

## 「電子マネー」拡大の可能性とFFGグループの取り組み

### はじめに

インターネットの普及によるオンライン化が進む中で、新たな決済手段のひとつとして電子マネーが導入されました。2001年当時の数年間は現在のような広がりは見られなかったものの、近年の「Edy」(エディ)や「Suica」(スイカ)の普及、さらには携帯電話を利用したおサイフケータイ等の登場によって、電子マネーの存在は私達の普段の生活の中でより身近な存在になってきました。福岡でも、昨年登場した西日本鉄道の「nimoca」(ニモカ)に加え、今春からJR九州の「SUGOCA」(スゴカ)、福岡市営地下鉄の「はやかけん」が登場し、これで福岡市内の鉄道3社のICカードが出揃いました。そこで今回は、2008.8 VOL.3の調査月報「福岡エリアにおけるICカード乗車券導入の動向」に続き、ICカード いわゆる「電子マネー」の定義や現状を確認した上で、その可能性や導入事例などについてレポートします。

### 1. 電子マネーとは

#### (1)電子マネーの定義

まず、「電子マネー」の定義について確認します(少し、形式的な分類から説明に入っていきます)。1996年6月に旧大蔵省から公表された「電子決済及び電子マネーの環境整備に向けた懇談会報告書」によると、電子マネーを「利用者から受け入れられる資金(発行見合資金)に応じて発行される電磁的記録を利用者間で授受、更新することによって決済が行われる仕組み、またはその電磁的記録自体をいうこと」と定義しています。また、旧大蔵省による翌97年5月の「電子マネー及び電子決済に関する懇談会」の報告書では、電子マネーとは「決済手段の電子化の仕組みにおいて貨幣価値を有するとされるデジタル・データ」と定義されています。

つまり、電子マネーとは「広義」の意味では

「お金」や「支払手段」を役割とする電子的なサービス いわゆる「電子的決済」のことを意味しており、銀行での振込みやクレジットカードによる支払いなども「広義」の電子マネーにあたるかとされています。一方、「狭義」の意味での電子マネーとは、金銭的な価値をICカード等に貯蓄し、それをを用いて決済を行う「小額決済用のツール」を意味します。最近の電子マネーの拡大は、この「狭義」の意味での電子マネーの普及と言えそうです。

#### (2)電子マネーの種類

電子マネーと言えば「Edy」、「Suica」、「PASMO」(パスモ)、「nanaco」(ナナコ)、「WAON」(ワオン)といった名称がよく知られています(一度は耳にしたことがある用語ではないでしょうか)。上記の他にも電子マネーには別の分類も可能です。

ここでは大きく2つのカテゴリーに分類することにします。1つは「ネットワーク型電子マネー」で、もう1つは「IC型電子マネー」です。

#### ①ネットワーク型電子マネー

ここで言う「ネットワーク型マネー」とは、インターネット上での利用のみを想定したサービスを意味し、具体的には「BitCash」(ビットキャッシュ社)や、「WebMoney」(ウェブマネー社)などが提供するサービスがこれに該当します。「ネットワーク型マネー」の特徴は、お金を文字や数字などの文字列情報に変換することで、インターネット上のオンラインショッピングやサービスの購入が手軽にできる点にあります。ただし、このようなネット決済用の仮想マネーは、事前に店頭などで購入手続きをしなければならぬ手間やサービス間の互換性の低さといった課題も挙げられている様です。

## ② IC型電子マネー

新たに注目されているのがICチップを利用した電子マネーです。特に、前述した「Suica」や「PASMO」、nanaco、「WAON」、「iD」(アイディ)などがこのIC型電子マネーと呼ばれるものです。非接触IC技術を利用した電子マネーは、従来から乗車券として交通各社が使用していた磁気タイプのカードと異なり、商品の購入や飲食店での支払いなどの様々な場面で現金やクレジットカードに代わる決済手段として、この非接触IC型電子マネーが主流となりつつあります。

また、非接触IC型電子マネーには2つのタイプに分かれます。それは「プリペイド型」と「ポストペイ型」の2種類です。

「プリペイド型」とは、事前にクレジットカードや預金口座<sup>\*1</sup>から電子マネーへチャージ(入金)し、チャージした金額の範囲内で使用する「前払い式」の電子マネーであり、「ポストペイ型」とは、電子マネーで利用した金額をクレジットカードなどで後から一括して支払う「後払い式」する電子マネーとなります。

本稿では、非接触IC型電子マネーの中でも「プリペイド型」と呼ばれる電子マネーについて、説明を行っていきます。

( \* 1 「ふくぎんモバイルバンキング会員」のお客を対象に預金口座から電子マネーにチャージすることが可能です。詳しくは、後段にご紹介しています。)

## 2. 電子マネーの現状

### (1)電子マネー普及までの経緯

日本における電子マネーサービスの始まりは、ソニーやNTTドコモ等が共同で設立したビットワレット社が電子マネー「Edy」のサービスを開始した2001年からです。

同年、JR東日本(首都圏)がIC乗車券としての「Suica」、03年にはJR西日本(関西圏)がIC乗車券「ICOCA」(イコカ)の取り扱いを開始し、04年には関西の私鉄・バス各社によるスルッとKANSAI協議会がIC乗車券「PiTaPa」(ピタパ)の導入を開始しました。このように交通各社は、いち早く乗車券のIC化に乗り出しIC化が普及する担い手として先行しました。

一方、2007年には、流通企業大手であるイオングループが電子マネー「WAON」を、セブン&アイグループが電子マネー「nanaco」のサービスを開始しました。このように、「Edy」に始まる電子マネーは、発行主体を「交通系」から「流通系」へと移行させて行きました。

こうして「交通系」から広がりを見せた電子マネーは、当初は首都圏など限られた地域からスタートしたものの、発行主体に「流通系」が加わったことで、取扱い加盟店が駅周辺の限られた地域から大型チェーン店やコンビニエンスストア、家電量販店の加盟によって全国に広がりながら同時に利用者をも増やしていったのです。

### 電子マネーの定義

広義の電子マネー：電子的決済(銀行等での振込み、インターネットバンキング、クレジットカードによる支払など)

	狭義の電子マネー			クレジットカード等		デビットカード
	ネットワーク型	IC型		クレジットカード等		
利用媒体 アクセス手段	ID パスワード	カード(非接触)		カード(非接触)		カード (接触)
		携帯電話	携帯電話	携帯電話	各種 クレジットカード	カード (接触)
日本における サービス例	WebMoney BitCash NETCASH ちょコム	Edy Suica nanaco WAON PASMO ICOCA	Edy Suica nanaco WAON	QUICpay VisaTouch iD	QUICpay VisaTouch iD PiTaPa Pay Pass Smart plus	J Debit Visa Debit
決済タイミング	プリペイド方式			ポストペイ方式		即時

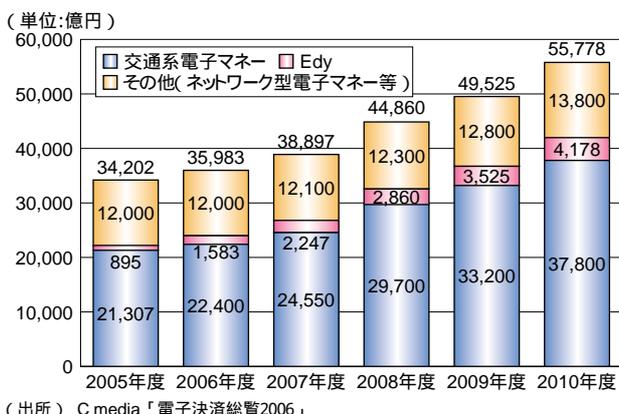
(出所) 日本銀行

## (2) 電子マネーの市場規模

日本銀行が公表した「電子マネー決済に関する利用実態の調査」結果によると、2008年3月末時点の6つの電子マネー（「Edy」、「Suica」、「ICOCA」、「PASMO」、「nanaco」、「WAON」）の発行枚数は8,061万枚に達しました。このうち、携帯電話に搭載された電子マネーは942万枚で全体の1割程度（11.7%）を占めています。また、上記電子マネーによる07年度中の決済件数も大幅に増加傾向にあります（07年の決済件数は06年比で83%増の8億1,000万件。決済金額は同年比の約2倍にあたる5,635億円に達しています）。さらに、電子マネー1件あたりの平均決済金額は696円となっており、デビットカードの6万6,000円、クレジットカードの1万2,000円と比べると、電子マネーは少額小口決済に利用される傾向にあることが日本銀行の公開資料から浮き彫りになりました。

今後、さらなる電子マネーの拡大によって、その市場は数兆円規模にまで成長すると予測されており（国内の民間最終消費支出の約300兆円のうち小額決済市場は5分の1の約60兆円）、小額決済市場の大半を電子マネーが占める日も、そう遠くないかもしれません。

電子マネーの市場規模



## (3) 九州における電子マネーの現状

現在の九州でも「交通系」による電子マネーが広がりを見せています。

福岡市では、2008年5月に「西日本鉄道」が「nimoca」を導入し、本格的なIC乗車券

の利用が始まりました。ご存知のとおり「nimoca」には、3つのタイプがあります。

- ① 会員登録が不要でバス・電車の利用のみポイントが付与される「nimoca」
- ② 会員登録が必要で買い物(ショッピング)にもポイントが付く「スターnimoca」
- ③ クレジット機能を付加した「クレジットnimoca」

の計3種類です。様々なシーンで利用者の用途に応じた機能を選べる電子マネーが「nimoca」の特徴となっています。

残り2つの鉄道会社についても、09年3月には、JR九州の「SUGOCA」が、福岡市営地下鉄の「はやかけん」がサービスを開始しました。

更に、2010年にはこの福岡市の鉄道3社（西日本鉄道、「JR九州」、「福岡市営地下鉄」とJR東日本の相互利用が可能となり、出張が多いビジネスマンを中心に利便性は益々向上するものと期待されています。

その他、九州を見渡してみると、長崎県では県内の交通各社が02年に共同発行を開始した「長崎スマートカード」があります。全国に先駆けて、運営主体の異なる交通会社同士がIC乗車券の共用化を可能にしたカードとして普及しています（08年9月からは、クレジット機能付きのカードの利用も発行されています。現在は長崎県交通局、長崎自動車、さいかい交通、佐世保市交通局、西肥自動車、島原鉄道(バス)、長崎電気軌道で利用可)。

その他、九州初(2001年9月)のIC乗車券となる北九州市交通局の「ひまわりバスカード」、宮崎交通の「宮交バスカ」、鹿児島市交通局の「RapiCa」(ラピカ)など、九州各地でも電子マネーの普及が進んでいます。

## 3. 電子マネーの可能性

今回は、電子マネーの可能性を「加盟店」の立場から考えてみます。「加盟店」にとっての電子マネーの魅力は、「利用者の囲い込み」といえるでしょう。「簡単・便利・スピーディ」

といった利用者のニーズにいち早く対応し、利用者の利便性が向上することで、「加盟店」の利用機会(収益機会)が増えていくことが期待されます。

また、加盟店が増えていくことによって(系列店以外の他分野との連携が強化)、利用者のポイント利用の機会が増し、これによって取扱い加盟店の利用機会(収益機会)も更に高まっていくことも期待できます。

現在、チェーン店など大型店を中心に加盟店は増加する傾向にあります。今後は、「個人商店」や「小規模店舗」なども加盟店に加わることによって、利用者にとっては、大型店やチェーン店で購入するのと同じような効果(ポイントの付与や交換が可能)が得られる方向にあります。

例えば、地域の商店街などで利用を考えた場合、商店街での独自のサービスを提案していけば、商店街での店舗間における新たなシナジー効果も生まれ、商店街への利用者を増やしていくツールとして利用できるのではないのでしょうか？

今後は、地域特性にあわせた最適な戦略を考えることで、電子マネーが「地域通貨」としての役割を担う可能性も秘めています。

## 4. 電子マネー及びICカードの導入事例と当グループの取り組み

ここで、電子マネーの利用を商機と捉え、ユニークな取り組みを行っている事例や、効果的なサービスを行っている事例をいくつかご紹介します。

### (1) 電子マネー導入の事例

#### ① 久里浜商店街

神奈川県横須賀市にある「久里浜商店街」(152店舗)は、2008年8月のジャスコ久里浜店のオープンに合わせて、商店街のうち15店でイオングループの電子マネー「WAON」を同12月に導入しました。これは、商店街全体がイ

オンのモールのように共存共栄を旗印としたコンセプトのもとでの取り組みを進めた新しい事例です。電子マネーを仲介とした「地域商店街」と「大型小売店」とを結んだ一つの良い例として、地域活性化効果が期待されています。

同様に九州内でも、福岡県の「天神地下街」や熊本県の「上通り商店街・下通り商店街」、鹿児島県の「天文館」などで、消費拡大と商店街の活性化を狙った電子マネー導入の動きが相次いでいます。

#### ②九州大学(e-プロジェクト)

九州大学では、大学内の電子化・情報化による学生へのサービス向上と業務の効率化・高度化を推進するため、学生証と教職員証のICカード化を進めており、この4月より本格導入を開始しました。このICカードを用いて、建物の入館、図書館の利用、設備・施設の利用はもちろんのこと、コンビニや生協を利用した商用サービスなどの学内サービスの利用も可能となっています。学外でも、電子マネーによるショッピングや交通機関(JR九州、市営地下鉄等)の利用も検討されており、学生証・職員証が一枚あれば、学内外の日常生活が随分と便利になる仕組みづくりを全国の大学に先駆けて実施しています。

#### ③「nimoca」取扱い加盟店

「nimoca」では、「nimoca」の取扱い加盟店を対象として、利用者の情報をデータ化し還元するサービスを行っています。これは、「nimoca」オリジナルのサービスであり、取扱い加盟店を拡大させる重要なツールとして注目されています。具体的には、利用者が持つ情報のデータ化(年齢、性別などの利用者の属性等)を行い、データを加盟店に還元することで、加盟店は利用者の嗜好を把握し、利用者全体の特性を分析・体系化することでマーケティングによる顧客戦略に役立てることが可能となります。例えば、日々の利用者の人数や金額の

情報を確認できたり、店舗ごとの商圈分析、駅やバス停を出発点とした利用者の動線を分析することで、様々な経営戦略や顧客分析が行えるサービスの提供を行っています。

## (2) FFGグループの取り組み

### ①「FFGカード」との提携カード「JMBnimoca」発行

ふくおかフィナンシャルグループでは、今春(2009.4.27)から「FFGカード」(FFGグループのクレジットカード会社)を通じて、西鉄ICカード「nimoca」およびJALのマイレージプログラムである「JALマイレージバンク」にクレジットカード(VISA)の機能を一体化させた多機能カード「JMBnimoca」の募集を開始します。航空機の利用、日々のバス・電車での異動、お買い物が一つのカードで可能となり、「空」と「日常生活」の様々なシーンでマイルやポイントがたまります。また、「JALマイレージバンク」のマイルと「nimoca」のポイントとの相互交換も可能となっています。

更に、オートチャージ<sup>\*2</sup>やクレジットポイントといったクレジット機能を活用したサービスも付帯しており、便利でオトクな多機能カードを提供しています。「JMBnimoca」の募集開始にあたっては、入会促進キャンペーンなど様々なプロモーションを行います。詳しくは「FFGのホームページ」をご覧ください。詳しくは「FFGカード」までお問い合わせください。

<sup>\*2</sup>「オートチャージ」とは：IC乗車券の残額があらかじめ設定した金額を下回っている場合に改札機、バス車載機にて一定金額を自動的にクレジットチャージする仕組みのこと



### ② FFGグループのサービス

「FFGグループ」では、ふくぎんモバイルバンキング会員のお客様に対し「福岡銀行Edyチャージアプリ」の操作によって、お客様の預金口座から「NTTドコモ(FOMA機種)」や「Soft Bank」の「おサイフケータイ」の電子マネー「Edy」にチャージ(入金)するサービスを提供しています。モバイル「Edy」をお使いの皆様は利便性を更に向上させるサービスとして、チャージサービスをクレジット機能からだけではなく、預金口座からも利用していただくことができるサービスとなっています。「FFGグループ」では、今後ともお客様にご利用していただける電子マネーサービスを提供してまいります。ご期待ください。

### おわりに

電子マネーは、近年の急速な普及によって、生活の中に溶けこみつつあります。今後、発行主体や加盟店の連携が進み、互換性が拡大することによって、その利便性は格段に向上するものと思われれます。

電子マネーの可能性は、「利用者」や「加盟店」にとっても大変魅力的なものとなっています。従来までの個別のポイントカードだけでは発揮しきれなかった効果も、加盟店間での連携によって利便性が向上し、「nimoca」のサービスの様に、そこから得られる顧客情報を上手く活用することによって更なる利用機会(収益機会)が生まれていくことが期待されています。

ここで紹介した電子マネーの取り組みはほんの一例ですが、本稿によって「電子マネー」におけるビジネスポテンシャルの大きさを少しでも感じていただけたら幸いです。

まずは、皆様に利用していただき、その利便さを体感することから始まります。きっと、新たな発見が生まれてくることでしょう。

(横尾 直樹)