

キャッシュレス・ジャパンの実現に向けて

淵田 康之

■ 要 約 ■

1. 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会開催等を視野に、わが国は2014年及び2015年の「日本再興戦略」においてキャッシュレス化の推進を掲げている。
2. わが国は国際的に見ても、極端にキャッシュレス化が遅れた国となっている。特に、インストア決済における現金決済比率の高さが目立つ。
3. キャッシュレス化は、個々の利用者の利便性の向上に留まらず、地下経済の縮小やビッグデータの活用等、様々な外部経済効果をもたらす。このため諸外国では、電子決済の促進と現金利用の制限という二つの分野で、キャッシュレス化の推進に向けた各種の施策を導入・検討している。
4. 昨今、キャッシュレス化につながる決済分野のイノベーションが、急速に進展している。インストア決済分野では、スマートフォンやモバイル POS を活用した電子決済により、利便性の向上に留まらず、新たなマーケティング、新たな消費体験の可能性が広がっている。
5. わが国でもモバイル POS 等導入への各種補助金制度の導入や、地域金融機関におけるモバイル決済の仕組みを活用した地元商店街振興の取組、クラウド会計データを活用した円滑な融資の実施等、注目される動きもある。
6. キャッシュレス化への取組は、国際水準より大幅に劣後した決済端末の IC 化というセキュリティ問題を解決するためにも不可欠である。またインバウンド対応、地方創生、サービス産業の生産性向上にもつながる。急速に進展する決済分野のテクノロジーの活用も視野に入れつつ、既存のキャッシュレス化推進政策をより拡充・強化し、成長戦略の中核に位置付けていくことが望まれる。

I キャッシュレス化の遅れとその問題点

1. 日本再興戦略とキャッシュレス決済

2014年6月24日に閣議決定された「日本再興戦略改訂2014」において、キャッシュレス化を推進する方針が打ち出されてから2年が経過しようとしている。同方針は、2020

年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催等を踏まえて、キャッシュレス¹決済の普及による決済の利便性・効率性向上を図ることを目的としたもので、関係省庁において対応策をとりまとめることとされた。

これを受け、2014年12月26日に「キャッシュレス化に向けた方策」が発表され、①海外発行クレジットカード等での現金引き出しが可能なATMの一層の普及等訪日外国人向けの利便性の向上、②クレジットカード等を安全に利用できる環境整備、③公的分野における電子決済の利用拡大が掲げられた。

また2015年6月30日に閣議決定された「日本再興戦略改訂2015」におき、同方策に

図表1 わが国におけるキャッシュレス決済化に向けた政策動向

時期	内容	ポイント	
2014年	6月24日	「日本再興戦略改訂2014」	2020年の東京オリンピック・パラリンピック等の開催等を踏まえ、キャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性の向上を図る。関係省庁において年内に対応策を取りまとめる
	9月26日	産業構造審議会割賦販売小委員会開催	クレジットカード取引に関与する主体の多用化への対応、セキュリティ対策の強化
	12月26日	内閣官房及び経済産業省等の関係省庁が「キャッシュレス化に向けた方策」を発表	1. 訪日外国人向けの利便性向上等 海外発行カード対応ATM設置促進のため、外国人宿泊実績データを提供 海外発行カード利用可能店舗の表示促進 地方商店街、観光地等でのカード決済端末の導入促進のため予算措置 交通系カードの利用環境を整備(海外発行カードでの購入、空港での払戻し) 百貨店における面前決済の一般化 2. クレジットカード等を安全に利用できる環境整備 割賦販売法の見直しに係る審議会を踏まえ、悪質加盟店排除の措置の具体化 カード番号等の非保持化の取組等を検討、加盟店への導入推進 割賦販売法の見直しに係る審議会を踏まえた措置と関係団体による検討 2020年にカードの100%IC化を目指すことを決定 POS端末のIC対応のための会議体を設置し検討を進める クレジットカード取引に関する消費者教育の継続 3. 公的分野の効率性向上の観点からの電子決済の利用拡大 2017年1月に運用開始予定のマイポータル/マイガバメントに電子決済ポータル機能を導入 自治体におけるクレジットカード等電子収納の促進 官公庁におけるクレジットカード決済の促進
2015年	3月25日	クレジット取引セキュリティ対策協議会発足	カード情報非保持化、決済端末のIC化推進、不正使用対策等を検討
	6月30日	「日本再興戦略改訂2015」	キャッシュレス決済に伴い得られるビッグデータの利活用環境整備の具体的な方策について本年度中に検討し、所要の措置を講ずる 商店街の「免税商店街」化の推進と、これにあわせて行うキャッシュレス決済に必要な端末、免税システム、Wi-Fi機器の導入等への支援を拡充
	7月3日	産業構造審議会割賦販売小委員会報告書公表	アクワイアラーに登録制、加盟店調査義務を導入 決済代行業に任意登録制
	9月30日	クレジットカード産業とビッグデータに関するスタディグループ設置	キャッシュレス決済に伴う消費データの有効活用により、新たな産業・ビジネスの創出や、地域における訪日外国人を含めた消費活性化を期待
2016年	2月23日	クレジット取引セキュリティ対策協議会、「クレジットカード取引におけるセキュリティ対策の強化に向けた実行計画」を発表	電子商取引、非対面加盟店については2018年3月末、対面加盟店については2020年3月までにカード情報の非保持化またはPCI DSS準拠完了を目指す
	2月29日	クレジットカード産業とビッグデータに関するスタディグループ、報告書発表	データの標準化及び個人情報保護ルールに関して行政の役割を期待

(出所) 官邸及び経済産業省資料より野村資本市場研究所作成

¹ 英語ではキャッシュレスではなく、cashfreeという表現が使われることもある。

示された施策を推進していくことが確認された他、キャッシュレス決済に伴い得られるビッグデータの利用環境整備の具体的方策について検討し、所要の措置を講ずることとされた。

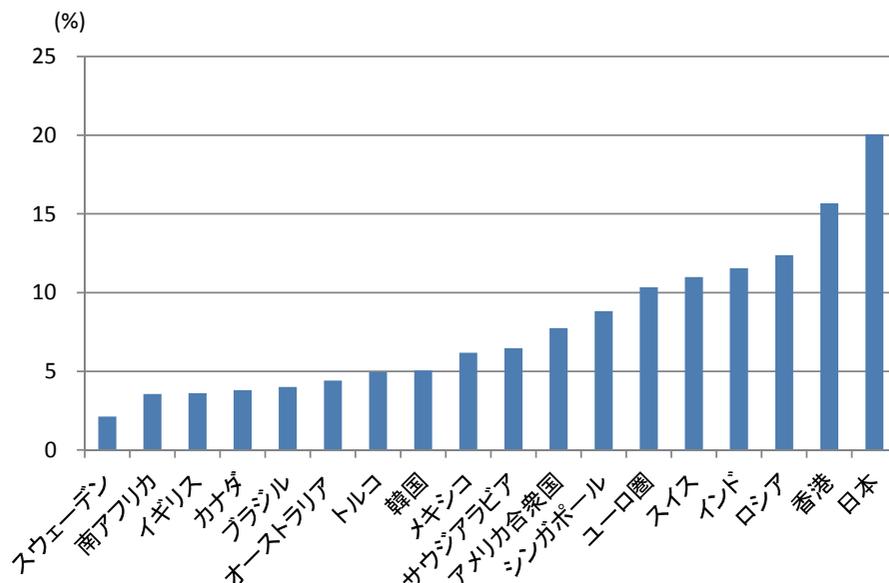
その後、クレジットカード等を安全に利用できる環境整備に関する検討結果、及びクレジットカード産業とビッグデータに関するスタディグループの報告書が取りまとめられている（以上、図表 1 参照）。

2. 日本はキャッシュレス化後進国

以上のような施策の展開が重要となっている背景には、わが国が国際的に見ても極端にキャッシュレス化が遅れた国であるという現実がある。図表 2 に示す通り、キャッシュ（硬貨及び紙幣）流通残高の GDP 比は、諸外国に比べて突出して高い。同比率は、金融緩和、低金利傾向の持続もあり、スウェーデンを例外とし、多くの国において若干上昇しているが、わが国の上昇幅の大きさは特異である（図表 3）。現金の市中残高の伸びも、とりわけここ数年、顕著な上昇傾向が続いている（図表 4）。今後についても、マイナス金利政策の導入を背景に、マクロ経済的な環境としては、現金への需要が根強い状況が続く可能性がある。

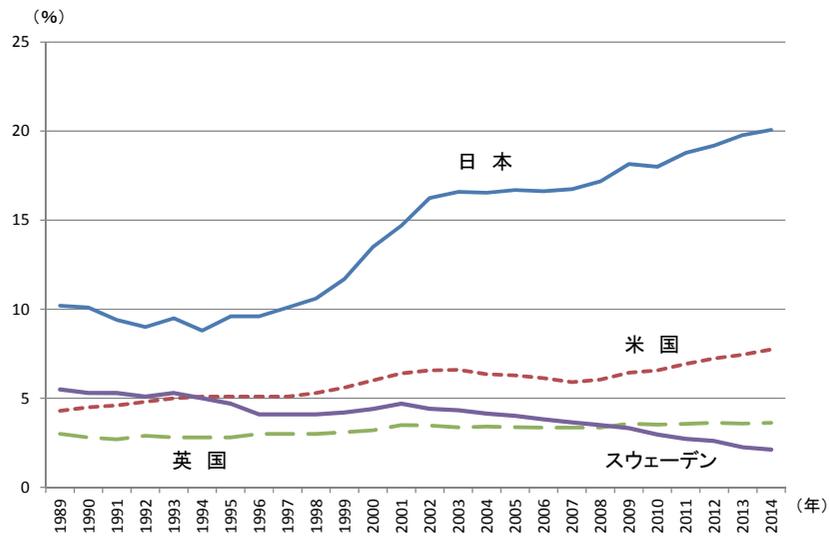
家計消費に占める現金決済の比率は、クレジットカードや電子マネーの普及を受け、緩やかな低下トレンドにあるものの、依然 5 割を超えており、米国の 2 割程度に比べて高水準で推移している（図表 5）。同じ基準での比較は困難であるが、図表 2 からも示唆され

図表 2 硬貨、紙幣流通残高の対名目 GDP 比（2014 年末）



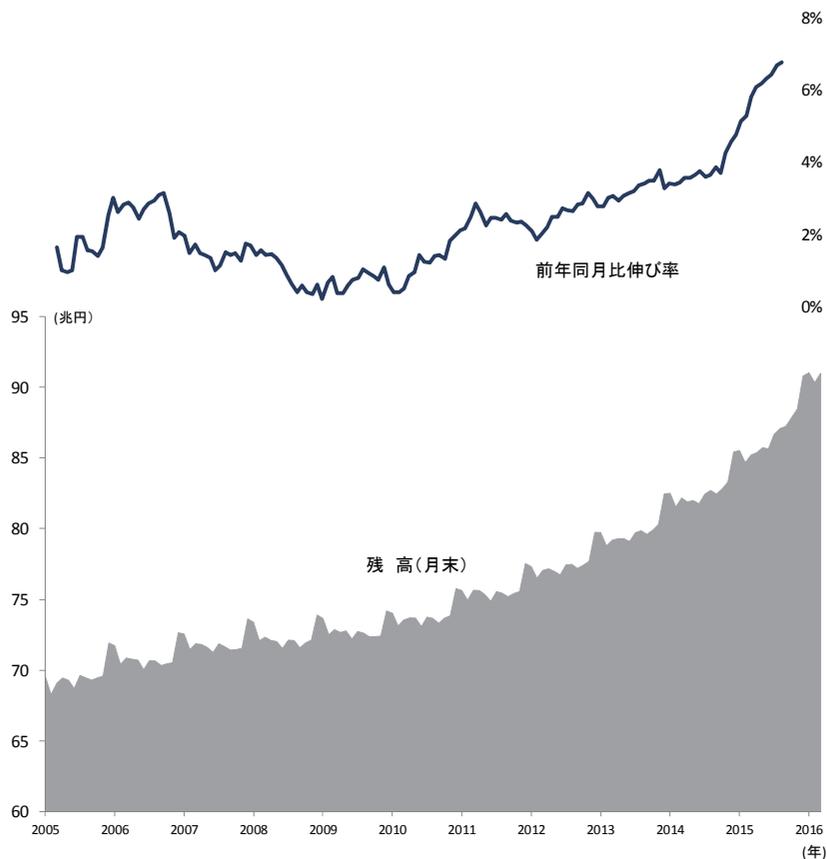
(出所) Committee on Payments and Market Infrastructures, “Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries”, Bank for International Settlement より野村資本市場研究所作成

図表3 硬貨、紙幣流通残高の対名目GDP比の推移



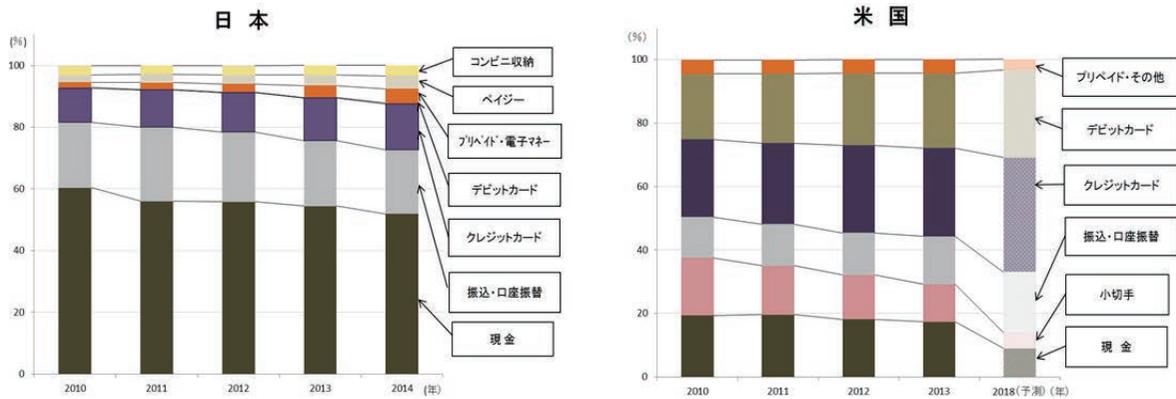
(出所) Committee on Payments and Market Infrastructures, “Statistics on payment, clearing and settlement systems in the CPMI countries”, Bank for International Settlement より
野村資本市場研究所作成

図表4 市中現金残高の動向



(出所) 日本銀行マネースtock統計より野村資本市場研究所作成

図表 5 個人消費における決済手段（シェア・％）



（出所）クレディセゾン決算発表資料より野村資本市場研究所作成

るように、北欧やカナダ、オーストラリア、韓国などでは、米国以上にキャッシュレス化が進んでいるとみられる。また中国でも、都市部を中心に急速にキャッシュレス化が進んでいるようである²。

3. キャッシュレス化を巡る動き

キャッシュレス化は、大きく分けると次のような変化に伴い生じる。①電子商取引の拡大とそこでの電子決済の進化、②企業間及び企業対個人・団体における自動引落や銀行口座振込みの進展、③P2Pの電子決済の普及、④インスタ（実店舗）におけるキャッシュレス決済の普及の4つである。

①に関しては、言うまでもなくインターネットの普及を背景に電子商取引が急速に拡大している。2014年の世界の電子商取引市場規模（BtoC）は、1.3兆ドルを超えている。特に中国の市場規模は4,263億ドルと、米国（3,057億ドル）を上回り、前年比伸び率も中国が35%、米国が16%となっている³。電子商取引最大手である中国のアリババグループは、2016年3月末時点で、小売取引市場の取引総額がウォルマートを上回り、世界最大の小売企業となったと報じられている⁴。

電子商取引においても、代引きの場合等、限定的に現金決済の余地がありうるが、キャッシュレス決済がほとんどとなる。カード決済で支払う側、受け取る側双方の利便性及びセキュリティ向上ニーズを背景に、各種のイノベーションも進展している⁵。

②に関しては、わが国においても、大口の資金移動を伴う企業間決済のキャッシュレス化は従来から進んでいる。

² VISAのセミナー資料によれば、個人消費支出に占めるカード支払の比率は、韓国が73%、カナダが68%、オーストラリアが63%、中国が55%となっている。http://japan.cnet.com/news/business/35077687/
³ なおわが国の電子商取引市場規模は、708億ドルとなっている。経済産業省「平成26年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」2015年5月参照。
⁴ 人民網日本語版、2016年4月7日付参照。
⁵ PayPalやStripe、Affirmといった決済関連FinTechが台頭している。

③の P2P の電子決済は、欧米や中国においては、急速にモバイル端末が普及する中で、個人間でメッセージをやりとりするように、相手の銀行口座番号等を知らなくても、電話番号等の情報さえわかれば、簡単に送金を行える仕組みが人気となっている。

④のインストア決済においては、わが国では現金が利用されるケースも多く、これが図表 5 における個人消費における現金決済比率の高さにつながり、また経済規模に対する現金残高比率の高さにつながっているものと考えられる。

以上の各分野の変化を通じたキャッシュレス化の進展は、電子商取引関連企業や FinTech の台頭等、純粋に民間主導で生じる面もあるが、図表 6 に示す通り、国や業界が主導するケースも少なくない。ここに示されるように、大きく分けると、電子決済の発展を促進する方策と現金の利用を制限する方策の二つがある。

4. キャッシュレス化のメリット

民間における自由で合理的な選択の結果としてキャッシュレス化が進むのに委ねるのではなく、上記のように政府主導、業界主導のイニシアティブが講じられるのは、キャッシュレス化が外部経済効果をもたらすためである。図表 7 にキャッシュレス化のメリット

図表 6 キャッシュレス化に向けた取組事例

方向性	内容	事例
電子決済の促進	クレジットカード利用の優遇政策 中央銀行主導のカード決済環境、POSレジ環境の整備 銀行界主導のモバイル決済アプリの開発・普及 中央銀行主導のモバイルP2P決済システム導入の検討	韓国は脱税対策のため、2000年にクレジットカード利用促進政策を施行 中国人民銀行は、2002年に中国銀聯を設立し改革を主導 スウェーデン、デンマーク、英国、スイス シンガポール通貨監督庁(MAS)が検討
現金利用の制限	高額紙幣の廃止 現金による高額取引の禁止 最小単位硬貨の廃止 硬貨をプリペイドカード等に極力代替 店舗等が現金での支払いを拒否することを認める	EUで議論中 ドイツで議論中。上限を5000ユーロ(約65万円)とする案 北欧、フランス、オランダ、スイス、スペイン、オーストラリア等、最近では、2012年にカナダが経済アクションプランの一環として実施 韓国の中央銀行が、2020年までにコインレス社会の導入案を策定する予定 デンマークの財務省が成長戦略として提案

(出所) 野村資本市場研究所作成

図表 7 キャッシュレス化のメリット

	メリット	備考
個々の経済主体にとつての直接的メリット	<ul style="list-style-type: none"> 硬貨・紙幣の製造・メンテナンス・コストが不要 現金輸送・保管コスト(盗難・紛失・滅失リスクやセキュリティ・コストを含む)が不要 偽造チェックコストが不要 硬貨・紙幣使用の衛生上の問題が解消 取引の迅速化・効率化 金融機関窓口やATMに並び現金を引き出す手間が不要 金融機関のATM投資・管理、その他現金関連コストが不要 レジ・スペースの縮小、店舗の美観の向上、消費体験の向上 迅速な信用供与、消費・投資の円滑化 	<ul style="list-style-type: none"> 原材料調達・加工に係る環境負荷もゼロ 現金受渡しによる詐欺被害のリスクも低下 現金やりとりの手間の解消 移動時間、待ち時間の解消 金融機関の収益にプラス 武骨で大型のレジは不要、レジ待ち行列の解消 クレジットカードは与信機能を併せ持つ
経済全体に波及するメリット	<ul style="list-style-type: none"> 地下経済の縮小、犯罪・テロ資金の縮小 金融インクルージョンの促進 電子決済に伴い得られるデータの公共政策や民間ビジネスへの利用 IT産業の発展 (法定通貨のデジタル化の場合)金融政策の有効性の向上、金融危機の抑止 以上を背景としたGDP、消費、雇用の増大、顧客体験の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 税金にもプラス 銀行口座を用いない電子決済手段を導入する場合 経済政策やマーケティングに活用、消費者にも恩恵、決済情報等に基づく新たな融資手法も マイナス金利政策の余地の拡大、決済リスクの低下

(出所) 野村資本市場研究所作成

を列挙したが、これらの多くは単に個々の経済主体にとってのメリットに留まらず、経済全体に恩恵をもたらす点も数多く指摘できる。

またテクノロジーの進化により、従来は享受できなかった新たなメリットを追求することが可能になってきた点も注目される。特に決済を電子化することによって、決済そのものの利便性や顧客体験が向上することに留まらず、決済行動によって生み出されるデータを活用した様々な工夫が考えられ、新たな効用が生まれるのである。

Moody's が、世界 70 か国を対象に行った調査（VISA の委託）によれば、2011 年から 2015 年までの期間、クレジットカード、デビットカード、プリペイドカードなどの電子決済の利用が拡大した結果、実質 GDP が累積で 0.1% 増加し、家計消費が 0.4% 増加、年平均で 260 万件の新規雇用が創出されたという⁶。

なお究極のキャッシュレス政策である法定通貨のデジタル化が実現すれば、これらのメリットがフルに享受できることに加え、マイナス金利政策の余地が拡大する等、より大きなメリットがもたらされよう⁷。

II キャッシュレス決済を巡る新たなイノベーション

1. 破壊的イノベーションの進展

テクノロジーの進化とキャッシュレス化の新たなメリットについては、近年のいわゆる破壊的イノベーション（Disruptive Innovation）の進展という文脈で再確認する必要がある。iPhone3G が発売され、スマートフォンの世界的な普及が加速したのは 2008 年以降である。この頃、クラウド・サービスも普及し、システムの運用・開発コストが大きく低下した。

破壊的イノベーションを担う Disruptor として後に注目されるようになる企業は、このスマートフォンやクラウドの普及と時を同じくして次々と創業している。

すなわち Airbnb の創業が 2008 年、Uber は 2009 年創業である。FinTech 分野では、ロボアドバイザーの Betterment が 2008 年創業、トランザクション・レンディングの Kabbage、モバイルバンキングの Simple、インスタ決済にイノベーションをもたらした Square が 2009 年創業、ウェブ決済の Stripe が 2010 年創業である。

これら企業は、創業後、ベンチャーキャピタルを探し、出資を獲得する期間、システムの開発、サービスの構築に注力する期間、β版サービスの期間を経るなどして、数年かけてビジネスを軌道に乗せ、業容を拡大させていった。その結果、2013 年前後から Disruptor ブームが生じたのであった。金融分野において FinTech という言葉が注目されるようになったのもこの頃からである（図表 8 参照）。

スマートフォンにおいては、GPS 機能の他、高性能カメラやビデオ機能、加速度センサー、NFC（Near Field Communication、近距離無線通信）、AR（Augmented Reality、拡

⁶ Moody's Analytics, "The Impact of Electronic Payments on Economic Growth", February 2016 参照。

⁷ 淵田康之「ブロックチェーンと法定通貨のデジタル化」『野村資本市場クォーターリー』2016 年冬号。

図表 8 破壊的イノベーションと FinTech

	テクノロジーを巡る動き	破壊的イノベーション動向	FinTech動向
2006年	クラウド・コンピューティングという用語が生まれる Hadoop誕生(ビッグデータ処理の技術基盤)		
2007年	iPhone発売		
2008年	iPhone3G発売(GPS装備) AmazonやMicrosoft等のクラウド・コンピューティング・プラットフォームが本格的に拡大 GitHub創業	Airbnb創業	Betterment創業
2009年		Uber創業	Bitcoinスタート Square、Simple、Kabbage、Personal Capital創業
2010年	iPad発売		Stripe、TransferWise、Motif創業
2011年	AppleがiCloud発表	IBMのワトソンがクイズ番組で優勝 ドイツ、インダストリー4.0開始	Wealthfront創業
2012年		グーグル・ブレインが猫の概念を学習 グーグルの自動運転車、初の公道走行 『Makers: The New Industry Revolution』 発刊 ホワイトハウス、ビッグデータ・イニシアティブを発表	Simpleがβ版サービス開始 Amazonが融資ビジネス参入を発表 スターバックスがSquare採用を発表
2013年	iPhone5s発表。Touch ID搭載		
2014年			英オズボーン財務大臣がFinTech振興を宣言 Apple Payスタート LendingClub、OnDeck上場
2015年			ブロックチェーン技術活用に向けた国際コンソーシアム誕生 Square上場
2016年		グーグルのアルファ碁がトップ棋士に勝利	

(出所) 野村資本市場研究所作成

張現実)、生体認証(iPhoneの指紋認証機能であるTouch ID等)など、従来の単なる情報端末を超えた様々な機能が付加されるようになり、これが新たなビジネスへの応用を生んでいったのである。

何よりも重要なことは、こうした様々な応用可能性を持つ共通仕様のコミュニケーション端末が、何十億人という世界中の人々の手元に行き渡り、生活に不可欠なツールとして利用されるようになってきているという点である。

わが国は、1973年の全銀ネットの導入により、世界に先駆けてリアルタイム・ペイメント環境を実現させ、非接触モバイル決済も、2004年以降「おサイフケータイ」の形で広く普及するなど、決済分野では先進的な国であった。

しかしスマートフォンの登場やクラウドの普及を契機に、決済分野でも新たな世界標準がより進化した形で構築されようとしている。この結果、人々の新たな決済行動が可能となり、また新たな決済関連ビジネスが創出されている。このような現実を踏まえると、わが国も過去の延長線上で決済のあり方を考えているのは、新たなイノベーションのメリットを十分享受できないことになりかねないのである。

2. キャッシュレス、カードレス

キャッシュレス決済のイノベーションは、前記の各分野、すなわち①電子商取引、②企業間取引、③P2P、④インストアの決済シーンで進展しているが、以下では図表5から示唆されるように、わが国においてキャッシュレス化の遅れが顕著であるインストア決済の分野に焦点を当てることとする。

インストアにおけるキャッシュレス決済は、クレジットカードやデビットカードの利用、あるいはプリペイドカードによる電子マネー等、プラスチック・カードを用いることで従来から実現できた。プラスチック・カードによる決済も、インタープリターと呼ばれる機器でカード表面の番号を伝票に転写していた時代から、カードリーダーによる磁気ストライプの読み取り、さらにICカードによるサインレス決済へと進化してきた。

今、さらなる進化として注目されているのは、プラスチック・カードを取り出さず、スマートフォンで決済を完了させるモバイル決済である⁸。これにはモバイル NFC 非接触（コンタクトレス）決済や QR コードやバーコードを用いた方式等がある⁹（以上、図表 9 参照）。

1) モバイル NFC 非接触決済

国際的に普及したスマートフォンにおけるモバイル NFC 非接触決済は、2011 年 9

図表 9 インストア・キャッシュレス決済の形態

①資金移動の手法による分類

名称	資金移動の形態	備考
クレジット	決済期日に銀行口座で引落	与信が発生。リボルビングも可能。審査が必要。使いすぎ問題も。
デビット	銀行口座で即時引落	クレジットカードにおける使いすぎ問題が生じない。厳格な審査は不要で取得が容易。銀行キャッシュカードによるデビット決済の他、グローバルな利用が可能なブランド・デビットも普及。
プリペイド	払込済みの金額から差引	事前にプリペイドカードを購入、あるいは口座振込や専用端末等でチャージし、ICやクラウド等に金額情報を記録することにより利用。銀行口座の開設、厳格な審査は不要。個別店が発行するハウス・プリペイド(ギフトカード)の他、グローバルな利用が可能なブランド・プリペイドも普及。

(注) この他、ポストペイ型電子マネーと呼ばれる手法があるが、これはクレジットの一種。一般的なプリペイド電子マネーと同様、非接触型決済であるため、ポストペイの電子マネーと称されるものである。

②決済情報通信手段による分類

通信手段	デバイス	備考
磁気	カード	スキミング等、セキュリティの問題。Samsung Payはモバイルであるが磁気リーダーにも対応。
接触型IC	カード	カードにICが搭載されていても、店舗側にIC対応リーダー/ライターが設置されていない場合はセキュリティ問題が残る。
NFC等による非接触型	カード、モバイル、ウェアラブル	NFCリーダーにかざすことで決済完了。カード等を店舗に渡したり、サインや暗証番号入力等が不要。リーダーの普及が必要。カード情報をICチップに格納するタイプとクラウドで管理するタイプがある。
QRコード、バーコード	モバイル	中国、北欧、米国一部店舗等で普及。モバイルのOSに依存しない。特別なリーダーも不要。コードを読み取る動作が必要。
ビーコン	モバイル	モバイル端末の情報を店側がビーコン等で読み取り、顔等による本人確認によりモバイルを取り出さず決済完了。

(出所) 野村資本市場研究所作成

⁸ 以下、Apple Pay 等のモバイル決済については、主として『NCB Report』日本カードビジネス研究会、2016年3月号による。

⁹ キャッシュレス決済の最近の動向、クレジットカードビジネスの展望等については、岩崎薫里「デジタル社会で変わるキャッシュレス決済ビジネスの行方」『JRI レビュー』Vol5, No.35、2016年3月が詳しい。

月にスタートした Google Wallet が最初である¹⁰。しかし利用可能な決済端末が十分に普及していなかったこともあり、利用はあまり進まないままであった。

しかし 2014 年 9 月に iPhone6、6s がリリースされた際、Apple Pay の提供が発表され、10 月からサービスがスタートしたことを契機に、再び脚光を浴びている。当初は全米 22 万か所で利用できたが、2016 年 2 月時点で、全米 200 万か所以上で利用できるようになった他、英国、カナダ、オーストラリア、中国等、利用可能な国が広がっている。

Apple Pay においては、新規にカードを申し込む必要はなく、既存のプラスチック・カードの番号を入力する、あるいはその券面を撮影し、セキュリティコード等を入力することでカード情報をスマートフォンの内臓チップに格納できる。また決済時に Touch ID による指紋認証を必要とした他、カード情報をトークン化し、店舗側に渡らない仕組みを導入するなど、セキュリティ面も向上している。

Apple Pay に対抗し、2015 年 3 月には Samsung Pay、5 月には Android Pay の導入が発表された。Samsung Pay は 8 月に韓国、9 月に米国で、Android Pay は 9 月に米国でそれぞれスタートした。

Samsung Pay や Android Pay は、カード情報を内蔵チップに格納するのではなく、クラウド上で管理し、これをスマートフォンが参照し、トークン化された情報を決済時に NFC 経由で決済ネットワークに送る方式を採用している¹¹。専用のチップを用いないので携帯キャリアに依存しないというメリットがあるとされる。

Samsung Pay は磁気カードのリーダーでも読み取ることができる MST (Magnetic Secure Transmission) という技術も採用し、NFC 端末を持たない加盟店も利用可能である。この技術は、2012 年にボストンに創業した Loop Pay 社が開発したもので、サムソンは同社を 2015 年 2 月に買収した。

2) QR コード等によるモバイル決済 : Chase Pay、Walmart Pay 等

QR コードやバーコードを用いたモバイル決済は、スマートフォンの機種や OS に関係なく、また NFC 非接触端末を持たない店舗でも利用することができるというメリットがある。さらに店舗ではなく、屋外のポスター広告などに製品の QR コード等をプリントしておくことで、消費者がこれをスマートフォンでスキャンして購入画面に飛ぶことも可能となる。紙の請求書や Web サイト上の QR コード等からのモバイル決済も可能となる。

一方、QR コード等の表示や読み取りが必要という点で、実店舗等ではスマート

¹⁰ 日本のおサイフケータイは 2004 年 6 月に発表され、同年 7 月から電子マネーである Edy による支払いが可能となった。2011 年 1 月には Android スマートフォンにも対応している。ただし通信方式としては、日本以外ではアジアの一部でしか普及していない Felica 方式のチップが採用されている。Felica 方式は読取り速度が速いというメリットがあり、2001 年にスタートした交通系電子マネー Suica をはじめ、わが国では幅広く採用されている。一方、海外では Type A、Type B という NFC の通信規格が広く採用されている。

¹¹ Host Card Emulation と呼ばれる。オフラインでも利用できるように、トークンがスマートフォン内に一時保管される。

フォンをかざすだけで済む NFC 方式の方が手軽という指摘もある¹²。

QR コード等を利用したモバイル決済は、以下に示すように Chase Pay、Walmart Pay で採用された他、北欧、中国等でも普及している。

JP モルガン・チェース傘下のチェース銀行は、カード決済分野で全米最大手である。Apple Pay 等が導入されても、スマートフォンにチェース銀行発行のカード情報が登録され利用されるのであれば、ビジネス上の影響は少ないとも言える。しかし消費者は、Apple Pay 等で決済したと認識するようになり、決済シーンにおけるチェースというブランドの存在感は低下する恐れもある。

そこでチェース銀行は 2015 年 10 月、Chase Pay を発表した。提携パートナーとして選んだのは大手小売グループが推進するモバイル決済のコンソーシアムである MCX (Merchant Customer Exchange) である。同コンソーシアムにはウォルマートやターゲット、セブンイレブン、ウォルグリーン、エクソンモービル、ウェンディーズ等が参加している。MCX は、国際ブランドのカード会社が課す手数料の高さを批判し、これに対抗する決済手段を導入することを目指して 2012 年 8 月に設立された組織である。

Chase Pay においては、チェース銀行発行のカードをスマートフォンに登録し、決済の際、スマートフォンに表示される QR コード等を、店舗側が読み取ることで決済が完了する。カード情報は毎回トークン化される。

MCX がモデルとしたとされるのが、スターバックスが 2009 年から採用するモバイル電子マネーの仕組みである。このアプリでは、顧客はスマートフォンに表示されたバーコードや QR コードをレジでスキャンすることで支払を完了できる。

2015 年 12 月には、ウォルマートも QR 方式のモバイル決済、Walmart Pay を導入した。Walmart Pay においては、QR コードがウォルマートのセルフレジに表示され、顧客側がスマートフォンでこの QR コードを読み取った上で、商品をセルフレジでスキャンし、レジスクリーン上の終了ボタンを押すことで支払が完了する。スマートフォンには、ウォルマートのアプリをインストールしておき、ウォルマートのギフトカード¹³やクレジットカードを登録して決済に用いる。

欧州では、スウェーデンに本社を置く Seamless 社の QR コード決済が、スウェーデンはもとより他の国々でも広く採用されている。スウェーデンと同様、銀行が導入したモバイル・アプリによるキャッシュレス決済の先進国であるデンマークでは、英国の Powa 社の QR コード決済が普及している。ただし Powa 社は、買収を通じてアジアを含め海外市場にも業務を展開するなど、英国を代表する FinTech であったが、2016 年 2 月に経営破たんが報じられている。

¹² <http://2020cashless.tokyo/cat01/745.html/3>

¹³ プリペイドカード。スーパーやコンビニエンス・ストア等で販売している。番号をスマートフォンのアプリに入力することで、モバイル環境でも利用できる。

3) QRコード等によるモバイル決済（中国）

中国の電子商取引はその規模はもちろん、成長スピードも米国を圧倒しているが、スマートフォンが広く普及しているため、電子商取引での決済もモバイル決済の利用が多い。そして同じ仕組みが個人間決済や実店舗決済でも利用されるようになっていく。

中国では、クレジットカードは普及途上であり、また NFC リーダー／ライター端末も普及していないため、インストア決済は、スマートフォンに表示された QR コード等をレジ側で読み取り、決済業者の口座や銀行口座で決済が行われる方式が一般的である。

中国の二大モバイル決済サービスは、Alipay と WeChat Payment である¹⁴。いずれも電子商取引、個人間決済、そしてインストア決済に利用できる。

Alipay は 2004 年 12 月にアリババグループが導入した決済プラットフォームであり、その運営会社は、アリババグループの関連会社である Ant Financial Services Group となっている。Alipay は電子商取引サイト Taobao の決済の仕組みとしてスタートしたが、その後、Alipay Wallet というモバイル・アプリの導入によりインストア決済にも用いることができるようになった。モバイル決済のためには、クレジットカードや銀行口座との紐つけも可能であるが、予め銀行から Alipay 口座にお金を振込んで利用する方式が一般的と言われる。

WeChat Payment は、SNS サービス WeChat（微信）を運営するテンセント・ホールディング傘下のテンペイが、WeChat アプリの中で提供する決済サービスであり、2013 年に導入された。電子商取引での決済の他、顧客のスマートフォンに表示される QR コードやバーコードを、店舗側のスマートフォンやタブレットで読み取ることで、インストア決済が可能である。なおテンセントは QQ と呼ばれる SNS も運営しているが、こちらも QQ Wallet と呼ばれる QR コード決済サービスを提供している。

4) その他

ブルートゥースの通信方式を採用した、ビーコンという仕組みによる決済も開発されている。NFC が 10 センチメートル程度の通信に対応しているのに対し、ブルートゥースは 10 メートル程度の通信が可能である。Apple は、2013 年に iPhone をビーコン対応とし、同年、PayPal や Square がこれを用いた決済サービスを発表して話題となった。ただし Square は 2015 年初めにサービスを終了している。

一方グーグルは、2016 年 3 月に、同種のテクノロジーを活用した Hands Free というサービスを、サンフランシスコのベイエリアのマクドナルド等の複数の店舗でパイロット的に導入した¹⁵。

ビーコンを活用した決済においては、店舗にビーコンの装置を設置することで、顧

¹⁴ 『日経 FinTech FinTech 世界年鑑 2016-2017』日経 BP 社参照。

¹⁵ “Google goes “hands free” with mobile payments”, mobile paymentstoday.com, March2, 2016 より。

客はスマートフォンを取り出さなくても決済することが可能となる他、後述するようにマーケティング戦略への応用可能性も広がる。

3. モバイル POS の重要性

以上、支払い側がスマートフォンを決済手段として利用する場合の新テクノロジーを中心に紹介したが、支払を受ける側においても、新たなテクノロジーによる変革が進展している。

特に 2009 年創業の Square によるイノベーションが重要である。同社はドングルと呼ばれるカード読取機をスマートフォンやタブレットのイヤホンジャックに取り付けることで、カード決済に対応できる仕組みを導入した。加盟店とカード会社をつなぎ、カードの与信照会を行うシステムも独自のものを導入した。

手持ちのスマートフォンやタブレットを決済端末化できるため、本格的なカード決済端末を導入するコストを抑制できるうえ、出先や展示会場、野外のイベント等でもカード決済に対応できるというメリットがあるが、これはイノベーションのごく一部に過ぎない。

通常、カードによる決済を取り扱える「加盟店」になるためには、当該店舗に対するアクワイアラーによる審査がある。当該審査は相応の時間がかかり、パスしない可能性もある。これに対して、Square のドングルを取り付け、アプリをダウンロードし、銀行口座等の登録等の簡単な手続きを済ませるとすぐにカード決済を受け付けられるようになる。これは Square がカード加盟店となることを簡易にする代わりに、加盟店となった後の監視をリアルタイムで厳格に行なう仕組みを確立しているためとされる¹⁶。

店舗が負担する決済手数料も透明かつ低廉な水準であることに抑え、売上金の入金も、通常のクレジットカード決済等と比べて迅速である。

また Square は、上記のようなカード決済に対応できる簡易な仕組みを店舗に提供することからスタートしたが、今日では POS 機能をはじめ、店舗運営全般に係る総合的なサービス・プロバイダーとして発展している。後述するように店舗への融資業務も担っている。

POS は今日、売上管理、在庫管理、顧客管理、商品戦略、マーケティング等、小売業界を中心に不可欠なシステムとなっているが、小規模な小売業者においては、本格的な POS の導入はコスト面で困難であった。しかし Square のサービスを受けることで、手持ちのタブレットをカード決済対応の POS レジに進化させることができるようになったのである。こうした新たなカード決済機能と連携した POS レジは、モバイル POS とも呼ばれ、Square 以外にも多くの業者が参入し、FinTech の一大分野として発展している。

モバイル POS レジは、POS 機能はもちろん、様々なクラウド・サービスとつながり、店舗運営 IT 化のプラットフォームとなっている。例えば、クラウド会計、勤怠管理等総務関連システム、仕入れサイト、飲食店や美容サロン等の予約サイト、顧客の順番待ち、

¹⁶ Square については、『FinTech 革命』、日経コンピュータ編、2015 年 12 月参照。

テーブルでの注文受付、自社の電子商取サイトとのリンク等と多種多様である。

モバイル POS レジは、小規模小売店のみならず、より大型の店舗や高級店でも採用が進みつつある。これは大型のレジがスペースを取るだけでなく、店舗の美観を損ね、顧客の消費体験上マイナスであるという意識が広がっていることもある。顧客がレジ前に列を作るのではなく、よりスマートに買い物を完了できる工夫が追求されているのである。

4. 融資のイノベーションとキャッシュレス化

クレジットカードは、支払者への短期の与信を行いつつキャッシュレス決済を実現している。このことに示されるように、決済と融資は、親和性の高いビジネスと言える。米国では、中小の小売業者や飲食店等に対する、MCA (Merchant Cash Advance) と呼ばれる融資も普及している。これはカードでの将来の売上金をいわば担保とし、まとまった資金を融資するビジネスであり、日々の売上金の何パーセントという設定で、元利払い相当分をカードでの売上から差し引いた上で店舗に支払う。APR (Annual Percentage Rate、年利)ベースでは極めて高利の融資となることが多いが、銀行与信を得にくい中小店舗にとって欠かせない資金調達手段となっている。売上金額に応じた一定率のキャッシュアウトとなる点も、小規模店舗にとっての使い勝手の良さとなっている。Square 等のモバイル POS 業者は、決済情報を活用することで、MCA 的なビジネスも展開するようになっている。

またモバイル POS をクラウド会計とリンクさせ、経理の自動化を実現しているスモール・ビジネスも増えているが、このクラウド会計情報を用いた融資ビジネスも拡大している。2014年12月にニューヨーク証券取引所に上場した OnDeck も、こうした情報を与信判断の一つとしている FinTech である。チェース銀行は2015年、OnDeck と提携したが、これは従来、手間がかかり十分な対応ができなかったスモール・ビジネスに対して、OnDeck のテクノロジーを活用し関係を強化することを目的としている。

適時・的確に融資を受けられる環境が整備されることは、消費者やスモール・ビジネスにとって予備的動機による現金保有の削減につながるため、キャッシュレス社会の実現という意味でも重要な意義がある。また消費者の現金制約を低下させることは、消費の刺激にもつながる。

5. 新しいマーケティング、新しい顧客体験

スマートフォン及び POS レジの普及により、新たなマーケティングの手法も生まれ、また新しい顧客体験を提供することも可能となっている。

顧客はスマートフォンに店舗のアプリをインストールし、そこで各種の情報を入手できる他、ポイントや割引クーポンを管理できる。何枚もポイントカードを持つ必要もなく、また紙のクーポンを持ち歩く必要もない。

店舗側は、モバイル POS レジの顧客管理機能、ポイント管理、リワード提供機能を活

用し、顧客に対してスマートフォンを通じたプロモーションを展開できる。顧客がカードやモバイルでの決済を POS レジで行うことで、顧客関連データはより充実し、より洗練されたマーケティングが可能になる¹⁷。

スマートフォンの位置情報を活用した Location Based Marketing と呼ばれるマーケティングも生まれている。例えば顧客が店舗の近くに来たときに、情報やクーポンを顧客のスマートフォンに提供することが可能となる。スマートフォンは位置情報以外にも様々なセンサーを装備しているため、顧客の状況を把握したより洗練されたマーケティング等への活用も可能となる¹⁸。

先述のビーコンを使うと、特定のフロアや特定の売り場にいる顧客といった限定されたエリアでのオファーも可能になる。特定の顧客が、来店したことの確認も可能になる。

スマートフォンや POS レジの機能を使った先進事例を、以下、いくつか紹介しよう。

スターバックスは、2009 年にバーコードを使った自社開発アプリを導入し、スマートフォンによる決済及びポイント提供のサービスをスタートさせた他、2012 年 8 月に Square に出資し、同社の決済テクノロジーを導入するなど¹⁹、決済分野のイノベーションに関心の高い企業である。同社が 2014 年 6 月に韓国で開始し、2015 年に英米に展開しているのが「Mobile Order and Pay」という仕組みである²⁰。

まずスターバックスのアプリをスマートフォンにインストールし、クレジットカードや PayPal とリンクさせモバイル決済を可能とする。あるいはプリペイドカードを購入し、その情報を登録する。スマートフォンの位置情報を利用することで、近くの店舗への行き方の地図や所要時間が表示される。そこでモバイル上で商品を注文し、決済を済ませ予定時間に店舗に行くと、列に並ばずに商品を受け取ることができる。注文後、商品を受け取るまでの待ち時間も無い。スマートフォンで事前に商品を選択する場合、レジ前で列の後ろに並ぶ人を気にする必要もないため、カスタマイズ注文もしやすい。注文時、別の商品を併わせて購入することを奨める機能も、今後導入する予定とされる。2016 年には日本及び中国でも導入される見込みである。こうしたスマートフォンを使った事前注文の仕組みは、ファーストフード・チェーン等でも導入されつつある。

一方、モバイル大国である中国では、レストランにメニューが無く、客が自分のスマートフォンでテーブルに貼られた QR コードを読み取り、メニューを表示させ、ここから注文し、決済もスマートフォン上で完了させる場合が珍しくないと言う²¹。

わが国でも、スターバックスのような事前注文の事例や、POS レジの機能の一環として、タブレットにメニューを表示し、キッチン端末への注文送付、注文金額に応じたクーポンの提供、席での決済といったサービスを可能としている事例がある。

以上のようなスマートフォン上での注文・決済のあり方は、電子商取引におき、ウェッ

¹⁷ クレジットカード等の利用情報を活用したマーケティングは、CLO (Card Linked Offer) とも呼ばれる。

¹⁸ モバイル端末等が、周囲の状況を感じ、それを踏まえた情報を発信することを context awareness と呼ぶ。

¹⁹ 既存の決済システムに Square の機能をカスタマイズして導入したとされる。前掲『FinTech 革命』参照。

²⁰ スターバックスに関する記述は、『NCB Report』、日本カードビジネス研究会、2016 年 4 月号、及び “Starbucks takes its pioneering mobile-phone app to grande level”, Bloomberg, March 30, 2016 による。

²¹ 『日経ビジネス』2016 年 4 月 4 日号参照。

ブ上で商品を注文し、決済する姿と基本的に同じである。ただし、物やサービスの受渡し
が自宅への配送ではなく、実店舗で行われる点が違うだけである。注文や決済に伴う手間
を、スマートフォンを活用してオンラインにシフトすることで、実店舗における消費体験
の向上を実現させようという動きと言える。またオンラインでクーポンやポイント等を提
供することにより、実店舗の利用拡大につなげる手段としても活用されている。オンライ
ンとオフラインをリンクさせたビジネスは、O2O (Online to Offline) とも言われ、スマー
トフォンの普及を背景に、近年注目されている分野である²²。

Ⅲ わが国における注目される動き

1. 地域におけるキャッシュレス決済への取組

政府が推進しているキャッシュレス化の方策の一つとして地方商店街や観光地等におけ
るクレジットカード等決済端末の導入促進があるが、この実現のために、商工会や商店街
といったまとまった単位での取組が行われ、またその際、商店街振興等の目的で用意され
た補助金²³が活用される動きが広がっている。

自治体が、サービス産業支援の一環でモバイル決済導入セミナーを開催している事例も
ある。長野県では2014年11月以降、県内各地でセミナーを続けているが、第1回のセミ
ナー開催地であった野沢温泉村では、その後商店街に Square が広く普及し、売上の向上
にも寄与したと伝えられる²⁴。

Square を通じた訪日外国人によるクレジットカード決済の利用件数は、1位はニセコ町
のある北海道虻田郡、2位が東京都新宿区、3位が沖縄県中頭郡、4位、5位はそれぞれ港
区、渋谷区と東京都であるが、6位は長野県北安曇郡となっており、地方での普及が確認
できる²⁵。

なお消費税の軽減税率導入に向けて、中小の事業者がレジの買い替えや改修をする場合、
費用の3分2を補助金で国が肩代わりする制度がスタートしている²⁶。こうした措置も、
モバイルPOSの普及に寄与することが期待される。

²² 日本コカ・コーラが2016年4月8日にスタートさせた仕組みも興味深い。ここでは、スマートフォンにアプリをダウンロードすることで、自動販売機がBluetoothにより、スマートフォンを自動的に認識し、自販機で商品を購入した際にポイントを取得できる。このアプリ自体に決済機能は無いが、ポイントが貯まるとスマートフォンの操作で、自動販売機から好きな飲料を入手できる。地域のその日の気温に応じたドリンクチケットの配布や、商品に関連した音楽コンテンツ配信等も予定されているようである（同社ニュースリリース参照）。

²³ 商店街まちづくり事業、中心市街地活性化事業、地域商業自立促進事業等の仕組みが活用されている。

²⁴ 2015年6月19日付けCNET Japanの記事より。<http://japan.cnet.com/sp/target2020/35066162/2/>

²⁵ 2014年1月～2015年4月の期間。前掲CNET記事による。

²⁶ <http://www.kzt-hojo.jp/>

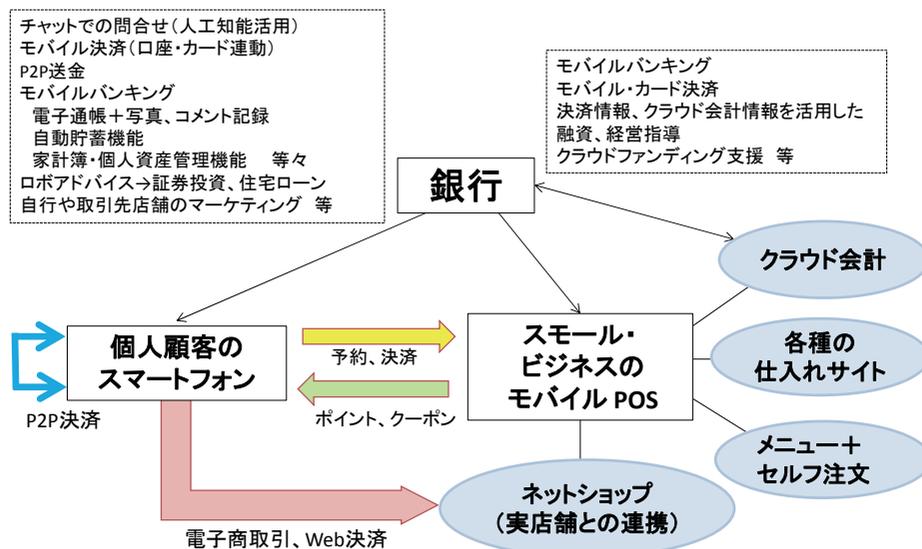
2. 金融機関における取組

既に見てきた通り、今日、リテール顧客にとってはスマートフォンが、またスモール・ビジネスにとってはモバイル POS が、重要な IT プラットフォームとなり、決済に留まらず、様々な活動がこれらプラットフォーム上で展開されると同時に、両プラットフォームをリンクさせた仕組みも登場する時代となっている。そこで金融機関としても、これらプラットフォームを活用したビジネスを展開していくことが考えられる（図表 10）。

わが国においては、地方銀行がデビットカードを発行し、これをモバイル決済に利用できるアプリを提供すると共に、地元の商店街等に決済端末の導入を促す動きが一部で見られる²⁷。POS 情報や位置情報等を利用したスマートフォンへのクーポンの提供等による商店街への送客等、地域商店街振興への寄与が期待される他、銀行が POS 情報、クラウド会計情報を活用した融資や経営アドバイスを展開していくことも可能になる。

銀行がクラウド会計情報等を活用することにより、従来の期末決算書類を利用する場合よりも、迅速かつ確かな経営アドバイスや融資提案につながっているとの事例も生まれつつあるようである²⁸。

図表 10 モバイルの普及と銀行サービス



(出所) 野村資本市場研究所作成

²⁷ 「FinTech サービスで北國銀行の地域活性化の取り組みを支援」 GMO ペイメントゲイトウェイ株式会社、2016年2月5日付報道発表、及び「スマートフォンを活用した新たな金融サービスプラットフォームの構築」ふくおかフィナンシャルグループ、2015年12月22日付ニュースリリース等参照。

²⁸ 「FinTechの正体」『週刊ダイヤモンド』、2016年3月12日号参照。

IV 展望

本稿では、まず 2020 年のオリンピック・パラリンピック開催を視野に、2014 年及び 2015 年の日本再興戦略でキャッシュレス化の推進が掲げられ、今日まで各種の取組が進展していることを紹介した。これまで見てきたように、キャッシュレス化の推進は、2020 年という一時のイベントへの対応に留まらず、既に重要な課題となっているインバウンド需要の取込みにも寄与する。またモバイル POS レジがプラットフォームになり、飲食店、その他中小事業者の IT 活用が進展することも期待され、中小事業者の活性化、地方商店街の活性化にもつながっていく。またこの結果生み出される各種のデジタルデータは、地元企業への地域金融機関の円滑な与信や的確なアドバイス、政府・自治体の政策の質的向上、さらには新たな事業機会の創出のために利活用しうる。

これらのことを踏まえても、キャッシュレス化の推進は、わが国経済全体にとっての最重要課題である地方創生やサービス産業の生産性向上という観点から、成長戦略の中核に位置付けられるべき政策と言えよう。

もとよりわが国のキャッシュレス化は、諸外国に比べて著しく低いレベルにあり、キャッシュレス化によって享受しうる多くのメリットを、追求できていないという現実がある。またカードの IC 化はある程度進んだものの、レジの IC 対応が遅々として進んでいないというセキュリティ上の重大なリスクへの対応も急務である²⁹。

2014 年にキャッシュレス化の方針が掲げられて既に 2 年が経とうとしているが、この間、諸外国ではキャッシュレス化に向けたさらなる取組が見られること、また決済関連のテクノロジーも急速に進化していることにも留意しなければならない。

本稿では Apple Pay の登場で注目が集まっているモバイルによる NFC 決済等を新たな動きの一つとして紹介したが、今後、どのようなインストア決済の仕組みが主流となっていかはまだ定かではない³⁰。ただ、一つ言えることは、中国やインド等、何億人という単位でユーザーの拡大が見込める国々や、米国のような巨大な消費市場に普及する手法が、事実上の国際標準となっていくことが予想され、わが国としてもこれらの諸国における動向を念頭においた対応が必要となっていくということであろう。このことは、インバウンド需要への対応という観点からも、当然であろう。

なお、わが国が展開するキャッシュレス政策として盛り込まれている施策には、海外カード対応の ATM の普及がある。また決済業務の高度化に関する施策として、レジ等における

²⁹ IC カードによる取引比率は世界平均が 74% であるのに対し、わが国では 17% に過ぎない。米国の IC カード取引比率は 7% と日本より低かったが、2013 年 12 月、大手流通チェーンの Target 社の POS レジから約 4000 万枚のカード情報、7000 万人の個人情報大量流出したことが発覚したことを踏まえ、2014 年 10 月 17 日、オバマ大統領はクレジットカード決済のセキュリティ強化を推進することを定めた大統領令に署名した。これによって米国では、急速に IC 化が進んでいる。浅見淳「改正割販法見直しを踏まえたカードセキュリティと PCI DSS の動向」日本カードセキュリティ協議会 PCI DSS セキュリティフォーラム資料、2015 年 7 月 28 日参照。

³⁰ Apple Pay を一度利用したものの、その後利用していないユーザーも少ないという調査もある。一方、NFC 読み取り端末の普及が進んでおり、利用が拡大するとの見方もある。

デビットカードによるキャッシュアウトの実現も提言されている³¹。これらはインバウンド対応としては重要な施策であるが、現金利用の促進につながるという点で、キャッシュレス化という大方針には逆行する効果を持つ。

インバウンド対応よりも、キャッシュレス化の推進がより高次の政策課題であることを考えると、IC 決済端末の普及など、キャッシュレス化につながる施策に、より注力する等、政策の優先順位を明確にする必要があるようにも思われる。

本稿では、わが国での遅れが特に深刻であるインスタ・キャッシュレス決済を中心に見てきたが、前記の通りキャッシュレス化の推進は、①電子商取引の拡大、②企業間決済の発展、③P2P 決済の発展、といった他の分野の進展によっても実現する。わが国における決済業務高度化の議論では、②については、決済インフラの国際標準化が遅れているため、抜本的な対応を講ずること、③については、複数の金融機関が参加する、携帯電話番号を利用した送金サービスの提供の検討が提言されている³²。

これらの点も含め、キャッシュレス化の推進に関しては、金融業界による対応を待つという発想ではなく、FinTech 等、IT 企業主導で新たなアプローチを追求する可能性があるならば、それを促進する姿勢も重要であろう。例えば P2P の簡易なモバイル送金サービスは、銀行業界や当局主導で構築した国がある一方、米国の Venmo や中国の Alipay、WeChat のように、FinTech ベンチャー企業が提供するサービスが圧倒的な支持を得て、急速に普及している例もある。これらの P2P 決済の仕組みが、インスタ決済の手段としても普及する動きがあることにも注目する必要がある³³。

この他にも、図表 6 で見たように、諸外国においては日本の各種の改革案では言及されていない施策が、キャッシュレス化推進のために実施・検討されている。諸外国よりも現金比率はるかに高いわが国としては、より踏み込んだ施策を展開していかなければ、諸外国との格差は一段と拡大していくことが予想される。キャッシュレス化がもたらす多くのメリットを踏まえると、このことはわが国の国力の相対的低下を意味するのであり、今後、各種施策の一段の拡充・強化等、さらなる検討が不可欠と考えられる。

³¹ 金融審議会「決済業務等の高度化に関するワーキンググループ報告書」2015年12月22日参照。

³² 前掲、金融審議会ワーキンググループ報告書参照。

³³ 本文で見たように Alipay や WeChat は既にインスタ決済手段として広く利用されている。Alipay は 2016 年夏、欧州市場に参入することを発表している。米国の Venmo もインスタ決済への進出を構想しているとされる。英国や北欧では銀行界主導のモバイル P2P 決済の仕組みが普及しているが、米国においては、バンクオブアメリカ、チェース銀行、及びウェルズファーゴの 3 行が 2011 年に設立した clearXchange（その後、キャピタルワン、US バンクも参加）という銀行間決済ネットワークを通じ、即時 P2P 決済サービスが本年スタートするところであり、Venmo 等との競争が予想される。