

【報道関係各位】

2009年 電子マネーに関する調査

- 1都3県で電子マネーを利用している人は7割超。20代では約8割が利用。
- 3年前より、電子マネーの利用頻度が‘増えた’人が、約8割。
- ‘利用できる電子マネー’を意識してコンビニを選ぶ人は、4割超。

2009年9月16日
株式会社マクロミル
(証券コード：東証一部3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表：杉本哲哉）は、1都3県（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）の15～59歳の男女を対象に、「電子マネーに関する調査」を実施いたしました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間2009年9月3日（木）～9月4日（金）。有効回答数は1000名から得られました。

【調査結果概要】

【1】 現在、電子マネーを利用している人は7割超。20代では、約8割が利用。

1都3県の15～59歳に、電子マネーの利用状況を尋ねたところ、現在利用しているのは72%となりました。2007年に実施した調査では、電子マネーを利用している人は51%となっており、利用率が約20ポイント上昇しています。年代別にみると、20代では79%と他の年代よりも高い比率となっています。男女別にみると、男性では女性に比べ利用率が高くなっていました。

また、利用場所を尋ねたところ、最も多いのは公共交通機関（75%）ですが、それ以外の場所ではコンビニがトップで66%が利用している結果となりました。

【2】 電子マネーの利用金額は、月額平均5,961円。男性は、やや高く6,591円。

電子マネーの1ヶ月あたりの平均利用金額を尋ねたところ、平均5,961円となりました。男女別にみると、男性では6,591円と女性の5,277円に比べ1,300円程度高くなっています。

また、2007年の調査と比較すると、今回は600円程度、利用額が増加していました。

【3】 3年前より、電子マネーの利用頻度が‘増えた’人が、約8割。 利用できる場所の増加に加えて、「ポイントがお得だから」と利用する人も。

3年前と比較して、電子マネーの利用頻度に変化があるか尋ねたところ、「増えた」と回答したのは78%となりました。また、その理由を尋ねたところ、「利用できる場所が増えた（67%）」が最多ですが、「素早く買い物が出来て便利（44%）」と利便性を実感している人も多く見られました。男性では、「ポイントがついてお得だから（43%）」も上位に挙がっています。

【4】 ‘利用できる電子マネー’を意識して、コンビニを選ぶ人は4割超。

電子マネー利用者に、コンビニで買い物をしようと思った時、自分が利用している電子マネーが導入されているか考慮するかを尋ねたところ、「毎回、意識して店舗を選ぶ」が12%、「できるだけ電子マネーが利用できる店舗を選ぶ」が33%となり、電子マネーを意識してコンビニを利用する人は合計で4割超となっています。男性では、女性よりも比率が高く55%が意識していました。

意識してコンビニを選ぶ理由は、「支払いがスムーズになる」が8割、「ポイントがついてお得」と回答した人も半数を超えました。電子マネーの普及は、人々の消費行動にも影響を与えているようです。

「電子マネーに関する調査」

【調査結果詳細】

■調査概要

調査方法：	インターネットリサーチ							
調査地域：	1都3県（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）							
調査対象：	15才以上 59才以下の男女（マクロミルモニタ会員）							
有効回答数：	合計 1000 サンプル		15-19才	20代	30代	40代	50代	小計
		男性	56s	111s	111s	111s	111s	500s
		女性	56s	111s	111s	111s	111s	500s
調査日時：	2009年9月3日（木）～9月4日（金）							
調査機関：	株式会社マクロミル							
[参考データ] 2007年4月実施「電子マネーに関する調査」 ※グラフ内の「2007年調査」として表示。今回の調査と比較するため、ウエイトバック集計をした。								

I. 電子マネーの利用全般について

■ 電子マネー利用率は7割超。特に‘男性’と‘20代’の利用率が高い。

首都圏の15～59才に電子マネー（※）を利用しているか尋ねたところ、「利用している」と回答した人は72%となっています。

男女別にみると、男性で「利用している」と回答した人は75%と女性に比べ6ポイント高くなっています。年代別にみると、20代では「利用している」と回答した人が79%となっており、他年代に比べ最も高くなっています。

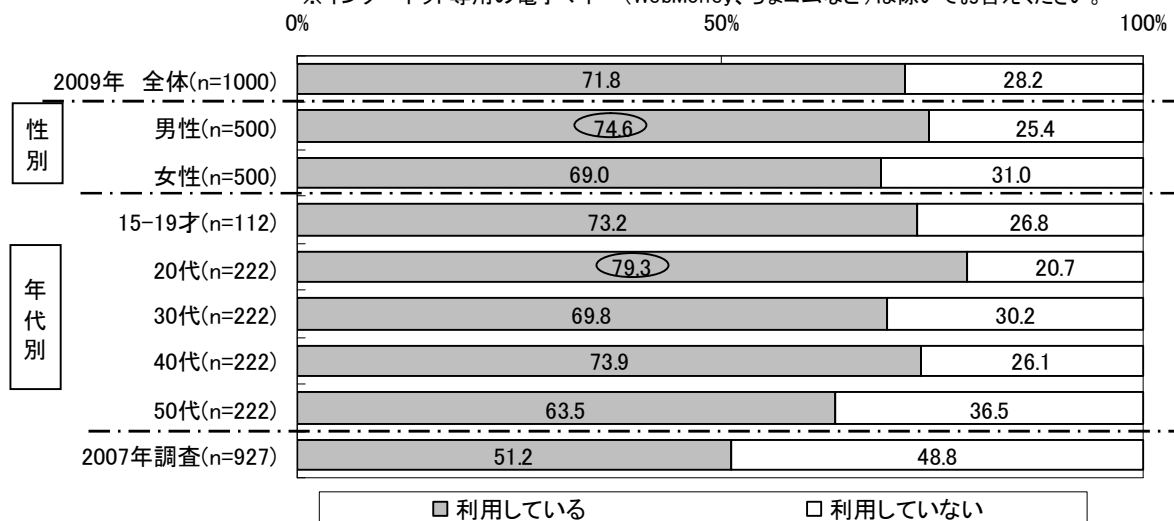
2007年調査と比較すると、2007年に「利用している」と回答した人は51%となっており、この2年半の間に利用率が約20ポイント上昇したことがわかります。【図1】

※本調査での電子マネーとは、インターネット専用の電子マネー（WebMoney、ちょコムなど）は除いています

【図1】電子マネーの利用の有無

Qあなたは現在、電子マネーを利用していますか。

※インターネット専用の電子マネー（WebMoney、ちょコムなど）は除いてお答えください。



■ 電子マネーの利用理由は、「支払いがスムーズになるから (83%)」「ポイントがついてお得だから (37%)」は前回調査より大幅増。

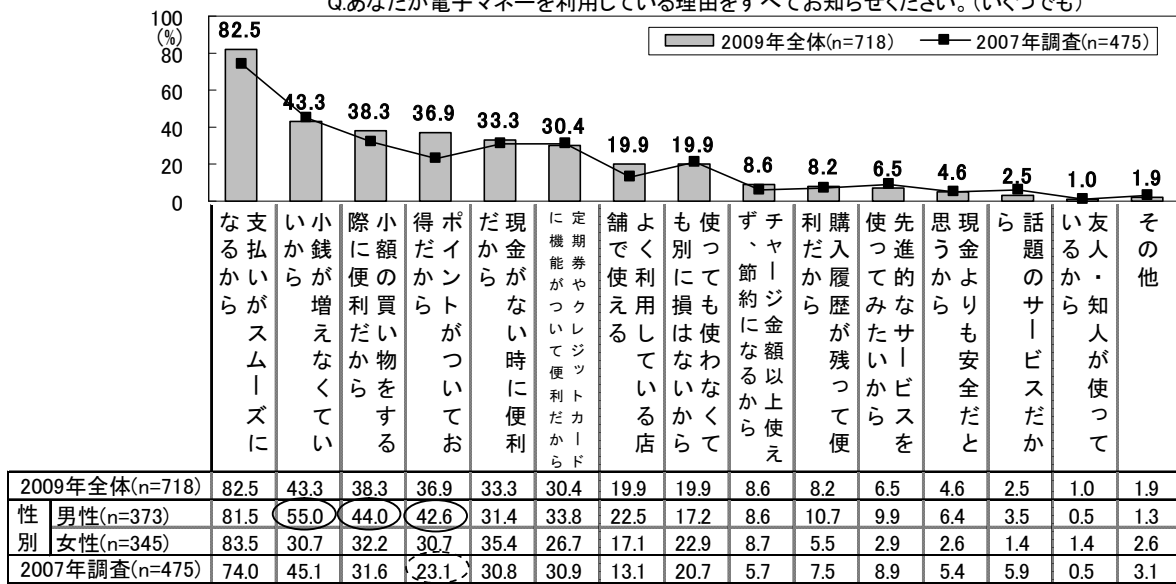
電子マネー利用者に、電子マネーを利用する理由について尋ねたところ、「支払いがスムーズになるから」が83%で圧倒的に高く、次いで「小銭が増えなくていいから」が43%となっています。

男女別にみると、男性では「小銭が増えなくていいから」が55%と女性に比べ24ポイント、「小額の買い物をする際に便利だから」(44%)、「ポイントがついてお得だから」(43%)が各々12ポイント高くなっています。

2007年調査と比較すると、2007年に「ポイントがついてお得だから」は23%に留まっており、ポイントが2007年以降における電子マネー利用拡大の要因になったことが推測されます。【図2】

【図2】電子マネーの利用理由(複数回答) <ベース:電子マネー利用者>

Q.あなたが電子マネーを利用している理由をすべてお知らせください。(いくつでも)



■ 約2割が「ほぼ毎日」電子マネーを利用。男性は、4人に1人がほぼ毎日利用。

電子マネー利用を「ほぼ毎日」利用している人は19%でした。「週1日以上」でみると、66%となっています。

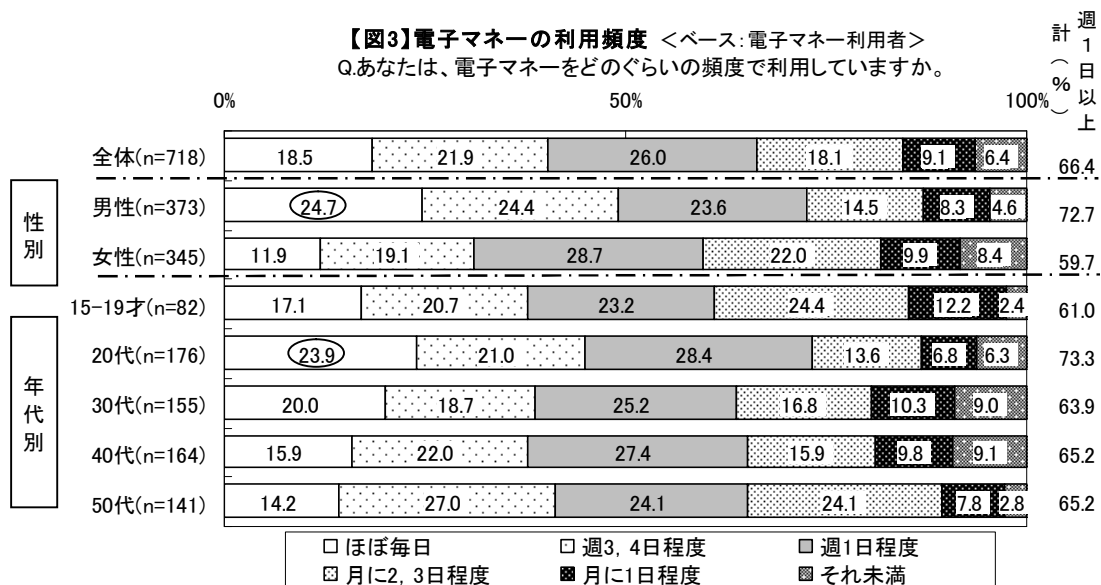
また、男性では、4人に1人が「ほぼ毎日」電子マネーを利用しています。

年代別にみると、20代が他の年代に比べて利用頻度が高く、24%が「ほぼ毎日」と回答しました。

【図3】

【図3】電子マネーの利用頻度 <ベース:電子マネー利用者>

Q.あなたは、電子マネーをどのぐらいの頻度で利用していますか。



■ 電子マネーの利用金額は1ヶ月あたり平均5,961円、男性では6,591円

電子マネー利用者に、電子マネーの1ヶ月あたりの平均利用金額を尋ねたところ、平均5,961円となりました。

男女別にみると、男性では6,591円と女性の5,277円に比べ1,300円程度高くなっています。年代別にみると、40代が7,411円と他年代に比べ高い結果となりました。

2007年調査の5,373円と比較すると、今回の調査では利用金額が600円程度上がっています。【図4】

【図4】1ヶ月あたりの平均利用金額 <ベース:電子マネー利用者>

Q.あなたは1ヶ月あたり平均していくぐらい電子マネーで支払いをしていますか。

2009年
平均 5,961円/月

性別	平均(円)
男性	6,591
女性	5,277

参考 : 2007年
平均 5,373円/月

年齢	平均(円)
15-19才(n=81)	3,401
20代(n=174)	5,134
30代(n=174)	6,485
40代(n=174)	7,411
50代(n=174)	6,216

※平均値は、異常値を削除して算出しています。

■ 電子マネーの利用場所、交通機関以外では「コンビニ(66%)」が最多。

電子マネー利用者に、普段電子マネーを利用している場所を尋ねたところ、「公共交通機関」が75%で最も多く、次いで「コンビニ」が66%、「駅売店」が40%となっています。

男女別にみると、男性では「コンビニ」が75%で最多でした。一方、女性の「コンビニ」での利用は57%にとどまっています。【図5】

【図5】電子マネー利用場所(複数回答/上位10抜粋) <ベース:電子マネー利用者>

Q.あなたが普段、電子マネーを利用している場所をすべてお選びください。(いくつでも)

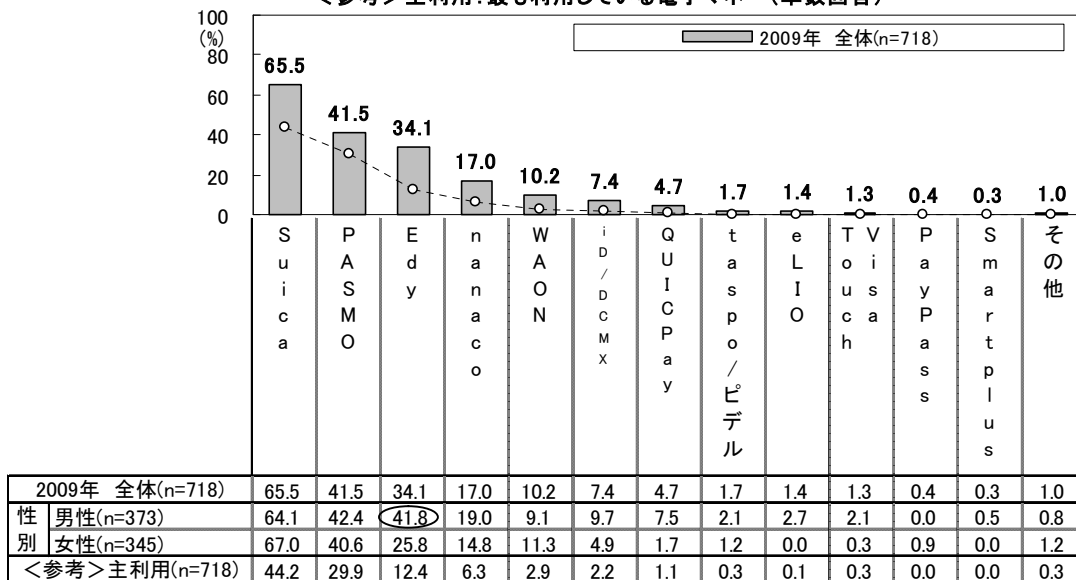
順位	全体(n=718)	(%)	順位	男性(n=373)	(%)	順位	女性(n=345)	(%)
1	公共交通機関	75.2	1	コンビニエンスストア	74.8	1	公共交通機関	78.0
2	コンビニエンスストア	66.0	2	公共交通機関	72.7	2	コンビニエンスストア	56.5
3	駅売店	40.0	3	駅売店	39.1	3	駅売店	40.9
4	自動販売機(飲料)	24.1	4	自動販売機(飲料)	28.2	4	自動販売機(飲料)	19.7
5	ファストフード	15.7	5	ファストフード	21.7	5	コーヒーチェーン店	14.8
6	コーヒーチェーン店	14.2	6	コーヒーチェーン店	13.7	6	スーパーマーケット・食品店	13.0
7	スーパーマーケット・食品店	12.3	7	スーパーマーケット・食品店	11.5	7	ファストフード	9.3
8	書店	8.2	8	書店	9.1	8	書店	7.2
9	レストラン・カフェ	6.8	9	家電量販店	8.8	9	レストラン・カフェ	5.2
10	家電量販店	6.4	10	レストラン・カフェ	8.3	10	ドラッグストア	4.6

■ 現在利用している電子マネーは「Suica」66%で最多、次いで「PASMO」42%、「Edy」34%

電子マネー利用者に、現在利用している電子マネーを複数回答で尋ねました。「Suica」が66%で最も多く、次いで「PASMO」が42%、「Edy」が34%でした。男女別にみると、男性では「Edy」が42%と女性に比べ16ポイント高くなっています。

メインで利用している電子マネー（月額利用料金が最も多いもの）は、「Suica」が44%で最多、「PASMO」30%となっています。「Edy」がメインの人が12%でした。【図6】

【図6】利用している電子マネー（複数回答）＜ベース：電子マネー利用者＞
Q.現在あなたが利用している電子マネーをすべてお選びください。（いくつでも）
＜参考＞主利用：最も利用している電子マネー（単数回答）

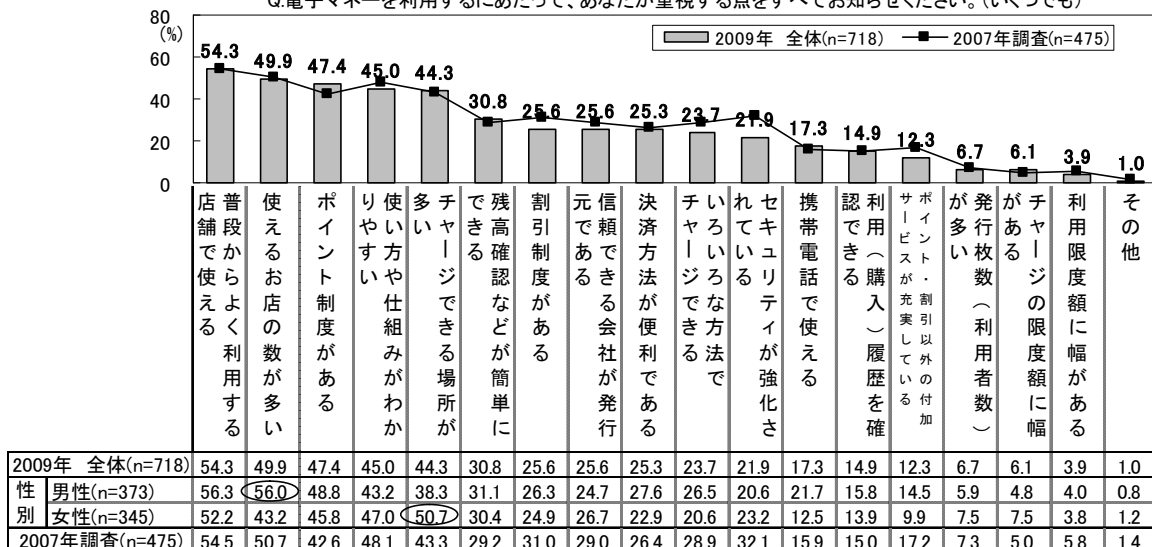


■ 利用時に重視するのは、「普段利用する店で使える」「使える店の数が多い」が半数超。「ポイント制度がある」も48%が重視。

電子マネー利用者に、利用する際の重視点を尋ねたところ、「利便性」に関する項目を挙げる人が多く、「普段からよく利用する店舗で使える（54%）」、「使えるお店の数が多い（50%）」が上位となっています。「ポイント制度がある」とお得さを重視する人は48%でした。

男性では「使えるお店の数が多い」、女性では「チャージできる場所が多い」が上位に挙がり、重視ポイントは男女で異なるようです。【図7】

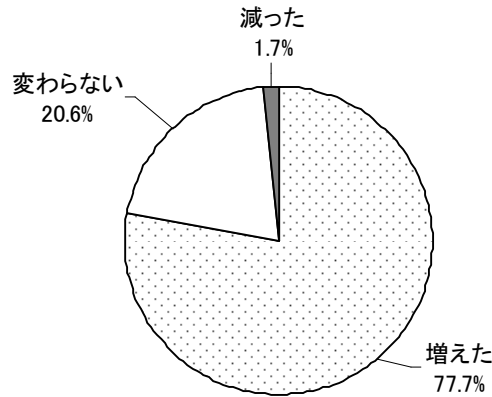
【図7】電子マネー重視点（複数回答）＜ベース：電子マネー利用者＞
Q.電子マネーを利用するにあたって、あなたが重視する点をすべてお知らせください。（いくつでも）



■ 3年前と比較して、電子マネーの利用頻度が「増えた」人は、約8割

3年前と比較して、電子マネーの利用頻度に変化があるか尋ねたところ、「増えた」と回答した人は78%と約8割を占めています。【図8】

【図8】電子マネーの利用頻度の変化 <ベース:電子マネー利用者>
Q.3年前と比較して、電子マネーの利用頻度に変化はありますか。

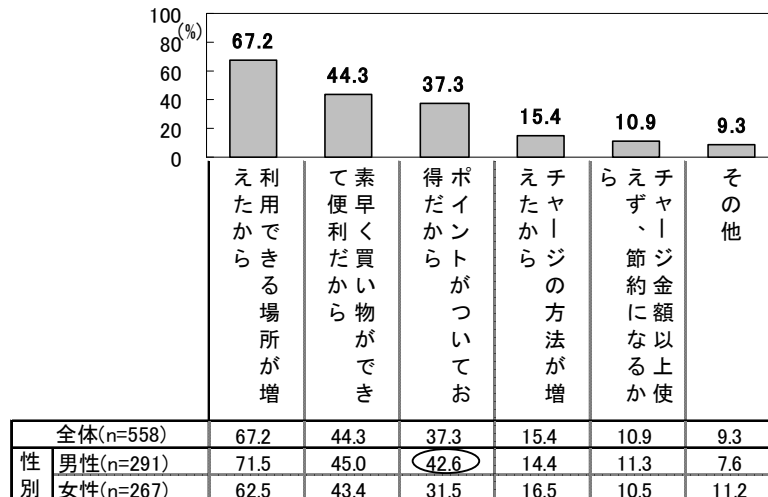


■ 電子マネーの利用が増えた理由は、「利用できる場所が増えた (67%)」ほか、男性では「ポイントがついてお得 (43%)」との声も。

3年前と比較して電子マネーの利用頻度が増えたと回答した人に、その理由について尋ねたところ、「利用できる場所が増えたから」が67%と圧倒的に高くなっています。

男女別にみると、男性では「ポイントがついてお得だから」が43%と女性よりも11ポイント高くなっています。【図9】

【図9】電子マネーの利用頻度が増えた理由(複数回答)
<ベース:電子マネーの利用頻度が増えた人>
Q.あなたが3年前と比較して電子マネーの利用頻度が増えた理由をすべてお知らせください。(いくつでも)

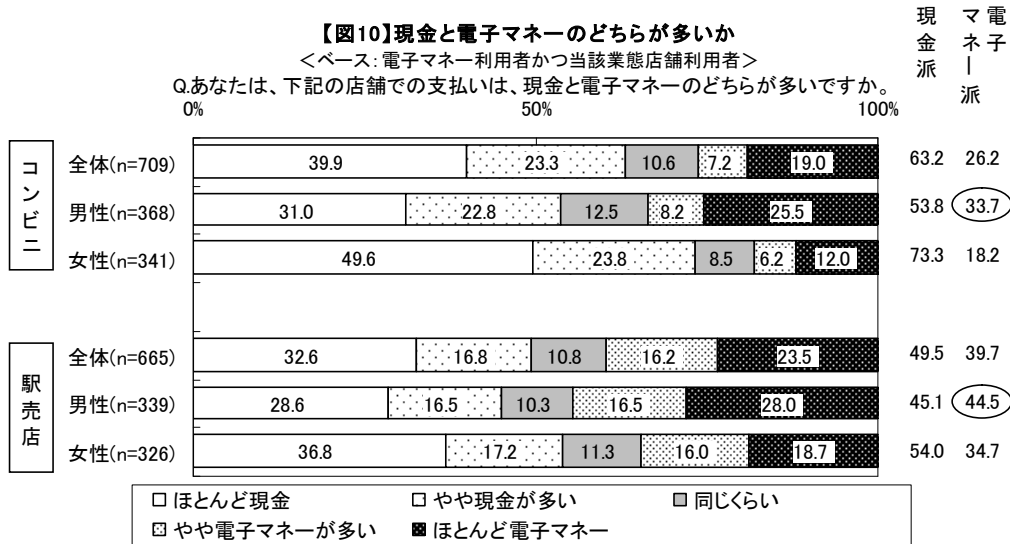


■ 男性に‘電子マネー派’が多い。

「コンビニ」で3割、「駅売店」では、約半数が現金よりも電子マネーを利用。

電子マネー利用者に、コンビニ、駅売店の各々において、現金と電子マネーのどちらの支払いが多いか尋ねてみました。コンビニでは電子マネー計（「ほとんど電子マネー」+「やや電子マネーが多い」）が26%を占めています。また、駅売店では電子マネー計が40%となっています。

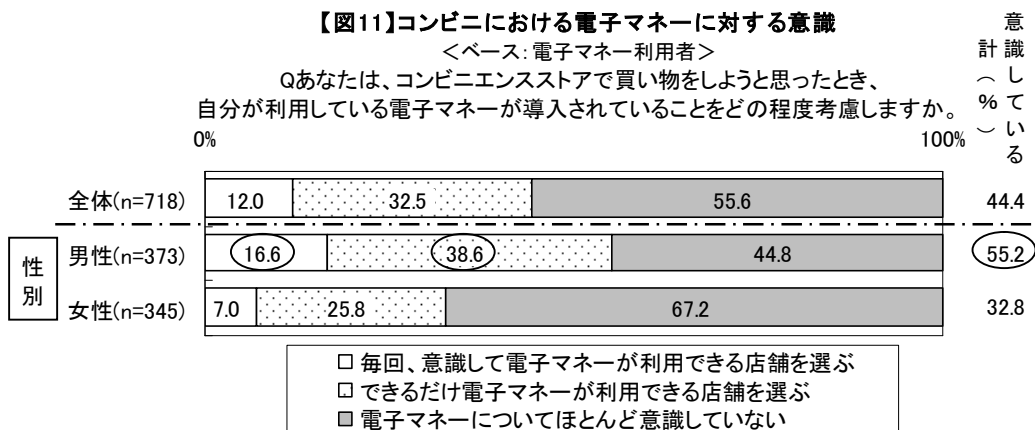
男性で‘電子マネー派’が多く「コンビニ」では34%、「駅売店」では45%といずれも女性に比べ多くなっています。【図10】



■ コンビニ選択時に、利用できる電子マネーを意識する人は4割超。

電子マネー利用者に、コンビニで買い物をしようと思った時、自分が利用している電子マネーが導入されていることをどの程度考慮するか尋ねてみました。「毎回、意識して電子マネーが利用できる店舗を選ぶ」と回答した人は12%、「できるだけ電子マネーが利用できる店舗を選ぶ」と回答した人は33%となり、電子マネーを意識してコンビニを利用する人は4割超となっています。

女性よりも男性が電子マネーを意識してコンビニを選んでおり、「毎回、意識して電子マネーが利用できる店舗を選ぶ」と回答した男性は17%、「できるだけ電子マネーが利用できる店舗を選ぶ」と回答した男性は39%、意識している男性は合計55%でした。【図11】



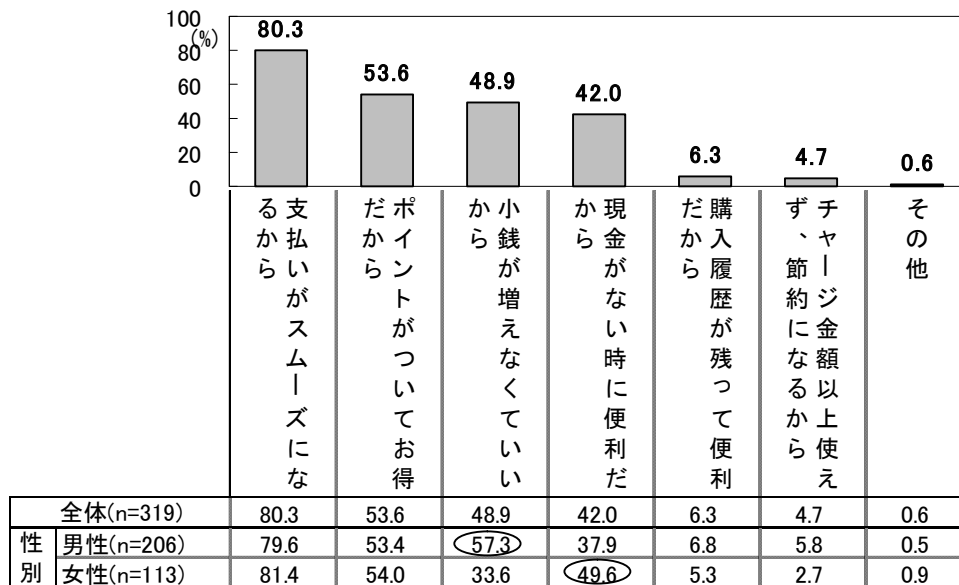
■ コンビニ選択時に、利用できる電子マネーを考慮する理由は
「支払いがスムーズになる」が8割、「ポイントがついてお得」も半数。

コンビニを選択する際、自分が利用している電子マネーが導入されていることを意識する人にその理由を尋ねたところ、「支払いがスムーズになるから」が80%、次いで「ポイントがついてお得だから」が54%となっています。

男女別にみると、男性では「小銭が増えなくていいから」が57%と女性に比べ24ポイント、一方女性では「現金がない時に便利だから」が50%と男性に比べ12ポイント高くなっており、便利に感じている項目は男女で異なるようです。【図12】

【図12】コンビニで買い物をする際、電子マネーが利用できる店を選ぶ理由(複数回答)

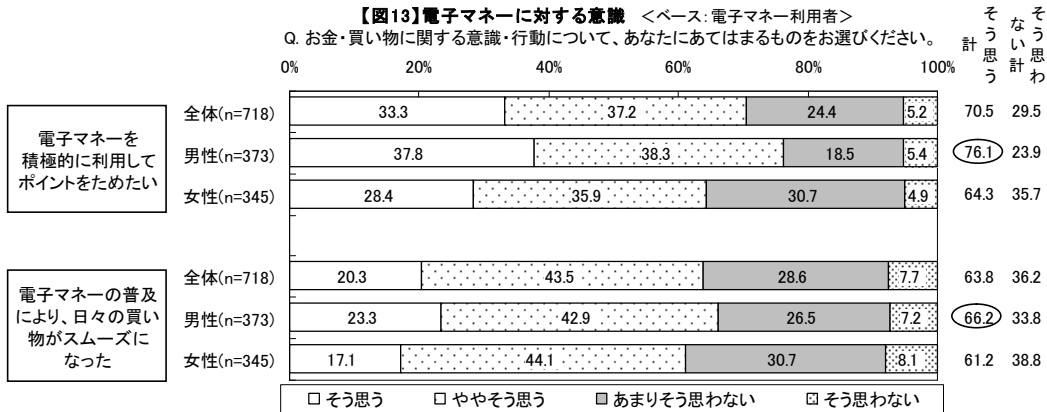
<ベース: 自分の電子マネーが使えるか意識してコンビニを選ぶ人>
Q.あなたがコンビニエンスストアで買い物をする際、電子マネーが利用できる店を選ぶ理由をお知らせください。(いくつでも)



II. 電子マネーに対する意識、満足度

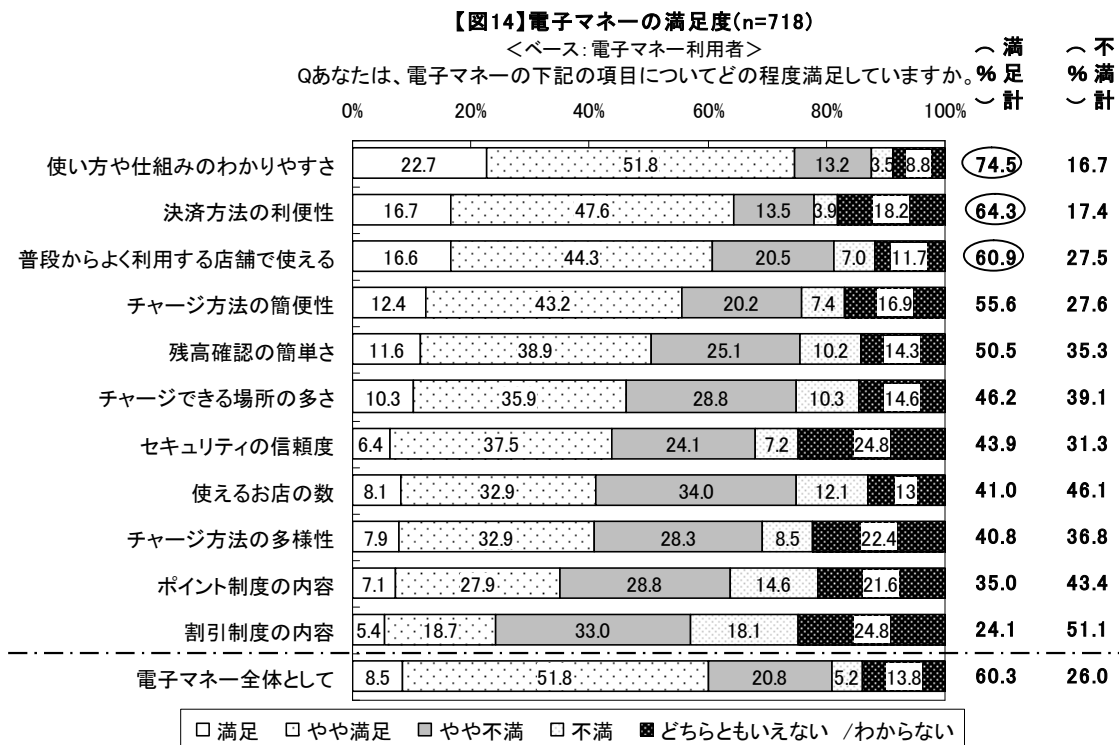
- 7割が‘電子マネーを積極的に利用してポイントをためたい’
- 6割が‘電子マネーで日々の買い物がスムーズになった’

電子マネー利用者に下記の2項目について尋ねました。そう思う計（「そう思う」+「ややそう思う」）をみると、‘電子マネーを積極的に利用してポイントをためたい’は71%、男女別にみると、男性では76%と女性に比べ12ポイント高くなっています。また、‘電子マネーの普及により、日々の買い物がスムーズになった’では、そう思う計は64%、男女別にみると、男性では66%と女性に比べ5ポイント高くなっています。【図13】



- 6割が電子マネーに満足。最も満足度が高いのは‘使い方や仕組みのわかりやすさ’

電子マネー利用者に、電子マネーに対する満足度を尋ねたところ、電子マネー全体の満足度（「満足」+「やや満足」）は60%となりました。満足度が高い項目は‘使い方や仕組みのわかりやすさ’75%、‘決済方法の利便性’64%、‘普段からよく利用する店舗で使える’61%となっています。電子マネーの拡大に伴い消費者の利便性も向上したようです。【図14】

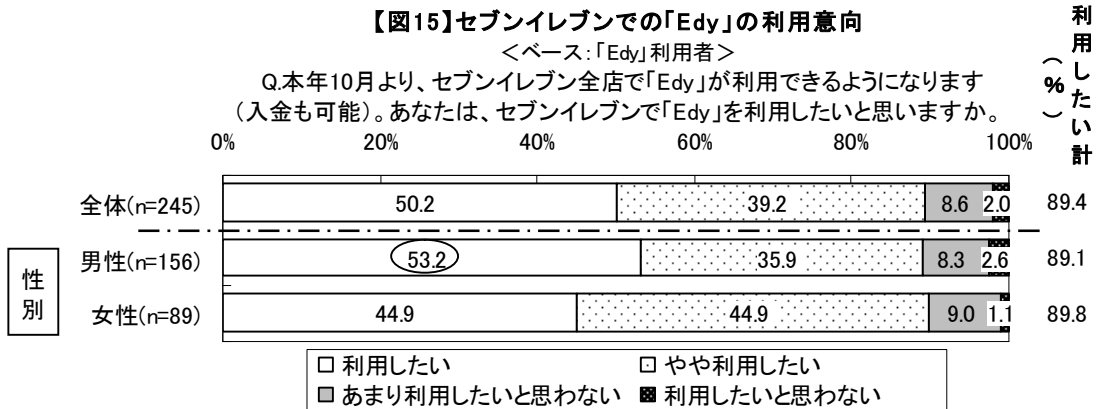


Ⅲ. セブンイレブンの「Edy」導入について

■ 「Edy」導入にあたり、Edy 利用者の9割がセブンイレブンで「Edy」を利用したい

Edy 利用者に、本年10月からのセブンイレブン全店における「Edy」導入にあたり、セブンイレブンで「Edy」を利用したいと思うか尋ねたところ、「利用したい」と回答した人は50%、「やや利用したい」と回答した人は39%となり、利用したいと考えている人は89%となりました。

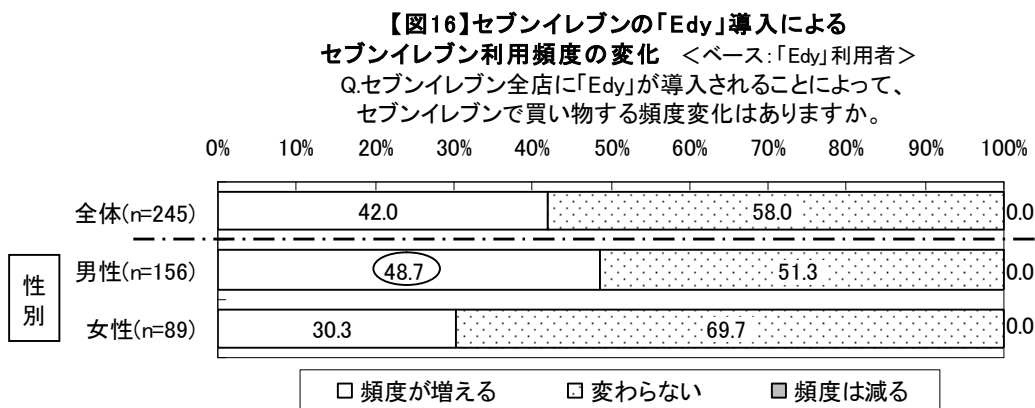
男女共に利用意向は高くなっていますが、男性では「利用したい」と考えている人が53%と女性の45%に比べ多くなっています。【図15】



■ 「Edy」導入で、セブンイレブンの「利用頻度が増える」42%。男性では49%。

Edy 利用者に、セブンイレブンに「Edy」が導入されるとことで、買い物の頻度に変化があるか尋ねたところ、「頻度が増える」と回答した人は42%となっています。

男女別にみると、男性で「頻度が増える」と回答した人は49%と女性に比べ19ポイント高くなっています。【図16】



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 86 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
URL ■www.macromill.com
設立 ■2000 年 1 月 31 日
資本金 ■9 億 3,035 万円 ※2009 年 6 月末現在
上場取引所 ■東証一部 (証券コード : 3730)
代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本哲哉
従業員数 ■297 名 ※2009 年 8 月末現在
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査 (ネットリサーチ)

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当 : 大野
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例> 「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」