



## コンビニ ATM 利用者の特徴

三井住友銀行が1999年3月にコンビニのATMに設置したのをきっかけに、各金融機関が設置・提携によって、コンビニでも現金の取扱ができるよう進めてきた。  
現在アイワイバンク銀行では、セブンイレブン・イトーヨーカ堂を中心として6000台を設置するまでになっており、また日本郵政公社と三井住友銀行、アイワイバンク銀行が提携、相互のATMで現金を扱えるようになるなど、今後の利便性も高まりつつある。

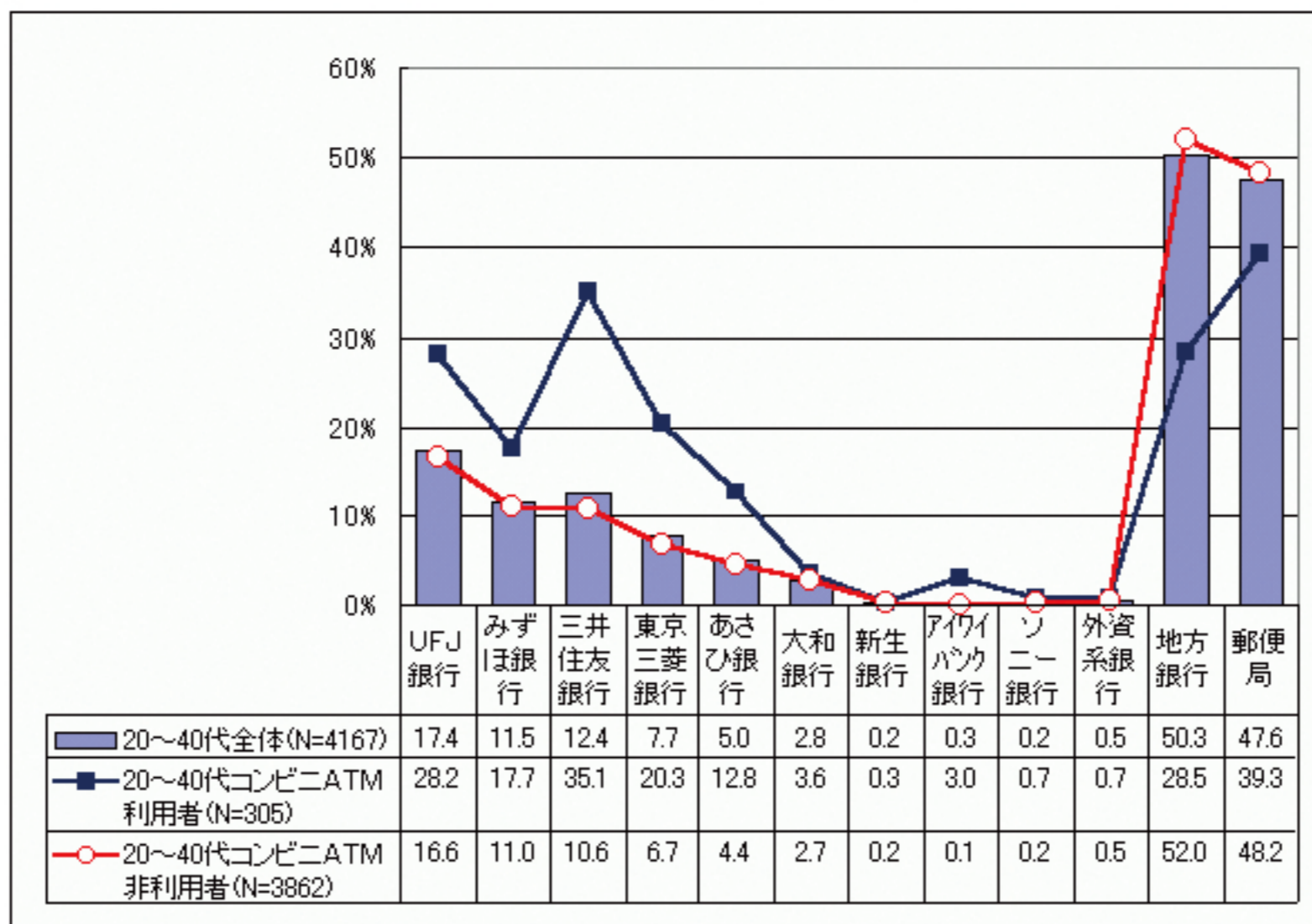
今回は「JNNデータバンク2002」を利用して、「コンビニATM利用者の特徴」を見ていきます。

- ★ コンビニATM利用者の 金融への関わり方は？
- ★ コンビニATM利用者の 今後充実させたいことは？
- ★ コンビニATM利用者の 新製品に対する接触の仕方は？

### ■利用する金融機関は？

- コンビニATMの利用・非利用に関係なく、「郵便局」がトップ。
- コンビニATM利用者で特徴的なのは、4大メガバンクの利用が高いことである。その一方で、「郵便局」や「地方銀行」の利用が調査全体よりも低くなっている。

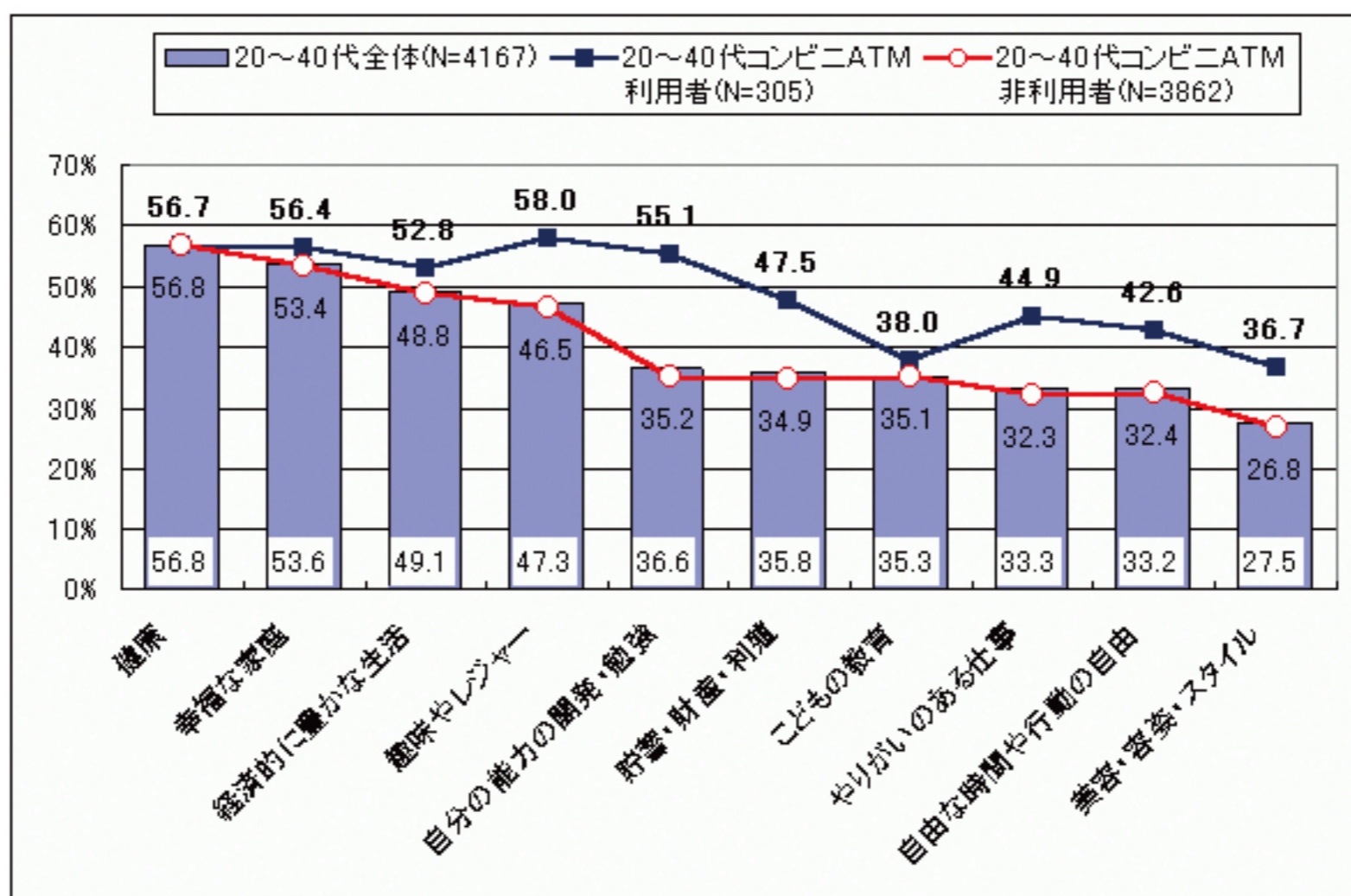
▼「利用する金融機関」 - 19カテゴリー中トップ10 JNNデータバンク2002 より



### ■今後充実させたいと 考えていることは？

- 利用者、非利用者ともに「健康」がトップ。
- コンビニATM利用者で目立つのは、「自分の能力の開発・勉強」「貯蓄・財産・利殖」「やりがいのある仕事」の数値の高さである。調査全体と比較して各項目15%程高い。

▼「充実させたいこと」 - 18カテゴリー中トップ10 JNNデータバンク2002 より



### ■新製品を知る媒体は？

- コンビニATM利用者、非利用者ともに「テレビ」が圧倒的な数値でトップ。
- 調査全体、コンビニATM非利用者の2位、3位は「折込みチラシ」と「新聞」である。
- 一方で、コンビニATM利用者は、「雑誌」によって新商品を知る人が多く、「テレビ」に次いで2位。続いて「新聞」となっている。

▼「新製品の認知媒体」 - JNNデータバンク2002 より

