

電子マネーがわれわれに問うていること

信金中金月報掲載論文 編集委員

鹿野 嘉昭

(同志社大学経済学部教授)

近年、日本だけでなく、海外でも電子マネーに対する関心が高まっている。もっとも、関心の的となっている事柄は大きく異なる。日本では、スイカ、パスモ、ワオン、ナナコなど、交通・流通系の会社が発行する電子マネーの発行高および決済高の増大である。海外での関心は、ビットコインに代表される暗号通貨（クリプトカレンシー）や、スマートフォンを利用したスマホ決済である。いずれも決済にかかわる利便性の向上を目指して動きではあるが、それにもかかわらず、日本と海外とはなぜ関心の的が大きく異なるのだろうか。

この問題を考えるうえでの鍵は多分、2つある。ひとつは一国経済での決済に占める現金通貨の比率である。国際決済銀行が取り纏めた決済統計に基づき名目GDPに対する現通貨の比率をみると、日本は19%と主要24国のなかでは断トツの第1位であり、2位は香港の15%となっている。欧米諸国の場合、アメリカ7%、カナダ4%。イギリス4%、ユーロ圏10%であり、日本はそうした諸国の2~5倍という高い水準にある。

このように日本の場合、日常取引の決済に際しては現金通貨が利用される割合が圧倒的に高い。その一方で、現金通貨を利用した決済には手間や費用がかかる。こうした費用の削減要求を満たすべく登場したのが電子マネーであり、現金通貨よりも使い勝手が良いから広く受け入れられつつある。そうした状況下、電子マネーは将来、われわれ消費者による資金決済においてどのような位置を占めるのかという問題に関心が集まっているのである。

一方、アメリカやイギリスの場合、個人による日常取引の決済には個人小切手（パーソナルチェック）が多用されていたという経緯もあり、小切手の振り出しに随伴する手間や費用の削減を狙いとしてパソコンを利用した資金移動、パソコンバンキングが登場した。この動きは現在のインターネットバンキングにつながっている。加えて、小切手に代わる日用品の決済手段としてクレジットカードやデビットカードが広く普及し、キャッシュレスの社会が実現しつつある。そうであるがゆえに、日本とは異なり、現金通貨の代替手段である電子マネーに対する関心は薄く、新たな決済手段として登場しつつある暗号通貨等が注目を集めているのである。

やや脇道に逸れるかもしれないが、昨年11月、1年半ぶりにロンドンを訪問した。その際、驚いたのは、現金がなくても一日を過ごすことができるというように、ほぼキャッシュレス社会となっていたことである。この1年半の間におけるキャッシュレスの進展は目覚ましいものであり、マクドナルド、スターバックスやイリーといった大手飲食店はいうに及ばず、地元の潇洒なコーヒーショップでも現金通貨による決済はとくに必要とされていない。カウンターの顧客側にカード用の端末が設置されており、そこに自らカードを挿入して暗証番号を入力すれ

ば、決済完了なのである。加えて、カードはクレジットカード、デビットカードのいずれも利用可能で、顧客の好みによって選択される。もっとも、レストランでのチップの支払いは現金オンリーというところもあり、その意味で「ほぼ」キャッシュレス社会は到来していることを実感した。

話を元に戻そう。海外において日本のようなICカード型の電子マネーが話題にならないのは、そうした現金通貨を100%代替する決済手段を提供したとしても、株主が要求する利益率を達成できないからである。だからこそ、ちょうど3年前の巻頭言において指摘したように、欧米の決済関連会社はこの分野から撤退し、現在は消費者目線でみて利便性が高く費用割安な決済手段の提供を目指してしのぎを削っている。その一方で、海外でも金融機関の経営は保守的であり、営業時間は概ね9時から3時までであるほか、送金に際しては割高な手数料を徴求する。そうしたなかで、顧客ニーズを満たすべく登場したのが暗号通貨である。これを利用すれば、いつでもどこでも金融機関を介さずに一日24時間無休で送金することができる。スマホ決済も同じく、割安な決済手段をとという声に応えるものと解釈できる。

このように海外では決済サービスも厳しい競争の下にあるため、銀行も安閑としてはおられず、より利便性の高い決済サービスの提供に努めている。その一方で、競争力が劣ると判断された分野からは撤退のうえ自らが優位な分野に特化し、その競争力に磨きをかけている。「餅は餅屋」であるため、すべてを自前で製造・販売することを止め、顧客利益の向上を図るべく、競合他社が提供する商品・サービスを窓口で販売するのが現在、主流となっている。

加えて、金融機関が一致団結して取り組むのが望ましいと判断された暁には、そうした行動を速やかにとることも推奨される。たとえば、フランスでは約30年前、パリ国立銀行、ソシエテジェネラル銀行、クレディリヨネ銀行という3大銀行が共同でビザカードと提携してカルトブルー (Carte Bleue) と呼ばれるデビットカードを小切手に代わる決済手段として開発・提供することにした。カルトブルーは現在、個人による日常取引の決済手段として広く利用されており、そうした状況下、日本流の電子マネーが存在し得る余地がなくなっているのである。

このように、第2の鍵は競争であり、競争が利便性の高い決済手段の提供を促しているのである。翻って、日本の場合、金融機関の多くは、決済は金融機関に固有の業務であり、他の業態からの新規参入はあり得ないと観念のうえ、決済手段を革新するという意識が希薄であったといえよう。決済にかかわる顧客の利便性向上が強固に意識されていたならば、フランスのようなデビットカードの共同開発とか、デビットカード普及の前提となる安全で価格の安い端末の開発が他の業界をも巻き込んで積極的に進められていたであろう。遅ればせながら、近年、そうした動きの萌芽もようやくみられるようになっている。

このように考えると、電子マネーの普及が話題になること自体、最先端の技術の金融業務への応用ではなく、むしろ日本の金融界の技術革新への取り組みの遅れを示しているともいえる。将来、そうした捉え方が誤りであったと断言できるよう、われわれには今、決済にかかわる革新を果敢に推進することが求められているのではなかろうか。