

1. 新年度の目標と貯蓄目標

- ▶ 新年度の目標 3年連続で「貯蓄」が1位、今年の貯蓄目標額は平均131万円！
- ▶ 30代・40代の男性は貯蓄意欲が旺盛 今年の貯蓄目標額はおよそ200万円
- ▶ 50代女性は貯蓄意欲が再燃？ 今年の貯蓄目標額は平均151万円
- ▶ 1年間の貯蓄実績 キャッシュレス派は平均52万円、現金派は平均31万円 昨年調査よりも格差拡大
- ▶ キャッシュレス派の男性は現金派の男性の2倍以上貯蓄を増やす

全国の20歳から69歳の男女1,000名(全回答者)に、新年度(4月から)の目標を聞いたところ、「貯蓄」が42.4%で最も高く、「生活費の見直し・節約」35.6%、「仕事や家事の効率UP」26.4%、「ダイエット」22.9%、「副業収入UP」20.4%が続きました。一昨年の調査(※1)、昨年の調査(※2)に引き続き、3年連続で新年度の目標トップは「貯蓄」となりました。【図1】

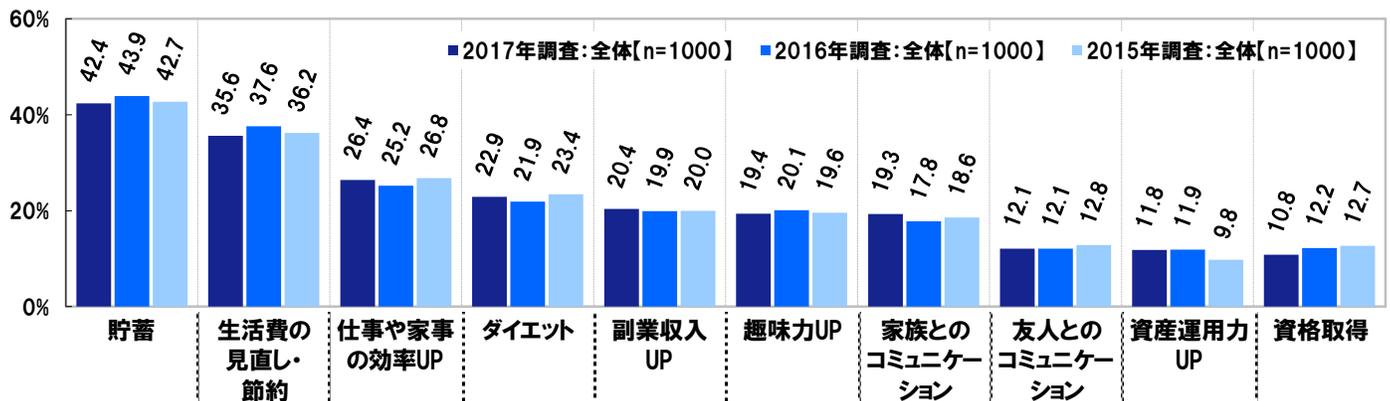
※1:「キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査(2015年3月19日発表)」<http://www.global.jcb/ja/press/20150318120000.html>

※2:「キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査2016(2016年3月22日発表)」<http://www.global.jcb/ja/press/20160322140500.html>

今調査と同一条件の調査対象、同一の設問・選択肢で聴取

【図1】

■新年度から(4月から)の目標 [複数回答形式] ※2017年調査:全体の上位10位までを抜粋

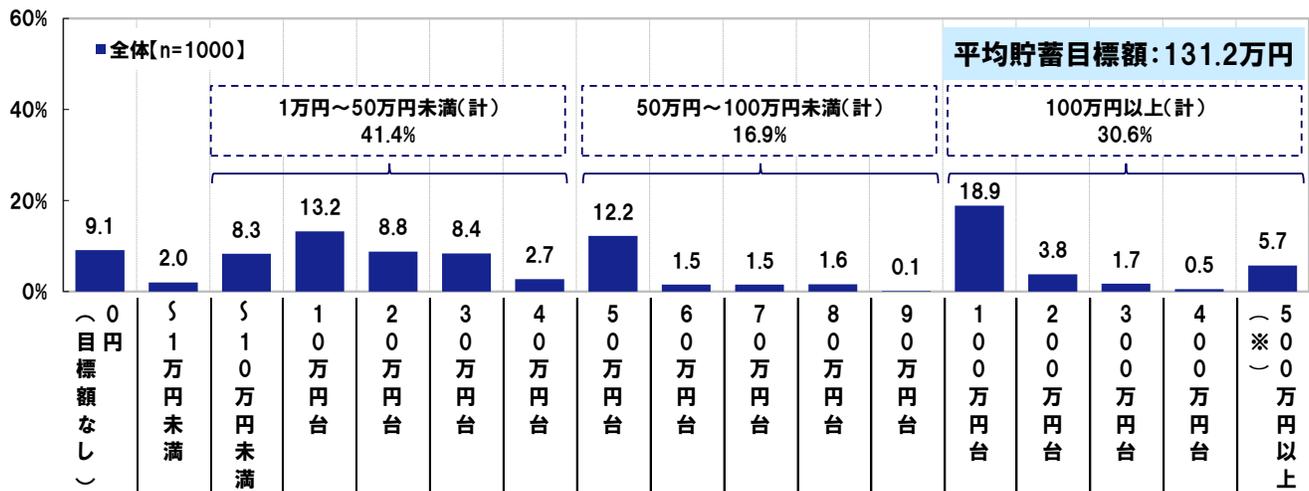


続いて、全回答者(1,000名)に、新年度の貯蓄目標額を聞いたところ、「0円(目標額なし)」が9.1%、「1万円~50万円未満」が41.4%、「50万円~100万円未満」が16.9%、「100万円以上」が30.6%となりました。1年で100万円以上の貯蓄をしたいと考えている人が3割いるようです。また、0円との回答も含めた平均貯蓄目標額は131.2万円となりました。【図2】

性年代別にみると、30代男性の平均貯蓄目標額は192.5万円、40代男性は196.1万円となり、そのほかの性年代層よりも高くなりました。30代・40代の男性は貯蓄意欲が旺盛なようです。また、女性の中では50代女性の平均貯蓄目標額が150.6万円と、そのほかの女性・年代層よりも高くなりました。子どもの教育資金の支出などが一段落し、リタイア後の人生に向けて貯蓄を増やそうと、改めて奮起する人が多い年齢なのではないでしょうか。【図3】

【図2】

■新年度の貯蓄目標額 [単一回答形式]



※・・・細かい区切りの階級で聴取、取得したデータを統合して表示

【図3】

■新年度の貯蓄目標額の平均



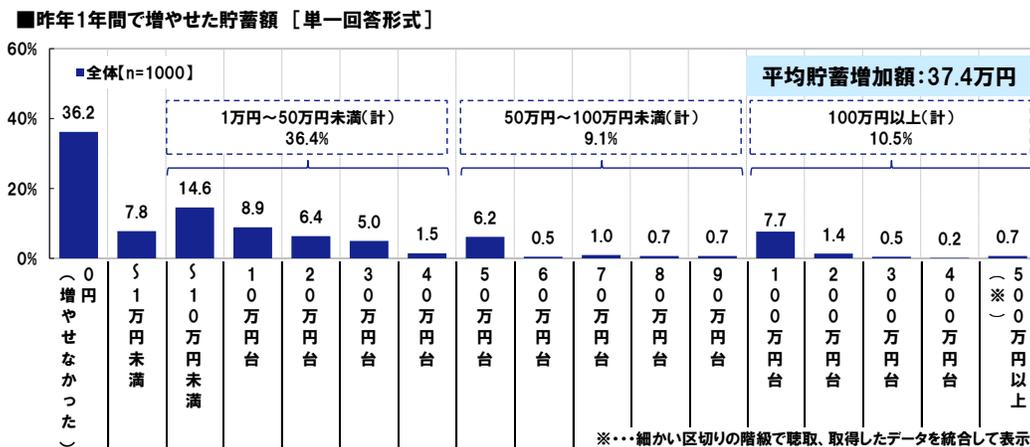
それでは、実際に貯蓄を多く増やすことができるのは、どのようなタイプの人なのでしょうか。

まず、全回答者(1,000名)に、昨年1年間で増やせた貯蓄額について聞いたところ、「0円(増やせなかった)」が36.2%、「1万円～50万円未満」は36.4%、「50万円～100万円未満」は9.1%、「100万円以上」は10.5%となり、0円との回答も含めた平均貯蓄増加額は37.4万円となりました。貯蓄を全く増やせなかった人が多い一方で、100万円以上の貯蓄に成功した方も少なくないことがわかります。【図4】

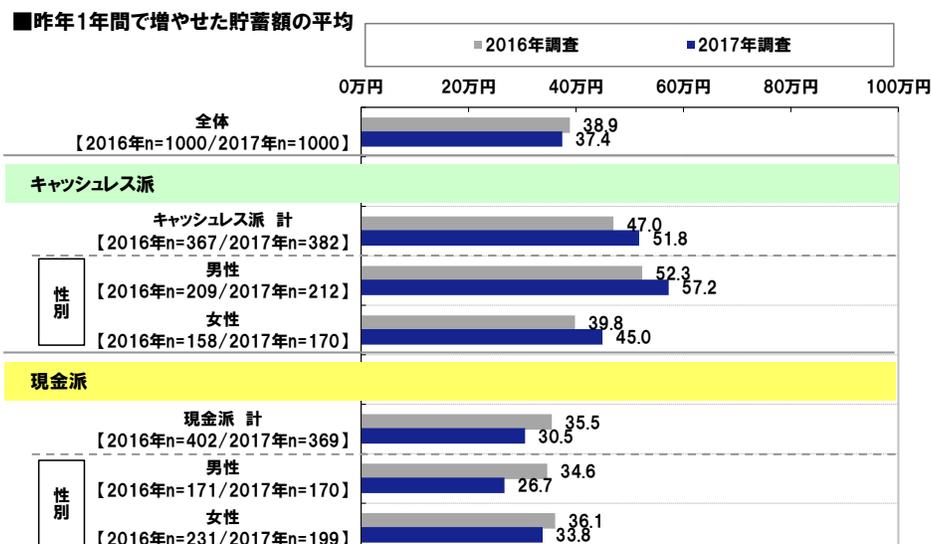
昨年1年間で増やせた貯蓄額を最近のキャッシュレス化状況(現金離れ状況)によって分けたタイプ別にみると、キャッシュレス派の平均貯蓄増加額は51.8万円で、現金派の30.5万円よりも高くなりました。貯蓄を多く増やすことができるのは、現金派よりもキャッシュレス派のようです。

また、昨年の調査結果と比べると、キャッシュレス派は昨年調査よりも平均貯蓄増加額が高く(2016年調査47.0万円→2017年調査51.8万円)なり、現金派は昨年調査よりも低く(2016年調査35.5万円→2017年調査30.5万円)なりました。キャッシュレス派と現金派の貯蓄増加額の格差が、昨年よりも拡大していることが明らかになりました。特に乖離幅が大きくなったキャッシュレス派の男性と現金派の男性の平均貯蓄増加額の差額は、昨年調査では17.7万円(2016年調査キャッシュレス派男性52.3万円 - 現金派男性34.6万円)で、今年の調査では差額30.5万円(2017年調査キャッシュレス派男性57.2万円 - 現金派男性26.7万円)にまで広がりました。キャッシュレス派の男性は現金派の男性の2倍以上、貯蓄を増やすことに成功したようです。【図5】

【図4】



【図5】



2. キャッシュレス化意識とキャッシュレス派の特徴

- ▶ 「最近、キャッシュレス化していると思う」4 割弱 30 代・60 代男性は 5 割弱がキャッシュレス化を実感
- ▶ キャッシュレスタイプ別の特徴比較
 “ポストペイ派”は iDeCo に関心がある「お得情報好き」、 “プリペイド派”には家事をテキパキこなす「カジメン」が多い
- ▶ デートの段取りが上手なのは現金派よりもキャッシュレス派、特にプリペイド派の男性は段取り上手
- ▶ 現金派 VS キャッシュレス派 恋人・配偶者と仲が良いのはどちら？

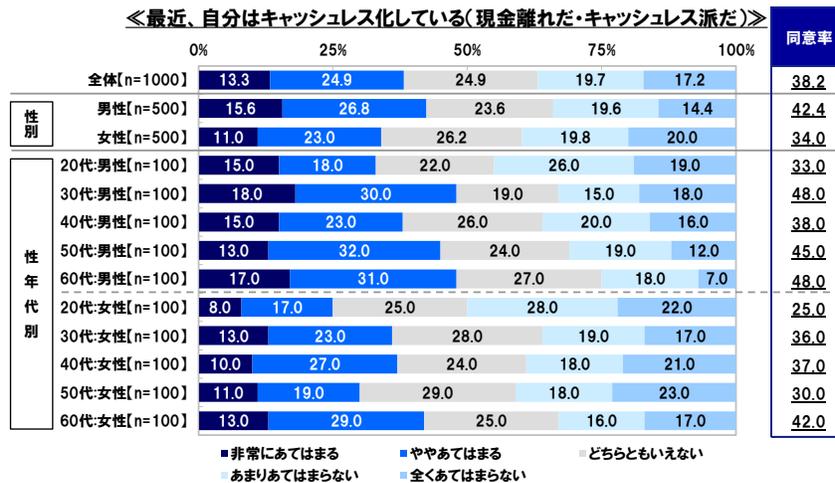
全回答者(1,000 名)に、「最近、自分はキャッシュレス化している(現金離れだ・キャッシュレス派だ)」にあてはまるかどうか聞いたところ、同意率(「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計、以下同様)は 38.2%になりました。

男女別にみると、キャッシュレス化(現金離れ)を実感しているのは女性より男性のようで、同意率は女性の 34.0%に対し男性では 42.4%となりました。また、性年代別では、30 代男性や 60 代男性では 5 割弱(ともに 48.0%)が同意を示す結果となりました。【図 6】

次に、キャッシュレス化を実感している人=キャッシュレス派(382 名)に、キャッシュレスの支払い方法はプリペイド型(事前にチャージ・支払いが必要)とポストペイ型(使った分を後から引き落とし・支払い)のどちらが多いか聞いたところ、「プリペイド型が多い」が 62.3%、「ポストペイ型が多い」が 37.7%となりました。【図 7】

【図 6】

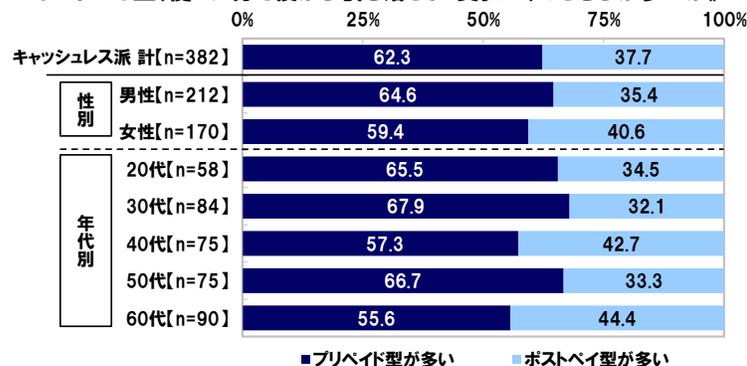
■自身の考えや行動にどの程度あてはまるか [単一回答形式]



【図 7】

■キャッシュレスの支払い手段[単一回答形式] ※対象:キャッシュレス派

《プリペイド型(事前にチャージ・支払いが必要)と
 ポストペイ型(使った分を後から引き落とし・支払い)のどちらが多いか》



キャッシュレス派は現金派よりも貯蓄を増やせる傾向にあることが明らかになりましたが、そのほかに、現金派とキャッシュレス派とではどのような違いがあるのでしょうか。さらには、キャッシュレス派の中でも、プリペイド派とポストペイ派とでは、特徴に違いはあるのでしょうか。

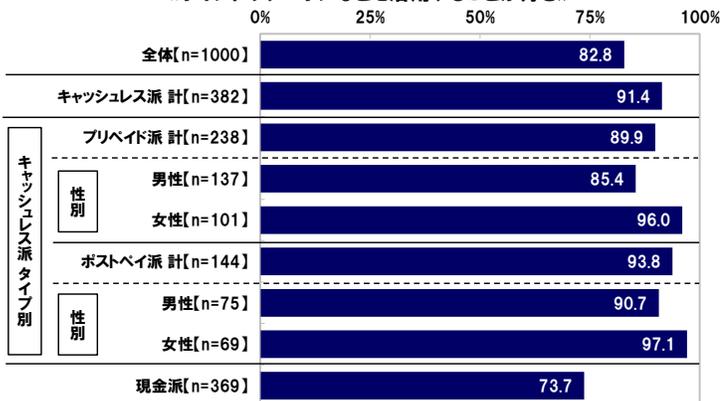
全回答者(1,000名)に、お金に関する意識や行動について質問し、キャッシュレス化状況(現金離れ状況)やキャッシュレスの支払い手段で分けた各タイプで比較したところ、「ポイントやクーポンを活用することが好き」では、キャッシュレス派が91.4%、現金派が73.7%、「個人型確定拠出年金(iDeCo)に関心がある」では、キャッシュレス派が27.0%、現金派が10.6%で、どちらもキャッシュレス派の割合が現金派よりも高くなりました。また、キャッシュレス派の中でも、ポストペイ派がそれぞれ93.8%、29.9%となり、プリペイド派(89.9%、25.2%)よりも高くなりました。キャッシュレス派、特にポストペイ派は、ポイントやクーポンなどの活用が好きで、今年から加入対象者が大幅に拡張されたことで注目を集めている個人型確定拠出年金(iDeCo)に関心がある人が多いようです。ポストペイ派は特に、「お得情報に敏感」なのではないでしょうか。【図8、図9】

さらに、「家計簿などで、家計の見える化をしている」では、現金派(24.9%)よりもキャッシュレス派(33.5%)が高く、特にポストペイ派の女性(44.9%)は高くなりました。主にポストペイ型のキャッシュレス決済を活用している女性には、家計簿をつけるなどしてお金の管理をしっかりとしている人が多いようです。お得情報に敏感でお金の管理をしっかりとしている人が多いからこそ、キャッシュレス派は現金派よりも貯蓄を増やせる傾向にあるのではないのでしょうか。【図10】

【図8】

■お金に関する意識や行動 [単一回答形式] ※該当する選択肢を抜粋してグラフに表示

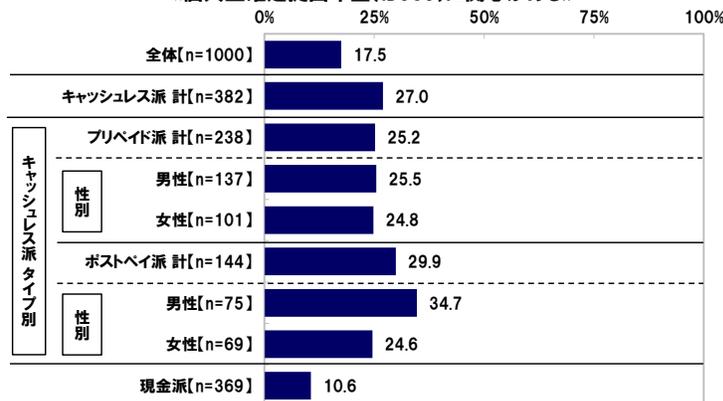
《ポイントやクーポンなどを活用することが好き》



【図9】

■お金に関する意識や行動 [単一回答形式] ※該当する選択肢を抜粋してグラフに表示

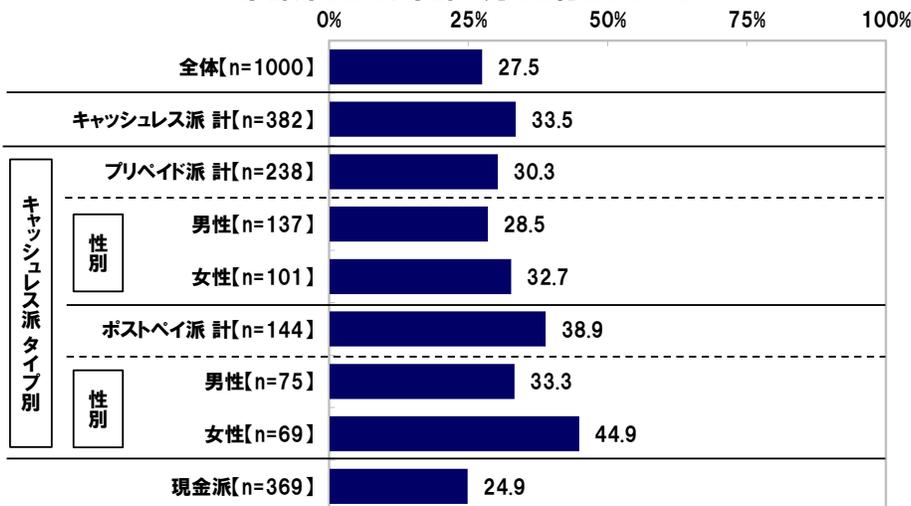
《個人型確定拠出年金(iDeCo)に関心がある》



【図10】

■お金に関する意識や行動 [単一回答形式] ※該当する選択肢を抜粋してグラフに表示

《家計簿などで、家計の見える化をしている》



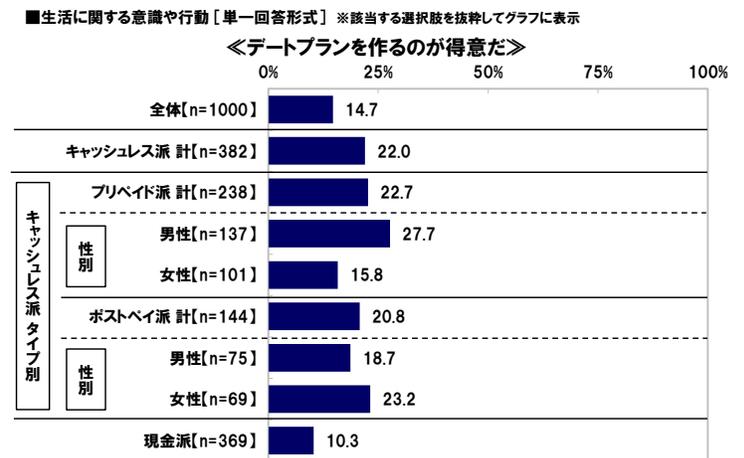
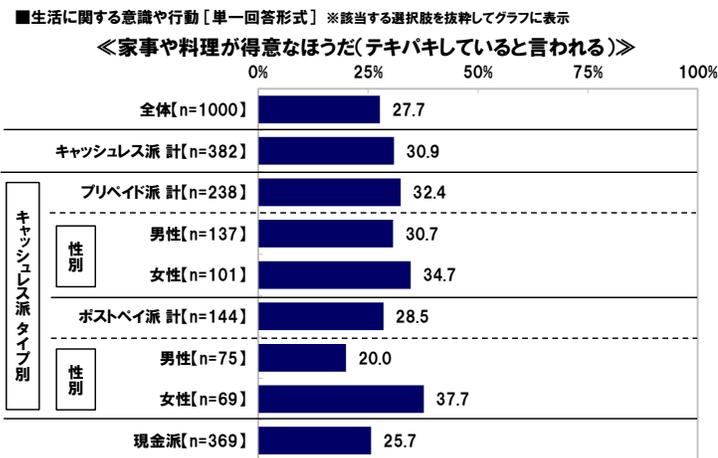
続いて、全回答者(1,000名)に、生活に関する意識や行動について聞いたところ、「家事や料理が得意なほうだ(テキパキしていると言われる)」では、現金派は25.7%、キャッシュレス派は30.9%となりました。男性の回答に注目すると、プリペイド派の男性は30.7%、ポストペイ派の男性は20.0%となり、プリペイド派のほうが家事や料理が得意な“カジメン”が多いことがわかりました。【図11】

また、「デートプランを作るのが得意だ」では、現金派(10.3%)よりもキャッシュレス派(22.0%)が高く、特にプリペイド派の男性(27.7%)は高くなりました。キャッシュレス派、特にプリペイド派の男性は、デートプランを作るのが得意な“段取り上手”が多いようです。【図12】

そのほか、「パートナー(配偶者や恋人)との関係は円満だ」では、現金派は38.8%、キャッシュレス派は50.3%となりました。家事の手際が良かったりデートプランを作るのが得意だったり、プライベートの段取りが上手な人の多いキャッシュレス派は、結果として、パートナーと円満な関係を築くことができる人が多いようです。【図13】

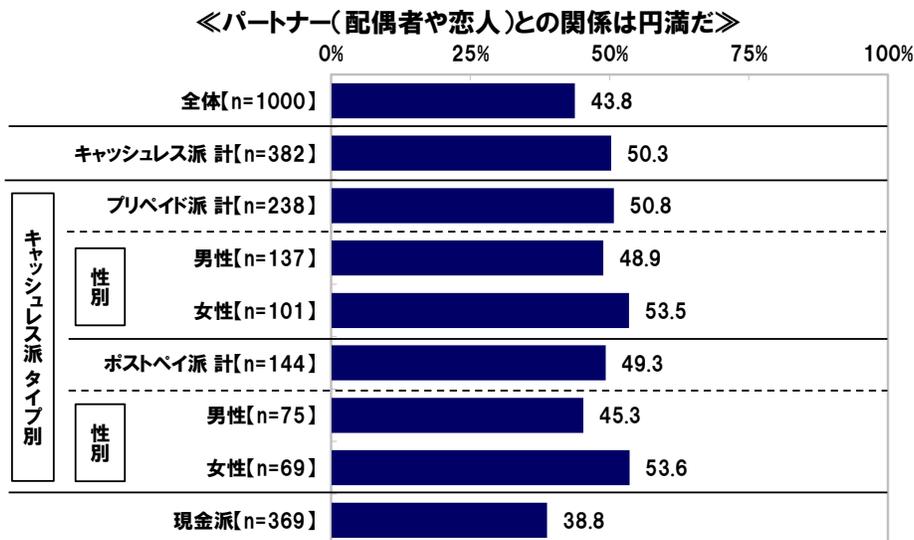
【図11】

【図12】



【図13】

■生活に関する意識や行動[単一回答形式] ※該当する選択肢を抜粋してグラフに表示



3. キャッシュレス化の実態

- ▶ キャッシュレス決済のトレンドはプリペイドカード？ 定期利用率が昨年比で 1.4 倍に
- ▶ かざすだけで支払いができる“モバイルウォレット”利用率は 17%、電子マネー利用者の 4 人中 1 人が利用
- ▶ モバイルウォレットに感じる魅力 「財布を出す手間が省ける」「会計時間が短縮できる」「財布がかさばらない」
- ▶ キャッシュレス決済手段の使い分け クレジットカードの平均決済単価は 9,373 円、電子マネーは 2,804 円

キャッシュレス化が進む中で、具体的にはどういった決済手段が利用されているのでしょうか。

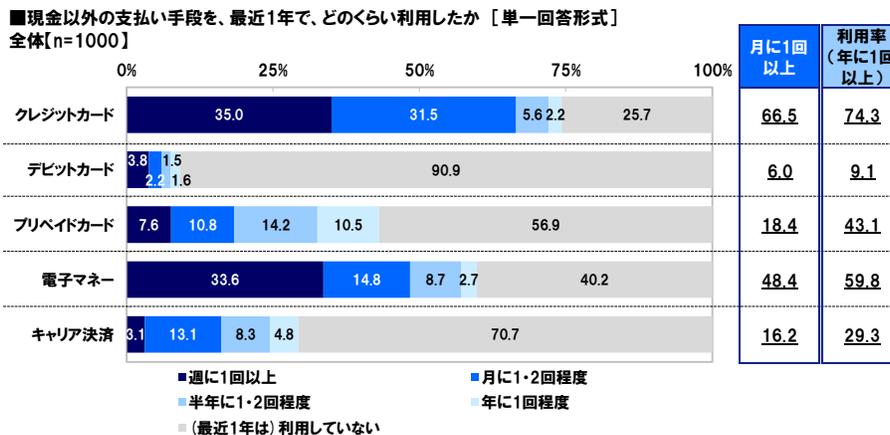
全回答者(1,000名)に、現金以外の支払い手段を提示し、最近1年で、どのくらい利用したか聞いたところ、クレジットカードでは、「週に1回以上」が35.0%、「月に1・2回程度」が31.5%で、それらを合計した『月に1回以上』は66.5%となり、以下、「半年に1・2回程度」は5.6%、「年に1回程度」は2.2%で、それらを合計したクレジットカードの『利用率(年に1回以上)』は74.3%となりました。4人中3人は最近1年以内にクレジットカードを利用した経験があるようです。

そのほかの決済手段を『月に1回以上』利用している割合をみると、割合が高い順に「電子マネー」48.4%、「プリペイドカード」18.4%、「キャリア決済(代金を携帯電話の利用料金とまとめて支払いできる決済方法)」16.2%、「デビットカード」6.0%の順となりました。【図14】

また、昨年の調査結果と比べると、「プリペイドカード」は昨年調査よりも『月に1回以上』利用している割合が高く(2016年調査13.2%→2017年調査18.4%)、前年比でおおよそ1.4倍となりました。加盟店であればどこでも利用できる、国際ブランド付きのプリペイドカードが浸透したことで、定期的に利用している人の増加に繋がっているのではないのでしょうか。

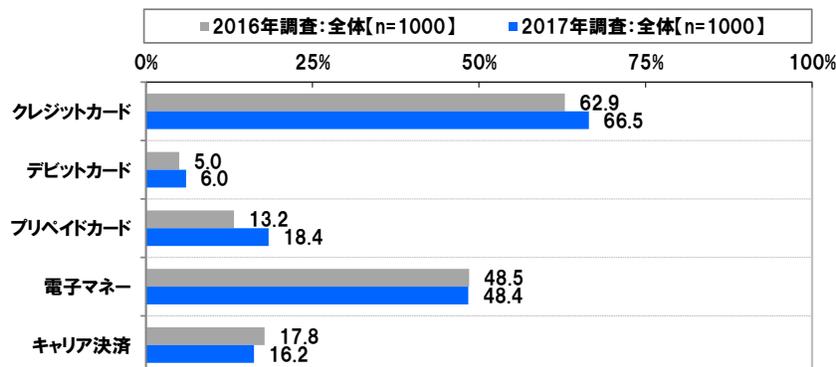
【図15】

【図14】



【図15】

■最近1年で、月に1回以上利用した割合



キャッシュレスの決済手段では、スマートフォンや携帯電話などのモバイル端末をかざすだけで支払いできる機能＝モバイルウォレットを提供しているものが数多くあります。この、モバイルウォレットはどの程度使われているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に、モバイルウォレットを最近1年で、どのくらい利用したか聞いたところ、「週に1回以上」は9.2%、「月に1・2回程度」は5.3%で、それらを合計した『月に1回以上』は14.5%となり、以下、「半年に1・2回程度」は2.0%、「年に1回程度」は2.2%で、それらを合計したモバイルウォレットの『利用率(年に1回以上)』は17.4%となりました。

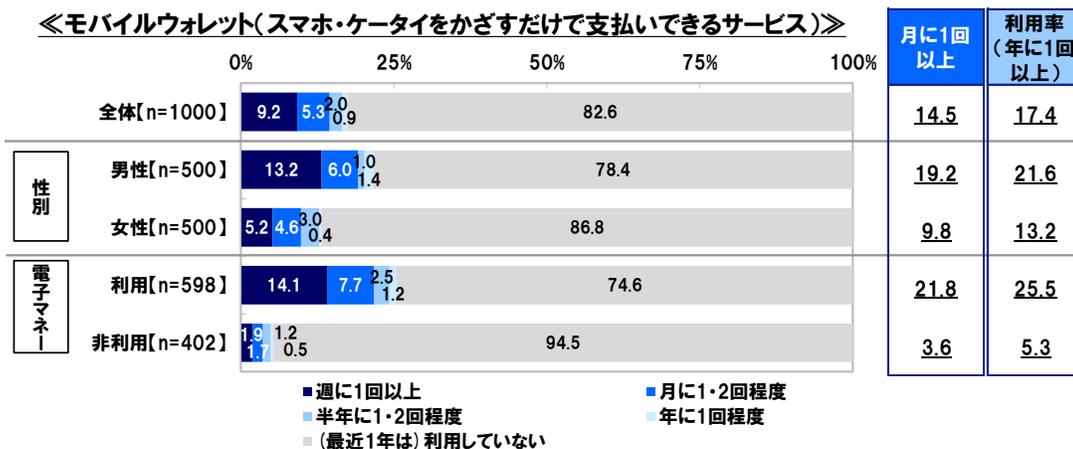
男女別にモバイルウォレットの『利用率(年に1回以上)』をみると、男性は21.6%、女性で13.2%と、男性のほうが高くなりました。また、電子マネーの利用状況別にみると、電子マネーの利用者では25.5%と、4人中1人の割合でモバイルウォレットを利用していることがわかりました。【図16】

続いて、モバイルウォレット利用者(174名)に、モバイルウォレットの利点だと思えるものは何か聞いたところ、「現金やカードを出す手間を省ける」が82.2%で最も高く、次いで「会計時間を短縮できる」が63.2%、「財布がかさばらない(カードや小銭を減らせる)」が58.0%で続きました。モバイルウォレット利用者の多くは、会計の手間や時間を軽減できることや、持ち歩くカード類や小銭が減らせることに魅力を感じているようです。そのほか、「残高確認がモバイル上で簡単にできる」43.7%や「チャージがモバイル上で簡単にできる」40.2%といった管理上のメリットや、「紛失や盗難のとき、遠隔ロックなどで被害を防げる」11.5%といったセキュリティ上のメリットをモバイルウォレットの利点だと感じている人も一定数みられました。

【図17】

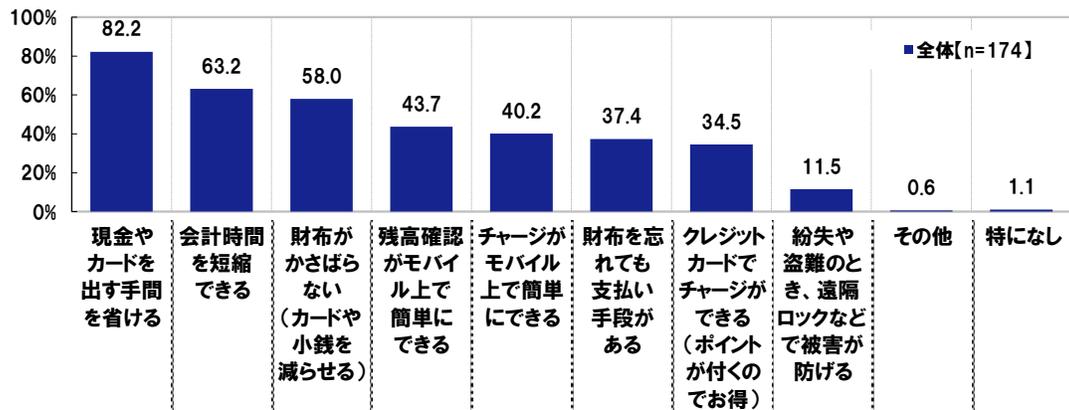
【図16】

■現金以外の支払い手段を、最近1年で、どのくらい利用したか [単一回答形式]



【図17】

■モバイルウォレットの利点だと思えるもの [複数回答形式] ※対象:モバイルウォレット利用者



では、多様なキャッシュレスの決済手段には、どのような使われ方の違いがあるのでしょうか。

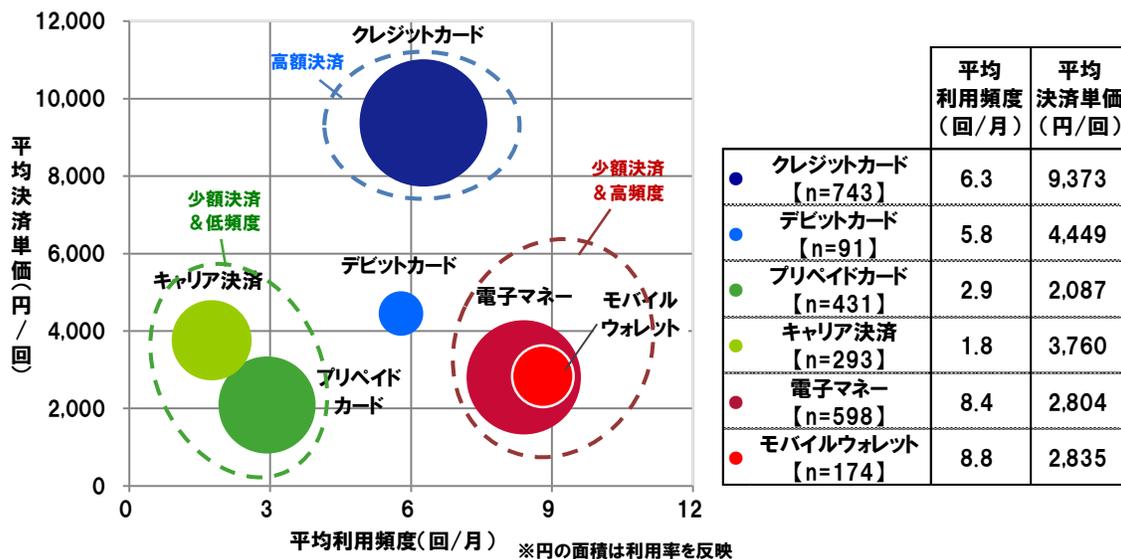
現金以外の支払い手段のそれぞれについて、平均決済単価と平均利用頻度をみると、「クレジットカード」はその他の決済手段に比べて平均決済単価が高く(1回あたり 9,373 円)、平均利用頻度は中程度(月に 6.3 回)となりました。クレジットカードに比較的近い使われ方をしているのは「デビットカード」で、平均利用頻度はクレジットカード同様に中程度(月に 5.8 回)、平均決済単価がクレジットカードよりも低く(1回あたり 4,449 円)なっています。分割払いも利用できることが特徴のクレジットカードは高額決済の手段として、預金口座から即時決済できることが特徴のデビットカードはクレジットカードより少額の決済手段として利用される傾向にあることがわかりました。

クレジットカードやデビットカードより高頻度で使われている決済手段に注目すると、「電子マネー」(月に 8.4 回)や「モバイルウォレット」(月に 8.8 回)があり、これらの平均決済単価は比較的少額(「電子マネー」1回あたり 2,804 円、「モバイルウォレット」1回あたり 2,835 円)になりました。電子マネーや、多くの電子マネーが利用登録できるモバイルウォレットは、比較的少額のちょっとした買い物でも、「現金代わり」の決済手段として頻繁に活用されているようです。

そのほか、比較的低頻度となった決済手段に注目すると、「キャリア決済」(月に 1.8 回)や「プリペイドカード」(月に 2.9 回)がみられました。これらは、そのほかの決済手段よりも限られたシーンで利用されているようです。プリペイドカードに関しては、加盟店であればどこでも利用できる、国際ブランド付きのプリペイドカードの利用者が増えれば、今後、電子マネーなどと同様に、より高い頻度で利用されるようになるかもしれません。【図 18】

【図 18】

■現金以外の支払い手段の、平均利用頻度と平均決済単価



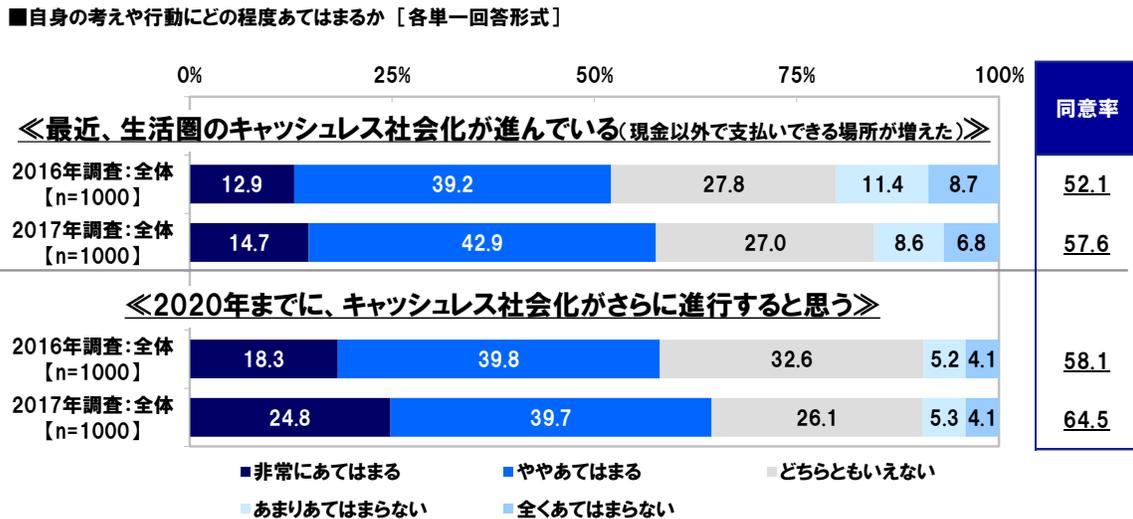
4. キャッシュレス社会への展望

- ▶ キャッシュレス社会化を実感「生活圏でキャッシュレス決済できる場所が増えた」6割弱、昨年調査より5.5ポイント上昇
- ▶ 「2020年までに、もっとキャッシュレス社会化が進む」と6割半が予想、昨年調査より6.4ポイント上昇
- ▶ 「キャッシュレス社会化は訪日外国人のおもてなしのために必須」半数以上が同意
- ▶ モバイルウォレットは決済環境整備の起爆剤？「モバイルウォレットはキャッシュレス社会化を加速させる」5割半

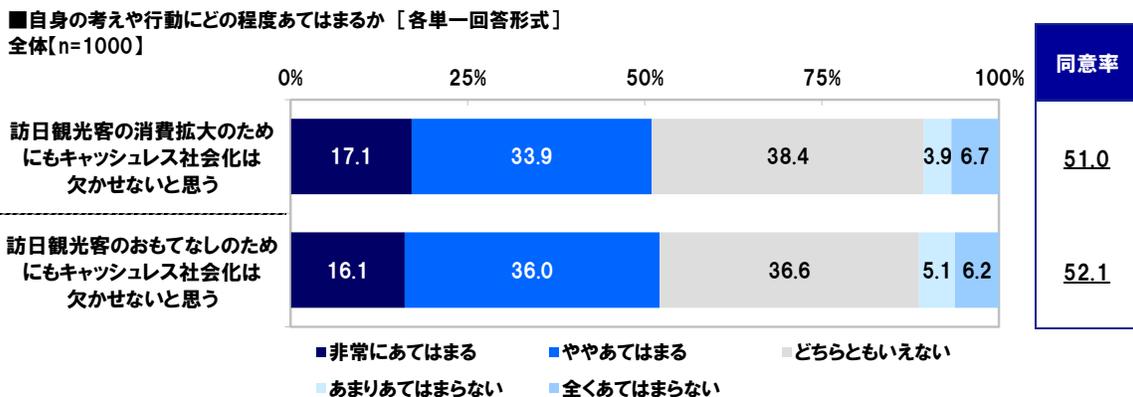
全回答者(1,000名)に、キャッシュレス社会化(現金以外で支払うことができる環境が整うこと)に関する内容を提示し、身の回りの環境や自分の考えにあてはまるか聞いたところ、「最近、生活圏のキャッシュレス社会化が進んでいる」の同意率は57.6%となり、昨年の調査結果から5.5ポイント上昇(2016年調査52.1%→2017年調査57.6%)しました。また、「2020年までに、キャッシュレス社会化がさらに進行すると思う」の同意率は64.5%となり、昨年の調査結果から6.4ポイントの上昇(2016年調査58.1%→2017年調査64.5%)となりました。生活圏でキャッシュレスの決済環境が整ってきたと実感している人が増え、2020年までに、さらにキャッシュレス社会化が進むだろう、との予測がより多くなっているようです。【図19】

また、「訪日観光客の消費拡大のためにもキャッシュレス社会化は欠かせないと思う」では同意率が51.0%、「訪日観光客のおもてなしのためにもキャッシュレス社会化は欠かせないと思う」では52.1%となりました。今後、さらにキャッシュレスの決済環境を整えていくことは、訪日観光客の消費拡大のほか、“おもてなし”のためにも欠かせないことだ、と考えている人が多いようです。【図20】

【図19】



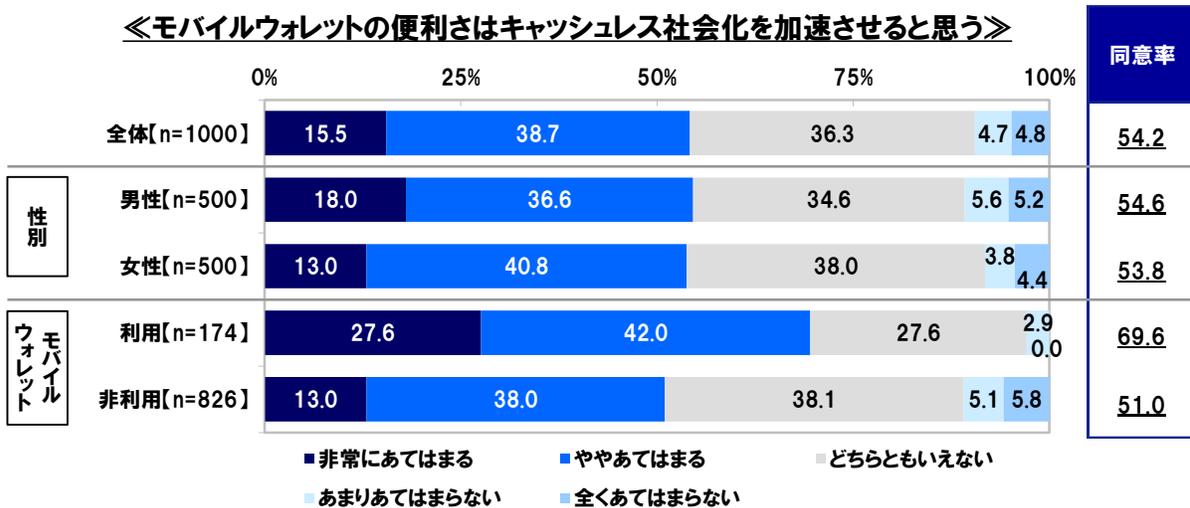
【図20】



さらに、「モバイルウォレットの便利さはキャッシュレス社会化を加速させると思う」について聞いたところ、同意率は 54.2% となり、実際にモバイルウォレットを利用している人は同意率が 69.6%とより高くなりました。各種の決済手段をモバイルに集約できるモバイルウォレットの便利さが、今後のキャッシュレス社会化の起爆剤になると考えている人が多く、特にモバイルウォレットの利用者はその実感を持っている人が多いことがわかりました。【図 21】

【図 21】

■自身の考えや行動にどの程度あてはまるか [各単一回答形式]



5. デビットカードの浸透状況

- デビットカードの認知率は 89%に上昇 過去調査より「詳細まで知っていた」人が増え理解が進む
- デビットカードの詳細を知った人の 4 割が利用意向あり
- 実際にデビットカードを使っている人は 1 割、利用頻度は月に平均 5.8 回で昨年比 1.6 倍

キャッシュレスの決済手段の 1 つに、預金口座から即時決済できることが特徴のデビットカードがありますが、デビットカードのことはどの程度理解され、実際に利用されているのでしょうか。

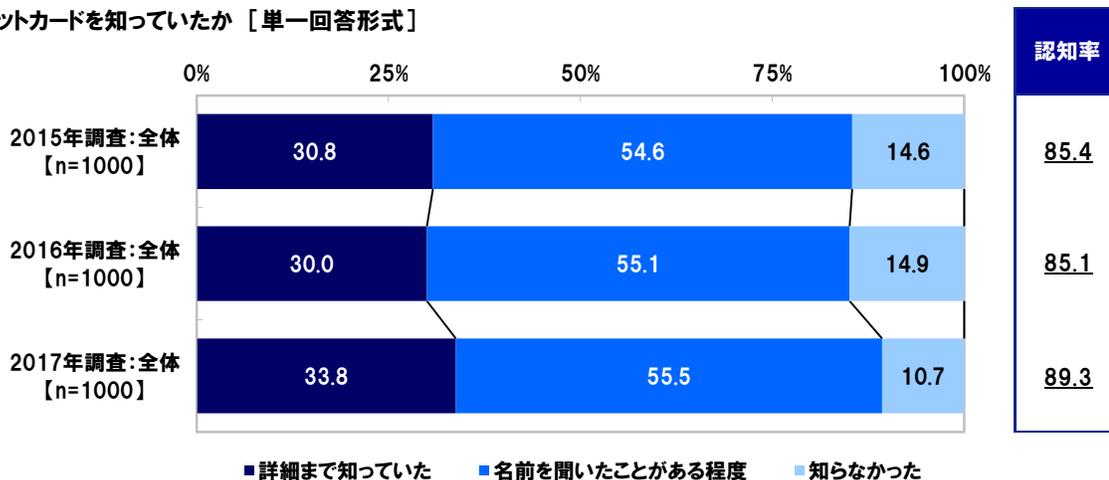
全回答者(1,000 名)に、デビットカードについて、知っていたか聞いたところ、「詳細まで知っていた」33.8%、「名前を聞いたことがある程度」55.5%となり、それらを合計した認知率は 89.3%、「知らなかった」は 10.7%でした。

一昨年・昨年の調査結果と比較すると、「詳細まで知っていた」の割合が上昇(2015 年調査 30.8%、2016 年調査 30.0%→2017 年調査 33.8%)したことで、認知率が 8 割半から 9 割へと上昇(2015 年調査 85.4%、2016 年調査 85.1%→2017 年調査 89.3%)していることがわかりました。キャッシュレス社会化が進み、デビットカードに対する理解も進んできたようです。

【図 22】

【図 22】

■デビットカードを知っていたか [単一回答形式]



次に、デビットカードについて説明(※3)をした後に、デビットカードを今後(または今後も)使いたいか聞いたところ、「非常に使いたい」5.4%、「どちらかといえば使いたい」34.1%となり、それらを合計した利用意向率は 39.5%となりました。

一昨年・昨年の調査結果と比較すると、利用意向率は 3 割半から 4 割へと上昇(2015 年調査 36.4%、2016 年調査 36.9% →2017 年調査 39.5%)しました。【図 23】

さらに、デビットカードの利用率と平均利用頻度について、昨年からの推移を確認すると、利用率は 8.4%から 9.1%と同水準で推移しているものの、平均利用頻度は月に 3.7 回から月に 5.8 回と、昨年比でおよそ 1.6 倍と顕著に上昇しました。生活圏でキャッシュレスの決済環境が整ってきたことで、デビットカードを利用する機会が増えてきているのではないのでしょうか。デビットカードが利用者に活用され始めている状況をうかがい知ることができました。【図 24】

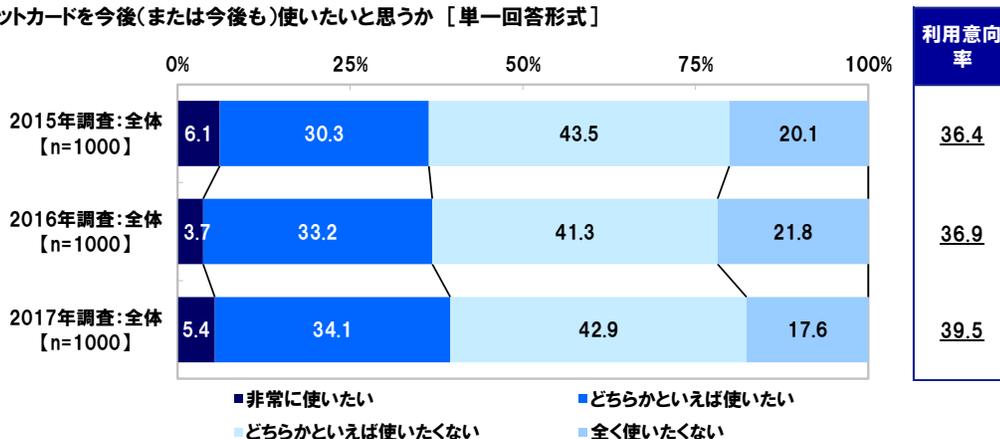
※3: デビットカードとは、「お買い物をする自分の銀行口座から即時決済してくれるカード」とし、以下のメリットも記載した

■デビットカードのメリット

「銀行口座があれば発行できる」原則として口座保有者であれば誰でも(15歳以上・中学生を除く)保有・利用が可能です。
「『お金がないのに買ってしまった』を防げる」口座残高の範囲内でしかお買い物はできません。
「口座のお金をおろさず使える」ATMでイチイチお金をおろす必要はありません。よってATM手数料を気にすることはありません。
「世界中のカード加盟店やネットでもお買い物ができる」クレジットカードと同様に世界中のカード加盟店で使え、ネットでの買い物も可能です。
「使うたびにお得」クレジットカードと同様にポイントプログラムのポイントが貯まるお得なサービスがあります。

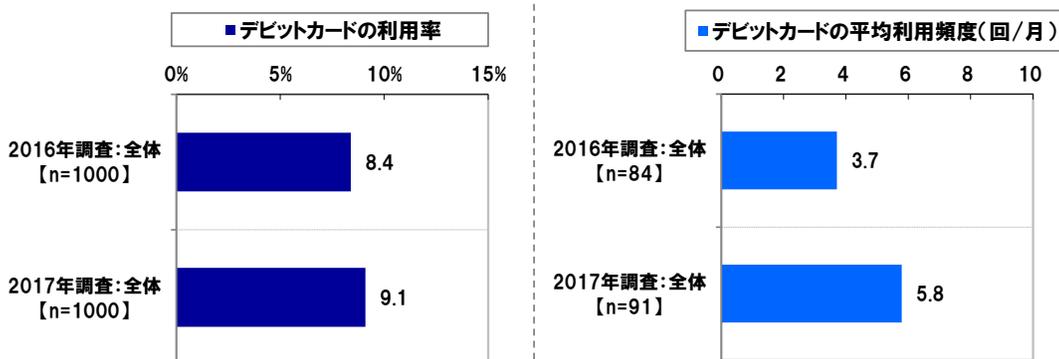
【図 23】

■デビットカードを今後(または今後も)使いたいと思うか [単一回答形式]



【図 24】

■デビットカードの利用率と平均利用頻度



※対象:デビットカードの利用者

■■調査概要■■

- 《調査タイトル》 キャッシュレスとデビットカード利用意向に関する実態調査 2017
- 《調査地域》 全国
- 《調査対象》 ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする 20 歳から 69 歳の男女
- 《調査期間》 2017 年 2 月 15 日(水)～2 月 20 日(月)
- 《調査方法》 インターネット調査(モバイルリサーチ)
- 《有効回答数》 1,000 サンプル

(内訳)

男性 500 サンプル(20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル)
女性 500 サンプル(20 代 100 サンプル/30 代 100 サンプル/40 代 100 サンプル/50 代 100 サンプル/60 代 100 サンプル)

《実施機関》 ネットエイジア株式会社

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「JCB 調べ」と付記のうえ、ご使用いただきますようお願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社ジェーシービー
広報部 広報グループ
TEL :03-5778-8353

■■株式会社ジェーシービー 概要■■

名称 :株式会社ジェーシービー(JCB Co., Ltd.)

代表者名 :代表取締役兼執行役員社長 浜川 一郎(はまかわ いちろう)

所在地 :東京都港区南青山 5-1-22 青山ライズスクエア

事業内容 :クレジットカード業務、クレジットカード業務に関する各種受託業務、融資業務、信用保証業務、
集金代行業務、前払式支払手段の発行ならびに販売業およびその代行業
