

# 「キャッシュレス決済」アンケートの調査結果

## 1. 調査概要

### 調査の趣旨

政府は現在、日本のキャッシュレス決済比率を2027年までに4割程度に高めることを目標に掲げている。2017年時点において、同比率は21.0%であり、これをほぼ倍増させることになる。しかしながら、経済産業省がとりまとめた「キャッシュレス・ビジョン」(平成30年4月)では、キャッシュレス決済比率の分子に含まれるべき、銀行口座間送金についての正確な統計の把握が困難であること等、同比率の算出にあたっては、いくつかの課題があることが指摘されている。

そこで、現在、NIRA 総合研究開発機構が進めている「キャッシュレス・エコノミー」プロジェクトでは、個人の消費における決済に関してアンケート調査を行い、その実態を正確に把握することからスタートし、キャッシュレス社会を実現するための課題などについて検討していくこととした。

本報告は、本研究プロジェクトの第一弾として実施したアンケート調査結果によるファクトファインディングを整理するとともに、個人の消費におけるキャッシュレス決済比率を推計した結果を明らかにするものである。今後さらに個票データの分析を行い、研究を深めていくこととする。

### 調査名

「キャッシュレス決済実態調査」

### 調査方法

インターネット調査

### 調査機関

株式会社日経リサーチ

### 調査実施期間

2018年8月9日～2018年8月14日

### 調査対象

日経リサーチが保有する登録モニターのうち、全国

に住む20歳～69歳の男女3,000人分の回答を回収した。

回収にあたっては、「平成24年住民基本台帳人口要覧」に基づき、性別(男女)、年齢(5区分)、居住地(6地域)別の回答者数の構成比を算出し、この構成比を3000人にあてはめてセルごとの回収数を算出し、すべてのセルの回収数を満たすまで回収を継続した。

回答者の性別は、男性が50.3%、女性が49.7%である。年齢は、「20代」が16.4%、「30代」が21.3%、「40代」が21.0%、「50代」が19.1%、「60代」が22.2%である(表1-1)。

表1-1 性別、年齢

(単位：%)

	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	計
男性	16.4	21.3	21.0	19.1	22.2	50.3
女性	8.0	10.4	10.3	9.5	11.4	49.7
計	16.4	21.3	21.0	19.1	22.2	100.0

また、6地域ごとの居住者割合は以下の通りである(表1-2)。

表1-2 居住地

(単位：%)

居住地	比率
北海道・東北	11.4
関東	34.4
中部	16.8
近畿	17.5
中国・四国	8.7
九州・沖縄	11.2
合計	100.0

### 研究体制

翁 百合 NIRA 総研理事／日本総研理事長

神田玲子 同理事・研究調査部長

渡邊翔太 同研究コーディネーター・研究員

関島梢恵 大阪大学大学院国際公共政策研究科  
博士後期課程

Tyler In Sung Cho スタンフォード大学経済学部  
(Bachelor of Arts in Economics)

## 2. 回答者の属性

### 1) 学歴

最終学歴<sup>1</sup>をみると、「大学卒」が46.8%で最も多く、次いで「高校卒」が19.9%となった（表2-1）。

表2-1 最終学歴

(単位：%)

学歴	比率
中学卒	0.9
高校中退	0.8
高校卒	19.9
各種専門学校中退	0.8
各種専門学校卒	10.2
短大中退	0.5
短大卒	9.5
大学中退	2.2
大学卒	46.8
大学院中退	0.2
大学院修了（修士課程）	6.5
大学院修了（博士課程）	1.1
その他	0.6
計	100.0

### 2) 職業

職業をみると、「会社勤務（正社員）」が32.7%で最も多く、次いで「専業主婦・主夫」（15.7%）、「会社勤務（パート・アルバイト）」（12.5%）の順となった（表2-2）。

表2-2 職業

(単位：%)

職業	比率
会社勤務（正社員）	32.7
会社勤務（契約社員など）	3.8
会社勤務（派遣社員）	2.0
会社勤務（パート・アルバイト）	12.5
会社経営者	1.4
団体職員・公務員	4.4
個人事業主	4.3
専門職（医師、弁護士、教授など）	2.7
その他自営・自由業	4.8
専業主婦・主夫	15.7
学生	2.8
無職（年金生活者を含む）	11.4
その他	1.5
計	100.0

<sup>1</sup> 見込みを含む。

### 3) 業種

働いている人の業種をみると、「製造業」が16.8%で最も多く、次いで「その他のサービス業」が12.4%となった（表2-3）。

表2-3 業種

(単位：%)

業種	比率
農林水産・鉱業	1.1
建設業	4.8
製造業	16.8
電気・ガス・熱供給・水道業	0.8
情報通信業	9.2
運輸業・郵便業	4.4
卸売・小売業	10.2
金融・保険業	4.7
不動産業・物品賃貸業	2.9
学術研究・専門・技術サービス業	4.1
宿泊業・飲食サービス業	3.5
生活関連サービス業、娯楽業	2.3
教育・学習支援業	6.2
医療・福祉	8.0
その他のサービス業	12.4
その他	5.8
分類不能の産業	3.0
計	100.0

### 4) 職種

働いている人の職種をみると、「事務職」が28.1%で最も多くなった（表2-4）。

表2-4 職種

(単位：%)

職種	比率
管理職	11.7
専門・技術職	23.0
事務職	28.1
営業・販売・サービス・保安職	17.6
農林漁業職	1.0
生産・輸送・建設・労務職	8.8
その他	9.7
計	100.0

### 5) 同居している配偶者・子どもの有無

同居している配偶者・子どもの有無をみると、「配偶者なし・子どもなし」が43.8%で最も多くなった（表2-5）。

表2-5 同居している配偶者・子どもの有無

(単位：%)

配偶者・子どもの有無	比率
配偶者なし、子どもなし	43.8
配偶者なし、子ども1人	1.9
配偶者なし、子ども2人以上	1.8
配偶者あり、子どもなし	20.5
配偶者あり、子ども1人	14.5
配偶者あり、子ども2人以上	17.5
計	100.0

### 6) 家計の管理状況

家計の管理状況をみると、「自身（回答者）が家計を管理」が52.2%で最も多く、次いで「その他（親、子どもなど）」（16.2%）、「配偶者が家計管理」（15.0%）の順となった（表2-6）。

表2-6 家計の管理状況

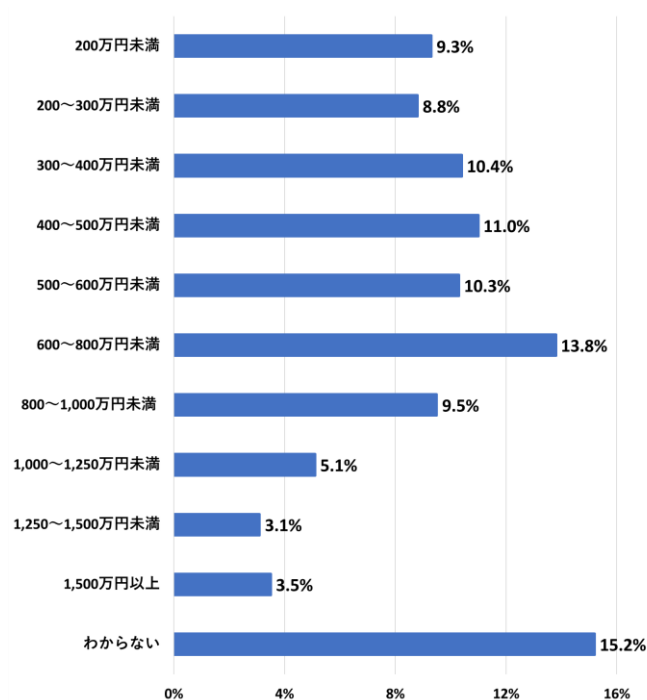
(単位：%)

家計の管理	比率
自身（回答者）が家計を管理	52.2
配偶者が家計管理	15.0
自身と配偶者で共同管理	9.0
それぞれ個人で個別に管理	7.5
その他（親、子どもなど）	16.2
計	100.0

## 7) 世帯の年間収入

世帯の年間収入をみると、「わからない」と回答した人が15.2%を占める。「わからない」と回答した人以外では、「600～800万円未満」が13.8%で最も多く、次いで「400～500万円未満」(11.0%)、「300～400万円未満」(10.4%)の順で多い(図2-1)。

図2-1 世帯の年間収入



## 3. 支払方法について

### 1) 各種支払手段、サービス等の利用状況

支払いの際の手段について、その利用状況を見る。各項目において、「よく利用している」または「ときどき利用している」を回答した人の割合の合計をみると、「クレジットカード」は83.7%、「プリペイド式電子マネー」は67.5%と高く、日常的によく利用されていることがわかる(表3-1)<sup>2</sup>。

一方、「デビットカード」、「フィンテックサービス」については、7～8割程度の人が、また、「仮想通貨」については、9割程度の人が「全く利用していない」と回答している。

さらに、支払いに関連したサービスやデバイスの利用状況についてみると、「パソコン」、「スマホ・携帯電話」は全体の7～8割程度の人が、「よく利用している」と回答している。

「オートチャージ機能」については、日常的に利用している人の割合は少ない。

表3-1 各種支払手段、サービス等の利用状況

(単位: %)

	よく利用している	ときどき利用している	ほとんど利用したことはない	全く利用しない
クレジットカード	51.2	32.5	3.1	13.2
デビットカード	4.1	8.8	10.9	76.2
プリペイド式電子マネー	28.5	39.0	7.1	25.4
フィンテックサービス	6.0	13.0	7.6	73.4
仮想通貨	0.7	1.8	2.8	94.7
オートチャージ機能	8.4	9.8	4.0	77.8
ポイントサービス	42.0	42.5	5.0	10.5
パソコン	78.2	12.0	2.2	7.6
スマホ・携帯電話	68.9	14.9	4.1	12.0

<sup>2</sup> 調査票では、プリペイド式電子マネーは、「プリペイド(前払い)式の電子マネー(Suica、PASMO、楽天Edy、nanaco、WAONなど)」、フィンテックサービスは「プリペイド式電子マネー以外の、フィンテック企業による決済サービス

(iD、QUICPay、Alipay、Wechat Pay、Apple Pay、Google Pay、楽天ペイ、LINEペイ、Origami Payなど)」と提示している。

## 2) 3年前の利用状況との比較

支払手段、サービス等の利用状況について、3年前の利用状況がどうであったかを同時に調査した。各項目についてそれぞれ比較すると、すべての項目において「よく利用している」または「ときどき利用している」を回答した人の割合の合計が増加した。

特に増加しているのは「プリペイド式電子マネー」、「ポイントサービス」である。「よく利用している」または「ときどき利用している」を回答した人の割合は、「プリペイド式電子マネー」については56.6%から67.5%へ、「ポイントサービス」については75.3%から84.5%へと、ほぼ10%程度増加した(表3-2)。

また、「フィンテックサービス」についても、12.5%から19%へ、6.5%の増加となっている。

表3-2 3年前の各種支払手段、サービス等の利用状況

(単位：%)

	よく利用している	ときどき利用している	ほとんど利用したことはない	全く利用しない
クレジットカード	45.8	32.1	5.5	16.5
デビットカード	2.5	5.8	8.0	83.6
プリペイド式電子マネー	22.8	33.8	10.7	32.7
フィンテックサービス	3.4	9.1	7.1	80.3
仮想通貨	0.5	0.7	1.9	96.9
オートチャージ機能	6.5	7.7	4.4	81.4
ポイントサービス	34.9	40.4	7.6	17.1
パソコン	75.7	12.4	3.2	8.7
スマホ・携帯電話	62.7	17.6	4.8	14.9

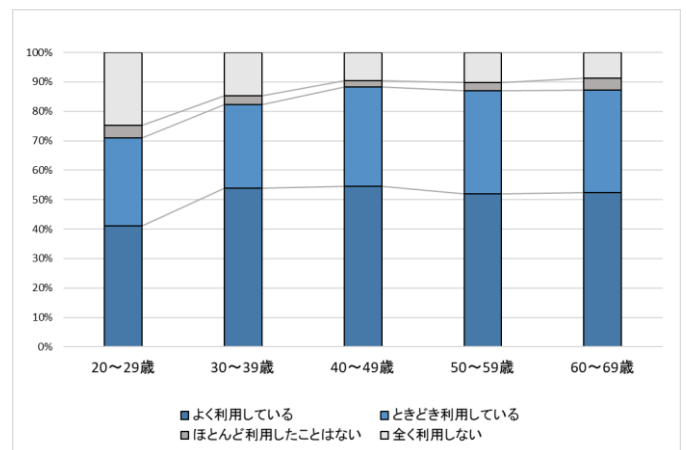
## 3) 年齢階層別にみた各種支払手段の利用状況

次に、支払手段の利用状況を年齢階層別にみる。

クレジットカードは「20代」で利用している人の割合が他の年齢層よりも低い。「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合が、「40代」は88.3%、「30代」は82.3%であるのに対して、「20代」は70.8%となっている(図3-1)。

この背景には、一つには、20代はクレジットカードの利用割合が他の職業と比べて低い学生の人数割合が高いこと<sup>3</sup>、もう一つには、クレジットカード利用割合が他の職業と比べて相対的に高い専業主婦の人数割合が低いこと<sup>4</sup>がある。

図3-1 年齢階層別クレジットカードの利用

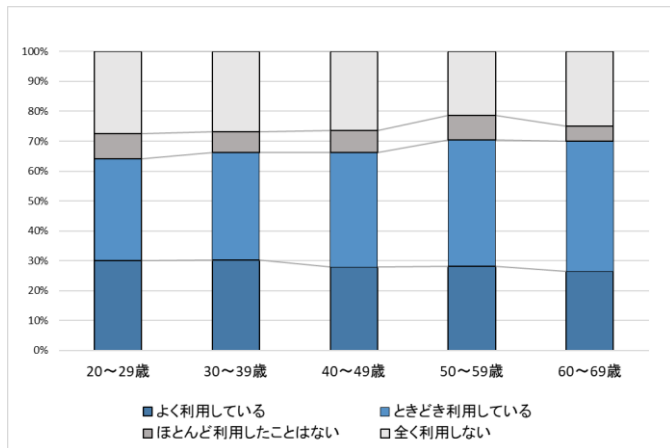


プリペイド型電子マネーについては、年齢による差はそれほどみられない。比較的、どの世代でも幅広く使われている(図3-2)。

<sup>3</sup> クレジットカードを「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した学生の割合は61.9%。

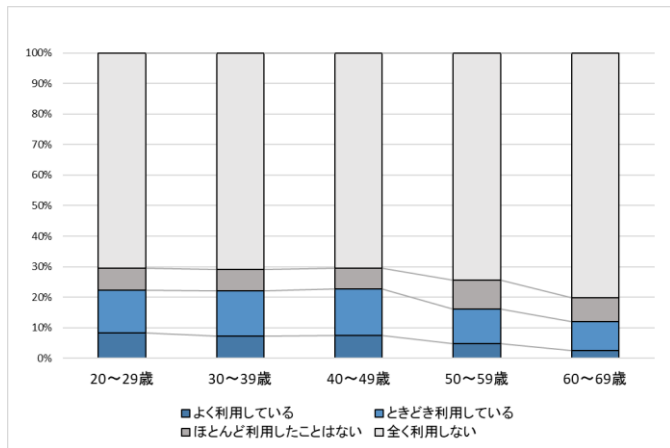
<sup>4</sup> クレジットカードを「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した主婦の割合は88.7%。

図 3-2 年齢階層別プリペイド式電子マネーの利用



他方で、フィンテックサービスについては総じて利用割合は低水準だが、特に、「50代」、「60代」で利用している人の割合が他の年齢層より低い。「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合は「20代」は22.2%、「30代」は22.1%、「40代」は22.7%であるのに対し、「50代」は16.2%、「60代」は12.1%である（図 3-3）。

図 3-3 年齢階層別フィンテックサービスの利用

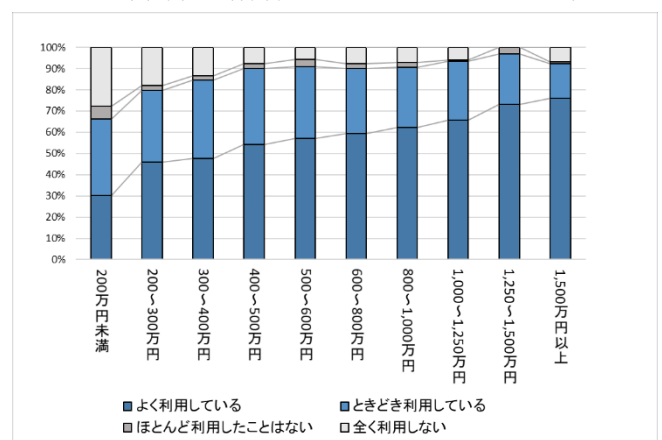


4) 世帯の年間収入階層別にみた、各種支払手段等の利用状況

支払手段の利用状況を世帯の年間収入階層別にみると、以下の各項目において、年収の低い人の方が利用している人の割合が低い。

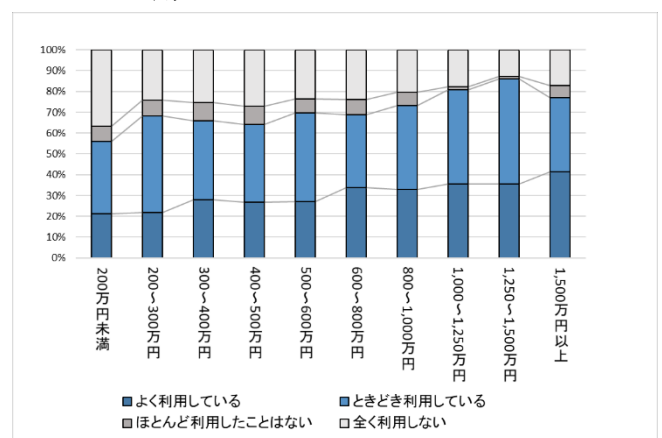
クレジットカードを「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合は「1,250～1,500万円未満」が96.8%と最も高く、「200～300万円未満」は79.6%「200万円未満」は66.2%である（図 3-4）。

図 3-4 年間収入階層別クレジットカードの利用



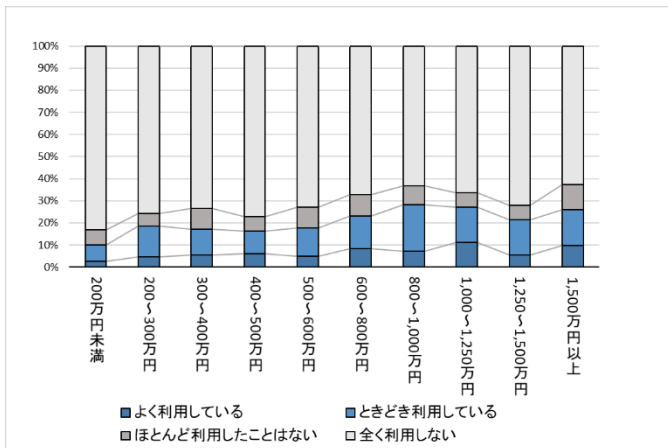
プリペイド型電子マネーを「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合は「1,250～1,500万円未満」が86.0%と最も高く、「200～300万円未満」は68.3%、「200万円未満」は56.1%である（図 3-5）。

図 3-5 年間収入階層別プリペイド式電子マネーの利用



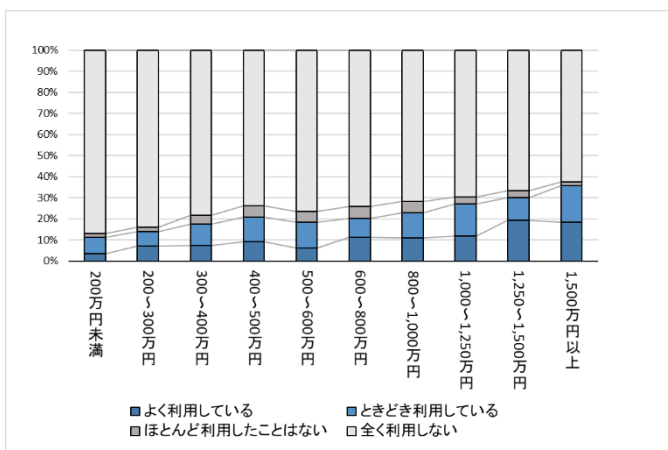
フィンテックサービスを「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合は「800～1,000万円未満」で28.3%と最も高く、「200～300万円未満」は18.5%、「200万円未満」は10.1%である（図3-6）。

図3-6 年間収入階層別フィンテックサービスの利用



オートチャージ機能を「よく利用している」または「ときどき利用している」と回答した人の割合は「1,500万円以上」で35.6%と最も高く、「200～300万円未満」は14.0%、「200万円未満」は11.2%である（図3-7）。

図3-7 年間収入階層別オートチャージ機能の利用

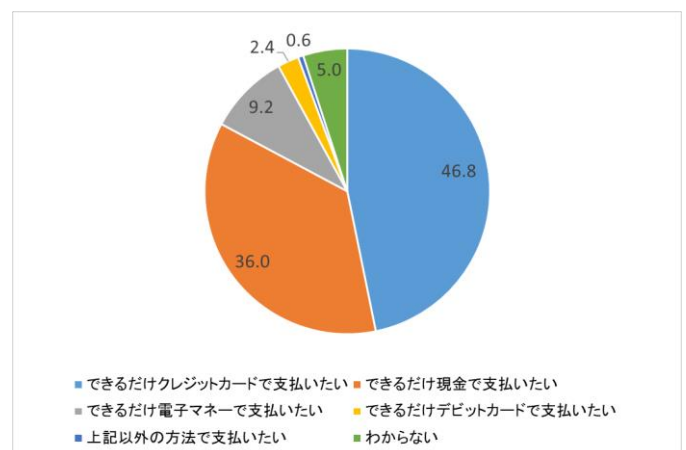


#### 4. 最も利用したい支払手段

##### 1) 支払い手段の希望状況

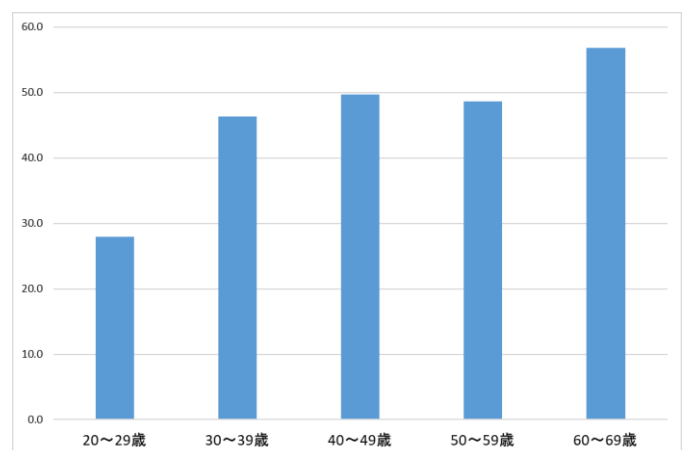
支払時に最も利用したい手段をみると、「できるだけクレジットカードで支払いたい」が46.8%で最も多く、次いで「できるだけ現金で支払いたい」が36.0%であった（図4-1）。また、「できるだけ電子マネーで支払いたい」は9.2%に過ぎなかった。

図4-1 支払手段についての考え



年齢階層別にみると、クレジットカードの利用を希望する人の割合が多いのは「40代」、「50代」、「60代」である。「できるだけクレジットカードで支払いたい」と回答した人の割合が「20代」は27.9%であるのに対し、「40代」は49.7%、「50代」は48.6%、「60代」は56.8%である（図4-2）。

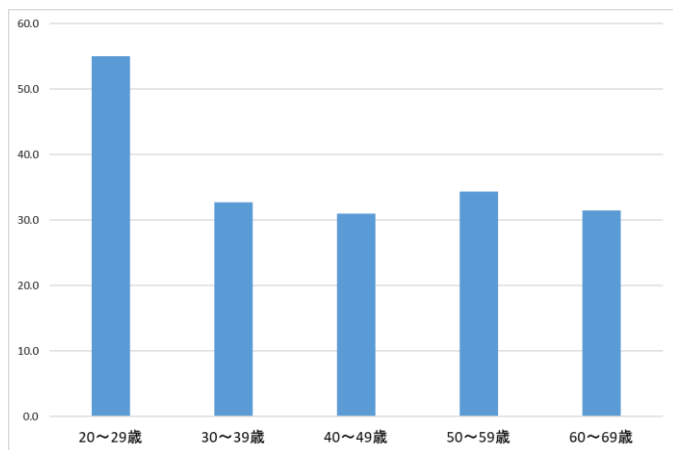
図4-2 年齢階層別クレジットカード支払い希望割合 (%)





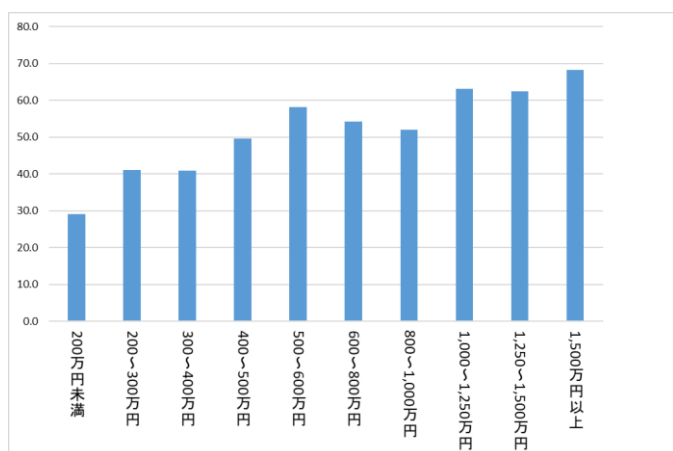
一方で、現金の利用を希望する人の割合が多いのは「20代」である。「できるだけ現金で支払いたい」と回答した人の割合が「20代」は55.0%と、他の年齢と比較して特に高い（図4-3）。

図 4-3 年齢階層別現金支払い希望割合（%）



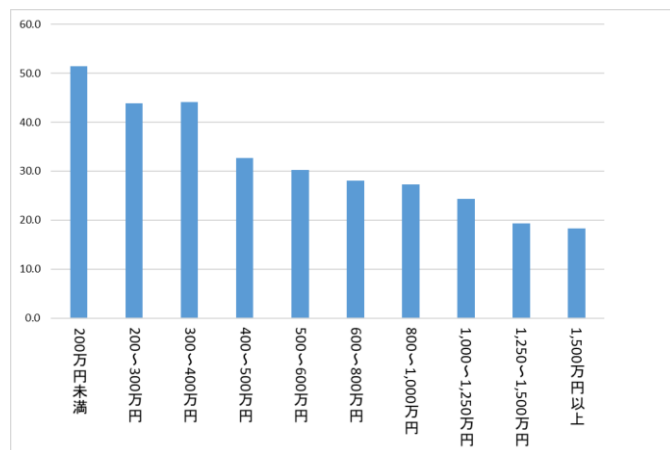
これらを世帯の年間収入階層別にみると、クレジットカードの利用を希望する人の割合は年収の高い人の方が高い。「できるだけクレジットカードで支払いたい」と回答した人の割合が46.8%であるのに対し、「1,000万円～1,250万円未満」は63.2%、「1,250万円～1,500万円未満」は62.4%、「1,500万円以上」は68.3%である（図4-4）。

図 4-4 年間収入階層別クレジットカード支払い希望割合（%）



一方で、現金の利用を希望する人の割合は年収の低い人の方が高い。「できるだけ現金で支払いたい」と回答した人の割合は、「200万円未満」は51.4%、「200万円～300万円未満」は43.8%である（図4-5）。

図 4-5 年間収入階層別現金支払い希望割合（%）



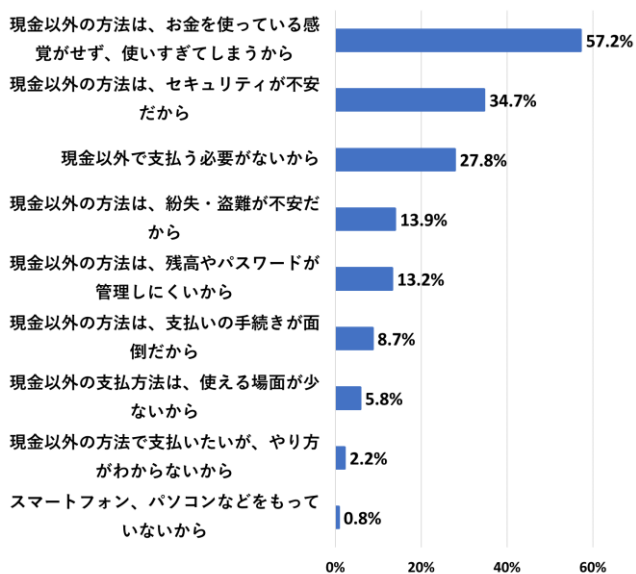
現金か、クレジットかの支払い希望については、20代については年齢による影響が強いが、他の世代については所得による違いが反映されているものと考えられる。



## 2) 「できるだけ現金を利用したい」理由

「できるだけ現金で支払いたい」と回答した人に対し、その理由を聞いた（選択肢は図 4-6 参照、複数選択可）。「現金以外の方法は、お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうから」が 57.2%で最も多く、次いで「現金以外の方法は、セキュリティが不安だから」が 34.7%、「現金以外で支払う必要がないから」が 27.8%である。

図 4-6 現金で支払いたい理由



年齢階層別に「できるだけ現金を利用したい」を回答した理由をみると、「現金以外の方法は、お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうから」を回答した人は「20代」が他の年齢階層と比較して多い。一方で「60代」では「現金以外で支払う必要がないから」が他の年齢階層と比較して多い（表 4-1）。

表 4-1 年齢階層別現金支払い希望理由<sup>5</sup>

(単位：%)

	全体	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
現金以外の方法は、お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまうから	57.2	66.3	54.5	57.9	56.9	47.6
現金以外の方法は、セキュリティが不安だから	34.7	31.5	35.4	41.0	33.0	33.8
現金以外で支払う必要がないから	27.8	24.4	30.1	21.0	31.0	33.3
現金以外の方法は、紛失・盗難が不安だから	13.9	17.0	15.8	12.8	11.7	11.0
現金以外の方法は、残高やパスワードが管理しにくいから	13.2	13.0	14.8	13.3	15.2	10.0
現金以外の方法は、支払いの手続きが面倒だから	8.7	12.6	7.7	10.3	7.6	4.3
現金以外の支払方法は、使える場面が少ないから	5.8	6.3	5.7	4.1	5.1	7.6
現金以外の方法で支払いたい、やり方がわからないから	2.2	3.0	2.9	1.5	1.5	1.9
スマートフォン、パソコンなどを持っていないから	0.8	0.0	1.0	0.5	0.0	2.9

<sup>5</sup> 表 4-1 の計数は、分母が、各年齢階層で「できるだけ現金で支払いたい」と回答した人、分子が、その中で該当する各選

択肢を選んだ人の数である。複数選択可であるため、各年齢階層の計数を合計しても 100%にはならない。

## 5. 品目別の支払方法

### 1) 日常的に購入する品目

日常的に購入する品目を購入した人に対して、その直近の支払いを現金、電子マネー・フィンテックサービス、クレジットカード、その他のうち、どの方法で行ったかを聞いた（表 5-1）。

食料、飲料、外食や日用品については「現金」を利用した人の割合が 50%以上と最も多く、ついで「クレジットカード」の利用が 30%程度となる。他方、身の回り品、被服・履物、自動車関連サービス、旅行等については「クレジットカード」の利用が 50%以上と高く、「現金」は 30%台となる。また、「現金」の割合が高い品目は、郵便・運送料、理髪料等、タクシー代、医療・介護サービス、仕送り・小遣い・家族への贈与などであり、70%以上の人が現金で支払っている。

なお、実際の調査票における品目では、回答者がイメージしやすいように、「食料品（飲料、外食は除く）」、「外食（飲酒代を含む）」、「日用品（台所用品、トイレトーパー、洗剤、シャンプーなど）」、「身の回り品（腕時計、アクセサリ、傘、かばんなど）」、「自動車等維持費（ガソリン、整備費用など。ただし、駐車場代金は除く）」、「レンタカーなど自動車関連サービス」、「医療・介護サービス（おむつ、眼鏡、医療費、マッサージ、人間ドッグ、介護サービス料など）」、「バス・鉄道運賃（定期券代は除く）」と記載している。

表 5-1 日常的に購入する品目の支払方法<sup>6)</sup>

(単位：%)

	支払った人の割合	現金	電子マネー、フィンテックサービス	クレジットカード	その他
食料	96.9	55.7	14.5	27.7	2.1
飲料	97.2	60.7	16.8	20.1	2.3
外食	93.8	59.6	4.5	34.0	1.9
日用品	94.5	54.3	10.3	33.2	2.3
身の回り品	90.0	42.6	3.8	51.2	2.4
化粧品	72.0	49.0	5.0	42.6	3.5
被服、履物	93.4	38.1	4.0	55.3	2.7
自動車等維持費	67.4	38.2	4.3	55.0	2.5
自動車関連サービス	40.1	33.9	1.9	59.1	5.1
医療・介護関連サービス	75.2	71.6	1.5	24.3	2.6
バス・鉄道運賃	86.7	37.9	52.0	8.0	2.1
タクシー代	54.8	73.3	4.2	20.1	2.5
郵便、運送料	85.6	91.7	2.1	4.3	1.9
教養、娯楽、スポーツ、ペット	76.7	62.8	2.4	31.5	3.3
書籍・雑誌	83.5	53.4	7.9	33.1	5.6
旅行	76.5	30.1	1.4	65.9	2.7
理髪料、パーマ・カット代	87.2	78.7	1.4	18.3	1.6
その他サービス料（家事等）	31.0	66.2	2.5	24.1	7.3
仕送り・小遣い・家族への贈与	51.6	85.8	0.8	5.3	8.1

<sup>6)</sup> 表 5-1 の各支払方法の欄に記載されている計数は、「支払っていない」と回答した人を除いた比率。表 5-2～表 5-5 についても同様。

<sup>7)</sup> 表 5-1 の支払手段「その他」は「仮想通貨」や「デビットカード」、「キャッシュカードで振込」、「インターネットバンキング」を含む。

## 2) 定期的に購入する品目

次に、定期的に支払いが生じる品目をみると、電気代、ガス代、水道代における「クレジットカード」、「口座から自動引落とし」の割合の合計はいずれも80%超となっており、「現金」の割合は低い。一方で、塾・習い事の月謝、授業料などの教育関連の支払いや通勤・通学定期券代金は依然「現金」の割合が高い(表5-2)。

また、スマホ・携帯電話などの利用料、その他放送受信料・インターネット接続料などの通信料は「クレジットカード」、「口座から自動引落とし」の割合が高い。

表5-2 定期的に購入する品目の支払方法<sup>8</sup>

	(単位：%)				
	支払った人の割合	現金	クレジットカード	口座から自動引落とし	その他
授業料	27.4	35.2	12.5	41.8	10.5
家賃・管理費	53.7	24.9	11.7	49.2	14.2
電気代	79.8	11.4	44.2	41.6	2.8
ガス代	70.2	13.4	39.3	44.2	3.1
上下水道代	78.1	15.0	24.0	56.2	4.7
通勤・通学定期券代	39.7	36.5	46.6	2.3	14.6
駐車場代	34.4	47.1	14.6	26.6	11.7
スマホ・携帯電話などの利用料	87.9	8.0	61.1	27.4	3.5
塾、習い事の月謝	26.4	46.7	19.2	26.6	7.4
NHK放送受信料	65.1	11.8	37.8	46.9	3.5
その他放送受信料、インターネット接続料	75.1	8.6	54.4	34.1	2.8

なお、実際の調査票における品目では、回答者がイメージしやすいように、「授業料(保育サービスを含む)」、「家賃・管理費(共益費を含む)」、「NHK放送受信料(BSを含む)」と記載している。

<sup>8</sup> 表5-2の支払手段「その他」は「プリペイド式電子マネー」や「フィンテックサービス」、「デビットカード」、「キャッシュカードで振込」、「給与天引き」、「インターネットバンキング」を含む。

## 3) 購入頻度の低い品目

比較的に購入の頻度が低いとみられる品目をみる。本設問については過去5年における直近の支払を回答してもらったため、同一の回答者が期間内に複数回購入していないものと仮定し、「支払った人の割合」は実データの値の5分の1に修正している(表5-3)。

家電や家具等の商品は「クレジットカード」の割合が約7割と高い。他方、住宅設備修繕・維持については、現金が約6割となった。また、自動車、自転車等車両購入費も現金が約6割となった。また、お布施・冠婚葬祭関連費用については、約9割が現金での支払いである。

表5-3 購入頻度の低い品目の支払方法<sup>9</sup>

	(単位：%)						
	支払った人の割合	現金	電子マネー、フィンテックサービス	クレジットカード	キャッシュカードで振込	インターネットバンキング	その他
住宅設備修繕・維持	7.2	56.3	0.9	25.0	4.3	7.9	5.6
家電	16.0	25.1	1.2	70.3	0.4	0.6	2.5
家具、寝具、室内装飾品	14.4	29.0	1.3	66.9	0.4	0.3	2.0
自動車、自転車等車両購入費	10.4	49.0	0.6	33.7	4.8	5.5	6.4
お布施、冠婚葬祭関連費用	12.4	93.1	0.8	3.5	0.4	0.7	1.6

なお、実際の調査票における品目では、回答者がイメージしやすいように、「家具、寝具、室内装飾品(照明器具、じゅうたん、カーテンなど)」と記載している。

<sup>9</sup> 表5-3の支払手段「その他」は「仮想通貨」や「デビットカード」を含む。

#### 4) 最近利用が増え始めている品目

最近利用が増えはじめていると思われる品目をみる。支払った人の割合が比較的高いコンテンツ利用料については「クレジットカード」の割合が高く、「現金」の割合は低くなっている。また、カーシェアリング、民泊サービスについても「クレジットカード」の割合が比較的に高い。ただし、支払った人は5%台と低い水準である(表5-4)。

表5-4 最近利用が増え始めている品目の支払方法<sup>10</sup>

	支払った人の割合	現金	プリペイド式電子マネー	フィンテックサービス	クレジットカード	デビットカード	その他
カーシェアリング	5.5	24.8	4.8	5.5	55.2	0.0	9.7
コンテンツ利用料	29.6	12.1	4.3	2.8	66.9	4.6	9.2
民泊サービス	5.4	35.6	3.7	4.3	43.6	3.1	9.8

#### 5) 保険料及び税金

保険料及び税金の支払いをみる。保険料については「口座から自動引落とし」、「クレジットカード」の割合が高く、両者を合計するとおおむね60%超となっている。一方、社会保険料や税金に関しては「給与天引き」の割合が高く、これは企業で働く雇用者が多いことが反映されていると考えられる。また、税金については「現金」での支払いも一定割合存在する(表5-5)。

表5-5 保険料及び税金の支払方法<sup>11</sup>

	支払った人の割合	現金	クレジットカード	口座から自動引落とし	給与天引き	インターネットバンキング	その他
火災・地震保険料	60.1	16.9	24.1	49.9	2.3	2.2	4.6
自動車等保険料	62.1	16.2	38.8	36.7	2.8	1.0	4.5
医療保険料	69.9	17.9	22.3	45.8	10.0	0.5	3.5
貯蓄型保険料	34.5	16.3	20.4	49.0	9.7	1.0	3.6
社会保険料	34.5	18.4	5.8	25.8	42.6	0.5	6.8
所得税	76.8	21.9	3.7	21.6	45.0	0.8	7.0
住民税	79.1	24.9	4.0	23.1	39.3	1.1	7.5
その他の税金	64.3	35.1	6.0	28.6	19.4	1.9	9.0

<sup>10</sup> 表5-4の支払手段「その他」は「仮想通貨」や「キャッシュカードで振込」、「インターネットバンキング」を含む。

<sup>11</sup> 表5-5の支払手段「その他」は「プリペイド式電子マネー」や「フィンテックサービス」、「デビットカード」、「キャッシュカードで振込」を含む。

#### 6. 個人の消費のキャッシュレス決済比率

##### 1) 全体のキャッシュレス決済比率

本アンケートの調査結果をもとに、キャッシュレス決済比率を試算する。ここでのキャッシュレス決済比率とは、「現金を利用しないすべての決済手段により支払われた消費支出の合計」を「全体の消費支出」で除したものである。

試算の結果、全体のキャッシュレス決済比率は51.8%となった(表6-1)。つまり、消費支出のうち約半分以上が現金を利用しない決済手段で支払われていることになる。その内訳をみると、クレジットカードが約3割、口座引き落としが約1割、それ以外で約1割となっている。また、銀行口座間送金に当たる項目を合計すると、13%ほどである(表6-1の\*がついた4項目の合計)。

表6-1 個人の消費のキャッシュレス比率

	比率
キャッシュレス決済比率	51.8
(内訳)	
クレジットカード	31.4
口座引き落とし*	10.5
プリペイド式マネー	5.0
インターネットバンキング*	1.4
キャッシュカードで振込*	0.9
デビットカード	0.8
フィンテックサービス	0.7
給与天引き*	0.2
仮想通貨	0.1
その他現金以外	0.8

ただし、クレジットカードの決済比率を日本クレジット協会の数値<sup>12</sup>と比較すると、当アンケート調査サンプルデータの配偶者の有無や職業などのバイアス(専業主婦が多い等)を考えると、キャッシュレス決

<sup>12</sup> 出所は一般社団法人 日本クレジット協会「日本のクレジット統計2017年(平成29年)版」。2016年度22.3%、2017年度23.8%となっており、2018年度も前年度と同じ上昇幅とすれば、25%程度になると想定される。

済比率が若干高めとなっている可能性がある。

同協会から公表されているクレジットカード決済比率は、2018年度段階には25%程度となると想定されるが、当アンケート調査による推計では31.4%となっており、その差を考えると、日本全体のキャッシュレス決済比率は50%を若干下回る水準である可能性が高い。

また、本試算は、アンケート調査で得られた購入時の支払方法ごとの人数の比率に、全国消費実態調査の支払金額を乗じて、支払方法別の支出額を算出している。本来であれば、アンケート調査項目として各人が支払った金額を調査する必要があるが、過去の支払金額がいくらであったかを聞くことは現実的でないことから、そこまでの調査を実施していないことに留意が必要である。

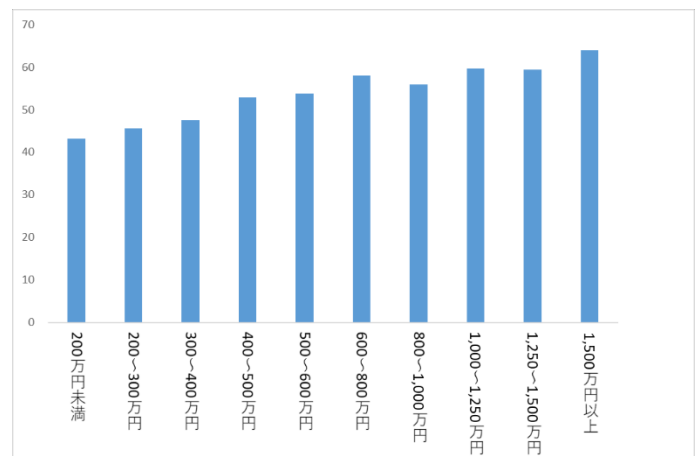
しかしながら、これらの点を割り引いたとしても、今回算出した計数は、経済産業省により発表された2017年時点のキャッシュレス決済比率21.0%を大きく上回ると考えられる。

両者の計数に差が生じているのは、いくつかの改善が本試算でなされている点にあると考えられる。経済産業省がまとめた「キャッシュレス・ビジョン」では、キャッシュレス決済比率の論点として、①分母に持ち家の帰属家賃が含まれている、②分子に銀行口座間送金が含まれていない、③分子にスマートフォンアプリ等を活用した支払が含まれていない、④分子にコーポレートカードの利用額が含まれている、の4点が指摘されている。本調査のキャッシュレス決済比率は、①～③のいずれもクリアしている。また、④の中にコーポレートカードの支払いが含まれている割合は小さいと考えられ、①～④の課題に対応しており、より実態に近いと考えられる<sup>13</sup>。

## 2) 世帯の年間収入階層別にみたキャッシュレス決済比率

全体のキャッシュレス決済比率を算出する過程で、世帯の年収階層別のキャッシュレス決済比率についても算出した。その結果、世帯年収が高くなるにつれて、キャッシュレス決済比率は高くなる傾向にあることが明らかとなった。

図 6-1 世帯の年間収入階層別にみたキャッシュレス決済比率 (%)



## 3) 試算の方法

キャッシュレス決済比率の試算方法については、以下のとおりである。

- ① 世帯の年間収入階層別に、品目ごとの支払方法の割合を算出する。支払方法別の割合は、表5-1～5-4に掲載されているが、実際には、世帯当たりの所得階層ごとの計数を使用している。また、保険料と税金は全国消費実態調査と同様、消費支出から除いている。
- ② ①に、全国消費実態調査(平成26年)から得られる、世帯あたりの年間収入階層別の品目ごとの消費支出額(単身世帯を含めた総世帯ベース)を乗じることで、品目ごとの支払方法別の支出額を算出する。もっとも、全国消費実態調査の品目数と本アンケート調査の品目数を比べると、全国消費実態調査の方が多いため、全国

<sup>13</sup> この他、経済産業省の計数の分母に対家計民間非営利団体最終消費支出が含まれているのに対して、本試算には含まれ

ていないという違いがある。



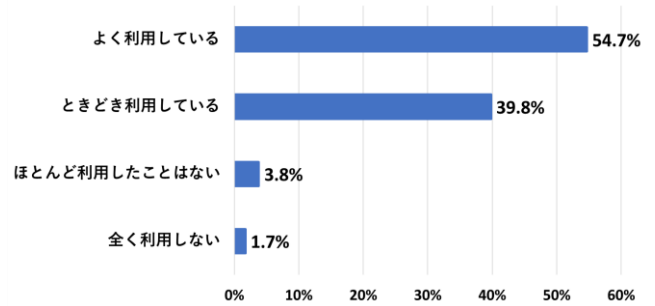
消費実態調査の品目を本アンケート調査の品目に振り分けることで、本アンケート調査の品目の消費支出額を年間収入階層別に算出した。

- ③ 次に、年間収入階層ごとの支払い方法別の支出金額を、全品目で足しあげて、一世帯あたりの支払い方法別の支出額を算出した。そのうち、現金以外の支払金額の合計を、消費支出額で除すことで、一世帯あたりのキャッシュレス決済比率を世帯の年間収入階層別に求めた。
- ④ さらに、全体平均のキャッシュレス決済比率の算出にあたっては、全国消費実態調査の世帯年収別の世帯数に、年間収入階層別の消費支出総額を乗じたものでウェイト付けして、加重平均した。これは日本の所得分布を前提に推計したいと考えたからである。
- ⑤ なお、本アンケート調査結果では、世帯の年間収入が「わからない」と回答した人の割合も一定程度いる。その人々の支払方法割合のデータも生かすために、年間収入階層別分布及び消費支出総額は、全国消費実態調査と同じであると仮定した。④と⑤のキャッシュレス決済比率の計数を、本アンケート調査で年収を回答した人と回答しなかった人の割合でウェイト付けして加重平均を算出した。

## 7. ポイントサービスに対する意識

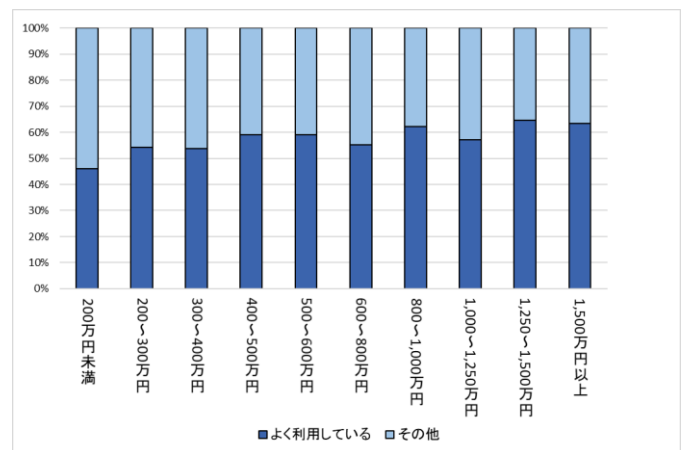
ポイントサービスを「よく利用している」と答えた人は全体の54.7%、「ときどき利用している」は39.8%となり、ポイントサービスを利用している人の割合は高い(図7-1)。

図7-1 ポイントサービスの利用頻度



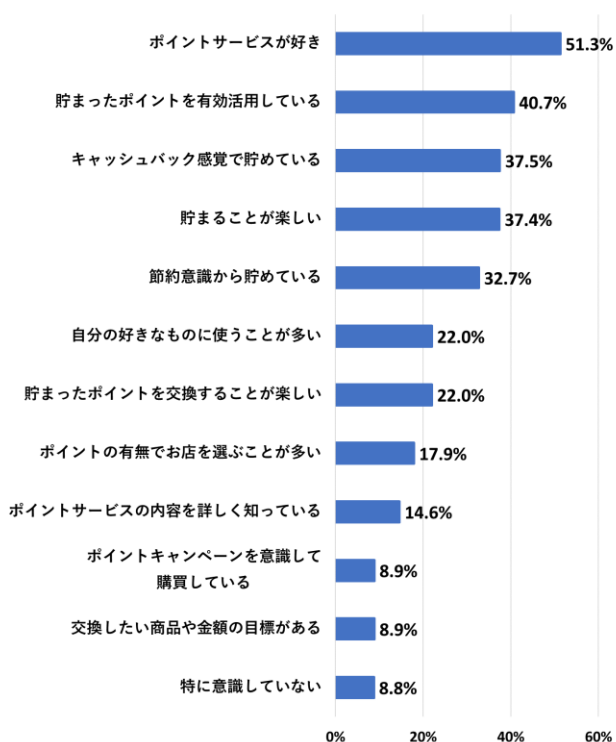
世帯の年間収入階層別にみると、ポイントを「よく利用している」人の割合は年収の高い人の方が大きい。年収が低い(200万円未満)世帯の利用率が46%と低いのに対して、「1,000~1,250万円未満」は57.2%、「1,250~1,500万円未満」は64.5%、「1,500万円以上」は63.5%である(図7-2)。

図7-2 年間収入階層別ポイントサービスの利用



ポイントサービスについての考え方をたずねたところ、「ポイントサービスが好き」が51.3%で最も多く、次いで「貯まったポイントを有効活用している」(40.7%)、「キャッシュバック感覚でポイントを貯めている」(37.5%)、「ポイントが貯まるのが楽しい」(37.4%)の順となっている。また、「節約意識から貯めている」についても30%超となった(図7-3)。

図7-3 ポイントサービスについての考え方



年齢階層別に傾向をみると、「20代」は「ポイントサービスが好き」と回答した人の割合が多い(54.8%)。また、「60代」は「貯まったポイントを有効活用している」と回答した人の割合が多い(45.4%)(表7-1)。

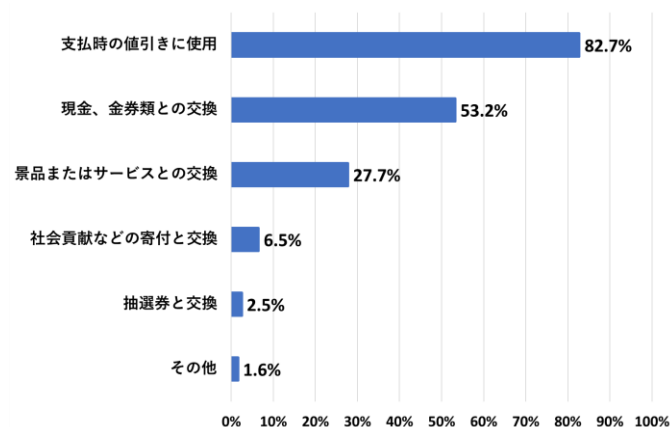
表7-1 年齢階層別「ポイントサービスについての考え方」

(単位：%)

	全体	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
ポイントサービスが好き	51.3	54.8	56.1	53.0	53.5	40.6
貯まったポイントを有効活用している	40.7	36.3	40.2	40.8	39.3	45.4
キャッシュバック感覚でポイントを貯めている	37.5	34.0	39.4	35.9	37.6	39.9
ポイントが貯まるのが楽しい	37.4	41.3	37.8	36.0	37.1	35.5
節約意識からポイントを貯めている	32.7	37.3	35.0	33.3	28.0	30.4
貯まったポイントを交換することが楽しい	22.0	23.8	21.4	20.2	20.8	24.1
貯まったポイントは自分の好きなものに使うことが多い	22.0	27.5	22.0	19.2	22.2	20.2
ポイントカードの有無でお店を選ぶことが多い	17.9	18.1	18.6	20.3	16.4	16.0
ポイントサービスの内容について詳しく知っている	14.6	11.6	18.8	15.2	14.5	12.3
ポイントを貯めるときには交換したい商品や金額の目標がある	8.9	9.8	10.6	7.8	8.4	8.2
ポイントキャンペーンではいつもより高い商品を選んだりまとめ買いしたりする	8.9	8.6	10.3	9.8	8.7	7.0
ポイントサービスを意識していない	8.8	10.0	8.3	6.8	7.9	10.9

また、貯まったポイントの使い道についてみると、「支払い時の値引きに使用」されることが多い(図7-4)。

図7-4 ポイントの利用方法



ポイントの使い道を年齢層別にみると、「20代」、「30代」は支払い時の値引きに使うことが多く、「40代」、「50代」、「60代」は現金・金券類との交換に使うことが多い傾向にある(表7-2)。



表 7-2 年齢階層別「ポイントの利用方法」

(単位：%)

	全体	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
支払時の値引きに使用	82.7	84.9	86.4	80.8	82.6	79.1
景品またはサービスとの交換	27.7	26.6	29.3	27.2	27.4	27.4
現金、金券類との交換	53.2	41.7	51.4	57.4	53.1	59.6
抽選券と交換	2.5	3.6	3.6	2.0	1.7	1.6
社会貢献などの寄付と交換	6.5	5.4	6.2	7.4	8.1	5.4
その他	1.6	1.2	1.9	2.0	1.0	1.8

## 8. 最後に

本報告は、アンケート調査結果に基づき、個人の消費における支払い手段の実態をまずは整理し公開したものである。今後は同アンケートによって得られた個票データを用いた分析なども行い、さらに研究を深めていきたい。

なお、アンケート調査の単純集計表は、NIRA 総研ホームページにて公開している。

以上

本件に関するお問い合わせ先

公益財団法人 NIRA 総合研究開発機構

研究コーディネーター・研究員 渡邊翔太

電話番号：03-5448-1725

E-mail：swatanabe@nira.or.jp