



アドビ、「金融デジタルサービス利用実態調査」の結果を発表 ～ 20～30代は「スマホ完結」、50代以上は「セキュリティ重視」 40代以上の女性は「わかりやすいUI/UX」を重視～

【2022年8月10日】

アドビ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：神谷知信、以下 アドビ）は本日、「金融デジタルサービス利用実態」に関する調査結果を発表しました。本調査は、金融および証券会社のwebサイトおよびモバイルデバイスにおけるサービスの利用実態を明らかにすることを目的に、銀行および証券口座を保有する国内の20～60代の男女計1,000名を対象に実施したものです。

本調査結果から、コロナ禍を機にデジタルサービスの利用が銀行で46%、証券で54%と大幅に拡大したことがわかりました。また、20～30代は「スマートフォンで完結できる」、50代以上は「セキュリティ」、40代以上の女性は「操作手順の少なさ」と、年代や性別で重視する点の違いも明らかになりました。

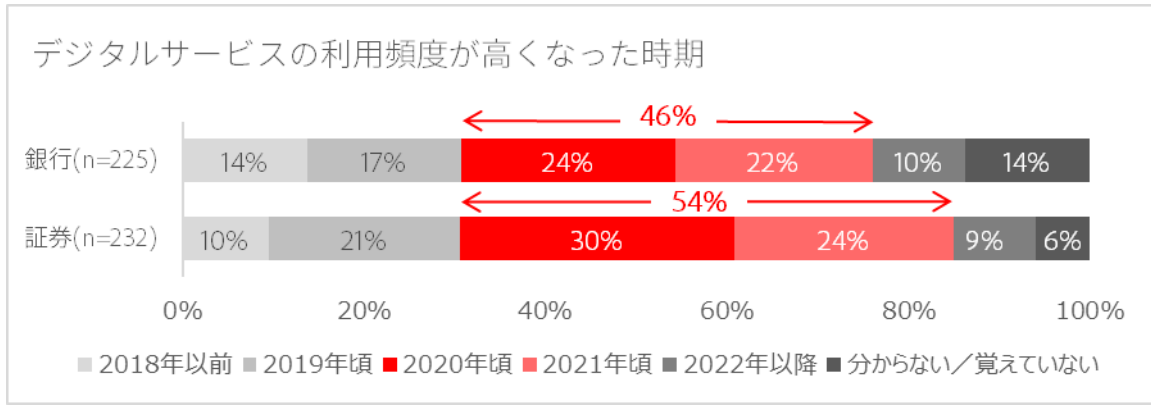
2022年4月から、成人年齢の引き下げにより、18歳以上は証券口座の開設に親の同意が不要となったことに加え、高校での金融教育の授業も開始されたことで、金融リテラシー向上が見込まれることから、今後、若年層における金融デジタルサービスの利用拡大が期待されます。

今回の調査で明らかになった主な結果は以下の通りです。

- デジタルサービスの利用は新型コロナウイルスによる自粛期間中に大幅増加
- デジタルサービスが積極的に利用されているのは銀行よりも証券
- 世代や性別で求めるサービスが異なる
- 20～30代は「スマホ完結」、50代以上は「セキュリティ」、40代以上の女性は「わかりやすいUI/UX」を重視

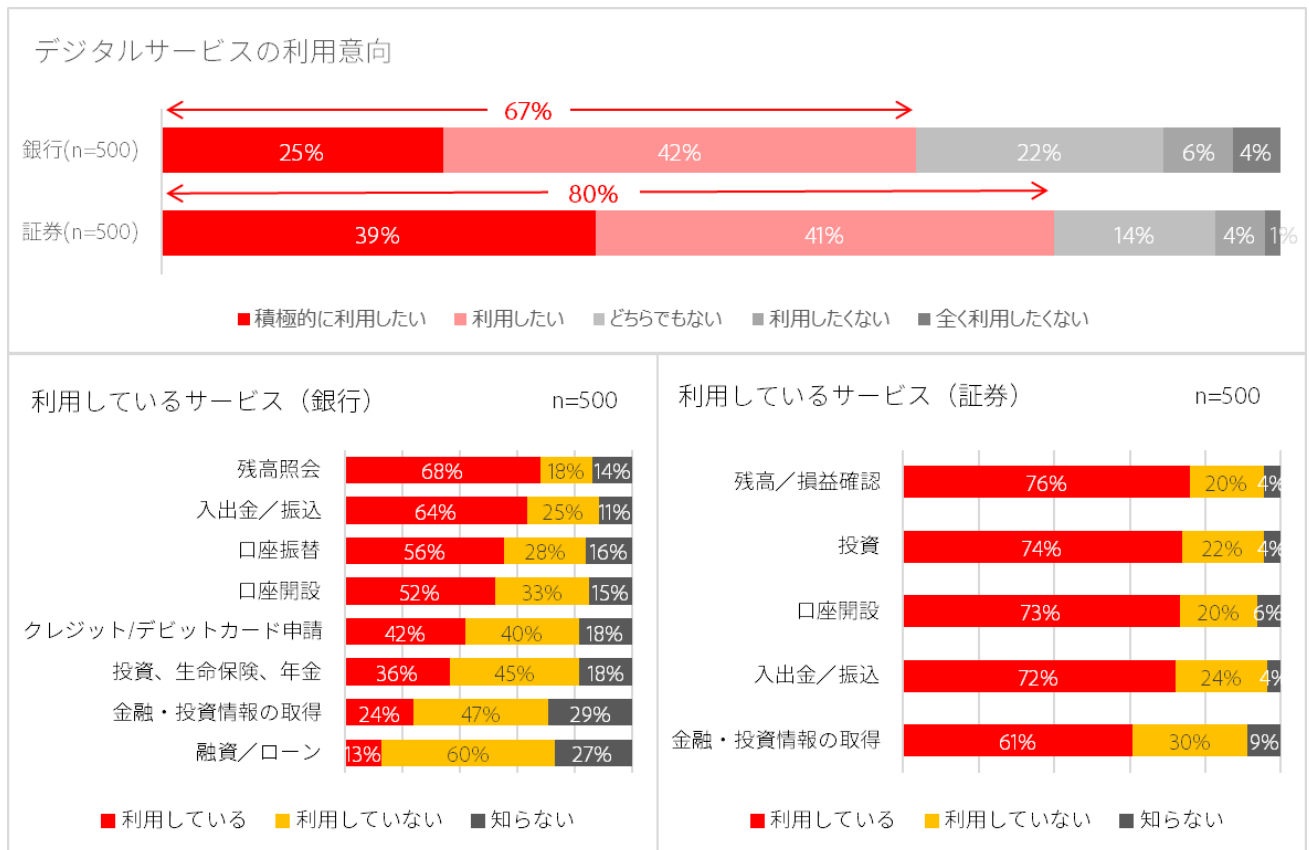
デジタルサービスの利用は新型コロナウイルス感染症拡大による自粛期間中に大幅増加

デジタルサービスの利用頻度は、銀行（46%）と証券（54%）と新型コロナウイルスの影響で外出が制限された2020～2021年にかけて大幅に増加しています。外出制限ならびに窓口での対面サービスに対する心理的抵抗が同サービスの利用を大きく後押ししたと考えられます。



証券のデジタルサービスを利用している一方、銀行は5割未満

デジタルサービスの利用意向では、調査対象者の67%が銀行のサービスを利用したいと考えているのに対し、証券は80%でした。また、証券では多くのサービスが7割以上利用されているのに対し、銀行では半数近くのサービス利用率が50%未満に留まり、中でも融資・ローンの利用率は13%と他のサービスに比べ、大幅に低い結果となりました。これは、オンラインでの融資・ローン申請に対する心理的抵抗感が根強いことに加え、銀行における公的個人認証を用いた本人確認を必要とする契約書の取交わし業務のペーパーレス化/デジタル化への対応が途上であることも一因と考えられます。



サービス利用時に重視する点、20～30代は「スマホ完結」、50代以上は「セキュリティ重視」が鮮明に。40代以上の女性は「わかりやすいUI/UX」

サービス利用時に重視する点における世代間の特徴としては、20～30代は「スマートフォンだけで完結できる」や「写真・本人確認書類等のデジタル対応」を重視し、50代以上では「セキュリティ」を最も重視していることが挙げられます。「スマホ完結」重視の傾向は特に20～30代女性で強く、最も高スコアでした。また、40代以上の女性は「申込や操作手順の少なさ」を約4割が重視しており、サービスによりわかりやすいUI/UXが求めていることが考えられます。

サービス利用時に重視する点 (n=1000)	男性					女性				
	20代	30代	40代	50代	60代以上	20代	30代	40代	50代	60代以上
セキュリティ	10%	18%	33%	47%	53%	15%	20%	36%	45%	50%
マルチデバイス対応	35%	38%	42%	41%	43%	18%	36%	32%	23%	25%
見やすさ・入力しやすさ	15%	29%	29%	26%	23%	20%	20%	24%	28%	40%
スマートフォンだけで完結できる	35%	30%	24%	17%	12%	41%	40%	25%	18%	16%
申込や操作手順の少なさ	19%	21%	27%	15%	28%	21%	20%	37%	43%	41%
写真・本人確認書類等のデジタル対応	37%	23%	22%	19%	20%	23%	31%	12%	7%	10%
申込時に印鑑が不要	24%	22%	9%	7%	7%	25%	10%	7%	10%	10%
速度	12%	5%	11%	19%	22%	14%	9%	13%	11%	9%
コンテンツの使いやすさ	7%	10%	10%	6%	19%	9%	13%	12%	13%	21%
自分に合う金融商品・サービス	2%	4%	7%	9%	8%	6%	0%	3%	8%	5%

今回の調査結果を受け、アドビ株式会社 デジタルメディア事業統括本部 ビジネスデベロップメントマネージャーの岩松 健史は、次のように述べています。「今回の調査から、コロナ禍を機に金融サービスの分野でもデジタル化が加速していることがわかりました。また、デジタルネイティブである若い世代はセキュリティへの懸念が低い一方で、40代以上の利用者は依然としてデジタルサービスに対して不安を抱えていることが浮き彫りになっています。Adobe Document Cloud は、世界の多くの金融機関に利用されています。国内においても業界を牽引する金融系企業のお客様が、Adobe Acrobat Sign を導入したことで住宅ローンにおける契約書の電子化を実現し業務効率化を実現しています。PDF の生みの親であり、セキュリティ面においても世界中で高い評価を得てきたアドビは、今後も国内の金融機関のデジタル化を支援して参ります。」

=====

「金融デジタルサービス利用実態調査」概要

調査方法：インターネット調査

実施対象：1,000名

(銀行口座保有者 500名／証券口座保有者 500名＜男女及び20～60の年代で50名ずつ均等割付＞)

調査期間：2022年6月8日～2022年6月13日

=====

本調査結果を活用される際は、デジタルデータの用途等の告知義務や取扱いについて法令に従って運用
いただくよう、お願いいたします。

*Adobe Acrobat Sign に関する詳細は[こちら](#)からご覧いただけます。

*アドビの金融業界における事例などの詳細は、[こちら](#)からご覧ください。

*ビジネスの課題対処に役立つ Adobe Document Cloud のホワイトペーパーやレポート一覧は[こちら](#)を
ご参照ください。

■「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、
優れた顧客体験を提供できるよう企業や個人のお客様を支援しています。[Creative Cloud](#) は、写真、デ
ザイン、ビデオ、web、UX などのための 20 以上のデスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを
提供しています。[Document Cloud](#) では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単に
でき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#) は、コンテ
ンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長
期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アド
ビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタ
ルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心に
ひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

アドビに関する詳細な情報は、[web サイト](#)をご覧ください。

©2022 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe, Adobe Document Cloud, and the Adobe logo are either
registered trademarks or trademarks of Adobe Inc. (or one of its subsidiaries) in the United States and/or
other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.