

キャッシュレス化から考察する 資産運用の広がり

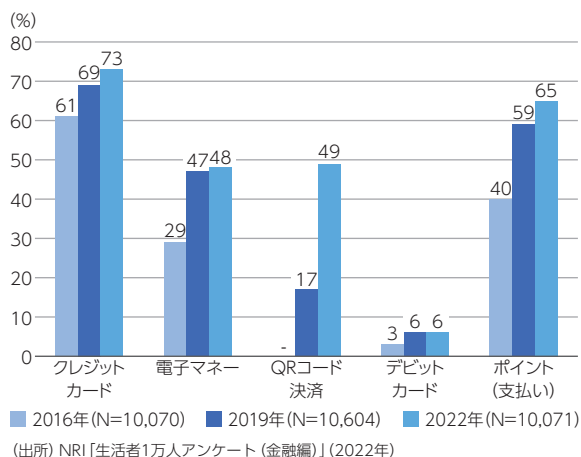
コロナ禍を経てわが国の決済キャッシュレス化はさらに加速した。NRIが実施したアンケート調査によると、キャッシュレス派は現金派と比較して2020年以降に資産運用を始めた割合が12ポイント多いことが分かった。キャッシュレス化は利便性向上やコスト削減だけでなく、資産運用のさらなる普及を促す可能性があるのではないかと。

加速するキャッシュレス化

コロナ禍を通じた非接触決済に対する意識の高まりや、政府によるキャッシュレス・ポイント還元事業等の後押しもあり、キャッシュレス決済がより広く普及しつつある。NRIが3年に1度実施している「生活者1万人アンケート（金融編）」¹⁾においても、その動向を様々な角度から確認することができた。

図表1は決済手段別の利用率²⁾を2016年から3年おきに比較したものである。すべての決済手段で利用率が伸びているが、中でも直近3年でQRコード決済の利用率が急速に伸長していることがわかる。消費者にとって積極的なポイント還元キャンペーンのインセンティブが大きく、導入事業者側としてもコード決済アプリ利用者の送客効果が期待できるため、この結果を生んでいると考えられる。

図表1 各キャッシュレス決済手段の利用率

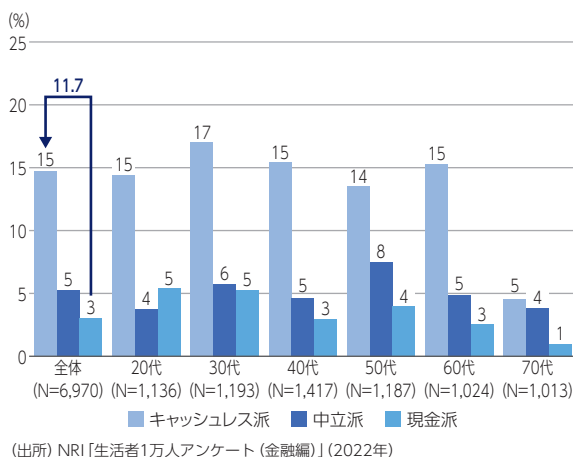


キャッシュレス派に広がる資産運用

こうしたキャッシュレスの普及は、資産運用においてどのような行動の違いを生み出しているのだろうか。

アンケートで聴取した5段階のキャッシュレス決済利用意向スコアから、消費者を「キャッシュレス派(意向スコア5・4)」「中立派(意向スコア3)」「現金派(意向スコア2・1)」の3グループに分類した。図表2はグループごとに、2019年末時点で資産運用未経験であった人のうち、2020年以降に資産運用を始めた人の割合を年齢別に比較した結果である。すべての年齢層でキャッシュレス派のほうが現金派と比較して資産運用を始めた割合が高く、全体平均で見るとキャッシュレス派は現金派よりも11.7ポイント高い。この傾向は同一の保有資産帯や金融リテラシー帯で比べても確認できており、キャッシュレス派と現金派の間に資産運用に対する意識や行動の違いがあることを示唆している。

図表2 資産運用を最近(2020年以降)開始した割合(年代別)



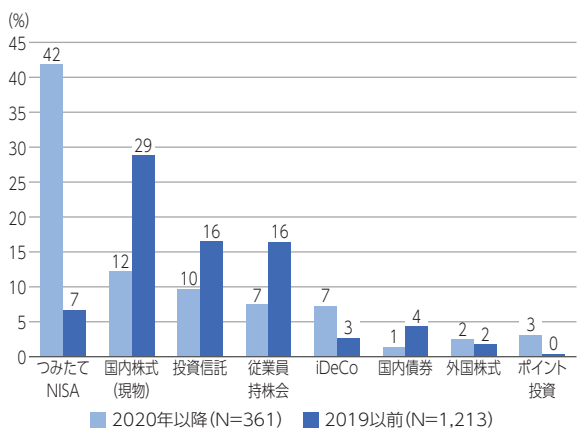
NOTE

- 1) NRIが全国18～79歳の約1万人を対象に実施しているアンケート調査。2022年の8～9月に第5回調査を実施した。消費者の金融行動やその裏にある意識について100を超える設問で定点調査している。訪問調査員が対面でアンケートを配布・回収する訪問留置法を採用しており、ネット利用バイアスなどの歪みが少ないデータの取得が可能である。
- 2) 利用率は「商品を購入する時やサービスを利用する時の支払方法として半年に1回以上利用している割合」と定義している。
- 3) イノベーター理論では、新しいサービスや商品に対する
- 4) 消費に対する考え方に関する設問「ポイントがつか

市場の反応を5分類し、各層を以下のように定義している。①イノベーター(革新者)＝新しいものを最も早く採用する層。②アーリーアダプター(初期採用層)＝流行に敏感。自ら情報収集を行った上で判断し、新しいものを取り入れる層。③アーリーマジョリティ(前期追随層)＝比較的慎重派。新しいものへの関心は高く平均よりは早く取り入れる層。④レイトマジョリティ(後期追随層)＝慎重派。周囲の使用状況を見て、一般的に流行してから取り入れる層。⑤ラガード(遅滞層)＝流行に対する関心が薄く最も保守的な層。

どうかで購入する商品・サービスが変わる」において、「当てはまる」または「やや当てはまる」と回答した場合は「ポイント高感応度層」とし、「あまり当てはまらない」または「当てはまらない」と回答した場合は「ポイント低感応度層」と判定している。

図表3 キャッシュレス派が初めて行った資産運用



(出所) NRI「生活者1万人アンケート(金融編)」(2022年)

キャッシュレス派の行っている資産運用について、もう少し詳しく見てみよう。図表3では資産運用の開始時期別にキャッシュレス派が初めて行った資産運用について、手法別の利用率を比較している。2019年以前は最初の資産運用として主要な手段であった国内株式、投資信託、従業員持株会に取って代わって、つみたてNISAで資産運用を開始する割合が非常に高くなった。また、iDeCoの利用が活発になったことやポイント投資が投資の入り口として機能していることも興味深い。

なぜキャッシュレス派は資産運用を始めたのか

なぜキャッシュレス派は資産運用を始めるに至ったのだろうか。その理由をイノベーター度³⁾とポイント感応度⁴⁾の観点から考察したい。

まず、キャッシュレス派は現金派と比べ、新しい商品やサービスに敏感なイノベーター、アーリーアダプター、アーリーマジョリティが多い。特に、少し様子を

見てから新サービスを使い始めるアーリーマジョリティは現金派では26%に対し、キャッシュレス派では47%となっており、非常に層が厚い。つみたてNISAがより広く認知され、利用する層がイノベーター、アーリーアダプターから、アーリーマジョリティへと変化したことはキャッシュレス派への資産運用の広がりの要因の一つであろう。

次に、ポイント感応度に注目する。キャッシュレス派の中でも、ポイント感応度が高いほうが資産運用を始める割合が2.1ポイント高いことがアンケート結果から確認できた。ポイントを貯めたいという感覚と資産運用で資産を増やしたいという感覚には共通点が多いのではないだろうか。決済事業者の競争の激化により、消費者としてはキャッシュレス決済をすることでインセンティブを受け取る体験をする機会が増えている。同じような体験として、色々な投資を始めることで収入源の多角化を目指し、場合によっては得たポイントをそのままポイント投資に回す、という動きはごく自然な変化のように思える。

上記のように、本稿ではキャッシュレス化が進むことが、消費者の資産運用促進につながっている可能性について考察を行った。キャッシュレス化の効果は多岐にわたるが、Society5.0の実現、消費者の利便性向上、現金関連コストの削減といったこれまで語られてきた要素に加え、資産運用のさらなる普及を促す可能性があるという観点も注目に値する。

Writer's Profile



長坂 健太郎 Kentaro Nagasaka

金融コンサルティング部
シニアコンサルタント
専門は金融DX戦略、データアナリティクス
focus@nri.co.jp