

2019年3月8日  
株式会社ネットプロテクションズ

【ネットプロテクションズ：信用スコアに対する意識調査 2019年上半期版】  
**個人の信用情報を点数化する「信用スコア」の認知度は  
約25%で2018年9月と比較して5ポイント上昇**

若年層男性からの認知度や50代以上男性の賛成度が増加  
～依然としてサービスの充実など利用者のメリットが求められる結果に～

新しい信用を創造するCredit Tech（クレジットテック）のパイオニア、株式会社ネットプロテクションズ（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：柴田 紳、以下「当社」）は、「信用スコア」に対する意識調査を実施しましたので、その結果について報告いたします。

今回の定期調査の結果、個人の信用情報を点数化する「信用スコア」の認知度は2018年9月に行った調査（<https://corp.netprotections.com/news/press/2018/1128>）よりも5ポイント上昇し25%程度でしたが、「信用スコア」の賛成度は1ポイント減少し30%となりました。

Yahoo!やLINEの新規参入のニュースなどで「信用スコア」の認知度が上昇したものの、まだ世論が「信用スコア」のメリット・デメリットを含めた概念が捉えきれないことが原因として考えられます。また、実際に「信用スコア」のサービスを利用した事がある人の割合は減少しており、認知度の上昇に対して、「信用スコア」自体の普及は進んでいないのが現状のようです。

しかしながら、「信用スコア」の普及に対して前回調査で顕著に賛成割合の高かった若年層男性のポイントが減少し、反対割合が多かった50代以上男性からの賛成が得られるようになりました。認知度の上昇に伴い、年代ごとの「信用スコア」に対する賛成・反対の割合が平準化されてきたと言えます。また、現状で「信用スコア」が普及していない背景には、ユーザーがメリットを感じて利用しても本格的に稼働しているサービスがないことが理由として挙げられるため、今後はそうしたサービスの増加に伴い普及していくと考えられます。

### 【「信用スコア」概要】

「信用スコア」とは、個人が持つ様々な情報を収集し、その情報をAIが分析・点数化し、個人の社会的信用力を測るものです。その「信用スコア」に応じて、特別金利での融資の提供や、転職時や、婚活マッチングサービスで希望が通りやすくなるなどのメリットがあります。世界では、中国を始め欧米などでも「信用スコア」の利用が普及しつつあり、実際にスコアリングサービスが提供されています。近年、日本でも、みずほ銀行とソフトバンクが共同出資で立ち上げた「J.Score」に続き、NTTドコモやYahoo!、LINEなどが参入を表明しており注目が高まっています。

### 【調査概要】

調査名：「信用スコア」に対する意識調査

調査方法：当社独自のインターネット調査

調査期間：2019年2月1日～2月6日

調査対象：全国の男女722名（男性362人女性360人）

※本リリースに関する内容をご掲載の際は、必ず「ネットプロテクションズ調べ」と明記して頂くようお願い致します。

### 調査結果概要

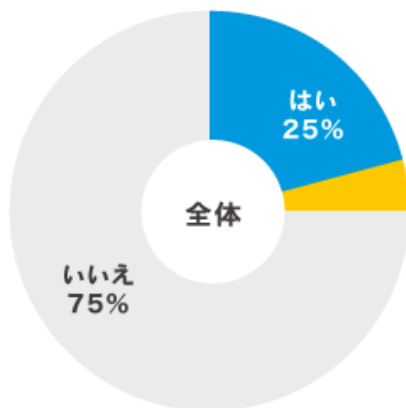
- ①全体の認知度は5ポイント上昇の約25%、男性は全体で6ポイントアップ、男女には前回と同じく大きな開きあり。
- ②「信用スコア」認知のきっかけとして、報道や記事で目にして知った人が前回調査と比べて10ポイント上昇。
- ③「信用スコア」算出のために提供可能と考える情報については前回調査と大きな変化はなく、「年齢」、「職業」については過半数が提供可能と回答。その一方「SNSなどでの交流関係」や「現在の資産状況」の提供には消極的な人が多い。
- ④信用スコアに賛成の割合は前回調査と比べて1ポイント減少の35%となり、若年層と男性に賛成が多い傾向は変わらないが、50代以上男性の賛成も増加。
- ⑤賛成派の理由の傾向に大きな変化はなく、引き続き「信用スコア」によって良い社会になることや自分へのメリットを期待。
- ⑥「信用スコア」にどのような項目があれば他人を信用できるかという質問では、既存の信用ビジネスで活用されている項目もあがったが、普段のマナーや趣味など、既存の信用ビジネスでは使われていない項目が多数あげられた。

【調査結果詳細】

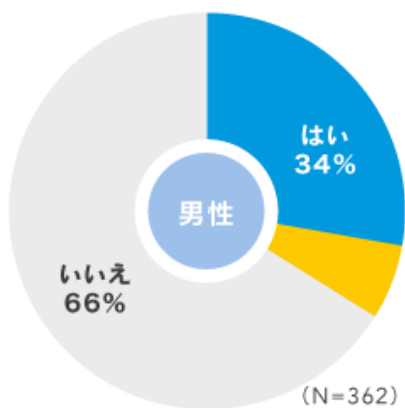
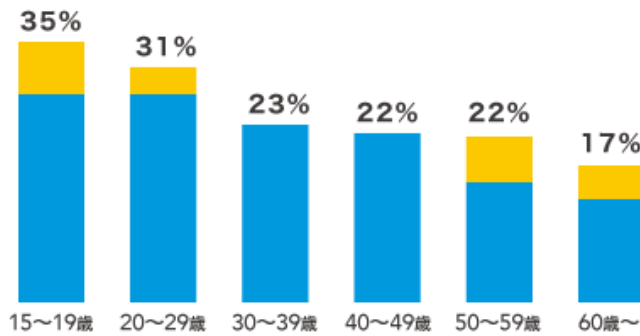
Q1 全体の認知度は5ポイント上昇の約25%、男性は全体で6ポイントアップ、男女には前回と同じく大きな開きあり

Q.1

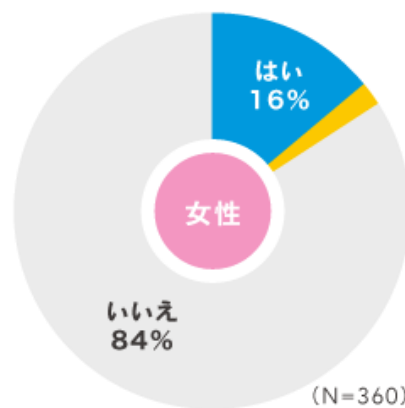
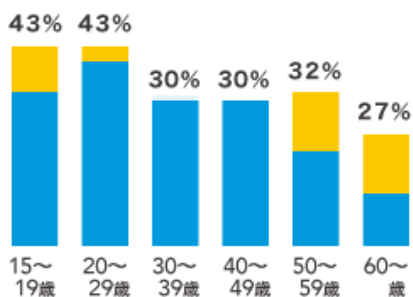
様々なデータを計算し、個人の持つ信用度や可能性を数値化した『信用スコア』という言葉を知っていますか？(N=722)



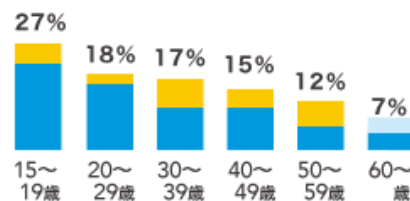
「はい」と答えた人



「はい」と答えた男性



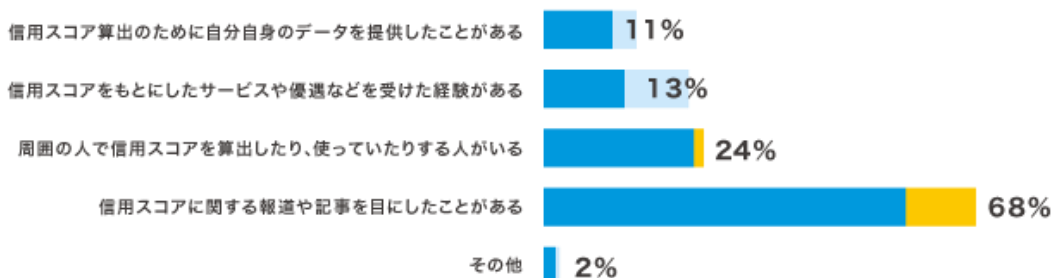
「はい」と答えた女性



## Q2 「信用スコア」認知のきっかけとして、報道や記事で目にして知った人が前回調査と比べて10ポイント上昇

Q.2

Q1で「はい」と答えた方へ質問です。  
信用スコアを知ったきっかけを教えてください。(複数回答) (N=180)



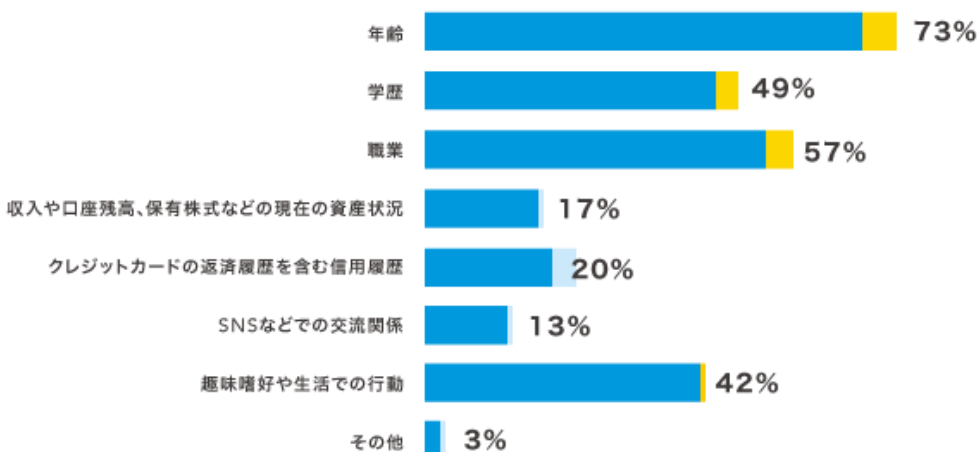
Q1で「はい」と答えた人へ「信用スコア」を知ったきっかけを質問したところ、「信用スコア」に関するニュースを目にしたことがきっかけとなった人が前回調査の57%から68%まで上昇しました。一方で、実際に利用したことがある人は前回調査の15%から11%まで下降という結果になりました。

実際に「信用スコア」を元にしたサービスを利用したことがある人は減少傾向にあり、認知度が上昇してもサービス自体は普及していないのが現状です。

## Q3 「信用スコア」算出のために提供可能と考える情報については前回調査と大きな変化はなく、「年齢」、「職業」については過半数が提供可能と回答、一方「SNSなどでの交流関係」や「現在の資産状況」の提供には消極的な人が多い

Q.3

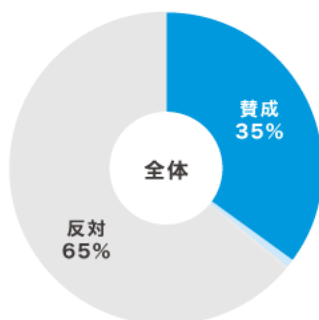
信用スコアを算出する上で、あなたが提供可能だと考える項目を全て選んでください。(複数回答) (N=722)



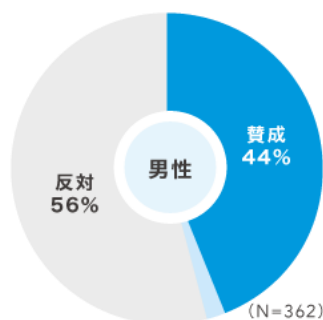
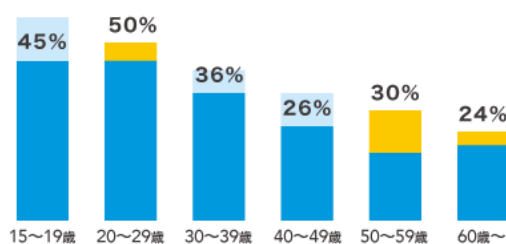
**Q4 信用スコアに賛成の割合は前回調査と比べて1ポイント減少の35%、  
若年層と男性に賛成が多い傾向は変わらないが、50代以上男性の賛成も増加**

**Q.4**

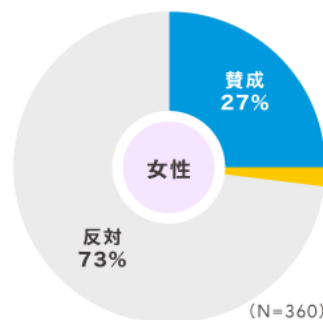
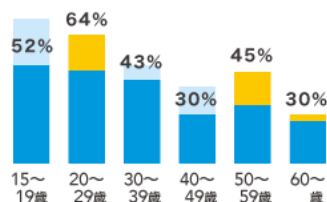
信用スコアが普及すると、一例としてスコアに応じたサービス(例:融資やマッチングなど)の提供が想定されます。信用スコアの普及についてあなたは賛成ですか、反対ですか? (N=722)



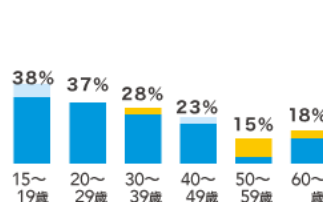
「賛成」と答えた人



「賛成」と答えた男性



「賛成」と答えた女性



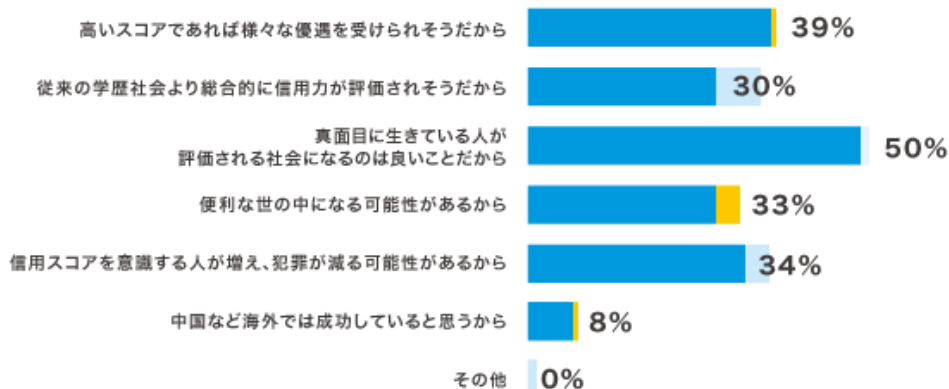
全体では1ポイント減少の35%が「信用スコア」の普及について賛成と答えました。ほか年代・性別と比較して若年層・男性で賛成が多い傾向は変わりませんが、この層で賛成と答えた人の割合は前回よりも減少しています。一方で50代以上でも賛成と答える人が増えました。

大手企業の「信用スコア」サービスへの新規参入のニュースなどにより、「信用スコア」の露出が増え、メリット・デメリットの認識が広まった結果、年代ごとの「信用スコア」に対する賛成・反対の割合が平準化されたと言えます。

## Q5 賛成派の理由の傾向に大きな変化はなく、引き続き「信用スコア」によって良い社会になることや自分へのメリットを期待

Q.5

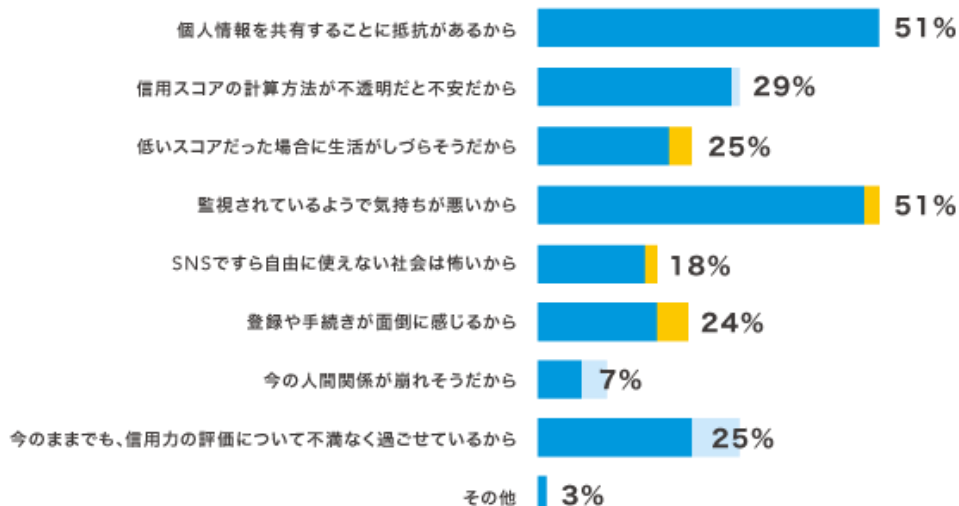
Q4で「賛成」と答えた方へ質問です。  
その理由を教えてください。(複数回答) (N=255)



## Q6 反対派の理由の傾向も大きな変化はなく、引き続き監視社会のようになることを懸念

Q.6

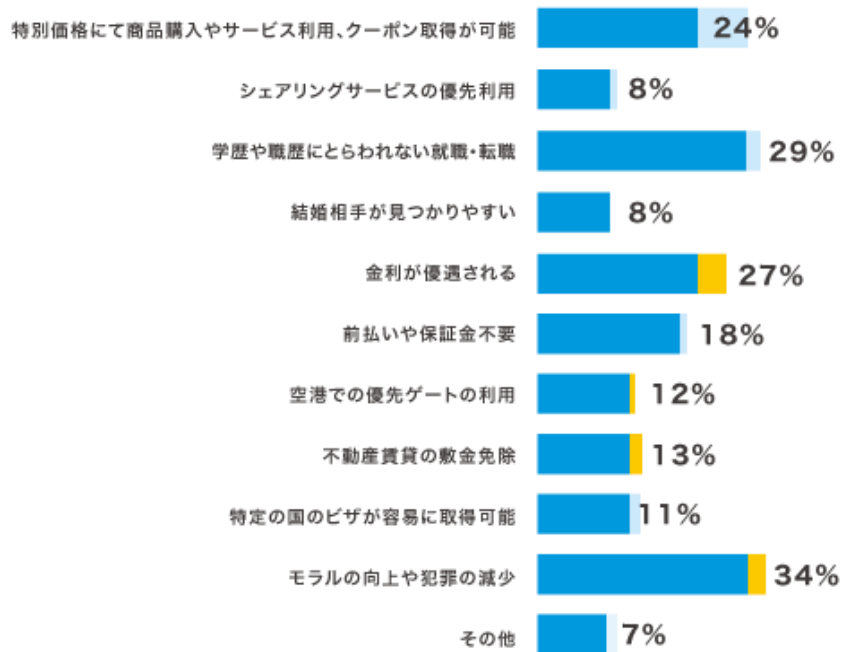
Q4で「反対」と答えた方へ質問です。  
その理由を教えてください。(複数回答) (N=467)



**Q7 信用スコアに期待することの傾向に大きな変化はなく、  
引き続き多くの人が自分事として捉えやすい項目の解決を望む声が多数**

Q.7

『信用スコア』に期待することでご自身のお考えに近いものを全てお選び  
ください。(複数回答) (N=722)



**Q8 「信用スコア」にどのような項目があれば他人を信用できるかという質問では、既存の信用ビジネスで活用されている項目もあがったが、普段のマナーや趣味など、既存の信用ビジネスでは使われていない項目が多数あげられた。**

以下では、得られた回答の中から、信用の切り口として新たに活用が望まれる項目について抜粋し、記載する。

**Q.8 もしも相手に関するどんな情報でも得られるというとしたら、あなたはどんな項目が分かれば初対面の人を信用できますか？ いくつかもお答えください。例) ゲームのプレイ時間、ゴミ捨てのマナー、LINEの友達数、体格、学歴など**

#### マナーなどの普段の振る舞いについて

- ・言葉遣い
- ・他人からの直近3年間の評価
- ・店員や運転手、清掃作業員などに対するマナー
- ・肩書きではない。話した感じや人相や全体の雰囲気など。
- ・普段の生活と他の人に対する立ち振る舞いを知りたい。  
だから、よく会話する人間との SNSの履歴と生活パターンをデータ化したものが欲しい。
- ・相手を知っている100人の人が下した相手の評価。
- ・公共の場でのマナー
- ・社会マナーを普段守っているか/時間を守るか
- ・食事の仕方/顔と表情/服装

#### 趣味などの精神活動について

- ・自分と近い趣味があるかどうか
- ・入浴時間の長さ
- ・好きな漫画
- ・宗教
- ・オタク度合い
- ・ネットでどのようなサイトをどの程度見ているか
- ・罪悪感を利用して人をコントロールしているかいないか
- ・人から嫌われるという事実を受け入れる事が出来るか出来ないか

#### 寄付歴などの経歴、保有しているものについて

- ・友人の質
- ・ラインの友達数
- ・寄付歴
- ・子供の頃の嫌な思い出
- ・付き合ったことのある異性の人数
- ・これまでに付いた嘘の数

## 【株式会社ネットプロテクションズによる「信用スコア」に関する取り組み】

昨今、個人の行動履歴や購買履歴などの様々なデータを分析し、信用情報を数値化する「信用スコア」に注目が集まっています。国内でも大手企業の新規参入が続くなか、当社は、Credit Tech（クレジットテック）のパイオニア企業として、「信用スコア」の算出に寄与する1億4000万件を超えるユニークなビッグデータを所有し、これらを活用しながらより精緻な信用を創造する取り組みもすでに複数展開しています。例えば、LIFULLの保有する不動産データを当社のビッグデータを用いた与信審査に活用して与信精度の向上を図ったり(\*1)、博報堂DYメディアパートナーズの保有する生活者データと当社のビッグデータを紐づけることで、「信用スコア」やターゲティング広告に活用しうる新たな切り口を模索するなどの検討を進めています。(\*2)

\*1ネットプロテクションズ、「LIFULL HOME'S」の 空室情報を活用し、与信精度向上へ不正注文の検知により、通信販売をより安心・安全に～  
<https://www.netprotections.com/news/press/2017/0706/>

\*2ネットプロテクションズ、後払いサービスデータを用いて、博報堂DYメディアパートナーズと、「信用情報の検証、マーケティングデータへの活用」の共同研究を開始  
[https://corp.netprotections.com/news/press/2018/0920?\\_ga=2.21069115.1295091919.1545702214-468341682.1534926799](https://corp.netprotections.com/news/press/2018/0920?_ga=2.21069115.1295091919.1545702214-468341682.1534926799)

当社では、今回のように定期的に調査を行うことで、事業者側の視点だけでなく、ユーザー側の視点も反映した形で、「信用スコア」サービスなどに代表されるデータの利活用がどうあるべきか検討を進めてまいります。

## 【株式会社ネットプロテクションズ概要】

当社はテクノロジーを活用して新しい信用を創造する「Credit Tech（クレジットテック）」のパイオニア企業として、あらゆる商取引を円滑にしていくことを目指しています。

2002年より、日本初の未回収リスク保証型通販向け後払い決済サービス「NP後払い」の提供を開始し、前年度比140%の成長率を続け、累計利用件数1億4千万件を突破しています。2014年からは同サービスを企業間取引向けに展開した「NP掛け払い」の本格提供を開始し、前年度比170%の成長を続けています。さらに2017年には、購買体験がこれまでよりも快適になる新しいカードレス決済「atone（アトネ）」を、2018年にはatoneを台湾向けに最適化した「AFTEE（アフティー）」をリリースいたしました。

また当社ではテイル型組織による社員の自己実現と社会発展の両立を目指しています。主業務とは別に想いのある業務に20%の時間を割く「ワーキンググループ」制度や日本屈指の福利厚生制度「ココット」、リモートワーク制度を導入しており、2018年にはマネージャー職を廃止した新人事制度「Natura」の導入を開始しました。

今後も事業のみならず、組織においても「次のアタリマエ」を目指し、模索していきます。

Naturaの概要はこちら：<https://corp.netprotections.com/news/press/2018/0425>

ココットの概要はこちら：<https://corp.netprotections.com/news/press/2018/0710>

- ・商号 : 株式会社ネットプロテクションズ
- ・代表者 : 代表取締役社長（CEO）柴田 紳
- ・URL : <https://corp.netprotections.com/>
- ・事業内容 : 後払い決済サービス「NP後払い」の運営  
企業間決済サービス「NP掛け払い」の運営  
訪問サービス向け後払い決済サービス「NP後払いair」の運営  
新しいカードレス決済「atone（アトネ）」の運営  
台湾 スマホ後払い決済「AFTEE（アフティー）」の運営  
ポイントクラブの運営
- ・設立 : 2000年1月
- ・資本金 : 1億円
- ・所在地 : 〒102-0083  
東京都千代田区麹町4丁目2-6 住友不動産麹町ファーストビル5階