

モバイル決済プラットフォームの注目トレンド

多田羅 政和 株式会社電子決済研究所 代表取締役社長

スマートフォンの普及で決済サービスにもオープン化の波 注目の新規参入事業者はネットとリアル融合を狙う

モバイルネット決済の動向

「PC＋インターネット」環境への接近

携帯電話による決済、あるいは携帯電話を介する決済といえば、iモードの登場以降、モバイルネットワークを利用するネット決済が長らく主流であった。初期には着信メロディーや壁紙、ニュース情報といったデジタルコンテンツの購入を中心目的としてその市場は立ち上がってきたが、モバイルブロードバンド環境の普及や携帯電話機画面の精細化も相まって、現在は一般的な商品やサービスへの支払いにも広く使われるようになってきている。これらは、リアルのお店(実店舗)で行われる商品やサービスの購入を「対面取引」と呼ぶのに対し、「非対面取引」と区別される。

非対面取引の代表格は通信販売であり、従来その注文内容や決済情報のやりとりに関しては、固定電話による音声通話やハガキなどオフラインの連絡手段が用いられてきた。そこに、インターネットの普及とともに、ウェブサイトから直接、注文と購買を行う、いわゆるEコマースが定着、パソコン(PC)とインターネットによるオンラインショッピングが一般化するに至っている。携帯電話によるモバイルネット決済は、この「PC＋インターネット」が一体化したものと捉えるとわかりやすく、その考え方も本来は同じ延長線上にある。

「PC＋インターネット」の環境では、周知のとおり、クレジットカード決済や代引き、コンビニ払い、インターネットプロバイダーによる回収代行、ネットバンキングによる振り込みや支払い、カードにスクラッチ隠蔽された固有識別記号によるプリペイド決済などなど、さまざま

な決済手段が利用できるようになっている。

しかし、従来の携帯電話には機能面で相対的に劣る部分——キー入力のしづらさ、ネットワークのセキュリティレベルなど——についての課題もあり、近年に至るまで携帯キャリア自身が月々の通信料金に合算して徴収する回収代行が、モバイルネット決済の手段として中心的な役割を担ってきた。

ところが、携帯電話とそのインフラ面での機能アップとともに課題は徐々に解決され、「PC＋インターネット」と同様に、一般的なクレジットカード決済やコンビニ払いなどのメニューを用意する事業者が増えていったのが2003～2004年ごろからの傾向である。

そして昨今のスマートフォンの台頭により、もはやモバイルネット決済と「PC＋インターネット」での決済の間にあった壁は消失し、地続きの世界が残ったといえる。つまり、今後のモバイルネット決済の方向性は、決して「モバイル」に限らず、PCを含めた非対面取引の方向性そのものを示すといっても過言ではない。

スマートフォンによるオープン化の影響

スマートフォン、とりわけiPhoneの普及で顕在化したモバイルネット決済の新たな動向として、携帯キャリア以外のサービス事業者による決済手段の提供が挙げられる。それを象徴するのが、米アップルのiTunes Card (iTunes Apps Cardを含む)である。

あらかじめ固有識別記号をスクラッチ隠蔽したカードをユーザーに販売し、ユーザーは自身のID(口座)にバリューを補填する。その残高の範囲内に限り支払い

に使用できるプリペイド方式の決済サービスである。日本でも1990年代からウェブマネーなどの専門事業者がサービスを手がけており、目新しいものではないが、アップルの例では同社が単にiOSやiPhone/iPadといった端末の供給者であるだけでなく、実際に支払いの行われる場面、つまりiTunes Store/App Storeといったコンテンツマーケットを保有することで存在感を強めている点が注目される。

さらにアップルの場合には上記のプリペイドカードだけでなく、一般的なクレジットカードも自身のIDにひも付けることで、後払いの決済にも対応している。他方、Androidマーケット(現Google Play)を提供するGoogleでは、グーグルチェックアウト(現Google Checkout)の名称で決済サービスを用意しているが、こちらには現状プリペイドカードのラインナップはなく、クレジットカードをアップル同様、自身のIDにひも付けることで、後払いの決済のみに対応している。

ところで、スクラッチ隠蔽カードによるプリペイド決済サービスには近年、参入事業者が相次いでいる。ウェブマネーやビットキャッシュといった老舗の事業者にまじって、ネットショッピング大手のAmazon.co.jp、家庭用ゲーム機を展開するソニー・コンピュータエンタテインメントや任天堂をはじめ、2011年末にはソーシャルゲームの展開に注力するSNS事業者のグリーが同様のプリペイドカードの発行を始めた。これらはコンビニやレンタルショップの店頭などでも目にする事ができるが、陳列して販売できるのが特徴とあって、さながらネット系企業(事業)がリアル店舗に浸食しつつあることを象徴するような風景が繰り返されている。

オルタナティブペイメントの波

一方、「PC+インターネット」における決済ビジネスの世界的なトレンドとして、近年、オルタナティブペイメントと呼ばれる事業者の台頭が注目されている。要約すると、クレジットカード決済や電子マネー、コンビニ払いなど複数の決済手段をアグリゲート(集約)し、契約や資金清算などまでを一本化して提供するものである(一部オプション提供の場合もある)。

具体例として、米Amazon.comでは自社のショッピン

グカート機能(決済機能)についてAPI(Application Programming Interface)を外部に公開し、「Amazon Payments」の名称で、ネット決済機能を追加したい事業者に向けてサービスを提供している。日本でも楽天が「楽天あんしん支払いサービス」の名で同様の事業を展開しており、対応サイトも増えているようだ。

また、斬新なビジネスモデルとして注目を集めるPayPalだが、その同社もまた、PayPal口座と銘打つ独自のプリペイド口座(銀行口座に相当)を有する以外に、クレジットカード決済をアグリゲートするオルタナティブペイメント事業者の側面を持っている。お気付きだろうか、前述のアップルも、グーグルも、SNS事業者もまた、入り方こそ異なれど、行き着く先は皆同じ地平のように思えてくる。

2012年は、このオルタナティブペイメントをめぐる戦いの主戦場がモバイルネット決済に移りつつある事実が、さらに鮮明となるような動きが続きそうだ。

モバイルリアル決済の動向

日本発のFeliCaから、世界標準のNFCへ

リアルのお店での買い物の際、クレジットカードを提示するように、携帯電話を商品・サービス購入時に使用するのがモバイルリアル決済の領域である。前項のモバイルネット決済が「非対面取引」を対象とするのに対して、モバイルリアル決済は「対面取引」に利用される。

日本のモバイルリアル決済は2004年、ソニーが開発した非接触IC技術「FeliCa」を搭載したおサイフケータイの登場により幕を開けた。非接触ICチップの載った携帯電話機をお店のリーダー／ライター(読み取り機)にかざして決済するという文化は、世界に先駆けてまさしく日本がけん引してきたといえる。

おサイフケータイはプラットフォームであり、Suica、Edyに代表されるプリペイド電子マネーや、iD、QUICPayといったポストペイ決済など、さまざまな「決済ブランド」が花開くこととなった。

2000年代の中盤以降は、おサイフケータイとほぼ同様のコンセプトにより、非接触ICチップを搭載した携帯電話をかざす決済サービスが世界中で登場した。そうした中で技術的な本命となったのが、「NFC(Near Field Communication)」と呼ばれる非接触通信技術である。

国際規格となったNFCは、携帯電話への搭載に当たっても世界的な互換性の確立が期待されたことから、携帯キャリアや端末メーカー、チップメーカーなどを巻き込んで、長い年月をその調整に費やすことを余儀なくされた。しかし、2009年頃からはようやくNFCを携帯電話に搭載する際の仕様や運営ルールがまとまり始め、現在までにフランス、イギリス、トルコ、韓国などの国々がモバイルNFC（NFC搭載携帯電話）向けの商用サービスを展開している。

前述のとおり、電子マネーや交通乗車券、ポストペイ決済などの用途にFeliCa技術に基づくインフラの構築を進めてきた日本であったが、こうした世界的な動向にも呼応して、2010年ごろからは携帯通信キャリアの各社とも現行のおサイフケータイ（FeliCa）からモバイルNFCへの移行を明言するようになった。折しも、日本においてもスマートフォン旋風が吹き荒れ、海外メーカー製の端末が日に日に存在感を増す中で、世界標準であるモバイルNFCが黙っていても市場に流入してくる情勢を無視できないという側面もあったに違いない。

特に、モバイルNFCへの注力姿勢を見せるKDDI（au）では、2012年1月にNFCを搭載した「GALAXY S II」（サムスン電子製）を、同年5月にはNFCとFeliCaをダブル搭載する「AQUOS PHONE SERIE ISW16SH」（シャープ製）を世界に先駆けて発表した。

このように、2012年は日本における事実上のモバイルNFC元年と位置付けられる。

スマートフォンがカード決済端末になる

モバイルリアル決済におけるもうひとつの注目トレンドが、スマートフォン（タブレット端末を含む）を店舗などでのカード決済端末として活用するサービスの台頭である。

その先駆けはツイッターの創業者ジャック・ドーシー氏が創案し、2009年末に発表された「Square（スクエア）」。「スマートフォンの音声ジャックに正方形（スクエア）の磁気カード読み取りアダプターを差し込み、無償のアプリをダウンロードするだけで、VisaやMasterCardなどの一般的なクレジットカード取引が可能になる。署名はスマートフォンのスクリーン上に「手書

き」で行い、カードの利用明細はEメールで届く仕組みだ。

従来の決済端末の価格が数万円程度であるのに対し、Squareは無料、システムの利用者（カード加盟店に相当）は決済代金の2.75%を手数料として支払うだけでよい。反響はすさまじく、現在のサービス提供エリアである米国では中小規模の商店や個人事業主などを中心に広く普及しつつある。

スマートフォンをカード決済端末として活用するサービスは、2010年頃から日本でも三菱UFJニコス、三井住友カードといった大手クレジットカード会社が参画するなどして提供されている。しかし、これらは利用明細の印刷用に別途プリンターが必要とされたり、デバイスとして高いセキュリティ基準が課された結果、従来のカード決済端末と比べれば安価ではあるものの、Squareほどの過激さは持ち得ていない。

そんななか、2012年5月にソフトバンクと米ペイパルが合弁会社「PayPal Japan」を設立すると発表した。両社はSquareとほぼ同様の使い勝手によりスマートフォンをカード決済端末化できる「PayPal Here（ペイパルヒア）」を日本国内向けに提供する計画だ。磁気カード読み取りアダプターは1200円前後、システム利用料は決済代金の5%となることが予定されている。電撃的なソフトバンクの市場参入により、日本でも米国のSquareのように普及の裾野が広がるかどうか注目される。

PayPal Hereの可能性には、さらに奥行きがある。PayPal Hereではカード決済に加えてPayPal口座からの支払いも可能（代金は相手のPayPal口座に入金される）になっているが、これはネット上で提供されているPayPalそのものの仕組みである。PayPal Hereのサービスはリアルのお店で行われるため、見かけ上はあたかもリアル決済のようだが、実際、PayPalやカード会社などとの間での決済情報のやりとりにはネット決済が利用されている。つまり、PayPal Hereのようなサービスの普及が進めば、それに伴ってインフラ（プラットフォーム）レベルでのリアル決済とネット決済の融合が必然的に進むことになる。

こうした観点からも、前項で挙げたオルタナティブペイメントの位置付けは、今後ますます重要になるだろう。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、データ、URL、名称など）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真・図の作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレスR&D）などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D（初期は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp