

論文要旨

経営学研究科

経営学専攻 修士課程

マーケティングコース

坂本 敦志

近年、我が国では多様な決済サービスの展開と決済インフラの整備が行われ、キャッシュレス社会の実現に向けた様々な取り組みが進められるようになった。特に政府主導の積極的なキャッシュレス推進策によって、2020年のキャッシュレス決済比率は29.7%と直近5年間で10ポイント以上増加している。しかしながら、日本の決済は未だに現金が中心であり、キャッシュレス化が十分浸透していないことが課題として挙げられている。先行研究によると日本でキャッシュレス化が進まない背景には、治安の良さ、偽札の少なさ等の社会情勢やキャッシュレスに対する消費者の漠然とした不安に加え、メンタル・アカウンティングと呼ばれる心理作用が影響している可能性が指摘されている。メンタル・アカウンティングとは、米国の経済学者である R.H.Thaler が提唱した心的な会計処理のメカニズムを説明する概念であり、個人や家計が金融行動を整理、評価、記録するために行う一連の認知的操作である (Thaler,1999)。日本の消費者はメンタル・アカウンティングによってお金を使いすぎる懸念を感じ取り、あえて現金決済を選択している可能性が示唆されている (福本,2020)。

こうした現状を踏まえ、今日ではキャッシュレス決済の普及に関する数多くの研究が存在するが、消費者の心的要因に着目してアプローチした研究は少ないのが実情である。そこで本研究は消費者の決済手段選択の意思決定について、認知バイアスの一つとされるメンタル・アカウンティングが与える影響の定量的な分析を試みた。本研究で想定するメンタル・アカウンティングは「現在の資産」、「現在の収入」、「将来の収入」、「メンタル・バジェット」の概念尺度で構成されており、消費行動で得られる効用を最大化するためにお金の使い道を分類する等の認知的な操作をもたらすとされている。

また、キャッシュレス決済の積極的な利用を促していくためには、消費者の金融リテ

ラシー水準を高めてメンタル・アカウンティングによる認知バイアスを抑制していく必要があるとの指摘もされている。従って、非合理的な認知操作を生じさせるメンタル・アカウンティングと適切な家計管理や金融行動の整理、評価に繋がるとされる金融リテラシーとの関係性、及び両者が決済手段選択の意思決定に与える影響について検証を行った。

本研究ではコンビニエンスストアで商品を購入する際のキャッシュレス利用有無をインターネット調査によって集計し、キャッシュレス決済を利用すると回答した人に対しては、利用する決済の種類について回答を求めた。集計結果を基に決済手段選択の意思決定に対するメンタル・アカウンティング及び金融リテラシーとの関係性をロジスティック回帰分析で検証した結果、①メンタル・アカウンティングは決済手段選択の意思決定に影響を与えていること、②金融リテラシーの水準が高まるほどメンタル・アカウンティングによる認知操作が生じること、③金融リテラシーの水準が高まるほどキャッシュレスを利用する意向が高まることが明らかになった。また、メンタル・アカウンティングは決済手段選択の意思決定に影響を与えているが、その効果はキャッシュレスの利用に対してポジティブな影響とネガティブな影響の両面に作用していることも確認された。その要因として、メンタル・アカウンティングを形成する「現在の資産」、「現在の収入」、「将来の収入」、「メンタル・バジェット」の4つの概念尺度で消費行動を整理する評価基準がそれぞれ異なっているため、購買シーンで消費者が決済手段の選択という意思決定に直面した際、特定の決済手段のもつ性質や支払いが発生するタイミング、資金の出所や支出の分類される範囲などに判断が左右される可能性が示唆された。

本研究では決済手段を選択する際に生じるメンタル・アカウンティングの影響を定量化して分析したことで、これまで非合理的な認知操作とされてきた先行研究とは異なる結果を導くことができた。特にメンタル・アカウンティングを4つの概念尺度で捉えて検証した場合、キャッシュレス利用にポジティブな影響を与える尺度とネガティブな影響を与える尺度が併存しているという興味深い傾向を明らかにした点に学術的な貢献があったと考えている。ただし、本研究で得られた知見は、メンタル・アカウンティングと金融リテラシーという2つの要因からキャッシュレス利用との関係性を説明している点に留意しなければならない。決済手段選択の意思決定にはメンタル・ア

カウンティングと金融リテラシー以外の要因も多く含まれていることが示唆されており、他の要因を検討したうえで、本研究の結果を活用することが望ましいと言えるだろう。