



## 【LINE】再度の20%還元キャンペーン 早くこいPayPay



LINE<3938>がスマートホン決済サービスで再び仕かける。1月25日から1月31日まで、ローソン、ファミリーマートなどのコンビニエンスストア4社、ウエルシアやツルハドラッグなどのドラッグストア15社で、購入した商品の代金をLINE Payで支払えば、支払い金額の20%を還元する。

高額還元か、実施頻度か

ソフトバンク系のスマートホン決済サービスPayPayが2018年12月に行った一度に多額の還元（1人2万5000円）を行う戦略に対し、LINEは還元額（1人5000円）を低く抑え、繰り返しキャンペーンを行う戦略をとる。

PayPayの一度に100億円を投じるキャンペーンにはインパクトがあり、次回のキャンペーンを待望する消費者は多いはずだが、頻繁に実施するのは難しい。一方、LINEのキャンペーンはPayPayと比べると、インパクトは小さいものの毎月のように実施することで、日常感が出てくる。

キャッシュレスは日本政府が後押しする取り組みのため、楽天<4755>やOrigamiなどもスマートホン決済サービスを展開しており、電子マネーも多くの企業がシェア獲得合戦に参戦している。

それぞれが、さまざまなキャンペーンを打ち出しており、すべてを把握するのは難しい状況にある。消費者はどのようなキャンペーンを支持するのか。正解を予測するのは困難だが、少なくとも20%程度にとどまっている日本のキャッシュレス比率が上昇局面を描くことは間違いなさそうだ。

キャンペーン以外の楽しみも

楽天は野球場やサッカー場での完全キャッシュレス化を打ち出しており、他の小売店でも完全キャッシュレス化の動きが広がりつつある。

キャッシュレス決済の安全性や信頼性向上のための取り組みも欠かせない。こうした激変する市場にあって、ベンチャー企業の誕生やM&Aなども予想される。市場がどう膨らみ、どのように整理されるのか。キャッシュレスにはキャンペーン以外の楽しみも多い。

文：M&A Online編集部