

2019年度 新入社員を意識調査 結果

1 はじめに

当社では、OKB大垣共立銀行主催の新入社員研修会の受講者を対象に意識調査を実施している。24回目となる今年度は例年の質問に加えて、「キャッシュレス決済」に関するアンケートを行い、普段の買い物での決済方法やキャッシュレス決済の利用場所等について調査した。

2 調査概要

本調査の概要は以下のとおりである。

- (1) 調査対象：岐阜県・愛知県・三重県・滋賀県所在の企業255社の新入社員
- (2) 調査期間：2019年3月13日～4月5日
- (3) 調査方法：OKB大垣共立銀行主催の新入社員研修会受講者(1,070人)に無記名方式で実施
- (4) 有効回答数：1,057人(有効回答率98.8%)
- (5) 回答者属性

	全体	男性	女性	
有効回答者数	1,057名	558名	499名	
平均年齢	21.1歳	21.3歳	20.9歳	
最終学歴	高校卒業	35.5%	31.2%	40.3%
	専門学校卒業	10.8%	11.4%	10.2%
	短期大学卒業	4.8%	1.6%	8.4%
	4年制大学卒業	45.0%	50.7%	38.7%
	その他	3.8%	5.1%	2.4%
居住地	岐阜県	45.7%	45.0%	46.5%
	愛知県	42.3%	41.9%	42.9%
	三重県	2.2%	2.7%	1.6%
	滋賀県	0.9%	0.9%	0.8%
	その他	8.9%	9.5%	8.1%
業種	建設業	7.6%	9.9%	5.1%
	製造業	44.5%	48.4%	40.1%
	卸売業・小売業	11.8%	10.6%	13.1%
	医療・福祉	9.2%	6.2%	12.5%
	サービス業	13.1%	10.6%	16.0%
	その他	13.9%	14.4%	13.3%

(*)数値は四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同じ)。その他には不明を含む。

3 今年の新入社員像

(1) 就職先の選択基準

「業種・事業内容」
「勤務地・通勤時間」を重視

「入社を決めるにあたって何を重視しましたか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「業種・事業内容」(54.5%)、2位は「勤務地・通勤時間」(43.4%)、3位は「雰囲気・イメージ」(39.3%)となった(図表1)。

今回の調査から、それまでの「通勤時間」という選択項目を「勤務地・通勤時間」と変更したところ、同項目

の回答割合は昨年度調査から12.7ポイント上昇した。そのほか、新設した項目では「社員・人事担当者の対応」(18.2%)が5位、「自分自身の成長」(15.6%)が7位となった。

男女別に見ると、男女ともに「勤務地・通勤時間」が上昇した一方、「業種・事業内容」、「雰囲気・イメージ」が低下した。

(2) 将来就きたい地位

「スペシャリスト志向」がトップ、
次いで「管理職志向」

※今回調査より、新入社員により明確に認識してもらうため、従来の「肩書はなくても、特殊能力・技能のある社員」という選択項目を、「特殊能力・技能のあるスペシャリスト社員」に変更した。

「あなたが目指す働き方や地位は何か(1つだけ選択)」と尋ねたところ、1位は「特殊能力・技能のあるスペシャリスト社員(以下：スペシャリスト志向)」(34.5%)、2位の「部長・課長・主任などの肩書のある管理職(以下：管理職志向)」(22.5%)となり、その差は拡大した(図表2)。

また、「一般社員のままだがよい(以下：一般社員志向)」(18.0%)の上昇傾向が続いている。

男女別に見ると、男性では、「スペシャリスト志向」(34.0%)が初のトップとなった。96年の調査開始以来、トップを保持していた「管理職志向」

(33.1%)から入れ替わった。

女性は、昨年より順位の変動はなかったものの、「スペシャリスト志向」(35.1%)が低下し、「一般社員志向」(28.3%)が上昇した。これらの結果に関しては、先述した選択項目の変更による影響も考えられるため、今後の動向に注視したい。

(3) 上司・先輩との人間関係

「ほどほど派」が半数超

「上司・先輩との人間関係はどのように考えていますか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「義理を欠かない程度(以下:ほどほど派)」が57.3%と昨年に続き上昇、一方で「プライベートも含め積極的に(以下:積極派)」(29.4%)は大きく低下し3割を下回った(図表3)。

2015年度に「ほどほど派」が「積極派」を上回ったが、ここ2年間でその差は拡大している。

男女別に見ると、男性は「ほどほど派」が56.6%、「積極派」が32.1%となり、その差がさらに拡大しており、近年の拮抗した状況から脱し、「ほどほど派」への傾倒が続いている。

一方、女性は14年度から「積極派」の低下傾向が続いていたが、今回はさらにその傾向が加速している。

(4) 入社の際の不安

男女とも「上司・先輩との人間関係」がトップ

「入社にあたって不安に思うことは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「上司・先輩との人間関係」(61.8%)、2位は「業界知識・業

務内容」(51.8%)、3位は「社会常識・マナー」(40.2%)となった。また、今回調査より新設した選択項目である「プライベートとの両立」は23.4%と4位だった(図表4)。

上位3項目の順位は2013年度以降変わっておらず、男女別に見ても同様となっている。年代は変わっても、「上司・先輩との人間関係」、「業界知識・業務内容」、「社会常識・マナー」の3項目が、新入社員が入社の際に不安を感じる点として定着しつつあることがうかがえる。

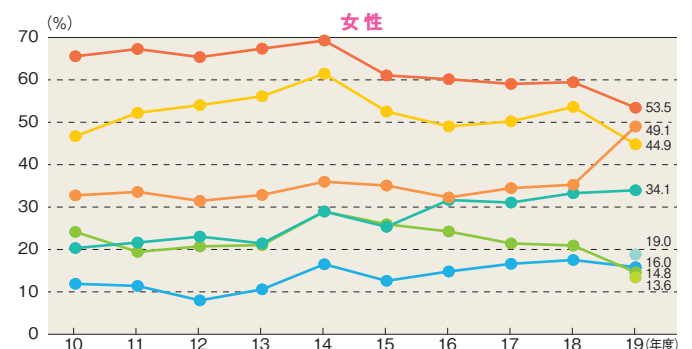
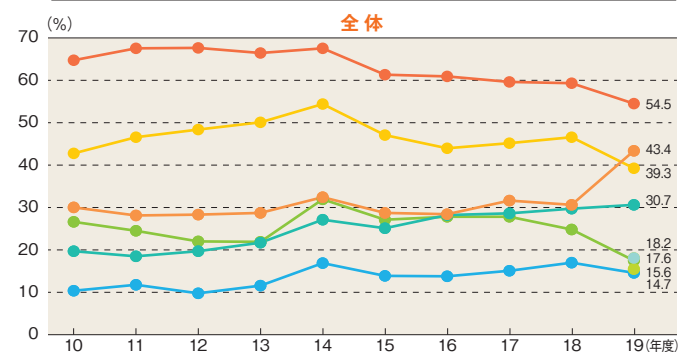
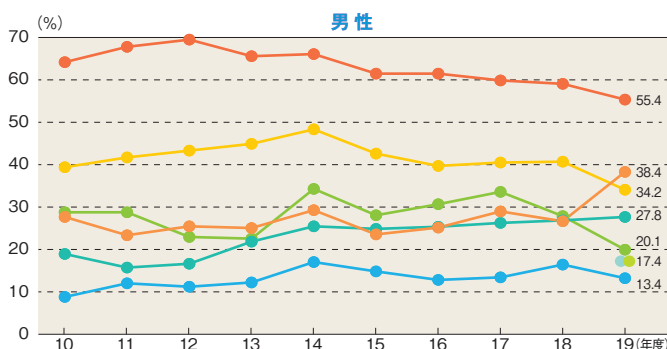
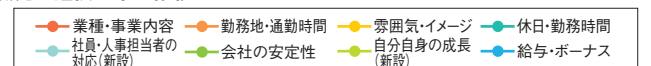
また、新設した「プライベートとの両立」が、5位「電話の対応」(22.4%)、6位「同僚との人間関係」(16.5%)を上回った。就職先の選定基準では、勤務時間や休日などの回答割合が前回調査から増加していたが、本設問においても、新入社員の「プライベート

図表1 就職先の選択基準と推移(推移は上位8項目) ※複数回答

就職先の選択基準

順位	重視した項目	回答割合	前年比
1	業種・事業内容	54.5%	▲4.8
2	勤務地・通勤時間	43.4%	+12.7
3	雰囲気・イメージ	39.3%	▲7.3
4	休日・勤務時間	30.7%	+0.9
5	社員・人事担当者の対応	18.2%	(新設)
6	会社の安定性	17.6%	▲7.3
7	自分自身の成長	15.6%	(新設)
8	給与・ボーナス	14.7%	▲2.4
9	福利厚生	13.8%	+0.8
10	会社の将来性	9.9%	▲6.6
11	親または学校の推薦	9.5%	▲1.7
12	会社の規模	4.1%	▲4.6
13	会社の知名度	1.9%	▲1.3
-	その他	2.1%	▲0.7

就職先の選択基準の推移



トな時間を大切にしたい」という意向が確認できた。

(5) 初給与の使い道

「家族に感謝」がトップ、次いで「預金する」

「初給与はどのように使いますか(2つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「家族に贈り物をしたり、食事をご

ちそうする(以下:家族に感謝)」(53.5%)で、2008年度以降首位をキープし続けている。一方で、2位の「預金する」(50.5%)は緩やかな上昇を続けており、1位との差は縮小している。なお、これら2項目の回答率は突出して高い(図表5)。

男女ともに「家族に感謝」のトップが続いており、新入社員にとって「初給与=家族に感謝の気持ちを伝える

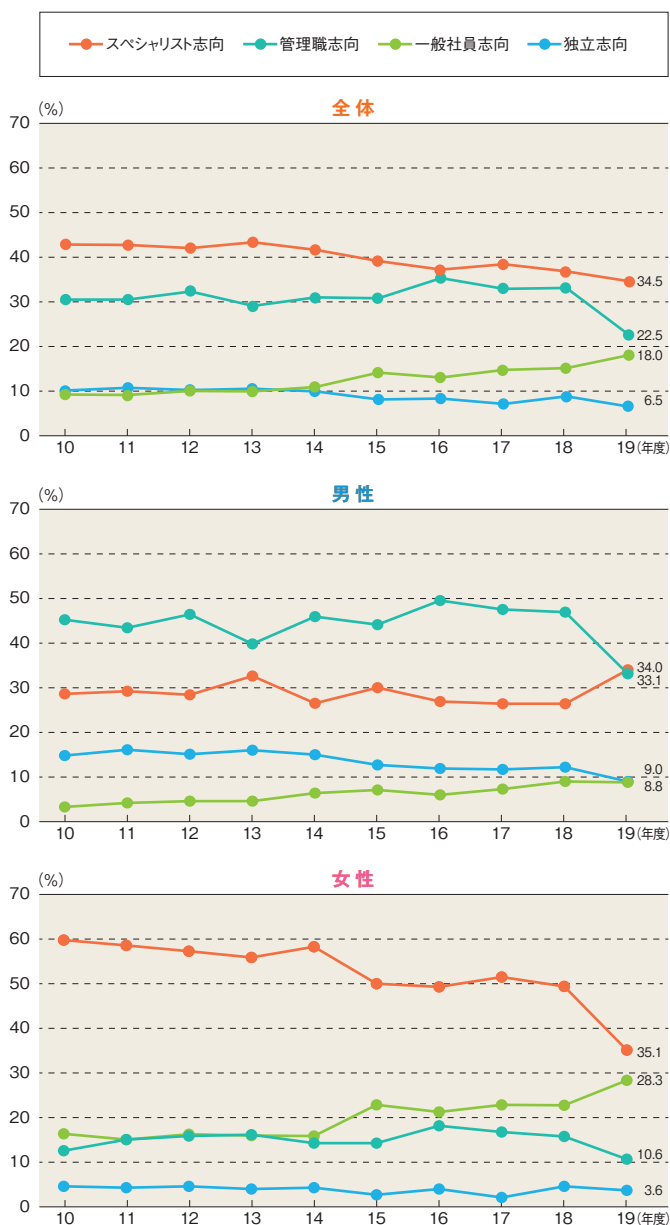
機会」が定着していることがうかがえる。一方で、「預金する」が緩やかに上昇しており、特に女性では「家族に感謝」との差はわずかだった。

(6) 理想の上司

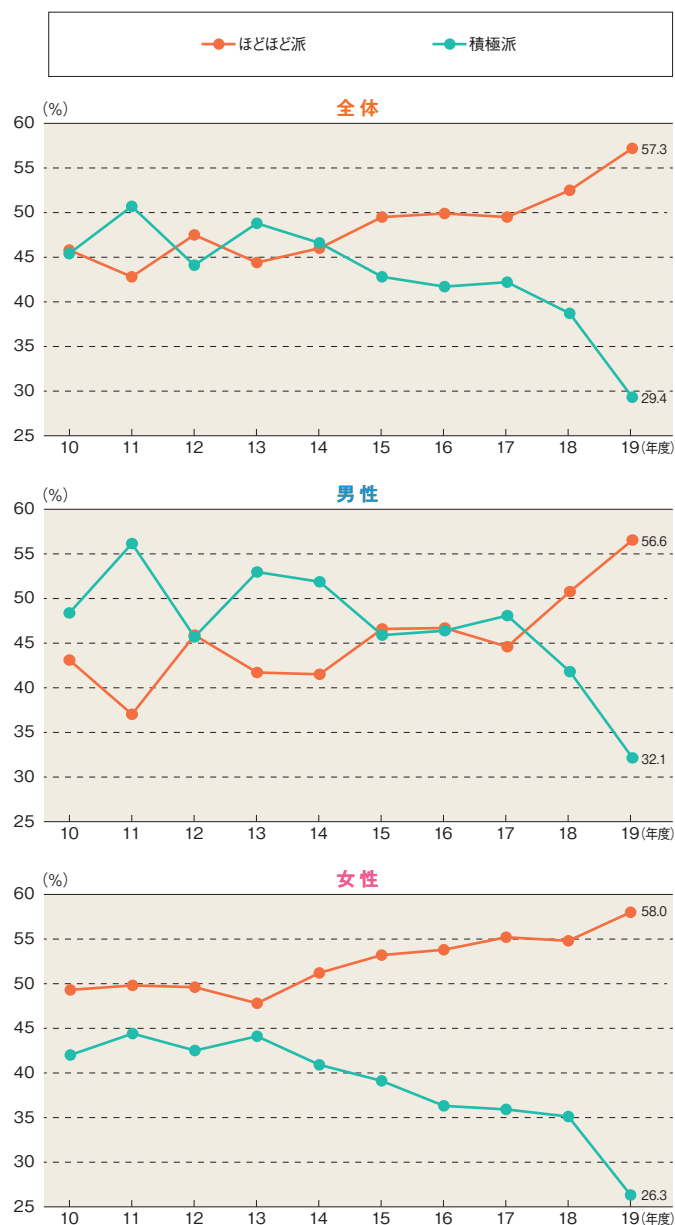
明石家さんが2年連続でトップ、2位はイチロー

今年度の新入社員に、「あなたの

図表2 将来就きたい地位(わからない、その他を除いた項目の推移)



図表3 上司・先輩との人間関係(上位2項目の推移)



理想の上司とはどんなタイプですか。著名人・有名人に例えて1人だけお答えください(自由回答)」と尋ねたところ、男性・女性の新入社員から安定した支持を得た「明石家さんま」が、昨年に続き2年連続のトップに輝いた(図表6)。

全体ランキングでトップの明石家さんまは、「明るく元気なので楽しく仕事が出来そう」、「後輩の面倒見がよ

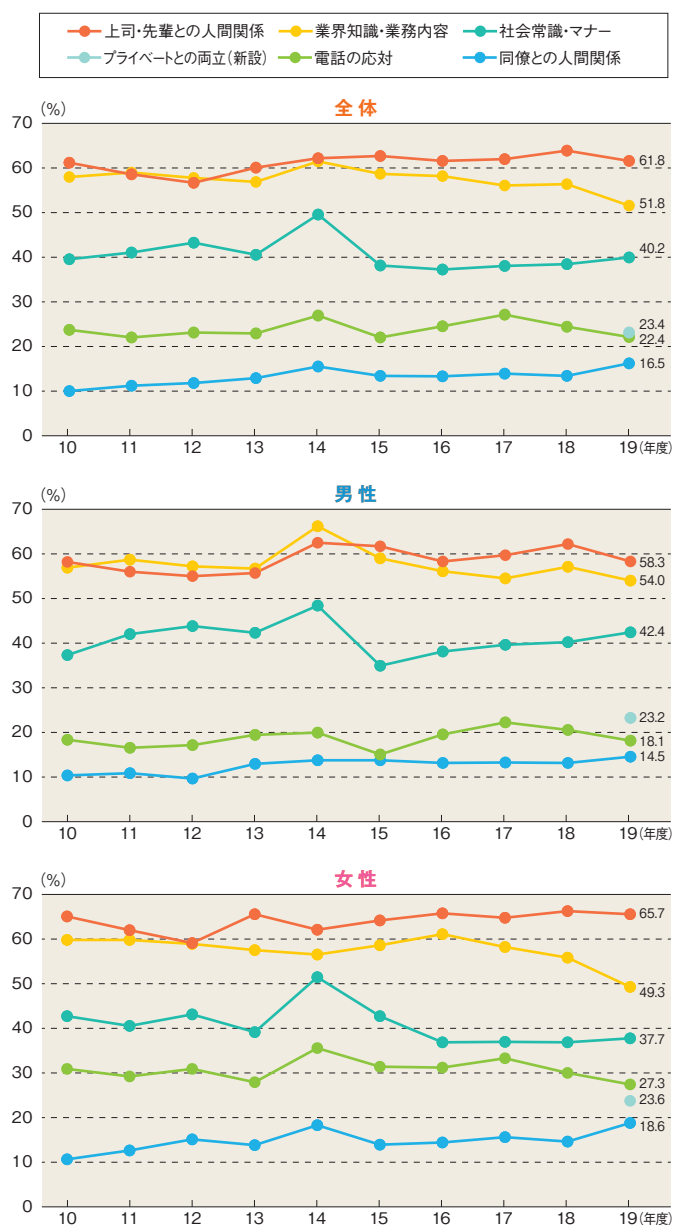
さそう」、「失敗しても笑って励ましてくれそう」といった意見が寄せられた。バラエティ番組の司会者などの活躍を通じた、明るい雰囲気づくりや若手芸能人への面倒見の良さなどが、新入社員の好感を得ており、頼れる上司としてのイメージが定着していると思われる。

全体ランキングでは、3月に現役引退を発表したイチローが2位と昨年

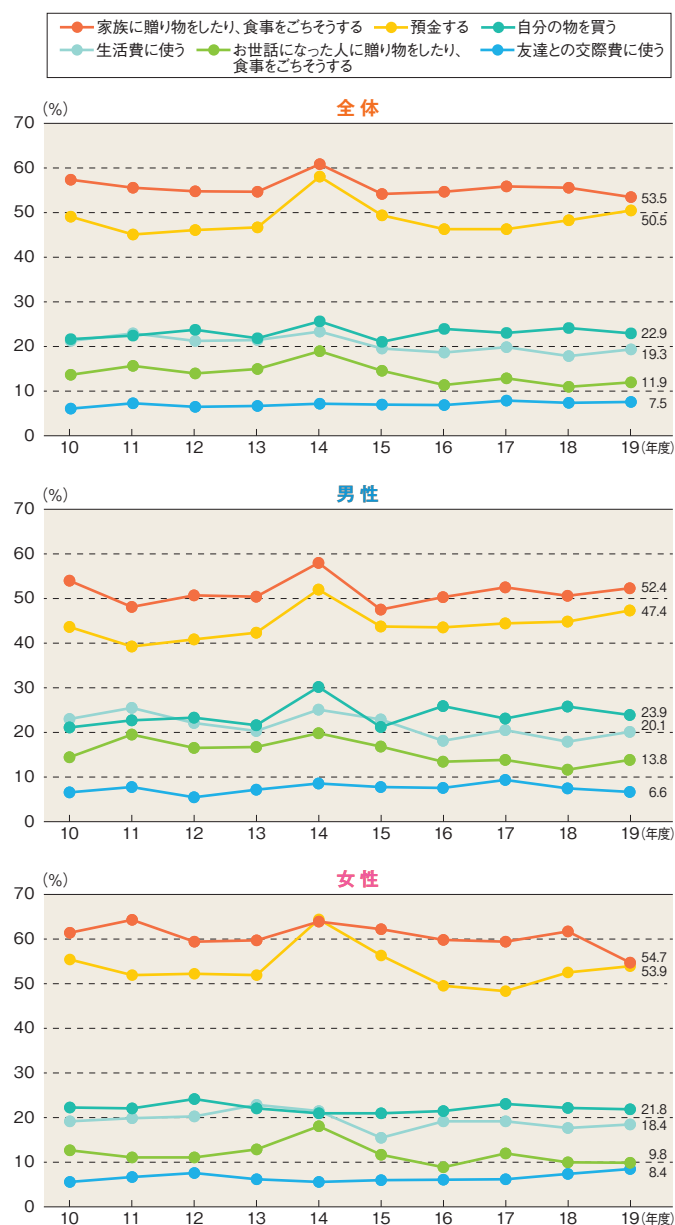
5位から順位を上げた。「トッププレイヤーにも関わらずストイック」、「目標に向かって努力を続け、結果を出しているから」、「信念がある」といった意見が寄せられた。特に男性新入社員から高い支持を得ており、「理想の先輩」や「理想の自分」としてのイメージも重ねていると思われる。

男女別ランキングでは、男性が選んだトップ3はイチロー、明石家さんま、

図表4 入社の際の不安(上位6項目の推移) ※複数回答



図表5 初給与の使い道(上位6項目の推移) ※複数回答



松岡修造、女性が選んだトップ3は水ト麻美、明石家さんま、松岡修造となった。水ト麻美は、初の女性トップを獲得した。「いつも笑顔で明るい」、「優しい」などその人柄の良さから女性の支持を多く集め、全体ランキングでも4位となった。

(7) 小括

今回の調査において、就職先の選択基準では、「勤務地・通勤時間」が大きく増加したほか、休日、勤務時間など時間に関連する「働きやすさ」に関する項目を重視する傾向が見られた。

将来就きたい地位では、「スペシャ

リスト志向」がトップをキープした。男性では、「スペシャリスト志向」が初のトップとなった。96年の調査開始以来、トップを保持していた「管理職志向」から入れ替わった。女性では、「スペシャリスト志向」がトップをキープしたものの、低下した。「一般社員志向」の上昇傾向が続いており、その他の項目は全て低下した。

上司・先輩との人間関係では、「ほどほど派」が男女ともに大きく増加した。職場の人間関係では適度な距離感を保ちつつ、うまく付き合いたいという意向がより顕著になった。

新入社員が入社の際に不安を感

じる点では、「上司・先輩との人間関係」や「業界知識・業務内容」、「社会常識・マナー」が定着している。一方で、新設した「プライベートとの両立」も4位となった。

通勤・勤務時間における「働きやすさ」や、職場の人間関係も「ほどほど派」が支持されるなど、プライベートな時間の確保を求める傾向がみられた。

就職売り手市場となっている現状に加え、働き方改革に対する期待もあり、こうした若者のプライベート重視の傾向が、新入社員の就職先選定や職場の人間関係などにも、より影響を与える形になったものと思われる。

図表6 理想の上司 (敬称略)

	順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
全体	1	天海祐希	タモリ	所ジョージ	松岡修造	天海祐希	明石家さんま	明石家さんま
	2	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	明石家さんま	松岡修造	イチロー
	3	イチロー	天海祐希	イチロー	天海祐希	松岡修造	天海祐希	松岡修造
	4	所ジョージ	イチロー	天海祐希	所ジョージ	所ジョージ	内村光良	内村光良
	5	北野 武	堺 雅人	松岡修造	イチロー	水ト麻美	イチロー	水ト麻美
	6	タモリ	所ジョージ	タモリ	タモリ	内村光良	松本人志	天海祐希
	7	池上 彰	松岡修造	池上 彰	松本人志	イチロー	所ジョージ	所ジョージ
	8	松岡修造	真矢ミキ	北野 武	マツコデラックス	松本人志	北野 武	櫻井 翔
	9	真矢ミキ	江角マキコ、北野 武	堺 雅人	北野 武	池上 彰	林 修	マツコデラックス
	10	江角マキコ	篠原涼子	松本人志	福山雅治	マツコデラックス	水ト麻美	ムロツヨシ

	順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
男性新入社員	1	イチロー	タモリ	イチロー	松岡修造	明石家さんま	明石家さんま	イチロー
	2	明石家さんま	イチロー	所ジョージ	明石家さんま	松岡修造	松岡修造	明石家さんま
	3	所ジョージ	明石家さんま	明石家さんま	イチロー	所ジョージ	イチロー	松岡修造
	4	北野 武	所ジョージ	松岡修造	所ジョージ	イチロー	松本人志	内村光良
	5	タモリ	北野 武	池上 彰	タモリ	松本人志	北野 武	所ジョージ
	6	松岡修造	堺 雅人	タモリ	松本人志	内村光良	林 修	松本人志
	7	池上 彰	松岡修造	松本人志	池上 彰、北野 武	池上 彰、北野 武	内村光良	長谷部誠
	8	落合博満	坂上 忍、福山雅治	北野 武	阿部 寛	高田純次	所ジョージ	マツコデラックス
	9	松本人志	松本人志	堺 雅人			大泉 洋	坂上 忍
	10	水谷 豊		関根 勤	福山雅治、大泉 洋	タモリ	タモリ	タモリ 他(*3)

	順位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
女性新入社員	1	天海祐希	タモリ	天海祐希	天海祐希	天海祐希	天海祐希	水ト麻美
	2	明石家さんま	天海祐希	真矢ミキ	明石家さんま	水ト麻美	明石家さんま	明石家さんま
	3	真矢ミキ	明石家さんま	所ジョージ	松岡修造	明石家さんま	水ト麻美	松岡修造
	4	江角マキコ	真矢ミキ	タモリ	マツコデラックス	松岡修造	松岡修造	天海祐希
	5	所ジョージ	堺 雅人	明石家さんま	篠原涼子	内村光良	内村光良	内村光良
	6	櫻井 翔	篠原涼子	マツコデラックス	真矢ミキ	櫻井 翔	所ジョージ	櫻井 翔
	7	池上 彰	江角マキコ	関根 勤	所ジョージ	マツコデラックス	高橋一生	イチロー
	8	篠原涼子	櫻井 翔	堺 雅人	櫻井 翔	篠原涼子、真矢ミキ	マツコデラックス	ムロツヨシ
	9	菅野美穂	EXILE HIRO、館ひろし	櫻井 翔	内村光良	池上 彰、石原さとみ	櫻井 翔	マツコデラックス
	10	松岡修造	ベッキー	松岡修造 他(*2)	堺 雅人、EXILE HIRO		林 修	所ジョージ、大泉洋

(*1) 網掛けは2019年度全体で回答率が高かった上位3位までの人。 (*2) 池上 彰、北野 武、篠原涼子、堤 真一、EXILE HIRO、福山雅治、向井 理 (*3) 池上 彰、出川哲朗、本田圭佑

4 キャッシュレス決済について

(1) 普段の買い物・飲食における決済方法

3分の2がキャッシュレス決済を利用、「スマートフォン決済」の利用者は18.5%

「普段の買い物や飲食における店頭での決済方法」について尋ねたところ、キャッシュレス決済で利用率が最も高かったのが、「電子マネー」で47.6%だった。以下、「クレジットカード」が37.4%、「スマートフォン決済」が18.5%、「スマートフォ

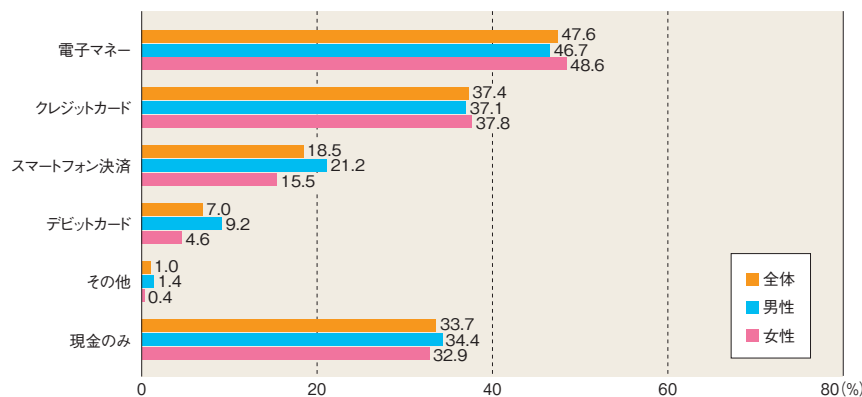
ン決済」が18.5%と続いた。また、決済方法を「現金のみ」とする回答は33.7%だった。新入社員のおよそ3分の2が普段の買い物や飲食でキャッシュレス決済を使っていることが確認できた(図表7)。

ここで、全問の回答結果を基に普段の買い物における決済方法別の利用者数を図示した。枠線の大小は利用者数の大小を、複数の枠線が重なった部分は該当する決済方法の併用を示している(図表8)。

さらに、図表9のように4つのグループを設定した。本調査において、その動向(キャッシュレス決済の利用

場所や利用方針等)を最も知りたい対象者は、スマートフォン決済利用者である。そこで、まず「スマートフォン決済」以外の決済方法の利用状況に関わらず「スマートフォン決済」を利用している新入社員を「スマートフォン決済利用者」(以下、「スマートフォン決済」)とした(図表9のA)。次に、「スマートフォン決済」を除き、「電子マネー」以外の決済方法の利用状況に関わらず、「電子マネー」を選択した新入社員を「電子マネー利用者」(以下、「電子マネー」)とし(図表9のB)、同様に、「スマートフォン決済」「電子マネー」を除き、「現金」

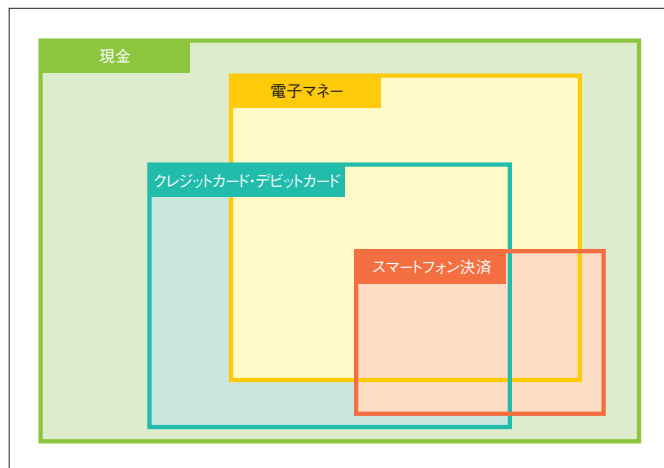
図表7 普段の買い物・飲食における決済方法 ※複数回答



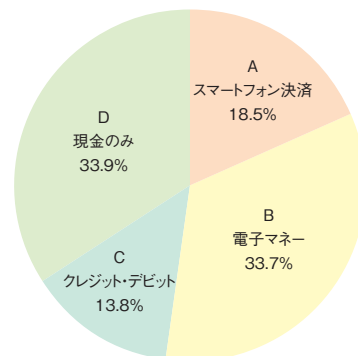
本アンケートにおける決済方法の区分

決済方法	内容	主なサービス
デビットカード	預金口座と紐付けられた決済用カード	J-Debit, Visaデビット, JCBデビット など
電子マネー	端末電子マネー(カード型)	Suica, TOICA, manaca, WAON, nanaco, 楽天Edy など
スマートフォン決済	おサイフケータイやQRコード・バーコード決済などスマートフォンを用いた決済	iD, QUICPay, Apple Pay, Google Pay, 楽天ペイ, LINE Pay, Origami Pay, PayPay など

図表8 普段の買い物・飲食における決済方法と利用者数のイメージ



図表9 普段の買い物・飲食における決済方法4グループ



設定したグループ

グループ名	内容	図表8での範囲
A スマートフォン決済	スマートフォン決済の利用者	スマートフォン決済
B 電子マネー	電子マネーの利用者(スマートフォン決済利用者を除く)	電子マネー
C クレジット・デビット	現金とクレジットカード、デビットカードのみの利用者	クレジットカード・デビットカード
D 現金のみ	現金のみの利用者	現金

(*)「その他」の回答を除いて作成したため、図表7とは数値が一致しない。

および「クレジットカード」または「デビットカード」を選択した新入社員を「クレジットカード・デビットカード利用者」（以下、「クレジット・デビット」）（**図表9のC**）、「現金」のみを選択した新入社員を「現金のみ利用者」（以下、「現金のみ」）とした（**図表9のD**）。

以上の4グループについて回答割合を集計したところ、「スマートフォン決済」18.5%、「電子マネー」33.7%、「クレジット・デビット」13.8%、「現金のみ」33.9%となった。

属性別に見ると、男女別では大きな差は見られなかったが、男性は女性に比べ「スマートフォン決済」の利用割合がやや高かった。

県別では、特に回答者の多い愛知県、岐阜県を比較すると、愛知県では「スマートフォン決済」と「電子マネー」を合わせて約6割が利用している一方、岐阜県での同比率は4割

超にとどまっている。岐阜県では、キャッシュレス決済の全項目が愛知県に比べて低く、特に「電子マネー」は愛知県より16.3%も低い（**図表10**）。

(2) キャッシュレス決済での支払いについて

「積極的に利用」約1割、
「現金と使い分け」4割弱、
「最低限」は半数超

「キャッシュレス決済での支払い」について尋ねたところ、「利用可能であれば、キャッシュレス決済を積極的に利用している（以下「積極的」）が9.8%、「買い物場所・金額に応じて、現金・キャッシュレス決済を使い分けている（以下「使い分け」）が37.1%、「キャッシュレス決済の利用は最低限にとどめ、現金を利用している（以下「最低限」）が53.1%となった。

県別では、「岐阜県」に比べ「愛知県」のほうが、「積極的」、「使い分け」の割合が高かった。利用方針別に決済方法4グループを見てみると、「積極的」で最も高かったのが「スマートフォン決済」で42.0%。「使い分け」については、「電子マネー」「クレジット・デビット」の割合が高かった（**図表11**）。

(3) キャッシュレス決済の利用場所

「コンビニ」56.5%、
「公共交通機関」43.1%

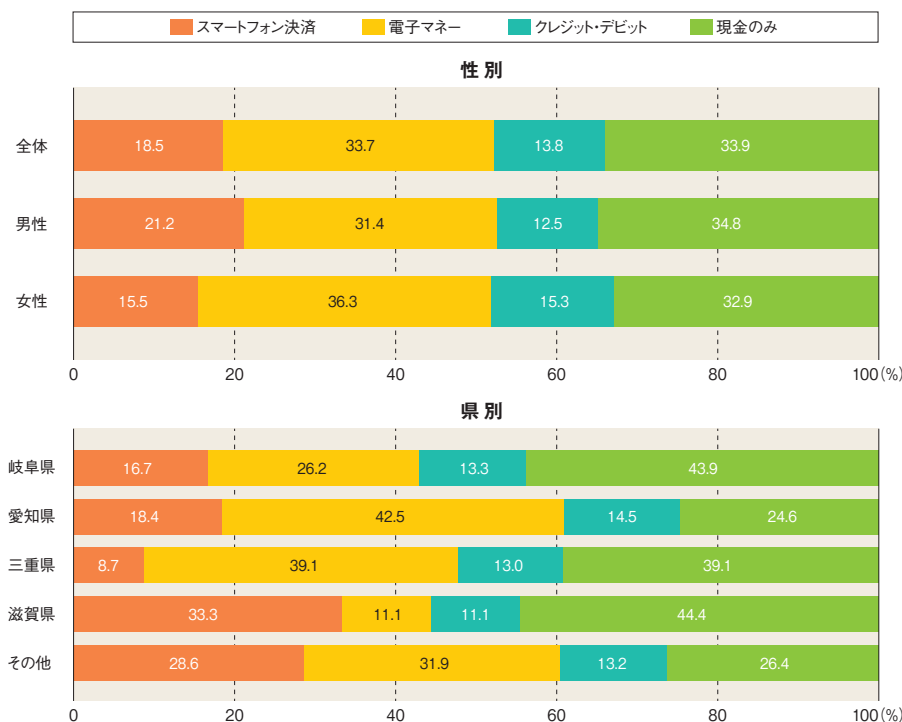
「キャッシュレス決済の利用場所」について尋ねたところ、利用率が最も高かったのは、「コンビニ」で56.5%だった。以下、「公共交通機関」が43.1%、「スーパー・ショッピングモール」が33.7%と続いた。

男女別に見ると、男性では「コンビニ」、「ガソリンスタンド」が女性に比して高く、女性では「スーパー・ショッピングモール」、「百貨店・デパート」、「ドラッグストア」が男性に比して高いことが目につく。

次に、決済方法の4グループ別で見ると、「スマートフォン決済」は、「コンビニ」での利用率が79.4%と突出して高かった。そのほか「スーパー・ショッピングモール」、「飲食店」、「ドラッグストア」など、近年QRコード・バーコード決済の導入が進んでいる場所で高い傾向にある。

「電子マネー」は、「コンビニ」、「公共交通機関」での利用率が特に高く、「自販機」、「スーパー・ショッピングモール」での利用も多い。「公共交通機関」での利用割合が高いことから、

図表10 普段の買い物・飲食における決済方法(4グループ)



交通系電子マネーの利用者が多いことが予想される。加えて、駅の構内、周辺に多い「コンビニ」、「自販機」といった通学、通勤と親和性の高い場所で利用されていることがうかがえた。

「クレジット・デビット」は「スーパー・ショッピングモール」、「百貨店・デパート」、「ガソリンスタンド」で利用割合が特に高い。クレジットカード払い

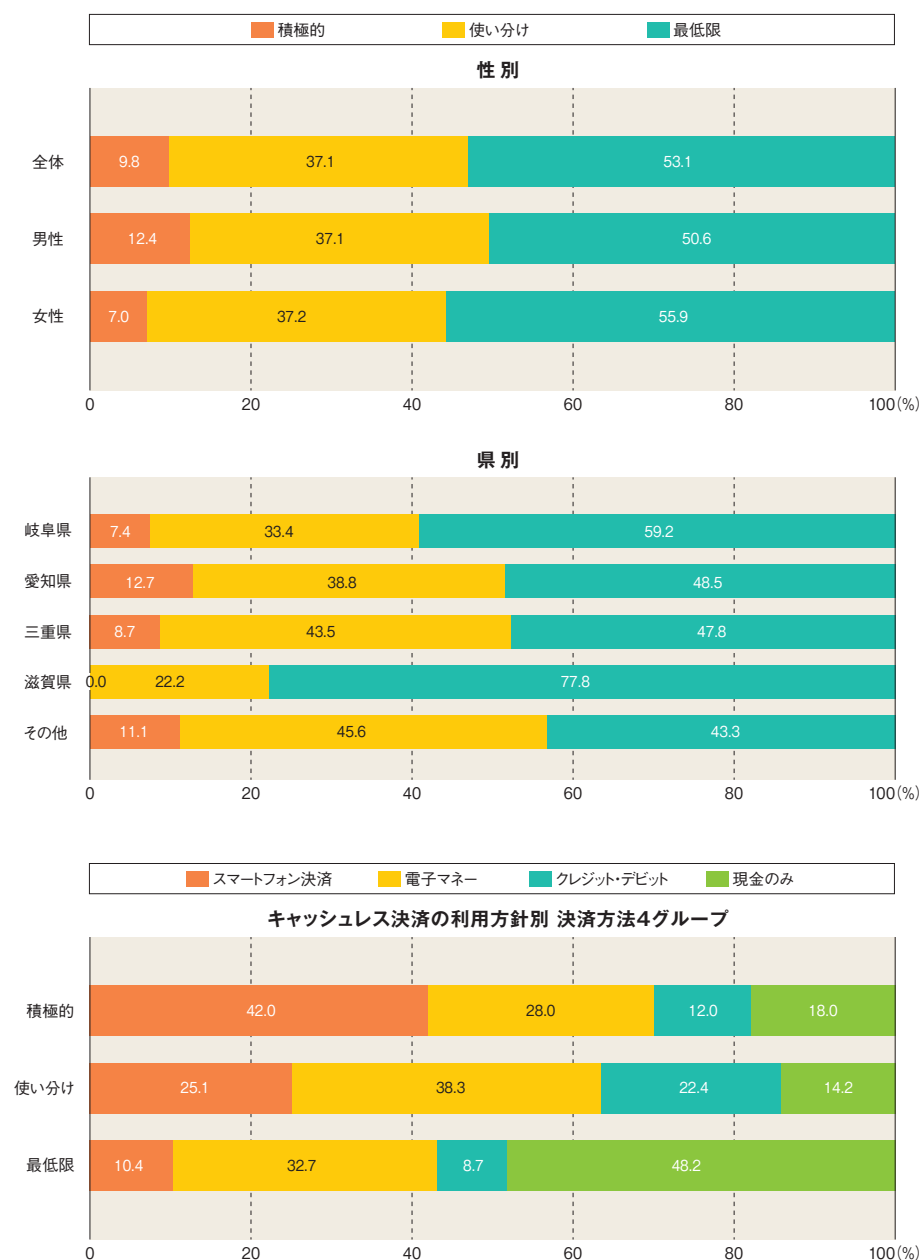
による特典がある場所や、比較的大きな金額の支払いで利用されているものと思われる。

また、キャッシュレス決済の利用方針別に見ると、「コンビニ」、「飲食店」、「ガソリンスタンド」、「ドラッグストア」で、積極性が高まるほど利用率が上昇している。「スーパー・ショッピングモール」、「百貨店・デパート」、

「飲食店」は、「積極的」、「使い分け」に比べて「最低限」の利用割合が低くなっている。

キャッシュレス決済の利用場所は、多様な決済方法を導入している「コンビニ」での利用率が高かった。「電子マネー」は公共交通機関や自販機、「クレジット・デビット」は百貨店、ショッピングセンター、ガソリンスタンドといったように使い分けながら、利用方針が「積極的」であるほど、「スマートフォン決済」でコンビニ、飲食店、ドラッグストアなどちょっとした普段の買い物でも利用される傾向にあるものと思われる(図表12)。

図表 11 キャッシュレス決済の利用方針



(4) キャッシュレス決済の利用にあたり重視すること

キャッシュレス決済利用は「ポイント・還元率」重視。利用店舗の多さやお店での利用しやすさも重要。

「キャッシュレス決済の利用にあたり重視すること(複数回答)」について尋ねたところ、「ポイントがよく貯まる、還元率が高い(以下「ポイント・還元率」)が最も多く57.5%だった。以下、「利用可能な場所が多い」が49.8%、「お店で利用しやすい」が49.1%と続いた。

男女別に見ると、男性では「お店で利用しやすい」、女性では「ポイント・還元率」、「割引やクーポン配布等の特典がある(以下「割引・クーポン」)が高い傾向にあった。

決済方法の4グループ別に見ると、「スマートフォン決済」は、「割引・クーポン」が他の区分に比べ高かった。

「現金のみ」は他の3区分に比べて低水準の項目が多かったが、やはりキャッシュレス決済利用にあたっては「セキュリティの高さ」が気になるようだ。

キャッシュレス決済の利用方針別に見ると、「積極的」、「使い分け」、「最低限」いずれも「ポイント・還元率」、「利用可能な場所が多い」、「お店で利用しやすい」を重視する傾向

にある。「使い分け」は「利用可能な場所が多い」が高く、「最低限」は「セキュリティの高さ」、「登録・初期設定の簡単さ」が高かった(図表13)。

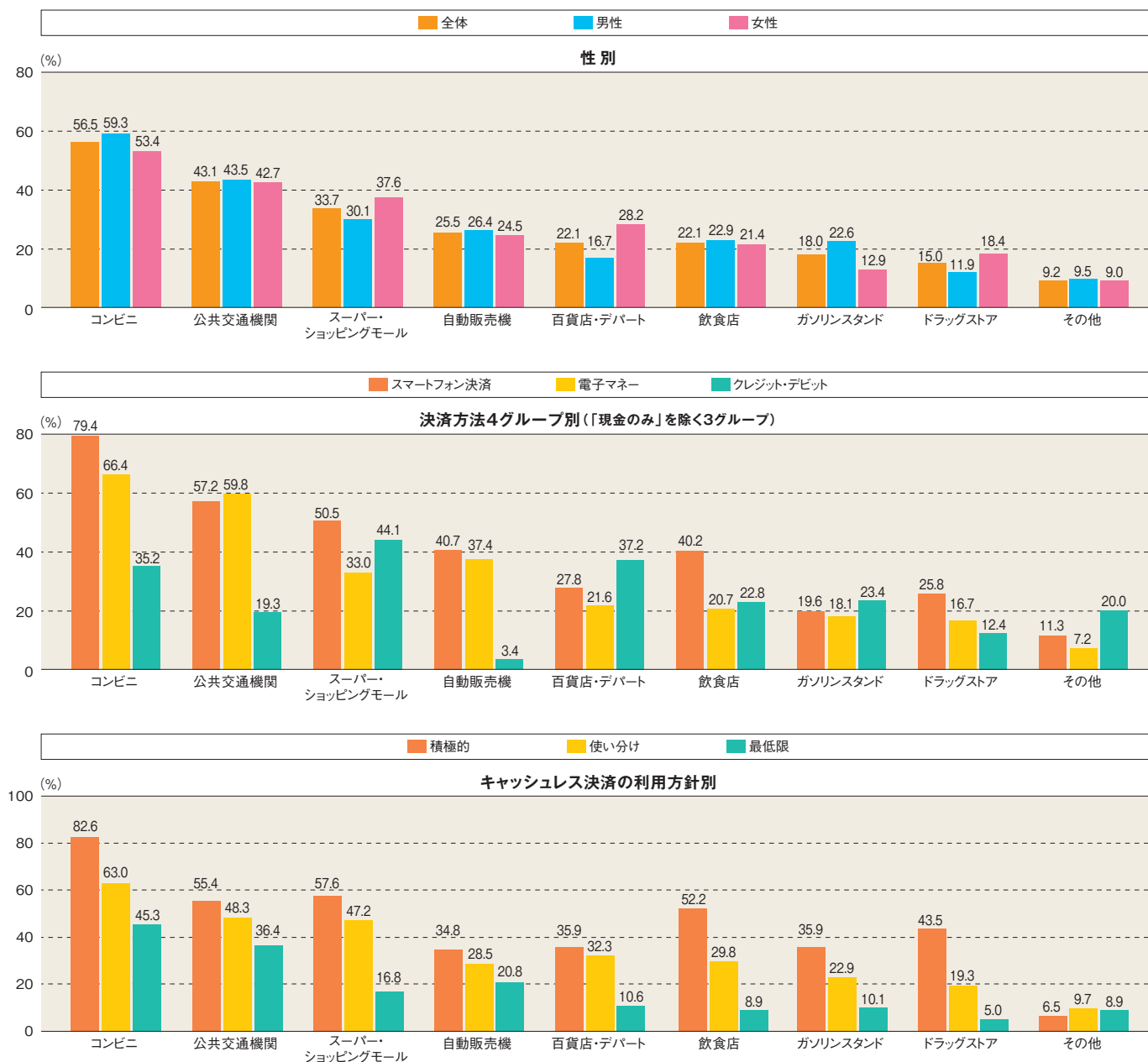
(5)小括

新入社員のおよそ3分の2が普段の買い物でキャッシュレス決済を利用していた。利用率が最も高かった

のは、「電子マネー」で47.6%。以下、「クレジットカード」(37.4%)、「スマートフォン決済」(18.5%)と続いた。およそ3割が複数のキャッシュレス決済を利用していた。

キャッシュレス決済の利用方針は、「積極的」が約1割、「使い分け」が4割弱、「最低限」が半数超となった。また、利用方針が「積極的」となるほ

図表12 キャッシュレス決済の利用場所 ※複数選択



ど「スマートフォン決済」の利用率が
高い傾向にあることが分かった。「電
子マネー」は利用方針で大きな差が
見られなかったことから、交通系電
子マネーなど通学・通勤での利便
性を重視した利用者が多いものと思
えられる。また、県別では「愛知県」
で利用率の高さや利用方針での積
極さが見られた。

本年10月からは消費税増税ととも
に、キャッシュレス決済を支払手段と
した場合、購入額の最大5%が消費
者に還元される「ポイント還元制度」
の実施が予定されている。本調査に
おいても、キャッシュレス決済の利用
で最重視される点は「ポイント・還
元」であることが確認できた。足元で
は利用者獲得のため、決済事業者

によるキャンペーンが多数展開され
ており、キャッシュレス決済が普及し
つつある。活気づき始めた「キャッ
シュレス決済」がどこまで大きな波と
なり、どこまで波及していくのか今後
の動向を注視したい。

(2019.5.31)

OKB総研 調査部 中澤 大輔

図表13 キャッシュレス決済の利用にあたり重視すること ※複数選択

