

Our Future 2: au PAYの狙い

キャッシュレス化の進展をリード

KDDIは、スマホ決済「au PAY」の提供を通じてお客さまとの接点を拡大するとともに、さまざまなライフデザインサービスをご利用いただくことで、お客さまとの強固かつ長期的なエンゲージメント構築を図ります。

また、au WALLETポイントのPontaポイントへの統合や、さまざまな金融サービスとの連携などにより、引き続きサービスの進化を目指します。



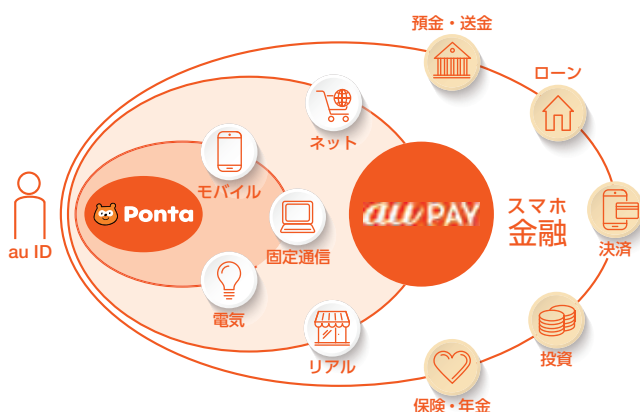
決済・金融分野におけるKDDIの取り組み

スマートフォンは今や人々の生活に欠かせないツールとなっており、決済・金融サービスをスマートフォンで手続き・管理する「スマホ・セントリック」の世界は身近になってきました。

KDDIは、2008年にモバイルに特化したインターネットバンキング「じぶん銀行」をいち早く開始したほか、2014年にはau IDと連携した電子マネーカードにより、オンラインショッピングに加え、リアル店舗でも利用可能な、ポイントもたまる新しい決済機能である「au WALLET」を展開するなど、業界に先駆けて決済・金融分野の取り組みを推進してきました。

そして2019年、au PAYアプリを預金・決済・投資・ローン・保険といったさまざまなサービスの入り口とし、お客さまにスマホ・セントリックな決済・金融体験を総合的に提供する「スマートマネー構想」を始動しました。また、本構想の実現のため、auフィナンシャルホールディングス株式会社を設立しました。

au PAYを中心としたスマートマネー構想



KDDIのスマホ決済「au PAY」

日本では、政府が2025年の目標に「キャッシュレス決済比率40%」を掲げて取り組んでおり、キャッシュレス化が進展しています。その中でもスマホ決済は、通信各社がキャンペーンを展開していることもあり、市場が大きく拡大しています。

KDDIは2019年4月、「au PAY」の名称でバーコードやQRコードを使ったスマホ決済サービスを開始しました。2020年3月末の会員数は2,350万、スマホ決済・ポイント利用可能箇所は190万を超えるなど、登録者数・決済者数・加盟店数・取扱高は順調に伸長しています。

auのエンゲージメント向上への貢献

KDDIが「au PAY」に注力する理由として、“お客さまとのエンゲージメント向上への貢献”があげられます。

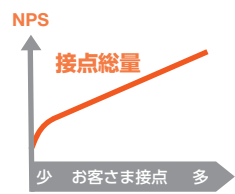
ここ数年の分析により、お客さまとの接点が多いほどNPS*1が向上するという相関関係が見えてきました。加えて、数あるライフデザインサービスの中でも、お客さまが日常的に利用される「au PAY」の効果が特に大きいことも分かっています。

「au ショップ」におけるお客さまとの接点は、端末購入サイクル(2~3年に一度)に限定されていましたが、これをau PAYアプリ・au PAYカード・au PAYマーケット(オンラインショッピングモール)などのサービスに広げることにより、お客さまと日常的に接点を持つことが可能となります。

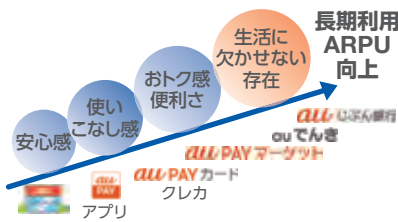
さらに、au でんき・金融サービスなど長期間ご契約いただくタイプのサービスをご利用いただき、お客さまの生活に欠かせない存在となることで、お客さまとの強固かつ長期的なエンゲージメント構築を目指します。

*1 Net Promoter Score(お客さま推奨度)

お客さま接点とNPSの 相関



接点拡大によるエンゲージメント向上



au 経済圏の拡大への貢献

au 通信料金のお支払いのほか、au PAY や au PAY カードなどの au サービスのご利用を通じて、お客さまには Ponta ポイント (旧 au WALLEET ポイント) が還元されます。

KDDI は たまったポイントをご活用いただく場として au PAY マーケットをご用意することで、ポイントが au 経済圏の中で循環するエコシステムを構築しています。

今後、au PAY を軸に、au PAY カードのご利用・チャージを促進し、たまったポイントを au PAY マーケットでおトクにご利用いただくことで、ポイントのさらなる好循環を創出し、au 経済圏の最大化を目指します。



au PAY の接点拡大に向けた2つの取り組み

「誰でも！毎週10億円！もらえるキャンペーン」実施

au PAY の認知度向上に向けて、2020年2月から7週間にわたり、決済額の最大20%を au WALLEET ポイントで還元するキャンペーンを実施しました。その効果は大きく、au PAY の認知度が大幅に上昇したほか、au 以外のお客さまにも多数ご加入いただくなど、au PAY のプレゼンス向上に大きく寄与しました。

Ponta ポイントとの統合による新たな接点の創出

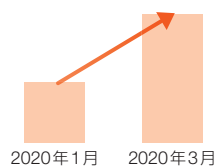
2020年5月、au WALLEET ポイントを Ponta ポイントに統合しました。本統合により、国内最大級となる1億超のポイント会員基盤が誕生しました。

この会員基盤をベースとして、KDDI の先端技術と約14,500のローソン店舗^{*2}などの両グループのアセットを組み合わせ、お客さまに新たな体験価値を提供していきます。また、オープン基盤である Ponta との連携を足掛かりに、au 以外のお客さまへの接点を拡大し、決済・金融取扱高のさらなる拡大を目指します。

^{*2} 2020年5月時点

au PAY

決済件数
キャンペーン^{*3}前後で2倍超の増加



ポイントを Ponta ポイントと統合
ローソンとの提携を本格化
(2020年5月提供開始)



国内最大級の1億超の会員基盤へ
スマホ決済・ポイント利用加盟店の拡大

決済件数は大きく増加。接点拡大への取り組みを推進

^{*3} 誰でも！毎週10億円！もらえるキャンペーン (2020年2月～3月)

今後の利益成長が期待される金融事業とのシナジー

au PAY を起点に、KDDI グループが擁するさまざまな決済・金融サービスの利用につなげていきます。

2020年3月期の KDDI の決済・金融取扱高^{*4}は6.5兆円を突破しました。今後は、銀行から証券サービス、クレジットカードから銀行サービスといった利用につなげるなど、金融サービス間での循環を拡大し、収益拡大を目指します。

^{*4} au PAY 決済額 + au PAY カード決済額 + au かんたん決済額 + au じぶん銀行決済額 + ローン実行額



au PAY アプリのスーパーアプリ化を目指して

KDDI が目指す「スーパーアプリ」とは、お客さまに最も使われるアプリであり、日常生活の起点となるものです。今後、au PAY の機能をさらに拡張し、金融やEコマースのみならず、タクシー手配やレストラン予約といった生活密着型のサービスと連携することで、スーパーアプリとしてのさらなる進化を目指します。



KDDI の決済・金融分野の特徴サマリー

- ① au PAY を中心としたスマートマネー構想の始動
- ② 1億超のポイント会員基盤
- ③ 決済・金融取扱高6.5兆円突破とさらなる収益拡大