



SHIBUYA109 lab.

SHIBUYA109  
ENTERTAINMENT

2020年9月15日  
株式会社SHIBUYA109エンタテインメント

## 若者のキャッシュレス決済利用実態を調査！

イマドキの若者はデジタルネイティブだけど決済はアナログ派！？  
コロナ禍で変化する決済方法への意識。その実態とは？  
トレンドは「キャッシュレス割り勘」。障壁となっているのは「ペイ違い」？

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は、around20(20歳前後) 男女を対象に、「若者の決済方法に関する実態」について調査を行いました。



### 【若者のキャッシュレス決済利用実態を調査！トピックス】

#### 【1】現金決済が約8割！デジタルネイティブだけど決済はアナログ派。その理由は…？

実店舗でのお買い物の際には、現金での決済が多く、浪費を防ぐために「お金を使った感覚」を重視していることが分かりました。

#### 【2】キャッシュレス決済を始めるきっかけはポイント還元。利用頻度も増加傾向に。

ポイント還元をきっかけに使い始め、クレジットカード決済やスマホ決済の利用頻度が増加していることが分かりました。

#### 【3】キャッシュレス決済の使用実態…少額決済はキャッシュレスで。チャージ金額も使う分だけ。

コンビニエンスストア等で、単価が低い飲料やお菓子を購入するときはスマホ決済を使用するなど、金額によって支払い方法を使い分けている傾向がありました。

#### 【4】「キャッシュレス割り勘」が、じわじわトレンドに！「ペイ違い」によるストレスも？

友人同士が飲食店を利用して割り勘をする際には、現金の受け渡しではなく、「キャッシュレス割り勘」としてスマホ決済アプリを活用しています。

#### 【5】所長が解説！なぜ若者は現金主義が多いのか？コロナ禍を経た今後の決済方法の行方

コロナ禍での衛生面に対する意識の高まりが、キャッシュレス決済への移行意欲増加のきっかけになりつつあります。危機意識が強い若者は、「コロナ禍で収入も不安定なので今は現金を使いたい」という意向もあり、収入の安定がキャッシュレス利用への移行につながっていくと予想されます。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。  
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

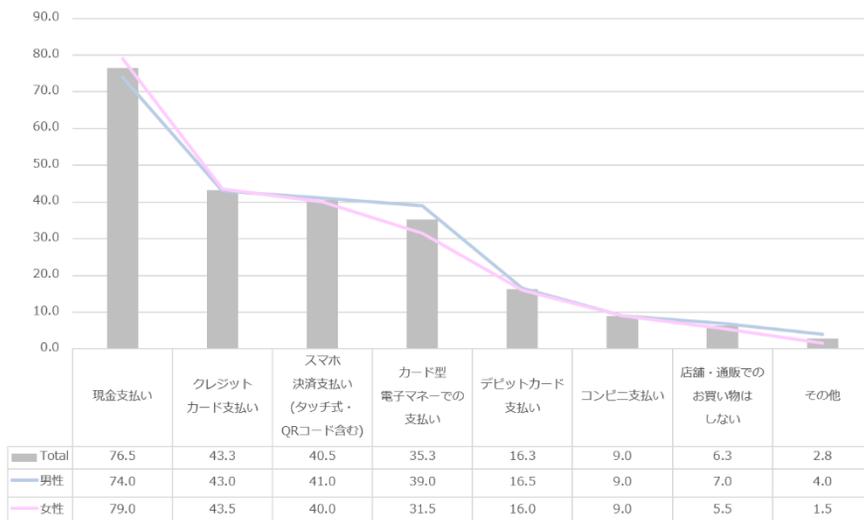
## 【1】現金決済が約8割！デジタルネイティブだけど決済はアナログ派。その理由は…？

まず、普段のお買い物の際の決済方法※図1について聞いてみたところ、実店舗でのお買い物の際は「現金支払い(76.5%)」、次いで「クレジットカード支払い(43.3%)」、「スマホ決済支払い(タッチ式・QRコード含む)(40.5%)」、「通販でのお買い物※図2の際は「クレジットカード支払い(56.3%)」「コンビニ支払い(21.0%)」「デビットカード支払い(16.3%)」という結果となりました。

※図1 Q.あなたがお買い物をする際の支払い方法について教えてください。

(店舗でのお買い物)

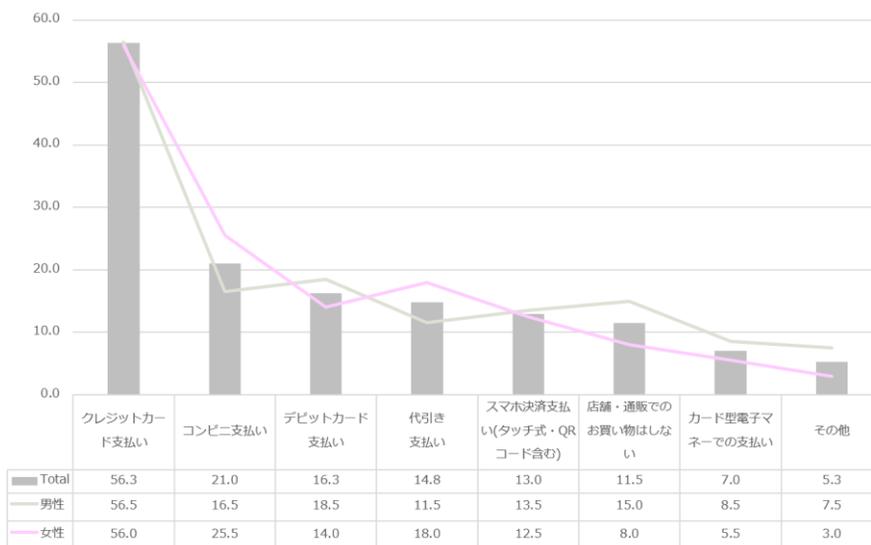
WEB調査 N=400 (男性：200/女性：200)



※図2 Q.あなたがお買い物をする際の支払い方法について教えてください。

(通販サイトでのお買い物)

WEB調査 N=400 (男性：200/女性：200)



実店舗でのお買い物の際は、現金での決済が多いという結果になりました。

また通販サイト使用時については、クレジットカード支払いが多いものの、現金で支払いができるコンビニ支払いや代引き支払いなど、現金でのやりとりができる決済方法を選択していることが特徴です。

グループインタビューでその理由を聞いてみたところ、「現金支払いの方がお金を使ったという感覚がちゃんとあるから安心」「電子化してしまうと自分がどのくらいお金を使っているのか見づらいので怖い」という声が多く、決済がデジタル化されることに対する危機意識が強いことが分かります。

現金決済が「お金を使いすぎないようにセーブするための手段」となっており、若者の堅実さが見て取れます。

## 【2】キャッシュレス決済を始めたきっかけはポイント還元。利用頻度も増加傾向に。

キャッシュレス決済を使い始めた理由・きっかけ※図3について聞いてみたところ、最も多いのは「支払いが簡単(45.0%)」、次いで「ポイントがたまるから(42.2%)」「ポイント還元が魅力的だったから(33.8%)」という結果となり、キャッシュレス・ポイント還元事業や、各スマホ決済サービスのポイント還元キャンペーンをきっかけに使い始めた人が増えたことがわかります。グループインタビューでは「LINEで見た広告をきっかけに使い始めた」「ポイントプレゼントの期間に登録した」などの声が多く聞かれており、また使用するサービスについては、家族から勧められたサービスを選択していることがわかりました。

※図3 Q. あなたがキャッシュレス決済を使い始めた理由・きっかけを教えてください。

WEB調査 N=358 (男性：178/女性：180)

1位	支払いが簡単(45.0%)
2位	ポイントがたまるから(42.2%)
3位	ポイント還元が魅力的だったから(33.8%)

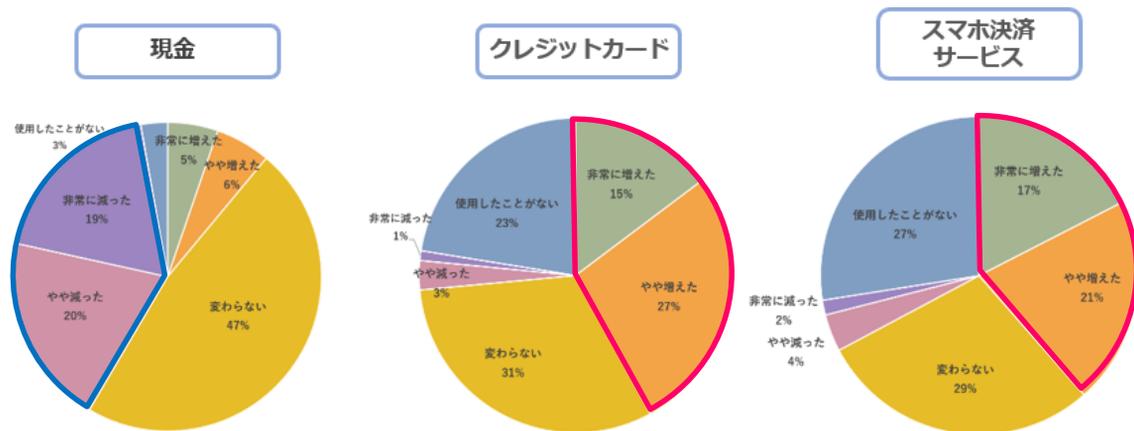
直近半年間での各決済方法の利用増減※図4について聞いてみたところ、クレジットカード決済・スマホ決済ともに増えたと回答した人が最も多い結果となりました。

今後の決済方法の利用意向※図5について聞いてみたところ、「キャッシュレス決済をメインで利用したい」と回答した人が最も多い結果となりました(35.8%)。コロナ禍での衛生面に対する意識の高まりが、キャッシュレス決済への移行意欲につながっていることが考えられます。

グループインタビューでも、「実店舗でのお買い物が減り、通販でのお買い物が増えたためクレジットカード決済が増えた」「衛生面から現金を使うことを減らすため、キャッシュレス決済が増えた」等の声も聞かれており、コロナ禍での生活の変化の影響も大きいことがわかります。

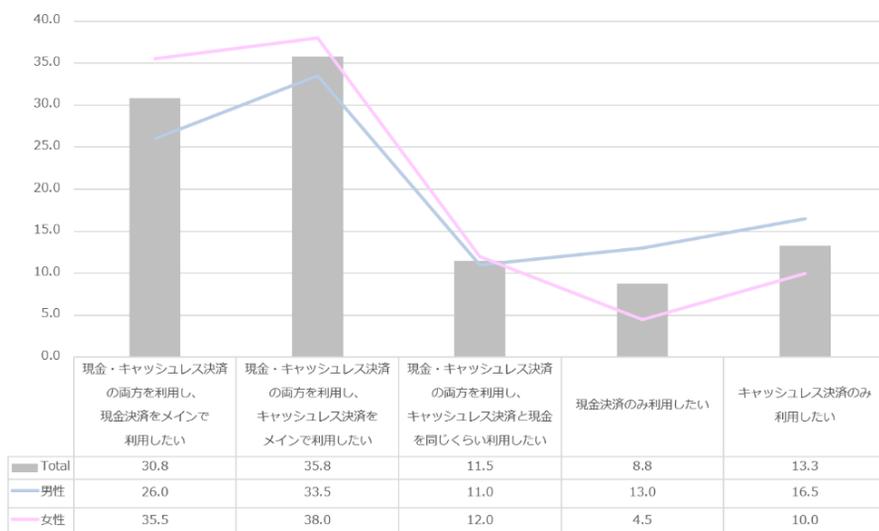
※図4 Q. 各種決済方法について、直近半年間での利用状況を教えてください。

WEB調査 N=400 (男性：200/女性：200)



※図5 Q. 今後の決済方法について、あなたの意向を教えてください。

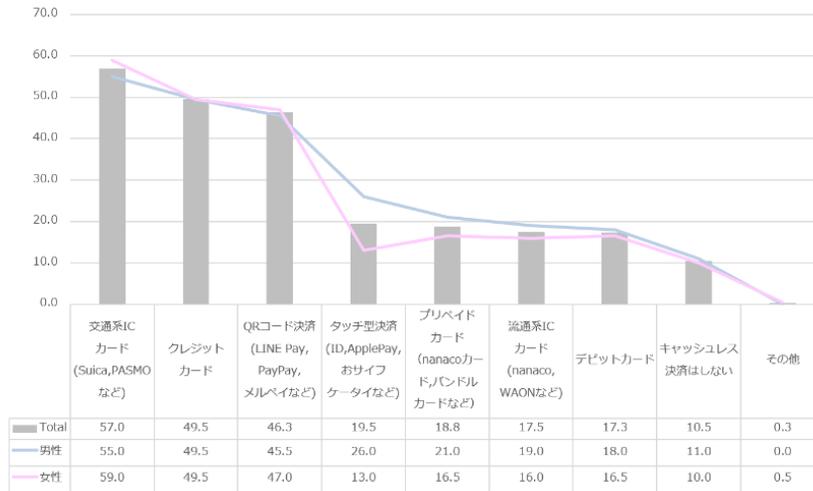
WEB調査 N=400 (男性：200/女性：200)



### 【3】キャッシュレス決済の使用実態…少額決済はキャッシュレスで。チャージ金額も使う分だけ！

使用しているキャッシュレス決済のなかで最も多く使われている※図6のは「交通系ICカード(57.0%)」、次いで「クレジットカード(49.5%)」、「QRコード決済(46.3%)」という結果となりました。  
 また利用頻度※図7については「1週間に2~3回程度」が最も多く(20.9%)、キャッシュレス決済利用場所※図8については「コンビニエンスストア(61.5%)」や「ドラッグストア・薬局(34.6%)」、「スーパー(34.4%)」での利用が多いことが分かりました。

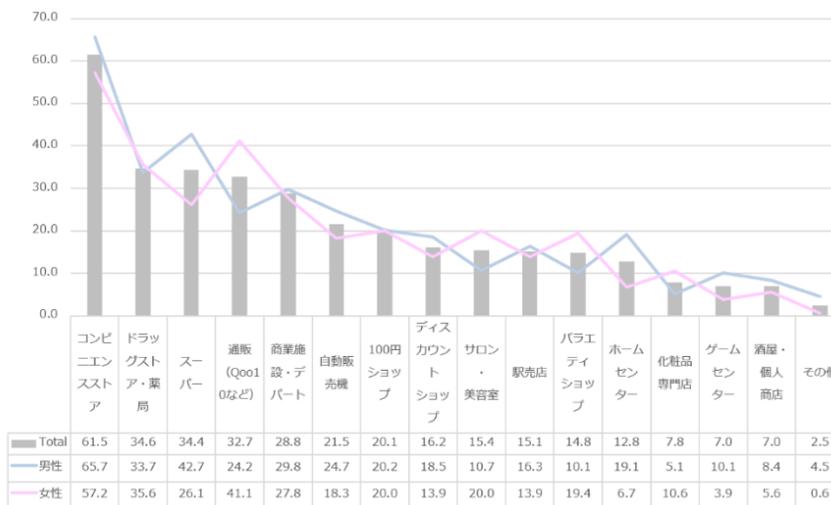
※図6 Q. あなたが普段のお買い物で使用するキャッシュレス決済方法を教えてください。  
 WEB調査 N=400 (男性：200/女性：200)



※図7 Q. あなたのキャッシュレス決済の利用頻度を教えてください。  
 WEB調査 N=358 (男性：178/女性：180)

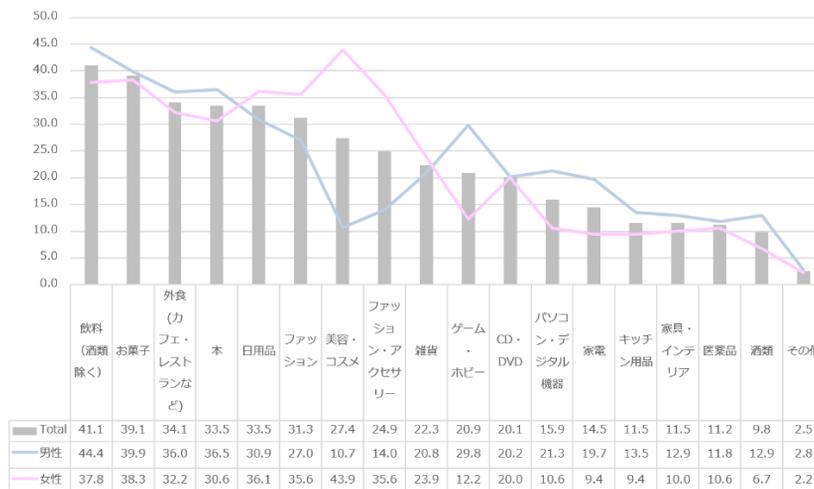
1位	1週間に2~3回程度(20.9%)
2位	1週間に1回程度(16.5%)
3位	1週間に4~5回程度(13.4%)

※図8 Q. あなたが普段キャッシュレス決済を利用する場所を教えてください。  
 WEB調査 N=358 (男性：178/女性：180)



キャッシュレス決済で購入する商品※図9について聞いてみたところ、最も多いのは「飲料(41.1%)」、次いで「お菓子(39.1%)」「外食(34.1%)」と続き、  
 また月々のキャッシュレス決済の総額※図10については「5,000円~10,000円未満(18.2%)」が最も多い結果となりました。  
 グループインタビューでは、コンビニやドラッグストア等で単価の低いものを購入する時はスマホ決済、通販サイトでファッションアイテムの購入や外食等、単価の高いものを購入する時はクレジットカードで決済、という使い分けをしている、という声が聞かれました。

※図9 Q.あなたが普段キャッシュレス決済で購入するものを教えてください。  
WEB調査 N=358 (男性:178/女性:180)

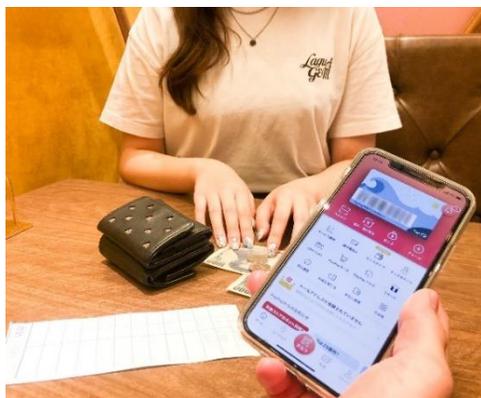


※図10 Q.あなたが毎月キャッシュレス決済で支払うおおよその総額を教えてください。  
WEB調査 N=358 (男性:178/女性:180)

1位	5,000円～10,000円未満(20.9%)
2位	2,000円～5,000円未満(15.9%)
3位	10,000円～20,000円未満(15.6%)

若者の堅実さは、キャッシュレス決済をチャージする際にも現れています。グループインタビューでは、「1,500円のものを購入する時は、1,500円だけチャージする」などの声が多く聞かれており、最低限の使うお金をチャージすることで、使いすぎを自制している実態が明らかになりました。

#### 【4】「キャッシュレス割り勘」が、じわじわトレンドに！「ペイ違い」によるストレスも？



近年増加しているスマホ決済サービスですが、決済以外の使われ方も始まっています。

一部の若者の間では、スマホ決済サービスを活用し、飲食店での会計の際に割り勘金額を送金して支払いをする「キャッシュレス割り勘」の動きも出てきています。

一方で、使用しているスマホ決済サービスが友人と異なることで送金ができないなど、「ペイ違い」によるストレスも生まれているという実態も分かりました。

グループインタビューでは、サービス間の連携が進むことで、使用サービスが違ってキャッシュレス割り勘等の、送金やり取りができる嬉しいという声も多くありました。

#### 【5】所長が解説！なぜ若者は現金主義が多いのか？コロナ禍を経た今後の決済方法の行方



若者はデジタルネイティブ世代のため、キャッシュレス化が進んでいるのでは？と思う方も多いかもかもしれませんが、現金決済をメインで使っているのが現状です。

この背景には「現金を使うことで、“お金を使った感”が欲しい」という意識もありますが、彼らの主な収入源がアルバイトであるため、月によって収入の増減があり、収入が安定していないことも理由として挙げられます。収入が不安定であることが、クレジットカードの利用や、使った感を感じられないキャッシュレス決済を敬遠する要因の一つです。

コロナ禍でキャッシュレス決済の利用意向は強まったものの、アルバイトのシフトが削られている現状もあるため、「今はコロナ禍でアルバイトのシフトが減り、収入がさらに不安定になったので引き続き現金を使うが、安定してきたらキャッシュレス決済を使いたい」という意向もあり、収入の安定がキャッシュレス利用への移行につながることは変わらないようです。

## ■アンケート調査概要

### ①WEB調査

調査期間：2020年8月

対象者条件：18～24歳 男女

(大学・大学院生・短大・専門)

有効回答数：N=400（男女各200）

※その他過去定性調査をもとに考察

調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテイメント)

### ②SHIBUYA109 lab.による定性調査

調査期間：2020年8月

対象者条件：大学生・専門学校生の男女

人数：各グループ5名×2グループ

## ■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテイメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(20歳前後の若者)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣（株式会社SHIBUYA109エンタテイメント所属）

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

## ■SHIBUYA109 lab.所長



長田麻衣（おさだ・まい）

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPR サポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109 エンタテイメントに入社。

SHIBUYA109 マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。

現在は毎月200人のaround20（20歳前後の若者）と接する毎日を過ごしている。

## ■株式会社SHIBUYA109エンタテイメント概要



SHIBUYA109渋谷店（東京都・渋谷区）を中心とした5つの施設を運営。「Making You SHINE! -新しい世代の”今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これらを担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテイメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：木村知郎

ホームページ：<http://www.shibuya109.co.jp/>