

2019年3月6日

HAKUHODO Blockchain Initiative + 博報堂金融マーケティングプロジェクト 仮想通貨に関する生活者調査（第2回）を実施

仮想通貨の取引頻度は下降傾向にあり、購入経験者の約4割が“塩漬け”状態 ネット決済・送金インフラ等、通貨としての利便性向上への期待が集まる

株式会社博報堂が発足した「HAKUHODO Blockchain Initiative」（博報堂ブロックチェーン・イニシアティブ、以下HBI）と博報堂金融マーケティングプロジェクトは、全国の18～59歳の男女2万人を対象に「仮想通貨に関する生活者調査」第2回を実施し、仮想通貨に対する意識・実態とその変化を調査しました。

分析結果からは、仮想通貨の取引頻度は下降傾向にあり、購入経験者の約4割が“塩漬け”状態にあることがわかりました。また、ネット決済・送金インフラ等、通貨としての利便性向上への期待もみえてきました。

仮想通貨に関する生活者調査のポイント

仮想通貨の 認知度・興味度

仮想通貨の認知度は高いものの、興味度は減少傾向

・仮想通貨の認知度は88.5%と高い水準にあるものの、興味度は18.6%と、前回調査時（20.4%）よりもやや減少。また、仮想通貨の銘柄、取引所または販売所いずれかを認知していると答えた人の割合は、65.4%から56.2%に低下しました。

・実際に仮想通貨の購入経験があるのは、調査を実施した2万人のうち1,004人（全体の5.0%）と、前回調査時（4.7%）から0.3ポイント増加しました。

仮想通貨の取引頻度

仮想通貨購入者の約4割が“塩漬け”状態

・仮想通貨購入者の半年前と比べた現在の取引状況を見ると、62.3%が「減った」と回答。購入者の約4割がこの半年間全く取引を行っておらず、いわゆる“塩漬け”状態にあることがわかりました。また、この塩漬けの人たちは、特定の取引所利用率、特定仮想通貨購入率が他の層に比べて高いことが明らかになりました。

・一方で、仮想通貨経験者の73.4%が、取引所・販売所へのログインやアプリの起動を月に1回以上は行っており、塩漬け層の66.9%が「今後売買予定あり」と回答していることから、市場の動きを気にしながら、取引再開のタイミングをうかがっていると考えられます。

仮想通貨取引所・販売所の 選択重視点

「手数料が安い」、「セキュリティがしっかりしている」、「信頼性がある」がトップ3

・仮想通貨取引所・販売所の選択重視点としては、「手数料が安い」（36.9%）、「セキュリティがしっかりしている」（34.7%）、「信頼性がある」（34.4%）が上位に挙がりました。

・さらに購入開始時期別に見ると、2018年3月以降に仮想通貨を始めた直近購入層では、「有名である」、「口コミが良い」点を重視する人が全体と比較して多い一方、2017年1月以前に購入した初期購入層では、「手数料が安い」、「セキュリティがしっかりしている」、「使いやすい」等、手数料や安全性、機能性をより重視する傾向がみられました。

仮想通貨に 期待する活用手段

投機的な目的に加え、新しい決済・送金インフラ等、通貨としての利便性への期待も高い

・仮想通貨に期待する活用手段としては、「価格変動を利用した資産運用・投資」（50.5%）、「資産としての貯蓄」（48.2%）等投資関連の項目が最も高いものの、「インターネットショッピングの決済」（48.1%）や「個人間送金」（37.5%）、「コンビニや飲食店での決済」（33.1%）等、投機的なお金儲け以外の役割への関心も高く、ブロックチェーン技術を活かした新しい決済・送金インフラ等、通貨としての利便性向上への期待も高いことがわかりました。

【主要参考データ】

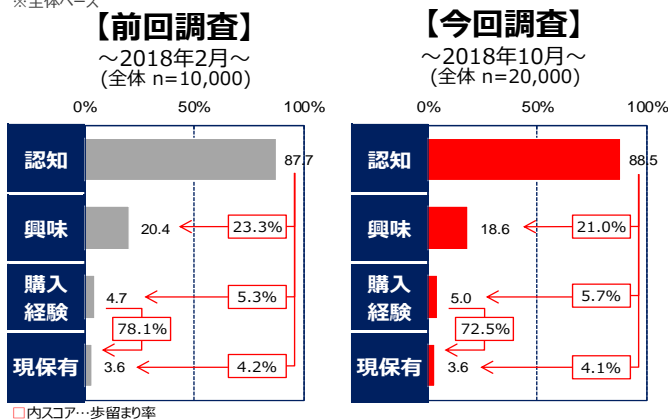
仮想通貨市場ファンネル構造の変化

・仮想通貨の認知度は88.5%と高い水準にあるものの、興味度は18.6%と、前回調査時（20.4%）よりもやや減少。また、仮想通貨の銘柄、取引所または販売所いずれかを認知していると答えた人の割合は、65.4%から56.2%に低下しました。

・調査を実施した2万人のうち、実際に仮想通貨の購入経験があったのは全体の5.0%にあたる1,004人で、前回の4.7%から0.3ポイント増加。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～11月（中間期購入層）」、「2017年12月～2018年2月（後期購入層）」、「2018年3月以降（直近購入層）」の4つのグループに大別しました。

仮想通貨市場ファンネル

※全体ベース



仮想通貨の銘柄/取引所・販売所認知

※全体ベース

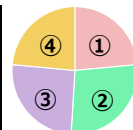


※認知＝仮想通貨の各銘柄、取引所・販売所いずれかを認知している人の割合

購入時期別ボリューム

※全体ベース

購入者全体	① 直近購入層 開始時期 2018年3月以降	② 後期購入層 開始時期 2017年12月～ 2018年2月	③ 中間期購入層 開始時期 2017年2月～ 11月	④ 初期購入層 開始時期 2017年1月以前
割合	5.0%	1.2%	1.4%	1.3%



4グループ別基本属性

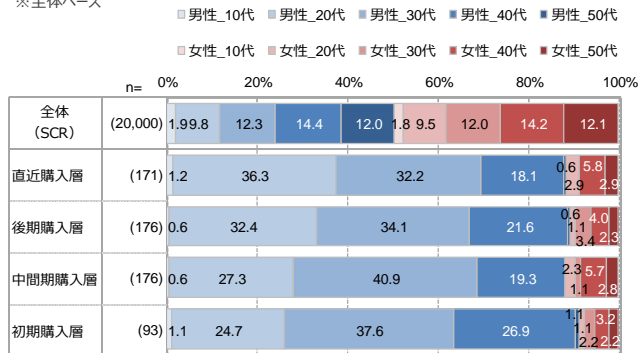
・仮想通貨購入者の男女比を見ると、4グループともに男性が大半を占める結果になりました。また、年代別に見ると、購入開始時期が遅くなるにつれ男性20代の割合が増え、直近購入層では36.3%が20代でした。

・世帯年収では、購入開始時期が遅いほど600万円未満の層が増加。

・職業別に見ると、購入開始時期が遅いほどパート・アルバイトの割合が増え、直近購入層では約1割がパート・アルバイトでした。

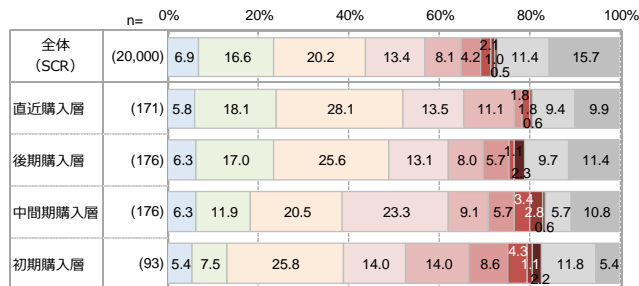
性年代

※全体ベース



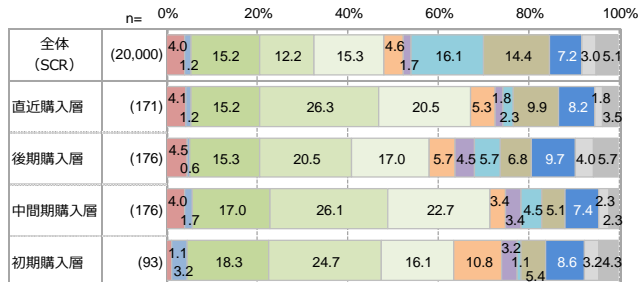
世帯年収

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



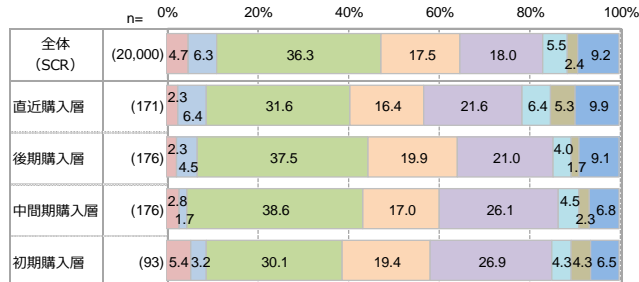
職業

■ 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



居住地域

■ 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

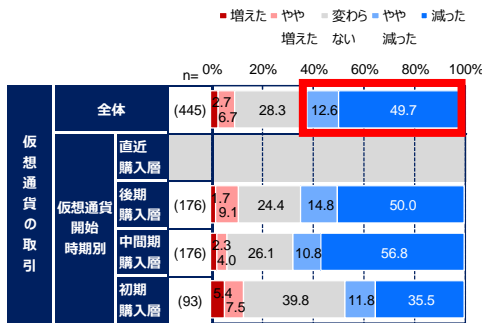


仮想通貨の“塩漬け”実態

- ・仮想通貨購入者の半年前と比べた現在の取引状況を見ると、62.3%が「やや減った」「減った」と回答。「減った」と回答した人は、特に中間期購入層・後期購入層で多く見られました。
- ・39.4%の購入者がこの半年間全く取引を行っておらず、いわゆる“塩漬け”状態にあることがわかりました。購入開始時期で見ると、塩漬け層の割合は中間購入層が最も高く、48.3%でした。
- ・また、仮想通貨経験者の73.4%が、取引所・販売所へのログインやアプリの起動を月に1回以上は行っており、過半数が週に1回以上は利用していたことから、取引はせずとも、市場の動きは頻りにチェックしている様子がうかがえます。

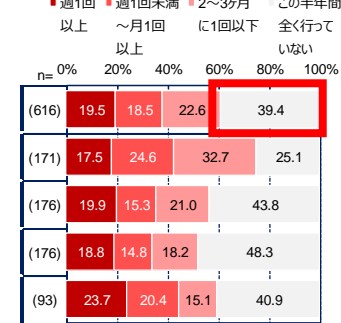
半年前と比べた現在の取引状況

※2018年2月までに仮想通貨投資を始めた人ベース



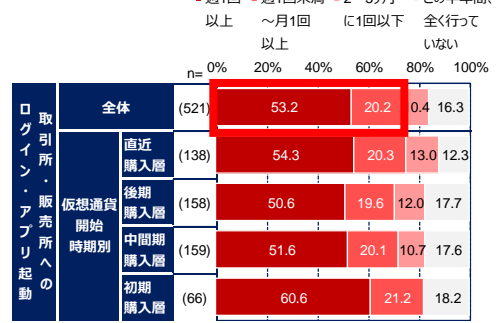
仮想通貨取引頻度

※仮想通貨購入者ベース



取引所・販売利用頻度

※いずれか取引所・販売所登録者ベース



塩漬け層の人となり、“塩漬け”の理由

- ・塩漬け層は、仮想通貨購入者全体と比べ、既婚・子ありが多く、平均年齢も高めの傾向。仮想通貨興味度は低いものの、今後の売買意向は66.9%と比較的高い結果に。
- ・取引を行わない理由としては、「価格が安くて売らなかつたから」(30.5%)や「価格変動が激しかったから」(23.9%)が高く、取引所やアプリで相場をチェックしながら、売買のタイミングをうかがっていると考えられます。

※塩漬け層：仮想通貨投資を直近半年間全く行っておらず、現在仮想通貨を保有している人ベース (n=160)

性別	未既婚	子どもの有無	仮想通貨興味度
男性 : 85.0% (全体 : 89.0%)	既婚 : 48.1% (全体 : 43.8%)	子あり : 39.4% (全体 : 36.0%)	73.1% (全体 : 81.2%)
平均年齢	平均世帯保有金融資産	今後売買予定あり	
36.5歳 (全体 : 34.7歳)	1117万円 (全体 : 1119万円)	66.9% (全体 : 56.0%)	

仮想通貨の取引をこの半年間全く行っていない理由

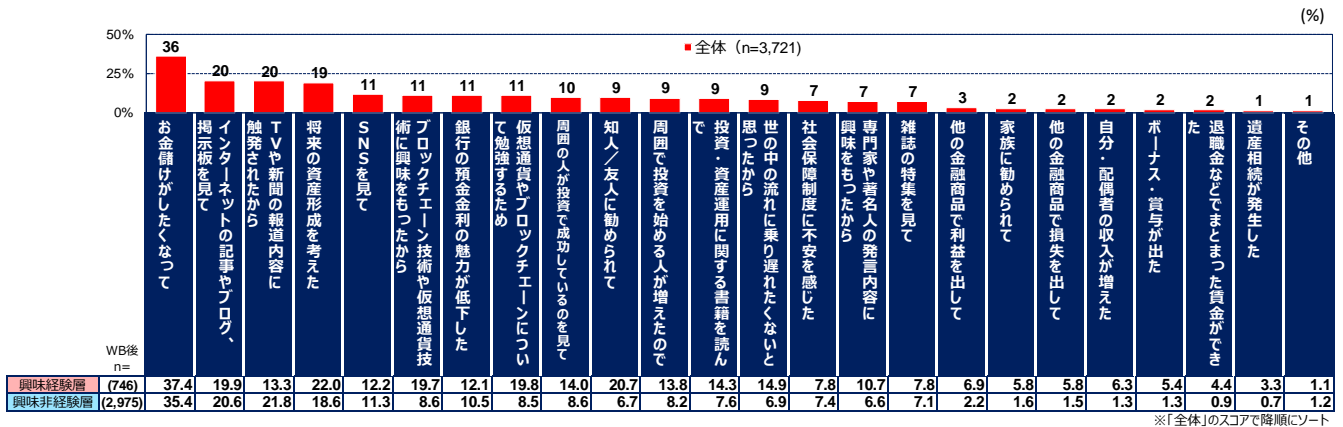
※仮想通貨投資を直近半年間全く行っていない人（仮想通貨の現在保有状況は問わない）ベース

理由	全体	直近	後期	中間	初期
価格が安くて売らなかつたから	30.5	23.9	23.5	12.3	8.2
価格変動が激しかったから	23.9	16.3	18.6	11.6	18.6
取引をするベストなタイミングではないと思つたから	23.5	23.4	26.0	15.6	5.2
セキュリティに不安があつたから	12.3	5.2	3.9	2.6	1.3
忙しくて時間がなかつたから	8.2	4.9	5.9	5.9	3.5
取引をするベストなタイミングがわからなかつたから	4.9	4.9	4.9	3.7	3.7
売却して現金化する必要がなかつたから	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7
価格が高くて買いたくなかつたから	3.7	2.5	1.6	1.6	1.6
利用していた取引所・販売所のサービスが縮小した・なくなつたから	3.7	2.5	1.6	1.6	1.6
日本国内で取り扱わなくなつたから	2.5	1.6	1.6	1.2	1.2
信頼できる人に取引しないよう勧められたから	1.6	1.6	1.2	1.2	1.2
お金儲けがしたくなかつたから	1.6	1.6	1.2	1.2	1.2
ログインIDやパスワードがわからなくなつたから	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
セキュリティに不安がなかつたから	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
自分・配偶者の収入が減つたから	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2
家族が取引していなかつたから	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
ポナナス・賞与が出なかつたから	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
(出る時期じゃなかつたから)	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
退職金などでまとまつた資金ができたから	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
他の金融商品で利益が出たから	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
たから	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
友人など身近な人が取引していなかつたから	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
他の金融商品で損失が出たから	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
その他	8.6	7.0	7.8	9.4	10.5
なんとなく・特に理由はない	19.3	25.6	14.3	9.4	44.7

※「全体」のスコアが降順にソート

仮想通貨への興味きっかけ

・仮想通貨に興味を持ったきっかけとしては、「お金儲けが楽しくなって」がトップ（興味経験層で37.4%、興味非経験層で35.4%）でした。2位以降では、「インターネットの記事やブログ、掲示板を見て」「TVや新聞の報道内容に触発されたから」とネットやテレビでの情報接触によるきっかけが続きました。



仮想通貨取引所・販売所の選択重視点

・仮想通貨取引所・販売所の選択重視点としては、「手数料が安い」(36.9%)、「セキュリティがしっかりしている」(34.7%)、「信頼性がある」(34.4%)と、手数料や安全性に関する項目が上位にランクインし、次いで「使いやすい」(31.5%)、「安定性がある」(23.4%)とそのツールやアプリの機能性・利便性が挙げられました。

・さらに購入開始時期別で見ると、直近購入層では、「口コミがよい」(21.0%、全体+8.1pt)、「有名である」(26.8%、全体+4.7pt)ことを重視する人が比較的多め。一方、初期購入層では、「手数料が安い」(48.5%、全体+11.6pt)、「セキュリティがしっかりしている」(47.0%、全体+12.3pt)、「使いやすい」(42.4%、全体+10.9pt)等、手数料や安全性、機能性をより重視する傾向がみられました。

項目	全体 (n=521)	直近 (n=138)	後期 (n=158)	中間 (n=159)	初期 (n=66)
手数料が安い	36.9	32.6	39.2	33.3	48.5
セキュリティがしっかりしている	34.7	35.5	31.0	32.7	47.0
信頼性がある	34.4	38.4	34.2	27.0	42.4
使いやすい	31.5	30.4	32.3	27.0	42.4
安定性がある	26.5	27.5	24.7	26.4	28.8
種類が豊富である	23.4	18.8	29.7	23.9	16.7
扱っているコインの取引量が多い	23.2	14.5	24.7	26.4	30.3
チャートが見やすい	22.5	21.0	20.9	21.4	31.8
有名である	22.1	26.8	21.5	18.9	21.2
スマホアプリがある	21.3	23.2	22.2	15.7	28.8
入金がすぐできる	20.0	18.1	20.9	17.0	28.8
日本語対応がしっかりしている	19.0	17.4	24.7	15.1	18.2
みんなが利用している	18.6	19.6	21.5	17.6	12.1
規模が大きい	18.0	18.8	17.7	18.2	16.7
今後急騰しそうなコインを扱っている	17.7	13.8	18.4	18.9	21.2
日本の会社が運営している	16.1	18.1	17.1	11.9	19.7
口コミがよい	12.9	21.0	12.0	8.8	7.6
商品やサービスの質がよい	11.3	11.6	8.9	11.3	16.7
仮想通貨の情報を提供している	9.8	10.1	10.1	5.7	18.2
成長力がある	9.6	10.1	10.8	8.8	7.6

仮想通貨に期待する活用手段

・仮想通貨に期待する活用手段としては、「価格変動を利用した資産運用・投資」(50.5%)、「資産としての貯蓄」(48.2%)等投資関連の項目が最も高いものの、「インターネットショッピングの決済」(48.1%)や「個人間送金」(37.5%)、「コンビニや飲食店での決済」(33.1%)等、投機的なお金儲け以外の役割への関心も高く、ブロックチェーン技術を活かした新しい決済・送金インフラ等、通貨としての利便性向上への期待も高いことがわかりました。

活用手段	(計)			
	決済	送金	寄付	投資
インターネットショッピング決済	48.1	33.1	30.0	21.9
飲食店での決済	33.1	30.0	21.9	21.9
コンビニ決済	30.0	21.9	21.9	21.9
家電量販店での決済	21.9	21.9	21.9	21.9
オンラインゲーム	21.9	21.9	21.9	21.9
個人間送金 (国内)	37.5	27.9	10.6	8.0
個人間送金 (海外)	27.9	26.9	9.4	7.0
個人に対する寄付 (投げ銭)	10.6	9.4	9.7	6.3
団体への寄付 (日本赤十字、ユニセフなど)	8.0	7.0	6.3	5.1
価格変動を利用した資産運用・投資	50.5	48.2	0.2	9.7
資産としての貯蓄	48.2	46.2	-	8.2
その他	0.2	-	-	-
あてはまるものはない	9.7	8.2	10.2	5.1

【調査概要】

実施時期：	スクリーニング調査：	2018年10月17日（水）～10月19日（金）
	本調査：	2018年10月20日（土）～10月23日（火）
調査方法：	インターネットリサーチ	
対象者：	スクリーニング調査：	18～59歳の男女 20,000人
	本調査：	ビットコイン認知者かつ仮想通貨投資経験者（購入開始時期別）
		L 直近購入層（2018年3月以降） : 171 ss
		L 後期購入層（2017年12月～2018年2月） : 176 ss
		L 中間購入層（2017年2月～2017年11月） : 176 ss
		L 直近購入層（2017年1月以前） : 93 ss