

電子マネー：リテール決済のイノベーション

麗澤大学 中島 真志

わが国における電子マネーは、これまで、Edy と Suica が「2大電子マネー」となっていたが、2007年にPASMO、nanaco、WAONといった新しい電子マネーが相次いで導入された。このため、2007年は「電子マネーの普及元年」とも言われ、マスコミ等ではしばしば特集が組まれるなど「電子マネーブーム」の様相を呈している。

本報告の骨子は、次のとおりである。

まず第1に、現在普及が進みつつある「電子マネー」とは何かについてみることにする。そのために、電子マネーのいくつかの種類や電子マネーの決済のプロセスについて概観する。そして、電子マネーを「新しい通貨」としてとらえるべきなのか、あるいは「電子的な技術を使った新たな支払手段」として考えるべきなのかについて論ずる。

第2に、わが国における電子マネーの特徴をさらに明らかにするために、2大電子マネーであるEdy と Suica を対象として、その共通点と相違点について分析を加える。こうした中には、「クローズド・ループ型」の電子マネーであるといった共通点と、一方で、「3コーナー・モデル」と「4コーナー・モデル」との違いなどをみることにする。

第3に、わが国において、電子マネーが急速に普及し、世界でも有数の「電子マネー大国」となりつつある背景について考察を加える。小口決済の手段として、現金の利用頻度が高く、電子マネーにとってのいわば「潜在的なマーケット」が大きかったことや、デビットカードの未発達が、かえって追い風となっていること、決済機能だけでなく、マーケティング・ツールとしてのメリットが認識されていること、などを指摘する。

第4に、今後の電子マネーの展開についてみる。格納媒体の変化が見込まれることや、決済端末の共通化によって利用者にとっての利便性が向上すること、ポイント制の導入などにより、割安な決済方法として位置づけられる可能性などについてみることにする。

最後に、電子マネーを今後一層発展させるための課題について触れる。利用機会の拡大など、「どこでも使える」環境作りのほか、セキュリティに対する信頼感の向上や、法的基盤の整備等の「安心して使える」環境作りがポイントとなるものと考えられる。