

会員限定

2018年10月度
金融マーケティング研究会
2018年11月5日(月)


データに見る、 日本人のキャッシュレス意識と 決済手段に関する 最新生活者調査結果

講師：鍋島 浩

株式会社電通

ビジネス・ディベロップメント&アクティベーション局

産業戦略室 金融業界担当 部長

 金財情報システム「金融マーケティング研究会」事務局

CONTENTS

目次

データに見る、日本人のキャッシュレス意識と決済手段に関する最新生活者調査結果

Slide 1	はじめに～本日の講演の進め方	6
1.	今なぜ、キャッシュレスなのか?	8
Slide 4	今、注目を浴びる「キャッシュレス」	10
Slide 6	日本政府のキャッシュレス目標	12
	キャッシュレス化が進むと何が起ころのか?	12
Slide 8	より衛生的に、より省スペースに現金管理による、社会コストと犯罪は激減	14
Slide 9	どこでも現金なしで決済できるように	14
Slide 10	取引の透明性が増し、脱税・マネーロンダリングを抑制	16
Slide 11	銀行に足を運ぶ必要もなくなる	16
	一方、キャッシュレス化に伴う課題も顕在化している	18
Slide 13	高齢者は急速な変化に疎外感	18
Slide 14	若者のお金に対するリテラシーが低下	20
Slide 15	セキュリティに対する不安も消えない	20
2.	キャッシュレスを牽引する新旧プレイヤー	22
Slide 17	キャッシュレスを牽引する新旧プレイヤー	22
Slide 18	決済サービスへの参入	24
Slide 19	リアル店舗事業者への影響	24
Slide 20	リアル店舗事業者→生産性向上	26
Slide 21	リアル店舗事業者→売上向上	26
Slide 22	銀行・クレジットカード会社への影響	28
Slide 23	銀行、クレジットカード会社→守りの姿勢	28

Slide 24	銀行、クレジットカード会社→守りの姿勢	30
Slide 25	E- コマースプラットフォーム事業者への影響	30
Slide 26	E- コマースプラットフォーム事業者→経済圏の拡大	32
Slide 27	E- コマースプラットフォーム事業者→経済圏の拡大	32
Slide28	Amazon Dash with Alexa	34
Slide29	Amazon Go	34
Slide 30	音声アシスタントでフリクションレス決済 (バンキング)「Alexa」	36
Slide31	Alexa in the car	36
世界と比較して、日本はキャッシュレス後進国		38
Slide 33	世界的に見ると日本はキャッシュレス後進国	38
Slide 34	日本でキャッシュレスが進まない理由	40
Slide 35	もはや待ったなしの、キャッシュレス決済巨大経済圏の誕生	40
3. 一般消費者のキャッシュレスに対する意識		42
Slide 37	調査概要【一般消費者向け調査】	42
キャッシュレスに対する意識の変化		44
Slide 39	キャッシュレスに対する考え方	44
Slide 40	キャッシュレスに対する考え方 (年収別)	46
Slide 41	消費支出 (月間) に占めるキャッシュレス比率の推移	46
Slide 42	キャッシュレス派を支持する理由	48
Slide 43	現金派を支持する理由	48
キャッシュレス決済の現状		50
Slide 45	カード保有枚数 / 財布に入っている枚数 / 普段使用している枚数	50
Slide 46	決済手段別にみた 1 回あたりの平均決済単価	52
日常生活における決済手段		52
Slide 48	日常生活における決済 (支払) 手段 (金額ベース)	54

Slide 49	日常生活における決済(支払)手段の2～3年前と比べた増減	54
Slide 50	キャッシュレス決済が増加した理由(キャッシュレス決済が増加した人ベース)	56
Slide 51	店舗・サービス別に見た決済手段	56
Slide 52	キャッシュレスできるのに「現金」で支払う理由	58
Slide 53	「決済金額別」決済手段(現状)	58
新たな決済手段や新サービスのポテンシャル		60
Slide 55	保有している端末	60
Slide 56	普段利用している端末	62
Slide 57	最頻利用端末	62
Slide 58	スマートフォン決済(スマホ決済)の認知・利用状況	64
Slide 59	スマートフォン決済(スマホ決済)の今後利用意向理由	64
Slide 60	スマートフォン決済(スマホ決済)の今後非利用意向理由	66
Slide 61	QRコード決済の認知・利用状況	66
Slide 62	非接触IC決済の認知・利用状況	68
Slide 63	アプリ内決済の認知・利用状況	68
Slide 64	個人間送金の認知・利用状況	70
Slide 65	キャリア決済の認知・利用状況	70
Slide 66	「QRコード決済」各サービスの認知	72
Slide 67	「QRコード決済」各サービスの利用意向	72
Slide 68	「QRコード決済」各サービスの認知・利用意向の相関	74
Slide 69	「楽天Pay」動画	74
Slide 70	「d払い」CM	76
Slide 71	「ORIGAMI Pay」動画	76
Slide 72	「非接触IC決済」各サービスの認知	78
Slide 73	「非接触IC決済」各サービスの利用意向	78
Slide 74	「非接触IC決済」各サービスの認知・利用意向の相関	80
Slide 75	「アプリ内決済」各サービスの認知	80
Slide 76	「アプリ内決済」各サービスの利用意向	82
Slide 77	「アプリ内決済」各サービスの認知・利用意向の相関	82
Slide 78	「個人間送金決済」各サービスの認知	84
Slide 79	「個人間送金決済」各サービスの利用意向	84

Slide 80 「個人間送金決済」各サービスの認知・利用意向の相関	86
Slide 81 「LINE PAY」動画	86
銀行の利用接点・手段の変化	88
Slide 83 銀行と顧客とのチャネル接点の変化	88
Slide 84 金融に関する情報収集や商品・サービスの利用時におけるチャネル接点	90
Slide 85 銀行チャネルの提供価値別に見た満足度	90
4. 事業者（マーチャント）のキャッシュレスに対する意識	92
Slide 87 調査概要【事業者（マーチャント）向け調査】	92
事業者のキャッシュレス決済導入比率	94
Slide 89 【業態別】キャッシュレス決済の導入比率	94
Slide 90 【従業員数別】キャッシュレス決済の導入比率	96
Slide 91 【売上規模別】キャッシュレス決済の導入比率	96
キャッシュレス決済導入事業者の現状	98
Slide 93 キャッシュレス決済手段の内訳（キャッシュレス決済導入事業者）	98
Slide 94 売上に対するキャッシュレス決済と現金の比率（キャッシュレス決済導入事業者）	100
Slide 95 売上に対する決済手数料率（キャッシュレス決済導入事業者）	100
Slide 96 キャッシュレス決済導入理由（キャッシュレス決済導入事業者）	102
Slide 97 【業態別】キャッシュレス決済導入効果（売上向上）	102
Slide 98 【従業員数別】キャッシュレス決済導入効果（売上向上）	104
Slide 99 【売上規模別】キャッシュレス決済導入効果（売上向上）	104
Slide 100 【業態別】キャッシュレス決済導入効果（コスト削減）	106
Slide 101 【従業員数別】キャッシュレス決済導入効果（コスト削減）	106
Slide 102 【売上規模別】キャッシュレス決済導入効果（コスト削減）	108
キャッシュレス決済非導入事業者の現状	108
Slide 104 キャッシュレス非導入理由（キャッシュレス決済非導入事業者）	110

Slide 105	キャッシュレス決済導入のインセンティブ(キャッシュレス決済非導入事業者)	110
Slide 106	キャッシュレス決済を導入しても良いと思う決済手数料率(キャッシュレス決済非導入事業者)	112
スマートフォン決済(QRコード・非接触IC)のポテンシャル		
Slide 108	【業態別】スマホ決済(QRコード決済)の認知・導入状況	114
Slide 109	【従業員数別】スマホ決済(QRコード決済)の認知・導入状況	114
Slide 110	【売上規模別】スマホ決済(QRコード決済)の認知・導入状況	116
Slide 111	【業態別】スマホ決済(非接触IC決済)の認知・導入状況	116
Slide 112	【従業員別】スマホ決済(非接触IC決済)の認知・導入状況	118
Slide 113	【売上規模別】スマホ決済(非接触IC決済)の認知・導入状況	118
Slide 114	スマホ決済(QRコード決済)各種サービス別の認知率	120
Slide 115	スマホ決済(QRコード決済)各種サービス別導入実績	120
Slide 116	スマホ決済(QRコード決済)各種サービス別導入意向	122
Slide 117	スマホ決済(非接触IC決済)各種サービス別認知率	122
Slide 118	スマホ決済(非接触IC決済)各種サービス別導入実績	124
Slide 119	スマホ決済(非接触IC決済)各種サービス別導入意向	124
Slide 120	スマホ決済の妥当決済手数料率	126
Slide 121	現金決済に関わる作業時間(分)	126
5. 日本におけるキャッシュレス化進展のヒントを探る		
Slide 123	キャッシュレス化進展に向けた動き	128
Slide 124	キャッシュレス化進展の可能性(一般消費者)	130
Slide 125	キャッシュレス化進展の可能性(事業者)	130
◆	質疑応答	134

電通の鍋島と申します。

本日はよろしくお願いいたします。

先ほどご紹介がありましたように、弊社の産業戦略室というところで、金融のマーケティング戦略、あるいは経営戦略に従事させていただいております。

昨今はキャッシュレスの事業者としてのビジネス開発みたいなものを行っておりまして、今後は、マーケティング、コミュニケーション、あるいは広告作業ではなくて、こういったビジネスをいかに創造していくかといったところの分野に貢献していければと思っております。

それでは、早速ですが、「データに見る、日本人のキャッシュレス意識と決済手段に関する最新調査結果」ということで、約2時間お時間をいただきまして、お話をさせていただければと思います。

Slide 1 はじめに～本日の講演の進め方

本日の流れですが、まず、キャッシュレス決済を取り巻く環境につきまして、簡単におさらいをいたします。

皆さまもおそらくいろんなセミナーとか講演とか勉強会等で、キャッシュレスという言葉が非常に聞いていらっしゃるかと思いますが、私どもは、より生活者のデータを集めるのが得意でございますので、キャッシュレスのユーザーサイド、つまり一般消費者と、今度は事業者——キャッシュレスの導入サイドであるマーチャントの意識や行動の変化等について観察しながら、キャッシュレス化の進展のヒントを探るということをやっていきたいと思っております。

金融マーケティング研究会 御中

データに見る、日本人の キャッシュレス意識と 決済手段に関する 最新調査結果

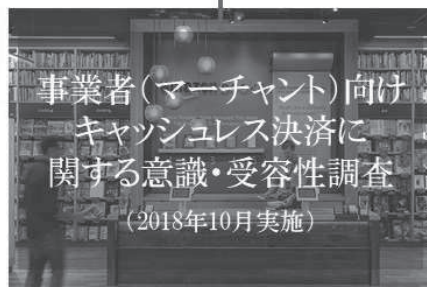
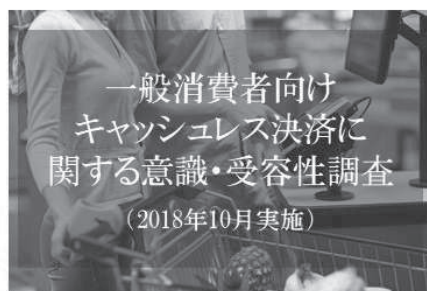
2018年11月5-6日

株式会社 電通
dentsu

Slide 1

はじめに～本日の講演の進め方

page 1
dentsu



1. 今なぜ、キャッシュレスなのか？

本日のアジェンダ

page 2
dentsu

1. 今なぜ、キャッシュレスなのか？
2. キャッシュレスを牽引する新旧プレイヤー
3. 一般消費者のキャッシュレスに対する意識
4. 事業者(マーチャント)のキャッシュレスに対する意識
5. 日本におけるキャッシュレス化進展のヒントを探る

本日のアジェンダ

page 3
dentsu

1. 今なぜ、キャッシュレスなのか？
2. キャッシュレスを牽引する新旧プレイヤー
3. 一般消費者のキャッシュレスに対する意識
4. 事業者(マーチャント)のキャッシュレスに対する意識
5. 日本におけるキャッシュレス化進展のヒントを探る

Slide 4 今、注目を浴びる「キャッシュレス」

「今なぜ、キャッシュレスなのか？」ということですが、ごらんのとおり、いろんな新聞、雑誌等で「キャッシュレス」という言葉が世の中に氾濫しております。

<動画>

ここで皆さまに、そのキャッシュレスの日常生活での使われ方についてイメージを想起していただくために、動画を見ていただければと思います。「クローズアップ現代」のものを持ってまいりました。

レジは無人。原則、現金は受け付けません。

利用者はスマホで商品の情報を読み取り、支払いを行います。

人手不足対策として試験的に始まったそうですが、お客さんの反応は？

現金でなくスマホで支払い。今、キャッシュレス化が日本で急速に進もうとしています。

背景にあるのは、世界的なキャッシュレスの広がりです。

中国では、おひねりもスマホ払い。

スウェーデンでは多くの銀行が現金を扱わないと宣言。

現金の代わりにチップを手に埋め込み、手ぶらで支払いをする人々まで登場しました。

そして今、日本にも押し寄せるキャッシュレスの波。

私たちの暮らしはどうなってしまうのでしょうか？

都内に暮らす神戸美徳さんです。

去年11月に二人目の娘が生まれました。それ以来、買物は一苦勞です。

「あっちこっちに移動して、なんか欲しいものがある
とすぐ見つけて騒いじゃうので」

子連れでの買物を少しでも楽にしようと、今年に入ってからスマホ決済のアプリを使い始めました。

「1,382円になります」「はい、じゃこれをお願いします」

スマホの画面には自分の口座情報を示すQRコード。

レジの端末で読み取ってもらえば即座に支払いが完了する仕組みです。

「最近現金はほとんど使ってないです」「なんで使わないんですか」「もう邪魔だし、めんどうだし、やっぱりこれだと片手で一瞬で終わるので」

コンビニでもスマホ決済。

そして、家電量販店でも。

神戸さんが現金を使わなくなった理由はもう一つあ

ります。

以前はレシートを整理し、手書きで記録していましたが、今は自動的に家計簿を作成してくれるのです。

そして、特に気に入っているのが、ママ友とのランチに使えるある機能。

友だちが支払いを済ませると、スマホに金額を入力して送信ボタンを押します。

同じアプリを持つ人同士なら手数料ゼロでお金を送れます。

「最初は美徳さんに教えてもらって、想像してたよりはるかに便利でした。ママ友の間だと、誰かが10円持ってないとか、他の人が10円多く払うとかで、もうすごい気を遣うんですけど、これだと1円単位で全部割り勘ができるので」

キャッシュレス化を推進し、ライフスタイルの革新。

スマホ決済の利用者が増える中、今、多くの企業がこの市場に参入しています。

楽天、LINE、そして先月にはNTTドコモが参入。

このように、決済事業者がどんどん市場に参入してきているという状況でございます。