

2018年8月31日
有限責任監査法人トーマツ

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 2018年」の発表

- 利用経験は年代よりも価値観による差が顕著で、新しいモノ好きな志向が強い層が牽引
- QRコード決済・モバイル決済ともに、5割超が月一回以上利用
- QRコード決済の魅力は、現金・カードの持ち歩きが不要、支払いがスピーディ、ポイントが貯まってお得
- キャッシュレス社会に6割がポジティブな意見で、生体認証決済は認知率・利用意向ともに6割

有限責任監査法人トーマツ(東京都港区、包括代表 國井泰成、以下トーマツ)は、10代~50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2,000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 2018年」について、本日発表します。

調査により、QRコード決済・モバイル決済を利用した経験があるのは10代・20代の若年層だけでなく30代~50代にも多く、幅広い世代で利用されていることが分かりました。年代による利用経験の差が少ない一方、クラスター分析を行った結果、最先端のトレンドに興味を持つ層の利用経験が高いことがわかりました。また、QRコード決済・モバイル決済の利用頻度に関する回答では、いずれの決済手段も5割以上の利用者が月に一回以上利用していると回答しました。

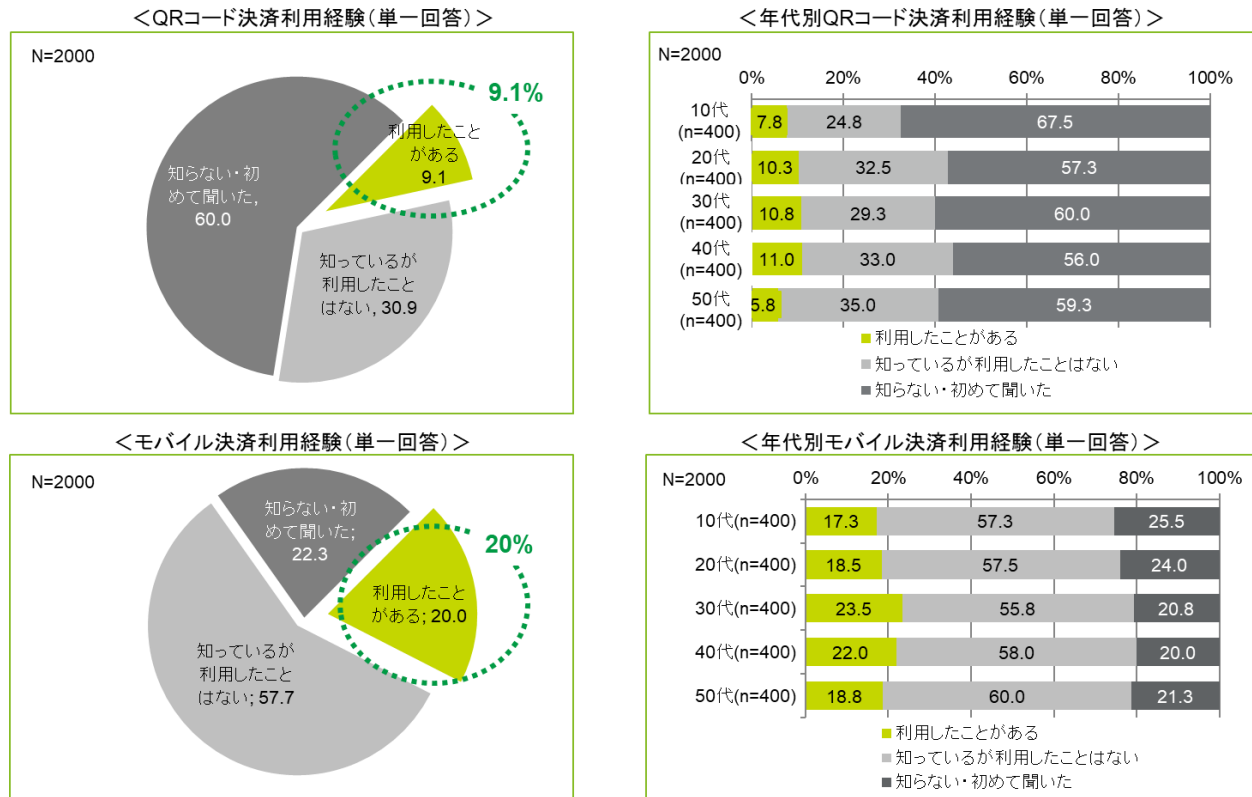
■主な調査結果

1. QRコード決済・モバイル決済の利用状況・利用頻度

QRコード決済の利用について質問したところ、調査対象者全体2,000名のうち9.1%にあたる182名が「利用したことがある」と回答し、世代別では20・30・40代で1割超、10代と50代で1割未満が利用していることが分かりました。同様に、モバイル決済の利用について質問したところ、400名、20.0%が「利用したことがある」と回答し、世代別では30代と40代で2割を超える利用者がいました。(図表1)

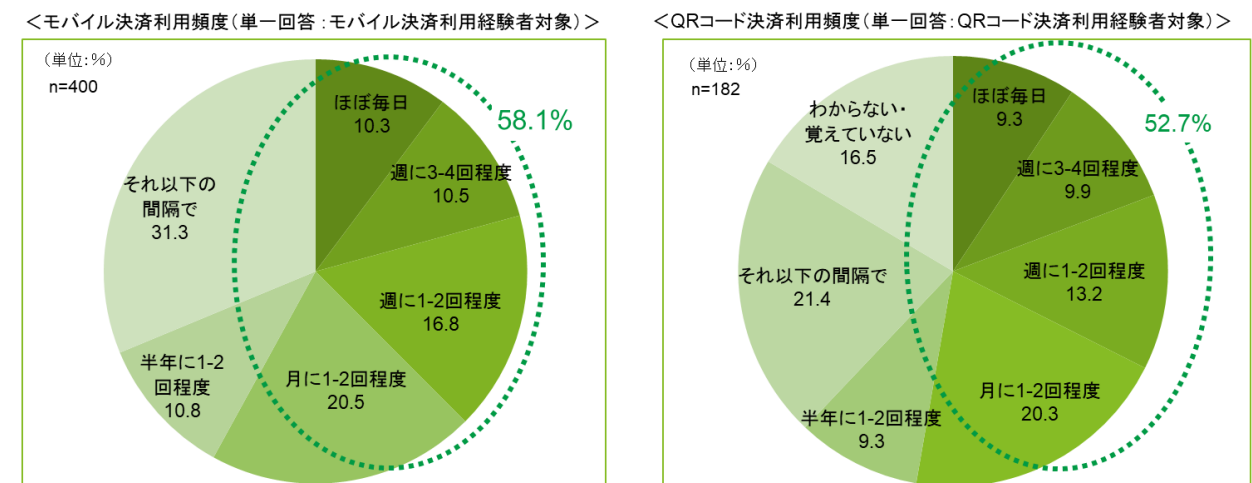
QRコード決済・モバイル決済の利用頻度に関する質問では、QRコード決済について月に最低一回以上利用がある回答者が52.7%を占め、モバイル決済については58.1%を占める結果となり、過半数が月一回以上の頻度で利用していることが分かりました(図表2)。

図表 1 QRコード決済およびモバイル決済の利用状況



図表 2 モバイル決済利用頻度 (母集団: 400^{*1})・QRコード決済利用頻度(母集団: 182^{*2})

*1 モバイル決済の利用経験者、*2 QRコード決済の利用経験者

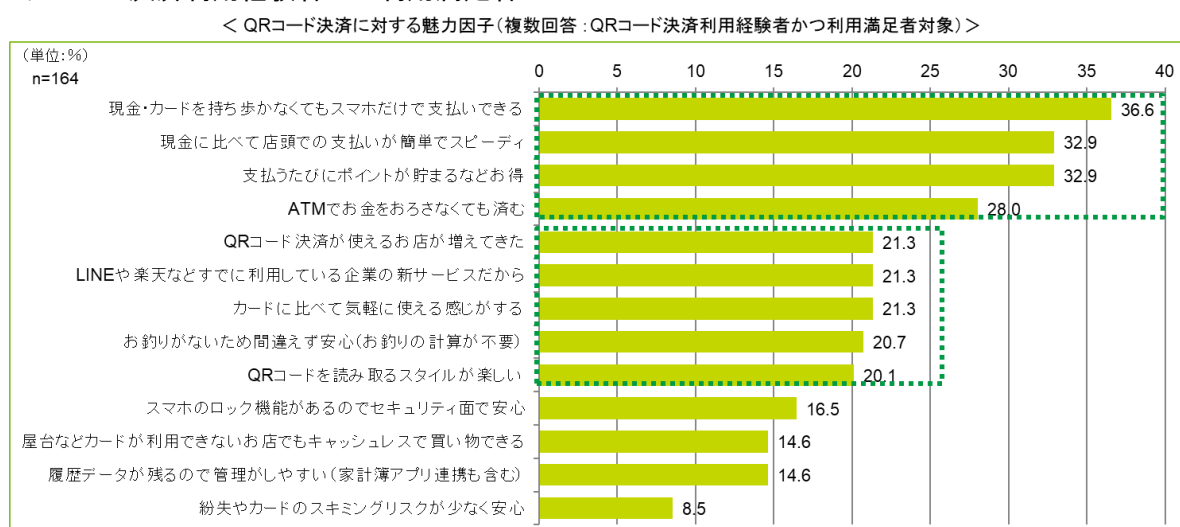


2. QRコード決済に対する魅力因子

QRコード決済利用者かつ利用満足者にQRコード決済に対する魅力因子を聞いたところ、「現金・カードを持ち歩かなくてもスマホだけで支払いができる」(36.6%)、「現金に比べて店頭での支払いが簡単でスピーディ」「支払うたびにポイントが貯まるなどお得」(いずれも 32.9%)「ATMでお金をおろさなくても済む」(28.0%)となりました。また、「QRコード決済が使えるお店が増えてきた」「LINEや楽天などすでに利用している企業の新サービスだから」(いずれも 21.3%)、「QRコードを読み取るスタイルが楽しい」(20.1%)といったQRコード決済ならではの特徴も一定数が魅力に感じていることが読み取れます。(図表 3)。

図表 3 QRコード決済に対する魅力因子（母集団:164*3、複数回答可）

*3 QRコード決済利用経験者かつ利用満足者



3. クラスター(集団)分析

本調査の回答をもとに、生活消費およびキャッシュレスに対する意識をもとにクラスター分析*4を行い、全回答者を「コンサバ消費派」「こだわり消費派」「消費無関心派」「クレバー消費派」「トレンド追求派」の5つのクラスターに分類しました。キャッシュレスの進行に対して肯定的意識の高かったクラスターは、「クレバー消費派」と「トレンド追求派」となり、その二つのクラスターをキャッシュレス層、それ以外が非キャッシュレス層に分けられました。(図表 4)。

*4 大きな集団の中から、似たもの同士を集めてグループに分ける統計的な分析手法

QRコード決済・モバイル決済を最も利用しているクラスターは新しいモノ好きな「トレンド追求派」で、このクラスターは年代による偏りが少ないことが分かりました(図表 5)。

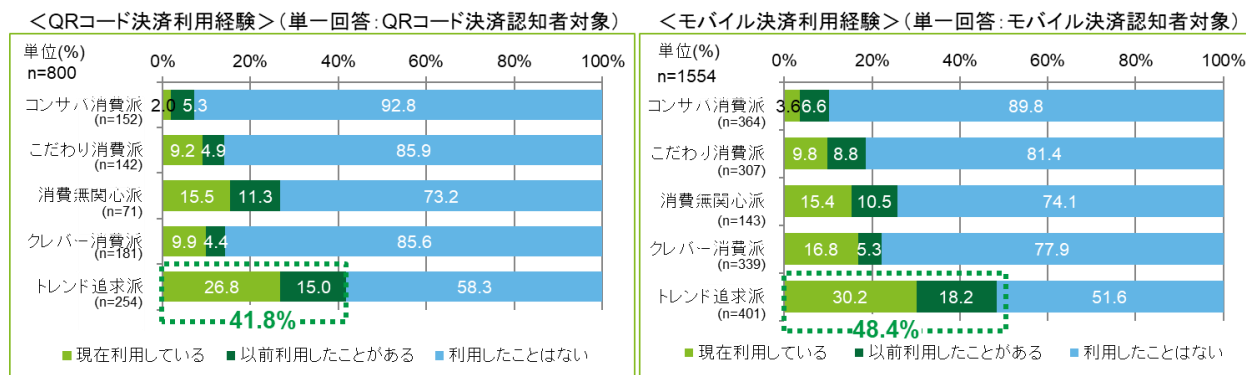
図表 4 クラスター分析で分類したクラスター5つ

＜クラスター分析におけるクラスター・構成比・特徴＞

クラスター	構成比 (100%)	特徴	
非キャッシュレス層	コンサバ消費派	23.2%	堅実でコスト意識が強く、先進的なキャッシュレスライフには慎重なクラスター
	こだわり消費派	19.8%	今の自分の感性を大切に、こだわりを持ったモノ・コト選びを楽しむクラスター
	消費無関心派	11.2%	消費に関してあまり関心を持たない、必要だから買い物をするという意識の強いクラスター
キャッシュレス層	クレバー消費派	21.2%	ポイント・検索等を駆使したお得さ・やりくり上手な買い物を楽しむクラスター
	トレンド追求派	24.7%	新しいモノコト、最先端のトレンドに興味を持つクラスター

図表 5 クラスターごとの QR コード決済の利用経験(母集団:800*⁵)、モバイル決済の利用経験(母集団:1554*⁶)

*⁵:QR コード決済認知者、*⁶:モバイル決済認知者



■キャッシュレス社会への展望

生体認証による決済方法の認知度を質問したところ 1258 名、62.9%が「知っている」と回答し、利用意向を質問したところ 1166 名、58.3%が「利用したい」と回答し、注目度の高さがうかがえました。つぎに、キャッシュレス社会の普及に対して質問したところ、ポジティブに受け入れているのは 1139 名、57%と過半数に上りました。今後のキャッシュレス社会においては、生体認証のようなより手軽でよりセキュアと想定される決済手段が複数登場し、利用者が場面や利用金額に応じて使い分けていくことが見込まれます。クラスター分析の結果を踏まえると、キャッシュレスを好む「クラブ消費志向派」や「トレンド追求」層に現時点で積極的にアプローチしていくことで、年代に関係なく利用が拡大していくことが予想されます。

■調査概要

本調査は、有限責任監査法人トーマツ リスクアドバイザーズ事業本部 新規事業推進(※)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、お問い合わせください。なお、本調査結果に係る割合は小数点第二位以下を四捨五入しており、合計値が 100%にならないものがあります。

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:2018年5月18日~22日にオンライン調査を実施

調査対象者数:日本国内 2000 名

(スマートフォン所持率が高いとされる、10代・20代・30代・40代・50代各男女 200 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、d払い、ビットコインなど
スマホ決済サービス
認知度・利用経験・利用頻度
認知サービスと利用経験サービス
利用機会
利用形態(現在および今後)
QRコード決済サービス
認知度・利用経験・利用頻度
利用経験サービス

QRコード決済の支払い方法(後払い、携帯料金合算払い、前払い、銀行口座引落とし等) 利用開始のきっかけ 利用満足度・魅力因子・興味関心度 今後の利用意向・利用意向理由・非利用意向理由 今後の想定支払方法(後払い、携帯料金合算払い、前払い、銀行口座引落とし等) QRコード決済利用時支払額の上限
キャッシュレス社会
キャッシュレス社会普及歓迎度 キャッシュレス支払い利用の変化 キャッシュレス決済方法の多様化に対する意識 今後の優先的利用決済方法 生体認証による決済方法の認知度および利用意向
クラスター分析

(※)リスクアドバイザー事業本部 新規事業推進

トーマツのリスクアドバイザー事業本部に設置された、技術とビジネスの橋渡し役として新しいビジネス価値を創造することを使命とした専門組織です。新技術に係るクライアントの事業課題や社会アジェンダに対する解決策の構想策定から、技術調査、実証実験の実施、ビジネスプラン策定、ソリューションの導入まで、技術者とコンサルタントがチームになって提供しています。AI や IoT、Fintech を活用したサービス開発も行っています。 <https://www.deloitte.com/jp/ra-new-business-promotion>

■参考情報

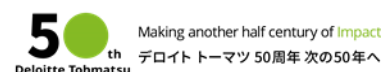
2017年12月21日発表「QRコード決済・モバイル決済の利用実態と今後の利用意向に関する調査」
<https://www2.deloitte.com/jp/ja/pages/about-deloitte/articles/news-releases/nr20171221.html>

<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 新井香織、田中洋兵
(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](https://www.facebook.com/deloitte)、[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/deloitte)、[Twitter](https://twitter.com/deloitte) 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