

デビットカードサービスの進展とシステム対応

デビットカードサービスでは、2000年3月6日、サービス拡大の要となる「クリアリングセンター」が本格運用を開始した。本稿では、デビットカードサービスの概要と、当初それほど普及が見込めないとされていたこのサービスが拡大の様相を呈し始めている理由、および導入を検討する際のポイントについて述べる。

デビットカードサービスとは

デビットカードサービス（以下、デビットサービス）とは、金融機関のキャッシュカードで商品などの代金を支払うことができるサービスのことである。「デビット」とは、会計用語で「即時決済（すぐに支払うこと）」を意味し、後で分割や一括での支払いを行う「クレジット」と対になる言葉である。

デビットサービスでは、小売店の店頭で端末を使ってキャッシュカードの磁気ストライプを読み取ったうえ、顧客が入力した暗証番号を、売上金額とともに送信すると、情報処理センター、CAFISセンター（カード決済スイッチングセンター）を経由して、カード発

行銀行の口座から、即座に決済を行うことができる。

日本デビットカード推進協議会は、郵政省、富士銀行が中心となって設立された。

まず、1999年1月から加盟店8社および郵便貯金を含む8金融機関により「J-デビット」サービスが先行的に開始された。

その後、2000年3月6日からは、「クリアリングセンター（デビットサービス開始後の、膨大な数の売買にともなう資金の流れを円滑に処理するために、決済情報を一元的に管理する情報集中センター）」が本格的に稼働し、加盟店は、各金融機関と個別に契約を結ばなくても、加盟店と取り引きする1つの銀行

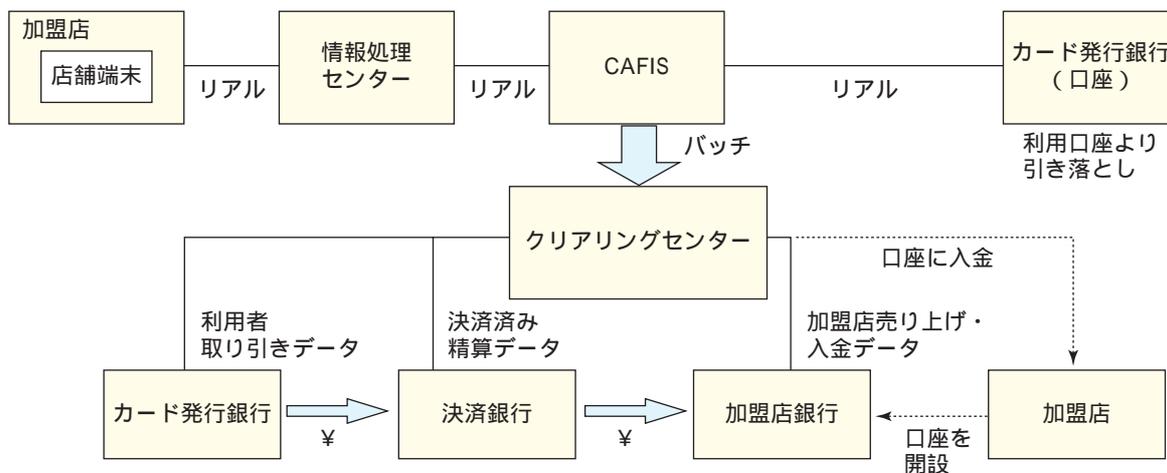


図1 デビットカードシステムの概要

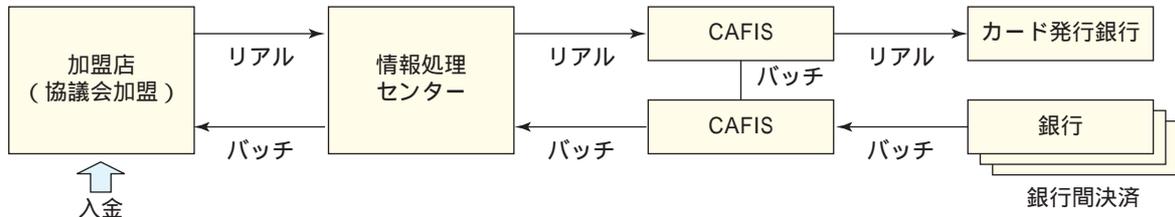


図2 直接加盟店の決済処理の流れ

(加盟店金融機関)と契約をするだけでサービスを開始できるようになった(図1参照)。

これにより、全国617の金融機関のキャッシュカードがデビットカードとして使用可能になると同時に、全国で6万600を超える店舗でデビットサービスが利用できるようになり、デビットサービスの利用を加速する下地はほぼ整ったといえる。

加盟店契約の2つの形態

デビットサービスには、加盟店契約の形態として以下の2つがある。

直接加盟店

直接加盟店方式は、加盟店が金融機関と直接加盟店契約を結ぶ形態である。この方式では、日本デビットカード推進協会に加盟する必要がある。しかも入会金、年会費が必要であり、手続きも煩雑である。

入金は3営業日後に、加盟店が金融機関に開設した自社口座へ直接行われる。大手向けの形態といえる(図2参照)。

間接加盟店

間接加盟店方式は、加盟店が決済代行を行う情報処理センターと加盟店契約を結ぶ形態である。この場合は、日本デビットカード推進協会に加盟する必要がないため、契約手続きが簡単で、入会金、年会費などもないなどの特長がある。

情報処理センターの口座に入金後、月に1~2回程度の締め後に加盟店口座に入金される。手数料は若干割高になる。中小店舗向けの形態である(図3参照)。

デビットサービスのメリットと課題

デビットサービスは利用者、加盟店の双方にとっていくつかのメリットがある。その主

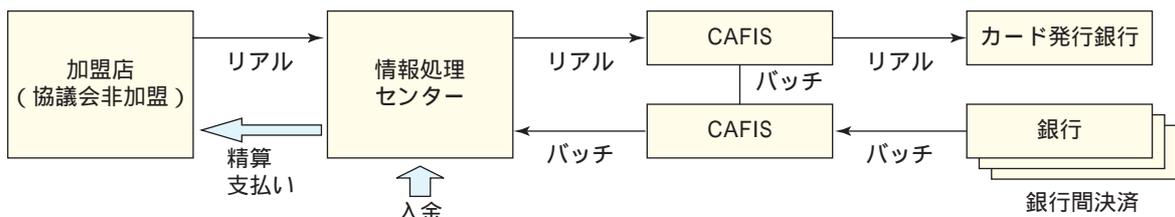


図3 間接加盟店の決済処理の流れ

なものは以下のとおりである。

(1) 利用者にとってのメリット

与信の制限枠がない

クレジットの場合、与信限度以上の利用ができないのに対し、デビットサービスの場合は、口座に残高があれば、残高の範囲内で高額を支払いも可能である。

利用者に手数料がかからない。

ATM（現金自動預け払い機）では、時間外や他行のカードを利用した場合に手数料がかかるが、デビットサービスの場合、利用者には一切手数料がかからない。

(2) 加盟店にとってのメリット

クレジットに比べ入金までの期間が短い

クレジットが「後払い」方式であるのに対し、デビットサービスは購入と同時に現金の受け渡しが行われる「即時払い」の方式である。したがって、加盟店にとっては販売から入金までの期間が短い。

クレジットに比べ手数料の率が低い

一般に、クレジットの手数料は3～7%程度であるが、デビットサービスのそれは2%前後といわれる。

(3) デビットサービスの課題

しかし、前述の利用者にとってのメリットは、それほど大きなインパクトのあるものではない。

欧米ではすでに、店舗で商品代金との差額をおつりとして、現金を受け取ることでできる「キャッシュアウトサービス」が行われている。日本ではまだ実現していないが、実現に向けて検討されている。

また、加盟店から見た場合、銀行に対して手数料を支払う必要があるため、現金決済に比べ多少なりとも加盟店の負担は大きくなる。さらに、加盟店の立場から見ると、新たなサービスを始めることは、追加投資にもつながる。

拡大の様相を呈するデビットサービス

こうした状況のもとで、当初、日本でのデビットサービスは、欧米ほどの普及は見込めないとの観測もあった。

しかし、現実には以下のような動きとも相まって、徐々にではあるが、デビットサービス拡大の様相を呈し始めている。

クレジットカード会社の積極参入も手伝って、クレジット兼用システムの利用が広がりつつある

中小店舗向けと考えられていた間接加盟店方式を、大手加盟店がトライアルユースとして積極的に推進する動きが出ている

高級専門店での対面販売やタクシー業界などで、無線型端末の導入が広がりつつある

このほかの動きも出ているが、現在までの

ところ、具体的にどのような動きが見られるのかを、次に紹介する。

デビットサービスの新しい動き

(1) クレジットカード会社が積極的に参入
クレジットカード会社が、デビットサービスに積極的に参入し始めている。またデビットサービスの開始をきっかけにクレジット、デビットサービス合わせての導入を検討するケースも多い。

クレジットと兼用して利用できるデビットサービスシステムを導入する際に考慮すべきポイントは、ネットワークシステムの安全性、性能および入金確認などの業務処理対応の面である。たとえば、デビットとクレジットでは取引から入金までのサイトや、取り扱い手数料に違いが出てくる。また、決済処理上の事故の処理手続きにも相違がある。

(2) 大手加盟店がトライアルユースを開始
間接加盟店方式を利用して、大手加盟店が、実験的にデビットサービスを開始する動きが出てきている。その際にポイントとなるのは、以下の2点である。

利用者が拡大したときの直接加盟店方式への転換が容易であること
既存システムとの整合性

トライアルとはいえ、とりあえずの導入を行うのでなく、本稼働後におけるシステムの姿を描いて臨む必要がある。

(3) 対面販売および無線型端末利用の動き
デビットサービスでは、利用者が暗証番号を入力しなければならない。このため、端末装置は利用者の手の届く範囲に置かれる。

高級専門店での対面販売では、店舗内のディスプレイに影響を出さない形で柔軟に端末を設置できなくてはならない。しかし、ショーケース上に端末を設置することは大きな問題となる。またディスプレイの変更のたびに店内に敷設された回線を引き直すのは費用、手間の面から避けたい。

これを解決するのが無線端末である。無線端末には、このほかにも外商、催事にも柔軟に対応できるメリットもある。

タクシー業界においては、デビットサービスの開始に合わせてデビット、クレジット両方の導入の検討が活発化している。業態の特性上、カードサービスの導入が望まれながらも長く実現できないできたが、移動体通信の普及にともない、導入が現実的なものとなってきた。

この結果、タクシー業界においては、決済用端末をタクシーのメーターと連動させる機能が必要となる。

このように、デビットサービスによる決済の開始に当たっては、システムや業態を考慮し、ポイントを押さえた導入、展開の計画が極めて重要である。

(野村総合研究所 神保範朗)