

決済サービスの最新動向

多田羅 政和 ●株式会社電子決済研究所 代表取締役社長

Apple Payの登場でNFC市場に再び脚光。背景には「ウォレットのデジタル化」があり、LINE Payなどが利用者を増やす。モバイルウォレット時代の本格化に期待。

■iPhoneユーザー待望のNFC対応決済サービス「Apple Pay」

2014年の電子決済サービス市場を振り返って、最もエポックメイキングな出来事といえば、「Apple Pay」の提供開始をおいてほかにないだろう。日本の「おサイフケータイ」がおよそ10年前に切り開いた、携帯電話を店舗の読み取り端末に「かざして」決済するという新しいスタイル¹に、世界中が注目、追従するなか、ただ1人無視を決め込んできたアップルが満を持して投入するモバイル決済サービスだ。9月に発売となった最新機種「iPhone6」「iPhone6 plus」から対応し、10月以降、米国でのサービスが始まっている。

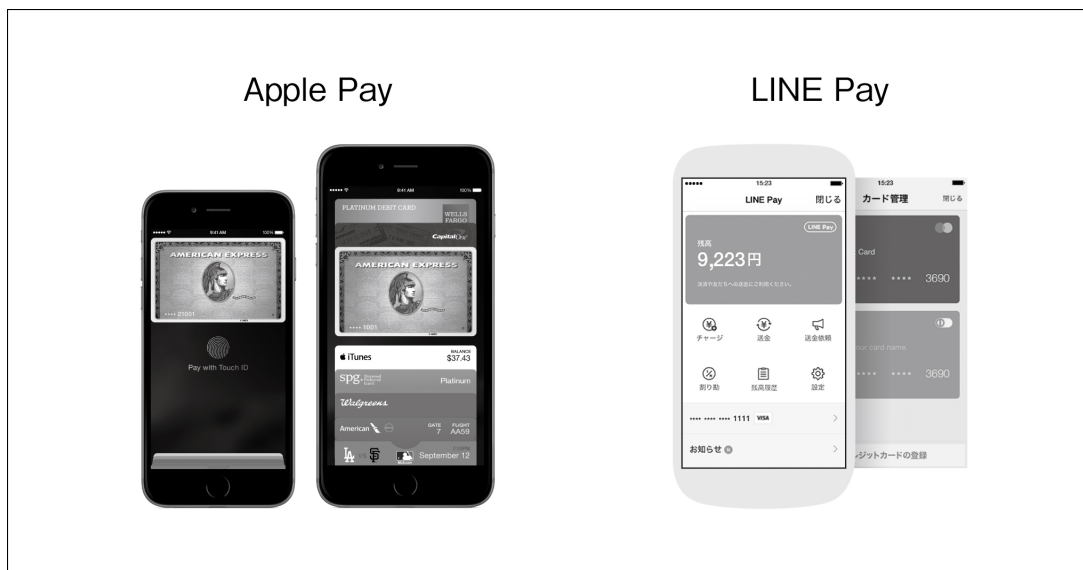
Apple Payでは、ユーザーが保有・利用しているクレジットカードやデビットカードなどのカード情報をiPhoneのカメラを使ってカード券面から読み取り、アップルの「Passbook」アプリ内に登録しておく。そして、対応の読み取り端末が設置してある店舗ではiPhoneをかざすことで、またインターネットショッピングではワンクリック（タップ）するだけで、登録したカードによる支払いが完了する仕組みである。

なお、店舗での決済に利用する際には、iPhoneのホームボタンに内蔵された指紋センサー「Touch ID」に指を置いた状態で読み取り端末にかざす。生体認証を必須としたことで、ユーザーにとって

は他人が自分になりすまして勝手にカード決済する心配がなくなる。

Apple Payが採用したNFC決済について、その普及課題として常に立ちはだかつてきたのが、読み取り端末の設置台数をいかに伸ばすか、であった。しかし、アップルは、クレジットカード決済の国際ブランドであるVisa、MasterCard、American Expressの3社と提携することにより、これまで数年間かけて徐々に数を増やしてしてきたNFC対応店舗で、Apple Payがそのまま利用できる体制を整えた。これにより、米国でサービス開始された時点の利用可能店舗数が、いきなり22万店を超えることに成功した。

実は、世界的に見ても、NFC決済の普及状況はまだまだ発展途上にあり、サービスを提供する事業者からは「今のままで本当に普及するのか？」という悲壮な声も漏れ聞こえるほどだった。仮に話題性だけであったとしても、Apple Payのサービスインが眠れるNFC市場の起爆剤となることはほぼ間違いないが、果たしてiPhoneユーザーの関心をどこまで惹き付けられるのか、そして米国からスタートした後、どれくらいのスピードで世界に展開されるのか。NFC決済の「最期のチャレンジ」の行方を、業界関係者は固唾を呑んで見守っている。



出典 Apple Pay : アップル報道資料、LINE Pay : LINE ホームページ

■背景に「ウォレットのデジタル化」。楽天、ヤフー、リクルートも参入

Apple Payが、店舗で利用するNFC決済に加えて、インターネット上での決済にも対応していることは前項で述べた。アップルがモバイルOSの主導権争いでしのぎを削る競合相手、グーグルも、米国で2011年からApple Payとほぼ同内容の決済サービスとして「Google Wallet」を提供している。

このサービス名に採用された「Wallet (ウォレット、ワレット)」という言葉は、日本語では「財布(さいふ)」を意味し、紙幣や硬貨の現金(キャッシュ)のほか、複数のクレジットカードやポイントカードなどを格納しておける場所が連想される。Apple Payを含めて、現在の電子決済市場に起こっている一連の流れは、「ウォレットのデジタル化(Digital Wallet)」に向けた取り組みとしてとらえることができる。

デジタルウォレットの最初の取り組みは、PCのブラウザベースのサービスとして2000年代の

後半から始まっている。最初に注目されたのは、クレジットカード番号など決済情報の管理をはじめ、インターネット上でカード決済を行う際のやり取りをカード会社以外の事業者が代行したこと(カード決済代行機能)であった。

デジタルウォレットでは、あらかじめ個人ユーザー向けに会員IDおよびパスワード等を発行しておき、そこにクレジットカード番号など決済に必要な情報を紐付けた上で、提供事業者側のクラウドサーバーに保管する。以降は毎回面倒なカード番号を入力する必要なく、会員IDとパスワードの入力だけで、インターネット上でのカード決済が可能にする仕組みである。

その起源は、Amazonや楽天、Yahoo!などEコマースサイトのショッピングカート(買い物カゴ)機能であり、そこから決済機能のみを切り出して外部提供するサービス形態がデジタルウォレットである。サービス例としては、海外のAmazonで提供している「Login and Pay with Amazon」、日本国内の事業者による「楽天ID決済」、「Yahoo!

ウォレット」、「リクルートかんたん支払い」などがある。

これらはいずれも個々の事業者の会員IDに対してクレジットカード情報を紐付ける方式だが、Yahoo!ウォレットのように銀行口座の紐付けも可能とすることで、利用代金の口座引き落としを提供する例もある。

こうした「会員IDと決済情報の紐付け」の運用をさらに進めて、電子マネーに発展させた仕組みの代表例が「PayPal (ペイパル)」である。PayPalは、デジタルウォレット上の会員IDに対して、入出金が可能な「PayPal口座」を紐付けることにより、ネット上で流通可能な電子マネー（プリペイド決済機能）を誕生させた。

このような、あたかも銀行口座のような仮想口座に資金をあらかじめ入金（プリペイド）しておき、その残高の範囲で利用できる決済サービスを、法律用語では「サーバ型の前払式支払手段」と呼び、日本では2010年4月1日に施行された「資金決済に関する法律（資金決済法）」により管理されている。

仮想口座に入金した残高の用途としては、ネットショッピングなどで事業者への利用代金支払いに充てるのが中心である。しかし、会員IDを介したやり取りを通じて、技術的には個人の会員間でも資金の移転を行えることから、決済用途ではない、「送金サービス」（送金機能）と銘打って提供する送金事業者も出てきている。

■LINEを通じて送金できる「LINE Pay」登場、Facebookは国内銀行と協業

デジタルウォレットの展開では、サービスの提供主体である事業者がいかに多くの「会員ID」を保有するかがポイントとなる。前項までに触れた、アップル、グーグル、アマゾン、ペイパル、楽天、ヤフー、リクルートの各社は、業種業態こそ異なる

が、いずれも巨大なユーザー層を抱えるブランド企業たちだ。そして今、この市場に対して虎視眈々と進出を狙っている巨大なプレイヤーたちこそが、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）事業者である。

世界で5億6000万を超えるアカウント（2014年10月9日時点の登録ユーザー数）を抱えるLINEは、同社の100%子会社であるLINE Payを通じて、2014年12月16日よりモバイル送金・決済サービス「LINE Pay」の提供を開始した。

LINE Payは、LINE IDに紐付いて開設される「LINE Pay口座」に対して、あらかじめ銀行口座振替、コンビニ入金、Pay-easy支払い、クレジットカードのいずれかを利用して入金（クレジットカードは登録）した上で、LINEユーザー間での送金や、対応ストアでの決済に利用できる仕組みだ。LINE Pay口座上の資金は、日本全国のほぼすべての銀行口座へ出金が可能だが、216円（税込み）の振込手数料が利用者の負担となる。

また、話題性では負けるが、LINE Payの提供開始より4か月前の2014年8月5日には、日本国内の銀行口座を持つFacebookユーザー間での送金が可能となる「Facebookで送金」サービスもスタートしている。サービスの提供元はフェイスブック社本体ではなく、ネット専門銀行の楽天銀行だ。

こちらもFacebookユーザーの間で、アカウント間の送金に利用できる。相手の銀行口座等の情報は不要だ。ユーザーは楽天銀行口座を通じて資金を送金でき、送金相手が楽天銀行口座を保有していてFacebookアカウントに口座連携している場合には手数料は不要となる。楽天銀行以外の銀行口座で資金を受け取る場合には、手数料165円（税込み）を送金する側のユーザーが負担する。

利用条件としては、

①Facebookアカウントを持っていること。

1 ②楽天銀行口座を保有し、スマートフォン用の「楽天銀行アプリ」を利用していること。

2 ③資金の受取人とFacebook上で「友達」であること。

3 ④資金の受取人が日本国内の銀行口座を保有していること。

4 があり、海外のFacebookユーザーとの間で送金を行うには、④の「日本国内の銀行口座を保有」がハードルとなりそうだ。

5 ■そして戦いの舞台は「モバイルウォレット」へ

6 LINE、Facebookと続いた、巨大SNSによるデジタルウォレット事業参入に関するもう1つの注目ポイントは、いずれもPCやブラウザーベースのサービス提供をせず、モバイルアプリでのみ利用可能となっていることが挙げられる。

デジタルウォレットの機能がモバイルアプリで提供されるメリットは計り知れない。アプリ化により、わかりやすいユーザーインターフェースを利用

してブラウザーベースの操作を簡略化することが可能になるだけでなく、APIを通じてブラウザーや他のモバイルアプリと機能を連携させることもできる。さらに、GPS、Wi-Fi、Beacon (Bluetooth LE) などスマートフォンをはじめとするモバイルデバイスに搭載された各種のセンサー類と連携し、状況に応じて、特典クーポンやお得情報などをリアルタイムで配信するようなことが可能になる。これらはまさしく「モバイルウォレット」にしかできないことだ。

そして、NFCとの連携によるリアル店舗での決済サービスの提供という点で、本記事の冒頭で紹介したApple Payとのつながりが見えてくる。Apple Payの狙いは、単にNFC決済だけにフォーカスしたのではなく、この機能豊富な「モバイルウォレット」競争時代を見据えた一手ととらえてはば間違いないだろう。

2015年は、さまざまな業種業態のビッグプレイヤーを巻き込んで、さらにモバイルウォレット競争が過熱する1年となるのではないか。

1.13.56MHz帯の周波数を利用する近距離無線通信技術を採用。現在では、非接触ICカードの国際規格であるISO/IEC 14443と、日本で広く採用されているFeliCaの上位互換を持った無線通信規格として「NFC (Near Field Communication)」が策定されている。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, ...

[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～2015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