

付録 調査設計

調査目的

- 無担保ローンのマーケット環境の変化が加速(グレーゾーン金利が撤廃の方向など)する中、成長戦略を探るため、無担保ローン市場におけるブランドポジションを探る。

【無担保ローン市場】

主要企業

- ① 銀行の無担保ローン
- ② 銀行系カードローン会社
- ③ 信販系カードローン会社
- ④ IT系カードローン会社
- ⑤ 消費者金融
- ⑥ クレジットカード会社
- ⑦ キャッシング(クレジット)

主要企業

- ① 三菱東京UFJ銀行、三井住友銀行、みずほ銀行、地方銀行
- ② DCキャッシング、アット(@)ローン、モビット
- ③ オリックスVIPカード
- ④ 楽天クレジット
- ⑤ アコム、プロミス、アイフル、武富士、レイク
- ⑥ DCカード、三井住友VISAカード、JCB、ニコス、セゾンカード
- ⑦ ⑥クレジットカード会社と同じ

調査方法

インターネット調査(クローズ型 モニターサンプリング)

対象者条件

下記の条件を満たす人

- 20~59歳の男女。
- 無担保ローン利用経験者または未経験者
(「無担保ローン」の定義:債務保証が不要な借入。また、クレジットカードによるキャッシングサービスも含む)
- 金融関係者、マスコミ・広告関係者・リサーチ関係に勤務していない

調査エリア

全国

サンプル数

- 3497サンプル(無担保ローン利用経験者:2500サンプル/利用未経験者:997サンプル)

■ サンプルの考え方

- ・ 無担保ローン利用者の出現率が低いため、無条件に対象者を抽出すると全体的にスコアは低くなり、有効な分析ができない可能性がある。
- ・ そこで、調査対象者を「無担保ローン利用経験者」と「未経験者」の2層で用意。
- ・ そのため、本調査実施前に無担保ローン利用者の出現率を把握するため、リクルートを兼ねて事前調査を実施。

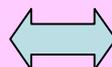
付録 調査割付

■本調査結果を無担保ローンの全国市場構成に即した分析を可能にするため下記の手順で集計を実施。

- ① 全国の20歳～59歳男女の地域別人口構成比を算出し、無担保ローン利用経験者（2500s）、利用未経験者（1000s）をその構成比に合わせ、割付。（算出資料：「2005年3月31日現在の住民基本台帳人口・世帯」）
- ② 予備調査（スクリーニング）の結果から無担保ローン利用経験者と利用未経験者の市場構成比を求め、ウェイトバック値を算出。実施。

■ウェイトバック値の算出について（無担保ローン市場構成）

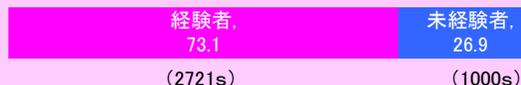
■無担保ローン市場構成比(事前調査結果)



このままでは、市場構成に即した分析はできない

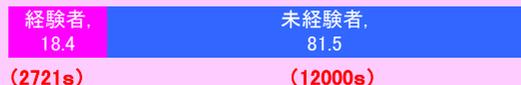
市場構成比(18.4:81.6)から経験者を1とした場合、未経験者は4.4。
サンプル数では、経験者2721に対して未経験者は約12000。
12000/1000(回収未経験者サンプル数)からウェイトバック値12を算出。

■無担保ローン市場構成比(本調査結果)



ウェイトバック集計

■ウェイトバック後市場構成比



【注意】本調査回収数は、割付に対する不足分について人口構成比を元にウェイトバックを実施後の値。（実際は、経験者:2500s、未経験者997s。）

■本調査回収内訳

	無担保ローン利用経験者										合計
	男性					女性					
	20代	30代	40代	50代	小計	20代	30代	40代	50代	小計	
北海道・東北	37	54	60	37	188	37	40	38	8	123	311
関東	114	171	159	139	583	82	102	79	72	335	918
北陸	9	17	19	4	49	9	11	6	6	32	81
中部	32	56	52	62	202	31	38	28	26	123	325
近畿	43	70	60	80	253	36	46	41	34	157	410
中国・四国	23	40	35	30	128	22	23	16	6	67	195
九州	40	45	29	27	141	36	38	33	12	119	260
合計	298	453	414	379	1544	253	298	241	164	956	2500

	無担保ローン利用未経験者										合計	総合計
	男性					女性						
	20代	30代	40代	50代	小計	20代	30代	40代	50代	小計		
北海道・東北	13	13	12	16	54	13	14	14	18	59	113	424
関東	42	48	34	42	166	41	48	37	47	173	339	1257
北陸	5	5	4	6	20	5	5	5	7	22	42	123
中部	17	19	15	19	70	16	19	17	20	72	142	467
近畿	20	22	17	20	79	20	24	19	25	88	167	577
中国・四国	10	10	9	12	41	10	12	11	11	44	85	280
九州	13	13	12	14	52	13	14	14	16	57	109	369
合計	120	130	103	129	482	118	136	117	144	515	997	3497

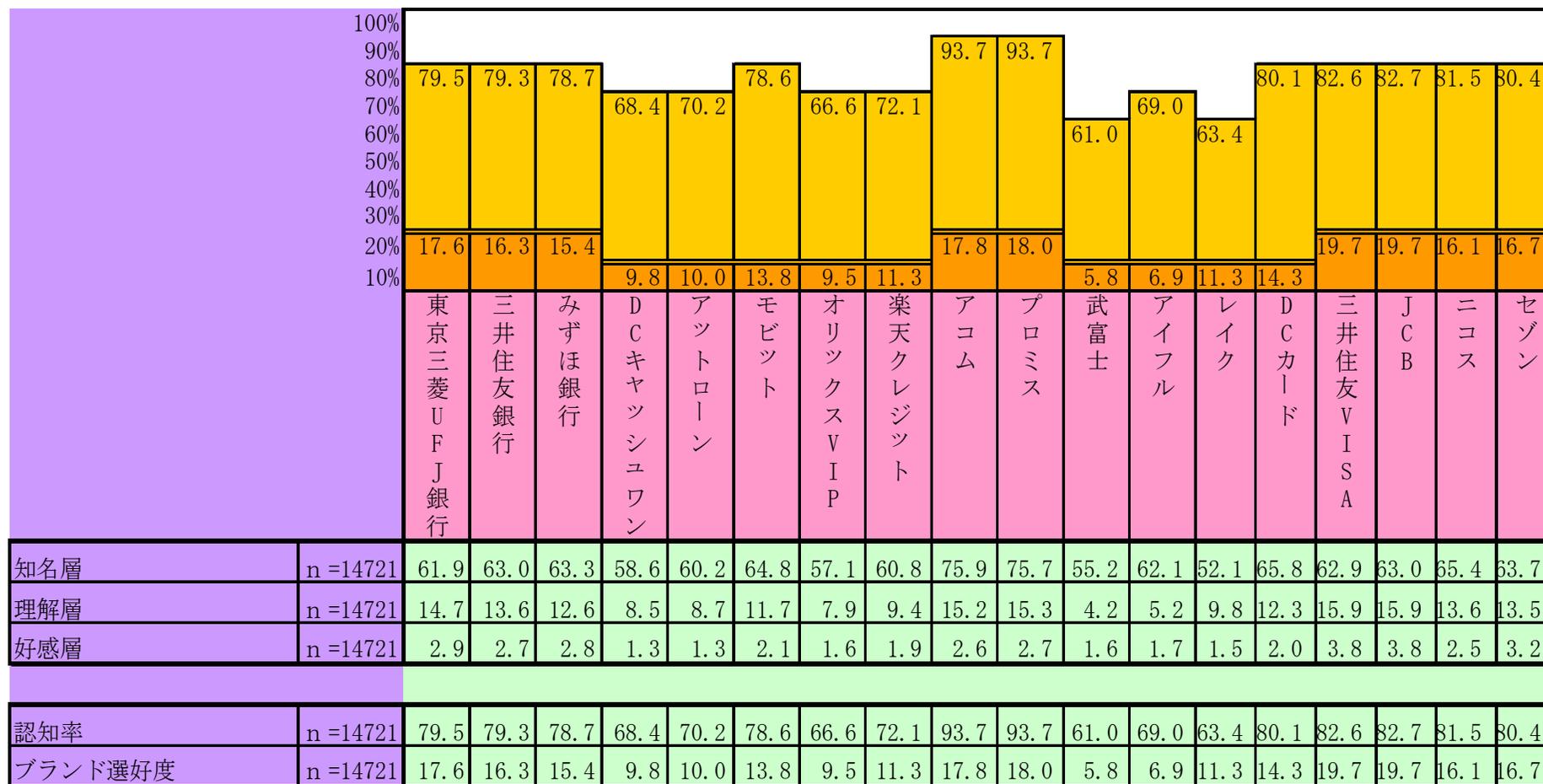
ウェイトバック集計

■ウェイトバック後集計内訳

	無担保ローン利用経験者										合計
	男性					女性					
	20代	30代	40代	50代	小計	20代	30代	40代	50代	小計	
北海道・東北	37	54	60	56	207	37	40	39	36	152	359
関東	114	171	159	139	583	82	102	79	72	335	918
北陸	12	17	19	20	68	10	11	8	13	42	109
中部	32	56	52	62	202	31	38	28	26	123	325
近畿	43	70	60	80	253	36	46	41	34	157	410
中国・四国	23	40	35	50	148	22	23	23	31	99	247
九州	40	45	50	66	201	36	38	35	43	152	353
合計	301	453	435	473	1662	254	298	253	255	1060	2721

	無担保ローン利用未経験者										合計	総合計
	男性					女性						
	20代	30代	40代	50代	小計	20代	30代	40代	50代	小計		
北海道・東北	156	156	144	192	648	156	168	168	216	708	1356	1715
関東	504	576	408	504	1992	492	576	444	564	2076	4068	4986
北陸	60	60	48	72	240	60	60	60	84	264	504	613
中部	204	228	180	228	840	192	228	204	240	864	1704	2029
近畿	240	264	204	240	948	240	288	228	300	1056	2004	2414
中国・四国	120	120	108	144	492	120	144	132	168	564	1056	1303
九州	156	156	144	168	624	156	168	168	192	684	1308	1661
合計	1440	1560	1236	1548	5784	1416	1632	1404	1764	6216	12000	14721

付録1 「無担保ローン会社」 認知・利用状況



知名層＝企業名を聞いたことがある

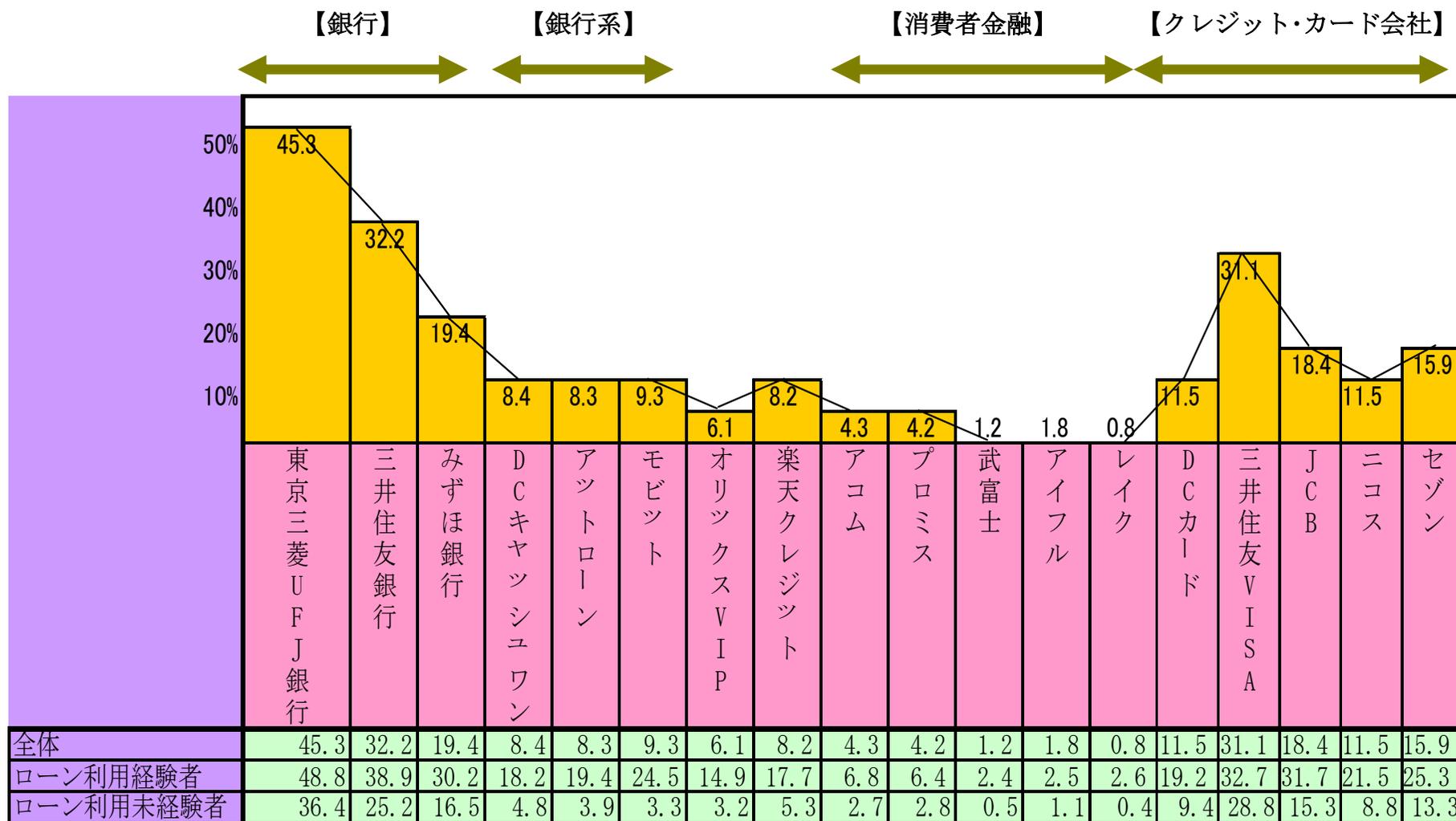
理解層＝商品やサービス内容や特徴をある程度理解している

好感層＝商品やサービスを理解しており、好感を持って利用している

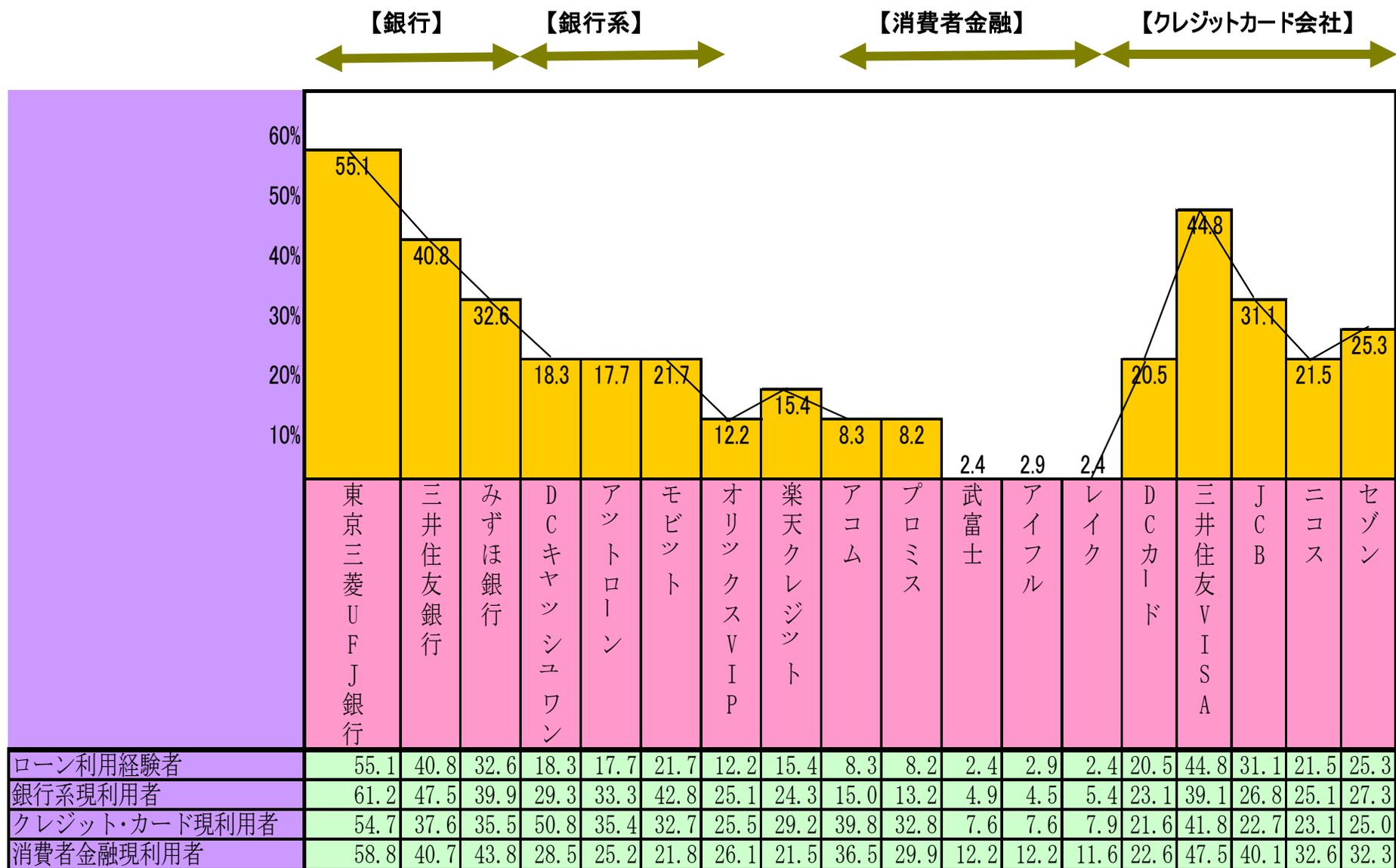
認知率＝知名層+理解層+好感層

ブランド選好＝理解層+好感層

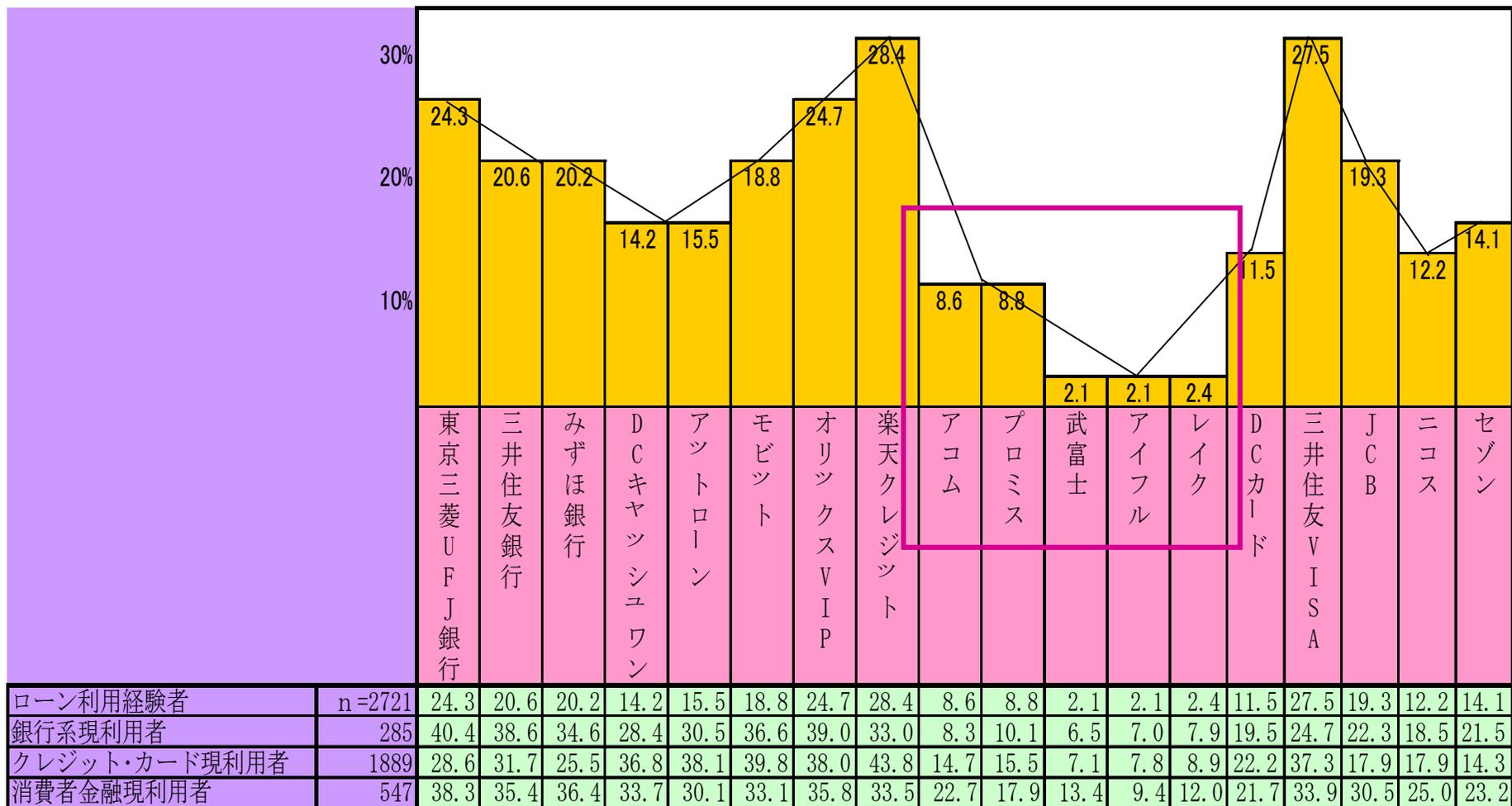
付録2 「無担保ローン会社」好感度【利用経験者+未経験者】



付録3 「無担保ローン会社」好感度【利用経験者】

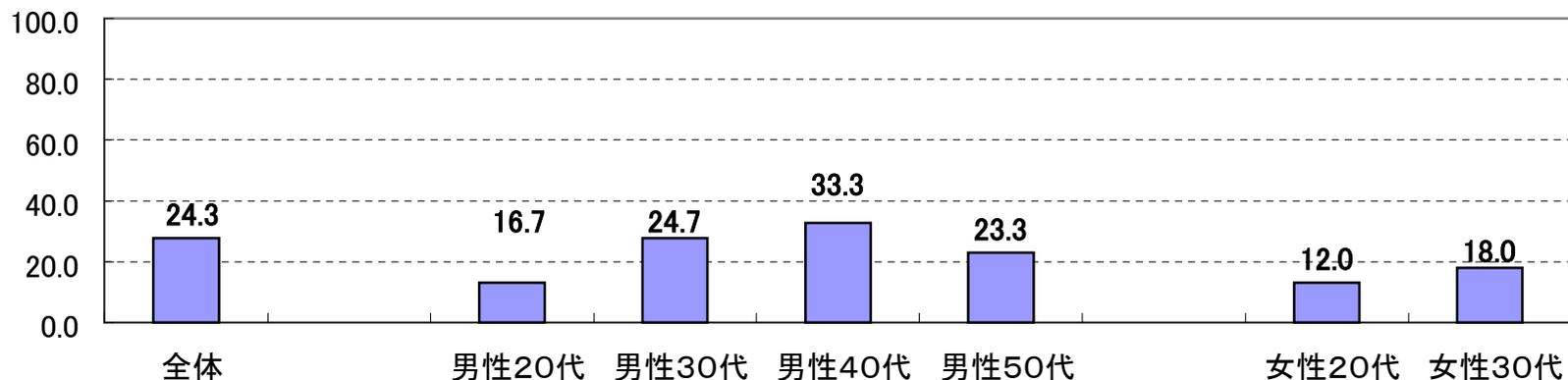


付録4 「会社別無担保ローン」利用意向【利用経験者】

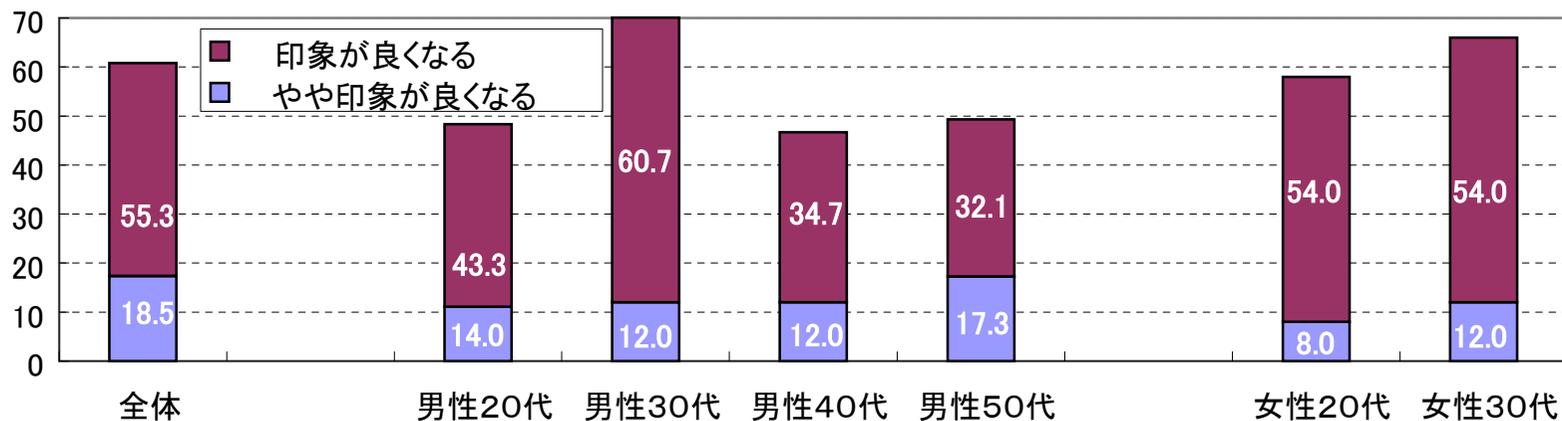


付録5 銀行業との戦略的提携による顧客印象変化【利用経験者+未経験者】

アコム・プロミスが三菱UFJFG、三井住友FGのメンバーであることの認知



三菱UFJグループ、三井住友FGのメンバーであることによる印象変化



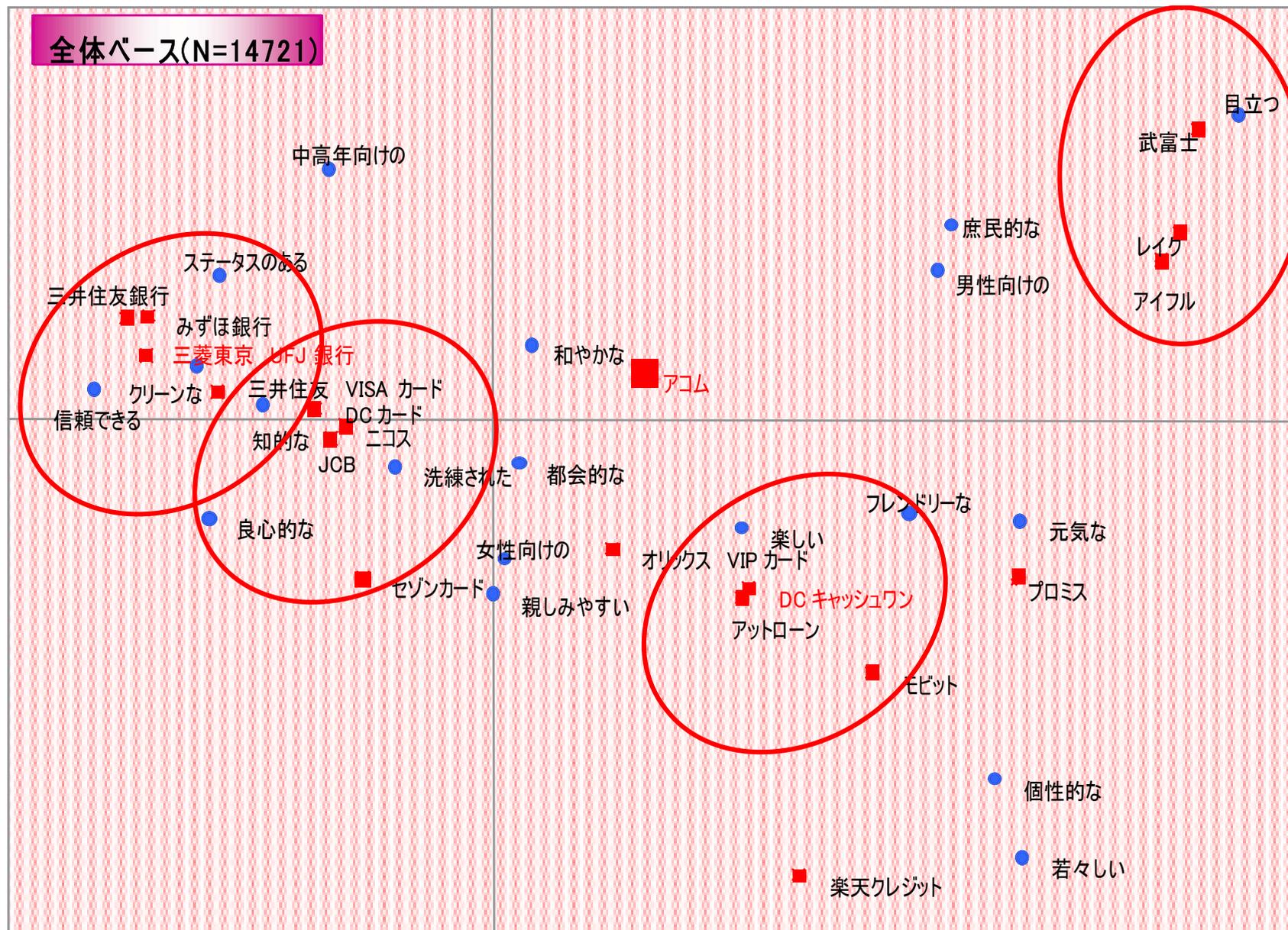
付録6 「無担ローン消費者金融」企業イメージ【利用経験者+未経験者】

	知名度が高い	メジャーな	TVCMをよく見る	店舗をよく見る	広告量が多い	街頭看板をよく見る	活気がある	なじみがある	一流の	広告がよい	明るい	親しみやすい	伝統がある	新聞広告をよく見る	将来性がありそう	車内広告をよく見る	雑誌広告をよく見る	気軽に利用できる
アコム	93.7	77.8	59.8	58.5	46.8	41.3	33.3	40.0	38.3	36.0	25.5	24.8	19.3	16.3	24.5	23.8	24.8	23.5
プロミス	93.7	68.0	65.0	56.4	50.5	47.5	28.8	33.9	32.8	42.8	25.8	22.5	18.0	18.3	22.0	25.3	27.8	23.8
アイフル	74.5	61.6	69.0	44.5	55.8	36.8	24.3	36.8	18.5	45.5	38.0	35.0	18.2	15.0	6.8	14.4	18.9	16.2
武富士	73.3	60.8	23.8	30.7	28.8	35.8	17.0	13.8	15.0	11.3	7.0	8.1	48.3	12.3	3.4	13.8	12.5	7.3
レイク	58.3	44.0	47.0	24.8	38.3	28.8	19.3	20.3	6.3	27.5	26.0	23.8	9.5	7.2	5.3	15.3	11.0	9.0

	好感が持てる	安心・信頼感がある	初めて使うのによい	先進的な	信頼できる	グレード感がある	センスがよい	TVCMが好き	ネット広告をよく見る	窓口サービスがよい	新しい	利用を知られたくない	気軽に利用できない	取り立てが厳しそう	好感が持てない	うさんくさい	将来性がなさそう	センスが悪い	マイナーな	知名度が低い
アコム	22.0	24.8	18.8	11.3	20.8	22.4	10.0	19.8	8.3	16.0	3.5	57.8	41.0	36.8	28.3	17.0	10.0	6.0	2.3	0.5
プロミス	24.5	21.1	14.6	9.0	18.5	18.3	22.3	24.3	9.3	16.8	4.3	58.7	39.8	35.3	28.3	16.8	10.0	10.0	2.2	0.5
アイフル	18.3	12.7	11.3	13.8	12.3	11.5	20.3	26.8	10.5	18.3	6.0	61.3	41.5	49.3	42.0	17.8	22.8	5.8	2.0	0.7
武富士	3.5	4.7	3.5	5.8	4.5	2.3	2.5	4.8	5.5	3.3	0.8	88.5	76.3	88.8	84.5	67.0	44.8	45.3	6.0	1.0
レイク	14.8	8.8	8.3	8.5	6.3	3.8	11.8	16.0	5.3	12.8	5.3	65.8	48.3	40.5	34.0	16.5	27.5	9.0	3.8	2.8

競争優位
競争劣後

付録7 コレスポンドンス分析結果 企業イメージ



付録7 コレスポンドンス分析結果 機能イメージ

全体ベース(N=14721)

