

電子マネー保有率6割、コンビニやスーパーでの利用がけん引

～熊本県内の電子マネー利用に関するアンケート調査～

はじめに

「ピッ」や「シャリーン」という電子音とともに決済が瞬時に完了する電子マネーは発行枚数、決済件数ともに伸びており、日本経済新聞社の調べによると2013年3月末現在で主要6種類の発行枚数は1億9,928万枚、年間決済件数は約28億9千万件に達している。主な電子マネーにはプリペイド型とクレジット機能を利用するポストペイ型とがあり、前者は発行主体によって專業系（楽天Edy）、交通系（Suica、SUGOCA、nimocaなど）、流通系（WAON、nanacoなど）があり、後者は携帯電話やスマートフォンに搭載されたもの（iD、QUICPay）が主に利用されている。

首都圏に比べれば熊本県内で電子マネーを利用できる場はまだまだ少ないが、数年前に比べると確実に増えている。そこで当研究所では県内の電子マネーの保有や利用状況を明らかにするため、アンケート調査を実施した。なお、今回の対象とした電子マネーは、「あらかじめ入金しておいたICカードや携帯電話・スマートフォンを端末にかざして代金を支払うもの。おサイフケータイによる後払いのものも含む」である。

[調査結果の概要]

1. 電子マネーの保有率は6割強で、1種類だけ持っているのは29.2%、2種類以上持っているのは32.4%で、複数持っている人が若干多い。
2. 持っている電子マネーは、多い順にイオン系の「WAON」、「楽天Edy」（以下「Edy」）、セブン&アイ・ホールディングス系の「nanaco」で、流通系電子マネーの保有が多い。利用する場所は「コンビニエンスストア」（63.4%）が最も多く、特に男性はコンビニが中心である。
3. 利用する理由は「ポイントがたまるから」（62.4%）が最も多く、お得感が最大の魅力だと思われる。

[調査の概要]

調査対象：熊本県内の18歳以上の男女1,023人（男性515人、女性508人）

調査時期：2013年8月8日～12日

調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査（調査会社：㈱マクロミル）

回答者内訳（年代別集計では「18歳以上29歳以下」を「20代」として集計している）

	全体	年代別				
		20代	30代	40代	50代	60代以上
全体	1,023	206	206	206	206	199
男性	515	103	103	103	103	103
女性	508	103	103	103	103	96

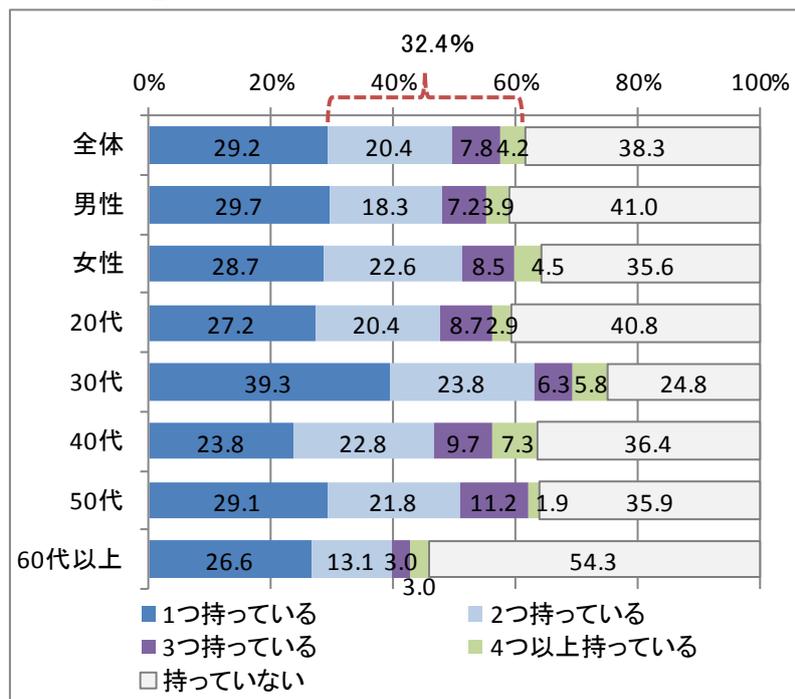
1. 電子マネーの保有状況：約6割が保有

何らかの電子マネーを「持っている」は61.7%、「持っていない」は38.3%で、ほぼ6割が保有している。何種類持っているかをみると、「1つ」が29.2%と最も多く、次いで「2つ」が20.4%と多い（図表1）。「3つ」「4つ以上」と合わせた2種類以上の保有率は32.4%で、ほぼ3割は複数の電子マネーを使い分けられていると思われる。

男女別、年代別にみると、30代の保有率が75.2%と比較的高いのが目立った。「1つ」保有が他の年代に比べて10ポイント（以下、p）前後高くなっており、この差が保有率の高さにつながっている。また、40代では3種類以上の保有率が17.0%と他の年代に比べて高くなっている。

なお、60代以上は「持っていない」が他の年代より10p以上高く、明らかに他の年代よりも非保有率が高い。男女別にみると男性は66.0%、女性は41.7%で、60代以上の男性の非保有率が高くなっている。

図表1 電子マネーの保有状況



2. 持っている電子マネーについて

以下、電子マネーを持っていると回答した631人に尋ねた。

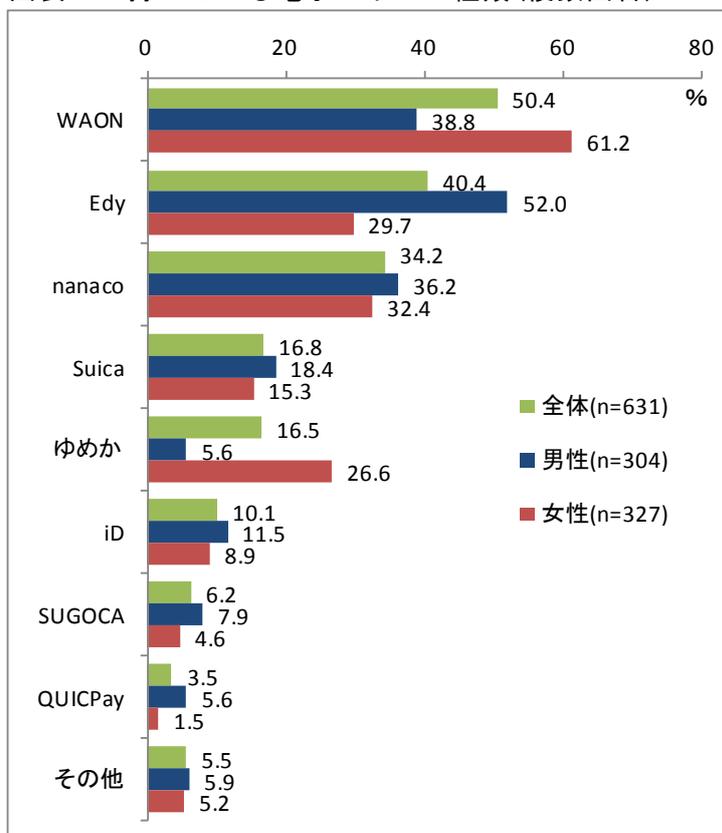
(1) 持っている種類：「WAON」が最も多く、次いで「Edy」、「nanaco」。ただし男女による差が大。

どんな電子マネーを持っているかをみると(複数回答)、最も多いのは「WAON」で50.4%とほぼ半数が持っている。以下「Edy」(40.4%)、「nanaco」(34.2%)と続いており、流通系と「Edy」との保有率が高い。次いでJR東日本の「Suica」が多く、首都圏を訪れる際に利用するため持っていると思われる(図表2)。

男女別では順位が異なり、男性では「Edy」が52.0%で最も多く、以下「WAON」、「nanaco」が30%台で続いている。一方、女性では「WAON」が61.2%と他を30p近く引き離しており、2番手には「nanaco」、「Edy」、「ゆめか」(イズミ系)がわずかの差で続いている。交通系やポストペイ型では男女別の差はさほど大きくないのに比べ、「Edy」、「WAON」、「ゆめか」は男女でそれぞれ20p以上の差があり、これは次ページでみるように、よく使う場所と関係していると思われる。

なお、「その他」には西日本鉄道の「nimoca」や首都圏私鉄各社による「PASMO」といった他の地域の交通系電子マネーが半数以上を占め、県外での利用が主だと思われる。

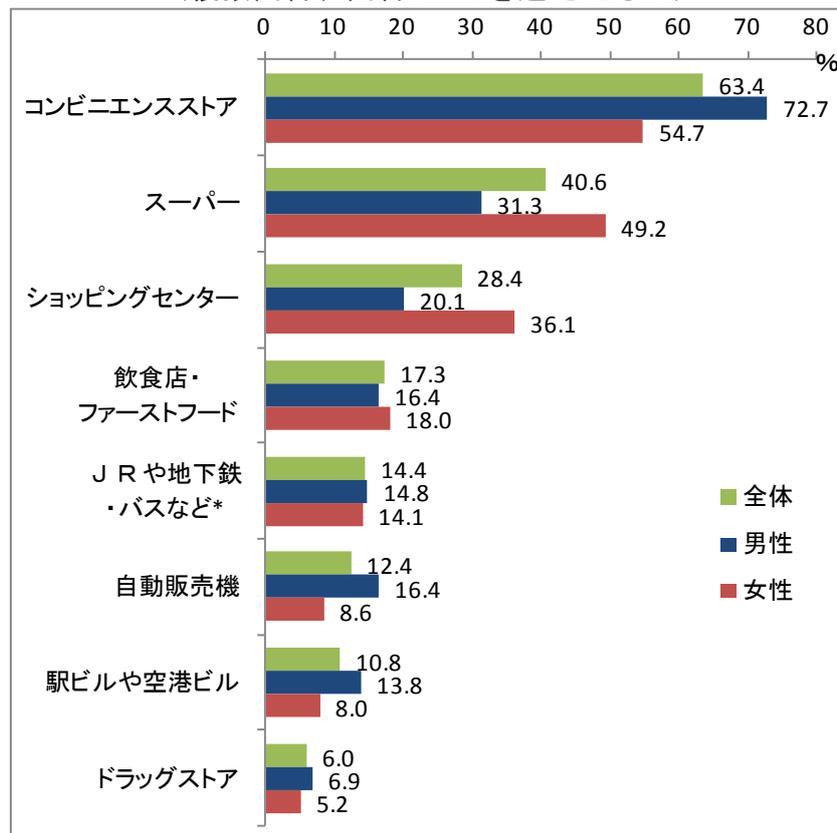
図表2 持っている電子マネーの種類(複数回答)



(2) 利用する場所：コンビニが最多。スーパー・ショッピングセンターなど小売りが主
実際にどこで利用しているかをみると（複数回答）、「コンビニ」が63.4%で最も多い。次いで「スーパー」（40.6%）、「ショッピングセンター」（28.4%）が続いている。図表2でみた保有率が2位の「Edy」はどのコンビニチェーンでも利用でき、3位の「nanaco」は県内コンビニで最も店舗数が多いセブン-イレブンのグループである。また、1位の「WAON」はイオングループに加え、ファミリーマートでも利用できる。こうしたコンビニでの利用し易さが高い保有率にもつながっていると思われる。また、「WAON」の利用を進めるイオングループは県内にスーパーやショッピングセンターの店舗が多いことから、そこでの利用が多いと思われる。

男女別にみると、男性は「コンビニ」が72.7%と圧倒的に多く、他を40p以上も上回っている。女性も「コンビニ」が最も多いのは同様であるが、2位の「スーパー」との差は5.5pにとどまり、「ショッピングセンター」が続いている。食料品を中心とする日常的な買い物に利用しているのが読み取れる。

図表3 電子マネーを利用する場所
(複数回答、回答が5%を超えたもの)



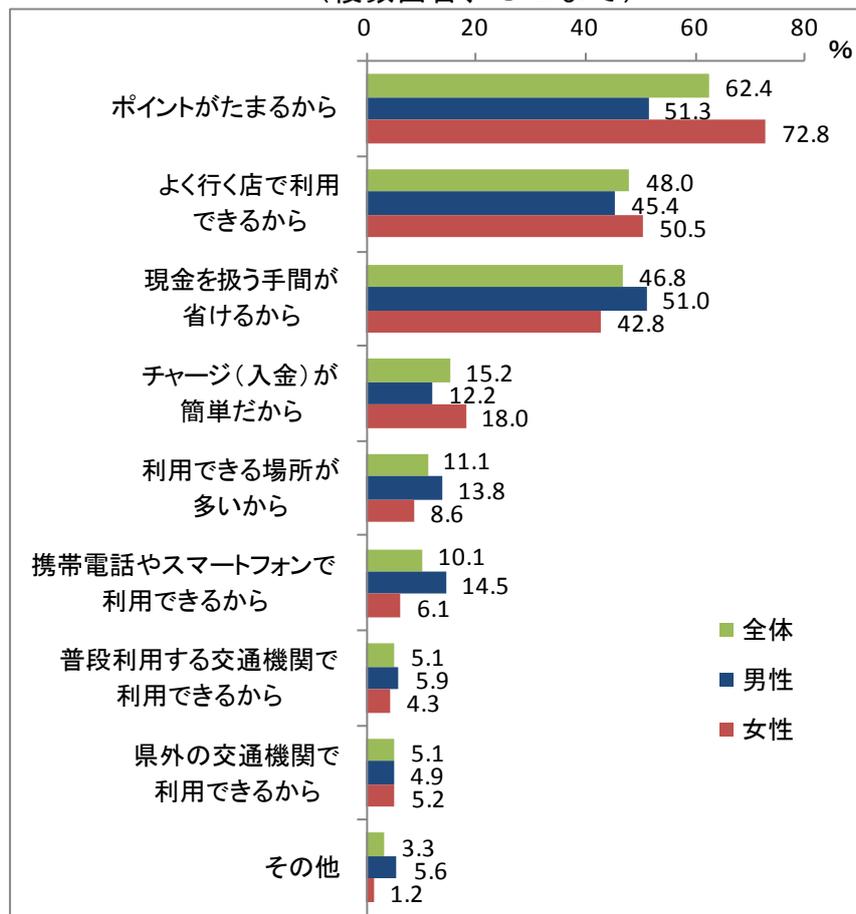
*定期券としての利用は除く

3. 電子マネーを利用する理由：お得感、日常性、利便性

電子マネーを利用する理由をみると（3つまで）、「ポイントがたまるから」が62.4%で最も多く、次いで「よく行く店で利用できるから」（48.0%）、「現金を扱う手間が省けるから」（46.8%）が続いている（図表4）。この上位3項目は、電子マネーの“お得感”“日常性”“利便性”とも言い換えられ、生活者が電子マネーの利用に踏み切る大きな要素と言えるだろう。

男女別にみると女性は「ポイントがたまるから」が72.8%と他を20p以上も上回り、図表2でみた保有している電子マネーと合わせてみると、スーパーやショッピングセンターのポイントデーなどのお得感が大きな魅力になっていると思われる。一方、男性は「ポイントがたまるから」（51.3%）と「現金を扱う手間が省けるから」（51.0%）が拮抗しており、「よく行く店で利用できるから」（45.4%）が続いている。コンビニエンスでの利用が多いことと考え合わせると、少額の買い物に小銭を扱いたくない心理もうかがえる。

図表4 電子マネーを利用する理由
（複数回答、3つまで）



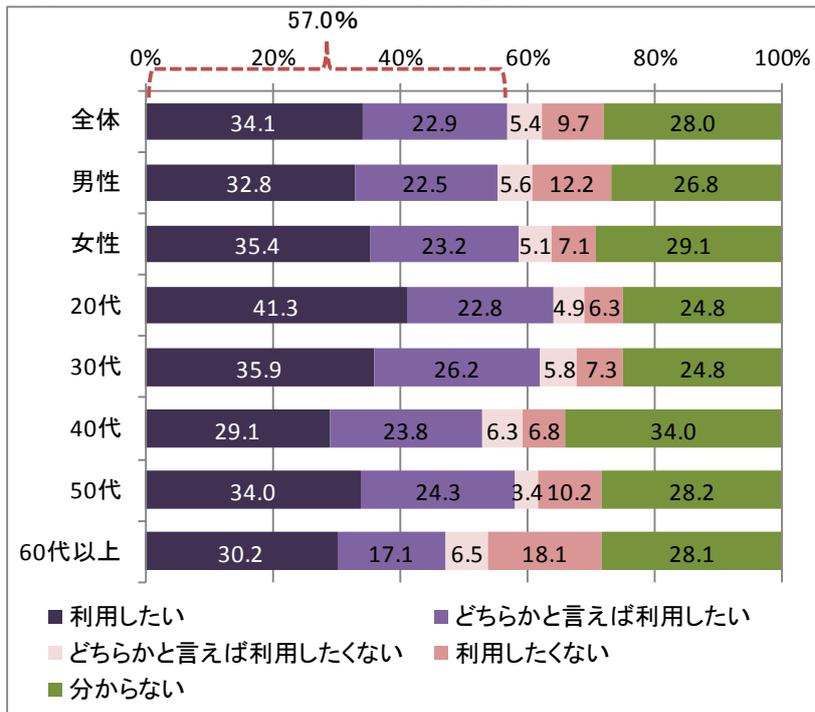
4. ICカード乗車券利用意向

県内ではICカード乗車券は2012年12月にJR九州の主要駅で利用できるようになり、2014年度中には熊本市電や民間バス会社がICカード乗車券を導入予定である。九州他県の県庁所在地ではすでにJRやバス・地下鉄などにICカード乗車券の導入が進んでおり、今回の調査でも県外での利用が多いと思われる「Suica」や「nimoca」などを持っている回答が少なからずみられた。

そこで、熊本市電や県内のバスでICカード乗車券が導入された場合の利用意向を全員に尋ねた。最も多かったのは「利用したい」(34.1%)で、「どちらかと言えば利用したい」とあわせると57.0%となり、約6割がICカード乗車券の利用に前向きであった(図表5)。

年代別では20代が最も利用に積極的で、60代以上がやや消極的である。実際に導入され、タッチするだけで済む利便性を目にすれば、利用する人は多いのではないかと推測される。

図表5 ICカード乗車券の利用意向



おわりに

電子マネーの利用件数、発行枚数は増加傾向が続いており、県内では現時点では專業系や流通系の利用が多いことが明らかとなった。今後県内でも IC カード乗車券が導入されれば、交通系の利用も増えるものと予想され、日常的に利用する場面は増えるであろう。

電子マネーの利用が広がるには生活者がお得感、日常性、利便性を評価するかどうかであると思われる。「残高が分かりにくい」、「種類が増えると使い分けが面倒」といった利用者の不満を考えると、そうした不満を上回るメリットを提供する必要がある。ポイントによるお得感を訴求するコンビニ・スーパーを中心とする取り組みや、様々な事業体と提携して利用できる場を増やし、地域の中で利用機会を面として広げる取り組みなどが進むであろう。

事業主体からすれば、電子マネーの利用を広げることで様々なデータを得、マーケティングに活かす狙いもあると思われる。ビッグデータの活用が注目を集めており、今後、電子マネーデータの管理も含めた信頼性も問われることになるだろう。

事業者から勧められるままに作った何枚ものポイントカードやクレジットカードは、利用頻度やメリットによって持ち歩くものが自ずと数枚に絞られるのと同様に、電子マネーでもいくつもの種類を持つようになると、利用する場に応じてメインとサブといった使い分けが進むと思われる。

以上