

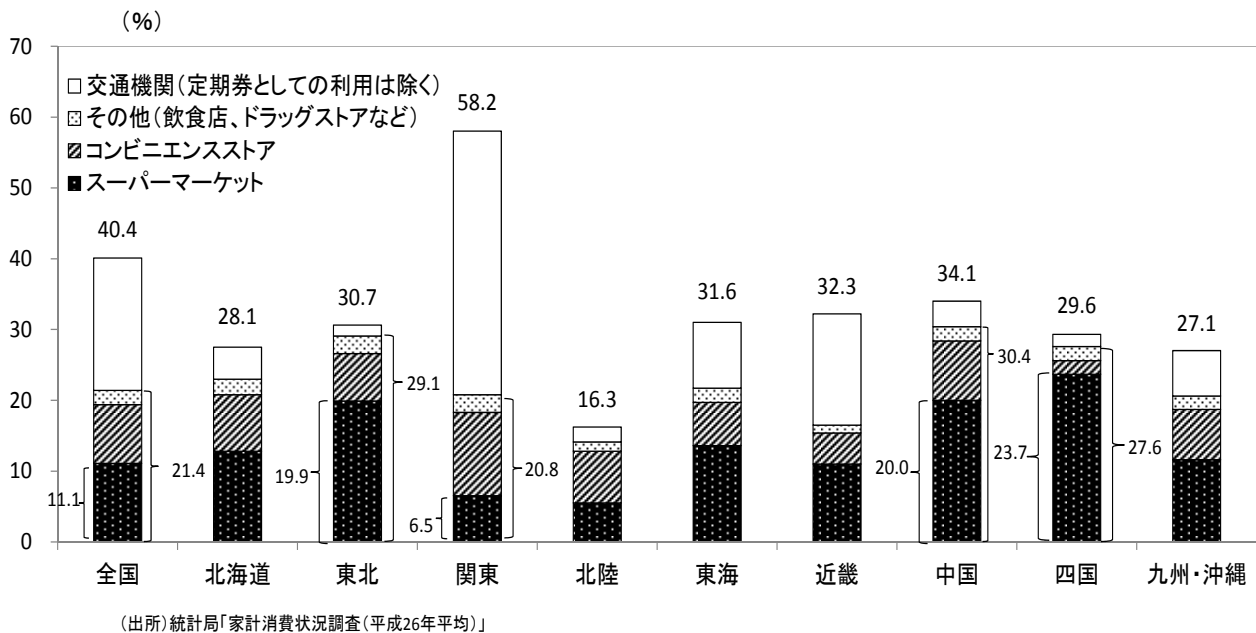
当地における電子マネーの利用状況について

(当地における電子マネーの普及状況)

中国地区は、全国的にみても、スーパーやコンビニなど、日常的な買い物における電子マネーの利用率が高い。

「電子マネーを利用している世帯の割合」をみると、中国地区は34.1%と、関東地区(58.2%)に次いで全国で2番目に高い。特に、「電子マネーを最も多く利用した場所」として「交通機関」と回答した比率を除いた“日常的な買い物での利用”については、中国地区は30.4%と、全国で最も高くなっている。

図表1 電子マネーを利用している世帯の割合と、最も多く利用されている場所



また、「主な決済手段」として「電子マネー」を使うと回答した比率をみると、中国地区は、交通機関での利用が多いと思われる「1回1,000円以下」の決済でこそ、関東地区に次いで全国で2番目となっているが、スーパーなどでの利用が多いと思われる「1回1,000円超5,000円以下」の決済では、全国で最も高くなっている。

同金額帯における他地区の「主な決済手段」をみると、比率が高い方から「現金」→「クレジットカード」→「電子マネー」の順番となっているのに対し、中国地区をみる

と、「現金 (87.1%)」→「電子マネー (15.2%)」→「クレジットカード (13.3%)」と、電子マネーの比率がクレジットカードの比率を上回っている。さらに「1回5,000円超」でも、さすがにクレジットカードの比率は下回るものの、全国や他地区と比べて高くなっている。

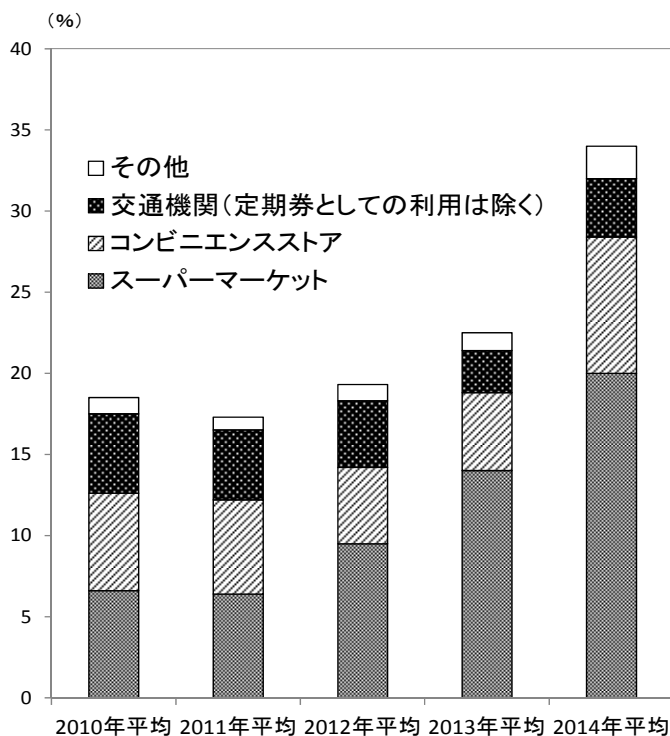
図表2 日常的な支払い（買い物代金等）の主な決済手段

決済金額	1,000円以下				1,000円超5,000円以下			5,000円超10,000円以下			
	決済手段	電子マネー	現金	クレジットカード*	電子マネー	現金	クレジットカード*	電子マネー	現金	クレジットカード*	電子マネー
全国		10.5%	82.2%	19.2%	8.9%	74.1%	30.4%	5.2%			
北海道		11.8%	84.0%	19.3%	2位 14.4%	78.1%	34.8%	2位 9.1%			
東北	3位	12.5%	88.1%	15.3%	3位 11.9%	80.1%	25.7%	6.7%			
関東	1位	14.4%	75.0%	24.6%	9.5%	65.4%	38.1%	4.1%			
北陸		3.9%	87.4%	17.0%	4.9%	80.6%	26.7%	1.0%			
中部		9.5%	79.7%	22.6%	7.6%	69.8%	32.9%	5.4%			
近畿		6.9%	82.9%	20.4%	5.9%	72.1%	32.7%	3.4%			
中国	2位	13.3%	87.1%	13.3%	1位 15.2%	84.0%	22.1%	1位 11.8%			
四国		9.3%	88.4%	10.1%	11.6%	85.3%	20.2%	3位 7.8%			
九州・沖縄		7.0%	89.9%	10.3%	6.6%	84.9%	17.7%	4.4%			

(注) 現金、クレジットカード、電子マネー、その他から、2つまでの複数回答
 (出所) 金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査(2014年)」

当地では、全国展開するGMSのみならず、地場のスーパーも続々と電子マネーを発行している中で、「電子マネーを利用している世帯の割合」は、スーパーを中心に急速に上昇しており、今後も、当地における電子マネーの利用が広がっていくものとみられる。

図表3 電子マネーの利用世帯の割合と最も多く利用されている場所（中国地区） (参考) 中国地区における主な電子マネーの導入時期

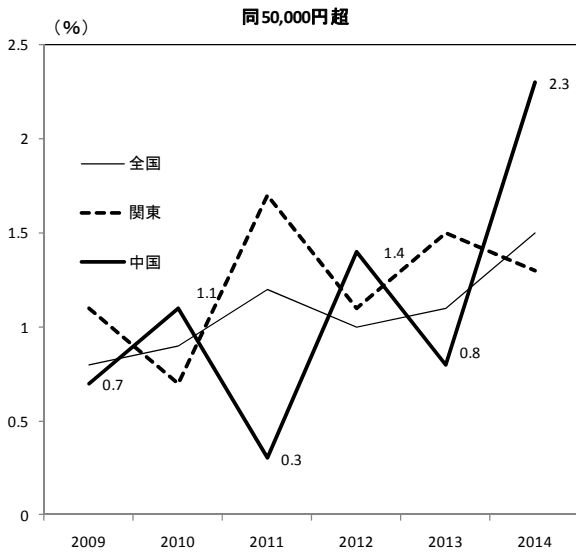
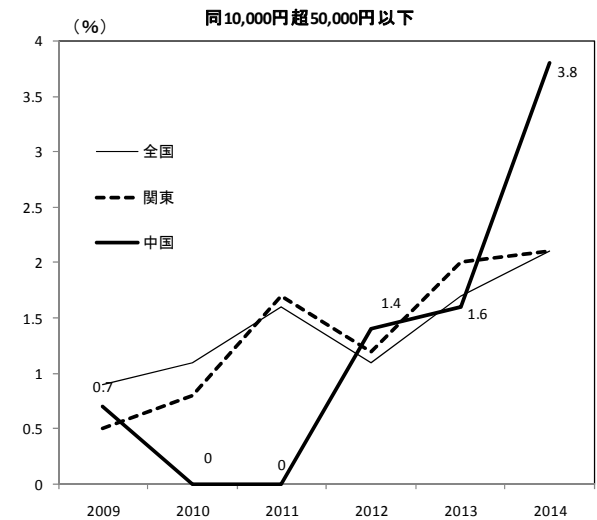
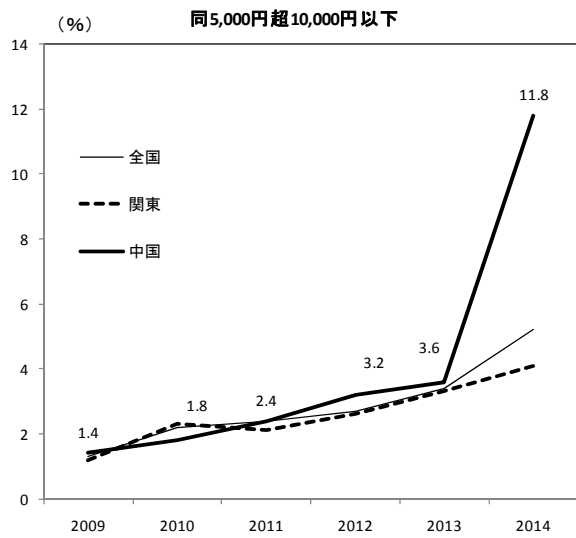
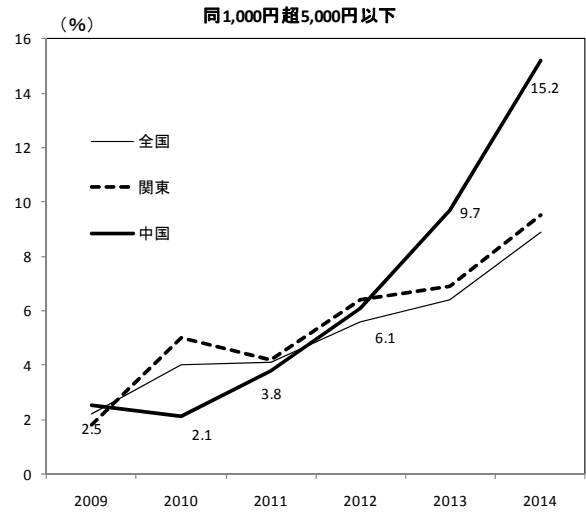
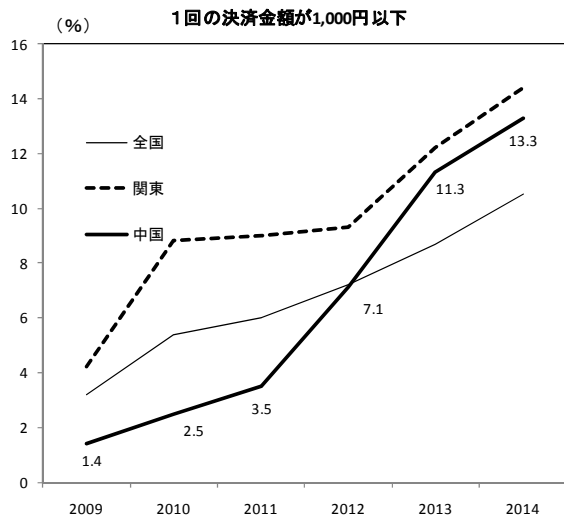


(2001年11月)	(JR東日本「Suica」導入)
2003年11月	JR西日本「ICOCA」導入
2007年4月	セブン&アイ「ナナコ」導入
2007年4月	イオン「ワオン」導入
2008年1月	広島電鉄ほか「PASPY」導入
2010年7月	イズミ「ゆめか」導入
2013年3月	フジ「エフカ」導入
2014年4月	万惣「万惣カード」導入
2014年9月	フレスタ「スマイルカード」導入

(出所) 各社HP

(参考) 日常的な支払いの主な決済手段として「電子マネー」と回答した比率

(出所) 金融広報中央委員会「家計の金融行動に関する世論調査」



以上のように、電子マネーの普及は進んでいるものの、現状は、それぞれの加盟店でしか利用できず、利用範囲は限定的となっている。こうした中、電子マネーの発行先では、他の電子マネーと差別化するために、自社の電子マネーが利用できる場所や機会を増やすことに取り組んでいるほか、当地の複数の企業が発行する電子マネーを1枚のカードで使えるようにする動きもみられている。今後、このような動きが広がっていけば、地域の中で広く利用できる“マネー”へと進化していく可能性がある。貨幣・銀行券需要や、企業経営、地域経済への影響を含め、引き続き、当店としても注目していきたい。

以 上