

平成 29 年 5 月 25 日  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

## 中高生にも広がる電子マネー、半数以上が店頭利用

－ 『R&D おこづかいについての調査』より －

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都新宿区、代表取締役:五十嵐 幹)は、2017 年 5 月に首都圏在住の中高生を対象に「おこづかい」に関する自主調査を実施いたしました。

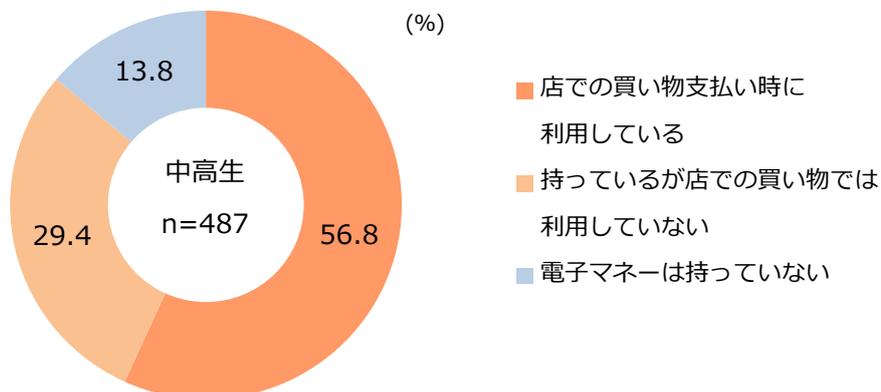
電子マネーが普及しはじめて約 15 年が経過し、近年では利用できる場所も、利用者も増加していると言われています。現在の中高生にとって電子マネーは、子どもの頃からある存在になります。

そこで今回は、その自主調査の中から「電子マネーの利用状況」について、中高生調査と 18-79 才の調査データを比較しながらご紹介いたします。

### “半数以上が電子マネーを店頭支払いに利用”

➤ 中高生の電子マネーの店頭支払い利用率は 56.8%。

(図1) 電子マネーの保有率／店頭での支払い利用率



※R&D「おこづかいについての自主調査(2017.5)」

「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ

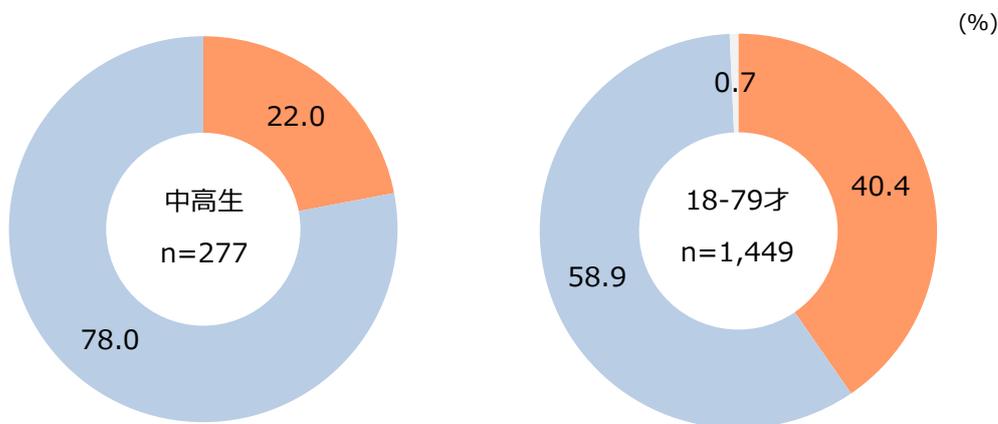
“中高生は、大人よりも「なるべく電子マネーは利用しない」意識が強い”

- 電子マネー利用者の意識を「積極的に利用」「なるべく利用しない」の2択で聴取したところ、「積極的に利用」は2割程度にとどまり、18～79才と比較すると「なるべく利用しない」意識が強い。

(図2) 電子マネー利用意識

\*店頭で買い物の支払いに利用している人ベース

- 買い物時の支払いは、積極的に電子マネーを利用するようにしている
- 買い物時の支払いは、なるべく電子マネーは利用しないようにしている
- 不明



※中高生：R&D「おこづかいについての自主調査(2017.5)」

「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ

※18-79才：R&D「CORE2017 春オムニバス調査(2017.3)」

“中高生の電子マネーはおこづかいとは別枠？電子マネーを使うのは「現金がもったいない」”

- 中高生が電子マネーをなるべく利用しない理由として、「無駄遣いが増える」「お金の形がなくて怖い」といった意見が見られた。
- 一方、積極利用の理由では、利便性の他、「現金がもったいない」「親が払ってくれる」など、電子マネーが『(親の)お金だから』という意見もあがっている。

(図3) 中高生が電子マネーを積極的に利用する／なるべく利用しない理由



※R&D「おこづかいについての自主調査(2017.5)」

「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ

---

## R&D 生活者インサイト

---

### ◇電子マネーはお金ではない？中高生の電子マネー事情

中高生の店頭での支払いに電子マネーを利用している割合は半数以上と、中高生にも電子マネーでの支払いは浸透しつつあります。電子マネーの利用意識とそれぞれの回答理由を見ると、どうやらいまどきの中高生は、おこづかいとは別に「電子マネー」という別枠のお金を持っており、「支払いがラクだし、現金でもなく親のお金だから気軽に使う」派と、「すぐになくなってしまい、自分のおこづかいではないのでなるべく使わない」派があるようです。電子マネーを利用していると「お金の実感」が薄くなります。大人になってから電子マネーを使い始めた世代と、子供のころから使い慣れている世代では、今後「お金」に対する価値観や、使い方・貯め方などの考え方も変化してくるのかもしれませんが。

調査結果の詳細は、**無料ダウンロードレポート『中高生のおこづかい事情と電子マネー利用について』**をご覧ください。本リリースで取り上げた結果のほかに、中高生のおこづかいのもらい方、1ヶ月のおこづかい平均金額、保有している電子マネーの種類、電子マネーでの買い物支払い頻度などを記載しております。「中高生のおこづかい」に関しては、17年前のデータと比較分析もおこなっております。ぜひこちらもご覧ください。

(弊社ホームページよりダウンロードいただけます)

R&D CORE(生活者総合ライフスタイル調査システム)を利用した調査・分析:課題の洗い出しから分析アウトプットまで、R&D スタッフがお手伝いします。

詳細は弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

**■「おこづかいについての自主調査」 調査概要■**

調査地域： 首都圏  
調査対象： 中学1年生～高校3年生の男女（「LINE アンケート」モニター）  
サンプル数： 有効回収 487 サンプル  
調査手法： 「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ  
調査実施時期： 2017年5月

**■生活者総合ライフスタイル調査 CORE2017 春オムニバス調査 調査概要■**

調査地域： 首都圏40km圏（調査地点 200地点）  
調査対象： 18～79歳男女個人  
サンプル数： 有効回収 1,851 サンプル（人口構成比に合わせて、性×年代別を割付）  
サンプリング手法： CORE2017 マスター調査協力者を対象  
調査手法： 郵送調査法による自記入式留置調査  
調査実施時期： 2017年2～3月

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

**■会社概要■**

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント  
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿3-20-2  
代表者： 代表取締役社長 五十嵐 幹  
資本金： 30,000千円  
設立： 1968年1月17日  
URL： <http://www.rad.co.jp>  
事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション  
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

**■お問い合わせ先■**

- 本分析担当：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント マーケティングソリューション部（水野）
- 本資料に関するお問い合わせ：  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）  
TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp