

消費者実態調査の分析結果

2023年3月
経済産業省 商務・サービスグループ
キャッシュレス推進室

キャッシュレス実態調査の実施概要

- 我が国のキャッシュレスの利用実態を網羅的に把握するための調査を実施する

調査アプローチ

調査の背景・目的	<ul style="list-style-type: none">・ 現状の「キャッシュレス比率（32.5%）」の数値が、実態としてキャッシュレスが使われている肌感覚と必ずしも合致しない（比率の数字が低いと感じる）中、我が国におけるキャッシュレスの普及実態をより正確にかつ網羅的に把握するために、消費者に対する実態調査を実施する
調査対象/調査方法	<ul style="list-style-type: none">・ 全国の18-79歳の消費者を対象にWeb調査を実施（令和4年11月19日～11月20日実施、n=4,800）・ 性別/年代でサンプルの割付を実施・ 各割付の出現率に応じて回答結果の重みづけを行い調査結果を定量的に評価

調査項目（案件）

基本属性	CL利用の全体像 (金額・回数)	CL利用の詳細	その他
<ul style="list-style-type: none">・ 性別、年代、居住都道府県、婚姻状況、世帯構成、個人年収、世帯年収、職業・ 家計管理の方法・ 毎月の貯蓄目標の有無	<ul style="list-style-type: none">・ 1 か月間の平均支払金額・ 各CL手段別の1 か月の支払総額・ お買い物におけるCLの利用頻度（回数ベース）<ul style="list-style-type: none">✓ 主要業種別に	<ul style="list-style-type: none">・ 決済単価によるCL決済手段の選択（例：買い物金額が1,000円以下であればどの決済手段を用いるか、等）・ 家計支出項目別の主な支払手段（食費、住居費、水道光熱費、交通通信費、教育費、被服履物費、等）	<ul style="list-style-type: none">・ CLへの不安により、CLを使わなかったことがあるか？・ CLにより想定より多くお金を使ったことがあったか（いくらのお買い物でどの決済手段であったか）

注) キャッシュレスの定義をふまえて、支払手段の中に銀行口座振替も含む

- 1. 実態調査分析結果**
2. CL普及施策の分析
3. 今後の取り組みに関する示唆

実態調査サマリー(CL利用実態)

- 実態調査から消費者のCLの利用実態について以下の傾向を確認した

CL利用の 全体像

- ① 日常生活において「7～8割程度以上キャッシュレスを利用する」と回答した人が全体の54%となり、**消費者の中にキャッシュレスが広く浸透している**ことがうかがえる(※1)
- ② 月々の支出金額に占めるキャッシュレス決済の割合は47%であり、口座振込/口座振替を含めるとキャッシュレス決済の割合は67%となる

業種別 傾向

- ③ キャッシュレス決済が利用できないと認知されている業種として、**個人経営の飲食店、理美容室、クリーニング店、病院等**がみられた
- ④ 業種別に決済手段に特徴があり、**百貨店、家電量販、ホテル/航空券はクレジットカードの利用が50%以上で、コンビニはコード決済(※2)中心、電車賃は電子マネー中心**であった

決済単価別 傾向

- ⑤ **低単価決済ほどCL比率が低下**。1,000円以下のCL決済では、49%の人が「主に現金で支払う」と回答。また**1,000円以下のCL決済ではコード決済が最もよく使われている**
- ⑥ 1,000円以下の決済単価では「可能な限り全てCL決済を利用」と回答した人でも24%が主に現金で支払っており、**低単価の店舗ではCLが使えないシーンが多いものと思われる**

その他

- ⑦ フルキャッシュレス層でも74%の人は現金を持ち歩いており、**現金がなくても生活できると感じている人は少数派**である
- ⑧ **キャッシュレス決済の不安のために使わなかったことがある人は22%存在し、CLの利用頻度が低いほどその割合が高くなる**

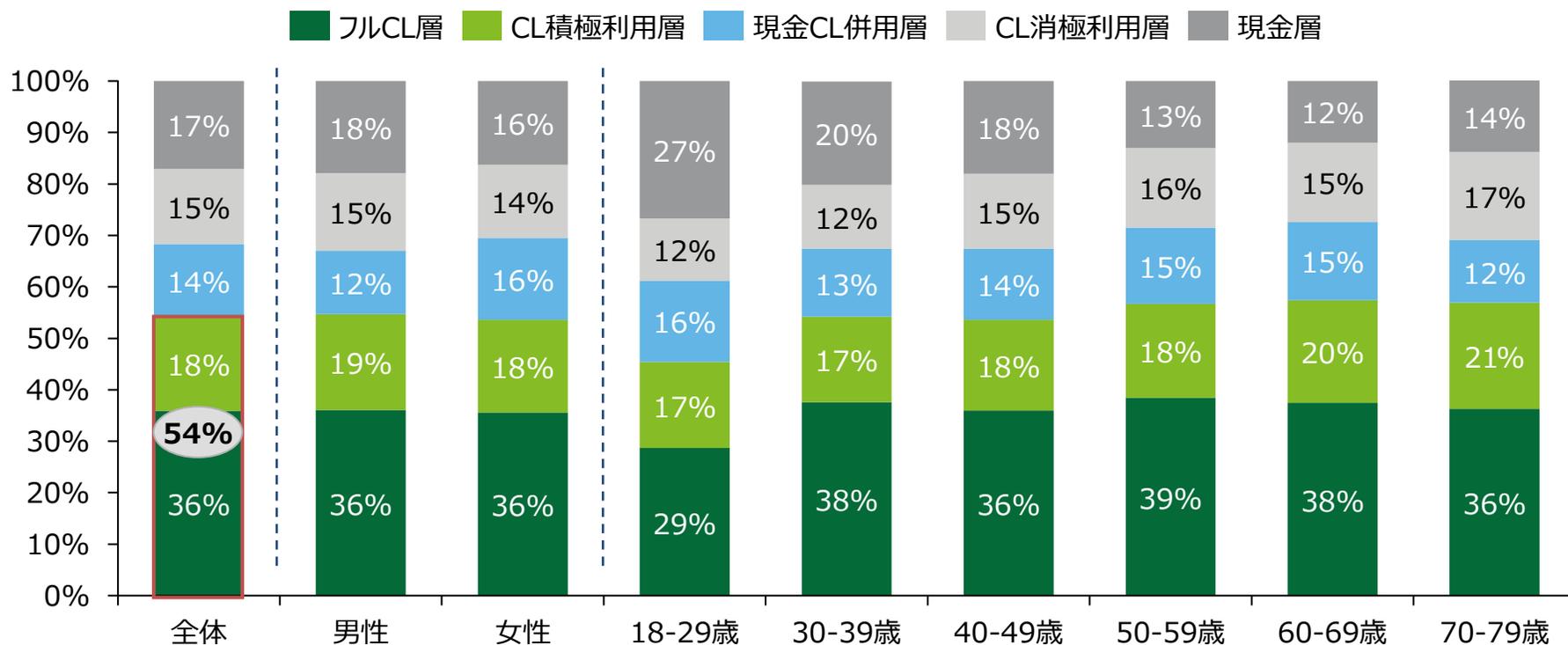
(※1) 地域差、性別差によるCL利用についての大きな違いはみられなかった

(※2) QRコードの商標は株式会社デンソーウェーブの登録商標です

キャッシュレス利用度で分類した消費者セグメント人数割合

- 日常生活において「7～8割程度以上キャッシュレスを利用する」と回答した人が全体の54%となり、消費者の中にキャッシュレスが広く浸透していることがうかがえる

性別/年代別のCL利用者の割合（頻度ベース）

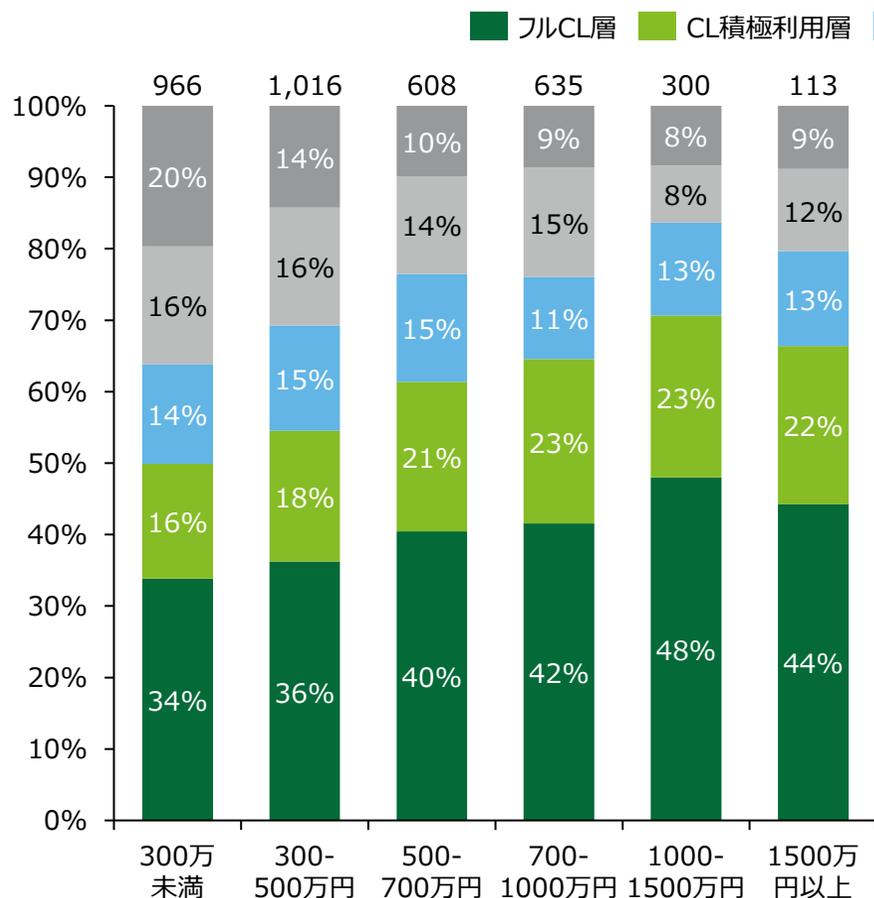


- (セグメントの定義)
- フルCL層：可能な限りすべてキャッシュレス決済を利用
 - CL積極利用層：7～8割程度はキャッシュレス決済を利用
 - 現金CL併用層：現金とキャッシュレスを半分ずつ程度利用
 - CL消極利用層：2～3割はキャッシュレス決済、あとは現金を利用
 - 現金層：現金のみ利用

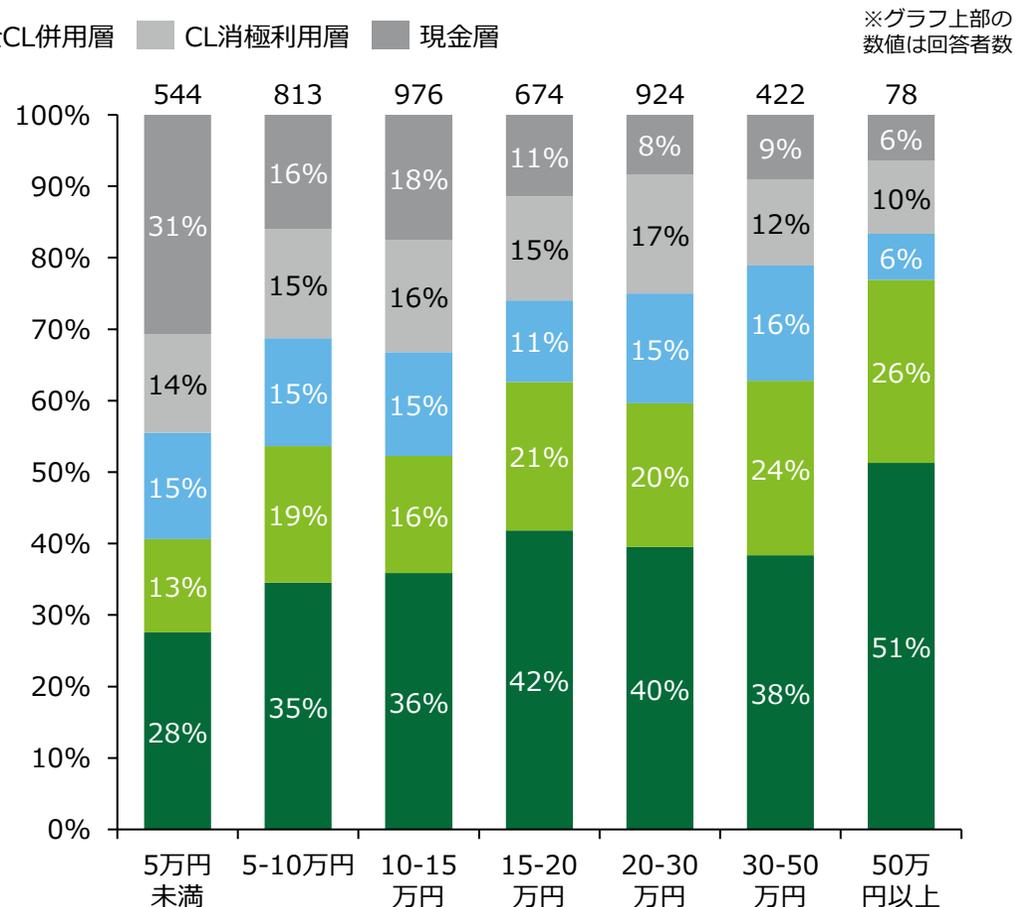
(詳細) 世帯年収/月支出別の各セグメント人数割合

- 世帯年収と月支出額が上がるにつれてキャッシュレス利用層の割合が高まる傾向

世帯年収別のセグメント人数割合



月々の支出金額別のセグメント人数割合



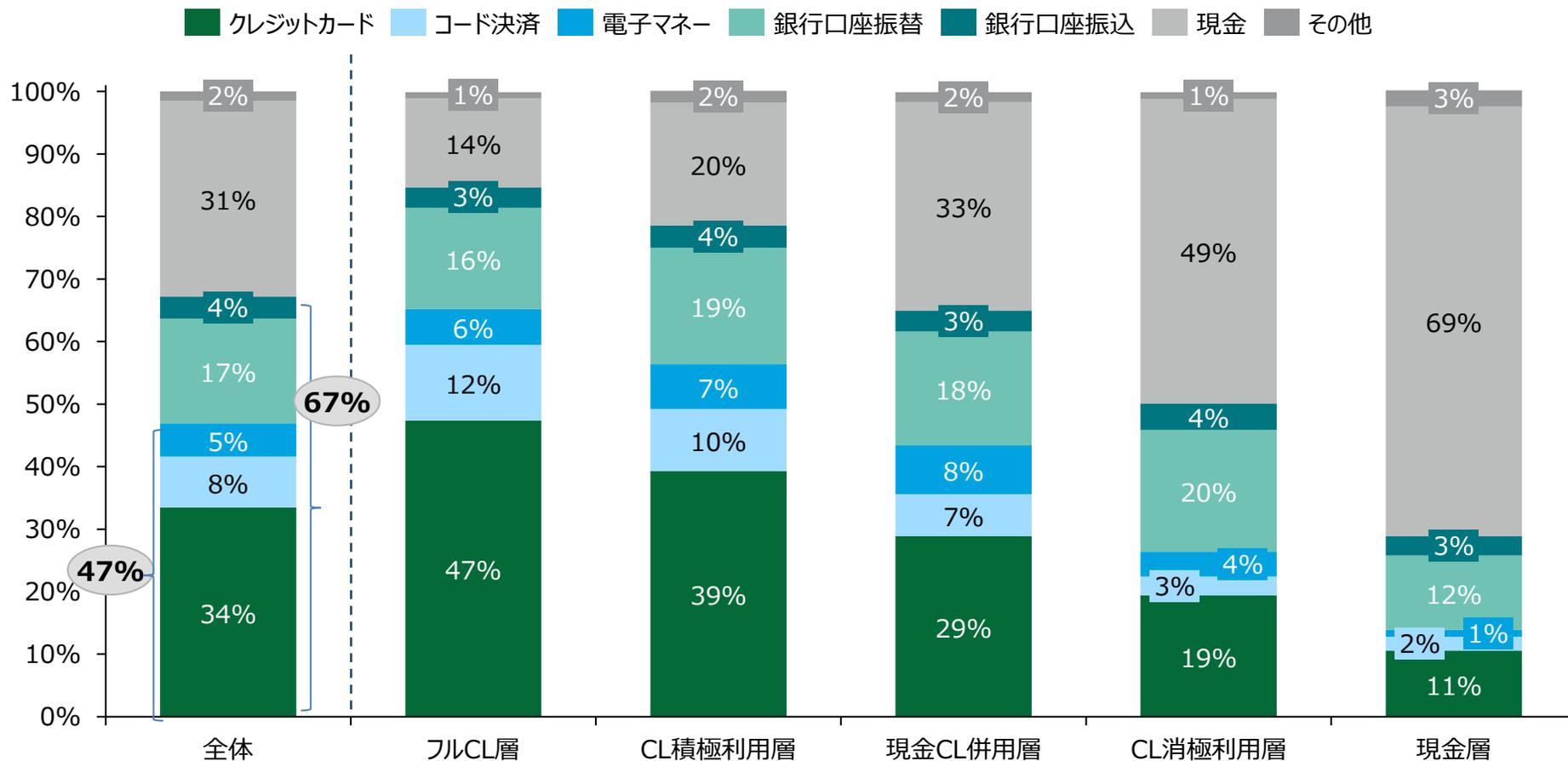
(注釈)「分からない・答えられない」と回答した人を除いたため上記の回答者数は4,800に満たない

(注釈)過大な金額等、明らかに疑義のある回答者を除いたため合計回答者数は4,800に満たない

月間支出金額に占める各決済手段の割合

- 月々の支出金額に占めるキャッシュレス決済の割合は47%であり、口座振込/口座振替を含めるとキャッシュレス決済の割合は67%となる

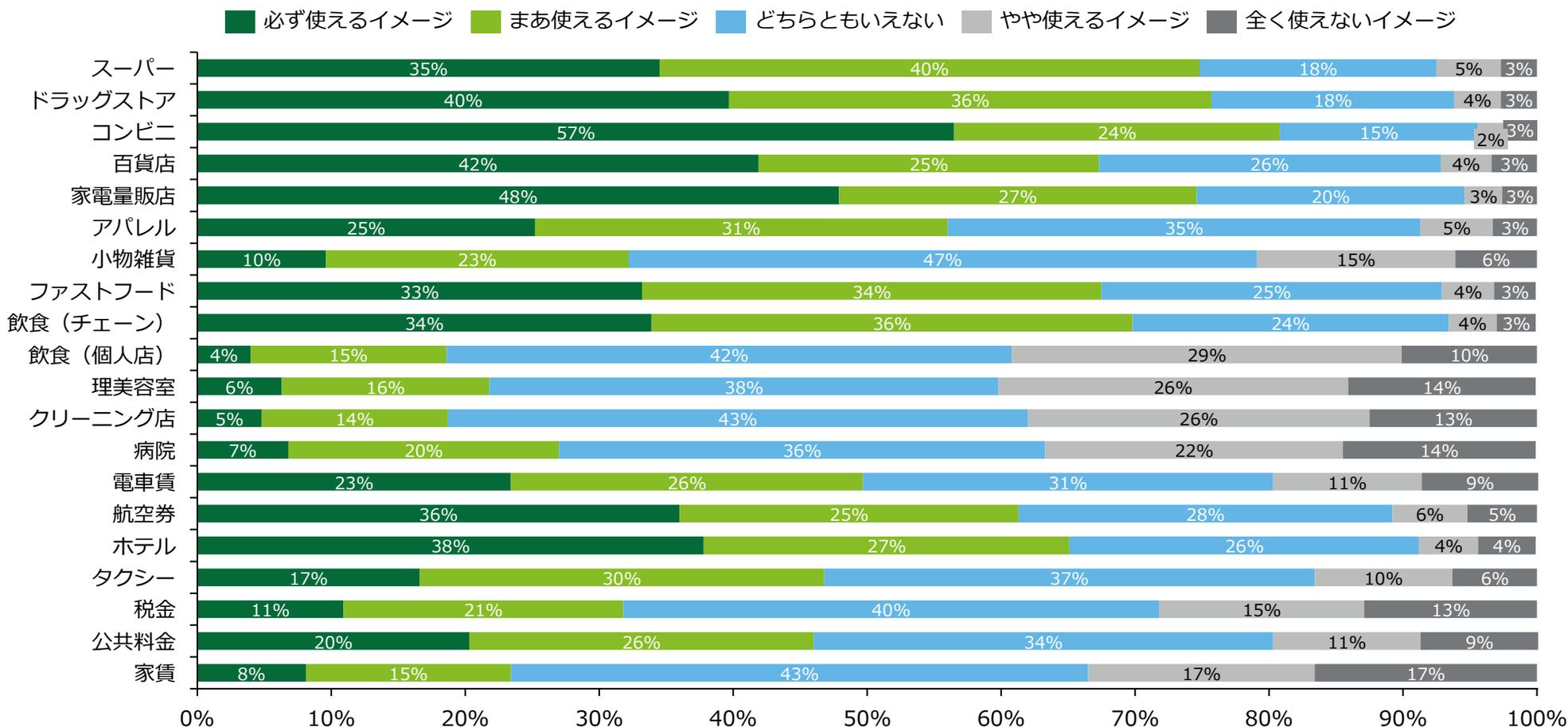
月間支出金額に占める各決済手段の割合：セグメント別



業種別のキャッシュレス利用可能イメージ

- キャッシュレス決済が利用できないと認知されている業種として、個人経営の飲食店、理美容室、クリーニング店、病院等がみられた

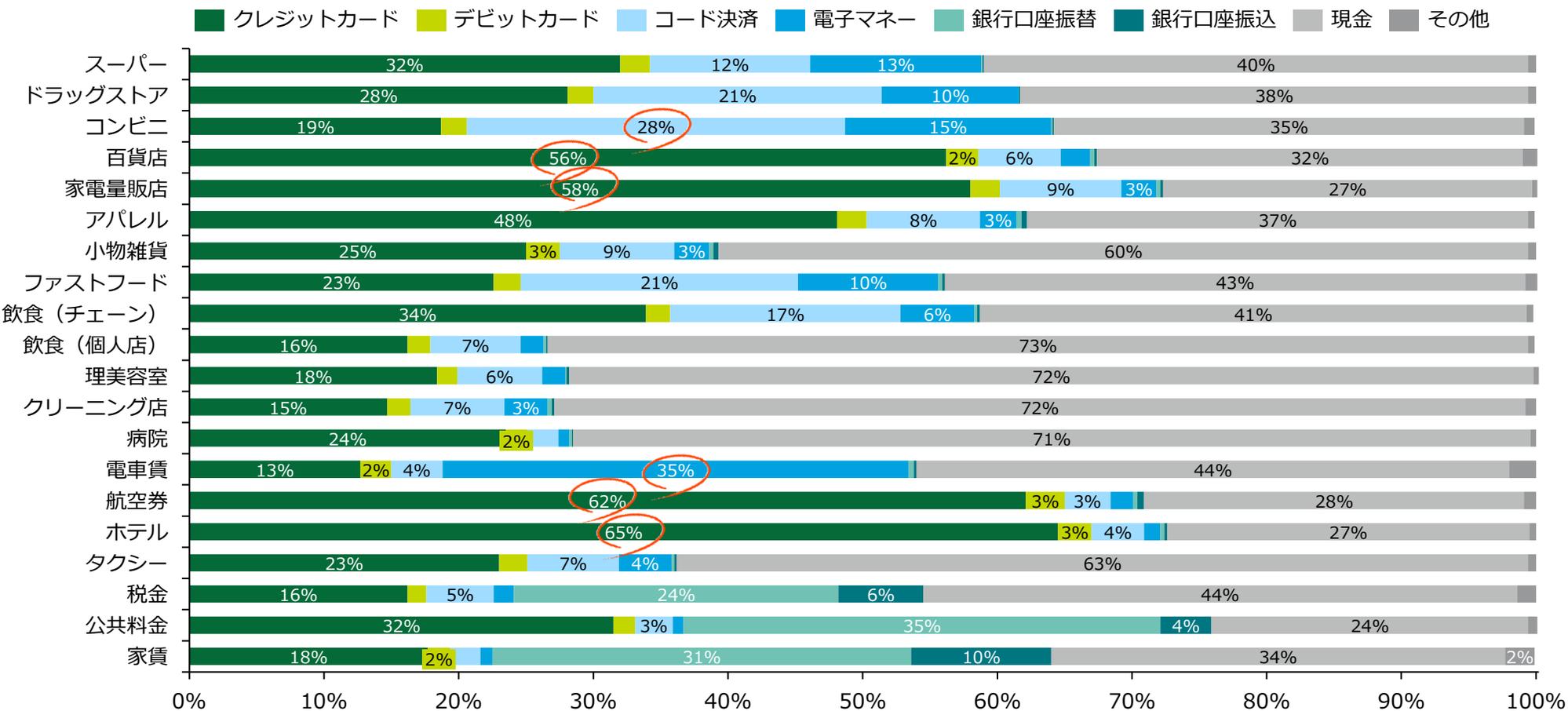
業種業態別でCL決済が使えるイメージ



業種別の最もよく使われる支払手段

- 業種別に使われる決済手段に特徴があり、百貨店、家電量販、ホテル/航空券はクレジットカードの利用が50%以上に進んでおり、コンビニではコード決済中心、電車賃は電子マネー中心であった

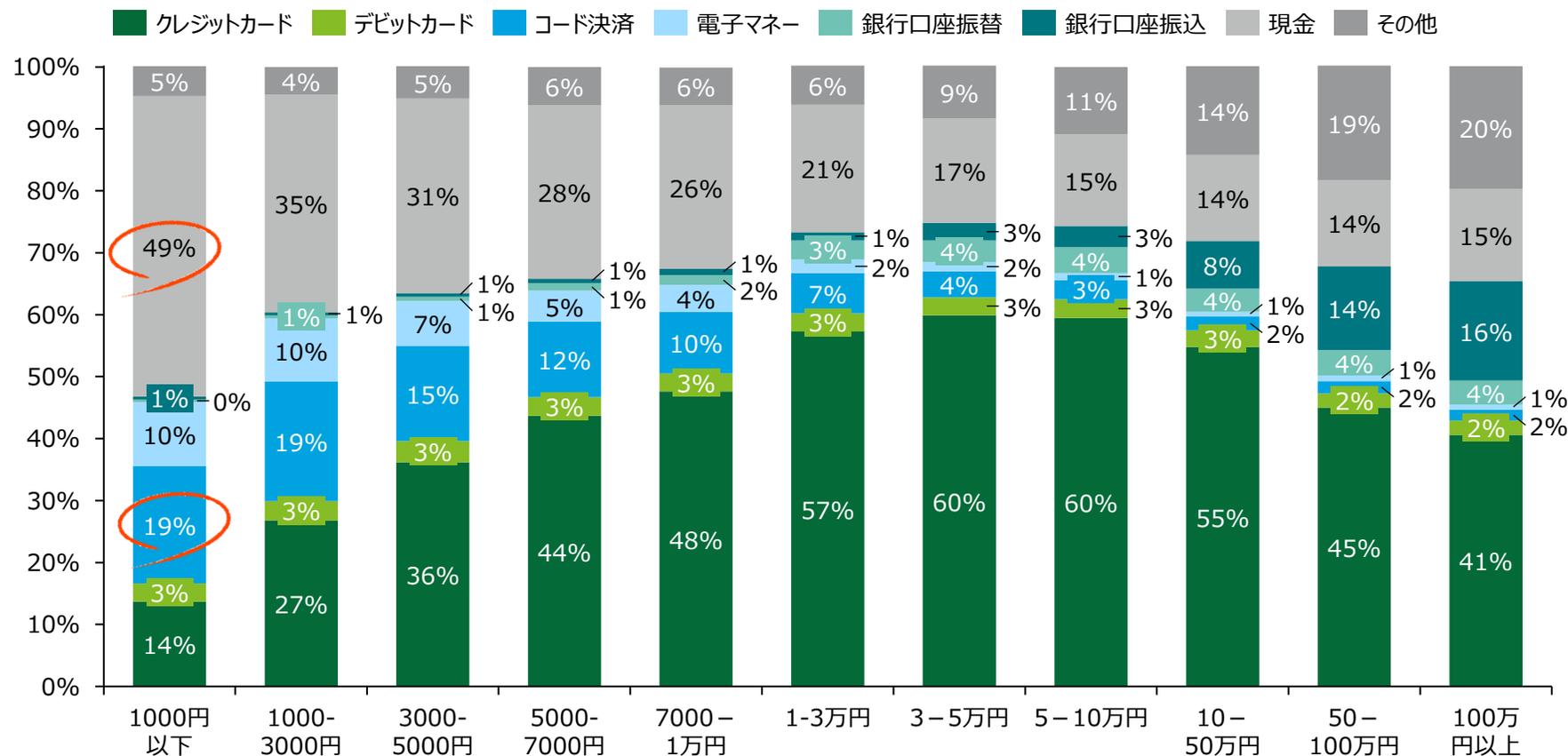
業種業態別の支払手段の割合（「最もよく使う手段」として回答した人数の割合）



決済単価別の最もよく使われる支払手段

- 低単価決済ほどCL比率が低下。1,000円以下の決済では、49%の人が「主に現金で支払う」と回答。また1,000円以下のCL決済ではコード決済が最もよく使われている

決済金額別のCL利用割合（「最もよく用いるもの」として回答した人数の割合）



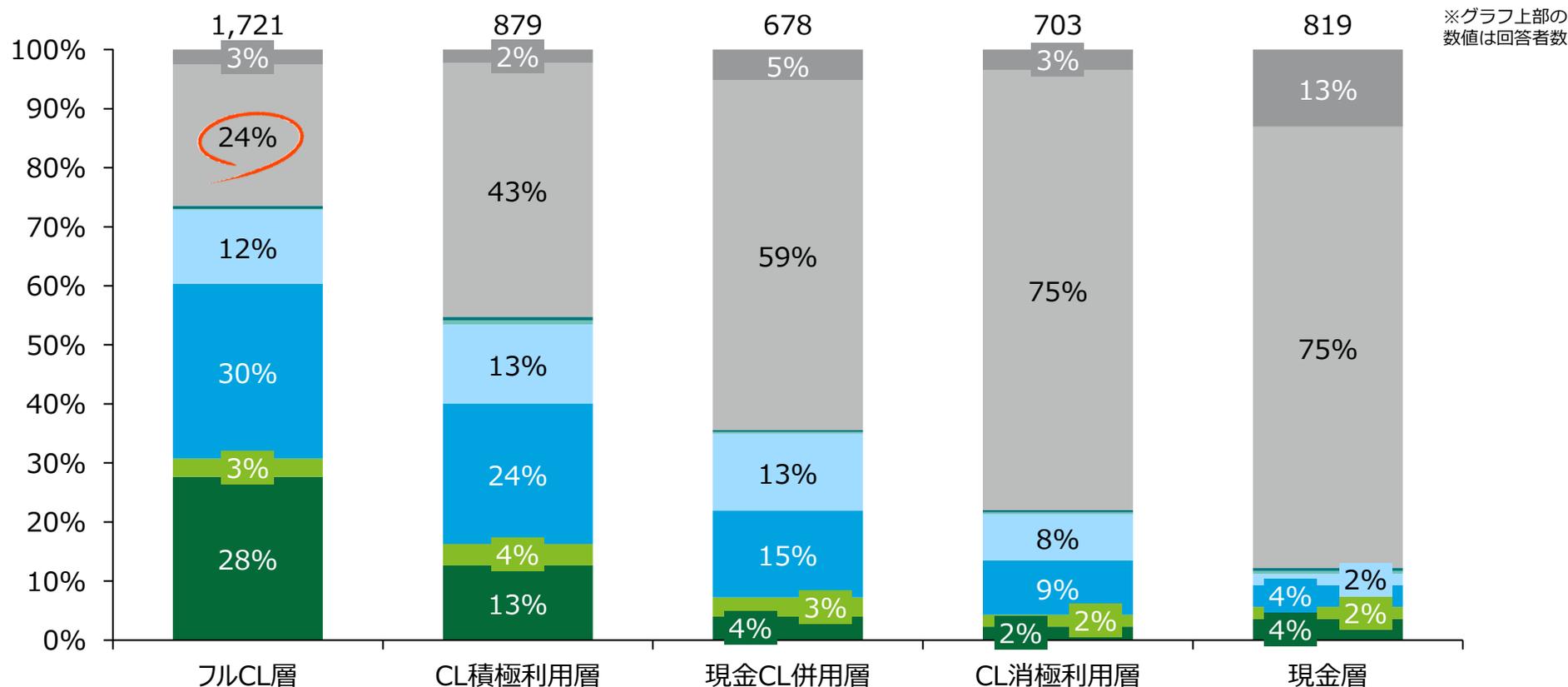
※その他には、個品割賦やローン等が含まれると思われる

(詳細) 1,000円以下の決済で最もよく使われる支払手段

- 1,000円以下では「フルCL層」(可能な限り全てCL決済を利用と回答)でも24%の人が主に現金で支払っており、CLが使えないシーンが多いものと思われる

CL利用割合別の決済単価1000円以下での支払手段の割合 (「主に利用する決済手段」として回答した人数の割合)

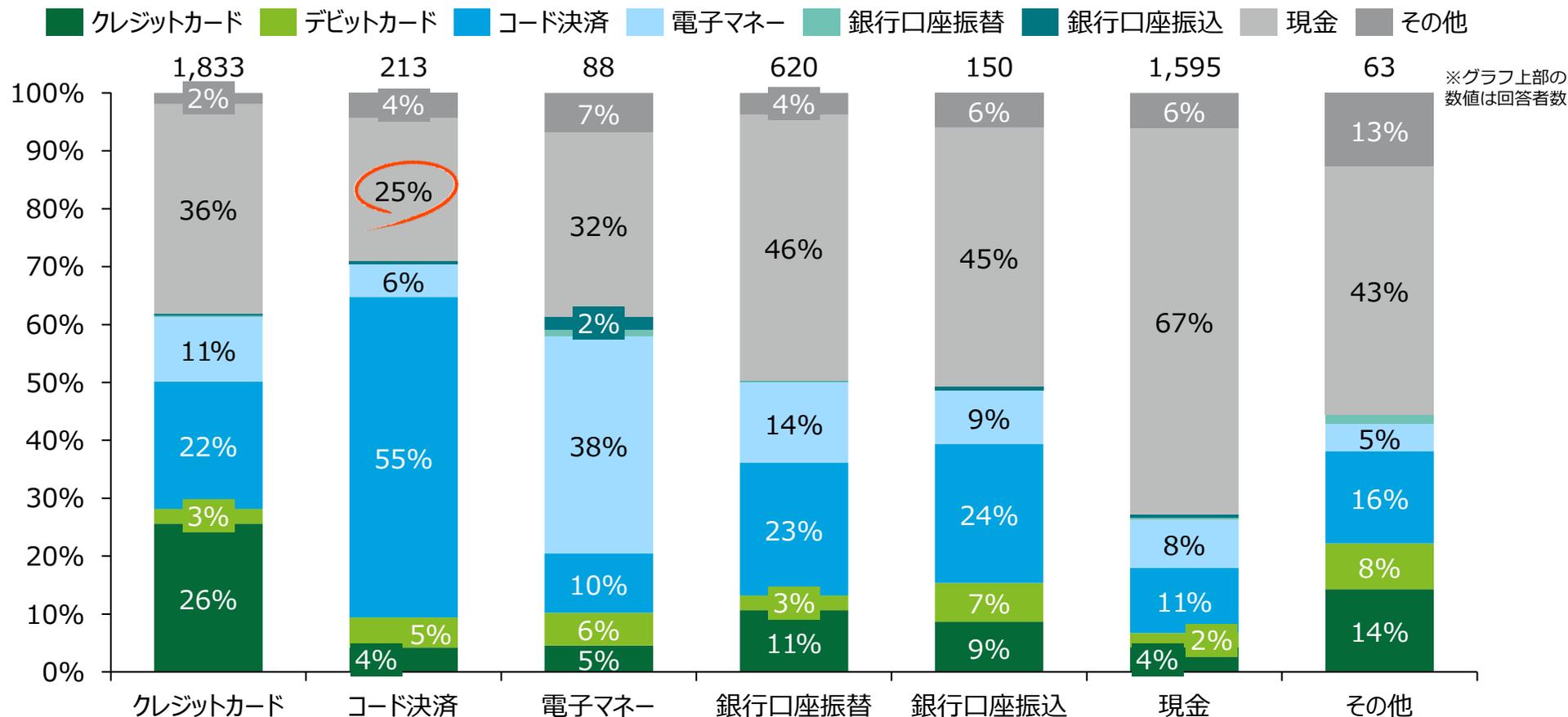
■ クレジットカード
 ■ デビットカード
 ■ コード決済
 ■ 電子マネー
 ■ 銀行口座振替
 ■ 銀行口座振込
 ■ 現金
 ■ その他



(詳細) 1,000円以下の決済で最もよく使われる支払手段

- コード決済をメインの決済手段として利用する人は、1,000円以下の決済で現金を使用する割合が低い

メイン決済手段別の決済単価1000円以下での支払手段の割合（「主に利用する決済手段」として回答した人数の割合）



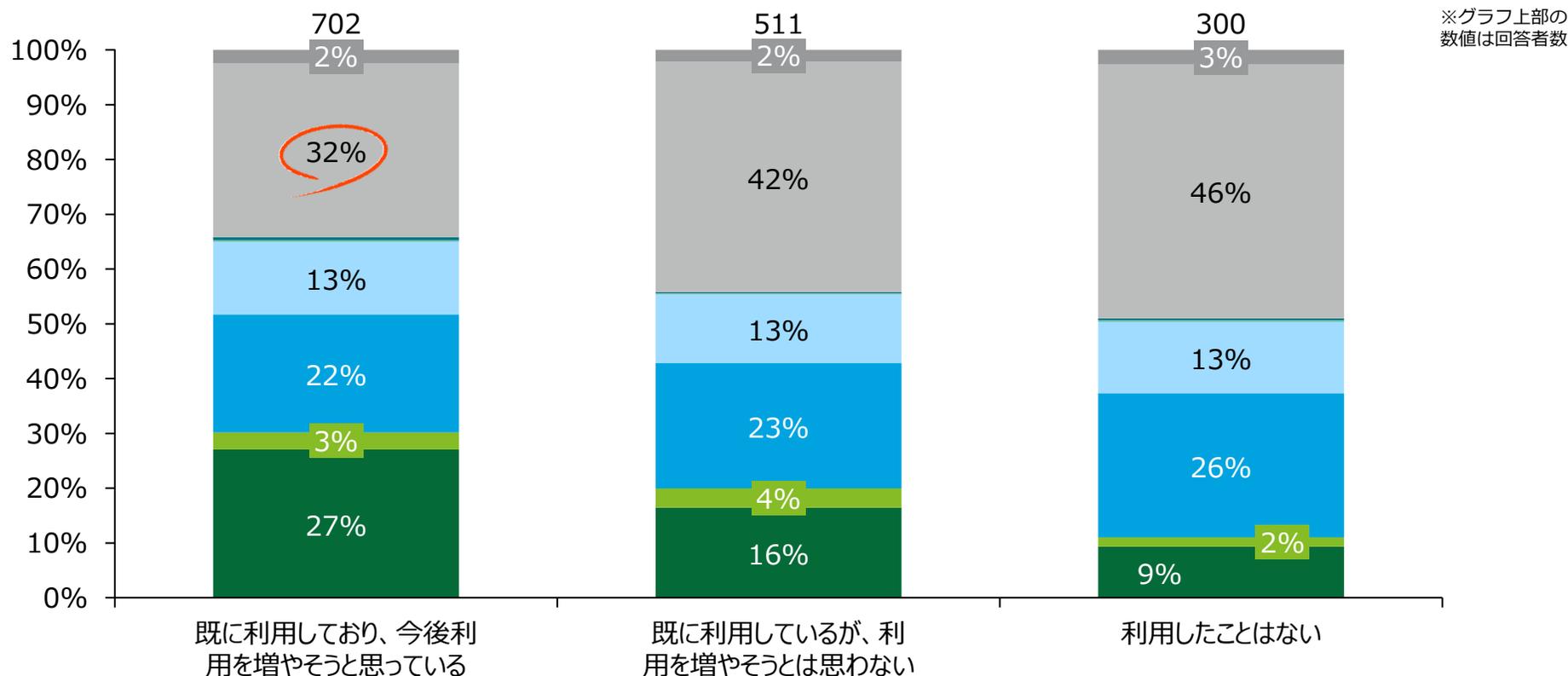
(注釈)縦軸：1000円以下の決済で主に利用する決済手段、横軸：金額を問わずメインで使用している決済手段

(詳細) 1,000円以下の決済で最もよく使われる支払手段

- タッチ決済の利用に意欲的な人ほど1,000円以下の決済で現金を使用する割合が低い

タッチ決済の利用意向別の決済単価1000円以下での支払手段の割合（「主に利用する決済手段」として回答した人数の割合）

■ クレジットカード ■ デビットカード ■ コード決済 ■ 電子マネー ■ 銀行口座振替 ■ 銀行口座振込 ■ 現金 ■ その他



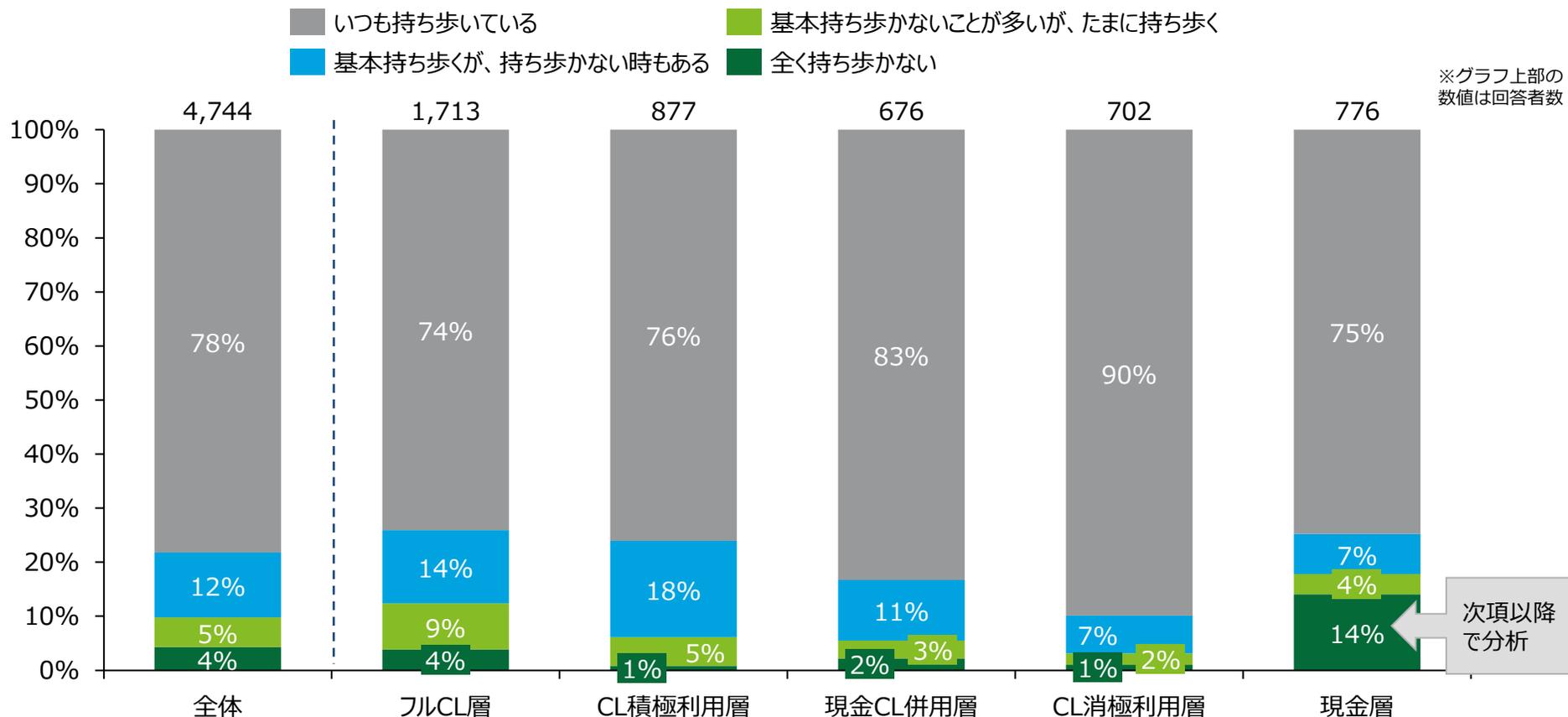
※グラフ上部の数値は回答者数

(注釈)タッチ決済の機能を知らない、付いているか分からないと回答した人は集計から除外した

現金の持ち歩き状況

- フルキャッシュレス層でも74%の人は現金を持ち歩いており、現金がなくても生活できると感じている人は少数派である

CL利用頻度に応じた現金の持ち歩き

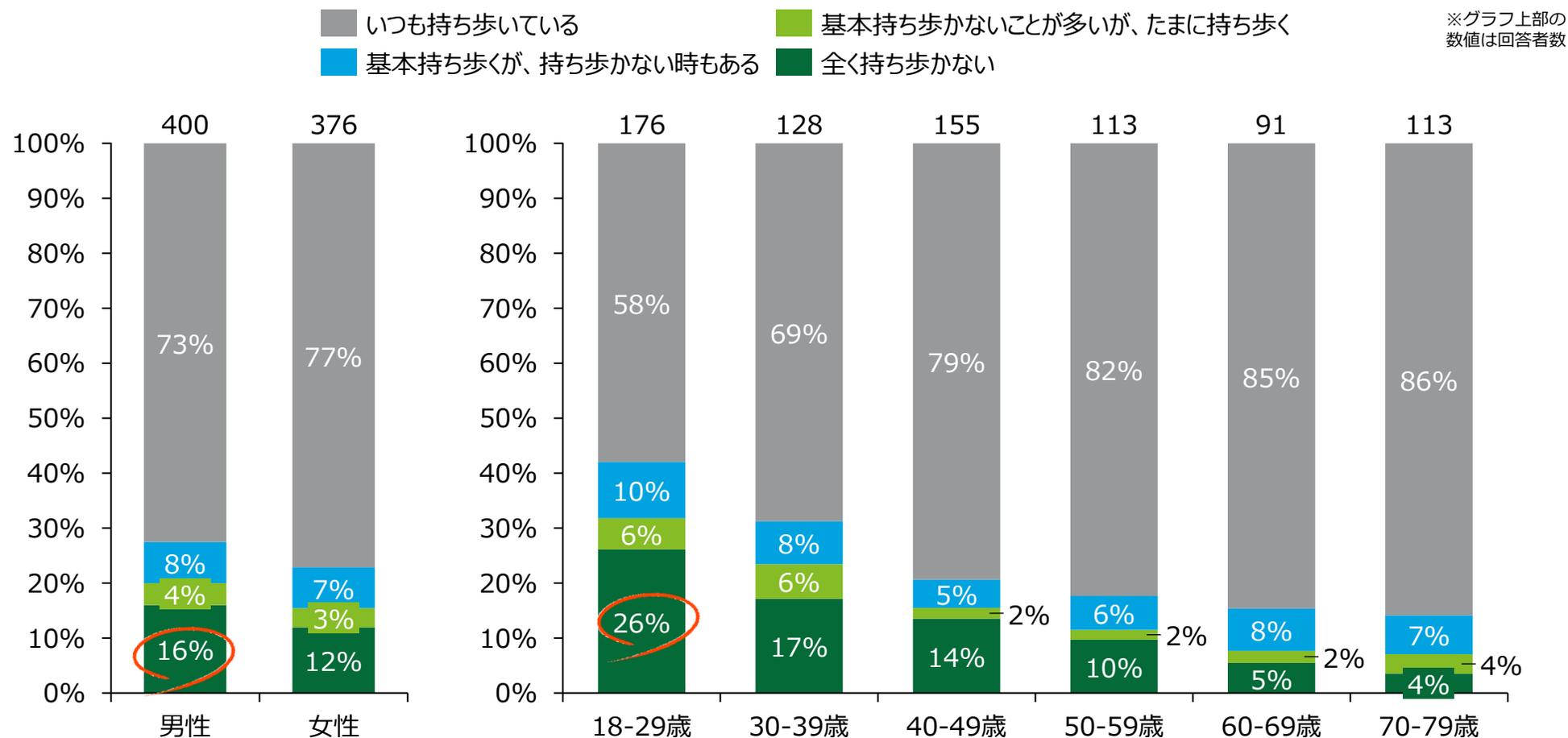


(注)全く買い物を行わない回答者 (Q14における月の合計支出金額が0万円、かつQ16ですべての業種を利用しないと回答した人) を除く

(参考) 性別年代に応じた現金層の現金の持ち歩き状況

- 現金層のうち「現金を全く持ち歩かない」と回答した人は、男性または10～20代が多い

性別年代に応じた現金層の現金の持ち歩き状況

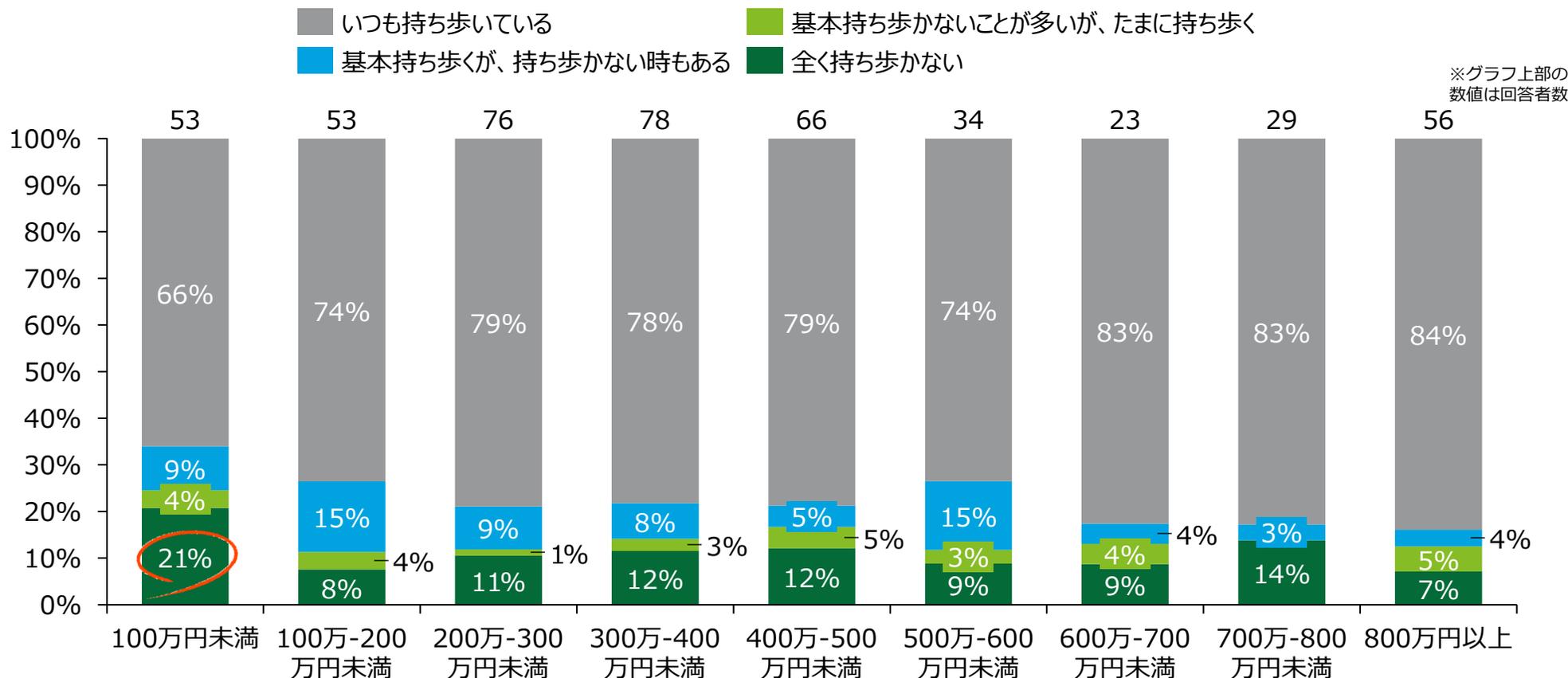


(注) 全く買い物を行わない回答者 (Q14における月の合計支出金額が0万円、かつQ16ですべての業種を利用しないと回答した人) を除く

(参考) 世帯収入に応じた現金層の現金の持ち歩き状況

- 現金層のうち「現金を全く持ち歩かない」と回答した人は、世帯収入100万円未満で最も割合が高くなり21%を占める

世帯収入に応じた現金層の現金の持ち歩き状況

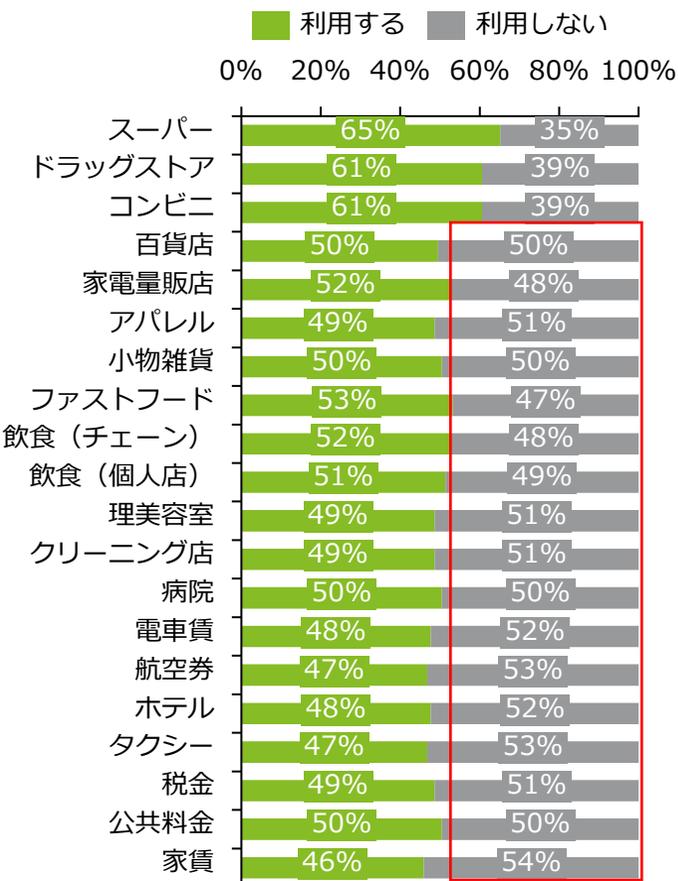


(注)世帯収入が「分からない・答えられない」と回答した人を除く。また、Q14における月の合計支出金額が0万円、かつQ16ですべての業種を利用しないと回答した人を除く

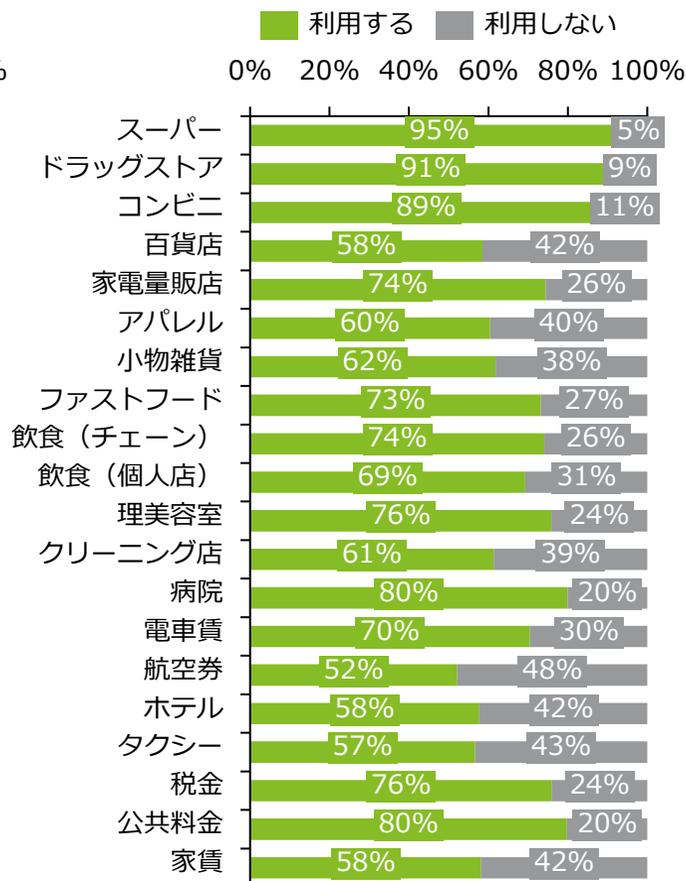
(参考) 現金層の各業種の利用状況

● 現金層のうち現金を全く持ち歩かない層は、そもそも消費行動そのものが少ない

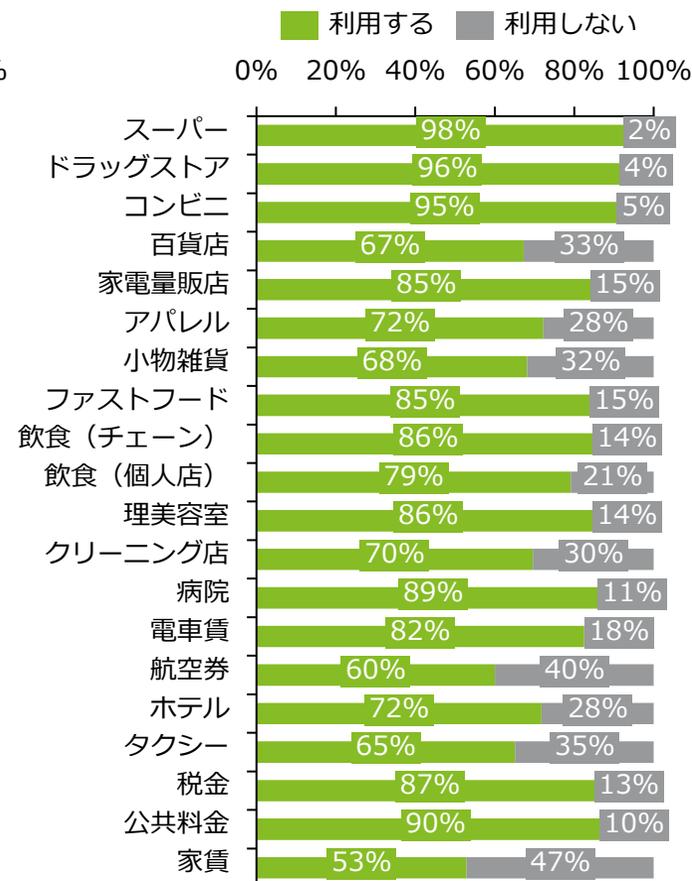
現金層のうち現金を全く持ち歩かない層の業種業態別利用率



現金層のうち現金を持ち歩く層の業種業態別利用率



現金層以外の業種業態別利用率

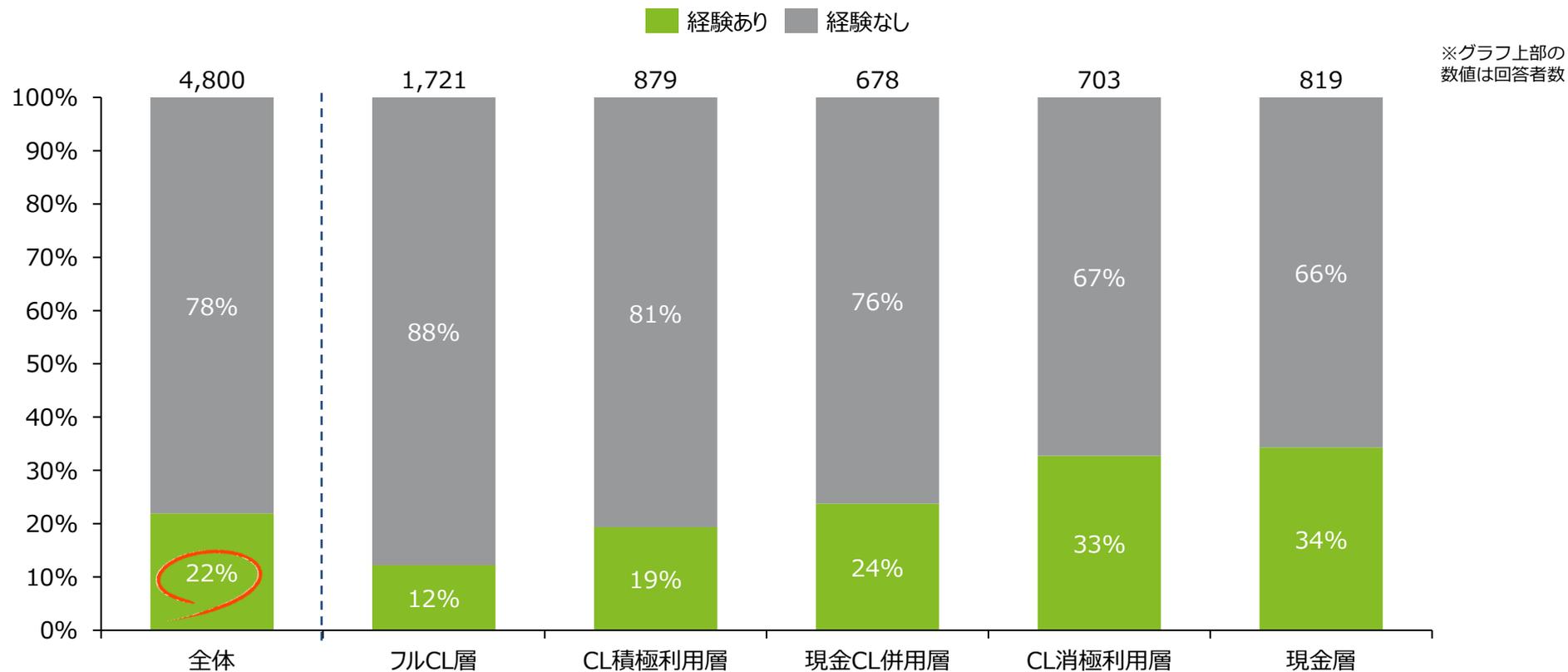


(注) 全く買い物を行わない回答者 (Q14における月の合計支出金額が0万円、かつQ16ですべての業種を利用しないと回答した人) を除く

キャッシュレス決済への不安が実際の利用に与える影響

- キャッシュレス決済の不安のために使わなかったことがある人は22%存在し、CLの利用頻度が低いほどその割合が高くなる

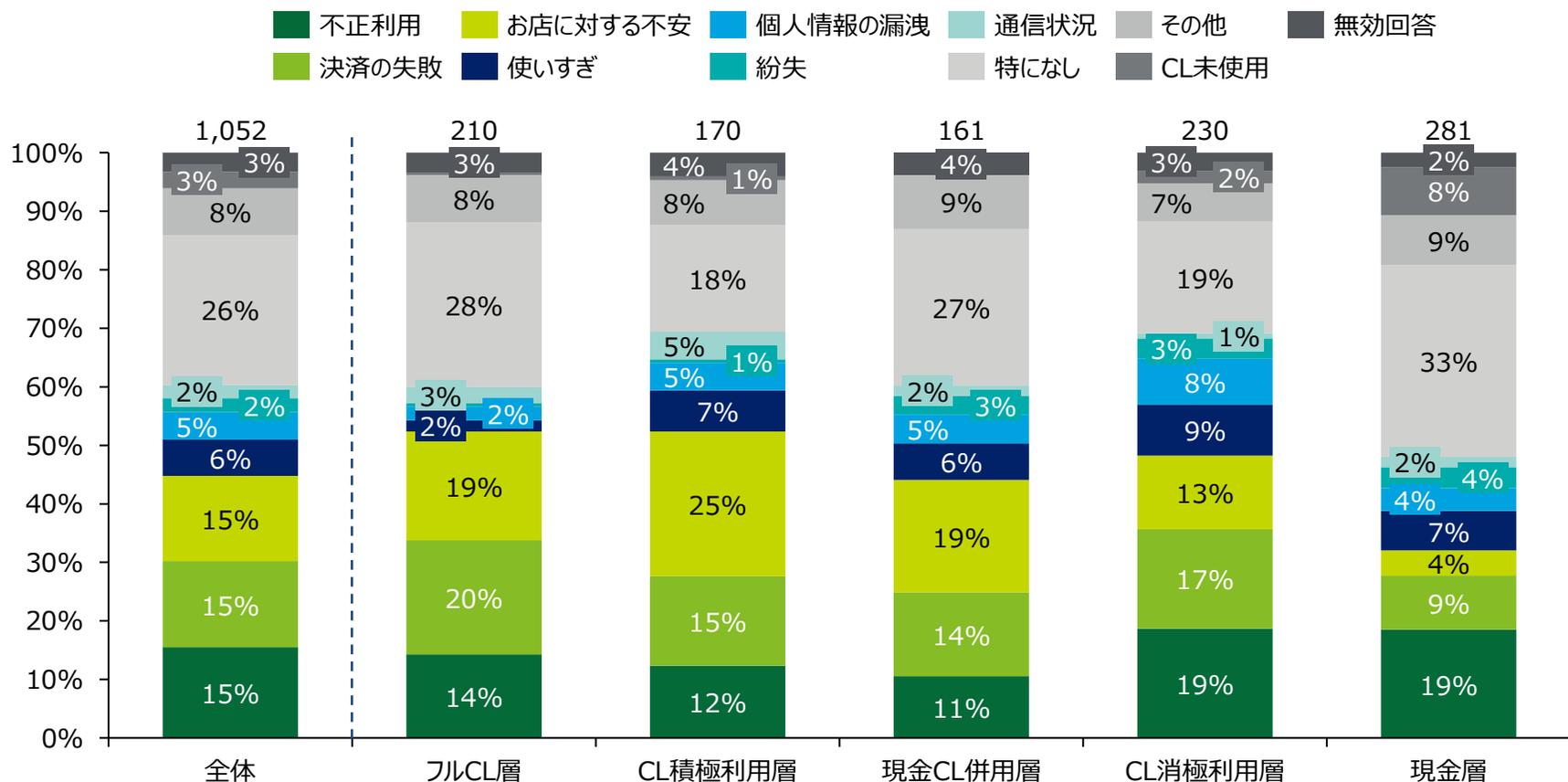
CL利用頻度に応じたCL決済への不安のためCL決済を利用しなかった経験の有無



キャッシュレス決済に対する不安内容詳細

- 不正利用、決済ができない（残高不足等）、お店への不安が主な不安要素であり、消費者への周知広報等を通して、不安解消に努める必要がある

CL利用頻度に応じたCL決済への不安



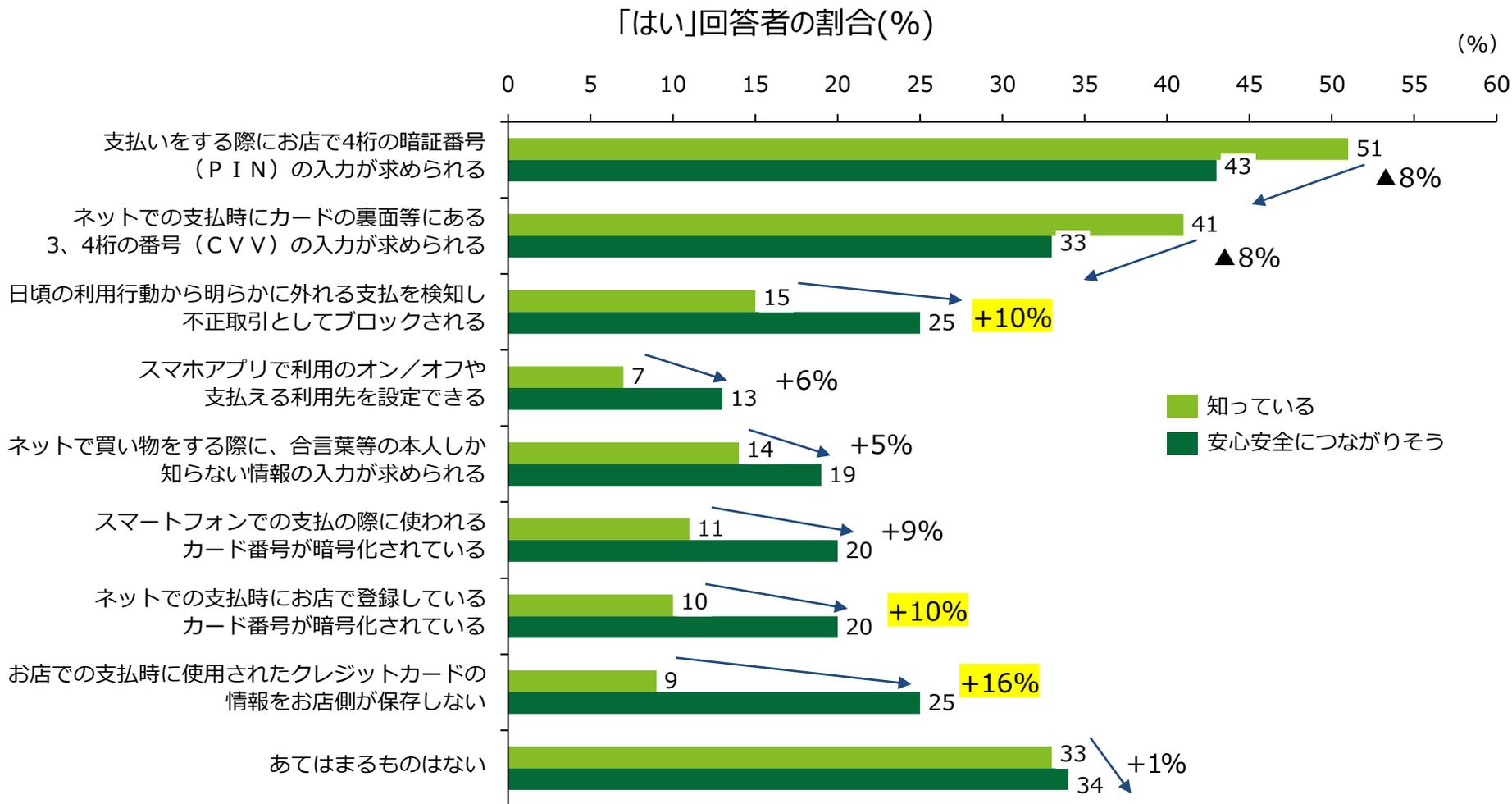
※グラフ上部の数値は回答者数

(注) Q27で「CL決済への不安のためCL決済を利用しなかった経験がある」と回答した人のみ回答対象

不正対策の認知と効果についての印象（1）

- 取引の自動不正検知や、加盟店でのカード情報の暗号化/非保存化を周知すべき

知っている/安全安心につながりそうと感じるセキュリティ対策

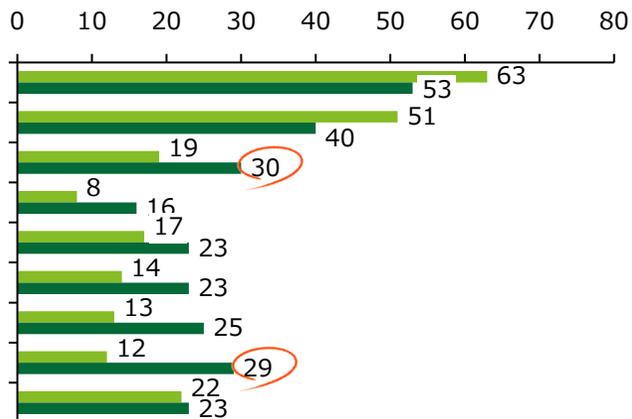


不正対策の認知と効果についての印象（2）

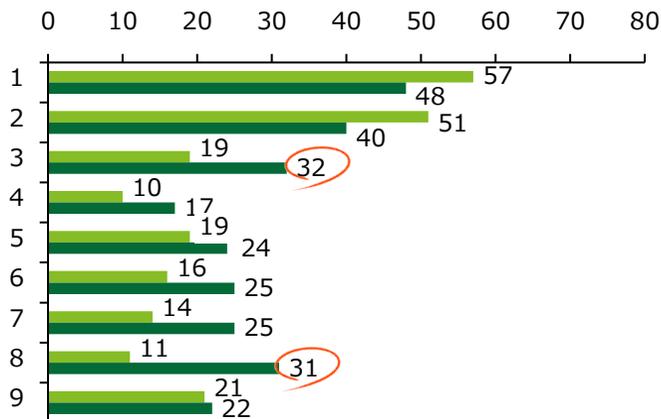
- CLの利用頻度が高い層ほど、セキュリティ対策が安全安心に繋がりそうと感じている

知っている/安全安心に繋がりそうと感じるセキュリティ対策

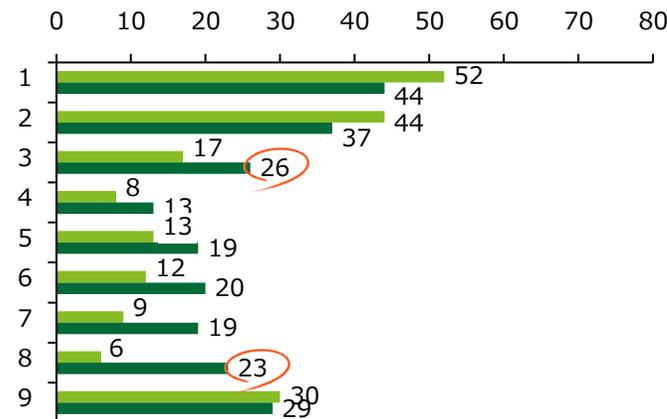
フルCL層(%)



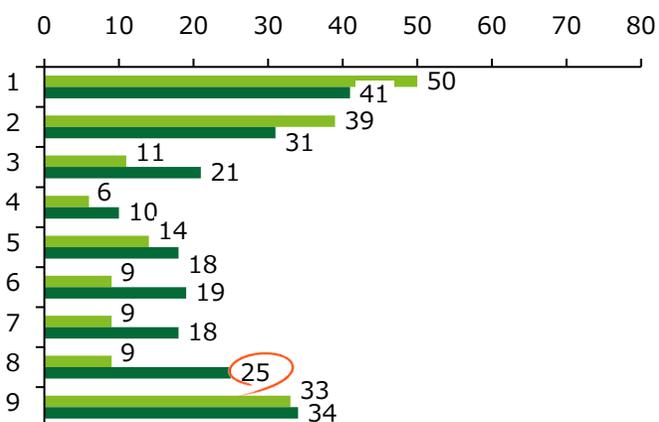
CL積極利用層(%)



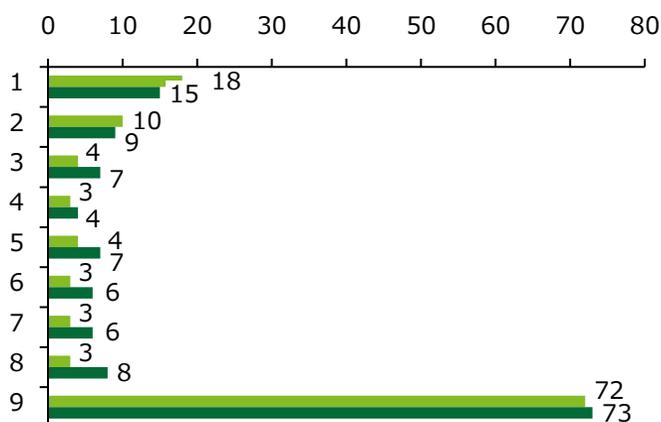
現金CL併用層(%)



CL消極利用層(%)



現金層(%)



■ 知っている
■ 安心安全につながりそう

選択肢

- 1： 4桁の暗証番号(PIN)の入力が求められる
- 2： 3、4桁の番号(CVV)の入力が求められる
- 3： 利用行動から外れる支払を不正取引としてブロックする
- 4： 利用のオン/オフや支払う利用先を設定できる
- 5： ネットで買い物をする際に、合言葉等の本人しか知らない情報の入力が求められる
- 6： スマホ支払の際のカード番号が暗号化される
- 7： ネットで買い物時にカード番号を暗号化する
- 8： 使用されたカードの情報をお店が保存しない
- 9： あてはまるものはない

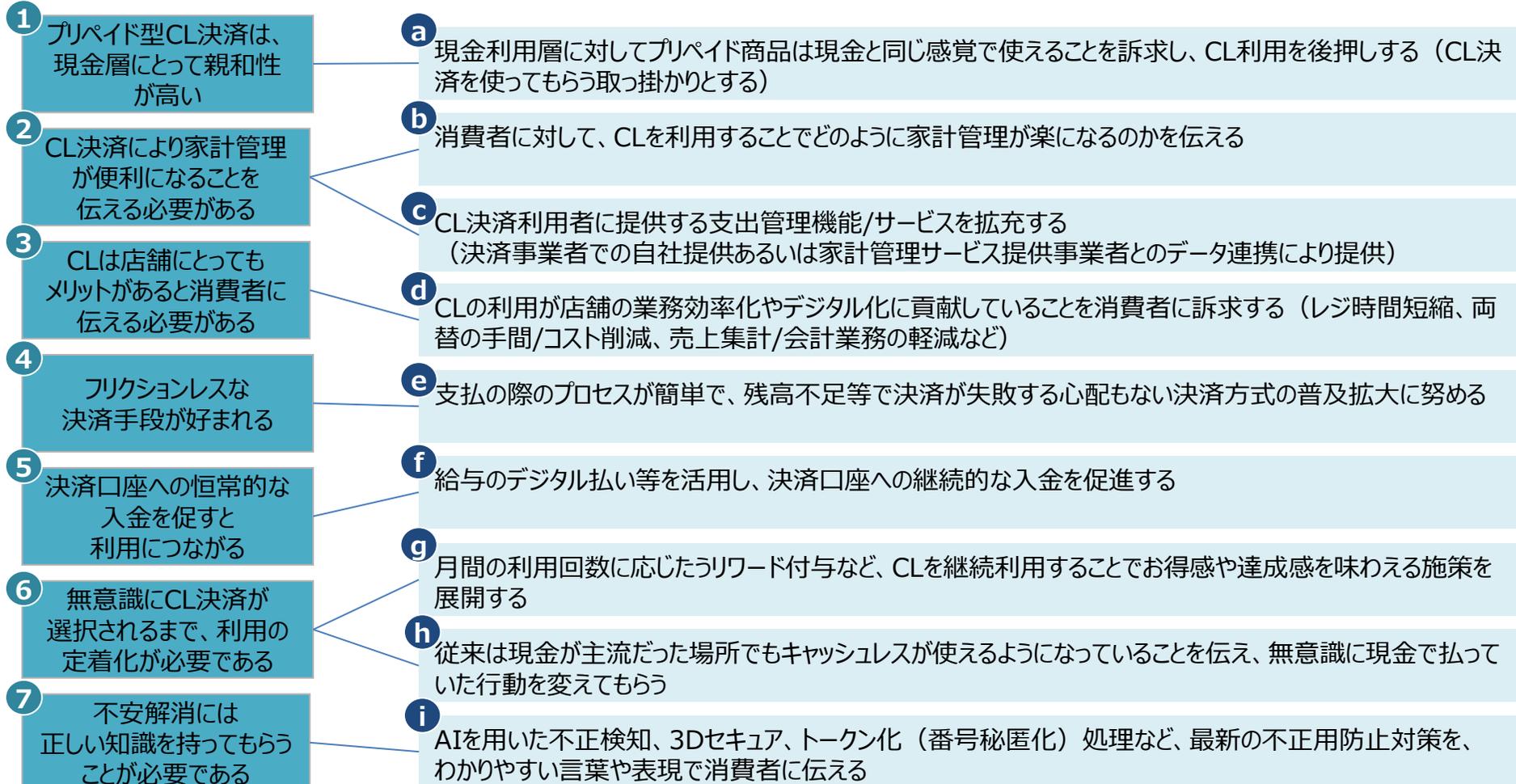
1. 実態調査分析結果
- 2. CL普及施策の分析**
3. 今後の取り組みに関する示唆

消費者への実態調査に基づくCL普及拡大施策の方向性

● 実態調査から得られた示唆をもとに施策の方向性を立案

CL普及拡大施策を 考える上での示唆

施策の方向性（案）



実態調査サマリー（CL普及拡大施策の評価：①）

- 実態調査からCL普及拡大施策の評価について以下のことが判明した

プリペイド型
決済

a

- 現在42%の人が利用し、**16%の人が「使っていないが使いたい」と回答。CLの利用頻度が低い層ほど、「使っていないが使いたいと思う」の割合が増加**
- 使いたい理由として、「決済が楽になる」「残高がすぐにわかる」を挙げる人が多い。

デビット
決済

a

- 現在35%の人が利用し、**18%の人が「使っていないが使いたい」と回答。CLの利用頻度が低い層ほど、「使っていないが使いたいと思う」の割合が増加。**
- 使いたい理由として、「使い過ぎる心配がない」「決済が楽になる」を挙げる人が多い

タッチ決済

e

- **全体的に認知が低い。**CL積極利用者でも5-6割は自分の持っているカードが対応しているか知らない
- CL積極利用者には「決済に時間がかからない」というイメージが伝わっている一方、消極利用層では「不正に利用されないか心配」という回答が増える

実態調査サマリー（CL普及拡大施策の評価：②）

● 実態調査からCL普及拡大施策の評価について以下のことが判明した

給与振込み
(ペイロール)

f

- CLの利用頻度が高いほど認知度も高くなるが、**全体的には62%が「知らない」と回答**しており、制度を周知させる余地は大きい
- また、**全体の65%の人は「利用しようと思わない」と回答**しており、その理由は「**現行の銀行口座入金で困っていない/直接入金するメリットが分からない**」となっている

家計簿
サービス

c

- 現在8%の人が利用し、**26%の人が「使っていないが使いたいと思う」と回答**
- CL積極利用層や現金CL併用層で、サービスを使いたいという回答が多くなる。金額が自動入力されることや項目が自動分類されることに魅力を感じている
- 一方で、**65%は「使いたいと思わない」と回答**。CL積極利用者でも約6割が「使いたいと思わない」と回答。**サービス連携への不安や、そもそも家計管理を行う必要性を感じないことを理由に挙げている**

お店手数料
の配慮

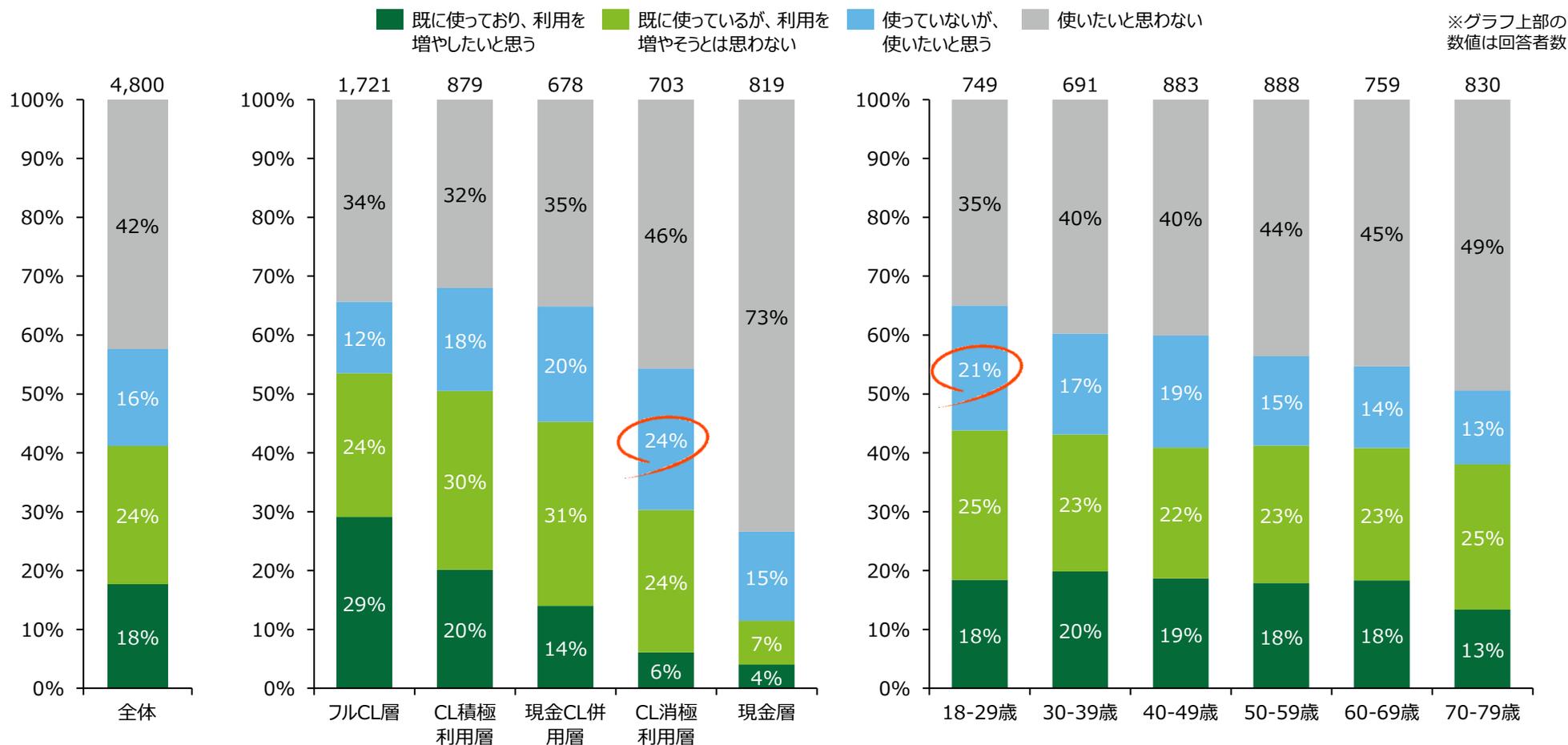
d

- お店が負担する手数料が申し訳ないと思ってCL決済を使わない人は約2割存在
- お店が「CL歓迎」と打ち出すことで、それらの中の**69%の人が「CL決済を使いたいと思う」と回答**。とりわけフルCL層やCL積極利用層は80%が「CL決済を使いたいと思う」と回答しており、CL積極的利用者により使ってもらうためには有効

プリペイド決済手段の利用意向

- 使いたいと思う人の割合は、CL利用頻度が少ないほど、また若年者ほど高い

CL利用頻度、年代に応じた「銀行口座から残高のチャージを行い、スマートフォン等で残高を都度確認できるCL決済」の利用意向

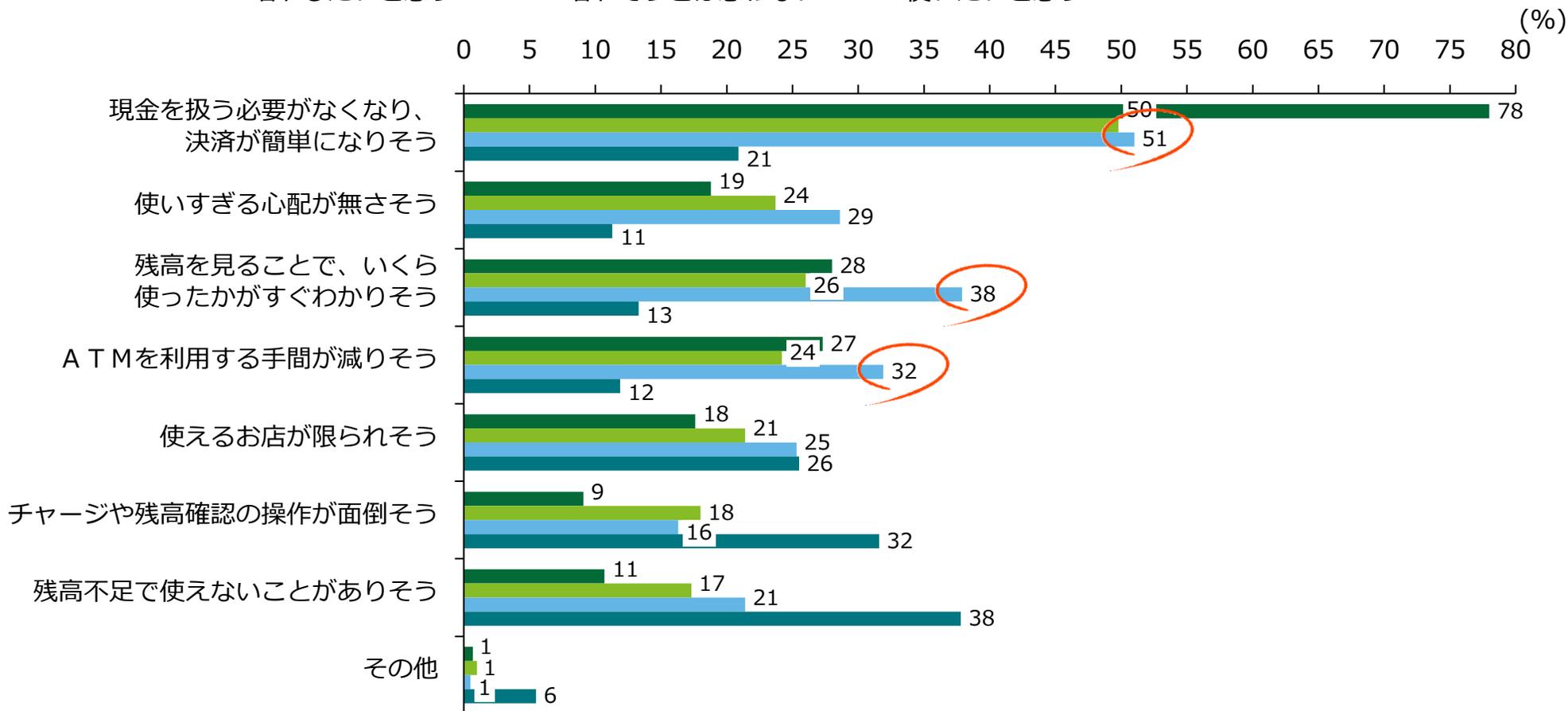


プリペイド決済手段へのイメージ

- 使いたいと思う層に対しては決済が簡単になること、使った金額が分かることが魅力的

銀行口座から残高の補充(チャージ)を行い、スマートフォン等で残高を都度確認しながら使用するCL決済のイメージ

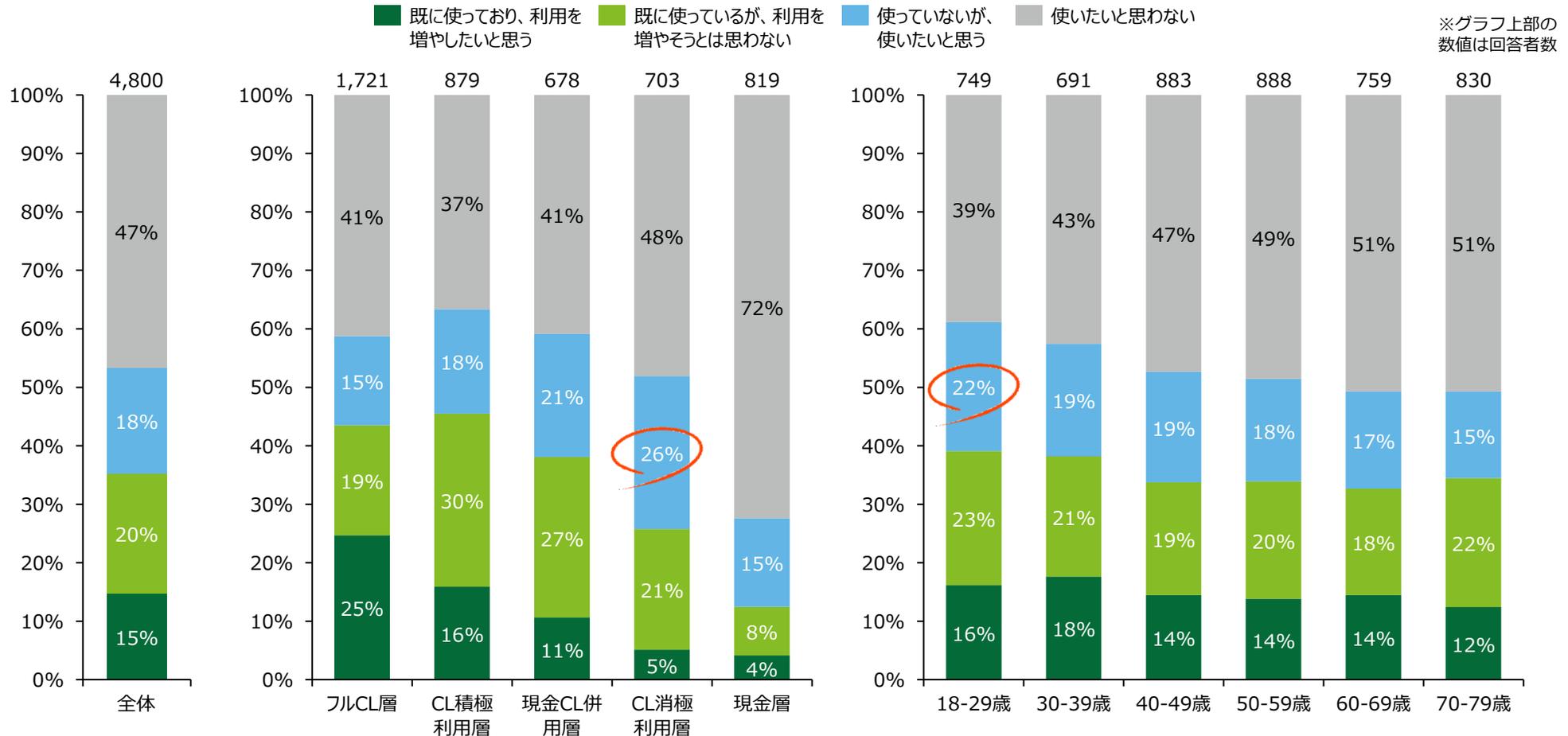
■ 既に使っており利用を増やしたいと思う ■ 既に使っているが利用を増やそうとは思わない ■ 使っていないが使いたいと思う ■ 使いたいと思わない



デビット（即時払い式決済手段）の利用意向

- 使いたいと思う人の割合は、CL利用頻度が少ないほど、また若年者ほど高い

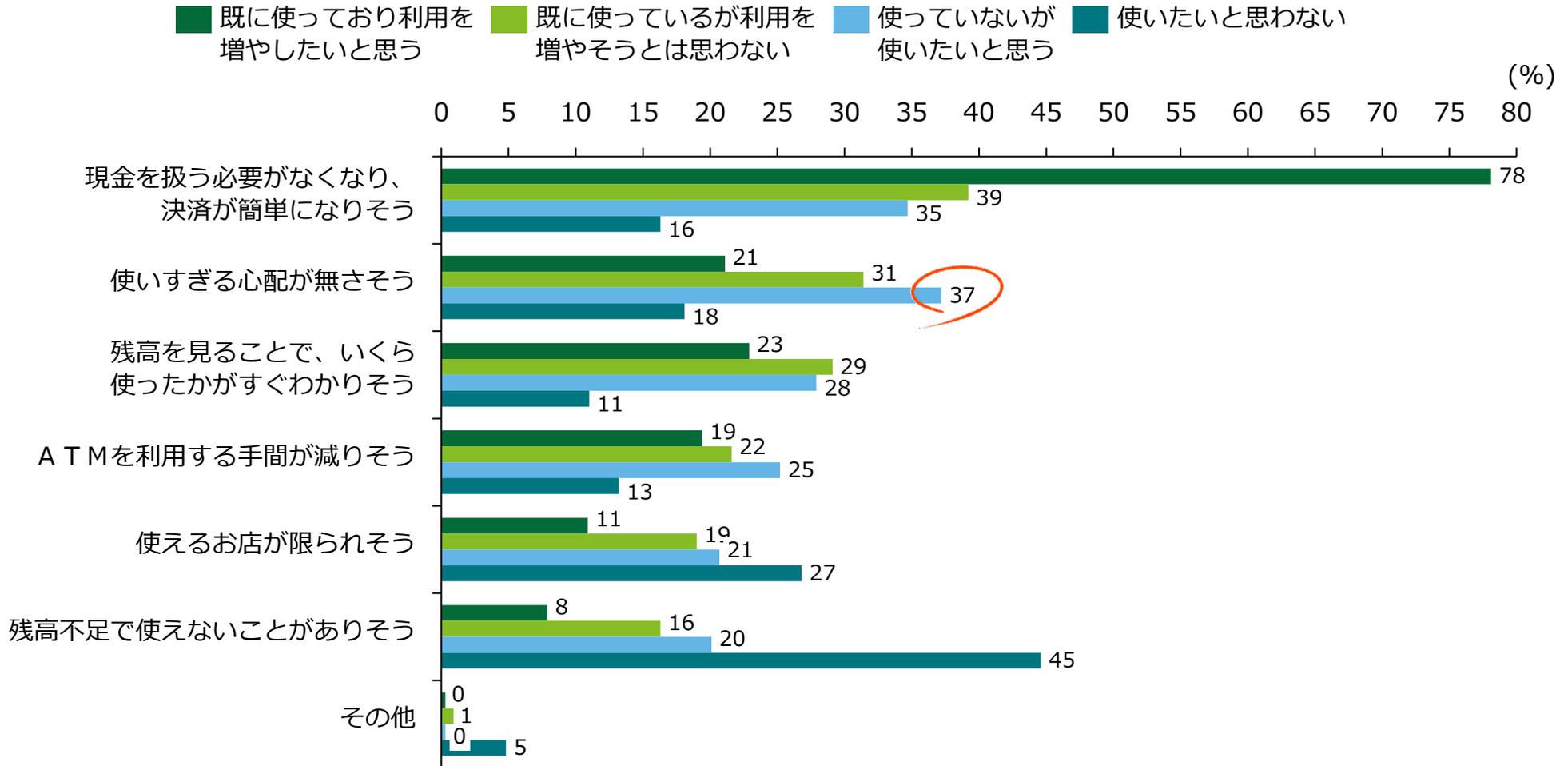
CL利用頻度、年代に応じた「決済のたびに銀行口座から引き落とされ、口座残高以上に使えないCL決済」の利用意向



デビット（即時払い式決済手段）へのイメージ

- 使いたいと思う層に対しては使いすぎの心配がなくなる点が魅力的である

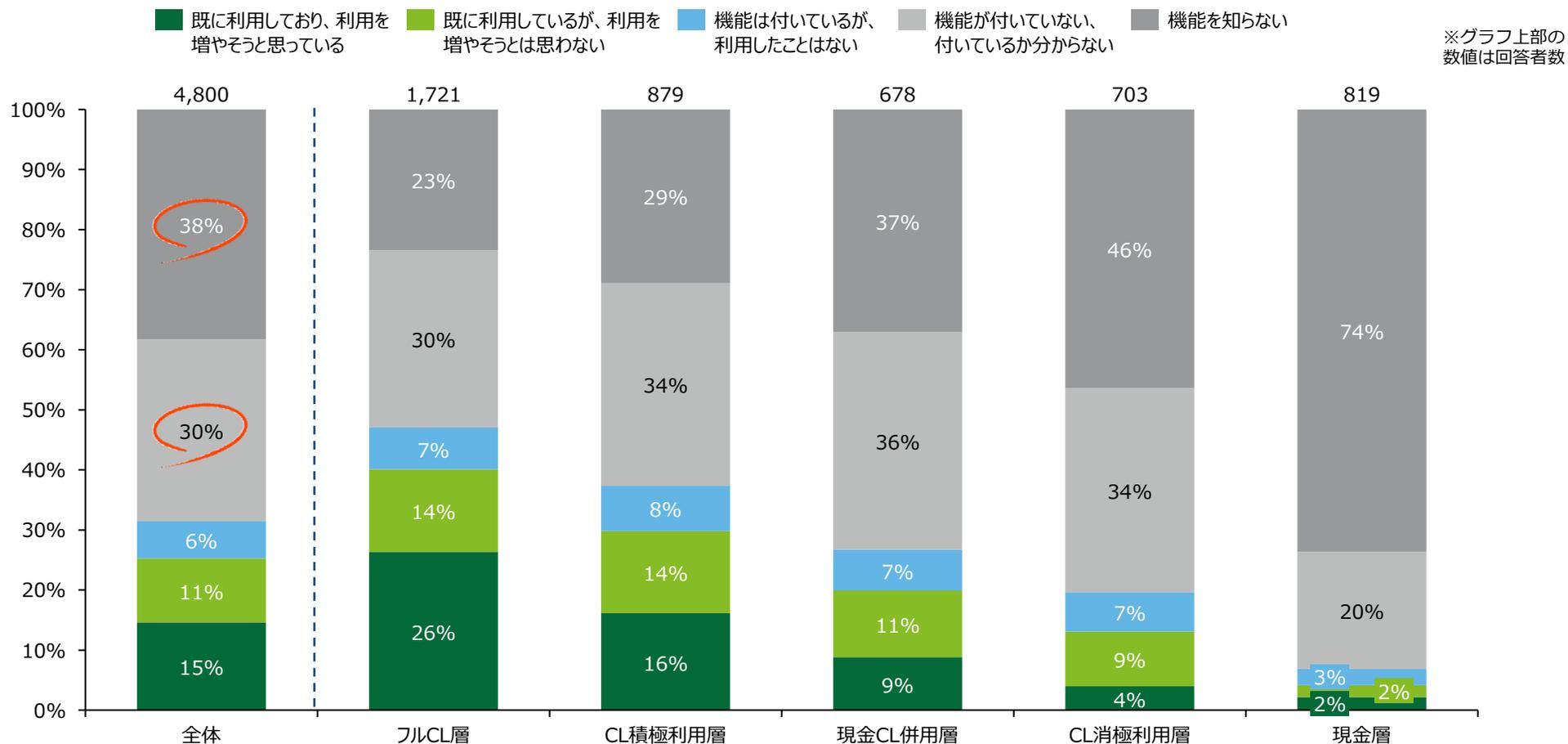
CL利用頻度別の、決済のたびに銀行口座から引き落とされ、口座残高以上に使えないCL決済のイメージ



タッチ決済の利用状況・利用意向

- 機能を知らない、付いているか分からない割合が高く、機能自体の訴求が必要

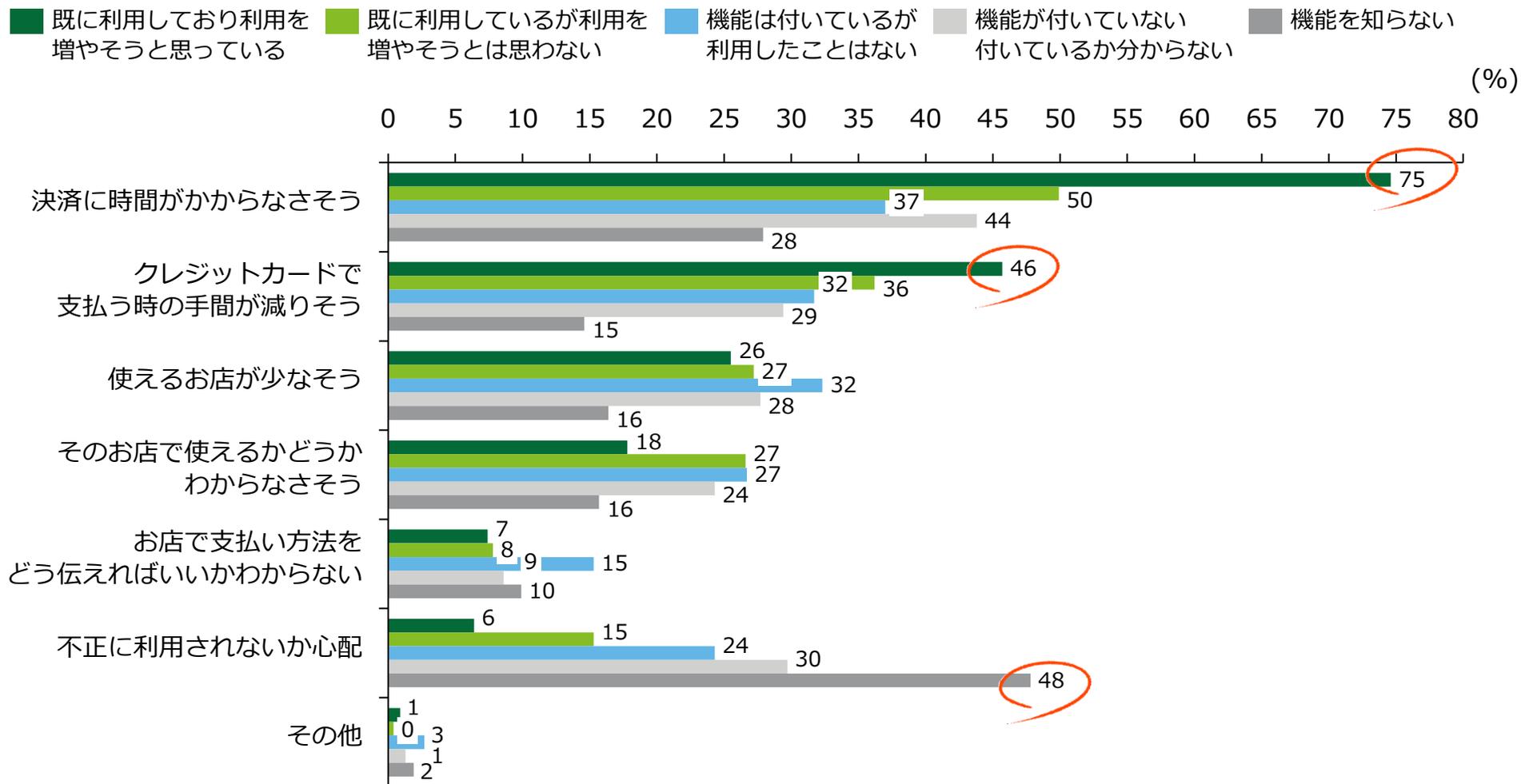
CL利用割合（頻度ベース）別の、「タッチするだけで決済ができる機能を持ったクレジットカード」の利用意向



タッチ決済のイメージ

- 利用者は時間の短縮に魅力を感じる一方、未利用者は不正利用に不安を感じる

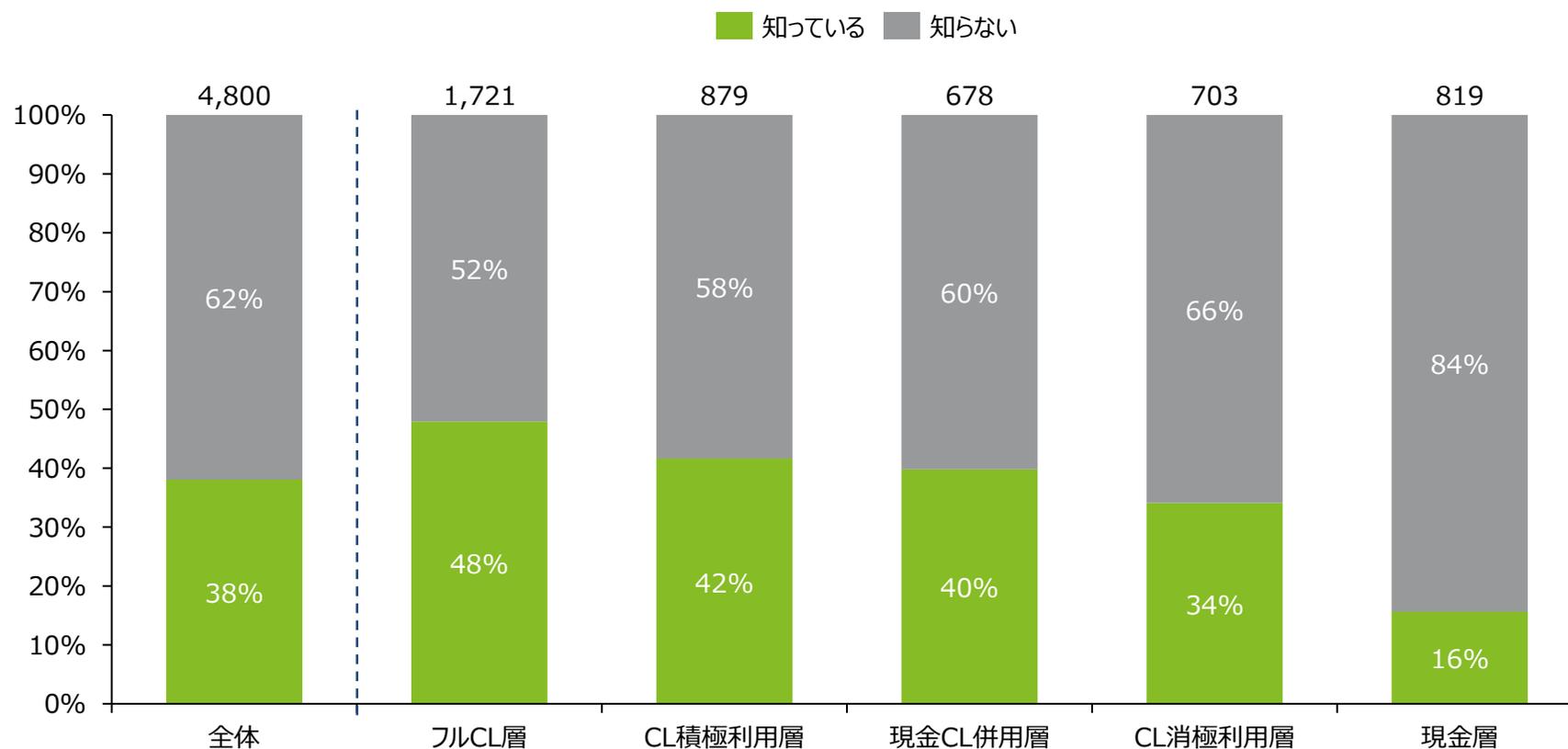
CL利用頻度別の、タッチするだけで決済ができる機能を持ったクレジットカードのイメージ



ペイロール制度の認知度

- CLの利用頻度が高いほど認知度も高くなるが、全体的にさらに周知させる余地はある

CL利用頻度別の給与の一部を決済アプリや電子マネー等へ直接入金できる制度の認知度

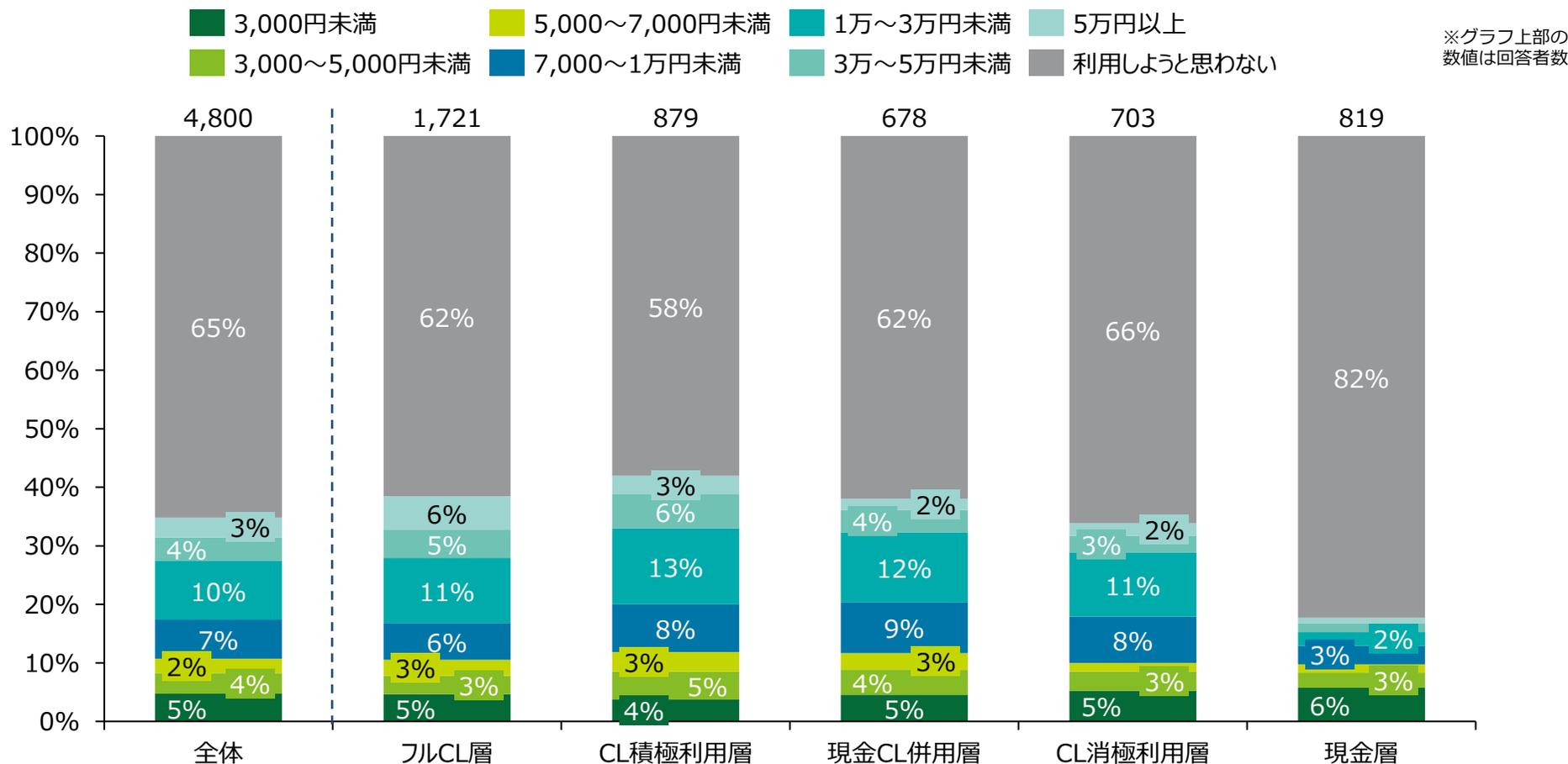


※グラフ上部の数値は回答者数

ペイロール制度の利用意向

- 現金層を除いて、入金額にそれほど大きな違いはみられない

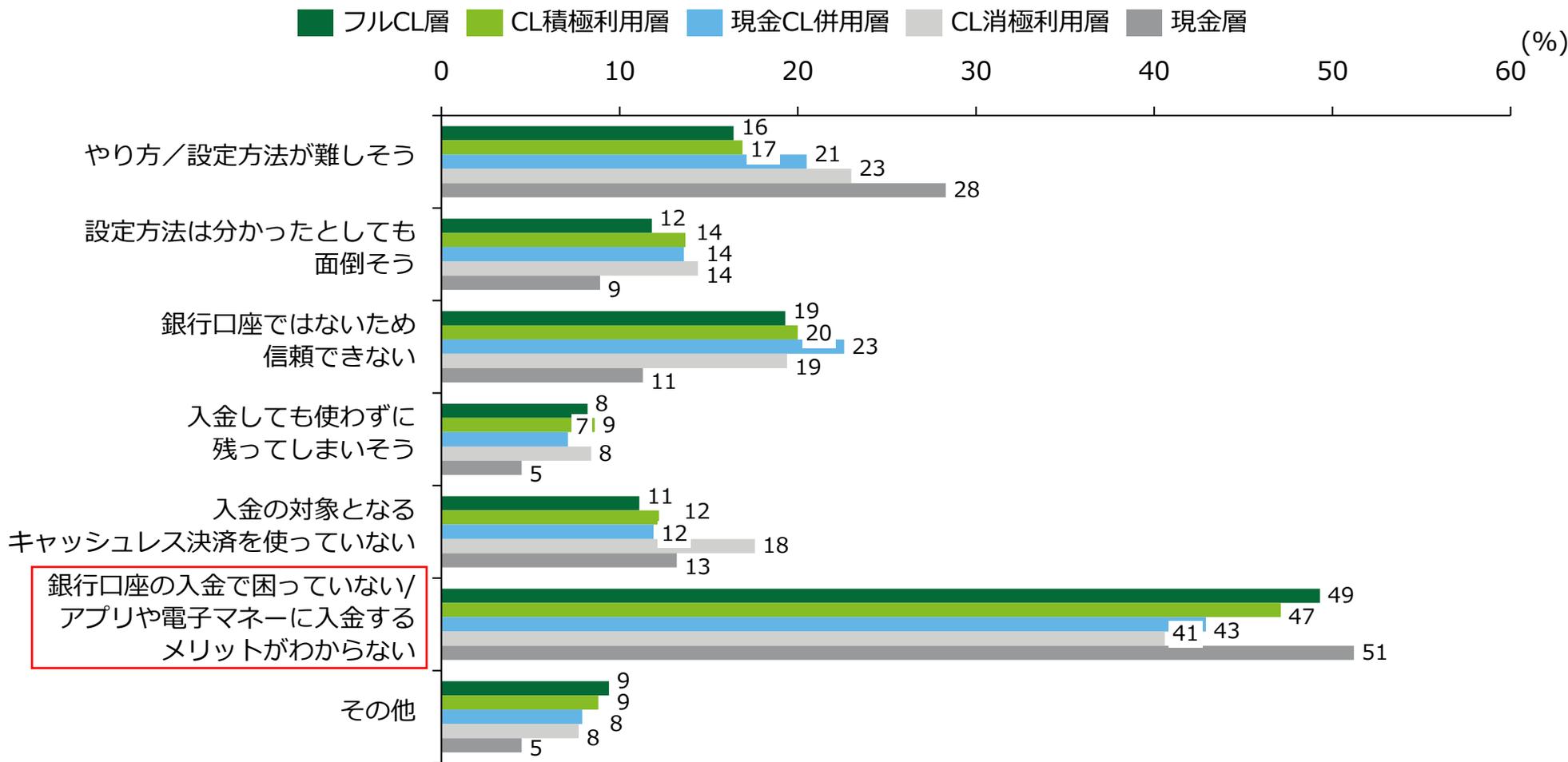
CL利用頻度に応じた給与から決済アプリや電子マネー等へ直接入金する制度を利用する場合の入金額



ペイロール制度を利用しようと思わない理由

- 決済アプリや電子マネーへ直接入金するメリットを理解してもらう必要がある

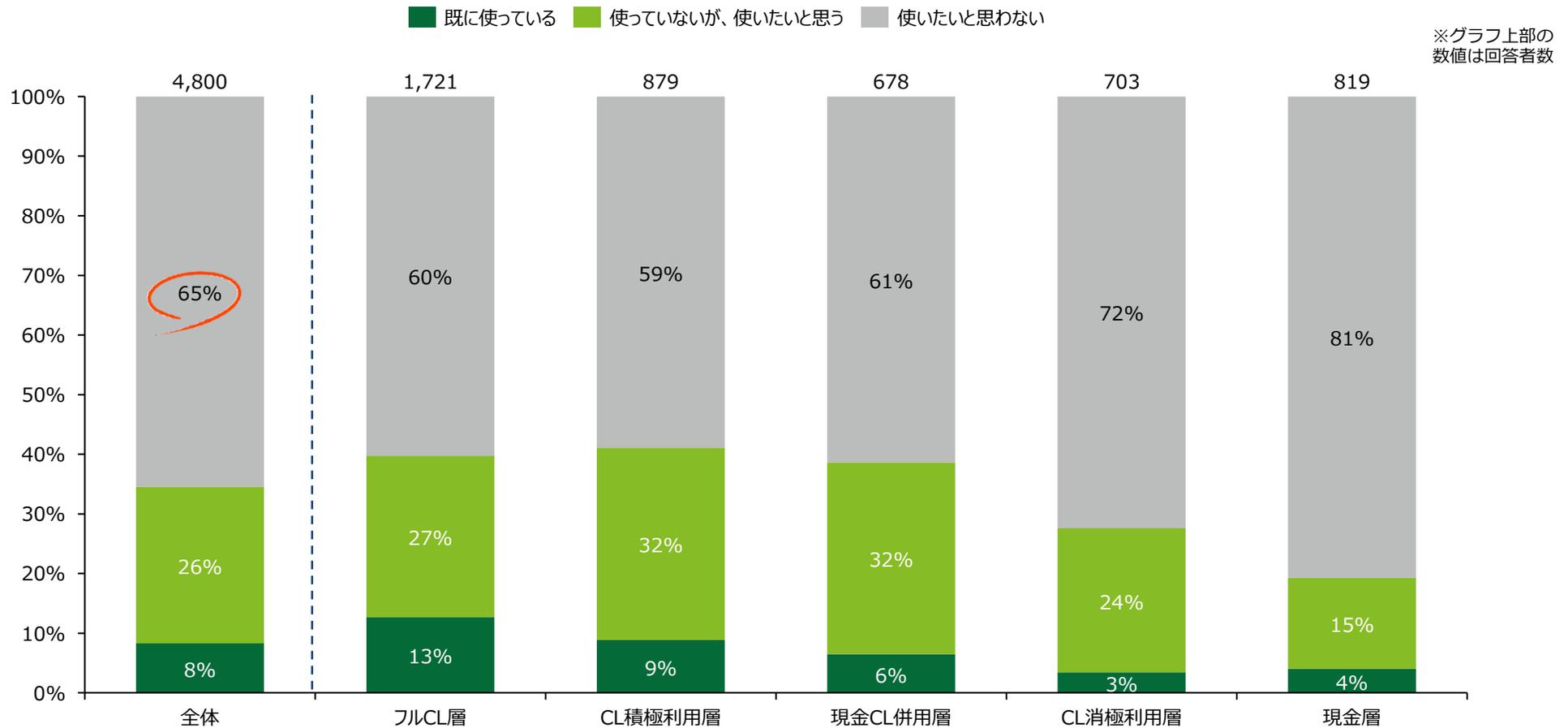
CL利用頻度別の給与から決済アプリや電子マネー等へ直接入金しようと思わない理由



家計管理サービスの利用意向

- 6割以上の人が使いたいと思っておらず、利用を促進するようなサービスの開発が必要

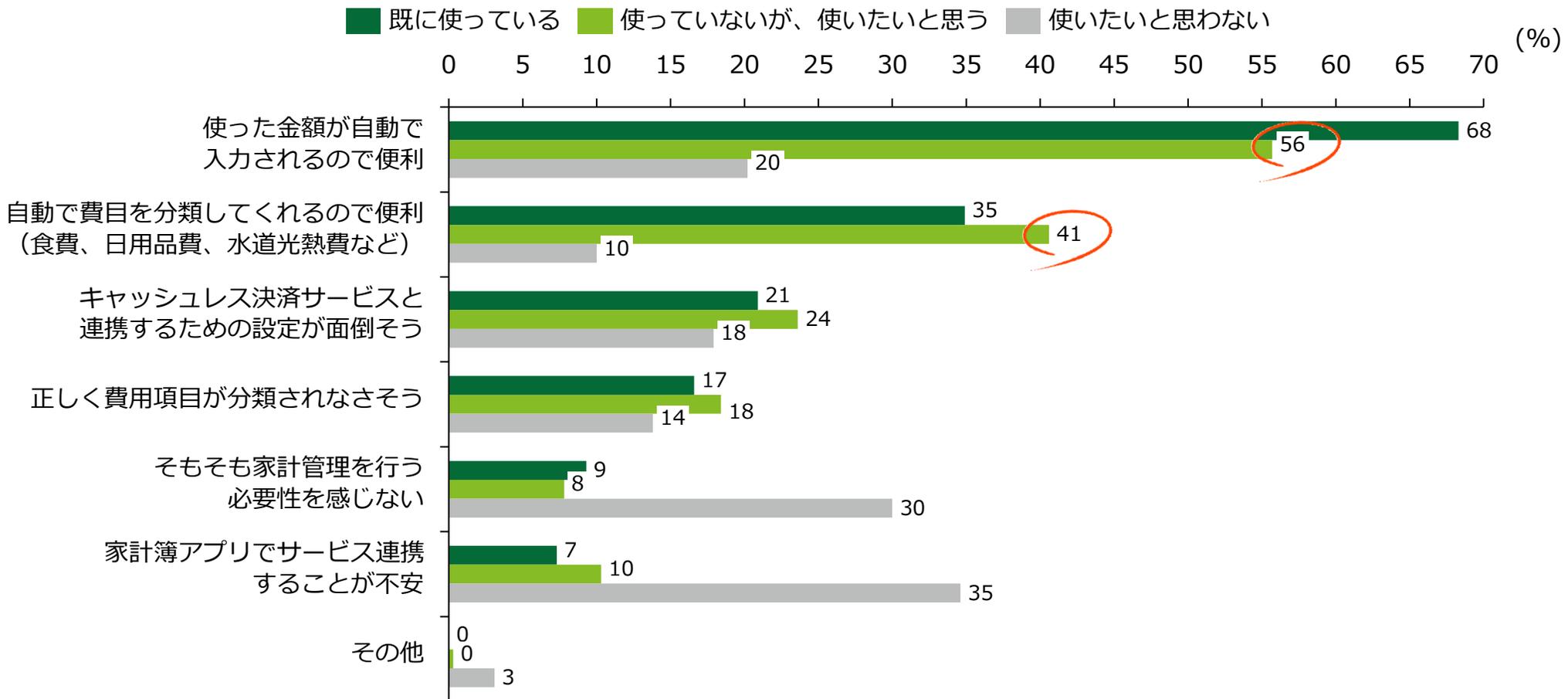
CL利用頻度に応じた「CL決済の支払内容に応じて自動で家計項目に分類され、家計管理を行うことができる機能」の利用意向



家計管理サービスのイメージ

- 使いたいと思う層には金額の自動入力や自動品目分類機能が魅力的である

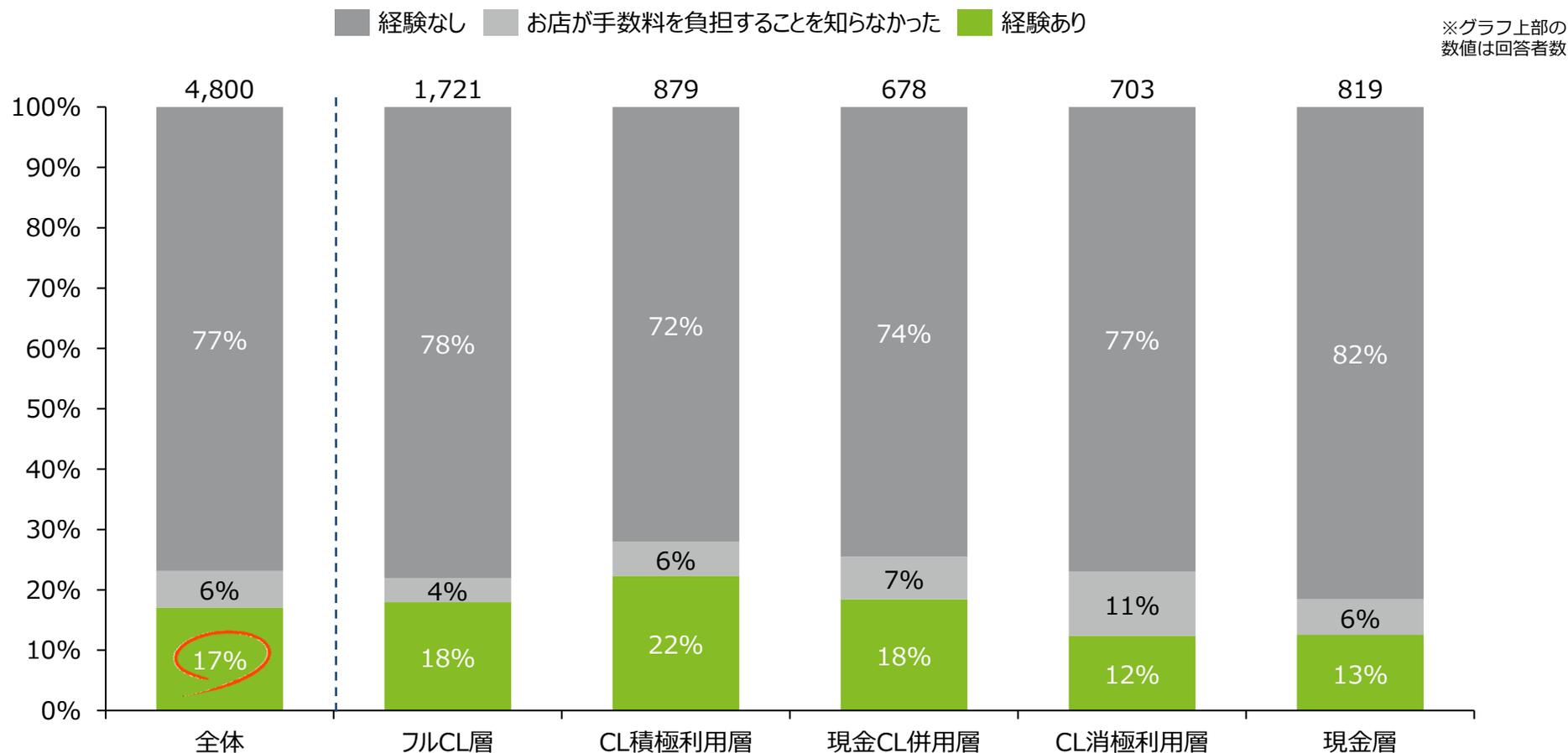
CL利用頻度別の、CL決済の支払内容に応じて自動で家計項目に分類され、簡単に家計管理を行うことができる機能のイメージ



CL利用頻度に応じたお店のためにキャッシュレス決済を避けた経験

- お店が負担する手数料が申し訳ないと思ってCL決済を使わない人は約2割存在

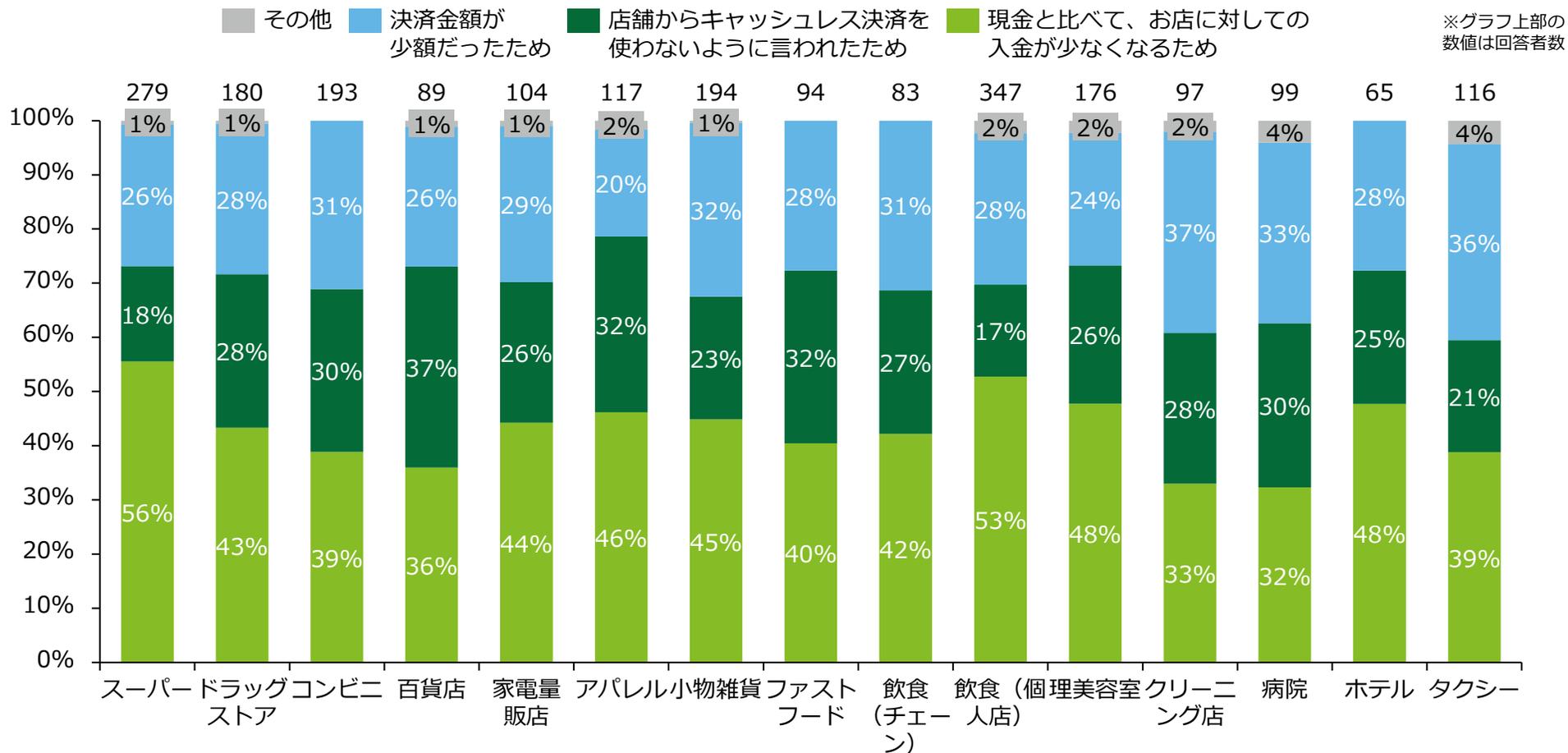
CL利用頻度に応じた「お店が負担する手数料に対して悪い/申し訳ない」と思い、キャッシュレス決済を使わなかった経験がある割合



業種別のお店に申し訳ないと思ってキャッシュレス決済を避けた理由

- 申し訳ないと思った理由について業種によって違いが見られる

業種業態別のキャッシュレス決済を申し訳ないと思って使わなかった理由の割合

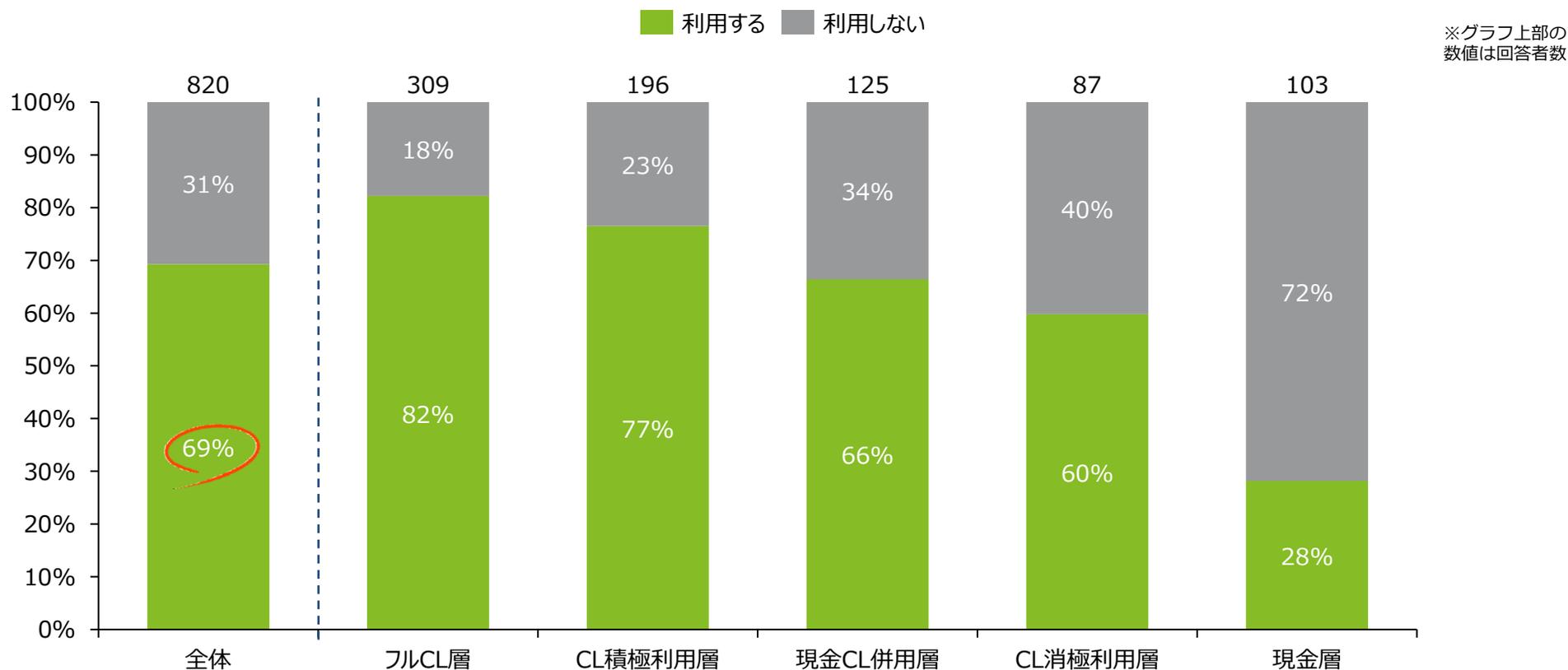


(注釈)Q36にて業種ごとに申し訳ないと思って使わなかった経験があると回答した人のみが回答対象

CL利用頻度に応じたお店がCL決済を歓迎している際のCL決済利用意向

- お店がCLを歓迎しているとのメッセージは、CL積極的利用者により使ってもらうためには有効

CL利用頻度に応じたCL決済をお店が歓迎している場合のCL決済の利用意向



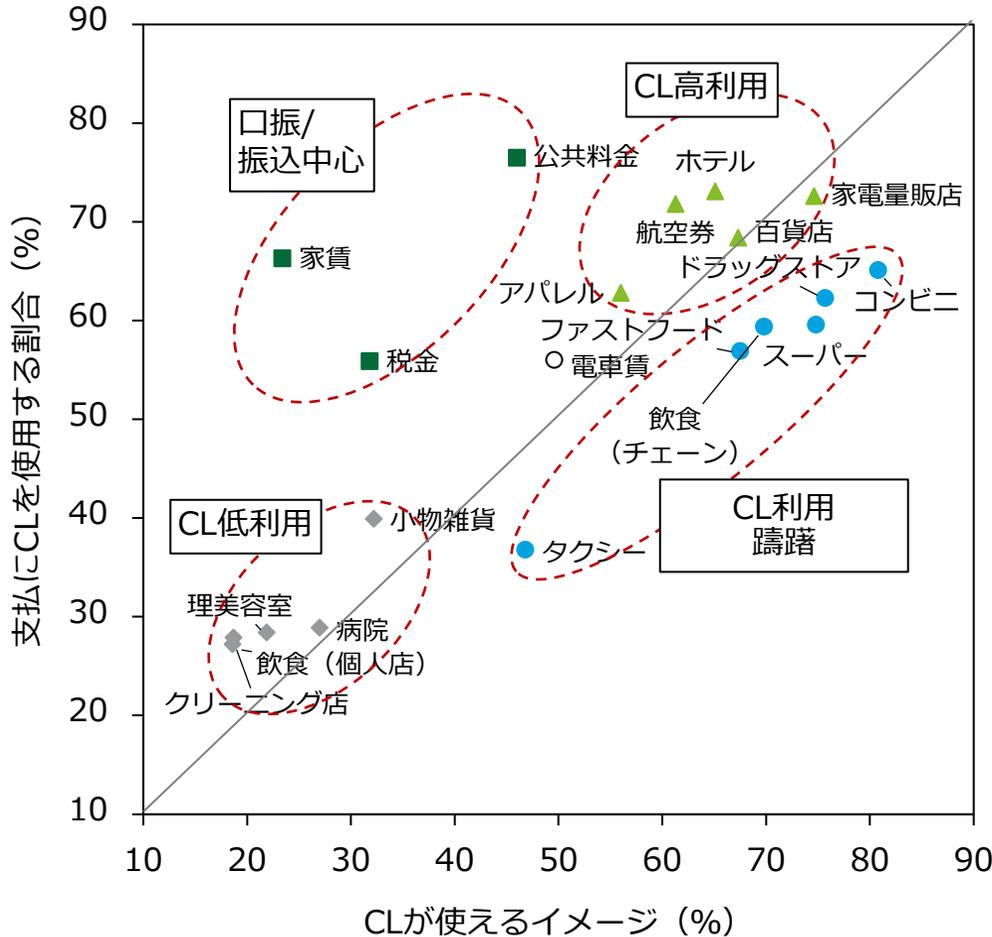
(注釈)Q36にて申し訳ないと思って使わなかった経験があると回答した人のみが回答対象

1. 実態調査分析結果
2. CL普及施策の分析
3. 今後の取り組みに関する示唆

今後の取り組みに関する示唆①：業種ごとに必要な取り組み

- CLの使えるイメージと実際のCL利用割合は相関している。使えるイメージが低い業種、及び使えるイメージは高いが実際の利用が低い業種での利用拡大が必要である

業種業態別のCL決済が使えるイメージと支払手段の割合
 (「最もよく利用する支払方法」として回答した人数の割合)

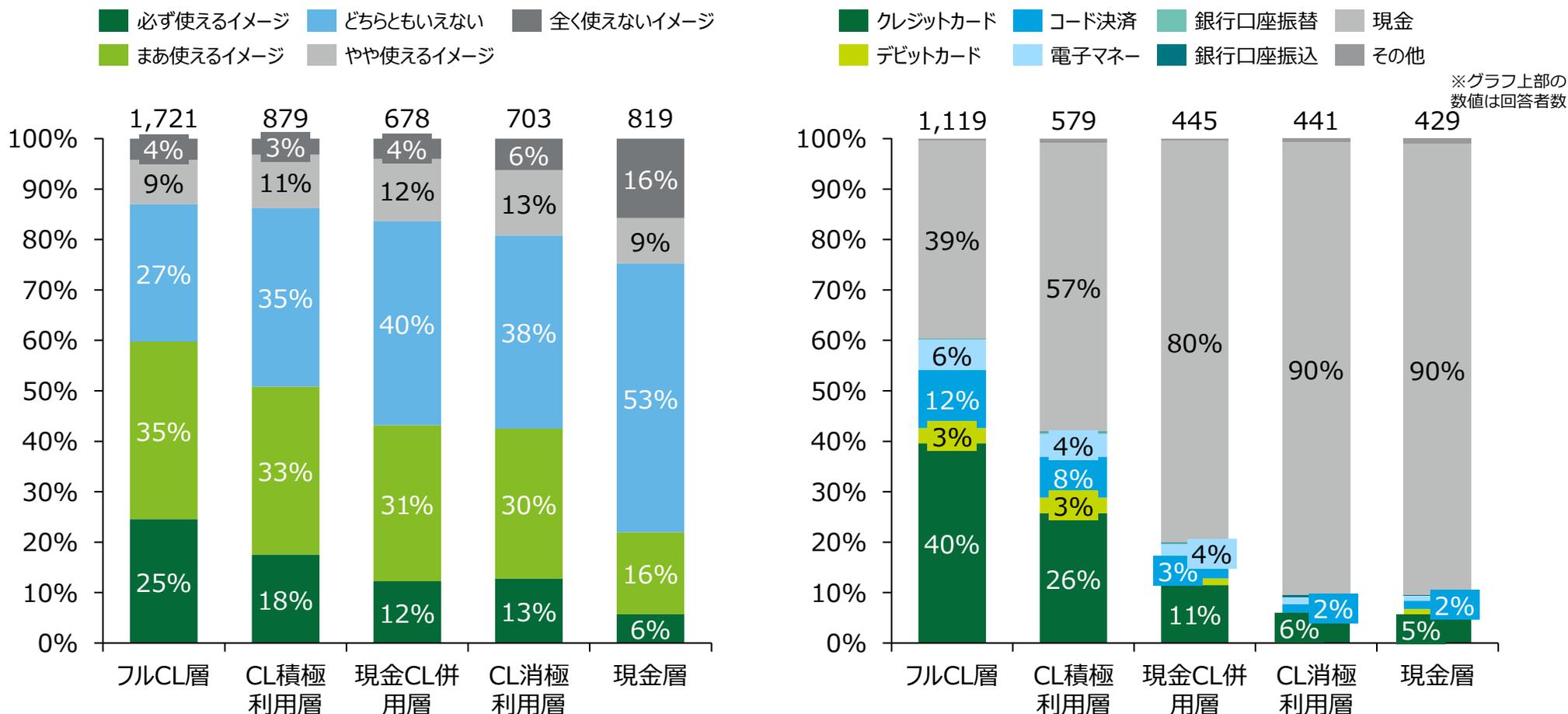


	CL利用状況	今後必要な取り組み
CL高利用	他の群と比較し、CLが使えるイメージ、CL利用割合とも高い	現状でも高い利用率であり、特段の取り組み必要なし
口振/振込中心	CLが使えるイメージは高くないが、口座振替や振込を利用する人が多く、実際のCL使用割合は高い	消費者のCL利用促進 ・ 特に税金や家賃の支払での現金層へのキャッシュレス手段の浸透促進
CL利用躊躇	CLが使えるイメージは高いが、実際のCL使用率はイメージと比較して伸び悩んでいる (少額決済多め?)	消費者のCL利用促進 ・ 利用者の嗜好に応じたフリクションが少ないと感じる決済手段の普及拡大 店舗でのCL利用促進 ・ 事業者/店舗側でもキャッシュレス利用を歓迎していることを訴求
CL低利用	CLが使えるイメージと実際の使用率ともに低く、CL決済の使用が進んでいない	店舗でのCL導入促進 ・ 市場競争による手数料低減、店舗メリット訴求 ・ 業務システムとの連携、税理士との連携、多面的な打ち手を検討

(深掘り) タクシーでのキャッシュレス利用イメージ/利用状況の詳細

- 使えるイメージを持っていても、実際は現金利用が多い（フルCL層においても）

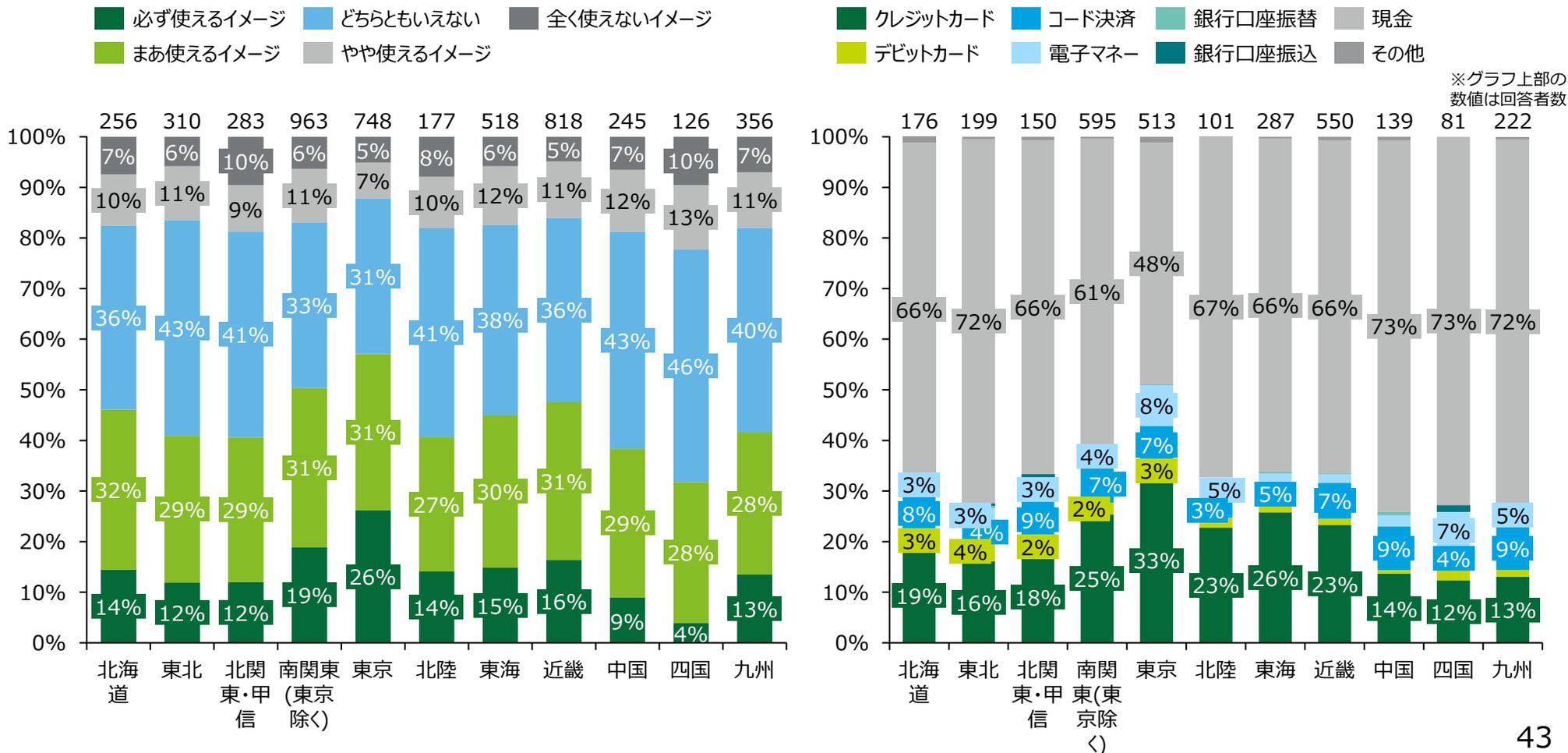
CL利用頻度別タクシーでのCL利用可能認知と実際の利用割合



(深掘り) タクシーの地域ごとのキャッシュレス利用状況

- 地域別では、東京都が最もCL利用割合が高い一方、東北、中四国、九州では30%を下回っている

CL利用頻度別タクシーでのCL利用可能認知と実際の利用割合



今後の取り組みに関する示唆②：少額決済/現金層への対応

- 少額決済や現金層のCL利用拡大について、消費者/加盟店それぞれに対する多面的な施策が必要である

少額決済 への対応

- 少額決済のうち、加盟店でのCL導入が進んでいる業種では、**利用者がフリクションが少ないと感じる決済手段（タッチ決済やコード決済）の利用促進を図ることが必要**
 - タッチ決済：対応加盟店の拡大。クレジットカード保有者に対する認知促進
 - コード決済：低単価加盟店でのさらなる導入店舗拡大
- 少額決済のうち加盟店でのCL導入が進んでいない業種では、**加盟店メリットの訴求や、手数料に関する競争環境の確保により、継続的に導入拡大を図ることが必要**
 - 加えて、少額決済でも決済事業者が収益性が担保できるような、ネットワーク/インフラ側での対応も引き続き必要

現金層 への対応

- 現金層は、他セグメントと比べて固有の特徴が見られ、**今後キャッシュレスが拡大するにあたり、これらの層がキャッシュレスに移行するための支援も必要**
 - 若年層への金融リテラシー教育、決済教育の拡充
 - 地元消費推進や旅行振興等の各種支援策実施時のキャッシュレス積極活用（地域独自のコード決済や、利用加盟店の多い国際規格のプリペイドカードの活用等）

今後の取り組みに関する示唆③：普及拡大施策案の取り組み

- 実態調査を基に、各普及拡大施策案の今後の取り組みに関する示唆を導出した

プリペイド
/デビット決済

- プリペイドカードやデビットカードは、**若年層を中心に、キャッシュレスをまだ積極利用していない層に対して、利用を促進する効果が一定見られた。**
- 「残高が見えて安心」「使い過ぎない」メリットを訴求することが効果的

タッチ決済

- タッチ決済は、**認知を高める一方で、自分の持っているカードが対応しているかを確認する手段があれば望ましい。**
- 不正決済に関する不安を解消することが必要

給与振込み
(ペイロール)

- ペイロール（給与の決済口座への直接振り込み）解禁による、キャッシュレス普及拡大効果は現時点では限定的
- **直接入金によるメリット訴求や、残高の安全性を訴求することが必要**

家計簿
サービス

- 家計簿サービスは、既に使っている人は、自動入力/自動分類の便利さを実感している一方、決済データとの連携に不安を感じ躊躇する人も一定数存在。
- **利便性の訴求と同時に、データ連携の安全性を訴求することも重要**

お店手数料
の配慮

- 加盟店におけるキャッシュレス歓迎のアピールは、**既にキャッシュレスを利用している人が躊躇なくさらに利用するために有効**であり、施策として進めていく意義はある

以上