



# 本調査報告資料の内容

本調査の背景と結論	3
調査設計	4
特徴的な調査結果	8
調査結果詳細レポート	14
Appendix	34

# QRコード決済は、今後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、キャッシュレス化推進の鍵となり得えます

## 本調査の背景と結論

- 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て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ため、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、非利用経験者の今後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、地方の小規模店舗等での導入も期待され、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インストールしたアプリを通じた支払いだけでなく、QRコードを紙に印刷し、店頭で提示することで、スマートフォンの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)においても、決済インターフェースとしてQRコードが採用されており、**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

# 調査設計

# 10代～30代スマートフォンユーザー1,800人を対象に、モバイル決済およびQRコード決済の認知・利用実態や、今後の浸透可能性に関する調査を実施しました

## 調査概要

### ■ 調査目的

10代～30代一般個人のモバイル決済およびQRコード決済に対する認知・利用実態や、QRコード決済の今後の利用意向を把握することで、キャッシュレス化進展の考察検討の基礎資料とする

### ■ 調査手法

インターネットモニターを活用した定量調査

### ■ 調査対象者

以下の条件を満たす10代～30代一般個人男女 1,800名

- スマートフォン保有者
- スマートフォンでのアプリ利用経験者

### ■ 調査対象地域

日本全国

### ■ 調査実施時期

2017年10月12日～15日

### ■ 主な調査項目

- ・ モバイル決済の認知、利用経験、利用サービス、利用場所、利用満足度
- ・ QRコード決済の認知、利用経験、利用サービス、利用満足度
- ・ QRコード決済の説明文提示後の興味関心度、魅力度、魅力ポイント、利用意向度
- ・ QRコード決済利用意向者の想定利用場所 等



10～30代スマートフォン保有者、且つ、スマートフォンアプリの利用経験者

=1,800サンプル

(性年代別調査対象者数の内訳)

	10代*	20代	30代	合計
男性	300サンプル	300サンプル	300サンプル	900サンプル
女性	300サンプル	300サンプル	300サンプル	900サンプル
合計	600サンプル	600サンプル	600サンプル	1,800サンプル

\*15～19歳

※本資料における数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある

# 調査対象者は会社員から学生までを含みます

## 調査対象者(職業)

	対象者 (人)	構成比 (%)	婚姻状況		職業							
			未婚	既婚	会社員/ 公務員	経営者/ 役員	派遣/ 契約社員	自営業/ フリーラン ス	専業主婦 /主夫	高校生	大学生/ 大学院生	無職
全体	1800	100.0	72.7	27.3	32.1	0.4	7.7	6.9	10.8	13.7	20.4	7.9
男性/10代	300	100.0	99.3	0.7	5.0	0.7	1.0	1.3	0.0	39.3	47.3	5.3
男性/20代	300	100.0	88.3	11.7	51.7	0.0	6.3	11.3	0.3	0.0	21.3	9.0
男性/30代	300	100.0	54.0	46.0	70.3	2.0	6.7	12.0	0.3	0.0	1.0	7.7
女性/10代	300	100.0	97.7	2.3	2.0	0.0	1.7	1.7	1.7	43.0	42.0	8.0
女性/20代	300	100.0	63.7	36.3	34.3	0.0	16.0	7.0	21.7	0.0	10.7	10.3
女性/30代	300	100.0	33.0	67.0	29.3	0.0	14.3	8.0	41.0	0.0	0.0	7.3

## 調査対象者(世帯年収)

	対象者 (人)	構成比 (%)	世帯年収									
			300万円 未満	300~400 万円未満	400~500 万円未満	500~600 万円未満	600~700 万円未満	700~800 万円未満	800~900 万円未満	900~1000 万円未満	1000万円 以上	分からない ・答えたく ない
全体	1186	100.0	15.7	13.9	12.4	9.2	7.5	4.3	3.5	2.5	5.9	25.1
男性/10代	40	100.0	27.5	7.5	2.5	2.5	5.0	0.0	0.0	2.5	5.0	47.5
男性/20代	236	100.0	16.5	17.8	11.4	10.6	7.2	3.4	3.0	3.4	4.2	22.5
男性/30代	297	100.0	12.5	8.4	16.5	11.1	8.8	5.1	5.4	4.0	10.1	18.2
女性/10代	45	100.0	20.0	8.9	8.9	0.0	2.2	2.2	0.0	2.2	0.0	55.6
女性/20代	268	100.0	17.9	17.9	9.7	8.6	6.0	3.7	3.0	1.1	6.3	25.7
女性/30代	300	100.0	14.0	14.3	13.3	9.0	9.0	5.7	3.3	1.7	3.7	26.0

# 調査対象者のiPhone利用者とAndroidフォン利用者は約半数ごとの分布です

## 調査対象者の自身の銀行口座の保有状況

	対象者 (人)	構成比 (%)	持っている (%)	持っていない (%)
全体	1800	100.0	93.1	6.9
男性／10代	300	100.0	80.3	19.7
男性／20代	300	100.0	96.7	3.3
男性／30代	300	100.0	99.3	0.7
女性／10代	300	100.0	87.3	12.7
女性／20代	300	100.0	97.3	2.7
女性／30代	300	100.0	97.3	2.7

## 調査対象者の保有スマートフォンの種類

	対象者 (人)	構成比 (%)	iPhone (%)	Androidフォン (%)	その他の スマートフォン (%)
全体	1800	100.0	53.6	46.2	0.2
男性／10代	300	100.0	54.3	45.7	0.0
男性／20代	300	100.0	48.0	51.7	0.3
男性／30代	300	100.0	41.0	58.7	0.3
女性／10代	300	100.0	70.3	29.7	0.0
女性／20代	300	100.0	60.0	39.3	0.7
女性／30代	300	100.0	47.7	52.3	0.0

# 特徴的な調査結果

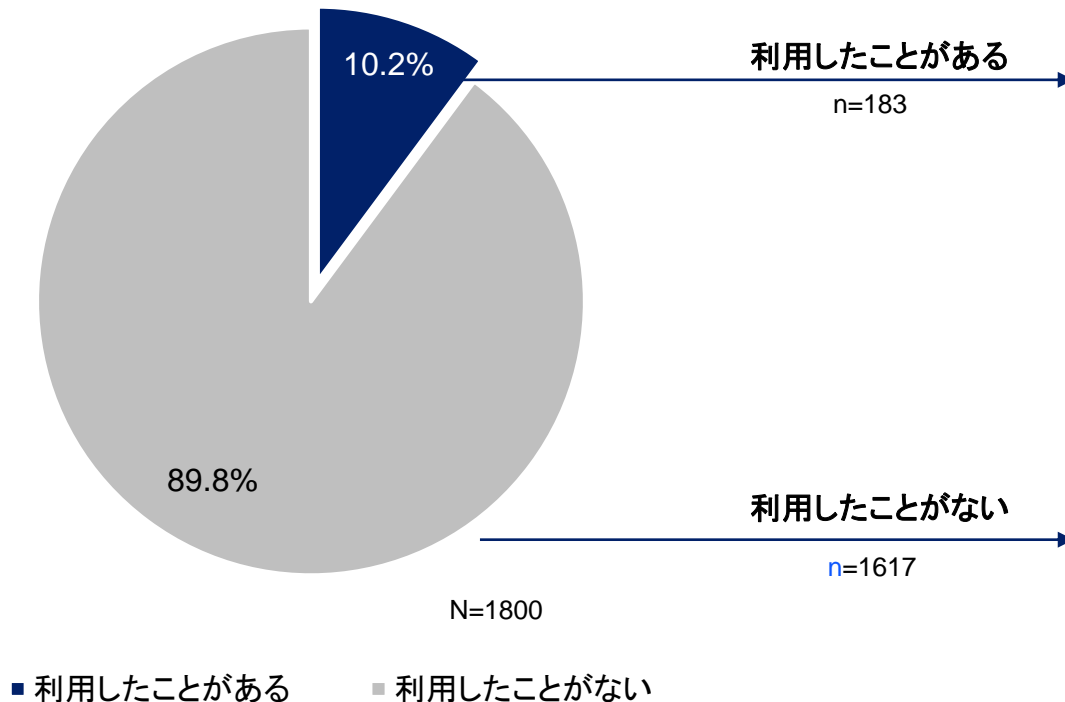


# QRコード決済利用経験者のうち9割超が「満足」、非利用経験者のうち半数が「利用したいと思う」と回答

## QRコード決済の利用経験からみた可能性

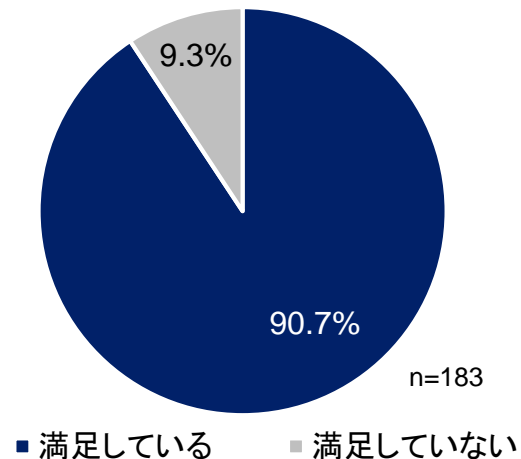
### 【QRコード決済の利用経験率(全体)】

Q. QRコード決済を利用したことはありますか。



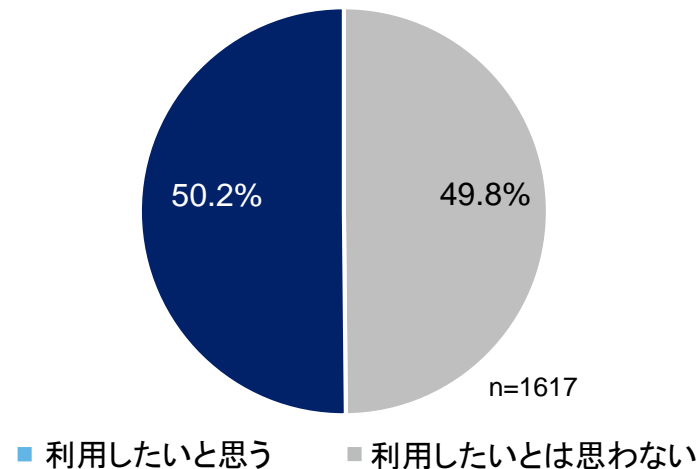
### 【QRコード決済利用経験者の満足度】

Q. 現在お使いのQRコード決済に満足していますか。



### 【QRコード決済非利用経験者の利用意向】

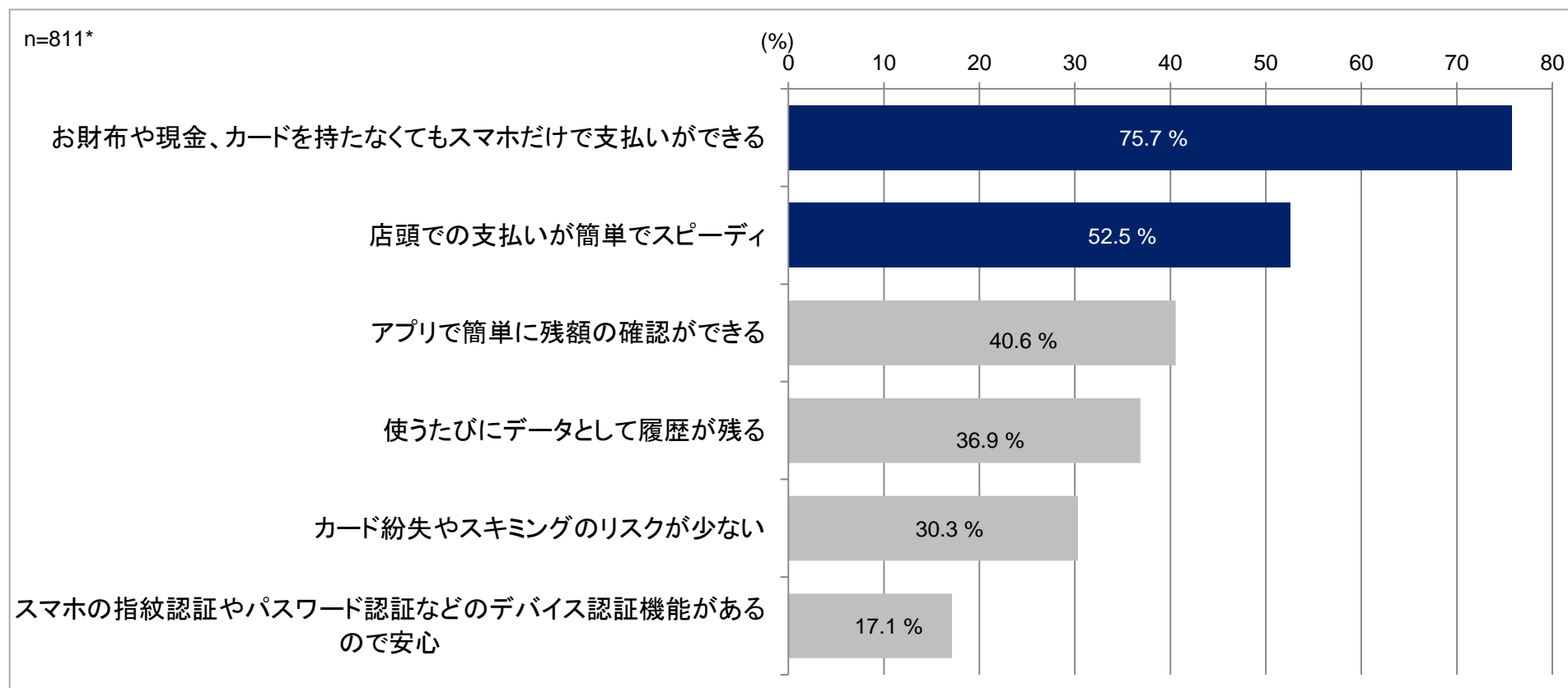
Q. 今後、QRコード決済を利用したいと思いますか。



# 現金やカードを持ち歩かなくていい、スピーディな決済に魅力を感じている

## QRコード決済の魅力ポイント

Q. QRコード決済(コード決済)に魅力を感じられた理由やポイントをお答えください。(複数回答)

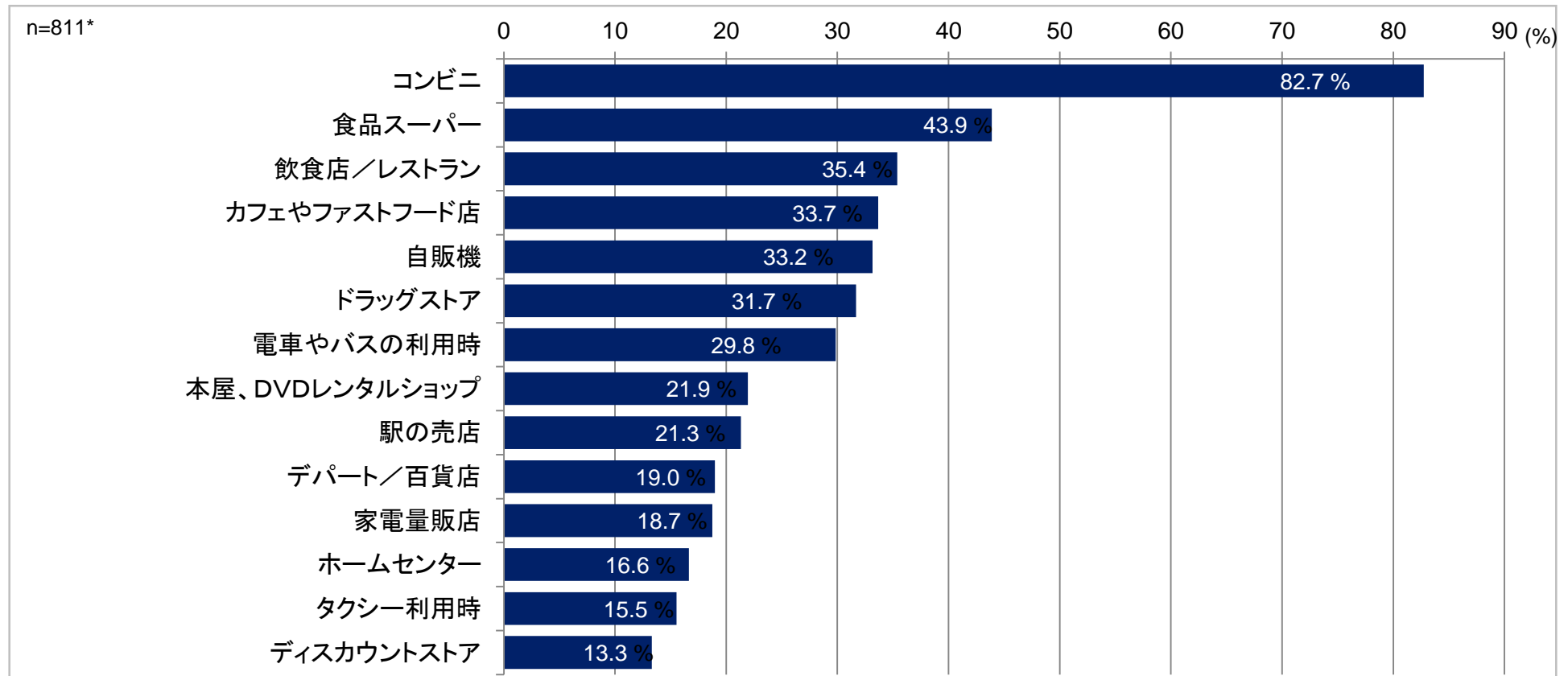


\*: 非利用経験者のうち、今後、QRコード決済を「利用したいと思う」とした回答者

# コンビニ、スーパー、飲食店/レストラン、といった日常の買い物や飲食に関する場所で手軽に決済したいニーズがある

## QRコード決済の想定利用場所

Q. どんなお店や場所でQRコード決済を利用したいと思いますか。(複数回答)



\*: 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コード決済の利用ニーズとして、コンビニエンスストア以外に、イベント会場や屋外での少額支払いの場面があげられた

## QRコード決済で使えたらよいと思う場所

Q. 今後、こんなところで使えたらいいな、と思うQRコード決済(コード決済)の場面や場所を教えてください。(自由回答)

- 「イベント会場での屋台や物販」を107人が挙げており、「キッチンカー/お弁当屋」の37人と合わせると屋外でのニーズはかなり高いものとなっている。
- 「病院・薬局」「個人商店」「ガソリンスタンド」「学校の食堂や売店」など、小銭を使うシーンでのニーズもうかがえる。

	コンビニ/キオスク	自販機	イベント会場での屋台や物販	公共交通機関/駅	飲食店/レストラン	ドライブスルー	病院/薬局	キッチンカー/お弁当屋
出現数(n)	129	129	107	71	54	43	41	37
出現率(%)※	13.3%	13.3%	11.1%	7.3%	5.6%	4.4%	4.2%	3.8%

	ファミレス/ファストフード/カフェ	個人商店	スーパー	ガソリンスタンド	宅配/デリバリー	タクシー	学校の食堂や売店	コインパーキング/コインランドリー、映画館
出現数(n)	32	30	30	20	20	19	18	14
出現率(%)※	3.8%	3.1%	3.1%	2.1%	2.1%	2.0%	1.9%	1.4%

※回答者の中で、明確に利用場所を回答した人(968人)をベースに算出

# 今後、QRコード決済はキャッシュレス化を推進する決済手段として、さらなる普及が推察される

## QRコード決済に関する今後の展望

特徴的な調査結果:

- 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いる
- 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

今後の展望

- ✓ 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る
- ✓ 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

利用者利便性のみならず、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る

# 調査結果詳細レポート

# 1. モバイル決済の浸透状況と今後の利用意向

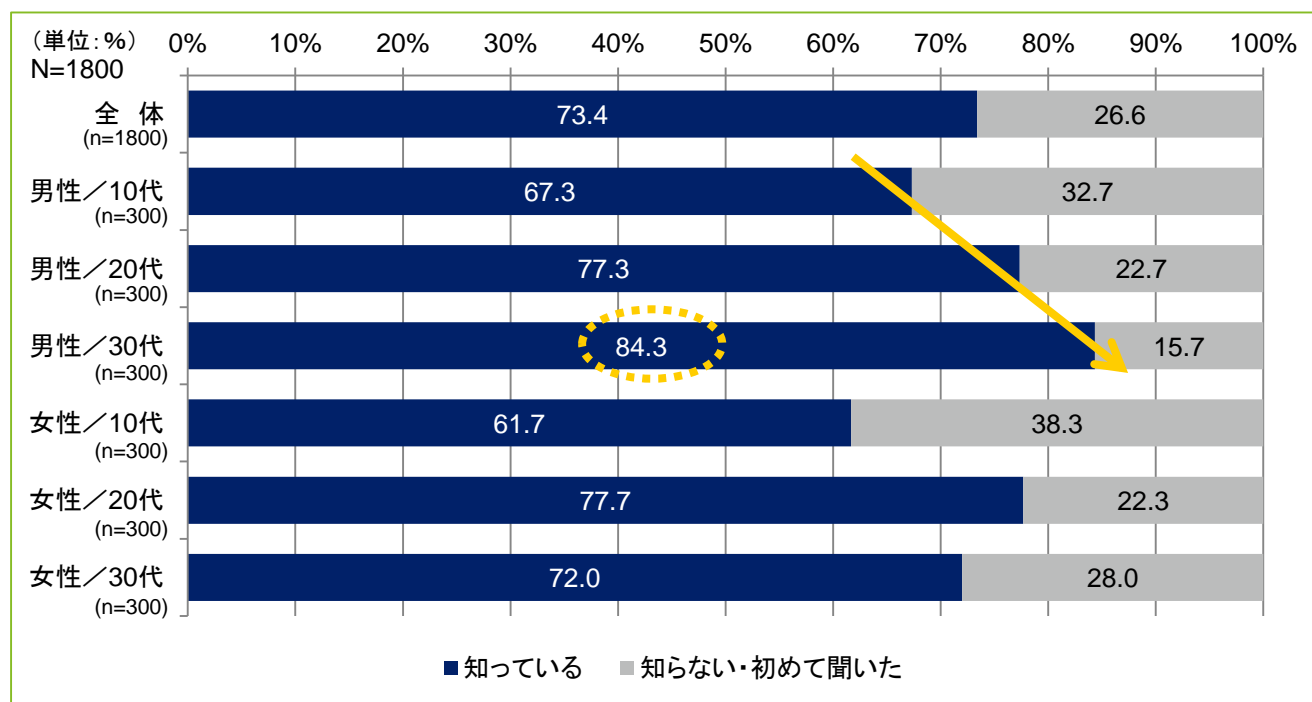
# モバイル決済認知率は全体で7割と高く、特に男性30代の認知率が8割を超える

## モバイル決済の認知度

Q. ご自分がお持ちのスマホのアプリや機能を使ってお買い物や飲食店での支払いができる「モバイル決済」という方法をご存知ですか。(単一回答)

- モバイル決済の認知率は全体で72.4%。特に男性30代は84.3%と高い認知率を示している。
- 男性は、年代が上がるにつれて認知率が高まっている。
- 最も認知率が低いのは女性10代で61.7%。

<モバイル決済認知度(単一回答)>





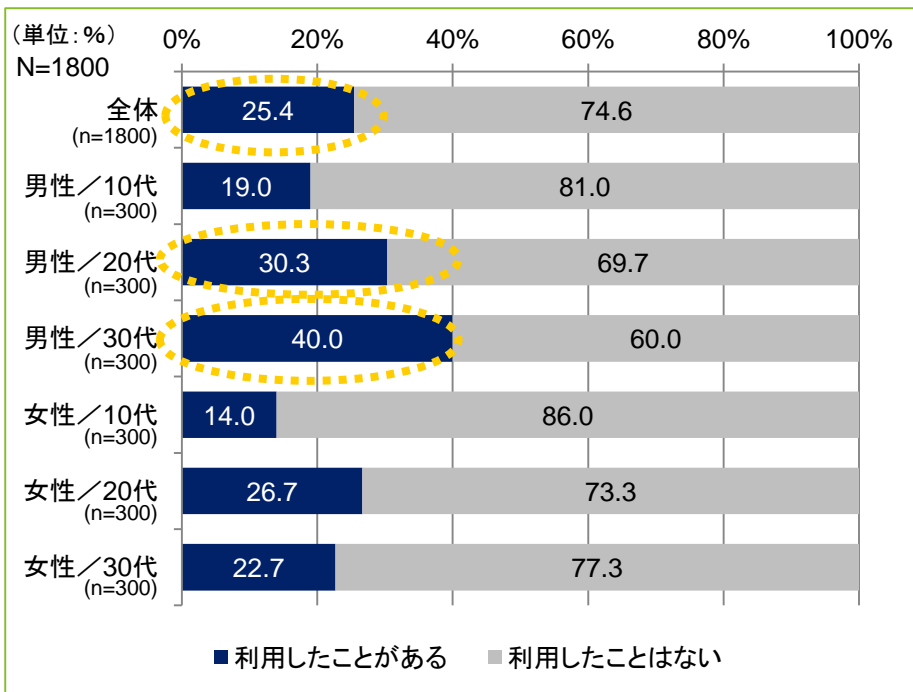
# モバイル決済の利用経験率は2.5割に留まるが、なかでも男性30代は4割と他の属性に比べて高い利用経験率

## モバイル決済の利用経験

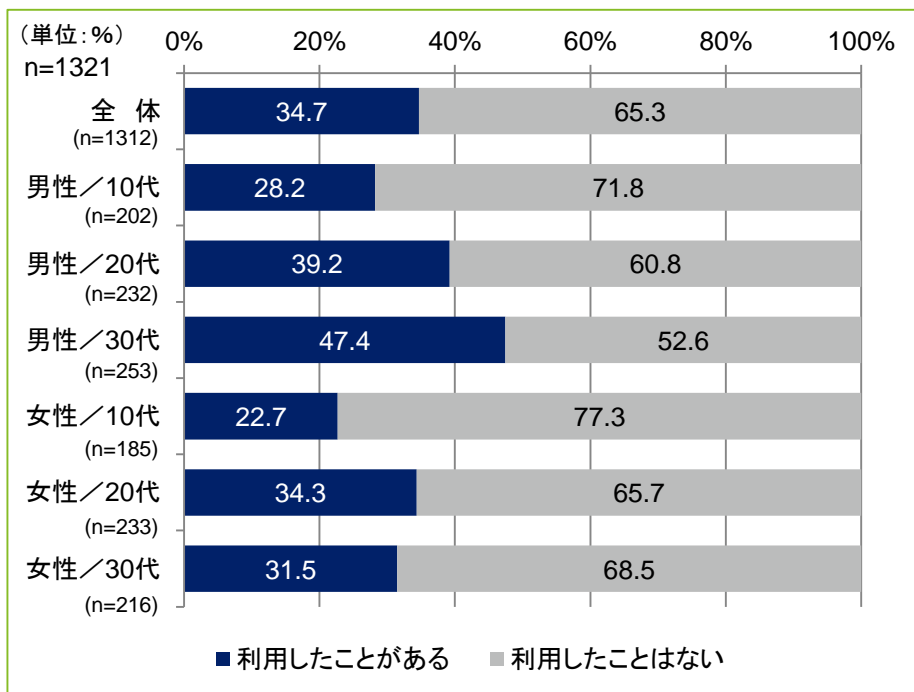
Q. あなたは「モバイル決済」を利用したことはありますか。(単一回答)

- モバイル決済利用経験率は全体で25.4%。
- 男性30代の経験率が40%と高く、男性20代も30.3%と他の属性に比べて利用経験率が高い。
- モバイル決済を知っているが利用していない人は65%存在している。

<モバイル決済利用経験(単一回答)>



<モバイル決済利用経験(単一回答:モバイル決済認知者対象)>



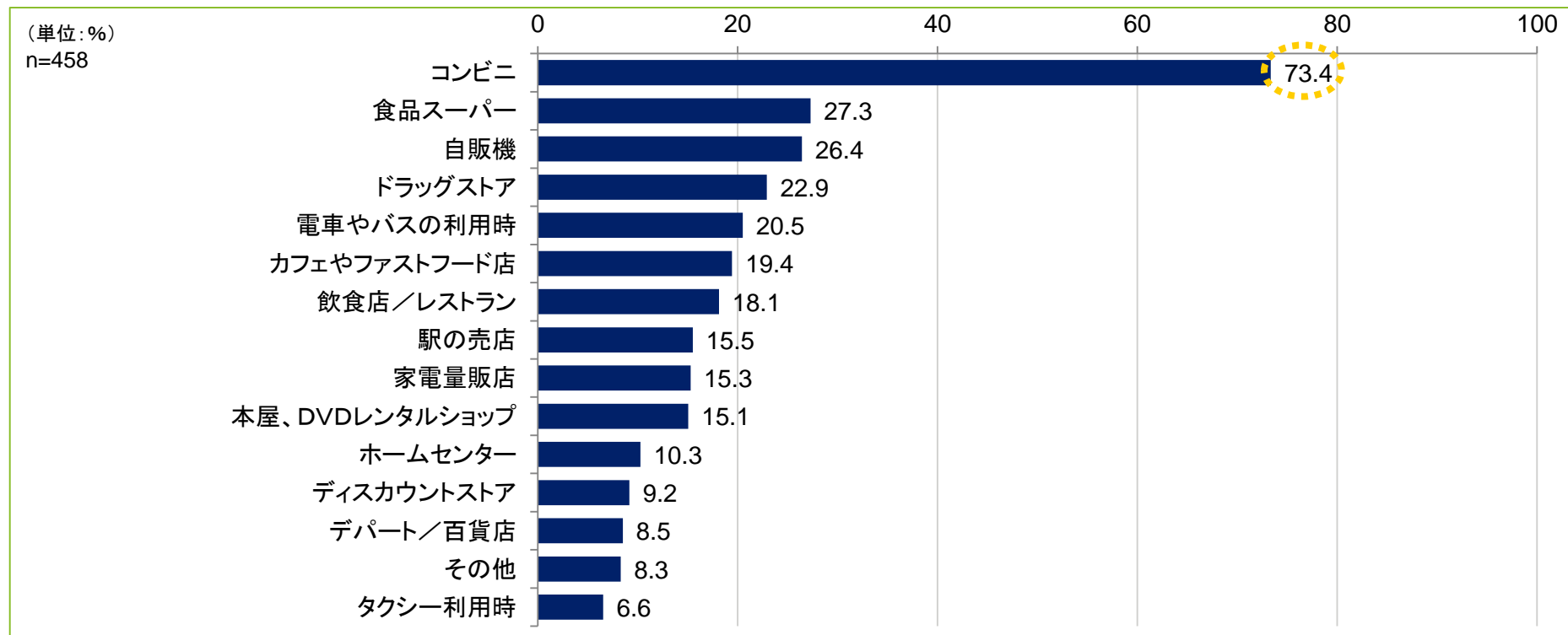
# モバイル決済を利用したことがある場所はコンビニが最も多く、 その他はいずれも3割に満たない利用状況

## モバイル決済利用場所

Q. モバイル決済で利用したことがある場所は以下のどれに該当しますか。(複数回答:モバイル決済利用経験者対象)

- コンビニでの利用率は73.4%と、他の場所に比べて高い結果となった。
- コンビニ以外での利用については3割を切る利用状況であるが、いずれも利用率に大差はない状況。

<モバイル決済利用場所(複数回答:モバイル決済利用経験者対象)>



# モバイル決済の利用満足度は全体で9割弱と高く、概ね好意的な評価

## モバイル決済の利用満足度

Q. 現在お使いのモバイル決済にどの程度満足していますか。(単一回答: モバイル決済利用経験者対象)

Q. 現在お使いのモバイル決済に満足されていない理由は何ですか。ご自由に記入ください。

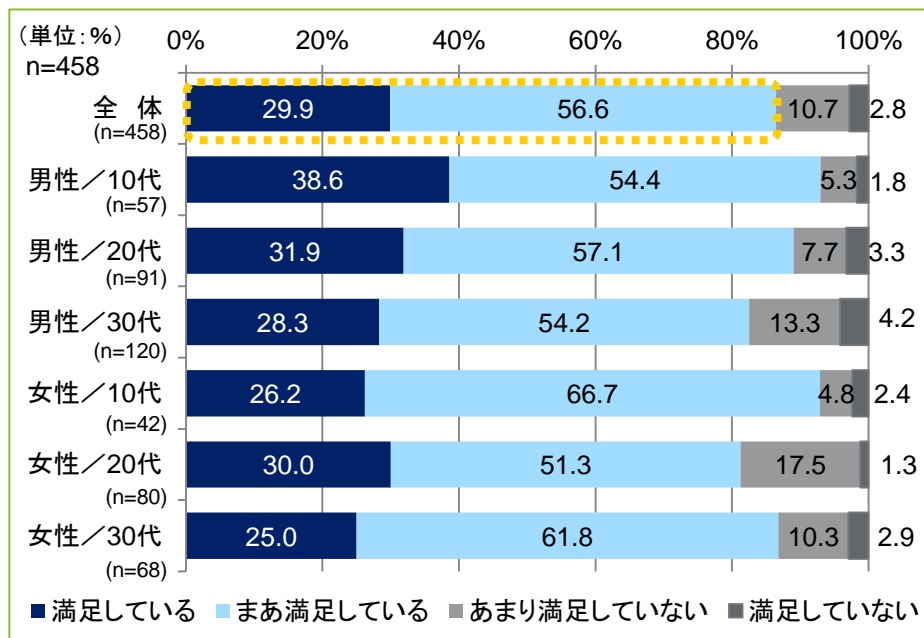
(自由回答: 前問で不満足と回答した者対象)

- 肯定的な意見である「満足している」「まあ満足している」を合わせると86.5%と高い満足度を示している。
- 満足度における性年代の差異は認められない。
- 少数ながら不満足回答者の理由では「使える場所が少ない」「何がお得なのか分からない」「セキュリティに不安」が挙げられている。

### ＜モバイル決済利用の不満足理由＞

＜モバイル決済利用満足度(単一回答: モバイル決済利用経験者対象)＞

(自由回答: 「あまり満足していない」「満足していない」回答者対象)



### ■ 使える場所に関する不満 (7件)

n=62

- 使えるかどうかがわかりにくい
- 使える場所がまだまだ少なく、しっかり決済がされているのか不安な時がある
- 使える店が少ない/使える店舗が少ない
- 対応しているショップやお店がもっと拡充してほしいから

### ■ 使用利便性やお得さにおける不満 (20件)

- 使用してもポイントが付く率が少ないので
- 使用頻度が少ないから、良さがわかりにくい
- 種類が多くて選ぶのが面倒/色々使える条件などが面倒くさい
- 使い勝手が特にいいというわけではないので
- チャージが面倒
- 他の支払い方法より便利と感じる部分が特にないので好んでは使わない
- 使うとお得感があるようにしてほしい
- 何が得なのかよくわからない

### ■ セキュリティに関する不安 (6件)

- セキュリティの不安
- もっと使いやすくセキュリティ面を強化して
- 安全性/何となく不安だから

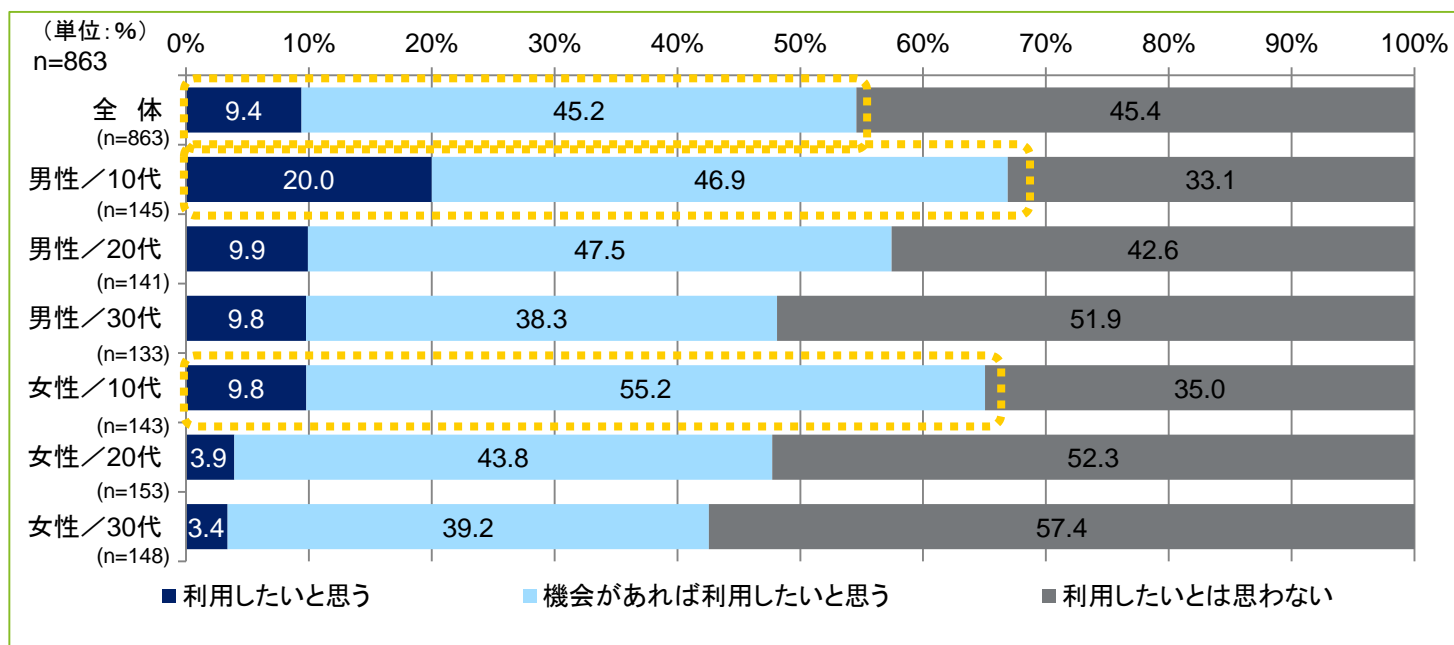
# モバイル決済の今後の利用意向は全体で5割強、特に10代男性の利用意向が高い

## モバイル決済の利用意向

Q. 今後、お店の買い物や飲食店での支払いに「モバイル決済」という支払い方法を利用してみたいと思いますか。  
(単一回答:モバイル決済認知者、且つ、非利用経験者対象)

- 利用したいと回答しているひとは全体の半数以上。
- なかでも、10代男女が高い利用意向を示しており、男性10代は「利用したい」という強い意向が20%存在している。
- 一方で、女性20代30代は利用意向が低調。

<モバイル決済利用意向(単一回答:モバイル決済認知者、且つ、非利用経験者対象)>



## 2. QRコードの浸透状況と今後の利用意向

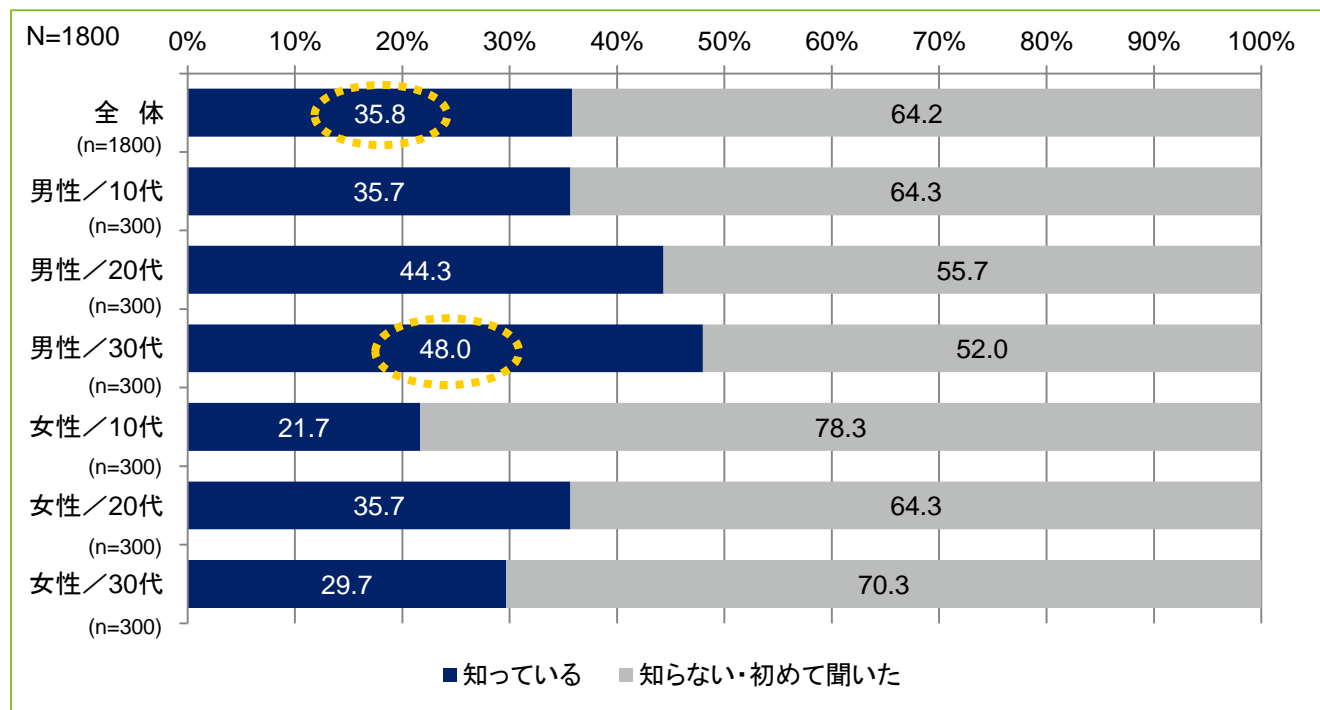
# QRコード決済認知率は全体で3.5割とまだ低水準ではあるが、男性30代は5割弱の認知率を示しており、QRコード決済に対する関心の高さが伺える

## QRコード決済の認知度

Q. モバイル決済方法の中で、QRコードやバーコードをスマホで表示、もしくは読み取ることで簡単に支払いができる「QRコード決済(コード決済)」をご存知ですか。(単一回答)

- QRコード決済の認知は、全体で35.8%。
- モバイル決済と同様に、男性30代のQRコード認知率は48%と他の属性に比べて高い認知率を示している。
- 一方で、最も認知率が低かったのは女性10代で21.7%。

<QRコード決済認知度(単一回答)>



# QRコード決済利用経験率は全体で約1割程度、男性20代30代を中心に利用がみられる

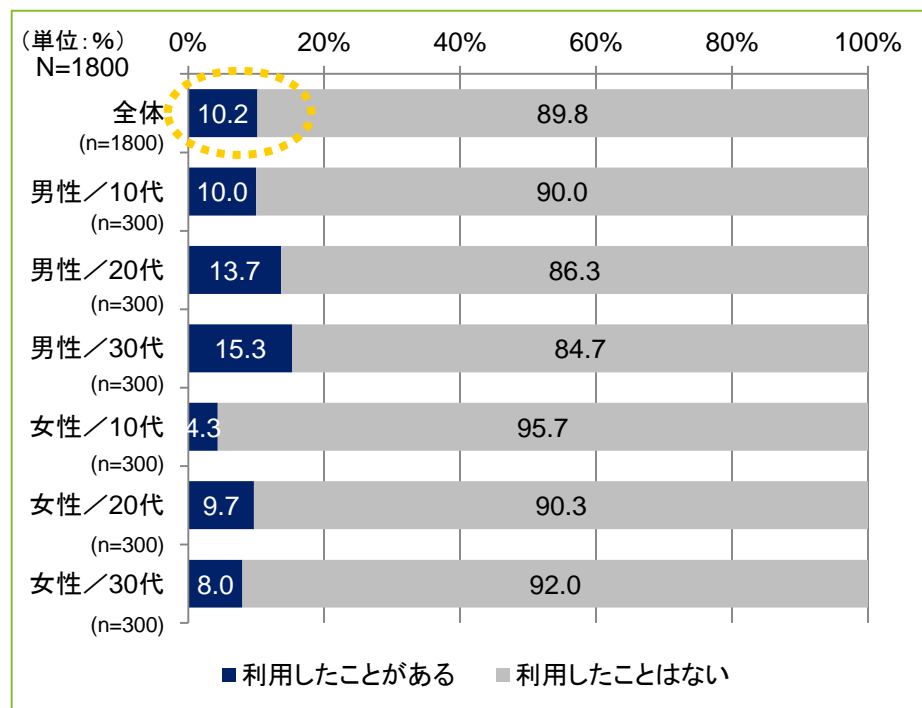
## QRコード決済の利用経験

Q. あなたは「QRコード決済(コード決済)」を利用したことはありますか。

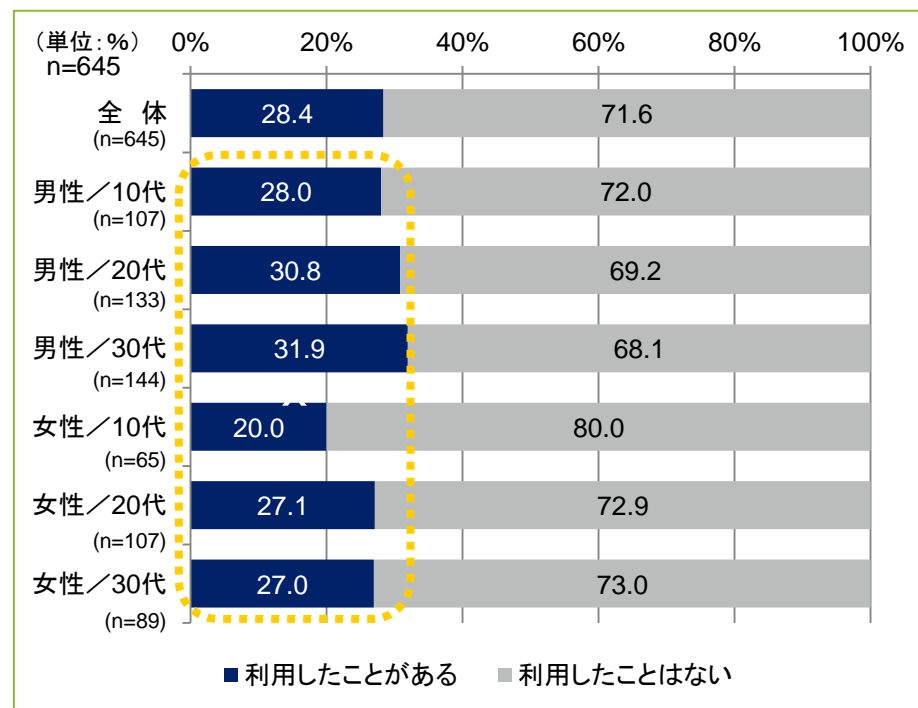
(単一回答: 全体対象、QRコード決済認知者対象)

- QRコード決済利用経験率は全体の10.2%、うち男性30代は15.3%と利用経験が多い。
- 認知者の中での利用経験率は30.5%。女性10代を除くとどの属性でも3割前後の利用経験率となっている。

<QRコード決済利用経験(単一回答)>



<QRコード決済利用経験(単一回答: QRコード決済認知者対象)>



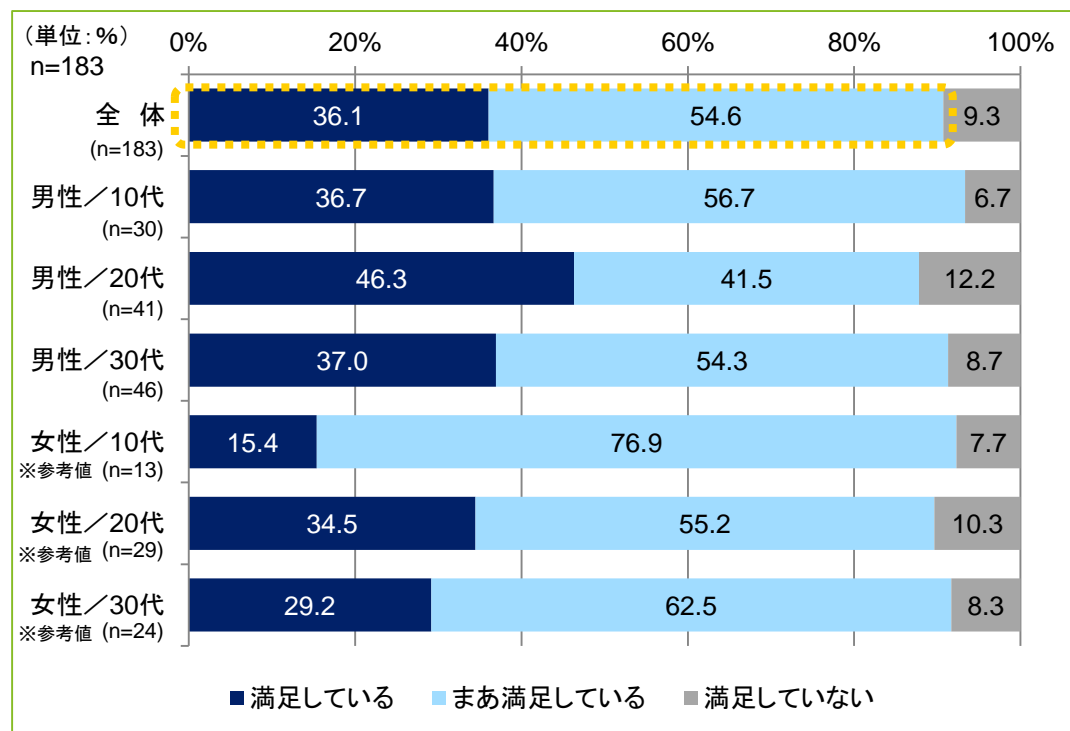
# QRコード決済利用経験者の利用満足度は9割と総じて高い

## QRコード決済利用満足度

Q. 現在お使いのQRコード決済(コード決済)にどの程度満足していますか。(単一回答:QRコード決済利用経験者対象)

- QRコード決済利用満足度は「満足している=36.1%」「まあ満足している=54.6%」と高い評価を示している。
- 特に男性20代は「満足している」が46.3%と他の属性に比べて高い。

<QRコード決済利用満足度(単一回答:QRコード決済利用経験者対象)>





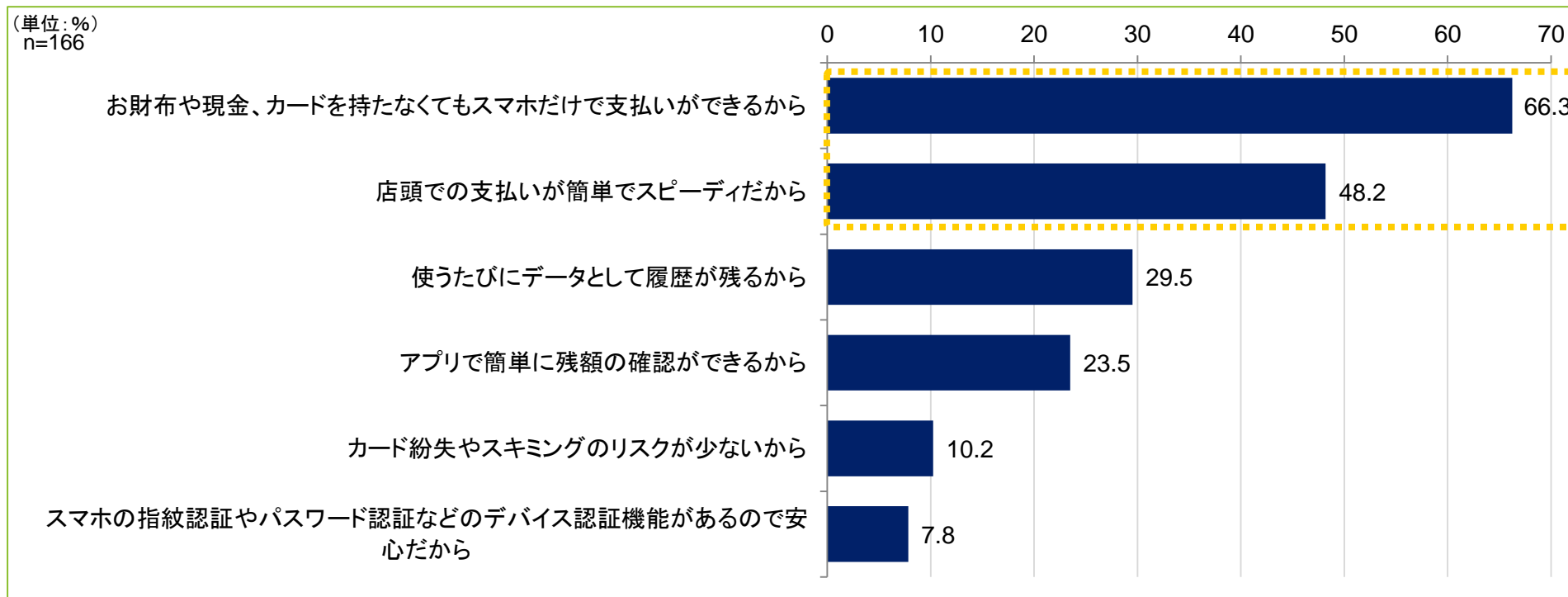
# QRコード決済利用満足理由は「現金やカードを持たなくてよいこと」「支払いのスピーディさ」に存在

## QRコード決済利用満足理由

Q. 現在お使いのQRコード決済(コード決済)に満足されている理由や魅力に感じる点をお答えください。  
(複数回答:QRコード決済の利用に満足している者対象)

■ QRコード決済の利用満足理由は「現金やカードを持たなくてよいこと(66.3%)」、次いで「店頭での支払いの簡単さ、スピーディさ(48.2%)」

<QRコード決済利用満足理由>  
(複数回答:QRコード決済の利用に満足している人対象)



# QRコード決済に対する興味関心は非利用経験者の5割を超える

## QRコード決済の興味関心度(説明文提示後)

Q. 説明文を読んで、QRコード決済(コード決済)にどの程度興味関心を持たれましたか。

(単一回答:QRコード決済非利用経験者対象)

- 全体的に属性の差異なく5割以上の興味関心度が認められた。
- その中で特に男性10代女性10代は他の属性よりも興味関心度が高くなっている。

### <質問票において提示した説明文>

QRコード決済とは、スマホのアプリ上でQRコードを表示したり店頭で読み込んだりすることで、あらかじめチャージした残高や登録した銀行口座から支払いを行うことができるモバイルアプリの機能です。日本では、LINE Payや楽天Payなどが対応しており、そのほかにも複数の企業がサービスを始めようとしています。

特徴としては、

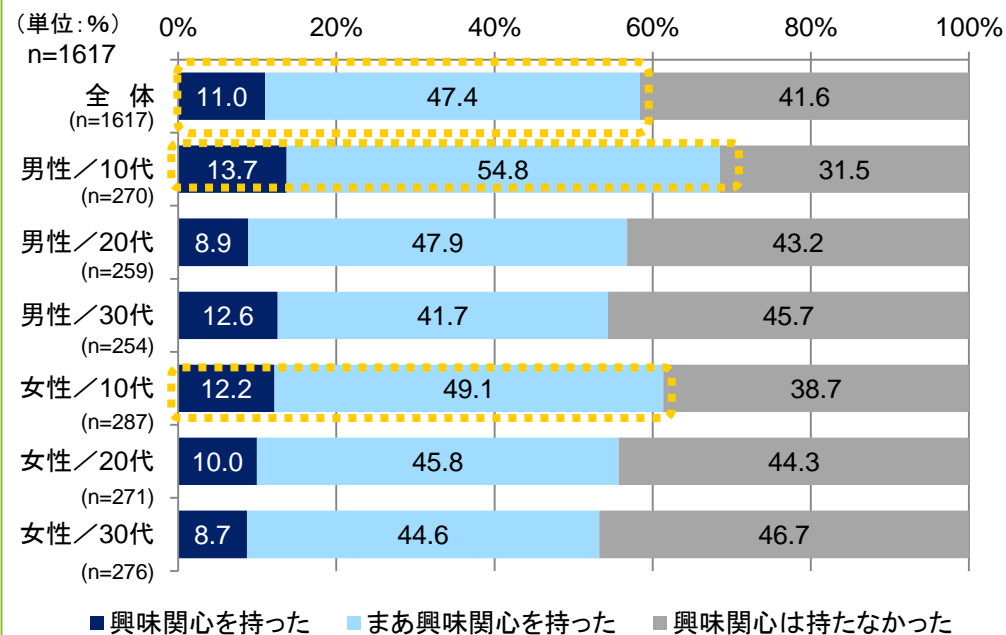
- ・お財布や現金、カードを持たなくてもスマホだけで支払いができる
- ・店頭での支払いが簡単でスピーディ
- ・使うたびにデータとして履歴が残る
- ・アプリで簡単に残額の確認ができる
- ・カード紛失やスキミングのリスクが少ない
- ・スマホの指紋認証やパスワード認証などのデバイス認証機能があるので安心

などがあります。

そのため、小額での支払いに便利な決済方法です。

中国ではモバイル決済利用率が98%で、タクシーや飲食店など日常の決済はQRコード決済が主流となっています。

### <QRコード決済興味関心度(単一回答:QRコード決済非利用経験者対象)>



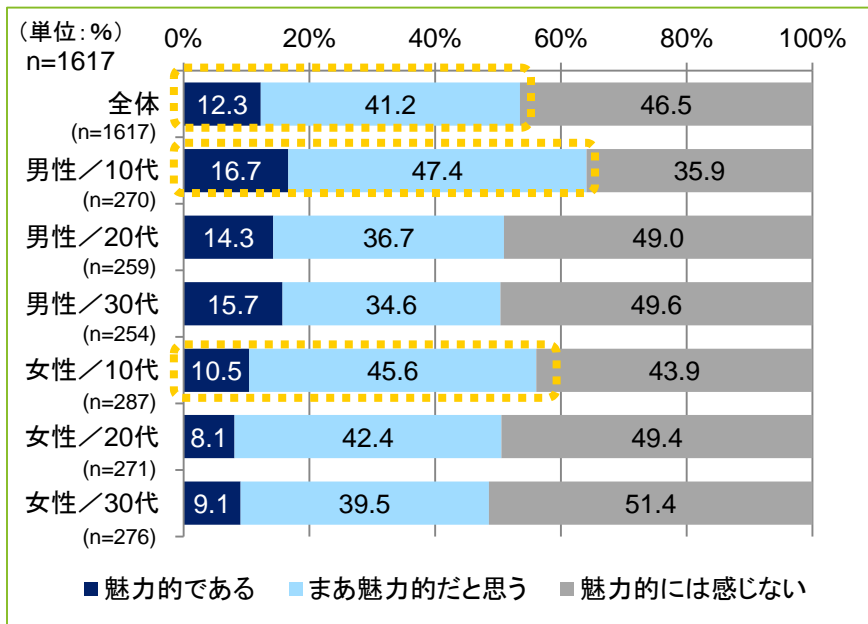
# QRコード決済の非利用経験者のうち、5割以上はQRコード決済の説明文に魅力を感じている

## QRコード決済の魅力度(説明文提示後)

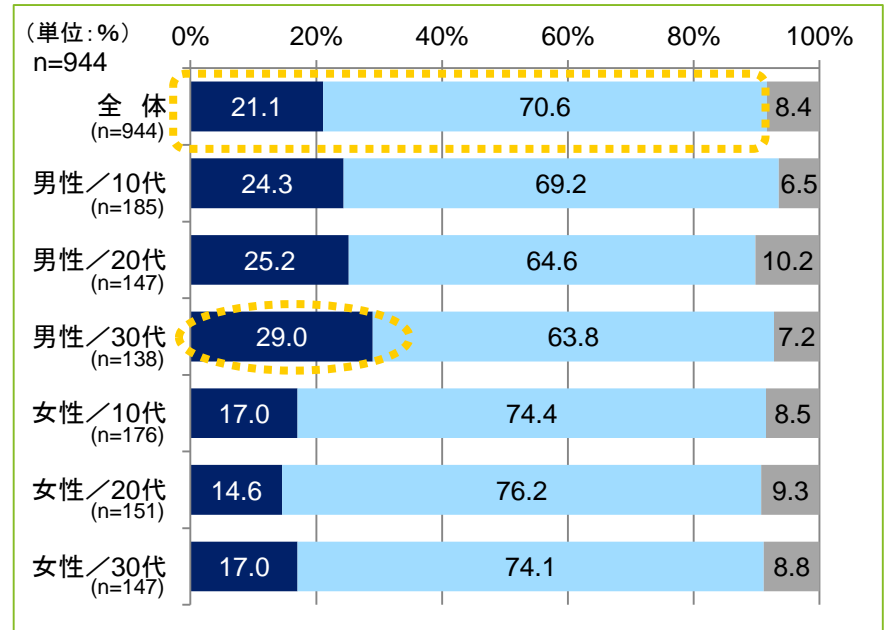
Q. (説明文をご覧になって)QRコード決済(コード決済)に対してどの程度魅力を感じましたか。  
(単一回答: QRコード決済非利用経験者対象)

- QRコード決済の説明文に対し全体的に属性の差異なく5割以上が魅力を感じている。特に、10代に多く見受けられる。
- 特に、QRコード決済の説明文に興味関心を抱いた者の中で、9割が魅力を感じており、特に男性30代は強い評価を示している。

＜QRコード決済魅力度  
(単一回答: QRコード決済非利用経験者対象)＞



＜QRコード決済魅力度  
(単一回答: 非利用経験者のうち興味関心者対象)＞



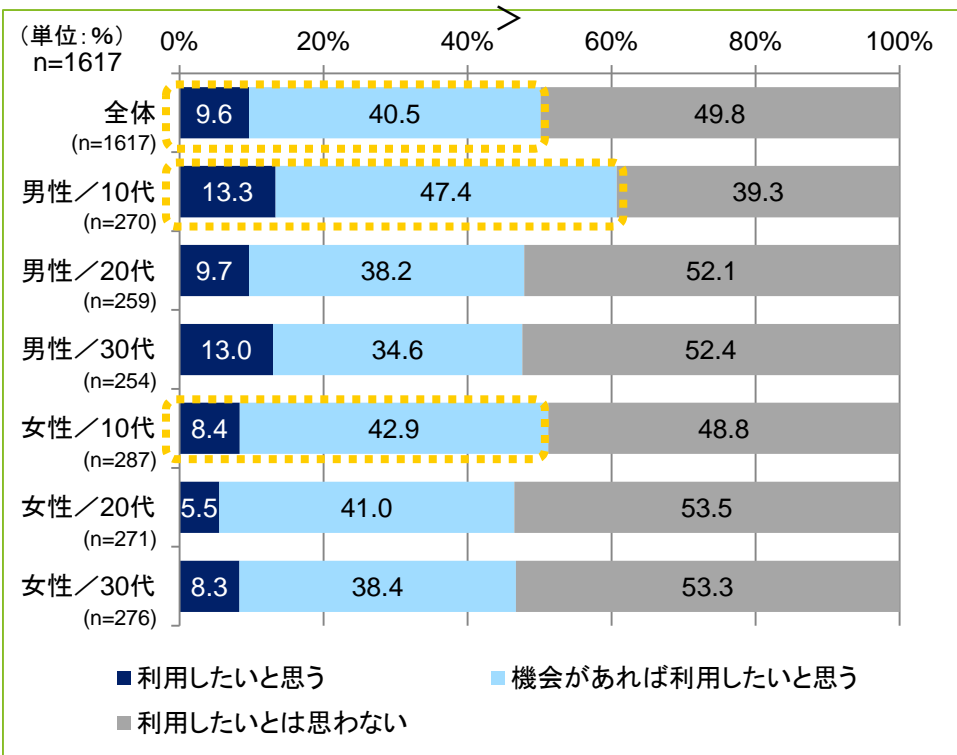
# QRコード決済利用意向は非利用経験者の5割、魅力者の中では9割を超える

## QRコード決済の今後の利用意向(説明文提示後)

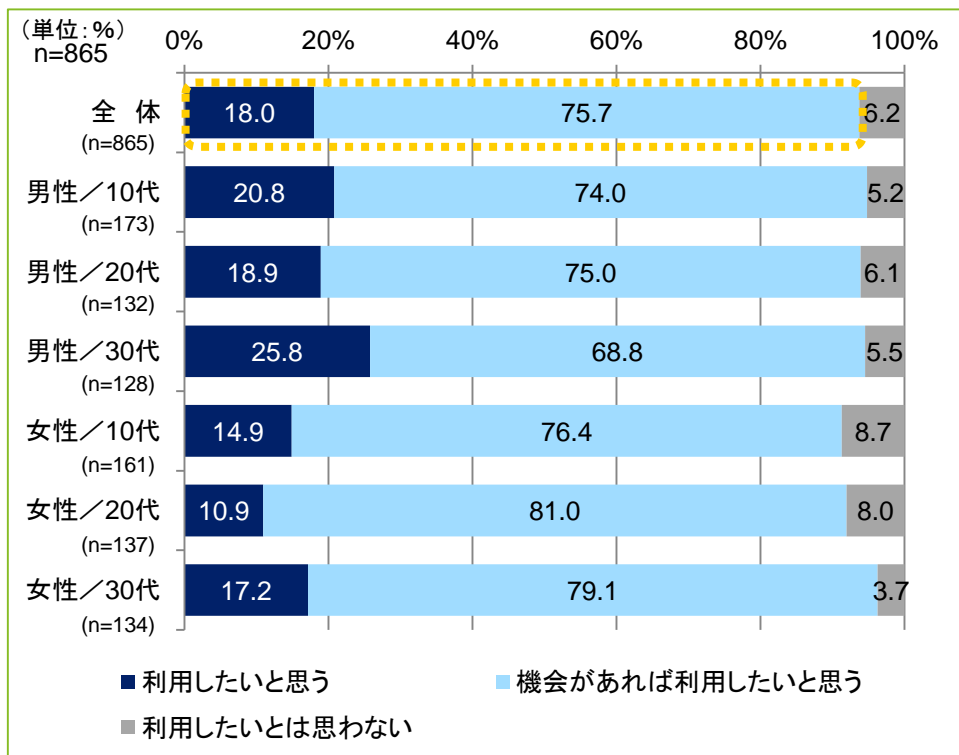
Q. (説明文をご覧になって)今後、QRコード決済(コード決済)を利用したいと思いますか。  
(単一回答:QRコード決済非利用経験者)

- QRコード決済利用意向は前向きな「利用したい」「機会があれば利用したい」といった前向きな回答が50.1%。
- 10代での利用意向が他の年代に比べて高い。

<QRコード決済利用意向(単一回答:QRコード決済非利用経験者対象)>



<QRコード決済利用意向(単一回答:非利用経験者のうち魅力者対象)>



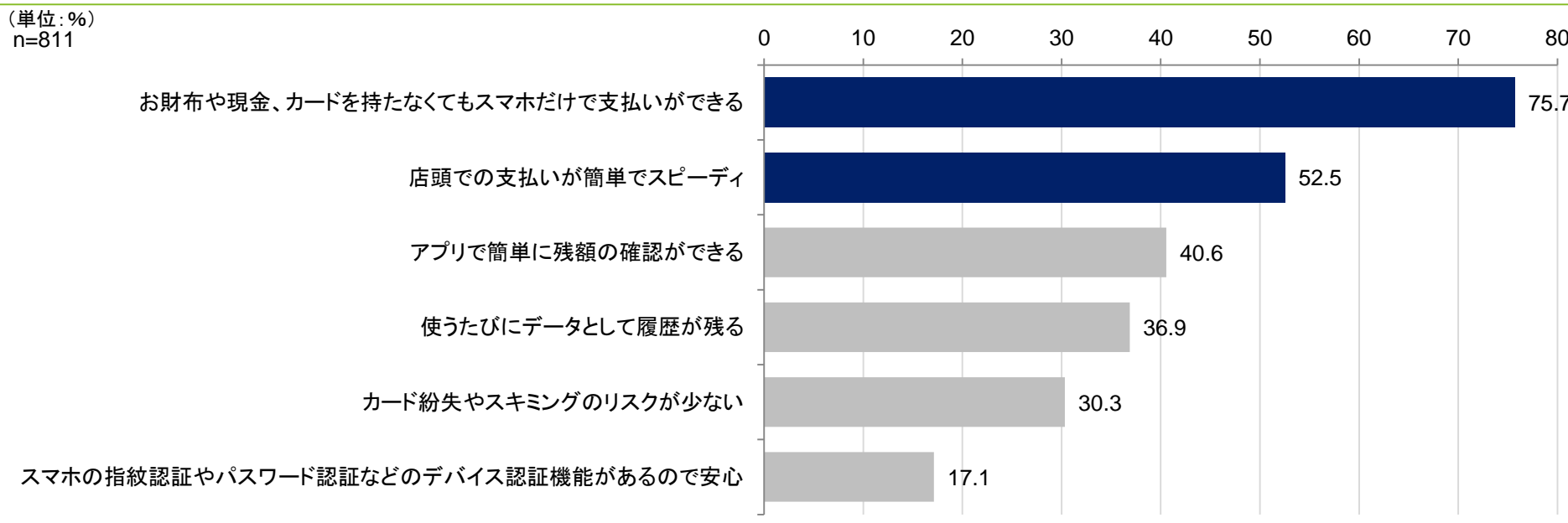
# QRコード決済の魅力因子は「現金やカードを持たなくてよいこと」 「支払いのスピーディさ」

## QRコード決済の魅力ポイント(説明文提示後)

Q. (説明文をご覧になって)QRコード決済(コード決済)に魅力を感じられた理由やポイントをお答えください。  
(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者対象)

- QRコード決済の魅力ポイントは「現金やカードを持たなくてよいこと(75.7%)」、次いで「店頭での支払いの簡単さ、スピーディさ(52.5%)」。
- 上記魅力因子は属性の差異なく共通した魅力因子となっている。
- 逆に言えば大半が「財布を持ち歩くこと」に多少なりとも不満を感じていることがうかがえる。

<QRコード決済の魅力ポイント(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者対象)>



# QRコード決済の想定利用場所は圧倒的にコンビニ、次いで食品スーパーや飲食店

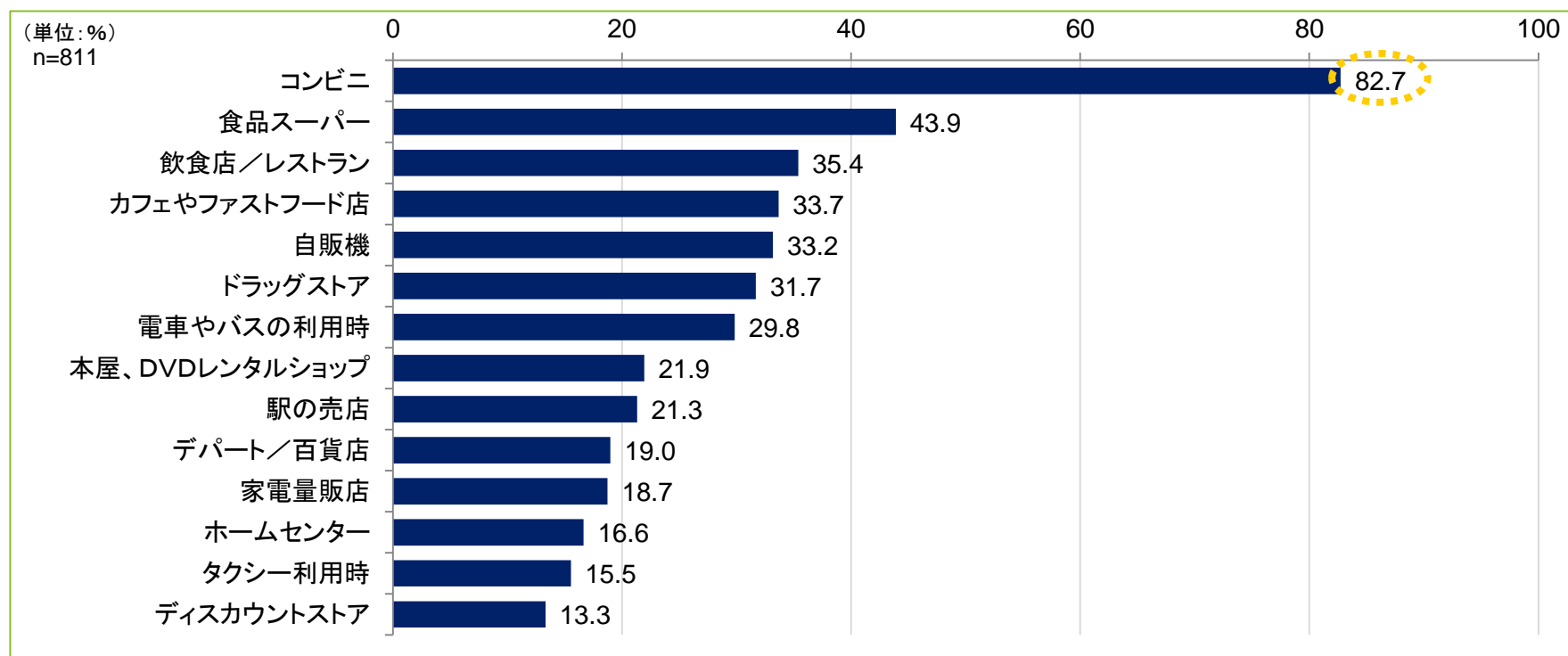
## QRコード決済の想定利用場所

Q. どんなお店や場所でQRコード決済を利用したいと思いますか。

(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者対象)

- QRコード決済の想定利用場所は属性差異なくコンビニが82.7%と圧倒的に高い。
- 次いで食品スーパーや飲食店、カフェやファストフード店といった「食べることに関連する場所」となっている。

<QRコード決済の想定利用場所(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者)>



# QRコード決済の想定利用場所は圧倒的にコンビニ、次いで食品スーパーや飲食店

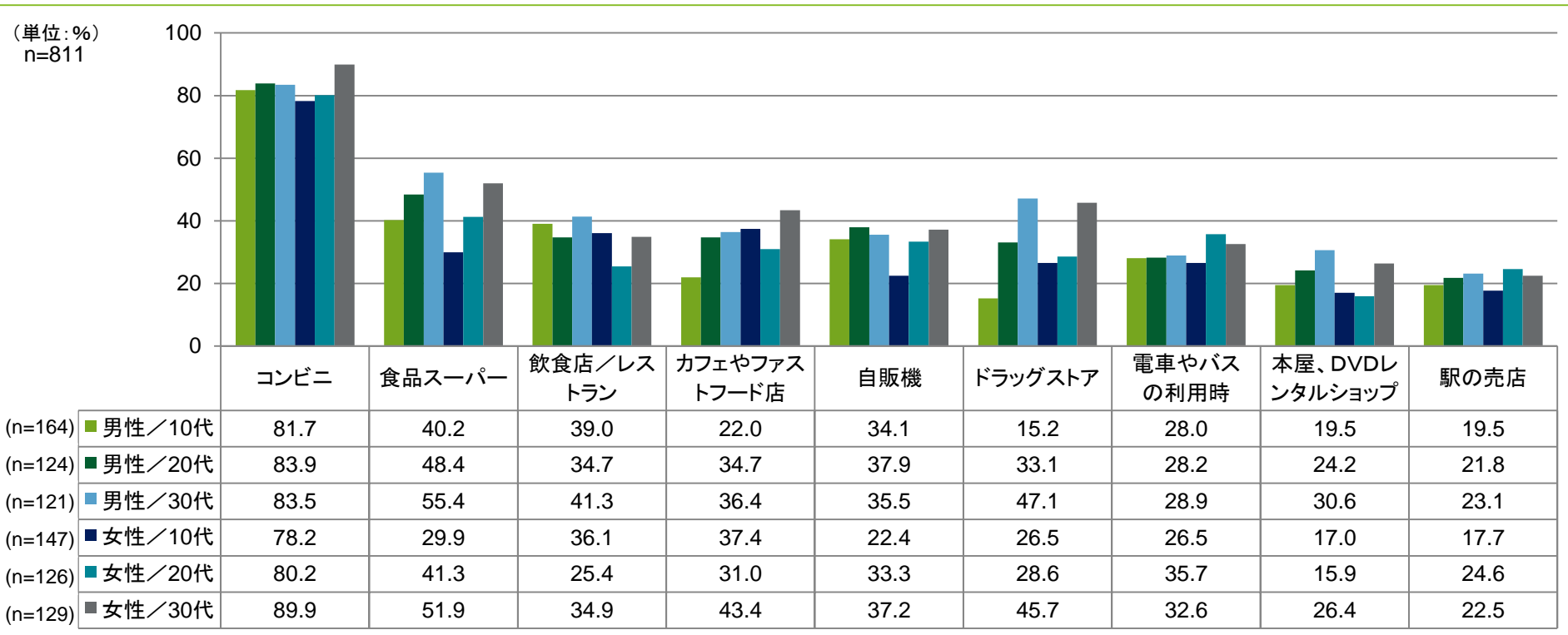
## QRコード決済の想定利用場所

Q. どんなお店や場所でQRコード決済を利用したいと思いますか。

(複数回答：QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者対象)

- QRコード決済の想定利用場所は属性差異なくコンビニが82.7%と圧倒的に高い。
- 次いで食品スーパーや飲食店、カフェやファストフード店といった「食べることに関連する場所」となっている。

<年代別QRコード決済の想定利用場所(複数回答：QRコード決済非利用経験者のうちQRコード利用意向者)>



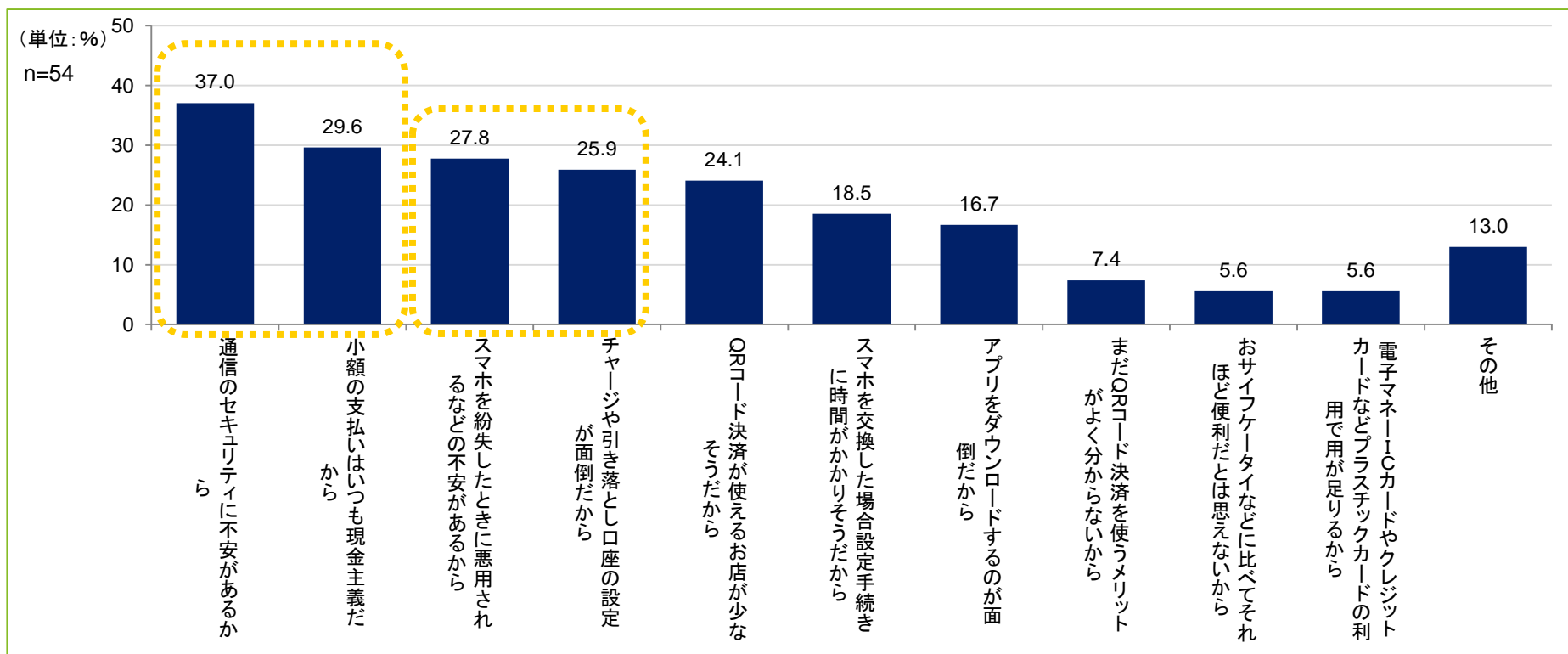
# QRコード決済の非利用意向理由のTOPはセキュリティに対する不安

## QRコード決済の非利用意向理由

Q. QRコード決済(コード決済)を利用したくないと思われた理由に近いものを全て挙げてください。  
(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうち非利用意向者対象)

- 非利用意向者の理由としては「不安だから」が強く、次いで「面倒くささ」「利用可能店舗の少なさ」が挙げられている。
- 「小額支払いは現金主義であるから(29.6%)」という習慣的な意識も高い。

<QRコード決済の非利用意向理由(複数回答: QRコード決済非利用経験者のうち非利用意向者対象)>

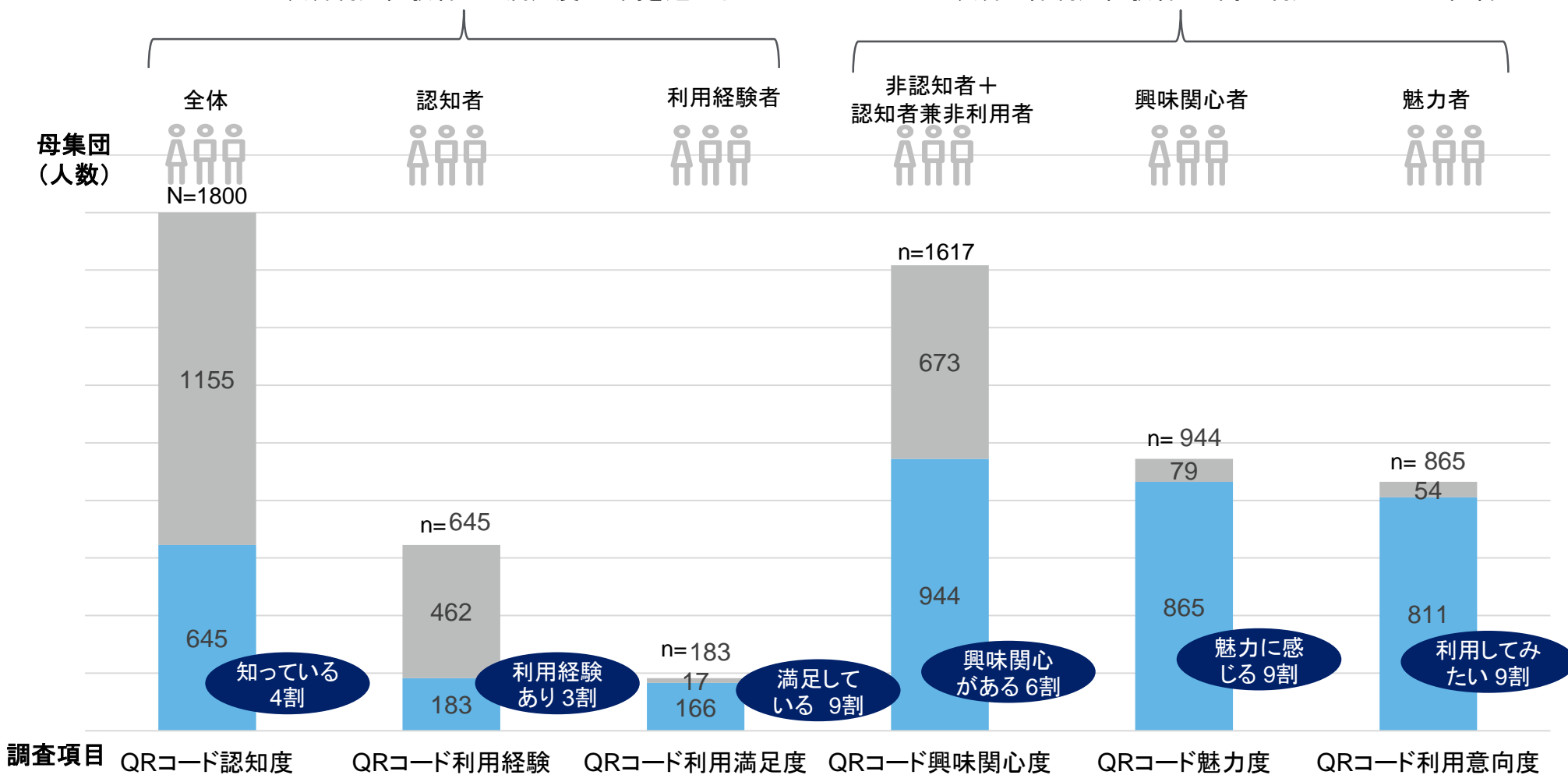




# 詳細レポートにおけるQRコード決済の認知 ～利用意向に関する母集団・割合について

QRコード決済利用経験者での満足度は9割を超える

QRコード決済の非利用経験者の5割が利用してみたいと回答



# Appendix

# 調査担当者の紹介

## 服部 邦洋 (Hattori Kunihiro)

有限責任監査法人トーマツ  
リスクアドバイザリー事業本部  
新規事業推進  
パートナー



都市銀行を経て、監査法人トーマツに入社。  
トーマツおよび米国デロイトコンサルティングLLPにて会計・人事コンサルティング、経営コンサルティングに従事。  
現在は、ビジネスアナリティクスの担当パートナーとしてデータガバナンス、データ分析コンサルティング業務を多数実施。そのほか、アナリティクス、IoT、AIを活用した業務改善や新規事業設立支援、ビジネスモデル提案など技術を活用した経営コンサルティング業務に従事している。

## 上田 綾乃 (Ueda Ayano)

有限責任監査法人トーマツ  
リスクアドバイザリー事業本部  
新規事業推進

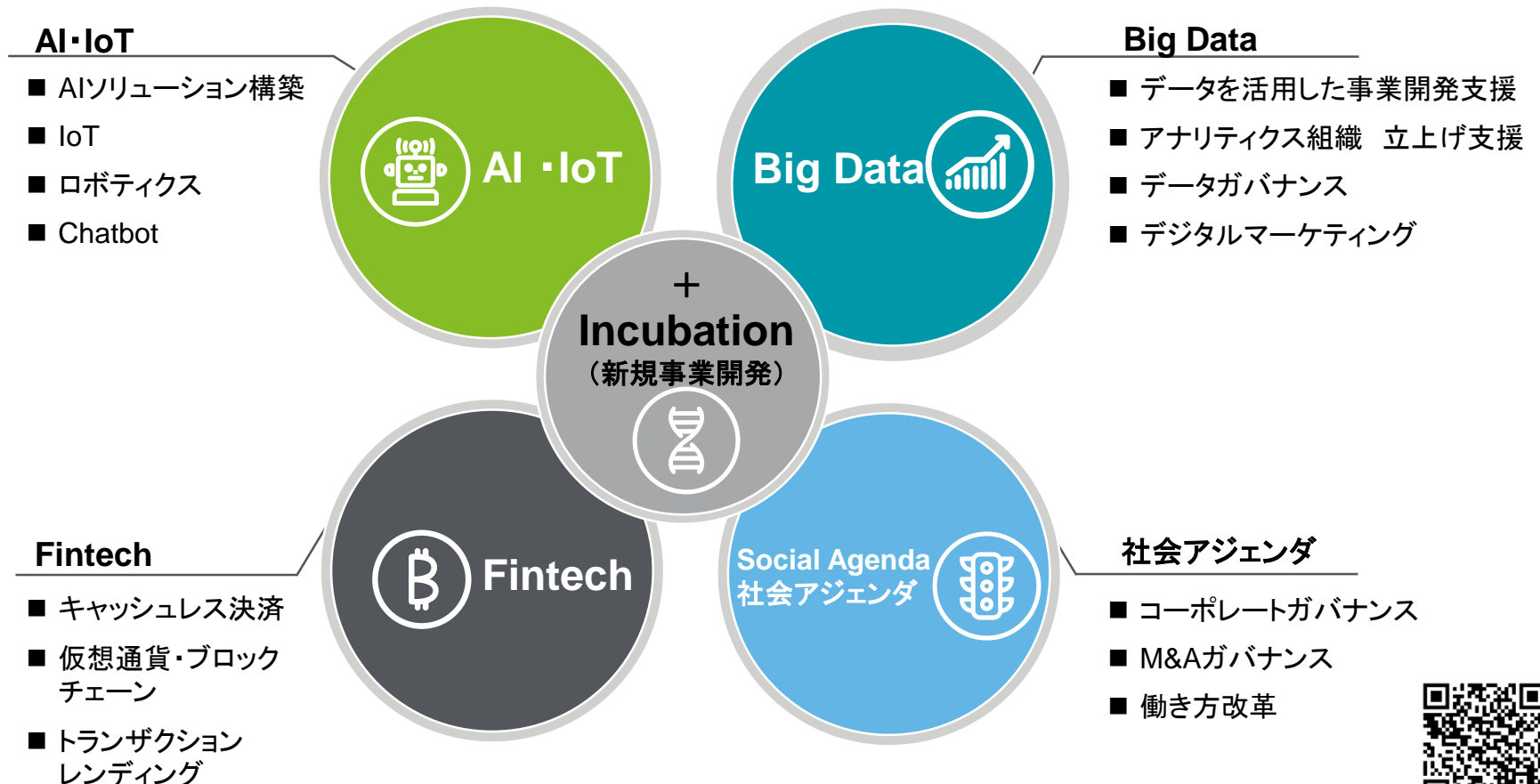


外資系金融機関を経て監査法人トーマツに入社。  
金融機関への規制対応、コンプライアンス、ガバナンスに関するアドバイザリー実績をもつ。  
現在、FinTech関連アドバイザリーとして、新規事業開発支援に従事。決済領域やブロックチェーン・仮想通貨を含む先端領域を専門とし、金融機関や事業会社、ベンチャー企業向けに法規制面を含めたビジネスモデルのアドバイザリーを手掛ける。  
翻訳・監修本に「ビジネスブロックチェーン」。

# AI、IoT、ビッグデータ、Fintech、ブロックチェーンなど、新しい技術を活用し、企業や社会のリスクを低減し、新しい価値を創造することをミッションとしています

## 当部門の推進領域

AI、データサイエンス、ガバナンス、ファイナンス、マーケティング等様々な領域の専門家が一つのチームとなり、企業や社会の課題に取り組んでおります



リスクアドバイザー 新規事業推進のWebページ: <https://www.deloitte.com/jp/ra-new-business-promotion>

# Deloitte. トーマツ.

デロイト トーマツ

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 アドバイザリー 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 アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、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提供しています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト ([www.deloitte.com/jp](http://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 アドバイザリー サービス、リスク アドバイザリー、税務およびこれらに関連するサービスを提供しています。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を含みます。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](http://www.deloitte.com/jp/about) をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異にする可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的な事案をもとに適切な専門家にご相談ください。



IS 669126 / ISO 27001