

**Squareが1万人に向けた調査を実施**  
**7割の消費者が店舗のデジタル化を支持**  
待ち時間を短縮し店員との会話を楽しみたいとの声も多数

Square(本社:米国Block, Inc.、ブロック・ヘッド:ジャック・ドーシー、以下「Square」)はMMD研究所と共同で、18歳~69歳の男女10,000人を対象に「実店舗のデジタル化に関する消費者の意識調査」を実施いたしました。日本の小売店やレストラン、他のビジネスのデジタル化に関する消費者の考え方を調べるのが狙いです。

経済産業省をはじめとする日本政府がデジタル化の推進を図る中、本調査では企業が業務を効率化するために取り組むデジタル化の手段や理由に焦点を当てています。

調査結果は以下のとおりです。

■調査結果サマリ

**サマリ1**

進む店舗のデジタル化 73%がお店のデジタル化に賛成

**サマリ2**

待ち時間の短縮などを理由に、デジタルツールで効率よくお店を利用したい人が多数

お店で利用したいデジタルツールは「キャッシュレス決済」が半数以上、「セルフレジ」は4割

**サマリ3**

効率化しても、買い物中の店員との会話は楽しみたい！

全体の6割が店員との会話を好む傾向に

**サマリ4**

システムの安定性やデジタルに不慣れな人への配慮を気にする消費者も

**サマリ5**

過去に現金払いで不便を感じた人は6割以上

デジタル化が進んでいない場合に不便だと感じることは「現金払い」「スタンプカードや会員カードの利用」「有人レジ」

■Squareの日本におけるプロダクトマーケティングの責任者 横山潤

日本のビジネスのデジタル化は着実に進んでいますが、今回のレポートはさらなる進展の可能性を示しています。店舗やレストランでのデジタルツール活用により、買い物を簡単に短時間で済ませ、待ち時間を減らし、好きな支払い方法を選べる環境が実現することを、多くの消費者は望んでいます。現金での支払を続ける人も一方で、クレジットカードやQRコード決済を選ぶ人が増えてきています。ビジネスにとって、デジタルツール導入には明確なメリットがあります。テクノロジーはビジネス運営をより効率的にし、働く人たちが自分の専門分野に集中し、お客様に特別な体験を提供するための時間を生み出しています。

■サマリ1

【報道関係者お問い合わせ先】

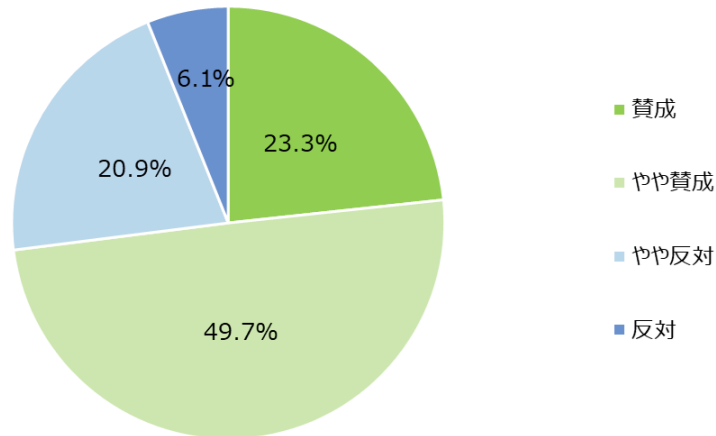
Square PR事務局(アンティル内) 担当:大森・伊藤・高橋

TEL : 03-5572-7375 FAX : 03-6685-5265 E-MAIL : [square\\_pr@vectorinc.co.jp](mailto:square_pr@vectorinc.co.jp)

## 進む店舗のデジタル化 73%がお店のデジタル化に賛成

お店のデジタル化に関する賛否を聞いたところ、「賛成」が23.3%、「やや賛成」が49.7%と合わせて73.0%が賛成と回答しました。

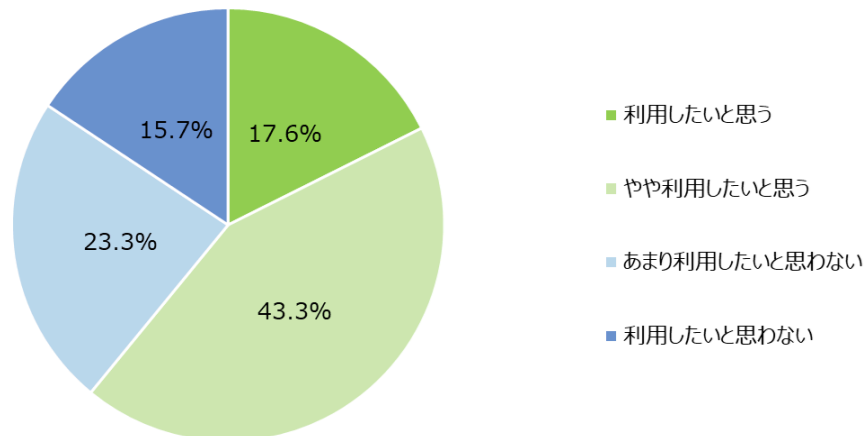
- お店のデジタル化への賛否 (n=10,000、単数)



Square×MMD研究所

続いて、デジタル化に取り組むお店について、デジタル化が進んでいないのお店よりも利用したいか聞いたところ、「利用したいと思う」が17.6%、「やや利用したいと思う」が43.3%と合わせて60.9%が利用したいと回答しました。

- デジタル化に取り組むお店の利用について (n=10,000、単数)



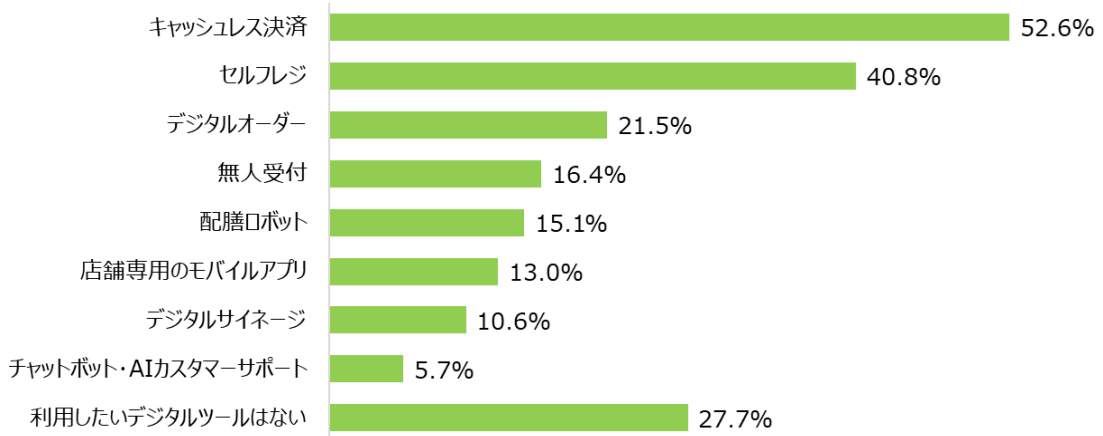
Square×MMD研究所

## ■サマリ2

待ち時間の短縮などを理由に、デジタルツールで効率よくお店を利用したい人が多数。お店で利用したいデジタルツールは「キャッシュレス決済」が半数以上、「セルフレジ」は4割

お店で利用したいデジタルツールを聞いたところ(複数回答可)、「キャッシュレス決済」が52.6%と最も多く、次いで「セルフレジ」が40.8%、「デジタルオーダー」が21.5%となりました。

● お店で利用したいデジタルツール (n=10,000、複数)



Square×MMD研究所

次に、利用したいデジタルツールがある7,228人を対象に、デジタルツールごとの利用したい理由を聞いたところ(複数回答可)、キャッシュレス決済(n=5,262)は「支払い方法の幅が広がる」、セルフレジ(n=4,076)、店舗専用のモバイルアプリ(n=1,304)は「待ち時間が少なくなる」、デジタルオーダー(n=2,145)、無人受付(n=1,636)、配膳ロボット(n=1,506)、デジタルサイネージ(n=1,055)、チャットボット・AIカスタマーサポート(n=572)は「店員を呼ぶ必要がない」がそれぞれトップとなりました。全体の理由を見てみると、待ち時間の短縮や、店員を呼ぶわずらわしさなどが、デジタルツールを利用したい理由として取り上げられていることがわかりました。

● デジタルツールを利用したい理由 (複数) ※デジタルツール別、上位3項目抜粋

| キャッシュレス決済 (n=5,262) |                |       | セルフレジ (n=4,076)        |                |       | デジタルオーダー (n=2,145)  |               |       | 無人受付 (n=1,636)              |                |       |
|---------------------|----------------|-------|------------------------|----------------|-------|---------------------|---------------|-------|-----------------------------|----------------|-------|
| 1位                  | 支払い方法の幅が広がる    | 45.9% | 1位                     | 待ち時間が少なくなる     | 54.6% | 1位                  | 店員を呼ぶ必要がない    | 59.0% | 1位                          | 店員を呼ぶ必要がない     | 61.9% |
| 2位                  | 待ち時間が少なくなる     | 44.8% | 2位                     | 店員を呼ぶ必要がない     | 43.9% | 2位                  | 待ち時間が少なくなる    | 38.0% | 2位                          | 待ち時間が少なくなる     | 43.9% |
| 3位                  | 店員を呼ぶ必要がない     | 22.0% | 3位                     | コロナなどの感染症対策になる | 12.1% | 3位                  | 追加注文(買い物)が簡単  | 33.4% | 3位                          | コロナなどの感染症対策になる | 16.6% |
| 配膳ロボット (n=1,506)    |                |       | 店舗専用のモバイルアプリ (n=1,304) |                |       | デジタルサイネージ (n=1,055) |               |       | チャットボット・AIカスタマーサポート (n=572) |                |       |
| 1位                  | 店員を呼ぶ必要がない     | 56.4% | 1位                     | 待ち時間が少なくなる     | 37.7% | 1位                  | 店員を呼ぶ必要がない    | 55.3% | 1位                          | 店員を呼ぶ必要がない     | 41.8% |
| 2位                  | 待ち時間が少なくなる     | 30.6% | 2位                     | 店員を呼ぶ必要がない     | 36.0% | 2位                  | 待ち時間が少なくなる    | 34.8% | 2位                          | 待ち時間が少なくなる     | 29.2% |
| 3位                  | コロナなどの感染症対策になる | 23.2% | 3位                     | デジタルの方が分かりやすい  | 25.8% | 3位                  | デジタルの方が分かりやすい | 29.5% | 3位                          | デジタルの方が分かりやすい  | 19.8% |

Square×MMD研究所

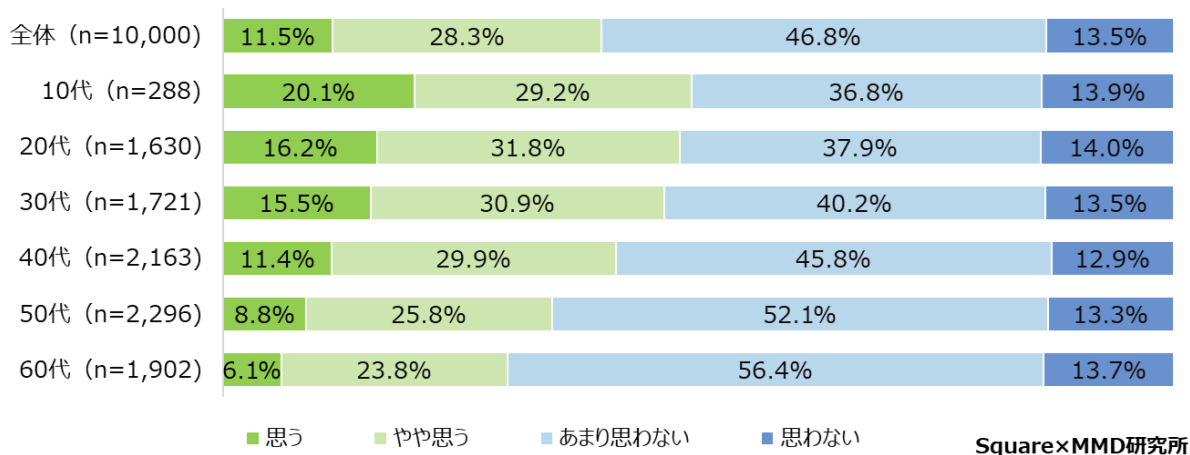
■サマリ3

効率化しても買い物中の店員との会話は楽しみたい！全体の6割が店員との会話を好む傾向に

お店のデジタル化による店員との会話について聞いたところ、「減ってほしくないと思う」が13.5%、「やや減ってほしくないと思う」が46.8%と合わせて60.2%が減ってほしくないと思うと回答しました。これを年代別で見ると、減ってほしくないと思う回答は、60代(n=1,902)が70.1%、50代(n=2,296)が65.4%、40代(n=2,163)が58.7%となりました。一方で、減ってほしいと思う回答が多かったのは、10代(n=288)が49.3%と最も多く、次いで20代(n=1,630)が48.0%、30代(n=1,721)が46.4%となりました。

コスパやタイパを重視し効率性に注目が集まる一方で、年齢層が上がるに連れて、店員とのコミュニケーションを重視していることが読み取れます。

● お店のデジタル化で店員との会話が減ってほしいかの有無（単数）※年代別



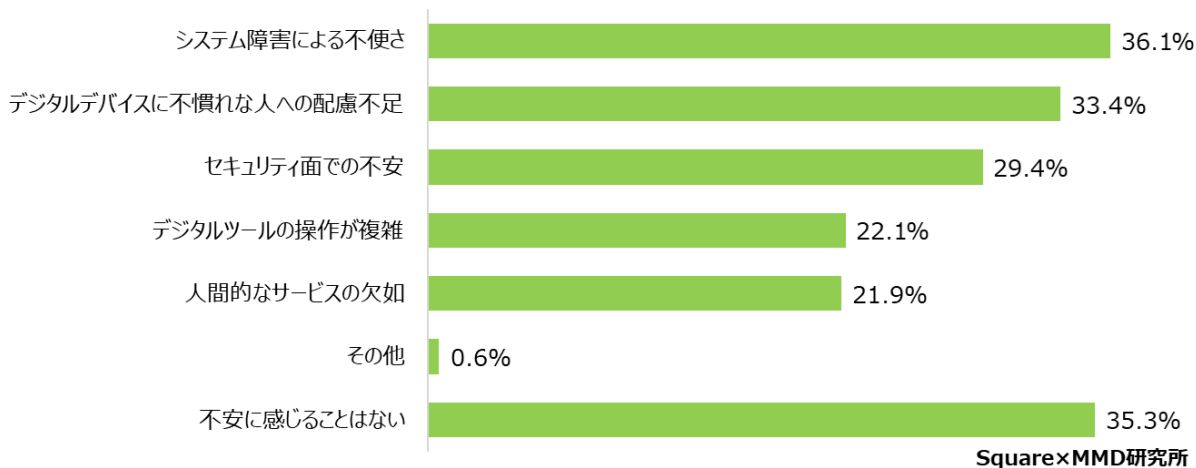
■サマリ4

システムの安定性やデジタルに不慣れな人への配慮を気にする消費者も

お店のデジタル化が進むことで感じる不安を聞いたところ(複数回答可)、「システム障害による不便さ」が36.1%と最も多く、次いで「デジタルデバイスに不慣れな人への配慮不足」が33.4%、「セキュリティ面での不安」が29.4%となりました。逆に不安に感じることはないという回答は、35.3%となりました。

デジタル化しようとする企業にとっては、信頼性が高く決済処理が安定しているSquareのようなパートナーを選ぶことが重要です。

● お店のデジタル化が進むことで感じる不安 (n=10,000、複数)



■サマリ5

過去に現金払いで不便を感じた人は6割以上 アナログ式で不便だと感じることは「現金払い」「スタンプカードや会員カードの利用」「有人レジ」

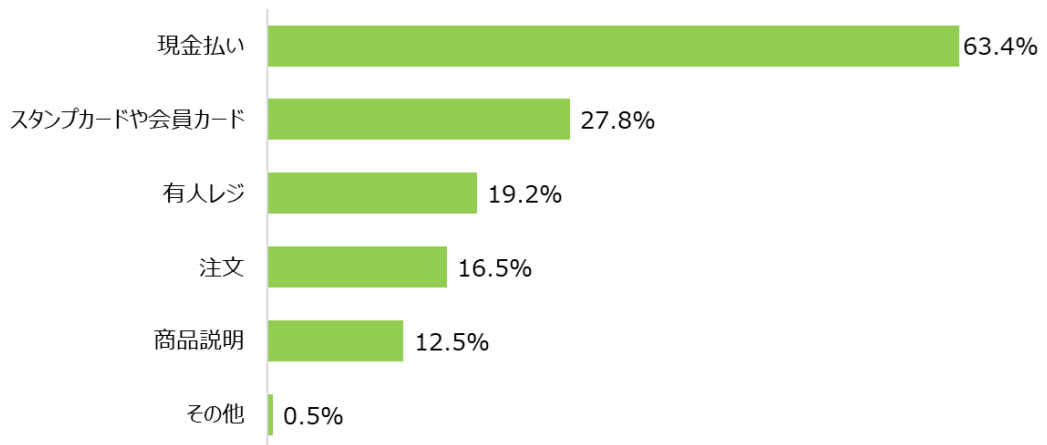
デジタルツールを利用していないお店に対して不便だと感じるか聞いたところ、34.8%が「不便を感じるものがある」と回答しました。

次に、デジタルツールを利用していないお店で不便に感じたものがあると回答した3,483人を対象に、不便に感じた項目を聞いたところ(複数回答可)、「現金払い」が63.4%と最も多く、次いで「スタンプカードや会員カード」が27.8%、「有人レジ」が19.2%となりました。

キャッシュレス払いやスマートフォンアプリでの利用が一般化する中で、より効率よく買い物を済ませたいという

人が多くいることがわかりました。

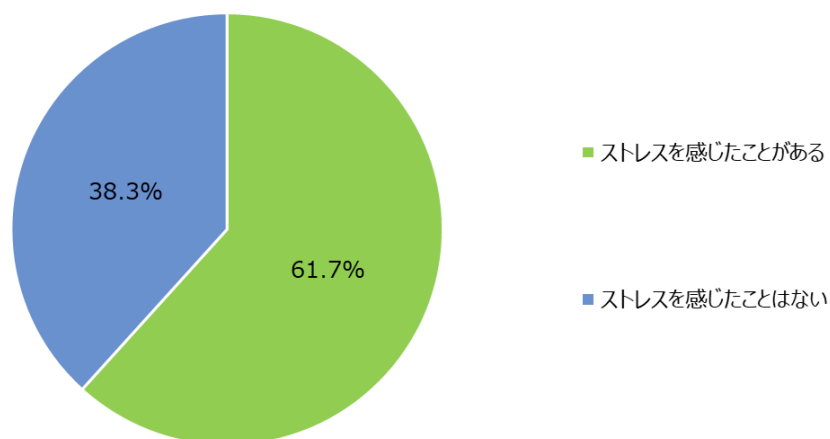
● デジタルツールを利用していないお店で不便に感じた項目 (n=3,483、複数)



Square×MMD研究所

続いて、お店を利用した際にストレスを感じたことがあるか聞いたところ、「ストレスを感じたことがある」は61.7%となりました。

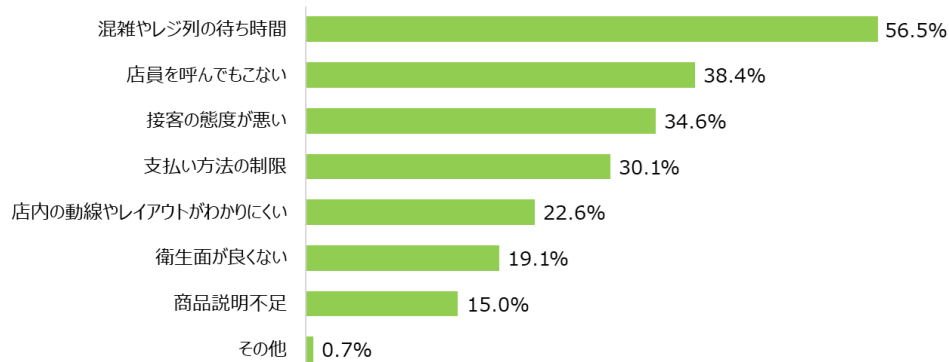
● お店を利用した際のストレスについて (n=10,000、単数)



Square×MMD研究所

「ある」と回答をした人を対象に、感じたストレスが何かを聞いたところ(複数回答可)、「混雑やレジ列の待ち時間」が56.5%と最も多く、次いで「店員を呼んでもこない」が38.4%、「接客の態度が悪い」が34.6%となった。

● お店を利用した際に感じたストレス (n=6,172、複数)



Square×MMD研究所

デジタル化には明らかな利点があります。テクノロジーを使ってサービスをスピードアップしたり、セルフオーダーシステムによってスタッフの負担を減らしたり、お客様が好む支払い手段を選んだりすることができるようになります。

※本調査レポートは小数点以下任意の桁を四捨五入して表記しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

#### ■導入店舗のご紹介

デジタル化の恩恵を受ける企業の一つがレザーブランド「analogico(アナロジコ)」です。

下北沢駅から徒歩3分のところに位置するanalogicoでは、店舗でのキャッシュレス決済をはじめ、オンラインショップでのクレジットカード決済や在庫情報の連携にSquareを活用しています。



analogicoは2018年ごろ、イベントや店舗で柔軟に使える高性能なテクノロジーを評価し、Squareを導入しました。オーナーの末吉隼人さんは「持ち運べるポータブルな決済端末を求めており、決済して入金が翌日である点がとても助かりました。革も高額ですし、売り上げはすぐに欲しいという気持ちがあり、この2点がマッチしたのがSquareでした」と話します。

実店舗ではSquareの決済端末とPOSレジを使って支払いを受け付け、オンラインショップではECサービスWooCommerceとSquareを連携させています。オンラインと実店舗の両方にSquareを使うことで、決済や在庫などの情報が一つのプラットフォーム上にまとまり、管理しやすくなりました。

「在庫を多く持つことは、時間と労力をかけて作ったものが滞留し売り上げにならないということなので、なるべく少なく持って回すのが一番ベストな方法です。Squareのキャッシュフローも同じかと思います。すぐに入金されるから、新しい革の仕入れなど、すぐに次の投資に使うことができます」

#### 【調査概要】

「お店のデジタル化に関する消費者の意識調査」

調査期間: 2024年11月1日～11月5日

有効回答: 10,000人 ※人口構成比に合わせて回収

調査方法: インターネット調査

調査対象: 18歳～69歳の男女

#### ■Squareについて

Squareは、誰もが販売や決済を手軽に始められるように、商取引に必要なツールを取りそろえています。[飲食業](#)、[小売業](#)、[専門サービス業](#)などの各業種に特化した[ソフトウェア](#)、カスタマイズできる[eコマースツール](#)、[資金調達サービス](#)、[スタッフ管理ツール](#)などがその一例です。これらが全て連携して機能することで、事業者の時間や労力を削減します。世界中の事業者が事業の運営や成長にSquareを活用しています。詳しくは、[www.squareup.com/jp/ja](http://www.squareup.com/jp/ja)をご覧ください。