

ECサイトで広がる後払い決済サービス

◆クレジットカードが不要の後払い決済サービス

コロナ禍でEC市場が拡大を続けるなか、新たな決済手段として後払い決済サービスが注目されている。欧米では、後払い決済を「Buy Now, Pay Later（通称、BNPL）」と呼び、スウェーデンのKlarna、米国のAffirmなどのスタートアップが牽引している。いずれも加盟店から徴収する手数料などを収益源としている。

後払い決済サービスは、事業者の戦略などにより違いはあるが、クレジットカードや即時払い方式のデビットカードなどを保有していなくても、メールアドレスや携帯電話番号など簡単な情報入力によって与信審査され、原則として利用者に手数料等は課さない。利用者層は多岐にわたり、Web上にクレジットカード情報を入力することに不安な人や、コロナ禍で代引きを敬遠する人、カードを取り出す必要がないので移動中にスマホで注文する若者などさまざま。

矢野経済研究所は、2021年4月、日本のECにおける19年度の後払い決済サービス市場は6,870億円と推計し、24年度には1.8兆円を超えると予測している。

◆与信審査にAIも活用する日本発の後払い決済サービス事業者

日本でも、ペイディやネットプロテクションズといった後払い決済サービス事業者が存在する。ペイディ（14年10月創業）は、ECサイトで買い物をする際、メールアドレスと携帯電話番号を入力し、スマホに届く認証コードを入力することで買い物ができる。後払いの方法は、決済の翌月にコンビニなどでまとめて支払う方法のほか、手数料無料の3回分割払いも選択できる。利用登録者は約500万人で、20～30代前半が多く、加盟店はアマゾンジャパンなど約70万店ある。与信には信用情報機関の個人データに加えて、AIを活用して行動履歴から異常を検知し、不正利用を防ぐ仕組みを構築している。

最近では後払い決済事業者と大手クレジットカード会社との提携といった動きもあり、新規参入者がさらに増えれば競争激化の可能性も見込まれる。一方、後払い決済は使い勝手の良さゆえに消費者が過剰債務を抱える懸念もあり、利用動向を見極めながら適切な規制を検討していく必要があるだろう。【秋元真理子】