

第394回NRIメディアフォーラム

## 決済・ポイント実態調査

株式会社 野村総合研究所

コンサルティング事業本部

ヘルスケア・サービス産業コンサルティング部

金融コンサルティング部

2025年6月9日

**NRI**

Envision the value,  
Empower the change



# NRI「決済・ポイント実態調査」の概要

## ■ 背景・目的

- 各種キャッシュレス決済やポイント・マイルは、その決済・発行規模が年々拡大していることもあり、官民を問わず注目を集めている。
- 生活者におけるこれらの利用実態をより高い精度で把握すべく、回答者の偏りを極力抑制できる訪問留置法で、アンケート調査を実施した。
  - WEBアンケートでは、ポイント選好度やEC利用率が、実態よりも高く出る傾向にある。

## ■ NRI「決済・ポイント実態調査」

- 調査対象： 全国の18歳～79歳の男女個人8,000人
- サンプル抽出方法： 層化二段無作為抽出法
- 調査方法： 訪問留置法
- 有効回答数： 8,000人
- 調査時期： 2024年9月～11月

## ■ 資料を読む際の注意点

- 結果数値（％）は、各設問の回答者数を分母として算出した各回答の比率である。なお、特に明示していない場合は原則、回収サンプル数が基数であるが、別途表記があるものは、無回答を回収サンプル数から除いた値を基数としている。
- 結果数値（％）は四捨五入の関係で、内訳の合計が計に一致しないことがある。
- 複数回答の設問で、結果数値が低いなどの理由により、すべての選択肢を表示していない場合がある。

# 本調査におけるキャッシュレス決済の定義

## ■ クレジットカード

- Visa、Mastercard、JCBなど国際決済ブランドに対応した後払い方式の決済手段
- 接触式と非接触式があるが、非接触式については下記3種類に分類
  - ・ 国際決済ブランドの「タッチ決済」
  - ・ QUICPay・iD（カードを決済端末にかざすタイプ）
  - ・ QUICPay・iD・Apple Pay・Google Pay（スマートフォン等を決済端末にかざすタイプ）

## ■ コード決済

- QRコード、バーコード等を利用して支払う決済手段
- 事前にチャージして支払う方式と、紐づけたクレジットカードで支払う方式とがあるが、本報告では区別していない

## ■ 電子マネー

- 交通系電子マネー、WAON、nanaco、Edyなどの決済手段
- カード型とモバイル型の2種類に分類
  - ・ カード型：カードを決済端末にかざして支払う決済手段
  - ・ モバイル型：スマートフォンを決済端末にかざして支払う決済手段

1

決済の認知・利用実態

2

ポイントやマイルの認知・利用実態

3

決済・ポイントの関係性

1

決済の認知・利用実態

2

ポイントやマイルの認知・利用実態

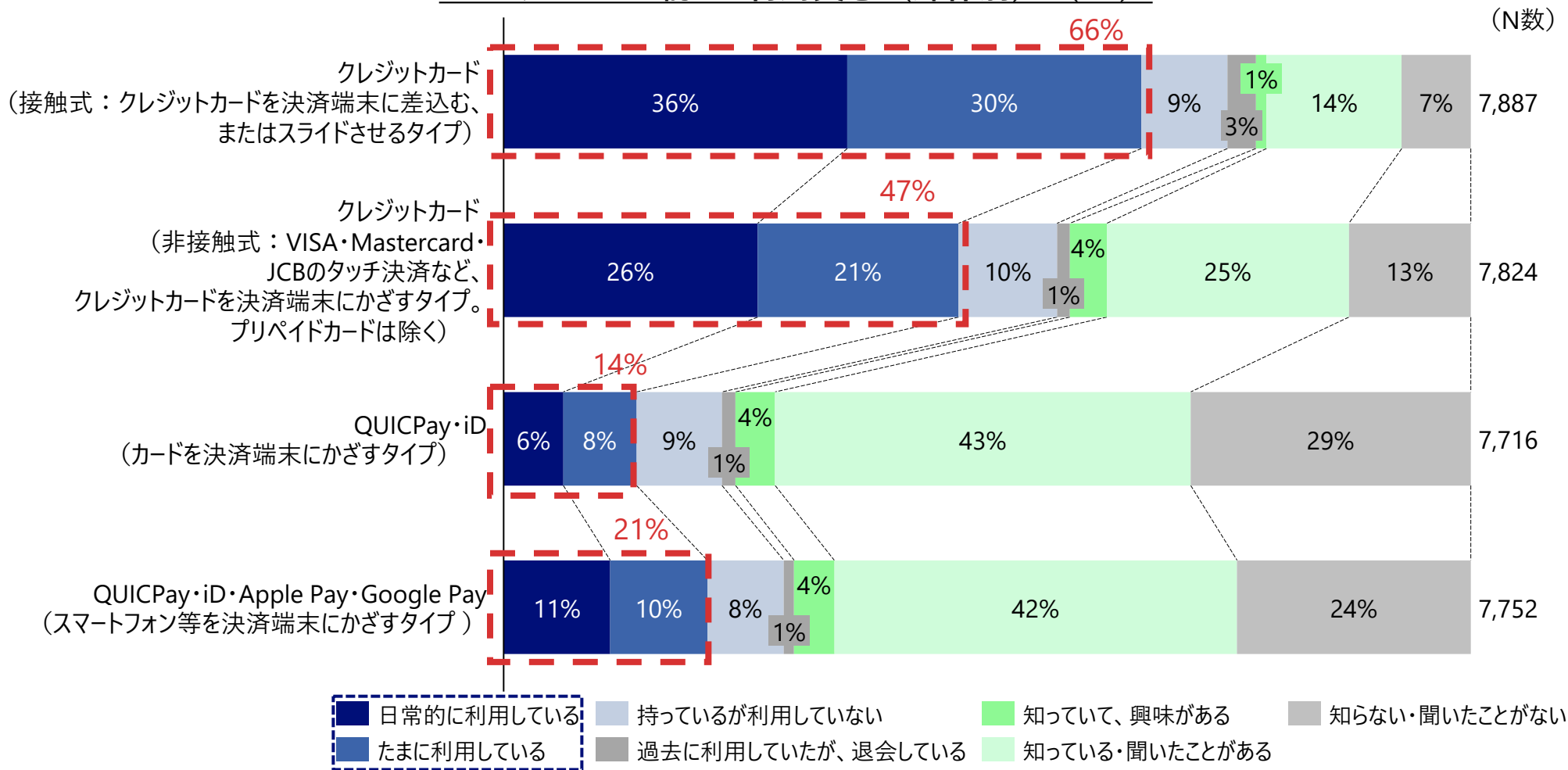
3

決済・ポイントの関係性

1. 決済の認知・利用実態 | 1) クレジットカードの認知・利用実態 (媒体別)

クレジットカードは接触型で約7割、非接触型で約5割の人が利用。  
 QUICPayやiD等の非接触・非クレカ型決済の利用率は、2割前後にとどまる。

クレジットカードの認知・利用実態 (媒体別) (SA)

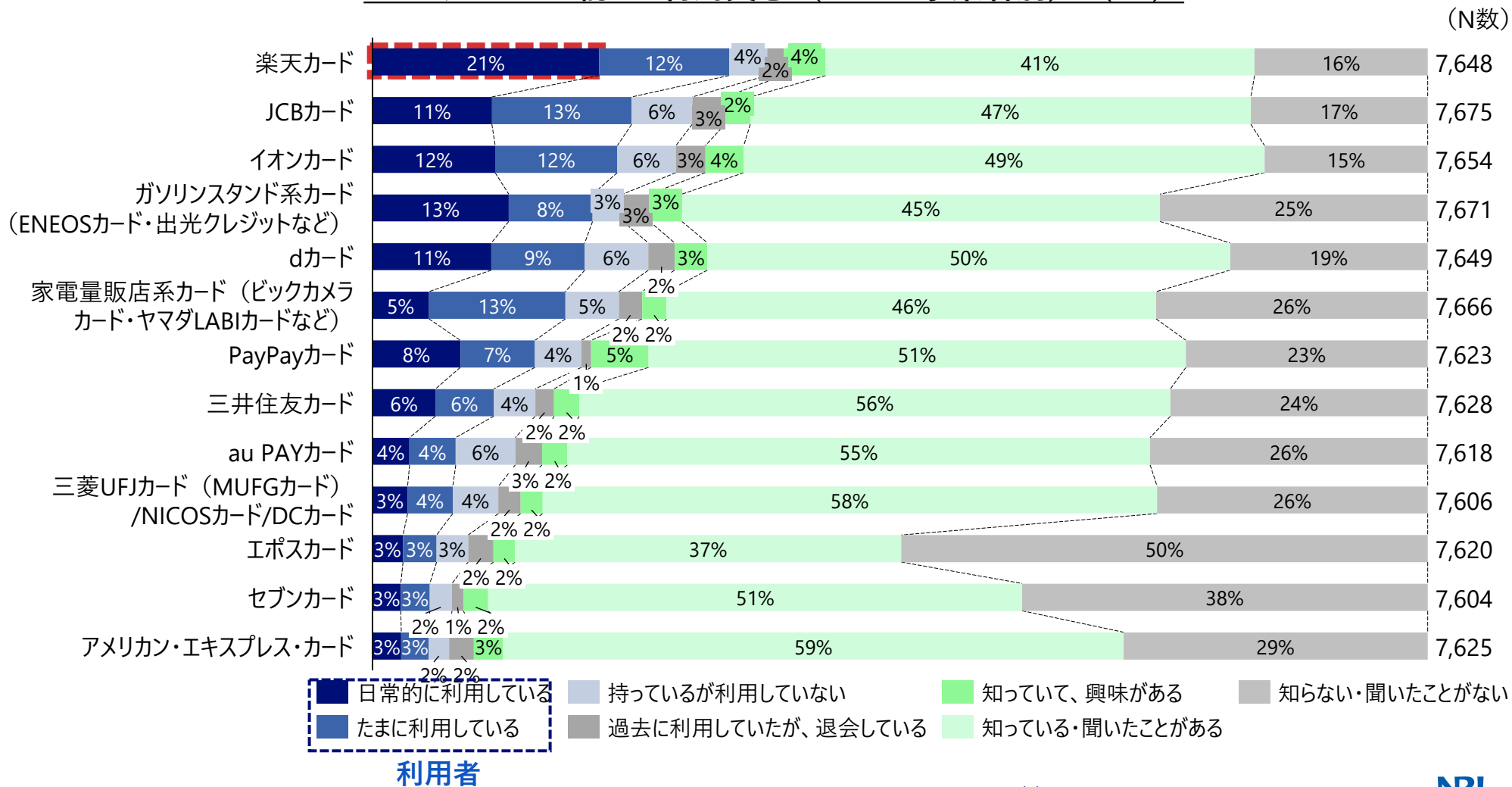


■ 日常的に利用している   
 ■ たまに利用している   
 ■ 持っているが利用していない   
 ■ 過去に利用していたが、退会している   
 ■ 知っている・興味がある   
 ■ 知っている・聞いたことがある   
 ■ 知らない・聞いたことがない

利用者

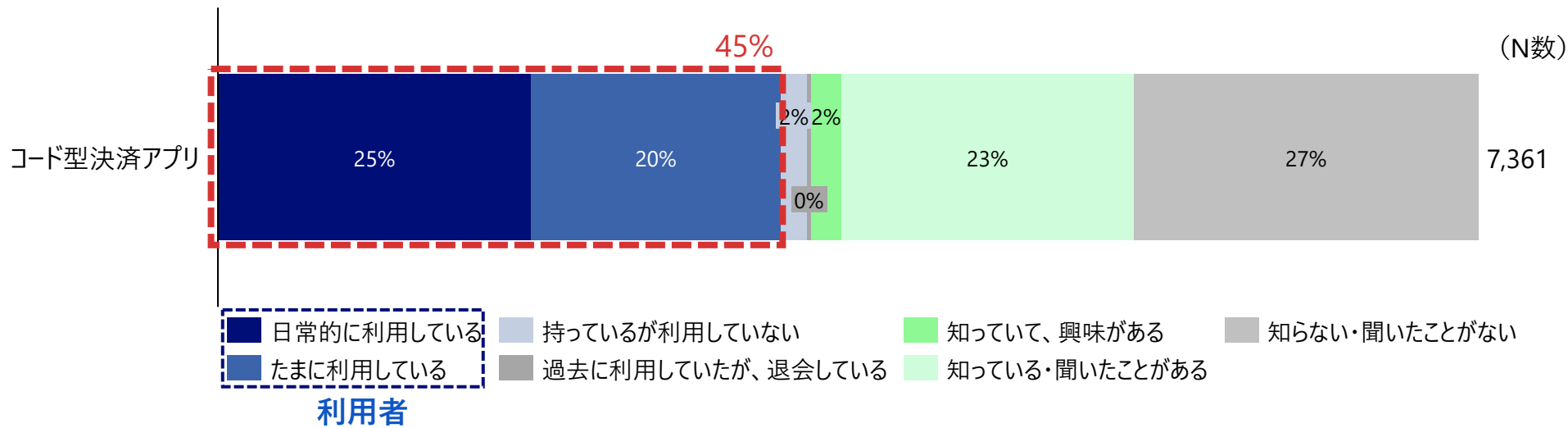
日常的に利用している人の割合は、楽天カード（21%）が群を抜いて高い。

クレジットカードの認知・利用実態（サービス事業者別）（SA）



コード決済は全体の約半数に利用されており、4人に1人は日常的に利用している。

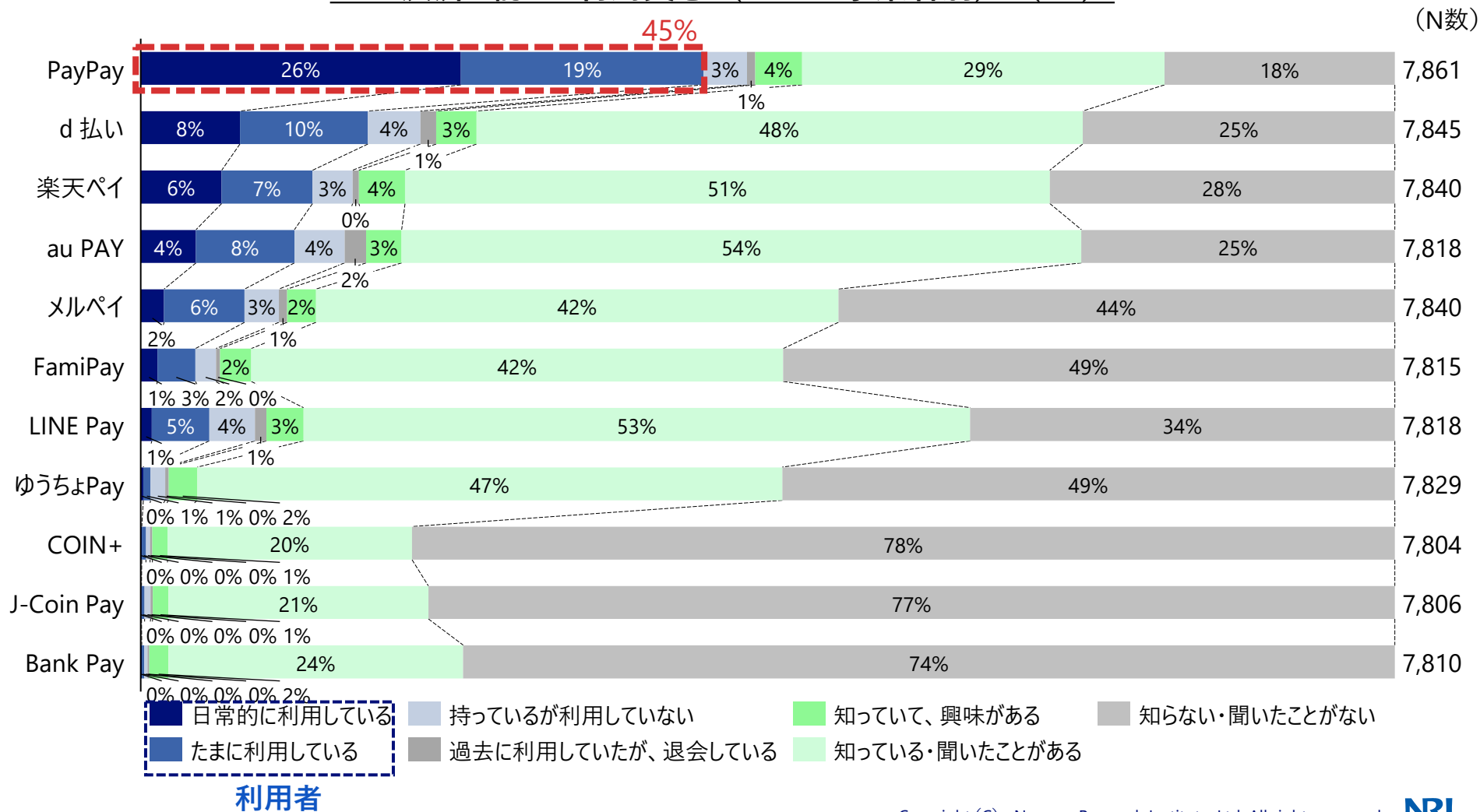
### コード決済の認知・利用実態 (SA)





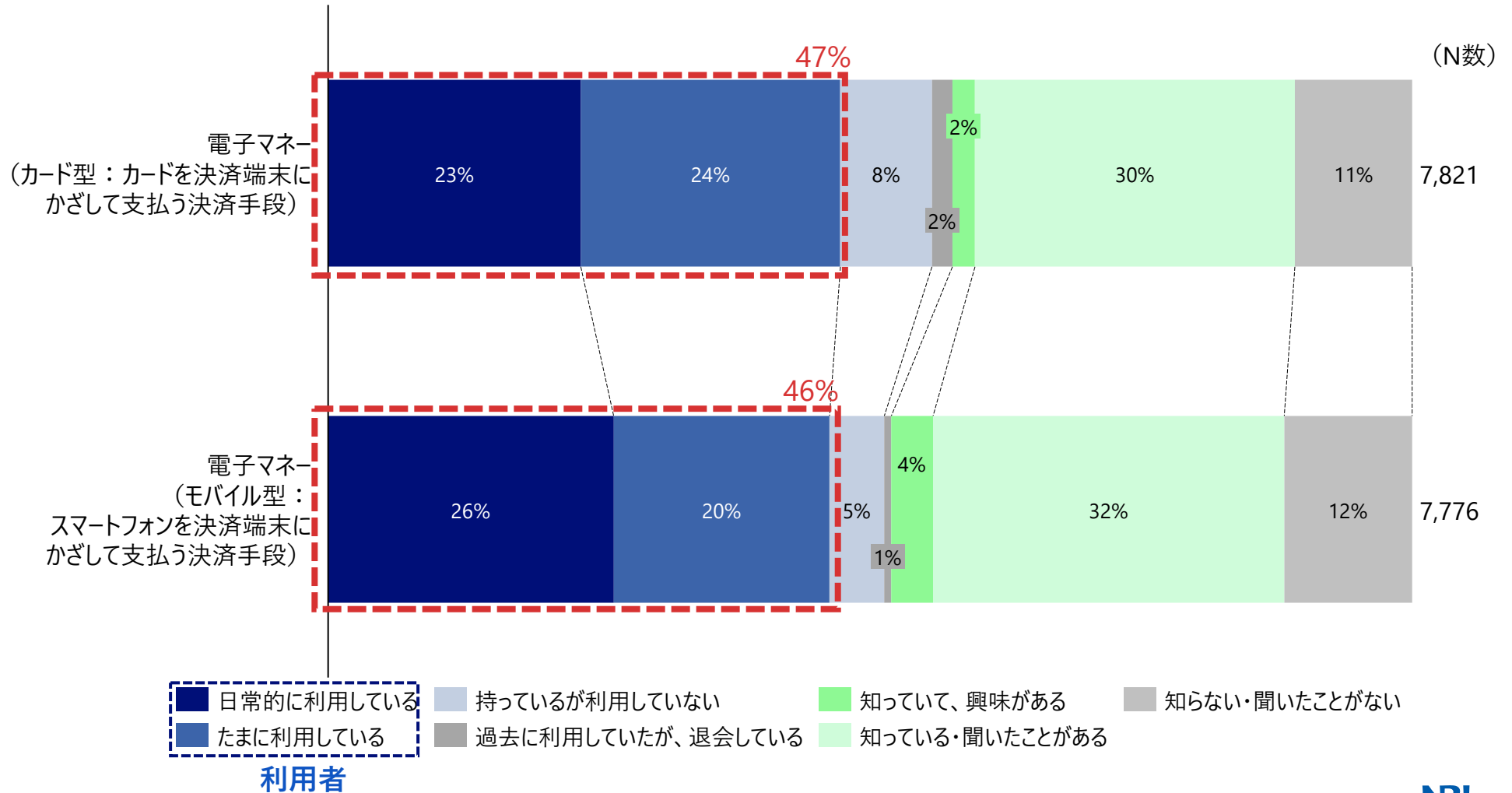
コード決済において利用率が顕著に高いのはPayPayであり、約半数が利用。

コード決済の認知・利用実態（サービス事業者別）（SA）



電子マネーは、カード型・モバイル型問わず、全体の半数弱に利用されている。

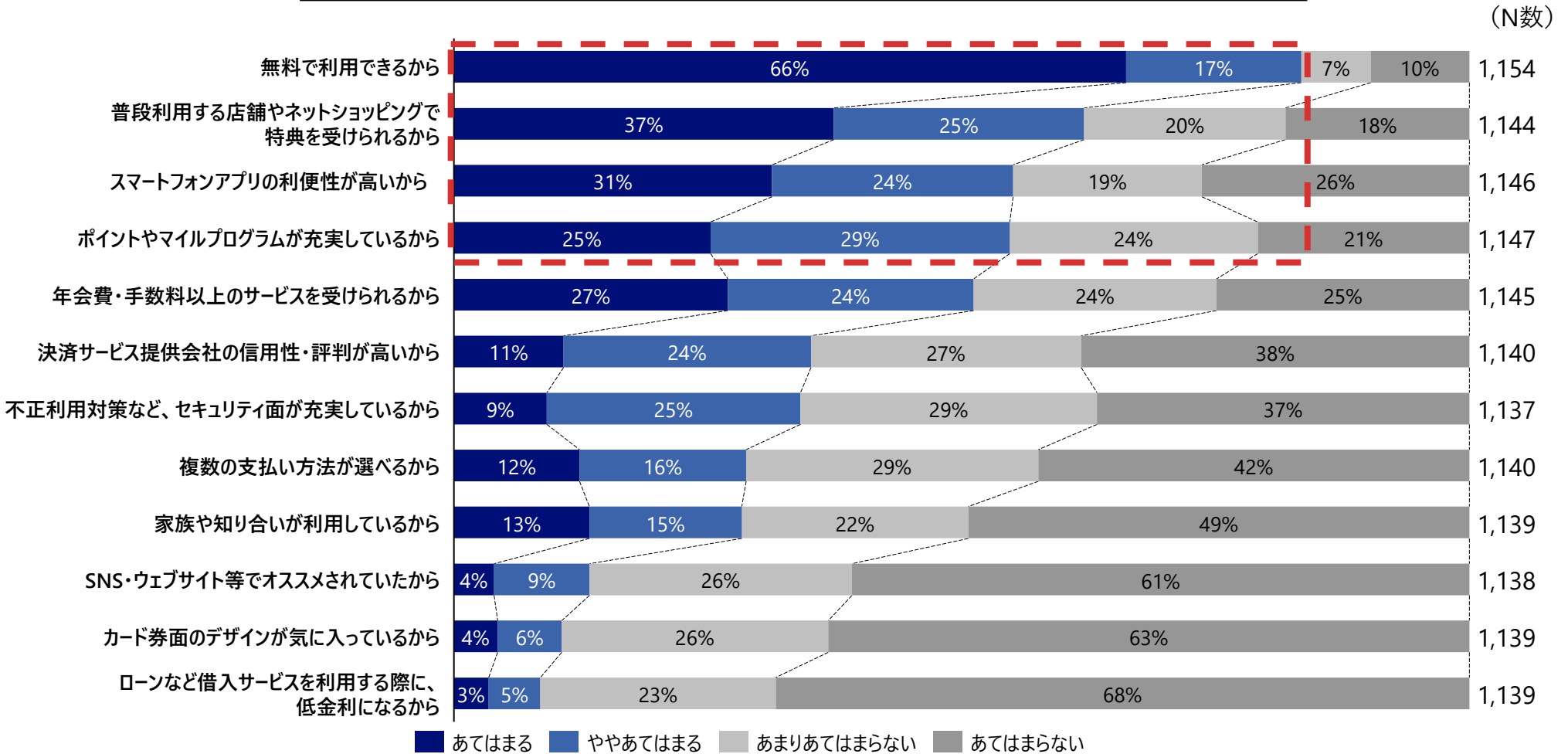
電子マネーの認知・利用実態（媒体別）（SA）



1. 決済の認知・利用実態 | 4) 決済サービスの申込理由

各種決済サービスの申込理由としては、無料や特典、ポイントといった経済的利得に加えて、スマートフォンアプリの利便性を重視する消費者が多い。

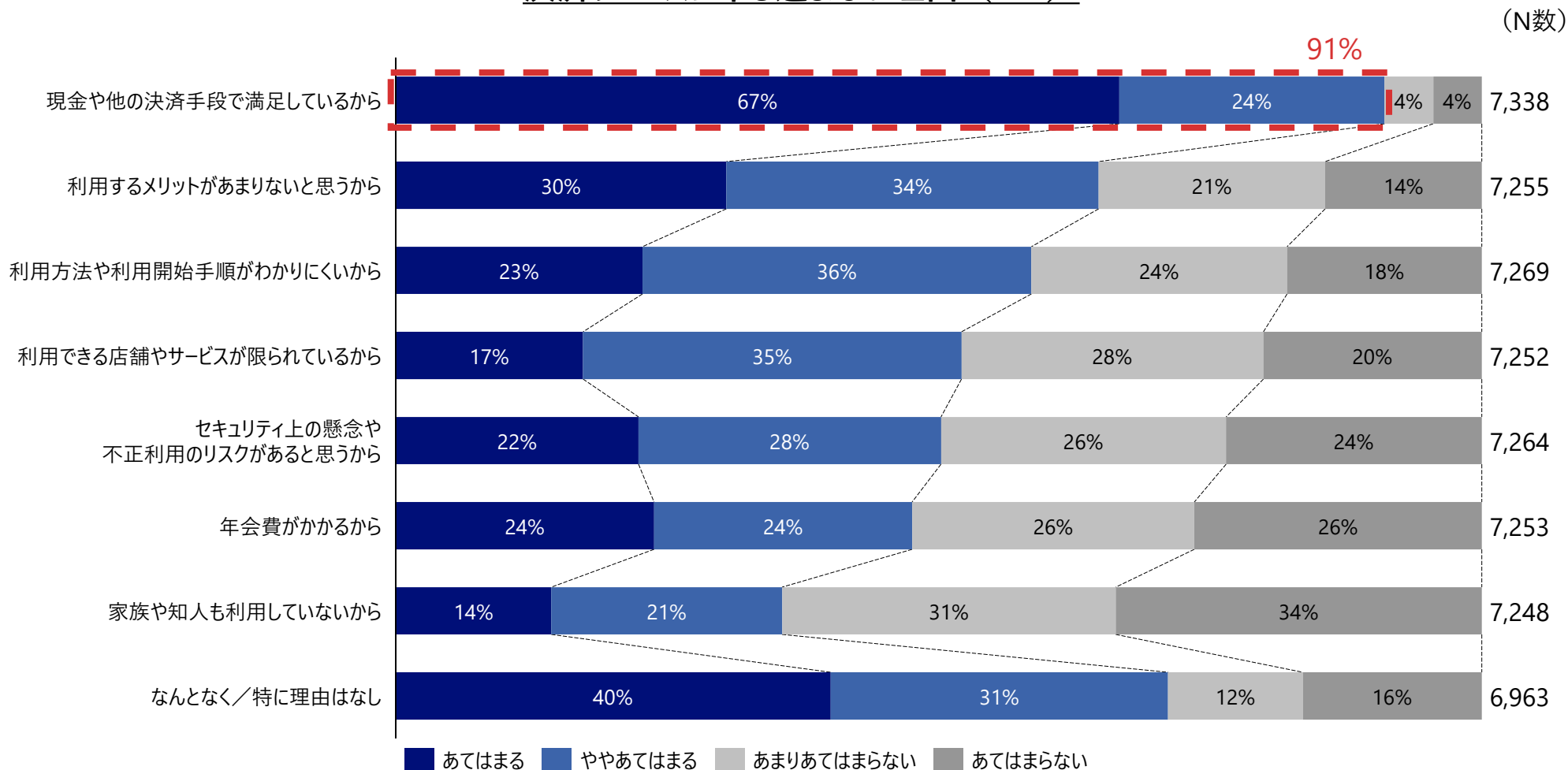
各種決済サービスの申込理由（直近1年間以内に申し込んだもの）（MA）



# 1. 決済の認知・利用実態 | 5) 決済サービスに申し込まない理由

## 90%超の人が、決済サービスに申し込まない理由として「現金や他の決済手段で満足しているから」と回答。

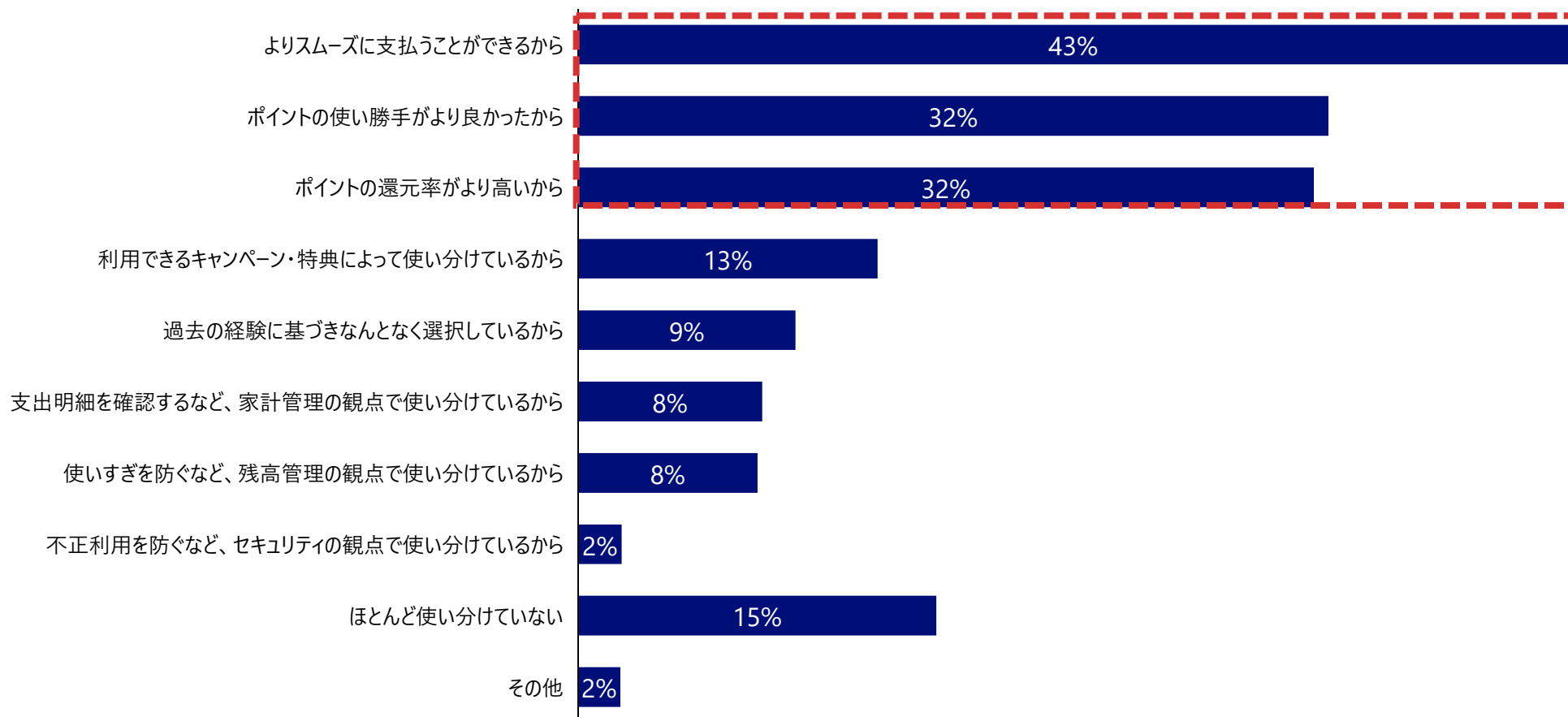
### 決済サービスに申し込まない理由 (MA)



## 1. 決済の認知・利用実態 | 6) 決済サービスを使い分ける理由

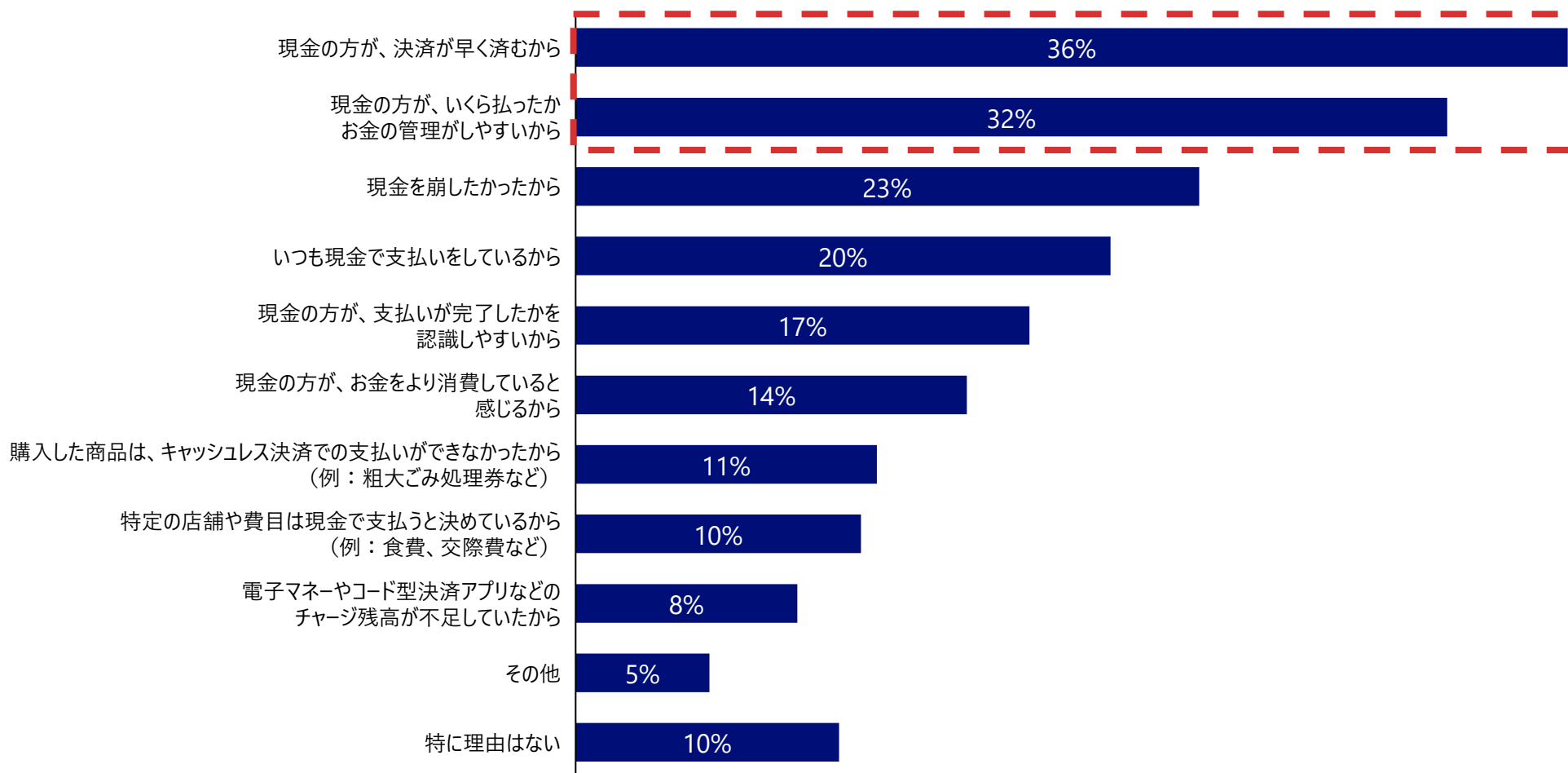
消費者は決済自体のスムーズさや、付与されるポイントの利便性・還元率によって、利用する決済サービスを使い分ける傾向がある。

### 決済サービスを使い分ける理由 (N=5,912) (MA)



「キャッシュレスではなく現金で支払った理由」の上位は、迅速性と管理容易性。

現金で支払った理由 (N=5,176) (MA)



1

決済の認知・利用実態

2

ポイントやマイルの認知・利用実態

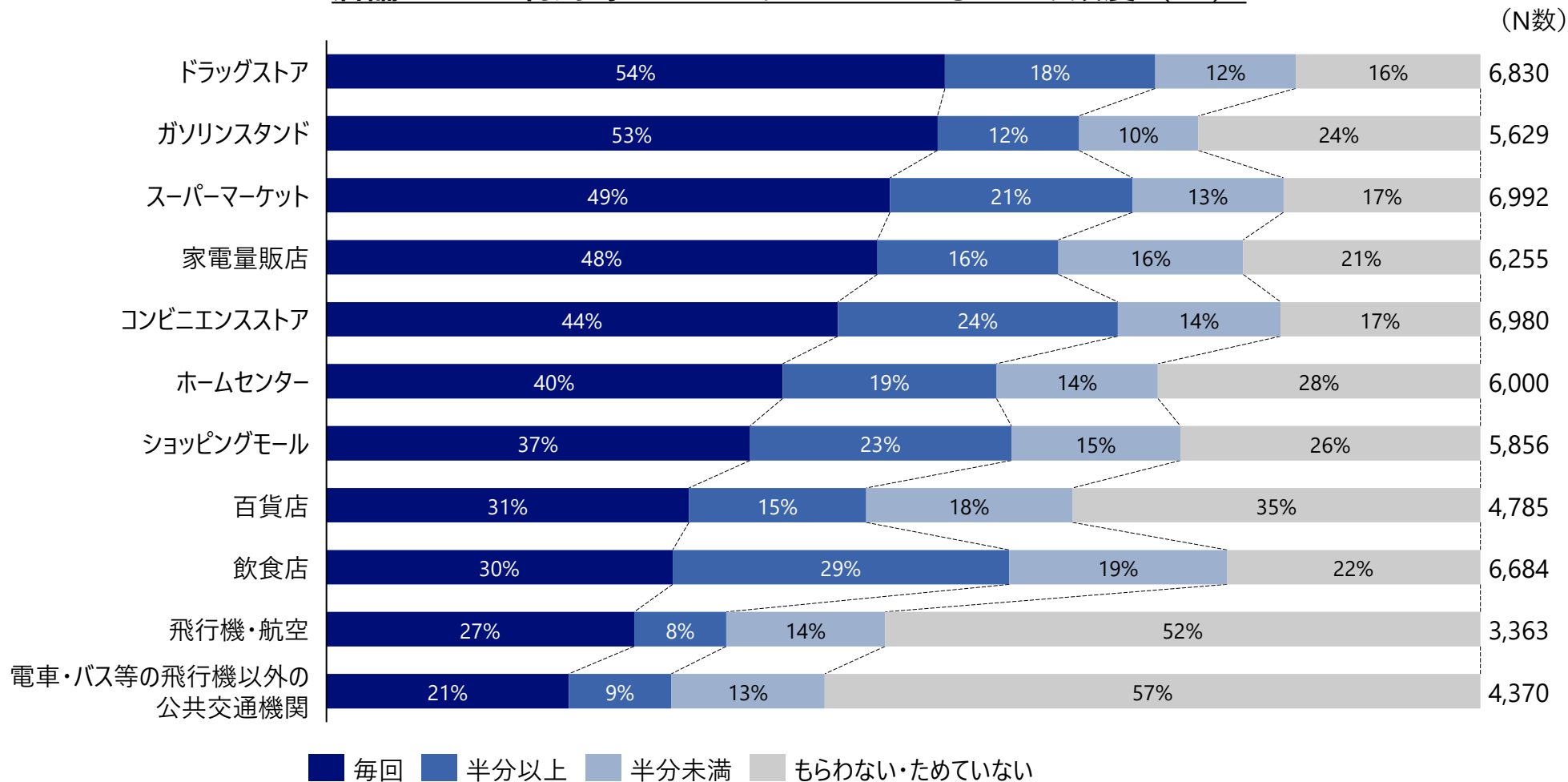
3

決済・ポイントの関係性

## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 1)店舗・サービス利用時にポイントやマイルをためる・つかう頻度

日常的に利用されやすい店舗・サービスでは、毎回ポイントをためる・つかう人の割合が多い。

### 店舗・サービス利用時にポイントやマイルをためる・つかう頻度 (SA)



※「その店舗・サービスを利用していない」と回答した方は集計対象から除外。

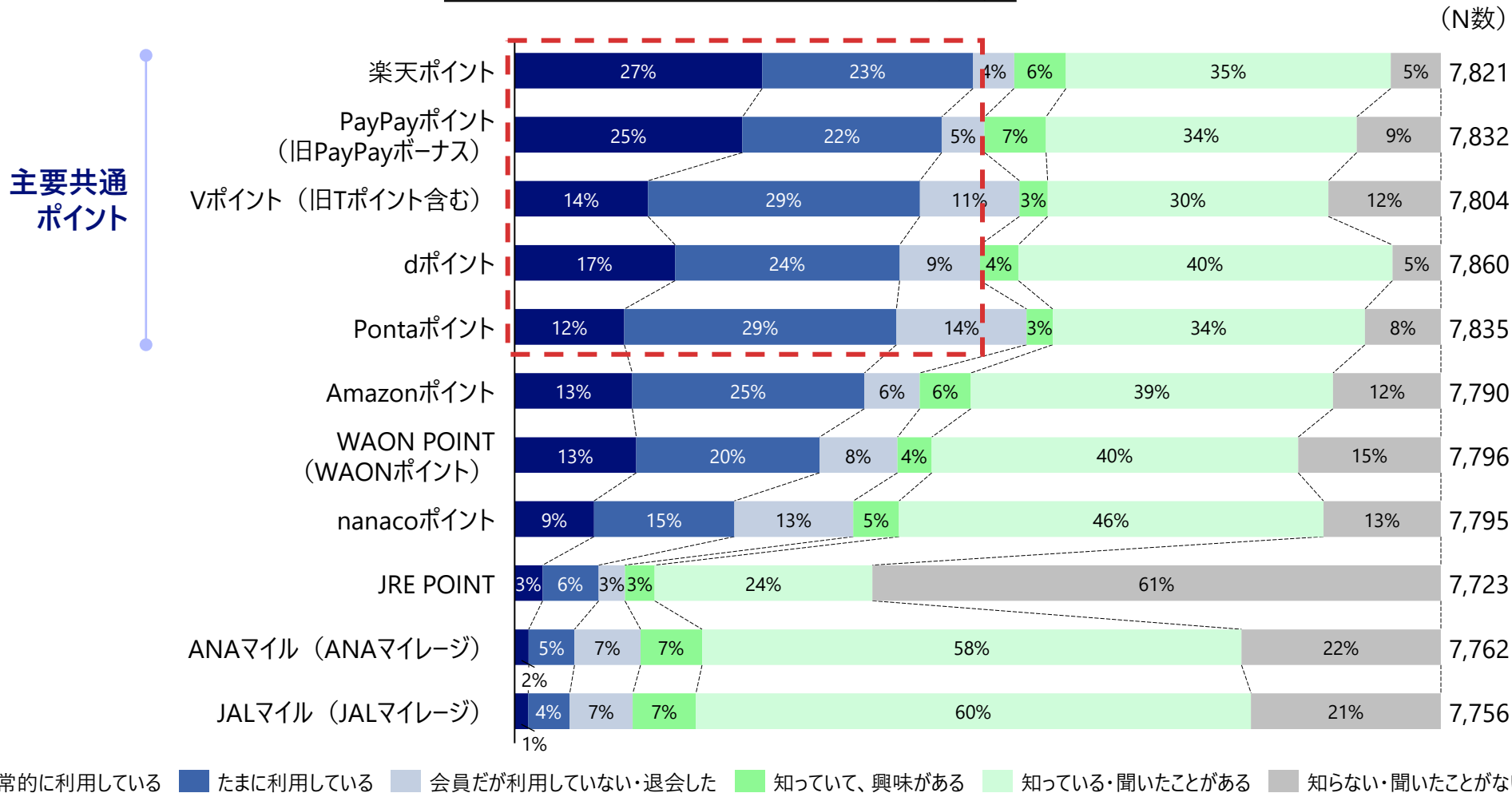
※ネットショッピングは、ポイントやマイルが貰える場合はカード提示等をせずとも自動にもらえるため、対象外。



## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 2)ポイントやマイルの認知・利用実態

各主要共通ポイントは、日本の生活者の約半数から、会員であると認識されている。但し、日常的に利用している人の規模には、12%~27%といった差が生じている。

### ポイントやマイルの認知・利用実態 (SA)



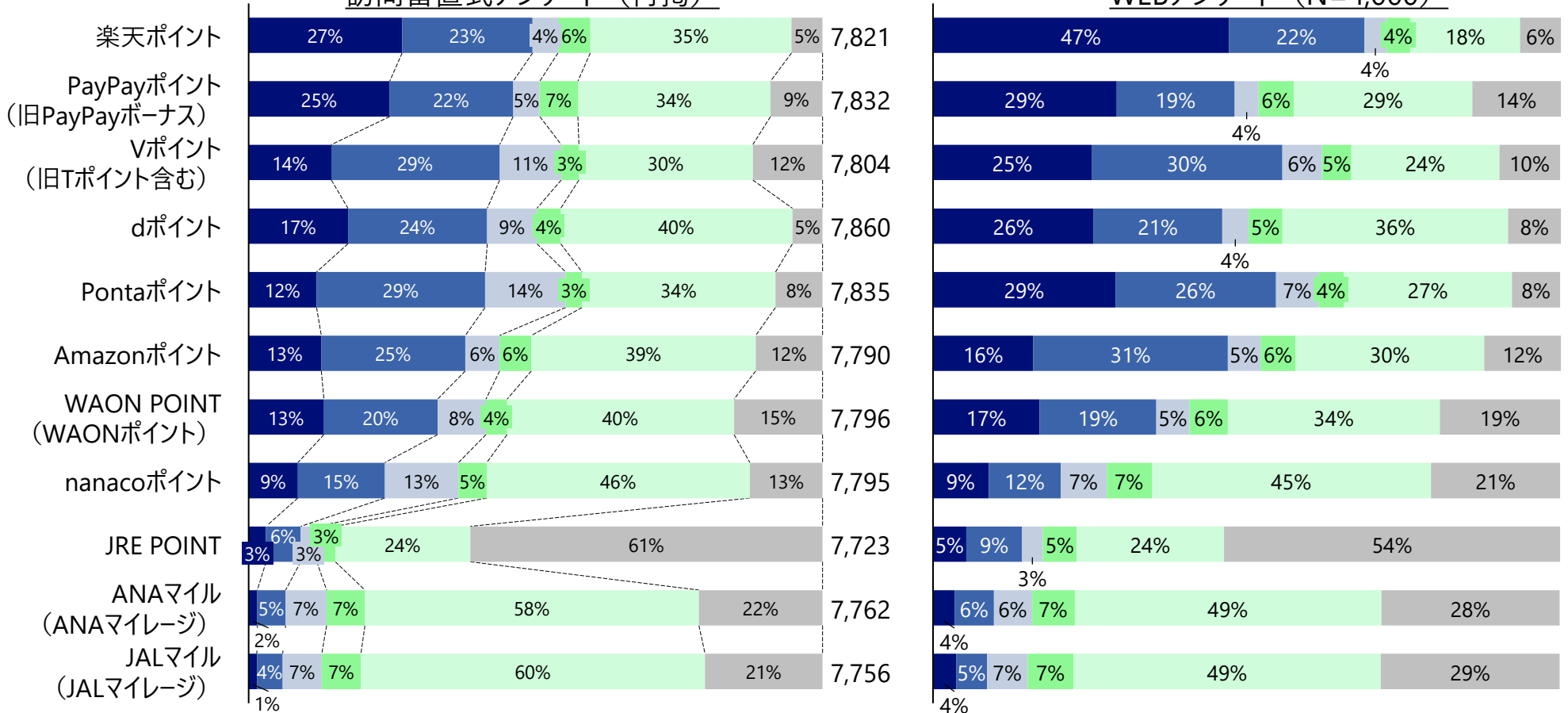
## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 2)ポイントやマイルの認知・利用実態

訪問留置式と異なり、WEBアンケート※ではより多くの人々が、それぞれのポイントを「（日常的に・たまに）利用している」と回答。

### ポイントやマイルの認知・利用実態（SA）

訪問留置式アンケート（再掲）

WEBアンケート（N=4,000）



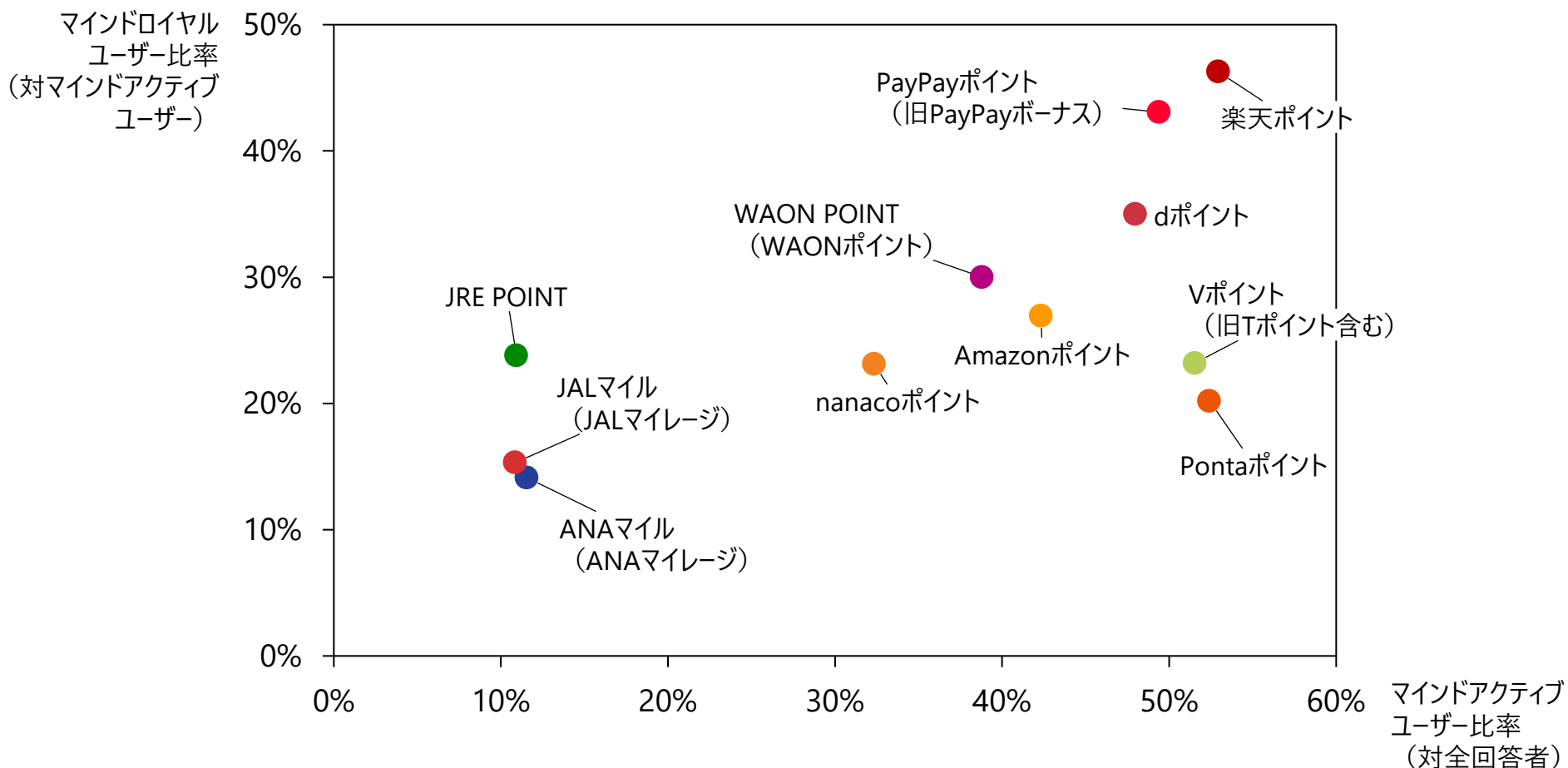
■ 日常に利用している ■ たまに利用している ■ 会員だが利用していない・退会した ■ 知っている、興味がある ■ 知っている・聞いたことがある ■ 知らない・聞いたことがない

※2024年10月に、4,000人を対象に訪問留置アンケートと同じ内容で実施

## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 3)ポイントやマイルの会員認識・利用意向

会員規模（マインドアクティブユーザー比率）が大きいほど、より積極的な利用意向者の比率（マインドロイヤルユーザー比率）は高い傾向にある。

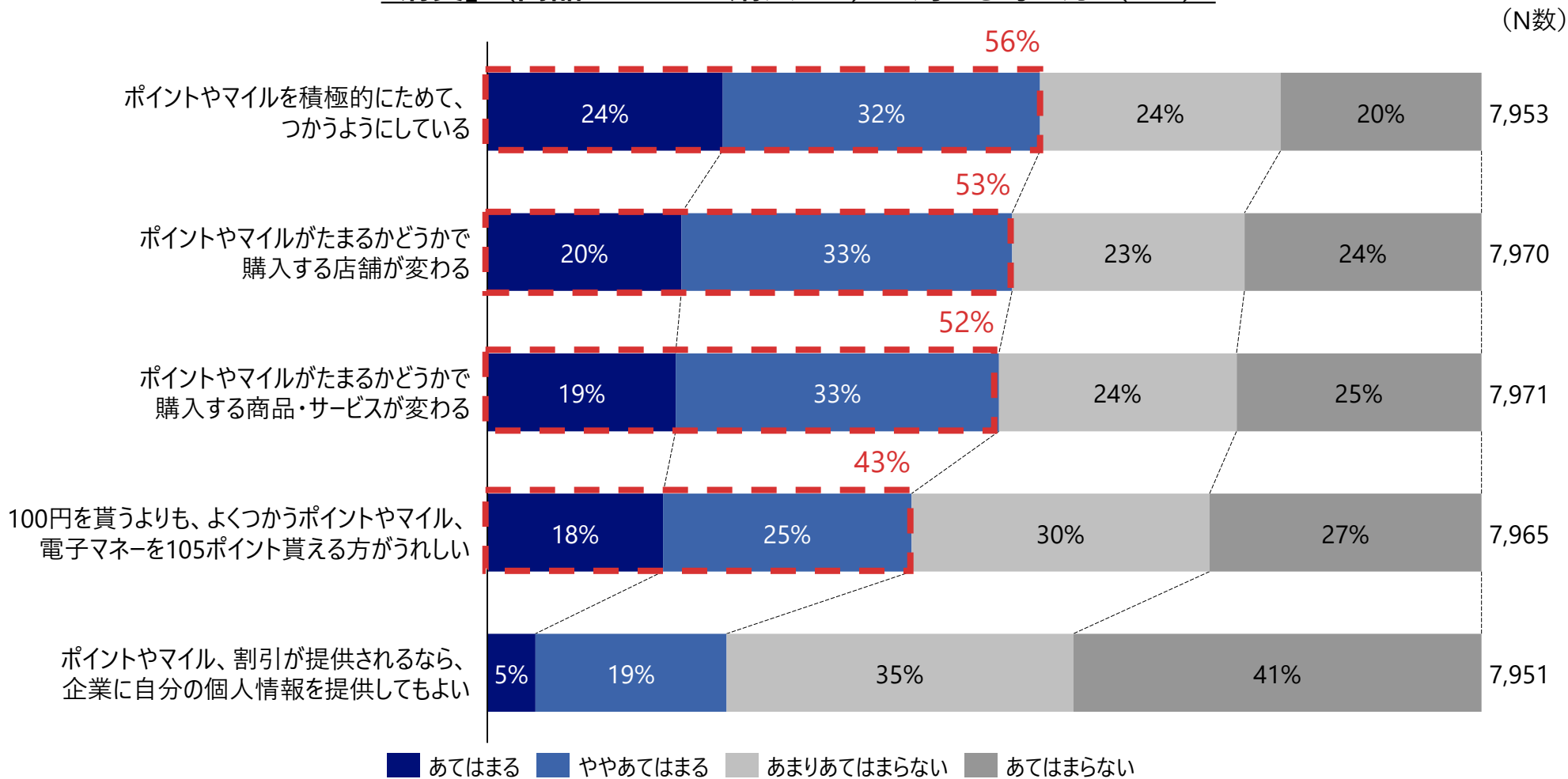
### ポイントやマイルの会員認識・利用意向※



※「ポイントやマイルを、積極的にためて、つかうようにしていますか。」という質問に対して、「このポイントやマイルの会員ではない」以外を回答した人を「マインドアクティブ」、  
「あてはまる」と回答した人を「マインドロイヤル」としている。

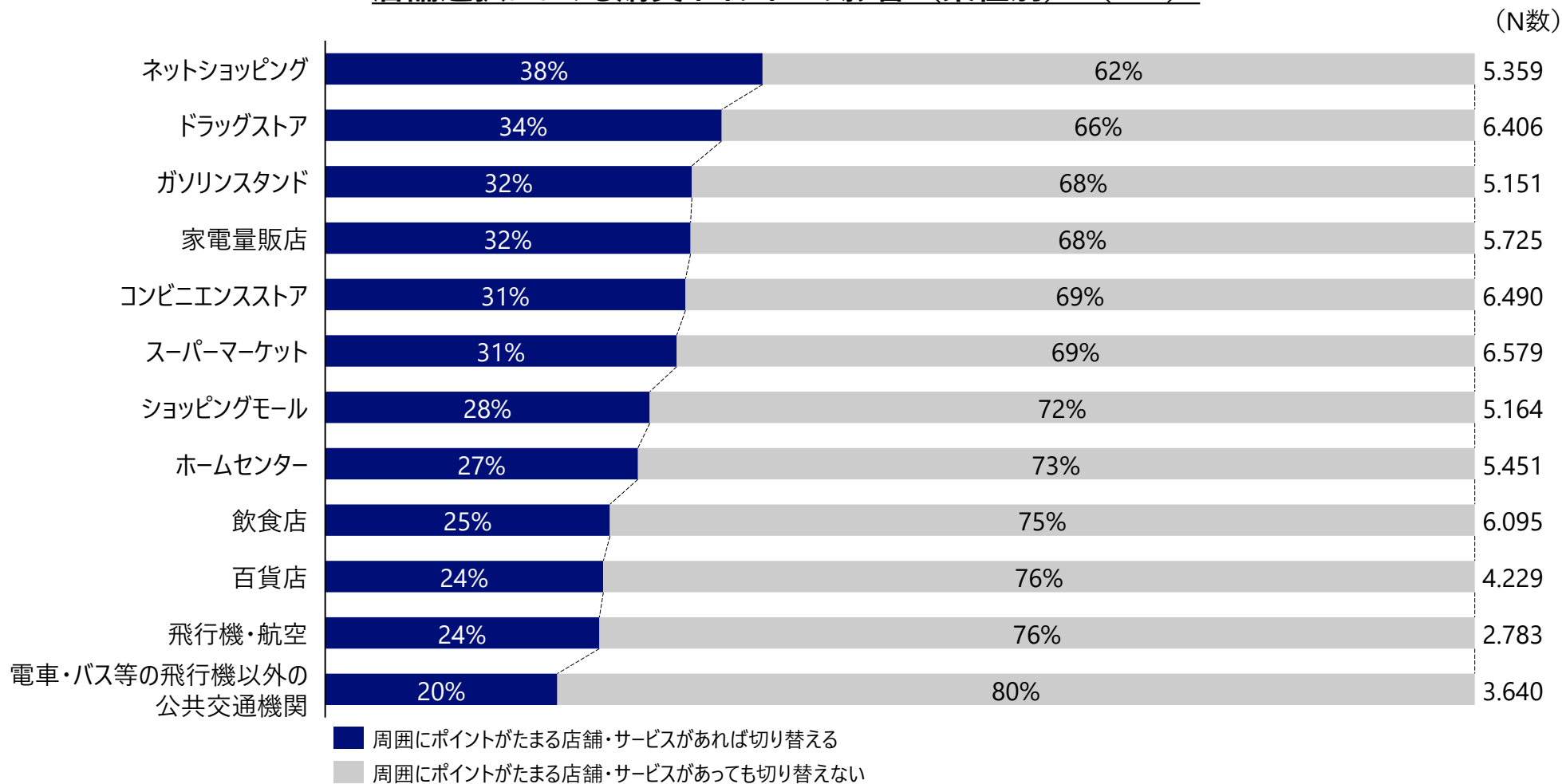
過半数の人がポイントを積極的に利用し、店舗・商品選択時にも影響を受けている。  
 「5%程度のプレミアが付くならば現金よりポイントを選ぶ」という人も、43%存在している。

「消費」（商品・サービスの購入など）に対する考え方（MA）



各種店舗・サービス利用者の20%~38%は、  
周囲にポイントがたまる店舗・サービスがあれば切り替えると回答。

店舗選択における購買ポイント※の影響（業種別）（MA）

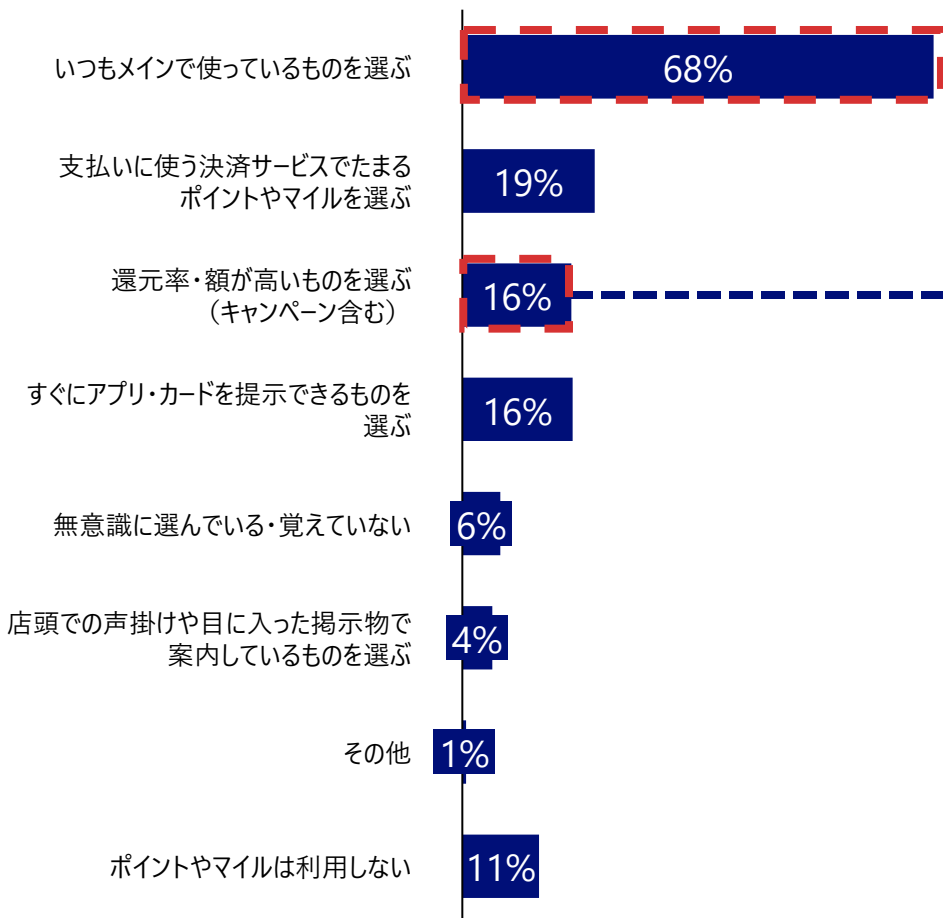


※：店舗・サービスを利用する際に決済手段によらず付与されるポイント

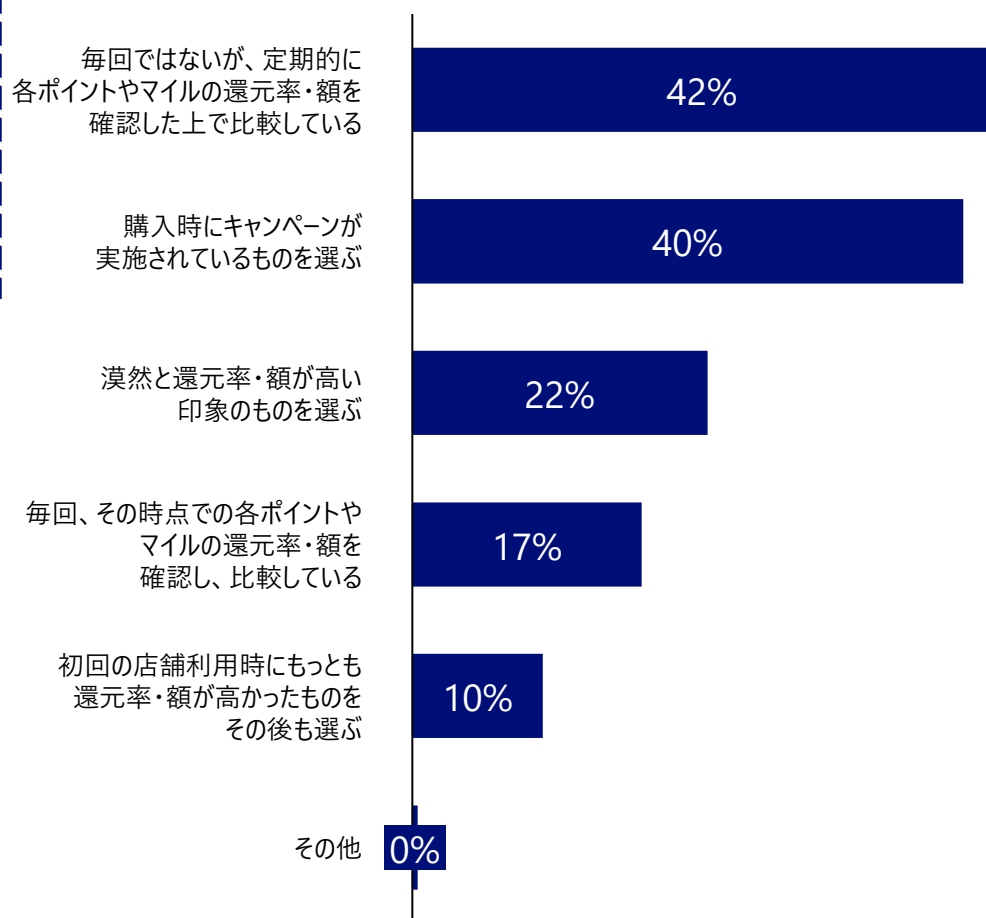
2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 6)マルチポイント対応店でのポイントの選び方

マルチポイント対応店※では、約70%の人がいつもメインでつかっているポイントを選ぶ。  
一方で20%弱の人は、還元率・額の高いポイントを選んでいる。

マルチポイント対応店でのポイントの選びかた  
(N=7,904) (MA)



ポイントやマイルの還元率・額の比較の仕方  
(N=1,244) (MA)

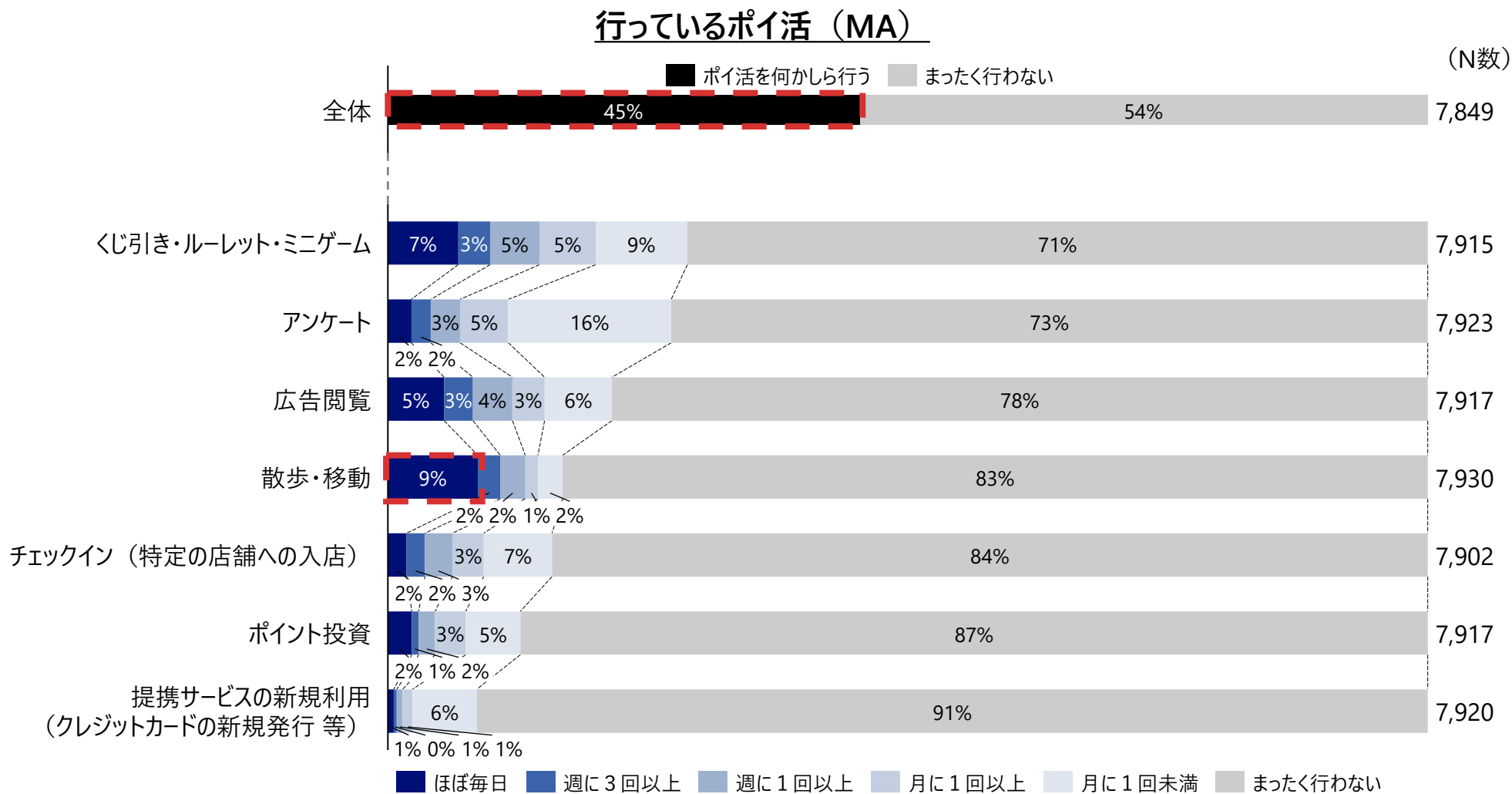


※：複数のポイントやマイルから自分の好きなものを選んで利用することができる店舗

## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 7)ポイ活の実施状況

約半数の人が、なんらかのポイ活を行っている。

最も多くの人にほぼ毎日行われているポイ活は、散歩・移動(9%)である。

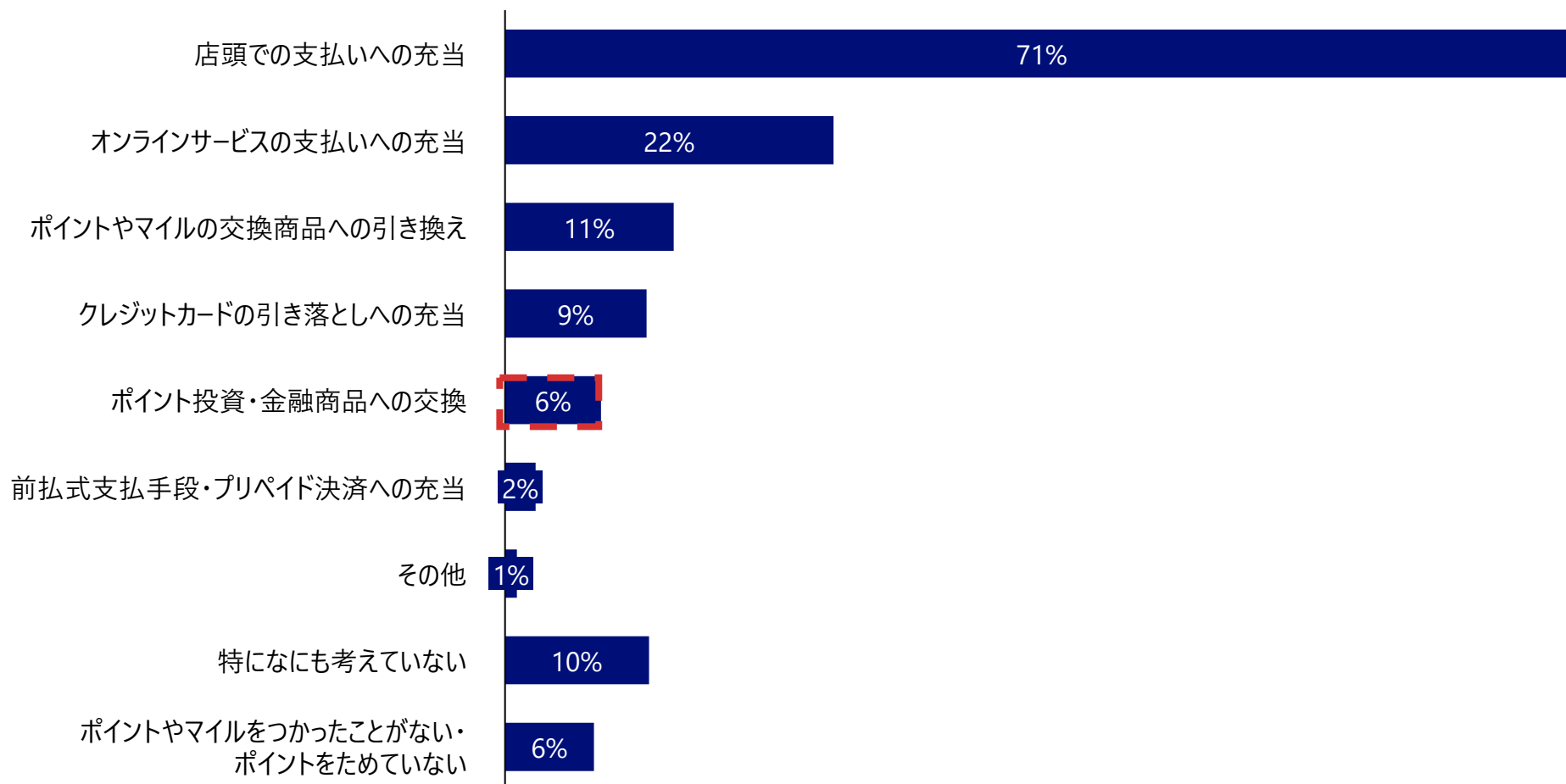


## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 8)ポイントのつかいかた

ほとんどの人は、ポイントやマイルを店頭やオンラインサービスでの支払いに使っている。  
ポイント投資や金融商品への交換に使っている人は、10%に満たない。

### 保有しているポイントやマイルの使いみち

(N=7,934) (MA)



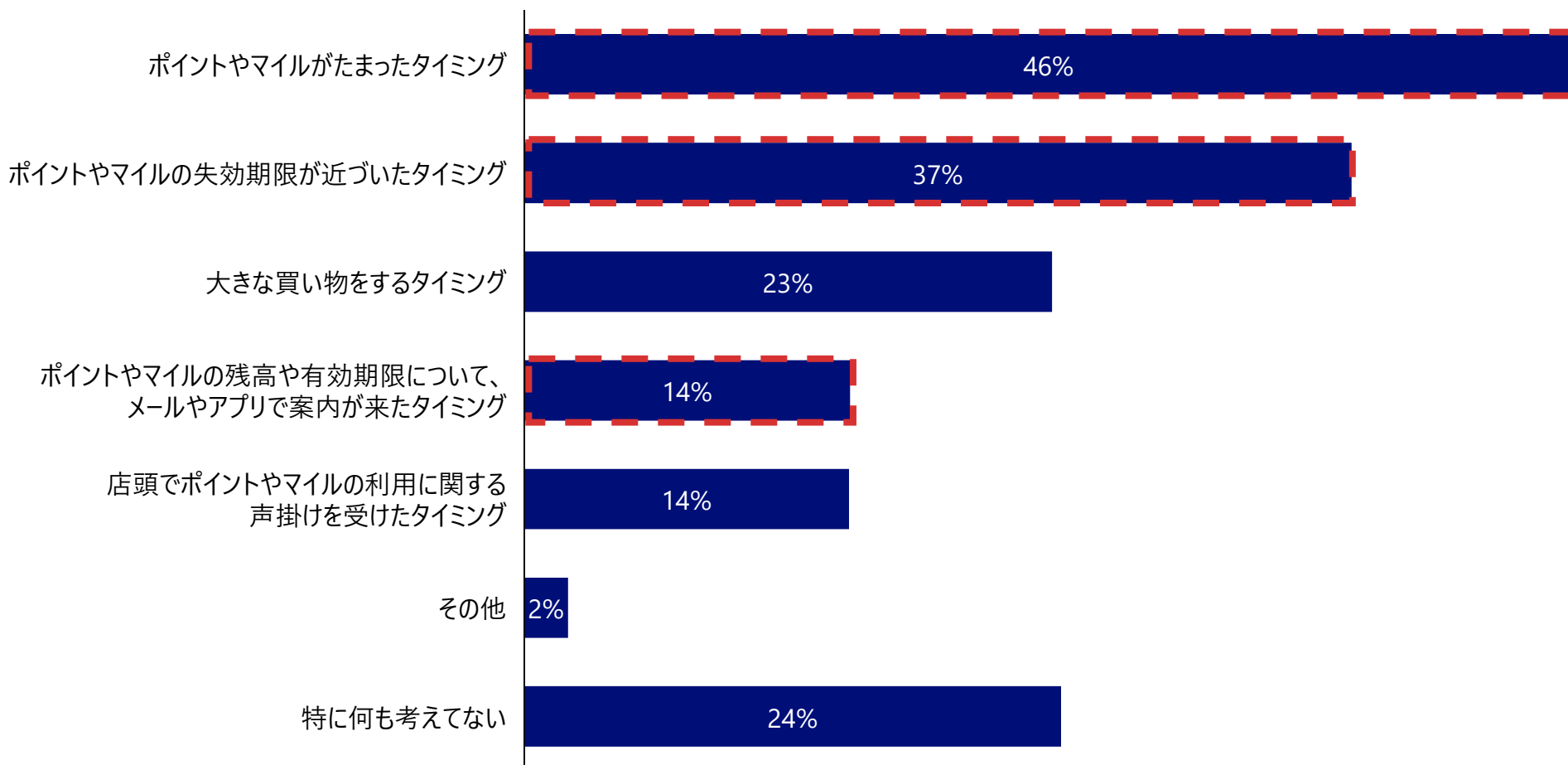


## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 9)ポイントを「つかう」事を意識するタイミング

40%前後の人は、「ポイントがたまった（を獲得した）」・「失効期限が近づいた」タイミングで、その使用を意識。残高や有効期限に関する事業者からの案内で意識する人も、10%以上いる。

### 保有しているポイントやマイルを使おうと思うタイミング

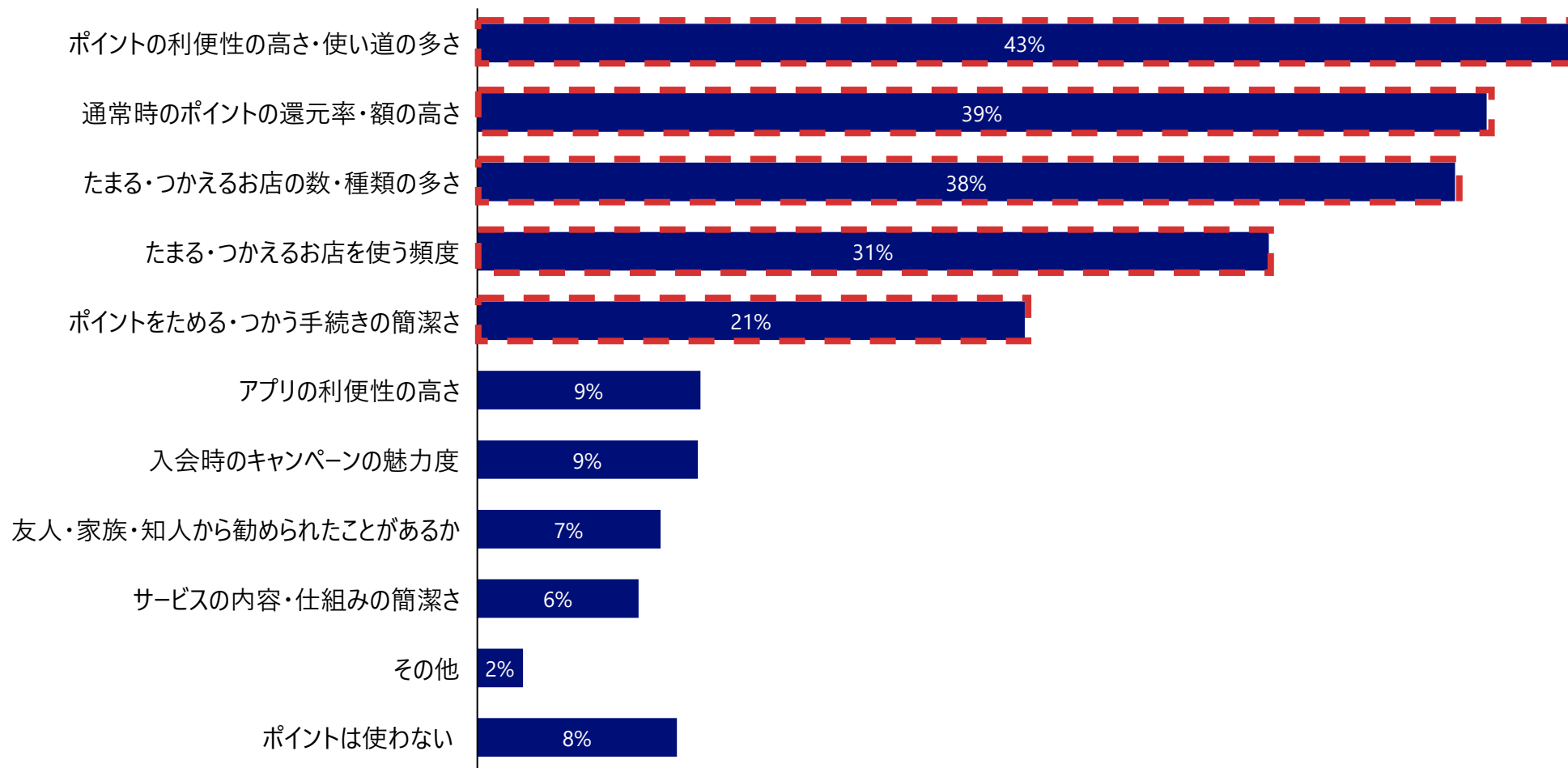
(N=7,897) (MA)



## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 10) ポイントプログラムやマイレージプログラムへの入会理由

ポイントの利便性・使いみちや還元率・額、取り扱っている店の数・種類に関するものが、主な入会理由の上位となっている。

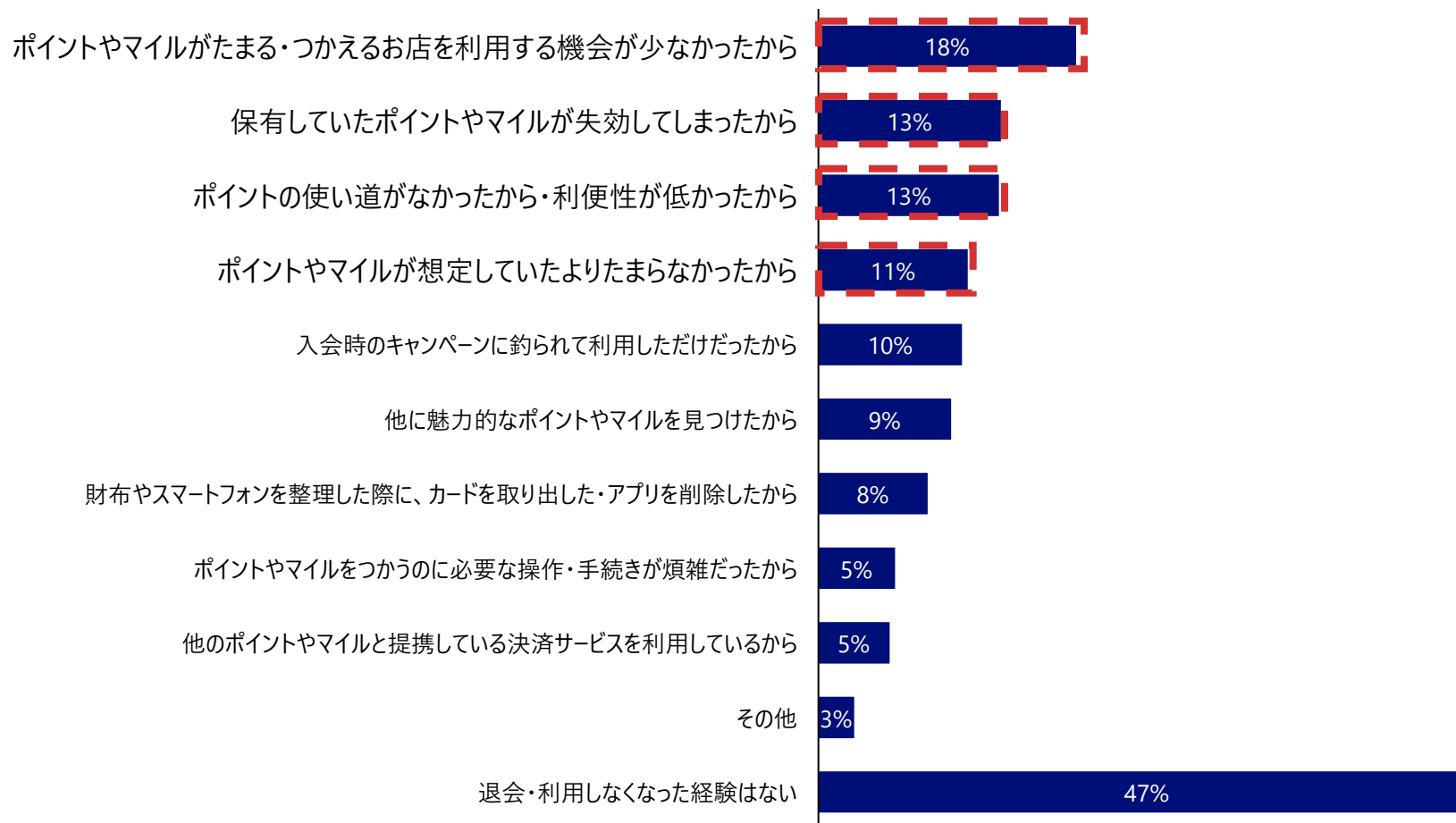
### ポイントプログラムやマイレージプログラムへの入会理由 (N=7,956) (MA)



## 2.ポイント・マイルの認知・利用実態 | 11)ポイントやマイルの休眠・退会の経験・理由

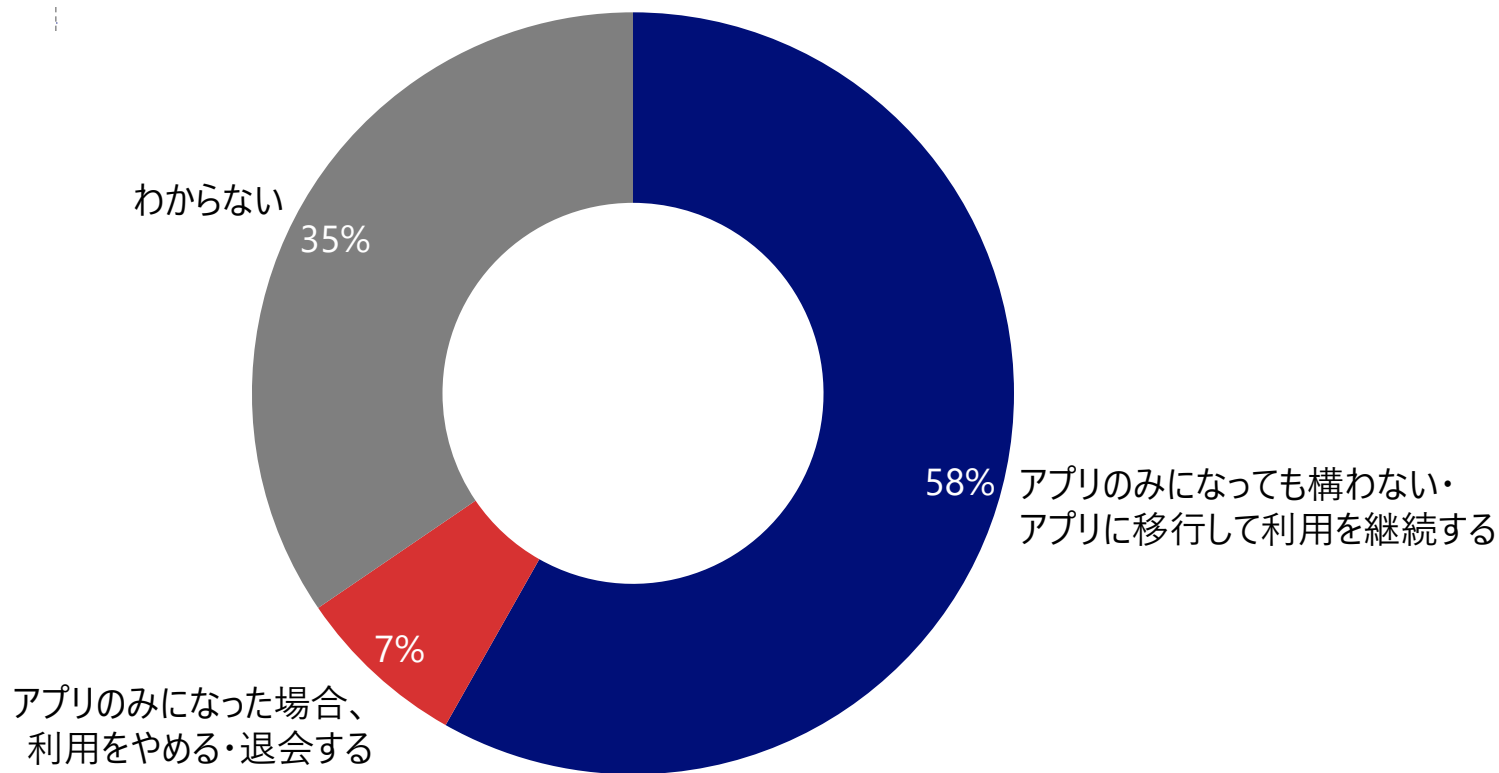
休眠・退会の主な理由は、利用機会の少なさや利便性の低さ、そしてその結果とも言える失効である。

### ポイントやマイルを利用しなくなった・退会した経験・理由 (N=7,845) (MA)



ポイントカード利用者の過半数には、カード廃止・アプリのみ利用可能となった場合でも、アプリへと移行してサービス利用を継続する意向がある。

ポイントカードが廃止され、アプリのみ利用可能となった場合の利用継続意向  
(N=6,990) (SA)



1

決済の認知・利用実態

2

ポイントやマイルの認知・利用実態

3

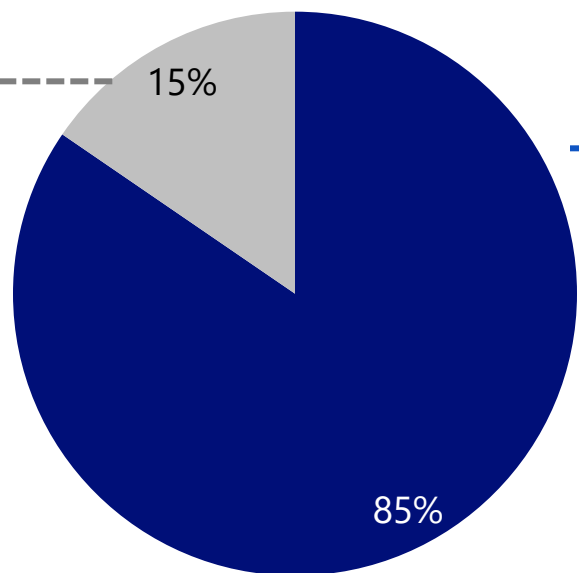
決済・ポイントの関係性

### 3. 決済とポイントの関係性 | 1) キャッシュレス決済の利用実態と、ポイントやマイルの利用意向

日本の生活者の85%はキャッシュレス利用者であり、その60%以上はポイントやマイルを積極的にためて、つかっている。

#### キャッシュレス決済の利用実態

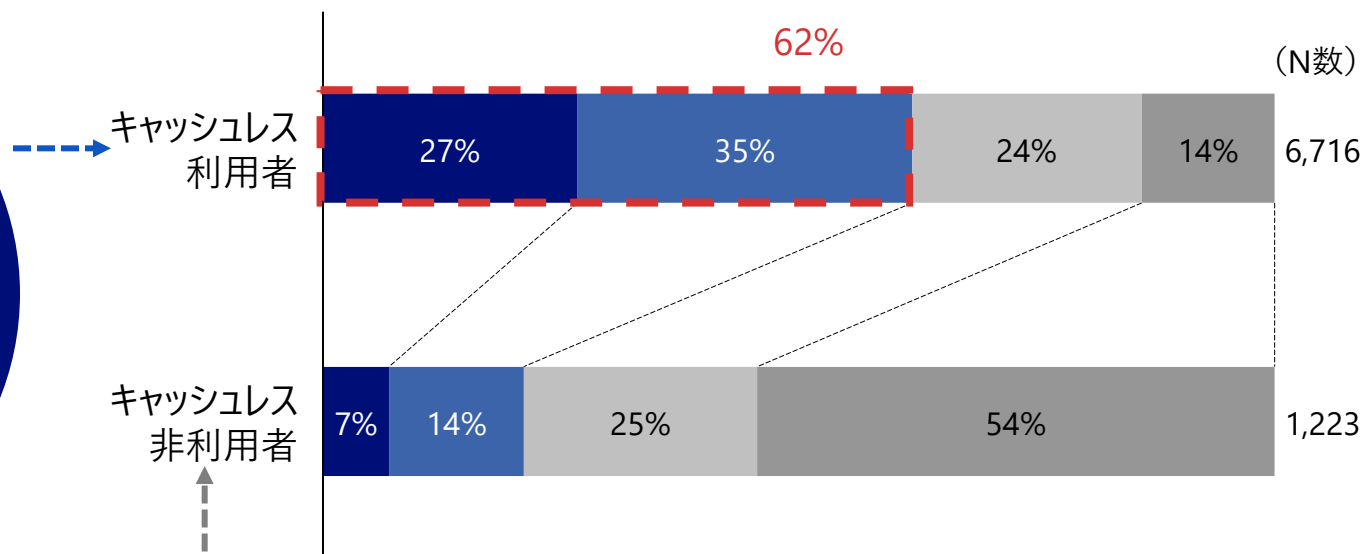
(N=7,983) (SA)



■ いずれかのキャッシュレスを利用  
■ どのキャッシュレスも利用していない

#### ポイントやマイルの利用意向

(積極的にためて、つかう?) (SA)

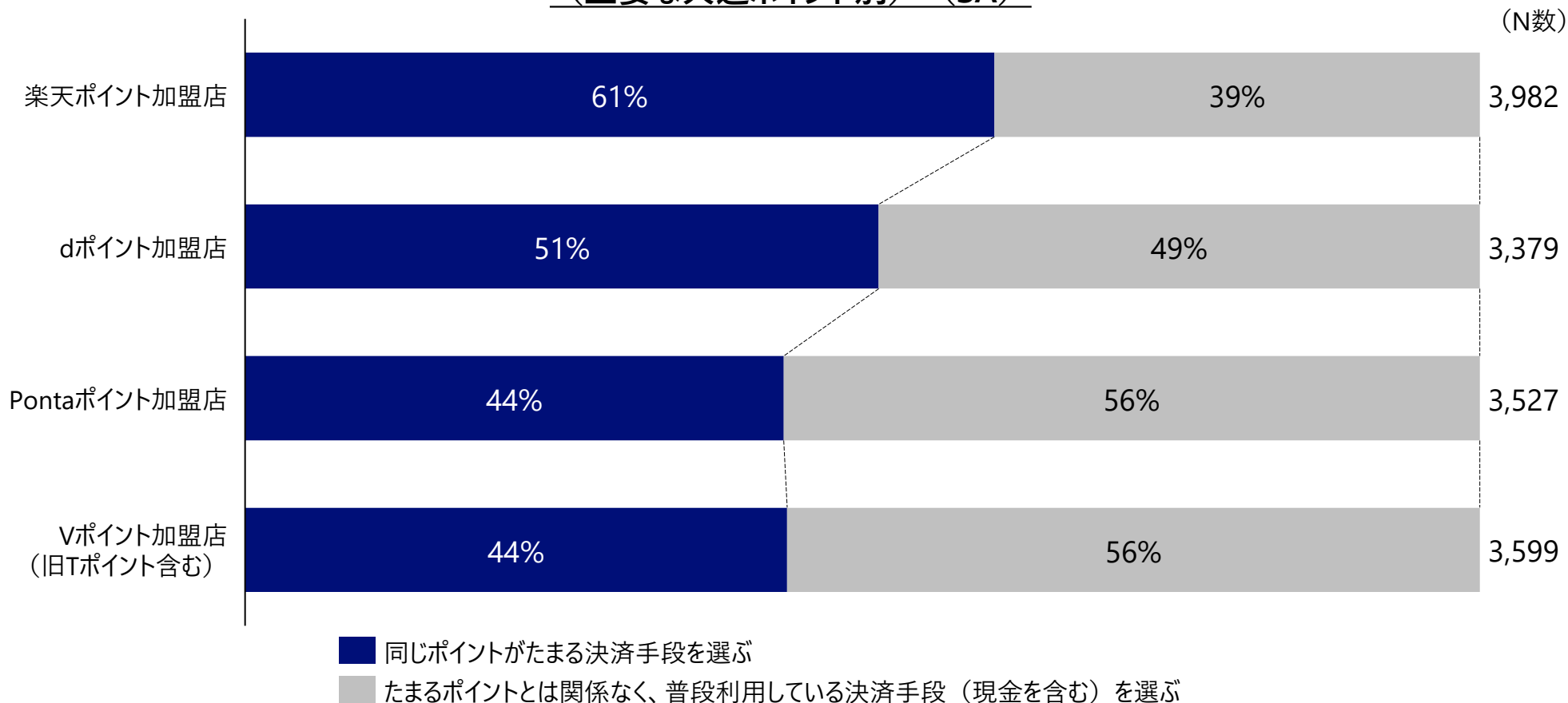


■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

### 3. 決済とポイントの関係性 | 2)ポイント加盟店における決済手段の選びかた

主要な共通ポイントの加盟店では、そのポイント会員の44%~61%の人が、同じポイントがたまる決済手段を選ぶ。

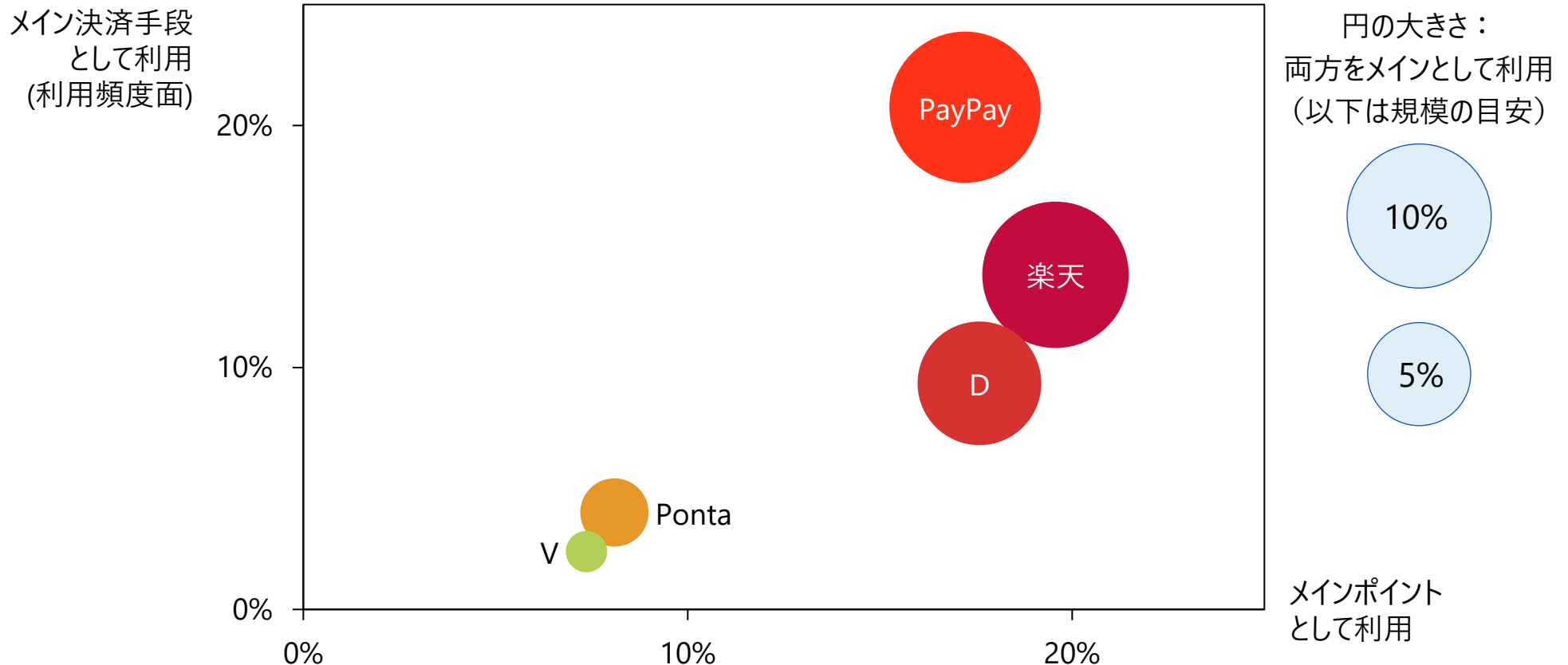
ポイント加盟店における決済手段の選びかた  
(主要な共通ポイント別) (SA)



### 3. 決済とポイントの関係性 | 3) 主要な共通ポイント・キャッシュレス経済圏のメインユーザー規模

ポイントとしてのメインユーザーが多いほど、決済手段としてのメインユーザーも多い傾向にある。  
また、両方をメインのポイント・決済手段として利用する人の規模も、多くなる。

主要な共通ポイント・キャッシュレス経済圏のメインユーザー規模※ (N=7,983)  
(メインポイントとして利用 / メイン決済手段として利用 / 両方をメインとして利用)



※回答において、決済手段に関しては利用頻度の最も高いものを、ポイントに関しては「メインで利用している」ものを、それぞれのメインとして集計



# 結果サマリ

## ■ キャッシュレス決済の利用実態

- 日本の生活者の85%が、何らかのキャッシュレス決済を利用している。
  - クレジットカードでは、接触型で約7割、非接触型で約5割が利用している。
  - コード決済では、約5割が利用している。
  - 電子マネーでは、カード型・モバイル型問わず、約5割が利用している。
- 各サービスの申込みに際しては、経済的な利得のほか、スマートフォンアプリの利便性が重視されている。
  - 申し込まない人のほとんどが、「現金や他の決済手段で満足している」と回答。スイッチングコストは高いと考えられる。
- 現金の支払いは、迅速性や管理容易性が、その利用の主な理由として挙げられている。

## ■ ポイントの利用実態

- 日常的に利用されやすい店舗・サービスでは、毎回ポイントをためる・つかう人の割合が多い。
- 主要な共通ポイントの会員規模は、それぞれ約5割だが、日常的な利用者規模には約1割～約3割の差がある。
- 過半数の人がポイントを積極的に利用し、店舗・商品選択時にも影響を受けている。
  - 約4割の人が、「5%程度のプレミアが付くなら現金よりポイントを選ぶ」と回答している。
  - 約半数の人が、なんらかのポイ活を行っている。
- ほとんどの人は、ポイントやマイルを店頭やオンラインサービスでの支払いに使っている。
- 主な入会理由は、ポイントを多くもらえて、便利に使っていけそうかどうかである。
  - 休眠・退会の主な理由は、利用機会の少なさや利便性の低さ、失効経験である。

## ■ キャッシュレス決済とポイントとの関係性

- キャッシュレス決済を利用している人の約6割は、ポイントやマイルを積極的にためて、つかっている。
- 主要な共通ポイントの加盟店では、そのポイント会員の約4割～約6割が、同じポイントがたまる決済手段を選ぶ。
- ポイントとしてのメインユーザーが多いほど、決済手段としてのメインユーザーも多い傾向にある。

参考資料

質問項目

## 主な質問項目 | 決済関連

分野	質問項目
全般	各決済手段の認知・利用状況
	各決済サービスの認知・利用状況
認知・興味	当該決済手段を使用しない理由
会員化・発行	申し込む・利用する決済サービスの選定理由・申し込み時の参考情報
	決済サービスの利用申込チャンネル
保有・利用	当該サービスの申し込み時に困った部分
	業種・業態別で、利用頻度が高い決済サービス
	日常生活において、保有している決済サービスの中で利用頻度が高いもの
	利用決済サービス別、平均利用月額
	利用決済サービスのスイッチング経験・理由
	決済サービスの使い分け方
	キャッシュレス決済を所有しているのにも関わらず、現金を使用する理由
	後払い決済サービスを利用する際に感じられるメリット
	後払い決済サービスを利用する際に感じられる不便・不安
	コード決済のチャージ状況
退会・休眠	直近退会・使わなくなった決済サービス
	決済サービスを使わなくなる・退会する理由
その他	現金・キャッシュレスの利用意向
	現金・キャッシュレスの利用実態
	最近1ヶ月間の支出について、現金・キャッシュレスで支払った金額の割合
	キャッシュレス決済に関する消費者の考え方
	指紋認証・顔認証等の生体認証を利用したCL手段への受容度
	新しいデジタル・サービスに対する認知・利用状況
	決済関連アプリの利用頻度
	決済関連アプリの具体機能の利用頻度
銀行ATMの利用頻度	

## 主な質問項目 | ポイント関連

分野	質問項目
全般	各ポイントサービスの認知・利用・提示状況
	利用している媒体（板・アプリ）
	板カードを廃止した場合におけるアプリ利用意向
認知・興味	認知している/興味を持っているポイントに対する印象
会員化／退会	ポイント会員となった理由
	退会した/利用しなくなった理由
ポイント獲得	メインで使っているポイントをスイッチングした経験・スイッチ先
	ポイント付与の有無が、利用店舗の選定に与える影響
	複数ポイントの加盟店舗における、もらうポイントの選びかた
	ポイントの還元率・額の比較方法
	会員であるポイントの加盟店でのポイント獲得頻度
	ポイント獲得可否による店舗・サービス利用の変化
	獲得ポイントが増加する店舗・サービスの認知
ポイント利用	実施しているポイ活（アンケート回答・広告閲覧・移動・投資……）
	ポイントを使うタイミング
	ポイントの使い先
	獲得したポイントの失効経験・失効理由
	失効を防ぐためにして欲しい事・すでにやってもらって良かったこと
その他	期間用途限定ポイントの認知／獲得・利用経験
	ポイントを対価とした個人情報提供への抵抗感
	保有するアプリを増やすことへの抵抗



**Envision the value,  
Empower the change**