

方向の転換：

現実的に考えて、全決済を電子化することは難しいと考える。

そのため、現金との共存はしつつも、いかに電子マネーの利用を拡大し、決済の標準とするかを考えていくことにする。

3章：普及のハードル（C視点）

電子マネーを利用しない理由について

利用する機会や必要がない	61%
利用方法がわからない	35%
使い過ぎが心配	30%
利用の手続きや操作が面倒	27%
盗難や紛失が心配	25%
電子マネーでの支払いが不安	25%
利用出来る店・サービスが限定されている	14%
他の支払い方法がポイントや割引率で有利	7%

(日銀の調査による)

「こうした結果は、電子マネーの普及には、加盟店の増加や端末の普及など利用環境の改善のみならず、利用を始める際の（物理的・精神的な）障壁を更に引き下げる工夫や、使用金額の管理面でのサービス機能拡充などが関連していることを示唆している。」

→利便性が認められれば、勝手に「利用出来る店・サービスが限定されている」という問題は解決できる。

一番の問題は導入の際の障壁（いかに電子マネーを利用するように仕向けるか）

「利用する機会や必要がない」ことについて

例えば主婦等で「電子マネーでなくても決済はできるから、電子マネーはいらない」という層がいるかもしれない。

→ここをどう取り込むかが課題

現状、駅の改札等で現金をICカードにチャージするという作業が必要となっている。

これが、「利用の手続きや操作が面倒」という回答に繋がっていると考えられる。

電子マネー利用にあたっての要望事項

盗難・紛失への保全	52%
利用手続きや操作方法が簡単になること	41%
利用できるサービスや店が増えること	40%
ポイント制度などのサービス拡充	36%
現金への払い戻しが出来ること	23%
異なる電子マネー間で価値の共有がもっとできること	15%

(日銀の調査による)

「盗難・紛失への保全」について

電子マネーが決済の標準に近づけば近づくほど、この要望は高まると考えられる。

現状、電子マネーは店頭で買うこともできる（WAONやNanaco等）。

しかし、これからは個人情報とIDの照合によって保全への対応を行っていくことが必要となってくる。

の、前に…

そもそも電子マネーはビジネスとして成り立つのか？

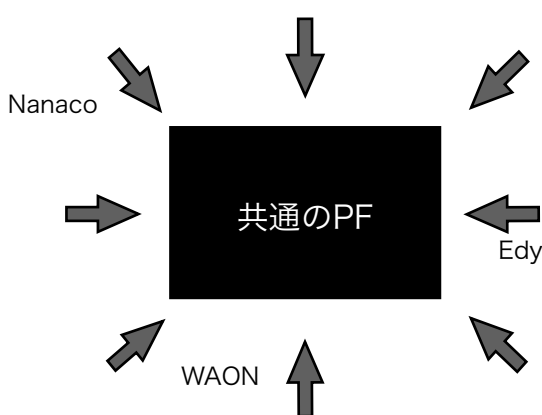
- 電子マネーのビジネスモデル＝クレジットと同じく決済手数料の収入  
→しかし、小売各社が発行している電子マネーはその側面が薄いと思われる。  
ただ、Edyに関しては加盟店からの手数料が主な収入源



- ただ、少額決済が中心（高額決済はどうしてもチャージストレスのないクレジットに傾く）、かつ現金との競合により決済手数料は低く抑えざるを得ない。  
→電子マネーの新たなビジネスモデルの必要性（未定）

- 現状、電子マネーの発行体は複数ある。  
これは、顧客の囲い込みが目的と思われる。  
→基本的にその電子マネーに入金してしまうと、現金への払い戻しや他電子マネーへの移行ができないから  
(e.g. NanacoからWAONへの残高の移行はできない)  
また、従来あったポイントカードを電子マネーに含めることによっても囲い込みを図っている。
- 顧客の利便性を考慮するならば、複数の発行体間での互換性があった方がいい（要望事項にもある）
- しかし、互換性を上げると「囲い込み」目的のモデルが崩壊  
→各社がそれぞれのカードの互換性を上げるよりも、カード自体の一元化が望ましい？

<イメージ図>



PFの一元化により、Cは

- ・複数の電子マネーを持つ必要がない
- ・1枚にチャージすればどの店舗でも使える  
(Nanacoにチャージしたからイオンで使えないといったことがない)

発行体は

- ・電子マネーのシステムを外部に委託することによる、維持費削減
- ・かつ、ポイント等による継続的な顧客の囲い込み（独自に電子マネーを発行するよりはその効果は落ちるが…）というメリットを享受できる。

ただし…

- PFを一元化するという事は、それを維持管理する組織(?)は一つになる→独占？
- 一元化してしまうと、たとえばみ〇ほのようにシステムがダウンしてしまうと大変なことになる  
PFの一元化にはこれらの問題がネックとなる

次回は、未定と書いた新たなビジネスモデルについて考えようと思います。

