

2025年11月25日

報道関係各位

GMO ペイメントゲートウェイ株式会社

**GMO ペイメントゲートウェイ、
「決済手段 利用意向調査 2025 年度版」を公開
～消費者の属性×心理的要因に基づく決済の運用設計が、
売上機会最大化と顧客体験向上の両立に直結～**

GMO インターネットグループにおいて、総合的な決済関連サービス及び金融関連サービスを展開する GMO ペイメントゲートウェイ株式会社（東証プライム市場：証券コード 3769、代表取締役社長：相浦 一成 以下、GMO-PG）は、事業者の売上機会を最大化する支援の一環として、EC における「決済手段 利用意向調査 2025 年度版」を実施し、その結果を 2025 年 11 月 25 日（火）に公開しました。

調査の結果、各決済手段の利用率という一面的な指標だけでなく、利便性・安心感などの心理的要因を踏まえた決済の運用設計が、売上機会の拡大と顧客体験の向上に有効であることが分かりました。

本調査の結果は、事業者が自社のビジネスや顧客層に応じた決済の運用設計を検討する際に役立てていただけるホワイトペーパーとして公開します。

ダウンロード URL :

<https://knowledge.gmo-pg.com/ja-jp/form/document/paymentlandscapedata2025>

■ 調査結果サマリー

● クレジットカード中心に複数の Pay を組み合わせる利用傾向が定着

よく使う決済手段として、「クレジットカード」は物販・サービス EC 等共に 60%超。

次いで、物販では「PayPay」「Amazon Pay/Amazon ギフト^(※1)」、サービス EC 等では「PayPay」「楽天ペイ」の順に多かった。

● 決済手段の選択基準は“ポイント×利便×安心”

物販・サービス EC 等共に「ポイントを貯めたい」が約半数と最も多く、「使いやすさ」「安心感」も上位に挙がった。

● 本人認証失敗による UX 棄損への対策が重要

物販・サービス EC 等共に 30%超が本人認証で失敗を経験。

認証に失敗した人のうち、物販は約 17%、サービス EC 等では約 14%が購入を断念し、半数近くが「不便なサイトと感じる」と回答。

(※1) 本調査では「Amazon Pay」「Amazon ギフト」を同一選択肢として提示



【調査の目的】

GMO-PG では、年間 21 兆円を超える決済処理金額^(※2)を取り扱う中で蓄えた豊富なデータと知見を活かし、承認率の向上や決済 UX・運用設計の改善など、多面的な施策を展開しています。決済サービスの提供に加え、消費者の購買行動を促進する施策により、事業者の売上機会拡大を支援しています。

物販/サービス EC 等を対象とする本調査は、2023 年より毎年行っており、消費者の決済利用の傾向や、決済手段を選ぶ理由を明らかにすることで、「どの決済手段を、どの順序・設計で導入・運用すべきか」といった事業者の判断を支援し、事業成長を後押しすることを目的としています。

なお、過去の調査では、希望する決済手段がない場合に購入を断念する傾向が確認されており、決済導入の最適化が事業者の売上機会に直結することが示唆されました。こうした知見を踏まえ、今回の調査では、消費者の属性や心理的要因をより多面的に捉えています。

(※2) 2025 年 9 月末時点、連結数値

【調査概要と結果（詳細）】

■ 調査概要

- ・方式：インターネットリサーチ（GMO リサーチ&AI 株式会社）
- ・期間：2025 年 9 月 19 日～9 月 30 日
- ・対象：
 - <物販編> 直近 1 年間で EC サイトで物品を購入した 15～88 歳の男女（n=3,279）
 - <サービス EC 等編> 直近 1 年間でサービス・デジタルコンテンツ・公共料金をオンライン上で決済した 15～99 歳の男女（n=3,277）
 合計 6,556 サンプル

■ 結果サマリー（抜粋）

1. EC における決済手段の利用率（Top10）

- 物販：「クレジットカード」67.3%、「PayPay」30.4%、「Amazon Pay/Amazon ギフト^(※1)」14.9%、「コンビニ決済」11.7%ほか。
- サービス EC 等：「クレジットカード」65.9%、「PayPay」41.2%、「楽天ペイ」16.8%、「Amazon Pay/Amazon ギフト^(※1)」13.1%ほか。

この結果から、クレジットカードを中心に据えつつ、利用者層に応じて複数の Pay 決済などを併用する構成が有効と考えられます。

物販編 Q.よく利用する決済手段をすべて選択してください			サービスECその他編 Q.よく利用する決済手段をすべて選択してください		
決済手段	N		決済手段	N	
	3,279	%		3,277	%
1.クレジットカード	2,207	67.3%	1.クレジットカード	2,161	65.9%
2.PayPay	996	30.4%	2.PayPay	1,349	41.2%
3.Amazon Pay・Amazonギフト	488	14.9%	3.楽天ペイ	551	16.8%
4.コンビニ決済	384	11.7%	4.Amazon Pay・Amazonギフト	430	13.1%
5.d払い	254	7.7%	5.d払い	405	12.4%
6.楽天ペイ	250	7.6%	6.コンビニ決済	370	11.3%
7.後払い(GMO後払いなど)	152	4.6%	7.銀行振込	369	11.3%
8.銀行振込	139	4.2%	8.電子マネー	261	8.0%
9.代金引換	119	3.6%	9.au PAY	205	6.3%
10.電子マネー	97	3.0%	10.後払い(GMO後払いなど)	147	4.5%

(複数選択/n=3,279) (複数選択/n=3,277)

2. 決済手段の選択基準（全体）

- 上位要因：「ポイントを貯めたいから」が最も多く、「使い方がわかりやすいから」「セキュリティ面で安心だから」が上位に挙がる結果に。

この結果から、消費者は利便性と安全性の両立を重視しており、ポイント経済圏との親和性や操作のわかりやすさ、安心して利用できる体験が利用する決済手段の選択に大きく影響していることが分かりました。

物販編 Q.決済手段を選択する基準について、重要視していることをすべてお知らせください。			サービスECその他編 Q.決済手段を選択する基準について、重要視していることをすべてお知らせください。		
選択基準	N		選択基準	N	
	3,279	%		3,277	%
ポイントを貯めたいから	1,551	47.3%	ポイントを貯めたいから	1,731	52.8%
貯めたポイントを購入に使用したいから	974	29.7%	貯めたポイントを購入に使用したいから	993	30.3%
使い方がわかりやすいから	893	27.2%	使い方がわかりやすいから	909	27.7%
支払いを特定の決済手段にまとめたいから	621	18.9%	支払いを特定の決済手段にまとめたいから	625	19.1%
セキュリティ面で安心だから	494	15.1%	セキュリティ面で安心だから	516	15.7%
ギフトカードやクーポンが使用できるから	494	15.1%	入力情報が少ないなど手順が簡潔だから	430	13.1%
入力情報が少ないなど手順が簡潔だから	400	12.2%	ギフトカードやクーポンが使用できるから	389	11.9%
他に使えるものがないから	313	9.5%	他に使えるものがないから	298	9.1%
残高を気にしなくていいから	280	8.5%	残高を気にしなくていいから	276	8.4%
クレジットカード情報を入力したくないから	209	6.4%	クレジットカード情報を入力したくないから	219	6.7%
支払いを先延ばししたいから	130	4.0%	支払いを先延ばししたいから	128	3.9%
その他	22	0.7%	その他	23	0.7%

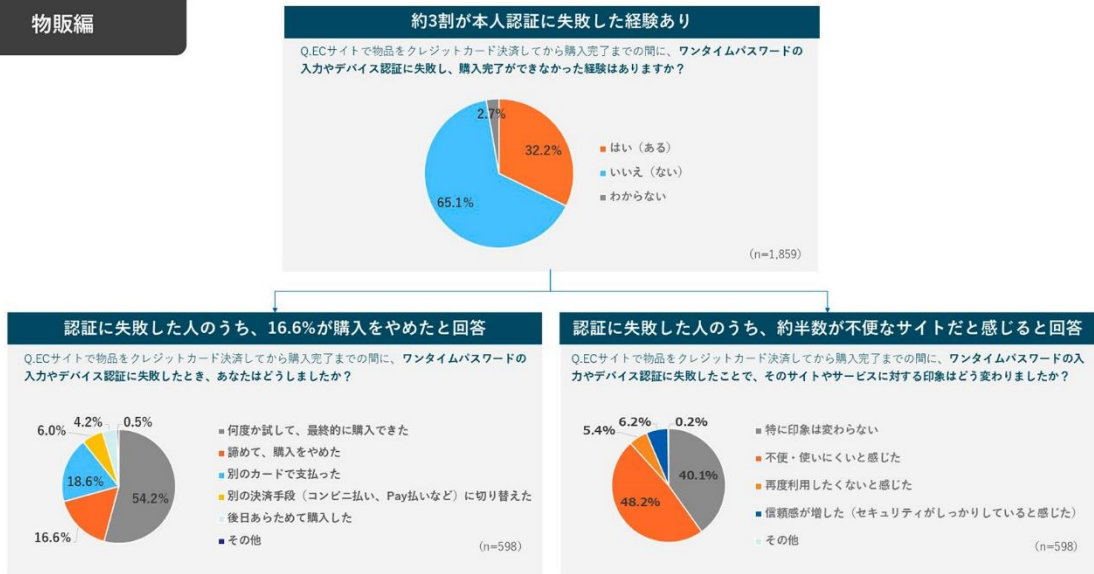
(複数選択/n=3,279) (複数選択/n=3,277)

3. クレジットカード本人認証（EMV 3-Dセキュア [3DS]）失敗の影響

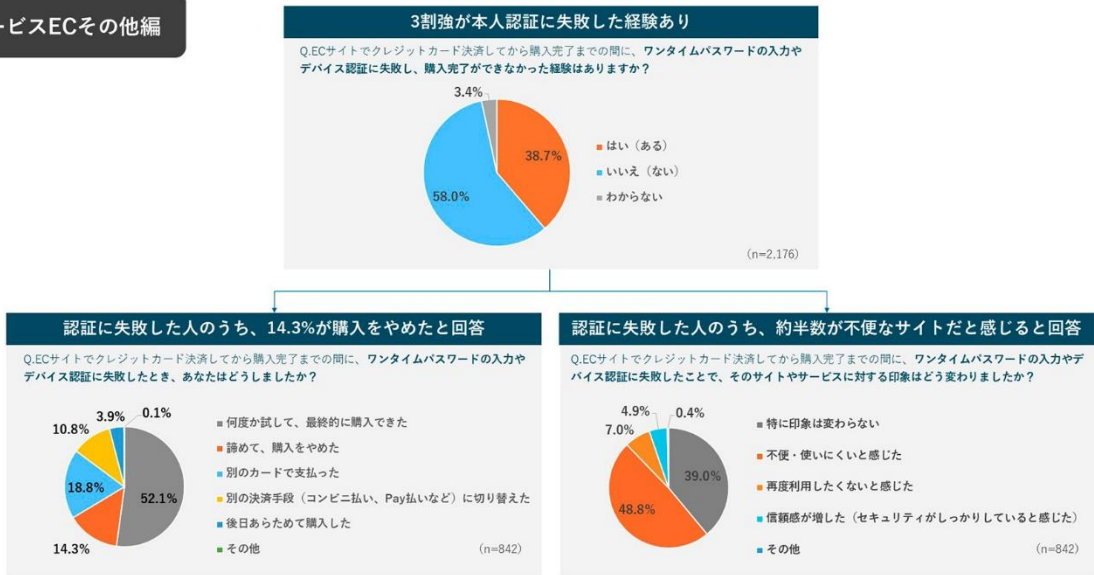
- 失敗経験：全体の中で 3DS を認識している利用者のうち、物販 32.2%/サービス EC 等 38.7%が失敗の経験あり。
- 行動影響：認証に失敗した利用者のうち、物販 16.6%/サービス EC 等 14.3%が購入を断念。
- 印象評価：認証に失敗した利用者のうち、いずれも半数近くの物販 48.2%/サービス EC 等 48.8%が、そのサイトを「不便・使いにくいと感じた」と回答。

この結果から、本人認証の利便性を高める仕組みや、再試行しやすい画面設計、代替決済手段への自然な誘導を組み合わせることで、離脱や体験損失を防げる可能性が示されました。

物販編



サービスECその他編



【調査レポートのダウンロードについて】

「決済手段 利用意向調査 2025 年度版」は、以下 URL よりダウンロードいただけます。

ダウンロード URL :

<https://knowledge.gmo-pg.com/ja-jp/form/document/paymentlandscapedata2025>

なお、本調査結果の引用・転載の際は、「出典：GMO ペイメントゲートウェイ『決済手段 利用意向調査 2025 年度版』」と明記ください。内容の改変はご遠慮ください。

【調査結果の解説セミナー開催について】

本調査の結果をもとに、EC サイトのカゴ落ち対策や運用最適化のヒントを解説するオンラインセミナーを開催します。当日は、調査から見た消費者インサイトの解説に加え、ホワイトペーパーには掲載しきれなかった物販・サービス EC 等ごとの「年代別」「商材別」といった詳細データも公開予定です。また、「確定していたはずの売上」の機会損失を防ぎ、売上を最大化するための「攻め」の決済戦略を具体的に紹介します。

開催日時や申込方法などの詳細は、以下「セミナー概要」を参照ください。

■セミナー概要

セミナー名	その「カゴ落ち」、原因は“決済手段の不足”かもしれません ～2025 年最新データが示す「機会損失ゼロ」の決済戦略～
開催日時	2025 年 12 月 9 日（火） 12：00～12：50 終了予定
開催方法	オンライン（Zoom）
参加費	無料（事前申込制）
申込 URL	https://zoom.us/webinar/register/3617633678614/WN_xgR5SEBYRC256afk2fqFsw

【GMO ペイメントゲートウェイ株式会社について】

オンライン化・キャッシュレス化・DXなどを支援する決済を起点としたサービスを提供しています。年間決済処理金額は 21 兆円を超えており、オンライン総合決済サービスは EC 事業者や NHK・国税庁等の公的機関など 15 万店舗以上の加盟店に導入されています。

決済業界のリーディングカンパニーとして、オンライン総合決済サービス、対面領域での決済サービス、後払い・BNPL（Buy Now Pay Later）、金融機関・事業会社への BaaS 支援、海外の先端 FinTech 企業への戦略的投融資など、決済・金融技術で社会イノベーションを牽引し、持続可能な社会の実現と社会の進歩発展に貢献してまいります。（2025 年 9 月末時点、連結数値）

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMO ペイメントゲートウェイ株式会社
企業価値創造戦略統括本部 広報部
TEL：03-3464-0182
お問い合わせ：
<https://contact.gmo-pg.com/m?f=767>

【サービスに関するお問い合わせ先】

- GMO ペイメントゲートウェイ株式会社
イノベーション・パートナーズ本部
お問い合わせ：
<https://www.gmo-pg.com/inquiry/>

- GMO インターネットグループ株式会社
グループ広報部 PR チーム 新野
TEL：03-5456-2695
お問い合わせ：<https://group.gmo/contact/press-inquiries/>

【GMO ペイメントゲートウェイ株式会社】 (URL : <https://www.gmo-pg.com/>)

会 社 名	GMO ペイメントゲートウェイ株式会社 (東証プライム市場 証券コード: 3769)
所 在 地	東京都渋谷区道玄坂 1 丁目 2 番 3 号 渋谷フクラス
代 表 者	代表取締役社長 相浦 一成
事 業 内 容	■総合的な決済関連サービス及び金融関連サービス
資 本 金	133 億 23 百万円

【GMO インターネットグループ株式会社】 (URL : <https://group.gmo/>)

会 社 名	GMO インターネットグループ株式会社 (東証プライム市場 証券コード: 9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役グループ代表 熊谷 正寿
事 業 内 容	持株会社 (グループ経営機能) ■グループの事業内容 インターネットインフラ事業 インターネットセキュリティ事業 インターネット広告・メディア事業 インターネット金融事業 暗号資産事業
資 本 金	50 億円

Copyright (C) 2025 GMO Payment Gateway, Inc. All Rights Reserved.