

## キャッシュレス決済の利用動向と利用要因

鶴沢 真<sup>1</sup>

### Usage Trends and Usage Factors of Cashless Payment

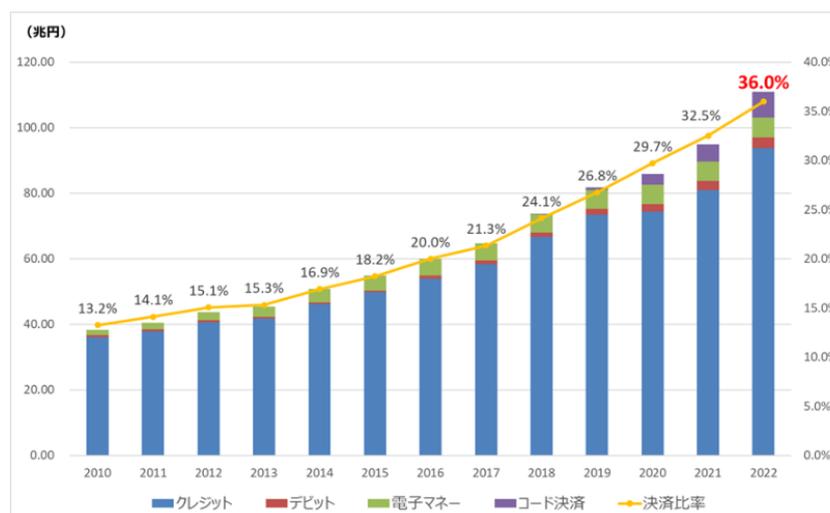
TSURUSAWA Makoto

#### 1. はじめに

本稿の目的は、2019年12月から2023年12月の5年間の独自調査データの分析から、キャッシュレス決済の利用動向と利用要因を示すことにある。

民間での新たなキャッシュレス決済への取組みや国の政策効果を検証するうえで、この5年間は重要な時期にあたる。経済産業省〔2018〕は、2025年までにキャッシュレス決済比率を40%程度にする政策目標を掲げており、目標を推進するため2018年7月に官民で「キャッシュレス推進協議会」が設立され、2019年10月の消費税率引上げ時には消費者に最大5%を還元する大型ポイント還元施策が実施された。経済産業省によると図1に示したように、わが国のキャッシュレス決済比率は、2019年の26.8%に対し、2020年29.7%、2021年32.5%、2022年36.0%と着実に増加している。

図1 わが国のキャッシュレス決済比率の推移



(出所) 経済産業省〔2023〕 「キャッシュレス決済比率」 = [(①クレジットカード支払額+②デビットカード支払額+③電子マネー支払額+④コード決済支払額) ÷ ⑤民間最終消費支出]

※本研究については、2023年度現代ビジネス研究所研究助成金の支援を受けている。

<sup>1</sup> 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員 b3\_tsurusawa@swu.ac.jp

表 1 キャッシュレス決済額および比率の内訳の推移

(兆円)	暦年	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
①クレジット	決済額	53.9	58.4	66.7	73.4	74.5	81.0	93.8
	比率	18.0%	19.2%	21.9%	24.0%	25.8%	27.7%	30.4%
②デビット	決済額	0.9	1.1	1.3	1.7	2.2	2.7	3.2
	比率	0.3%	0.4%	0.4%	0.6%	0.8%	0.9%	1.0%
③電子マネー	決済額	5.1	5.2	5.5	5.8	6.0	6.0	6.1
	比率	1.7%	1.7%	1.8%	1.9%	2.1%	2.0%	2.0%
④コード決済	決済額	-	-	0.2	1.0	3.2	5.3	7.9
	比率	-	-	0.1%	0.3%	1.1%	1.8%	2.6%
キャッシュレス合計 (①+②+③+④)	決済額	60.0	64.7	73.5	81.9	85.8	95.0	111.0
	比率	20.0%	21.3%	24.1%	26.8%	29.7%	32.5%	36.0%
民間最終消費支出	額	299.9	303.3	305.2	305.8	288.6	292.0	308.5

(出所) 経済産業省〔2023〕 表中「コード決済」が本稿での「QR コード決済」にあたる。

表 1 は、同じデータでキャッシュレス決済額および比率の内訳の推移を示している。2022 年のキャッシュレス決済比率 36.0%のうち、30.4%をクレジットカードの決済額が占めており、政策目標として掲げられた 2018 年以降の比率の伸び 11.9%（2022 年 36.0%－2018 年 24.1%）のうち、8.5%（2022 年 30.4%－2018 年 21.9%）がクレジットカードの決済額の増加によるものである。

特徴的なのは、2018 年の 0.2 兆円から 2022 年の 7.9 兆円へ決済額が大幅に増加している QR コード決済であり、比率の伸びのうち 2.5%（2022 年 2.6%－2018 年 0.1%）を占める。

政策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が挙げられる。経済産業省〔2018〕に拠ると、現金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は年間約 1 兆円を超える。さらに現金の取扱いに伴う約 8 兆円の間接コスト<sup>2</sup>が発生すると試算している。

キャッシュレス決済によって社会全体のコストが低下することを前提に、政策推進上の課題を検討するためには、キャッシュレス決済の利用動向がどのように変化しているのかに加え、消費者がなぜキャッシュレス決済を利用するのかという点についても実証的に分析する必要がある。本稿では利用動向の推移に加え、利用要因についても焦点をあてた分析を行っている。

以降の構成は次のとおりである。第 2 節では調査の設計と実施状況を説明する。第 3 節はキャッシュレス決済の利用動向、スマホ決済の利用度推移および利用要因の分析である。第 4 節で今後に向けた考察を行う。

<sup>2</sup> 金融界では、現金管理や ATM 運営コストで約 2 兆円。小売や外食産業では、現金取扱業務人件費約 6 兆円と試算している。

## 2. 調査の設計と実施状況

2019 年から 2023 年のキャッシュレス決済の利用状況について調査を行った。キャッシュレス決済の利用度が高い<sup>3</sup>20 歳代で関東圏 1 都 3 県（東京、千葉、神奈川、埼玉）在住者を対象とし、インターネット調査を 1 年毎に 12 月に実施した。まず予備調査を行い、決済手段別にグループを分けて本調査<sup>4</sup>を行った。

調査対象は、キャッシュレス決済の利用が最も盛んな関東圏の 20 代の消費者に絞っており、分析結果の一般化に留意が必要な反面、キャッシュレス決済に「先進的な」層を対象とすることで、今後のわが国全体の動向を「先取り」して分析できる。

本調査では、キャッシュレス決済を、スマートフォンを利用した決済（以下では、スマホ決済）、IC カード、クレジットカード、の 3 つに分け、さらに、IC カードは交通系、流通系の 2 種類、スマホ決済はタッチ決済、QR コード決済の 2 種類<sup>5</sup>に分けて質問している。また、キャッシュレス決済を利用しない「現金のみ」利用者へも同様の質問を行った。本稿では近年利用が増えているスマホ決済に焦点を絞り、IC カードを除き、2 種類のスマホ決済、クレジットカード、現金についての分析結果を報告する。

## 3. 分析結果

### 3.1 キャッシュレス決済の利用動向

利用動向を捉えるため、2 つの観点からキャッシュレス決済または現金決済の利用状況を計測している。第 1 は、消費者単位での決済手段の利用頻度であり、決済手段別に「毎日利用する」、「週に数回程度利用する」と答えた人の割合<sup>6</sup>を「利用率」とする。

第 2 に、消費者単位で決済手段別に「金額に関係なく利用する」と答えた人の比率を「汎用利用率」とする。利用頻度に基づく「利用率」とは別の観点として、汎用的な決済手段としての利用状況を計測している。

#### ・利用率の 5 年間の動向

図 1 は利用率の動向に関する分析結果である。5 種類のキャッシュレス決済のうち、一貫して利用率が伸びているのは QR コード決済のみであり、2019 年 29%から 2022 年 48%までは毎年増加している。ただし、2022 年 48%から 2023 年 51%への増加は有意ではなく、伸び悩みの傾向がみられる。

<sup>3</sup> 日本銀行〔2018〕の地域別、年代別調査にもとづく。

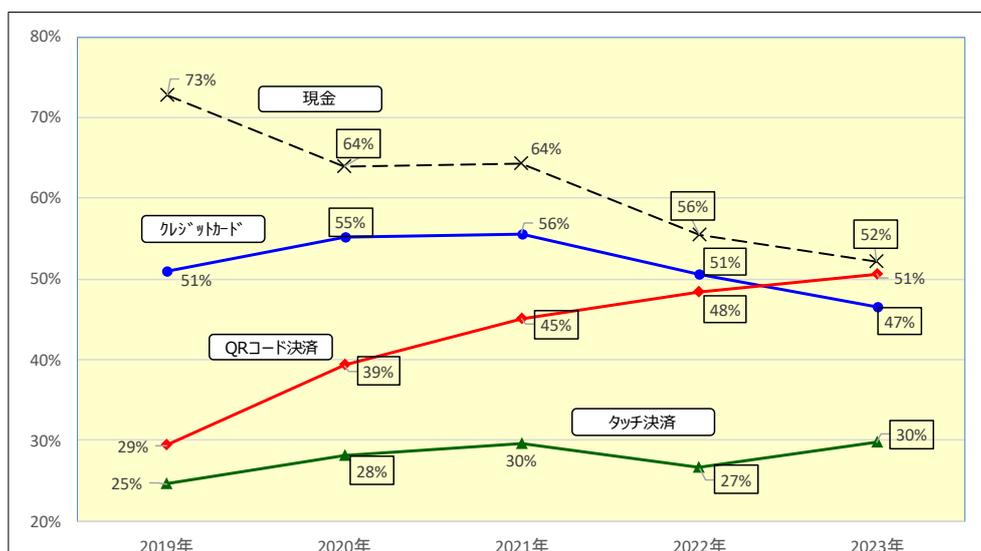
<sup>4</sup> 2019 年 12 月は予備調査 2,082 名、本調査 662 名から、2020 年 12 月は予備調査 2,200 名、本調査 661 名から、2021 年 12 月は予備調査 2,205 名、本調査 662 名から、2022 年 12 月は予備調査 2,201 名、本調査 650 名から、2023 年 12 月は予備調査 2,225 名、本調査 634 名から回答を得ている。

<sup>5</sup> 「タッチ決済」は、QUIC Pay、iD といったお店でスマートフォンをタッチして利用する支払い手段、「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ートフォンに 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。

<sup>6</sup> 決済手段別に 5 段階で回答を求めており、他の選択肢は「月に数回程度利用する」、「年に数回程度利用する」、「利用していない」となっている。

現金の利用率は、2019-20 年で 73%から 64%に減少、2021-22 年で 64%から 56%に減少、2022 年-23 年で 56%から 52%へ減少している。2020-21 年で一時停滞がみられたものの、現金の利用率は着実に減少している。

図 1 決済手段別：利用率の動向



(注)N：2019年 2,082、2020年 2,200、2021年 2,205、2022年 2,201、2023年 2,225。  
 ・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。  
 ・ $\chi^2$ 検定で、1%あるいは5%水準で有意に増減している年の比率には□の枠線をつけている。

ただし、クレジットカードの利用率には、キャッシュレス化と逆の傾向もみられる。2019-20 年では 51%から 55%に増加していたものの、2020-21 年にかけては有意な増加がみられず、2021-22 年では 56%から 51%に、2022-23 年でも 51%から 47%へ減少している。

利用が拡大しているスマホ決済については、QR コード決済は 2023 年に利用率でクレジットカードを上回った。タッチ決済の利用も基本的には増加している。ただし、利用率の伸びには違いが見られる。QR コード決済は 2019 年から 2022 年までは急速かつ着実に利用率が伸びている。一方でタッチ決済は 2021 年の 30%で利用率がいったん頭打ちになり、2022 年には 27%へ減少し、2023 年に再度 30%へ上昇している。

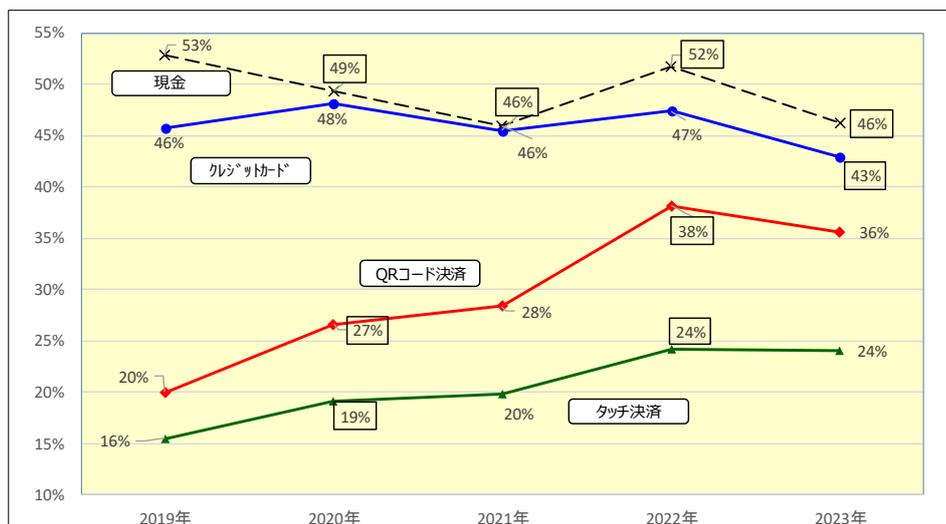
#### ・汎用利用率の 5 年間の動向

図 2 は汎用利用率の動向である。現金の汎用利用率は、2019-20 年で 53%から 49%へ減少、2020-21 年で 46%への減少に対し、2021-22 年では 52%へ増加している。ただし 2023 年には再び 46%に減少している。一方で、クレジットカードの汎用利用率は、2022-23 年で 47%から 43%へ減少している。この点ではキャッシュレス化の進展にむしろ逆行している。

スマホ決済の汎用利用率は、2019-20 年でタッチ決済が 16%から 19%へ増加、QR コード決済は 20%から 27%に増加している。タッチ決済および QR コード決済の両方とも、

2020-21 年で汎用利用率は有意な増加を示さず、2021-22 年になって再び増加し、タッチ決済で 20%から 24%、QR コード決済で 28%から 38%へ大幅増となった。一方で、QR コード決済は 2022-23 年で 36%へ減少<sup>7</sup>し、利用率と同様に伸び悩みがみられる。

図 2 決済手段別：汎用利用率の動向



(注)N：2019年 2,082、2020年 2,200、2021年 2,205、2022年 2,201、2023年 2,225。  
 ・決済手段別に「金額に関係なく利用する」と答えた人の比率。  
 ・ $\chi^2$ 検定で、1%あるいは5%水準で有意に増減している年の比率には□の枠線をつけている。

全体的には、現金については、2021-22 年の汎用利用率の増加を例外として全般に減少、クレジットカードは 2020 年以降で横這いから減少している。一方で利用を伸ばしているのがスマホ決済であり、QR コード決済が大幅に伸び、タッチ決済も徐々に利用が伸びてきている。ただし、QR コード決済は 2022-23 年で伸び悩みとなっている。

### 3.2 スマホ決済におけるブランド別の利用度推移

この 5 年間で利用が増えているスマホ決済について、その内容を検証するため、ブランド別の利用状況の推移を検討する。この調査では、スマホ決済の各ブランドについて、「毎日利用する」、「週に数回程度利用する」、「月に数回程度利用する」、「年に数回程度利用する」、「利用していない」、の 5 段階で利用の度合いを尋ねている。各選択肢に対し「4」から「0」を割当することでスコア化し平均をとったものを「利用度」とする。表 2 が 5 年間の利用度の推移である。

2023 年の順位で上から、PayPay、モバイル Suica(買い物利用)、楽天 Pay の順になっている。関東圏のスマホ決済においては、この 3 つのブランドが 3 強といえる。

2021-22 年にかけて QR コード決済の PayPay の利用度が 1.68 から 1.91 に伸びている

<sup>7</sup> 図 2 に掲示していないが、10%水準で有意となっている。

のに対し、タッチ決済のモバイル Suica(買い物利用)は 1.48 から 1.20 へと利用度が減少している。同じ期間でタッチ決済の iD は 1.01 から 0.90 へ、QUIC Pay は 0.99 から 0.88 へ利用度が落ちており、図 1 のタッチ決済での利用率減少と整合している。

表 2 スマホ決済における各ブランド利用度の推移

(決済種別) ブランド名	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
(QR) PayPay	1.61	1.54	1.68	1.91	1.86
(タッチ) モバイルSuica (買い物利用)	1.22	1.31	1.48	1.20	1.37
(QR) 楽天Pay	1.21	1.29	1.28	1.31	1.36
(QR) d払い	0.90	0.93	1.05	0.92	1.18
(タッチ) iD	1.04	0.98	1.01	0.90	1.12
(タッチ) QUIC Pay	1.05	0.94	0.99	0.88	1.06
(QR) LINE Pay	1.21	1.09	0.87	0.87	0.94
(QR) メルペイ	1.05	1.00	0.92	0.89	0.98
N	445	439	440	428	421

これに対し、2022-23 年度にかけてはモバイル Suica(買い物利用)の利用度が 1.20 から 1.37 へと復活し、iD と QUIC Pay の利用度も増加に転じている。これに対し PayPay は 1.91 から 1.86 へ減少している。スマホ決済のなかでも、QR コード決済とタッチ決済の中でシェアを取り合う構造になっていることが示唆される。

一方で、QR コード決済の楽天 Pay は安定的に利用度が伸びている。楽天ポイントを貯める安定的な「楽天経済圏」の消費者に支えられていると推測する。これに対し PayPay は、スマホ決済のなかで 7 割近いシェアを押さえた<sup>8</sup>ことから、2021 年 10 月以降に加盟店手数料を有料化するなど、それまでの大型投資を回収する方向に舵を切っており、2023 年はキャンペーンによる大型のポイント還元を控えた影響で、やや減少しているとみられる。3.1 節の利用率や汎用利用率の分析でみられた QR コード決済の伸び悩みは、シェアの大きい PayPay のポイント還元戦略の変更によるのではないかと推測する。

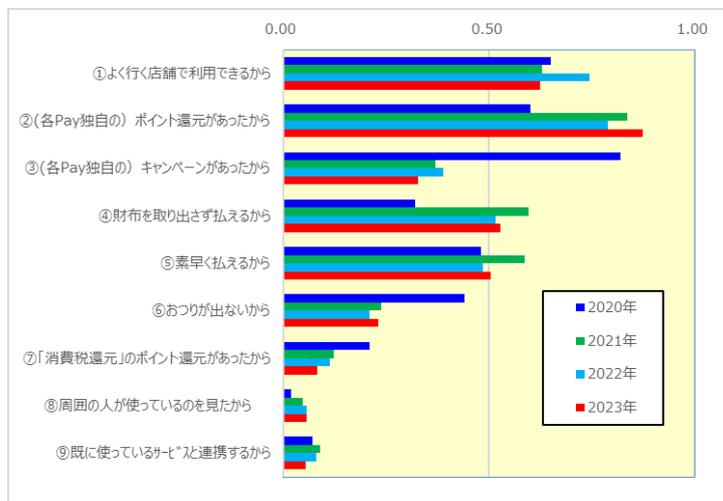
### 3.3 スマホ決済に関する利用要因

この 5 年間のキャッシュレス化の進展において、スマホ決済、なかでも QR コード決済の利用の伸びが大きいことがわかった。さらに決済事業者のポイント還元に関する拡販戦略が利用度の伸びに影響を与えていることが推測される。そこで、消費者がスマホ決済を利用する要因についても検討する。この調査ではスマホ決済について、「利用することになった理由」、「重要と考える点」を尋ねており、調査項目が揃う 2020 年から 2023 年について検討する。

図 3 は、スマホ決済を利用することになった理由の推移である。質問では 1 位から 3 位まで 3 つ理由を選択してもらい、1 位に選んだ項目を「3」、2 位は「2」、3 位は「1」としてスコア化し各選択肢の平均を掲示している。

<sup>8</sup> 2021 年 10 月『月刊 消費者信用』(きんざい)によると、2020 年度の取扱高ベースで PayPay の市場シェアは 68%を超えていると推計され、同社へのヒアリングではシェア 66%とされている。

図 3 スマホ決済を利用することになった理由



(注)N：2020年 661、2021年 662、2022年 650、2023年 634。

2020年の「③(各 Pay 独自の)キャンペーンがあったから」が突出して多い。これは 2018 年 12 月の PayPay の「100 億円あげちゃうキャンペーン」を始めとし、各ブランドの決済事業者による拡販キャンペーンが 2019 年から 2020 年の間に相次いだ影響と思われる。2019 年 10 月に実施された「⑦消費税還元のポイント還元があったから」との回答も 2020 年は多い。

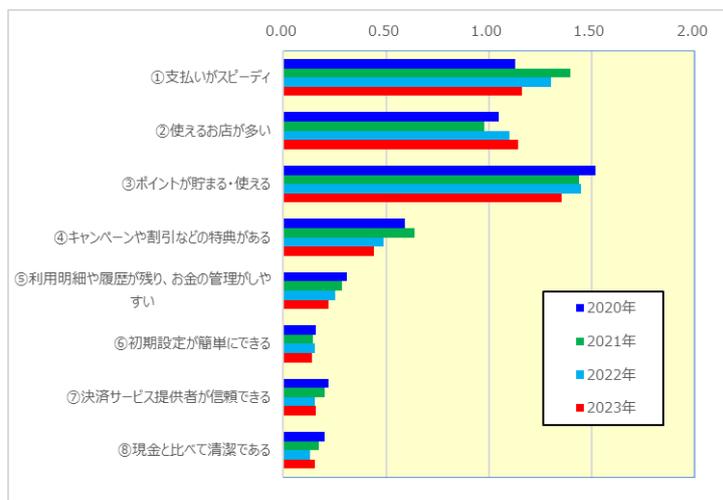
他の項目はこの期間において概ね安定した傾向を示す。利用を始める要因として最も大きいのは「②(各 Pay 独自の)ポイント還元があったから」であり、③の拡販キャンペーンも主にポイント還元によって行われていることを考えると、スマホ決済を開始する理由としてポイント還元が大きな役割を果たしてきたと考えられる。

次いであがる理由は「①よく行く店舗で利用できるから」であり、消費者にとってスマホ決済を利用する上で、使えるお店が重要な要因であることがわかる。そのあとに、「④財布を取り出さずに払えるから」、「⑤素早く払えるから」、「⑥おつりが出ないから」といった機能面のキャッシュレスの優位性が利用開始の理由として挙がっている。

図 4 は、スマホ決済において重要と考える点について尋ねたものである。利用開始の理由と同様にスコア化して平均をとっている。利用開始の理由と同じく、「③ポイントが貯まる・使える」が重視されていることがわかる。次いで、「①支払いがスピーディ」、次が「②使える店が多い」となっている。

図 3 の利用開始の理由、図 4 の重要と考える点を通じて、スマホ決済において消費者はポイント還元を重視しており、3.1 節や 3.2 節の利用動向の推移が各決済事業者のポイント還元に関する拡販戦略によって左右されているとの推測が一定程度裏付けられる。次いで、身近な店で使えることが重要であり、さらに、支払いがスピーディといった機能面の要因が効いてくることがわかる。

図4 スマホ決済で重要と考える点



(注)N：2020年 661、2021年 662、2022年 650、2023年 634。

#### 4. 考察

2019年12月から2023年12月の5年間の調査をもとに、キャッシュレス決済の利用動向を分析した。さらに、この期間のキャッシュレス決済の普及で大きな役割を果たしてきたスマホ決済について、ブランド別の利用度の推移および利用要因を検討した。分析の要点および考察は以下のとおりである。

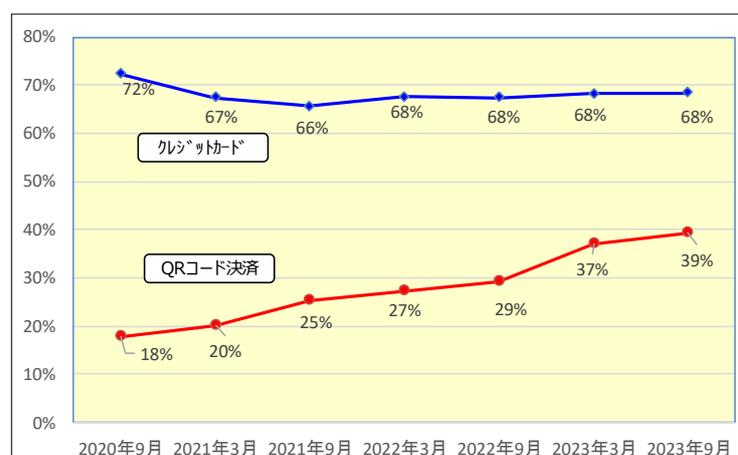
第1に、5種類のキャッシュレス決済のうち、一貫して利用率が伸びているのはQRコード決済のみであり、2022年までは順調な伸びがみられた一方で、2022-23年にかけては伸び悩みの状況がみられる。金額に関係なく利用する汎用利用率についても、この期間は若干減少傾向である。ブランド別利用度の分析結果から、PayPayの利用度が頭打ちになり、代わりにモバイルSuica等の利用度が伸びている点が原因として考えられる。PayPayのポイント還元が抑制的になった分、タッチ決済各ブランドの利用が伸びていると推測する。

第2に、現金の利用率は着実に減少している一方で、汎用利用率は2019年から2021年までの緩やかな減少に対し、2021-22年で増加傾向がみられる。ただし、2022-23年には再び減少に転じており、現金の利用が減っていく趨勢に変わりはない。

第3に、もっとも興味深いのはクレジットカードの利用動向であり、利用率は2020年以降下落傾向がつづき、2023年にはQRコード決済に逆転されている。汎用利用率も伸びてはならず、2022-23年では有意に減少している。表1で示した経済産業省の決済手段別のキャッシュレス決済比率においてクレジットカードが毎年伸びを示しているのとは異なる結果となっており、さらに考察したい。

図5は、日本銀行で半年ごとに行われている生活意識調査のデータからの抜粋であり、「日常生活で使っている現金以外の決済手段」について、クレジットカードとQRコード決済と答えた人の比率の推移である。2020年9月調査以降でこの2種類の決済に関する回答が得られている。

図 5 日本銀行調査でのクレジットカードと QR コード決済の推移



(出所) 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」  
N：2020年9月 2,209、2021年3月 2,244、2021年9月 2,209、2022年3月 2,177、  
2022年9月 2,009、2023年3月 1,981、2023年9月 2,016。  
・「日常生活で使っている現金以外の決済手段は何ですか？」(複数回答可)への回答からの抜粋。

クレジットカードは2020年9月から2021年3月にかけて若干減少しているように見受けられ、その後は横這いである。一方でQRコード決済は着実に伸びており、本稿の調査と整合的な結果が得られている。

キャッシュレス化では、現金からクレジットカードあるいはスマホ決済へ、といったシフトが想定されているものの、表2のスマホ決済各ブランドの利用度推移にみられるように、タッチ決済からQRコード決済へのシフト、あるいは逆方向へのシフトも起こっているとみられる。本稿の分析は、QRコード決済の伸びには、現金からシフトに加え、クレジットカードからも一定程度のシフトがあることを示唆する。

日本銀行調査および本稿の調査は消費者側からの利用動向であるのに対し、経済産業省の統計は、決済事業者側で把握している決済額の集計となっている。経済産業省の統計と本稿の調査結果を比較すると、クレジットカードの利用について異なる結果が得られている点については複数の理由が考えられる。

第1に、もっとも大きな理由はEC (Electric Commerce) の取扱いと思われる。本稿調査の質問では、店舗等での対面利用を想定して回答を求めているのに対し、経済産業省のキャッシュレス決済比率には対面利用とECの両方でのクレジットカード利用が含まれる。様々なショッピングでEC化が進み、非対面でのクレジットカード利用が増えている点を考慮する必要がある。

第2に、クレジットカードとスマホ決済での1回あたりの平均決済額の違いがある。日本クレジットカード協会〔2020〕<sup>9</sup>に拠ると、クレジットカードの平均決済額5,427円に対

<sup>9</sup> 全国50地点1,000名に対し、訪問留置調査で、店頭での支払、ECでの支払、定期的支払について、2

し、タッチ決済は 1,070 円、QR コード決済は 1,043 円であり、決済金額ベースの統計では、件数ベースに比べクレジットカードの比率がスマホ決済の約 5 倍の大きさになる。

第 3 に、クレジットカードでの継続課金が増えている。ポイントが貯まるため公共料金の支払い等で口座振替からのシフトがあることに加え、音楽配信等のサブスクリプションの決済でクレジットカード番号を登録させるサービスが増えている。

第 4 に、スマホ決済等のチャージにもクレジットカードが使われている。経済産業省の統計のような決済事業者側からのデータでは、QR コード決済等の利用額と、チャージに利用されたクレジットカードの利用額がそれぞれ計上され、キャッシュレス決済比率には 2 重に効いていると考えられる。

第 5 に、タッチ決済のなかでも **QUIC Pay** のようなブランドの利用は、クレジットカードを紐付けして利用されるため、決済事業者側ではクレジットカード決済額に計上される。これに対し、本稿の調査では消費者の対面での利用形態に着目しているため、モバイル **Suica**(買い物利用)と同じくタッチ決済に分類される。

EC や継続課金でのクレジットカード利用もキャッシュレスではあるものの、政策効果としての現金ハンドリングコストの減少に直接的に寄与するとは言えない。政策推進の効果を計量的に把握するため、クレジットカード事業者の協力も得たうえで、利用金額に加えて、利用件数ベースのデータ、対面と EC を分けたデータも収集することが必要と考える。さらに、継続課金での利用分、スマホ決済等へのチャージ分、タッチ決済への紐付けでの利用分を分けたデータも収集できることが望ましい。

本稿の分析は、一次的なものであり、この 5 年間のキャッシュレス決済の利用動向とスマホ決済の利用要因を概観したものに留まる。キャッシュレス決済利用に関するモデルの構築や検証仮説の設定も含め、キャッシュレス決済の利用要因とそこから得られる政策的な含意について、さらに分析を深めたい。

#### <参考文献>

- 経済産業省 [2018] 「キャッシュレス・ビジョン」 経済産業省 消費・流通政策課。  
経済産業省 [2023] 「2022 年のキャッシュレス決済比率を算出しました～キャッシュレス決済比率は 36.0%、決済額は初の 100 兆円超えに拡大～」 経済産業省 商務・サービスグループキャッシュレス推進室 2023.4.6。  
(<https://www.meti.go.jp/press/2023/04/20230406002/20230406002.html>) 2024.2.12  
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。  
日本銀行 「生活意識に関するアンケート調査」  
([https://www.boj.or.jp/research/o\\_survey/index.htm](https://www.boj.or.jp/research/o_survey/index.htm)) 2024.2.16  
日本クレジットカード協会 [2020] 「キャッシュレス社会実現に向けた消費実態の客観的把握調査報告書」。

---

週間分の日付、支払先、支払金額、決済手段を記入してもらい、有効回答 870 名分を回収している。