

## スマホ決済によるキャッシュレス化の波

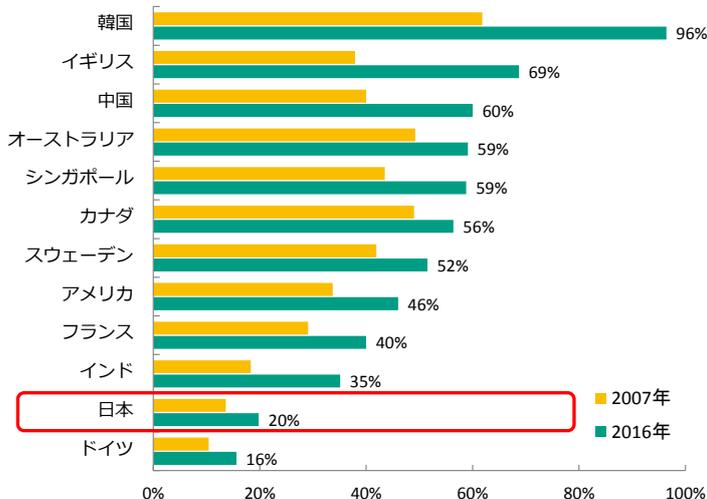
2018.5.1 発行

### 低いキャッシュレス比率

従来、決済分野は銀行やクレジットカード会社がメインプレーヤーでした。しかし最近では、インターネットや通信といった大手 IT 企業がスマートフォンによる店頭での決済に注力し始めています。その背景には何があるのでしょうか。

現在の日本で、現金が不要なキャッシュレス決済の主役は、クレジットカードです。また、最近では Suica などのプリペイド電子マネーも一定の存在感があります。日本のキャッシュレス決済比率は上昇傾向にあるものの、諸外国との比較では低いのが現状です(図表1)。キャッシュレス決済普及のネックは、決済コストにあります。

(図表1) キャッシュレス比率の変化



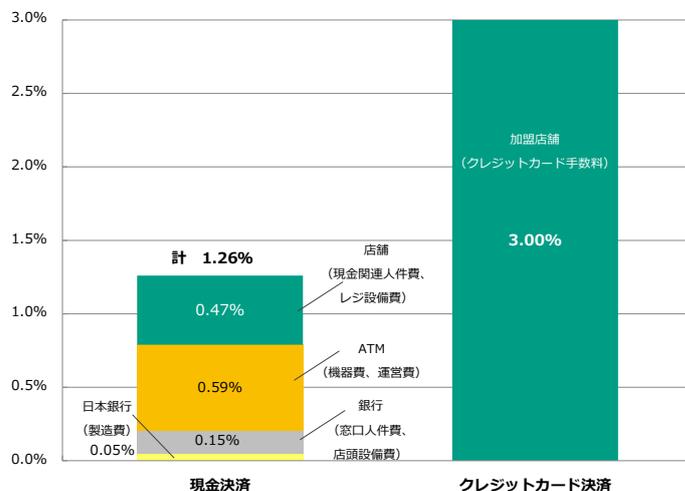
出所：経産省資料より明治安田アセットマネジメント作成

日本では次のような複数の要因から、他の決済手段に対する現金決済の相対的なコストが諸外国よりも低いと考えられます。

- 治安が良いため、盗難が少ない
- 偽札の流通が少なく、現金への信頼が高い
- ATM の利便性が高く、現金の入手が容易

現金とクレジットカードではどの程度のコスト差があるのでしょうか。図表2のように、現金決済に関わる社会全体のコストは、決済金額に対して1.3%程度と推定され、主に銀行と加盟店で分担しています。一方で、クレジットカードは平均すると3%程度の手数料がかかります。クレジットカードは複雑な仕組みを持つために、高コスト体質となっており、しかもその負担は加盟店に集中する構図です。

(図表2) 決済の社会コスト (決済金額比)



出所：経産省資料より明治安田アセットマネジメント作成

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

### 手数料率をいかに引き下げるか

それではどの程度の手数料であればキャッシュレス決済がより普及するのでしょうか。アンケート調査によれば、平均 1.2%で導入するとの意見が多くなっています。

低い手数料率を実現する方法として、3 つの方向性があります。

1) QR コードやバーコードを利用したスマホ決済専用端末が不要であるため、加盟店の初期投資が少なくて済みます。プラスチックのカードをスマホで置き換えるイメージです。

#### 2) 銀行口座直接決済

上記のスマホ決済であっても、クレジットカードのシステムを使用すると、コスト低減には限界があります。銀行口座と加盟店の間にカード会社を介在させずに、直接決済を行う方法です。

#### 3) 決済データのマネタイズ

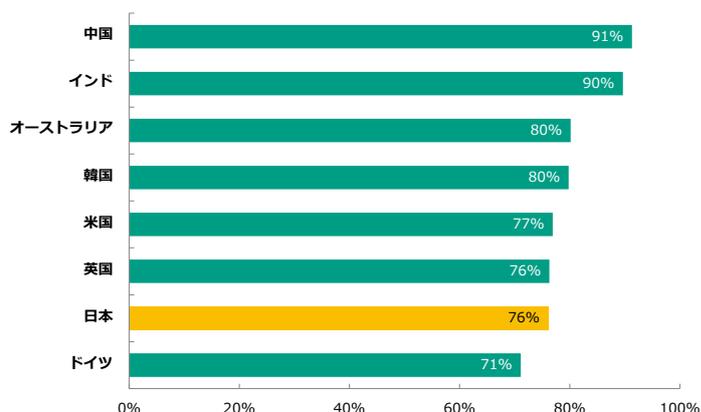
スマホアプリを經由して収集した個人の決済データを利用したサービスを提供し、収益源とします。具体的には、個人向けにカスタマイズした広告や、信用力を把握した上での個人向け融資です。この分野での先行例が、中国の EC 大手アリババグループが展開するアリペイです。手数料以外の収益源を持つため、加盟店の支払手数料は 0.6%前後と非常に低く抑えられています。

加盟店の支払手数料で収益を得るビジネスモデルから、低廉な手数料で個人データを収集し、その利活用で収益を得るプラットフォーム的なビジネスモデルへと、大きな変化がおきつつあると言えます。そのため、冒頭で述べたように、新たな IT 企業がプラットフォームの地位を確立しようと決済分野に参入しているのです。

### 個人データ利活用の課題

ただし、個人データの利活用とプライバシーの問題はトレードオフの関係にあります。また、プライバシーに対する感度は国によって差があります。図表 3 のアンケート結果に見られるように、アリペイ等が普及した中国では、個人がデータの提供に対して前向きである一方、日本人は比較的慎重なようです。

(図表 3) 個人情報提供に前向きなスマホユーザー



注：自分へのサービスが向上するならば企業に対して情報を（条件によっては）提供してもよいと回答した比率  
出所：総務省資料より明治安田アセットマネジメント作成

欧州では、プライバシー保護への危機感と、米系大手 IT 企業がデータを支配することへの反発を背景に、2018年5月にGDPR（一般データ保護規則）が導入される予定です。この規制のポイントはデータポータビリティ権にあり、企業が収集したデータを受取り他社に移転する権利を、個人が保有することになります。また、折しも米国ではフェイスブックが個人情報の不正利用で批判されています。

こうした状況を鑑みると、日米欧においては、データの所有権が企業から個人へと移動する方向にありそうです。その個人データを管理し、企業間で流通させるための新たなビジネスを手掛ける企業への投資機会が生まれると考えています。

株式運用部 調査担当 リサーチ・アナリスト  
(情報通信、サービス、機械セクター担当)  
児玉 芳明

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。