

サイコグラフィックを考慮した消費者の支払い手段の選択要件と使用意思の関係分析

1X17C030-3 白田吉伸
指導教員 大野高裕

1. 研究背景と目的

近年、その簡便さやデータ利用などの有用性の観点から、実店舗でのキャッシュレス化が進んでいる。一方で支払い方法が乱立しており、支払い手段を提供する決済事業会社は消費者に対して適切にアプローチをする必要があると考えられる。実際の取り組みとして、株式会社 JCB のものがあげられる。同社がサイコグラフィック分析を通じて利用者に工夫したダイレクトメールを送付したところ、クレジットカードの利用額が約 5% 上昇し、退会率が 20% 減少した[6]。このことから、サイコグラフィックが支払い手段の使用に影響を及ぼしていると考えられる。

しかし、上記の例は自社の顧客のみを対象とし、新たな顧客の獲得については考えられていない。また、近年一社が多く支払い手段を提供することも多い。よって、決済事業会社が様々な支払い手段を効果的に提案するために、消費者の全体的な支払いの傾向と、重視される点、それぞれの利用者の特徴を把握することが必要とされている。

以上より、本研究の目的は、消費者の支払い手段の使用と、消費者の特徴、支払い手段に求めている要件の関係を明らかにすることである。これにより決済事業会社が新たにアプローチすべき消費者を明確に判断できる。

2. 従来研究

伊藤隆敏ら(1999)[1]は、消費者が支払いの際に被る「利用者コスト」が異なるとし、支払う金額によって支払い手段が使い分けられる「棲み分け」が起こるというモデルを提唱している。このことから、同一の消費者でも金額ごとに異なる支払い手段を使用することが示唆されている。

伊藤晶子ら(2019)[2]は、支払いに関する行動原理を研究し、支払い行動を 4 つのパターンに分類をした。また、支払いに際して複数の手段を検討することがあることを明らかにした。

しかし、以上の研究では、消費者属性や支払い手段の性質に対する消費者の考えは考慮されていない。

3. 本研究の提案

3.1. 研究概要

本研究では、消費者が複数の支払い手段を検討する場面において消費者の支払い手段の選択傾向（以下、支払い傾向）は分類され、支払い傾向ごとに、デモグラフィック、サイコグラフィック、支払い手段に求める要件が異なると考え、その差について検証する。

3.2. 変数の選択

始めに、支払い傾向の分類に関して述べる。本研究では NIRA 総合研究開発機構(2018)[4]、楽天インサイト(2020)[5]の調査で多くの支払い手段が使用されていると示唆されているという理由から、「飲食料、その他生活用品の購買」における「1000~2500 円程度の支払い」を想

定する。具体的な方法として、まず代表的な支払い手段 8 つを列挙し、この場面における各支払い手段の使用意思をアンケートにより調査する。そして、この結果に対してクラスター分析を行い、消費者の支払い傾向を $CLU_1 \sim CLU_M$ に分類する。

次にデモグラフィック要因は、年齢と年収を採用する。理由は二つある。一つは、支払いにも使用されるスマートフォンなどの親和性に各年代で差があることである。もう一つは、収入によってお金や支払い行為に関する考え方が変動することである。

次にサイコグラフィック要因は株式会社 JCB の取り組みを参考にして考える。彼らはサイコグラフィック分析結果として「嗜好・ライフスタイルモデル」を作成している[6]。よって、本研究ではサイコグラフィック要因としてライフスタイルを採用する。具体的には、まず石垣ら(2011)[3]の研究を参考にライフスタイルに関する行動、思考に関する 14 項目についてアンケートにより調査する。そして、この結果に対して因子分析を行うことでサイコグラフィック変数 $F_1 \sim F_N$ を生成する。

支払い手段に求める要件については、従来調査[4][5]を参考に抽出した支払い手段の性質の 15 要素を採用する。

3.3. 提案モデル

上述のデモグラフィック、サイコグラフィック、支払い手段の性質の重視度が、支払い傾向ごとに異なるという仮説を立てた。そのモデル図は以下の図 1 で表される。

4. 検証

本研究では、年代、男女を限定せずに行った Questant を用いたインターネットアンケート調査（実施日 2020 年 12 月 9 日~10 日、有効回答数 408）の結果を用いる。

4.1. 支払い傾向の設定

全体として使用意思が極端に低い項目を削除したデータを用いてクラスター分析を行い、3 つのクラスターに分

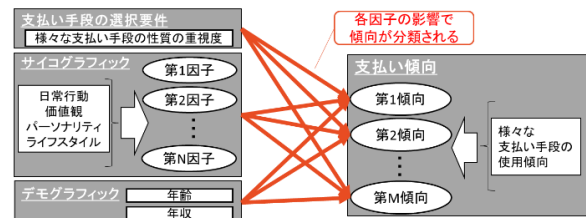


図 1. 提案モデルの概要

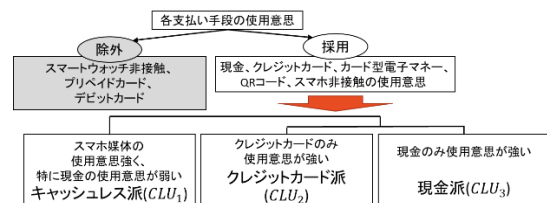


図 2. クラスター分析の結果

類した。ここで、それぞれのクラスター名は支払い手段の使用意思の傾向から、キャッシュレス派(CLU₁)、クレジットカード派(CLU₂)、現金派(CLU₃)とした。分析の概要を図2に示す。

4.2. サイコグラフィック要因の設定

アンケート調査結果を、回答に大きな偏りがある項目、共通性が低い項目の削除を通じて因子分析した。その結果、4つの因子を抽出することができた。石垣ら(2011)の研究を参考に、各因子名をアクティブ消費(F₁)、家庭生活充実(F₂)、こだわり消費(F₃)、節約生活(F₄)とした。採用した項目と因子負荷行列は表1のとおりである。

4.3. 多項ロジスティックモデルの検証

各支払い傾向に属する回答者データごとに、デモグラフィック要因、サイコグラフィック要因、支払い手段に求める要件の影響を確かめるために多項ロジスティック回帰分析を行った。モデルの検定指標と現金派を参照した分析結果は以下の表2、表3のとおりである。表2より、モデルの適合度指標は問題が無い値となっている。

5. 考察

5.1. デモグラフィックと支払い傾向の関係

分析結果より、現金派がその他の傾向よりも年収が低い傾向にあることが分かった。この理由は、現金は使用する

表 1. 因子分析の結果

	F ₁	F ₂	F ₃	F ₄
Q12.にぎやかなところが好き	0.678	0.098	-0.037	0.041
Q14.新しい体験が好き	0.647	0.024	0.092	-0.001
Q8.新商品や気になる商品は購入	0.435	-0.142	0.265	-0.053
Q2.毎日の生活が充実	0.126	0.755	-0.121	-0.031
Q1.バランスの取れた食事	-0.094	0.75	0.146	0.037
Q11.食品の情報に興味	0.042	-0.044	0.733	0.096
Q10.少々高くても健康意識	0.098	0.088	0.579	-0.096
Q5.チラシやネットでお得商品	-0.144	0.05	0.133	0.645
Q4.安価な商品を求める	0.192	-0.054	-0.144	0.611

F₁:アクティブ消費 F₂:家庭生活充実 F₃:こだわり消費 F₄:節約生活

表 2. 検証したモデルの適合度

-2 対数尤度	755.929	疑似R2乗 Cox と Snell	0.268
自由度	42	Nagelkerke	0.302
カイ2乗	127.09 (0.1%有意)	McFadden	0.144

表 3. 多項ロジスティック回帰分析の結果(オッズ比)

	キャッシュレス派	クレジットカード派
年齢群	0.918	1.030
log(年収群)	1.957**	1.572*
アクティブ消費	0.836	0.874
家庭生活充実	1.658*	1.540*
こだわり消費	0.826	0.725
節約生活	1.070	1.021
Q1.使える店が多い	0.929	0.768
Q2.持ち運びが楽	1.987	1.532
Q3.チャージに手間費用が不要	1.205	0.913
Q4.簡単に支払える	1.619	1.571
Q5.衛生的に支払える	1.236	1.442
Q6.金額によらず支払える	1.024	0.813
Q7.バッテリーによらず支払える	1.194	1.209
Q8.お金の管理がしやすい	0.836	1.070
Q9.支払い手段のポイント	1.802*	2.000*
Q10.お店のポイント	0.490*	0.415**
Q11.その他金銭以外の特典	1.758*	1.879**
Q12.セキュリティ	1.236	0.941
Q13.年会費や維持費が不要	1.321	1.317
Q14.持ち運ぶものが少ない	2.185**	1.422
Q15.自分自身が使い慣れている	0.589	0.852

参照カテゴリ:現金派

*:p<0.05, **:p<0.01

金額をあらかじめ決めることで制限できることから、使い過ぎを防ぐことができるからだと考えられる。

5.2. サイコグラフィックと支払い傾向の関係

サイコグラフィックでは、家庭生活充実のみが現金派とそれ以外の支払い傾向の比較において有意であった。この理由は、家庭生活充実は精神的な余裕があり、クレジットカードやキャッシュレスなど比較的新しい支払い手段に対して寛容であるからだと考えられる。

5.3. 支払い手段の選択要件と支払い傾向の関係

支払い手段の選択要件として、「支払い手段のポイント」と「金銭以外の特典」「店のポイント」の影響が大きいことがわかる。この理由は、スーパー等において現金以外で支払う場合は店のポイントが付かないことがあるため、支払い手段の特典よりも店の特典を重視した結果現金派となっている人がいるからだと考えられる。

6. 結論と課題

本研究では、支払い手段の選択傾向と、デモグラフィック、サイコグラフィック、支払い手段に求める要件の関係を明らかにすることを目的とした。特にサイコグラフィックについては家庭生活充実と支払い手段の選択傾向との関係が明らかになった。この結果より決済事業者は、精神的余裕から他の支払い手段に対しても寛容であると思われる家庭生活充実派の現金派の消費者にアプローチすることで、支払い手段の展開に繋がれると考えられる。

今後の課題としては、各因子の交互作用について考慮することが挙げられる。特に今回有意にならなかったサイコグラフィックについて、重視する支払い手段の性質との交互作用を考慮することができれば、どのような消費者に、どのようにアプローチすべきかが見出せると考えられる。

参考文献

- [1]伊藤隆敏, 川本卓司, 谷口文一:“クレジットカードと電子マネー”,日本銀行金融研究所 Discussion Paper, No. 99-J-16 (1999)
- [2]伊藤晶子, 畔柳加奈子, 榎勝彦:“購買行動における生活者の支払い行為に関する行動原理の研究—グラウンデッドセオリーアプローチによる生活者インタビューの分析と支払に関するサービスデザインの要件提案”, デザイン学研究, Vol.66, No.3, pp.11-20 (2019)
- [3]石垣司, 竹中毅, 本村陽一:“日常購買行動に関する大規模データの融合による顧客行動予測システム”, 人口知能学会論文誌, Vol.26, No.6, pp.670-681 (2011)
- [4]公益財団法人 NIRA 総合研究開発機構:“「キャッシュレス決済」アンケートの調査結果”, https://www.nira.or.jp/outgoing/report/entry/n180928_907.html, (2018), 最終アクセス日 2020/9/13
- [5]楽天インサイト株式会社:“キャッシュレスに関する調査”, <https://insight.rakuten.co.jp/report/20200702/>, (2020), 最終アクセス日 2020/9/29
- [6]日経クロステック:“【JCB】仮説検証で購買欲を刺激 退会 2 割減らし収益拡大 (前編)”, <https://xtech.nikkei.com/it/article/COLUMN/20060329/233699/>, 2006/4/3 付け, 最終アクセス日 2021/1/8