

# 消費者インサイト調査

2022年度

2023年7月31日

一般社団法人キャッシュレス推進協議会



# 本書における用語の説明

用語	意味
対面決済／非対面決済	対面決済は、消費者が店舗で決済を行う場合のように、従業員が応対して決済を行う方式のことを示す。 一方、非対面決済は、消費者がインターネットショッピングを利用して決済を行う場合や、店舗等において自動サービス機を利用して決済を行う場合のように、従業員が応対することなく決済を行う方式のことを示す
クレジットカード（接触式）	利用する際に、専用の端末にクレジットカードをスライドさせる、または差し込むタイプのクレジットカード
クレジットカード（非接触式）	利用する際に、専用の端末にかざすタイプのクレジットカード 例：iD、QUICPay、VISAのタッチ決済、Mastercardコンタクトレスなど ただし、モバイル端末を利用するものは除外
電子マネー	利用する前にチャージを行うプリペイド方式のカード型の決済手段 例：Suica、PASMO、ICOCA、PiTaPa、nimoca、SUGOCA、nanaco、WAON、楽天Edyなど ただし、モバイル端末を利用するものは除外
その他のプリペイドカード等	クレジットカード、デビットカード、電子マネー以外のカード型の決済手段（ハウスカードも含む） 例：QUOカード、ドトールバリューカード、スターバックスカードなど
非接触IC型決済アプリ	専用の端末にかざすことで決済を行うことができるモバイル型（スマートフォン、携帯電話、スマートウォッチなど）の決済手段 例：Apple Pay、Google Pay、おサイフケータイ、モバイルSuicaなど
コード型決済アプリ	QRコードやバーコードを使用した決済手段 例：LINE Pay、PayPay、au pay、d払い、楽天ペイ、メルペイ、ゆうちょpayなど
SA／MA	シングルアンサー（SA）、マルチアンサー（MA）の略称。アンケートの回答方式で、シングルアンサーは選択肢から当てはまるものを一つのみ回答、マルチアンサーは当てはまるものを複数回答する方式
マトリクスSA／マトリクスMA	複数の設問に対して、同一の選択肢を用意し、回答してもらうタイプ（マトリクス回答形式）のシングルアンサー、マルチアンサーの設問

# 本調査の背景と目的

- キャッシュレス推進協議会様（以下、当協議会）は、わが国におけるキャッシュレス（支払い方改革）の普及に向けて、産官学が連携するための、中立的な推進役としての役割を担っている。
- 政府の掲げる「2025年までにキャッシュレス決済比率を40%」とする目標に向けて、キャッシュレス・ポイント還元事業等の諸施策が実施されているほか、新型コロナウイルス感染拡大による新たな生活様式へのシフトも追い風となり、キャッシュレス普及促進の機運が高まっている。
- このような状況の中、当協議会はキャッシュレスの普及状況や消費者のキャッシュレスに対する意識について、中立的な立場でモニタリングし、情報提供することが求められている。
- また、昨年度までの調査の結果、キャッシュレス利用に中立的な消費者層の取込が今後のキャッシュレス決済普及のキーとなる可能性を示唆しており、中立的な消費者層のインサイトを重点的に明らかにすることが重要である。

## 本調査の目的

---

1. モニタリング指標の計測（参考指標含む）
2. 決済に関する消費者インサイトの検証
3. 消費者の主要なクラスターの特定・可視化

# 調査の概要

本調査では、消費者に対するWEBアンケートを実施しています。

## 本調査の目的

1. モニタリング指標の計測（参考指標含む）
2. 決済に関する消費者インサイトの検証
3. 消費者の主要なクラスターの特定・可視化

## 調査材料

2022年度  
消費者WEB  
アンケート

## 主要手法

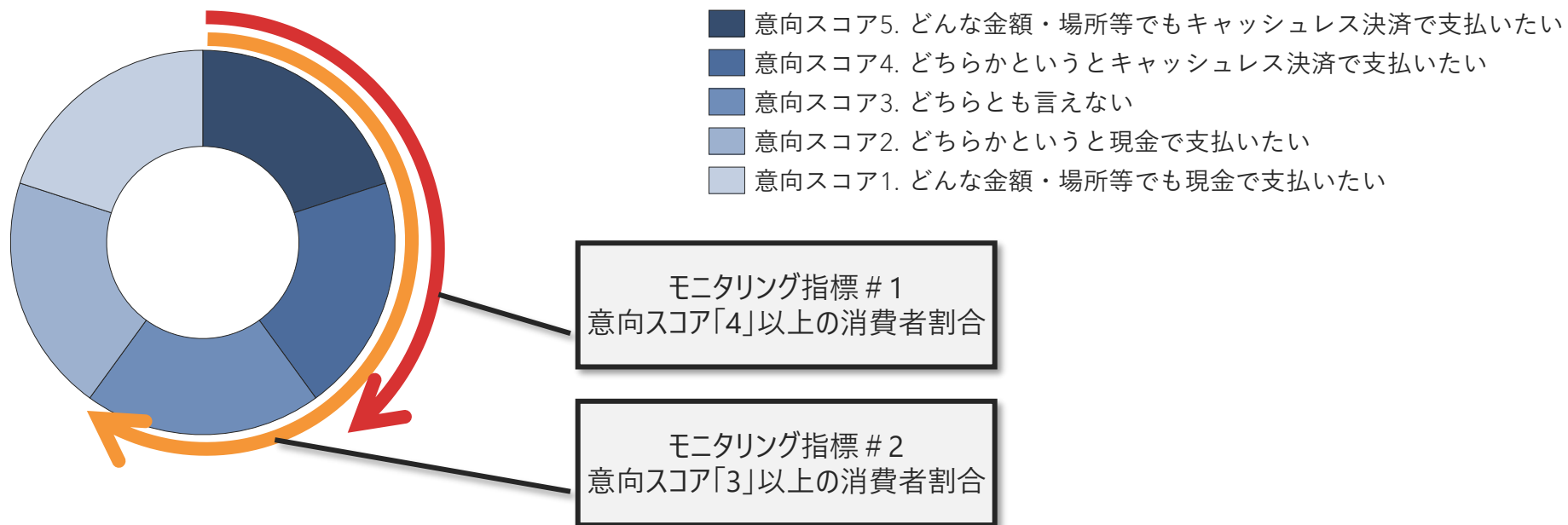
統計分析

クラスター分析

# 1. モニタリング指標の計測

2019年度に設定した4つのモニタリング指標について、数値をアップデートしています。

## キャッシュレス決済の利用意向



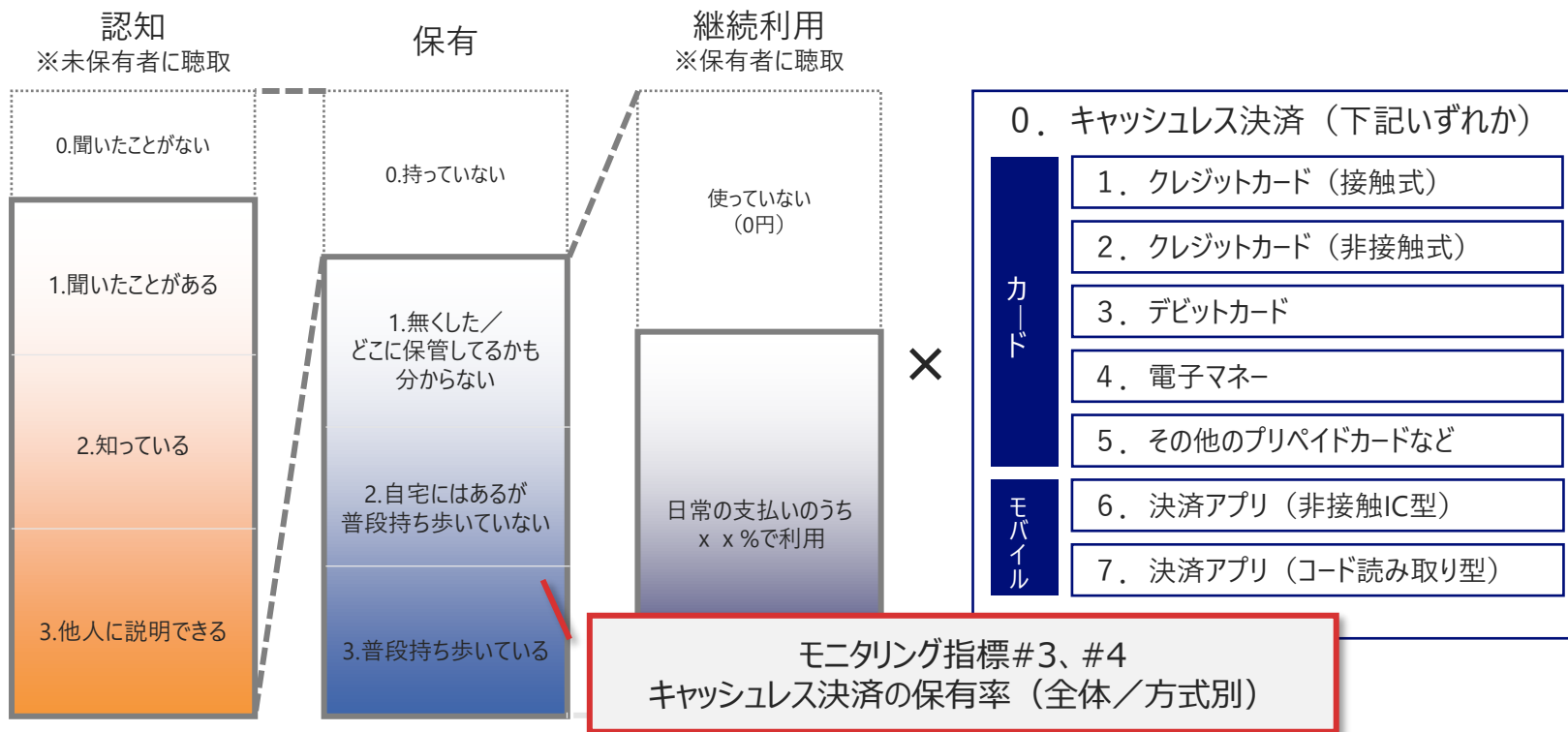
### <モニタリング指標の位置づけ>

- #1: 意向スコア4以上の消費者割合  
既にキャッシュレス利用に前向きである消費者のボリュームの把握
- #2: 意向スコア3以上の消費者割合  
今後キャッシュレス利用に前向きなセグメント（意向スコア4以上）に成長する可能性がある消費者も含めたボリュームの把握

# 1. モニタリング指標の計測

2019年度に設定した4つのモニタリング指標について、数値をアップデートしています。

キャッシュレス決済の認知、保有、利用状況 ※認知状況は未保有者に、利用状況は保有者に聴取

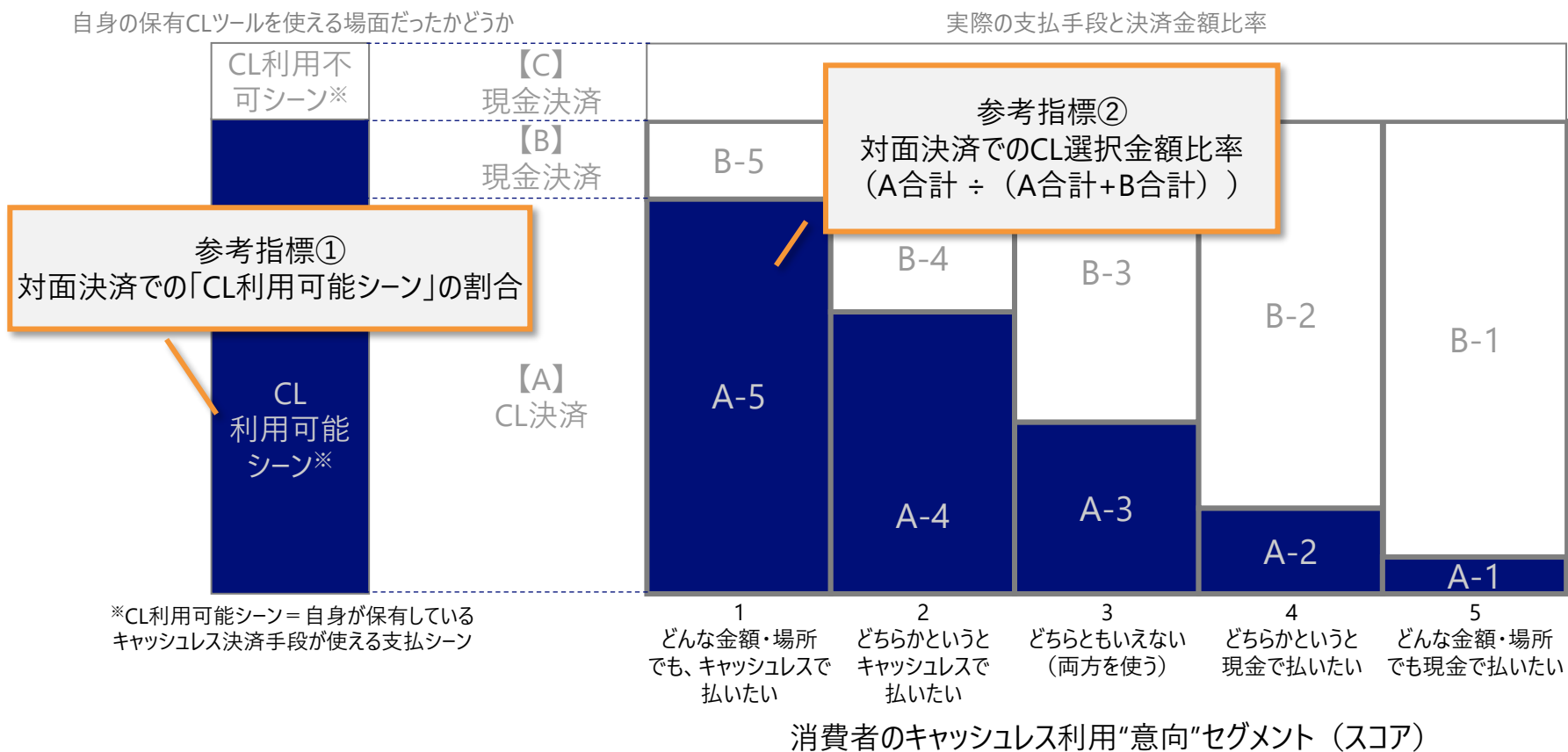


<モニタリング指標の位置づけ>

- #3：キャッシュレス決済の保有率 (全体)  
既に、何らかのキャッシュレス決済を保有している消費者のボリュームの把握
- #4：キャッシュレス決済の保有率 (方式別)  
キャッシュレス決済の方式 (7区分) 別での保有している消費者のボリュームの把握

# 1. モニタリング指標の計測

2つの参考指標（対面決済でのCL利用可能シーンの割合、対面決済でのCL選択金額比率）についても算出しています。



## 2. 決済に関する消費者インサイトの検証

キャッシュレスの利用意向を引き上げるきっかけとなる消費者意識について、昨年度の結果を踏まえ、調査を行っています。

キャッシュレス決済に対する消費者インサイトの検証イメージ ※昨年度調査結果を引用

		※色が濃いほど、顕著なもの		
<b>一般的な意識</b> <small>※CL利用意向に 依らず共通したもの</small>	<b>決済手段をまとめた</b> 複数のCLを使い分けたくない	<b>過去のネガティブな経験による抵抗感</b> 使いすぎた経験がある	<b>セキュリティ・プライバシー懸念</b> 不正利用への不安	
	アクセプタンスの確認が面倒	店舗にキャッシュレス利用を断られた経験がある	個人情報提供への抵抗感	
	<b>周囲への迷惑を懸念</b> 自分の不手際で周囲を待たせたくない	店舗側の不手際であっても周囲をまたせたくない	購買データ提供への抵抗感	
	現金の不便を感じない 現金利用による面倒への慣れ	<b>使いすぎ懸念</b> CLは使いすぎてしまう	<b>接触機会の回避</b> 現金や店員との接触が気にならない	
<b>CL利用意向引き上げのきっかけになる意識</b> <small>※CL利用意向が低い層で特に強いもの</small>	現金が便利	CLにより家計管理が複雑化する	その他 発行店舗でのみ利用したい（ハウスカード利用）	
	<b>キャッシュレスへの関心不足</b> CLのメリットの実感不足	周りで使われていない、使えない 知り合いが使っていない	いつも現金を利用している店舗でCLを使い始めることに抵抗がある	
	CLへの興味不足	買い物の際に、周囲がCL決済を利用していない	E.登録が面倒	
	CLへの理解不足	普段利用している店舗がCL決済を導入していない		



### 3. 消費者の主要なクラスターの特定・可視化

キャッシュレスの利用理由やキャッシュレスに関する考え方を問う設問への回答を基に、回答者を6つのクラスターに分類したうえで特徴を抽出しました。

#### クラスター分析方法概要

手法	K-meansクラスター分析
材料	キャッシュレス決済利用理由、キャッシュレス決済に対する考え方
設問	<p>Q16（20問）あなたが現在、キャッシュレス決済を利用する理由として、あてはまるものをお答えください。</p> <p>Q18（19問）以下の「キャッシュレス決済」に対する考え方について、あなたの考えにあてはまるかどうかをお答えください。</p> <p>Q19（20問）以下の「キャッシュレス決済」に対する考え方について、あなたの考えにあてはまるかどうかをお答えください。</p> <p>上記のマトリックス設問に対して、どの程度あてはまるかどうかを4段階で回答いただいた（1：当てはまらない、2：あまり当てはまらない、3：やや当てはまる、4：当てはまる）</p>
構成変数	56（2021年アンケートに聴取していない設問は除く）
クラスター数	6

## 消費者WEBアンケート調査 実施概要

1. 調査手法	WEBアンケート調査
2. 調査実施期間	11月上旬
3. 対象者数	3,000名
4. 質問項目	<ul style="list-style-type: none"><li>• 消費者の属性（性年代、居住地、年収など）</li><li>• キャッシュレス決済の認知状況、保有状況、利用状況</li><li>• キャッシュレス利用意向</li><li>• キャッシュレス利用実態</li><li>• キャッシュレス決済の利用理由</li><li>• キャッシュレス決済に関する知識</li><li>• キャッシュレス決済に関する価値観</li><li>• ポイントの利用状況、使用状況</li><li>• ポイントに関する意識・行動</li></ul> など

# 1. モニタリング指標の計測

# モニタリング指標の計測結果一覧

#	モニタリング指標	2022年11月調査結果		2021年9月 調査結果	2020年9月 調査結果	2019年9月 調査結果
		結果	昨年比			
1	CL利用意向スコア「4」以上の割合	68%	+3%pt	65%	58%	49%
2	CL利用意向スコア「3」以上の割合	88%	+4%pt	84%	84%	72%
3	CL決済保有率	93%	+1%pt	92%	92%	92%
4	- クレジットカード保有率	—	—	—	—	80%
	- クレジットカード（接触式）	82%	±0%pt	82%	80%	—
	- クレジットカード（非接触式）	42%	+3%pt	39%	28%	—
	- デビットカード保有率	24%	-5%pt	29%	24%	23%
	- 電子マネー保有率	73%	-1%pt	74%	—	—
	- 交通系電子マネー	—	—	—	58%	63%
	- 交通系以外の電子マネー	—	—	—	52%	59%
	- その他プリペイドカードなど保有率	39%	-4%pt	43%	33%	38%
	- 非接触IC型決済アプリ保有率	35%	-1%pt	36%	25%	24%
	- コード型決済アプリ保有率	73%	+4%pt	69%	54%	42%

# モニタリング指標 × 地方

凡例	<span style="background-color: #ADD8E6; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均以上
	<span style="background-color: #FFC0CB; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均未満
	※ <b>青字</b> : 最大値、 <b>赤字</b> : 最小値

#	モニタリング指標	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
	(N数)	3000	140	182	1155	473	598	133	73	245
1	CL利用意向スコア「4」以上の割合	68%	61%	61%	70%	68%	68%	67%	63%	65%
2	CL利用意向スコア「3」以上の割合	88%	83%	78%	87%	88%	91%	90%	87%	88%
3	CL決済保有率	93%	88%	82%	94%	93%	95%	91%	84%	94%
4	- クレジットカード（接触式）	82%	80%	72%	83%	85%	82%	79%	74%	77%
	- クレジットカード（非接触式）	42%	34%	39%	45%	41%	45%	35%	35%	36%
	- デビットカード保有率	24%	14%	27%	26%	23%	27%	17%	14%	19%
	- 電子マネー保有率	73%	65%	64%	81%	67%	75%	62%	59%	68%
	- その他プリペイドカードなど保有率	39%	41%	39%	41%	38%	38%	36%	37%	39%
	- 非接触IC型決済アプリ保有率	35%	29%	38%	40%	31%	30%	31%	30%	30%
	- コード型決済アプリ保有率	73%	66%	61%	73%	74%	75%	75%	73%	77%

# モニタリング指標 × 都市規模

凡例	<span style="background-color: #ADD8E6; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均以上
	<span style="background-color: #FFC0CB; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均未満
	※ <b>青字</b> : 最大値、 <b>赤字</b> : 最小値

#	モニタリング指標	全体	東京23区	政令指定都市	中核市	その他の市	町村
	(N数)	3000	294	808	566	1140	191
1	CL利用意向スコア「4」以上の割合	68%	<b>75%</b>	69%	70%	66%	<b>51%</b>
2	CL利用意向スコア「3」以上の割合	88%	<b>91%</b>	89%	90%	87%	<b>74%</b>
3	CL決済保有率	93%	<b>96%</b>	93%	94%	92%	<b>82%</b>
4	- クレジットカード（接触式）	82%	<b>88%</b>	82%	84%	81%	<b>67%</b>
	- クレジットカード（非接触式）	42%	<b>51%</b>	43%	46%	39%	<b>32%</b>
	- デビットカード保有率	24%	<b>29%</b>	26%	24%	22%	<b>17%</b>
	- 電子マネー保有率	73%	<b>87%</b>	74%	73%	72%	<b>57%</b>
	- その他プリペイドカードなど保有率	39%	<b>45%</b>	40%	41%	38%	<b>30%</b>
	- 非接触IC型決済アプリ保有率	35%	<b>48%</b>	36%	35%	32%	<b>22%</b>
	- コード型決済アプリ保有率	73%	76%	<b>77%</b>	76%	71%	<b>57%</b>

# モニタリング指標 × 年代

凡例	<span style="background-color: #ADD8E6; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均以上
	<span style="background-color: #FFC0CB; border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> : 全体平均未満
	※ <b>青字</b> : 最大値、 <b>赤字</b> : 最小値

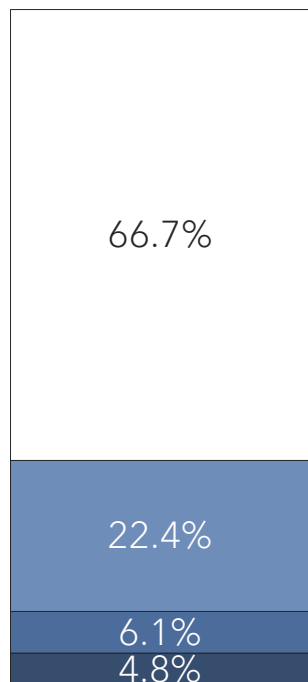
#	モニタリング指標	全体	20代	30代	40代	50代	60代
	(N数)	3000	494	543	699	667	596
1	CL利用意向スコア「4」以上の割合	68%	<b>62%</b>	67%	67%	68%	<b>73%</b>
2	CL利用意向スコア「3」以上の割合	88%	<b>82%</b>	85%	88%	89%	<b>93%</b>
3	CL決済保有率	93%	<b>89%</b>	90%	93%	93%	<b>96%</b>
4	- クレジットカード（接触式）	82%	<b>73%</b>	78%	82%	84%	<b>89%</b>
	- クレジットカード（非接触式）	42%	41%	41%	<b>44%</b>	43%	<b>40%</b>
	- デビットカード保有率	24%	<b>32%</b>	23%	23%	25%	<b>19%</b>
	- 電子マネー保有率	73%	71%	72%	<b>69%</b>	<b>77%</b>	<b>77%</b>
	- その他プリペイドカードなど保有率	39%	39%	39%	<b>37%</b>	<b>42%</b>	39%
	- 非接触IC型決済アプリ保有率	35%	<b>41%</b>	40%	36%	33%	<b>26%</b>
	- コード型決済アプリ保有率	73%	74%	75%	<b>76%</b>	75%	<b>65%</b>

# キャッシュレス決済（全体）の普及状況

認知・関心状況：

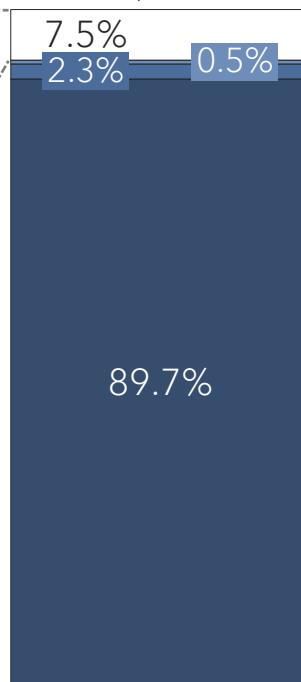
未保有者のうち、約11%が関心あり

228



保有状況：約93%が保有

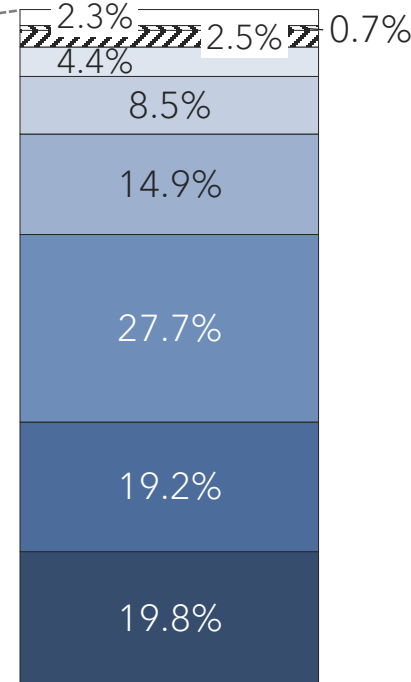
3,000



利用状況：

保有者のうち、約67%が週1回以上利用

2,772



- 1. 関心があり、サービス内容を知っている
- 2. 関心があるが、サービス内容をよく知らない
- 3. サービス名を聞いたことがあるが、関心はない
- 4. サービス名を聞いたことがない

- 1. 普段から持ち歩いている
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 3. 持っていたがなくなった／どこに保管しているかもわからない
- 4. 持っていない

- 1. 週に4回以上利用している
- 2. 週に2~3回程度利用している
- 3. 週に1回程度利用している
- 4. 月に2~3回程度利用している
- 5. 月に1回程度利用している
- 6. 年に2~3回程度利用している
- ▨ 7. それ以下の頻度で利用している
- ▨ 8. 過去に利用したことはあるが、現在は利用していない
- 9. 保有しているが、一度も利用したことがない

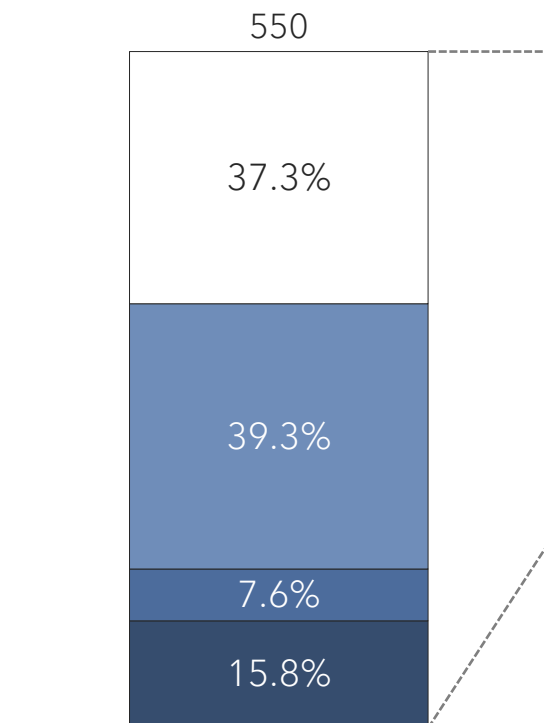
※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取



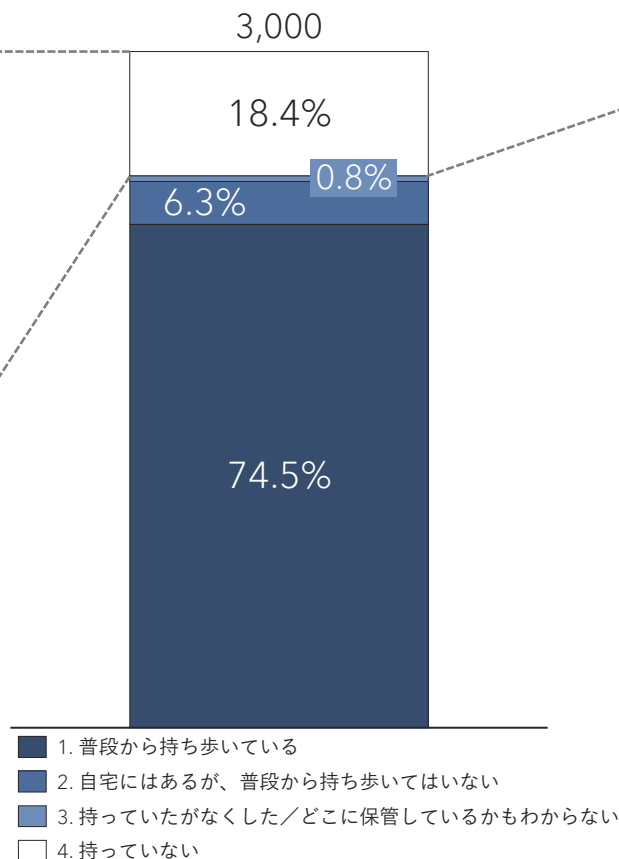
# クレジットカード（接触式）の普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約23%が関心あり

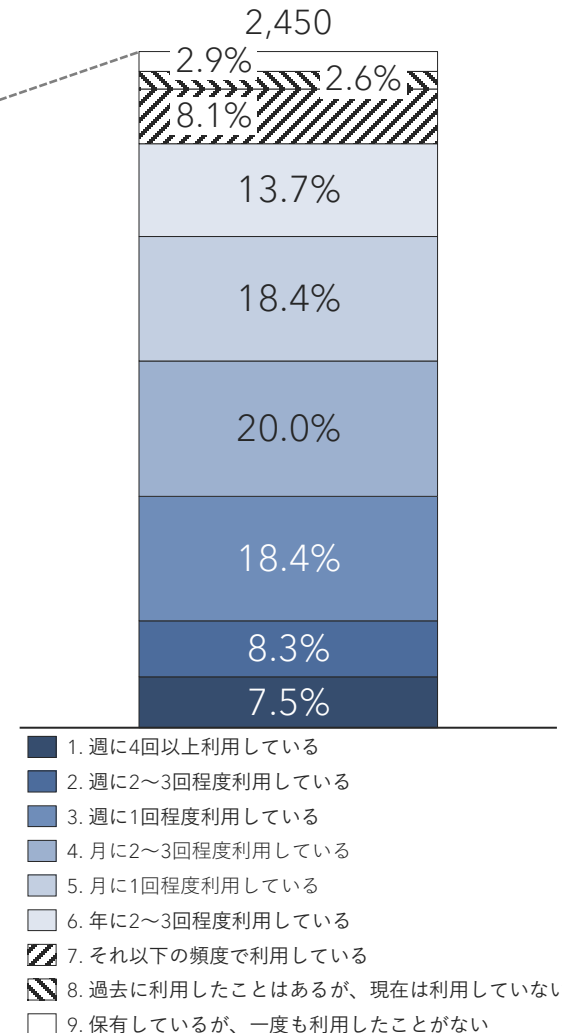


保有状況：約82%が保有



利用状況：

保有者のうち、約34%が週1回以上利用



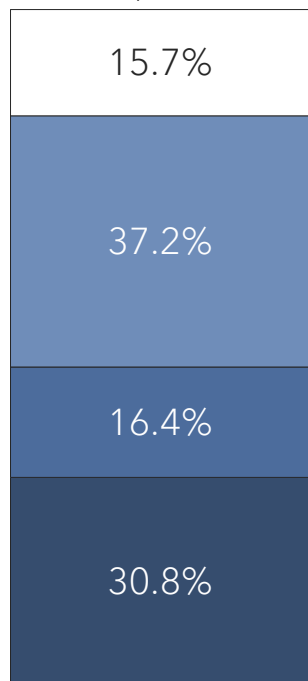
※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

# クレジットカード（非接触式）の普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約47%が関心あり

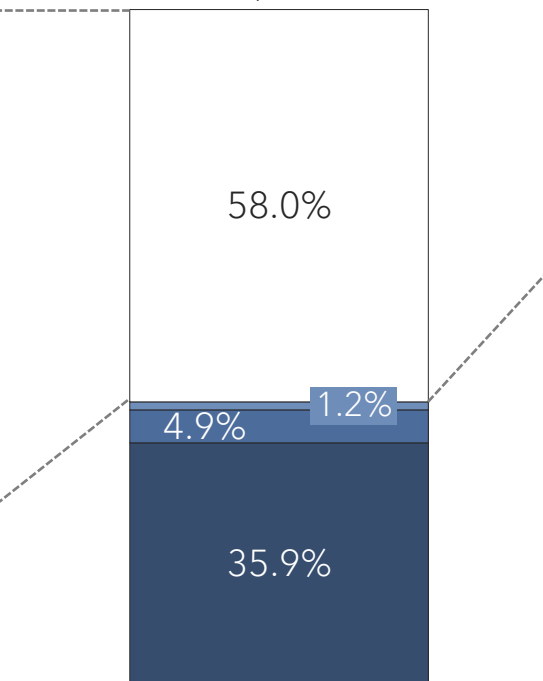
1,741



- 1. 関心があり、サービス内容を知っている
- 2. 関心があるが、サービス内容をよく知らない
- 3. サービス名を聞いたことがあるが、関心はない
- 4. サービス名を聞いたことがない

保有状況：約42%が保有

3,000

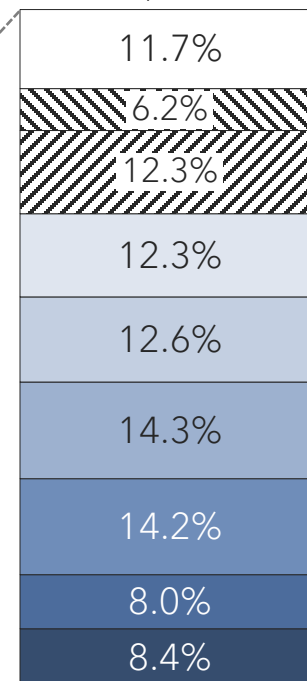


- 1. 普段から持ち歩いている
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいる
- 3. 持っていたがなくなった／どこに保管しているかもわからない
- 4. 持っていない

利用状況：

保有者のうち、約31%が週1回以上利用

1,259



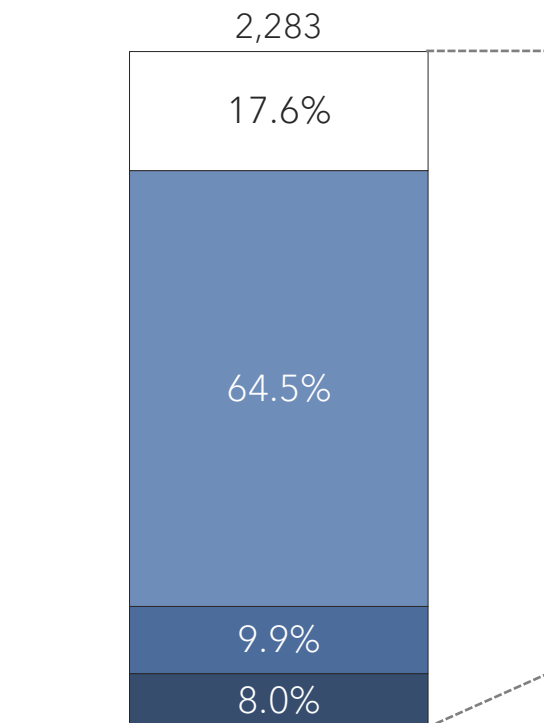
- 1. 週に4回以上利用している
- 2. 週に2~3回程度利用している
- 3. 週に1回程度利用している
- 4. 月に2~3回程度利用している
- 5. 月に1回程度利用している
- 6. 年に2~3回程度利用している
- ▨ 7. それ以下の頻度で利用している
- ▨ 8. 過去に利用したことはあるが、現在は利用していない
- 9. 保有しているが、一度も利用したことがない

※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

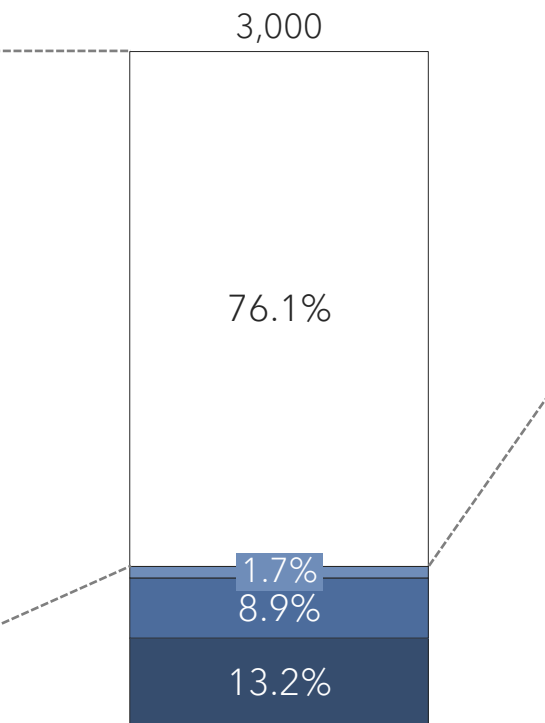
# デビットカードの普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約18%が関心あり

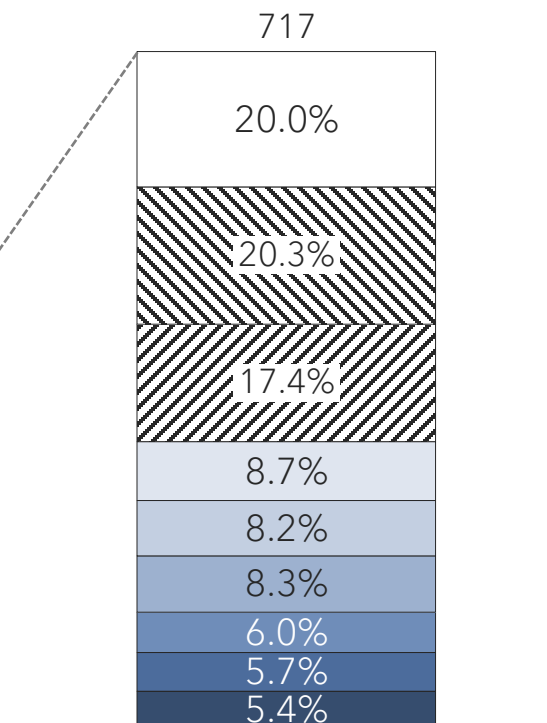


保有状況：約24%が保有



利用状況：

保有者のうち、約17%が週1回以上利用



※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

- 1. 関心があり、サービス内容を知っている
- 2. 関心があるが、サービス内容をよく知らない
- 3. サービス名を聞いたことがあるが、関心はない
- 4. サービス名を聞いたことがない

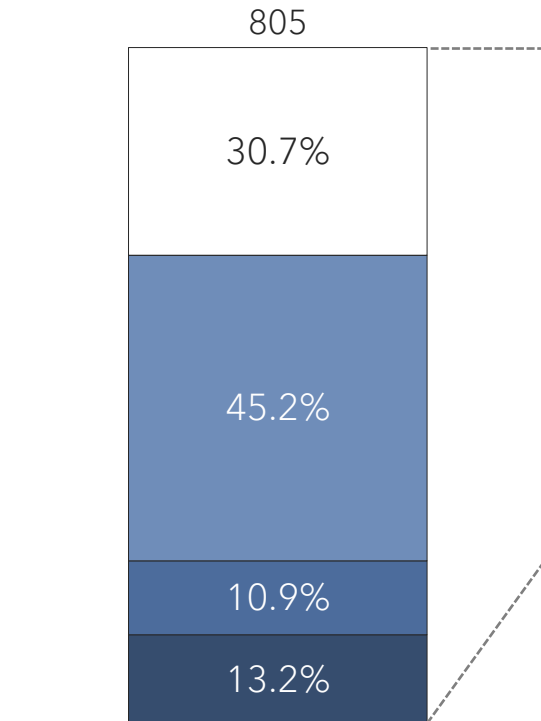
- 1. 普段から持ち歩いている
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 3. 持っていたがなくなった／どこに保管しているかもわからない
- 4. 持っていない

- 1. 週に4回以上利用している
- 2. 週に2~3回程度利用している
- 3. 週に1回程度利用している
- 4. 月に2~3回程度利用している
- 5. 月に1回程度利用している
- 6. 年に2~3回程度利用している
- ▨ 7. それ以下の頻度で利用している
- ▨ 8. 過去に利用したことはあるが、現在は利用していない
- 9. 保有しているが、一度も利用したことがない

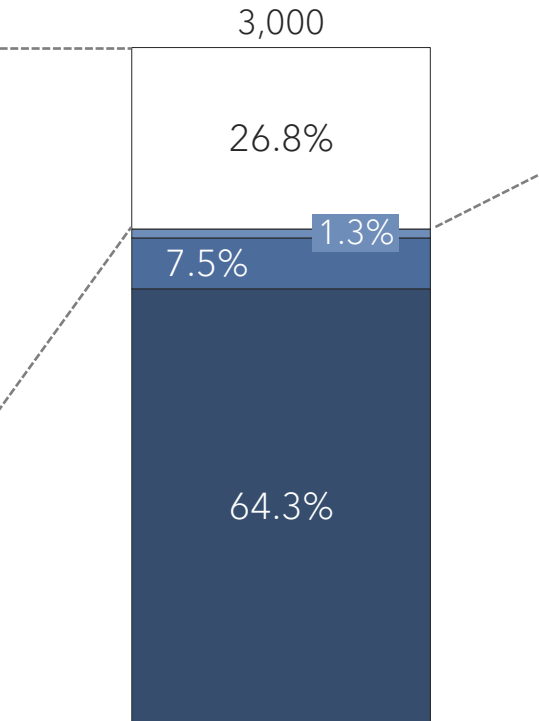
# 電子マネーの普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約24%が関心あり

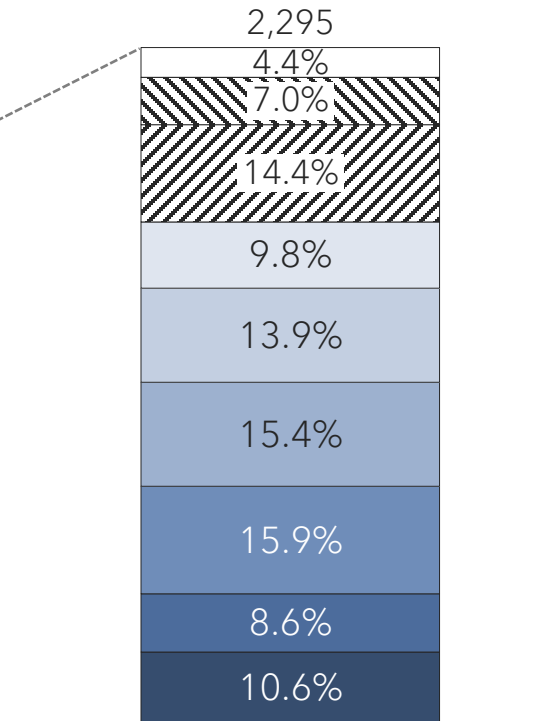


保有状況：約73%が保有



利用状況：

保有者のうち、約35%が週1回以上利用

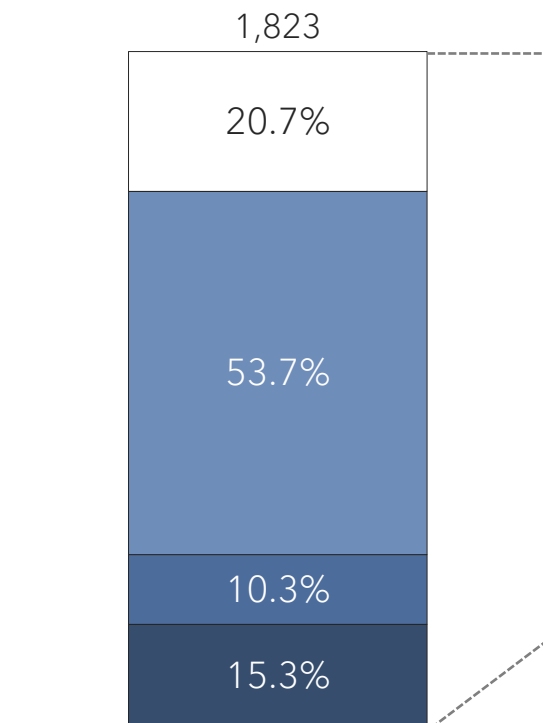


※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

# その他のプリペイドカード等の普及状況

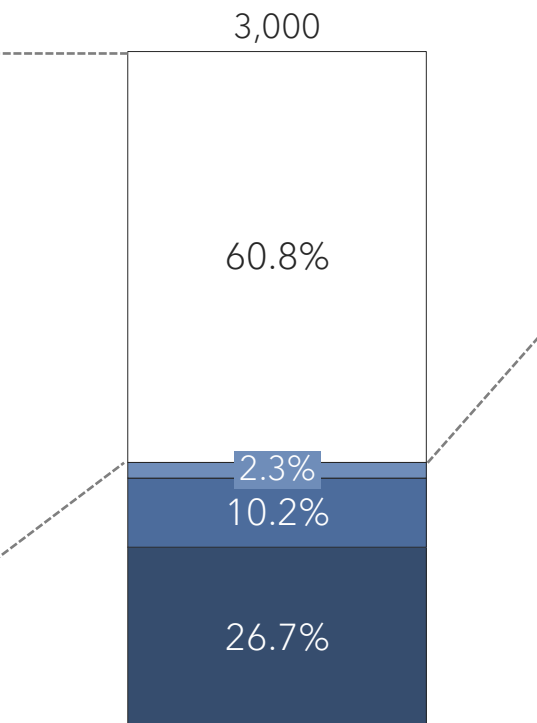
認知・関心状況：

未保有者のうち、約27%が関心あり



- 1. 関心があり、サービス内容を知っている
- 2. 関心があるが、サービス内容をよく知らない
- 3. サービス名を聞いたことがあるが、関心はない
- 4. サービス名を聞いたことがない

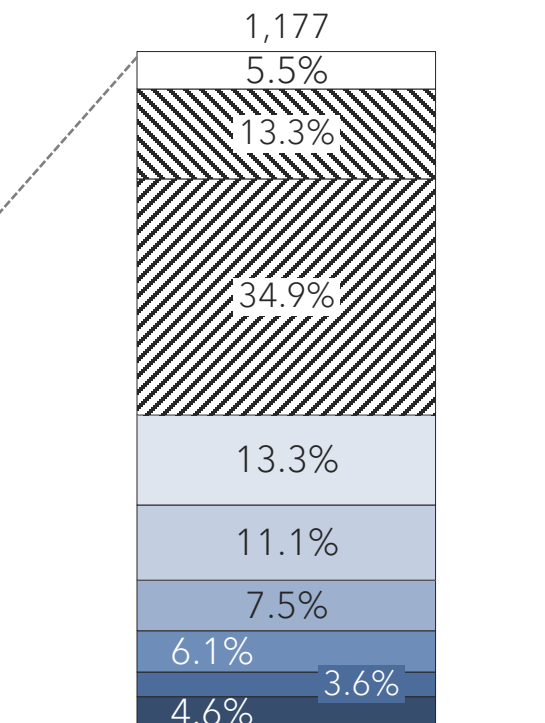
保有状況：約39%が保有



- 1. 普段から持ち歩いている
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 3. 持っていたがなくなった／どこに保管しているかもわからない
- 4. 持っていない

利用状況：

保有者のうち、約14%が週1回以上利用



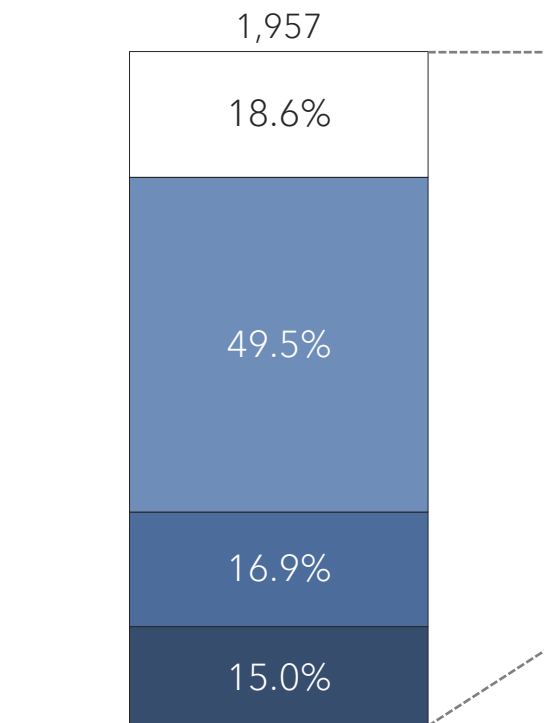
- 1. 週に4回以上利用している
- 2. 週に2~3回程度利用している
- 3. 週に1回程度利用している
- 4. 月に2~3回程度利用している
- 5. 月に1回程度利用している
- 6. 年に2~3回程度利用している
- ▨ 7. それ以下の頻度で利用している
- ▨ 8. 過去に利用したことはあるが、現在は利用していない
- 9. 保有しているが、一度も利用したことがない

※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

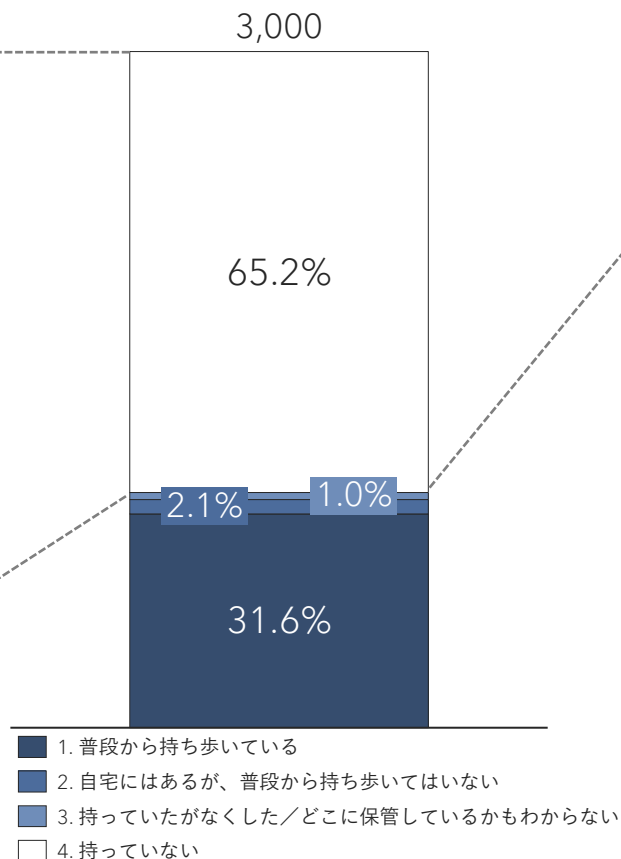
# 非接触IC型決済アプリの普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約32%が関心あり

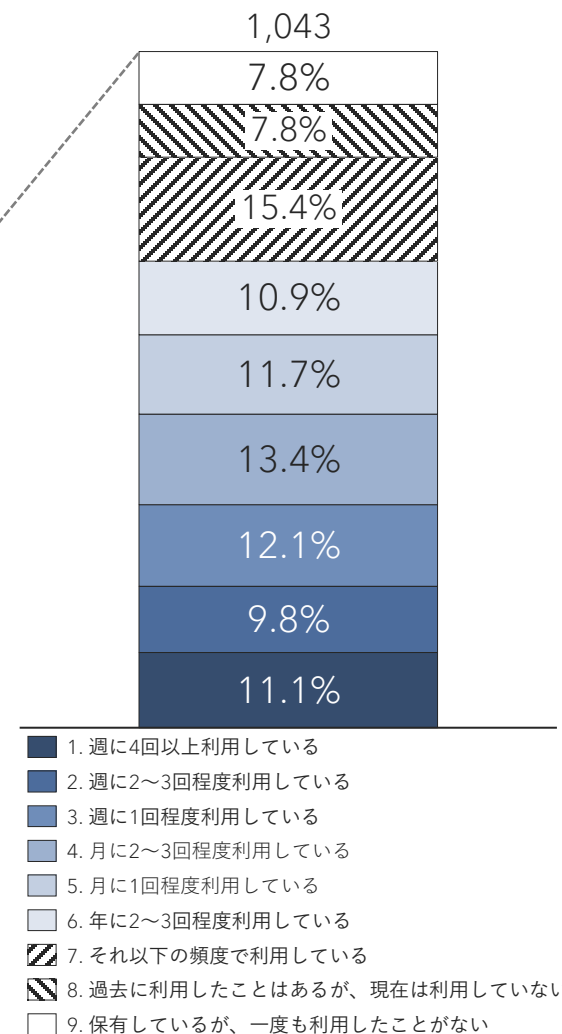


保有状況：約35%が保有



利用状況：

保有者のうち、約33%が週1回以上利用

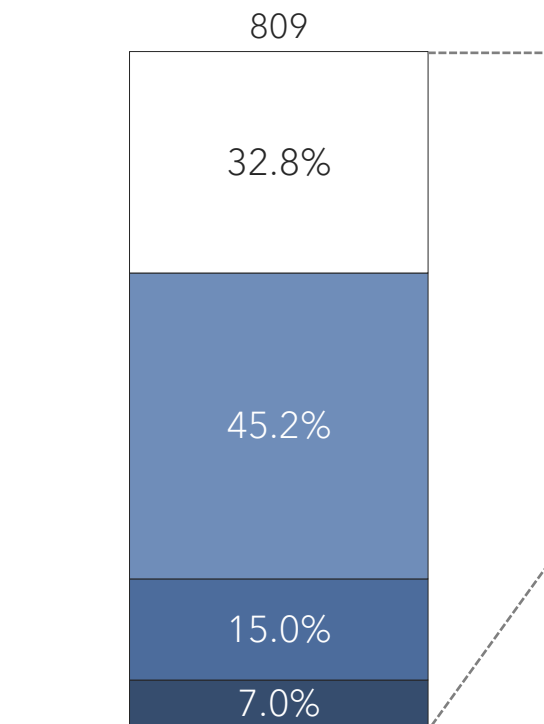


※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

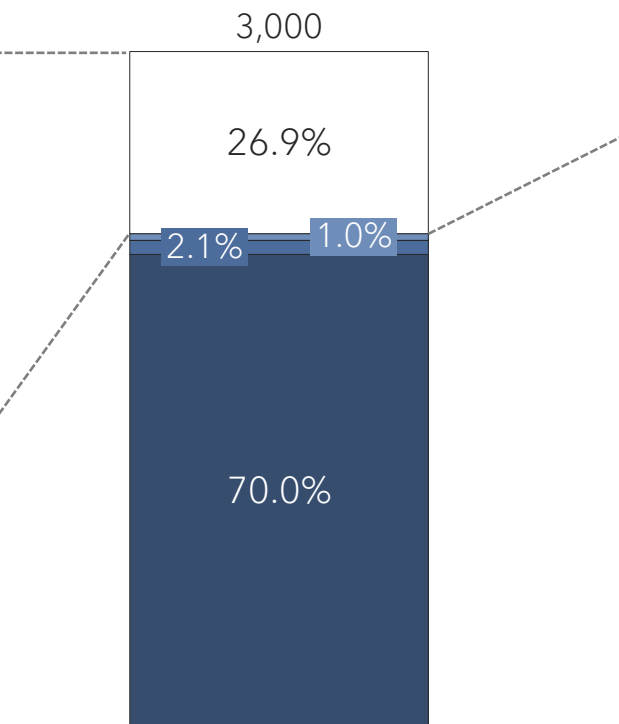
# コード型決済アプリの普及状況

認知・関心状況：

未保有者のうち、約22%が関心あり

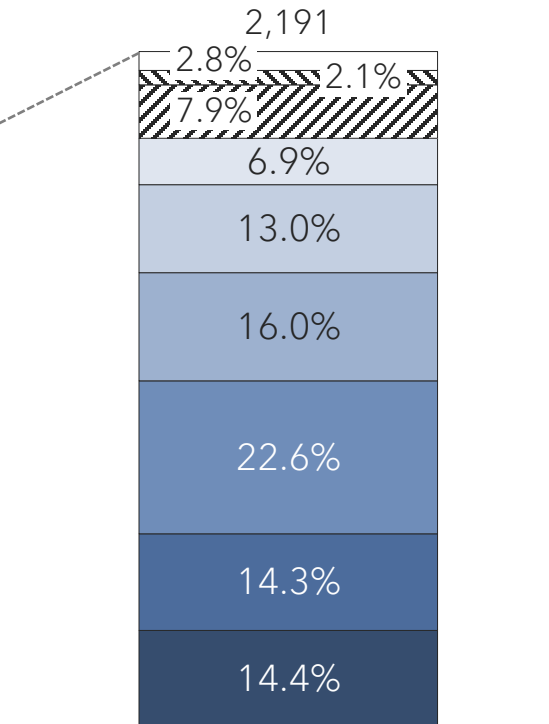


保有状況：約73%が保有



利用状況：

保有者のうち、約51%が週1回以上利用



※認知・関心状況は、未保有者に聴取  
利用状況は、保有者に聴取

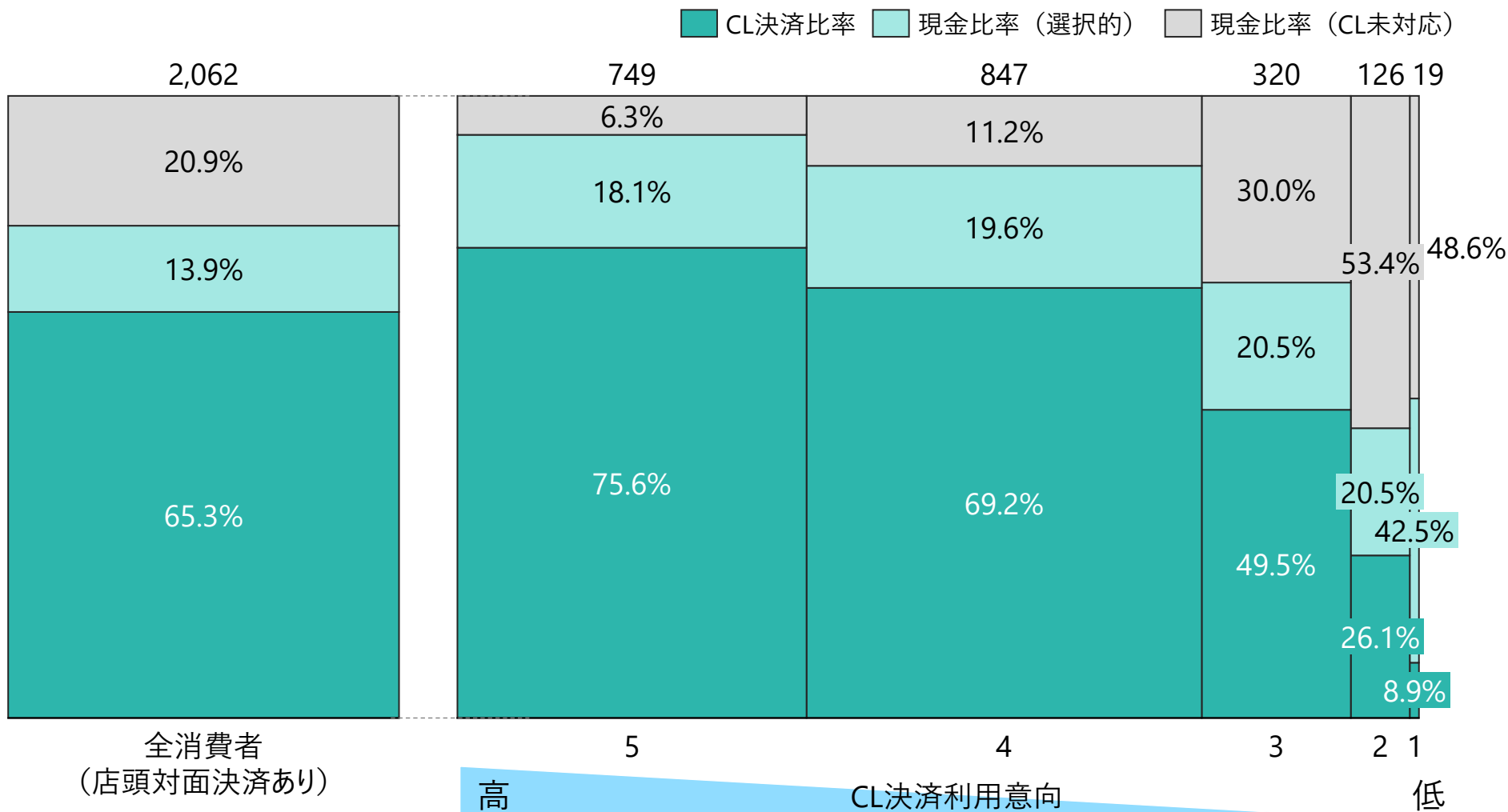
# 参考指標の計測結果一覧

#	参考指標指標	2022年11月調査結果		2021年9月調査結果	2019年9月調査結果
			昨年同比		
①	対面決済でのCL利用可能シーンの割合	79%	-3%pt.	82%	76%
②	対面決済でのCL選択金額の割合 (CLが利用可能で、CLを利用した割合)	77%	±0%pt.	77%	63%



# 店頭対面決済でのキャッシュレス決済利用状況

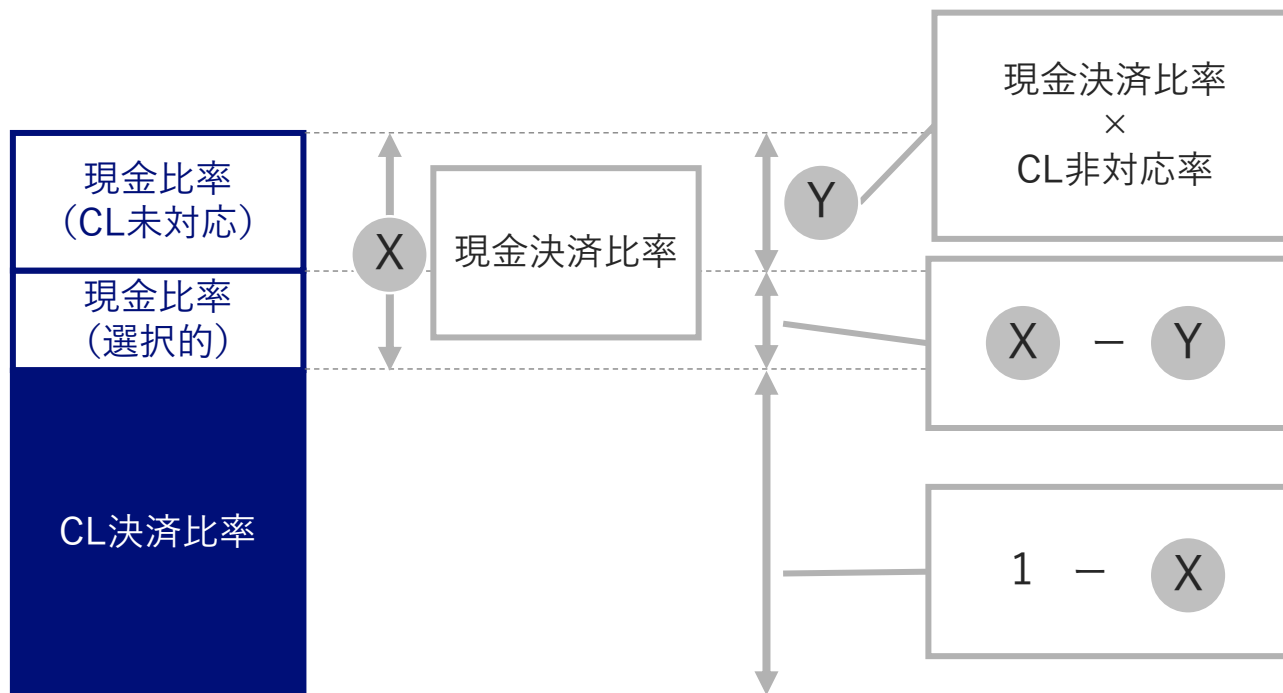
店頭対面決済でのキャッシュレス決済利用状況



# ご参考 | 算出方法

1. 直近一ヶ月間に、店頭対面決済を行った消費者に限定
2. 下図の手順で、個人別のCL決済比率、現金比率（選択的）、現金比率（CL未対応）を算出
3. 上記の比率について、キャッシュレス利用意向別に平均値を算出

## 利用した決済手段の構造とアンケートを用いた算出ロジック

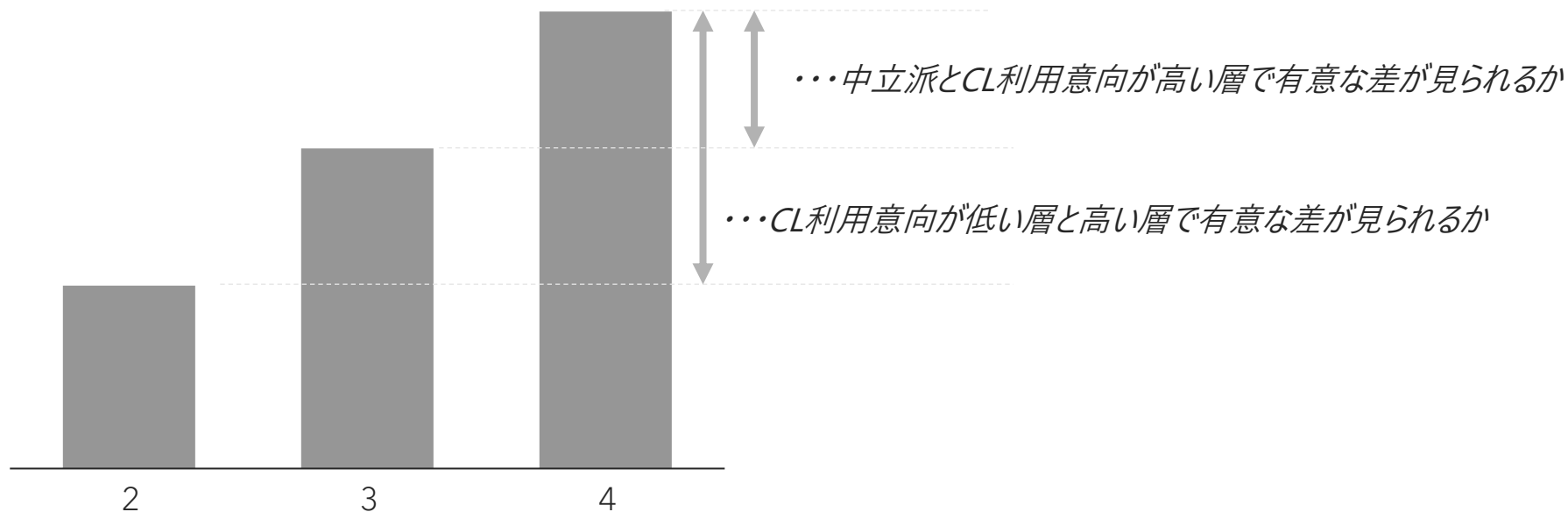


## 2. 決済に関する消費者インサイトの検証

# 検証方法

キャッシュレスの利用意向が低い層、中立層、高い層について、回答結果を比較し、15%pt以上の差が見られた場合は、有意な差であると判断しています。

## 消費者インサイトの検証方法



## CL意向スコア

- 1 どんな金額・場所等でも現金で支払いたい
- 2 どちらかという現金で支払いたい (やや現金派)
- 3 どちらとも言えない (中立派)
- 4 どちらかというCL決済で支払いたい (ややCL派)
- 5 どんな金額・場所等でもCL決済で支払いたい

# 低意向層特有の意識

現金に特有の面倒さへの慣れ、現金は便利であるという意識は、キャッシュレス利用意向が低い層に顕著に表れます。

ATMで現金を引き出すことを不便や不満と感じていない

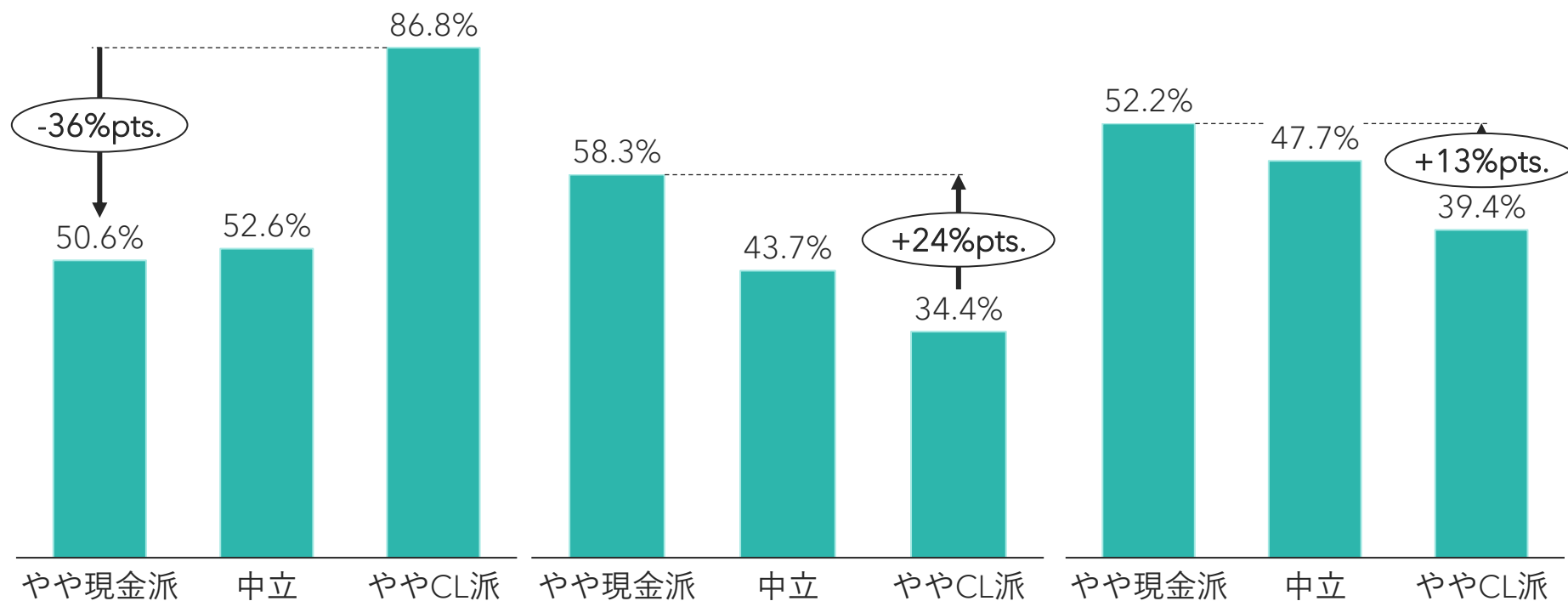
現金で支払いをすることが便利である

※差分が15%pt以内のためご参考  
現金の方が早いと判断したから

現金を引き出す手間や手数料がかからないから  
(Q16：キャッシュレス決済の利用理由)

どんな金額でも、キャッシュレス決済よりも現金のほうが簡単・便利だと思う  
(Q19：キャッシュレス決済に対する考え方)

現金の方が早いと判断したから  
(Q14：現金利用の理由)



# 低意向層特有の意識

使いすぎへの懸念（使いすぎてしまう、家計管理が複雑になる）は、キャッシュレス利用意向が低い層で顕著に示されます。

キャッシュレス決済は  
つい使いすぎてしまうと思う

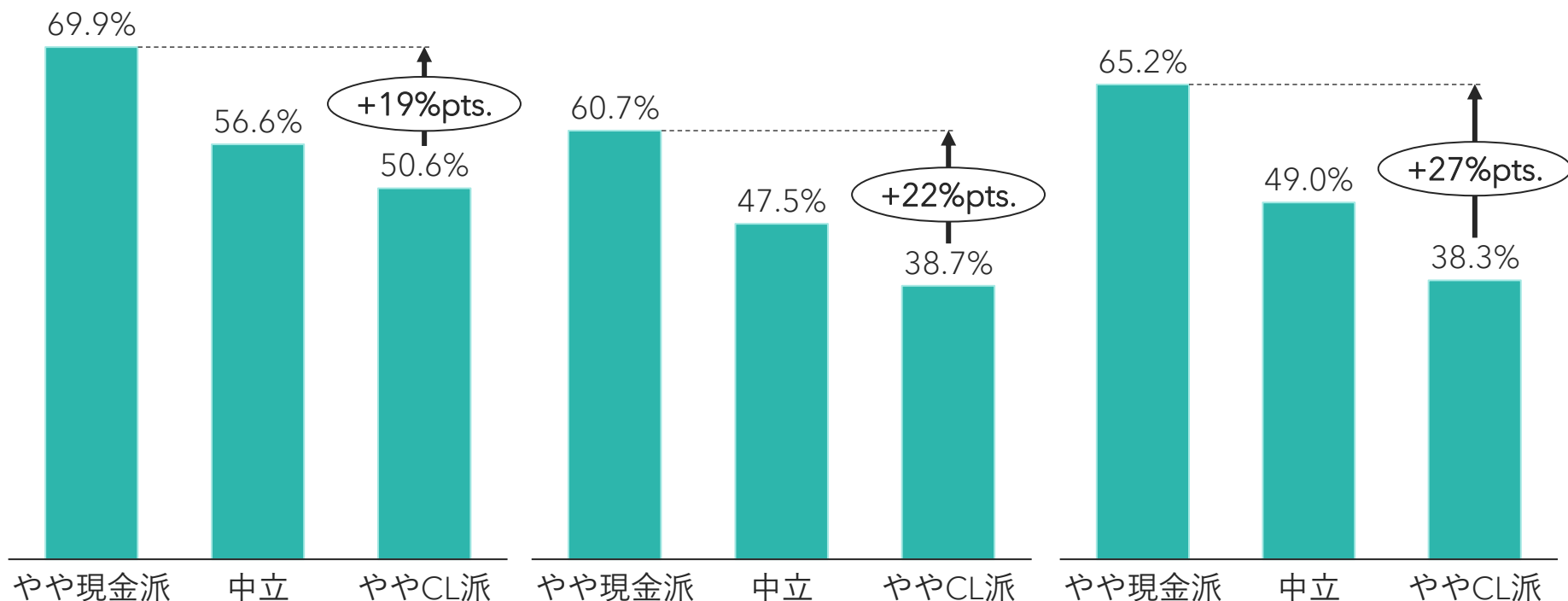
現金払いでないと、使いすぎてしまう  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)

キャッシュレス決済手段を利用することで、  
銀行口座残高や支出の管理が難しくなる

キャッシュレス決済を利用すると、  
銀行口座残高や支出の管理が難しくなる  
(Q19：キャッシュレス決済に対する考え方)

キャッシュレス決済は利用金額を  
覚えておくことが面倒である

キャッシュレス決済は、使用した金額を  
覚えておく必要があり面倒だと思う  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)



# 低意向層特有の意識

個人情報や購買データを提供することへの抵抗感は、キャッシュレス利用意向が低い層ほど強く表れます。

個人情報の提供に抵抗があるため、申込みをしない

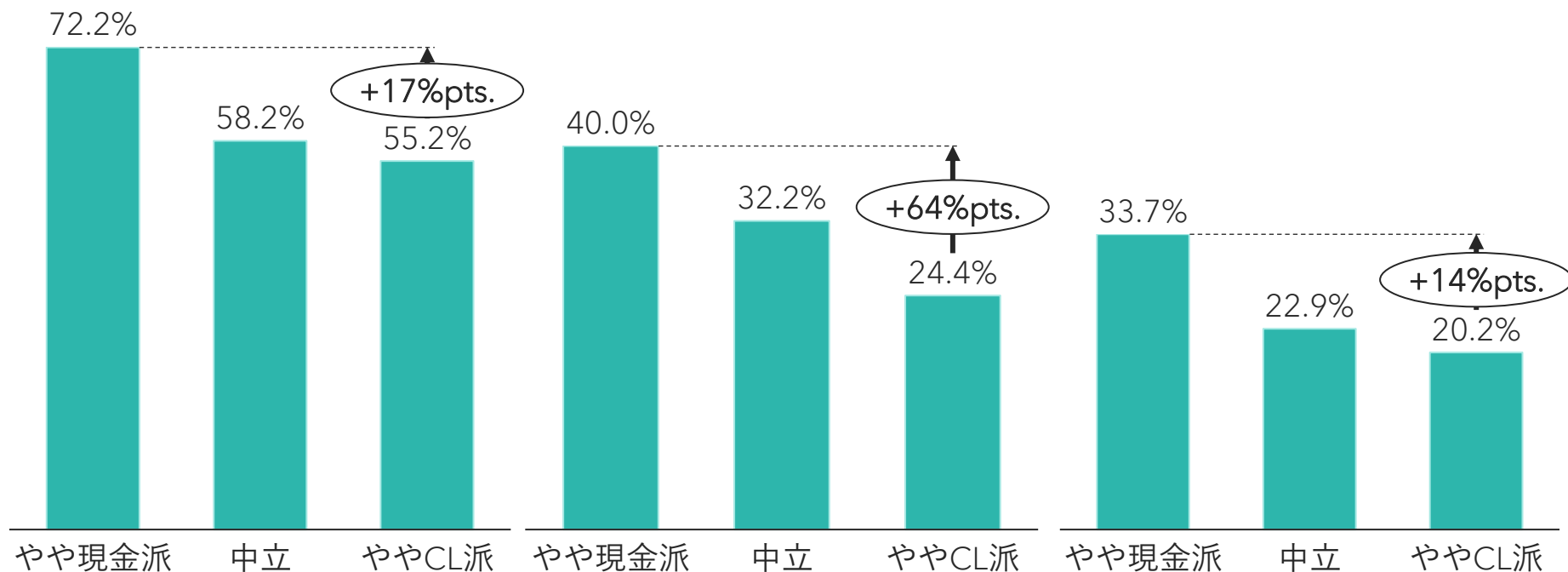
自分の買い物履歴を記録に残したくない

※差分が15%pt以内のためご参考  
キャッシュレス決済を提供している事業者は信用できない

個人情報の提供に抵抗があるため、会員登録はなるべくしたくない  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)

自分の買い物履歴を記録に残したくない  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)

キャッシュレス決済を提供している事業者は信用できない  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)



# 低意向層特有の意識

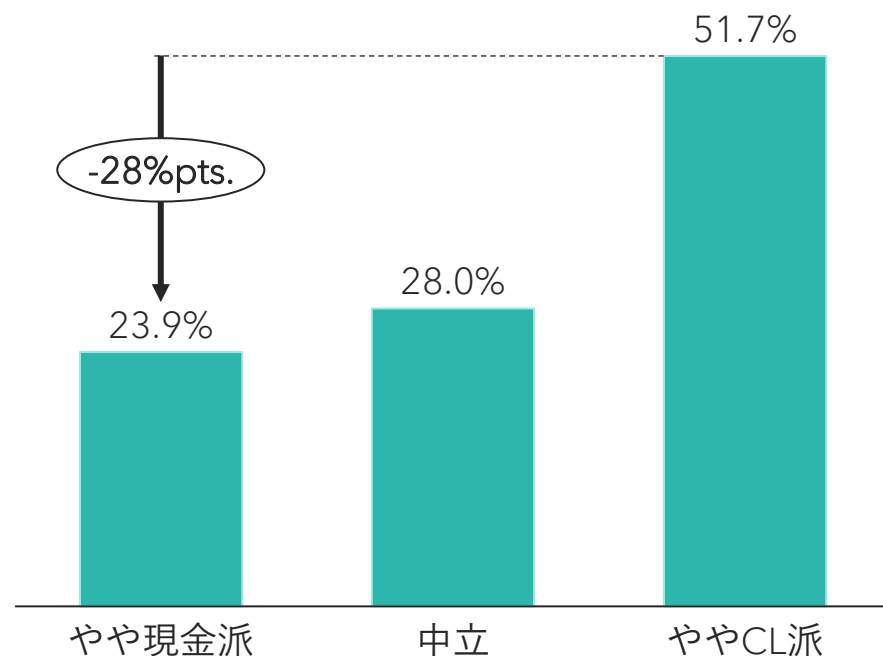
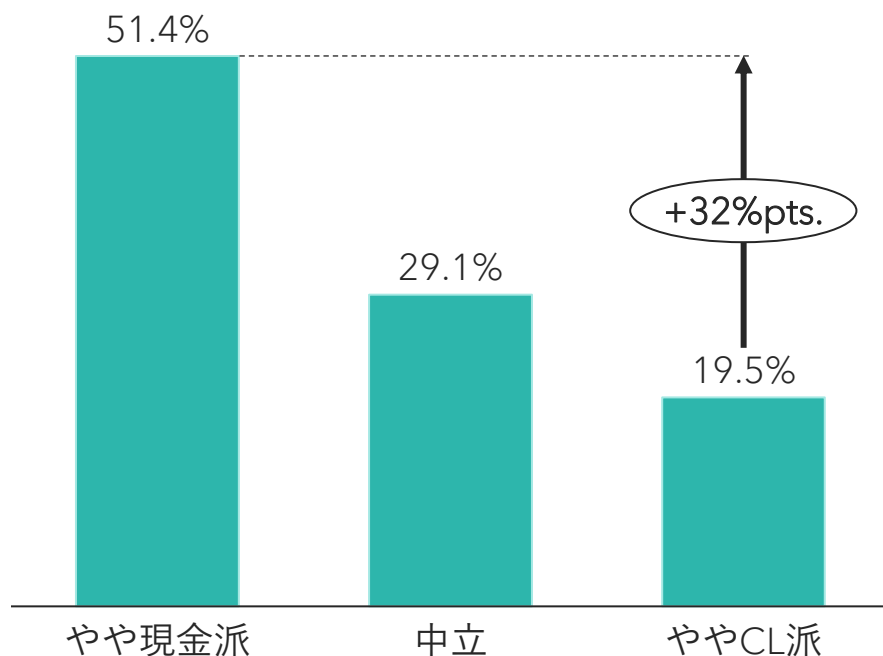
キャッシュレスの利用意向が低い層は、キャッシュレスのメリットを感じず、新しいキャッシュレスサービスへの関心も低くなります。

キャッシュレスのメリットを感じない

新しいキャッシュレスへの関心がある

キャッシュレス決済を利用することのメリットが良くわからない  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)

新しいキャッシュレスサービスに関心がある  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)



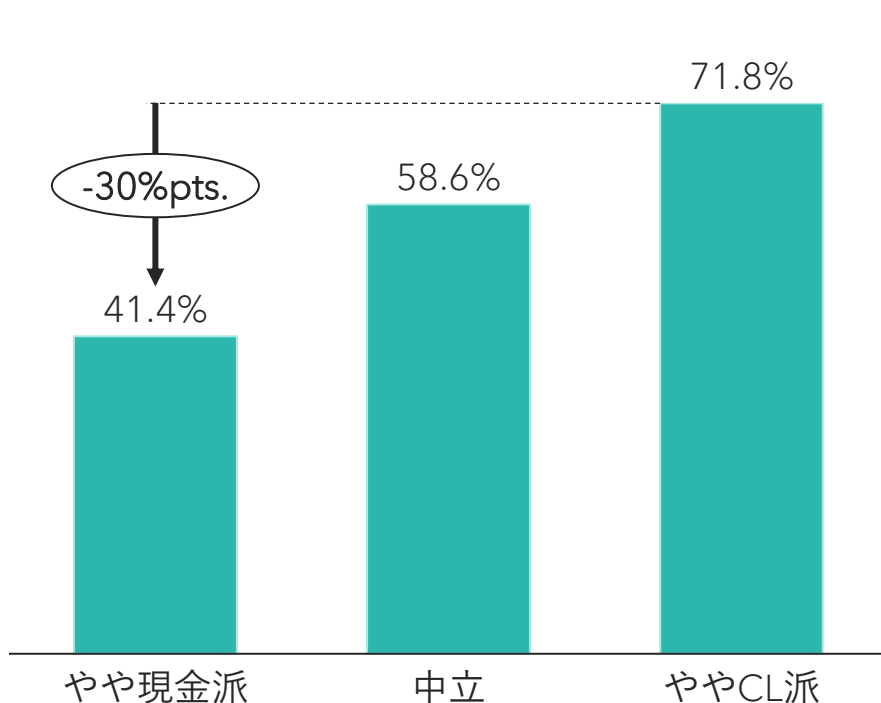


# 低意向層特有の意識

キャッシュレス利用以降の低い層は、周囲（特に知り合い）でキャッシュレスが利用されていないと感じています。

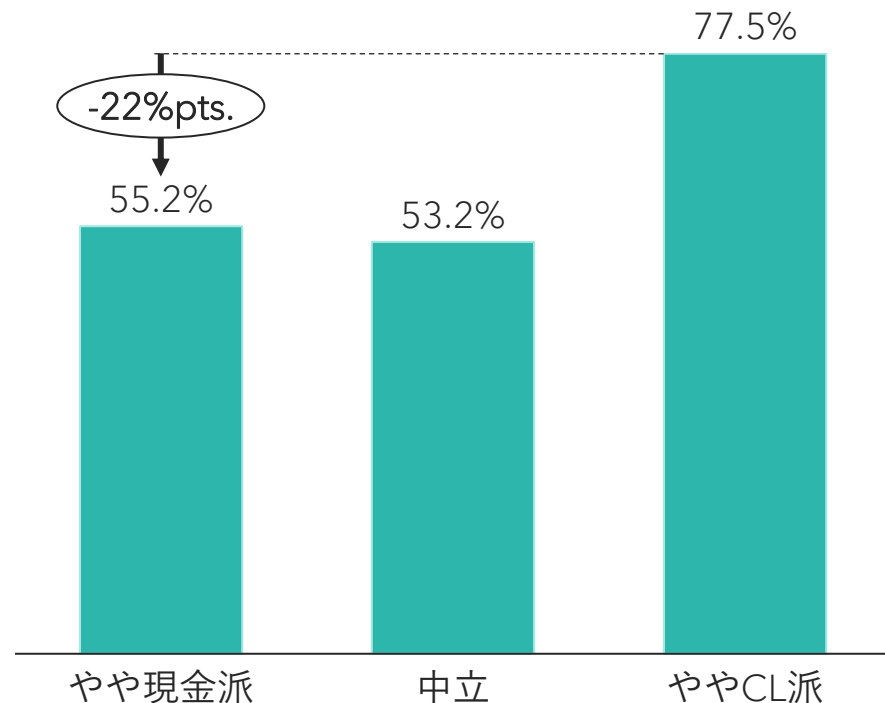
自分の身の回りの知り合いが使っていない

親族・知人・友人に、キャッシュレス決済をよく使っている人がいる  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)



普段の買い物の際に、周りがキャッシュレス決済をしているのを見ない

普段の買い物の際に、周りのお客がキャッシュレス決済をよく利用している  
(Q18：キャッシュレス決済に対する考え方)



### 3. 消費者クラスター特定・可視化

# 概要

キャッシュレスに対する意識を問う設問への回答を基に、機械的に6つのクラスターに分類を行いました。

キャッシュレス決済保有あり (N=2,495)							CL保有なし (N=227)
分類	Cluster- I	Cluster- II	Cluster-III	Cluster-IV	Cluster- V	Cluster- VI	CL 非保有者
度数	538	355	653	254	432	264	227
全保有者に占める割合	21.6%	14.2%	26.2%	10.2%	17.3%	10.6%	—
CL利用意向スコア「5」の割合	65.4%	38.2%	27.9%	28.0%	18.0%	2.6%	3.3%
CL利用意向スコア「4」以上の割合	99.0%	85.5%	85.7%	62.2%	60.6%	17.8%	7.1%
定義・特徴	新しいサービスの活用を積極的に行うタイプ	サービスの理解度を重視し、周囲の環境に合わせるタイプ	便利でお得なサービスを無理のない範囲で活用するタイプ	生活スタイルにあまり関心を示さないタイプ	これまでの生活パターンを継続させたいタイプ	安全・安心を重視するタイプ	キャッシュレスの決済手段を保有していない回答者

# 表の見方

クラスター属性			
性別	男女比	1 53 : 47	2 +3.9
年代	20~30代	: 31%	-1.2
	40~50代	: 42%	-4.4
	60代以上	: 27%	+5.6
婚姻	婚姻率	: 63%	+3.2
地域	23区・政令指定都市	: 41%	+3.3
	中核市・その他の市	: 56%	-1.9
	町村	: 4%	-1.4
職業	会社員	: 49%	+6.3
	会社役員	: 2%	+0.7
	会社経営	: 2%	+0.6
3 個人年収	400万円未満	: 59%	-7.1
	400~700万円	: 25%	+1.9
	700~1,000万円	: 10%	+2.6
	1,000万円以上	: 7%	+2.5
マイナ パーカード	保有率	: 83%	+1.8
キャッシュレス利用状況			
利用意向	意向スコア「5」	: 65%	+32.3
	意向スコア「4」以上	: 99%	+24.3
利用実態	なるべくCLで支払	: 97%	+27.2

## キャッシュレス選択基準（5段階評価）

1 全体（N=2,495）に占める割合を表示。  
年代、地域、保有状況の割合合計が100%になるが、小数点第1位切り捨てのため、合計値100%を超える場合がある。  
職業は、全体との差分の絶対値が大きい上位の3つまで表示。

2 全体（N=2,495）平均との差分を表示、単位はポイント（pts.）。

3 個人年収は、「わからない/知らせたくない」と答える人を集計上除外した。

還元率里祝 4.8      4.5 生活利便性里祝

## キャッシュレス選択基準（%）

素早く決済ができること	66%	+15.9
ポイント還元率が高いこと	80%	+12.8
キャンペーンなどが充実していること	40%	+11.7
CL決済手段へのチャージが容易であること	31%	+11.5
利用できる店舗・サービスが多いこと	66%	+10.5
還元されるポイントの汎用性が高いこと	45%	+10.4
個人間送金が容易であること	11%	+4.9
手続きが面倒ではないこと	25%	+3.9

# 表の見方

## クラスター属性

5段階評価は、標準化した変数の各クラスターの平均値を1~5の数値区間に換算したもの。

5つの指標とQ2における選択肢の対応関係については、

- 「わかりやすさ重視」：利用方法がわかりやすいこと
- 「周りの行動重視」：家族や知り合いが利用していること
- 「生活利便性重視」：利用できる店舗・サービスが多いこと
- 「還元率重視」：ポイント還元率が高いこと
- 「セキュリティ重視」：個人情報の取扱や不正利用対策など、セキュリティが堅牢であること

4

キャッシュレスの選択基準（%）は、全体との差分の絶対値が上位50%まで表示する

5

全体（N=2,495）に占める割合

6

全体（N=2,495）平均との差分を表示、単位はポイント（pts.）

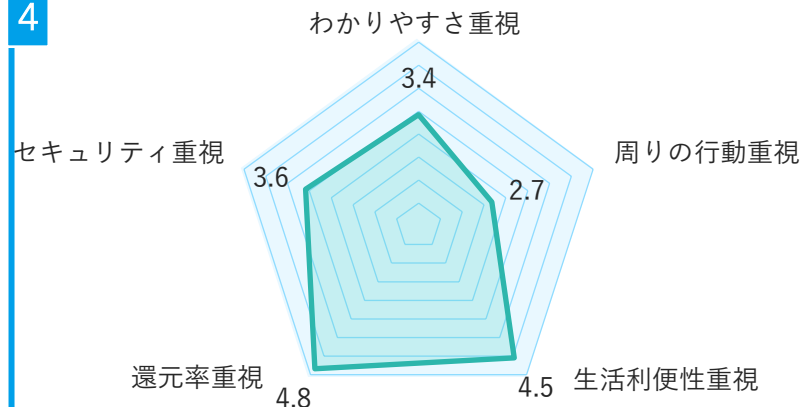
7

## キャッシュレス利用状況

利用意向	意向スコア「5」	: 65%	+32.3
	意向スコア「4」以上	: 99%	+24.3
利用実態	なるべくCLで支払	: 97%	+27.2

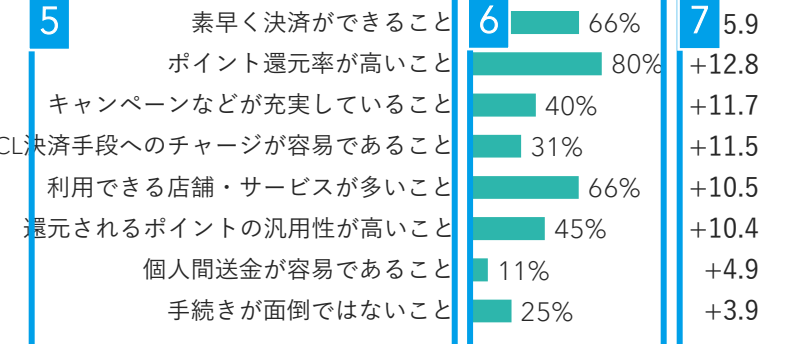
## キャッシュレス選択基準（5段階評価）

4



## キャッシュレス選択基準（%）

5

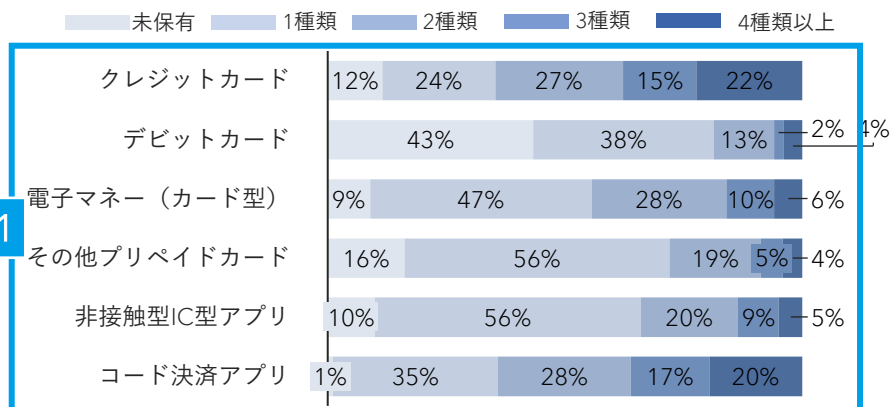


6

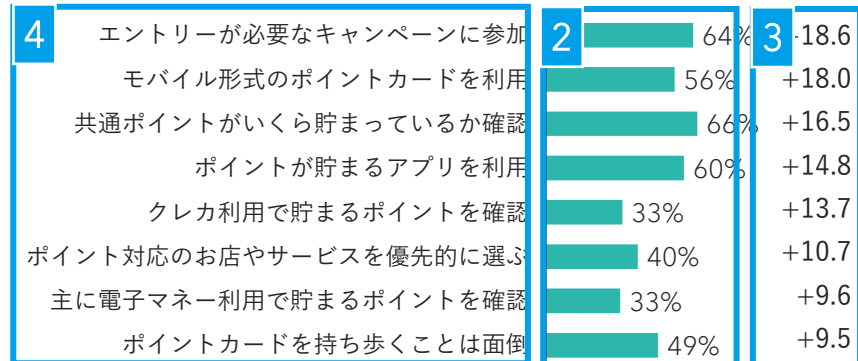
7

# 表の見方

## キャッシュレス決済の保有状況



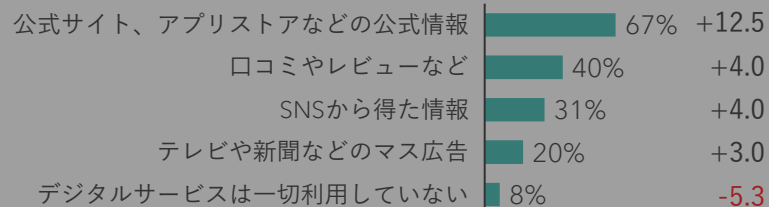
## ポイントに対する意識・行動



## 主要なキャッシュレス支払先

- 1 非接触型クレジットカードはクレジットカードに含まれる。各決済手段の割合合計が100%になるが、小数点以下切り捨てのため、単純合計が100%を超える場合がある。
- 2 全体（N=2,495）に占める割合
- 3 全体（N=2,495）平均との差分を表示、単位はポイント（pts.）。
- 4 ポイントに対する意識・行動は、全体との差分の絶対値が上位50%まで表示する

## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



# 表の見方

## キャッシュレス決済の保有状況

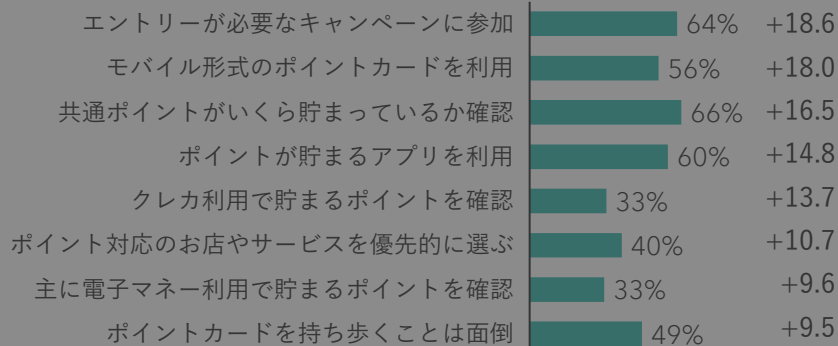
5 支払回数の8割以上がCL利用の割合大きい順上位5位と下位5位が表示される

6 新しいデジタルサービスを知り、それを「利用したい」と思ったときに参考にする情報のなか、あてはまるもの上位3つを聴取した結果

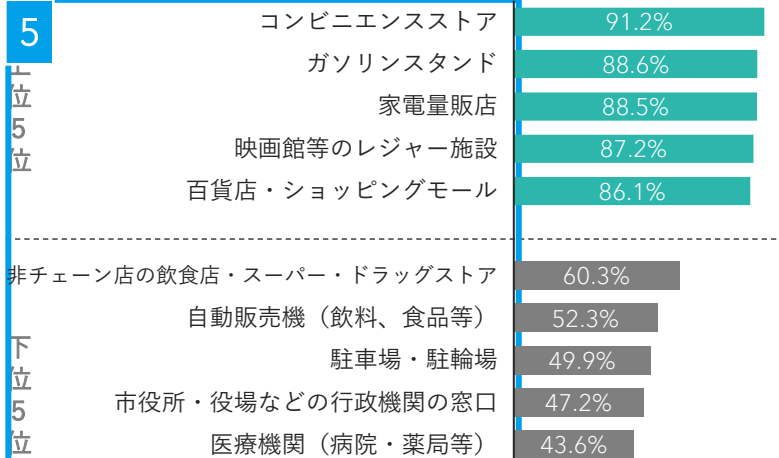
7 全体 (N=2,495) に占める割合

8 全体 (N=2,495) 平均との差分を表示、単位はポイント (pts.)

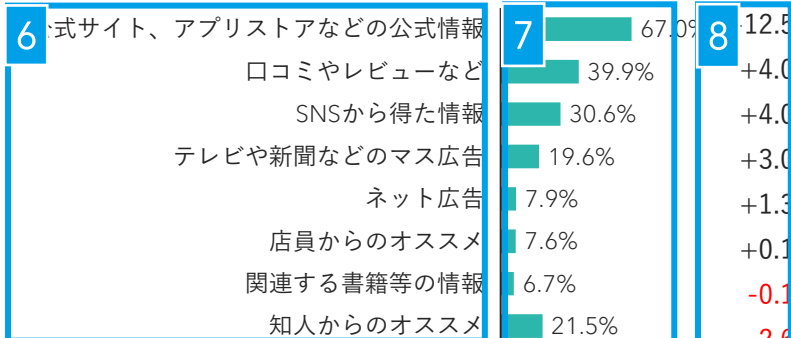
コード決済アプリ 1% 35% 28% 17% 20%



## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



# Cluster- I

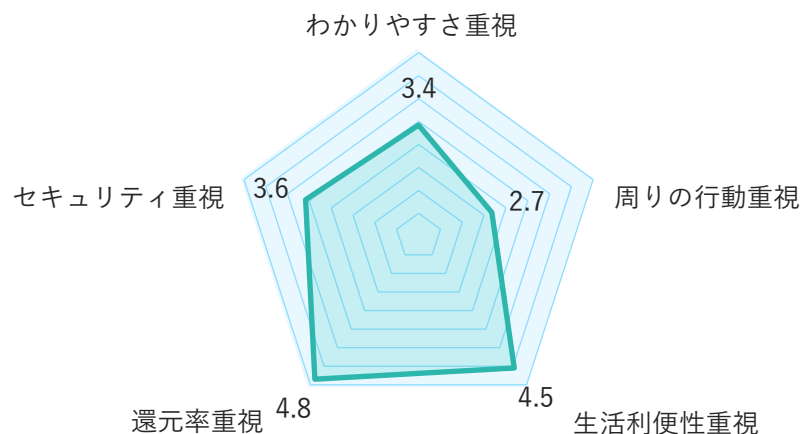
キャッシュレスの利用意向は非常に高く、なるべくキャッシュレスで支払っていると回答する人は96.6%と、ほぼ全員がキャッシュレスでの支払いを希望しています。

「利得性」と「利便性」というキャッシュレスの2大特性に対する反応が非常に強いという特徴があります。

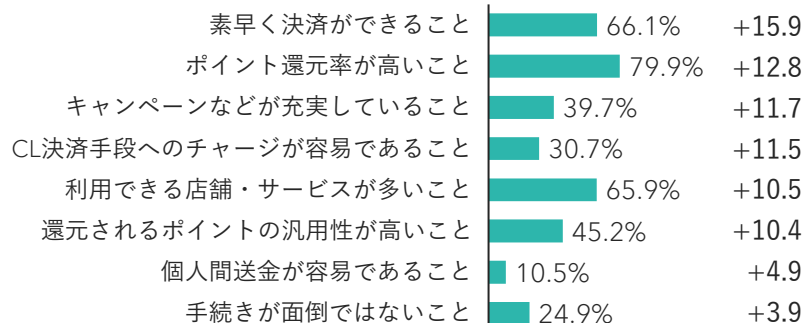
クラスター属性		
性別	男女比	: 52.9 : 47.1
年代	20~30代	: 31.2% <span style="color: red;">-1.2</span>
	40~50代	: 41.8% <span style="color: red;">-4.4</span>
	60代以上	: 26.9% <span style="color: green;">+5.6</span>
婚姻	婚姻率	: 62.6% <span style="color: green;">+3.2</span>
地域	23区・政令指定都市	: 40.5% <span style="color: green;">+3.3</span>
	中核市・その他の市	: 55.7% <span style="color: red;">-1.9</span>
	町村	: 3.8% <span style="color: red;">-1.4</span>
職業	会社員	: 48.8% <span style="color: green;">+6.3</span>
	会社役員	: 1.9% <span style="color: green;">+0.7</span>
	会社経営	: 1.6% <span style="color: green;">+0.6</span>
個人年収	400万円未満	: 58.6% <span style="color: red;">-7.1</span>
	400~700万円	: 24.9% <span style="color: green;">+1.9</span>
	700~1,000万円	: 10.0% <span style="color: green;">+2.6</span>
	1,000万円以上	: 6.6% <span style="color: green;">+2.5</span>
マイナンバーカード	保有率	: 83.4% <span style="color: green;">+1.8</span>

キャッシュレス利用状況		
利用意向	意向スコア「5」	: 65.4% <span style="color: green;">+32.3</span>
	意向スコア「4」以上	: 99.0% <span style="color: green;">+24.3</span>
利用実態	なるべくCLで支払	: 96.6% <span style="color: green;">+27.2</span>

## キャッシュレス選択基準 (5段階評価)



## キャッシュレス選択基準 (%)

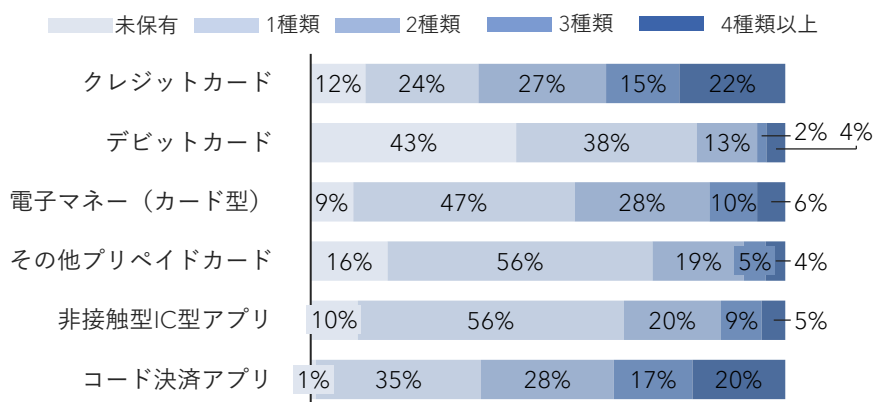




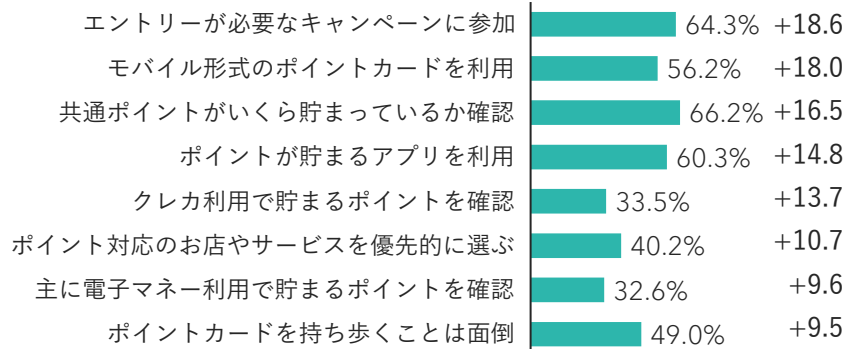
# Cluster- I

決済手段についても、複数所有している割合が他のクラスターより高い傾向があります。また、エントリーが必要なキャンペーンへの参加等についても積極的に利用している傾向があり、いかに使いこなしていくのかを考えているクラスターとも言えます。

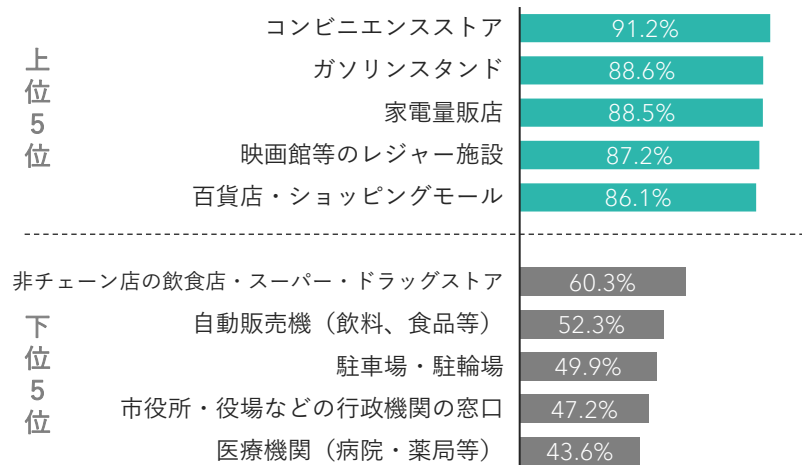
## キャッシュレス決済の保有状況



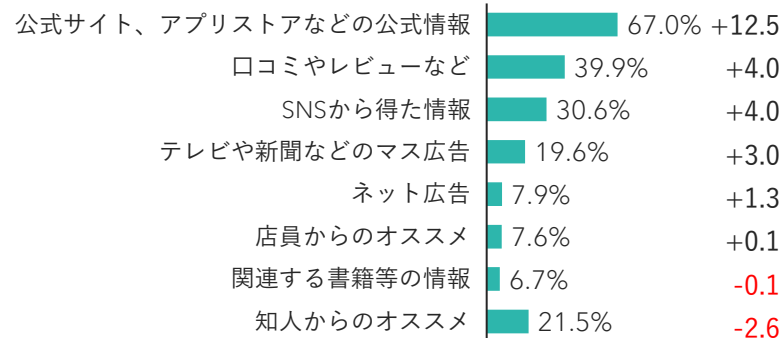
## ポイントに対する意識・行動



## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



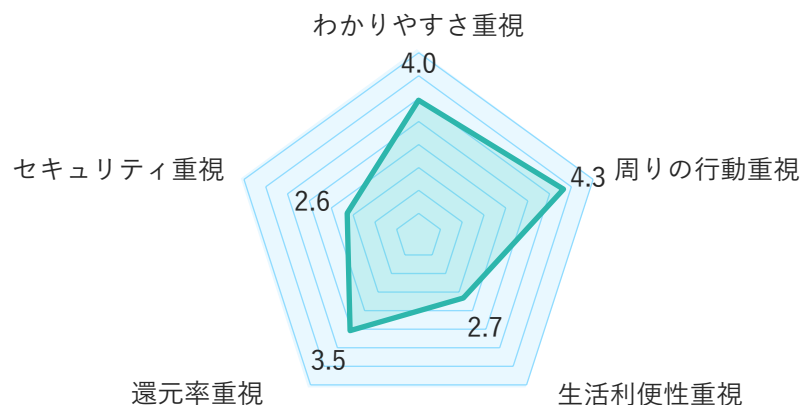
# Cluster- II

「わかりやすさ」と「周りの行動」を重視する傾向があります。反対に、「利便性」や「セキュリティ」は低く、自分の周りにはいる人達がすでにキャッシュレスサービスを使っており、周囲の人たちが教えてくれる等、わかりやすく利用できていると考えられます。

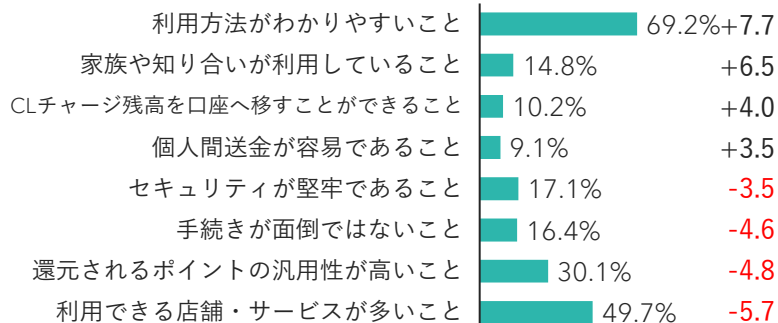
クラスター属性			
性別	男女比	: 51.1 : 48.9	
年代	20~30代	: 53.9%	+21.4
	40~50代	: 36.6%	-9.7
	60代以上	: 9.6%	-11.7
婚姻	婚姻率	: 58.8%	-0.6
地域	23区・政令指定都市	: 41.3%	+4.1
	中核市・その他の市	: 52.6%	-5.1
	町村	: 6.1%	+0.9
職業	会社員	: 47.4%	+4.9
	学生	: 2.2%	+1.9
	無職	: 3.3%	-4.7
個人年収	400万円未満	: 62.4%	-3.3
	400~700万円	: 25.0%	+2.0
	700~1,000万円	: 9.3%	+1.9
	1,000万円以上	: 3.4%	-0.6
マイナンバーカード	保有率	: 74.5%	+4.7

キャッシュレス利用状況			
利用意向	意向スコア「5」	: 38.2%	+5.2
	意向スコア「4」以上	: 85.6%	+10.9
利用実態	なるべくCLで支払	: 75.1%	+5.7

## キャッシュレス選択基準 (5段階評価)



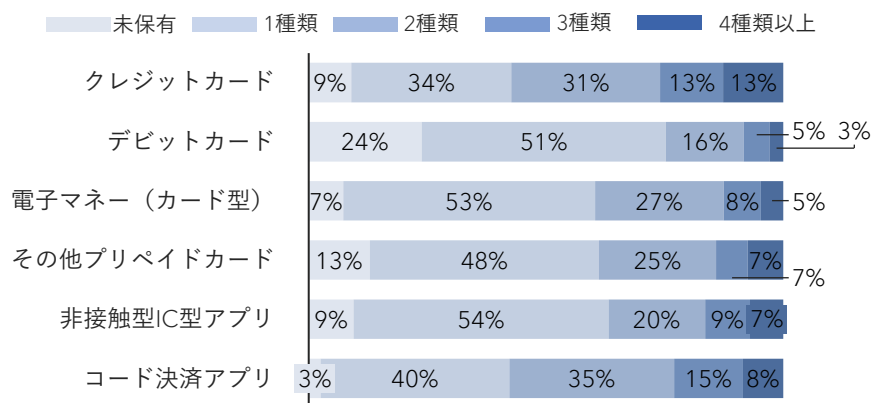
## キャッシュレス選択基準 (%)



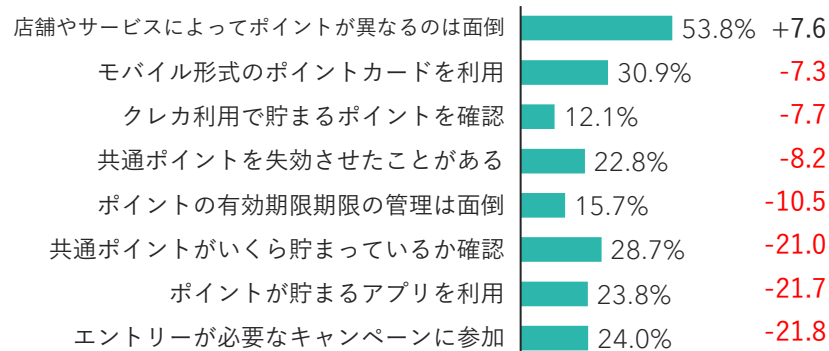
# Cluster- II

参考情報として、店員からのオススメ、知人からのオススメやSNSを重視する傾向がある一方、口コミサイト等は重視していません。このことから、情報源として自身に近い存在を重要視していると考えられます。

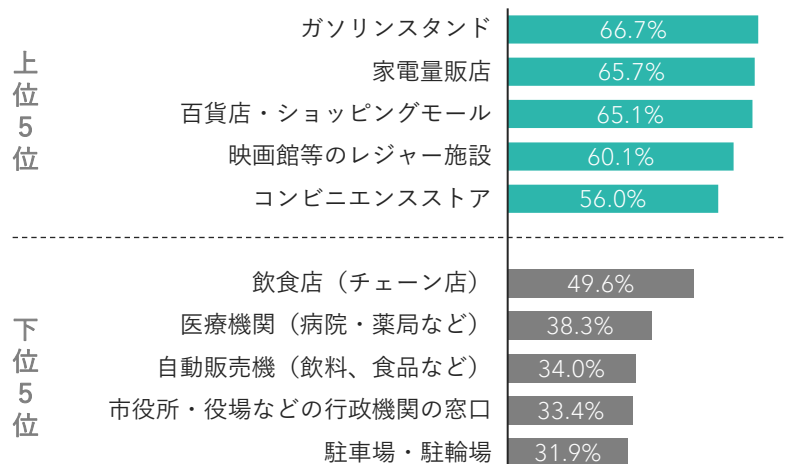
## キャッシュレス決済の保有状況



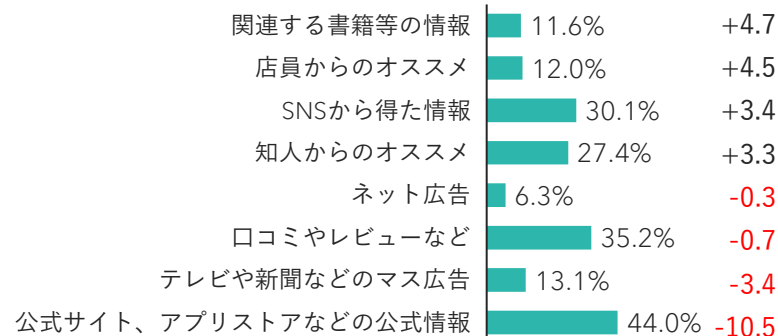
## ポイントに対する意識・行動



## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



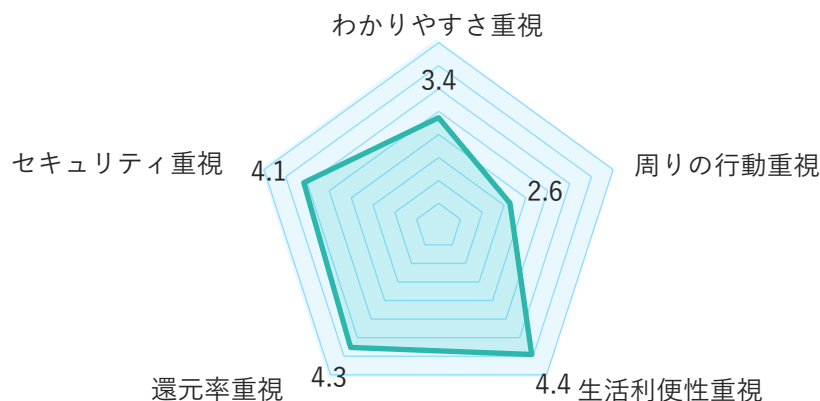
# Cluster-III

なるべくキャッシュレスで支払っていると回答する人は80.0%と高い。一方、キャッシュレス利用意向スコアが「5」の割合は全体平均より低いものの、「4」は全体平均を大きく上回るという結果となっています。そのため、キャッシュレスを行動の原因とはしないものの、利用できる環境では積極的に利用する傾向があると思われます。

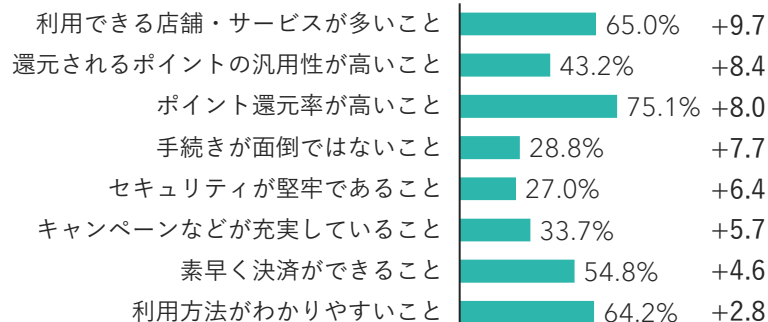
クラスター属性			
性別	男女比	: 41.6 : 58.4	
年代	20~30代	: 25.4%	+7.0
	40~50代	: 51.4%	+5.1
	60代以上	: 23.2%	+1.9
婚姻	婚姻率	: 60.2%	+0.8
地域	23区・政令指定都市	: 35.0%	-2.2
	中核市・その他の市	: 60.6%	+2.9
	町村	: 4.4%	-0.7
職業	専業主婦・主夫	: 17.1%	+3.1
	パート・アルバイト	: 17.5%	+1.3
	会社員	: 39.2%	-3.3
個人年収	400万円未満	: 69.2%	+3.5
	400~700万円	: 20.9%	-2.0
	700~1,000万円	: 6.8%	-0.6
	1,000万円以上	: 3.1%	-0.9
マイナ バーカード	保有率	: 71.6%	+1.8

キャッシュレス利用状況			
利用意向	意向スコア「5」	: 27.9%	-5.2
	意向スコア「4」以上	: 85.7%	+11.1
利用実態	なるべくCLで支払	: 80.0%	+10.6

## キャッシュレス選択基準 (5段階評価)



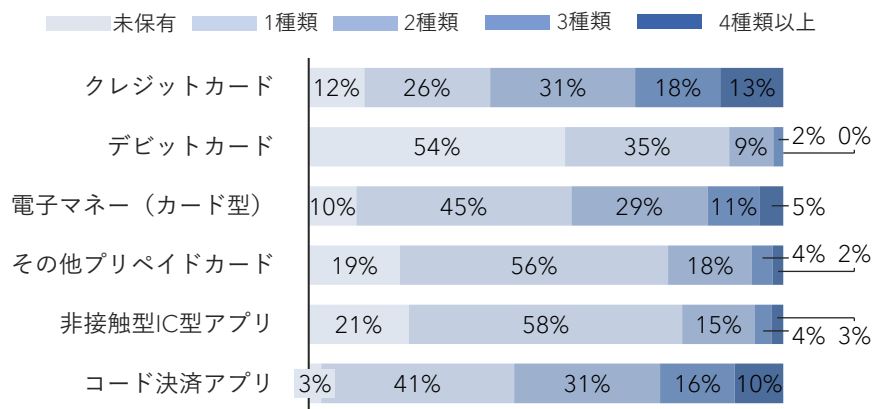
## キャッシュレス選択基準 (%)



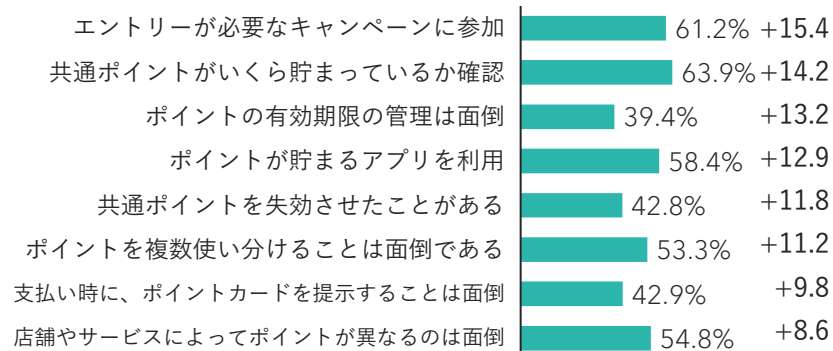
# Cluster-III

保有する決済手段の種類は1種類とする割合が高い傾向にあります。「周りの行動」をあまり重視しない傾向があることから、自らが厳選したキャッシュレス決済手段を使い続ける傾向があると推察されます。

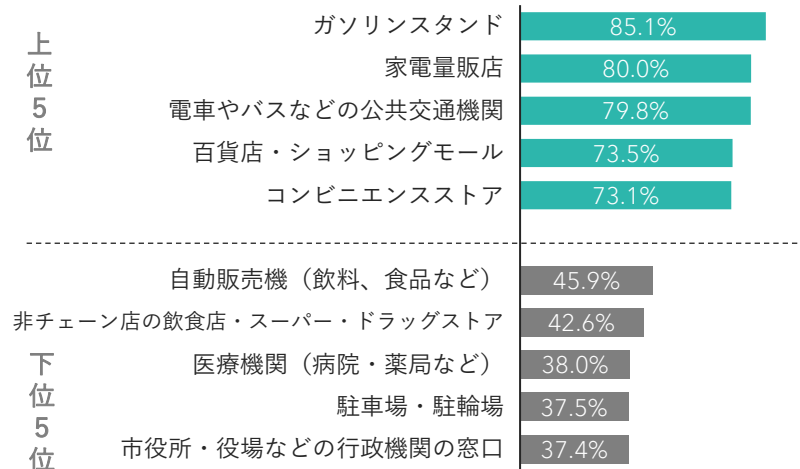
## キャッシュレス決済の保有状況



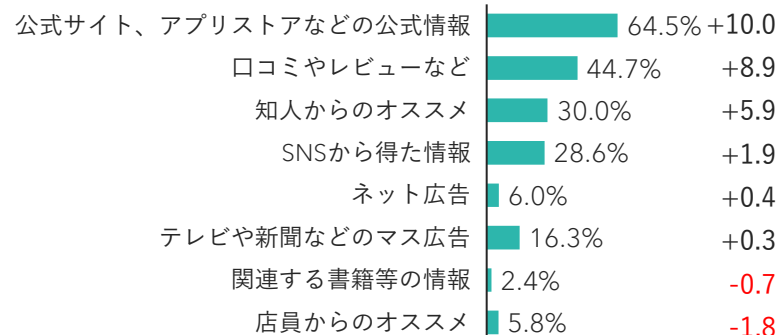
## ポイントに対する意識・行動



## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



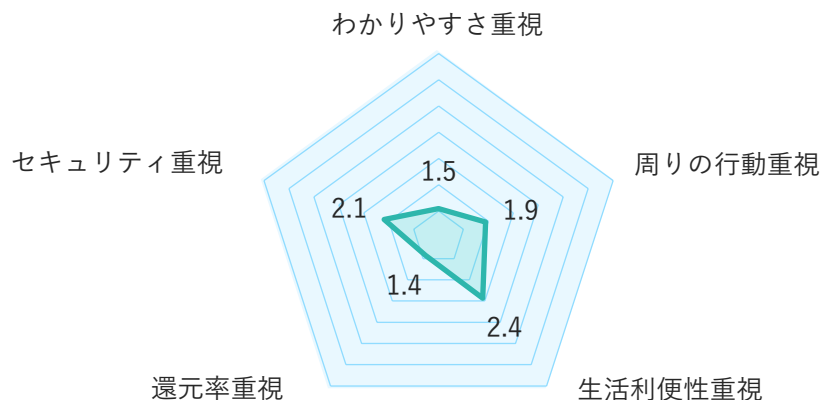
# Cluster-IV

Cluster-IVの特徴は、キャッシュレスの利用に対する好意的な設問、否定的な設問のどちらに対しても反応度が低く、そもそもあまり関心がないことが伺えます。他方で、積極的にキャッシュレスを回避している状況にもありません。

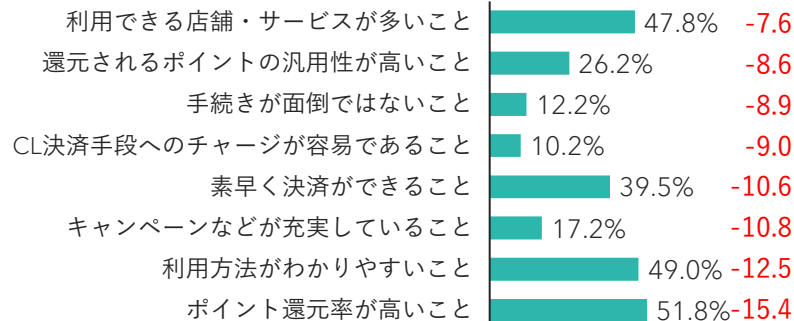
クラスター属性			
性別	男女比	: 69.3 : 30.7	
年代	20~30代	: 25.4%	-9.0
	40~50代	: 48.7%	+2.4
	60代以上	: 27.9%	+6.6
婚姻	婚姻率	: 57.3%	-2.0
地域	23区・政令指定都市	: 35.3%	-2.1
	中核市・その他の市	: 58.5%	+0.9
	町村	: 6.4%	+1.2
職業	無職	: 17.8%	+9.7
	自営業	: 6.6%	+2.1
	専業主婦・主夫	: 8.7%	-5.3
個人年収	400万円未満	: 63.1%	-2.6
	400~700万円	: 25.0%	+2.0
	700~1,000万円	: 7.5%	+0.2
	1,000万円以上	: 4.4%	+0.4
マイナンバーカード	保有率	: 64.5%	-5.3

キャッシュレス利用状況			
利用意向	意向スコア「5」	: 28.0%	-5.1
	意向スコア「4」以上	: 62.2%	-12.4
利用実態	なるべくCLで支払	: 57.8%	-11.6

## キャッシュレス選択基準（5段階評価）



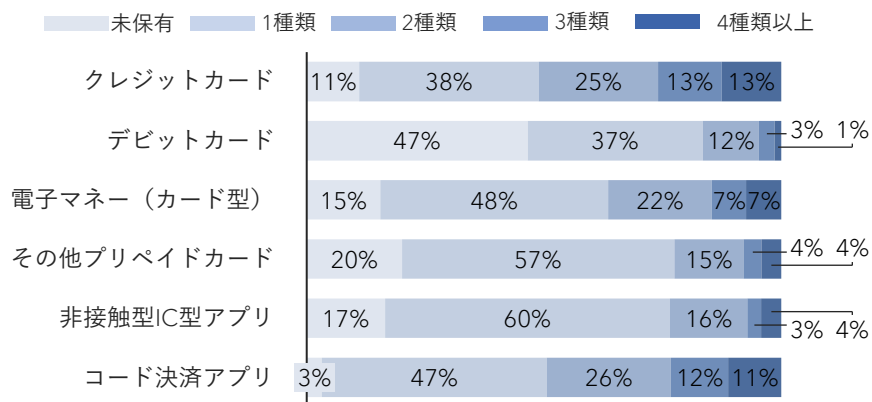
## キャッシュレス選択基準（%）



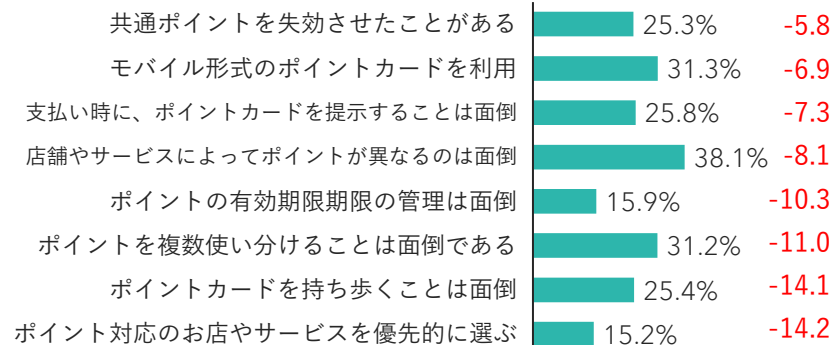
# Cluster-IV

参考とする情報源も、全てのクラスターの中で唯一平均を上回る情報源が存在せず、自分から能動的に情報を取得しようとしにくい傾向があると考えられます。

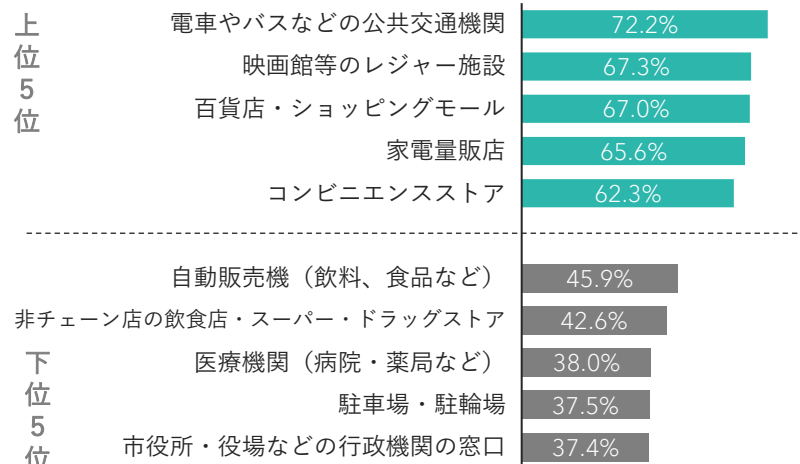
## キャッシュレス決済の保有状況



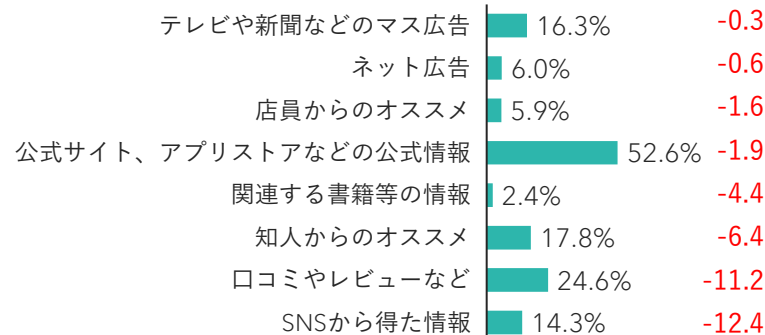
## ポイントに対する意識・行動



## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



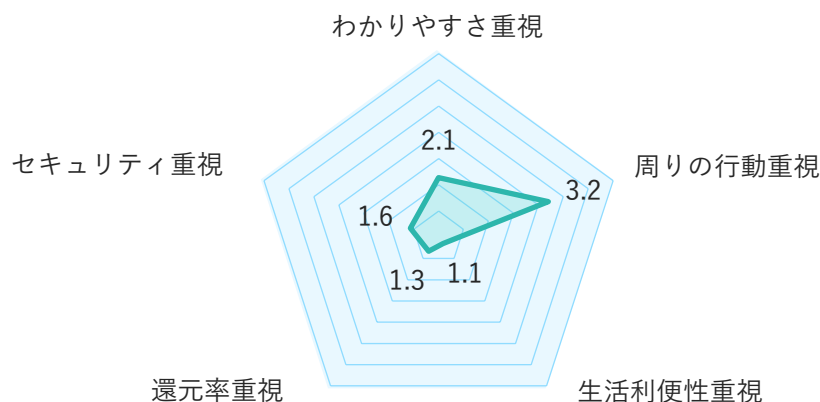
# Cluster-V

「周りの行動」のみが比較的高い値が出ていることに特徴があります。キャッシュレスの利用意向は低いものの、極端に低くないことから、普段からよく行く店舗において、いつも利用する支払方法により買い物をしていると考えられます。

クラスター属性		
性別	男女比	: 53.0 : 47.0
年代	20~30代	: 37.2% +4.7
	40~50代	: 44.5% -1.8
	60代以上	: 18.4% -2.9
婚姻	婚姻率	: 59.8% +0.4
地域	23区・政令指定都市	: 36.2% -1.1
	中核市・その他の市	: 58.0% +0.4
	町村	: 6.1% +0.7
職業	会社員	: 45.9% +3.4
	無職	: 6.7% -1.3
	専業主婦・主夫	: 11.6% -2.4
個人年収	400万円未満	: 63.3% -2.3
	400~700万円	: 27.4% +4.4
	700~1,000万円	: 4.7% -2.6
	1,000万円以上	: 4.5% +0.5
マイナンバーカード	保有率	: 58.9% -11.0

キャッシュレス利用状況		
利用意向	意向スコア「5」	: 18.0% -15.1
	意向スコア「4」以上	: 60.6% -14.1
利用実態	なるべくCLで支払	: 51.9% -17.4

## キャッシュレス選択基準 (5段階評価)



## キャッシュレス選択基準 (%)

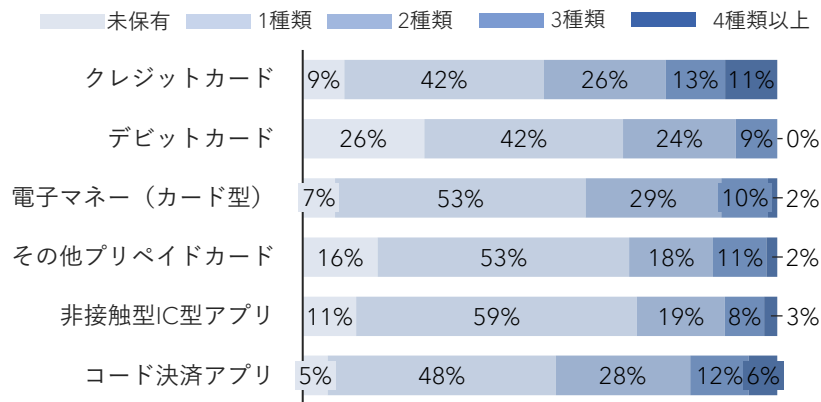
CL決済手段へのチャージが容易であること	10.2%	-9.0
手続きが面倒ではないこと	11.1%	-9.9
セキュリティが堅牢であること	9.8%	-10.8
キャンペーンなどが充実していること	16.8%	-11.3
素早く決済ができること	37.9%	-12.3
還元されるポイントの汎用性が高いこと	19.5%	-15.3
ポイント還元率が高いこと	51.0%	-16.1
利用できる店舗・サービスが多いこと	36.7%	-18.7



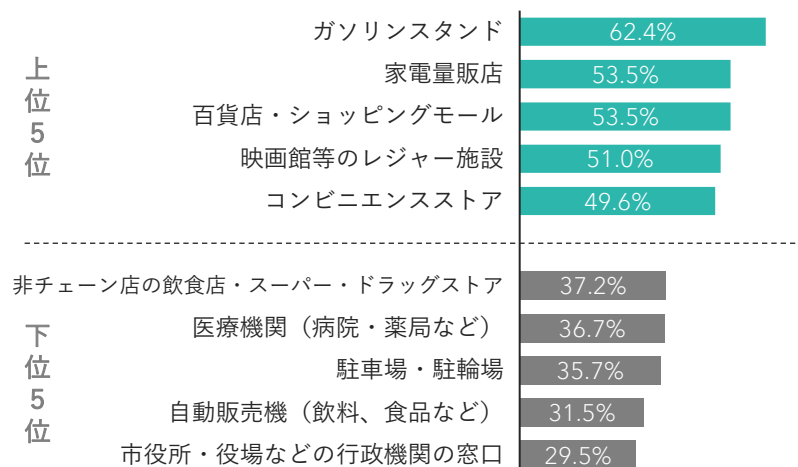
# Cluster-V

重視する情報源として、店員からのオススメや書籍が相対的に高くなっています。反対に、公式サイト等の公式情報に対しては、参考とする割合が低く、自身の暮らしているコミュニティの中で情報を収集している可能性が高いと考えられます。

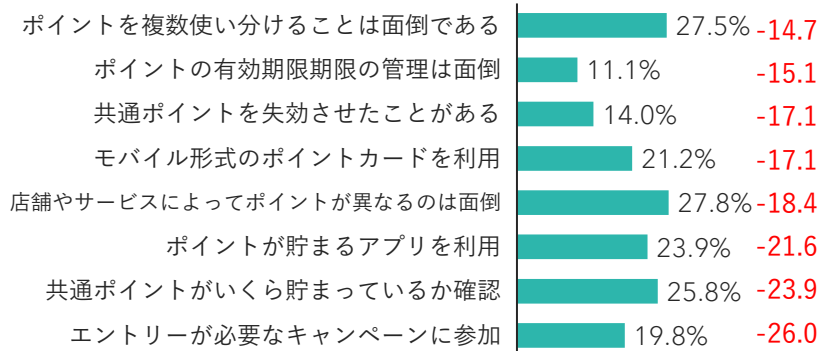
## キャッシュレス決済の保有状況



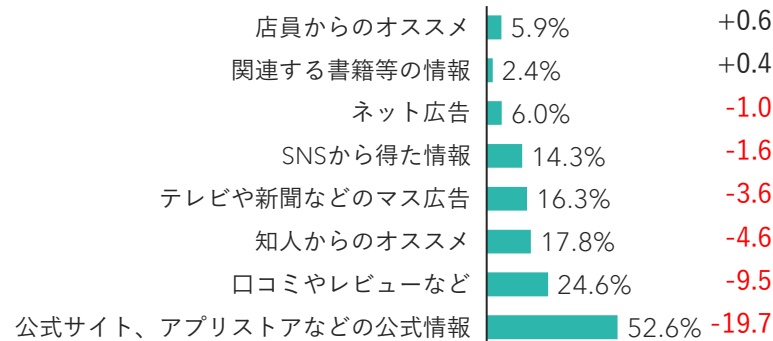
## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## ポイントに対する意識・行動



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



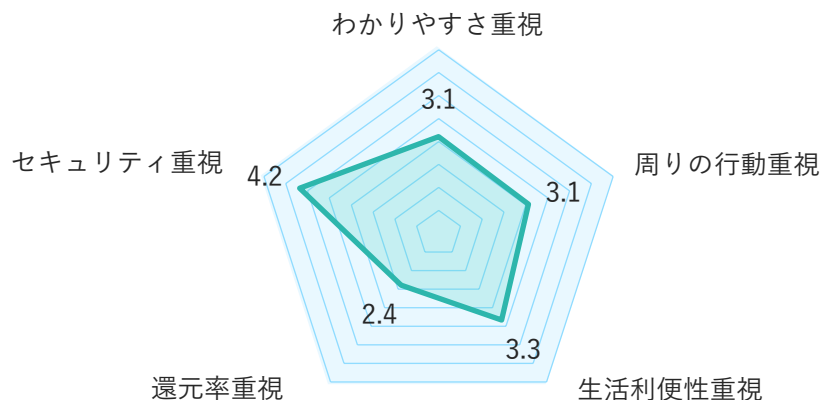
# Cluster-VI

利用意向スコア「5」および「4」が極めて低い状況です。しかしながら、キャッシュレスの選択基準を見ると、むしろ積極的に選択をしていると思われます。そのため、能動的にキャッシュレスを避けているとも考えられます。

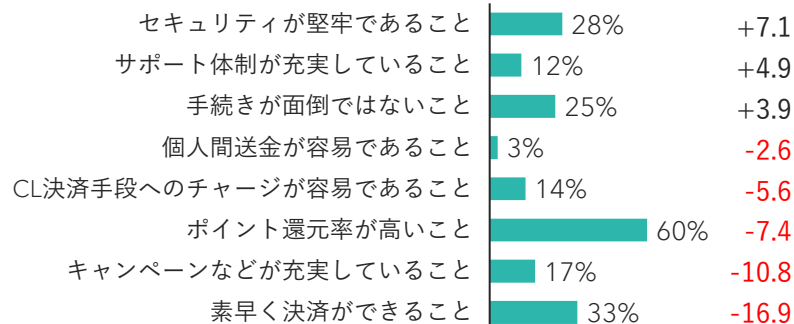
クラスター属性		
性別	男女比	: 30.0.: 70.0
年代	20~30代	: 24.4% <b>-8.0</b>
	40~50代	: 56.3% <b>+10.0</b>
	60代以上	: 19.3% <b>-2.0</b>
婚姻	婚姻率	: 59.4% <b>-6.6</b>
地域	23区・政令指定都市	: 34.2% <b>-3.1</b>
	中核市・その他の市	: 59.7% <b>+2.1</b>
	町村	: 6.1% <b>+1.0</b>
職業	パート・アルバイト	: 22.6% <b>+6.3</b>
	専業主婦・主夫	: 18.5% <b>+2.4</b>
	会社員	: 26.5% <b>-16.0</b>
個人年収	400万円未満	: 83.0% <b>+17.3</b>
	400~700万円	: 12.2% <b>-10.8</b>
	700~1,000万円	: 4.2% <b>-2.0</b>
	1,000万円以上	: 0.5% <b>-3.5</b>
マイナ パークード	保有率	: 54.4% <b>-15.5</b>

キャッシュレス利用状況		
利用意向	意向スコア「5」	: 2.6% <b>-30.4</b>
	意向スコア「4」以上	: 17.8% <b>-56.8</b>
利用実態	なるべくCLで支払	: 19.6% <b>-49.8</b>

## キャッシュレス選択基準 (5段階評価)



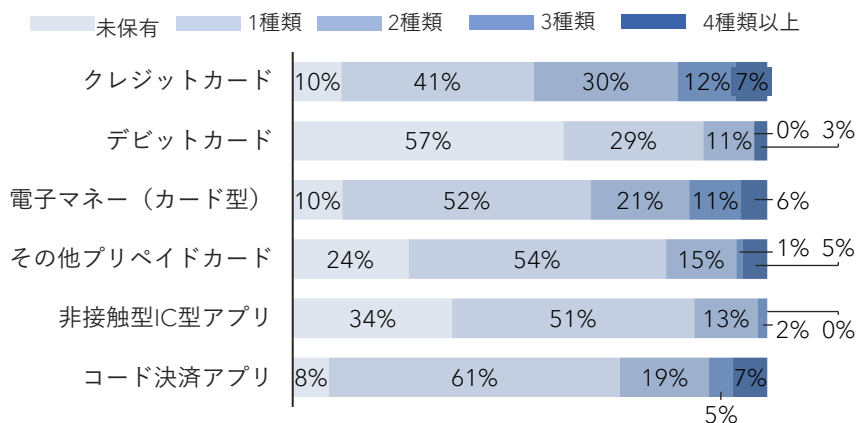
## キャッシュレス選択基準 (%)



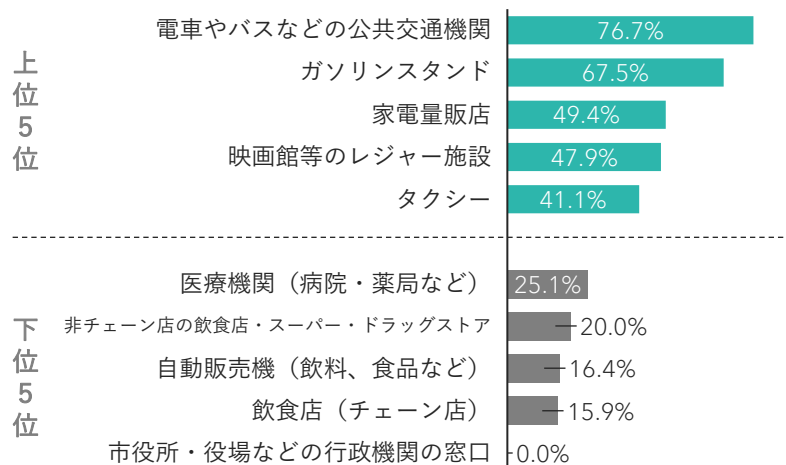
# Cluster-VI

情報源として、マスメディアを重視する傾向があり、SNS、口コミサイト等は相対的に低くなっています。社会的な信頼性が高いとされるものを好む一方、新しいサービスについては懐疑的であり、安全性を重視しているのではないかと推察されます。

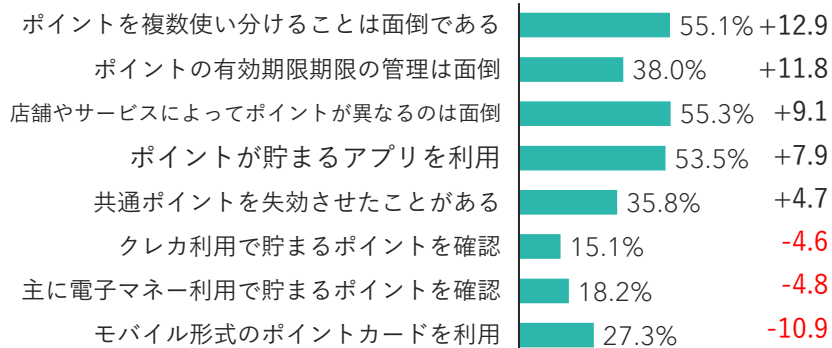
## キャッシュレス決済の保有状況



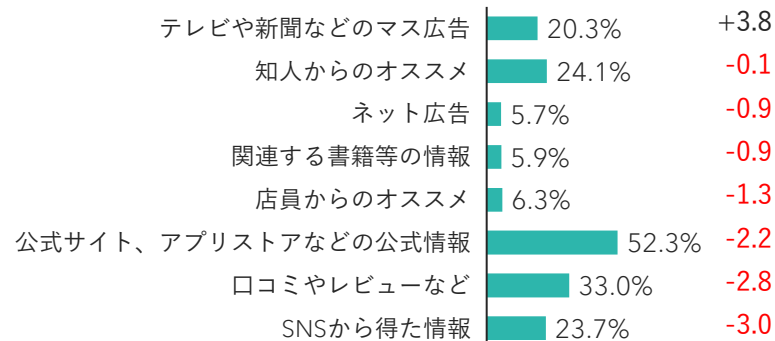
## 実店舗等における主要なキャッシュレス支払先



## ポイントに対する意識・行動



## 新しいデジタルサービス利用の参考情報



# キャッシュレス非保有者の属性・考え方等

キャッシュレス決済手段を一切保有していないとする層についても、傾向が見えます。

該当セグメント属性			
性別	男女比	: 56.2 : 43.8	
年代	20~30代	: 48.1%	+15.7
	40~50代	: 42.1%	-4.2
	60代以上	: 9.7%	-11.6
婚姻	婚姻率	: 40.1%	-19.3
地域	23区・政令指定都市	: 29.1%	-8.1
	中核市・その他の市	: 55.3%	-2.3
	町村	: 15.5%	+10.4
職業	無職	: 22.1%	+14.1
	学生	: 7.4%	+4.8
	会社員	: 25.4%	-17.1
個人年収	400万円未満	: 86.5%	+20.8
	400~700万円	: 7.9%	-15.1
	700~1,000万円	: 2.0%	-5.3
	1,000万円以上	: 3.6%	-0.4
マイナンバーカード	保有率	: 13.0%	-56.8
キャッシュレス利用状況			
利用意向	意向スコア「5」	: 3.3%	-29.8
	意向スコア「4」以上	: 7.1%	-67.5
利用実態	なるべくCLで支払	: 6.3%	-63.1

ポイントに対する意識・行動		
あてはまるものはない	71%	+58.1
ポイントカードを持ち歩くことは面倒	9%	-26.1
ポイントを複数使い分けることは面倒	8%	-29.4
店舗やサービスによってポイントが異なるのは面倒	13%	-30.1
モバイル形式のポイントカードを利用	3%	-30.6
ポイントが貯まるアプリを利用	4%	-35.2
エントリーが必要なキャンペーンに参加	2%	-36.9
共通ポイントがいくら貯まっているか確認	5%	-37.8

新しいデジタルサービス利用の参考情報		
ネット広告	5%	+47.3
関連する書籍等の情報	4%	-0.9
店員からのオススメ	4%	-2.2
テレビや新聞などのマス広告	8%	-3.5
知人からのオススメ	8%	-7.3
SNSから得た情報	8%	-13.8
口コミやレビューなど	7%	-16.2
公式サイト、アプリストアなどの公式情報	9%	-25.7

# キャッシュレス非保有者の属性・考え方等

キャッシュレスサービスの非保有者であっても、キャッシュレスに対する否定的見解を強く持っている状況にはありません。

## キャッシュレス決済に関する考え方

