

コロナ禍でネットバンクの利用が加速

—首都圏の個人を対象としたアンケート調査の結果から—

研究員 藤田研二郎

1 コロナ禍で社会生活全般が変化

新型コロナウイルスの感染拡大は、社会生活全般に大きな変化をもたらしている。例えば金融部門でも、感染防止の観点からキャッシュレス決済の利用拡大、またコロナショックの株安等を背景としたつみたてNISAの口座数の増加、さらに在宅勤務の広がりも相まって、若年層を中心にインターネット証券会社の投資信託販売が急増したことなどが報道されている(日本経済新聞2020年10月8日、12月24日、21年1月12日付)。

こうした金融部門でのコロナ禍の影響のうち、インターネットバンキング、デジタルチャネルの利用拡大に注目して、最近のアンケート調査の結果を報告したい。

2 ネットバンクの利用率が上昇

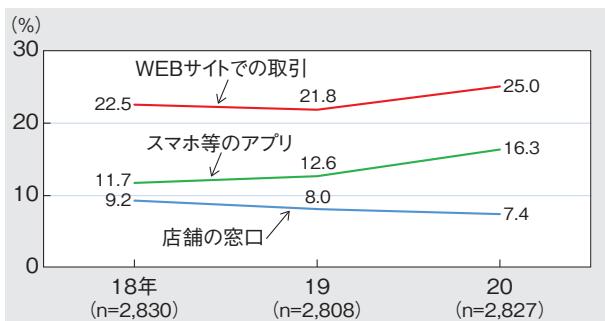
株式会社日経リサーチが、2020年11月に実施した「金融総合定点調査 金融RADAR 2020本調査」では、首都圏の個人2,827人を対象に、さまざまな金融行動に関して質問して

いる。このうち、ネットバンクをはじめ金融機関の各種チャネルについて、月に1回程度以上利用する人の割合の推移をまとめたのが、第1図である。

これについて20年調査では、WEBサイトでの取引、スマートフォン等のアプリの利用率が上昇し、それぞれ25.0%、16.3%となった。これらは18年から19年の変化と比べても、上昇幅が大きい。一方で、店舗の窓口の利用率は7.4%に低下している。コロナ禍で外出自粛が求められるなかで、ネットバンクの利用が拡大したとみられる。

次に第1表は、20年調査の各種チャネルの月1回以上の利用率を年代別にみたものである。まず店舗を月1回以上利用する人の割合は、高齢層で高い。一方でネットバンクを利用する割合は、50代以下の若年層で高くなっている。また年代によってネットの利用の仕方に違いがあり、WEBサイトの利用率は50代で最も高いのに対して、スマートフォン等のアプリの利用率は30代以下で最も高い。

第1図 月1回以上の各種チャネル利用率の推移



資料 日経リサーチ「金融総合定点調査 金融RADAR 2020本調査」

第1表 年代別月1回以上の各種チャネル利用率

(単位 人、%)

	回答者数	店舗の窓口	WEBサイトでの取引	スマホ等のアプリ
全体	2,827	7.4(-0.7)	25.0(+3.2)	16.3(+3.7)
30代以下	456	5.9(+1.4)	25.9(+4.1)	23.2(+6.5)
40代	568	5.6(-0.4)	29.2(+2.4)	22.5(+5.1)
50代	774	7.0(-1.0)	29.6(+3.4)	18.0(+2.2)
60代	670	7.6(-2.3)	21.2(+4.3)	10.1(+3.0)
70代以上	359	12.3(+0.2)	14.2(+0.3)	5.3(+1.9)

資料 第1図に同じ

(注) ()内は19年調査と比べた増減。

第2表 取引内容別利用したいチャネル(複数回答、n=2,827)
(単位 %)

	店舗の窓口	WEBサイトでの取引	スマホ等のアプリ
残高照会	16.6(-1.0)	39.5(+2.7)	34.0(+5.6)
振込み	24.0(-1.8)	35.6(+2.4)	27.1(+4.9)
定期預金などの預け入れ	39.2(-2.7)	24.9(+3.3)	19.6(+4.5)
投資信託の購入	37.2(-3.6)	27.1(+3.9)	18.6(+4.2)
資産運用・管理の相談	56.8(-0.2)	14.4(+3.6)	8.9(+2.1)
借り入れの相談	58.7(-1.2)	12.8(+3.4)	8.1(+2.4)
小口ローン・キャッシング	32.9(-1.0)	19.2(+3.2)	14.8(+3.1)

資料 第1図に同じ

(注) ()内は19年調査と比べた増減。

さらに19年調査と比べると、すべての年代でネットバンクの利用率が上昇している。とくに60代では、WEBサイトの利用率が+4.3%と上昇幅が大きく、比較的高齢の層でもネットバンクの普及が進んでいる。

3 取引内容全般でデジタルチャネルの利用意向が強まる

どのような取引でどのようなチャネルが好まれるのかに関して、取引内容別に利用したいチャネルをたずねた設問の回答結果が、第2表である。

まず、残高照会や振込みといった日常的な取引については、店舗の窓口よりもWEBサイトやスマホ等のアプリを利用したいという割合が高い。一方で定期預金などの預け入れ、投資信託の購入、小口ローン・キャッシングは、デジタルチャネルより店舗を好む割合が高く、とくに資産運用・管理の相談、また住宅ローンなどの借り入れの相談については、半数以上が店舗を利用したいと回答している。これには、取引内容の複雑さやリスクの大きさが関係していると考えられる。

ただし、19年調査の結果と比較すると、す

べての項目について、店舗の窓口を利用したいと回答する割合が低下し、WEBサイトやアプリを利用したいとする割合が上昇している。とくに定期預金などの預け入れ、投資信託の購入については、店舗を好む割合の低下幅が大きく、対してデジタルチャネルを好む割合の上昇幅が大きい。このように従来対面的な取引が好まれてきた項目についても、非対面を取り入れようとする動きが強まってきたといえる。

4 デジタルシフトから取り残される人へのサポートも

以上でみてきたように、店舗の窓口からネットバンク、デジタルチャネルへの移行は、以前から進展してきたものの、コロナ禍での外出自粛や対面での取引を避ける流れは、それをさらに加速させる役割を果たしたとみられる。

ただし例えば高齢層は、コロナの重症化リスクから、とくに外出自粛が求められる反面で、依然店舗の窓口を利用する割合が高く、ネットバンクの普及が進んでいないといった問題もある。こうしたデジタルシフトから取り残される利用者をどのようにサポートするかについても、今後ますます重要になってくるだろう。

(ふじた けんじろう)