

---

---

# I. はじめに

わが国でいわゆるクレジットカードが発行されるようになってから、半世紀が経過し、この間クレジットカードは順調にその取り扱いを伸ばしてきた。平成22年のショッピングの信用供与額は46兆8,888億円、ここ10年の対前年比の伸び率は平均で約8%となっている。しかし、ここ数年は4%~5%台と鈍化傾向を示している。

一方で、市場では電子マネーやデビットカード、携帯電話を用いたキャリア決済など様々な決済手段が用いられるようになってきており、今後の決済市場の中でクレジットカードはどのようなポジションを占めることになるのか慎重に見極めていく必要がある。

とはいえ、クレジットカードをはじめとする決済手段は、あくまで主たる取引である消費者の購買行動に付随して生ずるものであり、決済手段だけを捉えて現状を認識することは出来ても、今後を見据えることは難しい。

そこで、消費者がどのような販売チャネルで購買し、どのような決済手段を選択するのかを調べ、販売チャネルと決済手段に何等かの親和性を見出すことが出来れば、販売チャネルの今後の動向を予測することで、決済手段の一つであるクレジットカードの今後についてもある程度予測できるのではないかとこの考えに基づき、マーケティング、消費者行動、インターネット取引等々の専門家による「販売チャネル等の変化と決済手段に関する研究会」を立ち上げた。

具体的には、販売チャネルの動向を把握するため、主要な販売チャネルとして、(1)百貨店、(2)スーパーマーケット、(3)コンビニエンスストア、(4)専門店（衣料）、(5)家電量販店、(6)ホームセンター、(7)ドラッグストア、(8)通信販売（インターネット通販を除く）、(9)インターネット通販、(10)旅行業の10業種を取り上げ、各業態の関連統計を分析するとともに、実際に各業態に属する企業から「売上の推移」「顧客の変化」「購入商品の変化」「支払い手段」「今後の個社及び業界の動向」等々についてヒアリング調査を実施するとともに、消費者の購買行動と決済手段に対する意識を調査するため消費者調査を実施し研究を行なった。

なお、ヒアリング調査については、各社の戦略に関わる内容や非公開の数値等が含まれるため、調査結果を公表しないことを条件に協力を得ており、本報告書においては、企業が特定されない範囲で、その一部を記述するにとどめている。