QRESTIA INC. • PayPal



「PayPalが使える」という安心と信頼を武器に越境EC市場を拡大

株式会社クレスティアが運営する日本発の越境ECサイト「WAFÚÚ.COM」。
2022年10月に立ち上げて以来、食品・化粧品・日用品・家電・ホビー用品など幅広いジャンルの日本商品を、自社開発のリサーチシステムで得たトレンド情報に基づいてラインナップしている。
2026年時点で配送対応国・地域を125まで拡大し、欧米を中心にアジア、アフリカ、オセアニア、中南米など世界中のお客様に商品を届けている。
WAFÚÚではPayPalをはじめクレジットカード、各地域のローカル電子決済・銀行決済、暗号資産など50以上の決済手段に対応し、その中でもPayPalはサイトの立ち上げ時から通常決済として導入している。それは、越境ECにとって最大の壁である「初めて見る海外サイトへの信頼」を勝ち取るにはPayPalが必要不可欠だったからだ。

PayPal経由の売上高
+54%（前年比）

BNPLメッセージング導入後のBNPL利用顧客単価
BNPL非利用顧客単価の **+30%**

ハードルが高い「知らない国の知らないサイト」での決済

越境ECは、初めて見るお客様にとっては知らない国の知らないサイト。
商品や価格に魅力を感じても、いざ決済の段階になるとカード番号の入力に抵抗を感じて離脱してしまう。決済代行会社での勤務経験を持つクレスティア創業者の深田秀正社長は、そうした消費者心理を十分に理解していた。

また、海外カード会社においても日本の知らないサイトへの支払いは警戒されやすく、正当なお客様の決済でも通らないことが珍しくない。こうした決済の失敗による機会損失は大きな痛手で、ゼロからサイトを立ち上げたWAFÚÚも避けることのできない事実であった。

安全・安心・簡単なグローバルオンライン決済サービス

これらのハードルを乗り越えるための武器として深田社長が選んだのが、安全かつ簡単なグローバルオンライン決済サービスであるPayPalの導入だった。
自らも一人のユーザーとして越境ECを利用した際に「知らない海外サイトでもPayPalがあれば安心して買い物ができる」と感じていたことから、WAFÚÚにアクセスしたお客様の不安を解消するにはPayPalが有効だと確信していた。
深田社長がPayPalを有効と感じた大きなポイントは、カード情報をサイトに入力せずに決済が完結すること。使い慣れたPayPalのアカウントでログインするだけで済むため、お客様の心理的ハードルが解消できると期待した。また、欧米市場においてPayPalは決済インフラとして定着しているため、PayPalが決済の選択肢にないだけで離脱につながるケースもあるという。そして深田社長は「当社にとってPayPalの導入は選択肢の一つではなく、越境ECを始める上での前提条件でした」と断言するほど、迷わず導入に踏み切った。



PayPal導入によって得られた世界共通の安心と信頼

WAFÚÚの全決済におけるPayPal利用率は、件数ベースで約16%、金額ベースで約15%を占める。50以上の決済手段が選べる中でのこの割合は突出した数字だ。

ドイツ・フランス・イギリス・アメリカ・オーストラリアの5ヵ国で全PayPal取引の半数以上を占め、特に欧州のお客様からは購入前に「PayPalは使えるか」と確認されることが少なくないという。こうした問い合わせを通じて、深田社長は「それだけ『PayPalが使えるサイト＝安心して買えるサイト』という判断基準が定着している証」とPayPal導入によって得られた信頼を実感している。

さらに、お客様が越境ECの利用にあたって抱く「商品は届くのか」「カード情報は安全か」という二重の不安もPayPalなら解消しやすく、実感レベルではあるものの、特に初回購入のハードルを下げる効果をもたらしているという。また、越境ECではカードの決済に失敗することも珍しくないが、決済成功率が高いPayPalをお客様に利用してもらうことで機会損失を防ぎやすくなるのも大きな価値となっている。

一方、海外では後払い決済が定着している国も少なくないことから、「Buy Now Pay Later（BNPL）」が利用可能というメッセージを商品ページに掲載する「Buy Now Pay Later Messaging（BNPLメッセージング）」という施策を、2026年3月から一部地域で導入している。

その結果、家電など高価格帯商品を中心にBNPLの利用が増え、BNPL利用者の平均購入単価が非利用者と比べて30%高くなったり、2026年4月～7月のPayPal経由売上高が前年同時期比で54%上昇するといった形でも効果が表れているという。



PayPalは越境ECの共通言語

越境ECにとって決済への安心は、世界共通で必要不可欠なもの。その安心を提供できるPayPalに対して深田社長は「言語や通貨が違っても“安心”によって当社と世界中のお客様をつないでくれるPayPalは、いわば越境ECの共通言語です」と絶大な信頼を寄せている。

さらに将来の展望についても「欧州全域でのPayPal利用がますます拡大しているので、今後もPayPalを決済インフラの中核に位置づけていきます。一方、導入したばかりのBNPLメッセージングは商品ページでの訴求を強化し、高額商品のAverage Order Value（AOV）向上に引き続き取り組みます」とPayPal活用によるさらなる成長に意欲を燃やしている。