

**EKISUMER**

Vol.10 autumn 2011

エキシューマーをもっとよく知る情報マガジン

**EKISUMER**<sup>®</sup>

Vol.10  
autumn  
2011

**jeki**  
駅消費研究センター

[特集]

交通系電子マネー

～いまとこれから～



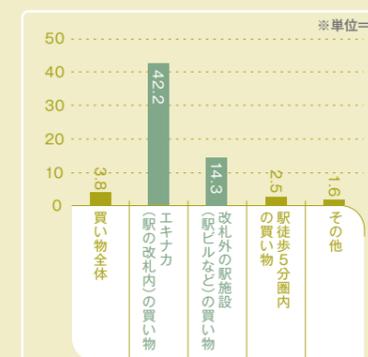
## [特集] 交通系電子マネー ～いまとこれから～

朝のキオスクで、ランチのうどん店で、会社帰りのコンビニで——。都市生活者による電子マネー決済は、いまや見慣れた光景となりました。中でも駅消費と関係が深いのは、SuicaやPASMOといった「交通系電子マネー」です。

駅消費研究センターの調べでは、駅関連商業施設における買い物のうち、およそ2割でSuicaあるいはPASMOが使われています。特にエキナカ(駅の改札内)の買い物は4割と、既に現金に取って代わりかねないほどの存在になっています。

さて、「駅消費の屋台骨」である交通系電子マネーは今どのように使われているのでしょうか。そして、今後もっと浸透し、使われるためにはどういった視点が求められるのでしょうか。Suica10周年に当たる今、交通系電子マネーの現在と今後の可能性について考えます。

買い物場所別Suica/PASMO利用率



※「首都圏駅消費実態調査2009」調査概要  
調査日時:2009年7月1日~7月7日  
調査対象者:東京駅30キロ圏の市区町村在住の18~49歳男女個人(高校生除く)  
調査手法:WEB日記式調査(1週間の全ての買い物行動をWEB上で記録)  
サンプル数:2,750サンプル  
総買い物件数:31,091件(1店舗内における買い物を1件としてカウント)



データから見えてきた  
交通系電子マネー

8割以上が既に所有。  
電子マネーとしての  
利用はまだ限定的

【DATA01 (所有と利用)】

1-1はSuica/PASMOの所有率です。東京30キロ圏居住の18歳から49歳の生活者のうち、85.9%が自分のSuicaかPASMOを持っていました。ちなみにEdyの所有率は37.1%。電子マネーの中では交通系電子マネーの所有率の高さが抜きん出ているようです。特に若い世代の所有率が高く、20代の所有率は9割に達します。

利用はどうでしょうか。1-2はSuica/PASMOの電子マネーとしての1週間の利用回数をカウントしたものです(所有者ベース)。グラフから分かるように、所有者のうち8割は電子マネーとして利用していないことが分かります。残りの2割も、週に5回以上利用する人は3%にとどまっています。利用者はまだ限られているようです。

【DATA02 (いつ?)】

ここからは他の決済手段による買い物レコードとの比較を通じてSuica/PASMOの特徴を探っていきます。

2-1は利用時間帯を見たものです(各折れ線の数値の総和はそれぞれ100%になる)。特徴が表れる時間帯は朝および夕方、電子マネーは全体的に朝型傾向にあることが分かります。特にSuica/PASMO決済の3割は朝(6:00~10:00)に集中しています。

2-2の利用曜日を見ると、電子マネーはやはり平日型であることが分かります。逆に土日利用は少なく、これらのデータから、Suica/PASMOが平日の通勤通学シーンと極めてつながりの深い決済手段であることが確認できるでしょう。

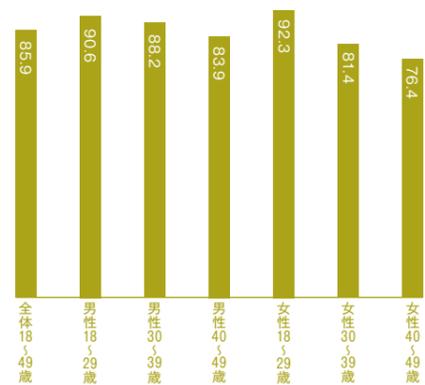
【DATA03 (どこで?)】

3-1は駅から見た買い物(決済)地点の内訳です。Suica/PASMOによる買い物がエキナカや駅ビルなどの駅関連商業施設に極度に集中していることが一目で確認できます。

3-2の利用店舗タイプを見ると、Suica/PASMO決済のおよそ4割はコンビニが占め、他の電子マネーと同じく高水準であることが分かります。次いで駅売店が16.5%。これはSuica/PASMOならではの特徴と言えるでしょう。加えて、3番目に多かった自動販売機も他と比べるとかなり高いことが分かります。これらから、Suica/PASMOは駅および駅周辺で、最寄品メインのチャンネルによって使われているということが分かるでしょう。

DATA01 所有率は8割超と高いが、利用者はまだ限られる

1-1 Suica/PASMOの所有率

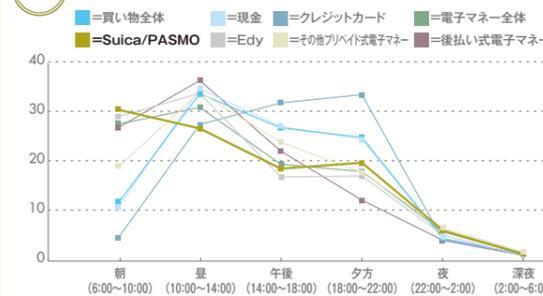


1-2 Suica/PASMOの利用回数(1週間)

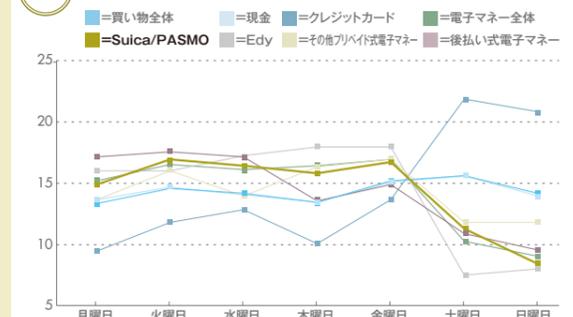


DATA02 利用の3割は朝に集中。通勤通学行動とつながりが深い

2-1 利用時間帯

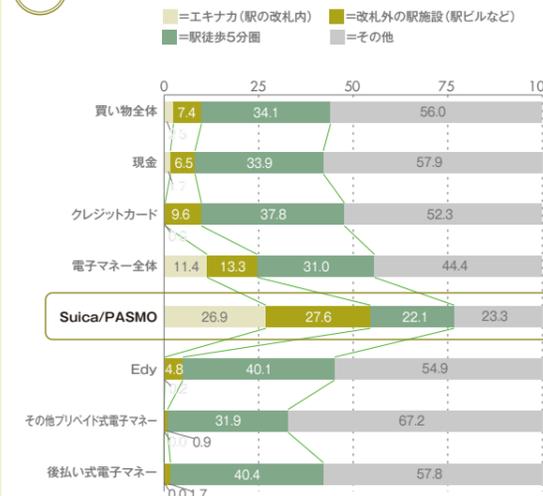


2-2 利用曜日

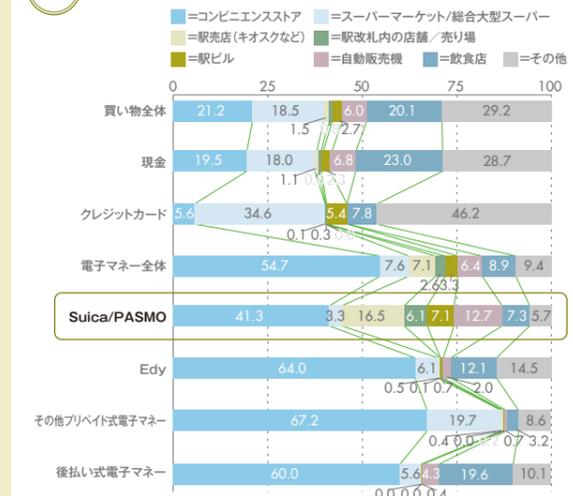


DATA03 駅関連商業施設に集中。利用店舗はコンビニ、次が駅売店、自販機の順

3-1 利用場所



3-2 利用店舗タイプ



※単位は全て%

## Suica/PASMOは 非計画来店による利用が多い

### 【DATA04(誰が?)】

4-1は決済者の性・年代の構成です。買い物全体は男女ではほぼ半々であるのに対し、Suica/PASMOなどの電子マネーは男性比率が3分の2とぐっと高くなる傾向が見られます。

4-2は職業の構成で、Suica/PASMOは会社員による利用が8割超ととても高くなっています。Suica/PASMOに限らず、電子マネー全体として女性層の取り込みが共通の課題と言えるかも知れません。

### 【DATA05(何を?)】

5-1はSuica/PASMOで決済されやすいアイテムの上位20項目を並べたものです。Suica/PASMOによる決済率が最も高かったのは新聞(定期購読は除く)で、10件の購入のうち3件はSuicaかPASMOが使われていることとなります。2位がスポーツ新聞・タブロイド紙、3位が週刊誌と、新聞・雑誌メディアとの相性の良さが読み取れます。また、野菜ジュースや健康茶、栄養補助食品

など体を気遣うアイテムが上位に並んでいるのも特徴です。

5-2は1回当たりの決済額。Suica/PASMO決済の7割は500円以下の買い物で占め、1,000円を超えるものは1割もありません。使うときは基本500円以下、せいぜい出しても1,000円までといったところが相場のようなようです。蛇足ですがクレジットカードは2,000円がボーダーラインであり、電子マネーと傾向は全く逆になっています。

### 【DATA06(どのように?)】

6-1は決済前後の鉄道利用です。Suica/PASMOの買い物の4分の3は鉄道利用が絡んでおり、当然ながら鉄道による移動行動とSuica/PASMOの買い物が密接に関係していることが分かります。

6-2は買い物をしようとしたタイミングの内訳です。他の電子マネーと大きく異なる点として、「お店を見たときに衝動的に」と答えた割合が3割で非常に高いことが挙げられます。エキナカなど駅関連商業施設との結び付きの強さから、当たり前と言えば当たり前なのですが、見方を変えれば、SuicaやPASMOといったツールが、移動者の衝動的な買い物行動を側面から支援しているとも言えるのではないのでしょうか。

Pi♪

## DATA 05

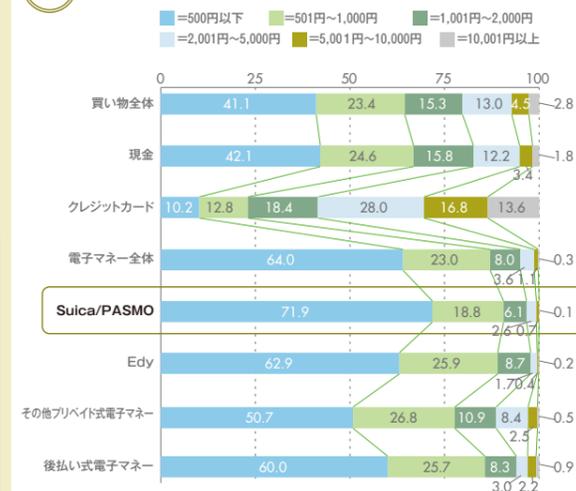
よく買われるのは新聞、雑誌など。1回当たり500円以下の買い物が大多数

### 5-1 Suica/PASMO決済率の高いアイテム(ベスト20)

1	新聞	29.8
2	スポーツ新聞、タブロイド紙	19.7
3	週刊誌	11.9

4	ミネラルウォーター、天然水	10.2	13	栄養ドリンク(医薬部外品)	7.1
5	野菜ジュース	9.8	14	コーヒー飲料	6.9
6	口中清涼菓子	8.5	15	キャンディー、グミ等	6.7
7	健康茶	8.1	16	緑茶飲料	6.4
8	ジューススタンド	8.0	17	漫画雑誌、漫画単行本	6.1
9	栄養補助食品	7.8	18	紅茶飲料	6.0
10	ウーロン茶	7.6	19	チューハイ	5.4
11	ガム	7.5	20	ビール	5.2
12	その他茶飲料	7.4	20	雑誌	5.2

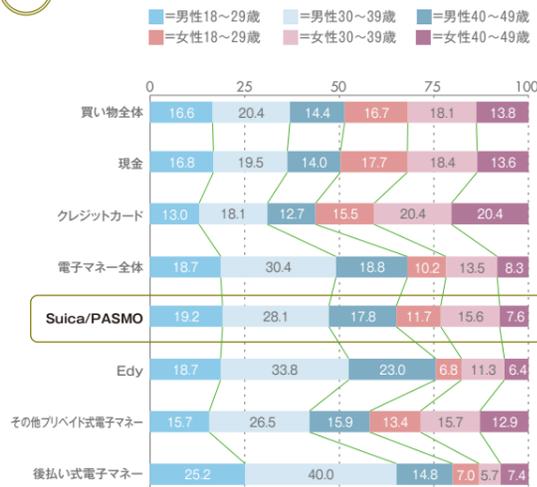
### 5-2 1回当たり利用金額



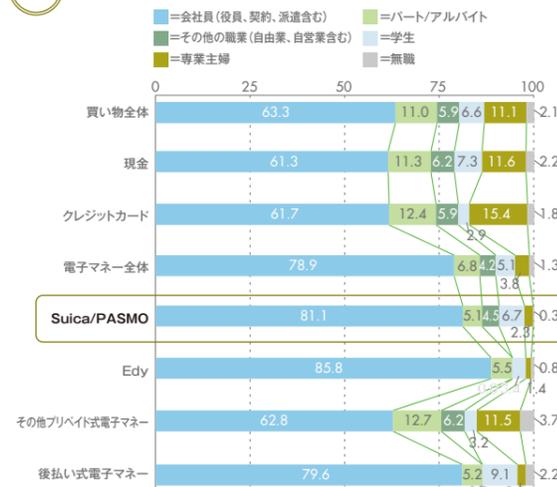
## DATA 04

利用者の比率は、男性2:女性1。会社員による利用が8割超

### 4-1 利用者の性・年代の構成



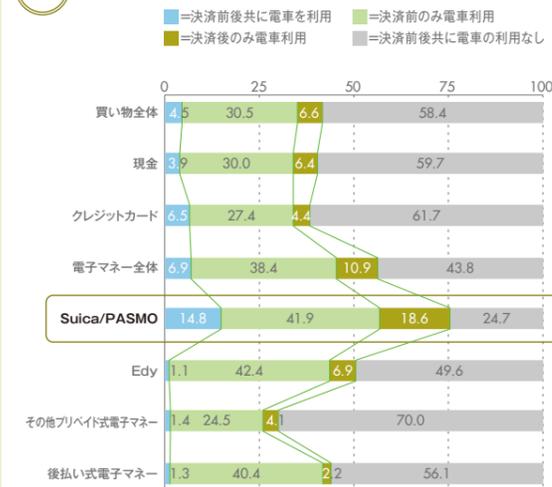
### 4-2 利用の職業の構成



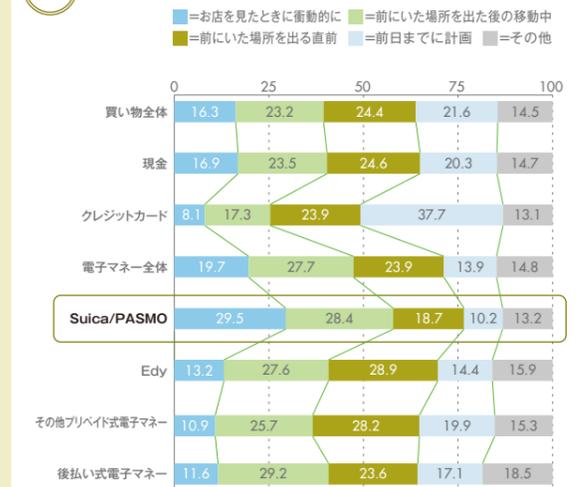
## DATA 06

4分の3は前か後に鉄道を利用。衝動的な来店とつながりが深い

### 6-1 決済前後の鉄道利用の有無



### 6-2 お店を利用しようとしたタイミング



\*単位は全て%

今年8月、Suica電子マネー利用者に集まっていたいただき、Suica電子マネーについての座談会を行いました。その中から、特に示唆に富んでいた女性ヘビーユーザー、男性ライトユーザーのグループをそれぞれ紹介します。



**ヘビーユーザー**  
女性

電子マネーは毎日使う。  
 使う場所は、NEWDAYS、  
 キオスク、駅近くのコンビニ、  
 買うものは、朝食、昼食、  
 ジュースなどいろいろ

- Aさん**: 27歳、未婚、医療、週5回程度Suicaを使う。オートチャージを利用  
**Bさん**: 30歳、未婚、事務、週8回程度Suicaを使う。朝はたばこ飲み物を購入  
**Cさん**: 36歳、未婚、事務、週5回程度Suicaを使う。オートチャージを利用

Aさん 「オートチャージにすれば、小さいものなら何でも気軽に買える」

Bさん 「もう、生活家電と一緒に、快適生活のツールになってる」

Cさん 「ほとんどキャッシュレスで生活してるから、お財布にあまりお金が入っていないの」

**現金のときより買い物の量が増えた**

皆さん、かなり電子マネーを利用されているようですが、Suicaはどんなときに使われますか？

- A** Suicaのマークがあると使いたくなるんです。(互いに顔を見合わせて、にっこり)、お店のレジ脇にピッとやる機械があると、「だったら、使おうかな」と。駅近くじゃなくても、カフェでお茶をするときや、コンビニでもSuicaのマークがあれば使いますね。  
**B** 毎朝、駅のNEWDAYSでたばこ飲み物を買ひ、昼は週3回くらい、会社近くのコンビニでお昼ご飯を買ってます。  
**C** 私は、夜、使うことが一番多いかな。品川のアトレやエキナカの成城石井で食料品を買ってから、家に帰るので。  
**A** 自販機でも使いたいけど、電子マネーのマークがないと買わないの。小銭を出すのは面倒くさいから。

- Suicaの電子マネーはどんなところが使いやすいですか？  
**B** お財布を出さなくていいし、店員さんとのやりとりがなく、ピッとタッチするだけで手軽でしょう。モバイルSuicaをメインで使っているの、お財布を持たないで買い物に行けるのも便利。家にいて飲み物を買いたいときも、ケータイだけ持っていけばいいから。  
**C** ほとんどキャッシュレスで生活できるから、お財布にあまりお金が入っていないんです。飲み会があって、皆で割り勘にするときはしょうがないから銀行で下ろすけど、それ以外は現金がなくても平気。友達には、「それで大丈夫？」って心配されるくらい(笑)

Suicaを使うようになって、買い物の仕方に変化はありましたか？

- A** 結構買うようになりました。朝、現金で払っていたころよりも量を買うようになったかな。あれもこれも「買っちゃえ」って感じで、レジの横にあるミンティア(ミントタブレット)なんかも手に取ったり(笑)。現金なら「絶対1日500円」と抑えていたけど、つい気軽に買えちゃうんですね。  
**B** 駅のホームにNEWDAYSがあると、電車が来て「間に合わない」って思うときでも、Suicaならピッと買える。時間も短縮できるから、使う頻度は増えたかな。  
**C** だいぶ前から現金を持つのがキライで、電子マネーが普及していないころはすべてクレジットカードで払っていました。でも、小さい額の買い物に使うのは恥ずかしかったの、Suicaになってそれが和らいだかも。クレジットカードはいちいちサインが必要だし、確認に時間がかかるけど、Suicaだと会計も楽でしょう。

**オートチャージにしてから現金は使っていない**

- 電子マネーとクレジットカードは、どう使い分けていますか？  
**B** 1,000円以下の買い物では、クレジットカードは使いづらい(全員、うなずく)。だから、Suicaで買うのは1,000円以内。コンビニでチャージしているから、1,000円くらいしか使いません。  
**A** 私はオートチャージにしているの、1,000円以下になると自動的に3,000円チャージされます。常に入っているのは3,000～

4,000円くらいだから、大きなものは買いません。  
**C** 500円以上なら、クレジットカード。でも、駅ナカのユニクロで衣料品を買うときは、Suicaで1,000円以上超えることもあります。  
**オートチャージにしてからは楽**なので、Suicaばかり使っているけれど、改札を通るときしかチャージできないのが不便。足りないときに、お店でもオートチャージされたらいいのに……。

- となると、現金はほとんど使わない？  
**B** 現金を使うメリットはあまり感じられないんですね。  
**C** 私も現金をまったく使いません。Suicaを使えない所では、クレジットカードか他の電子マネーを使う。その方が楽し、ポイントもためられるから。  
**A** Suicaを使うのは、急いでたり仕事をしているときが多い。コンビニで後に人が並んでいるときも支払いが早くできるから、現金と違って店員さんもわずらわしくないと思う。  
**B** そう、そう、小銭を出さなくていいから、レジで慌てなくて済む。朝はみんな、心に余裕がないから、現金でモタモタ払っていたら、「Suicaで買えよ。定期持つてらんだろう!？」と思われそうで……。  
**C** 心理的な負担も減るよね。後に並んでいる人を待たせると、申し訳ない気持ちになるから。電子マネーで払えたらストレスがないし、しぐさもスマート。この間、知り合った年配の人にも支払いが遅いから、つい「Suicaを作りなさい」と勧めてしまい……。

- A** ピッと払えると格好いい感じがするし、気持ちがいい。お釣りもなくちょうど払えて、「ほらSuica よ。私、早いでしょ？」なんて、ちょっと得意な気分になれる(笑)。みんなも使ったら、もっと便利になるのにと思うけど。

**Suicaがないとどうしょ～って感じ**

- 電子マネーをよく利用するのは、どんな人のイメージ？  
**A** クレジットカードや電子マネーを 使い分けしている人は、仕事ができそう。頭の回転が速そうに見える。  
**B** 20～30代の働き盛り、ビジネスマン、ビジネスウーマンかな。  
**A** Suicaを使ったら便利だし、楽だけど、その一歩を面倒くさがる人もいるよね。  
**C** 保守的な人とか、現金主義の人？  
**B** 自己管理ができない人や、カードを使い過ぎることを自覚している人は現金で払うと思う。

そんな人に電子マネーを勧めるとしたら？

- A** 「オートチャージにすれば、いつもお金が入っているから、小さいものなら何でも気軽に買えるよ」と勧めるとか。  
**B** 「使い過ぎそうで怖い……、いろんな手続きやオートチャージの登録が面倒くさい」と反論されそう。銀行へ現金を下ろしに行く手間を考えれば、Suicaの方がいいかなと思うけど。クレジットカードより、決済に時間がかからないから気軽に使えるし、私はレシートも出ない方がいい。レシートが出るまで待っていると、電車に乗り遅れたりしそうでしょ。  
**C** オートチャージも最初はちょっと怖いと思うけれど、Suicaは自分がお金を入れた分だけしか使えないから、怖くないよね。

- 日々の生活でも何か変わったことはありますか？  
**A** スマートで気持ちがいいし、ほっこり幸せな気分になれる。  
**B** 私は小銭を持つのがすごく面倒なので、それから解放されて、**ストレス・フリーになれた感じ**。

- A** 毎日、仕事へ出掛けるときは、それだけでストレスになるから、買い物くらいはスムーズにノン・ストレスでいきたいと思う。朝から現金払いで焦ったりすると、その気分を引きずって、職場でも「おはようございます」と明るく言えなかつたり(笑)。例えば、ハイヒールが溝にはまって、イラッとする感覚に近いかな。  
**C** ネックレスを着けようと思ったのに、絡まったりして、なかなか取れずにイライラしている感じ。現金しか持っていないと、ちょうど出そうと思っても、1円だけ足りないとか……。そうするとポイント諦めて、「ああ、めんどくさい!」という気持ちになってしまうよね。

- もっとこんな機能があつたら良いなど、思うことはありますか？  
**B** 買い物でポイントが付くといいな……。あれ、Suicaでもポイント付きます？

- C** 実際によく使っているけど、ポイントの仕組みが分からなかつたり、お得情報を知らない人も多いみたい。

- B** Suicaを使える店舗もあまり知らされていないのでは？  
**A** オートチャージも改札だけじゃなく、いろいろあれば使いやすいのに。Suicaを使える所、もっとアピールすればいいと思う。

- 皆さんにとっては、毎日の生活に欠かせないものなんですか？  
**B** 生活家電と同じ。日々の中にかかる時間を短縮し、ストレスも減らしてくれる。快適に暮らすツールの一つになっていますね。  
**A** なくなったら困る。どうしよう～って感じ(笑)  
**C** もうSuicaのない世界には戻れない。ホントです。

**FINDINGS**

駅という時間的制約のある場と、Suica電子マネーのスピーディーさが見事にマッチし、現金では生まれ得なかった(ある意味拾い損ねていた)消費行動が生まれています。ヘビーユーザーにとっては、駅のほんのわずかな時間がショッピングタイム。まさにSuicaが駅消費を生み出しているようです。特筆すべきはオートチャージ(以下、AC)。ヘビーユーザーのACの評価が非常に高く、AC利用者は打ち出の小槌のごとくSuicaを活用しているようです。チャージの手間というプリペイド式の最大の弱点を打ち消すACの利用の有り無しによって、ヘビーユーザー内でもSuicaの満足度に大きな差が見られました。ヘビー層の特徴としては、これらの機能的価値にとどまらず、Suicaでピッとすることによる優越感や、Suicaを所持していることによる精神的な安心感など、情緒的なレベルにまでSuicaブランドが広がっている点が挙げられます。彼らにとってSuicaはもはや便利な決済手段という以上の存在のようです。ヘビーユーザー、特にAC利用者の「Suica愛」は想像以上のもの。彼女たちを見ていると現金が消える日もそう遠い話ではない気がします。



## 手持ちの現金がないときに便利

電子マネーを利用する良さとは？

- E** 手持ちの現金がないときや、電車での移動中に喉が渇いたら、ホームですぐ買えて、小銭を入れる手間がないこと。
- D** CMでもやっているけど、ピッとすれば、すぐに決済できるから。
- E** お金を持ち歩かなくても、いろいろな買い物ができる。お財布を出し入れしなくていいのは楽だよ。ところで、Suicaを使うと、何かポイントが付くんですけど？
- F** Suicaポイントというのがあったような気がするけど、どうしたら付くのかよくわからない。
- D** “えっ、あるんですか？”って感じ(笑)ポイントを意識したことはないし、関心もなく。クレジットカードみたいに、毎月、請求書が来ることもないから、どれくらい使っているのかまったく分からない。
- F** ポイント率も知らないし……。
- D** ビックカメラのポイントなら使い道も分かるけど、Suicaでポイントがたまって何に使えるか分からず、どれだけ換算されるのかも分からない。Suicaで大きな買い物はしないし、今日、初めてポイントがあることを知りました(笑)

## 家計簿のように管理できればいい

すると、電子マネーをあまり使わない理由は何ですか？

- E** 自分で家計簿を付けていて、一日の生活費をいくら使えるかをちゃんと計算するために、レシートをもらっているんです。細かく管理しないと貯金もできないので、やはりレシートが必要。電子マネーでもレシートはもらえるんですか？
- D** パソコンなどから利用履歴を見なければいけないのが面倒

だよ。その場でいくら払ったか分からないから、普段読まないような雑誌を買ったりしそうで、できるだけ使わないようにしています。

- F** チャージするのが面倒で、駅の券売機に並ぶのもイヤ。電車に乗るにはすごく利便性を感じるけれど、ものを買うときにはあまり必要ないかな。
  - D** 僕は **使い過ぎるのが怖いし、使える場所も少ない**と思う。
  - F** 街中で使える場所が分からない。何度も行ってるのに、昨日、サンマルクカフェでも使えるんだと初めて気付いて(笑)
  - D** モバイルSuicaにすれば、ケータイでも電子マネーとして使えるけれど、手続きの方法が分からない。わざわざ自分で手続きするの面倒だしね。
  - E** やっぱり一番使うのは現金で、次がクレジットカード、その次にSuicaという順かな。(全員、うなずく)
- 現金やクレジットカードと比べて、やはり使いにくさを感じますか？
- E** 現金はどこでも使えるし、出入りが一目で分かる。
  - D** クレジットカードなら高額な買い物でも現金を持ち歩かなくて良いし、チャージの必要もない。使い過ぎないように慎重になるし、請求書がきちんと届くから管理しやすいよね。
  - E** 電子マネーだと、現金を使っているのとはイメージがちよっと違う。ピピッとタッチするだけで引き落とされていくから、金銭的な意識も低くなるのが不安というか……。
  - F** 不安というより、管理しづらいことかな。Suicaはお金を預ける感じで、現金に戻せないのがイヤ。例えば、500円で294円の商品を買ったら、残りの206円をどうするか。端数を使い切れなままチャージを繰り返していくようで、ゼロにならないのが引掛かる。
- 同年代の男性でも、Suicaをよく使っている人はいますか？
- D** 買い物が本当に好きで、クレジットカードをガンガン使うタイプ。

- E** いる、いる。活発で、新しいもの好き？
- D** 流行の細身のスーツを着ているイメージで、独身。休日は駅ビルや高島屋や伊勢丹とかで、洋服やインテリア家具を見ているようなタイプ。外車に乗っていて、欲しいものは高くても買っちゃうとか。
- E** 仕事はIT系で、頭の回転が速そうなヤツ。都内のマンションに一人暮らしで、彼女とデートするのは六本木辺りで。
- D** 出世志向があって、すべて効率よく、無駄なくやっていこうとするタイプで……。
- E** 回り道は嫌いな人(笑)

## スピード感だけではメインで使わない

友人から「Suicaを使えよ」と説得されたら、どう答えますか？

- D** 「とにかく便利だよ、すぐ買い物できちゃうし！」と勧められるけど、僕は遣い過ぎが気になるので、「今までいくら買ったの？」「お金は管理できているのか」と聞いてみる。
- F** 合理的な人も多いから、「タイム・イズ・マネーだよ、節約よりも利便性、時間コストを考えなきゃ」なんて言われても、「節約しないと日々の生活もあるし……。でも、将来はゆとりある生活をしたいな」と、さりげなくかわすかな。
- E** 「お金を持ち歩く時代はもう古い!」「これ1枚で何でもできる」と言う人もいるけれど、僕は **「しっかりお金の出入りを確認できな**

**いのは不安です!!**と反論するね。

では、もっとSuicaを使いやすくするためには、どんな機能があるといいでしょう？

- E** お金を管理するという点では、利用明細が届くとか。あとは、使うことによって得する特典があったり、使える場所がどんどん増えたりすると使うかもしれない。
  - F** Suicaといえば、ピッとタッチするだけで決済できることが売りだけど、**スピード感のためだけにメインで使おうとは思わない**。改札は別として、ものを買う行為でそこまでスピード感に付加価値を感じていないんです。それより、**レシートの代わりにケータイで全部管理できるような機能が** あったらいいと思う。
  - D** 僕は銀行に預けているお金をそのままSuicaに移せるようになったら、もっと使ってもいいね。
  - F** 今は現金、クレジットカード、Suicaと支払いも三者三様になっているけれど、全部が一元化されたら、利便性も上がる。そうなったら、Suicaを使うことが増えるような気がする。
- あなたにとってSuicaの「電子マネー機能」とは？
- F** 何かあったときの1,000円みたいなもの。手持ちがなくて、喉が渇いたときや何か困ったときに、「オマケ」が付いているような(笑)
  - E** 僕にとっては、交通費の入っている専用のお財布。
  - F** うーん、いざとなったときに頼れる存在かな。

## FINDINGS

ライトユーザーにとってSuica電子マネーはあくまで非常時用。いざというときのためにお守りの中に忍ばせているお金のよう、サッカーで言うならスーパーサブのような存在です。ライト層はSuicaを頻繁に利用している人たちを、都会的で洗練された消費スタイルを実現している人たちと思うものの、なかなか“自分事化”されません。その背景には無駄なものをつい買ってしまわないか、という潜在的な心理があるようです。そこにはキャッシュの出口をできるだけ減らし、お金をコントロールしたいという欲求があります。現金とクレジットカードに、電子マネーという出口が一つ加わればそれだけ制御が煩雑になり、結果、キャッシュアウトが増えてしまうのでは?と考えているようです。ある意味とても理性的で慎重なものの考え方をしている人たちと言えるかもしれません。

EKISUMER'S VOICE



冒頭のデータで示した通り、SuicaやPASMOは既に多くの都市生活者が所有している一方で、電子マネーとしての利用はまだ限定的なものにとどまっています。そもそも現時点での電子マネーの総利用額は全消費支出の1%程度とも言われ、電子マネー自体がまだまだ発展途上の段階であるようです。しかし、ここに至ってスマートフォンに代表される携帯電話の進化が電子マネー利用を強く後押しし始めています。今や財布よりも身近な携帯電話が、電子マネーを現金よりもっと身近な存在にするかもしれません。携帯電話がスマートフォンにシフトしつつあるように、ここ数年で現金も一気に電子マネーへと大きくシフトする可能性は大いにあるでしょう。もちろん急に現金がなくなることはないでしょうが、電子マネーは利用するうちにその使い勝手の良さを実感し、一度良さを知ると加速度的に利用が拡大されていく傾向があります。この先、小額決済を中心に現金の牙城を一気に崩す可能性は低いはずですが、

そうした中、交通系電子マネーをより身近なものにしていくにはどうすればいいでしょうか。今回の取材で見ると、ヘビー層には彼らが既に持っている経験価値、愛着といった情緒的価値がより一層深まるような展開、ライト層や非利用層には現金にプラスされる実利的なメリットが明確に伝わるような展開がそれぞれ有効であると考えられます。また、座談会ではライト層のみならずヘビー層においても全般的なサービスの認知不足が時折見られました。これは引き続きの課題と言えそうです。ところで諸所で指摘されているように、電子マネーは現金が単に電子化される以上の大きな可能性があります。CRMの高度化などマーケティング領域においての可能性がぐんと広がる一方で、電子マネーというシステムをうまく利用することで、人と人がつながることのできるような、いわばソーシャルな展開においても大きな可能性を秘めています。それは「駅消費」そのものの意味や価値を広げてくれる原動力になると思います。

Conclusion

## 「使ってもらおう」から「チャージしてもらおう」へ 発想を変えると電子マネーの可能性は広がる

交通系電子マネーはこれからどういった役割を担うことができるのでしょうか。知識経営の研究と実践に取り組み、その立場から近著にてSuicaについての言及もある、多摩大学大学院教授の紺野登先生にお話を伺いました。



紺野登 (こんの のぼる)  
KIRO(知識イノベーション研究所)代表/  
多摩大学大学院教授

早稲田大学理工学部建築学科卒業。大手広告会社を経て、現在、KIRO株式会社代表および多摩大学大学院教授。知識経営変革、ナレッジマネジメント、知識産業の事業開発、デザイン経営戦略、知識リーダーシップ・プログラム、ワークプレイス戦略など、実務に即した知識経営の研究と実践を行っている。

### 駅は、 消費プラットフォームへと 進化している

駅ビルやエキナカが充実し、「通過する駅から集う駅へ」と駅の果たす役割が変わってきています。今の駅消費の発展を先生はどのように捉えていらっしゃいますか。

紺野：駅の意味が変わってきていますね。駅ビルやエキナカが、駅を新たな消費プラットフォームに変えました。お客を安全に輸送するだけでなく、そこでどういった経験を持ってもらうかが重要になってきています。駅ビルのビジネスにしても、従来のように持っている土地を貸すだけでは、有形資産分しか価値が生まれません。これに対して、経験という見えないコトをデザインして価値を生み出すと、有形資産の価値を上回るサービス価値が生まれます。無形資産が生み出す価値は、有形資産の何倍もの事業価値の可能性を秘めています。それが「駅消費」という形で花開き始めたと言えるでしょう。

駅消費は、これからどのように進化していくとお考えになりますか。

紺野：以前は、駅に魅力があるかどうかとは関係なく、ただ通勤のために駅を使っただけです。ところが、今は駅そのものの魅力に惹かれて駅に行くということが出てきた。駅自体に魅力があれば、ピークタイム、つまり通勤通学の時間帯だけではない人の集まりが期待できます。そういう利用創造を考えなければいけない段階に既に入っていると思います。

そうした中、今はまだモノ消費としての駅消費が中心ですが、これからはだんだん「駅サービス」という形になっていくでしょう。モノ

を買ったり、飲食をしたりということだけでなく、駅で仕事をしたり、人と出会ったりするためのサービスを消費するようになると思います。それに近いこととして、例えばJR東日本は既に駅で託児所や保育園をやっていますよね。それは、一つのステップかもしれません。もう、モノの消費が伸びる時代ではありません。サービス消費のニーズの方が高くなります。サービス化経済の流れに応じた形で、駅消費も変わっていくというのが、次の段階だと思っています。

### 保有率9割は、 飽和状態ではなく 資産と考えるべき

さて、Suicaは今年10周年を迎えました。SuicaやPASMOといった交通系電子マネーが鉄道会社にもたらしたインパクトについては、どうお考えになりますか。

紺野：SuicaやPASMOは非常に優れたサービスです。まず、とても手軽に持つことができる。カード式のチケットがこれだけ普及しているというのは、日本くらいでしょう。当然、さまざまな努力があつて成功した事業だと思います。第一段階は、改札を効率化するための電子改札としての用途だったでしょう。そして、第二段階は電子マネーです。切符は、それ以上の意味はありません。しかし、第二段階になるとはやお金ですから、駅で輸送以上の経験をしてもらおうという新しいビジネスの芽が生まれてきます。Suicaは、「通勤者(利用者)」を「消費者」に変えました。それが、エキナカビジネスの変化とよく呼応したのだと思います。

駅消費研究センターの調べでは、Suica



もしくはPASMOの保有率は約9割で、飽和状態に近づきつつあります。しかし、電子マネーとしての利用率は低く、まだ多くの人にとっては切符代わりとしてしか使われていないのが現状です。法改正もあり今後は競争激化も予想される中、SuicaやPASMOが今後「交通系電子マネー」として歩むべき道として、どのようなことが考えられるのでしょうか。

紺野：まず「保有率9割」というのは、すごいことです。それは、飽和しているというより、9割が資産になっていると考えるべきですね。9割の人たちの利用率を高めようということではなく、9割という資産を活かして何ができるか、と考えた方がいいと思います。その際、電子マネーの部分だけを捉えて考えると、他の電子マネーと変わらなくなってしまいコモディティ化してしまいます。できるだけ、駅や鉄道といったポジションに忠実に、駅周りで独自の電子マネー活用法を探っていくべきです。駅周辺にいる人が皆SuicaやPASMOを持ってくれているわけですから、地域のさまざまな消費やサービスを支えるようなメディアにしていって方がいいと思います。

具体的なアイデアがあれば、お聞かせください。

紺野：交通系電子マネーは、非常にリスクの低い手軽な電子マネーです。そこがクレジットカードとは違う。いちいち銀行の決済をする必要もなく、1,000円からチャージできる敷居の低さがあつたから、9割の人が持ったわけです。その良さを失わないようにしなければいけません。間違っても高い買い物をしてもらおうという発想ではないですね。

一つの考え方としては、小銭のポケットのように使ってもらおうことです。例えば、地域のお店で買い物をしたとします。そのときに、10円、

Featured Interview...



15円という小さな金額のお釣りが出る。それをSuicaやPASMOにチャージできる、プタの貯金箱のような機能を加える、というのはどうでしょう。これは、積み積みとて非常に大きい。それをためて旅に出る人もいるかもしれません。仕組みはとても簡単です。「お釣りどうなさいますか」と聞かれたときに、SuicaかPASMOをサッと出して、お釣りモードのようなボタンをポンと押すとチャージされる。これで小銭をジャラジャラ持たなくて済みますね。その上で、Suicaの機能をアップグレードして、旅行が好きな人向けに例えば「プレミアムSuica」をつくるのもいいですね。9割は無料で敷居の低い顧客資産のベースをつくっておいた上で、1割のプレミアム会員を形成し利益を上げるというフリーミアム(Freemium)の発想です。いずれにしてもベースとしては、小さなお金、マイクロエコノミーをどうつくっていくかということに主眼を置いて展開するべきです。それが交通系電子マネー独自のポジションを形作ることになるはずだ。

### 「お釣りチャージ」で、地域活性化を

お釣りをチャージするというのは、とてもいいですね。現金で支払って、面倒な小銭は電子マネーとしてためるのですね。小銭って、いつの間にか結構たまりますよね。  
紺野：小銭の力はすごく大きくて、海外の有名な事例としてBank of Americaの「Keep the Change(キープ・ザ・チェンジ)」というサービスがあります。デビットカードを使って買い物をする、セントの端数を切り上げた額が「普通口座」から引き落とさ

れ、その差額は自動的に「預金口座」に振り込まれる。その際、その差額分と同額を銀行が上乘せするおまけ付きです。たった数セントの差ですが、このサービスは人気を博し、たいへんな顧客獲得につながりました。小銭のマーケットというのは、人を動かす大きな可能性を秘めていると思います。

「お釣りチャージ」のような形で地域活性化の仕掛けを足していくと、交通系電子マネーの可能性はさらに広がりそうですね。

紺野：既に多くの人々が持っているわけですから、商店街がお釣りチャージのようなサービスに取り組みれば、みんな使ってくれるでしょうね。あまり電車に乗らない人も、普段からSuicaやPASMOを携帯して駅の近くに行ったらそれを使う。そうして、駅とその周辺の共存共栄の道が開かれます。つまり地域通貨です。これからは地域通貨がとても重要になってきます。小さなお金だけれども、成熟するコミュニティーを維持する上での大きな原動力になります。例を挙げると滋賀県彦根市に「彦(げん)」という地域通貨があります。何かいいことをすると「彦」をもらえ。「彦」は、実際に通貨としても使えます。※社会の構成員がいいことをすることで、ソーシャルキャピタル(社会関係資本)が形成される。それを実際マネーとして還元する、そういうモデルです。SuicaやPASMOは自分のホームグラウンドから出ていくときと帰ってくる時に必ず触れるものですから、地域通貨としての可能性は大きいと思います。例えばカードに地域のフットボールチームのマークを入れて、チームに寄付がいくようなことをすると、さらに地域のアイデンティティが高まるでしょうね。

※地域通貨「彦」は美しいひこね創造条例に掲げる用途にのみ使用できます。



キャラクター「ひこちゃん」の人気の話題となった滋賀県彦根市。市では、街の美観を保つ活動や助け合い活動など、市民が行う「美しい行為」に対して地域通貨「彦(げん)」を支払う「美しいひこね創造活動」に、2006年から取り組んでいる



### 「入れる仕組み」を考えると、Suicaの新しい可能性が生まれる

お釣りがチャージされることによって、より一層利用していただく環境が整いますね。今までは、自分でチャージしない限り残高は減る一方でしたから。

紺野：ともすれば、いかに電子マネーを使わせるかという発想になっていきがちですが、お釣りチャージは、むしろ逆のベクトルです。まずお金を「入れる仕組み」を考えることで、これまでとは違う使い方をしてもらえるかもしれない。そこに地域通貨の要素が入ると素晴らしいですね。

入れる方を改善すれば、必然的に使う方も広がっていくということですね。今までは使っていただくほうに目が行きがちでしたが、お金を入れる工夫がなければ、確か

に財布としての機能は不十分ですね。そして、その財布が地域の活性化につながったり、ボランティアや自分の好きなチームに貢献することにつながる。いろいろな展開が考えられますね。

紺野：そうですね。ただし、あまりいろいろなものを詰め込み過ぎて、もともとのサービススコープ(事業範囲)を大きく変えてしまうと失敗してしまいます。シンプルで敷居が低いという交通系電子マネーの特長を活かすものがいいでしょう。マイクロエコノミーにあらためて目を向け、地域で通貨を回していくというのは、一見小さいことのようにだけれど実はとても大きい。そういうところに視点を置いて可能性を探るといいと思います。

SuicaやPASMOはまだ大きな可能性が眠っているようですね。どうもありがとうございました。



イメージ



ビジネスのためのデザイン思考  
紺野 登著/東洋経済新報社/2,100円(税込)

面期的デザイン思考モデルの提案。モノづくりにとどまらず、イノベーションやビジネスモデルの設計につながる手法・手順・ツールを体系的に示した知識創造のための斬新なテキスト。

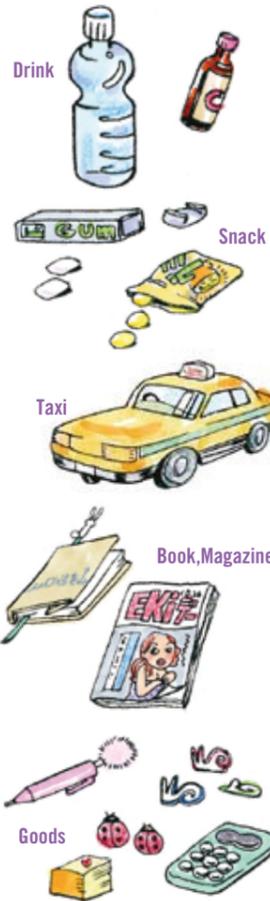
山本貴代の  
“女の駅欲実験室”

Vol.6

思わず

交通系電子マネーランキング

Suicaなどの電子マネーを持っていると、思わず買ってしまふものってあると思います。電子マネーだと、荷物いっぱいなのに、いちいち小銭を出さなくていいからとっても便利。それで、ピッピッと手が動いてしまう人も多いようですが、普段からエキジエンヌたちは、何を買っているのでしょうか。思わずピッピッとランキングしてみました。



1位

ホームで飲み物  
(水、お茶、ジュース、オロナミンC、飲むヨーグルト等)

堂々の1位は、飲み物でした。自動販売機で「ピッ」っとする人が一番多いようですが、時間に余裕があれば、ふらっとコーヒーショップや、ジュースパーに立ち寄りという人も。「この駅に来たら、この自販機で買う。パブロフの犬状態です」なんていう意見もありました。

2位

お菓子  
(ガム、グミ、のど飴、チョコ、キャラメル)

次は、お菓子でした。一番多かったのは、ガム。続くは、グミでした。「コンビニで500円以内だとつい買ってしまふ」(31歳・既婚)なんて、ちょっとしたぜいたくですね。「小銭のやりとりを店員としないでいいのがすごく便利」(39歳・既婚)。気持ちは分かるけれど、無言消費が増えたとちょっと寂しい気もします。

3位

タクシー

電車があるのに、タクシーに乗ってしまうのは、なかなかぜいたくというものです。少しの距離だと余計にもったいない意識も芽生えたりします。でも、ピッとやれば、罪悪感は軽減されるようで。スマートに乗り降りできるのは、ちょっと格好良かったりします。現金を見ないと、気持ちも大きくなるのでしょうか。

4位

本、雑誌

電車の中ですることといえば、ガムやグミなど食べる以外では、雑誌や本を読む行為は定番です。時間があると、駅構内の本屋で情報収集する人も多いですね。「おっともうこんな時間、この本買おうかなーどうしようかなー」というときも、ピッと買えば、悩む暇もなく、慌てません。

5位

雑貨

近年、エキナカには暇をつぶす場所が実にたくさん増えました。ちょっと待っている間に、最近の流行は何かなーと、物色していると、だんだん欲しくなってきます。忙しいエキジエンヌにとっては、モノとの出会いは一期一会。もう会えないかもしれないから、と思わず買ってしまふようです。

その他、靴の修理、焼きたてパン、ケーキなどを思わず買ってしまふようです。「500円以下なら買ってしまふ」と言う人もいれば、「1000円以下は絶対電子マネー」と言う人などさまざまです。「お金を出さない分、気軽に買ってしまふ」、「電子マネーだと、あと1品に手が出やすい」など、電子マネーには、どうやら女性たちの節約心を麻痺させて、消費意欲を促進させる性能があるようです。

交通系

電子マネーの可能性を探る!

秋の味覚を求めて旅に出たい気分いっぱいの季節になりました。遠出をしなくて、ちょっと外出したときに、おいしいマロンケーキを求めて、Suicaでピッと買い物をしてしまふ私。今回は、そんな交通系電子マネーの可能性についてラポのみんなと考えてみました。

やまと たかよ 1988年博報堂入社。コピーライター、博報堂生活総合研究所を経て、2009年より「女の欲望ラボ」代表に。専門は、女性の意識行動研究、富裕層研究など。近著に「女子と出産」(日本経済新聞出版社)、著書に「晩娘という生き方」(プレジデント社)など多数。

もしも、"Girls Golden Suica"があったなら。

毎日駅を使い、思わずピッピッと消費するエキジエンヌたちにとって、もしも、"Girls Golden Suica" (略してGGS)なるものが登場したら…どうでしょう。毎日の通勤がもっと楽しくなりそうなそんな夢のGGSについて、ラポメンバーが思い切り妄想してみました。



GGS専用ラウンジ

やはり、特別扱われるのはうれしいものです。GGSカード所持者のみ入れるラウンジは必須です。もちろんフリードリンクでゆったりソファ設置。お化粧直しできる、アロマ完備、加湿器あり、音楽はボサノバが流れている。会員制バー(無料)もあるといいなあ。



見た目かわいいデザイン

やはり、エキジエンヌたちには、見た目が大事です。今のSuicaはみんな同じで味気ない。既存のデザインから選べるとか、自分の持っている画像から作成できるのもいいなあ、という意見も。金色のペンギンがほほ笑む、かわいいカードがあったら、人気殺到しそうです。



荷物配送サービス

GGS所持者だけのサービスとして、「荷物宅配無料サービス」もしくは「ポーターサービス」が受けられる。デパートの上客みたいに、扱われたいのです。GGSでたくさんお買い物しても、両手に荷物では格好悪いもの。夕夕で運んでくれたら、どんどん買っちゃいます。



GGSのお通りじゃー

改札通るとき、「ピッ」ではなく、「キラキラシャラリーン」というサウンドで入れるといい。「あつ、あの人GGSなんだ」って背中視線を感じることができたら、疲れていても姿勢がシャンとしそが。その後、カード所持者のみ買えるスイーツを買えたりしたら、さらに優越感でいっぱい。



ポイントがたっぷりためて姫気分

とにかく、こんなに毎日使うのだから、Suicaポイントを普通よりたっぷり付けてほしいという意見は多数ありました。ポイントがたまったら、リラクゼーションが取れる、ネイル券と交換、ポイントで温泉旅行、ペンギングッズプレゼントなどの特典満載。そうしたら少しくらい高くても、持ってみたいGGS。



その他の欲張りサービス

「電話一本で、コンシェルジュサービス」、「婚活バックアップサービス」、「全ての洋服10パーセント割引」、「よく使う区間割引サービス」など割引はじめ、限定、先行サービスなどあったらいいな。もちろん情報収集の場として、「ガールズスイカWebサイト」は必須です。



満員電車での通勤もこんなスペシャルカードが持てたら、毎日が楽しくなりそうです。「GGSを持っている女子だけのGGSクラブでは、ときどきシャンパンパーティーなども催される」という妄想もありました。もちろん日ごろのお礼なのでご招待です。いいですねえ。できるエキジエンヌが持つ、夢のスペシャルカード。GGSが、日本の経済を救う、と言ったら大げさですが、これさえあれば、駅は、今後、華やかに、活気よく変化していきそうです。

# エキショップ close up

LOWRYS FARM+ / エキュート赤羽店

## エキナカ出店で幅広い客層をつかんだ ローリーズファームの新業態

# 9

**そ** れまで乗り換えで通り過ぎていた駅構内で出合った、ふっと心なやむようなオープンな空間。花柄のポーチやアクセサリ、秋冬の流行を先取りするファッションや小物に惹かれ、楽しげに手に取る女性たちは後をたたく……。

今年3月、エキュート赤羽にオープンした「LOWRYS FARM+」は、若い女性層に人気のアパレルブランドを展開するエキナカのショップ。昨年12月に上野駅で出店して以来、好調なスタートを切っていると、株式会社ポイント・ローリーズ営業本部シニアマネージャーの片山正則さんは言います。

「エキナカでは毎日の気温や天候の変化によって、お客さまのニーズがリアルに反映されます。夏でも気温が下がって涼しくなると、長袖ニットのカーディガンの売れ行きが一気に上がり、寒い季節にはマフラーやストールなどが売れる。既存のファッションビルに入っている店舗と比べても、倍以上の反応があり、それは駅に出店して一番驚いたことですね」

10代後半から20代前半の客層をターゲットにする母体の「LOWRYS FARM」。エキナカでは新規の顧客開拓を狙い、服飾雑貨を主体とした品ぞろえの「LOWRYS FARM+」として展

開しています。売上は想定以上で、当初期待していなかったアパレルもよく売れています。狙い通り、20代後半のOLから30代～40代の主婦、さらに幅広い年代の女性たちの利用も多いそうです。

「[LOWRYS FARM+]のコンセプトとして、“ギフト”をキーワードに商品企画も始めました。エキナカでは通常の店舗よりギフトの需要が高く、贈る人のことを考えながらワクワクして買っていただき、相手にも喜んでもらえるようなシーンも提供したい」と片山さん。店内にはイニシャル入りのマグカップやトートバッグなど、オリジナル商品がそろいます。アクセサリなどの価格も1,000～2,000円とリーズナブルで気軽に買えるのも魅力でしょう。

「エキナカ特有の特性として、いわゆる“緊急需要”と衝動買いがあります。ことに赤羽駅では乗り換えの人が多く、乗り換え時間を使って、駆け込みで必要なものをそろえたり、目に留まったものを買う。そのため値ごろ感のある、求めやすいものを品ぞろえしています」

雨が降れば折り畳み傘が売れ、寒い朝は手袋やマフラーを。パンプスのヒールが折れて履きやすい靴を探す人もいます。朝夕の通勤から昼間の乗り換えと人の流れも多様で、赤羽店には1日約4,000人が来店。坪当たりの売上高は全店舗中でトップを誇ります。

2011年9月からのブランドコンセプトは「ギフト」。オリジナル商品のイニシャル入りマグカップはシンプルなデザインが好まれ、定番のギフトに。しゃれたラッピングもうれしく、贈る人に喜ばれています。



「服や雑貨が買えるという利便性はもとより、慌ただしいエキナカでもちょっと気分転換できるような場になれたらいいですね」

通学や通勤の女性客ばかりでなく、仕事帰りに一人でギフトを選ぶスーツ姿の男性、孫へのプレゼントに流行の服を買う女性の姿も……。駅の中でも、自分のため、大切な人のことを思う時間を過ごせる空間を見つけたような気がします。



程よく取り入れた流行のアイテムを手軽に買える「LOWRYS FARM+」。エキナカでは、広い年齢層の女性たちが買い求めていくようになりました。



ビニールコーティングされ、保冷効果を備えたミニトートはお弁当を入れるランチバッグに。

突然、雨が降っても、すぐに折り畳み傘が買えるから安心。カラフルな色合いで愛用されています。



1. 生花やアクセサリ、カフェなどが並ぶ一角にある店舗。通り抜けできるオープンなスペースなので、誰もが気軽に立ち寄り、ゆったり買物を楽しめるのが魅力です。

2. エキナカでは天候や気温の変化に合わせて、すぐ欲しいものを買うお客さまが多いので、品ぞろえやディスプレイも細やかに変えています。

3. 雑貨主体の品ぞろえで、働く女性たちをターゲットに。通勤時からオフの日まで使えるような落ち着いたデザインが主流。花柄のポーチやトートバッグ、カードケースなどが人気です。



ローリーズファームプラス  
所在地/赤羽駅構内 エキュート赤羽内  
営業時間/9:30～22:00(月～土) 9:30～20:00(日・祝)

株式会社ポイント・ローリーズ営業本部シニアマネージャーの片山正則さん。「エキナカという環境に大きな可能性を感じます」と夢も広がっているようです。

エキナカや駅のファッションビルなどでショッピングを楽しむ消費者たち。わたしたち駅消費研究センターは、そんな人々を「エキシューマー」と名付け、さまざまな視点から研究しています。

EKI  
[駅]  
+  
CONSUMER  
[消費者]  
||  
EKISUMER.  
[エキシューマー]

### 編集を終えて

Suica10周年にちなみ、インターネットで10年前の出来事を調べてみました。2001年1月にはアメリカでジョージ・ブッシュ大統領が就任し、4月には小泉純一郎内閣(第一次)が発足。7月には2008年夏季オリンピックの北京での開催が決定し、9月にはあのニューヨークで同時多発テロが勃発しています。10月には、アメリカ軍がアフガニスタンに侵攻。Suicaがサービスを始めた11月には、シアトルマリナーズのイチローが、1年目で首位打者・盗塁王・新人王・MVPを獲得しています。

思い出していただけましたでしょうか。10年という歳月なんとも偉大ななあというのが感想ですが……さて、次の10年でSuicaやPASMOはどれほど進化していくのでしょうか? 想像もできない未来が私には楽しみで仕方ありません。(H.K)

【発行】 **jeki**  
駅消費研究センター

【発行責任者】金森誠  
(株式会社ジェイアール東日本企画 取締役 企画制作本部 副部長)

【編集責任者】加藤肇  
(株式会社ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター長)

【編集委員】深井基弘 中里栄悠 梓田純一  
河野麻紀

【お問い合わせ】03-5447-0991

【URL】<http://www.jeki.co.jp/ekishoken/>

【制作】プロジェクトディレクター 坂野泰士  
(有限会社シンプル研究所)

編集 小林英明 牧一彦 須田佳織  
(株式会社レマン)

デザイン 山澤紳一郎 川西成信 本多翔  
(株式会社レマン)

印刷 株式会社静和堂