

抜粋版

キャッシュレスと GAFA+Aの金融戦略

株式会社電通 / NCB Lab.

1

日本の キャッシュレス の現状と展望

キャッシュレス決済とは

カード決済



- クレジットカード
- デビットカード
- プリペイドカード
- 電子マネー

モバイル決済



- モバイル非接触決済
- モバイルQRコード決済

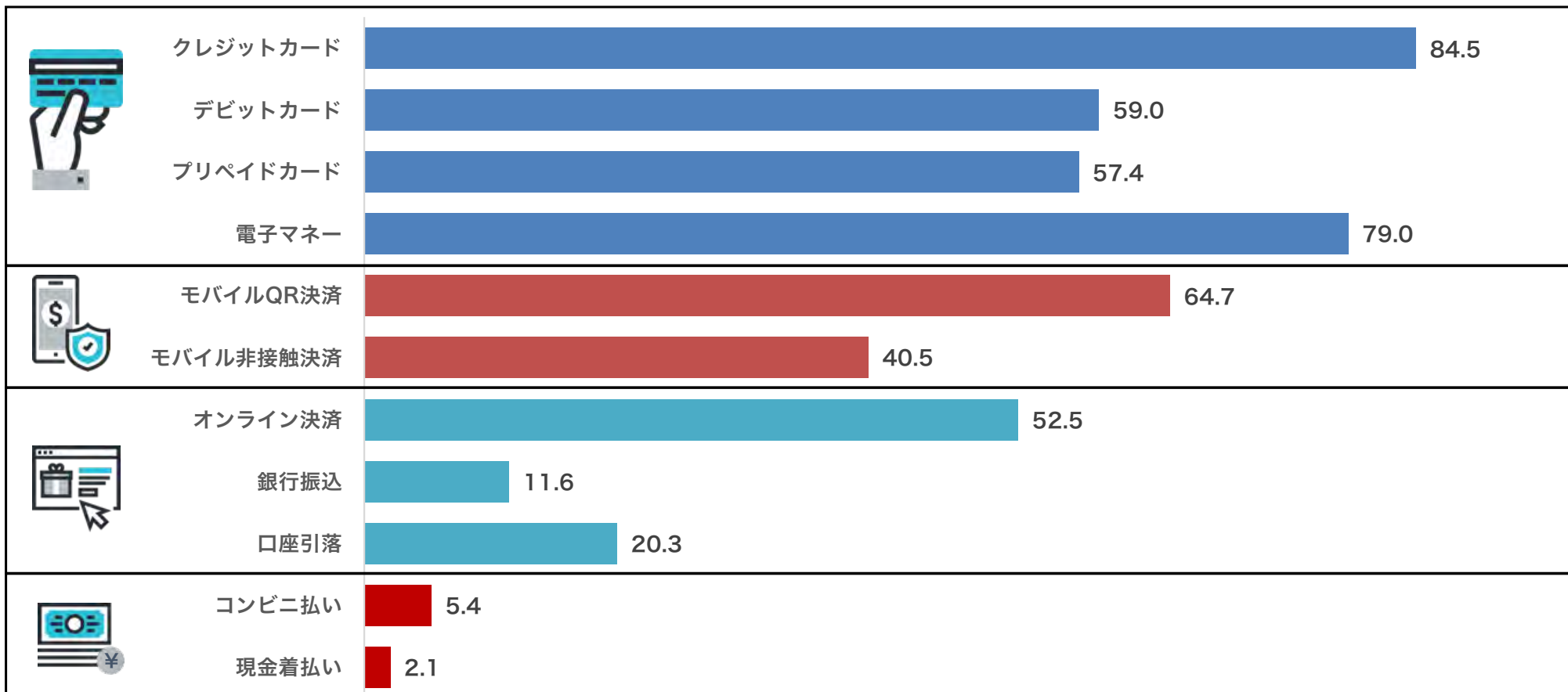
オンライン決済



- オンライン決済
- 銀行振込
- 口座引落

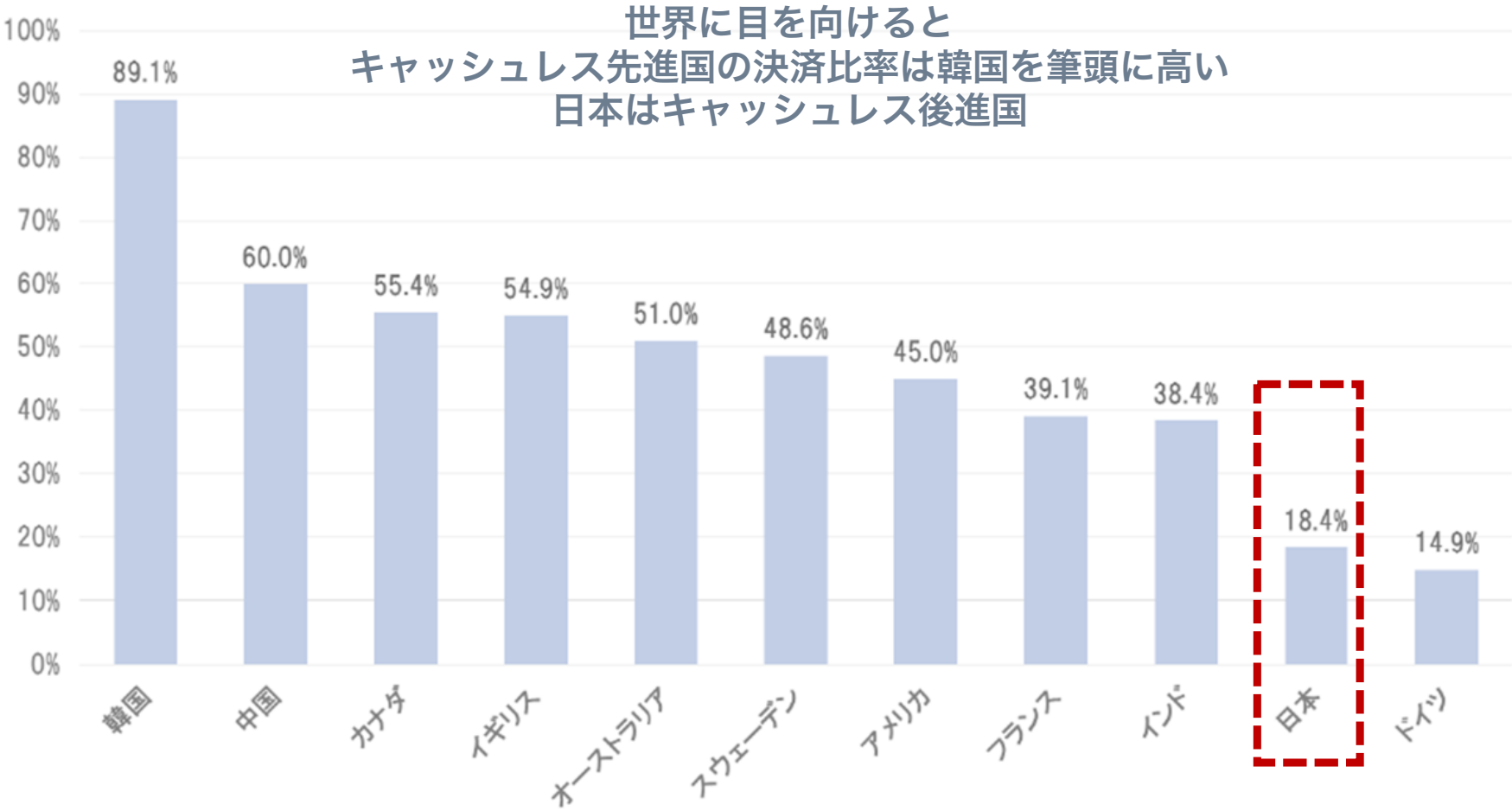
キャッシュレス決済認知度 (男女500人)

毎日のようにキャッシュレス決済の話題がメディアに取り上げられていますが、以下のどの決済手段がキャッシュレス決済だと思いますか。(MA：%)



Source: 電通・NCBキャッシュレス調査2019.03 (インターネット)

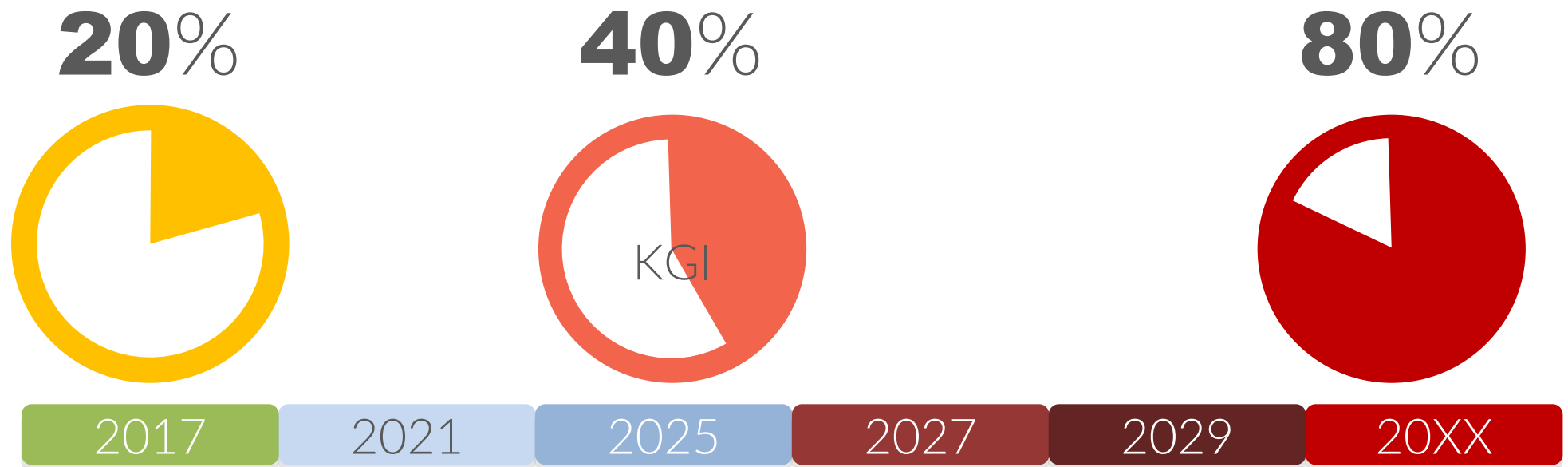
世界のキャッシュレス事情 (2015年)



日本政府のキャッシュレス目標

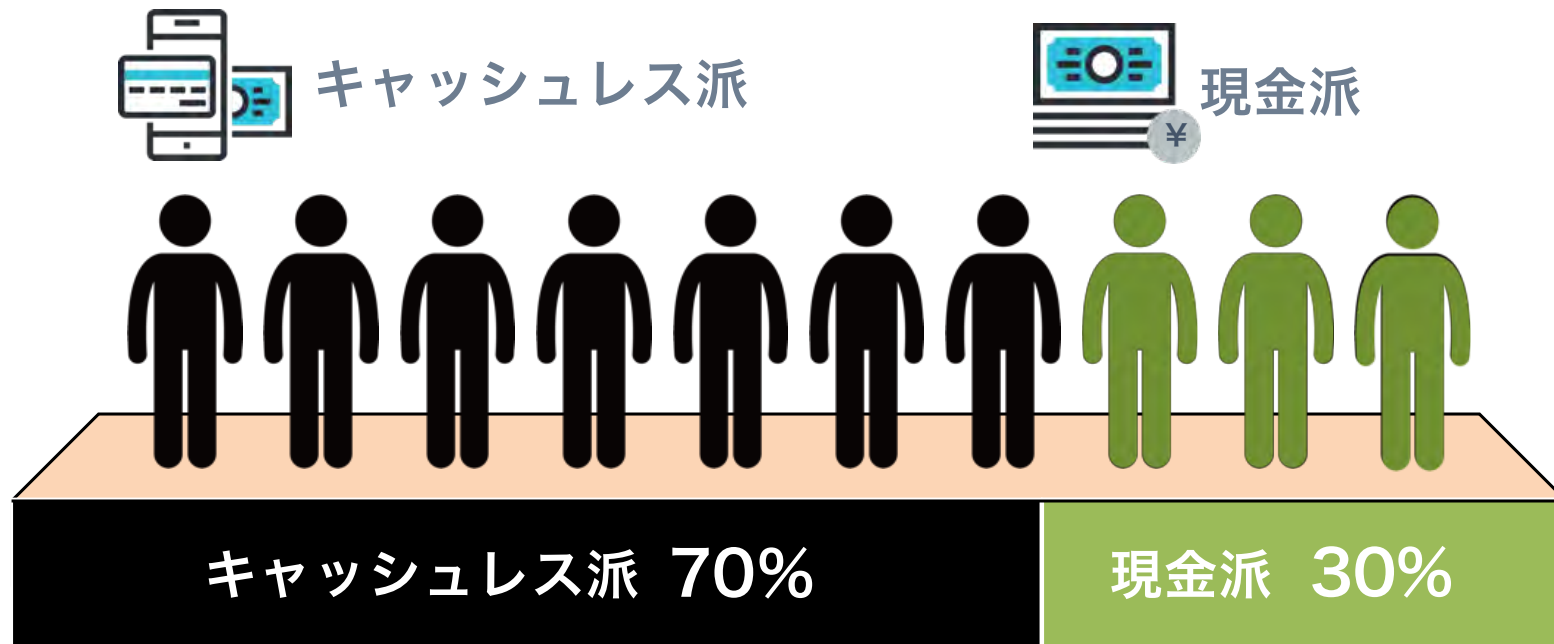
経済産業省は2018年4月「キャッシュレスビジョン」を発表。
「未来投資戦略2017」で設定した2027年までにキャッシュレス決済比率目標40%達成を
2025年大阪万博までに前倒ししました。

将来的にはキャッシュレス先進国並みの80%まで
キャッシュレス決済比率を高めるとコメントしています。
果たして政府が掲げたKGI (Key Goal Indicator) は達成できるのでしょうか。



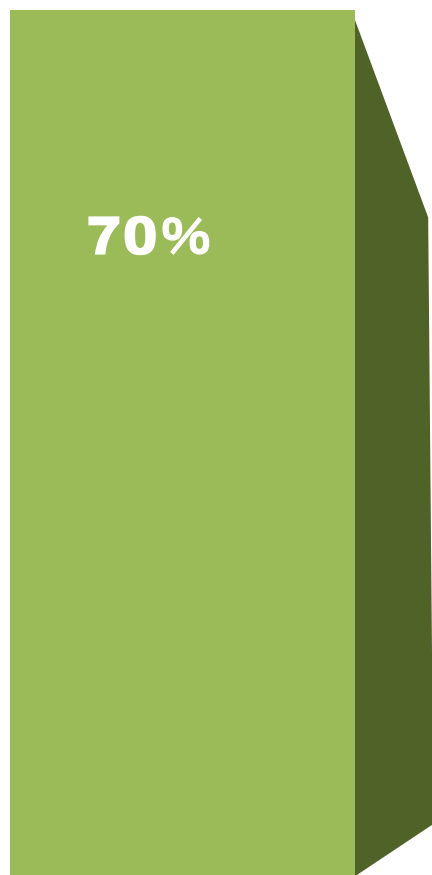
キャッシュレス派 vs 現金派

支払い（決済）はできるだけキャッシュレスにしたい-支払い（決済）はできるだけ現金にしたい



- キャッシュレス派：男性74% vs 女性67%
 - 年齢による差はほとんどない

意識と利用のギャップ

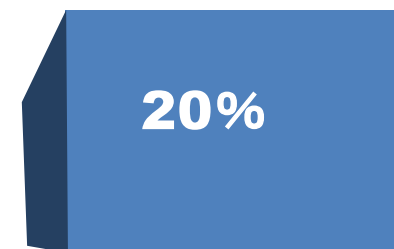


キャッシュレス意識

Gap 1
場が限られている



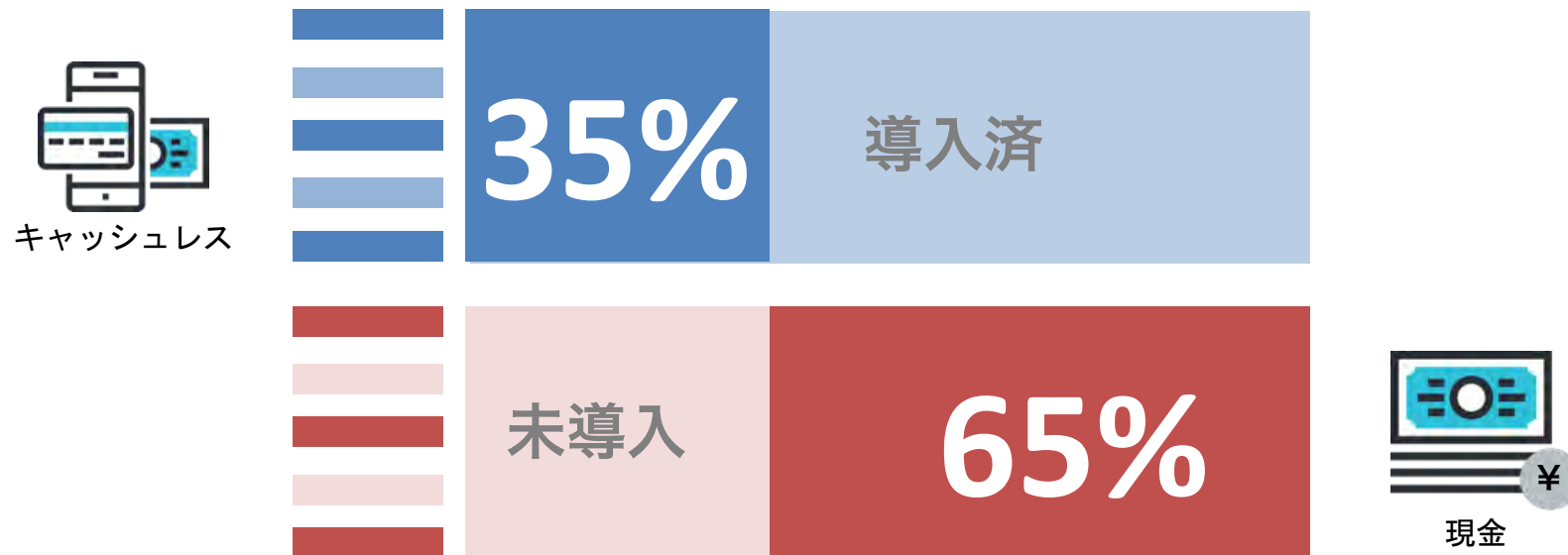
Gap 2
後ろめたさ



キャッシュレス利用

中小事業者のキャッシュレス決済導入比率

消費者は商店街や中小飲食店では
キャッシュレス決済が使えないと感じている人が多い
本当かどうか？



うしろめたさを感じる場面

コンビニ：少額なのにクレジットカード払いはちょっと

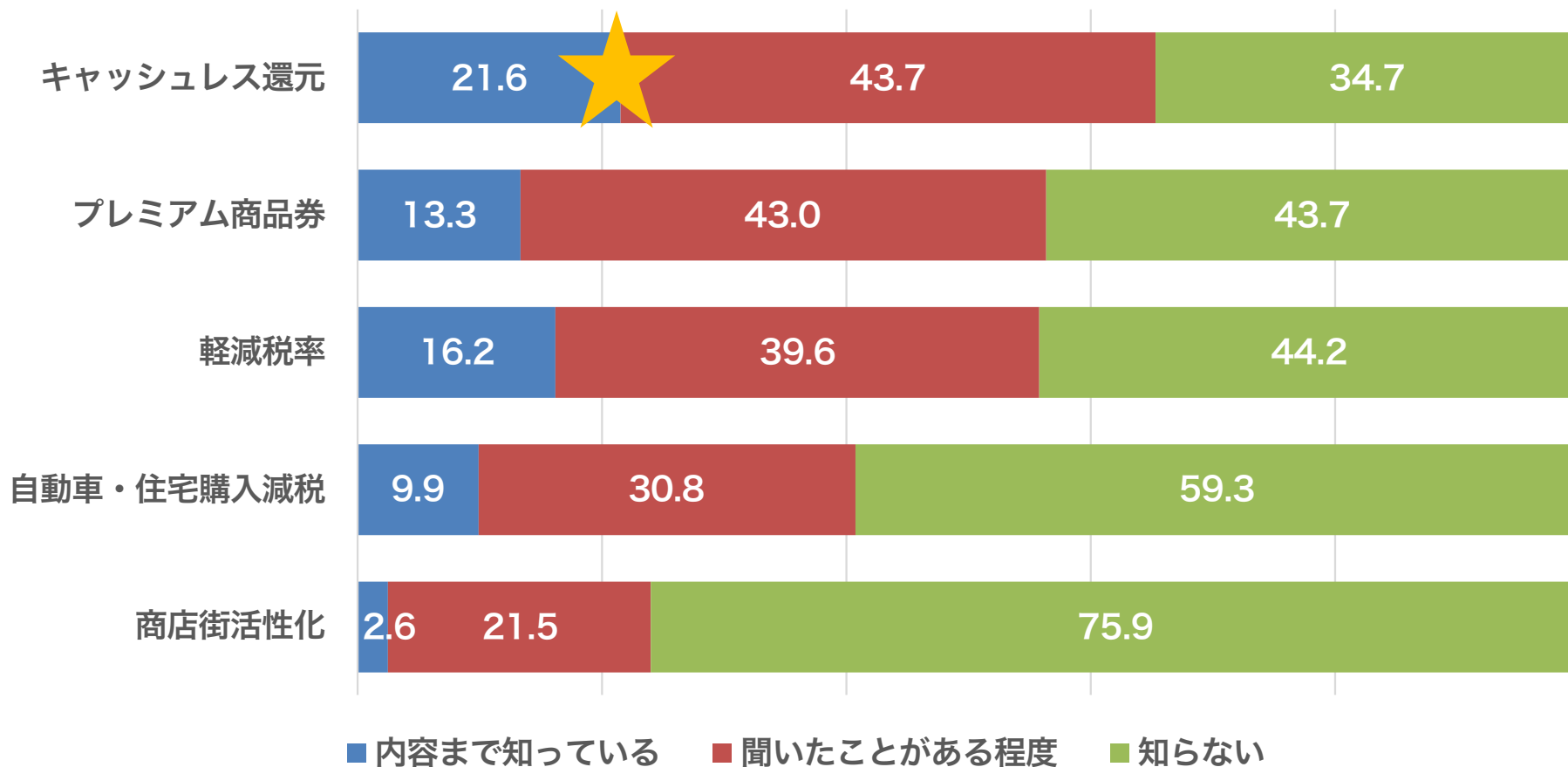
百貨店：クレジットカードは借金カードのイメージが強く、つい現金を出してしまう

専門店：クレジットカードを提示すると1回払いですかといわれる

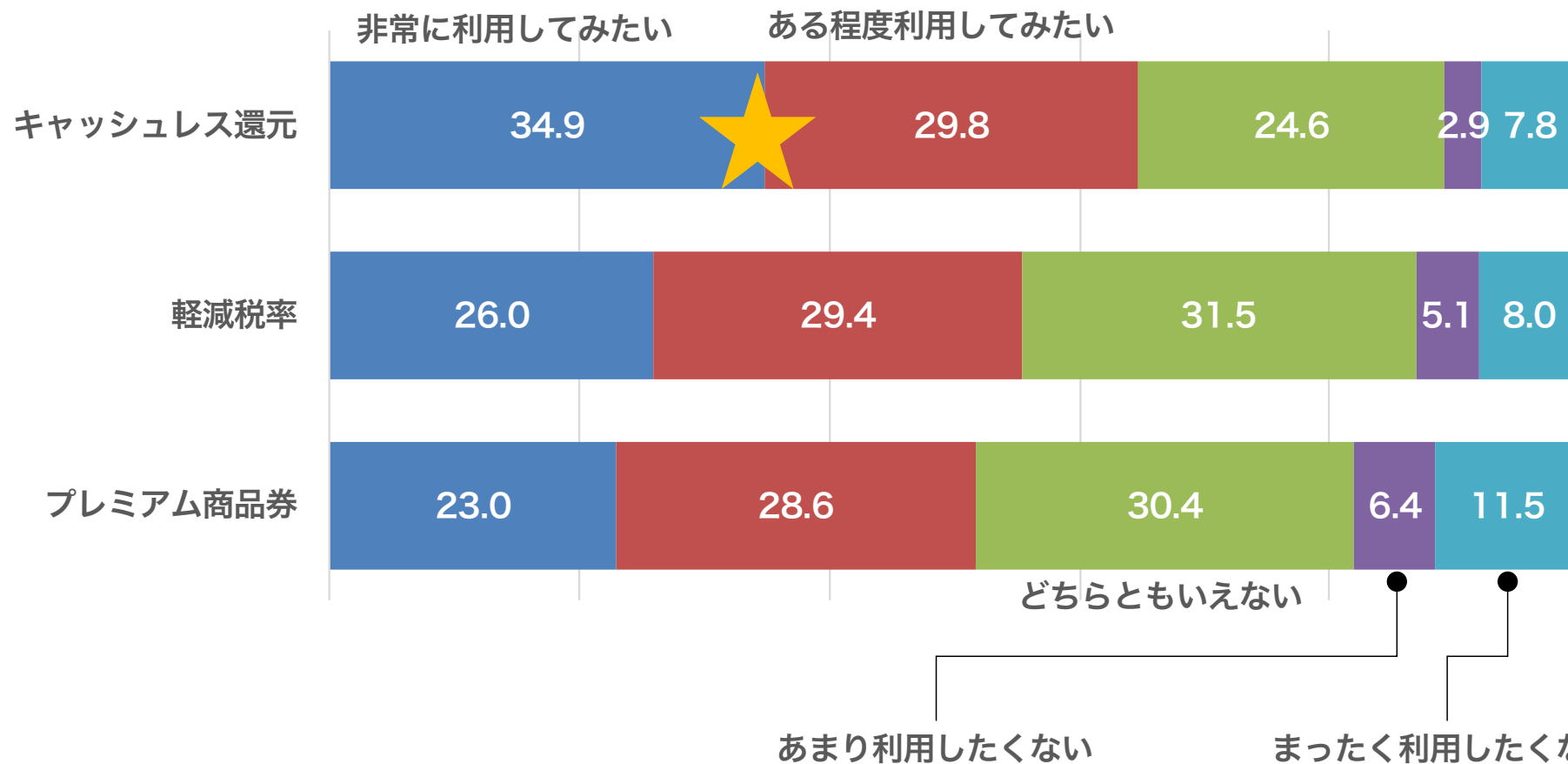
飲食店：忙しそうにしているのにカード決済は・・・



政府の消費増税対策認知度

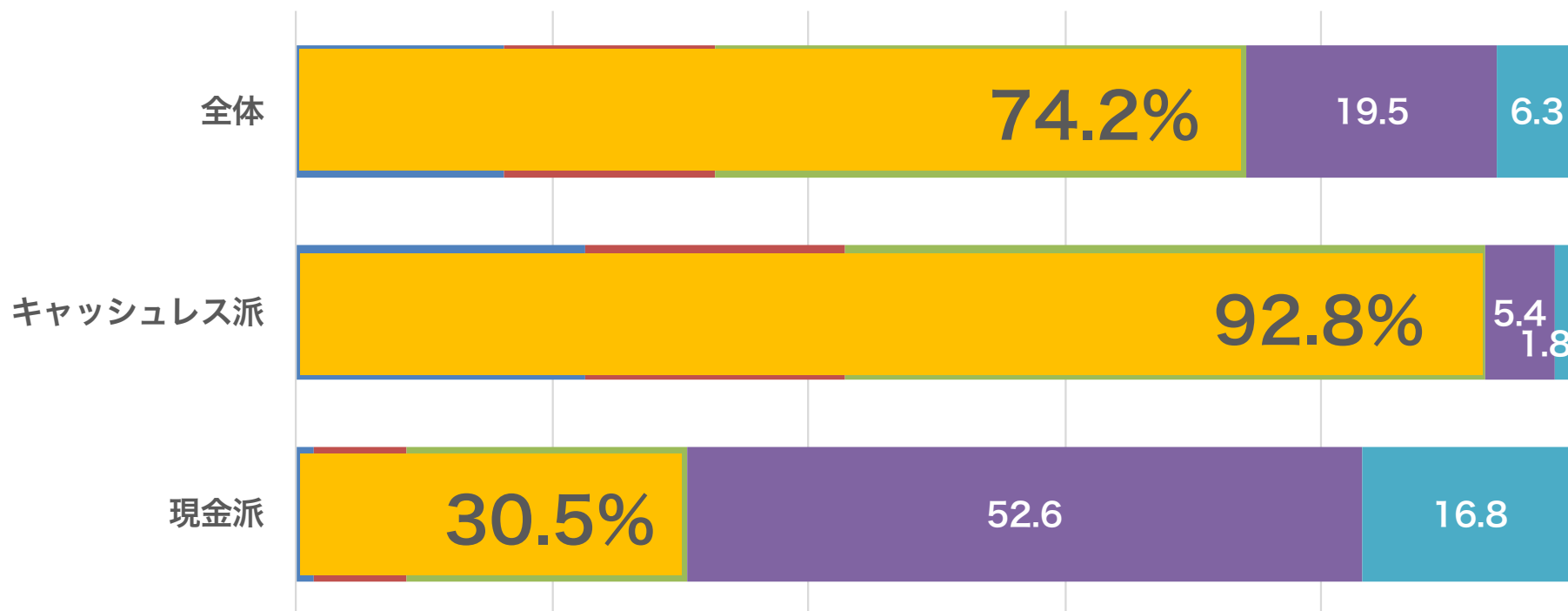


増税対策利用意向



インセンティブ期間後のキャッシュレス意欲

キャッシュレス決済でポイントやキャッシュバックがもらえるのは、2020年6月までです。それ以降もキャッシュレス決済を使いますか。



- どこでも非常に積極的にキャッシュレス決済を使う
- これまで以上にキャッシュレス決済を使う
- 今までと同じように主にキャッシュレス決済を使う
- 主に現金を使いキャッシュレス決済はあまり使わない
- キャッシュレス決済は使わず現金しか使わない

キャッシュレスに力強い追い風



2

GAFA+Aの 経済圏拡大戦略 と金融サービス

GAFA+Aの野望とは

ボーダレス
で
Online

独自経済圏の構築

Real World

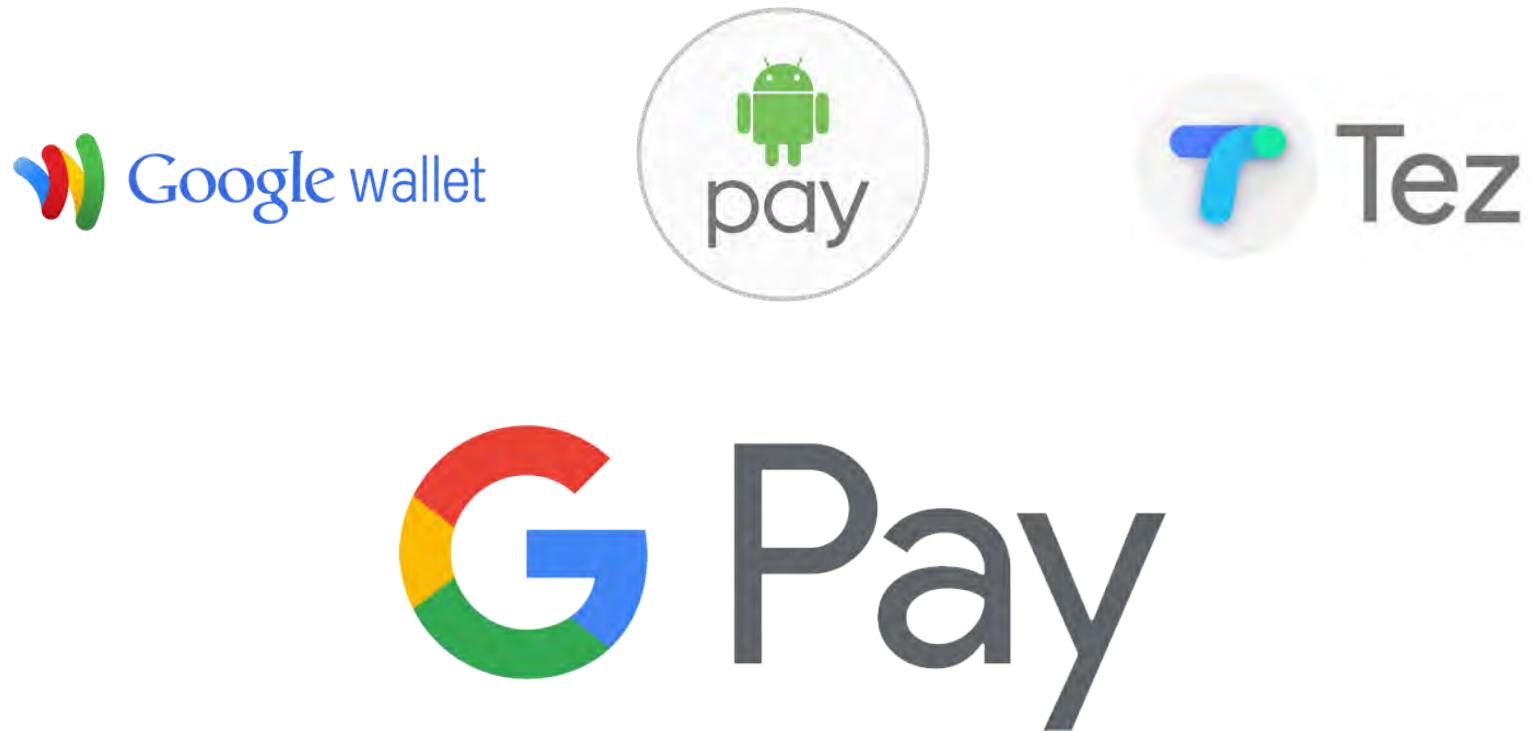


2011年世界を震撼させたGoogle Wallet



決済情報を取得し広告価値を上げる

2018年1月Googleが決済をGoogle Payに統一



独自の決済ブランドを一本化し、Google経済圏の構築を急ぐ

欧州で覇権を狙うGoogle Pay



PIS

Payment Initiation Service



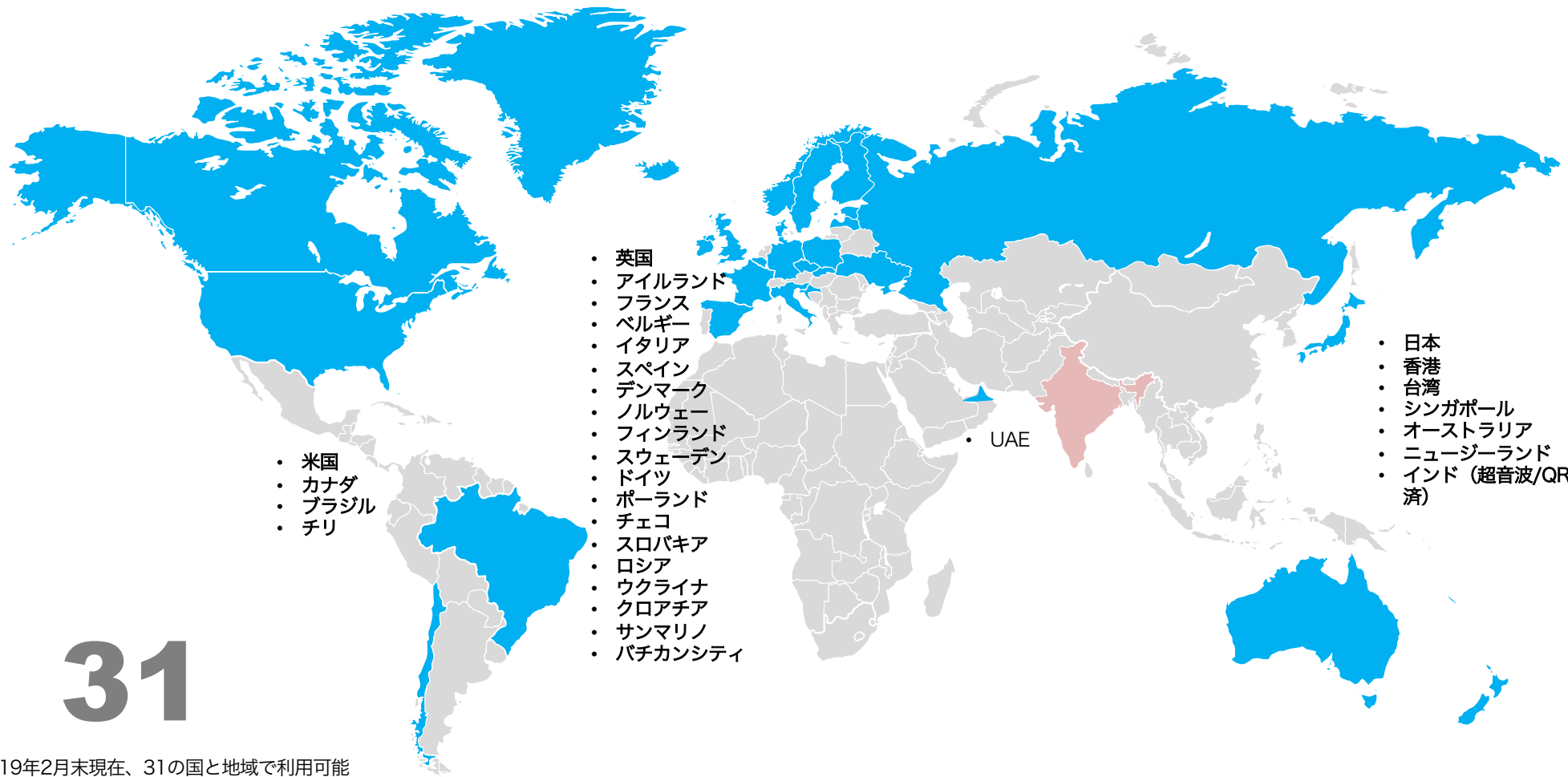
アイルランド

E-Money



リトアニア

Google Pay MAP



31

2019年2月末現在、31の国と地域で利用可能

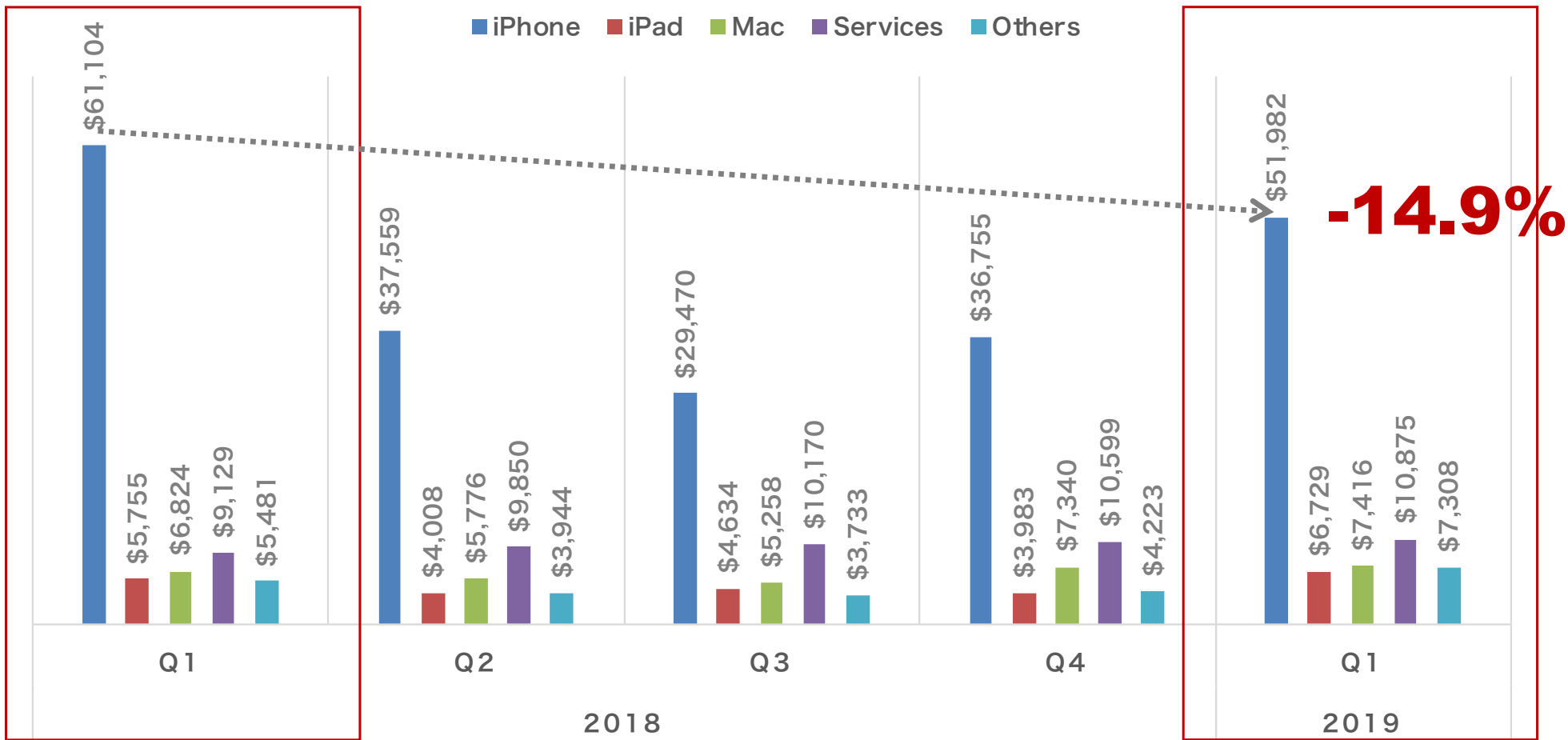
Googleの野望と金融サービス

- 「決済データを広告価値の向上に使おう」という野望が破綻、このトラウマがGoogle社内に強く残っている。
- 独自展開のGoogle Walletから方向転換し、Android陣営の拡大策としてAndroid Payを積極推進、さらにGoogle Payへ統一、と紆余曲折。
- Alphabet2018年12月期の決算報告に決済や金融に触れたのは、インドでのGoogle Payについての1回のみ。
- 欧州では電子マネーとPISの免許を取得。インドでは融資サービスをはじめている。これらを勘案すると、今後独自の金融サービスを拡大する可能性がある。



Google Payブランドを確立し、独自金融サービスで経済圏を拡大

iPhone売上ダウン

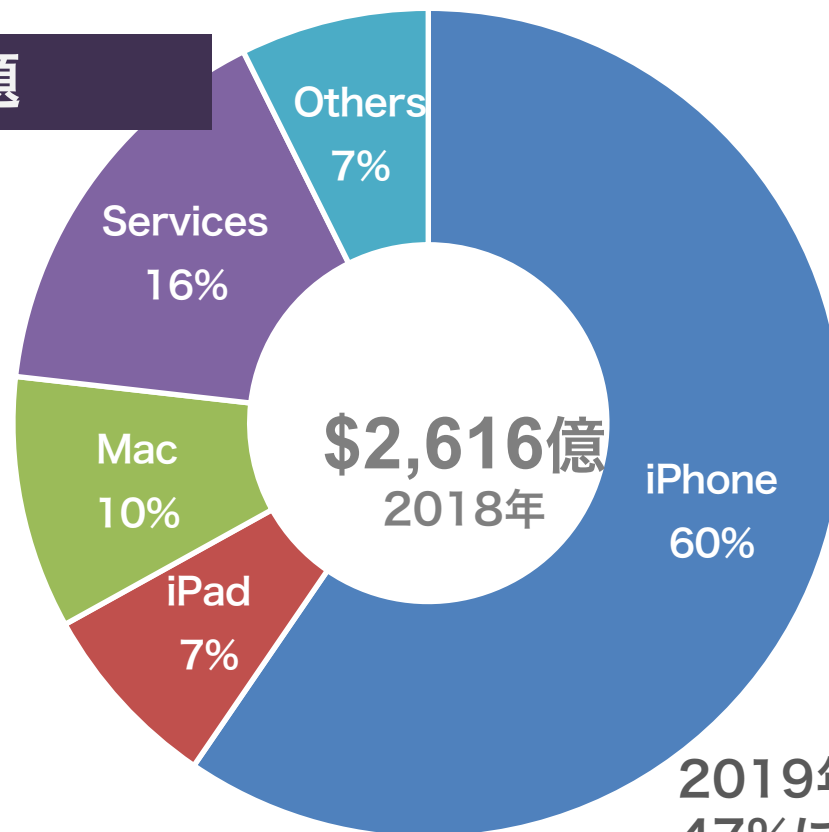


Appleの売上構成

サービス収益の拡大が喫緊の課題

Apple Pay
Apple Music
Apple News+

Apple Card
Apple TV+
Apple Arcade



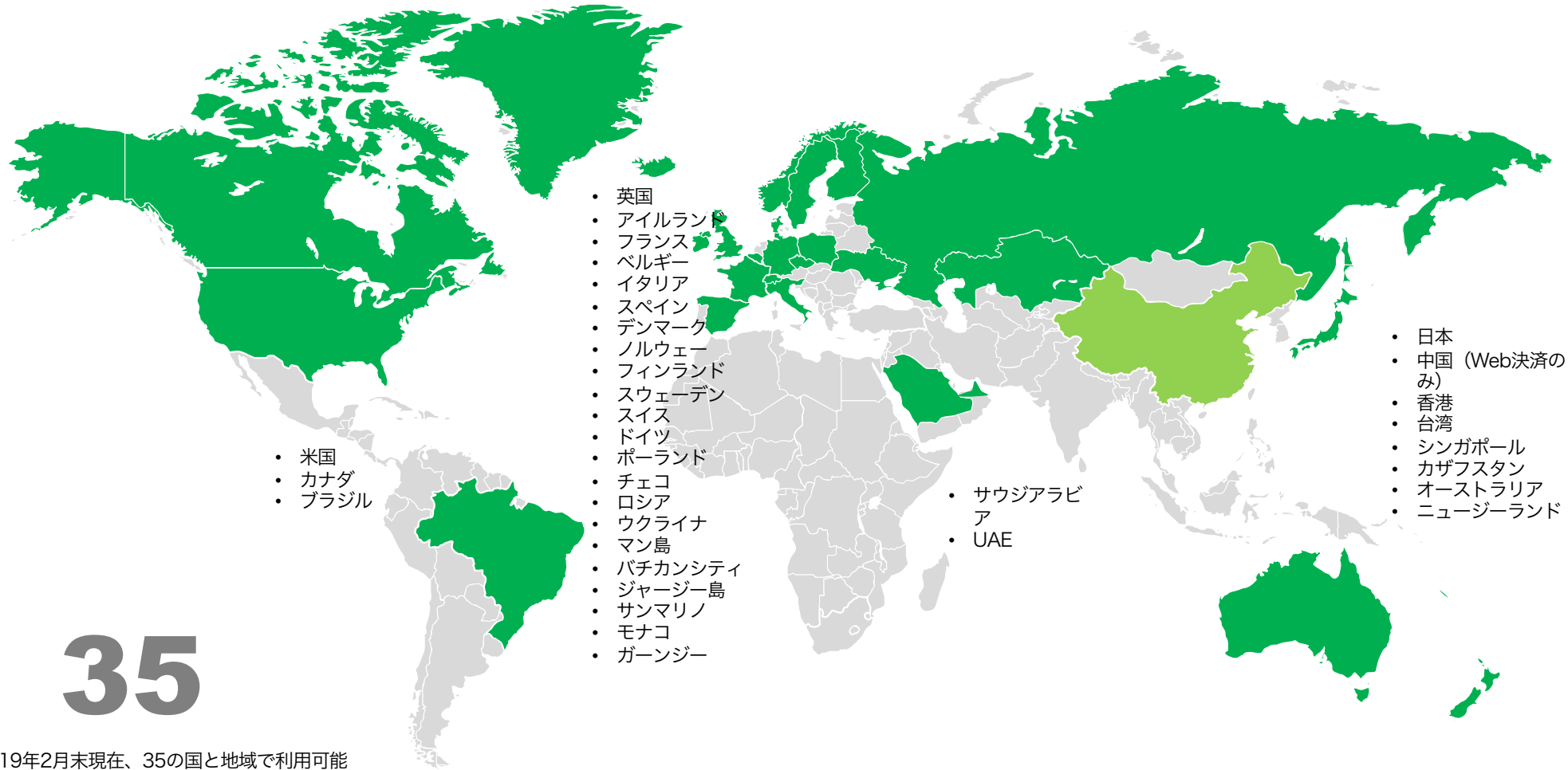
2019年6月期決済
47%にシェアダウン

Source: Apple IR

Apple Card発行の目的



Apple Pay MAP



35

2019年2月末現在、35の国と地域で利用可能

Appleの野望と金融サービス

- Appleはいままでにはない新しいモバイル決済としてApple Payを開発。
- Googleの目的は決済データの収集で広告効果を高めることだったが、Appleは「データを収集するビジネスはおこなわない」と明言。
- Apple PayにApple Cardを加え、アップルのハードとソフトの販売を強化。
- 加えて金融サービスによるサービス収益拡大も狙っている。



ハード・ソフトの売上増進と金融サービス収益アップ

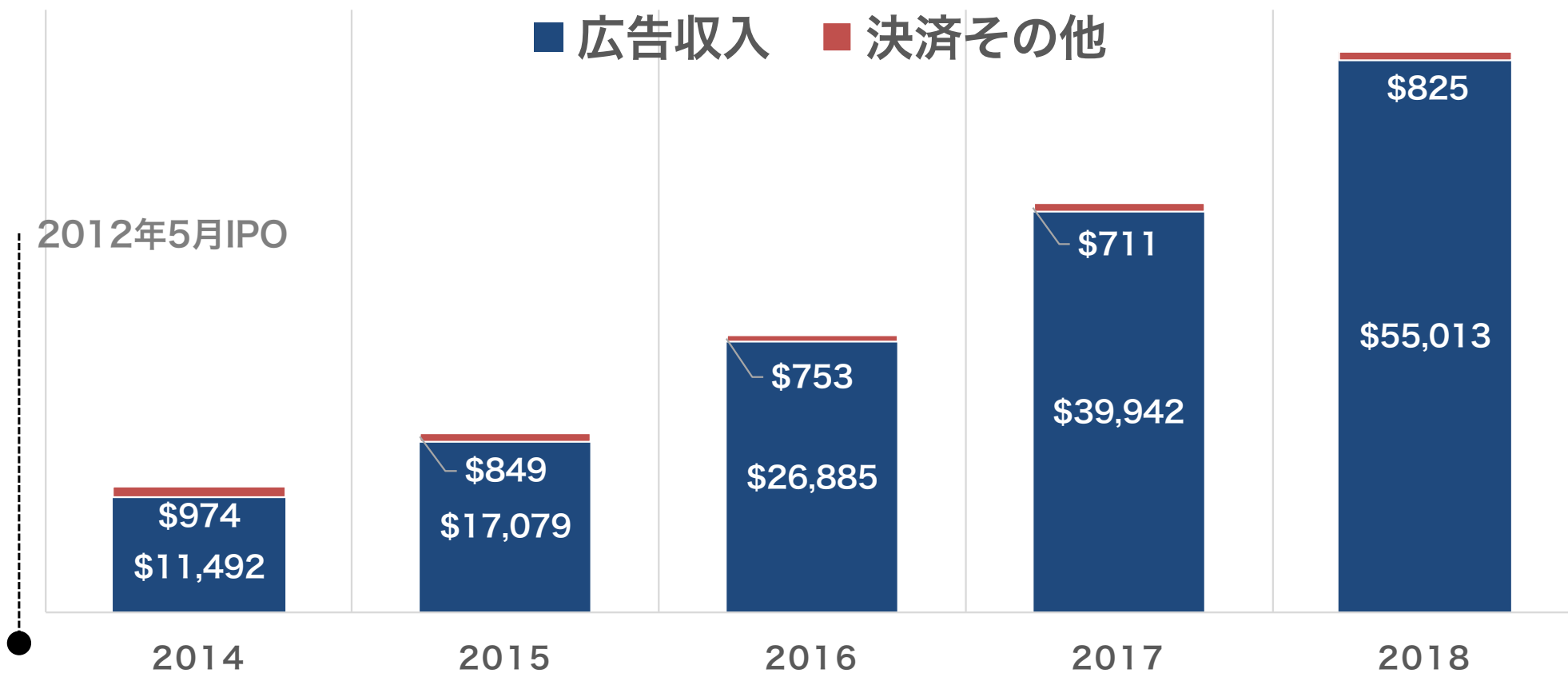
Facebook仮想通貨Libra

- ミッションは「多くの人びとに力を与える、シンプルで国境のないグローバルな通貨と金融インフラを提供する」
- リブラはブロックチェーン技術を使ったステーブルコイン。ドルや円などと同等の価値を持つ。
- 主にアジアやアフリカなどの新興国向けのサービス
- ローンチは2020年を予定
- フェイスブックは、2020年までに、Libra協会に100の団体加盟をめざしている
- 入会金は1,000万ドル



- 「仮想通貨は既存の通貨を代替するものとしてみるべきではない。リブラが基軸通貨となるなどということは問題外で、ありえないし、あってはならない」フランス金融大臣
- 「20億人以上の利用者を抱えるフェイスブックは、シャドウバンクになる可能性があり、規制当局は最高レベルの警戒を促すべきだ」ドイツの欧州議会議員
- 「Libraはプライベートな仮想通貨になる可能性があり、安心して使えるものではない」インド経済局長官

もうひとつの柱に育てたい決済収益



Facebookの野望と金融サービス

- Facebookは2012年の上場をひかえ、広告収入と決済その他収入の2本柱にしようと考えた。そのためにFacebookは金融子会社を設立している。
- 第1弾は仮想通貨Facebook Creditsだったが、2年で撤退。
- 第2弾はメッセージ送金決済だが、欧州では1年半で撤退。
- 第3弾はブロックチェーンを活用した仮想通貨Libraを発行すると発表。



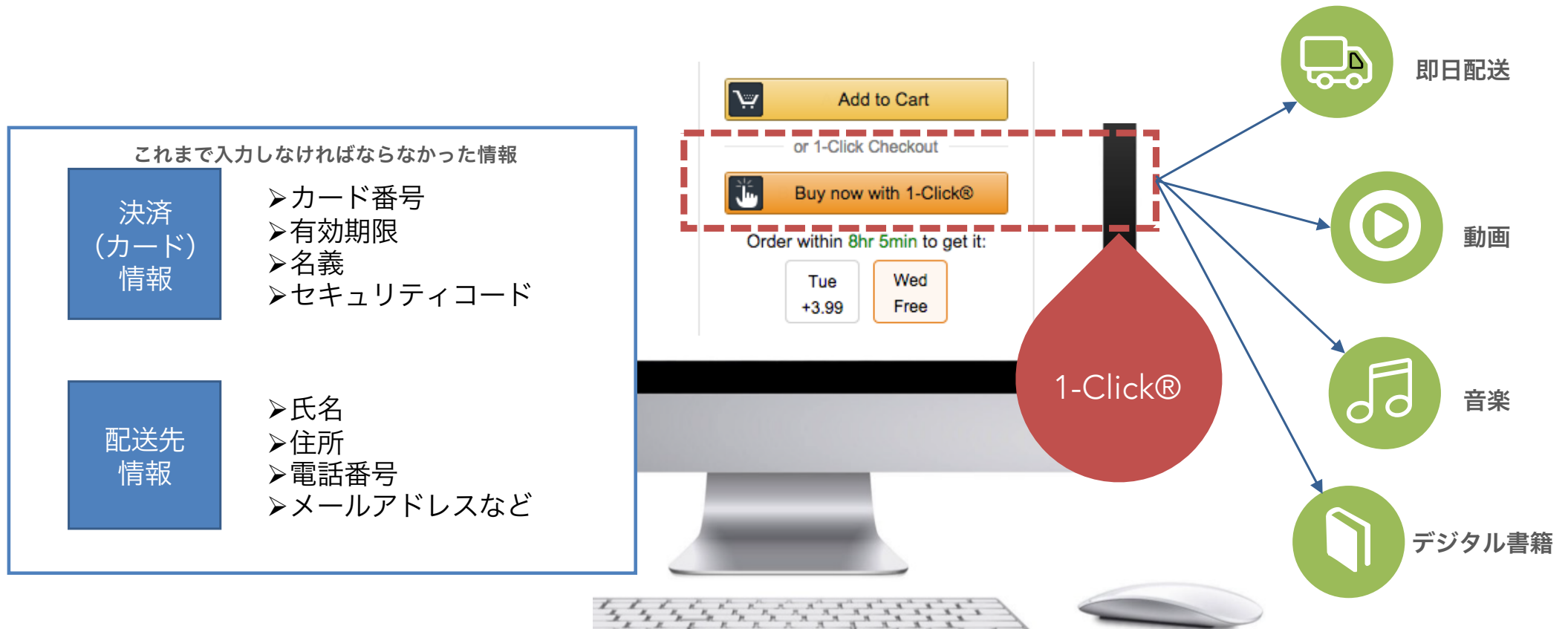
決済収入を広告収入と同等の柱にする

アマゾンのプリンシパル（基本ルール）



- 顧客のレビュー ●パーソナルな商品提案 ●プライム会員 ●スピード配送
- クラウドサービス ●デジタル書籍 ●スマートスピーカー ●音声アシスタント
- スマートホーム ●アマゾンゴー

顧客利便性を徹底追求した1-Click決済



- 1-Click決済とはアマゾンの口座に登録した決済手段や送付先情報を活用し、ワンクリックで決済できるサービス
- アマゾンのマーケットプレイスでの利便性を追求したスピード決済

さらに利便性を追求した音声アシスタント

文字入力



文字入力
キーボードから文字を入力

Web検索
検索内容に近いものを表示

情報選択
検索内容に合致ものを選ぶ

情報入手
テキストや音楽、画像、動画などを入手

音声入力



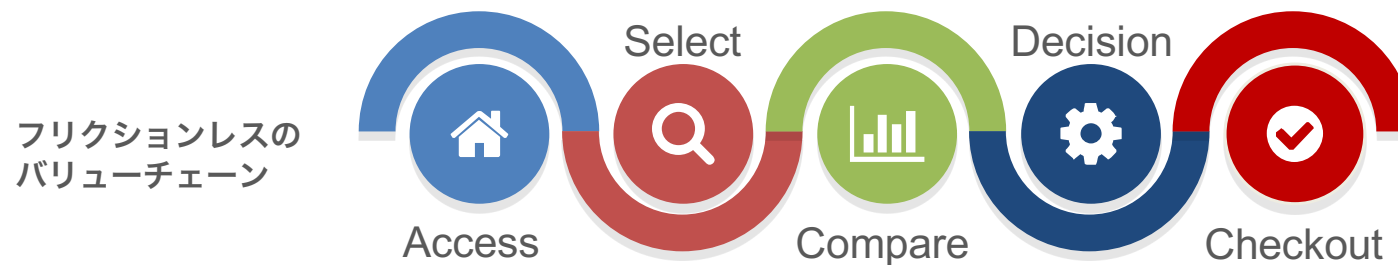
音声入力
ハンズフリーで音声入力、画像や動画を同時アップ

情報入手
音声や音楽、画像、動画など入手



Amazonの野望と金融サービス

- 顧客視点に立った多様な金融サービスを開発<1-Click、Amazon Pay、Cards、Merchant Lending、IoT Paymentsなど>
- 決済情報（誰が、いつ、何を、いくらで買ったの）をもとに、直近の顧客ニーズをあぶり出し、「衣・食・住・娯楽」関連の商品やサービスを開発・提供しながら、プライム会員を増やし、アマゾン経済圏を拡大



ショッピング（セリング）のバリューチェーンを変革し
クロスボーダーの巨大経済圏を築き上げようとしている

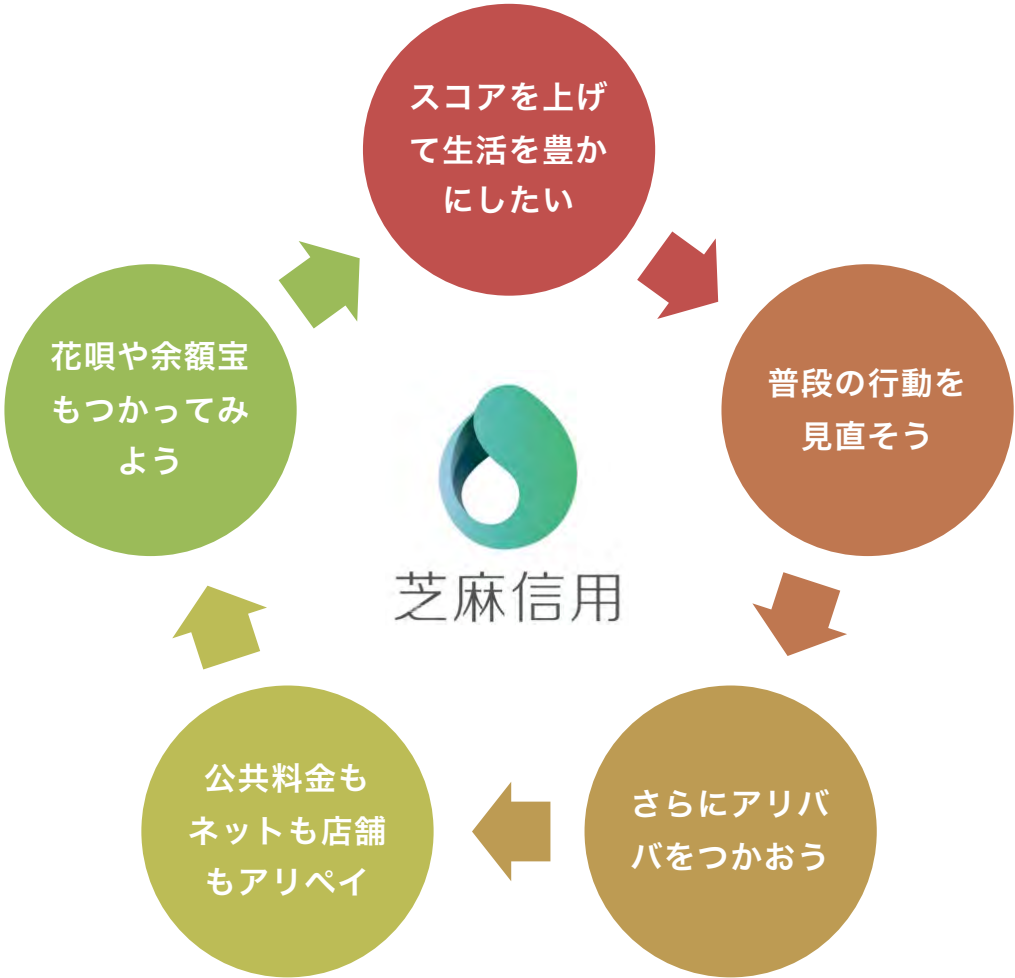
アリババグループ経済圏



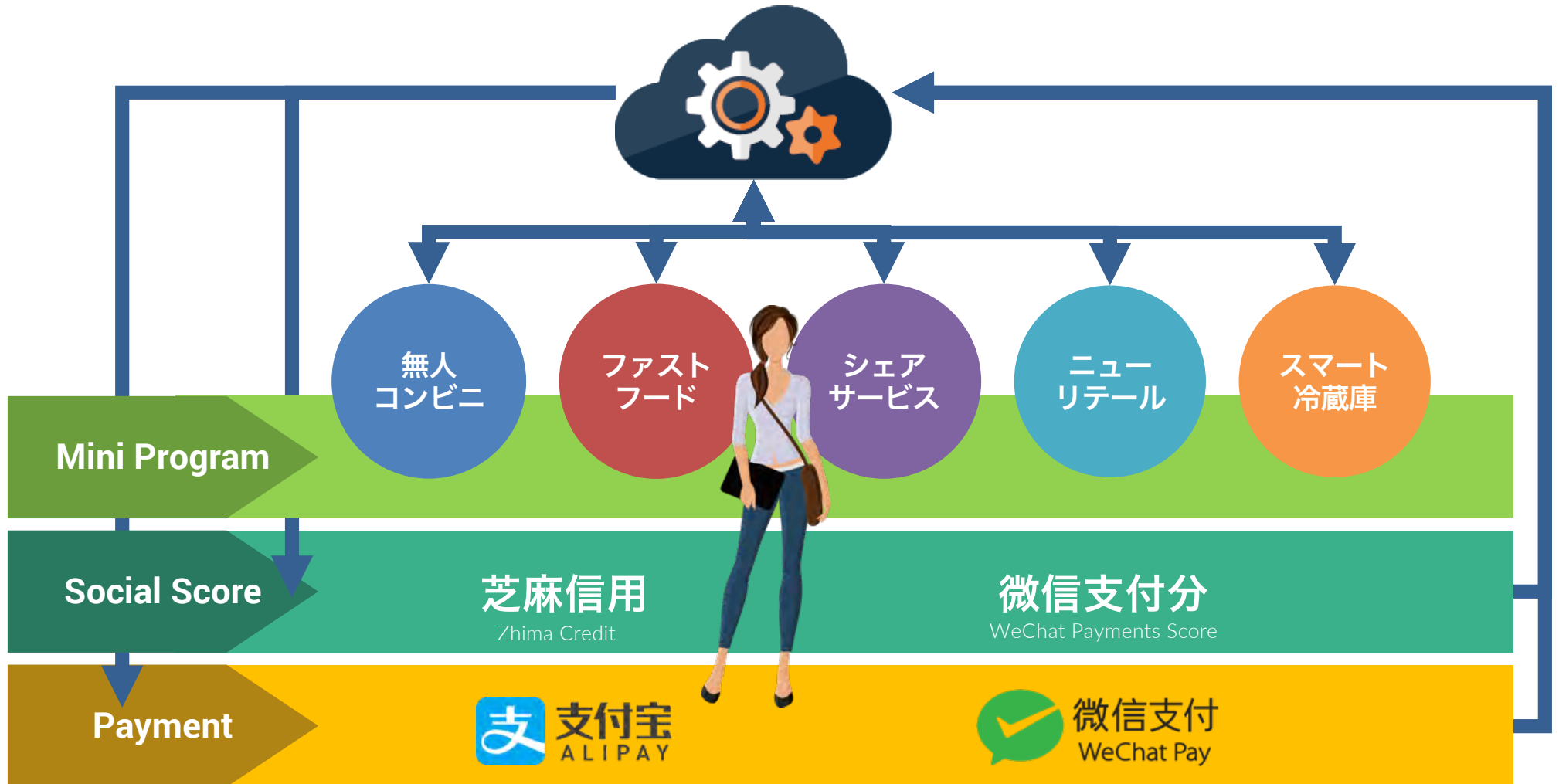
Alipayアプリは総合生活サービス



芝麻信用が生み出すAlibabaループ



中国IoTサービスの概念図



アリババの野望と金融サービス

- アリババ経済圏を拡大するため、モバイル決済Alipayが先陣を切って地ならし
- 決済をベースに、投資、保険、融資、そしてライフスタイルサービスを拡充
- 信用＝財産をスローガンに、ソーシャルスコアを構築
- モバイル決済からIoT決済に進化させ、ボーダレスに経済圏を拡大している



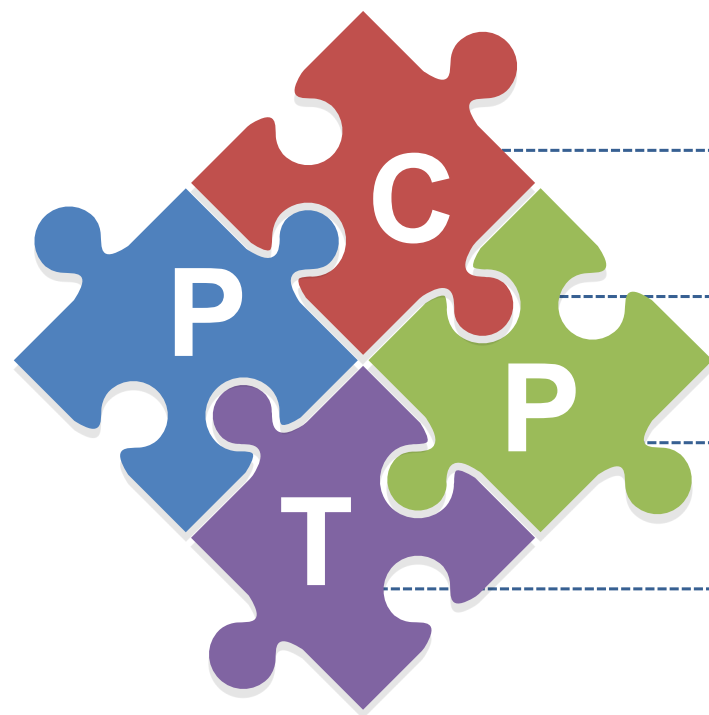
アリババ経済圏の住民を20億人にし、トータルな金融サービスを提供する

総括

GAFA+Aの金融サービス比較

		Google	Apple	Facebook	Amazon	Alibaba
決済	モバイル非接触決済	・ Google Pay (NFC・超音波)	・ Apple Pay			
	モバイルQRコード決済	・ Google Pay			・ Amazon Pay	・ Alipay
	モバイルアプリ内決済	・ Google Pay	・ Apple Pay		・ 1-Click	・ Alipay
	送金・決済	・ Google Pay	・ Apple Pay Cash	・ Messenger Payments		・ Alipay
	Web決済	・ Google Pay	・ Apple Pay		・ 1-Click	・ Alipay
	音声決済	・ Google Assistant	・ Siri		・ Alexa	
	IoT決済				・ Amazon Go	・ Alipay
	自社クレジットカード		・ Apple Card		・ シグネチャーカード (利用者) ・ ビジネスカード (マーチャント)	
	自社デビットカード (プリペイド含む)	・ Google Play Gift Card	・ Apple iTunes Card	・ Facebook Gift Card	・ Amazon Gift Card ・ Amazon Cash (口座入金手段)	
通貨			・ Libra			
融資				・ Amazon Lending (マーチャント向け融資)	・ Ant Checklater (花呗) ・ Ant Micro Loan (小貸)	
投資					・ Yuebao ・ Wealth Management	
保険	・ Google Preferred Care (Google Pixel補償)	・ Apple Care (Apple機器補償)		・ スマートホーム機器保険 (トラベラーズと提携) ・ インドの保険フィンテックAckoiに出資	・ 各種保険	
プラットフォーム利用者数	35億人 (2019年2月Google利用者数)	Apple製品13億台 (2018年2月/Apple Pay利用者2019年1月3億8,300万人)	23億2,000万人 (2018Q4Facebook稼働者数)	12億人 (2018年8月Amazon利用者)	6.7億人 (2018年度アリババ稼働顧客数)	

独自経済圏拡大の鍵



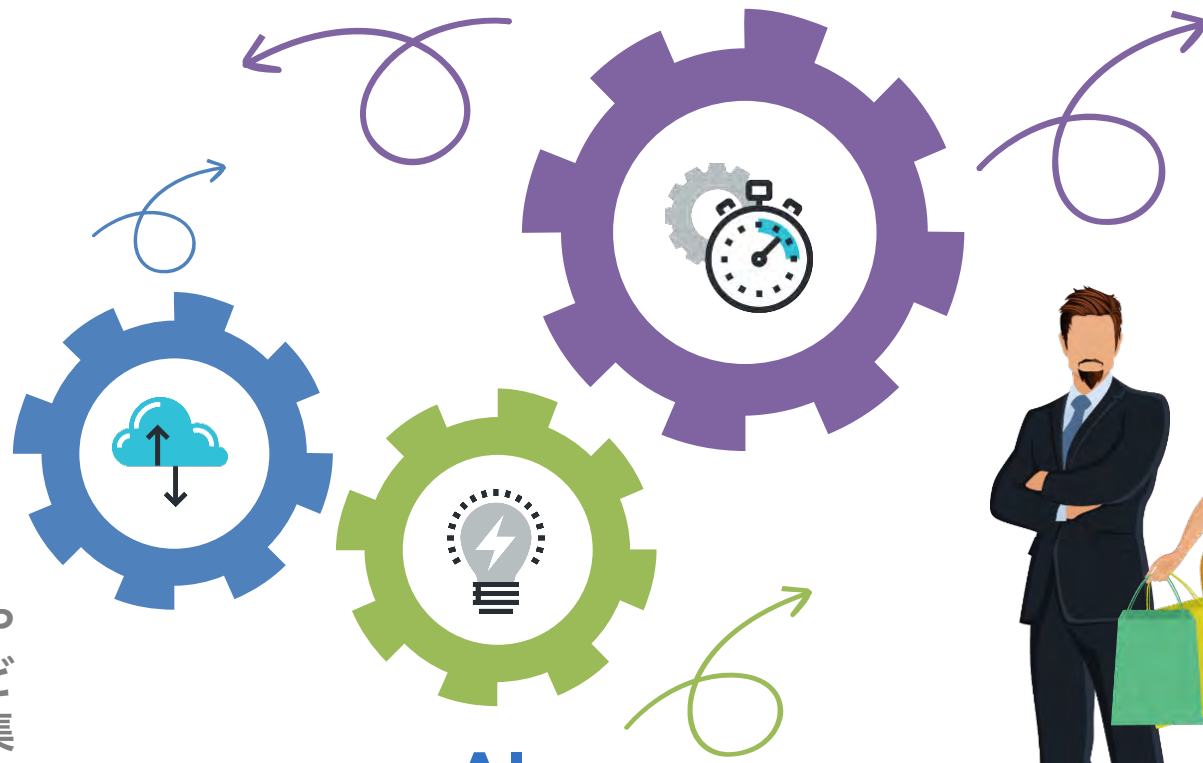
- **C** 優良顧客との絆強化
ロイヤルティの醸成
- **P** パーソナルな提案
データの加工（機械学習・音声認識・画像認識）
- **P** 独自決済手段の提供
データ収集（決済データ・音声データ・画像データ）
- **T** 最新テクノロジーの活用
モバイル・IoT・AI・5G・AR

経済圏住民の欲望を満たしつつける仕掛け



Data

決済データや音声会話データなど大量なデータを収集



AI

欲望の変化を瞬時に判定
チューニングの精度UP

Evolution

優良顧客との絆強化
パーソナルな提案
商品やサービスを進化
ビジネスの革新





問合わせ先

info@ncbi.jp

<https://www.ncblibrary.com>

ニューペイメント・キャッシュレス・フィンテック