

# インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) レイタクダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ナカジマゼミ
麗澤大学	経済学部	中島ゼミ

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) パークナカジー	フリガナ) クラモチワタル	5	無	
パークなかじー	倉持航			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

無

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

日本のキャッシュレス化を進めるために～日本版 swish の提案～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

## 1. 研究概要 (目的・狙いなど)

現在、キャッシュレス化の動きが世界的に普及しており、現金を使わない社会へと急速に移行している。この間、日本では、キャッシュレス決済の比率が低い数値に止まっており、世界的なキャッシュレス化の波に乗り遅れてしまっている。日本では、クレジットカード、電子マネー、QR コード決済など多種多様な決済手段が導入されているにもかかわらず、なぜこのような結果になってしまっているのか。

キャッシュレス化を進めるフェーズを考えた場合には、2つの分野がある。1つは「B2C 決済」であり、これは、店舗と消費者間の決済を指す。もう一つが、「P2P 決済」であり、これは個人と個人との間の決済を指す。わが国のキャッシュレス化の議論をみると、もっぱら、クレジットカードや QR コード決済などの B2C 決済に焦点が当てられている。政府が進めているキャッシュレス化の政策でも、この B2C 部分が目標とされている。しかし、社会全体としてのキャッシュレス化を考えた場合には、B2C 決済だけでは話は完結しない。P2P についても対策を進めるべきだが、わが国では、P2P 部分がキャッシュレス化の議論の盲点となってしまっている。私たちは個人間の決済についても、現金を用いなくて、簡単に価値の受渡しができる手段が必要ではないかと考えた。

## 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

各国のキャッシュレス決済比率の状況（2015 年度）をみると、韓国が 89.1%と最も比率が高く、中国が 60.0%でこれに次いでいる。このほか、カナダ、英国、豪州、スウェーデン、米国などが、40～50%台となっている。これに対して、日本キャッシュレス化比率は、18.4%と世界的にみてかなり低い位置にある

日本国内におけるキャッシュレス決済率の推移について。2008 年から 2016 年にかけて、キャッシュレス支払いの比率が 11.9%から 20.0%へと、8 年間でほぼ倍増しており、キャッシュレス化は着実に進んでいるようにも見える。キャッシュレス支払額のうち、クレジットカードによる支払が 54 兆円と大部分を占めているほか、電子マネーによる支払いも 5 兆円を上回ってきている。以上のことから、わが国ではキャッシュレス決済比率が年々上昇しているにもかかわらず、海外の水準には遥かに及ばないという実情が分かる。

P2P について海外の事例を調べてみたところ、いくつかの国において、「携帯番号送金」という個人間送金の仕組みがあることが分かった。この仕組みでは、携帯電話番号を銀行の口座番号の代わりに使うことによって、携帯電話（スマホ）を使った 24 時間 365 日のリアルタイム送金を実現している。こうした中で最も普及率が高いのが、スウェーデンの「Swish」であるが、このほかにも、デンマーク、ノルウェー、英国などで同様なサービスがある。最近では、こうした携帯番号送金は、タイ、シンガポールなどのアジア諸国や米国へと広がりを見せており、世界的な潮流となりつつある。

## 3. 研究テーマの課題

現在の日本では、各銀行がバラバラに独自のキャッシュレス決済に取り組んでおり、その結果、銀行のキャッシュレス・サービスが乱立してしまっているという問題がある。この結果、「フラグメンテーション」（サービスの分断化）が生じている。例えば、みずほ銀行や一部の地銀は「J-Coin Pay」、ゆうちょ銀行は「ゆうちょ Pay」、横浜銀行は「はま Pay」といったように、独自のキャッシュレス・サービスを導入している。そのため、こうしたサービスを使って異なる銀行間での送金のやり取りができなくなってしまっている。

日本には銀行が主体となっているキャッシュレスだけでなく、ノンバンクが主体となっているキャッシュレスのサービスも数多く存在する。ノンバンクのサービスの場合には、まずアプリ内の口座にお金をチャージすることが必要であり、その上で、残高の範囲内での支払を行うことができる。銀行のサービスであれば、銀行口座の残高をそのまま支払に当てることができるのに対し、ノンバンクのサービスの場合には、ひと手間多く必要となるのである。また、折に触れて残高を確認することも必要であり、複数のノンバンクのサービスを利用する場合には、こうした手間が何倍にもなる。

銀行本来の役割は、ネットワークを形成し、銀行同士で協力し合い、決済を便利にすることである。現在の「全銀システム」がその好例であり、こうした銀行のネットワークがあることによって、我々ほどの銀行からどの銀行にも送金ができるようになっている。しかし、現在の日本の銀行は、それぞれがバラバラにノンバンクと提携して、独自のサービスを導入し、その競争力を競い合っている。それによって、前述したフラグメンテーションの問題が発生しており、銀行はその本来の強みを殺してしまっている。

ネットワークの形成により強みを発揮するべきはずの銀行が、自行の利益だけを追求して、独自のサービスを競い合ってしまう。銀行全体が協力して、世の中を便利にしようとする心意気を感じることができない。その結果、世界的な携帯番号送金の潮流からも置いていかれようとしている。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

日本のキャッシュレス化を進めるためには、B2C のみならず、P2P 決済のキャッシュレス化を進める必要がある。そこで私たちは、海外の事例を参考に「日本版 Swish」を提案したい。日本版 Swish とは、スウェーデンの「Swish」を参考にして、ケータイ番号と口座番号を紐づけた携帯番号送金サービスのことである。日本版 Swish のメリットは、「いつでも」「どこでも」「簡単に」送金することができる点となる。このサービスにより、日本のキャッシュレス化で空白部分となっている P2P 決済で現金が不要となり、日本のキャッシュレス化を完結させることができる。

日本版 Swish を実現させるためには、ケータイ番号と銀行の口座番号とを紐づけたデータベースを構築する必要がある。それには、一定のコストが必要となるが、大規模な決済システムを新たに作る訳ではないので、さほど大きなコストではないものと考えられ、他国の事例をみても十分可能とみられる。

携帯番号送金のためには、その前提として、24 時間 365 日のリアルタイム決済が必要となる。全銀システムでは、2018 年 10 月に、従来の「コアタイムシステム」（平日 8 時 30 分～15 時 30 分）に加えて、新たに「モアタイムシステム」（15 時 30 分～、土日祝日）を稼働させた。これにより、24 時間 365 日いつでもリアルタイム決済が可能となった。つまり、実は、日本版 Swish を導入するための前提となるインフラ整備は整っている。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

毎週、話し合いを行い、インターネットや参考文献を用いり、市場のデータを集め、議論を重ねた。

## 6. 結果や今後の取り組み

今後は、日本銀行主催の小論文・プレゼンテーションコンテストに参加し、我が国の中央銀行に提言する。

## 7. 参考文献

・中島真志（2015）『入門企業金融論』東洋経済新報社

・中島真志/島村高嘉（2017）『第 30 版金融読本』東洋経済新報社

・Swish ホームページ 7 月閲覧

<http://www.getswish.se/>

・経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」 7 月閲覧

<https://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001.html>

・国際貿易投資研究所(ITI) 7 月閲覧

<http://www.iti.or.jp/flash327.htm>

・スマレジ 7 月閲覧

<https://smaregi.jp/product/creditcard.php?argument=3WnqeVVP&dmai=a5cab04ecccf7>

・全国銀行資金決済ネットワーク 7 月閲覧

<https://www.zengin-net.jp/>

・ORANGE POS 7 月閲覧

<https://orange-operation.jp/posrejihikaku/business-app/12296.html>

### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経 BP マーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

**↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください**