

2019/02/09

国際文化学部国際文化学科 3 年

16011004 市木陽

日本のモバイル決済における動向

今回のレポートは前回のレポートに引き続き、日本国内のモバイル決済における動向について述べていく。

1. 国内での動向

株式会社矢野経済研究所は、日本国内モバイル決済市場を調査し、現況、決済領域別の動向、および将来展望を明らかにした¹。株式会社矢野経済研究所の調査、見方によると、カードレス化の進展と QR コード決済の拡大機運の高まりに伴い、国内モバイル決済市場は 2017 年度の 1 兆円から 2023 年度には 4.3 兆円まで拡大することが予測されている。

2017 年度の国内モバイル決済市場規模（モバイルコンタクトレス決済、及び QR コード決済合算値）は、1 兆円まで拡大した。日本市場において、Apple Pay の導入や Google Pay の本格的な展開により、モバイルコンタクトレス決済が急速に拡大し、QR コード決済の普及や利用拡大により市場は拡大基調で推移しているという。QR コード決済は、中国で普及している Alipay や WeChat Pay の利用者を取り込むことを目的とし、日本の加盟店への導入を進めてきた。2018 年になると、日本国内で QR コード決済サービスを提供する事業者が急速に増加している。QR コード決済サービス事業者は導入コストや手数料率の低さを消費者にアピールすることで消費者の購買意欲に働きかけ、消費者の QR コード決済サービスの導入に対する需要を企業に喚起し、導入企業の拡大に取り組んでいる。また、QR コードはマーケティング施策と連携しやすいという特徴があり、決済と連動したポイント付与など、スマートフォンアプリに組み込む形で導入されるケースが増えているようだ。

QR コード決済は、低コストかつ低手数料率で導入できるサービスである。そのため、今までクレジットカード決済サービスを導入していなかった、若しくは導入できなかった中小事業者等での導入が促進されることが期待されている。また、スマートフォンアプリに QR コード決済サービスを組み込むことで、ポイント付与や販売を促進するためのメールの送信などが可能となる。それにより、顧客の利得性を高め、顧客の囲い込みを目的としたマーケティング施策との連携が進んでいる。

こうしたなか、日本全体では、キャッシュレス化を推進する機運が高まってきている。今

¹ 参考文献 株式会社矢野経済研究所 国内モバイル決済市場は 2017 年度の 1 兆円から 2023 年度には 4.3 兆円までの拡大を予測～カードレス化の進展と QR コード決済の拡大機運の高まり～ https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2031 (2019/02/09)

後、国内のキャッシュレス化の軸となっていくのは、スマートフォンを活用したモバイル決済領域であるものとみられている。

QRコード決済においては小規模事業者における導入や利用拡大が期待されており、今後は決済サービス単体での導入というより、顧客の維持獲得のためのマーケティング施策と連動した利活用が進むものと考えられている。

2. ファミリーマートの事例

2018年12月27日、日本のコンビニエンスストアであるファミリーマートがスマートフォンを使った独自の電子マネー「ファミペイ」を開発し、2019年7月を目途に全国の店舗で、既存のアプリを刷新した「ファミペイ」と呼ばれるアプリによる決済サービスを導入することを発表した²。「ファミペイ」には電子マネー機能が搭載されており、利用者はファミリーマートの店舗のレジでスマートフォン画面に表示したバーコードを読み取らせて決済するというサービスである。現在、店頭で現金をチャージする方法などが検討されている。

アプリの開発は、ユニー・ファミリーマートホールディングスと親会社である伊藤忠商事の共同出資会社が担当した。利用者は現金を扱わないため、利便性が高まるとともに、買い物額に応じたキャッシュバックを得ることができる。ファミリーマート側もレジ作業の省力化などが期待できる。ファミリーマートは今後、利用者の購買データを収集し、詳細な解析によって商品開発や来店促進キャンペーンなどの取り組みに生かす考えを示している。

ファミリーマートのアプリのダウンロード数は現在200万件にとどまるが、アプリの刷新により、2022年度までに1千万件を目指している。また、業務提携をしているドン・キホーテの店舗にも「ファミペイ」を導入できるよう協議していくとしている。

現在、日本国内でのキャッシュレス化の中でも、モバイル決済サービス導入への動きが高まってきている。2020年の東京五輪や2025年の大阪・関西万博に向けて、日本の消費者に受け入れられるような方法を分析し、キャッシュレス化を推進していく必要がある。

² 参考文献 産経ニュース

<https://www.sankei.com/economy/news/181227/ecn1812270016-n1.html> (2019/02/09)