

クレジットに関する消費者向け実態調査結果の公表について

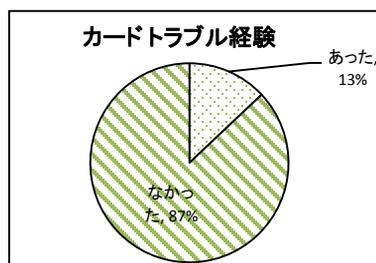
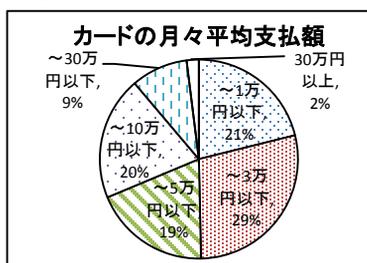
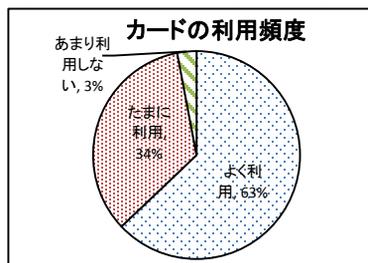
一般社団法人日本クレジット協会(会長:大森 一廣)では、平成22年度より毎年実施している消費者のクレジット利用等の実態について、インターネットによる調査を実施しました。

本年度の調査結果については、概ねこれまでと同じ傾向となっていますが、主な特徴は以下のとおりです。

本調査結果を踏まえ、当協会としては、消費者の皆様に必要な情報の提供など広報・啓発活動の更なる強化を図ります。

《クレジットカード》

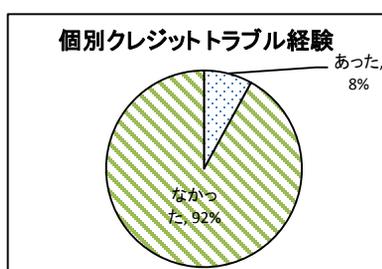
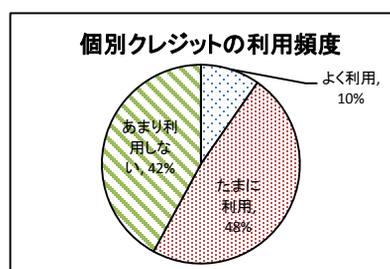
- ①定期的に利用している人の割合は、「良く利用している」が63%であり、「たまに利用している」を合わせると97%と非常に高く、月々の支払い平均額は5.4万円（ただし、3万円以下が半数）となっている。また、カードのイメージは「ポイント制度や割引制度、特典がありお得」「通販・インターネットショッピングでの決済が簡単にできる」などの理由により総じてプラスイメージを持っている者が91%と高い。
- ②他方で、カード利用によるトラブル経験者は13%※。主な理由としては、「カードが利用できなかった」「支払えなくなった」など、本人の利用に起因する事項が多い。
※本年度調査より、本来のトラブルに「困ったこと」を含めた為、昨年度（5%）より増加している。
- ③また、利用場所については、インターネットショップでの利用が83%と最も多く、非対面での利用が増えてきている。なお、インターネット利用者は、情報漏洩が心配といった漠然とした不安を持っている者が81%と多い。



《個別クレジット》

- ①定期的に利用している人の割合は、「良く利用している」が10%であり、「たまに利用している」を合わせても58%とカードほど高くない。
- ②購入商品は、「携帯電話・スマートフォン」が多い。一方で、スマートフォン等を購入する際の分割払いを個別クレジットと認識していない者は69%で、特に若年層（75%）はその傾向が強い。
- ③他方で、個別クレジット利用によるトラブル経験者は8%※。主な理由としては、「商品・サービスに関して不満」「商品を購入するよう強引だった」など、購入商品の品質や売買契約等に対する不満が多かった。

※本年度調査より、本来のトラブルに「困ったこと」を含めた為、昨年度（4%）より増加している。



【お問い合わせ先】

一般社団法人日本クレジット協会 消費者・広報部 TEL: 03-5643-0011
〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14番1号 住生日本橋小網町ビル

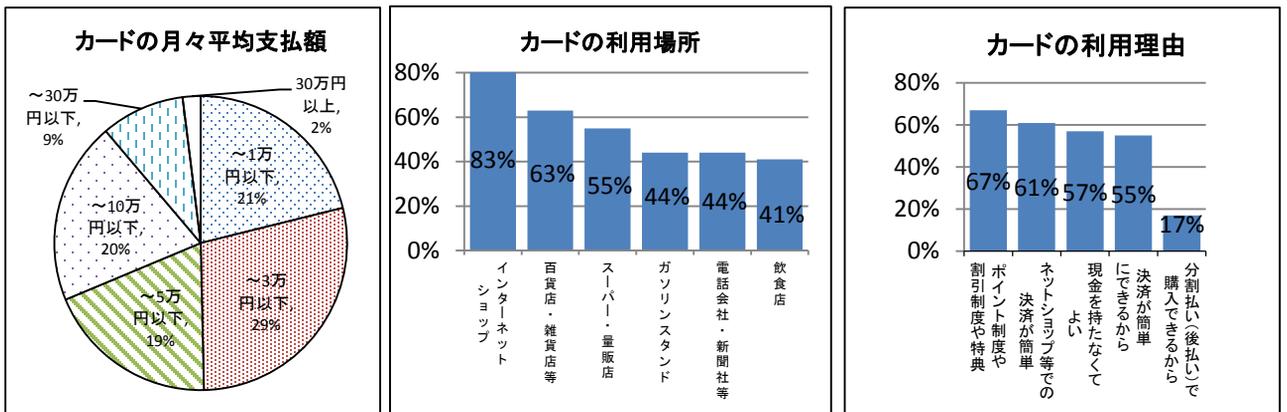
I. クレジットカード利用者に対する調査結果

(クレジットカード利用者2,826サンプルを抽出)

(1) クレジットカードの利用実態とイメージ

- ①クレジットカードを定期的に利用している人の割合は、「よく利用(63%)」「たまに利用(34%)」を合わせると97%で、月々の支払い平均額は5.4万円(若年層は2.8万円)。
- ②利用場所としては、非対面の「インターネットショップ(83%)」が高くなっており、次いで、対面の「百貨店・専門店(63%)」「スーパー・量販店(55%)」と続いた。【複数回答有】
- ③利用の理由は、「ポイント制度や割引制度、特典がありお得(67%)」「通販・インターネットショッピングで決済が簡単にできるから(61%)」が高くなっており、特典や通販・インターネットショッピングでの決済の簡便さによるものが主なもの。また、クレジットカードに対する利用者のイメージは、91%が良いイメージ。

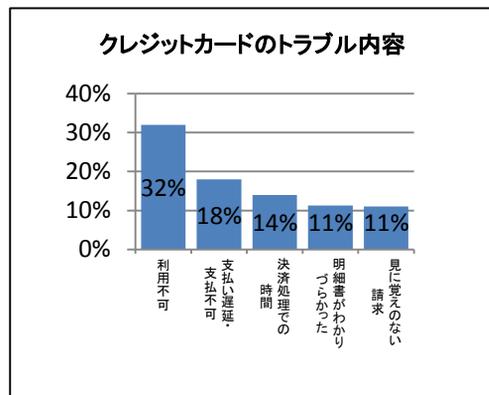
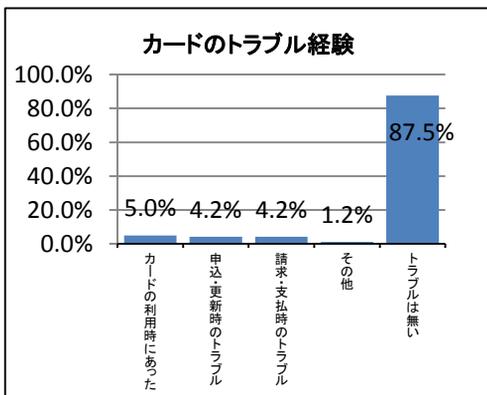
【複数回答有】



(2) クレジットカードのトラブル実態

- ①直近1年のトラブル経験は、「無い」が約87%。
- ②13%※のトラブルの内容の詳細については、「(カードを)利用できなかった」「クレジット会社への支払いが遅れてしまった、または、支払えなくなってしまった」「決済処理に時間がかかった」など。

※昨年度(5%)より増加しているが、理由は本年度調査よりトラブル範囲として「困ったこと」を含めた為。

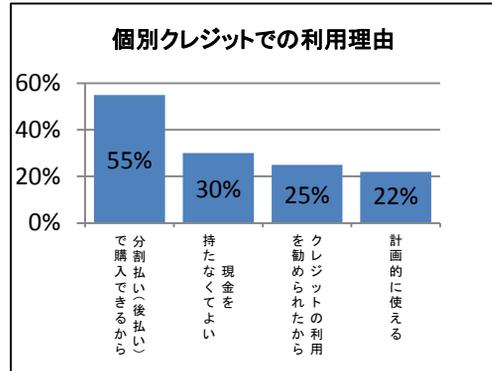
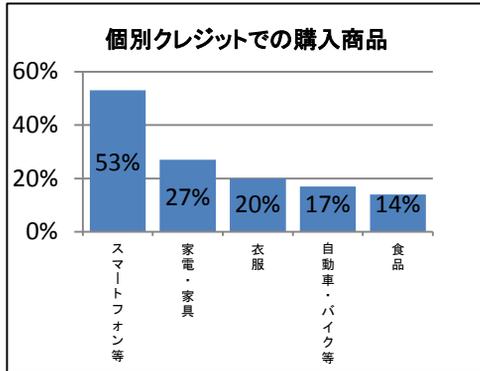


II. 個別クレジット利用者に対する調査結果

(個別クレジット利用者1210サンプルを抽出)

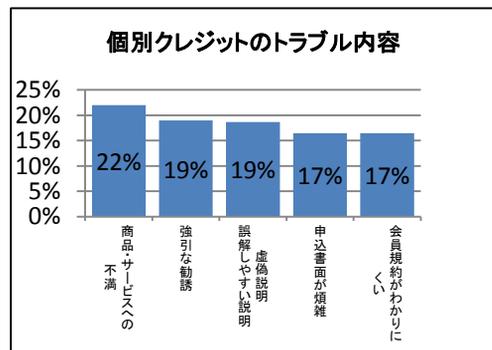
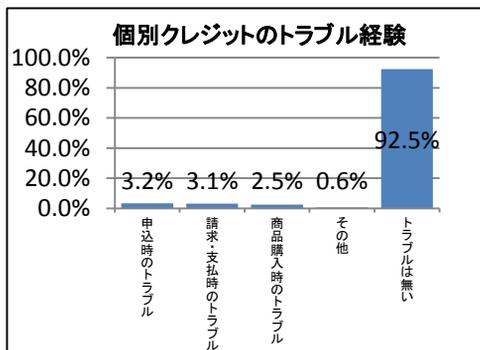
(1) 個別クレジットの利用実態

- ①個別クレジットを定期的に利用している人の割合は、58%（「よく利用(10%)」＋「たまに利用(48%)」）とクレジットカードに比べ低いですが、シニア層が特に多く利用している（68%）。
- ②購入商品は携帯電話・スマートフォンでの利用が53%と高く、特に男女ともに30代が多く利用している（男62%・女67%）。
- ③利用の理由としては、「高額な商品や役務を分割払い(後払い)で購入できるから(55%)」が最も高く、若年層も同様の理由が最も高い（60%）。 【複数回答有】



(2) 個別クレジットのトラブル実態

- ①直近1年のトラブル経験は、「無い」が約92%。
- ②8%※のトラブルの内容の詳細については、「商品・サービスに関して不満」「商品を購入するよう強引だった」「虚偽または誤解しやすい説明をされた」など。
※昨年度（4%）より増加しているが、理由は本年度調査よりトラブル範囲として「困ったこと」を含めた為。



(3) 携帯電話・スマートフォン分割購入時の『個別クレジット』利用認知率 (サンプル数：3,000)

- ①スマートフォン等購入時の分割払いを個別クレジットだと認識していない者は全体で69%。
- ②若年層においては、75%が「知らなかった」と回答。

III. クレジットに関する広報・啓発活動における今後の重点対象(サンプル数:3,000)

- ①当協会の認知度は32%。
「知っている(5%)」＋「なんとなく知っている(27%)」
- ②当協会が重点的にクレジットに関して広報した方がよいと思う対象について、「若年層」が69%と突出して多い。
- ③クレジット教育について、「受けたことがある」が全体では9%と低いですが、若年層では22%であり、学校教育の中で徐々に浸透してきていることがうかがえる。

