

Press Release

報道関係者各位



株式会社マイベスト

2026年4月2日

【マイベスト | カードローンに関する調査】 未経験者の9割が「カードローンに不安」 一方経験者の3割は「利用後にイメージがポジティブに変化」 未経験者と経験者の間にイメージギャップが存在

商品比較サービス「マイベスト」の運営をおこなう、株式会社マイベスト（本社：東京都中央区、代表取締役CEO：吉川 徹、以下マイベスト）はカードローン未経験者300人・経験者298人（20～60代の男女）を対象に、カードローンに対するイメージや不安・理解度について調査しました。カードローンは急な出費などに対応できる身近な金融サービスの一つですが、未経験者の約9割が不安・抵抗感を持ち、上限金利すら知らないという実態が明らかになりました。一方で、実際に利用した経験者の約3割は「利用後にポジティブなイメージに変化した」と回答し、イメージにギャップがあることがわかりました。



■調査概要

調査対象：カードローン未経験者20～60代の男女300人／カードローン経験者20～60代の男女298人

調査方法：インターネットによるアンケート調査（株式会社マイベスト調べ）

調査期間：2026年3月17日（火）～3月24日（火）

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

※調査結果をご紹介いただく際は「株式会社マイベスト調べ」と注釈をご記載ください。

※本プレスリリースは調査結果の報告を目的としており、特定の金融商品・サービスの利用を推奨するものではありません。

【サマリー】

- ・未経験者の87.3%がカードローンに「不安・抵抗感を感じる」
- ・未経験者の87.0%が上限金利を「知らない」結果に。不安の原因は情報不足とネガティブイメージの可能性
- ・未経験者の59.7%が「カードローン利用者＝お金に困っている人」というイメージ
- ・経験者の83.2%が利用前に不安・抵抗感あり
一方経験者の27.2%が「利用後にポジティブなイメージに変化」
- ・経験者の58.7%が「利用してよかった」と回答
- ・経験者の60.8%が「正確な情報があれば不安は軽減する」と回答した一方、未経験者の64.0%が「正確な情報があっても不安は軽減しない」と回答。

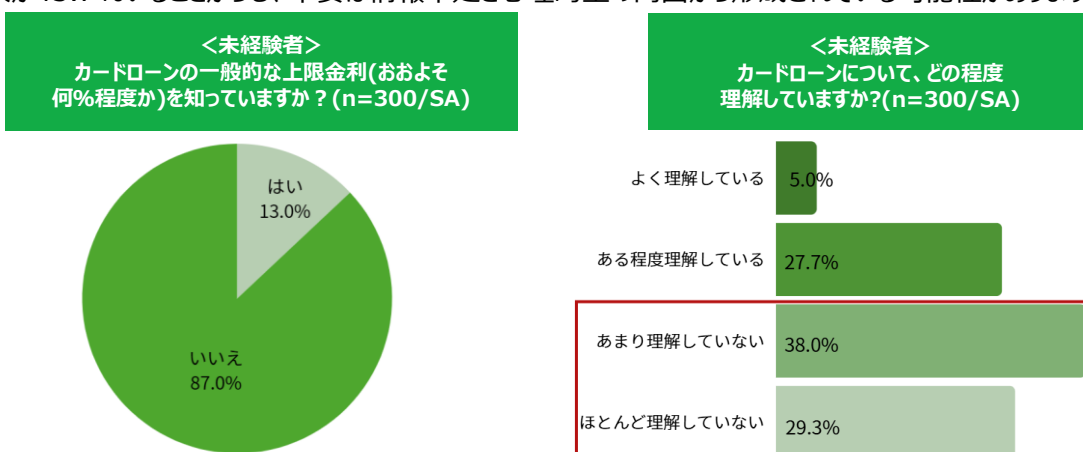
■ 未経験者の87.3%が「カードローンに不安・抵抗感を感じる」。

未経験者の 87.3%がカードローンに対して不安・抵抗感を感じると回答しました。またカードローンを利用しなかった理由1位は「借金に抵抗がある(61.7%)」、次いで「金利が高そう(45.7%)」、「必要がなかったから(42.3%)」という結果に。漠然としたネガティブイメージや金利への不安が、利用への心理的ハードルになっている可能性があります。



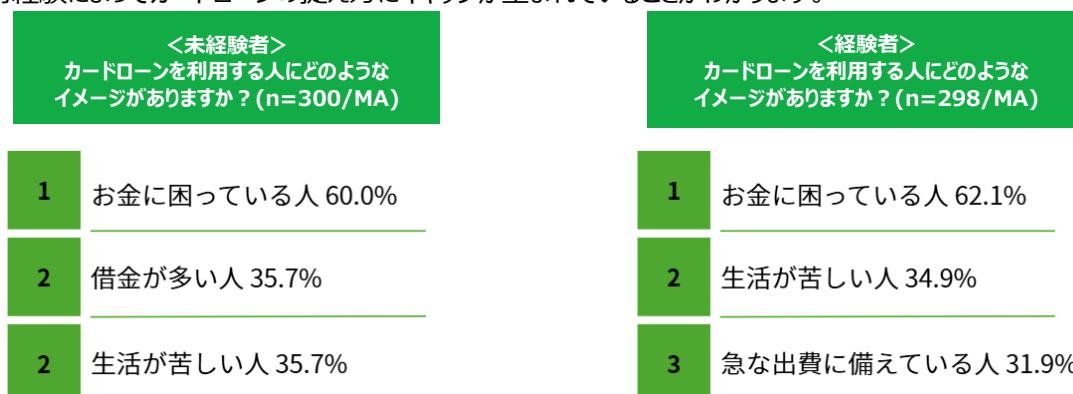
■ 未経験者の87.0%が上限金利知らず。不安の原因は情報不足とネガティブイメージの可能性。

未経験者の 87.0% が「カードローンの一般的な上限金利を知らない」と回答。また、67.3%がカードローンを理解していないと感じている結果に。金利や仕組みといった基本情報が不足している一方で、「金利が高そう」と回答した人が45.7%いることから、不安は情報不足と心理的壁の両面から形成されている可能性があります。



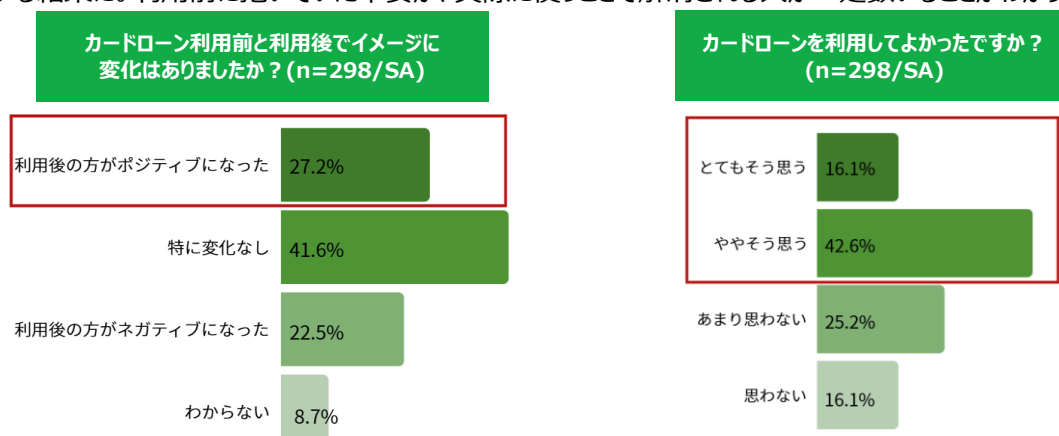
■ 未経験者の59.7%が「カードローン利用者＝お金に困っている人」。一方、経験者はネガティブな側面だけでなく、実用的な側面のイメージが大きく、利用経験によってカードローンの捉え方にギャップが存在。

カードローンを利用する人のイメージについて、未経験者の 59.7% が「お金に困っている人」と回答。一方、経験者でも「お金に困っている人(62.1%)」が最多ではあったものの、「急な出費に備えている人 (31.9%) 」という実用的な回答が、未経験者 (17.3%) と比べて大きく上回る結果となりました。「お金に困った人が使うもの」という固定イメージを持ちやすい未経験者に対し、経験者は「緊急時の資金手段」として現実的にとらえる傾向があり、利用経験によってカードローンの捉え方にギャップが生まれていることがわかります。



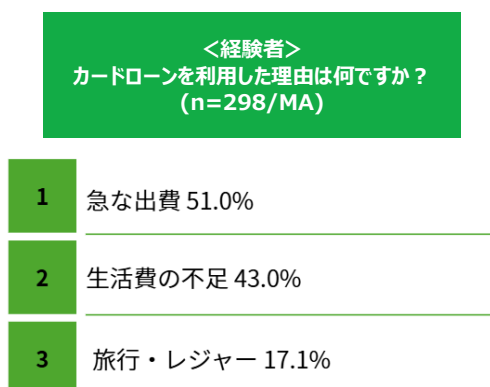
■ 経験者の83.2%は「利用前に不安・抵抗感があった」と回答。一方約27.2%が利用後にイメージ好転。

経験者の83.2%がカードローン利用前に不安・抵抗感を感じると回答。しかしその後の変化を聞くと、27.2%が「利用後の方がよりポジティブなイメージになった」と回答。「しっかり返せばむしろ便利で怖くない」「身近なもので返済計画がしっかりしていれば悪いものではない。」などの声も上がりました。また58.7%が「カードローンを利用してよかった」と感じている結果に。利用前に抱いていた不安が、実際に使うことで解消される人が一定数いることがわかりました。



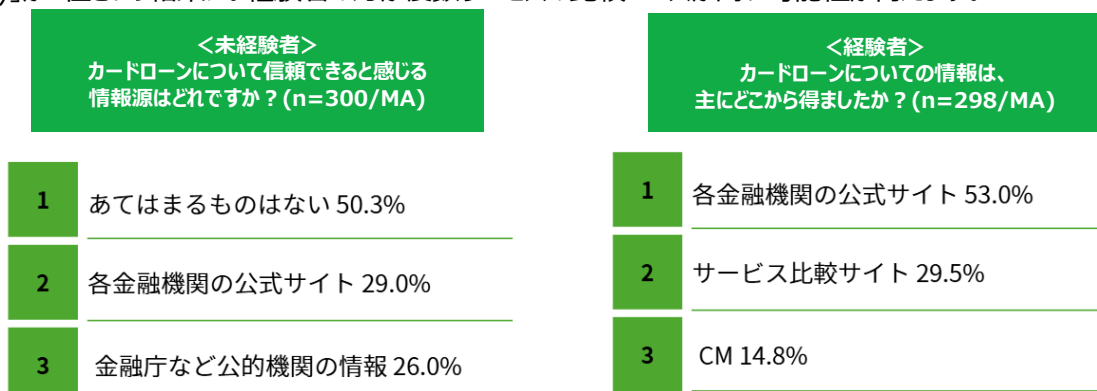
■ カードローン利用の理由1位は「急な出費」。短期的な資金ニーズが中心。

経験者がカードローンを利用した理由として最も多かったのは「急な出費(51.0%)」、次いで「生活費の不足(43.0%)」「旅行・レジャー(17.1%)」という結果に。日常の急な資金ニーズに対応する手段として活用されているケースが多く、未経験者が抱く「お金に困った人が使うもの」というイメージとは異なる、実用的な利用実態が見えてきます。



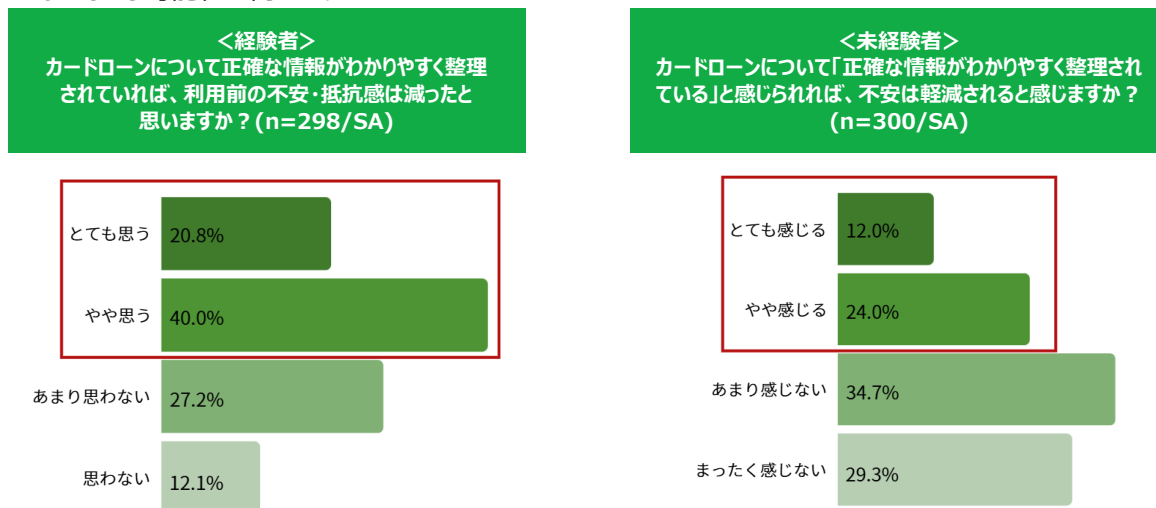
■ 信頼できる情報源：未経験者の半数が「あてはまるものはない」と回答。

未経験者がカードローンについて信頼できると感じる情報源1位は「各金融機関の公式サイト(29.0%)」、2位「金融庁など公的機関の情報(26.0%)」、3位「サービス比較サイト(10.0%)」という順に。しかし最多は「あてはまるものはない(50.3%)」で、半数以上がカードローンに関する信頼できる情報源を見つけられていない実態が明らかになりました。一方経験者は「各金融機関の公式サイト(53.0%)」に次いで「サービス比較サイト(29.5%)」が2位という結果に。経験者の方が複数サービスの比較ニーズが高い可能性が伺えます。



■ **経験者の60.8%が「正確な情報があれば不安は軽減する」と回答した一方、未経験者の64.0%が「正確な情報があっても不安は軽減しない」と回答。**

経験者の60.8%が、「カードローンについて正確な情報がわかりやすく整理されていれば不安は軽減したと思う」と回答した一方、未経験者の64.0%が「正確な情報があっても不安は軽減しない」と回答しました。経験者は利用後の視点から振り返って「情報があれば不安は軽減した」と感じているのに対し、未経験者は利用前の視点から「情報があっても不安は消えない」と感じており、経験の有無により両者の認識には大きな開きがあります。正確な情報を提供するだけでは届かない、借金や金利へのネガティブイメージが先にあり、それが心理的なハードルになっている可能性も伺えます。



■ **元銀行員／マイベスト クレジットカード・ローン・証券・保険担当 大島凱斗**

＜コメント＞

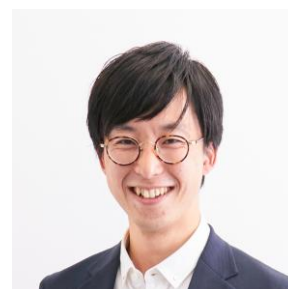
今回の調査結果から、未経験者が抱く心理的抵抗の強さと、情報提供だけでは拭いきれない不安の実態が浮き彫りになりました。注目すべきは、未経験者の6割以上が「正確な情報があっても不安は解消されない」と回答している点です。これは、金利や限度額といった借入条件の理解だけでは、「自分の給与で返せるのか」「利息をいくら払うのか」といった、生活者としてのリアルな不安が解消されていないという課題を示唆しています。一方で、経験者の約3割が「備え」として活用している事実は、適切な情報と実体験が結びつくことで、不安から「実用的な理解」へと変化する可能性を示しています。マイベストに求められるのは、単なる借入条件比較に留まらず、負担の具体化や、利用者の活用実態の共有など、ユーザーが納得感を持って選択できる環境を整えることだと考えています。

＜ご取材可能事項＞

- ・カードローンの商品比較について
- ・カードローンへの不安が情報提供だけでは解消されない理由について
- ・カードローンの正しい使い方・選び方について
- ・未経験者と経験者のイメージギャップが生まれる背景について など

＜プロフィール＞

大学卒業後に銀行員として勤務、法人顧客の経営支援・融資商品の提案や、個人向け資産運用相談を担当。2020年にマイベストに入社、自身の銀行員時代の経験を活かし、カードローン・クレジットカード・生命保険・損害保険・株式投資などの金融サービスやキャッシュレス決済を専門に解説コンテンツの制作を統括する。また、Yahoo!ファイナンスで借入や投資への疑問や基礎知識に関する連載も担当している。



■カードローンの選び方に迷ったら「マイベスト」

マイベストカードローンおすすめ人気ランキング：<https://my-best.com/30>

今回の調査から、カードローン未経験者が感じる不安の多くが「仕組みの理解不足」や「漠然としたイメージ」に起因している可能性が伺えました。カードローンを選ぶ際は、金利・審査スピード・無利息期間・プライバシー配慮など複数の観点から比較することが重要です。マイベストでは、専門家監修のもとカードローンを実際に検証・比較し、金利・融資スピード・バレにくさ・無利息期間などの観点からランキング形式で紹介しています。

■株式会社マイベスト

「インターネットを使った最高の選択体験を実現する」をミッションに掲げ、月間ユニークユーザー3,000万人以上が利用する、国内最大級の商品比較サービス「マイベスト」を開発・運営しています。現在は、日本以外にも8つの国と地域に展開しており、最高の選択体験を実現し世界を変えたいと考えています。

- ・所在地：東京都中央区築地7-17-1住友不動産築地ビル
- ・代表：吉川 徹
- ・創業：2016年10月
- ・事業内容：家電、日用品、化粧品、ファッションなど、あらゆるジャンルの商品やサービスを比較・検証し、ユーザーが最適な選択をできるようにサポートする商品比較サービス「マイベスト」の運営
- ・コーポレートサイト：<https://my-best.com/company/>



■商品比較サービス「マイベスト」

「マイベスト」は、“選択”という領域に特化した国内最大級の商品比較サービスです。徹底した自社検証と専門家の声による公平な選択基準に基づき商品・サービスに関するおすすめ情報を提供し、一人ひとりのベストな“選択”をサポート。今後は豊富な商品データベースとユーザー情報を掛け合わせ、ユーザーごとにパーソナライズされた選択体験を実現し、ユーザーが「買う前に、マイベスト。」を使うことにより、自分にとってのベストにもっとカンタンに出会える世界を目指していきます。



- ・マイベスト公式サイト：<https://my-best.com/>
- ・マイベマガジン：<https://my-best.com/magazine>
- ・マイベスト公式X：<https://x.com/mybestcom>
- ・マイベスト公式Instagram：<https://www.instagram.com/mybestcom/>
- ・マイベスト公式TikTok：https://www.tiktok.com/@mybest_com
- ・マイベスト公式YouTube：<https://www.youtube.com/@mybest2760>
- ・マイベストアプリ：<https://mybest.go.link/heG0k>
- ・マイベストLINEアカウントメディア：<https://line.me/R/ti/p/%40oa-mybest>