

## 2006年消費者金融・カードローン(34社)ブランドパーセプション調査

2006年4月

株式会社日本能率協会総合研究所(代表取締役社長:榮 武男)/MDBネットサーベイでは、消費者金融・カードローンの利用実態を明らかにすることを目的として、2003年に引き続き「2006年 消費者金融・カードローン(34社)ブランドパーセプション調査」を実施しました。当調査では消費者金融・カードローン34社についての認知状況、利用状況、利用意向などを調査するとともに、同34社のブランドパーセプションスコア( )を算出しました。

( )「ブランドパーセプションスコア」とは消費者金融・カードローン34社のブランドイメージ項目(7項目)の回答結果と、今後消費者金融・カードローンを選ぶ際の重視項目(7項目)構成比の結果から算出したスコアです。

### 1. ブランドパーセプションスコアランキングは、2003年・2004年に引き続き「DCキャッシュワン(旧:東京三菱キャッシュワン)」がトップ

調査対象34社のブランドパーセプションスコア(BPS)は「DCキャッシュワン」(BPS: 44208.0)が1位となった。以下、「アイフル」(BPS: 37993.0)、「アコム」(BPS: 37035.5)、「プロミス」(BPS: 35281.0)、「モビット」(BPS: 34773.0)と続いている。34社の平均ブランドパーセプションスコアは15448.1となった。

### 2. 認知率トップ3は「アイフル」「アコム」「武富士」

認知率(「会社の内容や商品などを知っている」+「名前程度は見聞きしたことがある」)が90%以上の消費者金融・カードローンは、「アイフル」,「アコム」,「武富士」,「プロミス」,「ほのぼのレイク」,「モビット」の6社となっている。「会社の内容や商品などを知っている」割合が最も高いのは「アイフル」(30.0%)で、以下、「アコム」(29.8%)、「武富士」(28.7%)と続いている。

### 3. 利用経験率が最も高い消費者金融・カードローンは「アコム」

利用経験率が最も高い消費者金融・カードローンは「アコム」(6.3%)で、以下、「アイフル」(5.3%)、「プロミス」(4.8%)、「武富士」(4.1%)の順となっている。

### 4. 利用意向は「DCキャッシュワン(旧:東京三菱キャッシュワン)」がトップ

利用意向率が最も高い消費者金融・カードローンは「DCキャッシュワン」(10.4%)で、今後利用しないと思う割合が最も低い消費者金融・カードローンも「DCキャッシュワン」

であった。利用意向率の2位以下は「アイフル」(10.3%)、「モビット」(9.4%)、「マイワン」(6.9%)の順となっている。

#### **5. 最も好きな消費者金融・カードローンは「アイフル」**

最も好きな消費者金融・カードローンについてみると、「アイフル」(6.4%)が最も多く、以下「モビット」(3.3%)、「DCキャッシング」(3.0%)、「SAISON」(2.7%)の順となっている。

#### **6. 最近利用した借り先の選択理由は「カードを持っているので」がトップ**

最近利用した借り先の選択理由を尋ねたところ、「カードを持っているので」(49.1%)が最も多く、次いで「いつも利用しているので」(24.3%)、「店舗やATMが便利な場所にあるので」(17.5%)、「金利が低いから」(17.4%)の順となっている。

#### **7. お金の借りた目的は「生活費を補うため」がトップ**

消費者向けローンやキャッシングの利用経験者に対して、お金を借りた目的を尋ねたところ、「生活費を補うため」(28.3%)が最も多くなっている。以下、「交際費・付き合いのための費用として」(16.6%)、「お小遣いを補うため」(12.7%)、「国内旅行・レジャー費用として」(10.3%)の順で2005年の調査と同様の結果となった。

#### **8. 全体の約7割が銀行で借りたい**

消費者向けローンやキャッシングを利用するとしたら、どの借り先を利用するかについてみると、全体の約7割が「銀行」(68.4%)をあげている。以下、「クレジットカード」(22.8%)、「消費者金融」(2.1%)の順で2003年、2005年の調査と同様の結果となった。

#### 調査概要

調査方法 : 小社保有の「MDBネットサーベイ」利用による  
インターネットリサーチ

調査エリア : 全国

調査対象者 : 20歳以上の男女

サンプル数 : 5,644票(有効回収数)

調査実施期間 : 2006年3月7日～3月20日