

報道関係者各位

2024年9月9日
ストライプジャパン

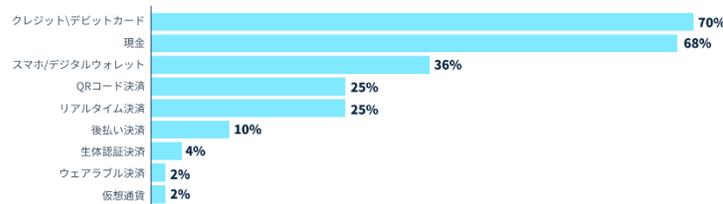
日本の今後10年のキャッシュレス決済の動向は？

Stripe、「デジタル決済の未来」に関する消費者調査を発表

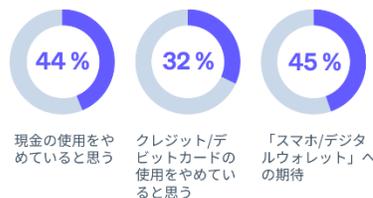
海外はより決済手段の細分化が顕著に、日本は不正利用への警戒心が最下位との結果に

様々な決済方法が利用されている昨今、企業向け経済インフラ・プラットフォームである Stripe は、この度、日本、オーストラリアとシンガポールのアジア太平洋地域 (APAC) を代表する3カ国の男女18歳以上を対象に「デジタル決済の未来」に関する消費者調査を実施し、消費者が今後10年以内に決済技術に何を求めるかを明らかにしました。日本ではQRコード決済が人気を見せるなか、海外では加速するキャッシュレス化による決済手段の細分化が進んでおり、[リアルタイム決済](#)や後払い決済 (BNPL)、生体認証決済などの新たな決済手段が受け入れられている事が明らかになりました。本リリースでは、同じ APAC 市場でも、日本、オーストラリアとシンガポールで、決済体験や決済手段に求めることの違いを比較し、示された10年後の決済意向とともに発表します。

Q. 対面でよく使用する決済方法は？3つまでお答えください



Q 10年以内に起こり得る決済の変化は？



Q オンラインでの購入体験における不満は？

- 1位 アカウント作成が必要
- 2位 配送コストが分かりにくい
- 3位 決済情報の手入力

* 3カ国 (シンガポール・オーストラリア・日本) 平均

<調査結果>

①現在と10年後の対面決済の変化

- 3カ国の市場全体でよく使用されている決済方法は「クレジット/デビットカード (70%)」で、「現金」派は68%、中でも日本市場単体では未だに「現金」が1位 (73%) に。今後、10年以内に「クレジット/デビットカード」使用が減少すると52%の人が予想。

対面でよく使う決済方法は、日本、オーストラリアとシンガポールの全体で「クレジット/デビットカード」と回答したのが70%、「現金」と回答したのが68%という結果になりました。3カ国間でも圧倒的に現金利用率が高い日本 (73%) では、現金が最も使われている決済手段となりました。日本のキャッシュレス決済比率は [39.3%](#) (2023年) と上昇傾向にあるものの、未だに現金大国であることが伺えます。なお、3カ国全体で「クレジット/デビットカード」と回答した人が7割だったにも関わらず、今後10年以内に52%まで減少し、他の決済手段をより活用することが予測されています。

- 日本は他国に比べ、対面決済に「QRコード決済」を選択している割合が圧倒的に多い (44%) 傾向に。ただし、10年後の3カ国での利用意向は平均して現在と変わらず。

日本では、「クレジット/デビットカード」と「現金」に次いで、「QRコード決済」が44%と3番目によく使われていることが明らかになりました。日本での普及率が高い理由として、日本で生み出されたQRコード自体への親しみがあるほか、各事業者のキャンペーン実施や導入のしやすさなどが考えられます。

一方で、シンガポールでは「QRコード決済」を好んで使用している人は27%、オーストラリアに至っては6%と、日本と比較すると両国では余り普及していないことが分かります。10年後の利用意向も、3カ国平均ではほぼ横這いであることから、今後爆発的な普及は見込まれていないことがわかります。日本と比べると、他の2カ国での決済手段は、より細分化されており、例えばオーストラリアでは、「スマホ/デジタルウォレット決済」がより使用されている (44%) ほか、送金完了までの時間が短く、24時間365日資金の即時送金を可能にする「[リアルタイム決済](#)」や若い世代に人気の「BNPL (後払い決済)」の利用が見られます。

- **今後 10 年以内に起こりうる対面決済の変化において「スマホ/デジタルウォレット」への期待が増加！3 カ国平均として「生体認証決済」への期待値が 12 ポイントアップする中で、日本は上昇 1 ポイントと、生体認証への期待や理解が希薄である可能性も**

10 年以内の対面決済の意向変化について調査したところ、「現金」の使用について 3 カ国平均で 44% が「やめていると思う」、そして「クレジット/デビットカード」については、32% が「やめていると思う」と回答しました。各国で比較すると、「現金」の使用中止を予想しているのはオーストラリア 45%、シンガポール 61% であるのに対し、日本は 25% と低い結果になっており、日本は現金への信頼が厚く、長期的な利用意向も高いことが伺えます。さらに、「クレジット/デビットカード」使用については、オーストラリア 35%、シンガポール 50% が「辞めていると思う」と回答したの一方で、日本はたったの 10% と大きな差があることが見受けられます。そのため、日本では今後 10 年も、「現金」と「クレジット/デビットカード」が主流の決済方法になると予測されます。

一方で、「現金」と「クレジット/デビットカード」以外で、10 年以内にどんな決済方法を選んでいくことになるかを聞いたところ、3 カ国平均で「スマートフォン/デジタルウォレット (45%)」、「QR コード決済 (26%)」、「リアルタイム決済 (25%)」、「生体認証決済 (16%)」、「ウェアラブル決済 (10%)」、「BNPL (後払い決済) (9%)」、「仮想通貨 (5%)」という結果になり、現状と比較すると、デジタル決済の細分化がより一層激しくなっていくことが伺えます。中でも「スマートフォン/デジタルウォレット」は現状の 36% から 45% と 9 ポイント上昇し、「クレジット/デビットカード」に次いで存在感がさらに増してくることが予想されます。また、3 カ国平均で「生体認証決済」が 4% から 16% へ上昇しているのに対し、日本は現状の 1% から 2% と変化はほぼ見られないという結果になりました。

対面でよく使用する決済方法 (※3つ選択)	現在 (全体)	10年以内 (全体)	現在 (日本)	10年以内 (日本)	現在 (オーストラリア)	現在 (シンガポール)
クレジット/デビットカード	70%	52%	62%	54%	78%	69%
現金	68%	44%	73%	52%	70%	60%
スマートフォン/ デジタルウォレット	36%	45%	21%	26%	44%	44%
QRコード決済	25%	26%	44%	42%	6%	27%
リアルタイム決済	25%	25%	11%	13%	16%	47%
BNPL (後払い決済)	10%	9%	5%	4%	16%	8%
生体認証決済	4%	16%	1%	2%	4%	7%
ウェアラブル決済	2%	10%	<1%	7%	4%	2%
仮想通貨	2%	5%	<1%	1%	3%	1%

赤：全体と比較して大幅に低い / 青：全体と比較して大幅に高い

② デジタル決済体験について

- デジタル決済では、3カ国平均で71%の人がオンラインでの購入体験に不満を持っている一方、日本は55%とオンライン購入による不満度が比較的低いことが判明

「[令和4年度電子商取引に関する市場調査](#)」によると、2022年の世界のEC化率は約20% (19.3%) となっており、キャッシュレス化が進むにつれて今後世界のEC化率は拡大すると予測されています。3カ国平均で94%が「オンライン上で買い物をする」と回答した中で、71%の人がオンラインでの購入体験に不満を持っていることが判明しました。ただ、日本の不満率は55%と、オーストラリア81%、シンガポール78%と比較するとどちらも約25ポイント前後も差があることから、不満が低めであることがわかります。

不満の理由として一番多かったのが、「購入前にアカウント作成が必要 (42%)」、「配送コストが分かりにくい (32%)」、「決済情報の手動入力 (26%)」、「希望の決済手段がない (17%)」、「現地通貨で表示されていない (16%)」と続き、ECでの購入において、決済前にかかる手間の多さが不満となっていることが明らかになっています。

商品やサービスをオンラインで購入する際の不満	全体	日本	オーストラリア	シンガポール
商品やサービスをオンラインで購入する際不満がある	71%	55%	81%	78%
購入前にアカウントを作成する必要がある	42%	30%	49%	45%
配送コストの記載が分かりにくい	32%	16%	44%	36%
決済情報を手動入力しないといけない	26%	19%	25%	32%
希望の決済方法がない	17%	7%	21%	24%
現地通貨での表示がない	16%	4%	23%	21%
モバイル用に対応していない	14%	6%	15%	20%
2FA (2要素認証) のエラーがよく起こる	10%	10%	10%	10%
決済の拒否がよく起こる	7%	4%	8%	9%

赤：全体と比較して大幅に低い / 青：全体と比較して大幅に高い

- **日本 (72%) はシンガポールやオーストラリア (82%) に比べると、オンライン購入への抵抗感が低いことが判明。不正利用への警戒心も日本は3カ国では最下位との結果に。**

3カ国平均として79%が「オンラインで商品やサービスを購入する際に抵抗を感じることもある」と回答しており、抵抗を感じる理由としては、「オンラインで購入前に実物を見たいから (46%)」、「不正利用が心配だから (40%)」、「返品/返金対応が難しいから (32%)」、「個人情報の安全性が信頼できないから (29%)」という結果となりました。

3カ国を比較した際、オーストラリアとシンガポールは日本よりも全体的に抵抗感が高く (日本: 72%、オーストラリア: 82%、シンガポール: 82%)、特に不正利用への警戒は日本よりも高い (日本: 27%、オーストラリア: 43%、シンガポール: 49%) ことが分かりました。ただ、日本の方が他国に比べて抵抗感が低い中でも、抵抗を感じる理由として「不正利用が心配だから (27%)」、「個人情報におけるセキュリティーの安全性が信頼できないから (22%)」という理由もあがっており、日本の社会課題でもある不正利用などのセキュリティー面で抵抗を感じる人が一定数いることが判明しました。

商品やサービスをオンラインで頻繁に購入するのに抵抗を感じる理由	全体	日本	オーストラリア	シンガポール
オンラインでの購入に抵抗を感じる	79%	72%	82%	82%
オンラインで購入前に実物をみたいから	46%	38%	51%	49%
不正利用が心配だから	40%	27%	43%	49%
オンラインの方が返品/返金が難しいと思うから	32%	24%	36%	36%
オンラインにおける個人情報の安全性を十分に信頼していないから	29%	22%	33%	31%
額の大きい取引は対面で行いたいから	27%	21%	29%	32%
実店舗でショッピングをしたいから	19%	18%	25%	16%

赤：全体と比較して大幅に低い / 青：全体と比較して大幅に高い

③ EC や決済における AI への期待

- 72% が現在「EC や決済において AI 機能が役立っている」と回答し、男性は女性よりも「AI チャットボットツール」を評価していることが判明。また、今後 EC や決済において、AI に「不正利用対策」と「レコメンドエンジン」を期待していることが明らかに。

生成 AI 過渡期の今、AI を実装している EC サイトも多く、消費者のオンラインショッピング体験の向上が期待されています。「EC や決済において AI は役立っているか」という質問に対して、3 カ国全体で 72% の人が「役立っている」と回答しました。役立っている AI 機能については、「不正利用の防止 (51%)」をはじめ、「頻繁に購入する商品のクーポンやお得情報のおすすめ (37%)」「AI チャットボットツールを利用した購入時における問題解決 (28%)」などが挙げられました。男性は女性よりも、AI チャットボットツールでの問題解決を評価しており (男性: 31%、女性: 25%)、「AI チャットボットツールを利用して商品を購入する能力」も評価していることから (男性: 16%、女性: 10%)、男性の方が女性よりも AI の活用に意欲的であることが明らかになりました。

また、3 カ国全体の 59% が、商品の購入やサービス利用で決済の際に AI がもたらす潜在的なメリットとして、「AI による詐欺や不正利用の防止」を挙げており、他にも「個人情報の保護 (56%)」、同率の 48% で「質問の解決」や「決済プロセスのスピード向上」などがありました。単なる EC での購入や決済体験の向上だけでなく、増加傾向にある不正利用や詐欺に対しての解決方法として、AI を期待している人が多いことが明らかになりました。

商品の購入やサービス利用で決済の際にAIがもたらす潜在的なメリットトップ3	全体	日本	オーストラリア	シンガポール
不正利用と詐欺の減少	59%	62%	56%	59%
個人情報の保護	56%	67%	49%	53%
決済プロセスのスピード向上	48%	47%	45%	51%
効率よく質問の解決が可能になる	48%	44%	44%	55%
返金などの取りきのスピード向上	48%	34%	50%	59%
分からない	14%	15%	19%	8%

赤：全体と比較して大幅に低い / 青：全体と比較して大幅に高い

ストライプジャパン 代表取締役のダニエル・ヘフェルナンは、次のように述べています。

「現在は現金やクレジットカード/デビットカード決済が主流ではあるものの、今後10年で、デジタルウォレットや生体認証決済、ウェアラブル決済など、様々な決済方法が市場を占めていく事が想定されており、この変化を非常に興味深く感じています。Stripeでは、この様に日々進化する決済への迅速な対応を可能にするため、決済プラットフォームのオープンエコシステム化を実現しました。」

【調査概要】

- ・調査方法：インターネットアンケート
- ・調査実施機関：YouGov
- ・調査実施期間：2024年6月18日(火)～25日(火)
- ・対象地域：オーストラリア、シンガポール、日本
- ・対象者：N=3,048 18歳以上の男女（日本はN=1,022）

#####

Stripe について

Stripeは、企業向けのファイナンシャルインフラを構築する会社です。スタートアップから世界的な大企業まで数百万社がStripeの決済プラットフォームを導入して、決済処理のみならずリアルタイムで資金をプログラム化し、収益を成長させ、新規事業展開を加速させています。サンフランシスコとダブリンに本社を持つStripeは、インターネットのGDPを拡大することを使命に掲げています。

詳しくは <https://stripe.com/jp> をご覧ください。