

第10節

ネットワークによる金融取引の進展

SECTION 10

→ 1 ユビキタスネットワークと金融

電子マネー、ネットバンキング、ネットトレード等に見られるように、非接触型ICカード等のユビキタスツールやインターネットの特性を活かした金融サービスが急速に普及している。このよう

な情報通信技術を活用した電子決済等の発展により、利用者は低コストで利便性の高い金融サービスを身近に利用することが可能になった。

→ 2 電子決済手段¹

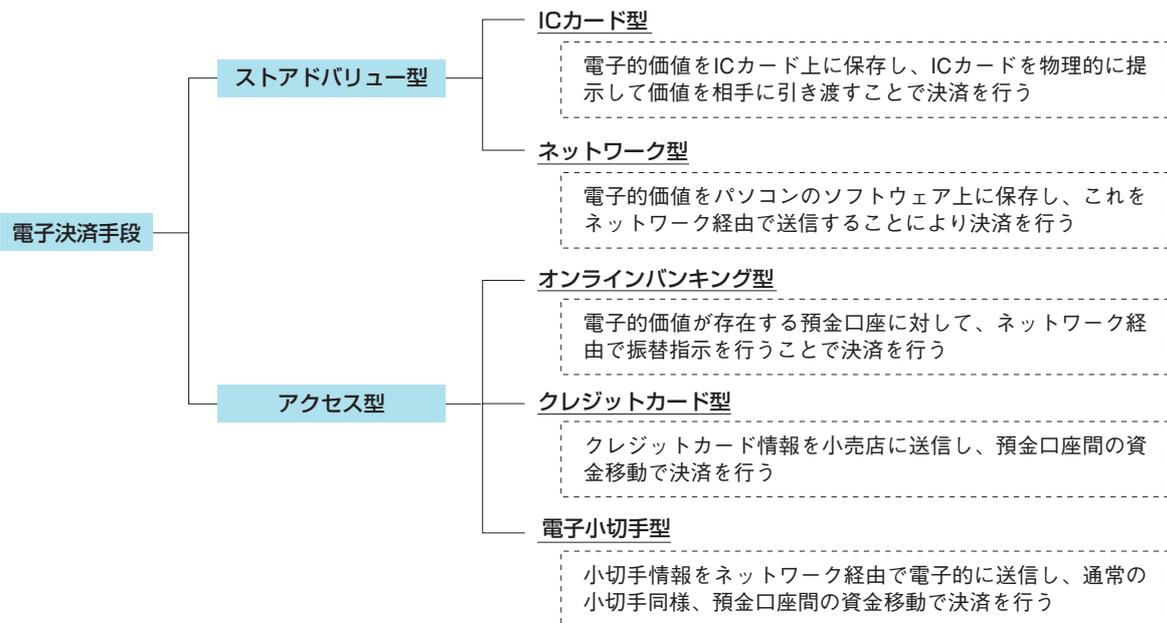
電子決済手段については、アクセス型とストアバリュー型の二つに分類される。前者が、取引の度に決済情報のやりとりを行うのに対して、後者は、取引ごとに決済情報をやりとりする必要がないという点に違いがある（図表1-10-1）。

ストアバリュー型は、ICカードやパソコンに予め現金や預金と引き換えに電子的貨幣価値を引き落としおき、経済活動の際に同貨幣価値のやりとりを通じて代価を支払いする方法を指す。狭義の電子マネーとは、このストアバリュー型のことを指す。

さらにこの狭義の電子マネー²は、金銭的な価値をICカード等に蓄積して決済を行うICカード型と、貨幣価値データの管理を行うソフトウェアをパソコン等に組みこんでネットワークを通じて決済を行うネットワーク型の2種類がある。

一方、アクセス型商品は、インターネットやパソコン等を用い、預金振替等の遠隔地から支払指示を行うことにより電子的に決済を行う手段である。インターネットバンキングはアクセス型の電子決済手段になる。

図表1-10-1 「電子マネー」の分類



¹ 以下の記述は館（2002）を基にしている

² 電子マネーは、広い意味で「お金」や「支払手段」の役割をする電子的なサービスのことを意味しており、既存の手形やクレジットカード、振替・振込などの金融機関（主として銀行）を経由した決済も、支払指示の電子化という意味では電子マネーに含まれる

1 電子マネーの現状

電子マネーとは、ICカードやパソコンにあらかじめ現金や預金と引き換えに電子的貨幣価値を引き落としとしておき、経済活動の際に同貨幣価値のやりとりを通じて代価を支払う方法を指す。クレジットカード、デビットカードが決済情報を送信するのに対して、電子マネーは決済情報の送信はない。このため、クレジットカードやデビットカードが比較的高額な決済に利用される一方で、電子マネーは少額の決済に用いられることが多い。

最近では、①非接触型ICカードの発達により、端末間の情報交換のスピードが格段に高速化し円滑な決済が可能になったこと、②交通機関、携帯電話会社等のインフラ関連事業と連携することで、全国展開を低コストで行うことが可能となったこと、③参加企業や利用者が増大したことによりネットワーク効果が働いた、等の理由によりプリペイド型電子マネーの普及が進んでいる。

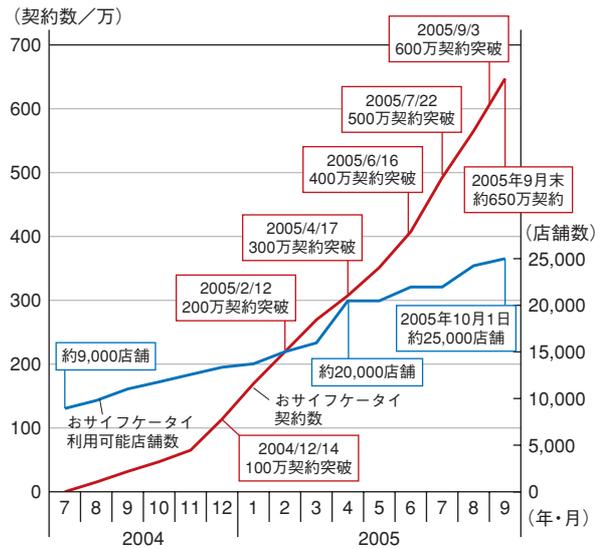
中でも、利用者が拡大しているのがEdyとSuicaである。

非接触型ICカードであるEdyは2001年から本格的に発行され、主にコンビニエンスストア、ファーストフード店等の店頭取引で使われている。パソコンに専用リーダーを接続すれば、ネットワーク上でショッピングを行うことも可能である。Edyは携帯電話端末への搭載開始を契機として認知度を高めた。Edyカードの累積発行枚数は、2006年4月で約1,700万枚、約31,000店舗の加盟店がある³。な

お、非接触型IC技術の携帯電話への搭載をいち早く展開したNTTドコモの携帯電話端末（おサイフケータイ）の普及は、2006年1月で1,000万契約を超えた^{4,5}。また、同携帯電話端末対応の自動販売機は約6,800台に達している。

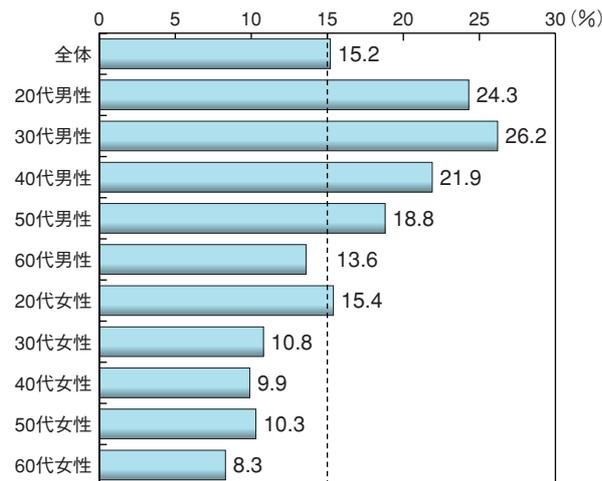
また、Suicaは鉄道乗車券の長所とプリペイドカードの長所を併せ持ち、最大20,000円までのチャージが可能である。発行枚数は2006年3月で約1,570万枚（電子マネー対応カードは約1,159万枚）に達し

図表1-10-2 非接触型IC搭載の携帯電話端末（おサイフケータイ）の契約台数の推移



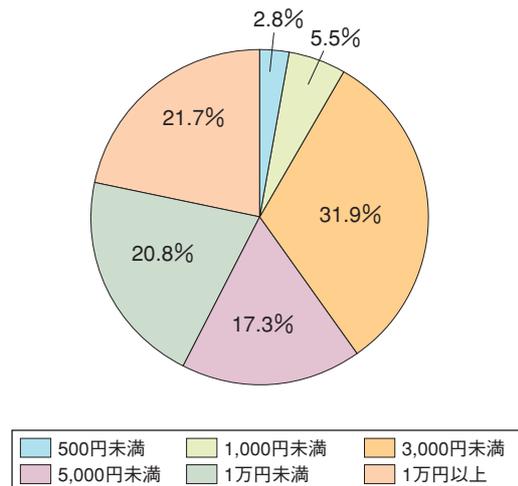
NTTドコモ資料により作成

図表1-10-3 電子マネーの利用状況



(出典) 「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

図表1-10-4 電子マネーの利用額（1か月当たり）



(出典) 「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

³ ビットワレットプレスリリース（2006年4月）

⁴ NTTドコモ報道資料（2006年1月）

⁵ NTTドコモは2004年7月、KDDIは2005年9月、ボーダフォンは2005年11月より当サービスを開始している

ている⁶。駅周辺のコンビニエンスストアやデパート等でも利用可能になっている。Suicaも2006年1月から携帯電話端末への搭載が始まっている。

電子マネー⁷の利用状況について見ると、全体では15.2%が「利用している」と回答しており、電子決済の一つの手段として確立されつつあることが分かる。年代別では、20代～30代の男性の利用が多く、男性の中でも若年層での利用が特に進んでいる（図

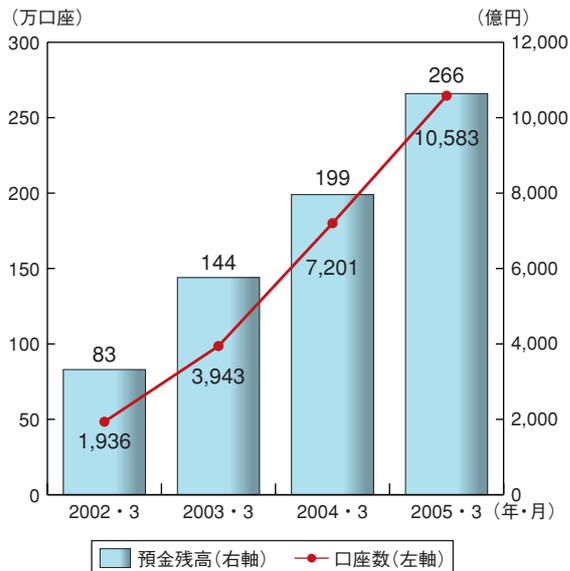
表1-103）。

1か月当たりの利用額は「1,000円以上3,000円未満」が31.9%と最も多い。平均では1か月当たり約5,000円程度となっている⁸（図表1-104）。

2 ネットバンキングの現状

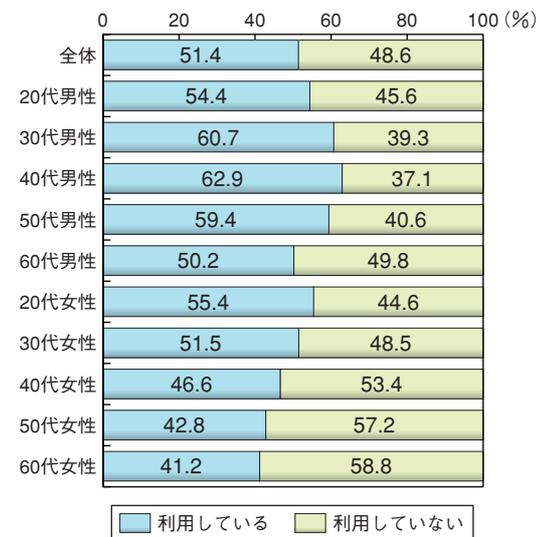
一方、インターネット・バンキングによる金融サービスについては、インターネット専門銀行⁹4行¹⁰の口座数及び預金残高は、2005年3月時の口座数

図表1-10-5 主なインターネット専門銀行の預金残高及び口座数



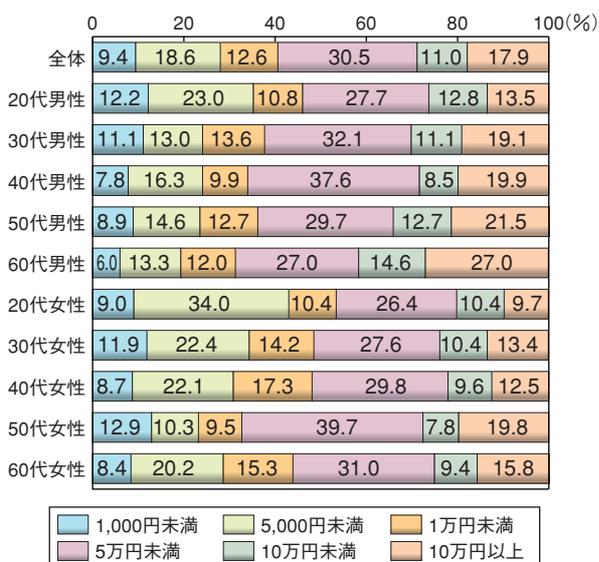
各社IR資料により作成

図表1-10-6 ネットバンキングの利用状況



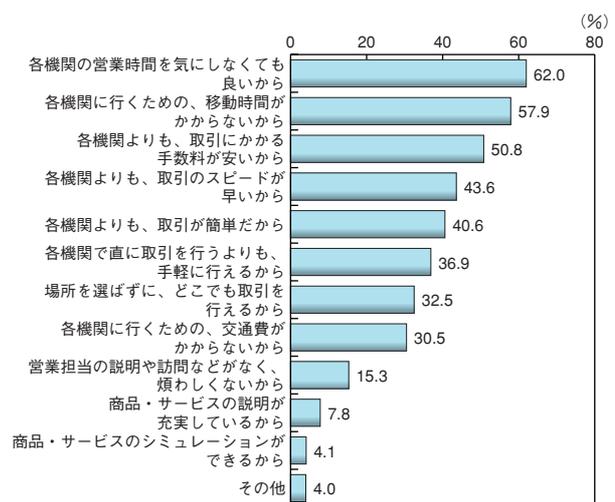
(出典)「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

図表1-10-7 ネットバンキングの利用額 (1か月)



(出典)「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

図表1-10-8 ネットバンキングの利用理由



(出典)「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

6 JR東日本プレスリリース (2006年4月)

7 Edy、Suica、ICOCA、おサイフケータイなどプリペイド型のみについての利用である

8 回答カテゴリの中央値を基に平均額を算出している

9 企業向け貸出業務を行わず、預金・決済業務に特化した銀行を指す。一般的な銀行が金利収入を収益源とするのに対して、決済専門銀行は決済時の手数料と国債などローリスク商品の運用益を収益源としている

10 ジャパンネット銀行、ソニー銀行、イーバンク銀行及びセブン銀行 (旧アイワイバンク銀行) の4行

は266万口座、預金残高は1兆583億円と推定され、対前年度比で口座数は33.5%の増加、預金残高は47.0%の増加となっている。今後、電子商取引の普及などによってさらに活性化が進むことが予想される(図表1-10-5)。

18歳以上のインターネット利用者のインターネットを利用した振替、送金、口座移動等の銀行口座の管理(ネットバンキング)の利用状況は、全体では51.4%が「利用している」と回答しており、特に男性の30代~50代で利用率が高く、30代で60.7%、40代で62.9%、50代で59.4%となっている¹¹(図表1-10-6)。

→ 3 ネットトレードの現状

1 インターネット証券の現状

インターネット証券の口座数は、2005年9月には791万口座、取引代金は160兆円(対前年比38.1%増)に達した(図表1-10-9、1-10-10)。また、ネットトレードの成長率は、全売買代金の成長率を常に上回り、株式市場においてネットワークの活用が進展している。なお、インターネット専業証券主要5社¹²の口座数は、2005年で計267万7,543口座となってい

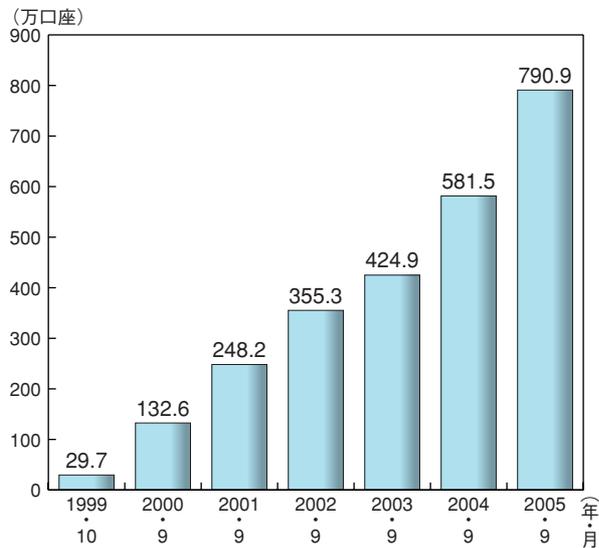
る。振替、送金、口座移動等の1か月当たりのネットバンキングの利用額は、「5万円未満」が30.5%と最も多く、利用額は年代が上がるほど多くなっている(図表1-10-7)。

ネットバンキングを活用する理由としては、「各機関の営業時間を気にしなくても良いから」が62.0%で最も多く、次いで「各機関に行くための移動時間がかからないから」が57.9%となっている。時間制約の少なさ等の利便性の高さが、ネットバンキング利用の契機となっているものと考えられる(図表1-10-8)。

る。

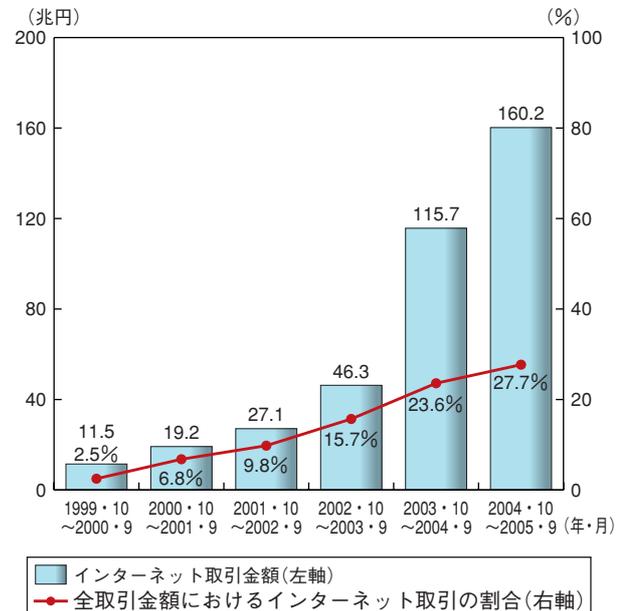
株式市場におけるネットワークの活用は、利用の簡便性により、個人投資家の増加や個人投資家の取引を活性化させており、また、ネットワークを通じてリアルタイムに情報を入手し、ブログ等により意見交換を行いながら、自ら分析して投資判断をするなど、個人がこれまでにない方法で証券取引を行うことを可能とした。

図表1-10-9 インターネット証券口座数



(出典)日本証券業協会「インターネット取引に関する調査」

図表1-10-10 インターネット取引金額



(出典)日本証券業協会「インターネット取引に関する調査」

¹¹ただし、当該調査はインターネット利用者に限定されたものであることから、利用状況は実際よりも高い水準となっているものと思われる

¹²イー・トレード証券、マネックス証券、楽天証券、松井証券及びカブドットコム証券の5社

2 ネットトレードの利用状況

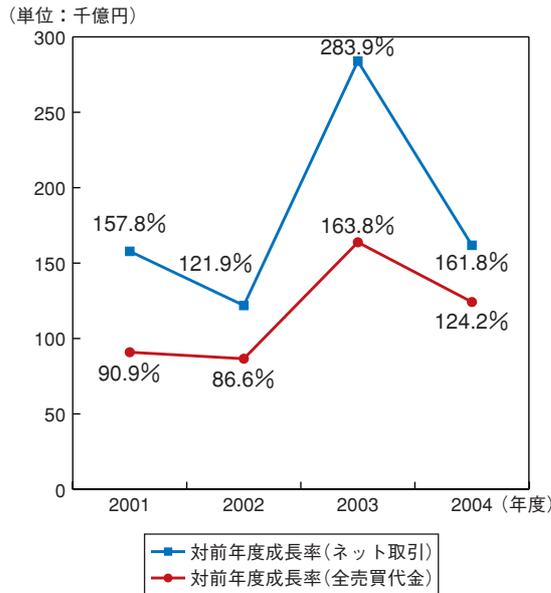
株式、債券等の有価証券の保有者のうち「インターネット経由」で有価証券を購入・売却している人の割合は49.8%となっている。特に、男性若年層では利用が進んでおり、男性20代では86.7%、30代では76.3%を占めている¹³（図表1-10-12）。

有価証券の取引手段としてのインターネットの利用割合は、年代が上がるにつれて低くなってお

り、20代や30代といった証券取引を始めて間もない人にとって、取引を始める契機としての有効な手段であり、「少額で気軽に取引を行える手段」として活用されていることが伺える。

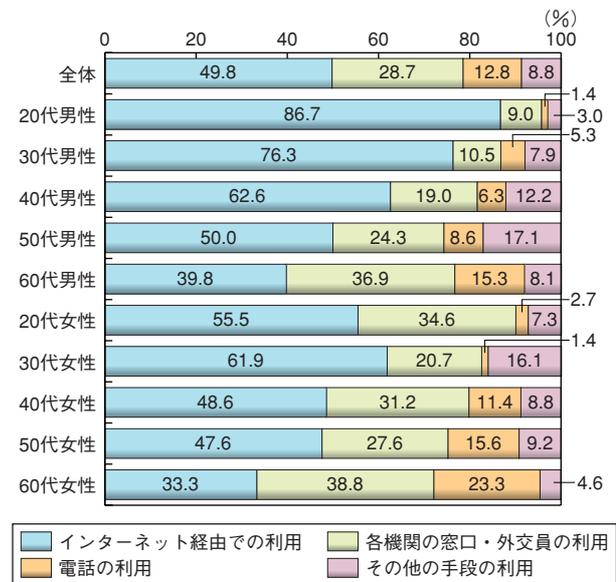
インターネット経由で取引を行っている有価証券の保有額は、「200万円未満」が55.0%と最も多く、次いで「200万円以上400万円未満」の17.3%が続いている（図表1-10-13）。

図表1-10-11 ネットトレード取引金額の対前年度成長率の推移



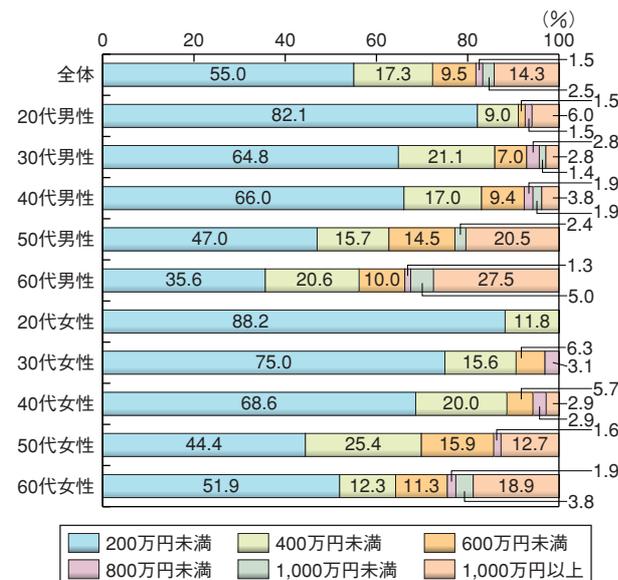
日本証券業協会「インターネット取引に関する調査」により作成

図表1-10-12 有価証券の取引手段



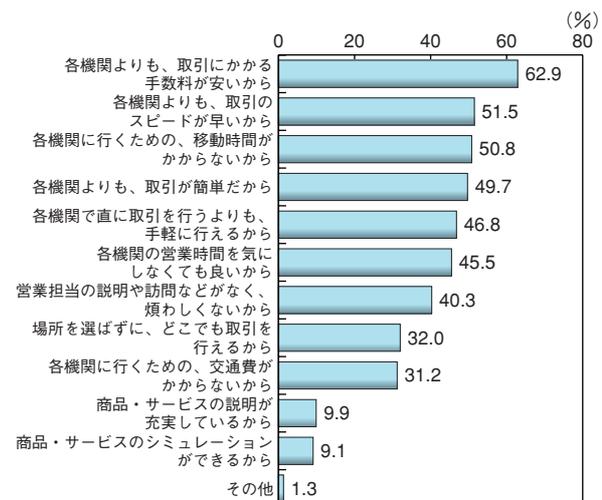
（出典）「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

図表1-10-13 インターネット利用による有価証券の保有額



（出典）「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

図表1-10-14 証券取引におけるインターネットの利用理由



（出典）「消費者のICTネットワーク利用状況調査」

¹³ただし、当該調査はインターネット利用者に限定されたものであることから、利用状況は実際よりも高い水準となっているものと思われる