

今日の焦点

電子マネーと携帯電話

電子マネーは90年代半ばに欧米で注目され、わが国でも1997年から1998年にかけて渋谷や神戸などで実証実験が行われた。しかし、膨大な投資が必要であり、一般への認知度も低く、わが国では普及には至らずしばらくの間下火となっていた。しかし、最近になって再び電子マネーが登場し、広く利用されるようになってきた。その電子マネーは、エディ (Edy) とスイカ (Suica) の2種類である。この2種類の電子マネーは、いずれもソニーが90年代初めに開発したフェリカ (FeliCa) という非接触型のICカード技術が使われている。

エディはソニーなどが出資したビットワレットという会社が運営しており、2001年11月に本格サービスを開始し、全日空、am/pm、ヨドバシカメラなど多くの店舗に導入している。一方スイカはJR東日本が非接触型の特徴を生かして、定期券やプリペイド型の乗車券として、2001年11月から発行を始めている。スイカも2004年3月からは電子マネー機能を加え、駅構内の売店で使えるようにしたが、その後一般の店舗にも普及を図っており、日本航空、ファミリーマート、ビックカメラなどの店舗で使用されている。

一方、セブン-イレブンなどグループで約1万2,500店舗を持つセブン&アイ・ホールディングスは、2007年春を目途に同社独自の電子マネーを発行することを発表しており、そうなればエディ、スイカに続く第3の電子マネーとなる。しかし、

これら3種の電子マネーの間に互換性は無く、消費者にとっては不便な結果となる可能性もある。

携帯電話会社も電子マネーに乗り出している。NTTドコモは携帯電話市場の成長の過程を、1994年から1998年までを第1期として電話の補完時代、1999年から2002年を第2期としてiモードの普及時代、そして2002年以降は第3期として生活携帯時代と位置づけ、その一環として「おサイフケータイ」の普及拡大を図っている。「おサイフケータイ」はFOMA端末にICカードのフェリカの機能を搭載したもので、2004年7月から販売を開始しており、現在は約5,000万台のドコモの携帯端末のうち約1,000万台に「おサイフケータイ」の機能ががついている。「おサイフケータイ」はエディ型の電子マネーであるが、NTTドコモはJR東日本と提携して、携帯電話にスイカの電子マネーを搭載した「モバイルスイカ」の販売を本年1月末に開始した。「モバイルスイカ」を使えば、携帯電話を自動改札口にかざすだけで通過でき、定期券や乗車券の代わりを果たすことになる。また、NTTドコモは、昨年12月よりケータイクレジットブランド「アイディ (iD)」の提供を開始しており、三井住友カードが、これを活用したサービスを開始している。

こうした携帯電話の電子マネー化、定期券化は他の携帯電話会社も進めており、携帯電話を1台持てば、財布も定期券もクレジットカードも不要になる。また鍵

の機能の可能性も有しており、いずれは鍵も持たなくて済むことになる。そういえば、携帯には時計もついており、最近では携帯を持つ若者は腕時計を待たないと言われている。この4月には「ワンセグ」といわれる携帯向け地上デジタル放送も開始される。果たしてこのような携帯電話文化がわが国にどのように浸透していくのか、極めて興味深いテーマである。

わが国はクレジットカードの使用率が非常に低い国だと言われている。これに対して電子マネーの使用率はどうか。昨年秋の日銀の発表によると、1971年に調査を始めて以来初めて、昨年7月末の硬貨の流通枚数が前年同月を割り込んだとのことである。これは明らかに電子マネーの影響である。スイカなどはJR東日本の利用者には当たり前のように使われるようになっており、携帯電話の電子マネーとともに、電子マネーは意外に伸びるのかもしれない。

このように利便性が高まると、どうしても陰の部分も注意しなければならない。金融審議会のIT作業部会は、携帯電話やインターネットを使った電子マネーのような新しい電子決済手段に関する法整備に向けた議論を始めた。現在はプリペイドカードなどを取り扱う事業者を規制する「前払式証票規制法」(プリカ法)があるが、これはカードなど実物があることが前提になっており、電子マネーのように実物のないものは対象から外れる可能性がある。いずれにせよ、先手を打った対策を策定していくことが肝要である。