



NEWS RELEASE

2018年3月27日

「カードローン借入にいたる消費者行動調査」 カードローン借入行動の実態と借入先選定時の要因 借入先を金利で選ぶケースは限定的

株式会社NTTデータ経営研究所

株式会社 NTT データ経営研究所(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:川島 祐治、以下 当社)は、NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:塚本良江)が提供する「NTT コム リサーチ」登録モニターを対象に、「カードローン借入にいたる消費者行動調査」を実施しました。

本調査により、直近のカードローン契約時の過去のカードローン借入経験の有無や資金需要が喚起された際の実態によって、借入金利以外の要素が借入先の金融機関選定に大きな影響を与えている実態を確認することができました。また、カードローンの比較検討・申込先として金融機関が選定されている要因は、金融機関ごとに異なることも確認できました。

今後、カードローンの推進を行う金融機関としては、消費者が自行に抱いているイメージや自行の強みを把握した上で、本調査で設定したセグメンテーション軸を考慮したターゲットを設定し、ターゲットに響く適切な訴求ポイントを設定する必要があると考えられます。

【背景】

一般的に、カードローン借入先の選択に際しては、借入金利の低さが最も重要な要素であるといわれており、これまで実施されてきた多くの消費者アンケートにおいても「金利が低いこと」が借入先選定において重要との回答が得られています。(※1) しかしながら、貸金業者が他社に先駆けてカードローン金利の引き下げを実施した過去の事例をみると、適用金利の低下によるカードローン残高・シェア増大への影響は認められません。(※2)

このような実態と異なる調査結果が得られる背景には、カードローン借入先の選択には、カードローンの契約が初めてか否か、資金ニーズが突発的なものか否かなど、その場面ごとに影響する要因が大きく異なると考えられ、それぞれの場面を考慮していない従来のアンケートにおける質問方法では適切な行動要因を把握することが難しい事情があると想定されます。

本調査では、従来のアンケート調査では深く考慮されていなかったカードローン契約申し込み前の状況と、カードローンの契約にいたるプロセスを把握した上、各プロセスにおける意思決定要因を調査することにより、過去のカードローン借入経験の有無や資金需要の種類によって、どのような要因がカードローン借入先選定時に重視されるポイントになるのかと、それぞれの金融機関がどのような要因から借入先候補として選定されているのかを明らかにしました。

¹ 一般社団法人 全国銀行協会「銀行カードローンに関する消費者意識調査に関する報告(平成30年1月18日)」
<https://www.zenginkyo.or.jp/fileadmin/res/news/news300118.pdf>

² 一般財団法人 ゆうちょ財団(旧郵政研究所)「消費者金融会社の好業績とその背景」
<https://www.yu-cho-f.jp/research/old/pri/research/monthly/m-serch/finance/1997/no111/b.html>

【主な調査結果】

1 カードローン借入経験ごとの傾向と特徴

直近のカードローン契約時における、過去のカードローンの借入経験(既存カードローン契約者については新規契約の目的)によって、回答者を【新規契約者】【追加借入者】【借換者】の3セグメント(※3)に分けて調査を実施した結果、それぞれのセグメントにおいてカードローン借入行動や借入先選定時に重視する要素が異なることが確認できた。

【新規契約者】

借入先金融機関の信頼感、知名度を重視する傾向

- 比較的緊急性の高い資金需要に対応するためにカードローンの契約を行っているケースが多い
- 複数の金融機関を比較検討した上でカードローンの申込先を選定している割合は38.8%と低い
- 申込先としては「いつも使っている金融機関だから」という理由で普段から利用しているメガバンクや地方銀行に申し込むケースが多い

【追加借入者】

利便性や秘匿性を重視する傾向

- 複数の金融機関を比較検討した上でカードローンの申込先を選定している割合は約48.0%
- 他のセグメントと比較して、「スマートフォン・パソコンで申し込みができるから」「簡単に借りられそうなイメージだから」「他人に気付かれずに借入ができるから」といった理由で、消費者金融に申し込むケースが多い

【借換者】

経済合理性を重視する傾向

- 複数の金融機関を比較検討した上でカードローンの申込先を選定している割合は約50.3%
- 他のセグメントと比較して、「金利が低そうだった(実際に低かった)から」という理由で、新設銀行に申し込むケースが多い

³ 【新規契約者】:過去に契約したカードローンの件数を「1件」、または、カードローンを契約した理由を「以前に契約したカードローンの契約が切れていた(契約更新がされなかった)ため」と回答された方。

【追加借入者】:カードローンを契約した理由を「既に契約しているカードローンに追加して借入枠が必要だったため」と回答された方。

【借換者】:カードローンを契約した理由を「既に契約しているカードローンの借換(おまとめローン含む)を行うため」と回答された方。

2 資金需要の違いから見たカードローン借入先選定要因

また、カードローン借入が必要となった際に回答者が置かれていた状況やカードローン契約の目的から、回答者を以下の4セグメントに分類した上で、それぞれの状況においてカードローン借入先選定に影響を及ぼす要因の違いを分析した。

特に、【分類4:既存債務の借換】以外のセグメントでは、金利以外の要素が借入先金融機関の重要な選定要因となっているなど、それぞれの分類において、比較検討・申込先の金融機関選定時に重視する要素が異なることが確認できた。

【セグメント分類】

- ・ 分類 1:突発的な資金需要の発生
- ・ 分類 2:不足額の拡大
- ・ 分類 3:資金不足への備え
- ・ 分類 4:既存債務の借換(※第一章における【借換者】に相当)

3 金融機関ごとのカードローン比較検討・申込先選定理由

さらに、個別の金融機関ごとに、比較検討・申込先として選定された要因について分析した。例として、三菱東京UFJ銀行は各種広告による知名度や信頼性、地方銀行は信頼性やメインバンクであることを理由に選定されるケースが多いことが推察される結果となった。また、楽天銀行はインターネット広告による知名度やインターネット経由での借入申込利便性、アコムは各種広告・CMによる知名度や借入手続きの簡便さが評価されて選ばれている結果となった。

【本件に関するお問い合わせ先】

■ 報道関係のお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 コーポレート統括部 経営企画部 広報担当 Tel:03-5213-4016 E-mail : webmaster@keieiken.co.jp	■ 内容に関するお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 金融政策コンサルティングユニット マネージャー 菊重 琢 コンサルタント 若林 祐次郎 Tel:03-5213-4115(代)
---	--

目 次

調査概要	5
【調査結果】	7
1 カードローン借入経験ごとの傾向と特徴	7
1-1 カードローン契約時の資金需要状況	7
1-2 カードローン契約時の申込先金融機関に関する比較検討行動有無	8
1-3 カードローン借入先金融機関の比較検討/申込先選定理由	9
1-4 カードローン比較検討先金融機関/申込先金融機関	12
1-5 カードローン利用者のカードローン借入先金融機関とメインバンクの一致有無	15
2 資金需要の違いから見たカードローン借入先選定要因	16
2-1 申込先選定理由(比較検討未実施回答者)	16
2-2 比較検討先・申込先選定理由(比較検討実施回答者)	17
3 金融機関ごとの選定理由	19
3-1 申込先選定理由(比較検討未実施回答者)	19
3-2 比較検討先・申込先選定理由(比較検討実施回答者)	20

調査概要

1. 調査対象:NTT コム リサーチ 消費者クロード調査(*1)
2. 調査方法:非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間:2017 年 12 月 5 日～2017 年 12 月 11 日
4. 有効回答者数:1,076 人
5. 対象条件:
 - ・ 20 代～50 代の男性及び女性
 - ・ 過去 3 年以内に初めて、または二件目以降のカードローンを契約
6. 回答者の属性(*2) :

※比率(%)は小数点以下を四捨五入し整数で表示する(以下同様)(*3)

<性別>

		実数	%
全体		1076	100.0
1	男性	869	80.8
2	女性	207	19.2

<職業>

		実数	%
全体		1076	100.0
1	公務員	50	4.6
2	会社員（正社員）・会社役員	640	59.5
3	会社員（契約社員／派遣社員）	68	6.3
4	自営業・自由業	153	14.2
5	パート・アルバイト	85	7.9
6	専業主婦（主夫）	36	3.3
7	学生	5	0.5
8	無職	32	3.0
9	その他	7	0.7

<割付条件>

		実数	%
全体		1076	100.0
1	【新規契約者】過去に契約したカードローンの件数を「1件」、または、カードローンを契約した理由を「以前に契約したカードローンの契約が切れていた（契約更新がされなかった）ため」と回答された方	485	45.1
2	【追加借入者】カードローンを契約した理由を「既に契約しているカードローンに追加して借入枠が必要だったため」と回答された方	402	37.4
3	【借換者】カードローンを契約した理由を「既に契約しているカードローンの借換（おまとめローン含む）を行うため」と回答された方	189	17.6

<補足>

(*1) NTTコム リサーチ <http://research.nttcoms.com/>

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社 (<http://www.nttcoms.com/>) が提供する、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービスである。

自社保有パネルとして国内最大級の延べ 217 万人の登録モニターを擁し、

消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、

さまざまな市場調査ニーズに対応している。(モニターの人数は 2018 年 3 月現在)

(*2) 回答者の属性は、回答者のアンケート上の自己申告に基づいている。

(*3) 回答の構成比は、小数第 2 位を四捨五入しているため、各構成比の合計は 100%にならない場合がある。

<調査結果の見方>

数字は小数第 2 位を四捨五入して表示する。

合計や差は四捨五入前の集計結果を用いて計算し、その結果を四捨五入して表示する。

そのため表示されている数字を用いた計算結果と厳密に一致しない場合がある。

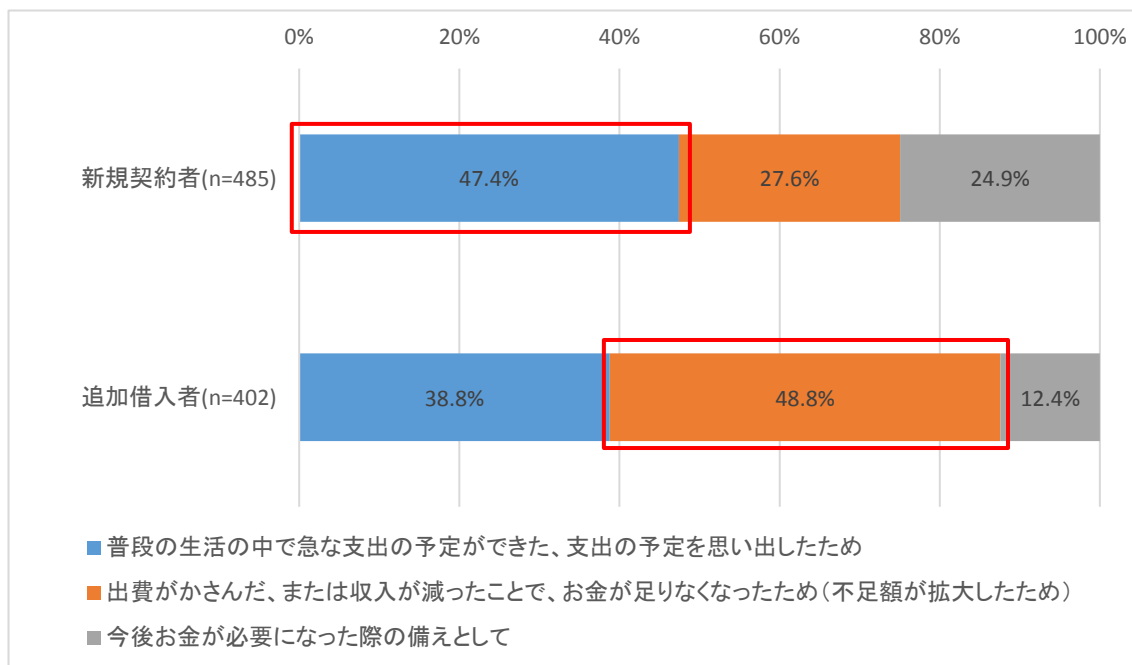
【調査結果】

1 カードローン借入経験ごとの傾向と特徴

1-1カードローン契約時の資金需要状況

【新規契約者】【追加借入者】に対して、直近のカードローン契約時にカードローン借入が必要となった際の資金需要の状況について調査したところ、【新規契約者】では「普段の生活の中で急な支出の予定ができた、支出の予定を思い出したため」が 47.4%と最も高く、比較的緊急性の高い資金需要に対応するためにカードローンの契約を行っているケースが多いことが推察される結果となった。一方で、【追加借入者】では、「出費がかさんだ、または収入が減ったことで、お金が足りなくなったため（不足額が拡大したため）」が 48.8%と約半数を占めた。

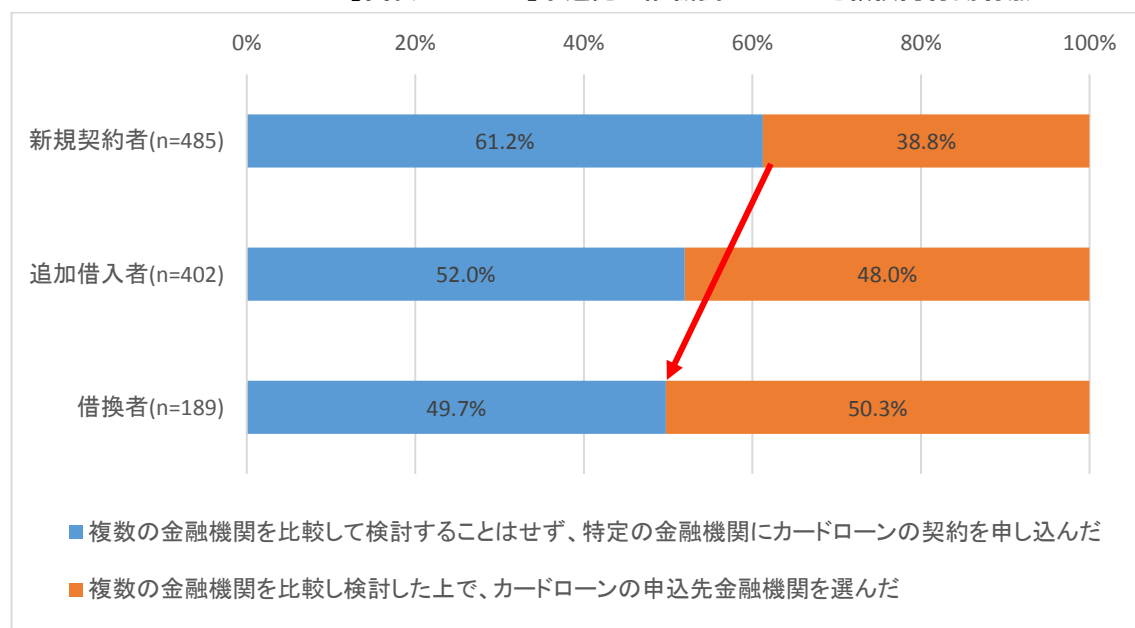
【図表 1-1-1】資金需要状況の内訳



1-2カードローン契約時の申込先金融機関に関する比較検討行動有無

直近のカードローン契約時に、カードローン申込先の金融機関候補を複数挙げて検討したか否かを調査したところ、【借換者】では「複数の金融機関を比較した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」と回答した割合が 50.3% となった一方で、【新規契約者】では、「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」と回答した割合が 61.2%と過半数を占めており、【借換者】と比較して借入先候補となる金融機関カードローンの商品性を十分に検討している層は少数であることが伺える結果となった。

【図表 1-2-1】申込先金融機関における比較検討行動有無



1-3カードローン借入先金融機関の比較検討/申込先選定理由

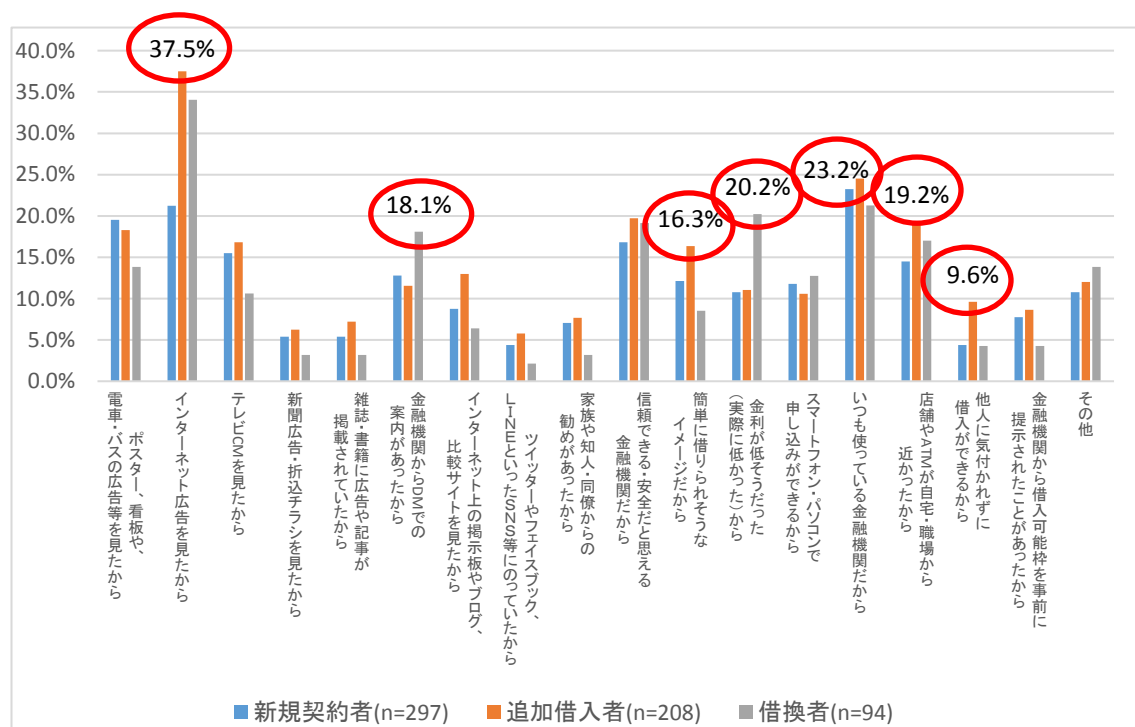
1-3-1 申込先選定理由(比較検討未実施回答者)

直近のカードローン契約時に「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」と回答した方に対して、申込先金融機関を選定した理由を調査したところ、【新規契約者】では、「いつも使っている金融機関だから」が 23.2%と最も高かった。

一方で、【追加借入者】では、「インターネット広告を見たから」が 37.5%と最も高かった他、「簡単に借りられそうなイメージだから」「店舗や ATM が自宅・職場から近かったから」「他人に気付かれずに借入ができるから」といった利便性に関する要素が、他のセグメントよりも重視されている傾向が読み取れた。

また【借換者】では他のセグメントに比較して「金利が低そうだった(実際に低かった)から」が 20.2%と高く、経済性を重視する傾向がうかがえる結果となった。

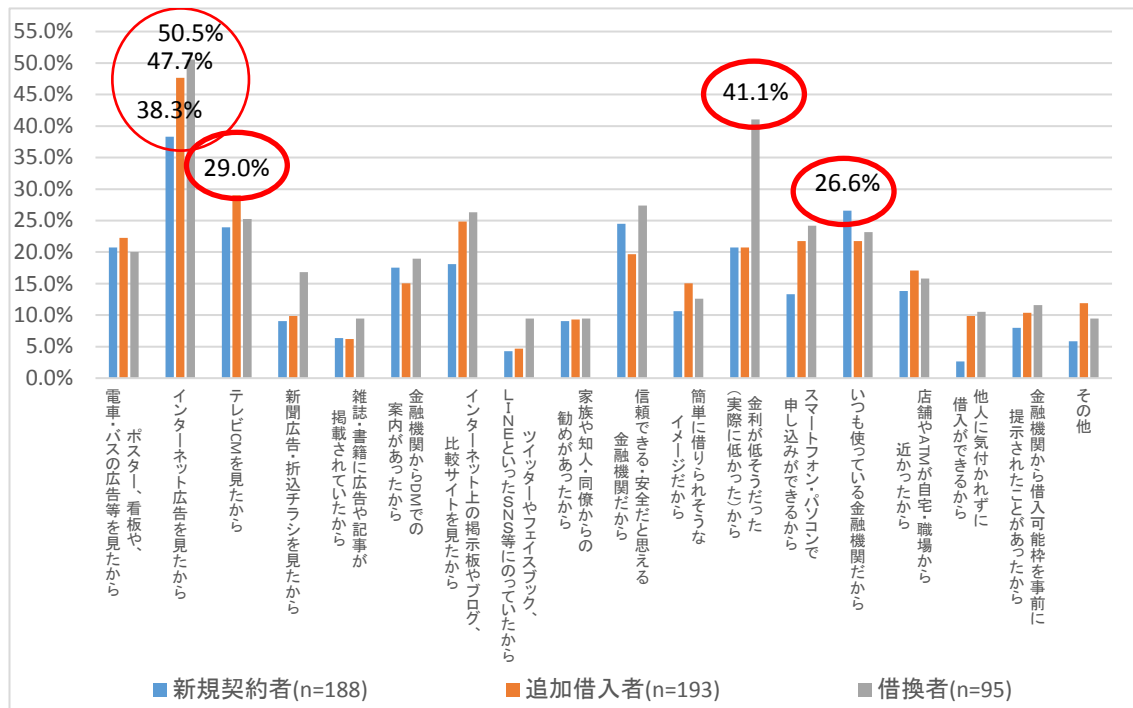
【図表 1-3-1】申込先金融機関の申込理由(複数回答)



1-3-2比較検討先・申込先選定理由(比較検討実施回答者)

直近のカードローン契約時に「複数の金融機関を比較し検討した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」と回答した方に対して、比較検討先の金融機関を選定した理由を調査したところ、どのセグメントにおいても「インターネット広告を見たから」が最も高くなった一方、二番目に重視されている理由については、【新規契約者】では「いつも使っている金融機関だから」で 26.6%、【追加借入者】では、「テレビ CM を見たから」で 29.0%、【借換者】では「金利が低そうだった(実際に低かった)から」で 41.1%と、セグメントごとに異なる傾向となった。

【図表 1-3-2】比較検討先金融機関の検討理由(複数回答)

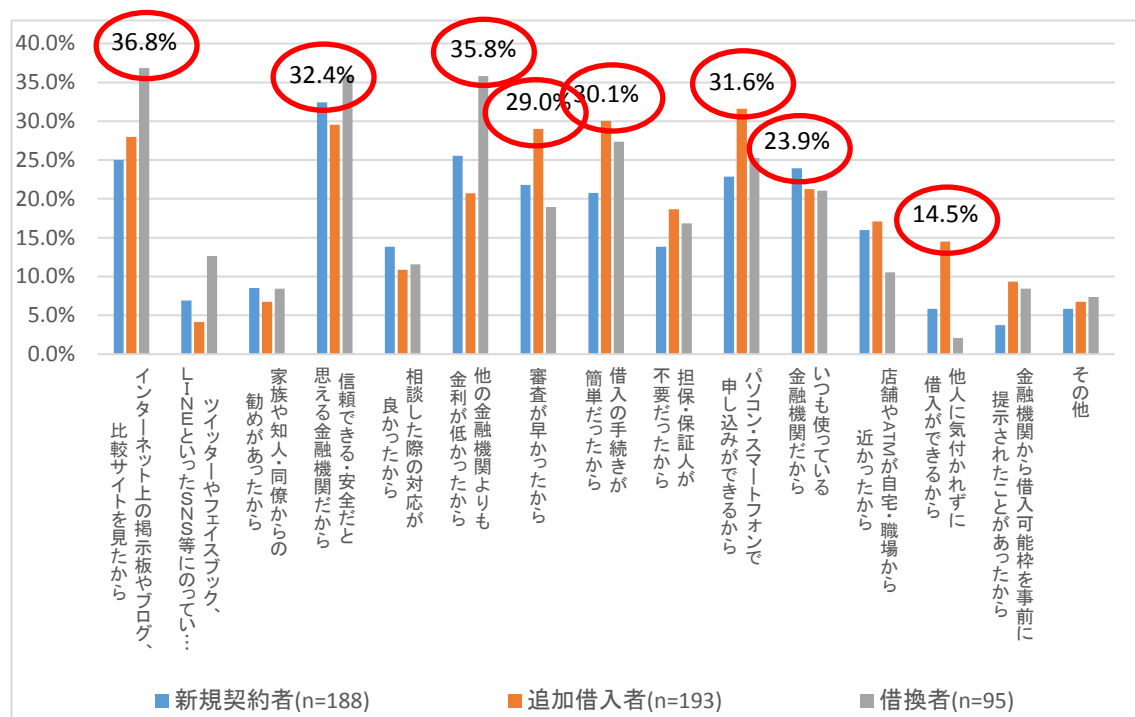


また、申込先金融機関を選定した理由を調査したところ、【新規契約者】では、「信頼できる・安全だと思う金融機関だから」が 32.4%と最も高く、「いつも使っている金融機関だから」が 23.9%と他のセグメントに比較して若干高いなど、知名度や信頼性を重視する傾向がうかがえる結果となった。

【追加借入者】では、「パソコン・スマートフォンで申し込みができるから」が 31.6%と最も高かった他、「借入の手続きが簡単だったから」が 30.1%、「審査が早かったから」が 29.0%と、利便性の高さを重視する傾向や、「他人に気付かれずに借入ができるから」が 14.5%と秘匿性を重視する傾向読み取れた。

【借換者】では、「インターネット上の掲示板やブログ、比較サイトを見たから」が 36.8%と最も高く、次いで「他の金融機関よりも金利が低かったから」が 35.8%と、経済性を重視して慎重に比較していることが伺える結果となった。

【図表 1-3-3】申込先金融機関の申込理由(複数回答)



1-4カードローン比較検討先金融機関/申込先金融機関

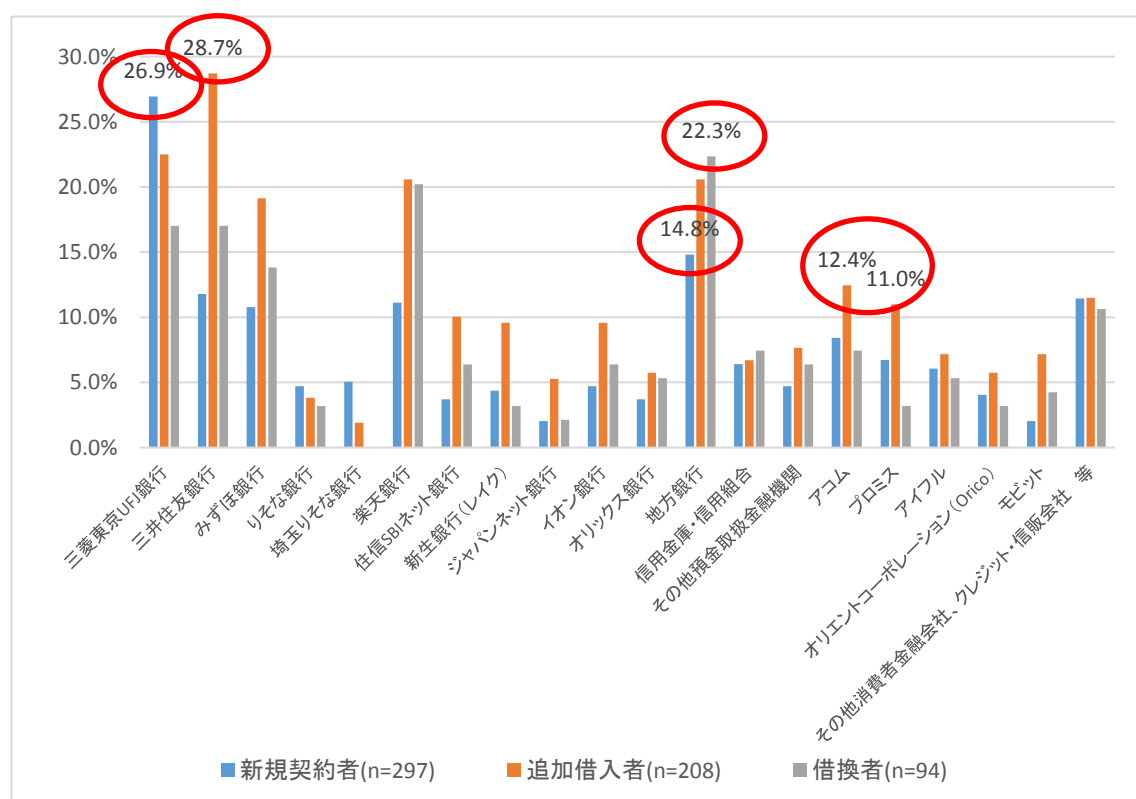
1-4-1 申込先金融機関(比較検討未実施回答者)

直近のカードローン契約時に「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」と回答した方に対して、申込先金融機関について調査したところ、【新規契約者】では、「三菱東京UFJ 銀行」と回答した割合が 26.9%と最も高く、次いで「地方銀行」が 14.8%となった。

【追加借入者】では、「三井住友銀行」が 28.7%と最も高く、「アコム」や「プロミス」といった大手消費者金融業者についても他のセグメントに比較して高い割合となった。

【借換者】では、地方銀行が最も高く 22.3%となった。

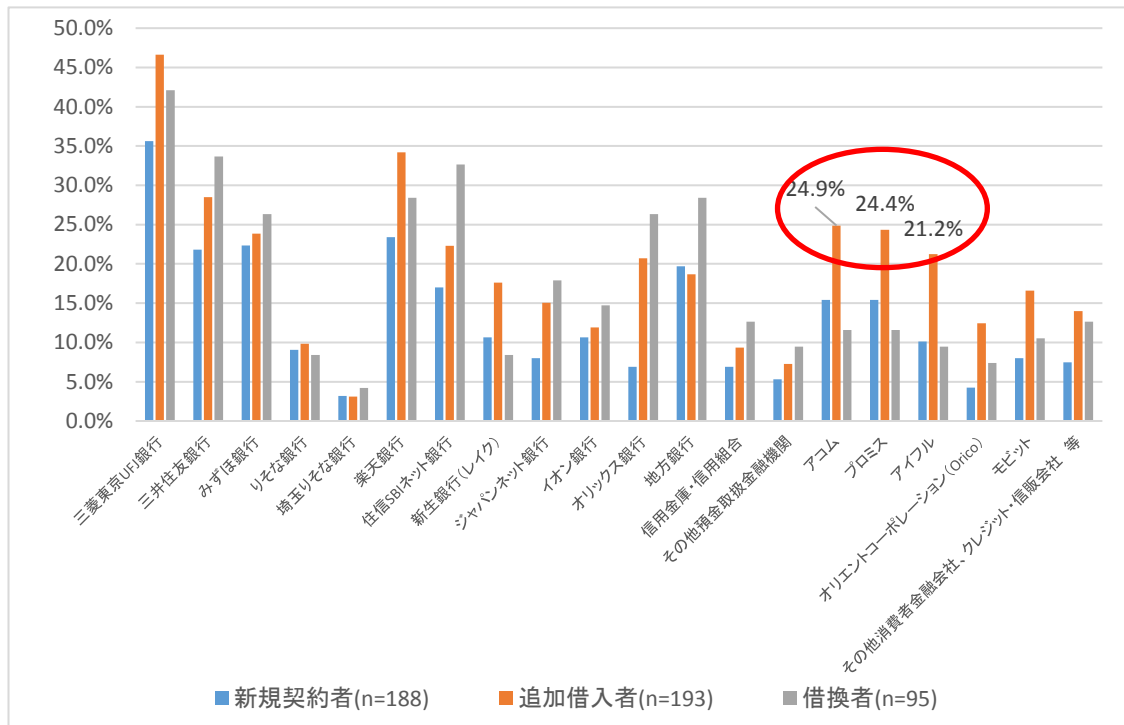
【図表 1-4-1】申込先金融機関(複数回答)



1-4-2比較検討先・申込先金融機関(比較検討実施回答者)

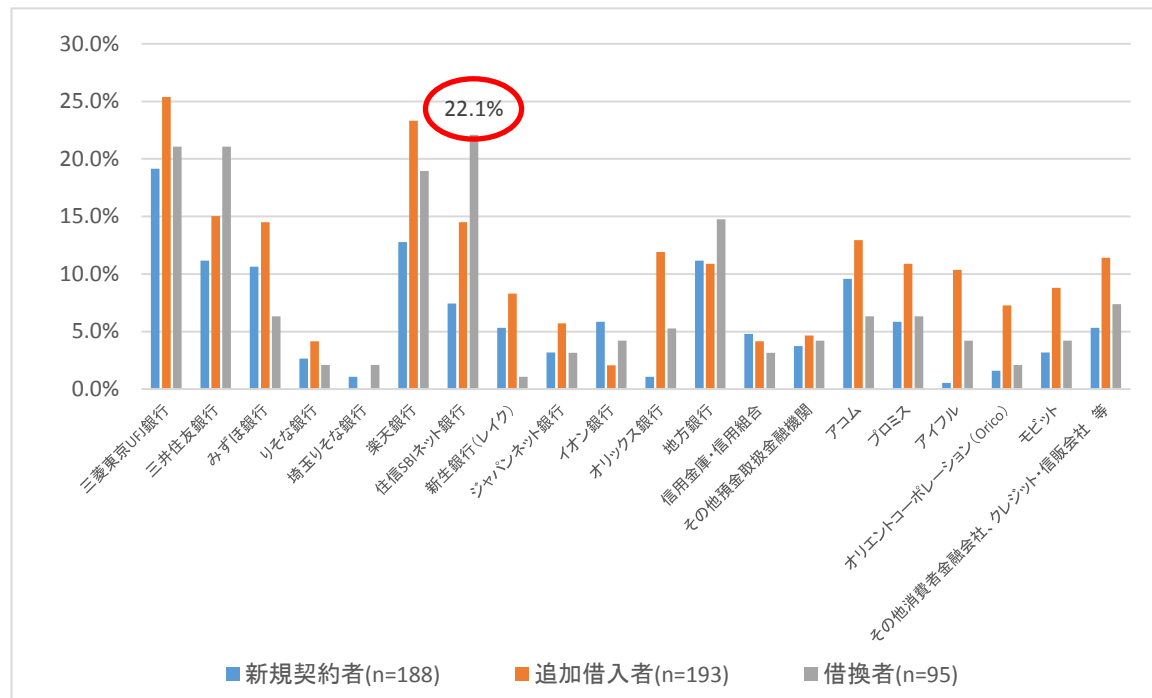
直近のカードローン契約時に「複数の金融機関を比較し検討した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」と回答した方に対して、比較検討先として選定した金融機関を調査したところ、【追加借入者】では、アコム、プロミス、アイフルといった消費者金融機関が他のセグメントに比較して高い結果となった。

【図表 1-4-2】比較検討先金融機関(複数回答)



また、申込先として選定した金融機関を調査したところ、【借換者】では、住信 SBI ネット銀行が 22.1%と最も高くなった。

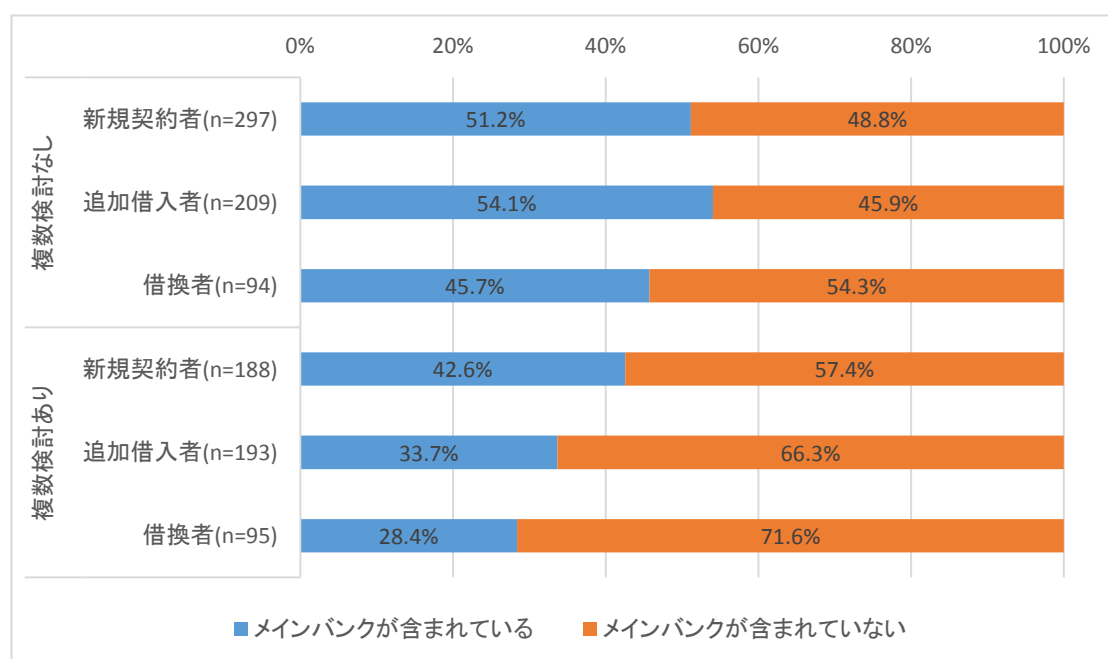
【図表 1-4-3】申込先金融機関(複数回答)



1-5カードローン利用者のカードローン借入先金融機関とメインバンク¹の一致有無

実際にカードローンを契約した金融機関先の中に、自身のメインバンクが含まれているか調査したところ、「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」と回答した人に比べて「複数の金融機関を比較し検討した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」と回答していた人は、全体的にメインバンクが含まれていない傾向にあった。また、セグメントの中では、【新規契約者】のセグメントが、カードローン契約先金融機関にメインバンクが含まれている割合が他のセグメントよりも高かった。

【図表 1-5-1】カードローンを契約した金融機関先とメインバンクとの一致有無



¹ 「直近のカードローンを契約する前から最も良く利用していた金融機関はどちらですか」という質問にて回答された金融機関のことを指す。

2 資金需要の違いから見たカードローン借入先選定要因

回答者を下記 4 セグメントに分類した上で、カードローン借入先金融機関の選定要因について分析した。

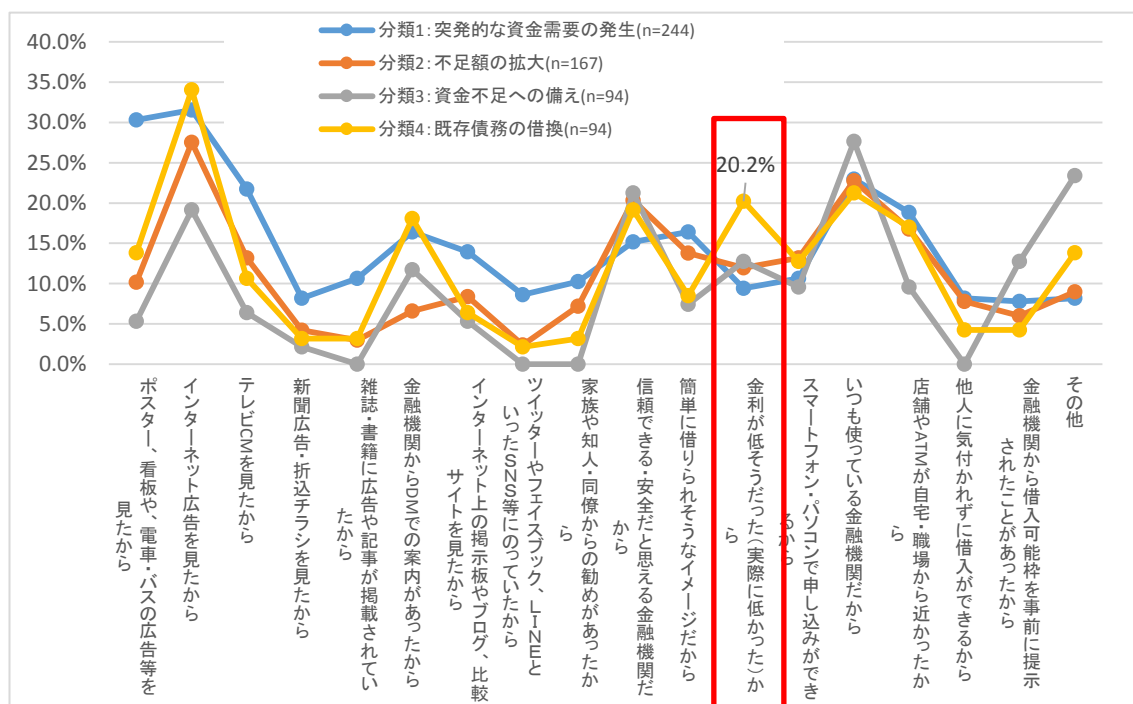
【セグメント分類】

- ・ 分類 1: 突発的な資金需要の発生
- ・ 分類 2: 不足額の拡大
- ・ 分類 3: 資金不足への備え
- ・ 分類 4: 既存債務の借換(※第一章における【借換者】に相当)

2-1 申込先選定理由(比較検討未実施回答者)

直近のカードローン契約時に、「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」と回答した方に対して、申込先金融機関を選定した際の理由について調査したところ、「金利が低そうだった(実際に低かった)から」を選定理由としてあげた割合は、分類 4 回答者で 20.2%と高かったが、その他の分類含め金利以外の要因が借入先選定に強く働いていることが伺える結果となった。

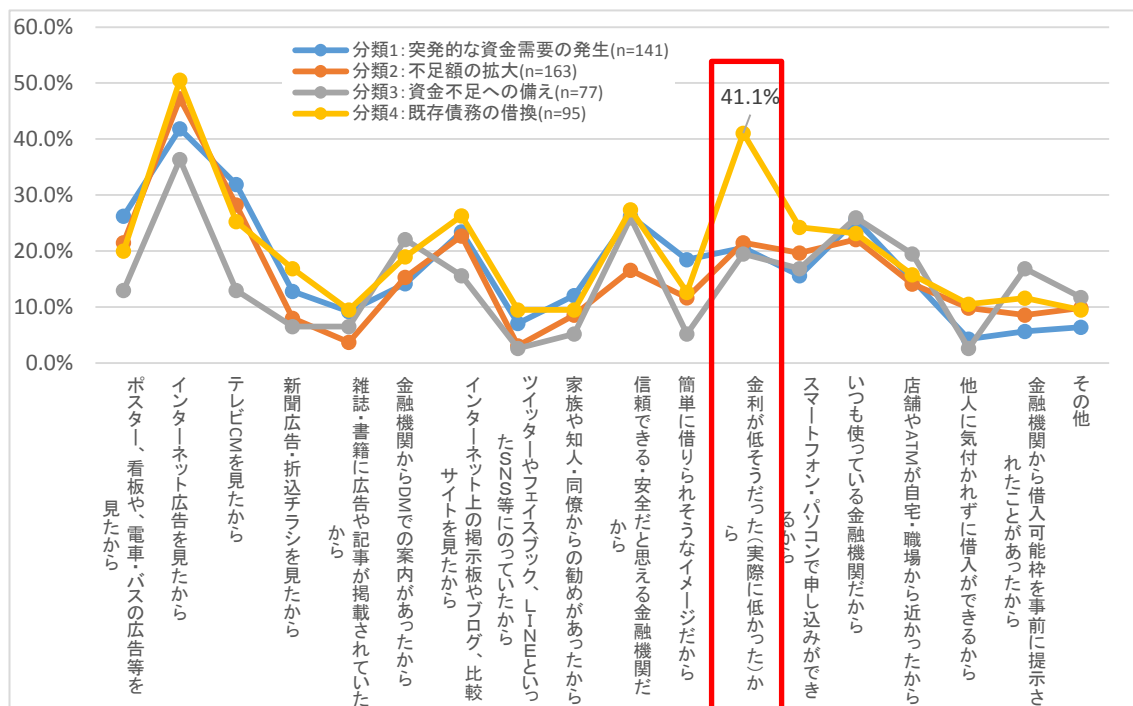
【図表 2-1-1】申込先金融機関の申込理由(複数回答)



2-2比較検討先・申込先選定理由(比較検討実施回答者)

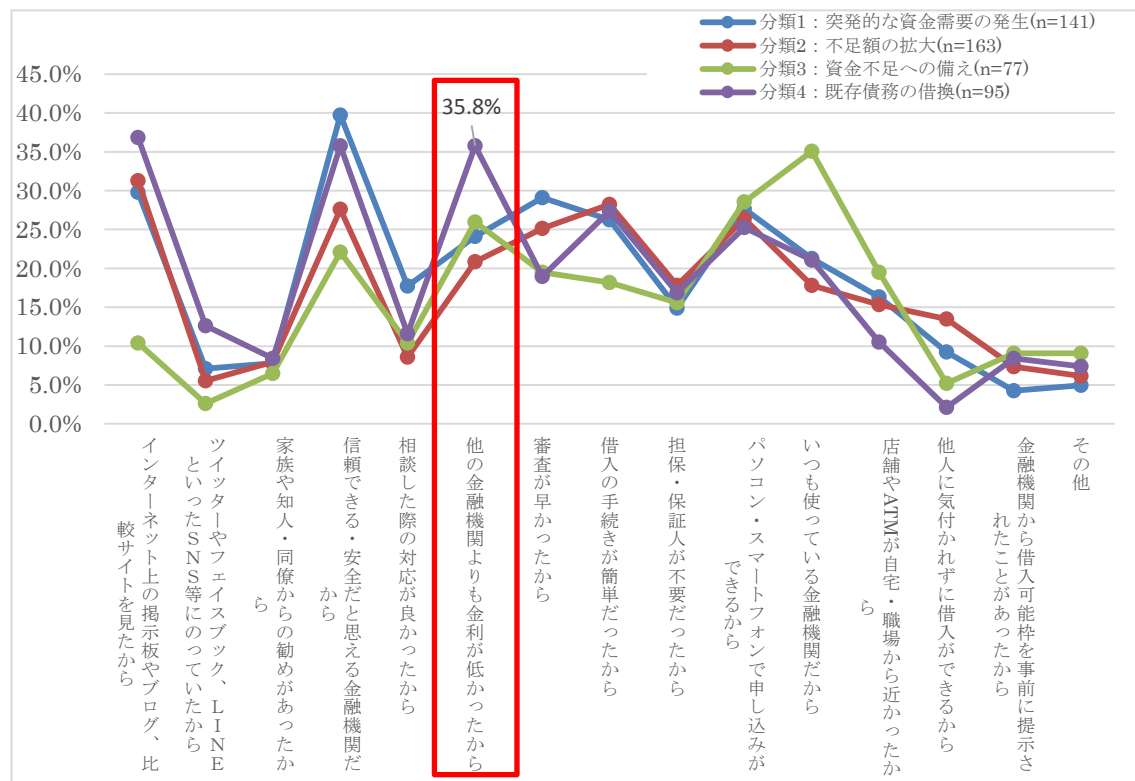
直近のカードローン契約時に、「複数の金融機関を比較し検討した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」と回答した方に対して、比較検討先候補を選定した際の理由について調査したところ、「金利が低そうだった(実際に低かった)から」を選定理由としてあげた割合は、分類4 回答者で 41.1%と高かったが、その他の分類では 20%程度に留まっている。

【図表 2-2-1】比較検討先金融機関の検討理由(複数回答)



また、比較検討の結果、申込先として金融機関を選定した際の理由について調査したところ、「他の金融機関よりも金利が低かったから」を選定理由としてあげた割合は、分類 4 回答者で 35.8%と高かったが、その他の分類含め金利以外の要因が借入先選定に強く働いていることが伺える結果となった。

【図表 2-2-2】申込先金融機関の申込理由(複数回答)

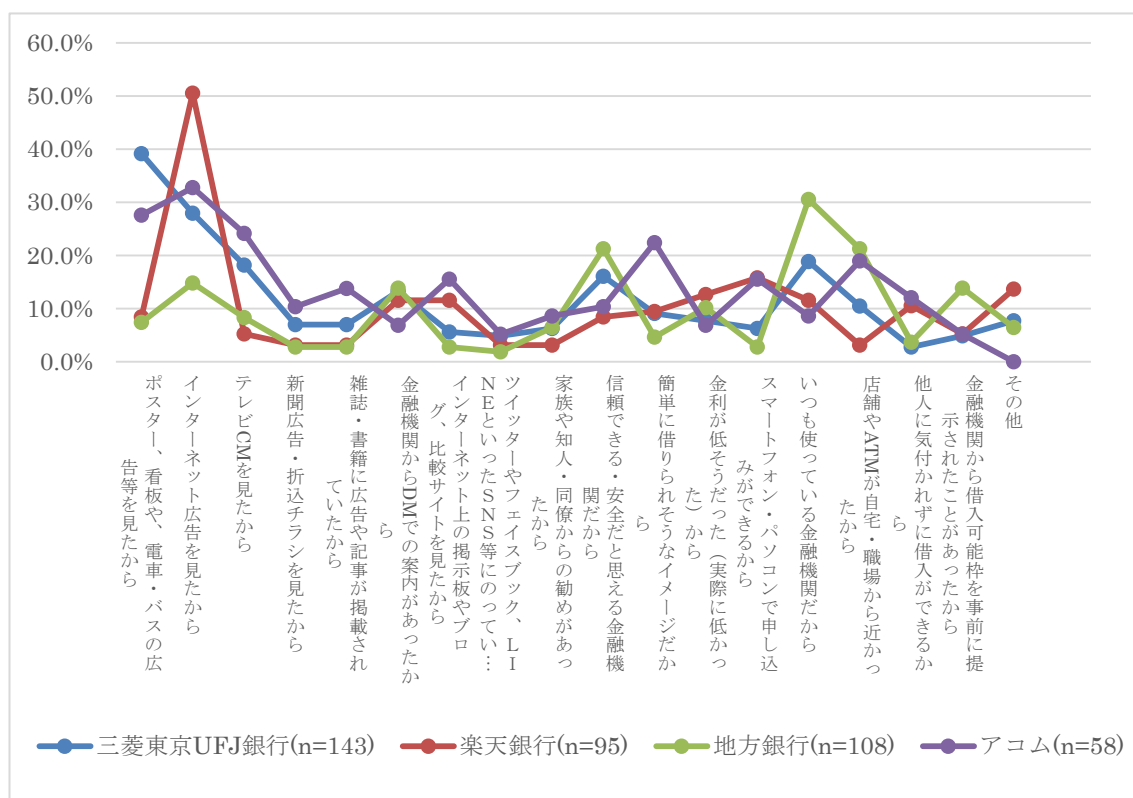


3 金融機関ごとの選定理由

3-1 申込先選定理由(比較検討未実施回答者)

直近のカードローン契約時に、「複数の金融機関を比較することはせず、特定の金融機関にカードローンを申し込んだ」回答者における、申込先金融機関ごとの選定理由を調査したところ、三菱東京UFJ銀行はリアル媒体での広告、楽天銀行はインターネット広告、地方銀行は普段の利用先金融機関であること、アコムは各種広告や手続きが簡便であるイメージが影響して選ばれている結果となった。

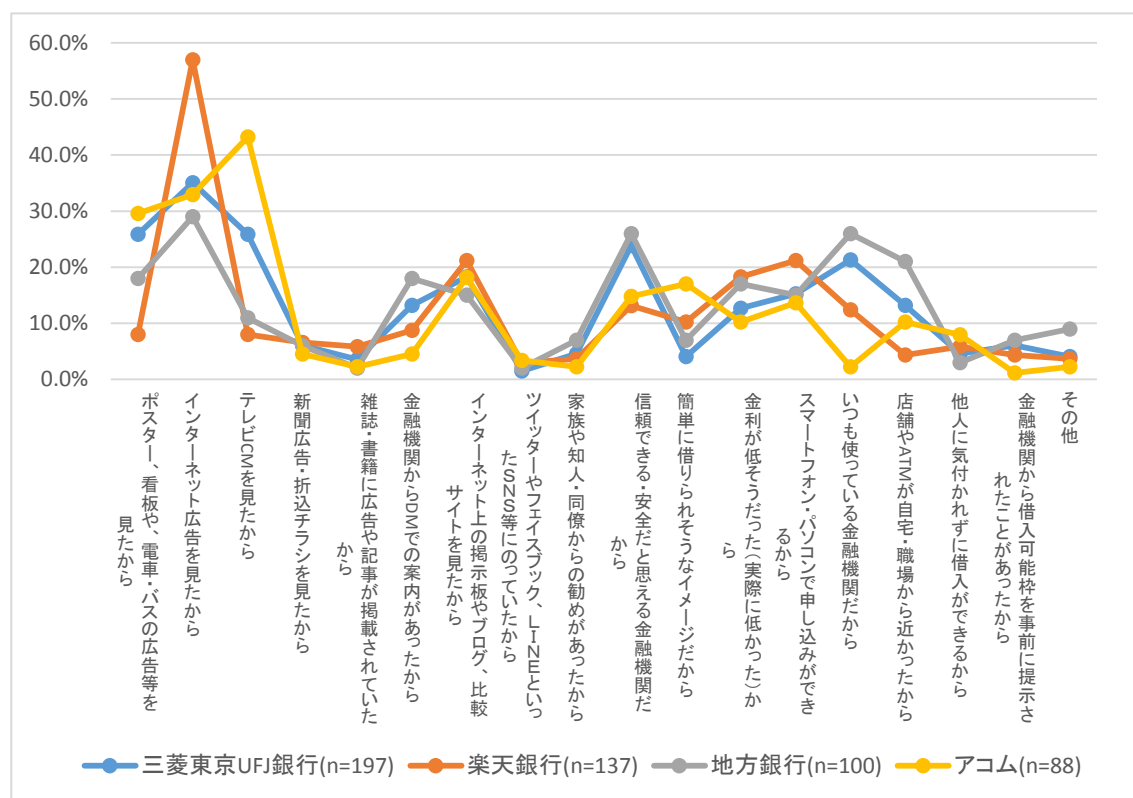
【図表 3-1-1】申込先金融機関の選定理由



3-2比較検討先・申込先選定理由(比較検討実施回答者)

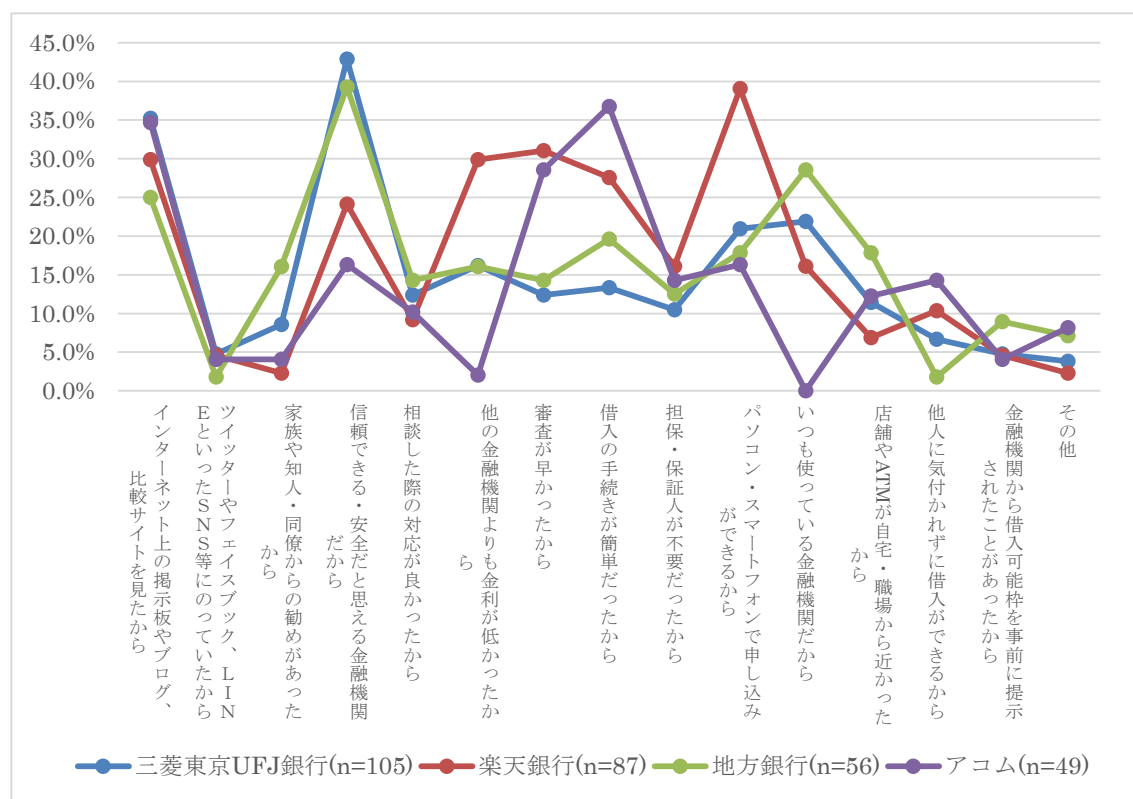
直近のカードローン契約時に「複数の金融機関を比較し検討した上で、カードローンの申込先金融機関を選んだ」回答者における比較検討先金融機関ごとの選定理由を調査したところ、楽天銀行はインターネット広告やインターネット上の評判、アコムはテレビCMによる知名度が評価されて選ばれている結果となった。

【図表 3-2-1】比較検討先金融機関の選定理由



また、申込先金融機関ごとの選定理由について調査したところ、三菱東京UFJ銀行や地方銀行は信頼性、楽天銀行はインターネット経由での申込の利便性、アコムは借入手続きの簡便さが評価されて選ばれている結果となった。

【図表 3-2-2】申込先金融機関の選定理由(複数回答)



以上