

スマホ決済で「あったらいいな」と思うサービス、男女の違いが浮き彫りに スマホ決済利用実態調査

若年層ほどクレジットカードよりも QR・バーコード決済を利用
PayPay は 20 代男性と 50 代以上女性に人気 楽天ペイは若年層で利用率が高く

店舗集客や販促を目的とした企業の OMO アプリの開発やマーケティングの支援、ソリューション導入において 300 以上の実績を持つ株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）は、スマホ決済を利用している 20 歳から 69 歳の男女 8,802 名を対象に「スマホ決済に関する調査」を実施し、調査結果をまとめましたのでお知らせします。

※OMO（Online Merges with Offline）：オンラインとオフラインを統合したマーケティング活動

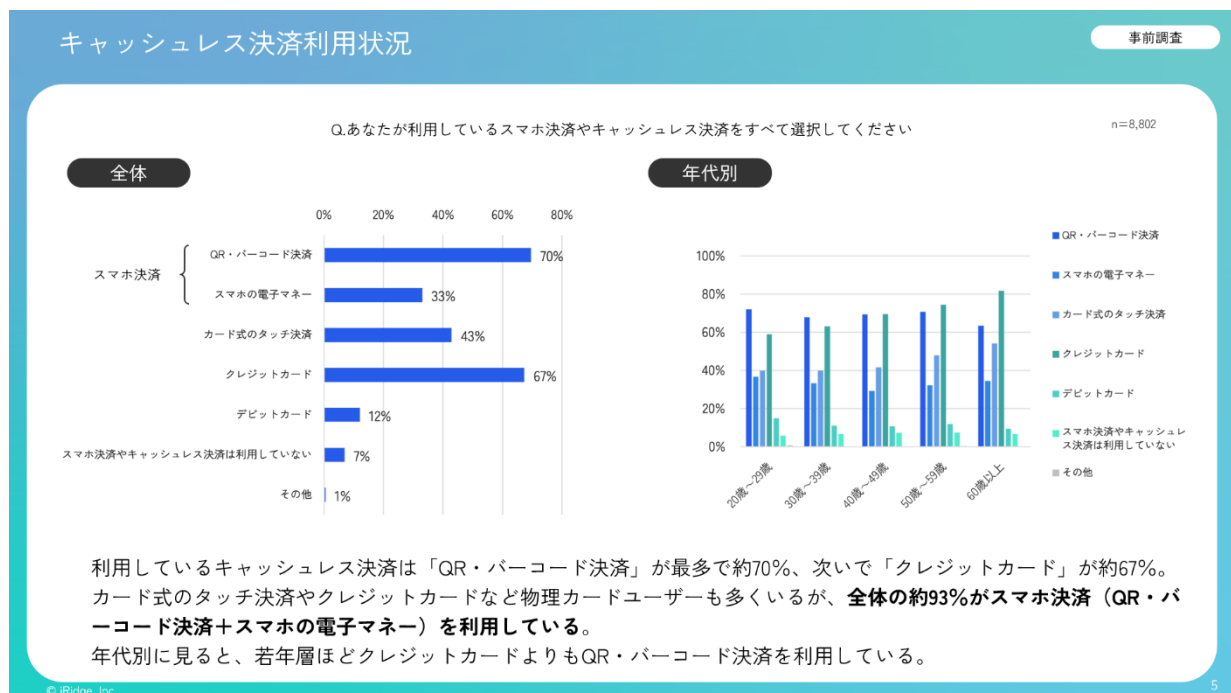
本調査では全国の成人男女 8,802 名に事前アンケートを実施し、そのうちスマホ決済を利用していると回答した 330 名を対象に、さらに詳細な利用実態調査を行いました。本リリースでは調査結果をまとめたホワイトペーパーより、一部を抜粋して公開いたします。

・ホワイトペーパー：https://iridge.jp/content/2025_payment_app_survey_wp/

調査結果ダイジェスト

- ・スマホ決済利用率は 9 割を突破。若年層ほど QR・バーコード決済を利用
- ・PayPay は 20 代男性と 50 代以上女性に人気、楽天ペイは若年層で利用率が高く
- ・スマホ決済で「あったらいいな」と思うサービス、男性はロマン志向、女性はリアル志向

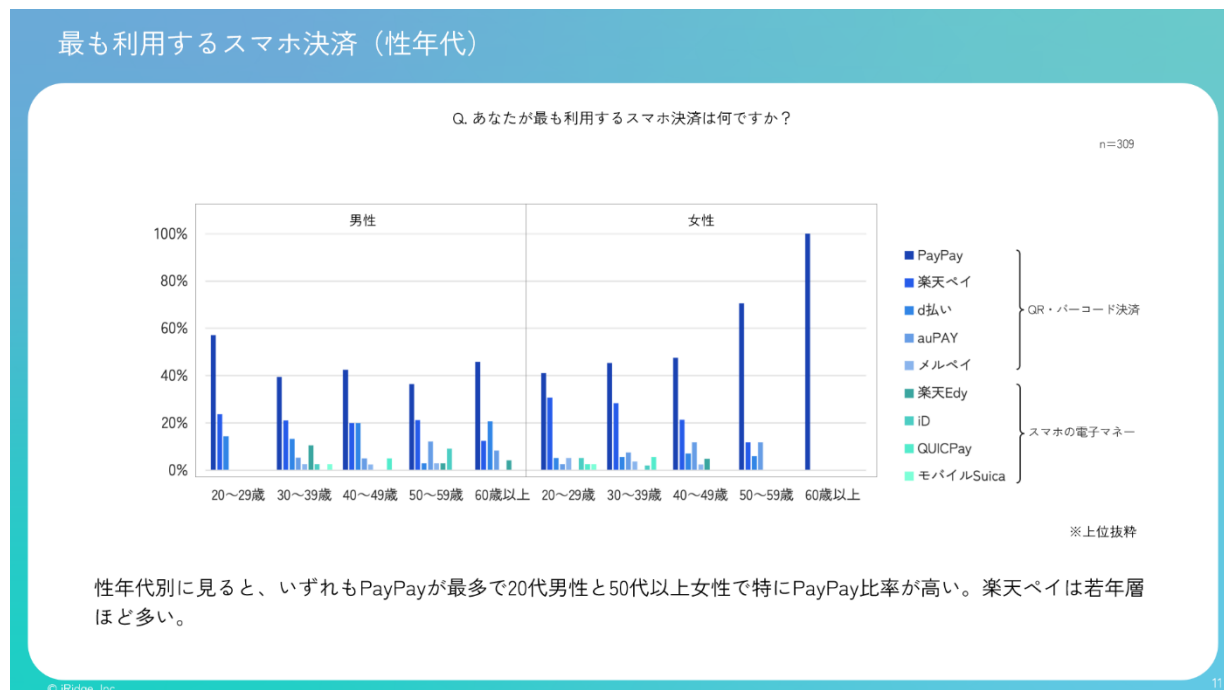
■スマホ決済利用率は 9 割を突破。若年層ほど QR・バーコード決済を利用



- ・利用しているキャッシュレス決済は QR・バーコード決済が最多で約 70%、次いでクレジットカードが約 67%

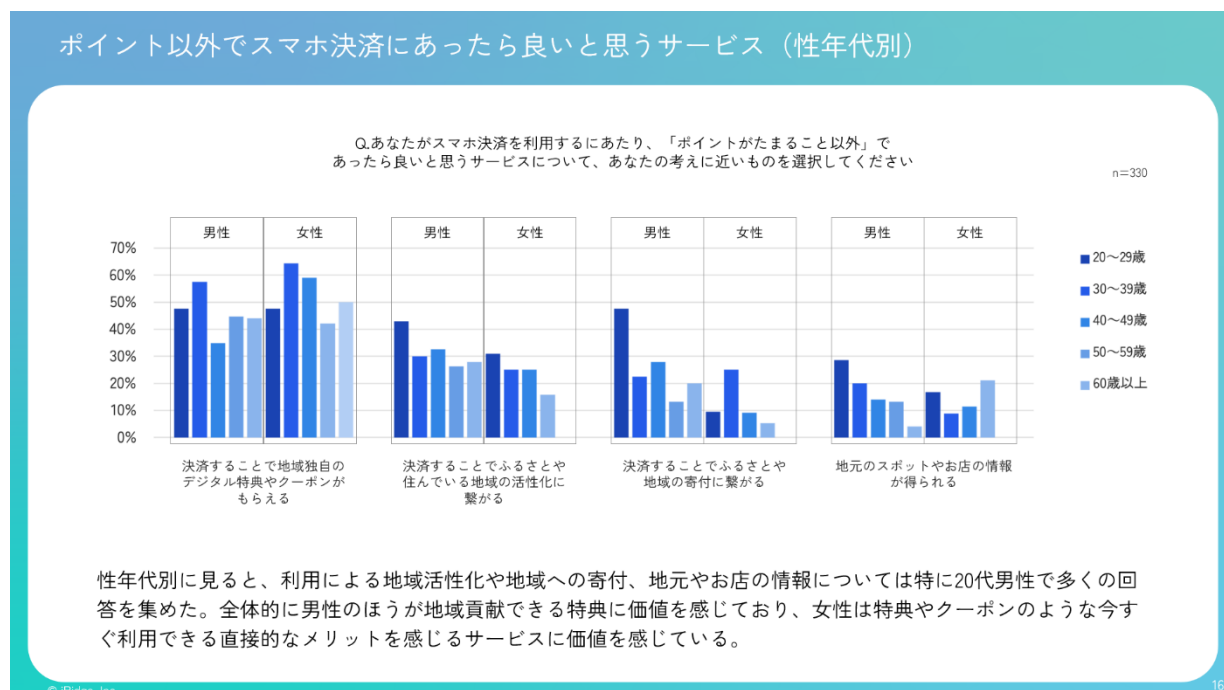
- ・全体の93%がスマホ決済（QR・バーコード決済+スマホの電子マネー）を利用しており、インターネット調査ということを差し引いても相当に高い浸透率となっている
- ・年代別に見ると、特に若年層でクレジットカードよりもQR・バーコード決済の利用割合が高い

■PayPayは20代男性と50代以上女性に人気、楽天ペイは若年層で利用率が高く



- ・QR・バーコード決済のなかでの利用率は1位が「PayPay」（約46%）、2位「楽天ペイ」（約22%）、3位「d払い」（約10%）で、上位3つで全体の90%以上を占めている
- ・性年代別では20代男性と50代以上女性で特にPayPay比率が高く、楽天ペイは若年層ほど多かった

■スマホ決済で「あったらいいな」と思うサービス、男性はロマン志向、女性はリアル志向



- ・ポイント以外でスマホ決済にあったら良いと思うサービスでは、20代男性の半数弱が「地域活性化」や「地域への寄付」に繋がるなどの、地元密着型の社会貢献に関心があることがわかった
- ・「地元のスポットやお店の情報」についても男性のほうが関心が高い傾向が見られた
- ・「決済することで地域独自のデジタル特典やクーポンがもらえる（イベント参加、花火大会座敷料割引、商店街の割引券など）」は男女とも求める声が多かったが、女性のほうがより高い割合を示していた
- ・全体的に男性のほうが決済の先にある地域との繋がりなど+αのサービスへの関心が高く、女性は地域貢献などの抽象的な価値より、今すぐ利用できる直接的なメリットを求めている様子が見える

コメント

本調査では、キャッシュレス決済のなかでも、QR・バーコード決済やスマホの電子マネーなどいわゆる「スマホ決済」が広く浸透しており、なかでも QR・バーコード決済は従来キャッシュレス決済の代表であったクレジットカードを上回っていることがわかりました。また、利用されている QR・バーコード決済サービスは、PayPay や楽天が大半を占めています。スマホ決済が選ばれる理由の 1 位は「ポイントがたまるから」でしたが、地域活性化や地域独自の特典などへの関心がある人も多いようです。

QR・バーコード決済の広がりにより、店頭でのお買い物やサービス利用でのスマホ利用・アプリ利用は多くの人にとって生活の一部になりました。アイリッジでは、今後もアプリ開発および UI/UX 支援を通じて、お客さまのビジネス成長に貢献してまいります。

調査項目

- ・キャッシュレス決済利用状況
- ・月に 1 回以上利用するスマホ決済
- ・月に 1 回以上利用する QR・バーコード決済（PayPay、楽天ペイなど）
- ・月に 1 回以上利用するスマホの電子マネー（iD、モバイル Suica など）
- ・最も利用するスマホ決済
- ・最も利用するスマホ決済を使う理由
- ・直近のスマホ決済利用頻度
- ・スマホ決済を利用しない理由
- ・ポイント以外でスマホ決済にあったら良いと思うサービス

調査概要

調査名	スマホ決済に関する調査
対象	20 歳～69 歳の男女（②は①でスマホ決済を利用していると回答した人を対象に調査）
調査期間	①2025 年 1 月 28 日～2025 年 1 月 31 日 / ②2025 年 2 月 5 日～2025 年 2 月 6 日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	①8,802 名 / ②330 名

アイリッジのアプリ成長支援サービスについて (https://iridge.jp/service/app_growth/)

アプリマーケティングやアプリの体験価値向上を目的として、データに基づいた戦略策定から実行支援、UX 改善までをワンストップで提供します。行動データと定量・定性データ分析を組み合わせることで、最適なユーザー体験を設計し効果的なマーケティング施策でアプリの成長を加速させるご支援サービスを提供しています。

■主なご支援内容

- ・アプリマーケティング伴走支援

アプリの立ち上げやリニューアルを含む戦略支援から、リリース後のマーケティング戦略及びコミュニケーション設計・マーケティング運用の伴走支援など、スポットからトータルまで、アプリの成長を幅広くサポートします。

・UX リサーチ、UX コンサルティング

ユーザー調査やアプリの UI/UX に特化したエキスパートレビュー、ユーザー行動データ分析などから課題を可視化し、最適なユーザー体験設計をサポート。UX リサーチや UI/UX 改善、アプリ利用体験向上のためのコンサルティングを行います。

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、企業のアプリビジネス支援とビジネスプロデュース支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、業務支援等、幅広い領域で DX を支援しています。

アプリビジネス支援では OMO*アプリの企画・開発における業界トップクラスの実績があり、手がけたアプリの月間アクティブユーザー数は国内最大級の 1 億超。開発から機能拡張、マーケティング施策まで行えるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」が主力プロダクトです。

*Online Merges with Offline : オンラインとオフラインを統合したマーケティング

ビジネスプロデュース支援では、アプリに限定しない、コミュニケーションデザインの戦略立案からデジタルとリアルを統合した施策の企画・実行までを支援可能。グループ会社の Qoil と連携し、プロデューサーとプランナー、クリエイティブディレクター等から成るチームで、“点”の相談を“面”の課題解決に導く独自の価値提供を行います。総合電機メーカーや金融サービス事業者、電気通信事業者等、業界トップ企業の幅広い実績を持ちます。

※記載されている各社の会社名、サービス名、商品名等は、各社の登録商標または商標です。