

<報道関係各位>  
NEWS LETTER

# 「2019年を振り返る“お金”にまつわるアンケート調査」

## 増税後に「QR／バーコード決済サービス」の利用率・スマートフォン決済の利用頻度が増加！

顧客満足度（CS）調査や消費者動向に関するリサーチ・コンサルティング会社である株式会社J.D. パワー ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、20代～60代の男女400名を対象に、「2019年を振り返る“お金”にまつわるアンケート調査」を実施しました。その調査結果を発表いたします。

増税（※）、キャッシュレス決済、年金など、お金にまつわるニュースが絶えない一年となった2019年。J.D. パワーでは、2019年を振り返る「お金」にまつわるアンケート調査を実施しました。また、J.D. パワーが増税前の2019年9月に実施した調査結果と比較し、増税前後で、キャッシュレス決済に関する消費者の実態や意識の変化を調べました。

以下が調査結果となります。本調査結果を是非ご活用いただけますと幸いです。

※：2019年10月1日より消費税が8%から10%に引き上げ。  
政府は消費者の負担緩和とキャッシュレス促進への施策として、キャッシュレス決済の利用に対し、最大で購入額の5%分をポイントやキャッシュバックで還元する施策を打ち出した。

### = 調査ダイジェスト =

#### TOPICS①：2019年の注目ニュースについて

- ・2019年に印象に残っているニュースは「消費税の増税」、「新元号（令和）制定／天皇陛下即位」が同率で第1位！
- ・「QRコード／キャッシュレス決済払い」が、いずれの年代でもTOP5にランクイン！

#### TOPICS②：キャッシュレス決済の利用実態について

- ・一か月以内に利用したキャッシュレス決済方法については、依然「クレジットカード」の割合が最も高く、次いで「電子マネー」、「QR／バーコード決済サービス」。
- ・利用率の内訳順位は増税前調査と変わらない一方で、「QR／バーコード決済サービス」の利用率は増税前調査から21%から41%に増加！増税後に「QR／バーコード決済サービス」の利用率が増えていることが判明！

#### TOPICS③：スマートフォン決済の利用実態について

- ・2人に1人が1か月以内にスマートフォン決済を利用！3人に1人以上が増税後にスマートフォン決済の利用を開始！さらに増税後にスマートフォン決済の利用頻度が増加していることが明らかに！
- ・スマートフォン決済機能へのイメージは増税後にネガティブイメージが減少！イメージTOP3を比較するとお得感や利便性の良さといったポジティブイメージが増加傾向に！
- ・増税前からの利用者は増税後からの利用者よりも総じてポジティブイメージが高く、ネガティブイメージは低い傾向に！

#### TOPICS④：今後の資産形成について

- ・約半数の方が増税をきっかけに「節約の意識が強くなった」と回答！
- ・老後に向けて2000万円以上資産を貯めておきたい割合は男性が61%、女性が41%と男女間でギャップ。

### = 調査概要 =

- 調査方法 : インターネット調査
- 調査期間 : 2019年12月
- 対象者 : 全国の20代～60代の男女 400名

※本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「J.D. パワー調べ」という表記をお使い頂けますようお願い申し上げます。

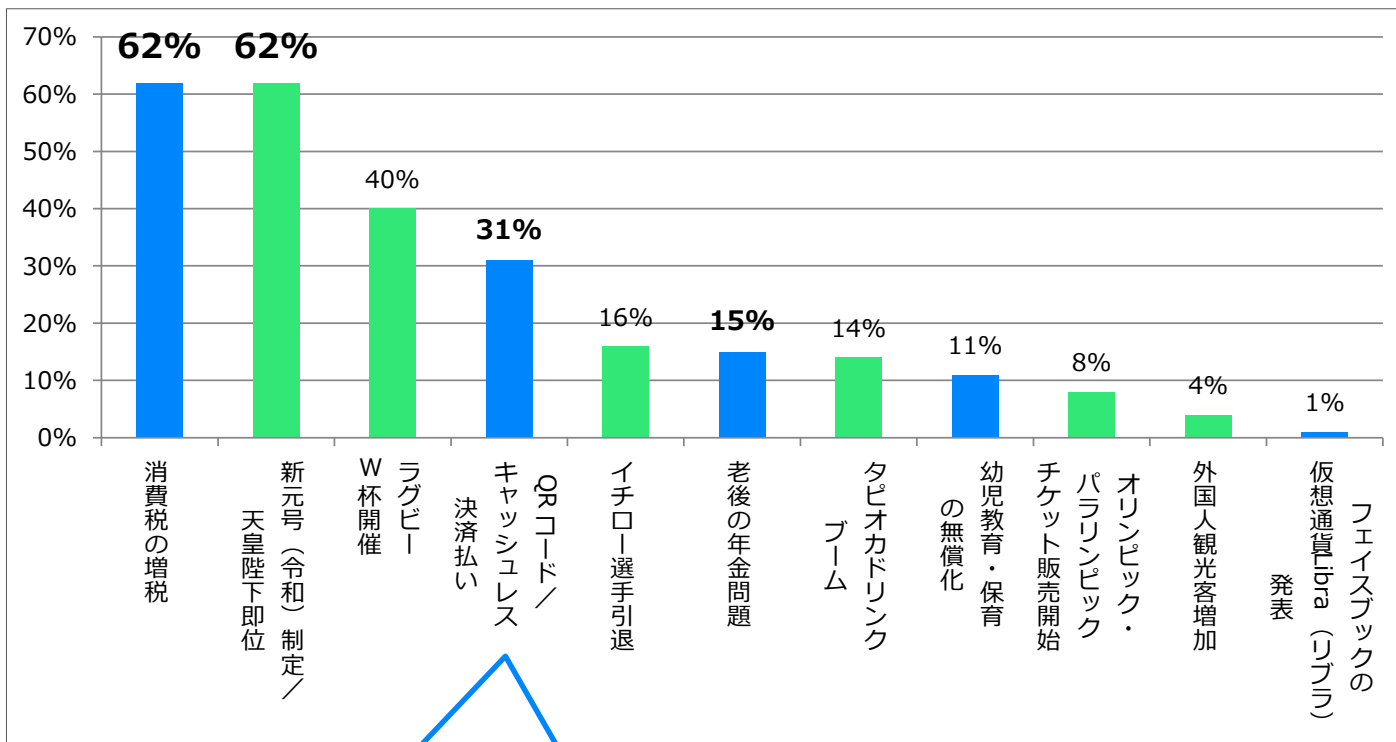
# TOPICS① : 2019年の注目ニュースについて

2019年に印象に残っているニュースは  
「消費税の増税」、「新元号（令和）制定／天皇陛下即位」が同率で第1位！

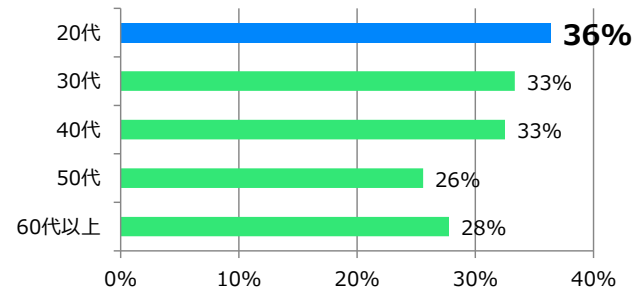
「消費税の増税」だけでなく「QRコード／キャッシュレス決済払い」、「老後の年金問題」など、  
お金に関する話題が消費者の印象に残っていることが判明！！

20代では「QRコードに代表されるキャッシュレス決済払い」の印象が最も強いことが明らかに！！

図1. 2019年に起きたニュースの中で、あなたの印象に残っているのはどちらですか。（※複数回答）



年代別：「QRコード／キャッシュレス決済払い」が印象に残っている割合



2019年に起きたニュースの中で、印象に残っているものについてたずねたところ、「消費税の増税」、「新元号（令和）制定／天皇陛下即位」が62%となり同率で第1位に。次いで「ラグビーW杯開催（40%）」、「QRコード／キャッシュレス決済払い（31%）」という結果になりました。

さらに「老後の年金問題（15%）」が第6位となっており、「消費税の増税」、「QRコード／キャッシュレス決済払い」に加えて、消費者にとって身近なお金に関する話題が印象に残っていることが判明しました。

また年代別で見ると、20代の若年層に至っては「QRコード／キャッシュレス決済払い」が36%と全体よりも5%高くなっており、他の年代と比較しても最も印象に残っていることが判明。20代の「スマホ世代」では、スマートフォン決済に関する興味・関心が高いことが分かりました。

# TOPICS① : 2019年の注目ニュースについて

20～40代で「消費税の増税」が印象に残ったニュースの第一位に。

図2. 年代別 2019年の印象に残ったニュースランキング TOP5

	20代	30代	40代	50代	60代以上
第1位	「消費税の増税」 (66%)	「消費税の増税」 (52%)	「消費税の増税」 (70%)	「新元号（令和）制定/ 天皇陛下即位」 (67%)	「新元号（令和）制定/ 天皇陛下即位」 (72%)
	「新元号（令和）制定/ 天皇陛下即位」 (66%)				
第2位	-	「新元号（令和）制定/ 天皇陛下即位」 (40%)	「新元号（令和）制定/ 天皇陛下即位」 (68%)	「消費税の増税」 (63%)	「消費税の増税」 (59%)
第3位	「QRコード/ キャッシュレス決済払い」 (36%)	「ラグビーW杯開催」 (35%)	「ラグビーW杯開催」 (39%)	「ラグビーW杯開催」 (42%)	「ラグビーW杯開催」 (52%)
	「ラグビーW杯開催」 (36%)				
第4位	-	「QRコード/ キャッシュレス決済払い」 (33%)	「QRコード/ キャッシュレス決済払い」 (33%)	「QRコード/ キャッシュレス決済払い」 (26%)	「老後の年金問題」 (35%)
第5位	「タピオカドリンクブーム」 (25%)	「幼児教育・保育の無償化」 (24%)	「タピオカドリンクブーム」 (16%)	「老後の年金問題」 (17%)	「QRコード/ キャッシュレス決済払い」 (28%)
				「イチロー選手引退」 (17%)	

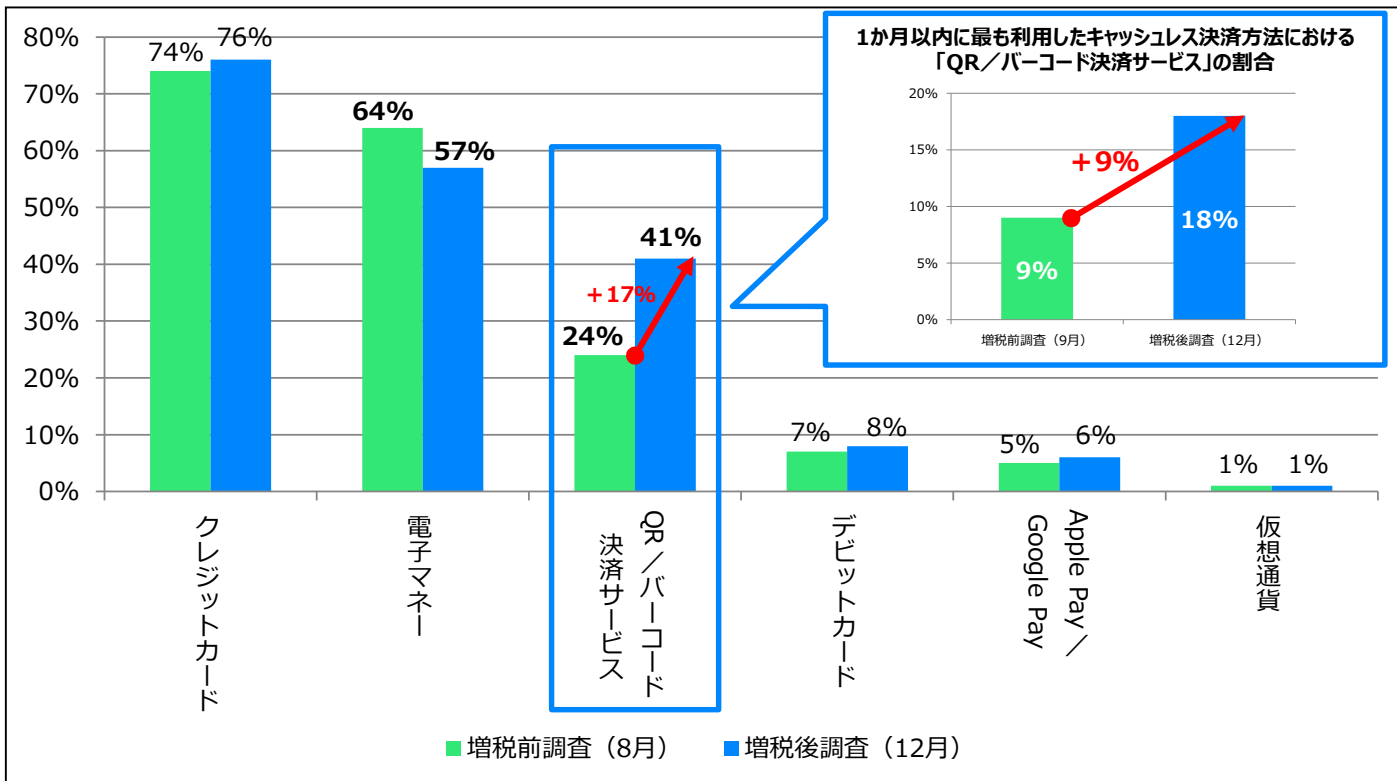
※黄色ハイライト：お金に関するニュース

印象に残っている2019年のニュースを年代別で見ると、各年代別では、20～40代で「消費税の増税」が第1位！また「QRコード／キャッシュレス決済払い」が、いずれの年代でもTOP5にランクインしました。

また、20代と40代では「タピオカドリンクブーム」が、子育て世代である30代では「幼児教育・保育の無償化」が、50代では「老後の年金問題」と「イチロー選手引退」が、60代以上では「老後の年金問題」が多く挙がっており、世代間の差が興味深い結果となりました。

キャッシュレス決済方法別の利用率では、消費税増税後に「QR／バーコード決済サービス」の利用率が高まっている傾向が判明！！  
 “最も”利用したキャッシュレス決済方法においても、「QR／バーコード決済サービス」は増加傾向に！

図3. 1か月以内に利用したキャッシュレス決済方法はどちらですか。（※複数回答）



【1ヶ月以内に利用したキャッシュレス決済方法】  
 「クレジットカード」の利用割合が76%と最も多くなり、次いで、「電子マネー（57%）」、「QR／バーコード決済サービス（41%）」という結果に。1ヶ月以内に利用したキャッシュレス決済方法の順位は、増税前調査と同様となりました。

順位には変化がないものの、利用率を見ると、増税前・増税後で変化が見られました。

「QR／バーコード決済サービス」 増税前：24% 増税後：41% ⇒ +17%  
 「電子マネー」 増税前：64% 増税後：57% ⇒ -7%

【この1ヶ月以内に最も多く利用したキャッシュレス決済方法】

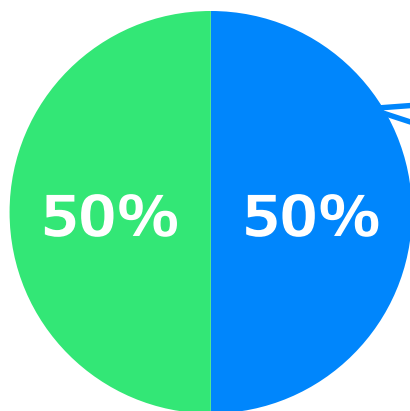
利用割合の内訳順位は「1ヶ月以内に利用したキャッシュレス決済方法」と同様の結果となりましたが、利用率を見ると、増税前・増税後で変化が見られました。

「QR／バーコード決済サービス」 増税前：9% 増税後：18% ⇒ +9%  
 「電子マネー」 増税前：29% 増税後：23% ⇒ -6%

消費税増税前後で、キャッシュレス決済の中でも「QRコード／バーコード決済サービス」の浸透が進んでいることが確認できました。

2人に1人が1か月以内にスマートフォン決済を利用していることが判明！  
 スマートフォン決済を利用した人のうち、3人に1人以上が消費税増税後に利用を開始！  
 さらに消費税増税後にはスマートフォン決済の利用頻度が増加！！

図4. 1ヶ月以内にスマートフォン決済を利用しましたか。



■ 利用した ■ 利用しなかった

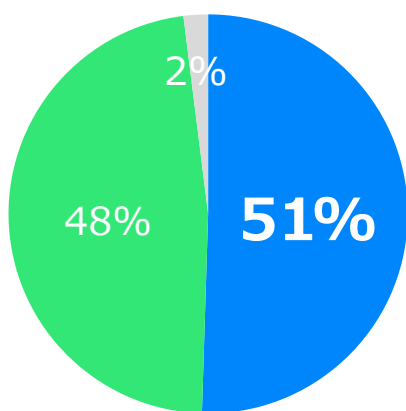
1か月以内にスマートフォン決済を利用した人のうち、消費税増税後から利用を開始した人は  
**3人に1人以上 (36%)**

(SA/n=1か月以内にスマートフォン決済を利用した人199名)

1ヶ月以内のスマートフォン決済利用率は50%となり、2人に1人が1か月以内にスマートフォン決済を利用していることが分かりました。

また、1か月以内にスマートフォン決済を利用した人のうち、3人に1人以上（36%）が、「消費税増税後に利用し始めた」と回答しています。

図5. 消費税増税前後を比べて、スマートフォン決済の利用頻度はどのように変わりましたか。



■ 増えた ■ 変わらない ■ 減った

増税前からスマートフォン決済を利用していた人に、消費税増税前後を比較して、スマートフォン決済の利用頻度に変化があったかという問いには、半数以上（51%）が、「スマートフォン決済の利用頻度が増えている」と回答しました。

消費税増税がスマートフォン決済の促進を後押ししたことがうかがえます。

## TOPICS③：スマートフォン決済の利用実態について

スマートフォン決済機能へのイメージは消費税増税後にネガティブイメージが減少！  
イメージTOP3を比較するとお得感や利便性の良さといったポジティブイメージが増加傾向に！

図5. スマートフォン決済機能に対するイメージはどのようなものですか。（※複数回答）

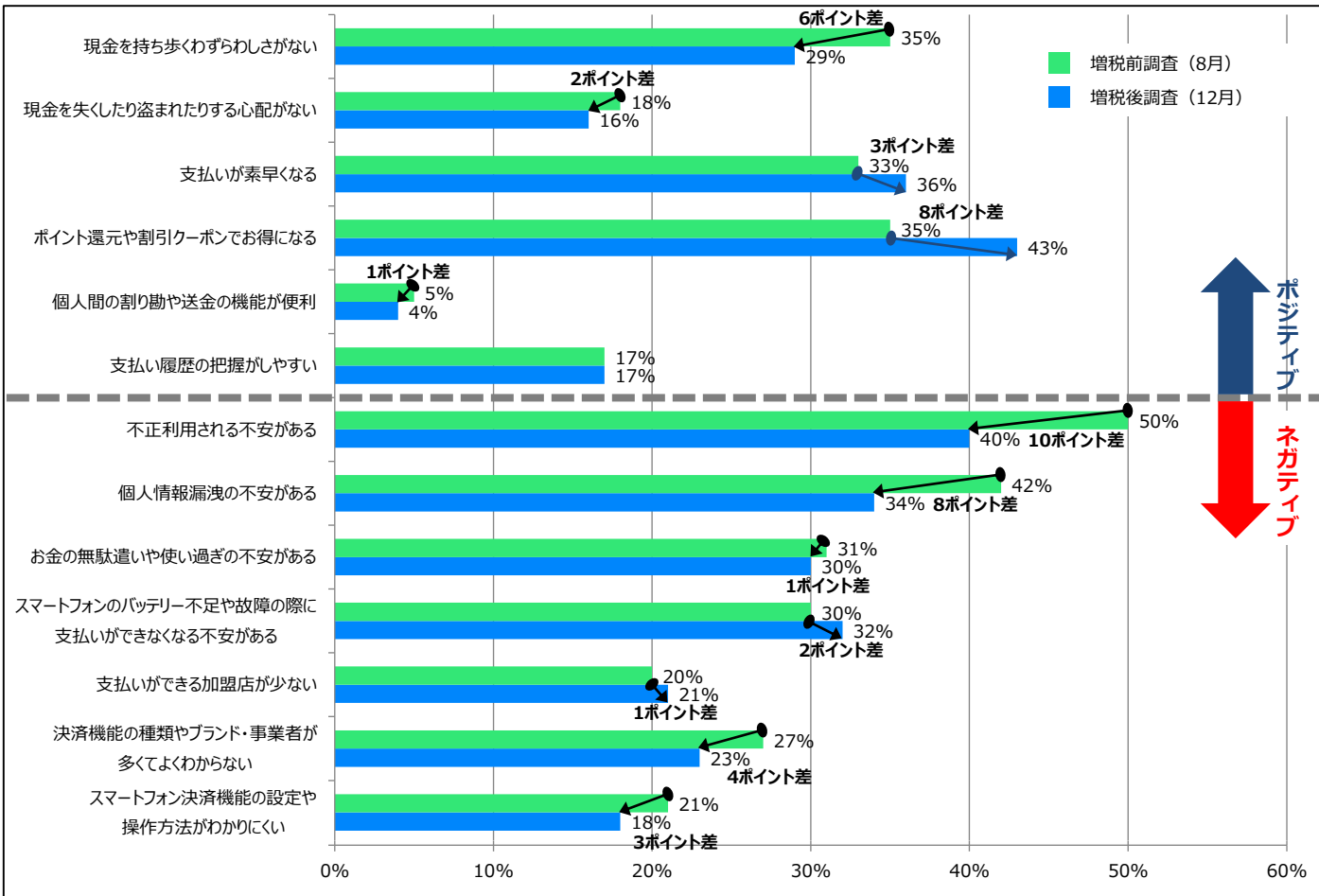


図6. スマートフォン決済機能に対するイメージTOP3

	増税前調査 (8月)	増税後調査 (12月)
第1位	不正利用される不安がある (50%)	ポイント還元や割引クーポンでお得になる (43%)
第2位	個人情報漏洩の不安がある (42%)	不正利用される不安がある (40%)
第3位	ポイント還元や割引クーポンでお得になる (35%)	支払いが素早くなる (36%)

スマートフォン決済機能へのイメージについて、増税前後で比較すると、増税後、不正利用や情報漏洩の不安などのネガティブな要素は、7項目中5項目でポイントが減少していることが確認できました。

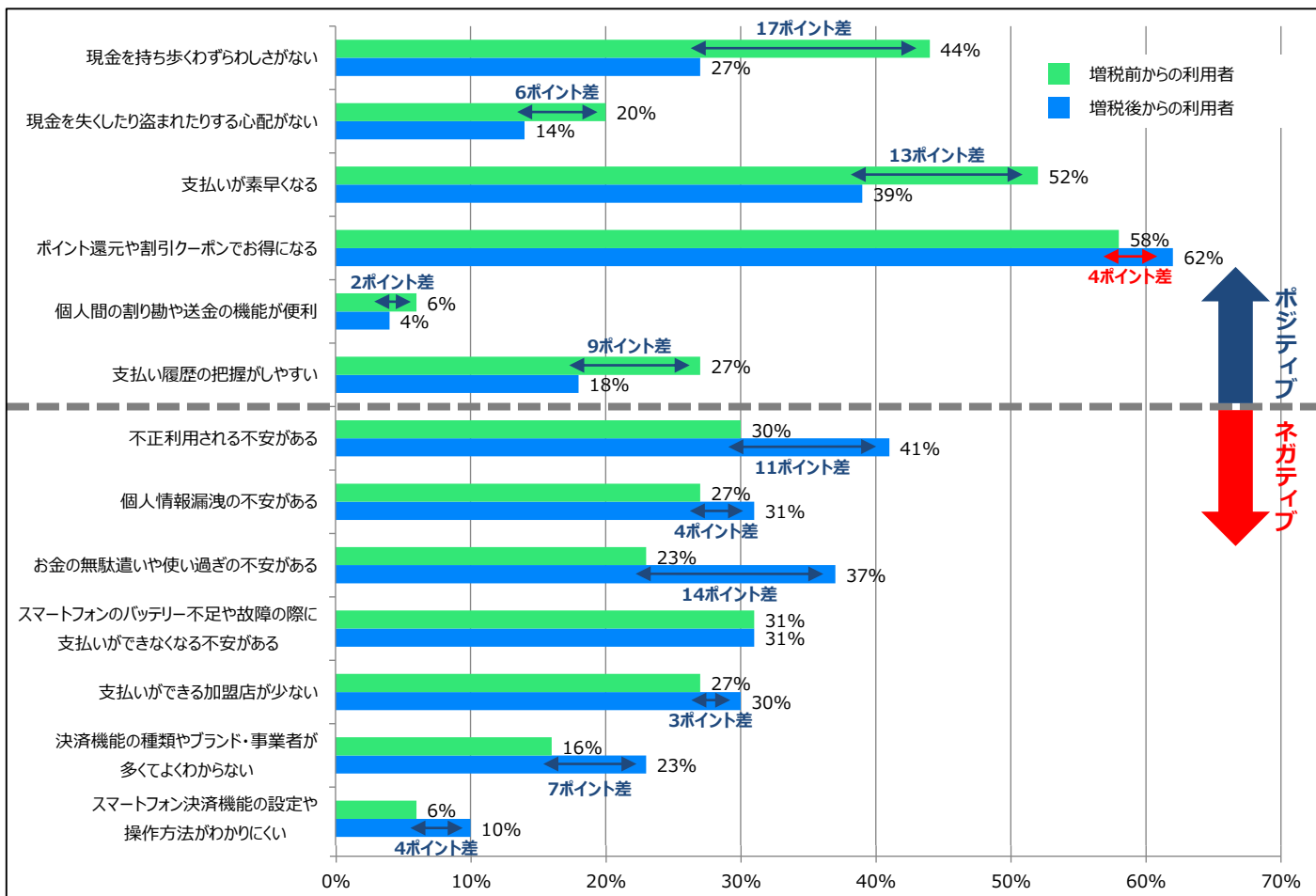
また、スマートフォン決済利用に対するイメージTOP3では、増税前調査時には「不正利用される不安がある (50%)」、「個人情報漏洩の不安がある (42%)」、「ポイント還元や割引クーポンでお得に

なる (35%)」であったのに対し、今回の増税後調査では「ポイント還元や割引クーポンでお得になる (43%)」、「不正利用される不安がある (40%)」、「支払いが素早くなる (36%)」という結果となり、お得感や利便性の良さといったポジティブなイメージが上位にランクインしています。

# TOPICS③：スマートフォン決済の利用実態について

消費税増税前からの利用者は増税後からの利用者よりもスマートフォン決済機能に対してポジティブイメージが高くネガティブイメージは低い傾向に！

図7. 利用開始タイミング別：スマートフォン決済機能に対するイメージ（※複数回答）



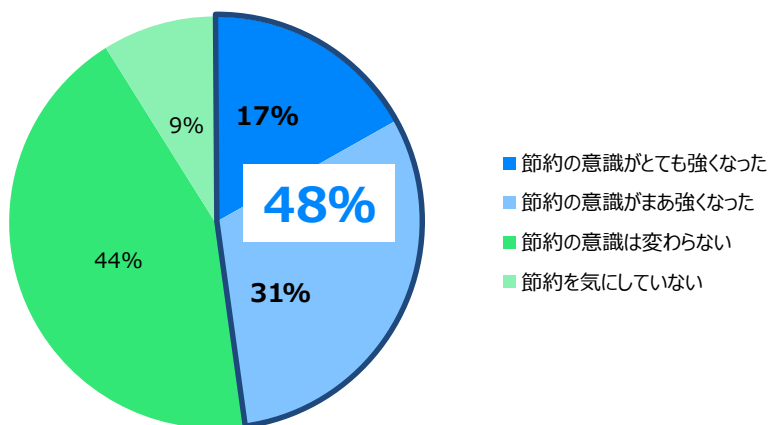
スマートフォン決済機能へのイメージについて、増税前から利用している層と、増税後に利用し始めた層を比較したところ、増税前からの利用者層のほうが増税後からの利用者層よりも、総じてポジティブイメージが高く、ネガティブイメージは低い傾向であることが確認できました。

利用歴が長い層の方がよりスマートフォン決済機能の利便性の良さを感じており、不正利用や情報漏えいに関する不安は少ないことが確認できました。



約半数の人が消費税増税により「節約意識が強くなった」と回答！  
消費税増税が消費者の節約意識にも影響を及ぼしていることが判明！！

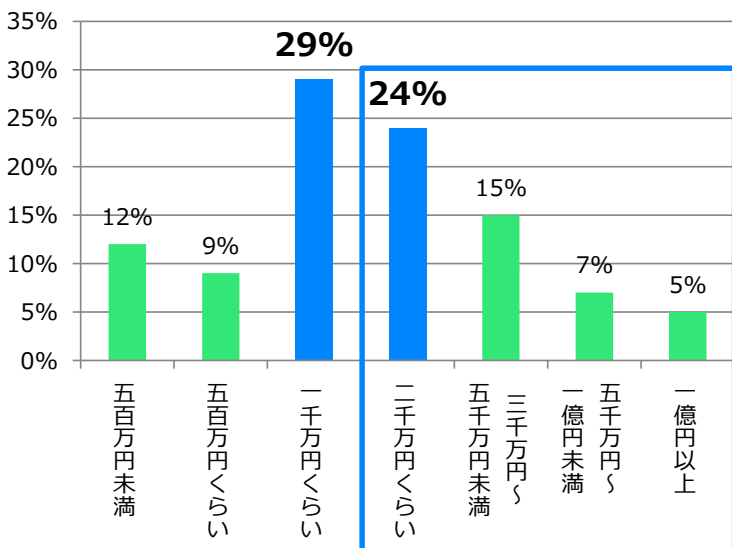
図8. 消費税増税を踏まえて、節約に対する意識はどのように変わりましたか。



消費税増税を踏まえて、節約に対する意識がどのように変わったかという問いには、約半数（48%）が「節約の意識が強くなった」と回答。8%から10%へ消費税が増税となったことで消費者の節約意識に影響を及ぼしていることが分かりました。

老後に向けて二千万円以上資産を貯めておきたい割合は男性が61%、女性が41%と男女間でギャップ

図9. 老後に向けて、少なくともどのくらいの資産をためておきたいと思いますか。



また、2019年の注目ニュースとしても挙げられた「老後の年金問題」に関連して、老後に向けて貯めておきたい資産額についても調査。「一千万円くらい（29%）」が最も多く、次いで「二千万円くらい（24%）」という結果になりました。

男女別：二千万円以上を貯めておきたい割合

男性：61%

女性：41%



20ポイント差



男女別で見えてきたところ、二千万円以上の資産を老後に向けて貯めておきたい割合は、男性が61%、女性が41%で20ポイントの差があり、男性のほうが女性に比べて多くの資産を貯めておきたいと考えていることが分かりました。



## J.D. パワーについて

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。企業の顧客満足度改善やパフォーマンス向上のソリューション提供のため、現在、北米、南米、アジアパシフィック、ヨーロッパでビジネスを展開しています。

### 【会社概要】

日本法人名 : 株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン  
所在地 : 東京都港区虎ノ門5-1-5 メトロシティ神谷町8F  
事業内容 : 顧客満足度調査、コンサルティング等  
URL : J.D. Power 企業ウェブサイト <https://japan.jdpower.com>  
情報ウェブサイト Check!CS by J.D. Power <http://jdpower-japan.com>

