

HAKUHODO Fintex Base、「信用スコア」に関する生活者調査を実施

「信用スコア」の社会浸透に賛成57%・反対43% 「信用スコア」利用意向層は各種金融商品・サービスの利用率も高め 運営会社への個人情報提供にも前向き

株式会社博報堂(東京都港区、代表取締役社長：水島正幸)が2019年9月に発足したFintechサービスに関する生活者の意識・行動の調査研究を行うプロジェクト「HAKUHODO Fintex Base」(博報堂フィンテックスペース)は、変化の激しいFintech領域において、市場環境や生活者の意識・行動にどのような変化が起きているかを把握すること目的に、生活者調査を実施しました。

今回は、中国など海外を中心に導入が先行し、日本でも事業化が進みつつある「信用スコア(スコアリングサービス)」について、全国20～69歳の男女3,555人(一般サンプル3,000人+利用経験層サンプル555人)を対象に意識や利用実態、今後の期待などについて聴取しました。

※「信用スコア(スコアリングサービス)」=様々な個人情報に基づき個人の「信用力」を数値化したもの。ユーザには数値の程度に応じて優遇や特典などのサービスが付与される。

「信用スコア」に関する生活者調査のポイント

「信用スコア」浸透への賛否

「信用スコア」の社会浸透に賛成は57.0%で過半数を上回る
年代別では20～50代で賛成が反対を上回る

- 「信用スコア」が社会的に広まっていくことに対して賛成(「賛成」「どちらかと言えば賛成」と答えた生活者は一般サンプル全体の57.0%となり、反対の43.0%を上回りました)と答えた生活者は一般サンプル全体の57.0%となり、反対の43.0%を上回りました。
- 男女別では賛成との回答が男性で59.9%、女性では54.1%となり、どちらも賛成が反対を上回りました。
- 年代別では賛成の回答が20代で最も多く68.1%となりました。賛成の回答は30代、40代、50代と年代が上がるにつれて低下しており、60代では45.4%と、唯一半数を下回る結果となりました。

「信用スコア」浸透への賛否

それぞれの理由

賛成理由トップは「自分の現在の立ち位置・評価が確認できるから」

反対理由トップは「個人情報が流出しそうだから」

- 「信用スコア」が社会的に広まっていくことの賛否について、それぞれ理由をきいたところ、賛成理由で最も多かったのは「自分の現在の立ち位置・評価が確認できるから」で23.2%となりました。次いで「才能がある人の可能性やチャンスを広げることにつながりそうだから」20.2%、「公平性のある指標だと思うから」19.5%となりました。
- 反対理由で最も多かったのは「個人情報が流出しそうだから」で49.0%となりました。次いで「常に監視されているようで抵抗があるから」と「(スコア算出に使う)個人情報を提供することに抵抗があるから」が共に36.9%となりました。

「信用スコア」 利用意向層の特徴

信用スコア利用意向層は男性が60.6%。特に30・40代が多い
金融商品・サービスの利用状況は全ての項目で非利用意向層を上回る

- 一般サンプル全体(3,000人)の中の、現在「信用スコア」に関連するサービスを利用していない人(2,817人)に対して、今後の利用意向を聞いたところ、「今後信用スコアに関連するサービスを利用したい」と回答した人(=以下、「利用意向層」)は16.4%(461人)となりました。
- 利用意向層の内訳を性年代別に見ると、男女比は6:4で、男性30代・40代が最も多く、共に14.8%となりました。
- 利用意向層の金融商品・サービス利用状況を見ると、全ての項目で、非利用意向層と比べて利用度合いが高くなりました。

「信用スコア」への期待と 情報提供意向

利用意向層が「信用スコア」に期待する事柄のトップは「公共料金・税金の優遇」
全ての情報項目について「問題なく提供できる」が非利用意向層を上回る

- 「信用スコア」の利用によって期待する事柄について、利用意向層では「公共料金や税金が優遇される」(56.6%)、「買い物の際、ポイント還元率が優遇される」(50.8%)、「行政関係の事務手続きが簡素化される」(38.6%)、「医療機関での診察待ち時間が短くなる」(33.2%)との回答が上位となり、新型コロナ禍を受けた経済面・医療面・行政手続き面でのメリット意向がうかがえる結果となりました。
- 「信用スコア」の利用にあたり、サービス運営会社に問題なく提供できる情報項目についてきいたところ、利用意向層では全ての項目で非利用意向層を上回りました。

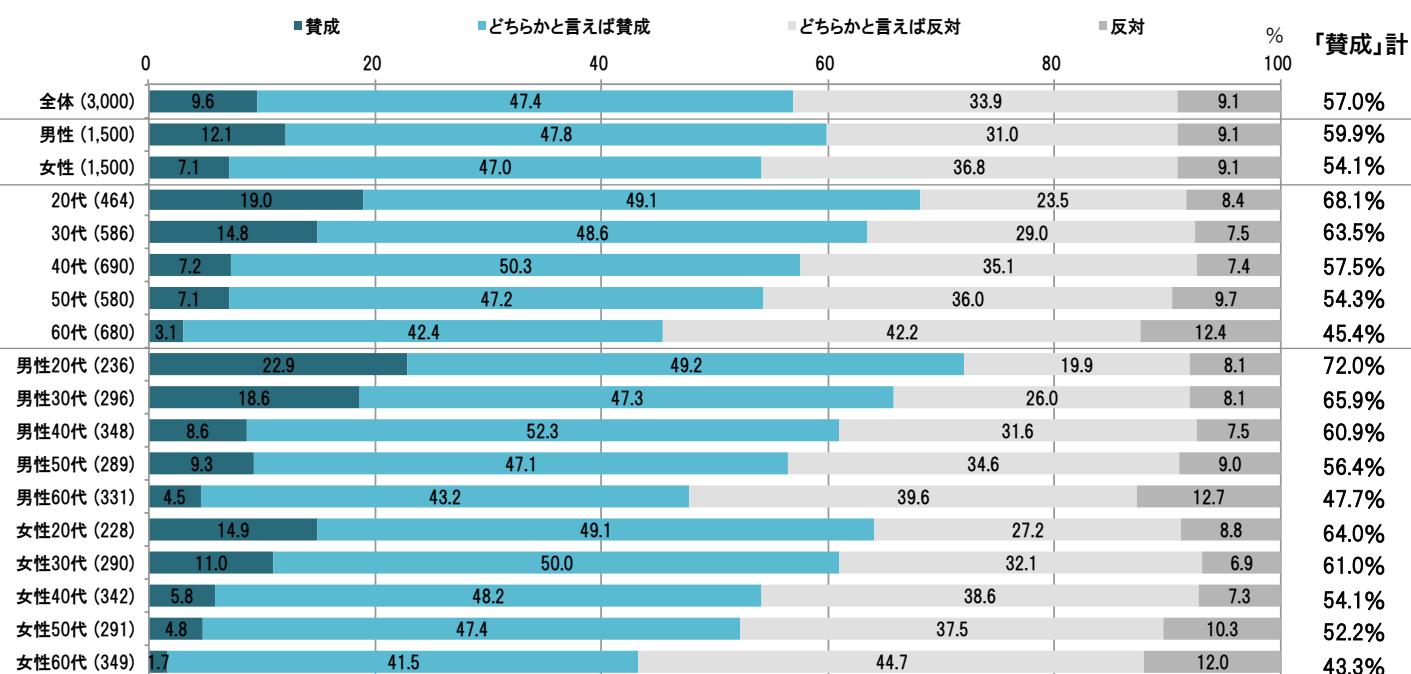
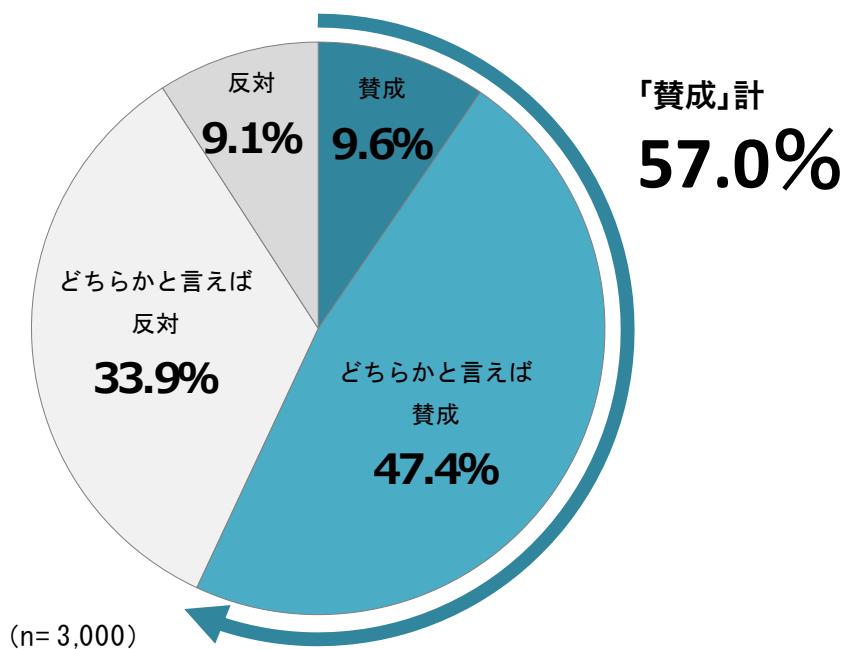
【主要参考データ】

「信用スコア」浸透への賛否

- ・「信用スコア」が社会的に広まっていくことに対して賛成（「賛成」+「どちらかと言えば賛成」と答えた生活者は一般サンプル全体の57.0%となり、反対の43.0%を上回りました。
- ・男女別では賛成との回答が男性で59.9%、女性では54.1%となり、どちらも賛成が反対を上回りました。
- ・年代別では賛成の回答が20代で最も多く68.1%となりました。賛成の回答は30代、40代、50代と年代が上がるに連れて低下しており、60代では45.4%と、唯一半数を下回る結果となりました。

「信用スコア」浸透への賛否

Q. 「信用スコア」が「社会的に広まっていくこと」についてどのように感じますか。お気持ちに最も近いものをお選びください。
(賛成／どちらかと言えば賛成／どちらかと言えば反対／反対)【単一選択】

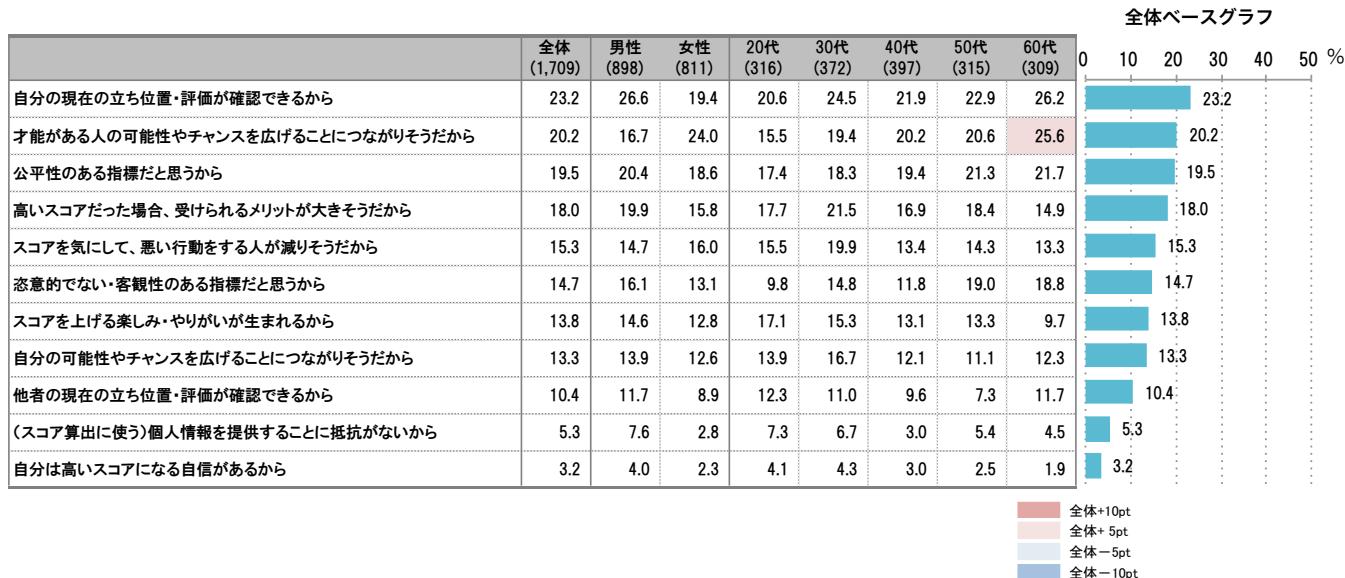


「信用スコア」浸透への賛否 それぞれの理由

- 「信用スコア」が社会的に広まっていくことの賛否について、それぞれ理由をきいたところ、賛成理由で最も多かったのは「自分の現在の立ち位置・評価が確認できるから」で23.2%となりました。次いで「才能がある人の可能性やチャンスを広げることにつながりそうだから」20.2%、「公平性のある指標だと思うから」19.5%となりました。
- 反対理由で最も多かったのは「個人情報が流出しそうだから」で49.0%となりました。次いで「(スコア算出に使う)個人情報を提供することに抵抗があるから」と「常に監視されているようで抵抗があるから」が共に36.9%となりました。

「信用スコア」の浸透に賛成する理由

Q. 「信用スコア」が社会的に広まっていくことについて、「賛成」「どちらかといえば賛成」とお答えになった方にお聞きします。
その理由は何ですか。あてはまるものすべてお選びください。【複数選択】



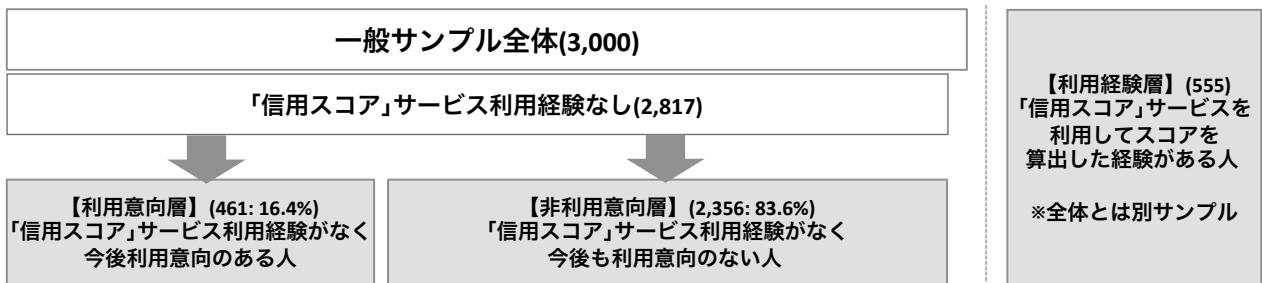
「信用スコア」の浸透に反対する理由

Q. 「信用スコア」が社会的に広まっていくことについて、「反対」「どちらかといえば反対」とお答えになった方にお聞きします。
その理由は何ですか。あてはまるものすべてお選びください。【複数選択】

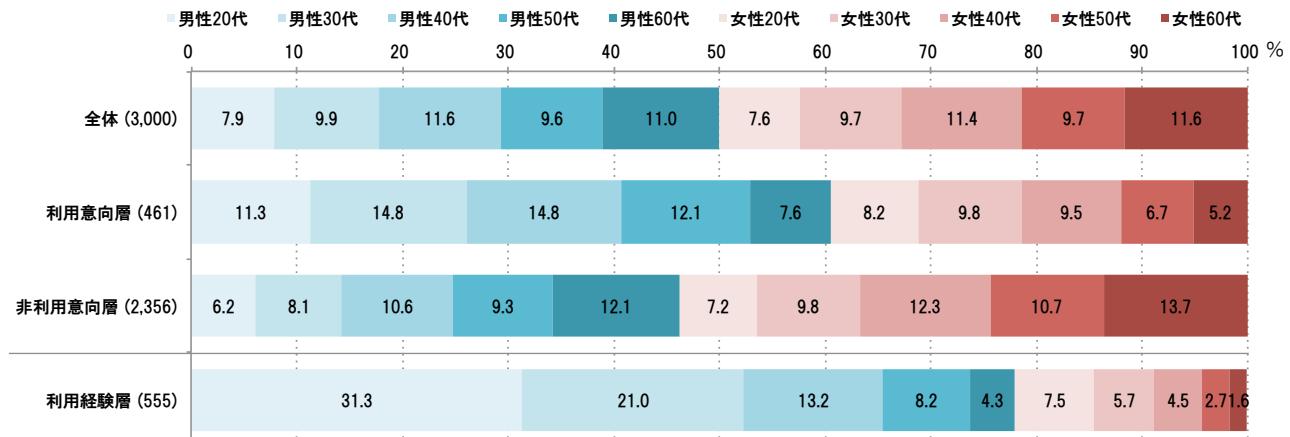


「信用スコア」利用意向層の特徴

- 一般サンプル全体(3,000人)の中の、現在「信用スコア」に関連するサービスを利用していない人(2,817人)に対して、今後の利用意向を聞いたところ、「今後信用スコアに関連するサービスを利用したい」と回答した人(=以下、「利用意向層」)は16.4%(461人)となりました。
- 利用意向層の内訳を性年代別に見ると、男女比は6:4で、男性30代・40代が最も多く、共に14.8%となりました。
- 利用意向層の金融商品・サービス利用状況を見ると、全ての項目で、非利用意向層と比べて利用度合いが高くなりました。「ネットキャッシング」(利用意向層61.6%)、「マイカーローン」(36.9%)、「家計簿アプリ」(32.5%)、「カードローン」(29.1%)については非利用意向層との差が大きくなっています。

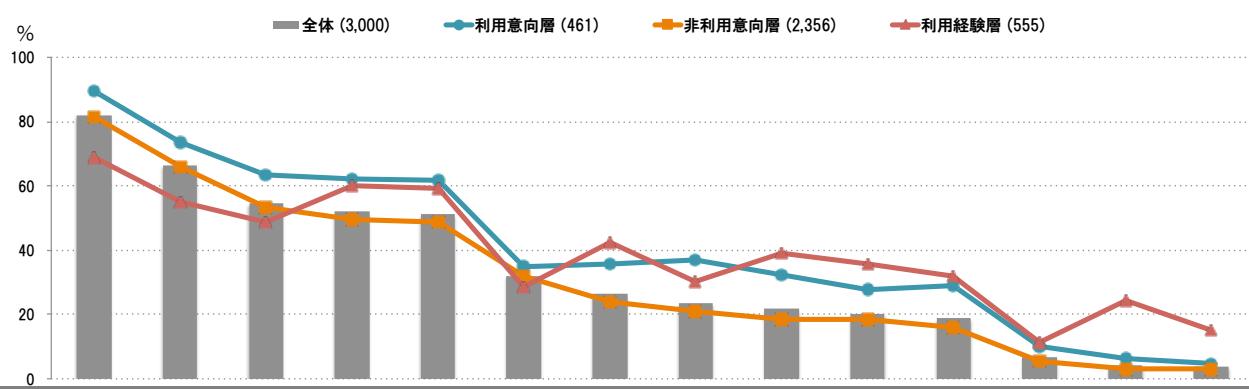


「信用スコア」利用意向層の内訳(性年代)



「信用スコア」利用意向層の金融商品・サービス利用状況

Q. 次の金融系商品・サービスについて、あなたの状態に最も近いものをそれぞれお知らせください。
→各項目について「利用(取引)したことがある」と回答した割合を表示



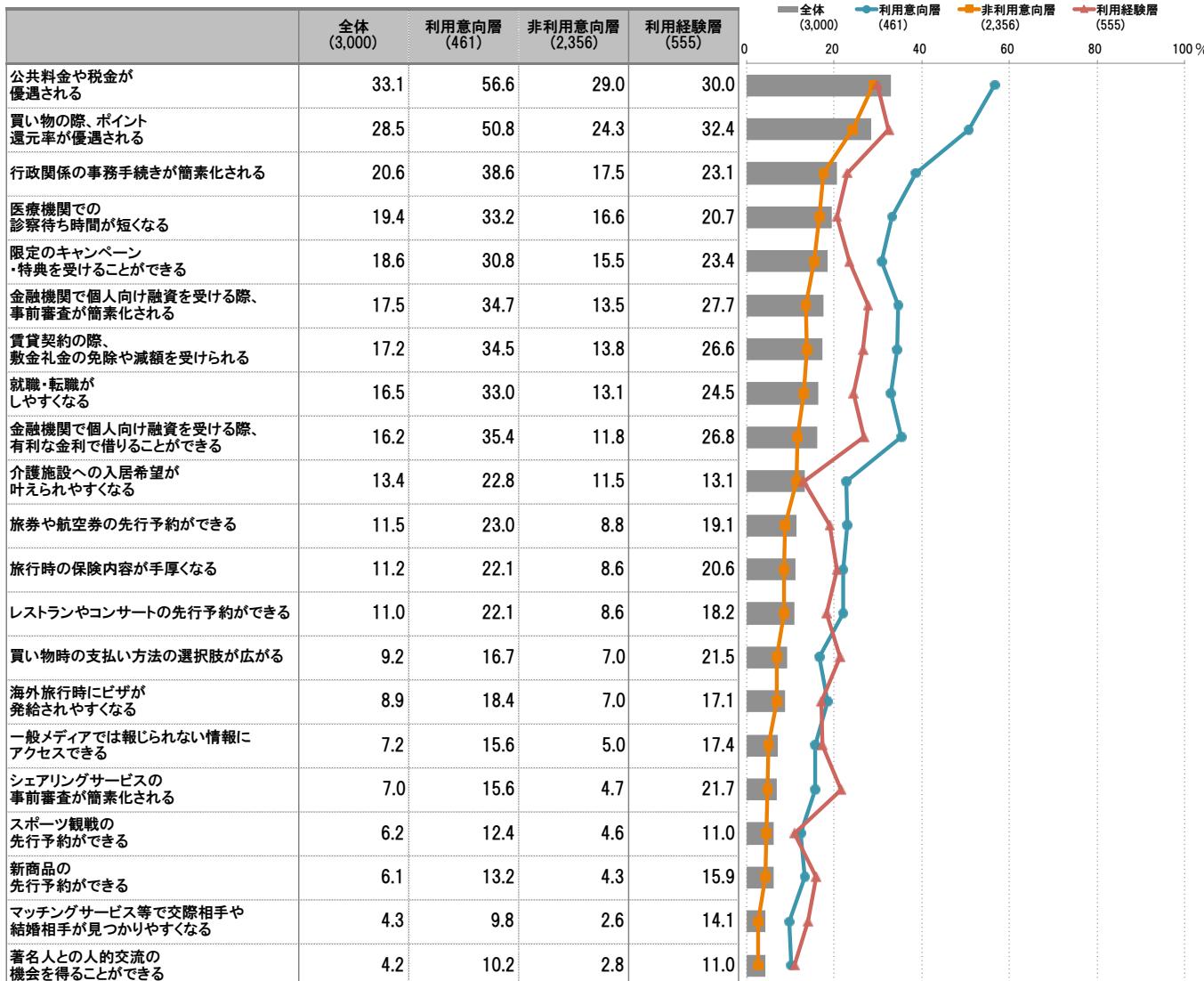
	ネットショッピング(お店との取引)	生命保険の加入手続き	損害保険の加入手続き	ネットショッピング(個人間の取引)	ネットキャッシング	住宅ローン	株式取引	マイカーローン	家計簿アプリ	投資信託(ETF, REITも含む)	カードローン	教育ローン	仮想通貨	不動産投資
全般 (3,000)	82.0	66.3	54.6	52.0	51.0	32.1	26.3	23.6	21.7	20.3	18.9	6.9	4.3	3.9
利用意向層 (461)	89.6	73.5	63.6	62.0	61.6	34.7	35.8	36.9	32.5	27.8	29.1	10.0	6.5	4.8
非利用意向層 (2,356)	81.5	65.7	53.2	49.6	48.6	31.9	24.0	21.1	18.5	18.4	16.0	5.6	3.1	3.1
利用経験層 (555)	69.1	55.0	48.7	60.0	59.2	28.5	42.3	30.1	38.9	35.8	31.7	11.3	24.3	15.0

「信用スコア」への期待と情報提供意向

- 「信用スコア」の利用によって期待する事柄について、利用意向層では「公共料金や税金が優遇される」(56.6%)、「買い物の際、ポイント還元率が優遇される」(50.8%)、「行政関係の事務手続きが簡素化される」(38.6%)、「医療機関での診察待ち時間が短くなる」(33.2%)との回答が上位となりました。
- 新型コロナウイルス禍により、経済面や医療面での不安が高まり、行政による各種補助金・給付金の申請にも関心が高まる昨今の状況を受けて、経済的なメリットや行政手続き、医療面での優遇を望む意識が表れています。
- 利用意向層は利用経験層と比べても多くの項目で高い数値となっており、「信用スコア」利用に対する期待値の高さがうかがえます。

「信用スコア」に期待する事柄

Q. あなたが「信用スコア」に期待する内容は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。【複数選択】



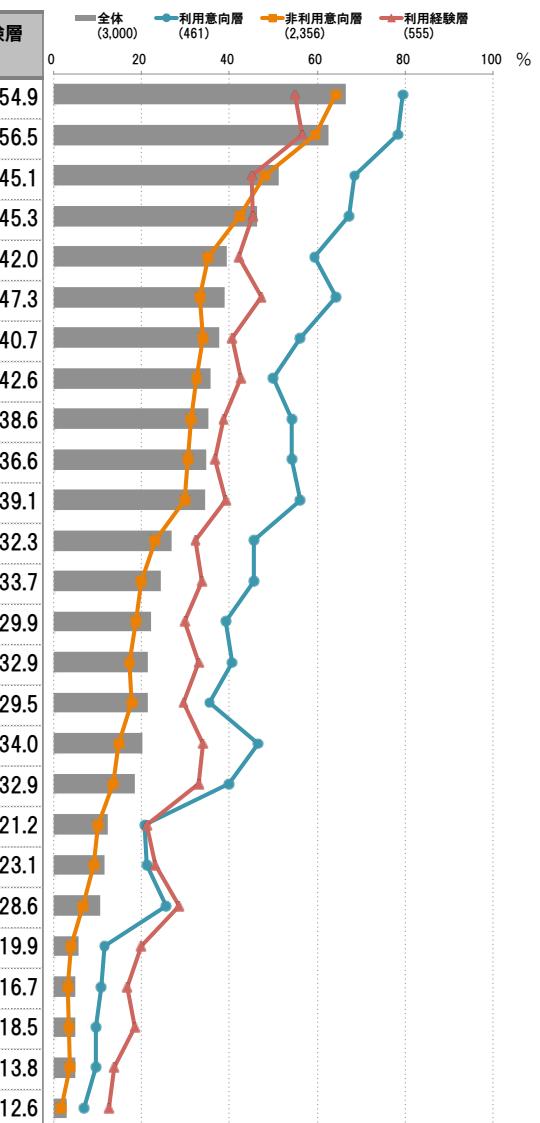
「信用スコア」への期待と情報提供意向

- 「信用スコア」の利用にあたり、サービス運営会社に問題なく提供できる情報項目についてきいたところ、一般サンプル全体では上位の3項目「性別」(66.4%)、「年齢」(62.5%)、「血液型」(51.2%)が5割を上回りました。
- 利用意向層では全ての項目で非利用意向層を大きく上回りました。「健康状態」(56.2%)や「クレジットカードの返済履歴を含む信用履歴」(46.4%)等、デリケートな内容の個人情報についても比較的高く、サービス運営会社への情報提供に対する寛容な姿勢がうかがえます。

「信用スコア」サービス運営会社に提供できる個人情報

Q. あなたが、「スコアリングサービス」(信用スコア)を利用する場合、サービスを運営する会社に提供できる情報は何ですか。
「問題なく提供できる情報」をお選びください。【複数選択】

	全体 (3,000)	利用意向層 (461)	非利用意向層 (2,356)	利用経験層 (555)
性別	66.4	79.4	64.1	54.9
年齢	62.5	78.3	59.6	56.5
血液型	51.2	68.3	48.0	45.1
出身地	46.2	67.2	42.3	45.3
学歴	39.4	59.2	35.3	42.0
職業	38.8	64.2	33.3	47.3
居住地	37.7	56.2	34.0	40.7
趣味・嗜好	35.6	49.9	32.5	42.6
住居形態	35.3	54.2	31.3	38.6
ライフステージ	34.7	54.2	30.5	36.6
健康状態	34.4	56.2	29.8	39.1
海外渡航歴	26.9	45.6	23.1	32.3
職務歴	24.5	45.6	19.9	33.7
病歴	22.1	39.3	18.7	29.9
勤務先	21.4	40.6	17.3	32.9
買い物の履歴	21.4	35.6	17.7	29.5
クレジットカードの返済履歴を含む信用履歴	20.3	46.4	14.9	34.0
保険加入状況	18.6	39.9	13.5	32.9
ボランティア活動歴	12.4	20.6	10.2	21.2
思想・信条	11.5	21.3	9.0	23.1
資産状況	10.7	25.6	6.8	28.6
WEBサイトの閲覧履歴	5.7	11.7	3.9	19.9
位置情報・行動履歴	5.0	10.8	3.3	16.7
SNSなどでの交流関係	5.0	9.5	3.5	18.5
個人の遺伝子情報	5.0	9.5	3.8	13.8
結婚相手の個人情報	3.1	6.9	1.9	12.6

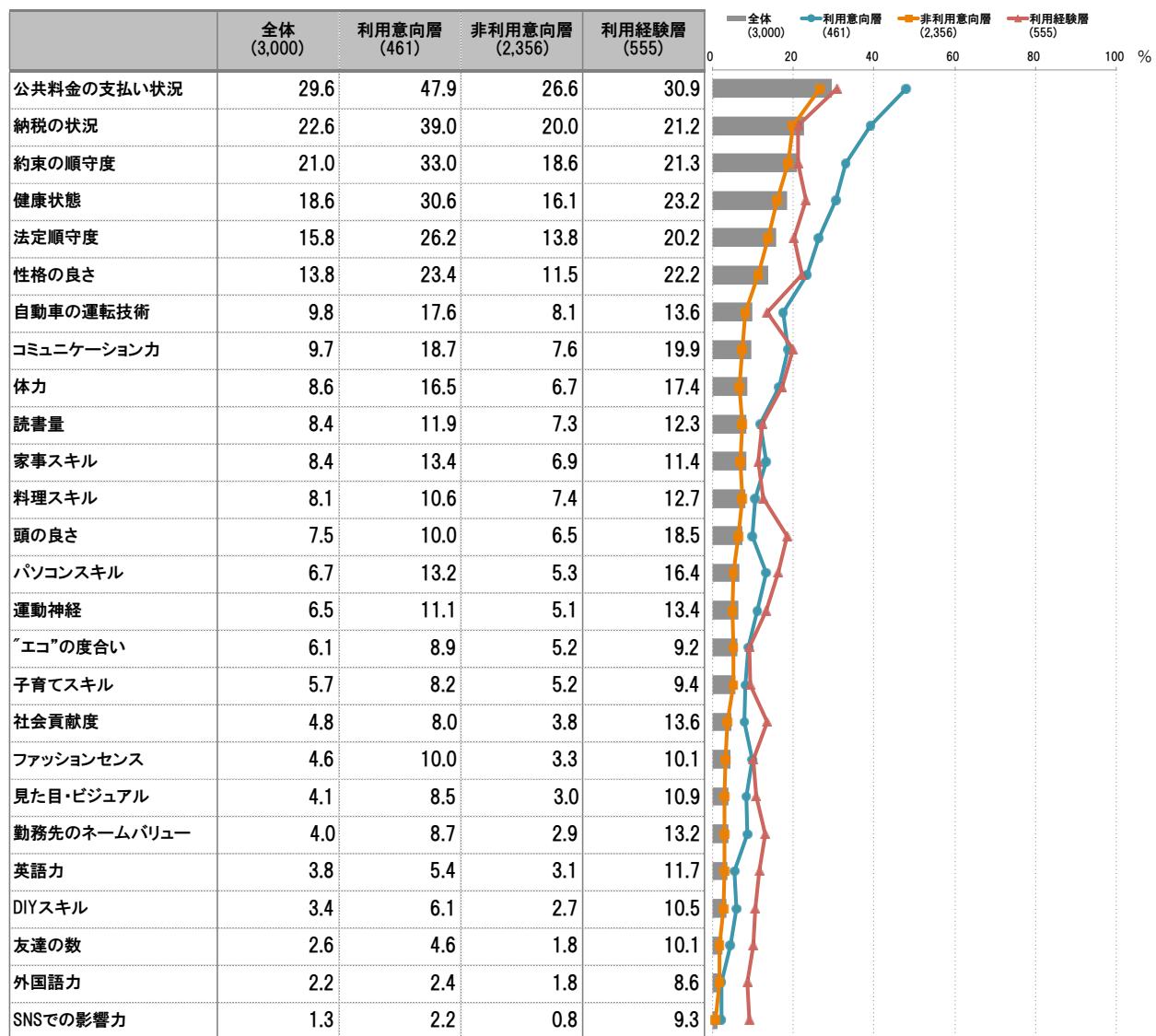


「信用スコア」への期待と情報提供意向

- ・「信用スコア」を利用するとした場合に、「スコア化したい／良いスコアになる自信がある」と思う事柄についてきいたところ、利用意向層では「公共料金の支払い状況」(47.9%)、「納税の状況」(39.0%)、「約束の順守度」(33.0%)との回答が高くなりました。
- ・利用意向層は全ての項目で非利用意向層の回答を上回りました。公共料金や納税、法令等の社会ルール遵守度や、自分の健康状態や体力等の状況、自動車の運転技術やコミュニケーション力などの能力・技能に至るまで“スコア化”に対して肯定的な意識が強い傾向となりました。

スコア化したい／良いスコアになる自信があるもの

Q. あなたが、「スコアリングサービス」(信用スコア)を利用する場合、あなたが、「この内容ならスコア化したい／良いスコアになる自信がある」と思うものは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。【複数選択】



【調査概要】

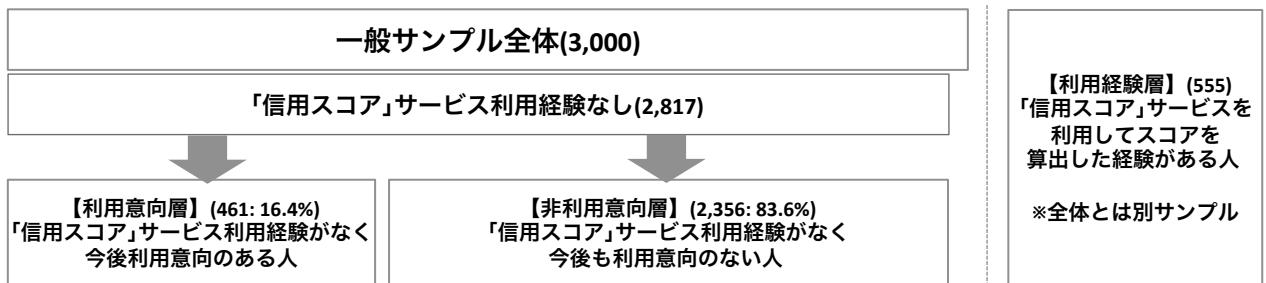
「信用スコア」に関する生活者意識調査

調査期間 : 2020年3月23日(月) ~ 2020年3月27日(金)

調査手法 : インターネットパネル（マクロミル）を利用した定量調査

調査対象者 : 全国、20~69歳の男女

調査対象者数 : 3,555人（一般サンプル3,000人、利用経験層サンプル555人※下図参照）



【HAKUHODO Fintex Base(HFB)について】

Fintech領域における生活者体験価値に関する研究と情報発信を行うプロジェクト。HFBでは、Fintechサービスによってもたらされる生活者の体験・習慣を「Fintex(=Fintech×Experience)」と呼び、その変化を捉えることだけでなく、次なる兆しを発見するための生活者研究を行います。また研究結果を基に、今後Fintechサービスにはどのような価値が求められるかといった、生活者のインサイトを軸足に置いた企業側のビジネス開発・サービス開発にも寄与する情報を発信してまいります。

具体的な活動内容(例)

1 Fintechサービスに関する生活者意識・行動の調査、分析

2 Fintechを活用したサービス・ビジネスに関する動向と生活者インサイトの研究および情報発信

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 玉・山野 koho.mail@hakuhodo.co.jp