

QR コード決済に関する研究

柳田 泰志

近年、世界中で現金による決済方法に代わり、様々な決済手段が取り入れられている。日本においても現金に代わって非接触型決済である電子マネー、クレジットカード、QR コード決済が展開している。経済産業省の『キャッシュレス・ビジョン(2016)』で日本国内における決済のキャッシュレス化が促進されている。経済産業省(2016)は、他の主要国でのキャッシュレス決済比率は40%以上の国が多いと報告している。しかし、日本はわずか20%程度であった。この現状を踏まえ、2025年6月までにキャッシュレス決済比率を4割まで上げることを目標に掲げ、非接触型決済は日本国内での注目が高まった。さらに、2019年には新型コロナウイルスの影響を受け、感染予防の観点からも非接触の決済手段が注目されるようになった。

様々な決済手段が混合する中、新たな決済サービスとして登場したのがQRコード決済サービスである。QRコード決済サービスは、店舗側がコードを提示し、そのコードを消費者がスマホを用いて読み取る店舗提示型、消費者がスマホのアプリなどを用いてコードを店舗に提示することで決済をする利用者提示型に分けることができる。

本研究では、日本国内でシェア率の高い2つの主要QRコード決済サービスの「PayPay」、 「楽天ペイ」について3つの普及モデルの非線形回帰分析を行なった。3つの普及モデルはMansfieldモデル(1961)、Fourt and Woodlockモデル(1960)、BASSモデル(1969)である。普及モデルとの適合度をもとに、どのように普及していくかを分析する。

調査の結果、日本国内で最も利用件数の多いQRコード決済サービスである「PayPay」はMansfieldモデルとの当てはまりが良いことがわかった。Mansfieldモデルは、普及の影響には、口コミなどの外的な影響が大きいと仮定する普及モデルである。普及の指標には、利用件数を用いた分析を行い、PayPayの利用件数に外的影響が関係していることが明らかになった。よって、口コミやSNS投稿などの外的影響によって普及の度合いが変化する。QRコード決済サービスは、ユーザ側のニーズに応え、使いやすく安全なサービスを提供する必要がある。

本研究では、非線形回帰分析を行う際、どのモデルに当てはまりが良いかのみを考慮した。他のモデルと適合しなかった理由の検討、または、他のQRコード決済サービスとの比較が不十分である。また、楽天ペイに関してはうまく非線形回帰分析を行うことができなかった。他の方法を用いて分析することも今後の課題である。

(指導教員 大澤文人)