

**「若年層社会人に対するクレジットカードに
関するアンケート(平成27年度)
〔マイナビ調査〕」結果**

平成27年10月



一般社団法人

日本クレジット協会

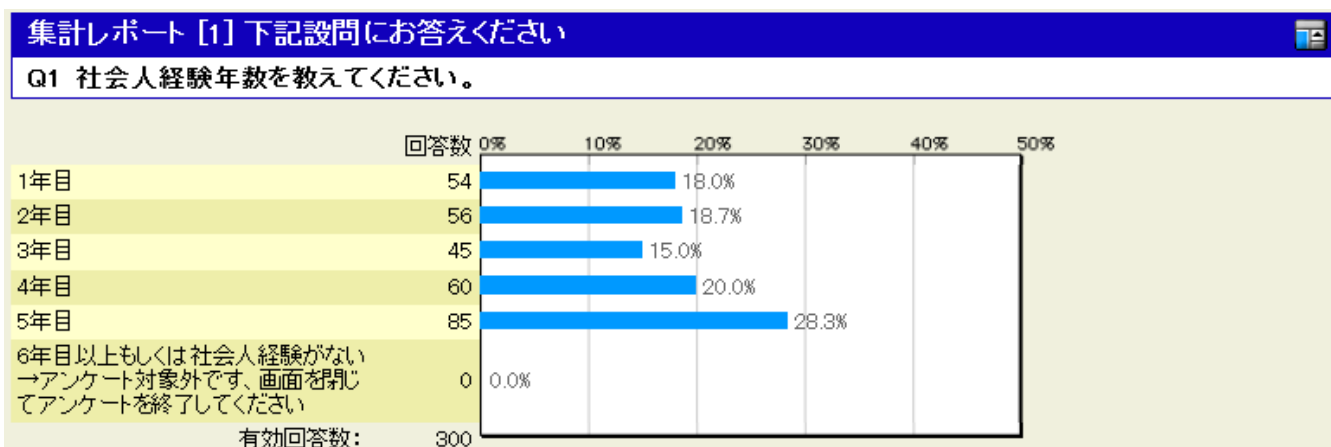
1.概要

- 目的

若年層社会人のクレジットカードの利用状況や意識調査を行うとともに、協会の広報・啓発活動の認知度を確認し、今後の活動につなげる。

- 対象

情報サイト「マイナビチューデント」「マイナビニュース」に登録している1～5年目の社会人

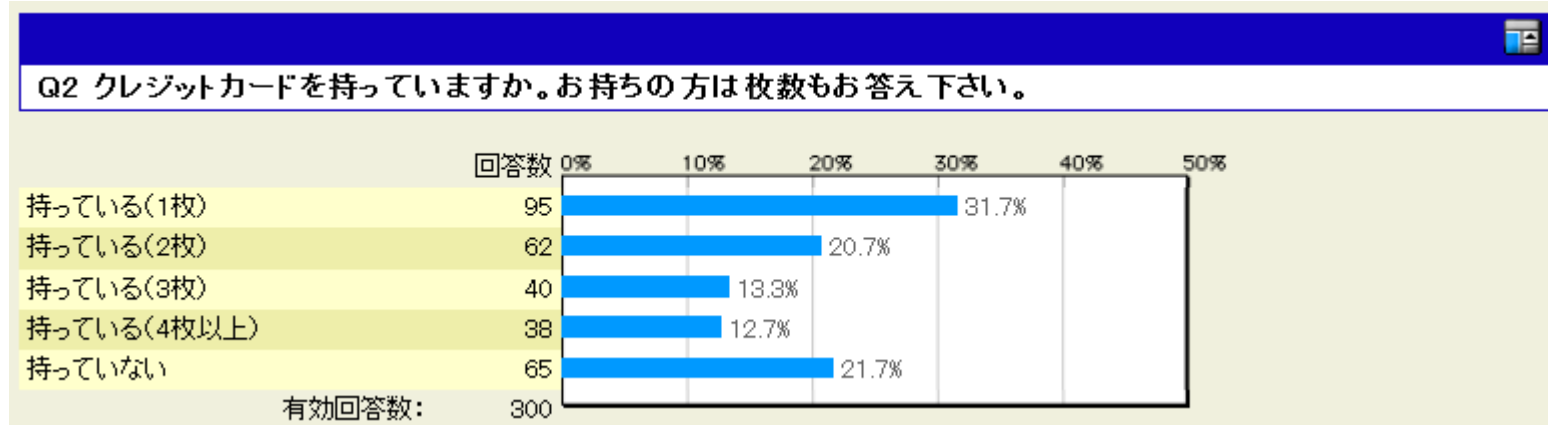


- 実施期間:平成27年5月8日～6月3日
- アンケート方法:webアンケート
- 総数:302件(有効回答数:300件)
- 性別:男性92人／女性208人

2.調査結果

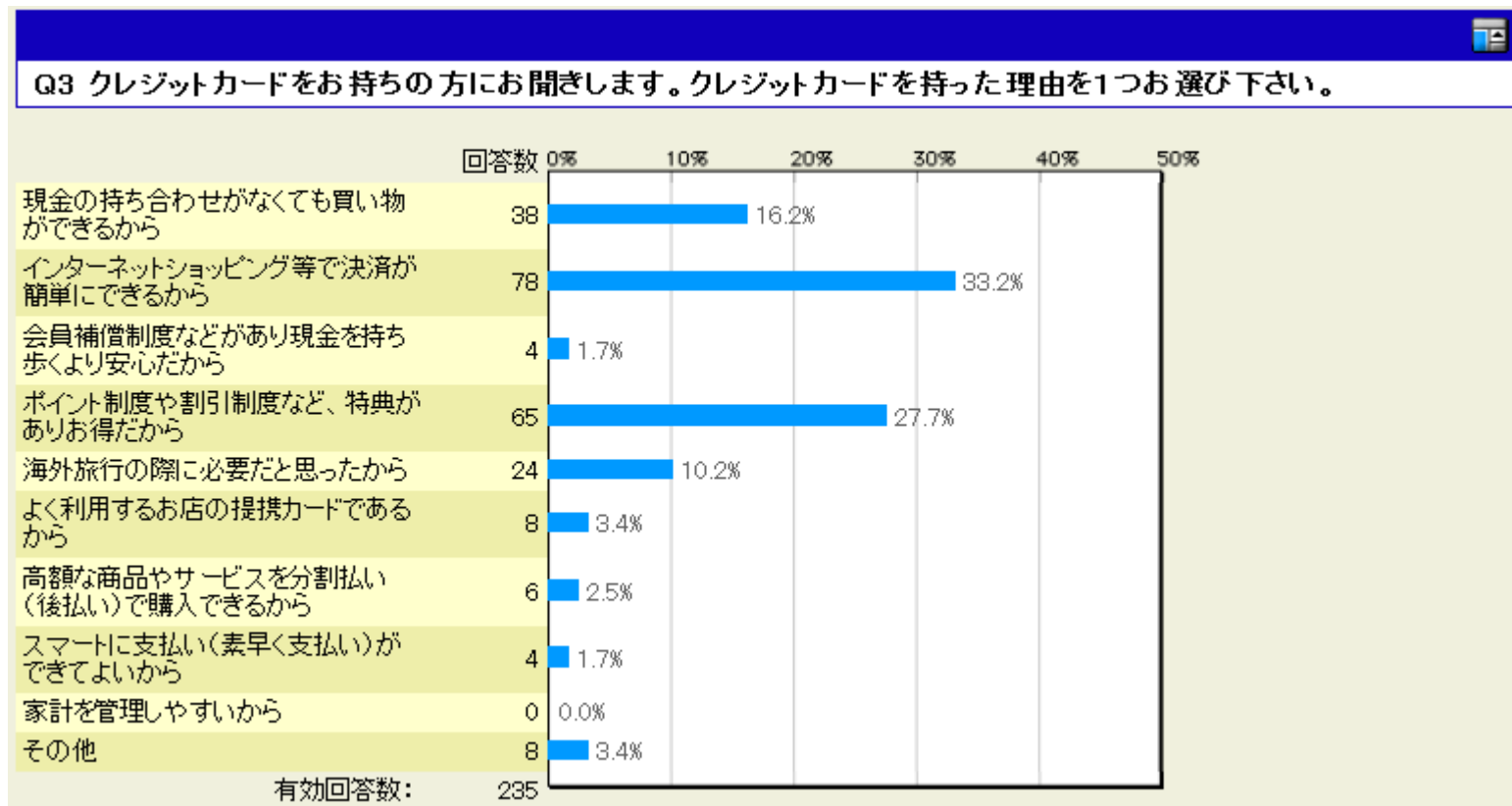
(1)所有の有無:約8割がクレジットカードを所持

- 今回の調査では、のクレジットカード所持率は78.3%であった。
- 所持者のうち一人あたりの平均所持枚数は、1.9枚であり、全世代の平均枚数である2.6枚よりも少ないが、大の平均所持枚数の1.5枚よりは数字が大きくなっている。



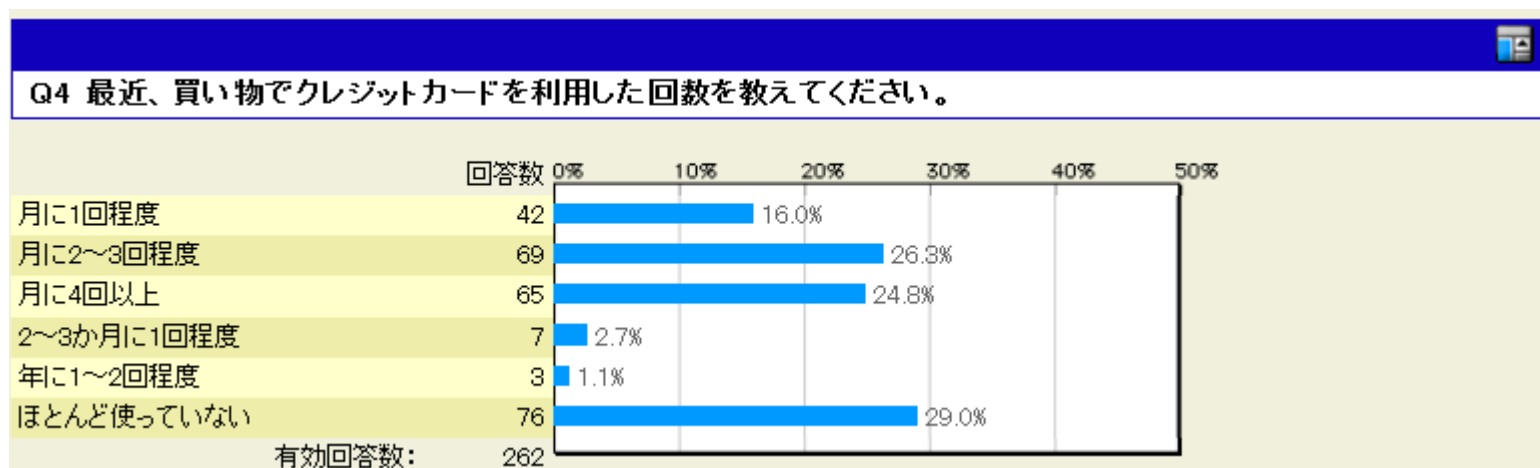
(2) 利用理由：利便性によるものが多い。

- クレジットカードを利用する理由は、「インターネットショッピング等で決済が簡単にできるから」「ポイント制度や割引制度など、特典がありお得だから」「現金の持ち合わせがなくても買い物ができるから」の順となっており、ネット通販が多く利用されていることがうかがえる。
- 一方、「家計が管理しやすいから」「スマートに支払いができてよいから」「会員保障制度があり、安心」といった理由は少なかった。
- フリーアンサーとして、「ETCカードが必要だったから」「勧誘されてなんとなく」など。



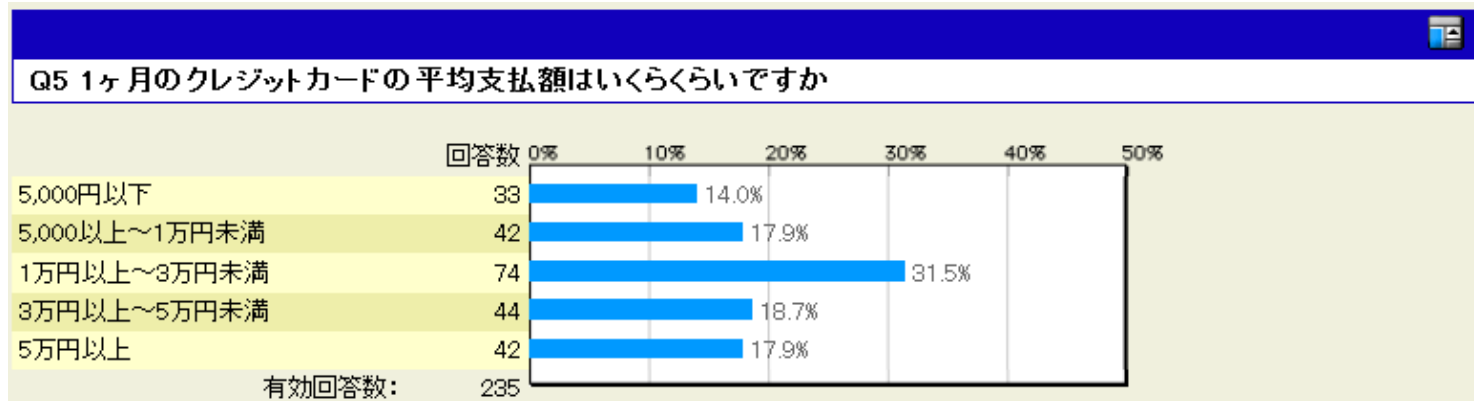
(3) 利用頻度: 約7割が月に1回以上は利用している

- 「月に1回程度」(16.0%)、「月に2～3回程度」(26.3%)、「月に4回以上」(24.8%)と月に1回以上の利用は合計で67.1%。特に、「月に2～3回程度」が26.3%と最も多い。
- 「ほとんど使っていない」は29.0%と、低い。



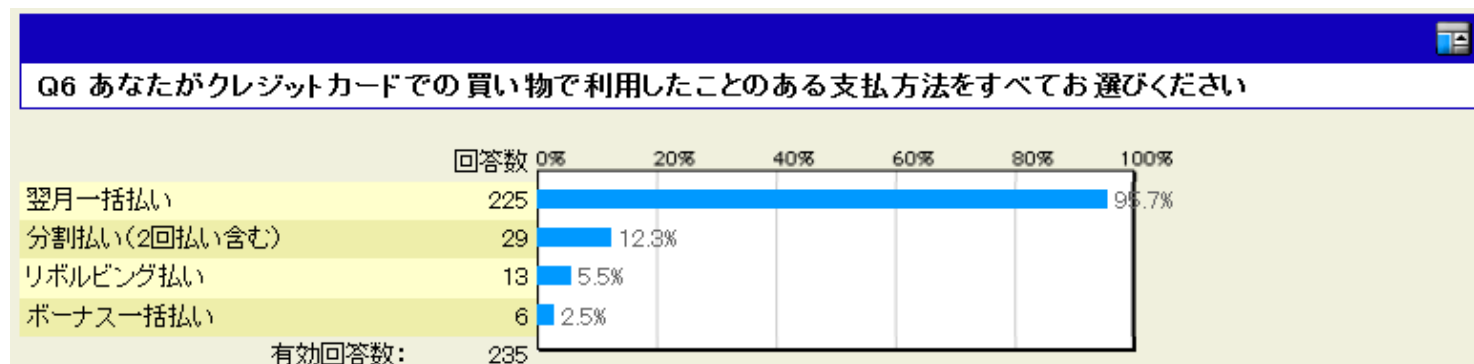
(4) 平均支払額:1万円～3万円未満が最多

- 1ヶ月のクレジットカードの平均支払額は「1万円～3万円未満」が31.5%と最多。その他はあまり差はないようで、社会人ということもあり、「5万円以上」という回答も多くみられる。



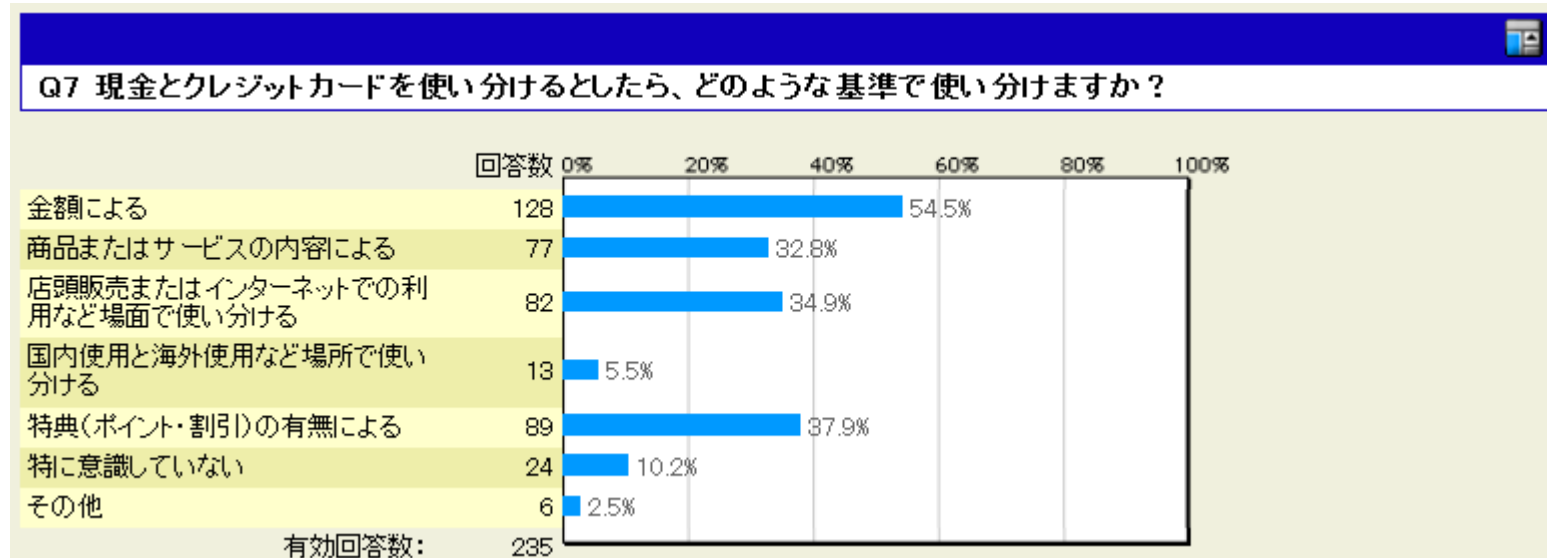
(5) 支払方法:翌月一括払いが最多

- 翌月一括払いが95.7%とほとんどを占めている。
- 分割払いやリボルビング払い、ボーナス一括払いの割合は低い。



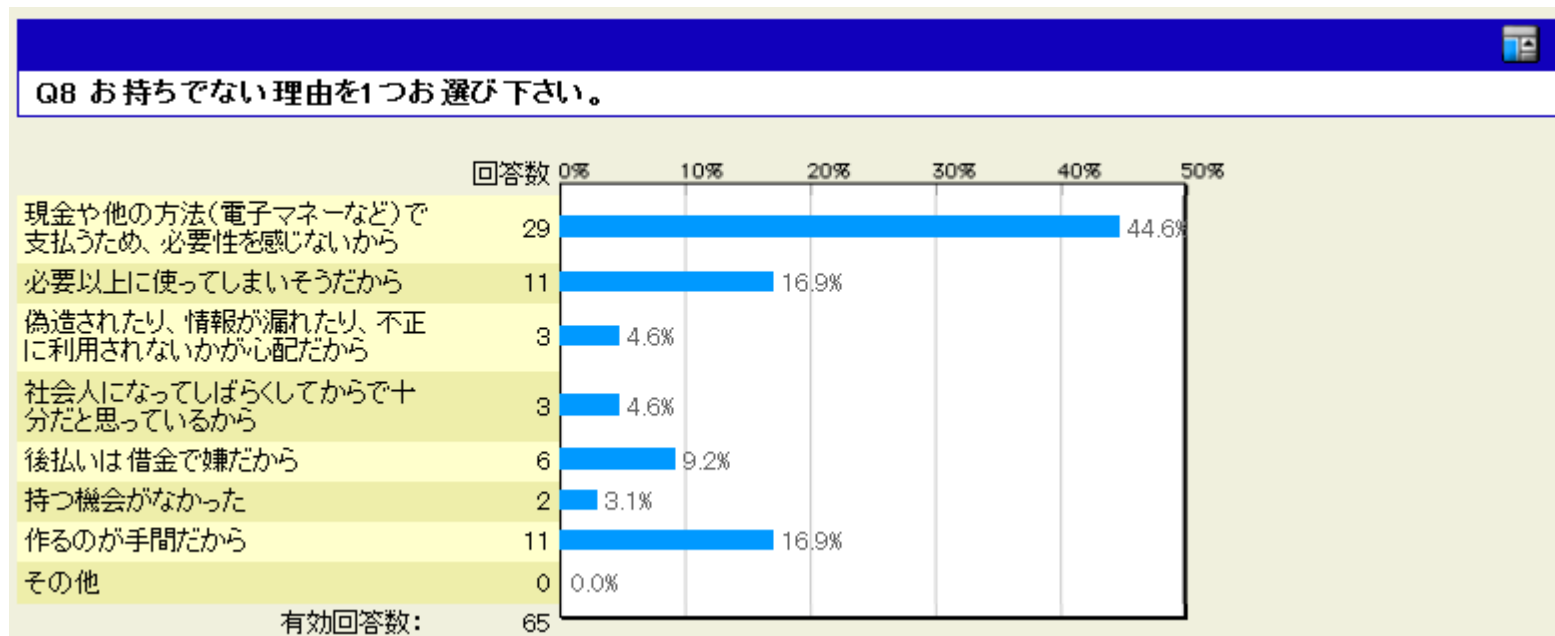
(6) 現金とクレジットカードの使い分け: 金額によって使い分けしている

- 金額によって使い分けしているという回答が大半の54.5%。
- 「特典(ポイント・割引)の有無による」(37.9%)、「店頭販売またはインターネットでの利用など場面で使い分ける」(34.9%)、「商品またはサービスの内容による」(32.8%)と続く。
- 自由回答として、「使えるところはすべてカード」「現金は徹底して避けている」といった回答もみられた。



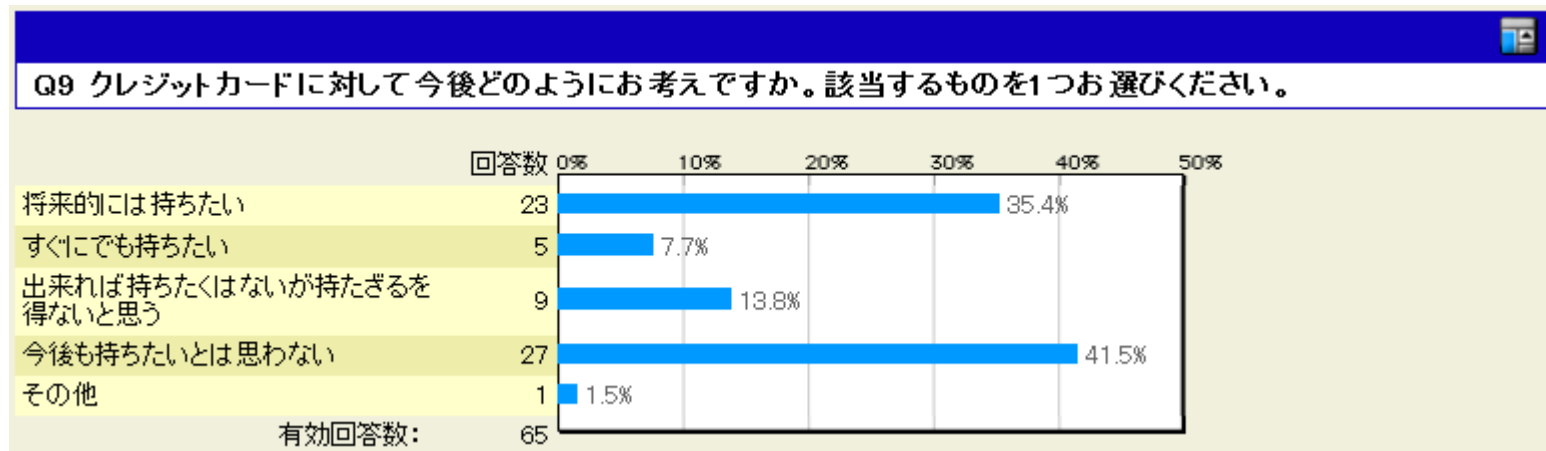
(7)不所持の理由:現状、必要性を感じていない

- 「現金や他の方法(電子マネーなど)で支払うため、必要性を感じないから」が最も多く、「必要以上に使ってしまいそうだから」「作るのが手間だから」と続く。現状の支払方法で不自由しておらずクレジットカードの必要性を感じていないのが不所持の主な理由と思われる。
- 一方、「偽造、情報漏えい、不正使用が心配」「後払いは借金だから」という回答は少数であり、不正使用や後払いなどへの不安感や抵抗感は少ないようである。



(8) 今後の考え(不所持者): 約4割が所持に関して前向きに検討している

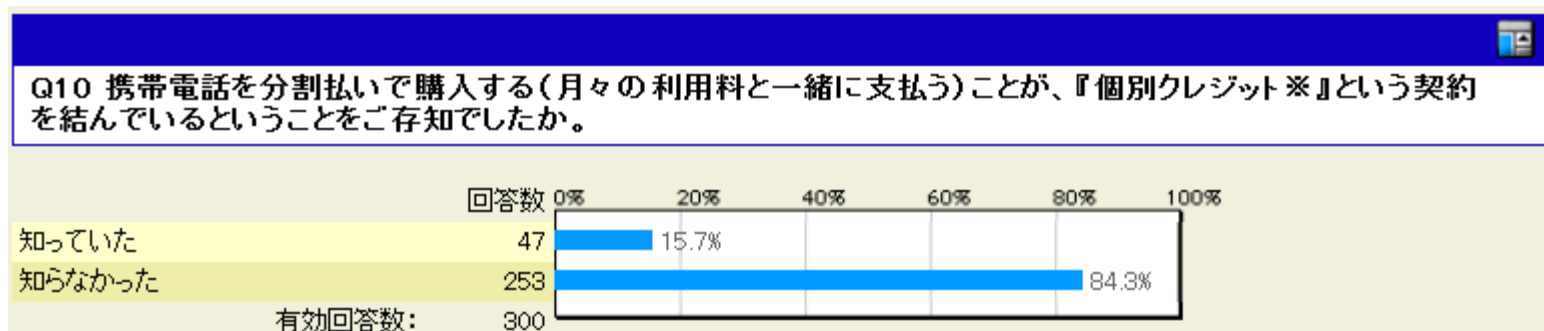
- クレジットカードを持っていない対象者は、「将来的には持ちたい」「すぐにでも持ちたい」が合計で43.1%で、持っていない者もクレジットカードを持ちたいという気持ちは強いようであった。
- 一方、「今後も持ちたいとは思わない」も全体の41.5%となっており、意見が分かれる結果となった。



(9) 携帯電話における個別クレジット契約の認知度:

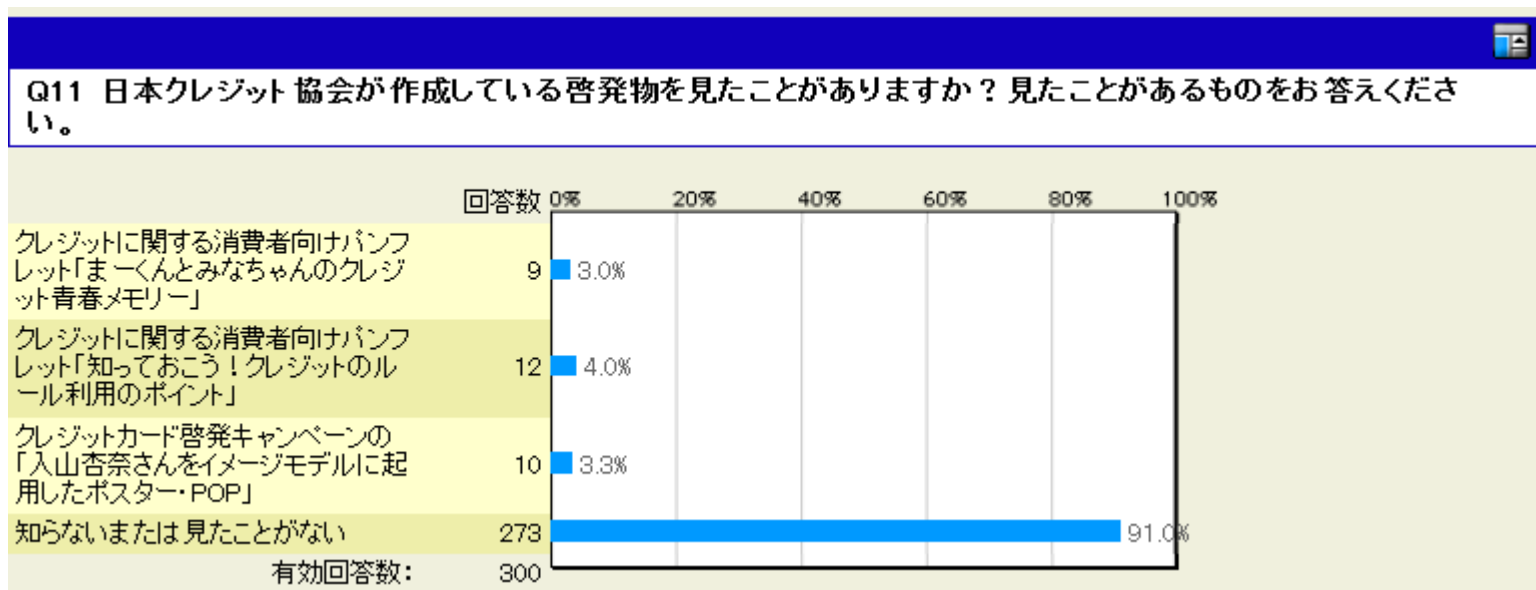
知らなかったという回答が約8割

- 携帯電話を分割払いで購入することが個別クレジット契約であることを「知らなかった」という回答が84.3%と多数を占めた。
- 業界、通信事業者各社において携帯電話の個別クレジット契約について広報を進めてはいるが、「知っていた」は15.7%にとどまり、正しい知識の普及にはまだ至っていないようである。



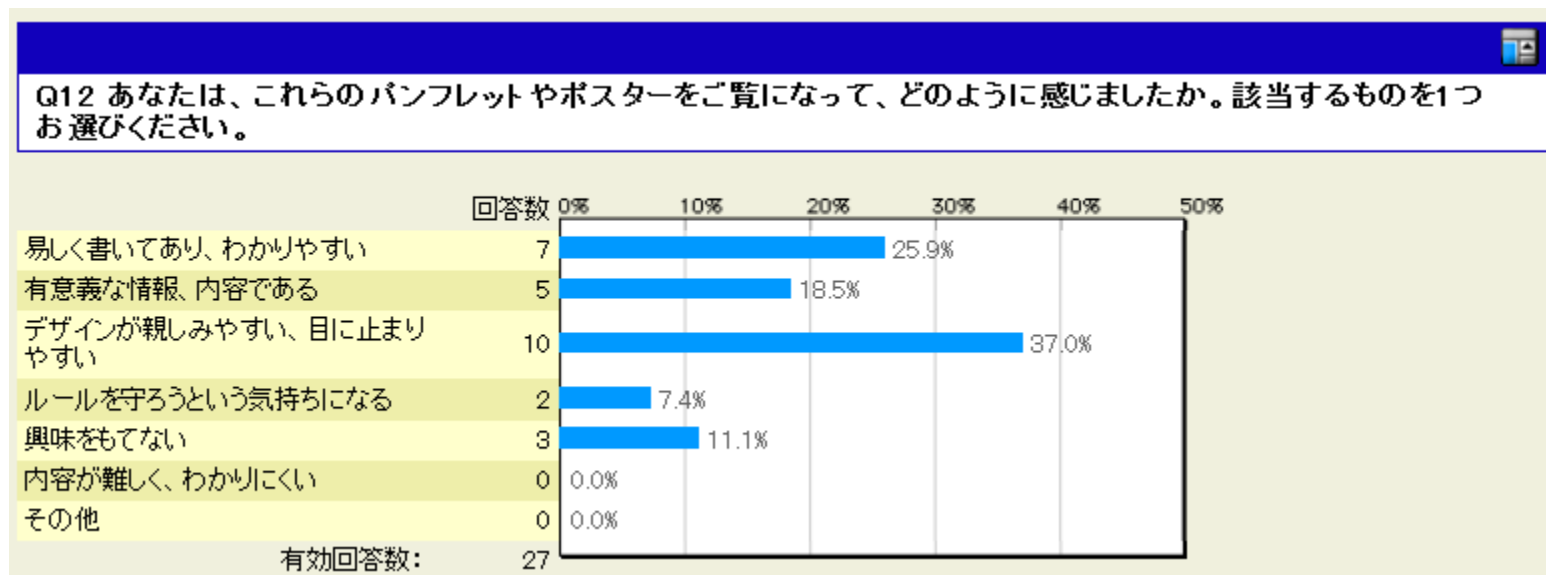
(10) 協会の啓発物の認知度: 認知度は合計で10.3%

- 協会の啓発物の認知度は3つ合わせて10.3%であった。これらの啓発物は大学生向けの広報展開を行っていたので、社会人には目に触れる機会がなかったと思われる。
- 若年層社会人向けの広報展開を模索する必要があると考えられる。



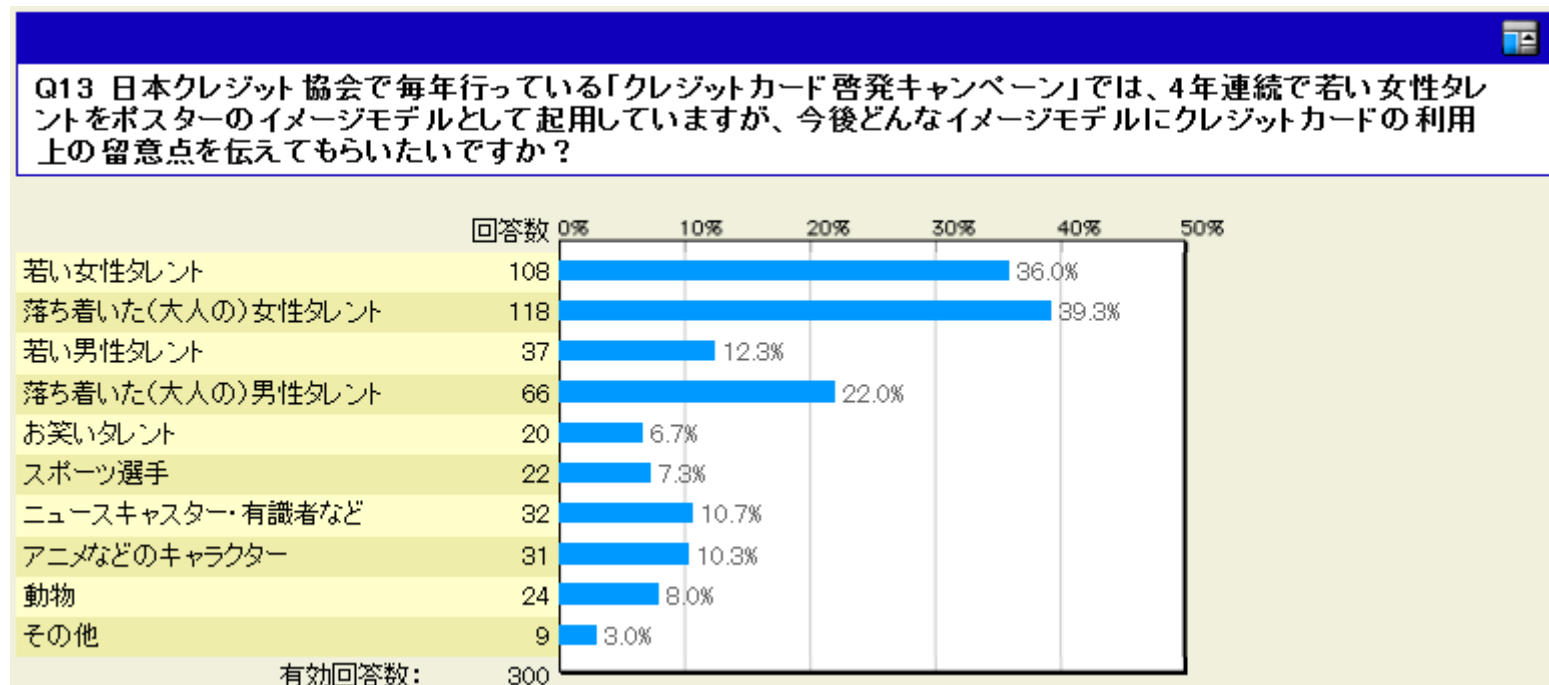
(11) 啓発物の印象: 好感度は高い

- 「デザインが親しみやすい、目に止まりやすい」が最多であり、協会の啓発物を目にした人にとって、印象に残りやすいということがわかった。
- 「易しく書いてあり、わかりやすい」という回答も多く、内容のレベルは今のままで問題なく理解できているようである。



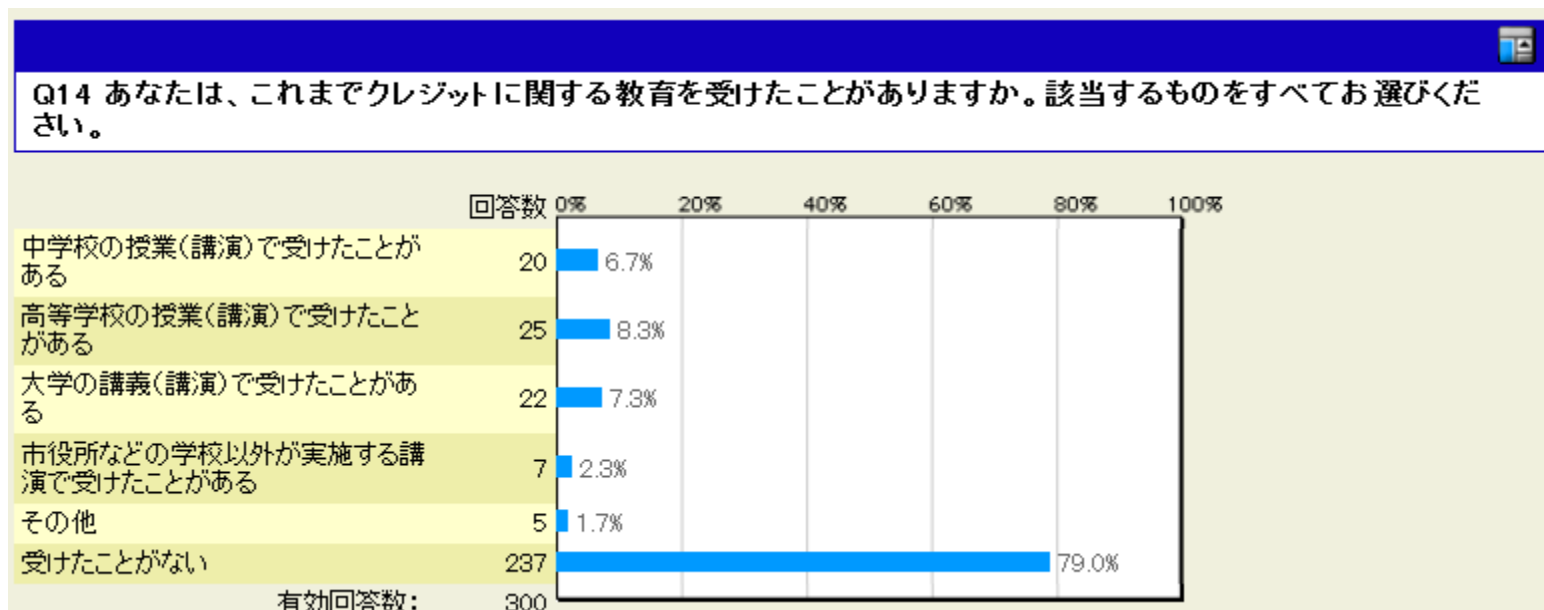
(12) クレジットカードの啓発イメージ: 女性タレントを希望している

- キャンペーンのイメージモデルに対する希望としては、女性タレントが最も支持が高い。
- 女性タレントの中では、あまり差はないが、落ち着いた(大人の)イメージの女性タレントの方が希望が多いようである。



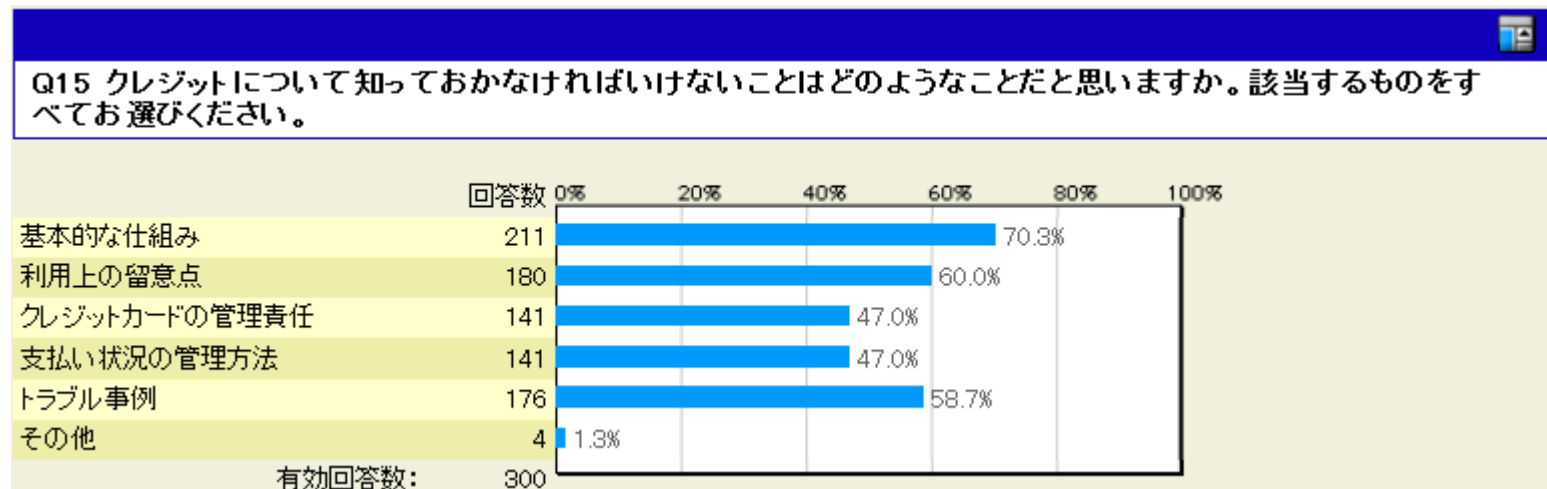
(13) クレジット教育受講率: 受けたことがないが約8割

- 「受けたことがない」という回答が79.0%と非常に高い。
- 今回の調査対象者は高校卒業年次が平成19年以前～平成23年ごろの者がほとんどであるが、高等学校の学習指導要領に消費者教育(クレジット分野含む)が盛り込まれたのは平成20年、消費者教育推進法の施行が平成24年ということ踏まえると、クレジット教育がまだまだ定着していない現状がうかがえる。



(14)クレジットに関する知識:基本的な仕組みを知りたい者が多い

- 「基本的な仕組み」を知っておきたいという回答が70.3%と最多であり、まずもって仕組みを知っておきたいということがうかがえる。
- 次に「利用上の留意点」「トラブル事例」が多く、事前に知っておくことでトラブルを回避したい者が多いことがうかがえる。



3.まとめ

- 今回の調査では、対象者の約8割がクレジットカードを所有しており、かなり高い所有率であった。また所有していない者においても、約4割が今後は持ちたいと考えていることから、多数がクレジットカードの必要性を感じており、将来のクレジットカードの利用可能性が大変高いことが判明した。
- クレジットカードを利用する理由では、ネットショッピング等で決済が簡単が4割近くを占めるなど、インターネットでの調査らしく、ネット通販でのクレジットカード決済を日常的に多く利用していることが読み取れた。
- また、クレジットカードを持っていない理由としては、現金や他の電子マネーで支払っており現状クレジットカードの必要性を感じていないことが挙げられる。ただ、社会人になってしばらくしてからで十分、作るのが手間だった、など、今後機会があれば持つであろう者も少なくない。
- 携帯電話を分割で購入することが「個別クレジット」だと認識していない者が8割以上を占めていることを考えると、対象者への啓発の必要性は非常に大きいと思われる。
- 協会作成の啓発物については、知らない対象者が9割近くおり、認知してもらうための工夫が必要である一方、内容やデザインの評価は概ね高い。内容・デザインは現状のレベル感を保ちつつ、効果的なPR方法を考える必要がある。
- クレジットに関する教育は、受けたことがない対象者が8割超であり、引き続きクレジット教育推進のための活動をすすめていくことが必要であるのと同時に、クレジット教育がまだまだ定着していない現状の中で、今回の調査対象の層(若年層の社会人)への効果的な周知方法についても考えていく必要がある。