

消費者調査に基づくキャッシュレス決済利用促進策の提案

吉田直人[†] 渡部和雄[‡]
 東京都市大学[†] 東京都市大学[‡]

1 研究の背景

当研究において述べるキャッシュレス決済とは、「物理的な現金(紙幣・硬貨)を使用しなくても利用できる決済手法」と定義する[1]。2000年代以降 ICT 技術の進展とネットワーク網の整備・安価性の確保を背景に、キャッシュレス決済の取引回数・決済額は増加傾向にある。

日本のキャッシュレス決済総額は約 70 兆円規模で推移しており、民間支出における比率は2016年時点で21.4%に達している[2]。この数値は2008年の11.9%から10ポイントほどの増量しておりキャッシュレス決済の比率が増加していることが言える。このうち9割近くをクレジットカードが占めており、日本のキャッシュレス決済はクレジットカードがけん引している状況にある。

しかし、日本のキャッシュレス決済比率は他の先進諸国と比べると低い割合にある。各国データが比較可能な2017年時点においては最も高い韓国で89.7%、その他の先進諸国で60~40%のキャッシュレス比率を保っているのに比べ、日本は21.4%と低い水準にある。各国のキャッシュレス比率一覧を図1に示す。

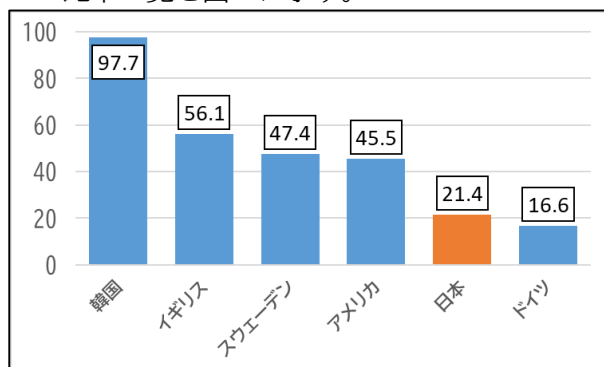


図1：各国間キャッシュレス比率の一覧グラフ
 (出所:[2]を基に著者作成)

この原因として、日本人の現金志向に加えてATM台数の充実による現金引き出しの容易さが挙げられる。

一般的にキャッシュレス決済におけるメリットは、利用する消費者にとっては会計取引の迅

速化・省力化が、店舗側にとっては現金の絡む作業の減少やインバウンド需要への対応といったメリットが挙げられる。さらに社会全体としてキャッシュレス決済サービスによる新たな市場の開拓や現金輸送コストのマクロ的削減などが挙げられる。しかし現在は上述のような日本のキャッシュレス決済比率の低さなどから、特に社会的メリットを中心に十全に機能しているとは言い難い状態にある。

2 先行研究

これらの状況を打開すべく、キャッシュレス決済の浸透を進めるための調査・研究が複数行われている。例としてQRコード決済では加藤ら[3]の女子学生を対象とした普及策の提案や山本ら[4]の特定サービスの普及戦略の考察などがある。しかし、それらの先行研究においては特定の決済手段に限定したものが多く、複数の決済手段間での比較や共通性の発見には至っていない。さらにキャッシュレス全体を取り扱った調査においては単純集計のみで促進の方策を提案するものが多く存在しており、統計的見地からの研究は不足している状況である。

3 研究目的

本研究では、前述した3種の決済手段の共通性・独自性について消費者側の意識の面から統計的手法を用いて明らかにし、キャッシュレス決済のさらなる促進策を提案することを目的とする。

4 研究の方法と対象

本研究では、キャッシュレス決済に関する消費者アンケートを行い、その結果得られた回答データを統計的手法によって分析することで進行する。2020年8月8日に該当する内容のアンケート調査をインターネット上において実施し、有効回答349件を得た。

5 アンケートデータの分析

まず、消費者のキャッシュレス決済に対する意識を対象として共通する因子の抽出を行った。

アンケート内の質問内容のうち、キャッシュレス決済の全買い物に占める割合・各決済手段に関するメリット・総合的な満足度といった設問群から12項目を選択し因子分析を実施し、その結果として4因子を抽出した。結果を表1に示す。

Proposals for cashless payment promotion measures
 based on consumer research

[†]Naoto Yoshida · Tokyo City University

[‡]Kazuo Watabe · Tokyo City University

表 1: 12 項目による因子分析のパターン行列

質問項目	因子			
	1	2	3	4
QRコード： 残高を確かめやすい	0.869			
QRコード： 操作が分かりやすい	0.796			
QRコード： 幅広く使える	0.789			
全体： 時間がかからない		0.890		
全体： 手軽に使える		0.775		
電子マネー： 素早く会計できる	0.145	0.484		
全体： 財布を出さずに済む	0.286	0.337		
クレジット： 1枚で完結できる			0.934	
クレジット： ネットで使いやすい		0.156	0.724	
キャッシュレス 決済割合		0.117	-0.113	0.906
クレジット： 少額でも使いたい		-0.102	0.239	0.541
利用場面 選択回数				0.393

因子抽出法: 最尤法

回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

*因子寄与率が0.1以下の項目は空欄

上記の 4 因子のうち第 1 因子と第 3 因子は QR コードとクレジットカードの独自の要素について述べたものであり、「決済手段ごとのメリット」について言及した因子であると言える。対して第 2 因子は様々なキャッシュレス決済に共通する要素について言及した項目によって構成されており、「共通メリット」の因子と解釈することができる。また第 2 因子に電子マネーに関連する内容が含まれており、電子マネーについてはキャッシュレス全体と近い傾向を示すと推察できる。第 4 因子は消費者のメリットではなく利用の意識などに言及した項目であり、「キャッシュレス利用の実態」の因子だと解釈できる。

この結果を基に、パス図を用いた構造方程式モデリング(SEM)による消費者の利用意識モデルを構築した。パス図とその標準化係数を図 2 に示す。モデル全体の適合度を表す指標は CFI=0.944、RMSEA=0.064 であり、適合度が非常に高いとは言えないが採択可能なモデルであると判断できる[5]。

このモデルではキャッシュレス決済に共通するメリット要因が最終的な利用の実態に結びつくことを有意に示している。また決済手段ごとのメリットが間接的に影響することも示しているが、標準化係数より個々の要因よりもキャッシュレス決済全体としてのメリットの方が強く利用の状況に影響を及ぼす事が分かる。

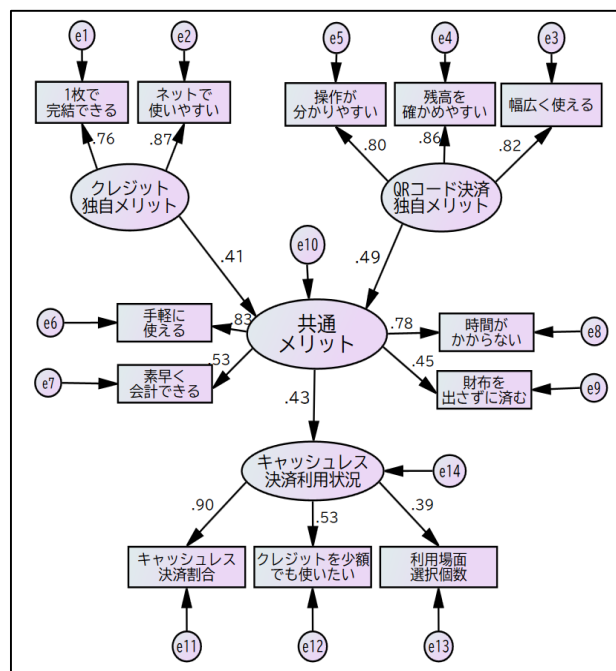


図 2: SEM による消費者利用意識モデル図

6 促進策の提案

キャッシュレス決済に関連するメリットについて、積極的な情報発信を行うことが重要であると言える。特に利用可能店舗数の増大と併せ様々な利用場面で使用できること、また少額からでも利用が可能などことをアピールすることによって既存インフラに影響を及ぼさずに利用拡大に大きく貢献すると考えられる。

7 今後の課題

現在のモデルでは、キャッシュレス決済のデメリットなどについての検討が行えていない。これらの未検討の項目や追加可能な項目についてさらに検証を進め、消費者利用意識モデルの詳細化とそれとともなう促進策の具体性向上が必要であると考えられる。

参考文献

- [1] 経済産業省: "キャッシュレス・ビジョン", <https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-1.pdf> (2018)
- [2] 一般社団法人キャッシュレス推進委員会: "キャッシュレス・ロードマップ 2020", <https://www.paymentsjapan.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2020/06/roadmap2020.pdf> (2020)
- [3] 加藤敦、呉晨韻: "QR コード決済の多数派層への普及に向けての鍵: 日中女子学生の有用度認識と性格性向の調査にもとづく一考察", 同志社女子大学総合文化研究所紀要、第 36 巻 (2019)
- [4] 山本龍平、遠藤正之: "モバイル決済アプリ「PayPay」の普及戦略の考察", 経営情報学会 2019 年秋季全国研究発表大会予稿集, pp.179-182 (2019)
- [5] 豊田秀樹: "共分散構造分析[Amos 編] - 構造方程式モデリング", 東京図書 (2013)