

2019年3月28日

<報道関係者各位>

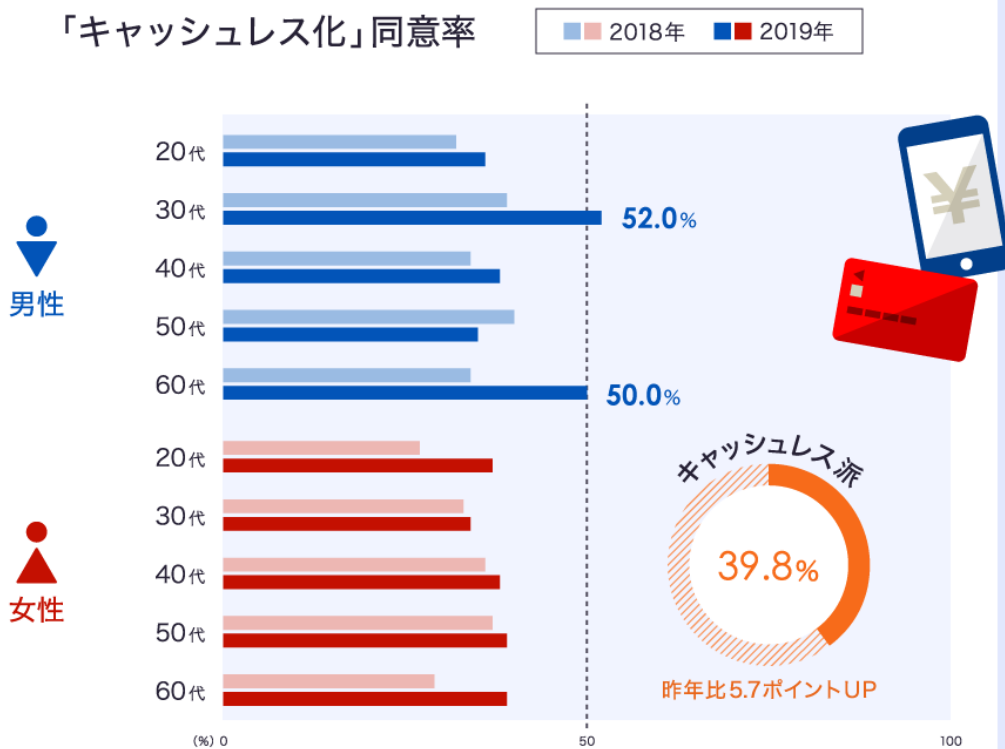
株式会社ジェーシービー

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 2019」を発表

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2019年

キャッシュレス派は4割に
～30代と60代の男性は、50%以上がキャッシュレス派～

「キャッシュレス化」同意率



(男女各n=500) ※JCB調べ

キャッシュレス派に聞いたお金の管理

<p>昨年1年間で増やせた貯蓄額(平均)</p> <p>現金派 34.2万円</p> <p>キャッシュレス派 83.2万円</p> <p>現金派の2.4倍</p>	<p>4人に1人が話題のQRコード決済を利用</p> <p>還元キャンペーンを上手に活用</p>	<p>デビットカード利用のメリット</p> <p>1位 ATM手数料の節約</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-------------------------------------------

(キャッシュレス派：n=398 現金派：n=389) ※JCB調べ

※JCB調べ

※JCB調べ

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2019 調査地域: 全国 調査対象: ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする20歳以上69歳の男女 調査期間: 2019年3月8日(金)～3月11日(月) 調査方法: インターネット調査 有効回答数: 1,000サンプル

-
- ・**新年度の目標「貯蓄」が5年連続トップ、「生活費の見直し・節約」が5年連続2位**
 - ・**4割が「キャッシュレス派」を自認、30代・60代男性では半数以上が「キャッシュレス派」**
 - ・**キャッシュレス化促進の起爆剤に？「ポイント還元開始後、キャッシュレス決済の頻度が増える」半数以上**
 - ・**デビットカード利用のメリット 1位「ATM手数料の節約」2位「ポイントが貯まる」3位「チャージ不要」**
-

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、2019年3月8日（金）から11日（月）の4日間、全国の20歳から69歳の男女を対象に今年で5回目となる「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「貯蓄」が5年連続トップ、「生活費の見直し・節約」が5年連続2位**

全国の20歳から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、1位「貯蓄」（38.3%）、2位「生活費の見直し・節約」（28.4%）、3位「仕事や家事の効率UP」（21.7%）、4位「ダイエット」（20.5%）、5位「趣味力UP」（17.5%）でした。「貯蓄」は、2015年の調査開始以来、5年連続トップ、「生活費の見直し・節約」は5年連続2位となりました。将来不安が依然として高いためか、消費者の貯蓄志向や節約志向は根強いようです。

・**4割が「キャッシュレス派」を自認、30代・60代男性では半数以上が「キャッシュレス派」**

全回答者（1,000名）に、「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）」と思うか聞いたところ、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39.8%、不同意率は（「全くあてはまらない」と「あまりあてはまらない」の合計、以下同様）は38.9%と、キャッシュレス派と現金派が拮抗する結果となりました。

性年代別にみると、30代男性（2018年39.0%→2019年52.0%）と60代男性（2018年34.0%→2019年50.0%）では、昨年よりキャッシュレス派の割合が10ポイント超上昇し、今年は半数以上となりました。

・**キャッシュレス化促進の起爆剤に？「ポイント還元開始後、キャッシュレス決済の頻度が増える」半数以上**

全回答者（1,000名）に、「ポイント還元開始後、キャッシュレス決済の頻度が増える」かどうか聞いたところ、同意率は51.9%、不同意率は48.1%となりました。半数以上がキャッシュレス決済の頻度が増すと回答しており、ポイント還元制度はキャッシュレス化を促進させる起爆剤になるかもしれません。

・**デビットカード利用のメリット 1位「ATM手数料の節約」2位「ポイントが貯まる」3位「チャージ不要」**

デビットカードを使っている152名に、デビットカードを使っていて実感していることを聞いたところ、1位「ATM手数料の節約になる」（53.9%）、2位「ポイントが貯まる」（42.1%）、3位「チャージが必要ない」（38.2%）、4位「使い過ぎる心配がない」（34.2%）、5位「財布がかさばらない（現金を持ち歩かなくて済む）」（33.6%）となりました。ATMでお金を引き出す必要がないため、手数料がかからず、節約につながっていると感じている利用者が多いようです。また、ポイントが貯まるため、お得に感じている人も多いようです。

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: <https://www.global.jcb/ja/press/>

＜JCBデビットについて＞

URL: https://www.jcb.jp/products/jcbdebit/?ad_id=jp_press_201603

JCBは、クレジットカード・デビットカード・プリペイドカードなど様々なソリューションでキャッシュレス社会化を促進してまいります。

■■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

▶ 新年度の目標「貯蓄」が5年連続トップ、「生活費の見直し・節約」が5年連続2位

全国の20歳から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、1位「貯蓄」(38.3%)、2位「生活費の見直し・節約」(28.4%)、3位「仕事や家事の効率UP」(21.7%)、4位「ダイエット」(20.5%)、5位「趣味力UP」(17.5%)でした。「貯蓄」は、2015年の調査開始以来、5年連続(※)トップ、「生活費の見直し・節約」は5年連続2位となりました。将来不安が依然として高いためか、消費者の貯蓄志向や節約志向は根強いようです。【図1】

※「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(2015年3月19日発表)」<http://www.global.jcb/ja/press/20150318120000.html>

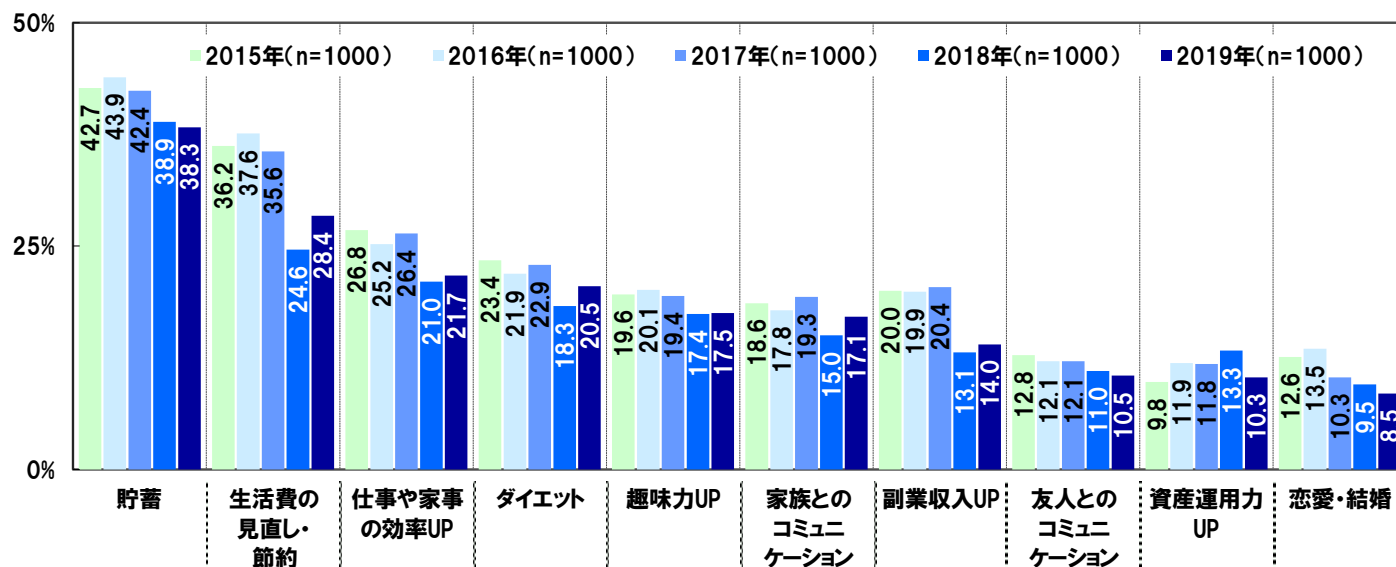
「キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査 2016(2016年3月22日発表)」<http://www.global.jcb/ja/press/20160322140500.html>

「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 2017(2017年3月29日発表)」<http://www.global.jcb/ja/press/00000000162435.html>

「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 2018(2018年3月19日発表)」<https://www.global.jcb/ja/press/00000000162614.html>

【図1】

■新年度(4月から)の目標 [複数回答形式] ※2019年の上位10位を抜粋

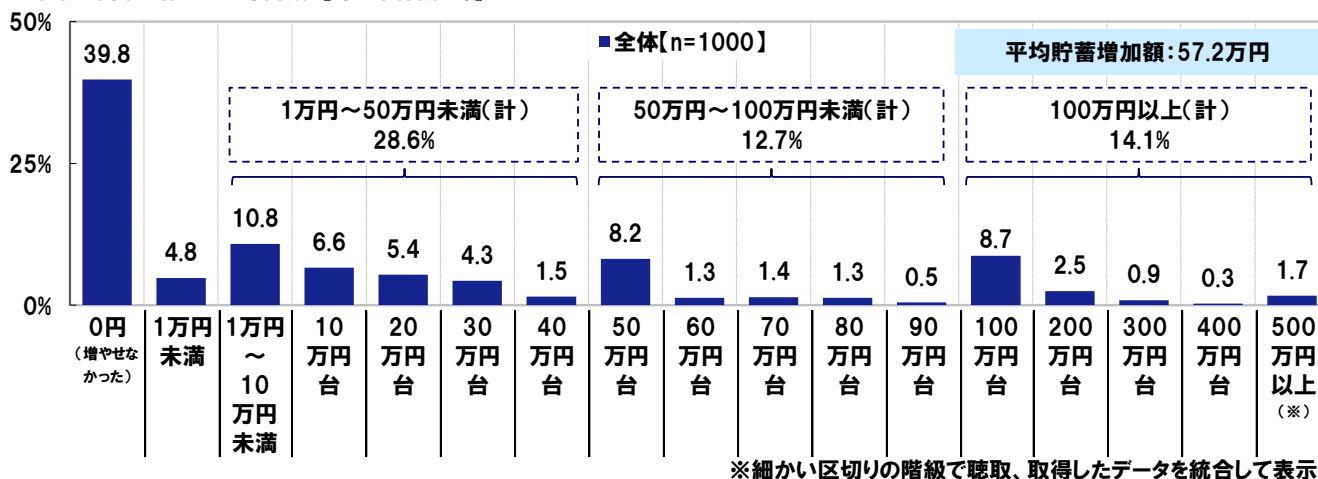


- ▶ 昨年1年間の貯蓄増加額は「0円」全体の4割
- ▶ 昨年1年間に増やせた貯蓄額は平均57.2万円 キャッシュレス派の平均貯蓄増加額は現金派の2.4倍
- ▶ キャッシュレス派男性の平均貯蓄増加額は現金派の2.2倍、キャッシュレス派女性では現金派の2.6倍に

全回答者(1,000名)に、昨年1年間で増やせた貯蓄額を聞いたところ、最も多かったのは「0円」で39.8%でした。昨年は貯蓄を全く増やせなかったという人が全体の4割となりました。「1万円～50万円未満」が28.6%、「50万円～100万円未満」が12.7%、「100万円以上」が14.1%となり、0円との回答も含めた平均貯蓄増加額は57.2万円でした。【図2】

【図2】

■昨年1年間で増やせた貯蓄額 [単一回答形式]

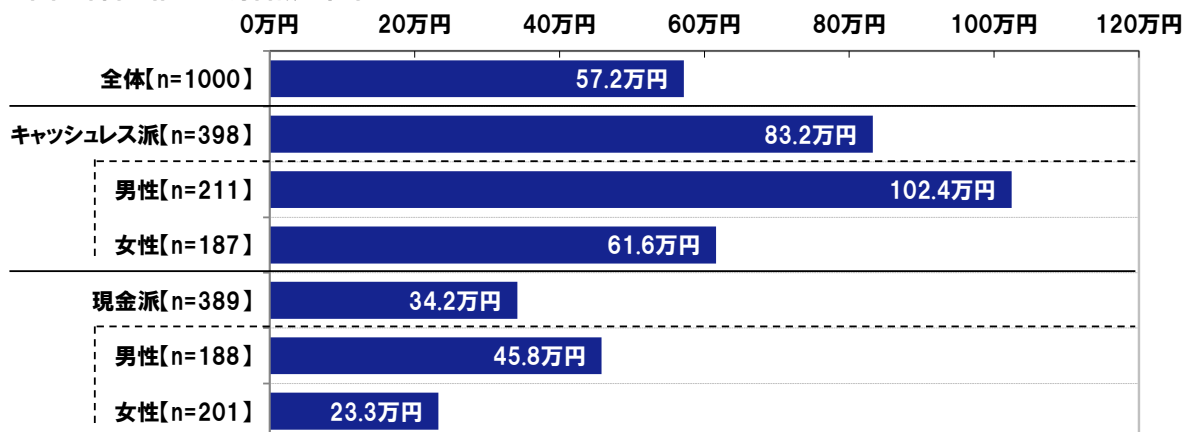


ここで、昨年1年間で増やせた貯蓄額を、日頃の買い物などの“支払い方法”で分けたタイプ別にみると、キャッシュレス派の平均貯蓄増加額は83.2万円、現金派の平均貯蓄増加額は34.2万円となりました。キャッシュレス派は現金派の2.4倍の貯蓄額を増やせたという結果になりました。

男女別に平均貯蓄増加額をみると、キャッシュレス派の男性では102.4万円、現金派の男性では45.8万円、キャッシュレス派の女性では61.6万円、現金派の女性では23.3万円でした。男性ではキャッシュレス派は現金派の2.2倍、女性ではキャッシュレス派は現金派の2.6倍となりました。男女とも、キャッシュレス派のほうが現金派よりも貯蓄力が高い傾向が明らかになりました。【図3】

【図3】

■昨年1年間で増やせた貯蓄額の平均

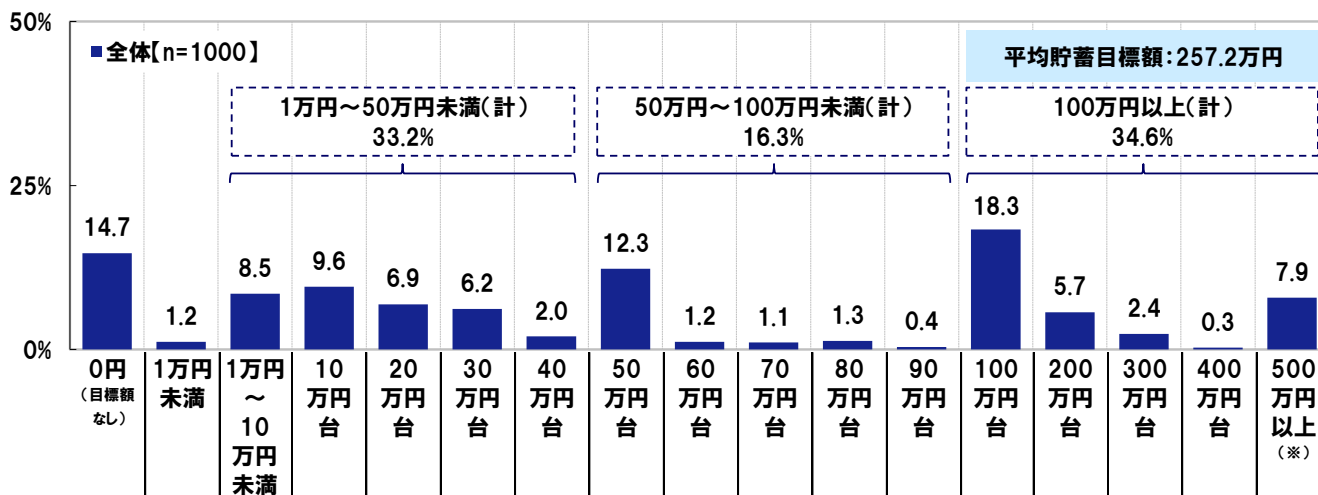


- 新年度の貯蓄目標額は平均 257.2 万円、3 人に 1 人が「100 万円以上」、キャッシュレス派男性では 400 万円超
- キャッシュレス派と現金派の貯蓄格差は拡大傾向？ キャッシュレス派の平均貯蓄目標額は現金派の 1.8 倍

次に、全回答者(1,000 名)に、新年度の貯蓄目標額を聞いたところ、「100 万円台」との回答が最も多く 18.3%でした。「100 万円以上」は 34.6%で、3 人に 1 人が 100 万円以上貯めようと目標を掲げている実態が明らかになりました。0 円との回答も含めた平均貯蓄目標額は 257.2 万円でした。【図 4】

【図 4】

■新年度の貯蓄目標額 [単一回答形式]



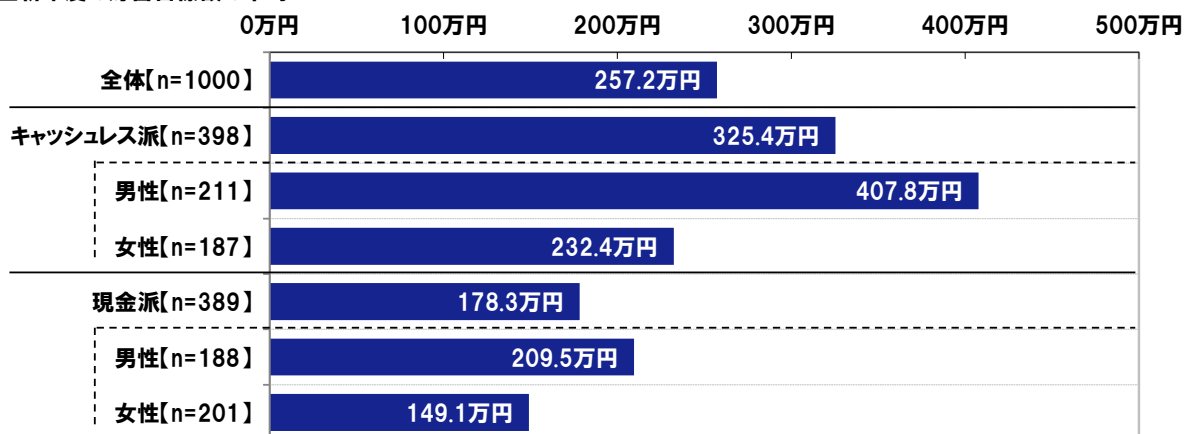
※細かい区切りの階級で聴取、取得したデータを統合して表示

日頃の買い物などの“支払い方法”で分けたタイプ別にみると、キャッシュレス派の平均貯蓄目標額は 325.4 万円、現金派の平均貯蓄目標額は 178.3 万円となりました。キャッシュレス派は現金派の 1.8 倍の貯蓄額を目標としているという結果になりました。キャッシュレス派と現金派の貯蓄格差が広がる可能性があります。

男女別に平均貯蓄目標額をみると、キャッシュレス派の男性では 407.8 万円と 400 万円を超え、現金派の男性では 209.5 万円、キャッシュレス派の女性では 232.4 万円、現金派の女性では 149.1 万円でした。【図 5】

【図 5】

■新年度の貯蓄目標額の平均



- 新年度の生活費削減目標額 平均 18.8 万円
- 新年度の年収アップ目標額 平均 84.2 万円

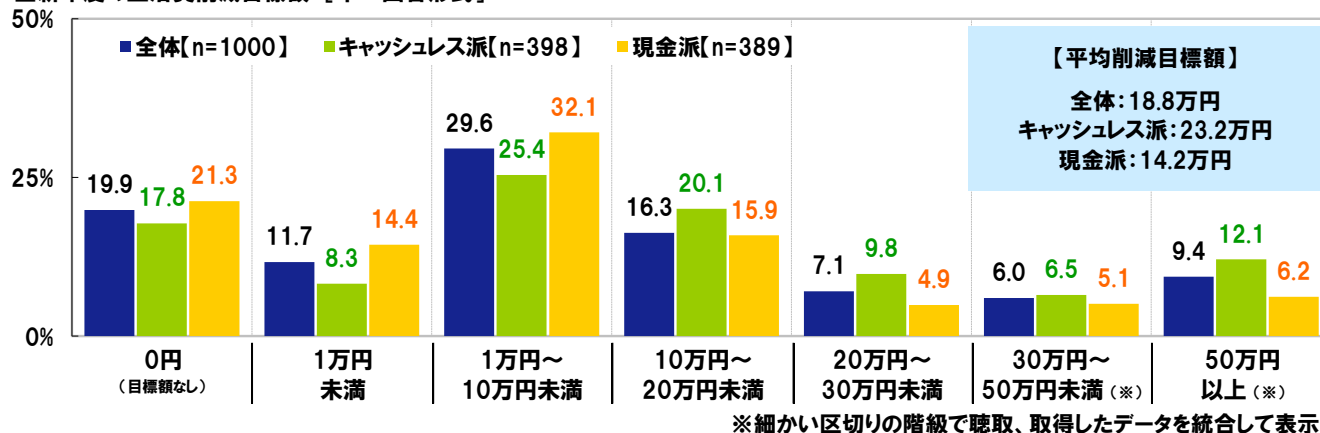
新年度の目標では、「生活費の見直し・節約」が「貯蓄」に次いで多く挙げられました。

全回答者(1,000名)に、新年度に、いくら生活費を削減したいか聞いたところ、最も多かったのは「1万円～10万円未満」で29.6%でした。「10万円～20万円未満」は16.3%、「50万円以上」は9.4%となり、0円との回答も含めた平均削減目標額は18.8万円でした。

生活費削減目標額を日頃の買い物などの“支払い方法”で分けたタイプ別にみると、キャッシュレス派の生活費削減目標額の平均は23.2万円となり、現金派(14.2万円)より9万円高くなりました。貯蓄意識だけではなく、節約意識もキャッシュレス派のほうが高いことが明らかとなりました。【図6】

【図6】

■新年度の生活費削減目標額 [単一回答形式]

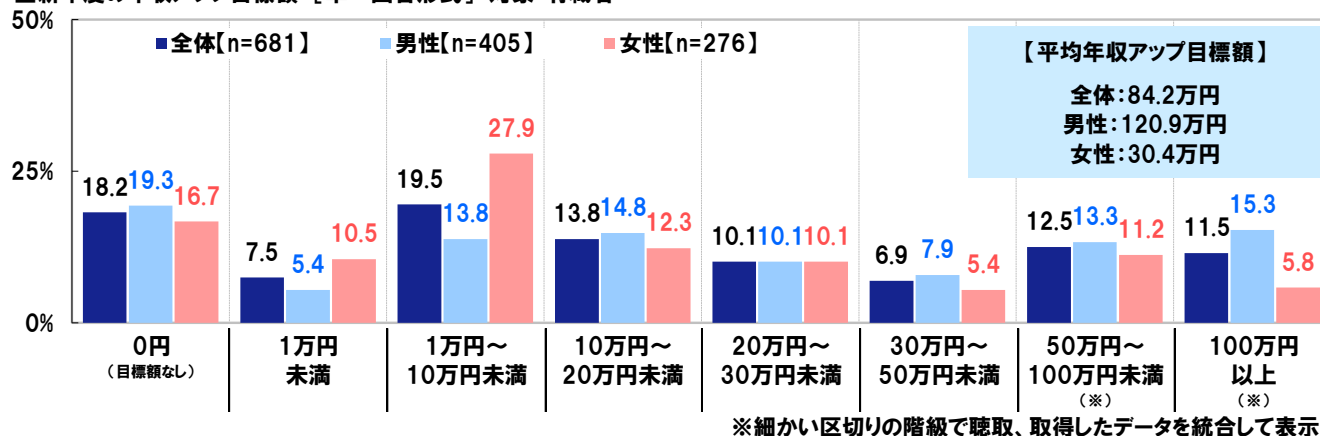


有職者(681名)に、新年度に、いくら年収をアップさせたいか聞いたところ、「1万円～10万円未満」が19.5%で最も多く、「10万円～20万円未満」(13.8%)や「50万円～100万円未満」(12.5%)、「100万円以上」(11.5%)との回答は1割強となり、0円との回答も含めた平均年収アップ目標額は84.2万円でした。

男女別に平均年収アップ目標額をみると、男性は120.9万円、女性は30.4万円となりました。【図7】

【図7】

■新年度の年収アップ目標額 [単一回答形式] 対象:有職者



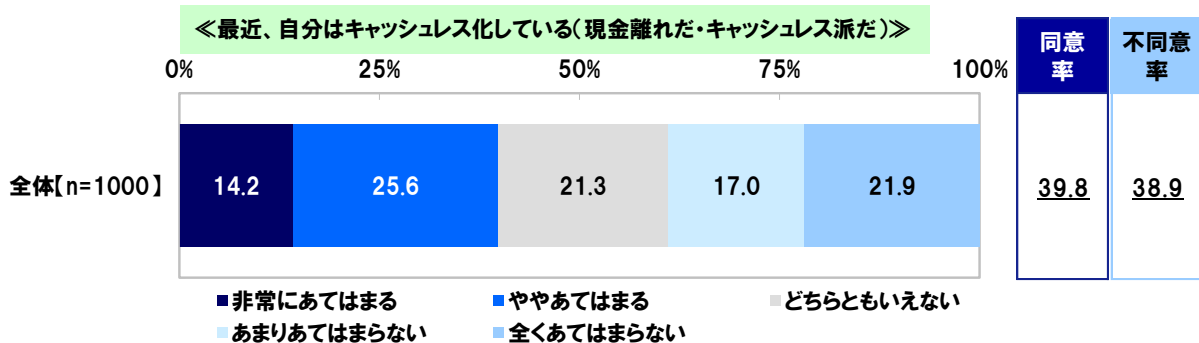
2. キャッシュレスに関する消費者意識

➤ 4割が「キャッシュレス派」を自認、30代・60代男性では半数以上が「キャッシュレス派」

全回答者(1,000名)に、「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)」と思うか聞いたところ、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39.8%、不同意率は(「全くあてはまらない」と「あまりあてはまらない」の合計、以下同様)は38.9%と、キャッシュレス派と現金派が拮抗する結果となりました。【図8】

【図8】

■自身の考えにどの程度あてはまるか [単一回答形式]

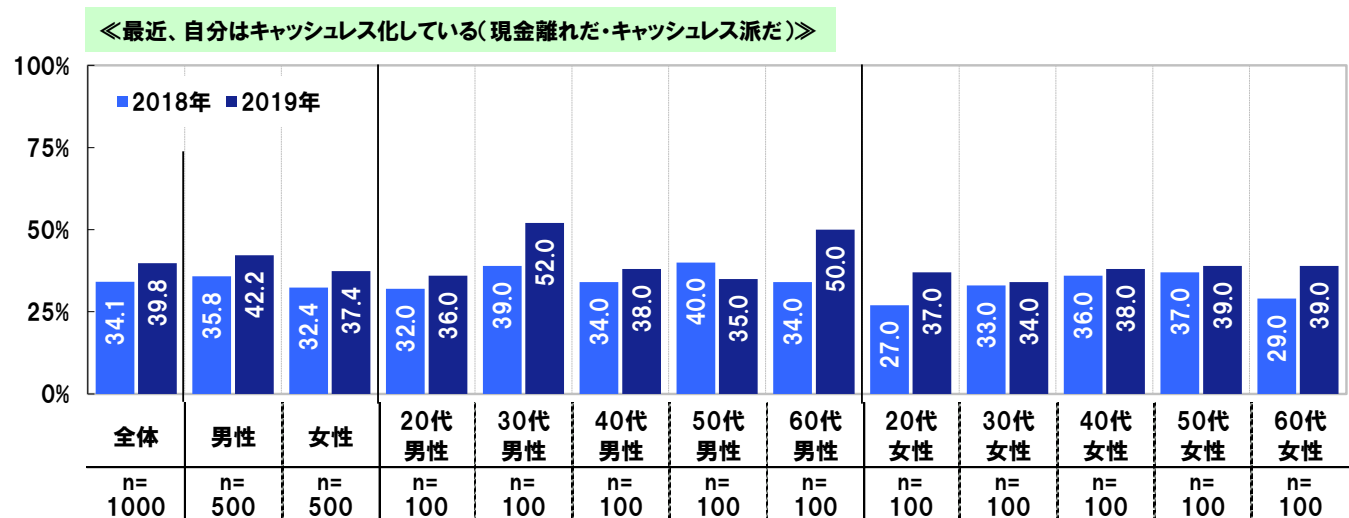


昨年の調査結果と比較をすると、同意率は2018年34.1%→2019年39.8%と5.7ポイント高くなりました。

性年代別にみると、30代男性(2018年39.0%→2019年52.0%)と60代男性(2018年34.0%→2019年50.0%)では、昨年よりキャッシュレス派の割合が10ポイント超上昇し、今年は半数以上となりました。また、昨年キャッシュレス派の割合が低かった20代女性(2018年27.0%→2019年37.0%)と60代女性(2018年29.0%→2019年39.0%)では、昨年より10.0ポイント上昇しました。【図9】

【図9】

■自身の考えにどの程度あてはまるか [単一回答形式] ※同意率(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計)を表示



- 「完全キャッシュレスのレストラン」4割以上が肯定、「無人コンビニ増加」3割半が予想
- 「2020年五輪開催までに日本のキャッシュレス化をもっと進めるべき」賛成派4割

最近、完全キャッシュレス化したレストランや“無人コンビニ”が話題になっています。

そこで、全回答者(1,000名)に、「完全キャッシュレス化したレストランはアリだと思う」かどうかを聞いたところ、同意率は40.9%、不同意率は30.7%となりました。昨年は肯定派(36.4%)と否定派(33.0%)が拮抗していましたが、今年は、肯定派と否定派には10.2ポイントの開きがみられました。完全キャッシュレス化したレストランを肯定的に捉えている人は増えているようです。【図10】

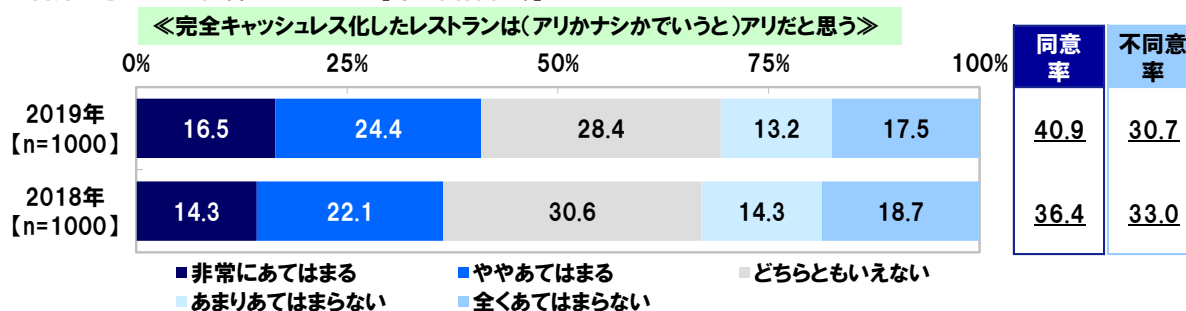
また、「キャッシュレス決済の普及で、無人営業のコンビニエンスストアが増えると思う」かどうかを聞いたところ、同意率は35.8%、不同意率は29.7%となりました。昨年は不同意率(33.5%)が同意率(29.2%)を上回っていましたが、今年は逆転し、同意率が不同意率を上回りました。無人コンビニの増加を予想する人も増えていることがわかりました。【図11】

そして、「2020年の五輪開催までに日本のキャッシュレス化をもっと進めるべきだと思う」かどうかを聞いたところ、同意率は39.3%、不同意率は23.7%と、東京五輪に向けたキャッシュレス化促進に賛成する人が全体の4割となりました。

【図10】

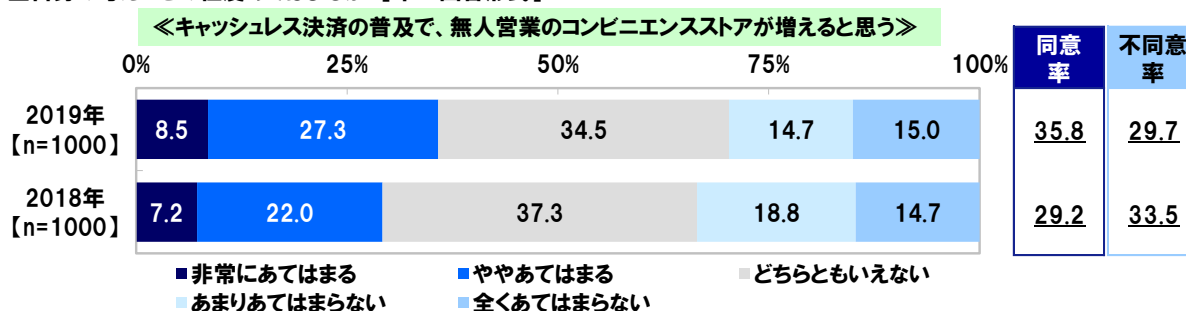
【図10】

■自身の考えにどの程度あてはまるか【単一回答形式】



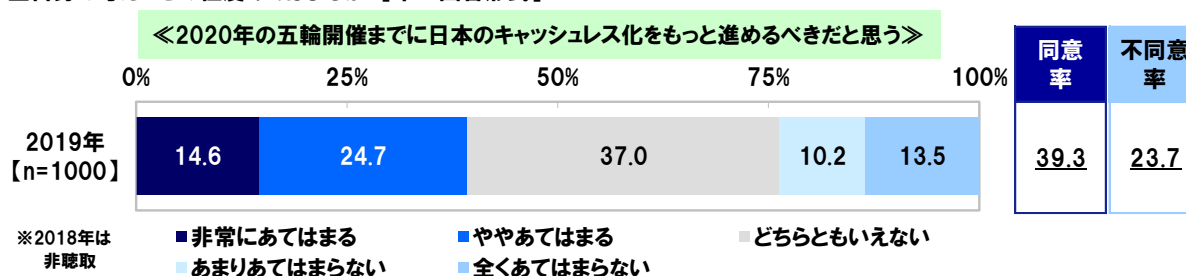
【図11】

■自身の考えにどの程度あてはまるか【単一回答形式】



【図12】

■自身の考えにどの程度あてはまるか【単一回答形式】



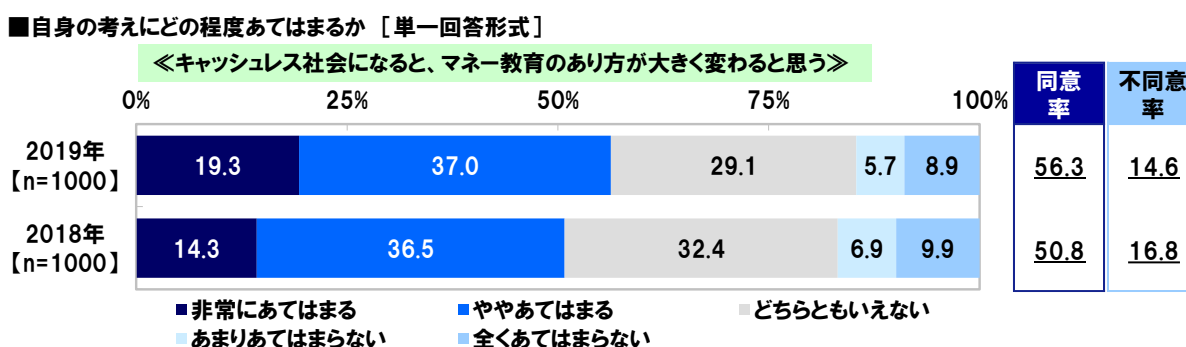
- 「キャッシュレス社会になるとマネー教育のあり方が大きく変わらと思う」全体の 5 割半が同意
- 4 人に 1 人が「お小遣い・お年玉のキャッシュレス化」を予想、5 人に 1 人が「ご祝儀のキャッシュレス化」を予想

続いて、キャッシュレス化が進むことによる子どもへの影響について、質問しました。

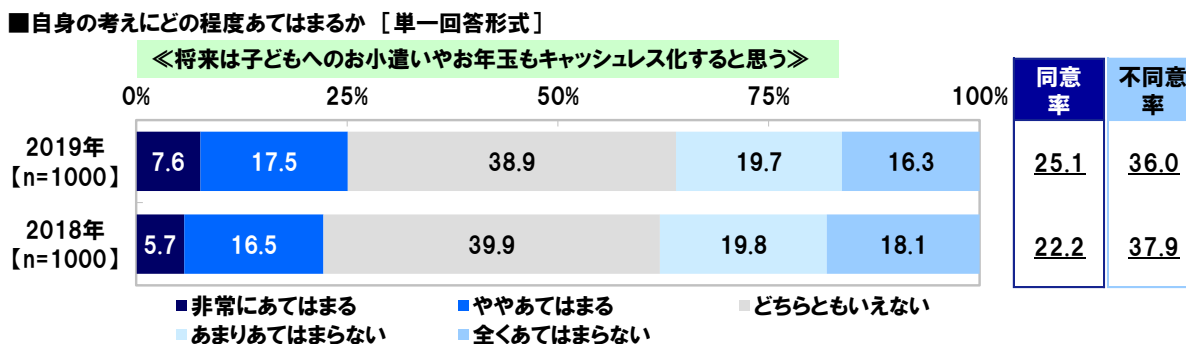
まず、全回答者(1,000名)に、「キャッシュレス社会になると、マネー教育のあり方が大きく変わらと思う」かどうか聞いたところ、同意率は 56.3%、不同意率は 14.6%となりました。電子化されたお金との付き合い方は、これまでのお金の付き合い方とは異なったものになると考える人が多いようです。同意率は昨年(50.8%)より 5.5 ポイント上昇しました。【図 13】

次に、全回答者(1,000名)に、「将来は子どもへのお小遣いやお年玉もキャッシュレス化すると思う」かどうか聞いたところ、同意率は 25.1%、不同意率は 36.0%となりました。子どもが電子マネーでお小遣いやお年玉をもらう姿は想像できないという人のほうが多いようです。【図 14】

【図 13】

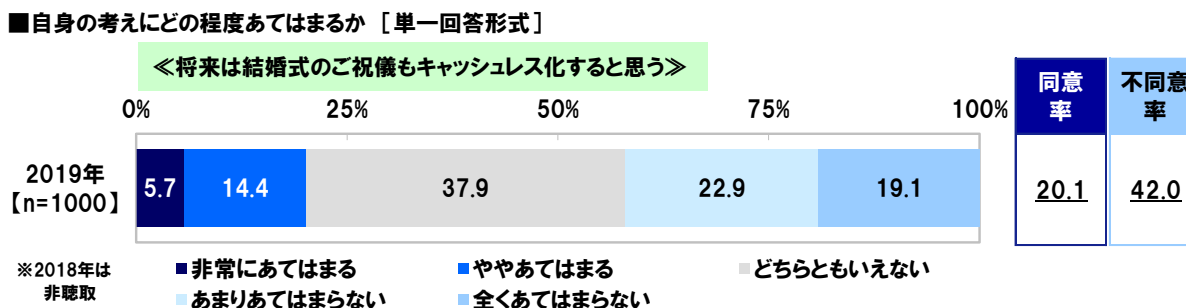


【図 14】



全回答者(1,000名)に、「将来は結婚式のご祝儀もキャッシュレス化すると思う」かどうか聞いたところ、同意率は 20.1%、不同意率は 42.0%となりました。お小遣いやお年玉と同様に、ご祝儀のキャッシュレス化を予想する人は少数派という結果となりました。【図 15】

【図 15】



3. 「消費増税のポイント還元」について

▶ 「ポイント還元制度」認知率 61.9%、認知率に男女年代差

今年 10 月の消費税増税の景気対策のひとつとして、キャッシュレス決済をするとポイントで還元される“ポイント還元制度”の導入が予定されています。

そこで、以下の説明を行った上で、ポイント還元制度について質問を行いました。

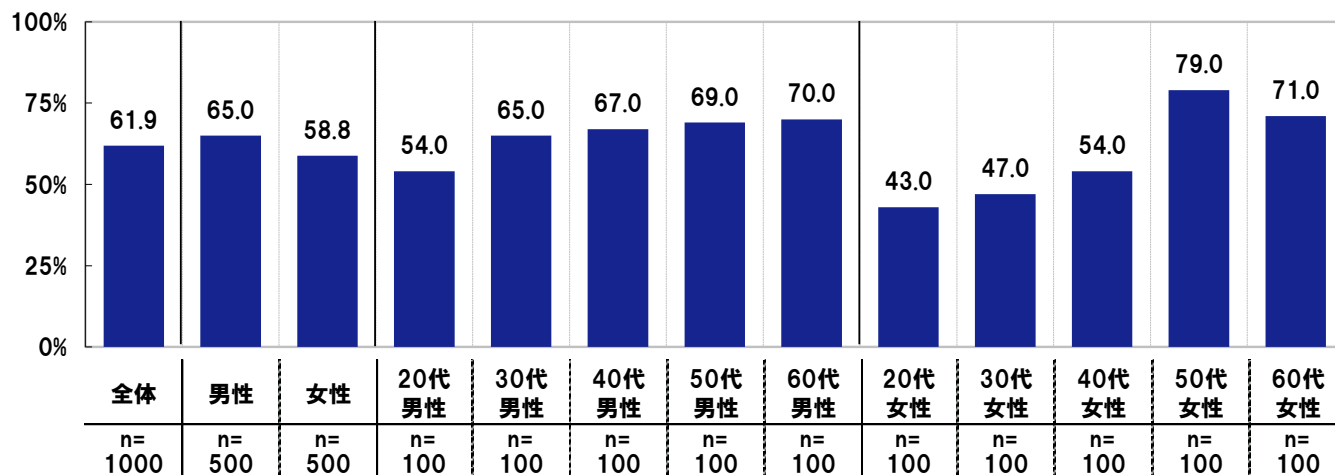
今年 10 月消費税増税開始と同時に、増税対策として「(キャッシュレス決済の場合、ポイント還元を行う)ポイント還元制度」が導入される見込みです(実施期間は 9 ヶ月間)。
 ※対象店舗は、中小企業や個人が経営する小売店・飲食店などと、コンビニエンスストアや外食などの大手チェーン店となる見込みです。
 また、店舗によってポイント還元率は異なり、中小企業や個人が経営する小売店・飲食店などは 5%、大手チェーン店は 2%となる見込みです。

全回答者(1,000 名)に、「ポイント還元制度について知っていたか」どうかを聞いたところ、認知率は 61.9%でした。

男女別にみると、男性では 65.0%、女性では 58.8%と、男性のほうが高くなりました。性年代別にみると、最も高かったのは 50 代女性で 79.0%、最も低かったのは 20 代女性で 43.0%でした。ポイント還元制度の認知率において、男女年代差が生じていることが明らかになりました。【図 16】

【図 16】

■消費増税のポイント還元制度の認知率



➤ 「ポイント還元制度はわかりやすい」4人に1人が同意

また、全回答者(1,000名)に、「ポイント還元制度はわかりやすいと感じる」かどうかを聞いたところ、同意率は24.2%、不同意率は75.8%と、わかりづらいと感じている人が多いようです。ポイント還元の対象となる店舗が限られていたり、店舗によってポイント還元率が異なっていたりするために、わかりづらいと感じている人が多いのではないのでしょうか。

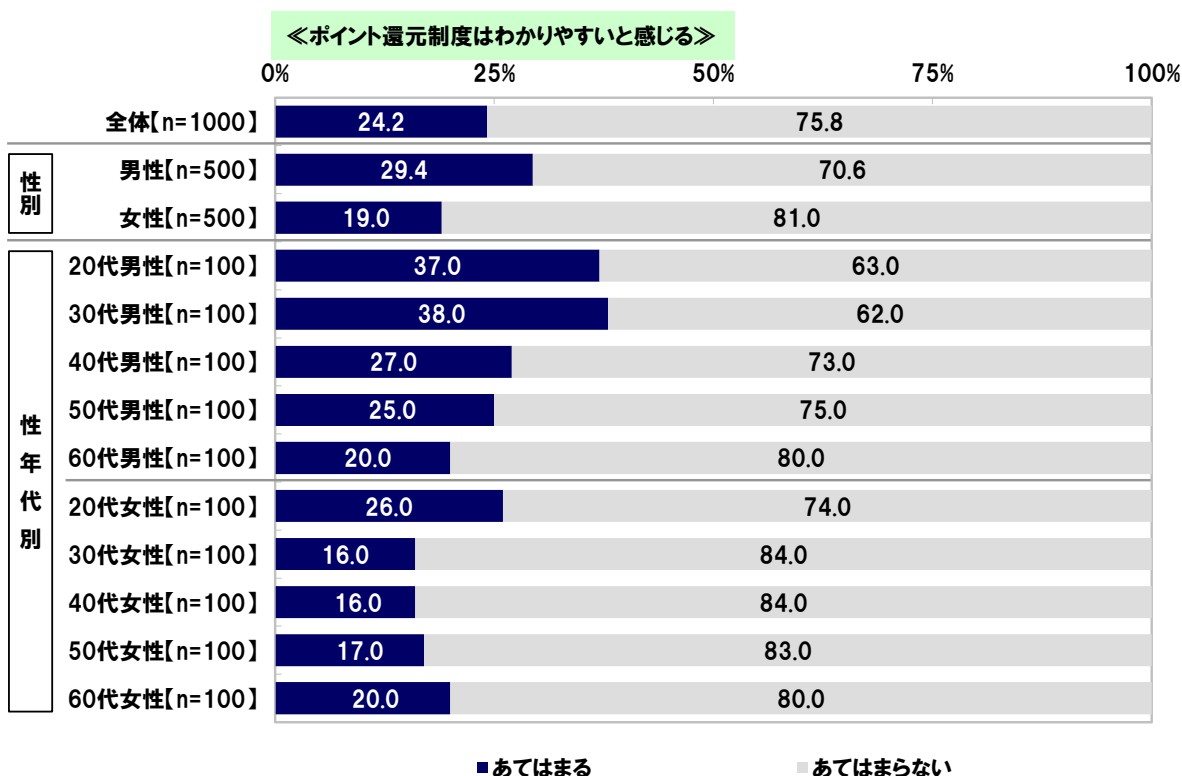
男女別にみると、男性では、同意率は29.4%、不同意率は70.6%、女性では同意率は19.0%、不同意率は81.0%となりました。

性年代別にみると、20代男性と30代男性では、同意率がそれぞれ37.0%、38.0%と、全体と比べて高くなりました。

【図17】

【図17】

■消費増税のポイント還元制度に対する意識 [単一回答形式]



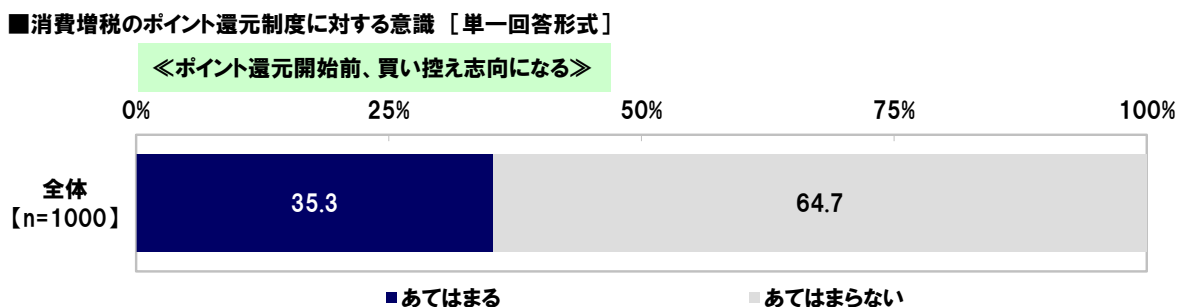
- 「ポイント還元開始前、買い控え志向になる」3人に1人が同意
- キャッシュレス化促進の起爆剤に？「ポイント還元開始後、キャッシュレス決済の頻度が増える」半数以上
- 「ポイント還元実施中は、還元率の高い店を優先的に利用したい」約6割

全回答者(1,000名)に、「ポイント還元開始前、買い控え志向になる」かどうか聞いたところ、同意率は35.3%、不同意率は64.7%となりました。すぐに必要でないものは、還元されるポイントを狙ってポイント還元が始まってから買おうと考えている人も少なくないようです。【図18】

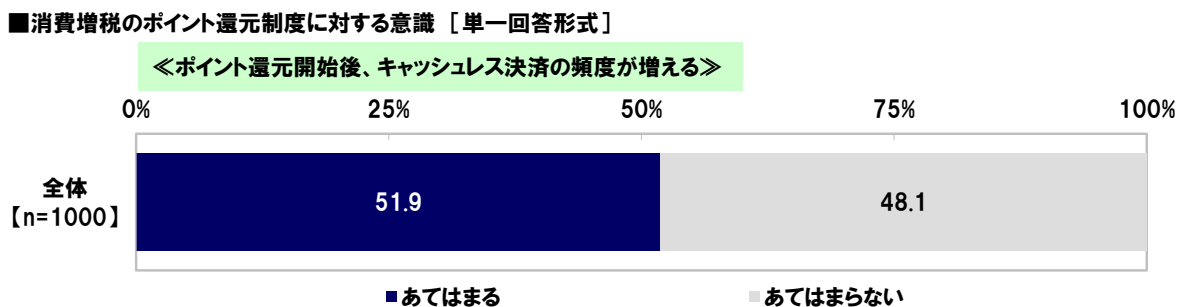
次に、全回答者(1,000名)に、「ポイント還元開始後、キャッシュレス決済の頻度が増える」かどうか聞いたところ、同意率は51.9%、不同意率は48.1%となりました。半数以上がキャッシュレス決済の頻度が増すと回答しており、ポイント還元制度はキャッシュレス化を促進させる起爆剤になるかもしれません。【図19】

また、全回答者(1,000名)に、「ポイント還元実施中は、還元率の高い店を優先的に利用したい」かどうか聞いたところ、同意率は57.2%、不同意率は42.8%となりました。ポイント還元実施期間中は、ポイント還元率がお店選びの条件に加わりそうです。【図20】

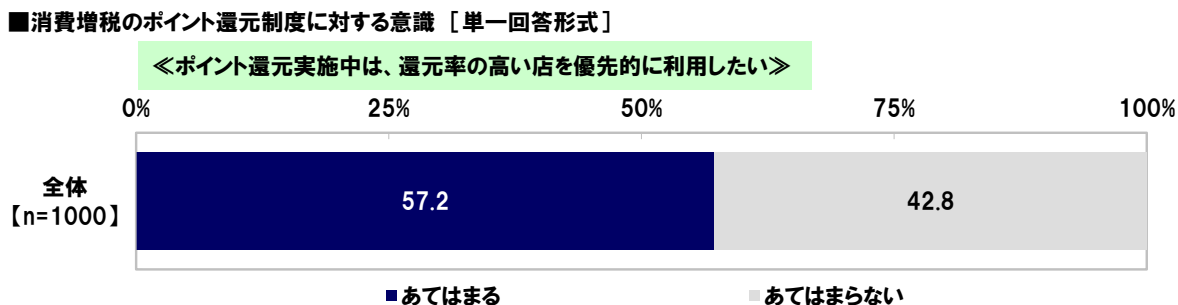
【図18】



【図19】



【図20】



4. デビットカードの浸透状況・キャッシュレス化の実態

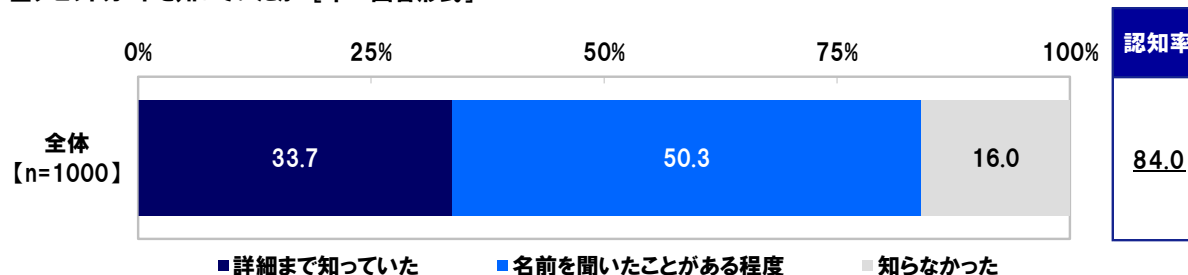
- デビットカードの認知率 84.0%
- デビットカードの利用率は上昇傾向継続、昨年から 3.1 ポイント上昇で 15.2%に

キャッシュレス決済手段のひとつとして、預金口座から即時決済できるという特徴をもつデビットカードがあります。デビットカードはどの程度理解され、実際に利用されているのでしょうか。

まず、全回答者(1,000名)に、「デビットカードについて知っているか」と質問したところ、「詳細まで知っていた」が33.7%、「名前を聞いたことがある程度」が50.3%で、合計した認知率は84.0%となり、「知らなかった」は16.0%でした。【図21】

【図21】

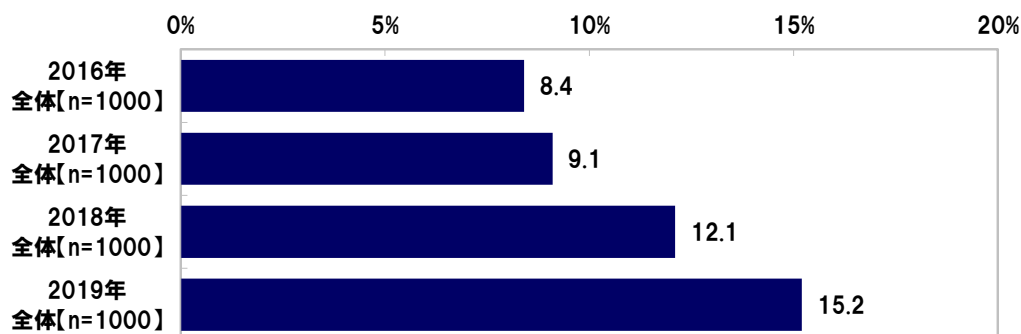
■デビットカードを知っていたか [単一回答形式]



次に、デビットカードの利用率をみると、2016年8.4%→2017年9.1%→2018年12.1%→2019年15.2%となっており、デビットカード利用者が年々増えていることがわかりました。【図22】

【図22】

■デビットカードの利用率



➤ デビットカード利用意向率 32.9%

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」が 8.7%、「どちらかといえば使いたい」が 24.2%で、それらを合計した利用意向率は 32.9%となりました。

男女別に利用意向率をみると、男性は 38.0%、女性は 27.8%と、男性のほうが高い結果となりました。

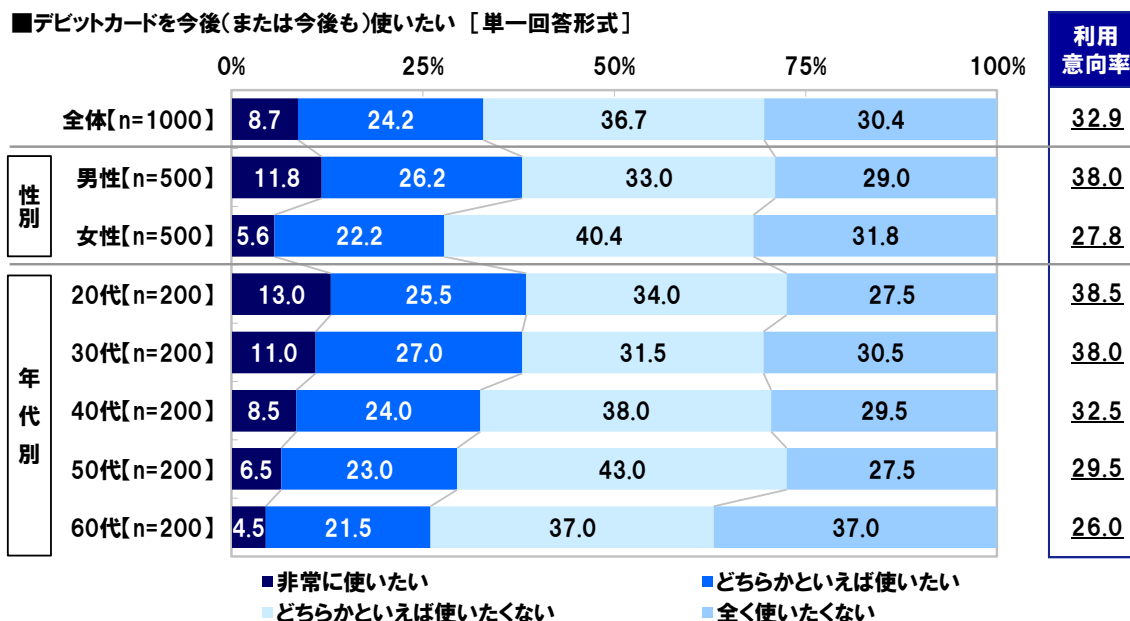
年代別に利用意向率をみると、20代では 38.5%、30代では 38.0%と、40代以上(40代 32.5%、50代 29.5%、60代 26.0%)より高くなりました。【図 23】

※デビットカードとは、「お買い物をする则自分の銀行口座から即時で引落としてくれるカード」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は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でイチャイチャ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 23】



➤ デビットカード利用のメリット 1位「ATM手数料の節約」2位「ポイントが貯まる」3位「チャージ不要」

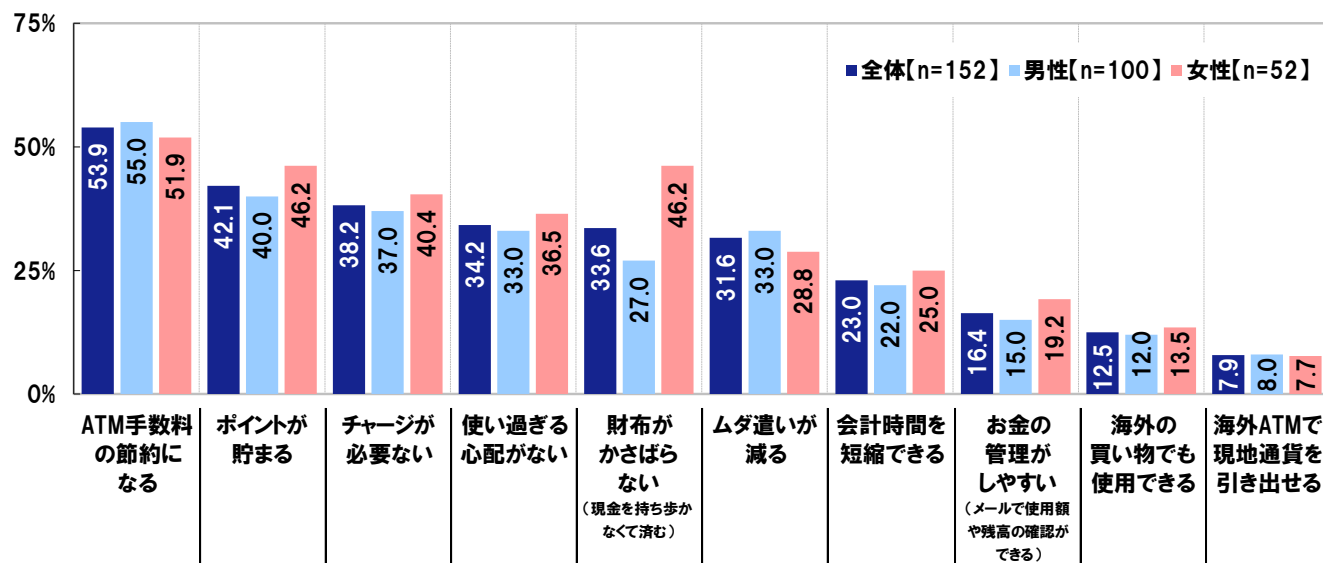
それでは、デビットカードを使っている人は、どのようなメリットを実感しているのでしょうか。

デビットカードを使っている152名に、デビットカードを使っていて実感していることを聞いたところ、1位「ATM手数料の節約になる」(53.9%)、2位「ポイントが貯まる」(42.1%)、3位「チャージが必要ない」(38.2%)、4位「使い過ぎる心配がない」(34.2%)、5位「財布がかさばらない(現金を持ち歩かなくて済む)」(33.6%)となりました。ATMでお金を引き出す必要がないため、手数料がかからず、節約につながっていると感じている利用者が多いようです。また、ポイントが貯まるため、お得に感じている人も多いようです。

男女別にデビットカードを使っていて実感していることをみると、「財布がかさばらない(現金を持ち歩かなくて済む)」は男性27.0%、女性46.2%と、女性のほうが19.2ポイント高くなりました。【図24】

【図24】

■デビットカードを使っていて実感していること [複数回答形式] 対象:デビットカードを使っている人 ※上位10位を抜粋



- 最近1年間の決済利用率「クレジットカード」8割強、「電子マネー」約6割
- キャッシュレス派の4人に1人が「QRコード決済」を利用

キャッシュレス決済手段には、デビットカードのほか、クレジットカードや電子マネー、キャリア決済、モバイルウォレット、QRコード決済などがあり、最近では、QRコード決済がユーザー還元キャンペーンで話題を集めました。

では、それぞれの決済手段の利用状況はどのようになっているのでしょうか。

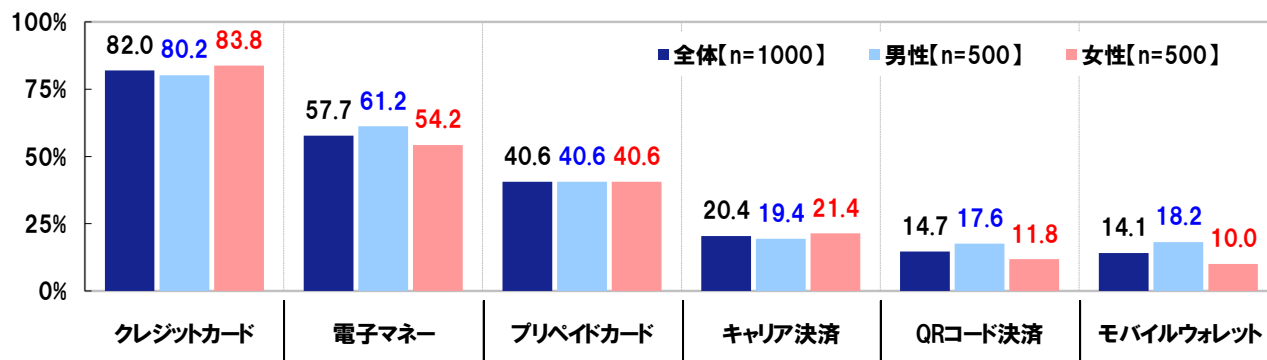
まず、全回答者(1,000名)に、最近1年間に、現金以外の支払い手段をどのくらいの頻度で使ったかを聞き、各支払い手段の利用率(最近1年間の利用率)を調べたところ、「クレジットカード」が最も高く82.0%、次いで、「電子マネー」が57.7%、「プリペイドカード」が40.6%、「キャリア決済」が20.4%、「QRコード決済」が14.7%、「モバイルウォレット」が14.1%となりました。

男女別にみると、「電子マネー」(男性61.2%、女性54.2%)や「QRコード決済」(男性17.6%、女性11.8%)、「モバイルウォレット」(男性18.2%、女性10.0%)は、男性のほうが利用率は高くなりました。【図25】

また、キャッシュレス派と現金派に分けてみると、「クレジットカード」(キャッシュレス派97.2%、現金派64.8%)と「電子マネー」(キャッシュレス派74.9%、現金派39.3%)において、キャッシュレス派と現金派の間に大きな開きがありました。「QRコード決済」についてみると、キャッシュレス派では24.4%と、4人に1人が利用していることがわかりました。【図26】

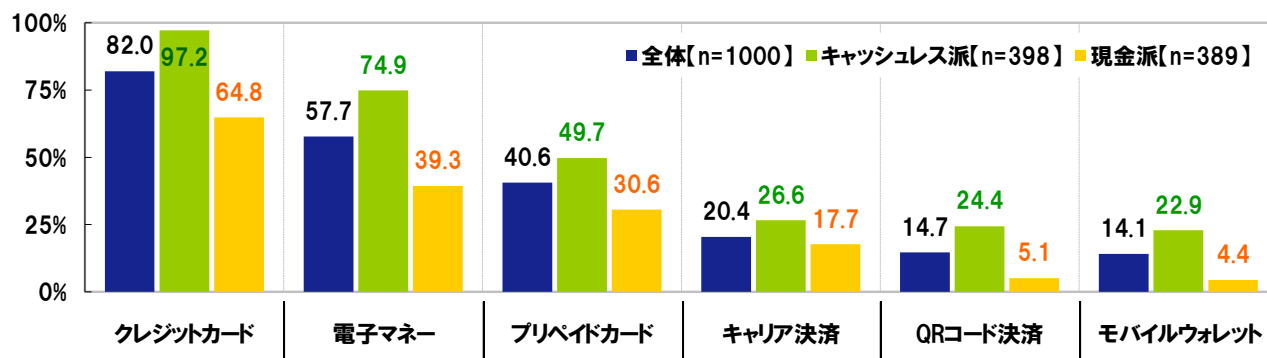
【図25】

■最近1年間の現金以外の支払い手段の利用率



【図26】

■最近1年間の現金以外の支払い手段の利用率



➤ コンビニエンスストアの支払いでは「キャッシュレス決済」を希望する人が全体の約半数

次に、全回答者(1,000名)に、店舗の種類別に、現金も含め、どの支払い手段を最も利用したいか聞きました。

その結果から、「現金」と「キャッシュレス決済」のどちらを使いたいと考えているかを調べたところ、お祭りの屋台、駄菓子屋、ラーメン店、駅の売店、居酒屋では「現金」を利用したいという人が多数派となりました。

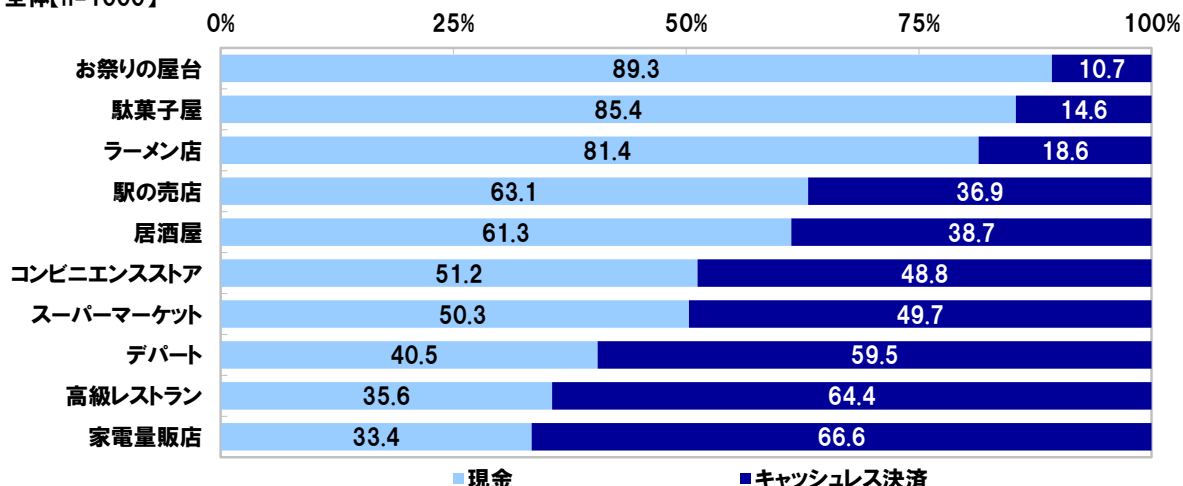
他方、コンビニエンスストアでは「現金」が51.2%、「キャッシュレス決済」が48.8%、スーパーマーケットでは「現金」が50.3%、「キャッシュレス決済」が49.7%と、現金とキャッシュレス決済が拮抗する結果となり、デパートでは「現金」が40.5%、「キャッシュレス決済」が59.5%、高級レストランでは「現金」が35.6%、「キャッシュレス決済」が64.4%、家電量販店では「現金」が33.4%、「キャッシュレス決済」が66.6%と、キャッシュレス決済を利用したいという人が多数派となりました。デパートや高級レストラン、家電量販店では、支払いはスマートにしたいと考える人が多いのではないのでしょうか。【図27】

キャッシュレス派(398名)の回答をみると、ラーメン店では「キャッシュレス決済」が33.7%と3人に1人がキャッシュレス決済を希望し、駅の売店、居酒屋、コンビニエンスストア、スーパーマーケット、デパート、家電量販店、高級レストランでは「キャッシュレス決済」を利用したい人が多数派となりました。【図28】

【図27】

■実際にお店で利用できる決済かどうかは考えずに、どの支払い方法を最も利用したいと思うか [各単一回答形式]

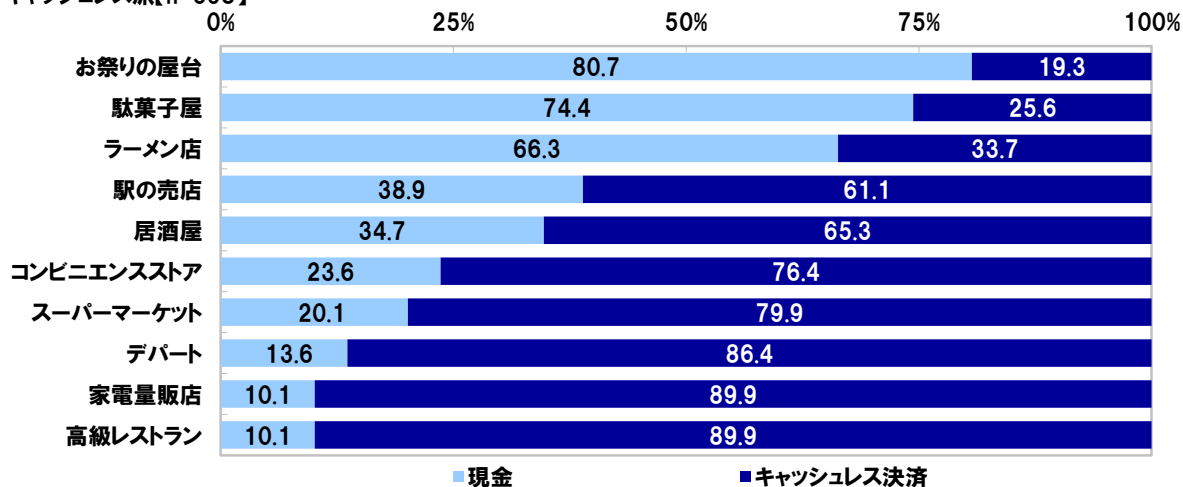
全体[n=1000]



【図28】

■実際にお店で利用できる決済かどうかは考えずに、どの支払い方法を最も利用したいと思うか [各単一回答形式]

キャッシュレス派[n=398]



5. キャッシュレス決済関連の先端技術に対する消費者意識

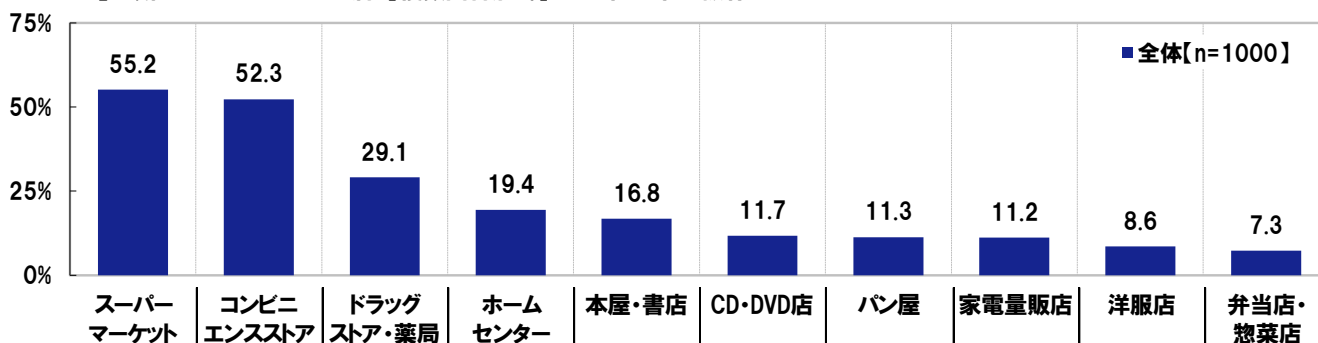
- AIレジを設置してほしいお店 1位「スーパー」2位「コンビニ」3位「ドラッグストア」
- 生体認証決済の利用意向率 「指紋認証決済」は約4割、「手のひら静脈認証決済」や「顔認証決済」は約2割

人工知能(AI)を活用することで自動的に商品を識別し、現金を使わずキャッシュレス決済で買い物ができるレジが登場しています。

そこで、全回答者(1,000名)に、どのようなお店にAIレジを設置してほしいか聞いたところ、1位「スーパーマーケット」(55.2%)、2位「コンビニエンスストア」(52.3%)、3位「ドラッグストア・薬局」(29.1%)、4位「ホームセンター」(19.4%)、5位「本屋・書店」(16.8%)でした。従来のレジでは、1商品ずつバーコードをスキャンする必要がありますが、AIレジでは、画像認証により、瞬時に合計金額が算出されます。レジ待ちの時間が短くなることを期待する人が多いためか、利用頻度の高いスーパーマーケットやコンビニエンスストアが上位になっているのではないのでしょうか。【図29】

【図29】

■「AIレジ」を設置してほしいと思うお店【複数回答形式】※上位10位を抜粋

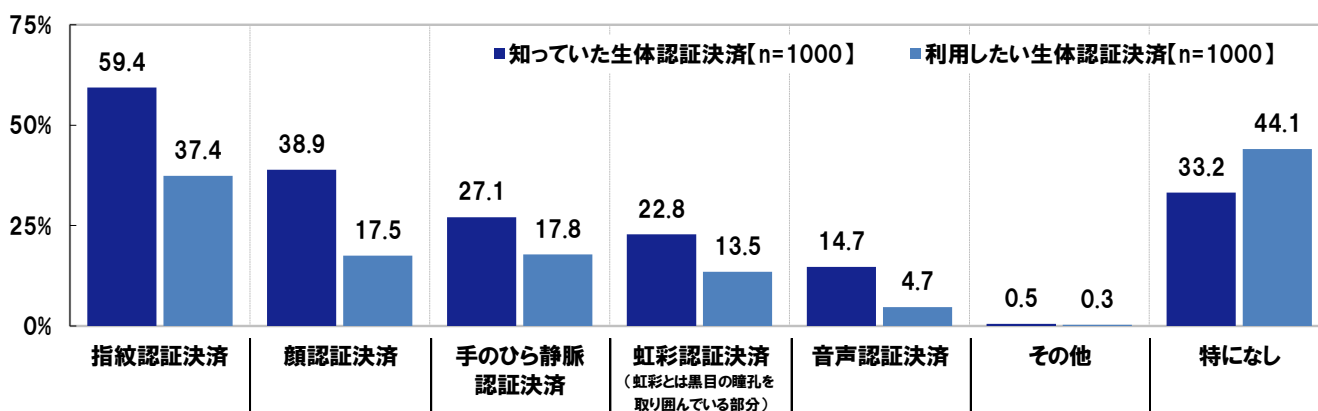


また、全回答者(1,000名)に、生体認証決済に関する認知や利用意向について聞きました。

実用化、または開発されていることを知っている生体認証決済では、「指紋認証決済」が最も多く59.4%、次いで「顔認証決済」が38.9%となりました。また、利用したい生体認証決済では、「指紋認証決済」が37.4%で最多回答となり、「手のひら静脈認証決済」が17.8%、「顔認証決済」が17.5%となりました。【図30】

【図30】

■実用化、または開発されていることを知っていた生体認証決済／利用したい生体認証決済【各複数回答形式】



■■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 2019
- 《調査地域》 全国
- 《調査対象》 ネットエイジアリサーチのモニター会員を母集団とする 20 歳から 69 歳の男女
- 《調査期間》 2019 年 3 月 8 日(金)～3 月 11 日(月)
- 《調査方法》 インターネット調査
- 《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
