

2026 年 7 月 27 日

株式会社ロイヤリティマーケティング

キャッシュレスに関する調査

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

キャッシュレス決済派は 7 割超、利用理由は「ポイントが貯まる」が 1 位
利用者の半数近くは現金決済よりも買いすぎを感じる

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、20～60 代の 1,000 名を対象に調査した「キャッシュレスに関する調査」（実施期間：2026 年 6 月 30 日～7 月 1 日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～7:00 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

キャッシュレス決済派は 7 割超。男性 20 代は現金派が全性年代で最も多く、37.0%

・ TOPICS②

普段利用している決済方法は「現金」が最多だが、頻度が高いのは「QR コード・バーコード決済」

・ TOPICS③

キャッシュレス決済の利用理由の 1 位は「ポイントが貯まる」お得さ。半数近くが現金決済よりも買いすぎを実感している

・ TOPICS④

現金を持ち歩いている人は 9 割超。金額は「5,000 円～10,000 円未満」が約 3 割で最多

【調査結果詳細】

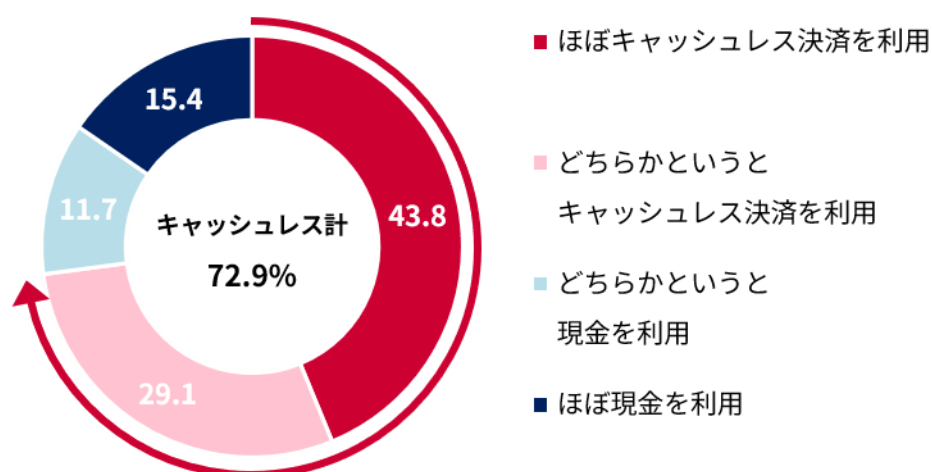
■TOPICS①

キャッシュレス決済派は7割超。男性20代は現金派が全性年代で最も多く、37.0%

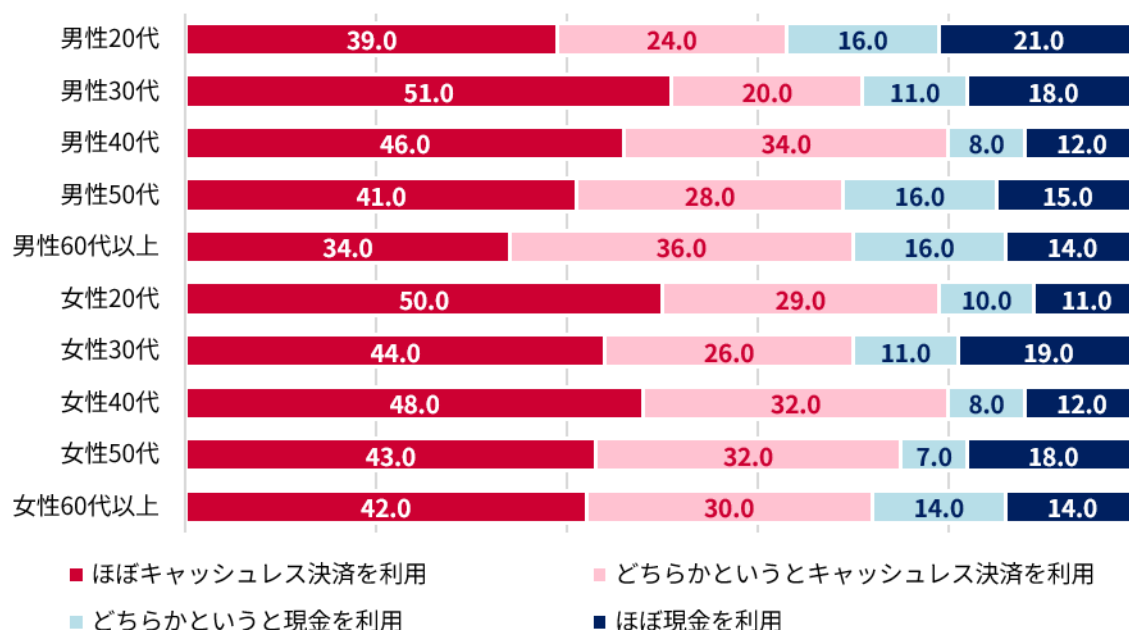
普段、どの決済手段を利用しているかを聞いたところ、「ほぼキャッシュレス決済を利用」が43.8%、「どちらかというとキャッシュレス決済を利用」が29.1%となり、合わせるとキャッシュレス決済派は72.9%だった。

性年代別に見て、特にキャッシュレス決済派が多かったのは、女性20代と男女40代で、約80%を占めた。一方、男性20代は「ほぼ現金を利用」(21.0%)、「どちらかという現金を利用」(16.0%)を合わせると、37.0%となり、全性年代で最も現金派が多かった。

▼普段の決済利用状況 (n=1,000)(%)



▼性年代別 普段の決済利用状況 (n=1,000 ※各性年代 n=100)(%)

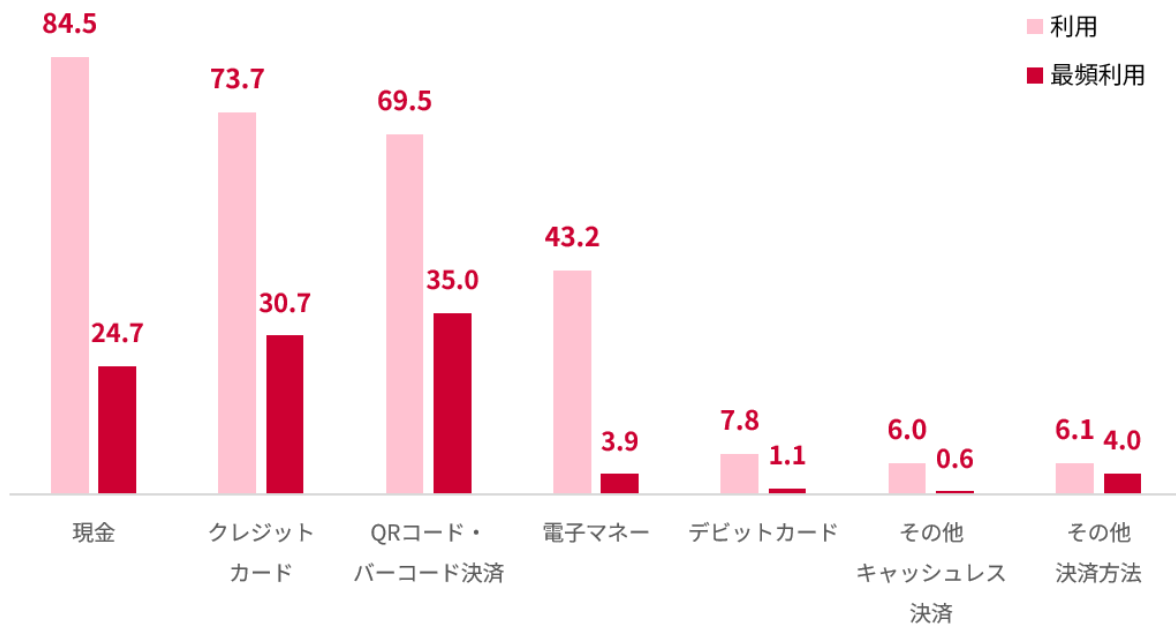


■TOPICS②

普段利用している決済方法は「現金」が最多だが、頻度が高いのは「QRコード・バーコード決済」

普段利用している決済方法を複数回答で聞いたところ、「現金」が84.5%で最も多く、「クレジットカード」(73.7%)、「QRコード・バーコード決済」(69.5%)が続いた。そのうち、最も高い頻度で利用している決済方法では「QRコード・バーコード決済」が35.0%で最も高く、「クレジットカード」(30.7%)、「現金」(24.7%)の順となった。利用率は「現金」が最も高かったものの、頻度高く利用されている手段は「QRコード・バーコード決済」であることが分かった。

▼普段利用している決済方法 ※「利用」は複数回答 (n=1,000)(%)



■TOPICS③

キャッシュレス決済の利用理由の1位は「ポイントが貯まる」お得さ。半数近くが現金決済よりも買いすぎを実感している

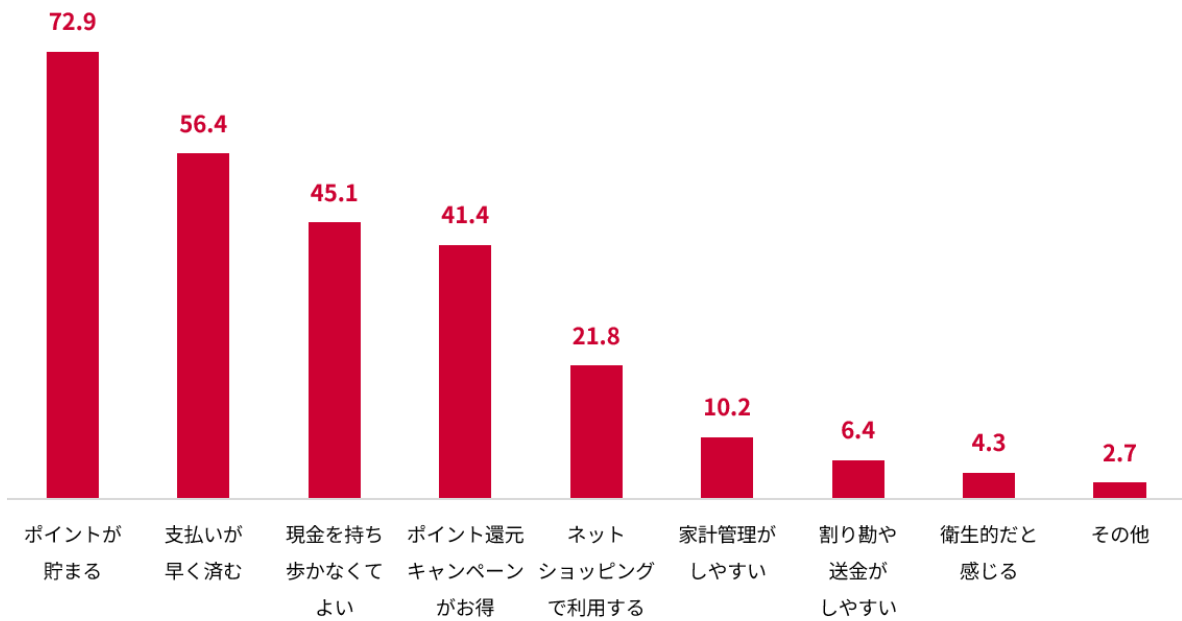
キャッシュレス利用者に、キャッシュレス決済を利用する理由を聞いたところ、「ポイントが貯まる」が72.9%で最も高かった。次いで、「支払いが早く済む」(56.4%)、「現金を持ち歩かなくてよい」(45.1%)、「ポイント還元・キャンペーンがお得」(41.4%)となった。ポイントやキャンペーンなどの“お得さ”、支払い時のスピードの早さや現金を持たずに済むなどの“利便さ”からキャッシュレスが選ばれている傾向が見られた。

また、キャッシュレス化による消費行動への影響を聞いたところ、「ほとんど変わらない」が72.7%と最も高かった。一方、「支出が増えた」が23.6%となった。

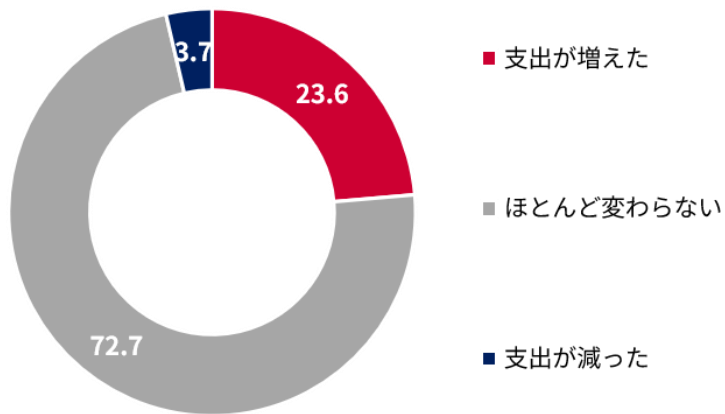
さらに、キャッシュレス決済は現金決済より買いすぎてしまうと感じるかを聞いたところ、「感じる」(16.6%)、「やや感じる」(31.6%)の合計が48.2%、「感じない」(18.2%)、「あまり感じない」(33.7%)の合計が51.9%となった。

▼キャッシュレス決済を利用する理由 (n=876 ※キャッシュレス利用者)(%)

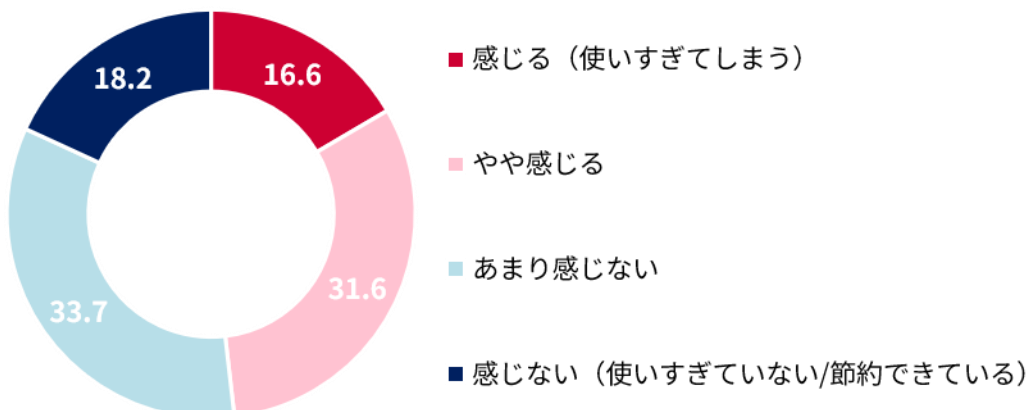
※普段利用している決済方法に、いずれかのキャッシュレス決済を選択した人を対象に聴取



▼キャッシュレス化による消費行動への影響 (n=876 ※キャッシュレス利用者)(%)



▼キャッシュレス決済は現金決済より使いすぎてしまうと感じるか (n=876 ※キャッシュレス利用者)(%)



■TOPICS④

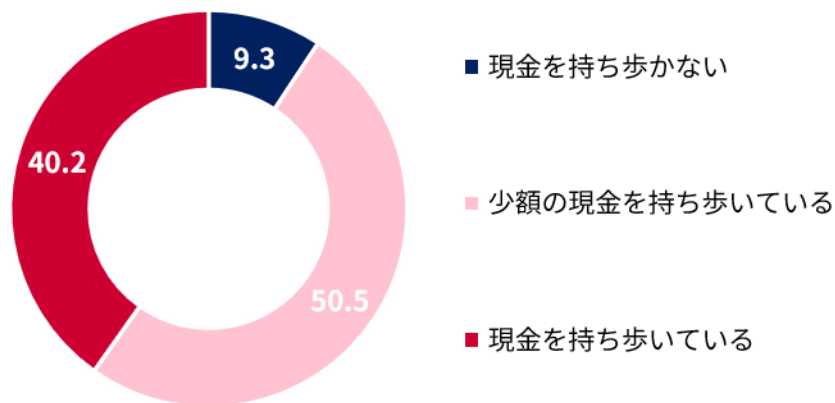
現金を持ち歩いている人は9割超。金額は「5,000円～10,000円未満」が約3割で最多

普段現金を持ち歩いているかを聞いたところ、「少額の現金を持ち歩いている」(50.5%)、「現金を持ち歩いている」(40.2%)を合わせて90.7%が現金を持ち歩いており、「持ち歩かない」は9.3%となった。

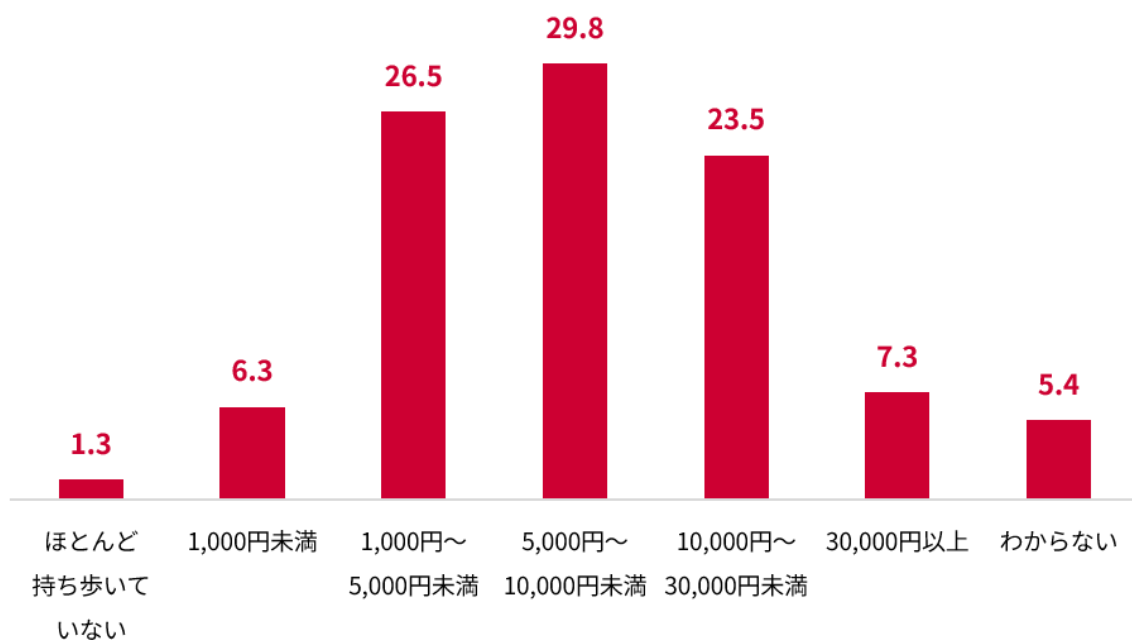
どのくらいの現金を持ち歩いているかを聞いたところ、「5,000円～10,000円未満」が29.8%で最も高く、「1,000円～5,000円未満」(26.5%)、「10,000円～30,000円未満」(23.5%)が続いた。

TOPICS①で、普段の決済手段について「ほぼキャッシュレス決済を利用」している人が43.8%となり、半数近くがキャッシュレス決済をメインで利用している状況が見られた。しかし、全体の9割超が現金を持ち歩いている現状がうかがえる。

▼普段現金を持ち歩いているか (n=1,000)(%)



▼普段どのくらい現金を持ち歩いているか (n=907 ※現金を持ち歩いている人)(%)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

<馬淵磨理子氏（経済アナリスト）>

今回の調査では、キャッシュレス利用の理由として「ポイントが貯まる」が72.9%と圧倒的である一方、約半数（48.2%）が現金より買いすぎていると感じている点が印象的である。現金と違い、キャッシュレスは「支払いの痛み」を感じにくく、財布からお金が減る実感がないまま支出が膨らみやすい。お得さを享受しつつ、アプリなどで支出を可視化する工夫が、これからの家計管理の鍵となる。

<渡辺広明氏（消費経済アナリスト）>

キャッシュレス派は7割を超えていますが、この流れはさらに加速し、今後10年で日本のキャッシュレス決済比率は8割を超えていくと見えています。

一方で、現金がなくなるわけではありません。災害時やシステム障害への備えとして一定の現金需要は残り、その受け皿として重要性が高まるのがATMを備えたコンビニです。キャッシュレス時代が進むほど、コンビニは「現金とデジタルをつなぐ最後の拠点」として価値を高めていくでしょう。

以上

【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2026年6月30日～7月1日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 20～60 代
有効回答数 : 1,000 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【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。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023 年 5 月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 60 分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00～7:00

出演者 : 消費経済アナリスト・渡辺広明(毎週)、経済アナリスト・馬淵磨理子(第 1.2.4 週)、
キャスター・石川奈津紀(第 3.5 週)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

Podcast : <https://www.tfm.co.jp/podcast/biztopi/>

番組 X : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティマーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。