

2021年1月14日

報道関係各位

 SMBCコンシューマーファイナンス株式会社  
 広報CSR部: 西山・三浦  
 (問合せ先: 03-3543-7360)

## 20代の金銭感覚についての意識調査 2021

20代の毎月のお小遣い 平均 29,398 円、コロナ禍前の前回調査から微増

「貯蓄ゼロ」の20代は 18.2%、貯蓄額は平均 72 万円で前回調査から 19 万円増加、  
既婚者では貯蓄額がコロナ禍前から大幅増加

「コロナ禍前より収入が減った」有職者の 29.5%

20代の副業実態 コロナ禍で副業機会が激減? 「副業をしている」有職者の 30.6%、前回調査から 12.5 ポイント下降

20代の半数以上が結婚しようと思えるのは「年収 600 万円」、コロナ禍前の前回調査からハードルが上昇

「70 歳以降も働いていると思う」20代有職者の 64.0%

働いていると思う理由 TOP2「経済的にゆとりのある生活をしたいから」「働かないと生活費が足りないと思うから」

SMBCコンシューマーファイナンス株式会社(代表取締役社長:金子 良平、<http://www.smbc-cf.com/>、サービスブランド「プロミス」)は、2020年11月6日～9日の4日間、20歳～29歳の男女を対象に「20代の金銭感覚についての意識調査2021」(\*)をインターネットリサーチで実施し、1,000名の有効サンプルの集計結果を公開しました。(調査協力会社:ネットエイジア株式会社)

\*前回調査である「20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査2020」は2019年12月に調査(2020年3月12日発表)しております。

- TOPICS -

### 【20代のお小遣い・貯蓄事情】 P.3～P.7

- ≫ 20代の毎月のお小遣い 平均 29,398 円、コロナ禍前の前回調査から微増
- ≫ 「毎月自由に使えるお金は 1 万円以下」39.4%
- ≫ 「貯蓄ゼロ」の20代は 18.2%、貯蓄額は平均 72 万円で前回調査から 19 万円増加、既婚者では貯蓄額がコロナ禍前から大幅増加
- ≫ 「現在の貯蓄状況に不安を感じている」20代の 57.7%
- ≫ リタイア時にあれば安心できる貯蓄金額の平均は 1,884 万円、「2 千万円超」とした割合は前回調査から下降し 32.7%に
- ≫ 「上司や先輩からおごってもらっている」23.5%、前回調査から 6.0 ポイント下降
- ≫ 「部下や後輩におごっている」14.7%、前回調査から 7.2 ポイント下降

### 【20代の消費意識と消費実態】 P.8～P.28

- ≫ 20代は“背伸び消費”より“身の丈消費”志向 「無理をせず買える範囲で良いものを選びたい」20代の 78.7%
- ≫ 「最安値は必ずチェック」75.7%、「口コミは必ずチェック」72.6%、「調べ尽くし消費」が20代の大半の生活に浸透
- ≫ 20代の消費の優先 こだわり消費タイプは 75.2%、つながり消費タイプは 48.6%、エシカル消費タイプは 35.5%
- ≫ つながり消費に実際にお金をかけている20代は 39.8%、前回調査から 9.0 ポイント下降
- ≫ コロナ禍前よりおひとりさま消費は拡大、おひとりさま消費額の全体平均は 5,362 円/月、前回調査から 1,235 円増加
- ≫ コロナ禍の巣ごもり消費マインド 「自宅にいる時間を充実させるためにお金をかけたい」20代の 61.2%
- ≫ 「ストレス発散のためにお金をかけている」20代の 50.7%、前回調査から 5.6 ポイント下降

- ≫ ストレス発散消費の矛先は？ 男性 1 位「外食」、女性 1 位「スイーツ・お菓子」
- ≫ ゲーム課金に対する 20 代の意識  
「お金を使ってでもゲームを有利に進めたい」13.0%、「お金を使わないと楽しく遊べない」14.9%
- ≫ 「アイテム・キャラ入手のためのお金は惜しみたくない」15.0%、「レアアイテム・キャラを入手すると誇らしい」34.4%
- ≫ 20 代のゲーム課金実態 ゲーム課金をしている 20 代は 12.2%、かけている金額は平均 4,191 円/月
- ≫ 「ゲーム課金しすぎて生活に困ったことがある」10.6%、「ゲーム課金に後悔したことがある」20.1%
- ≫ 20 代が考える“いい買い物”とは？ TOP3「将来の役に立つものを買う」「ほしいものを買う」「満足できるものを買う」
- ≫ モノを持たない消費の利用意向 「サブスクサービスの利用」は 20 代の 42.1%が前向き、前回調査から 4.1 ポイント上昇
- ≫ 20 代が利用しているサブスクサービス TOP2「動画配信」「音楽配信」、「ゲーム」「ニュース」は男性で高い傾向
- ≫ 20 代の自己投資・自分磨き実態 「自己投資にお金をかけている」24.4%、「自分磨きにお金をかけている」46.5%
- ≫ 「自己投資」にかけているお金は平均 5,318 円/月、「自分磨き」にかけているお金は平均 6,849 円/月
- ≫ コロナ禍による消費の変化 「コロナ禍で支出額が増えたものがある」53.8%  
支出額が増えたもの TOP5「食品・飲料費」「水道光熱費」「日用消耗品・雑貨費」「酒類費」「通信費」
- ≫ 「コロナ禍で支出額が減ったものがある」60.3%  
支出額が減ったもの TOP5「外食費」「旅行・レジャー費」「衣類・ファッション用品費」「交通費」「交際費」
- ≫ コロナ禍が落ち着いたら 20 代が支出額を増やしたいもの 「旅行・レジャー費」が突出
- ≫ 20 代の 60.6%がキャッシュレス派、前回調査から 6.7 ポイント上昇
- ≫ 「キャッシュレス・ポイント還元事業の開始後、キャッシュレス決済の機会が増えた」57.9%
- ≫ 「QR コード決済」の使用率は 52.6%、前回調査から 10.8 ポイント上昇
- ≫ 20 代の“Go To キャンペーン”利用意向率 「Go To トラベル」は 49.5%、「Go To イート」は 50.4%
- ≫ 「Go To 商店街」の利用意向率は 38.3%、「Go To イベント」の利用意向率は 45.7%

#### 【コロナ禍と収入事情】 P.29～P.30

- ≫ 「コロナ禍前より収入が減った」有職者の 29.5%
- ≫ 「コロナ禍前より家事時間が増えた」有職者の 37.9%、「コロナ禍前より家族と過ごす時間が増えた」有職者の 41.6%
- ≫ コロナ禍で冷え込むアフター5 消費 「コロナ禍前より仕事後の消費が減った」有職者の 28.7%
- ≫ 20 代の副業実態 コロナ禍で副業機会が激減？ 「副業をしている」有職者の 30.6%、前回調査から 12.5 ポイント下降

#### 【ライフイベントと収入事情】 P.31～P.34

- ≫ 20 代の半数以上が結婚しようと思えるのは「年収 600 万円」、コロナ禍前の前回調査からハードルが上昇
- ≫ 「年収がどんなに多くても結婚したいと思えない」20 代の 21.8%、前回調査から 7.9 ポイント上昇
- ≫ 20 代の半数以上が 1 人目の子育てに前向きになるのは「年収 700 万円」、前回調査から 100 万円上昇
- ≫ 20 代の半数以上が自家用車を購入しようと思えるのは「年収 600 万円」、前回調査から 100 万円上昇
- ≫ 20 代の半数以上が住宅を購入しようと思えるのは「年収 900 万円」、前回調査からハードルが大幅上昇
- ≫ 「70 歳以降も働いていると思う」20 代有職者の 64.0%  
働いていると思う理由 TOP2「経済的にゆとりのある生活をしたいから」「働かないと生活費が足りないと思うから」

#### 【マネートラブルの経験】 P.35

- ≫ 「今までに、マネートラブルを経験したことがある」20 代の 28.7%  
経験したマネートラブル TOP2「同僚や知人とお金の貸し借りでもめた」「インターネット上のやりとりで詐欺にあった」

## アンケート調査結果

**【20代のお小遣い・貯蓄事情】**

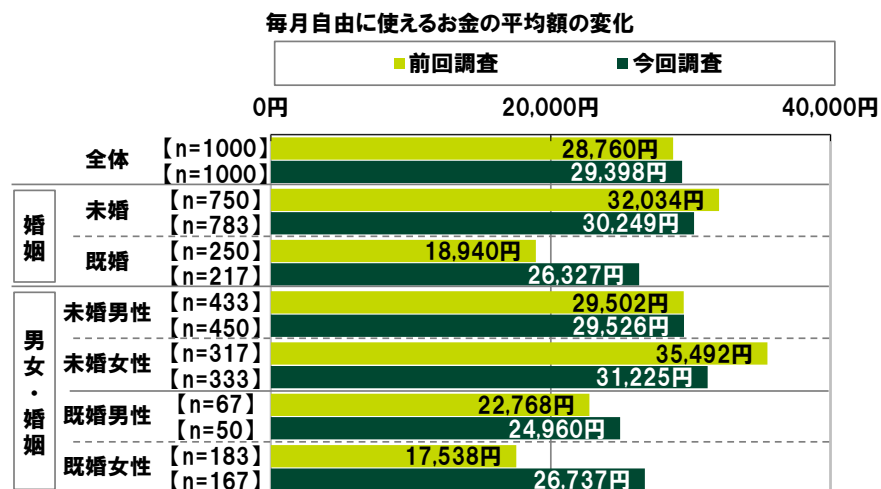
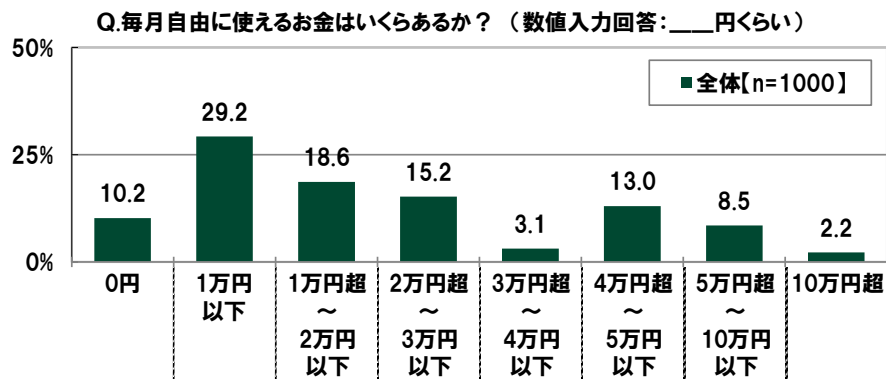
- **20代の毎月のお小遣い 平均 29,398円、コロナ禍前の前回調査から微増**
- **「毎月自由に使えるお金は1万円以下」39.4%**

全国の20歳～29歳の男女1,000名(全回答者)に対し、毎月自由に使えるお金はいくらあるか聞いたところ、「1万円以下」(29.2%)に最も多くの回答が集まったほか、「1万円超～2万円以下」(18.6%)や「2万円超～3万円以下」(15.2%)にも回答が集まり、平均は29,398円でした。また、「0円」は10.2%で、「1万円以下」(29.2%)と合わせた『1万円以下(計)』は39.4%となりました。

前回の調査結果(※1)と比較すると、毎月自由に使えるお金の平均は638円増加(前回調査28,760円→今回調査29,398円)しました。

婚姻状況別にみると、既婚女性では9,199円の増加(前回調査17,538円→今回調査26,737円)と増加幅が最も大きくなったのに対し、未婚女性では4,267円の減少(前回調査35,492円→今回調査31,225円)と減少幅が最も大きくなりました。既婚女性には、コロナ禍でお金の使い方を見直し、お小遣いを多めに確保できるようになったという人が多いのかもしれませんが。

※1: SMBCコンシューマーファイナンス「20代・30代・40代の金銭感覚についての意識調査2020」より



**≫ 「貯蓄ゼロ」の20代は18.2%、貯蓄額は平均72万円で前回調査から19万円増加、既婚者では貯蓄額がコロナ禍前から大幅増加**

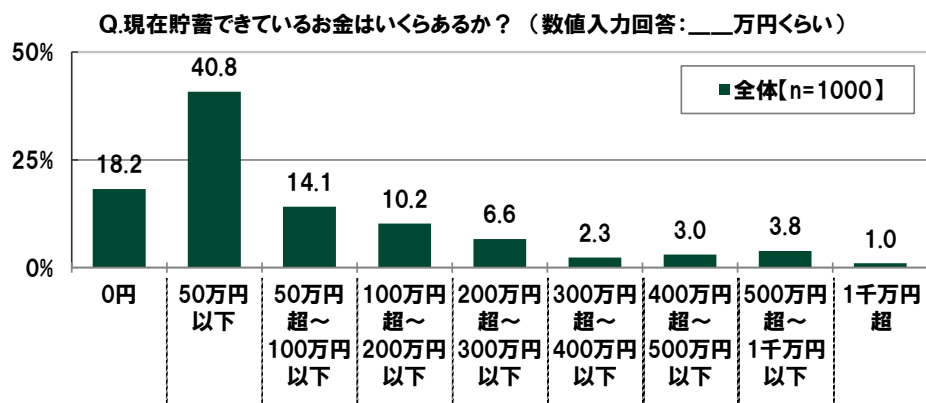
次に、貯蓄状況について質問しました。

現時点で、どのくらいの貯蓄ができているか聞いたところ、「50万円以下」(40.8%)に最も多くの回答が集まったほか、「50万円超～100万円以下」(14.1%)や「100万円超～200万円以下」(10.2%)にも回答がみられ、平均は72万円でした。他方、「0円」は18.2%となりました。

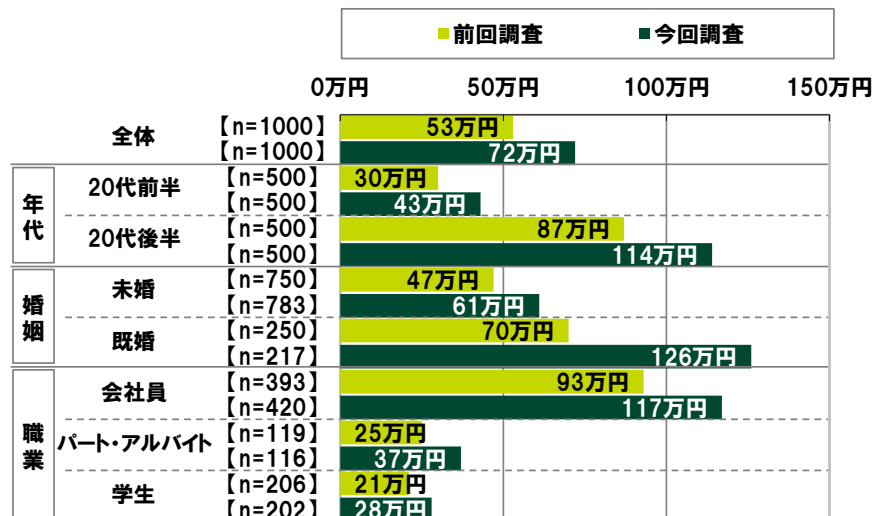
前回の調査結果と比較すると、現在貯蓄できているお金の調整平均(※2)は19万円増加(前回調査53万円→今回調査72万円)しました。

婚姻状況別にみると、未婚者では14万円の増加(前回調査47万円→今回調査61万円)にとどまったのに対し、既婚者では56万円の増加(前回調査70万円→今回調査126万円)と大幅に増え、既婚者の貯蓄志向の高まりが感じられる結果となりました。

※2: 当該設問では、上位数%のデータにみられた極端な値(貯蓄額が数億円など)の影響を除外するため、10%調整平均(上位と下位からそれぞれ10%のデータを除外して算出した相加平均)を利用しています。



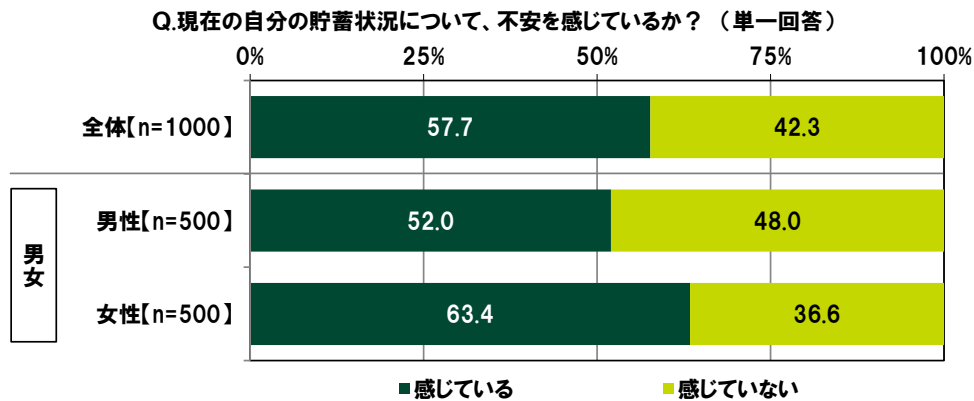
現在貯蓄できているお金の調整平均額の変化



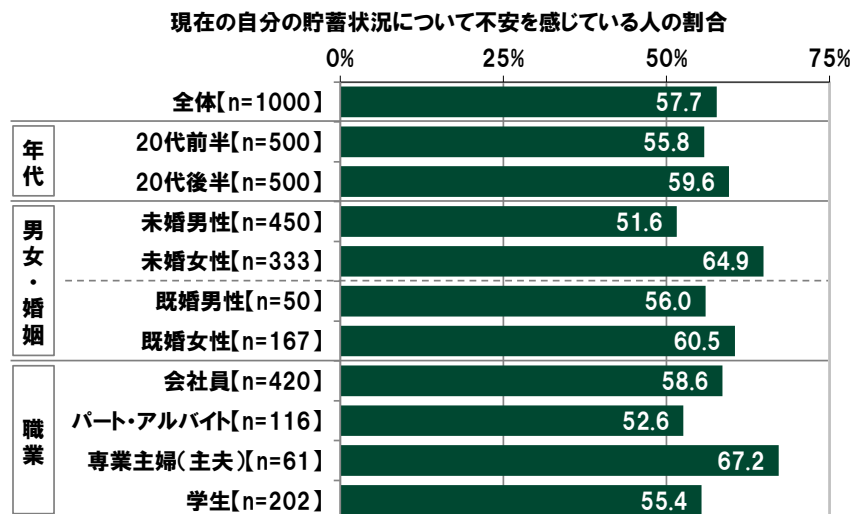
## ≫ 「現在の貯蓄状況に不安を感じている」20代の57.7%

現在の自分の貯蓄状況について、不安を感じているか聞いたところ、「感じている」は57.7%、「感じていない」は42.3%となりました。

男女別にみると、不安を感じている人の割合は、男性52.0%、女性63.4%と、男性と比べて女性のほうが11.4ポイント高くなりました。



さらに、不安を感じている人の割合をみると、男女・婚姻状況別では未婚女性が64.9%で最も高く、職業別では専業主婦(主夫)が67.2%で最も高くなりました。



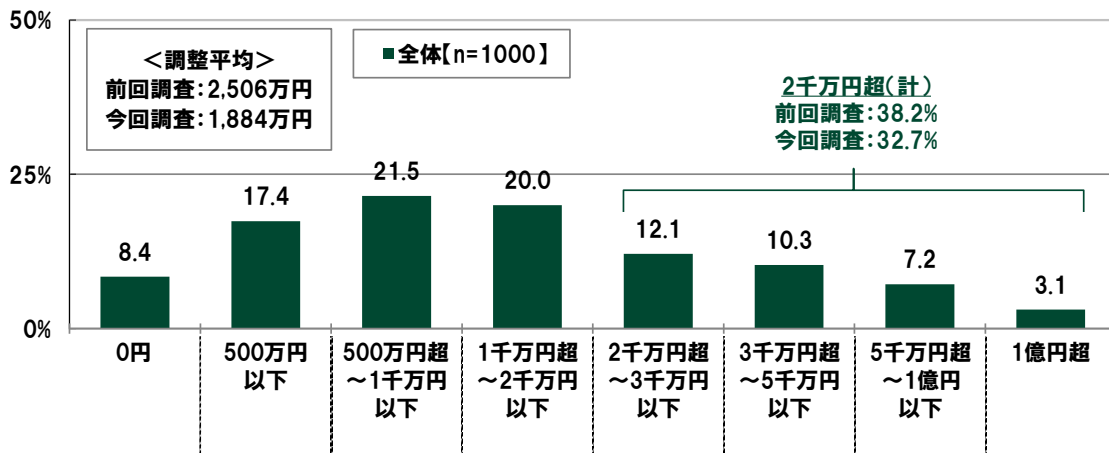
>> リタイア時にあれば安心できる貯蓄金額の平均は 1,884 万円、「2 千万円超」とした割合は前回調査から下降し 32.7%に

では、リタイア時にどのくらいの貯蓄があれば安心できるのでしょうか。

全回答者(1,000 名)に、仕事をリタイアする年齢までに貯蓄がいくらあれば安心できるか聞いたところ、「500 万円以下」(17.4%)や「500 万円超～1 千万円以下」(21.5%)、「1 千万円超～2 千万円以下」(20.0%)、「2 千万円超～3 千万円以下」(12.1%)に回答が集まり、調整平均は 1,884 万円でした。また、『2 千万円超(計)』の割合をみると、32.7%となりました。

前回の調査結果と比較すると、『2 千万円超(計)』の割合は 5.5 ポイントの下降(前回調査 38.2%→今回調査 32.7%)となりました。

Q.仕事をリタイアする年齢までに貯蓄がいくらあれば安心できるか？  
 (数値入力回答:\_\_\_万円くらい)

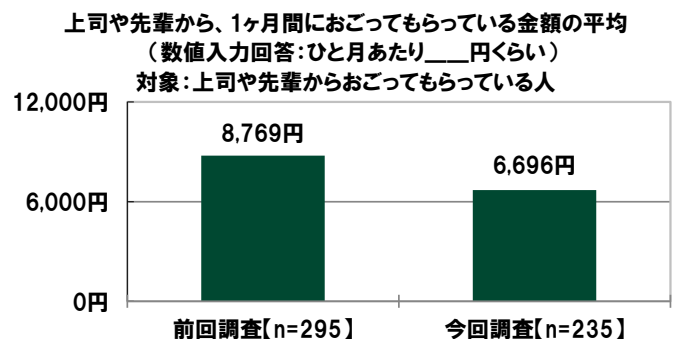
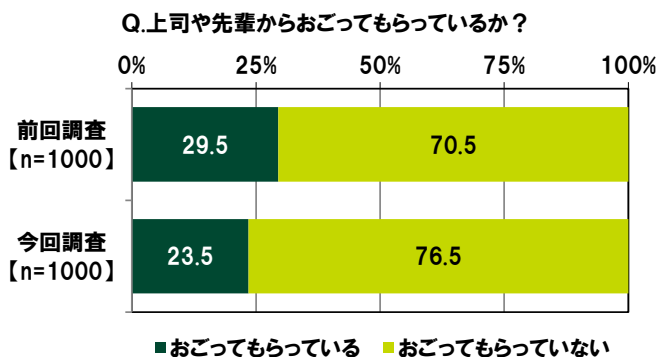


- ≫ 「上司や先輩からおごってもらっている」23.5%、前回調査から 6.0 ポイント下降
- ≫ 「部下や後輩におごっている」14.7%、前回調査から 7.2 ポイント下降

上司・先輩や部下・後輩との付き合いにおける“おごり”の状況について質問しました。

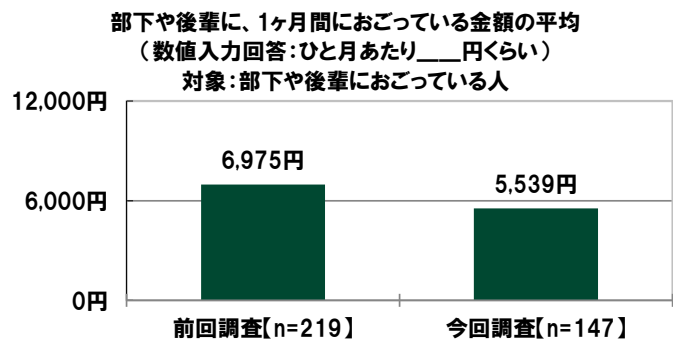
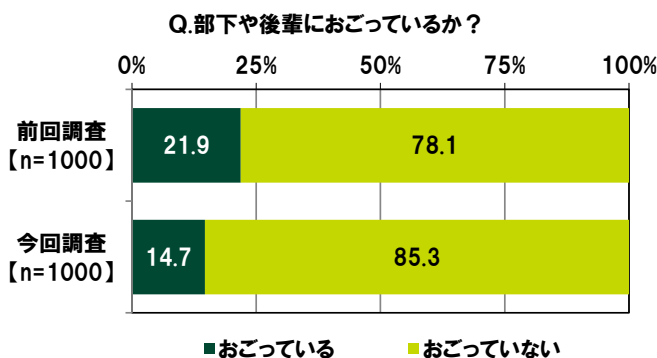
全回答者(1,000名)に、上司や先輩からおごってもらっているか聞いたところ、おごってもらっている人の割合は23.5%となりました。また、上司や先輩からおごってもらっている人(235名)に、1ヶ月間におごってもらっている金額を聞いたところ、おごってもらっている金額の平均は6,696円でした。

前回の調査結果と比較すると、おごってもらっている人の割合は6.0ポイント下降(前回調査29.5%→今回調査23.5%)し、1ヶ月間におごってもらっている金額の平均は2,073円減少(前回調査8,769円→今回調査6,696円)しました。コロナ禍による会食機会の減少が影響しているのではないのでしょうか。



他方、部下や後輩におごっているか聞いたところ、おごっている人の割合は14.7%となりました。また、部下や後輩におごっている人(147名)に、1ヶ月間におごっている金額を聞いたところ、おごっている金額の平均は5,539円でした。

前回の調査結果と比較すると、おごっている人の割合は7.2ポイント下降(前回調査21.9%→今回調査14.7%)し、1ヶ月間におごっている金額の平均は1,436円減少(前回調査6,975円→今回調査5,539円)しました。



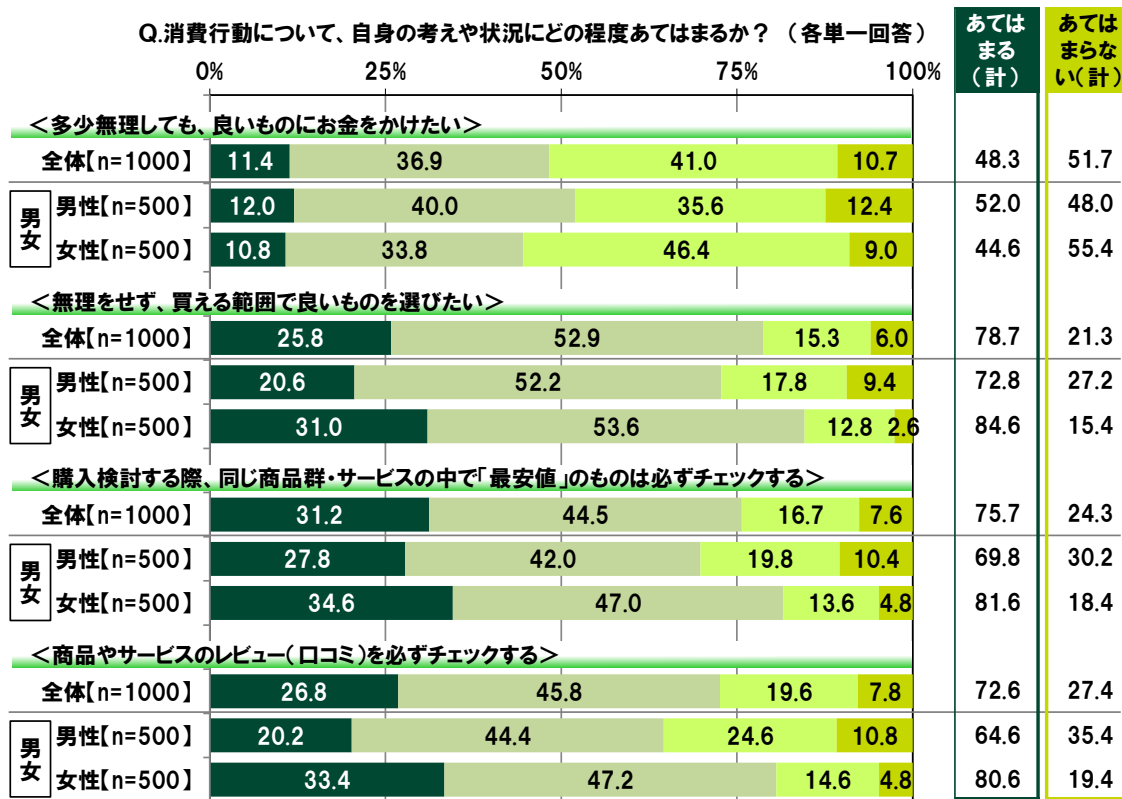
**【20代の消費意識と消費実態】**

- ≫ 20代は“背伸び消費”より“身の丈消費”志向 「無理をせず買える範囲で良いものを選びたい」20代の78.7%
- ≫ 「最安値は必ずチェック」75.7%、「ロコミは必ずチェック」72.6%、“調べ尽くし消費”が20代の大半の生活に浸透

全回答者(1,000名)に、いくつかの消費意識・行動について、自身の考えや状況にそれぞれの程度あてはまるか聞きました。

＜多少無理しても、良いものにお金をかけたい＞では「非常にあてはまる」は11.4%、「ややあてはまる」は36.9%で、合計した『あてはまる(計)』は48.3%となり、＜無理をせず、買える範囲で良いものを選びたい＞では『あてはまる(計)』は78.7%となりました。20代には“背伸び消費”よりも“身の丈消費”を志向する人が多いようです。

また、＜購入検討する際、同じ商品群・サービスの中で「最安値」のものは必ずチェックする＞では『あてはまる(計)』は75.7%、＜商品やサービスのレビュー(ロコミ)を必ずチェックする＞では『あてはまる(計)』は72.6%となりました。最安値やロコミを事前に欠かさずチェックし納得して買い物をする“調べ尽くし消費”は20代の大半の生活に浸透しているようです。



■非常にあてはまる ■ややあてはまる ■あまりあてはまらない ■全くあてはまらない



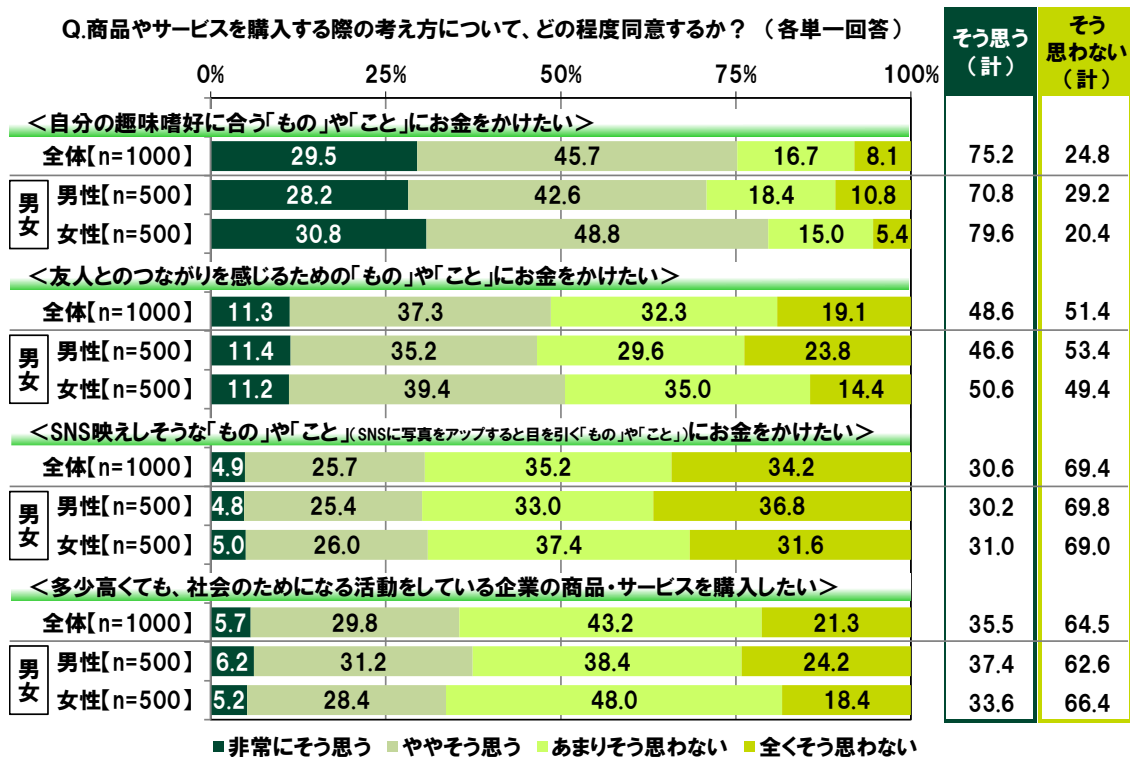
>> **20代の消費の矛先** **こだわり消費タイプは75.2%、つながり消費タイプは48.6%、エシカル消費タイプは35.5%**

次に、全回答者(1,000名)に、商品やサービスを購入する際のいくつかの考え方について、それぞれの程度同意するかを聞きました。

<自分の趣味嗜好に合う「もの」や「こと」にお金をかけたい>では「非常にそう思う」は29.5%、「ややそう思う」は45.7%で、合計した『そう思う(計)』は75.2%となりました。20代の大半が、自分のこだわりを追求するための“こだわり消費”に前向きなようです。

<友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」にお金をかけたい>では『そう思う(計)』は48.6%、<SNS映えしそうな「もの」や「こと」(SNSに写真をアップすると目を引くようなもの)にお金をかけたい>では『そう思う(計)』は30.6%となりました。20代の約半数が友人とのつながりを維持するための“つながり消費”に積極的なようです。また、SNSで高評価をもらうための“SNS映え消費”に積極的な人は全体の3割となりました。

<多少高くても、社会のためになる活動をしている企業の商品・サービスを購入したい>では『そう思う(計)』は35.5%となりました。20代の3人に1人以上が“エシカル消費”に前向きであることが明らかになりました。

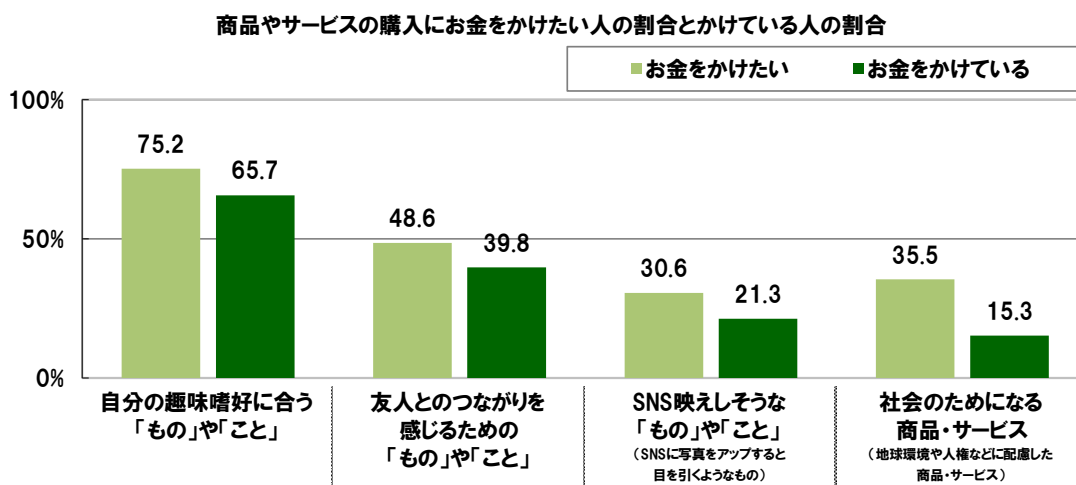


≫ つながり消費に実際にお金をかけている 20代は 39.8%、前回調査から 9.0ポイント下降

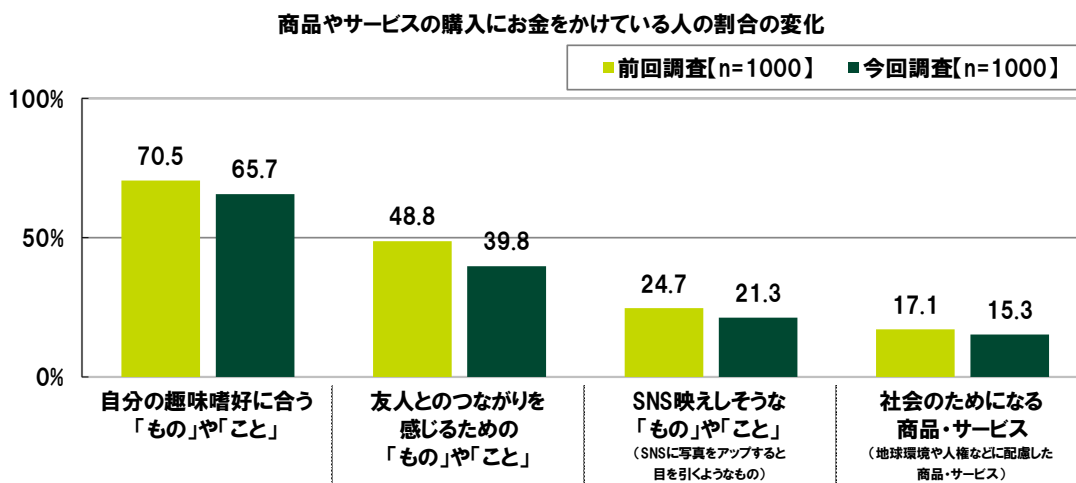
さらに、実際にお金をかけている人の割合をみると、＜自分の趣味嗜好に合う「もの」や「こと」＞では 65.7%、＜友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」＞では 39.8%、＜SNS 映えしそうな「もの」や「こと」(SNS に写真をアップすると目を引くようなもの)＞では 21.3%、＜社会のためになる商品・サービス(地球環境や人権などに配慮した商品・サービス)＞では 15.3%でした。

お金をかけたいと考えている人の割合と比較すると、いずれの消費においても実際にかけている人の割合のほうが低く、＜社会のためになる商品・サービス(地球環境や人権などに配慮した商品・サービス)＞(※3)ではお金をかけたい人の割合は 35.5%、お金をかけている人の割合は 15.3%と、20.2ポイントの差が開きました。

※3:消費意識においては、＜社会のためになる活動をしている企業の商品・サービス＞と表現し、聴取しています。



前回の調査結果と比較すると、いずれの消費においても下降となり、＜友人とのつながりを感じるための「もの」や「こと」＞では 9.0ポイントの大幅下降(前回調査 48.8%→今回調査 39.8%)となりました。コロナ禍を受けて、友人と実際に会う機会が減少し、絆を深めるための消費シーンも減少したのかもしれない。

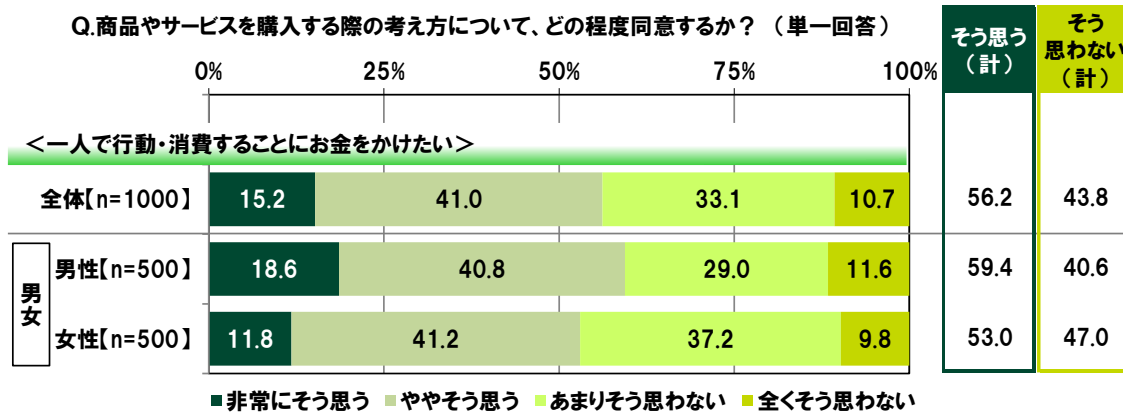


≫ コロナ禍前よりおひとりさま消費は拡大、おひとりさま消費額の全体平均は 5,362 円/月、前回調査から 1,235 円増加

おひとりさま消費について聞きました。

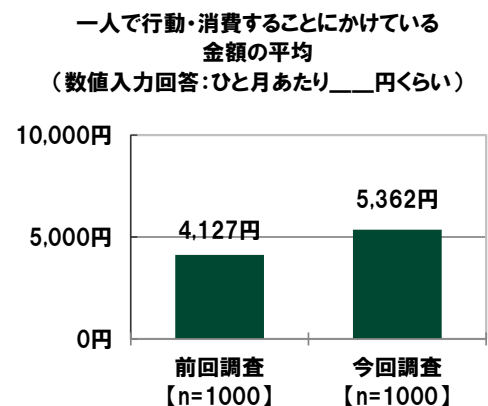
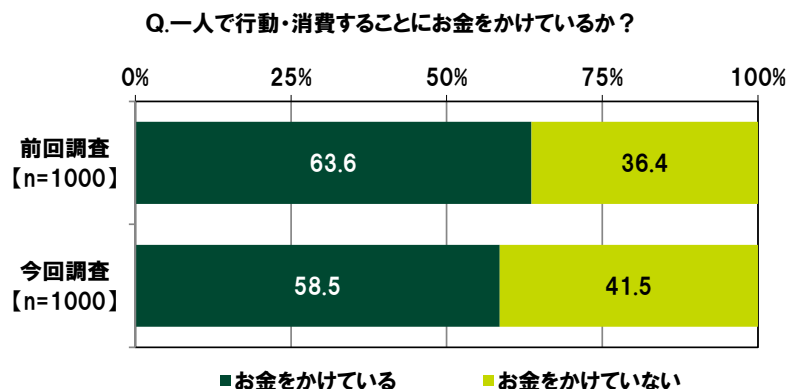
まず、全回答者(1,000 名)に、一人で行動・消費することにお金をかけたいか聞いたところ、『そう思う(計)』は 56.2%となりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性では 59.4%と、女性(53.0%)と比べて 6.4 ポイント高くなりました。男性には、おひとりさま消費に意欲的な人が多いようです。



実際に一人で行動・消費することにお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は 58.5%で、ひと月あたりにかけている金額の全体平均は 5,362 円でした。

前回の調査結果と比較すると、実際にお金をかけている人の割合は 5.1 ポイントの下降(前回調査 63.6%→今回調査 58.5%)となり、かけている金額の全体平均は、1,235 円の増加(前回調査 4,127 円→今回調査 5,362 円)となりました。おひとりさま消費層は減少しましたが、おひとりさま消費額の全体平均は増加し、コロナ禍におけるおひとりさま消費の拡大が明らかになりました。

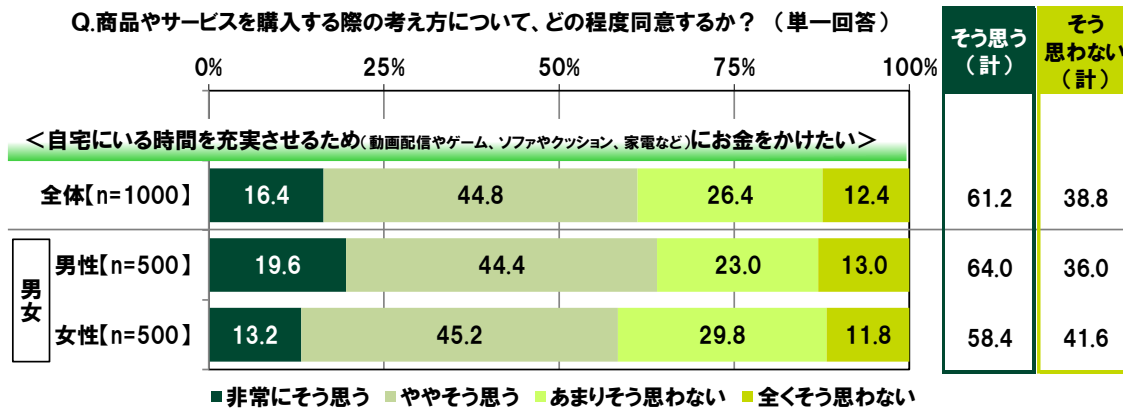


>> コロナ禍の巣ごもり消費マインド「自宅にいる時間を充実させるためにお金をかけたい」20代の61.2%

次に、巣ごもり消費について聞きました。

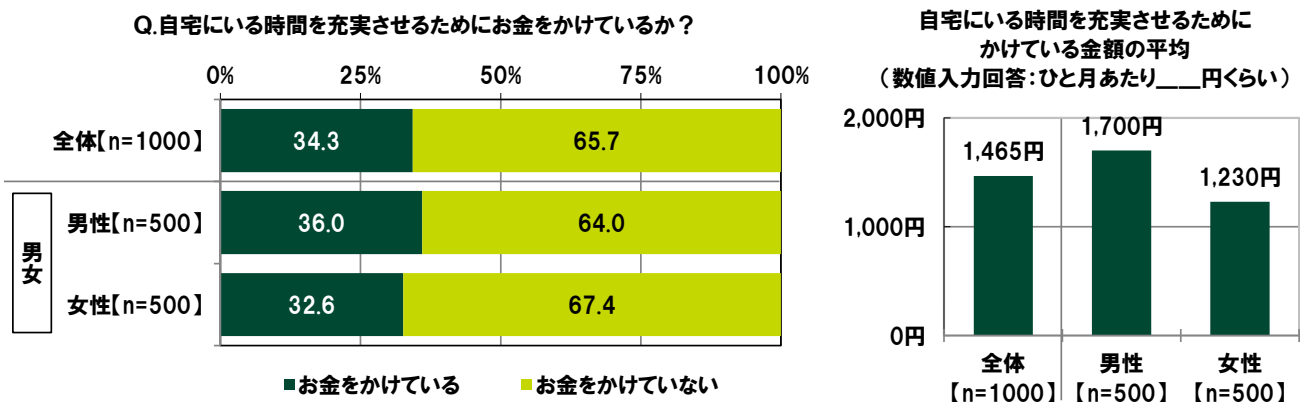
全回答者(1,000名)に、自宅にいる時間を充実させるため(動画配信やゲーム、ソファやクッション、家電など)にお金をかけたいか聞いたところ、『そう思う(計)』は61.2%となりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、男性では64.0%と、女性(58.4%)と比べて5.6ポイント高くなりました。



実際に自宅にいる時間を充実させるため(動画配信やゲーム、ソファやクッション、家電など)にお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は34.3%で、ひと月あたりにかけている金額の全体平均は1,465円でした。

男女別にみると、かけている金額の平均は、男性1,700円、女性1,230円と、女性と比べて男性のほうが470円高くなりました。

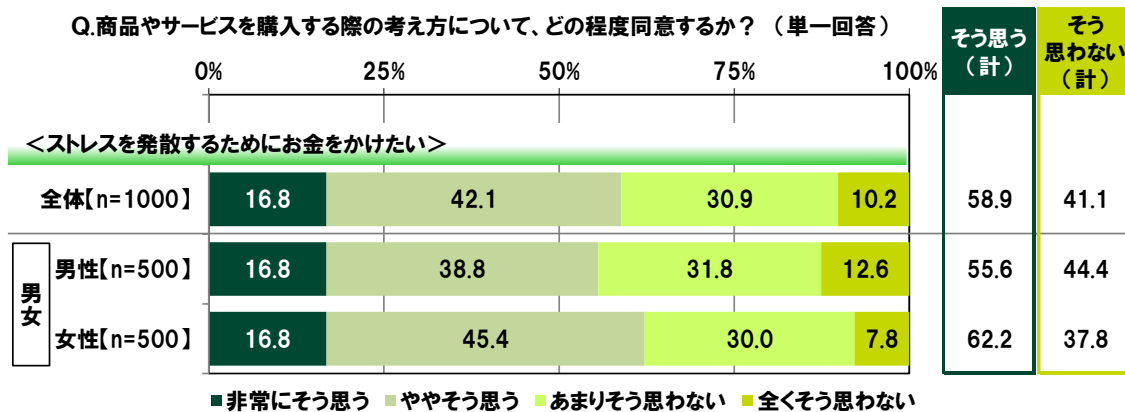


- ≫ 「ストレス発散のためにお金をかけている」20代の50.7%、前回調査から5.6ポイント下降
- ≫ ストレス発散消費の矛先は？ 男性1位「外食」、女性1位「スイーツ・お菓子」

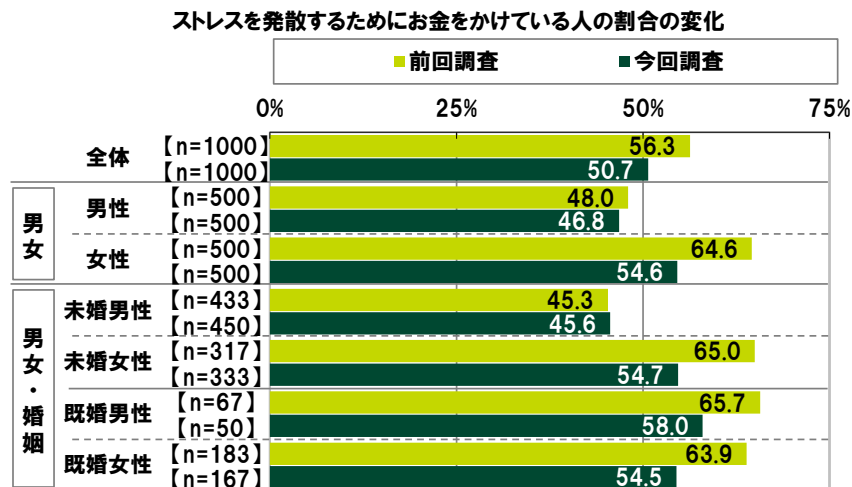
また、ストレス発散消費について聞きました。

全回答者(1,000名)に、ストレスを発散するためにお金をかけたいか聞いたところ、『そう思う(計)』は58.9%となりました。

男女別にみると、『そう思う(計)』と回答した人の割合は、女性では62.2%と、男性(55.6%)と比べて6.6ポイント高くなりました。



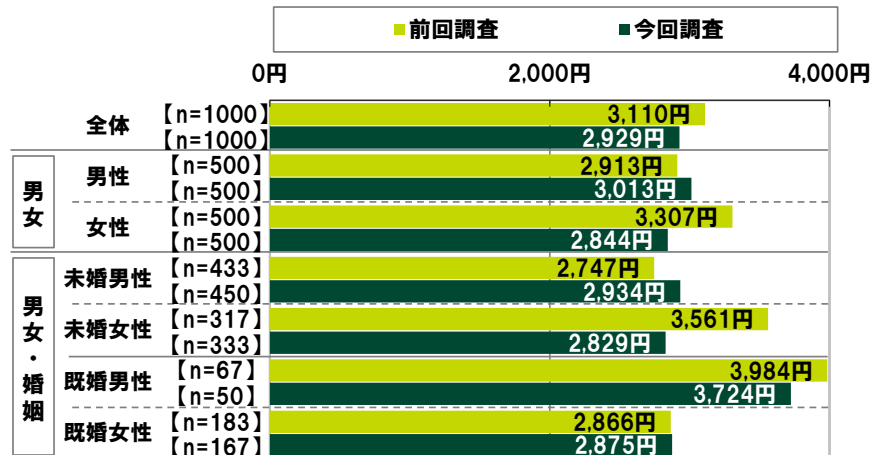
実際にストレスを発散するためにお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は50.7%で、前回の調査結果と比較すると、5.6ポイントの下降(前回調査56.3%→今回調査50.7%)となりました。男女別にみると、女性では10.0ポイントの下降(前回調査64.6%→今回調査54.6%)と、男性と比べて下降幅が大きく、また、男女・婚姻状況別にみると、未婚女性では10.3ポイントの下降(前回調査65.0%→今回調査54.7%)と、下降幅が最も大きくなりました。



実際にストレスを発散するためにひと月あたりにいくらかお金をかけているか聞いたところ、全体平均は 2,929 円でした。

前回の調査結果と比較すると、かけている金額の全体平均は 181 円の減少(前回調査 3,110 円→今回調査 2,929 円)となりました。男女・婚姻状況別にみると、未婚女性では 732 円の減少(前回調査 3,561 円→今回調査 2,829 円)と、減少幅が最も大きくなりました。

ストレスを発散するためにひと月あたりにかけているお金の平均額の変化



ストレスを発散するために、どのようなことにお金をかけている人が多いのでしょうか。

ストレスを発散するためにお金をかけている人(507名)に、どのような商品・サービスにお金を使っているか聞いたところ、1位「スイーツ・お菓子」(44.4%)、2位「外食」(42.4%)、3位「お酒」(25.2%)、4位「旅行」(20.7%)、5位「ゲーム」(17.8%)となりました。

男女別にみると、男性では 1 位「外食」(34.6%)、女性では 1 位「スイーツ・お菓子」(59.7%)でした。男女とも、お金をかけて食を楽しむことでストレス発散をしている人が多いようです。

Q.ストレスを発散するために、どのような商品・サービスにお金を使っているか？(複数回答)

対象: ストレスを発散するためにお金をかけている人

※各上位10位までを表示

順位	全体[n=507]	%	順位	男性[n=234]	%	順位	女性[n=273]	%
1位	スイーツ・お菓子	44.4	1位	外食	34.6	1位	スイーツ・お菓子	59.7
2位	外食	42.4	2位	お酒	28.2	2位	外食	49.1
3位	お酒	25.2	3位	スイーツ・お菓子	26.5	3位	洋服	24.5
4位	旅行	20.7	4位	ゲーム	25.6	4位	お酒	22.7
5位	ゲーム	17.8	5位	旅行	19.7		美容用品	22.7
6位	映画	17.2		映画	19.7	6位	旅行	21.6
7位	洋服	16.8	7位	漫画	17.1	7位	カラオケ	15.8
8位	カラオケ	16.2	8位	カラオケ	16.7	8位	映画	15.0
9位	漫画	16.0	9位	DVD	11.1		漫画	15.0
10位	美容用品	14.0	10位	銭湯	10.3	10位	ライブ・コンサート	12.8

≫ ゲーム課金に対する20代の意識

「お金を使ってでもゲームを有利に進めたい」13.0%、「お金を使わないと楽しく遊べない」14.9%

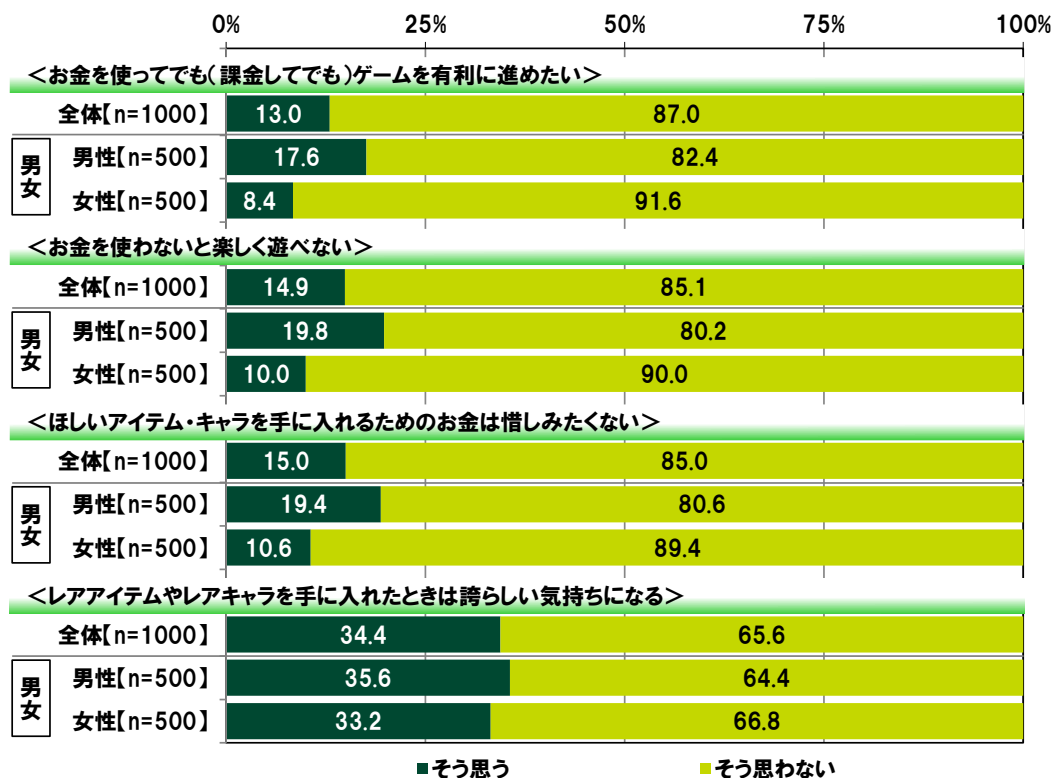
≫ 「アイテム・キャラ入手のためのお金は惜しみたくない」15.0%、「レアアイテム・キャラを入手すると誇らしい」34.4%

続いて、全回答者(1,000名)に、ゲーム消費について質問しました。

お金を使ってゲームをすることについて、<お金を使ってでも(課金してでも)ゲームを有利に進めたい>では「そう思う」は13.0%、<お金を使わないと楽しく遊べない>では「そう思う」は14.9%となりました。20代には、ゲームの満足度を上げるためにはお金をかける必要があると考える人が少なくないようです。

アイテムやキャラクターの入手について、<ほしいアイテム・キャラを手に入れるためのお金は惜しみたくない>では「そう思う」は15.0%、<レアアイテムやレアキャラを手に入れたときは誇らしい気持ちになる>では「そう思う」は34.4%となりました。

Q.ゲームに関する以下の内容について、そう思うか、思わないか？(各単一回答)



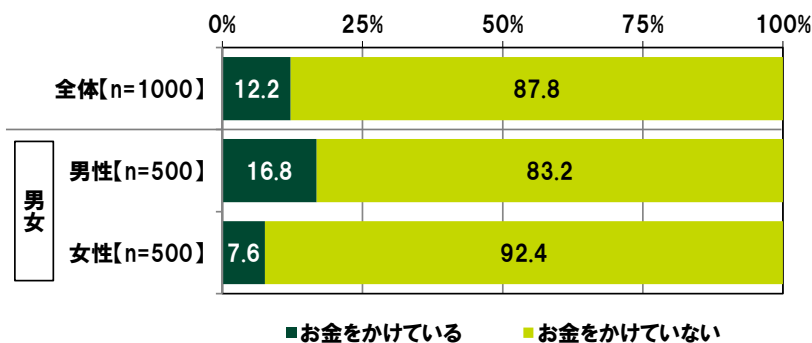
- ≫ 20代のゲーム課金実態 ゲーム課金をしている20代は12.2%、かけている金額は平均4,191円/月
- ≫ 「ゲーム課金しすぎて生活に困ったことがある」10.6%、「ゲーム課金に後悔したことがある」20.1%

ゲームでのアイテムの購入やガチャ等の利用といったゲーム課金実態について質問しました。

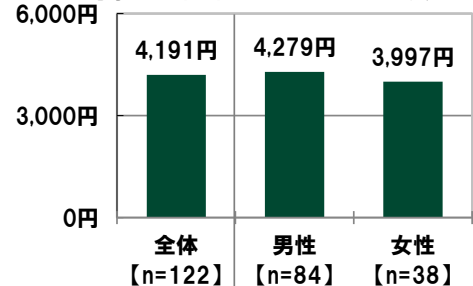
その結果、<ゲームでのアイテムの購入やガチャ等の利用(ゲーム課金)>にお金をかけている人の割合は12.2%で、それらの人がひと月あたりにかけている金額の平均は4,191円でした。

男女別にみると、お金をかけている人の割合は、男性16.8%、女性7.6%と、女性と比べて男性のほうが9.2ポイント高くなりました。

Q.ゲームでのアイテムの購入やガチャ等の利用(ゲーム課金)にお金をかけているか？



ゲームでのアイテムの購入やガチャ等の利用(ゲーム課金)にかけている金額の平均(数値入力回答:ひと月あたり\_\_\_円くらい)  
対象:この目的にお金をかけている人

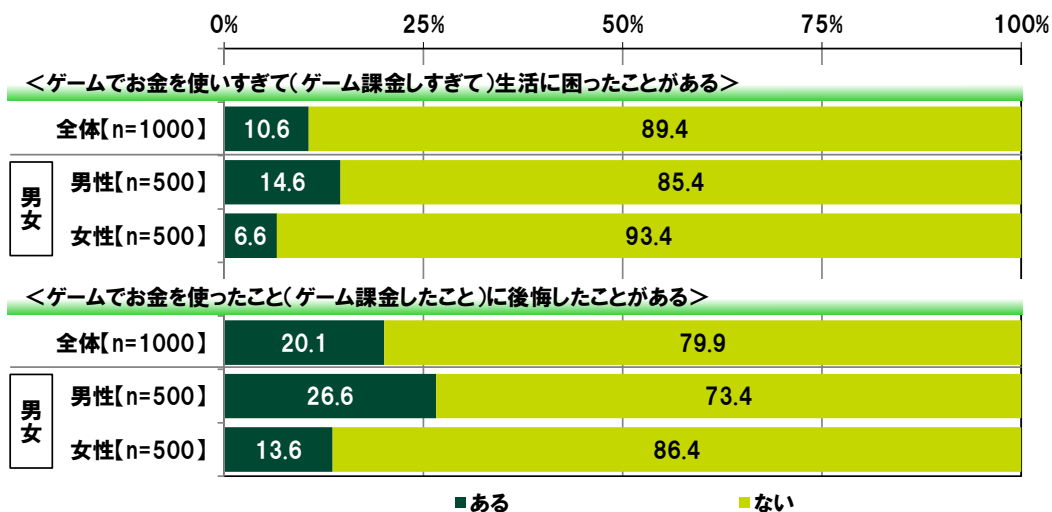


ゲーム課金で失敗をした経験がある人はどのくらいいるのでしょうか。

<ゲームでお金を使いすぎて(ゲーム課金しすぎて)生活に困ったことがある>では「ある」は10.6%、<ゲームでお金を使ったこと(ゲーム課金したこと)に後悔したことがある>では「ある」は20.1%となりました。

男女別にみると、経験がある人の割合は、<ゲームでお金を使いすぎて(ゲーム課金しすぎて)生活に困ったことがある>では男性14.6%、女性6.6%、<ゲームでお金を使ったこと(ゲーム課金したこと)に後悔したことがある>では男性26.6%、女性13.6%と、どちらも男性のほうが高くなりました。

Q.ゲーム課金に関する以下の経験があるか、ないか？(各単一回答)



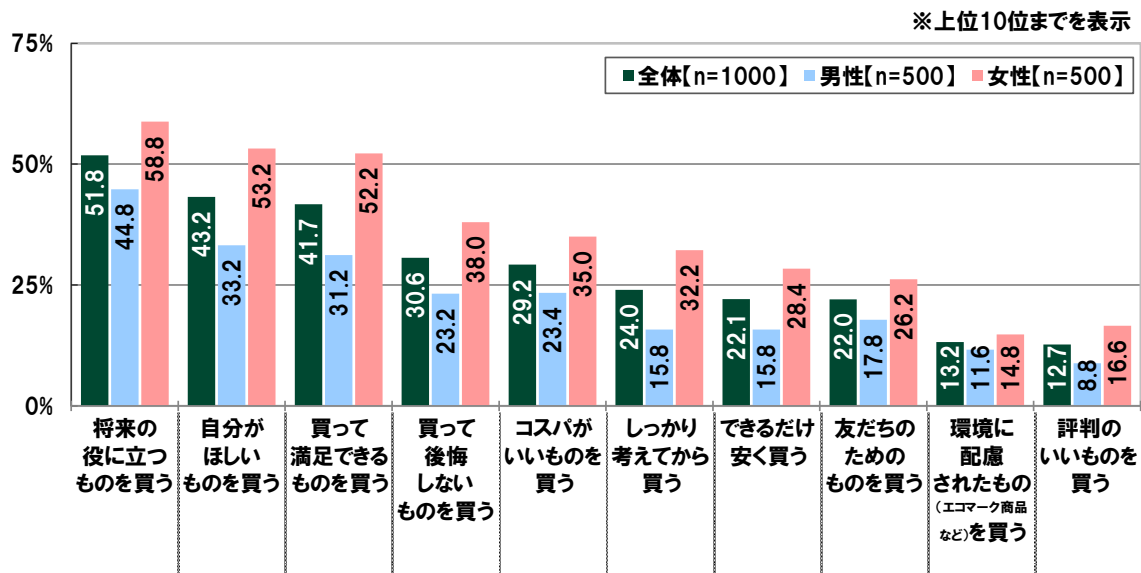


≫ 20代が考える“いい買い物”とは？ TOP3「将来の役に立つものを買う」「ほしいものを買う」「満足できるものを買う」

全回答者(1,000名)に、どのような買い物が“いい買い物”だと思うか聞いたところ、「将来の役に立つものを買う」(51.8%)が最も高くなりました。その場限りではなく、先のことを考えたうえで買う買い物を“いい買い物”だと考えている人が多いようです。以降、「自分がほしいものを買う」(43.2%)、「買って満足できるものを買う」(41.7%)、「買って後悔しないものを買う」(30.6%)、「コスパがいいものを買う」(29.2%)が続きました。

男女別にみると、「自分がほしいものを買う」(男性 33.2%、女性 53.2%)と「買って満足できるものを買う」(男性 31.2%、女性 52.2%)では男性と比べて女性のほうが20ポイント以上高くなりました。女性には、買い物の際、“本当にほしいものか”“満足感の得られるものか”といったことを考えたうえで買うことが大切だと感じている人が多いのではないのでしょうか。

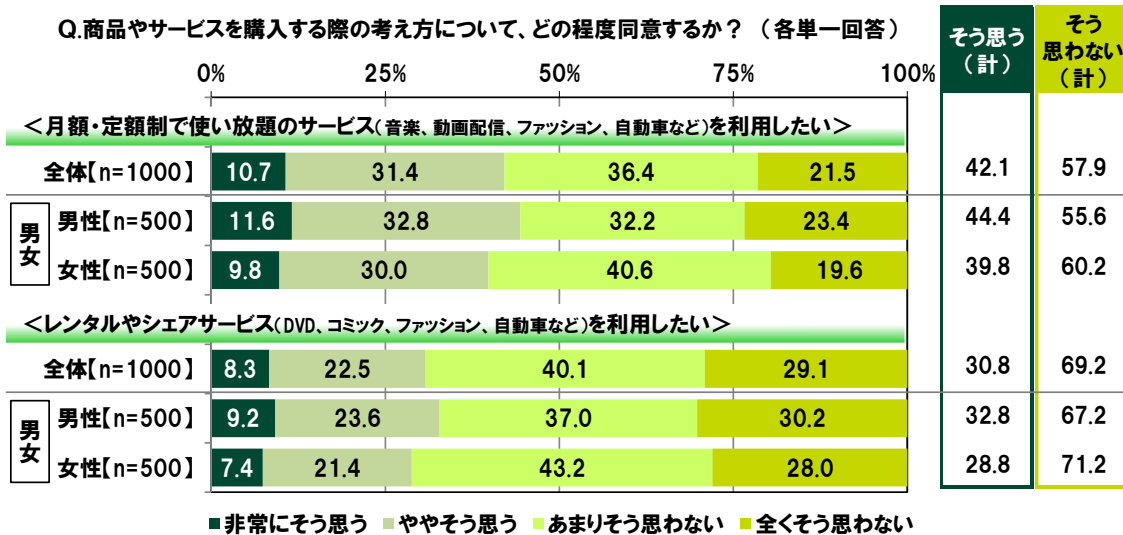
Q.どのような買い物が“いい買い物”だと思うか？（複数回答）



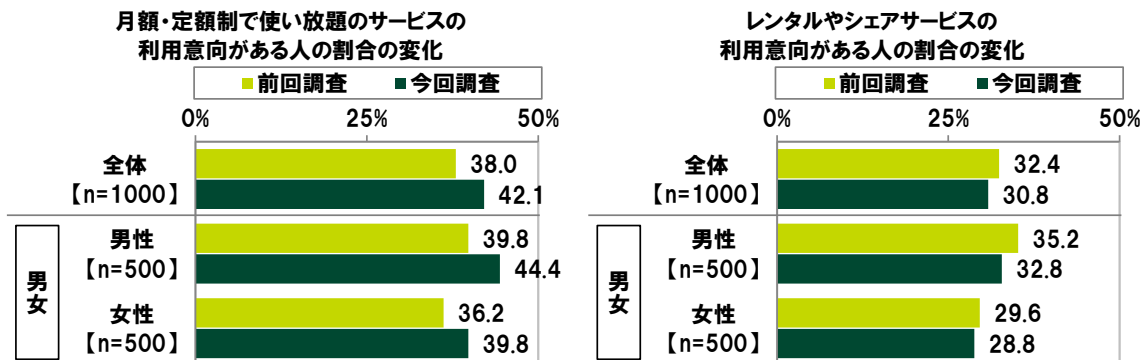
>> モノを持たない消費の利用意向「サブスクリプションサービスの利用」は20代の42.1%が前向き、前回調査から4.1ポイント上昇

続いて、全回答者(1,000名)に、サブスクリプションサービスやレンタル・シェアサービスといった、モノを持たない消費について質問しました。

まず、サービスの利用意向をみると、<月額・定額制で使い放題のサービス(音楽、動画配信、ファッション、自動車など)を利用したい>では『そう思う(計)』は42.1%、<レンタルやシェアサービス(DVD、コミック、ファッション、自動車など)を利用したい>では『そう思う(計)』は30.8%となりました。



前回の調査結果と比較すると、月額・定額制で使い放題のサービスの利用意向がある人の割合は4.1ポイントの上昇(前回調査38.0%→今回調査42.1%)となったのに対し、レンタルやシェアサービスの利用意向がある人の割合は1.6ポイントの下降(前回調査32.4%→今回調査30.8%)となりました。

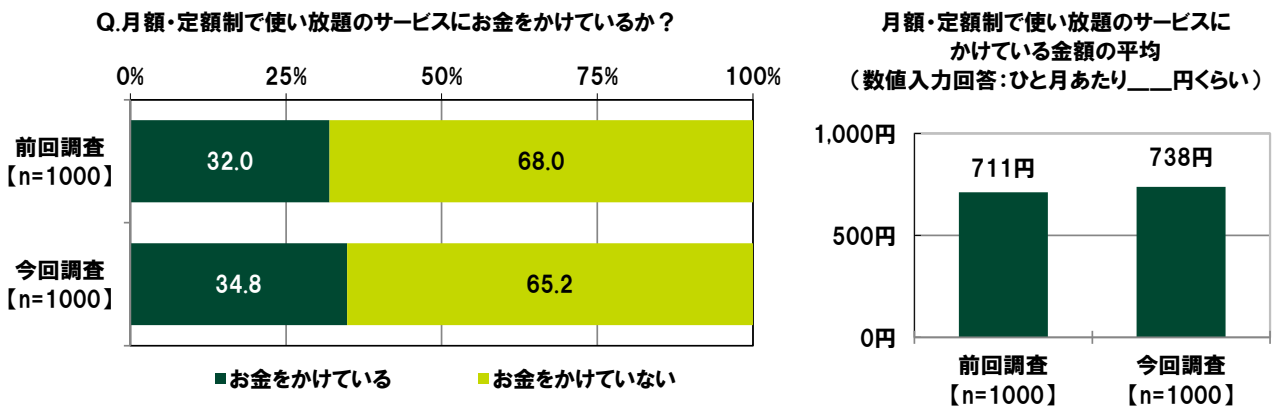


>> 20代が利用しているサブスクサービス TOP2「動画配信」「音楽配信」、「ゲーム」「ニュース」は男性で高い傾向

次に、サブスクサービスとレンタル・シェアサービスの利用状況を聞きました。

実際に月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は34.8%で、ひと月あたりにかけている金額の全体平均は738円でした。

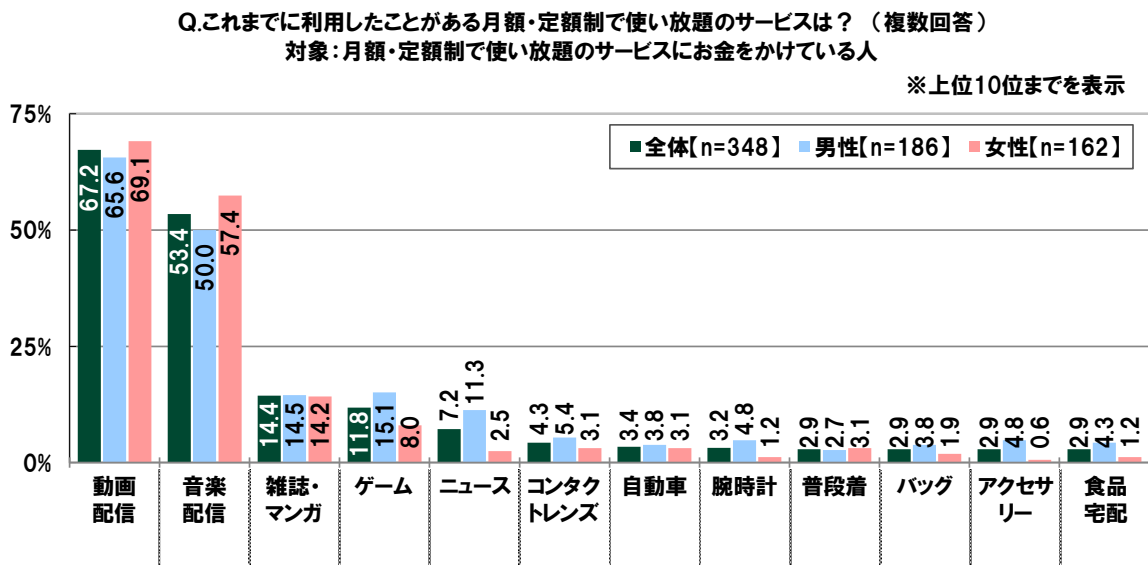
前回の調査結果と比較すると、実際にお金をかけている人の割合は2.8ポイントの上昇(前回調査 32.0%→今回調査 34.8%)となり、かけている金額の全体平均は、27円の増加(前回調査 711円→今回調査 738円)となりました。



では、どのようなサービスが多く利用されているのでしょうか。

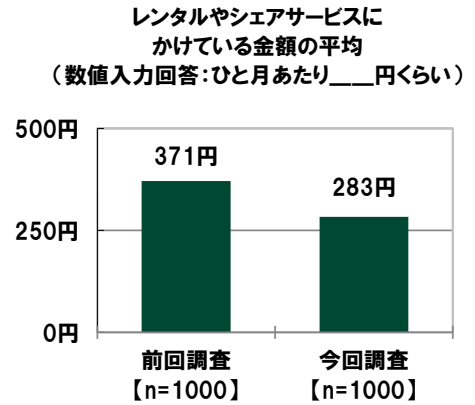
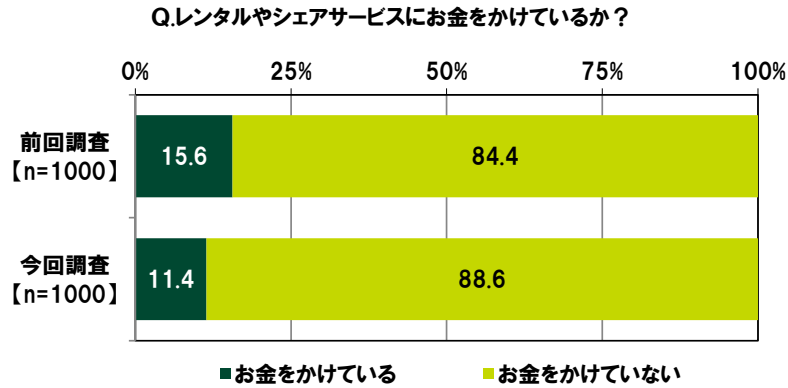
月額・定額制で使い放題のサービスにお金をかけている人(348名)に、利用したことがあるサービスを聞いたところ、「動画配信」(67.2%)と「音楽配信」(53.4%)が突出して高くなりました。

男女別にみると、「ゲーム」(男性 15.1%、女性 8.0%)と「ニュース」(男性 11.3%、女性 2.5%)は女性と比べて男性のほうが5ポイント以上高くなりました。



また、実際にレンタル・シェアサービスにお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は 11.4%で、ひと月あたりにかけている金額の全体平均は 283 円でした。

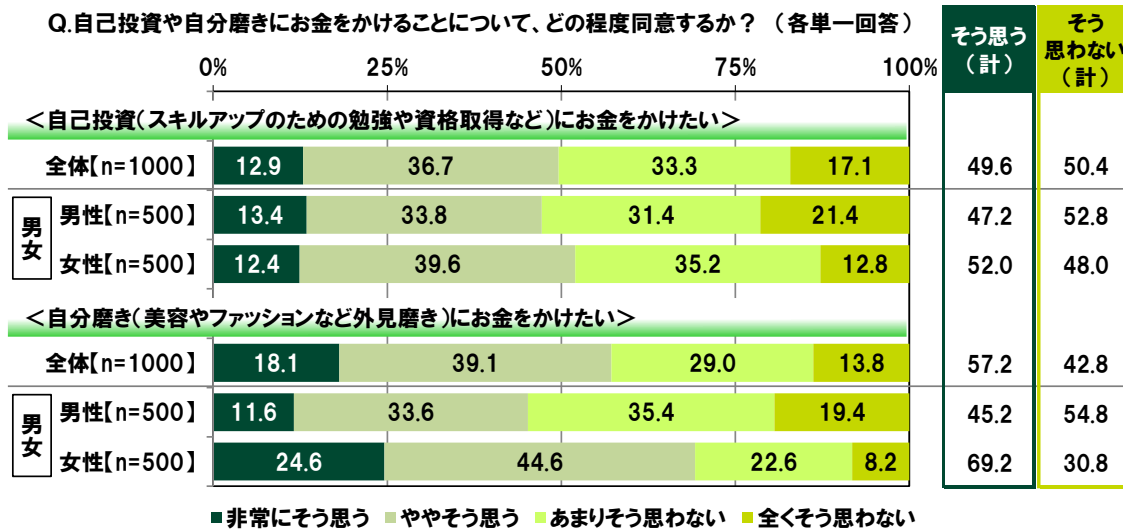
前回の調査結果と比較すると、実際にお金をかけている人の割合は 4.2 ポイントの下降(前回調査 15.6%→今回調査 11.4%)となり、かけている金額の全体平均は、88 円の減少(前回調査 371 円→今回調査 283 円)となりました。サブスクサービス消費とは対照的に、レンタル・シェアサービス消費は縮小しているようです。



- ≫ 20代の自己投資・自分磨き実態 「自己投資にお金をかけている」24.4%、「自分磨きにお金をかけている」46.5%
- ≫ 「自己投資」にかけているお金は平均 5,318 円/月、「自分磨き」にかけているお金は平均 6,849 円/月

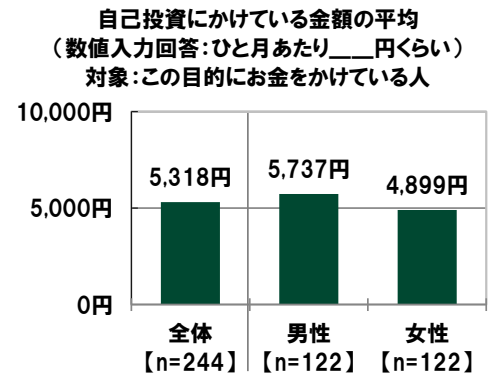
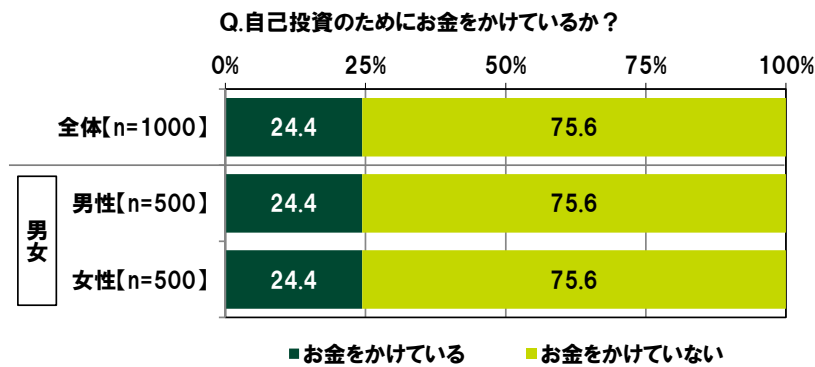
全回答者(1,000名)に、自己投資や自分磨きについて聞きました。

消費意向をみると、<自己投資(スキルアップのための勉強や資格取得など)にお金をかけたい>では『そう思う(計)』は 49.6%、<自分磨き(美容やファッションなど外見磨き)にお金をかけたい>では『そう思う(計)』は 57.2%となりました。



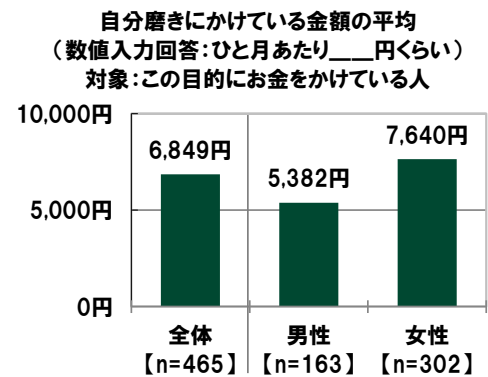
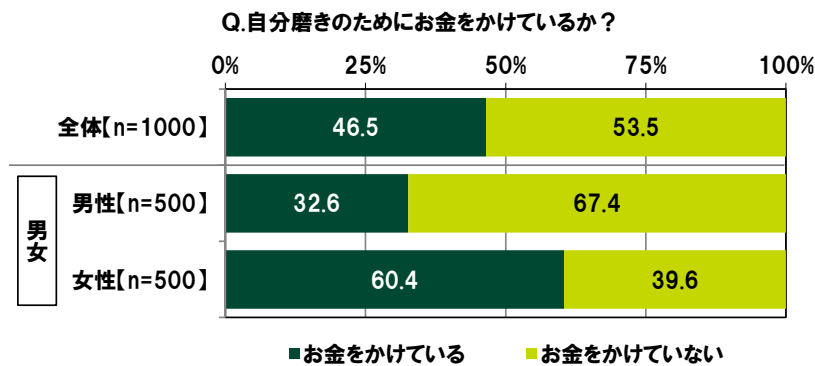
実際に自己投資にお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は 24.4%で、それらの人がひと月あたりにかけている金額の平均は 5,318 円でした。

男女別にみると、ひと月あたりにかけている金額の平均は、男性 5,737 円、女性 4,899 円と、男性のほうが 838 円高くなりました。



同様に、実際に自分磨きにお金をかけているか聞いたところ、お金をかけている人の割合は 46.5%で、それらの人がひと月あたりにかけている金額の平均は 6,849 円でした。

男女別にみると、ひと月あたりにかけている金額の平均は、男性 5,382 円、女性 7,640 円と、こちらは女性のほうが 2,258 円高くなりました。



かけている金額の平均を合わせてみると、自己投資には男性のほうがお金を多くかけている一方、自分磨きには女性のほうがお金を多くかけており、男女差がはっきりと分かれる結果となりました。

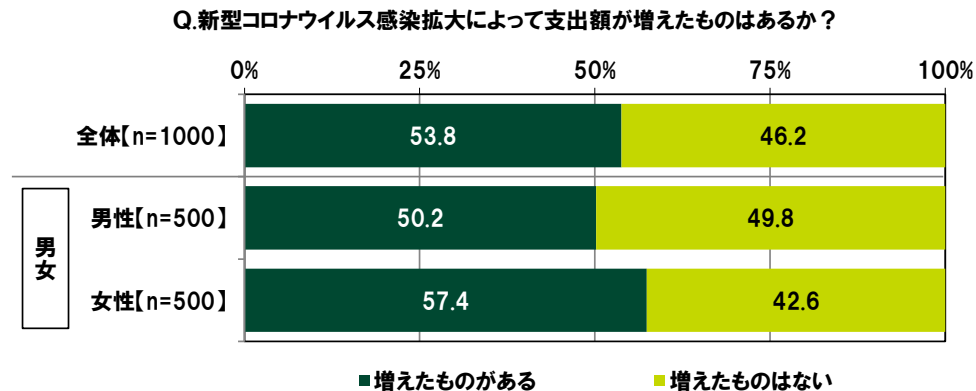
≫ **コロナ禍による消費の変化 「コロナ禍で支出額が増えたものがある」53.8%**

**支出額が増えたもの TOP5「食品・飲料費」「水道光熱費」「日用消耗品・雑貨費」「酒類費」「通信費」**

続いて、コロナ禍による支出額の変化について質問しました。

全回答者(1,000名)に、新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が増えたものがあるか聞いたところ、「増えたものがある」は53.8%、「増えたものはない」は46.2%となりました。

男女別にみると、「増えたものがある」と回答した人の割合は、男性50.2%、女性57.4%と、男性と比べて女性のほうが7.2ポイント高くなりました。



どのような支出が増えたという人が多いのでしょうか。

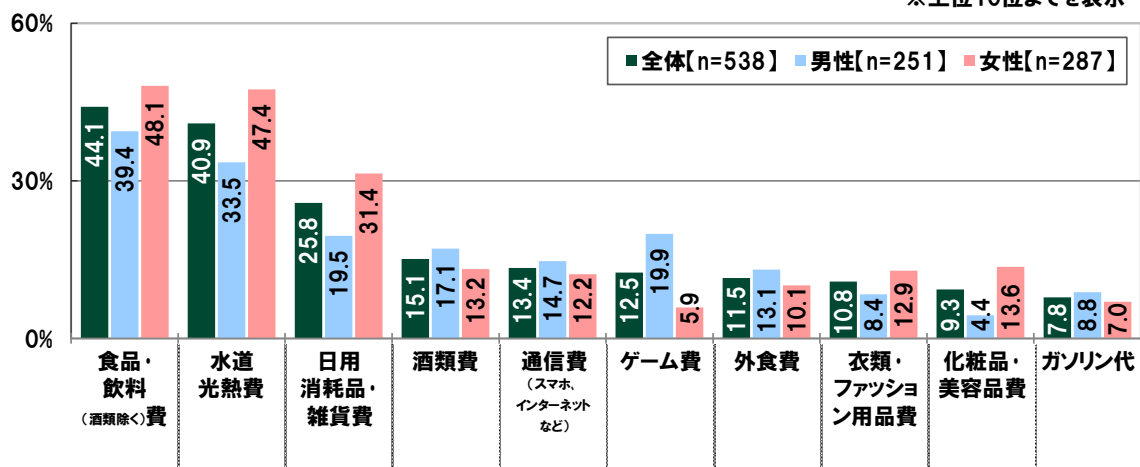
新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が増えたものがある人(538名)に、支出額が増えたものを聞いたところ、「食品・飲料(酒類除く)費」(44.1%)が最も高く、次いで、「水道光熱費」(40.9%)、「日用消耗品・雑貨費」(25.8%)、「酒類費」(15.1%)、「通信費(スマホ、インターネットなど)」(13.4%)となりました。おうち時間が増え、水道光熱費・通信費といった固定費や飲食物・日用品の購入代金がかさんだという人が多いようです。

男女別にみると、男性では「ゲーム費」(19.9%)が3位に挙がりました。

Q.今年、新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が増えたものは？(複数回答)

対象:新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が増えたものがある人

※上位10位までを表示

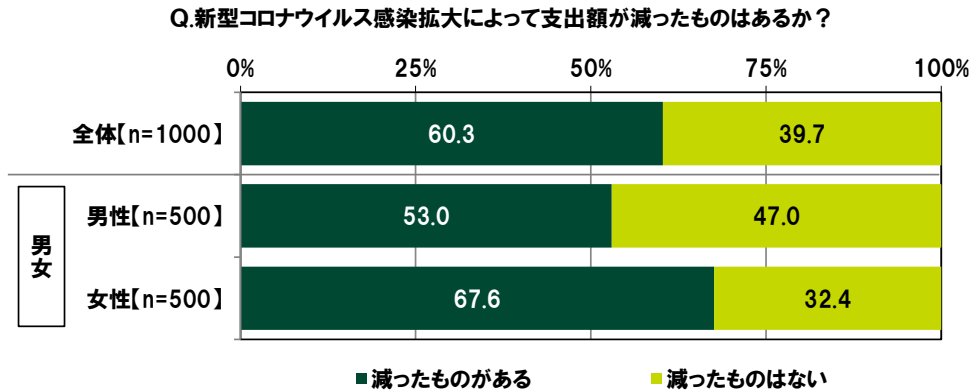


## ≫ 「コロナ禍で支出額が減ったものがある」60.3%

 支出額が減ったもの TOP5「**外食費**」「**旅行・レジャー費**」「**衣類・ファッション用品費**」「**交通費**」「**交際費**」

他方、全回答者(1,000名)に、新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が減ったものがあるか聞いたところ、「減ったものがある」は60.3%、「減ったものはない」は39.7%となりました。

男女別にみると、「減ったものがある」と回答した人の割合は、男性53.0%、女性67.6%と、女性のほうが14.6ポイント高くなりました。

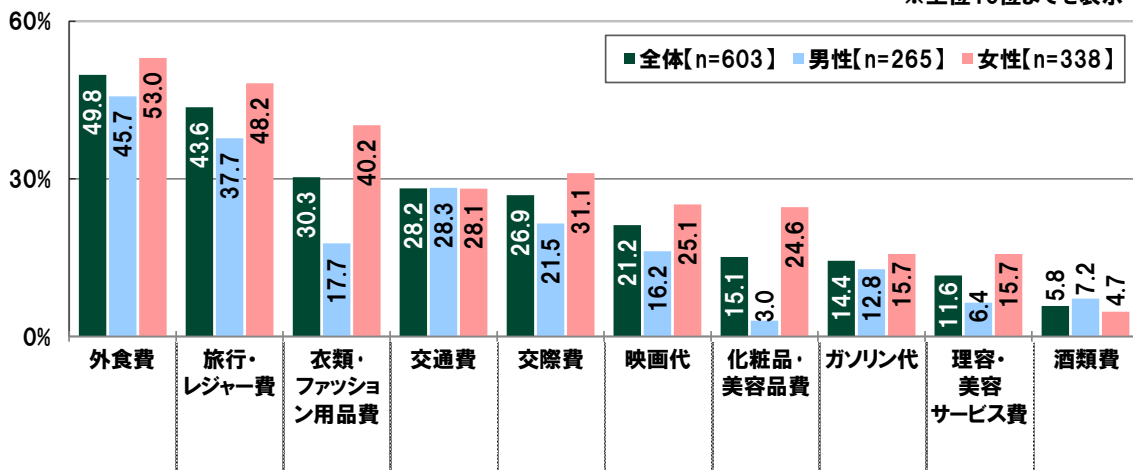


新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が減ったものがある人(603名)に、支出額が減ったものを聞いたところ、「外食費」(49.8%)が最も高く、以降、「旅行・レジャー費」(43.6%)、「衣類・ファッション用品費」(30.3%)、「交通費」(28.2%)、「交際費」(26.9%)が続きました。

## Q.今年、新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が減ったものは？（複数回答）

対象：新型コロナウイルス感染拡大によって支出額が減ったものがある人

※上位10位までを表示





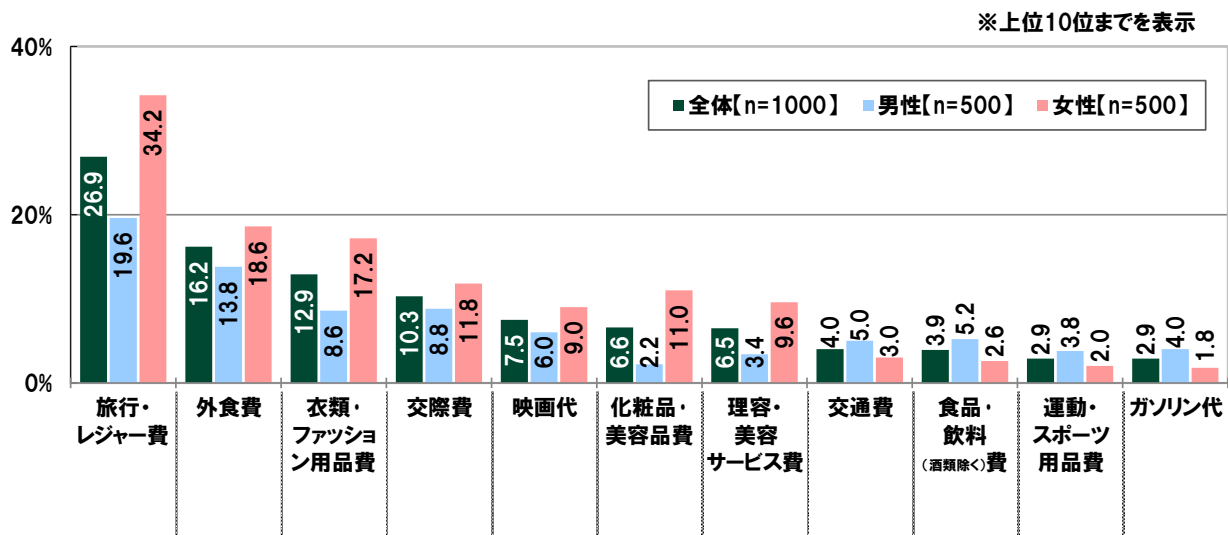
≫ コロナ禍が落ち着いたら 20 代が支出額を増やしたいもの「旅行・レジャー費」が突出

では、コロナ収束後、どのようなものにお金をかけたいと思う人が多いのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、コロナ禍が落ち着いたら支出額を増やしたいと思うものを聞いたところ、「旅行・レジャー費」(26.9%)が最も高く、以降、「外食費」(16.2%)、「衣類・ファッション用品費」(12.9%)となりました。コロナ禍で控えていた旅行や外食、おしゃれを楽しみたいという人が多いようです。以降、「交際費」(10.3%)、「映画代」(7.5%)が続きました。

男女別にみると、「旅行・レジャー費」は男性 19.6%、女性 34.2%と、男性と比べて女性のほうが 14.6 ポイント高くなりました。

Q.コロナ禍が落ち着いたら支出額を増やしたいと思うものは？（複数回答）

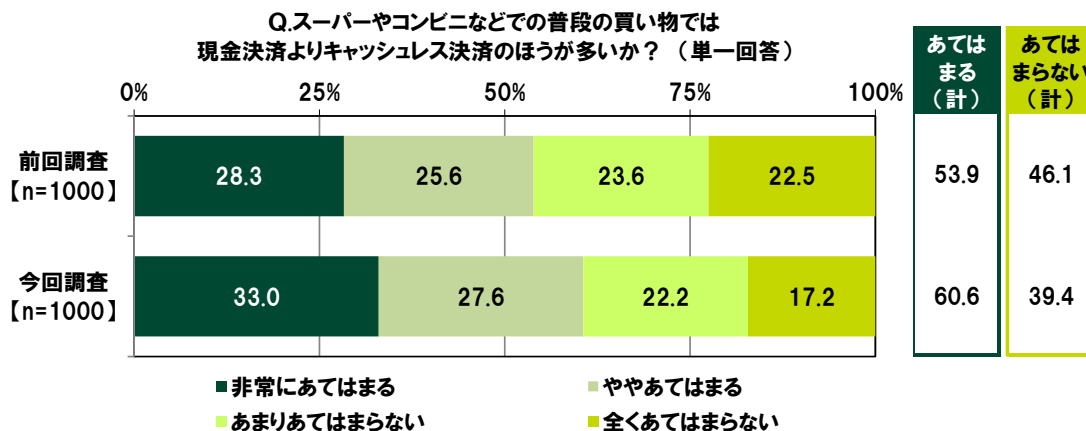


- ≫ 20代の60.6%がキャッシュレス派、前回調査から6.7ポイント上昇
- ≫ 「キャッシュレス・ポイント還元事業の開始後、キャッシュレス決済の機会が増えた」57.9%

キャッシュレス決済の利用状況について質問しました。

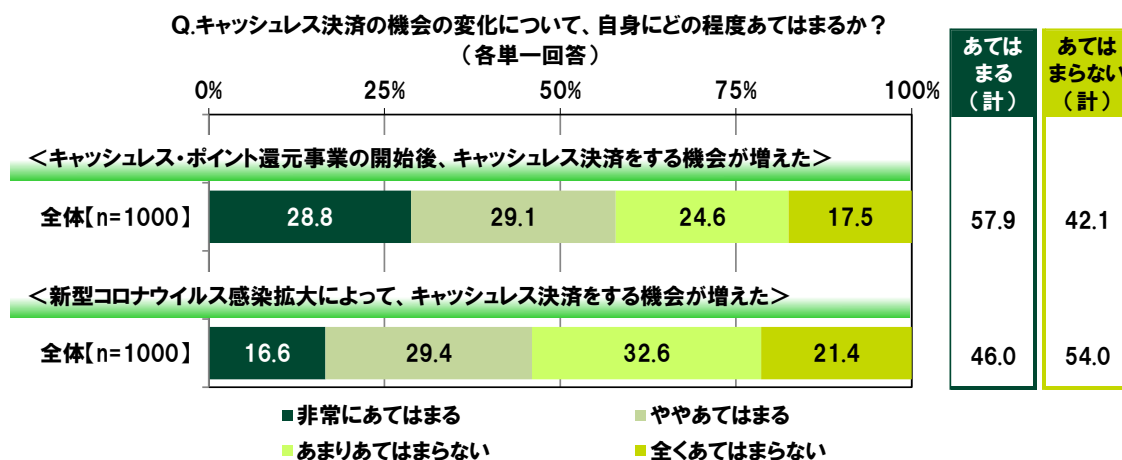
全回答者(1,000名)に、スーパーやコンビニなどでの普段の買い物では現金決済よりキャッシュレス決済のほうが多いか聞いたところ、『あてはまる(計)』は60.6%となりました。

前回の調査結果と比較すると、『あてはまる(計)』と回答した人の割合は6.7ポイントの上昇(前回調査 53.9%→今回調査 60.6%)となっており、20代ではキャッシュレス化が進んでいることがわかりました。



キャッシュレス決済の機会の増減について聞いたところ、<キャッシュレス・ポイント還元事業の開始後、キャッシュレス決済をする機会が増えた>では『あてはまる(計)』は57.9%となりました。

また、<新型コロナウイルス感染拡大によって、キャッシュレス決済をする機会が増えた>では『あてはまる(計)』は46.0%となりました。20代の約半数が、感染症対策の一つとして進められているキャッシュレス決済を積極的に利用するようになったことが明らかになりました。



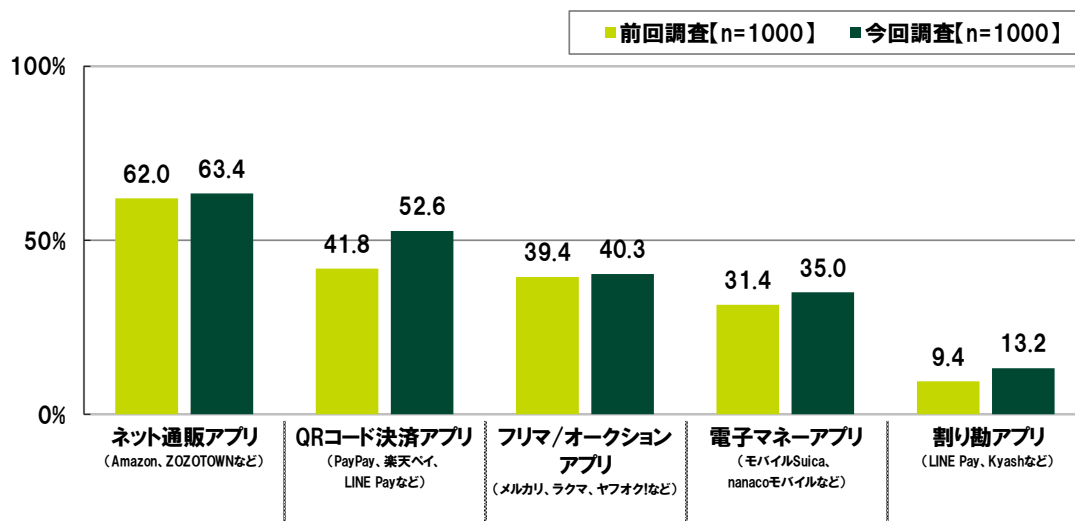
>> 「QRコード決済」の使用率は52.6%、前回調査から10.8ポイント上昇

キャッシュレス決済に関し、全回答者(1,000名)に、支払いや買い物に関するアプリの使用状況について聞きました。

使用率(「現在使っている」と回答した人の割合)をみると、「ネット通販アプリ(Amazon、ZOZOTOWNなど)」は63.4%、「QRコード決済アプリ(PayPay、楽天ペイ、LINE Payなど)」は52.6%、「フリマ/オークションアプリ(メルカリ、ラクマ、ヤフオク!など)」は40.3%、「電子マネーアプリ(モバイルSuica、nanacoモバイルなど)」は35.0%、「割り勘アプリ(LINE Pay、Kyashなど)」は13.2%でした。

前回の調査結果と比較すると、使用率が最も上昇したのは「QRコード決済アプリ(PayPay、楽天ペイ、LINE Payなど)」で、前回調査41.8%→今回調査52.6%と、10.8ポイントの上昇となりました。20代では、QRコードによるキャッシュレス決済が浸透していることがうかがえる結果となりました。

支払いや買い物に関するアプリの使用率の変化



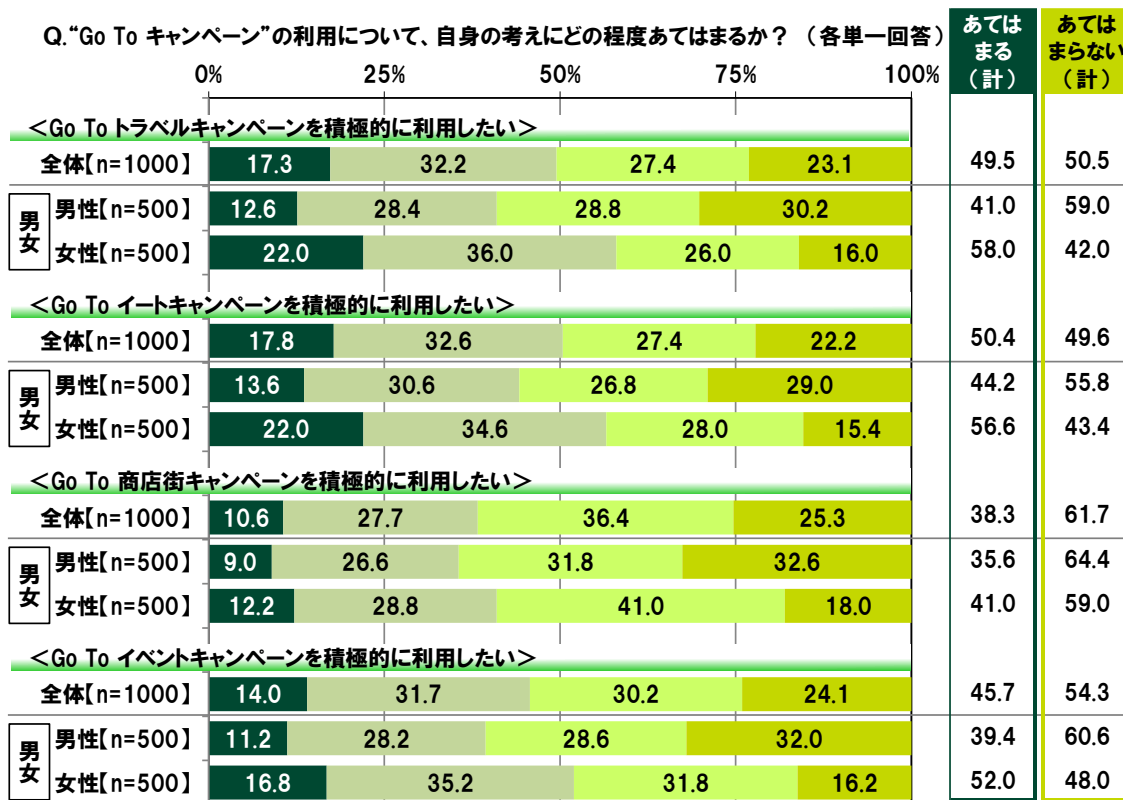
- ≫ 20代の“Go To キャンペーン”利用意向率 「Go To トラベル」は49.5%、「Go To イート」は50.4%
- ≫ 「Go To 商店街」の利用意向率は38.3%、「Go To イベント」の利用意向率は45.7%

全回答者(1,000名)に、コロナ禍で落ち込んだ景気・経済を再興するための経済政策である“Go To キャンペーン”の利用意向について聞きました。

＜Go To トラベルキャンペーンを積極的に利用したい＞では『あてはまる(計)』は49.5%、＜Go To イートキャンペーンを積極的に利用したい＞では『あてはまる(計)』は50.4%となりました。20代には、キャンペーンを利用して旅行や外食を楽しみたいと考えている人が多いようです。

＜Go To 商店街キャンペーンを積極的に利用したい＞では『あてはまる(計)』は38.3%、＜Go To イベントキャンペーンを積極的に利用したい＞では『あてはまる(計)』は45.7%となりました。

男女別にみると、『あてはまる(計)』と回答した人の割合は、いずれにおいても男性と比べて女性のほうが高く、なかでも＜Go To トラベルキャンペーンを積極的に利用したい＞では男性41.0%、女性58.0%と、17.0ポイントの差が開きました。旅行をはじめ、おトクに消費をしたいという人は女性に多いようです。

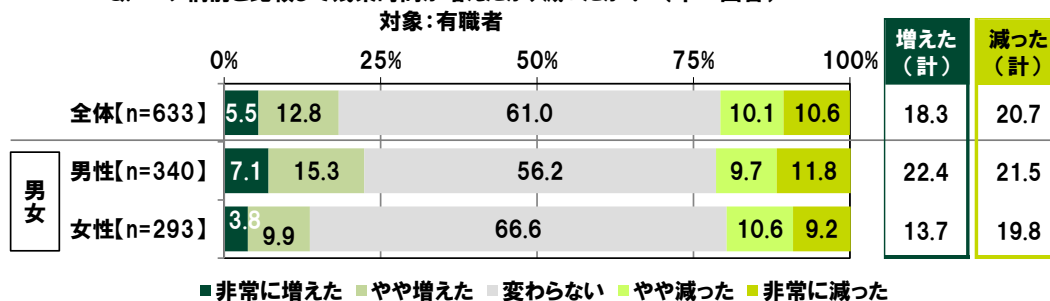


■非常にあてはまる ■ややあてはまる ■あまりあてはまらない ■全くあてはまらない

**【コロナ禍と収入事情】**

- ≫ 「コロナ禍前より収入が減った」有職者の 29.5%
- ≫ 「コロナ禍前より家事時間が増えた」有職者の 37.9%、「コロナ禍前より家族と過ごす時間が増えた」有職者の 41.6%
- ≫ コロナ禍で冷え込むアフター5消費 「コロナ禍前より仕事後の消費が減った」有職者の 28.7%

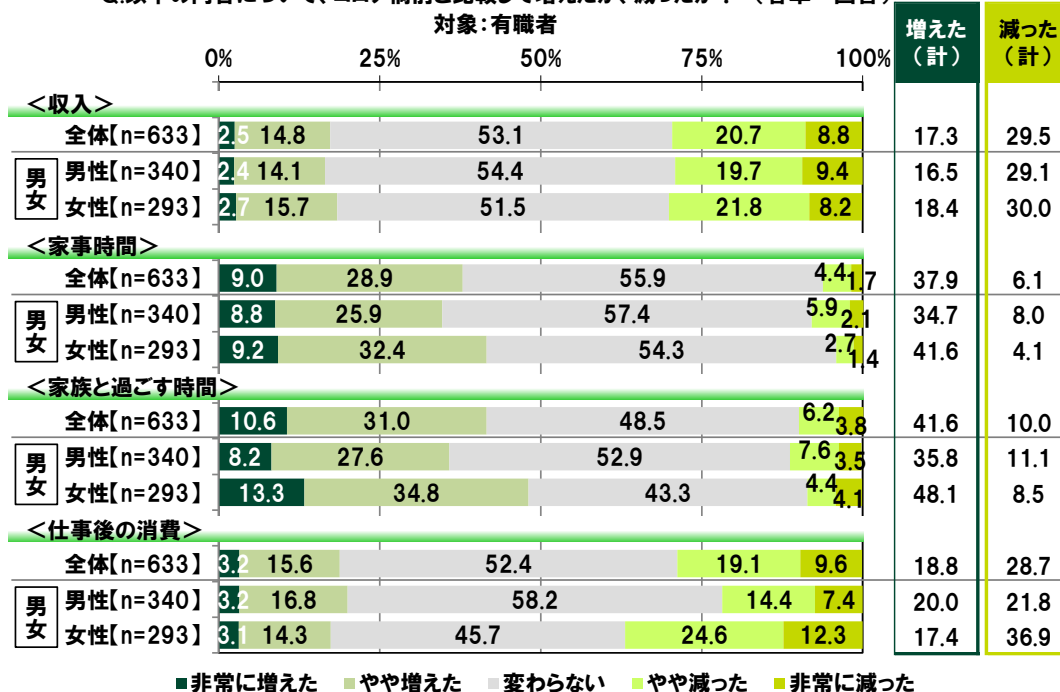
有職者(633名)に、コロナ禍前と比較して残業時間が増えたか、減ったか聞いたところ、「非常に増えた」は5.5%、「やや増えた」は12.8%で、合計した『増えた(計)』は18.3%、「非常に減った」は10.6%、「やや減った」は10.1%で、合計した『減った(計)』は20.7%となりました。

**Q.コロナ禍前と比較して残業時間が増えたか、減ったか？（単一回答）**


また、収入・支出や生活時間のコロナ禍前との変化を聞いたところ、<収入>では『減った(計)』は29.5%でした。

生活時間についてみると、<家事時間>では『増えた(計)』は37.9%、<家族と過ごす時間>では『増えた(計)』は41.6%となりました。男女別にみると、『増えた(計)』と回答した人の割合は、<家事時間>では男性34.7%、女性41.6%、<家族と過ごす時間>では男性35.8%、女性48.1%となりました。コロナ禍以降、家事に携わる時間や家族と一緒に過ごす時間が増えたと感じている人は少なくないようです。

<仕事後の消費>では『減った(計)』は28.7%でした。感染予防のため、仕事後は寄り道をせず真っ直ぐ帰宅するようになったという人が増えたようです。

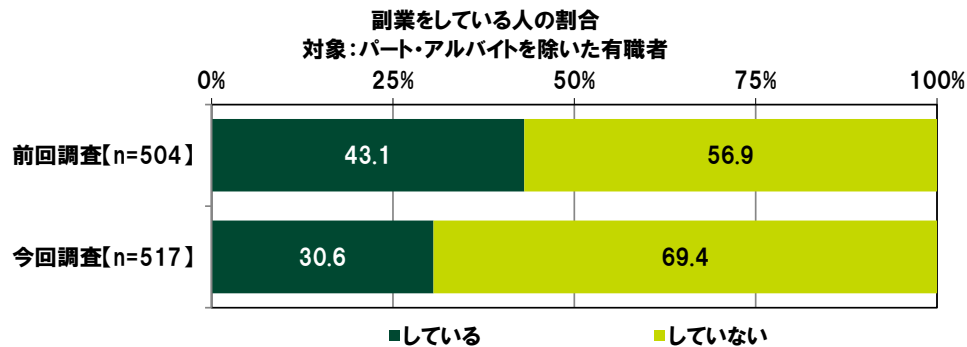
**Q.以下の内容について、コロナ禍前と比較して増えたか、減ったか？（各単一回答）**


>> 20代の副業実態 コロナ禍で副業機会が激減？「副業をしている」有職者の30.6%、前回調査から12.5ポイント下降

副業の状況について質問しました。

パート・アルバイトを除いた有職者(517名)に、副業をしているか聞いたところ、「している」は30.6%、「していない」は69.4%となりました。

前回の調査結果と比較すると、副業をしている人の割合は、前回調査 43.1%→今回調査 30.6%と、12.5ポイントの大幅下降となりました。コロナ禍で副業を行う機会を失ったり、控えたりしたという人が非常に多いようです。

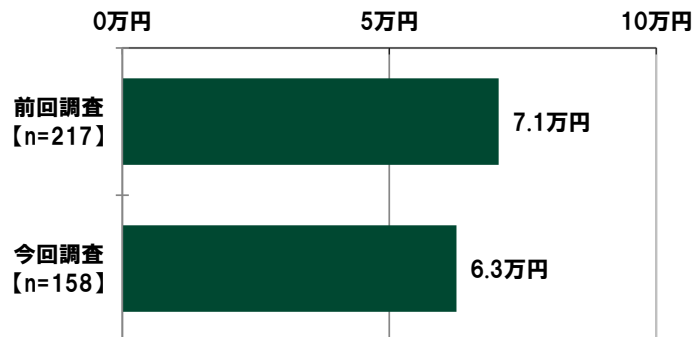


また、副業をしている人(158名)に、副業で、ひと月あたりいくらかの収入を得ているか聞いたところ、収入額の平均は6.3万円でした。

前回の調査結果と比較すると、収入額の平均は前回調査 7.1万円→今回調査 6.3万円と、0.8万円の減少となりました。

Q.副業で、ひと月あたりいくらかの収入を得ているか？  
 (単一回答)

対象：パート・アルバイトを除いた有職者のうち、副業をしている人



**【ライフイベントと収入事情】**

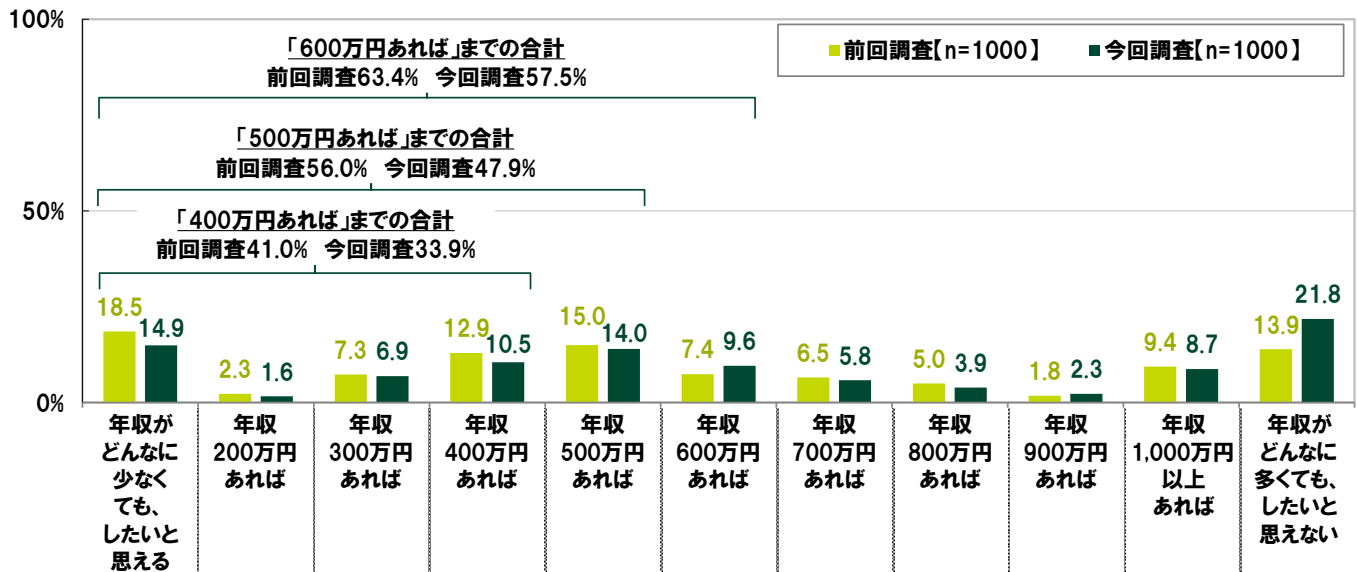
- ≫ 20代の半数以上が結婚しようと思えるのは「年収 600 万円」、コロナ禍前の前回調査からハードルが上昇
- ≫ 「年収がどんなに多くても結婚したいと思えない」20 代の 21.8%、前回調査から 7.9 ポイント上昇

ライフイベントと年収の関係について質問しました。

全回答者(1,000名)に、結婚しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 400 万円以下でしようと思える割合(「年収 400 万円あれば」までの合計)は 33.9%、年収 500 万円以下でしようと思える割合(「年収 500 万円あれば」までの合計)は 47.9%、年収 600 万円以下でしようと思える割合(「年収 600 万円あれば」までの合計)は 57.5%となりました。20 代の半数以上が結婚をイメージできるのは年収 600 万円の方です。

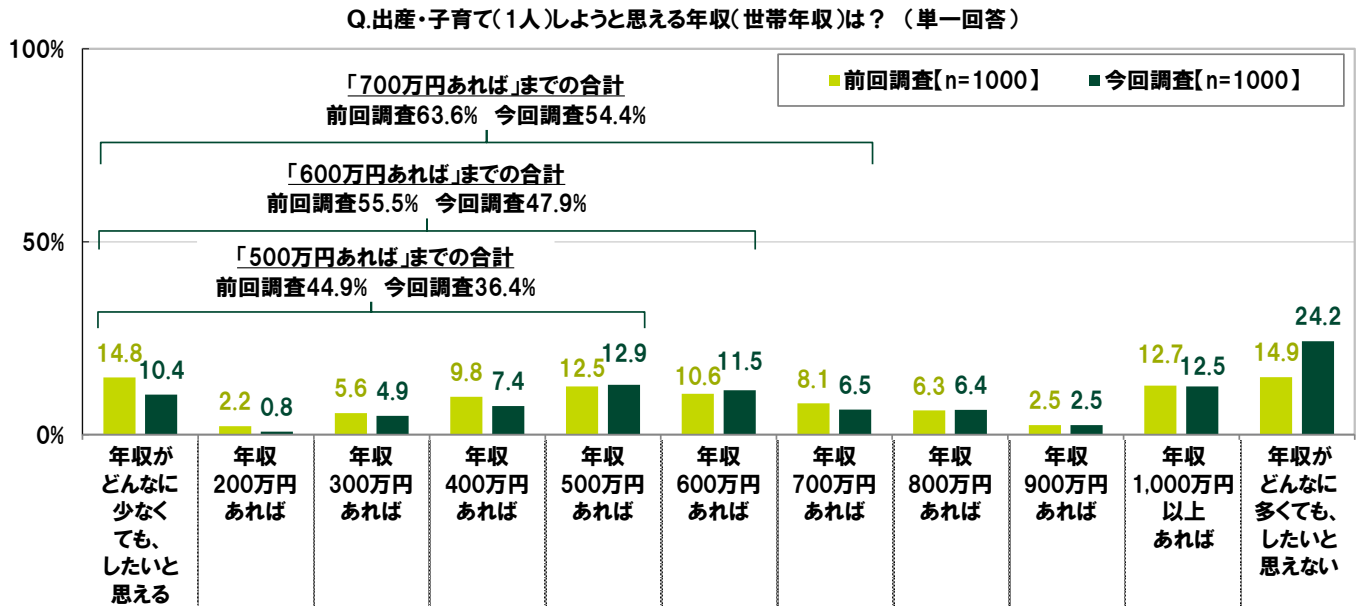
前回の調査結果と比較すると、半数以上が結婚しようと思えるのは前回調査では年収 500 万円(56.0%)だったのに対し、今回調査では年収 600 万円(57.5%)となっており、コロナ禍前より結婚へのハードルが上昇しました。また、「年収がどんなに多くても、したいと思えない」と回答した人の割合は、前回調査 13.9%→今回調査 21.8%と、7.9 ポイントの上昇となりました。

Q.結婚しようと思える年収(世帯年収)は？(単一回答)



>> 20代の半数以上が1人目の子育てに前向きになるのは「年収700万円」、前回調査から100万円上昇

同様に、出産・子育て(1人)しようと思える世帯年収額を聞いたところ、20代の半数以上がイメージできるのは、前回調査では年収600万円(55.5%)だったのに対し、今回調査では年収700万円(54.4%)でした。結婚と同じように、出産・子育てに対するハードルも上がりました。また、「年収がどんなに多くても、したいと思えない」と回答した人の割合は、こちらも大幅上昇(前回調査14.9%→今回調査24.2%、9.3ポイント上昇)となりました。





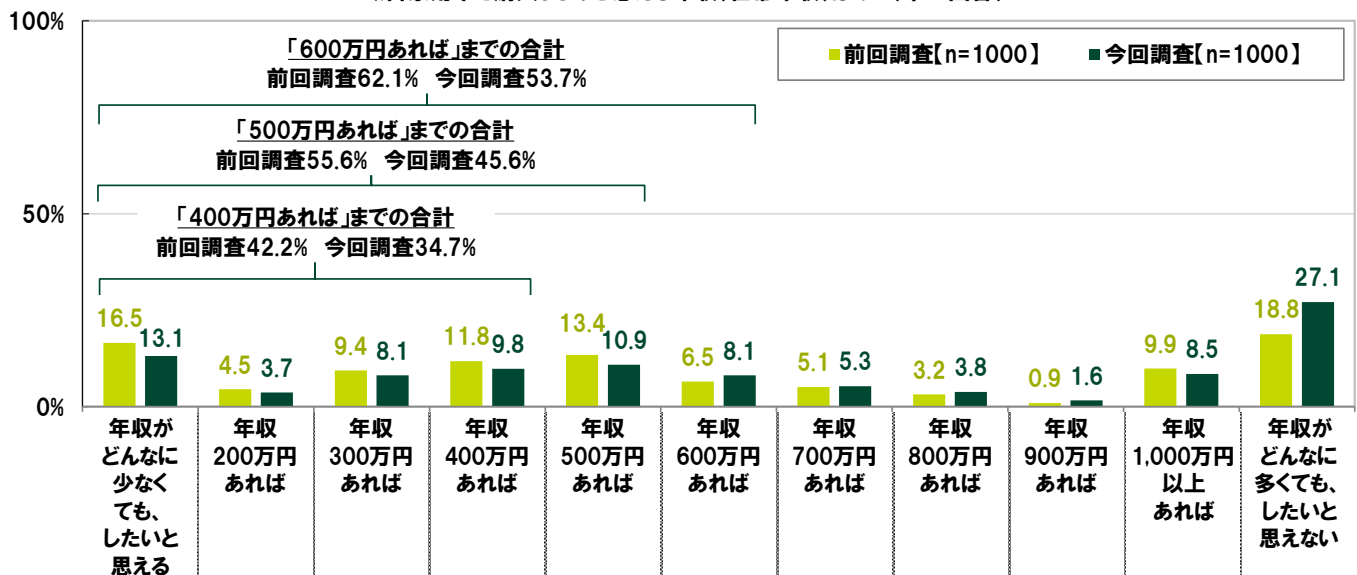
- 20代の半数以上が自家用車を購入しようと思えるのは「年収 600 万円」、前回調査から 100 万円上昇
- 20代の半数以上が住宅を購入しようと思えるのは「年収 900 万円」、前回調査からハードルが大幅上昇

自家用車や住宅の購入についてはいくらかの年収をイメージしている人が多いのでしょうか。

自家用車を購入しようと思える世帯年収額を聞いたところ、年収 500 万円以上と思える割合は 45.6%、年収 600 万円以上と思える割合は 53.7%と、半数以上が自家用車の購入をイメージできるのは年収 600 万円であることがわかりました。

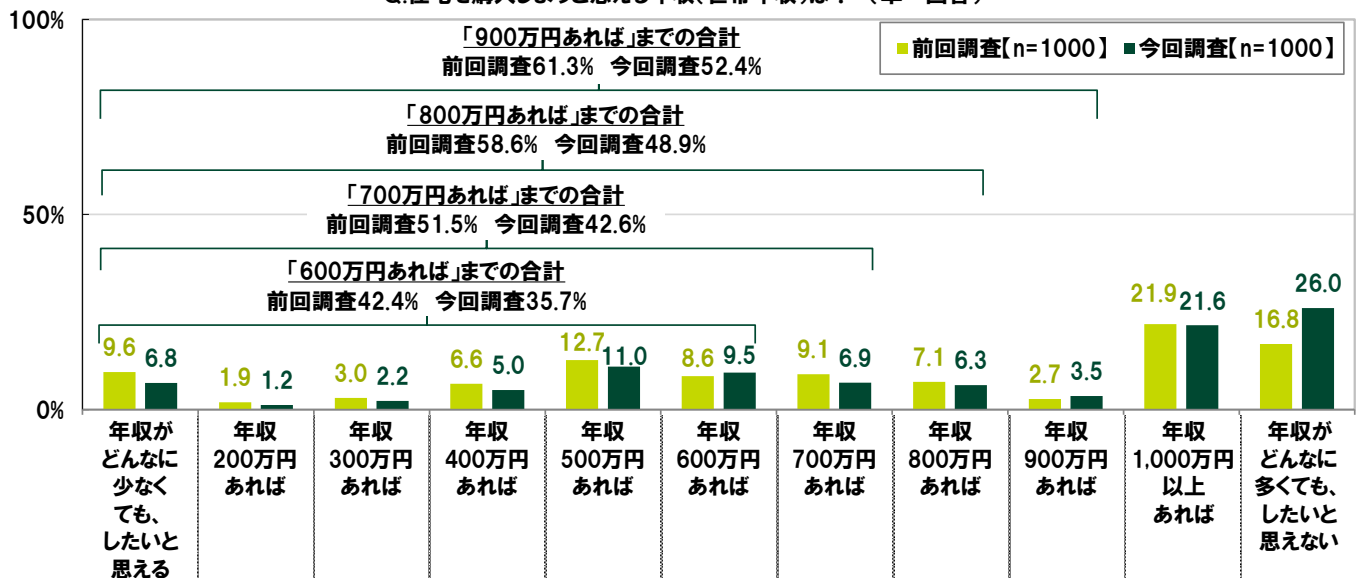
前回の調査結果と比較すると、半数以上が自家用車を購入しようと思えるのは前回調査では年収 500 万円 (55.6%) だったのに対し、今回調査では年収 600 万円 (53.7%) と、こちらもハードルが上がりました。

Q.自家用車を購入しようと思える年収(世帯年収)は？ (単一回答)



また、住宅を購入しようと思える世帯年収額を聞いたところ、20 代の半数以上がイメージできるのは、前回調査では年収 700 万円 (51.5%) だったのに対し、今回調査では年収 900 万円 (52.4%) と、ハードルが大幅に上がる結果となりました。

Q.住宅を購入しようと思える年収(世帯年収)は？ (単一回答)



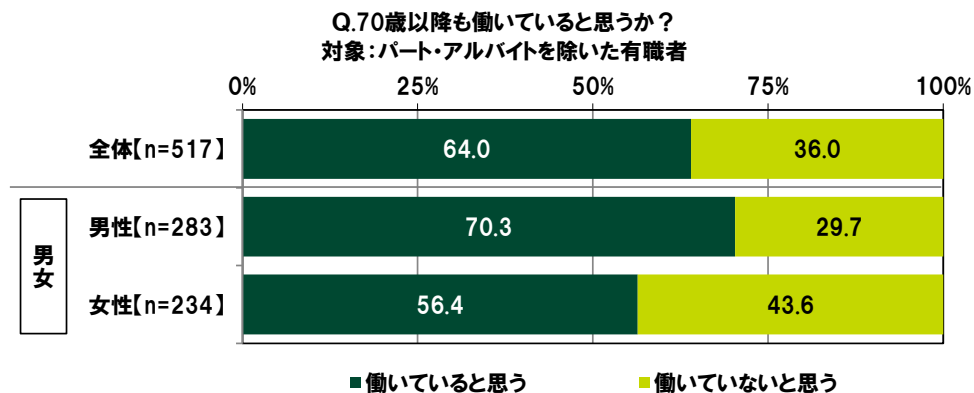
≫ 「70歳以降も働いていると思う」20代有職者の64.0%

働いていると思う理由 TOP2「経済的にゆとりのある生活をしたいから」「働かないと生活費が足りないと思うから」

70歳以降の就労について質問しました。

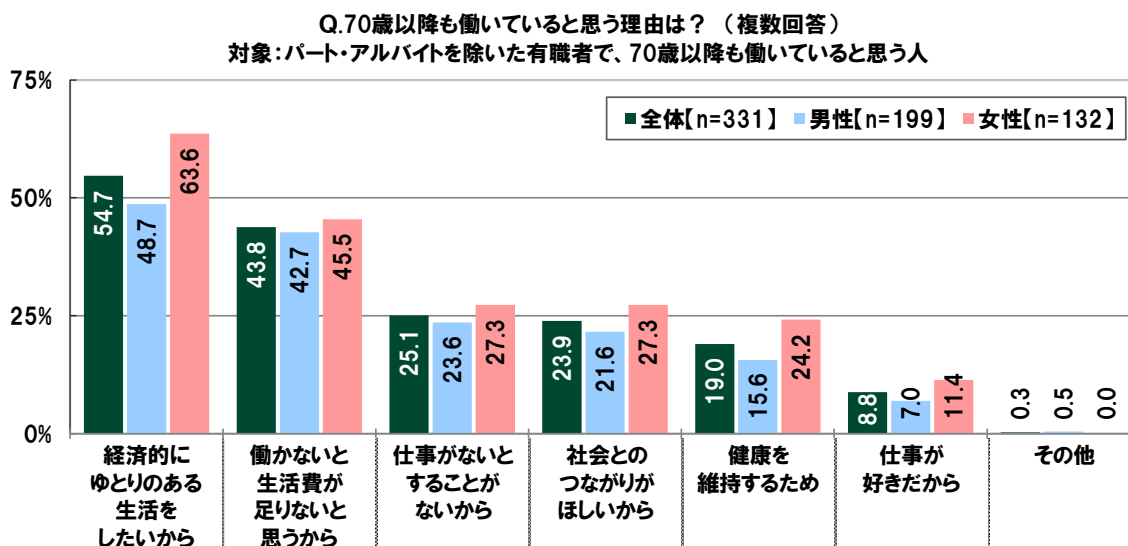
パート・アルバイトを除いた有職者(517名)に、70歳以降も働いていると思うか聞いたところ、「働いていると思う」は64.0%、「働いていないと思う」は36.0%となりました。70歳までの就労機会の確保を企業の努力義務とする「改正高年齢者雇用安定法」が2021年4月に施行されるなど、70歳まで就労しやすい環境が整備されつつありますが、20代には、70歳までではなく、70歳以降も働き続けていると予想している人が多いことがわかりました。

男女別にみると、「働いていると思う」と回答した人の割合は、男性70.3%、女性56.4%と、女性と比べて男性のほうが13.9ポイント高くなりました。



70歳以降も働いていると思う人(331名)に、そう思う理由を聞いたところ、「経済的にゆとりのある生活をしたいから」(54.7%)が最も高く、次いで、「働かないと生活費が足りないと思うから」(43.8%)となりました。以降、「仕事がないとすることがないから」(25.1%)、「社会とのつながりがほしいから」(23.9%)、「健康を維持するため」(19.0%)、「仕事が好きだから」(8.8%)が続きました。

男女別にみると、「経済的にゆとりのある生活をしたいから」は男性48.7%、女性63.6%と、男性と比べて女性のほうが14.9ポイント高くなりました。



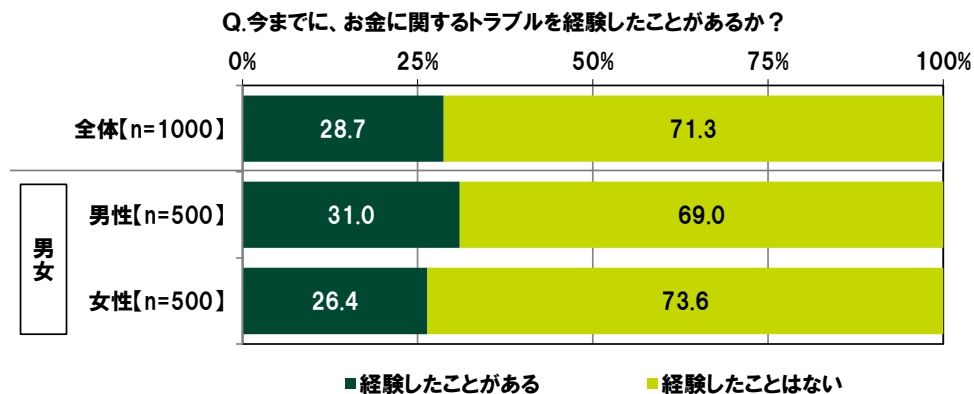
**【マネートラブルの経験】**

≫ 「今までに、マネートラブルを経験したことがある」20代の28.7%

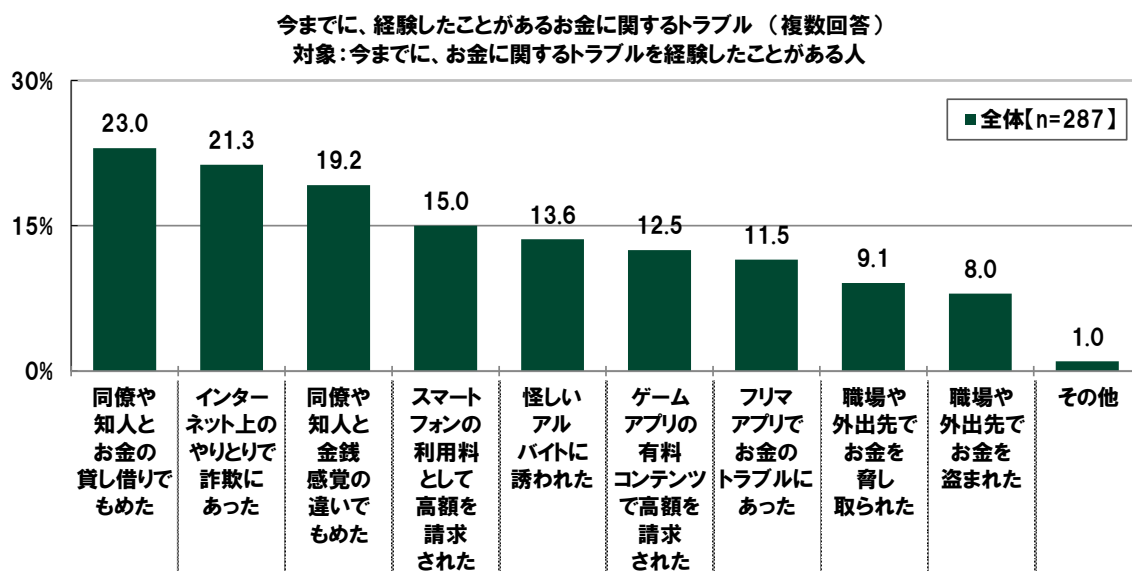
**経験したマネートラブル TOP2「同僚や知人とお金の貸し借りでもめた」「インターネット上のやりとりで詐欺にあった」**

最後に、マネートラブルについて質問しました。

全回答者(1,000名)に、今までに、お金に関するトラブルを経験したことがあるか聞いたところ、「経験したことがある」は28.7%、「経験したことはない」は71.3%となりました。



今までに、お金に関するトラブルを経験したことがある人(287名)に、トラブルの内容を聞いたところ、「同僚や知人とお金の貸し借りでもめた」(23.0%)が最も高く、次いで、「インターネット上のやりとりで詐欺にあった」(21.3%)、「同僚や知人と金銭感覚の違いでもめた」(19.2%)となりました。身近な人との間でお金が原因のトラブルを経験した人や、インターネット上で詐欺にあったという人が多いようです。以降、「スマートフォンの利用料として高額を請求された」(15.0%)、「怪しいアルバイトに誘われた」(13.6%)、「ゲームアプリの有料コンテンツで高額を請求された」(12.5%)、「フリマアプリでお金のトラブルにあった」(11.5%)、「職場や外出先でお金を脅し取られた」(9.1%)、「職場や外出先でお金を盗まれた」(8.0%)、「その他」(1.0%)が続きました。



## 《調査概要》

- ◆調査タイトル : 20代の金銭感覚についての意識調査 2021
- ◆調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする  
20歳～29歳の男女
- ◆調査期間 : 2020年11月6日～9日
- ◆調査方法 : インターネット調査
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル

(内訳)	20代前半	20代後半
男性	250	250
女性	250	250

- ◆調査協力会社 : ネットエイジア株式会社

## ■■報道関係の皆様へ■■

本リリースの内容の転載にあたりましては、  
「SMBC コンシューマーファイナンス調べ」と付記のうえ、  
ご使用いただきますよう、お願い申し上げます。

## ■■本調査に関するお問合せ窓口■■

SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

担当 : 広報 CSR 部 西山・三浦

TEL : 03-3543-7360

Eメール : corporate\_info@smbc-cf.com

受付時間 : 9時00分～18時00分(月～金)

## ■■会社概要■■

会社名 : SMBC コンシューマーファイナンス株式会社

(英訳名 SMBC Consumer Finance Co., Ltd.)

設立 : 1962年(昭和37年)3月20日

代表者名 : 金子 良平

所在地 : 東京都中央区銀座四丁目12番15号

事業内容 : 貸金業・保証業