

## 修士論文要旨

論文タイトル：「中国の発展をふまえた日本のモバイル決済の現状と将来性の考察」

学籍番号：AM20001

氏名：FAN JIAO

指導教員：赤羽 裕 副指導教員：平安山 英成、田中 信彦

### 【論文の構成】

はじめに

第1章 キャッシュレス決済の概要

第2章 中国と日本におけるモバイル決済の発展経緯

第3章 中日モバイル決済企業の分析

第4章 技術受容モデルをふまえた消費者の動向

第5章 考察—日本のモバイル決済の現状と将来性

おわりに

謝辞

参考文献

### 【論文の内容】

#### 1. 研究目的

本研究の目的は、モバイル決済で先行する中国の発展状況・経緯を調査するとともに、消費者、企業、社会の三つの側面から比較し、日本のモバイル決済の今後の発展可能性を考察することである。

#### 2. 研究方法

本稿の研究方法については、まず文献調査を中心に、先行研究を踏まえ、キャッシュレスの概要とともに、中日両国ならびに社会でのモバイル決済の発展経緯を確認した。そのうえで、両国のモバイル決済企業を比較・分析した。

続いて、技術受容モデルを踏まえ、中日のアンケートを活用した先行研究から、中国と日本の消費者の行動意識に影響を与える要因を明らかにした。そのうえで、現在の中日両国の消費者に関する諸データを考察し、その用意の妥当性を確認した。

さらに、前の内容をまとめ、CAGE フレームワークによる分析を行い、両国の違いと日本のモバイル決済の発展の遅れの要因を確認した。

結論として、日本のモバイル決済の現状に基づき、日本のモバイル決済の利用率を高めるための方策を、消費者、企業、国の3つの面から提案する。

#### 3. 先行研究

Davis(1985)は、合理的行為理論を応用し、新技術採用時のベネフィットを代表する属性の「有用性」とコストを代表する属性の「使用容易性」の二つを個人の新技术受容行動を説明する規定要因として導入したモデルを提唱した。

Rogers (2003, 邦訳 2007) は、「イノベーションの普及」という著書において、新製品がどのように消費者に採用されるかというミクロな論題と社会にどのように普及するかというマクロな論題を提出した。そのうえで、イノベーションの採用時期から消費者を5つの階層に区分した。

小野 (2008a) は、技術受容モデルの発展経緯をふまえたうえで、有用性と相対的優位性から見れば、新製品が旧製品よりも優れている面があっても、劣勢になる可能性がある。「品質」と「価格」の両者を比較して算出された「価値」の中で、新製品を選択したときの価値が旧製品を選択したときの価値より大きいなら、消費者は旧製品より新製品を選択する。さらに、技術受容モデルが主張する「使用容易性」から「有用性」への正の影響には、他の成立条件が必要であると指摘した。

清宮・徐(2017)は、消費者の購買行動での意思決定分析には、「知覚された有用性

を」を通じ、「受容意向」に最も影響を与えていた外部変数が、中国の方が「社会的要因」であり、日本の方が「革新的製品期待」と「情緒的要因」であると指摘した。合わせて、中国における「知覚された使用容易性」から「知覚された有用性」への因果関係の強さを述べた。

Ghemawat (2007, 邦訳, p. 62)は、国ごとの差異を、文化的、制度的/政治的、地理的、経済的という四つの側面における隔たりという観点からモデル化した。これらを総称してCAGEと呼ぶ。CAGEフレームワークはもともと上記の4つの視点で、自国のマクロ環境と他国を比較することで、国、地域による類似性とともにより差異も的確に理解することで、グローバル事業を展開する際の戦略に役立っている。

#### 4. 研究の独自性

本研究は遅れていた日本のモバイル決済の発展が進み始めた現在、すでに発展している中国と多面的な比較を行い、そこから日本の発展可能性を考察した。両国の違いを消費者、企業、国の側面から整理するにあたり、CAGEフレームワークを援用した。その上で、現在のコロナがモバイル決済にどのような影響を与えているかを可能な範囲で検討を行った。

#### 5. 考察

本研究では、文献調査及び企業分析に基づいて、中国と日本におけるモバイル決済の現状、発展経緯及び将来性について考察した。CAGEフレームワークによる整理で、文化的な隔たりにより、中国の消費者は使用の実用性をより重視し、日本の消費者は決済手段を選ぶ時、最も重視するのはモバイル決済の品質と使用後に得られる価値であることを確認できた。現金に対する両国での信頼性の違いも影響を与えている。日本のモバイル決済利用率をより向上するために、各方面から消費者のモバイル決済に対する認識を向上させることが必要である。経済的な隔たりには、国家人口数の違い、個人所得水準の差異の違いがある。こうした点では、各企業間の協力が今後モバイル決済の発展における一番重要な施策と考える。制度的な隔たりの面から見ると、国としても、監督管理部門はイノベーションを推奨し、リスク防止と並行した監督・管理政策は比較的緩やかな監督管理環境を提供するとともに、企業のモバイル決済技術の安全規範を監督することが重要である。金融市場の競争を奨励するとともに、国の取組を通じて企業や店舗の各種キャンペーンにつなげることも想定できる。スーパーアプリというプラットフォームの活用は、クレジットカードや電子マネーのモバイル搭載も促し、モバイル決済の利用率をより高めることができると考えられる。

### 【主要参考文献】

1. Davis, F. D. (1985), "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results," Doctoral Dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
2. (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.
3. Rogers, E. M. (2003, 邦訳), *Diffusion of Innovation: Fifth Edition*, New York, NY: Free Press, 三. 藤利雄訳(2007), 『イノベーションの普及』, 翔泳社.
4. Pankaj Ghemawat (2007) 「Redefining Global Strategy」 望月 衛 (訳) 「コークの味は国ごとに違うべきか」 ゲマワット教授の経営教室文芸春秋社, 2009年
5. 小野 晃典(2008) 「新技術受容の消費者行動理論」 慶應義塾大学出版会 三田商学研究 (Mita business review). Vol. 51, No. 1 (2008. 4), p. 1- 18
6. 清宮政宏, 徐明(2017) 「新技術受容としてのスマートフォンの購買決定に関する考察」 一日本と中国の大学生への小調査からみえるもの 彦根論叢 Summer / Jun. 2017 / No. 412
7. 中国決済清算協会 (2020) 「2019年モバイル決済ユーザーアンケート調査報告書」
8. 戸田滯・遠藤正之 (2017) 「決済サービスにみる中国と日本の現状の考察」『2017年春季全国研究発表大会』
9. 和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦(2016) 『マーケティング戦略 第5版』有斐閣アルマ, 2016, pp119-122
10. 王强, 费笑松, 邵帅, 国许安(2018, p57) 「关于移动支付发展现状和影响因素的研究」 金融纵横 2018. 11 009-1246 (2018) 11-0053-07