

【特集】混戦！ケータイ決済ビジネス

60兆円ともいわれる現金少額決済市場。この市場で、規格の異なる五つの電子決済スキームが携帯電話にその機能を搭載して、シェアの争奪戦を繰り広げている。この覇権争い、銀行が力を入れているクレジットカード戦略に、大きな影響を与えることになる。



現金少額決済市場に参入した 5陣営の覇権争い

互換性ないまま各社市場制覇狙う

おサイフケータイの登場で、カード決済市場に六〇兆円ともいわれる新たな現金少額市場が誕生した。そして、この六〇兆円市場に互換性のない五つの非接触IC決済サービスが参入し、覇権を競っている。いずれが市場を制覇するのはまだみえない。

電子的な価値が 五規格に

「ケータイ一つで、東京大阪間の出張が可能になる」。数年前、まことしやかに想像されていたこんな話が、いま現実のものとなっている。

これを実現させたのが、ソニーが開発した非接触ICカード技術方式の「フェリカ」。フェリカがケータイに載ったことで、財布がわりになる「おサイフケータイ」が誕生したのだ。

〇四年七月から販売を開始したNTTドコモに続き、昨年秋季にはKDDI（au）、ポニーダフォンも相次ぎ発売。世にある約九〇〇万台のケータイのうち、すでに一〇〇〇万台以上がおサイフケータイを利用できる

モデルにとってかわったのだ。

「iモードのときより普及スピードは速い」。iモード、おサイフケータイと、ライフスタイルを変えつつ新機軸を続けざまに世に送り出したドコモの夏野剛執行役員は、広がりやすさを強調する。

おサイフケータイにはロック機能があり、セキュリティは現金よりも高い。「かざすだけ」という決済スピードからレジの混雑もなくなる。インターネットや交通乗車券機能も持ち合わせ、いまやさまざまな生活シーンに欠かせないデバイスになっている。「これから加速度的に伸びていく」（夏野氏）おサイフケータイが、いよいよ社会インフラになる。

おサイフケータイにおいて、

モバイルペイメントの市場性と今後の課題



日本総合研究所
調査部 主任研究員
野村 敦子

標準化の推進には企業間連携がカギ

携帯電話などのモバイル端末を使って決済を行う「モバイルペイメント」。非接触ICチップ搭載の携帯電話の登場で、決済スピードは格段に速まり、鉄道カードなどの複数の機能も内蔵させることができるため、利便性も一段と高まった。今後、モバイルペイメントを社会的に広めていくためには、利用範囲の拡大や規格の標準化、ユーザーに対するメリットの付与が重要であり、モバイルペイメント市場の成長は新たなビジネスチャンスをもたらす。そのため、ネットワーク、決済、金融、サービスなど、モバイルペイメントに関連するさまざまなプレイヤーの提携が加速することになるだろう。

第三世代の携帯電話に

搭載

わが国の携帯電話加入者数は、〇五年一二月末時点で九〇〇〇万を超え、固定電話をしのぐ規模に成長している。現在、携帯電話は第二世代から第三世代への移行が進められているところであり、第三世代の携帯電話利用者の割合は全体の五割に達する勢いである。

この携帯電話の端末に、電子マネーやクレジットカード、交通カード、ポイントカードなどさまざまな機能を搭載させる動きが本格化している。クレジットカード会社や金融機関は携帯電話端末に決済機能を搭載することで、製品やサービスの購入にクレジットカード等が利用される機会を拡大しようとの狙い

である。

携帯電話事業者は、従来の音声通信中心のままでは、加入者の増加による市場の成長が見込めないことから、加入者の獲得・囲い込み、ならびに新たな収益源確保のために、モバイルペイメントに取り組んでいる。

一方、ユーザーにとっては、常に持ち歩いている携帯電話端末にクレジットカードや交通カードなどさまざまな機能が搭載されることで、複数のカードを持ち歩いたり、小銭をもつ必要がなくなるなど、利便性が高まる。

こうした取組みは、わが国だけでなく海外においても進んでいる。

非接触ICチップが

主流に

モバイルペイメントは利用場面によって、バーチャル決済（モバイルインターネット上でサービス・製品の購入に対する支払い）と、リアル決済（実際の店舗等でのサービス・製品の購入に対する支払い）に大別することができる。リアル決済はさらに、店舗側の決済端末との通信の方式により、赤外線通信方式と非接触ICチップ方式に分けることができる。

当初は、モバイルインターネットを通じたバーチャル決済への取組みが中心であったが、現在は、操作の簡便さや処理の迅速さから、非接触ICチップを使った方式が主流となっている。

その代表例が、〇四年七月にNTTドコモが開始した非接触ICチップ（iモードFeli