

News Release

「QRコード決済・モバイル決済の利用実態と今後の利用意向に関する調査」の発表

- 10～30代のQRコード決済利用経験者のうち9割超が「満足」
- 10～30代のQRコード決済非利用経験者のうち半数が「利用したいと思う」
- 「現金やカードを持たなくてよい」(76%)、「店頭での支払いの簡単さ、スピーディさ」(53%)に魅力、キャッシュレス決済手段として大きな普及可能性を秘める

有限責任監査法人トーマツ(東京都港区、包括代表 観恒平)は、10～30代のスマートフォン保有者かつスマートフォンアプリ利用経験者 1,800名を対象とした「QRコード決済・モバイル決済の利用実態と今後の利用意向に関する調査」について、本日発表します。調査の結果、QRコード決済利用経験者のうち9割以上がその決済手段に満足しており、非利用経験者のうち半数が今後利用してみたいと考えていることが明らかになりました。また、非利用経験者の7割がQRコード決済という新たな決済手段を知らないと回答していることから、これまで認知していなかった個人への認知を高めることで高い利用率が期待でき、一度利用すれば繰り返し決済手段として利用するリピーターとなる可能性が極めて高いことが判明しました。

■主な調査結果

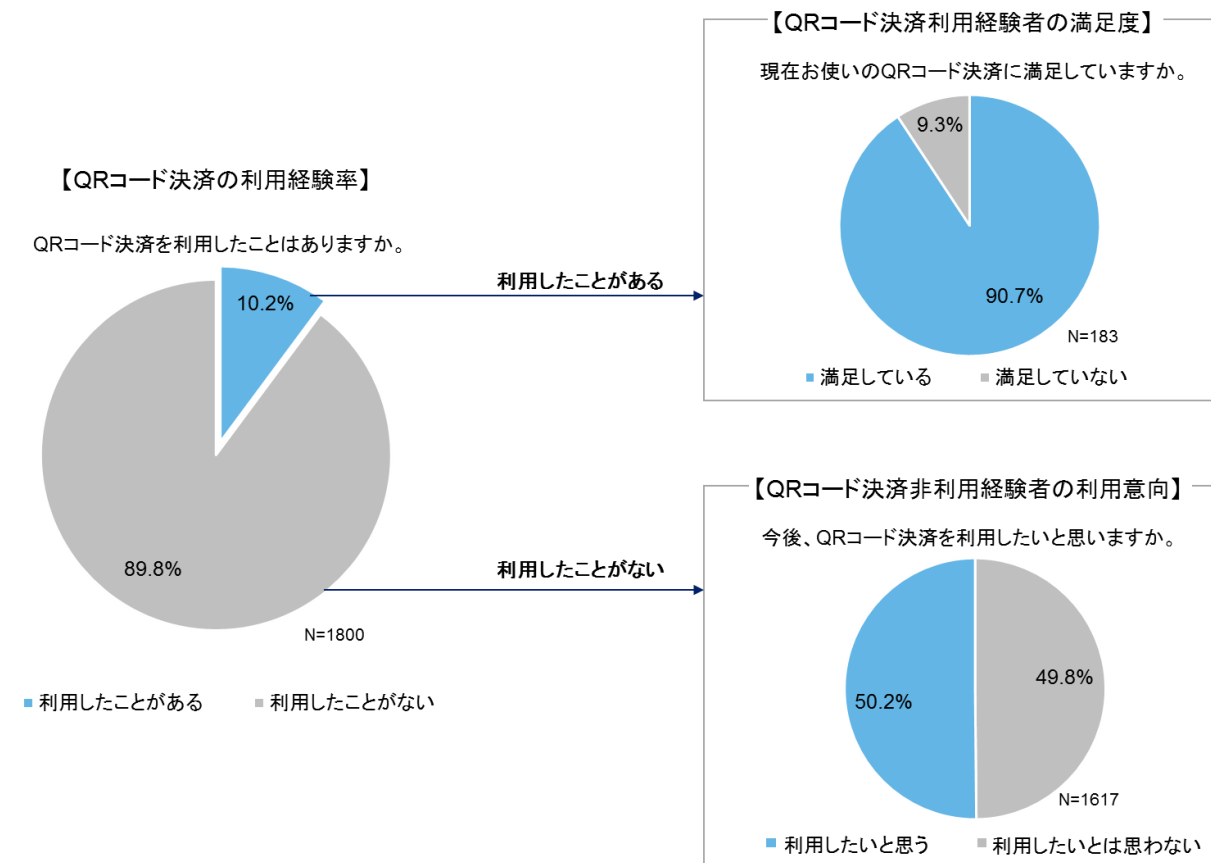
1. QRコード決済の利用状況・利用意向・利用満足度

QRコード決済を知っているか質問したところ、全体の対象者 1,800名うち 35.8%にあたる 645名が「知っている」と回答し、1,155名が「知らない」と回答しました。

「知っている」との回答者 645名を対象に QRコードの利用経験・満足度を質問しました。その結果、QRコード決済を「利用したことがある」との回答者は 183名で、全体の対象者 1,800名うち 10.2%でした。しかしながら利用経験者 183名のうち、現在使っている QRコード決済のサービスに「満足している」との回答者は 166名、利用経験者の 90.7%となり、極めて高い満足度を示していることがわかりました(図表 1)。

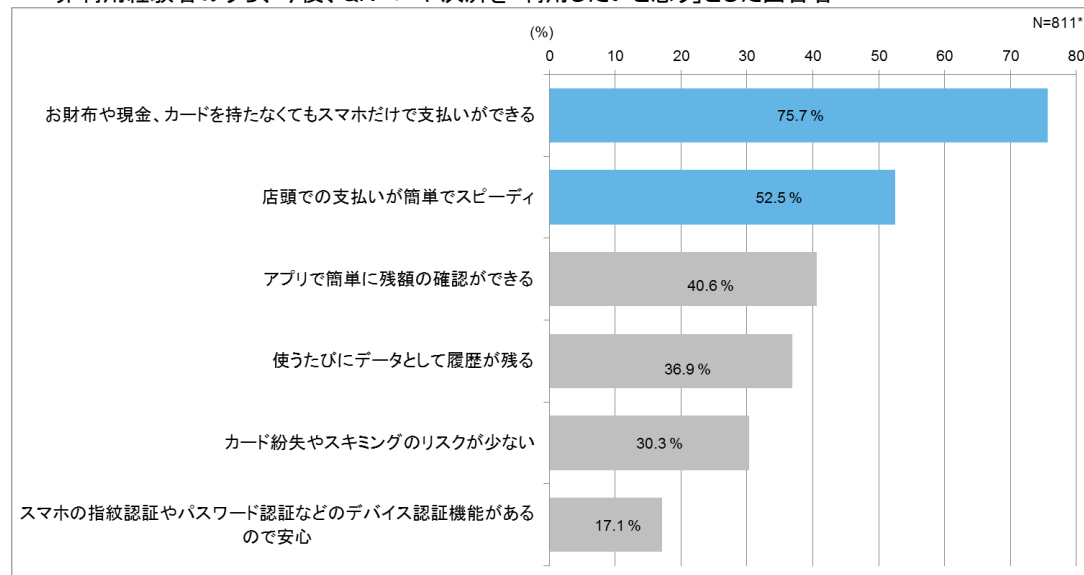
また、QRコード決済を「知らない」と回答した 1,155名と、「知っている」と回答したものの「利用したことがない」とした回答者 462名、計 1,617名へ、QRコード決済サービスの説明を示したうえで今後の利用意向を質問しました。その結果、そのうちの 50.2%にあたる 811名が、今後 QRコード決済を「利用したいと思う」と前向きな回答をする結果となりました(図表 1)。その理由として、「現金やカードを持たなくてよいこと」(75.7%)、「店頭での支払いが簡単でスピーディ」(52.5%)に魅力を感じると回答しています(図表 2)。

図表 1 QRコード決済の利用経験率・利用満足度・利用意向



図表 2 QRコード決済に魅力を感じる理由 (母集団:811*、複数回答可)

* 非利用経験者のうち、今後、QRコード決済を「利用したいと思う」とした回答者



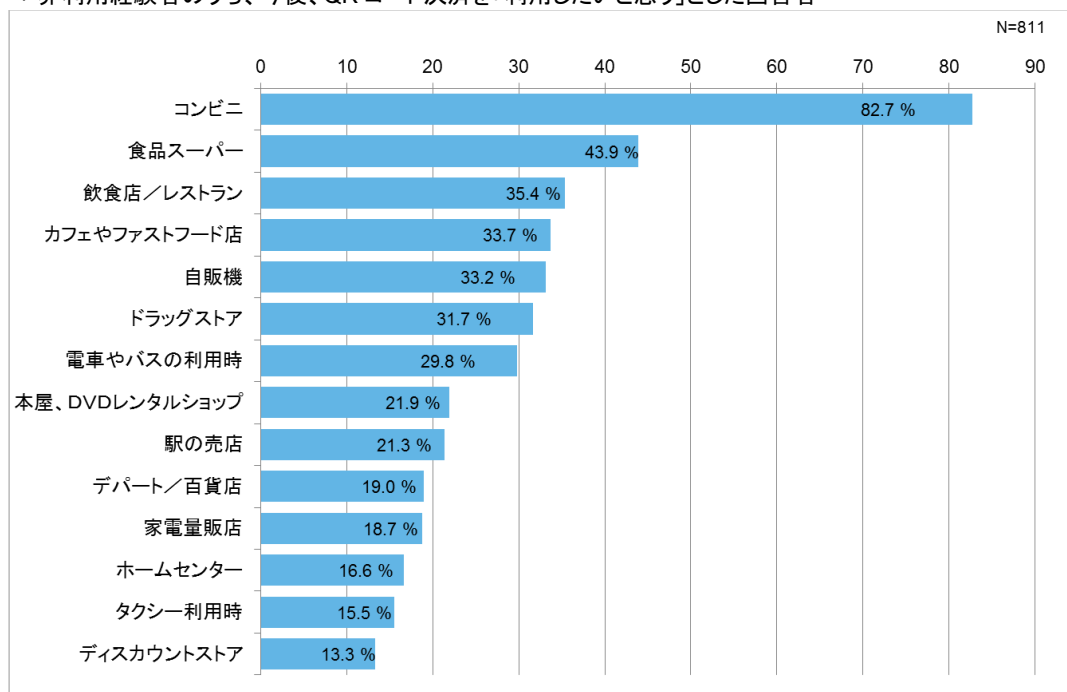
2. QRコード決済の想定利用場所

QRコード決済の想定利用場所は、コンビニが82.7%と圧倒的に高い結果が出ました。次いで食品スーパー(43.9%)や飲食店/レストラン(35.4%)、カフェやファストフード店(33.7%)といった日常や食事に関連する場所が手軽な決済の利用場所となっています(図表3)。

QRコード決済を利用できたら良いと思う場所を回答者全体に自由回答で聞いたところ、「イベント会場の屋台や物販」を107人が挙げ、そのほか、ドライブスルー、個人商店、学校や病院、パーキング、ガソリンスタンドなど既存の現金払いが多い場所での活用の希望がありました。

図表3 QRコード決済の想定利用場所(母集団:811、複数回答可)

* 非利用経験者のうち、今後、QRコード決済を「利用したいと思う」とした回答者



■QRコード決済の現状と今後の展望

スマートフォンやウォレットアプリの普及により、若年層を中心として店頭での決済を取り巻く環境に変化が生じています。特に、スマートフォンのアプリを起動しQRコードやバーコード表示によりアプリで決済を行う「QRコード決済(コード決済)」、保有するスマートフォンのタッチ機能^{※1}を用いて登録されたカードでの決済を行う「モバイル決済」は、キャッシュレス化^{※2}を推進する決済手段として注目を浴びています。モバイル決済はiPhone7以降のSuica(Felica)対応により国内で利用に拍車がかかり、QRコード決済は店頭のカード端末がなくともカメラ機能で決済が完了する導入の手軽さからキャッシュレス化推進の起爆剤とも言われています。

本調査から見える利用経験者の満足度および非利用経験者の利用意向の高さを踏まえると、今後、QRコード決済の認知が広がることで、利用者が極めて高いリピート率で決済手段として選択することが予想されます。また、利用者の利便性のみならず、店舗側の現金コストおよび付随する事務コストの削減にも一定の効果があるとされていることから、地方の商店などでも利用できる場所の拡大が見込まれるため、QRコード決済がさらに普及することが推察されます。

たとえば、店舗が電子マネーやクレジットカードなどの店頭決済手段を導入する場合には、決済端末などの費用負担が大きいことが現状において電子化が進まない一因となっています。一方、QRコード決済であ

れば、タブレットやスマートフォンへアプリをインストールするだけでなく、QRコードを紙印刷し店頭に提示するだけでカメラの読み取りによる支払いが可能です^{※3}。また、現在、企業や自治体などを中心に実証実験が多く行われているブロックチェーン技術を利用した地域通貨や仮想通貨(独自のコイン)についても、決済インターフェースとしてQRコードを採用していることから、こうした新しい価値媒体の流通の仕組みとしても普及が期待されます。

有限責任監査法人トーマツでは、決済のイノベーションを含むFinTechに関するアドバイザリーを提供し、キャッシュレス化の推進に貢献するとともに、個別企業のキャッシュレス時代における成長をサポートします。

※1 スマートフォンデバイスのウォレット機能(Apple Pay や Android Pay など)にプラスチックカードを登録し、デバイスを決済端末にかざすことにより支払いが完了する仕組み

※2 「未来投資戦略2017」におけるFinTechの推進等にかかるKPIとして、2027年6月までに、キャッシュレス決済比率を倍増し4割程度とすることが掲げられている

※3 たとえば中国ではアリペイやWeChat PayなどのQRコード決済が露店などの小規模店舗にまで浸透しており、スマートフォンの普及に加え、紙印刷によるQRコード提示という店舗側の導入コストの低さがキャッシュレス決済普及の背景にある

■調査概要

本調査は、有限責任監査法人トーマツ ビジネスアナリティクスにて、決済を取り巻く環境変化と将来像の把握を目的として実施しました。詳細レポートでは、金額別の支払い方法や、利用している決済手段について年代別・性別・地域別などの浸透状況を明らかにし、QRコード決済とモバイル決済における可能性と課題を分析しています。詳細レポートについては、[こちら](#)までご連絡ください。

対象者:スマートフォン保有者かつスマートフォンアプリ利用経験者

調査方法:2017年10月12日~15日にオンライン調査を実施

調査対象者数:日本国内1,800名

(スマートフォン所持率が高いとされる10代・20代・30代各男女600名ずつ)

調査項目:

○支払い金額別決済方法(500円未満・~1000円・~3000円・~5000円・~1万円・それ以上)
現金、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、おサイフケータイ、Apple Pay、Android Pay、LINE Pay、楽天ペイ、Origami Pay、ビットコインなど
○モバイル決済サービス
認知度 利用経験 認知サービスと利用経験サービス 利用経験のある店舗業態 利用満足度 不満理由 利用意向
○QRコード決済サービス
認知度 利用経験 利用経験のある店舗業態 利用満足度 興味関心度 魅力度 魅力に感じる理由 今後の利用意向 利用意向理由 非利用意向理由
○モバイル決済やQRコード決済を使いたいと思う場所

<報道関係者からの問い合わせ先>
有限責任監査法人トーマツ 広報担当 新井、田邊
(デロイトトーマツ コーポレートソリューション合同会社)
Tel: 03-6213-2050
Email: audit-pr@tohmatu.co.jp

デロイトトーマツ グループは日本におけるデロイトトウシュトーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームであるデロイトトーマツ合同会社およびそのグループ法人(有限責任監査法人トーマツ、デロイトトーマツ コンサルティング合同会社、デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイトトーマツ税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイトトーマツ コーポレート ソリューション合同会社を含む)の総称です。デロイトトーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約 40 都市に約 11,000 名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイトトーマツ グループ Web サイト(www.deloitte.com/jp)をご覧ください。

Deloitte(デロイト)は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクアドバイザー、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界 150 を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを Fortune Global 500® の 8 割の企業に提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約 245,000 名の専門家については、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[Twitter](#) もご覧ください。

Deloitte(デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイトトウシュトーマツ リミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL および各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。Deloitte のメンバーファームによるグローバルネットワークの詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

Member of
Deloitte Touche Tohmatsu Limited