

決済プラットフォームの動向

多田 羅 政和 ●電子決済研究所 代表取締役社長／電子決済マガジン編集長

QRコード決済に次々と新規サービスが参入、「PayPay祭り」は社会現象にもなった。対面／非対面取引の境界も曖昧になりつつある。国を挙げてキャッシュレスが進む中、確たるシステムの構築に期待が高まる。

■日本国内でも「QRコード決済・戦国時代」へ突入

日本国内における決済プラットフォームの動向を考えるうえで、2018年に勃発した「QRコード決済」をめぐる新規サービス参入争いを避けては通れない（本稿では、バーコードおよびQRコードを用いる決済の両方を指して「QRコード決済」と呼称する。資料1-3-5）。誰もがよく知る大手だけでも、2018年以前よりすでにサービスを始めていたLINE（LINE Pay）、Origami（Origami Pay）、楽天（楽天Pay）、銀行Pay（横浜銀行ほか）に加えて、NTTドコモ（d払い）、pring（みずほ銀行ほか）、アマゾン（Amazon Pay）、丸井グループ（EPOS Pay）と、続々、新しいサービスが名乗りを上げた（資料1-3-6）。

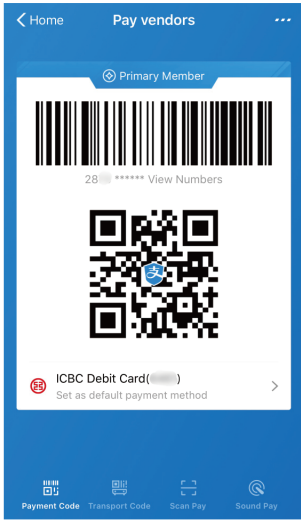
とりわけ、2018年10月に始まったヤフーとソフトバンクグループが共同で推進する「PayPay（ペイペイ）」は、導入プロモーションの一環として、12月4日から「100億円」を還元する一大キャンペーンを展開した。PayPayで支払った金額の20%相当をユーザーに還元、もしくは抽選により全額還元（上限10万円）する施策である。この「PayPay祭り」は、相対的に還元金額が大きくなる家電量販店などでPayPayを利用したいユーザーが行列を作るなど社会現象を巻き起こ

し、「QRコード決済」あるいは「スマホ決済（店舗店頭でカードではなくスマートフォンを提示して支払う決済方式の総称）」の存在感を世の中に知らしめた。

そもそもQRコード決済は、2010年代以降に中国で爆発的な普及を見せたAlipay（アリペイ）、WeChat Pay（ウィーチャットペイ）の2大中国系サービスが端緒となり、世界中に拡散したものである。誰もが無償で利用できるQRコードを採用することで、ユーザー側も加盟店側も導入コストを抑えられる点が最大の特長である。この威力が最も発揮されるのは、電子決済のために必要な店舗の設備などが未整備であるような開発途上国であり、欧米諸国と同様にクレジットカードなどの国際決済カードや非接触IC電子マネーの利用可能店舗がある程度充実している日本では、QRコード決済の広がる余地は小さいと見る業界関係者が多かった。

この仮説の真偽は現時点ではまだわからないが、日本のQRコード決済は2018年を境に次のフェーズに入ったことは間違いない。それを如実に表すのが大手コンビニチェーンの対応だ。QRコード決済への対応ではこれまでローソンが先行しており、Alipay、楽天Pay、LINE Pay、d払い、Origami Payに全店で対応済みとなっている。続

資料 1-3-5 QRコード決済アプリの画面例



同一画面にQRコードだけでなくバーコードも表示している。コンビニ、ドラッグストアなどの小売業では既設のバーコードスキャナの制約上、バーコードを読み取る人が多い。

出典：筆者撮影

資料 1-3-6 国内事業者による QRコード決済サービス一覧（2018年12月10日現在）

サービス名	LINE Pay	Origami Pay	楽天 Pay	銀行 Pay	d 払い	pring	Amazon Pay	PayPay	EPOS Pay
運営会社	LINE /LINE Pay	Origami	楽天 / 楽天カード	参加銀行	NTT ドコモ	参加銀行	アマゾン	ペイペイ (ソフトバンク + ヤフー)	エポスカード
サービス開始年／月	2014/12	2016/5	2016/10	2017/7	2018/4	2018/6	2018/9	2018/10	2018/11
クレジット決済	× ECのみ	○	○	×	○	×	○	○	○
デビット決済	× チャージのみ	○	×	○	×	△	×	×	×
プリペイド決済	○	×	×	×	×	○	×	○	×
個人間送金	○	—	—	—	—	○	—	○	—
ポイント／割引	LINE ポイント／割引	割引	楽天ポイント／割引	スタンプ／クーポン	d ポイント／割引	キャッシュバック	—	PayPay 残高バック	エポス ポイント

出典：各社の公表資料をもとに筆者作成

いてファミリーマートが2018年12月4日から、d払い、LINE Pay、PayPay、楽天ペイの導入を全店で開始した。さらにミニストップでは、PayPay、LINE Pay、楽天ペイに同12月17日から対応開始すると発表している（いずれも2018年12月10日現在の情報）。

全国チェーンの業種では、ほかにもドラッグストアなどで導入が進んでおり、明らかにQRコード決済が消費者の目に触れる機会が増大して

いる。

さきほど紹介した「PayPay祭り」は早々に還元額が100億円に達して終了したが、その直後には今度はLINE Payが2018年内中は利用金額の20%相当の残高を還元（上限5000円）するキャンペーンの実施に踏み切った。その余波は2019年も続き、当然、他の決済サービス事業者からもさまざまなプロモーション展開が予想される。

他方で、発表済みのところだけでも、メルカ

リ（メルペイ）、KDDI（au Pay）、セブン&アイグループ（セブンペイ）とビッグネームの参入が2019年中は続く。引き続き、普及・定着に向けた各社の熾烈な生存競争が繰り広げられそうだ。

■QRコード決済には「CPM」と「MPM」が混在

ここで、QRコード決済の利用方法について触れておこう。

ひとくちに「QRコード決済」といっても、その利用方法は2つに大別される。1つは「CPM（Consumer Presented Mode）」、もう1つは「MPM（Merchant Presented Mode）」で、現場の店舗では両方が混在している。

これらは決済処理に使用するQRコード（バーコードを含む）を利用者が提示するか、店舗が提示（表示）するかの違いであり、それぞれ利用時の手順がちょうど正反対になる（資料1-3-7）。

このうちMPMは、さらに「動的（デバイス表示型）」と「静的（紙型）」とに分かれる。QRコード決済のうち、最も安価に店舗が導入可能なのがMPMの静的（紙型）だ。店舗はQRコードを印刷した紙を貼り出しておくだけで済み、特別な端末設置が不要である。決済事業者のほうでもこの特性を生かして、小規模店や個人店、個人事業などへの導入に力を入れている。

実際に世界で一番早くQRコード決済が普及した中国でも、露店や新聞スタンド、路上販売のような販売形態ではMPMの静的（紙型）が非常に多く利用されており、これなしに現在のAlipay、WeChat Payの普及はなかったといっても過言ではない。

■なぜいまQRコード決済なのか？ 非接触ICは負けるのか？

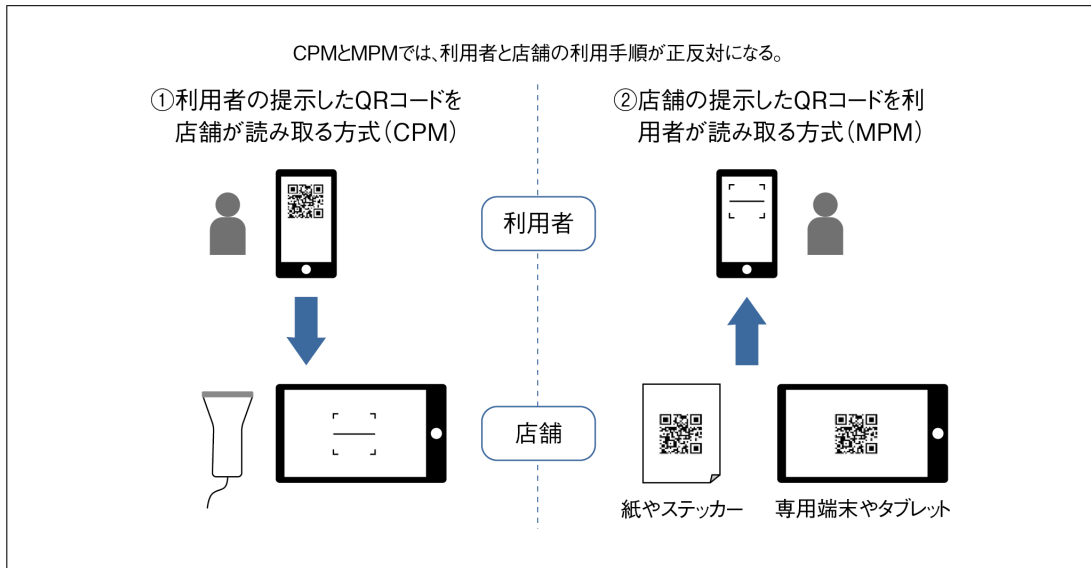
先述のように、対応する決済端末の価格などの

点で店舗側の導入ハードルが低いといわれるQRコード決済だが、非接触ICやNFC（Near Field Communication）が採用するICチップ技術と比較すると、セキュリティ機能が相対的に弱い。そのため導入に際しては、誰でも容易に複製可能なQRコードの欠点を補うため、QRコードを一定時間内で無効化するなどの対策も併せて使われている。

それでもQRコード決済がここまで注目される最大の理由は、実は、「スマートフォンの機種依存性が著しく低いこと」だろうと筆者は考えている。たとえばiOSとAndroidといった端末のOSごとに、それぞれ「Apple Pay」だ「Google Pay」だと分かれてしまっている非接触IC/NFC対応の「スマホ決済」は、利用者のスマートフォンを選別してしまう。普通に販売されている現行のスマートフォンであっても、どちらにも対応していない機種が当たり前存在する。最近でこそ、非接触IC/NFCに対応できる「格安スマホ」も登場してきているが、対応できない機種のほうがいまだ主流であろう。

QRコード決済は、それがiOSであれAndroidであれ、アプリをダウンロードして会員登録するだけで、どのスマートフォンのどの機種であってもほぼ利用できる。高いセキュリティと引き換えに柔軟性や利便性を失ってしまったことこそが、「Apple Pay」、「Google Pay」、「おサイフケータイ」といった非接触IC/NFC対応の電子決済サービスが万人に行き渡っていない最大の理由ではないか。

当然、このような課題はプラスチックカードには存在しない。Suicaや楽天Edy、nanaco、WAONといった国産の非接触ICプリペイド電子マネーをはじめ、iD、QUICPay/QUICPay+の非接触ICポストペイサービス、そして国際標準に準拠したEMVコンタクトレス（Visaのタッチ決済など）



出典：各社の公表資料をもとに筆者作成

といったサービスは、プラスチックカードでは引き続き便利に使われていくと思われる。ただ、それらのサービスをあえてスマートフォンにインストールして使用するユーザーが果たしてどこまで増え続けるかどうか。スマートフォンしか利用しないQRコード決済が、この観点では強力なライバルになり得るだろう。

普及の差はさておき、非接触IC/NFCに対応する電子決済プラットフォームでも、「Apple Pay」、「Google Pay」ともにサービスの進化が続いている。

Apple Payでは、アップルが「付加価値サービス（value added service：VAS）」と呼ぶ機能の活用が進んでいる。Apple Payの「入れ物」ともいえるWalletアプリにおいて、Apple Payの決済と連動してポイントサービスなどを提供することができる。この機能を活用し、2018年11月からロイヤリティマーケティングとローソンが、PontaカードをWalletアプリに追加すれば、ローソン店舗でApple Payを使ってPontaポイントの付与と

利用ができるサービスを始めた。Apple Payにクレジットカードやプリペイドカード、Suicaなどを登録しておけば、iPhoneやApple Watchを一度かざすだけで、支払いとPontaポイントの付与が同時に行われる（資料1-3-8）。

他方、Google Payではこれまで楽天Edyとnanacoの登録に対応していたが、2018年には新たにSuica、WAON、QUICPay/QUICPay+に対応した。日本で2004年から提供されている「おサイフケータイ」プラットフォームでは、本稿でこれまでに挙げてきた日本の非接触IC/NFC対応の電子決済サービスはいずれの銘柄も利用可能になっているが、2018年はApple Pay、Google Payへの融合がいつそう進み、アップル、グーグルのグローバル企業2社からのサービスPRが盛んに行われた。

■対面取引と非対面取引の決済プラットフォームが融合

QRコードと非接触ICなど、対面取引での決済



出典：筆者撮影

に使用される技術や決済プラットフォームばかりが話題に上がることが多いが、消費者と店舗が顔を合わせずに行われる、非対面取引における決済プラットフォームにも変化の兆しが見られる。そのキーワードの1つが「SRC」である。

Visa、Mastercard、American Express、Discover (Diners Club を運営)、JCB、銀聯 (UnionPay) の国際6ブランドが共同で設立している「EMVCo」という国際機関では、決済カードでのICチップ取引や、セキュリティ、QRコード決済などにまつわる各種の仕様を取り決め、運営管理を行っている。ICカードのEMV仕様 (EMVコンタクトレスを含む) や3Dセキュア仕様、トークナイゼーション (トークン決済) などの規格が有名だが、このEMVCoが2018年10月に暫定版として世界に公開したのが、「EMV Secure Remote Commerce Specification (SRC)」仕様だ。

この数年、決済のデジタル化は対面と非対面の別を問わず、あらゆる局面で進んでいるといえるが、ネット通販などの非対面取引は、相変わらず

カード番号や有効期限といったカード決済情報を抛り所として行われているのが実態だ。SRCはこれを、スマートフォン、タブレット、PC、その他のIoTデバイスなどの種類に関わらず、一貫した処理が可能な仕組みへ移行することを目的としている。先述の3Dセキュアやトークン決済とも互換性を持った仕様になるという。

SRCは、暫定版の公開により、決済業界における多くの関係者 (加盟店、カード発行会社、決済ネットワークなど) からのパブリックコメントを2018年の12月初旬まで受け付けた後、2019年中にバージョン1.0として最終確定する予定になっている。

EMVCoがこのような仕様の策定を急ぐ背景として、近年は対面取引と非対面取引の境目がますます曖昧になってきており、双方に使用される決済プラットフォームが融合に向かいつつあることの影響も挙げられるだろう。

その好例として、オーダー型の事前決済サービスが挙げられる。UberやJapanTaxi Walletと

いったスマホアプリをフル活用したサービスでは、タクシーの配車と併せて、目的地到着時点での自動決済を可能にしている。これは、あらかじめアプリに登録しておいたカード決済情報を利用して行われる。

このオーダー型の事前決済サービスは、最近ではタクシーの手配から、病院や飲食店など予約を必要とするさまざまなサービスへと裾野が広がりつつある。ソフトバンク系のEPARK（イーパーク）が草分け的存在で、ほかにShowcase GigのO:der（オーダー）、TableCheckのTableCheck Pay、ボクシーズのPutmenuなどがある。

それぞれサービスの特長は異なるが、共通するのは、店舗を訪問する前にスマホアプリのメニュー画面を通じて予約や注文を済ませておくと、店舗に情報が伝わり、商品の用意から決済までがユーザーのアクション不要で完了するところだ。まさに「対面取引」を、「非対面取引」の決済プラットフォームを使って完了させてしまう発想であり、スマートフォンの登場がこれを実現可能

にしたといえる。

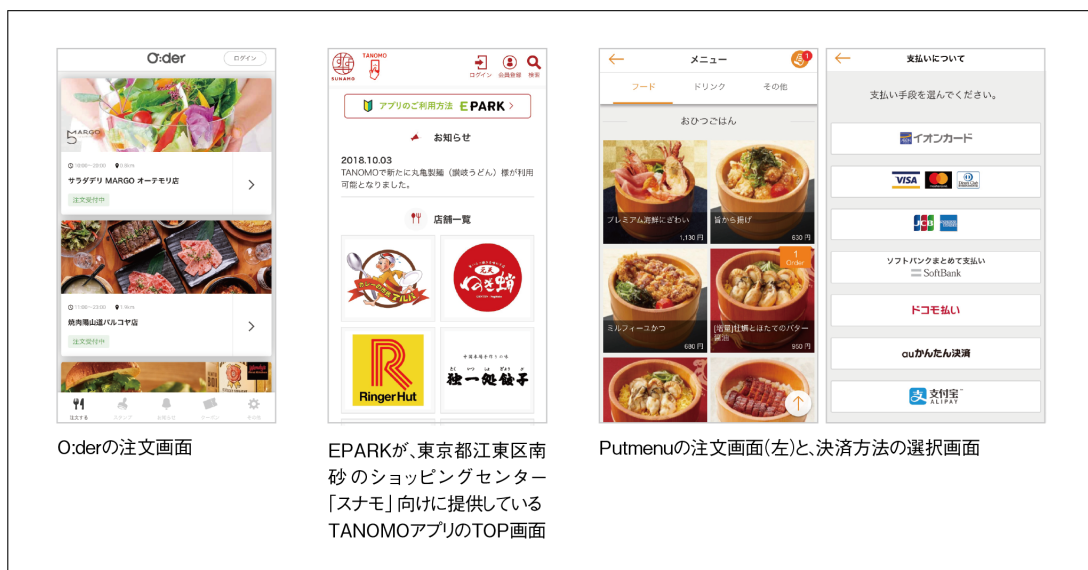
このように、決済プラットフォームの観点からは、見た目だけでは対面か非対面か判断できないケースが今後は増えてくるだろう。

■日本政府の強力バックアップで、進むキャッシュレス化

政府は、現在、日本国内のキャッシュレス比率を現状の20%から、2025～2027年までに40%まで向上させる目標を立て、電子決済の普及を推進している。また、2019年に控えた消費増税の負担軽減策として「キャッシュレス決済に5%のポイント還元措置」を検討するなど、その掛け声は勢いを増すばかりだ。

こうした国を挙げてのキャッシュレス推進が成功する前提として、安心・安全な電子決済プラットフォームが求められている。サービス設計で何より優先されるべきは「便利」であることは当然だが、それをしっかりと下支えできるシステムやプラットフォームの構築と維持に期待したい。

資料 1-3-9 店舗店頭で居ながらスマホアプリを介して注文と非対面決済を実行するサービスが広がりつつある



出典：筆者撮影



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～2019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。

<https://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。が、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

©1996-2019 Impress R&D