



***Edy*の現状**

電子マネー 今後の発展性

2008年 5月16日





電子マネー *Edy* の運営会社の概要

名称 : ビットワレット株式会社 (bitWallet, Inc.)
資本金 : 363.7億円
設立日 : 2001年1月18日
事業内容 : **Edy** 事業の企画・運営、ブランドの管理
Edy バリューイシューや利用店舗の開拓

■ 株主構成 (61社)

銀行・証券 (5社)

三菱東京UFJ銀行
三井住友銀行
野村ホールディングス
野村證券
新生銀行

クレジットカード (11社)

ソニーファイナンス
ジャックス
三菱UFJニコス
UCカード
オーエムシーカード
楽天KC
オリエントコーポレーション
ジェーシービー
ライフ
アプラス
セントラルファイナンス

メーカー (18社)

ソニー
日本コンラックス
トヨタ自動車
グローリー
デンソー
富士電機リテイルシステムズ
富士通
富士ゼロックス
サンデン
富士電機システムズ
三菱電機
寺岡精工
NECインフロンティア
日本信号
日本電気
日立製作所
富士写真フイルム
セイコーインスツル

携帯電話事業者 (2社)

NTTドコモ
KDDI

システム開発 (4社)

日立ソフトウェアエンジニアリング
富士通エフサス
日本オラクル
インデックス・ホールディングス

印刷会社 (5社)

トッパンフォームズ
大日本印刷
凸版印刷
王子製紙
昌栄印刷

アミューズメント (7社)

第一興商
セガサミーホールディングス
エイバックス・グループ・ホールディングス
タイトー
バンダイナムコホールディングス
テクモ
総商

その他 (9社)

全日本空輸
日本総合研究所
三井不動産
森トラスト
電通
博報堂
富士物流
伊藤忠商事
第一生命



目次

1. Edyについて

2. 今後のサービス・事業の発展

3. 最後に



Edy について

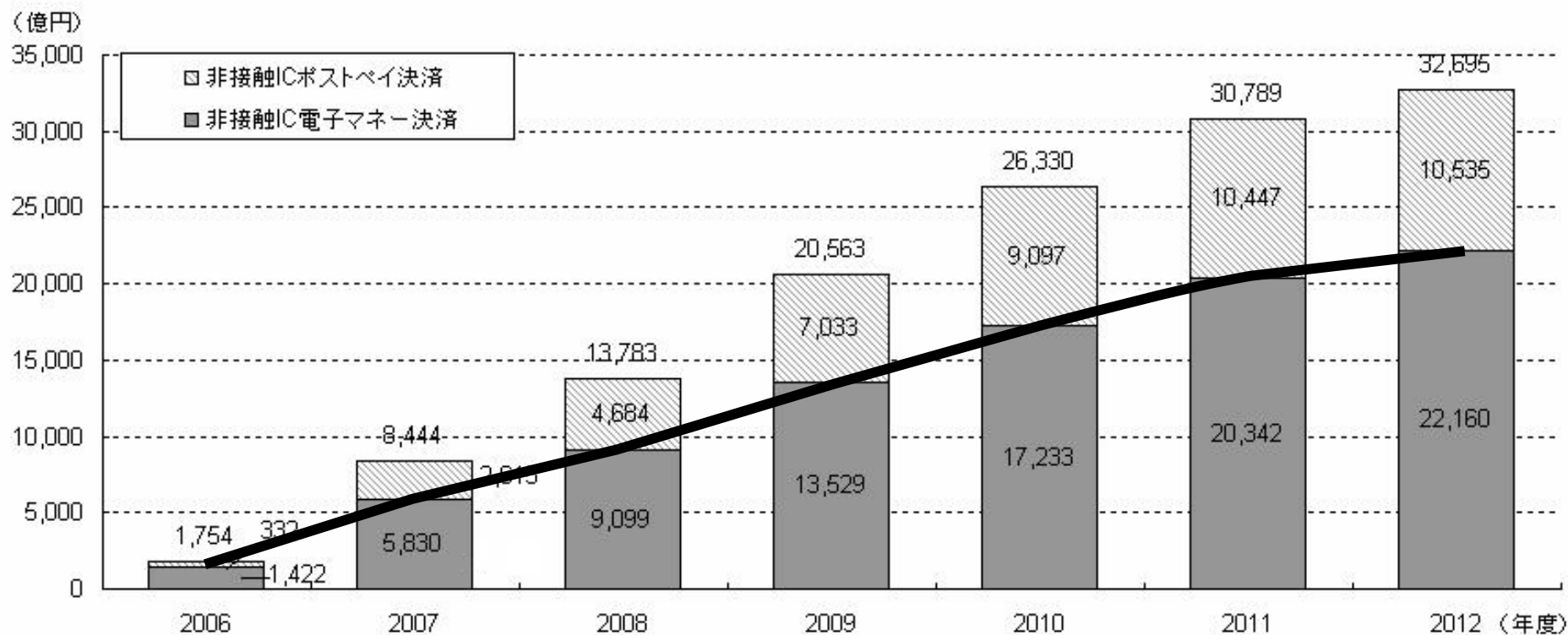


非接触IC決済市場規模予測

2007年度 非接触IC電子マネー決済 5,830億円

非接触IC決済市場規模予測

2008年1月発表

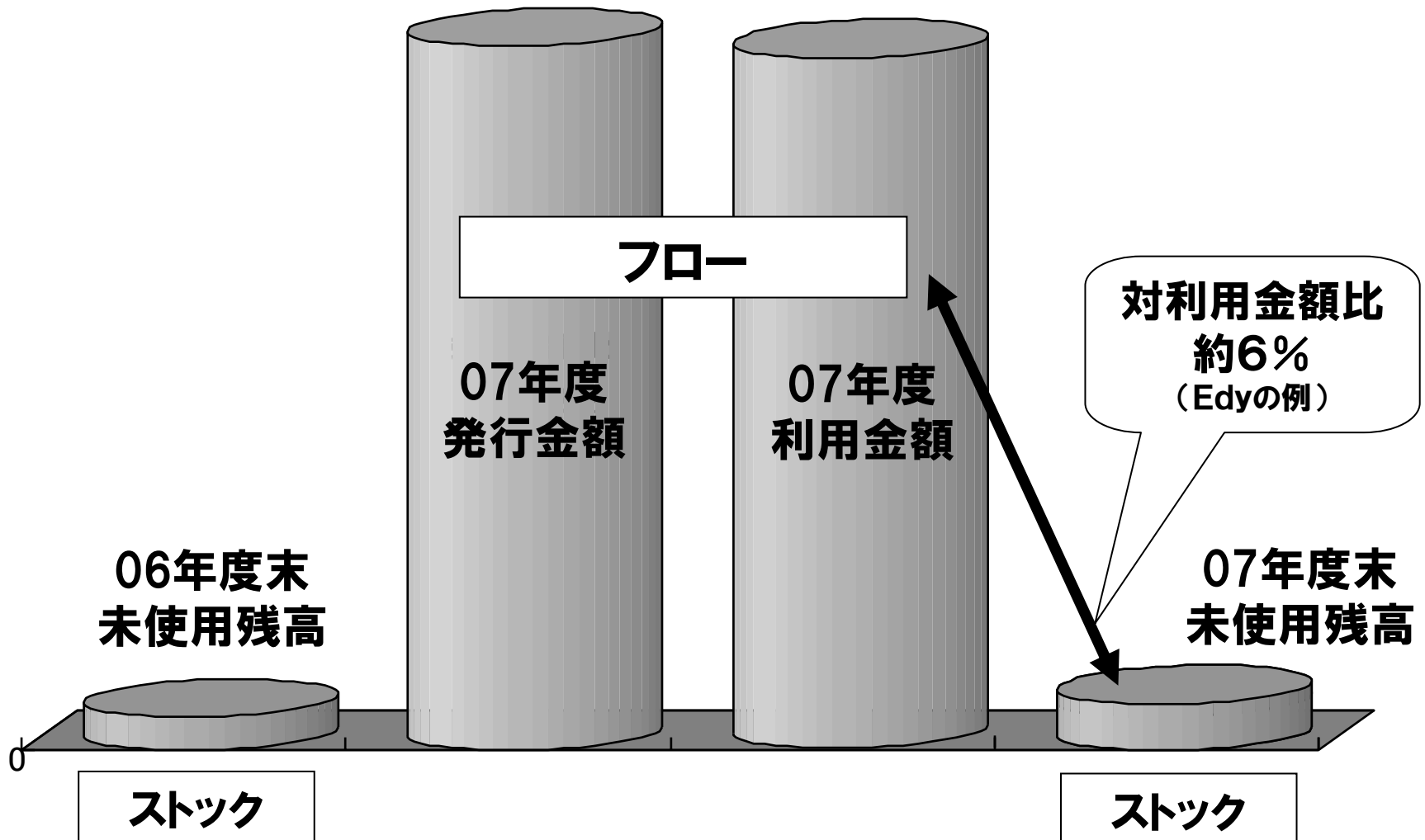


(出所) 野村総合研究所



電子マネーのフローとストック

銀行と異なり、フローに対してストック(残高)は小さい





電子マネー・サービス **Edy** とは

非接触 ICカード技術「FeliCa」を活用したプライベート型電子マネー

- 上限金額は、50,000円（1回のチャージ金額の上限は、25,000円）
- 一度チャージしたら、原則として現金化できない



Edy カード等を入手



Edy をチャージ



Edy でお支払い

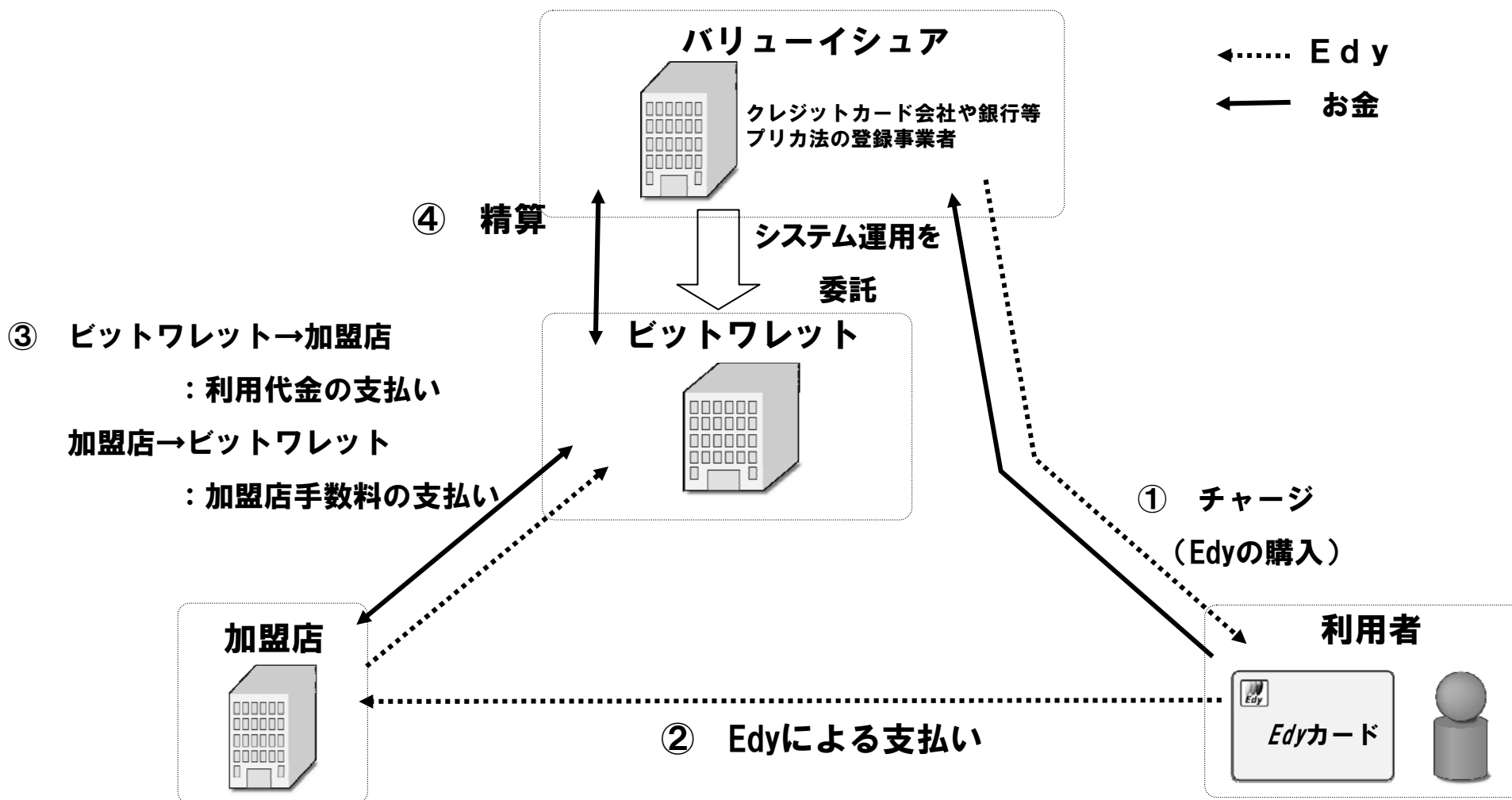
平均チャージ額 4,800円/回
月間平均チャージ回数 3.5回/月

【コンビニで】
利用金額 約500円/回
利用回数 約6回/月
【スーパーで】
利用金額 約2,000円/回
利用回数 約10回/月



Edyのビジネススキーム – Edyとお金の流れ –

ビットワレットは、バリューイシューと利用者・加盟店間のシステム運用を担う





イシュー・加盟店・ビットワレットの関係

バリューイシューは、ビットワレットに対し、 *Edy* の発行にかかるシステム運用と加盟店からの買取を委託

イシュー契約

(発行)

イシューは、エディの発行業務をビットワレット (bW) に委託するものとし、bWは自らの費用と責任において入金に必要な機器あるいはインターネットを利用した入金システムを整えた上で発行業務を遂行するものとする。

(利用)

bWが加盟店からイシューの発行したエディの買取依頼を受けた場合、イシューは、同額の金員を当該加盟店に支払うようbWに委託し、bWはこれを受諾する。

加盟店契約

(エディの買取)

bWは、加盟店が利用者から受領し、加盟店のエディ端末に集積されたエディを、次条及びbW所定の方法で買取るものとしします。



イシューと利用者の関係(利用約款)

EdyがEdyカードに蓄積された時点で、Edyの売買契約は成立

**支払い完了の表示があった時点で、Edyの移転が完了
→Edyの移転をもって、代金の支払いにあてる。**

利用約款

(エディの購入)

1. 利用者は、エディの購入を希望するときは、当社に対し所定の方法により申し込むものとします。
2. 利用者のエディに係る売買契約は、エディが利用者のEdyカードに蓄積された時に成立するものとします。なお、1回に購入できるエディの額は、第5条第2項の定めにかかわらず金25,000円相当を限度とし、かつ、当社所定の金額単位でのみ購入できるものとします。
3. 利用者が支払ったエディの購入代金は、利用者から当社に対し直接又は提携会社を通じて支払われるものとします。

(エディの使用)

利用者が加盟店の店頭において商品等の代金をエディで支払う場合は、当該加盟店がエディ端末に利用者の購入した商品等の代金額を入力した後、利用者がEdyカードをエディ端末の定められた部分に触れさせることにより同額のエディを移転させ、当該加盟店に対する当該代金を支払うものとします。この場合、商品等の代金額及び使用後のエディの残高は、エディ端末に表示されますので、この表示された時点をもって、利用者は、当該代金表示金額及びエディ残額表示金額に誤りのないことを確認したものとみなします。



電子マネー(ストアバリュー型)普及の背景と課題

過去の他社の事業トライアルでの課題

- ① ユーザー・加盟店の利用の必然性が不明確
- ② システム投資負担の主体者が不明確
- ③ 小額決済ゆえに手数料額が小さく、投資回収が困難

ビットワレットのチャレンジ

- ① 加盟店メリット(CRM)・利用者メリット(インセンティブプログラム)を創出
 - ・ 単なる決済手段では、普及しなかった
 - ・ マイレージとの連携のようなイノベティブな発想により新たなメリットを創出
- ② ビットワレットが主体的に利用システム環境を整備
 - ・ 端末コスト・店舗決済システム開発
 - ・ 入金環境整備コスト
 - ・ カードコスト
- ③ トランザクションのボリュームをあげることに加えて、トランザクションデータを基にした販促・マーケティング事業等の収益機会創出にチャレンジ



Edyの普及状況

決済プラットフォームの構築＝マーケティング事業のための環境整備

市場に頒布したカード **約3,880万枚**

(うち携帯電話) **約760万台**

決済環境を整備した加盟店 **約74,000店**

月間取扱件数 **約2,400万件**

2008年4月1日現在



Edy 利用システム環境の整備

ビットワレットが主体的に利用システム環境を整備



全国約74,000店で利用可能

コンビニエンスストア 	飲食店 	スーパー・日用品 	専門店 	ホテル 	学校 22大学 35キャンパス 等	
健康・薬局 	百貨店 	書籍・レンタル・CD 	交通 	アミューズメント 	職域 200拠点以上	
インターネットカフェ 					自動販売機 6,600台	
商業施設・商店街						
さっぽろ地下街 スカイビル アクアシティ	ゲートシティ大崎 コレド日本橋 品川インターシティ	新宿パークタワー テックス東京ビーチ メディアージュ	元町ショッピングストリート 横浜中華街 大須商店街	あべちか 心斎橋商店街 天保山ハーバービレッジ	神戸南京町 神戸元町商店街 ゆめタウン	道後商店街 天神地下街 ハウステンボス
上通商店街 下通商店街 沖縄アウトレットモールあしびなー 等						



入金システム環境の整備

ビットワレットが入金システム環境を整備

リアルでのチャージ 全国36,000箇所以上

チャージ拠点



チャージ機の設置、メンテナンス、現金の回収／POSチャージにおけるチャージ業務委託

パソコン・ケータイでのチャージ

クレジットカードからのチャージ



銀行口座等からのチャージ



チャージ手数料



Edyカード/ケータイの普及

600種類以上、約3,880万枚(うち、携帯電話 約760万台)のカードや携帯電話を発行

形式	種類		例
カード	会員証一体型	100券種以上	
	キャッシュカード一体型	15券種以上	
	クレジットカード一体型	140券種以上	
	社員証・入館証・学生証一体型	社員証/入館証: 200社以上 学生証・生協カード: 20校以上	
携帯電話	おサイフケータイ	NTT DoCoMo au by KDDI SoftBank Disney mobile	



CRM - 航空会社による活用

Edy 搭載

おサイフケータイ

AMC*Edy* カード

ANA*Edy* カード



ANA のメリット

ANAカードホルダーの拡大
ANA利用者の拡大

Edy 加盟店のメリット

ANAユーザーを送客
ANA媒体での広告効果

フライトで貯める

Edy でのお支払い
200円ごとに1マイル貯まる

Edy 加盟店



ANAマイレージ



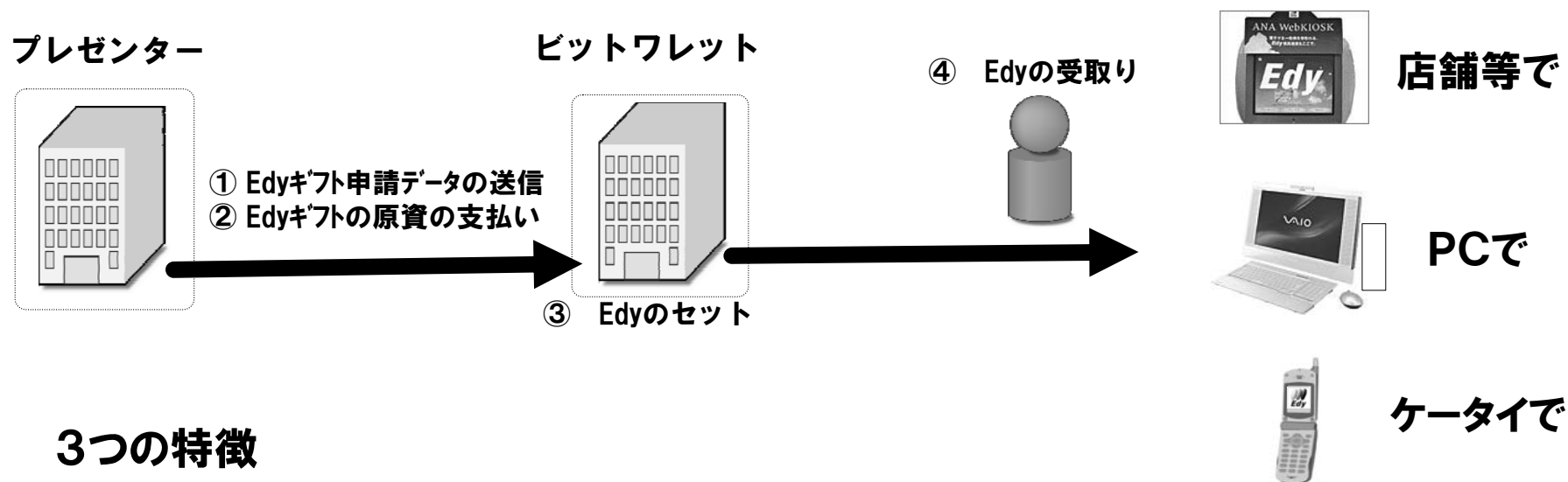
フライトに使える

10,000マイルを
10,000円分のEdy に交換できる。



CRMツール – Edyギフトサービス

利用者のEdyカードやケータイに、Edyを届けるサービス
インセンティブ提供等に活用できる安価で簡易な販促ツール



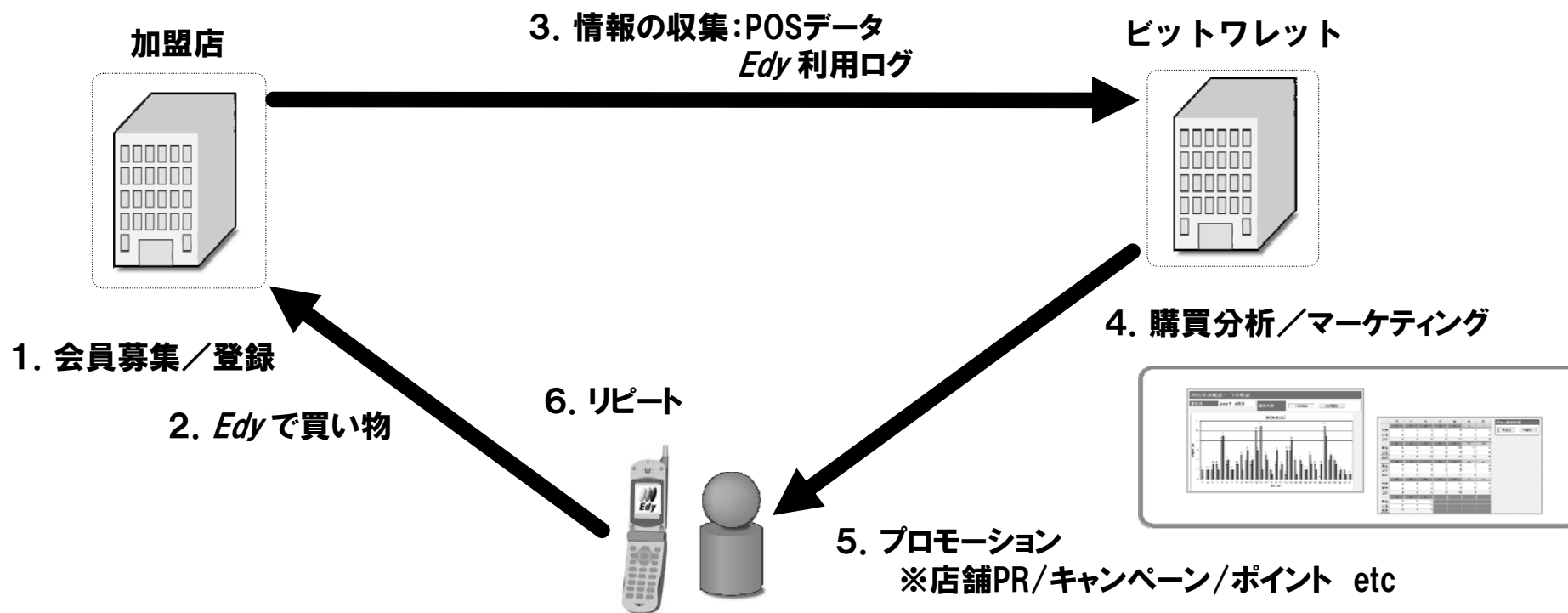
3つの特徴

- 個人情報不要 Edy番号でお届けするカード・ケータイを特定
- 1円単位の設定 1円単位でお届けするEdyを設定可能
- 低コスト 郵送料/人件費が不要



CRM -Edy加盟店での活用

Edyの利用情報を活用し、顧客管理、購買分析による効果的な販売促進活動を実現





ビットワレットの考える電子マネーの今後の発展

新しいライフ(消費)スタイルの提供
(対エンドユーザー)

決済データに基づく、更に新しいマーケティング手法の提供
(対パートナー事業者)

決済・CRMプラットフォームとして拡大 ← 現フェーズ

ユーザー数、トランザクションデータ量が大きいほど、
将来に渡り、付加価値の高いサービスや新しい生活価値が提供できる
(決済金額は小さいが、そこに生じる情報に価値がある)

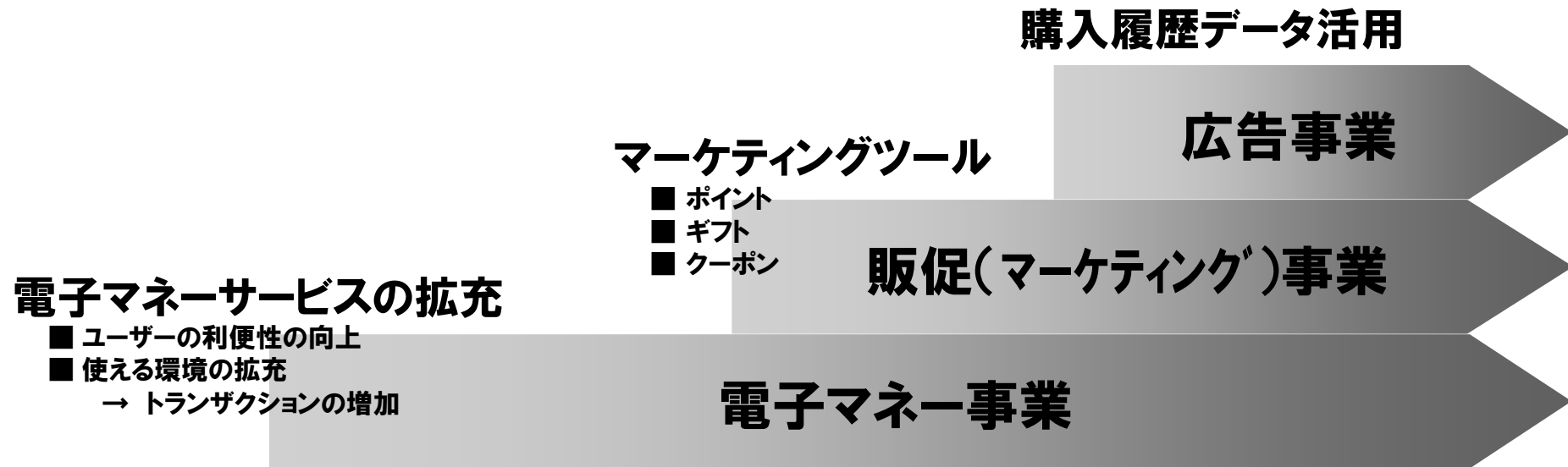


今後のサービス・事業の発展



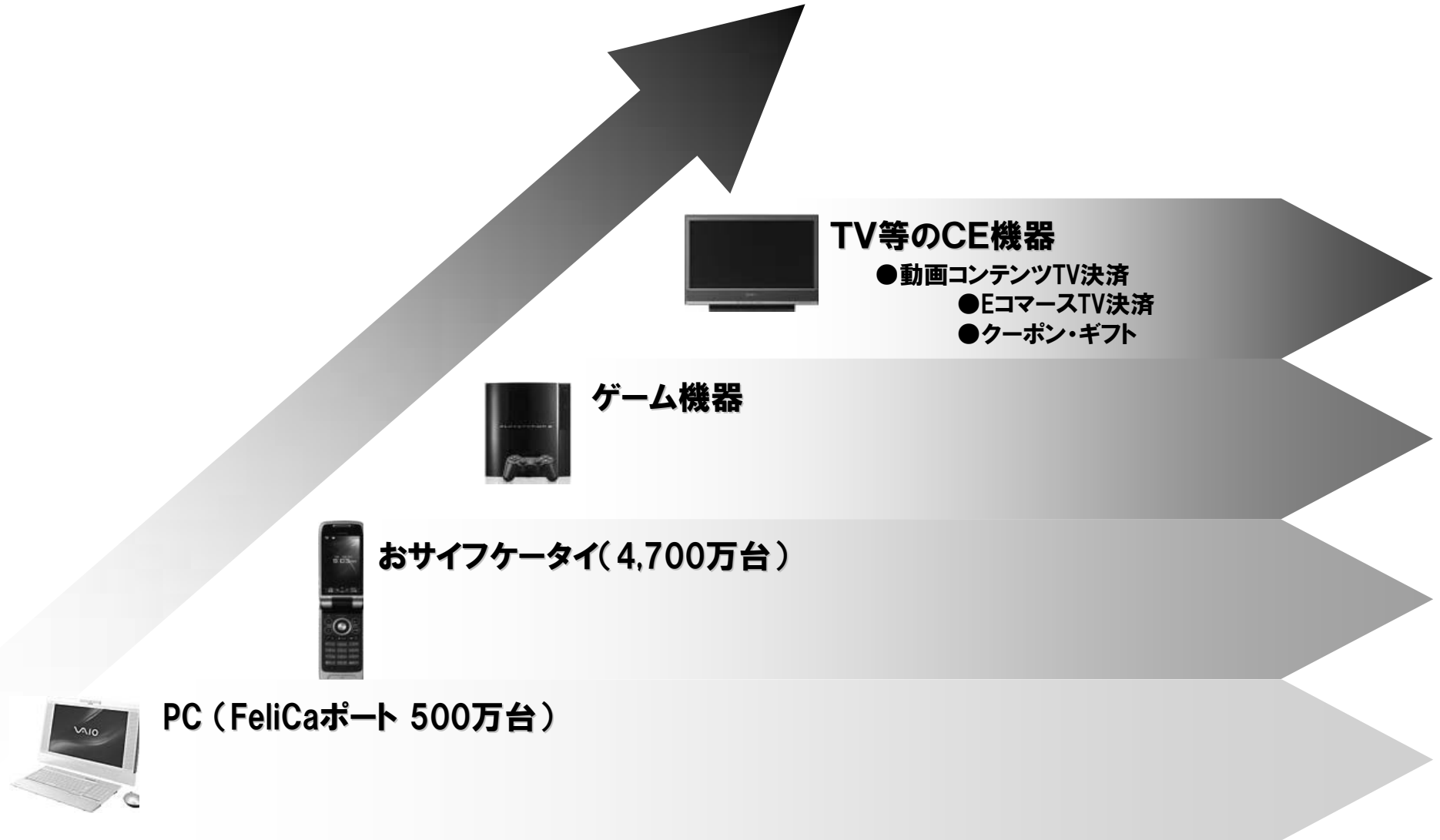
業態の発展可能性

電子マネーサービスの拡充により 販促(マーケティング)・広告事業への可能性が拡大





電子マネーサービスの拡充(1) リアルからネット環境へ





電子マネーサービスの拡充(2) サービスの発展可能性

現状

ストアバリュー型

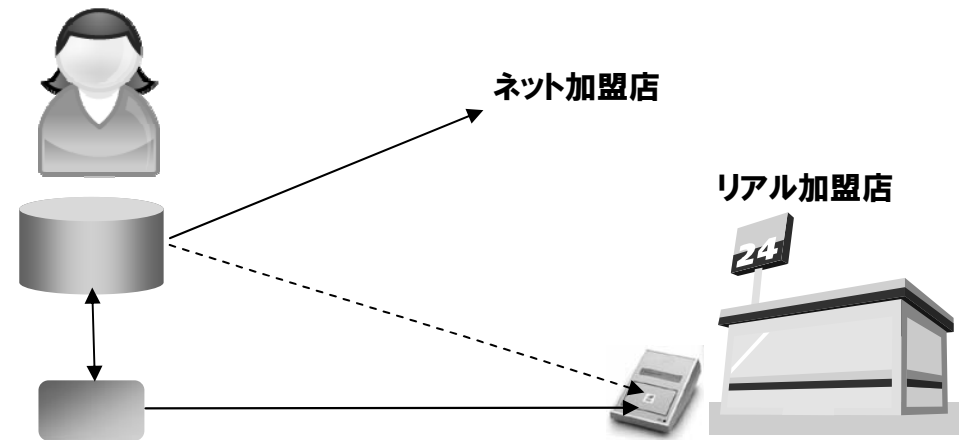


ストアバリュー型でのバリューの個人間やりとり

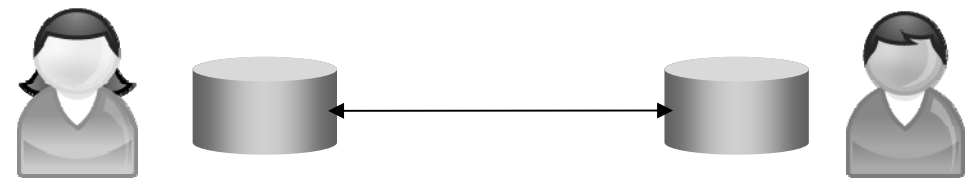


ユーザーのニーズによる発展可能性

サーバー管理型とストアバリュー型との併用



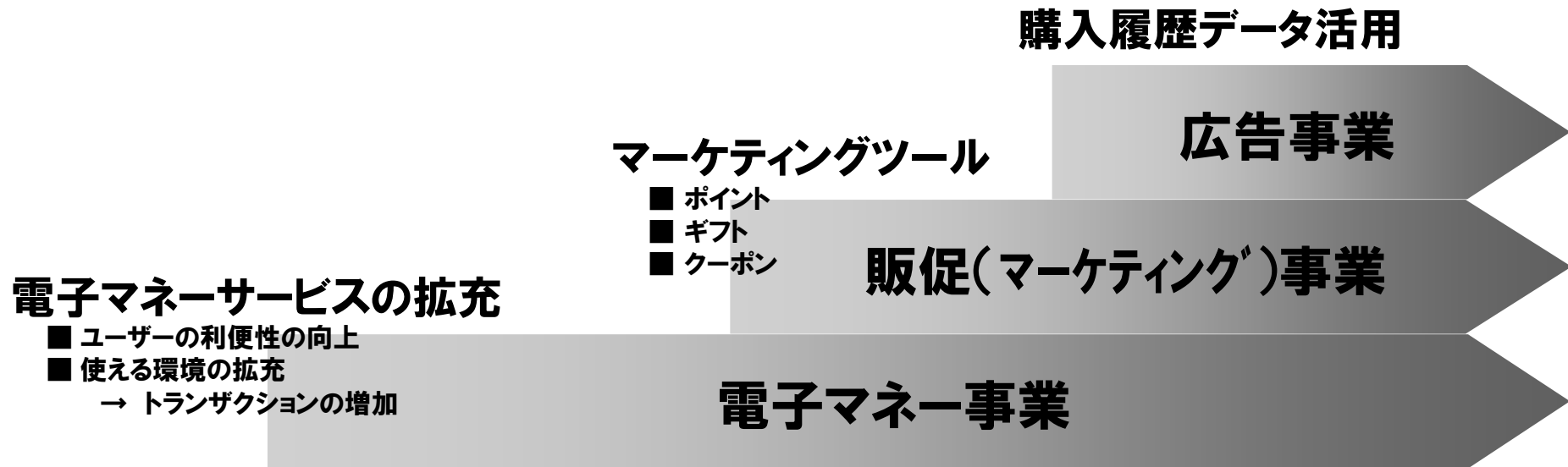
サーバー管理型でのバリューの個人間やりとり





業態の発展可能性

電子マネーサービスの拡充により 販促(マーケティング)・広告事業への可能性が拡大





マーケティングツール Edyの事例

「Edyスマイルクーポン」サービス

- ① 携帯/パソコンから
クーポンゲット



クリック!

- ② Edyで支払い



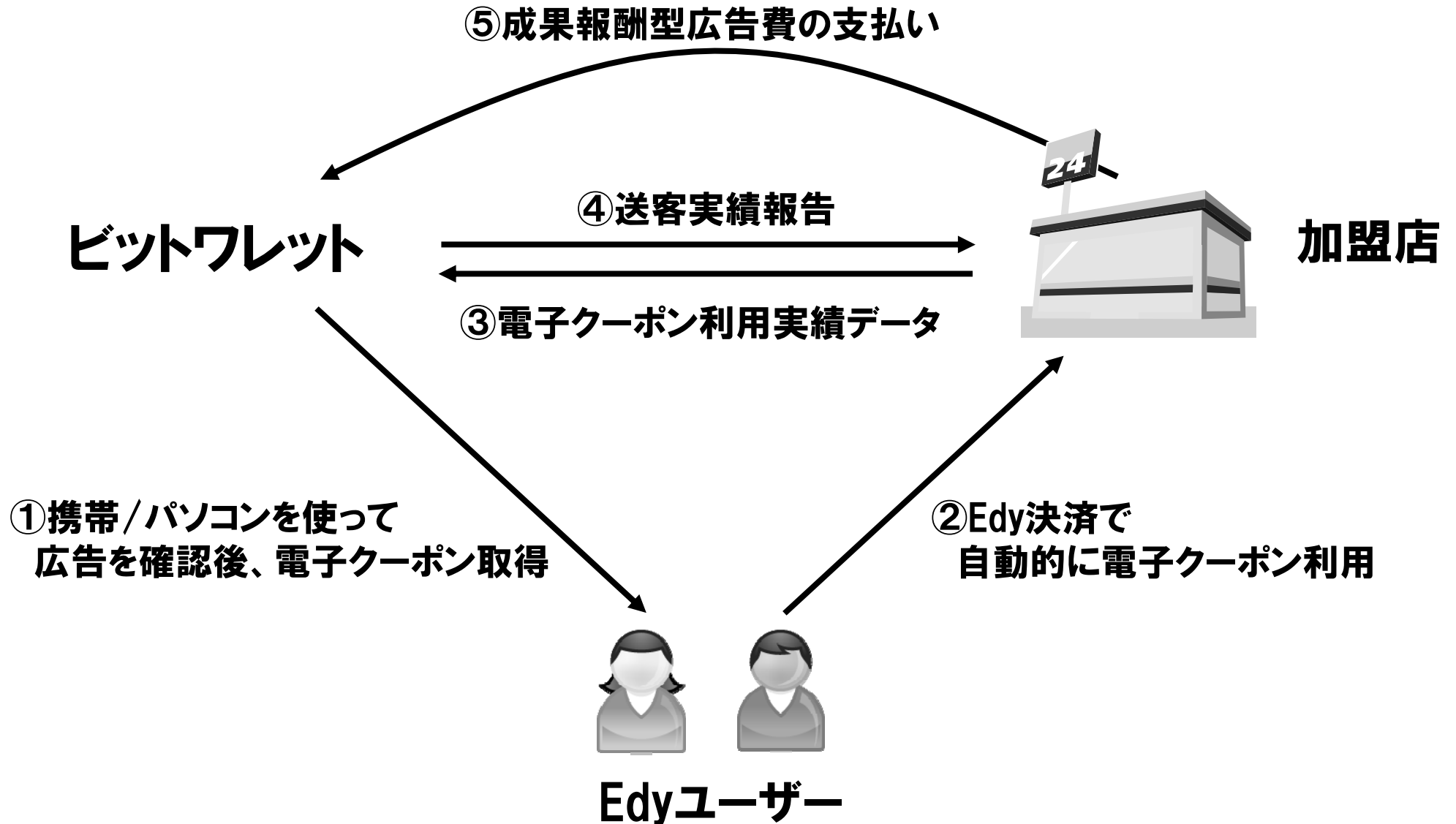
- ③ 後からまとめて
Edyギフトを受け取り



色々なシーンで得た特典を
月に一度まとめて受け取る
“貯金箱方式”



Edyの事例：購入履歴データを活かした広告事業の一例





最後に



最後に（１）

サーバー管理型とストアバリュー型の併用

現行プリカ法によると、利用者がストアバリュー型からサーバ管理型に移動した価値は、利用者の十分な認識がないうちに供託義務の対象から外れることになるのか。

この場合に、消費者保護の観点からの議論が必要。

「バリュー個人間移動サービス」の展開

チャージしたバリューが換金されない仕組みなら法律に抵触しないと確認済み。

（換金を行う場合には、「為替」に該当すると認識）



換金に対するビットワレットの考え

一旦チャージしたバリューを換金不能とした理由

【ビジネス上の理由】

- **利用(決済)を促進し、トランザクションを増やすことが、ビジネスモデルの基礎となっている。**
 - 加盟店手数料
 - トランザクションデータを基にした販促(マーケティング)・広告等の収益
- **コストが高まり、事業の継続性に悪影響を及ぼす可能性がある。**
 - セキュリティ・インフラ等

【社会的な要請】

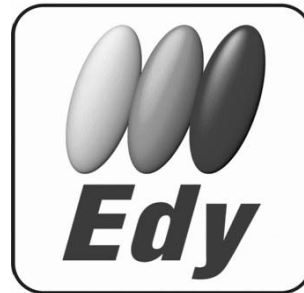
- **換金を認めると不適切な利用を促進しかねない。**
 - マネーロンダリング
 - クレジット情報の不正な入手の助長(クレジットチャージによる換金)
 - 換金によるポイント獲得のみを目的とした利用



最後に（２）

電子マネーの枠組みの議論に対するビットワレットの見解

- 「システミックリスクの大きい資金決済システム」とは異なる小口の決済のみを行う非換金の決済手段
- 現行プリカ法の下、十分な消費者保護の枠組みを提供していると認識
- 事業者の絶えざるイノベーティブなサービス展開が必要



<http://www.edy.jp>