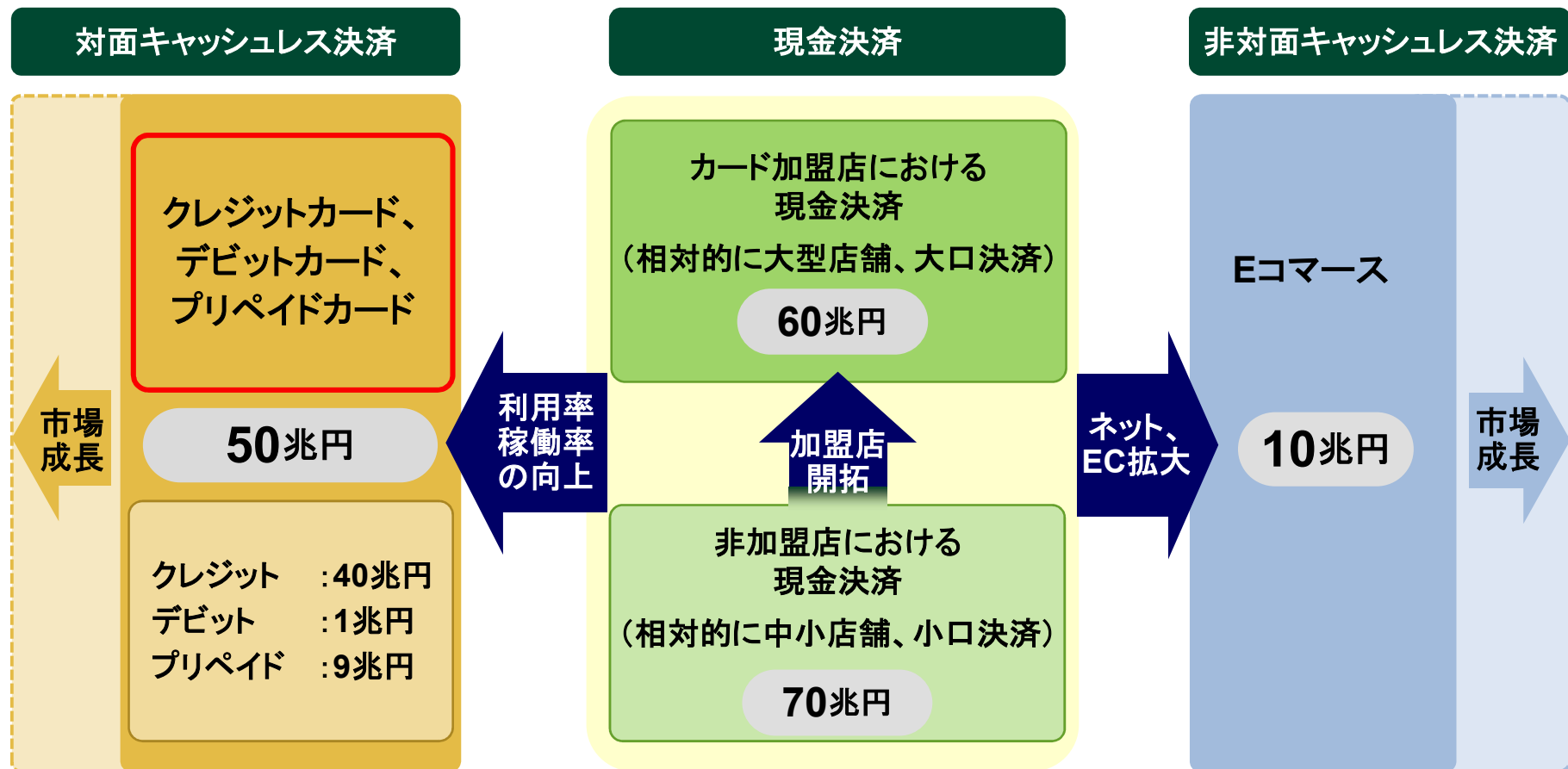


SMBCグループのキャッシュレス戦略について

LEAD THE VALUE

我が国の決済市場

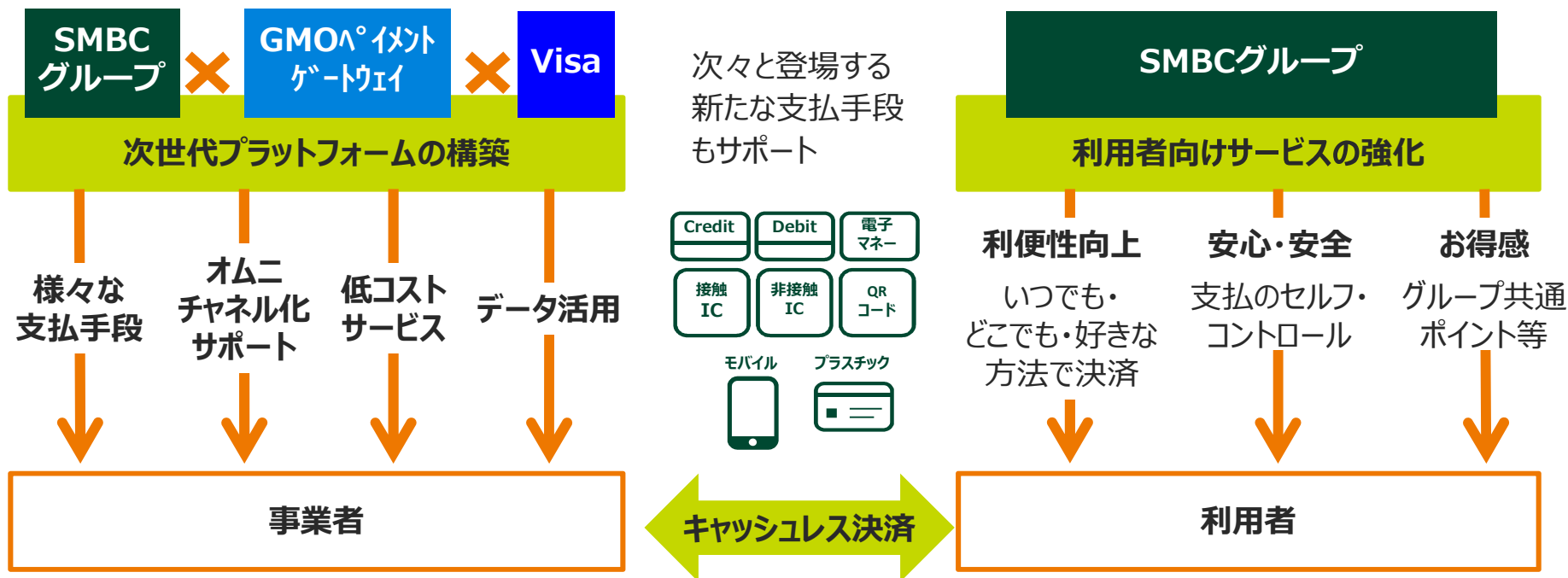


別途口振等が 60兆円 存在

キャッシュレス化に向けた課題

- 利用者：①使い過ぎの不安、②セキュリティが不安、③紛失・盗難が不安
- 事業者：①決済端末が複数必要、②決済端末が高い、③対面/非対面で売上データが一元化できない

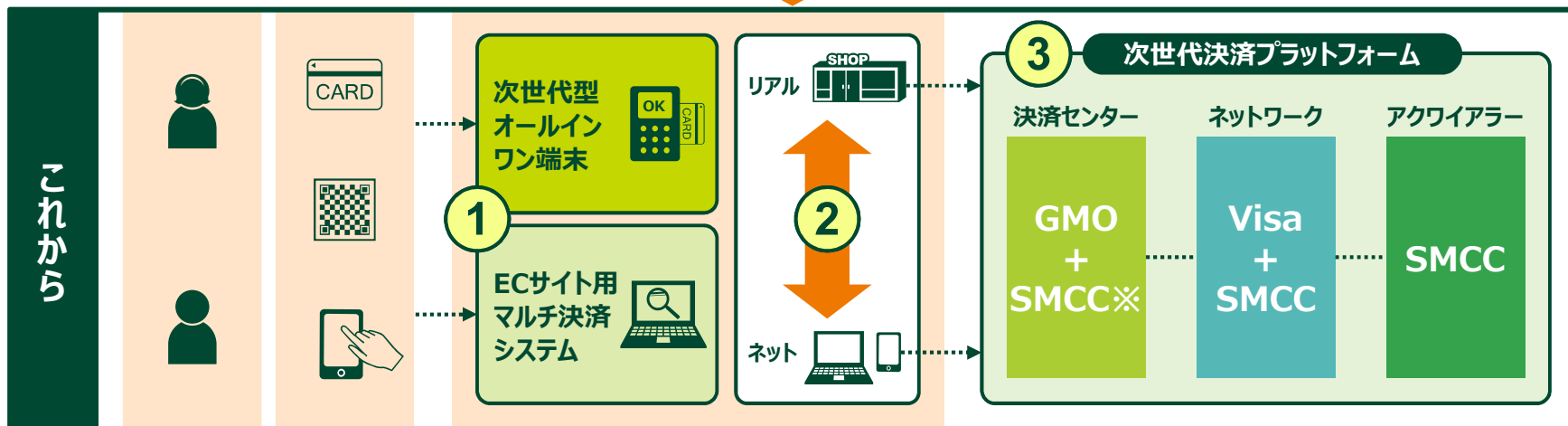
■ SMBCグループのキャッシュレスへの取組み



利用者・事業者双方に対する包括的な取組みを通じて
日本のキャッシュレス化を推進

SMBCグループのキャッシュレスへの取組み 次世代決済プラットフォーム

- 1 あらゆる決済に1台で対応する次世代決済端末
- 2 リアルとネットをシームレスに融合（オムニチャネル化）
- 3 世界水準のセキュリティと安定性を担保 高付加価値サービスの提供



三井住友銀行のキャッシュレスへの取組み 事業者・利用者向けサービスの強化

- Square※を活用し、中小加盟店を開拓
- モバイルアプリの機能を拡充し、利用者の利便性を向上

- Squareを活用した中小加盟店の開拓
- SMBCの顧客基盤・支店網の活用



カード決済が可能



- SMBCアプリのリニューアル

デビットカード即時発行



支払限度額設定



銀行口座とカードの一括管理

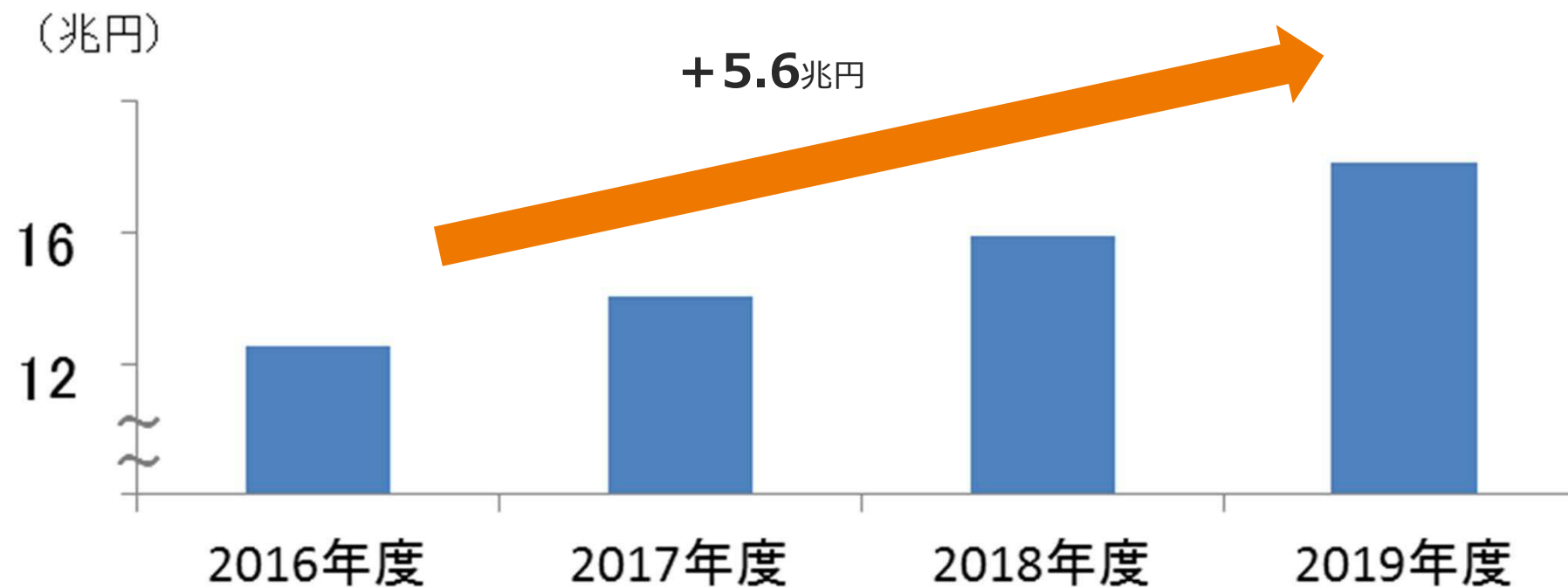


他行口座を含む資産管理



※Square社が提供するスマートフォンを利用したクレジット決済サービス。同社は、サンフランシスコを本社とする米国のテクノロジーカンパニー。

■ (参考) クレジットカード買物取扱高



※クレジットカード及びデビットカードでの買物取扱高 (SMCC+セディナ)