

## EC 決済サービス市場に関する調査を実施 (2016 年)

### 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の EC 決済サービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2015 年 11 月～2016 年 1 月
2. 調査対象: EC サイト向けの決済サービス提供事業者  
(PSP: ペイメントサービスプロバイダー、モバイル・キャリアビルディング・アグリゲーター等を含む)
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、電話・e-mail によるヒアリング、ならびに文献調査併用

#### <EC 決済サービスとは>

本調査における EC 決済サービスとは、EC サイト運営事業者と決済サービス提供事業者との間に入り、EC サイト運営事業者において発生する決済業務を代行するサービスをさす。

#### <EC 決済サービス市場とは>

本調査における EC 決済サービス市場とは、EC サイト向けの決済サービス提供事業者の取扱高ベースで算出した。

### 【調査結果サマリー】

#### ◆ 2014 年度の EC 決済サービス市場は前年度比 12.2% 増の 8 兆 3,138 億円と拡大

インターネットショッピングの浸透やスマートフォンの普及による EC 市場の伸長に加え、今まで現金決済が主流であった公共料金や家賃、教育費などで決済サービスの利用が増加しており、2014 年度の EC 決済サービス市場規模 (EC サイト向けの決済サービス提供事業者取扱高ベース) は、前年度比 12.2% 増の 8 兆 3,138 億円と堅調に拡大している。

#### ◆ FinTech 系スタートアップが台頭し、新たな決済サービスが誕生

EC 決済サービス市場では、FinTech (フィンテック) 系のスタートアップ (ベンチャー企業) の市場参入により、従来よりも手数料率が低い決済サービスや、携帯電話番号やメールアドレスを活用して決済を可能とする後払いサービスなど、さまざまな新サービスが誕生しており、決済サービスの多様化が進んでいる。

#### ◆ 2020 年度の EC 決済サービス市場は、15 兆 6,288 億円まで拡大と予測

オムニチャネルの進展や越境 EC の拡大などで EC 市場が引き続き伸長することを背景に、現金決済の比率が高い領域における決済サービス利用率の上昇や新決済サービスの台頭により、2020 年度の EC 決済サービス市場 (EC サイト向けの決済サービス提供事業者取扱高ベース) は 15 兆 6,288 億円まで拡大すると予測する。

#### ◆ 資料体裁

資料名: 「2016 年版 オンライン決済サービスプロバイダーの現状と将来予測」  
 発刊日: 2016 年 2 月 17 日  
 体裁: A4 判 257 頁  
 定価: 150,000 円 (税別)

#### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝

設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先 (当社 HP から承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株) 矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況

ネットショッピングの浸透やスマートフォンの普及により、消費者がより多くの商品情報にアクセスできるようになり、場所を選ばずにインターネットを通じて、気軽にショッピングができる環境が整った。また、EC サイトに加えて、リアル店舗の強みを生かした O2O(Online to Offline) やオムニチャネル<sup>※1</sup> への取組みにより、消費者に対して最適な消費体験(UX:ユーザーエクスペリエンス)を提供する試み<sup>※2</sup>が進展している。

また、EC 市場の伸長に加え、今まで現金決済が主流であった生活関連分野(公共料金や家賃、教育、冠婚葬祭などの費用)における決済サービスの利用が増加しており、2014 年度の EC 決済サービス市場(EC サイト向けの決済サービス提供事業者取扱高ベース)は、前年度比 12.2%増の 8 兆 3,138 億円まで拡大した。

※1. オムニチャネルとは、実店舗やオンラインストアなどのあらゆる販売チャネルや流通チャネルを統合すること、及びそうした統合チャネルの構築によって、どのような販売チャネルからも同じように商品を購入できる環境をさす。

※2. 参考資料:クレジットカードショッピング市場に関する調査結果 2015(2015年11月11日発表)

<http://www.yano.co.jp/press/press.php/001468>

### 2. 注目すべき動向

#### 2-1. 越境 EC による EC 決済サービス拡大の可能性<sup>※3</sup>

近年、注目を集める越境 EC による EC 決済サービスの拡大も期待されている。現状、日本の EC サイト運営事業者は、越境 EC の事業展開に関しては慎重であり、越境 EC による EC 決済サービスの規模拡大は限定的であるという見方もある。しかしながら、今後、訪日外国人客が日本滞在中に購入した商品を帰国後に越境 EC で購入するなどの消費行動を起こすことは十分に考えられる。

#### 2-2. 決済サービスの多様化への対応

EC サイト向けの決済サービス提供事業者は、従来からのクレジットカード決済に加え、クレジットカード情報入力が不要で ID と PW でログインすれば使える ID 決済やキャリア決済を、EC サイト運営事業者への提案ラインナップに加えることで、他の決済サービス提供事業者との差別化に取り組んでいる。今後は、海外向けコンテンツ販売のための多通貨決済や、加盟店を支援する後払い決済などを軸としたサービス展開を推進する事業者が増加すると考える。

#### 2-3. FinTech 系スタートアップの台頭<sup>※4</sup>

FinTech(フィンテック)系スタートアップ(ベンチャー企業)の台頭により、さまざまな新決済サービスが誕生している。具体的には、従来よりも手数料率が低い決済サービスや、携帯電話番号やメールアドレスを活用して決済を可能とする後払いサービスなどの新決済サービスが挙げられる。現状では、加盟店向けのサービスが主流であるが、今後は ID を活用して、その利用履歴やインターネット上の情報に基づいた与信情報で決済ができるサービスといった 이슈ア(カード発行会社)向けの決済サービスの展開が期待されている。

#### 2-4. 商品受取方法の多様化

EC サイト運営事業者は、送料を有料にすると、リアル店舗との価格競争力を保てないケースが出てくるため、大手ネットショップを中心に送料無料化を推進する動きが出てきている。それに伴い、商品受取方法の多様化が進んでいる。具体的には、駅に設置した専用ボックスで好きな時間に商品を受け取ることができるサービスや、コンビニエンスストアなどと提携し、自宅の近くのコンビニエンスストアで商品を受け取ることができるサービスなどが徐々に増加している。

※3. 参考資料:ECサイト構築市場/ECサイト運営代行市場に関する調査結果 2015(2016年2月25日発表)

<http://www.yano.co.jp/press/press.php/001501>

※4. 参考資料:国内 FinTech(フィンテック)市場に関する調査結果 2015(2016年3月10日発表)

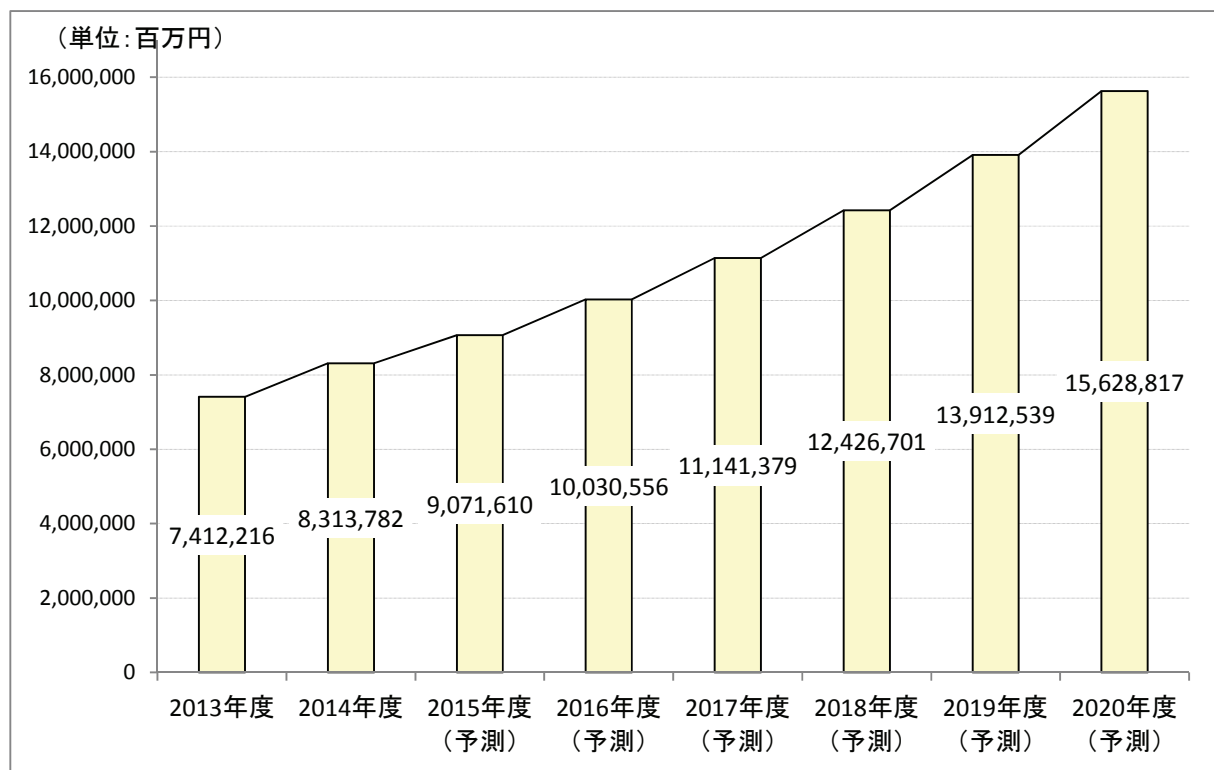
<http://www.yano.co.jp/press/press.php/001505>

### 3. 将来予測

2020年の東京オリンピック開催予定に向けて、今後も訪日外国人客の増加が見込まれ、利便性向上のためにキャッシュレス化推進の機運が高まることなどに関連して、EC市場の拡大が期待できる。他にも、オムニチャネルの進展や商品受取方法の多様化、越境ECの拡大などにより、EC市場は引き続き伸長すると考える。また、今まで現金決済が主流であった領域における決済サービスの利用率の上昇や新決済サービスの台頭により、消費者の利便性が向上し、EC決済サービス市場も拡大基調を維持していく。2020年度のEC決済サービス市場(ECサイト向けの決済サービス提供事業者取扱高ベース)は、15兆6,288億円まで拡大すると予測する。

今後、新しいテクノロジーを活用した決済サービスが多数開始されるが、ユーザーのさまざまなニーズに基づいたサービスのみが、長く利用される決済サービスとして浸透していくと考える。

図1. EC決済サービス市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1. ECサイト向けの決済サービス提供事業者の取扱高ベース

注2. 2015年度以降は予測値