

2018年3月27日

博報堂金融マーケティングプロジェクト、1万人を対象に仮想通貨に関する生活者調査を実施

## 仮想通貨の購入動機・支払経験・ウォレット利用状況など、購入開始時期で違い 直近購入層の購入動機は「お金儲け/資産形成」 一方、初期購入層は「ブロックチェーン・仮想通貨技術への興味」

博報堂金融マーケティングプロジェクトでは、Fintechによる金融分野でのテクノロジーの進化が、生活者に対してどのような意識・行動変化をもたらすのかを把握するため、生活者調査を実施しています。

今回は、生活者の間で、新しい決済手段・投資対象として急速に存在感が高まっている「仮想通貨」をテーマに、1万人を対象に仮想通貨の購入開始時期ごとの生活者の意識・実態を調査しました。

調査を実施した1万人のうち、実際に仮想通貨の購入経験があったのは466人（全体の4.6%）でした。その中から購入開始時期の違いで「2017年1月以前（初期購入層）」、「2017年2月～12月（中期購入層）」、「2017年12月以降（直近購入層）」と3つのグループに大別し、それぞれの特徴を調査しました。

初期購入層の購入動機1位は「ブロックチェーン・仮想通貨技術への興味」で、「ゲーム内通貨として利用した」や「友人等への送金に利用した」と回答した割合が他のグループよりも高かったことから、新技術への興味・期待感が購入を後押ししたと確認できました。それに対し、中期購入層および直近購入層の購入動機1位は「お金儲け」、2位は「資産形成」で、直近購入層は8割以上が「仮想通貨での支払経験がない」と回答したことから、投資・投機目的で購入した人が多いことが明らかになりました。

また、3グループ間で保有金融資産（株式、投資信託、FX、預金等含むすべての資産）やウォレット使用状況にも違いがみられました。仮想通貨購入者における保有金融資産の平均は1,538万円でしたが、初期購入層は平均を大きく上回る2,845万円でした。一方、中期購入層および直近購入層の保有金融資産はそれぞれ1,095万円と1,405万円を平均を下回る結果となりました。

「ウォレットの利用状況」については、初期購入層は他の2グループと比べると取引所のウォレットを利用している人の割合が最も低く、ウェブウォレットを利用している人の割合が最も高いことが分かりました。

仮想通貨をはじめとしたFinTechの興隆に代表されるように、金融業界は大きな変革期を迎え、様々な新しい商品・サービスが生み出されています。当プロジェクトでは、生活者がその変化をどう捉えているかを把握し、金融サービスや仮想通貨関連サービス提供者の中長期的なマーケティング戦略やビジネス刷新に向けたソリューションの提供を行ってまいります。

### 【調査概要】

実施時期：スクリーニング調査：2018年2月7日（水）～2月13日（火）

本調査：2018年2月13日（火）～2月15日（木）

調査方法：インターネットリサーチ

対象者：18～59歳の男女

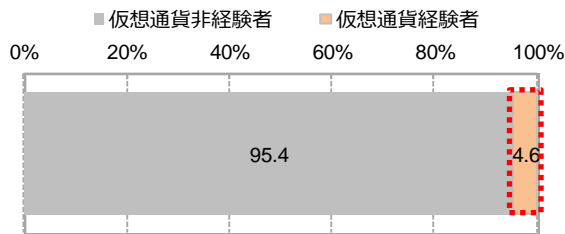
# 【主要参考データ】

## 仮想通貨購入者／購入開始時期別グループ

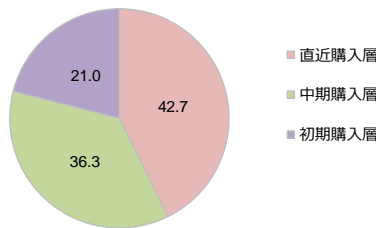
調査を実施した1万人のうち、実際に仮想通貨の購入経験があったのは全体の4.6%にあたる466人でした。その購入者を、購入開始時期の違いで「2017年1月以前（初期購入層）」、「2017年2月～12月（中期購入層）」、「2017年12月以降（直近購入層）」の3つのグループに大別しました。

n=10,000

n=466



「仮想通貨経験者」を仮想通貨開始時期別に分類

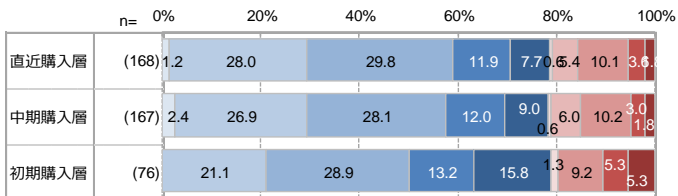


## 3グループ別基本属性

男女比を見ると、3グループともに男性が7割以上を占めているように、購入層は男性が大多数という結果になり、特に3グループとも10～20代の若年男性が半数以上を占める傾向がみられました。職業別にみると、購入時期が新しいほど学生の割合が高くなる傾向がみられ、直近購入層では約1割を学生が占める結果になりました。

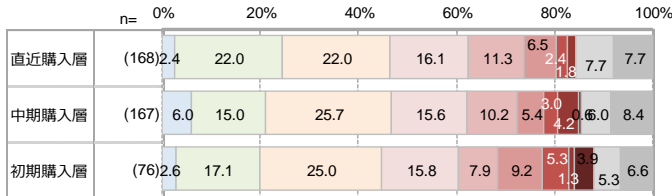
### 性年代

- 男性\_10代 男性\_20代 男性\_30代 男性\_40代 男性\_50代
- 女性\_10代 女性\_20代 女性\_30代 女性\_40代 女性\_50代



### 世帯年収

- 200万未満 200～400万未満 400～600万未満
- 600～800万未満 800～1000万未満 1000～1200万未満
- 1200～1500万未満 1500～2000万未満 2000万円以上
- わからない 無回答



### <性年代>

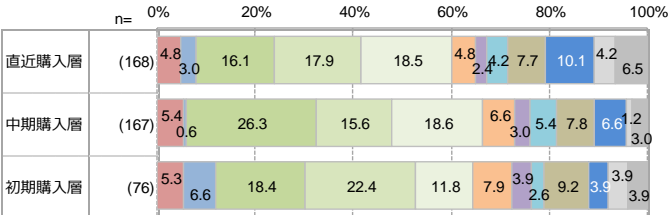
n=	男性_10代	男性_20代	男性_30代	男性_40代	男性_50代	女性_10代	女性_20代	女性_30代	女性_40代	女性_50代
短期層 (168)	1.2	28.0	29.8	11.9	7.7	0.6	5.4	10.1	3.6	1.8
中期層 (167)	2.4	26.9	28.1	12.0	9.0	0.6	6.0	10.2	3.0	1.8
長期層 (76)	-	21.1	28.9	13.2	15.8	1.3	-	9.2	5.3	5.3

### <世帯年収>

n=	200万未満	200～400万未満	400～600万未満	600～800万未満	800～1000万未満	1000～1200万未満	1200～1500万未満	1500～2000万未満	2000万円以上	わからない	無回答
短期層 (168)	2.4	22.0	22.0	16.1	11.3	6.5	2.4	1.8	-	7.7	7.7
中期層 (167)	6.0	15.0	25.7	15.6	10.2	5.4	3.0	4.2	0.6	6.0	8.4
長期層 (76)	2.6	17.1	25.0	15.8	7.9	9.2	5.3	1.3	3.9	5.3	6.6

### 職業

- 公務員 経営者・役員 会社員(事務系) 会社員(技術系)
- 会社員(その他) 自営業 自由業 専業主婦(主夫)
- パート・アルバイト 学生 その他 無職



### 居住地

- 北海道 東北地方 関東地方 中部地方
- 近畿地方 中国地方 四国地方 九州地方



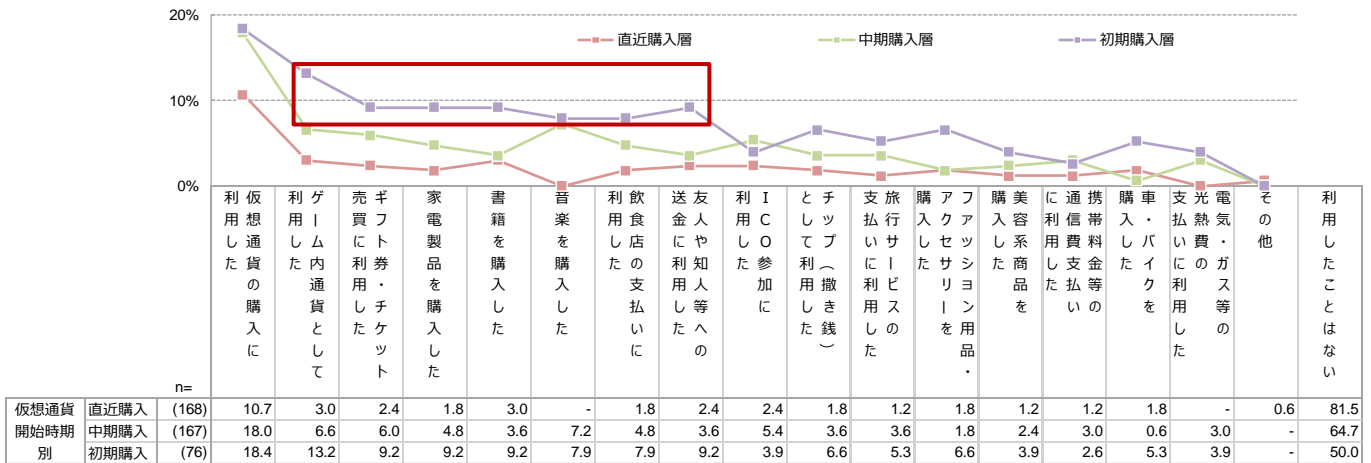
## 3グループ別興味・きっかけ（購入動機）／保有資産

購入動機をみると、初期購入層の1位は「ブロックチェーン・仮想通貨技術への興味」だったのに対し、中期購入層および直近購入層の購入動機1位は「お金儲け」で、購入時期によって購入動機に大きな違いがみられました。また、保有金融資産の平均は1,538万円でしたが、初期購入層は平均を大きく上回る2,845万円でした。一方、中期購入層および直近購入層の保有金融資産はそれぞれ1,095万円と1,405万円です。平均を下回る結果となりました。

	直近購入層	中期購入層	初期購入層
興味・きっかけ	1位 お金儲けがしたくなって 36.3%	1位 お金儲けがしたくなって 34.1%	1位 ブロックチェーン技術や仮想通貨技術に興味をもったから 28.9%
	2位 将来の資産形成を考えた 24.4%	2位 ブロックチェーン技術や仮想通貨技術に興味をもったから 28.1%	2位 お金儲けがしたくなって 22.4%
	3位 インターネットの記事やブログ、掲示板を見て 20.8%	3位 仮想通貨やブロックチェーンについて勉強するため 26.9%	3位 仮想通貨やブロックチェーンについて勉強するため 19.7%
保有金融資産	1,095万円	1,405万円	2,845万円

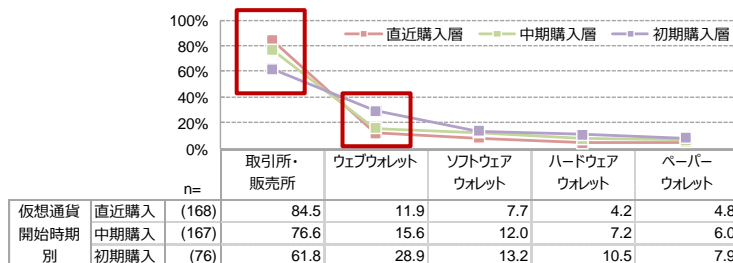
## 仮想通貨での支払い経験

初期購入層は「ゲーム内通貨として利用した」や「友人等への送金に利用した」と回答した割合が他のグループよりも高く、通貨としての意識の高さが確認できました。対して、直近購入層は8割以上が「仮想通貨での支払経験がない」と回答したことから、投資・投機目的で購入した人が多いことが明らかになりました。



## ウォレット利用（普段利用している）

ウォレットの利用状況についてみると、初期購入層は他の2グループと比べると取引所のウォレットを人を利用しての割合が最も低く、ウェブウォレットを使用している人の割合が最も高いことが分かりました。

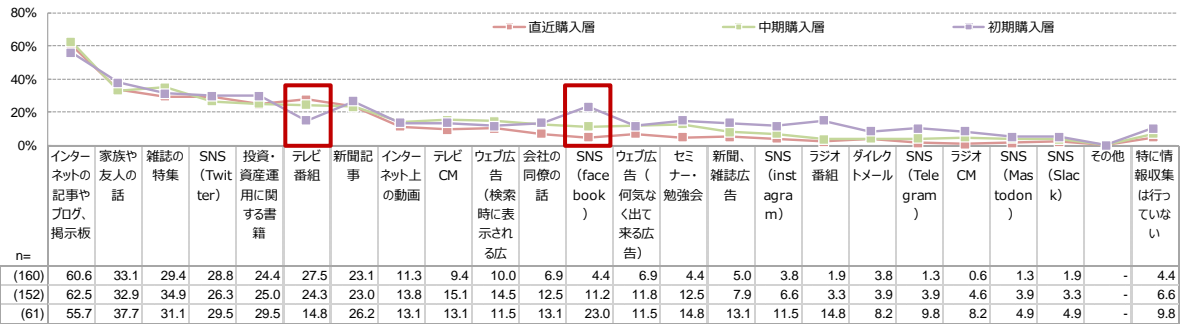


※スコアは現利用（「普段利用している」）

## 情報収集手段

情報収集手段の上位には大きな違いは見られませんが、初期購入層はSNSで情報収集していた人が多かったのに対して、中期・直近購入層はテレビ番組で情報収集する人が多いのが特徴的でした。

※仮想通貨興味者ベース



### <博報堂金融マーケティングプロジェクトとは>

大きく変化している金融サービスの生活者への浸透と、金融サービス提供者の競争力を高めるために設立された博報堂グループの専門プロジェクト。金融機関サービス提供者の中長期的なマーケティング戦略やビジネス刷新に向けたソリューションの提供を行います。

□具体的な活動内容（例）：

- ①金融カテゴリーにおけるアクチュアルデータを活用した顧客分析スキームの開発
- ②One to One マーケティング実践に向けたデータ基盤構築
- ③テクノロジーの進化に合わせた顧客体験設計
- ④お金にまつわる生活者の意識・行動変化を捉えたテーマ型調査の実施