

2009年1月15日(木)：14:30 解禁
於：東商記者クラブ

2009年1月15日
日本百貨店協会

百貨店向け・電子マネー導入スキーム（共用端末・共同センター）の構築

～ 最大8種類の電子マネーに対応する共用端末・共同決済を実現した新システム ～

日本百貨店協会（東京都中央区、会長：鈴木弘治）の「百貨店向け・電子マネー共同センター検討会」では、百貨店にとって最も効率的・効果的に複数の電子マネーを受け入れる仕組みとして、「共用端末・共同センターを活用した新たなシステムスキーム」をとりまとめました。

電子マネーについては、交通系の「Suica／東日本旅客鉄道(株)」や「PASMO／(株)パスモ」等、独立系の「Edy／ビットワレット(株)」をはじめ、ポストペイ型の「iD／(株)NTT ドコモ」、「QUICPay／モバイル決済推進協議会」、「Visa Touch（ビザ・ワールドワイド）」、「Smartplus／三菱UFJ ニコス(株)」などが相次いで登場し、特にプリペイド型（前払方式）については、電子マネー月間決済件数が1億件を超えるなど、その利用は急速に拡大しています。

しかしながら、流通企業が複数の電子マネーを導入するにあたり、複数の電子マネーに対応する共用端末（※1）の開発は進んでいましたが、決済に関するネットワークを含めた後方処理については、電子マネーごとに構築する必要があるといわれてきました。

一方、百貨店としての電子マネー対応は、現在、概ね一部店舗での限定的な導入に留まっていますが、当協会では今後の全国展開に関する展望、百貨店立地との関係、顧客利便性、利用者が電子マネーをもつことのモチベーション等を総合的に勘案した結果、首都圏等で展開を行う交通系電子マネーを中心に、売場として親和性が高いと思われる「デパ地下」「レストラン」を対象に、業界としての対応方向を研究してきました。

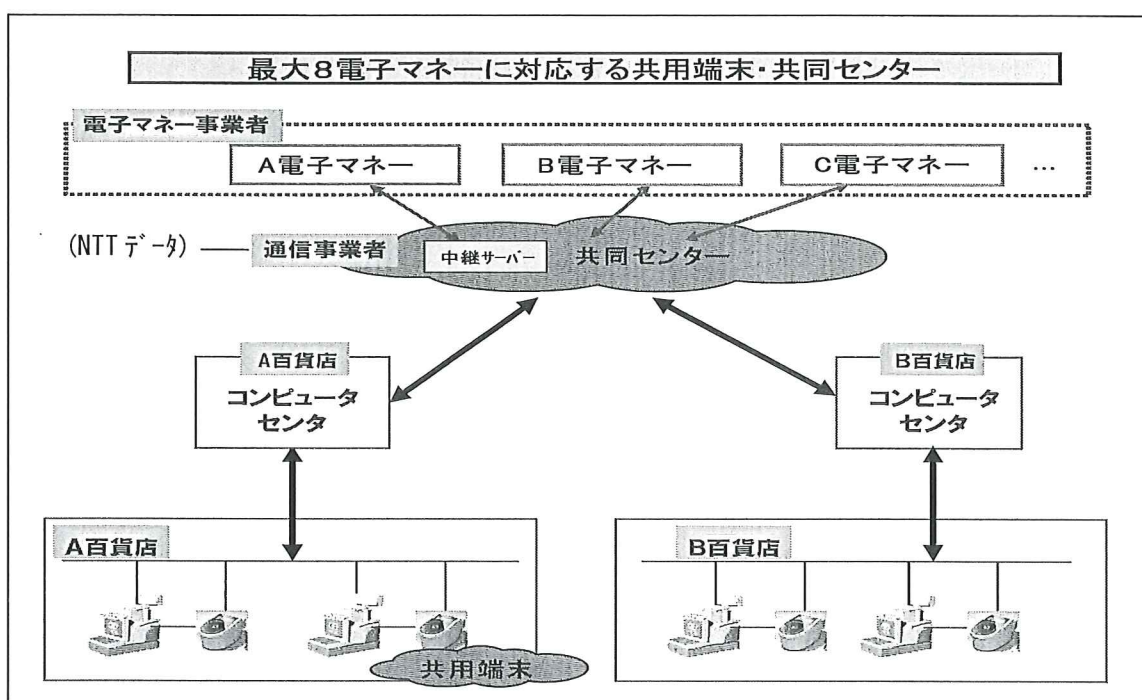
研究の結果、今後、百貨店が、電子マネー受け入れを効率的に進めるためには、「共用端末・共同センター（※2）を活用した新たなシステムスキーム」を構築する必要があることを確認し、昨年8月に、今後、電子マネー導入意向を持つ百貨店、電子マネー事業者（東日本旅客鉄道(株)、(株)パスモ、ビットワレット(株)、(株)NTT ドコモ、(株)ジェーシービー、三菱UFJ ニコス(株)、通信ネットワーク事業者（(株)NTT データ）、POS ベンダ（富士通(株)、日本NCR(株)、東芝テック(株)）が参画する業界横断組織「百貨店向け・電子マネー共同センター検討会」を立ち上げ、詳細かつ具体的な協議を行い、このたび同スキームをとりまとめました。（次頁参照）

本システムは、電子マネー事業者や端末メーカーが開発した、複数の電子マネー（最大8種類／予定）を処理できる「共用端末」を活用しつつ、後方処理については、NTTデータが提供する「共同センター」サービスを利用することで、「Suica」などを導入する場合には、これまで各百貨店が個別に用意する必要があった中継サーバを共同センター側に置くため、初期導入費用の削減、及びネットワークの共用化が実現できるものです。

(※1) 共用端末：1台の端末で複数の電子マネーに対応できるマルチリーダライタ

(※2) 共同センター：クレジットカードの運用におけるCAFIS®のように、全ての電子マネーの電文を一括して送信すれば、センター側で後方処理を行った後に、電文を振り分けて、各電子マネー事業者に配信する新しいシステム構築手法

共用端末・共同センターシステム イメージ図



また、この共用端末・共同センターシステムを採用し、百貨店が電子マネーを受け入れるメリットは以下の通りです。

1. 最大8種類の電子マネーに対応、ローコストで導入可能

- 軽装備・多機能な新決済インフラを構築。
- 導入コスト明確。百貨店が共同で外部化するため、1社で構築する場合に比べて導入コストを低減。
- いつでも、自社の電子マネー導入の検討が可能。

2. 顧客利便性が向上

- 共用端末にかざすだけで、瞬時に決済できる電子マネーによる決済手段の拡大は、利便性を向上。
- 顧客は小銭を用意する必要がない。

3. 販売手続きの効率化アップ、食料品売場での清潔感アップ

- 端末は POS 連動タイプのため、販売金額の 2 度打ちが発生せず現場オペレーション負荷が軽減。
- 現金の授受がなく、食料品売場における清潔感を保つことが可能。釣銭間違いがなく釣銭準備金も減少、決済時間の短縮にも繋がる。

4. 新規顧客の来店動機付け、単価増・買上数量増の可能性

- マスコミでの取り上げ頻度も多く、今後更に拡大していく電子マネーを導入することは、若年層をはじめとする新規顧客の来店動機付けに繋がる。
- キャッシュレスによる購買の心理的障壁が低く、まとめ買い・ついで買いによる単価増・買上数量向上が期待できる。

当協会「百貨店向け・電子マネー共同センター検討会」では、百貨店が電子マネーを導入する仕組みとして、本スキームが、最も効率的・効果的に複数電子マネーのサービス受け入れ体制を整備できるものと考えています。

なお、同検討会では、本スキームによる電子マネー受け入れについては、導入に関する意思決定後、サービス開始までに最大 1 2 ヶ月を要すると試算しています。

また、個別百貨店の導入については、今後の検討になることから、現段階では各社の導入時期・導入規模等については未定となっています。

※ 「Suica」は東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。

※ 「PASMO」は株式会社パスモの登録商標です。

※ 「Edy」はビットワレット株式会社が管理するプリペイド型電子マネーサービスのブランドです。

※ 「iD」は株式会社 NTT ドコモの商標です。

※ 「QUICPay」はモバイル決済推進協議会が推奨するポストペイ型非接触 IC カードです。

※ 「Visa Touch」はビザ・ワールドワイドが日本で展開している非接触決済サービスです。

※ 「Smartplus」は三菱 UFJ ニコス株式会社の非接触決済サービスです。

※ 「CAFIS®」は株式会社 NTT データの登録商標です。

【お問い合わせ先：日本百貨店協会 企画開発部（西田・高橋） TEL:03-3272-1666 】