



ポイント獲得のために進む絞りこみ 実績は1位セゾン、2位JCB、3位VISA

近年デパートカードは伸びが著しいが、その実績通り、今回持っていないのは15%にとどまった。スーパー、ショッピングビルのカードや銀行系のクレジットカードをすべて合わせて持っているクレジットカードの総枚数は、平均3.3枚。

所有率でランキングしたところ、セゾン(45%)、VISA、タカシマヤ、JCB、東急TOP、伊勢丹アイの順。有職か否かでクロスさせてみると、専業主婦はデパート系カードが好き、有職主婦は国際カードが好きという傾向がみえる。

では一番よく使うカードは何かを聞くと、トップがセゾン。年会費無料で店舗のネットワークカが人気の理由。2位にJCB。加盟店が多く、飲食店や遊園地、スポーツクラブなどレジャーにも利用できるメリットが大きい。サインレスのシステムがいち早く導入された点も見逃せない。3位VISAは国際カードとしての汎用性が大きい。写真入りカードへの取り組みも好評だ。ダイエーOMCが所有率の割に使われている点も注目したい。

よく使う理由は、なんといってもポイント獲得が一番である。そして、家から近い、あるいはターミナルに位置する店を決めて使うケースが多い。

デパート系と銀行系を使い分け

しかし、この不況下、使い分けに工夫をこらしている主婦も多い。流通系、なかでもデパートカードと銀行系のカードを使い分けしている例が多く見られた。

調査概要

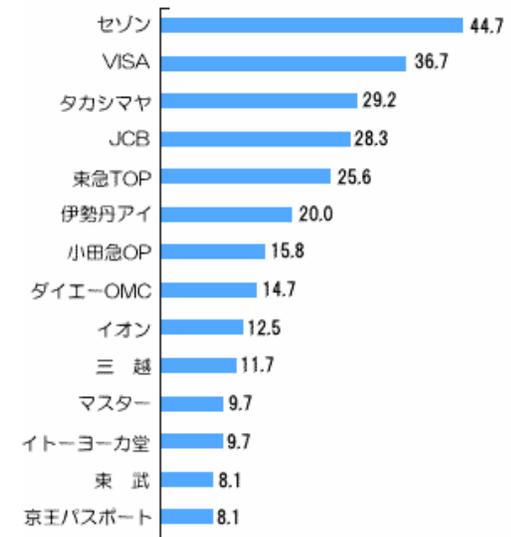
リビング新聞2001年12月1日付(首都圏2版)紙面掲載アンケート。応募総数152通と、クチコミ通信員(FAXモニター)へ331通発送、267通回収の合計からプロフィールの明らかな360通を抽出、集計

年代層 20代21.1%、30代32.8%、40代19.7%、50代21.7%、60代以上4.7%

職業構成 主婦専業61.9%、パート勤務20.0%、フルタイム勤務11.4%、自由・自営5.3%、在宅勤務1.4%

住所 東京23区19.4%、東京都下25.3%、神奈川県9.4%、千葉県19.2%、埼玉県6.7%

所有しているカード (%) 複数回答 n=360



リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430



< 調査項目 >

1. 所有のデパートカード(全体) (年代別)(有/無職主婦別)
2. 所有のデパートカード(所有者内) (年代別)(有/無職主婦別)
3. スーパー・ショッピングビルのクレジットカード所有の有無 (年代別)(有/無職主婦別)
4. 所有のスーパー等のカード名 (年代別)(有/無職主婦別)
5. 上記以外にJCBやVISAのクレジットカード所有の有無 (年代別)(有/無職主婦別)
6. 5で「ある」回答者 所有のクレジットカード名 (年代別)(有/無職主婦別)
7. 一番よく使用するカード (年代別)(有/無職主婦別)
8. よく使用する理由 (年代別)(有/無職主婦別)
9. クレジットカードの所有枚数 (年代別)(有/無職主婦別)
10. 使い分け実例 (年代別)(有/無職主婦別)
11. 1回の購入上限金額 (年代別)(有/無職主婦別)
12. 1年前との使用頻度の比較 (年代別)(有/無職主婦別)
13. 使用することが増えた理由 (年代別)(有/無職主婦別)
14. 使用することが減った理由 (年代別)(有/無職主婦別)
15. やめようと思っているカード名 (年代別)(有/無職主婦別)
16. やめる理由 (年代別)(有/無職主婦別)
17. カードに関するトラブルの有無 (年代別)(有/無職主婦別)
18. トラブル内容 (年代別)(有/無職主婦別)
19. トラブル処理方法 (年代別)(有/無職主婦別)
20. 使ってみてよかった会員サービス (年代別)(有/無職主婦別)
21. カードの不満 (年代別)(有/無職主婦別)

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

【問い合わせ】 TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430