

2025 年 11 月 19 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

生活者の決済手段と事業者のキャッシュレス導入状況に関する実態調査

生活者の日常的な支払い金額のうち、キャッシュレス決済のシェアは約 6 割

～ キャッシュレス導入事業者の継続意向は約 5 割。

理由は、「客数や利用者数の増加」への実感が最多 ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、キャッシュレス決済をテーマに生活者と事業者を対象に調査を実施した結果をご報告いたします。

生活者に対しては 10 代から 70 代以上の方 20,891 名を対象に、2025 年 10 月 24 日～10 月 27 日に調査を行いました。事業者に対しては卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業に従事している 2,061 名を対象に 2025 年 10 月 24 日～10 月 27 日に調査を行いました。

【調査結果】

・ TOPICS① | 生活者調査

店舗やオンラインサービスにおける日常的な支払いの決済手法別シェアは、現金が約 4 割、キャッシュレス決済が約 6 割

・ TOPICS② | 生活者調査

現金派における、非キャッシュレスの理由は「利用した金額が分かりやすいから」が約 5 割。今後のキャッシュレス化意向は、約 2 割

・ TOPICS③ | 事業者調査

約 6 割がキャッシュレス決済を導入済み。2021 年調査と比べてバーコード決済の導入が進む

・ TOPICS④ | 事業者調査

キャッシュレス決済（バーコード決済）を導入している理由は「顧客の利便性向上のため」が約 5 割で最多。2021 年調査と比べ、導入していない理由は「現金での決済手段で十分だから」が増加

・ TOPICS⑤ | 事業者調査

キャッシュレス決済の導入事業者における、キャッシュレス決済の継続意向は約 5 割。理由は、「客数や利用者数の増加」への実感が最多

【調査結果詳細】

■TOPICS① | 生活者調査

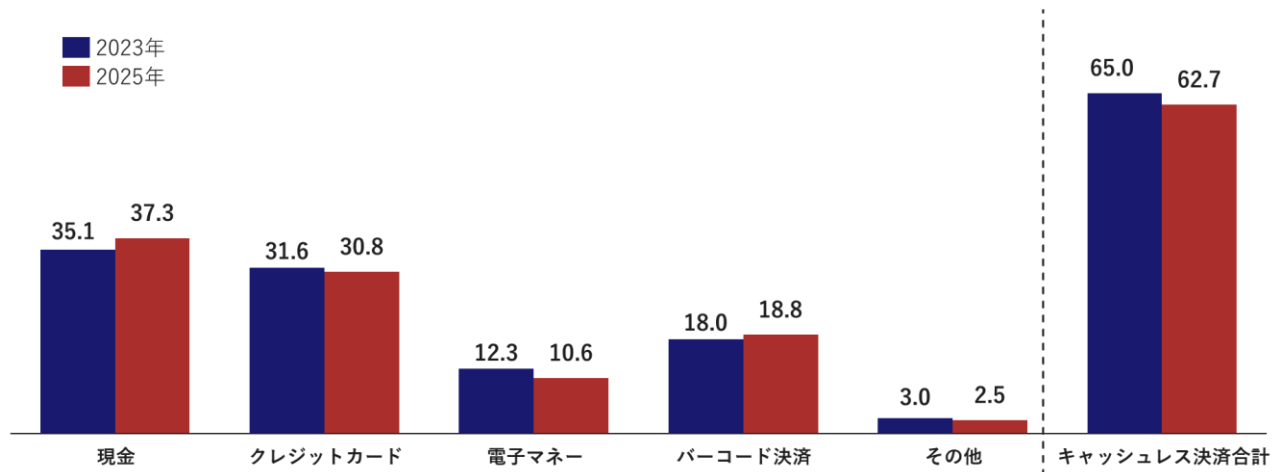
店舗やオンラインサービスにおける日常的な支払いの決済手法別シェアは、現金が約4割、キャッシュレス決済が約6割

店舗やオンラインサービスにおける日常的な支払い総額を100とした場合の決済手法別シェアについて聴取した。「現金」(37.3%)が最も高く、「クレジットカード」(30.8%)、「バーコード決済」(18.8%)が続いた。現金を除いた、キャッシュレス決済を合計すると62.7%だった。

2023年調査と比較すると、現金比率が2.2ポイント増加した。

▼店舗やオンラインサービスにおける日常的な支払い総額を100とした場合の決済手法別シェア

(2023年 n=91,198、2025年 n=20,891) (%)



■TOPICS② | 生活者調査

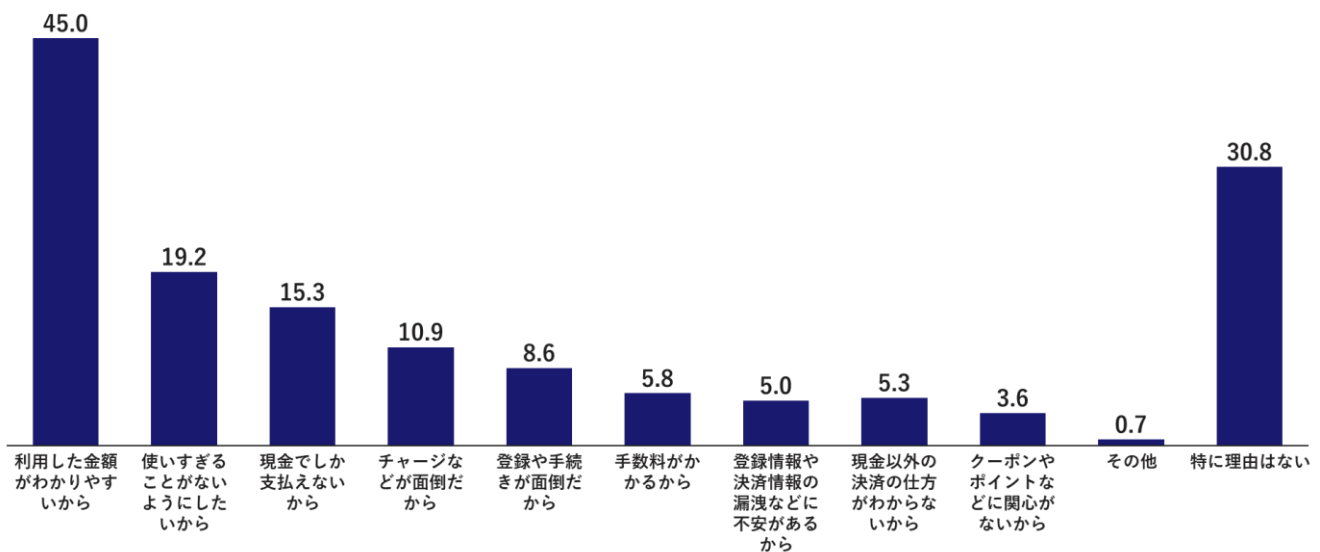
現金派における、非キャッシュレスの理由は「利用した金額が分かりやすいから」が約 5 割。今後のキャッシュレス化意向は、約 2 割

店舗やオンラインサービスにおける日常的な支払い総額を 100 とした場合に、現金が 50%以上と回答した方を“現金派”、キャッシュレスが 50%以上と回答した方を“キャッシュレス派”とした。

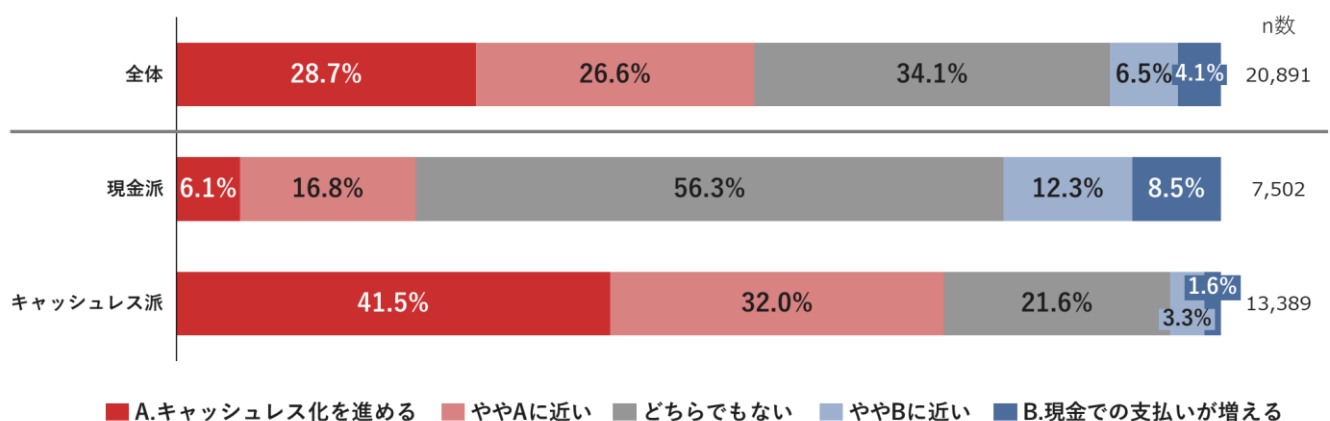
まず、現金派にキャッシュレス決済より現金支払いが中心である理由を伺ったところ、1 位は「利用した金額が分かりやすいから」(45.0%)、2 位「使いすぎることがないようにしたいから」(19.2%)となった。手元で支出状況を把握することで、過度な出費を防ぎたいという意識が現れている様子がうかがえる。

今後の決済方法について、全体で「キャッシュレス化を進める」が 28.7%、「キャッシュレス化を進める意向にやや近い」が 26.6%となり、キャッシュレス化意向は 50%超となった。現金派・キャッシュレス派に分けてみると、キャッシュレス化意向は現金派で約 2 割、キャッシュレス派で約 7 割と大きな開きがあった。現金派では「どちらでもない」が約 6 割を占めた。

▼現金派におけるキャッシュレス決済より現金支払いが中心である理由 (n=7,502)(%)



▼今後の決済方法のキャッシュレス・現金利用意向 | 支払手法別 (%)

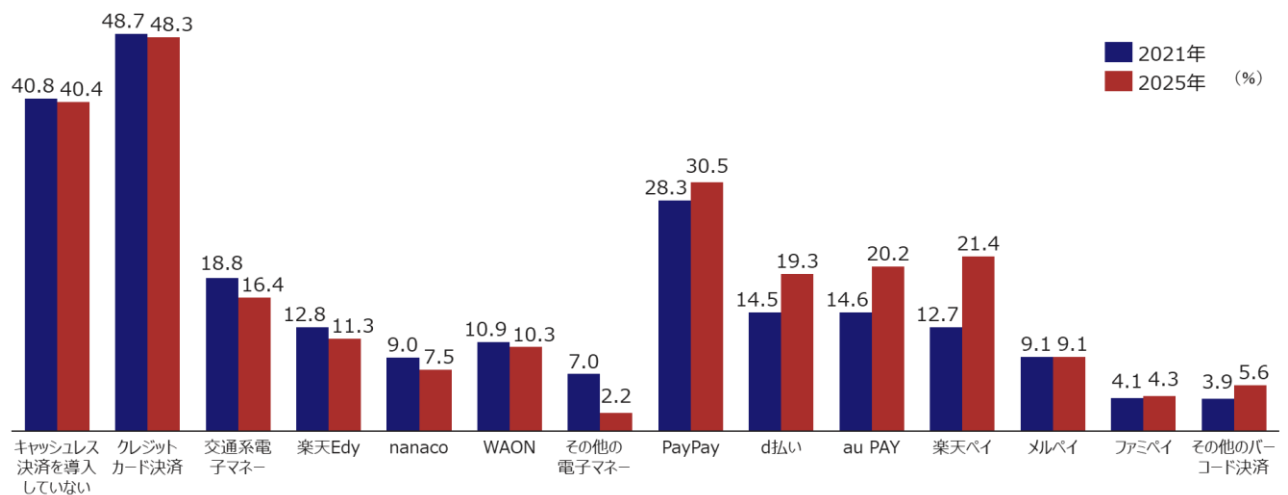


■TOPICS③ | 事業者調査

約 6 割がキャッシュレス決済を導入済み。2021 年調査と比べてバーコード決済の導入が進む

事業者にキャッシュレス決済の導入状況を伺ったところ、「キャッシュレス決済を導入していない」は 40.4%だった。約 6 割が何らかのキャッシュレス決済を導入している。2021 年調査と比べると、「クレジットカード決済」は約 5 割のまま大きな変化はなく、各種バーコード決済手段が伸びている。

▼キャッシュレス決済の導入状況（2021 年 n=4,411、2025 年 n=2,061）(%) ※複数回答



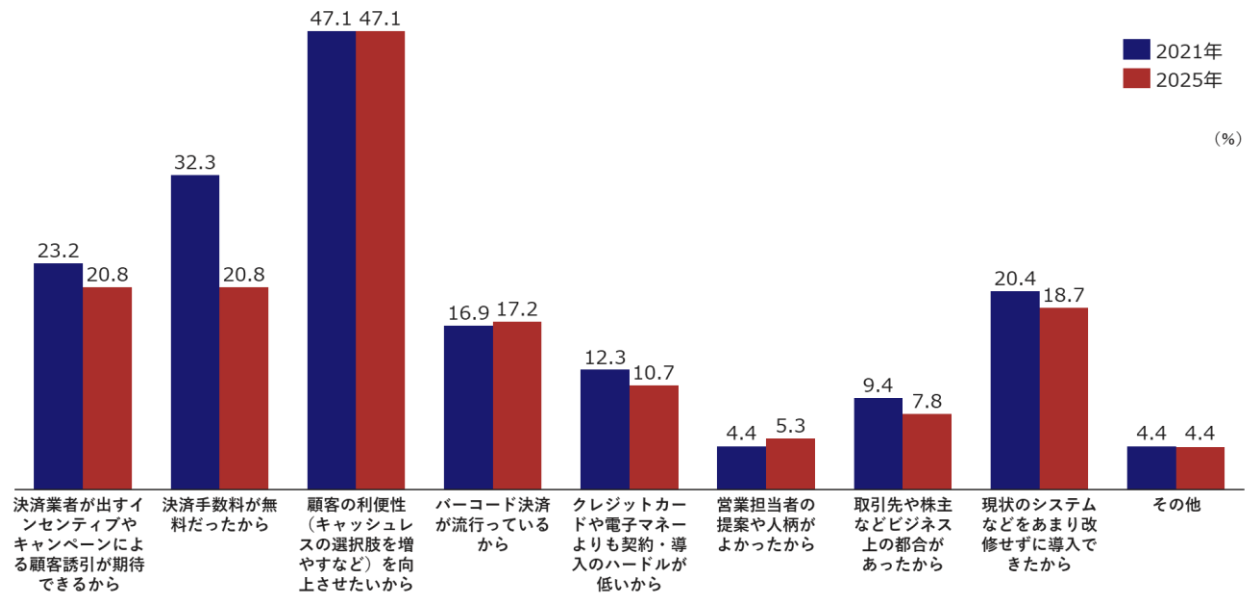
■TOPICS④ | 事業者調査

キャッシュレス決済（バーコード決済）を導入している理由は「顧客の利便性向上のため」が約 5 割で最多。2021 年調査と比べ、導入していない理由は「現金での決済手段で十分だから」が増加

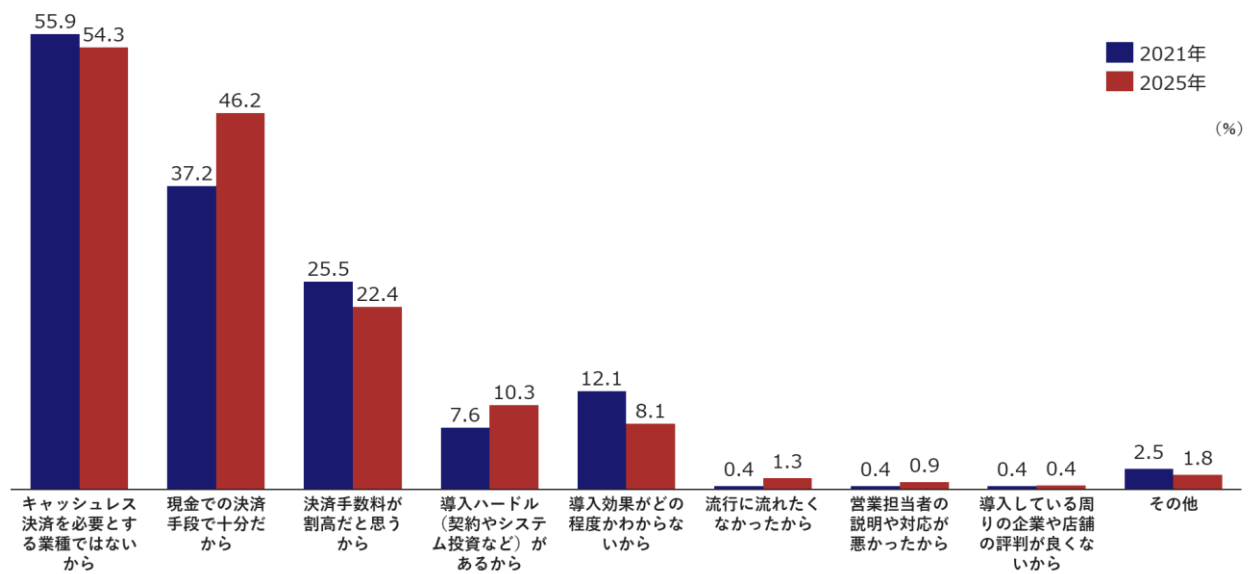
キャッシュレス決済（バーコード決済）の導入事業者に導入している理由を聴取したところ、1 位「顧客の利便性（キャッシュレスの選択肢を増やすなど）を向上させたいから」（47.1%）が突出して高かった。2 位は同率で「決済業者が出すインセンティブやキャンペーンによる顧客誘引が期待できるから」「決済手数料が無料だったから」だった。2021 年調査と比べて、変化が大きかったのは「決済手数料が無料だったから」で 11.5 ポイント減少した。

また、キャッシュレス決済（バーコード決済）の未導入事業者に導入していない理由を聴取したところ、1 位「キャッシュレス決済を必要とする業種ではないから」、2 位「現金での決済手段で十分だから」だった。2021 年調査と比べて、変化が大きかったのは「現金での決済手段で十分だから」で、9.0 ポイント増加した。

▼キャッシュレス決済（バーコード決済）を導入している理由（2021年 n=990、2025年 n=476）（%）



▼キャッシュレス決済（バーコード決済）を導入していない理由（2021年 n=513、2025年 n=223）（%）



■TOPICS⑤ | 事業者調査

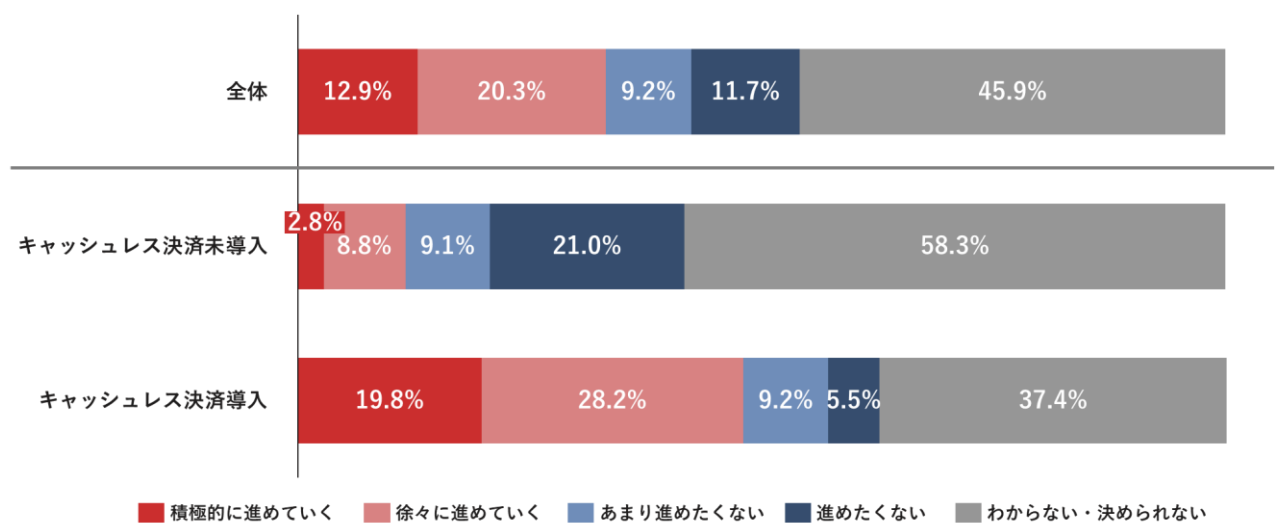
キャッシュレス決済の導入事業者における、キャッシュレス決済の継続意向は約 5 割。理由は、「客数や利用者数の増加」への実感が最多

キャッシュレス決済の導入事業者には継続意向を、未導入事業者には今後の導入意向を聴取した。すでに導入している事業者は、継続意向が 48.0%（「積極的に進めていく」「徐々に進めていく」の合計）だった。その理由として、「客数／利用者数が増えているから」が 39.0%で最多となり、導入による集客効果を実感している様子がうかがえる。次いで「顧客／利用者に浸透し、なくせないものになっているから」（32.3%）となった。

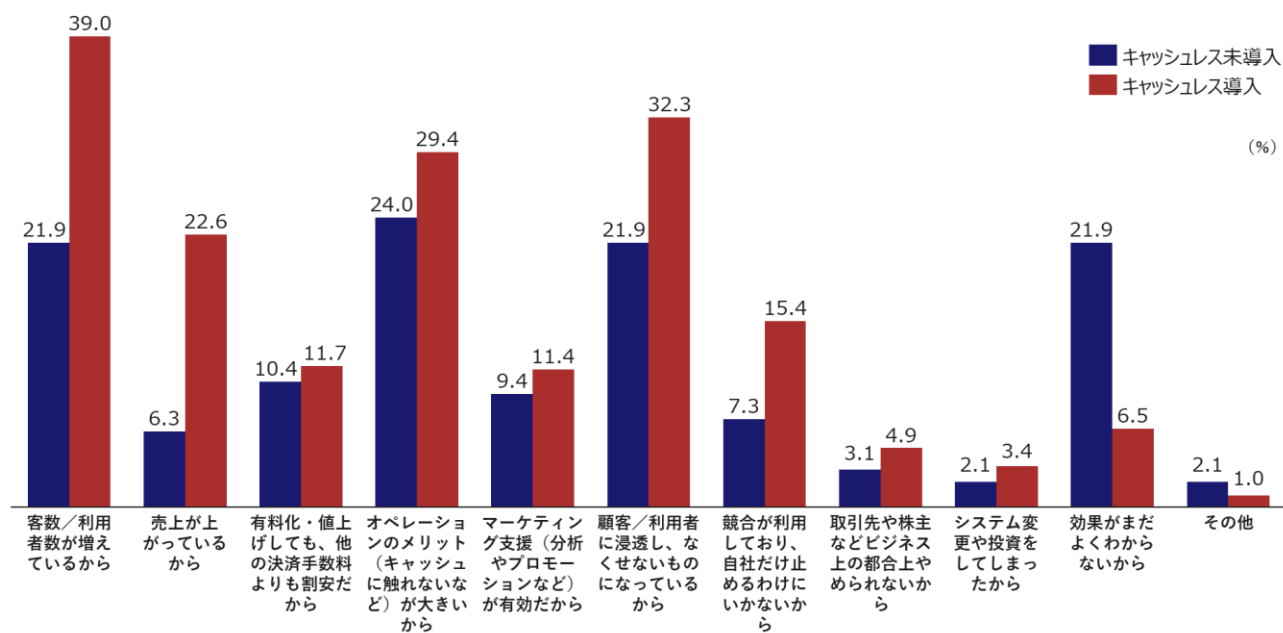
未導入事業者における今後の導入意向は 11.6%だった。理由は「オペレーションのメリット（キャッシュに触れないなど）が大きいから」が 24.0%で最多だった。

一方、キャッシュレス決済を継続や導入しない理由を尋ねたところ、導入事業者では「決済手数料が割高だと思うから」が 28.0%で最多となり、費用負担が継続のネックになっている可能性がうかがえる。また、未導入事業者では「現金での決済手段で十分だから」が 44.7%と突出して高かった。キャッシュレス化の必要性を感じていない様子がうかがえる。

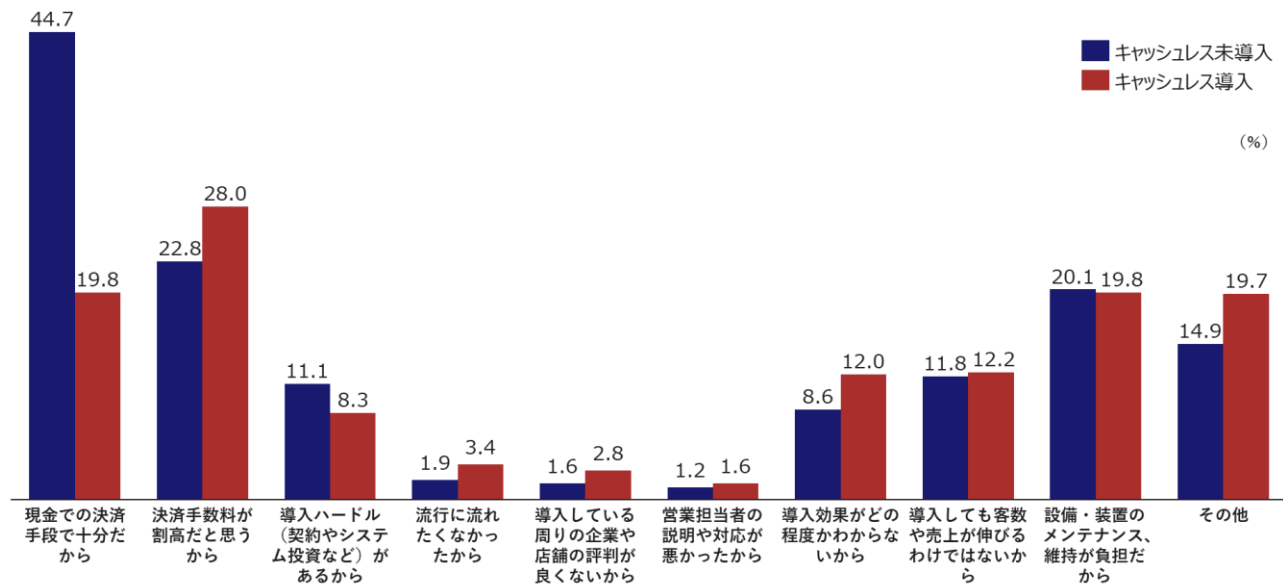
▼キャッシュレス決済の今後の導入および継続意向 | キャッシュレス決済の導入有無別(未導入事業者 n=832、導入事業者 n=1,229)(%)



▼キャッシュレス決済の今後の導入意向および継続意向の理由 | キャッシュレス決済の導入有無別(未導入事業者 n=96、導入事業者 n=589)(%)



▼キャッシュレス決済の今後の導入しない意向および継続しない意向の理由 | キャッシュレス決済の導入有無別(未導入事業者 n=736、導入事業者 n=640)(%)



【調査概要】

■生活者調査

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2025 年調査 (2025 年 10 月 24 日～10 月 27 日)

2023 年調査 (2023 年 8 月 31 日～9 月 7 日)

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方)

調査対象 : 国内在住 10 代～70 代以上の方

有効回答数 : 2025 年調査 (20,891 名)

2023 年調査 (91,198 名)

※人口構成比にウエイトバックを実施しています。調査結果は、小数点第 2 位を四捨五入しています

▼ウエイトバック後の割り付け

・2025 年調査

人口構成比WB後	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-85歳	合計
男性	1,053	1,275	1,308	1,564	1,794	1,422	1,923	10,339
女性	1,000	1,198	1,238	1,521	1,769	1,471	2,355	10,552
合計	2,053	1,473	1,547	3,084	3,562	2,893	4,278	20,891

・2023 年調査

人口構成比WB後	16-19歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳	70-85歳	合計
男性	4,620	5,490	5,760	7,179	7,559	6,114	8,375	45,097
女性	4,391	5,176	5,503	6,981	7,481	6,334	10,235	46,101
合計	9,011	10,666	11,263	14,160	15,040	12,448	18,610	91,198

■事業者調査

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2025 年調査 (2025 年 10 月 24 日～10 月 27 日)

2021 年調査 (2021 年 7 月 20 日～7 月 26 日)

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方)

調査対象 : 国内在住、年齢問わず卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業に従事している方

有効回答数 : 2025 年調査 (2,061 名)

2021 年調査 (4,411 名)

※人口構成比にウエイトバックを実施しています。調査結果は、小数点第 2 位を四捨五入しています

▼ウエイトバック後の割り付け

	卸売業・小売業	宿泊業・飲食サービス業	生活関連サービス・娯楽業	合計
2021年	3,168	648	595	4,411
2025年	1,422	300	339	2,061

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

以上