千人) >

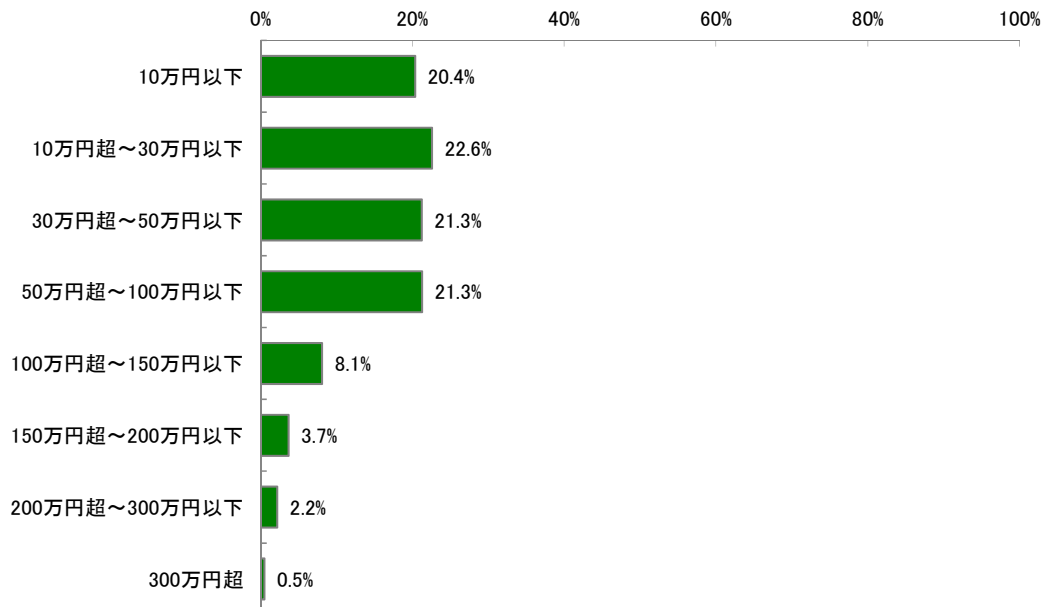


＜図 2:都道府県別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比／就業人口比率％＞

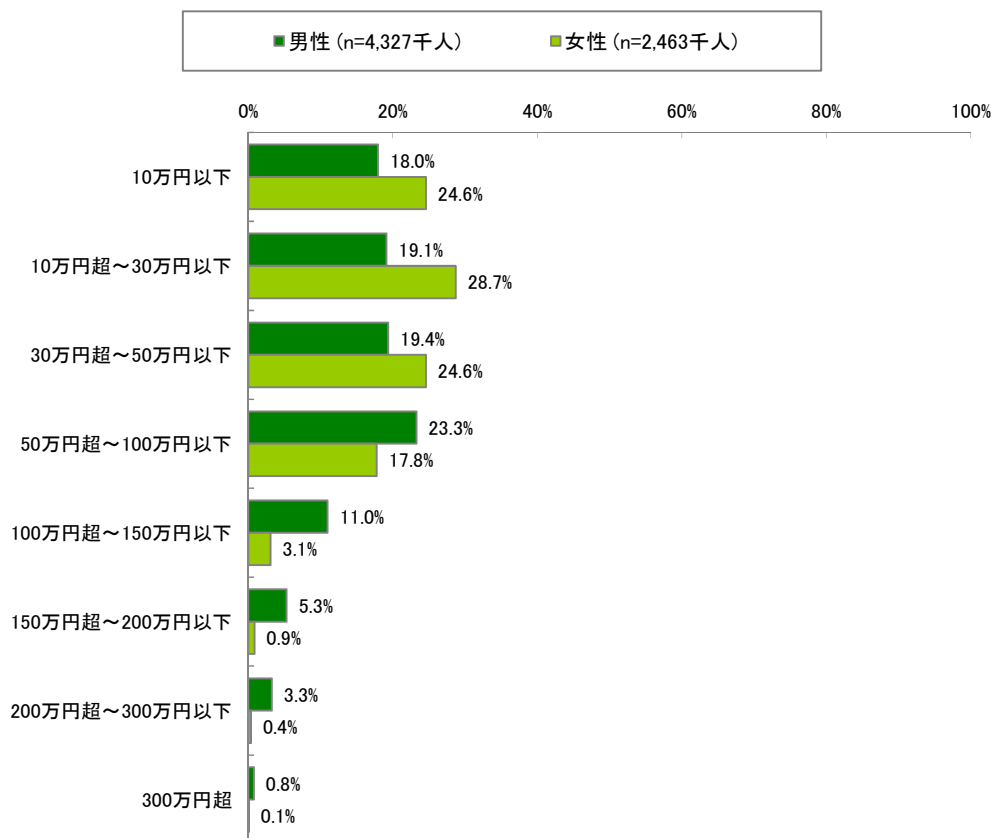


<図 3:残高区分別の消費者向無担保貸付残高のある人数構成比（n=6,790 千人）>

【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

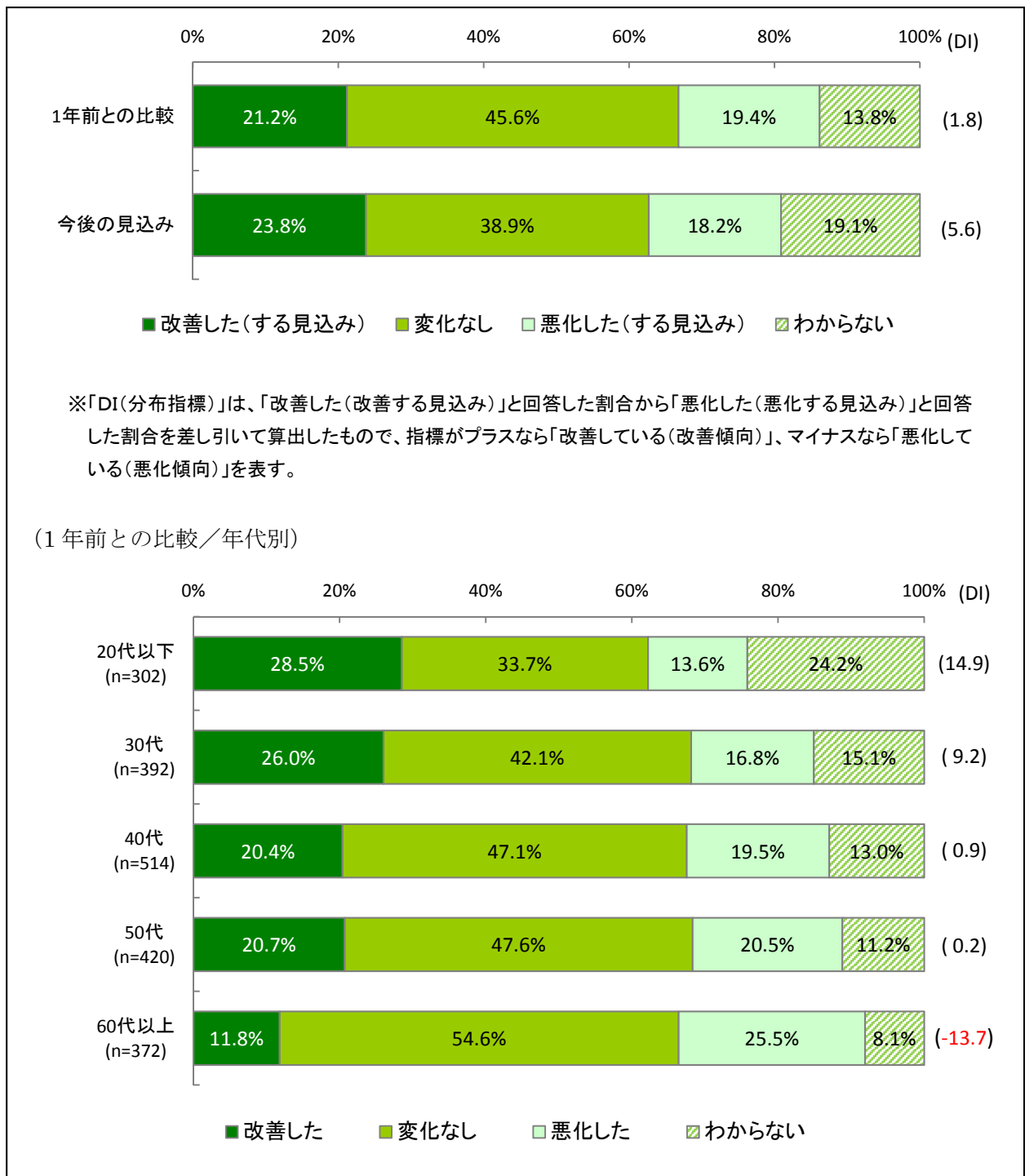
### I. 借入経験のある個人

#### 1. 借入れの動機・背景

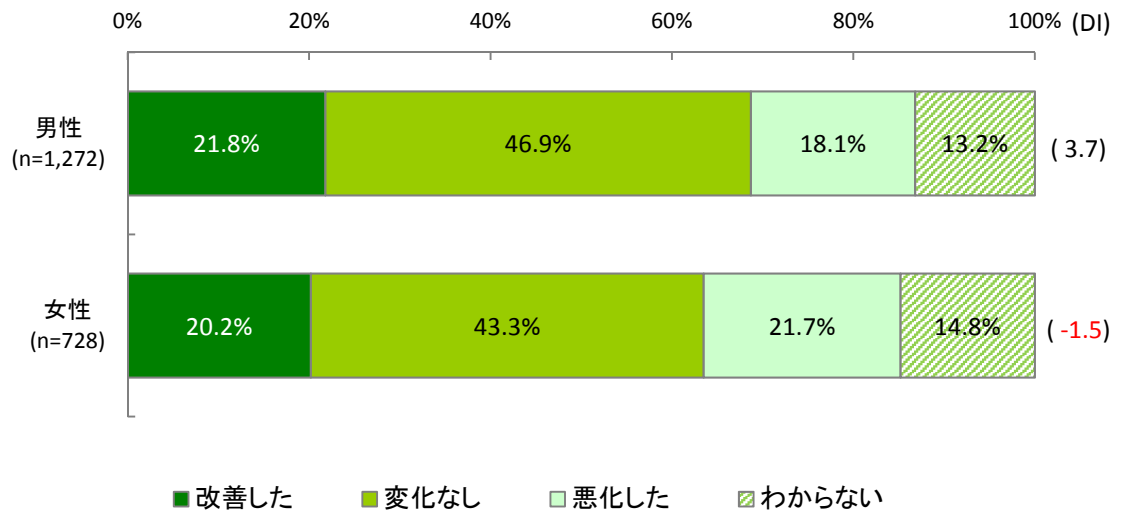
##### (1) 家計収支状況の変化と今後の見通し

- 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45.6%と最も高く、次いで「改善した」が21.2%、「悪化した」が19.4%と続いており、今後の見込みでも、38.9%が「変化なし」と回答している。

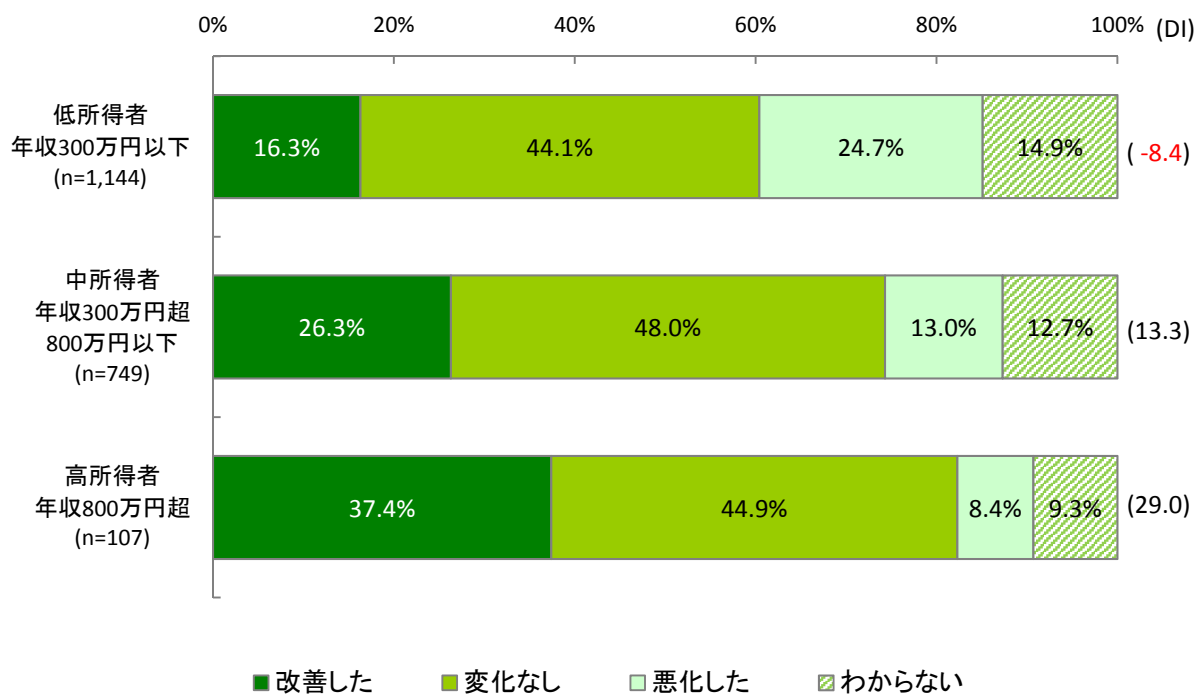
<図 4:家計収支状況の変化と今後の見通し (n=2,000)>



(1年前との比較／男女別)



(1年前との比較／年収別)

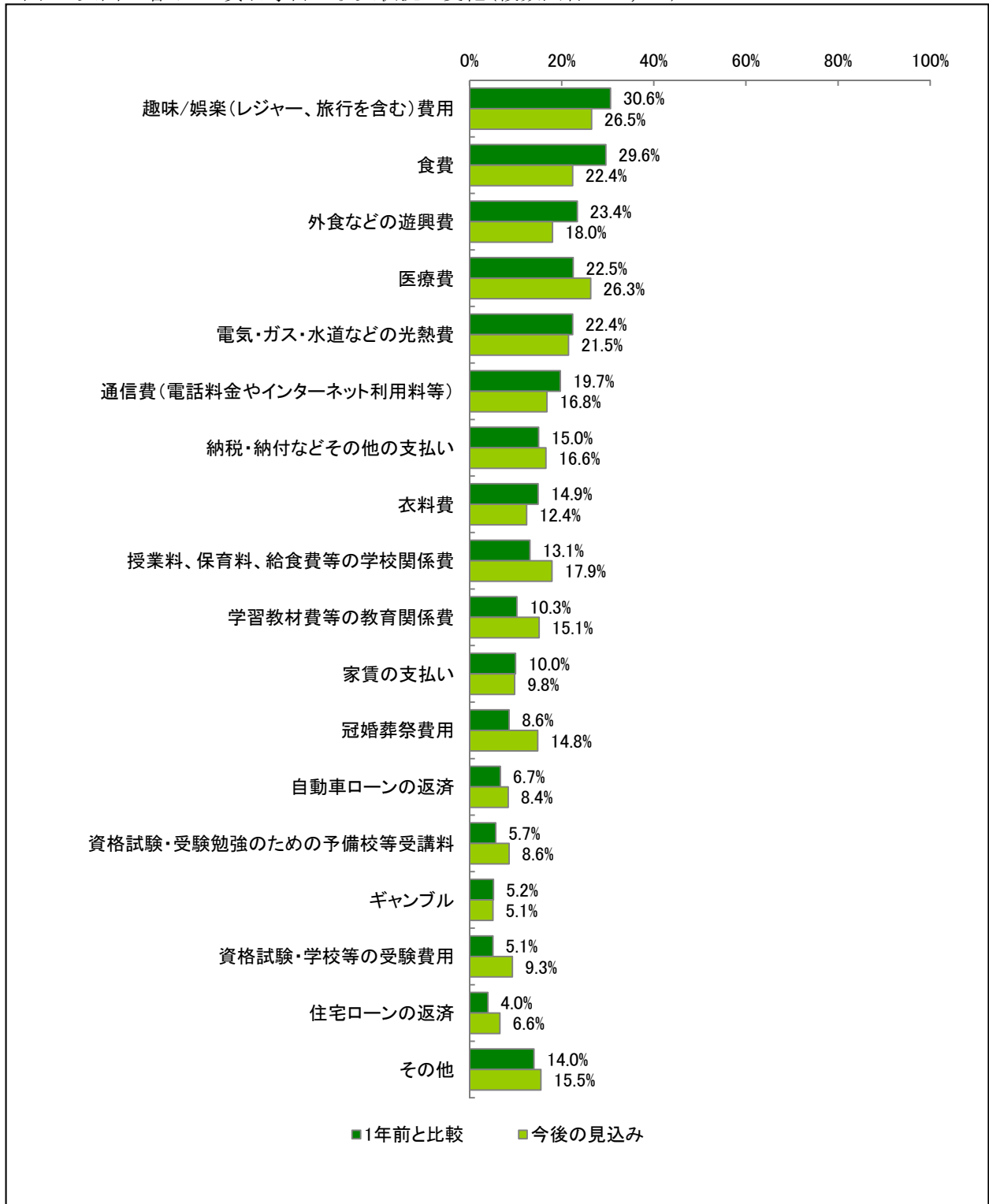


※「DI(分布指標)」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。

## (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

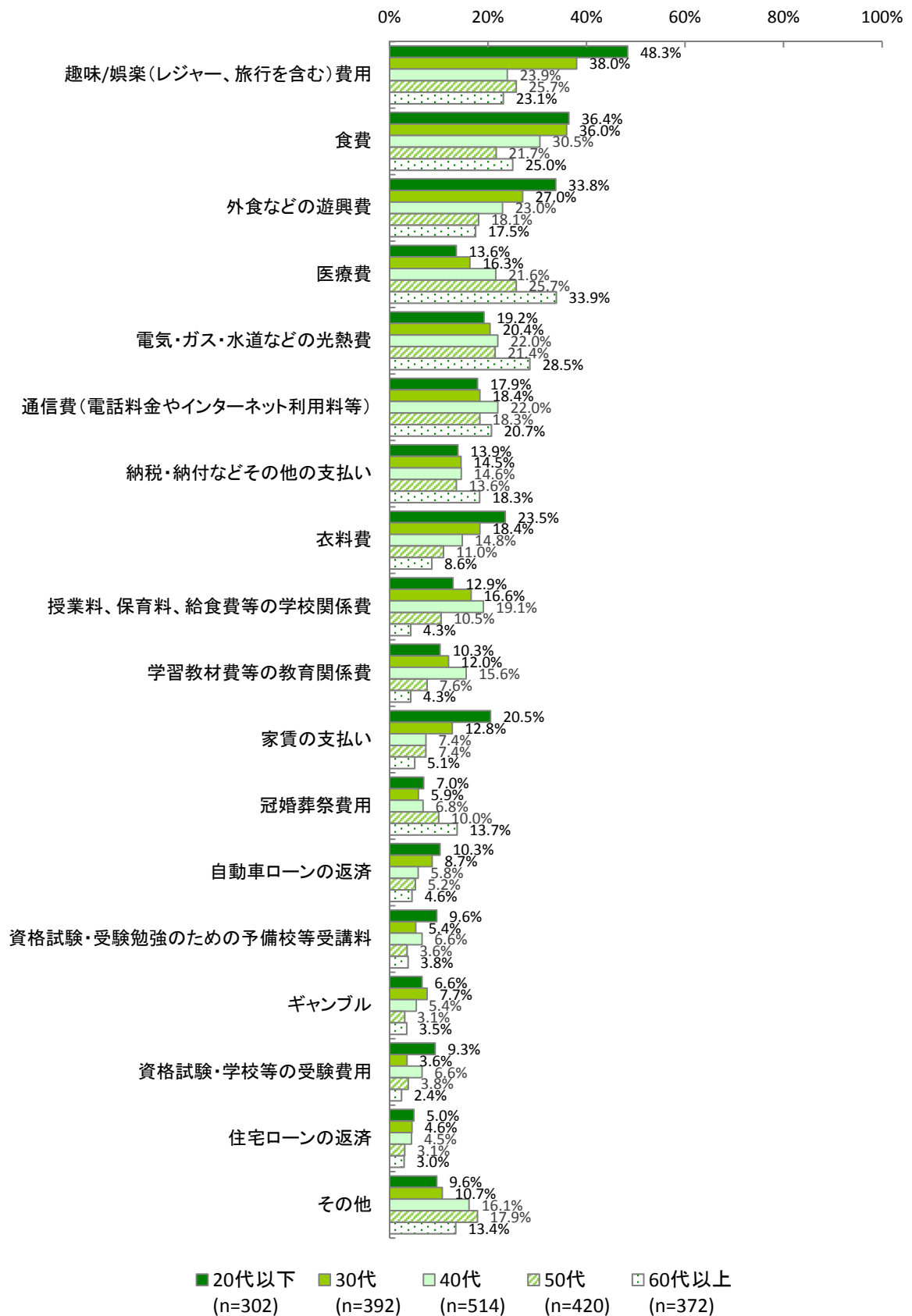
- 1年前と比較して支出が増加した費目をみると、「趣味／娯楽(レジャー、旅行を含む)費用」が30.6%と最も高く、次いで「食費」が29.6%と続いており、今後支出が増加する見込みの費目でも、「趣味／娯楽(レジャー、旅行を含む)費用」が26.5%と最も高い結果となった。

<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) >



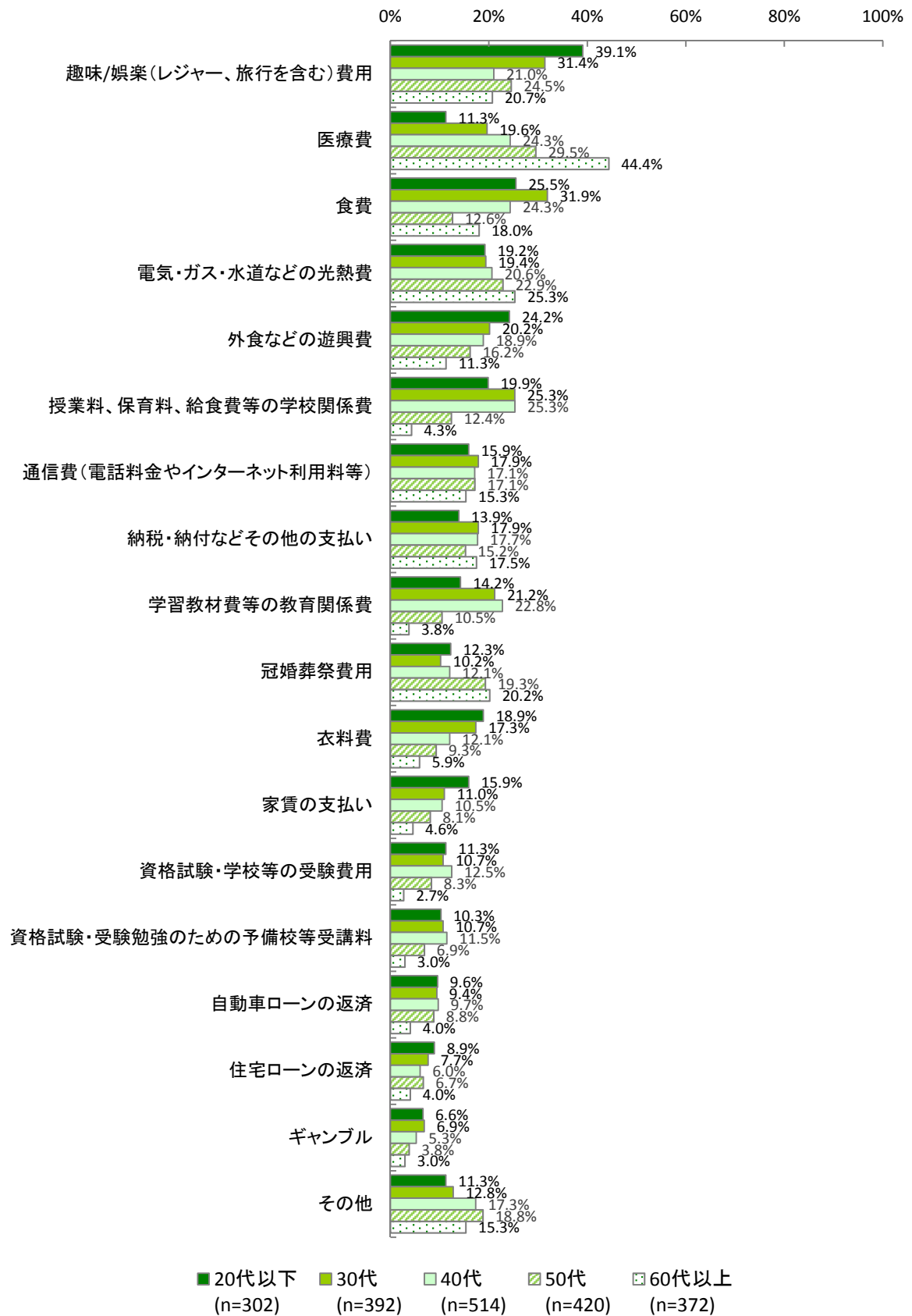
【1年前との比較】

(年代別)



【今後の見込み】

(年代別)

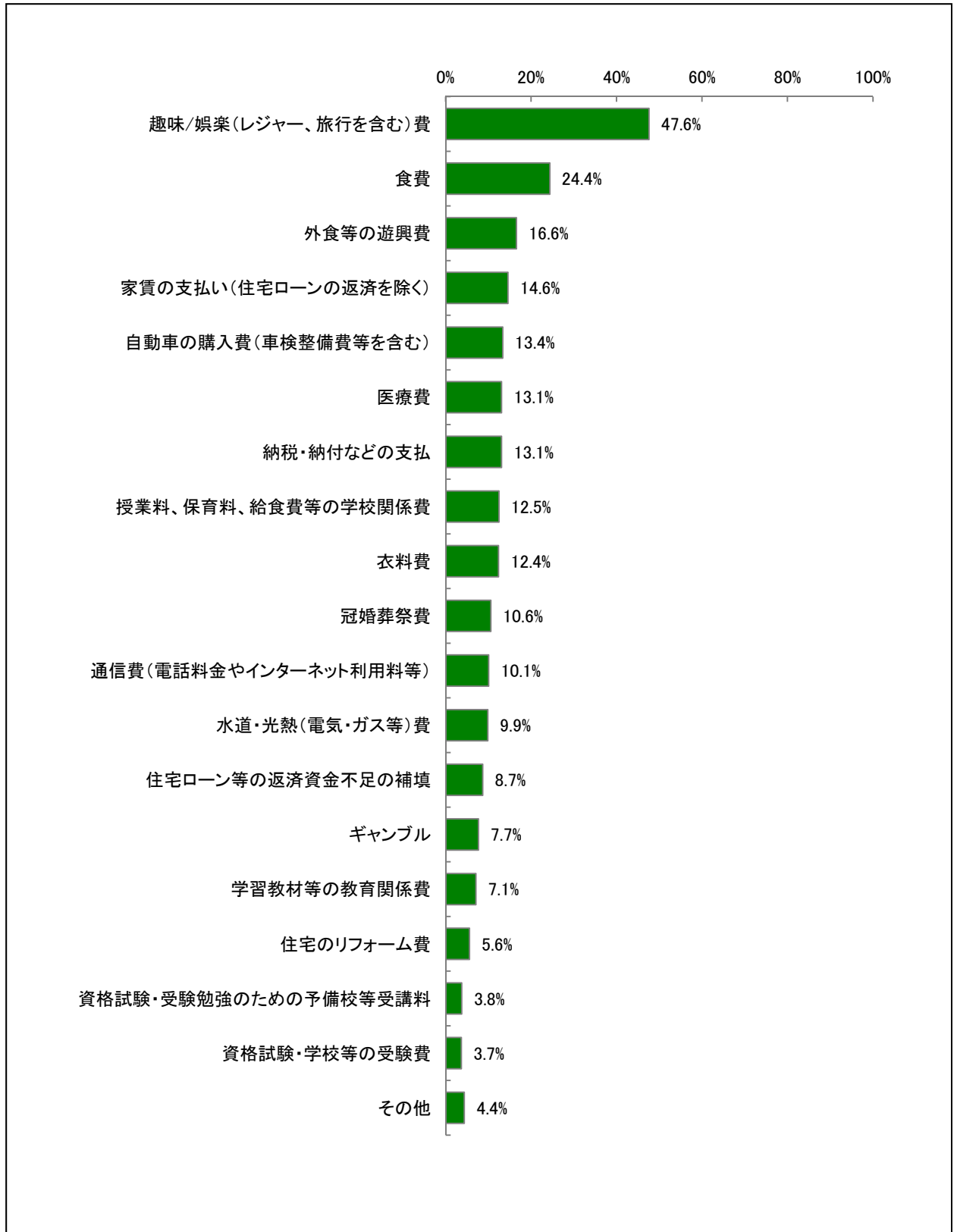




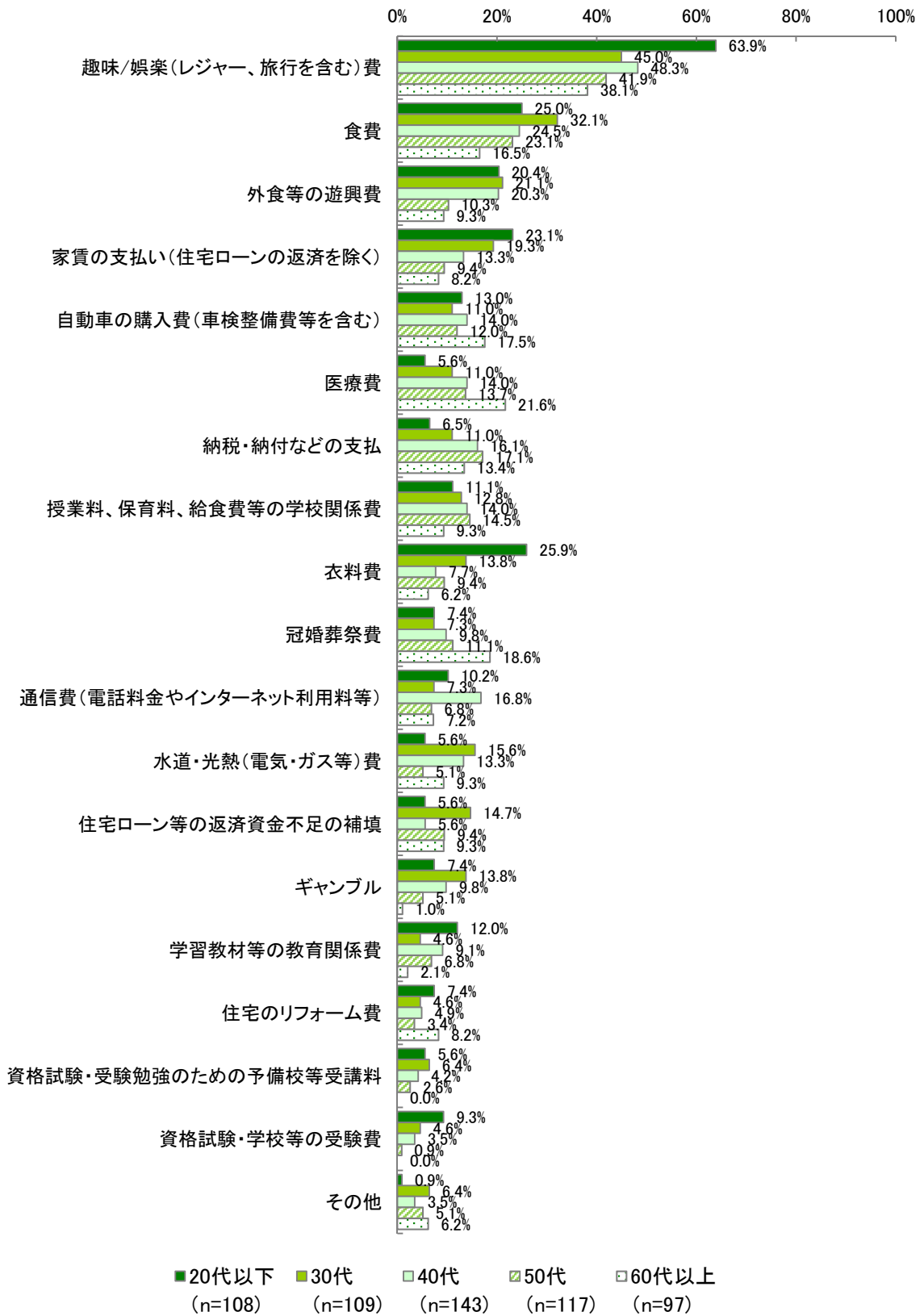
### (3) 借入申込を行った際の資金使途

- 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47.6%と最も高く、次いで「食費」が24.4%、「外食等の遊興費」が16.6%となった。

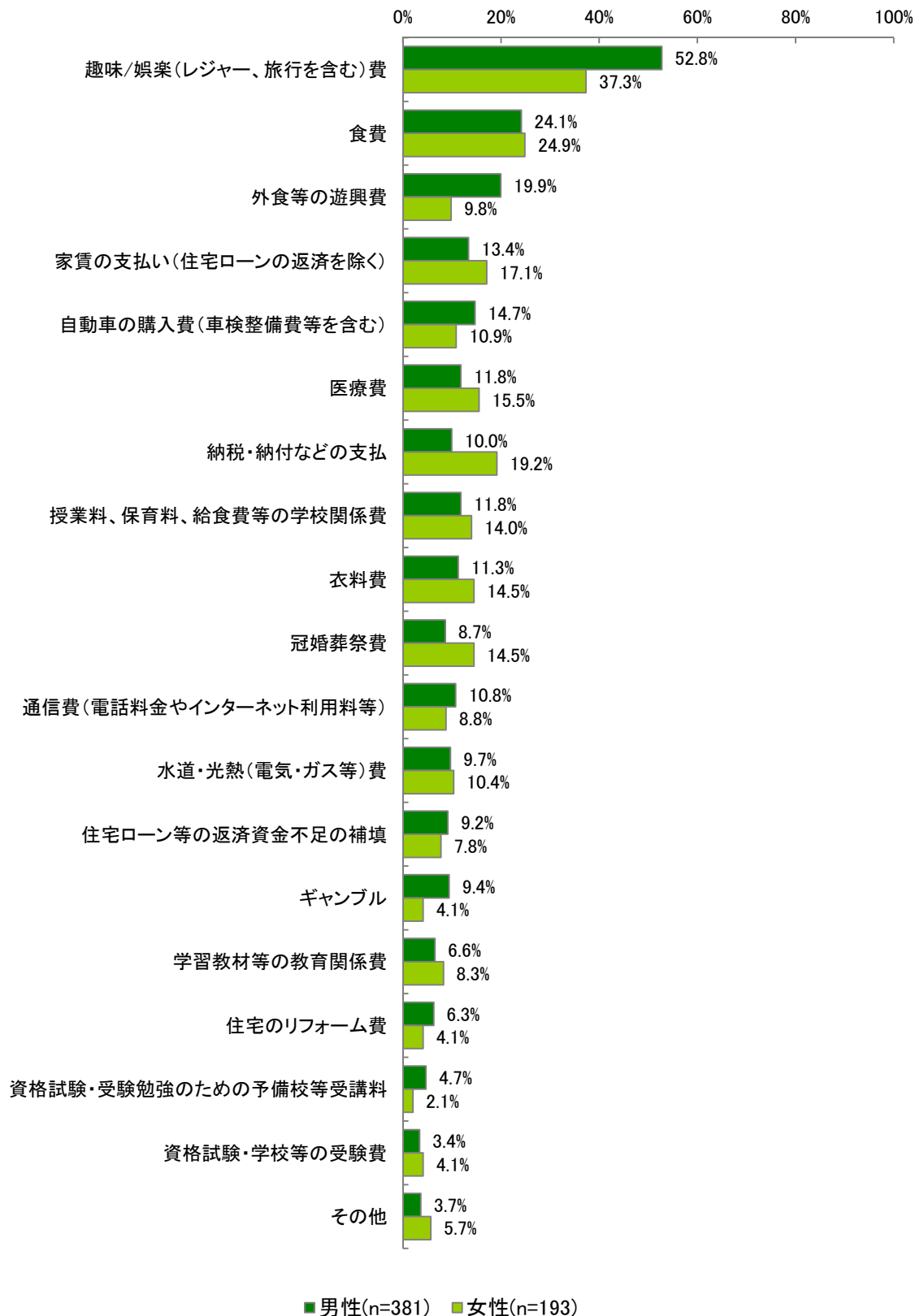
<図 6:直近3年間に借入申込を行った際の資金使途(複数回答 n=574)>



(年代別)



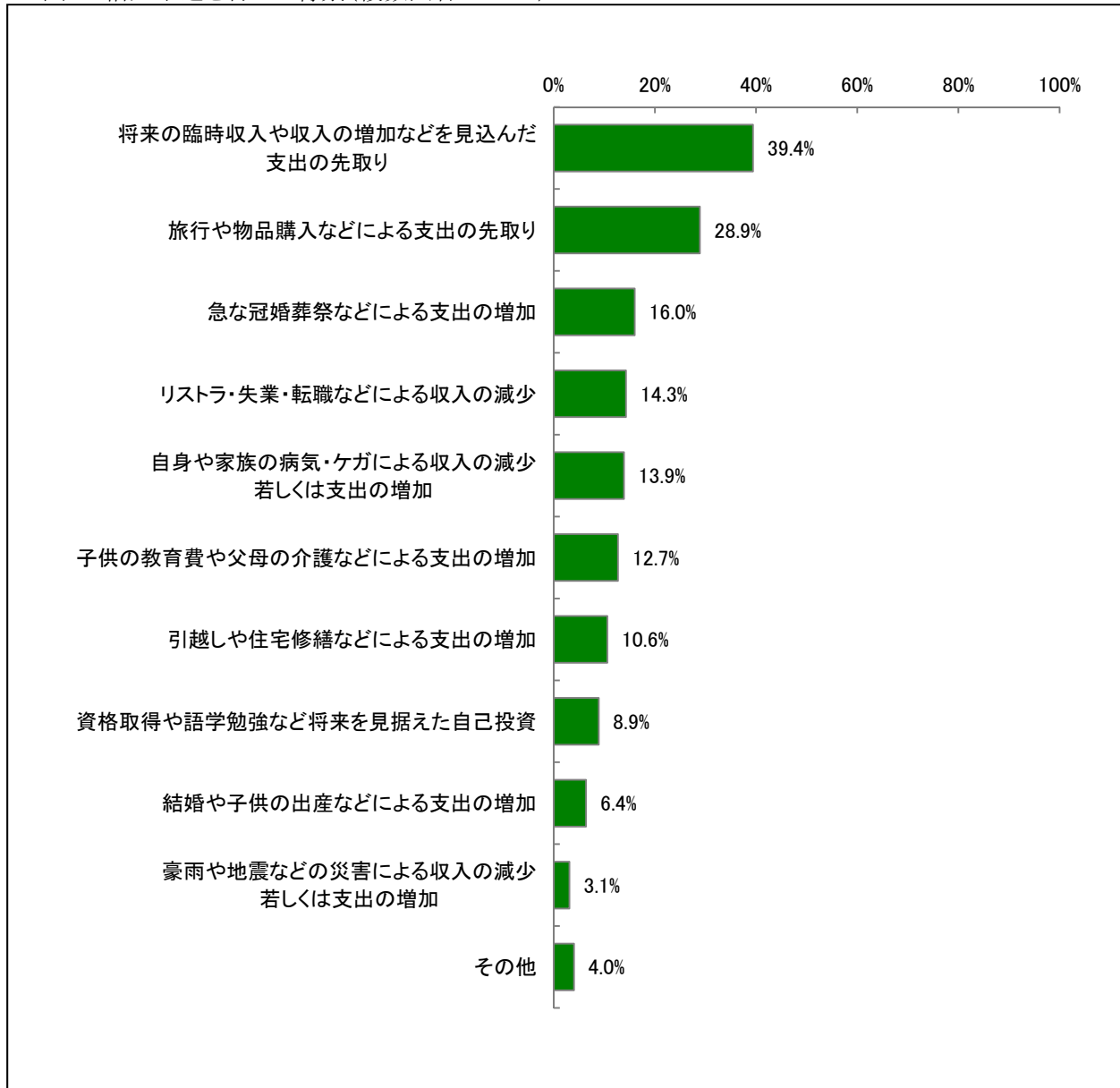
(男女別)



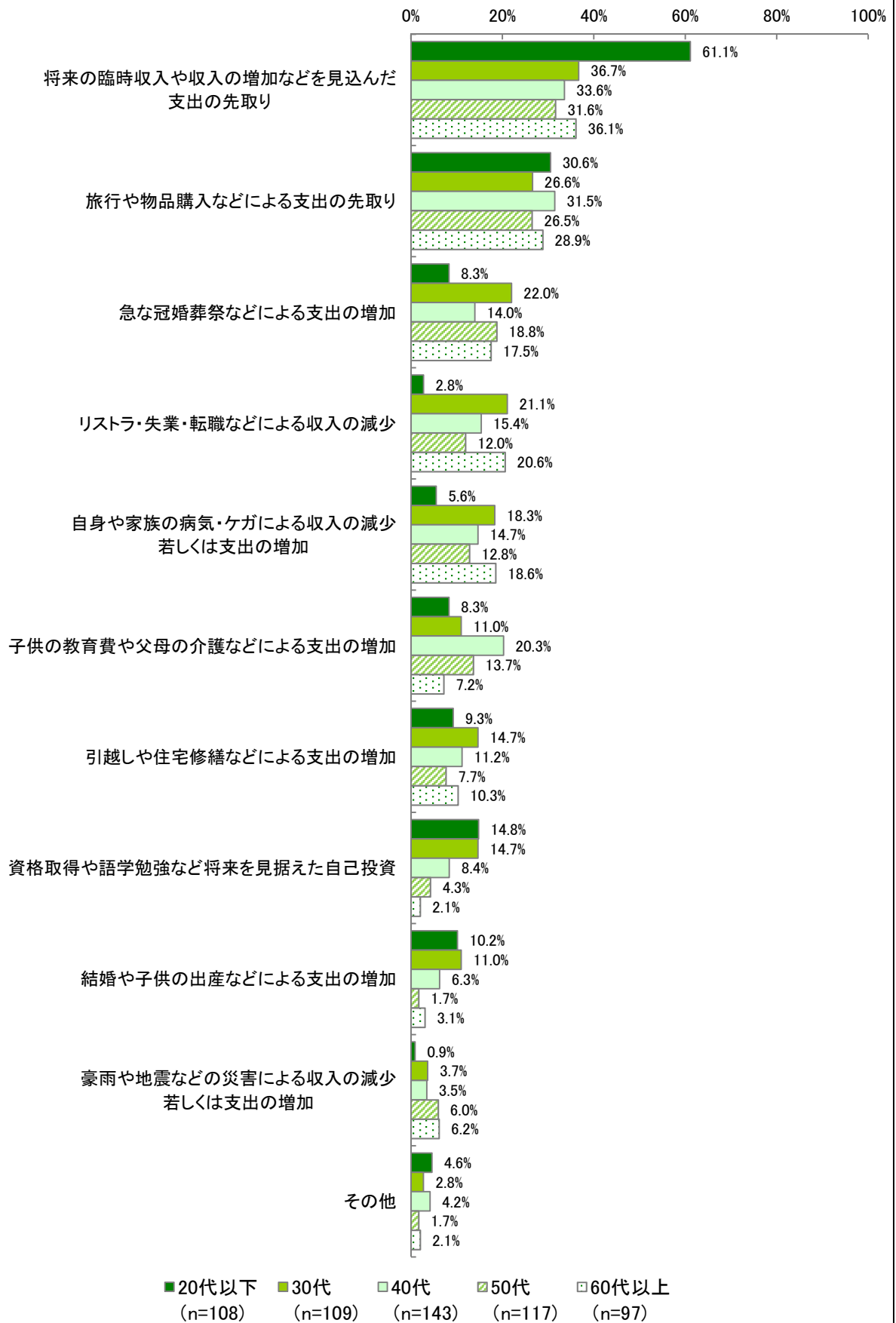
#### (4) 借入申込を行った背景

- 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39.4%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28.9%、「急な冠婚葬祭などによる支出の増加」が16.0%と続いている。

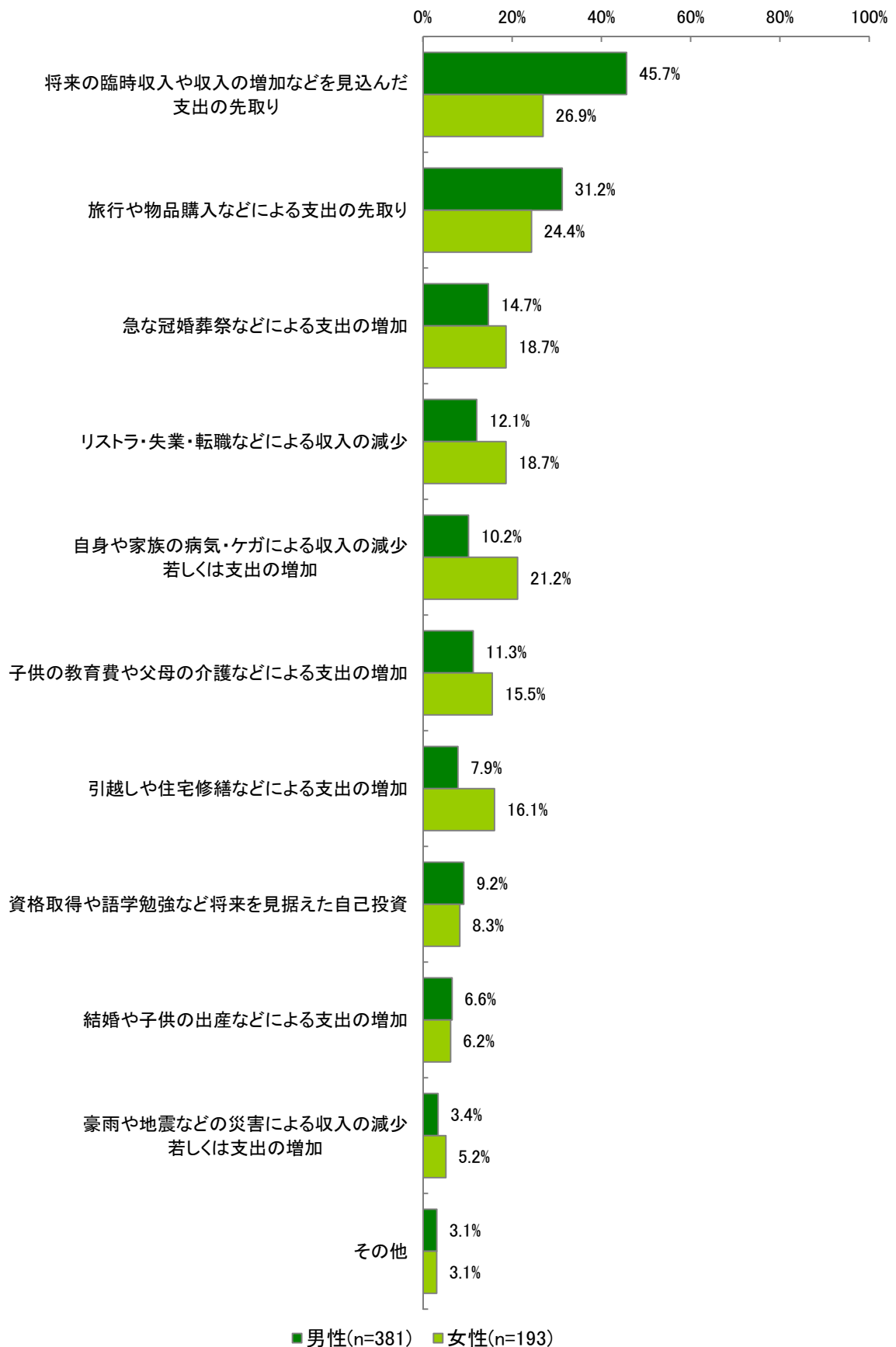
<図 7:借入申込を行った背景(複数回答 n=574)>



(年代別)



(男女別)



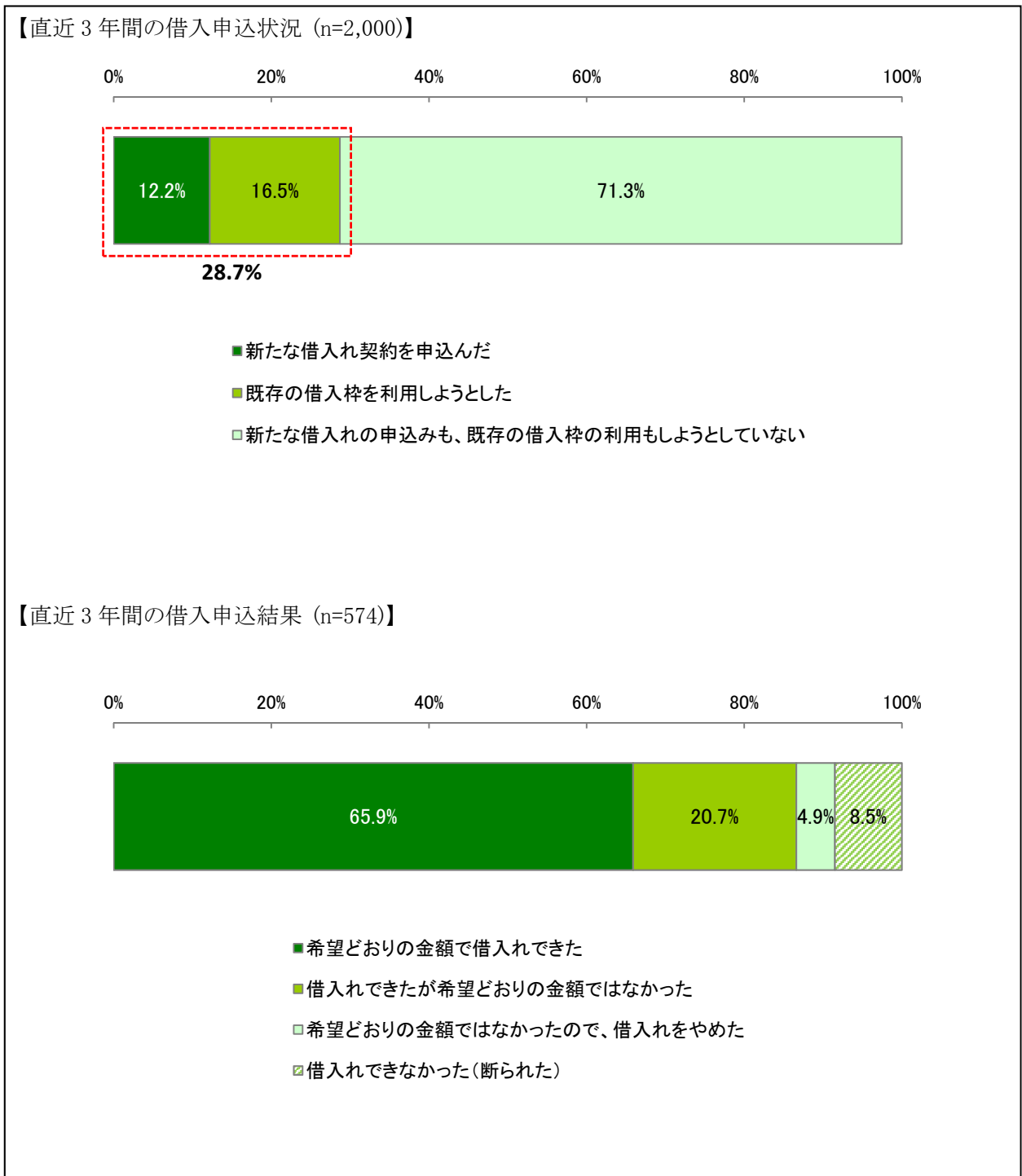
## 2. 借入れの意識・行動

### (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、28.7%が借入申込みを行い、そのうち65.9%が希望どおりの借入れができたと回答している。

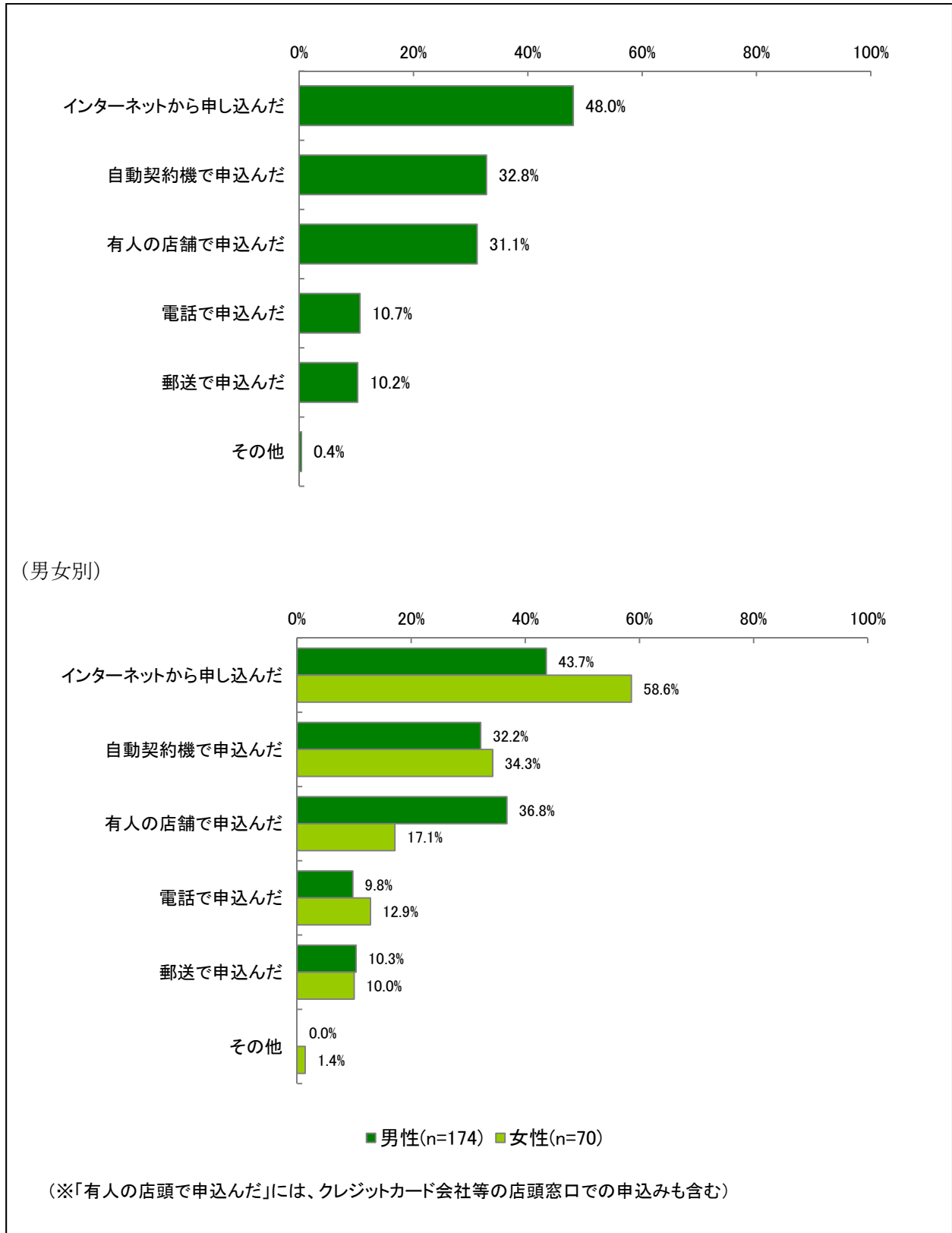
<図 8:直近3年間の借入申込状況・結果>



## ② 新たな借入れ契約の申込方法

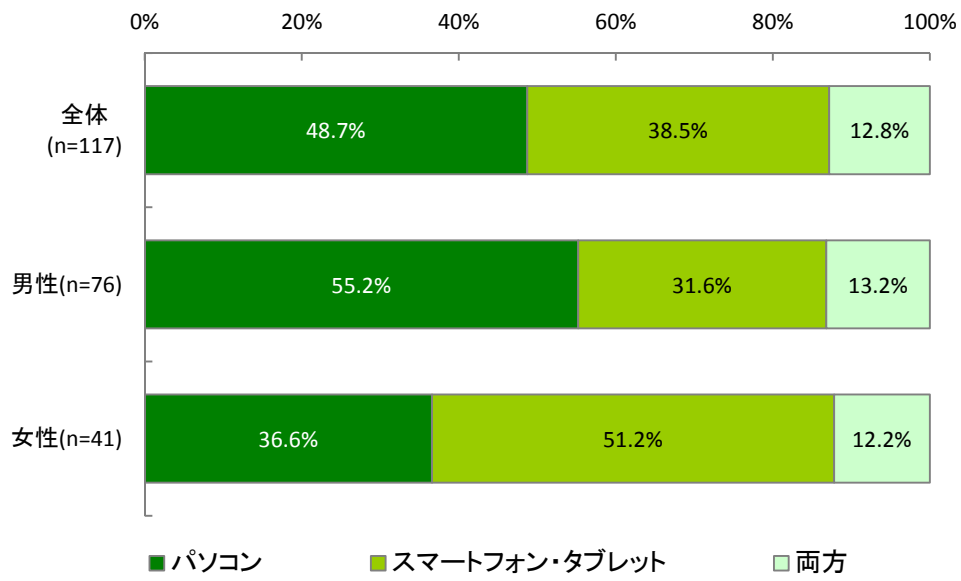
- 新たな借入れ契約の申込方法では、「パソコンやスマートフォン等を使ってインターネットから申し込んだ」が48.0%と最も高く、次いで「自動契約機で申し込んだ」が32.8%と続いている。

<図 9:新たな借入れ契約の申込方法 (n=244)>





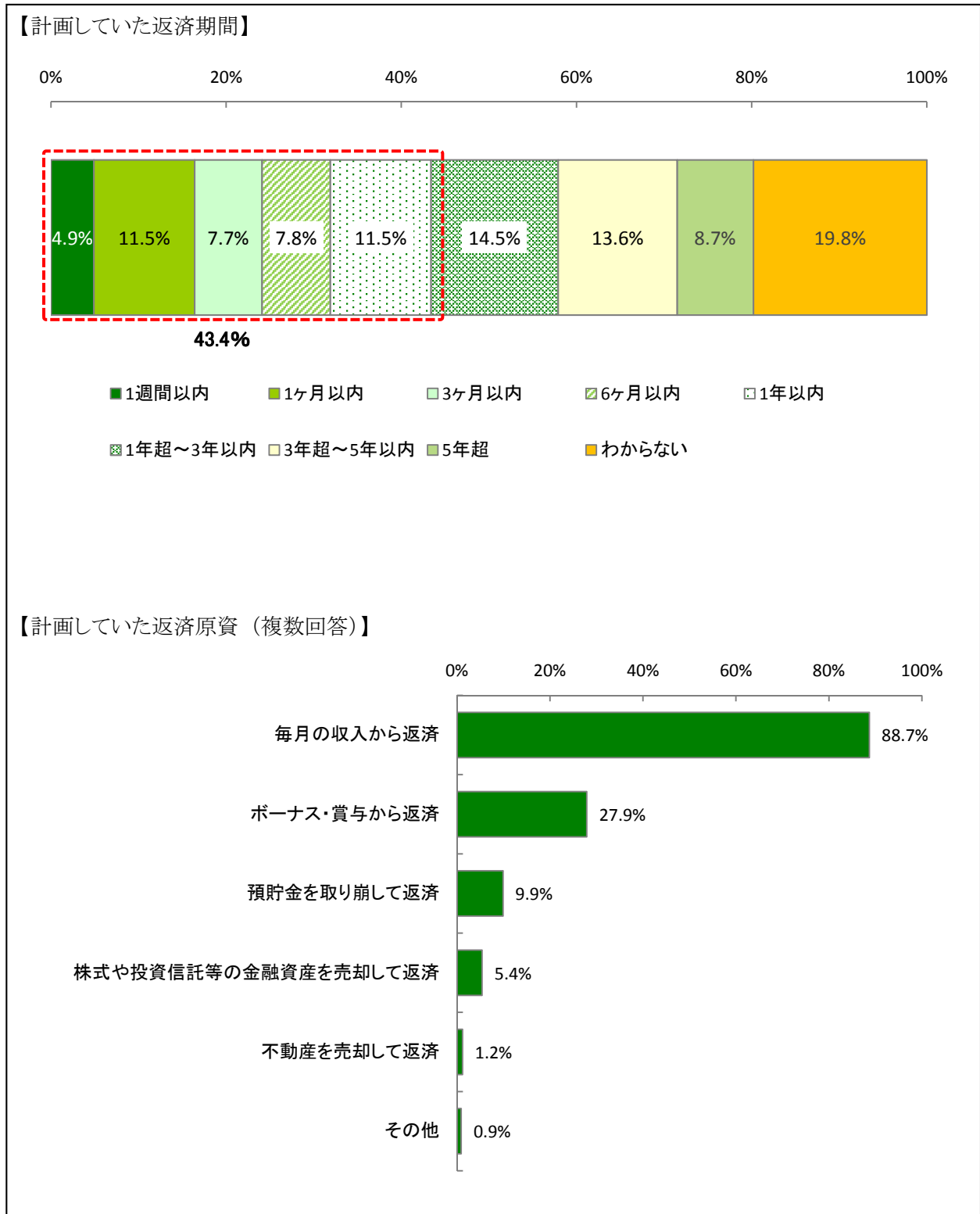
【インターネットから申し込んだ際の媒体 / 男女別 (n=117)】



### 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、43.4%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88.7%と最も高い結果となっている。

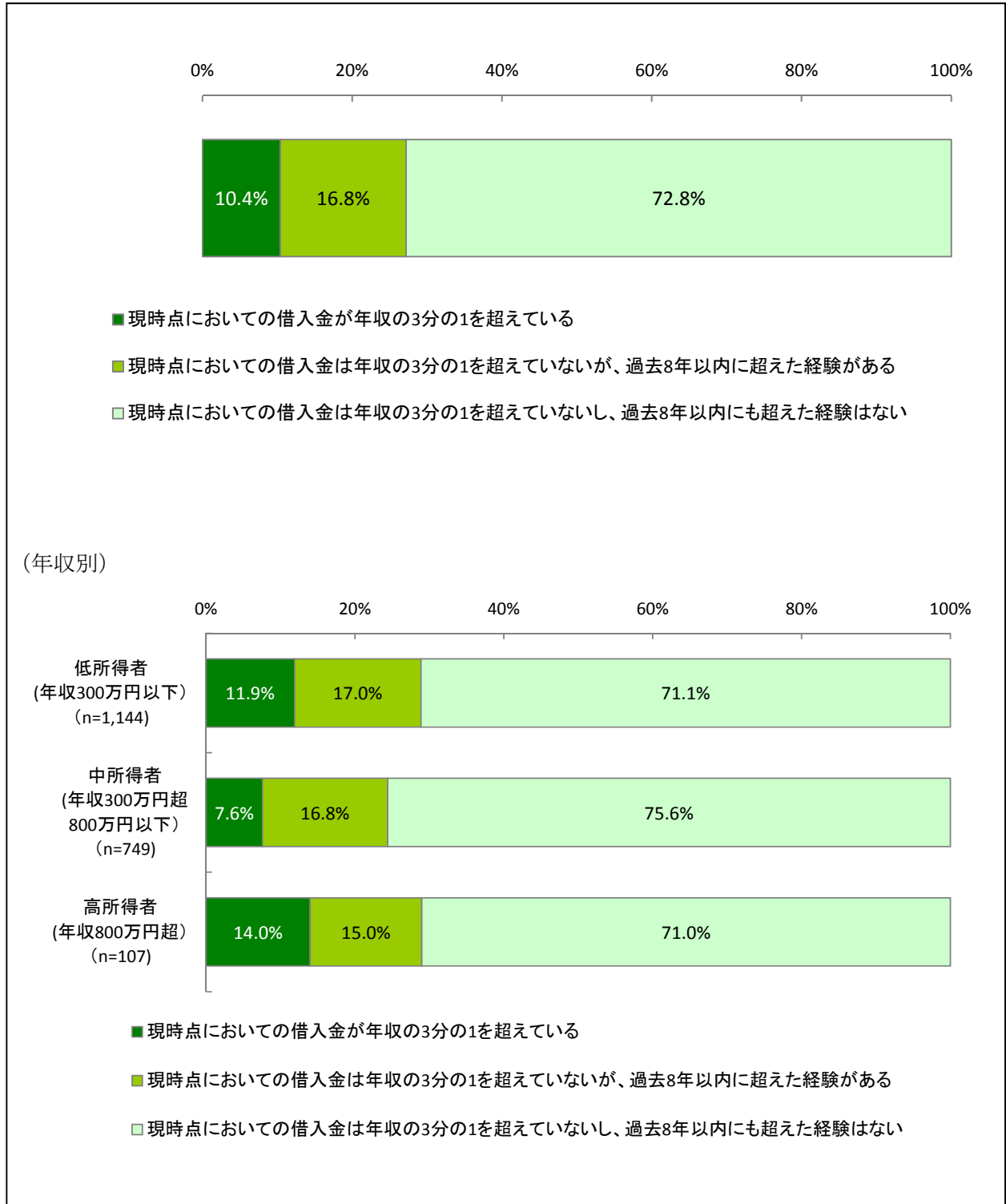
<図 10: 計画していた返済期間・返済方法 (n=574)>



## 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、72.8%が年収の3分の1を超えた経験はないと回答している。

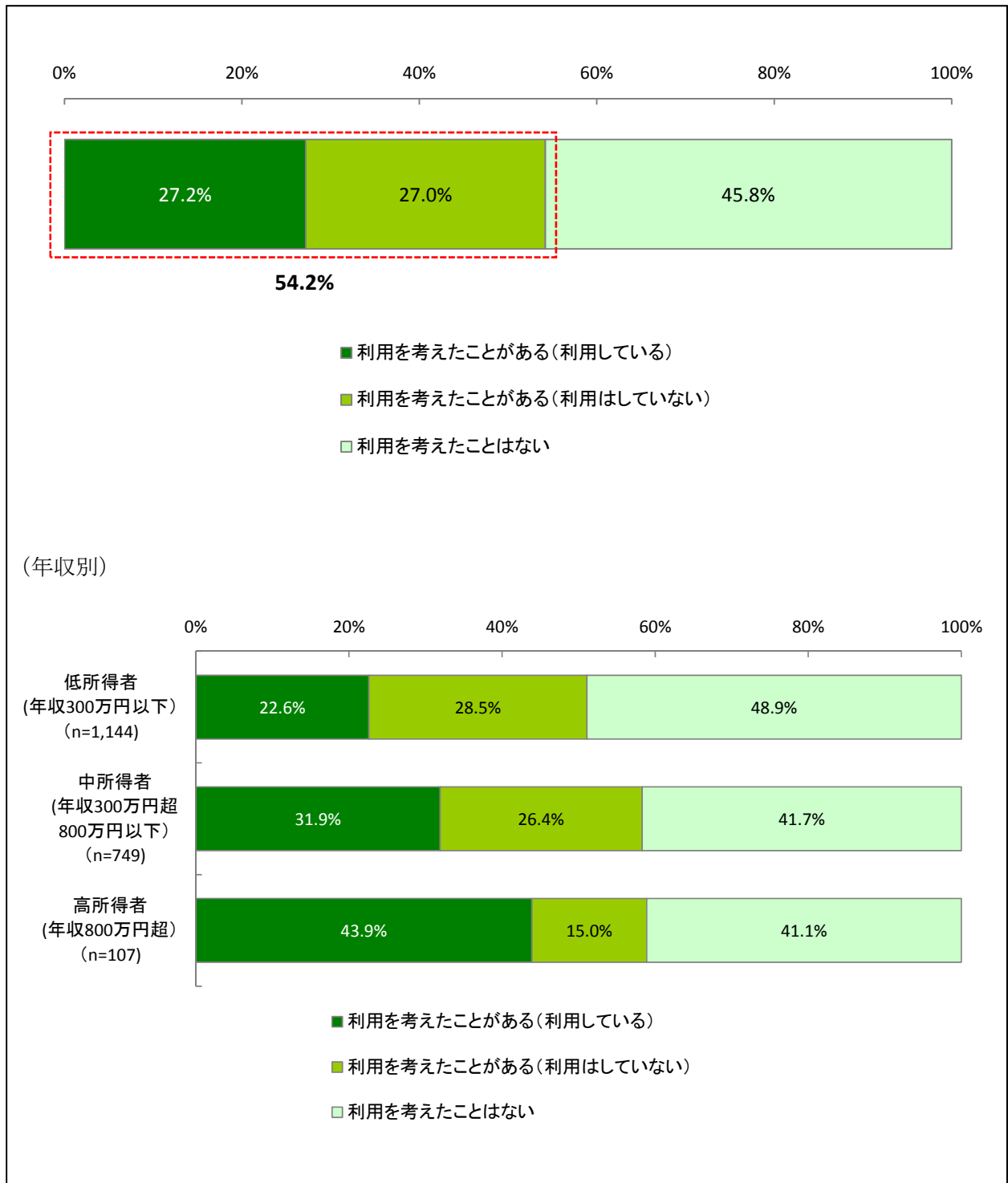
&lt;図 11: 総量規制該当の有無 (n=2,000)&gt;



### 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、54.2%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22.6%、31.9%、43.9%と、年収が高いほどその割合が高い傾向となっている。

<図 12: 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)>

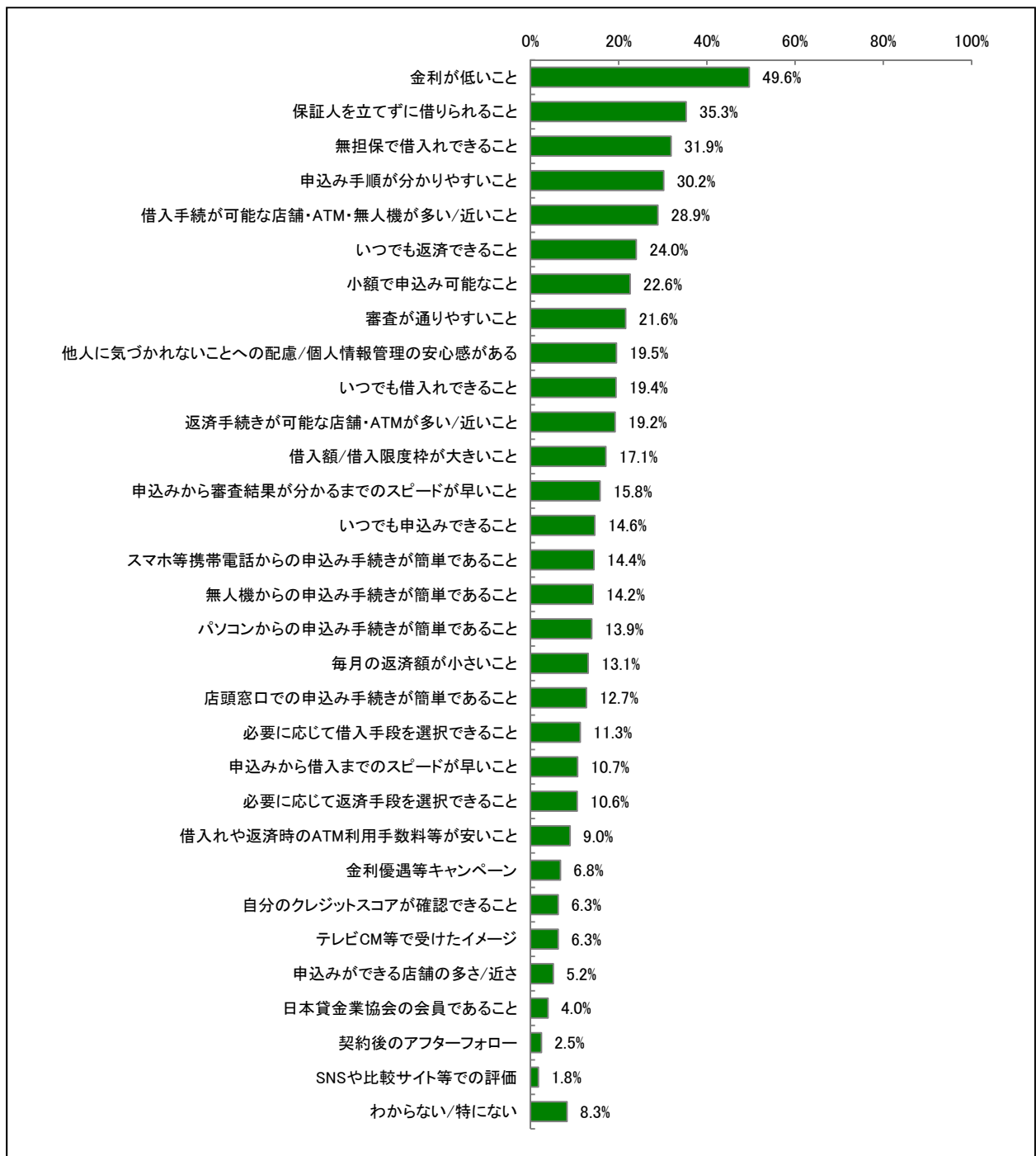


## (2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由

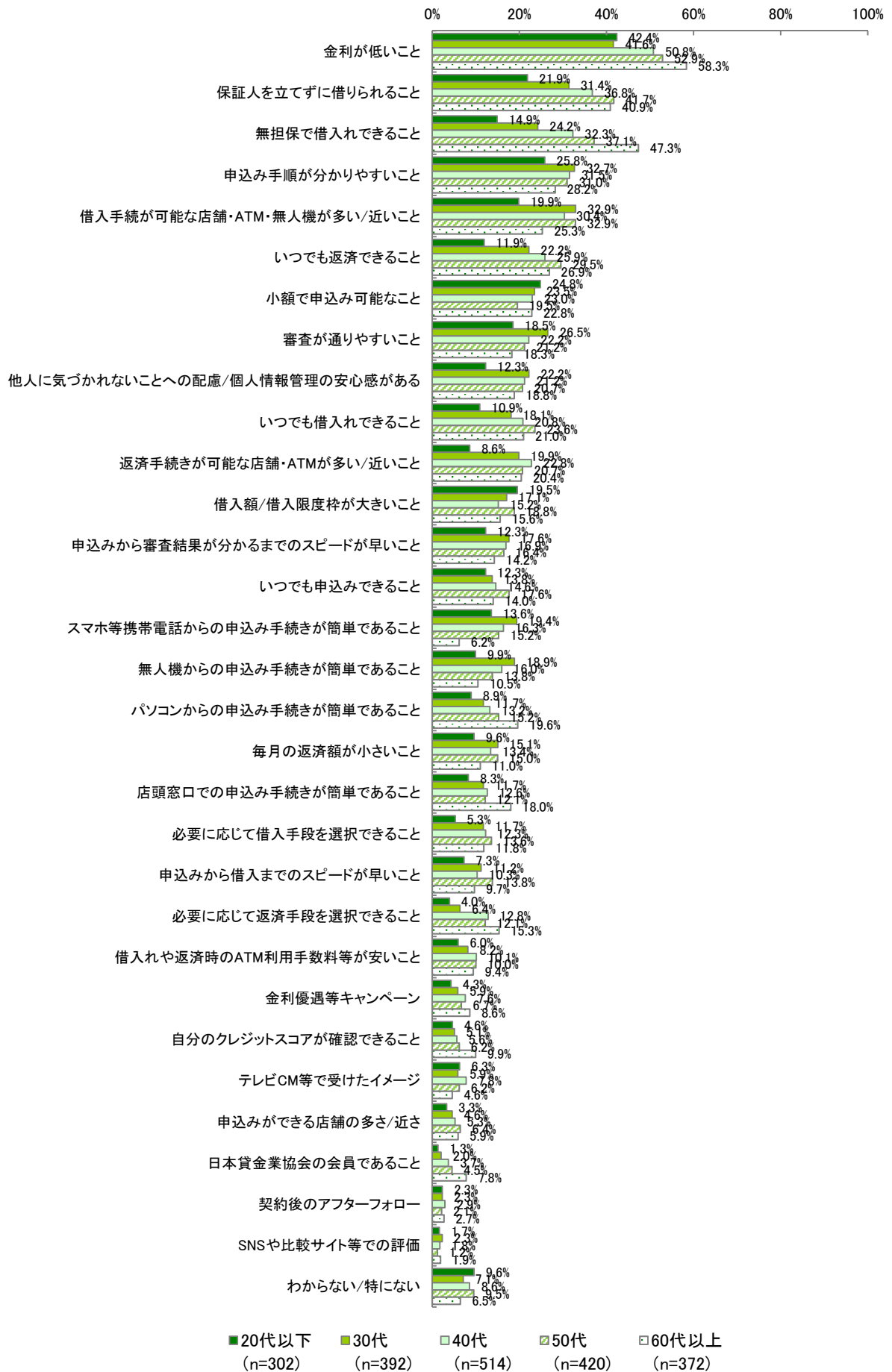
### ① 借入先を選定する際に重視するポイント

- 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49.6%と最も高く、次いで「保証人を立てずに借りられること」が35.3%、「無担保で借入れできること」が31.9%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見てとれる結果となっている。

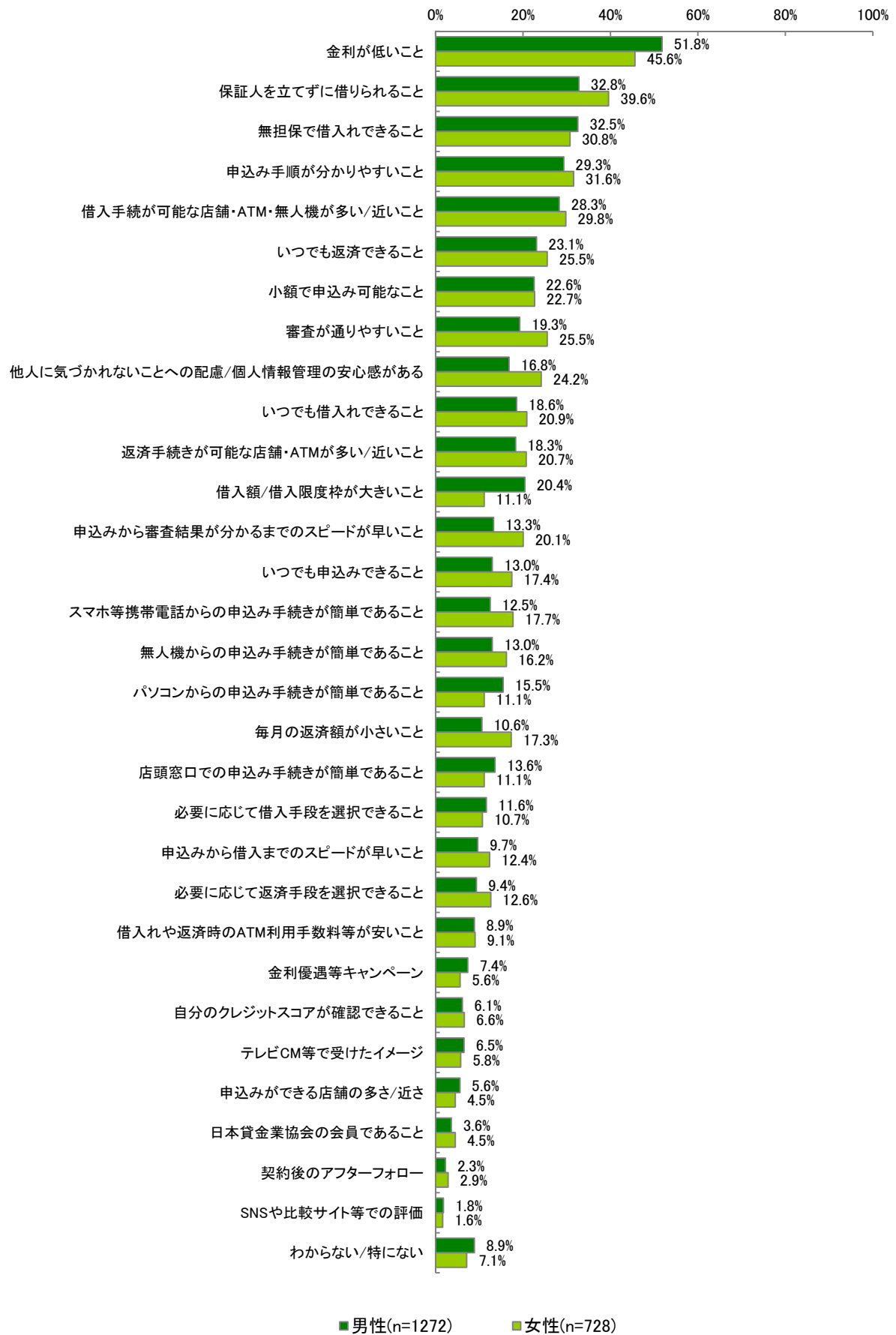
<図 13: 借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=2,000）>



(年代別)



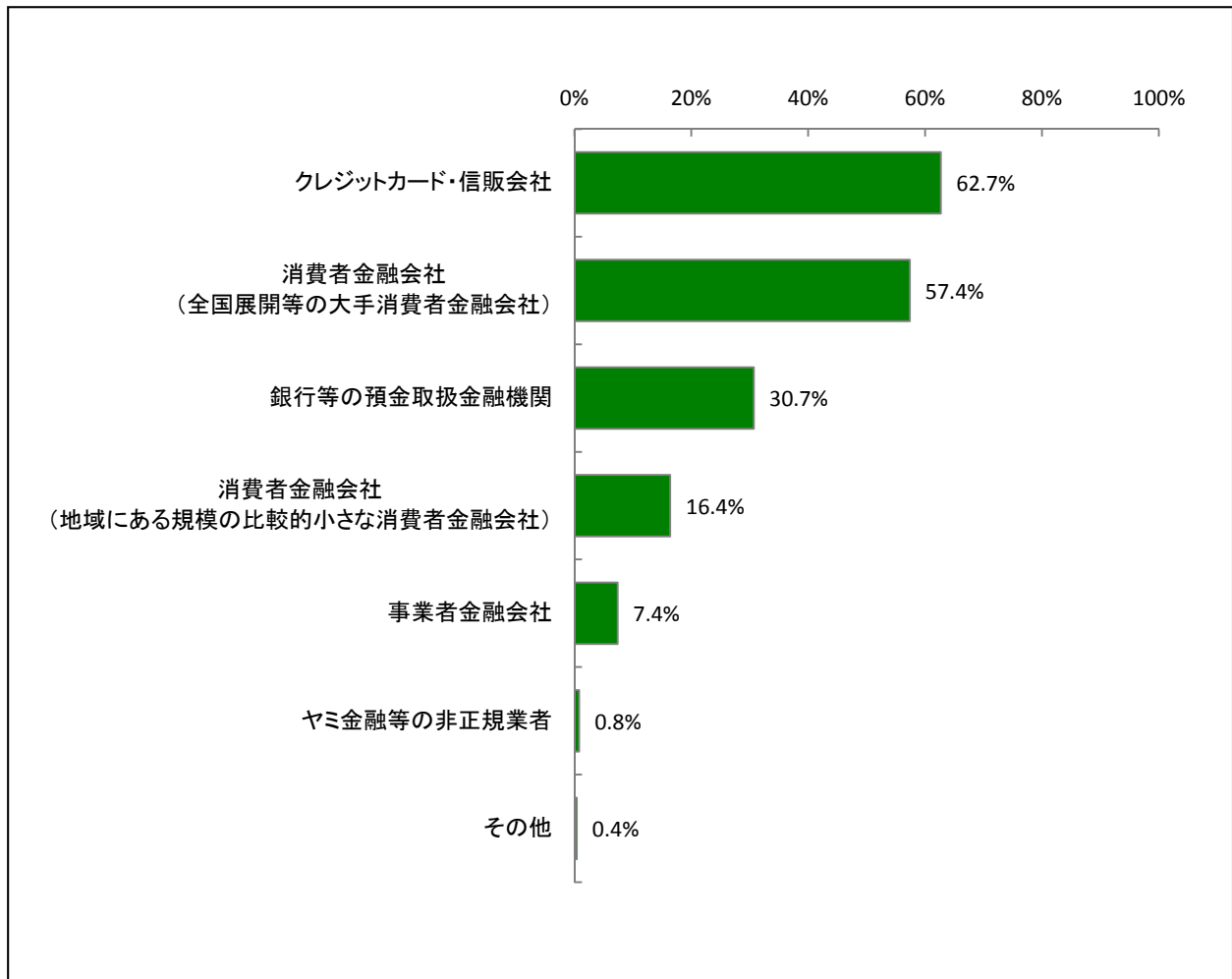
(男女別)



## ② 借入先として検討した先

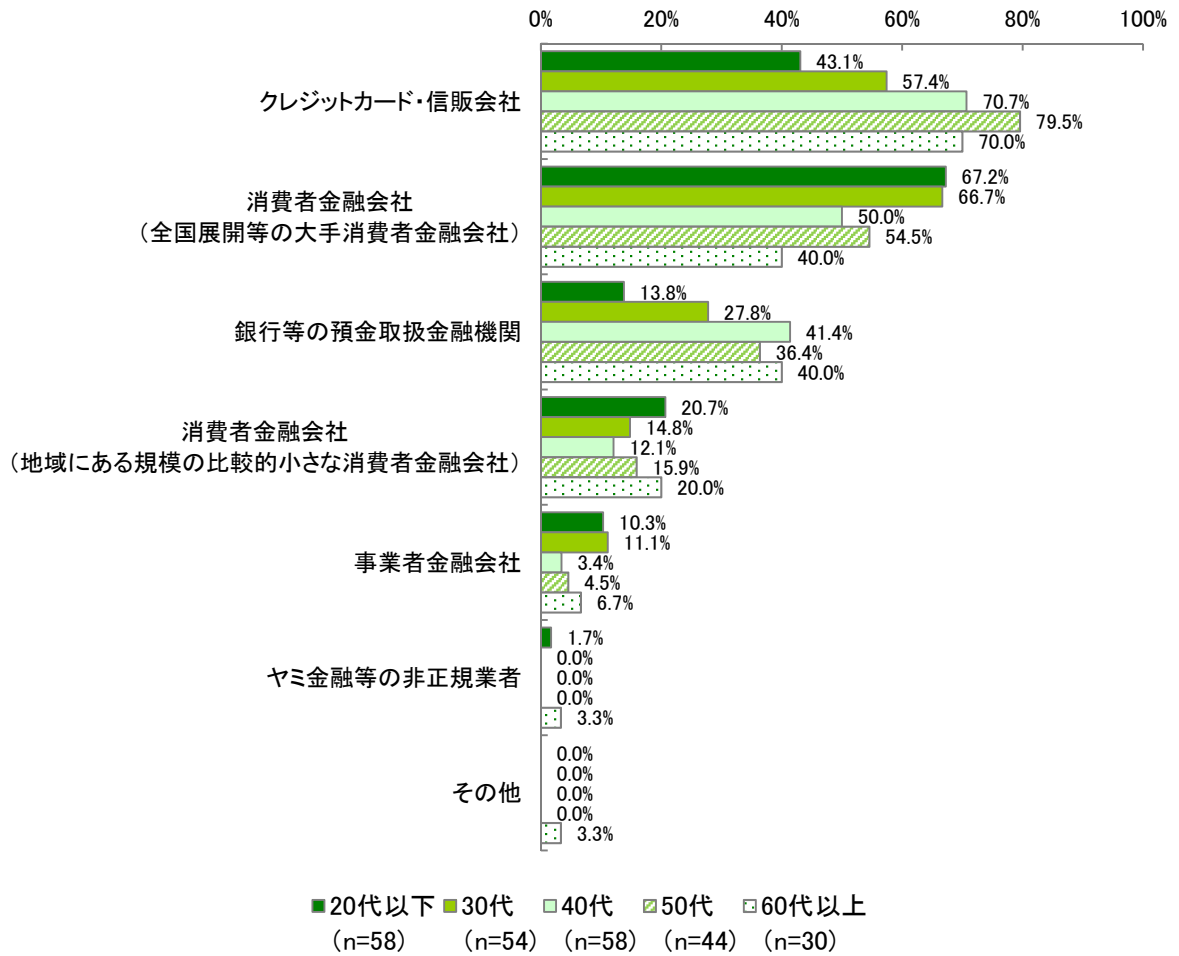
- 借入先として検討した先については、「クレジットカード・信販会社」が 62.7%と最も高く、次いで「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)」が 57.4%、「銀行等の預金取扱金融機関」が 30.7%となった。
- 年代別にみると、20代と30代では「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)」、40代以上では「クレジットカード・信販会社」と回答した割合が最も高く、世代間で選定先の傾向に違いが見られる結果となっている。

<図 14:借入先として検討した先 (複数回答 n=244)>

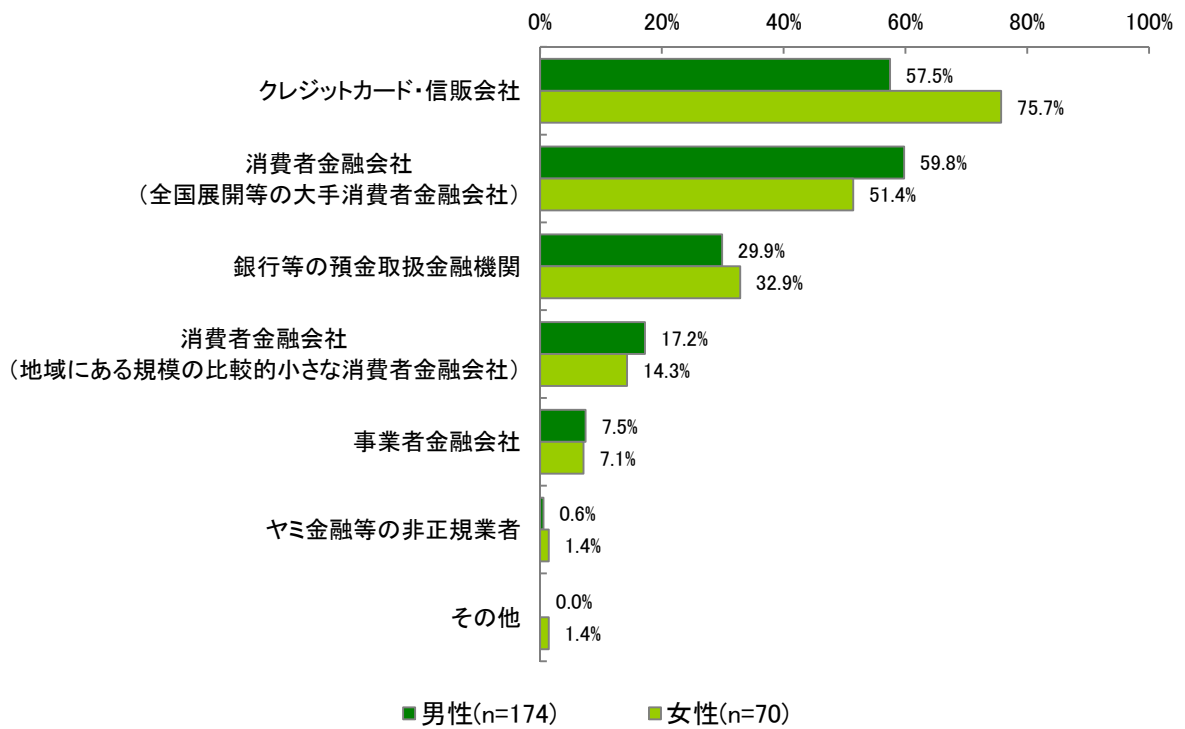




(年代別)



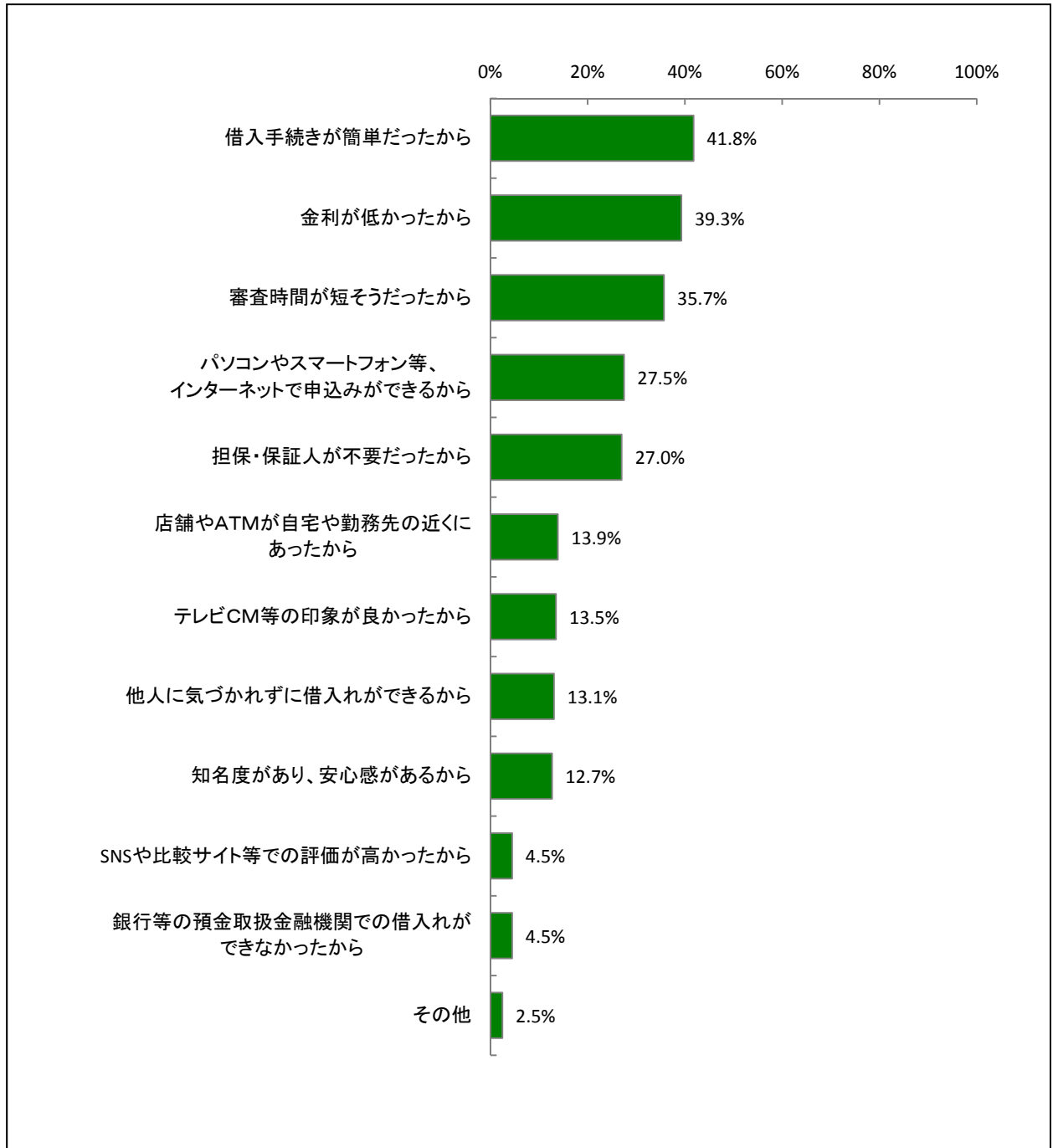
(男女別)



### 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41.8%と最も高く、次いで「金利が低かったから」が39.3%と続いている。

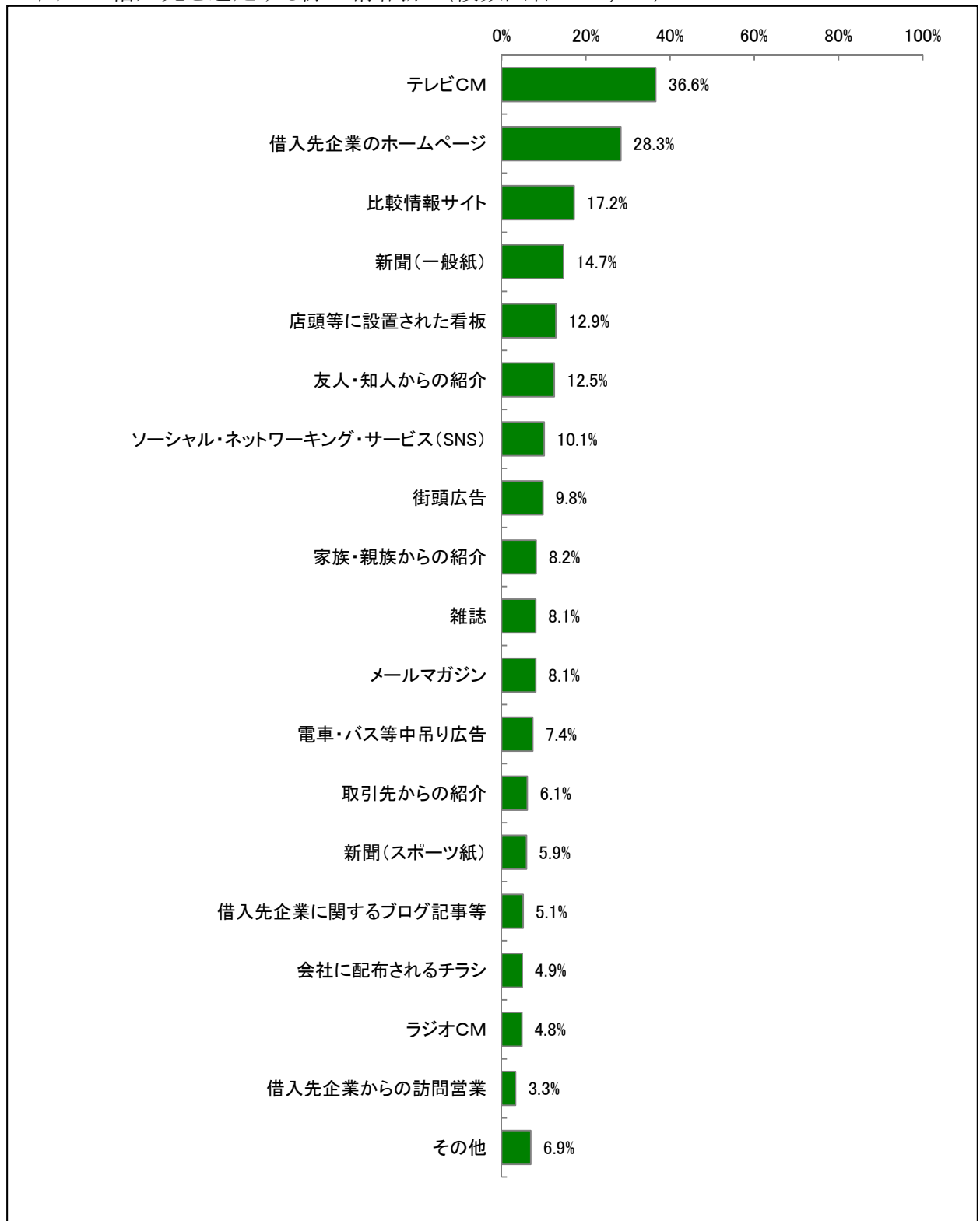
<図 15:借入先として選んだ理由（複数回答 n=244）>



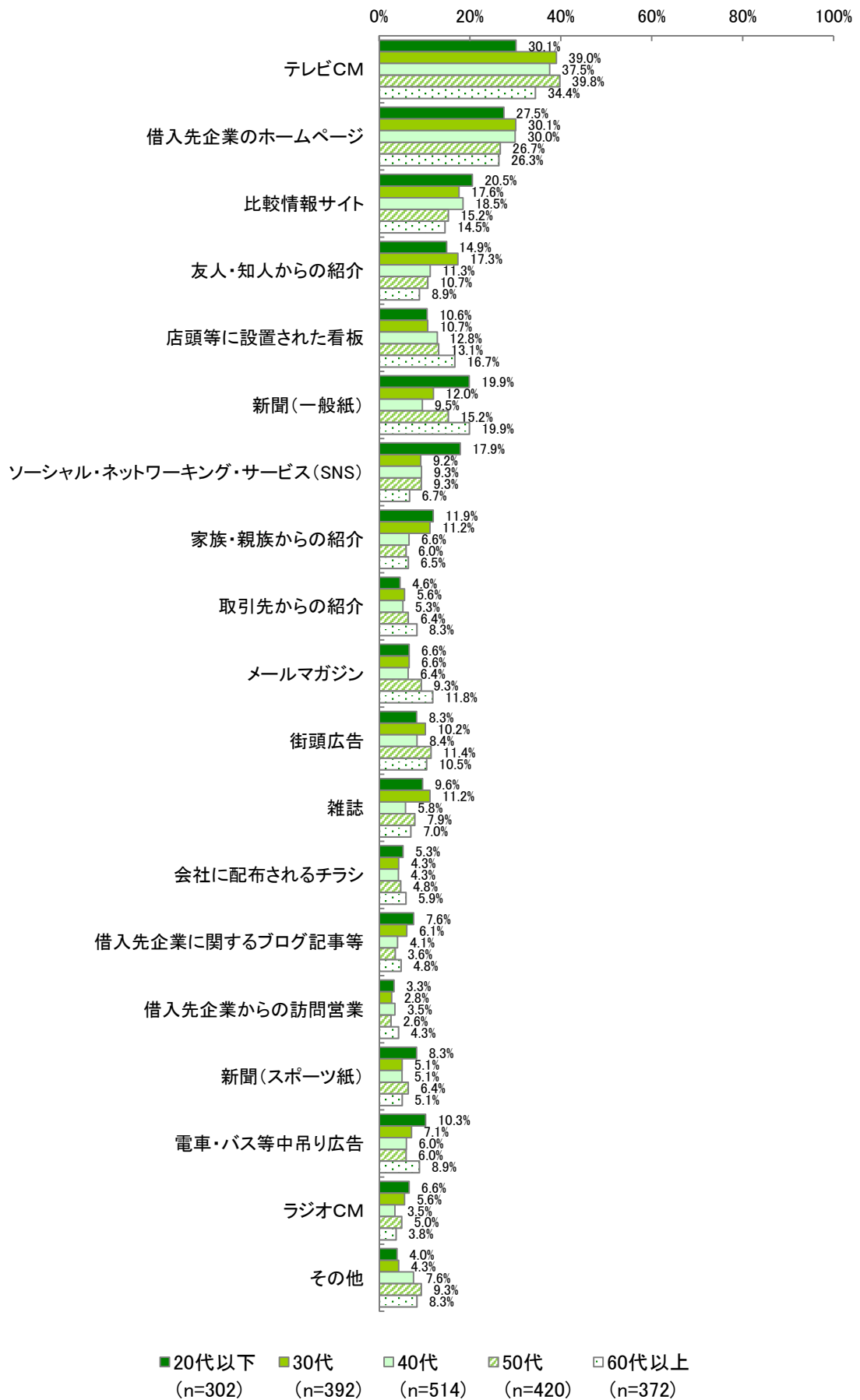
#### ④ 借入先を選定する際の情報源

- 借入先を選定する際の情報源では、「テレビCM」が 36.6%と最も高く、次いで「借入先企業のホームページ」が 28.3%、「比較情報サイト」が 17.2%となった。

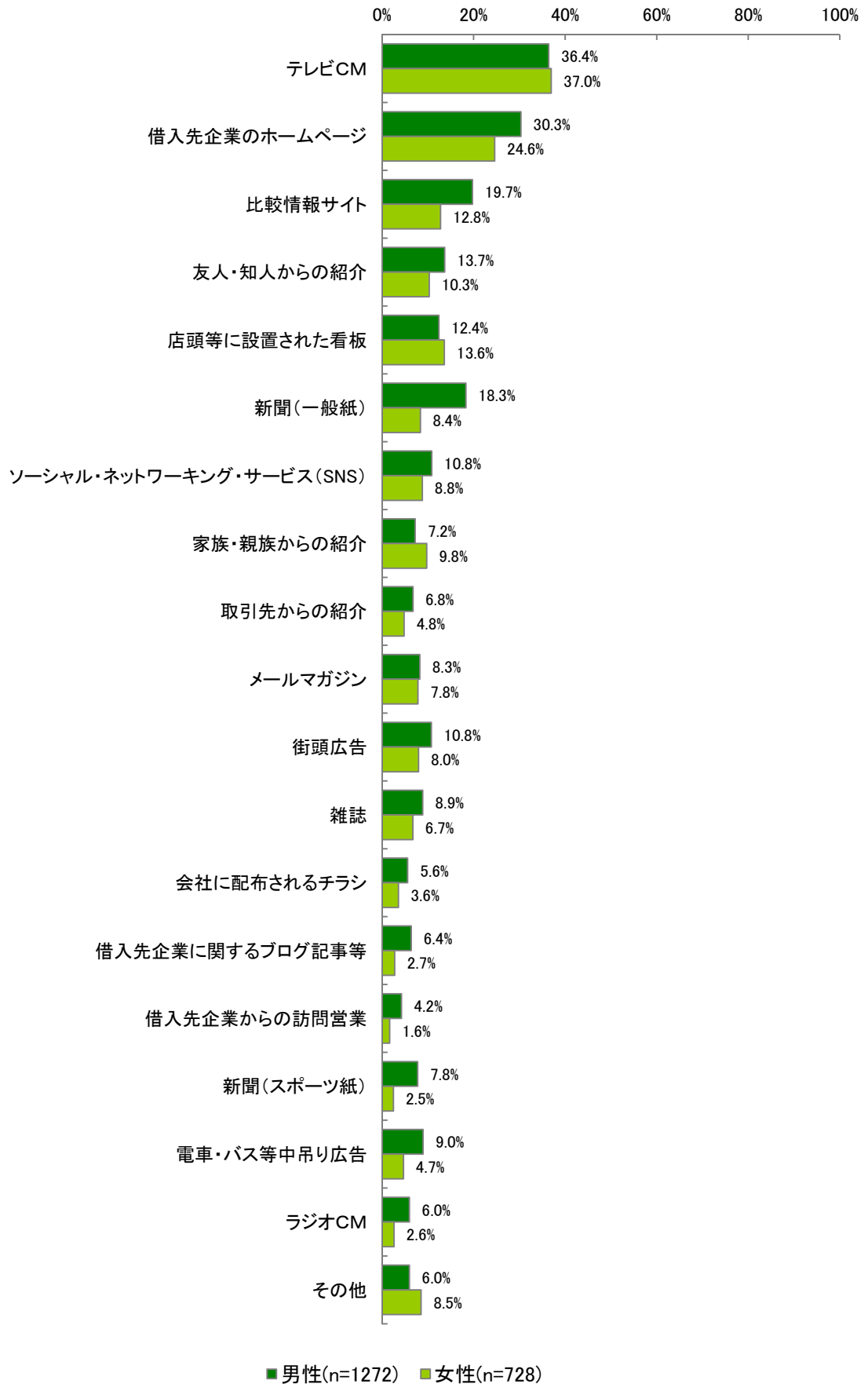
<図 16:借入先を選定する際の情報源 (複数回答 n=2,000) >



(年代別)



(男女別)

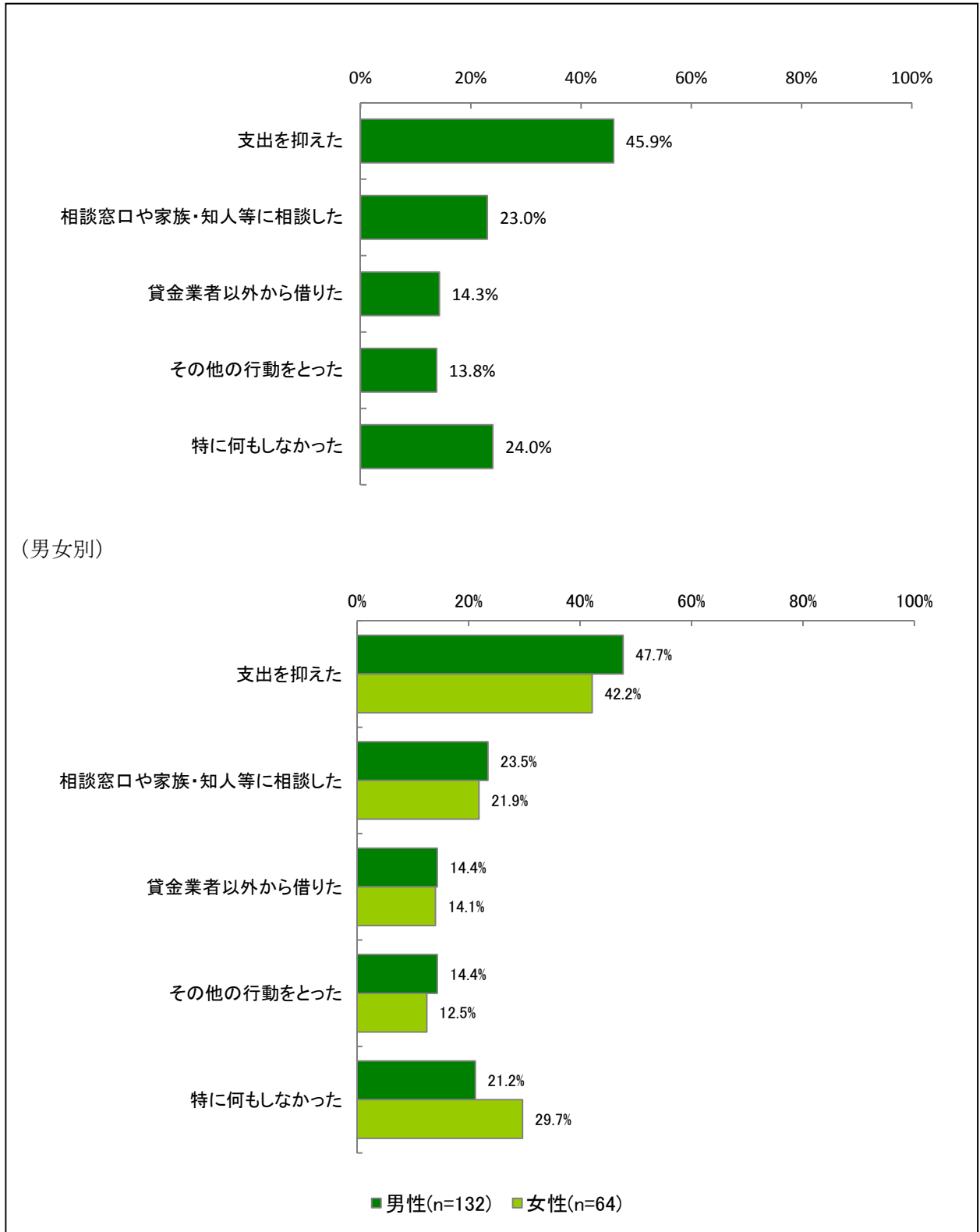


### (3) 借入れできなかった際に行った行動・影響

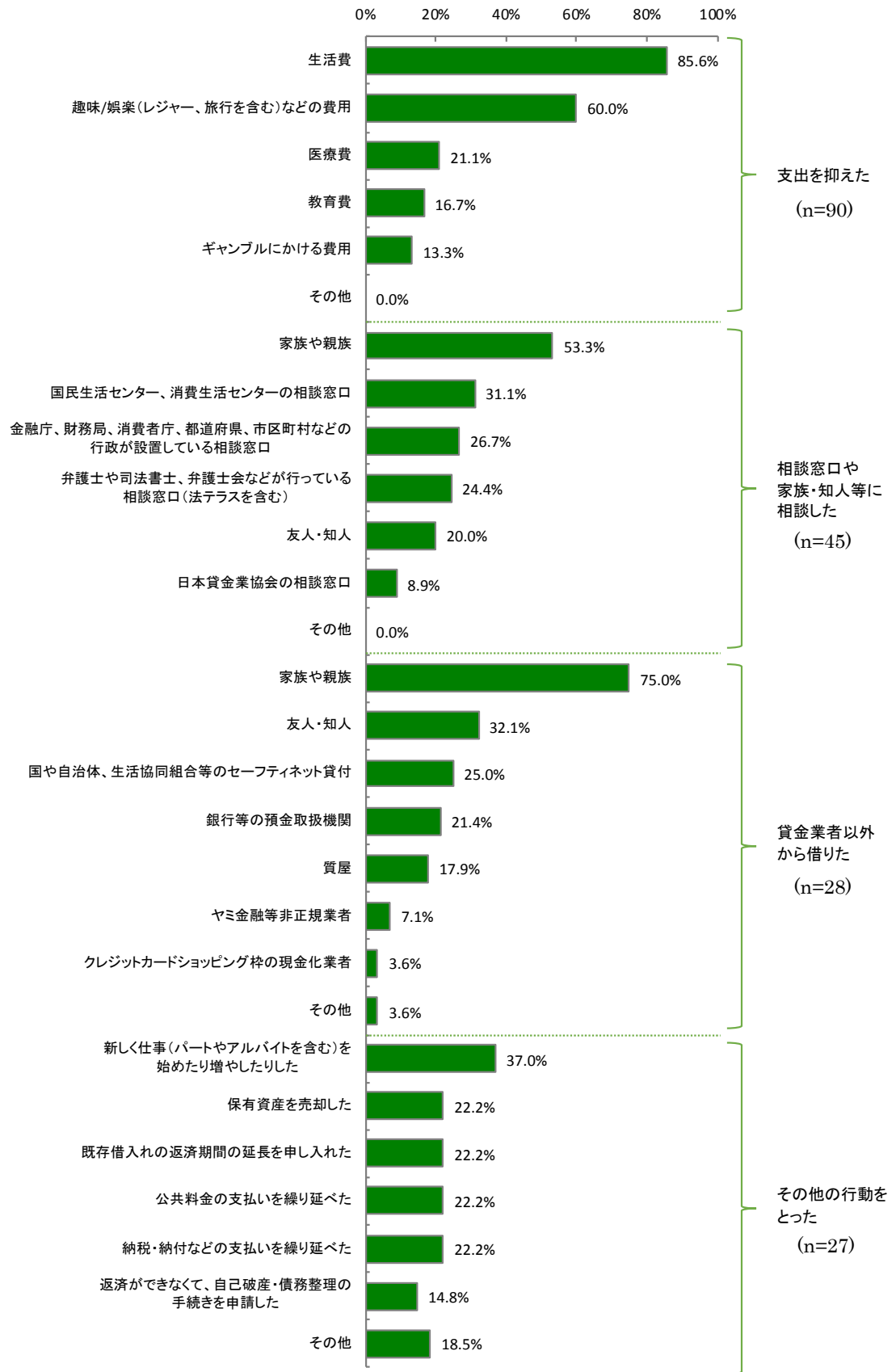
#### ① 借入れできなかった(申込まなかった)際に行った行動

- 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45.9%と最も高く、次いで「特に何もしなかった」が24.0%、「相談窓口や家族・知人等に相談した」が23.0%となった。

<図 17:借入れできなかった際に行った行動 (複数回答 n=196)>



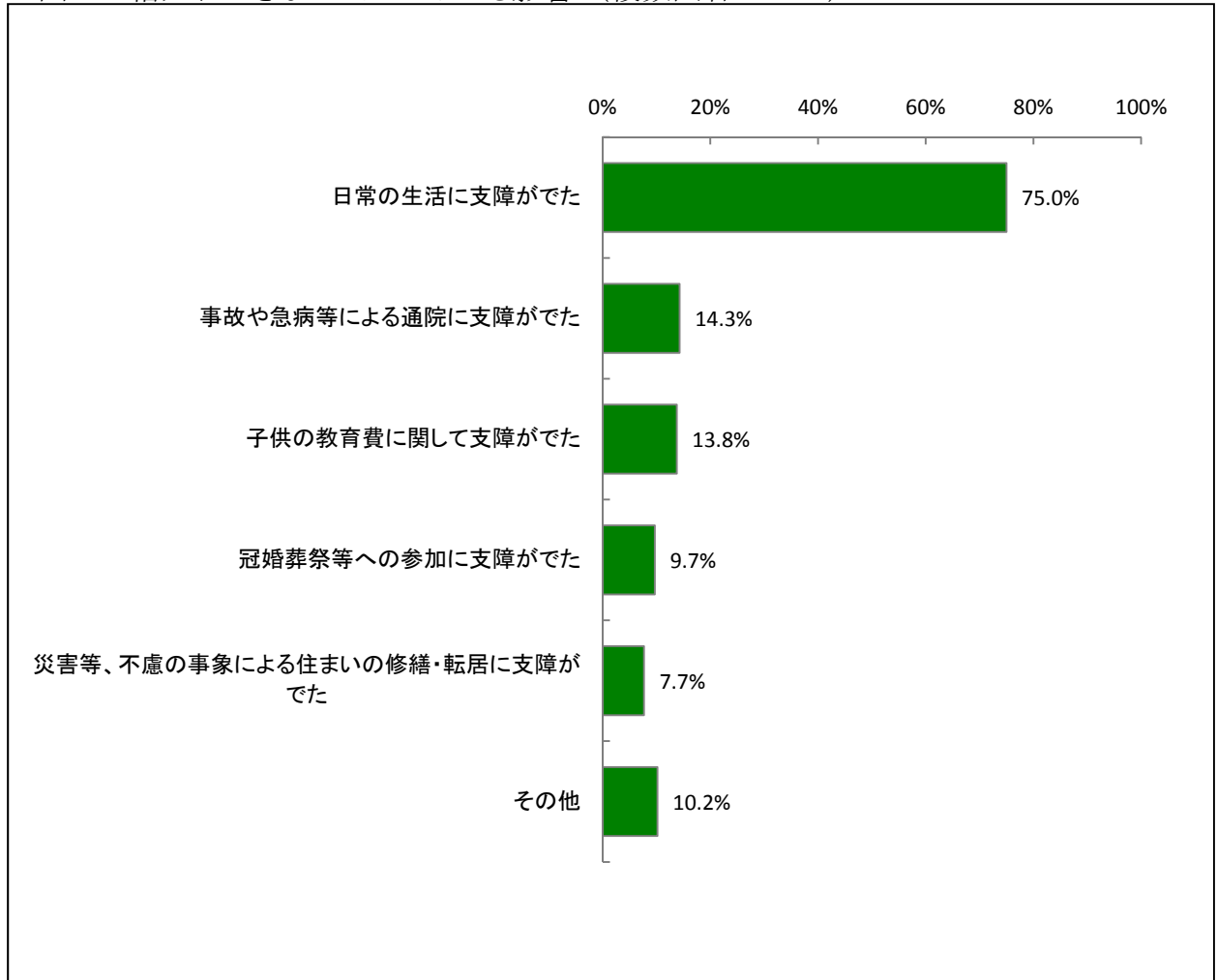
(借入れができなかった際に行った行動の詳細)



## 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、「日常生活に支障がでた」が75.0%と最も高く、次いで「事故や急病等による通院に支障がでた」が14.3%と続いている。

<図 18:借入れできなかったことによる影響 (複数回答 n=196)>

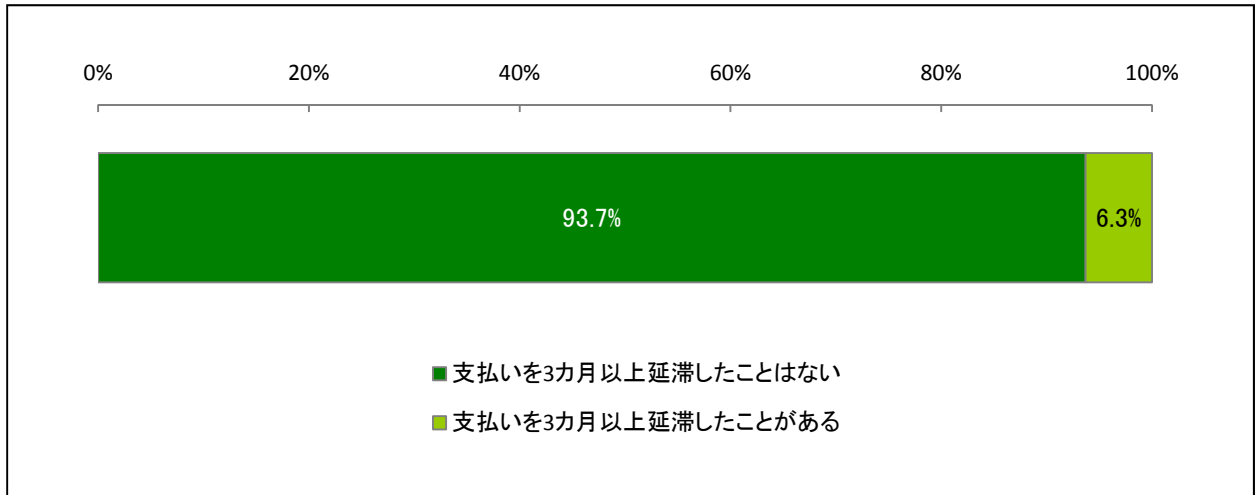




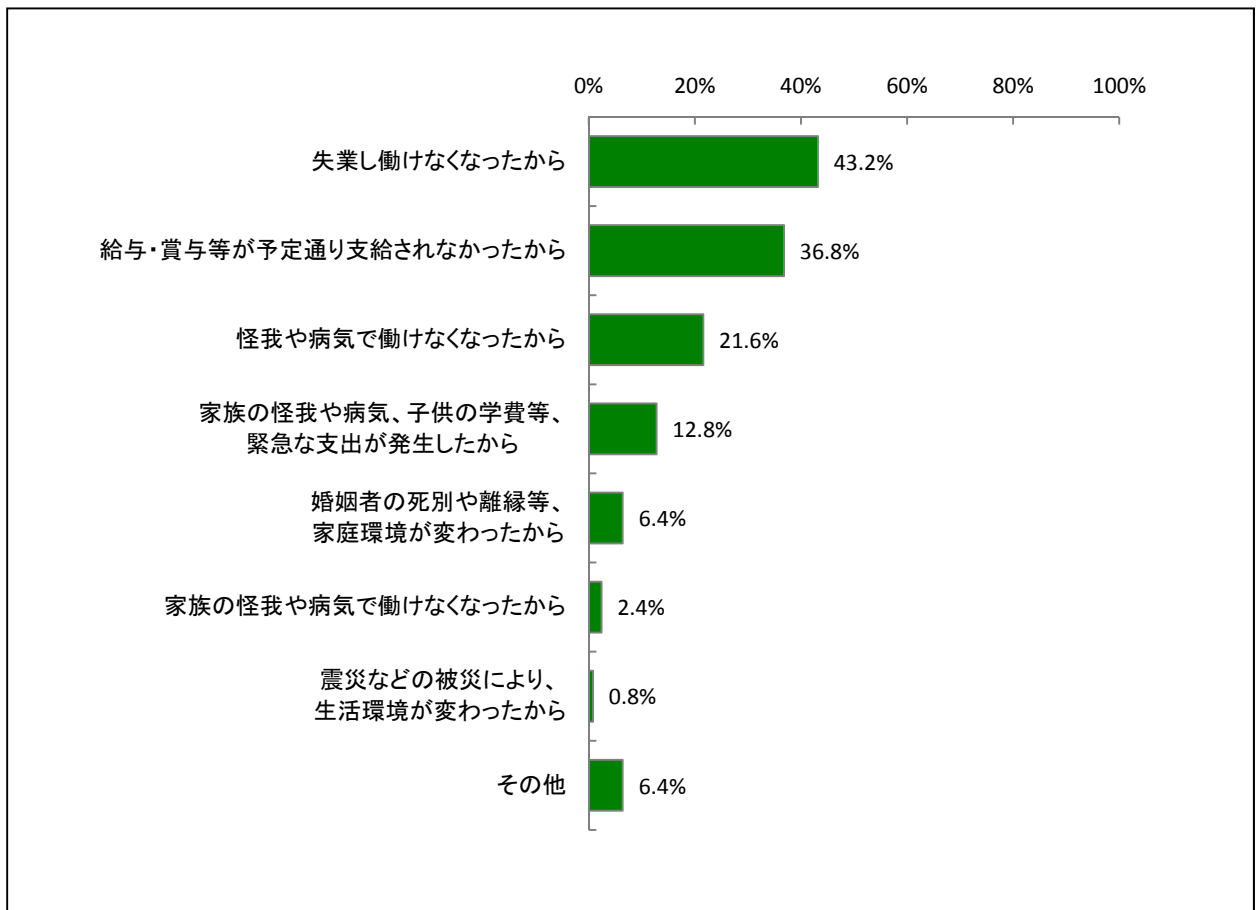
#### (4) 延滞経験の有無と延滞した理由

- 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、6.3%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」が43.2%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36.8%、「怪我や病気で働けなくなったから」が21.6%となっている。

< 図 19: 延滞経験の有無 (複数回答 n=2,000) >



< 図 20: 延滞した理由 (複数回答 n=125) >

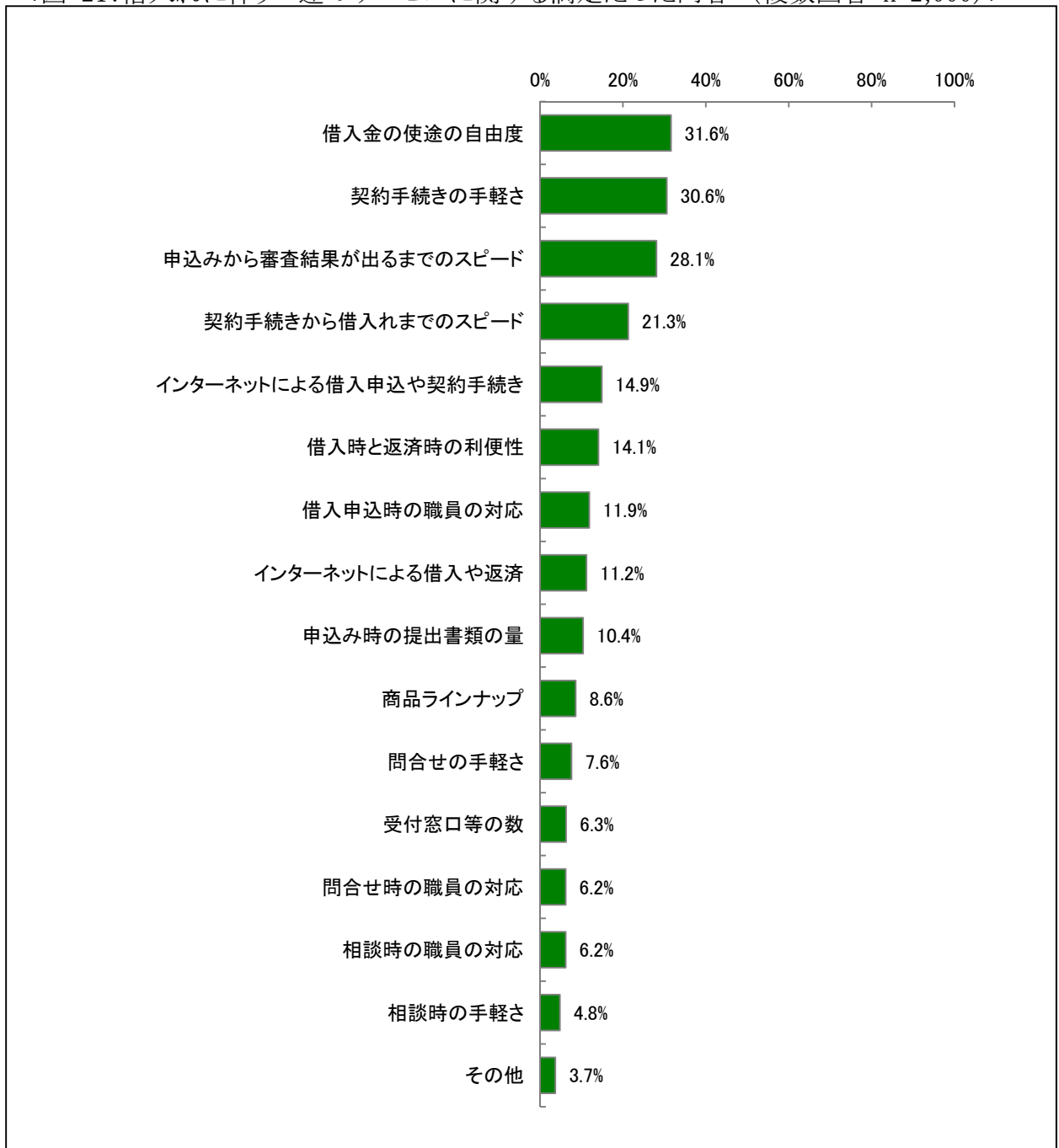


## (5) 貸金業者に対する利用満足度

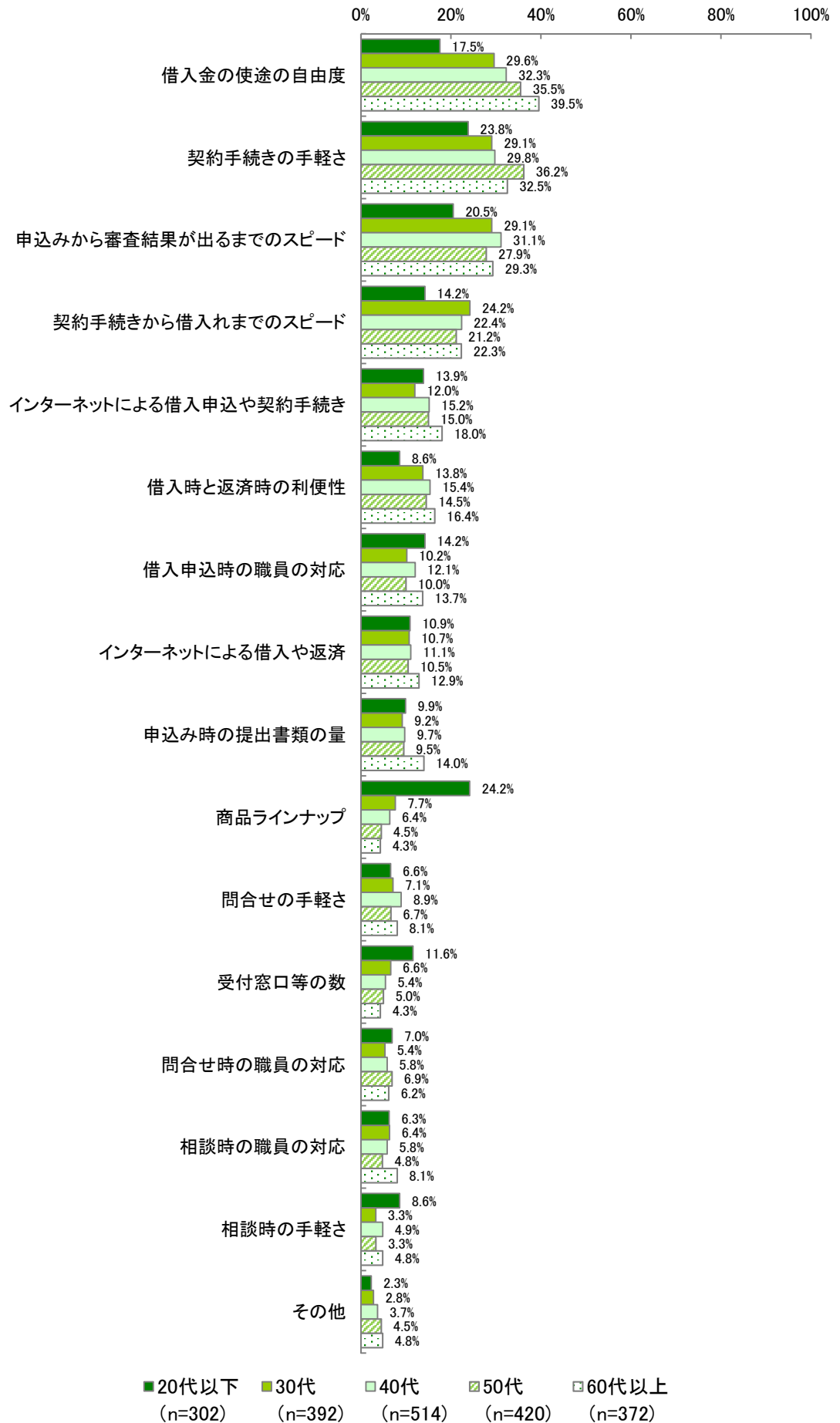
### ① 借入れに伴う一連のサービスについて満足であった内容

- 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31.6%と最も高く、次いで「契約手続きの手軽さ」が30.6%、「申込から審査結果が出るまでのスピード」が28.1%となった。
- さらに、男女別に満足であった内容をみると、男性では「借入金の使途の自由度(33.4%)」、女性では「申込から審査結果が出るまでのスピード(31.3%)」がそれぞれ最も高い結果となった。

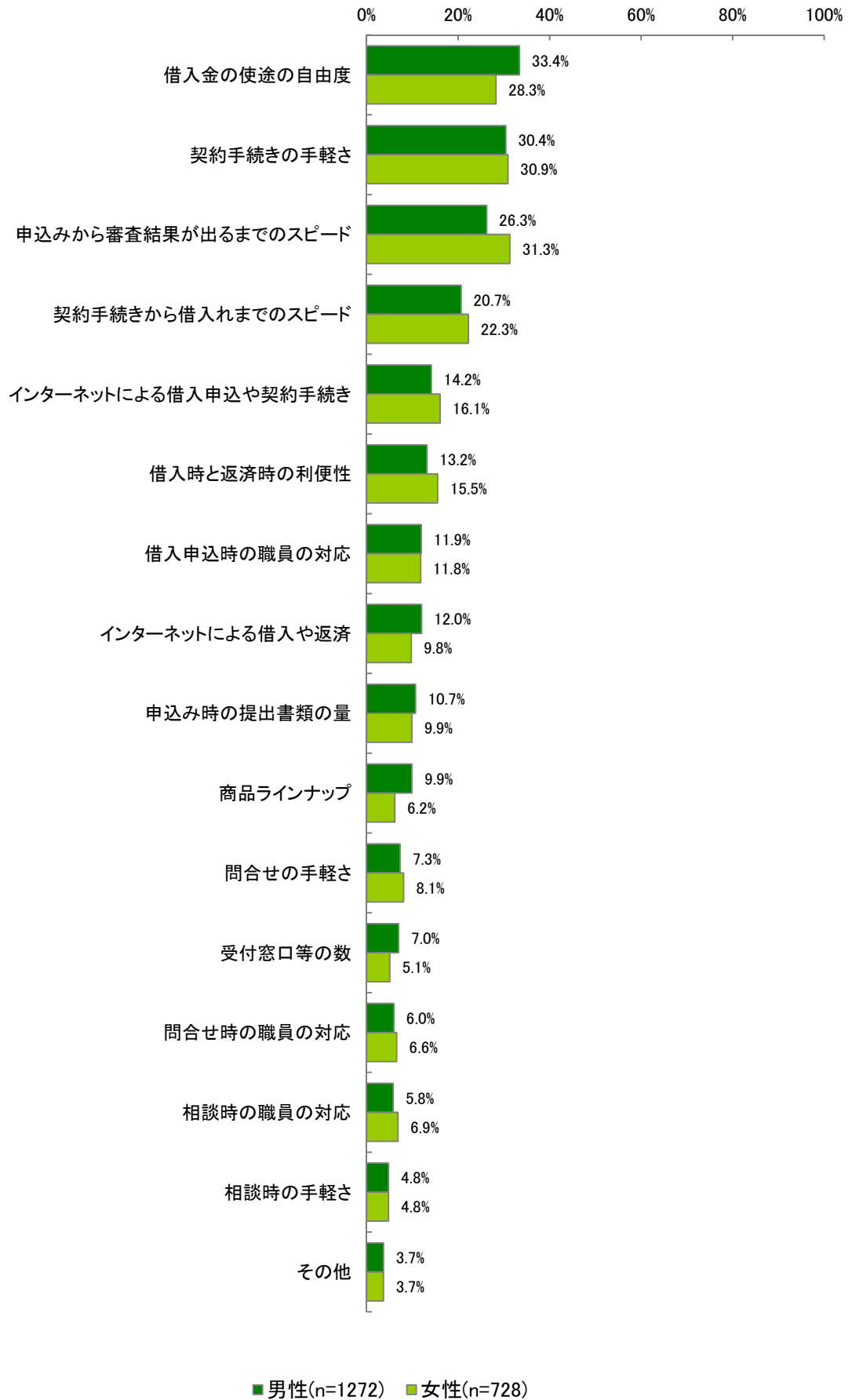
<図 21:借入れに伴う一連のサービスに関する満足だった内容 (複数回答 n=2,000)>



(年代別)



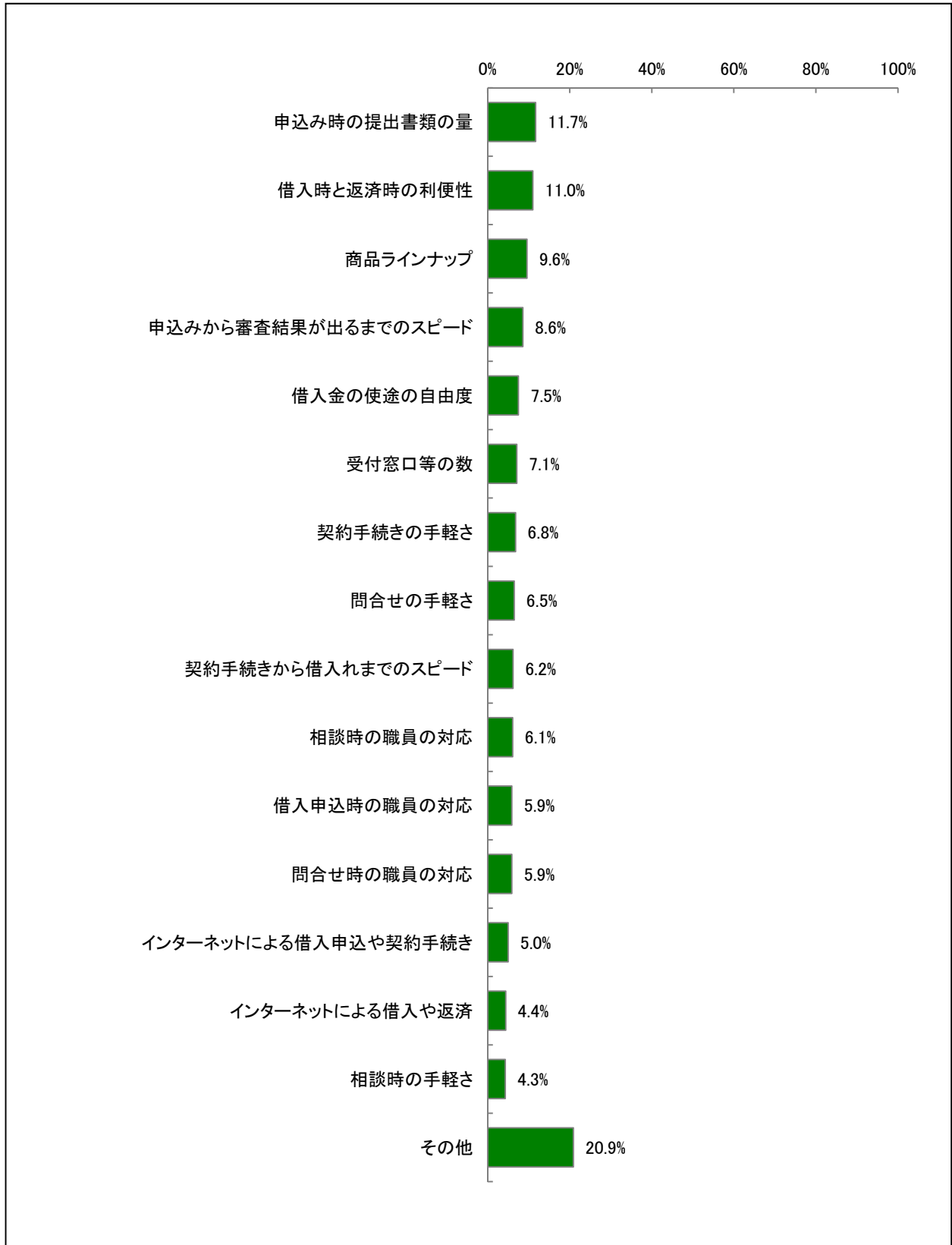
(男女別)



## ② 借入れに伴う一連のサービスについて不満足であった内容

- 借入れに伴う一連のサービスについて不満足であった内容については、「申込時の提出書類の量」が11.7%と最も高く、次いで「借入時と返済時の利便性」が11.0%と続いている。

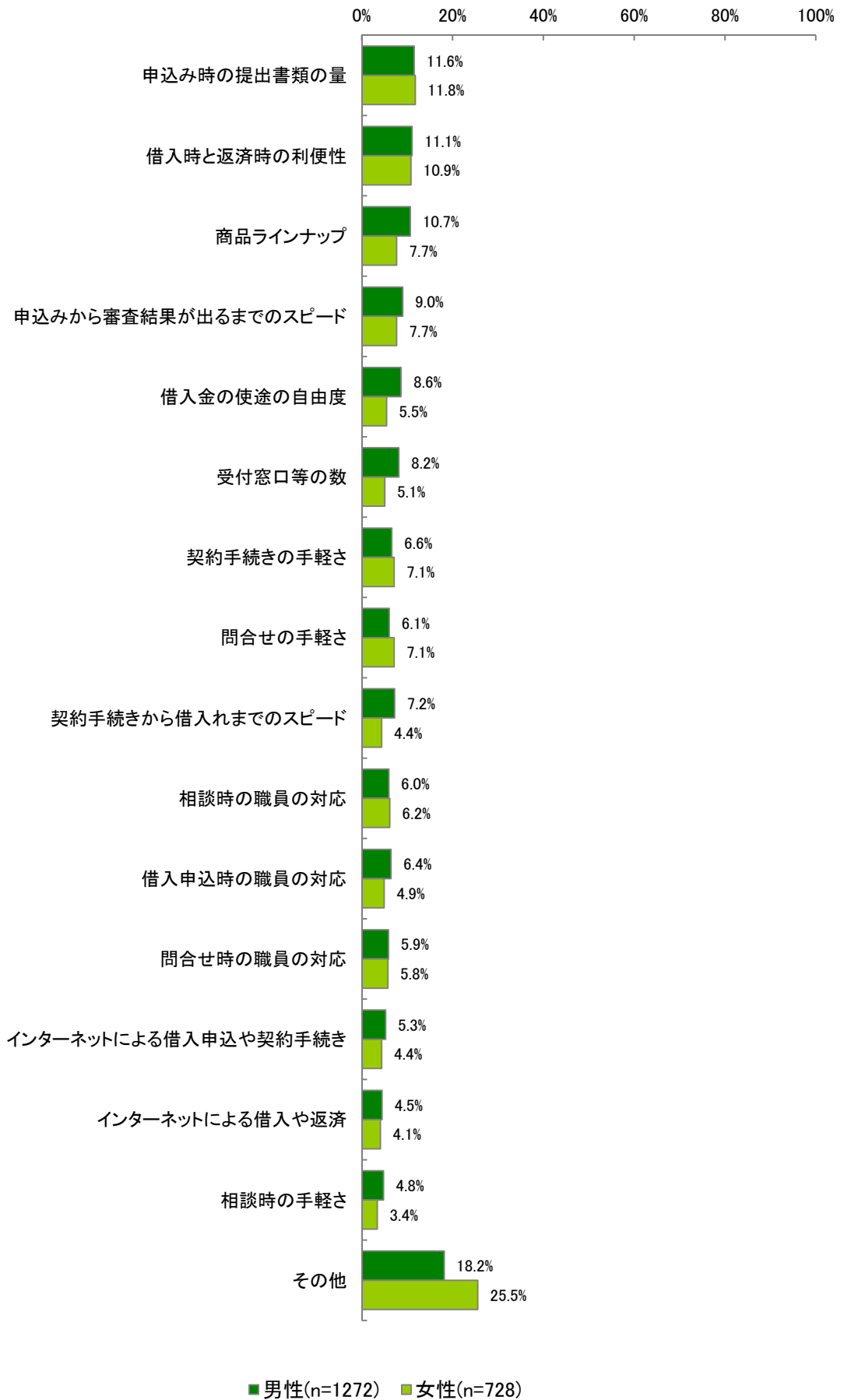
<図 22:借入れに伴う一連のサービスに関する不満足だった内容（複数回答 n=2,000）>



(年代別)



(男女別)

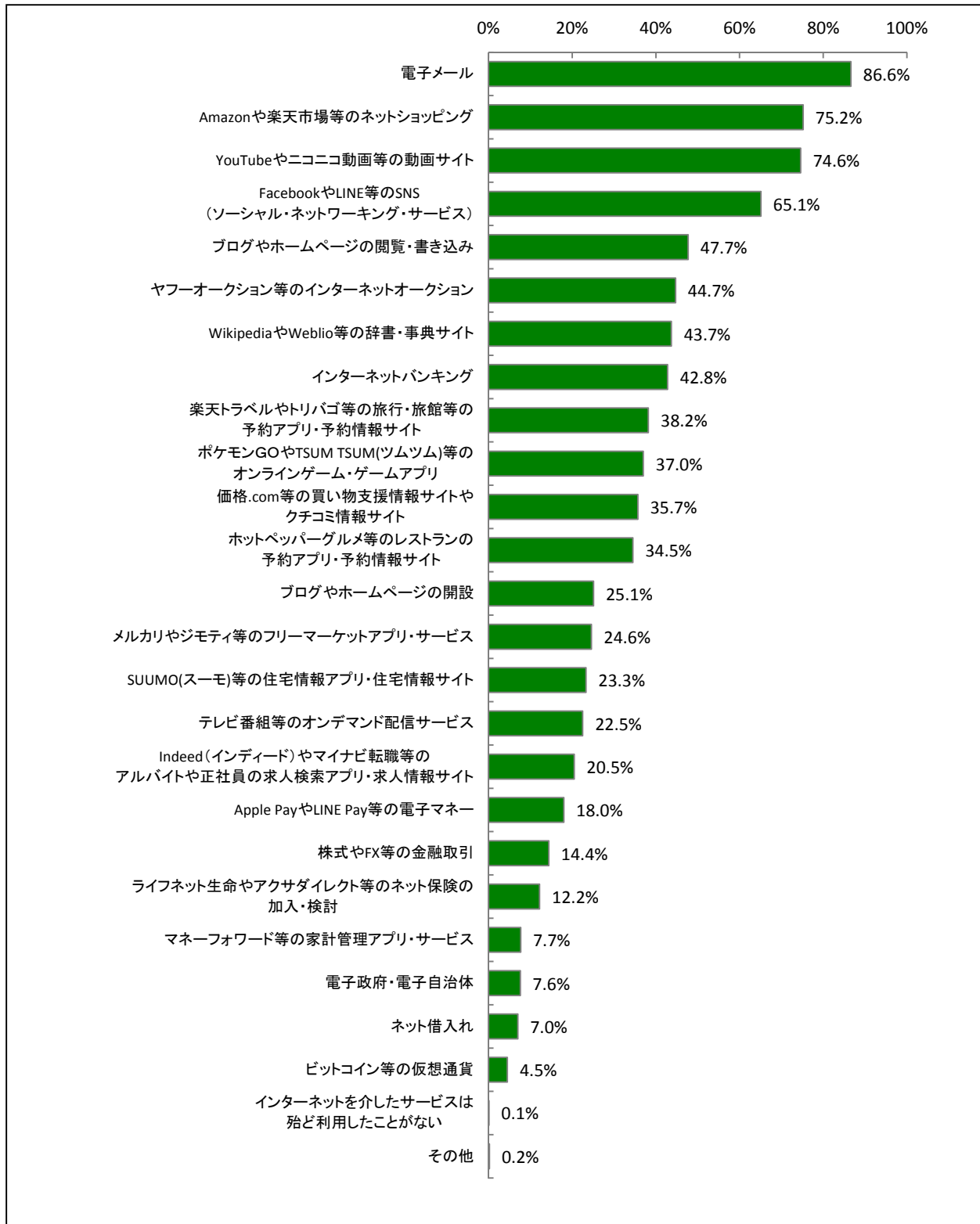


## (6) インターネットサービス等の利用状況・変化

### ① インターネットサービス等の利用状況

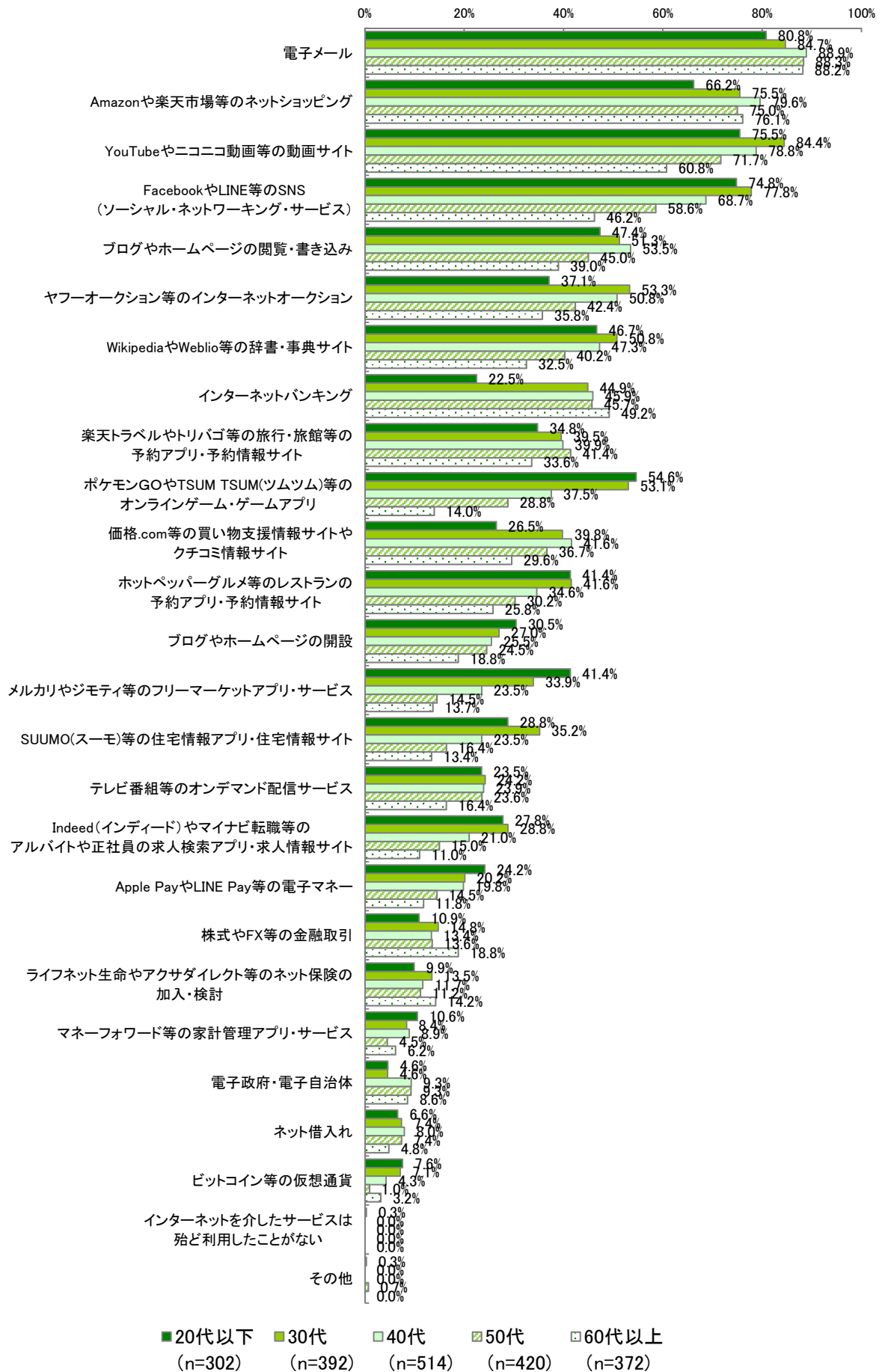
- 借入経験のある個人に対して、インターネット関連サービスの利用状況について調査したところ、「電子メール」が86.6%と最も高く、次いで「インターネットショッピング」が75.2%と続いている。

<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）>

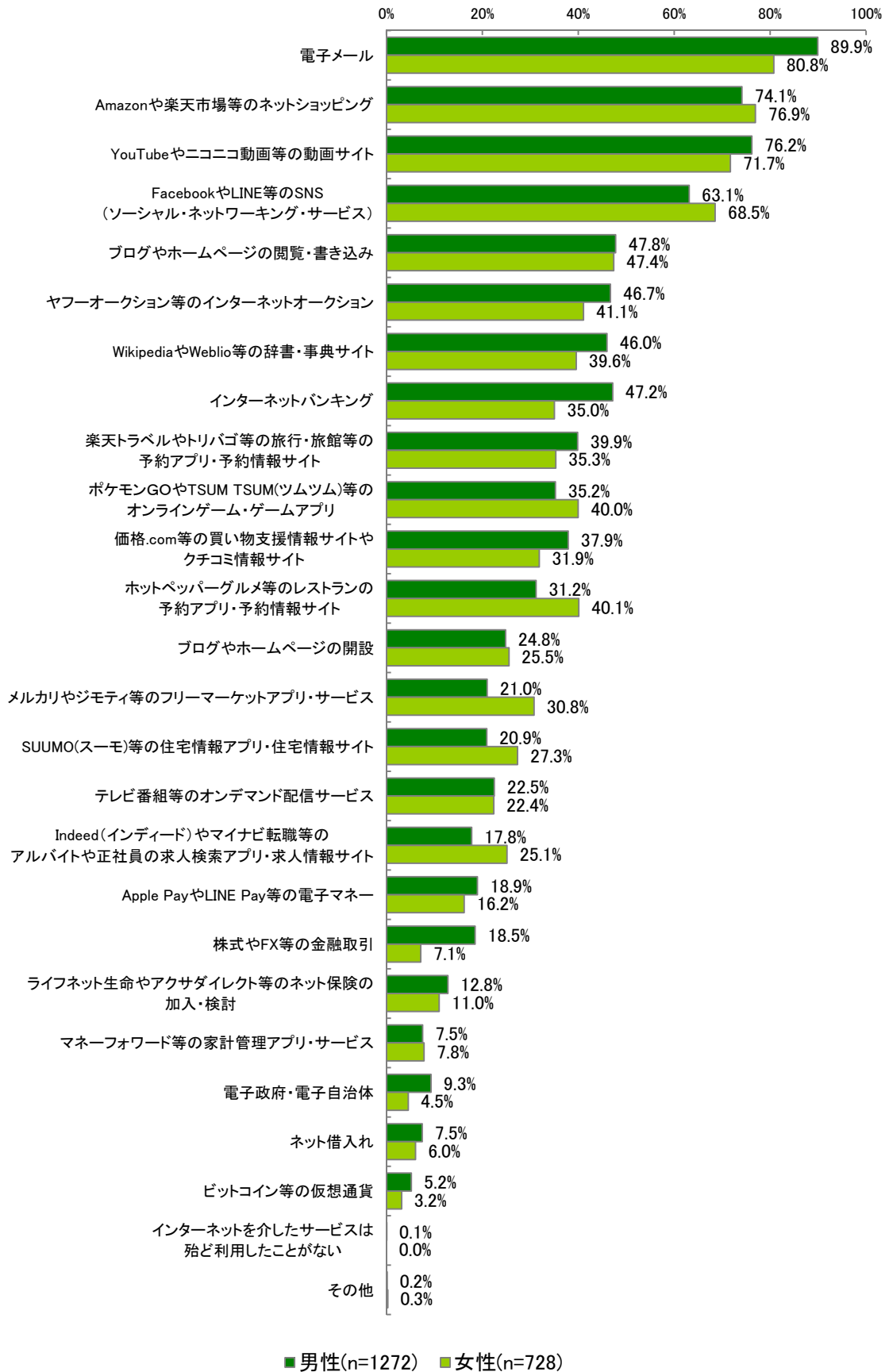




(年代別)



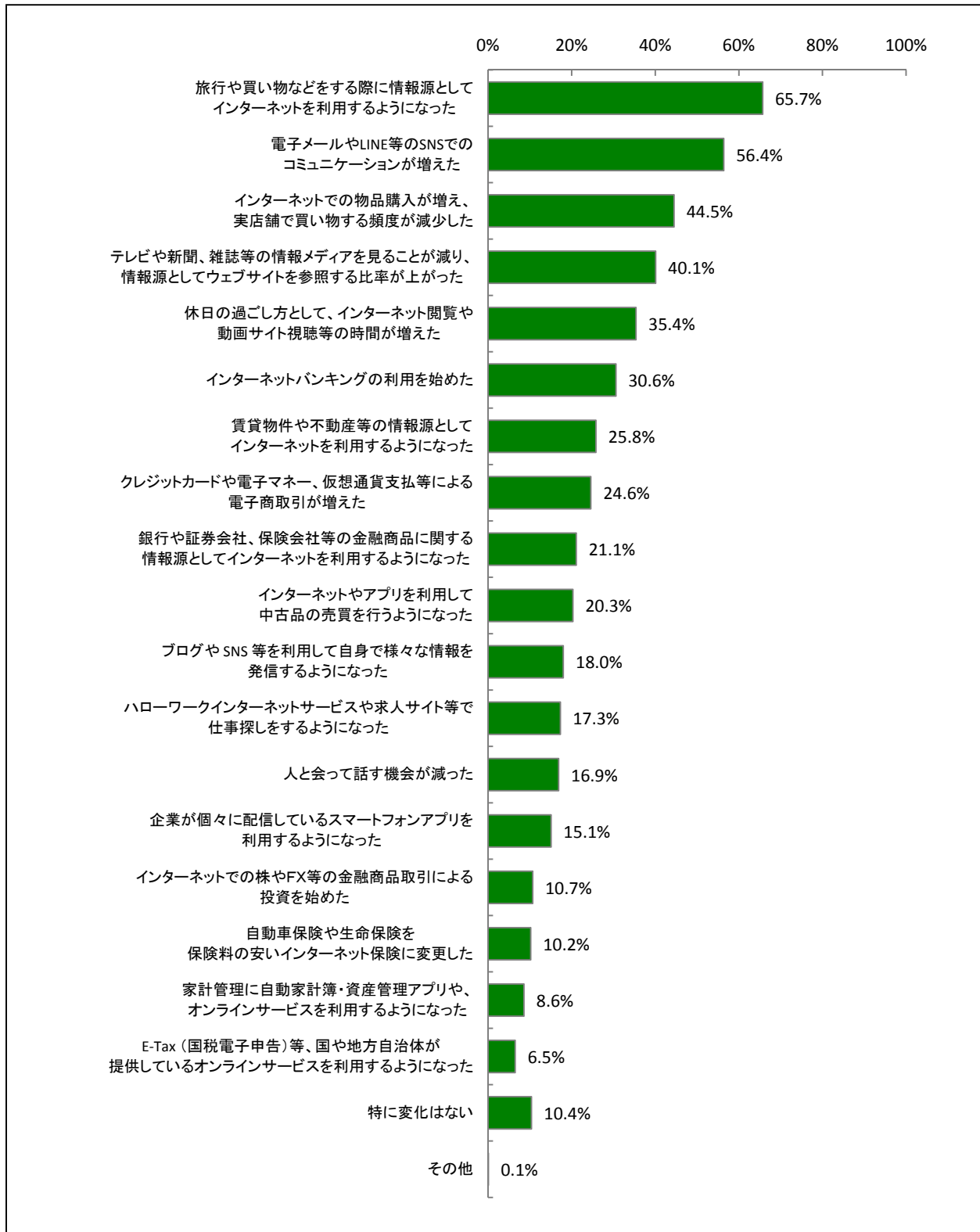
(男女別)



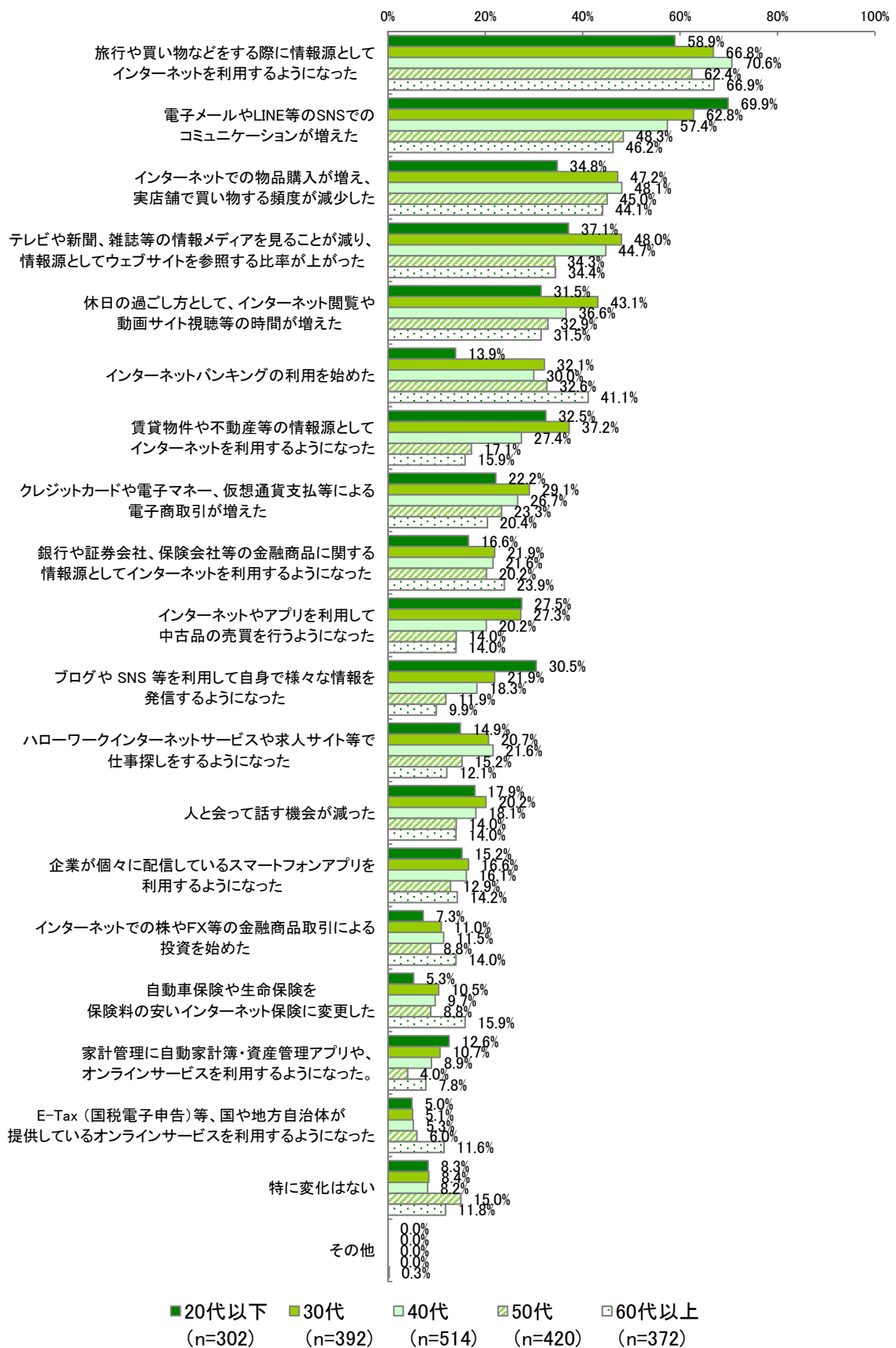
## ② インターネット利用によるライフスタイルの変化

- 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65.7%と最も高く、次いで「SNSでのコミュニケーションが増えた」が56.4%、「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44.5%となった。

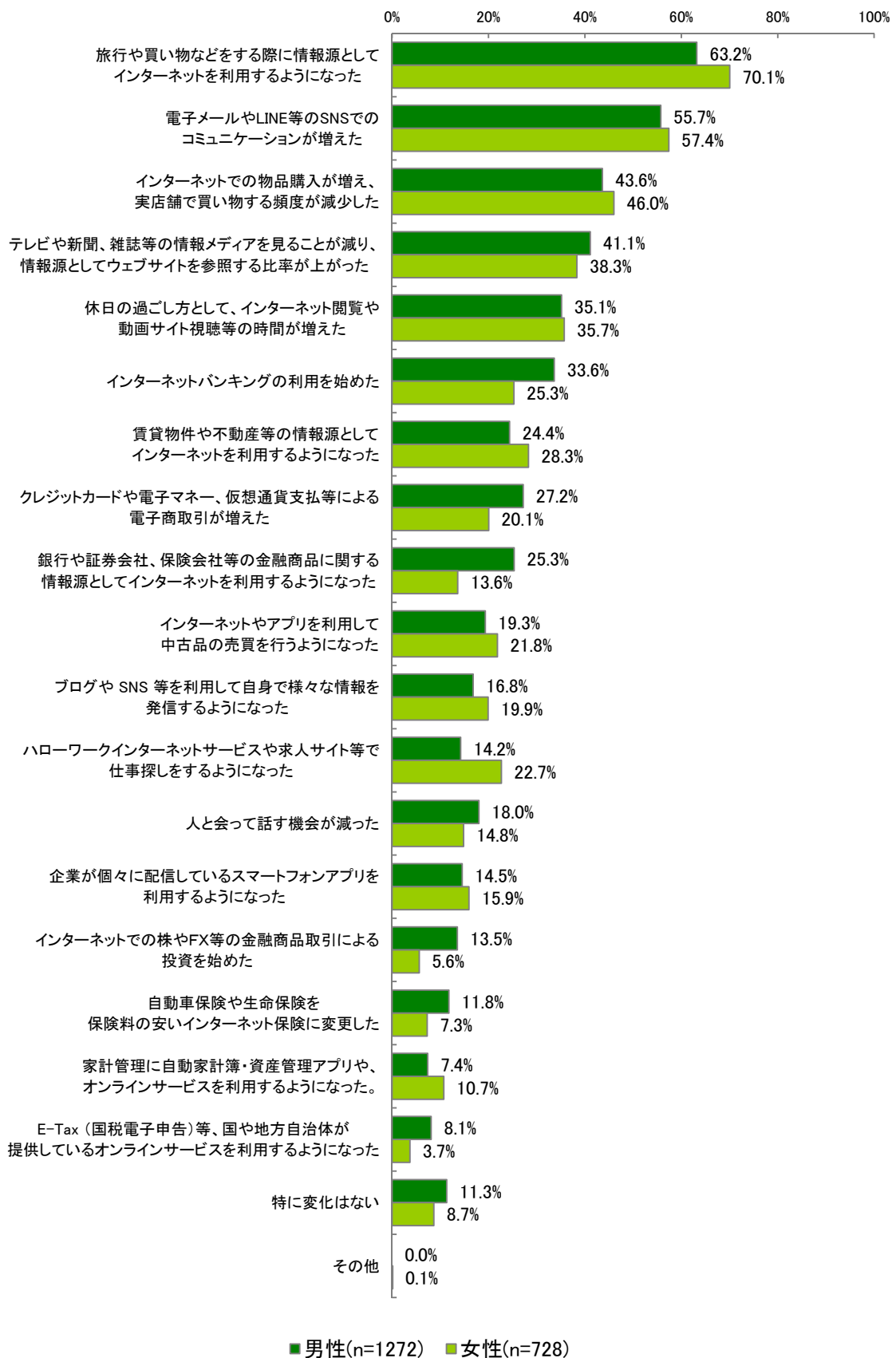
＜図 24:ライフスタイルの変化（複数回答 n=2,000）＞



(年代別)



(男女別)

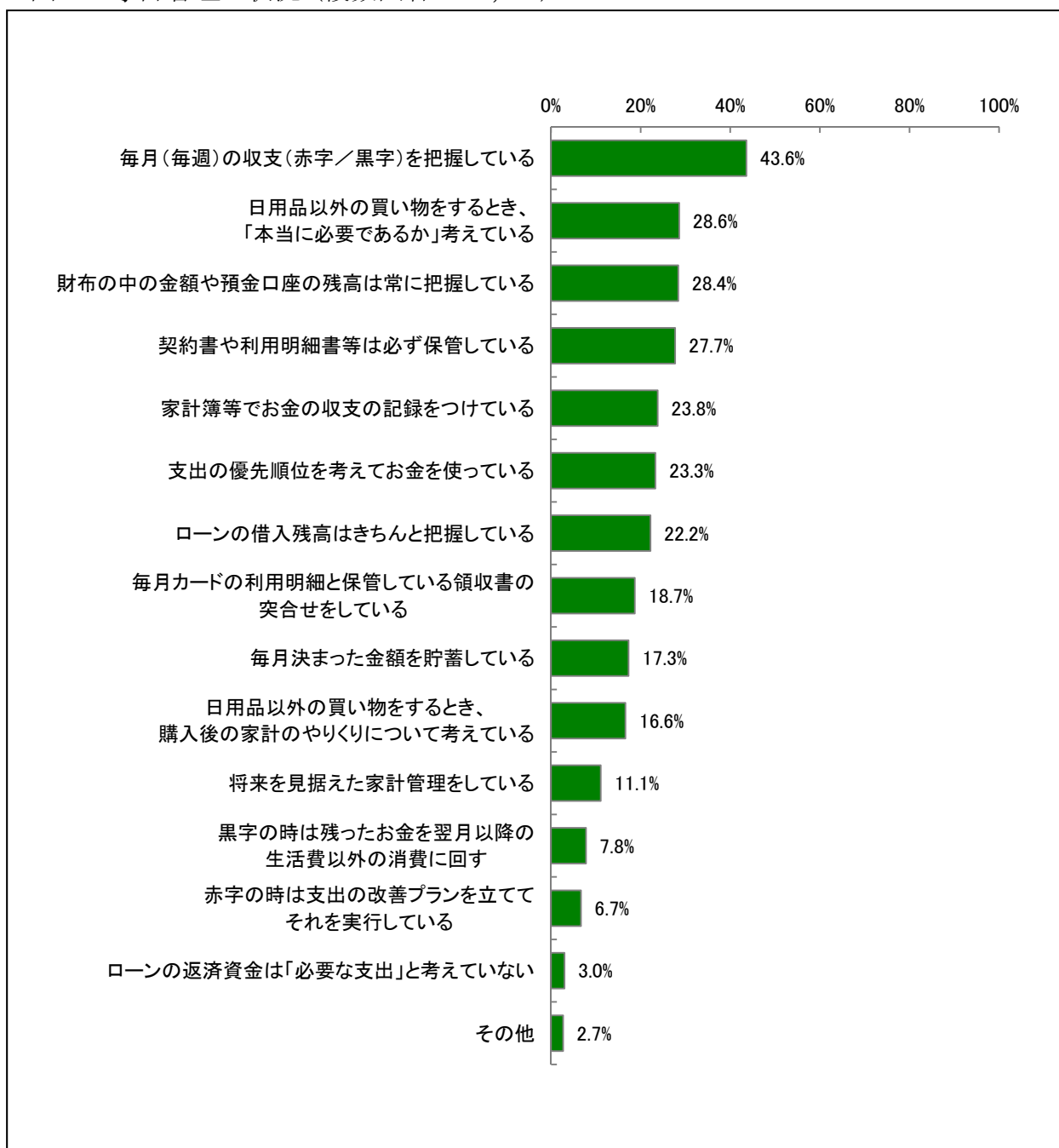


## (7) 金融リテラシーの状況

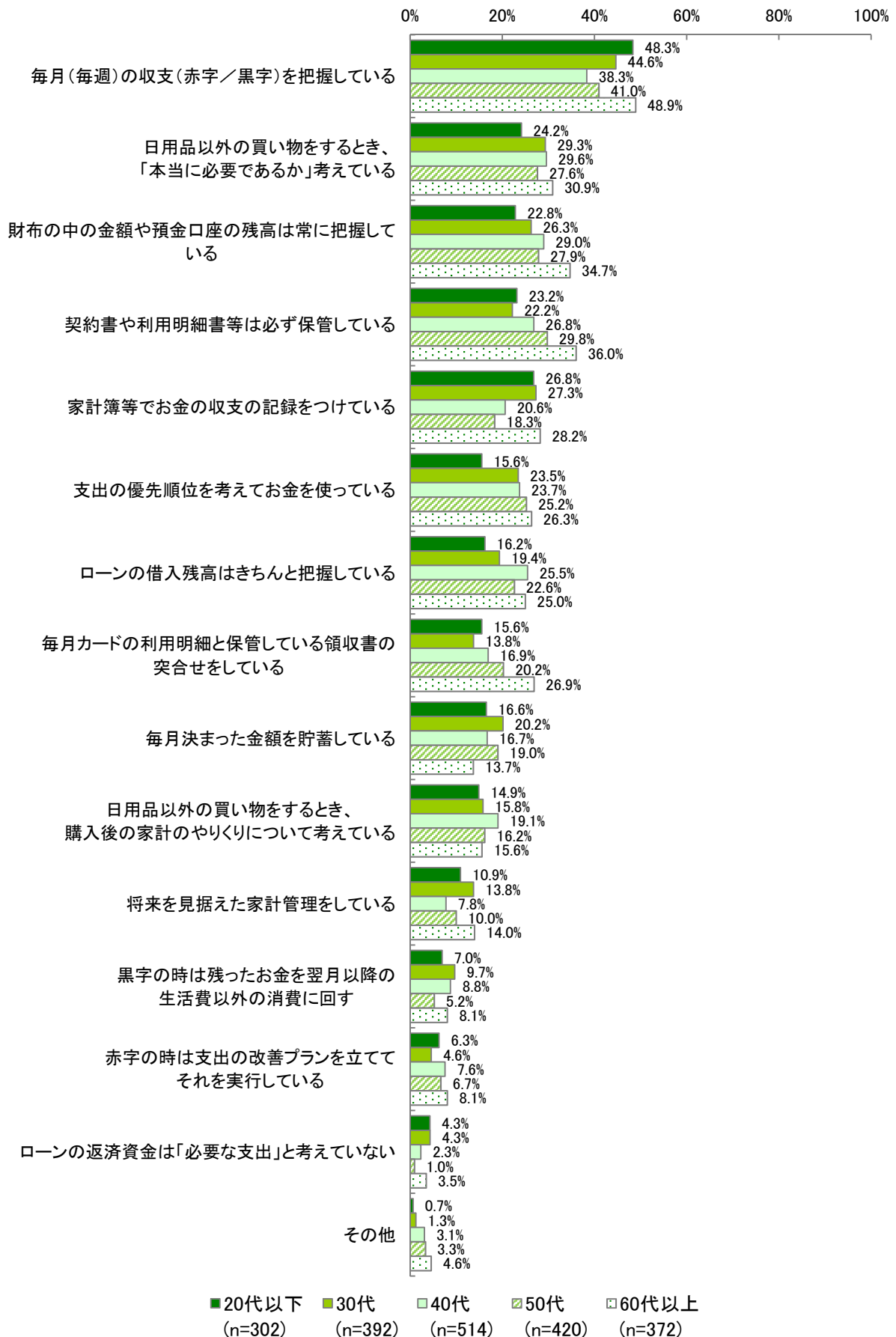
### ① 家計管理の状況

- 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43.6%と最も高く、次いで「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」が28.6%となった。

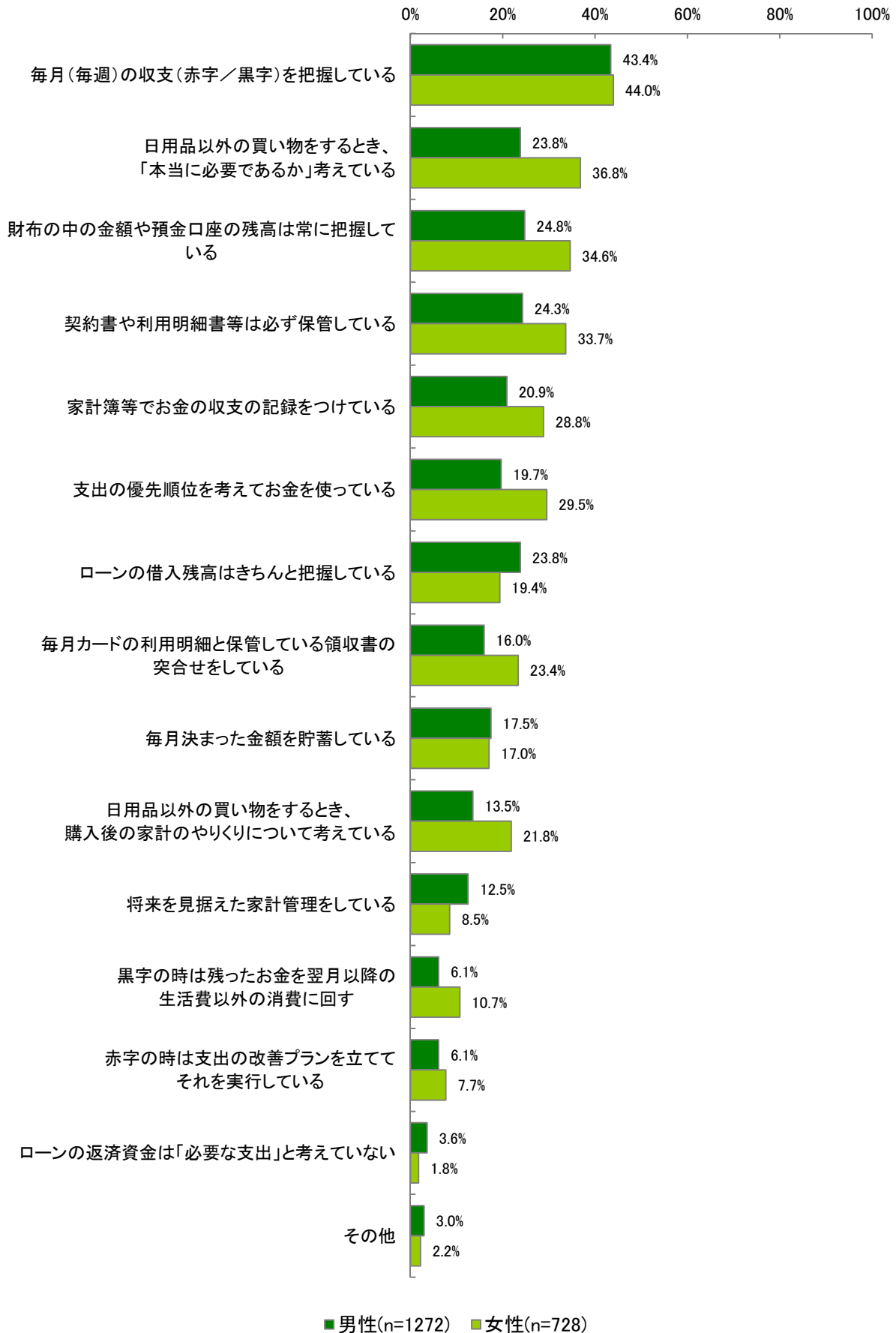
<図 25:家計管理の状況（複数回答 n=2,000）>



(年代別)



(男女別)

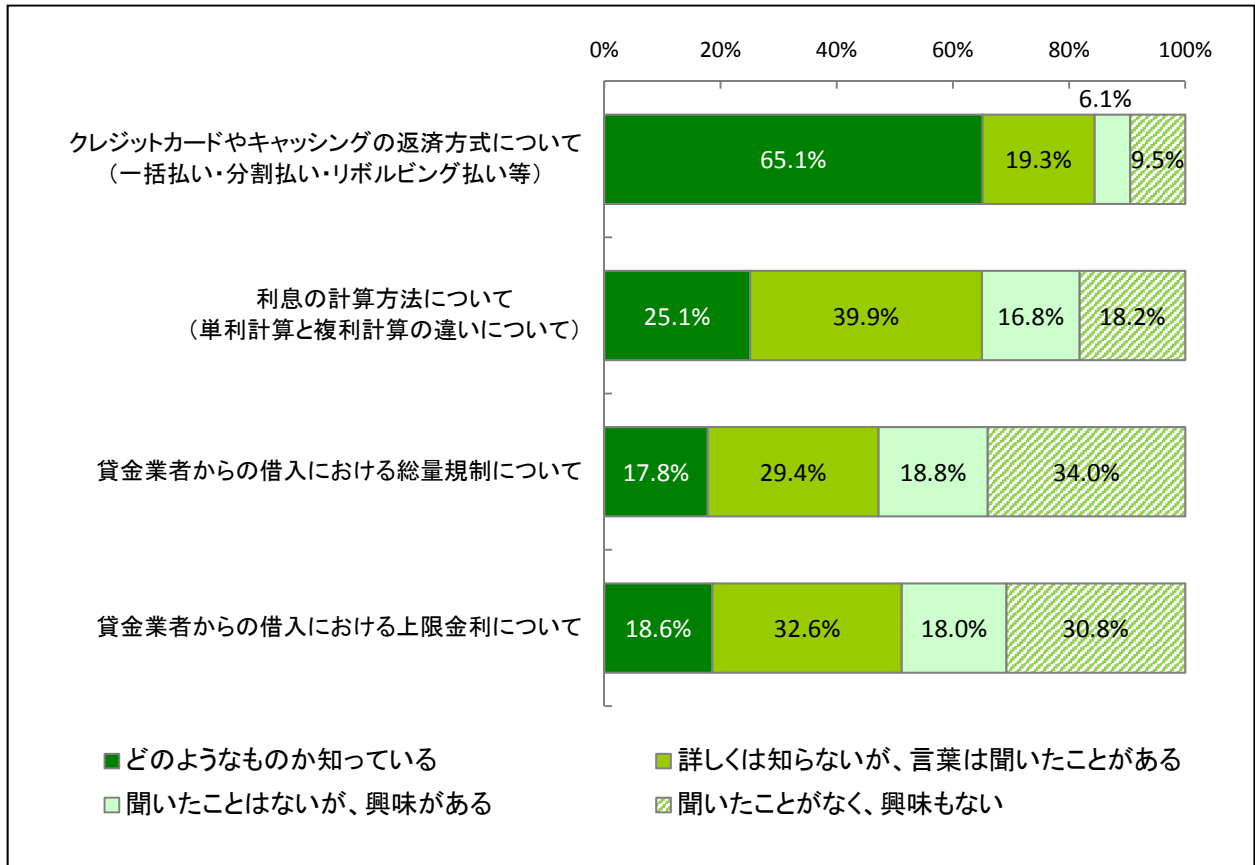




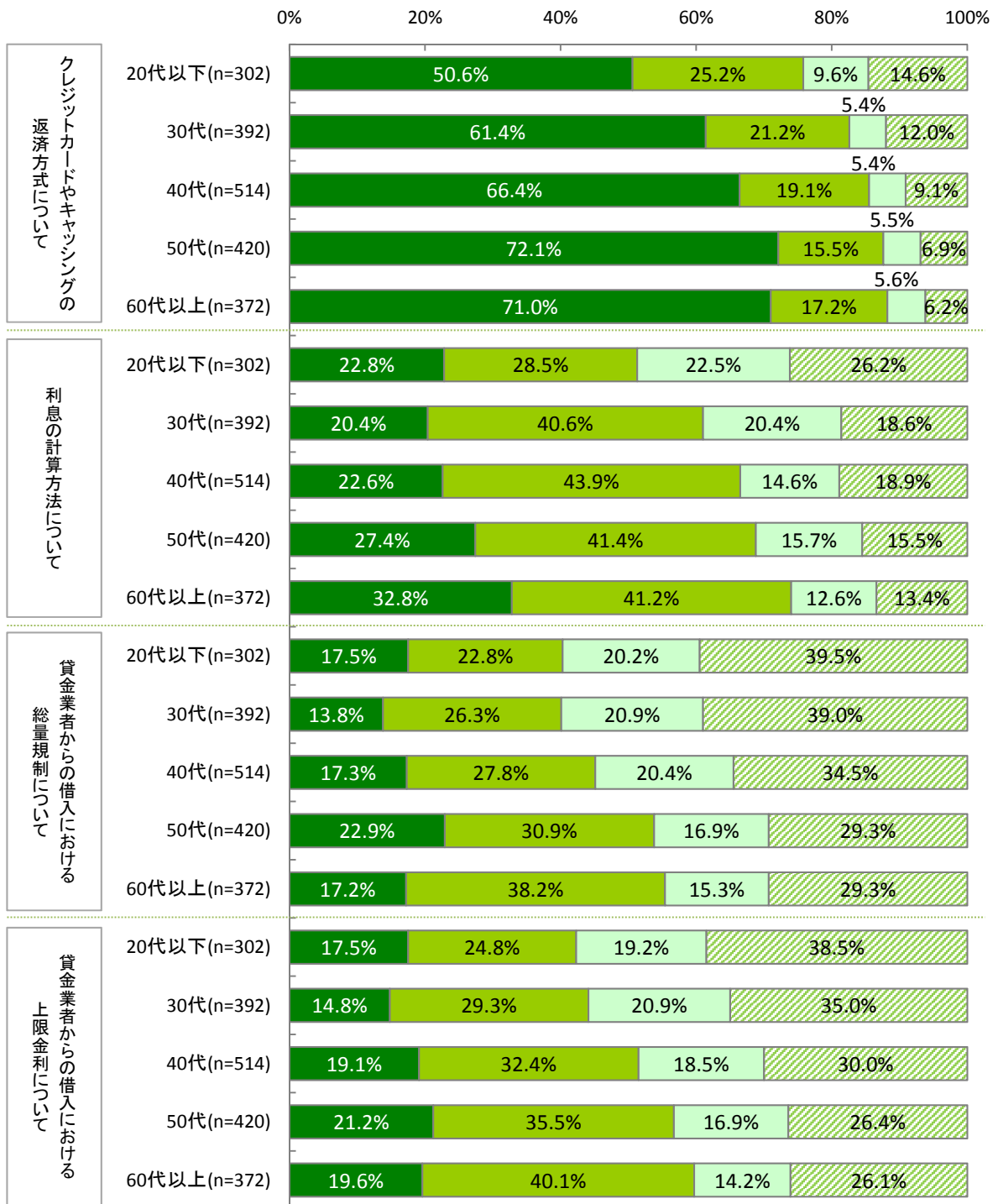
## ② 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度

- 貸金業者からの借入れに関する制度や仕組みの認知・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、65.1%がどのようなものか知っていると回答している。一方、「利息の計算方法(単利計算と複利計算の違い)」では、どのようなものか知っていると回答した割合は25.1%にとどまる結果となっている。

<図 26: 貸金業者からの借入れに関する知識・理解度 (n=2,000)>

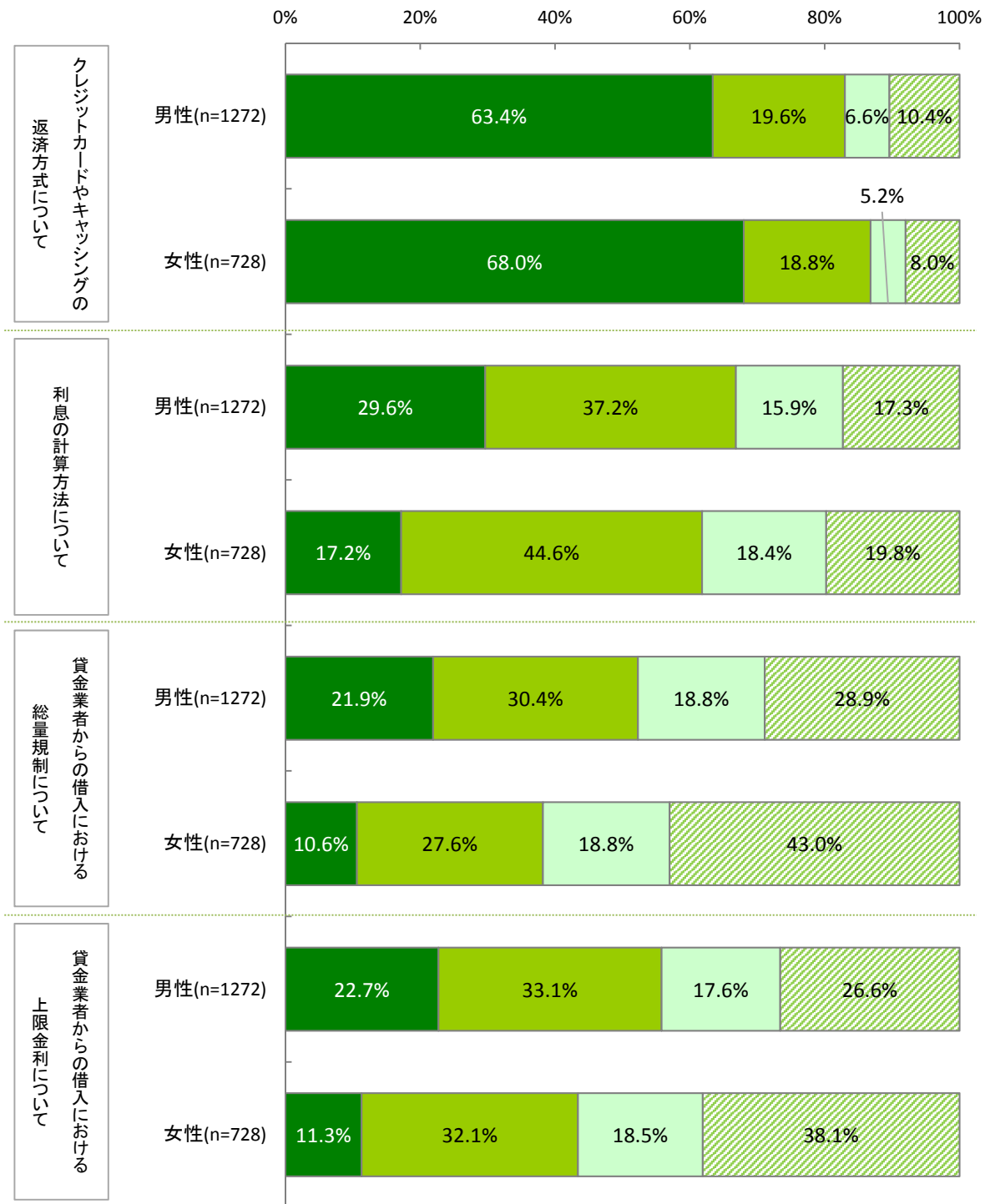


(年代別)



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

(男女別)

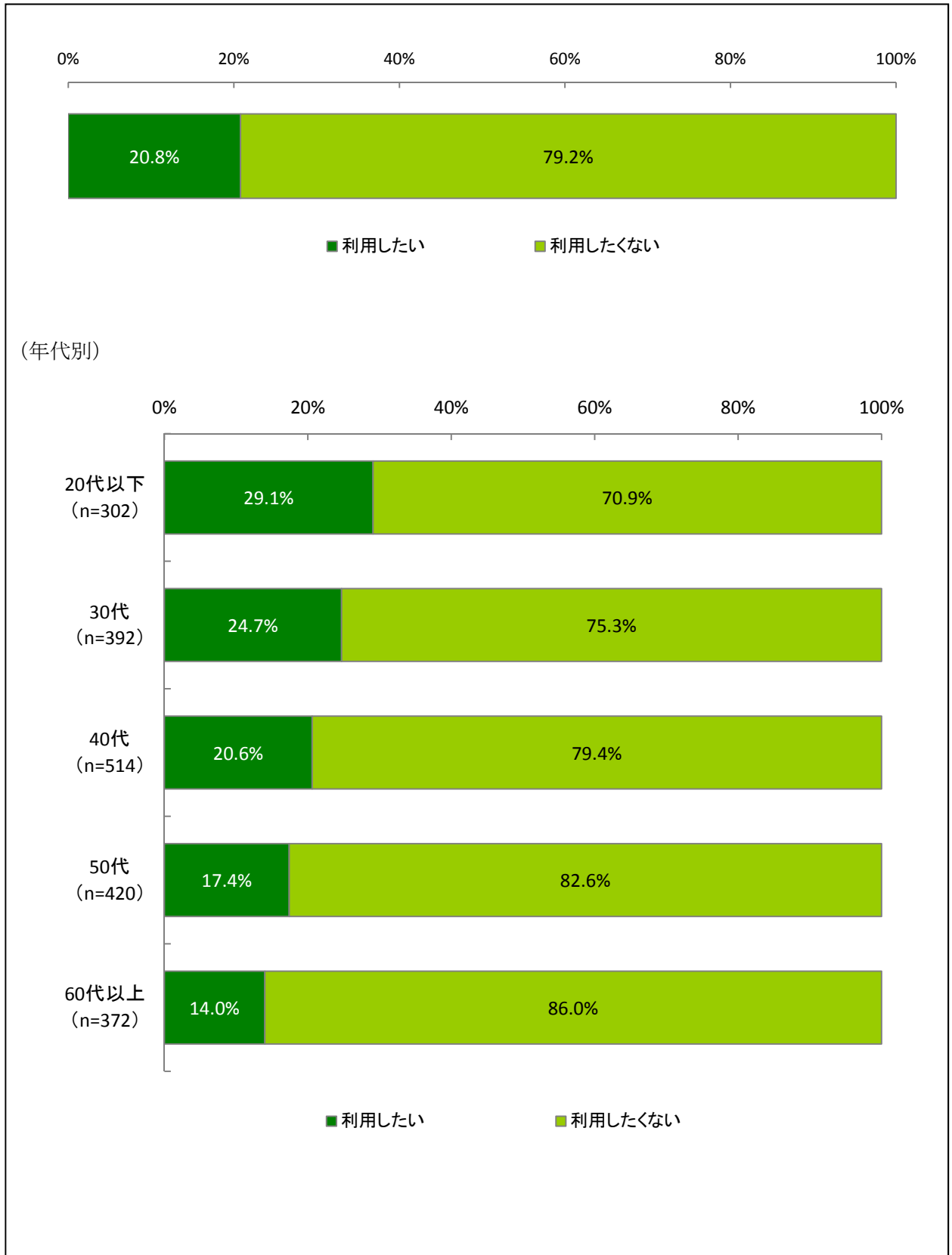


- どのようなものか知っている
- 詳しくは知らないが、言葉は聞いたことがある
- 聞いたことはないが、興味がある
- ▨ 聞いたことがなく、興味もない

### ③ 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、20.8%が利用したいと回答している。

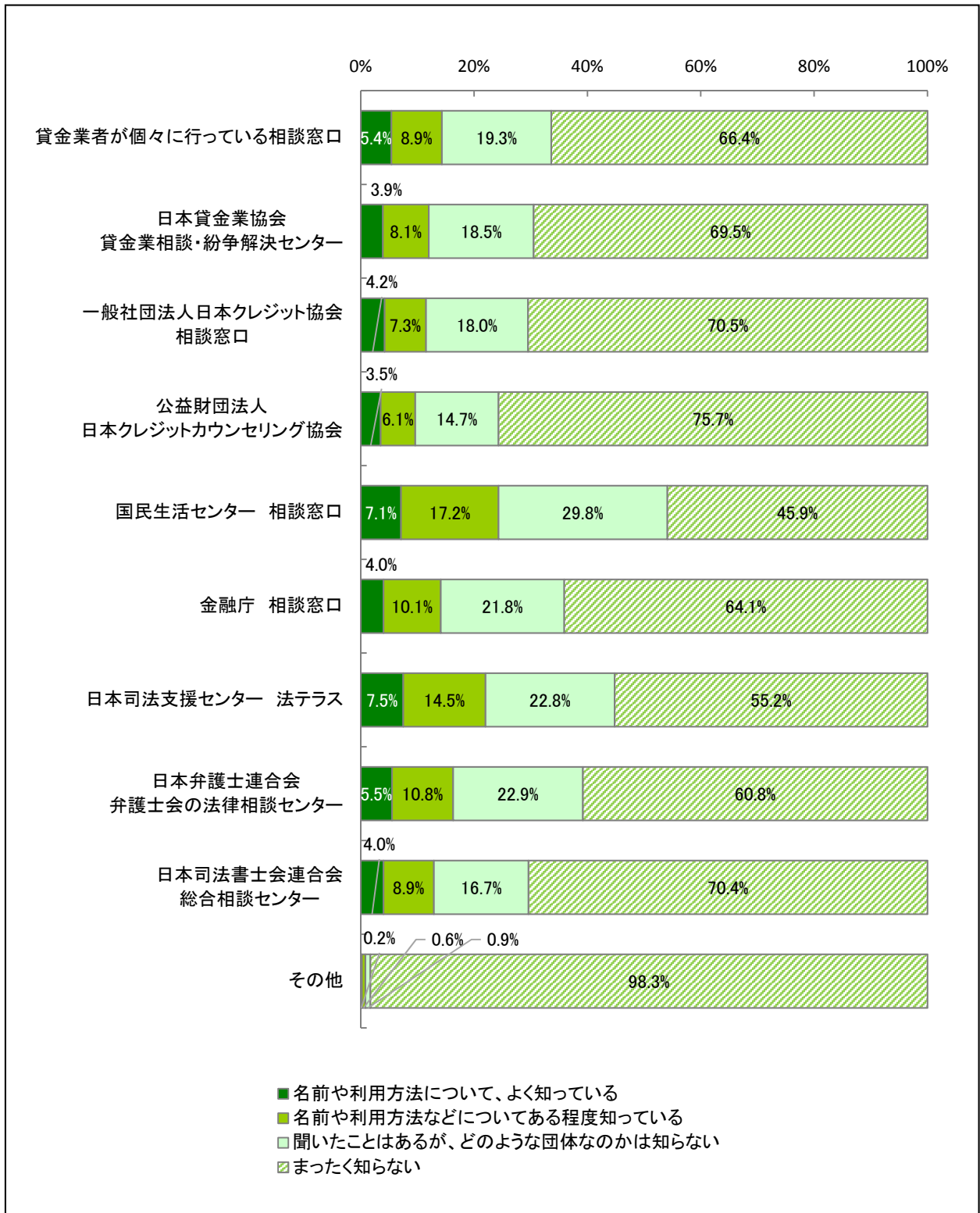
<図 27: カウンセリングの利用意向 (複数回答 n=2,000)>



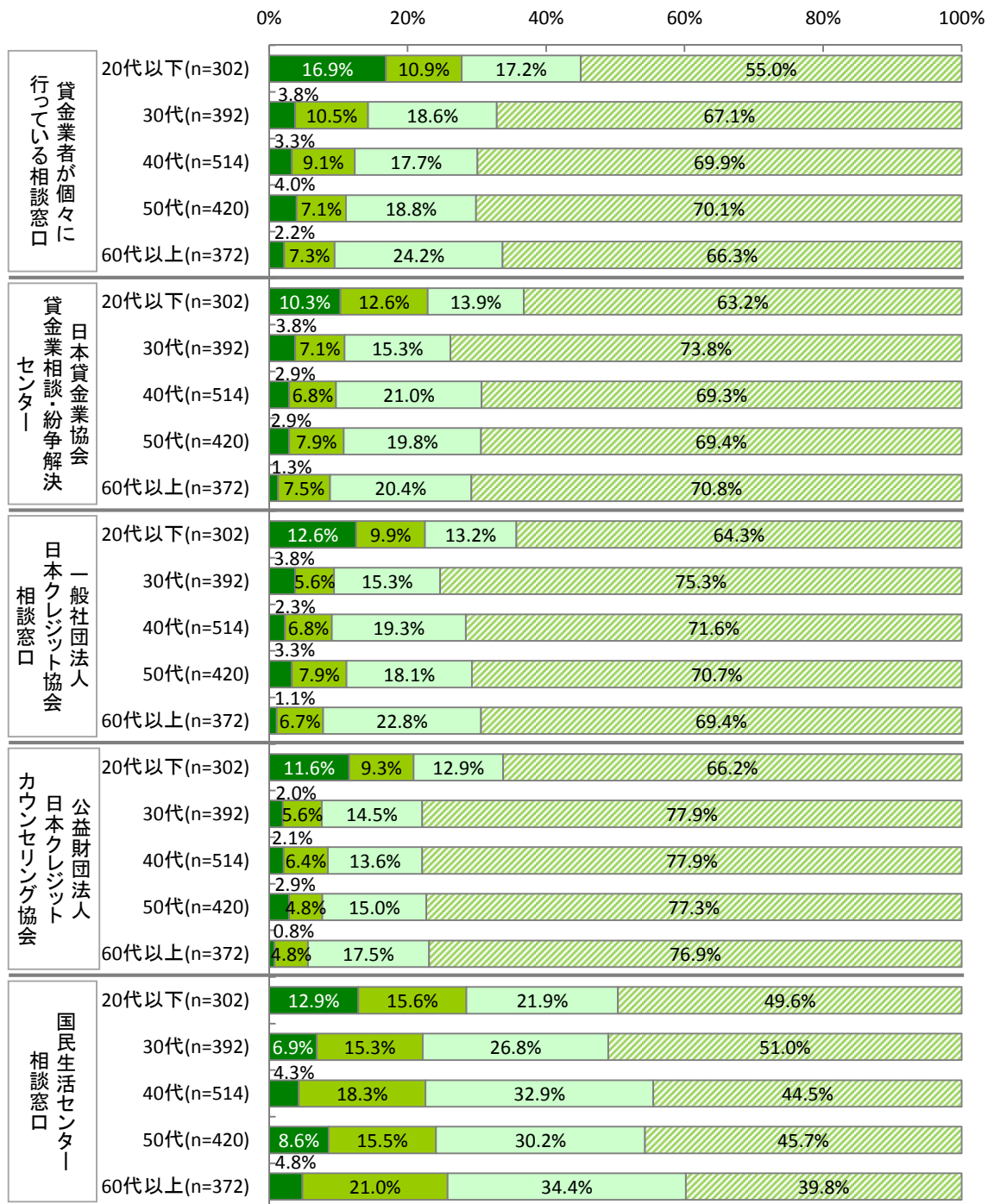
## ④ カウンセリングを行っている相談窓口・機関・団体の認知

- 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24.3%と最も高く、次いで「日本司法支援センター法テラス」が22.0%と続いている。

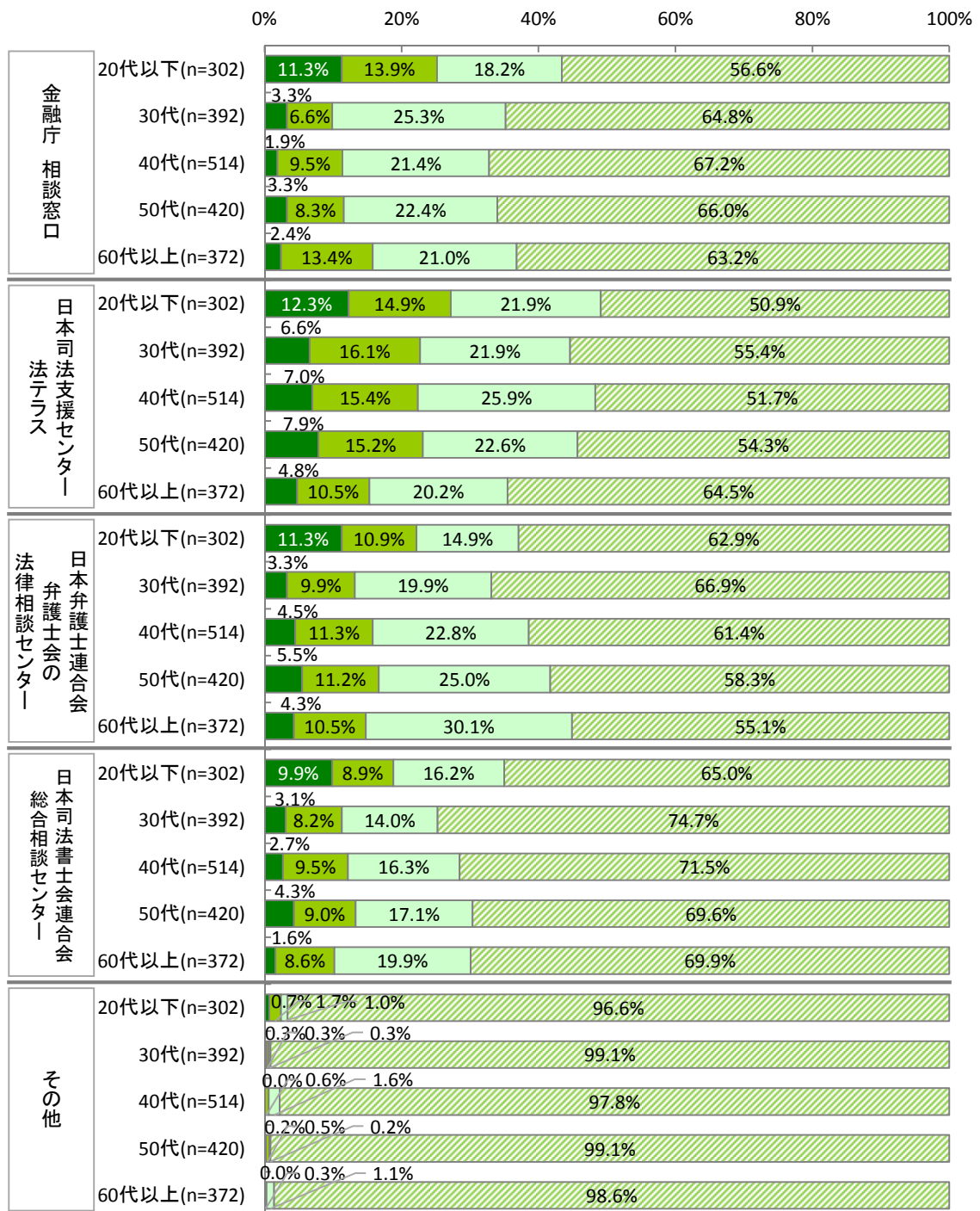
<図 28: カウンセリングを行っている相談窓口等の認知度 (複数回答 n=2,000)>



(年代別)



- 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



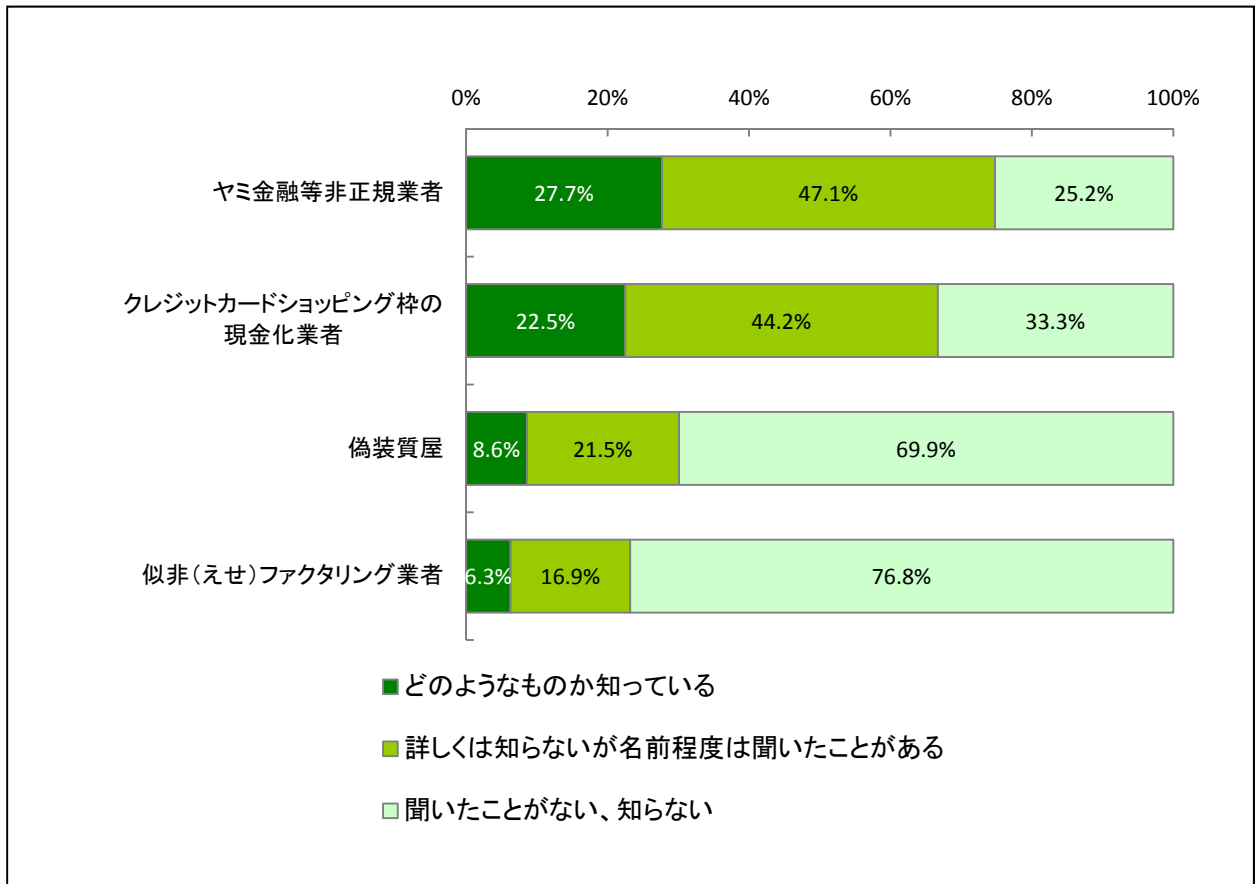
- 名前や利用方法について、よく知っている
- 名前や利用方法などについてある程度知っている
- 聞いたことはあるが、どのような団体なのかは知らない
- ▨ まったく知らない

## (8) ヤミ金融等非正規業者との接触状況

## ① ヤミ金融等非正規業者についての認知

- 借入経験のある個人に対して、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、偽装質屋、似非(えせ)ファクタリング業者の認知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27.7%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が22.5%、「偽装質屋」が8.6%、「似非(えせ)ファクタリング業者」が6.3%となった。

<図 29: ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=2,000)>

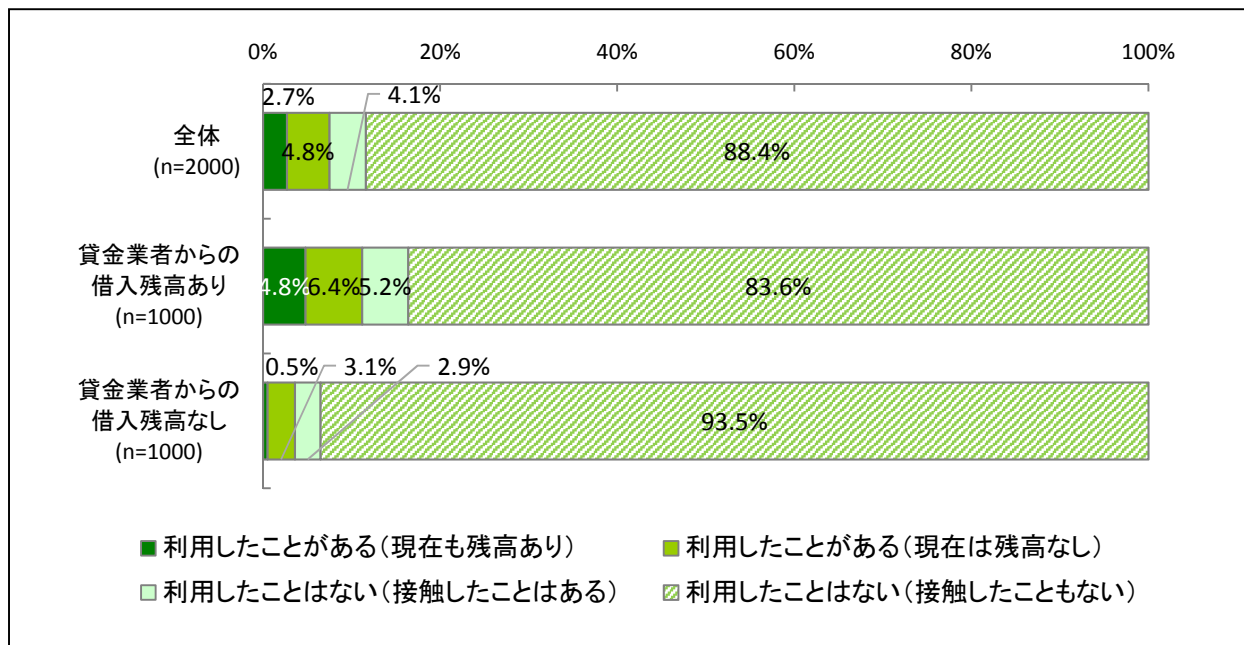




## ② ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無

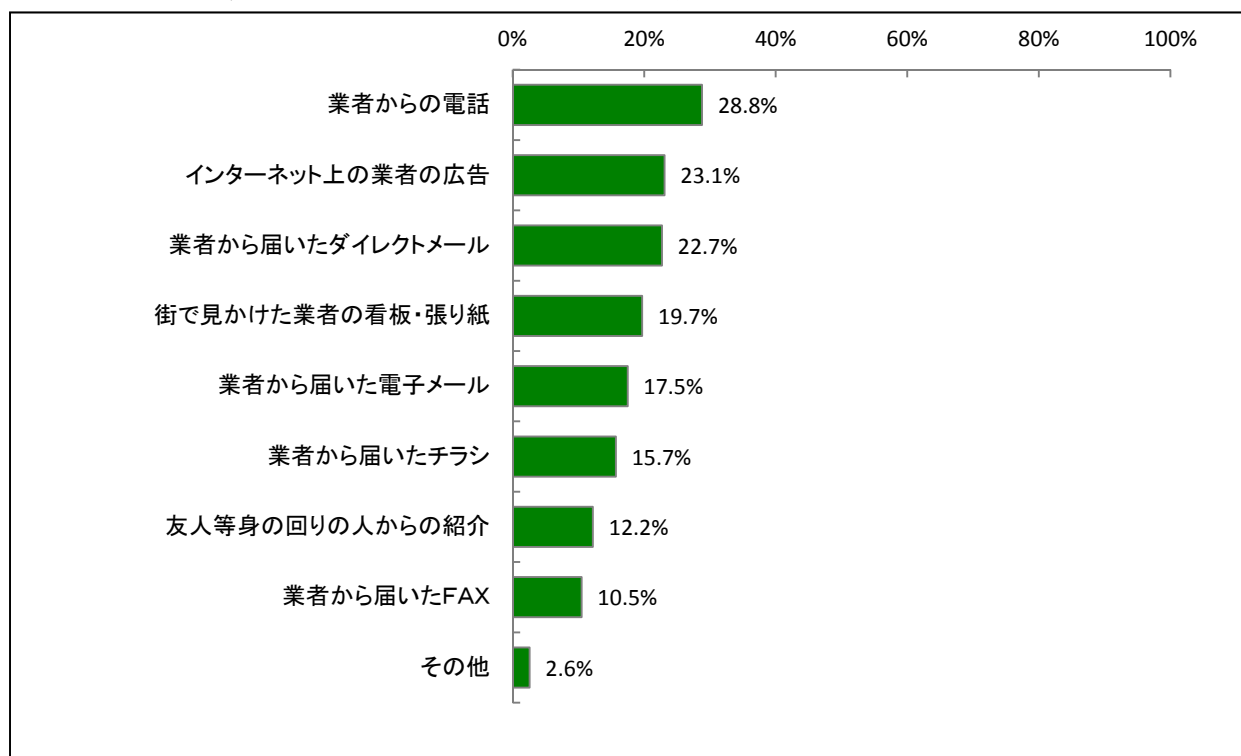
- ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無をみると、11.6%が接触したことがあると回答しており、その接触方法については「業者からの電話」が28.8%と最も高く、次いで「インターネット上の業者の広告」が23.1%、「業者から届いたダイレクトメール」が22.7%と続いている。

<図 30: ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無>



## ③ ヤミ金融等非正規業者との接触方法

<図 31: ヤミ金融等非正規業者との接触方法 (複数回答 n=229)>

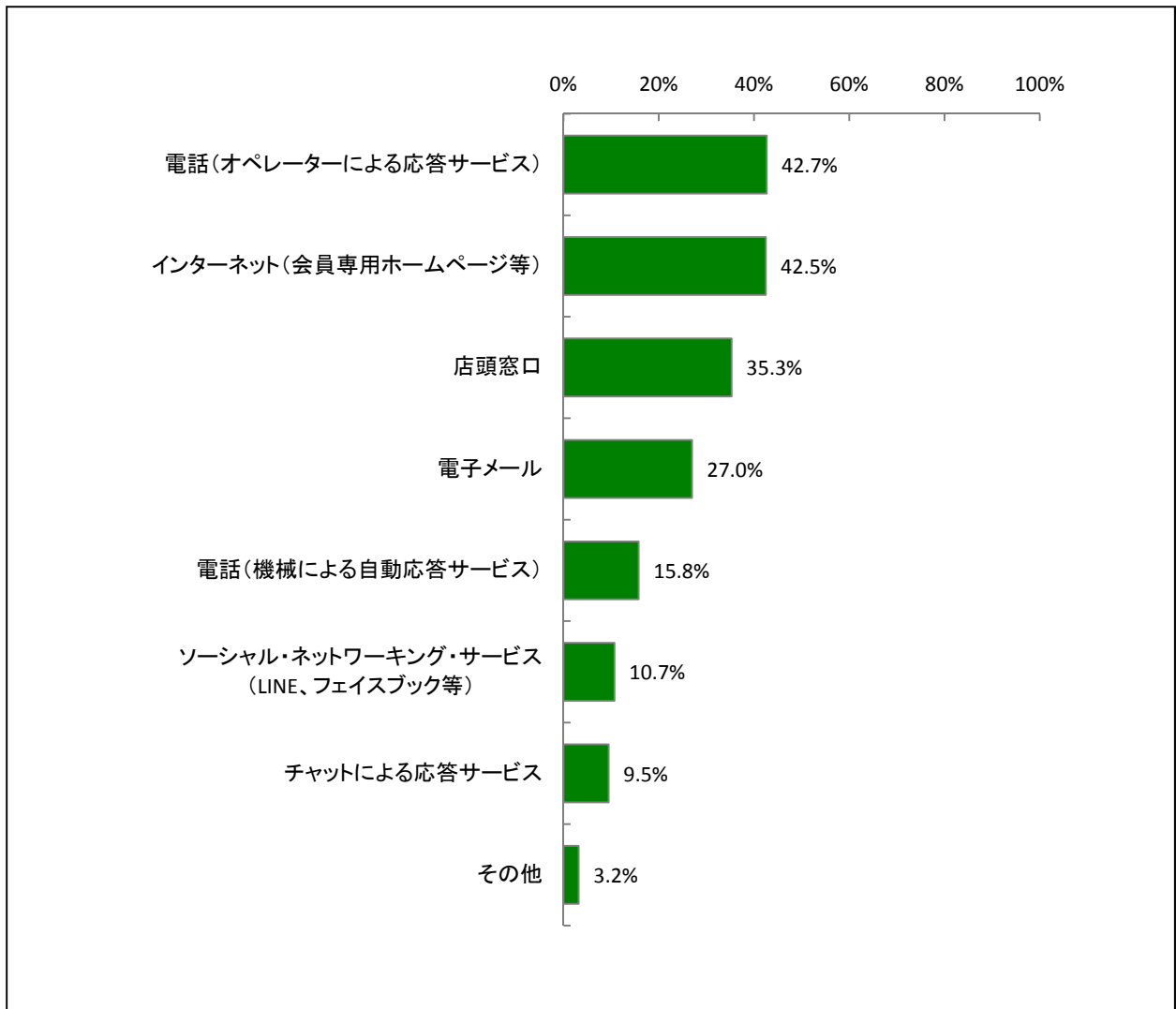


### 3. 貸金業者に対する期待・要望

#### (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、「電話(オペレーターによる応答サービス)」が42.7%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42.5%、「店頭窓口」が35.3%と続いている。

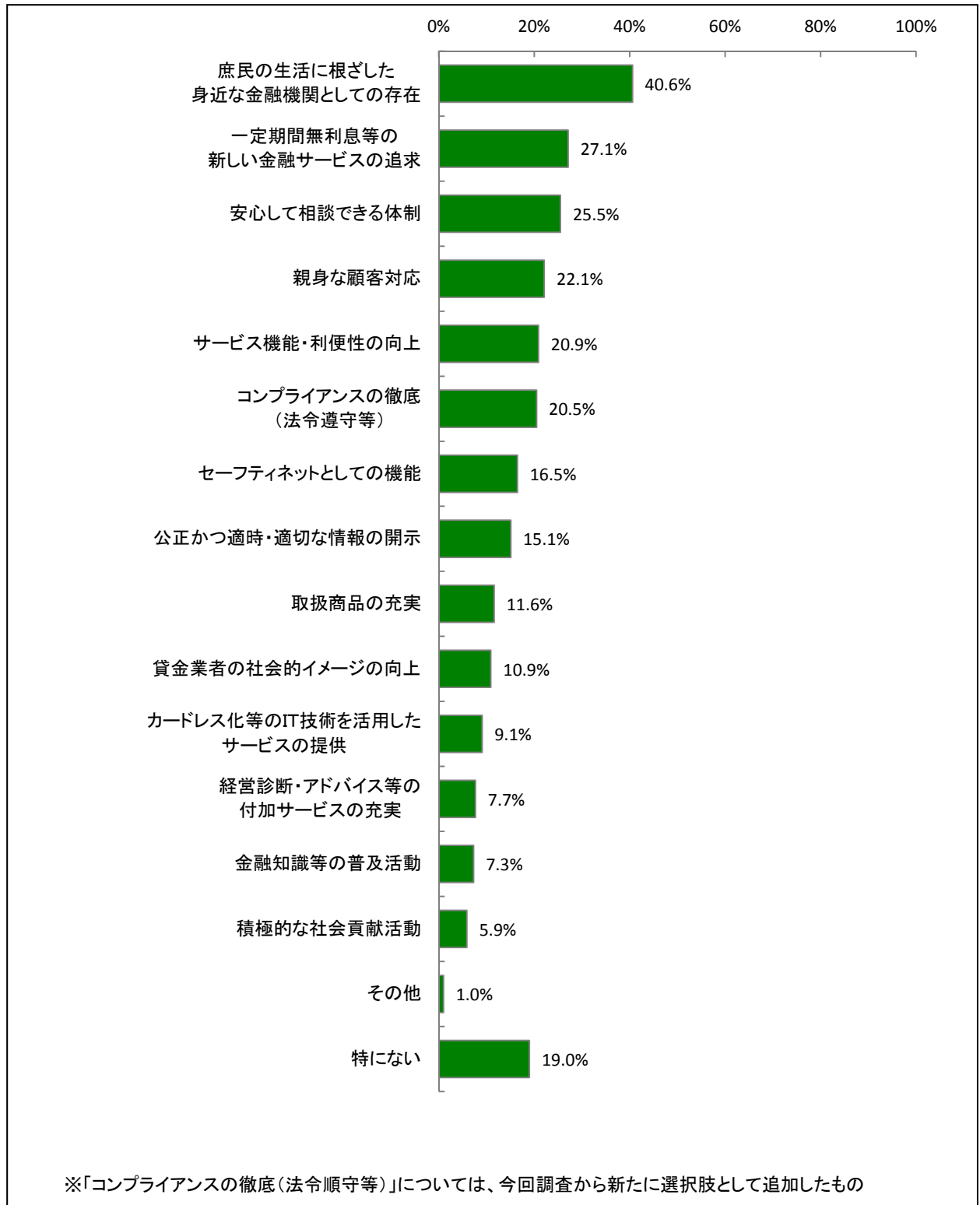
<図 32:借入先との連絡方法 (複数回答 n=2,000)>



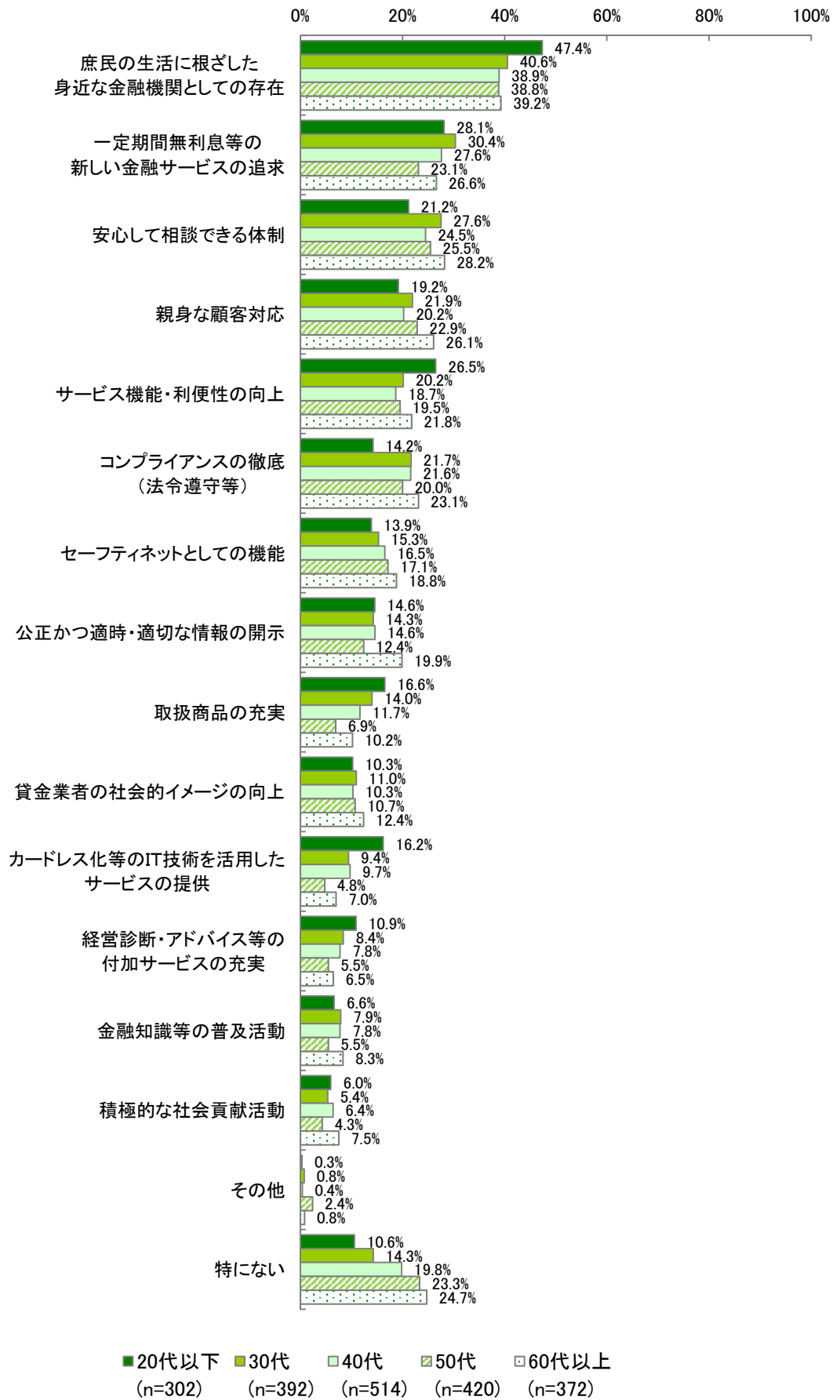
## (2) 貸金業者に望むこと

- 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40.6%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27.1%、「安心して相談できる体制」が25.5%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。

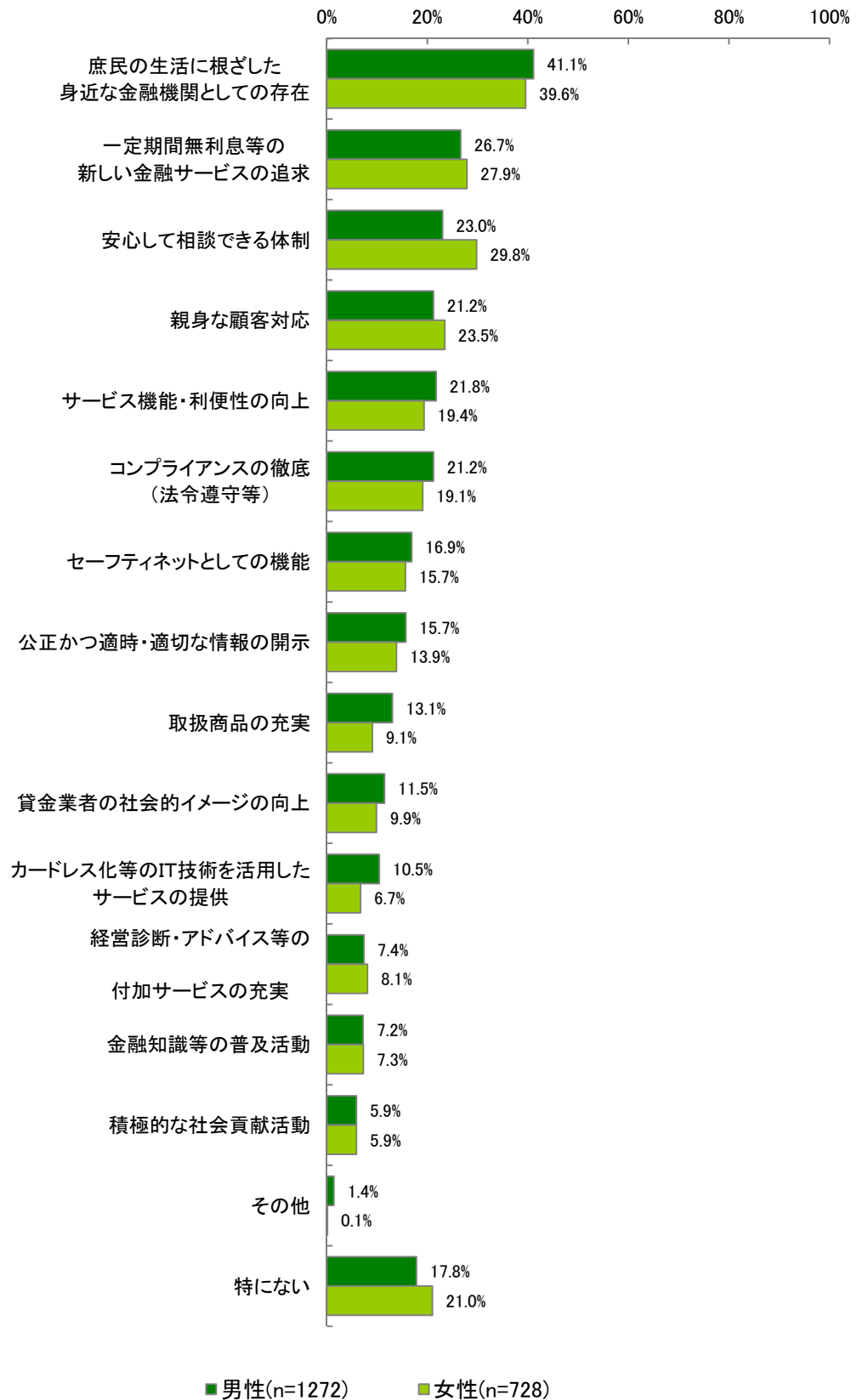
<図 33: 貸金業者に望むこと（複数回答 n=2,000）>



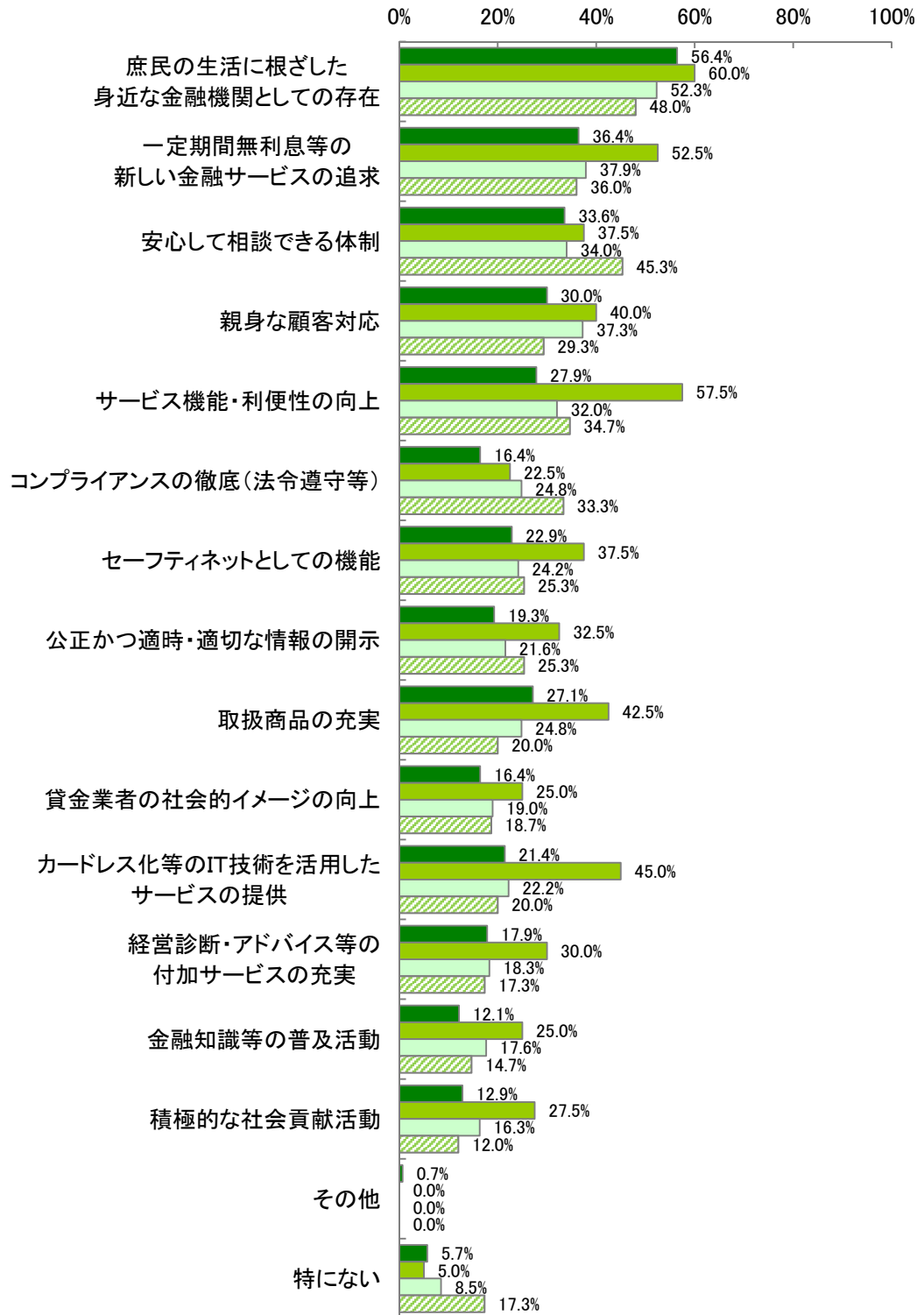
(年代別)



(男女別)



(借入先として検討した先別)



- 消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)(n=140)
- 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=40)
- クレジットカード・信販会社(n=153)
- ▨ 銀行等の預金取扱金融機関(n=75)

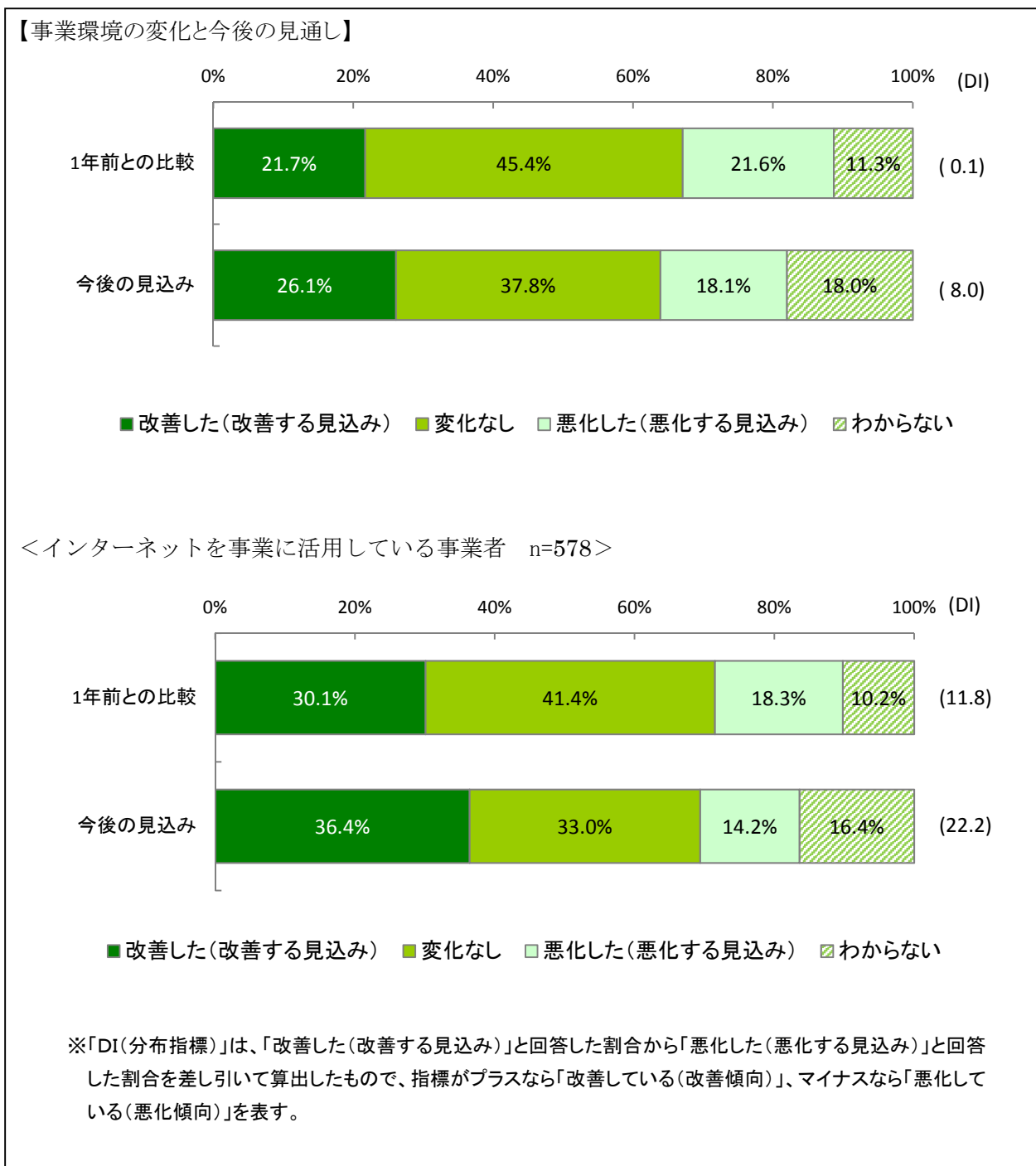
## II. 借入経験のある事業者

### 1. 借入れの動機・背景

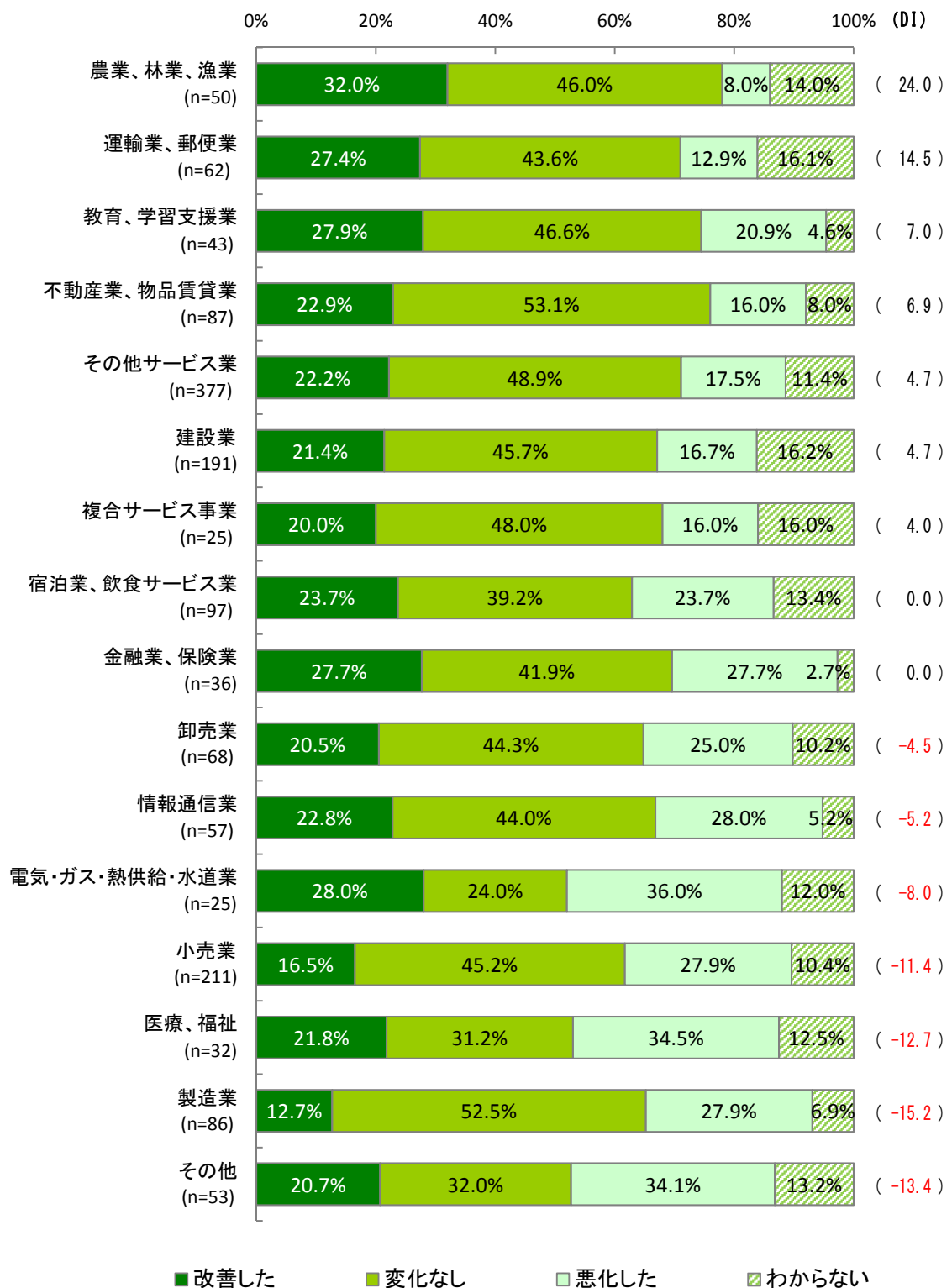
#### (1) 事業環境ならびに事業収支状況の変化と今後の見通し

- 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、21.7%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26.1%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、21.1%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26.0%が「改善する見込み」と回答している。

<図 34: 事業環境・事業収支状況の変化と今後の見通し (n=1,500)>



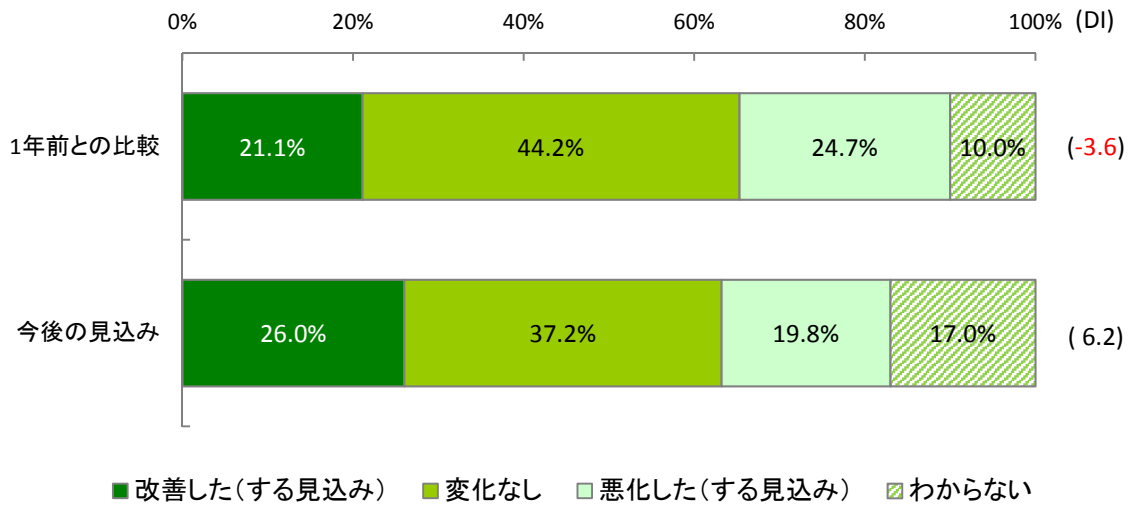
## (1年前との比較／業種別)



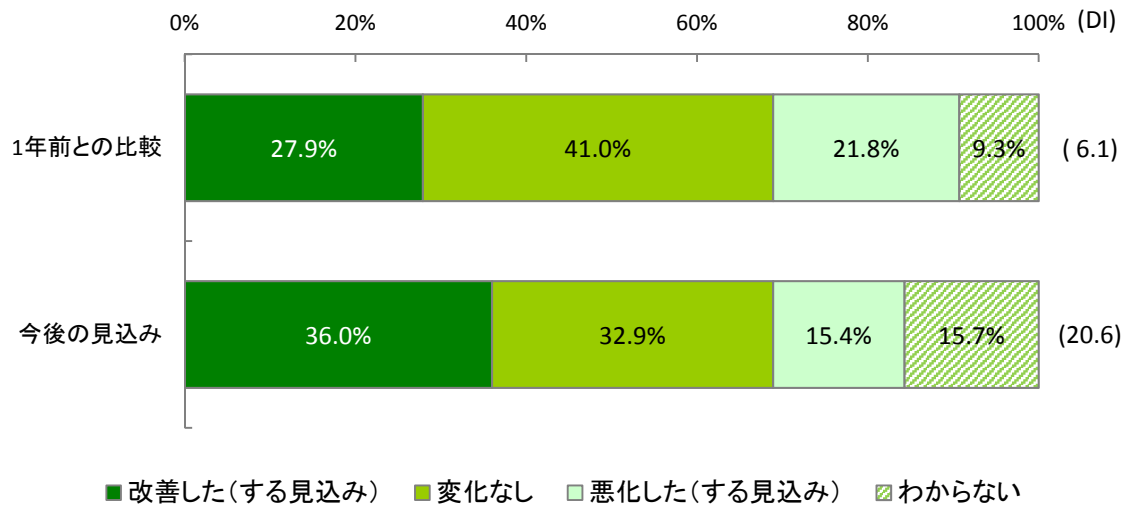
※「DI(分布指標)」は、「改善した」と回答した割合から「悪化した」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している」、マイナスなら「悪化している」を表す。



## 【事業収支状況の変化と今後の見通し】



<インターネットを事業に活用している事業者 n=578>

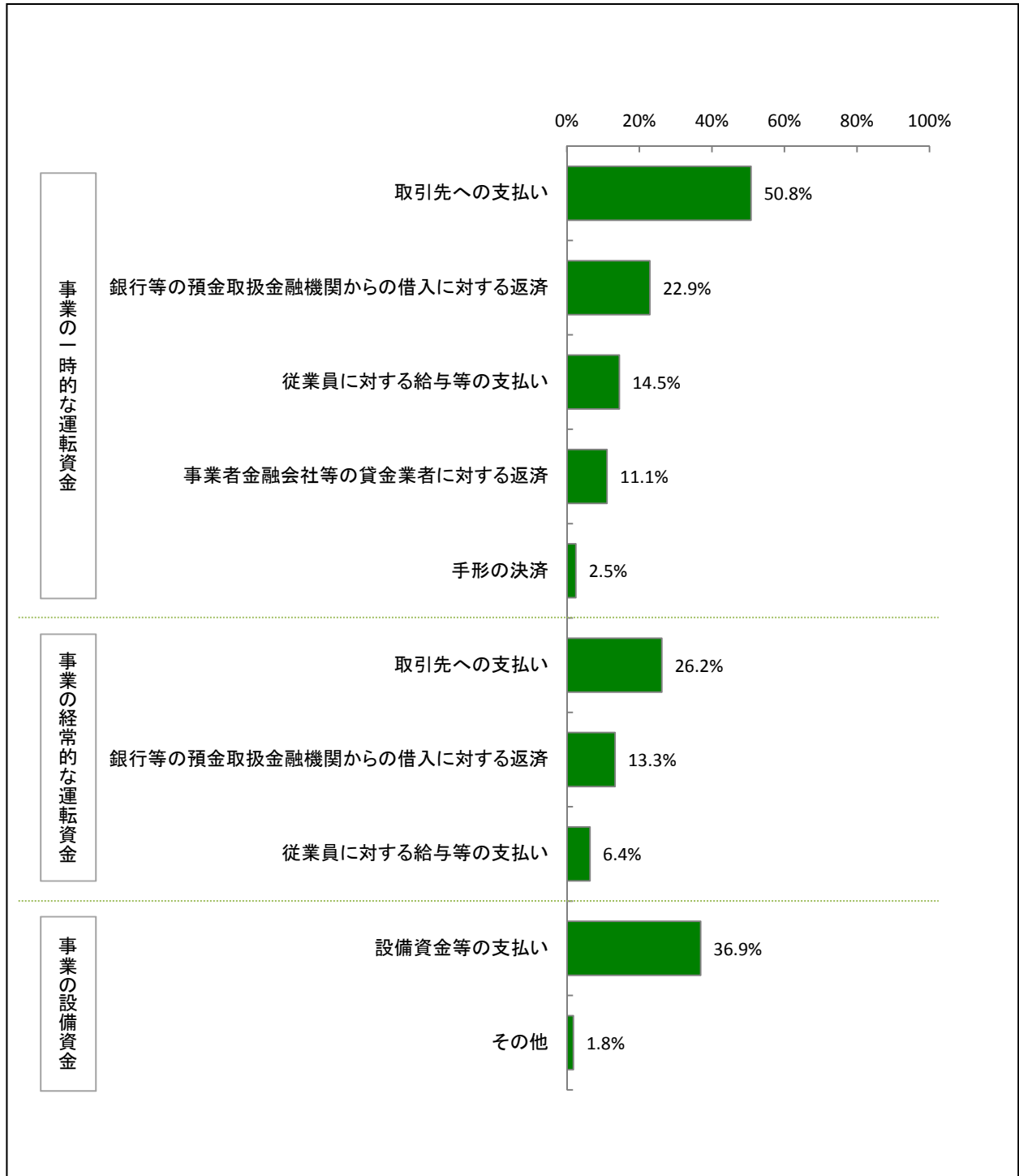


※「DI(分布指標)」は、「改善した(改善する見込み)」と回答した割合から「悪化した(悪化する見込み)」と回答した割合を差し引いて算出したもので、指標がプラスなら「改善している(改善傾向)」、マイナスなら「悪化している(悪化傾向)」を表す。

## (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50.8%と最も高い結果となった。

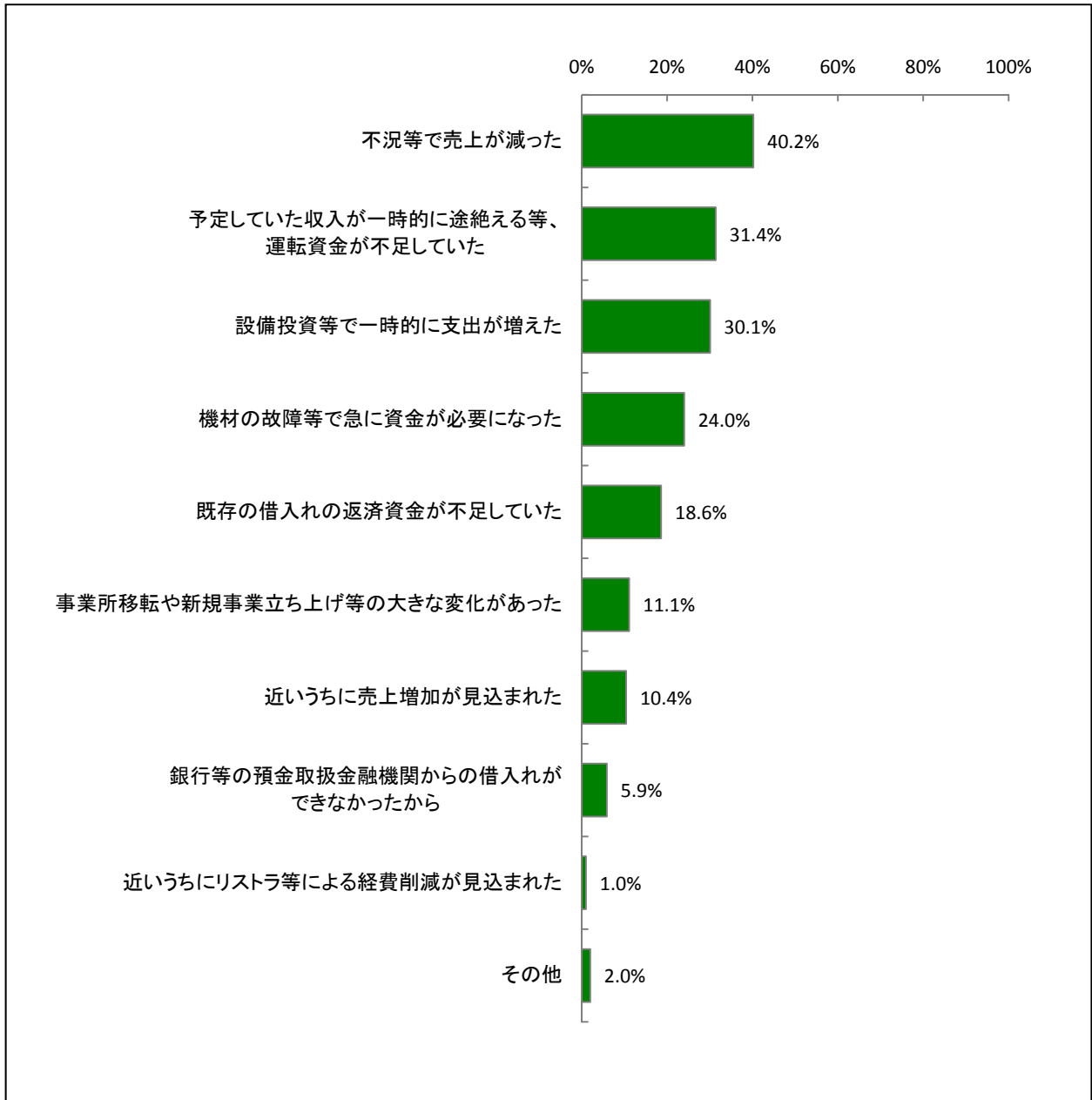
<図 35:直近3年以内に借入申込を行った際の資金使途 (複数回答 n=512)>



### (3) 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40.2%と最も高く、次いで「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31.4%、「設備投資等で一時的に支出が増えた」が30.1%と続いている。

<図 36:借入申込を行った背景 (複数回答 n=512)>



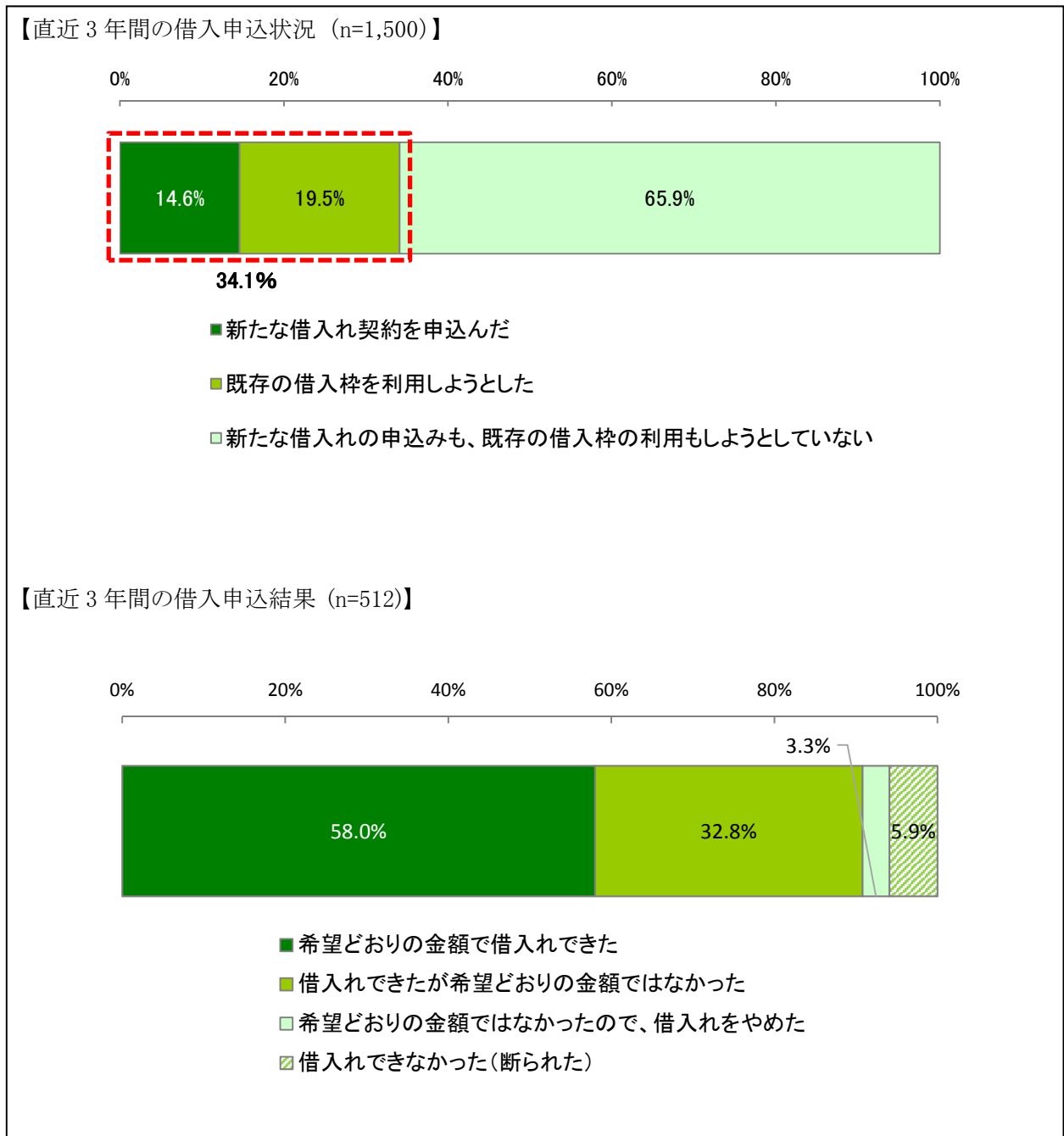
## 2. 借入れの意識・行動

### (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、34.1%が借入申込みを行い、そのうち58.0%が希望どおりの借入れができたと回答している。

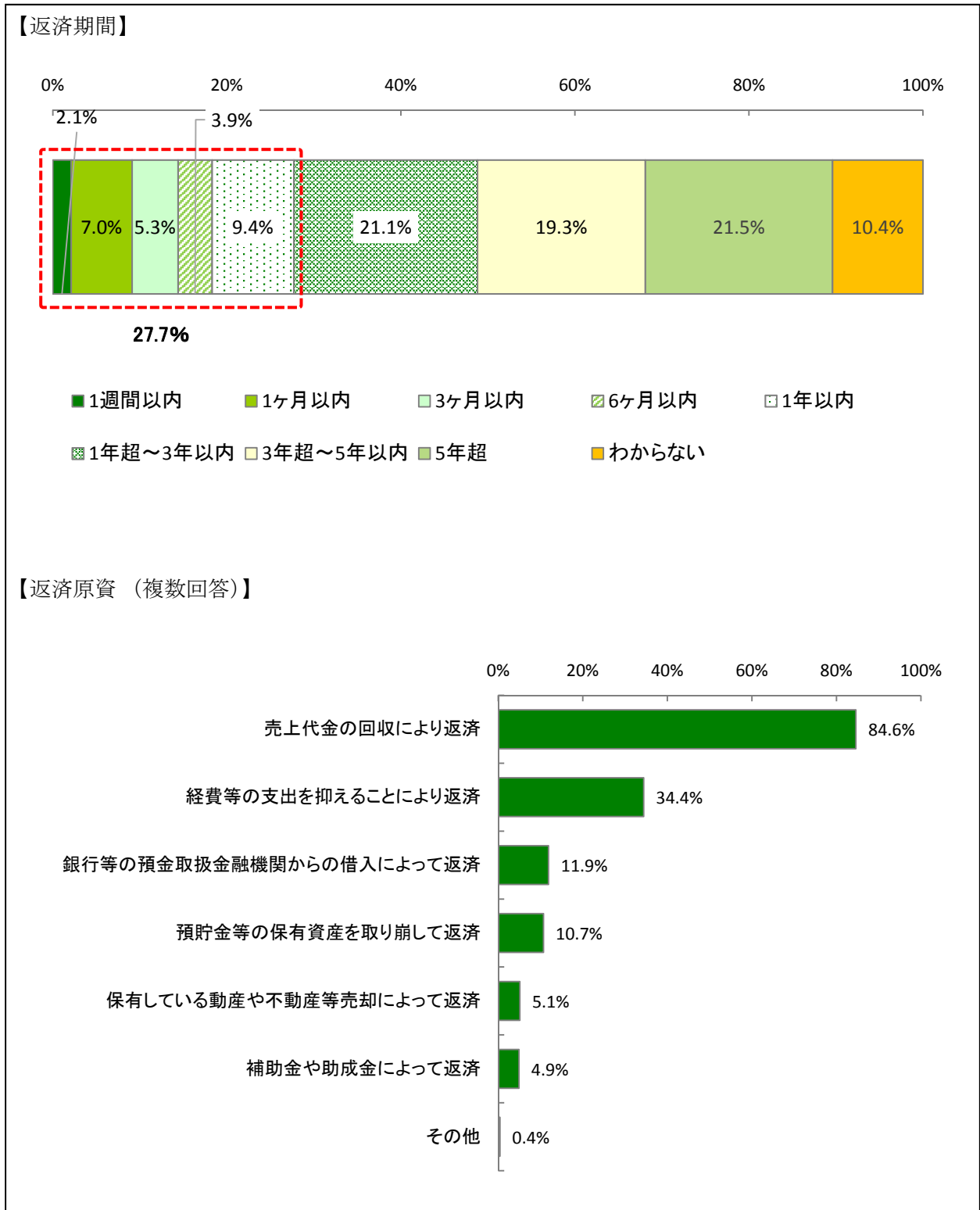
<図 37:直近3年間の借入申込み状況・結果>



## 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、27.7%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84.6%と最も高い結果となった。

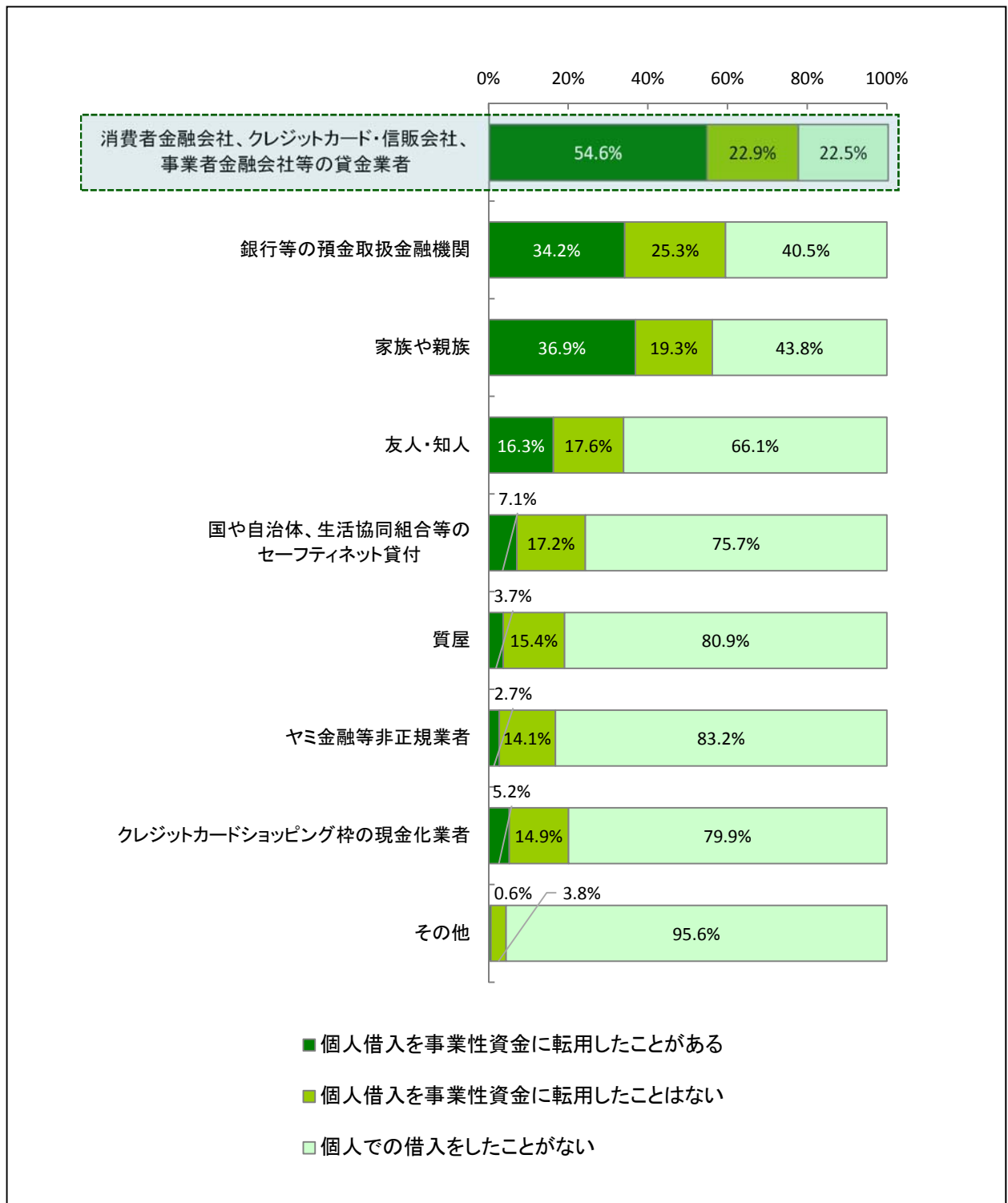
<図 38: 計画していた返済期間・返済原資 (n=512)>



### 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、54.6%が転用したことがあると回答している。

<図 39: 事業性資金への転用経験の有無 (n=1,500)>

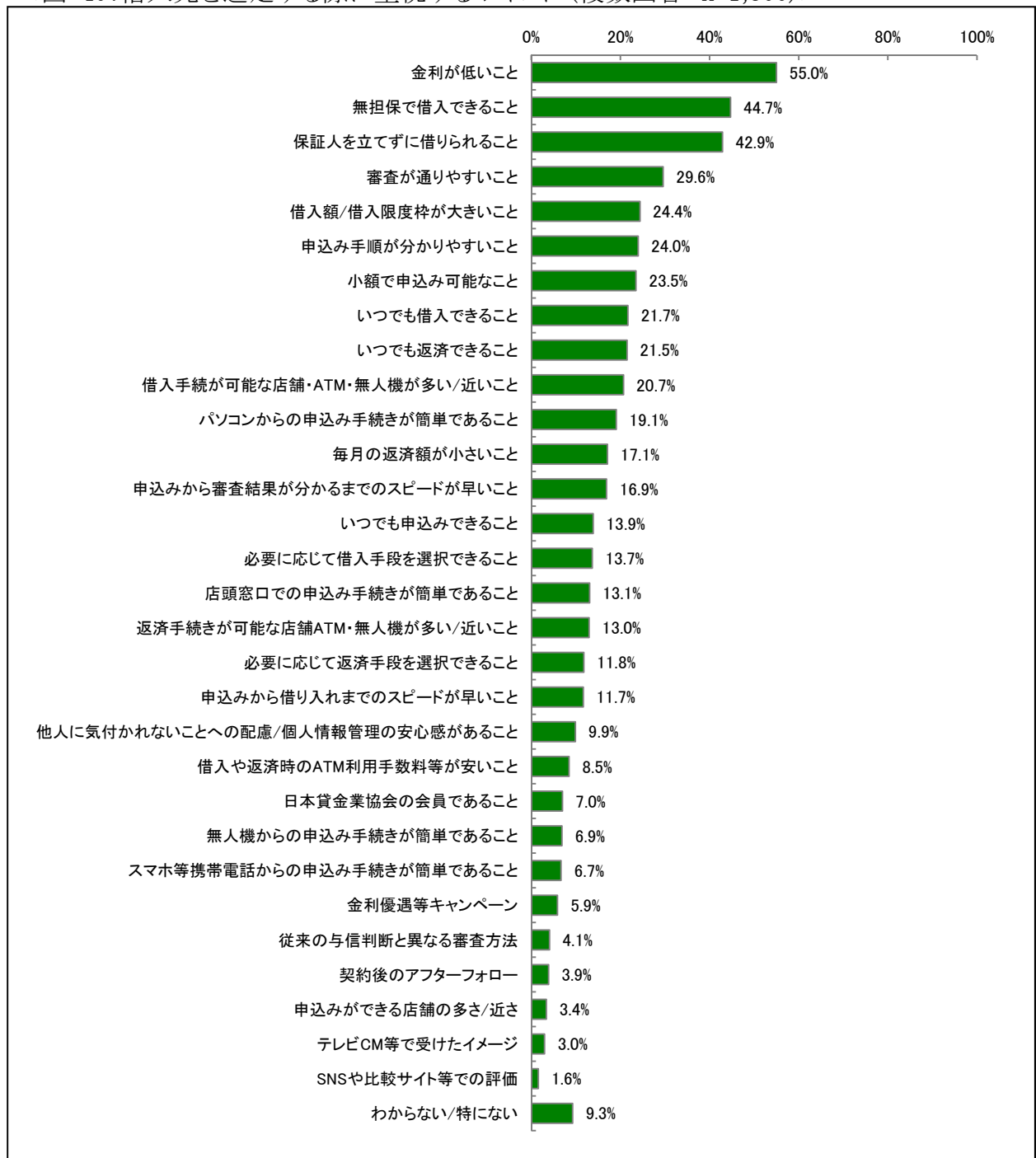


## (2) 借入先を選ぶ際に検討した先と選んだ理由

### 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55.0%と最も高く、次いで「無担保で借入できること」が44.7%、「保証人を立てずに借りられること」が42.9%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見てとれる結果となっている。

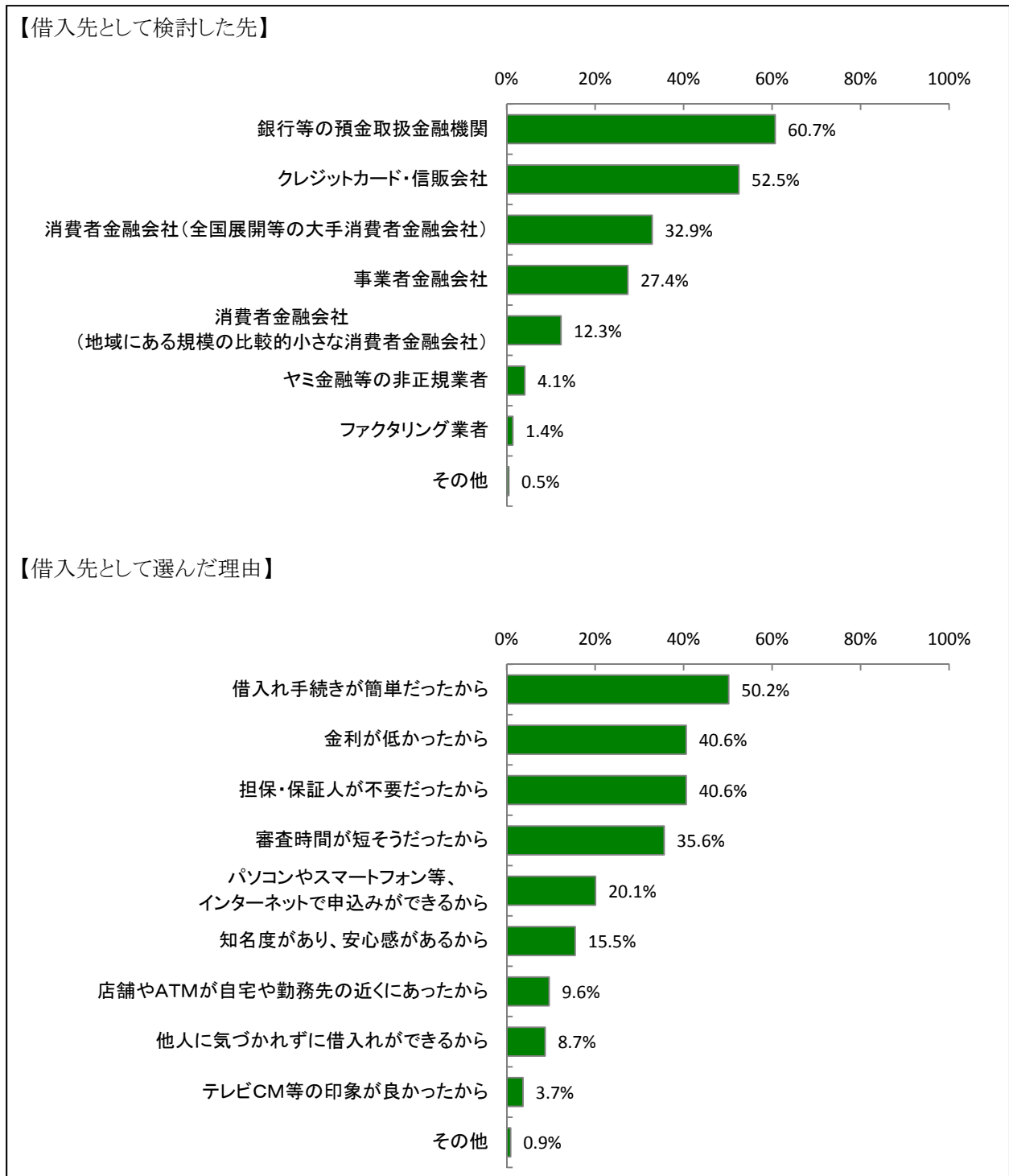
＜図 40:借入先を選定する際に重視するポイント（複数回答 n=1,500）＞



## 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 60.7%と最も高く、次いで「クレジットカード・信販会社」が 52.5%、「消費者金融会社(全国展開等の大手消費者金融会社)」が 32.9%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 50.2%と最も高く、次いで「金利が低かったから」、「担保・保証人が不要だったから」がそれぞれ 40.6%となった。

<図 41:借入先として検討した先・選んだ理由 (複数回答 n=219)>

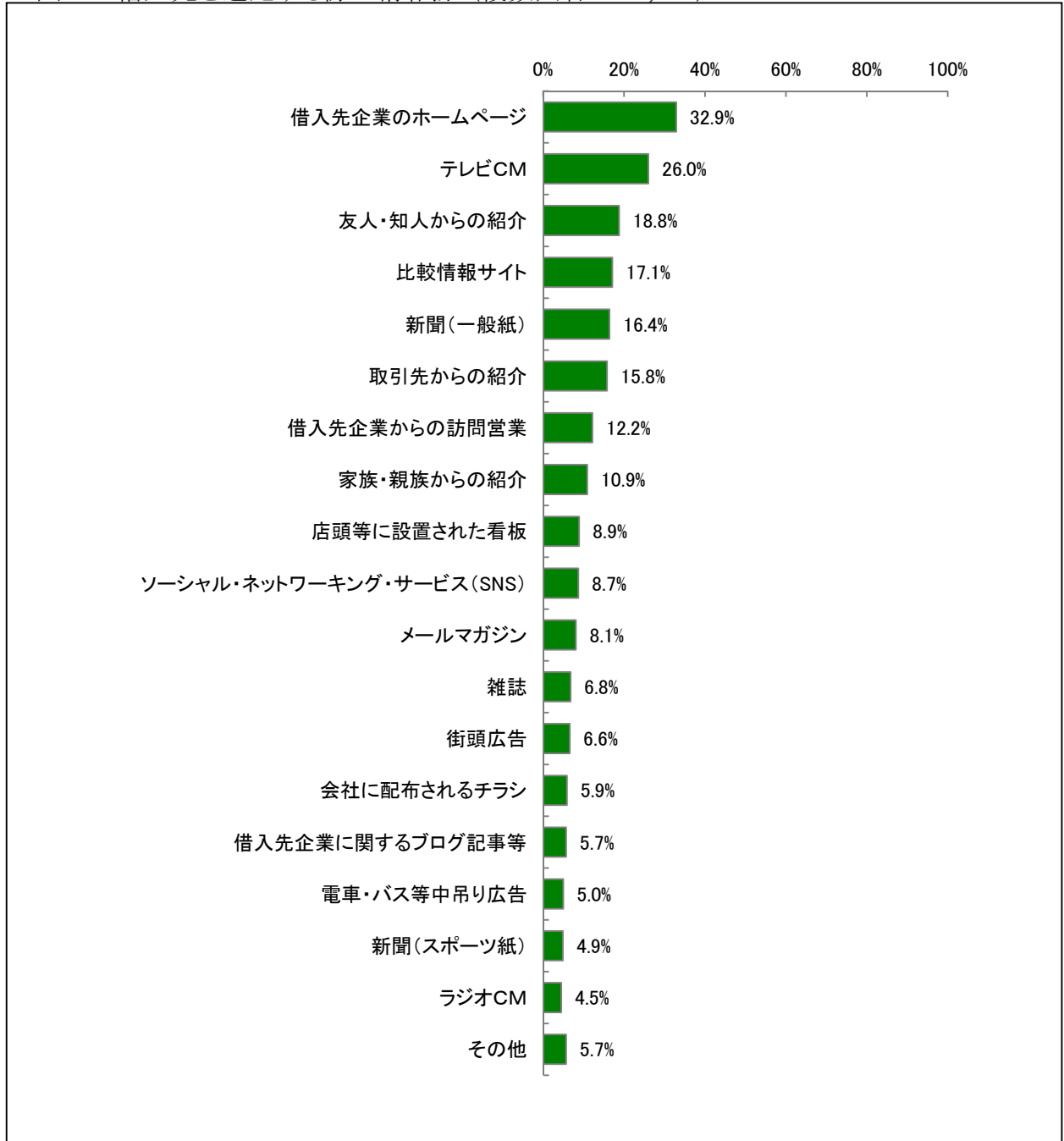




### ③ 借入先を選定する際の情報源

- 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32.9%と最も高く、次いで「テレビCM」が26.0%、「友人・知人からの紹介」が18.8%と続いている。

<図 42:借入先を選定する際の情報源 (複数回答 n=1,500)>

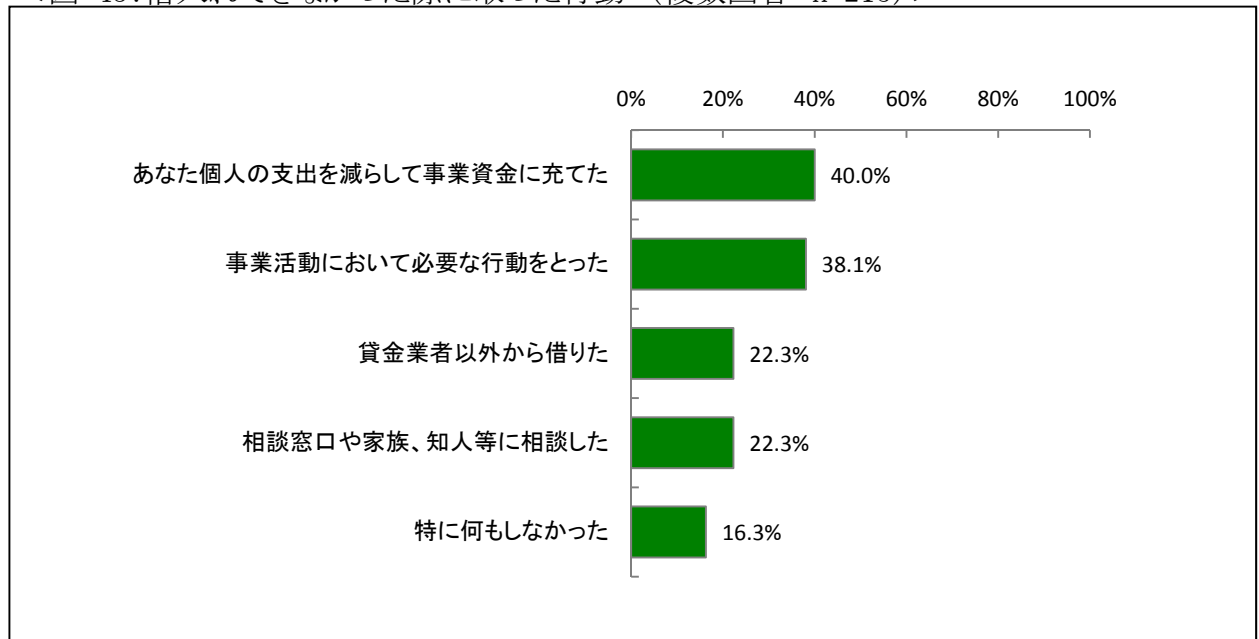


### (3) 借入れできなかった際に行った行動・影響

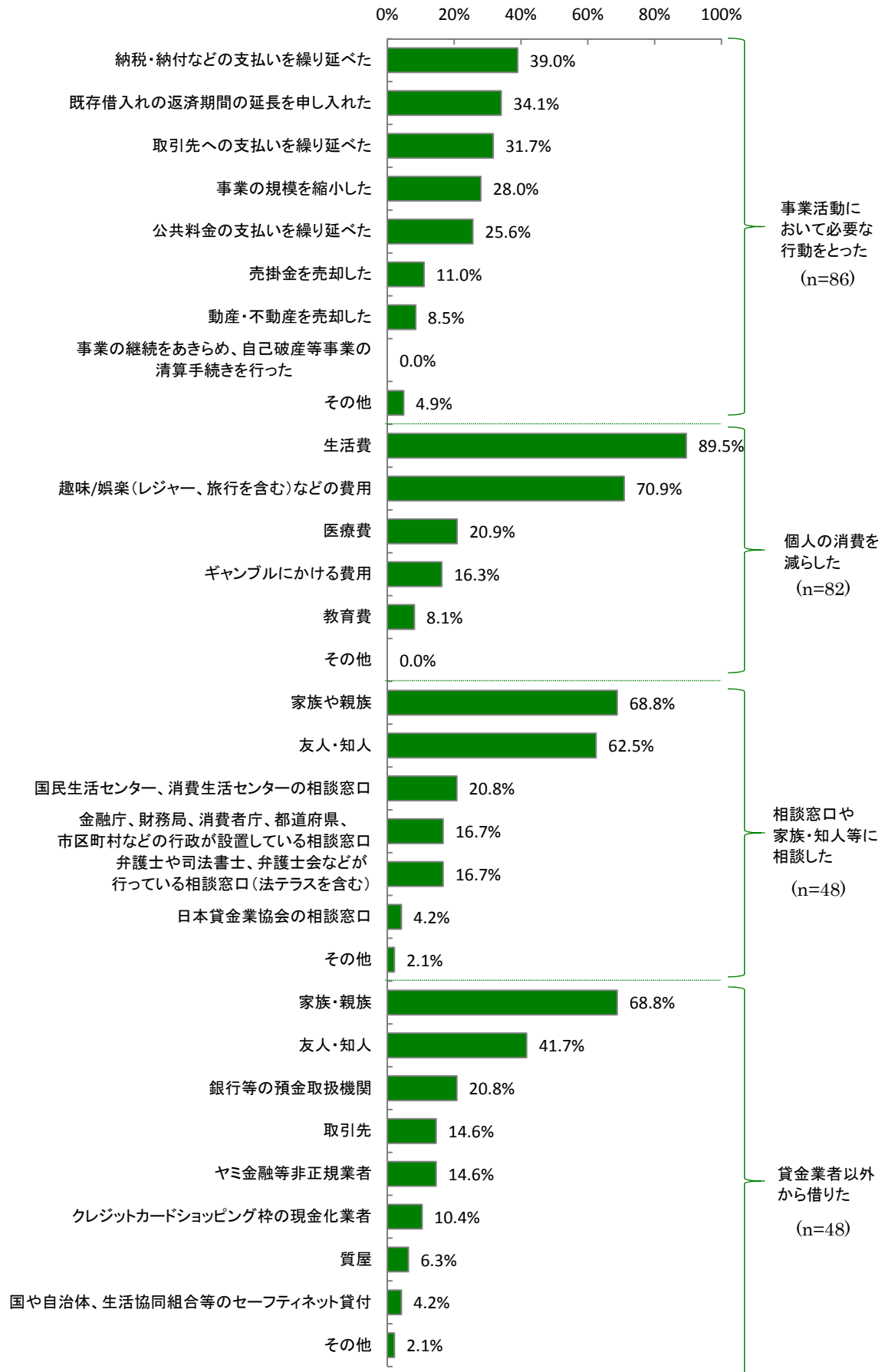
#### ① 借入れできなかった(申込まなかった)際に行った行動

- 借入経験のある事業者に対して、借入れできなかった(申込まなかった)際に行った行動について調査したところ、「個人の支出を減らして事業資金に充てた」と回答した割合が40.0%と最も高くなっており、その内容をみると、「生活費(89.5%)」や「趣味/娯楽(レジャー、旅行を含む)等の費用(70.9%)」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 43:借入れできなかった際に行った行動 (複数回答 n=215)>



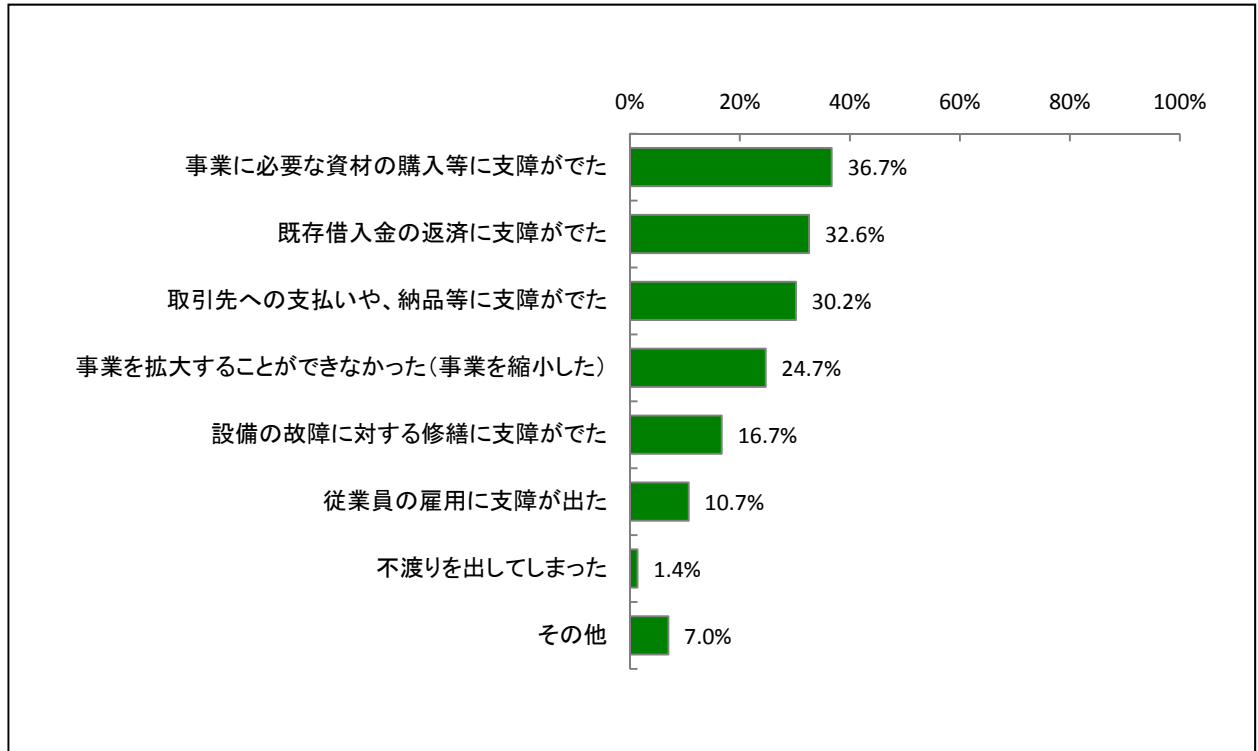
## (借入ができなかった際に取った行動の詳細)



## 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、「事業に必要な資材の購入等に支障がでた」が36.7%と最も高く、次いで「既存借入金の返済に支障がでた」が32.6%と続いている。

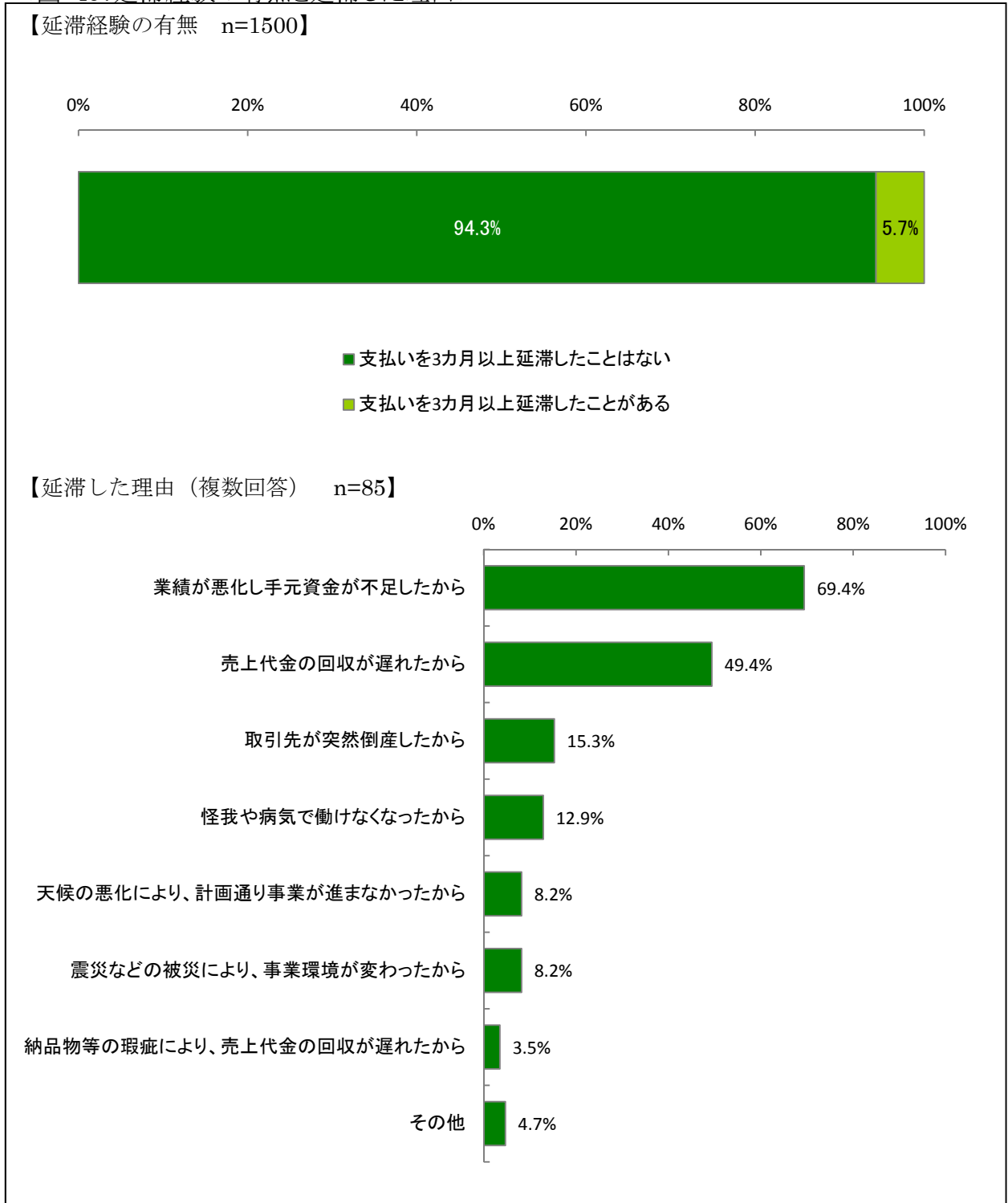
<図 44:借入れできなかったことによる影響 (複数回答 n=215)>



#### (4) 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、5.7%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69.4%と最も高く、次いで「売上代金の回収が遅れたから」が49.4%、「取引先が突然倒産したから」が15.3%となっている。

<図 45:延滞経験の有無と延滞した理由>

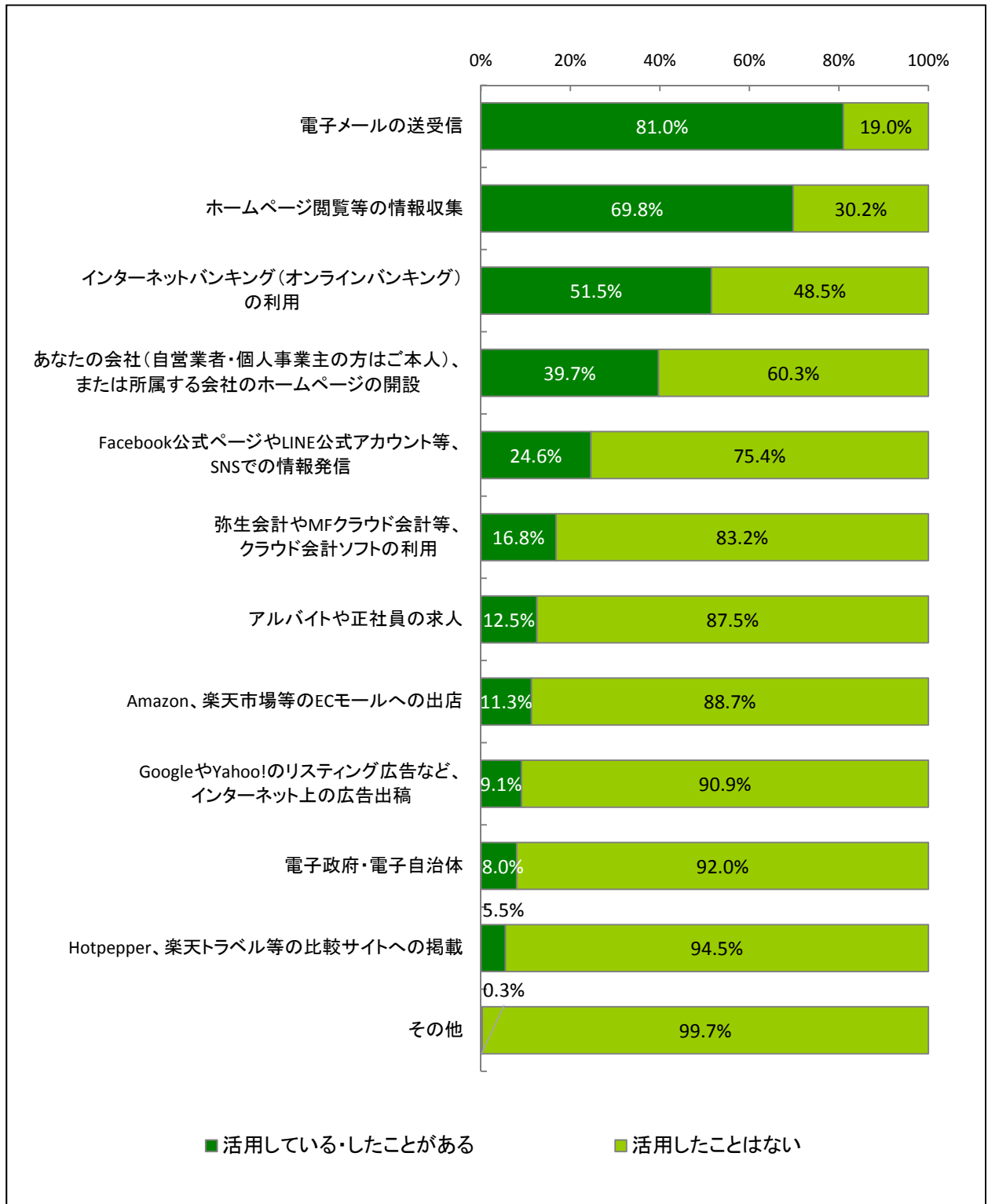


## (5) インターネットサービス等の活用状況・変化

## 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81.0%と最も高く、次いで「ホームページ閲覧等の情報収集」が69.8%、「インターネットバンキング」が51.5%となった。

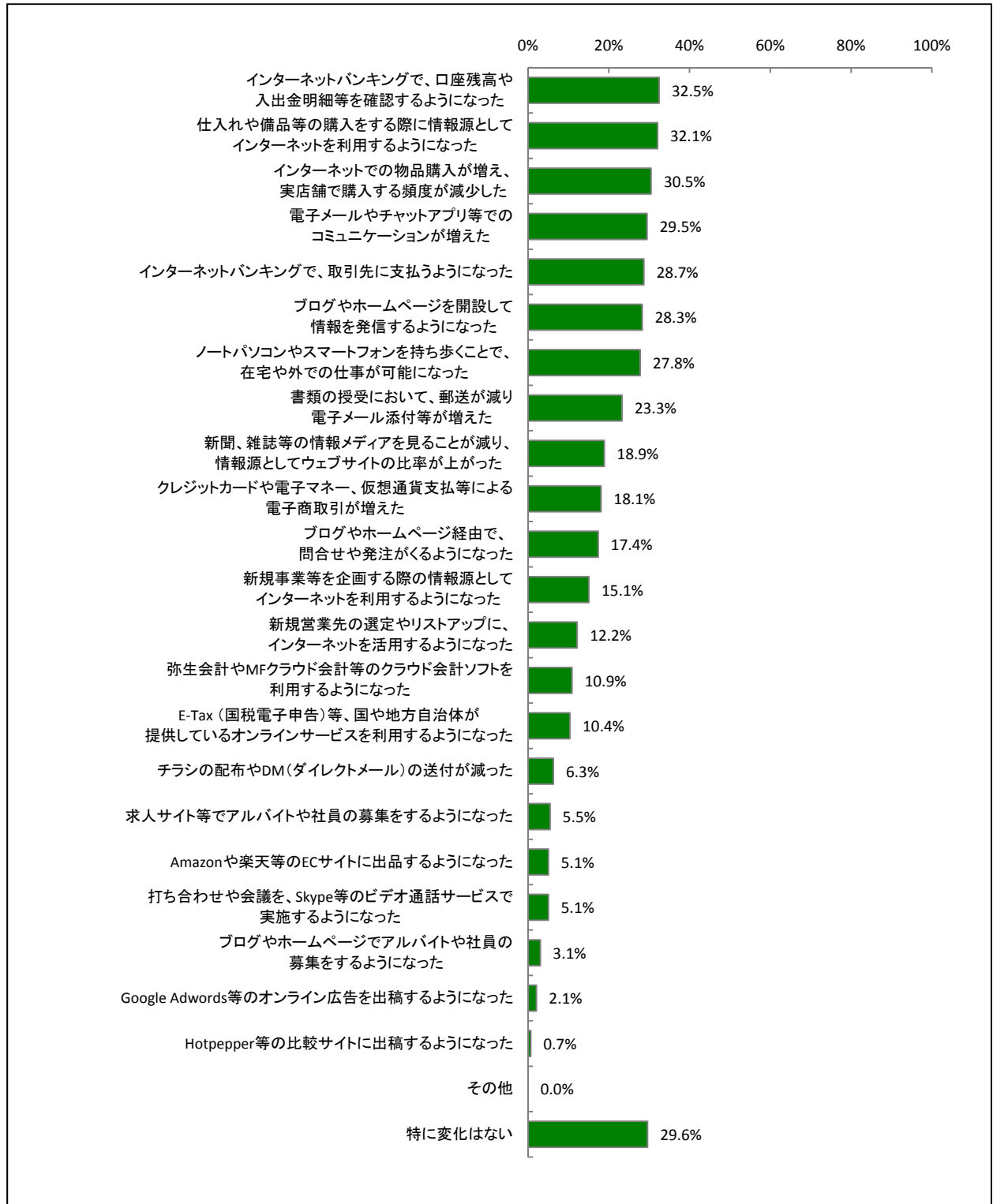
<図 46: インターネットサービス等の利用状況 (n=1,500)>



## 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、「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32.5%と最も高く、次いで「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32.1%、「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30.5%と続いている。

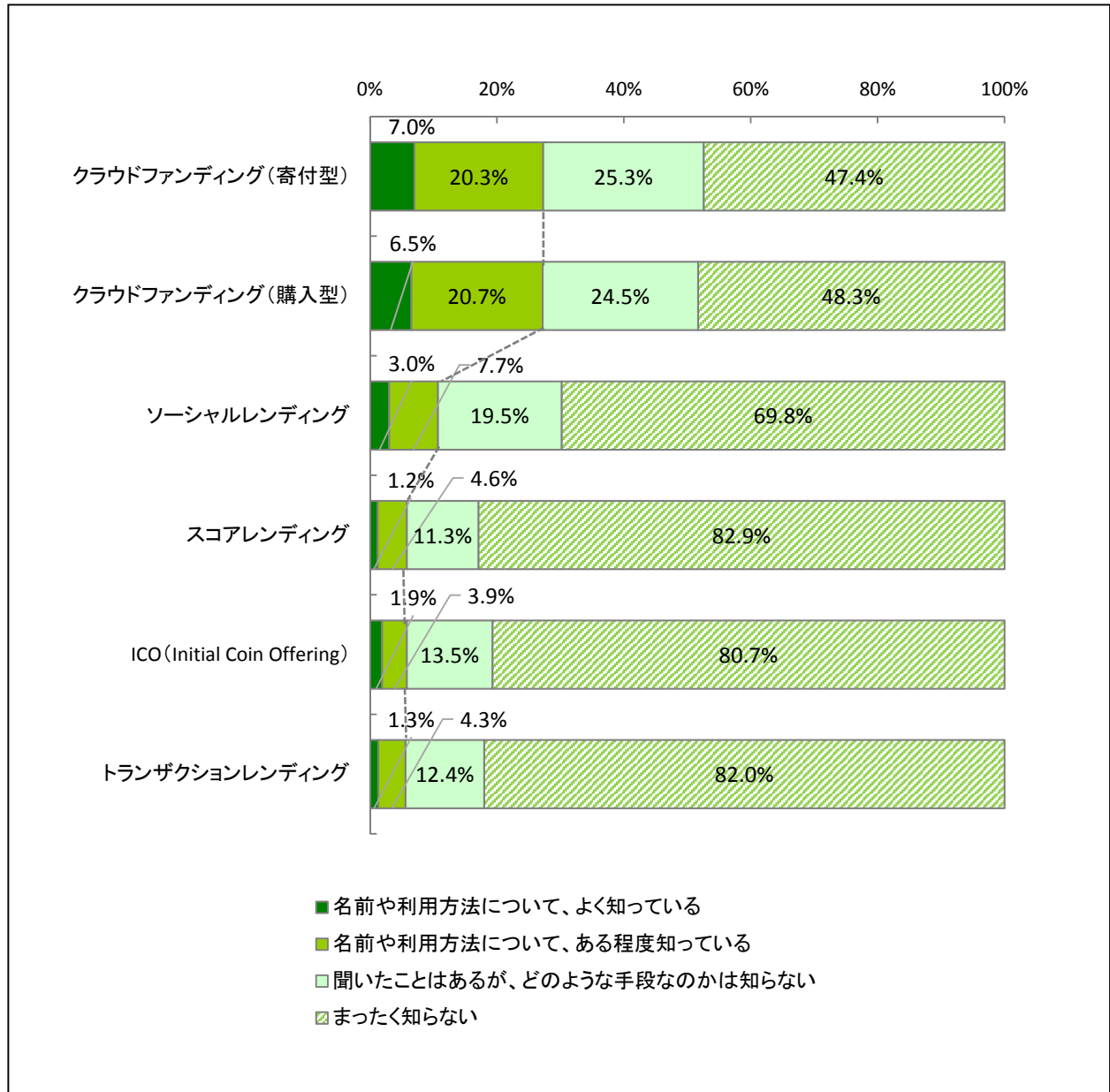
<図 47: インターネット利用によるビジネス環境の変化 (複数回答 n=1,500)>



### 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」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27.3%と最も高く、次いで「クラウドファンディング(購入型)」が27.2%、「ソーシャルレンディング」が10.7%となった。

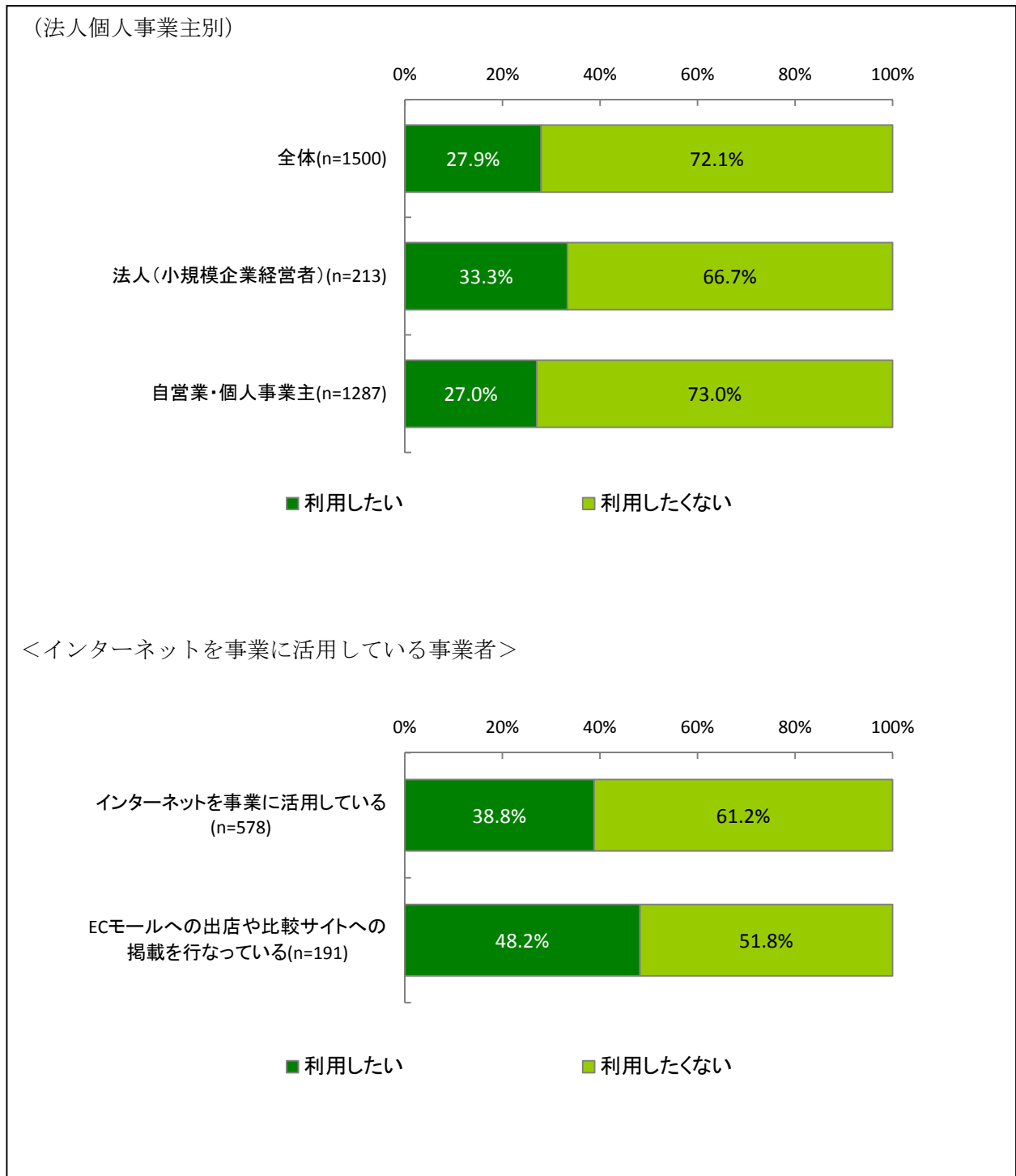
<図 48:フィンテック等を活用した資金調達方法の認知度 (n=1,500)>



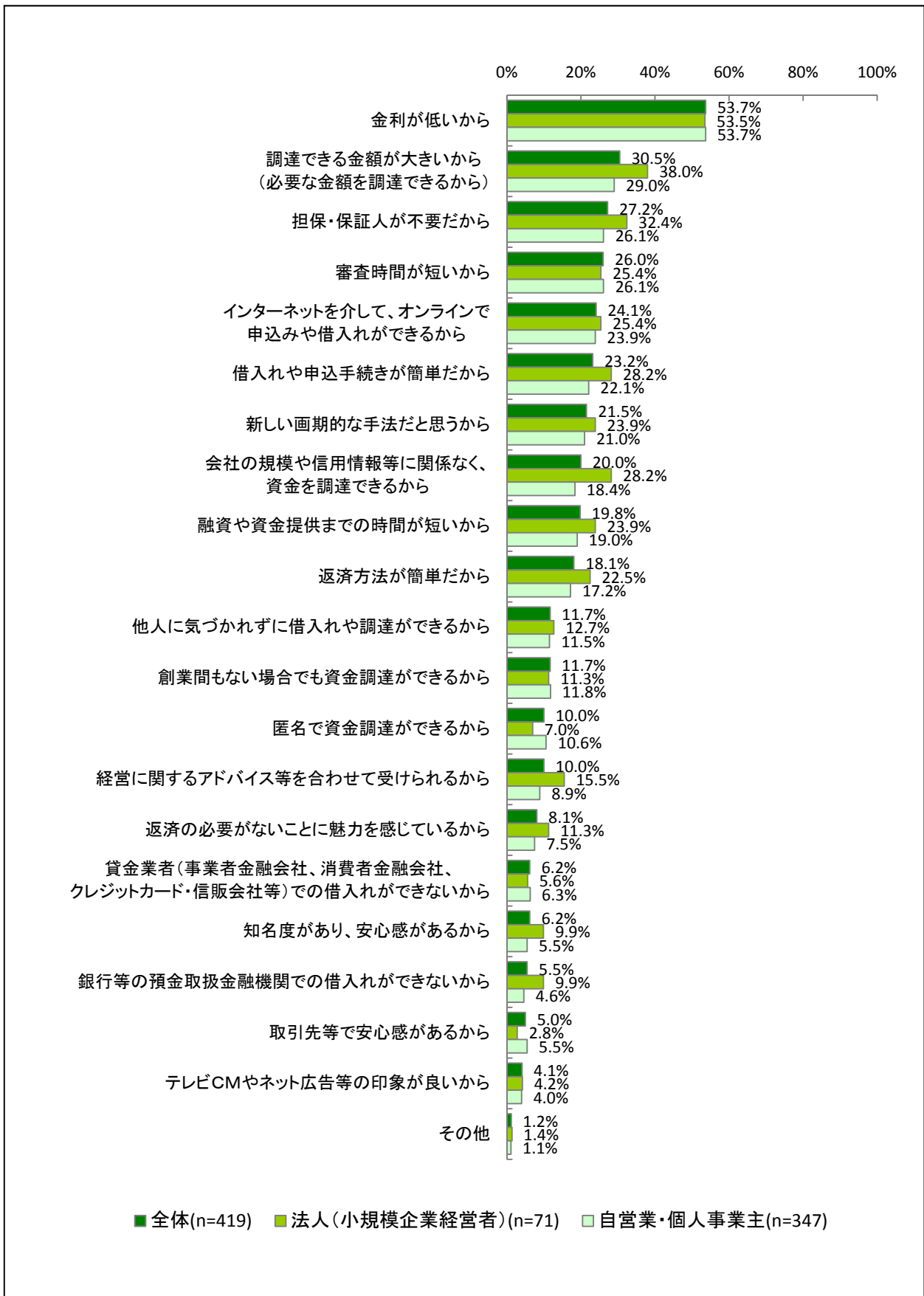


- フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向については、27.9%が利用したいと回答しており、利用したい理由では「金利が低いから」が53.7%と最も高く、次いで「調達できる金額が大きいから(必要な金額を調達できるから)」が30.5%、「担保・保証人が不要だから」が27.2%と続いている。
- インターネットを事業に活用している事業者の利用意向をみると、38.8%がフィンテック等を活用した資金調達方法を利用したいと回答しており、そのうちの「ECモール」や「比較情報サイト」を利用している事業者では、48.2%が利用したいと回答している。

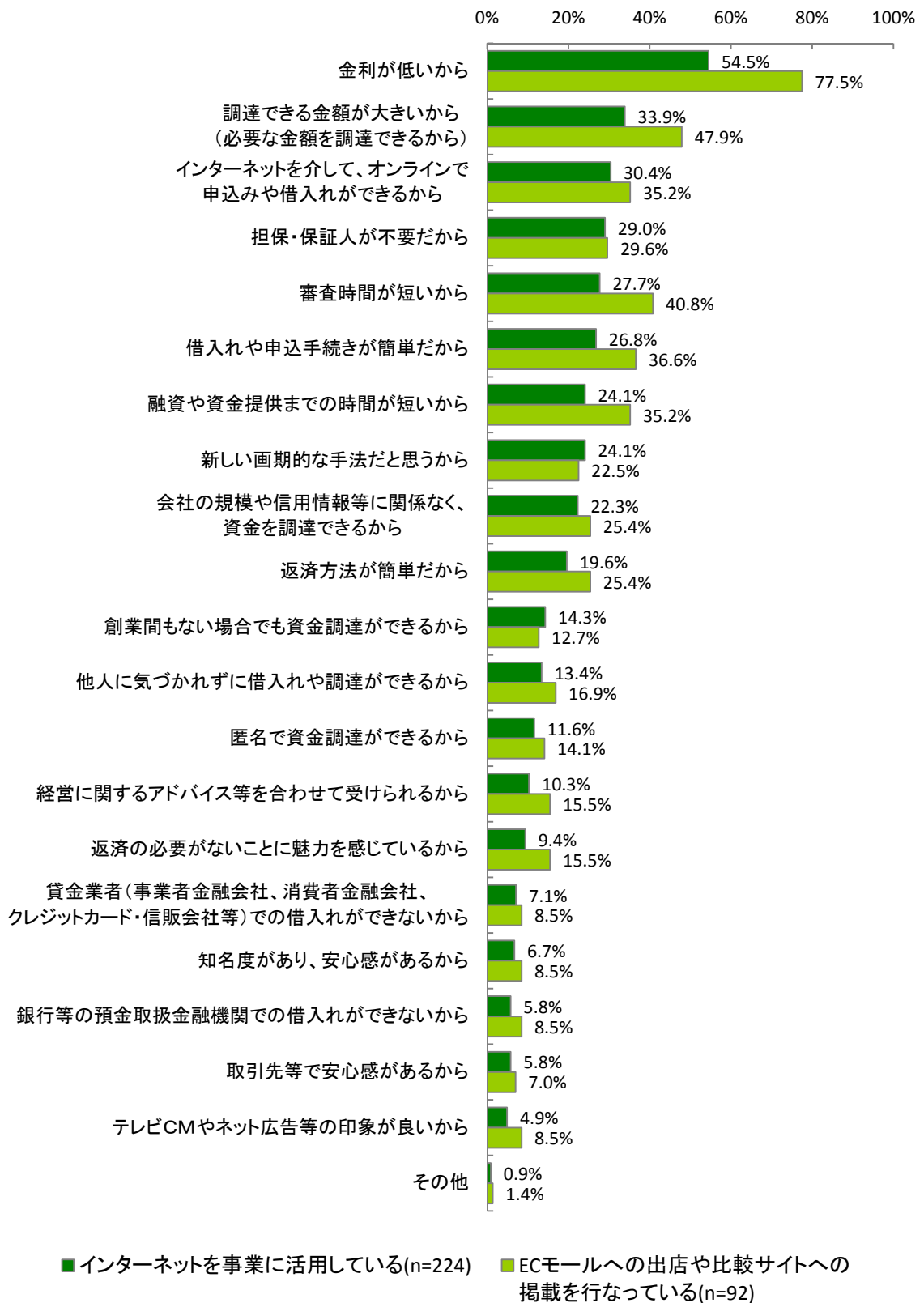
<図 49:フィンテック等を活用した資金調達方法の利用意向>



<図 50: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)>



(インターネットを事業に活用している事業者)

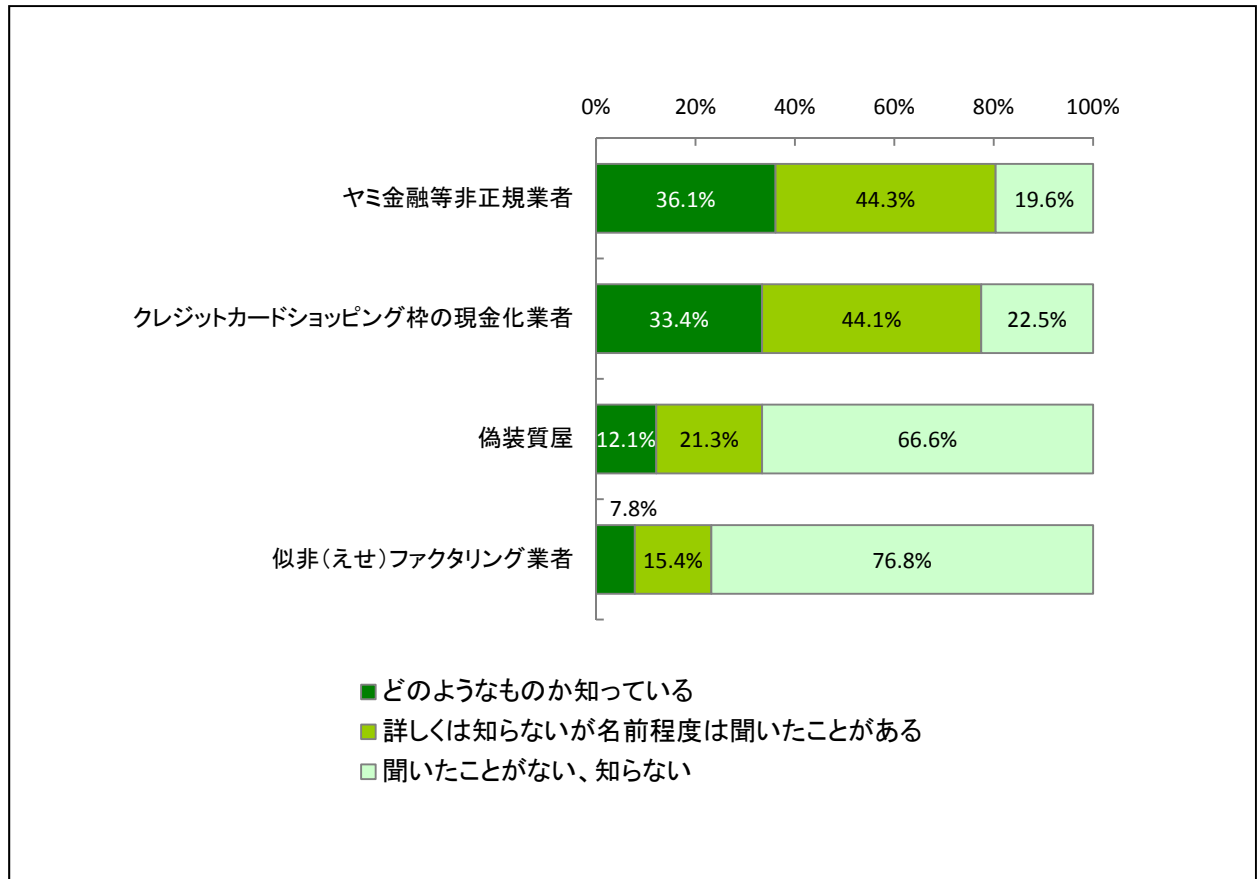


## (6) ヤミ金融等非正規業者との接触状況

## ① ヤミ金融等非正規業者についての認知

- 借入経験のある事業者に対して、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、偽装質屋、似非(えせ)ファクタリング業者の認知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 36.1%、「クレジットカードショッピング枠の現金化業者」が 33.4%、「偽装質屋」が 12.1%、「似非(えせ)ファクタリング業者」が 7.8%となった。

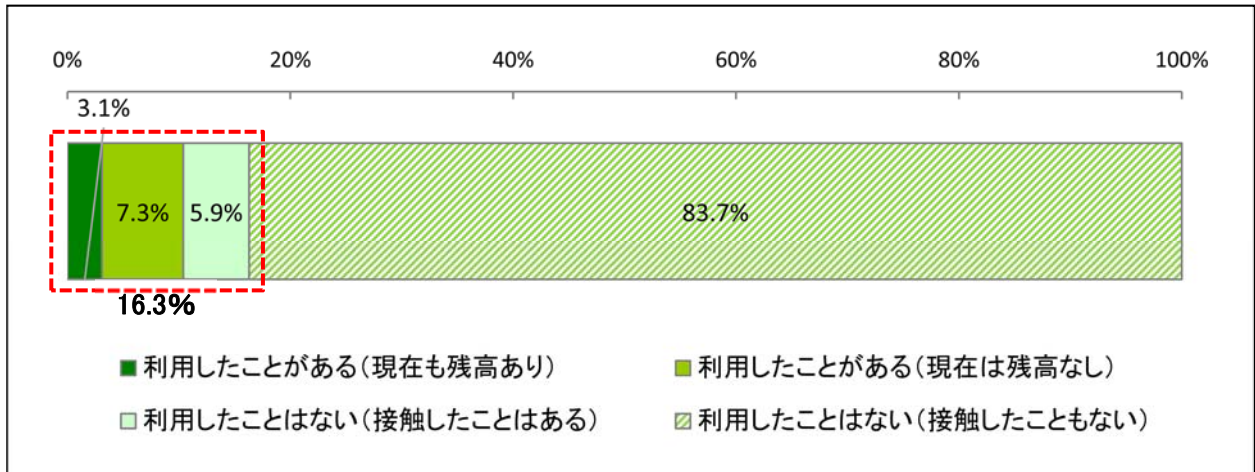
<図 51: ヤミ金融等非正規業者についての認知度 (n=1,500)>



## ② ヤミ金融等非正規業者の利用状況および接触有無

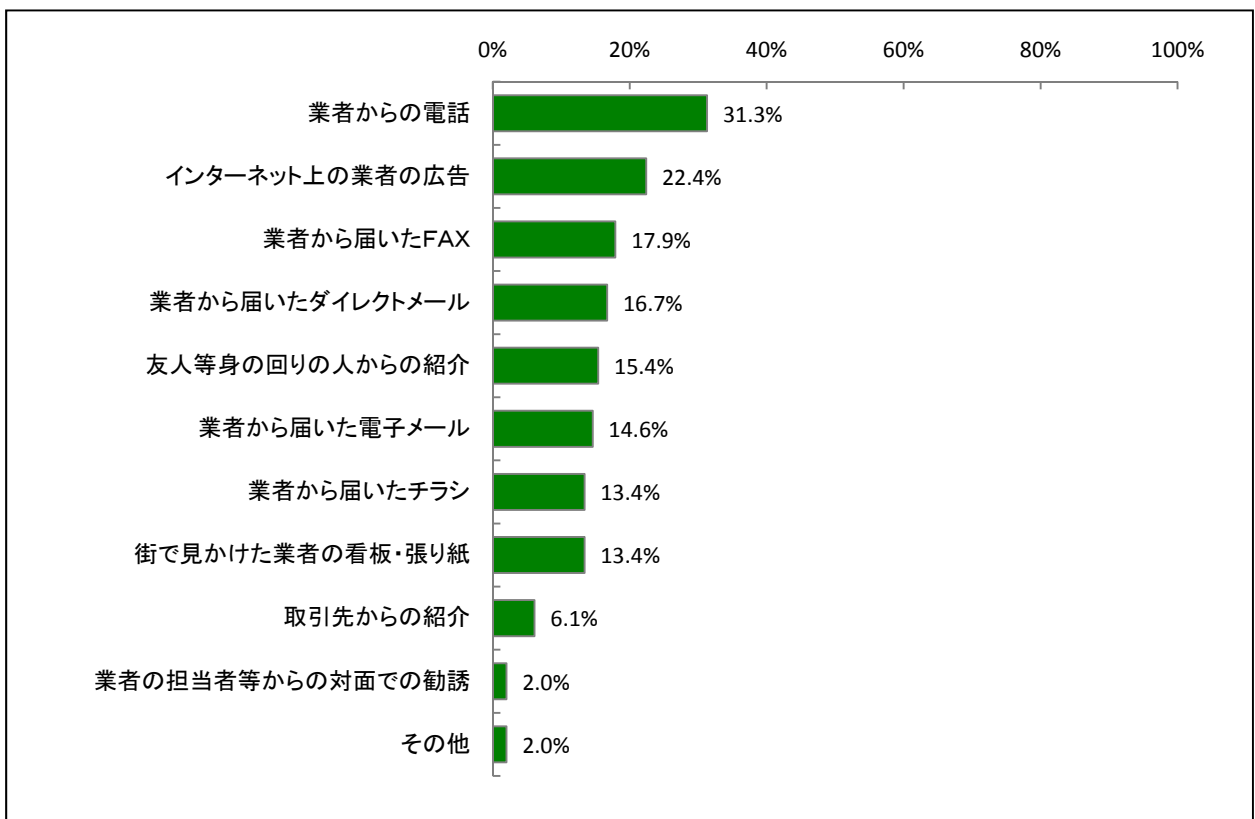
- ヤミ金融等非正規業者との接触経験の有無をみると、16.3%が接触したことがあると回答しており、その接触方法については、「ヤミ金業者等非正規業者からの電話」が31.3%と最も高く、次いで「インターネット上の業者の広告」が22.4%、「ヤミ金融等非正規業者から届いたFAX」が17.9%と続いている。

<図 52: 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 53: ヤミ金融等非正規業者との接触方法 (複数回答 n=246)>

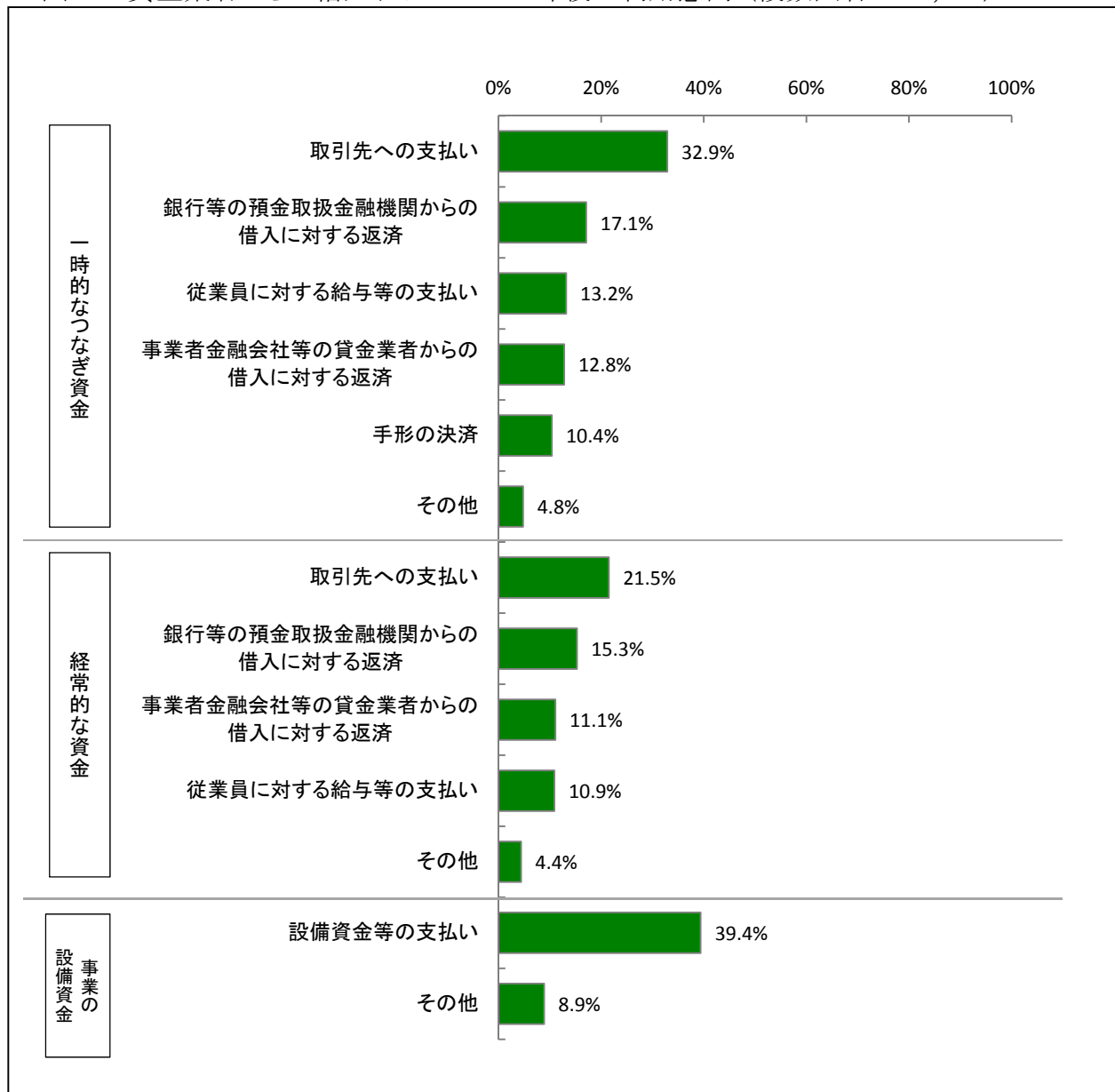


### 3. 貸金業者に対する期待・要望

#### (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、「設備資金等の支払い」が39.4%と最も高く、次いで「取引先への支払い(一時的なつなぎ資金)」が32.9%、「取引先への支払い(経常的な資金)」が21.5%となった。

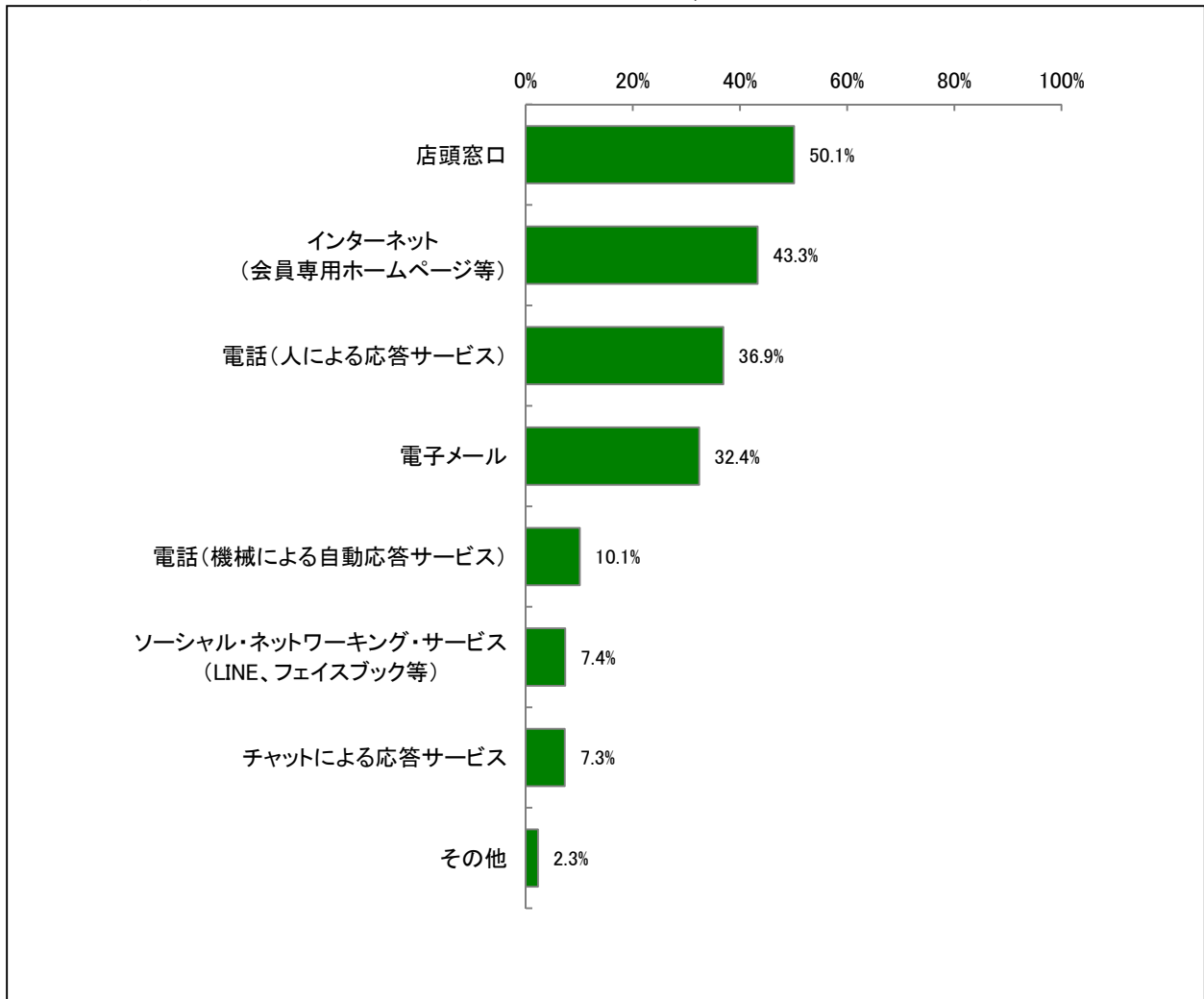
<図 54: 貸金業者からの借入れについての今後の利用意向 (複数回答 n=1,500)>



## (2) 借入先との連絡方法・手段

- 借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50.1%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43.3%、「電話(オペレーターによる応答サービス)」が36.9%と続いている。

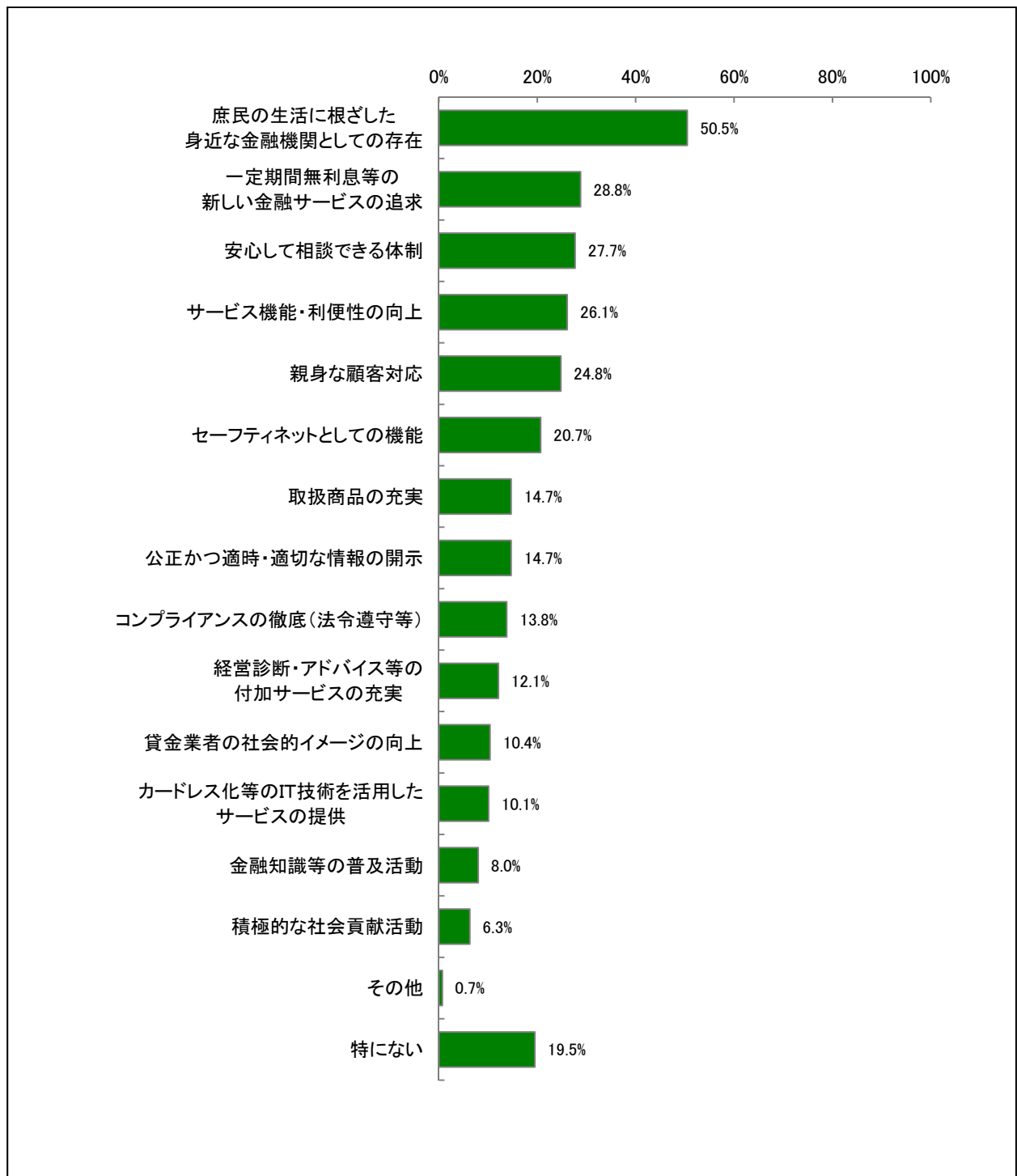
<図 55:借入先との連絡方法・手段 (複数回答 n=1,500)>



### (3) 貸金業者に望むこと

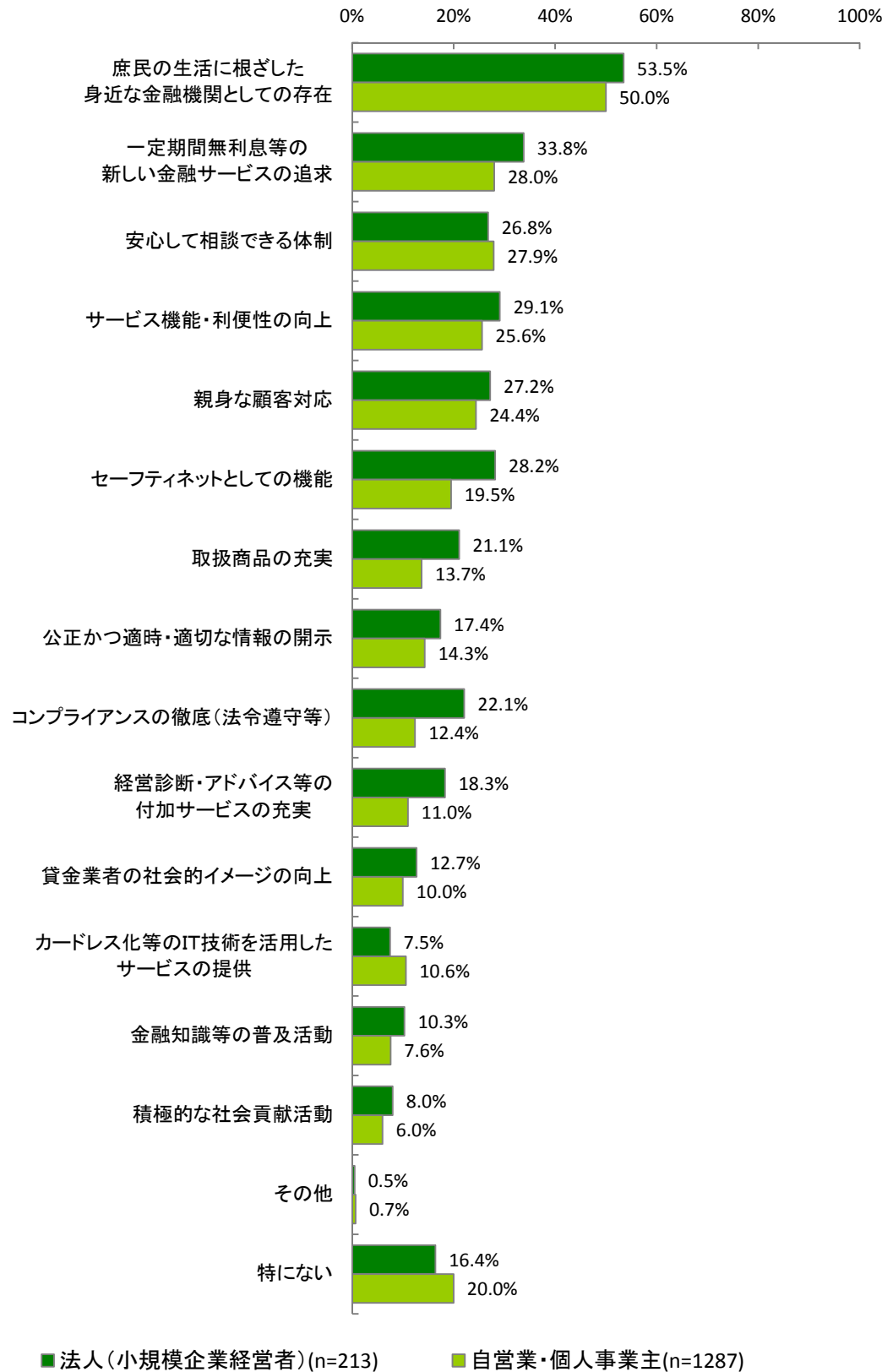
- 貸金業者に望むことについては、「庶民の生活に根ざした身近な金融機関としての存在」が 50.5%と最も高く、次いで「一定期間無利息等の新しい金融サービスの追求」が 28.8%、「安心して相談できる体制」が 27.7%となった。一方、貸金業者の業態や事業規模に応じて、それぞれ望んでいる内容に違いが生じている結果となっている。

<図 56: 貸金業者に望むこと (複数回答 n=1,500)>

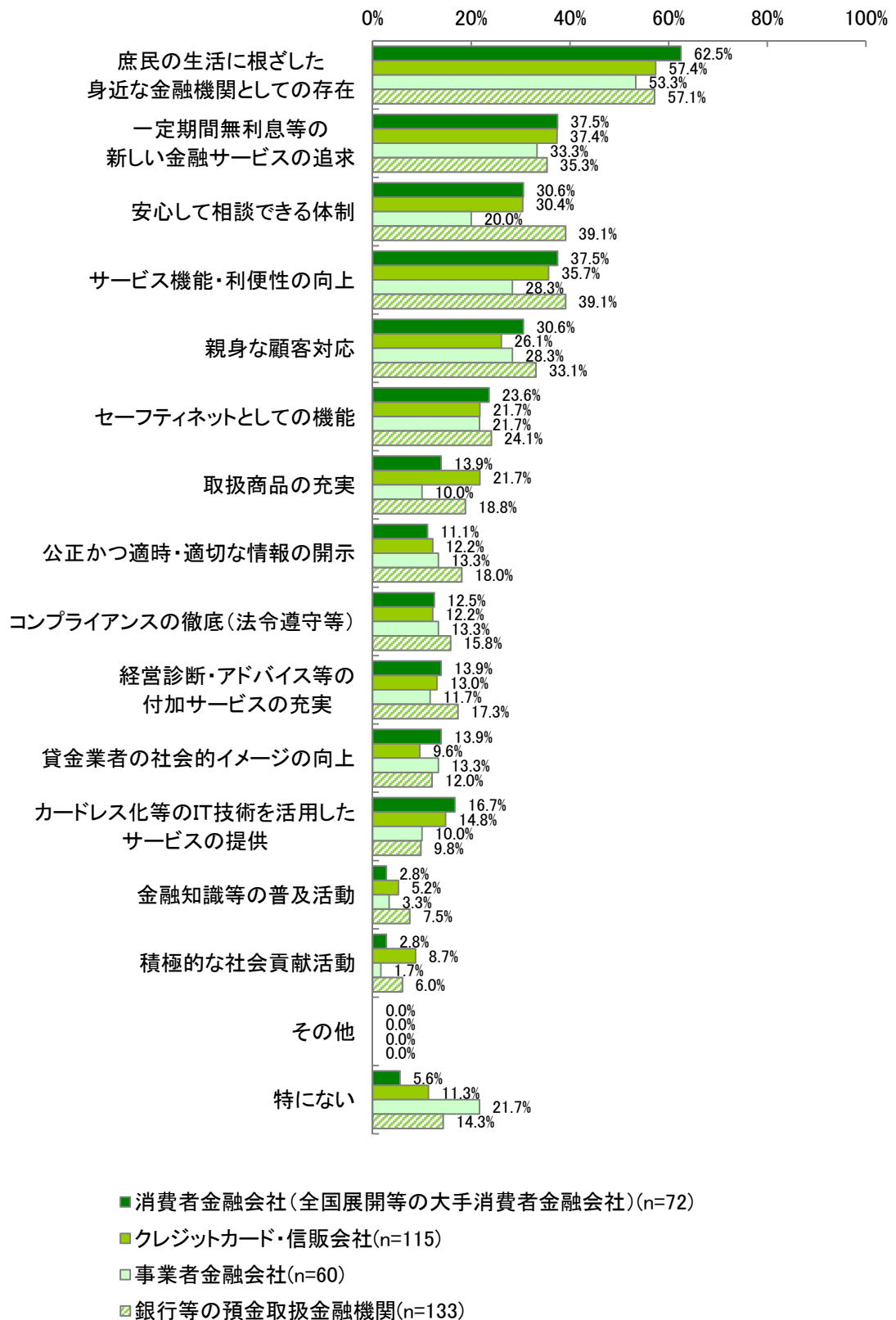




(法人個人事業主別)



(借入先として検討した先別)



以上

## JICC貸金無担保登録情報(※消費者向残高あり)

(2018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	4	0.1	81	1.07	3	0.1	78	1.08	0.9	0.6
20代	675	15.6	508	1.56	337	13.7	334	1.43	13.4	7.5
30代	889	20.5	638	1.47	443	18.0	369	1.40	12.5	8.3
40代	1,102	25.5	718	1.46	629	25.5	392	1.43	12.3	8.8
50代	892	20.6	779	1.50	516	20.9	406	1.44	12.4	9.0
60代	531	12.3	574	1.42	327	13.3	343	1.35	9.3	8.3
70代以上	234	5.4	335	1.29	208	8.4	237	1.23	10.8	14.2
計	4,327	100	642	1.47	2,463	100	363	1.40	11.8	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	291.2	11.3	石川県	42.5	7.1	岡山県	80.0	8.5
青森県	65.7	10.1	福井県	32.6	7.9	広島県	128.3	9.0
岩手県	56.9	8.7	山梨県	42.2	9.7	山口県	65.2	9.5
宮城県	123.5	10.4	長野県	92.2	8.3	徳島県	28.4	8.0
秋田県	48.9	10.0	岐阜県	80.3	7.4	香川県	40.7	8.4
山形県	45.7	8.1	静岡県	178.2	8.9	愛媛県	62.4	9.3
福島県	91.4	9.4	愛知県	341.6	8.6	高知県	35.1	9.9
茨城県	153.6	10.4	三重県	76.3	8.3	福岡県	315.2	12.6
栃木県	97.1	9.5	滋賀県	60.3	8.4	佐賀県	41.7	9.7
群馬県	90.5	9.1	京都府	122.1	9.3	長崎県	72.8	11.0
埼玉県	427.4	11.3	大阪府	513.5	11.8	熊本県	95.4	10.8
千葉県	365.3	11.2	兵庫県	274.9	10.1	大分県	66.7	11.6
東京都	952.2	12.4	奈良県	57.5	9.0	宮崎県	62.0	11.3
神奈川県	569.8	11.7	和歌山県	40.8	8.4	鹿児島県	90.9	11.4
新潟県	91.4	7.8	鳥取県	23.4	8.0	沖縄県	92.0	13.3
富山県	37.1	6.7	島根県	27.2	7.9	合計	6,790.4	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	18.0	1.03	606	24.6	1.03	1,383	20.4	1.03
10万円超～30万円以下	828	19.1	1.18	707	28.7	1.23	1,535	22.6	1.20
30万円超～50万円以下	838	19.4	1.27	606	24.6	1.34	1,444	21.3	1.30
50万円超～100万円以下	1,007	23.3	1.87	438	17.8	2.06	1,445	21.3	1.93
100万円超～150万円以下	475	11.0	1.84	76	3.1	2.14	550	8.1	1.88
150万円超～200万円以下	229	5.3	1.78	21	0.9	2.13	251	3.7	1.81
200万円超～300万円以下	141	3.2	1.89	9	0.4	2.27	149	2.2	1.91
300万円超	33	0.8	2.41	1	0.1	2.70	34	0.5	2.42
計	4,327	100	1.47	2,463	100	1.40	6,790	100	1.44

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2017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