

# 生活者アンケートに基づく 電子マネーの動向

電子マネーが決済手段としての存在感を強めている。5大都市圏における電子マネーの保有率・買い物利用率が上昇するなか、利用拡大の鍵を握るのは女性ユーザーの獲得と付帯機能の搭載である。

## 普及が進む電子マネー

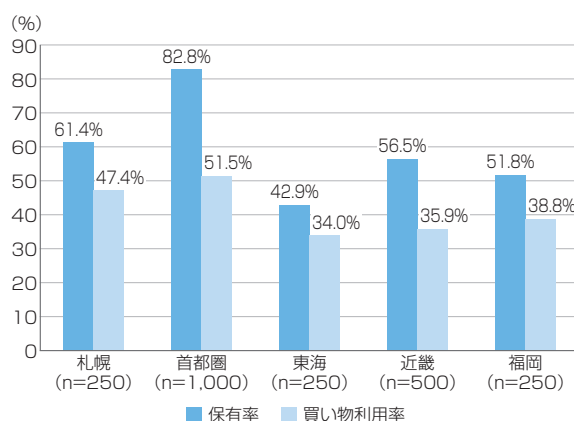
EdyやSuicaなど非接触ICカードや携帯電話を用いて商品やサービスを購入できる「電子マネー」は、発行枚数が1億枚を超え、「一人一枚時代」が到来したとされている。日本銀行が今年7月に発表した調査「最近の電子マネーの動向について（2008年度）」によると、2008年度中の電子マネーの決済件数は1億件を超え、決済金額は約8,000億円と、いずれも前年比40%増となった。

このように電子マネーの利用が伸びるなか、野村総合研究所では今年6月、5大都市圏（札幌市、首都圏、東海、近畿、福岡県）に住む18歳以上の男女計2,250人を対象として、「電子マネー<sup>1)</sup>に関するアンケート調査（第3回）」を実施した<sup>2)</sup>。

## 電子マネーの保有率と 買い物利用率が上昇

今回の調査から、調査対象地域の電子マネー保有率を見ると、首都圏では82.8%に達したほか、近畿で56.5%、福岡は51.8%と半数を超えたことが確認された。東海は42.9%であったものの、前年度の調査時点と比較して6.9ポイント増加している。また、今回はじめて調査を実施した札幌市は61.4%であった。電子マネーを保有し、かつ買い物に利用している人<sup>3)</sup>の割合は、首都圏で51.1%と調査開始以来はじめて半数を超えた。昨年と比較可能な4つのエリアすべてにおいて増加しており、決済手段としての電子マネーの存在感が強まっている状況がうかがえる（図表1）。

図表1 電子マネーの保有率・買い物利用率



(出所) 野村総合研究所「電子マネーに関するアンケート(第3回)」

## 「メイン電子マネー」の利用では、 単価の増加が顕著

電子マネー保有者は、一人当たり平均して2.4枚の電子マネーを持っている。本調査では、保有している電子マネーのうち、普段の買い物等にもっともよく利用している電子マネーを「メイン電子マネー」とし、利用状況などについて調査した。その結果、平均的な電子マネーユーザーは、買い物では月に7.0回、一回あたり約900円の決済に利用していることが明らかになった<sup>4)</sup>。利用回数は昨年の7.2回と比べてあまり変化がないものの、一回あたりの決済金額、すなわち利用単価は利用場所の拡大や流通系マネーの続伸もあり、昨年の約750円から19%上昇した。

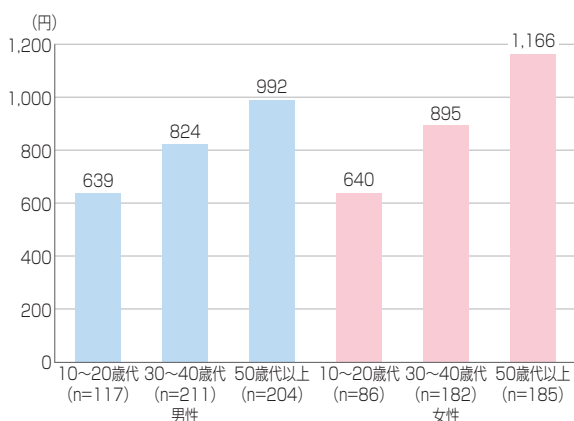
## 成長の鍵は女性ユーザーの獲得と 付帯機能

電子マネー保有者の属性に着目して利用状況を見ると「メイン電子マネー」別の利用単価では年齢が高いほど、

NOTE

- 1) 本論で対象としている電子マネーは、Edy, Suica, PASMO, ICOCA, PiTaPa, TOICA, nimoca, SUGOCA, Kitaca, SAPICA, nanaco, WAON, iD, QUICPay, Smartplus/VisaTouch, PayPass, JAL ICクーポン, taspo/ビデルの18種類。
- 2) 調査概要「電子マネーに関するアンケート調査(第3回)」。
- 3) 交通機関の乗車券や定期券としての利用は、買い物利用には含まない。なお、買い物利用率は電子マネー非保有者も含む各エリアの人口を分母として算出している。
- 4) 単価等については、今回の調査対象の各地域から回収されたサンプルについて、男女年齢(10歳階級)別の構成が2005年の国政調査に基づく5地域の性・年齢別人口構成に沿うように、回答に重み付けを行って集計している。

図表2 性別・年齢別に見た「メイン電子マネー」利用単価



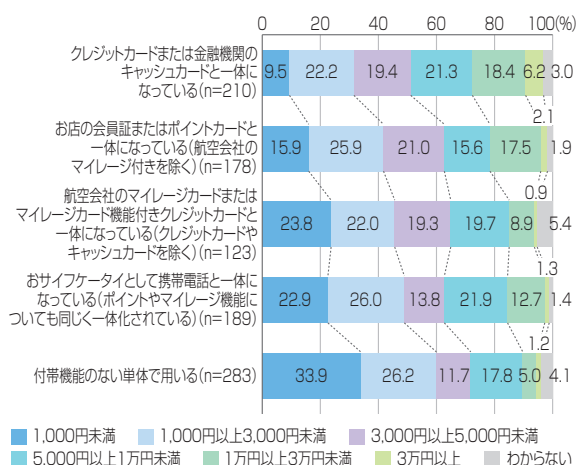
(出所) 野村総合研究所「電子マネーに関するアンケート(第3回)」

また男性よりも女性のほうが高くなっている(図表2)。

利用回数が伸び悩んでいるなか、買い物一回あたりの決済金額が大きい女性ユーザーの支持を獲得することが、成長の鍵を握ると言える。

また、「メイン電子マネー」の形態ごとに月間平均利用金額をみると、金額がもっとも高いのは「クレジットカード

図表3 「メイン電子マネー」の付帯機能別に見た月間平均利用金額



(出所) 野村総合研究所「電子マネーに関するアンケート(第3回)」

ドまたは金融機関のキャッシュカードと一体化になっている」電子マネーであり、反対にもっとも低いのは「付帯機能のない単体型」の電子マネーであった(図表3)。

電子マネー決済の利用を促進するにあたっては、クレジットカードやマイレージなど、何らかの機能と結びつけることが効果的であると推察される。

収益事業化への道筋は  
インフラの共通化

決済手段としての存在感を強めてきた電子マネーは、2009年度には年間決済総額が1兆円を超える見通しである。しかし、市場が拡大しつつある一方で、事業者あたりの収益はまだ小さく、電子マネーが単独で採算が合う事業として成立するには、解決すべき課題が存在する。

当面の課題としては、利用場所の拡大と認知向上、使い勝手の向上によって、利用者をいかに増やすか、ということがあげられる。また、中長期的には、インフラの共通化が必要である。現在、電子マネーは異なる規格ごとに異なる端末で決済を行っており、事業者にとっては端末設置費用の負担が重いほか、POS対応、端末設置や決済時の手間が加盟店開拓の障壁になっている。これらの点を解決するには、端末やネットワークの共通化に向けた動きが求められ、電子マネーが本格的なキャッシュレスツールとしての地位を築き上げていけるかについては、各事業者の動向を今後も注視していく必要がある。

Writer's Profile



野野 愛 Ai Kawano

金融戦略コンサルティング二部  
副主任コンサルタント  
専門は金融戦略立案  
focus@nri.co.jp