

# マイナンバー・マイナポータル導入への育児世代を対象にした意識調査

研究代表者

吉田 健一郎

麗澤大学経済学部 准教授

## 1. はじめに

わが国政府は、2017年7月からマイナポータルの試行運用を開始し、順次必要なサービスをリリースしていく（本格稼働は2017年秋）。マイナポータルとは政府が運営するオンラインサービスであり、子育てに関する行政手続きがワンストップでできたり、行政からのお知らせが自動的に届いたりするシステムである。

しかし、本システムを利用するにあたって、「マイナンバーカード、ICカードリーダー/ライタなどが必要」である一方、「ワンストップサービスのご利用にあたっては、マイナンバーカードによるログインは不要」というように説明がなされている。そのため、マイナポータルの利用率とマイナンバーカードの申請率との相関がどうなるかは現時点では予測できない面もあるが、公的なサービスを利用する興味関心という意味ではある程度の相関が見込まれる。そこで、マイナンバーカード、マイナンバーカードを利用した電子申請やワンストップサービスが今後導入予定のマイナンバー関連制度をスムーズに、100%に近い住民に“普及”するにはどうすべきかをリサーチクエスションとしたWebリサーチを実施した。

なお、育児世代を対象とする理由については、マイナンバーカードを中心として、様々なことが電子的に実現されていく一方で、この流れについてこられない世代もいるため、育児世代の保護者、特に母親は家庭の中心であり、ママ友コミュニティも形成することから、新しいことを普及するにあたって、積極的に働きかける主体として適していると判断したためである。

## 2. 調査内容

今回の調査では、様々な行政サービスの中でも、児童手当の受給申請に絞った。調査内容の概要については以下の通りである。

- マイナンバーカードの申請状況
  - マイナンバー制度・マイナンバーカードに対する考え
  - 今後、実施が予定されているマイナンバー及びカード利活用案に対して期待しているもの
  - 現状の児童手当の受給手続きに対する満足度
  - 情報の受信・発信及び流行に関する感度
  - 現在の情報機器（スマートフォンやパソコン）やICカード・各種ポイントカードの利用状況
  - 将来、次に示すように子育て関連の手続きが自動化・オンライン化されることに賛成か
- ①あなたには子供が生まれ、役所に出生届を提出しました。児童手当を振り込む口座情報を役所に伝えました。毎年、現況届なるものが自宅に届きませんし、それを送り返す必要もありません。役所が提供する児童手当などのサービスも含め、自動的に処理がなされ、「児童手当を振り込みました」と通知もメールなどで届きます。具体的には、決まった時期に「何もしなくても振込み」がなされて、「そのお知らせをスマートフォンやパソコンで見る」ことができます。このとき、役所は子供の年齢、世帯収入などを役所内から集めて自動的にコンピュータで処理するので、自分で何かをする必要はほとんどありませんし、役所内で誰かが見てチェックすることはありません。
  - ②IDとパスワードを入力すれば、お子さんの状況を把握できるSNS（Facebook）のようなページがあります。その他、検診日時や予防接種が接種可能な病院などもこのページで閲覧できます。予防接種に関わる書類などもネット上で閲覧・作成でき、自動的に予防接種のスケジュールも作成してくれます。もし忘れていれば、通知が届く機能もあります。
  - ③お子さんの状況を把握できるSNS（Facebook）のようなページにおいて、保育認定が、家庭状況や所得などで自動化され、今までよりも明朗化されます。具体的には、保育施設に受け入れ可能な児童数が表示され、待っている人数や自分がその中で何番目なのかも知ることができます。そして、「一時保育」をオンラインでできるようにもなります。
  - ④お子さんの状況を把握できるSNS（Facebook）のようなページでは、病院やクリニックに行った情報が記録されています。「いつどの病院で、産まれたか」「いつどの病院で何の予防接種をしたか」

「いつ何の病気にかかり、どのような薬を処方されたか」なども確認できるようになり、母子手帳を見なくても、お子さん自身が、自分のことを調べられるようになります。そして、お子さんが事故などに見舞われた際にも、搬送された病院で医師がこれらの情報を確認でき、誤った処置がされるリスクを減らすことができます。

なお、今回の調査では Web にて、Macromill 社に依頼し、1442 のサンプル数（12 歳までの子どもを持つ母親のみ）を得た。調査期間は 2016 年 9 月 13 日～14 日である。

### 3. 調査結果

まず、マイナンバーカードを取得しているか、もしくは申請中の人の割合を図 1 に示す。Web 調査であるため、回答者は漏れなくネットユーザーである。しかし、マイナンバーカードを申請した人は 17%程度であった。

申請していない理由について、記述回答を求めた結果、「必要性を感じない」「面倒だから」「メリットを感じない」という回答がほとんどを占める。段階的にマイナンバーに関する制度や仕組みを導入していることから、その先にある行政サービスについてまだ浸透がなされていないとわかる。

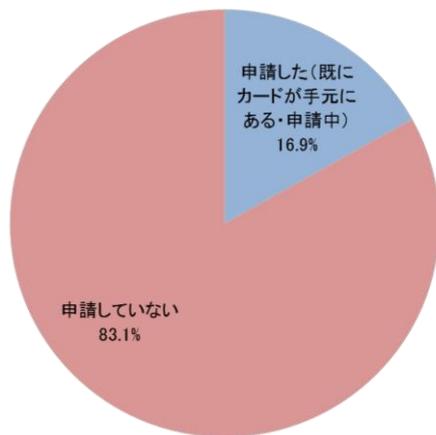


図 1 マイナンバーカードの取得・申請状況

次に今後、実施が予定されているマイナンバー及びカード利活用案に対して期待しているものについて示す。期待していることとして関心が高いのは 1「公的な性格のカードとの一体化」（民間が発行するカードはその限りではない）、2「医療・介護との連携」である。現状においても、約 3 割程度の母親が公的なカードとの一体化には関心を寄せていることがわかる。その一方で、カジノやオリンピック会場への入場規制に利用することへはかなり関心が低い。次いで低いのが、民間企業が発行するカードとの一体化である。カードを複数所有することの不便さよりも、様々な商品の購入履歴や余暇行動と紐づけられてしまう不安が大きいと考えられる。実際、そういった紐づけはなされないと考えられるが、民と官に対する信頼性の差が、この結果にも表れていると推察できる。

その一方で、「当てはまるものはない」との回答が約 42%あるが、マイナンバーカードの申請率（約 17%）の低さからすれば、他のカードとの一体化によってマイナンバーカードの申請数が増えることも予想できる。

次に現在の児童手当の受給手続きに関する満足度について、期間比較を行う（図 3）。ネットリサーチにてアンケートを実施した影響があったことを否定はできないが、約 20 ポイント、現状の手続き方法について不満足度が上昇している。2014 年の調査結果から、LINE などのスマホアプリのアクティブユーザーほど行政手続きのオンライン化に賛成する割合が高かったこと。そのため、ネットでの手続きに慣れている母親ほど、そして、この 2 年の間にメルカリなどのフリマアプリを利活用する主婦も急増したことから、現状の手続き方法について不満と考える母親が増えたのではないかと推察できる。

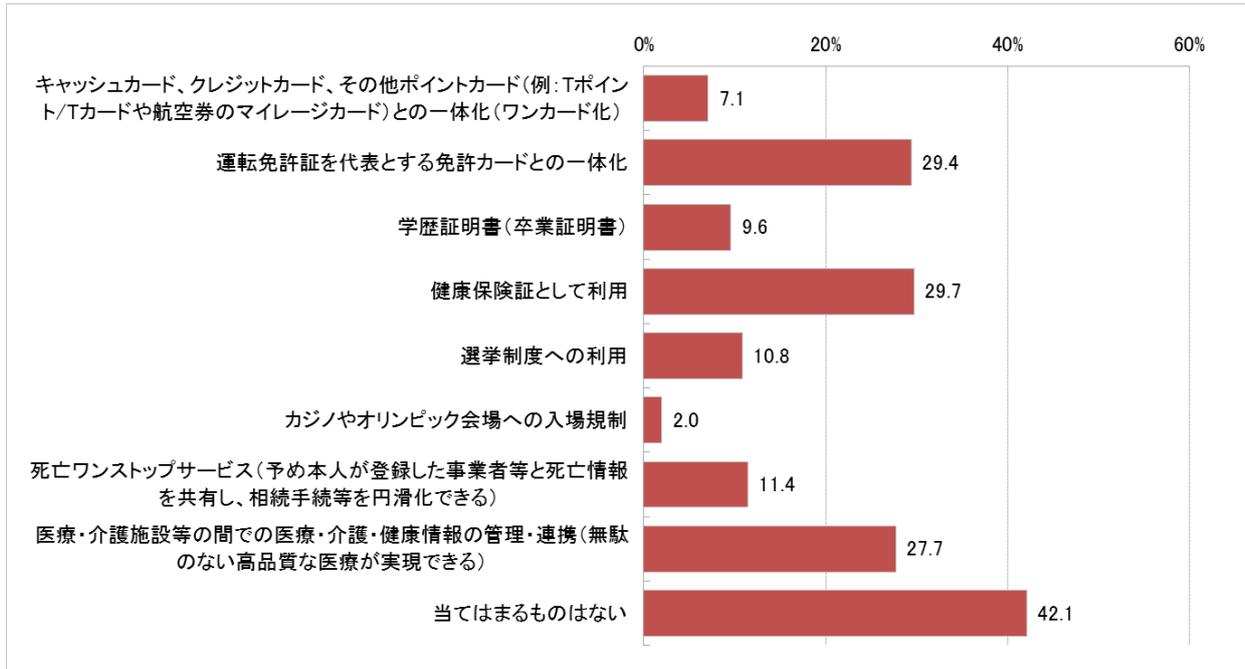


図2 今後、実施が予定されているマイナンバー及びカード利活用案に対して期待しているもの

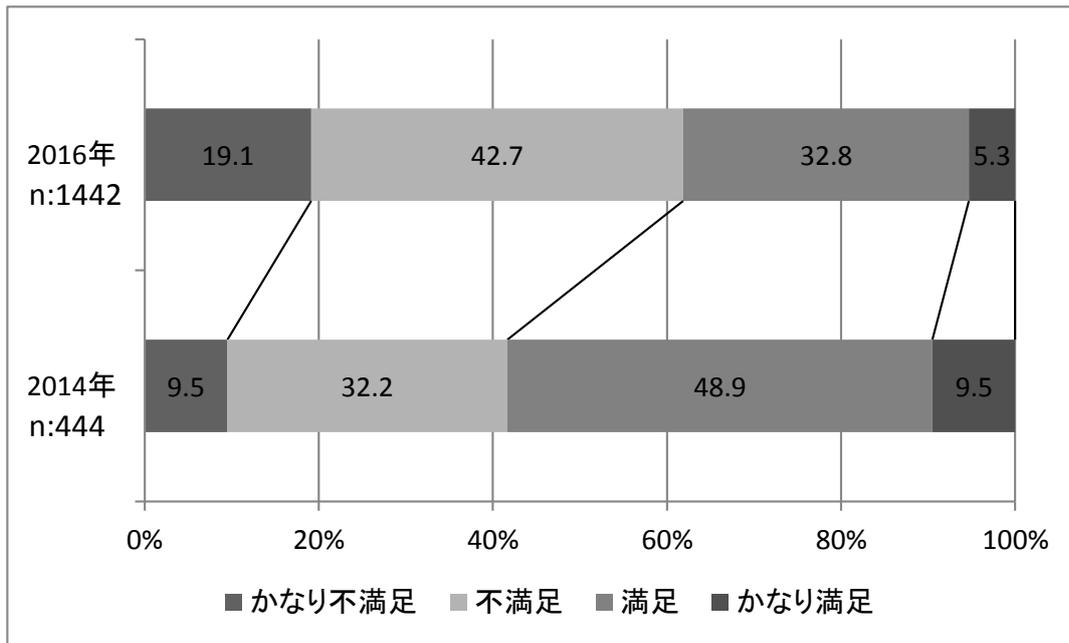


図3 児童手当の受給手続きに関する満足度

図4に、将来、子育て関連の手続きが自動化・オンライン化されることについての結果を示す。③と④については2014年に行った調査では調査項目には入っていなかったため、空欄となっている。①の児童手当の自動振り込みについては6ポイントほど低下したが、②予防接種のスケジュール化については8ポイントほど上昇している。

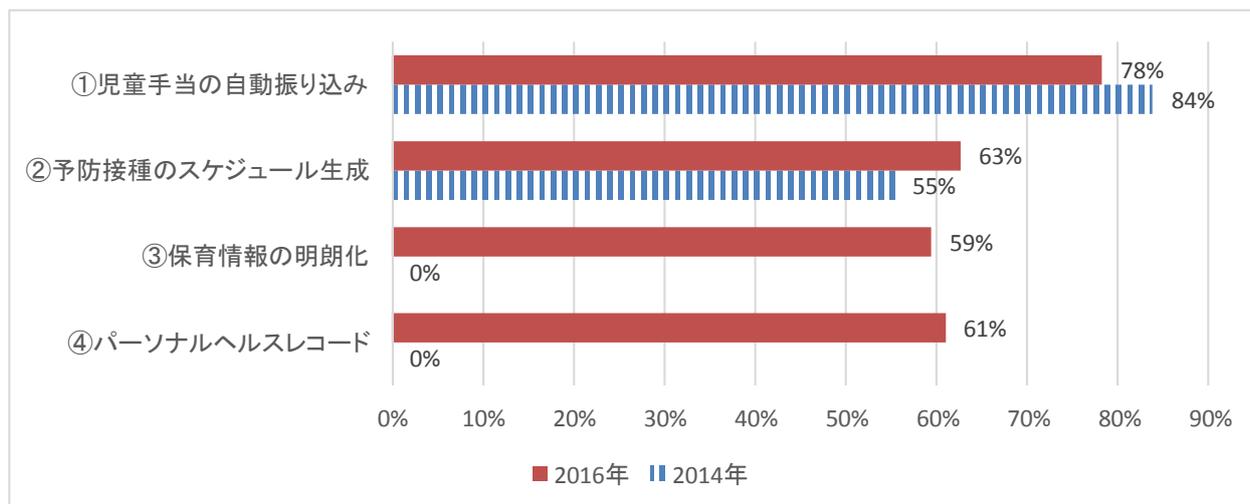


図4 子育て関連の手続きが自動化・オンライン化されることについての賛成の割合

#### 4. 普及対象の特定とその属性

本節では、詳細に子育て関連の手続きのオンライン化について好意的に捉えている母親の特徴や手続きへの興味関心を高めるための方法について言及していきたい。

##### 4-1 普及対象の特定

消費者の情報受発信行動と情報拡散・浸透の現状把握ことを目的として、佐藤・市川（2013）のフレームワーク（図5）を基にして、次の設問を設定した。

（1）情報の「受信」に対する考え方について、あなたの考えや実際の行動に最もあてはまるものを選んでください。

1. 人々の話題に上がる前に、他に先んじて新しい情報をキャッチするタイプ
2. 話題になり始めた新しい情報を、一般の人よりも早い段階でキャッチするタイプ
3. 世の中の多くの人が話題にし始めて、初めて新しい情報に気づくタイプ
4. 世の中の新しい動きには比較的うとく、新しい情報を後から追いかけるタイプ
5. 新しい情報にはあまり関心を持たないタイプ

（2）情報の「発信」に対する考え方について、あなたの考えや実際の行動に最もあてはまるものを選んでください。

1. 人々の話題に上がる前に、他に先んじて新しい情報を発信するタイプ
2. 話題になり始めた新しい情報を、一般の人よりも早い段階で発信するタイプ
3. 世の中の多くの人が話題にし始めて、初めて新しい情報に気づくタイプ
4. 世の中の新しい動きには比較的うとく、新しい情報を後から追いかけるタイプ
5. 新しい情報にはあまり関心を持たないタイプ

佐藤・市川（2013）によれば、情報受発信とともに一般の人よりも早い段階で受発信している人を「受発信リーダー型」とし、その中でも特に受発信とともに人々の話題に上る前に他に先んじて受発信する人たちを「受発信先端型」としている。また、受発信とともに世の中の多くの人が話題にし始めて、初めて新しい情報に気付いたり、世の中の新しい動きには比較的うとく、新しい情報に気付いたり、世の中の新しい動きには比較的うとく、新しい情報を後から追いかける人を「受発信追随型」、情報受信は早い段階であるが、情報発信は追隨的である人を「受信先行型」、情報受信は行いが発信には関心のない人を「受信オンリー型」としている。

	先んじて発信	早い段階で発信	世の中が話題にしてから	後から追いかける	関心なし
先んじて受信	受発信先端型		受信先行型		受信オンリー
早い段階で受信	受発信リーダー型				
世の中が話題にしてから	発信先行型		受発信追従型		
後から追いかける					
関心なし					新情報ダーク型

図5 情報の受発信タイプ

(出典)佐藤剛介・市川嘉彦(2013)「消費者の情報受発信行動と情報拡散・浸透の現状把握 第1回」『AD STUDIES』Vol.46

そして、次に設定したステージと情報受発信タイプを掛け合わせて、従来のイノベーター度に情報受発信の能動性という変数を導入し、図6に示すように、情報先端型、初期追従型、追従型、遅延型の4タイプに分類した。

(3) 新しいモノや情報に対する考え方について、あなた自身はどれにあてはまりますか。最もあてはまるものを選んでください。

1. 日ごろからよく注意し、世の中に広まる前に、積極的に取り入れたり関わっていく
2. 世の中の人を取り入れたり、話題にし始めてから関わっていく
3. 比較的うとく、周りの人を取り入れたり、大きな話題になってから関わっていく

		受発信タイプ						合計	
		受発信先端型	受発信リーダー型	発信先行型	受発信追従型	発信先行型	受信オンリー型		新情報ダーク型
Q6 世の中に広まる前	度数	16	73	15	15	11	0	5	135
	Q6の%	11.9%	54.1%	11.1%	11.1%	8.1%	0.0%	3.7%	100.0%
世の中が取り入れてから	度数	5	100	77	544	74	5	58	863
	Q6の%	0.6%	11.6%	8.9%	63.0%	8.6%	0.6%	6.7%	100.0%
周りが取り入れてから	度数	0	5	5	195	30	22	187	444
	Q6の%	0.0%	1.1%	1.1%	43.9%	6.8%	5.0%	42.1%	100.0%
合計	度数	21	78	97	754	115	27	250	1442
	Q6の%	1.5%	12.3%	6.7%	52.3%	8.0%	1.9%	17.3%	100.0%

以下、この4層を⇒  
情報浸透ステージ  
として表記する

第1層  
情報先端型

第2層  
初期追従型

第3層  
追従型

第4層  
遅滞型

残り的人(124人:  
全体の8.7%)につ  
いては、想定される  
以外の動きをする  
ため、以降の分析  
からは除外する。

図6 モノの浸透ステージ×情報受発信タイプ

(出典)佐藤・市川(2013)を基に作成

情報浸透ステージ(4層)と子育て関連の手續きに対する自動化・オンライン化への関心について、黒集計したのが表1である。子育て関連の手續きに対する自動化・オンライン化への関心の程度については、図4において示した4つの設問から、4つとも賛成を「関心は高い」、1つは反対があるを「関心は普通」、すべて反対を「関心は低い」とした。表1において塗りつぶした3つのセル(関心が高く情報先端型、関心が高く初期追従型、関心は普通だが情報先端型)に該当する母親はわずか全体の11.7%であるが、これらの層を

マイナンバー及びその制度の普及に際して、積極的に働きかけていくべき層であると定義する。

表1 情報循環・浸透ステージ×子育て関連の手続きの自動化・オンライン化への関心度

			子育て関連の手続きに対する自動化・オンライン化への関心			合計
			関心は低い	関心は普通	関心は高い	
情報循環・浸透	情報先端型	度数	10	42	37	89
		総和の %	0.8%	3.2%	2.8%	6.8%
	初期追従型	度数	14	88	75	177
		総和の %	1.1%	6.7%	5.7%	13.4%
	追従型	度数	49	331	238	618
		総和の %	3.7%	25.1%	18.1%	46.9%
遅滞型	度数	55	212	167	434	
	総和の %	4.2%	16.1%	12.7%	32.9%	
合計	度数	128	673	517	1318	
	総和の %	9.7%	51.1%	39.2%	100.0%	

#### 4-2 普及対象の特徴・属性

本節では、前節で明らかとした 11.7%の母親が情報端末やクレジットカードを含む民間のカードに対してどのような使い方をしているのかを明らかにしていく。

まず、ネット関連の行動については、ネットショッピングやフリマなどでの出品行動などにおいて有意になっており、ネットショッピングサイトやフリマアプリ内での広告や連携が有効であると判断できる（設問 1, 6, 8）。そして、LINE などを代表とする便利なアプリを積極的に使いこなしていることから、利便性があるものは積極的に取り入れていこうとする姿勢があるとわかるため、マイナポータルの利便性が高いことが伝われば、効果的に普及させることも可能と判断できる（設問 4, 12）。

一方で、カード関連の設問に対しては、IC カードはできるだけ一元管理したいという欲求（設問 9）が高いことから他のカードのワンカード化は有効と判断できる。また、様々なポイントカード（例：T ポイント/T カードのような大規模なものから、小さな商店が発行しているカードも含む）を積極的に利用していることから、他のカードとの連携も有効といえる。

表2 普及対象とそれ以外とで情報行動・カードの利用行動の差異

	Yes/No	積極的に働きかけていく層	左記以外
1. ネットショッピングをしたことがある**	Yes	132 (0.857)	896 (0.770)
	No	22 (0.143)	268 (0.230)
2. スマートフォンを保有している	Yes	127 (0.825)	897 (0.771)
	No	27 (0.175)	267 (0.229)
3. ネットサービスの ID とパスワードをアプリで管理している***	Yes	14 (0.091)	44 (0.038)
	No	140 (0.909)	1120 (0.962)
4. LINE を積極的に活用している***	Yes	111 (0.721)	607 (0.521)
	No	43 (0.279)	557 (0.479)
5. 飛行機に乗る際は、マイレージを意識し、特定の航空会社を利用することが多い***	Yes	29 (0.188)	74 (0.064)
	No	125 (0.812)	1090 (0.936)
6. 日用品をネットスーパーで注文することも多い***	Yes	47 (0.305)	146 (0.125)
	No	107 (0.695)	1018 (0.875)
7. 自宅にパソコンがある	Yes	110 (0.714)	816 (0.701)

	No	44 (0.286)	348 (0.299)
8. ネットオークションやフリマアプリで出品したことがある***	Yes	58 (0.377)	262 (0.225)
	No	96 (0.623)	902 (0.775)
9. ICカードはできるだけ一元管理したい(1枚のカードで済ませたい)***	Yes	47 (0.305)	237 (0.204)
	No	107 (0.695)	927 (0.796)
10. パソコンのキーボードを見なくてもスラスラ入力できる***	Yes	74 (0.481)	365 (0.314)
	No	80 (0.519)	799 (0.686)
11. 日常の買い物で、クレジットカードを利用することが多い**	Yes	71 (0.461)	437 (0.375)
	No	83 (0.539)	727 (0.625)
12. 便利なアプリは積極的に利用している***	Yes	83 (0.539)	339 (0.291)
	No	71 (0.461)	825 (0.709)
13. スマートフォンを盗まれたことや置き忘れたことがある	Yes	14 (0.091)	69 (0.059)
	No	140 (0.909)	1095 (0.941)
14. SNSなどのIDやパスワードは、使っていないと忘れてしまい、ログインできない・しなくなることが多い	Yes	42 (0.273)	322 (0.277)
	No	112 (0.727)	842 (0.723)
15. スマートフォンに保存されている情報を他人に見られても特に問題はないと思っている***	Yes	15 (0.097)	38 (0.033)
	No	139 (0.903)	1126 (0.967)
16. クレジットカードの利用には抵抗感がある	Yes	32 (0.208)	265 (0.228)
	No	122 (0.792)	899 (0.772)
17. クレジットカードを何枚も持っても気にならない***	Yes	24 (0.156)	98 (0.084)
	No	130 (0.844)	1066 (0.916)
18. 様々なポイントカード(例:Tポイント/Tカードのような大規模なものから、小さな商店が発行しているカードも含む)を積極的に利用している**	Yes	100 (0.649)	645 (0.554)
	No	54 (0.351)	519 (0.446)

※上段は各項目に対して肯定的な回答、下段は否定的な回答。カッコ内は行を100%とした割合を示す。

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

## 5. おわりに

本調査研究では、マイナンバーカード、マイナンバーカードを利用した電子申請やワンストップサービスが今後導入予定のマイナンバー関連制度をスムーズに、100%に近い住民に“普及”するにはどうすべきかをリサーチクエスチョンとしたWebリサーチを実施した。その結果、現時点における行政手続きの自動化・オンライン化に対する意識を測定し、積極的に普及対象とすべき母数が全体の11.7%であることを特定し、情報行動・カードの利用行動において差異があることを明らかにした。

今後は、地域性なども含めた分析を行っていく予定である。

## 【参考文献】

国税庁『国税電子申告・納税システム(イータックス)』

[http://www.e-tax.nta.go.jp/topics/topics\\_smartphonesite.htm](http://www.e-tax.nta.go.jp/topics/topics_smartphonesite.htm)(平成27年3月31日最終アクセス)

佐藤剛介・市川嘉彦(2013)「消費者の情報受発信行動と情報拡散・浸透の現状把握 第1回」『AD STUDIES』Vol.46

地方公共団体情報システム機構『マイナンバーカード総合サイト』

<https://www.kojinbango-card.go.jp/mynumber/>(平成29年5月アクセス)

茶谷達雄・島田達巳・井堀幹夫編著(2014)『電子自治体実践ガイドブック IT変革期の課題と対応策』加除出版

内閣府『マイナポータル 総合サイト』<https://myna.go.jp/>(平成29年5月アクセス)

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
住民を対象としたマイナンバー制度の普及に向けた一考察	経営情報学会 2016 年秋季全国研究発表大会 講演番号：H3-3	2016 年 9 月