

## 電子マネー：金融機関の戦略上の位置づけ

三菱東京 UFJ 銀行 嶋田 大

1990年代に入り、銀行・カード会社等を中心に電子マネー導入に向け多くの実証実験が行われたが、実用化には至らなかった。しかし、非接触型 IC カードの登場を契機に、プリペイド型に加え、ポストペイド型を含む様々なスキームが登場し、簡単・スピーディーな決済手段として一気に社会インフラとして定着しつつある。

商品・サービス開発・提供を通じ、エンドユーザーと直接接点を持つ金融機関の立場で、主にビジネス面に軸足を置いた報告を行う。

第一に、過去の銀行・カード会社主導の電子マネーへの取り組み実績を振り返り、実用化に至らなかった原因を分析した後、現在の隆盛に至った原因を分析する。

第二に、金融業界、運輸業界、流通業界等の各業界における電子マネー業務の取り組み状況、及び戦略上の位置づけ・収益モデルを比較した上で、三菱東京 UFJ 銀行が「Edy」、「Suica」、「VISA TOUCH」といった電子マネーを導入するに至った経緯、狙い、効果について報告する。

最後に、新規スキームの相次ぐ参入により類似スキームが乱立気味の状況にある現状や法的整備面の課題を整理し、課題解決に向けた具体的対応案を論じる。

以 上