

20代の金銭感覚についての意識調査 2015

恋人には贅沢に！クリスマスプレゼント予算 昨年よりも上昇し2万円台に
結婚したら“二馬力”で頑張る！20代未婚者の8割が「結婚したら共働き希望」

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:幸野 良治、<http://www.smbc-cf.com>)は、2015年10月2日～8日の7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2015」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)

調査結果 - TOPICS -

【20代のおサイフ事情】 ……2～5ページ

- ≫ 「普段、財布の中身は5,000円以下」20代の6割、初デート時の“よそいき財布”は「2万円が安心」7割弱
- ≫ 普段は質素でもよそいきは豪華に 初デートに持っていくお金は昨年比3,000円超の増加
- ≫ 財布の中身、年齢×1,000円は過去の風習に？「2万円は大金過ぎて持ち歩きが不安」4割弱
- ≫ 20代に浸透する電子マネー 「電子マネーを普段使っている」7割
- ≫ “空気を読む世代”だからこそ電子マネー？「支払いでもたつくと後ろの人に悪い」4人に3人

【“空気を読む世代”に気を遣わせない“おごり”と“プレゼント”の水準】 ……6～7ページ

- ≫ 上司・先輩からおごられて気を遣わない金額は？「3,000円までなら抵抗ない」が半数
- ≫ 義理チョコと本命チョコの境目？相手に“勘違いさせないプレゼント”の水準は2,000円以下
- ≫ 恋人には贅沢に！クリスマスプレゼント予算 昨年よりも上昇し2万円台に
- ≫ お財布と友情の葛藤？友人の結婚式二次会で20代の半数以上が参加を迷わないのは「会費5,000円」まで

【20代の消費意識】 ……8～9ページ

- ≫ 20代は賢くメリハリ消費 「最安値は必ずチェック」9割、「背伸びして良いものを買うのは喜び」7割弱
- ≫ これからは“脱見栄消費”がカッコいい！「ブランド度外視で良いものを選ぶ人はカッコいい」9割弱
- ≫ 広告や口コミ情報は度が過ぎると逆効果？20代の7割強が「“情報疲労”で購入意欲減の経験あり」
- ≫ “基本無料”にお金を使う？基本無料のゲームやアプリへの「支払い許容派」4割弱、「無料利用派」6割強
- ≫ 「広告除去のためにお金を使っても良い」20代男性の5人に1人

【20代の消費先】 ……10～11ページ

- ≫ 20代は“仲間うち”に積極的に消費をするが“新たな出会い”には消費せず
- ≫ 2016年は「思い出」「家族」「スキルアップ」のために積極消費
- ≫ ケータイ・スマホはライフライン！？「ケータイ代にも軽減税率を」20代の6割強
- ≫ 「出産・子育て用品を軽減税率の対象に」20代子持ちの7割弱 「自動車」は4割強、「住宅」は4割弱

【20代が高額消費や結婚、出産・子育てに前向きになる年収】 ……12～14ページ

- ≫ 若者は本当に車離れ？標準的な世帯年収があれば「自動車購入に前向きになる」6割半
- ≫ 子どもを2人育てるなら？「年収700万円あれば前向きに考える」6割弱
- ≫ 金銭的な不安感が増加？「世帯年収500万円」で結婚・出産したいと思える20代が減少傾向
- ≫ 結婚したら“二馬力”で頑張る！20代未婚者の8割が「結婚したら共働き希望」
- ≫ 実際、家庭と仕事の両立は難しい？20代既婚者の「共働き」実践率は半数以下

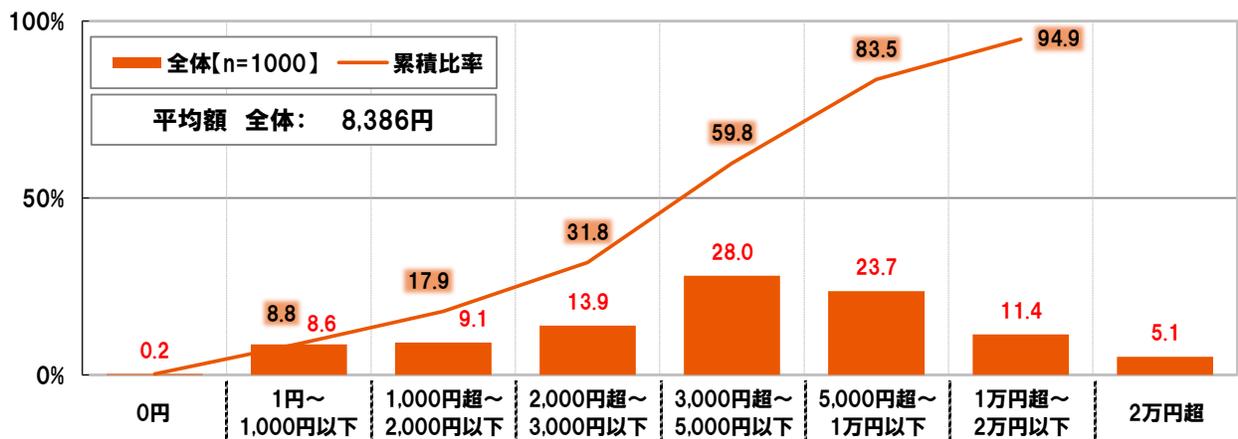
アンケート調査結果
【20代のおサイフ事情】

- ≫ 「普段、財布の中身は5,000円以下」20代の6割、初デート時の“よそいき財布”は「2万円が安心」7割弱
- ≫ 普段は質素、よそいきは豪華に 初デートに持っていくお金は昨年比3,000円超の増加
- ≫ 財布の中身、年齢×1,000円は過去の風習に？「2万円は大金過ぎて持ち歩きが不安」4割弱
- ≫ 20代に浸透する電子マネー 「電子マネーを普段使っている」7割
- ≫ “空気を読む世代”だからこそ電子マネー？「支払いでもたつくと後ろの人に悪い」4人に3人

はじめに、20代の財布の中身について質問を行いました。

20～29歳の男女1,000名(全回答者)に対し、普段(平日)、財布にいれている金額を聞いたところ、「3,000円超～5,000円以下」に多くの回答が集まり(28.0%)、所持金が『5,000円以下』の方が累計で6割(59.8%)となりました。

Q.普段(平日)、財布にいれている金額は？ (自由回答:数値)



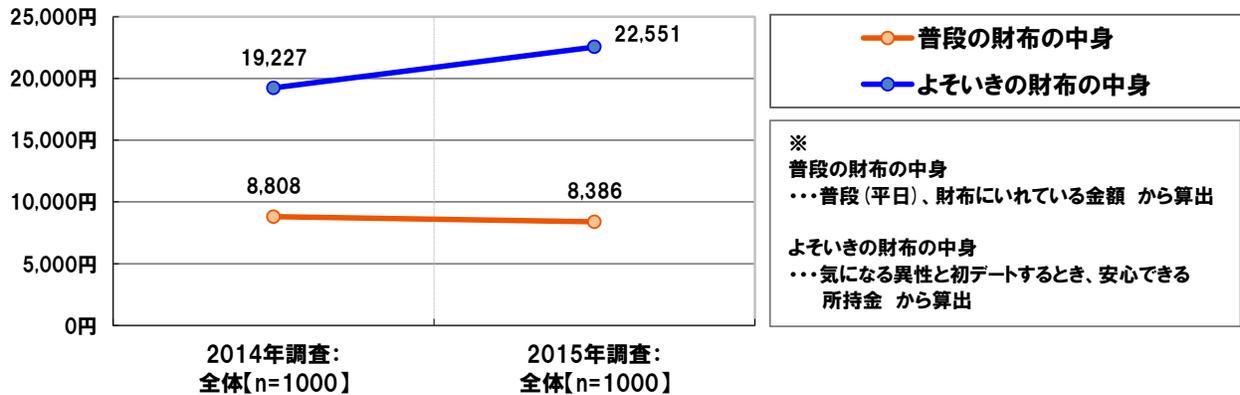
次に、“よそいきの財布の中身”として、気になる異性と初デートするとき、安心できる所持金を聞いたところ、「1万円超～2万円以下で安心」に多くの回答が集まり(32.4%)、2万円が安心する(『2万円以下』の累計)の方が7割弱(66.6%)となりました。

Q.気になる異性と初デートするとき、安心できる所持金は？ (自由回答:数値)



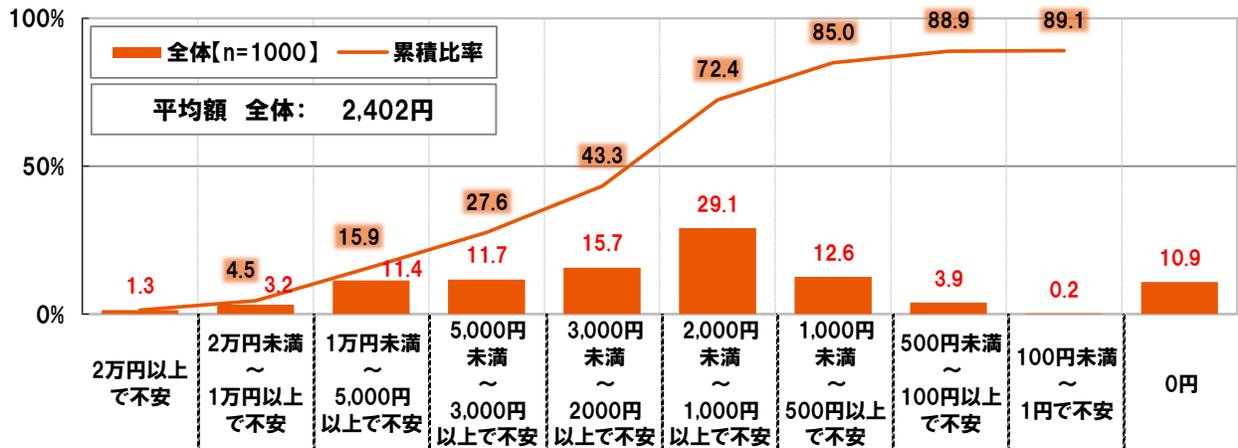
これらの“普段の財布の中身”と“よそいきの財布の中身”について、同様の質問を行った昨年の調査結果と比較したところ、普段の財布の中身の平均額は昨年比で422円減少(8,808円→8,386円)した一方で、よそいきの財布の中身は3,324円増加(19,227円→22,551円)しました。普段はなるべくお金を使わないように過ごし、初デートなどの大事なときには惜しまずにお金をかけるような、メリハリを効かせた消費スタイルが増えているのかもしれない。

“普段の財布の中身”と“よそいきの財布の中身”の平均額 (自由回答:数値より算出)



次に、どこまで所持金が減ったら、手持ちが少なくて不安になるかを聞いたところ、2,000円で不安になる(『2,000円以上』の累計)方が43.3%、1,000円で不安になる(『1,000円以上』の累計)方が72.4%となりました。お財布の中身が千円札1.2枚程度にまで減ると“お金が少なくて心配・気掛かりだ”、と感じる方が多いようです。

Q.どこまで所持金が減ったら、手持ちが少なくて不安になるか? (自由回答:数値)



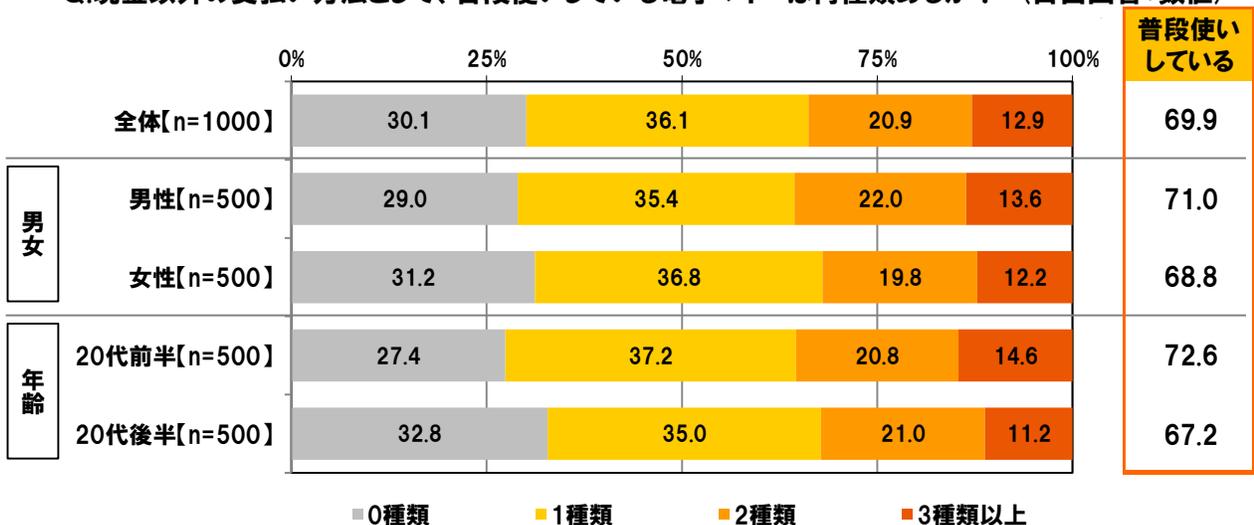
また、どこまで所持金が増えたら、大金過ぎて持ち歩くのが不安になるかを聞いたところ、2万円あると不安になる(『2万円以下』の累計)方が38.1%、3万円あると不安になる(『3万円以下』の累計)方が55.1%となっています。“財布の中身は年齢×1,000円が理想”といわれたこともありましたが、現代の20代にとっては“過去の風習”だといえそうです。

Q.どこまで所持金が増えたら、大金過ぎて持ち歩くのが不安になるか？ (自由回答:数値)



続いて、現金以外の支払い方法として、普段使いしている電子マネーは何種類あるか聞いたところ、「1種類」が36.1%、「2種類」が20.9%、「3種類以上」が12.9%となり、それらを合計した『電子マネーを普段使いしている』割合は、7割(69.9%)となりました。電子マネーは20代に広く受け入れられ、利用されている様子がうかがえます。

Q.現金以外の支払い方法として、普段使いしている電子マネーは何種類あるか？ (自由回答:数値)



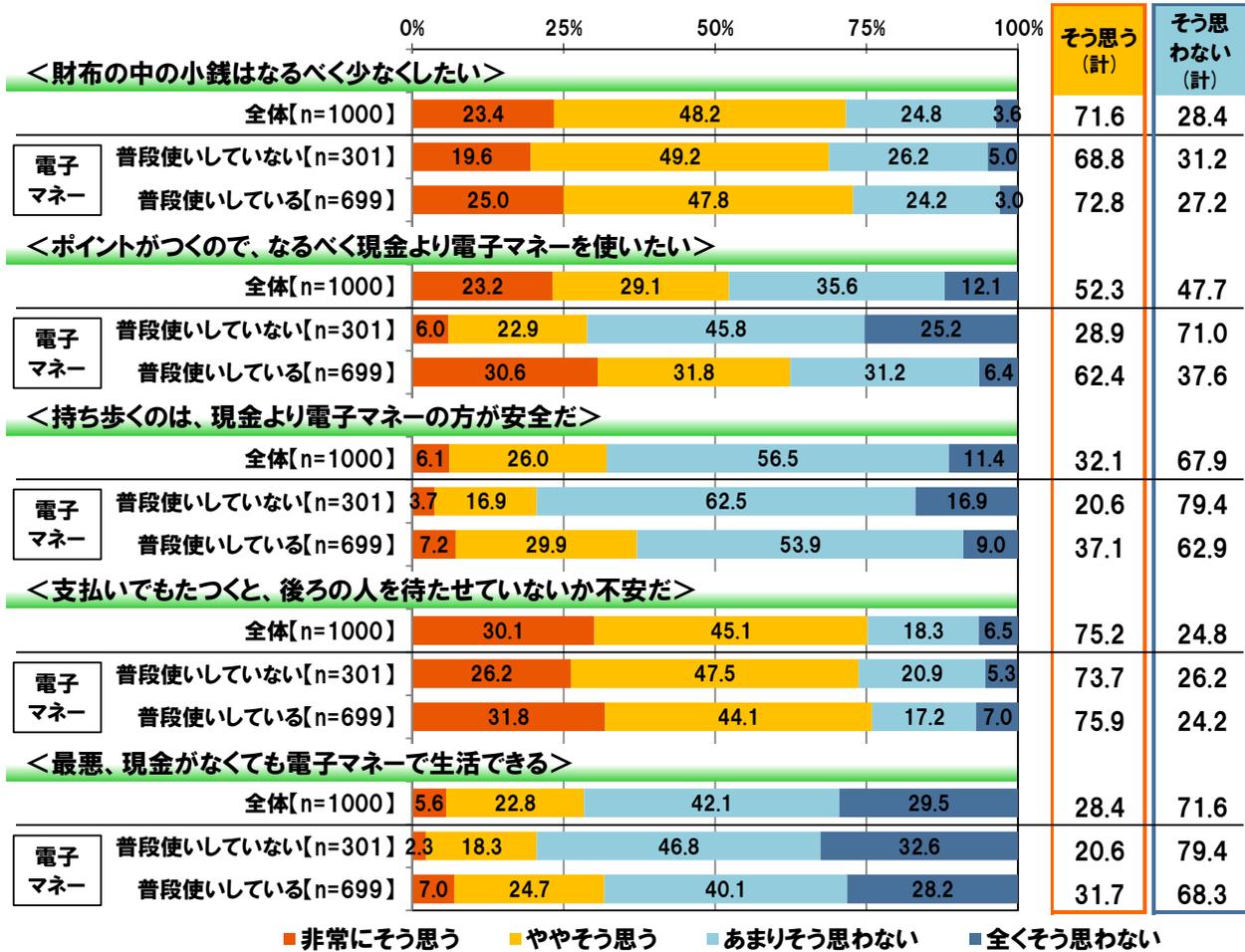
次に、現金払いや電子マネー払いに関連する意識について聞いたところ、<財布の中の小銭はなるべく少なくしたい>との意識では、『そう思う』（「非常に」+「やや」）が 71.6%となりました。現金払いをするとお釣りに小銭が増えやすくなった“消費税 8%”が、電子マネーの利用を後押ししたのかもしれませんが。

また、<ポイントがつくので、なるべく現金より電子マネーを使いたい>では、『そう思う』が全体で 52.3%、電子マネーを普段使いしている方では 62.4%となり、<持ち歩くのは、現金より電子マネーの方が安全だ>では、『そう思う』が全体で 32.1%、電子マネーを普段使いしている方で 37.1%となりました。ポイントや安全面のメリットは実際に普段使いしている方からの評価が高いようです。

さらに、<支払いでもたつくと、後ろの人を待たせていないか不安だ>と思うかどうかについてみると、『そう思う』が 4 人に 3 人の割合（75.2%）となりました。現代の若年層は、過剰に“空気を読む”世代だと評されることもありますが、20 代の気遣いの心理も電子マネーの普及に影響しているのではないのでしょうか。

そのほか、<最悪、現金がなくても電子マネーで生活できる>では、『そう思う』が全体で 28.4%、電子マネーを普段使いしている方で 31.7%となりました。電子マネーだけで生活周りの支払いが完結すると考える方も少なくない割合で存在し、電子マネーの利用環境が整ってきている状況がうかがえました。

Q.現金払いや電子マネー払いに関連する意識について、どの程度同意するか？（各単一回答）



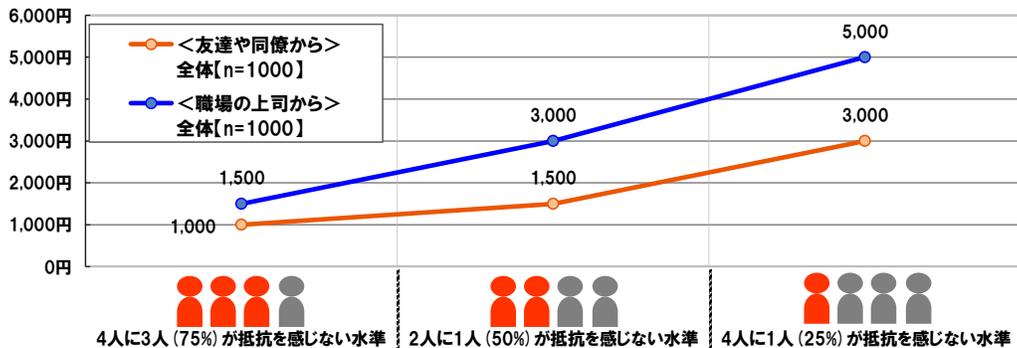
【“空気を読む世代”に気を遣わせない“おごり”と“プレゼント”の水準】

- ▶ 上司・先輩からおごられて気を遣わない金額は？「3,000円までなら抵抗ない」が半数
- ▶ 義理チョコと本命チョコの境目？相手に“勘違いさせないプレゼント”の水準は2,000円以下
- ▶ 恋人には贅沢に！クリスマスプレゼント予算 昨年よりも上昇し2万円台に
- ▶ お財布と友情の葛藤？友人の結婚式二次会で20代の半数以上が参加を迷わないのは「会費5,000円」まで

次に、“おごり”や“プレゼント”などにかけるお金について、20代が抵抗を感じないのはどの程度の金額なのか、質問を行いました。

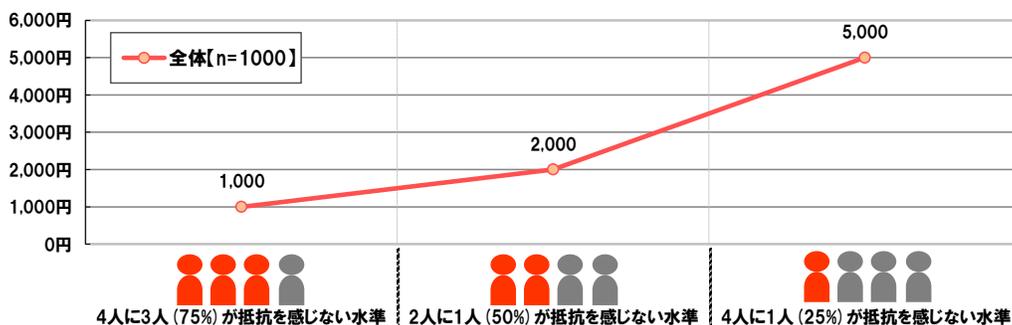
全回答者(1,000名)に対し、＜友達や同僚から＞おごってもらうときに抵抗を感じない金額を聞いたところ、4人に3人(75%)が抵抗を感じない水準は「1,000円」、2人に1人(50%)が抵抗を感じない水準は「1,500円」、4人に1人(25%)が抵抗を感じない水準は「3,000円」となりました。また、＜職場の上司から＞おごってもらうときに抵抗を感じない金額を聞いたところ、4人に3人が抵抗を感じない水準は「1,500円」、2人に1人が抵抗を感じない水準は「3,000円」、4人に1人が抵抗を感じない水準は「5,000円」となりました。友達や同僚など、対等な間柄の相手からのおごりでは1,500円を超えると、目上の人からのおごりであっても3,000円を超えると恐縮してしまう20代が多数派であるようです。

Q.おごってもらうときに抵抗を感じない金額は？ (自由回答:数値より算出)



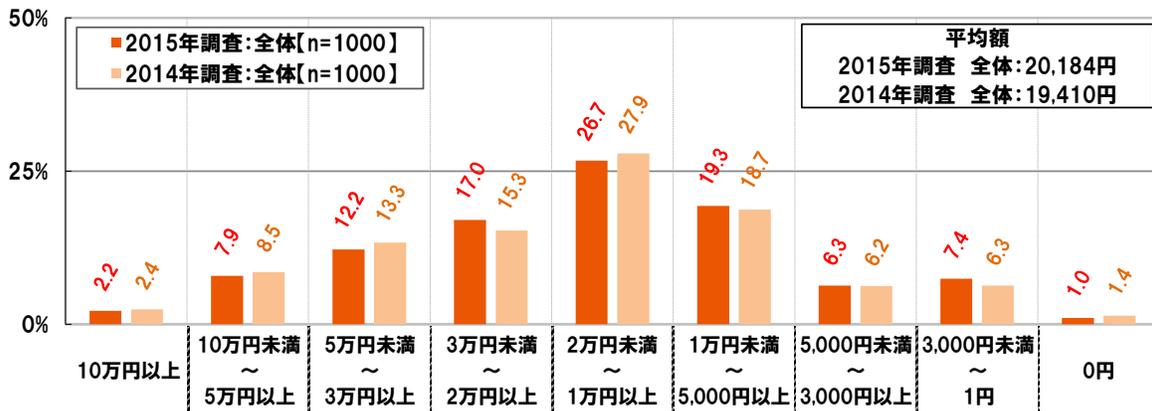
さらに、恋人でない異性からのプレゼントで、抵抗を感じないで受け取れるのはいくら相当のプレゼントか聞いたところ、4人に3人が抵抗を感じない水準は「1,000円」、2人に1人が抵抗を感じない水準は「2,000円」、4人に1人が抵抗を感じない水準は「5,000円」となりました。バレンタインデーやホワイトデーなどの機会に、“友チョコ”や“義理チョコ”を贈りたいけれど、“本命チョコ”と勘違いされたくない方は、2,000円以下の予算でプレゼントを用意すれば、余計なプレッシャーを感じさせてしまう可能性が少ないようです。

Q.恋人ではない異性からのプレゼント (例:バレンタインデーやホワイトデー) で、抵抗を感じないで受け取れるのはいくら相当のプレゼントか？ (自由回答:数値より算出)



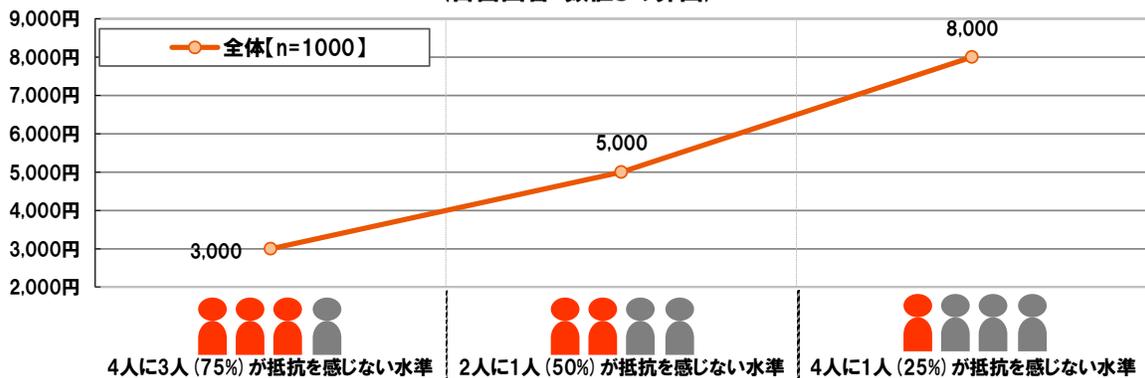
反対に、自身がプレゼントを贈る側となり、特別な相手に奮発してプレゼントをするときには、どのくらいの金額が上限となるのでしょうか。恋人へ特別な日にプレゼント(例:クリスマスプレゼント)を贈るときに、奮発して贈ることができるのはいくら相当のプレゼントかを聞いたところ、「2万円未満～1万円以上」に3割弱(26.7%)の回答が集中し、平均額は20,184円となりました。同様の質問を行った昨年の調査結果と比較したところ、平均額は昨年比で774円増加(19,410円→20,184円)しました。特別な日に特別な相手へ贈るプレゼントにかかる予算は昨年よりもやや増加の傾向にあるようです。

Q.恋人へ特別な日にプレゼント(例:クリスマスプレゼント)を贈るとき、奮発して贈ることができるのはいくら相当のプレゼントか？(自由回答:数値)



また、おごりやプレゼントとは異なりますが、“ご祝儀の一環”と捉えられることもある結婚式の二次会費について、友人の結婚式二次会に参加するとき、抵抗を感じず参加できるのはいくら相当の会費かを聞いたところ、4人に3人が抵抗を感じない水準は「3,000円」、2人に1人が抵抗を感じない水準は「5,000円」、4人に1人が抵抗を感じない水準は「8,000円」となりました。この傾向は男女別、年齢(20代前半・後半)別でも、大きな違いはありませんでした。できるだけ多くの20代の友人に結婚式二次会へ参加してもらいたい場合、会費3,000円～5,000円を一つの目安にすると良いのではないのでしょうか。

Q.友人の結婚式二次会に参加するとき、抵抗を感じず参加できるのはいくら相当の会費か？(自由回答:数値より算出)



【20代の消費意識】

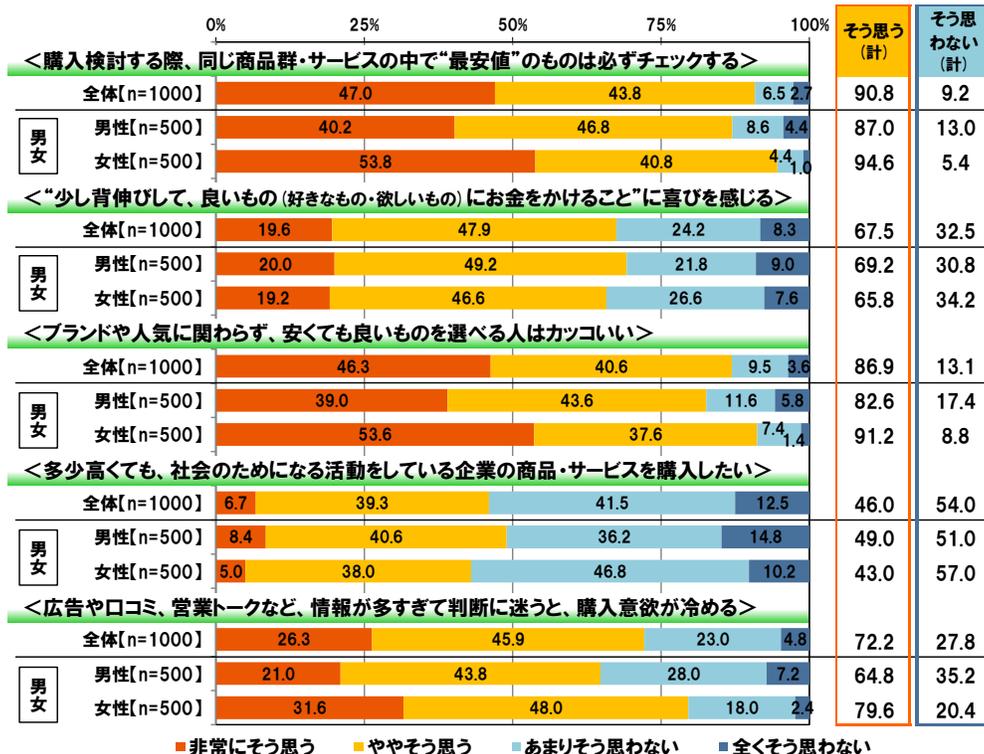
- 20代は賢くメリハリ消費「最安値は必ずチェック」9割、「背伸びして良いものを買うのは喜び」7割弱
- これからは“脱見栄消費”がカッコいい！「ブランド度外視で良いものを選ぶ人はカッコいい」9割弱
- 広告や口コミ情報は度が過ぎると逆効果？20代の7割強が「情報疲労」で購入意欲減の経験あり
- “基本無料”にお金を使う？基本無料のゲームやアプリへの「支払い許容派」4割弱、「無料利用派」6割強
- 「広告除去のためにお金を使っても良い」20代男性の5人に1人

全回答者(1,000名)に対し、お金の使い方に関する意識について、どの程度同意するか聞いたところ、<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、『そう思う』が9割(90.8%)となりました。一方で、<“少し背伸びして、良いもの(好きなもの・欲しいもの)にお金をかけること”に喜びを感じる>では、『そう思う』が7割弱(67.5%)となっています。最安値を把握しながらも、良いと判断したものには少し背伸びをした消費も厭わない、賢くメリハリの効いた消費スタイルを持っている20代が多いようです。

また、<ブランドや人気に関わらず、安くても良いものを選ぶ人はカッコいい>では、『そう思う』が9割弱(86.9%)、<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』が4割半(46.0%)となっています。“ブランド買い”や“人気買い”を良しとせず、自分の評価基準で良いと思えるものを選ぶ、“脱見栄消費”と呼べそうな消費スタイルに憧れを持っている方が多いようです。そんな中、社会のためになる企業の利益に繋がる購買を優先したいと考える、“エシカル(倫理的)消費”の意識が20代の4割半に見受けられました。

一方で、<広告や口コミ、営業トークなど、情報が多すぎて判断に迷うと、購入意欲が冷める>では、『そう思う』が7割強(72.2%)となりました。自己の判断基準に従い良いものを選ぶ、“脱見栄消費”に憧れを持ちながらも、情報過多で判断に迷い、購入意欲自体が消失してしまう、“情報疲労”と呼べそうな状況に陥る方が多いようです。

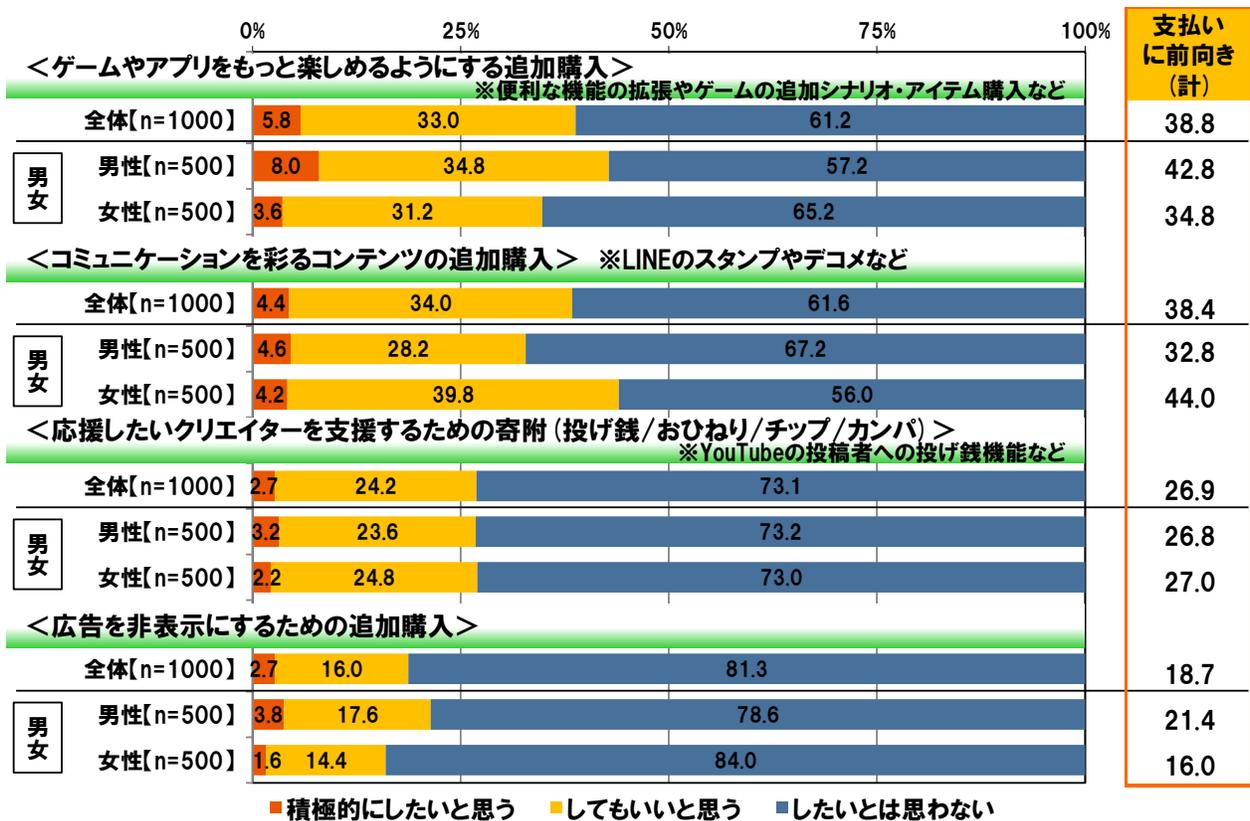
Q.お金の使い方に関する意識について、どの程度同意するか？ (各単一回答)



続いて、スマホのアプリやWeb サービスなど、“基本無料”で使えるコンテンツへ、対価の支払いをしたいと思うか聞いたところ、<ゲームやアプリをもっと楽しめるようにする追加購入>では「積極的にしたいと思う」が 5.8%、「してもいいと思う」が 33.0%となり、それらを合計した『支払いに前向き』な割合は 4 割弱(38.8%)となりました。基本無料のコンテンツは無料で楽しめる範囲で利用したいと考えている、「したいとは思わない」が 6 割強(61.2%)で多数派ですが、“もっと便利に楽しく”を目的とした支払いに対して前向きな姿勢を持っている方が 3 人に 1 人以上の割合で存在することがわかります。また、『支払いに前向き』な割合は男性で 42.8%と、女性(34.8%)に比べて高くなりました。

そのほか、<コミュニケーションを彩るコンテンツの追加購入>で『支払いに前向き』な割合は 38.4%、<応援したいクリエイターを支援するための寄附>では 26.9%、<広告を非表示にするための追加購入>では 18.7%となりました。また、広告を非表示にするための『支払いに前向き』な男性は 21.4%で女性(16.0%)よりも高くなっています。広告を見ないで済むならお金を支払っても良いと考える 20 代男性が、5 人に 1 人程度の割合で存在するようです。

Q.“基本無料”で使えるコンテンツへ、対価の支払いをしたいと思うか？（各単一回答）

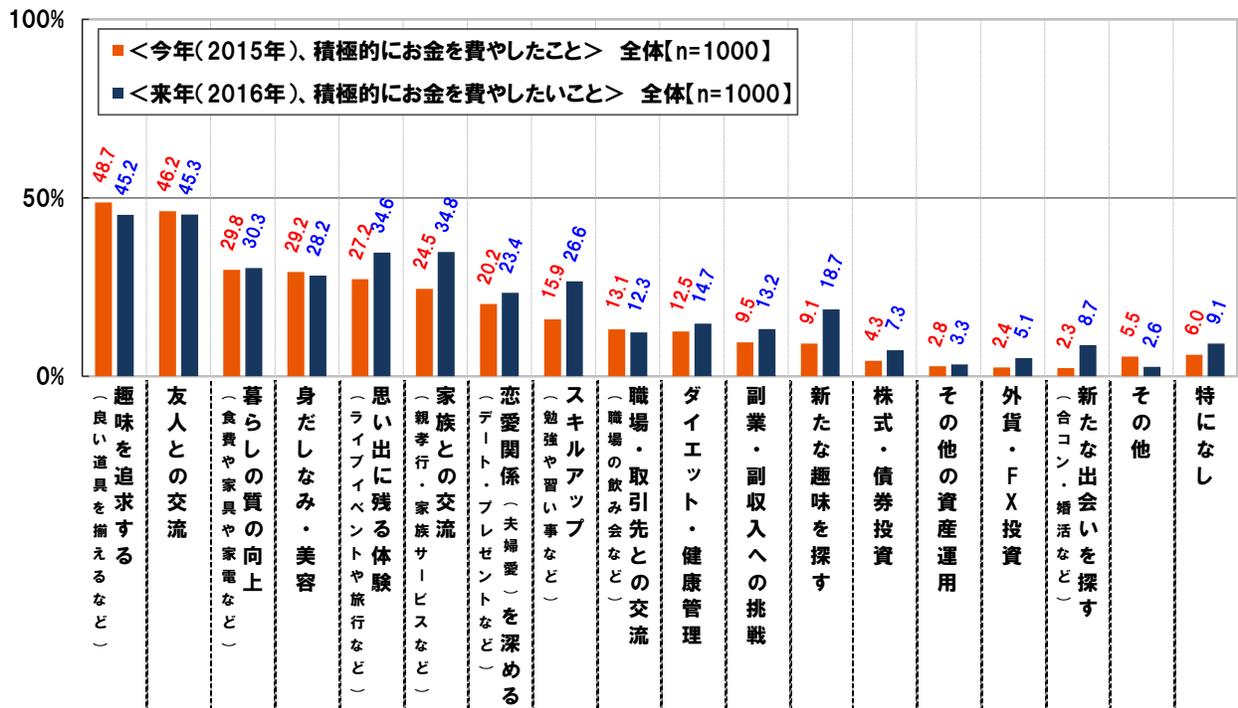


【20代の消費先】

- 20代は“仲間ウチ”に積極的に消費をするが“新たな出会い”には消費せず
- 2016年は「思い出」「家族」「スキルアップ」のために積極消費
- ケータイ・スマホはライフライン!?「ケータイ代にも軽減税率を」20代の6割強
- 「出産・子育て用品を軽減税率の対象に」20代子持ちの7割弱 「自動車」は4割強、「住宅」は4割弱

それでは、実際には20代の消費の矛先はどこに向かっているのでしょうか。全回答者(1,000名)に対し、今年(2015年)、積極的にお金を費やしたことについて聞いたところ、「趣味を追求する(良い道具を揃えるなど)」が48.7%で最も高く、「友人との交流」が46.2%と僅差で続きました。以下、「暮らしの質の向上(食費や家具や家電など)」(29.8%)や「身だしなみ・美容」(29.2%)、「思い出に残る体験(ライブイベントや旅行など)」(27.2%)、「家族との交流(親孝行・家族サービスなど)」(24.5%)、「恋愛関係(夫婦愛)を深める(デート・プレゼントなど)」(20.2%)が2割台で続いています。一方で、「新たな出会いを探す(合コン・婚活など)」は1割未満(2.3%)と、比較的低い割合となりました。新しい出会いよりも、家族などの身内や、友人・恋人などの“仲間ウチ”に対する消費に積極的な20代が多いようです。

また、来年(2016年)、積極的にお金を費やしたいことについても聞いたところ、「思い出に残る体験」(34.6%)や「家族との交流」(34.8%)、「スキルアップ(勉強や習い事など)」(26.6%)などは、今年お金を費やしたことよりも高い割合となりました。来年は今年以上に、思い出に残る体験や家族との交流、自己投資への消費に積極的になり、充実した一年にしたいと考えている20代が多いようです。

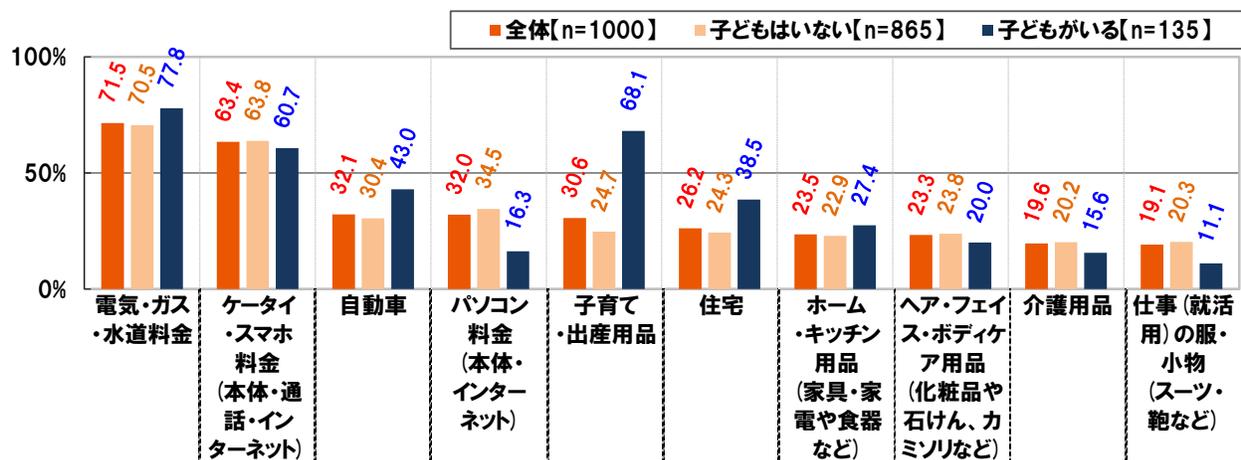
Q.今年(2015年)、積極的にお金を費やしたことは？
また、来年(2016年)、積極的にお金を費やしたいことは？ (各複数回答)


それでは、20代が生活に欠かせないと考える消費先はなんのでしょうか。生活必需品に対しての税率を低く抑える、“消費税の軽減税率”を題材に、質問を行いました。

全回答者(1,000名)に、もし、消費税の軽減税率の適用対象を自身で選べるとしたら、どんなものに適用するか聞いたところ、「電気・ガス・水道料金」(71.5%)に次いで、「ケータイ・スマホ料金(本体・通話・インターネット)」が63.4%で2位となりました。ケータイ・スマホは電気・ガス・水道に並ぶほどのライフラインだと考えている20代が多いようです。以下、「自動車」(32.1%)、「パソコン料金(本体・インターネット)」(32.0%)、「子育て・出産用品」(30.6%)が3割台、「住宅」が2割半(26.2%)で続きました。

子どものいる方の回答に注目すると、「出産・子育て用品」が68.1%、「自動車」が43.0%、「住宅」が38.5%となり、それぞれ子どもがいない方よりも高くなりました。20代で子どもを出産・子育てしている方は、子育て費用はもちろんのこと、自動車や住宅も生活必需品と考え、軽減税率を適用したいとの思いがあるようです。

Q.もし、消費税の軽減税率の適用対象を自身で選べるとしたら、どんなものに適用するか？（複数回答）



【20代が高額消費や結婚、出産・子育てに前向きになる年収】

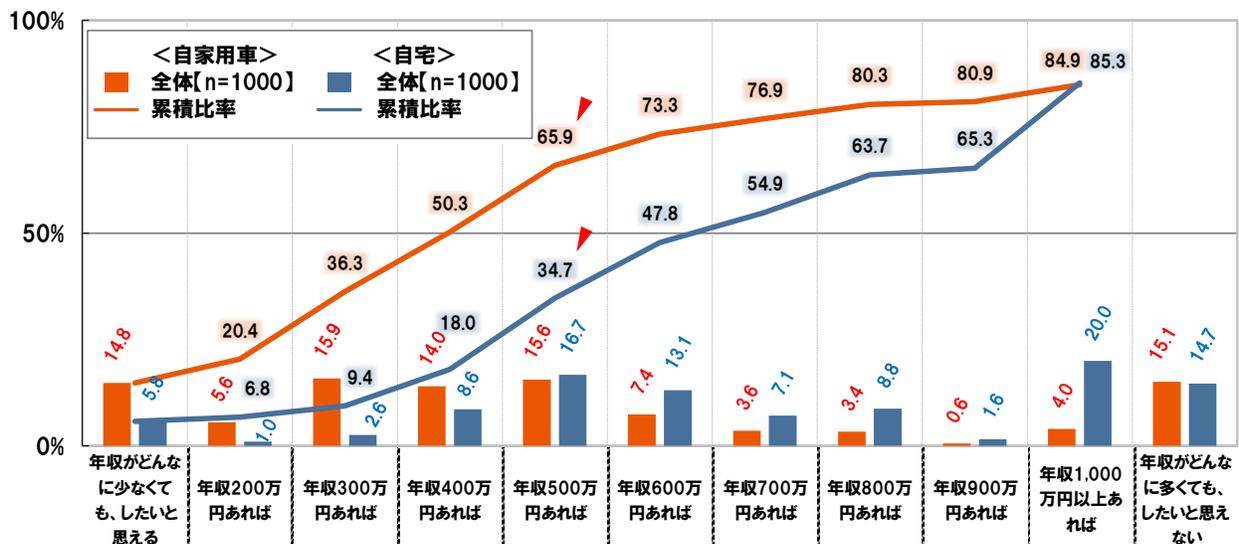
- ≫ 若者は本当に車離れ？標準的な世帯年収があれば「自動車購入に前向きになる」6割半
- ≫ 子どもを2人育てるなら？「年収700万円あれば前向きに考える」6割弱
- ≫ 金銭的な不安感が増加？「世帯年収500万円」で結婚・出産したいと思える20代が減少傾向
- ≫ 結婚したら“二馬力”で頑張る！20代未婚者の8割が「結婚したら共働き希望」
- ≫ 実際、家庭と仕事の両立は難しい？20代既婚者の「共働き」実践率は半数以下

全回答者(1,000名)に対し、どのくらいの世帯年収があれば、車や住宅の購入などの高額消費や、結婚や出産・子育てをしたいと思えるようになるか、質問を行いました。

まず、＜自家用車＞を所有しよう(購入しよう)と思える世帯年収額を聞いたところ、年収400万円ですと所有しようと思える(『年収400万円』までの累計)方は50.3%、年収500万円ですと所有しようと思える(『年収500万円』までの累計)方は65.9%となりました。1世帯当たりの平均所得金額は528.9万円と発表(※)されており、そこから、『年収500万円』を“標準的な世帯年収”の目安として結果を読み解くと、20代が標準的な世帯年収に到達した場合、6割半が自家用車の購入を前向きに考える、とみることができます。

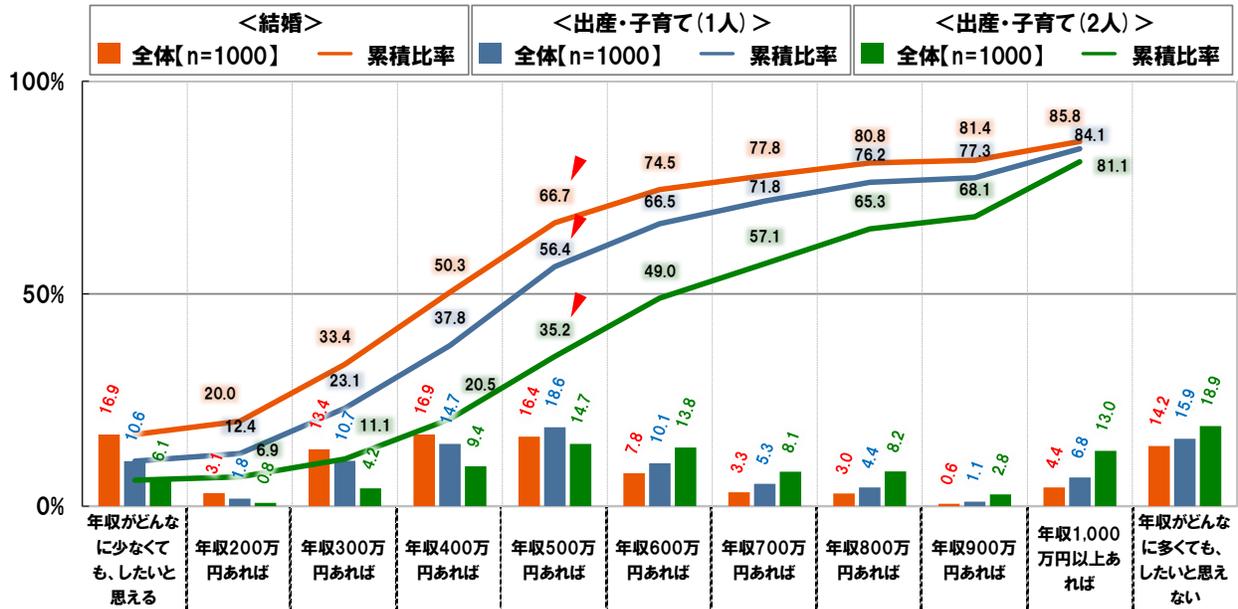
(※)厚生労働省「平成26年 国民生活基礎調査の概況」より

同様に、＜自宅＞についても聞いたところ、所有しようと思える方が過半数になる水準は『年収700万円』(54.9%)となりました。標準的な世帯年収の目安とした『年収500万円』では34.7%と、およそ3人に1人が購入を前向きに考えるようです。

**Q.所有しよう(購入しよう)と思える年収(世帯年収)は？ (各単一回答)
 ＜自家用車＞と＜自宅＞**


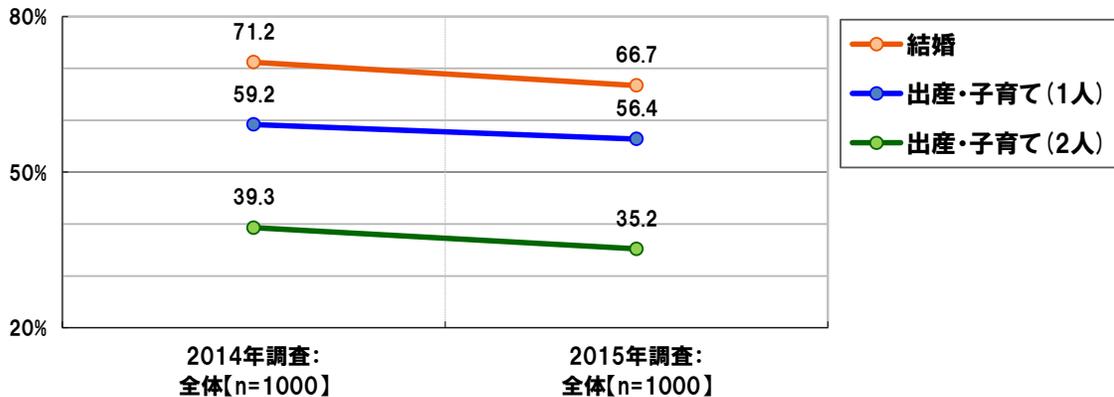
さらに、結婚や出産・子育てなどをしたと思う世帯年収額を聞いたところ、＜結婚＞をしようと過半数が考えるのは『年収 400 万円』(50.3%)で、＜出産・子育て(1 人)＞では『年収 500 万円』(56.4%)、＜出産・子育て(2 人)＞では『年収 700 万円』(57.1%)となりました。また、“標準的な世帯年収”の目安とした『年収 500 万円』では、7 割弱 (66.7%)が結婚、5 割半(56.4%)が 1 人目の出産、3 割半(35.2%)が 2 人目の出産を前向きに考えることがわかりました。

Q.しよと思う年収(世帯年収)は？(各単一回答)
<結婚>と<出産・子育て(1人)>と<出産・子育て(2人)>



同様の質問を行った昨年の調査結果と比較したところ、『年収 500 万円』になった場合、「結婚」をしたいと思う方の割合は、昨年比で 4.5 ポイント減 (71.2%→66.7%)、「出産・子育て(1 人)」では 2.8 ポイント減(59.2%→56.4%)、「出産・子育て(2 人)」では 4.1 ポイント減(39.3%→35.2%)と、軒並み減少しました。結婚や出産・子育てに対して、金銭的な不安を感じている方が増えている状況にあるといえそうです。

世帯年収が500万円になった場合、したいと思う方の割合 (単一回答より算出)

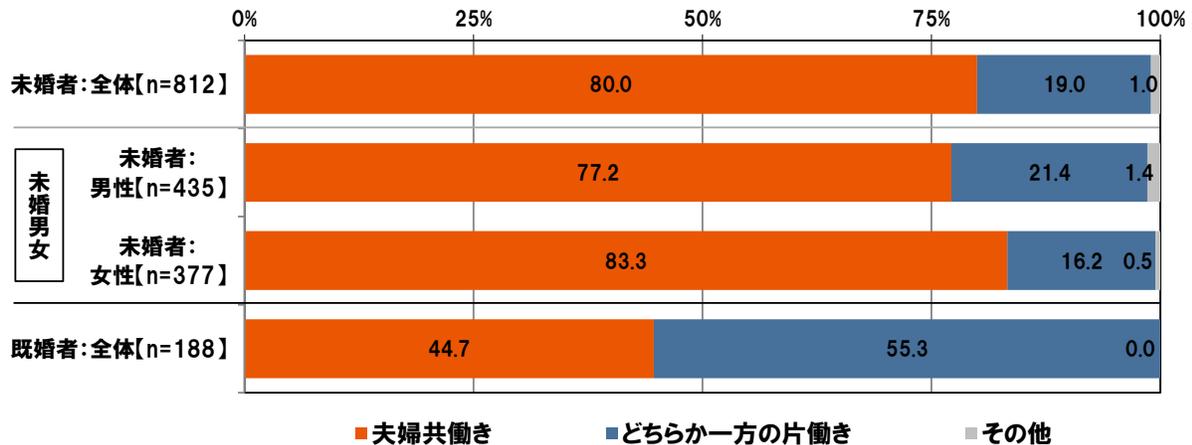


続いて、未婚者(812名)に対し、結婚後は夫婦共働きを希望するか、どちらか一方の片働きを希望するか聞いたところ、「夫婦共働き」が80.0%で多数派となりました。特に女性では、「夫婦共働き」が83.3%と、男性(77.2%)に比べて高くなっています。結婚したら、夫婦共働きの“二馬力”で家計を支えたい、という考え方が、20代では主流となっているようです。

さらに、既婚者(188名)に対し、現在は夫婦共働きか、どちらか一方の片働きか聞いたところ、「夫婦共働き」が44.7%、「どちらか一方の片働き」が55.3%となり、実際は片働きが多数派であることがわかりました。家庭と仕事の両立が難しく、希望に反して片働きとなっている方が多いのではないのでしょうか。諸々の事情で共働きできない環境にいる場合、出産・子育てをしたいと思えるような世帯年収に届かず、“子どもが欲しいけれどもお金がない”といった状況に陥ってしまう夫婦も珍しくないと思われます。出産・子育てと仕事の両立に苦心している20代既婚者の姿を想像することができる結果となりました。

Q. [未婚者] 結婚後は夫婦共働きを希望するか、どちらか一方の片働きを希望するか？（単一回答）

Q. [既婚者] 現在は夫婦共働きか、どちらか一方の片働きか？（単一回答）



《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 2015
- ◆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 : 2015年10月2日～8日
- ◆調査方法 : インターネット調査(モバイルリサーチ)
- ◆調査地域 : 全国
- ◆有効回答数 : 1,000サンプル(有効回答から男女×20代前半・後半が均等になるように抽出)
- ◆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。

URL: <http://www.smbc-cf.com/bincan-station/antenna/03.html>

■■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 ポーイ、森川

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 : 幸野 良治

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

登録番号 : 関東財務局長(11)第00615号