

ユビキタスネット社会における プラットフォーム機能のあり方に関する研究会資料

ネットとICカードでの 決済プラットフォーム事例

Sony Finance International, Inc.

April 07. 2005

多様化する課金形態に対応する 決済手段とネットワークサービス

ネット取引の安全性は
消費者、事業者双方からの要求

電子決済の決済時点分類と事例

赤字 SFI商品

ピンク FeliCa利用

(リアル・ネット)

分類	支払時点	決済方式名称	具体的な例
前払型	購入前に入金する	ネットワーク型電子マネー プリペイドカード ICカード型電子マネー 交通カード 共用電子マネー	(CyberCash), BitCash, WebMoney, DigitalCheck (VISA Cash, Mondex, OCTOPUS) Ed Suica ICOCA
即時払型	購入時に支払を指図する	電子デビット 振込型 引落型	J-Debit E-Debit (On-Line Debit) e-Payment Inter Debit Net Debit
後払型	購入後に引落で支払う	汎用クレジット ネットワーク型個品割賦 交通カード 共用電子マネー	汎用クレジットカード VISA, Master, JCB, AMEX, Diners, eL10 (e-SCOTTカード決済) CyberonCredit PiTaPa QUICPay

クレジット

カード決済は事実上、即時払いに相当

電子決済はどこでも、だれでも、何時でもキャッシュレスで利用できる便利な決済手段だが、個人情報の流出の恐れや、なりすまし、不正利用などの独特のリスクもある。

ネット取引の問題点・ポイントの整理

ネット取引

「非対面取引」

「オープンネットワークの利用」

顧客にとって

- 1、決済情報や個人情報漏洩のリスク？
(悪用・なりすましが心配)
- 2、非対面で確実に契約が履行？
(支払ったのに商品が手に入らない)

事業者にとって

- 1、受注時点で回収が非確定！
(振込、代引では回収確定 → 遅い)
- 2、購入者、購入意志を確認するための情報少！
(本人認証、支払い方法の保証 → 不確実)

どちらの利用者にも

安全な情報管理

+

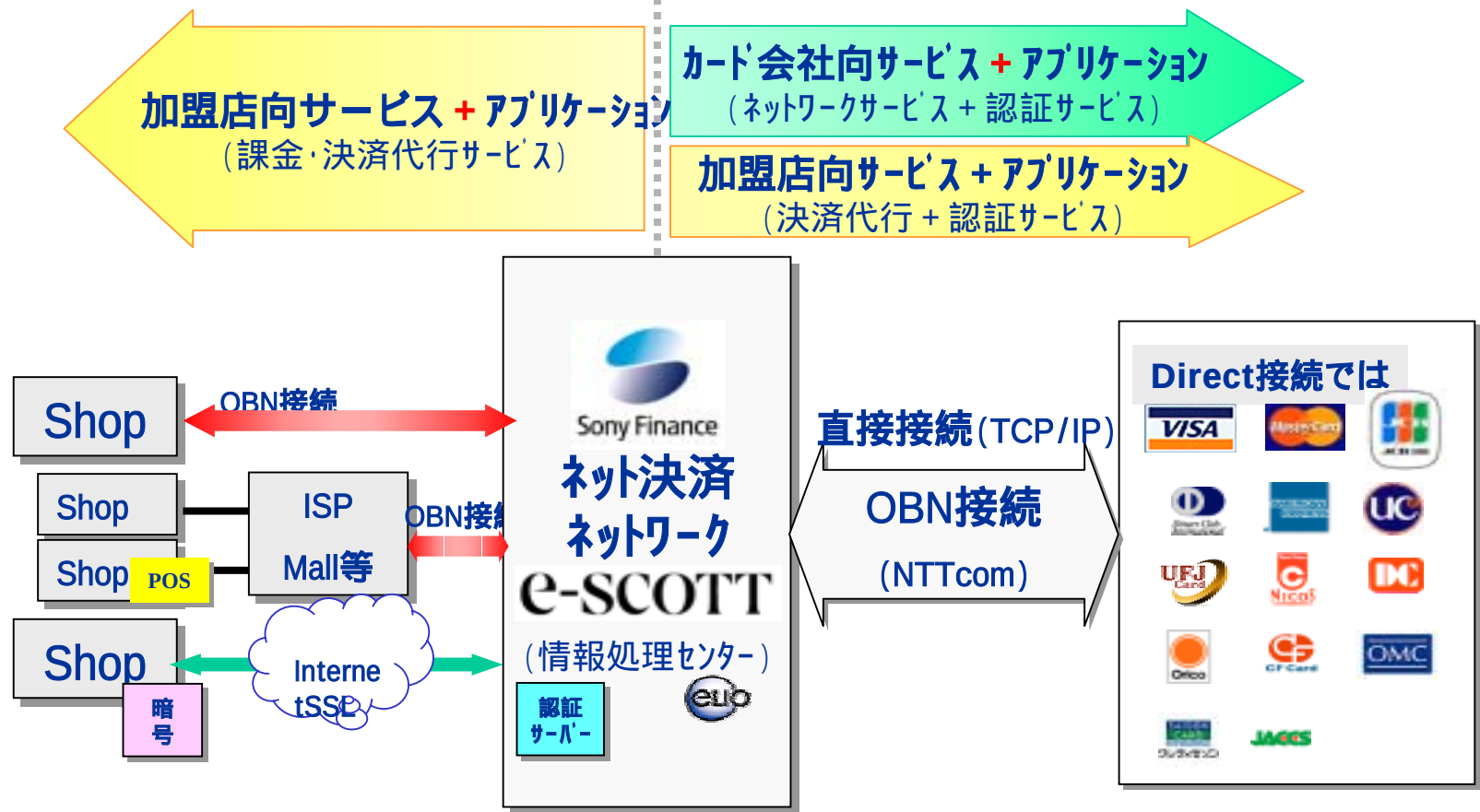
確実な決済手段

決済プラットフォームとして ネット上の取引不安にどう対抗？

ソニーファイナンスの事例ご紹介

e-SCOTT

新しいカード決済プラットフォーム e-SCOTT



OBN : Open Business Network 財)流通システム開発センターの提唱しているIPプロトコルを基本にした閉域ネットワーク。現在、そのサービスはNTTコミュニケーションズが提供している。

強力なネット決済プラットフォーム e-SCOTT



従来のCAFISに加え、**独自のネットワーク**でのみ可能となった、先進のサービス。

- 高速・大容量(従来比) 快適なネット決済環境を提供。
- 独自のプロトコル採用 世界初の**汎用型リアルタイム本人認証アシスト**。
加盟店リスクを低減。

■ 認証の

組合せで安心を

オンライン・カード認証・本人認証



カード会社上位13社をカバー
他の接続も含め27社以上
(2005年2月現在)

OBN : Open Business Network 財)流通システム開発センターの提唱しているIPプロトコルを基本にした閉域ネットワーク。
現在、そのサービスはNTTコミュニケーションズが提供している。

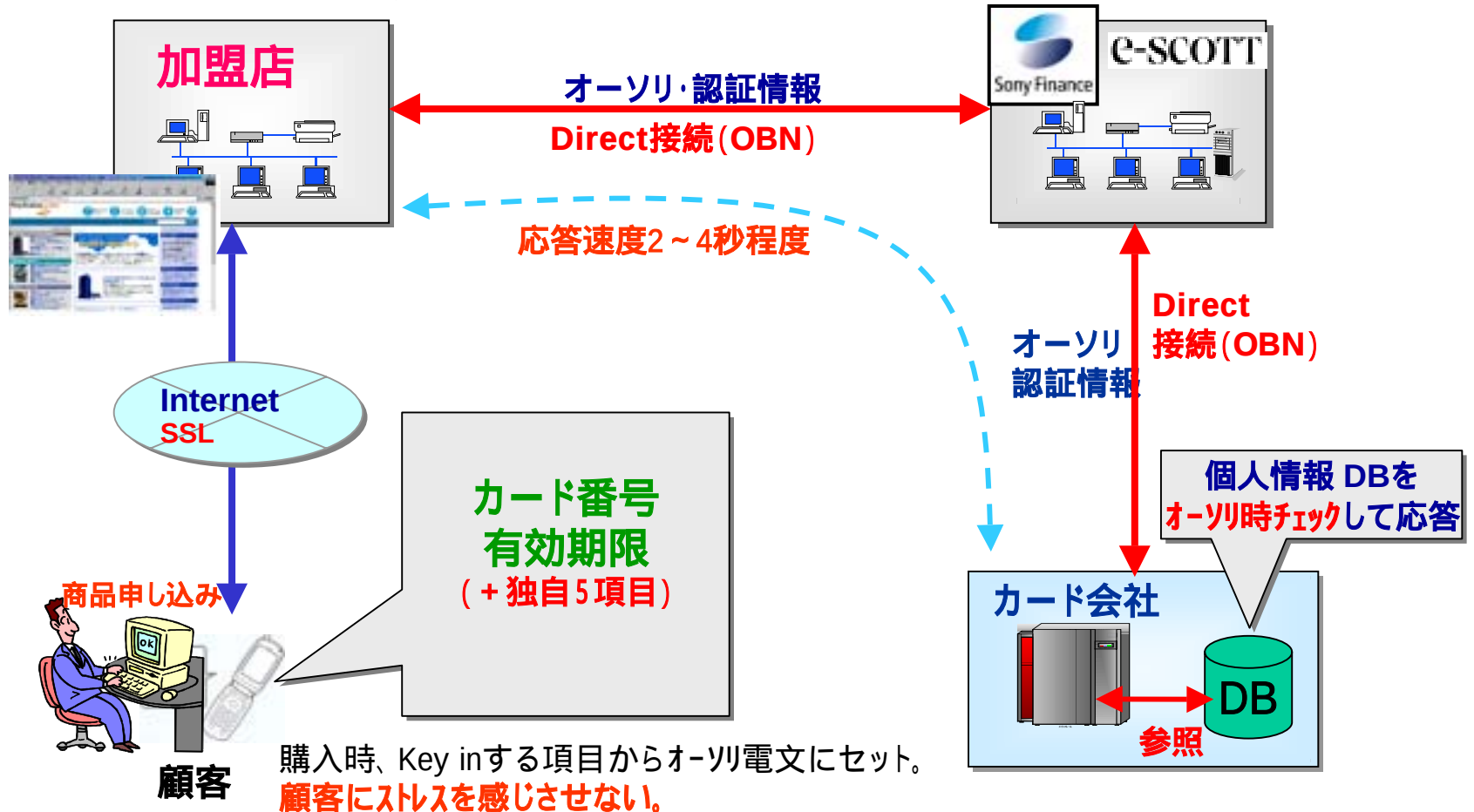
“なりすまし” に対抗する → 高速本人認証アシスト



これからのネット取引にはテンポ'ラ-な認証のNeedsが高くなります。

顧客も 加盟店も 事前登録は不必要。 (VISA-3DSecure対比)

カード利用者には無意識に本人情報をリアルタイムでチェック！



“偽造カード”に対抗する → セキュリティコードの活用

偽造カードには無い「セキュリティコード」で“カード詐欺”に対抗！

スキミングの例



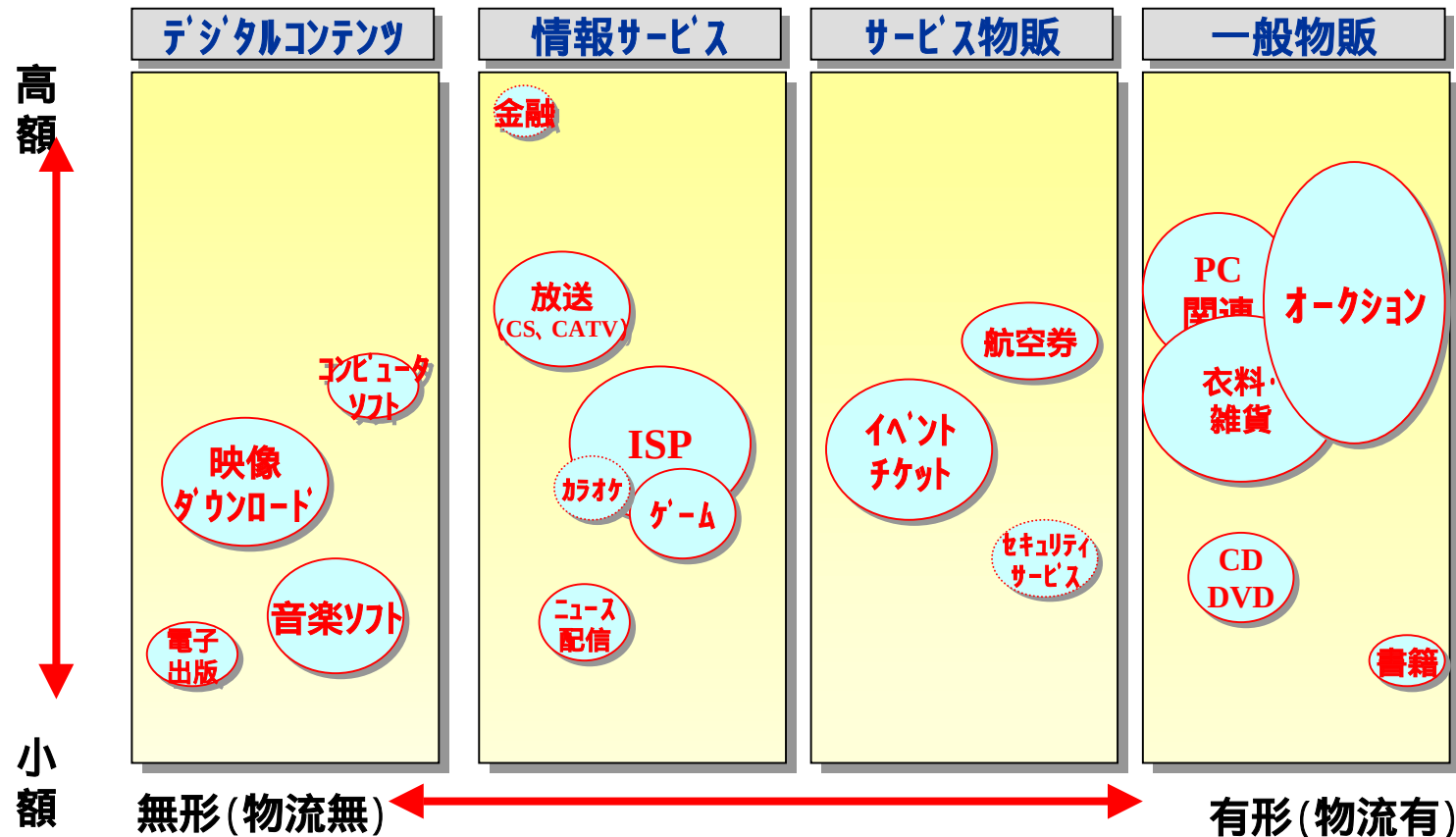
セキュリティコード活用

カードの真正性を証明する番号(カードの磁気ストライプ情報に含まれない)を
オーソリ時、リアルタイムでカード発行会社へ送信。確認する。

参考) マスターカード: CVC2
 VISAカード: CVV2
 JCBカード: CAV2

e-SCOTT あらゆるBizモデルの決済に対応

利用加盟店3000サイト以上。 年間5200万件以上の電子決済実績。
 加盟店向けサービスアプリケーションは、「小額から高額」、「物流を伴うもの」
 から「無形のサービス」、「都度から継続」まで、対応。



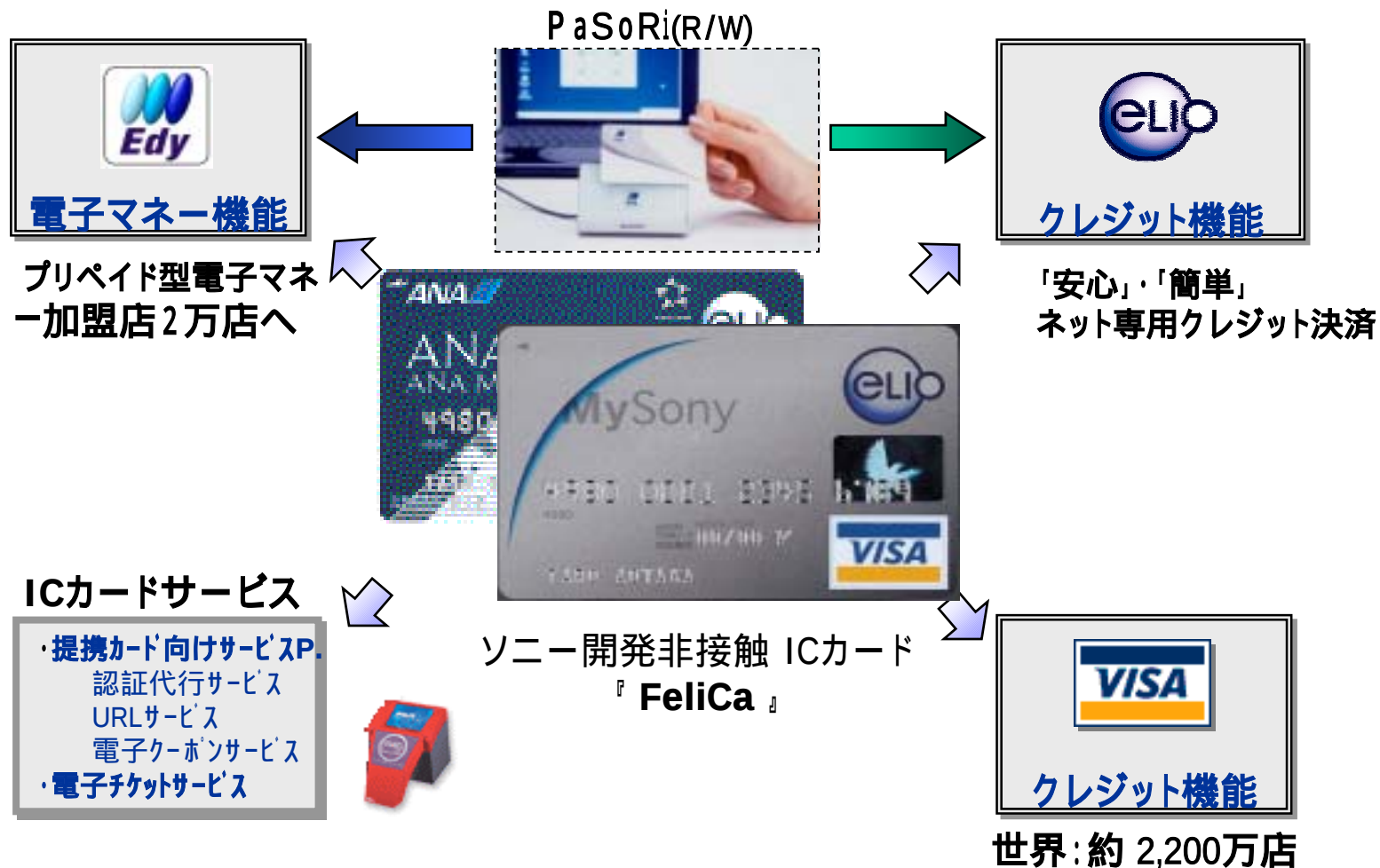
安心なネット決済に対応する 新しいネット・クレジット

非接触ICカードを応用したカード事例



基本機能 小額から高額へ、非与信から与信までをカバー

『FeliCa』搭載。『eLIO』『Edy』『VISA』の3つのペイメント機能を一枚のカードに



背景

電子商取引市場(B2C)の継続的拡大

- 2007年度 12.3兆円 へ(ECOM)

ブロードバンド・モバイル時代の到来

- 多様なECサービスの出現・展開

インターネット決済への不安 と ニーズ

- インターネットにクレジットカード番号が流れる不安
- クレジットカード番号や、決済用ID・パスワード入力の手間



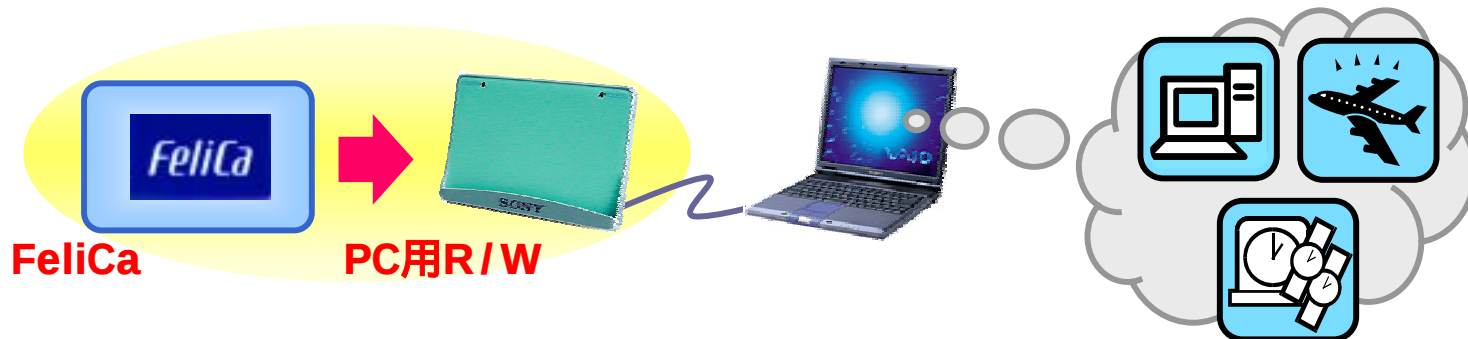
ソニーの技術とソニーファイナンスの決済プラットフォームを融合し、
新しいネット決済ソリューションを提供

eLIO ICカードクレジットサービスの特長

→ ネットに強いカードに



ICカードとリーダー・ライターによる安全・簡単なクレジットサービスを提供



Secure

1. ICカード採用により、偽造・不正使用が困難
2. オートリセーションは、ICチップ内の独自カード識別情報を利用
(カード番号を利用しない)

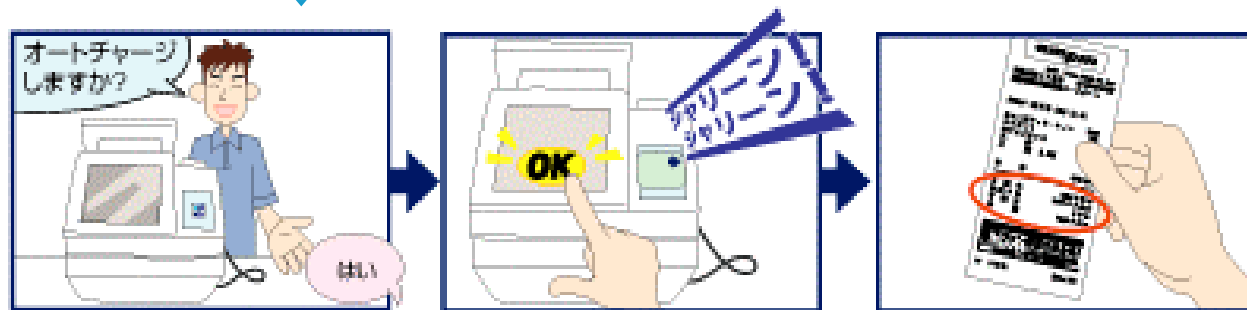
Easy

1. カードをR/Wにセットするだけのオペレーション (Key In不要)
2. ECサイトごとの決済用IDやパスワードの事前登録不要

すでにeLIOを活用して提供しているサービス

・ 決済系

- **eLIO オーダー** 「おサイフケータイ」でのショッピング(次ページ以下)
- **オートチャージ** Edyの残高不足時、eLIOから自動入金を実現
- プリ・ペイからポスト・ペイカードに進化



・ マーケティング系 (FeliCaによる会員サービス)

- 電子チケット** 例) 放送 + Web + リアル = コラボレーション
- Direct-URLサービス** 会員サイトなど、カードをかざせばP/W無でログイン

What's eLIO オーダー?

モバイル・マーケティングプラットフォーム事例



eLIO オーダー 既存通販のマーケティングゲートウェイ



携帯から、手軽に、安心して「商品注文」+「クレジット決済」が出来る通販ASPサービス。



機能付与

ダウンロード+発券 子カード化



おサイフケータイ



対象：NTTDoCoMo iモードFeliCa

対応携帯電話

2次元バーコードで一発検索！

下記マークのある、
eLIOオーダー加盟店で
利用可能。



様々なショッピングスタイル
を実現！



eLIO オーダー 既存のメディアをそのまま使って！

生活者にとって、まったく新しい『ショッピング・スタイル』!!



フィールドは8000万人！

エンドユーザ

『ホントに好きな時に買える』

利便性

安全性

日常性

マーチャント

『新規顧客を取り込める』

現在の販売形態・メディア
の強みを生かせること

ASPサービスによる
ローコスト導入

話題性・告知効果

広告媒体

『他誌・媒体との差別化』

クリック率UP

PR効果 → 部数UP

斬新性

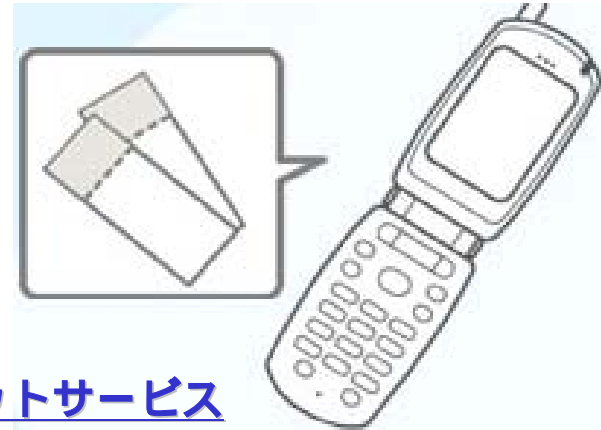
広告料収入

eLIO オーダー 今後考えられるサービス



オートチャージ

電子マネー残高が足りない場合、自動的に eLIO (クレジット) から電子マネーにチャージされます。



電子チケットサービス

専用ゲート機にかざすだけで入場できます。
eLIO機能をダウンロードした iモードFeliCa対応携帯電話1台で、会員認証～決済～チケットまでを、トータルにソリューションします。



リアル店舗でのクレジット決済

店頭のリード・ライタにかざして利用します。
新宿大手ショップにて実証実験実施

非与信でだれでも利用・新しい決済システム

電子マネー・プラットフォーム事例 「Edy」



電子マネー普及の背景

非接触型ICカード *FeliCa*
の出現

優れたセキュリティ
高速処理・インフラ的優越性
ICカード化による拡張機能

金融・認証分野での採用
交通分野での採用
流通・事業分野での採用

これらを背景として、キャッシュ文化の根強いわが国でも、**電子マネー**の環境が整ってきた。

社会的背景

- 1、セキュリティ要求
キャッシュカード、クレジットカード等決済手段、社員証等のID認証をICカード化
- 2、交通カードのIC化加速
JR、私鉄、バスの採用
- 3、各種事業のポイント戦略
相次ぐ採用で身近に
- 4、消費者生活様式の変化
PC、携帯電話の普及

事業者ニーズ

- 1、売上拡大への販促
マイル、ポイント活用など
- 2、店頭Bizのレジ効率
レジスピードアップ
- 3、CRM、囲い込み手段
顧客管理ツール、クロスマーケティング
- 4、キャッシュレス化による
経営効率アップへの挑戦

消費者受益

- 1、お得感
マイル、ポイントなどによるおまけのお得感
- 2、便利さの実感
小銭いらず、スピード感、将来、バリアフリー期待（交通系との共通化等）
- 3、安心感
対偽造、対不正利用、バリュー損害有限

Edyの運営構造

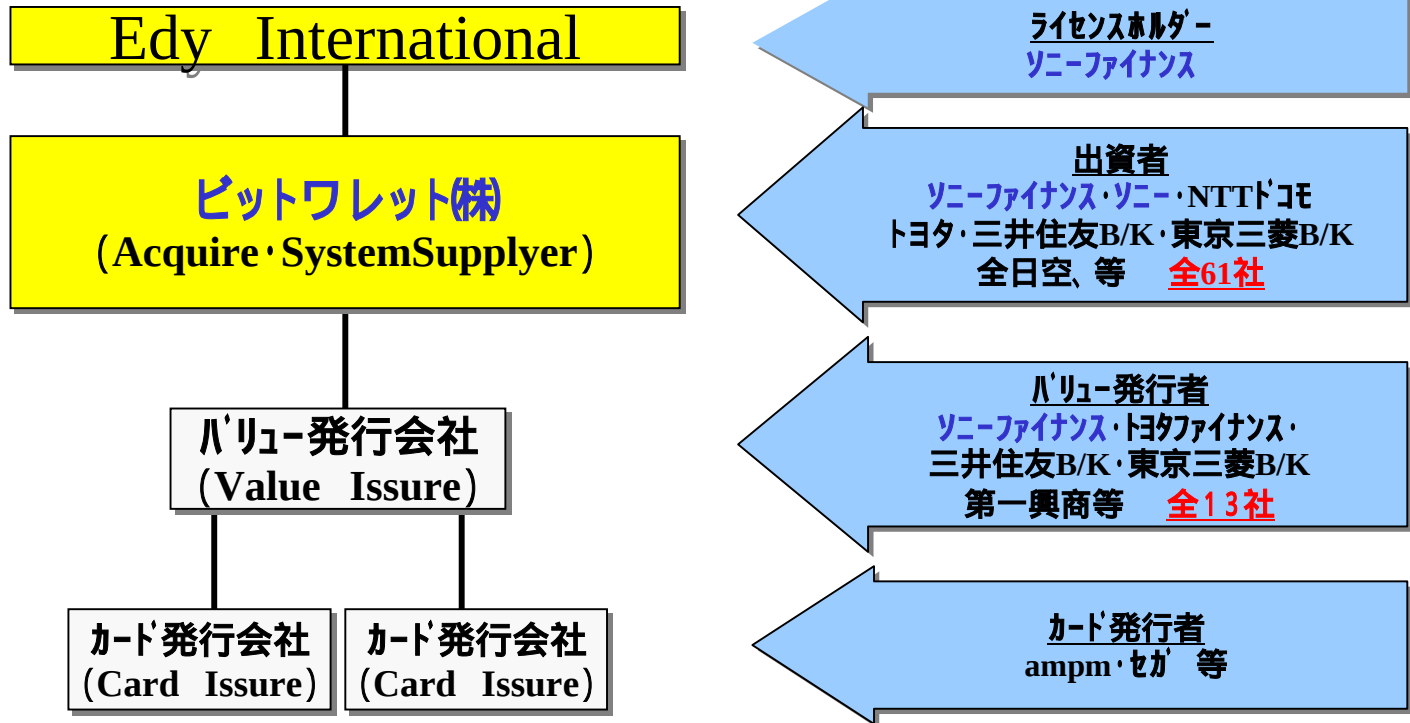
加盟店も身近になったEdyファミリー

2005年2月時点

出資者 61社

バリューイシュー 13社

敬称略



約15,000店の加盟店(コンビニ・スーパー・百貨店・ファーストフード・ホテル・チェーンストア等)

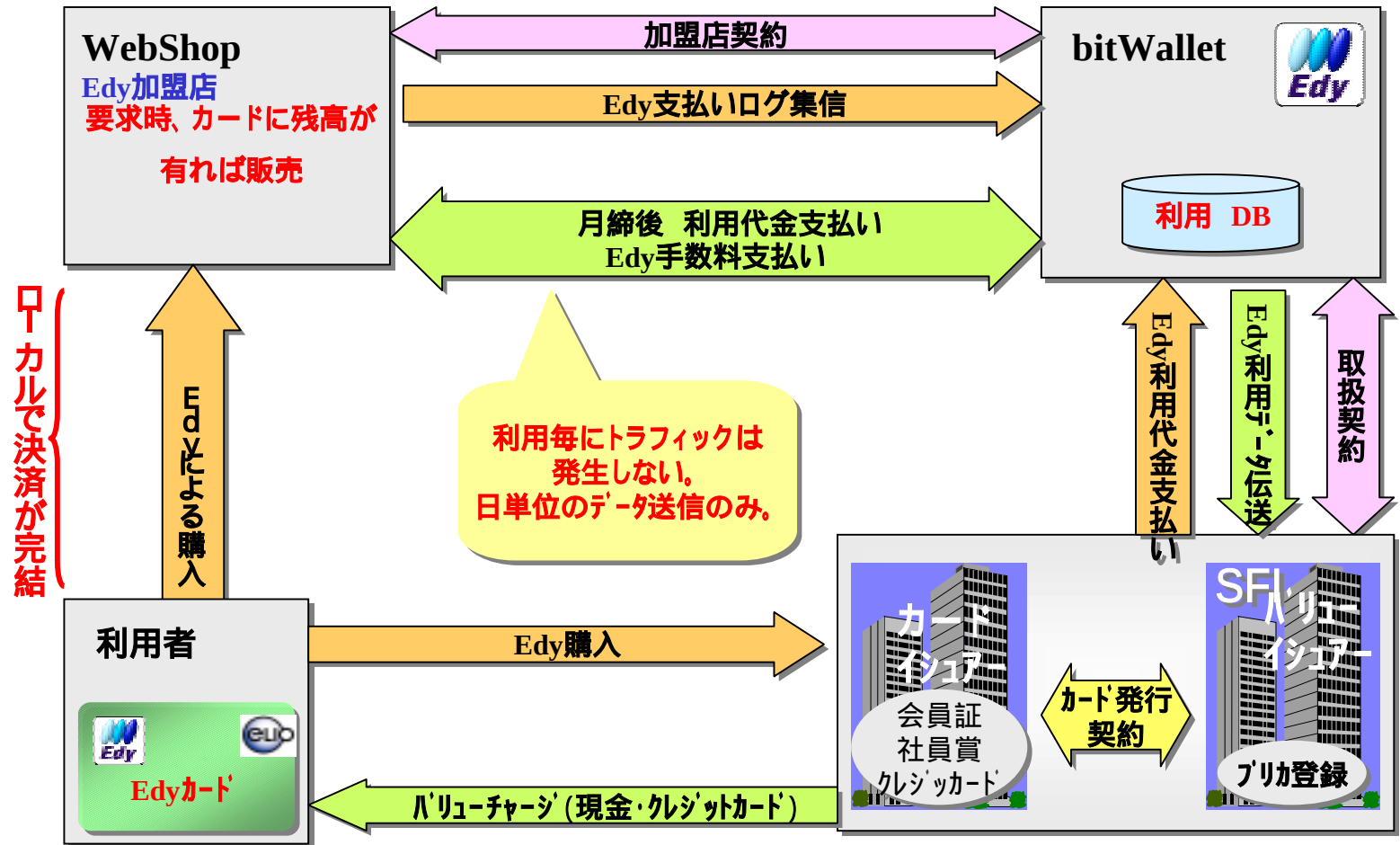
Edy決済の特長(センター型対比)

- プリペイド型 ユーザーの支払いは電子マネー化(バリュー)した時点で終了
- 非与信・匿名 電子マネー希望者の与信は不要(だれでも利用できる)
- 即時決済 加盟店はEdyで決済された時点で回収確定(バリュー精算は事後)
- 小額課金対応 基本的には可能(Edyでは回線料最少・Bizモデル、手数料にもよる)

	Edy	センター型電子マネーの例
電子マネーの形態	ICチップをもった電子サイフ (ICカード又は携帯電話など)	センターでバリューを登録した番号 (カードなど)
利用者バリューの発生	バリューのチャージ時点(プリペイド)	カードの購入時点(プリペイド)*
バリューの購入方法	・チャージ機による購入 ・端末でのオートチャージ(一部) ・ネットで購入(クレジット・銀行)	・コンビニ店頭で購入 ・ネットで購入(クレジット・銀行)
バリューの保管	顧客の電子サイフ内 ・各種カードのICチップ ・携帯電話のICチップ等、形態多様	センター・サーバー内
バリューの引落とし	ICチップ内のバリュー内で完結 (センターで取引履歴保持)	センターへ要求し、残高 があればバリューを減額
バリューの移転	センターを通じてGiftとして移転可 又はカードそのものを譲渡	センターを通じてGiftとして移転可 又はカードそのものを譲渡

Edyのビジネスフロー (リアル対応)

- 複数の会社がEdyバリューを発行可能。(マルチ・イシューア-)
- 加盟店との契約・情報業務などはビットワレット社が担当。(アクワイラ-)



END

(株)ソニーファイナンスインターナショナル

I&SIグループ システム企画部
電話 03(3475)8750