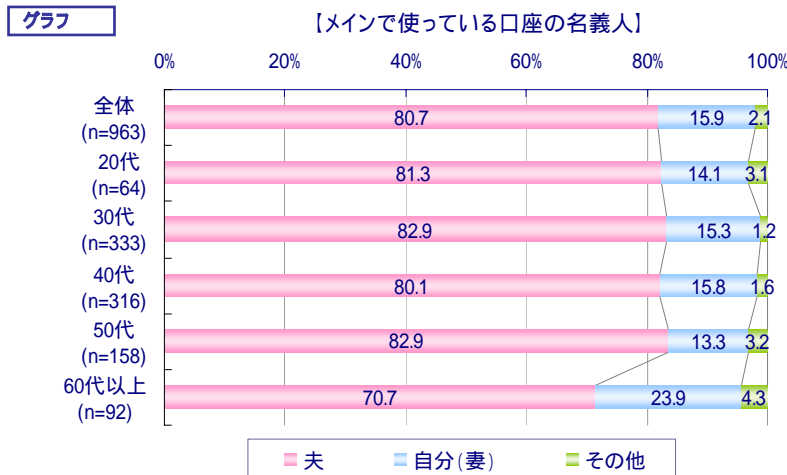
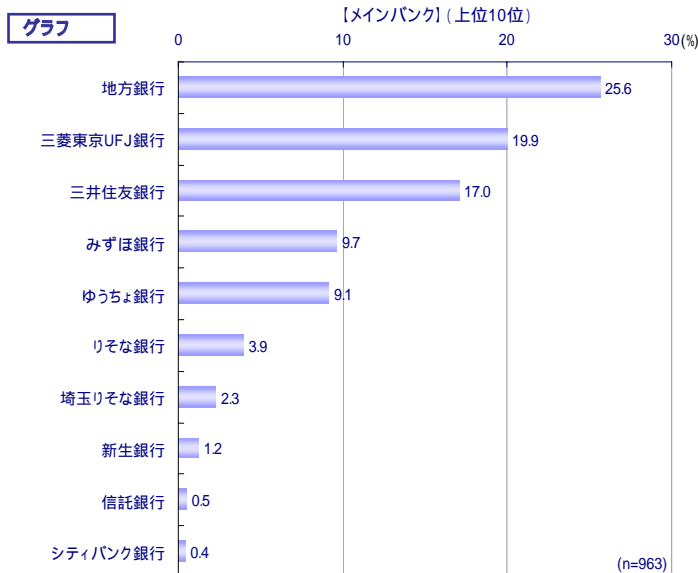
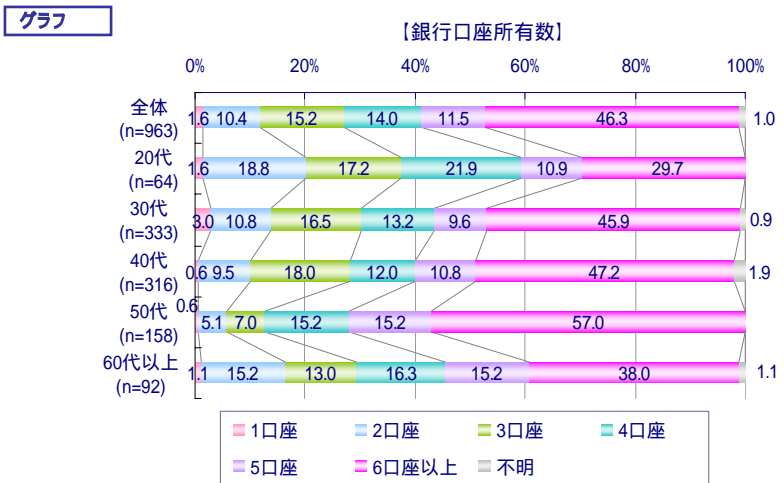
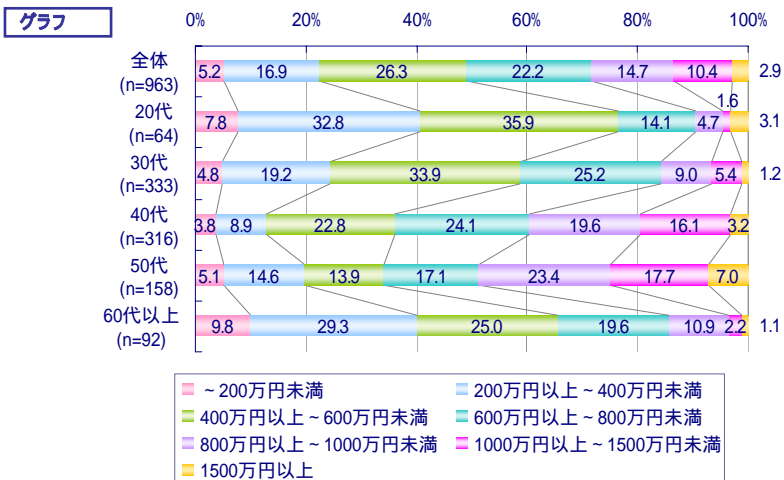




全国の既婚女性963人に、メインバンクの利用について聞いた。

【回答者プロフィール】



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

<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6%、30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
子供の有無: 子供あり 73.3%、子供なし 26.7%

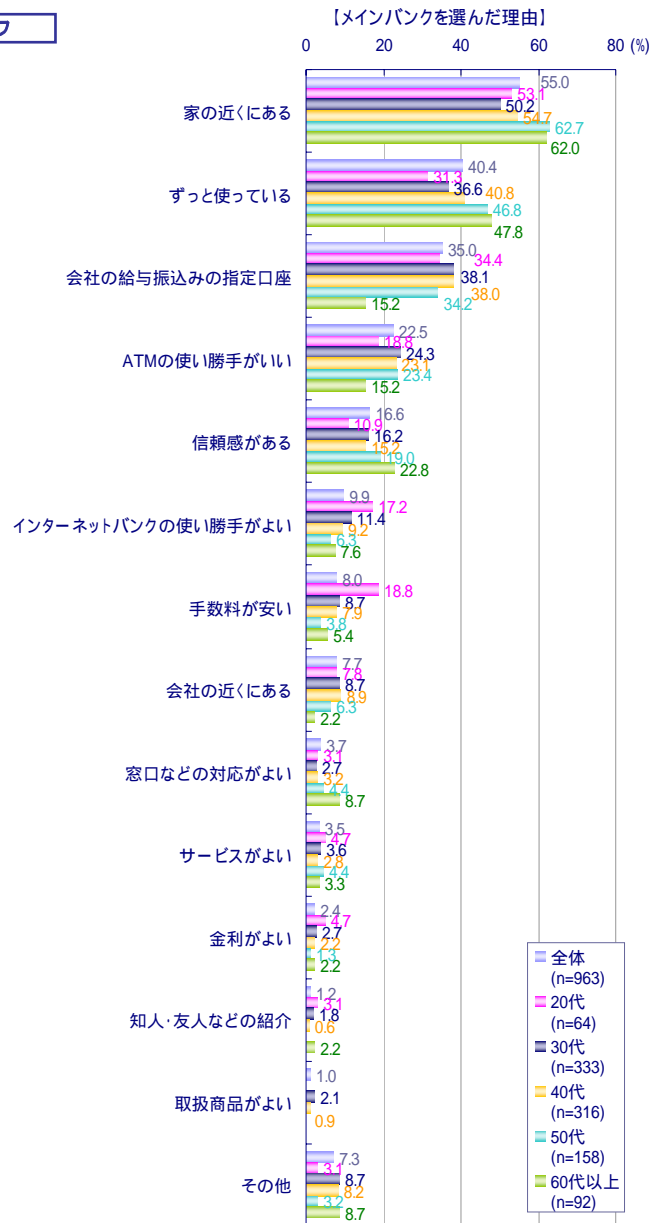


メインバンクを選んだ理由のトップは、「家の近くにある」55.0%

メインバンクを選んだ理由を複数回答で聞いた。全体で最も多くなったのは、「家の近くにある」で55.0%。次いで、「ずっと使っている」40.4%、「会社の給与振込みの指定口座」35.0%と続く。

年代別に見て、20代では、「インターネットバンクの使い勝手がよい」「手数料が安い」が他の年代より多かったことである。また、50代・60代以上では、「家の近くにある」「ずっと使っている」「信頼感がある」が他の年代より多くなっていた。(グラフ)

グラフ



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6%、30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%、平均年齢 43.4歳
 居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
 近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
 働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
 子供の有無: 子供あり 73.3%、子供なし 26.7%

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

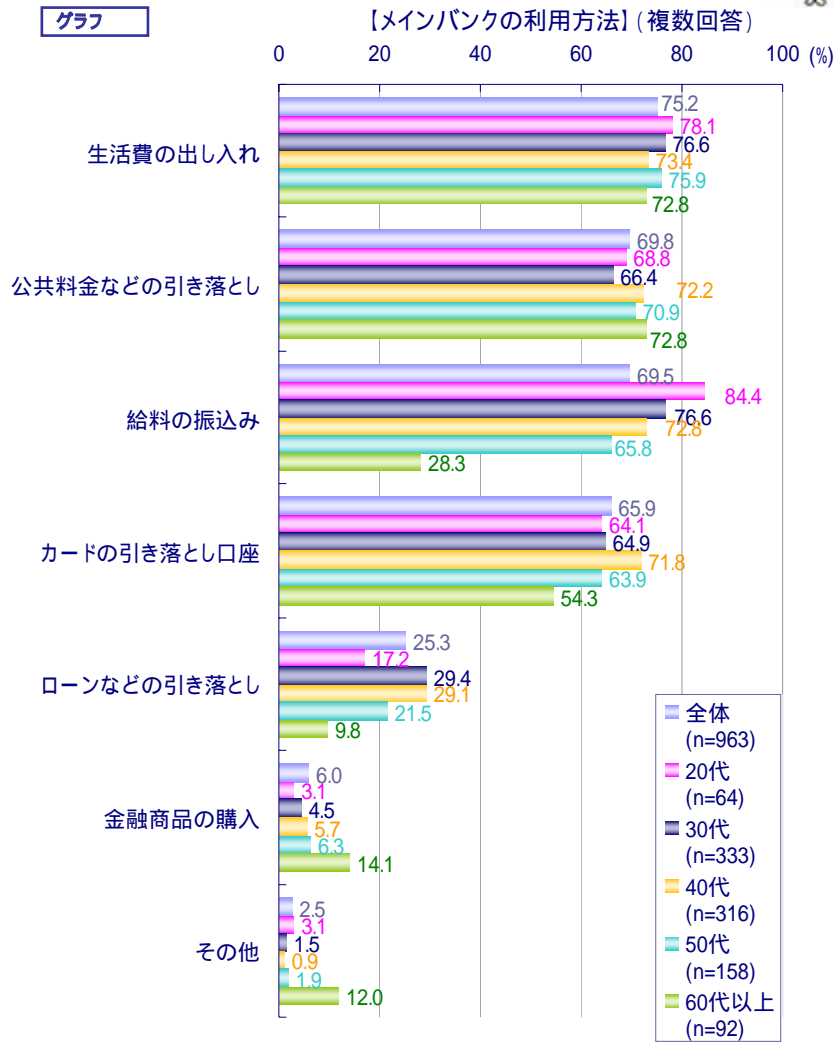


メインバンクの利用方法のトップは、「生活費の出し入れ」75.2%

メインバンクの利用方法を複数回答で聞いた。トップは、「生活費の出し入れ」75.2%。次いで、「公共料金などの引き落とし」69.8%、「給料の振込み」69.5%と続く。

年代別での大きな違いはあまりないが、20代は「給料の振込み」が84.4%で他の年代より多く、「ローンなどの引き落とし」は少なくなっている。60代以上では、「給料の振込み」「カードの引き落とし」「ローンなどの引き落とし」は他の年代より少ないが、「金融商品の購入」は14.1%となっている。(グラフ)

グラフ



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%、平均年齢 43.4歳
 居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
 近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
 働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
 子供の有無: 子供あり 73.3% 子供なし 26.7%

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



1ヶ月間の銀行窓口の利用は、「0回」55.6%でトップ

1ヶ月間の銀行窓口の利用は、最も多かったのが「0回」55.6%であった。次いで、「1回」23.9%、「2回」9.3%と続く。

年代別では、「0回」の回答は20代から40代は、約6割程度だが、50代・60代以上になると、「1回」「2回」「3~5回」が多くなっている。(グラフ)

1ヶ月間のATMの利用は、「3~5回」がトップで40.4%

1ヶ月間のATMの利用について聞くと、最も多かったのが「3~5回」で40.4%。次いで、「2回」25.1%、「1回」18.9%と続く。年代別でも、同じ傾向が見られた。(グラフ)

<回答者プロフィール>

年齢:20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
居住地:北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
働き方:専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
子供の有無:子供あり 73.3% 子供なし 26.7%

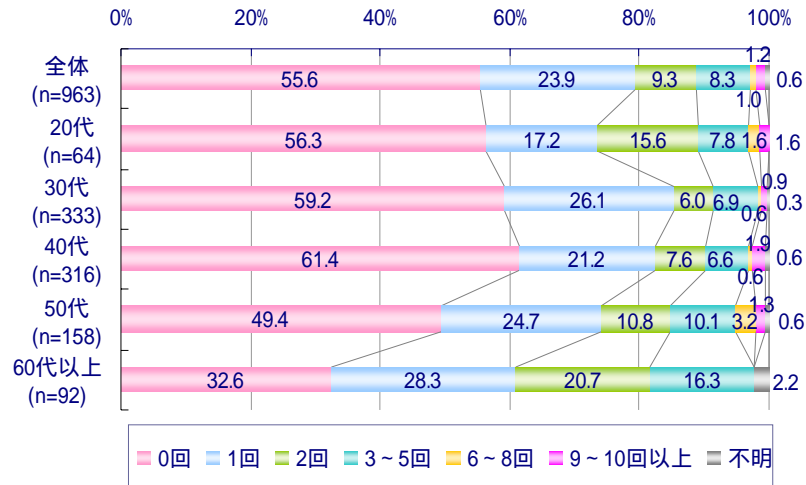
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問い合わせ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

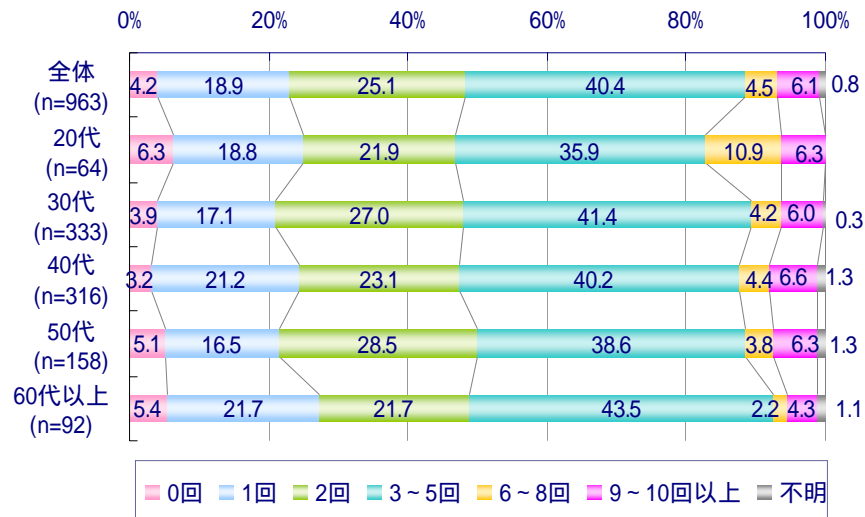
グラフ

【1ヶ月間の銀行窓口の利用回数】



グラフ

【1ヶ月のATMの利用回数】





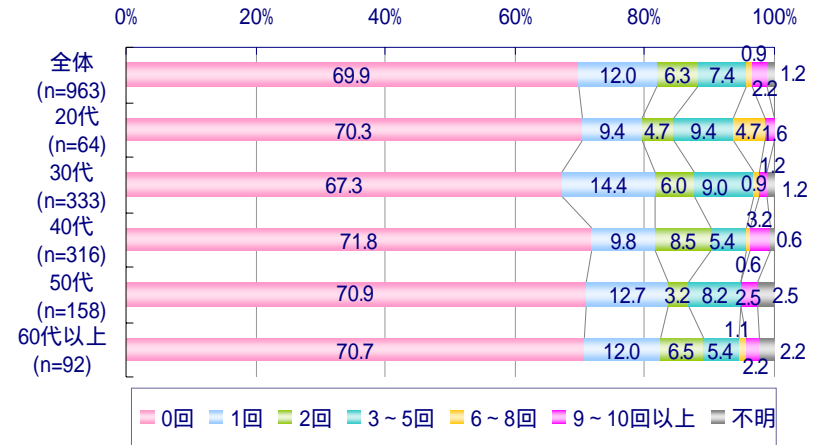
1ヶ月間のインターネットバンキングの利用は、「0回」69.9%

インターネットバンキングの利用については、1ヶ月間で「0回」が69.9%で最も多かった。次いで、「1回」12.0%、「3～5回」7.4%と続く。

年代別での大きな違いは、見られなかった。(グラフ)

グラフ

【1ヶ月間のインターネットバンキングの利用】



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

<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
子供の有無: 子供あり 73.3% 子供なし 26.7%



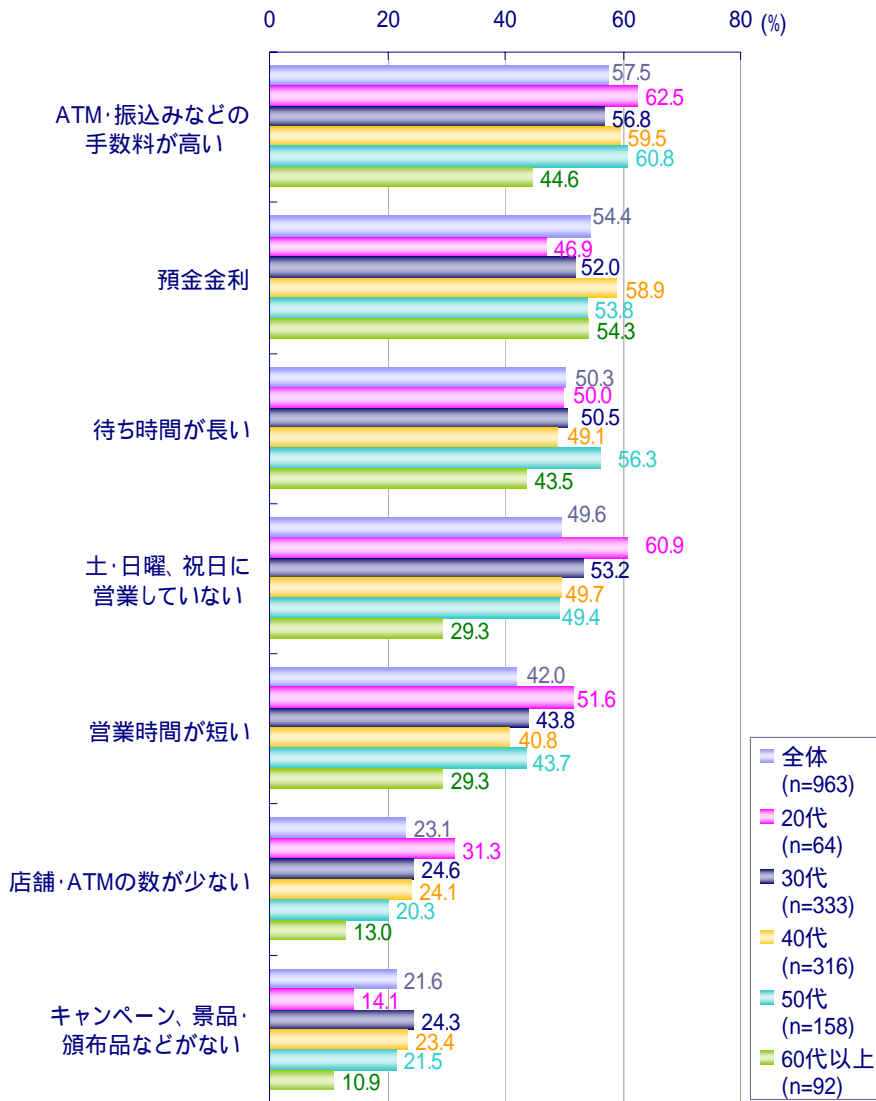
銀行について不満に思うことのトップは、「ATM・振込みなどの手数料が高い」57.5%

銀行で不満に思うことを聞いたところ、トップは、「ATM・振込みなどの手数料が高い」で57.5%、次いで「預金金利」54.4%、「待ち時間が長い」50.3%と続く。

年代別では、20代は「土・日曜、祝日に営業していない」「営業時間が短い」「店舗・ATMが少ない」に他の年代よりも多くの人々が不満を持っており、40代は「預金金利」、50代は「待ち時間が長い」に不満を持っている人が他の年代より目立つ。(グラフ)

グラフ

【銀行について不満に思うこと】(複数回答) 上位7位



<回答者プロフィール>

年齢: 20代 6.6% 30代 34.6%、40代 32.8%、50代 16.4%、60代以上 9.6%。平均年齢 43.4歳
 居住地: 北海道 1.9%、東北 3.1%、関東 48.8%、北陸 0.8%、甲信 0.3%、東海 7.2%、
 近畿 26.3%、中国 3.0%、四国 2.9%、九州 5.6%、沖縄 0.1%
 働き方: 専業主婦 60.6%、フルタイム 16.2%、パート・アルバイト 20.8%、その他 2.4%
 子供の有無: 子供あり 73.3% 子供なし 26.7%

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