

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

新規コード決済サービスが乱立し、政府の後押しも得てキャッシュレス化が社会の関心を集める。決済システムは多様化し、認証技術も向上してきた。銀行と非銀行の間にある金融規制の壁が脚光を浴びている。

■フリマ、コンビニ、銀行と、ペイ事業への新規参入が続く

空前の「キャッシュレス」ブームに沸いた2019年、その主役として最も注目を集めたのが、「〇〇Pay（ペイ）」と命名された、バーコードやQRコードをスマートフォンの認証に利用する形の決済サービス（以下、コード決済）の数々だ。なかでもトップの知名度を誇る「PayPay（ペイペイ）」が登場したのは2018年10月だったが、ここからさまざまな事業者が〇〇Payを引っ提げて続々とコード決済市場に参入した。

2019年2月には、フリマアプリで若年層を中心に人気を集めるメルカリが、「メルペイ」のサービス名で事業参入した。メルペイは、コード決済に加えて、非接触IC決済ブランドの「iD」にも対応したことで、スタート時点で約90万か所の加盟店で利用可能とした。4月にはモバイル通信キャリアのKDDIが「au PAY」の提供を開始した。こちらも、もともと提供していた「au WALLET プリペイドカード」を機能拡張する形で始まっており、iPhoneであればコード決済に加えてApple Payの「QUICPay」でも利用が可能だった。

7月には、コンビニ業界から、セブン&アイ・ホールディングス系が「7pay（セブンペイ）」、ファミリーマートが「FamiPay（ファミペイ）」を

提供開始した。しかし、7payはサービス開始直後の3日間に、アカウントを第三者に乗っ取られて不正な決済に利用される被害が相次いで発生した。数百人のユーザーに合わせて数千万円の被害が生じるという事態の深刻さもあり、同年9月末をもってサービスは終了してしまう。

また2019年は銀行業界も次々に動いた。2月にりそな銀行が「りそなWallet」、3月にはみずほ銀行が「J-Coin Pay」、そして5月にはゆうちょ銀行が「ゆうちょPay」の提供を開始した。前者はそれぞれ独自の決済サービスだが、ゆうちょPayはGMOペイメントゲートウェイが提供する決済プラットフォーム「銀行Pay」に準拠しており、横浜銀行、福岡銀行、沖縄銀行などが提供する各Payサービスと、利用可能店舗などに互換性がある。

10月末には、「J-Debit」の推進母体である日本電子決済推進機構が「Bank Pay（バンクペイ）」を開始した。みずほ銀行、三井住友銀行、三菱UFJ銀行のメガバンク3行をはじめ全国20行の金融機関で利用できる（2019年12月16日時点）。

11月に入るとトヨタグループが「TOYOTA Wallet」の提供をiOS版から始めた。これ1つで「Origami Pay」、「銀行Pay」の2つのコード決済と、非接触IC決済の「iD」、「Mastercard コンタ

資料 1-3-5 「TOYOTA Wallet」が対応する決済手段

決済サービス名	TOYOTA Wallet 残高	TOYOTA TS CUBIC Origami Pay	銀行 Pay
支払い方式	事前チャージ型 (プリペイド)	後払い型 (クレジット)	即時引き落とし型 (デビット)
決済方法	かざして決済	QR コード/バーコード決済	
利用可能店舗	iD / Mastercard コンタクトレス加盟店 (国内) / Mastercard 加盟店 (国内 EC)	Origami Pay 加盟店	銀行 Pay 加盟店

出典：トヨタファイナンシャルサービス公式サイト (2020年1月末日現在)

クトレス」が利用できる (資料 1-3-5)。対応する 3つの決済サービス (事前チャージ型、後払い型、即時引き落とし型) は、それぞれプリペイド口座、クレジットカード枠、銀行口座に紐付け登録される仕組みだ。コード決済や非接触 IC といったインタフェースの違いや、プリペイド、デビット、クレジットといった支払原資の別は、本来、スマホ決済アプリに 1対1で紐づく制約があるわけではないことを印象付けた。

■話題性の一方で、市場シェアはまだ小さいコード決済

新しい話題が尽きない一方で、コード決済の利用状況は必ずしも順風満帆とはいえないようだ。消費税が 8% から 10% へと上がるタイミングで、経済産業省が 2019年10月1日から開始した「キャッシュレス・ポイント還元事業」は、導入店舗 (加盟店) と消費者の両者に対して補助や割引のメリットを提供し、キャッシュレス普及を後押しするものである。経済産業省が 2019年12月16日に公表した同事業に関する直近の状況を見ると、10月1日～11月25日までの対象決済金額は約 1.9兆円に上り、店舗の業態によって 2% ないし 5% となる還元額の総額は約 780 億円だった。

問題はそれ際の決済手段である。各決済手段の内訳は、決済金額ベースで、クレジットカードが約 60%、コード決済が約 10%、その他電子マネー等が約 30% となり、クレジットカード人気をう

かがわせる結果となった。コード決済が、少額の支払いに使われる傾向が見られるとはいえわずかに約 10% にとどまったことは、連日のメディア、報道での露出ぶりを考えればショッキングともいえる。

コード決済の利用シェアが小さい理由はいくつか考えられるが、火付け役ともいえる PayPay の「100億円あげちゃう」キャンペーンをはじめ、2018年の年末頃から事業者が競うように繰り出していた数十億円から数百億円規模での大型還元施策が、「キャッシュレス・ポイント還元事業」の開始と前後して鳴りをひそめてしまったことが第一だろう。事業者からすれば、政府が還元の原資を負担して推進してくれるのであれば身銭を切つてまで還元する必要はない、との理屈だが、それまで気前よく 10~20% を還元していたものが 2% ないし 5% に目減りすれば、消費者が離れても致し方ないだろう。ましてや、還元率が変わらないのであれば、わざわざ支払時のスマホ操作が若干面倒なコード決済を使わないでも、クレジットカードや非接触 IC 決済の電子マネーを使えばいい。

しかし、より深刻なことは、将来の投資回収を見据えて、短期間とはいえ巨額の投資を繰り返してきた決済事業者自身が、予想以上の競争激化を招いた結果、赤字に耐えられなくなり、事業そのものを継続できない可能性が出てきたことだ。

そんな矢先、2019年11月にはヤフーを傘下に

持つZホールディングスとLINEが経営統合に基本合意を交わした。この統合の狙いの1つには、両社が注力する「PayPay」と「LINE Pay」事業の合理的な一本化があるともいわれる。年が明けた2020年1月下旬には、メルカリの100%子会社であるメルペイが同業のOrigamiを買収すると発表した。Origami Payは一定の周知期間を経た後、メルペイに統合される予定だ。

コード決済を取り巻く市場環境は、事業者の乱立から、早くも統合・淘汰という次のステージを見据えた展開に移りつつある。

■非接触IC決済では国際標準の「タッチ決済」がスマホ搭載を完了

日本では世界に先駆けて2004年から提供が始まった「おサイフケータイ」は、携帯電話に非接触ICカードの機能を取り込むことで、店頭で「タッチするだけ」のスピーディな決済サービスとして認知されている。

この「おサイフケータイ」には日本のソニー（現・ソニーイメージングプロダクツ&ソリューションズ）が開発したFeliCa技術が採用されているが、世界中で使えることを売りにするVisaやMastercardといったカードの国際決済ブランド会社は、それとは異なる非接触ICカードの国際標準仕様（ISO/IEC 14443）を採用し、スマホにも搭載可能な決済サービスを提供している。国際決済ブランド会社では、ブランドの垣根を超えて共通に利用できる仕組みを提供するため、「EMV」の名称を冠に掲げた取引ルールを定めている。これにならって、非接触ICに対応する決済サービスの実装仕様は正式名称を「EMVコンタクトレス（仕様）」というが、国際決済ブランドごとに利用者にもなじみやすいネーミングを行っており、Visaでは「Visaのタッチ決済（以下、「タッチ決済」）」、Mastercardでは「Mastercardコンタクト

レス」、JCBでは「JCBコンタクトレス」とそれぞれ命名している。

大元の規格こそ異なるが、FeliCaとISO/IEC 14443はその通信機能の部分だけを取り出して、2000年代に「NFC」として国際標準化（ISO/IEC 18092、およびISO/IEC 21481）が完了している。これにより、決済情報などのセキュリティ部分を除き、共通部分としてNFCの通信機能が世界中のスマホに搭載できるようになった。

こうして、日本で発売されるスマホでも、FeliCaだけでなく、国際決済ブランドが推し進める非接触IC決済サービスが利用できる下地は、2010年代初頭には整っていた。ただ、実際の日本ではFeliCaベースの電子マネーが時間をかけて普及・定着していたこともあり、一部のクレジットカード会社などが提供を始めるものの、使える場所の少なさなどの理由から浸透してこなかった。

ところがここへ来て国際決済ブランドのVisaが、日本でもVisaデビットカードへの搭載を中心に、非接触IC決済である「タッチ決済」の本格普及を目指し始めた。2019年6月末には、タッチ決済に対応するVisaカードの発行枚数が日本国内で1000万枚を突破したことが発表された。Visaを後押ししているのは、2020年夏に東京で開催されるオリンピック・パラリンピック競技大会への対応と、それだけでなく年々増え続けている訪日外国人旅行客の利便性向上という使命感だ。

そして2019年10月には「タッチ決済」に対応するスマホ決済が登場し、三菱UFJ銀行が「MUFG Wallet」の名称でAndroid端末向けにスマホアプリの提供を開始した。当初は同行が発行する「三菱UFJ-VISAデビット」による「タッチ決済」にのみ対応するが、将来的にはコード決済などへの対応も予定している。

この動きに、「Apple Pay」と並ぶスマホウォレットである「Google Pay」もすぐさま追随し

た。Google Payは2019年5月に「iD」に対応し、Apple Payに先んじて国内の非接触IC決済ブランドすべて（Suica、nanaco、楽天Edy、WAON、QUICPay、iD）への対応を完了していたが、11月にはISO/IEC 14443に準拠する「タッチ決済」に対応した。ジャパンネット銀行、ソニー銀行、三菱UFJ銀行、りそな銀行、埼玉りそな銀行、関西みらい銀行の6行が発行するVisaデビットカードが対象で、Android5.0以上かつNFC対応端末で利用可能とした。

なお、「MUFG Wallet」「Google Pay」の両サービスとも、「タッチ決済」への対応にあたっては、決済情報やカード情報をトークン化（暗号化）することで安全な処理を行う「Visaトークンサービス」と、「HCE（Host-based Card Emulation）」を採用している。決済時に実際のカード番号や有効期限などの情報を使用しないため、スマホ紛失時や、店舗システムなどへの不正アクセス時にもカード情報の流出を防ぐことができるという。

「タッチ決済」の日本国内への展開については、FeliCaベースの他サービスと比べて使える場所が少ないといった本質的な課題は変わらないものの、すでに全店で対応済みのローソン、マクドナルドに加えて、イオンでも2020年3月末までに系列店舗を含め国内で約10万台あるレジのすべてで「タッチ決済」への対応が予定されている。

1台のスマホでどちらの非接触IC決済であっても使える環境、まさにプラットフォームが整ったことで、タッチするだけで支払える形態のサービスはますます優位性を得たといえそうだ。

■コード決済のサービス拡張によるオンライン参入も

こうしたコード決済、非接触IC決済は、基本的にはお店などの店頭でスマートフォンを提示して支払う取引形態だが、最近はこちらを「オフ

ライン決済」と呼ぶことが増えている。その反対語が「オンライン決済」だ。パソコンでのネットショッピングやEコマースなどが代表例だが、スマホではブラウザやアプリを通じて、ネットワーク通信を用いて処理する形態の決済を指す。

「PayPay」、「LINE Pay」に代表されるコード決済の利用場面としてはオフライン決済が脚光を浴びているが、実はオンライン決済にも対応が可能であり、むしろ親和性の高い仕組みであることに注目すべきである。

PayPayは、2019年時点ですでに「PayPayモール」、「ヤフオク!」、「Yahoo!ショッピング」など系列Webサイトの一部でオンライン決済が利用できるが、12月には利用可能なオンラインショップを増やしていく方針を明らかにした上で、そのために決済サービスプロバイダ（決済代行会社）やショッピングカート事業者との連携を強化すると発表した。

オンラインショップでの利用方法もわかりやすい。あらかじめPayPayアカウントとYahoo! JAPAN IDを連携登録しておけば、Yahoo! JAPAN IDでログインするだけでPayPay残高が表示され、支払いの際に充当できる。

このあたりの使い勝手の良さは、他社のサービスにおいてもほとんど変わらない。つまり、コード決済を展開している事業者の大半が、今後オンライン決済の市場についても狙える位置にあるといえる。オフライン決済とオンライン決済とで1つの同じ残高を共通で利用でき、決済金額に応じてポイントも同様に貯められる。こうしたわかりやすさが各社の訴求ポイントとなるため、2020年以降はオンライン決済に軸足を移すコード決済事業者も多そうだ。

■不正利用対策の導入が進むオンライン決済

他方で、従来型のEコマースでは、近年問題となっている不正利用への対抗策に一定の効果が表れてきたようだ。クレジットカード事業を所管する経済産業省では、毎年、定期的に「クレジットカード取引におけるセキュリティ対策の強化に向けた実行計画」を公表し、事業者によるその遵守を求めてきている。なかでも非対面取引に対しては、加盟店におけるカード情報の「非保持化」（保持する場合にはPCI DSS準拠を必須とする）や、「リスクに応じた多面的・重層的な不正利用対策の導入」を掲げている。

また具体的な対策として、オンラインでのカード決済の際に、クレジットカード番号ではなく、利用者があらかじめカード発行会社に登録したパスワードを用いて、EC加盟店ではなくカード発行会社が利用者本人の取引であることを確認する「3Dセキュア」や、利用者の属性情報について追加認証を行う「認証アシスト」の利用などを求めている。

「3Dセキュア」は、カード決済の国際ブランド会社が共同で運営するEMVCoが、次世代バージョンの「3Dセキュア2.0」を策定済みで、今後、日本国内での導入や移行が見込まれている。2.0ではブラウザに加えてスマホアプリに対応するほか、「リスクベース認証」が適用され、その結果によって利用者のパスワード入力を省略することもできる。リスクベース認証とは、利用者のネット接続端末情報や追加で入力された属性情報から不正利用のリスクがあると判定した場合のみに、追加の認証手段を用いる方法だ。決済の安全性を保ちつつ、パスワード入力の負担による利用者のカゴ落ち（商品をカートに入れたものの、途中で手続きをやめてしまい、結局購入しない行動のこと）回避を狙った仕組みといえる。

これらの対策が導入された成果は、2017年のクレジットカード不正利用被害額のうち、前年から倍増して176.7億円まで膨らんでいた「番号盗用被害」の金額が、2018年は187.6億円と微増にとどまったことにも表れている。ただ、増加率が下がっただけで不正被害そのものがなくなったわけではないため、今後も継続的にカード決済に関わるすべての事業者が不正対策に取り組む必要性は変わっていない。

■国際決済ブランドの新仕様「SRC」はPayPal、Amazonらへの対抗策か

オンライン決済のセキュリティ対策を見ていくと1つの特徴が浮き彫りになってくる。それは「カード券面に刻印されたクレジットカード番号を使わないこと」、つまり、ブラウザやスマホアプリを通じてオンライン決済を行う際には直接カード番号を流さないようにする方策だ。

これは、「MUFG Wallet」や「Google Pay」で対面取引向けに「タッチ決済」を提供するVisaが打ち出した「決済情報やカード情報をトークン化（暗号化）する」動きともぴったりと符合する。

ここで注目されるのが、EMVCoが2019年6月に策定、無償公開した「EMV Secure Remote Commerce（以下、「SRC」）」の仕様である。EMVCoではSRCの実現イメージを「デジタルチャネルや、スマートフォン、タブレット、PC、他のIoTデバイスなどの種類に拘らず、一貫した処理を可能にする。また、EMVが定めるトークン決済や3Dセキュアとも互換性を持った仕様」と表現している。オンライン決済が実行される環境やデバイスが多様化するなかで、券面を見ながらカード情報を手動で入力していく旧来の原始的なやり方を改め、決済情報そのものをデジタル化していこうとするものだ。

国際決済ブランド会社のAmerican Express、



出典：Amazon.co.jp 公式サイト

Visa、Mastercard、Discoverの4社は、2019年10月、米国でそれぞれ展開している「expresspay」、「Visa Checkout」、「Masterpass」などのサービスについて、SRC仕様に準拠した「click to pay」へ移行させることを表明した。2020年には導入範囲が広がる見通しという。

これら先行するサービスの内容や挙動を見ると、PayPalやアマゾンなどが提供する「デジタルウォレット」の機能に対する、国際決済ブランド会社からの回答ともいえそうだ。「デジタルウォレット」とは、利用者のカード情報などを任意のID・パスワード登録により一元的に中間事業者が預かっておき、その事業者が店舗に対して決済機能や利用者の配送先情報などを提供するサービス形態を指す。アマゾンの場合にはさらに踏み込んで、2019年10月からは自動で「Amazon アカウント」へのログインをポップアップで促す「Web接客型 Amazon Pay」をリリースしている（資料 1-3-6）。

「次世代のオンライン決済手段を構築する」という表向きうたい文句の裏で、これらの外部からひしひしと寄せられる脅威が、SRCを産み落としたともいえる。

なお、SRCはWebブラウザ上で利用される形態が多く見込まれるため、同じ観点からWeb技術の標準化団体であるW3C（World Wide Web Consortium）が策定している「Web Payments」仕様との間で調整が図られている。EMVCo、W3C、そしてオンライン認証技術の標準化を目指す業界団体であるFIDOアライアンスの3団体が「Webペイメント・セキュリティ・インタレスト・グループ」を設立し、共同作業を進めている。

ところで、本稿で見てきたオンライン決済は、基本的にはネット通販のような非対面での販売に向く仕組みだが、近年ではスマホの持ち運び可能な特長を生かし、決済の結果通知を連動させることで、対面の店舗での支払い（オフライン決済）に応用する事例も出て来ている。そうしたモバイル

オーダーや事前決済のようなサービスは「OMO (Online Merges with Offline)」と呼ばれ、店舗のデジタル化に欠かせない役割が期待されている。SRCの活躍範囲も、当然、非対面取引に閉じるものではなく、対面取引や、モノ・機器同士による自動決済 (IoT決済) を視野に入れている。

■「非銀行」の決済事業者が求めるのは「資金移動業口座」の自由度に

本稿の最後に、「口座」をめぐる最近の熱い議論についても触れておきたい。

冒頭で触れたコード決済の「支払原資」で現在主流となっているのは、「送金・引き出しも可能な資金移動業口座」となっている。店舗での支払い用途以外に、チャージ (入金) した残高を利用者同士で送り合っけて割り勘の精算をしたり、いざというときには出金したりできるからだ。これらの「送金・引き出し」機能は、本来、銀行をはじめとした金融機関にだけ認められる為替業務であり、銀行免許などを持たない多くの決済事業者は、資金決済法に基づく資金移動業者としての事業者登録を済ませた上でサービスを提供している。

しかし、それでも非銀行の事業者には超えられない壁が存在する。それが「入金」の壁だ。資金移動業口座への入金は、一部に自社系列のクレジットカードに請求できるものもあるが、一般的には銀行口座からのオンラインチャージに頼る事業者が多い。この際、決済事業者は銀行などに対して手数料を支払う必要がある。他方で、決済事業者が利用者から「入金手数料」を徴収するのは現実的でないため、これが決済事業者の利益を圧迫する要因となる。ましてや、金融機関が自らコード決済事業に参入するともなれば、非銀行の決済事業者がコスト面で金融機関に太刀打ちできるはずがない。

この課題に対しては、公正取引委員会が、銀行

が決済事業者に対して不当に高額な手数料を強いていないかを含め、キャッシュレス決済事業者の実態調査に乗り出すことを、2019年10月の事務総長会見で発表している。調査結果の公表と議論の行方が気になるところだ。

別のアプローチもある。そもそも一般の利用者が銀行口座に保有している預金は、その相当の部分を給与の入金が占めている。したがって、非銀行である決済事業者の資金移動業口座に対して、直接、給与振込が可能であれば前述の課題は解決できる。

賃金の支払いは労働基準法で「通貨で、直接労働者に、全額を」支払わなければならないことを定めている。その上で同法の施行規則で、預金・貯金への振込と、証券口座への払込のみを認めていることから、現行では資金移動業口座への給与振込はできない。

そうしたなか、2019年6月に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」には「デジタルマネーによる賃金支払 (資金移動業者への支払) の解禁の早期実現」の文言が盛り込まれた。これを受けて厚生労働省が規制緩和の検討を開始しているが、労働者の保護を中心に据えた議論の結論はまだ見えてこない。

詳細は別の機会に譲るが、ブロックチェーン技術を活用した「デジタル通貨」や、フェイスブックが提供を目指す「リブラ (Libra)」に代表される「ステーブルコイン (価値が安定した通貨)」が脚光を浴びている事情にも、こうした「脱・銀行」の流れが本質にある。それだけに銀行の猛反発を受けて足踏みを余儀なくされている状況だ。

インターネット技術の応用は、決済を超えて、通貨のあり方を考えるところまで来た。しかし、この壁を越えるのに本当に難しいのは、技術ではなく、制度や既存のビジネス習慣を変える点にあることが、浮き彫りになりつつある。



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～2020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の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