2026 年 11 月 26 日
株式会社 DG ビジネステクノロジー

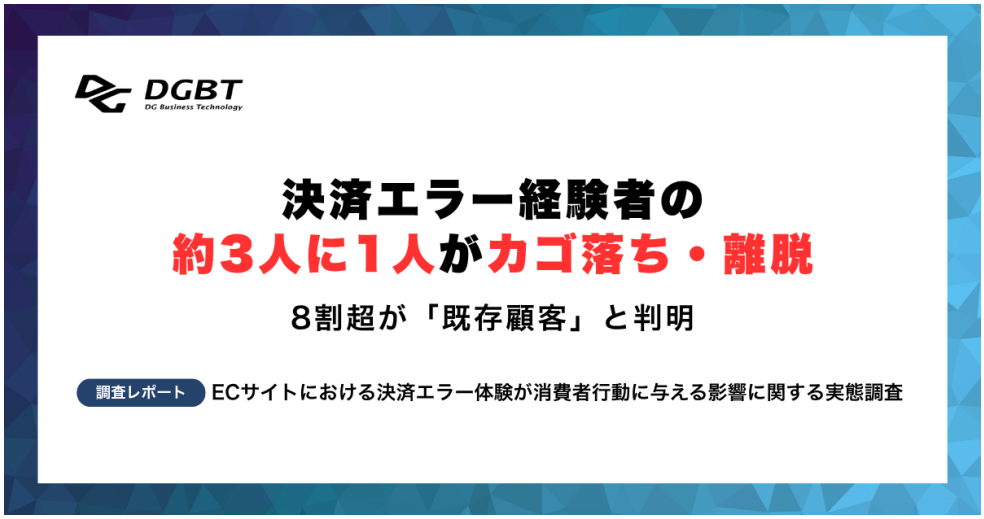
NEWS RELEASE

決済エラー経験者の約 3 人に 1 人がカゴ落ち・離脱。
8 割超が「既存顧客」と判明

～DGBT、「EC サイトにおける決済エラー体験が消費者行動に与える影響に関する実態調査」を実施～

デジタルビジネス総合支援を手掛け、不正検知・決済最適化ソリューションを提供する株式会社 DG ビジネステクノロジー（デジタルガレージグループ会社／本社：東京都渋谷区、代表取締役 兼 社長執行役員：清水 和徳、以下：DGBT）は、「EC サイトにおける決済エラー体験が消費者行動に与える影響に関する実態調査」を実施しました。

本調査では、決済エラー経験者の「その後の購買行動」をはじめ、エラー原因の把握状況や、原因不明時に消費者が抱く「責任の所在」、エラーが起きたサイトの利用経験（初めての利用か、リピート利用か）など、EC 運営における決済体験の実態を可視化しました。



■背景

「クレジットカード・セキュリティガイドライン」により、2025 年 3 月末までに全 EC 加盟店への「EMV 3-D セキュア（3D セキュア 2.0）」導入が義務付けられ、EC の不正対策は転換点を迎えました。
しかし、本人認証や不正検知の強化によって決済エラーが生じると、購入断念による機会損失につながり、とりわけ商戦期やセール期には売上に大きな打撃を与えかねません。
こうした背景から、DGBT は EC サイト利用経験者を対象に、「EC サイトにおける決済エラー体験が消費者行動に与える影響に関する実態調査」を実施しました。

■調査サマリー

・【決済エラー経験率】

EC サイト利用経験者の約 3 割（30.9%）が、直近 1 年以内に決済エラーを経験。

株式会社 DG ビジネステクノロジー 経営企画室 広報担当 Email:pr@dgbt.jp

NEWS RELEASE

・**【購入断念率】**
決済エラー経験者の約 3 人に 1 人（32.0%）が、該当サイトでの購入を断念（他サイト・実店舗への流出 13.4%、対応中の売り切れ・タイムアウト 10.2%、購入自体の諦め 8.4%）。一方、66.4%は同サイトで購入を完了。

・**【原因の把握】**
エラー経験者の 4 割超（44.7%）が「エラーの原因がわからなかった」と回答。

・**【原因の内訳】**
原因判明者の最多は「通信環境の不良」（22.1%）、次いで「カード限度額オーバー・残高不足・有効期限切れ」（18.4%）、「カード情報の入力ミス」（17.6%）と要因は分散。

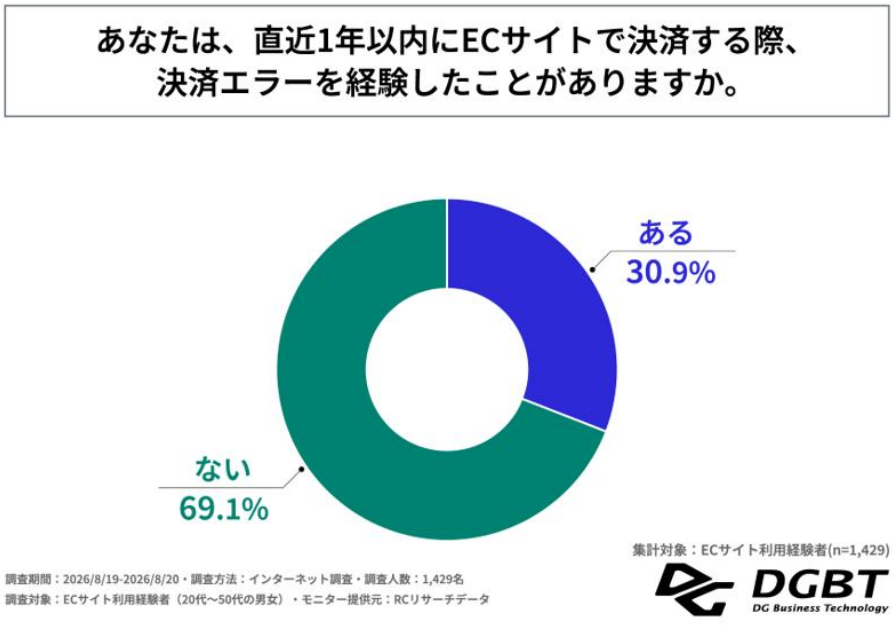
・**【責任の所在】**
原因不明だった人の 65.0%が、責任は「EC サイト側にある」と認識。

・**【顧客属性】**
エラー経験者の 8 割超（85.3%）が「既存顧客」（「定期利用・お気に入りサイト」42.6%、「過去に数回利用」42.6%）。

■調査結果詳細

1. EC サイト利用経験者の約 3 割（30.9%）が直近 1 年以内に決済エラーを経験

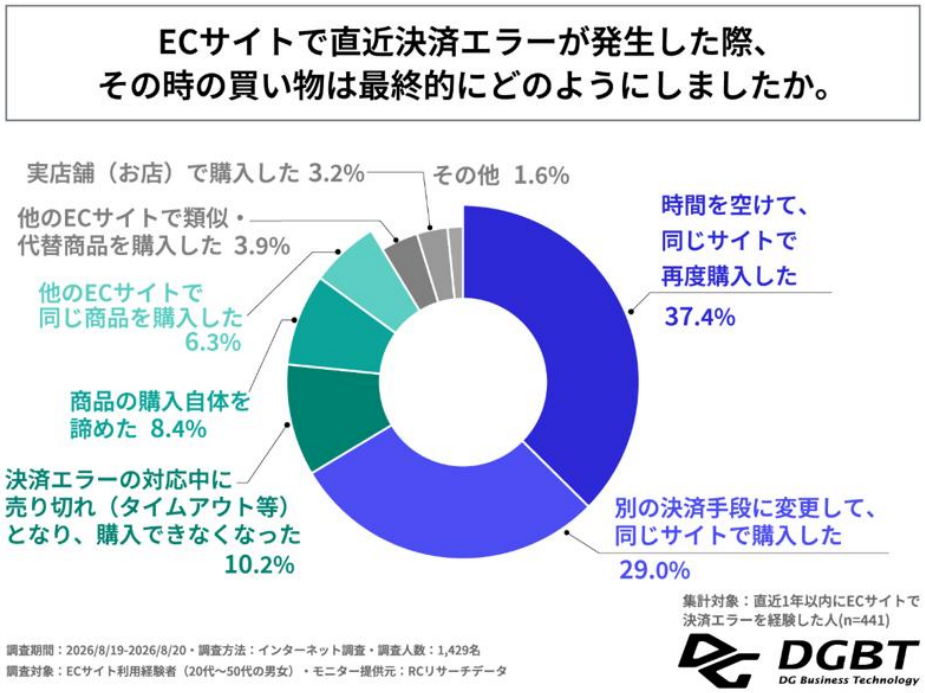
直近 1 年以内の EC サイト利用における決済エラー経験の有無を尋ねたところ、「ある」が 30.9%、「ない」が 69.1%となりました。約 3 人に 1 人が直近 1 年でエラーに直面しており、一部の利用者にとどまらない身近な課題であることがうかがえます。



NEWS RELEASE

2. エラー経験者の約 3 人に 1 人（32.0%）が該当サイトでの購入を断念。1 割超は他社へ流出

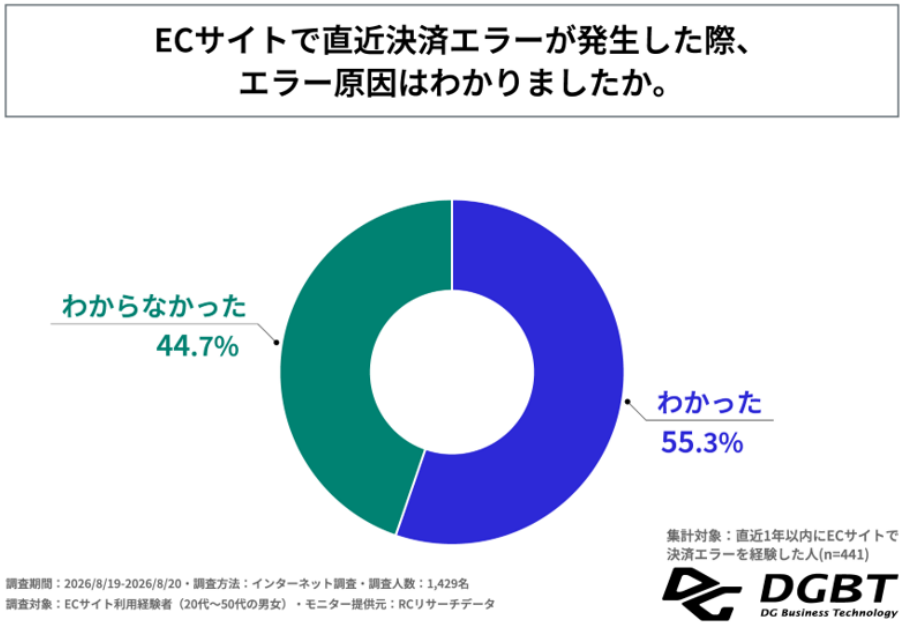
直近の決済エラー発生時の最終的な購買行動を尋ねたところ、「時間を空けて同サイトで再購入」（37.4%）、「別の決済手段に変更して同サイトで購入」（29.0%）と、計 66.4%が同サイトで購入を完了しました。
一方で、「エラー対応中に売り切れ（タイムアウト等）で購入不可」（10.2%）、「購入自体を諦めた」（8.4%）、「他 EC サイトで同商品を購入」（6.3%）、「他 EC サイトで類似・代替品を購入」（3.9%）、「実店舗で購入」（3.2%）を合わせた **32.0%（約 3 人に 1 人）が、該当サイトでの購入に至りませんでした。**特に、計 13.4%が競合サイトや実店舗へ流出しており、多様な形で機会損失が発生している構図が読み取れます。



3. 決済エラー経験者の 4 割超（44.7%）が「原因がわからず」

直近の決済エラー発生時に原因がわかったかを尋ねたところ、「わかった」が 55.3%、「わからなかった」が 44.7%となりました。半数近くが理由を把握できないままエラーに直面しており、消費者にとって原因が見えにくい状況が浮き彫りになりました。

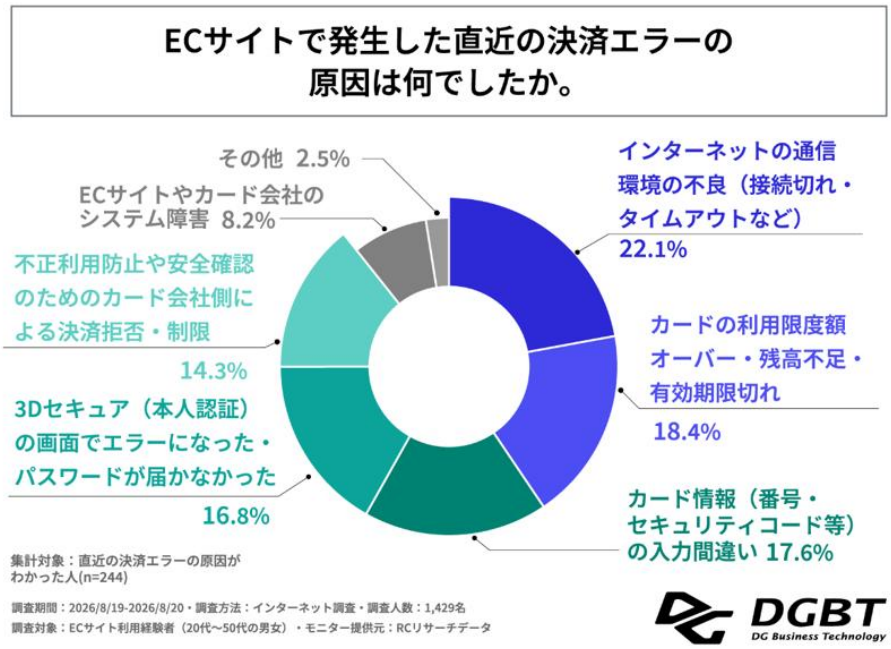
NEWS RELEASE



4. 決済エラー原因の最多は「通信環境の不良」（22.1%）。特定の要因に集中せず分散

エラー原因がわかった人に具体的な要因を尋ねたところ、1 位は「インターネットの通信環境の不良（接続切れ・タイムアウトなど）」（22.1%）、2 位は「カードの利用限度額オーバー・残高不足・有効期限切れ」（18.4%）、3 位は「カード情報（番号・セキュリティコード等）の入力間違い」（17.6%）となりました。

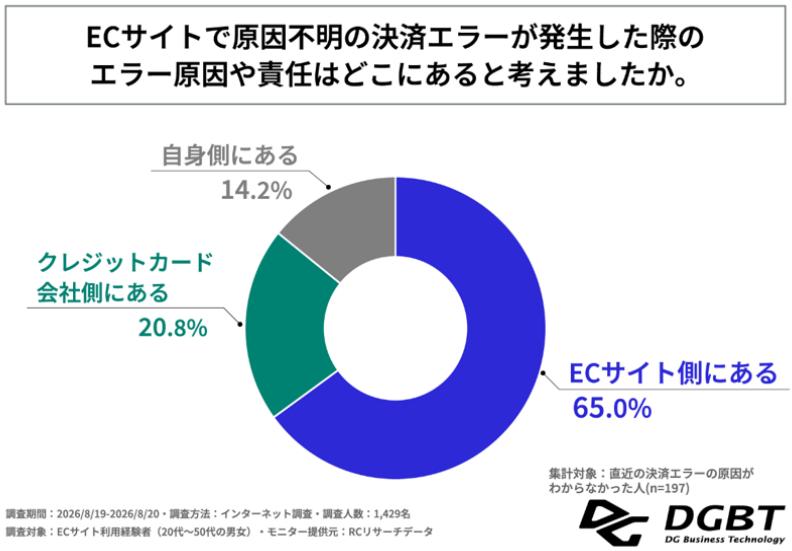
以下、「3D セキュア（本人認証）のエラー・パスワード未着」（16.8%）、「カード会社側による不正防止の決済拒否・制限」（14.3%）、「EC サイトやカード会社のシステム障害」（8.2%）、「その他」（2.5%）と続きます。通信環境から入力ミス、本人認証まで性質の異なる要因が並び、1 位でも 2 割超にとどまるなど、原因は多岐にわたっています。



NEWS RELEASE

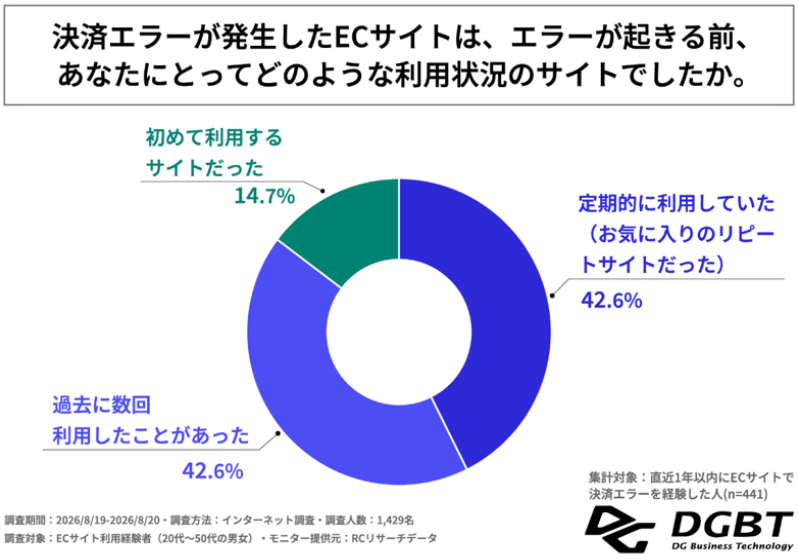
5. 原因不明だった人の 65.0%が「EC サイト側の責任」と認識

エラー原因がわからなかった人に「原因や責任はどこにあると考えたか」を尋ねたところ、「EC サイト側にある」が 65.0%で最多となり、2 位の「クレジットカード会社側にある」（20.8%）を 44.2 ポイント上回りました（「自身側にある」は 14.2%）。原因が提示されないまま決済が失敗すると、消費者からは EC サイト側の不備として受け止められやすい傾向が顕著となっています。



6. 決済エラー経験者の 8 割超（85.3%）が「既存顧客」。4 割超はお気に入りサイトで経験

エラーが発生した EC サイトの事前利用状況を尋ねたところ、「定期的に利用していた（お気に入りのリピートサイト）」と「過去に数回利用したことがあった」がともに 42.6%で並び、**合計 85.3%が既存顧客**であることが判明しました（「初めて利用するサイト」は 14.7%）。決済エラーは新規顧客だけでなく、ロイヤリティの高いリピーターの購買体験をも損なっている実態が明らかになりました。



NEWS RELEASE

■まとめ

本調査により、決済エラー経験者の約 3 人に 1 人（32.0%）が該当サイトでの購入を断念し、13.4%が他社へ流出していることが判明しました。さらに、原因不明時の 65.0%は「EC サイト側の責任」と認識され、エラー経験者の 85.3%を「既存顧客」が占めるなど、ブランド毀損やリピーター離れに直結するリスクも顕在化しています。
決済エラーの要因は多岐にわたり、消費者にも事業者にも見えにくい「サイレントな機会損失」を生み出しています。不正利用対策の強化と同時に、正当な利用者の決済体験を損なわないよう、エラーの可視化と改善に取り組むことが不可欠です。
DGBT は、決済エラーの可視化や決済承認率の改善、不正検知・セキュリティ対策の支援を通じて、安全性と購入のしやすさを両立した決済環境の構築をサポートし、EC 事業者の持続的な成長に貢献してまいります。

■本調査の監修者



関 隆進（せき たかゆき）
株式会社 DG ビジネステクノロジー プロフェッショナルソリューション本部
執行役員 本部長

ネット金融グループのクレジットカード事業会社でマーケティング、商品企画に従事した後、2011 年に SaaS 型マーケティングツールを提供するナビプラス株式会社（現 DGBT）にジョインし、経営企画等を担当。2019 年より、不正検知サービスを提供する株式会社スクデット（現 DGBT）の取締役に就任。DGBT の誕生に伴い、2025 年 4 月から現職。事業責任者としてマネジメントを担うとともに、不正対策のスペシャリストとして顧客に不正対策の支援を行う。

<コメント>

3D セキュア 2.0 の義務化を経て、EC 業界の不正対策は一つの節目を迎えました。不正対策の成果は被害額で測られますが、決済エラーで失った売上は、返金も請求も発生しないため、数字に表れません。今回の調査では、決済エラーを経験した人のうち、約 3 人に 1 人がそのサイトでの購入に至らず、8 割超を既存顧客が占めていました。
決済エラーの原因は、通信環境、カードの利用限度額や入力内容、本人認証など多岐にわたり、消費者にも事業者にも見えにくいため、自社で起きている決済エラーは、計測しない限り把握できません。不正対策と並んで、決済エラーや承認率を経営指標として見直すことが、これからの EC 運営の成功につながると考えています。

■調査概要

調査期間：2026 年 8 月 19 日～2026 年 8 月 20 日
調査方法：インターネット調査
調査対象：EC サイト利用経験のある 20 代～50 代の男女
調査人数：1,429 名（うち、直近 1 年以内の EC サイトにおける決済エラー経験者：441 名）
モニター提供元：RC リサーチデータ
※回答比率は小数点第二位を四捨五入しているため、回答比率の合計は 100.0%にならない場合があります。
また、端数処理の関係上、内訳の単純合算と合計値が一致しない場合があります。

NEWS RELEASE

■調査実施会社

【株式会社 DG ビジネステクノロジー】https://www.dgbt.jp/

デジタルガレージグループのデジタルビジネス総合支援企業。戦略策定からデジタルマーケティング、セキュリティ、データ活用など、コマースやデジタルビジネスのあらゆるプロセスを包括的に支援し、事業者の成長を後押しします。また、決済事業を展開する株式会社 DG フィナンシャルテクノロジーとの両輪体制で、事業者のビジネス最大化と経営基盤の強化を推進します。

【セキュリティ・不正対策ソリューションについて】https://www.dgbt.jp/solutions/fraud-detection

DGBT は、サイバー攻撃対策から不正利用の削減、決済承認率の改善まで、EC 事業者のセキュリティ対策をトータルに支援しています。「クレジットカード・セキュリティガイドライン」6.0 版で求められる「カード情報保護対策」と「不正利用対策」に対応するソリューションを幅広く取り揃え、事業者の状況や要望にあわせて最適な対策を提案します。

＜主な提供サービス＞

・脆弱性診断サービス：セキュリティエンジニアによる手動のスポット診断から、ツールによる継続・定額型の診断まで対応

・不正検知サービス：AI を活用し、決済時の不正利用だけでなく、不正会員登録や不正ログインなどさまざまな不正を検知

・決済モニタリングサービス：決済エラーや 3D セキュア導入前後の変化を可視化し、決済承認率の改善を支援

不正対策の基礎知識や最新動向は、セキュリティ情報サイト「不正検知ナビ」で発信しています。