

2020年3月19日

J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2020 年前期 QR コード・バーコード決済サービス顧客満足度調査SM

～今後の利用意向は大きく増加する一方、増額意向の増勢には課題～

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、**2020 年前期 QR コード・バーコード決済サービス顧客満足度調査SM**の結果を発表した。

利用頻度が増え、利用ブランドの固定化が進む

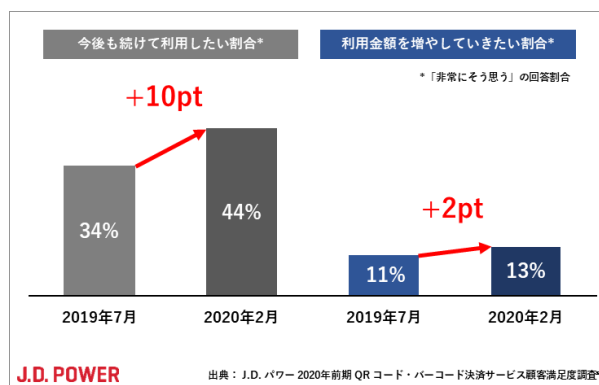
第2回目となる今回の調査では、半年前に発表した第1回調査から QR・バーコード決済サービスの利用実態に幾つかの変化が見られた。利用頻度については「ほぼ毎日1回以上」または「2～3日に1回程度」利用しているユーザーの割合が前回の25%から36%に増加しており、QR・バーコード決済サービスが日常生活において定着しつつあることが確認できる。

次に、複数ブランドのサービスを利用しているユーザーに使い分けの実態を聞いたところ、「キャンペーンなどでお得になる QR・バーコード決済サービスを都度選んで決済している」ユーザーが前回の67%から50%に減少し、「主に利用している QR・バーコード決済サービスでなるべく決済している」ユーザーは前回の33%から50%まで増加した。利用ブランドの固定化が進み、以前に比べキャンペーン効果が表れにくい状況に変化してきているものと考えられる。

なお、利用できる店舗・ウェブサイトが「豊富である」というユーザーは前回の24%から35%に増えたが、まだ半数にも達していない。またブランド間の差も大きく、「豊富である」割合がトップとボトムのブランドでは倍以上の開きがある。メインとして選ばれるブランドとなるためには、利便性の根幹である利用店舗・ウェブサイトの拡大が継続的な課題であると言える。

今後の利用意向は大きく増加する一方、増額意向の増勢は限定的

今後の利用意向について「今後も続けて利用したい」ユーザーの割合は、「非常にそう思う」が44%を占め、前回の34%から10pt 増えている。一方で「利用金額を増やしていきたい」ユーザーの割合については「非常にそう思う」は13%にすぎず、前回の11%から微増にとどまっている。積極的なキャンペーンを展開する動きもみられる中、「非常にそう思う」と「ややそう思う」を合わせると94%と、大半のユーザーが継続した利用意向を示しているが、増額意向の増勢は低水準にとどまっていることが確認された。QR・バーコード決済サービス事業の収益化のためには、顧客数拡大とともに利用金額を増やしていくことが大きな課題であり、利便性の拡大やポイント還元によるメリットの訴求などを背景に、現金からのシフトやクレジットカードなど他のキャッシュレス決済からのシフトをいかに進めていくかが重要なポイントになるものと思われる。



J.D. パワー グローバル・ビジネス・インテリジェンス部門 常務執行役員 梅澤希一のコメント

「QR・バーコード決済サービスについての過去半年間は、消費増税に伴うポイント還元や相次ぐ大規模キャンペーンなどマーケットの急速な拡大が見られた一方、資金力で劣る独立系事業者などは還元競争と消費者の認知度向上策に苦戦を強いられて業界再編過に巻き込まれていった激動の期間であった。足許では消費者にサービスに慣れてもらうこと

はできているものの、今後の課題は利用金額の増加や他のサービスとの連携による決済以外の収益源の獲得により、いかに収益化を実現するかであり、顧客満足度の向上と収益基盤の強化を両立させることが中長期的に大きな課題であると言える。」

J.D. パワー 2020 年前期 QR コード・バーコード決済サービス顧客満足度 No.1 を発表

本調査で対象となった6ブランドのうち、総合満足度で上位にランクしたブランドは下記の通り。

第1位：PayPay (631 ポイント)

2回連続の1位。「キャンペーン/ポイントサービス」「利用できる店舗・ウェブサイト」で最高評価。

第2位：au PAY (627 ポイント)

「決済手続き/管理」「セキュリティ/不正利用防止対策」で最高評価。

第3位：楽天ペイ (625 ポイント)

「アプリのアカウント設定」で最高評価。

《J.D. パワー2020年前期 QR コード・バーコード決済サービス顧客満足度調査SM概要》

QR コード・バーコード決済サービスに対する満足度を聴取し明らかにする調査。半年ごとに実施し、今回で2回目の実施となる。

■実施期間：2020年2月 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：直近3ヶ月以内にQRコード・バーコード決済サービスを利用したユーザー

■調査回答者数：3,000人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に1,000ポイント満点で総合満足度スコアを算出。顧客満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に、「キャンペーン/ポイントサービス」(26%) 「決済手続き/管理」(26%) 「アプリのアカウント設定」(18%) 「利用できる店舗・ウェブサイト」(16%) 「セキュリティ/不正利用防止対策」(14%) となっている(カッコ内は影響度)。

*J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. Power Japan

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel：03-4570-8410 E-mail：release@jdpa.com

業界関係者様お問い合わせ：西川（GBI ファイナンス部門）

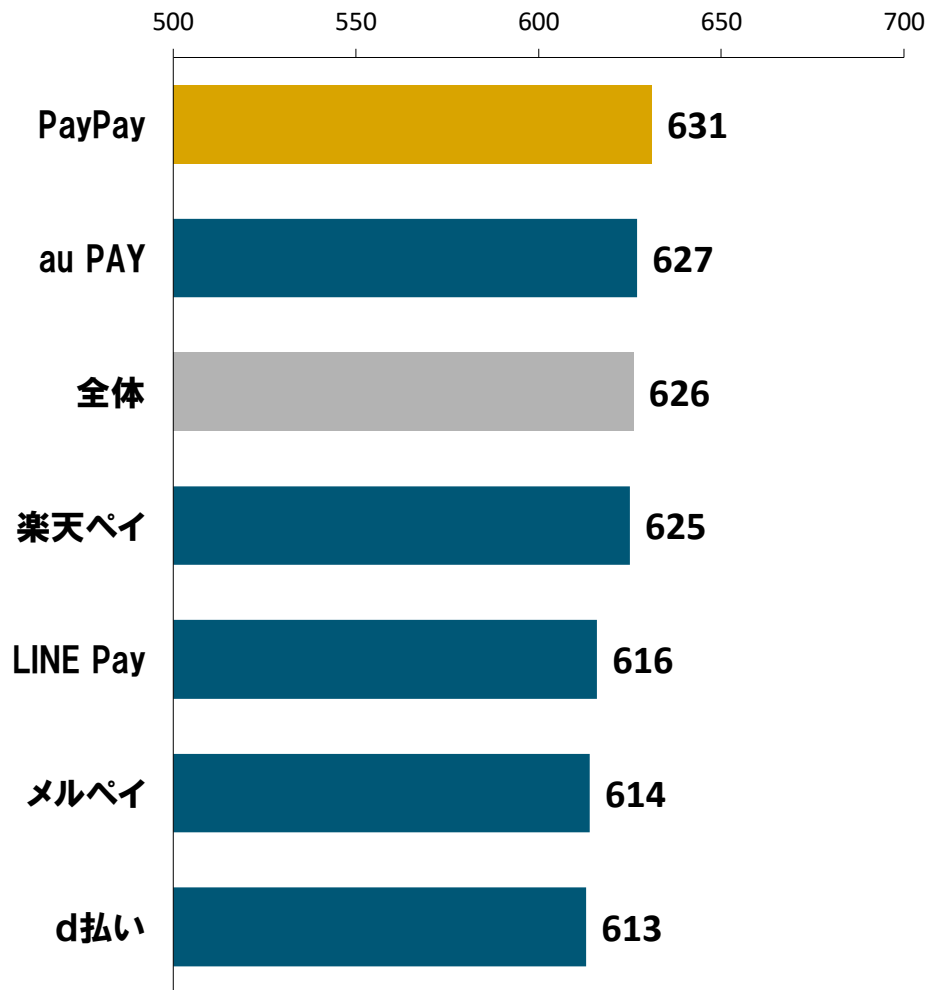
Tel：03-4570-8400 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

J.D. パワーについて：

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。企業の顧客満足度改善やパフォーマンス向上のソリューション提供のため、現在、北米、南米、アジアパシフィック、ヨーロッパでビジネスを展開しています。

J.D. パワー 2020年前期QRコード・バーコード決済サービス顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング (1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー 2020年前期QRコード・バーコード決済サービス顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワーの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、上記出典を明記してください。