

「第9回 金融機関利用に関する意識調査(平成17年度)」 結果概要

郵政総合研究所では、「第9回 金融機関利用に関する意識調査(平成17年度)」の結果概要を取りまとめました。

この調査は、金融再編・自由化が進む一方、インターネットなど情報通信技術の進展により金融のアクセスチャネルやサービスが多様化する中で、家計の金融機関や金融サービスに対する利用意識や利用動向を分析し、現状を明らかにするとともに、今後のニーズを把握することを目的としており、平成元年度より2年毎に実施しているものです。

< 調査の概要 >

1	調査対象、調査地域及び標本数	(1) 世帯人員2人以上の普通世帯 全国 6,050(世帯) (2) 単身の普通世帯 全国 2,659(世帯)
2	標本抽出方法	層化二段無作為抽出法
3	調査方法	訪問留置法(一部地域は郵送法)
4	調査時期	平成17(2005)年10月11日～11月10日
5	調査項目	(1) 近くにある金融機関 (2) 利用回数が最も多い金融機関 (3) 決済を行っている金融機関 (4) 貯蓄額が最も多い金融機関 (5) 現在利用している金融機関 (6) 最近1年間の金融取引 (7) キャッシュカード・クレジットカードのセキュリティについて (8) インターネットを使った金融サービスについて (9) インターネットショッピングについて (10) インターネットを使ったオークションについて (11) 電子マネーについて (12) ペイジーサービスについて (13) 料金の支払い方法について (14) 生命保険について
6	回収数(回収率)	(1) 世帯人員2人以上の普通世帯 3,182 (52.6%) (2) 単身の普通世帯 827 (31.1%)
7	調査実施機関	株式会社 日本リサーチセンター

(報道機関の方のお問合せ先)

広報部門広報部(報道担当)

電話:(代表)03(3504)4411 (直通)03(3504)4162

(FAX)03(3504)0265

(お客さまからのお問合せ先)

郵政総合研究所 プロジェクト研究部 (担当:大江上席研究員、加藤研究員)

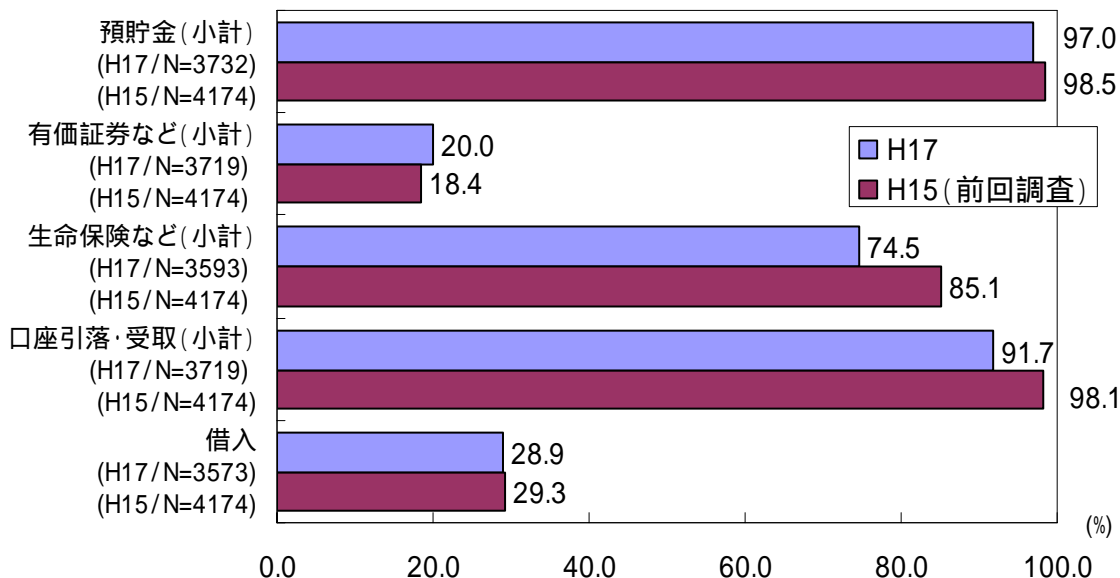
電話:(直通)03(3504)9711 FAX:03(3504)9594

< 主な調査結果 > (母数(N)は不明を除いています)

1 金融機関で行っている取引

- 全世帯について、金融機関で行っている取引についてきいたところ、預貯金、有価証券、生命保険、口座引落・受取、借入の状況は下図のとおりであった。

現在金融機関で行っている取引(複数回答) < 全世帯 >



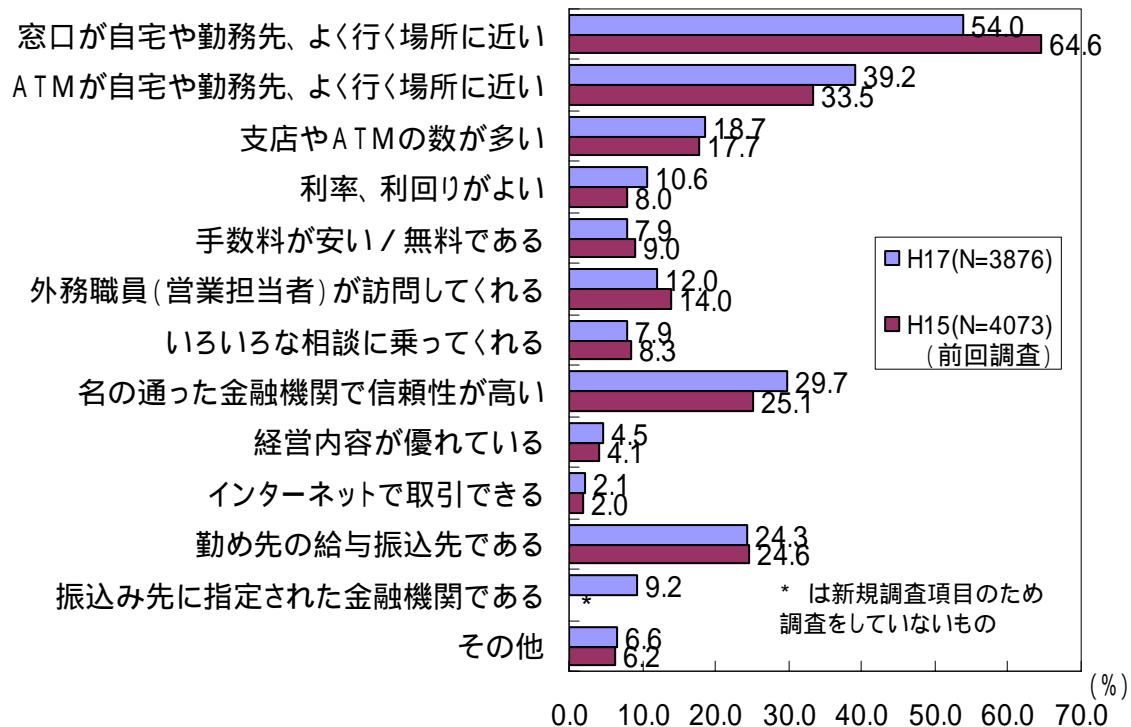
用語の説明

- 預貯金(小計): 普通預貯金、定期性預貯金、財形貯蓄のいずれかを利用 (注: 前回調査(H15)では、寄付金付型預貯金を含む。)
- 有価証券など(小計): 国債、公社債、投資信託、株式、信託商品(金銭信託・貸付信託) 外貨建て商品(外貨預金・外貨建て債券など)のいずれかを購入。
- 生命保険など(小計): 生命保険、個人年金保険、積立型損害保険のいずれかを購入。
- 口座引落・受取(小計): クレジットカードの引落、公共料金の自動引落、給与の自動受取、年金・恩給の自動受取、その他の自動引落(保険料、授業料、家賃、税金等) その他の自動受取(株式の配当、公社債等の利子等)のいずれかを利用。(注: 前回調査(H15)では、その他の自動引落、その他の自動受取を含まない。)

2 金融機関の選択理由

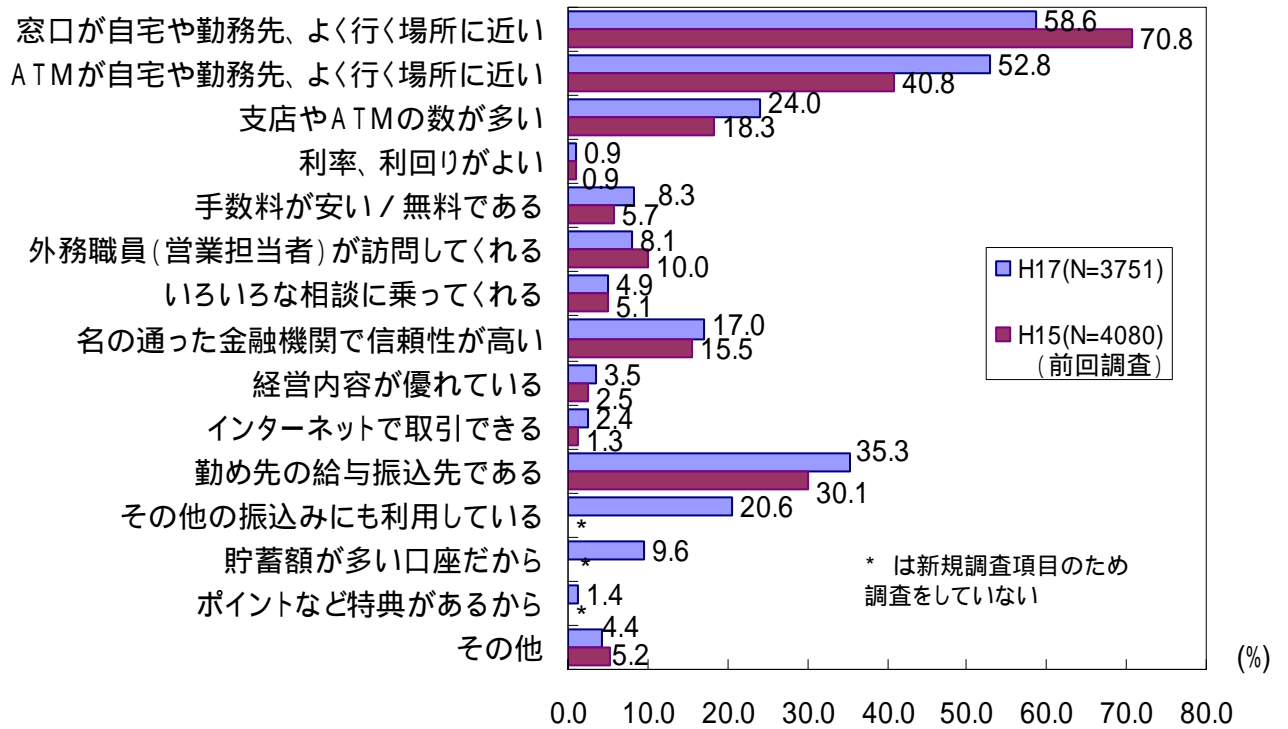
- 全世帯について、「貯蓄額が最も多い金融機関」と「決済口座の利用が最も多い金融機関」の選択理由をみると、どちらとも、「窓口が自宅や勤務先、よく行く場所に近い」と回答した割合が54.0%及び58.6%と最も高いが、前回調査(H15) (64.6%及び70.8%)と比較するとその割合はどちらとも10ポイント余り低下している。また、貯蓄額では、「ATMが自宅や勤務先、よく行く場所に近い(39.2%)」の割合が前回調査(33.5%)に比べ5.7ポイント上昇し、「名の通った金融機関で信頼性が高い(29.7%)」の割合も前回調査(25.1%)に比べ4.6ポイント上昇している。決済口座の利用においては、「ATMが自宅や勤務先、よく行く場所に近い(52.8%)」の割合が前回調査(40.8%)に比べ12.0ポイント上昇し、「支店やATMの数が多い(24.0%)」の割合も前回調査(18.3%)に比べ5.7ポイント上昇している。

貯蓄額が最も多い金融機関を選ぶ理由(複数回答) <全世帯>



決済口座としての利用件数が最も多い金融機関を選んだ理由(複数回答)

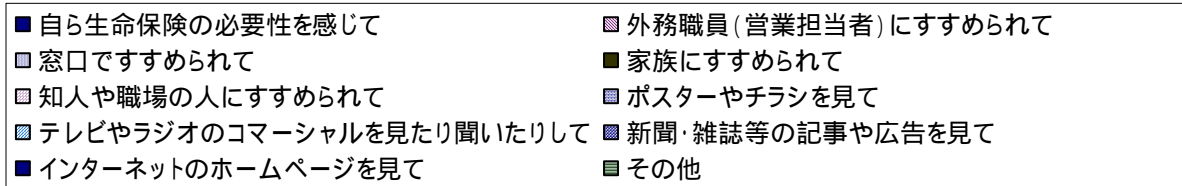
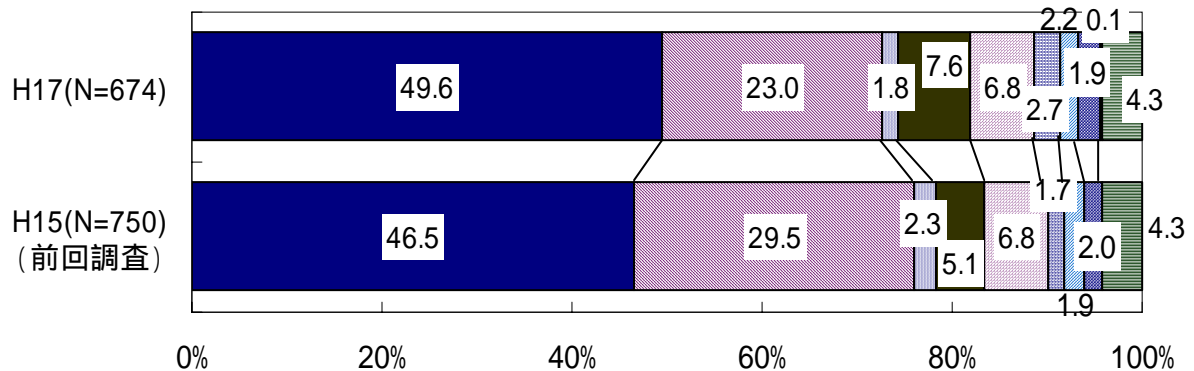
<全世帯>



3 生命保険について

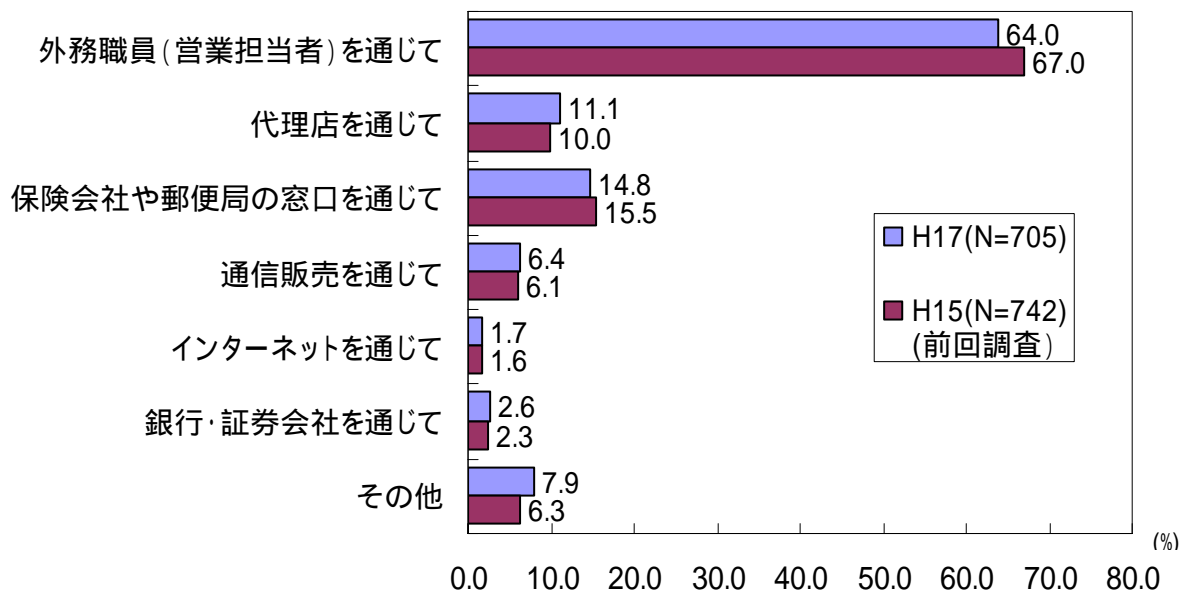
- 全世帯について、1年以内に生命保険に加入した世帯に加入したきっかけをきくと、「自ら生命保険の必要性を感じて」と回答した割合が最も高く約5割であり、前回調査に比べ3.1ポイント上昇している。一方、「外務職員(営業担当者)にすすめられて」と回答した世帯は23.0%であり、前回調査に比べて6.5ポイント低下している。

1年以内に加入した生命保険における加入のきっかけ<全世帯>



- 全世帯について、1年以内に生命保険に加入した世帯に加入方法をきくと、前回調査とほとんど変化は見られないが、前回調査と比べて「外務職員(営業担当者)を通じて」と回答した世帯が3.0ポイント低下、また「保険会社や郵便局の窓口を通じて」と回答した世帯が0.7ポイント低下している。一方、若干ではあるが、「代理店を通じて」と回答した世帯が1.1ポイント、「通信販売を通じて」、「銀行・証券会社を通じて」と回答した世帯がそれぞれ0.3ポイント上昇している。

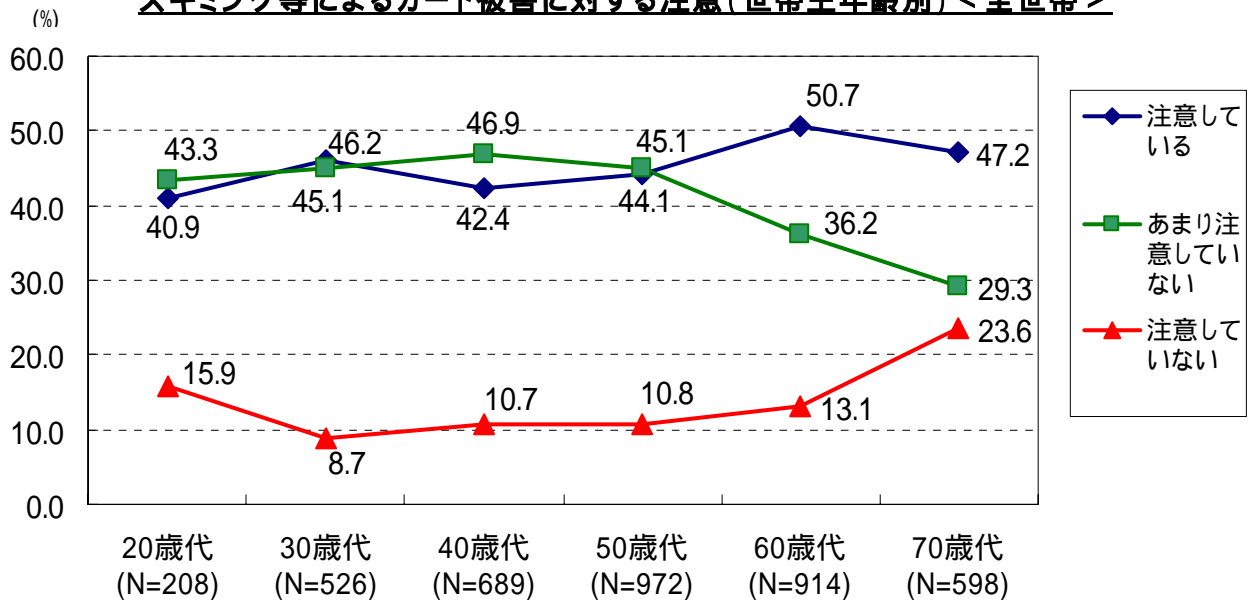
1年以内に加入した生命保険における加入方法(複数回答)<全世帯>



4 キャッシュカード・クレジットカードのセキュリティについて

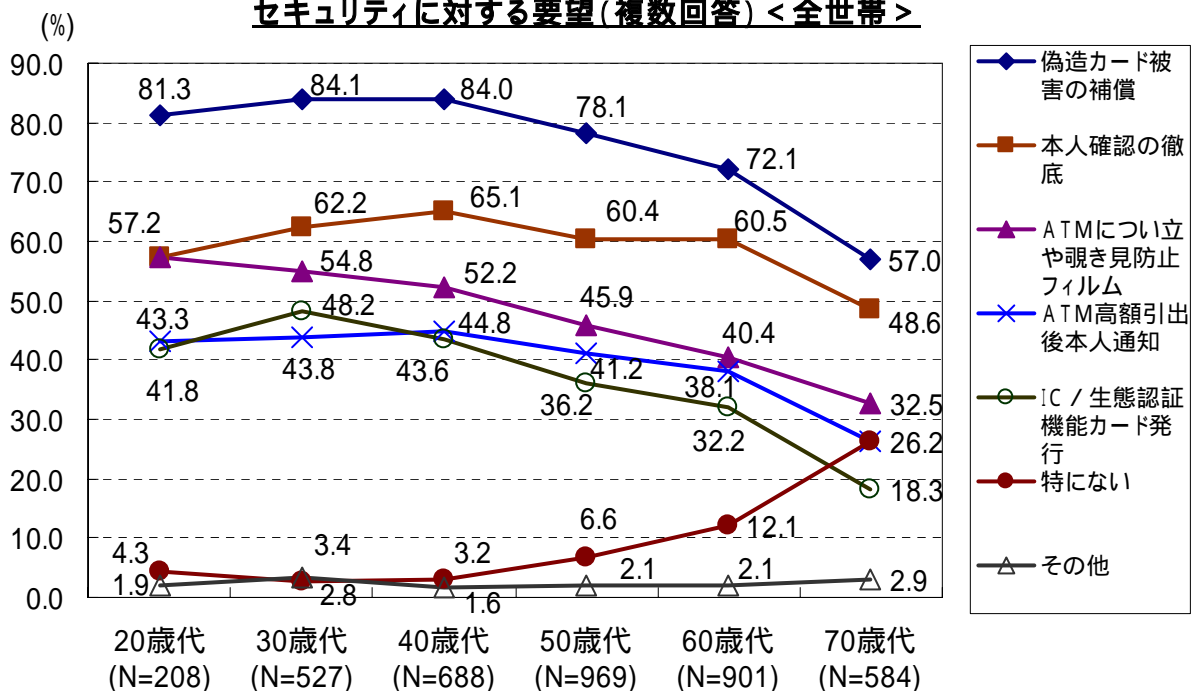
- 全世界帯について、スキミング等によるカード被害に対する意識をきくと、「注意している」と回答した世帯は60歳代、70歳代で多い。一方で「注意していない」と回答した世帯も70歳代で最も多くなっている。

スキミング等によるカード被害に対する注意(世帯主年齢別) <全世界帯>



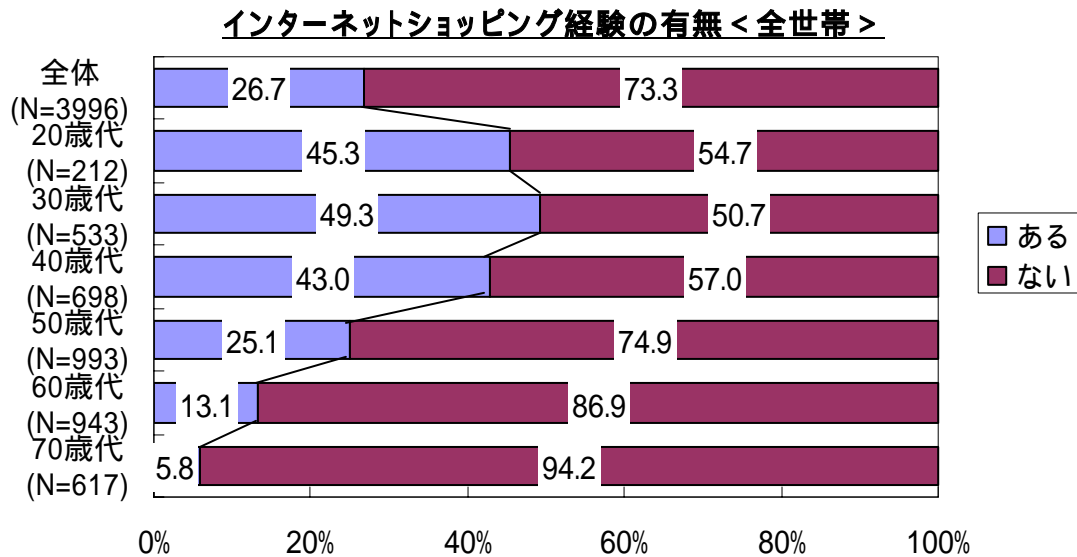
- 金融機関に対するセキュリティに関する要望については、「偽造キャッシュカードによる被害の補償」を回答した世帯が最も高く、特に20歳代から40歳代の割合は8割を超えている。一方、「特になし」と回答した世帯は50歳代から増加し、70歳代では約26%となっている。

セキュリティに対する要望(複数回答) <全世界帯>

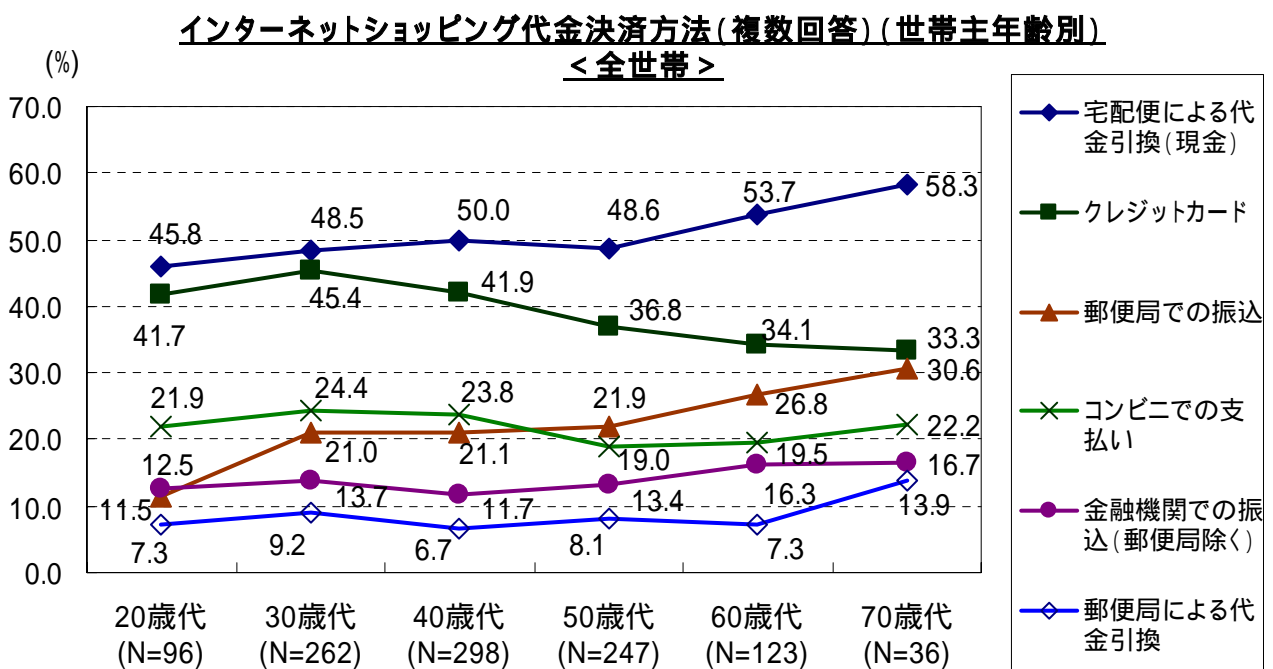


5 インターネットショッピングについて

- 全世帯について、インターネットショッピングの経験の有無を世帯主年齢別にみると、20歳代(45.3%)、30歳代(49.3%)の割合が高く、年代が上がるにつれ経験していない割合が高くなっている。

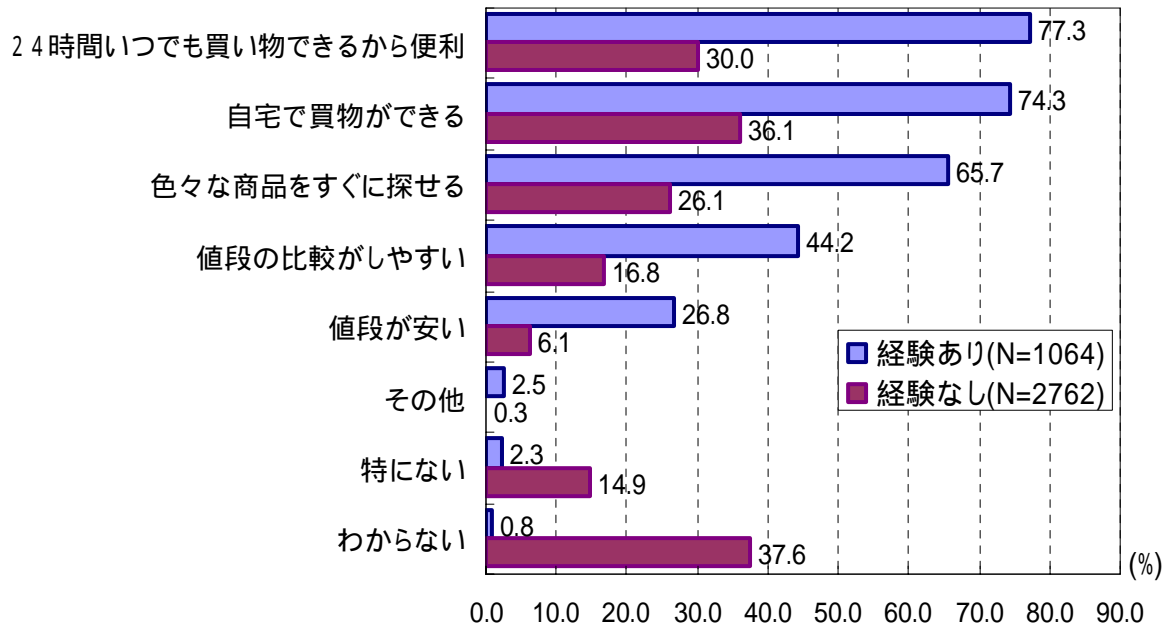


- インターネットショッピングの利用世帯は、代金決済方法としてどの世代も「宅配便による代金引換(現金払い)」を利用する割合が最も高く、次に「クレジットカード(インターネット上での支払い)」を利用する割合が高かった。



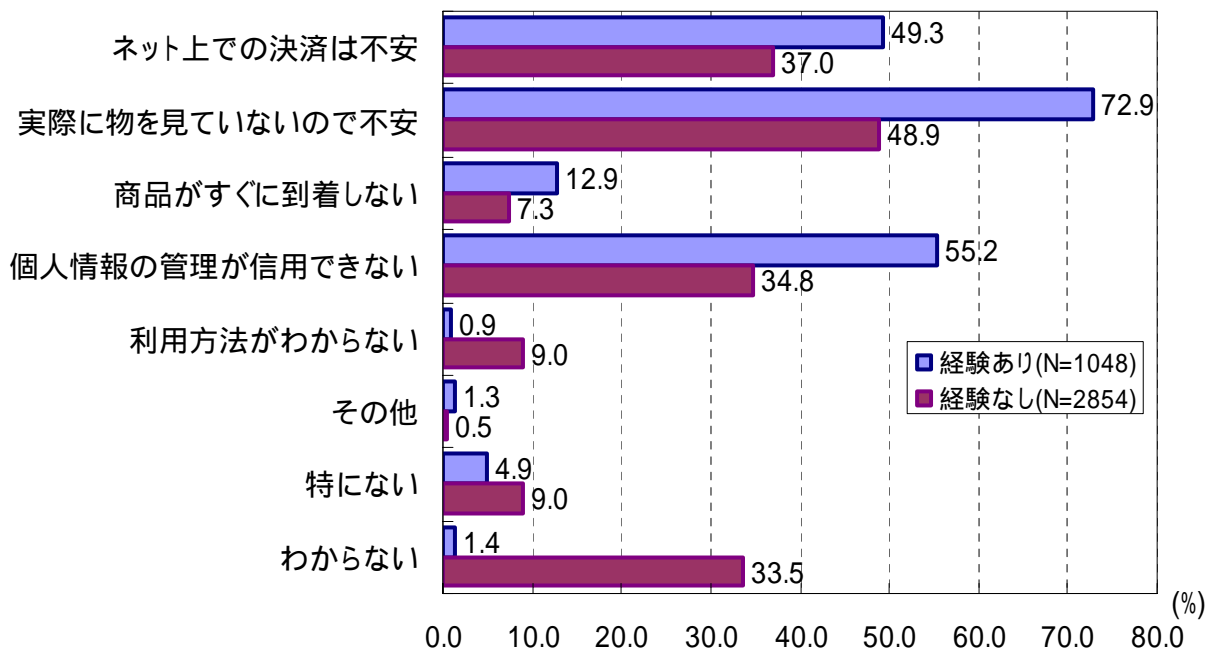
- 全世帯について、インターネットショッピングのメリットをきいたところ、インターネットショッピングを経験している世帯では「24 時間いつでも買い物できるから便利」と回答した割合が 77.3%と最も高く、経験していない世帯では「わからない」と回答した割合が 37.6%と最も高かった。

インターネットショッピング経験の有無別メリットと思うこと(複数回答)
<全世帯>



- 全世帯について、インターネットショッピングのデメリットをきいたところ、インターネットショッピングを経験している世帯及び経験していない世帯とも、「実際に物を見ていないので不安」と回答した割合がそれぞれ約 7 割、約 5 割と最も高く、次にどちらの世帯も、「ネット上での決済は不安」、「個人情報の管理が信用できない」と続いている。

インターネットショッピング経験の有無別デメリットと思うこと(複数回答)
<全世帯>



- 全世帯について、今後インターネットショッピングを行いたいかきいたところ、インターネットショッピングを経験している世帯は「行いたい」と回答した割合が約 77%であった。一方、インターネットショッピングを経験していない世帯では「行いたい」と回答した世帯は約 6%であり、「行うつもりはない」と回答した割合は約 67%であった。

インターネットショッピング経験別今後の意向 < 全世帯 >

