

決済行動に関する消費者の7タイプ

消費者を決済行動に対する考え方・態度で分けると、大きく7つのタイプに分類されることがわかった。キャッシュレス利用率の高低だけで消費者の特徴は一概に語れず、「直感タイプ」「トレンドウォッチャータイプ」「頑固タイプ」「無関心タイプ」等、タイプ別で決済行動が大きく異なる。

NRI生活者1万人調査を用いた クラスター分析

野村総合研究所は昨年8～9月に、全国1万人を対象として金融行動や意識を尋ねる「生活者一万人アンケート（金融編）2022」を実施した。本調査は訪問調査員が対面でアンケートを配布・回収する「訪問留め置き」というアナログな調査手法を用いており、ネットアンケートと比較して歪みの少ない調査を行うことができる。

本稿ではこのアンケート調査テーマの一つである「決済に対する生活者の考え・態度」について紹介したい。

同アンケート調査では、決済に対する考え方を示した選択肢について、どの程度自分にあてはまるかを回答いただいた。その回答結果に対して主成分分析を実施することで、図表1のA～Fに記載した7つの成分が抽出された¹⁾。さらに、抽出された成分を用いてk-means法によるクラスター分析で消費者を分類すると、図表1の①～⑦の7つのタイプに分けられた²⁾。表中の数値が高いほどA～Fの意識が強いことを表しており、正の値は平均より高く、負の値は平均より低いことを示す。

キャッシュレス利用率³⁾が 高い人の特徴

まず、比較的キャッシュレス利用率の高い「直感タイプ」「トレンドウォッチャータイプ」をみていきたい。

「直感タイプ」は情報収集には熱心でなく、周りの人のある程度気にならないうちで直感で物事を判断するタイプである。40歳代以下が61%（平均：48%）と若年層が多い。

このタイプは、「シンプルさ重視」の成分が高いことから分かるように、決済行動に対してマインドコストをあまり割きたくなく、「いつも通り」同じ決済手段を使いたいと思うタイプである。実際、利用している決済銘柄数³⁾は1.8種類（おおらかタイプ：2.2種類、トレンドウォッチャータイプ：2.0種類）と特段高いわけではない。

「トレンドウォッチャータイプ」は情報収集に熱心で周りの人の動向も気にしており流行に乗るタイプである。40歳代以下が61%（平均：48%）、三大都市圏在住が48%（平均：42%）と高く、若年層・都市部在住が多い。

「まずは試してみる」という態度の人が多く、利用決済手段種類数は2.0種類（平均：1.6種類）と多い。

図表1 決済に対する考え方に関する7つのタイプ⁴⁾

		A. デジタル 嫌い	B. 節約重視	C. セキュリ ティ重視	D. 情報収集 重視	E. 周りの人 重視	F. シンプルさ 重視
キャッシュレス 利用率が高い	①おおらかタイプ (17%)	-0.82	-1.01	0.59	-0.26	0.19	0.09
	②直感タイプ (15%)	-0.54	0.53	-0.81	-0.70	0.39	0.61
	③トレンドウォッチャータイプ (21%)	-0.33	0.44	-0.03	0.90	0.44	-0.43
	④総合判断タイプ (16%)	1.14	-0.30	0.12	-0.03	0.71	0.35
キャッシュレス 利用率が低い	⑤独断タイプ (14%)	0.21	0.17	0.22	0.57	-1.22	0.68
	⑥頑固タイプ (10%)	0.48	0.69	0.71	-0.86	-0.47	-0.82
	⑦無関心タイプ (8%)	0.31	-0.60	-1.29	-0.30	-1.05	-1.08

(出所) 野村総合研究所

NOTE

- 1) 決済に対する意識・行動特性を示した15個の項目について、どの程度自分にあてはまるかどうかを4段階（1：当てはまらない、2：あまり当てはまらない、3：やや当てはまる、4：当てはまる）で回答いただいた。その回答結果に対して主成分分析を実施して主要な成分を7つ抽出した。
- 2) 各クラスターの特徴を解釈してタイプ名を名付けた。
- 3) 各種決済利用率は、半年に1度以上利用した人の割合を示している。利用している決済銘柄数は、半年に1度以上利用した決済商品・サービスの銘柄数を示している。キャッシュレス利用率とは、クレカ・デビット・プリペ

イド式/後払い式電子マネー・QRコード決済ポイント支払いのいずれかを半年に1度以上利用した人の割合を示している。

- 4) 図表1の表頭の括弧内の数値は、全消費者に占める各消費者タイプの人数割合を示す。①～⑦のタイプは、キャッシュレス利用率が高い順に並べている。

図表2 決済タイプ別に見た各種決済利用率³⁾

	キャッシュレス利用率	40代以下の比率	三大都市圏在住率	利用銘柄数	クレカ利用率	nanaco利用率	WAON利用率	コード決済利用率	PayPay利用率
①おおらかタイプ (17%)	99%	49%	48%	2.2	91%	18%	26%	67%	48%
②直感タイプ (15%)	96%	61%	43%	1.8	80%	17%	18%	68%	46%
③トレンドウォッチャータイプ (21%)	96%	61%	48%	2.0	80%	21%	21%	64%	46%
④総合判断タイプ (16%)	88%	44%	40%	1.1	68%	15%	18%	32%	21%
⑤独断タイプ (14%)	87%	38%	39%	1.2	67%	17%	19%	33%	22%
⑥頑固タイプ (10%)	73%	30%	36%	0.9	46%	15%	15%	23%	15%
⑦無関心タイプ (8%)	71%	39%	34%	1.1	53%	11%	15%	35%	27%
平均:	90%	48%	42%	1.6	73%	17%	20%	49%	35%

(出所) 野村総合研究所

キャッシュレス利用率が低い人の特徴

次に、キャッシュレス利用率が低いタイプの特徴として、「頑固タイプ」「無関心タイプ」をみていきたい。

「頑固タイプ」は、情報収集をあまりせず、周りの人の動向にもあまり左右されない人である。属性としては、40歳以下の比率が30%（平均：48%）と若年層が少ない。

彼らは、QRコード決済利用率23%（平均：49%）、特にPayPay利用率は15%（平均35%）で、他に比べて低い。周りに流されず、流行にも左右されず、PayPayを始めとしたQRコード決済の大還元キャンペーンにも興味を示さなかったと思われる層である。

一方で、彼らでも一部の決済手段は使う傾向にあり、nanaco利用率は15%（平均：17%）、WAON利用率は15%（平均：20%）と流通系決済については決して低くはない。節約重視の成分が高いことにも表れている通り、後払い決済には抵抗があるのかもしれないが、前払い決済に対しては一定程度理解を示しているようである。

「無関心タイプ」は、強い主張がなく決済手段に関し

ても興味がないタイプである。キャッシュレス利用率は71%（全体：90%）と最も低く、三大都市圏（34%（平均：42%））と地方在住者が多い。

ただし、QRコード決済利用率は35%（頑固タイプ：23%、総合判断タイプ：32%）と一番低いわけではない。無関心であるがゆえに、キャッシュレス決済の障壁となるセキュリティや使いすぎに気を取られず、機会があれば各種決済手段を受け入れるのかもしれない。

調査の結果、各タイプにより考え方や行動は大きく異なり、それは単にキャッシュレス利用率の高低という二元論では語れないことが明らかとなった。

決済事業者は、今後の商品開発やマーケティングにおいて、タイプ別のユーザー理解を深め、キャッシュレス利用における各タイプのユーザーのハードルを正確に把握し、いかなる商品であればキャッシュレス利用が叶うのか、検討していくことが求められる。

Writer's Profile



西岡 広裕 Kosuke Nishioka

金融コンサルティング部
シニアコンサルタント
専門は金融機関の経営戦略
focus@nri.co.jp