

2022年11月14日
MMDLabo株式会社

2022年10月経済圏のサービス利用に関する調査

経済圏を意識してサービスを利用している人は56.2%
最も意識している経済圏は「楽天経済圏」「ドコモ経済圏」

経済圏を意識後「買い物する場所」「QR決済」「クレジットカード」をもっと利用するようになった

https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2137.html

MMDLabo株式会社（東京都港区、代表取締役：吉本浩司）が運営するMMD研究所は、予備調査で18歳～69歳の男女25,000人、本調査で5つの経済圏のメイン利用者2,500人※を対象に2022年10月14日～10月18日の期間で「2022年10月経済圏のサービス利用に関する調査」を実施いたしました。調査結果は以下のとおりです。

※ドコモ経済圏（n=500）、au経済圏（n=500）、PayPay経済圏（n=500）、楽天経済圏（n=500）、イオン経済圏（n=500）

※本リリースでは、アンケート調査により回収されたサンプルを人口構成比に合わせるために、ウェイトバック集計しています。

なお、調査結果を元に千葉工業大学 社会システム科学部 経営情報科学科 西松 研教授よりコメントをいただきました。

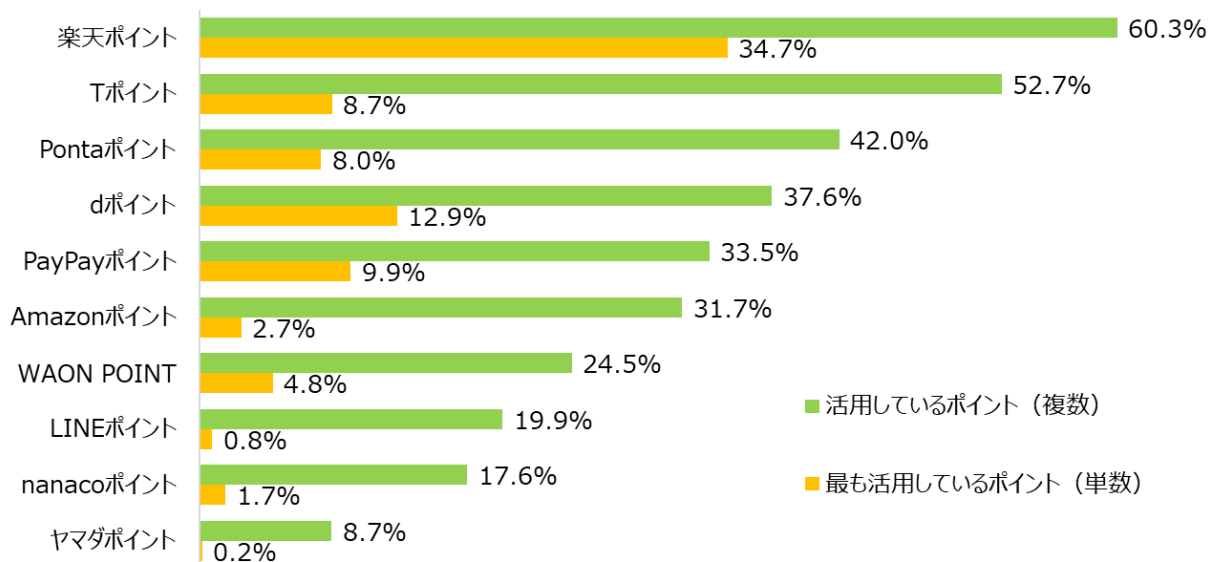
【調査結果サマリー】

- 現在活用しているポイントの上位は「楽天ポイント」「Tポイント」「Pontaポイント」
その中で最も活用しているポイントは「楽天ポイント」「dポイント」「PayPayポイント」
- 経済圏を意識してサービスを利用していると回答した人は56.2%
2022年4月調査と比べると7.7pt増で意識は増加傾向
- 最も意識している経済圏は前回に続き「楽天経済圏」がトップ、次いで「ドコモ経済圏」
- 経済圏を意識し始めるきっかけとなったサービス、ドコモ経済圏とau経済圏は「通信会社」
PayPay経済圏は「QR・バーコード決済」、楽天経済圏とイオン経済圏は「買い物する場所」
- メイン利用している経済圏のポイントを貯めている場所と使っている場所
ドコモ経済圏とau経済圏は「コンビニエンスストア」、PayPay経済圏と楽天経済圏は「ECサイト、アプリ」、イオン経済圏は「スーパーマーケット」がそれぞれ最多
- 経済圏を意識後の行動
「買い物する場所」「QR・バーコード決済」「クレジットカード」をもっと利用するようになった

■ 現在活用しているポイントの上位は「楽天ポイント」「Tポイント」「Pontaポイント」
 その中で最も活用しているポイントは「楽天ポイント」「dポイント」「PayPayポイント」

18歳～69歳の男女25,000人を対象に、現在活用しているポイント（複数回答可）と、その中で最も活用しているポイントを聞いたところ、現在活用しているポイントでは「楽天ポイント」が60.3%と最も多く、次いで「Tポイント」が52.7%、「Pontaポイント」が42.0%となり、最も活用しているポイントでは「楽天ポイント」が34.7%と最も多く、次いで「dポイント」が12.9%、「PayPayポイント」が9.9%となった。

● 現在活用しているポイントと、その中で最も活用しているポイント（n=25,000） ※活用しているポイント（複数）の上位10位抜粋

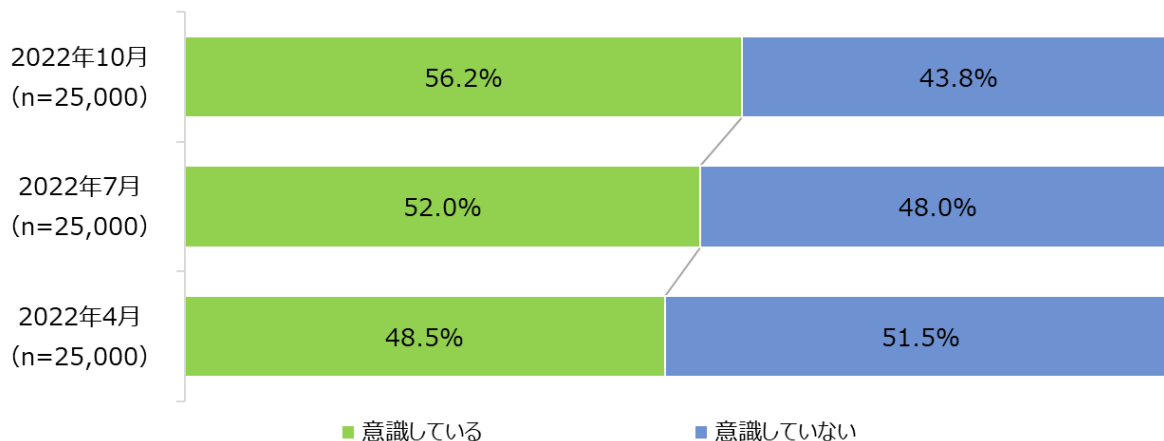


MMD研究所調べ

■ 経済圏を意識してサービスを利用していると回答した人は56.2%
 2022年4月調査と比べると7.7pt増で意識は増加傾向

18歳～69歳の男女25,000人を対象に、5つの経済圏のいずれかを意識しているか聞いたところ、いずれかの経済圏を「意識している」と回答した人が56.2%となり、2022年4月と比較すると「意識している」が7.7ポイント増えた結果となった。

● 経済圏に対する意識（単数） ※2022年4月からの比較

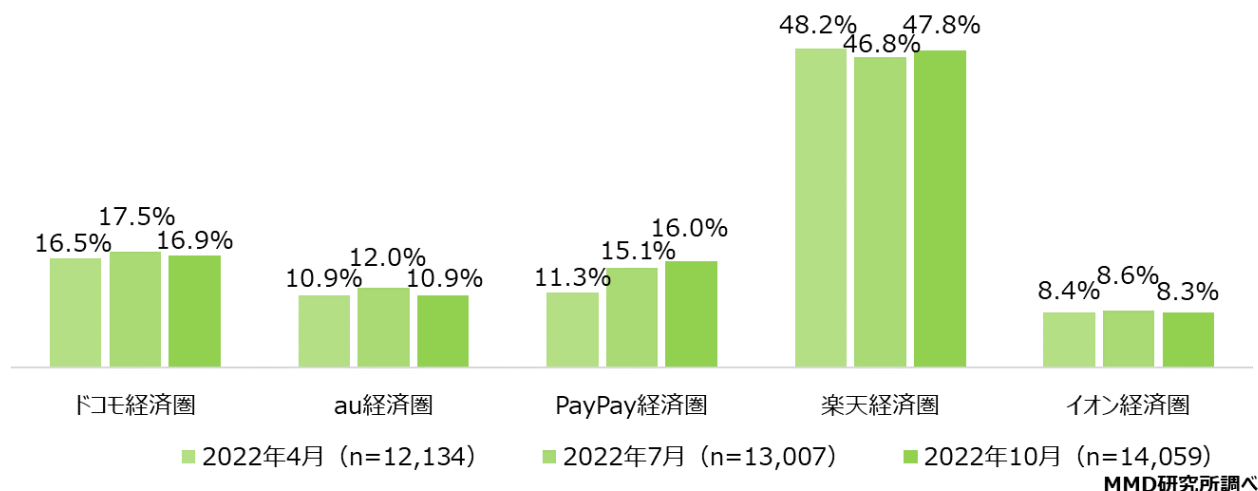


MMD研究所調べ

■ **最も意識している経済圏は前回に続き「楽天経済圏」がトップ、次いで「ドコモ経済圏」**

5つの経済圏のいずれかを意識している14,059人を対象に、最も意識している経済圏を聞いたところ、「楽天経済圏」が47.8%と最も多く、次いで「ドコモ経済圏」が16.9%、「PayPay経済圏」が16.0%となった。

● **最も意識している経済圏（単数）※2022年4月からの比較**



■ **経済圏を意識し始めるきっかけとなったサービス、ドコモ経済圏とau経済圏は「通信会社」**

PayPay経済圏は「QR・バーコード決済」、楽天経済圏とイオン経済圏は「買い物する場所」

5つの経済圏のメイン利用者2,500人（n=各500）を対象に、最も意識している経済圏を意識し始めるきっかけとなったサービスを聞いたところ、経済圏別で見ると、ドコモ経済圏（n=500）は「通信会社」が38.6%、au経済圏（n=500）は「通信会社」が35.8%、PayPay経済圏（n=500）は「QR・バーコード決済」が55.0%、楽天経済圏（n=500）は「買い物する場所」が42.6%、イオン経済圏（n=500）は「買い物する場所」が40.2%とそれぞれトップとなった。

● **経済圏を意識するきっかけとなったサービス（単数）※経済圏別、上位3位抜粋**

ドコモ経済圏 (n=500)			au経済圏 (n=500)			PayPay経済圏 (n=500)		
1位	通信会社	38.6%	1位	通信会社	35.8%	1位	QR・バーコード決済	55.0%
2位	クレジットカード	19.0%	2位	QR・バーコード決済	20.2%	2位	買い物する場所	19.4%
3位	QR・バーコード決済	16.2%	3位	買い物する場所	18.0%	3位	通信会社	13.6%
楽天経済圏 (n=500)			イオン経済圏 (n=500)					
1位	買い物する場所	42.6%	1位	買い物する場所	40.2%			
2位	クレジットカード	32.2%	2位	電子マネー	29.6%			
3位	QR・バーコード決済	8.0%	3位	クレジットカード	15.4%			

■ メイン利用している経済圏のポイントを貯めている場所と使っている場所

ドコモ経済圏とau経済圏は「コンビニエンスストア」、PayPay経済圏と楽天経済圏は「ECサイト、アプリ」、イオン経済圏は「スーパーマーケット」がそれぞれ最多

5つの経済圏のメイン利用者2,500人を対象に、メイン利用している経済圏のポイントを貯めている場所と使っている場所について聞いたところ（複数回答可）、ドコモ経済圏（n=500）とau経済圏（n=500）は「コンビニエンスストア」、PayPay経済圏（n=500）と楽天経済圏（n=500）は「ECサイト、アプリ」、イオン経済圏（n=500）は「スーパーマーケット」となった。

● メイン利用している経済圏のポイントを貯めている場所・サービス（複数）※経済圏別、上位5位抜粋

ドコモ経済圏 (n=500)			au経済圏 (n=500)			PayPay経済圏 (n=500)		
1位	コンビニエンスストア	61.8%	1位	コンビニエンスストア	66.2%	1位	ECサイト、アプリ	58.2%
2位	通信料金	51.2%	2位	通信料金	38.8%	2位	コンビニエンスストア	55.6%
3位	ドラッグストア	51.0%	3位	ECサイト、アプリ	35.2%	3位	ドラッグストア	50.2%
4位	スーパーマーケット	37.4%	4位	ドラッグストア	33.0%	4位	スーパーマーケット	46.6%
4位	飲食店	37.4%	5位	スーパーマーケット	32.6%	5位	飲食店	36.2%

楽天経済圏 (n=500)			イオン経済圏 (n=500)		
1位	ECサイト、アプリ	65.4%	1位	スーパーマーケット	77.2%
2位	ドラッグストア	40.2%	2位	ドラッグストア	32.2%
3位	コンビニエンスストア	39.4%	3位	コンビニエンスストア	24.6%
4位	スーパーマーケット	32.4%	4位	飲食店	18.6%
5位	飲食店	28.2%	5位	家電量販店	10.0%

MMD研究所調べ

● メイン利用している経済圏のポイントを使っている場所・サービス（複数）※経済圏別、上位5位抜粋

ドコモ経済圏 (n=500)			au経済圏 (n=500)			PayPay経済圏 (n=500)		
1位	コンビニエンスストア	45.6%	1位	コンビニエンスストア	38.6%	1位	ECサイト、アプリ	43.8%
2位	ドラッグストア	28.6%	2位	ECサイト、アプリ	23.4%	2位	コンビニエンスストア	43.2%
3位	スーパーマーケット	20.2%	3位	ドラッグストア	13.8%	3位	ドラッグストア	34.0%
4位	飲食店	19.4%	4位	スーパーマーケット	11.8%	4位	スーパーマーケット	32.8%
5位	ECサイト、アプリ	18.6%	5位	通信料金	9.4%	5位	飲食店	24.2%

楽天経済圏 (n=500)			イオン経済圏 (n=500)		
1位	ECサイト、アプリ	52.4%	1位	スーパーマーケット	70.6%
2位	コンビニエンスストア	23.6%	2位	ドラッグストア	12.0%
3位	ドラッグストア	21.0%	3位	コンビニエンスストア	10.8%
4位	スーパーマーケット	15.0%	4位	飲食店	6.0%
5位	旅行予約サイト、アプリ	13.6%	5位	ECサイト、アプリ	4.2%

MMD研究所調べ

■ 経済圏を意識後の行動

「買い物する場所」「QR・バーコード決済」「クレジットカード」をもっと利用するようになった

経済圏を意識するきっかけとなったサービスがあると回答した2,255人を対象に、経済圏を意識した後に行動したことを聞いたところ、経済圏別で見ると、ドコモ経済圏（n=449）とイオン経済圏（n=441）が「クレジットカードをもっと利用するようになった」、au経済圏（n=450）とPayPay経済圏（n=476）は「QR・バーコード決済をもっと利用するようになった」、楽天経済圏（n=439）は「買い物する場所をもっと利用するようになった」がそれぞれトップとなった。

● 経済圏を意識した後に行動したこと（単数）※経済圏別、上位3位抜粋

ドコモ経済圏（n=449）			au経済圏（n=450）			PayPay経済圏（n=476）		
1位	クレジットカードをもっと利用するようになった	13.1%	1位	QR・バーコード決済をもっと利用するようになった	19.1%	1位	QR・バーコード決済をもっと利用するようになった	26.9%
2位	クレジットカードを利用し始めた	11.8%	2位	買い物する場所をもっと利用するようになった	11.6%	2位	買い物する場所をもっと利用するようになった	14.1%
3位	QR・バーコード決済をもっと利用するようになった	11.6%	3位	QR・バーコード決済を利用し始めた	11.1%	3位	クレジットカードを利用し始めた	8.8%
楽天経済圏（n=439）			イオン経済圏（n=441）					
1位	買い物する場所をもっと利用するようになった	16.9%	1位	クレジットカードをもっと利用するようになった	14.1%			
2位	クレジットカードを利用し始めた	16.2%	2位	買い物する場所をもっと利用するようになった	13.4%			
2位	クレジットカードをもっと利用するようになった	16.2%	3位	非接触の電子マネーをもっと利用するようになった	12.5%			

MMD研究所調べ

※本調査レポートは小数点以下任意の桁を四捨五入して表記しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

※回答者の属性は会員登録後に無料レポートよりご確認ください。

【千葉工業大学 社会システム科学部 経営情報科学科 西松 研教授からのコメント】

現在、通信分野に限らず、業種横断で様々なコラボレーションサービスが提供されています。通信サービスで見ると、従来は、回線サービスが主で、映像配信やパソコンの遠隔サポート等、回線サービスがあることを前提に、サービスのラインナップが広がってきました。しかし、現在は、経済圏の動きの中で、クレジットカードやEコマースとの連携を通し、通信分野に留まらず、様々な業種とオンライン・オフラインでのコラボレーションが進んでいます。

ユーザ側の視点で今回の経済圏のサービス利用に関するサマリーを見てみると、通信サービスを中心に、通信料金の割引のためと考えているユーザもいれば、ポイントを効率良く集めることを中心に考え、1つの経済圏でなるべく様々なサービスや商品を利用しているユーザ、さらには、複数の経済圏を使い分けているユーザというように、いくつかのユーザのタイプが見えてきます。同じ経済圏に属していても、ユーザによって、見ている視点や重視しているポイントは異なります。そのため、サービス提供者は、これらのユーザの違いを考慮して、サービスの次の展開を考えていく必要があります。今回の経済圏データを見ることで、どのようなユーザ層（セグメント）がどれくらいの割合にいるのか、経済圏の現状を入り込んで見ることができ、ユーザに沿った視点で、この次の動きを想像していく上で、たいへん参考になります。また、現状、経済圏での通信サービスの位置づけは、ポイントを貯めるためのサービスと考えているユーザもいれば、必ずしも同じ経済圏の中に通信サービスを含めて考えていないユーザもいますが、今後、どのように変化し、経済圏がビジネス領域での変化に留まるのか、新たな社会システムへの変革をもたらすのか、注視していきたいところです。

西松 研（にしまつ・けん）



2022年4月より、千葉工業大学 社会システム科学部 経営情報科学科 教授。

ユーザのサービス選択行動に関する分析法の研究を中心に、選択行動の変化が市場や社会に与える影響評価、及び、戦略策定支援に活用するための研究を行っている。

2022年以前は、日本電信電話株式会社で、主に通信ネットワークの研究開発に関する業務に従事。その中で、ネットワーク運用の自動化や需要予測、ユーザのサービス選択行動分析に関する研究、及び、管理業務を実施。また、途中の2008年10月～2011年6月は、東日本電信電話株式会社に在籍し、ネットワークの保全業務に従事。

【MMD研究所×千葉工業大学 西松教授 メディア向け経済圏セミナーのご案内】

本セミナーでは、最新の経済圏ユーザの活動や特徴について「2022年10月経済圏のサービス利用に関する調査」をもとにお話いたします。

今回は、千葉工業大学にてモバイルユーザのサービス選択行動に関する分析法の研究をされている西松教授と弊社代表吉本とのディスカッション形式にて進めてまいります。

MMD研究所は経済圏のユーザ行動のより深い理解を目的とし、産学共同でこのテーマに取り組んでまいります。今回は取り組みの第1回目として、メディアを対象としたセミナーを開催いたします。

主催：MMD研究所、千葉工業大学 西松教授

日時：12月21日（水）10:30～12:00

会場：都内セミナールーム

費用：無料

本セミナーはメディア関係者の方を対象としたセミナーです。

詳細は後日ご案内いたします。

【調査概要】

「2022年10月経済圏のサービス利用に関する調査」

調査期間：2022年10月14日～10月18日

有効回答：＜予備調査＞25,000人 ※人口構成比に合わせてウエイトバックを実施＜本調査＞2,500人

調査方法：インターネット調査

調査対象：＜予備調査＞18歳～69歳の男女＜本調査＞5つの経済圏のメイン利用者

※ドコモ経済圏（n=500）、au経済圏（n=500）、PayPay経済圏（n=500）、楽天経済圏（n=500）、イオン経済圏（n=500）

設問数：＜予備調査＞13問＜本調査＞14問

【今回調査した全設問】

<予備調査>

- SC1 あなたが現在利用しているスマートフォンを教えてください。
- SC2 あなたが現在利用しているスマートフォンの通信会社を教えてください。
- SC3 あなたが普段お買い物をする時、どのような方法で支払っていますか？ここ1ヶ月間で利用したそれぞれの支払い方法の割合を、利用していないものを0%として合計100%になるように教えてください。
- SC4 あなたが現在利用しているクレジットカードを全て教えてください。
- SC5 あなたが現在利用している非接触の電子マネー、クレジットカードブランドのタッチ決済（タッチして支払いをするもの）について、カードをかざして利用しているもの、スマートフォンをかざして利用しているもの、それぞれ全て教えてください。
- SC6 あなたが現在利用しているスマートフォンのQR・バーコード決済を全て教えてください。
- SC7 あなたが現在利用している銀行、金融機関を全て教えてください。
- SC8 あなたが現在利用している証券会社を全て教えてください。
- SC9 あなたが現在活用しているポイントを全て選び、その中で最も活用しているポイントをひとつ教えてください。
- SC10 あなたが現在利用している総合ECサイトを全て教えてください。
- SC11 あなたは、以下の「○○経済圏」という言葉を知っていますか？
- SC12 「経済圏」とは、docomo、au、SoftBank、楽天など1つの会社が運営している様々なサービス群（ECサイト、通信会社、決済サービス、金融サービス、エンタメ系サービスなど）を指します。これらの経済圏では、共通するポイント、アカウントを利用することで利便性が高く、またよりお得にサービスを利用することができます。あなたは、以下の経済圏を意識してサービスを利用、選択することがありますか？
- SC13 あなたが意識していると回答した経済圏のうち、最も意識している経済圏をひとつ教えてください。

<本調査>

- Q1 あなたが「SC13回答選択肢表示」を最も意識していると考えたのはなぜですか？最も当てはまるものをひとつ教えてください。
- Q2 あなたは「SC13回答選択肢表示」が生活から無くなったらどのくらい困りますか？10点（とても困る）⇔0点（全く困らない）で回答してください。
- Q3 あなたが「SC13回答選択肢表示」を意識し始めるきっかけとなったサービスをひとつ教えてください。
- Q4 なぜ、あなたは「Q3回答選択肢表示」をきっかけに「SC13回答選択肢表示」を意識し始めるようになったのですか？些細なことでも構いませんので、意識し始めた理由をできるだけ具体的に教えてください。ご協力をお願いいたします。
- Q5 あなたが「Q3回答選択肢表示」をきっかけに「SC13回答選択肢表示」を意識した後、経済圏の中で次に行動したことをひとつ教えてください。
- Q6 あなたがメインで活用している「SC9回答選択肢表示」を貯めている場所・サービスと、使っている場所・サービスをそれぞれ全て教えてください。
- Q7 あなたは、経済圏やポイントプログラムの会員ランクを把握していますか？あなたが意識していると回答した経済圏のポイントについて、現在のランクとして当てはまるものをそれぞれ教えてください。
- Q8 あなたは、「SC13回答選択肢表示」を家族や友人にお薦めしたいと思いませんか？10点（とてもお薦めしたい）⇔0点（全くお薦めしたくない）で回答してください。
- Q9 あなたが「SC13回答選択肢表示」のお薦め度に対して、「Q8回答選択肢表示」を付けた理由を教えてください。
- Q10 あなたは今後、「SC13回答選択肢表示」の中で利用するサービス数を増やしていきたいと思いませんか？今の気持

NEWS RELEASE 報道関係者各位

ちに最も近いものをひとつ教えてください。

Q11 「SC13回答選択肢表示」の以下の項目について、あなたの満足度を教えてください。

Q12 あなたがメインで活用している「SC9回答選択肢表示」を貯める際に、最も意識しているサービスをひとつ教えてください。

Q13 あなたが「SC9回答選択肢表示」を意識して活用し始めるきっかけとなったサービスをひとつ教えてください。

Q14 あなたが思う「SC13回答選択肢表示」の魅力を教えてください。些細なことでも構いませんので、できるだけ具体的に教えてください。ご協力をお願いいたします。

【本件に関するお問い合わせ】



配信元：MMD研究所 <https://mmdlabo.jp/>

担当者：妹尾

連絡先：03-6451-4414 / info@mmdlabo.jp