

ポストコロナのリテール決済

(決済の未来フォーラム資料)

2020年7月30日

一般社団法人Fintech協会 代表理事 会長

株式会社インキュリオン 代表取締役社長

丸山弘毅

Infcurion

インフキュリオンは決済×テクノロジーで強みを発揮する事業創造カンパニー。
テクノロジーの力でキャッシュレス社会を実現し、社会に新しい価値と利便性の創出を目指す

共創コンサルティング型
(大企業とともに実現)

Infcurion

CardWave

決済専門メディア

(株) インフキュリオン コンサルティング

投資型
(有カベンチャーとともに実現)

Fintech分野を中心に支援

自社サービス型

(スタートアップとして前例がなくとも自ら行動)

決済センター・決済ウェア

Anywhere



(株) リンク・プロセッシング

貯金アプリ (銀行API接続)

Finbee



(株) ネストエッグ

QR決済ゲートウェイ



(株) アダプトネットワークス

BaaS基盤・デジタルウォレット



(株) インフキュリオンデジタル

Wallet Station
SLIDE

緊急事態宣言前後における利用者アンケートの紹介

<調査方法>

調査手法：インターネット調査

調査地域：全国

対象者：16～69歳男女

対象人数：20,000人

調査期間：2020年6月29日～2020年6月30日

<調査内容>

- ✓ クレジットカードの保有・利用
- ✓ デビットカードの保有・利用
- ✓ プリペイドカードの保有・利用
- ✓ 電子マネーの保有・利用
- ✓ QRコード決済アプリの保有・利用

- ✓ 「キャッシュレス・ポイント還元」による行動変化
- ✓ 外出自粛による買い物行動変化
- ✓ 外出自粛による金融デジタルチャネル利用の変化

報道関係者各位

2020年7月15日
株式会社インフキュリオン

QRコード決済の利用率は48%。
外出自粛期間の影響で、約30%が消費行動に変化
インフキュリオン、「決済動向2020年6月調査」を発表

株式会社インフキュリオン（本社：東京都千代田区、代表取締役：丸山弘毅）は、新型コロナウイルス感染拡大や2020年6月に終了した「キャッシュレス・消費者還元事業（※）」に伴う、キャッシュレス決済利用の変化を調査しました。

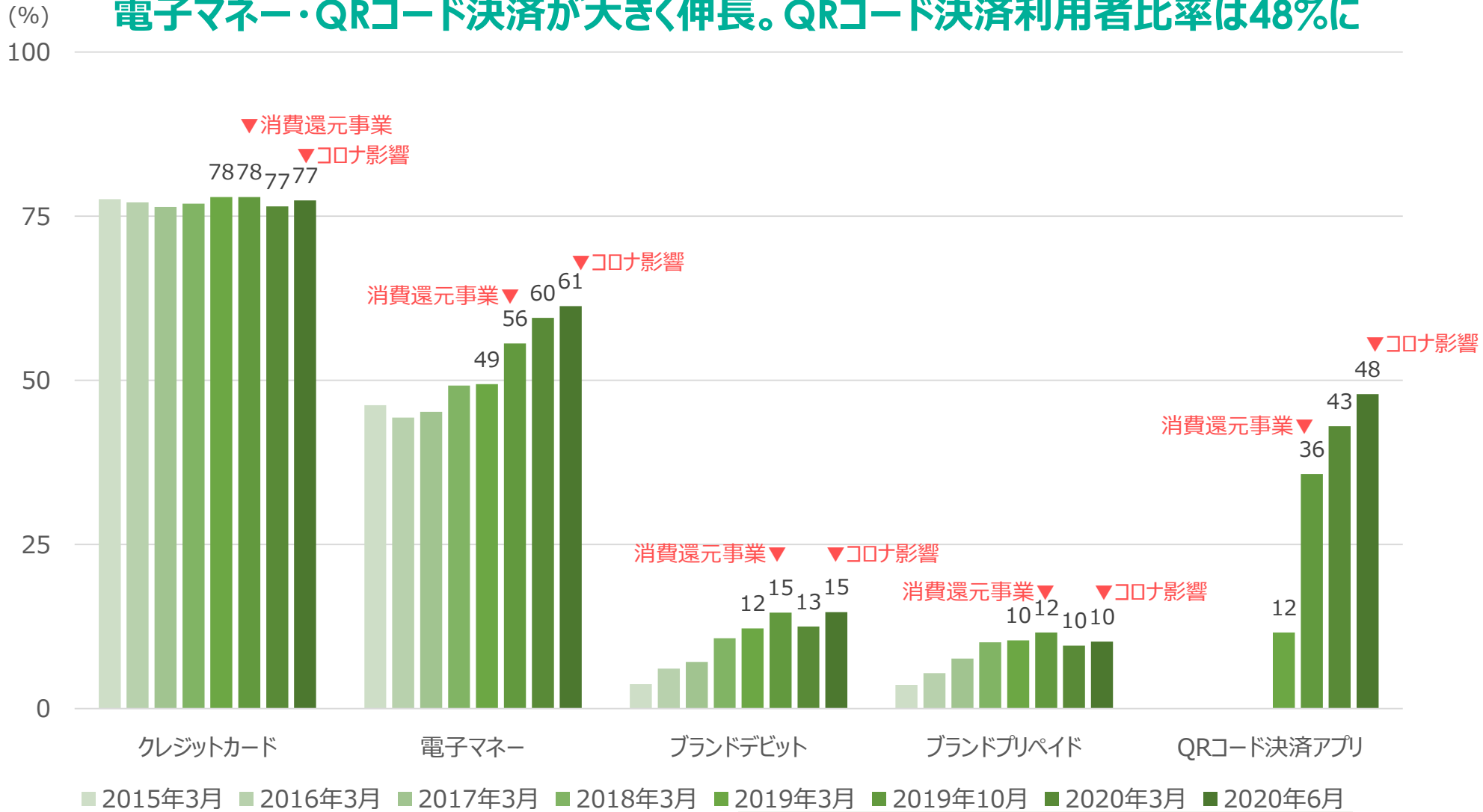
調査では、全体の半数の方がQRコード決済を利用していることが分かりました。また、キャッシュレス決済はポイント等の特典が有利だからという点に加え利便性への評価が高く、今後もキャッシュレス決済を利用すると回答した方が現金と併用派と合わせて約80%でした。政府が推進する「キャッシュレス・消費者還元事業」が終了しても、継続して利用する方が多い結果となりました。

そして、3月以降の、新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛要請期間中には、31%の方に消費行動の変化が見られました。特にオンラインでの食材購入や料理の宅配・出前注文が人気でした。さらに期間中、「銀行口座の残高・明細確認」や「銀行口座からの振込・振替」の際に、金融デジタルチャネルの利用が増加しました。

（※）2019年10月1日の消費税率引き上げに伴い、需要平準化対策として、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の9カ月間に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業です。（キャッシュレス・消費者還元事業のWebページより）

キャッシュレス利用状況の推移（当社アンケート調査）

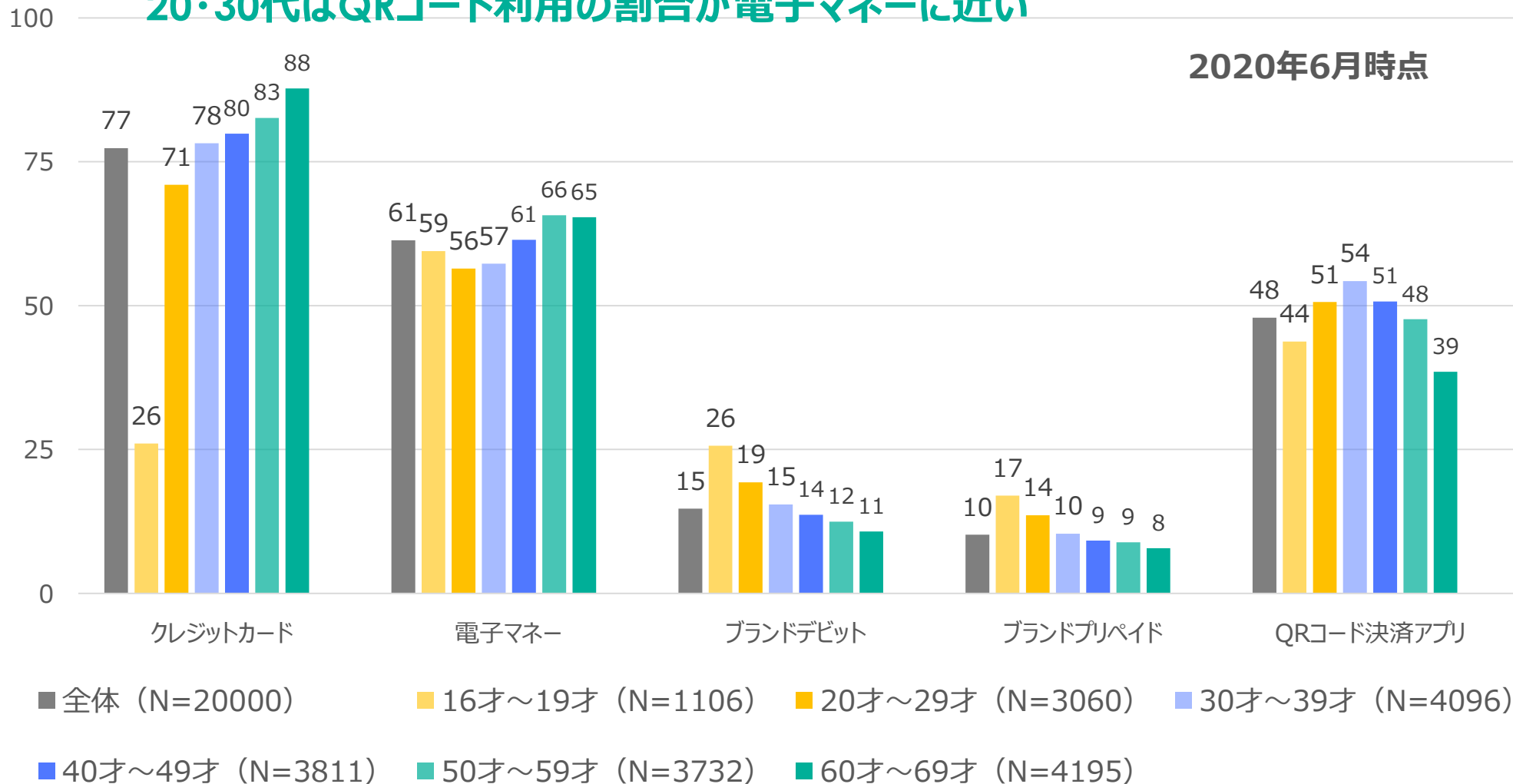
利用者が「利用している」と回答した決済手段（複数回答）は
電子マネー・QRコード決済が大きく伸長。QRコード決済利用者比率は48%に



直近4回は3か月～半年ごとに実施

年代別キャッシュレス利用状況（当社アンケート調査）

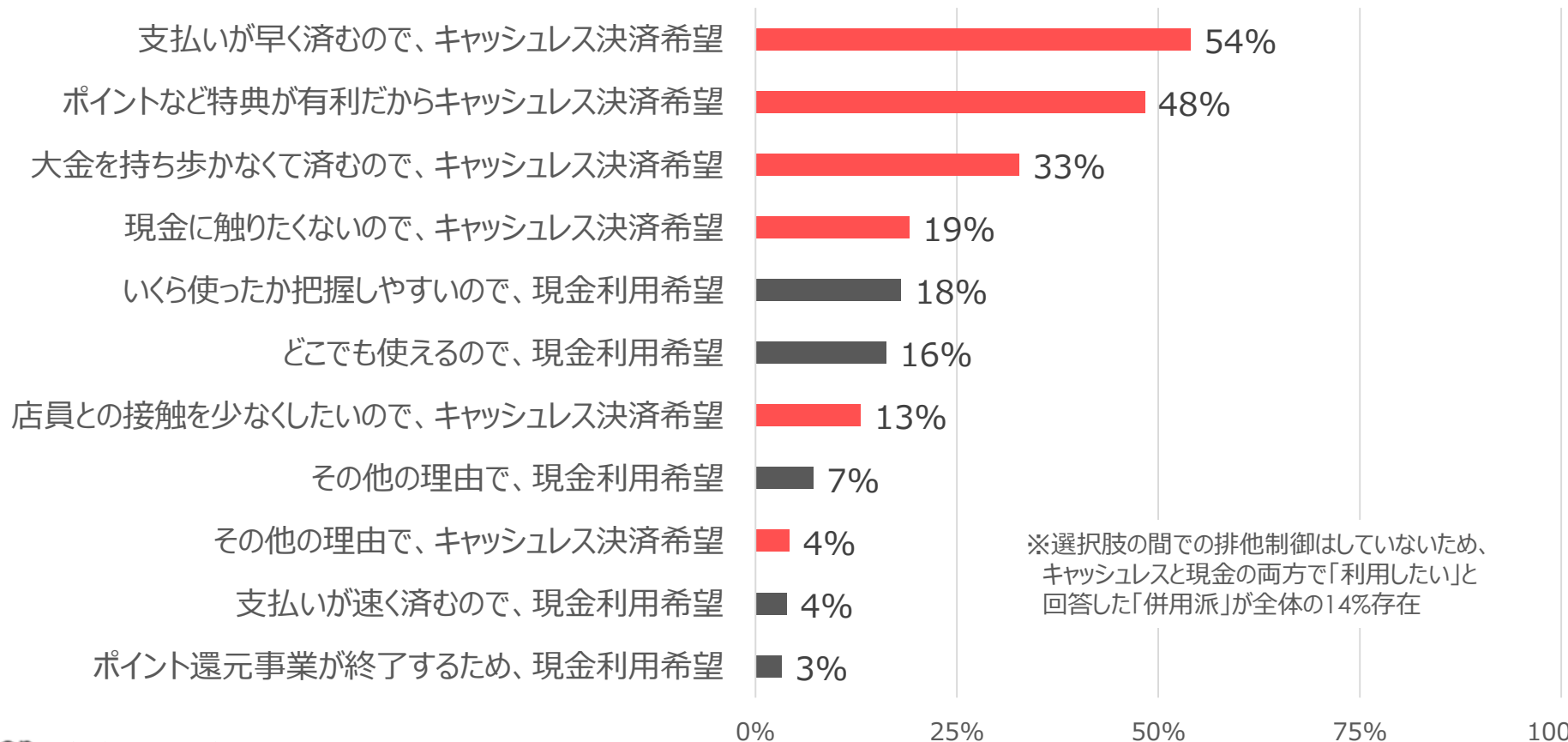
高齢層ほどクレジット・電子マネーが多いが、QRコード利用も低くない
若年層（特に10代）は電子マネー・デビット・プリペイドが相対的に高い
20・30代はQRコード利用の割合が電子マネーに近い



今後のキャッシュレス決済の利用意向（当社アンケート調査）

支払いの早さからキャッシュレスの評価が高い。また、消費者の約5人に1人は新型コロナに伴う現金回避があり、店員との接触回避の意向も出ている

あなた自身の今後のキャッシュレス決済と現金の利用についてうかがいます。
キャッシュレス決済と現金の利用のうち、利用したいものとその理由について、あてはまるものをすべてお答えください。



外出自粛による買い物行動変化（当社アンケート調査）

外出自粛により、31%の人の消費行動に変化。

ECの伸長だけでなく、OMO（オンラインによるオフラインの融合）も利用増も顕著

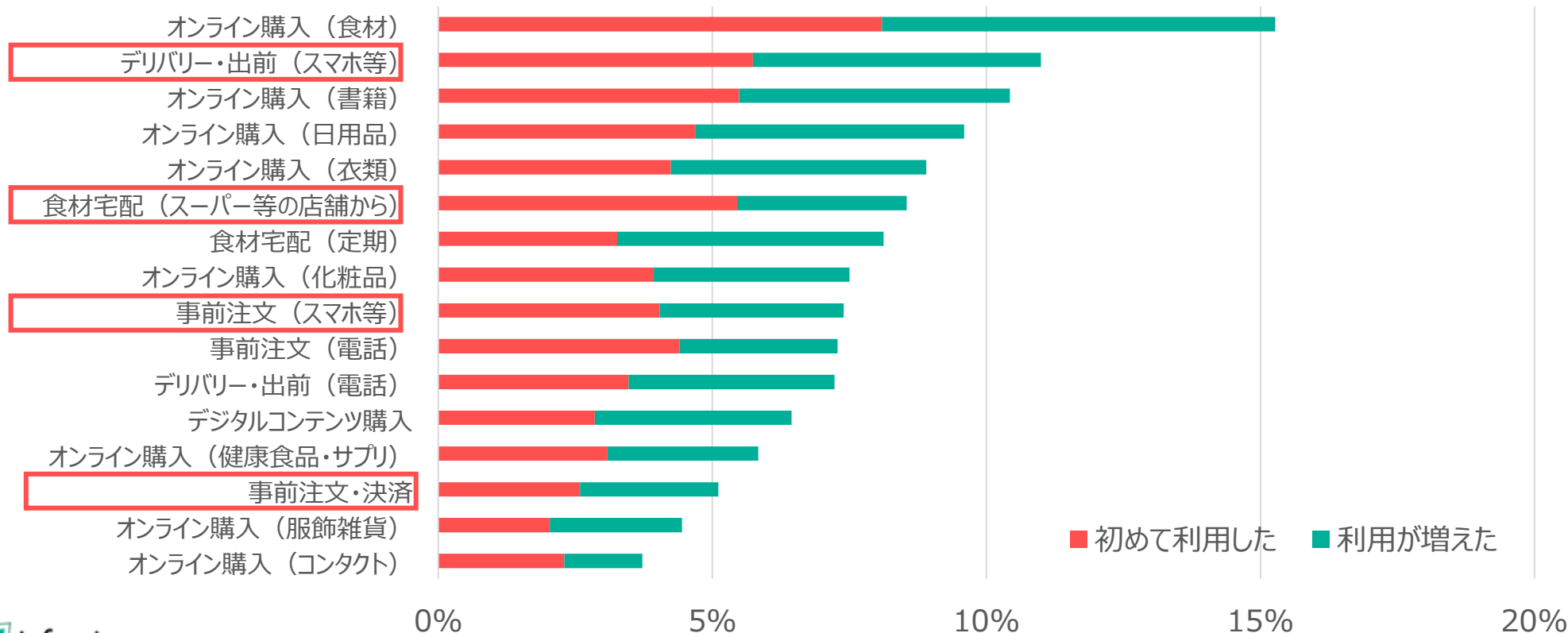
3月以降の、新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛要請の期間中に、**あなた自身の買い物のやり方に変化はありましたか。**

69%
変化なし

31%
変化あり

外出自粛期間中に**初めて利用**したものがあればお答えください。

また、自粛以前から利用したことがあるもので、外出自粛期間中に**利用が増えた**ものがあればお答えください。



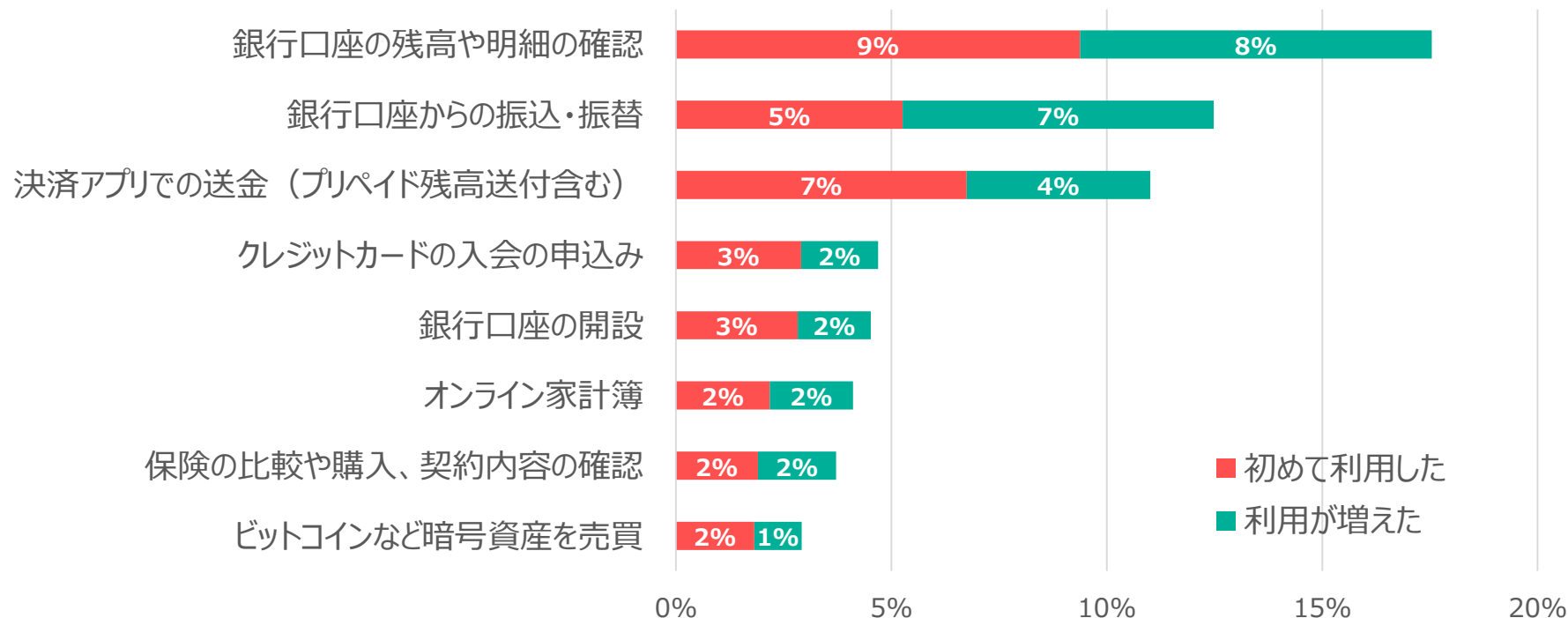
外出自粛による金融デジタルチャネルの利用の変化（当社アンケート調査）

**銀行口座の残高・明細確認は17%の人が利用増。
銀行振込・振替の利用増12%に対し、決済アプリでの送金の利用増11%が接近**

新型コロナウイルス感染拡大防止のための**外出自粛要請の期間中**に、**スマートフォンやパソコンでの金融サービスの利用**に変化はありましたか。

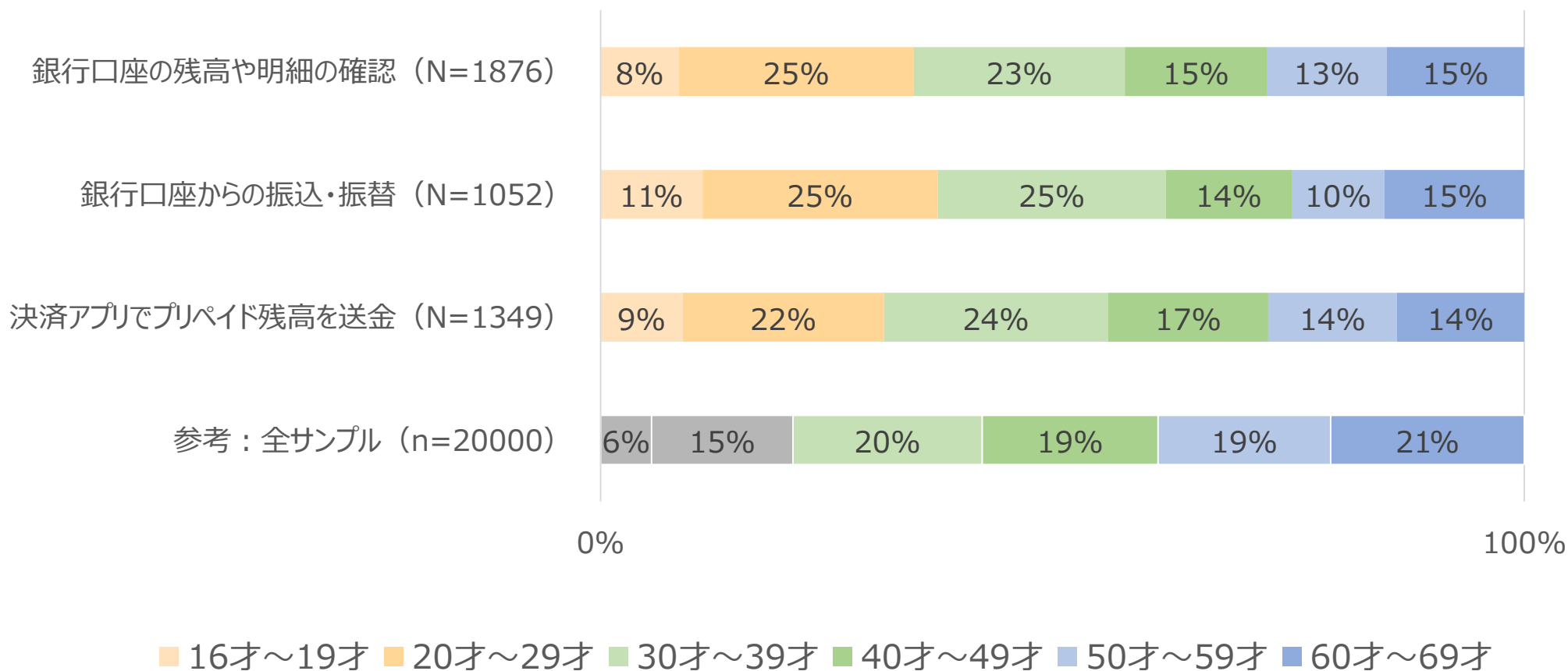
初めて利用したものがあればお答えください。

また、以前から利用していたもので、**利用が増えた**ものがあればお答えください。



金融デジタルチャネルの新規利用者年代別構成（当社アンケート調査）

ボリュームゾーンは20代と30代だが、
50才以上が新規利用者の約3割近くまで占めている点も要注目



オンライン・オフライン融合の事例

事前オーダー・決済、デリバリーにおける非対面決済などが広がっている



(出所) Showcase Gig社HPより画像引用



(出所) マクドナルド公式アプリより画像引用



(出所) 各社HPより

コロナ禍を踏まえた直近の動き

アメリカではスーパー最大手クローガーが、4月にピックアップ専用ストアをオープン
国内でもピックアップ式は注目されつつある



テークアウトで利用するスマートロッカー (出所: Showcase Gig)

オンラインとオフラインの融合、行動導線のシームレス化



予約・事前認証



自動決済・無人店舗



会員証・電子レシート



事前注文・決済

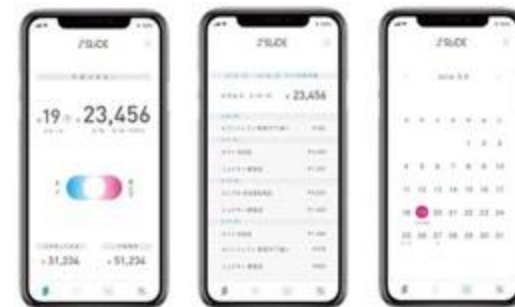


ピックアップストア



テックアウトで利用するスマートロッカー (出所: Showcase Gig)

支払タイミング指定・変更



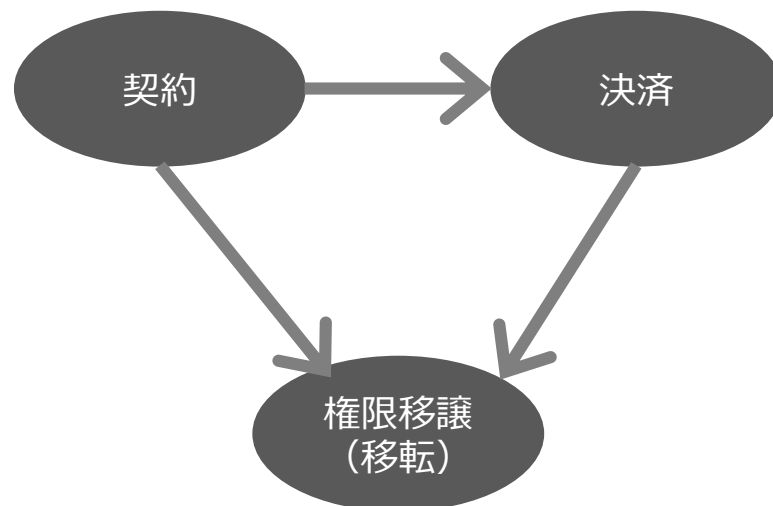
出所：各社ホームページ等から画像引用

今後の論点 ①認証・決済はどこまで繋がるか

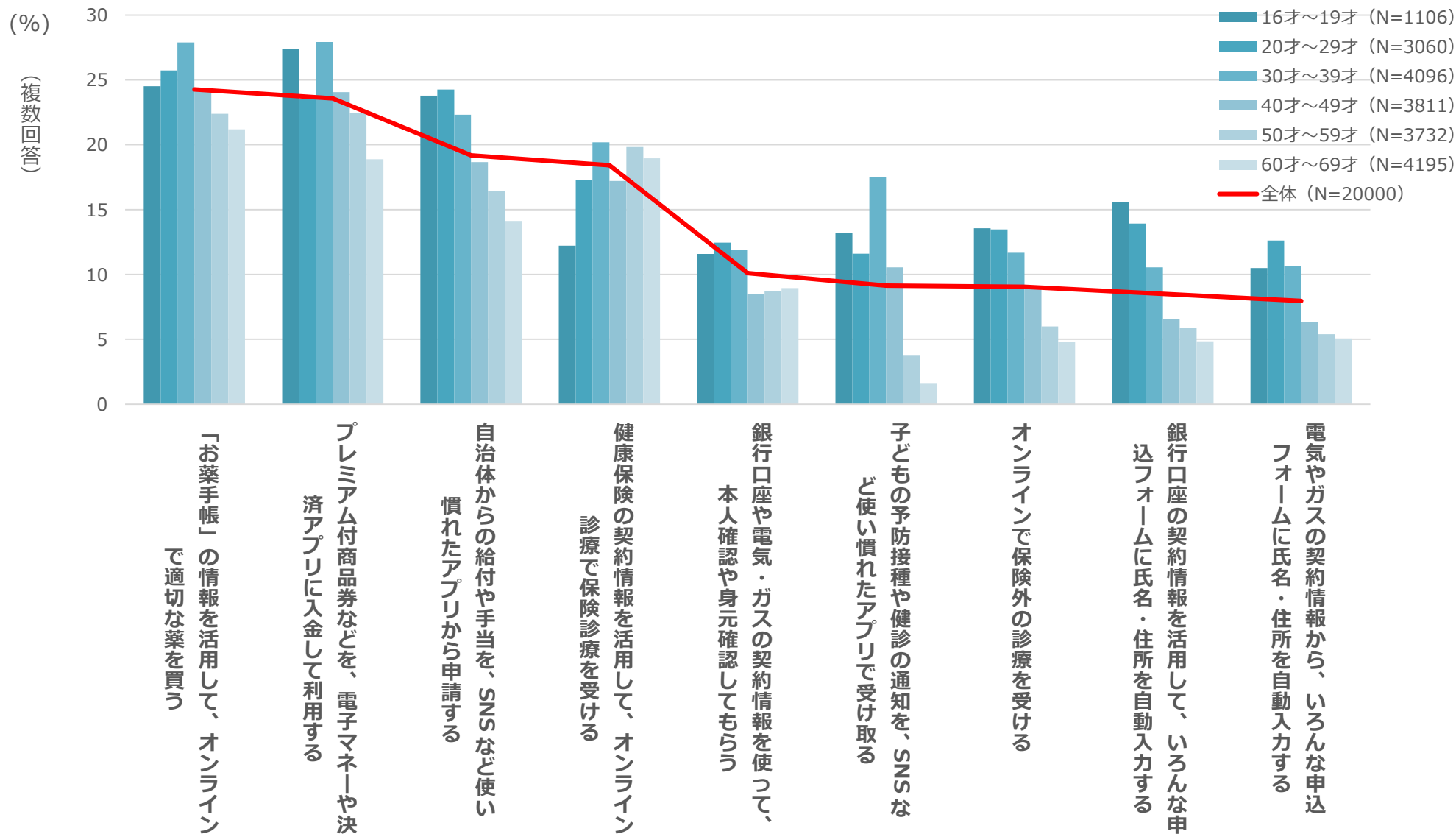
オンラインとオフラインの境界はなくなり、日常行動と金融行動の垣根もなくなりつつある。認証・決済はこの共通接点とも言える。

- 認証・決済の情報は、どこまで繋がるべきか

- 権利の付与・移転も考慮必要
(おつかい、ピックアップ受取など)

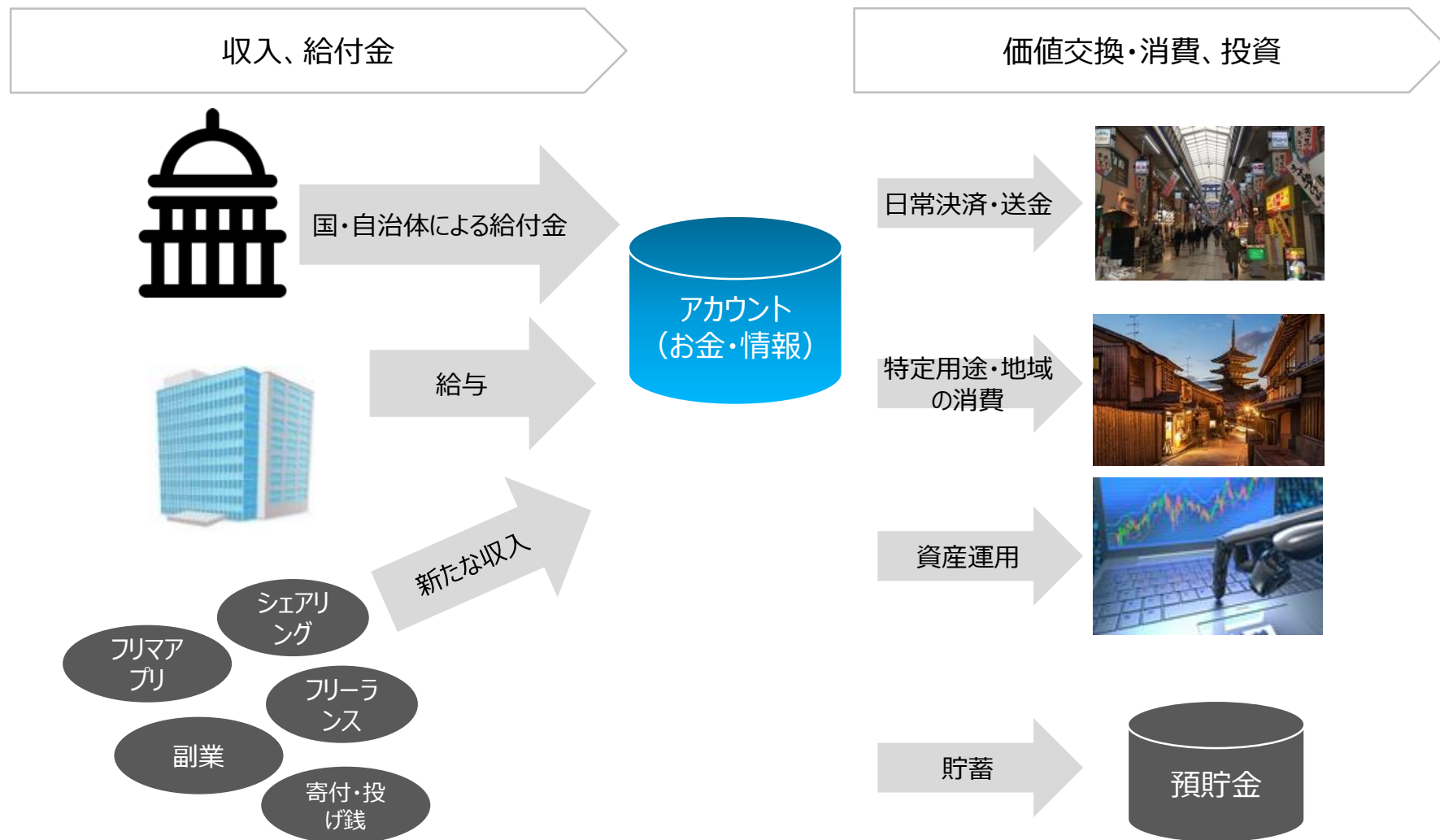


(ご参考) デジタル公共サービスへの期待 (当社アンケート調査)



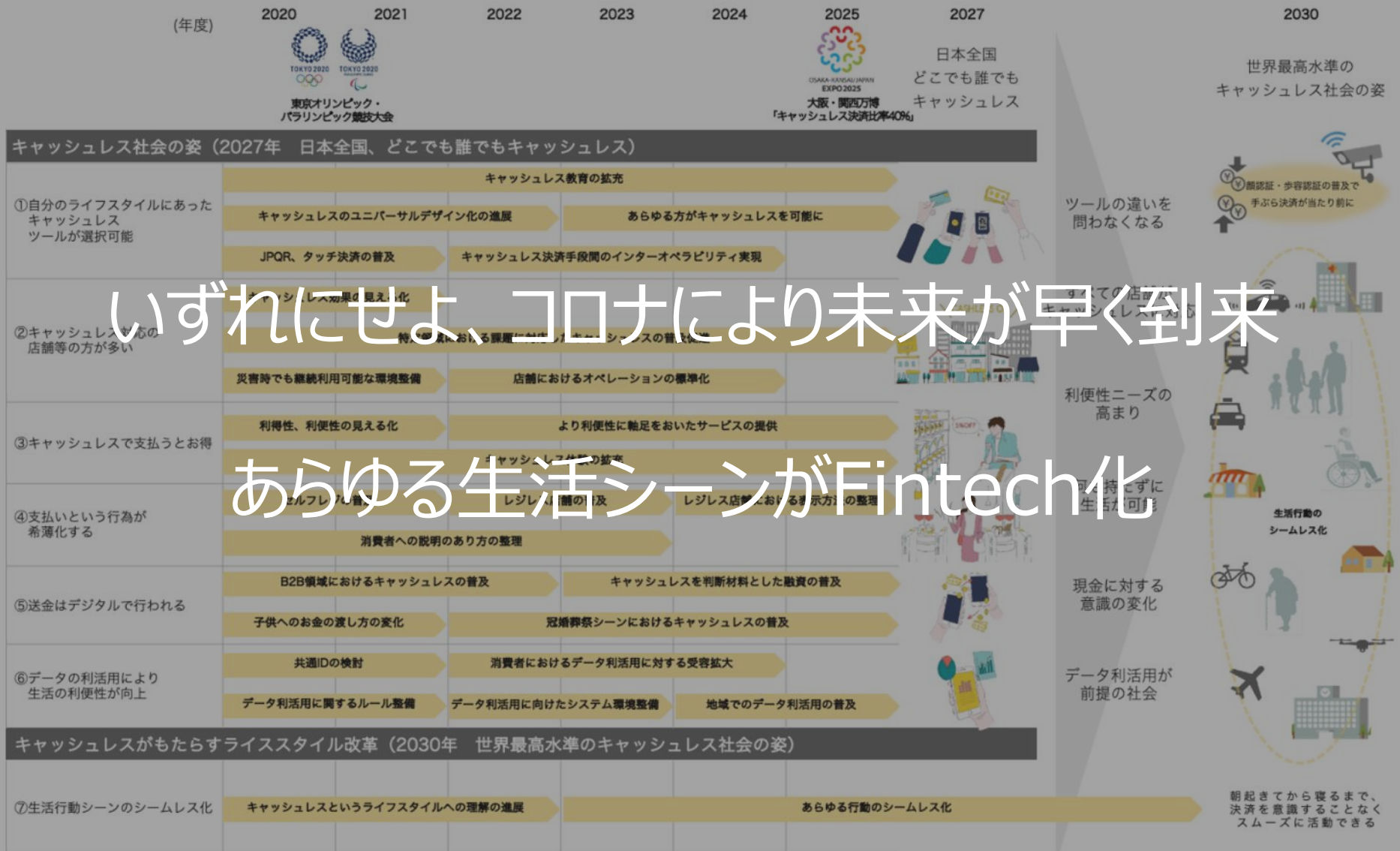
今後の論点 ②社会とお金のDX

収入が多様化することに加え、ポストコロナでの各種給付など公的な資金の有効活用が必要。お金の流れ・意味・行き先を透明化できるか（するべきか）



キャッシュレスロードマップ

5.2.2 キャッシュレス・ロードマップ 2020



いずれにせよ、コロナにより未来が早く到来

あらゆる生活シーンがFintech化