

全銀ネット有識者会議
2020年1月10日

2-3



北欧および米国・英国における 個人間送金サービスに係る現地調査

2019年12月

全国銀行資金決済ネットワーク
事務局

※本レポートに記載の内容は、関係機関の担当者からのヒアリングを中心に作成しているため、当該機関の正式見解とは限りません。

項目	頁
調査概要・調査上の制約等	3
個人間送金サービスと今回の調査対象機関	4
調査結果サマリー	6
各サービスの導入背景	7
各サービスにおける送金の方法	8
普及状況・他サービスとの競争状況	11
送金スキーム	14
データベース管理	19
収益とサービス展開	20
参考データ	23
決済情報の活用状況	28
不正防止対応	30
銀行協会の個人間送金サービスに対する関わりと評価	31
他国との連携	32
その他情報	33
日本におけるモバイル個人間送金サービスに関する示唆	37

【調査内容】

- 北欧（スウェーデン、ノルウェー、デンマーク）および米国、英国における個人間送金サービスの導入背景や現況についての調査を実施。

【調査期間】

- 2019年9月

【調査方法・調査上の制約】

- 関係機関（4～6頁参照）へのヒアリングを中心に調査（現地調査を実施）。本レポートに記載の内容は、関係機関の担当者のコメントをもとに作成しており、当該機関の正式見解とは限らない。

【調査員】

- 尾室拓史（全銀ネット）
※ヒアリングにはNTTデータ経営研究所およびLipis Advisorsの調査員も同席。

個人間送金サービスと今回の調査対象機関（北欧）

ノルウェー



ユーザー数約430万人
(総人口約530万人)

サービス提供会社	Vipps
銀行協会	Finance Norway BITS (Finance Norwayの子会社で、インフラを運営)
銀行	Balder Betaling (貯蓄銀行15行の合資会社)

デンマーク



ユーザー数400万人以上
(総人口約580万人)

サービス提供会社	MobilePay
銀行協会	Finance Denmark (インフラも運営)
銀行	Nordea

スウェーデン



ユーザー数800万人以上
(総人口約1020万人)

サービス提供会社	Getswish
銀行協会	スウェーデン銀行協会 (インフラも運営)
銀行	Nordea



個人間送金サービスと今回の調査対象機関（英国・米国）

米国

ゼル
Zelle

クリアリング
ハウス

The Clearnig House*

ユーザー数約2740万人
(総人口約3億2000万人)

*サービス提供会社は、EWSであるが、Zelleの開発にも従事した方にヒアリングを実施。

※ Sibos2019においてヒアリングを実施。その他に米国で普及している個人間送金サービスのVenmo (PayPal傘下) については、関係者がSibos 2019に欠席であったため、ヒアリングを実施していない。



英国

ペイエム
Paym

ユーザー数500万人
(総人口約6500万人)

サービス提供会社

MPSCo

銀行協会

UK Finance

- 各国において、個人間送金サービスは24/7リアルタイムペイメントシステムのOverlay（連携）サービスとして展開されている（米国は今後24/7リアルタイムペイメントシステムに移行予定）。
- 人口の少ない北欧では、コストパフォーマンスをあげるため、銀行界全体でものごとを取り組む文化がある。スウェーデンのSwishは銀行協会内の調査会をもとに発展し、主要銀行の合意をベースに開発された。ただし、ノルウェーやデンマークは、スウェーデンに比べて銀行数が多く、合意形成をとるのが困難であるという理由等により、個人間送金サービスは個別行のサービスとして開始した。
- 北欧3か国と米国において、個人間送金サービスは広範な利用が見られる。一方、英国において普及しているとは言い難い。
- コストを超える収益の獲得は容易ではなく、開始後10年近く経つ北欧3か国のサービスにおいて、未だ今後の目標となっている。なお、個人間送金アプリと連動したC2Bサービスは、特にオンラインショッピングに強みがあり、クレジットカード番号を逐一入力しなくてよいことがその理由。
- ただし、各国とも収益の獲得のみがサービスの導入目的ではなく、GAFAを中心としたノンバンクプレーヤー（預金や送金もできる電子マネー事業者等）の台頭による銀行口座利用者の減少を回避することが目的の1つ。米国のZelleは、P2PのみでC2Bを展開しておらず、銀行口座の利便性向上が主な導入目的。
- なお、個別銀行のIBや様々なサービスで利用可能な「データベース」のみを構築するという試みは、ノルウェー、米国、英国で見られたものの、いずれも成功していない。

各サービスの導入背景



- 各国とも、①ノンバンクプレーヤー（預金や送金もできる電子マネー事業者等）の台頭による銀行口座利用者の減少を回避すること、②現金に伴うコストの削減が主な理由。
- 送金手数料について、すでに欧州内では無料とする傾向にあることから、送金手数料による既存の収益を失うことよりも、現金に伴うコスト削減が重要な課題。また、北欧は人件費が高いため、その分現金の管理・輸送に伴うコストも高い。
- ただし、個別銀行（Danske Bank）によって開発されたデンマークのMobilePay（法人もDanske Bankの子会社）については、自行ブランドイメージの向上も導入目的の1つ。

Why was Swish created?

Meet customer **need**

Meet **competition** from non-financial players

Keep bank account **relevant**

Reduce use of **cash**



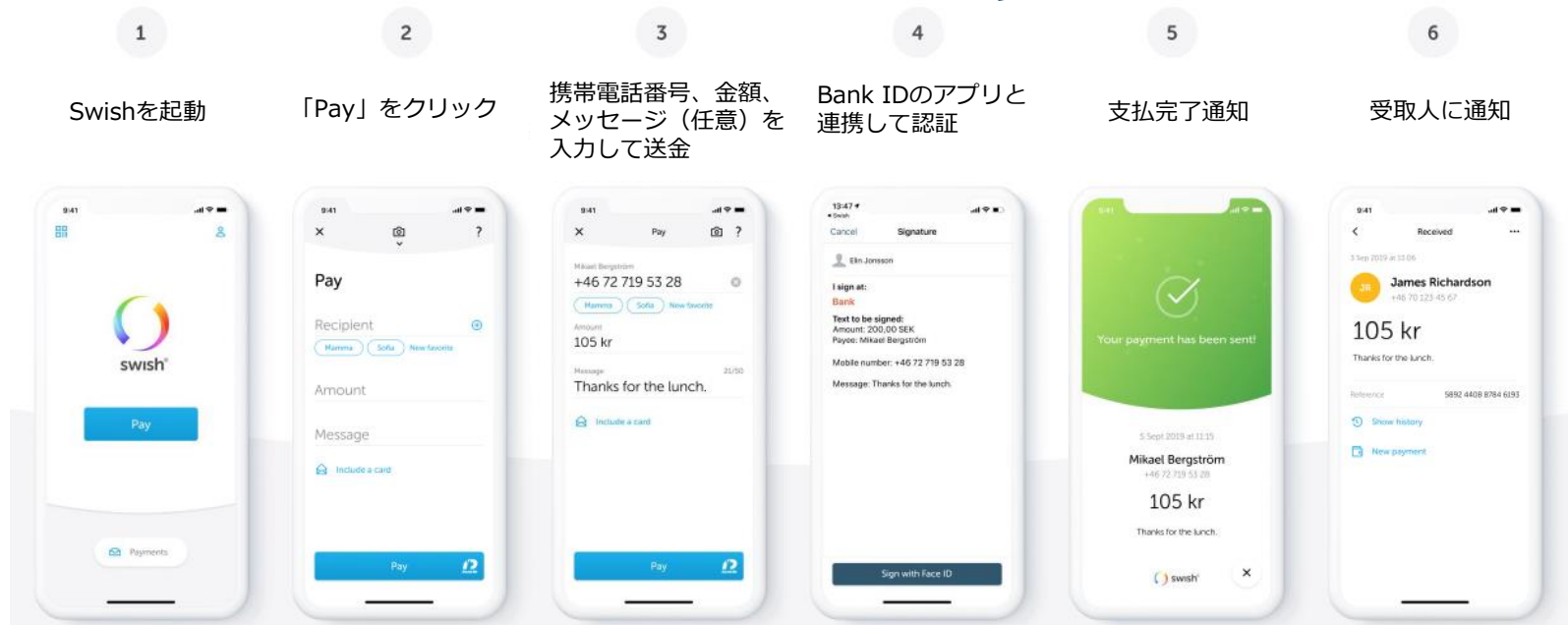
各サービスにおける送金の方法（北欧）



- 北欧においては、各サービスとも、独立したアプリでサービスを展開。**携帯電話番号でデータベースに登録されている受取人を検索し、送金を行う。**検索後、リストに登録した相手への送金について、再度携帯電話番号による検索は不要。

【Swishを利用した送金の流れ（イメージ）】

送金時に自身のBank ID（国民IDと紐づいた個人識別番号。詳細は次頁参照。）による認証が必要。



各サービスにおける送金の方法（北欧）

（参考）Bank IDについて

- 北欧においては、「Bank ID」と呼ばれる識別番号（インターネットバンキングのIDが各銀行共通になったようなもの）が多くの人に利用されている。
- **Bank IDは国民番号とも紐づいており、インターネットバンキングやオンラインバンキングに関する取引に不正があった場合、個人を容易に特定**できるため、セキュリティを高めるのに役立つ。また、銀行取引のみならず、投票や行政サービスの本人確認にも利用されることもある。
- スウェーデンは、主要行がBank IDを発行する会社を運営している。また、ノルウェーも主要行がBank IDを発行する会社を運営していたが、2018年にVipps（現在は複数の銀行がオーナー）と合併した。
- デンマークにおいては、「Nem ID」と呼ばれるサービスが、銀行と政府によって共同で運営されている。

【各サービスとの関わり】



登録時にBank IDが必要。
また、送金時に都度、Bank IDを入力する必要がある
(ただし、一度アプリに登録すれば指紋認証や顔認証で代替可能)。



登録時の本人確認方法の1つとして利用しているが、パスポートや運転免許証等でも代替可能。



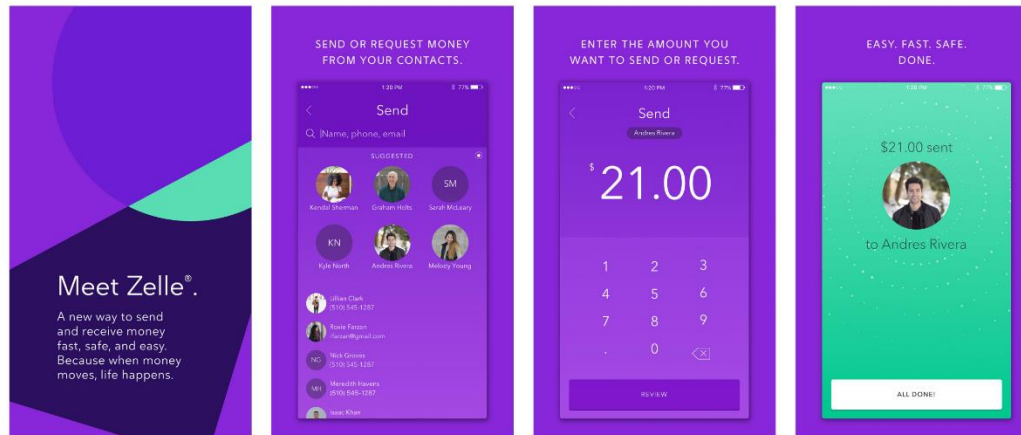
登録時にBank IDが必要。
また、Vippsを経由した口座残高の確認や、一定額以上の送金の際にも必要。

Zelle®

（米国）

- 米国のZelleは、**独立したアプリでサービスを展開しているが、アプリを各銀行のアプリに組み込むことも可能**。携帯電話番号やメールアドレスでデータベースに登録されている受取人を検索し、送金を行う。検索後、リストに登録した相手への送金について、再度携帯電話番号による検索は不要。

【Zelleを利用した送金の流れ（イメージ）】



（出典：THE FINANCIAL BRAND記事）

Paym

（英国）

- 英国のPaymはデータベースのみを保有するサービスであり、**実際の送金サービスは銀行ごとのアプリで提供**されている。独立したアプリはなく、ブランド名も各銀行ごとに異なる。携帯電話番号でデータベースに登録されている受取人を検索し、送金を行うものの、その他の仕様は銀行ごとに異なる。

普及状況・他サービスとの競争状況（北欧）



- スウェーデンの主要6銀行でモバイル個人間送金アプリ導入に関する協議を行い、結果としてSwishを開発。
- 一方、携帯電話事業会社の連合体やFintechによっても、サービスが展開。



- Swishが普及し他のサービスは撤退。

（普及理由）

携帯電話事業会社のサービスよりも早く開始させ、銀行界が丸となってSwishを推進し、大規模な宣伝を行う等して他のサービスに対抗したため、優位性をもったサービスを展開。



- 銀行連合がSwippと呼ばれるサービスを開発。
- デンマーク最大手のDanske Bankは、Swippに関する協議・開発から途中離脱し、独自にMobilePayを開発。



- MobilePayが普及し、Swippは撤退。
- Swipp参加銀行はMobilePayに参加。

（普及理由）

Swippへの登録方法が顧客にとって時間を要するものであった一方、MobilePayはクレジットカードやデビットカードさえあれば速やかに登録可能であった【詳細は15頁参照】。



- ノルウェー最大手のDNBは、Vippsを開発。
- ノルウェーで6%程度のシェアを有するDanske Bankも、MobilePayを展開。
- その他、貯蓄銀行の銀行連合によってmCashというサービスも展開。



- Vippsが普及し、MobilePayは撤退。
- MobilePayのDanske BankはVippsに参加。

（普及理由）

Vippsはまず、mCashを吸収しシェアでMobilePayを圧倒（約95%）。Vippsは、当初送金手数料（送金額の1%）をとっていたが、MobilePayが無料であったことを理由に無料とした。

Zelle®

(米国)

- Fintech企業によってVenmoという個人間送金サービスが米国内で普及（現在は、PayPalが買収）。
- 主要行によってZelleが開始。



- Venmoに迫る勢いでZelleも普及。2018年の実績において、金額ベースではZelleが勝るものの、アクティブユーザー数では未だVenmoが大きく勝る。

(普及理由)

米国では、銀行口座を利用した偽造小切手発行等の詐欺が行われやすく、他人に銀行口座を伝えられないよう教えられている。このため、携帯電話番号等を利用した送金サービスへの需要が非常に高い。

Paym

(英国)

- 主要行によってPaymが開始。
- Fintechによってもサービスが展開されたほか、MonzoやAtomといったデジタルバンクによっても、自内振込を利用した個人間送金サービスが積極的に展開される。



- 英国内において、いずれの個人間送金サービスも大きく普及せず。
- Paymも、MonzoやAtomと大差ないユーザー数しか獲得できていない。

(普及していない理由)

銀行によって十分にプロモーションがなされていないこと、また、Paymには独立したアプリがないことにより、統一的なプロモーションもできないことが原因。独立したアプリの構築については、自社サービスとの競争を嫌う銀行の反対があり実現していない。

個人間サービス普及に至るまでの各国の取組み（一部補足）

【スウェーデン】



- スウェーデンにおいては、Swish開発前に主要行によって①携帯端末の接触を通じた個人間送金サービス（Swishとは異なるデータベースを構築）、②**キャッシュカードを利用した店頭支払いサービス等、様々な試みが行われていたが、いずれも普及には至らず。**
- キャッシュカードを利用した店頭支払いサービスは、加盟店が新たな端末の設置をする必要があったため、積極的な利用がされなかった。

【ノルウェー】



- ノルウェーでは、Vipps登場前に、**携帯電話番号と口座番号を変換するデータベースを、銀行協会（Finance Norway）が保有するインフラの一部として構築したものの、積極的に利用されなかった。**
- VippsはFinance Norwayのデータベースとは異なるデータベースを別途構築してサービスを展開したため、結果的にVippsのデータベースが国民的なインフラとなった。

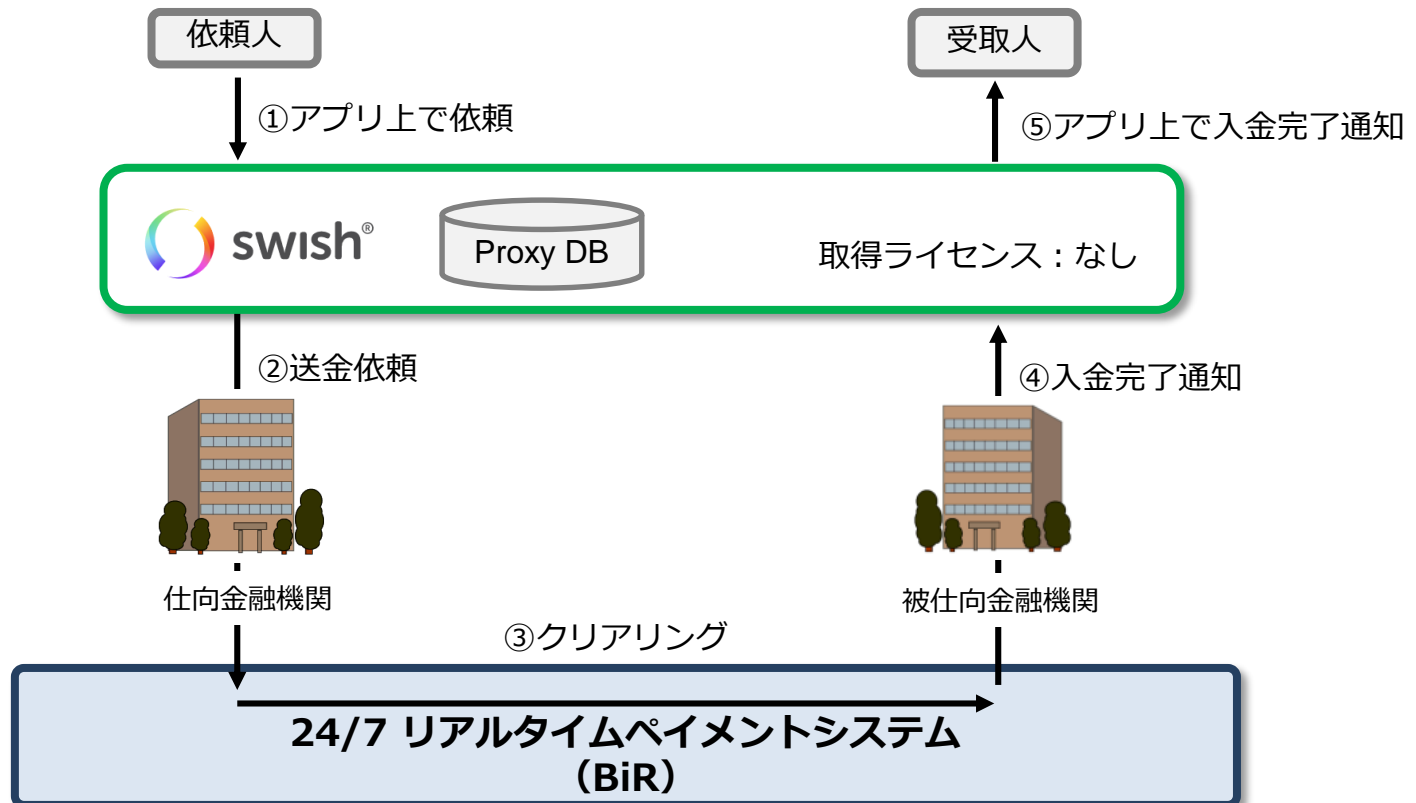
【米国】



- Zelleの前身として、clearXchangeというサービスが主要行によって展開。しかしながら、**独立したアプリではなく、各銀行ごとのウェブサービスの中でそれぞれのブランド名で利用されるものであったため、広範な利用はされなかった。**

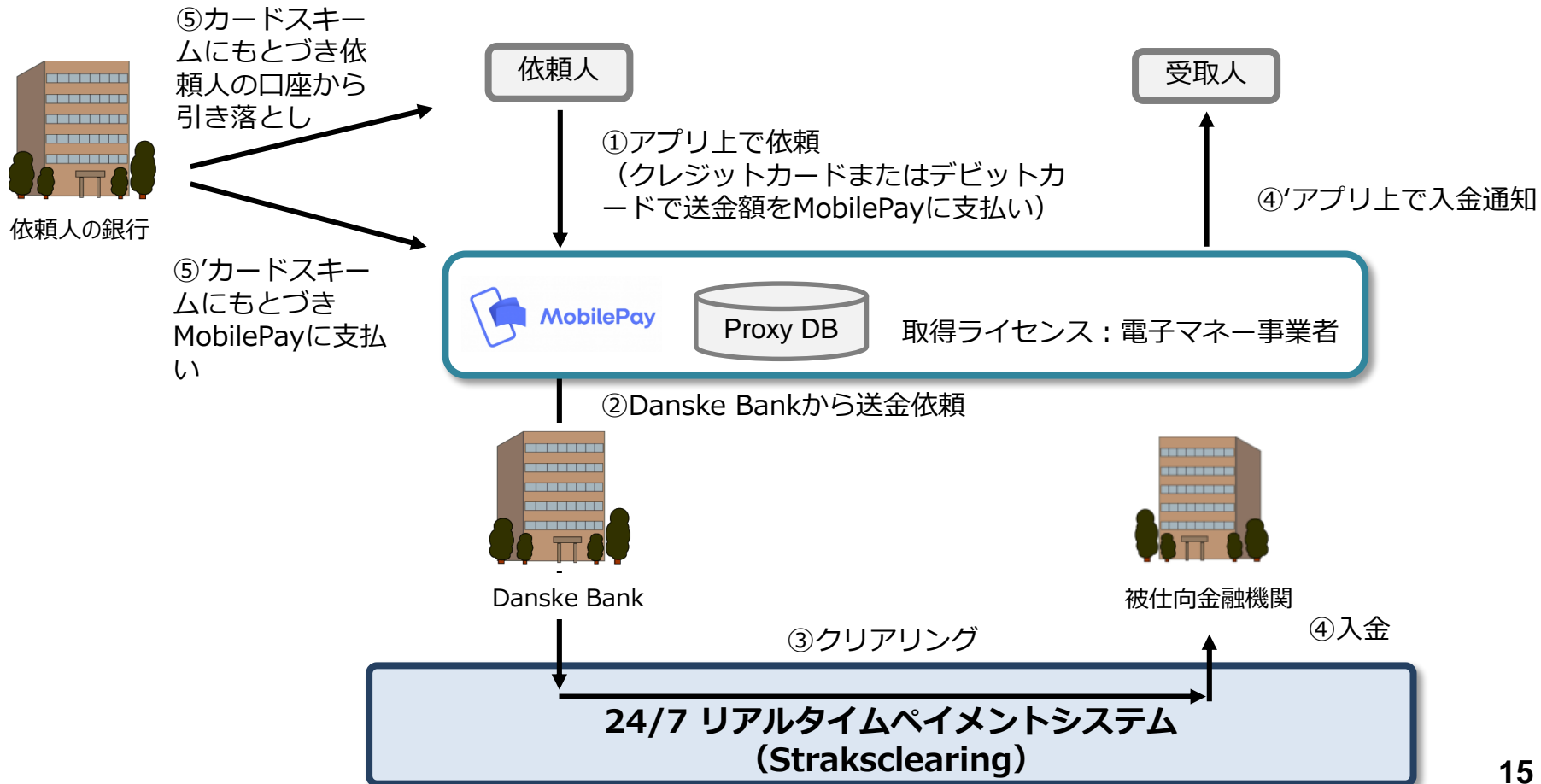
送金スキーム (スウェーデン・Swish)

- リアルタイムペイメントシステムを利用したダイレクトアカウント方式 (下図) 。取引銀行がSwishに参加していない場合は利用できない。
- 自行内の振込も、リアルタイムペイメントシステムを経由し取引手数料が発生。
- 開発時は、手数料収益を守るため、クレジットカードを利用したスキーム (次頁参照) の導入を求める銀行の方が多かったが、結果としては現在の方法にして正解であったとのこと。



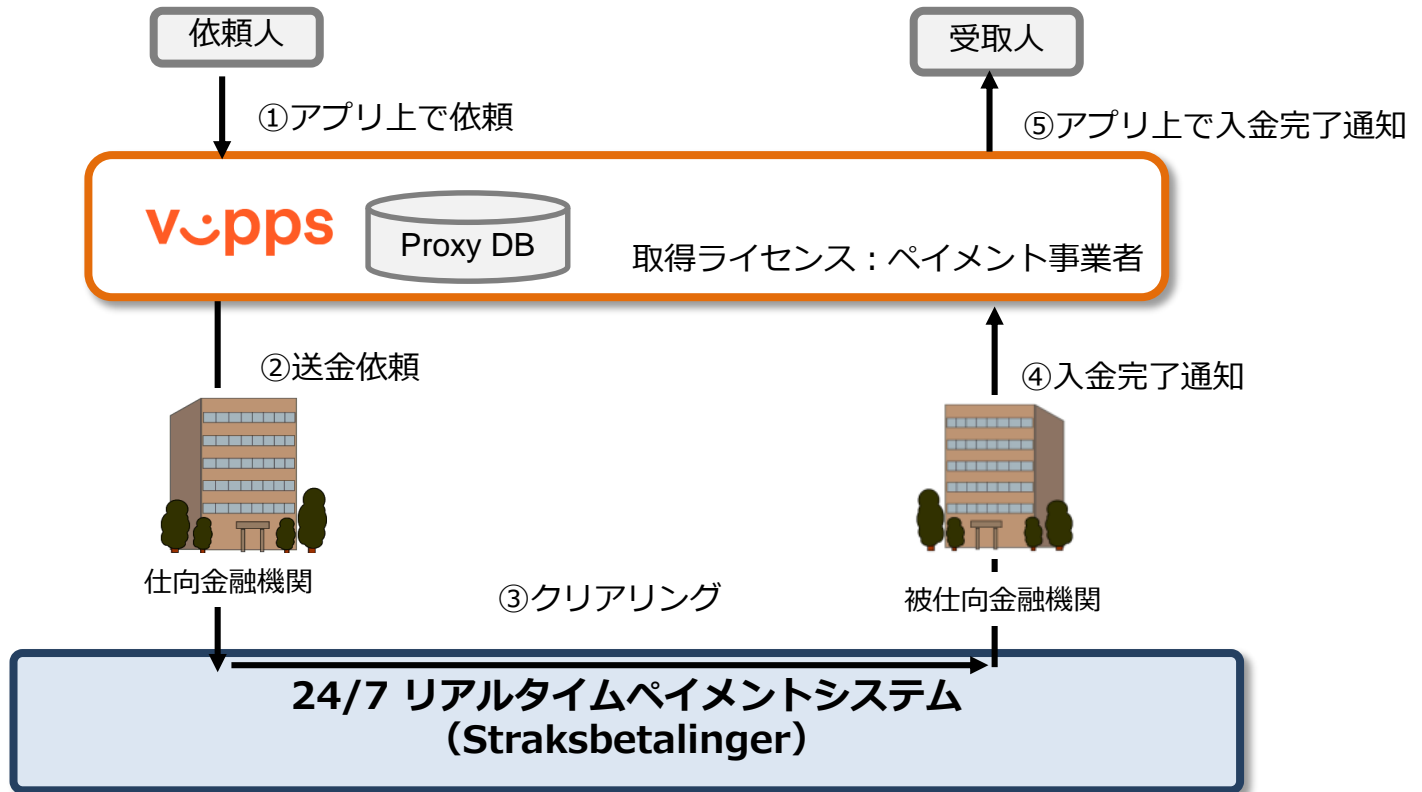
送金スキーム (デンマーク・MobilePay)

- クレジットカード、デビットカードを利用するカード方式 (下図) とSwish同様のダイレクトアカウント方式 (前頁参照) を併用 (取引の90%はダイレクトアカウント方式)。
- 顧客の取引銀行がMobilePayに参加していない場合はカード方式をとる。MobilePayに参加している場合はカードからアカウントを認証し、顧客に同意をとったうえでダイレクトアカウント方式をとる。



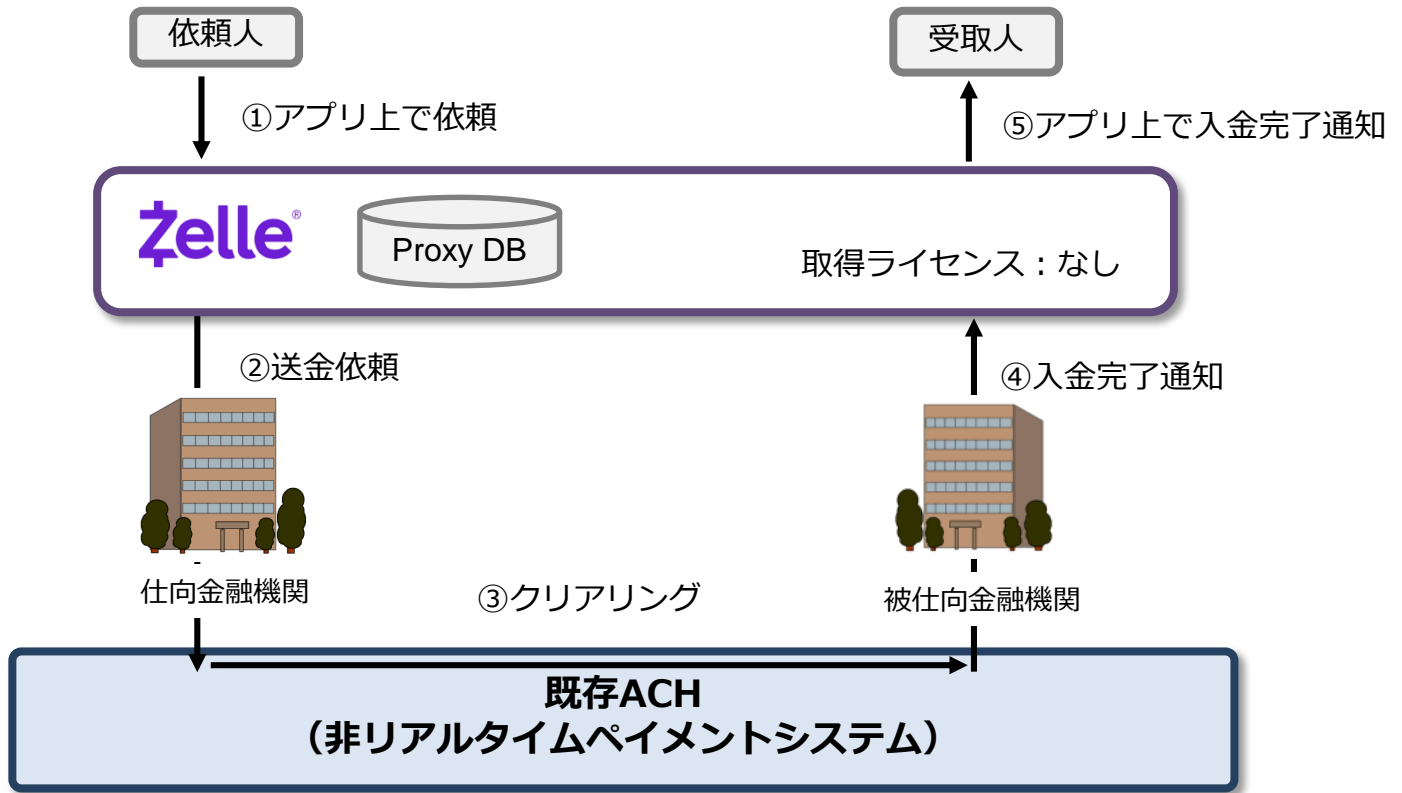
送金スキーム (ノルウェー・Vipps)

- 当初は、クレジットカード等を利用したカード方式（前頁のMobilePayと同様のスキーム）を採用して顧客を獲得したが、2017年からSwishのようなダイレクトアカウント方式（下図）を併用。
- 70%程度の取引はダイレクトアカウント方式。クレジットカードを利用した送金の場合のペイメントシステムは、非リアルタイムペイメント対応のシステムとなり、顧客口座への着金が翌日以降となる。



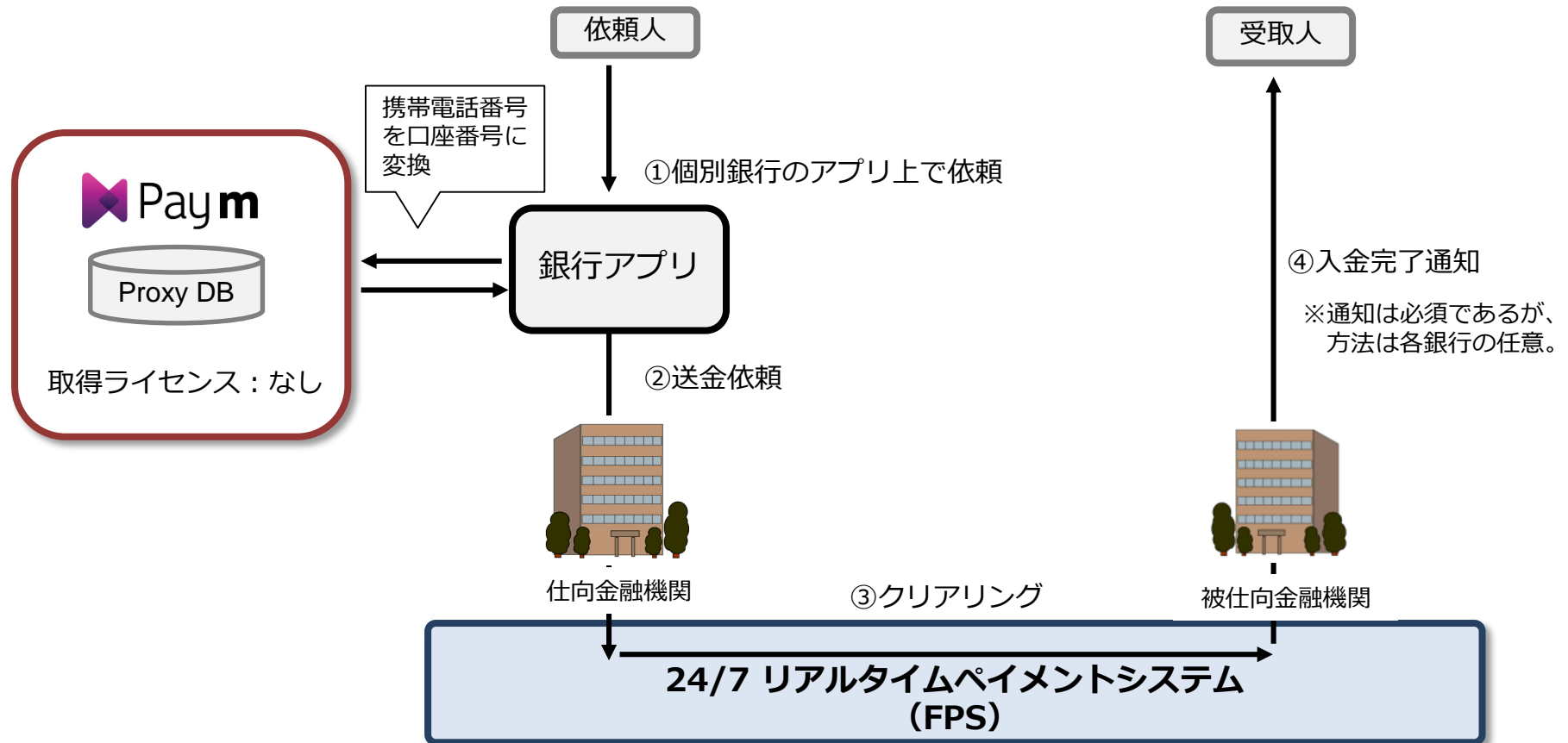
送金スキーム (米国・Zelle)

- **ペイメントシステムを利用したダイレクトアカウント方式 (下図)。**
- Zelleを通じた振込は即時着金となる一方、クリアリングシステムは非リアルタイムペイメントシステムであるため、被仕向金融機関で一定の間信用リスクを保有。来年、リアルタイムペイメントシステムに移行開始予定。



送金スキーム (英国・Paym)

- リアルタイムペイメントシステムを利用したダイレクトアカウント方式 (下図)。
- 送金サービスは個別行のサービスとして提供され、Paymはデータベースとしてのみ利用。





(スウェーデン)



MobilePay

(デンマーク)

vippss

(ノルウェー)

- 3社とも、サービス提供会社が、**携帯電話番号等を顧客に新規登録させたうえで管理。**
- 顧客は、携帯電話番号を変更した場合、データベース上の携帯電話番号も変更しなければならない。個人情報保護のため、携帯電話事業会社とデータベース管理上の連携は行っていない。

Zelle®

(米国)

- Zelle上で携帯電話番号等を顧客に新規登録させたうえで管理。
- 顧客は、携帯電話番号を変更した場合、データベース上の携帯電話番号も変更しなければならない。ただし、米国において、使用されなくなった携帯電話番号は他人に利用されやすい（早い場合は翌日に利用開始する）ことから、Zelleは**携帯電話事業会社と日次で携帯電話番号の変更情報を連携している。**

Paym

(英国)

- 個別銀行のアプリを経由しつつ、Paym上で携帯電話番号等を新規登録させたうえで管理。ただし、すでに**個別銀行に携帯電話番号を登録している場合は、当該携帯電話番号がPaymにも登録される。**携帯電話事業会社とデータベース管理上の連携は行っていない。



- 3社とも、個人間送金サービスを全て無料としつつC2B（店頭決済、オンラインショッピング）サービスにより法人から手数料を得るビジネスモデルであるが、**未だ利益はでていない。コストを上回る収益の獲得は今後の目標。**
- カード端末を導入できない小規模な店やイベントが積極的に利用している状況。また、モバイル送金アプリは、C2Bのマーケットのうち、**オンラインショッピングに優位性があり、逐一クレジットカード番号等を入力する手間を省けることがその理由。**例えば、オンラインの支払いに関する調査（スウェーデン）において、Swishを利用したいという回答者が最も多い（29%）。
- MobilePayは、**カード決済がある中、スマホ決済に大きな需要はないと判断し、付加価値のあるロイヤリティープログラム（ポイント付与）を開始。**なお、個人間送金についても、MobilePay Box（複数の人から集金したうえで特定の人に送金するサービス）について利用料をとっているが、全体の収益の1%程度であり、その他99%はC2Bからの収益。



【参考：付加価値サービス例（一部は今後導入予定）】



請求書払い

Invoice payments



QRコードによる個人間送金

P2P QR transfer



自動引き落とし機能



Subscription
- Pay your bill automatically every month

お金を集金したうえで送金



MobilePay Box
Use MobilePay Box for gifts to colleagues or school class payments



繰延払い



Deferred payment

Defer the payment (all merchant payment use cases) for a fee

アプリ内で買い物



VippsGO

Pick menu items directly in the Vipps app

zelle®

(米国)

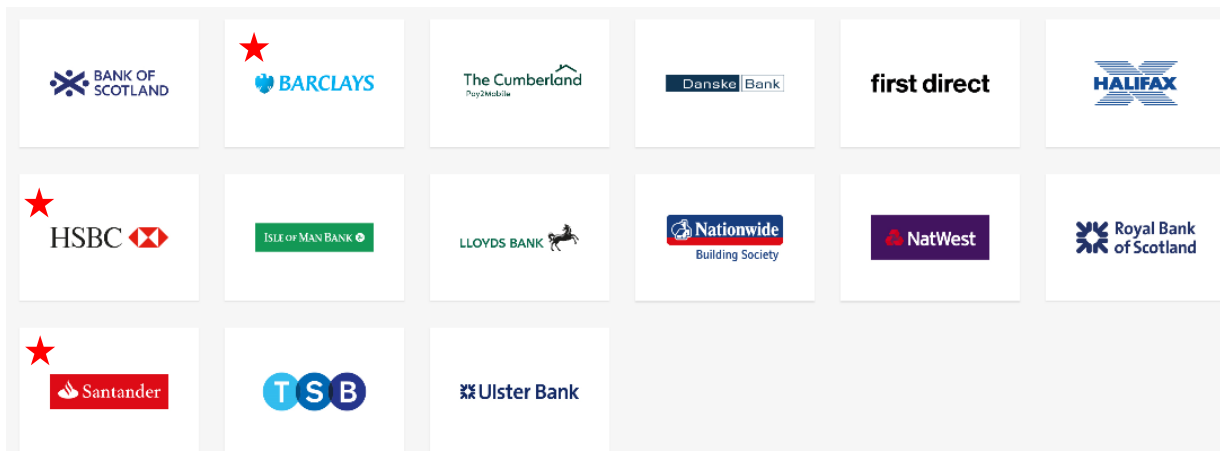
- ①クレジットカードによる手数料収入を失うことを銀行が嫌っていること、② モバイルでは有益な店頭支払いができないということを理由に、**C2Bの利用は検討していない。**
- 銀行口座に付加価値をつけることがZelleの目的であるため、収益はでなくとも問題ではないとのこと。

Paym

(英国)

- C2Bの展開は各銀行の任意であり、現在3行がサービス提供している** (下図星マークの銀行)。
- C2Bの領域については各銀行のサービスの範疇であり、Paymの運営者は関与していない。

【Paym参加銀行 (星マークはC2Bサービス提供銀行)】



(出典：Paymウェブサイト。星マークのみ追加。)



ブランドイメージとユーザー数

#1
最も推奨されているブランド
(2017年・2018年)

⊕

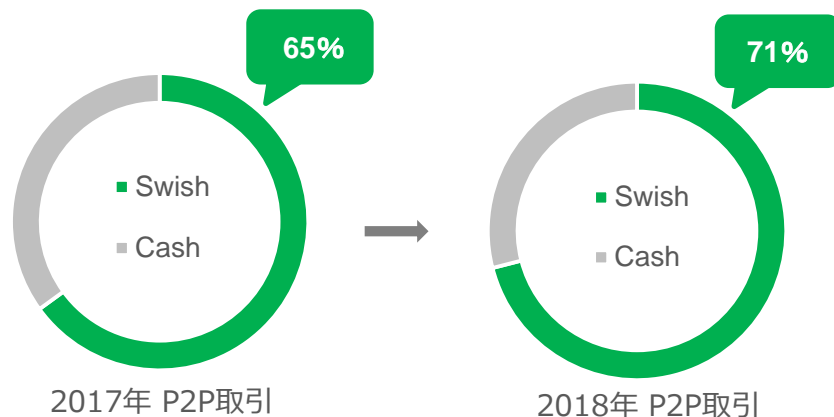
#3
Volvo、Ikeaに次いで、
価値のあるブランド国内3位

~80%
Swish利用者の割合
(人口比)

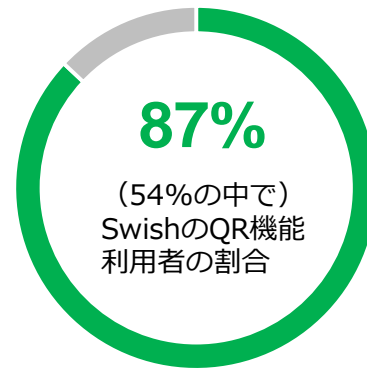
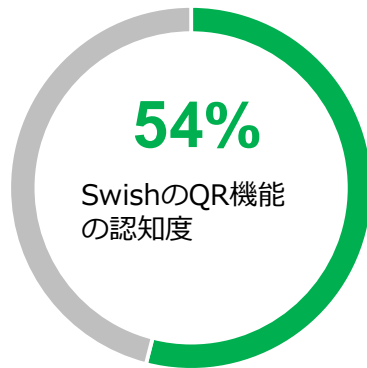
→

76%
継続利用意向者の割合

Swishと現金利用の比率



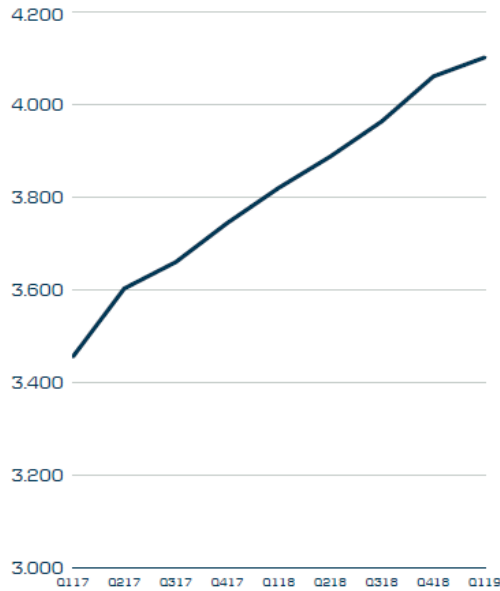
SwishにおけるQRコードの認知・利用





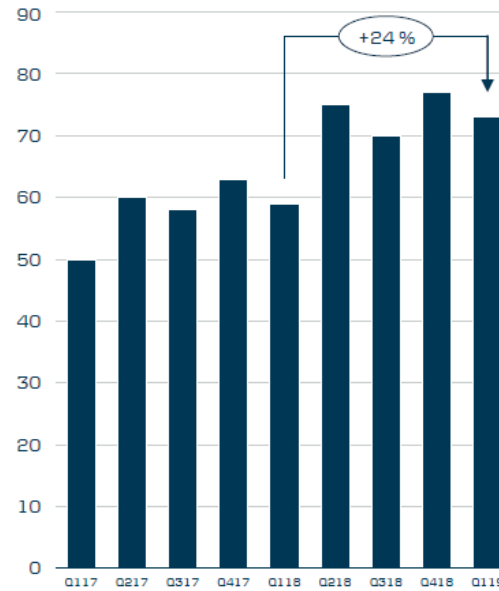
登録者数の推移

Registered users (000s)



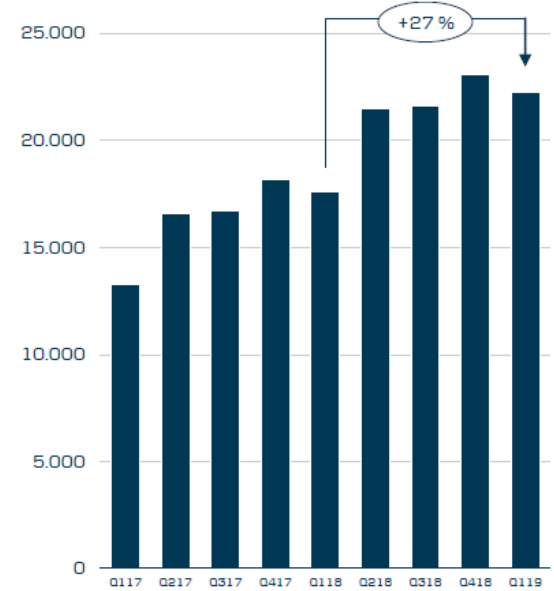
取引件数の推移

Number of transactions (mil.)



取引金額の推移

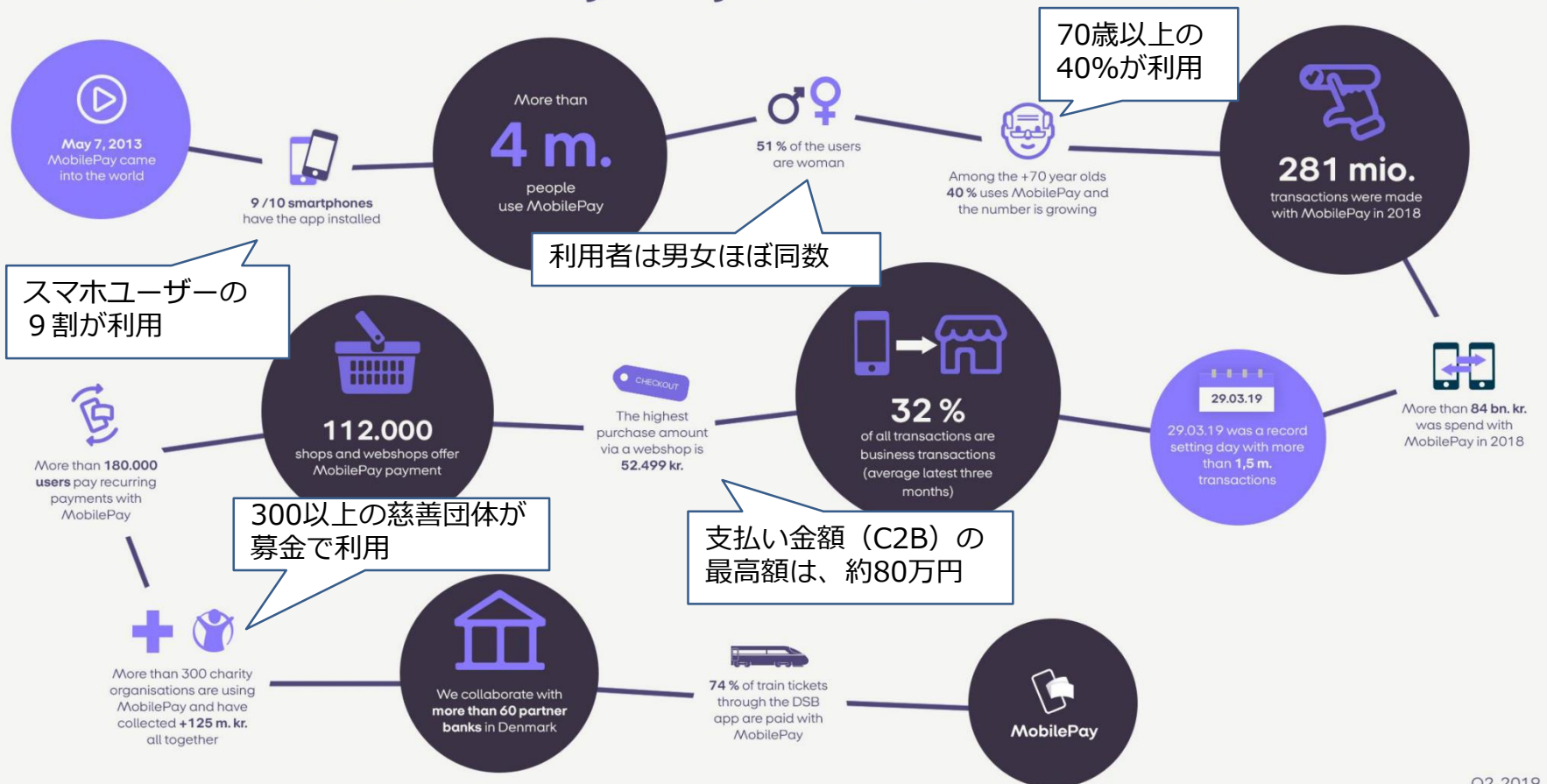
Volume of transactions (DKK mil.)



(MobilePayプレゼン資料から抜粋)



The MobilePay story in numbers - Denmark

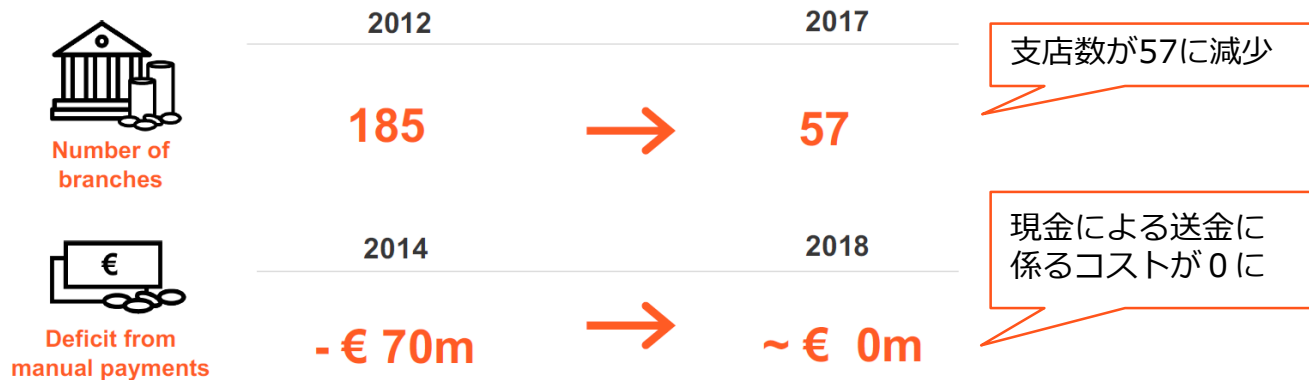




DNBにおける支店数と現金による送金の取扱高の変化

A case study from DNB (largest shareholder in Vipps)

The effect of digitalization on costs for the bank



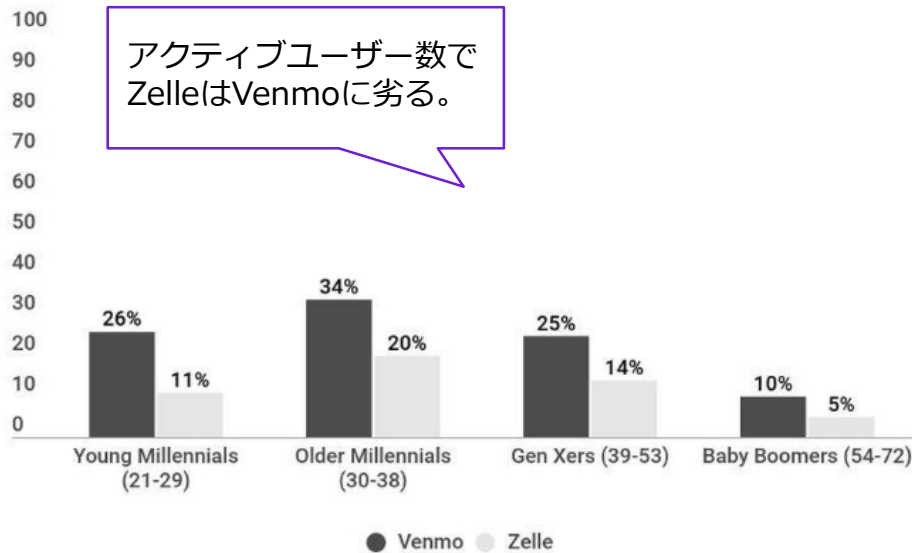
2015: The launch of





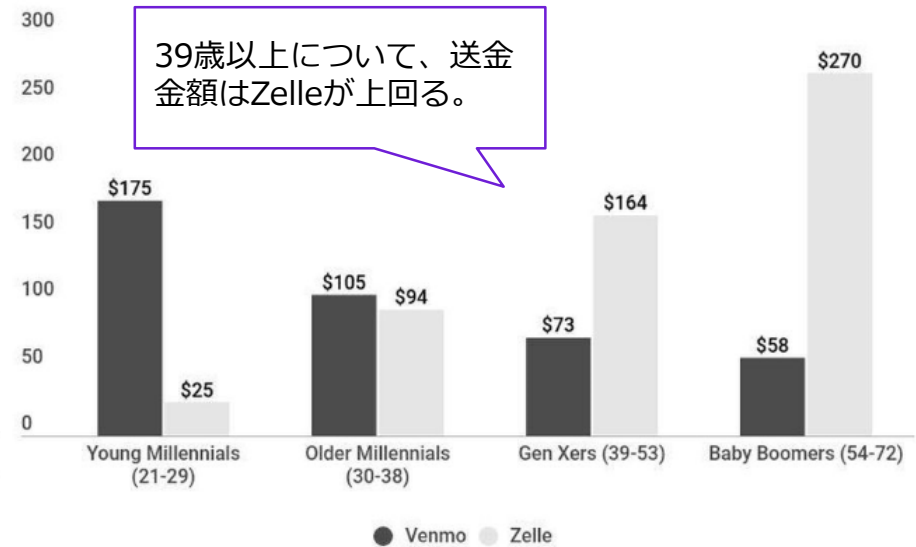
世代ごとの利用率
(Venmoとの比較)

Mobile P2P Adoption by Generation



世代ごとの1取引当たりの平均送金金額
(Venmoとの比較)

Mobile P2P Dollars per Transaction by Provider



(出典 : Cornerstone Advisors 2018年第四半期調査)

swish®

（スウェーデン）

- 各参加銀行は**各行の顧客に関わる部分のみ情報を取得**。Nordeaによれば、C2B取引に関する情報について、将来的に活用は考えているが、現状は行っていないとのこと（個人間取引データの活用は予定していない。）。
- 海外旅行時を含め、いつどこで何をしているか分かるクレジットカードの決済情報に比べて未だ弱いとのこと。



MobilePay

（デンマーク）

- 決済情報はMobilePayの親会社であるDanskeBankのみ保有。個人情報保護の観点から、**他の銀行への共有や活用はできていない**。マーケティングに利用してよいか顧客に同意を求めたところ、5%しか同意せず断念したこともある。
- 以前、個人間取引とともに利用されるメッセージワードのトップ10を公表したところ、メディア上で問題ではないかと指摘されたとのこと。

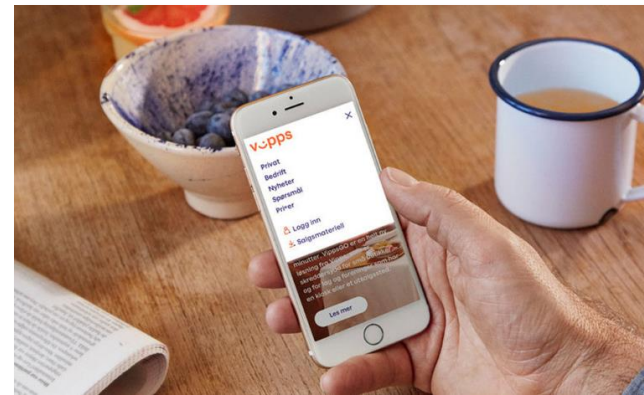
vipps

（ノルウェー）

- Vippsにおいて、**決済情報は各参加銀行に匿名で共有**。各銀行は情報を活かすべく取り組んでいるのではないかとのこと。



（出典：Business Wireウェブサイト）



（出典：DNBNyheterウェブサイト）

Zelle®

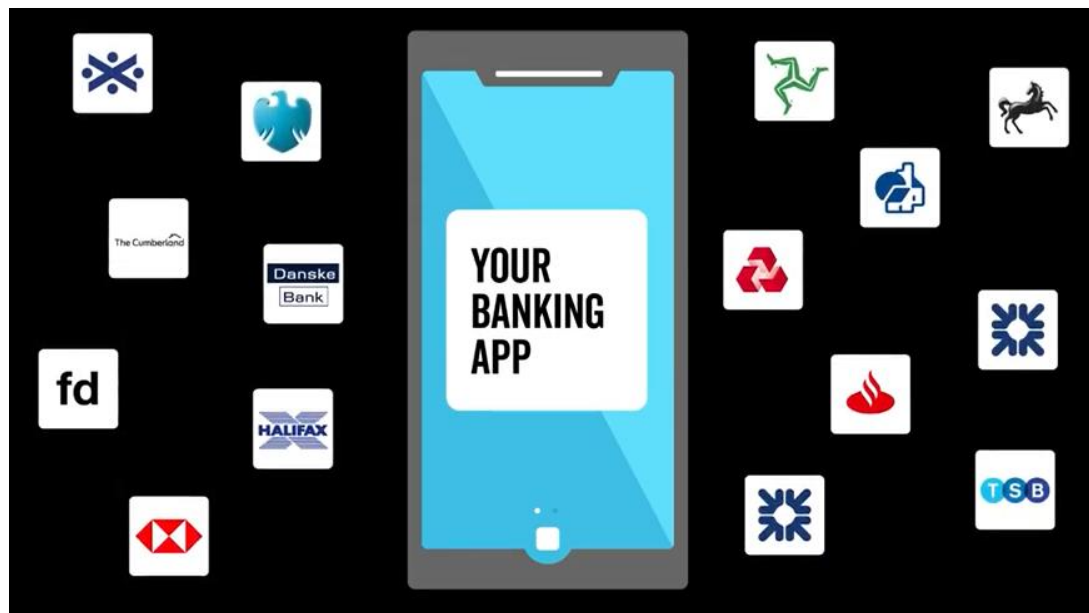
(米国)

- C2Bの展開をしておらず、情報の活用はしていない。個人間送金のデータ（割り勘等）などはあまり使えるものではないとのこと。

Paym

(英国)

- 決済情報は各銀行が保有しているため把握できていないとのこと。



 **swish**[®]
(スウェーデン)

- 不正取引を行った人をBank IDにより追跡することが主な対応方法。
- どのような不正があり得るかということについて議論を実施。特に、ボタン1つで容易に送金できる支払いリクエストによって高齢者が詐欺にあうことを懸念しているとのこと。

 **MobilePay**
(デンマーク)

- Danske Bankが利用している不正モニタリングシステムを採用。土曜日夜にプロフィールを更新し、他のユーザーがすでに使用しているクレジットカードを利用し始めるユーザーが特にあやしいユーザーであるとのこと。

 **Zelle**[®]
(米国)

- 参加銀行は、検知した不正をZelleの運営会社（EWS）に報告する必要があり、EWSは各参加銀行に情報を還元する。不正口座を停止するかどうかは各行の判断となる。

銀行協会の個人間送金サービスに対する関わりと評価（北欧）

- 各国とも、銀行協会は主に国内・欧州の規制対応、決済インフラの企画、高齢者等向けデジタル教育の推進が役割。
- 個人間送金サービスについては、以下のような関わり等がみられる。

スウェーデン

- スウェーデン銀行協会内に、モバイルバンキングに関する調査会が発足し、銀行も参加。これが、Swishの動きにつながっていった。
- デンマークやノルウェーのように、他の銀行が最大手の銀行に無理に協力させられるかたちではなく、**全ての銀行の合意にもとづき行ってきたことは大切な動き**であった。



デンマーク

- 特定のサービスを応援することはないが、MobilePayの決済スキームを構築するに当たり、一部の銀行に代わって交渉を行った。
- 銀行界として、共通の取組みが進められないとき、**MobilePayのような1つの成功事例が出た場合、それが共通基盤となるのもよいのではないか。**



ノルウェー

- サービスについては銀行が考える領域であり、我々は口を出す立場にない。
- ただし、**Vippsの株式が既存の銀行のみで保有されており、新たに設立された銀行が参加しづらい環境**となっていることは課題。





swish®

(スウェーデン)



MobilePay

(デンマーク)

vipp

(ノルウェー)

- 政府による勧めもあり、スウェーデン、デンマーク、フィンランド、ノルウェー、ドイツ、ベルギー等の間で、各国のサービスのインターオペラビリティについて協議する団体（European Mobile Payment Systems Association (EMPSA)）が設立。
- 一方で、どのように実現するのか、そもそも何故しなければならないのかということを含めて検討しており、取組みに対して懐疑的な意見も一定数ある。





運営組織	<ul style="list-style-type: none"> 運営会社 (GetSwish) の従業員は15名程度 (このほか、他社にSwishのサービス開発に従事する関係者が数十名いる)。 オーナー銀行の役員会合のほか、銀行の担当者とは案件があるごとに打合せを実施。
普及促進	<ul style="list-style-type: none"> Swishの普及促進として、開始日には各銀行が各支店で一齐にバルーンや張り紙で宣伝を行った。このため、街を歩けばSwishが目につかない場所はないという状況であったとのこと。
送金上限額	<ul style="list-style-type: none"> 送金上限額は、各行が定めている。
サービス開発	<ul style="list-style-type: none"> 2010年の段階で50あったアイデアのうち、現在実現できているのは10程度。リソースが限られており1度に全て実現することは困難であるため、残りのアイデアを1つ1つ実現するのが求められているとのこと。
その他	<ul style="list-style-type: none"> スウェーデンは人口が1000万人程度と少なく、1行で取組みを行うにはコストが負担しきれないため、オールバンクでものごとを進める文化があるとのこと (リアルタイムペイメントインフラやBank IDの運営会社等、銀行が共同で運営する会社が5つ程度ある。) Swishがキャッシュレスを進めた主な要因ではなく、貢献度は全体からみればわずか。店頭でのカード払いについて顧客へ手数料を課すことが禁止され、店頭でのカード払いが積極的に進んだことが、キャッシュレスが進んだ主な要因。



運営組織	<ul style="list-style-type: none"> Danske Bank自体のサービスと競合させる覚悟で開発に踏み切り、運営組織をDanske Bankと別会社とした。 100名程度の従業員のほか、Danske BankにもMobilePayに従事している行員が存在。
送金上限額	<ul style="list-style-type: none"> 15,000 DKK（≒22万5,000円）（ライセンス（電子マネー事業者）の規制による）。
その他	<ul style="list-style-type: none"> サービスの利用は現在13歳以上に限っているが、今後引き下げたいと考えているとのこと。 90%の送金が、すでに送金済みの先への送金。60%のユーザーが、C2B等の機能を利用せず、個人間送金機能のみ利用。 10DKK（≒150円）を送りあうという現象もみられ、写真等を送っているものと思われるとのこと。

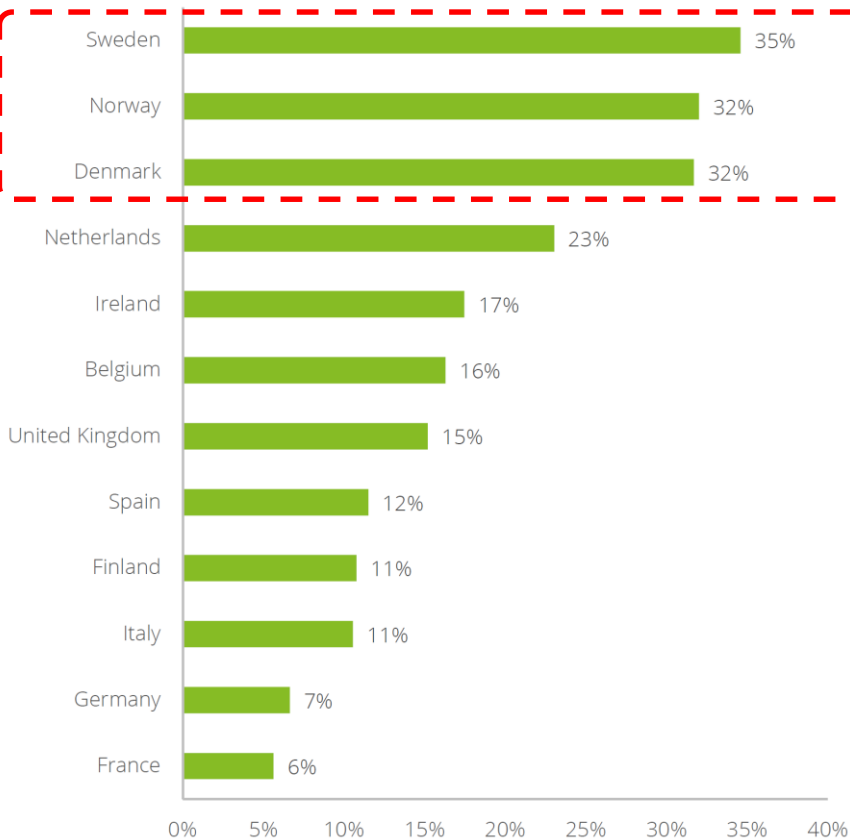


運営組織	<ul style="list-style-type: none"> 2018年6月、Bank IDおよびBankAxept（店頭支払い用カード等の決済関連サービス提供会社）と合併。
普及促進	<ul style="list-style-type: none"> Vippsを開発した銀行（DNB）にいる1万人以上の従業員が普及を促し、浸透させる。コマーシャル、広告も大々的に実施。
送金上限額	<ul style="list-style-type: none"> 10,000NOK（≒12万円）。市場の要求やリスクを踏まえて適宜見直しを実施。
その他	<ul style="list-style-type: none"> 15歳以下は個人間送金のみ利用可能。ただし、顧客から要求があり、今後13歳に引き下げる予定。 ノルウェーには約130の銀行があり、スウェーデンと異なって銀行界の意見統一が難しいとのこと。

欧州におけるモバイル個人間送金の利用状況（1週間に1度以上利用している人の割合）

Figure 11. Weekly transfer money to another individual in your country with mobile phone (2018).

Base: All adults from 18 to 75 years of age



- スウェーデン、ノルウェー、デンマークが高い利用率。
- この3か国では、主要なサービス（Swish、Vipps、MobilePay）の動詞化が起こっている。

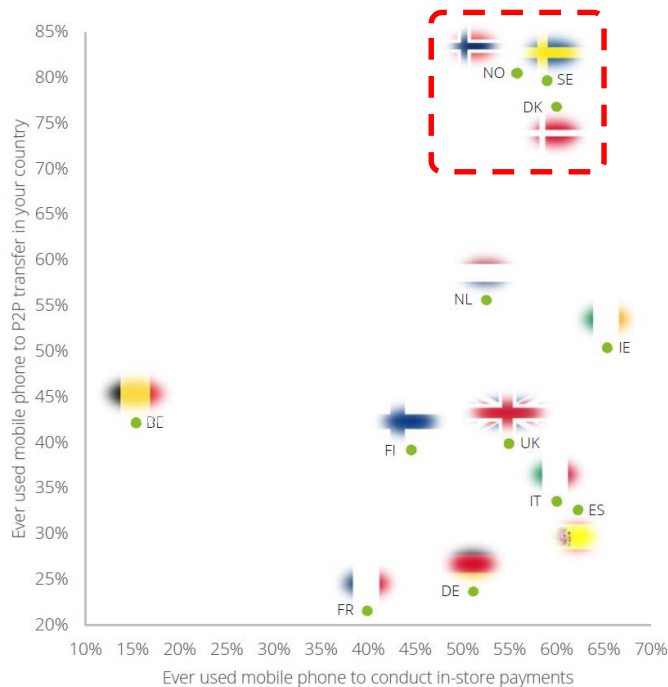
Source: Deloitte GMCS 2017, Deloitte GMCS 2018, Deloitte Analysis

欧州におけるモバイル個人間送金・モバイル店頭決済・キャッシュレス取引の利用に係る比較

- 北欧3か国のモバイル個人間送金の利用は他国に比して大きい一方、モバイル店頭決済の割合等について、他国と大きな差はない。

Figure 10. Mobile in-store and domestic P2P-payments (2018).
Base: All adults from 18 to 75 years

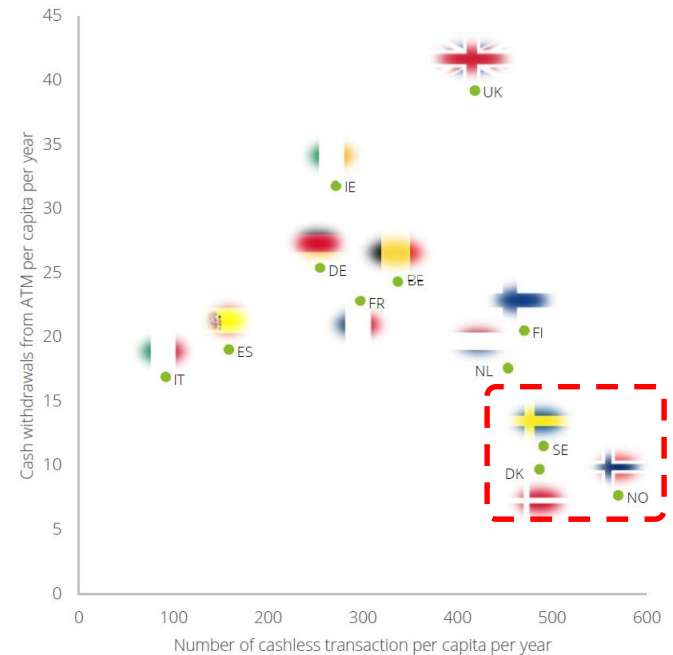
【モバイル個人間送金利用経験者の割合】



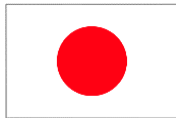
【モバイル店頭決済送金利用経験者の割合】

Figure 1. Cash withdrawals and cashless transaction per capita (2017).
Transactions per capita. Cashless transactions are based on total card payments issued by resident P credit transfers, direct debit transfers and E-money payments with e-money issued by resident PSP.

【1年間のATM引き出し回数（一人当たり）】



【1年間のキャッシュレス取引回数（一人当たり）】



- 仮に、日本においてモバイル個人間送金サービスを導入する場合、①Swish（スウェーデン）等のような独立アプリの構築、または②Paym（英国）のようなデータベースのみの構築が考えられる。
- より広く利用されるサービスの展開を考えると、Paymが統一的なプロモーション活動ができず普及していないことを踏まえれば、Swishのような独立アプリの構築、または、Zelle（米国）のような独立アプリを構築しつつ、任意で個別行のアプリにも組み込めるようにすることが検討の方向性として望ましいと考えられる。
- また、サービスの提供に当たっては、各国同様に24/7リアルタイムペイメントシステム（全銀システム）と連携させ、追加的なシステム構築のコストや決済リスクの管理なく、受取人口座への速やかな着金を実現させることが望ましいと考えられる。

