

サンプルレポート

〈マイボイスコム 自主調査結果〉

〇〇〇株式会社 御中

クレジットカードの利用に関する調査 報告書

〇〇〇〇年〇月

MyVoice

マイボイスコム株式会社

本レポートについて

このレポートは、当社で作成する調査レポートのサンプルであり、結果の数字等はダミーです。

1. 調査概要	3
2. 回答者属性	5
3. 結果概要	6
4. 結果詳細	
4-1. クレジットカードの利用実態	15
4-2. クレジットカードの利用意識	33
4-3. 各カード会社に対するイメージ	38
4-4. カードに対する満足度・期待度	46

<資料編>

- ①調査票
- ②集計結果
- ③自由回答結果一覧

1. 調査概要①

1-1. 調査目的

クレジットカードの利用実態およびメインカードの満足度、各社のイメージを把握することを目的として実施した。

1-2. 調査方法

弊社のインターネットモニターを対象としたWebアンケート調査。抽出した対象者にメールで協力依頼を行い、回答上限数までをWebで回収する手法。

1-3. 調査期間

〇〇〇〇年〇月〇日(金)～〇月〇日(月)

1-4. 調査対象者

弊社のインターネットモニターから、20歳以上の男女でクレジットカード利用者を性別、年代別に層化して無作為抽出した。

さらに案内メールで「クレジットカードを利用している方」が回答条件であることも伝えて回答を求めた。

1-5. 有効回収数

有効回収数 325件

マイボイスコム株式会社

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-17-11

TEL:03-5217-1911 FAX:03-5217-1913

voice@myvoice.co.jp

1. 調査概要②

1-6. クロス分析軸

本報告書で使用しているクロス分析軸は下記の通り。

クロス分析軸	カテゴリ
性別	男性
	女性
年代別	20代
	30代
	40代
	50代以上
クレジットカード利用頻度別 ※Q2[1ヶ月の利用回数]の結果から分類	ヘビーユーザー ＝「ほぼ毎日」「週2～3回」「週1回」
	ミドルユーザー ＝「月2～3回」「月1回程度」
	ライトユーザー ＝「2～3ヶ月に1回」「半年に1回」「年に1回以下」
メインカード別 ※上位3社	JCB
	三井住友VISA
	セゾン

2. 回答者属性

<性別>

	回答者数	構成比(%)
男性	163	50.2
女性	162	49.8
合 計	325	100.0

<年代別>

	回答者数	構成比(%)
20 代	82	25.2
30 代	79	24.3
40 代	80	24.6
50代以上	84	25.8
合 計	325	100.0

<職業別>

	回答者数	構成比(%)
会社員・役員	128	39.4
自営業	30	9.2
専門職	8	2.5
公務員	12	3.7
学生	12	3.7
専業主婦	71	21.8
パート・アルバイト	38	11.7
無職	16	4.9
その他	10	3.1
合 計	325	100.0

<性年代別>

	男性		女性	
	回答者数	構成比(%)	回答者数	構成比(%)
20 代	41	25.2	41	25.3
30 代	41	25.2	38	23.5
40 代	40	24.5	40	24.7
50代以上	41	25.2	43	26.5
合 計	163	100.0	162	100.0

結果概要について

主要な調査結果について言及し、見やすくコンパクトにまとめたものです。

設問数に応じ、3～8ページ程度となります。

標準形は、プレゼン資料としての用途を想定したものではなく、また、施策提案等は基本行ないません。

プレゼン資料としてお使いになる場合や、施策提案を必要とされる場合は、別途ご相談ください。

3. 結果概要

3-1. クレジットカードの利用実態

- ◆カード保有枚数では、全体が3.05枚。高年齢層・ヘビーユーザーで所有枚数が多い傾向にある。
- ◆利用回数が月2～3回以上の割合は、73.9%。男女差はほとんどみられず、年代別では30代が高めである。
- ◆1ヶ月のカード利用金額は、年代別で40代が最も金額が高く、利用頻度別では、ヘビーユーザーが平均を35,000円以上回る。
- ◆カードの主な利用目的トップは、「国内ショッピング(インターネット以外)」である。

3-1. クレジットカードの利用実態(Q1/Q2/Q3/Q4/Q7)

		●カード保有枚数 (平均)	●利用頻度 カード利用回数が 月2～3回以上	●利用金額 月あたり(平均)	●カードの主な利用目的		
全体		3.05枚	73.9%	27,596円	1位: 国内ショッピング(インターネット以外) 2位: ネットショッピング、オークション 3位: 通信費の支払い		
性別	男性	3.10枚	74.2%	27,915 円	<男女間で比較したときに特徴的に高いもの> ・通信費の支払い ・ガソリンスタンド ・高速道路の料金		
	女性	2.99枚	73.5%	27,353円	・国内ショッピング(インターネット以外)		
年代別	20代	2.62枚	76.9%	24,257円	<年代間で比較したときに特徴的に高いもの> ネットショッピング、オークション		
	30代	2.92枚	78.5%	28,706円	国内ショッピング (インターネット以外)	30代・40代では、 ホテル・宿泊代	
	40代	3.28枚	73.9%	30,046円	高年代層では、 飲食店での支払い		
	50代以上	3.36枚	66.7%	27,837円			
利用頻度別	ヘビーユーザー	3.56枚		44,669円	ほぼ全般的に他のユーザーより利用目的が多い		
	ミドルユーザー	2.81枚		18,375円	国内ショッピングについてはともに7割 それ以外の目的はミドルユーザーの方が高い		
	ライトユーザー	2.30枚		8,910円			

※性別・年代別・利用頻度別は、それぞれの属性の間で比較し、特徴的な部分を抜粋している。

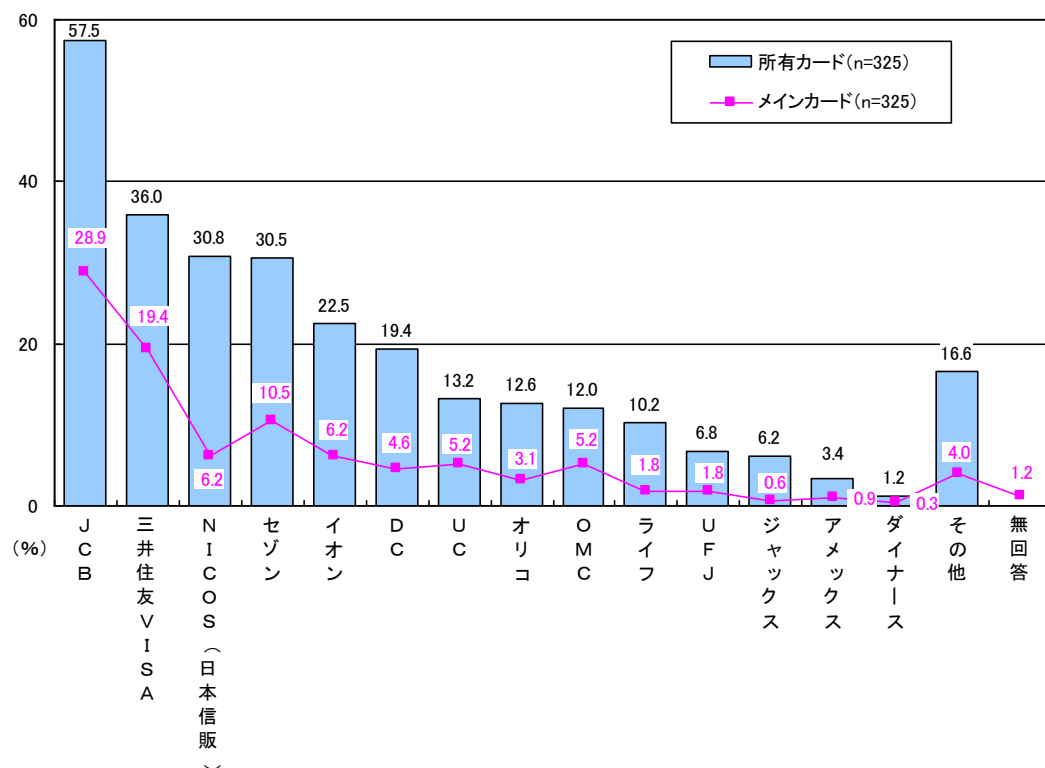
(なお、利用頻度別は、ヘビーユーザー＝1ヶ月のカード利用回数が「ほぼ毎日」「週2～3回」「週1回」

ミドルユーザー＝「月2～3回」「月1回程度」、ライトユーザー＝「2～3ヶ月に1回」「半年に1回」「年に1回以下」)

3-2. 各クレジットカードの所有率・メイン利用率

- ◆所有しているカードは、「JCB」(57.5%)がトップ。次いで「三井住友VISA」(36.0%)、「NICOS」(30.8%)、「セゾン」(30.5%)の順である。
- ◆メインで利用しているカードは、「JCB」28.9%、「三井住友VISA」19.4%、「セゾン」10.5%の順。メインカード3社で、全体の約6割を占める。「NICOS」は、メイン利用率が低く、サブ利用されていると考えられる。
- ◆メインカード会社の傾向は、属性ごとに異なる。

3-2-1. 所有しているカード <MA> / メインで利用しているカード <SA>



3-2-2. メインで利用しているカード <SA>

【属性別】

	●メインカード
全体	JCB、三井住友VISA、セゾン、イオンの順。NICOSは5位(UC、OMCと同率)。

<全体と比べて見られる特徴>

男性	JCB、三井住友VISA、NICOSの順。 JCB、三井住友VISA、DCが女性に比べ高い	
女性	JCB、三井住友VISA、セゾン、イオンの順。 セゾン、イオンが男性に比べ高い	
20代	20・30代ではUCが高い(1割弱)	三井住友VISA
30代		オリコが高い
40代	40代以上ではJCB(3割強)・OMC(1割弱)が高い	所有率はJCBが7割と高い
50代以上		アメックスも3.6%。
ヘビーユーザー	2位まではいずれもJCB、三井住友VISAの順	3位:セゾン、4位:OMC
ミドルユーザー		3位:セゾン、4位:NICOS
ライトユーザー		3位:イオン、4位:セゾン

<設問タイプ>

SA:単一回答 MA:複数回答 FA:自由回答

MTS:マトリックスSA MTM:マトリックスMA MTF:マトリックスFA

3-3. トップ3社分析:メインユーザーのプロファイル

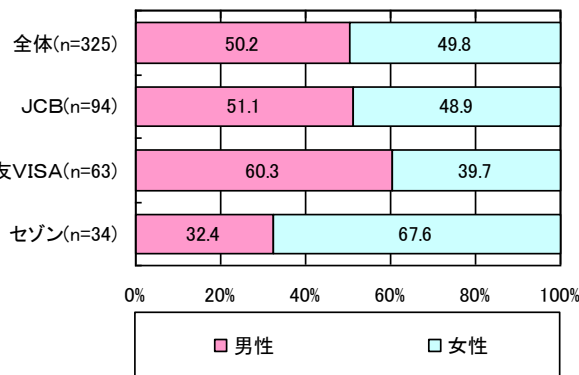
メインカードに選ばれている上位3社のユーザー特徴は、以下の通り。

- ◆JCBカードは、40代・50代以上に支持されている。平均世帯年収は690万円と高い。1ヶ月のカード総利用額平均は2万3千円と低い。
- ◆三井住友VISAは、男性に支持される。平均世帯年収は680万円。所有カード枚数が1枚(つまり、三井住友VISAカードのみ)の割合が高い。
- ◆セゾンは、女性に支持される。平均年齢、平均世帯年収は低め。1ヶ月のカード総利用額平均は2万8千円と高い。

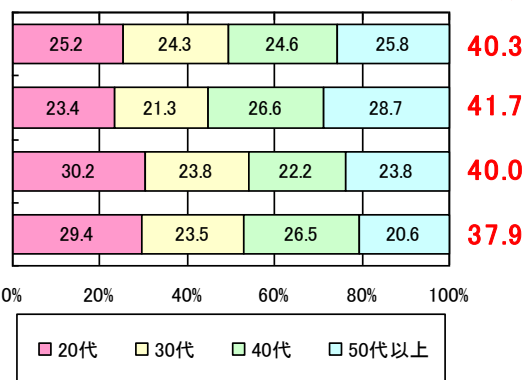
3-3. メインカード別 ユーザーのプロファイル <SA> 【※各カードを最も利用する人ベース】

※本調査は、カード所有者を各年代均等に集めているため、属性の構成比などは市場をそのまま反映していない

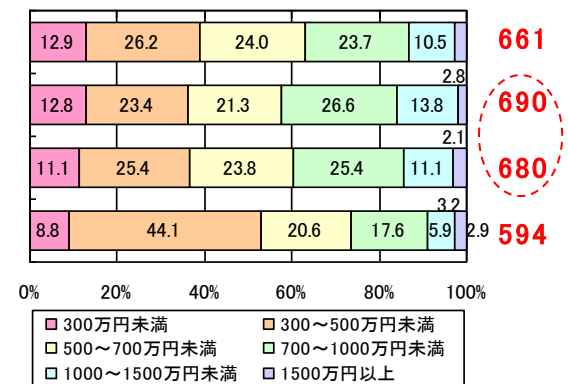
【性別】



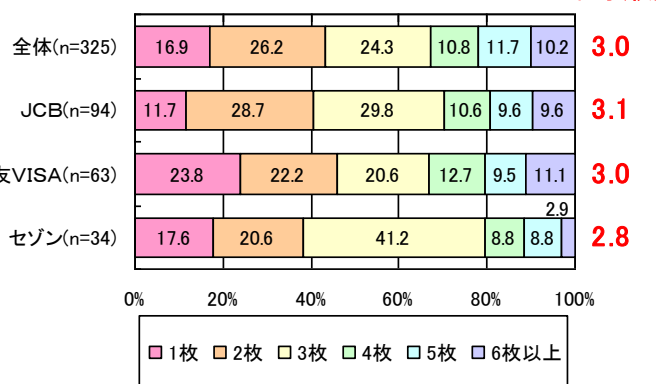
【年代】



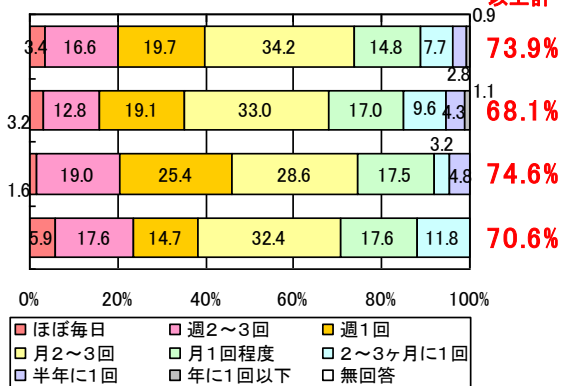
【世帯年収】



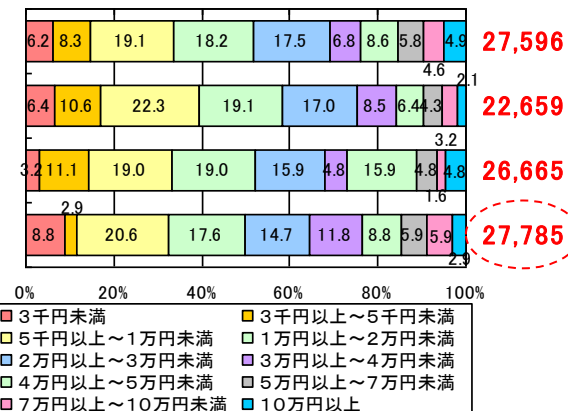
【所有カード枚数】



【カード総利用頻度】



【1ヶ月のカード総利用金額】



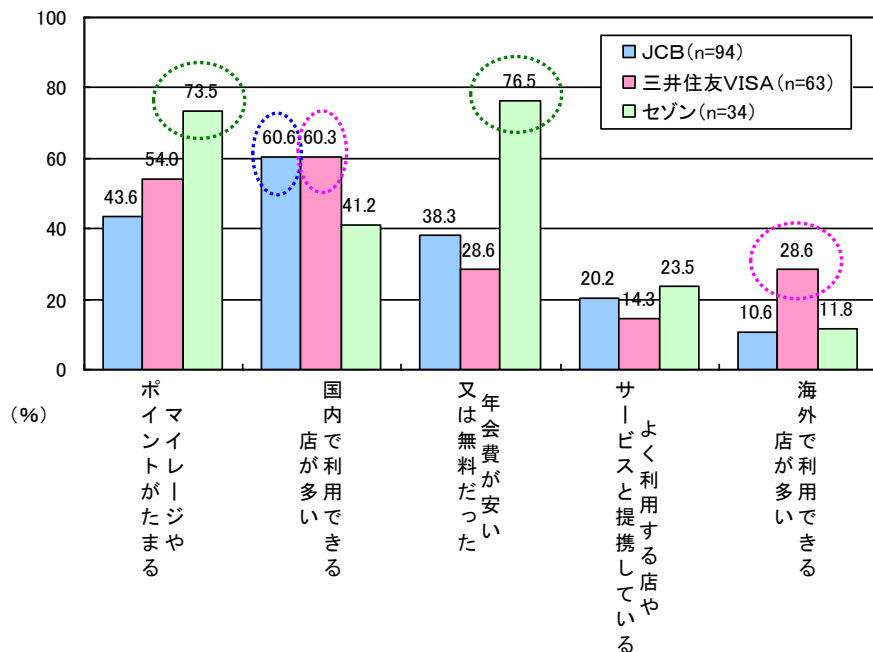
3-4. トップ3社分析:選択時の重視点／イメージ

メインカードに選ばれている上位3社の特徴には、以下のような特徴がみられる。

- ◆JCBカードは、選択重視点は「国内で利用できる店が多い」がトップ。「安心・信頼感のある」「サービスが充実している」「堅実である」「身近な」というイメージ。
- ◆三井住友VISAは、選択重視点は「国内で利用できる店が多い」がトップだが、他カードに比べ「海外で利用できる店が多い」が選択重視点として高い傾向。「安心・信頼感のある」といったイメージが強い。
- ◆セゾンは、「年会費が安い又は無料だった」「マイルやポイントがたまる」が選択重視点の上位。「身近な」といったイメージが強い。

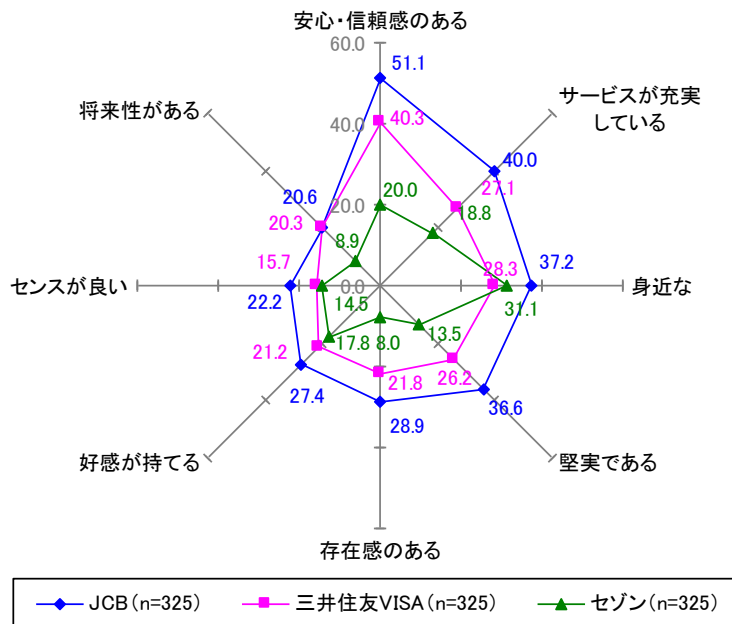
3-4-1. メインカード別 クレジットカード選択時の重視点 (Q8) <MA> -上位3社- ※各カードを最も利用する人ベース

※3社いずれかで20%以上の項目



3-4-2. 各クレジットカード会社のイメージ (Q12) <MTM> -利用率上位3社のみ掲載-

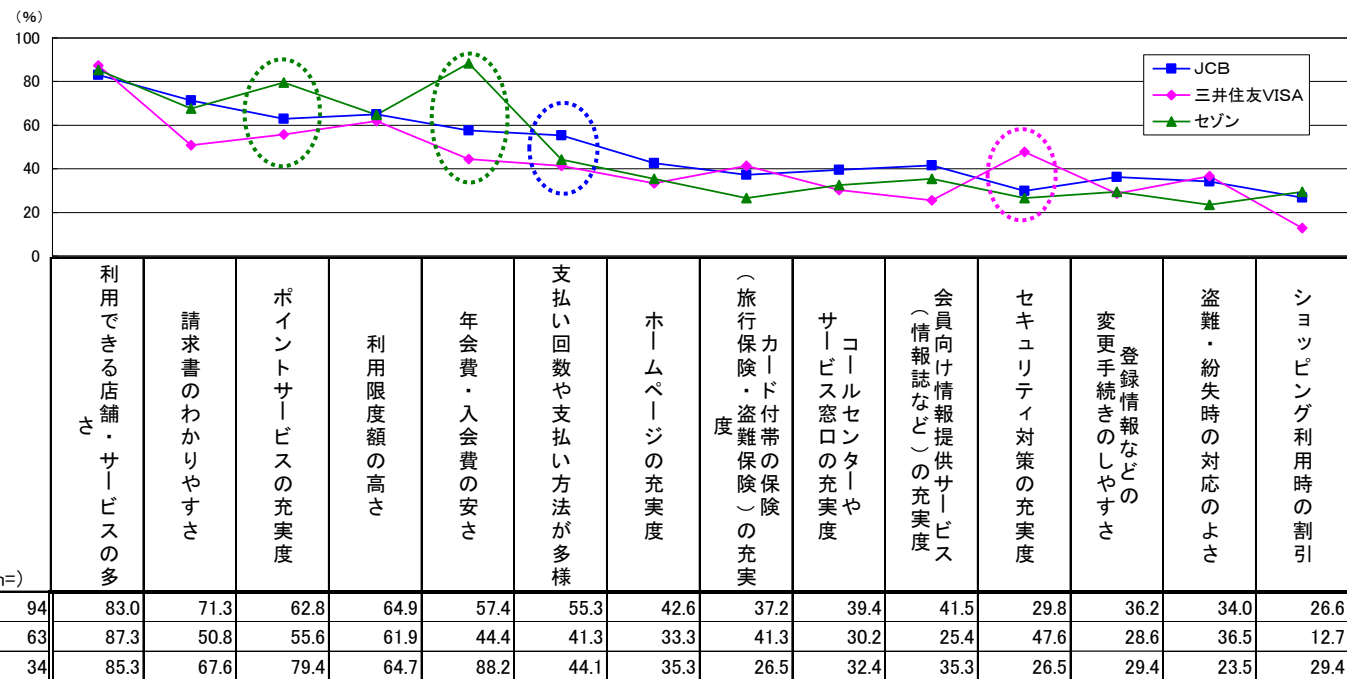
※3社いずれかで20%以上の項目



3-5. トップ3社分析:メインユーザーの満足度

- ◆上位3社のメインユーザーのカードサービスに対する満足度を比較すると、JCBでは「支払い回数や支払い方法が多様」の満足度が高い。三井住友VISAでは「セキュリティ対策の充実度」が、セゾンメインユーザーでは「ポイントサービスの充実度」「年会費・入会費の安さ」が高い。
- ◆各社の平均点を比較すると、JCBとセゾンが三井住友VISAを若干上回っている。

3-5. メインカード別 カードのサービスに対する満足度(Q10)<MTS TOP2計> -上位3社-



※カードサービスに対する満足度:「満足」+「やや満足」の値

3-6. トップ3社分析:JCBサービスの強み弱み(期待度×メインユーザーの満足度)

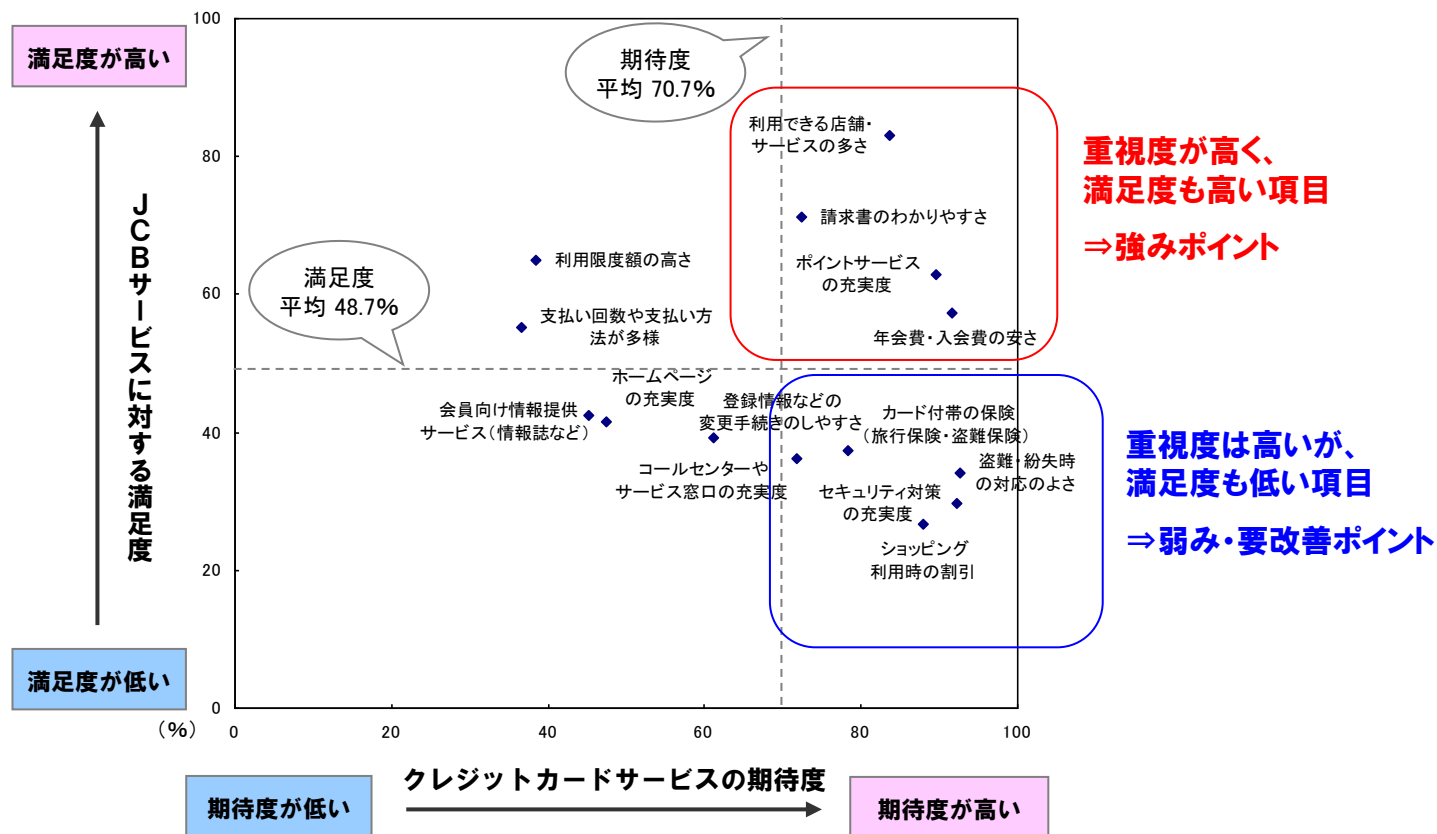
◆今後期待するサービスとJCBのサービスに対する満足度の比較を行なった。

◆期待度の高いサービスの中で、「利用できる店舗・サービスの多さ」「請求書のわかりやすさ」などについては、期待度も高く、JCBサービスに対する満足度も高い。よりこれらのサービスを充実させることでJCBの強みとなる。

◆一方、「盗難・紛失時の対応のよさ」「セキュリティ対策の充実度」「ショッピング利用時の割引」などは、期待度は高いが満足度が低い。
→JCBのサービスの弱み・要改善ポイントといえる。

3-6. クレジットカードサービスの期待度とJCBサービスに対する満足度のプロット

(Q5・Q10) <MTS TOP2計> 【※JCBカードを最も利用する人ベース】



※クレジットカードサービスの期待度:
「期待する」+「やや期待する」の値

※JCBサービスに対する満足度:
「満足」+「やや満足」の値

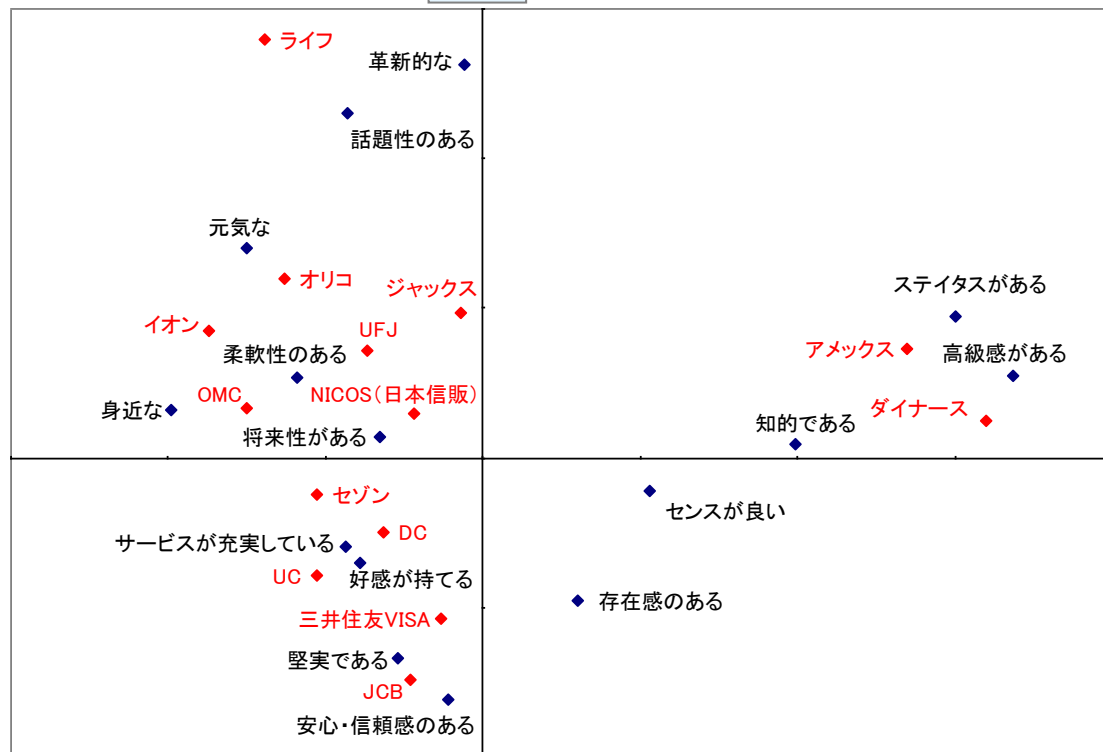
3-7. 各社比較:イメージによるポジショニング把握（コレスポネンス分析）

各社のイメージのコレスポネンス分析を行ったところ、以下のような特徴がわかった。

- ◆『アメックス』『ダイナース』は、「高級感がある」「ステイタスがある」イメージ。
- ◆『JCB』『三井住友VISA』は、「安心・信頼感のある」「堅実である」イメージ。
- ◆『イオン』『OMC』『オリコ』『UFJ』は、「身近な」「元気な」「柔軟性のある」イメージ。
- ◆『ライフ』は、「革新的な」「話題性のある」イメージ。

3-7. 各クレジットカード会社のイメージ（Q12）＜MTM＞ - コレスポネンス分析 -

革新性



高級感

安定性

コレスポネンス分析（※）

各社イメージのコレスポネンス分析を作成することも可能です。

オプションでの対応となります。

※コレスポネンス分析とは、特徴が似ている項目を“近く”に配置することで、項目間の関係を視覚的に表現する手法です。

※コレスポネンス分析とは、特徴が似ている項目を“近く”に配置することで、項目間の関係を視覚的に表現する手法です。

3-8. 総括

クレジットカードの 利用実態

- ◆カード保有枚数は、平均3.05枚。 高齢層・ヘビーユーザーで所有枚数が多い傾向。
- ◆利用頻度は月2～3回利用者が34.2%でボリュームゾーン。月2～3回以上の割合は73.9%。
- ◆1ヶ月のカード利用金額平均は2万7千円。年代別で40代が最も高く、利用頻度別では、ヘビーユーザーが全体平均を1万円以上回る。
- ◆カードの主な利用目的トップは、「国内ショッピング(インターネット以外)」。
- ◆メインカード会社のトップは「JCB」。次位が「三井住友VISA」「セゾン」。

クレジットカードの 特徴・イメージ

<メインカードに選ばれている上位3社の特徴>

- ◆JCBは、メインユーザーは40・50代の比率が高く、世帯年収は高い。1ヶ月の利用金額は低い(平均2万2千円)。選択重視点は「国内で利用できる店が多い」がトップ。「安心・信頼感のある」「サービスが充実している」「堅実である」「身近な」というイメージ。
- ◆三井住友VISAは、メインユーザーに男性が多い。1ヶ月の利用金額は高い(2万9千円)。選択重視点は「国内で利用できる店が多い」がトップだが、他カードに比べ「海外で利用できる店が多い」が選択重視点として高い傾向。「安心・信頼感のある」といったイメージが強い。
- ◆セゾンは、メインユーザーは女性が多く、世帯年収は低め。国内ショッピングによく利用される。1ヶ月の利用金額は平均2万6千円。「年会費が安い又は無料だった」「マイレージやポイントがたまる」が選択重視点の上位。「身近な」といったイメージが強い。

カード利用者ごとの 満足度、強み弱み

<メインカードに選ばれている上位3社の特徴>

- ◆JCBは、「支払い回数や支払い方法が多様」の満足度が高い。
- ◆三井住友VISAは、「セキュリティ対策の充実度」が高い。
- ◆セゾンメインユーザーは、「ポイントサービスの充実度」「年会費・入会費の安さ」が高い。

<JCBの強みと課題>

JCBの強み(期待度が高く、JCBに対する満足度も高い):「利用できる店舗・サービスの多さ」「請求書のわかりやすさ」
→これらは維持・充実すべきサービスといえる。

JCBの課題(期待度が高く、満足度は低い):「盗難・紛失時の対応のよさ」「セキュリティ対策の充実度」「ショッピング利用時の割引」
→これらは改善すべきサービスといえる。

総括について

調査結果からいえる課題などについてまとめます。施策提案の記載をご希望の場合はご相談ください

注: 例として、JCBユーザーに主眼を置いて結果をまとめています。

4-1. 結果詳細

-クレジットカードの利用実態-

4-1-1. クレジットカードの保有枚数

- ◆ 2～3枚保有している人が5割を占める。平均3.05枚。
- ◆ 2枚まではほとんど性差はみられないが、4枚以上になると男性の方が多い。
- ◆ 若年層では1～2枚が半数を超え、高齢層ほど所有枚数が多い傾向。
- ◆ 利用頻度別でみると、利用頻度が多い人ほど保有枚数は多く、ヘビーユーザーの平均保有枚数が3.56枚となっている。

■グラフ種類について

棒、帯、折線、数表が基本となります。

弊社の仕様と異なる

特殊なグラフや、

グラフの仕様に

指定がある場合は、

別途、ご相談ください。

■クロス軸について

各設問共通の

クロス分析軸を

記載します。

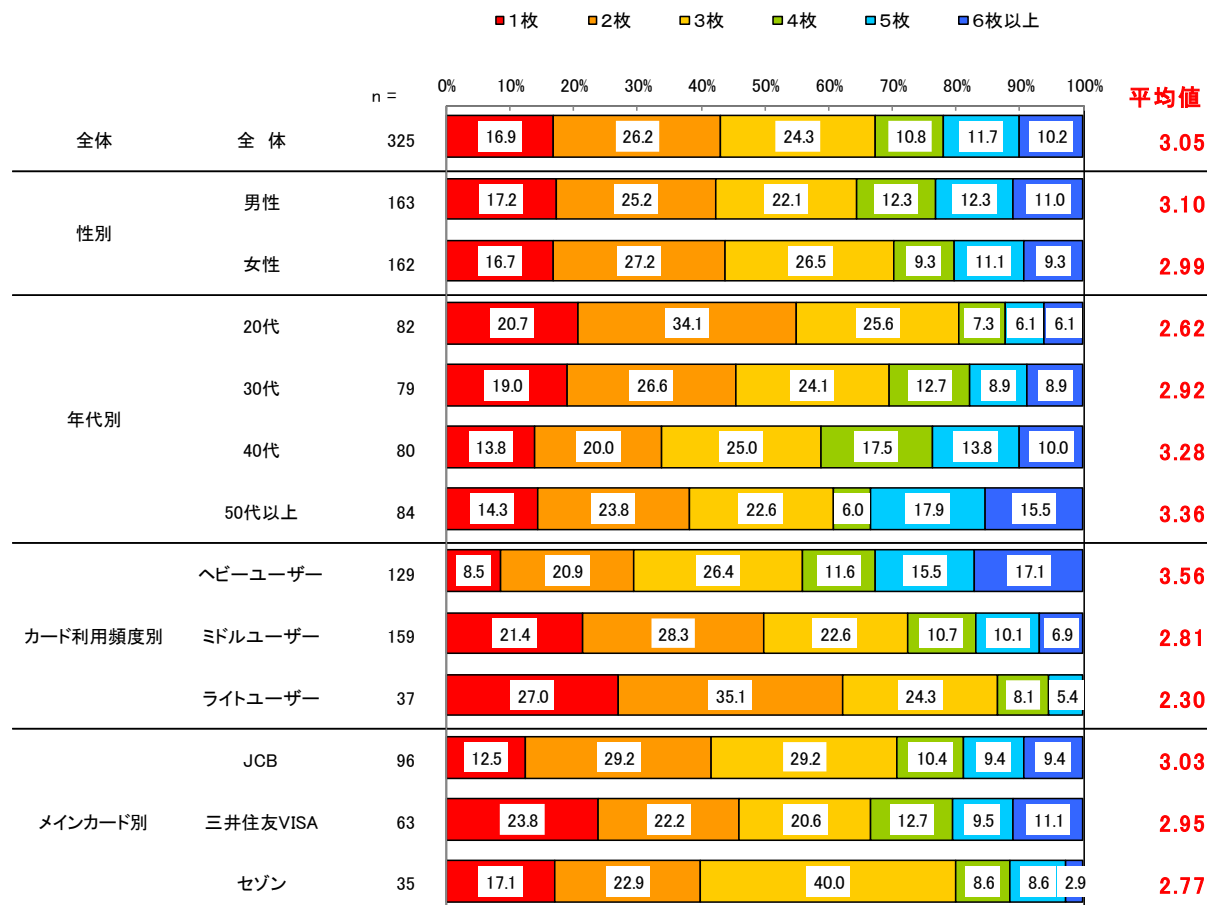
ご指定いただければ、

設問によって、

クロス分析軸の

変更も可能です。

4-1-1-1. 属性別 クレジットカードの保有枚数(Q1)<SA>



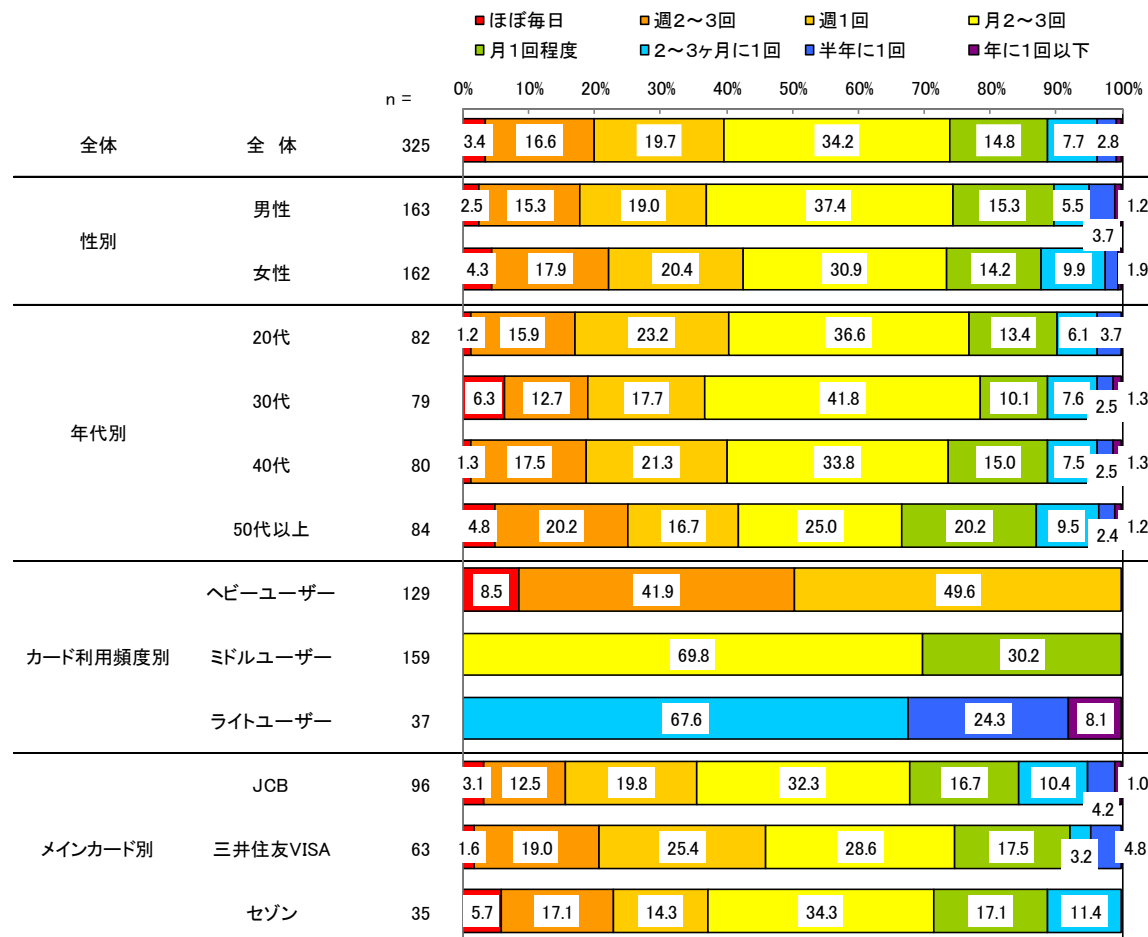
Q1. あなたはクレジットカードを何枚お持ちですか

※数値が1%未満のものは非表示としている。

4-1-2. クレジットカード利用頻度

- ◆クレジットカードの利用頻度は「月2～3回」が3割強で最も割合が高い。
- ◆性別では、「月2～3回」で男性が女性を、「2～3ヶ月に1回」で女性が男性を上回っている。
- ◆高年齢層ほど利用回数が少なく、50代以上では、月1回以下が3割超。

4-1-2-1. 属性別 クレジットカード利用頻度(Q2)<SA>



Q2. あなたはふだん、どのくらいの頻度でクレジットカードを利用しますか

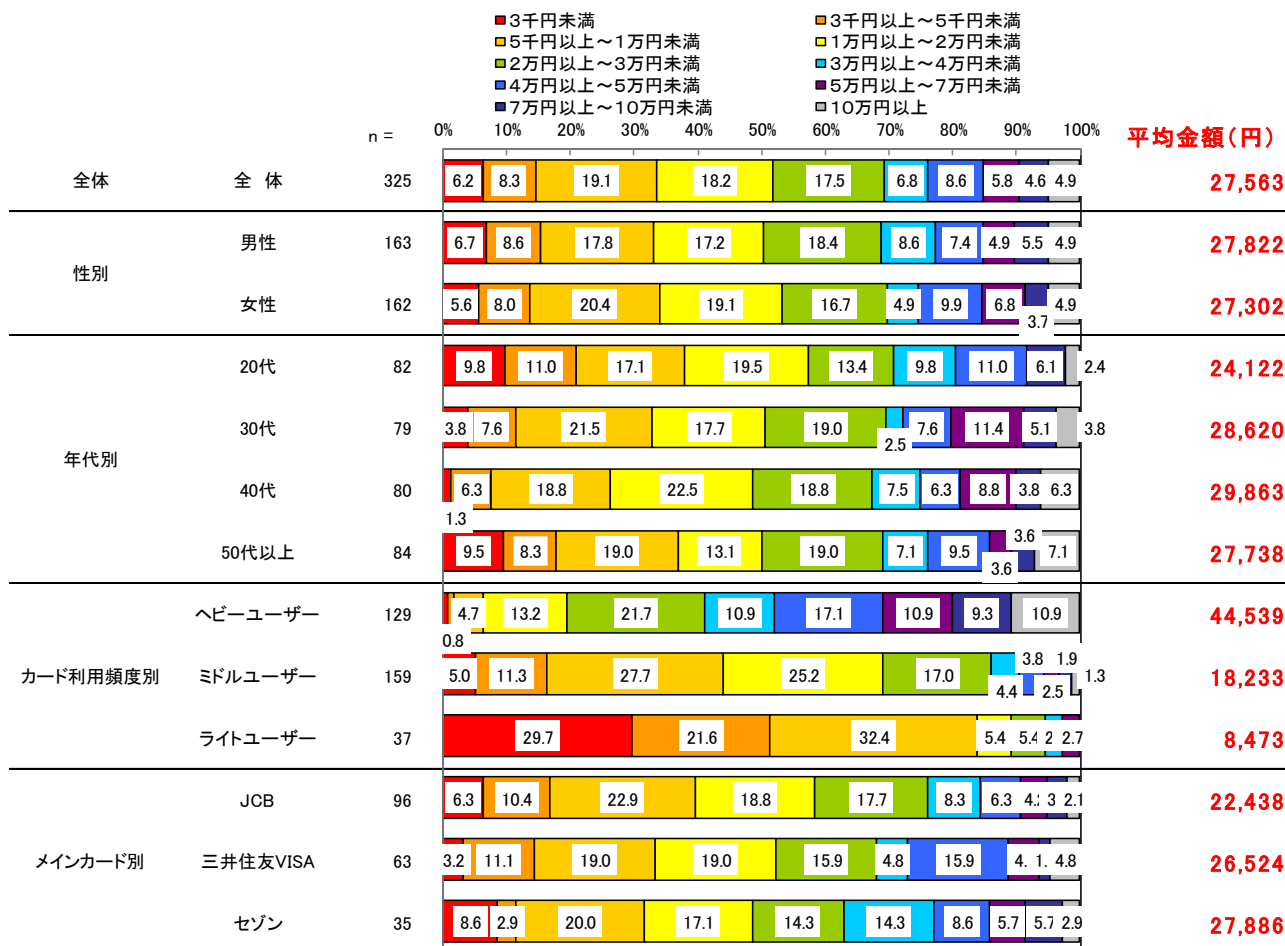
(公共料金や通信料金の引き落としは含みません)

※数値が1%未満のものは非表示としている。

4-1-3. 1ヶ月のカード利用金額

- ◆5千円～3万円未満がボリュームゾーンとなっており、いずれも約2割。
- ◆顕著な男女差は見られないが、年代別では20代・50代以上で1万円未満の低金額層の割合が高い。
- ◆カードの利用頻度が高いほど利用金額も高く、ヘビーユーザーでは5万円以上が3割を占める。

4-1-3-1. 属性別 1ヶ月のカード利用金額(Q3)<SA>



Q3. あなたは、1ヶ月平均で、いくらくらいクレジットカードを利用しますか

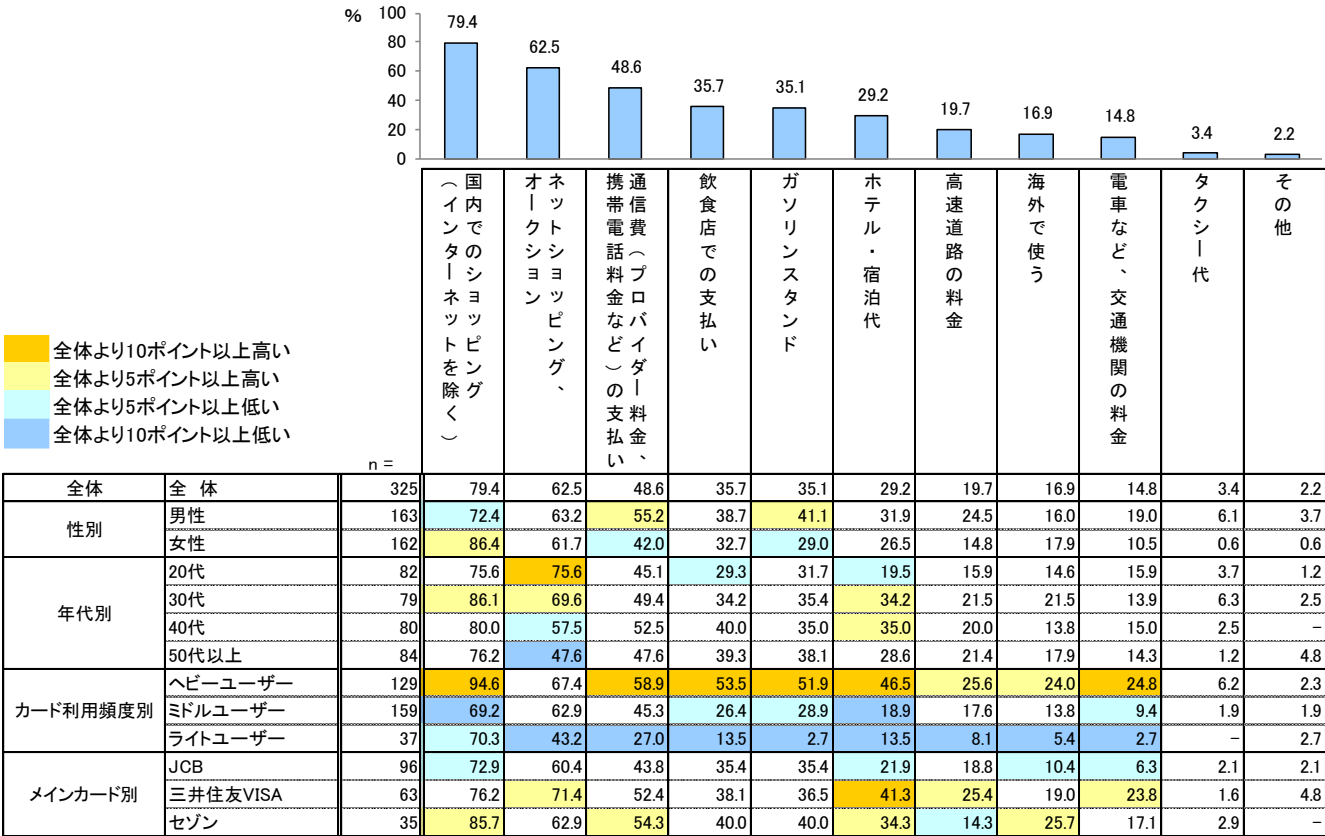
(公共料金や通信料金の引き落としは含みません)

※数値が1%未満のものは非表示としている。

4-1-4. クレジットカードの使途

- ◆「国内でのショッピング(インターネットを除く)」が最も高く79.4%を占める。以下「ネットショッピング、オークション」(62.5%)、「通信費の支払い」(48.6%)の順。
- ◆「国内でのショッピング(インターネットを除く)」では女性が男性を、「通信費の支払い」「ガソリンスタンド」「高速道路の料金」などでは、男性が女性を大きく上回っている。
- ◆「ホテル・宿泊代」は30代・40代で、「ネットショッピング、オークション」は若年層で高い傾向。
- ◆ヘビーユーザーでは、ミドルユーザー・ライトユーザーに比べ高い項目が多く、さまざまな用途への利用がみられる。

4-1-4-1. 属性別 クレジットカードの使途(Q4)<MA>

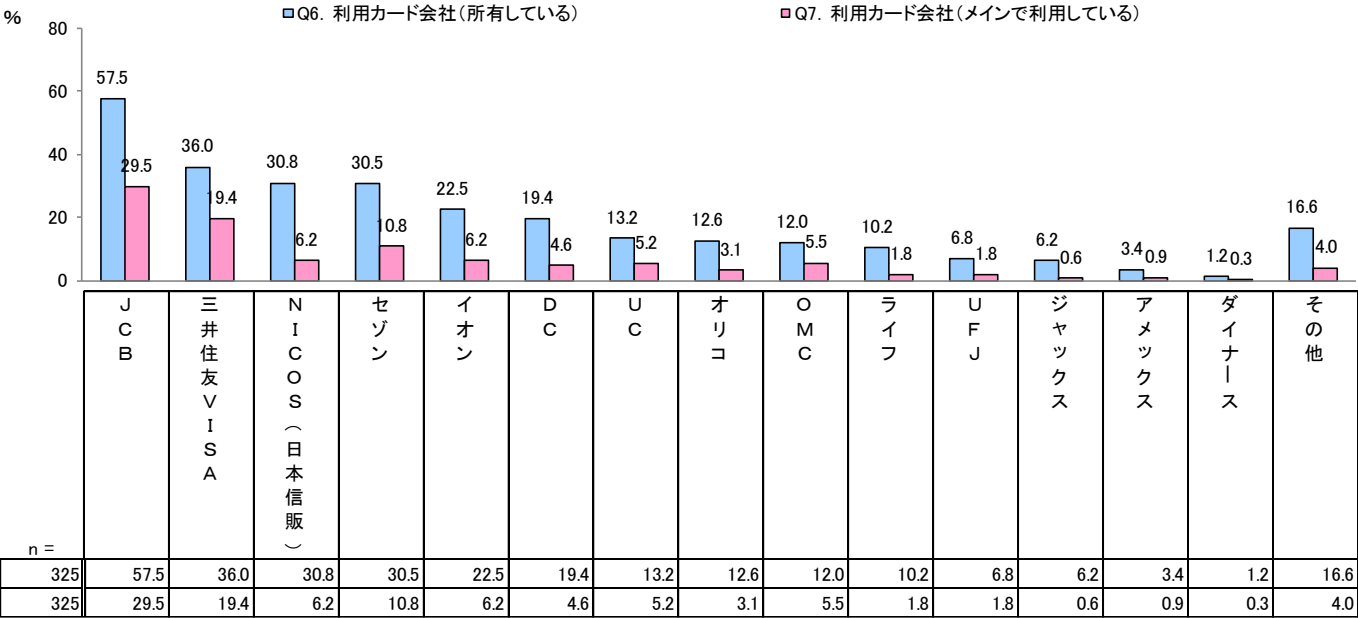


Q4. あなたがクレジットカードを主に使う用途をお選びください(複数回答可)

4-1-5. 利用カード会社(所有している／メインで利用している)

◆所有しているクレジットカードは、「JCB」がトップ。以下、「三井住友VISA」「NICOS」「セゾン」が続く。メインカードでは「JCB」「三井住友VISA」「セゾン」「NICOS」の順。

4-1-5-1. 所有カード会社(Q6)<MA> メインカード会社(Q7)<SA>



Q6. あなたのお持ちのクレジットカードをすべてお選びください(複数回答可)

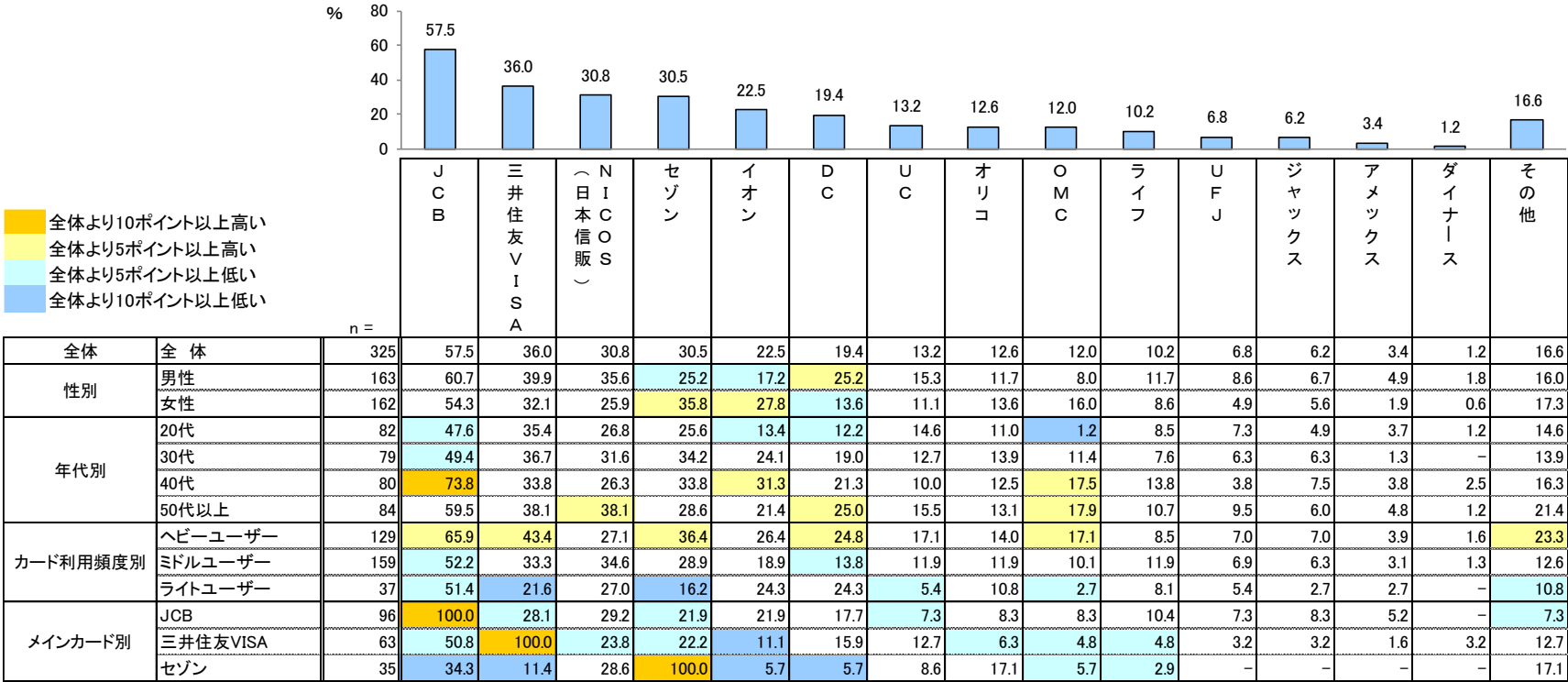
Q7. その中で最もよく利用するカードをお選びください

(C) MyVoice Communications, Inc. All Rights Reserved.

4-1-5. 利用カード会社(所有している)

- ◆「セゾン」「イオン」は男性よりも女性で、「JCB」「三井住友VISA」「DC」は女性より男性で高い。
- ◆どの年代でも「JCB」がトップではあるが、40代では7割以上と特に高い。

4-1-5-2. 属性別 所有カード会社(Q6)<MA>

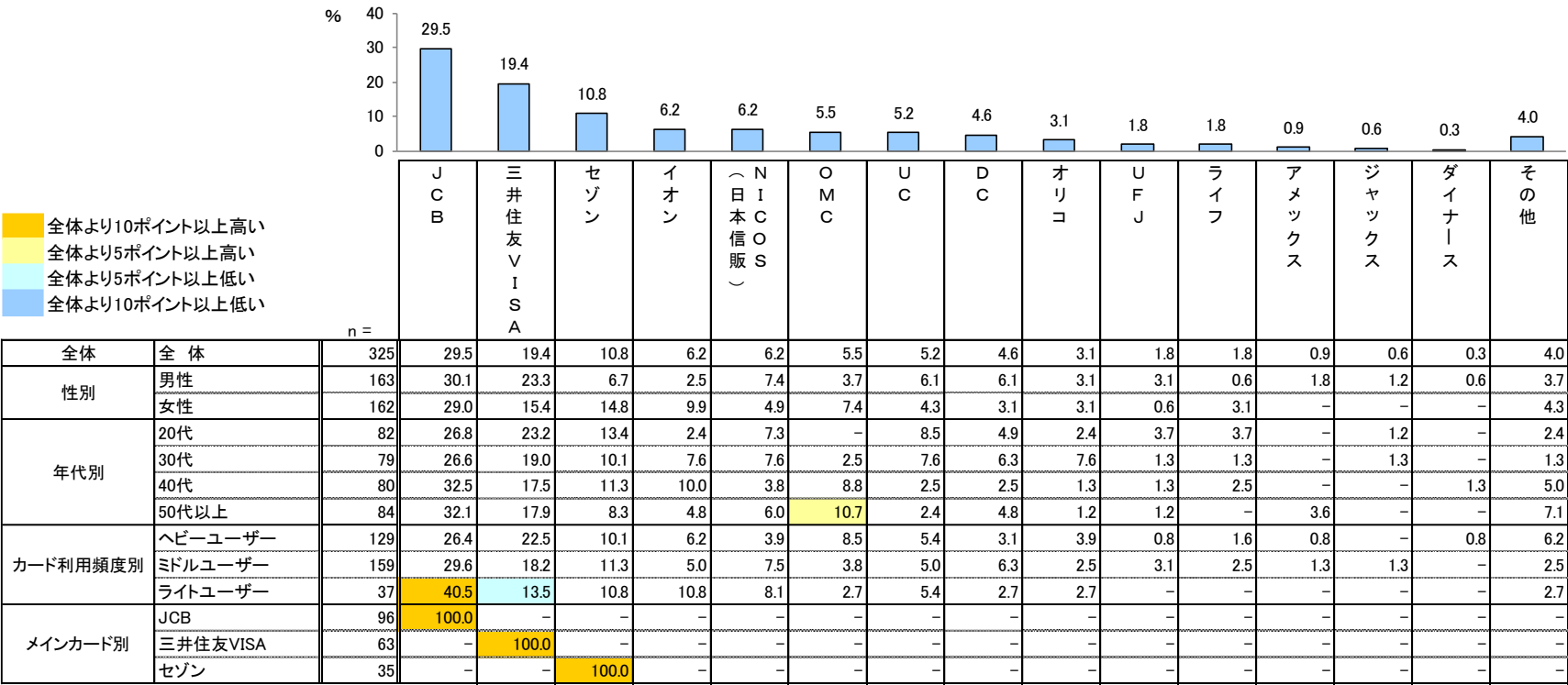


Q6. あなたのお持ちのクレジットカードをすべてお選びください(複数回答可)

4-1-5. 利用カード会社(メインで利用している)

- ◆「セゾン」「イオン」は男性より女性で、「三井住友VISA」は女性より男性で高い。
- ◆ どの年代でも「JCB」がトップではあるが、20代では「三井住友VISA」も同程度みられ、トップ2に並ぶ。「OMC」は20代・30代に比べ40代・50代以上で高い。
- ◆ ライトユーザーでは「JCB」が高く、「三井住友VISA」が低い傾向。

4-1-5-3. 属性別 メインカード会社(Q7)<SA>

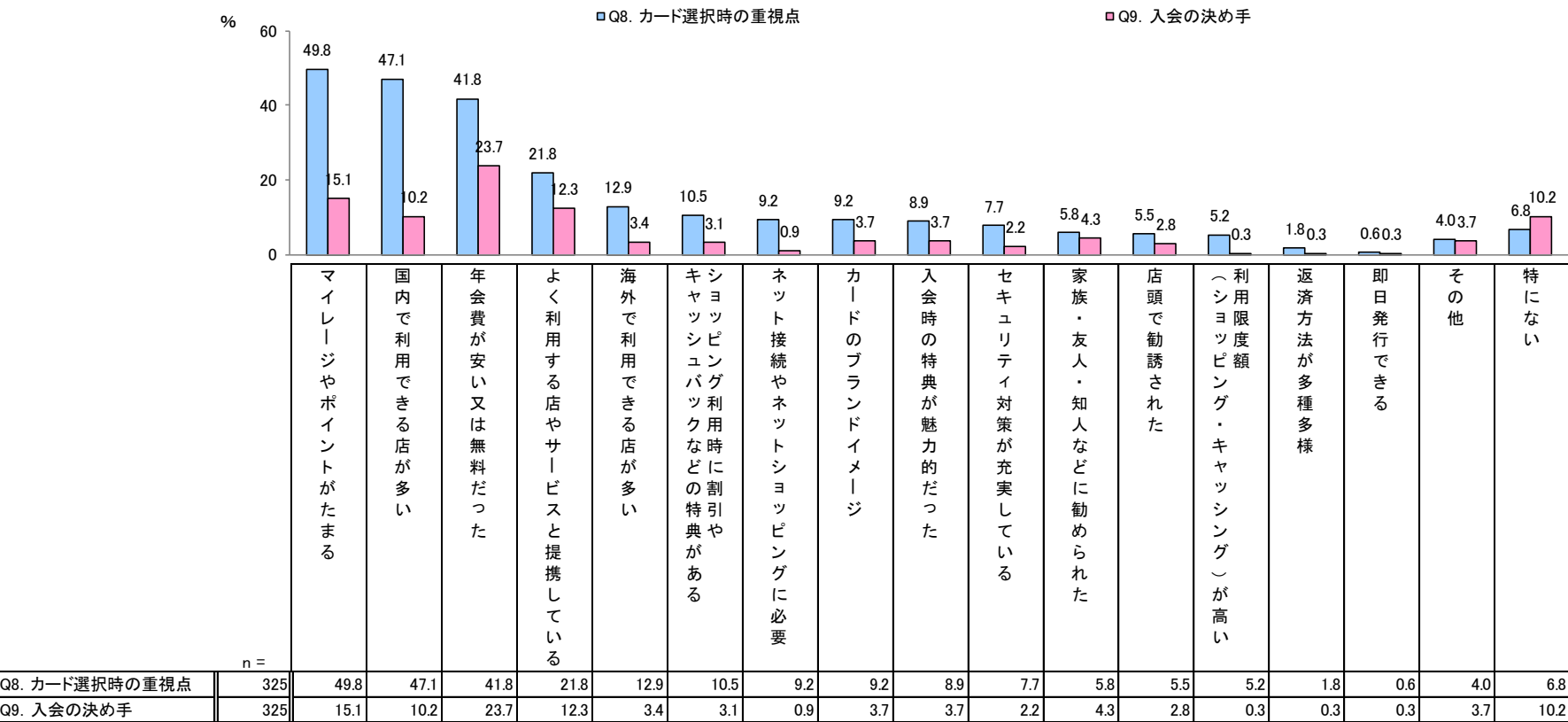


Q7. その中で最もよく利用するカードをお選びください

4-1-6. カード選択時の重視点/入会の決め手

◆クレジットカード選択時の重視点は、1位「マイレージやポイントがたまる」、2位「国内で利用できる店が多い」、3位「年会費が安い又は無料だった」が上位を占める。そのうち決め手となったものは、1位「年会費が安い又は無料だった」、2位「マイレージやポイントがたまる」、3位「利用店やサービスと提携している」の順。

4-1-6-1. カード選択時の重視点(Q8)<MA> 入会の決め手(Q9)<SA>



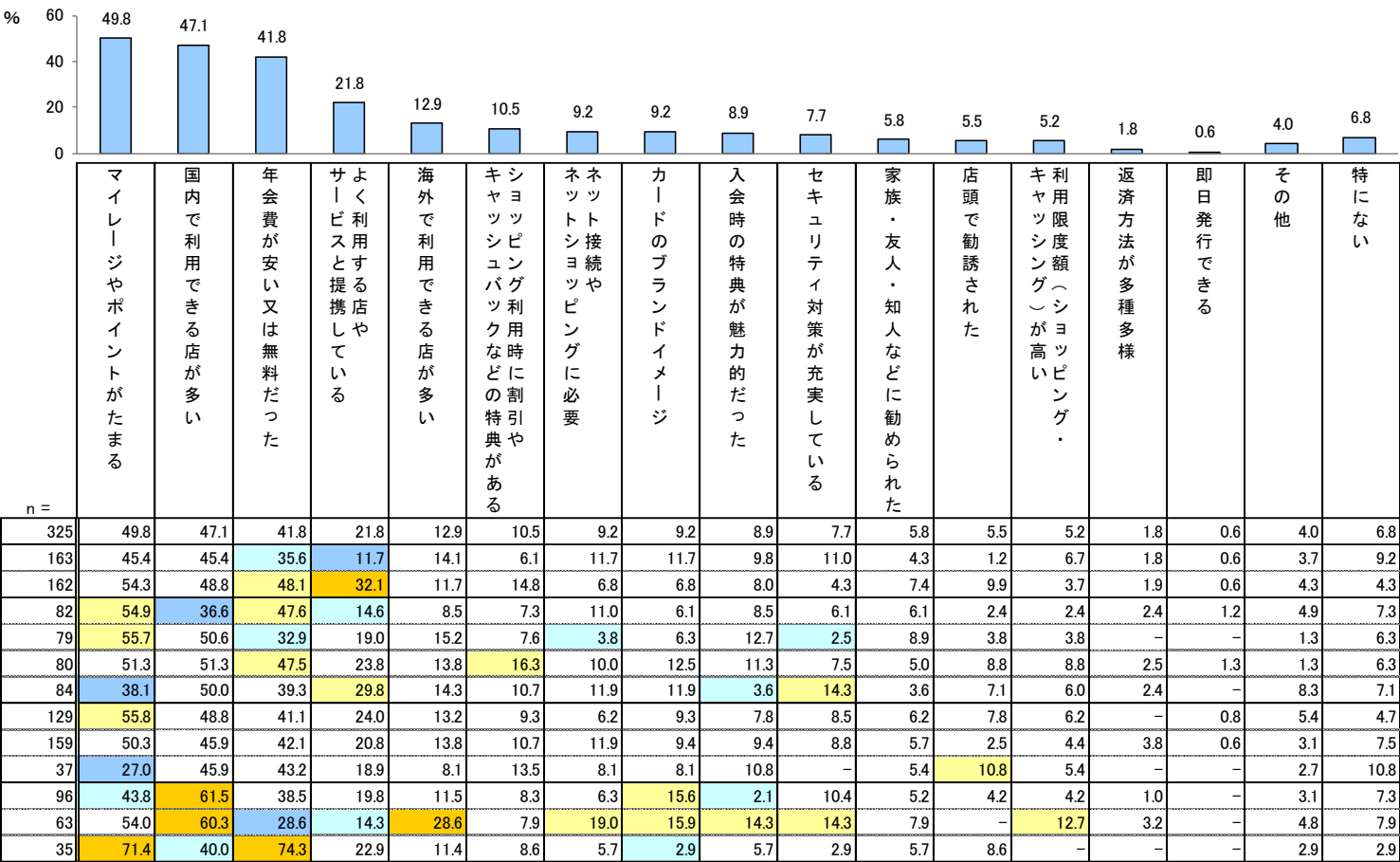
Q8. 最もよく利用するカードを選んだ理由をお聞かせください(複数回答可)

Q9. では、入会の決め手になった点をお選びください

4-1-6. カード選択時の重視点/入会の決め手

- ◆女性、若年層では「マイレージやポイントがたまる」「年会費が安い又は無料だった」が、高年齢層では「よく利用する店やサービスと提携している」「セキュリティ対策が充実している」などを重視する特徴がみられる。
- ◆ヘビーユーザーは“マイレージ”や“ポイント”をためるという目的重視であるのに対し、ライトユーザーは「店頭で勧誘された」といった受身的なカード選択が他の層より多くみられる。

4-1-6-2. 属性別 カード選択時の重視点(Q8)<MA>



Q8. 最もよく利用するカードを選んだ理由をお聞かせください(複数回答可)

4-1-6. カード選択時の重視点/入会の決め手

- ◆女性、ライトユーザーでは「年会費が安い又は無料だった」が他の層より高い傾向。
- ◆年代別では、20代で「マイレージやポイントがたまる」が、30代で「入会時の特典が魅力だった」がそれぞれ他の層に比べて高くみられる。

4-1-6-3. 属性別 入会の決め手(Q9)<SA>



全体より10ポイント以上高い
全体より5ポイント以上高い
全体より5ポイント以上低い
全体より10ポイント以上低い

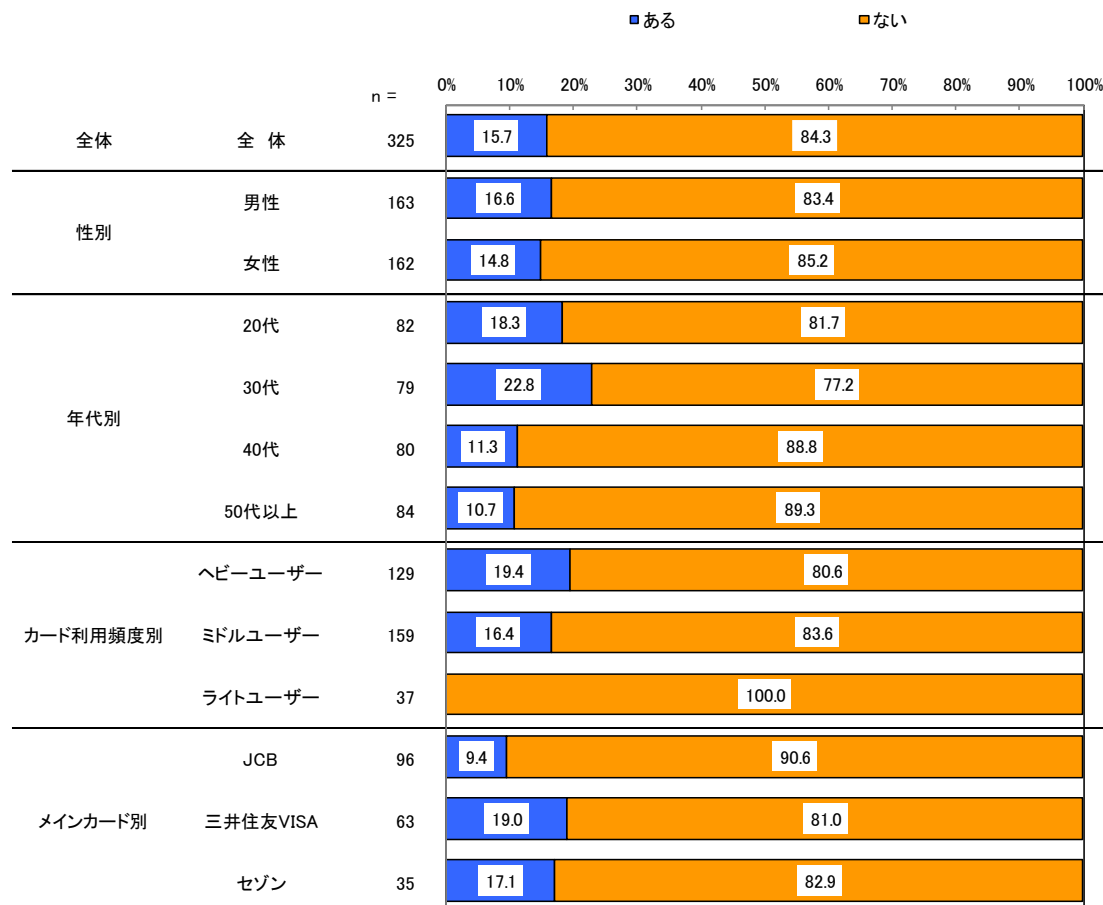
全体	全 体	325	23.7	15.1	12.3	10.2	4.3	3.7	3.7	3.4	3.1	2.8	2.2	0.9	0.3	0.3	0.3	3.7	10.2
性別	男性	163	17.8	16.6	7.4	14.1	4.9	3.7	3.1	5.5	1.8	1.2	3.1	1.2	0.6	-	-	4.9	14.1
	女性	162	29.6	13.6	17.3	6.2	3.7	3.7	4.3	1.2	4.3	4.3	1.2	0.6	-	0.6	0.6	2.5	6.2
年代別	20代	82	22.0	25.6	9.8	6.1	3.7	3.7	1.2	3.7	3.7	3.7	1.2	2.4	-	-	1.2	2.4	9.8
	30代	79	24.1	13.9	10.1	11.4	6.3	8.9	3.8	1.3	1.3	3.8	1.3	-	-	1.3	-	5.1	7.6
	40代	80	23.8	13.8	13.8	15.0	2.5	1.3	3.8	3.8	2.5	2.5	2.5	-	1.3	-	-	-	13.8
	50代以上	84	25.0	7.1	15.5	8.3	4.8	1.2	6.0	4.8	4.8	1.2	3.6	1.2	-	-	-	7.1	9.5
カード利用頻度別	ヘビーユーザー	129	22.5	18.6	14.0	10.9	3.9	1.6	5.4	3.9	2.3	2.3	1.6	-	-	0.8	-	3.9	8.5
	ミドルユーザー	159	22.6	14.5	11.9	9.4	5.0	5.0	2.5	3.1	2.5	3.1	3.1	1.9	0.6	-	0.6	3.8	10.1
	ライトユーザー	37	32.4	5.4	8.1	10.8	2.7	5.4	2.7	2.7	8.1	2.7	-	-	-	-	-	2.7	16.2
メインカード別	JCB	96	18.8	14.6	8.3	17.7	5.2	2.1	9.4	-	4.2	2.1	2.1	1.0	-	-	1.0	2.1	11.5
	三井住友VISA	63	17.5	11.1	6.3	14.3	4.8	4.8	3.2	11.1	1.6	-	4.8	1.6	-	-	-	6.3	12.7
	セゾン	35	62.9	20.0	11.4	-	-	-	-	-	5.7	-	-	-	-	-	-	-	-

Q9. では、入会の決め手になった点をお選びください

4-1-7. メインカードの変更経験

- ◆メインカードの変更経験者は、15.7%。
- ◆40代・50代以上に比べ、20代・30代で変更経験が高い。
- ◆JCBメインユーザーでは、変更経験の割合が低い。

4-1-7-1. 属性別 メインカードの変更経験(Q11)<SA>



Q11. 最もよく利用するクレジットカードを変更したことがありますか

4-1-8. メインカードの変更理由

◆ポイント・マイレージや年会費に関する変更理由として、『ポイントのためやすさ』『お得感』を求めているものなどがみられる。また、サービス・対応の悪さを理由にしたものや、「店舗数が少ない」といったカード会社固有の理由もあげられていた。

4-1-8-1. メインカードの変更理由(Q11SQ)<FA>

カテゴリ	コメント
ポイント・マイレージ	ポイントがためやすいかどうかと、そのポイントが金券に交換できるかどうか(女性・32歳)
	さらに得するポイント付きのカードを見つけたとき(女性・27歳)
	ポイントの充実度(女性・38歳)
	ポイント制度が悪くなったため(男性・37歳)
	ポイントの有効期限がなくなったから。(女性・53歳)
	マイレージが付くカードを多く利用するようになった。(男性・48歳)
年会費	年会費がかかったから(男性・49歳)
	年会費が高いから(男性・28歳)
	年会費が無駄なので無いタイプのものに変えた(女性・55歳)
	無料だった年会費が有料になったから(女性・30歳)
	利用するメリットよりも年会費が割高になった為(女性・45歳)
	年会費がかからず、同等のサービスが得られるカードがあったから(男性・33歳)
サービス・対応	電話の対応(男性・29歳)
	カード紛失時のコールセンターの対応に不満があったから(男性・40歳)
	窓口の対応がいい加減(男性・39歳)
カード会社	ダイナースを良く使っていたのですが海外で利用できる店舗が少ないから変更しました。(女性・67歳)
	ANAmileageでキャンペーンをしていた。また海外に行く機会が増えて、mileへの特典振替が良くなった。(男性・29歳)
	JALマイレージを貯めることをやめたから。(男性・51歳)
その他	財布をなくしてとめた。(女性・27歳)
	引き落とし登録している銀行口座の利用状況が変わった為(男性・33歳)
	生活環境が変わったため(女性・33歳)

Q11SQ. 最もよく利用するカードを変更した理由をご自由にお書きください

4-2. 結果詳細

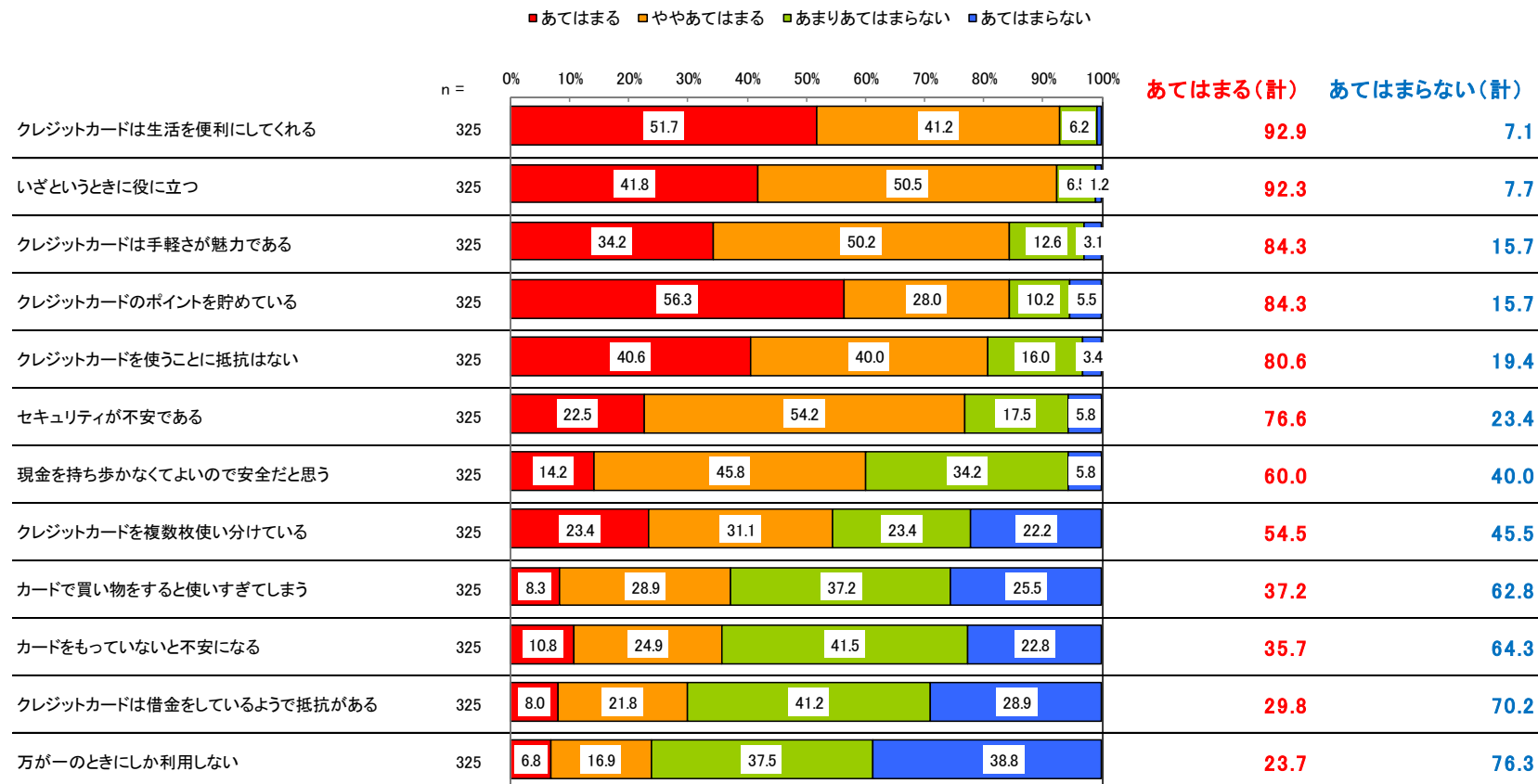
-クレジットカードの利用意識-

4-2-1. クレジットカードの利用意識

◆クレジットカードの利用意識としてあてはまるもの(「あてはまる」「ややあてはまる」の合計)は、『クレジットカードは生活を便利にしてくれる』『いざというときに役に立つ』がほぼ同率で9割。

◆『クレジットカードのポイントを貯めている』は、「あてはまる」人が56.3%と最も多くなっている。

4-2-1-1. クレジットカードの利用意識(Q13)<MTS>



※あてはまる計:「あてはまる」+「ややあてはまる」の値

※あてはまらない計:「あまりあてはまらない」+「あてはまらない」の値

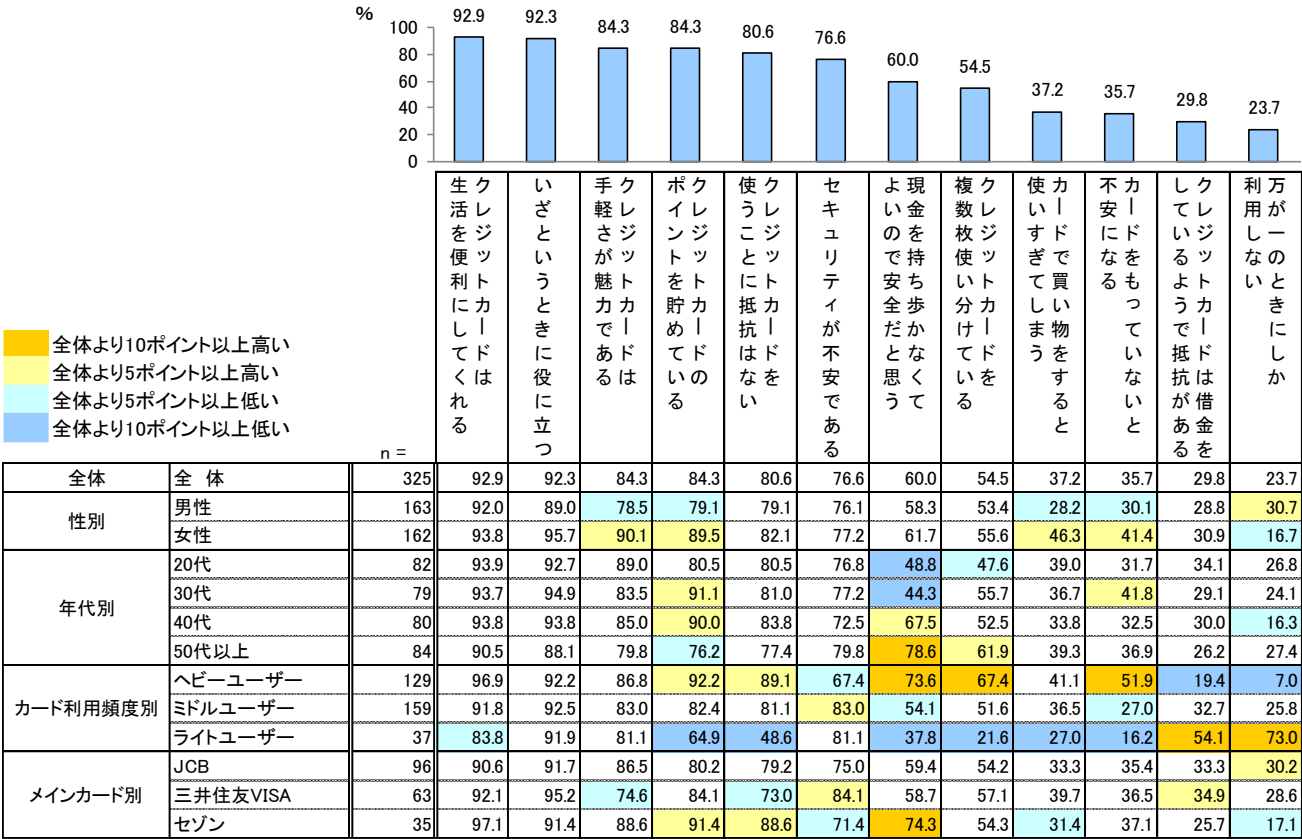
※数値が1%未満のものは非表示としている。

Q13. あなたのクレジットカードに対する行動や考え方について、あてはまるものをお選びください

4-2-1. クレジットカードの利用意識

- ◆性別では、女性で「手軽さが魅力」「ポイントを貯めている」「カードで買い物をすると使いすぎてしまう」「カードをもっていないと不安」といった意識が男性より高くみられる。逆に「万が一のときにしか利用しない」は女性よりも男性で高い。
- ◆年代別でみると、「現金を持ち歩かなくてよいので安全」は40代・50代以上で高く、「ポイントを貯めている」は30代・40代で高い。
- ◆ヘビーユーザーでは、ミドルユーザー・ライトユーザーに比べ「現金を持ち歩かなくてよいので安全」「複数枚使い分けている」「カードをもっていないと不安」といった意識が高く、逆にライトユーザーでは「借金をしているようで抵抗がある」「万が一のときにしか利用しない」が高い。

4-2-1-2. 属性別 クレジットカードの利用意識(Q13)<MTS あてはまる計:「あてはまる」+「ややあてはまる」の値>



※あてはまる計:「あてはまる」+「ややあてはまる」の値

※あてはまらない計:「あまりあてはまらない」+「あてはまらない」の値

Q13. あなたのクレジットカードに対する行動や考え方について、
あてはまるものをお選びください

4-3. 結果詳細

-各カード会社に対するイメージ-

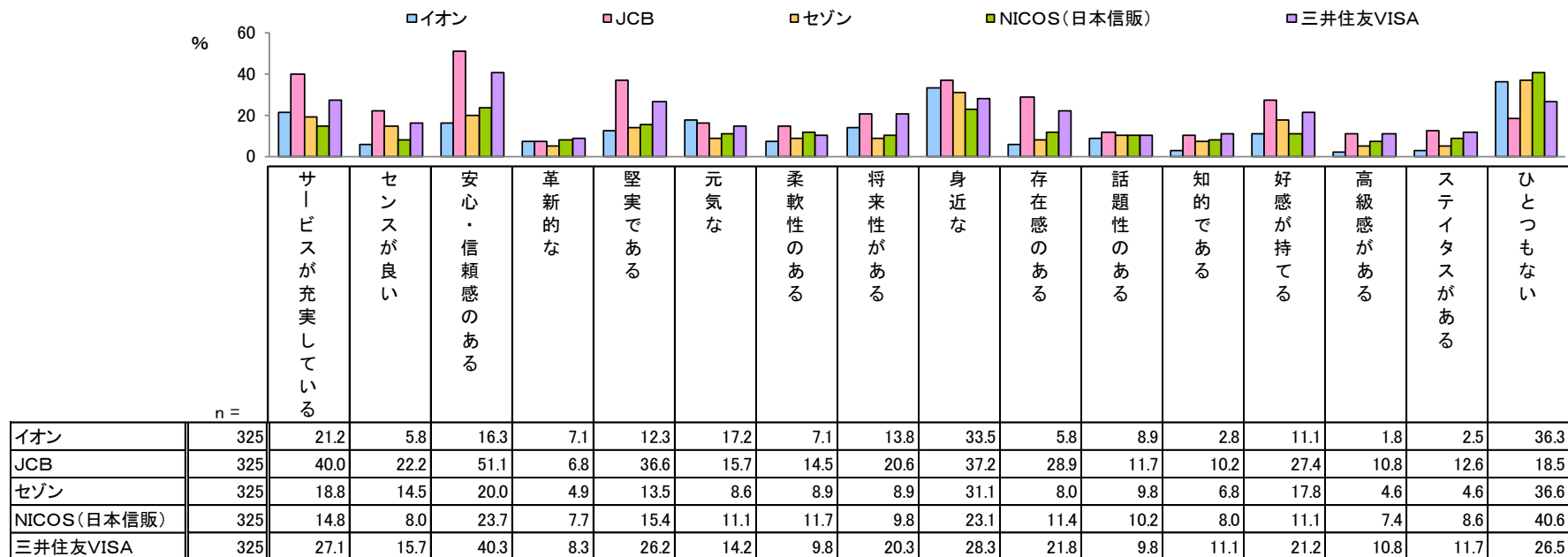
4-3-1. 各カード会社に対するイメージ

◆メインカード率上位5社を比較すると、『JCB』は、「安心・信頼感のある」「サービスが充実している」「身近な」「堅実である」というイメージで、2位以下を引き離す。『三井住友VISA』では『JCB』に次いで「安心・信頼感のある」イメージが持たれている。

◆『セゾン』『イオン』では、「身近な」というイメージが高い。

◆『NICOS』では他社に比べ顕著な特徴はみられないが、「安心・信頼感がある」「身近な」が上位イメージ。

4-3-1-1. 各カード会社に対するイメージ(Q12)<MTM> -上位5社比較-



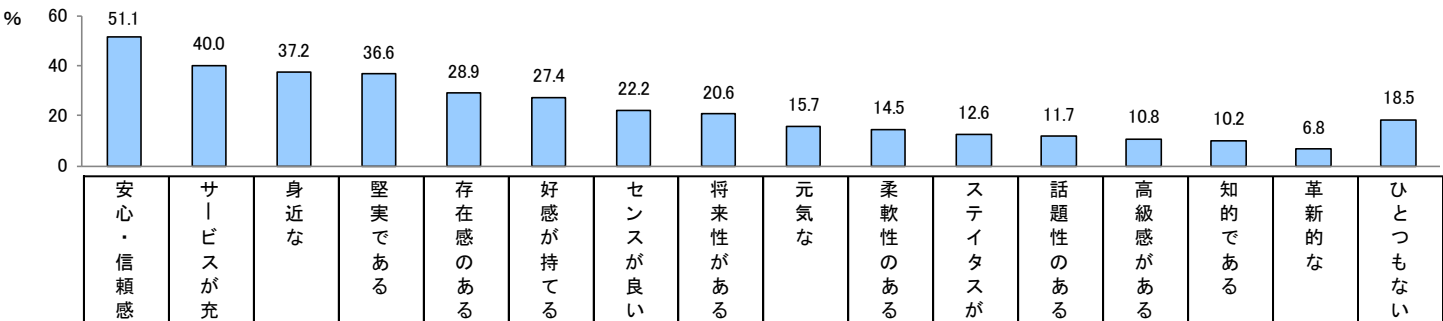
Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

すべてお選びください(複数回答可)

4-3-1. 各カード会社に対するイメージ【JCB】

- ◆50代以上で高いイメージが多い。
- ◆JCBメインユーザーでは、「安心・信頼感のある」「サービスが充実している」「身近な」「好感が持てる」が全体より10ポイント以上高い。

4-3-1-2. 属性別 各カード会社に対するイメージ JCB（Q12）<MTM>



- 全体より10ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上高い
- 全体より5ポイント以上低い
- 全体より10ポイント以上低い

		n	安心・信頼感のある	サービスが充実している	身近な	堅実である	存在感のある	好感が持てる	センスが良い	将来性がある	元気な	柔軟性のある	ステイタスがある	話題性のある	高級感がある	知的である	革新的な	ひとつもない
全体	全 体	325	51.1	40.0	37.2	36.6	28.9	27.4	22.2	20.6	15.7	14.5	12.6	11.7	10.8	10.2	6.8	18.5
性別	男性	163	47.2	37.4	38.7	36.8	28.8	27.6	22.1	23.9	16.6	16.6	15.3	11.7	10.4	9.2	7.4	21.5
	女性	162	54.9	42.6	35.8	36.4	29.0	27.2	22.2	17.3	14.8	12.3	9.9	11.7	11.1	11.1	6.2	15.4
年代別	20代	82	48.8	37.8	35.4	24.4	23.2	23.2	17.1	15.9	9.8	12.2	7.3	8.5	12.2	8.5	3.7	18.3
	30代	79	39.2	39.2	38.0	36.7	26.6	25.3	21.5	17.7	19.0	13.9	8.9	10.1	6.3	13.9	12.7	21.5
	40代	80	46.3	32.5	32.5	37.5	27.5	25.0	18.8	13.8	11.3	11.3	11.3	8.8	5.0	6.3	3.8	23.8
	50代以上	84	69.0	50.0	42.9	47.6	38.1	35.7	31.0	34.5	22.6	20.2	22.6	19.0	19.0	11.9	7.1	10.7
カード利用頻度別	ヘビーユーザー	129	57.4	38.0	39.5	36.4	31.8	27.1	24.0	20.2	17.8	17.8	14.0	14.0	10.1	10.9	5.4	16.3
	ミドルユーザー	159	45.9	43.4	35.2	34.6	25.2	26.4	22.6	22.6	14.5	13.2	11.3	8.8	11.3	10.1	8.2	18.9
	ライトユーザー	37	51.4	32.4	37.8	45.9	35.1	32.4	13.5	13.5	13.5	8.1	13.5	16.2	10.8	8.1	5.4	24.3
メインカード別	JCB	96	65.6	56.3	51.0	45.8	36.5	45.8	28.1	27.1	17.7	21.9	14.6	20.8	10.4	12.5	6.3	9.4
	三井住友VISA	63	57.1	42.9	34.9	39.7	34.9	22.2	27.0	19.0	15.9	12.7	11.1	6.3	15.9	11.1	7.9	22.2
	セゾン	35	37.1	22.9	28.6	22.9	14.3	17.1	14.3	17.1	8.6	11.4	8.6	8.6	11.4	8.6	2.9	25.7

Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

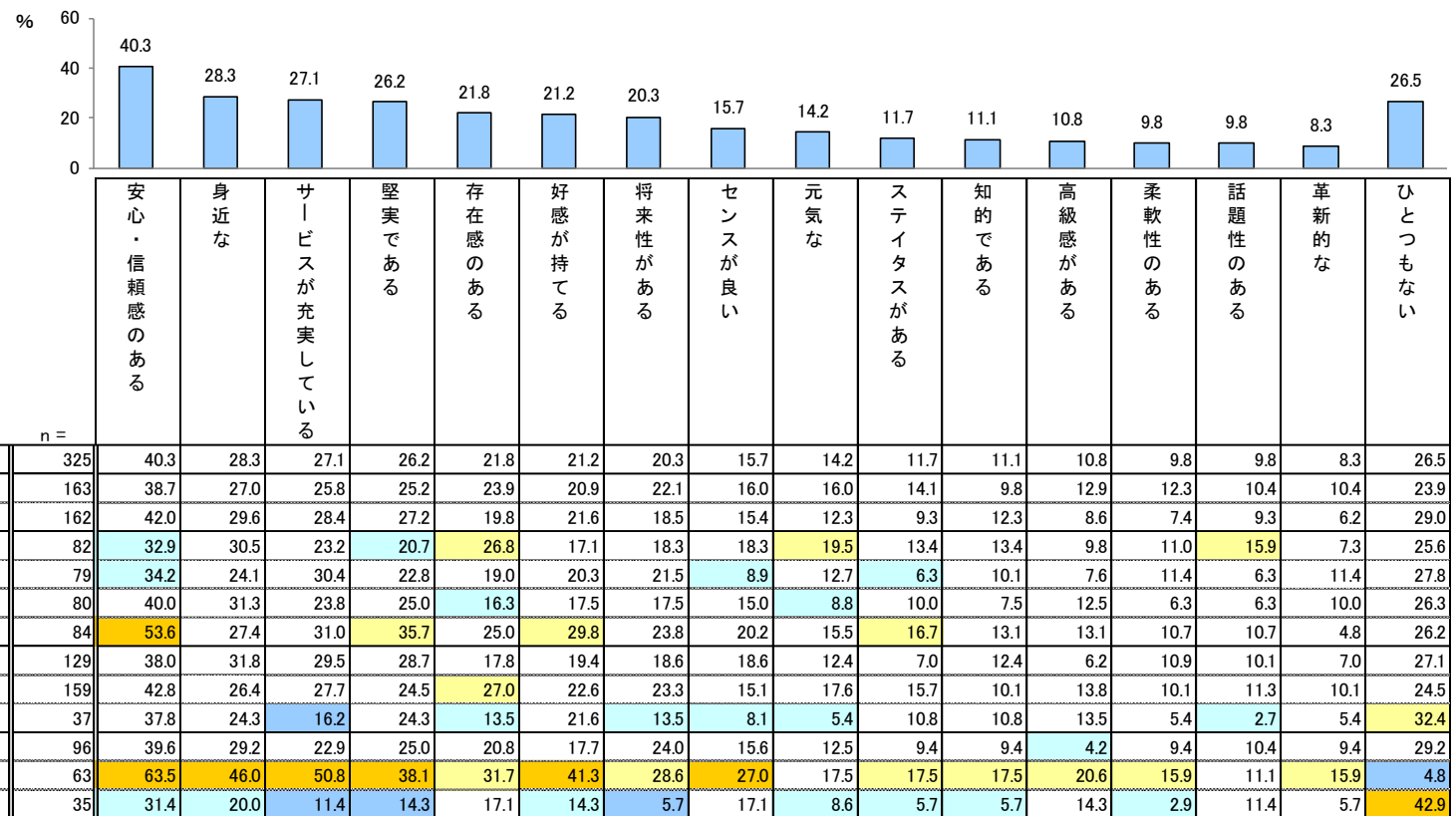
すべてお選びください(複数回答可)

4-3-1. 各カード会社に対するイメージ【三井住友VISA】

◆50代以上で「安心・信頼感のある」イメージが全体より10ポイント以上高い。

◆三井住友VISAメインユーザーでは、「安心・信頼感のある」「身近な」「サービスが充実している」「堅実である」「好感が持てる」「センスが良い」が全体より10ポイント以上高い。

4-3-1-3. 属性別 各カード会社に対するイメージ 三井住友VISA (Q12)<MTM>



 全体より10ポイント以上高い
 全体より5ポイント以上高い
 全体より5ポイント以上低い
 全体より10ポイント以上低い

		n	安心・信頼感のある	身近な	サービスが充実している	堅実である	存在感のある	好感が持てる	将来性がある	センスが良い	元気な	ステイタスがある	知的である	高級感がある	柔軟性のある	話題性のある	革新的な	ひとつもない
全体	全 体	325	40.3	28.3	27.1	26.2	21.8	21.2	20.3	15.7	14.2	11.7	11.1	10.8	9.8	9.8	8.3	26.5
性別	男性	163	38.7	27.0	25.8	25.2	23.9	20.9	22.1	16.0	16.0	14.1	9.8	12.9	12.3	10.4	10.4	23.9
	女性	162	42.0	29.6	28.4	27.2	19.8	21.6	18.5	15.4	12.3	9.3	12.3	8.6	7.4	9.3	6.2	29.0
年代別	20代	82	32.9	30.5	23.2	20.7	26.8	17.1	18.3	18.3	19.5	13.4	13.4	9.8	11.0	15.9	7.3	25.6
	30代	79	34.2	24.1	30.4	22.8	19.0	20.3	21.5	8.9	12.7	6.3	10.1	7.6	11.4	6.3	11.4	27.8
	40代	80	40.0	31.3	23.8	25.0	16.3	17.5	17.5	15.0	8.8	10.0	7.5	12.5	6.3	6.3	10.0	26.3
	50代以上	84	53.6	27.4	31.0	35.7	25.0	29.8	23.8	20.2	15.5	16.7	13.1	13.1	10.7	10.7	4.8	26.2
カード利用頻度別	ヘビーユーザー	129	38.0	31.8	29.5	28.7	17.8	19.4	18.6	18.6	12.4	7.0	12.4	6.2	10.9	10.1	7.0	27.1
	ミドルユーザー	159	42.8	26.4	27.7	24.5	27.0	22.6	23.3	15.1	17.6	15.7	10.1	13.8	10.1	11.3	10.1	24.5
	ライトユーザー	37	37.8	24.3	16.2	24.3	13.5	21.6	13.5	8.1	5.4	10.8	10.8	13.5	5.4	2.7	5.4	32.4
メインカード別	JCB	96	39.6	29.2	22.9	25.0	20.8	17.7	24.0	15.6	12.5	9.4	9.4	4.2	9.4	10.4	9.4	29.2
	三井住友VISA	63	63.5	46.0	50.8	38.1	31.7	41.3	28.6	27.0	17.5	17.5	17.5	20.6	15.9	11.1	15.9	4.8
	セゾン	35	31.4	20.0	11.4	14.3	17.1	14.3	5.7	17.1	8.6	5.7	5.7	14.3	2.9	11.4	5.7	42.9

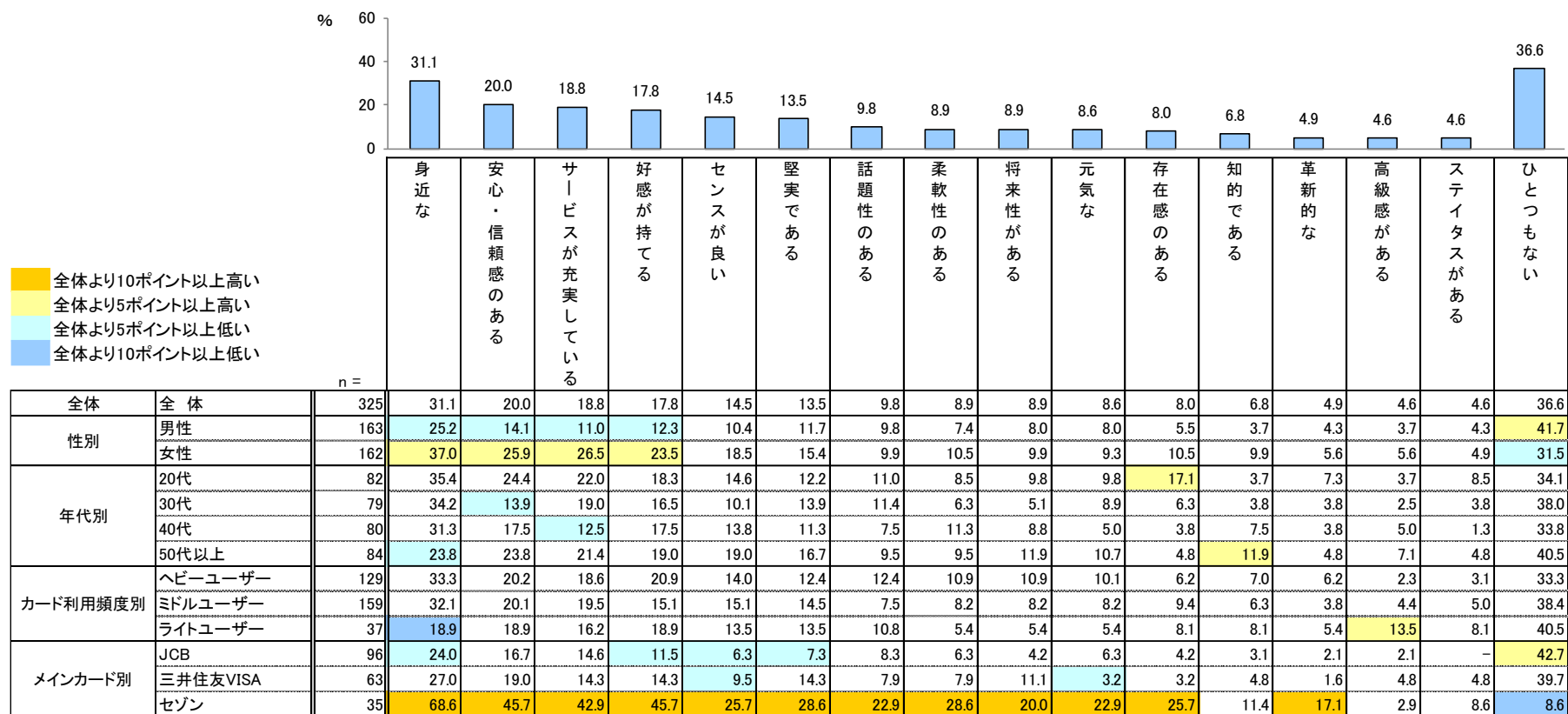
Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

すべてお選びください(複数回答可)

4-3-1. 各カード会社に対するイメージ【セゾン】

- ◆女性で「身近な」「安心・信頼感のある」「サービスが充実している」「好感が持てる」といったイメージが男性より高い。
- ◆50代以上では、「身近な」というイメージが低め。
- ◆セゾンカードメインユーザーでは、多くの項目が全体を10ポイント以上上回る。

4-3-1-4. 属性別 各カード会社に対するイメージ セゾン (Q12)<MTM>



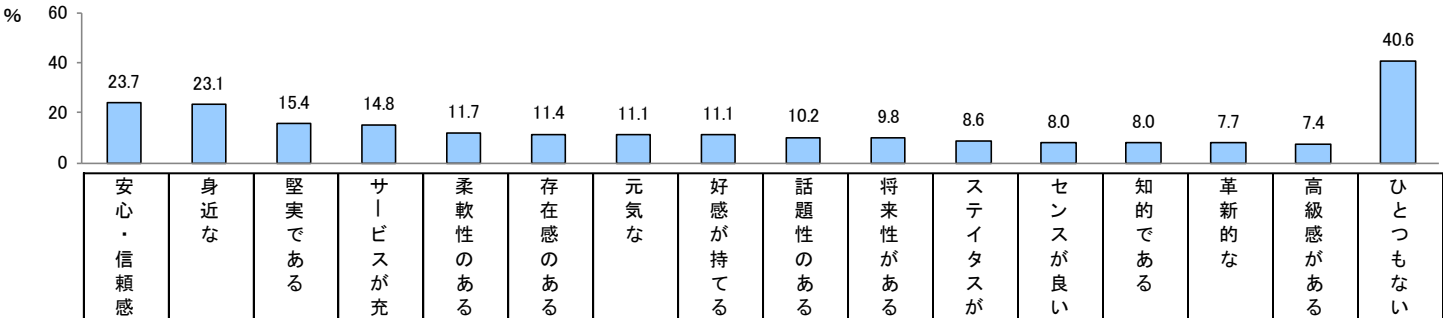
Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

すべてお選びください(複数回答可)

4-3-1. 各カード会社に対するイメージ【NICOS】

◆ライトユーザーで、「センスが良い」「高級感がある」イメージがヘビーユーザーやミドルユーザーより高め。

4-3-1-5. 属性別 各カード会社に対するイメージ NICOS (Q12)<MTM>



全体より10ポイント以上高い
全体より5ポイント以上高い
全体より5ポイント以上低い
全体より10ポイント以上低い

		n =	安心・信頼感のある	身近な	堅実である	サービスが充実している	柔軟性のある	存在感のある	元気な	好感が持てる	話題性のある	将来性がある	ステイタスがある	センスが良い	知的である	革新的な	高級感がある	ひとつもない
全体	全 体	325	23.7	23.1	15.4	14.8	11.7	11.4	11.1	11.1	10.2	9.8	8.6	8.0	8.0	7.7	7.4	40.6
性別	男性	163	24.5	20.9	13.5	13.5	9.2	8.6	11.7	10.4	8.6	8.0	8.0	7.4	4.9	7.4	6.7	44.2
	女性	162	22.8	25.3	17.3	16.0	14.2	14.2	10.5	11.7	11.7	11.7	9.3	8.6	11.1	8.0	8.0	37.0
年代別	20代	82	22.0	17.1	11.0	14.6	8.5	9.8	6.1	7.3	9.8	7.3	11.0	4.9	8.5	12.2	11.0	32.9
	30代	79	29.1	22.8	15.2	19.0	10.1	13.9	11.4	11.4	8.9	12.7	5.1	7.6	8.9	8.9	8.9	38.0
	40代	80	17.5	25.0	11.3	8.8	11.3	7.5	12.5	12.5	13.8	6.3	7.5	10.0	8.8	3.8	5.0	50.0
	50代以上	84	26.2	27.4	23.8	16.7	16.7	14.3	14.3	13.1	8.3	13.1	10.7	9.5	6.0	6.0	4.8	41.7
カード利用頻度別	ヘビーユーザー	129	18.6	20.2	14.7	10.9	14.0	7.8	9.3	10.9	10.9	7.8	6.2	5.4	9.3	10.1	4.7	45.7
	ミドルユーザー	159	25.8	25.2	16.4	15.7	9.4	13.2	12.6	10.7	8.8	11.3	8.8	7.5	5.7	5.7	6.9	37.7
	ライトユーザー	37	32.4	24.3	13.5	24.3	13.5	16.2	10.8	13.5	13.5	10.8	16.2	18.9	13.5	8.1	18.9	35.1
メインカード別	JCB	96	18.8	27.1	14.6	13.5	10.4	8.3	6.3	8.3	8.3	9.4	8.3	10.4	8.3	9.4	5.2	43.8
	三井住友VISA	63	19.0	22.2	14.3	15.9	9.5	11.1	9.5	11.1	6.3	7.9	7.9	4.8	7.9	7.9	6.3	39.7
	セゾン	35	14.3	25.7	17.1	14.3	5.7	17.1	20.0	11.4	8.6	8.6	5.7	5.7	5.7	5.7	5.7	45.7

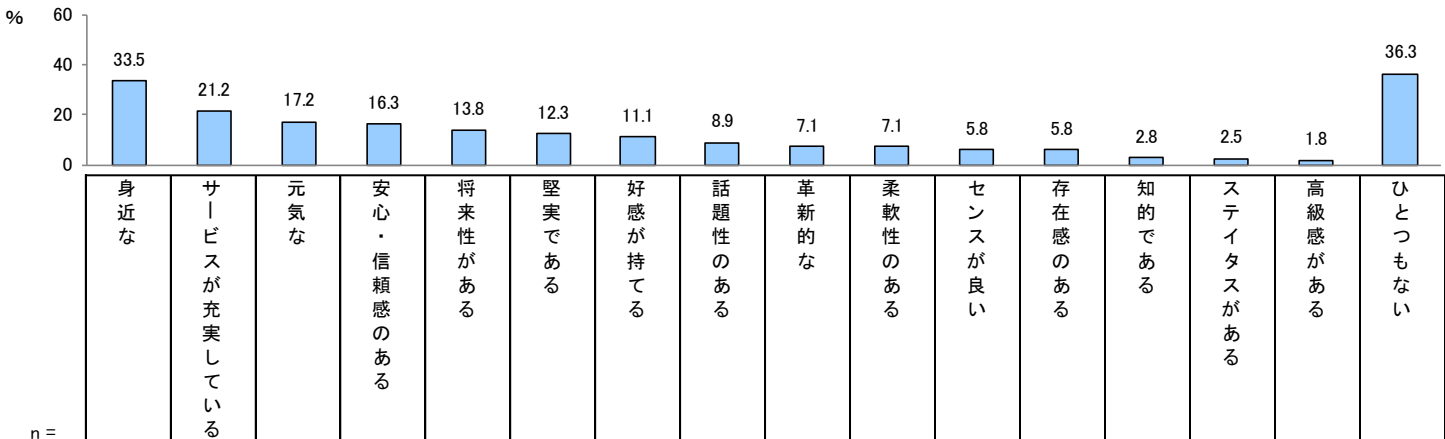
Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

すべてお選びください(複数回答可)

4-3-1. 各カード会社に対するイメージ【イオン】

- ◆男性より女性で「身近な」イメージが高い。
- ◆年代別でみると、20代・30代で「身近な」イメージが高め。

4-3-1-6. 属性別 各カード会社に対するイメージ イオン（Q12）<MTM>



全体より10ポイント以上高い
全体より5ポイント以上高い
全体より5ポイント以上低い
全体より10ポイント以上低い

		n	身近な	サービスが充実している	元気な	安心・信頼感のある	将来性がある	堅実である	好感が持てる	話題性のある	革新的な	柔軟性のある	センスが良い	存在感のある	知的である	ステイタスがある	高級感がある	ひとつもない
全体	全 体	325	33.5	21.2	17.2	16.3	13.8	12.3	11.1	8.9	7.1	7.1	5.8	5.8	2.8	2.5	1.8	36.3
性別	男性	163	29.4	22.1	20.9	14.1	16.6	12.9	11.0	11.0	6.7	8.6	9.2	4.9	3.1	3.7	2.5	39.3
	女性	162	37.7	20.4	13.6	18.5	11.1	11.7	11.1	6.8	7.4	5.6	2.5	6.8	2.5	1.2	1.2	33.3
年代別	20代	82	39.0	18.3	15.9	17.1	14.6	11.0	12.2	12.2	1.2	7.3	6.1	11.0	-	3.7	2.4	28.0
	30代	79	39.2	26.6	20.3	12.7	20.3	15.2	10.1	6.3	8.9	7.6	6.3	5.1	1.3	1.3	3.8	32.9
	40代	80	32.5	18.8	13.8	17.5	8.8	11.3	10.0	10.0	8.8	8.8	7.5	2.5	2.5	2.5	1.3	38.8
	50代以上	84	23.8	21.4	19.0	17.9	11.9	11.9	11.9	7.1	9.5	4.8	3.6	4.8	7.1	2.4	-	45.2
カード利用頻度別	ヘビーユーザー	129	34.9	20.2	17.1	12.4	14.0	10.9	10.9	10.9	10.1	6.2	6.2	7.0	3.9	2.3	1.6	31.0
	ミドルユーザー	159	32.1	22.6	17.6	19.5	13.8	13.2	10.1	7.5	4.4	7.5	5.0	5.7	2.5	3.1	2.5	39.0
	ライトユーザー	37	35.1	18.9	16.2	16.2	13.5	13.5	16.2	8.1	8.1	8.1	8.1	2.7	-	-	-	43.2
メインカード別	JCB	96	26.0	14.6	15.6	16.7	11.5	10.4	8.3	11.5	8.3	5.2	7.3	4.2	2.1	-	2.1	37.5
	三井住友VISA	63	28.6	20.6	19.0	17.5	23.8	17.5	11.1	7.9	11.1	11.1	7.9	4.8	3.2	1.6	-	34.9
	セゾン	35	31.4	11.4	5.7	2.9	2.9	5.7	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	8.6	-	-	-	54.3

Q12. 以下の各クレジットカード会社のイメージにあてはまるものを

すべてお選びください(複数回答可)

4-4. 結果詳細

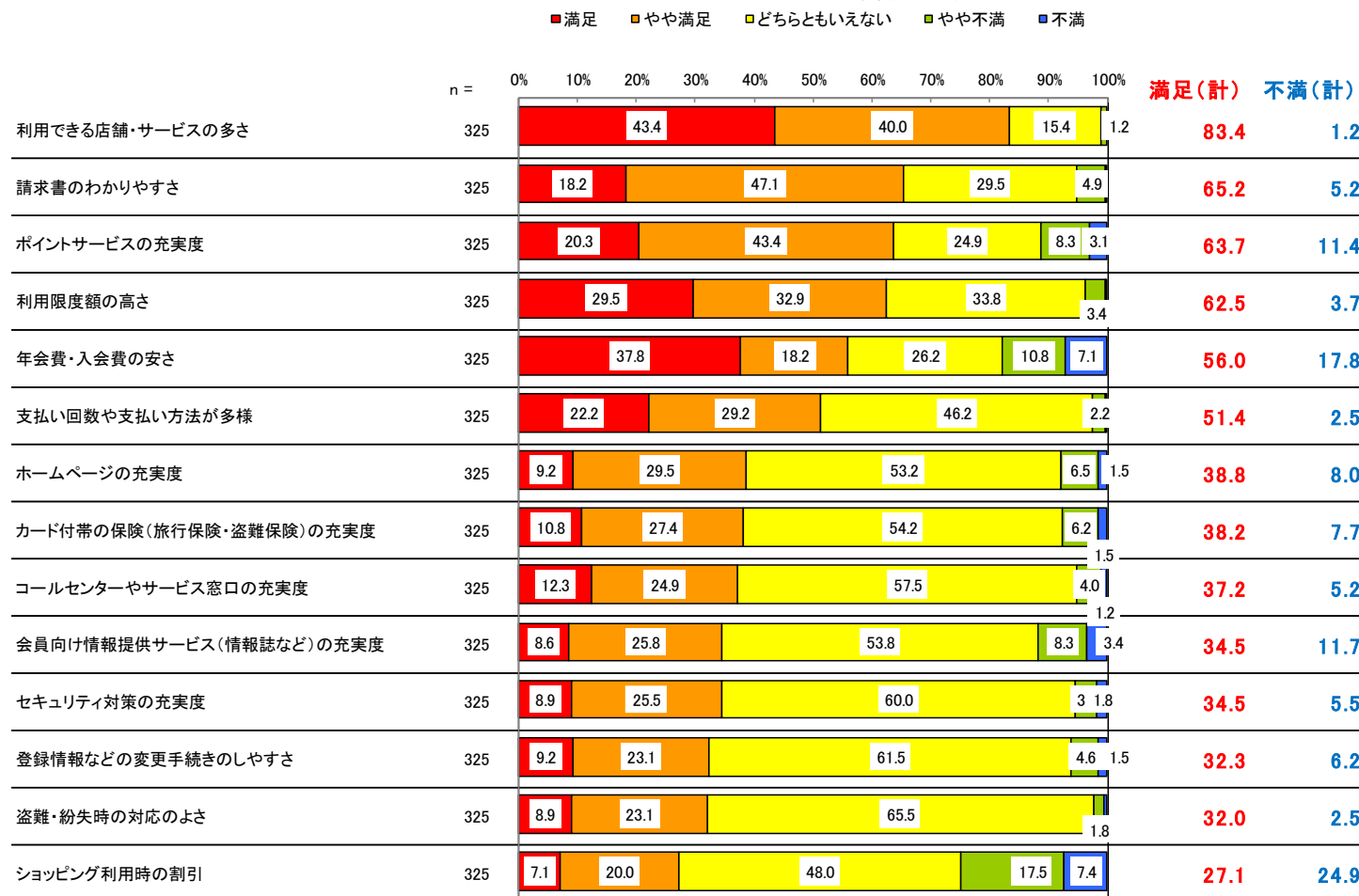
-カードに対する満足度・期待度-

4-4-1. メインカードのサービスに対する満足度

◆メインカードのサービスに対する満足度(「満足」「やや満足」の合計)では、「利用できる店舗・サービスの多さ」が83.4%と最も多く、「請求書のわかりやすさ」(65.3%)、「ポイントサービスの充実度」(63.7%)、「利用限度額の高さ」(62.4%)が続く。

◆「満足」と回答した人は、「利用できる店舗・サービスの多さ」に続いて「年会費・入会費の安さ」で多い。

4-4-1-1. メインカードのサービスに対する満足度(Q10)<MTS>



※満足計:「満足」+「やや満足」の値

※不満計:「やや不満」+「不満」の値

※数値が1%未満のものは非表示としている。

Q10. 最も利用するクレジットカードのサービスについてどの程度

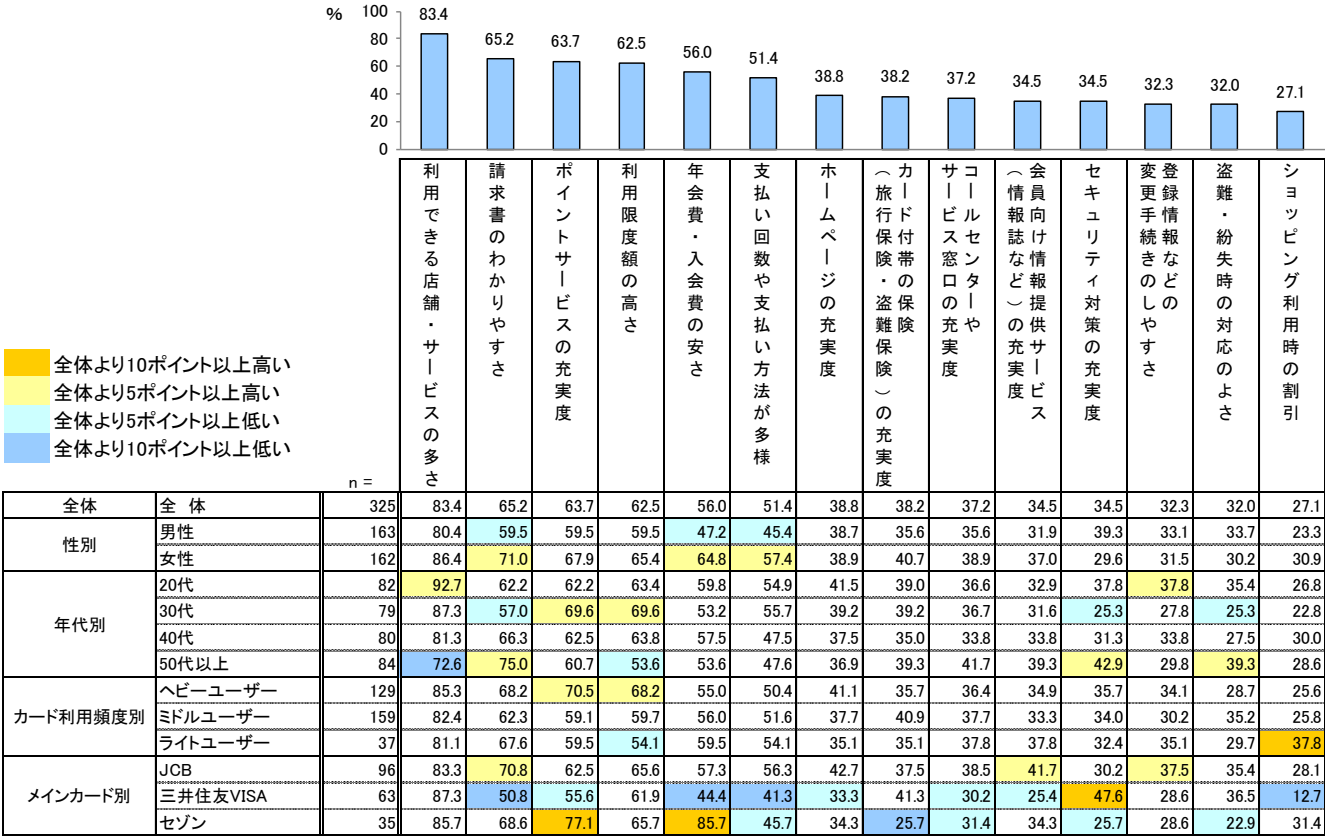
満足していますか。それぞれの項目についてお選びください

(C) MyVoice Communications, Inc. All Rights Reserved.

4-4-1. メインカードのサービスに対する満足度

- ◆「請求書のわかりやすさ」「年会費・入会費の安さ」「支払い回数や支払い方法が多様」は、男性より女性の満足度が10ポイント以上高い。
- ◆ヘビーユーザーでは「ポイントサービスの充実度」や「利用限度額の高さ」がミドルユーザー・ライトユーザーに比べ高い。
- ◆JCBメインユーザーでは「請求書のわかりやすさ」が、三井住友VISAメインユーザーでは「セキュリティ対策の充実度」が、セゾンメインユーザーでは「ポイントサービスの充実度」「年会費・入会費の安さ」が高い。

4-4-1-2. 属性別 メインカードのサービスに対する満足度(Q10)<MTS 満足計>



※満足計:「満足」+「やや満足」の値

Q10. 最も利用するクレジットカードのサービスについてどの程度

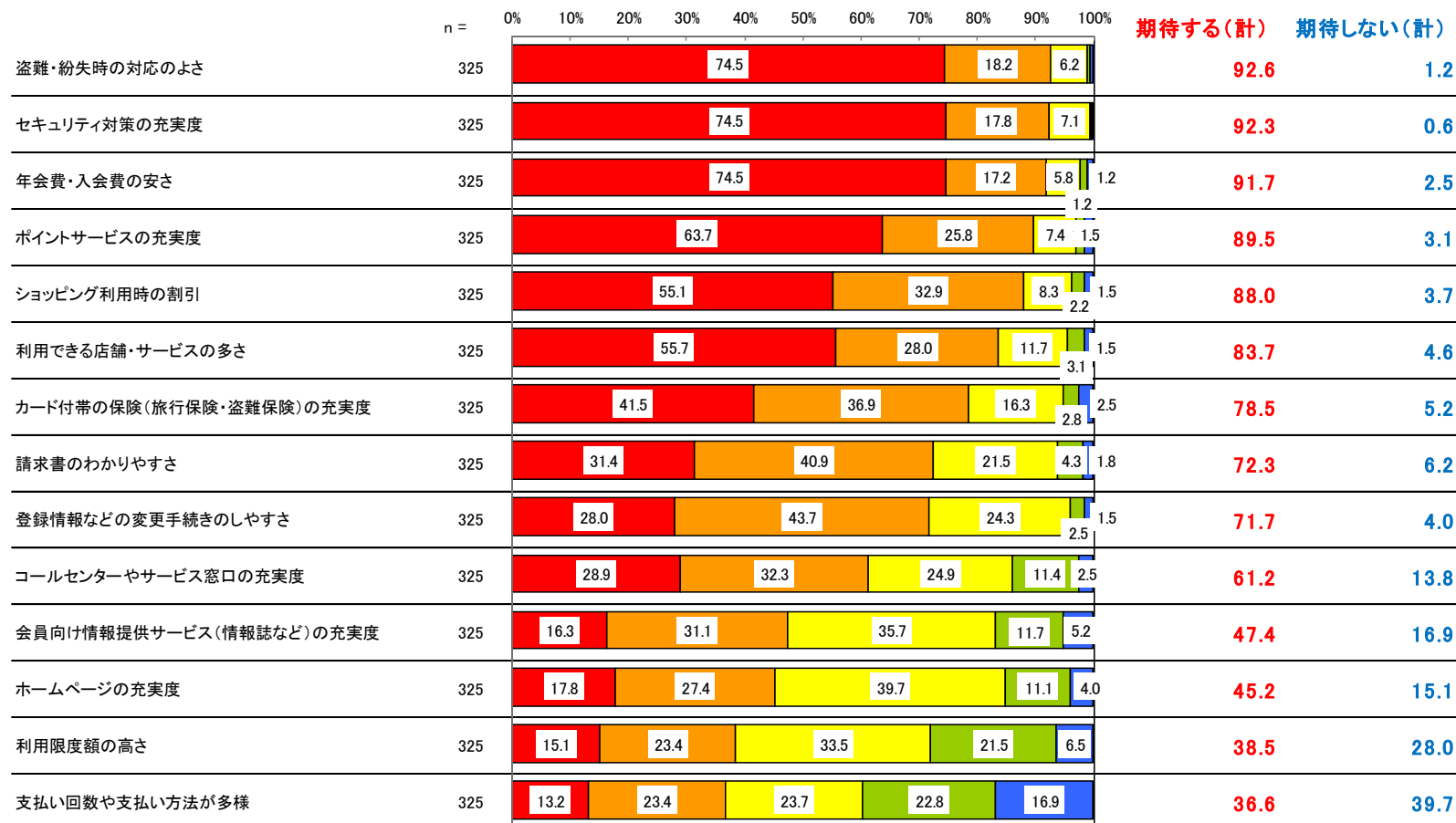
満足していますか。それぞれの項目についてお選びください

4-4-2. クレジットカードのサービスへの期待度

◆「盗難・紛失時の対応のよさ」「セキュリティ対策の充実度」「年会費・入会費の安さ」「ポイントサービスの充実度」「ショッピング利用時の割引」といったサービスに対する期待が約9割に及ぶ。

4-4-2-1. クレジットカードのサービスへの期待度(Q5)<MTS>

■期待する ■やや期待する ■どちらともいえない ■あまり期待しない ■期待しない



※期待する計:「期待する」+「やや期待する」の値

※期待しない計:「あまり期待しない」+「期待しない」の値

※数値が1%未満のものは非表示としている。

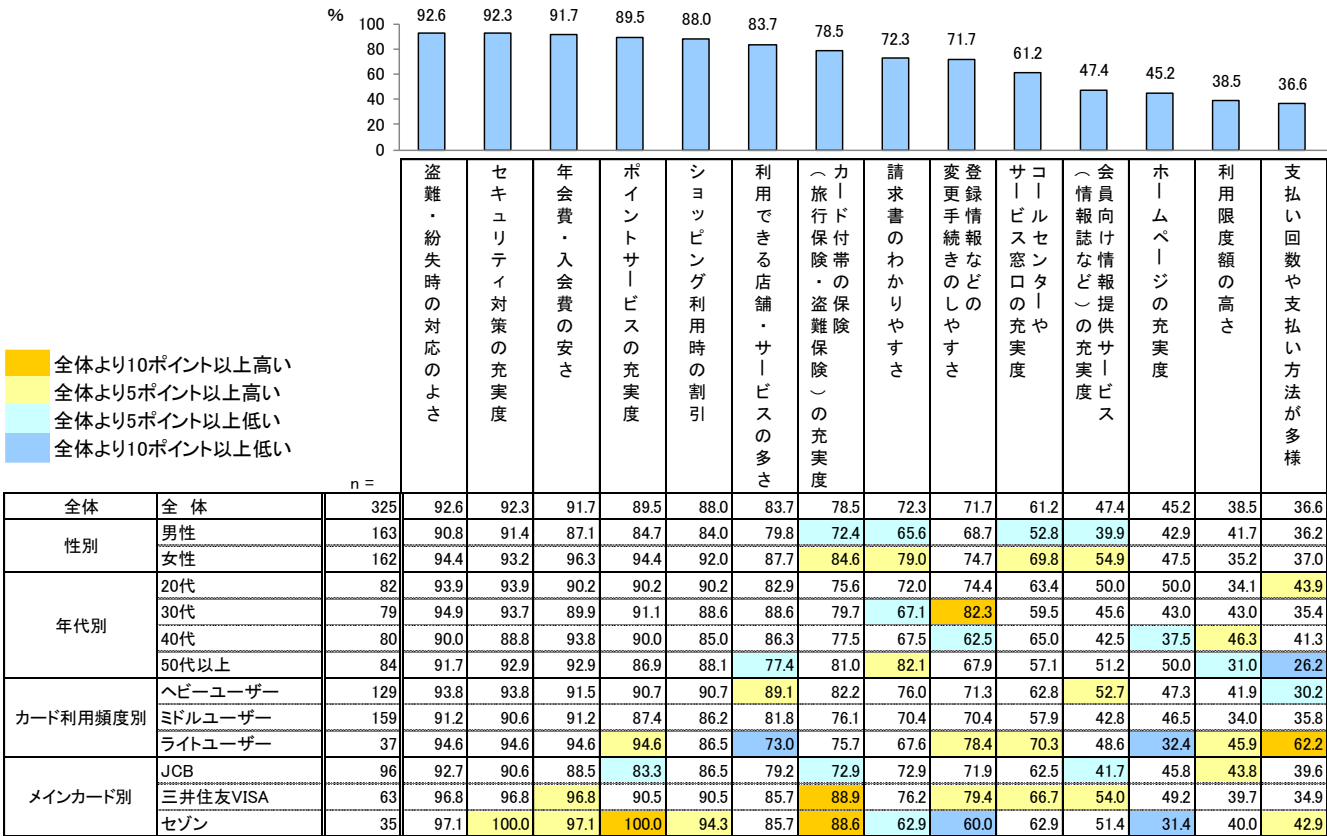
(C) MyVoice Communications, Inc. All Rights Reserved.

Q5. あなたは、以下のようなクレジットカードのサービスについて、どの程度期待していますか

4-4-2. クレジットカードのサービスへの期待度

- ◆「カード付帯保険の充実度」「請求書のわかりやすさ」「コールセンターやサービス窓口の充実度」「会員向け情報提供サービスの充実度」は、男性より女性が10ポイント以上高い。
- ◆30代では「登録情報などの変更手続きのしやすさ」が他年代に比べ高い。
- ◆ライトユーザーでは、「支払い回数や支払い方法が多様」が高い。

4-4-2-2. 属性別 クレジットカードのサービスへの期待度(Q5)<MTS 期待計>



※期待する計:「期待する」+「やや期待する」の値

Q5. あなたは、以下のようなクレジットカードのサービスについて、
どの程度期待していますか