

2026年3月6日

**電通、第8回「生活者のキャッシュレス意識調査」を実施**

-4人に1人がプレミアムカードを保有も“ステータス目的”はわずか1.4%-

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）において決済領域のマーケティング戦略支援を行うプロジェクトチーム「電通キャッシュレス・プロジェクト」は、全国20～79歳の1,111人を対象に、第8回「生活者のキャッシュレス意識調査」（以下「本調査」、調査期間：2025年12月12日～14日）を実施しました。

2018年から毎年実施している本調査の目的は、生活者の決済手段の変化を把握することにあります。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

**【主なファインディングス】**

- ①プレミアムカード\*の保有率は27.3%で、4人に1人が保有している。また、プレミアムカードの保有理由は「特典・リワードがお得」（46.4%）が最も高く、「ステータスをアピールできる」ことを理由に保有している人は1.4%にとどまる。
- ②キャッシュレス決済利用者は94.5%と着実に浸透。利用可能な場面では“完全キャッシュレス”派が増えている。
- ③最も利用頻度が高い決済手段について、実店舗では「モバイルQR決済」（35.6%）である一方、オンラインでは「クレジットカード」（55.9%）であり、利用シーンに合わせた決済手段が選択されている。
- ④利用場所別の決済手段について、実店舗では高額利用は「クレジットカード」、少額利用は「モバイルQR決済」と、決済金額の差による違いが見られた一方で、オンラインでは金額を問わず「クレジットカード」の利用が主流。

注）本調査における構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

※ ゴールドカードやプラチナカードなどの年会費が必要なカード。

【各ファインディングスの詳細】

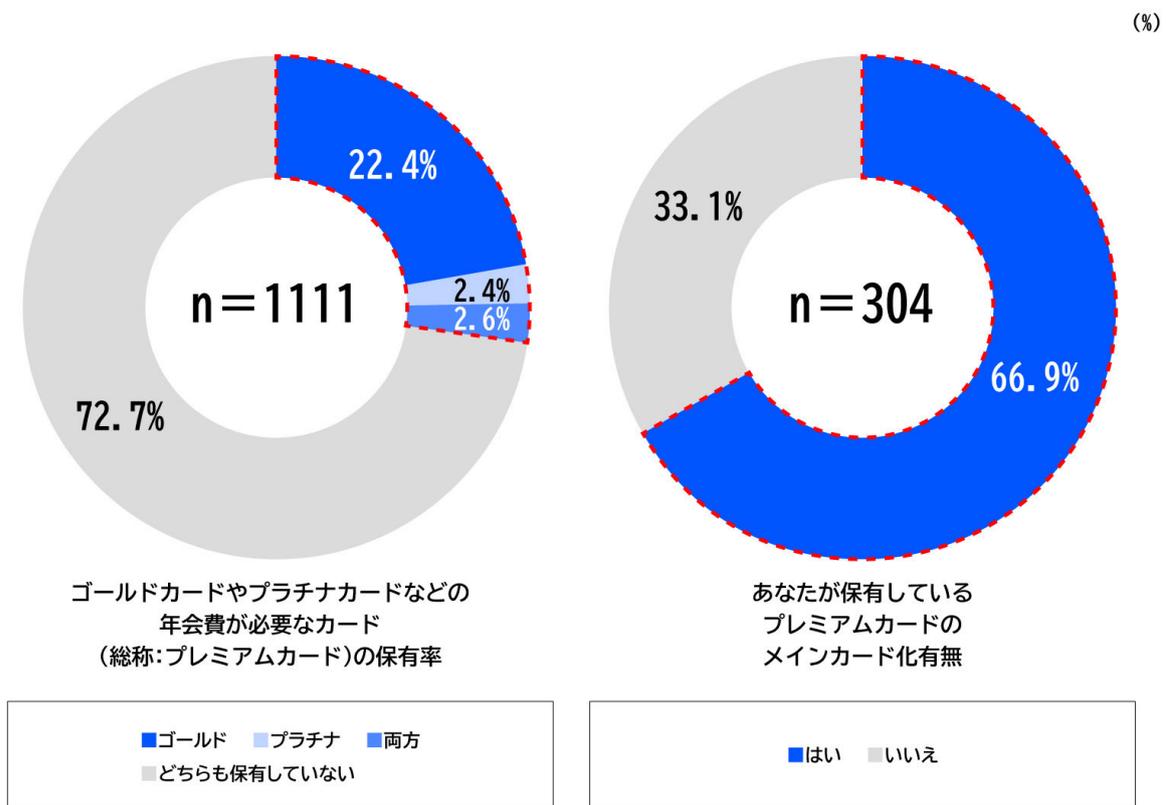
①プレミアムカードの保有率は27.3%で、4人に1人が保有している。また、プレミアムカードの保有理由は「特典・リワードがお得」（46.4%）が最も高く、「ステータスをアピールできる」ことを理由に保有している人は1.4%にとどまる。

- カードタイプの保有率について、プレミアムカード（「ゴールド」「プラチナ」「両方」の合計）は27.3%。左図で「プレミアムカード」を選択した人のうち、「プレミアムカードが一番使うカード」と回答した人は66.9%。【図表1】
- プレミアムカードを保有する理由について、「特典・リワードが得」が46.4%であった一方、「ステータスをアピールできる」は1.4%にとどまる。【図表2】

【図表1】

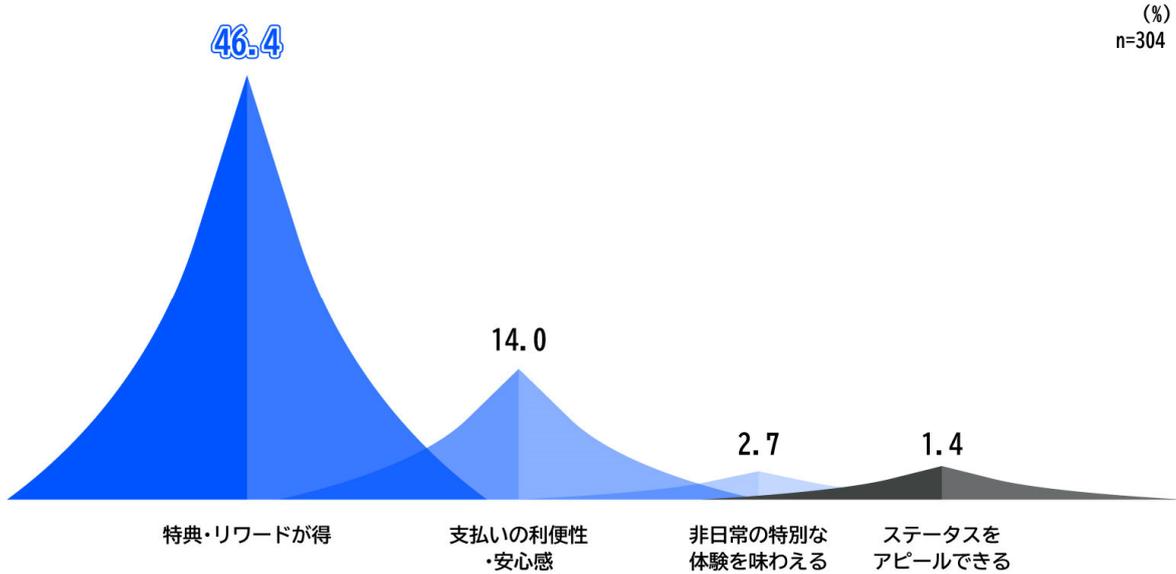
Q. ゴールドカードやプラチナカードなどの年会費が必要なカードを、総称してプレミアムカードと呼びます。あなたはプレミアムカードを保有していますか。（SA）

Q. あなたが保有しているプレミアムカードは、最もよく利用するカードになっていますか。（SA）



【図表 2】

Q. 年会費を払ってでもプレミアムカードを保有する1番の理由は何ですか。(SA)

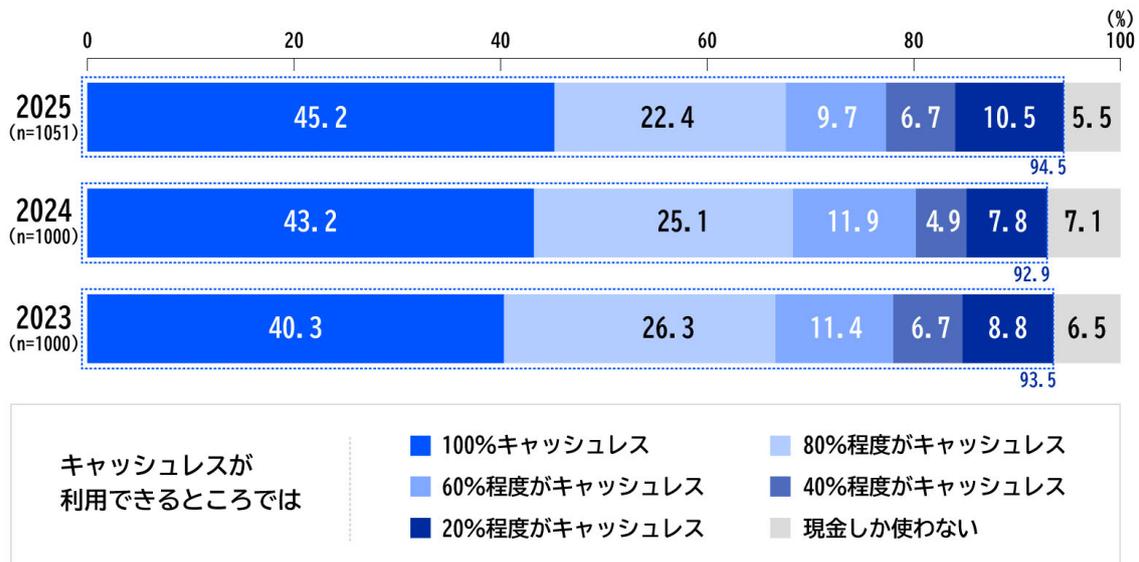


②キャッシュレス決済利用者は94.5%と着実に浸透。利用可能な場面では“完全キャッシュレス”派が増えている。

- キャッシュレス決済利用者（キャッシュレスが利用できる場所では「100%キャッシュレス」から「20%程度がキャッシュレス」の合計）は94.5%で着実な浸透がうかがえた。使える場所では「100%キャッシュレス」を利用する人は45.2%で、2023年調査（40.3%）以降、上昇傾向が見られる。【図表 3】

【図表 3】

Q. 最近ではいろいろなキャッシュレス決済の手段やサービスが増えてきてますが、直近1年間の日常生活において、あなたはキャッシュレス決済をどれくらいの頻度で利用していますか。(SA)

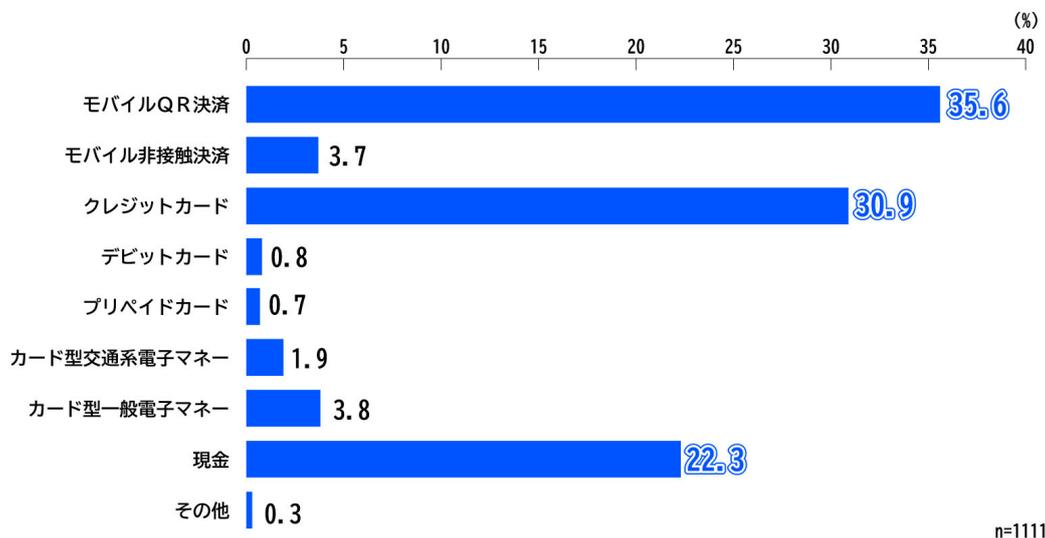


③最も利用頻度が高い決済手段について、実店舗では「モバイルQR決済」(35.6%)である一方、オンラインでは「クレジットカード」(55.9%)であり、利用シーンに合わせた決済手段が選択されている。

- 実店舗で、最も利用頻度が高い決済手段は、「モバイルQR決済」(35.6%)で、次いで「クレジットカード」(30.9%)「現金」(22.3%)の順。【図表4】
- オンラインで、最も利用頻度が高い決済手段は「クレジットカード」(55.9%)で、次点の「モバイルQR決済」(25.4%)との差は30.5ポイント、「コンビニ、郵便局などでの請求書現金払い」(7.0%)との差は48.9ポイントと、クレジットカードが他手段を大きく引き離して利用されていることがわかった。【図表5】

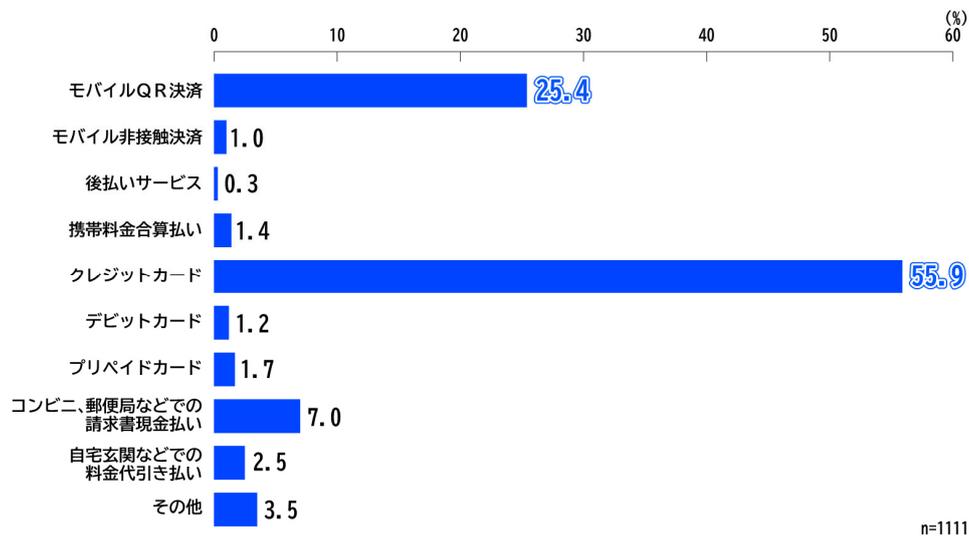
【図表4】

Q. 過去1カ月間に、コンビニ・スーパー・ドラッグストア・飲食店などの実店舗での支払いにおいて、あなたが個人的に利用した決済手段をすべて教えてください。その中で、最もよく利用しているものもお答えください。／最も利用しているもの (SA)



【図表5】

Q. 過去1カ月間に、オンライン店舗 (Eコマースやデジタルサービスなど) での支払いにおいて、あなたが個人的に利用した決済手段をすべて教えてください。その中で、最もよく利用しているものもお答えください。／最も利用しているもの (SA)



④利用場所別の決済手段について、実店舗では高額利用は「クレジットカード」、少額利用は「モバイルQR決済」と、決済金額の差による違いが見られた一方で、オンラインでは金額を問わず「クレジットカード」の利用が主流。

- 実店舗の利用場所別の決済手段について、比較的高額な決済が行われる「百貨店/デパート」(66.1%)、「ホテル/旅館」(75.6%)では「クレジットカード」が高い一方で、日常の買い物など比較的少額な決済が行われる「コンビニ」(48.1%)、「ドラッグストア」(42.8%)では「モバイルQR決済」が高い。【図表6】
- オンラインの利用場所別の決済手段について、「クレジットカード」の利用が主流である中、「フリマアプリ」(25.8%)、「フードデリバリー」(28.7%)など一部のサービスで「モバイルQR決済」が比較的利用率が高い結果となった。【図表7】

【図表6】

Q. 実店舗について、以下の各々の場所/サービスであなたが決済手段で利用しているものをすべてお知らせください。(MA)

	クレジットカード	モバイルQR決済	現金	その他 (%)
百貨店/デパート n=628	66.1	23.7	27.6	13.1
スーパー/モール n=997	50.8	35.9	38.8	33.0
コンビニ n=941	28.4	48.1	32.9	35.2
ドラッグストア n=955	37.3	42.8	35.0	20.3
商店街 n=612	39.2	29.7	53.7	15.6
飲食店 n=853	51.5	38.0	44.1	17.4
ホテル/旅館 n=637	75.6	14.6	22.2	6.8
タクシー n=484	41.6	21.9	49.4	14.9
病院 n=855	44.2	11.9	62.4	6.0
専門店 n=636	62.5	28.6	30.1	11.9

※各種決済手段の利用率は、nで表記した各利用場所の利用者ベースで集計

【図表 7】

Q. オンライン店舗（Eコマースを含む、モノ・コト消費）について、以下の各々の場所/サービスであなたが決済手段で利用しているものをすべてお知らせください。（MA）

	クレジットカード	モバイルQR決済	現金相当 (コンビニ払+代引き)	その他 (%)
マーケットプレイス n=788	82.0	17.3	6.3	14.2
フリマアプリ n=293	69.8	25.8	6.3	15.2
チケットサイト n=312	85.8	13.2	6.5	12.2
旅行/宿泊予約 n=449	89.0	11.2	2.5	7.6
その他オンラインショップ (モノ・洋服・サプリ等) n=427	82.0	16.8	5.2	11.4
その他オンラインサービス (コト・デジタルコンテンツ・ゲーム等) n=251	73.2	22.4	4.9	24.5
フードデリバリー n=188	67.0	28.7	9.4	17.7

※各種決済手段の利用率は、nで表記した各利用場所の利用者ベースで集計

#### 【調査担当者の解説】

第8回「生活者のキャッシュレス意識調査」では、近年力強い伸びを見せているプレミアムカードについて、かつては「ステータス・シンボル」とされてきた価値から、ポイント還元や付帯サービスといった「特典・リワード」を重視する実利志向へと、保有理由が大きく変化していることが明らかになりました。これは、生活者の価値観の変遷を象徴する結果であると考えています。

また、足元では完全キャッシュレス派が着実に増加しており、日本のキャッシュレス化が「拡大」から「深化」のフェーズへと移行しつつあることをあらためて実感する結果となりました。実店舗とオンラインに分けて利用される決済手段を見てみると、実店舗では引き続きQRコード決済の利用拡大が確認される一方、オンラインでは依然としてクレジットカードが強い存在感を維持しています。これは、利用シーンごとに最適な決済手段が、生活者の中で定着してきたことを示していると言えるでしょう。

#### 【調査概要】

- ・ 目的：生活者の決済手段の変化の把握
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：20～79歳男女
- ・ サンプル数：1,111※
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2025年12月12日～12月14日
- ・ 調査機関：株式会社エクスクリエ

※ 1,111 人に対し、性年代構成比を人口構成比（R2 国勢調査）にあわせてウエイトバック集計を実施。  
「%」および「n」はウエイトバック後のスコア、サンプル数を掲載。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、李、葦山

Email : [koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通キャッシュレス・プロジェクト

吉富

Email : [cash-less@dentsu.co.jp](mailto:cash-less@dentsu.co.jp)