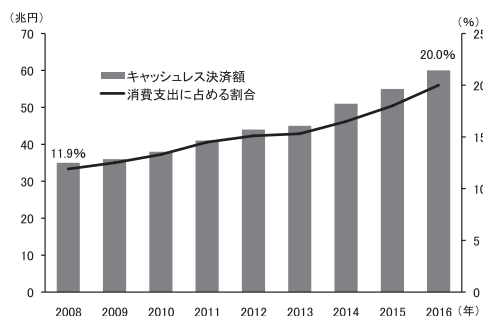


消費者のキャッシュレス決済に対する意識

1. 電子決済は5年前の3倍に拡大

日本におけるキャッシュレス化率は少しずつ伸びており、2016年には20%となっている。

■図表1 キャッシュレス化率の推移



出典：経済産業省「キャッシュレスの現状と推進」

キャッシュレスサービスには、大きく分けると、「プリペイド（前払い）」「ポストペイ（後払い）」「リアルタイムペイメント（即時払い）」がある。この内、最も多いのが、「ポストペイ方式」の「クレジットカード」でキャッシュレス決済の9割を占める。（図表2）

キャッシュレスサービスの中では、1.7%と消費

■図表2 キャッシュレスサービスと特徴

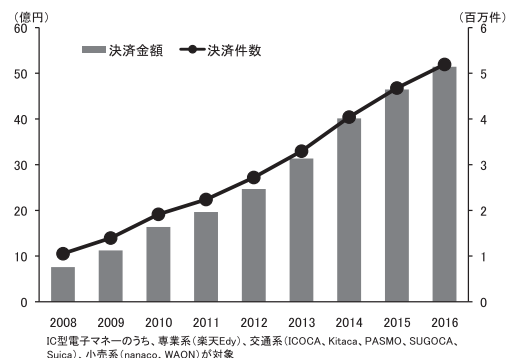
	プリペイド (前払い)	ポストペイ (後払い)	リアルタイムペイメント (即時払い)	
主なサービス例	電子マネー (Suica, nanaco 等)	クレジットカード (三井住友カード、 三菱UFJニコス 等)	デビットカード	モバイルウォレット (Alipay, Wechatpay等 ※プリペイド/ポストペイ可能)
特徴	利用金額を事前にチャージ	後払い、与信機能	リアルタイム取引	リアルタイム取引
加盟店への 支払いサイクル	月2回など	月2回など	月2回など	即日、翌日、月2回 など様々
主な支払い方法	タッチ式（非接触）	スライド式（磁気） 読み込み式（IC）	スライド/読み込み式	カメラ読み込み (QRコード)
【参考】 消費に占める比率 (日本国内)	1.7%	18.0%	0.3%	—
国内キャッシュレス比率（2016年）：20%				

出典：経済産業省「キャッシュレス研究会の方向性」

に占める比率はまだ低いが、伸びているのは「電子マネー」である。（図表3）。「Suica」などの鉄道系、「nanaco」、「WAON」などの流通系の電子マネーの伸びが貢献しているという。

それに対し、中国では非常に伸びている「モバイルウォレット」は、まだまだ少ない。（モバイルウォレットはスマートフォン利用者の数%の利用しかないと言われている。図表2には記されていないが、スマートフォン利用率が56%（総務省「情報通信白書」）であることからすると、1%にも満たないと推測される）。

■図表3 電子マネーの利用推移



出典：日本銀行 電子マネー計数

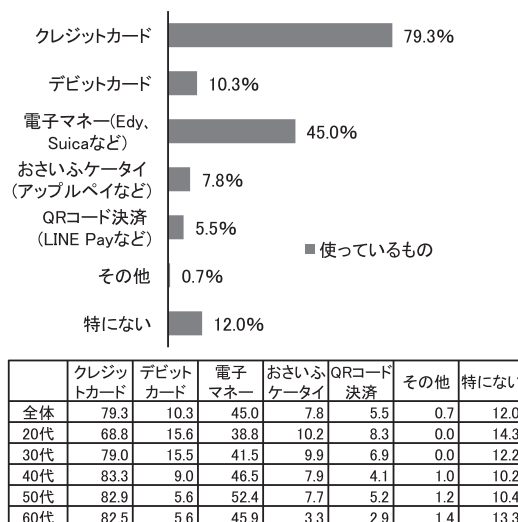
経済産業省の「キャッシュレスビジョン」では、キャッシュレス化の普及の大きなポイントとして、「利用できる場所・店舗数」「消費者のニーズ、利便性の向上、動機付け」が挙げられている。

そこで、2番目の「消費者意識」について、弊社モニターに対して調査を行った結果から考察を進める。(N = 1500 男女年代均等 2018.9月実施)
※文中「電子決済」は、クレジットカードを除く、電子マネー、デビットカード、モバイルウォレットとする

2. クレジットカードと電子決済を使い分け

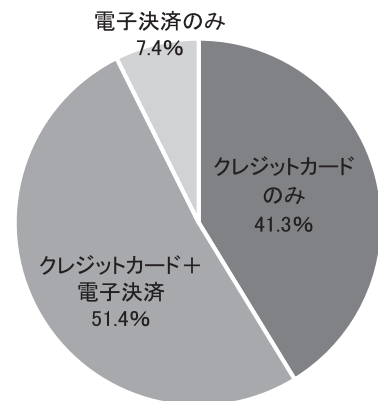
図表4は、買い物におけるキャッシュレスサービスで、現在使っているものを示したものである(「電車の切符・定期としてのみ「Suica」を利用する」等は除く)。「クレジットカード」が圧倒的に高く、その次が「電子マネー」であり、半数弱の人が使っている。

■図表4 買い物におけるキャッシュレスサービスの現在の利用



次に、これらのサービスを、どのように組み合わせて使っているかを見たものが図表5である。「クレジットカード+電子決済」が51%と、クレジットカードと電子決済を組み合わせて使っている人が最も多い。逆に、「電子決済のみ」という人は7%と少ない。このことから、クレジットカードと電子決済を使い分けて使っていることが読み取れる。

■図表5 買い物における利用キャッシュレスサービスの種類（キャッシュレスサービス利用者）

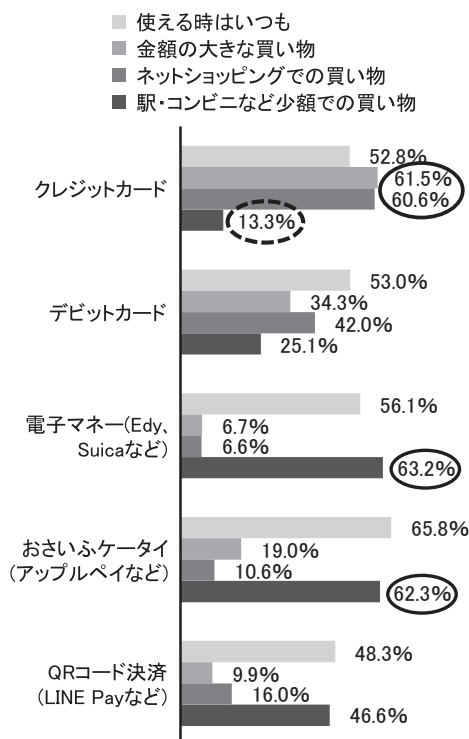


それでは、どのように使い分けをしているのか、それを見たものが図表6である。

「クレジットカード」は、「金額の大きな買い物」「ネットショッピングでの買い物」が多い。一方、「駅・コンビニなどでの少額の買い物」は、「クレジットカード」は少なく、「電子マネー」「おさいふケータイ」が多い。「QRコード決済」は、利用できる店舗が少ないことも影響していると思われるが、「駅・コンビニなどでの少額の買い物」も少ない。

但し、どのサービスにおいても、「使える時はいつでも」という人が半数いるのは興味深く、「使う習慣ができれば、どこでも使うようになる」ということが読み取れる。

■図表6 買い物におけるキャッシュレスサービスの使い分け（各サービス利用者）

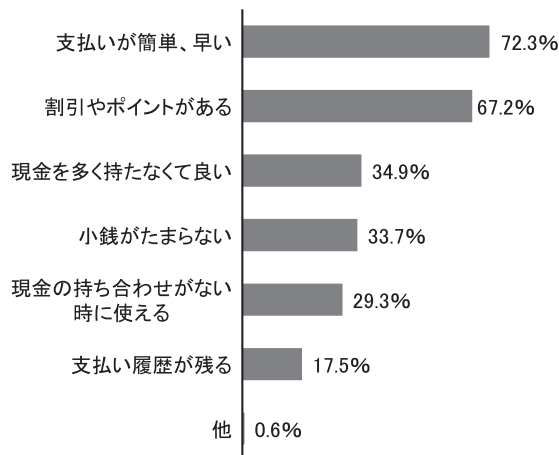


キャッシュレスサービスを利用する理由（ECなどキャッシュレスでの支払いが条件の場合を除く）を示したものが、図表7である。

理由の上位は、「支払いが簡単、早い」「割引やポイントがある」であり、各々6割以上を占める。また、上記（図表6）で示した『使える時はいつも使う』とした人の大半は、この2つの理由を選んでおり、「簡便さの習慣」と、「割引・ポイントのメリット」認識が、常時利用の鍵となっていることが言える。

年代別に見ると、どの年代でも、この2つの理由は高いが、「割引やポイント」は、『40～50代』でより高くなっている。『50～60代』では、「現金を多く持たなくてよい」「小銭がたまらない」が、他層より高くなっているのも、興味深い結果である。

■図表7 買い物でキャッシュレスサービスを使う理由（キャッシュレスサービス利用者）

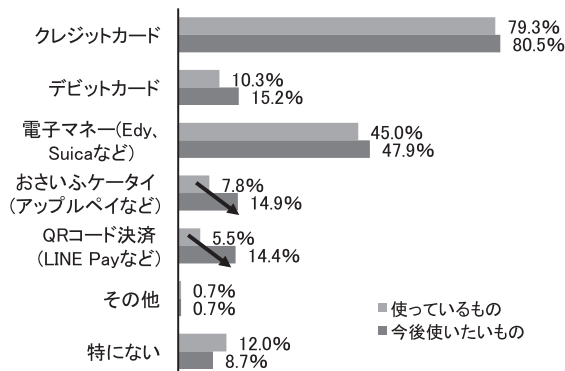


	支払いが簡単、早い	割引やポイントがある	現金を多く持たなくて良い	小銭がたまらない	現金の持ち合わせがない時に使える	支払い履歴が残る	他
全体	72.3	67.2	34.9	33.7	29.3	17.5	0.6
20代	71.7	63.0	21.4	27.4	25.8	13.5	0.6
30代	74.3	61.2	28.8	32.0	25.7	15.8	0.7
40代	72.5	71.7	34.1	31.1	28.3	15.8	0.8
50代	69.9	72.6	42.8	40.3	33.4	23.0	0.0
60代	72.8	69.8	49.3	38.6	33.8	20.2	1.0

3. 今後の伸びが期待できるモバイルペイメント

「今後使いたいキャッシュレスサービス」を示したのが図表8（前述の「現在使っているもの」と比較記載）である。「今後－現在」の差分（伸び率）が多いものは、「おさいふケータイ」「QRコード決済」で、いずれも、スマートフォンで決済する「モバイルペイメント」である。この2つは、どの年代でも、「今後使いたいもの」として、伸びている。

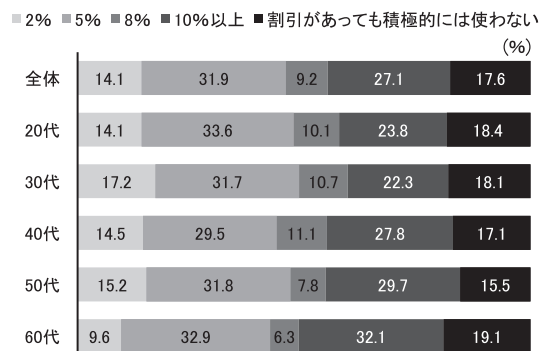
■図表8 買い物におけるキャッシュレスサービスの今後の利用



	クレジット カード	デビット カード	電子 マネー	おさいふ ケータイ	QRコード 決済	その他	特になし
全体	80.5	15.2	47.9	14.9	14.4	0.7	8.7
20代	72.4	17.6	43.6	17.6	21.6	0.0	15.4
30代	80.2	20.0	45.4	18.6	12.4	0.0	9.2
40代	84.0	14.8	47.3	13.9	13.1	1.0	8.9
50代	83.2	12.8	54.6	14.3	14.6	1.2	10.1
60代	82.8	10.7	48.7	10.1	10.1	1.4	0.0

2019年10月1日に消費税率8%から10%への引き上げが予定されているが、消費税率の引き上げに合わせて「キャッシュレス決済した消費者には2%のポイント還元」を政府が検討している。そこで、何%の割引があったとしたら、今よりキャッシュレス決済を積極的に利用するかについて聞いたものが図表9である。

■図表9 積極的に使うようになるのはどれくらいの割引があった場合か



「2%の割引があった場合、積極的に使う」とした人は14%。年代別に大きな違いはない。これが、「5%の割引」になると、積極的に使うとした人は46%に拡大する。特に『30代以下』の若い層の方が積極的に使うとする人が多くなる。

これらから、「割引・ポイント」は、キャッシュレス化を促進させる1つの要素であることはわかるが、これだけでは、大きな利用促進とはならない（消費税率アップ時の2%還元も、一定期間のみである）。消費者が積極的に利用するには、割引・ポイント以外の魅力（動機付け）も必要になる。

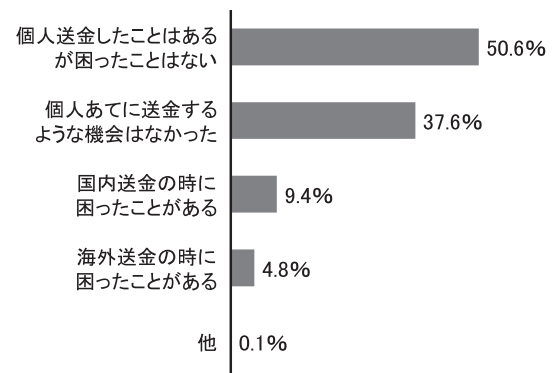
そこで、モバイル決済が進んでいる中国で、モバイル決済と連携して、支払い以外に多い使い方である

- ①個人送金・割り勘
- ②おこずかい帳・家計簿管理
- ③貯金・投資・銀行引き落とし・キャッシングなど資産管理

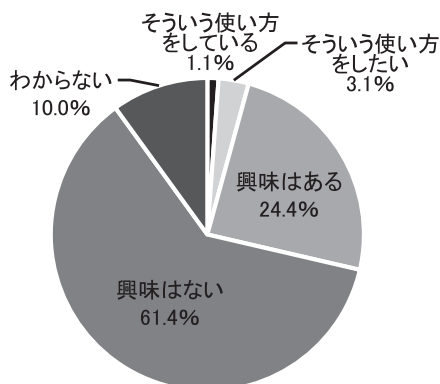
について、利用魅力を聞いた結果を見てみる。

- ①現状で困ることは少なく、個人送金・割り勘は、電子決済でしたいとは思わない人が多い。

■図表10 個人送金の場面と困った経験

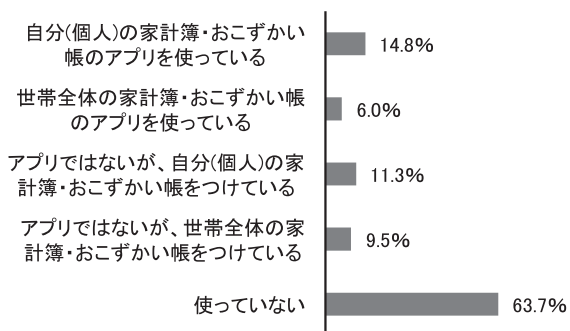


■図表 11 割り勘・個人送金を電子決済・QRコードで決済したいと思うか

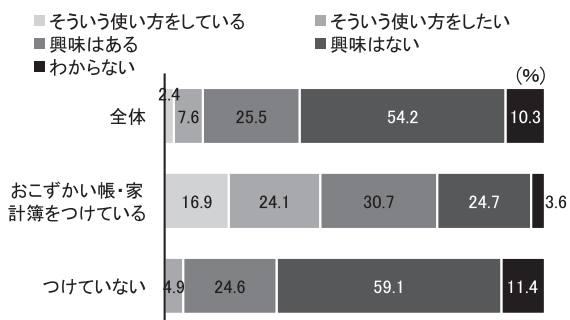


②おこずかい帳・家計簿をつけている人は、
利用意向・興味が高い。

■図表 12 おこずかい帳・家計簿をつけているか



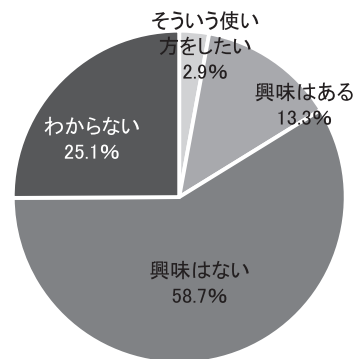
■図表 13 電子決済をした結果が自動的におこずかい帳・家計簿に反映されることへの興味



③貯金・投資・銀行引き落とし・キャッシング
など総合的な資産管理は利用意向が低い。

電子決済と連動した総合資産管理では、「使いたい+興味はある」は16%と低い。日本のネットバンキングサービスの利用率は21%（NRI社調査2016年）であり、そのうち、スマートフォンでネットバンキングを利用している人は2割程度だという。金融サービスをネット、そして、スマートフォンで利用すること自体に対して、その信用度、セキュリティに懐疑的であること、日本ではATMが発達していることなども、利用意向の低さに影響していると思われる。

■図表 14 貯金・投資・キャッシングまで、電子決済と連動した総合的な資産管理



このように、利用する生活習慣がないものに対して、「利便性が高いですよ」といくら伝えても、利用に至るまでのハードルは高いことがわかる。

LINE Pay は、個人送金などもできるモバイルペイメントであり、2014年12月に日本でサービスを開始した。そのLINE Pay では2016年3月からカードも導入している。カードの導入により、利用可能な店舗を大きく増やせたこともあるが（LINE Pay カードは提携するJCBの加盟店約3000万店舗で利用できる）、「現金決済からデジタル決済へと移行するため、物理的なものを手渡すことで、現実感を持って

もらうために必要だった。自然に利用してもらうようにするためのステップである。」としている。

また、ウォレットアプリ「Kyash」でも、2018年6月から、アプリだけではなく、「Kyash リアルカード」を発行し、リアル店舗での利用の促進を図っている。

■図表 15 Kyash リアルカード



スマホでチャージして使える「Kyash Visa カード」

オンラインでのお買い物では、現金での支払いができなかったり、現金支払いだけ手数料が掛かることはよくあります。Kyash Visa カードは 1 分で登録、アプリで発行できるオンライン専用の Visa カードです。審査や手数料・年会費無料ですぐにご利用いただけます。

これらのことから、「リアル店舗」での利用習慣をいかにつくるのが、鍵になってきそうである。その他にも、リアル店舗での電子決済の支払い習慣をつくる新たな試みがいくつか出てきている。その 1 つに、「レジなし・自動会計・キャッシュレス決済」がある。

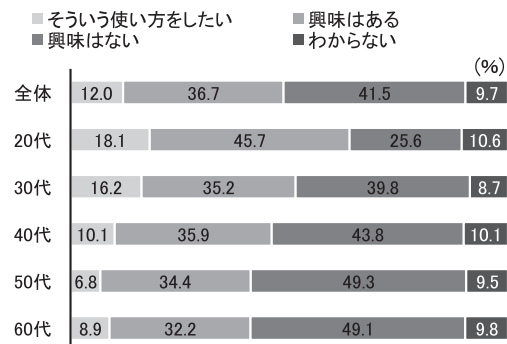
④ 飲食店でのセルフ注文とキャッシュレス決済に興味がある人が若年層を中心に多い。

アメリカでは、キャッシュレスレストランが増えている。ファミリーレストランチェーンのテンダー・グリーンは、28 店ある全ての店舗でのキャッシュレス化に踏み切った。スターバックスも、本拠地シアトルで完全キャッシュレスの実験店舗をオープンさせ、実証実験を開始している。

今回のアンケート結果でも、「そういう使い方をしたい+興味がある」が 49%と高く（図表 16）、特に、若年層で高くなった。日本でも、タブレット端末を使ったセルフオーダーシステムがチェーン店を中心に浸透しつつあり、これらの店舗でのセルフ決済・

キャッシュレス化は進むのではないかと予測される。

■図表 16 セルフ注文とキャッシュレス電子決済への興味

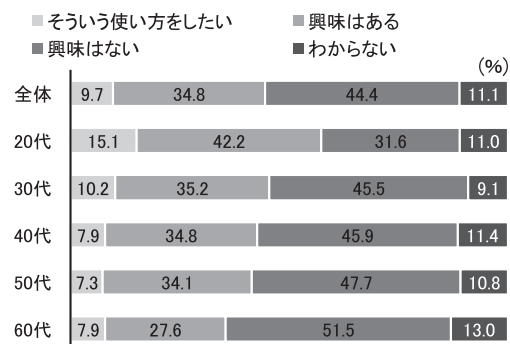


⑤ レジなし・自動決済のスーパー・コンビニに興味がある人も若年層を中心に多い。

アメリカでは、セルフレジが普及しているが、さらにレジなしの店舗が出てきている。その内の 1 つ、「アマゾン GO」は現在 4 号店まで出店しており、2021 年までに 3000 店舗をオープンするという。

今回のアンケート結果でも、「そういう使い方をしたい+興味がある」が 45%（図表 17）と高く、特に、若年層で高くなった。

■図表 17 レジなし・自動決済のスーパー・コンビニへの興味



そこで、次項以降からは、これらの「レジなし・自動会計・キャッシュレス決済」について、日本における先進的な事例について、紹介をしていく。