

2015年3月19日

<報道関係者各位>

株式会社ジェーシービー

JCB、「キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査」を発表**新年度の目標 トップは「貯蓄」****お金がより貯まるのは、「現金派」より「キャッシュレス派」****30代女性の約半数が“デビットカードを利用したい”**

株式会社ジェーシービー(本社:東京都港区、代表取締役兼執行役員社長:浜川 一郎、以下:JCB)は、2015年2月21日(土)から24日(火)の4日間、全国の20歳から69歳の男女を対象に「キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査」をインターネットで実施しました。(調査協力会社:ネットエイジア株式会社)

<調査結果の概要>

新年度の目標トップは「貯蓄」

新年度の目標を聞いたところ、最も多かったのは「貯蓄」(42.7%)となり、「生活費の見直し・節約」(36.2%)、「仕事や家事の効率 UP」(26.8%)、「ダイエット」(23.4%)、「副業収入 UP」(20.0%)が続きました。目標の上位5位のうち、1、2、5位がマネー関連となっており、マネー関連の目標を立てる人が多いようです。「貯蓄」は20代から50代までで1位、60代でも2位となりました。特に高かった20代と30代では半数超えとなり、中でも20代女性では64.0%とおよそ3人に2人の割合となりました。

お金がより貯まるのは現金派よりキャッシュレス派

キャッシュレス派の平均貯蓄額は男性605万円、女性352万円、現金派は男性313万円、女性266万円と、男性については約300万円、女性については約90万円、現金派よりもキャッシュレス派のほうが、平均貯蓄額が多い結果となりました。また、貯蓄額別に比較すると、「0円」と「1万円～100万円未満」では、現金派がキャッシュレス派より約10ポイント多いのに対して、「1,000万円以上」では、キャッシュレス派が13.7%、現金派が6.4%と、キャッシュレス派の割合が現金派の2倍以上になりました。

30代女性の約半数が“デビットカードを利用したい”

デビットカードの認知率は、「詳細まで知っていた」「名前を聞いたことがある程度」を合計し85.4%、「知らなかった」は14.6%でした。また、デビットカードについて説明をした後に、デビットカードを今後(または今後も)使いたいか聞いたところ、「非常に使いたい」「どちらかといえば使いたい」を合計した利用意向率は36.4%となりました。

性年代別に利用意向率をみると、男性では40代が42.0%となり、女性では30代が45.0%で最も高くなりました。

JCB企業情報サイト ニュースリリースページにて、本調査資料を公開しています。

URL: <http://www.jcbcorporate.com/news/index.html>

JCBデビットについて

URL: <http://www.jcb.jp/products/jcbdebit/?btbanner=9>

■■報道関係の皆様へ■■

本プレスリリース内容の転載にあたりましては、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申し上げます。

<本件に関する報道関係者からのお問合せ先>

株式会社ジェーシービー 広報部 広報グループ

TEL:03-5778-8353

1. 新年度の目標はマネー関連が目白押し

- ▶ **新年度目標 トップは「貯蓄」、女性の三大目標は「貯蓄」「節約」「ダイエット」**
- ▶ **20代・30代では新年度の目標は「貯蓄」が半数超え**
- ▶ **イマドキの20代女性の3人に2人が「貯蓄」を、3人に1人が「恋愛・結婚」を新年度の目標に！**
- ▶ **ワカモノの方が貯蓄好き。20代男性の59%、20代女性の70%が貯蓄好き**
- ▶ **お金が貯まるのはキャッシュレス派。平均貯蓄額はキャッシュレス派男性605万円、現金派男性313万円**

4月からの新年度の始まりも近く、この時期に新たに目標を立てる方も多いのではないのでしょうか。

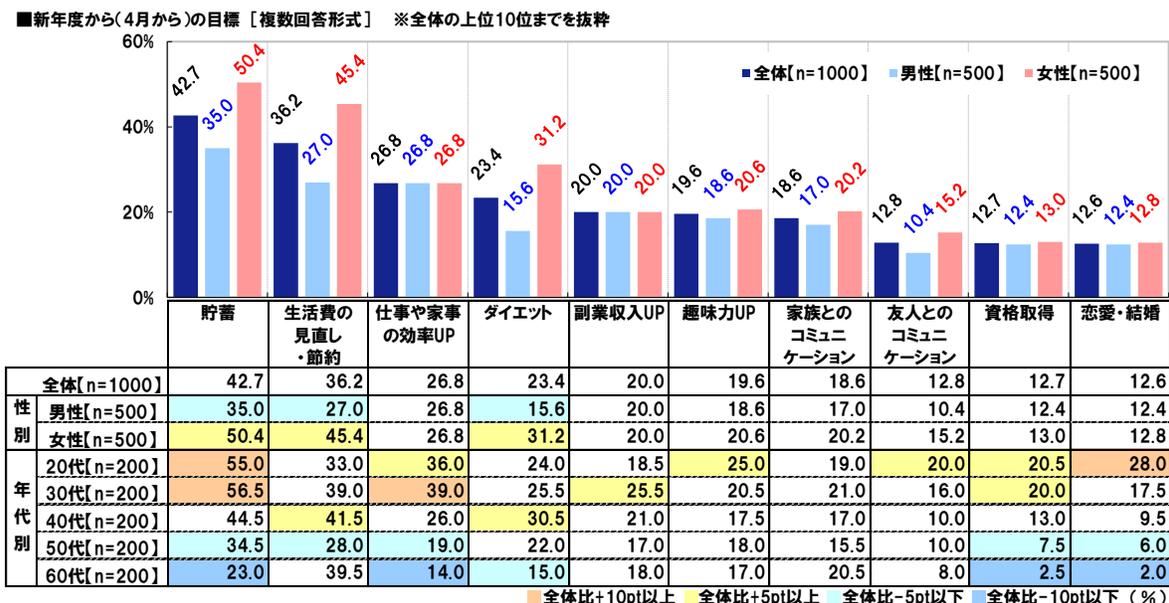
全国の20歳～69歳の男女1,000名(全回答者)に、新年度(4月から)の目標を聞いたところ、最も多かったのは「貯蓄」で42.7%となり、「生活費の見直し・節約」36.2%、「仕事や家事の効率UP」26.8%、「ダイエット」23.4%、「副業収入UP」20.0%が続きました。目標の上位5位のうち、1、2、5位がマネー関連となっており、マネー関連の目標を立てる人が多いようです。

男女別にみると、「貯蓄」(男性35.0%、女性50.4%)や「生活費の見直し・節約」(男性27.0%、女性45.4%)は女性のほうが目標に挙げた割合は高く、男性よりも女性のほうが家計の管理に対する意識が高い結果となりました。

年代別にみると、「貯蓄」は20代から50代までで1位、60代でも2位となり、幅広い年代層において新年度の目標にしている人の割合が高く、特に高かった20代(55.0%)と30代(56.5%)では半数超えとなり、その中でも、20代女性では64.0%とおよそ3人に2人の割合となりました。

また、20代では男女とも「恋愛・結婚」がトップ5にランクインしており、特に20代女性では34.0%と3人に1人が新年度の目標として挙げました。【図1】【図2】

【図1】



【図2】

■新年度から(4月から)の目標 [複数回答形式] ※各性年代の上位5位までを抜粋

20代男性[n=100]		%	30代男性[n=100]		%	40代男性[n=100]		%	50代男性[n=100]		%	60代男性[n=100]		%
1位	貯蓄	46.0	1位	貯蓄	52.0	1位	貯蓄	36.0	1位	貯蓄	23.0	1位	生活費の見直し・節約	36.0
2位	仕事や家事の効率UP	37.0	2位	仕事や家事の効率UP	38.0	2位	生活費の見直し・節約	26.0	2位	仕事や家事の効率UP	21.0	2位	副業収入UP	20.0
3位	恋愛・結婚	22.0	3位	生活費の見直し・節約	33.0		3位	仕事や家事の効率UP	26.0	3位	生活費の見直し・節約	20.0	3位	貯蓄
4位	趣味力UP	21.0	4位	副業収入UP	29.0	4位	ダイエット	23.0	4位	趣味力UP	17.0	5位	趣味力UP	18.0
	資格取得	21.0	5位	家族とのコミュニケーション	23.0	5位	副業収入UP	20.0	5位	資産運用力UP	15.0		5位	家族とのコミュニケーション

20代女性[n=100]		%	30代女性[n=100]		%	40代女性[n=100]		%	50代女性[n=100]		%	60代女性[n=100]		%
1位	貯蓄	64.0	1位	貯蓄	61.0	1位	生活費の見直し・節約	57.0	1位	貯蓄	46.0	1位	生活費の見直し・節約	43.0
2位	生活費の見直し・節約	46.0	2位	生活費の見直し・節約	45.0	2位	貯蓄	53.0	2位	生活費の見直し・節約	36.0	2位	貯蓄	28.0
3位	仕事や家事の効率UP	35.0	3位	仕事や家事の効率UP	40.0	3位	ダイエット	38.0	3位	ダイエット	31.0	3位	家族とのコミュニケーション	24.0
4位	恋愛・結婚	34.0	4位	ダイエット	36.0	4位	仕事や家事の効率UP	26.0	4位	副業収入UP	21.0	4位	ダイエット	18.0
5位	ダイエット	33.0	5位	副業収入UP	22.0	5位	副業収入UP	22.0	5位	趣味力UP	19.0	5位	仕事や家事の効率UP	16.0
										家族とのコミュニケーション	19.0			副業収入UP
													趣味力UP	16.0

新年度の目標のトップが「貯蓄」となりましたが、貯蓄に対する意識はどのようになっているのでしょうか。

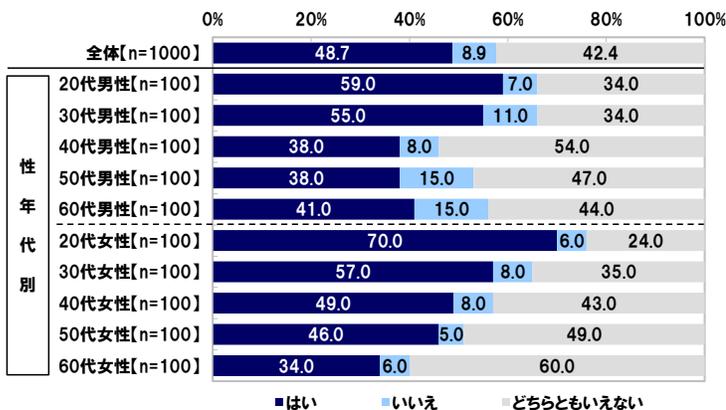
全回答者(1,000名)に、貯蓄をすることが好きか聞いたところ、「はい」48.7%、「いいえ」8.9%、「どちらともいえない」42.4%となり、貯蓄好きが約半数であることがわかりました。

性年代別にみると、20代男性では59.0%、20代女性では70.0%となり、男女とも若い世代のほうが貯蓄好きの割合が高いことがわかりました。【図3】

次に、自分は貯蓄の達人だと思うか聞いたところ、「はい」4.8%、「いいえ」70.8%、「どちらともいえない」24.4%となり、貯蓄の達人を自負する人は1割に満たない結果となりました。貯蓄をすることは好きだけど上手く貯められない、という人が多いようです。【図4】

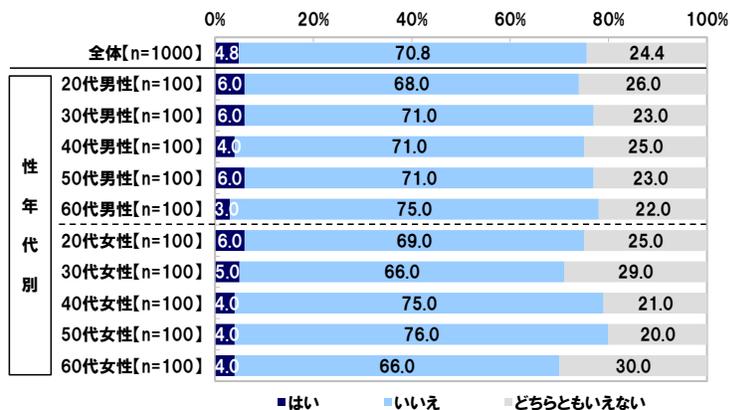
【図3】

■貯蓄に対する意識<貯蓄をすることが好き> [単一回答形式]



【図4】

■貯蓄に対する意識<自分は貯蓄の達人だと思う> [単一回答形式]

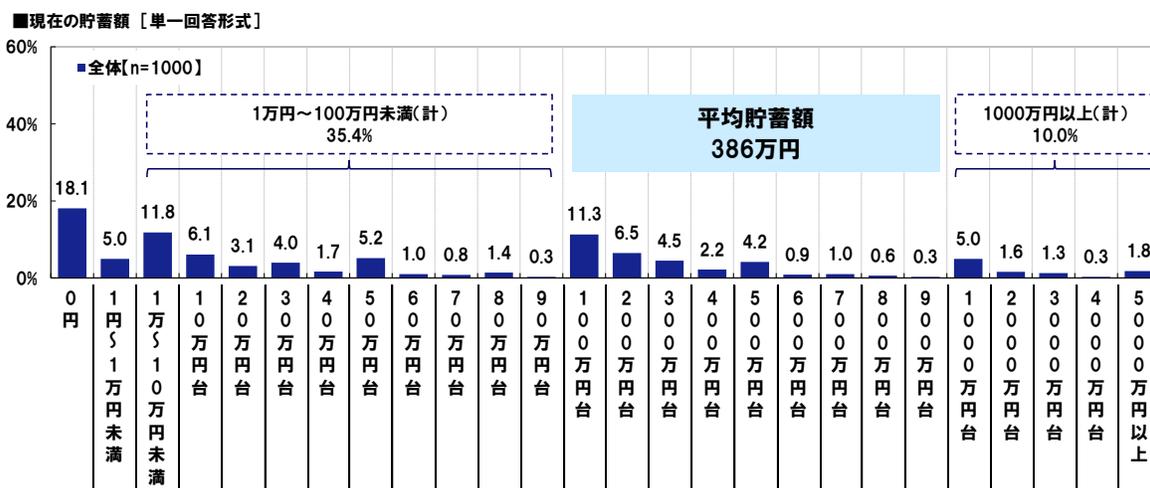


それでは、いくぐらい貯蓄をしているのでしょうか。

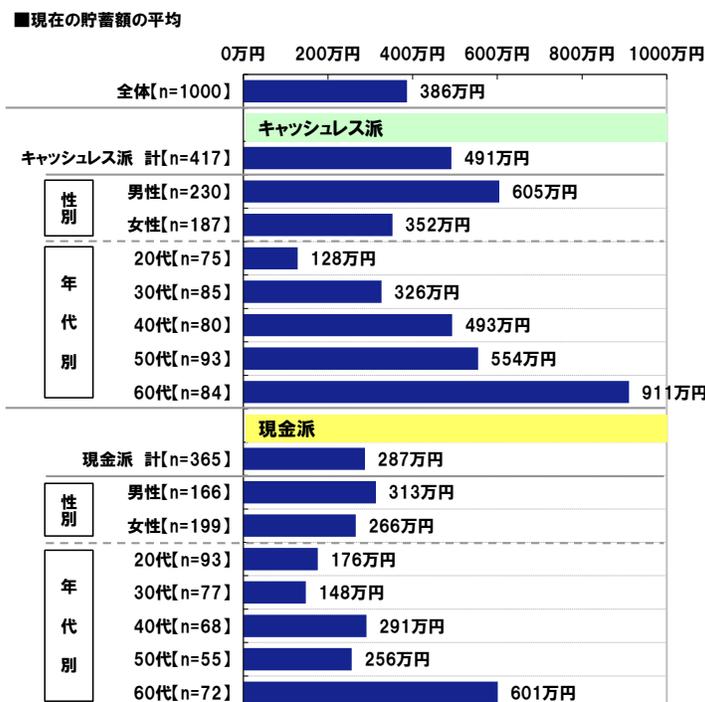
全回答者(1,000名)に、現在の貯蓄額を聞いたところ、「0円」が18.1%で最多回答となりましたが、「100万円台」が11.3%となったほか、「500万円台」(4.2%)や「1000万円台」(5.0%)との回答もみられました。0円との回答も含めた平均貯蓄額は386万円になりました。【図5】

さらに、最近のキャッシュレス化状況(現金離れ状況)によって分けたタイプ別にみると、キャッシュレス派の平均貯蓄額は491万円、現金派は287万円でした。男女別にみると、キャッシュレス派は男性605万円、女性352万円、現金派は男性313万円、女性266万円と、男性については約300万円、女性については約90万円、現金派よりもキャッシュレス派のほうが、平均貯蓄額が多くなる結果となりました。【図6】

【図5】

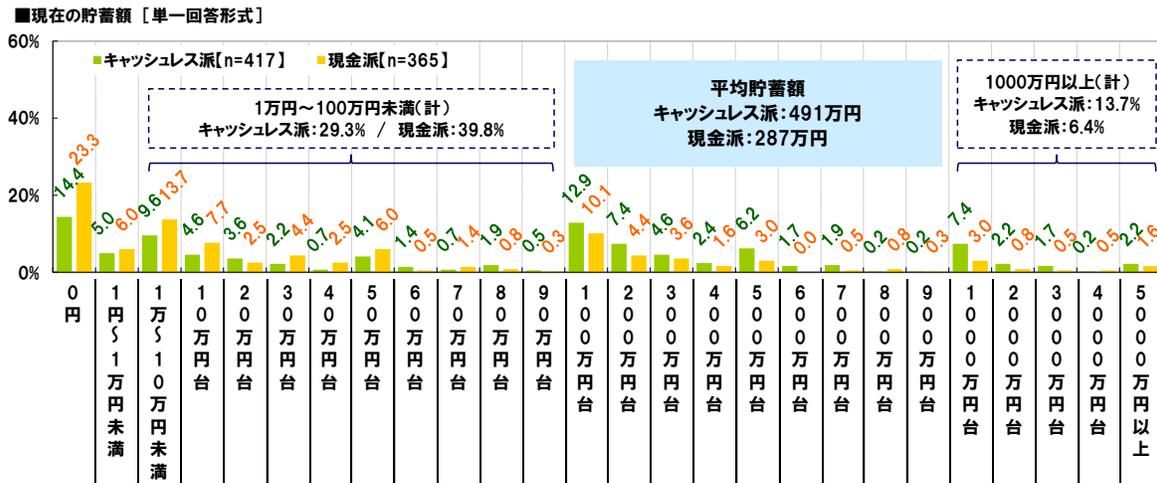


【図6】



また、最近のキャッシュレス化状況(現金離れ状況)別に、貯蓄額の金額帯をみると、「0円」および「1万円～100万円未満」では、現金派がキャッシュレス派より約10ポイント多く、反対に「1000万円以上」では、キャッシュレス派が13.7%、現金派が6.4%と、キャッシュレス派の割合は現金派の2倍以上になりました。【図7】

【図7】



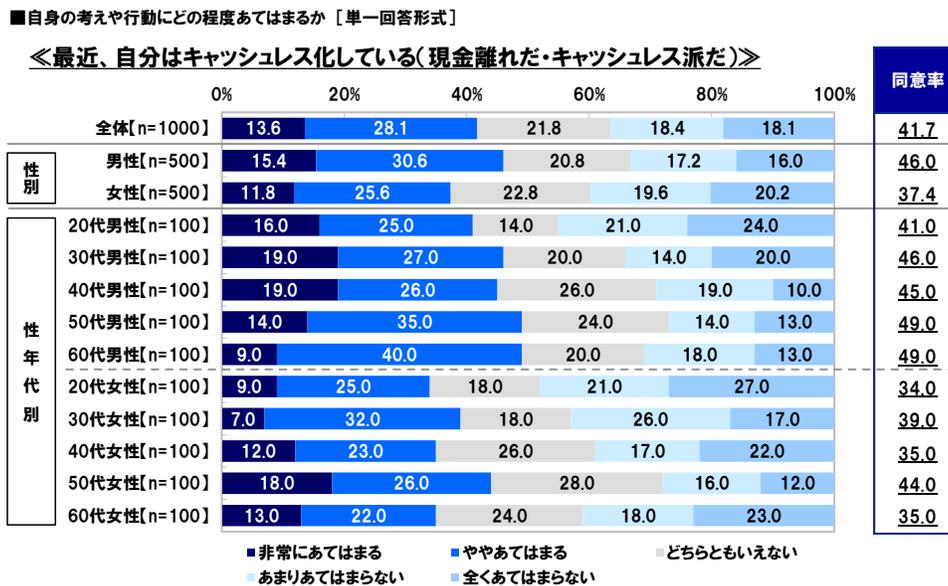
2. キャッシュレス化が進行中！キャッシュレス派の特徴とは？

- ▶ 男性の半数近くが現金離れ。最近、自分はキャッシュレス化していると思う 女性では37%、男性では46%
- ▶ キャッシュレス化のトレンド スーパーでの支払いでは40代・50代女性で顕著に。
- ▶ 「小銭が財布に溜まるのがイヤ」でキャッシュレス化。キャッシュレス派は現金派より小銭敬遠の傾向がハッキリ
- ▶ 現金派よりキャッシュレス派に多い「ポイント好き」「エコカー好き」「自分磨き消費好き」

全回答者(1,000名)に、お金の支払い方法に関する内容を提示し、自分の考えや行動にあてはまるかどうか聞いたところ、「最近、自分はキャッシュレス化している(現金離れだ・キャッシュレス派だ)」では同意率(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計、以下同様)は41.7%になりました。

男女別にみると、キャッシュレス化(現金離れ)を実感しているのは女性より男性のようで、同意率は女性の37.4%に対し男性では46.0%と半数近くとなり、特に50代男性と60代男性では49.0%と半数が同意を示す結果となりました。【図8】

【図8】



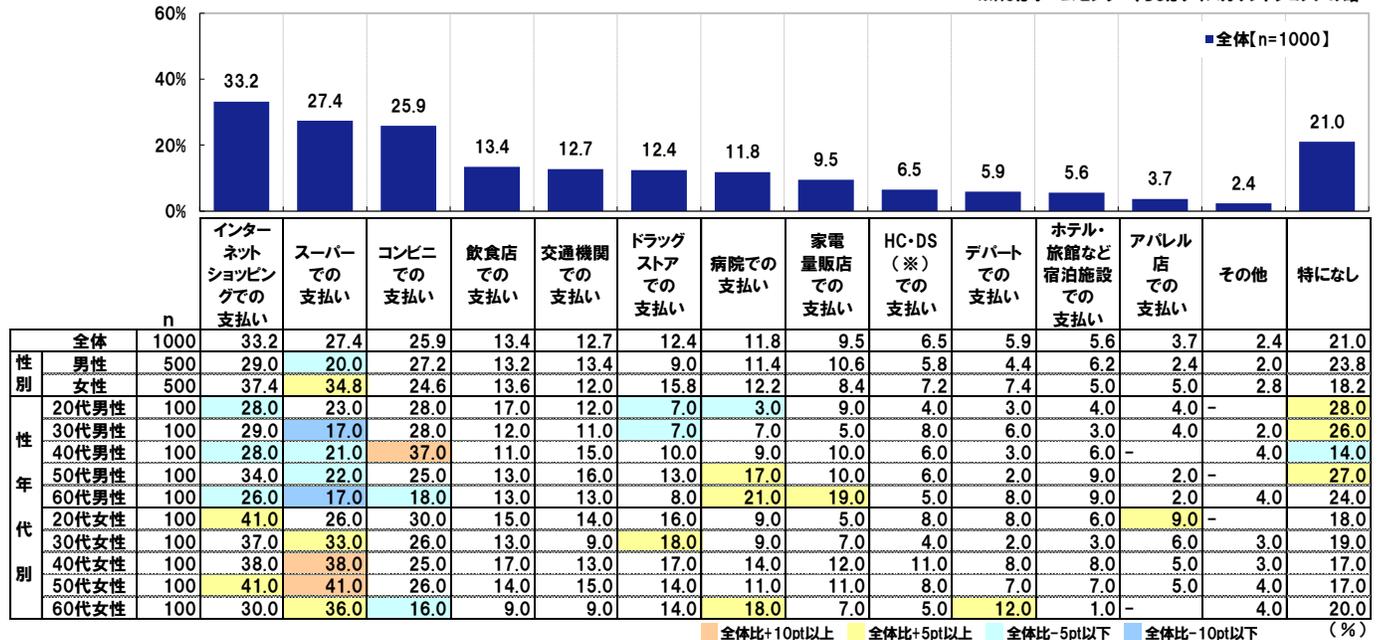
次に、キャッシュレス化（現金離れ）の実態を探るため、全回答者（1,000名）に、最近1年で、現金以外での支払いが増えたと感じる買い物・支払いの種類を聞いたところ、「インターネットショッピングでの支払い」33.2%が最も多く、次いで、「スーパーでの支払い」27.4%、「コンビニでの支払い」25.9%が続きました。ネットやスーパー、コンビニでの買い物の際に、現金以外での支払いが増えたと感じている人が多いようです。

男女別、性年代別にみると、「スーパーでの支払い」は、女性では34.8%と3人に1人の割合となり、特に40代女性（38.0%）、50代女性（41.0%）では4割前後となりました。また、「病院での支払い」は50代男性（17.0%）や60代の男性（21.0%）、60代女性（18.0%）で他の性年代層に比べ高い傾向がみられ、それぞれ約5人に1人の割合となりました。【図9】

【図9】

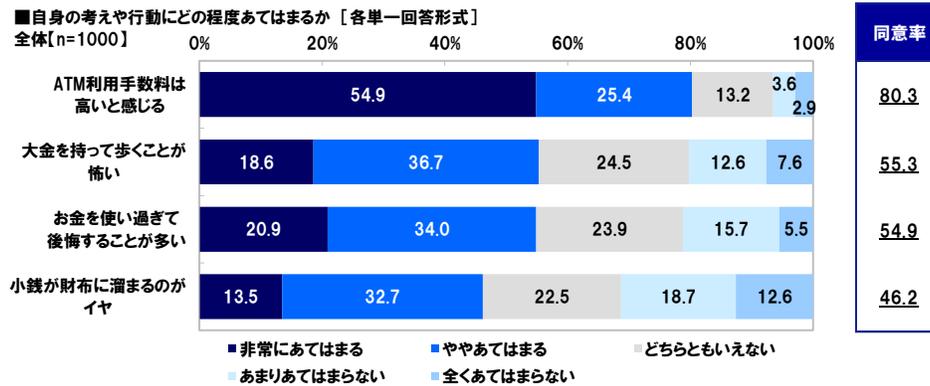
■最近1年、現金以外での支払いが増えたと感じる買い物・支払い [複数回答形式]

※HCはホームセンター、DSはディスカウントショップの略



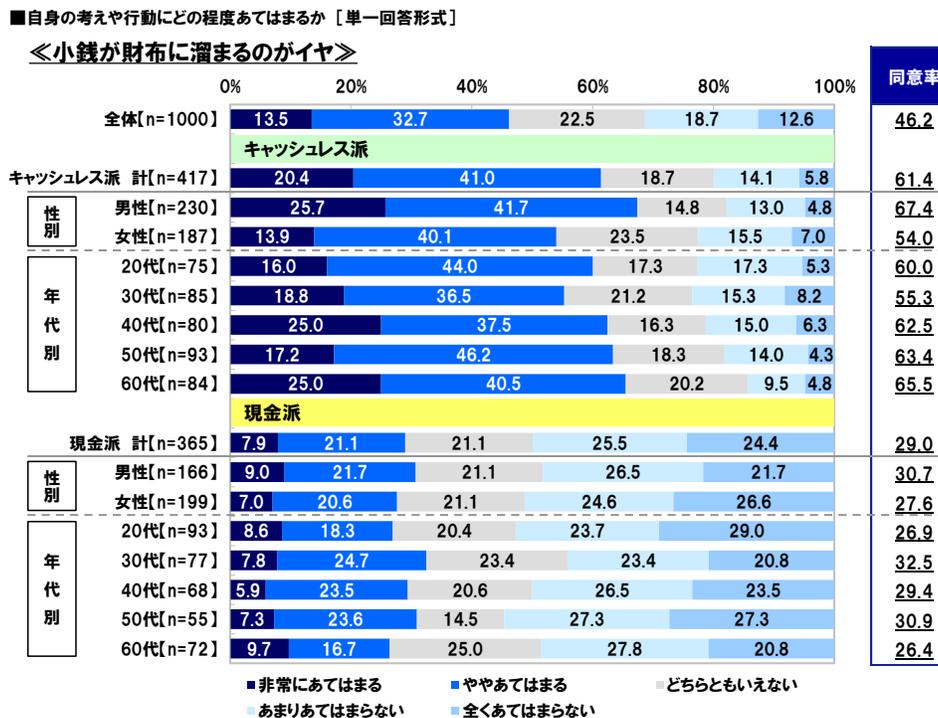
また、全回答者(1,000名)に、お金の持ち歩きや利用に関する内容を提示し、自分の考えや行動にあてはまるかどうか聞いたところ、「ATM利用手数料は高いと感じる」では同意率が80.3%と8割以上が同意を示し、「大金を持って歩くことが怖い」55.3%や「お金を使い過ぎて後悔することが多い」54.9%では半数以上となりました。また、「小銭が財布に溜まるのがイヤ」は46.2%でした。【図10】

【図10】



キャッシュレス派の財布の小銭に対する意識をみていくと、「小銭が財布に溜まるのがイヤ」の同意率は、61.4%と現金派(29.0%)の2倍以上の割合となりました。男女別では、男性67.4%、女性54.0%と男性のほうが高くなりました。また、年代別にみると、60代では65.5%と3人に2人が同意を示す結果となりました。【図11】

【図11】



キャッシュレス派が現金派より財布の小銭を嫌う傾向にあることがわかりましたが、現金派と比較して、それ以外にどのような特徴があるのでしょうか。マネー関連や消費などに関する意識で比較を行いました。

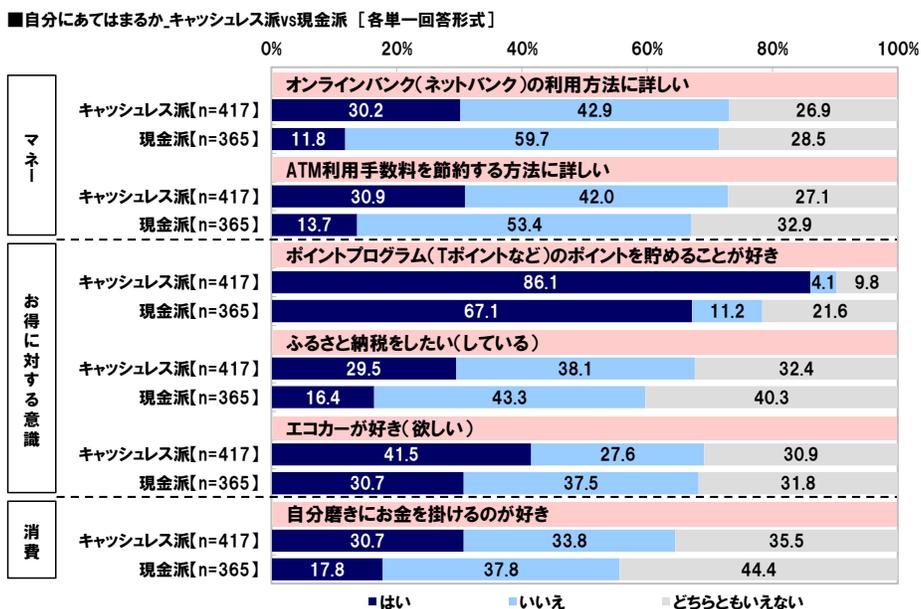
マネー関連の知識を持っている人の割合はキャッシュレス派のほうが高いようで、「オンラインバンク(ネットバンク)の利用方法に詳しい」(キャッシュレス派 30.2%、現金派 11.8%、以下同順)、「ATM 利用手数料を節約する方法に詳しい」(30.9%、13.7%)ではキャッシュレス派のほうが現金派より 10 ポイント以上高くなりました。

また、消費や支払いにおける“お得”情報に対する意識が高い人にキャッシュレス派が多い様子が窺え、「ポイントプログラムのポイントを貯めることが好き」(86.1%、67.1%)、「ふるさと納税をしたい(している)」(29.5%、16.4%)、「エコカーが好き(欲しい)」(41.5%、30.7%)でもキャッシュレス派のほうが 10 ポイント以上高い結果となりました。

さらに、自分磨きに関する消費が好きな人の割合もキャッシュレス派のほうが高くなり、「自分磨きにお金を掛けるのが好き」はキャッシュレス派では 30.7%、現金派では 17.8%となりました。【図 12】

キャッシュレス派は、よりマネーに関連する知識に明るく、自己投資が好きといえそうです。

【図 12】



3. “自分磨き消費好き”の認知率の高さが目立つデビットカード。消費者タイプ別利用意向実態は？

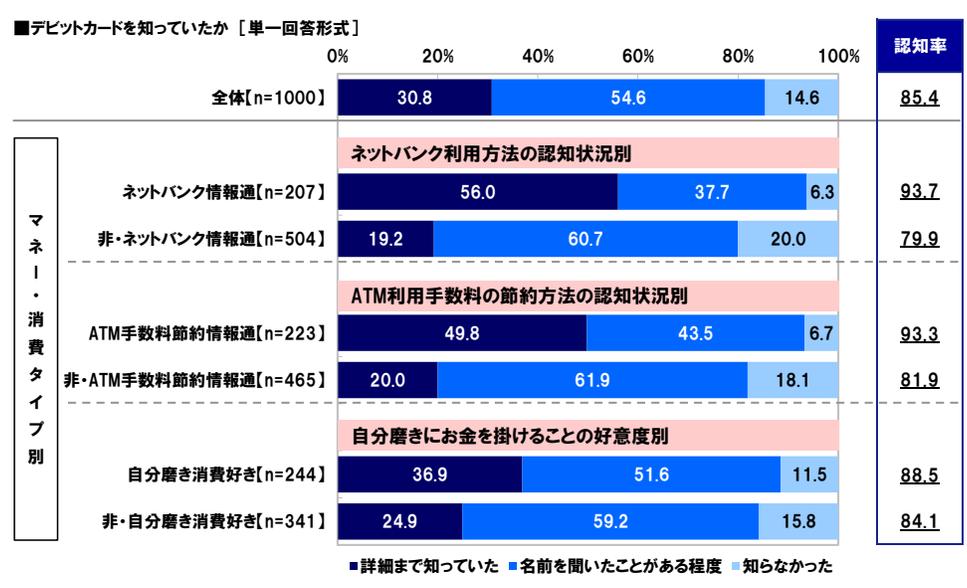
- ▶ デビットカードの詳細についての認知率は3割 “自分磨き消費好き”はデビットカードのメリットを知っている！
- ▶ デビットカードの詳細を知った人の3人に1人が利用意向あり！ 30代女性では約半数と利用意向が高い傾向
- ▶ デビットカードの利用意向が高いのは「海外ネット通販好き」「自分磨き消費好き」

キャッシュレス化(現金離れ)を自覚している人が4割となり、様々なシーンにおいて現金以外での支払いが増えたと感じられていることがわかりましたが、キャッシュレス時代の支払い方法の1つにデビットカードがあります。

そこで、全回答者(1,000名)に、デビットカードについて、知っていたか聞いたところ、「詳細まで知っていた」30.8%、「名前を聞いたことがある程度」54.6%となり、それらを合計した認知率は85.4%、「知らなかった」は14.6%でした。

マネー・消費タイプ別に、詳細まで知っていた人の割合をみると、ネットバンクの利用方法に詳しい「ネットバンク情報通」が56.0%、ATM手数料の節約に詳しい「ATM手数料節約情報通」が49.8%と高くなりました。また、自分磨きに関する消費が好きな「自分磨き消費好き」でも36.9%と3人に1人以上の割合となり、全体に比べ高い傾向となりました。【図13】

【図13】



次に、デビットカードについて説明(※)をした後に、デビットカードを今後(または今後も)使いたいか聞いたところ、「非常に使いたい」6.1%、「どちらかといえば使いたい」30.3%となり、それらを合計した利用意向率は 36.4%となりました。

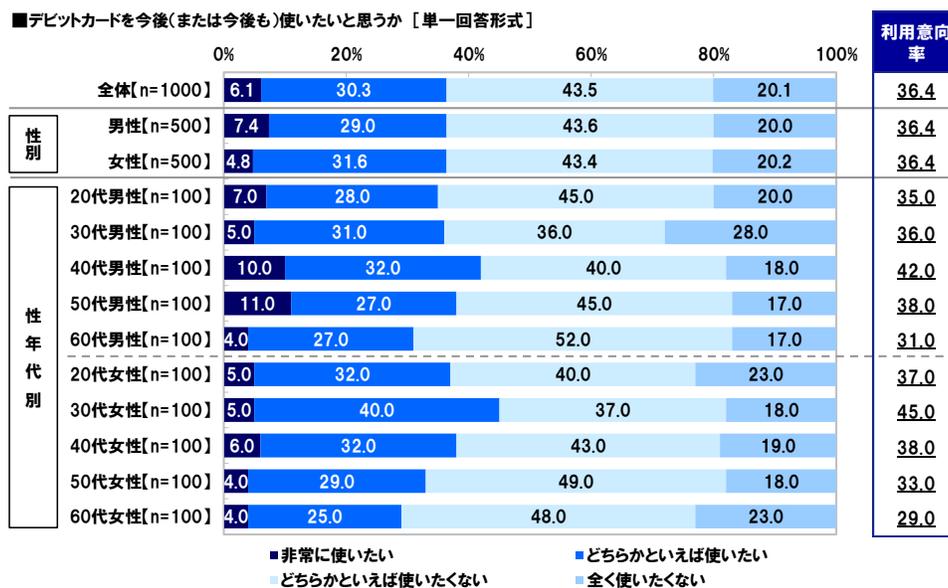
性年代別に利用意向率をみると、男性では 40 代が 42.0%となり、女性では 30 代が 45.0%で最も高くなりました。【図 14】
また、消費タイプ別に利用意向率をみると、「海外ネット通販好き」が最も高く 50.0%、自分磨きにお金を掛けることが好きな「自分磨き消費好き」が 47.1%となり、全体よりも 10 ポイント以上利用意向率が高くなりました。【図 15】

※デビットカードとは、「お買い物をすると自分の銀行口座から即時決済してくれるカード」とし、以下のメリットも記載した

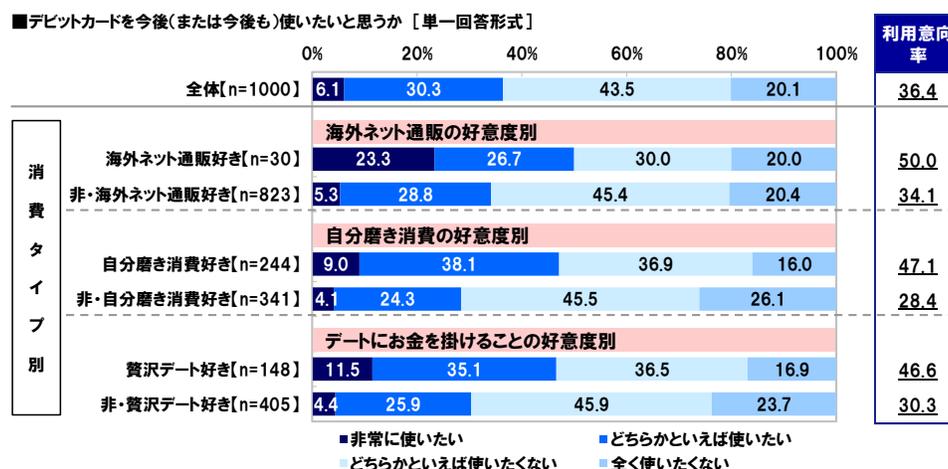
■デビットカードのメリット

「銀行口座があれば発行できる」原則として口座保有者であれば誰でも(15歳以上・中学生を除く)保有・利用が可能です。
「『お金がないのに買ってしまった』を防げる」口座残高の範囲内でしかお買い物はできません。
「口座のお金をおろさず使える」ATMでイチイチお金をおろす必要はありません。よってATM手数料を気にすることもありません。
「世界中のカード加盟店やネットでもお買い物ができる」クレジットカードと同様に世界中のカード加盟店で使え、ネットでの買い物も可能です。
「使うたびにお得」クレジットカードと同様にポイントプログラムのポイントが貯まるお得なサービスがあります。

【図 14】



【図 15】



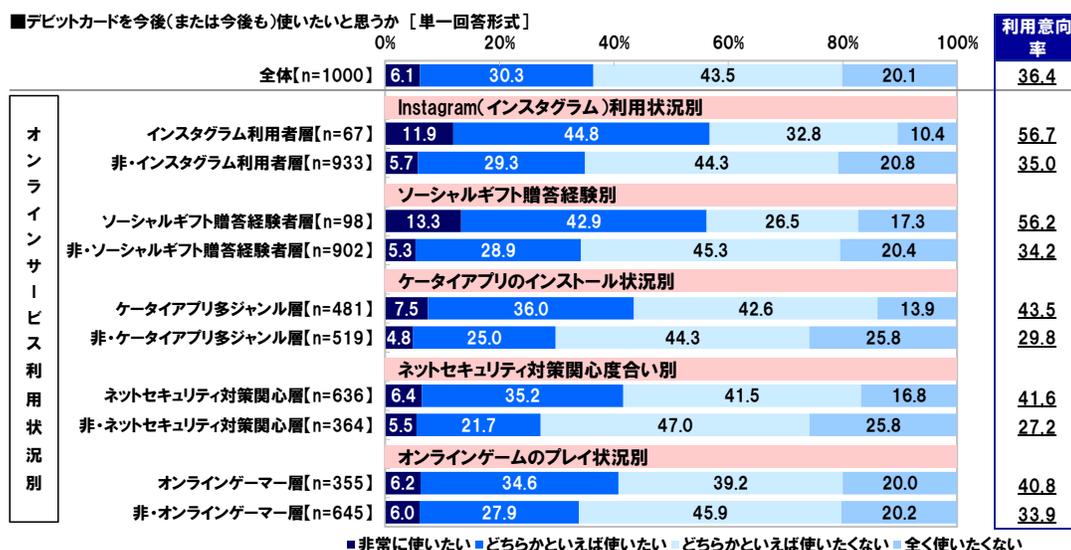
4. オンラインサービス利用状況とデビットカード利用意向との強い関係性

- ▶ オンラインサービス利用者は積極的？ インスタグラム利用者の半数以上がデビットカード利用意向あり
- ▶ ソーシャルギフトを贈った経験がある人はデビットカード利用意向が高い傾向が明らかに

マネー・消費に関する意識・実態で分けたタイプによってデビットカードの利用意向率に異なる傾向がみられましたが、オンラインサービスの利用状況によってもデビットカードの利用意向率が異なる傾向にあることがわかりました。

デビットカードの利用意向率について、オンラインサービスの利用状況別にみていくと、最近注目を浴びているInstagram(インスタグラム)利用状況別では、利用者層 56.7%に対し、非利用者層 35.0%、ソーシャルギフト(Facebook やTwitter などのソーシャルサービスを活用して相手に贈り物を贈ることができるサービス)贈答経験別では、経験者層 56.2%に対し、非経験者層では 34.2%と 20 ポイント以上の開きがみられました。また、ケータイアプリのインストール状況別(色々なアプリをインストールしている層である多ジャンル層 43.5%、非多ジャンル層 29.8%)やネットセキュリティ対策関心度合い別(関心層 41.6%、非関心層 27.2%)では 10 ポイント以上の開きがみられました。海外ネット通販好きの利用意向率も高くなっていましたが(前頁参照)、口座残高の範囲内でのみお買い物のできるデビットカードは、特にオンラインショッピング等のオンラインサービスをよく利用する人が「利用したい」と感じるようです。【図 16】

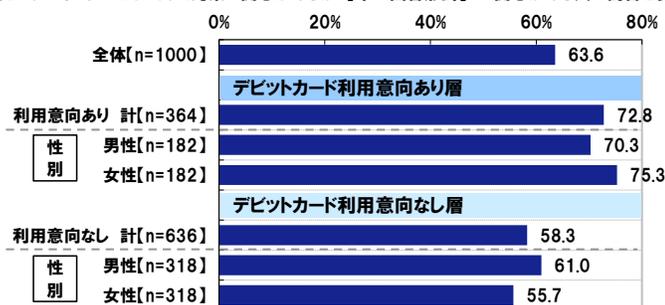
【図 16】



また、デビットカードの利用意向がある人の傾向についてみていくと、特に女性で特徴がみられ、女性利用意向層では「インターネットのセキュリティ対策に関心がある人」75.3%(全体 63.6%)や「オンラインゲームをプレイしている人」44.5%(全体 35.5%)の割合が、全体と比べ 10 ポイント前後高い結果となりました。【図 17】【図 18】

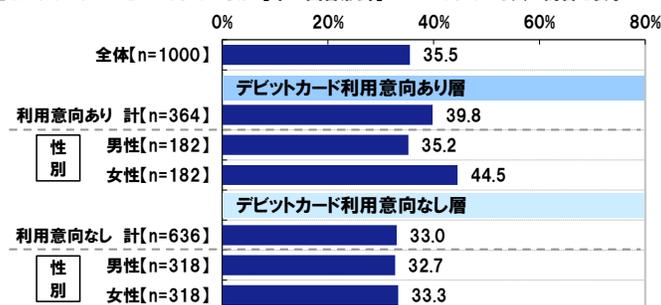
【図 17】

■インターネットのセキュリティ対策に関心があるか [単一回答形式] ※関心がある人の割合を表示



【図 18】

■オンラインゲームをプレイしているか [単一回答形式] ※プレイしている人の割合を表示



■■調査概要■■

- 《調査タイトル》 キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査
《調査地域》 全国
《調査対象》 ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする 20～69 歳の男女
《調査期間》 2015 年 2 月 21 日(土)～2 月 24 日(火)
《調査方法》 インターネット調査(モバイルリサーチ)
《有効回答数》 1,000 サンプル

(内訳)

男性 500 サンプル(20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル)
女性 500 サンプル(20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル)

《実施機関》 ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社ジェーシービー
広報部 広報グループ
TEL :03-5778-8353

■■株式会社ジェーシービー 概要■■

名称 :株式会社ジェーシービー(JCB Co., Ltd.)
代表者名 :代表取締役兼執行役員社長 浜川 一郎(はまかわ いちろう)
所在地 :東京都港区南青山 5-1-22 青山ライズスクエア
事業内容 :クレジットカード業務、クレジットカード業務に関する各種受託業務、融資業務、信用保証業務、
集金代行業務、前払式支払手段の発行ならびに販売業およびその代行業
