消費者・事業者インサイト調査
公表版調査結果

一般社団法人キャッシュレス推進協議会

2020年3月

PAYMENTS JAPAN

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

1.調査テーマと手法

2.消費者調査　結果概要

3.事業者調査　結果概要

はじめに

本調査は、キャッシュレス決済の利用者（消費者・事業者）の意識や過去の行動・経験を明らかにすることで、さらなるキャッシュレスの普及のための要因を探るために、キャッシュレス推進協議会が実施したものです。

背景

- キャッシュレス推進協議会は、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。
- 現在、利用者（消費者および事業者）側の視点に立った情報収集・議論・キャッシレス促進施策の検討・進捗把握が不足しており、協議会としての方針策定にあたって、想定ターゲットや想定ベネフィットについての議論に資するエビデンスが必要となっている。
- また、利用者サイドの情報を定期的に把握することで、キャッシュレスの進捗状況とその変化を把握することが必要となっている。
- 上記背景をうけ、2019年度活動テーマの1つと本調査を行う。

本調査の目的

- 協議会としてのキャッシュレス普及のための促進施策検討に資する、利用者の定量・定性面のインサイトを把握すること
- 利用者におけるキャッシュレス導入停滞のボトルネックを捉えること
- 今後のキャッシュレス化の進捗状況を把握するための指標を含め、継続実施手法を取りまとめること

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

調査テーマと手法

#	調査テーマ	調査目的	調査手法
消費者インサイト調査			
1	【モニタリング指標の検討】 キャッシュレス利用意向、意識･経験に関する定量調査	● キャッシュレス利用意向の各セグメント（１～５）の人口比率、決済金額（対面・非対面）の実額を定量把握する。 ● 各セグメントの消費者層の特徴や、決済以外の意識、経験を定量把握し、キャッシュレス利用意向の高低がなぜ生じているかを把握する。	消費者向けWebアンケート調査 ：5000サンプル 2019年9月24日（火）～ 9月29日（日）実施
2	【消費者インサイトの深堀り】 消費者のキャッシュレス化ボトルネック調査（現金利用の潜在意識調査）	● セグメント１～５のそれぞれの消費者層が、なぜ「使えるのに使わない（B-1～B-5）」行動をするのかを明らかにする。	会場調査（デプスインタュー） ： 15名
事業者インサイト調査			
3	【事業者インサイトの深堀り】 キャッシュレス導入効果調査	● 導入効果（売上・生産性など）や必要リソース、CL未導入店が導入するために必要な課題を明らかにする。	キャッシュレス決済導入企業インタビュー調査：10社

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

1.調査テーマと手法

2.消費者調査　結果概要

3.事業者調査　結果概要

消費者調査
調査設計

先行調査においても未だ消費者インサイトが明らかになっていないものを中心に調査を実施

調査目的	CL決済を利用しない理由を明らかにする	
調査手法	Webアンケート調査（5,000名）	「認知」「保有」「継続利用」の実態定量化
		対面決済における、「消費者からみたアクセプタンス」や「CL決済利用額」の定量化
		「CL決済を利用しない理由」の分析・仮説検証（定量面）
	インタビュー調査（15名）	現金・キャッシュレス決済や家計管理・お金の使い方に関する消費者心理の深い理解
		「CL決済を利用しない理由」の仮説検証（定性面）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

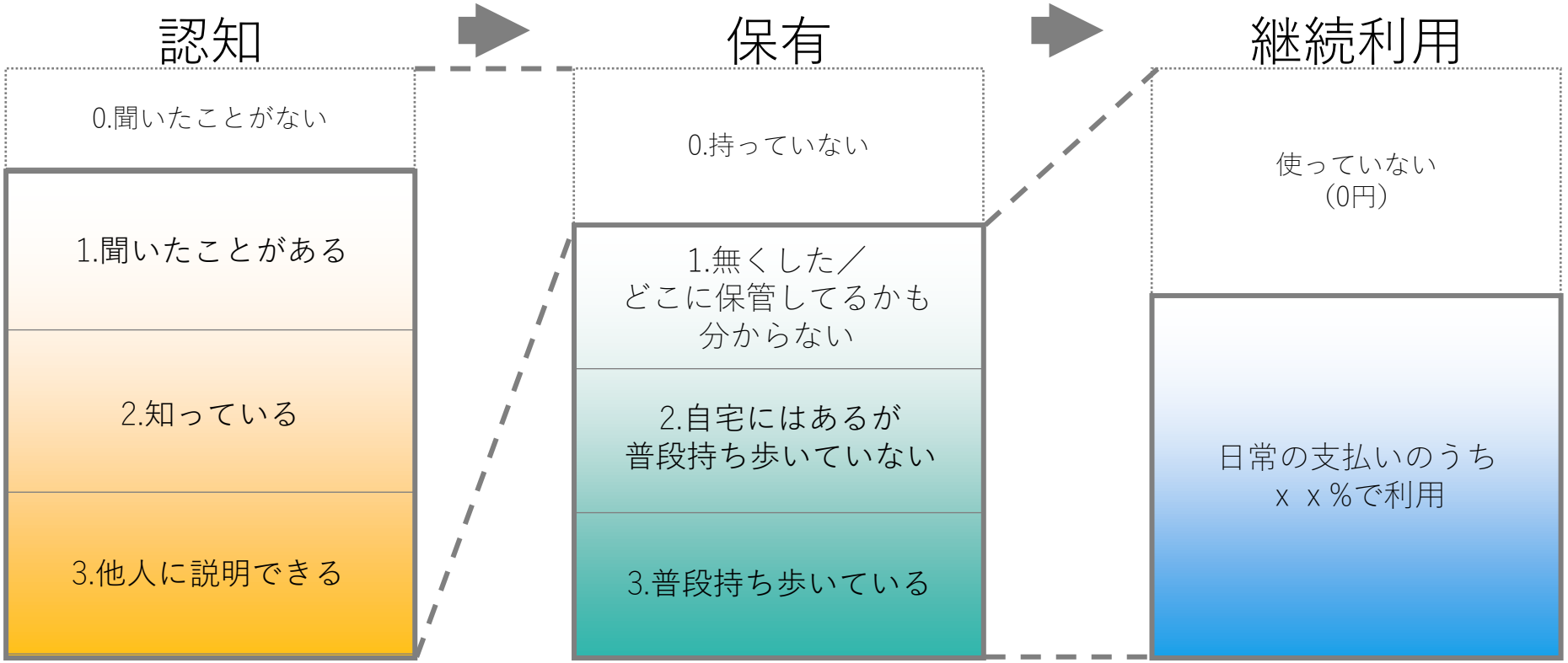
キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況

対象キャッシュレス決済手段		
カード型	1	**クレジットカード** （iD、QUICPay、VISAのタッチ決済など非接触ICを利用したクレジット決済を含む）
	2	**デビットカード**
	3	**交通系電子マネー** （Suica、PASMO、ICOCA、PiTaPa、nimoca、SUGOCAなど）
	4	**交通系電子マネー以外の電子マネー** （nanaco、WAON、楽天Edyなど）
	5	**その他のプリペイドカード等** （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）
スマートフォン/携帯電話型	6	**非接触IC型決済アプリ** （Apple Pay、Google Pay、おサイフケータイなど）
	7	**コード型決済アプリ** （LINE Pay、PayPay、d払い、楽天ペイ、メルペイ、Origami Payなど）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
調査結果の見方

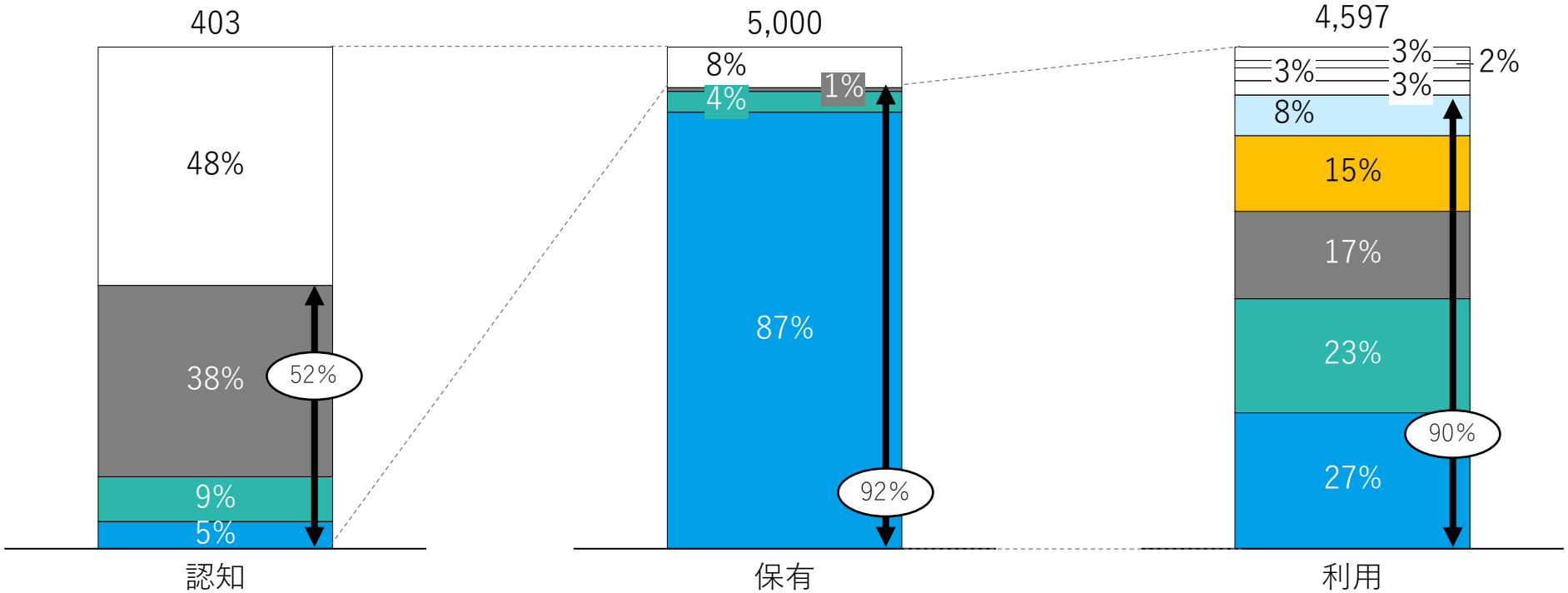
「認知」「保有」「継続利用」の実態を定量化しています。「保有」については、全員（5,000名）に質問をしています。「認知」については、該当するキャッシュレス決済手段を保有していない方に質問をしています。「継続利用」については、保管状況が分からない方含め、保有していると回答した方に質問しています。



© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済全体

キャッシュレス決済全体



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

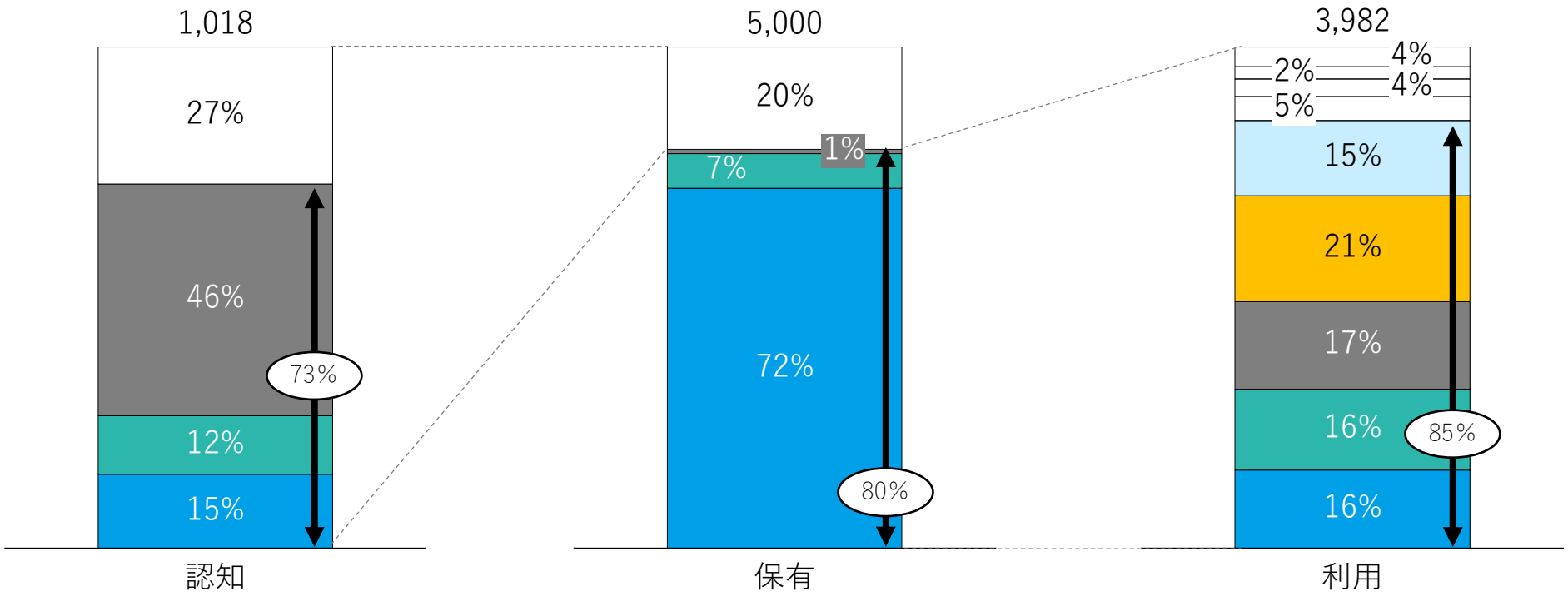
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
クレジットカード

クレジットカード



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

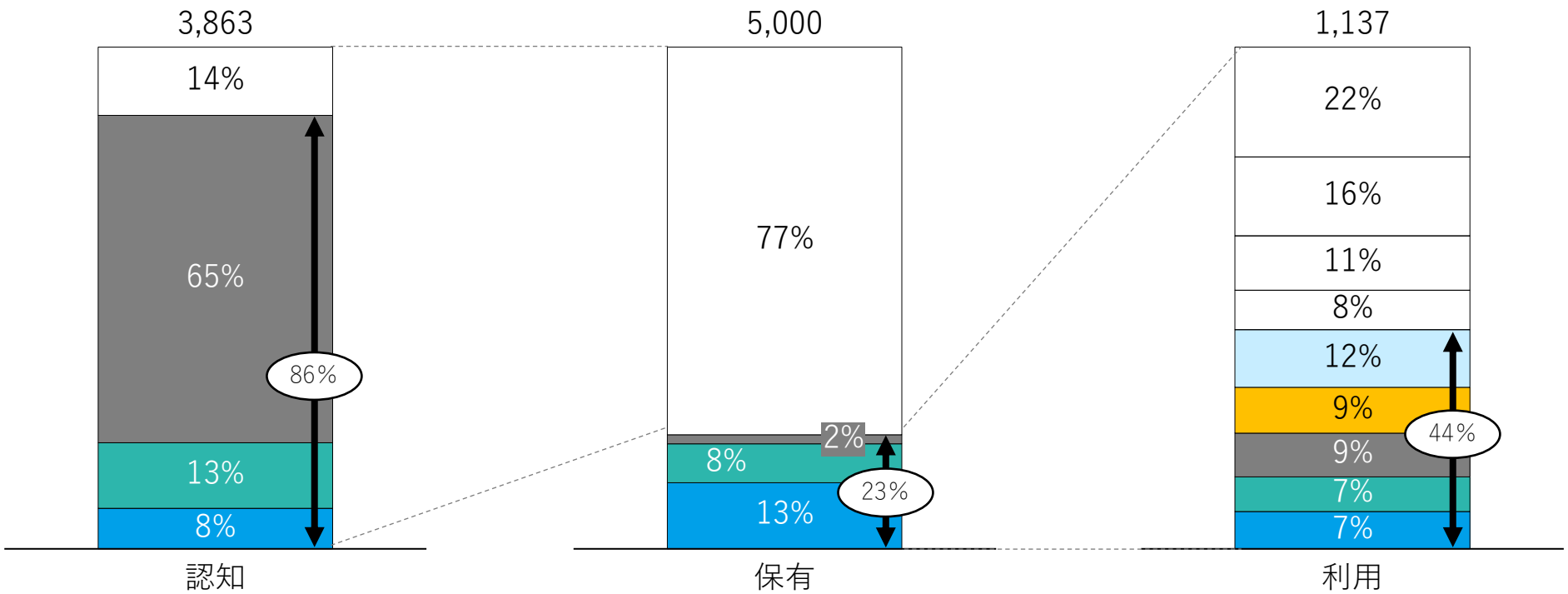
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
デビットカード

デビットカード



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

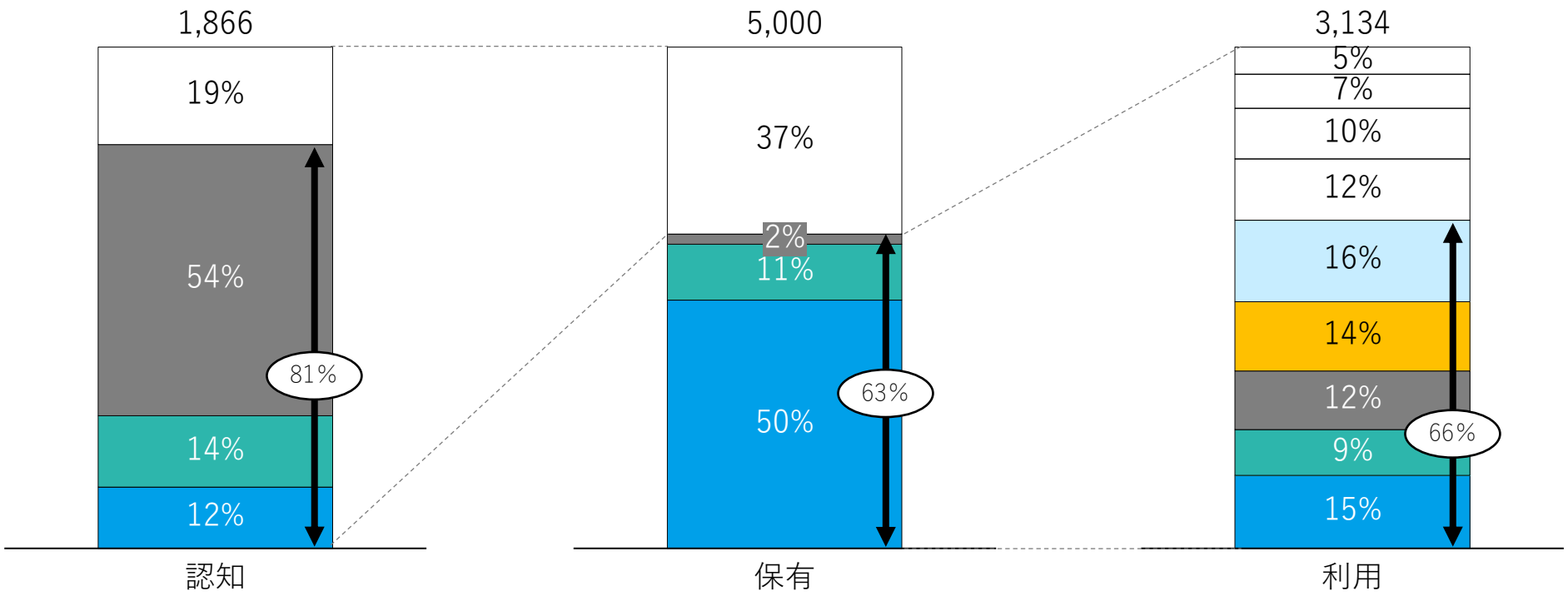
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
交通系電子マネー

交通系電子マネー



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

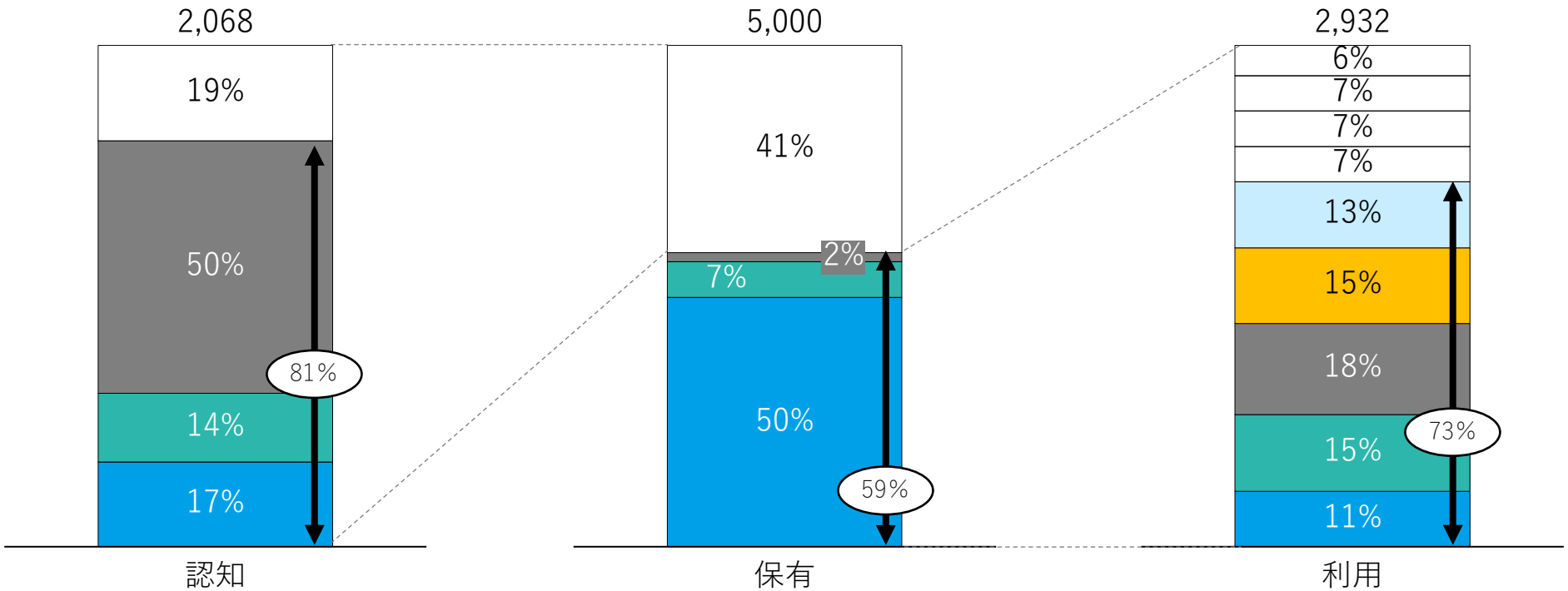
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

交通系電子マネー以外の電子マネー

交通系電子マネー以外の電子マネー



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

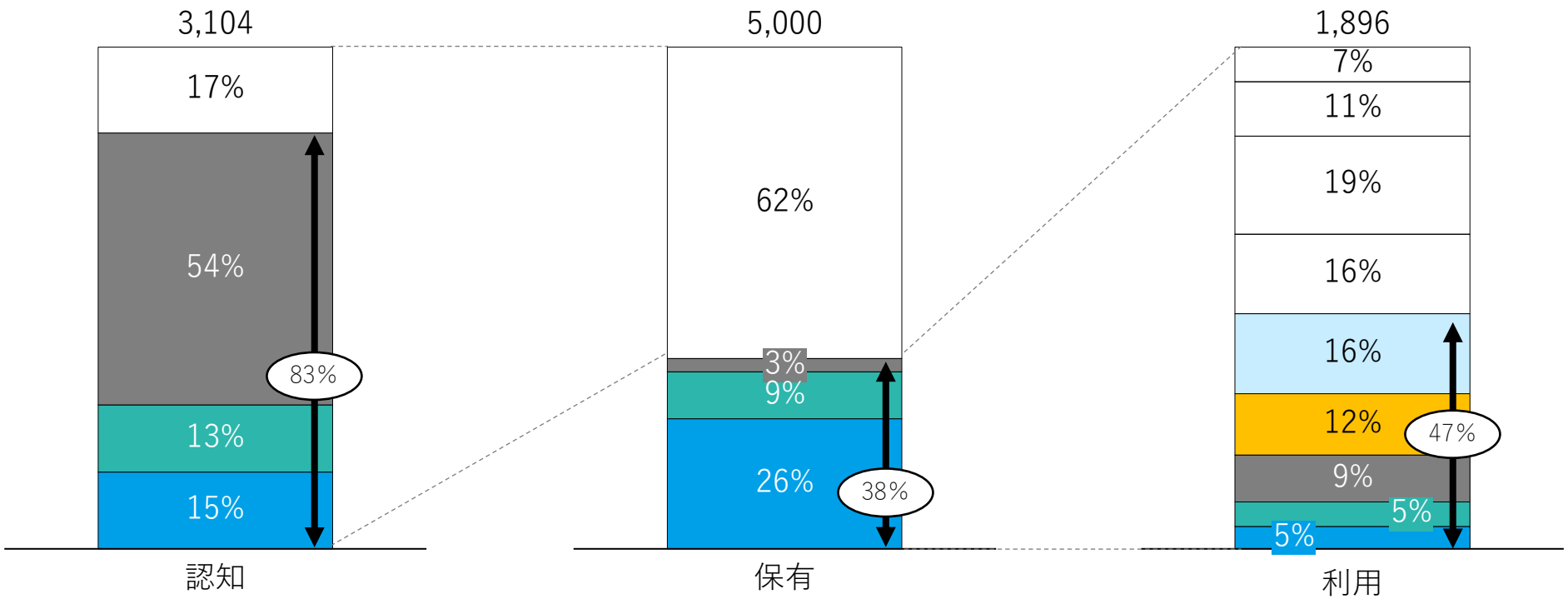
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
その他のプリペイドカードなど

その他のプリペイドカード等



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

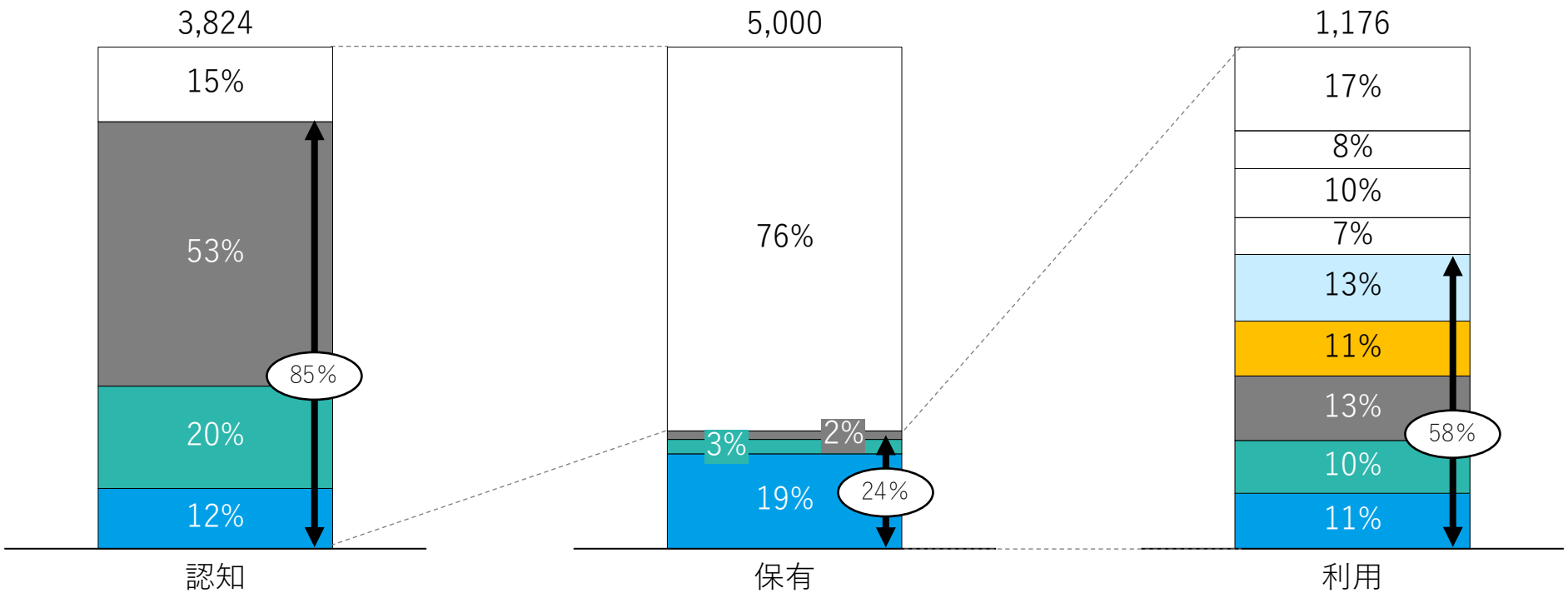
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
非接触IC型決済アプリ

非接触IC型決済アプリ



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

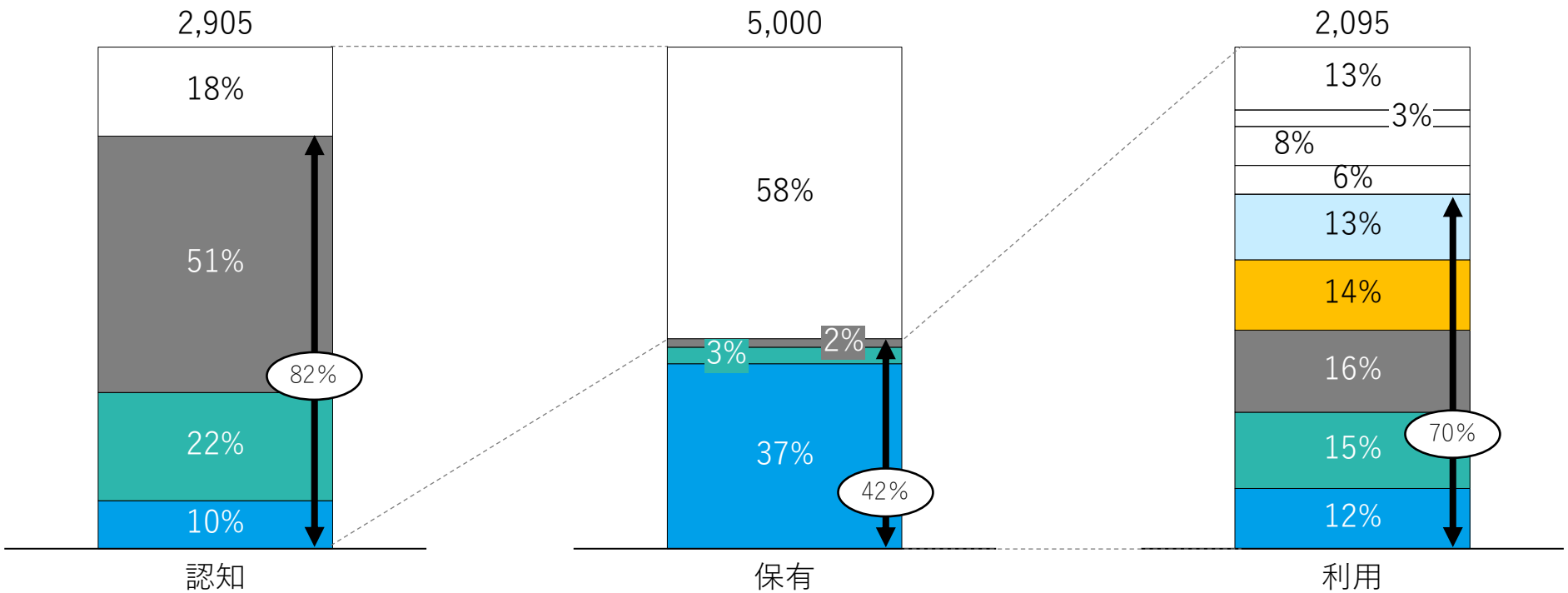
- 4. 持っていない
- 3. 持っていたがなくした／どこに保管してあるかもわからない
- 2. 自宅にはあるが、普段から持ち歩いてはいない
- 1. 普段から持ち歩いている

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済手段毎の「認知」「保有」「継続利用」の状況
コード型決済アプリ

コード型決済アプリ



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

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

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

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

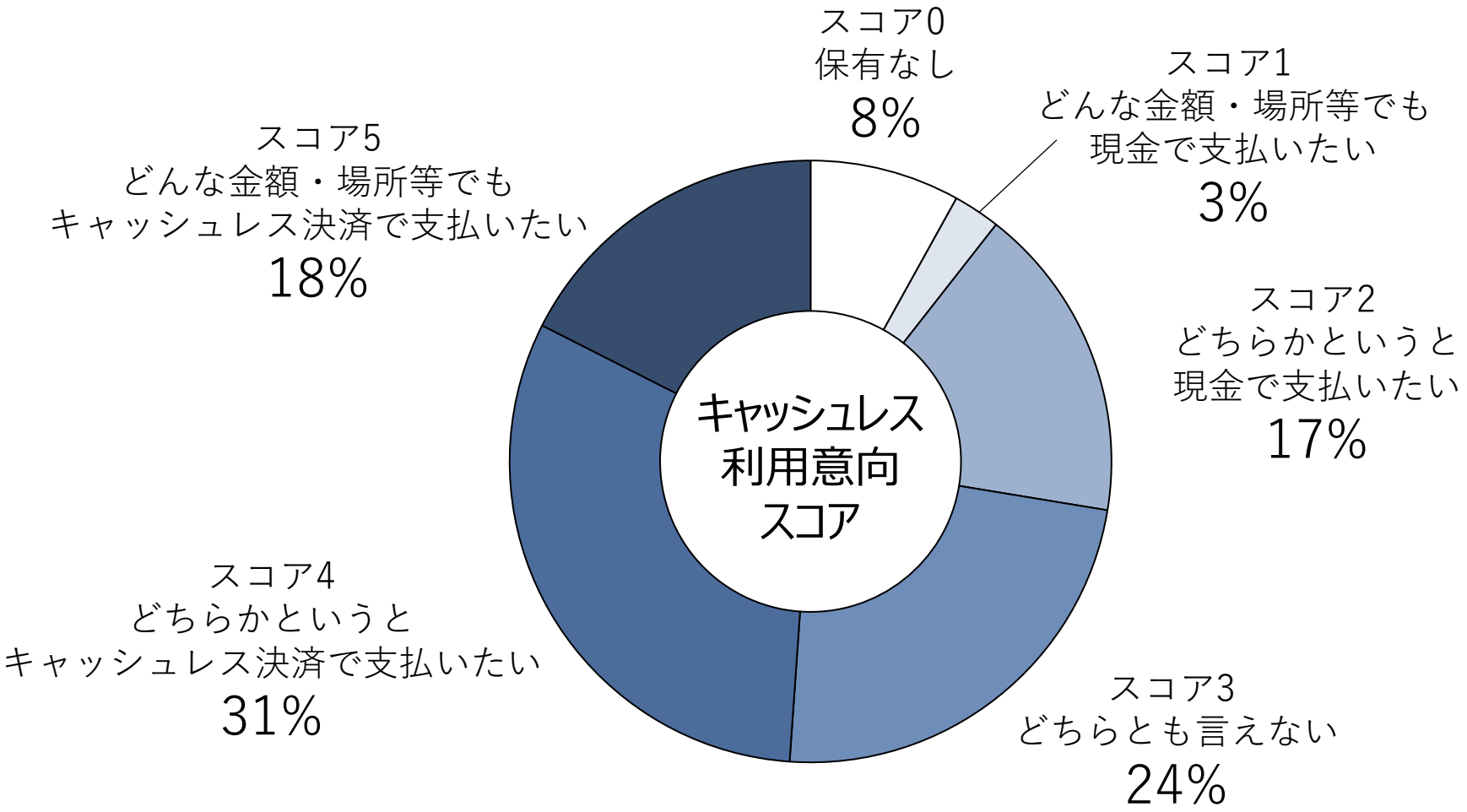
消費者のキャッシュレス利用意向と比率

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス利用意向スコア

【消費者アンケート設問】
あなたのキャッシュレス決済・現金決済の利用の考え方として、最も近いものをお答えください。

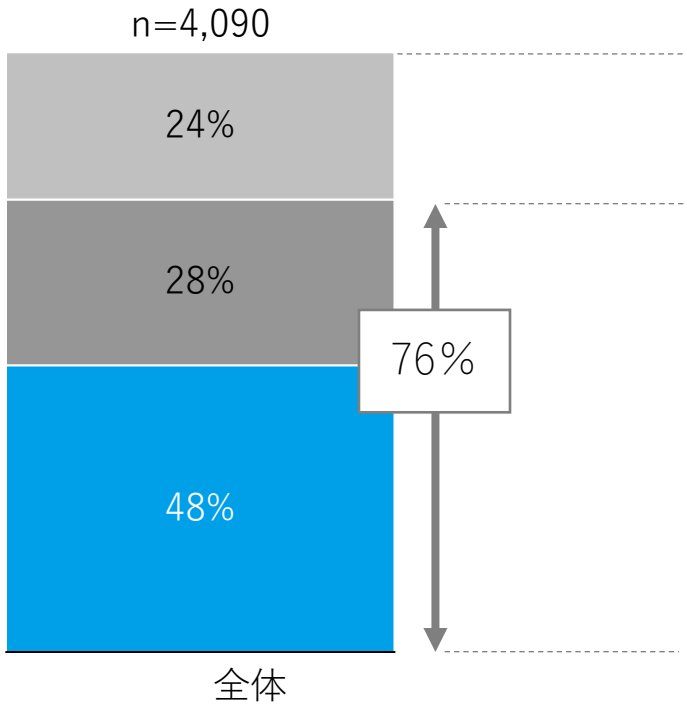
本設問の回答結果を「キャッシュレス利用意向スコア」としています。



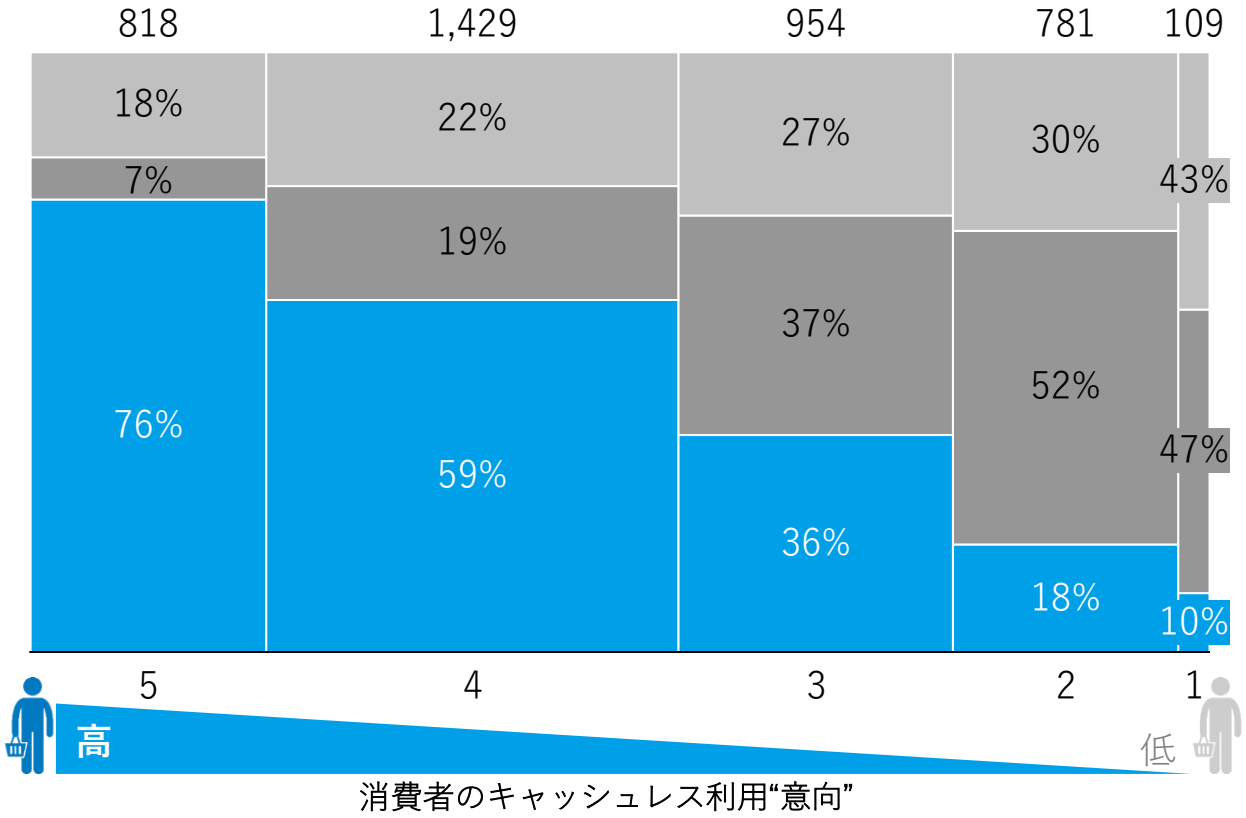
© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

利用意向スコア別　キャッシュレス決済利用状況（金額ベース）

CL決済利用比率（消費者認知ベース）



CL利用比率×利用意向



【A】CL決済比率　【B】選択的現金決済比率　【C】非選択的現金決済比率

【A】CL決済比率　：自身が保有するキャッシュレス決済手段で支払った比率
【B】選択的現金決済比率　：自身が保有するキャッシュレス決済手段が利用できたが、現金で支払った比率
【C】非選択的現金決済比率　：自身が保有するキャッシュレス決済手段が利用できず（と認識し）現金で支払った比率

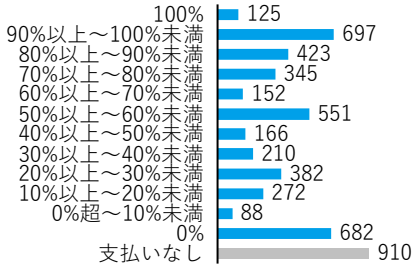
© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

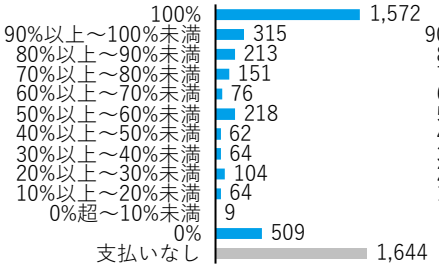
日常的な支払いにおけるキャッシュレス決済比率（金額ベース）

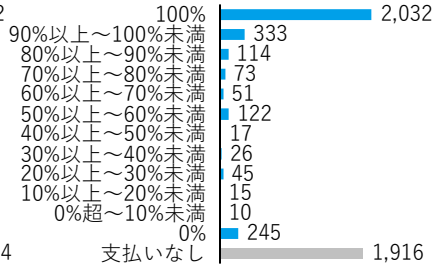
（注）「支払いなし」はCL比率算出対象から除外

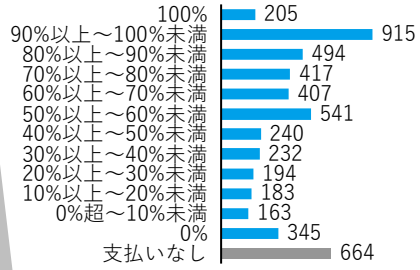
	店頭での支払い	定期的な支払い	ECでの支払い	日常的な支払い
サンプル数	n=4,090	n=3,356	n=3,084	n=4,336

分布

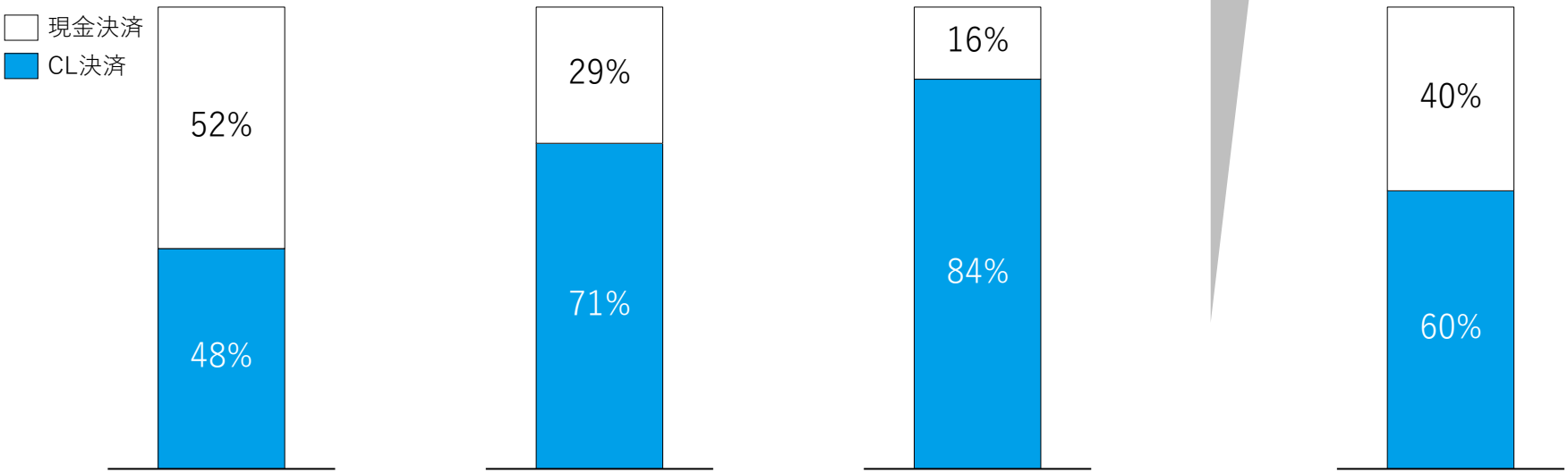








CL利用比率



© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済を保有/利用しない原因の検証

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

13の仮説を設定し、そのうち6つに反応が見られた

消費者のキャッシュレス利用意向（結果指標/KPI）

5	4	3	2	1
どんな金額・場所等でも、キャッシュレスで払いたい	どちらかというとキャッシュレスで払いたい	どちらともいえない（両方を使う）	どちらかというと現金で払いたい	どんな金額・場所等でも現金で払いたい

高 → 低

保有/利用しない原因仮説

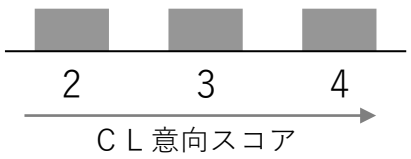
：意向スコア2と4の間で明確な差があったもの

- **A.興味不足**
- B.理解不足
- **C.必要性を感じない**
- **D.使い過ぎ回避**
- E.借金に対する嫌悪感
- **F.消費者からみたアクセプタンスの不足**
- G.リスク回避
- H.プライバシー懸念
- **I.家計管理の複雑化回避**
- J.世帯のお金の管理による制約
- K.経済合理性比較
- **L.利便性比較**
- M.店舗や他の客への負荷・迷惑回避

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

グラフの見方



0 保有なし
1 どんな金額・場所等でも現金で支払いたい
2 どちらかというと現金で支払いたい
3 どちらとも言えない
4 どちらかというとCL決済で支払いたい
5 どんな金額・場所等でもCL決済で支払いたい

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
A.興味不足	A-1.キャッシュレス決済のことを知ろうと思わない	【Q2】CL決済手段別の関心度（各CL決済手段の未保有者） ○ CL決済手段によらず、「関心がない」が7~8割	・「還元があると言われても、自分は踊らされないようにしようと思う」（30代女性）
	A-2.新しいサービスの使い方を覚える気になれない	【Q20s10】新しいキャッシュレスサービスに関心がある ○ +28 +19 26 35 54	・「コード決済の銀行口座登録やチャージのやり方が分からないが、覚えるのも面倒」（60代男性）
B.理解不足	B-1.キャッシュレス決済の特徴を理解していない	【Q19s1~s9：決済サービスに関する知識（9項目の平均値）】 — +8 +11 49 46 57	–
	B-2.興味はあるが、どういうサービスか教えてくれる人がいない	—	–

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

検証結果

	検証仮説	WEB調査	デプス・インタビュー
C.必要性を感じない	C-1.自分の身の回りの知り合いが使っていない	【Q20s1】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 +18 +16 38 40 57	・「会社の同僚がコンビニでコード決済を使っていることを見たり、会社の休憩室の会話を聞いたりして、そろそろ自分もやってみようと思った」（40代男性）
	C-2.流行していると感じない	【Q20s2】最近、キャッシュレス決済が流行していると感じる +12 +16 67 63 79	・「最近、キャッシュレス還元のレシートを比較するTV番組をみたことがきっかけで、クレジットカードをよく使うようになった」（50代男性）
	C-3. ATMで現金を引き出すことを不便や不満と感じていない	【Q17s7】（キャッシュレス利用理由）現金を引き出す手間や手数料がかからない +34 +23 46 57 80	・「ATMで月1回、給料日当日にまとめて引き出しをする」（30代女性）
	C-4.現金で支払いをすることを不便や不満と感じていない	【Q17s6】（キャッシュレス利用理由） 大量の現金を持ち歩く必要がなく、財布がかさばらない +36 +23 40 53 76	・「現金がここにあるのに、スマートフォンのロックを解除してアプリで支払うプロセスが面倒くさいと思う」（40代男性）
	C-5.インターネットショッピングをあまり利用しない	【Q6s3】EC月間利用額1万円以上 +15 +8 47 54 62	・「ネットで買い物をするときの方が、会員（キャッシュレス利用）を使わないと損であるという比較が強く提示されるので、使おうという気になる。」（50代女性）
	C-6.キャッシュレス決済のメリットを感じない	【Q20s8】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 -20 -10 44 34 24	・「キャッシュレス決済は、月々数千円お得といわれても、積極的に使おうとは思わない。ただ、ポイントカードは、すでに習慣になっているので利用する。」（60代女性）

2 3 4

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
D.使い過ぎ回避	D-1. キャッシュレス決済はつい使いすぎてしまうと思う	【Q20s3】現金払いでないと、使いすぎてしまう ○ -22 -9 68 56 46	・「買いすぎ防止のため、原則、財布にあるお金（1日1000円）の中で買い物をする」（30代女性） ・「現金は、なければ使えないというのがわかりやすい。クレジットカードはなくても使ってしまう。」（60代男性）
	D-2. キャッシュレス決済を使いすぎて困ったことがある	【Q24s10】キャッシュレス決済を使いすぎてしまい困った × +4 +4 7 8 12	・「CLを積極的に利用したものの、高額な請求が来て、自制のために現金を使うことにした。」（20代女性）
E.借金に対する嫌悪感	E-1.借金が嫌い	—	・「商品を先に使ってお金を払えていない状態がイヤ。ただ、携帯電話の分割払いは月々の使用料もあるから借金ではない。」（50代女性）
	E-2.借金をすることは悪いことだと教えられた	【Q20s5】借金をすることは良くないことだと教えられた — -2 +4 71 64 69	・「借金が嫌というのは親の影響がある。娘にもそれは言っていてカードは基本持たせていない。」（50代女性）
	E-3.クレジットカード等の支払いが遅れたことがある	【Q24s9】クレジットカード等の支払が遅れた（1ヶ月超） — +3 +1 9 10 12	–

2 3 4

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
F.消費者からみた アクセプタンス（≒決済が成功する確信）の不足	F-1.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しているのを見ない	【Q20s6】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 ○ +21 +15 36 42 57	・「レジで並んでいて前の人がクレジットカードを使っているのをみて、ここは使えるんだなと思い、以来その店でデビットカードを使うようになった」（40代男性）
	F-2. いつも現金で支払いをしているお店で、キャッシュレス決済を使い始めることには抵抗がある	【Q21s2】いつも現金で支払いをしているお店で、キャッシュレス決済を使い始めることには抵抗がある ○ -22 -5 50 32 28	・「いつも利用しているドラッグストアだけは、現金利用のみ。理由はないが、キャッシュレス決済を使おうとは思わない」（50代男性）
	F-3.保有しているカードを作った企業以外では利用しようと思わない（会員証のようにカードを利用している）	【Q21s1】キャッシュレス決済は、特定のお店・企業の会員カードのように利用しているので、そのお店・企業以外での支払いには使わない — -13 -8 49 44 36	–
	F-4.普段利用する店舗ではキャッシュレス決済が導入されていない	【Q20s7】普段買い物をしているお店では、キャッシュレス決済が導入されている ○ +16 +17 61 61 78	–
		2 3 4	
	F-5. キャッシュレス決済が使えるかが分からない／確認しない	—	・「コンビニでは電子マネーを使っているが、コーヒーショップでも使えるかどうかは気にもしなかった」（60代男性）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
G.リスク回避	G-1.自分のクレジットカード番号が流出したら、不正に使われてしまうと思う	【Q21s3】自分のクレジットカード番号が流出したら、不正に使われてしまうと思う -2 +3 76 71 74	・「仲間内が、不正利用の問い合わせをカード会社から受けたことがある。自分も明細は全て見るようにしている」（50代男性）
	G-2.カードや携帯電話を紛失したら、拾った人に勝手に使われてしまう	【Q20s13】カードや携帯電話を紛失したら、拾った人に勝手に使われてしまうと思う -2 +5 72 65 70	–
H.プライバシー懸念	H-1.個人情報の提供に抵抗があるため、申込みをしない	【Q20s14】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 -10 -3 66 58 56	・「クレジットカードの情報など個人情報を全てWebに登録することがどうしても不安。クレジットカード会社はオンラインではないので抵抗がない。」（30代女性）
	H-2.自分の買い物履歴を記録に残したくない	【Q20s15】自分の買い物履歴を記録に残したくない -5 -2 35 32 29	–
	H-3.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	【Q20s16】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 -2 +1 29 27 28	–

2 3 4

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
I.家計管理の複雑化回避	I-1.キャッシュレス決済手段を利用することで、銀行口座残高の管理が難しくなる	【Q21s5】キャッシュレス決済を利用すると、銀行口座残高の管理が難しくなる ○ 60 → 45 (-20) → 40 (-6)	・キャッシュレスを利用すると、銀行にいくら、手元にいくらだけが全部じゃなくなっている。現金だけの方が管理はラク。（40代女性）
	I-2.キャッシュレス決済手段を利用することで、支出金額の把握が難しくなる	【Q21s6】キャッシュレス決済を利用すると、支出の把握が難しくなる ○ 68 → 51 (-27) → 41 (-10)	・「2,000円／日の計算で、毎週14,000円ずつ財布に移す。財布の中の現金で家計を管理したい」（40代女性） ・「クレジットカードを利用すると、いくら使ったのかわからなくなる。常に気にしてはいるが、アプリに反映されるまで時差がある。」（20代女性）
	I-3.キャッシュレス決済を利用すると、財布の現金と銀行口座以外にも、利用金額や残高を気にしなければならないことが面倒である	—	・現金の良さは、お金を払っておしまいとなること。QR決済は残高がいくら、ポイントバックがいくら、いつ頃還元されるかと、確認に手間がかかる。（40代男性）
	I-4.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	【Q20s4】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 ○ 65 → 50 (-25) → 40 (-10)	・クレジットカードは嫌だが、電子マネーなら、使うときに必要なだけ現金でチャージできれば、実質現金で支払うのと同じように、手元から出ていく金額で管理できる。（30代女性）

2　3　4

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
J.世帯のお金の管理による制約	J-1.世帯がおこづかい制で、自分が自由に使えるお金が少ないため、「今月はあといくら使えるか」を常に把握しながら普段の買い物をしたい	【Q21s6】キャッシュレス決済を利用すると、支出の把握が難しくなる ※フィルター：「自分が毎月自由に使える金額が決まっている」 フィルターあり / フィルターなし 71 68 55 51 40 41	・「自分のお小遣いは月6000円。別の財布に入れて、使うときだけ持っていく」（30代女性）
	J-2.給料をまとめて現金で引き出して予算管理をしているので、現金のままの方が使いやすい	—	・「給料日後に、一回で13万程度引き出して、各所に振り分ける」（30代女性） ・「月1回、給与から貯金分を残して支出用口座に現金で入金する」（20代女性）
	J-3.キャッシュレス決済を利用すると、家族の共用口座または家族名義の口座からの引き落としになってしまうため、自分のための支払いは現金でしかできない	【Q32】自分が管理する口座で引き落とされる割合 -3 +7 55 46 52	–
	J-4.給料が現金手渡しなので、現金のままのほうが使いやすい	【Q30】給料を現金手渡しで受け取っている -4 -2 8 6 4	–
K.経済合理性比較	K.現金で支払ったほうがお得な場合（現金値引きなどがある場合）は現金で支払う	—	・「現金で支払うほうがお得なときは現金を選ぶなど、お得な方法で支払うようにしている。」（40代女性）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

検証結果

	検証仮説	WEB調査	デプス・インタビュー
L.利便性比較	L-1.電子マネーのオートチャージサービスを知らない	【Q19s8】電子マネーの「オートチャージ」機能」を知っている +14 +13 39 40 53	・「Suicaはチャージできる場所が限られている。それがどこでもできたらいい。スーパーとかコンビニとか小売店全般。」（30代女性）
	L-2.複数のキャッシュレス決済サービスを持ちたくない（保有の手間）	【Q21s7】複数のキャッシュレス決済を使い分けたくない（1つのサービスにまとめたい） -5 +5 71 61 66	・「QRなどの現金以外の支払いを導入しても良いのだが、あれもこれもしたくない。1個に絞りたい。」（50代女性）
	L-3.登録の手間がかかる	【Q20s12】キャッシュレス決済サービスの登録には手間がかかるので面倒である -10 -1 62 53 52	・「IDとパスワードの管理が簡単になれば、QR決済もクレジットも使いやすい。」（60代女性）
	L-4.現金で支払ったほうが素早く支払えるシーンでは現金で支払う（少額ランチ、1000円単位の決済）	【Q21s15】小額の支払いなら、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 -21 -8 ○ 66 54 45	・「待つこと、待たされることが嫌い。店員が慣れているかどうかで、キャッシュレス決済をするか判断する。」（40代男性） ・「コード決済アプリを立ち上げてチャージするのが面倒なので、3000円未満なら現金で払う」（40代男性）
	L-5. 交通ICの残高を減らしたくない（電車に乗れなくなる）	【Q21s8】交通系電子マネーの残高はなるべく買い物で減らしたくない -6 +5 51 41 45	・「いざというときに現金を忘れていても家に帰れるように、2~3000円チャージした交通ICを鞄にいれている」（50代女性）

2 3 4

（次ページに続く）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
L.利便性比較	L-6. 電子マネーのチャージに手間がかかる	【Q21s9】電子マネーのチャージには手間がかかる -4 +3 44 37 40	・「電子マネーは、レジで購入時に必要な分だけを（1000円単位で）渡してチャージすればよいので、現金と同じように使えている」（複数）
	L-7.ポイントカードとキャッシュレス決済の両方を提示することに手間がかかる	—	・「ポイントカードを使う際に、決済でもう1枚カードを出すのは煩わしいので現金で払う。」（50代女性）
M.店舗や他の客への負荷・迷惑回避	M-1.サインや暗証番号の入力で時間がかかると、店員や他のお客に迷惑がかかる	【Q21s10】クレジットカードのサインや暗証番号の入力で時間がかかると、店員や他のお客に迷惑がかかる -3 +4 48 41 45	–
	M-2.スマートフォンアプリの操作に時間がかかると、店員や他のお客に迷惑がかかる	【Q21s11】決済アプリの操作に手間がかかると店員や他のお客に迷惑がかかる -2 +6 56 49 55	・「レジに並んでいるとうしろが気になってしまう。デビットカードやスマートフォンではなく、交通電子マネーが一番確実に支払える」（40代男性）

2 3 4

（次ページに続く）

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者インサイト仮説検証結果

	検証仮説	検証結果 WEB調査	検証結果 デプス・インタビュー
M.店舗や他の客への負荷・迷惑回避	M-3.店員がキャッシュレス決済に慣れていない可能性がある（時間や迷惑をかけたくない）	【Q21s12】支払の際に、店員がキャッシュレス決済に慣れているかどうか不安に思うことがある — 53 → 51 (+2) → 55 (+3)	・「道の駅で、店員がおばあちゃんだった時の支払いは、クレジットカードに慣れてないだろうと思い、現金で支払った。」（40代女性）
	M-4.キャッシュレス決済が使えるかどうかを店員に尋ねることに抵抗がある	【Q21s13】キャッシュレス決済が使えるかどうかを店員に尋ねることに抵抗がある — 41 → 37 (-2) → 40 (+2)	–
	M-5. キャッシュレスの利用を断られた（または嫌な顔をされた）ことがある	【Q24s5】店舗でキャッシュレス決済を利用しようとしたら、店舗側に利用を拒まれた × 7 → 9 (+11) → 18 (+8)	–
	M-6.お店に手数料がかかるのを申し訳ないと思う	【Q21s14】キャッシュレス決済はお店に手数料がかかるので申し訳ないと思う — 24 → 25 (+3) → 27 (+2)	・「パートで働いていて、キャッシュレスには加盟店負担の手数料があることを知っているから、少額での利用は申し訳ない。」（40代女性）

2 3 4

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者デプスインタビュー　実施概要

1．調査手法	デプス・インタビュー（DI） ※生活者1名ごとの対面によるインタビュー調査
2．調査実施期間	2019年11月18日～2019年12月5日
3．対象者数	15名
4．インタビュー時間	90分
5．インタビュー候補者の選定条件	• 1都3県に在住 • スマートフォンを2011年以前に保有していた • CL決済の利用意向が高くない（意向スコアが5段階中1~3） • 直近1ヶ月間の店頭での支払金額が10,000円以上 • 現金支払い率は不問（0%-100%） ※電話リクルーティング時には、「①選定条件との合致（アンケートが虚偽回答でないこと）」「②関連業種勤務者（映像関連、マスコミ・調査・シンクタンク、金融業関連）が本人・家族にいないこと」を確認。

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

消費者デプスインタビュー調査の総括

- 今回のインタビュー調査では、スマートフォン保有開始が2011年以前という、「アーリーアダプター層」かつ「現金派」の心理を深掘りした。

- ポイントカード利用率は高い一方で、お得さを追い求めるよりも「使いすぎない」（キャンペーンに踊らされない）ことへの意識が高かった。

- 使いすぎを抑制するための手段として「財布の現金を少なくし、手持ちがなければ買えないようにする」消費者が多かった。中には「財布の現金を最大1000円に常に抑えている」ケースも。また、食費・日用品支出を一定金額以下にするために、「毎月固定した金額を現金で引き出す」声も多かった。

- 高額の支出や、被服費、理美容支出、ECにおいては、比較的抵抗なくクレジットカードが利用されており、借金そのものを避ける声は少数だった。支出をコントロールするという機能面で、キャッシュレス決済よりも現金＆財布の方が優れていると消費者が評価していることが伺える。

- クレジットカード非保持層（クレカ嫌い）にとっても、電子マネーは現金と同等とみなされ、コンビニ・スーパーで利用されている。

- キャッシュレス還元をきっかけにキャッシュレス派に意識が変わった事例も、複数確認された。

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

1.調査テーマと手法

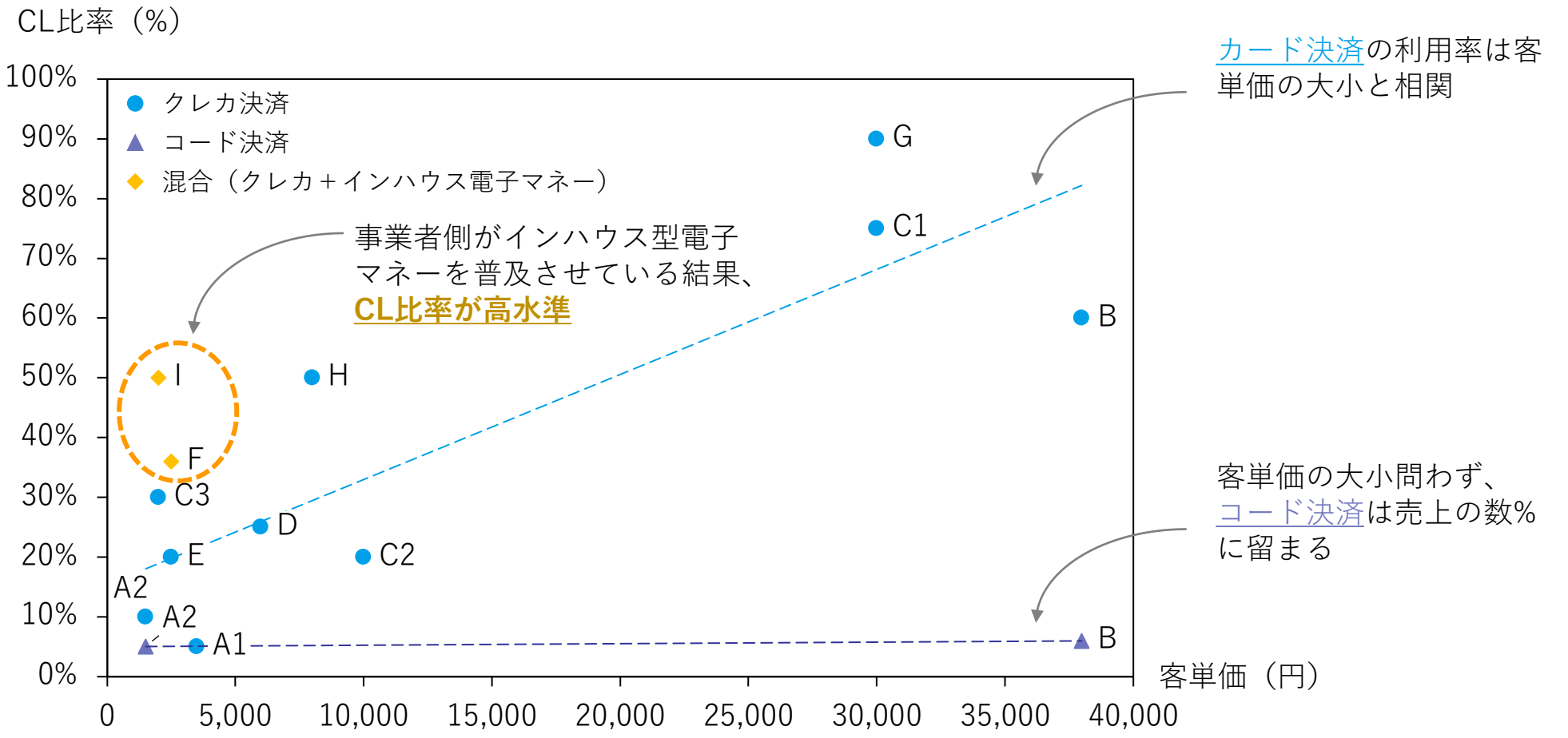
2.消費者調査　結果概要

3.事業者調査　結果概要

客単価とカード決済比率は相関している一方で、コード決済は単価の大小問わず数%程度に留まっている

各店舗のキャッシュレス比率（クレジットカード、電子マネー、コード決済）

n = 9
* キャッシュレス比率を提示しなかった事業者を除外



出所：事業者インタビュー結果（2019年度実施）よりNRI作成
注：「昼1,000円、夜2,000円」など複数の単価が提示された場合は、平均値（1,500円）で表している

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

「認知」が「関心」に昇華したきっかけは、お客さまからの声であった

きっかけ

常連客からの要望
「カード使えます？」

お客様の現金不足によるトラブル
「やばい、現金足りない！」

認知（他人事）

- キャッシュレス決済について何となく理解している。私生活でもクレジットカードぐらいなら使う。最近コード決済が流行っているようだ
- でも、自分の店舗では導入する必要ないかな

関心（自分事）

- 一部のお客さんがキャッシュレス決済を必要としているようだ
- お客さんを逃さないために、自分もキャッシュレス決済を提供する側になろうか

導入

出所：事業者インタビュー結果（2019年度実施）よりNRI作成

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

キャッシュレス決済の収益効果には無関心であったが、現場が現金を扱うことに伴う負荷は軽減された

キャッシュレス決済を入れてみたものの・・・

収益効果は「特になし」	「客単価の向上効果はなかった。支払い時にカードを使えるならつかうというレベルにとどまっているからだろう。」 - A、外食 「キャッシュレスしたからといって売上が伸びることがなければ、客単価が増えるわけでも無い。都度手数料を取られるため、売れれば売れるほどコストが膨らむ。生半可な覚悟では対応できない。」 - E、外食
現時点ではコスト負担は小さい	「決済手数料は月15,000円。電気代の半額に相当する金額で、光熱費の一種ぐらいの感覚で割り切っている。」 - D、美容室
現場の負荷は軽減された	「現場のオペレーションが楽になった。現金利用が減った分、手元に用意する現金を減らすことができた。」 - C、外食

出所：事業者インタビュー結果（2019年度実施）よりNRI作成

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

「攻め」の営業トークは事業者ニーズの本質を突いておらず、共感されない

決済事業者側からの営業トーク（例）	事業者側の心理
売り上げ伸びますよ	• 『本業を続けて、お客さまからの信頼を勝ち取るほうが売上アップにつながる』 • 『キャッシュレスを入れたから客単価が上がるのか、信頼されているから客単価が上がるのか、要因分解できない』
お客様が増えますよ	• 『20-30代のEarly Adopterに限定すれば、ある程度の効果は実感できる（そのために10月に赤いポスターを店頭に貼った）』 • 『どちらかというと、今いるお客さまを取り逃がさないためにキャッシュレスを入れたい』

現場から見えない、実感しづらい効果を掲げても、事業者には響かない

出所：事業者インタビュー結果（2019年度実施）よりNRI作成

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

むしろ現場の負担を緩和する手段として CL導入を勧めるべきと考えられる

事象		主なリスク
細かいミスが積み重なる	「お客さんにお釣りを渡すのは、人の手でやるから、間違うことがある。経営者として間違いを発見したら、指摘しないといけない。それが積み重なると、いつの間にか現場の雰囲気が悪くなってしまう。雰囲気が悪いと、お客さんの心象が悪くなる。」	• 作業効率の低下 • サービス水準の低下 • 顧客体験の悪化
現金が横領される	「現金を従業員に横領された経験がある。たった1万円のために、泣く泣く貴重な従業員を手放した。“あの子は大丈夫だろう”と思っていた人だったが、ついつい魔が差してしまったようだ。」	• 金銭的な損害 • 解雇に伴う人材の損失
売上金の入金が不便	「（地方の場合）現金で十数万円もある前日売上を従業員に持たせて、翌日の朝、最寄りのATM（車で20分）に入金させている。お金を扱うことに責任を感じてくれる人ほど精神的な負担も大きく、心底申し訳ないと思っている。」	• 労務環境悪化（残業、休日返上） • 従業員の精神状態の悪化

キャッシュレス移行で軽減

出所：事業者インタビュー結果（2019年度実施）よりNRI作成

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

事業者はキャッシュレス決済に対し、「お金の流れ」を円滑にするだけでなく、顧客との絆を深めるための役割も期待している

事業者の要望

- **コストがかからないのなら、キャッシュレスを提供しても良い。**

クレジットカードの決済手数料は高すぎる。1%台で済むのなら、まだ納得できるが。

- 飲食業、複数店舗

- **どうせコストをかけるなら、お客さんとの繋がりを深くしたい。**

スケジュール管理、顧客管理、売上管理が一体になっているサービスが望ましい。

- サービス業、個人経営

事業者の行動

低コストキャッシュレスの導入

コード決済を導入した背景は、営業担当が来店して、コストがかからないとの説明があったから。客から要望されていなかったが。

- サービス業、個人経営

CRMシステムの導入

CRMシステムは売上の10%以上のコストがかかるが、便利すぎて手放せない。自分が見たい顧客情報が一覧でき、それなしではビジネスが回らない。

- サービス業、個人経営

事業者にキャッシュレス利用を推進してもらうには、
気軽に導入できるようにするか、売上につながる別の要素と組み合わせるなど、
わかりやすいメリットを示す必要がある

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

事業者インタビュー調査の総括

- インタビュー対象は、キャッシュレス決済を導入している対面店舗を保有する企業の、キャッシュレス決済にかかるコストや効果について確認した。

- 今回インタビューした業者の多くは、お客様の要望をうけてキャッシュレス導入に踏み切った。

- アクワイアラを選ぶ決め手として、初期導入コストの安さや入金サイクルの速さが挙げられた。個人事業主の一部に限って、比較検討せず信頼できる同業者のアドバイス通りに業者を選んでいた。

- 導入後のコストについては事業者の意見が別れた。
  - 光熱費と同じ感覚で決済手数料を払っており、特に負担に感じない事業者がいた。
  - 他方で、決済手数料を利益率と比較して「高すぎる」との声も確認できた。

- 導入効果について、業者によって回答にばらつきがあった。
  - 客単価増や来店頻度増につながるものは、ある程度確認できた。
  - キャッシュレスのおかげで、現金周りのオペレーション負荷が軽減されたと述べる業者もいた。

- 一部の事業者はキャッシュレス決済を内製化し、来店を促すツールとして利用している。内製化にコストがかかる一方で顧客との絆が深まり、感覚としてプラスの効果が出ていることが確認できた。

© 2020 Payments Japan Association, all rights reserved.

PAYMENTS
JAPAN