

PICK UP TOPICS

スマホ決済 銀行 VS. IT 勢

信用力 VS. アプリの使い勝手

顧客獲得へ競争新局面

銀行連合がスマートフォン(スマホ)を使ったQRコード決済で連携する。ブランド力や規模に勝る金融機関がスマホ決済サービスに本格的に乗り出すことで、楽天やLINEなどIT(情報技術)各社との顧客獲得競争は新しい局面に入る。信用力のある銀行に対し、IT勢が使い勝手を勝負を挑む構図だ。サービスの巧拙が勝敗のカギを握りそうだ。(1面参照)

スマホ決済市場には2018年にヤフーやNTTドコモなどIT大手が相次ぎ参入し、海外勢では米アマゾン・ドット・コムが今夏から日本でサービスを始めた。1人のユーザーが複数のスマホ決済を使い分けることは少ない。各社は自社のサービスが選ばれるよう、使い勝手の良さを競う。

銀行連合の強みは買い物代金が銀行口座から口座に引き落とされる仕組みだ。LINEの「LINEペイ」は銀行口座と連携しているが、決済前にいったん入金(チャージ)をする必要があり、余ったお金を口座に戻す場合に手数料がかかる。IT各社は、お徳感を

出し利用者を獲得する。ヤフーとソフトバンクは決済アプリ「ペイペイ」の支払額の20%を利用者に還元する販促策を12月4日から始める。還元額が100億円に達するまで続ける。LINEは決済額の最大5%をポイントで還元する。

楽天はネット通販などでためた楽天ポイントをスマホ決済での支払いに使える。楽天証券の投資信託にポイントを投じて運用することもできる。低コスト武器に加盟店の獲得に向け、銀行連合は中小企業が採りやすいよう店舗が払う加盟店手数料を1%台に抑える。楽天やスター

トアップの3%台に比べて安い。ヤフーとLINEは期間限定で中小企業向けの決済手数料を0円にし、導入を促す。先行するIT各社は自社の主力サービスと組み合わせ利便性を高めている。LINEは損害保険ジャパン日本興亜と主力の対話アプリ上で損害保険の加入や支払い手続きができるサービスを始めた。申し込みから決済はスマホ上で完結する。リアル店舗とネット上の決済の両方を取り込む。

新たなサービスを構築する考えだ。ネット広告や小売業と組んだ販促など、スマホ決済のデータを使ったサービスの組み合わせは多様に広がる。中国ではアリババ集団が消費行動データなどを収集。消費者の関心に合わせた広告や物販サイトでの「お薦め」にも使う。決済の比率はクレジット

個人の信用情報を数値化し、融資など金融サービスにまで生かす。銀行連合の参入で利用者や加盟店の獲得競争が激しくなるのは確実だ。スタートアップ企業のOrigma(オリガミ)は、自社のスマホ決済機能を外部企業に提供することでサービスの規模を拡大する。顧客企業は自社ブランドの決済アプリを簡単に作れるようになる。トヨタファイナンス(名古屋市中)が採用を決めた。日本のキャッシュレス

各社がスマホ決済に続々と参入する背景には「不便なままの金融を、利用者目線でリデザイン(再設計)できる」(LINEの出沢剛社長)ともある。利用者と加盟店に決済以上の利便性を訴えることが重要になる。(広井洋一郎、大西綾)



22日、ヤフーはスマホ決済「ペイペイ」で購入額の20%を還元するキャンペーンを開始すると発表

スマホ決済に参入する主な事業者

	加盟店手数料	消費者のメリット
銀行連合	1%台	全金融機関の口座とひもづけ可能
ヤフー	3年間0%の場合も	2019年3月末まで支払額のうち2割を還元
LINE	0~3%台	専用アプリのダウンロードの必要無し
楽天	3.24%	ためたポイントでの支払いが可能
オリガミ	最大3.25%	決済時に数%程度の即時割引を実施

日本、キャッシュレス遅れ 中国「アリペイ」7億人利用

銀行や信用金庫などの金融機関がスマートフォン（スマホ）決済で手を組んだが、現金志向が根強い日本でキャッシュレス化がどこまで進むかは不透明だ。1%台という国内最低水準の加盟店手数料によって中小・零細店を含む幅広い小売店・飲食店を決済網に組み込む構えだが、手数料水準やサービスの使い勝手は

普及を後押しするのは圧倒的なコストの低さだ。アリペイでは個人間の送金は無料。業務用途では企業が負担する決済手数料は最大0・6%だが、個人事業主や零細企業では個人間送金の形をとる。「コストがほぼゼロのケースは多い」（アリババ傘下の金融会社、アント・フィナンシャル）
郊外の野菜市場などでも店ごとにアリペイなどのQRコードが掲げられ、支払いの9割超がスマホ決済という店舗も少なくない。
日本の銀行連合の新サービスは加盟店手数料を1%台とする方向。クレジットカードなど国内の既存サービスに比べれば、大幅に抑えることになるが、中国の最大0・6%に比べるとまだ高い。ぎりぎりの収支で商売している中小・零細店が、どれだけサービス導入に動くかは不透明だ。
金融業界が連携してスマホ決済や送金サービスに乗り出す取り組みも欧米やアジアが先行している。スマホを使った個人間送金では2012年にスウェーデンで大手銀行が共同で「スウィッシュ」を開始。米国でも17年6月に大手・中堅行連合の「ゼル」が始まった。直近1年間で3億7500万件の取引を処理したという。
英国やタイ、シンガポールでも同様のサービスが始まっている。日本に進出しているサービスもあり、日本勢が手をこまねいている時間はない。2割にとまる日本のキャッシュレス決済比率を大きく引き上げるには既存の枠組みにとらわれず、消費者や加盟店に選ばれるサービスを追求する必要がある（張勇祥、水戸部友美）

日本経済新聞朝刊 2018年11月23日 ※赤線は弊社による

掲載銘柄について、売買を推奨するものでも、将来の価格の上昇または下落を示唆するものでもありません。また、当社ファンドにおける保有・非保有および将来の銘柄の組入れまたは売却を示唆・保証するものでもありません。

当資料は日本経済新聞社の承諾を得て記事を転載したものであり、記事の内容について、日興アセットマネジメントが正確性・完全性について保証するものではありません。また、記事に関する一切の権利は記事の提供元に帰属します。発行者の許可を得て掲載しています。コピー等のご遠慮ください。

○当資料は、日興アセットマネジメントが「フィンテック」についてお伝えすることなどを目的として作成した資料であり、特定ファンドの勧誘資料ではありません。また、当資料に掲載する内容は、弊社ファンドの運用に何等影響を与えるものではありません。○投資信託は、値動きのある資産（外貨建資産は為替変動リスクもあります。）を投資対象としているため、基準価額は変動します。したがって、元金を割り込むことがあります。投資信託の申込み・保有・換金時には、費用をご負担いただく場合があります。詳しくは、投資信託説明書（交付目論見書）をご覧ください。