

2018年11月28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：信用スコアに関する意識調査】

個人の信用情報を点数化する「信用スコア」の認知度は約20%**若年層男性の過半数が普及に賛成****社会問題の解決手段としてスコア化に共感する傾向、一方で反対派は監視社会へ懸念
～「モラルの向上や犯罪の減少」「学歴にとらわれない就職・転職」への期待が最多～**

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します。

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20%程度だったものの、「信用スコア」について約3割の人が賛成しているほか、ニュースを通して存在を知る人が多い実態などが分かりました。ただ、実際に使ったことがある人の割合が少ない点においては、多くの人が利用したいと思うほど、サービス自体の数が少ないことのほか、監視社会への不安の声など「信用スコア」に対する疑念の払拭ができていないことなどが要因と考えられ、「信用スコア」の普及には、個人情報の提供可否や利用可否を個人が選択できるあり方が必須であることが分かりました。また「信用スコア」に対して、就職や犯罪の減少など、世の中の課題解決を期待する声も多く、実際の導入にあたっては、まずは社会的なメリットが多い場面での活用から進めていくことが現実的だと言えます。

【「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が受けられたり、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ったりす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、Yahoo!やLINEなどが参入を表明するなど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：2018年9月26日～9月30日

調査対象：全国の男女720名（男女360人ずつ、15-19歳、20-29歳、30-39歳、40-49歳、50-59歳、60歳以上の区分ごとに120人ずつ）

※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」と明記してください

【調査結果概要】

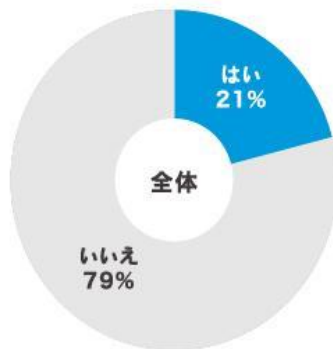
- ①約20%の人が「信用スコア」を認知しているが、男女で倍以上の開きあり
- ②「信用スコア」を知ったきっかけは過半数がニュース、知っていても実際に使ったことがある人は少数
- ③「信用スコア」を算出する情報として提供可能と考える項目のうち、年齢、職業については過半数が提供可能と回答、一方「SNSなどでの交流関係」や「現在の資産状況」の提供には消極的な人が多い
- ④全体では「信用スコア」の活用に対して反対が多い一方、男女で大きな差があり、男性の若年層の過半数は賛成
- ⑤賛成派は「信用スコア」によって良い社会になることを期待、反対派は監視社会のようになることを懸念
- ⑥「信用スコア」への期待としては、「モラルの向上や犯罪の減少」や「学歴にとらわれない就職・転職」など、現状の課題解決を望む声が多数

【調査結果詳細】

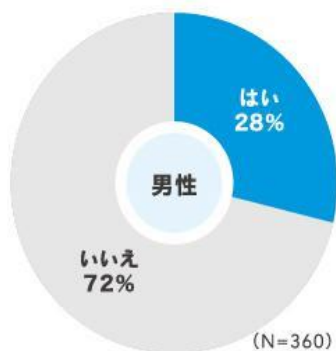
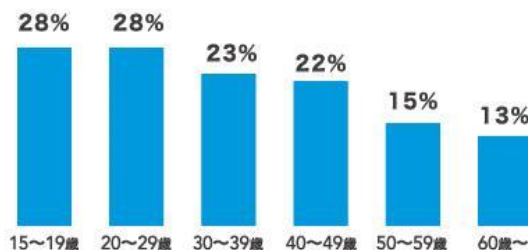
1.約20%の人が「信用スコア」を認知しているが、男女で倍以上の開きあり

Q.1

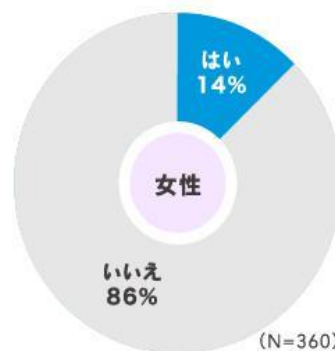
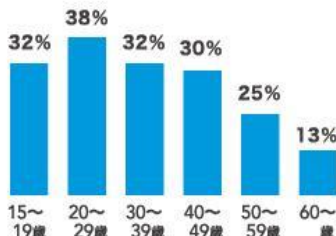
様々なデータを計算し、個人の持つ信用度や可能性を数値化した『信用スコア』という言葉を知っていますか？(N=720)



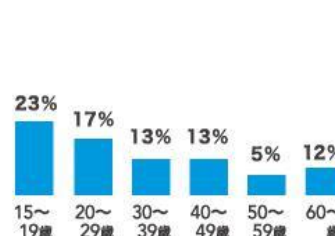
「はい」と答えた人



「はい」と答えた男性



「はい」と答えた女性



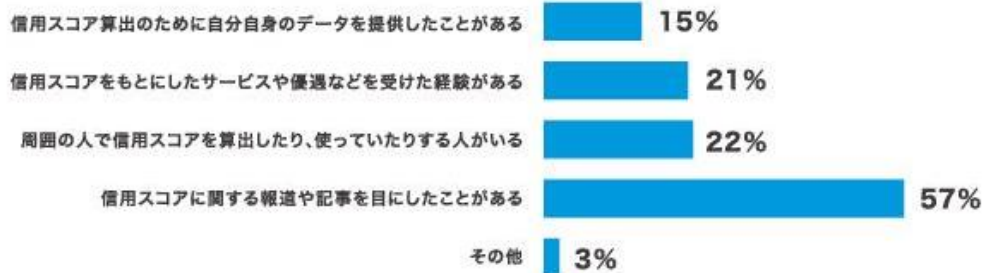
「様々なデータを計算し、個人の持つ信用度や可能性を数値化した『信用スコア』という言葉を知っていますか？」という質問に対しては、21%の人が「はい」と答えました。全体では、15歳-29歳の若年層は28%が「はい」と回答しており、15歳-19歳と60歳以上では倍以上の開きがありました。また、男女の比較でも、男性全体の28%が「はい」と回答しており、女性全体と倍以上の開きがあるという結果になりました。

「信用スコア」に対する認知度に男女や年代で大きな開きがあるのは、仕事やインターネットで情報に触れる機会が多いからかと推測できます。

2. 「信用スコア」を知ったきっかけは過半数がニュース、知っていても実際に使ったことがある人は少数

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=152)



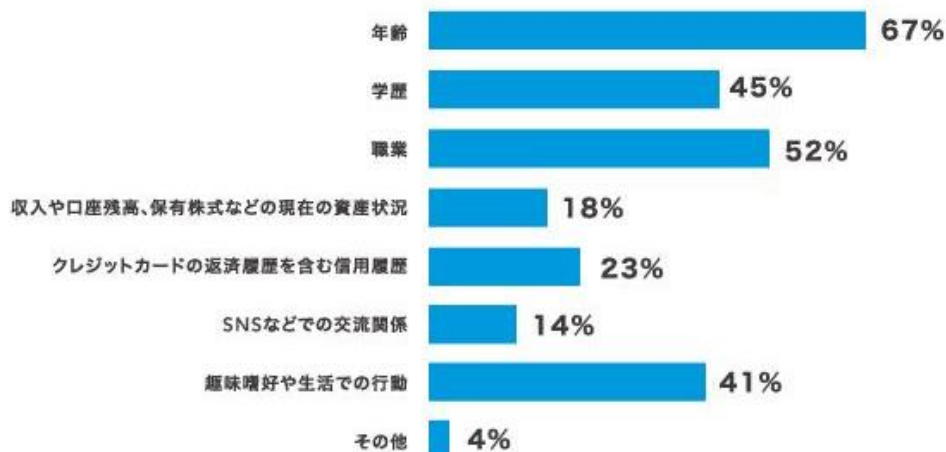
「Q1で「はい」と答えた「信用スコア」という言葉を聞いたことがある人へ「信用スコア」を知ったきっかけを質問したところ、「信用スコア」に関するニュースを目にしたことがきっかけとなった人が圧倒的で57%もいる一方、実際に利用したことがある人は15%程度という結果になりました。また、その他では「授業で習った」や「Youtubeで見た」などの回答がありました。

「信用スコア」をニュースなどで存在は知っているが、実際に使ったことがある人の割合が少ないのは、多くの人が利用したいと思うほど、サービス自体の数が少ないことや、「信用スコア」に対する疑念の払拭ができていないためと考えられます。(サービスや疑念については、後述のQ5及びQ6にて調査)

3. 「信用スコア」を算出する情報として提供可能と考える項目のうち、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=720)



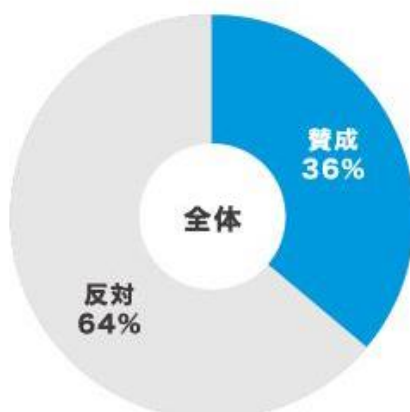
信用スコアを算出する上で、提供可能な項目を質問したところ、「年齢 (67%)」や「学歴 (45%)」、「職業 (52%)」が提供可能との回答が多い一方で、SNSでの交流関係 (14%) や現在の資産状況 (18%) については提供可能と回答する人が少なく、消極的な傾向が見てとれました。その他では「個人情報は何も提供したくない」という声もありました。

「信用スコア」のために提供可能と考える項目で、年齢や学歴、職業などの提供をためらう人が少ない理由としては、年齢や学歴、職業は、これまで個人を説明する情報として社会的に提示する機会が多かったことから、開示に対して心理的ハードルが低いのだと考えられます。それに対して、SNSなどでの交流関係の提供や現在の資産状況の開示に抵抗を示す人が多いのは、自分だけでなく周囲の人間との関係性までも監視されていると感じたり、資産状況の開示により利便性を感じる機会が乏しく、むしろ不利益を被る可能性があるのではないかと懸念したりするためと考えられます。

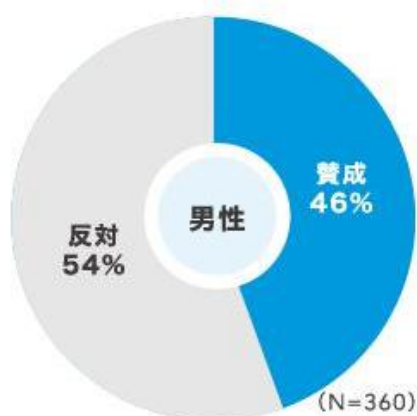
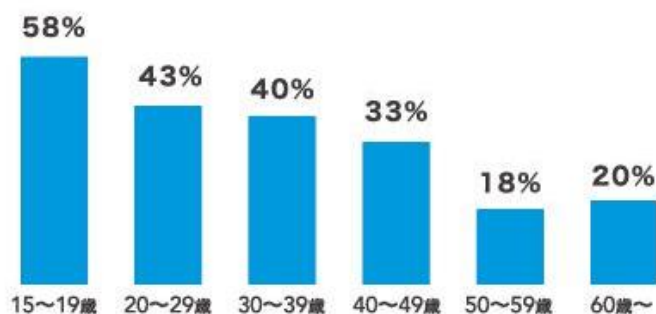
4.全体では「信用スコア」の活用に対して反対が多い一方、男女で大きな差があり、男性の若年層の過半数は賛成

Q.4

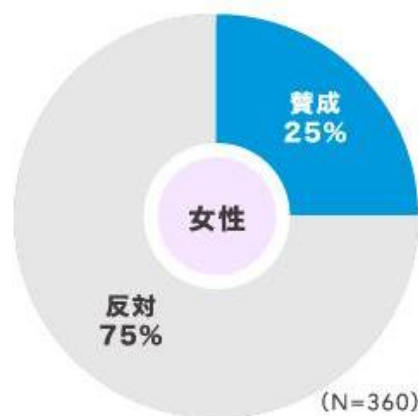
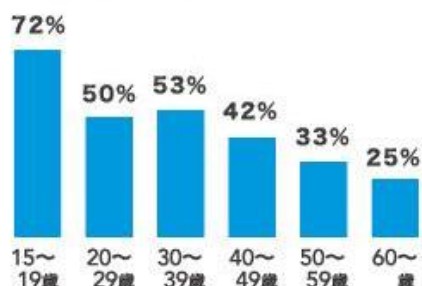
信用スコアが普及すると、一例としてスコアに応じたサービス(例:融資やマッチングなど)の提供が想定されます。信用スコアの普及についてあなたは賛成ですか、反対ですか？ (N=720)



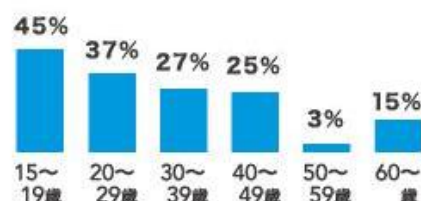
「賛成」と答えた人



「賛成」と答えた男性



「賛成」と答えた女性

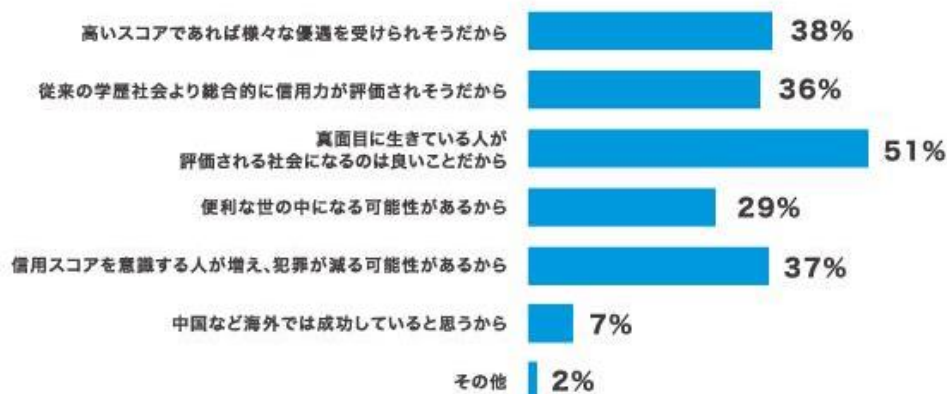


全体では36%が「信用スコアの普及について」賛成と答えたが、年代・性別では倍以上の差があり、全体の15-19歳は58%が、20-29歳は43%が賛成と回答しています。また、男性の39歳以下は過半数が賛成と回答し、男女の差が明確に出る結果となりました。

5.賛成派は「信用スコア」によって良い社会になることを期待

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=256)



信用スコアの普及について「賛成」の理由として、「真面目に生きている人が評価される社会になるのはいいことだから（51%）」が最多の結果となり、次いで「高いスコアであれば様々な優遇を受けられそうだから（38%）」という結果でした。その他では「今後の世の中は情報開示が求められる時代になって行くと思うから」や「当たり前のことを当たり前に行っている人の評価が上がるから」という回答などがありました。

「信用スコア」の普及に賛成の人の理由を見ると、個人的なメリットよりも、社会全体に与える良い影響に対して賛成と答えている人が過半数を超えています。「信用スコア」の活用において「より良い社会になる」ことを特に期待している実態が分かります。

6.反対派は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=464)



信用スコアの普及について「反対」の理由として、過半数の人が「個人情報を共有することに抵抗があるから（51%）」と回答するほか、「監視されているようで気持ちが悪いから（47%）」が続きました。その他では「スコアに応じてサービスが変わるのは不平等に感じるから」や「信用スコアのことを知らないから」という回答が得られました。

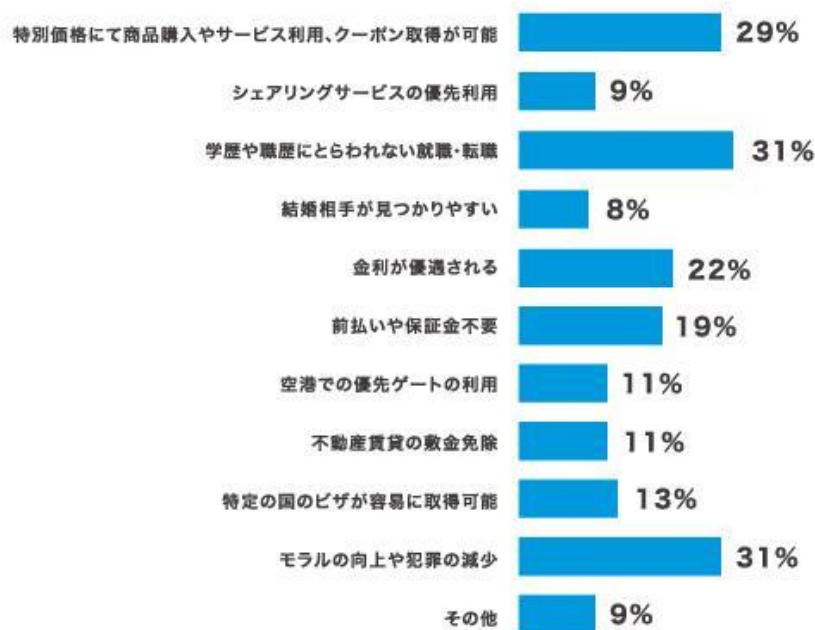
このことから、日本において「信用スコア」が普及する際には、欧州で施行されたGDPR*に代表されるように、個人情報の提供可否や利用可否を個人が選択できるあり方が重要視されると考えられます。

*GDPRとは欧州で個人データの取得や利用に関して、個人が選択できるよう、企業に様々な規制を規定した法律のこと

7. 「信用スコア」への期待としては、「モラルの向上や犯罪の減少」や「学歴にとらわれない就職・転職」など、現状の課題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=720)



『信用スコア』に期待することとして「モラルの向上や犯罪の減少（31%）」、「学歴にとらわれない就職・転職（31%）」、「特別価格にて商品購入やサービス利用、クーポン取得が可能（29%）」などに多くの回答が集まりました。また、その他では「相手の事がある程度始めから知る事が出来る安心感」という回答が得られました。

以上の結果より、就職や、犯罪の減少など今現在多くの人が感じている世の中の課題解決を望む声が多い一方で、それだけでなく、クーポン取得などの短期的なメリットへ期待する人も多いことが分かります。

実際LINEが発表した「LINE Score」は、消費者が短期的にメリットを感じられる個人向けローンサービスの提供を予定しています。

日本においては、「信用スコア」は世の中の課題解決に寄与するものであるという認知獲得のもと、消費者が短期的なメリットを感じられるようなサービスを提供することで「信用スコア」が受け入れられやすくなると考えられます。

8. 「信用スコア」への期待としては、すでに多くの人が自分の問題として捉えている一方、現状解決されていない課題の解決を望む声が多数

Q8 あなたご自身としては、自分の信用力について、どのような項目で評価されるのが理想ですか。

自分の信用力を評価する理想の項目に関して質問したところ、以下のような回答が得られました。

経済状況から評価されるもの

- ・毎月、国民年金をきちんと払っている
- ・確定申告書での信用度 労働収入がなくても労働外収入での信用度でローンが組めるかなど
- ・信用力というものが、社会における人間の関係に溝を作るようなものであれば、反対である。信用力がないとされた人間には冷たい社会になれば、今以上の格差が生じるだろう。なので、信用力の評価は、払うべきものを払っているか、例えばスマホ代金やクレジットの延滞などとどめるべき。

経済状況以外で評価されるもの

- ・友人の評価
- ・現在持つ資格やスキル
- ・職場での評価や実績
- ・学歴で判断しないでほしい。家庭の事情で、能力があっても、大学にいかずはたらかなければならない人だっている。それでも大卒でないと試験を受ける資格がなかったりする。大卒が資格級なのはわかるが、昇給や収入で、同じ勤務年数でも差が激しいのは納得いかない。
- ・8年間も専業主婦をやっており、職についていないので、正直 自分の信用力をどうやって評価して頂くかは難しいです。普段の生活スタイルやお金の使い方などで判断して頂くしかかないかな…。
- ・趣味熱中度
- ・人間性
- ・歴史が好きで勉強をしているが、歴史の研究職に就くには学歴が足りないらしいので、学歴などでなく純粋に歴史の知識で自分を評価してくれるなら理想的
- ・会話内容、考え方、など
- ・特技など、自分の持っている力を発揮出来ること
- ・ライフワークバランス
- ・誠実な行いや生活による信頼のある人格
- ・まじめに生きていること。ずるい人が優遇されない社会
- ・学歴や生まれ育ちなどは関係なく個人の個性をしっかりみて欲しい
- ・生き方の理念

【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 【2017/7/6】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 【2018/9/20】ネットプロテクションズ、後払い決済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>

【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）」をリリースしました。また当社ではティー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「コックット」、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。

- ・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