

「みんつく予算、県税の広報、キャッシュレス決済に関するアンケート」 の実施結果報告

この度は、アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

結果を下記のとおり報告いたします。また、この結果につきましては、今後の県政運営の参考とさせていただきます。

アンケート概要

1 アンケート実施期間

令和2年12月14日（月）から令和2年12月28日（月）まで

2 回答率等

対象者数 951人

回答者 564人

回答率 59%

3 回答者の属性

年代別

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
人数	3人	25人	110人	152人	117人	107人	50人
割合	0.53%	4.43%	19.50%	26.95%	20.74%	18.97%	8.87%

地域別

	北勢	中勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
人数	263人	165人	71人	52人	13人
割合	46.63%	29.26%	12.59%	9.22%	2.3%

※北勢：四日市市、桑名市、鈴鹿市、亀山市、いなべ市、桑名郡、員弁郡、三重郡

中勢：津市、松阪市、多気郡

伊勢志摩：伊勢市、鳥羽市、志摩市、度会郡

伊賀：名張市、伊賀市

東紀州：尾鷲市、熊野市、北牟婁郡、南牟婁郡

※割合は小数点第三位を四捨五入

(Q1 令和3年度県民参加型予算「みんなでつくろか みえの予算」県民の皆さんによる投票結果)

令和3年度は、投票結果を踏まえ、上位13事業を実施することといたしました。投票にご協力いただきありがとうございました。

なお、有効票数は、eモニターによる投票結果とその他の投票結果を合算しております。

1 投票の概要

- (1)投票期間 令和2年12月7日～令和3年1月6日(31日間)
- (2)投票者数 1,790人 うち有効投票にかかる投票者数 1,769人
- (3)投票総数 4,361票 うち有効得票数 4,312票

2 投票結果

順位	細事業名	有効得票数	みえモデルの カテゴリー	事業概要	事業費 (万円)
1	【事業番号9】 子どもたちを性被害から守りたい！プロジェクト事業費	349	④安全・安心な暮らしの再構築	子どもたちが性暴力の被害者にも、被害者にも、傍観者にもならない未来をつくるため、児童生徒や保護者、養護教諭を対象に性被害の未然防止や対応等についての出前講座を開催するとともに、プライベートゾーンについて学ぶことができる小学校低学年向けの学習教材を各校に配付します。併せて、難にも相談できず悩んでいる被害者への支援拡充を検討します。	584
2	【事業番号12】 マナビエ若き起業家育成事業費	291	⑤新たな人材育成への転換	高校生が将来の起業につながる力を身に付けることができるよう、県内外で活躍する起業家の講演や指導により、商品開発や市場開拓について学ぶとともに、フィールドワークや地元関係者等との交流を通して、高校生ならではの発想を生かしたビジネスプランの作成・提案等に取り組みます。	635
3	【事業番号10】 三重グルメをつくろう！（みえつく）事業費	279	③地域経済の再生と進化	新型コロナウイルス感染症の影響により自宅で過ごす時間が増える中で、みんなが自宅で楽しめるような、三重のご当地グルメや郷土料理を題材としたオンライン料理教室やオンライン工場見学を開催します。これらを通じて、県内外の消費者に県産農林水産物の生産者の取組やその価値を伝え、地産地消の推進を図るとともに、県産農林水産物の魅力を発信します。	500
4	【事業番号14】 思春期ライフプラン教育事業費(子どもたちのいのちと人権を守る性教育プロジェクト事業)	275	④安全・安心な暮らしの再構築	小中学校での性教育を充実するために、小中学校の養護教諭等を対象にした将来のライフデザインを含めた性教育についての地区別研究会を開催します。また、教育現場での授業に活かしていただくための生徒向けの思春期ライフプラン教育用パンフレット等を作成し、配付します。	426
5	【事業番号8】 異業連携による若者等インターンシップ事業費	244	③地域経済の再生と進化	ひきこもりなど生きづらさや働きづらさを感じている若者等の社会的自立を支援するため、農業の多様な作業内容を活かし、就労体験機会を提供します。また、農業者をインターンシップの受け入れ先としてリスト化するなど仕組みづくりに取り組みます。	350
6	【事業番号8】 コロナに負けるな！偏見・差別をなくそうプロジェクト事業費	223	⑤分断と軋轢からの脱却	新型コロナウイルス感染症にかかる偏見・差別、誤解・中傷等の人権侵害を未然に防止するため、新型コロナウイルス感染症に関する正しい知識の普及と、情報リテラシー(情報を選別する力)の向上につながる啓発パンフレットを作成し、県民へ配布するとともに、県にゆかりのある著名人等による人権メッセージ動画を発信します。併せて、差別、誤解・中傷などに苦しむ人達や医療従事者等関係者への応援メッセージを広く県民から募集し、集まったメッセージを公開することを通して、被害者等に寄り添った支援につなげます。	647
7	【事業番号1】 コロナ禍における避難時の電源確保普及啓発事業費	200	①県民の命を守り 強く感染拡大の防止	コロナ禍での災害時に密集を避け分散避難するには、自宅にとどまることや避難所以外の場所に避難することも想定され、その際にはライフラインの確保、特に停電時の電源確保が課題となります。そのため、停電時でも安全・安心に過ごすことができるように、電源確保の方法について普及啓発することにより、災害時の「備え」の促進を図ります。	244
8	【事業番号2】 みえるみんなのナースセンター事業費	175	①県民の命を守り 強く感染拡大の防止	県立看護大学と連携し、暮らしの保健室＆寄り道カフェの設置、地域住民と連携した新型コロナウイルス感染症対策、地域住民とともに作り上げる研修会など健康推進の取組を県内全域へ波及させるとともに、「社会・地域貢献」活動を通じて、県内で活躍する看護師・保健師人材を育成します。	214
9	【事業番号7】 防疫対策事業費(新型コロナウイルス感染症に対する知識の普及啓発事業)	169	⑤分断と軋轢からの脱却	三重の国観光大使等、三重県にゆかりのある方とコラボレーションした啓発動画を作成し、新型コロナウイルス感染症の感染予防やまん延防止、差別の解消を図ります。	397
10	【事業番号20】 公園から地域を元気に！運動で健康プロジェクト事業費	163	④安全・安心な暮らしの再構築	「みんな」がいつでも効果的に運動できることをめざし、健康遊具のない県営都市公園内に健康遊具を備えた健康増進エリアを設置します。	344
11	【事業番号29】 みんなが健康に過ごせる公園を目指す事業費	160	④安全・安心な暮らしの再構築	「みんな」が安心して公園を利用できることをめざし、県営都市公園内にある既存の公園遊具や休憩施設に抗菌加工を実施します。	255
12	【事業番号16】 県民の健康を守るプロジェクト事業費	143	④安全・安心な暮らしの再構築	コロナ禍で、運動・スポーツをする機会が減少している中、室内でも効果的な運動やストレッチの紹介動画を制作・活用し、すべての世代で運動習慣を継続・定着させることにより、県民の心身の健康を守ります。	700
12	【事業番号20】 みえの食を活用した「おうちごはん」推進事業費	143	③地域経済の再生と進化	県産食材を活用し、地元有名シェフを講師に迎えた「おうちごはん教室」をオンライン等で開催し、「みえの食」の魅力発信、ローカルブランディングの推進および消費拡大を図るとともに、一流シェフと子どもたちとの交流の機会を創出し、若い世代の「食」への関心向上につなげます。	500

順位	細事業名	有効 得票数	みえモデルの カテゴリ	事業概要	事業費 (万円)
14	【事業番号10】 輝く大人との出会いで未来を描くオンラインキャリア教育事業費	130	⑥新たな人材育成への転換	新型コロナウイルス感染症の影響により、企業等を訪問することが難しい状況下において、児童生徒が様々な仕事の内容ややりがいを学び、働くことへの意識をより高めることができるよう、県内外の多様な分野で活躍する社会人とのオンライン交流会を実施します。	416
15	【事業番号11】 Mie英語コミュニケーションUp事業費	127	⑥新たな人材育成への転換	高校生の「使える英語力」の向上を図るため、ICTを活用した海外の若者との交流や、海外の高校生との現地交流、学校を越えた英語によるディベート大会等を実施します。また、ネイティブ・スピーカーを活用した参加型英語教員研修等を実施します。	903
16	【事業番号17】 海・山・まち 南部地域リラックスコミュニティ推進事業費	124	④安全・安心な暮らしの再構築	海・山・まちが同居する南部地域の魅力・特色を生かして、人と人がつながり、コロナ禍での日常のストレスや不安を解消し、心の健康を高める機会を提供し、南部地域のファンを増やすとともに、ワーケーションの促進を図ります。	555
17	【事業番号21】 みえ観光の産業化推進委員会負担金 「極上の絶景があなただけのものに」大人のまなびプロジェクト事業費	122	③地域経済の再生と進化	自然や環境に関心が高く、可処分所得の多い層をターゲットとした体験アクティビティを開発し、県内での滞在時間の長期化を促進し、観光消費額の増加を図ります。また、第9回太平洋・島サミットと合わせたSDGsに理解を深める発信や、VRや仮想空間ゲームなど人気のデジタル技術を駆使した、斬新な魅力発信を旅行前に行うことで、新たな三重ファンを開拓し、旅行客の増加を促進します。	997
18	【事業番号15】 不妊相談・治療支援事業費(職場における不妊治療応援プロジェクト事業)	118	④安全・安心な暮らしの再構築	企業における不妊治療への理解促進や不妊治療を受けやすい環境づくりを推進するため、企業の管理職及び従業員を対象にセミナーを実施します。また、企業内での制度設計や普及啓発の支援を行うため、専門的な知識を持つアドバイザーを派遣します。さらに、企業向けの不妊に関するハンドブックを作成し、配布します。	123
19	【事業番号13】 障がいのある子どもへの映像コンテンツを活用した就労支援事業費	115	⑥新たな人材育成への転換	特別支援学校高等部の生徒一人ひとりの希望に応じた就労を実現するため、様々な仕事の内容を知り、学ぶことができる映像コンテンツを制作するとともに、企業の雇用担当者等によるオンライン授業を実施します。	536
20	【事業番号5】 人材育成支援事業費(障がい福祉事業スタッフキャリアアップ事業)	106	⑥新たな人材育成への転換	新型コロナウイルス感染症の影響により、障がい福祉施設における研修等が一部中止している状態であるため、Web研修システムを活用した障がい福祉施設職員向けの研修を実施します。	290
21	【事業番号22】 おうち大好き女子の快適生活プロジェクト事業費	93	③地域経済の再生と進化	三重の地場産品の販路拡大につなげるため、SNS等により発信力のあるインフルエンサーが、工芸品等の制作体験等を通して商品のこだわりや魅力を体感するとともに、女子目線で生活シーンの中で三重県産品の魅力を発信します。	783
22	【事業番号4】 みえのソーシャルサポート人材育成支援事業費	90	④安全・安心な暮らしの再構築	地域社会のなかで様々な生活課題を抱えながら暮らしの悩み事の聞き手となり、寄り添った支援を行うことや適切な支援機関への橋渡しなどを行うことにより、課題の解決につなげていく「みえのソーシャルサポート人材」(ソーシャルサポーター)として、地域の実情や特性に応じて活躍できる人材を養成するための研修を実施します。	472
23	【事業番号3】 みんなでやろうアプリで健康プロジェクト事業費	89	④安全・安心な暮らしの再構築	アプリにより運動や食のデータを収集し、生活習慣を見える化するとともに、家の中でできる運動やレシピの情報を発信するなど、新しい生活様式に対応した健康づくりに取り組みます。	984
24	【事業番号27】 密を避けた移動ニーズに応える利便性向上実証事業費	85	④安全・安心な暮らしの再構築	密を避けた移動手段であり、県民のドアツードアの移動ニーズに応えるタクシーの即時性や対応力を高める取組の有効性を実証することにより、事業者の取組を促進し、県内のタクシー利用に関する利便性の向上を図ります。	967
25	【事業番号25】 みえ緑花街道プロジェクト事業費	81	④安全・安心な暮らしの再構築	オープンな道路空間における樹や花の官民連携による再生・創造や交流ネットワークの構築を通して、ポストコロナ時代における地域コミュニティを強化します。併せて、地域の安全・安心の絆を深める等の新たなプロジェクトを展開します。	151
26	【事業番号19】 海女さん三重る化プロジェクト事業費	78	③地域経済の再生と進化	「海女」という魅力的な職業をPRするため、海女さんがカメラを装着し、臨場感ある素潜り漁などをオンラインで配信します。その際、海女の漁獲物も購入できるようにすることで、海女の魅力を食とともに届けます。さらに、海女さん主役のイベントなどで消費者との交流の機会を増やします。	485
27	【事業番号24】 障がい者のテレワーカー育成事業費(障がい者のテレワーカーニーズ調査)	72	⑥新たな人材育成への転換	障がい者のテレワークを進めることで、働く場(職種、職場)の可能性を広げ、重度の身体障がいやコミュニケーションに障がいのある方など、これまで就労が困難と考えられていた障がい者の就労機会を創出するとともに、労働力の確保や職場定着につなげ、障がい者雇用を促進します。特に障がい者を対象に、テレワークを中心とした雇用を確立させるため、企業へのニーズ調査及び職場定着等に関する調査を実施し、テレワーカー人材の育成につなげます。	995
28	【事業番号23】 Web合同説明会等開催支援事業費	56	②雇用の維持と新しい働き方	県内中小企業における採用活動のデジタル化を進めるため、Web合同企業説明会の開催等を支援するサイトを構築し、開催を希望する団体等に提供します。	985
29	【事業番号26】 地下通路ルネサンスキャンペーン事業費	12	④安全・安心な暮らしの再構築	県管理道路の地下通路の壁面に、情報発信スペースを設置し、公共情報、観光情報及び防災情報等の提供による地下通路空間の再整備を実施します。	235

(Q2 自動車税種別割の納期に関する情報源について)

ここからは、税務企画課からお聞きします。

令和2年度の自動車税種別割の納期限は6月1日(月)でした。あなたは、この情報を何で知りましたか。あてはまるものをすべて選んでください。

① 県政だよりみえ(紙版・データ放送版)	67人	11.9%
② 県のホームページ	21人	3.7%
③ ポスター	14人	2.5%
④ ラジオ	9人	1.6%
⑤ 新聞	27人	4.8%
⑥ 納税通知書	368人	65.2%
⑦ その他	13人	2.3%
⑧ 知らなかった	135人	23.9%

【分析】

自動車税種別割の納期限に関する情報源について、「納税通知書」が65.2%と例年と同じく最も高いという結果でした。その他、「県政だよりみえ(紙版・データ放送版)」から情報を受け取られている方の割合も高いことがわかりました。

その他のご意見として、納期限は例年決まっているため把握しているのご意見などいただきました。

また、「知らなかった」が23.9%と例年より多くなった原因としては、今年度は5月末日でなく、6月1日(月)が納期限となった影響によるものと考えられます。

今後も多様な広報活動を実施し、広く自動車税種別割の納期内納付の周知を図ってまいります。

(Q3 自動車税種別割の税制改正について)

令和元年10月1日以降に初回新規登録を受けた自家用乗用車から、自動車税種別割の税率が引き下げられました。(※ただし、令和元年9月30日以前に初回新規登録を受けた自動車の税率はこれまでと変更はありません。)

あなたは、このことについてご存じでしたか。

(自動車税種別割の税率等についてはこちらをご覧ください。)

https://www.pref.mie.lg.jp/ZEIMU/HP/16319017865_00001.htm

① 知っていた	141人	25.0%
② 知らなかった	423人	75.0%

【分析】

税制改正に伴い、県では、県広報誌や県ホームページ、ポスターの掲示等で広報を行いましたが、「知らなかった」とお答えの方が75.0%に上りました。

今後は、例年5月の自動車税納期内納付キャンペーンにおいて、「自動車税種別割」表記の浸透に努めるとともに、税率等内容に関するホームページの情報等へ容易にアクセスできるよう取り組んでいきます。

(Q4 自動車税種別割の納付について 1)

自動車税種別割はクレジットカードやMMK端末(大手コンビニ同様の収納代行サービスを行える端末)設置店のほか、コンビニエンスストア、スマホ決済アプリやペイジー(電子納税)などでも納税できます。今後も、納付手段の拡充に取り組んでまいります。あなたは、自動車税種別割を納付するにあたって、どの方法を利用したいですか。あてはまるものをすべて選んでください。

① コンビニエンスストア	337人	59.8%
② MMK端末設置店(スーパーマーケットやドラッグストア等)	47人	8.3%
③ クレジットカード(インターネット)	211人	37.4%
④ ペイジー(電子納税)(インターネットバンキング)	49人	8.7%
⑤ 口座振替	121人	21.5%
⑥ 銀行等金融機関	116人	20.6%
⑦ スマホ決済アプリ	84人	14.9%
⑧ その他	4人	0.7%
⑨ 自動車を持っていないなど納税の必要がない	20人	3.5%

【分析】

自動車税種別割の納付にコンビニエンスストアを利用したいとお答えの方の割合が59.8%と最も大きい結果となりました。(昨年も最大)

昨年度より利用率の増加した方法は、①コンビニエンスストア(昨年度54.9%)、④ペイジー(昨年度5.2%)、⑦スマホ決済アプリ(昨年度6.2%)であり、身近な場所や、手間をかけず納付ができる方法への需要を見て取れる結果となりました。

今後も、多くの納付方法があることを知っていただけるよう、広報誌や県ホームページ等、さまざまな方法で広報を行います。そして、納付手段の拡充に取り組み、個人個人の最適な納付方法を選択頂けるように努めていきます。

(Q5 自動車税種別割の納付について 2)

令和2年度から、スマホ決済アプリPay B及びモバイルレジを利用して自動車税種別割が納付できるようになりました。あなたは、このことについてご存じでしたか。

① 知っていた	107人	19.0%
② 知らなかった	457人	61.0%

【分析】

令和2年度から、スマホ決済アプリPay B及びモバイルレジを利用して自動車税種別割が納付できるようになったことをご存じの方は19.0%と低い割合にとどまりました。令和3年度自動車税種別割の納期内納付広報の際にも広報に努め、より県民の皆様を知って頂けるよう周知に力を入れてまいります。

(Q6 納税について 1)

新型コロナウイルス感染症の影響により収入（法人の収入、個人の経常的な収入）が減少し、県税を一括して納付することができない場合には、県税事務所に申請することにより、原則として1年間猶予を受けることができる徴収猶予の特例制度があります。あなたは、このことについてご存じでしたか。

（徴収猶予の特例制度についてはこちらをご覧ください。）

<https://www.pref.mie.lg.jp/ZEISYU/HP/m0038100018.htm>

① 知っていた	185 人	32.8%
② 知らなかった	379 人	67.2%

【分析】

今年度当初に県ホームページをはじめとして広報を行った徴収猶予の特例制度についてご存じの方は 32.8%でした。徴収猶予の特例制度は、令和3年2月1日までに納期限が到来する県税を対象としています。しかし新型コロナウイルス感染症の影響が続く現状、そのために県税を一括で納付できない方に、その他の制度もあることを知って頂けるよう、引き続き広報に努め、各県税事務所へご相談いただけるよう周知を図ります。

(Q7 納税について 2)

税金には、納期限があり、納期限までに納めなければなりません。

あなたは、納期限までに納付いただく「納期内納付」を推進するために、県の取組として何が重要だと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。

① コンビニ納付や電子納税、スマホ決済など納税しやすい環境づくり	414 人	73.4%
③ 納期限のお知らせなど納期内納付の広報	234 人	41.5%
④ 将来の納税者となる児童・生徒・学生などに対する租税教育	164 人	29.1%
⑤ 税のしくみや納付方法の問い合わせなどの県税事務所の相談窓口	94 人	16.7%
⑥ 滞納処分など滞納者に対する厳しい対応	216 人	38.3%
⑦ その他	12 人	2.1%

【分析】

納期限までに納付いただく納期内納付を推進するために、県の取組として何が重要だと思うかお尋ねしたところ、「コンビニ納付や電子納税、スマホ決済など納税しやすい環境づくり」が 73.4%と最も高い結果になりました。昨年度も同項目が 71.8%で最も高く、今後も納税環境の整備に努めてまいります。

次いで「納期限のお知らせなど納期内納付の広報」が 41.5%、「滞納処分など滞納者に対する厳しい対応」が 38.3%となりました。

また、「その他」では、以下のようなご回答をいただきました。（一部）

- ・滞納せずに納税できる環境づくり
- ・税金が有効に活用されていることのPR
- ・税金の減額
- ・早割など各種割引

- ・クレジットカードでの支払いの手数料無料化

昨年のアンケートでも同様の傾向の回答をいただいていることから、今後も引き続き、納期内納付推進キャンペーン等の広報や納税しやすい環境づくりに努めてまいります。また、納付意志を示さない滞納者に対しては給与等の差押えやタイヤロックを行うなど徹底した滞納処分を行い、滞納額縮減に取り組みます。

(Q8 納税について 3)

あなたは、納税する資力があるのに納付しようとしなない滞納者に対して、県は差押え等の滞納処分など厳しい対応で臨んでいることをご存じでしたか。

① 知っていた	324 人	57.4%
② 知らなかった	240 人	42.6%

【分析】

納税の意志を示さない滞納者に対して、県は差押え等の滞納処分など、厳しい対応で臨んでいることをご存じかどうか伺いました。「知っていた」とお答えになった方は 57.4%と昨年度より上昇という結果となりました。(昨年 53.6%)

「税は納期限内に納めるもの」、「滞納は社会のルール違反」という考えのもと、納める資力がありながら納めない滞納者に対しては、納期限内にきちんと納付した人との公平性を保つため、今後も引き続き給与・預金の差押えやタイヤロック・捜索などの徹底した滞納処分をしてまいります。

(参考) 令和元年度 差押執行件数 4,563 件

(Q9 県税へのご意見について)

最後に、県税や県税事務所に関するご意見をお聞かせください。(自由記載)

【分析】

県税や県税事務所に関する多数のご意見を頂きました。(一部抜粋、原文使用)

○税の制度・使い道について

- ・自動車税は毎年 5 月末の中途半端な時期で、国も絡むので仕方ないが時期は見直せないかと、毎年思います。
- ・税金が多すぎる。種類を増やしすぎ。所得税などはピンハネ以外の何ものでもなく、そもそも税制改革が必要。
- ・教育を含めていろいろな機会を通じて、税金がどう公正に使われているかを広めてほしい。無駄な税金の支出を判断できるよう公明性を高めてほしい。

○広報・周知について

- ・納付期限に関する広告をもっと頻繁にして欲しい。
- ・税金の使い道をしっかり広報してもらいたい。

- ・報道機関と連携して、滞納者への差押等について、その対応状況を含め広報して頂きたい。

○滞納者への処分について

- ・滞納者には、厳しい処分をしてください。
- ・県は差押え等の滞納処分など厳しい対応も必要と思いますが、今の時期、滞納者個々の事情等も考えて対応願います。
- ・納税できる資力があるのに滞納する人には、もっと厳しく対応するべき。真面目に納税している人たちが納得のできる対応を期待しています。

○納税環境について

- ・いつでも、どこでも、分かりやすく、簡単に納税できる方法を普及していく必要があると考えます。
- ・キャッシュレス拡充をお願いします。
- ・クレジット決済にすると、手数料が必要になるので、手数料無料にしてほしい。

○その他

- ・県政に欠かせない資金となる、県税の徴収業務は大変なことだと思います。これからも公正な運用をお願いします。
- ・納税書類を解りやすく誰でも記入できるよう。又、解らない事を問い合わせた時は、面倒がらずに易しく対応願います。特に電話での対応。
- ・税金はちゃんと納めていますが、県税事務所には親しみを感じません。どのような取り組みをしているのか、もっと知りたいです。

税の制度・使い道だけでなく、具体的な税の種類を挙げて頂いてのご意見、広報活動や滞納者への処分、納税環境の整備など、幅広い貴重なご意見をいただくことができました。

税金について詳しく知りたいというご意見につきまして、三重県では「くらしと県税」という税についての冊子を作成し、配布しております。また、ホームページでも公開しておりますので、ぜひご覧ください。

(くらしと県税についてはこちら)

<https://www.pref.mie.lg.jp/ZEIMU/HP/000121640.htm>

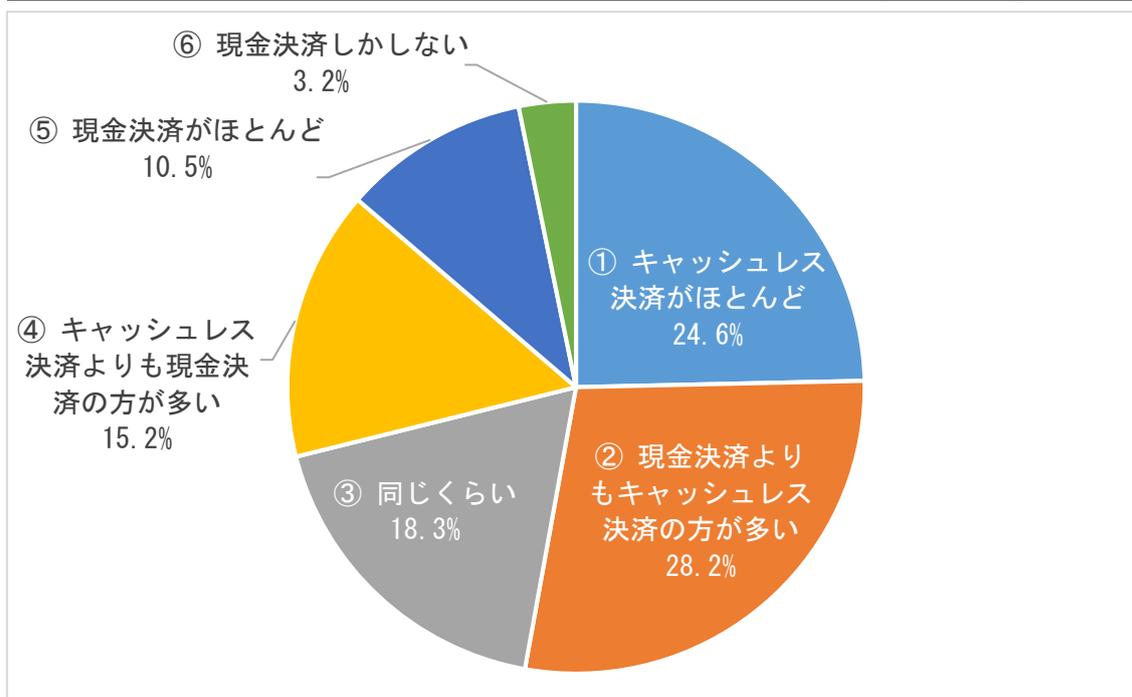
(Q10 キャッシュレス決済の利用頻度について)

(回答者数：564人)

あなたがお買い物や外食等をするときの、キャッシュレス決済(※)と現金決済の利用頻度について、あてはまるものを1つ選んでください。

※キャッシュレス決済とは、クレジットカードやデビットカード、電子マネー(例：ICカードをタッチして支払う)、スマートフォン(例：QRコードを読み取って支払う)等を利用して、お札や小銭などの現金を使用せずに商品・サービスの代金・料金を支払うことです。

①キャッシュレス決済がほとんど	139人	24.6%
②現金決済よりもキャッシュレス決済の方が多い	159人	28.2%
③同じくらい	103人	18.3%
④キャッシュレス決済よりも現金決済の方が多い	86人	15.2%
⑤現金決済がほとんど	59人	10.5%
⑥現金決済しかしない	18人	3.2%



お買い物や外食等におけるキャッシュレス決済の利用頻度を調査した結果、「①キャッシュレス決済がほとんど」「②現金決済よりもキャッシュレス決済のほうが多い」と回答された方は全体(564人)の52.8%(298人)、「③同じくらい」と回答された方は18.3%(103人)、「④キャッシュレス決済よりも現金決済のほうが多い」と回答された方は15.2%(86人)、「⑤現金決済がほとんど」「⑥現金決済しかしない」と回答された方は13.7%(77人)でした。

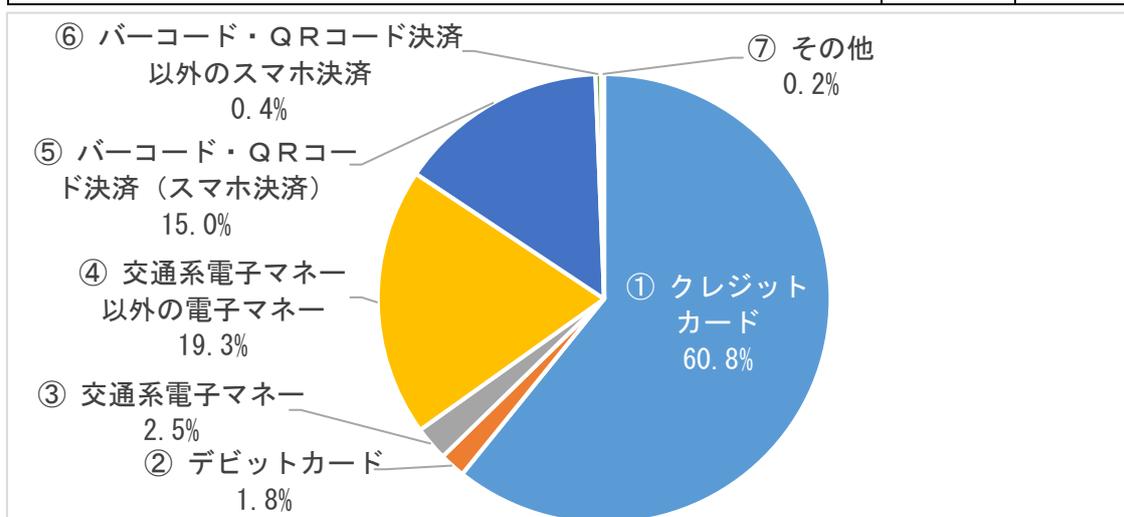
全体の約5割以上が、お買い物や外食等での支払いにおいて、現金決済よりもキャッシュレス決済を多く利用しているという結果になりました。

(Q11 よく利用するキャッシュレス決済手段について)

(回答者数：487人)

Q10で「キャッシュレス決済がほとんど」「現金決済よりもキャッシュレス決済の方が多し」「同じくらい」「キャッシュレス決済よりも現金決済の方が多し」を選んだ方にお伺いします。あなたがキャッシュレス決済を利用するとき、最も利用する回数が多い手段(サービス)について、あてはまるものを1つ選んでください。

①クレジットカード	296人	60.8%
②デビットカード	9人人	1.8%
③交通系電子マネー (Suica(スイカ)、ICOCA(イコカ)、PiTaPa(ピタパ)、manaca(マナカ)等)	12人	2.5%
④交通系電子マネー以外の電子マネー (WAON(ワオン)、楽天Edy(エディ)、nanaco(ナナコ)、iD(アイディー)、QUICPay(クイックペイ)等)	94人	19.3%
⑤バーコード・QRコード決済 (スマホ決済) (PayPay(ペイペイ)、LINE Pay(ラインペイ)、楽天ペイ、d(ディー)払い、au PAY(エーユーペイ)等)	73人	15.0%
⑥バーコード・QRコード決済以外のスマホ決済 (Apple Pay(アップルペイ)、Google Pay(グーグルペイ)等)	2人	0.4%
⑦その他	1人	0.2%



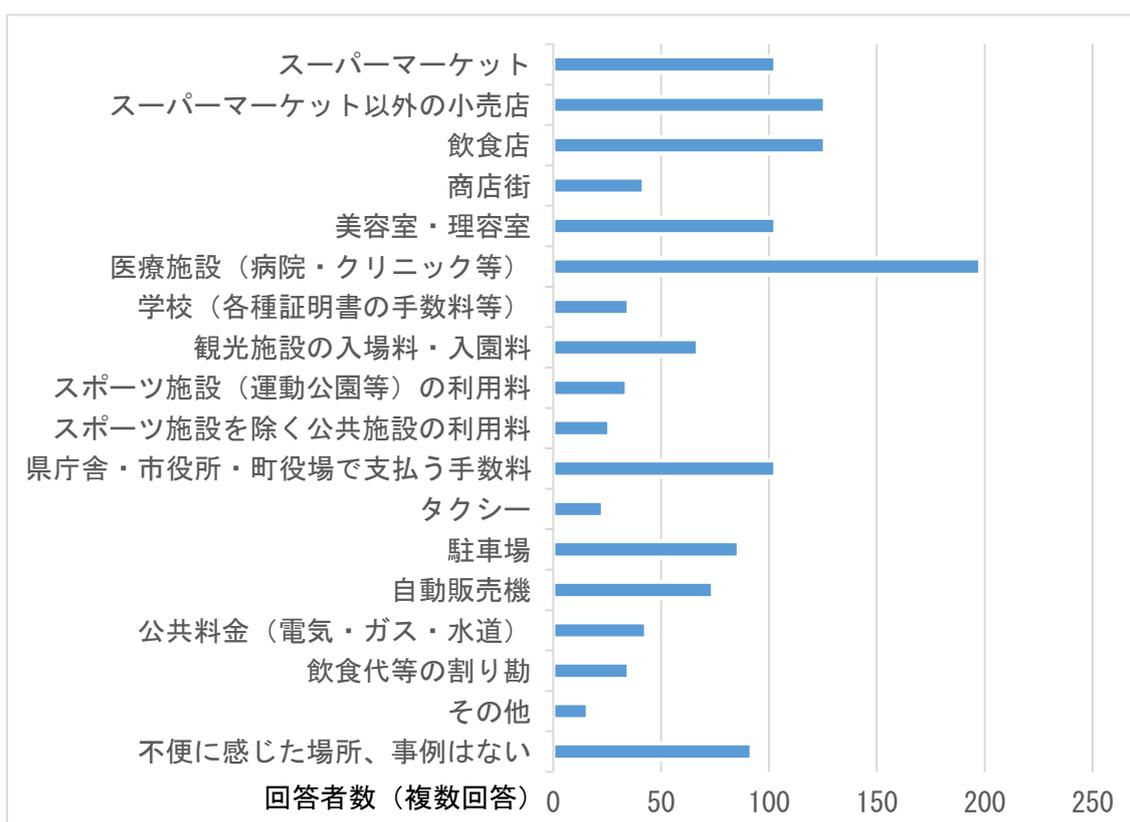
Q10で①～④の回答をされた方に対して、よく利用するキャッシュレス決済手段(1種類)を調査した結果、「①クレジットカード」が全体(487人)の60.8%(296人)と圧倒的に多く、次いで「④交通系電子マネー以外の電子マネー」が19.3%(94人)、「⑤バーコード・QRコード決済(スマホ決済)」が15.0%(73人)でした。

(Q12 キャッシュレス決済が利用できず不便に感じた場所、事例について)

(回答者数：487人 ※複数回答あり)

Q10で「キャッシュレス決済がほとんど」「現金決済よりもキャッシュレス決済の方が多し」「同じくらい」「キャッシュレス決済よりも現金決済の方が多し」を選んだ方にお伺いします。日常生活の中で、キャッシュレス決済が利用できないことを不便に感じた場所、事例について、あてはまるものを全て選んでください。

①スーパーマーケット	103人	21.1%
②スーパーマーケット以外の小売店	126人	25.9%
③飲食店	126人	25.9%
④商店街	42人	8.6%
⑤美容室・理容室	103人	21.1%
⑥医療施設（病院・クリニック等）	198人	40.7%
⑦学校（各種証明書の手数料等）	35人	7.2%
⑧観光施設の入場料・入園料	67人	13.8%
⑨スポーツ施設（運動公園等）の利用料	34人	7.0%
⑩スポーツ施設を除く公共施設の利用料	26人	5.3%
⑪県庁舎・市役所・町役場で支払う手数料	103人	21.1%
⑫タクシー	23人	4.7%
⑬駐車場	86人	17.7%
⑭自動販売機	74人	15.2%
⑮公共料金（電気・ガス・水道）	43人	8.8%
⑯飲食代等の割り勘	35人	7.2%
⑰その他	16人	3.3%
⑱不便に感じた場所、事例はない	92人	18.9%



Q10で①～④の回答をされた方に対して、キャッシュレス決済が利用できないことを不便に感じた場所、事例を調査（複数回答可）した結果、全体（487人）のうち、40.7%（198人）の方が、「⑥医療施設（病院・クリニック等）」を挙げており、次いで「②スーパーマーケット以外の小売店」及び「飲食店」が25.9%（126人）、「①スーパーマーケット」、「⑤美容室・理容室」及び「⑩県庁舎・市役所・町役場で支払う手数料」が21.1%（103人）と続きました。

なお、その他の回答では、次のような場所、事例がありました。

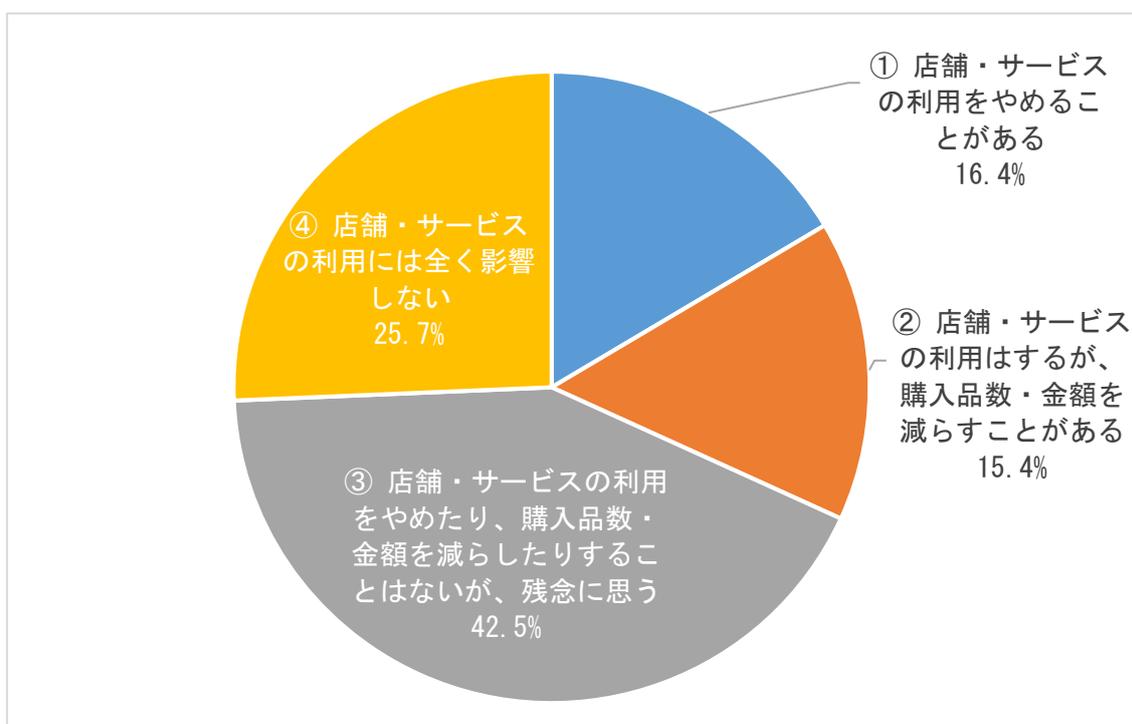
- ・近くにATMがない場所、ATMの利用時間外
- ・屋台や出店 等

（Q13 キャッシュレス決済が利用できないことによる影響について）

（回答者数：487人）

Q10で「キャッシュレス決済がほとんど」「現金決済よりもキャッシュレス決済の方が多」「同じくらい」「キャッシュレス決済よりも現金決済の方が多」を選んだ方にお伺いします。お買い物や外食等で、キャッシュレス決済が利用できない場合に、店舗・サービスの利用にどの程度影響しますか。あてはまるものを1つ選んでください。

①店舗・サービスの利用をやめることがある	80人	16.4%
②店舗・サービスの利用はするが、購入品数・金額を減らすことがある	75人	15.4%
③店舗・サービスの利用をやめたり、購入品数・金額を減らしたりすることはないが、残念に思う	207人	42.5%
④店舗・サービスの利用には全く影響しない	125人	25.7%



Q10で①～④の回答をされた方に対して、キャッシュレス決済を利用できない場合、店舗・サービスの利用にどの程度の影響があるか調査した結果、「①店舗・サービスの利用をやめることがある」「②店舗・サービスの利用はするが、購入品数・金額を減らすことがある」と回答された方（キャッシュレス決済が利用できないことが購買意欲に影響す

る)は、全体(487人)のうち31.8%(155人)、「③店舗・サービスの利用をやめたり、購入品数・金額を減らしたりすることはないが、残念に思う」と回答された方は42.5%(207人)、「④店舗・サービスの利用には全く影響しない」と回答された方は25.7%(125人)となりました。

全体の約3割の方々にとっては、キャッシュレス決済を利用できないことが購買行動にマイナス影響を及ぼすという結果になりました。

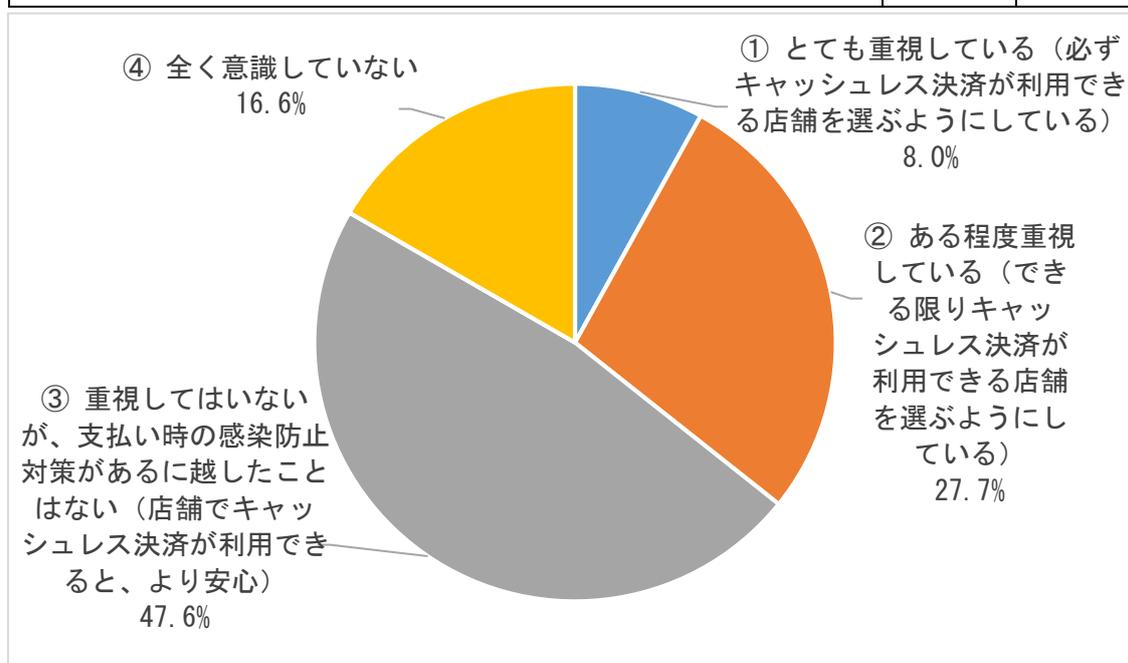
(Q14 キャッシュレス決済と新型コロナウイルス感染症対策について)

(回答者数: 487人)

Q10で「キャッシュレス決済がほとんど」「現金決済よりもキャッシュレス決済の方が多」「同じくらい」「キャッシュレス決済よりも現金決済の方が多」を選んだ方にお伺いします。あなたがお買い物や外食等をするとき、キャッシュレス決済の利用によって現金や従業員との接触機会を減らすなど、支払い時における新型コロナウイルス感染症の感染防止対策(※)をどの程度重視していますか。

※キャッシュレス決済は、国が示した「新しい生活様式」に位置付けられています(電子決済の利用)。

①とても重視している(必ずキャッシュレス決済が利用できる店舗を選ぶようにしている)	39人	8.0%
②ある程度重視している(できる限りキャッシュレス決済が利用できる店舗を選ぶようにしている)	135人	27.7%
③重視してはいないが、支払い時の感染防止対策があるに越したことはない(店舗でキャッシュレス決済が利用できると、より安心)	232人	47.6%
④全く意識していない	81人	16.6%



Q10で①～④の回答をされた方に対して、新型コロナウイルス感染症対策としてのキャッシュレス決済をどの程度重視しているか調査した結果、「①重視している」「②ある程度重視している」と回答された方は、全体(487人)のうち35.7%(174人)、「③重視してはいないが、支払い時の感染防止対策があるに越したことはない(店舗でキャッシュレス決済が利用できると、より安心)」は47.6%(232人)、「④全く意識していない」は

16.6%（81人）となりました。

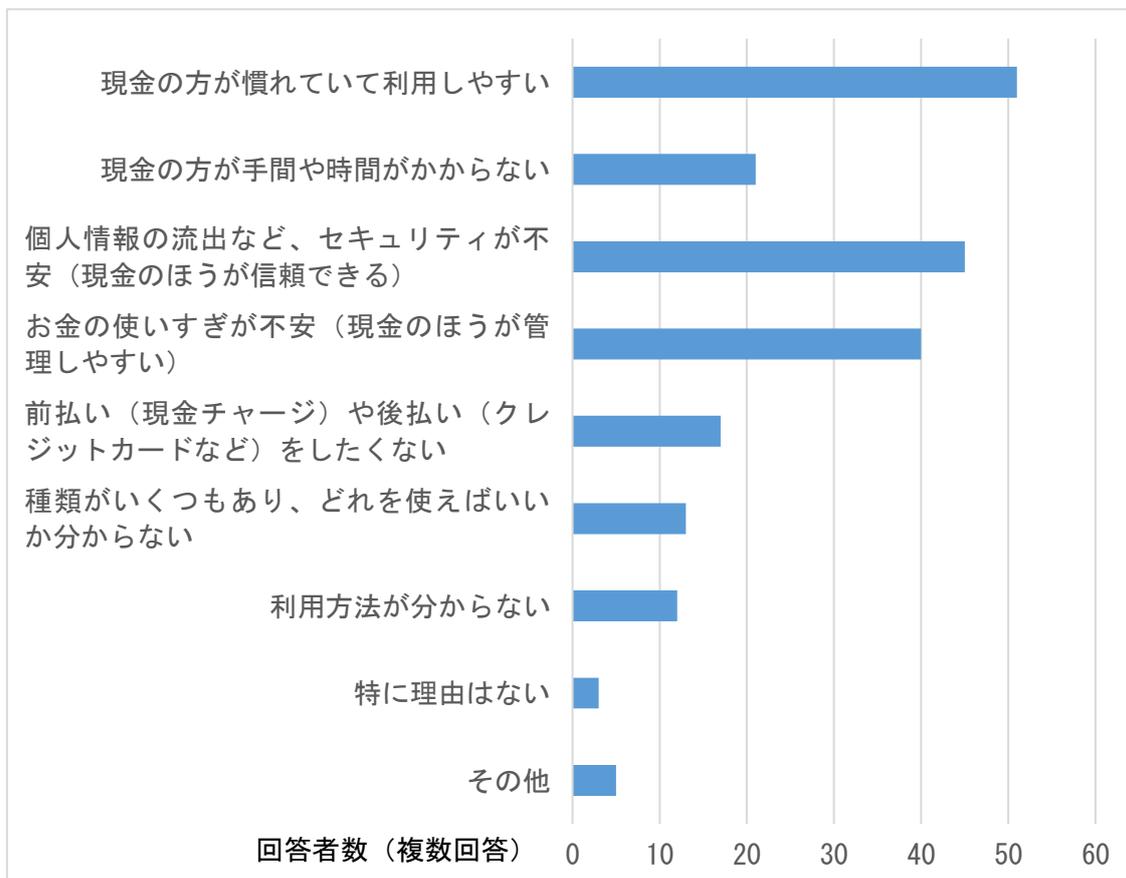
日頃からキャッシュレス決済を利用している方々のうち、キャッシュレス決済を感染防止対策として意識している方は83.3%にも及び、キャッシュレス決済がコロナ禍における「新しい生活様式」として人々の意識に根付きつつあることが分かりました。

（Q15 キャッシュレス決済を利用しない理由について）

（回答者数：77人 ※複数回答あり）

Q10で「現金決済がほとんど」または「現金決済しか利用しない」を選んだ方にお伺いします。キャッシュレス決済を利用しない、ほとんど利用しない理由について、あてはまるものを全て選んでください。

①現金の方が慣れていて利用しやすい	51人	66.2%
②現金の方が手間や時間がかからない	21人	27.3%
③個人情報の流出など、セキュリティが不安（現金のほうが信頼できる）	45人	58.4%
④お金の使いすぎが不安（現金のほうが管理しやすい）	40人	51.9%
⑤前払い（現金チャージ）や後払い（クレジットカードなど）をしたくない	17人	22.1%
⑥種類がいくつもあり、どれを使えばいいか分からない	13人	16.9%
⑦利用方法が分からない	12人	15.6%
⑧特に理由はない	3人	3.9%
⑨その他	5人	6.5%



Q10で⑤、⑥の回答をされた方に対して、キャッシュレス決済を利用しない理由を調査（複数回答可）した結果、全体（77人）のうち、66.2%（51人）の方が「①現金の方が慣れていて利用しやすい」と回答しており、次いで「③個人情報の流出など、セキュリティ

が不安」が58.4%（45人）、「④お金の使いすぎが不安」が51.9%（40人）と続きました。

なお、その他の回答では、次のような理由が挙げられていました。

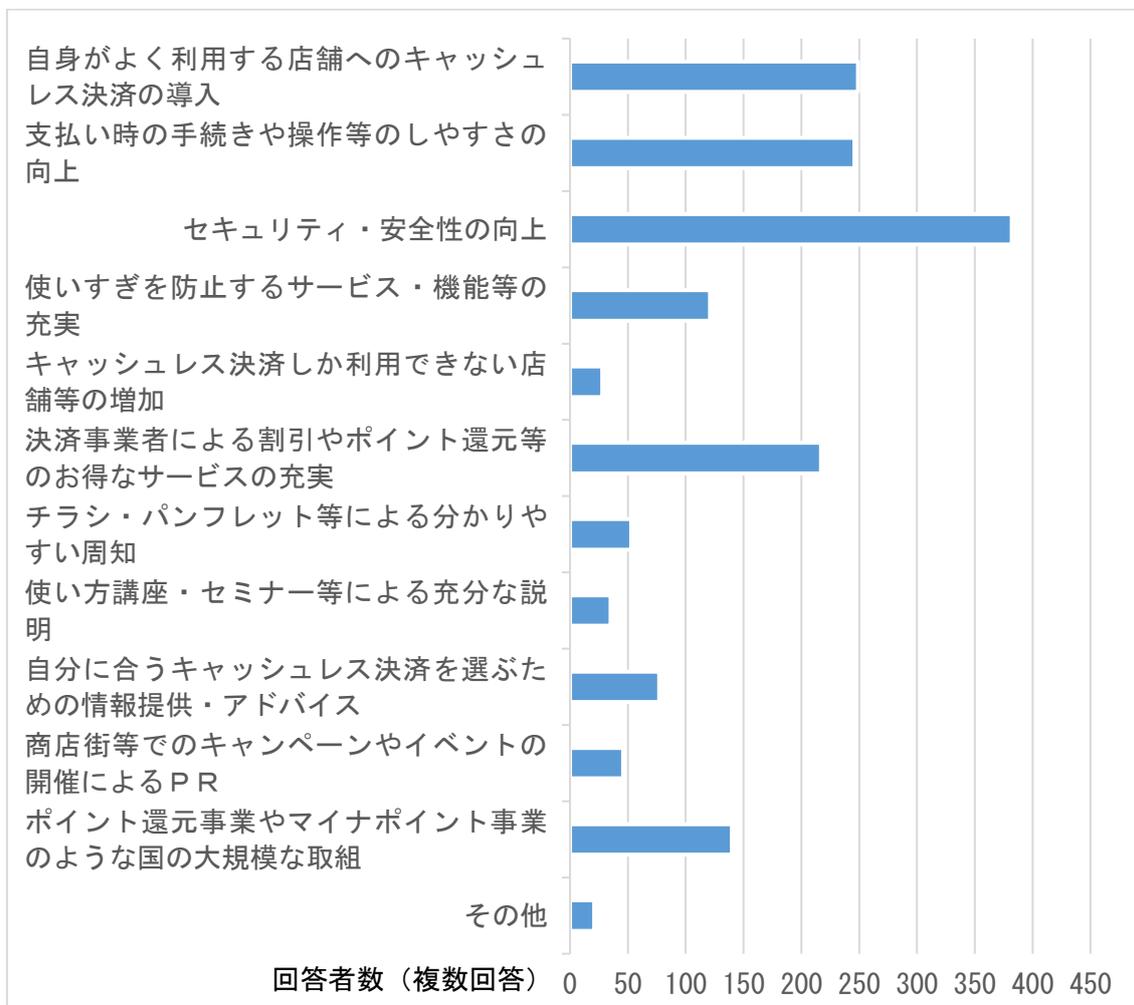
- ・セキュリティ対策をしても、いちごっこになる恐れがあるから
- ・パスワードの管理が面倒だから 等

(Q16 キャッシュレス決済の利用頻度を高めるきっかけ等について)

(回答者数：564人 ※複数回答あり)

今後、あなたがキャッシュレス決済を利用し始める、または今よりもさらに利用頻度を高めるためには、どのようなきっかけや働きかけが必要と考えますか。あてはまるものを全て選んでください。

①自身がよく利用する店舗へのキャッシュレス決済の導入	249人	44.1%
②支払い時の手続きや操作等のしやすさの向上	246人	43.6%
③セキュリティ・安全性の向上	382人	67.7%
④使いすぎを防止するサービス・機能等の充実	121人	21.5%
⑤キャッシュレス決済しか利用できない店舗等の増加	28人	5.0%
⑥決済事業者による割引やポイント還元等のお得なサービスの充実	217人	38.5%
⑦チラシ・パンフレット等による分かりやすい周知	53人	9.4%
⑧使い方講座・セミナー等による十分な説明	35人	6.2%
⑨自分に合うキャッシュレス決済を選ぶための情報提供・アドバイス	77人	13.7%
⑩商店街等でのキャンペーンやイベントの開催によるPR	46人	8.2%
⑪ポイント還元事業やマイナポイント事業のような国の大規模な取組	140人	24.8%
⑫その他	21人	3.7%



キャッシュレス決済を利用し始める、または利用頻度を高めるために必要と考えるきっかけや働きかけについて調査（複数回答可）した結果、全体（564人）のうち、67.7%（382人）の方が「セキュリティ・安全性の向上」を挙げており、次いで「自身がよく利用する店舗へのキャッシュレス決済の導入」が44.1%（249人）、「支払い時の手続きや操作等のしやすさの向上」が43.6%（246人）と続きました。

本設問をQ10の利用頻度別にみたところ、キャッシュレス決済の利用頻度が高くなればなるほど、「①自身がよく利用する店舗へのキャッシュレス決済の導入」へのニーズが高くなることがわかりました。また、「⑥決済事業者による割引やポイント還元等のお得なサービスの充実」や「⑪ポイント還元事業やマイナポイント事業のような国の大規模な取組」については、キャッシュレス決済を一定程度利用している方（Q10 ①～④）にとっては利用頻度を高めるきっかけになるものの、現金決済が主流の方（Q10 ⑤、⑥）にとってはインセンティブになりにくいことがわかりました。

なお、その他の回答では、次のような点が挙げられていました。

- ・決済サービスの共通化、一元化（一つのカード・アプリ等で完結）
- ・現金決済がしにくくなれば 等

今回、キャッシュレス決済に関するアンケート調査でいただいたご回答は、今後のキャッシュレス決済普及に向けた取組を検討するうえでの参考とさせていただきます。