

**「若年層(社会人1~5年目対象)に対する
クレジットカードに関するアンケート(平成28年度)
〔マイナビ調査〕」結果**

平成28年6月



一般社団法人

日本クレジット協会

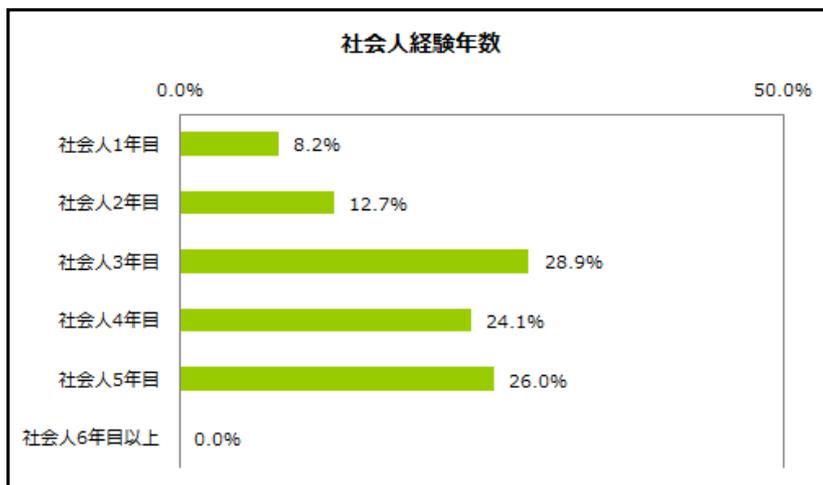
1.概要

- 目的

若年層(社会人1~5年目)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「マイナビスチューデント」「マイナビニュース」に登録している1~5年目の社会人

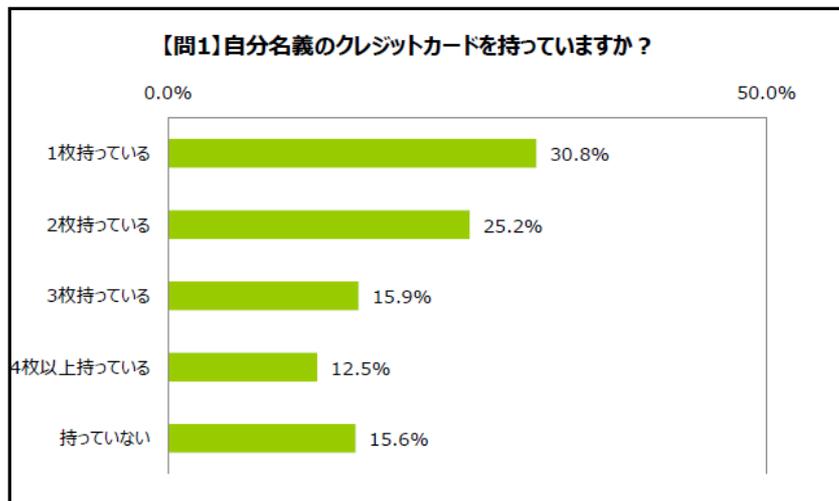


- 実施期間:平成28年5月12日~5月20日
- アンケート方法:webアンケート
- 総数:377件
- 性別:男性149人/女性228人

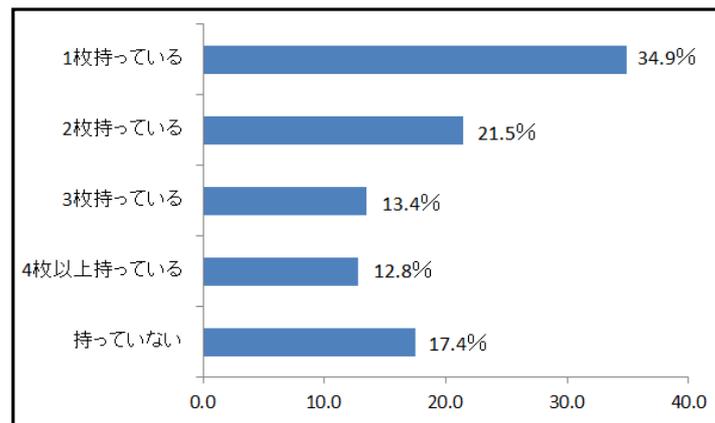
2.調査結果

(1)所有の有無:本人名義は約8割、家族カードは約2割が所有(n=377)

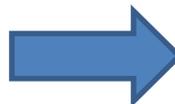
- 今回の調査では、本人名義のクレジットカード所有率は84.4%であり、前年比6.1%の増加。所有者のうち一人あたりの平均所有枚数は1.8枚。全世代の平均枚数である2.5枚(クレジットカード発行枚数調査 日本クレジット協会調べ)よりも少ない。
- 男女別でみると、男性は「1枚持っている」が34.9%と女性に比べ高いが、女性は複数枚所有している割合が57.4%と男性に比べ高い。



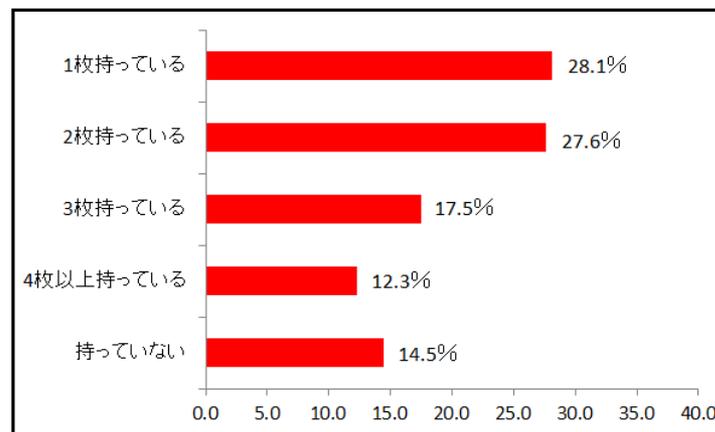
男性
(n=149)



男女別

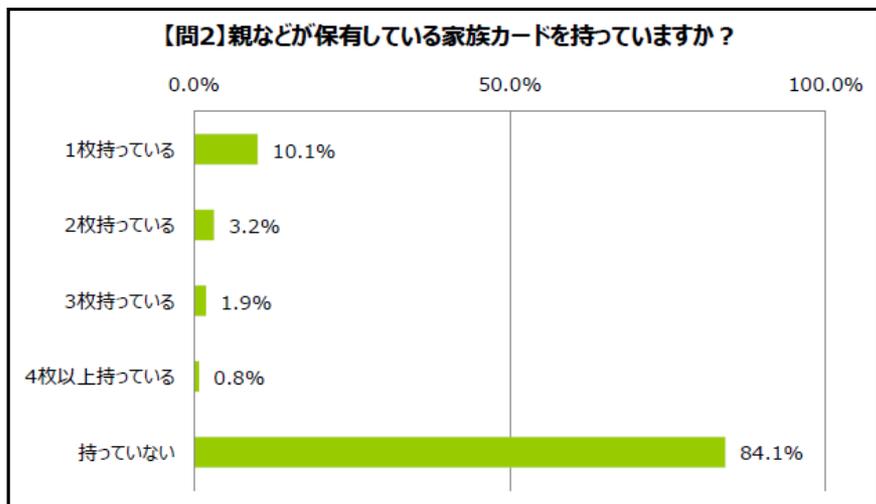


女性
(n=228)



(2) 所有の有無：家族カードは約2割が所有 (n=377)

- 今回の調査では、初めて家族カードの所有を聞いた。家族カードの所有率は16.0%。所有者のうち一人あたりの平均所有枚数は0.3枚。全世代の平均枚数である1.2枚(クレジットカード発行枚数調査 日本クレジット協会調べ)よりも少ない。
- 男女による傾向の違いはほぼない。
- 若年層も社会人になると本人名義のカードを所有することがうかがわれる。

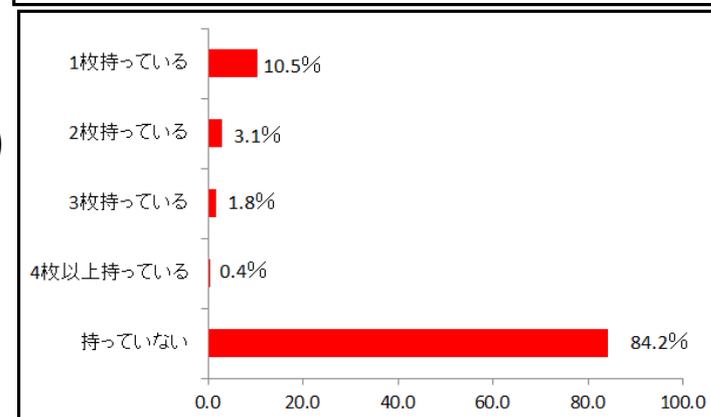
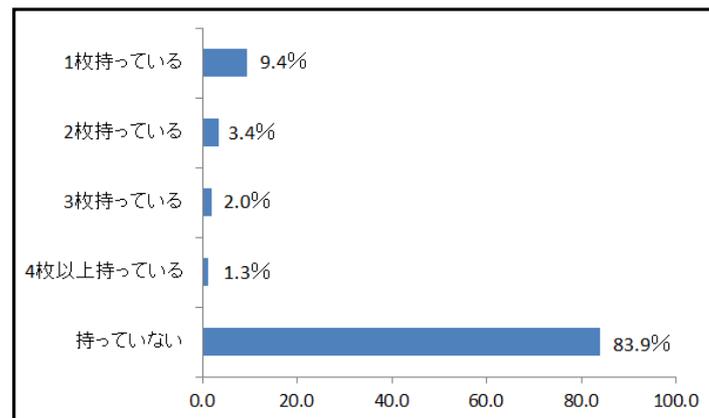


男性
(n=149)

男女別

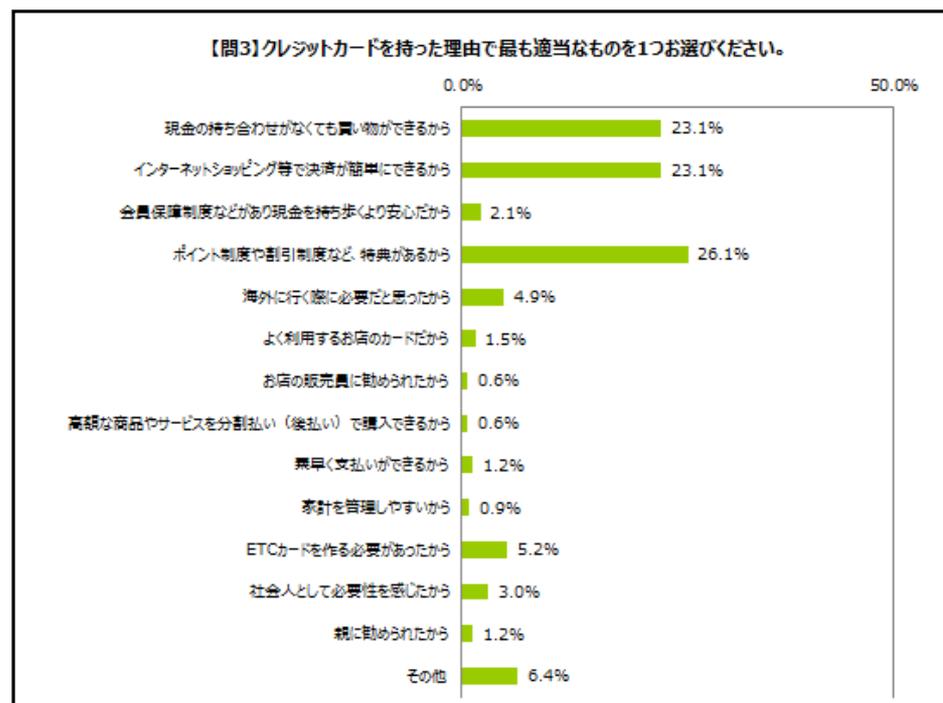


女性
(n=228)



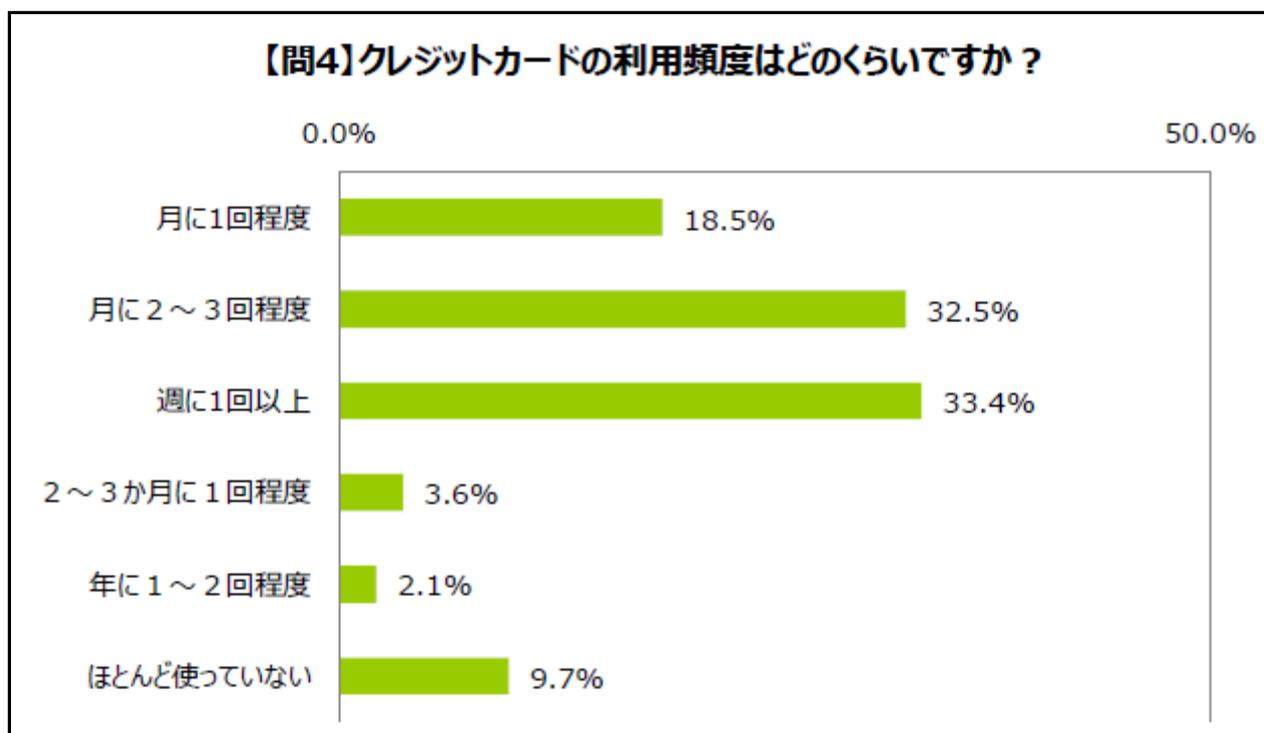
(3) クレジットカードを持ったきっかけ: 特典や使い勝手によるものが多い。(n=329)

- クレジットカードを持ったきっかけは、「ポイント制度や割引制度など、特典がありお得だから」(26.1%)、「現金の持ち合わせがなくても買い物ができるから」(23.1%)、「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」(23.1%)の順となっており、特典や使い勝手が重視されていることがうかがえる。
- 一方、「高額な商品やサービスを分割払い(後払い)で購入できるから」「家計が管理しやすいから」といったクレジットカード本来の特徴に関する部分での理由は少なかった。
- 自由回答として、「コンサートチケット購入の際に必要なだったから」「鉄道系のカードで定期券を購入するついでに」など。



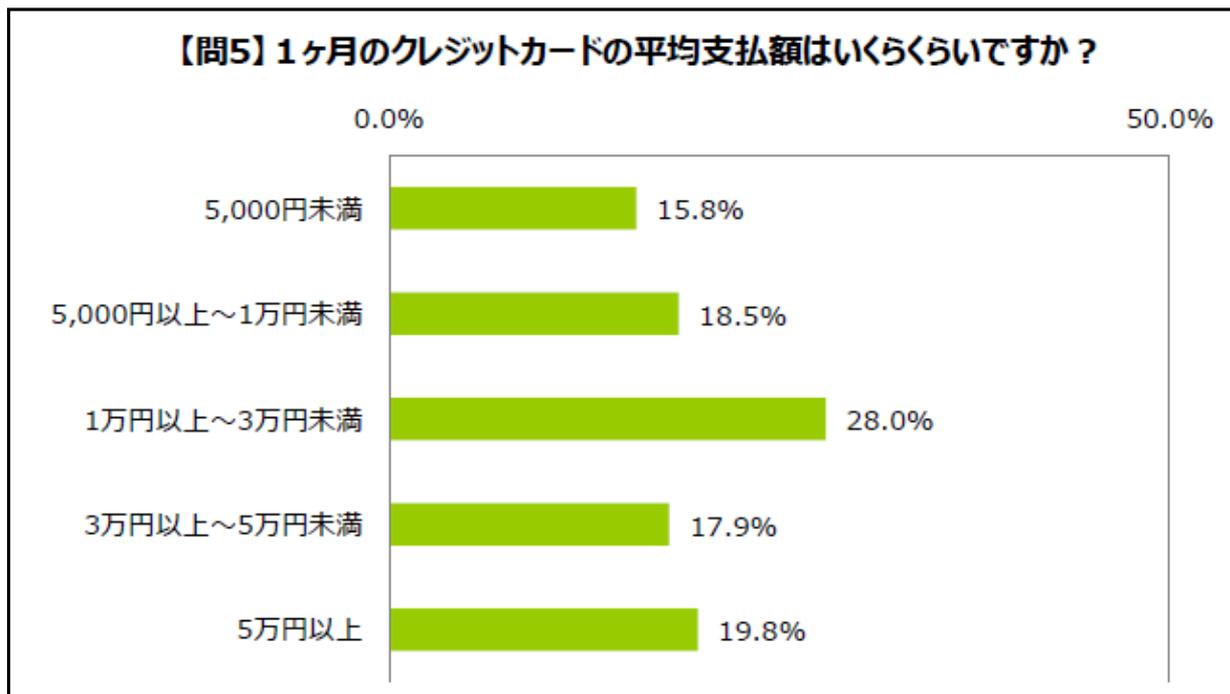
(4) 利用頻度: 約8割が月に1回以上は利用している(n=329)

- 「週に1回以上」(33.4%)が最も多く、次いで「月に2～3回程度」(32.5%)と続く。
- 「ほとんど使っていない」は昨年度29.0%から今年度9.7%に減少した。「月に1回程度」以上利用しているという回答が、全体の84.4%を占めている。



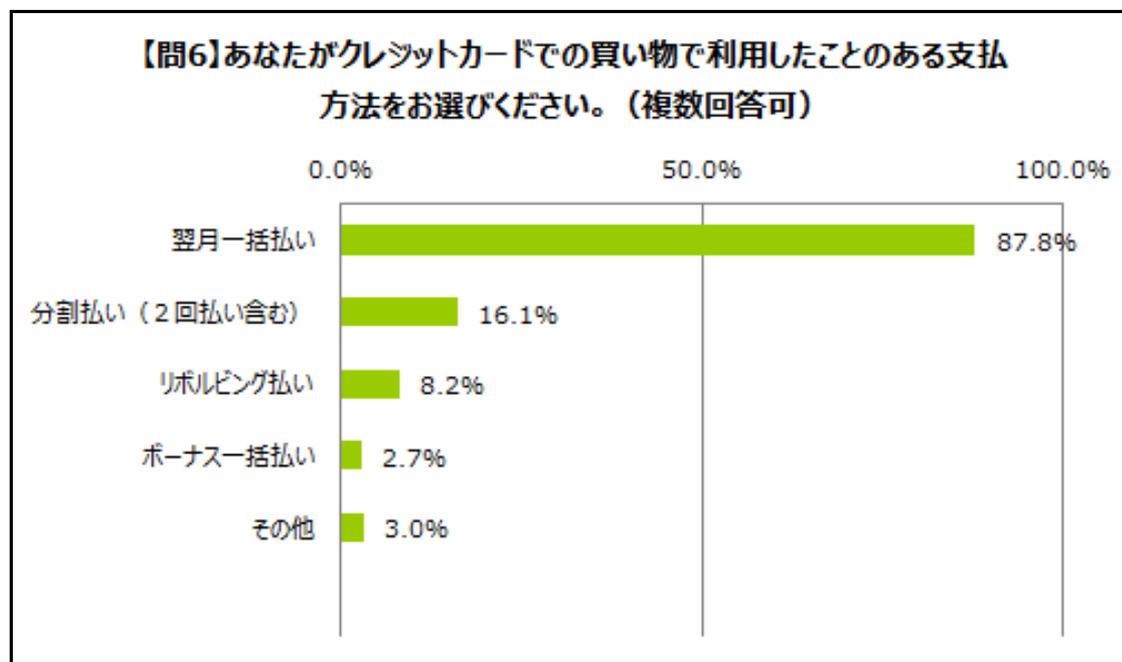
(5) 平均支払額:1万円～3万円未満が最多(n=329)

- 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%と最も多い。その他はあまり差はないが、「5,000円未満」という回答が15.8%である一方、「5万円以上」という回答も19.8%あった。



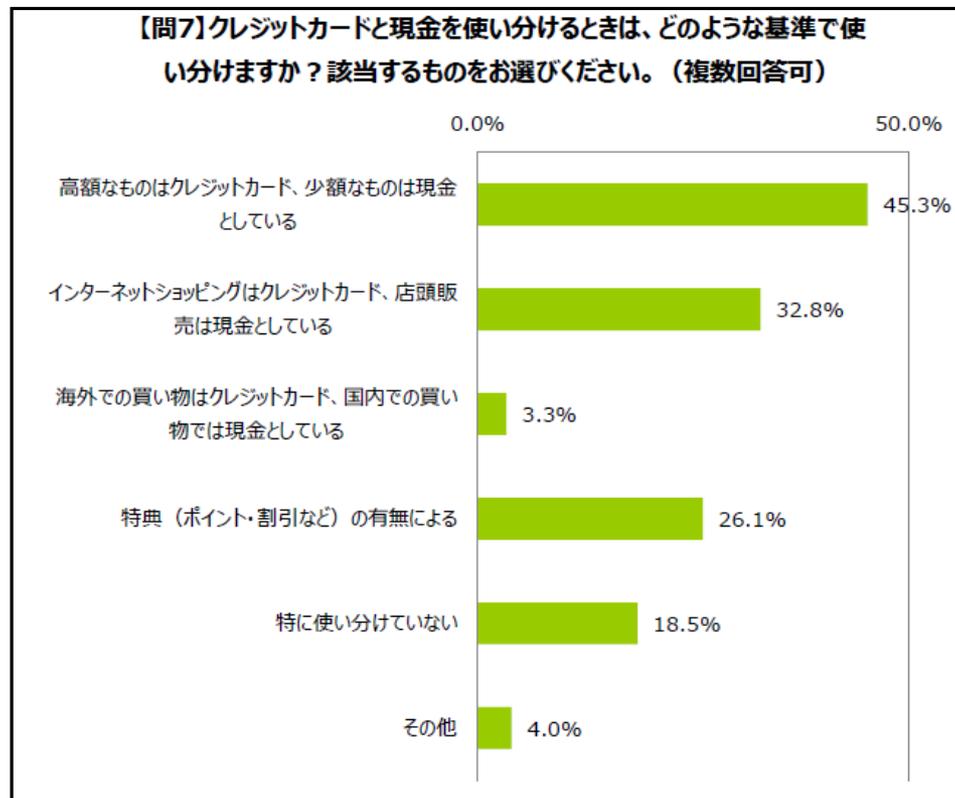
(6) 支払方法: 翌月一括払いが約9割(n=329)

- 翌月一括払いが87.8%と大半を占めている。
- 割賦販売法の対象取引である分割払い、リボルビング払い、ボーナス一括払いの利用経験者は、合計で27.0%であった。



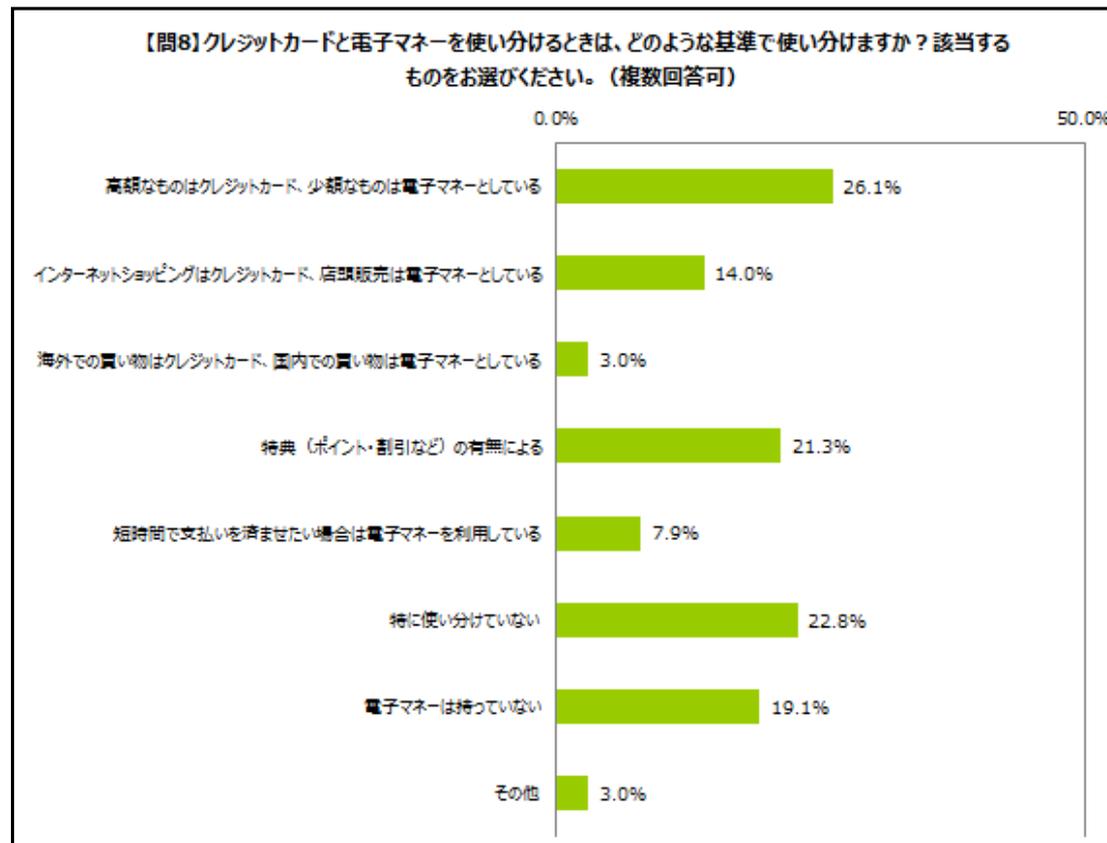
(7) 現金とクレジットカードの使い分け: 金額によって使い分けている (n=329)

- 「高額なものはクレジットカード、少額なものは現金としている」という回答が半数弱の45.3%。「インターネットショッピングはクレジットカード、店頭販売は現金としている」(32.8%)、「特典(ポイント・割引など)の有無による」(26.1%)と続く。
- 自由回答として、「使えるところはすべてカード」「現金しか使わない」といった回答もみられた。



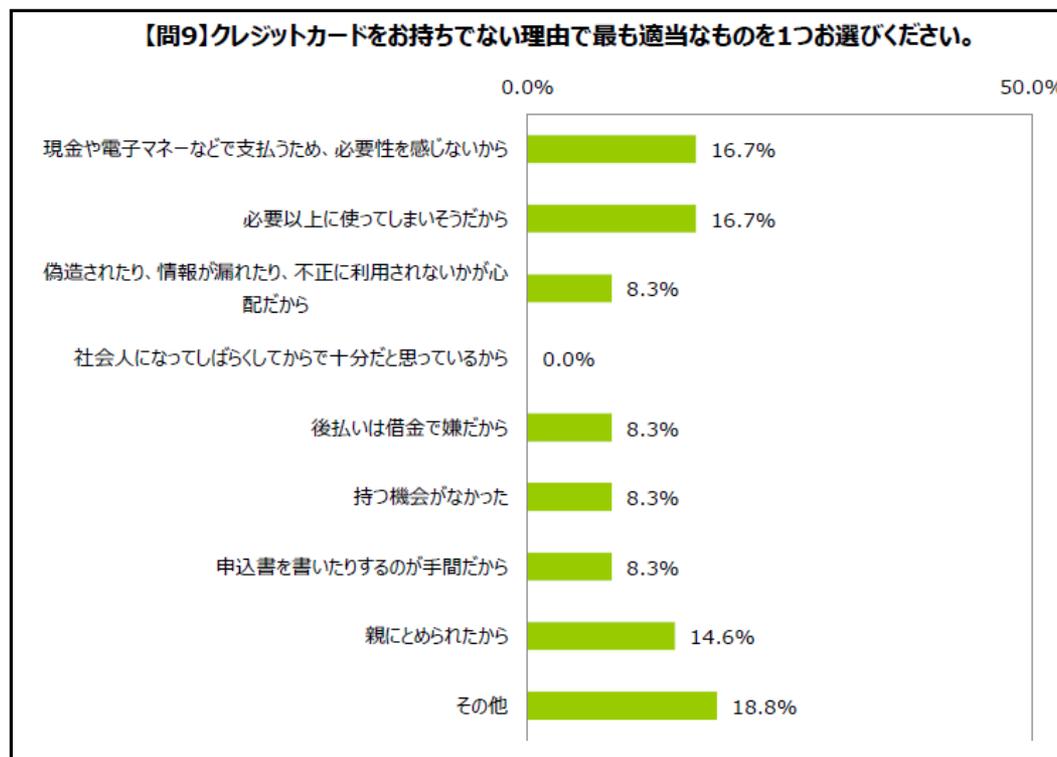
(8) クレジットカードと電子マネーの使い分け: 金額によって使い分けている(n=329)

- 「高額なものはクレジットカード、少額なものは電子マネーとしている」(26.1%)が最も多い。
- なお、「電子マネーは持っていない」が2割程度(19.1%)あった。
- 自由回答として、「カードが使えないときに電子マネーを利用」など。



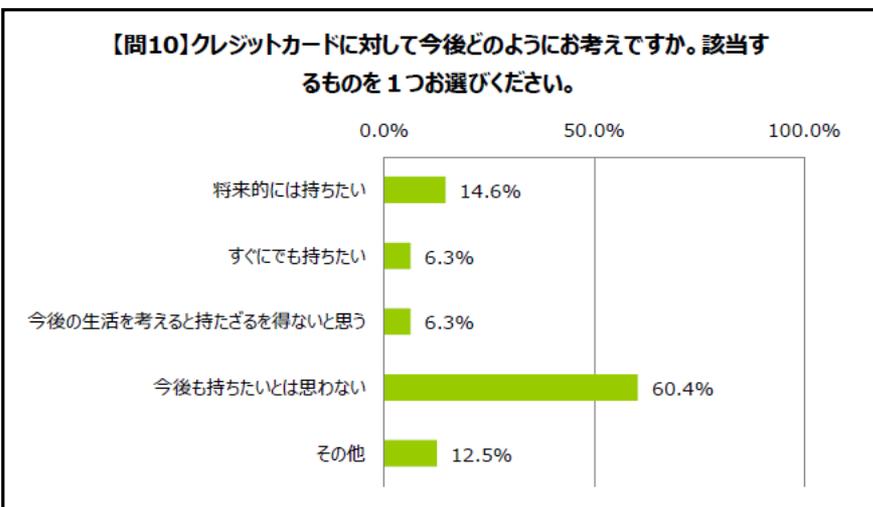
(9)不所持者理由：必要性を感じていない、必要以上に使ってしまいそう(n=48)

- 「その他」をのぞく最も多い理由が、「現金や電子マネーなどで支払うため、必要性を感じないから」(16.7%)、「必要以上に使ってしまいそうだから」(16.7%)が同数。
- 自由回答として「必要性を感じない」「審査が通らない」など。



(10) 今後の考え(不所持者): 約3割が前向きに検討(n=48)

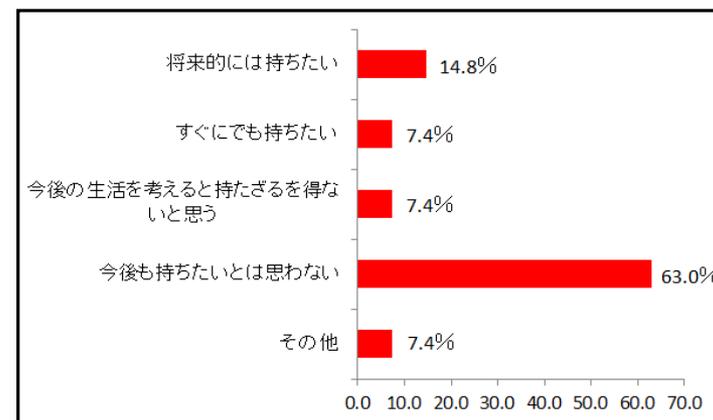
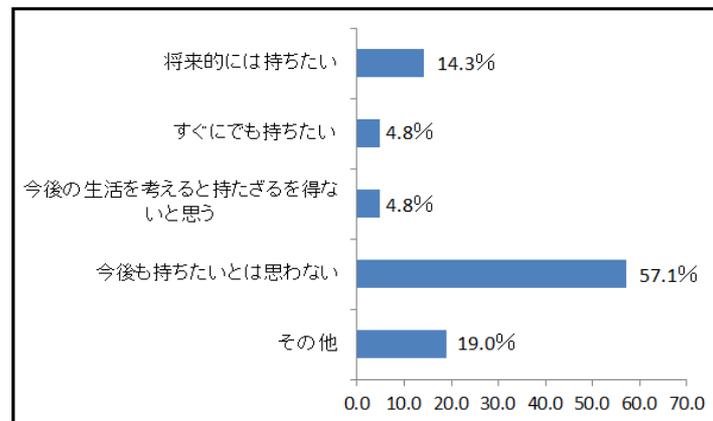
- 「今後も持ちたいと思わない」(60.4%)と半分以上を占めている。
- 「将来的には持ちたい」が前年比20.8%減少、「今後も持ちたいと思わない」が前年比18.9%増加。
- 男女別で見ると、女性のほうが男性に比べ前向きに検討している一方で、「今後も持ちたいと思わない」とは思わない」も男性に比べ高い割合(63.0%)を示している。
- 自由回答として、「必要に迫られない限り作ろうとは思わない」など。



男性
(n=21)

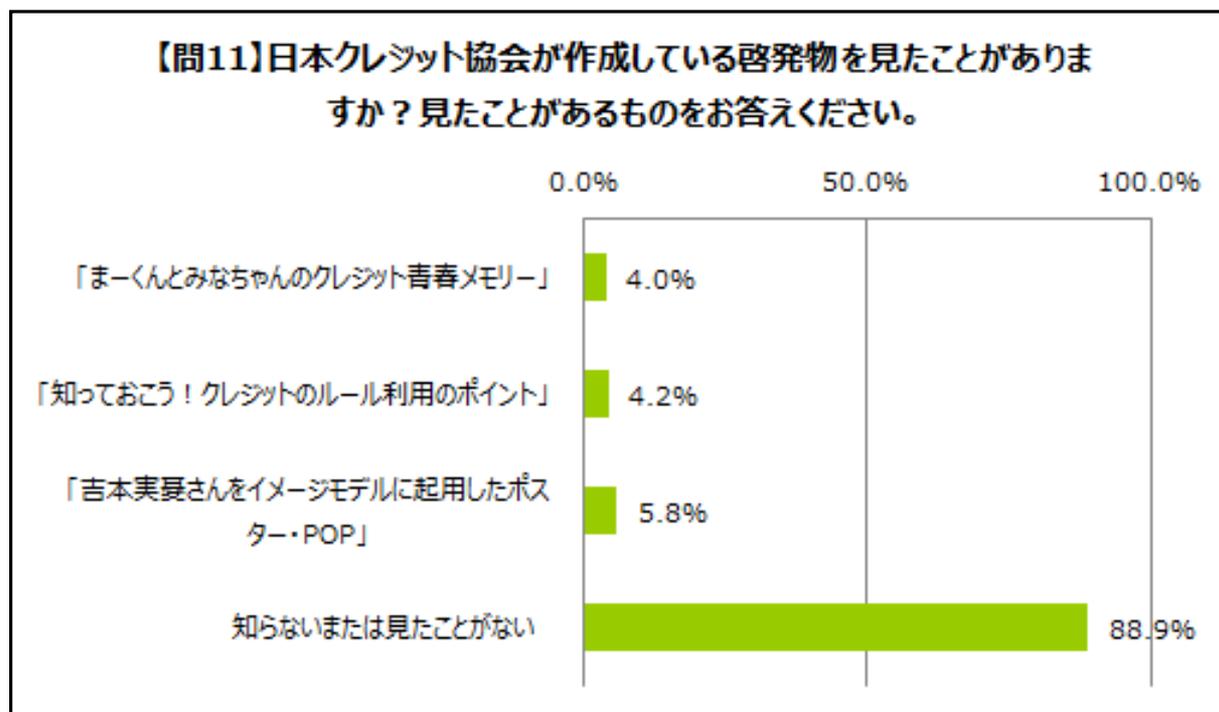
男女別
→

女性
(n=27)



(11) 協会の啓発物の認知度: 認知度は合計で14.0% (n=377)

- 協会の啓発物の認知度は3つ合わせて14.0%であった。これらの啓発物は主に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。
- 今後は、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。



(12)啓発物の印象:好感度は高い(n=377)

- 「易しく書いてありわかりやすい」の割合が全体的に高く、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。
- 一方で「関心をもてない」と回答する対象者が一定数存在するため、現状の啓発物の内容に満足することなく、引き続き消費者の関心をひくような啓発物の作成を検討していく必要がある。
- なお、昨年度と比較し、社会人3年以上の対象者の回答が約8割を占めており、クレジットカードの利用経験者が多いと思われ、利用経験者にとっては、内容が易しすぎると感じていることが関心を持たないひとつの理由となっている可能性もある。

【問12】「まーくんとみなちゃんのクレジット青春メモリー」このパンフレットをご覧になって、どのように感じましたか。該当するものをお選びください。(複数回答可)



【問13】「知っておこう！クレジットのルール利用のポイント」このパンフレットをご覧になって、どのように感じましたか。該当するものをお選びください。(複数回答可)

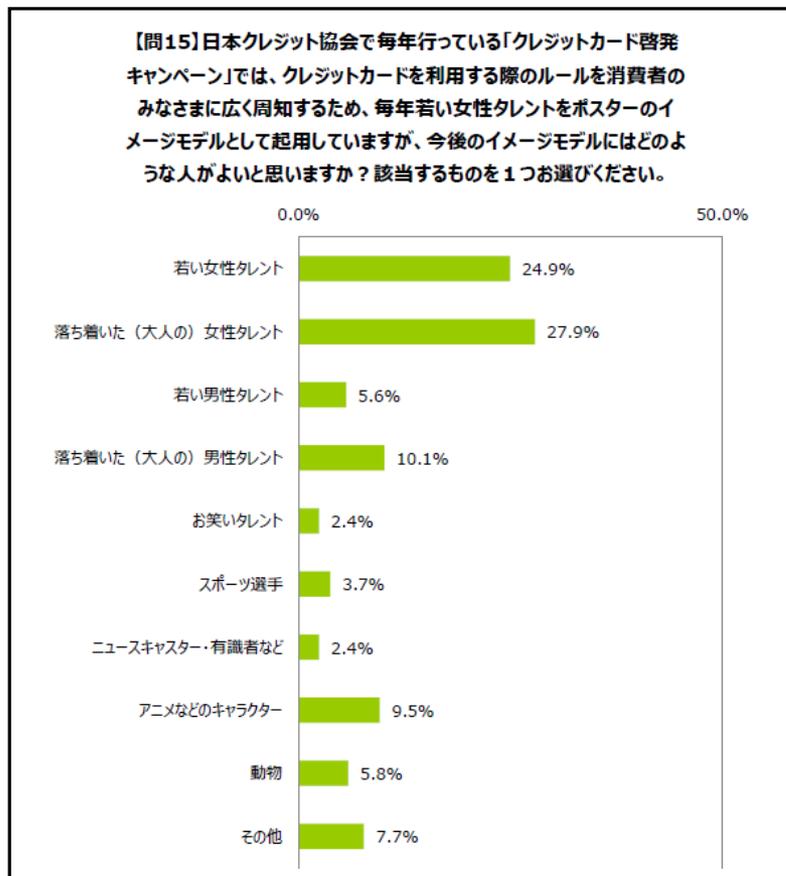


【問14】「吉本実昼さんをイメージモデルに起用したポスター・POP」このページをご覧になって、どのように感じましたか。該当するものをお選びください。(複数回答可)



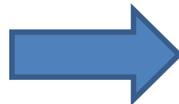
(13) クレジットカードの啓発イメージ: 女性タレントを希望している (n=377)

- 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、大差はないが、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。
- 男女別に見ると、男性は「若い女性タレント」(36.9%)、女性は「落ち着いた(大人の)女性タレント」(36.4%)が最も高い割合を示している。
- 自由回答として、「堅実な人柄」「ゆるキャラ」など。

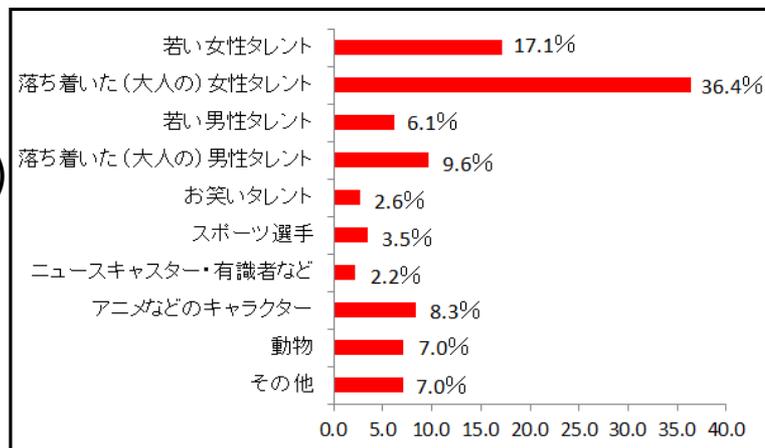
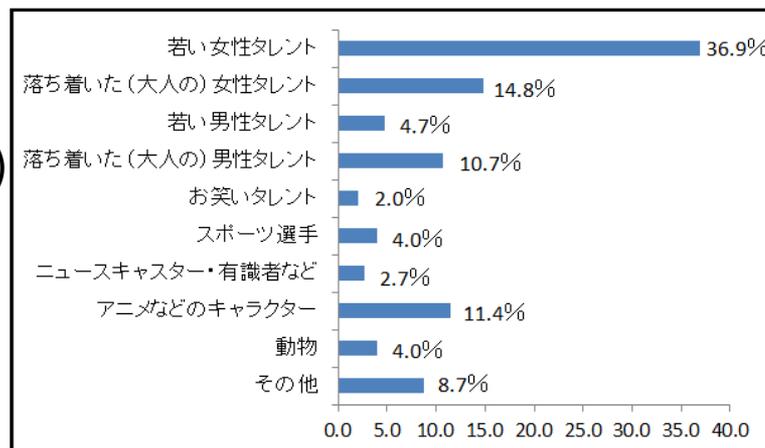


男性
(n=149)

男女別

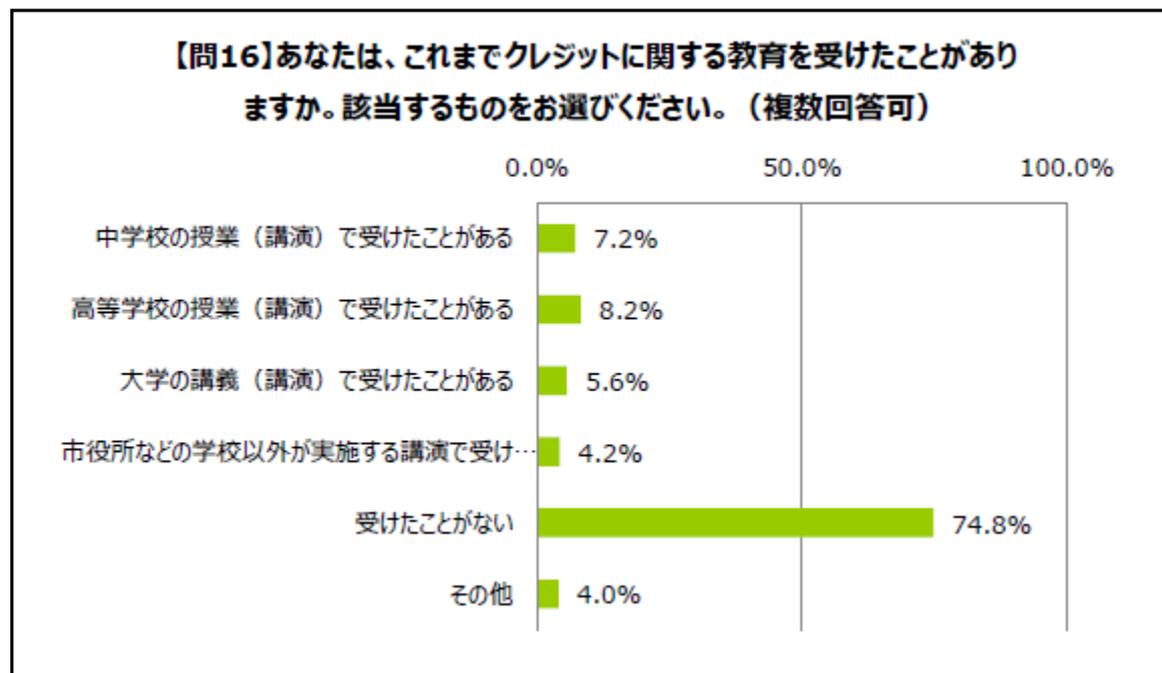


女性
(n=228)



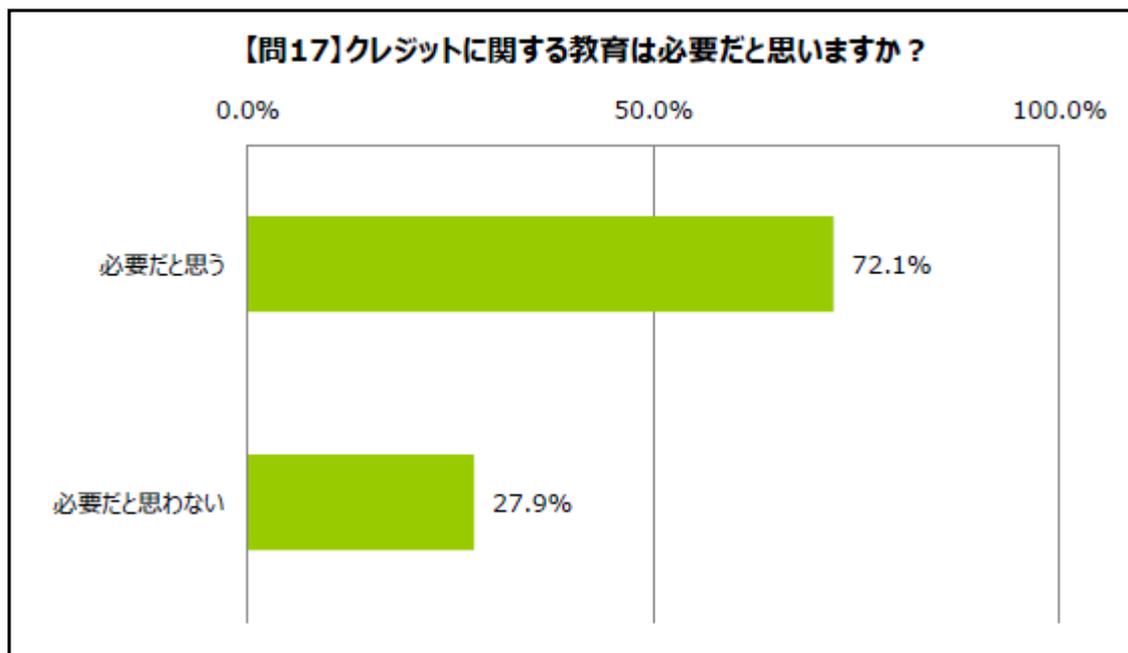
(14) クレジット教育受講率: 受けたことがないが約7割(n=377)

- 「受けたことがない」という回答が74.8%と高い。
- 消費者教育推進法が平成24年に施行されたが、学校や地方自治体での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。
- 自由回答として「国民消費者生活センターなどのサイトを見た」「親から教えてもらった」など。



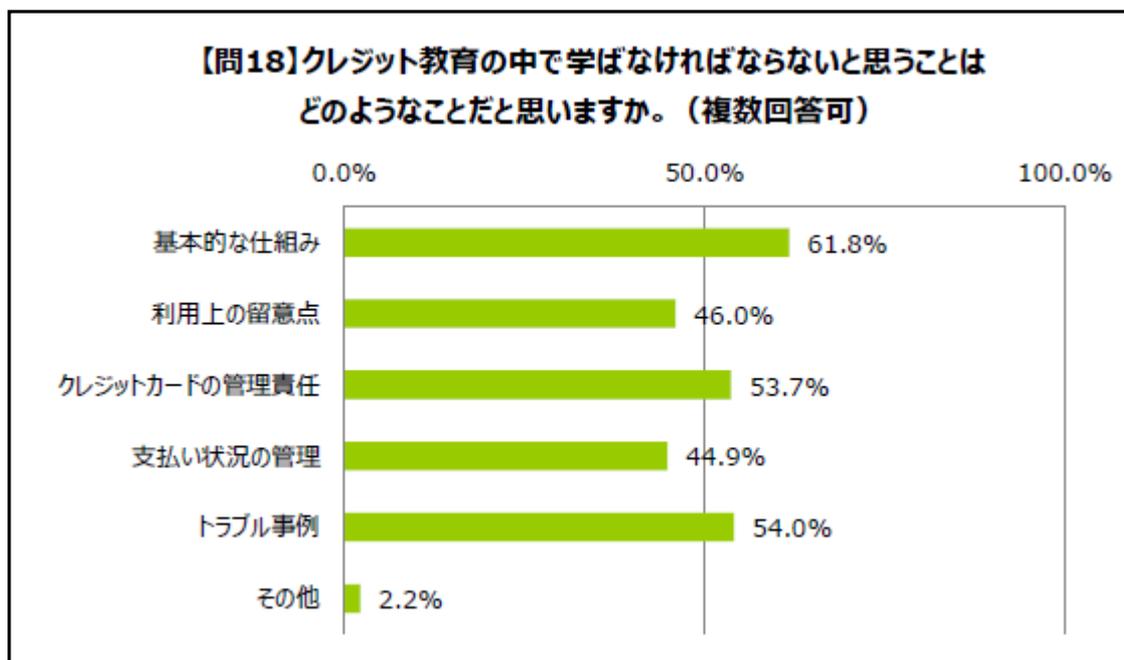
(15) クレジット教育の必要性: 約7割が必要性を感じている(n=377)

- 「必要だと思う」という回答が72.1%と高い。
- 問16においてクレジットに関する教育を「受けたことがない」が高い割合だった一方で、約7割がクレジットに関する教育は必要であると感じている。引き続き、積極的にクレジット教育支援活動を行っていく必要がある。



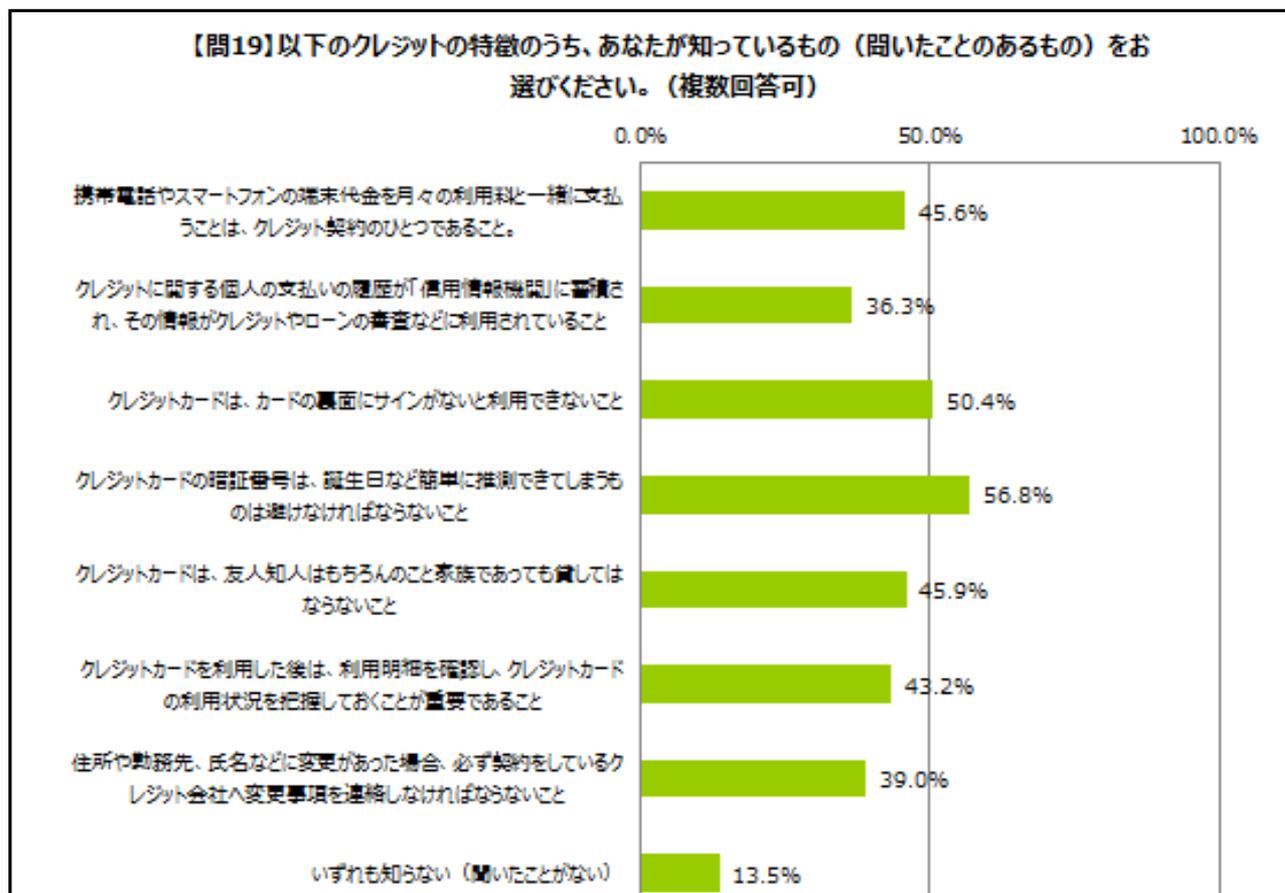
(16) クレジット教育の必要性: 基本的な仕組みを知りたい者が多い(n=272)

- 「基本的な仕組み」を知っておきたいという回答が61.8%と最も多く、次いで「クレジットカードの管理責任」が多い。
- 自由回答として、「自己破産」など。



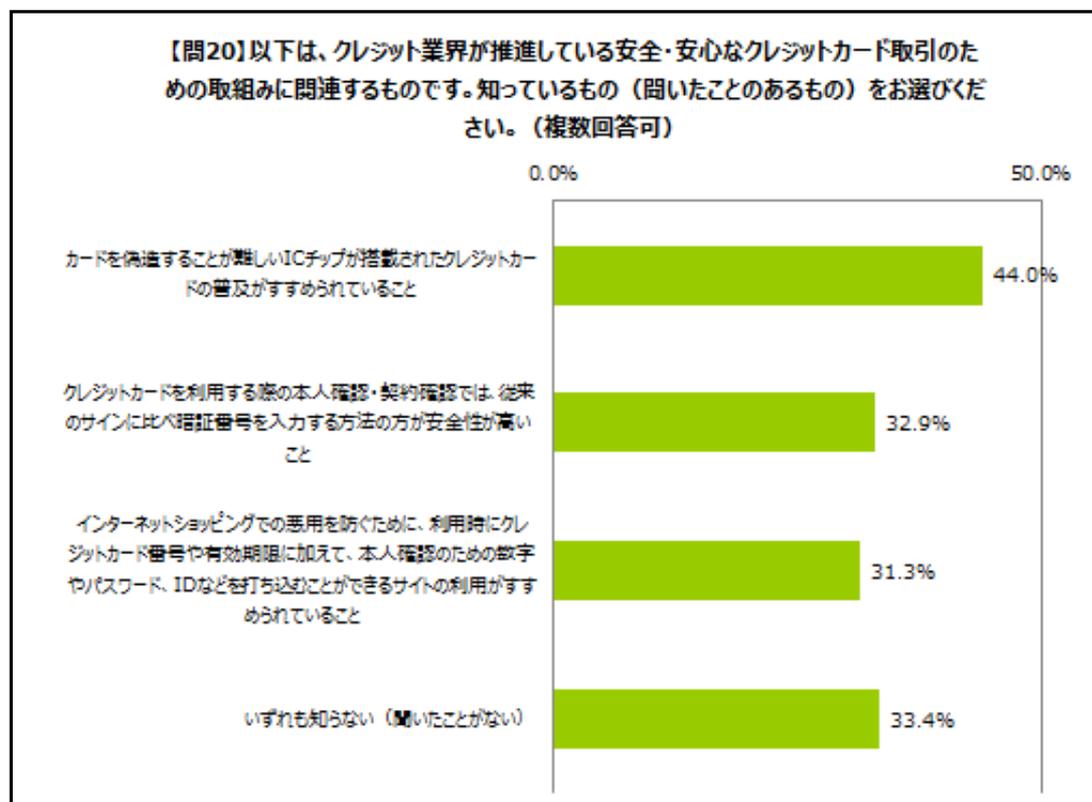
(17) クレジットの特徴の認知度: 全体的に認知度は高い(n=377)

- 「クレジットカードの暗証番号は、誕生日など簡単に推測できてしまうものは避けなければならないこと」(56.8%)と最も高い。
- クレジットカードの特徴に関して、認知度は比較的高いとみられるが、全てがクレジットに関する基本的事項であるため、引き続きこれらに関する広報活動行う必要がある。



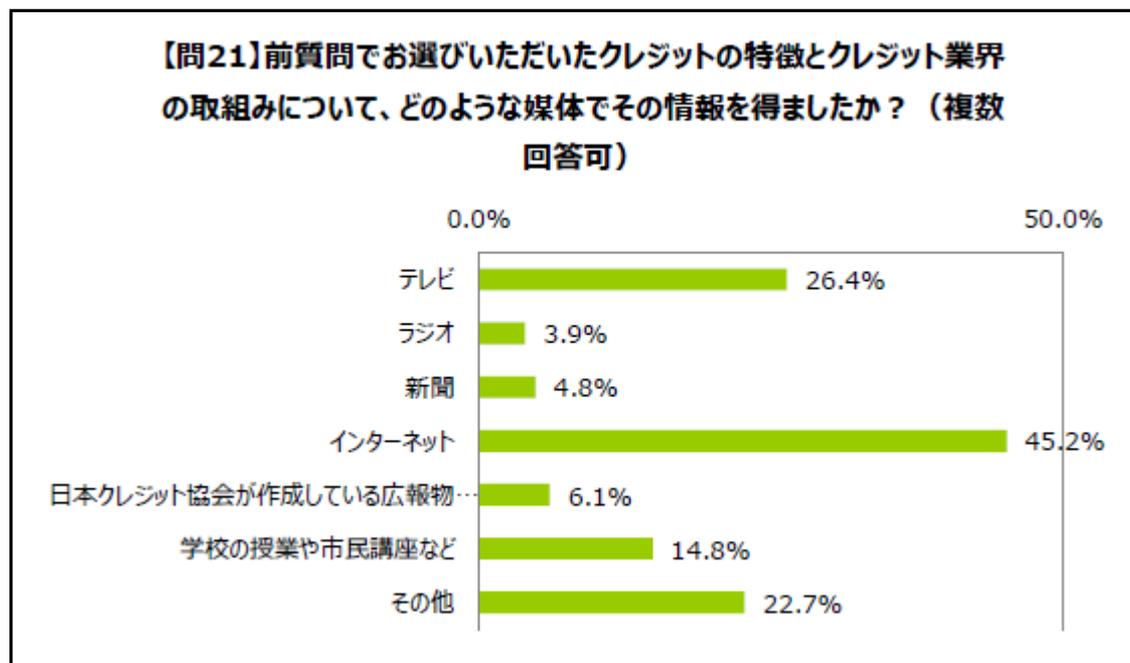
(18)クレジットのセキュリティ対策の認知度:全体的に認知度は高い(n=377)

- 「カードを偽造することが難しいICチップが搭載されたクレジットカードの普及がすすめられていること」(44.0%)と最も高い。
- 比較的認知度は高いとみられるが、一方で「いずれも知らない(聞いたことがない)」についても高い割合を示しているため、引き続き、広報活動を行い、安全・安心な利用環境の整備に努めていく必要がある。



(19)クレジットに関連する情報の取得媒体：インターネットが最も多い(n=330)

- 「インターネット」(44.0%)が最も高い。若年層を対象としたアンケートであることから、特に高い数値を示したと考えられる。
- 自由回答として、「家族」「カード会社のホームページ・約款」「雑誌」など。



3.まとめ

- 今回の調査では、社会人3年目以上の比較的社会人経験を積んだ者の回答が、前年より2割増加し、全体の8割が社会人3年目以上からの回答となった。
- 本人名義のクレジットカードの保有率は全体の8割以上を占めている。一方で保有していない対象者の6割以上は、「今後もクレジットカードを持ちたいと思わない」と回答した。偽造、情報漏れ、不正使用などを心配して、クレジットカードを保有しない者も一定数みられることから、引き続き安全・安心なクレジットカードの利用に向けた広報が必要である。
- クレジットカードを持ったきっかけでは、特典(ポイント)が得られること、ネットでの利用ができることなどクレジットカード本来の特徴よりも特典や使い勝手に関するものが多かったが、クレジットカード利用者には、健全な利用促進のため、「キャッシュレス」「後払い」「代金の分割」などの本来の特徴を啓発していく必要がある。
- 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。
- クレジット教育については、全体の7割以上が受けたことがないと回答している一方で、その必要性を感じている者が7割を超えている。他方、クレジットの特徴の認知度、セキュリティ対策の認知度に関する調査については、比較的高い割合で知っている(又は聞いたことはある)と回答している。インターネットの普及等により、情報を得るための媒体が多様化し、若年層においてクレジットに関する基本的な特徴の認知度が比較的高い割合となったものと考えられる。しかしながら、今回調査した回答項目は、クレジットカード利用時には必ず知っておくべき基本的な事項であるため、更に認知度が高まるよう、インターネットなど有効と思われる手段を活用しつつ、今後も引き続き積極的にクレジット教育を推進していく必要がある。