



2019年6月20日

博報堂金融マーケティングプロジェクト モバイル決済に関する生活者調査を実施

QRコード決済を中心に、約2割の生活者がモバイル決済サービスを利用
“決済そのものの簡便化”に加え、“ミニマムウォレット化”を求める生活者中心に普及が進む

博報堂金融マーケティングプロジェクトでは、変化の激しい金融分野において、市場環境や生活者の意識・行動にどのような変化が起きているかを把握するため、生活者調査を実施しています。

今回は、多くの事業者による新たなサービスの発表や大型キャンペーンの実施に伴い、生活者の中でも急速に存在感が高まっている「モバイル決済サービス（携帯電話を接触させたり、コードを表示したりして決済を行うサービス）」をテーマに、2万人を対象にモバイル決済サービスに対する意識・利用実態について調査しました。

モバイル決済に関する生活者調査のポイント

モバイル決済サービスの利用実態

QRコード決済を中心に、約2割の生活者がモバイル決済サービスを利用

- 1ヶ月以内にモバイル決済サービスを利用したと答えた生活者は20.0%にのぼり、調査対象者である20~69歳男女のおよそ5人に1人がモバイル決済サービスを利用している状況が明らかになりました。
- サービス種別で最も利用率が高かったのは、「QRコード決済」（9.0%）。市場の中では後発組のQRコード決済がモバイル決済市場に大きな変化をもたらしていることが推察されます。

首都圏と首都圏以外での利用・利用意向率比較

首都圏居住者と首都圏以外居住者で利用率や利用意向に大きな差はない
※首都圏を1都3県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）として集計を実施。

- 1ヶ月以内のモバイル決済利用率は、首都圏で21.8%、首都圏以外で19.3%と、首都圏の方がやや高いものの、首都圏以外でもモバイル決済が浸透しつつある状況が明らかになりました。
- モバイル決済サービスを利用していない層の利用意向率は、首都圏で12.0%、首都圏以外で12.2%と、利用率と同様、大きなエリア差はなく、今後も全国的にモバイル決済サービスの普及が進むと考えられます。

モバイル決済サービスの利用理由

“決済そのものの簡便化”に加え、“ミニマムウォレット化”を求める利用者が多い

- モバイル決済サービスの利用理由としては、「支払いが簡単にできるから」（59.9%）、「レジでの決済が早く済むから」（55.9%）と、“決済そのものの簡便化”に関する項目がTOP2となっています。
- 「現金を持ち歩かなくてもよいから」（44.9%）、「小銭やポイントカードなど、財布の中身を減らせるから」（38.3%）、「よく利用する店舗で利用できるから」（30.9%）など、普段の買い物に現金を持ち歩かず、極力財布の中身も減らしたいという“ミニマムウォレット化”に関する項目も上位に上がることが分かりました。

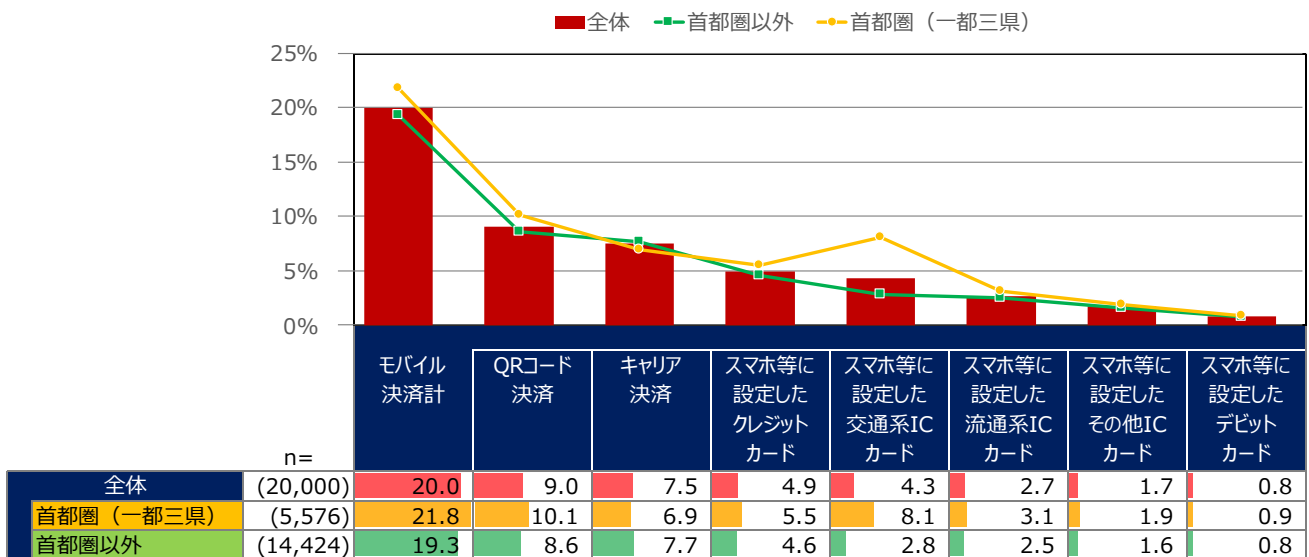
本プロジェクトでは、将来的には財布を持ち歩かなくて済む“ウォレットレス化”なども含め、決済前後の利便性向上に資するサービスをどのように提供していくかが「モバイル決済サービス」普及のカギになる可能性があると考えています。

【主要参考データ】

モバイル決済サービス利用率

- 1ヶ月以内にモバイル決済サービスを利用したと答えた生活者は20.0%にのぼり、調査対象者である20~69歳男女のおよそ5人に1人がモバイル決済サービスを利用している状況が明らかになりました。
- サービス種別でみると、QRコード決済（9.0%）、キャリア決済（7.5%）、スマホ等に設定したクレジットカード（4.9%）の順で利用率が高くなっていることが分かりました。
- エリア別のモバイル決済サービス全体の利用率は、首都圏（21.8%）と首都圏以外（19.3%）で大きな差はない一方、「スマホ等に設定した交通系ICカード」の利用率は首都圏（8.1%）と首都圏以外（2.8%）で約5.3ポイントの差があり、利用されているサービスに違いがあることが明らかになりました。

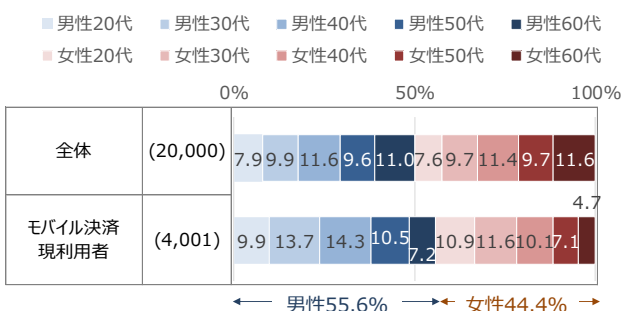
モバイル決済サービスの利用状況 ※1ヶ月以内利用ベース



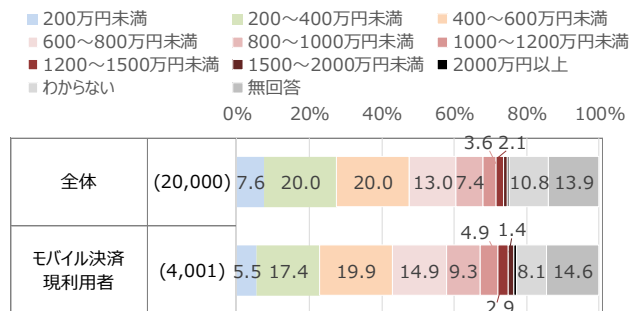
モバイル決済サービス利用者の基本属性

- モバイル決済サービス利用者の男女比を見ると、男性が55.6%で全体よりもやや男性比率が高いという結果になりました。また、年代別に見ると、男性40代（14.3%）、男性30代（13.7%）、女性30代（11.6%）の順に構成比が高くなっていました。
- 世帯年収では、400~600万円未満の構成比が最も高く19.9%を占めるものの、全体と比較すると600万円以上の比率が高くなっていることが明らかになりました。

性年代別



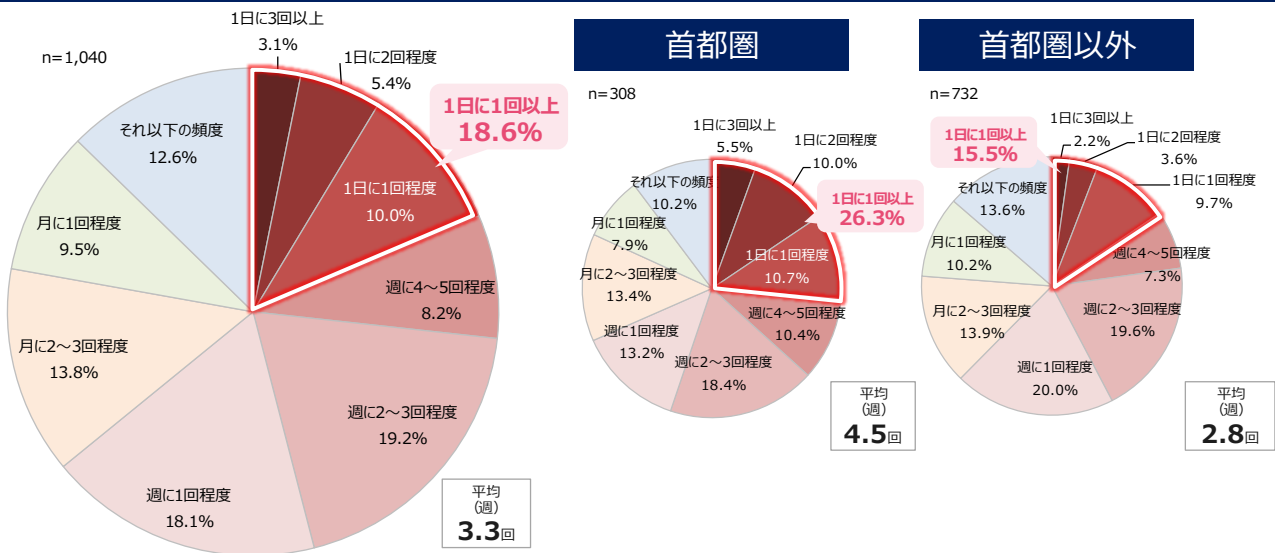
世帯年収別



モバイル決済サービスの利用頻度

- モバイル決済サービスの利用頻度では、1日に1回以上利用する層が18.6%、平均すると週3.3回程度利用されていることが分かりました。
- エリア別に比較すると、首都圏では平均週4.5回程度利用されているのに対し、首都圏以外では週2.8回程度となっており、首都圏の方が利用頻度が高いことが明らかになりました。

モバイル決済サービスの利用頻度 ※1ヶ月以内利用者ベース



モバイル決済サービスを利用している理由

- モバイル決済サービスの利用理由は、「支払いが簡単にできるから」(59.9%)、「レジでの決済が早く済むから」(55.9%)と、「決済の簡便化」に関する項目がTOP2となっています。
- 「現金を持ち歩かなくてもよいから」(44.9%)、「小銭やポイントカードなど、財布の中身を減らせるから」(38.3%)、「よく利用する店舗で利用できるから」(30.9%)など普段の買い物に現金を持ち歩かず、財布の中身も減らしたいという「ミニマムウォレット化」に関する項目も上位となりました。
- エリア別に見ると、首都圏が「オートチャージだから」(16.8%)と首都圏以外と比較し約7.4ポイント高いなど、傾向差があることが見えてきました。その要因として、モバイル決済サービスの利用状況における首都圏の「スマホ等に設定した交通系ICカード」の利用率(8.1%)の高さ(首都圏以外=2.8%より約5.3ポイント差)が考えられます。

モバイル決済サービスを利用している理由 ※1ヶ月以内利用者ベース

	支払いが簡単にできるから	早く済むから	レジでの決済がよいから	現金を持ち歩かなくてもよいから	財布の中身を減らせるから	小銭やポイントカードなど	よく利用する店舗で利用できるから	持ち歩く、身軽だから	外出時に携帯電話だけを利用できるから	利用し続けるから	お金の管理がしやすいから	使えるお店が多いから	オートチャージだから	先進性を感じるから	その他	安心・安全だから	特に理由は無い	かっこいいから	ステータスを感じるから	家族や友人など、周りの人が使っているから
モバイル決済現利用者全体 (n=1,040)	59.9	55.9	44.9	38.3	30.9	26.0	25.6	18.1	15.4	11.5	10.0	8.8	7.0	5.3	5.3	4.3	2.8			
首都圏(一都三県) (n=308)	61.7	58.0	49.3	37.2	33.3	30.1	27.3	19.2	18.4	16.8	11.9	6.3	6.8	3.9	5.7	3.9	2.7			
首都圏以外 (n=732)	59.1	55.1	43.2	38.7	30.0	24.3	24.9	17.7	14.2	9.4	9.2	9.8	7.0	5.8	5.1	4.5	2.9			
差分(首都圏-首都圏以外)	2.5	2.8	6.1	-1.5	3.3	5.8	2.4	1.5	4.2	7.4	2.7	-3.5	-0.2	-2.0	0.6	-0.7	-0.2			

モバイル決済サービスを利用しはじめたきっかけ

- モバイル決済サービスを利用しはじめたきっかけは、「キャンペーンをやっていたから」(34.2%)、「ポイントやマイルが貯まりやすいから」(30.1%)、「特典が受けられるから(割引・キャッシュバックなど)」(23.9%)が上位となりました。

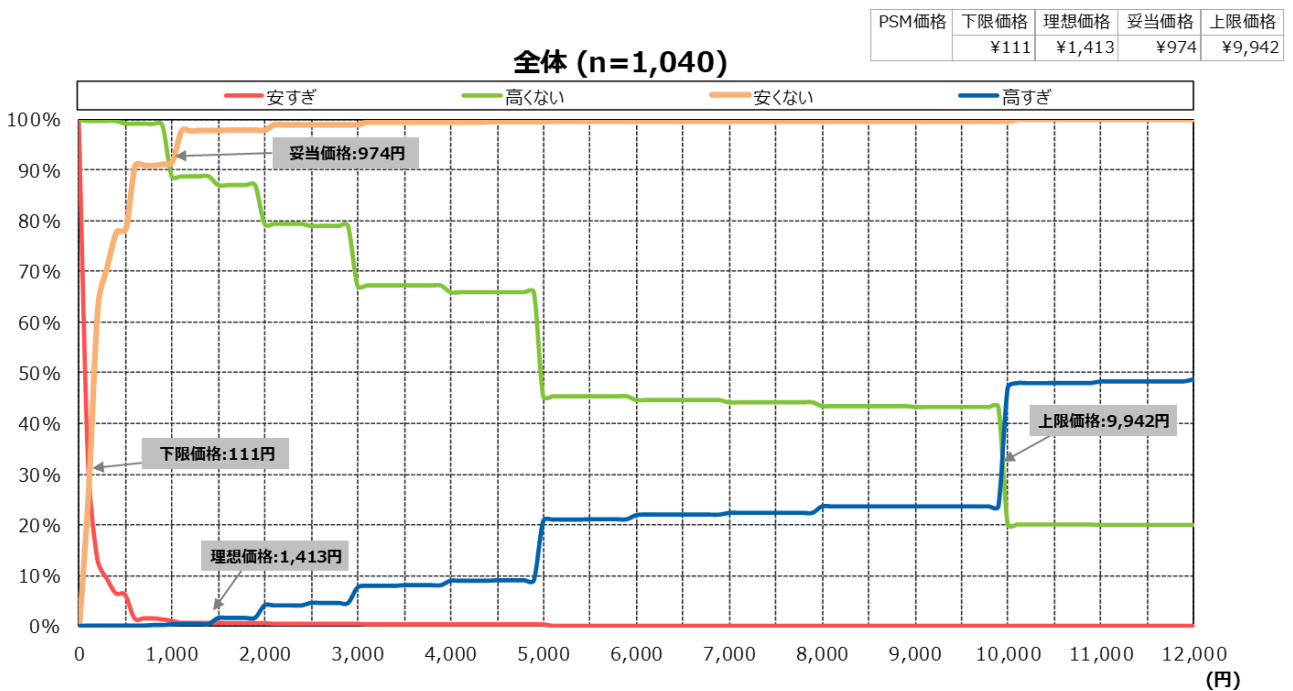
モバイル決済サービスを利用しはじめたきっかけ ※1ヶ月以内利用者ベース

モバイル決済利用者全体 (n=1,040)	首都圏(一都三県) (n=308)	首都圏以外 (n=732)
キャンペーンをやっていたから (34.2%)	キャンペーンをやっていたから (34.5%)	ポイントやマイルが貯まりやすいから (37.0%)
ポイントやマイルが貯まりやすいから (30.1%)	ポイントやマイルが貯まりやすいから (32.0%)	キャンペーンをやっていたから (36.8%)
特典が受けられるから (割引・キャッシュバックなど) (23.9%)	特典が受けられるから (割引・キャッシュバックなど) (25.8%)	特典が受けられるから (割引・キャッシュバックなど) (27.9%)
よく利用する店舗で利用できるから (18.4%)	使い方が分かりやすいから (19.7%)	よく利用する店舗で利用できるから (23.2%)
使い方が分かりやすいから (14.7%)	よく利用する店舗で利用できるから (19.1%)	使い方が分かりやすいから (16.3%)

モバイル決済サービスでの決済額

- モバイル決済サービスを利用する際の決済額について、PSM分析(商品・サービスの適正価格帯を算出する分析手法)を実施したところ、安すぎず、高すぎない最も受け入れられやすい理想価格は1,413円、高すぎると感じずに利用できる上限価格は9,942円、安すぎて利用しづらい下限価格は、111円であることが分かりました。

モバイル決済サービスでの決済額についてのPSM分析 ※1ヶ月以内利用者ベース



【調査概要】

調査期間 : 【スクリーニング調査】 2019年2月28日(木) ~ 2019年3月4日(月)
【本調査】 2019年3月1日(金) ~ 2019年3月2日(土)

調査手法 : インターネットパネルを利用した定量調査

調査対象者 : 20~69歳の男女

調査対象者数 : 【スクリーニング調査】 20,000 サンプル
【本調査】 3,120 サンプル

※エリア別のモバイル決済サービス利用者の性年代構成比でウェイトバックして集計・分析

<博報堂金融マーケティングプロジェクトとは>

大きく変化している金融サービスの生活者への浸透と、金融サービス提供者の競争力を高めるために設立された博報堂グループの専門プロジェクト。金融機関サービス提供者の中長期的なマーケティング戦略やビジネス刷新に向けたソリューションの提供を行っていきます。

■ 具体的な活動内容（例）

- ① 金融カテゴリーにおけるアクチュアルデータを活用した顧客分析スキームの開発
- ② One to One マーケティング実践に向けたデータ基盤構築
- ③ テクノロジーの進化に合わせた顧客体験設計
- ④ お金にまつわる生活者の意識・行動変化を捉えたテーマ型調査の実施