

キャッシュレス決済における社会関係資本の機能 —スマホ決済における利用者の一般的信頼と決済事業者への信頼の役割—

鶴沢 真¹

The Function of Social Capital in the Cashless Payment —The Roles of Users' General Trust and Payment Service Providers' Trust in Smartphone Payments—

Makoto Tsurusawa

1. はじめに

キャッシュレス決済が注目を集めている。わが国はドイツなどと並んで現金志向が強く、高度に発達した ATM 網、治安の良さなど、現金利用を前提にしたインフラが整っており、キャッシュレス決済においては、むしろ後進国と位置づけられてきた。

そこで、2017 年に日本政府が公表した「未来投資戦略 2017」においては、今後 10 年間でキャッシュレス決済比率を 4 割程度とすることを目指すとされ、さらに、2018 年に経済産業省が策定した「キャッシュレス・ビジョン」では、目標の期限が前倒しされ、2025 年までにキャッシュレス決済比率²を 40%程度とし、将来的には世界最高水準の 80%を目指すとしている。

一方で、わが国においても 1960 年代から利用されているクレジットカード、1999 年に J-Dedit として世に出たデビットカード、ソニーが開発して 2001 年にリリースされた Edy や、同年 JR 東日本で導入された Suica を契機に利用が増加している電子マネー等、多様なキャッシュレス決済手段がある。

ただし、近年はプラスチックカードよりもスマートフォン（以下、スマホという）のアプリとして利用する形態の方が利用者に受け入れられやすくなっており、NFC³を内蔵した機種が普及するにしたいがい、非接触 IC カードの機能をスマホで実現した「タッチ決済」の利用が増えている。さらに、中国で先行して普及⁴したスマホを利用した「QR コード決済⁵」は、PayPay 等による大型キャンペーンの実施を契機として、急速に普及することとなった。

※本研究は、2019 年度現代ビジネス研究所 研究助成金の支援を受けたものである。

¹ 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員 b3_tsurusawa@swu.ac.jp

² 「キャッシュレス支払手段による年間支払金額+国の家計最終消費支出」と定義されている。

³ Near Field Communication：ソニーとフィリップスが共同で開発した近距離無線通信の規格であり、非接触 IC カードやスマホに装備することによって、「かざして通信する」ことができる。

⁴ Alibaba の「支付宝：Alipay」（アリペイ）と Tencent の「微信支付：WeChat Pay」（ウィーチャットペイ）が 2 大サービスとなっている。

⁵ 利用者がスマホでバーコード等を提示し加盟店がレジで読み取って決済する方式（CPM：Consumer Present Mode）と、加盟店が表示した QR コードを利用者がスマホで読み取り、自分で金額を入力して決済する方式（MPM：Merchant Present Mode）がある。

スマホ決済は、決済事業者にとって必要なネットワークや端末等の設備に関する参入障壁が低い点が特徴で、従来は銀行あるいは系列クレジットカード会社を中心だった決済事業に、新興 Fintech 企業⁶も含め多数の企業が参入した。加盟店においても、端末負担が格段に小さくなったことに加え、消費者も財布からカードを取り出すより、いつも手に持っているスマホで決済も済ませるニーズに対応できる。加えて、PayPay や LINE Pay 等の決済事業者は、加盟店が負担する決済手数料も 3 年程度は無料にする等のキャンペーンも行い、急速に使用できる店舗の種類や数が増加している。

政策的な目標としてキャッシュレス化の推進が掲げられる事由としては、現金のハンドリングコストの大きさ⁷が挙げられる。そして、加盟店への端末や手数料補助、消費者へのポイント付与や即時値引き等のインセンティブ政策⁸も行われている。

一方で、その促進要因について、学術的な立場から検討している文献はまだ少ない。

本稿では、社会関係資本の概念を導入することで、利用者の特性とキャッシュレス決済の促進要因との関係を実証的に検討したい。経済産業省〔2018〕では、わが国においてキャッシュレス決済が進展しない事由の 1 つとして、消費者の不安を挙げている。つまり、使い過ぎる不安、個人情報が使われる不安、セキュリティに関する不安等を、普及を妨げる要因としている。この不安を緩和する個人の特性として、社会関係資本を計測し、スマホ決済の利用度との関係を分析する。加えて、決済のプラットフォームを提供している決済事業者への信頼との関係も検討したい。

以降の構成は次のとおりである。第 2 章では、先行研究から、キャッシュレス決済の利用要因に関する実証分析を紹介し、社会関係資本の果たす役割を検討する。第 3 章では、その結果を踏まえ、アンケート調査による一次的な分析の内容と結果を報告する。第 4 章は、まとめと今後の課題である。

2. 先行研究

2.1 キャッシュレス決済の利用要因

日本銀行〔2018〕に拠ると、わが国において利用者単位⁹では、キャッシュレス決済の利用者は 8 割にのぼり、うち 70.3%はクレジットカードの利用者である。電子マネーの利用者は全体の 27.4%、デビットカードとプリペイドカードの利用者が 20.6%となっている。3 つの決済手段すべての利用者は全体の 6.4%である。また、年齢差や地域差もあり、20

⁶ スマホの QR コード決済を手掛ける㈱ORIGAMI が代表的な例である。

⁷ 経済産業省〔2018〕に拠ると、野村総合研究所の試算では、支払に関するインフラを社会として維持するために必要となる印刷、輸送、店頭設備、ATM 費用、人件費といった直接のコストだけで、年間約 1 兆円を超える。また、みずほフィナンシャルグループは、現金の取扱いに伴い約 8 兆円のコスト（金融界：現金管理/ATM 網運営コスト約 2 兆円、小売/外食産業：現金取扱業務人件費約 6 兆円）が発生すると試算している。

⁸ 2019 年 10 月から経済産業省が主導する形で「キャッシュレス・ポイント還元事業」が推進されており、その予算規模は 7,000 億円を超える。

⁹ 前章の経済産業省〔2018〕における「キャッシュレス決済比率」は利用金額単位であり、例えばクレジットカードの利用者においても、現金で決済したり、電子マネーを使用する等の使い分けが行われている点に留意が必要である。

歳代で三大都市圏の居住者のキャッシュレス決済利用率がもっとも高い。

Stavins [2001] では、1997 年の米国での調査をもとに、キャッシュレス決済について、消費者の収入、資産、教育、職種によって利用度に違いがあることを示している。とりわけ、クレジットカードの利用では年収や資産による格差が大きい。しかし事前にチャージして利用する電子マネーでは年収や資産による差異は見られない。

Cohen et al. [2018] は、米国消費者のパネルデータを用い、現金、小切手、クレジットカードの使用状況において、1 回あたりの取引金額や可処分所得の影響が大きいと分析している。さらに、パネルの固定効果を加えることによって説明力が上がることから、時系列で変化しない個人別の特性が、決済手段の使い分けに関連しているとしている。本稿が分析対象とする社会関係資本は、指摘されている個人別の特性のひとつと考えられる。

また Cabanilas et al. [2014] では、本稿に近い問題意識から、B2C¹⁰マーケットでの「運営事業者への信頼」が果たす役割を検討し、信頼が高いほどその利用が促進されることを明らかにしている。

2.2 社会関係資本の果たす役割

社会関係資本とは、「人々の協同行動を活発にする事によって社会の効率性を高めることのできる信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」(Putnam [2000]) と定義され、他者に対する信頼や社会的ネットワークによって構成されている。Fukuyama [1995] では、経済活動における取引コストを下げる効果を強調している。

社会関係資本のなかでも、身近な顔見知りに対するものではなく、幅広い他者への信頼は「一般的信頼」と呼ばれ、社会関係資本の代理指標として利用される¹¹。山岸 [1998] は、高い一般的信頼の持ち主は、取引相手の情報に敏感で、また実際に信頼できる行動をとるか正確に予測する行動を示すことを報告している。鶴沢 [2019] では、フリマアプリ利用者へのアンケート調査をもとに、購入者の一般的信頼が、取引促進に機能することを実証している。

これらの先行研究をもとに、キャッシュレス決済のなかでも、スマホでのタッチ決済、QR コード決済の利用において、社会関係資本の果たす役割を検討していきたい。

3. スマホ決済における社会関係資本の役割

日本銀行 [2018] をもとに、キャッシュレス利用率が高い 20 歳代で関東圏在住者を対象としたインターネット調査を実施¹²した。主にスマホでのタッチ決済、QR コード決済の利用に関してアンケートを行っている。比較のため、クレジットカードは利用している

¹⁰ Business to Consumer

¹¹ Uslaner [2003] や片岡 [2015] では、国際比較において一般的信頼の水準と、各国の経済不平等、市場の開放度、インターネット利用率、経済成長率、社会的公正指標等との相関が認められることを示している。

¹² 2019 年 12 月に実施し、関東圏 1 都 3 県（東京、千葉、神奈川、埼玉）在住の 20 歳代を対象に、予備調査で 2,081 名、本調査では 662 名から回答を得ている。

もののスマホ決済は使っていないグループや、現金決済のみを利用するグループも調査対象としている。

利用しているキャッシュレス決済の手段や、利用する金額帯について質問を行った。また、各調査対象者の一般的信頼や決済事業者に対する信頼についても回答を得ている。

3.1 キャッシュレス決済の利用状況およびスマホ決済の普及

本節では、調査対象者の基本的なキャッシュレス決済手段の利用状況を示し、つぎに、利用する金額帯や店舗の種類を確認する。

図表 1 の左欄では、決済手段別¹³の利用率を示した。毎日あるいは週に数回程度利用する人の割合でみると、現金（73%）、クレジットカード（51%）、交通系 IC カード（35%）の順に高くなっている。

本稿で注目するスマホのタッチ決済、QR コード決済の利用率は、25%、29%となっており、流通系 IC カードの 22%より高く、調査対象とした関東圏の 20 歳代の消費者のなかでは既に普及した決済手段と言える。

図表 1 各決済手段別の利用率および主な利用金額帯

	利用率	利用金額帯			
		金額に関係なく利用する	1000 円以下	1000 円超～5000 円	5000 円超
(1)現金	73%	53%	23%	22%	19%
(2)クレジットカード	51%	46%	5%	15%	61%
(3)交通系 IC カード	35%	19%	38%	15%	11%
(4)流通系 IC カード	22%	16%	17%	12%	11%
(5)スマホタッチ決済	25%	16%	13%	10%	11%
(6)スマホ QR コード決済	29%	20%	16%	14%	13%

N=2,082

- ・利用率：決済手段別に「毎日利用する」「週に数回程度利用する」と答えた人の比率
- ・利用金額帯：「金額に関係なく利用する」以外の選択肢は重複回答可であり合計 100%とはならない

図表 1 の右欄では、決済手段別の利用金額帯を示した。現金やクレジットカードは「金額に関係なく利用する」人が、53%、46%とほぼ半数を占める。

クレジットカードは、「5000 円超」の高額で利用する人の比率が他の決済手段と比較して 61%と高いのに対し、交通系 IC カードは、「1000 円以下」で利用する人の比率が 38%

¹³ 「交通系 IC カード」は、Suica、PASMO といった駅でタッチして利用するカードであり、交通手段以外に「買い物に利用」する場合についてのみに答えるように依頼している。また、「流通系 IC カード」は、WAON、nanako、楽天 Edy といったお店でタッチして利用するカード、「スマホタッチ決済」は、QUIC Pay、iD といったお店でスマホをタッチして利用する支払い手段、「スマホ QR コード決済」は、PayPay、LINE Pay、d 払い、楽天 Pay といったお店でスマホに QR コードを表示したり、スキャンして利用する支払い手段、と説明して回答を得ている。

と高い。クレジットカードでは与信供与され、実際の支払いまで猶予があるのに対し、交通系 IC カードは事前にチャージが必要だが、端末にタッチするだけで素早く決済が行える等、それぞれのキャッシュレス決済手段の特徴に応じて利用する金額帯が異なり、使い分けが行われている。

スマホのタッチ決済および QR コード決済でも、「金額に関係なく利用する」人の割合が 16%、20%となっており、幅広く決済に使う一定の利用層が存在することがわかる。利用金額帯別にみると、クレジットカードや交通系 IC カードのような目立った特徴はない¹⁴ものの、様々な金額帯で使われている。

図表 2 では、スマホ決済の利用者のなかで、利用する店舗種類別の利用率を示した。比較のため、スマホ決済の利用者におけるクレジットカード利用率を併記している。

スマホ決済は各種の店舗で利用されている。またタッチ決済と QR コード決済のあいだでは、コンビニで QR コード決済の利用率（84%）が 10%ほど高い以外は顕著な差はみられない。また、スマホ決済の方がクレジットカードと比較して利用率が高いのはコンビニ、ドラッグストアであり、スーパーマーケット、ファーストフード、カフェチェーンでは同程度の利用率となっている。逆に、レストラン、アパレル等ショップ、家電量販店、タクシーではクレジットカードの利用率の方が高い。ただし、選択肢の中でもっとも利用率の低いタクシーでも、スマホ決済は 3 割程度は利用されており、普及が進み多様な店舗で利用されていることが確認できる。

図表 2 利用する店舗種類別スマホ決済およびクレジットカード利用率

	スマホタッチ決済	スマホ QR コード決済	クレジットカード
コンビニ	74%	84%	57%
ドラッグストア	57%	60%	50%
スーパーマーケット	47%	52%	53%
ファーストフード	48%	43%	44%
カフェチェーン	42%	36%	42%
レストラン	39%	34%	48%
アパレル等ショップ	30%	31%	54%
家電量販店	33%	34%	53%
タクシー	30%	27%	37%

スマホタッチ決済 N=875、スマホ QR コード決済 N=1,067、クレジットカード N=222

- ・利用率：利用する店舗別に「よく利用する」「時々利用する」と答えた人の比率
- ・クレジットカード利用率は、スマホのタッチ決済と QR コード決済を利用している人のなかの比率

¹⁴ スマホ決済は複数の決済手段に対応しており、主にクレジットカードと紐付けて利用する楽天 Pay、主にチャージで利用する LINE Pay、クレジットカードでもチャージでも使われる PayPay など、同じサービスでも資金決済のタイミング等が異なり、利用金額帯の特徴が現れづらくなっている点も指摘できる。

図表 3 は、スマホのタッチ決済も QR コード決済も利用すると答えた人のなかでの、各ブランドの利用率の上位順である。1 位の PayPay の利用率が 43%と頭ひとつ出ている。大型キャンペーンと地道な加盟店開拓の成果と推測される。以下、2 位の楽天ペイ (33%) から 8 位の d 払い (26%) まではそれほど差はなく、群雄割拠で各社が競い合っている状況を表している。

図表 3 スマホ決済のブランド別の利用率 (上位順)

1	PayPay	43%	4	モバイル Suica※	32%	7	メルペイ	27%
2	楽天 Pay	33%	5	QUIC Pay※	30%	8	d 払い	26%
3	LINE Pay	32%	6	iD※	28%			

N = 222
 ・利用率：ブランド別に「毎日利用する」「週に数回程度利用する」と答えた人の比率
 ・※は主にタッチ決済で利用し、他は主に QR コード決済で利用する

全体には、各社のキャンペーンの効果が大きいと思われる、QR コード決済の方が、タッチ決済よりも利用率でやや上位に位置付けている。

3.2 スマホ決済利用度に関する一般的信頼の影響に関する分析

本節では、社会関係資本のなかでも、一般的信頼がスマホ決済の利用に関して与えている影響を確認していきたい。キャッシュレス決済の利用状況に応じて、5 つのグループに分け、それぞれ一般的信頼に関する質問を行った。図表 4 が分析結果である。

図表 4 決済手段別利用者の高信頼比率と比較

	質問(1)	質問(2)	質問(3)
①タッチ&QR 決済	50%	55%	53%
②タッチ決済のみ	37%	38%	25%
③QR 決済のみ	38%	36%	26%
④クレジットカードのみ	28%	35%	33%
⑤現金のみ	21%	27%	24%
① タッチ&QR 決済 vs ②タッチ決済のみ	**	***	***
① タッチ&QR 決済 vs ③QR 決済のみ	**	***	***
① タッチ&QR 決済 vs ④クレジットカードのみ	***	***	***
① タッチ&QR 決済 vs ⑤現金のみ	***	***	***

質問(1) : N = 624、質問(2) : N = 608、質問(3) : N = 612、
 ***, **、はカイ二乗検定で、1%、5%水準で有意であることを示す。

「①タッチ&QR 決済」は、スマホでタッチ決済、QR コード決済両方の決済手段の利用者グループであり、「②タッチ決済のみ」は、スマホでのタッチ決済のみ、「③QR 決済の

み」は、スマホでの QR コード決済のみ利用者のグループである。「④クレジットカードのみ」は、スマホ決済は利用しないがクレジットカードは利用しているグループであり、「⑤現金のみ」はスマホ決済やクレジットカードは利用せず現金で決済するグループである。

一般的信頼については、先行研究で使われる 3 つの質問¹⁵を行い、4 段階のうち上位 2 段階の回答者を「高信頼」、下位 2 段階の回答者を「低信頼」と分類し、クロス集計表による分析を行っている。各グループにおける「高信頼」の回答者の比率を「高信頼比率」とし、図表 4 の上段に示した。

例えば、質問(1)において「①タッチ&QR 決済」の高信頼比率は 50%であり、「⑤現金のみ」の高信頼比率 21%となっている。この両グループを比較する場合、「高信頼」「低信頼」の実数から 2×2 のクロス集計表を作成し比率の差の検定を行っている。その結果は図表 4 の下段「①タッチ&QR 決済 vs ⑤現金のみ」に示しており、1%水準で有意で、「①タッチ&QR 決済」のほうが「⑤現金のみ」と比較し、高信頼比率が高いことがわかる。

3 つの質問のいずれにおいても、「①タッチ&QR 決済」の高信頼比率がもっとも高く、「⑤現金のみ」の高信頼比率がもっとも低い。また、他のどのグループと比較しても「①タッチ&QR 決済」の高信頼比率は、1%または 5%水準で有意に高いことが示されている。スマホ決済を利用しない「④クレジットカード」「⑤現金のみ」利用者との比較だけでなく、スマホ決済は利用している、「②タッチ決済のみ」または「③QR 決済のみ」の利用者とは有意に差があり、両方のスマホ決済手段を使うことが一般的信頼の高さと何らかの関係があることが示されている点が興味深い。

さらに、可処分所得¹⁶が高いほど一般的信頼も高い関係がみられることから、「高所得」と「低所得」のグループに分けたうえで、「①タッチ&QR 決済」と「⑤現金のみ」の高信頼比率を比較したのが図表 5 である。

図表 5 可処分所得別の高信頼比率比較—「①タッチ&QR 決済」vs「⑤現金のみ」

可処分所得		質問(1)	比較	質問(2)	比較	質問(3)	比較
高所得	①タッチ&QR 決済	58%	—	63%	—	61%	***
	⑤現金のみ	33%		40%		0%	
低所得	①タッチ&QR 決済	41%	***	47%	***	45%	**
	⑤現金のみ	21%		26%		28%	

質問(1) : N = 286、質問(2) : N = 281、質問(3) : N = 279

・可処分所得 : 「高所得」5 万円以上、「低所得」5 万円未満

***, **, はカイ二乗検定で、1%、5%水準で有意であり、「—」は 10%水準でも有意でないことを示す。

¹⁵ 以下の質問を行っている。質問(1)「一般的にいて、人は信頼できると思いますか、それとも用心することにしたことはないと思いますか」、質問(2)「一般的にいて、ほとんどの人は他人を信頼していると思いますか。それとも、信頼していないと思いますか」、質問(3)「ほとんどの人は他人の役にたとうとしていると思いますか、それとも自分のことだけを考えていると思いますか」。例えば、質問(1)では、「ほとんどの人は信頼できると思う」「どちらかという、ほとんどの人は信頼できると思う」と回答した場合は「高信頼」とし、「どちらかという、用心することにしたことはないと思う」「用心することにしたことはないと思う」と回答した場合は「低信頼」と分類している。

¹⁶ 「生活費を除き、小遣いとして 1 か月に自由に使えるお金がいくら程度ありますか」と質問している。

質問(1)と質問(2)の「高所得」で「⑤現金のみ」のサンプル数が少ない¹⁷ことから有意にならないものの、他の組合せはすべて有意であり、可処分所得をコントロールしたうえでも、「①タッチ&QR 決済」のほうが「⑤現金のみ」より、高信頼比率が高いことがわかる。

3.3 スマホ決済利用度に関する特定の決済事業者への信頼の影響

さらに、今回の調査においては、各決済手段の利用者に、スマホ決済事業者に対する信頼¹⁸を尋ねている。図表 6 が分析結果であり、上段に高信頼比率、下段に図表 4 と同様に比率の差の検定を行った比較を示した。

図表 6 決済事業者に対する決済手段別利用者の高信頼比率と比較

	楽天	NTTドコモ	Yahoo!	メルカリ	JCB	JR東日本	LINE
①タッチ&QR 決済	65%	64%	67%	54%	69%	65%	62%
②タッチ決済のみ	70%	73%	74%	43%	80%	83%	66%
③QR 決済のみ	70%	70%	66%	38%	80%	78%	64%
④クレジットカード	54%	47%	59%	34%	59%	62%	44%
⑤現金のみ	51%	50%	48%	29%	53%	59%	52%
①タッチ&QR 決済 vs ④クレジットカードのみ	*	***	—	***	*	—	***
①タッチ&QR 決済 vs ⑤現金のみ	**	**	***	***	**	—	—
②タッチ決済のみ vs ④クレジットカードのみ	**	***	**	—	***	***	***
②タッチ決済のみ vs ⑤現金のみ	***	***	***	*	***	***	**
③QR 決済のみ vs ④クレジットカードのみ	**	***	—	—	***	**	***
③QR 決済のみ vs ⑤現金のみ	***	***	**	—	***	***	*

N = 662

***, **, *, はカイ二乗検定で、1%、5%、10%水準で有意であり、“—”は 10%水準でも有意でないことを示す。

楽天、NTTドコモ、JCB については、「①タッチ&QR 決済」「②タッチ決済のみ」「③QR 決済のみ」のスマホ決済を利用する 3 つのグループと、スマホ決済を利用しない「④クレジットカード」「⑤現金のみ」の 2 つのグループとの間で、高信頼比率が有意に異なることが示される。Yahoo!、JR 東日本、LINE においても、一部有意ではない組み合わせはあるものの、概ね同様な結果が示される。

¹⁷ 「⑤現金のみ」は可処分所得が他グループより低い傾向がある。質問(1)の高所得は 9 名、質問(2)の高所得は 10 名となっている。

¹⁸ 楽天 [楽天 Pay]、NTTドコモ [iD、d 払い]、Yahoo! [PayPay]、メルカリ [メルペイ]、JCB [QUIC Pay]、JR 東日本 [モバイル Suica]、LINE [LINE Pay]、の 7 社 () 内は提供している決済手段) について、「あなたは、以下にあげる企業やブランドを、どの程度信頼していますか」という質問を行っており、「非常に信頼している」「信頼している」と回答した場合は「高信頼」とし、「あまり信頼していない」「まったく信頼していない」と回答した場合は「低信頼」と分類している。

スマホ決済の利用にあたっては、利用者自身の社会関係資本の代理変数である一般的信頼の高さに加え、利用者の決済事業者に対する信頼の度合が影響している事が考えられる。また、この信頼度は各企業のブランド価値とも関連していると思われる。

全体的には、JR 東日本や JCB は、企業としての業歴が長いことや、Suica のような交通系 IC カード、およびクレジットカード提供企業としての認知度も高いと思われ、高信頼比率が高いのに対し、メルカリの高信頼比率が低めになっている。

この回答は、決済事業者としてのメルカリへの信頼というより、フリマアプリとしてのメルカリへの信頼を反映している可能性が高い。フリマアプリには多様な出品者がおり、商品の品質がばらつく等の特徴は、低価格で買える等のメリットと裏腹ではあるものの、決済事業者としてのメルカリの位置付けに微妙な影響を与えることも予想される。例えば、フリマアプリでの取引は概ね 2000 円以内であり、メルペイも少額決済を中心に利用される等の影響もあり得る。

4. まとめ

本稿では、キャッシュレス決済のなかでも、スマホを利用したタッチ決済および QR コード決済に焦点をあて、アンケート調査をもとに、利用金額帯や利用する店舗の種類等の利用状況を確認したうえで、利用者の社会関係資本がその利用度に与える影響を分析した。さらに、可処分所得を統制したうえでの関係も一部確認している。利用者の一般的信頼や特定の決済事業者に対する信頼が、スマホ決済の利用度と関連することを示している。

ただし、その分析は一次的なものであり、考察も暫定的なものに留まる。以下が今後の課題である。

第 1 に、タッチ決済および QR コード決済の両方のスマホ決済手段を使うことが一般的信頼の高さと何らかの関係があることが示される。なぜ片方だけのスマホ決済の利用者との間で差異が現れるのか、因果関係の特定と検証が必要である。

第 2 に、決済事業者への信頼がスマホ決済の利用度と関係することも示される。一般論としても決済事業者への信頼が高いほうが、その利用が促進されると思われるものの、利用者個人の特性である一般的信頼とは概念も異なる。特定の決済事業者への信頼は、決済事業者の本業の特性や直近の業績等によっても影響を受けることが考えられ、各企業のブランド価値との関係や、メルペイで例示したような利用金額との関係等、分析の手法も含めて検討したい。

第 3 に、キャッシュレス決済において、使い過ぎる不安、個人情報が使われる不安、セキュリティに関する不安等を緩和する個人の特性として社会関係資本に焦点をあてているものの、その不安と個人特性との関係についての分析は未だ行っていない。例えば、図表 5 に示されたような可処分所得の水準による高信頼比率の差は、低所得者における使い過ぎる不安と関連していると思われ、分析を行っていきたい。

先行研究をもとにした社会関係資本のモデルの構築も含め、キャッシュレス決済の促進

要因について、さらに検討を深めたい。

(参考文献)

- 片岡えみ〔2015〕「信頼社会とは何か—グローバル化と社会的公正からみた EU 諸国の一般的信頼—」『駒澤社会学研究』47号 2015年 29-49頁。
- 経済産業省〔2018〕「キャッシュレス・ビジョン」経済産業省商務サービスグループ 消費・流通政策課 2018年4月。
- 鶴沢真〔2019〕「シェアリングエコノミーにおける社会関係資本の役割—一般的信頼や社会的ネットワークによるフリマアプリ利用での情報の非対称性問題への対応—」昭和女子大学現代ビジネス研究所紀要 2018年度 2019年3月。
- 内閣官房〔2017〕「未来投資戦略 2017—Society 5.0 の実現に向けた改革—」2017年6月。
- 日本銀行〔2018〕「キャッシュレス決済の現状」日本銀行決済機構局 2018年9月。
- 山岸俊男〔1998〕『信頼の構造—こころと社会の進化ゲーム』東京大学出版会。
- Cabanilas, Francisco J., Juan Sanchez Fernandez and Francisco Munoz-Leiva〔2014〕, "Role of gender on acceptance of mobile payment", *Industrial Management & Data Systems*, 2014, pp.220-240.
- Cohen, M., Marc Rysman and Krzysztof Wozniak〔2018〕, "Payment Choice with Consumer Panel Data", *the Consumer Payments Research Center at the Federal Reserve Bank of Boston*, 2018, pp.2-25.
- Fukuyama, F.〔1995〕, "Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity", *New York: Free Press, 1995*.
- Putnam, R. D.〔2000〕, "Bowling Alone", *The Collapse and Revival of American Community: Simon & Schuster: New York, NY, USA; London, UK, 2000*.
- Stavins, J.〔2001〕, "Effect of Consumer Characteristics on the Use of Payment Instruments", *New England Economic Review Issue Number 3, 2001*, pp.20-31.
- Uslaner, E. M.〔2003〕, "Trust in the Knowledge Society", *Prepared for the Conference on Social Capital, Cabinet of the Government of Japan, March*, pp.24-25.

2019年度の昭和女子大学での「キャッシュレス決済プロジェクト」では、キャッシュレス決済に関する利用調査について、アンケート設計、分析について議論し、予備調査やデータ入力等も行っていただいた。以下がプロジェクトのメンバーである。皆さんありがとうございました。

- ・学生研究員：高橋杏佳さん、吉川葵さん、吉澤悠香さん、宮沢嘉恵さん、三田明莉さん、長谷川理穂さん、山崎那由さん
- ・担当研究員：鶴沢真 現代ビジネス研究所研究員
- ・担当教員：天笠邦一先生 人間社会学部 現代教養学科