

2019年2月21日

報道関係各位

GMOメディア株式会社

10代女子のhappyを研究する「プリキャンティーンズラボ」 「決済手段とキャッシュレス事情に関する調査」 ～10代女子の「キャッシュレス」認知度は約7割、主流は「交通系電子マネー」～

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社(代表取締役社長:森 輝幸 以下、GMOメディア)が運営する、10代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ byGMO (<https://lab.prcm.jp/>)」は、「決済手段とキャッシュレス事情に関する調査」を発表いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ 決済手段とキャッシュレス事情に関する調査
- 調査対象 中学生以上の10代女子
- 調査期間 2019年2月4日～2019年2月8日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 573名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ byGMO

*本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても100%とならない場合がございます。

【調査サマリー】

- 10代女子の「キャッシュレス」の認知度は7割超
 - └意味まで知っている子は約2割
 - └キャッシュレス決済の認知度は「交通系電子マネー」がトップ!
- 実店舗では大多数が「現金払い」、オンラインショップでは「コンビニ払い」
 - └電子マネーやプリペイドカードなどのキャッシュレス決済サービスはある程度浸透
- 10代女子のキャッシュレス決済の実態は?
 - └過半数の「交通系電子マネー」が主流で、「nanaco」「WAON」は2割超
 - └オンラインショップ、書店でのキャッシュレス決済の比率は高め
 - └週に1回以上の利用は2割超、理由は「ポイントが貯まるから」
- 『ポイントを貯める』と答えた子は7割超、「Tポイント」を貯める子が最多

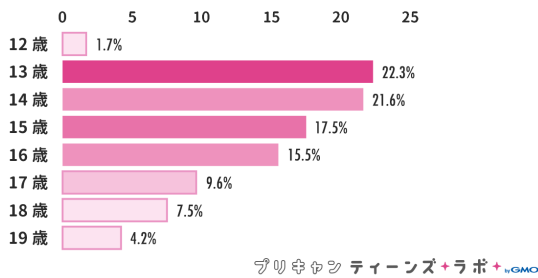
【調査結果】

■ 回答者の属性 (図1～図3)

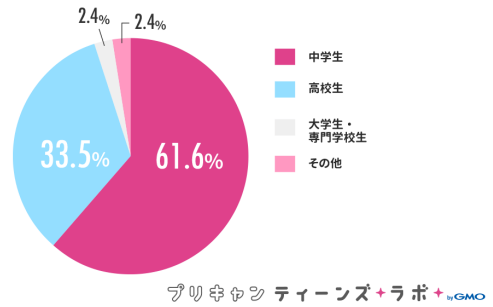
～13歳から16歳がボリュームゾーン、スマホのOSは「Android」が過半数～

回答者の年齢は13歳～16歳がボリュームゾーンとなり、「13歳(22.3%)」が最も多く、次いで「14歳(21.6%)」の順となっています。属性別では「中学生(61.6%)」が最多、「高校生(33.5%)」と続きました。また、利用しているスマホのOSは「Android(52.0%)」「iOS(44.5%)」とAndroidが過半数となりました。

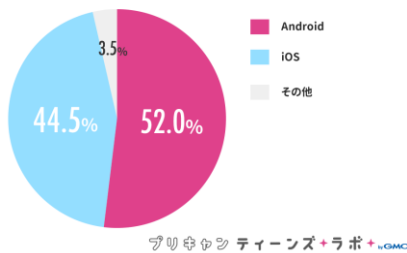
(図 1) アンケート参加者の年齢分布 [N=573 単一回答]



(図 2) アンケート参加者の属性 [N=573 単一回答]



(図 3) 利用しているスマホの OS [N=573 単一回答]



■ 10代女子の「キャッシュレス」の認知度は7割超 (図 4～図 5)

～意味まで知っている子は2割超～

昨今、現金をいらないで支払う「キャッシュレス」決済が話題となっていますが、10代女子における「キャッシュレス」の認知度はどの程度なのかを調査しました。

その結果、「言葉の意味まで知っている (21.5%) 」と意味まで認知している子は2割超ですが、「言葉の意味はわからないが、聞いたことがある (52.4%) 」と答えた子は5割を超え、合わせると7割以上の子が「キャッシュレス」という言葉を認知している結果となりました。

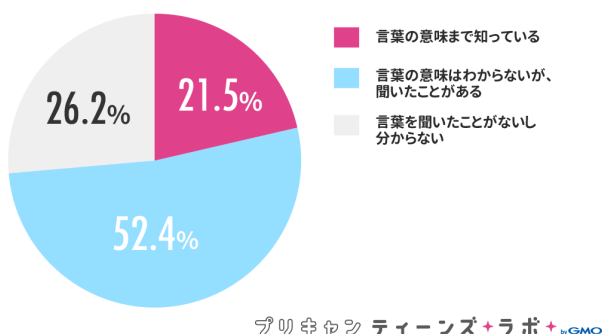
～決済サービス「交通系電子マネー」が認知度トップ! 「nanaco」「Apple Pay」と続く～

続いて、10代女子が利用できる「各キャッシュレス決済サービスの認知度」を調査しました。

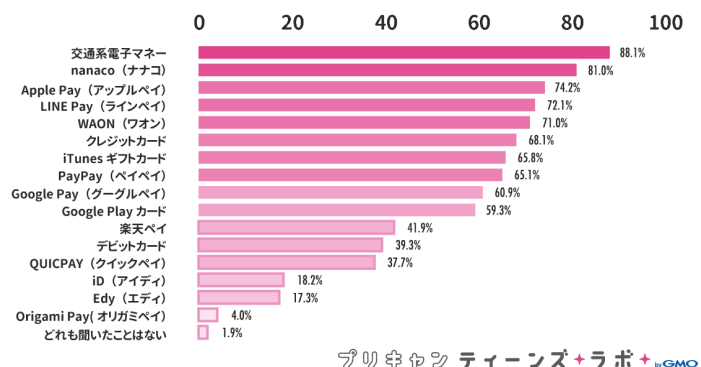
その結果、「どれも聞いたことはない」と答えた子は1.9%で、ほとんどの子が何かしらの決済サービス名を認知している結果となり、「キャッシュレス」の言葉の認知とは別に、決済手段としての「キャッシュレス決済サービス」は広く認知されているようです。

また、認知度の高い「キャッシュレス決済サービス」の上位を見ると、「交通系電子マネー (88.1%) 」が約9割で最多となり、次いで「nanaco (81.0%) 」が8割超、「Apple Pay (74.2%) 」「LINE Pay (72.1%) 」「WAON (71.0%) 」が7割を超えました。

(図 4) 「キャッシュレス」の認知度 [N=573 単一回答]



(図 5) 各キャッシュレス決済サービスの認知度 [N=573 複数回答]



■実店舗では大多数が「現金払い」、オンラインショップでは「コンビニ払い」(図6～図7)

～電子マネーやプリペイドカードなどのキャッシュレス決済サービスはある程度浸透～

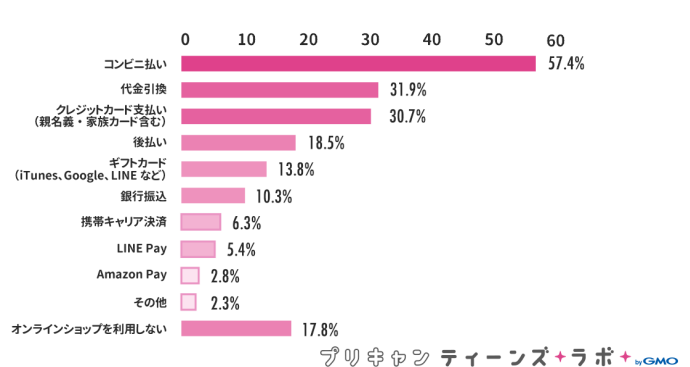
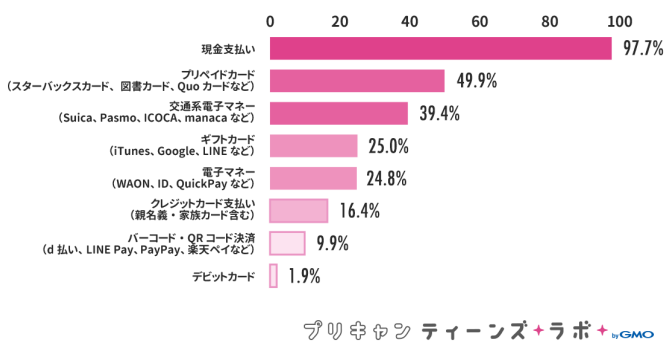
続いて、10代女子の日頃から利用している決済手段を探るべく、「実店舗」と「オンラインショップ」のそれぞれで、利用経験のある決済手段を尋ねました。

まずは、「実店舗で利用したことのある決済手段」を尋ねると、「現金払い(97.7%)」以外では約半数の子が「プリペイドカード(49.9%)」と回答しました。また、先の質問で10代女子の認知度の一番多いキャッシュレス決済の「交通系電子マネー(39.4%)」は、実店舗での利用経験は約4割となりました。

さらに、「オンラインショップを利用する際の決済手段」については、「コンビニ払い(57.4%)」と回答した子が過半数で最多となり、次いで「代引き支払い(31.9%)」「クレジットカード支払い(親名義・家族カード含む、30.7%)」がほぼ同数で約3割となっています。

この結果から、10代女子の決済手段は「現金支払い」に基づくものが多いことがわかりましたが、一方で、「プリペイドカード」や「交通系電子マネー」など、「キャッシュレス決済」もある程度は浸透しているようです。また、オンラインショップでの決済については、クレジットカード支払いの経験を持つ子が3割に達し、クレジットカードを所持できないにもかかわらず、保護者などのクレジットカードで買い物をしている様子がうかがえます。

(図6) 実店舗で利用したことのある決済手段 [N=573 複数回答] (図7) オンラインショップを利用する際の決済手段 [N=573 複数回答]



■10代女子のキャッシュレス決済の実態は？(図8～図11)

～過半数の「交通系電子マネー」が主流で、流通系電子マネーの「nanaco」「WAON」は2割超～

10代女子のキャッシュレス決済の利用実態を把握するため、「各キャッシュレス決済サービスの利用経験」を尋ねました。その結果、SuicaやPASMOなど「交通系電子マネー(52.9%)」が5割を超え最多で、「nanaco(25.2%)」「WAON(23.1%)」といった流通系電子マネーが2割超と続きました。「どれも使ったことがない(23.8%)」を除くと、約8割の子がキャッシュレス決済を利用した経験があることがわかりました。

～10代女子の約2割が週に1回以上はキャッシュレス決済！～

「キャッシュレス決済サービス」の利用経験のある子に、その利用頻度を尋ねると、「週に1回以上利用する子(24.3%、合算値※1)」は約2割、「毎月1回以上利用する子(51.0%、合算値※2)」は5割に達しました。一方、約2割半の子が「それ以下(26.4%)」の利用頻度であることがわかりました。

このことから、キャッシュレス決済の利用が浸透している子と、そうではない子に二分されている現状が浮かび上がりました。

※1: 「毎日」「1週間に4～6回程度」「1週間に2～3回程度」「1週間に1回程度」を合算

※2: 「毎日」「1週間に4～6回程度」「1週間に2～3回程度」「1週間に1回程度」「2～3週間に1回程度」「1ヶ月に1回程度」を合算

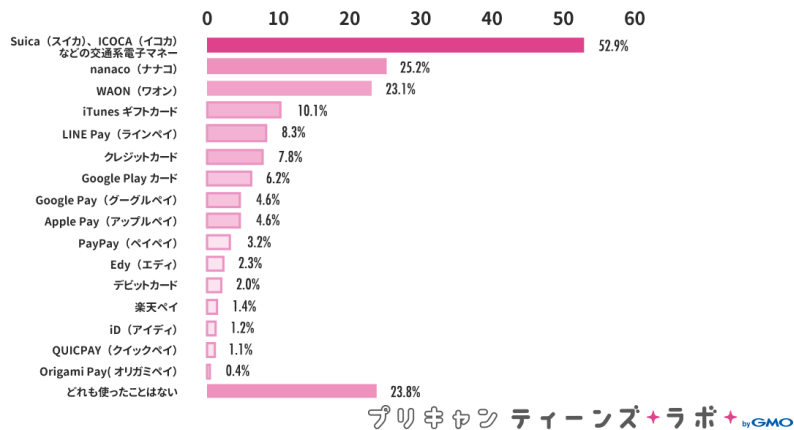
～「オンラインショップ」以外の場面では、「現金払い」が8割超～

続いて、10代女子がキャッシュレス決済を利用する場面を把握するため、「各場面における利用頻度の高い決済手段（現金／キャッシュレス決済）」をたずねました。結果、最もキャッシュレス決済が利用されるのは「オンラインショップ（23.4%）」で、次に「書店（14.5%）」という結果でした。しかし、「オンラインショップ」を除く他の場面のすべてにおいて、8割を超える子が「現金払い」を選択しているようです。

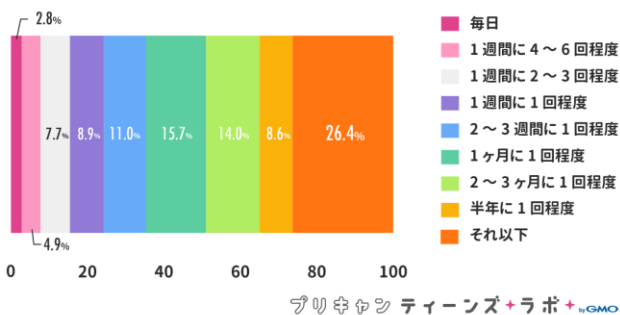
～キャッシュレス決済の目的は「ポイント」と「スピード感」～

さらに、「キャッシュレス決済を利用する理由」を調査したところ、「ポイントが付与されるから（37.8%）」「急いでいるときにスピーディーに決済できるから（31.7%）」が3割を超える結果となり、「ポイント」と「スピード感」がキャッシュレス決済においてキーワードとなっているようです。

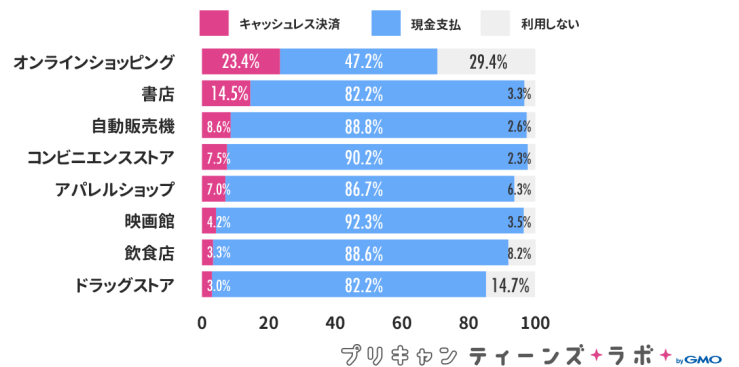
(図8) 各キャッシュレス決済サービスの利用経験 [N=563 複数回答]



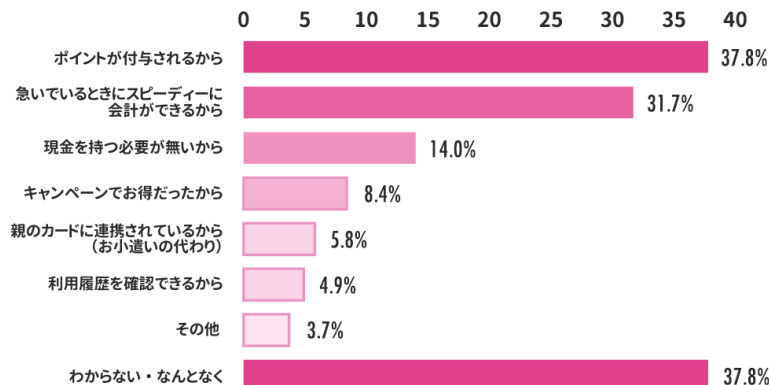
(図9) キャッシュレス決済の利用頻度 [N=428 単一回答]



(図10) 各場面における決済手段 [N=428 単一回答]



(図11) キャッシュレス決済を利用する理由 [N=428 単一回答]



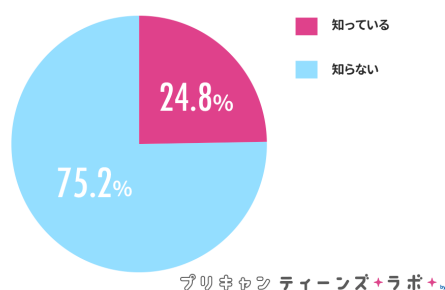
■ 『ポイントを貯める』子は7割超、最多は「Tポイント」（図12～図13）

政府では2019年10月に消費税率を8%から10%へ引き上げることに合わせ、消費増税対策として買い物などでキャッシュレス決済を行った消費者に対して、最大5%分のポイントを国の予算から還元する「ポイント還元制度」の導入を決めました。

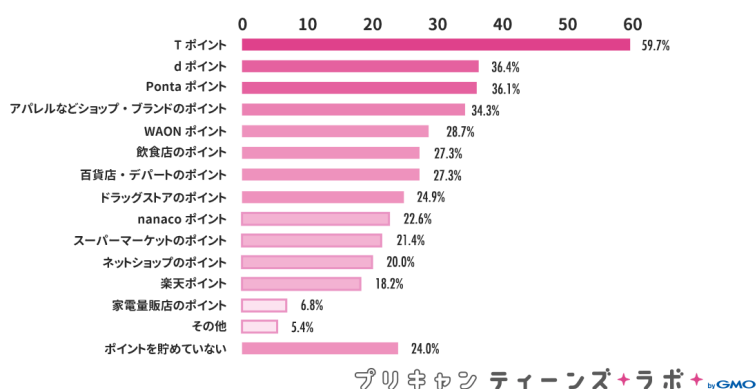
そこで10代女子に、この「ポイント還元制度」について聞いたところ、「知っている（24.8%）」と答えた子は全体の4分の1程度で、10代女子のポイント還元制度の認知はそれほど高くないようです。

また、先の質問の「キャッシュレス決済を利用する理由」で多かった「ポイント」について、さらに深掘りするべく10代女子に「貯めているポイント」について尋ねました。その結果、「ポイントを貯めていない（24.0%）」と回答した子は4分の1程度で、大多数の子は何かしらのポイントを貯めていることがわかりました。また、貯めているポイントは「Tポイント（59.7%）」が約6割と最多、次いで「dポイント（36.4%）」「Pontaポイント（36.1%）」となっています。

（図12）消費増税時の「ポイント還元制度」の認知度
[N=573 単一回答]



（図13）貯めているポイント [N=573 複数回答]



【「プリキャン byGMO」とは】（URL：<https://prcm.jp/>）

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しいhappyのかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャンQA」をはじめとする10代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015年3月からは、記事へのコメントやGOOD/BAD機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

【「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは】（URL：<https://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ byGMO」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表するGMOメディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン byGMO」ユーザーの日常生活を研究していきます。

【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ byGMO」及び調査名称「決済手段とキャッシュレス事情に関する調査」とURL（<https://lab.prcm.jp/cashless>）の併記をお願いいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 広報担当 森島
TEL : 03-5456-2626 FAX : 03-5459-6077
E-mail : pr@gmo.media

●GMOインターネット株式会社
グループ広報・IR部 石井
TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【GMOメディア株式会社】 (URL : <https://www.gmo.media/>)

会社名	GMOメディア株式会社 (東証マザーズ 証券コード : 6180)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7億6,197万円

【GMOインターネット株式会社】 (URL : <https://www.gmo.jp/>)

会社名	GMOインターネット株式会社 (東証第一部 証券コード : 9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■仮想通貨事業
資本金	50億円

Copyright (C) 2019 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.