はじめに

国内では、キャッシュレス化が加速しており、クレジット（後払い）、デビット（即時払い）、プリペイド（前払い）の各支払い手段が年々拡大しています。また、支払いのインターフェースとしてもタッチ決済やモバイル決済など、広がりを見せています。モバイルを活用したコード決済（QR/バーコード決済）は、単純な決済だけではなく、“ミニアプリ”などにより企業のマーケティング活動に有効活用されています。2021 年に注目を浴びた後払い（Buy Now Pay Later：BNPL）では、国内では通販時の支払いとして古くから展開されてきましたが、近年では新たなプレイヤーが登場し、モールや家電、旅行など、これまで後払いが適してこなかった市場での活用も行われています。

法人向け決済では、会計ソフトや請求システムを提供する企業などがビジネスカードを提供するケースも増えています。また、国際ブランドの仕組みに準拠した B2B 向けの請求書カード払いの提供事業者が拡大しており、B2B 決済の普及に一役買うと期待されています。

ポイントや会員制度では、共通ポイントサービスの展開、決済と連携したデータマーケティングの動きも見られます。

決済技術に関しては、トライアルが進められる顔認証などの生体認証決済、コスト低減が徐々に進む指紋認証 IC カード、環境配慮型カードなどの動向が見逃せません。

本レポートでは、キャッシュレスの動向に加え、電子決済手段等取引業、高額電子マネーへの規制といった決済法規制、カード関連技術、ポイントビジネス、金融動向などを紹介しています。また、「Paymentnavi Pro2022」で限定的に紹介した情報も紹介しています。

本レポートの発行が、国内の決済、およびカードビジネスをさらに活性化させ、決済やカードビジネスにかかわるすべての皆様のビジネスの助けとなれば幸いです。

目次　ペイメント＆カードビジネス年鑑 2023-2024

第１章　日本のペイメント＆カードビジネス概観……9
（1）成長するキャッシュレス市場……10
（2）決済サービス概観……12
（3）カード関連サービスの広がり……15

第２章　クレジットカード市場、カード会社やクレジット決済の新動向……17
（1）日本のクレジットカードの状況……18
（2）ジェーシービー……20
・ナンバーレス化……20
・メタバース……20
・SRE の実践 ……21
三井住友カード ……23
・stera（ステラ）……23
・Custella Maps ……24
三菱 UFJ ニコス ……29
・三菱 UFJ カード/MUFG アプリ ……29
クレディセゾン ……30
・CSDX 戦略……30
・ブロードマインドと資本業務提携……33
・セゾンカードデジタル……36
・麗澤大学……36
・SAISON CARD Digital for becoz ……37
●Doconomy ……39
ナッジ ……40
楽天ペイメント/楽天カード……42
・トリプル３に向けて……42
・楽天ペイアプリのタッチ決済対応……42
JFR カード ……43
決済関連の投資戦略 ……46
・SMBC グループ ……46
・クレディセゾン……48
・GMO ベンチャーパートナーズ/GMO ペイメントゲートウェイ ……49
IRF 公開 ……51
・経済産業省……51
・公正取引委員会……52
・クレジットカード会社の IRF 公開の見解 ……54
NTT データ……56
「FIFA ワールドカップ カタール 2022」の決済シーン……57
ドバイ万博 ……60

Mastercard ……62

第3章　デビットカードの浸透状況 ……63
（1）国内では現状、大きな成長には至らず……64
（2）ブランドデビットの概要……65
（3）ビザ・ワールドワイド……69
（4）イシュアの展開……73
・ゆうちょ銀行……75
・住信 SBI ネット銀行 ……75
・PayPay 銀行 ……77
・au じぶん銀行 ……79
・ソニー銀行……81
・りそな銀行……82

第4章　電子マネー・プリペイド市場……83
（1）日常的に利用する決済として浸透する電子マネー……84
（2）流通系非接触電子マネー……86
・WAON ……86
・nanaco ……88
・Suica などの交通系電子マネー……88
・「楽天 Edy」 ……90
（3）ハウス電子マネー市場（プラスチック/バーコードプリペイドカード）……91
・ゆめカード「ゆめか」……91
・PPIH「majica」……92
「Coke ON Wallet」 ……93
（4）新たな活用進むブランドプリペイド……95
（5）コーポレートギフト……96
・ギフティは旅先納税も展開……99
（6）JCB「デジタルバリュープラットフォーム」……100

第5章　QR/バーコード決済の動向と主要プレイヤー……103
（1）高い成長を見せる QR/バーコード決済……104
（2）キャッシュレス決済サービス「PayPay」……107
（3）NTT ドコモ「d 払い」……110
（4）KDDI「au PAY」……112
（5）メルペイ「メルペイ」……115
（6）楽天ペイメント「楽天ペイアプリ」……116

第6章　地域通貨の最新動向……119
（1）地域通貨を考える……120
（2）東京都世田谷区「せたがた Pay」……122
（3）福島県磐梯町「ばんだいコイン」……124

(4) 東京都渋谷区「ハチペイ」 ……126
(5) フェリカポケットマーケティング……127
(6) 会津若松市/一般社団法人 AiCT コンソーシアム……130
(7) 一般社団法人三重広域 DX プラットフォーム「美村 PAY」……132

第 7 章　成長する EC 市場の動向を探る……135
EC NOW……136
(1) 通販・EC 市場売上高は 11 兆円超もコロナ特需の反動で伸び率は減少……136
PayPay やメルカリは新たなクレジットカード発行
(2) 銀行が提供する「BaaS」の動きが加速！小売企業がこぞって金融サービスに参入……140
(3)「カタログギフト」はカード型が主流に？……142
ポイント決済タイプも登場し新たな手法として定着
(4) ZOZO がブランド支援の新サービスに着手、欠品商品も実店舗で決済し自宅へ配送……144
(5) オリックスが化粧品通販の DHC を買収！ヘルスケアや金融事業の販路拡大も狙い？……146
(6) ネット銀行や IT 企業と組み新規客開拓狙う百貨店。……149
アプリ活用やポイント施策で LTV 向上にも注力
(7) ライブコマースに第二次ブームが到来？スムーズな決済手段も成功のカギに……151
(8) ダークストアを通じた Q コマース、「ヤフー×出前館」と「オニゴー×ウーバー」で攻勢……154
(9) ジャパネットグループが完全キャッシュレス化の街を実現！……157
大型複合施設「長崎スタジアムシティ」に導入
(10) 活発化する東南アジアでの BNPL サービス、日本企業も期待する主戦場とは？……159
(11) 丸井グループの 22 年 3 月期、EC は不調もクレジットカード事業は大幅な伸び。……161
「家計費の利用促進」や「アニメカード」が奏功
(12) オンワード樫山とユナイテッドアローズがサイトをリニューアル。……163
取り寄せ試着など「EC＆実店舗」の OMO 施策を推進
(13) 経済圏拡大に向け楽天が OMO 戦略に本腰。……166
百貨店やスーパー巻き込みクロスユース強化へまい進
GMO ペイメントゲートウェイの成長戦略……168

第 8 章　海外で先行し、日本でも流行が期待されている決済サービス ……171
-BNPL（Buy Now ,Pay Later）-
1．BNPL とは何か……172
(1) BNPL は成長期。そして変革期……172
(2) BNPL とは……172
(3) BNPL の基本モデル……172
(4) BNPL の収益モデル……173
(5) クレジットカードとの比較……174
(6) BNPL が流行する国……175
2. 海外の BNPL……176
(1)海外で日本よりも先行して BNPL が流行した理由……176
(2) BNPL は世界中に存在……178
(3) BNPL の事例……178

（事例 1）Klarna……178
（事例 2） Kredivo……179
（事例 3） Fly Now Pay Later……180
（4） 今後の BNPL（地域別）……181
（5）BNPL の懸念……181
（6）BNPL の規制強化……181
3. 日本の「後払い」……182
（1） 日本は「後払い」大国……182
（2） キャッシュレス決済の多様化と「前払い」の台頭……183
（3）オンラインショッピングの決済は柔軟性に欠ける……184
（4）クレジットカードは高値の花……184
（5） 時代に適した「後払い」の必要性……184
（6）日本流の BNPL……185
①日本で BNPL をはじめるには ……185
②BNPL で新たな市場を開拓する……186
③BNPL で新たな顧客を開拓する……186
（7）BNPL への参入……186
①FinTech 企業……186
②コード決済事業者……187
③小売などの異業種……187
④地域金融機関……187
⑤既存クレジットカード会社……187
（8）日本の BNPL の今後……188
①大流行はしないが、BNPL は 1 兆円を超えるマーケット……188
②BNPL のカオス化……188
③BNPL への期待と不安……188
ネットプロテクションズ……189
GMO ペイメントサービス……195
SCORE ……196

第 9 章　国内で拡大が期待される法人決済……199
（1） アメリカン・エキスプレス……200
（2） ビザ・ワールドワイド……203
（3）三井住友カード……204
・コーポレートカード/パーチェシングカード ……204
・請求書支払い代行サービス……208
（4）三菱 UFJ ニコス……210
（5） UPSIDER……210
（6）ROBOT PAYMENT……212
（7） Payment Technology……214
（8）マネーフォワード……215
（9）LayerX……217

(10) ペイトナー……220
(11) OLTA……222
(12) EIPA (デジタルインボイス推進協議会) ……224
(13) オンライン型ファクタリング協会……225

第 10 章　交通決済の新たな市場創出に向けて ……227
(1) 三井住友カード……228
(2) ビザ・ワールドワイド……232
(3) QUADRAC……238
(4) 徳島バス/JR 四国/KDDI……240
(5) JR 東日本……242
(6) 京阪ホールディングス……245
(7) 広島電鉄……246

第 11 章　決済端末、ネットワークの動向……249
(1) 決済端末事業者……250
・パナソニックコネクト……250
・オムロンソーシアルソリューションズ……252
・東芝テック……254
・Ingenico Japan ……254
・Castles Technology ……256
・PAX Japan ……257
・Newland Payment Technology ……257
・グローリー/Showcase Gig ……259
(2) 汎用端末の活用……260
・PCI の基準……260
・Soft Space ……260
・NTT データ……261
・フライトシステムコンサルティング……261
(3) 決済サービスプロバイダー ……262
・Adyen ……262
・ベスカ/ワールドライン ……264
・ルミーズ……265
(4) 決済端末での決済音……266

第 12 章　決済関連技術、カード技術トレンド……267
FIME JAPAN の技術解説……268
(1)Google Pay の日本市場での現況と今後……268
(2) EMVCo Contactless C8 カーネルについて……270
(3) カード発行会社向け認証試験について ……272
(4) Secure Remote Commerce について ……273
カード媒体の進化 (音声・生体認証・環境配慮・リング) ……275

(1) 大日本印刷……275
(2) 凸版印刷……278
(3) Thales（タレス）……280
(4) ST マイクロエレクトロニクス……282
(5) Zwipe ……284
(6) インフィニオン テクノロージーズ……285
NEC の生体認証技術 ……287

第 13 章　金融分野の新たな取り組み ……289
(1) BaaS サービスが注目を集める ……290
(2) BaaS 事例 ……290
・NTT ドコモ……290
・髙島屋……293
・ヤマダホールディングス……295
・JR 東日本……297
(3) みんなの銀行……298
(4) iBank マーケティング……301
(5)「ことら送金」……307
(6) 資金移動業者に全銀システムへの接続を解禁……308

第 14 章　決済サービスに関連する最近の法規制の動向 ……311
1. 資金決済法に関連する法改正……312
(1) 電子移転可能型前払式支払手段の規定の整備……312
(2) 電子決済手段等取引業に係る制度整備……313
(3) 賃金のデジタル払い……315
2．クレジットカード決済のセキュリティ対策……315
(1) 背景……315
(2) クレジットカード番号等の適切管理の強化……315
(3) 不正利用防止に係る利用者保護……316
(4) クレジットの安全・安心な利用に関する周知・犯罪の抑止……316
3. EC 通販と広告への規制……317
(1) 消費者庁の広告規制……317
(2)Web などを使った電話勧誘販売への規制……317
4. 消費者契約法の改正……318
(1) 取消権の追加……318
(2) 無効条項の追加……318
(3) 解約料算定根拠の説明の努力義務……319

第 15 章　大手企業の経済圏　-決済・金融サービスの連携効果-……321
(1)SMBC グループ……322
(2) Z ホールディングス……326
(3) NTT ドコモ……330

(4)au 経済圏……330
(5) LINE……335
(6) 楽天……339
・東急……341
(7) メルカリ/メルペイ……345
(8) リクルート ……350
(9) 経済圏実態調査……353

第 16 章　拡大するポイントサービス市場 ……357
(1) ポイントサービス市場概観 ……358
(2) 共通ポイントは 5 強時代？ ……360
(3) ポイントプログラムを考える……362
(4) グループセービング活動のデジタル化……364
(5) ロイヤリティマーケティング「Ponta」……366
(7) SMBC グループ共通ポイント「V ポイント」……370
(8) CCCMK ホールディングス……372
(9) PayPay「PayPay ポイント」……373
(10)「LYP マイレージ」……374

■付録　海外決済トピックス……376