

インターネットバンキングを使っている人たち、 使いたいと思っている人たち

「第7回 金融機関利用に関する意識調査」より

第二経営経済研究部研究官 倉澤 慶子

キーワード

金融チャネル、ネットバンク

【概要】

インターネットバンキングの利用について、「第7回 金融機関利用に関する意識調査」をもとに分析をしたところ、次のような結果が得られた。

現在の主なインターネットバンキング利用者層

- ・20～40歳代
- ・大都市在住の都銀利用世帯
- ・金融サービス及びインターネットのヘビーユーザー

今後利用の伸びが見込まれる層

- ・20～40歳代 + 金融取引に積極的な50～60歳代
- ・大都市の都銀利用世帯 + 金融機関店舗の数が少ない地方の地銀利用世帯
- ・高額所得世帯
- ・インターネットバンキングに興味強い層（インターネット未利用者にも一定割合存在）

目次	2
1 インターネットバンキングの現状と本稿の概要	2.1
1.1 情報化の現状	2.2
1.2 生活におけるインターネットバンキング	2.3
1.3 調査の概要	2.4
1.4 本稿の特徴	3
1.5 インターネットバンキングの定義	3.1
2 インターネット利用経験及び今後の利用意向	
2.1 ネット利用及びネット金融利用経験率	
2.2 今後の利用意向	
2.3 属性別に見る特徴	
2.4 インターネットバンキングの利用頻度	
3 インターネットバンキングで利用するサービス	
3.1 利用したサービス	

- 3.2 今後利用したいサービス
- 3.3 「利用したサービス」ごと「今後利用したいサービス」
- 4 インターネットバンキングへの考え方
 - 4.1 利用経験別 インターネットバンキングへの考え方
 - 4.2 年収別 インターネットバンキングへの考え方
- 5 利用上限額
 - 5.1 利用経験別 利用上限額
 - 5.2 貯蓄総額別 利用上限額
- 6 インターネットバンキングの今後の利用者像
 - 6.1 ネット利用経験なし・今後インターネットバンキング利用意向が強い世帯の存在
 - 6.2 現在の利用者層と今後利用が期待される層

1 インターネットバンキングの現状と本稿の概要

1.1 情報化の現状

平成14年7月、総務省は「平成14年版 情報通信白書（平成14年 情報通信に関する現状報告）」を公表した。これによると、我が国のインターネット利用者数は5,593万人（平成13年12月末現在、世界第2位）、この1年間でブロードバンドの普及が4.5倍に進んだ。企業は情報化の基盤整備の段階を終え、行政は庁内の情報化及びホームページの整備や、申請・届出等手続の電子化を推進している。個人の利用者にとって、インターネットは生活必需品になりつつあり、ネットショッピングやネットオークションの利用が大幅に増えている。一方、個人情報漏洩や支払処理

に関する不安、セキュリティの問題等は依然として課題である。

情報化は多くの分野を巻き込んで急速に進んでいると感じられる。本稿では、14年版白書にあるIT活用型社会の重要な金融インフラの一つと期待されるインターネットバンキングについて、アンケート調査の結果を基に利用の実態を明らかにしたい。

1.2 生活におけるインターネットバンキング

情報化社会について、生活の実態に即して見てみたい。

日曜日、実家に電話をしたが、ずっと話中だ。何してるんだろうと思って見に行くと、父母がインターネットのウェブサイトを見て旅行で泊まる宿を探している（そろそろ2回線にして欲しいものだ）。ネット経由で予約すると宿泊料金が安くなるサイトを見つけ、サイト利用の登録を終えたところだった。価格表を見ると確かに安いのだが、予約に際しては前払い金をクレジットカードで支払えという指示がある。「インターネットで、クレジットカード番号を送って前払いするなんて、なんか心配だから。」と、結局予約はしなかった。電話代と接続料と時間と手間がだいぶかかっているけれど。

私ならこんなとき、インターネットバンキングでネット決済を利用するだろう。インターネットバンキングは、「平日の昼間に金融機関の店舗まで出かけなくても取引ができるから」、「手数料が安いから」、「金利が高いから」という利点があるが、何よりネットショッピングで買い物をした際の、現金代引きやクレジットカードでの支払が煩わしいので、私はインターネットバンキングの即時決済を利用している。

現時点では、まだまだインターネット上での金融取引に抵抗がある人は少なくない。「80代の祖

母以外全員がインターネットユーザーで、インターネットを日常的に使い、インターネットショッピングにも手を出すサラリーマン家庭」である実家は、インターネットバンキングの顧客として最適に思われるが、現在のところ使っていない。「インターネットは生活の一部になりつつあり、ネットショッピング等の利用も増えているが、支払処理やセキュリティへの不安がある」という姿である。この点については、平成14年版情報通信白書においても言及されている。インターネット利用者でも、ネットオークションやネットショッピングに積極的な人、又は昼間時間がない等の必要に迫られた人でなければ、インターネット上の金融取引は利用しないようだ。

インターネットバンキングを利用している、あるいは今後利用したいと考えているのはどのような人たちなのだろうか。

1.3 調査の概要

本稿では、「第7回 金融機関利用に関する意識調査」の結果を用いて、インターネットバンキングの利用動向や世帯の意識をみることにする。

本調査は、平成元年（1989年）から隔年で郵政研究所が調査会社に委託して実施しているもので、調査概要は次のとおりである。

- | | |
|----------|---|
| (1) 実施時期 | 平成13年12月 |
| (2) 調査対象 | 全国2人以上 4,500世帯
三大都市圏単身 300世帯 |
| (3) 抽出方法 | 住民基本台帳より層化二段無作為抽出 |
| (4) 調査方法 | 留置記入依頼法 |
| (5) 調査機関 | 社団法人 中央調査社 |
| (6) 回収結果 | 全国2人以上世帯 3,377サンプル（回収率75.0%）
三大都市圏単身世帯 300サンプル（既定サンプル数に達 |

するまで調査を行う完了調査方式による）

なお、本稿では特に断わりのない限り全国2人以上世帯の調査結果について述べることにし、特徴が見られた項目等については、単身世帯の調査結果についても言及する。

1.4 本稿の特徴

本稿で取り上げる「金融機関利用に関する意識調査」は全国を対象とした世帯の無作為抽出法によって実施しており、回収結果を平成12年国勢調査と比較したところ、地域、世帯主年齢や世帯人員構成等の基本的な属性について、大きな偏りはないと言ってよい。従って、本調査におけるインターネットバンキングの利用経験率や利用意向等は、わが国全体の金融行動を信頼に足るレベルで正確に反映していると考えられる。その一方、相対的に利用経験者が少なく、経験者の特性を分析するには母数として不十分な点が否めない。本稿では各項ごとの分析に際しては、標本数が相対的に少ない場合でもその数を記載した上で、分析を行っている。

現時点で実施されているインターネットバンキングに関連した調査は、インターネット利用者を対象にネット上で実施されているものが多く（一木〔2002.3〕参照）、回答者がインターネットの利用者に限られ、かつその中でもヘビーユーザーに偏りがちである。調査の設計も主にインターネットの利用という観点から実施されている。本調査は、こうした調査と比較して、回答者の属性に偏りが少なく、また、金融機関の利用という観点から調査を行っているため、一般的な消費者の金融行動の1パターンとしてのインターネットバンキングを知るのに有効であると考えられる。

1.5 インターネットバンキングの定義

本調査においては、実施にあたり回答世帯に対してインターネットバンキングを次のように定義していることを、初めに断っておく。

インターネットバンキング

振込・振替・残高照会など銀行のさまざまな手続きが、パソコンや携帯電話を使ってインターネット上で行えるサービス。携帯電話を使用するサービスは「モバイルバンキング」として区別する場合もある。（本アンケートではすべてインターネットバンキングとして扱います。）夜間でも利用可能な金融機関が多く、「いつでもどこでも」が特徴。

なお、本調査は世帯を対象とした世帯調査であるが、インターネット関連項目については、設問方法や注意書きにより、主に世帯主の意識が反映されるよう構成されている。本稿では、調査結果＝世帯主の意識であるとして分析をすすめる。

「ネット利用世帯」とは、「インターネットを利用したことがある（i mode等携帯電話利用を含む）」と回答した世帯で、466世帯ある。本調査は世帯主の経験が主に反映されるよう設計されているため、「大学生の長男がインターネットを使っている」といったケースは「利用経験がある」には反映されない。したがって、「家族のインターネット利用の有無」を把握している「通信利用動向調査」（総務省）の結果に比べ、利用経験率は低く現れていることに留意されたい（なお、平成14年版情報通信白書は「平成13年 通信利用動向調査」の結果を数値として使用している）。

2 インターネット利用経験及び今後の利用意向

本稿では、調査結果から得られる様々な情報を紹介するとともに、「インターネット利用経験がある世帯」（以下「ネット利用世帯」とする）、「インターネット上で金融取引の経験がある世帯」（以下「ネット金融利用世帯」とする）、「インターネットバンキングを今後利用したいと考えている世帯」について、その金融行動の特徴を分析することとしたい。

「ネット金融利用世帯」とは、「ネット利用世帯」466世帯のうち、インターネット上で「インターネットバンキング」、「ネット証券」、「その他の金融取引」のいずれかを利用したことがあると回答した99世帯をいう。内訳は、「インターネットバンキングのみ」76、「インターネットバンキングとネット証券と両方」13、「インターネットバンキングとその他の取引と両方」1、「ネット証券のみ」18、「その他の取引のみ」5であった。

図表1 ネット利用世帯とネット金融利用世帯及び今後の利用意向の関係

ネット利用世帯（466世帯）		ネット未利用世帯（2,884世帯）	インターネット利用経験不明（27世帯）
ネット金融利用世帯（99世帯）			（1世帯）
（201世帯）	今後、インターネットバンキングを利用したい（82世帯）		
	今後、インターネットバンキングを利用したい（119世帯）	今後、インターネットバンキングを利用したい（281世帯）	
ネット金融未利用世帯（365世帯）			
金融取引経験不明（2世帯）			

「インターネットバンキングを今後利用したいと考えている世帯」は483世帯で、このうち、「ネット利用世帯」は201、「ネット未利用世帯」は281、「インターネットの利用経験については不明」が1である。この「ネット利用世帯」201世帯のうち、「ネット金融利用世帯」は82、「ネット金融未利用世帯」は119である。

以上の関係は図1のようになる。

2.1 ネット利用及びネット金融利用経験率

はじめに、インターネットの利用及びインターネット上での金融取引の利用について調査結果を概観する(図表2)。

全国2人以上世帯では、i mode等携帯電話の利用を含めて「インターネットを使ったことがある」(ネット利用率)は、13.8%となっている。

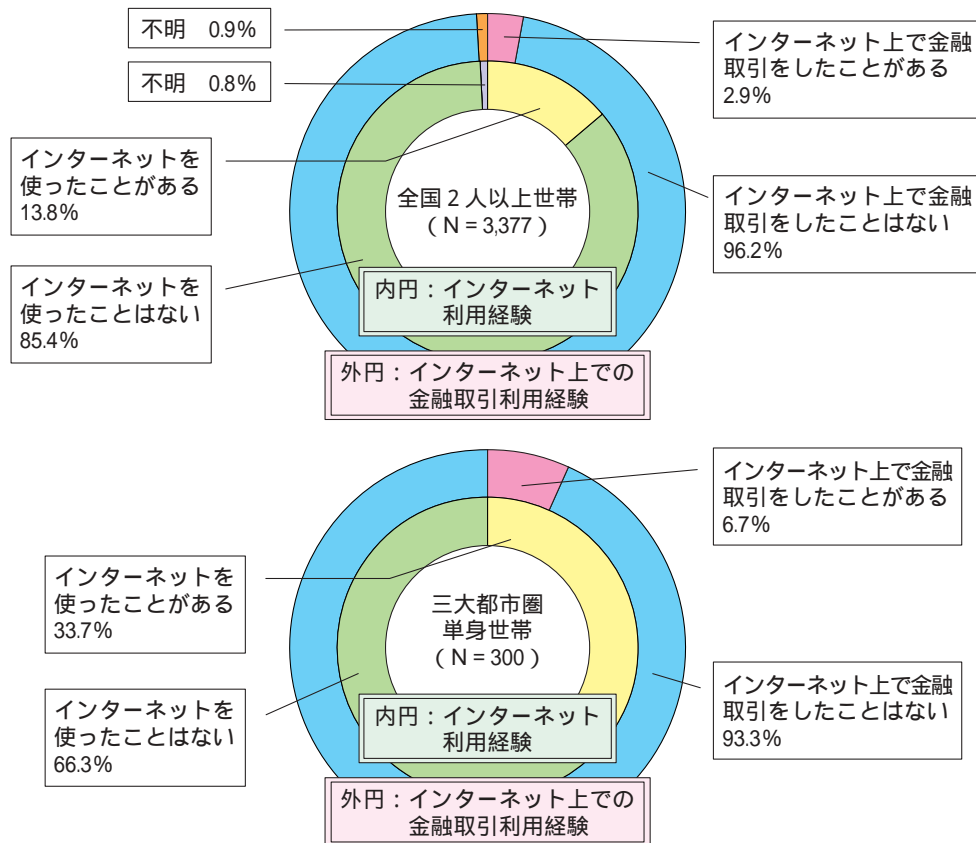
また、「インターネット上で金融取引をしたことがある」(ネット金融利用率)は2.9%となっている。これはネット利用経験世帯の21.2%に当たる。

単身世帯の調査結果を全国2人以上世帯の調査結果と比較すると、ネット利用率、ネット金融利用率とも、倍以上となっている。単身世帯の利用率が高い理由として、一つは単身世帯は比較的ネット利用率が高い三大都市圏が調査対象地域であること、もう一つは、ネット利用率が相対的に高い世帯主年齢20歳代及び30歳代の世帯が5割を超える単身世帯に対し、全国2人以上世帯では全体の2割に満たないことが影響していると考えられる。

2.2 今後の利用意向

次に、「インターネットバンキングを今後利用

図表2 インターネット及びインターネット上での金融取引の利用経験率

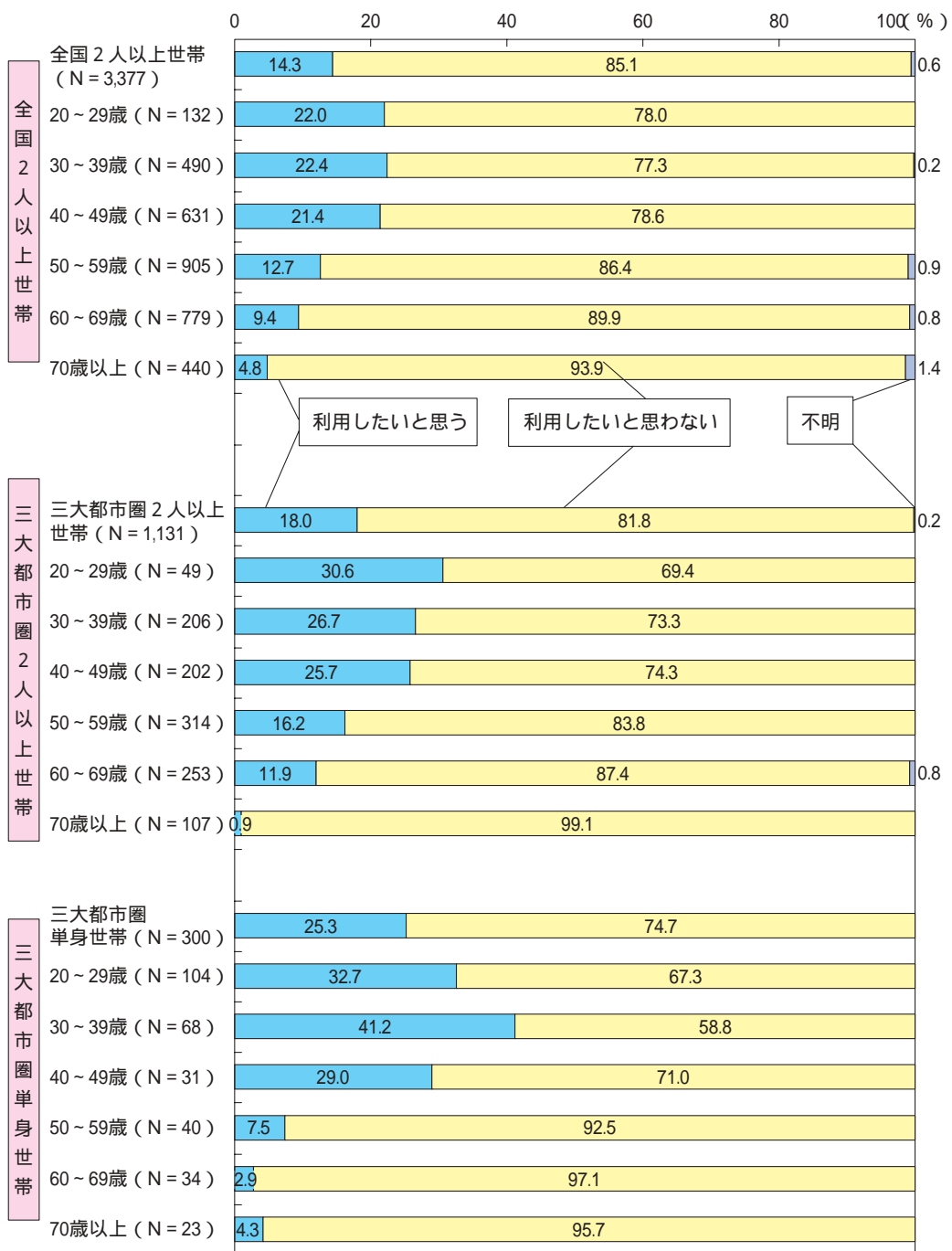


したいと考えている世帯」をみることとする。

世帯主年齢階級別の構成を見てみると（図表3）2人以上世帯では20～40歳代は「利用したいと思う」の回答比率が高く、50歳代以上は年代が上がるにつれて低下している。

全国2人以上世帯と三大都市圏2人以上世帯を比較すると、三大都市圏の方が利用意向が高い傾向が見られる。これは、インターネット及びインターネットバンキングは、大都市での利用率が高い傾向が見られ（後述）、また大都市に多い都銀

図表3 世帯主年齢階級別 インターネットバンキング利用意向



がインターネットバンキングの普及に積極的であることから、インターネットバンキングの利用に関する情報を得やすく、興味を持ちやすいことが影響していると考えられる。

単身世帯では、三大都市圏2人以上世帯の調査結果と比較して、20～40歳代で「利用したいと思う」の回答比率が高く、50歳代以上では低くなっている。2人以上世帯では、子供などすでにインターネットを利用している或いは教えてくれる人が近くにいる場合が多いのに対し、単身世帯ではそうした人がいない場合があるためと考えられる。平成14年版情報通信白書によると、年代によるデジタルディバイド（情報格差）は依然として課題であり、高齢者がインターネットの利用を始めるに当たっては「近くに教えてくれる人がいるこ

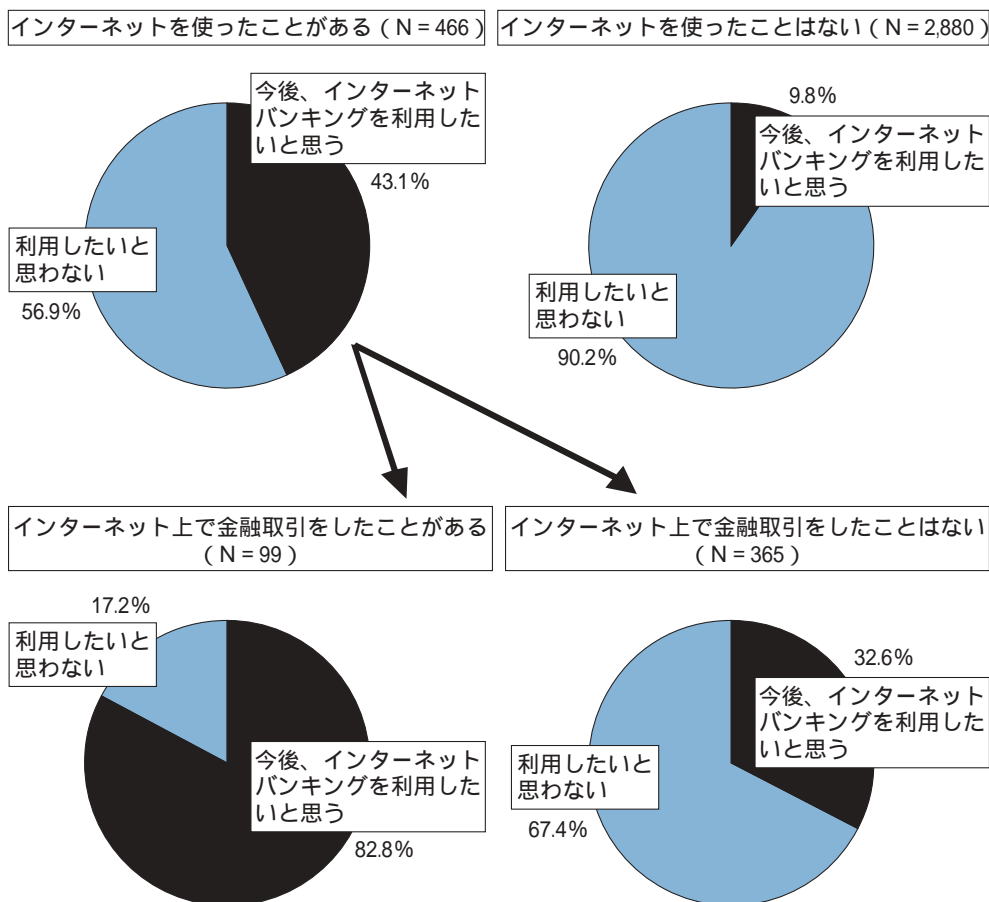
と」が条件のトップ（18.5%）となっている。

次にインターネットバンキングの今後の利用意向について、利用経験別に見る（図表4）。ネット利用世帯では43.1%が「今後、インターネットバンキングを利用したい」と答えているのに対し、ネット未利用世帯では9.8%にとどまった。

また、ネット利用世帯のうち、ネット金融利用世帯は「利用したい」が82.8%と大部分を占めたが、ネット金融未利用世帯では「利用したい」は32.6%にとどまった。

ネット利用世帯の方が、ネット未利用世帯よりも利用意向が高く、ネット利用世帯の中でも、ネット金融利用世帯の方が、ネット金融未利用世帯よりもさらに利用意向が高い。実際にネット上

図表4 利用経験別 インターネットバンキング今後の利用意向



で金融取引を経験した世帯の今後の利用意向は高いと言える。

2.3 属性別に見る特徴

「ネット利用世帯」、「ネット金融利用世帯」、「インターネットバンキングを今後利用したいと考えている世帯」について、世帯主年齢階級別、居住都市規模別等の特徴をみることにしたい。

世帯主年齢別で見ると(図表5) ネット利用世帯は40歳代以下の占める割合が高いが、ネット金融利用世帯、「インターネットバンキングを今後利用したい」世帯では、ネット利用世帯と比べて50～60歳代の比率が高くなっている。50～60歳代はネット利用率が低めにとどまっている割に、ネット金融利用に対しては積極的である傾向が見られる。

回答世帯全体の構成と比べると、インターネットの利用、インターネットバンキングの利用とも20～40歳代が積極的であるといえる。

居住する都市規模別で見ると(図表6)、「東京都区部」、「政令指定都市」、「人口15万以上の市」の比較的大都市が、ネット利用率及びネット金融利用率が高くなっている。

一方で「インターネットバンキングを今後利用

したい」を見ると、都市規模による偏りはあまり大きくない。現時点でのネット利用率が高くない割に、「人口5万以上の市」、「人口5万未満の市」

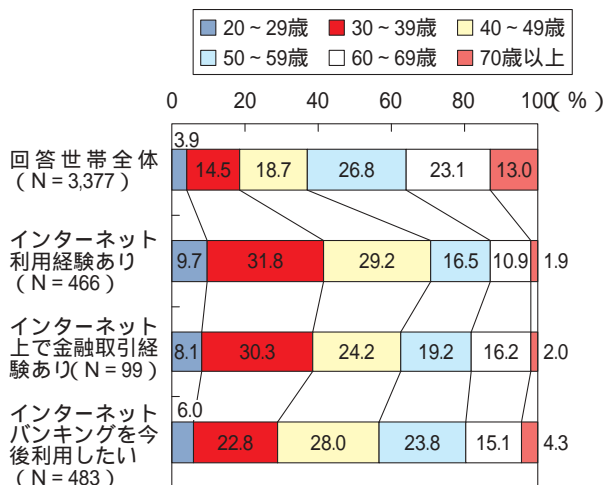
「町村」における今後の利用意向は高いといえる。このことから、現在の利用率は大都市の方が高いものの、今後は金融機関の店舗数が少ない地方において、金融機関店舗の代替としてのインターネットバンキングの利用が伸びる余地が大きいと考えられる。

利用経験別に「最も利用回数が多い金融機関」を見ると(図表7) ネット利用率、ネット金融利用率、インターネットバンキングの今後の利用意向とも、都市銀行の利用世帯が、回答世帯全体に占める比率を大きく上回っている。一方、農協・漁協利用世帯は、利用率、利用意向とも低く、ネット金融利用世帯はきわめて少ない(本調査結果ではゼロであった)。

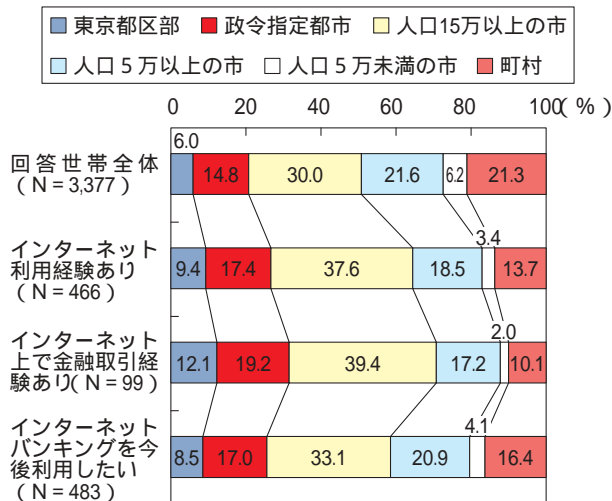
地方銀行の利用世帯は、回答世帯全体の構成に比べて利用経験率が若干低いものの、今後の利用意向は高く、利用の伸びが期待できる。

なお、居住する地域によって、利用しやすい金融機関がある程度決まってくることから(例えば都市銀行は東京都区部や政令指定都市等の大都市に多く、町村には少ない等) 前述の「居住都市

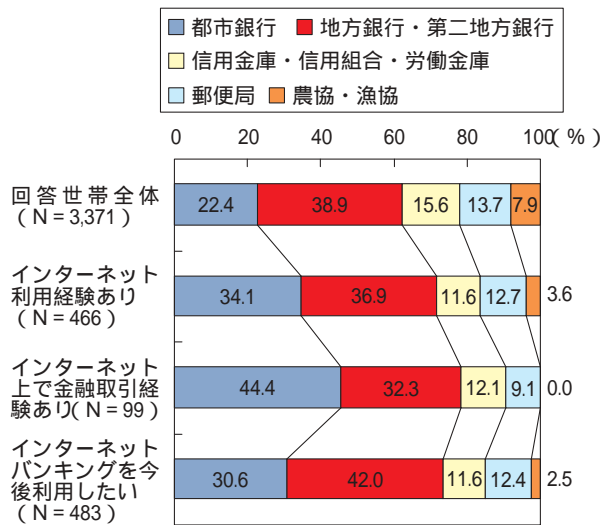
図表5 利用経験別 世帯主年齢構成



図表6 利用経験別 居住都市規模構成



図表7 利用経験別 最も利用回数が多い金融機関



規模構成」と「最も利用回数が多い金融機関」には相関があると考えられる。

次に、利用経験別にコンビニATMの利用経験率との関係を見てみる(図表8)。コンビニATMの利用は、新しいチャネル利用への積極性や、24時間利用の需要を反映しているであろう点で、ネット金融利用と共通していると考えられる。

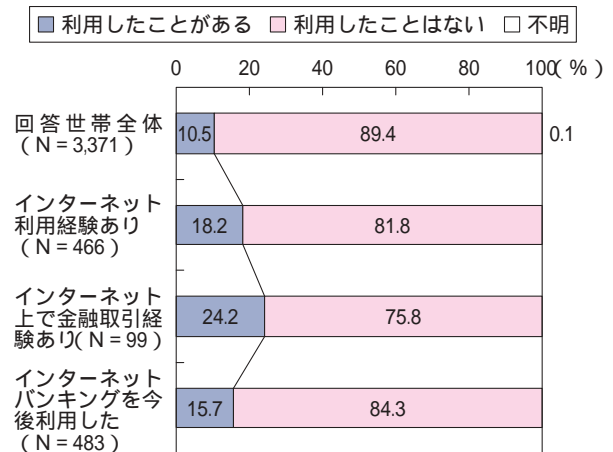
ネット金融利用世帯は、回答世帯全体と比べて「コンビニATMの利用経験あり」が2倍以上となっているほか、ネット利用世帯、「今後利用したい」世帯とも、利用経験率が高くなっている。インターネット上での金融取引に積極的な人は、コンビニATMの利用にも積極的な傾向があると考えられる。

2.4 インターネットバンキングの利用頻度

インターネットバンキングの利用世帯について、チャネルごとに1ヶ月あたりの利用頻度を見ることとする(図表9)。

インターネットバンキングについては、1ヶ月あたり1~2回が56.6%を占め、次いで3~5回が21.1%、6回以上が9.2%となっている。イン

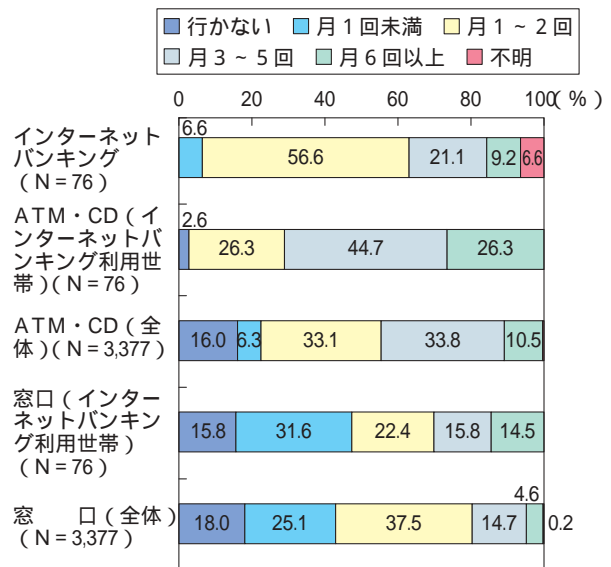
図表8 利用経験別 コンビニATMの利用率



ターネットバンキング利用世帯のATM・CDの利用については、全体と比べて利用頻度が高い傾向があり、特に1ヶ月あたり6回以上と回答した比率は26.3%と倍以上となっている。また、窓口の利用についても、1ヶ月あたり6回以上の回答比率は14.5%と3倍以上となっている。

このように、インターネットバンキングのユーザーは他の金融チャネルについても積極的に利用する傾向が見られる。

図表9 インターネットバンキング利用世帯のチャネル別利用頻度



3 インターネットバンキングで利用するサービス

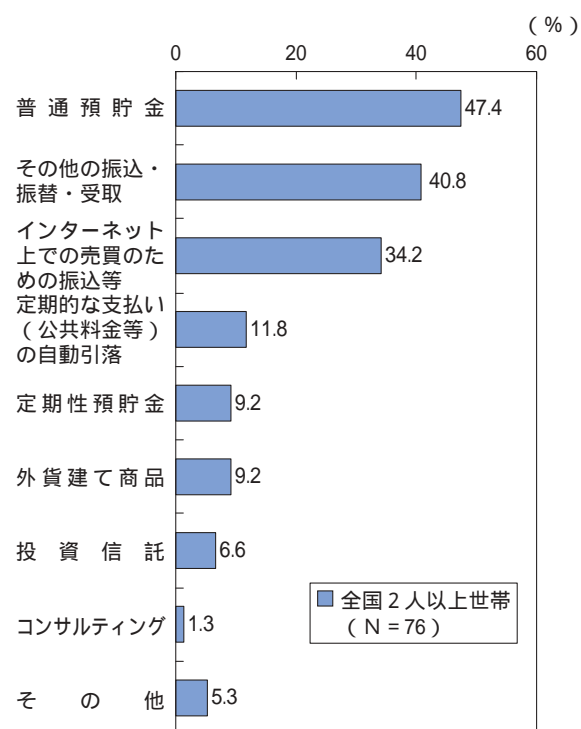
3.1 利用したサービス

インターネットバンキングを利用したことがある世帯が利用したサービスについてみると（図表10）「普通預貯金」（47.4%）の回答比率が最も高く、以下、「その他の振込・振替・受取」（40.8%）、「インターネット上での売買（ネットショッピング、ネットオークション等）のための振込等」（34.2%）、「定期的な支払い（公共料金等）の自動引落」（11.8%）の順となっている。

3.2 今後利用したいサービス

「インターネットバンキングを今後利用したい」と回答した世帯が「今後利用したいサービス」として挙げた項目（複数回答）を見ると（図表11）利用経験者が実際に利用したサービスと

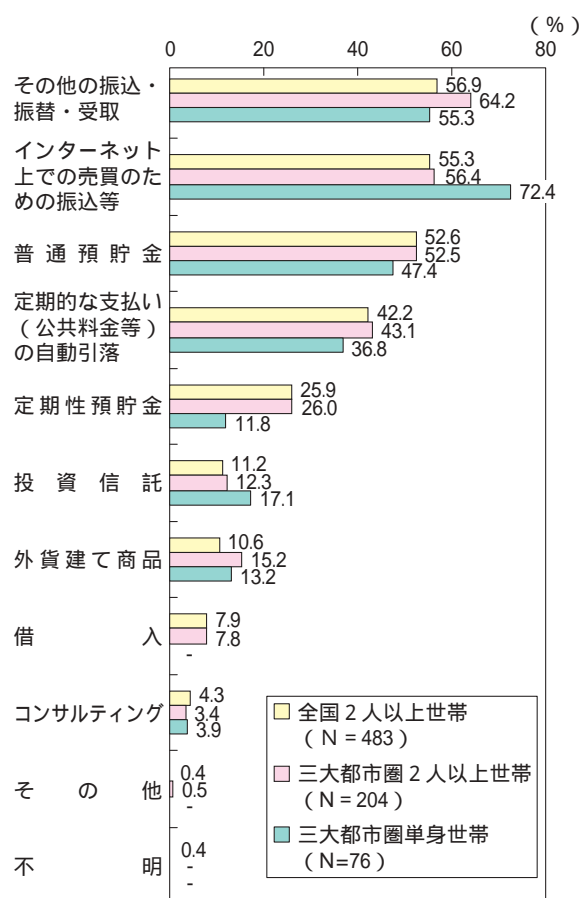
図表10 インターネットバンキングで利用したサービス



比べて大きな違いは見られない。普通預貯金の順位が実際の利用と比べて低くなっているが、これは「利用したい」と意識するものではないが、実際の利用に際しては普通預貯金の口座開設が不可欠であるためであろう。

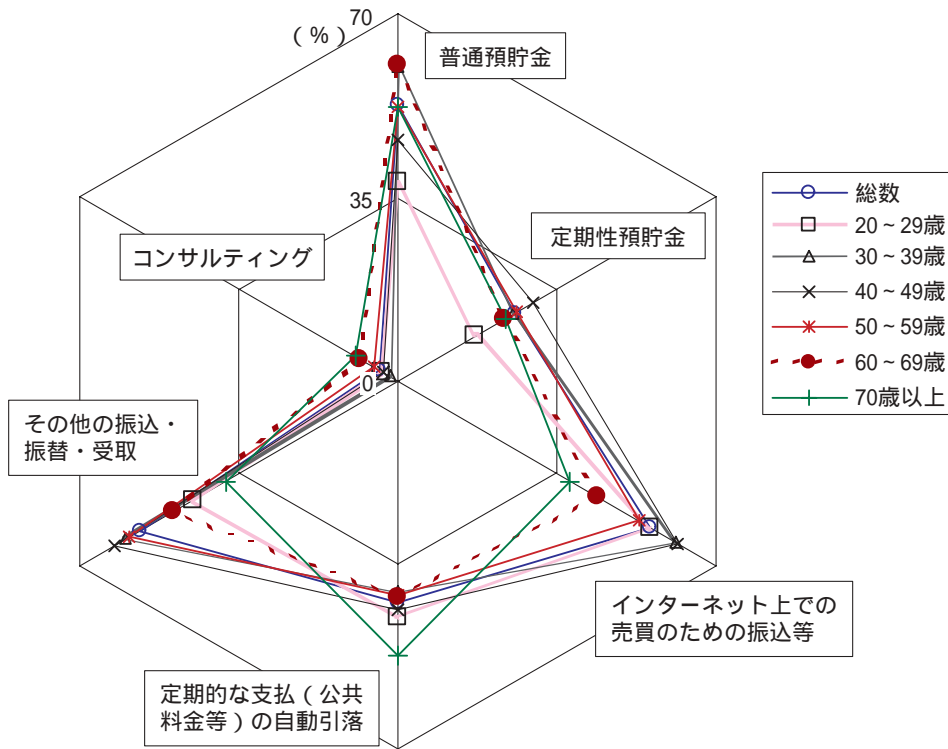
次に、「今後利用したいサービス」を世帯主年齢階級別に分析した（図表12）。20～40歳代では「インターネット上での売買のため」「その他の振込み等のため」が多く、いずれも5割を超えており、インターネットバンキングの魅力とされている「ネット決済の利便性」「振り込み手数料の安さ」が評価された結果であろうと思われる。「定期性預貯金」も、20歳代以外では2割以上が挙げており、「利率の良さ」を評価したものと思われる。

図表11 インターネットバンキングで今後利用したいサービス

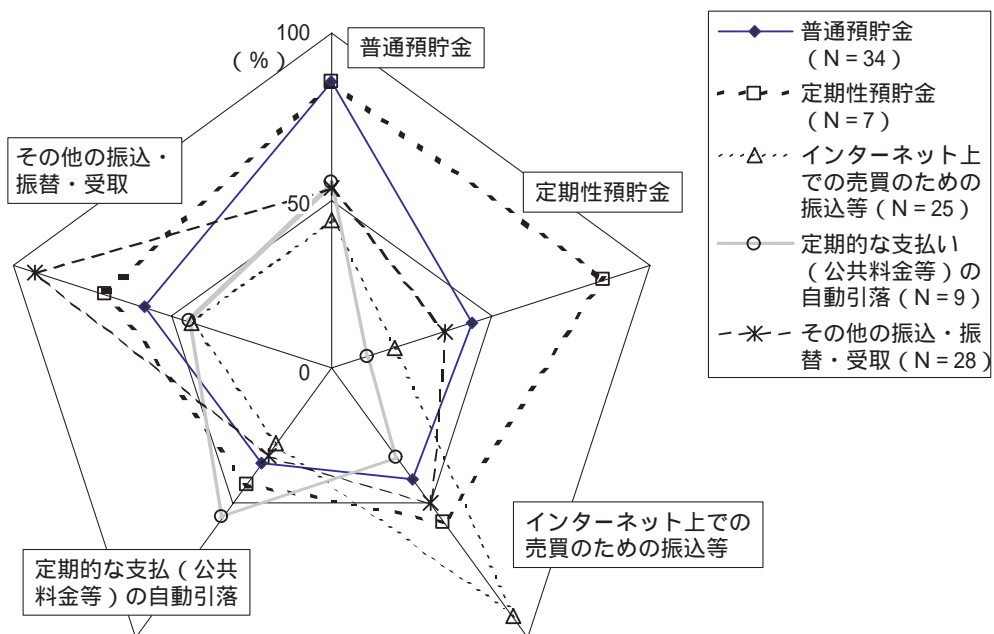


70歳代では振込み等を挙げる人は少なく、「公共料金の自動引落」「定期性預貯金」「コンサルティング」等のポイントが高く、金融機関の店舗の代替手段と位置付けている傾向が見られる。

図表12 世帯主年齢階級別 インターネットバンキングで利用したいサービス



図表13 「利用したサービス」ごと「今後利用したいサービス」



3.3 「利用したサービス」ごと「今後利用したいサービス」

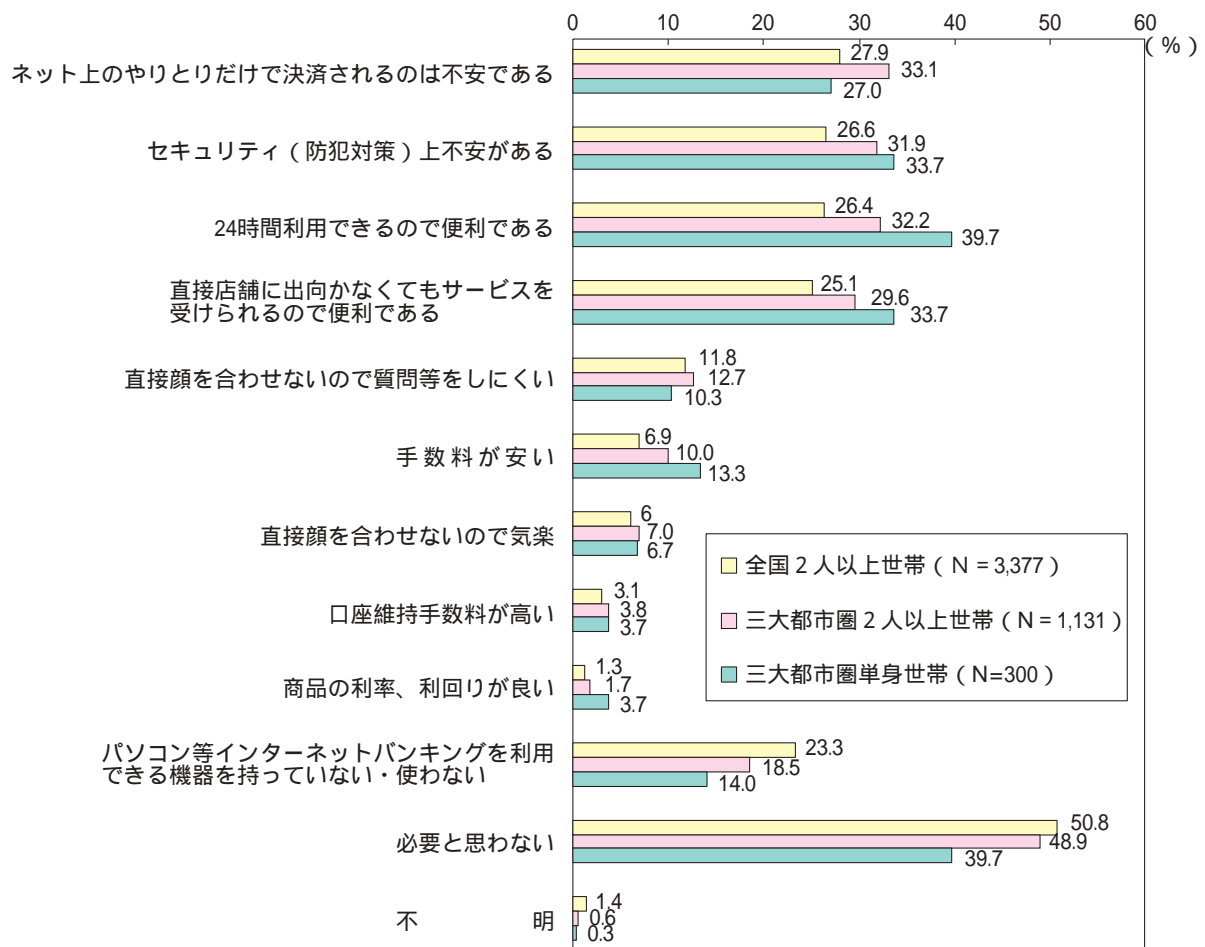
今後利用したいサービスを、実際に利用したサービス別に見た結果が図表13である。このグラフについては各項目の標本数が少ないため、あくまで参考程度であるが、実際に経験した取引については今後も取引したいと考えている傾向が顕著である。ほとんどの取引で、取引経験者の今後の利用意向が8～10割となっており、インターネットバンキングにおいては、各取引の経験者の満足度は高いといえる。

4 インターネットバンキングへの考え方

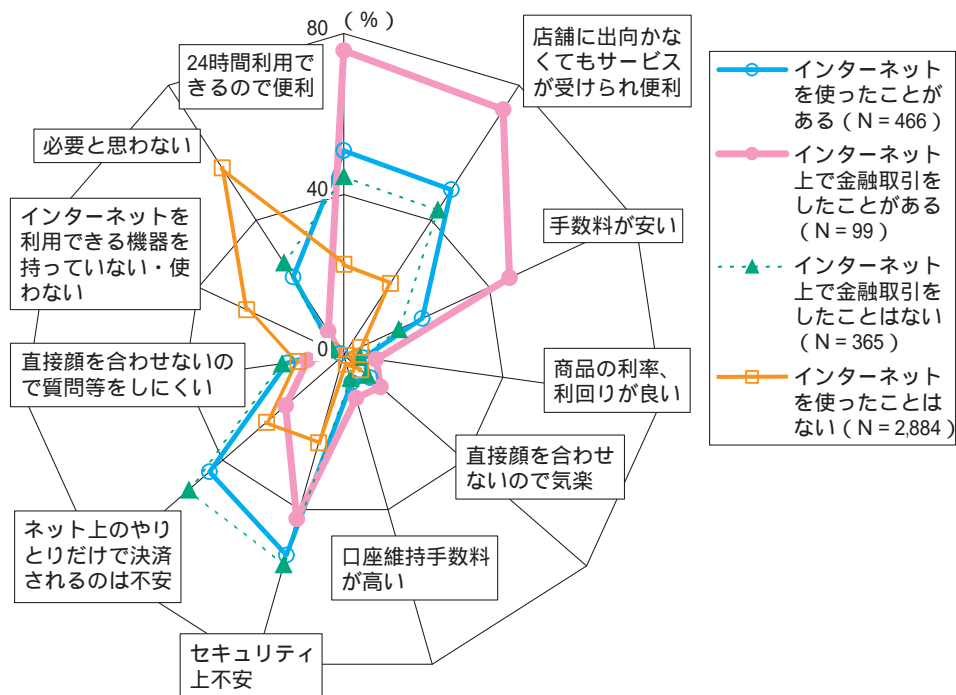
インターネットバンキングについてどのように考えるかについて（図表14）全国2人以上世帯では、「ネット上のやりとりだけで決済されるのは不安である」（27.9%）、「セキュリティ（防犯対策）上不安がある」（26.6%）といったマイナスの評価と、「24時間利用できるのも便利である」（26.4%）、「直接店舗に出向かなくてもサービスを受けられるのも便利である」（25.1%）といった利便性に対するプラスの評価が同じくらいの比率となっている。また「必要と思わない」が50.8%となっている。

単身世帯では、三大都市圏2人以上世帯と比較

図表14 インターネットバンキングへの考え方



図表15 利用経験別 インターネットバンキングへの考え方



して、「24時間利用できる」(39.7%)は7.5ポイント、「直接店舗に出向かなくてよい」(33.7%)は4.1ポイント高く、「必要と思わない」は9.2ポイント、「インターネットバンキングを利用できる機器を持っていない、あるいは使わない」はそれぞれ4.5ポイント少なくなっている。単身世帯は特に24時間利用に対する需要が高いと言える。

4.1 利用経験別 インターネットバンキングへの考え方

利用経験別にインターネットバンキングへの考え方を見ると(図表15)、ネット利用世帯は「24時間利用できるので便利」、「店舗に出向かなくてもサービスが受けられ便利」、「手数料が安い」といった利便性に対するプラスの評価が高い一方、「セキュリティ上不安がある」、「ネット上のやりとりだけの決済は不安である」といったマイナスの評価も同様に現れている。

ネット未利用世帯はそれらのいずれも回答比率

が低く、「必要と思わない」「機器を持っていないあるいは使わない」が高くなっている。

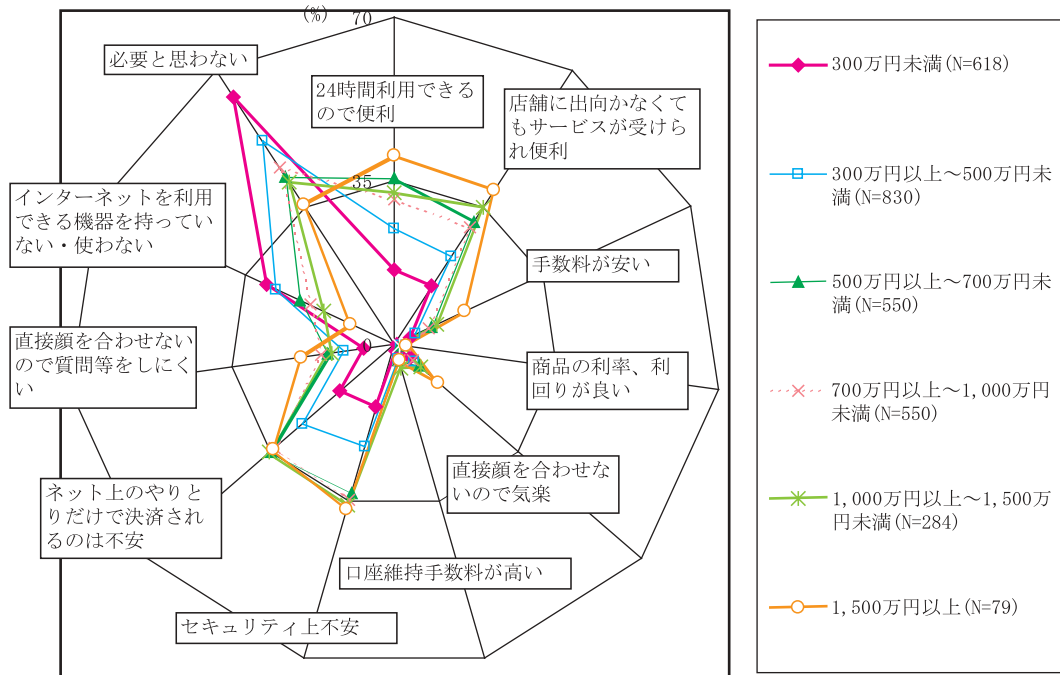
ネット利用世帯のうち、ネット金融利用世帯は、「24時間利用できるので便利である」、「店舗に出向かなくてもサービスが受けられ便利」、「手数料が安い」といった利便性を8割近くが評価しており、「セキュリティ上不安がある」といったマイナスの評価も、ネット金融未利用世帯より低くなっている。ここでも、利用経験者の評価は高い傾向が見られる。

4.2 年収別 インターネットバンキングへの考え方

インターネットバンキングへの考え方には、回答世帯の年収も影響していると考えられる(図表16)。

「24時間利用できる」「店舗に出向かなくて済む」といった利便性への評価、及び「セキュリティへの不安」「ネットだけのやりとりは不

図表16 年収別 インターネットバンキングへの考え方



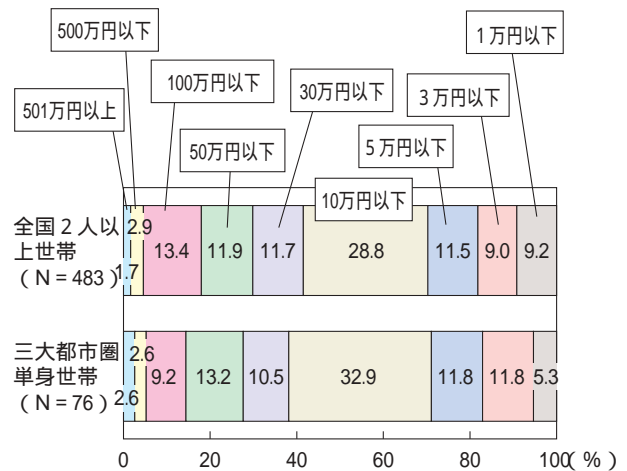
安」といった安全性への不安については、年収が上がるにつれて、ポイントが上がっている。また、「必要としない」の率は年収が高いほど低くなっていることから、年収が上がるにつれ、インターネットバンキングは必要であると感じていることとなる。これらのことから、年収が高いほど、インターネットバンキングに対する興味が高いと言える。

また、「パソコン等インターネットバンキングが利用できる機器を持っていない・使わない」率は、年収が高い世帯ほど低くなっていることから、年収が高い層ほどインターネットバンキングの利用環境が既に整っている率が高いと考えられ、今後の利用が期待できる。

5 利用上限額

「今後、インターネットバンキングを利用したいと思う」と回答した世帯に、いくらまでなら利用したいかを聞いたところ（図表17）全国2人以上世帯では、「10万円以下」（28.6%）の回答比

図表17 インターネットバンキング利用上限額



率が最も高く、以下、「100万円以下」（13.3%）、「50万円以下」（11.8%）、「30万円以下」（11.6%）の順で回答は分散している。

三大都市圏単身世帯では、全国2人以上世帯の調査結果と比較して、記すべき点は見られない。

「今後インターネットバンキングを利用したい」と考えているにも関わらず、金融取引としては低額である「1万円以下」「3万円以下」「5万

円以下」を挙げる世帯がいずれも1割程度いることから、店舗等を通じた通常の金融取引とは別のもので認識していると考えられる。

なお、現在、インターネットバンキングの口座維持手数料は10万円以上の利用で無料になるところが多い。調査の結果を見ると、10万円の取引は「今後、インターネットバンキングを利用したい」と考えている世帯の過半数が許容する金額であろうと考えられ、妥当な金額設定であるといえる。

利用上限額に関する調査結果は、インターネットバンキングへの信頼度と、回答者の金銭感覚の両方が現れたものであると考えられる。すなわち、インターネットバンキングの利用に際しては、多くの人々が「セキュリティの不安」を挙げるが(図表14参照)、この不安をあまり感じない人は比較的高額の利用にも抵抗がないと考えられるし、逆に不安が強い人は、低額の利用にとどまるであろう。しかし、この「高額」、「低額」の受け止め方は各人の余剰資金によって異なり、例えば、預貯金残高が10万円の人にとって「10万円」は高額であるが、預貯金残高が1,000万円を超える人にとっては同じ「10万円」でも必ずしも高額とはいえない。

このことから、利用上限額を利用経験別及び貯蓄総額別に見てみることにする。

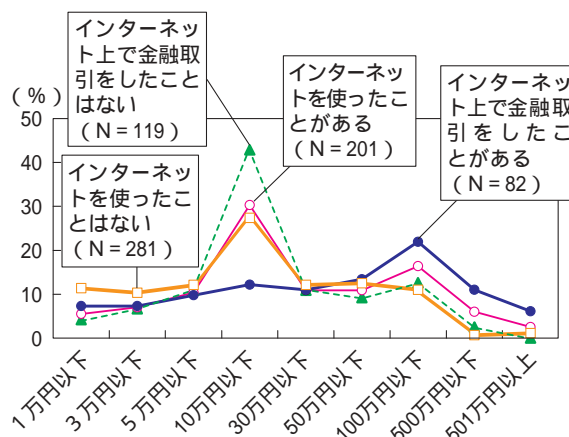
5.1 利用経験別 利用上限額

利用経験別にインターネットバンキングの利用上限額を見ることとする(図表18)。

全体では「10万円以下」の回答比率が高いが、ネット金融利用世帯では「100万円以下」の回答比率が一番高くなっている。

なお、本問は「今後インターネットバンキングを利用したい」と回答した世帯のみを対象として

図表18 利用経験別 インターネットバンキング 利用上限額



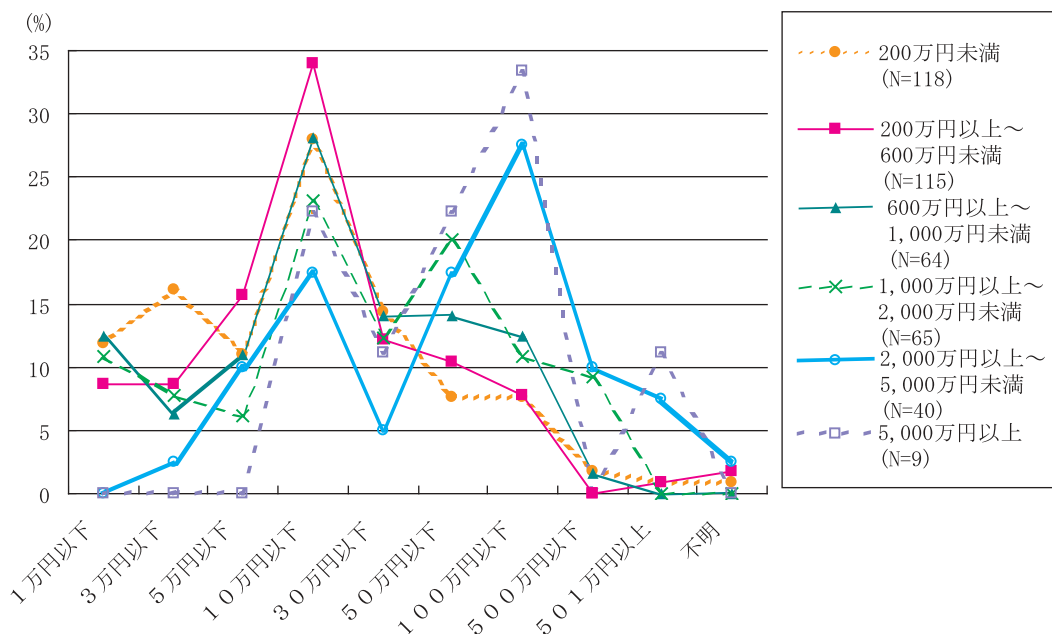
いる。図18における「インターネット上で金融取引をしたことがない」とは、「インターネットを使ったことがあるが、(回答時点で)金融取引をしたことはない。今後はインターネットバンキングを利用したい」世帯である。この層はネット利用経験から、インターネット上でのやりとりにはセキュリティの問題があることを認識しているため、未経験の金融取引に対する抵抗感が強いのではないかと考えられる。

一方、「インターネット上で金融取引をしたことがある」世帯が全体に利用上限額が高い傾向が見られるのは、実際に取引してみて特に問題が起きなかったことから、インターネットバンキングにおけるセキュリティ対策の効果を実感し、抵抗感がなくなったのではないかと考えられる。

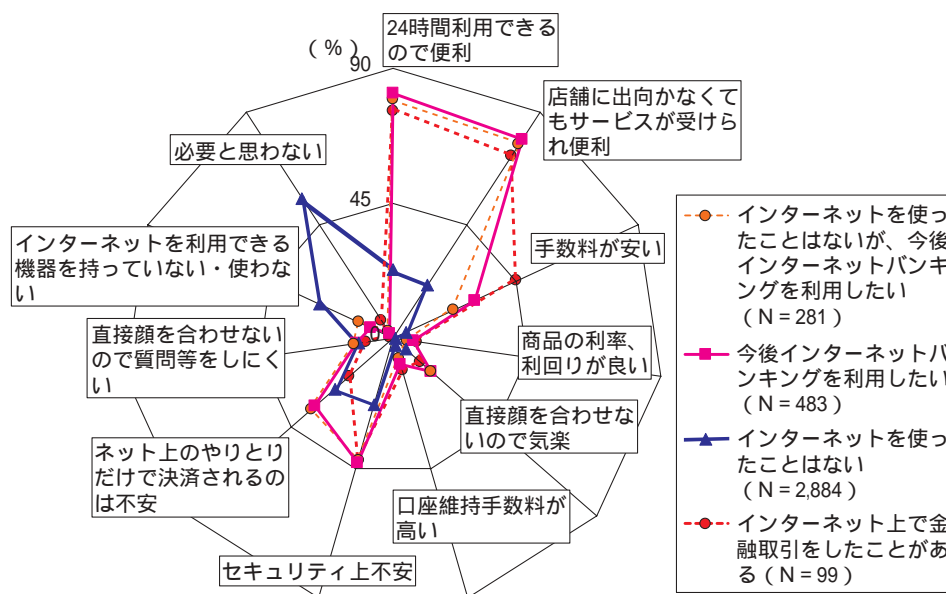
5.2 貯蓄総額別 利用上限額

利用上限額を貯蓄総額別に見ると図表19のようになる。「10万円以下」が大きなピークになっているのについて、「100万円以下」がピークとなっているのがわかる。ほとんどの層で「10万円以下」がピークとなっているが、貯蓄総額2,000万円以上の世帯では「100万円以下」がもう一つのピークとなっている。このことから、利用上限額

図表19 貯蓄総額別 利用上限額



図表20 インターネットバンキングに対する考え方（ネット利用経験はないが今後利用したい世帯）



に対する考え方には、貯蓄総額等回答世帯の金融資産残高が影響すると考えられる。こうした実態を踏まえて、預金者の預金残高に合わせて、段階的にサービスを設定するのも有効であろう。

6 インターネットバンキングの今後の利用者像

6.1 ネット利用経験なし・今後のインターネットバンキング利用意向が強い世帯の存在

本稿では主に利用経験別に分析を試みた。その中で、ネット利用経験はないが、「今後は利用し

たい」と回答している世帯が281世帯あることは注目すべき点である（図表1）。これは、ネット未利用世帯の約1割にあたり、「今後インターネットバンキングを利用したい」と回答した世帯の約6割にあたる。

「インターネットを利用したことがないが、インターネットバンキングを今後利用したい」世帯について、インターネットバンキングに対する考え方をしてみると（図表20）利便性に対する高い評価が際立つ「インターネット上で金融取引をしたことがある」世帯に近い形をしている（図表15との比較より）。「インターネットを利用したことがない」世帯全体では「必要と思わない」、「インターネットを利用できる機器を持っていない・使わない」の比率が高く、興味が薄い傾向があるのに対し、きわめて特異な形と言える。

以下、ネット利用経験がないにも関わらず、インターネットバンキングの利用意向が強い層の特徴を見てみることにする。

「今後インターネットバンキングを利用したい」と回答した世帯のうちネット利用経験がない

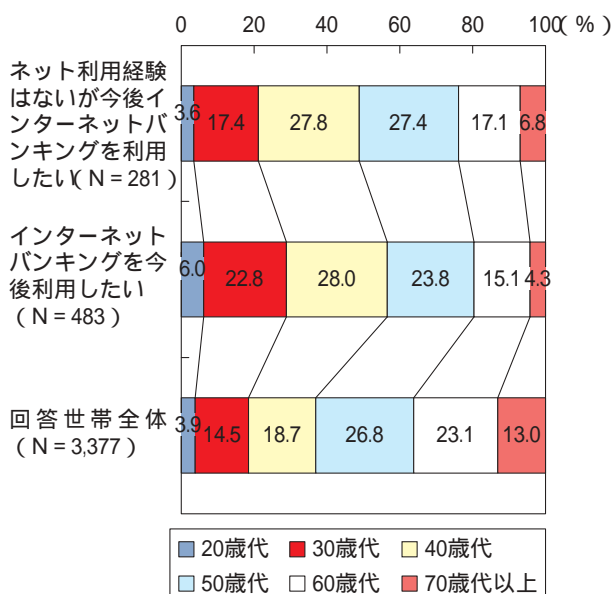
世帯について、回答世帯全体及び「インターネットバンキングを今後利用したい」と回答した世帯と比較してみる。

はじめに世帯主年齢構成を見ると（図表21）「インターネットバンキングを今後利用したい」世帯全体と比べて若干20歳代が少なく、50～60歳代が多いことがわかる。50～60歳代は金融サービスの利用に積極的であるが、まだインターネットを使っていない場合が少なくないためと考えられる。20～30歳代はネット利用経験が多いため、「ネット利用経験はないが今後利用したい」の比率は低めになっている。

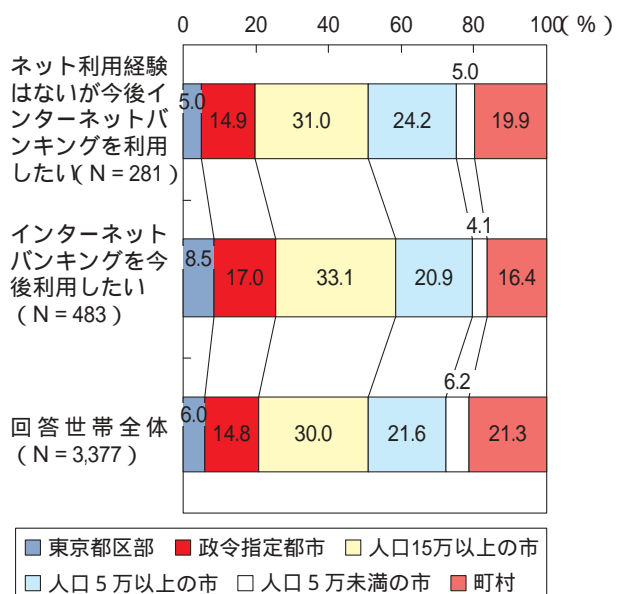
次に居住都市規模構成を見ると（図表22）「人口5万人以上の市」が多くなっていることがわかる。これは東京都区部や政令指定都市と比べて金融機関の店舗数が少ない地域であることから、金融機関店舗の統廃合が進む中で、インターネットバンキングの有用性に期待しているのではないかと考えられる。

この他、コンビニATMの利用経験率、窓口やATM・CDの利用頻度等の金融行動についても比

図表21 世帯主年齢構成（ネット利用経験はないが今後利用したい世帯）



図表22 居住都市規模構成（ネット利用経験はないが今後利用したい世帯）



図表23 インターネットバンキングの現在の利用者層及び今後利用が期待される層

現在の利用者層	今後利用が期待される層
世帯主年齢20～40歳代の若年世帯	20～40歳代＋金融取引に積極的な50～60歳代の世帯
大都市在住	大都市在住＋金融機関店舗の数が少ない地方在住
都銀利用	都銀・地銀利用
金融サービスのヘビーユーザー	高額所得世帯
インターネットのヘビーユーザー	インターネットバンキングに興味強い層（インターネット未利用者にも一定割合存在）

較してみたが、目立った特徴は見られなかった。

「ネット利用経験がないが、今後インターネットバンキングを利用したい」世帯というのは、今後のインターネット利用及び金融サービス利用に意欲がある層であろう、と考えられる。その例として、定年前後のサラリーマン等資産運用に対する興味が高い世代や、金融機関の店舗数減少の傾向が見られる地方の居住者が考えられるのではないかな。

6.2 現在の利用者層と今後利用が期待される層

以上の結果から、インターネットバンキングの現在の利用者層及び今後利用が期待される層は次のような層であると考えられる（図表23）。

現在の利用者層としては、大都市在住の世帯主年齢20～40歳代の若年世帯の比率が高く、インターネットのヘビーユーザーである場合が多い。金融行動を見ると、都銀利用世帯が多く、ATM・CDやコンビニATMの利用に積極的であるなど、金融サービスに関してもヘビーユーザーと言える層である。

一方、今後利用が期待される層としては、20～40歳代に加え、金融取引に積極的な50～60歳代の伸びが見込まれる。また、大都市だけでなく、金

融機関の店舗数が少ない地方において、店舗の代替手段としての利用を望む傾向が見られ、都銀だけでなく地銀利用世帯にも利用意向が高い。また、高額所得世帯は現在はインターネットを使っていなくても、パソコンの所持率が高く、金融サービス利用の意欲も高いことから、環境と需要の双方が整っているといえる。

この他、興味深いターゲットとして、インターネットを使ったことがない層の約1割にインターネットバンキングに対する強い利用意向が見られる。この層は、現時点で必ずしも積極的な金融取引を行っていないが、今後の利用意向は強く、インターネットの利用を促せばユーザーになりうると思われる。この層の基本的な属性に大きな特徴は見られないが、一例として、50～60歳代の小中都市在住者が挙げられる。

インターネットバンキングに対しては、一度利用したユーザーの評価は総じて高い。利用に際してはセキュリティに関する不安が根強いものの、実際に経験することで軽減される傾向が見られる。このことから、インターネットバンキングについてはまず一度使ってもらうことが重要であり、その意味で今後利用が期待される層に対する積極的なアプローチは有効であろう。

参考文献等

- 丸山昭治「金融機関利用に関する意識調査」(郵政研究所月報 1998 .12)
- 清水方子・松浦克己「努力は報われるか：パソコンと賃金、教育の関係」(郵政研究所ディスカッションペーパー・シリーズ 1999 04 1999 .6)
- 櫻井正道・奥井めぐみ「『金融機関利用に関する意識調査』に見る金融機関の利用動向」(郵政研究所月報 2000 .12)
- 大崎貞和・飯村慎一(2001)『インターネット・バンキング』(日本経済新聞社)
- 櫻井正道「年齢別に見た金融機関の商品・サービス等に対する意識・行動の違い」(郵政研究所月報 2001 .4)
- 一木美穂「インターネット・バンキングについて」(郵政研究所月報 2002 .3)
- 倉澤慶子「高齢者にやさしくない金融機関」(郵政研究所月報 2002 .7)
- 総務省郵政研究所「第7回 金融機関利用に関する意識調査(平成13年度)」報告書(2002 .8)
- 総務省「平成12年 通信利用動向調査報告書」
- 総務省「平成13年 通信利用動向調査報告書」
- 総務省「平成14年版 情報通信白書」(2002 .7)
- 日経コミュニケーションズ(2002 .7 .1)「特集 e Japanの通信簿」
- 日経ネットビジネス 90~93「第13回インターネット・アクティブ・ユーザー調査詳細分析(1)~(4)」