

2018年 事業説明会（ペイメント事業）

2018年12月10日
代表取締役副社長執行役員
山口 重樹

代表取締役副社長の山口でございます。

本日は当社ペイメント事業についてご説明させていただきます。

自己紹介



山口 重樹

■ 業務経歴

1984年4月 NTTデータ入社

- ・ 科学技術計算の共同利用型システムの中核ソフトウェアの開発に従事
- ・ 流通業のシステム開発等のプロジェクトリーダー

2010年7月 法人コンサルティング&マーケティング本部長

- ・ NTTデータのコンサルティングファームのクニエの前身、NTTデータビジネスコンサルティングの設立に従事、常務取締役兼務

2013年1月 株式会社JSOLの代表取締役専務

- ・ SAPビジネスの展開等に従事

2013年6月 執行役員 コンサルティング&マーケティング本部長

- ・ コンサルティングビジネスとERP (Biz/J) ビジネスを担当

2014年6月 執行役員 第三法人事業本部長

2016年6月 常務執行役員 ITサービス・ペイメント事業本部長

- ・ ペイメント、流通業、サービス業を担当

2017年6月 取締役常務執行役員 法人ソリューション分野担当、中国・APAC分野担当

2018年6月 代表取締役副社長執行役員

■ 得意領域

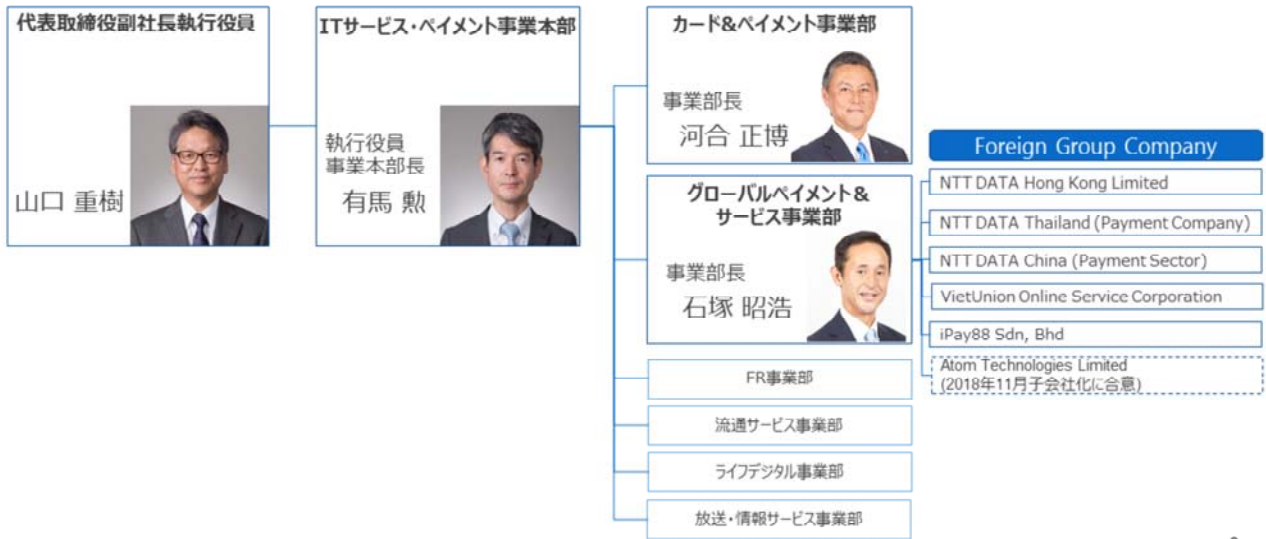
デジタルコマース、ペイメント、コンサルティング

こちらは私の略歴になります。

ペイメント事業を含む、法人・ソリューション分野を担当しております。

組織構成

- 法人・ソリューション分野、ITサービス・ペイメント事業本部において、日本の決済インフラ（CAFIS）、アジアを中心としたグローバルのペイメント事業のサービスを提供しています。



© 2018 NTT DATA Corporation

3
NTT DATA

当社ペイメント事業に関する体制についてご説明致します。

法人・ソリューション分野の中に、ITサービス・ペイメント事業本部がございます。その中にカード&ペイメント事業部があり、ペイメントを専門に担当しているのが河合でございます。

また、グローバルペイメントにつきましては石塚が担当させていただいています。

1. 国内ペイメント事業
 - 1.1 日本における決済の現状
 - 1.2 代表的な決済手段の決済スキーム
 - 1.3 CAFISが提供する基本サービス
 - 1.4 決済市場の変化
 - 1.5 成長戦略と取り組み事例
2. グローバルペイメント事業
 - 2.1 事業概要説明
 - 2.2 成長戦略と取り組み事例

本日のご説明内容です。

国内のペイメント事業と、グローバルのペイメント事業、二つに分けてご説明します。

国内のペイメント事業に関しては、日本における決済の現状をご説明し、代表的な決済手段の決済スキームについてご説明します。その後、当社が提供していますCAFISというサービスについてご説明します。また、昨今、新聞等で毎日のように報道されている新しい決済手段について、こういう新しい動きが今後どういうインパクトがあるのかということと、それに対する当社の成長戦略と取り組み事例をご説明します。

グローバルペイメント事業については、どのようなペイメント事業をグローバルで実施しているのかということと、成長戦略、取り組み事例をご説明したいと思います。

1. 国内ペイメント事業

はじめに、国内ペイメント事業の状況をご説明します。

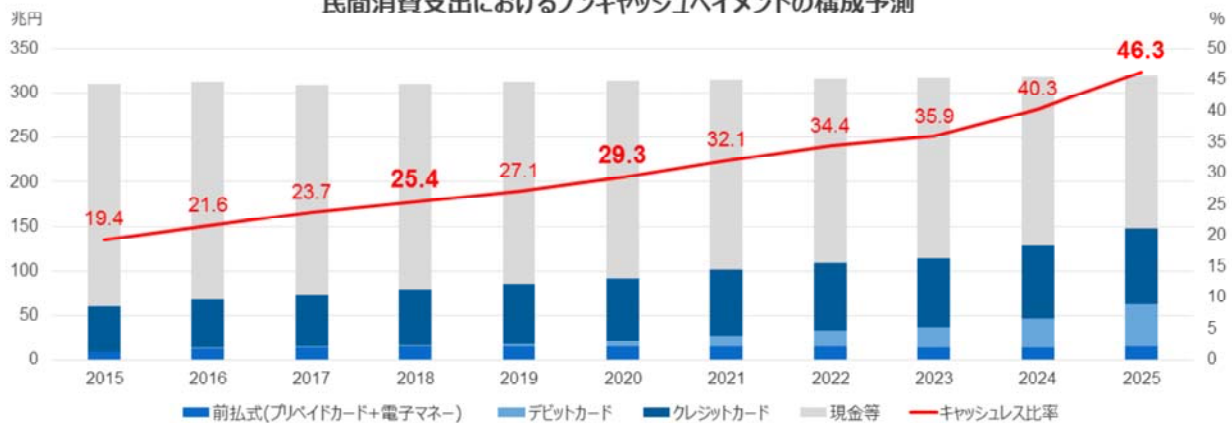
1.1 日本における決済の現状

(説明省略)

決済手段の構成予測

- 国内の民間消費支出は300兆円強で横這い傾向にあるものの、ノンキャッシュ決済比率は上昇する見込みです。
- 現在の成行ベースでも2020年に30%弱、2025年に45%強に到達する見立てとなっています。

民間消費支出におけるノンキャッシュペイメントの構成予測



出典：民間最終消費支出(2015年～2027年)『経済産業省委託調査「マクロ経済モデルによる中長期の経済成長予測に関する調査研究」(2015年3月)』、キャッシュレス決済手段(2015年～2023年)『野村総合研究所「ITナビゲーター2018年版」中の「図表6.1-2 スマートペイメント市場予測」(P219)』、キャッシュレス決済手段(2024年～2025年)『野村総合研究所の推計値』における2015年～2023年の推計値について、年平均成長率(CAGR)を算出し、当該成長率を基にNTTデータ経営研究所にて算出

© 2018 NTT DATA Corporation

7
NTT DATA

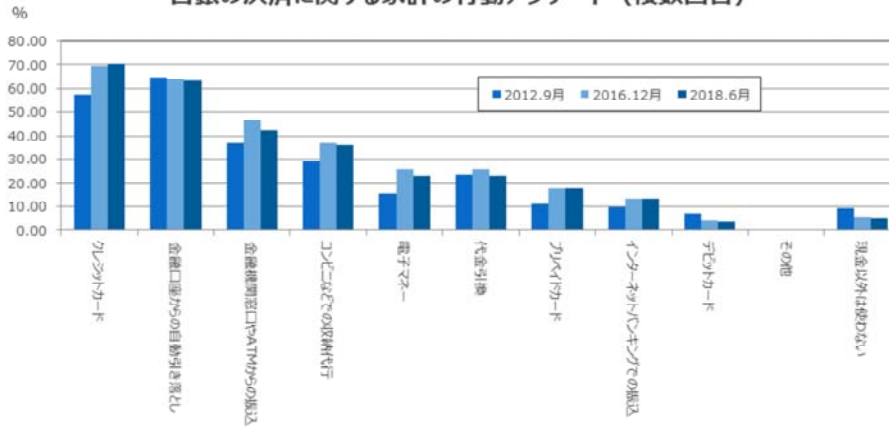
このように、日本は海外に比べると、やはりノンキャッシュペイメントの比率が低いと言われています。今、2018年で25.4%、これがこのまま行きますと大体45%になる見立てです。

ここで見ていただきたいのは、このノンキャッシュペイメントの中で、日本ではクレジットカード決済がかなり多いのが特徴であるということです。

個人における決済手段の選択

- 観測点が2012年、2016年、2018年と不連続ですが、2012年からの傾向は明確であり、クレジットカード、コンビニ収納、電子マネー、プリペイドカードなどが伸張、10%程度いた現金主義の消費者は5%程度まで減少しています。

日銀の決済に関する家計の行動アンケート（複数回答）



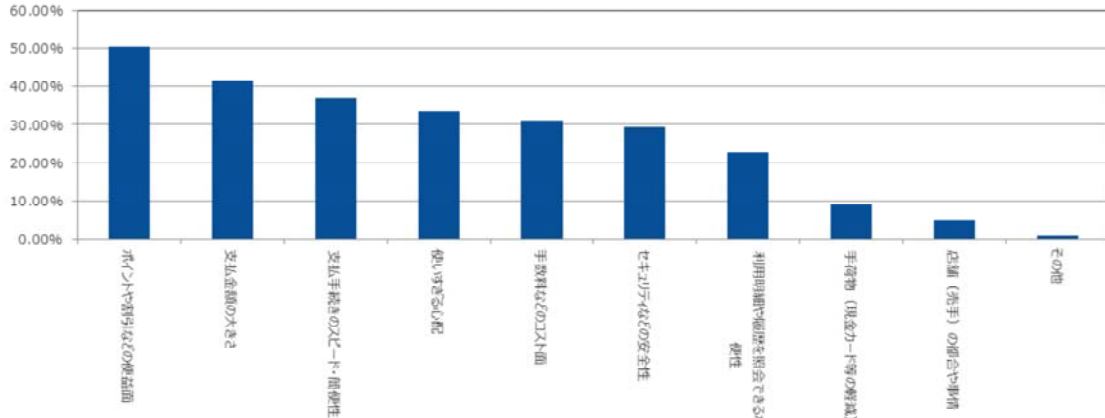
出典：日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」

続きまして、個人がどのような決済手段を使っているかということに関するサンプリング調査結果です。その中では、やはりクレジットカードが多く使われているということがわかります。

決済手段選択の際に重視していること

- ポイントや割引などの便益面が最も重視されています。
- 加えて、支払金額の大きさなどにより決済手段を使い分けていることがわかります。

決済手段を選択する際に重視していること（複数回答）



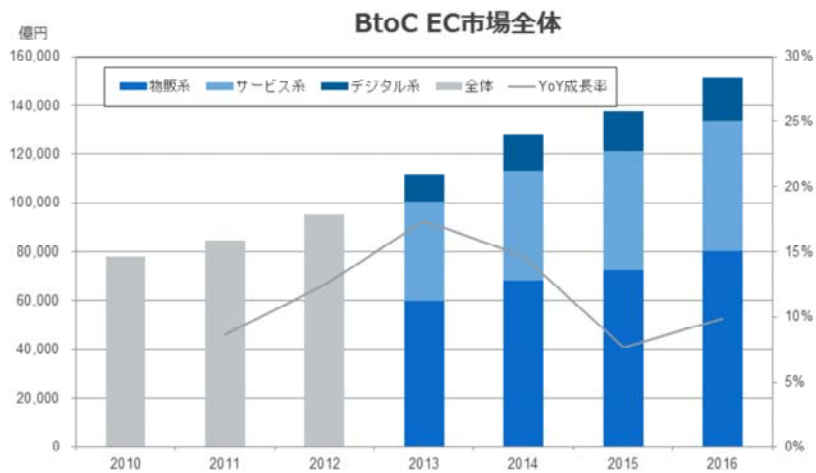
出典：日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」

また、決済手段を選ぶときにどのような点を重視しているかという消費者側の調査結果です。割引特典があることや、支払金額が大きいという理由により、ノンキャッシュが選ばれているというのがポイントで、消費者は決済時に便益面というものを重視していることがわかるかと思えます。

また、支払金額の大きさにより、決済手段を使い分けていることもポイントです。おそらく皆さんも、日々のコンビニの買い物等、小さな買い物は電子マネーが多く、少し高い買い物はクレジット決済されることが多いかと思えます。

EC化への傾向

- EC市場は継続的な成長を行っており2015年度に成長率が落ち込んだものの、2016年度は再び伸び率が上昇しています。

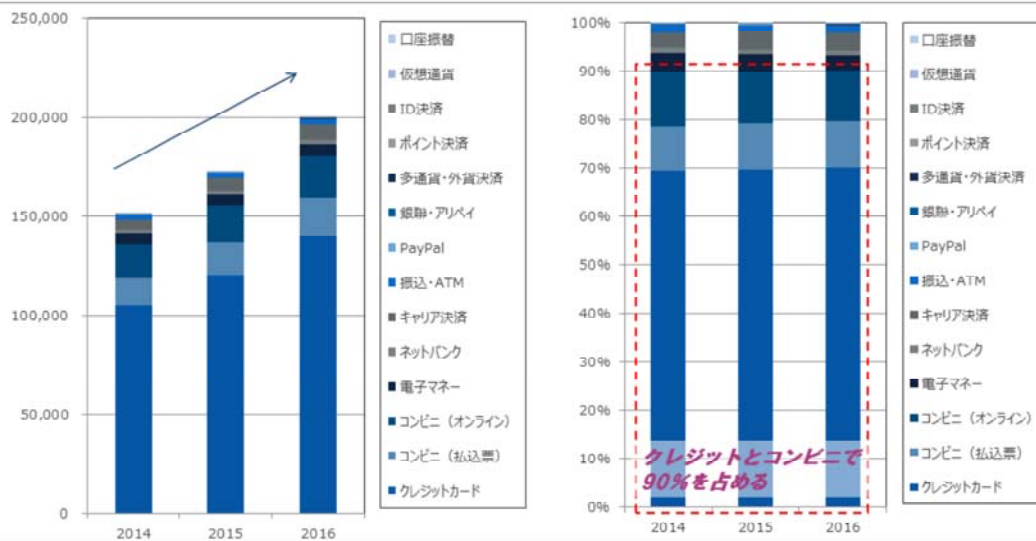


出典：我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備／経済産業省

昨今、リアル店舗だけではなくECでの決済というのかなり多くなってきています。これはECのマーケットがますます大きくなっていることを表しています。

ECにおける決済手段

- ECにおける支払手段の70%はクレジットカード、残りの30%中20%がコンビニエンスストアでの支払となっているおり、そのポジションは変化していません。



© 2018 NTT DATA Corporation

11
NTT DATA

ECでどのような決済手段が使われているかというと、クレジットカードが70%ほど使われています。また、残りの30%のうち、20%がコンビニエンスストアの支払いとなっています。やはり今はECでもクレジットカードが多く使われているというのが日本の現状です。

1.2 代表的な決済手段の決済スキーム

12

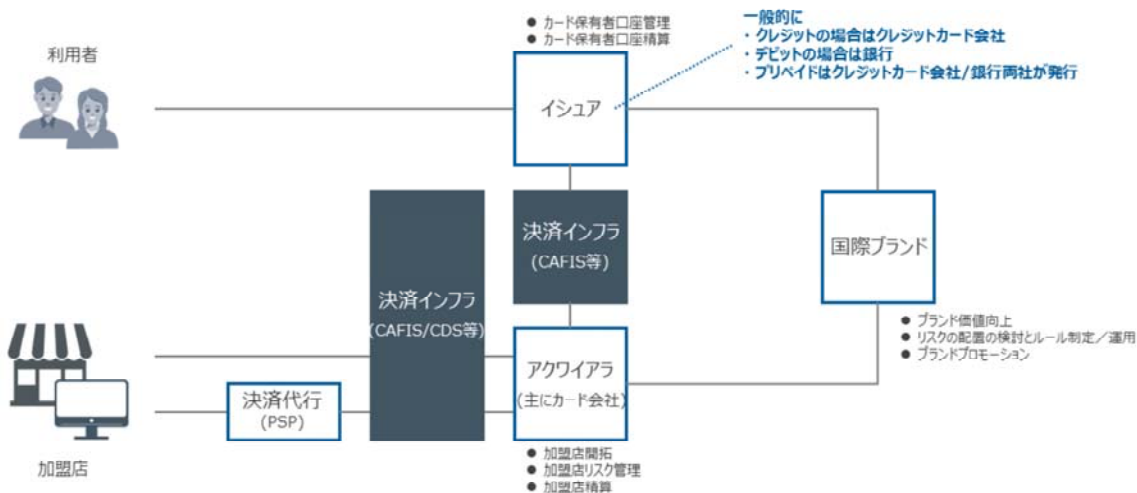
© 2018 NTT DATA Corporation

NTT DATA

決済スキームは今後の決済市場へのインパクトを考える際に大変重要な要素かと思えますので、クレジットカード・電子マネー・プリペイドなどの様々な決済手段がどのようなスキームになっているかについて、ご説明します。

クレジットカードの決済スキーム

- 国際ブランド発行のクレジットカードの主要プレーヤーは、国際ブランド、イシュア、アクワイアラ、加盟店です。
- クレジットカードの取引データ（オーソリデータ、売上データ）を処理する決済インフラとして、当社が提供するCAFISやCDSなどのサービスが利用されています。



© 2018 NTT DATA Corporation

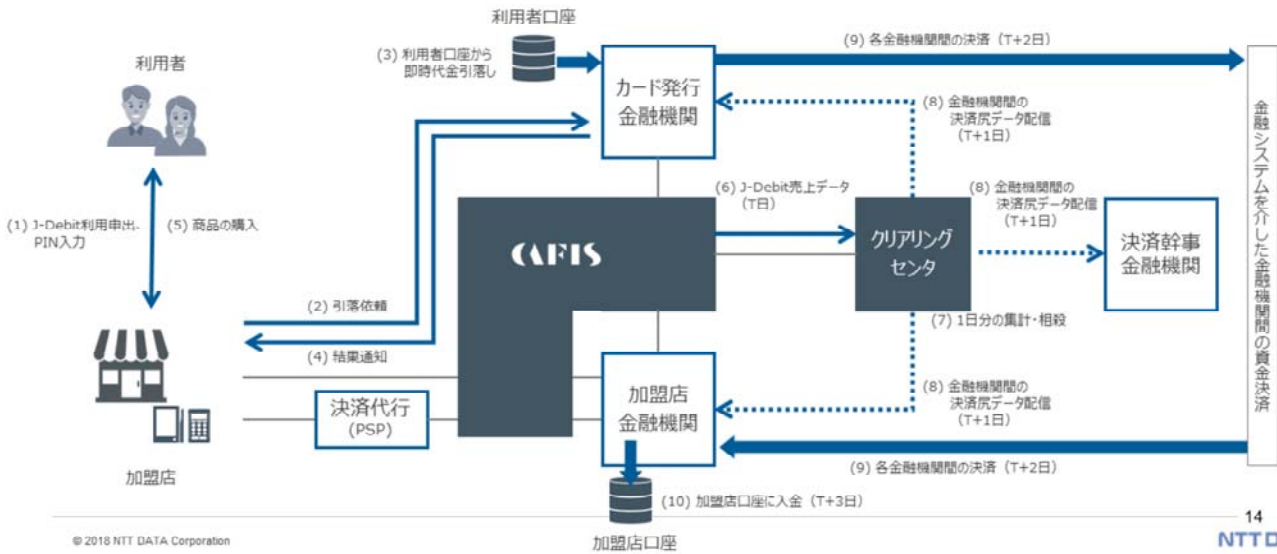
13
NTT DATA

まずクレジットカードです。クレジットカード発行会社と加盟店を獲得する会社があり、加盟店で利用した際には決済代行業者を通る場合と通らない場合があります。CAFISでこのクレジットカードを使っていいかどうかということを確認することが、オーソリゼーションという処理です。また、クレジットカードにVISA・MasterCard・JCBという国際ブランドで信用を付けているプレイヤーもあります。これがクレジットのスキームです。

クレジットカードを使っていいかどうかという照会を行うCAFISや、売り上げデータをファイル伝送するCDSというサービスを当社が提供しています。

J-Debitの決済スキーム

- J-Debitに加盟している金融機関様が発行するキャッシュカードで支払いできるサービスです。
- 本サービスでは銀行間の精算（クリアリング）も当社が請け負ってサービス提供しています。



続きまして、J-Debitという仕組みがあります。これは利用者から見ると、銀行のカードを使い即時払いで支払いができる仕組みです。

当社はこのJ-Debitのシステムをサポートしており、J-Debitに加盟している金融機関様が発行するキャッシュカードで支払いができるサービスを提供しています。本サービスでは銀行間の精算（クリアリング）という形で、例えば私がデビットでどこかの店舗で買い物をすると、私の口座からその店舗の口座にクリアリングという形でお金が移されるという仕組みです。

電子マネー（ICチップ型）のカテゴリ

- 日本における電子マネー（ICチップ型）は、4つの主要なカテゴリ（独立系ポストペイ、独立系プリペイド、交通系プリペイド、流通系プリペイド）が存在します。
- コミューターパスにおける携帯の必然性が高いことから電子マネーは浸透したと考えられます。

Service Category	電子マネー		
	ポストペイ (後払い)	プリペイド (前払い)	
Provider	独立系		交通系
Service	iD QUICPay	Edy	Suica PiTaPa ICOCA PASMO etc./15 application
Chip format	Felica (Type C)		
Index	Electronic money member 151 million (Edy, Suica, PASMO, ICOCA, nanaco, WAON, iD)		

© 2018 NTT DATA Corporation

15
NTT DATA

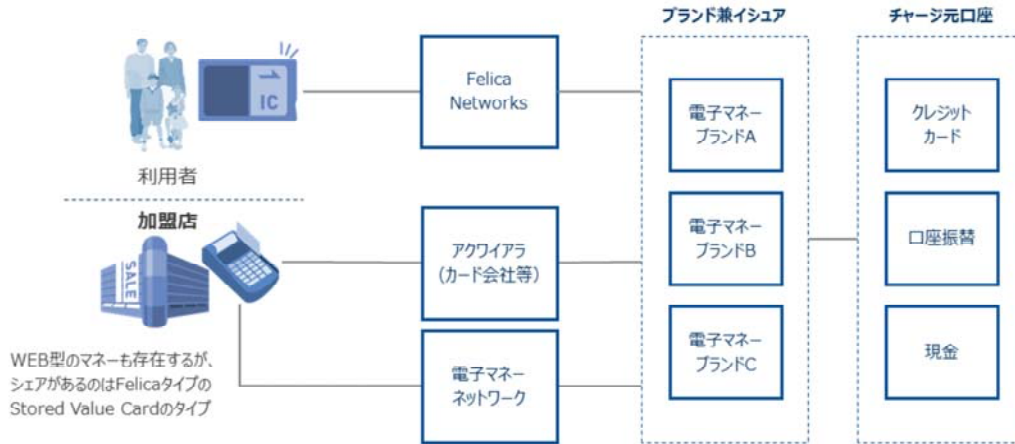
続きまして、電子マネーです。電子マネーの中でもプリペイド型、ポストペイド型といったタイプの違いや、誰が発行しているかによって仕組みが異なります。

皆さんがよくお使いになるのは、例えばSuica等の交通系カードがあります。

JR様などによる通勤・通学カード、流通系カードがかなり普及しましたので、このカード・電子マネーがコンビニエンスストアなどでもかなり頻繁に使われています。これも日本のカードのノンキャッシュペイメントの特徴の一つかと思えます。

電子マネーの決済スキーム

- アクワイアラは、クレジットカード決済と同様にカード会社が主要なプレーヤとなっています。
- 一方、イシューは利用者接点あるプレーヤが個別ブランドとして存在しています。（交通系、流通系、独立系に分類）
- チャージ元口座としては、クレジットカード、銀行決済、現金等が存在します。



© 2018 NTT DATA Corporation

16
NTT DATA

電子マネーに関しては、加盟店を開拓して、加盟店の決済に責任を持つのは、クレジットカード決済と同様にアクワイアラと呼ばれるカード会社が主要なプレイヤーになります。一方で、カードを発行するイシューは利用者接点があるプレイヤーが個別ブランドとして存在します。Suicaなら交通系のプレイヤーが発行し、提供しています。

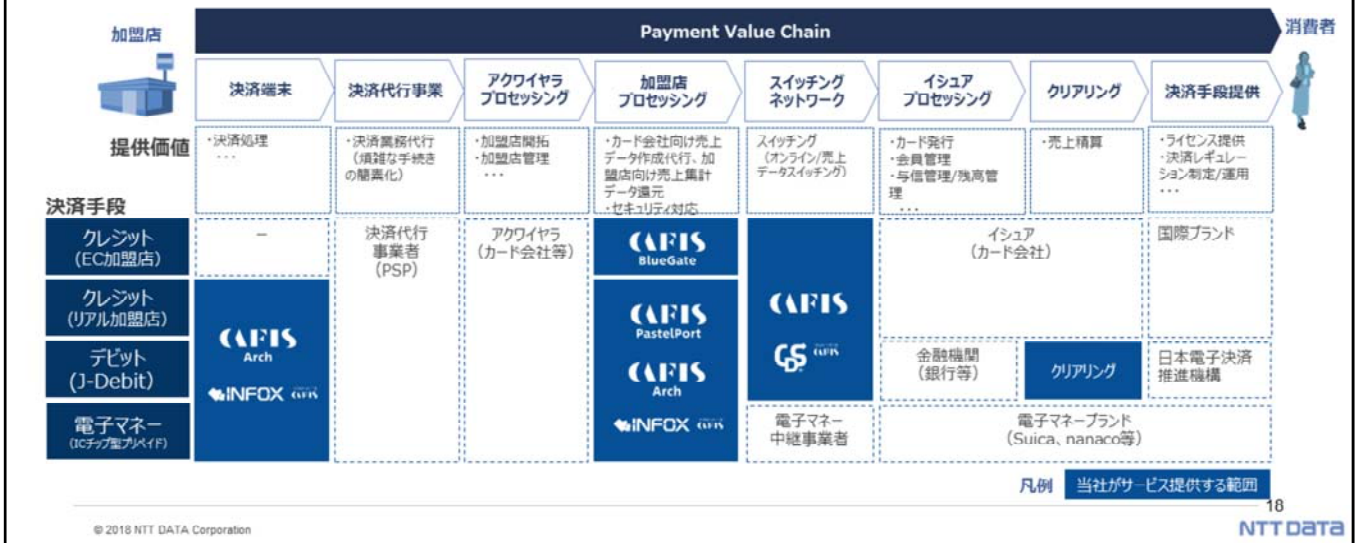
また、毎回その都度に現金を入れてチャージするのではなく、クレジットカードなどのチャージ元口座から電子マネーにチャージする仕組みも提供しています。チャージ型については、このように銀行決済ができたり、現金からではなくクレジットカードから移すこともできるという形です。

1.3 CAFISが提供する基本サービス

(説明省略)

ペイメント・バリューチェーン

- ペイメントのバリューチェーンにおいて、NTT DATAは加盟店に設置する決済端末（INFOX/CAFIS Arch）の提供、および加盟店プロセッシングセンタ（CAFIS BlueGate、CAFIS PastelPort、INFOX、CAFIS Arch）、オーソリゼーション、売上データのスイッチングサービス（CAFIS/CDS）を主に提供しています。



今、日本で提供されている決済サービスに対して、当社がどのようなサービスを提供しているかをご説明します。

これが、当社が提供している全体図です。まず当社は決済端末というものを提供させていただいています。皆さんも、例えばレストランなどの様々な場所で支払いされたときにカードを挿入する端末を見たことがあるかと思います。その端末を、INFOX端末や新しい形ではArchで、提供させていただいています。

ECについては端末が要りませんので、ここは利用者が直接利用することになります。

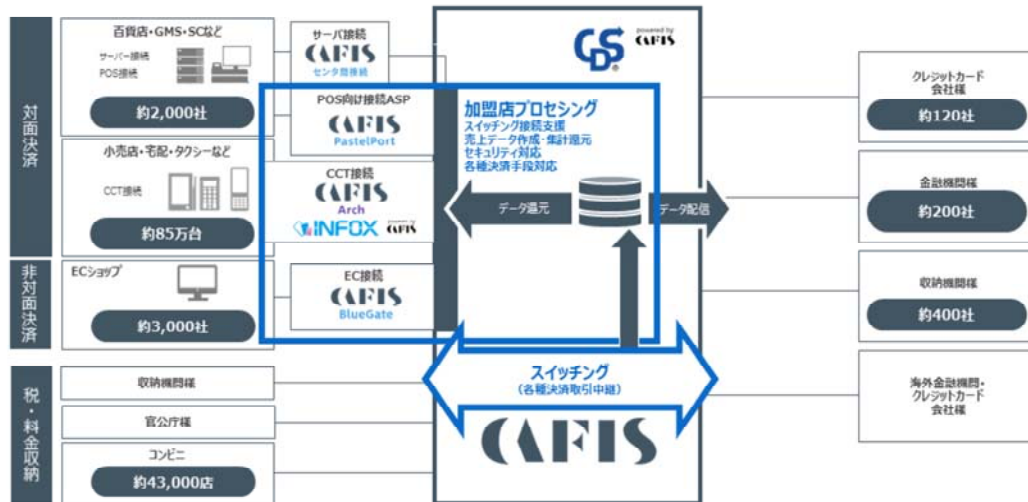
また、例えばクレジットカードでも大きな加盟店は集約してPOSにつなげて使うことがあります。その際、当社は加盟店プロセッシングサービスということで、CAFIS PastelPortというサービスを提供しています。またはArchでも同様の機能を提供しています。後ほどArchについては詳しくご説明しますが、端末というのは、今、どんどん新しい決済が出てきていて、様々な決済に対応しないといけなくなっています。端末にプログラムを埋め込んでいたのでは、毎回新しいサービスが出るたびに端末のソフトを現地に行って書き換えなければいけません。そうならないように、クラウド型で、センター側でプログラムの書き換えを処理する仕組みをCAFIS Archというサービスで提供しています。

もう1点は、スイッチングのネットワークです。皆さんはおそらくCAFISと聞けばこのイメージが一番お持ちだと思うのですが、要するに、私がどこかで買い物をしたときに、アクワイアラを経由してイシューにこのカードを使っていいかどうかということを送達しオーソリゼーションを行うサービスです。それと、クレジット等で売り上げたデータをカード会社に提供する、CDSという売り上げデータの送信処理サービスを提供しています。

あとは先ほどご説明したようにクリアリング。カード会社間、銀行間での口座のクリアリングを行うサービスです。こういうところを当社はペイメントサービスとして日本で提供しているところで、かなり幅広く提供しているということをご理解いただければと思います。

CAFISが提供する基本サービス

- CAFISに接続する全ての加盟店、カード会社/金融機関がCAFISのネットワーク価値を構成しており、加盟店市場カバーの広さ、ほぼ全てのカード会社/金融機関に接続していることがCAFISの強みです。
- また各種加盟店の形態に応じた加盟店プロセッシングサービスも提供しています。



© 2018 NTT DATA Corporation

19
NTT DATA

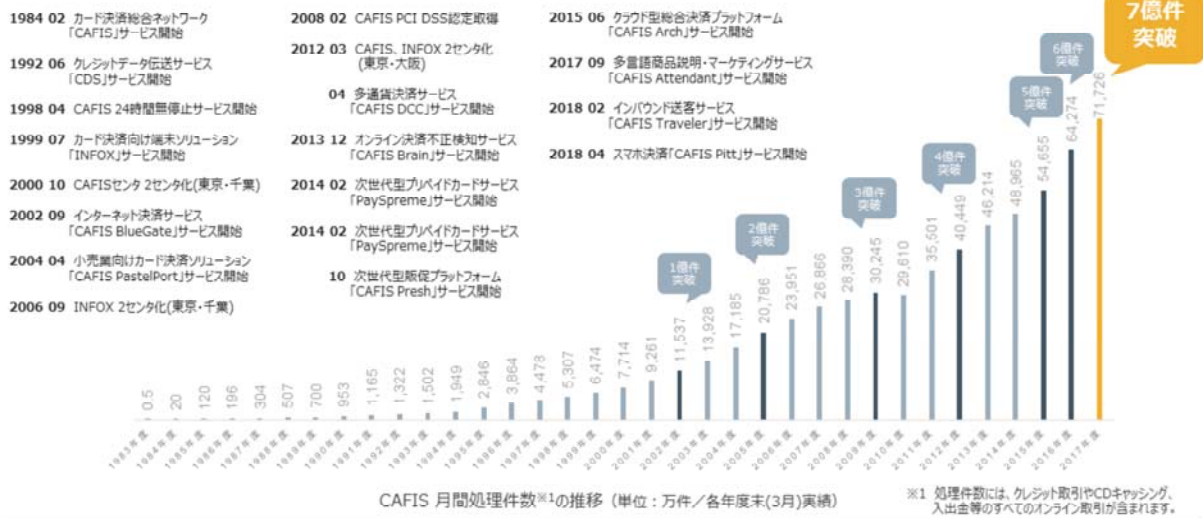
CAFISはどういうところにつながっているのかということをご説明しますと、まず百貨店やGMS等、大規模な小売業者約2,000社とつながっています。また、小さな端末などを置いているところは、約85万台の端末を設置しています。ECショップについては約3,000社とつながっています。税や料金収納のサービスもコンビニ4万3,000店で手続きできます。

先ほどご説明したサービスをもう少し詳しくしたものがこのスライドであり、スイッチングというのは、オーソリゼーションのスイッチングを行っているサービスです。

加盟店プロセッシングというのは、加盟店様でいろいろなカードを利用されたときに、スイッチングネットワークにデータを伝送するとともに、カード会社の方から加盟店の方にクレジットでの売上データをフィードバックするサービスやそのセキュリティ対応を行っています。実際いろいろなOpen-APIなどいろいろな動きが出た中で、こういう課題をどう解決するかというのが重要な問題になってまいります。なかなかエンドユーザーからは見えないところなのですが、このようなサービスが結構重要です。

CAFISのトランザクション推移

- CAFISのトランザクションは2017年度実績では月間7億件に到達しています。
- キャッシュレス化に伴い、今後も継続的に伸張していくことを想定しています。



© 2018 NTT DATA Corporation

NTT DATA

CAFISのトランザクション推移です。ここに書いてありますように、月間で約7億件のトランザクションがあります。毎年10%を超えるような成長をしています。この流れは今後も当面続くものと考えています。

1.4 決済市場の変化

21

NTT DATA

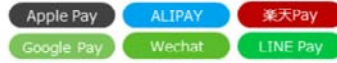
様々な決済手段が出現しており、CAFISを通らないようになるのではないかと
というような話もあります。その影響が全くないとは言いませんが、やはり我々に求められる部
分もあると思います。

決済市場の変化

- ・ 決済市場は大きく変化しており、CAFISのビジネスに大きな影響（機会/脅威）を与えています。
- ・ 次頁以降で具体的な影響についてご説明します。

① 決済手段の多様化

- ・ QRコードを利用した〇〇ペイなど様々な決済プレーヤが台頭
- ・ 既存決済手段のモバイルワレット化



② 加盟店サイドの変化

- ・ 加盟店を束ねる決済代行事業者（PSP）のニーズ増大
- ・ 購買体験のデジタル化（購買履歴を元にしたレコメンド等）



③ 金融機関サイドの変化

- ・ 金融機関のOpen-API化の傾向（更新系APIの提供）

④ セキュリティ対策の高度化

- ・ クレジット不正利用の増加
- ・ 国際ブランドレギュレーション、PCIDSSなどクレジット不正利用防止に向けた、国内外のセキュリティ規制の高度化（改正割賦販売法、3-D Secure2.0対応等）

新しい決済手段に関するニュースが、毎日のように新聞等で出ており、QRコードを利用した〇〇ペイというのが色々出てきています。また、既存のクレジットを使い、モバイルワレットということで、スマホで決済ができるものもどんどん出てきています。Apple Payなどは既存のiPhoneで決済ができます。ただ、これは今のところQRコードではなくて、NFC、非接触型決済ができる仕組みで進んでいます。

また、ここにあるように新しい動きとして、ALIPAYやWeChatといったように、中国はまさにバーコードで認証して決済するという仕組みが多いので、訪日の方が来た場合、そのサービスも当社は提供していているところなんです。この、今よく新聞等に出ている決済手段の多様化が、当社のビジネスにどのようなインパクトを与えるのかというのを、後ほどご説明させていただきます。

2番目として、やはり加盟店サイドの変化が起きています。加盟店も、今まではクレジットカードを使えるだけならアクワイアラがいればよかったわけですが、電子マネー等様々な決済手段が加盟店で使えないといけなくなっています。そうすると、それを束ねるニーズ、PSP（Payment Service Provider）のニーズがかなり高まってきています。また、購買体験のデジタル化ということで、単なる支払いだけではなくて、スマートフォンで支払い等をしていくと、そこにレコメンドやポイントなど様々なものが付加されます。そういうサービスも提供していく必要があります。

3番目が、金融機関サイドの変化です。金融機関との接続について規定されたアプリケーションインターフェースが明確にないため、個別にインターフェイスへの対応を行った上で接続するというのが今のOpen-APIの動きです。これがどういう影響があるのか、またはこれだけで本当に今後の消費者決済ができるのだろうかというお話もさせていただければと思います。

あとはセキュリティです。クレジットの不正利用がどんどん増加していますから、国際ブランドのレギュレーションやPCIDSSなど、いろいろなセキュリティで求められているものがありますので、これにどう対応していくかというのも大きな課題です。

このように、今回はこの4つの環境変化がペイメントビジネスをどう変えていくのか、またはそれに対して当社のビジネスにどのようなインパクトがあるのか、また当社はそれにどう対応しているのかというお話をさせていただきます。

① 決済手段の多様化

(説明省略)

QRコード決済市場

- インバウンド需要の伸びもあり、QRコード決済の日本国内の市場規模は2019年に6,000億円、2023年に8兆円程度になると推計されており、市場の成長が非常に期待されていると同時に、QRコード決済事業者が乱立している状況です。
- 中国QR (Alipay、WeChatPay) だけではなく、アジア地域及び国内のQR市場拡大も予想されます。

インバウンド市場

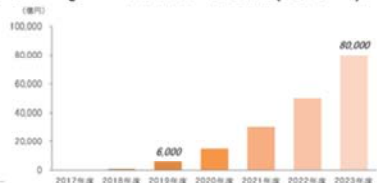
訪日観光客の消費金額



出典：(2017年)観光庁「訪日外国人の消費動向調査」、(2025年)みずほ銀行「みずほ産業調査」

国内QRコード市場

国内のQRコード決済市場予測(海外Pay含む)



出典：日本総研協会社会研究所「MOB Digital Search 有望市場予測レポート」

© 2018 NTT DATA Corporation

コード決済事業者の乱立



24

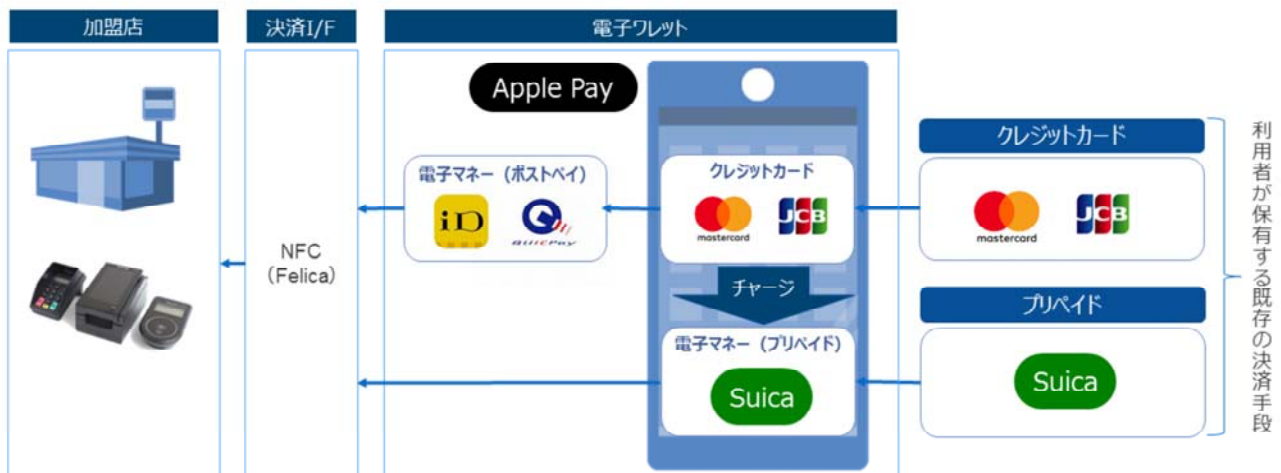
NTT DATA

まずQRコードです。最近新聞等でよく取り上げられているものです。インバウンド需要、特に中国の方々というのはスマホでWeChat、ALIPAYを使いますので、QR決済を日本国内でも使いたいというニーズがあります。また、日本でもこちらに書いているようにLINE Payをはじめ、様々な方々がQRコードをサービス提供されています。

このことから、推定では2023年にはQRコード決済市場が8兆円程度になると推定されています。市場の成長が非常に期待されていると同時に、QR決済事業者も乱立しているという状況です。ALIPAY、WeChatだけでなく、アジア地域および国内のQR市場も拡大するという事です。ですから、これが広がったときに当社のビジネスがどうなっていくのか、当社はこういうサービスを提供していくのだというお話をさせていただきたいと思えます。

NFC決済の拡大

- QRコードの他にもNFC（国内はFelica）をインターフェースとした決済手段も拡大しています。
- 2016年10月からはApplePayの国内利用も可能となっています。
（既存の決済スキームを内包するスキームとなっています。）

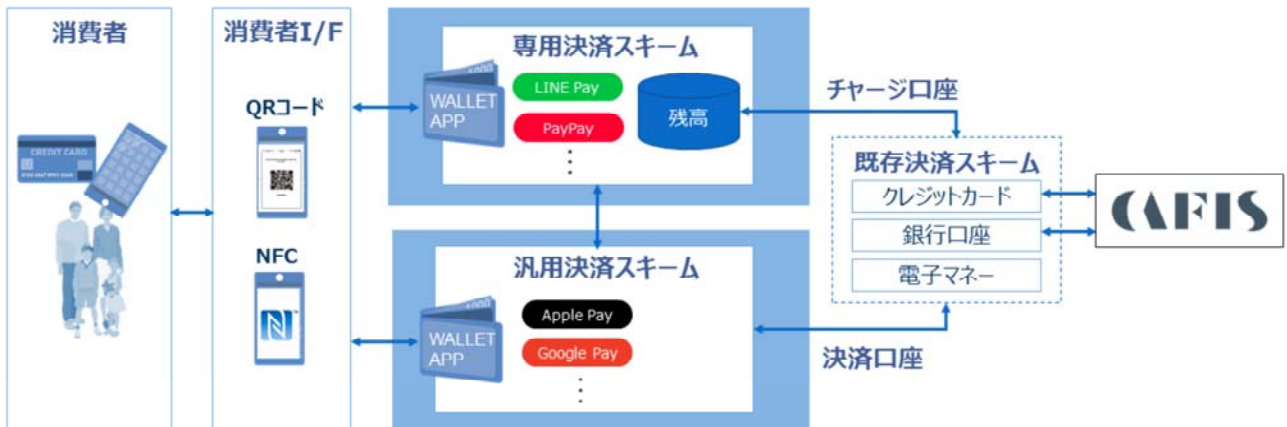


注) NFC : Near Field Communicationの略。近距離無線通信。

先ほど、Apple Payの話をさせていただきました。Apple Payは今、NFCという、非接触型の決済ができる仕組みです。これは、裏ではSuicaやクレジットカードを利用しているもので、この決済手段そのものは特に新しいものではないです。顧客接点の部分だけが新しい仕組みです。

消費者接点における電子ワレットの拡大

- 口座情報を格納、もしくは、IDなどを口座情報に紐づけるために、消費者接点のワレット化が進行しています。
 - 専用決済スキームを持つ電子ワレットでは、残高へのチャージ元口座として既存の決済スキームが使われます。
 - 既存の決済スキームを管理する電子ワレットでは、消費者I/Fは異なるものの決済スキームは既存のスキームと基本は同一です。
 - 消費者インターフェースとして、カードではなくモバイルのQRコード、NFCが使われる場合でも、チャージ元口座、決済口座として既存決済スキームが使われる場合は、CAFISの提供サービスを活かすことができます。



© 2018 NTT DATA Corporation

26
NTT DATA

今言いましたように、QRコードやNFCということで、顧客接点がすごく新しいものになっていて、従来の磁気カードやICカードよりもこういった新しいものが出てきています。

このときに少し仕組みがございまして、口座情報を格納、もしくはIDなどを口座情報に紐づけるために消費者接点のワレット化、つまり財布化をしているということです。

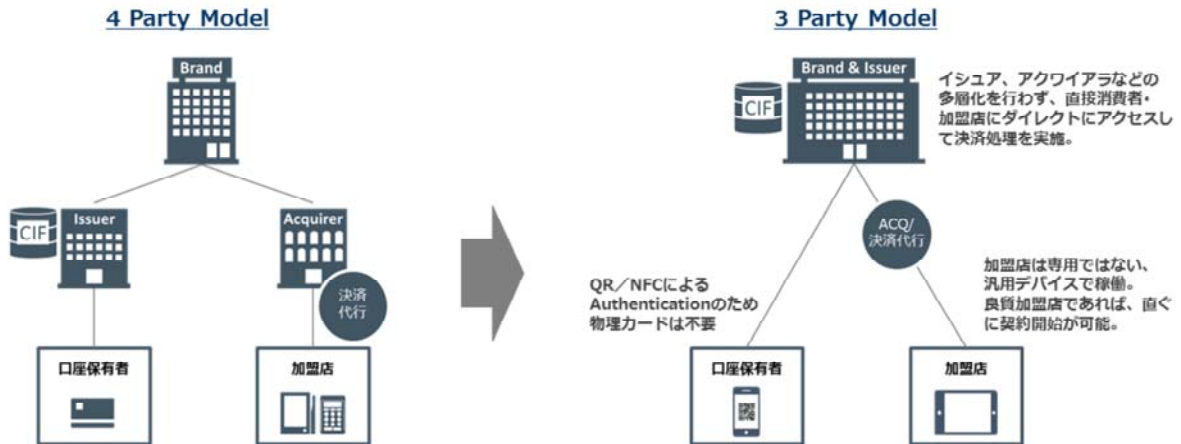
1つは、専用決済スキームを持つ電子ワレットでは、残高へのチャージ元口座として既存の決済スキームが使われます。中国のALIPAY、WeChatはこの方式が多いのですが、自分の専用口座にクレジットなどから一時的にお金を移して、決済するのはこの専用口座から引き落とすという仕組みがこの専用決済です。

または、例えばクレジットカードの支払いをするのですが、消費者インターフェースだけは磁気カードやICカードではなく、携帯を使ったQRコードやNFCが使われるという、この2パターンがございまして。結論的にいうと、この汎用決済の場合は、当社から見ると後ろはほぼ変わりません。消費者インターフェースだけが変わるということです。こういう決済がどんどん普及すればするほど、こちらのトランザクションは上がります。

もう1点、専用決済スキームの場合も、専用のワレットに移すときに、1万円を移すときは当社の仕組みで提供できます。ただ、1万円を1000円ずつ使う10回分については、当社を通らなくてもできる仕掛けです。

新たな決済手段の構造

- 新たな決済手段はクレジットカードの4Party Modelと異なり、決済プレーヤがブランド兼イシュアの立場となります。(3Party Model)
- ネットワーク環境の進化や、ビジネス階層の短縮化など、拡大する蓋然性を保有しています。

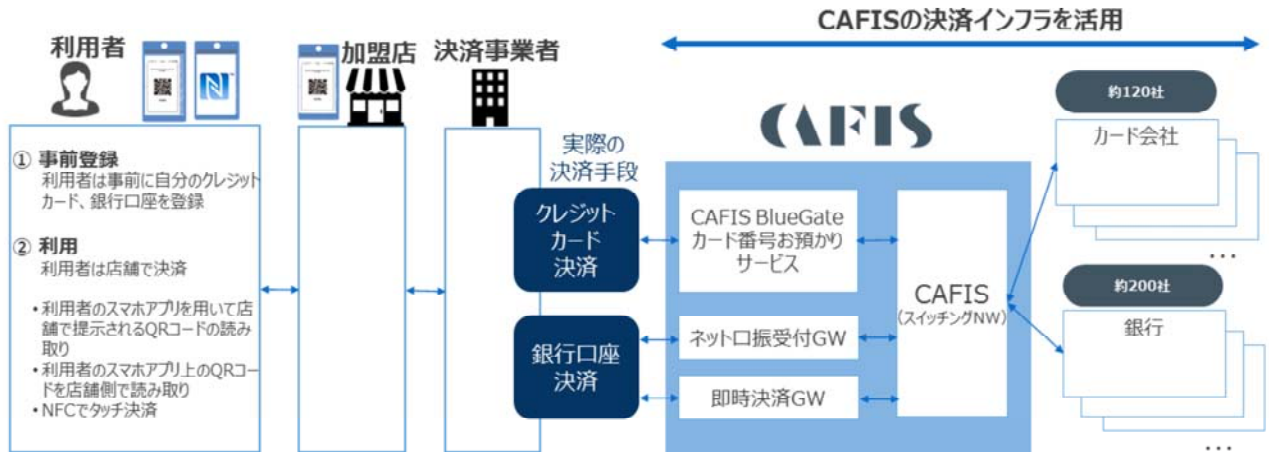


(注) CIF : Customer Information Fileの略。金融機関の顧客情報管理ファイル。

従来のクレジット決済の場合は4 Party Modelということで、VISAやMasterCardやJCBといったブランドがあって、イシュア、アクワイアラという各カード会社があります。こういう仕組みに対して、今の新たな仕組みは、どちらかというとなら3 Party Modelになっており、自社でブランドを発行し、口座も保有しています。ブランドとイシュアが一緒になっているということで、プレーヤーの構造も変わってきます。これはシステムだけの話ではなくて、決済の仕組み、スキームが新しいものに変わっているというようにご理解いただければと思います。

新たな決済手段におけるCAFISの提供サービス（随時決済型）

- QRコード/NFCはあくまで決済インターフェースであり、実際の決済手段がクレジットカード決済、銀行決済の場合は、CAFISの決済インフラ（ほぼ全てのカード会社、銀行と接続済み）を活用することが可能です。

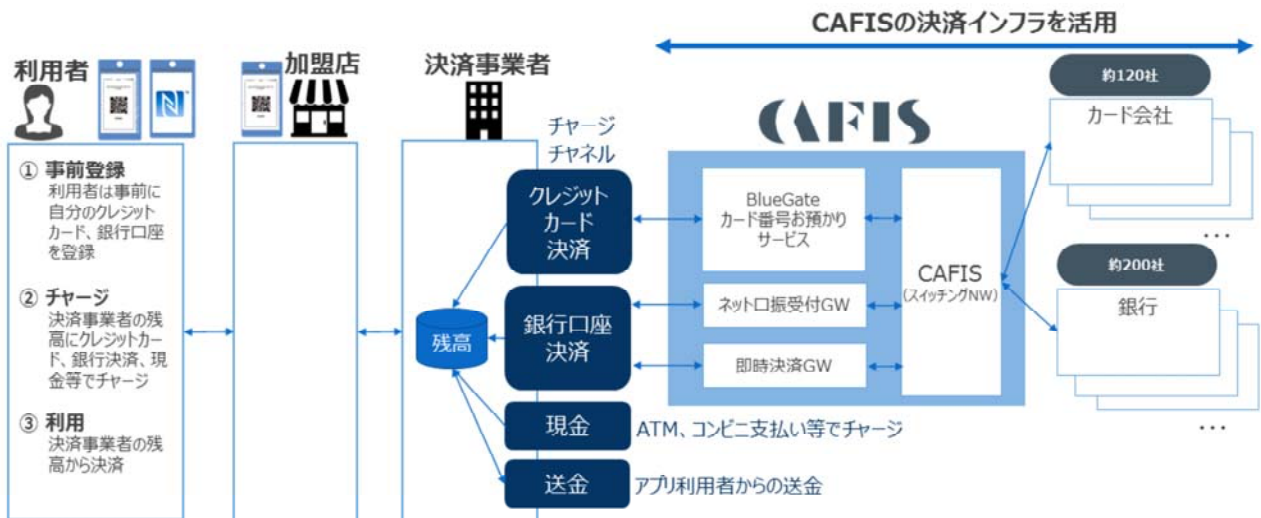


先ほど少しご説明しましたが、QRコード／NFCはあくまで決済インターフェースの部分であり、実際の決済手段がクレジットカード、銀行決済の場合は、CAFISの決済インフラのほぼ全てのカード会社、銀行と当社はつながっていますので、この後ろの処理は全く同じものであるということです。

ということで、利用者から見ると、今までの磁気カードではなくてスマホが使えるのですが、クレジットカードやデビットを使う場合は同じ仕組みの中で動くというのが一つのポイントです。

新たな決済手段におけるCAFISの提供サービス（チャージ型）

- 決済事業者上の残高へのチャージチャンネルとしてクレジットカード決済、銀行口座決済を使う場合はCAFISの決済インフラ（ほぼ全てのカード会社、銀行と接続済み）を活用することが可能です。



© 2018 NTT DATA Corporation

29
NTT DATA

もう一つ、先ほどご説明したチャージ型は、専用口座に残高を移すときに当社のサービスがそのまま使えるということです。

ということで、一つの面では、新しい決済手段がどんどん登場しても、当社が銀行及び金融機関の大半とつながっているということは、やはり優位性があり、今は経済的にも合理性があるということで、使っていただけるのではないかと思います。ただ、私達もそれだけでいいとは全然思っていません。やはりペイメントで新しいサービスを提供し、加盟店と消費者の利便性が上がることを提供していこうということは考えています。それは次の章でご説明します。

②加盟店サイドの変化

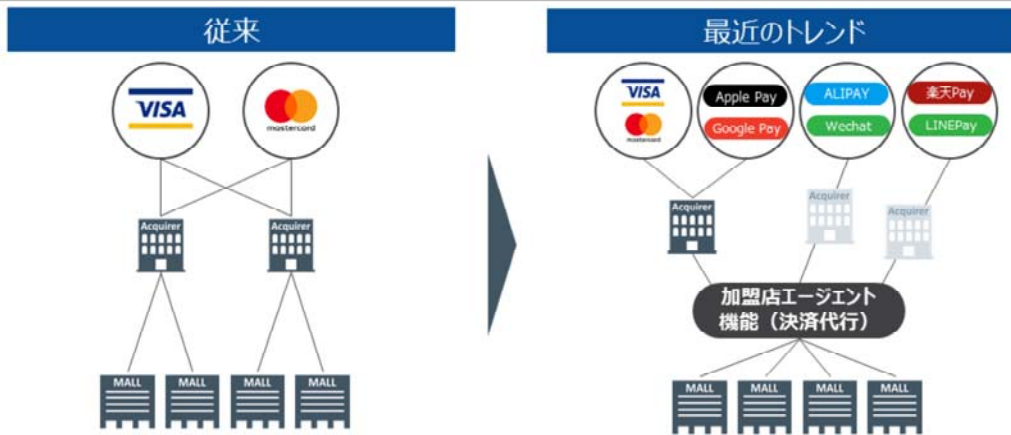
次は、加盟店サイドのニーズの変化ということです。

決済代行ニーズの増大

(説明省略)

決済代行ニーズの増大

- 従来はアクワイアラを起点として加盟店が集約され、加盟店管理の付加価値はアクワイアラに集中していました。
- ECでは、クレジット決済、コンビニ決済を始めとした多様な決済手段に対応することが求められますが、複数のアクワイアラとの調整、セキュリティを考慮したシステムの開発等には大きな手間がかかります。
- それらを代行する役割を決済代行事業者（PSP）が担っていますが、近年はO2Oニーズの拡大、タブレットPOSなどの拡大により加盟店の手間がさらに増えており、決済代行ニーズ（加盟店エージェント機能）が増大しています。



© 2018 NTT DATA Corporation

32
NTT DATA

先ほどご説明したように、今まではブランド会社があり、アクワイアラがあって、イシューがいるという構造でしたが、今後は、イシューとアクワイアラに加えて、様々な決済手段が出てくるということで、加盟店を束ねる加盟店エージェントとしてPSPというプレイヤーが重要になってきます。

それで、この決済を考えたときに、中国では多分こういうものは要らないのです。何で要らないかというと、ALIPAY、WeChatは直接加盟店とつながっているし、決済手段というものがたくさん無いからなのです。日本が難しいのは、クレジットカードや電子マネー、その電子マネーにも複数のいろいろな電子マネーがあります。こういうものに加盟店が対応していかないと、消費者が来て、「いや、このカードは使えません」などと言ったら「それじゃあ買い物はしません」ということになります。

従いまして、日本ではこういういろいろなペイメント手段に対応していくというのが加盟店としては必須なのです。ですから、それをやろうとするとPSPが必要になったり、またアクワイアラが必要になるということです。ここが、一夜にして新しい決済手段だけができてしまえばこういうものは要らないし、当社のスイッチングネットワークも要らないのかもしれませんが、やはり、様々な決済手段が今後ずっと引き続き求められると考えると、汎用性というものが求められます。

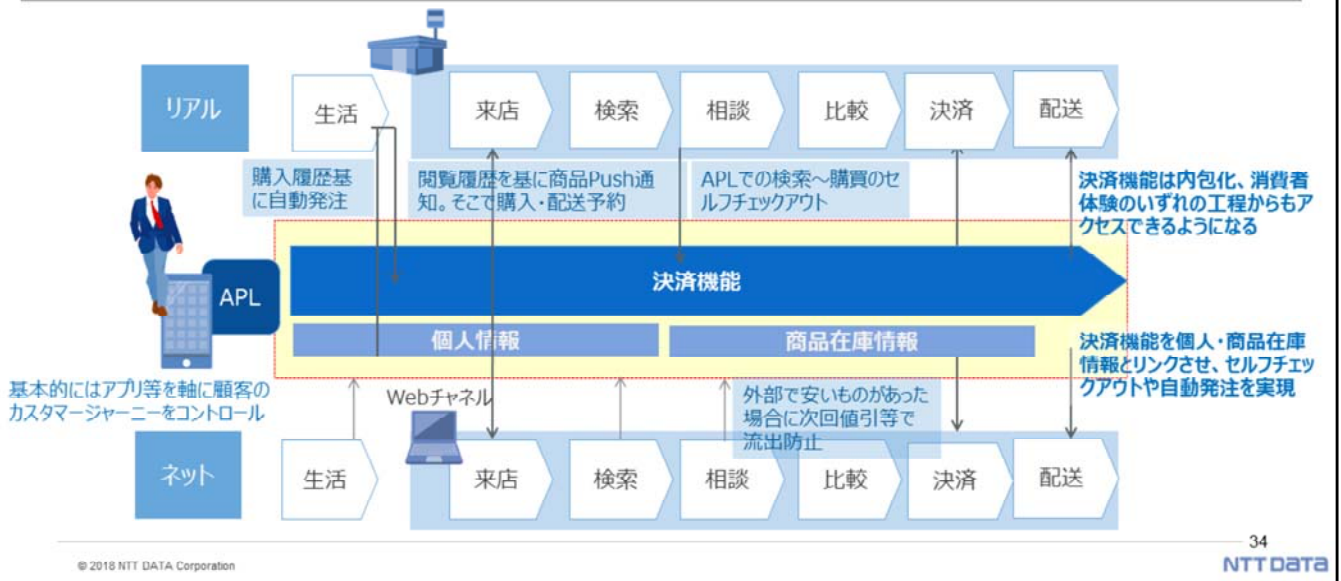
加盟店はこれをやらないと、先ほどご説明したように「このカードは使えません。あれは使えません」と言ったら、消費者は「それじゃあ違うところで買います」となりますので、現在のところ複数の決済手段に対応するということが必要になります。そうすると、この端末がいろいろな決済手段に対応できないといけないのです。従いまして、当社がやっているようにクラウドという形で、できるだけ端末側にソフトを載せないで、センター側でソフトを変えたら端末側でいろいろな決済手段に随時対応できる仕掛けが必要なわけです。それをまさに当社はCAFIS Archという形で提供しています。

購買体験のデジタル化

(説明省略)

購買体験のデジタル化

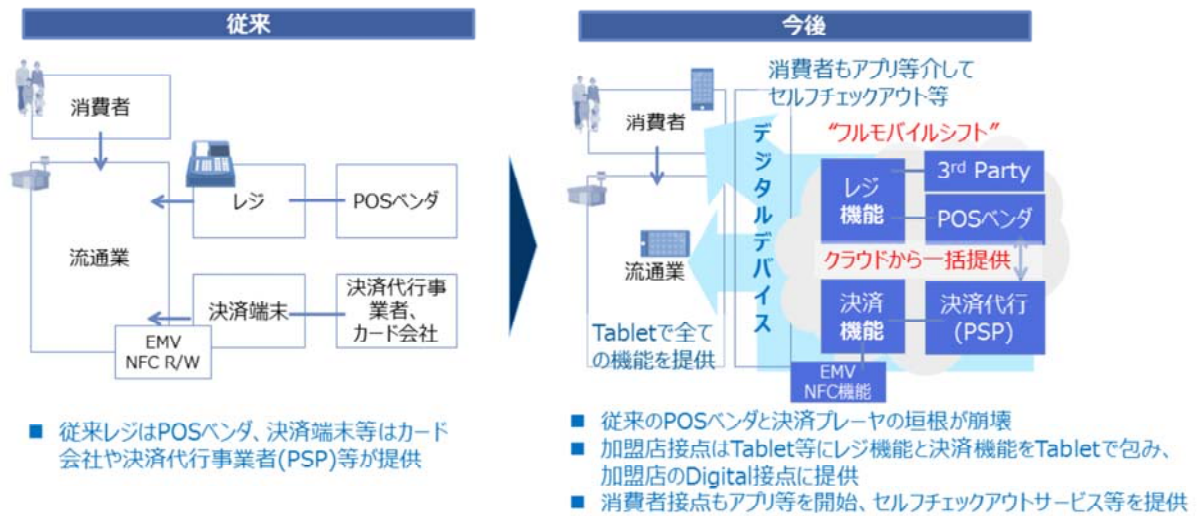
- スマートフォンが普及し、消費者の購買体験全体のデジタル化が具体化されてきています。
- Digital Marketingのトレンドにおいて求められる決済サービスは、消費者の購買体験のどの過程においても決済にシームレスにアクセスし、購買行為ができるような形であると想定されます。



購買のデジタル化についてご説明します。皆さんもよくご存じのように、スマートフォンが普及したので、購入履歴から何を買うか検討したり、商品比較をしたりと、決済の前と後ろに全部スマホが介在します。そうすると、ここに対して決済だけでなく、様々なサービスを提供していくことが求められています。ですから、これに対応していくことも、消費者および加盟店へのサービス向上という面で必要になるということです。

加盟店接点の構成の変化

- 従来レジはPOSベンダが提供していましたが、ハードウェアで処理されている機能が全てソフトウェアにシフトしていく事により、従来のレジ機能や決済機能がフルモバイル化し、加盟店への接点が変わっていくと予測されます。



© 2018 NTT DATA Corporation

35
NTT DATA



先ほどご説明したように、今まではPOSがあってレジがあって決済端末があってという流れだったのですが、今はレジといってもスマホでレジの機能ができたり、決済もいろいろな端末でできるということで、かなりお店の中が変わってきています。ですから、こういう新たな端末や、新たな決済、新たなサービスを提供していく必要がございます。当社が顧客接点の部分で、ポイントやレコメンドなどのサービスも、ペイメントと絡めて提供していくということです。

③金融機関サイドの変化

金融機関サイドの変化も、今、雑誌等でよく出ているかと思えます。

金融機関のOpen-API化の傾向

- Open-APIは、外部企業とのセキュアなデータ連携を可能とする技術です。
- FinTech企業等が、銀行等のシステムを共通基盤（プラットフォーム）として活用し、多様なサービスを開発・提供し、金融業界のオープンイノベーションを実現していくことが期待されています。
- 一方CAFISは、金融機関に対して統一したI/Fを準備し、小売店等に対して、マルチバンク対応サービスを提供してきました。

		Open-API		CAFIS
①	サービス構成	直列モデル 	⇔	三角モデル 
②	取引の実施者	口座保有者（個人、企業）	⇔	お店（銀行と契約がある加盟店）
③	対象業務	更新系：振込 参照系：残高照会／明細照会	⇔	ショッピング／口座振替／ ATM入出金 など
④	特徴	銀行が口座保有者に優れたサービスを提 要することを指向。 ⇒個別銀行サービス	⇔	加盟店に利便性の高いサービス提供することを 指向。 ⇒マルチバンクサービス

© 2018 NTT DATA Corporation

37
NTT DATA

先ほどご説明したように、Open-APIということで、銀行が、銀行間のシステムのインターフェースをオープンにして、FinTechを利用できるようにしていく流れがあります。例えば私が買い物をしたときに、私の口座からA商店の口座にAPIを使って移してもいいのではないかと思います、これもできないわけではないですが、それをショッピングのたびにやるかどうかというのが課題です。

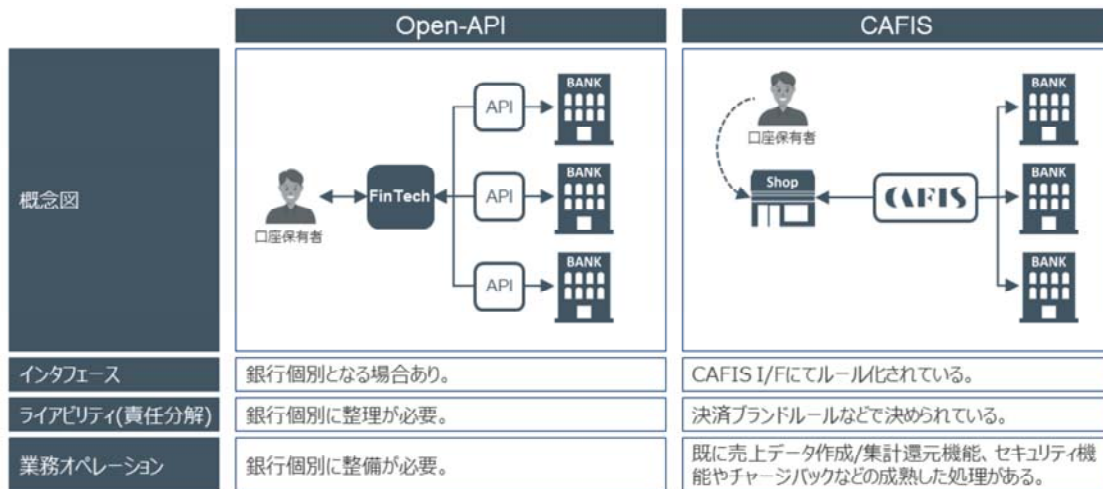
Open-APIの場合、取引の実施者は銀行口座保有者（個人、企業）であり、対象業務は振込業務や残高照会になります。銀行口座保有者に優れたサービスを提供することを指向し、個別銀行、銀行それぞれに対応しなければいけないというのが課題です。これも今後、大変有効なサービスかと思えます。

CAFISの場合はどうかというと、お店が介在してショッピングや口座振替やATM入金ができます。また、ここが重要だと思っているのは、一つCAFISにつないでもらえば全部の銀行とつながったサービスができますし、障害が起きたときに、どこまで取引が進んでいたかということも結構重要になってきます。そういう機能を当社はセンター側で持っているということです。どちらがいいかは使う人によって、どういう用途でやるかということで、電子的にお金を移動させる手段というのはいろいろなものが出てきていますが、今、ショッピングに対する決済については、やはりこういう機能が必要なのだろうと思っており、ここはきちんとサービス提供していかなければいけないと思えますし、これが当社の強みでもあると思っています。

Open-API化に対するCAFISの優位性

- APIで店舗支払等のマルチバンクサービスが必要となる場合、ダイレクトに個々の金融機関と接続することが必要となりますが、単に接続するだけでなく、ビジネスルールの整理やライアビリティの整理等の考慮も必要となります。

＜マルチバンクサービスとなるケース＞



© 2018 NTT DATA Corporation

38
NTT DATA

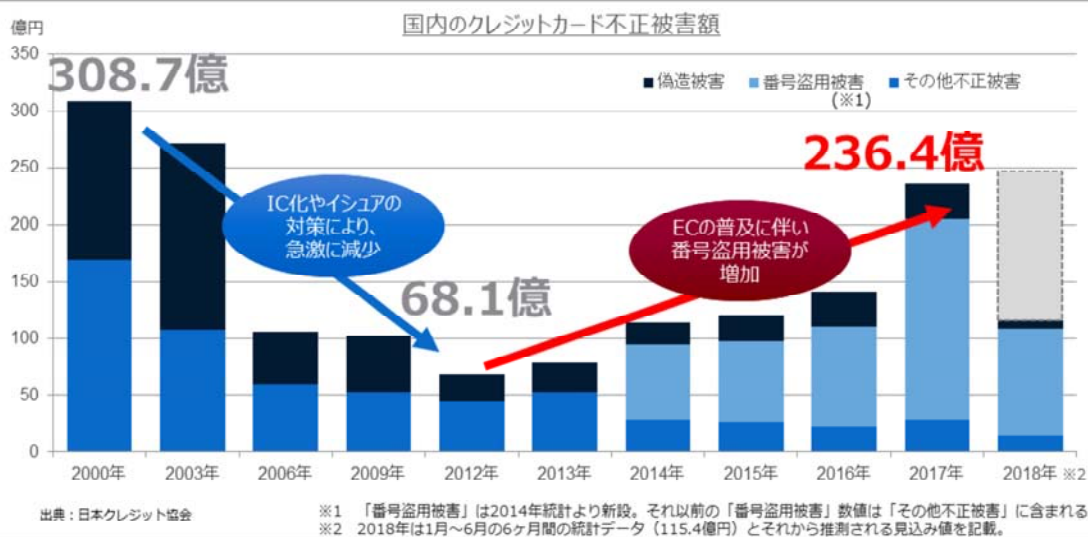
これは先ほどご説明したところですが、CAFISの場合、一つつないでもらえばいいということです。Open-APIの場合、銀行個別につなぐ必要があります。また、Open-APIで難しいのは、銀行をまたがったときに2度の処理が要ることです。CAFISなら1回で済み、あとはクリアリングをやればいいという形になっていますので、いい面、悪い面がありますが、CAFISとしてはショッピングについてはかなり合ったサービスではないかなと考えています。

④セキュリティ対策の高度化

(説明省略)

クレジット取引の不正利用増加

- ECの拡大やキャッシュレス化に伴いクレジットカード取引が増えているが、同時に、セキュリティ対策が不十分な加盟店等を狙った不正アクセスにより、カード情報の漏えいが拡大しています。これに伴い、窃取したカード情報を使って、偽造カードや本人になりすました不正利用による被害は年々増加しています。



© 2018 NTT DATA Corporation

40 NTT DATA

セキュリティにつきましては、皆さんもご存じでしょうが、不正利用が非常に増えてきています。カード情報の漏えいに対して、カード会社には、カードのセキュリティをどう上げていくかということが今求められています。具体的には国の動きもありますし、国際ブランドでは、対面、店舗で買うときのセキュリティの場合、それからECで買う場合のセキュリティと、いろいろな標準が設定されています。こういうことに対応していただけても結構いろいろな作業が出てきます。

不正利用に対する国や国際ブランドの動き

- こうした不正利用の増加は業界における喫緊の課題となっており、その対策を講じるために国や国際ブランドからイシュー・アクワイアラに対して多岐にわたる指示が出ています。

国の動き

クレジット取引セキュリティ対策協議会により、クレジット取引におけるセキュリティ対策の実行計画が掲げられ、一部が法令により義務化されている。

7. 「実行計画」における対策の3本柱

(1) クレジットカード情報保護対策	<p style="color: red; text-align: center;">◇カード情報を盗らせない</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 加盟店におけるカード情報の「非保持化」 ● カード情報を保持する事業者のPCI DSS準拠
(2) クレジットカード偽造防止による不正利用対策	<p style="color: red; text-align: center;">◇偽造カードを使わせない</p> <ul style="list-style-type: none"> ● クレジットカードの「100%IC化」の実現 ● 決済端末の「100%IC対応」の実現
(3) 非対面取引におけるクレジットカードの不正利用対策	<p style="color: red; text-align: center;">◇なりすましをさせない</p> <ul style="list-style-type: none"> ● リスクに応じた多面的・重層的な不正利用対策の導入

国際ブランドの動き

国際ブランドが主導する業界団体(EMVCo.(※1)、PCISSC(※2))により、対面・非対面での様々なセキュリティ対策が継続的に求められている。

●対面決済のセキュリティ強化

- ICカード通信仕様であるEMV仕様の継続的な改訂
- PCI DSS(※3)、PCI CTS(※4)などさまざまなセキュリティ基準の策定と改訂

●非対面でのセキュリティ強化

- クレジットカードの非対面決済における本人認証プロトコル「3D-Secure」Ver2.0の提示

※1) EMV Co. : クレジットカード決済に係るグローバルな共通仕様を策定、技術認定も行う団体であり、国際ブランドは (Visa、Mastercard、JCB、American Express、Discover、银联 (UnionPay)) をボードメンバーとして構成されている。NTTデータは、EMVCo. のチーフエコノミクスアドバイザーとして、3-D Secure2.00仕様策定、統廃、導入計画に携わっている。

※2) PCISSC : PCIセキュリティ標準協議会であり、American Express、Discover、JCB、MasterCard、Visaによって構成されている。カード決済のセキュリティ標準であるPCI DSSを策定し、運用している団体である。

※3) PCI DSS : PCI SSCが定めたクレジットカード業界におけるグローバルセキュリティ基準。

※4) PCI CTS : PIN入力を行う端末、ハードウェアに設置するセキュリティ基準。

出典：日本クレジット協会「クレジット取引セキュリティ対策協議会 実行計画 -2018-」

国も今、不正利用に対してご覧の動きで進んでいます。

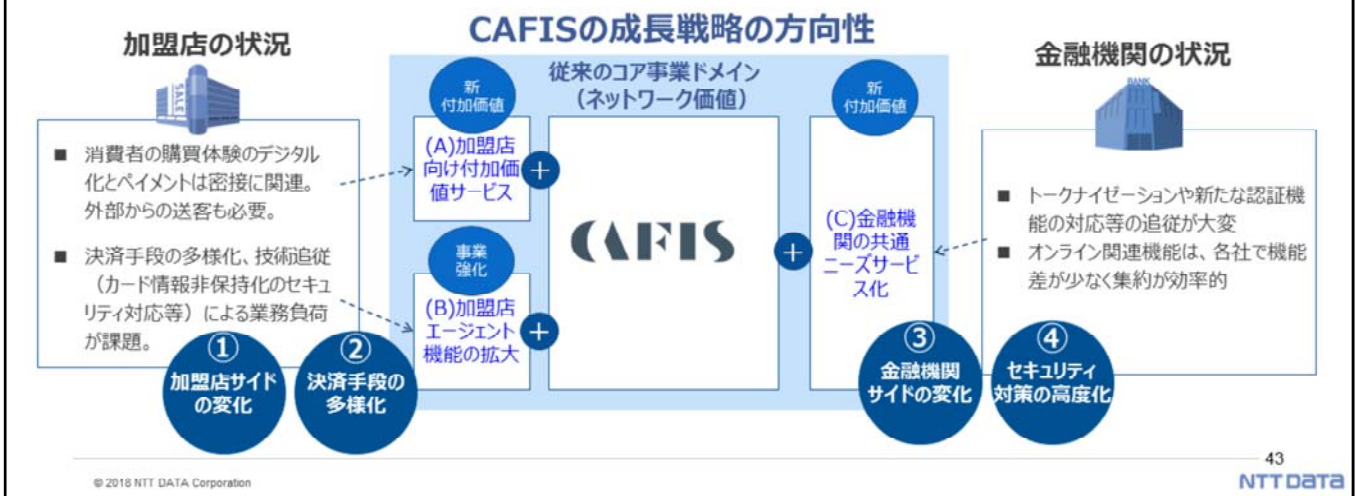
1.5 成長戦略と取り組み事例

いろいろな背景についてご説明しましたが、様々な決済が新たに出てきていながらも、今はクレジットが多いということです。また、フロントサイドが、スマホを使ったQRコードになったりNFCになってきていますが、普段はやはりまだクレジットやデビットなどが使われているという話をしました。

様々な環境変化が起きてどのようなインパクトがあるか、それについて当社がどういう取り組みをしていくかということをご説明させていただきます。

CAFISの成長戦略の基本方針

- 加盟店様/金融機関様との接続によるCAFISネットワーク価値（従来のコア事業ドメイン）を維持/向上させるとともに、加盟店様、金融機関様向けへの新たな価値を創出・提供していきます。
 - (A) 加盟店向け付加価値サービス拡充
 - (B) 加盟店エージェント機能の拡大
 - (C) 金融機関の共通ニーズのサービス化



当社は日本の金融機関の大半、加盟店も、もちろん今後まだ普及させていかなければいけないところもありますが、かなりの数の加盟店と接続しています。この中で、一つは、加盟店向けに付加価値サービスを提供していかないといけないだろうということと、そのためには、加盟店エージェントの機能拡大といいますか、加盟店にサービスをいろいろと提供したり、加盟店の代行処理をやらなければいけないと考えています。さらに、金融機関のニーズの変化もある状況です。

このように①～④の変化についてご説明させていただきました。

(A) 加盟店向け付加価値サービス拡充：「CAFIS Arch」

- 従来は決済端末は端末内にアプリケーションを実装していたため、新たな決済アプリケーションの追加、削除には保守員派遣やセンドバックが必要でした。
- 「CAFIS Arch」は、決済アプリケーションを「センタ側」に保有するため、センタの作業のみで、すぐに端末側で新しい機能をご利用いただけます。継続的な製品機能強化、デバイス拡充により、加盟店様に高付加価値を提供し、Digital Experienceの実現を支援します。



プロダクト
付加価値
強化

- ✓ 新たな決済手段や付加価値サービスを継続的に提供
2018年：CAFIS Traveler インバンド向けクーポン読み取り機能対応（提供中）、2019年春：国内外QRコード決済対応
- ✓ デジタル化と多様なデバイス対応により店舗におけるCustomer ExperienceとEmployee Engagementを両立
2019年初旬以降展開：スマートデバイス/擦写ハイブリッド型端末対応(Castles Technology社製)

© 2018 NTT DATA Corporation

44
NTT DATA

具体的に、当社は何をしているかということの説明します。加盟店向けの付加価値サービスの拡充ということでCAFIS Archを先ほどご説明しました。従来の決済端末は端末内にアプリケーションを実装していたため、新たな決済アプリケーションが追加されるたびに保守要員やセンドバックが必要でした。これをクラウド化することによって、アプリケーションをセンター側に置いて、センター作業のみですぐに端末で新しい機能を提供できるようにしました。様々な決済に対応できるというのが一つの売りです。

クラウド化しているので、デバイスについても、様々なデバイスに対応できます。これは当社が提供しているところです。

やはり、加盟店様とお話すると、新たな決済がどんどん出てくるのに、いかにスピーディーに対応していくかというのは大変重要な課題です。その課題を解決できるサービスとして、CAFIS Archを提供しています。

(A) 加盟店向け付加価値サービス拡充 : 「CAFIS Pitt」

- 「CAFIS Pitt」は、QRコード/NFC^{※1}を利用したスマホ決済を実現するための「決済プラットフォーム」です。
- 加盟店の専用ワレットとして提供することで、加盟店の顧客接点強化・データ活用を実現します。
- さらに、CAFIS Explorer等のマーケティングソリューションや、店舗側プラットフォーム CAFIS Archとの連携によって、顧客の購買体験を向上するとともに囲い込みを強化し、決済機会そのものの創出に貢献します。



2018年4月より、
東京急行電鉄株式会社様
「.pay (ドットペイ)」のプラットフォームに採用

※1) NFCについては今後検討予定。
 ※2) 当社即時決済GWを利用した即時決済方式で提供。将来的にはJ-Debit方式での提供も視野に入れる。
 ※3) プリペイド、後払いについては2019年度以降提供予定。

45

© 2018 NTT DATA Corporation

NTT DATA

続きまして、CAFIS Pittというのは、当社のQRやNFCを利用したスマホ決済対応のためのサービスです。これは、消費者がスマートフォンを決済手段としてカード代わりに使う際の、フロント側のサービスとして準備しました。CAFIS Pittを使えば、消費者及び加盟店は、ここに接続するだけで様々な決済手段、例えばスマホであってもカードであっても何でも対応できるようになります。特にスマホ対応、NFCとQRコード対応にこのモジュールを提供しているところです。

これは2018年4月、東京急行電鉄さんの「.pay(ドットペイ)」というプラットフォームとして提供しています。

また、11/22に日経新聞で記事が載りましたが、J-Debitということで、大手銀行様を中心に、スマホのQRコードを使ってデビット決済ができる仕掛けを検討されています。これは日本電子決済推進機構が進めていますが、日本の銀行の大半がここに加入しています。この検討にも、当社は入っているところです。

(A) 加盟店向け付加価値サービス拡充：「インバウンド対応とデジタルマーケティング」

- ・ 訪日外国人旅行者の送客から多言語による商品説明、さまざまなインバウンド決済、免税処理、帰国後の越境ECまで、全てをCAFISがご提供します。
- ・ 国内・インバウンド向けそれぞれに、ペイメントと次世代デジタルマーケティングを組み合わせたソリューションを提供します。



© 2018 NTT DATA Corporation

46
NTT DATA

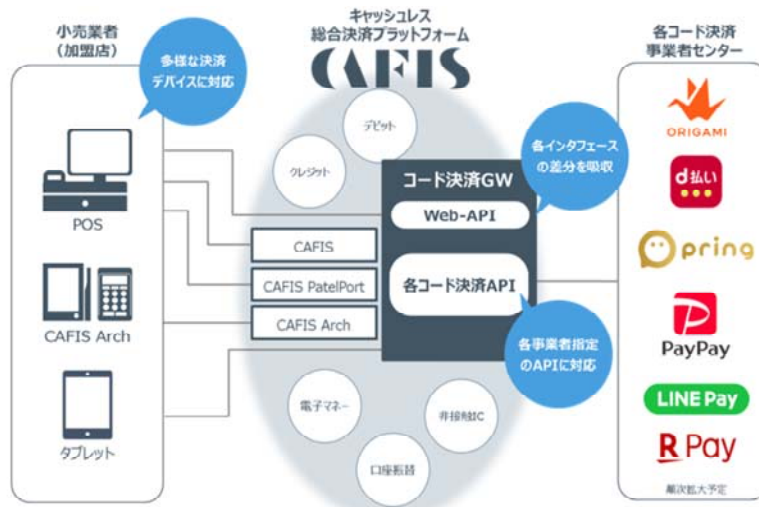
また、インバウンド対応の取り組みもご紹介します。訪日外国人が来られたときに、コンビニエンスストアやドラッグストアに行った際に、購入を検討している商品の説明が詳しく知りたいという場合、その商品のバーコードのところにスマホをかざせば、その商品の説明が利用者それぞれの言語で見られる、中国の方が中国の言語で見られるというようなサービスを提供しています。これは決済の前段階、決済を促進するためのサービスということです。

それと、免税処理です。海外の方が来られたときには税金の還付を受けられますが、そうした部分の処理や、帰国後の越境ECのサポートもやっています。

このように、加盟店やコンシューマーの方に向かってどうやったら新しいサービスでもっと便利になるかということで、ペイメントを起点にサービス展開しているところです。

(B) 加盟店向けエージェント機能の拡大：コード決済GW

- 加盟店様が国内外のコード決済を導入する際、CAFISが提供する「コード決済GW」と接続いただければ、複数のコード決済事業者に一括で接続できるサービスを2019年春より提供する予定です。
- 対応するコード決済事業者は順次拡大し、あらゆる次元バーコード・QRコード決済に対応する方針です。



© 2018 NTT DATA Corporation

47
NTT DATA

それともう1点、加盟店向けエージェント機能ということで、コード決済があります。これは本日の15時に当社がプレスリリースしましたが、今、様々なスマホ決済の事業者がどんどん出ています。加盟店側から見ると、バラバラでは大変不具合があります。いろいろな決済、いろいろなコード決済事業者の決済に対応したいのだけれども、個々に対応していたら大変です。そういう意味で、当社はこういうコード決済ゲートウェイというものを開発しまして、これを2019年春よりサービス提供していくつもりです。

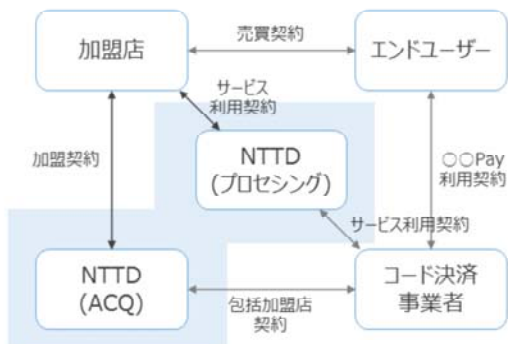
従いまして、当社から見ると、新たなスマホ決済、特にQRコード決済というのは、当社の競合ではなく、当社のパートナー、ノンキャッシュペイメントを広げていくパートナーという捉え方もできます。ただ、私達はそれだけで満足しているのではなく、やはり新たなサービスも当社で提供していこうと思っています。

【ご参考】コード決済GW提供スキーム

- コード決済GWサービスは、2つの提供スキームがあります。
- 基本的に、海外のコード決済は「プロセッシング&包括契約」スキーム、国内のコード決済は「プロセッシング」スキームでサービス提供します。（各コード決済事業者の方針に準じます）

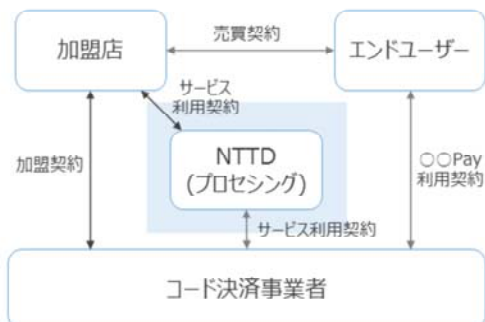
「プロセッシング&包括契約」スキーム

- コード決済事業者との加盟店契約をNTTDが包括契約します。
- コード決済事業者への中継GWを提供します。



「プロセッシング」スキーム

- コード決済事業者への中継GWを提供します。

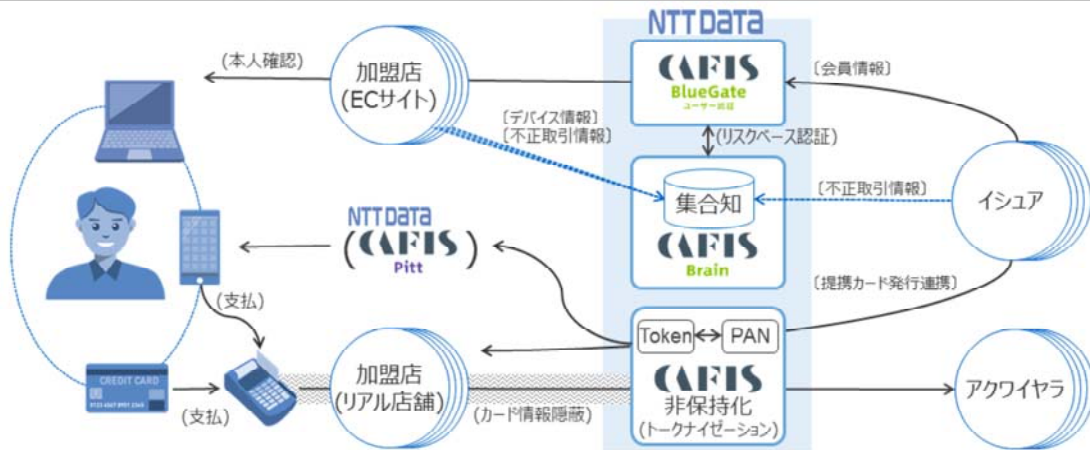


凡例：NTTDの位置づけ

コード決済を提供する場合、当社がアクワイアラとして加盟店に、例えば様々なコード、ALIPAYやWeChatの利用を提供し、当社でプロセッシング・情報処理をして、決済事業者の方へ提供するという作業もありますし、加盟店の開拓というのはコード事業者がやられて、当社はシステム提供だけという、両方のパターンがございます。

(c) 金融機関の共通ニーズのサービス化

- クレジット取引セキュリティ対策協議会の実行計画、国際ブランド規制やPCI DSSなど、国内外のセキュリティ規制準拠はクレジット会社の共通課題です。これら要求に応える共同利用型ソリューションを当社が提供することで、クレジット会社の個別負担を軽減しつつ、今後も安全なカード決済環境の実現に努めていきます。



- BlueGateユーザー認証サービスは、EC決済時にイシューアが直接本人確認を行うことで非対面リスクを軽減する認証ソリューションです。
- CAFIS Brainは、EC決済に関わる“なりすまし”不正を、デバイス×ルール×集合知で防止する不正検知プラットフォームです。
- 非保持化によりカード番号(PAN)を隠蔽したまま決済できることで、アクワイヤラの加盟店に対するPCI DSS対策促進をサポートします。

© 2018 NTT DATA Corporation

49 NTT DATA

金融機関についても、ご覧のような形で対応しています。セキュリティの部分についてCAFIS Brainという、いろいろなデータを分析して不正検知をする仕組みも提供しています。

加盟店に対しては、CAFIS BlueGateという形で、ゲートウェイサービスを提供しています。

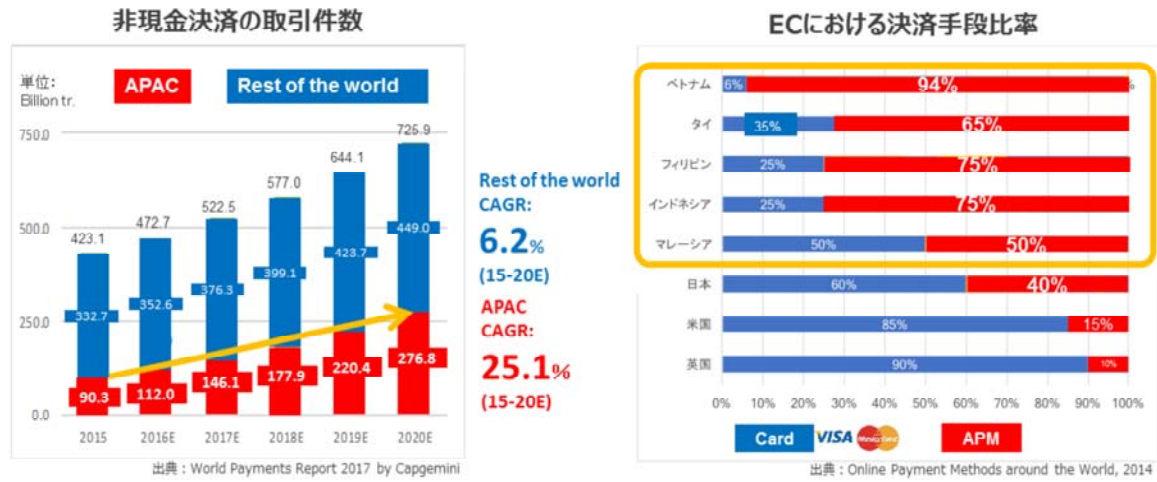
以上が国内のペイメント事業です。いろいろな競合、いろいろな新しいサービスが出てきています。ただ、当社は加盟店や消費者がどんなことを求めているかということを中心に、できるだけ幅広く、ペイメントの日本のインフラとしてサービスを提供していこうという考えですので、あまり排他的に考えずに、いろいろなものを交換して提供することに注力しているところです。このビジネスというのは、まだまだそういうニーズが高いと思っています。

2. グローバルペイメント事業

続きまして、グローバルペイメント事業を簡単にご説明させていただきます。

グローバルペイメント市場

- APAC市場は今後も高成長が続き、2025年までには欧米に匹敵する規模となる見込みです。
 - アジアにおいては、VISA・MasterCard等の普及率は低く、各国現地の多様な決済手段が普及しています。
- ⇒決済市場の増大と多様な決済手段が併存するために、加盟店に対するPSPの存在価値が高まっている国が多くなっています。



グローバルといっても、注力しているのは主にアジアです。アジアにつきましては、このように決済手段がかなり違います。極論を言うと、クレジットカード会社よりも銀行などがカードを発行したりする国が多いですし、デビットなども多いです。各国によって違います。

グローバルペイメント事業拠点

- APAC地域の決済サービス事業者との資本・業務提携を通じて、ペイメント事業を拡大してきました。
- 現在、APACを中心に7か国に拠点を置いており、2018年11月にはインドにeコマースや小売店舗等に先進的な決済サービスを提供するAtom社をグループ会社として迎え入れることで合意しました。



© 2018 NTT DATA Corporation

52
NTT DATA

当社は今、タイ、マレーシア、香港、ベトナム、インドネシア等に合弁会社を作りまして、事業展開しているところです。これも最近プレスリリースさせていただきましたが、インドでも新たにAtom Technologies社と資本提携して、インドで決済サービスを提供していきます。

APAC地域のペイメント事業領域

- ローカル決済のきめ細かさ、ASEAN全域のカバーを強みとし、グローバルEC事業者にPSP事業を展開しています。
- NTT DATA Thailandを軸として、共同利用型カードプロセッシング事業を展開しています。

		加盟店チャネル		決済ソリューション（バリューチェーン）				
		リアル	EC	決済端末 mPOS	EC PSP /POS PSP	アクワイヤラ プロセッサ	イシュー プロセッサ	スイッチング ネットワーク
		国毎に有力加盟店を持つ事業者との連携	グローバル/ローカルEC事業者を開拓	リアル/EC加盟店向け双方に対するサービスの提供		NTT DATA Thailandの共同プロセッシングをタイおよび周辺国へ展開		中央銀行や銀行協会等へのアプローチ
ローカル市場	ベトナム	VietUnion		VietUnion (Bill Payment)		NTT DATA Thailand		
	タイ			iPay88				
	マレーシア	iPay88		iPay88				
	フィリピン			iPay88				
	インドネシア ミャンマー			iPay88 (インドネシア)				
	インド	atom		atom				
グローバル市場	中国・香港	NTT DATA China	NTT DATA Hong Kong	NTT DATA China	NTT DATA Hong Kong			
	東南アジア							
	欧米等							

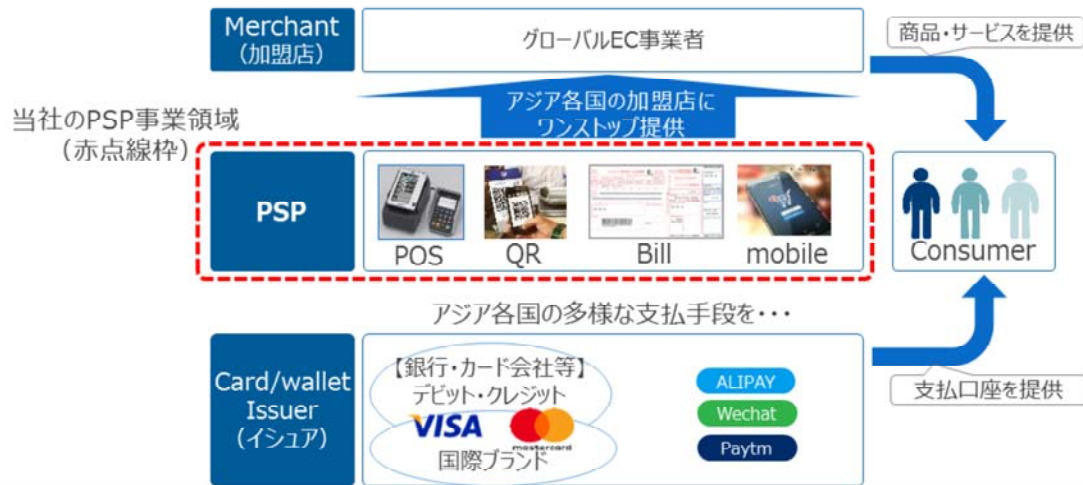
© 2018 NTT DATA Corporation

53
NTT DATA

アジアの提供パターンと日本の提供パターンは少し異なっています。日本では、当社はスイッチングの部分を提供していますが、アジアというのは、各国に一つぐらいしかスイッチングネットワークはなくて、これはどちらかというと政府や中央銀行がコントロールするところがあるので、当社はスイッチングではなくて、加盟店向けのPSPや、端末の部分でアジアでは展開しています。

PSP事業方針

- アジア各国の支払手段を各国の加盟店にワンストップ提供することをコア事業としたPSP事業(Payment Service Provider:決済代行サービス事業)を手掛けています。
- お客様のグローバルEC展開等に対して、各グループ会社等との連携により、ローカル決済も含めたワンストップサービスをNTTD香港がワンストップで提供を行っています。



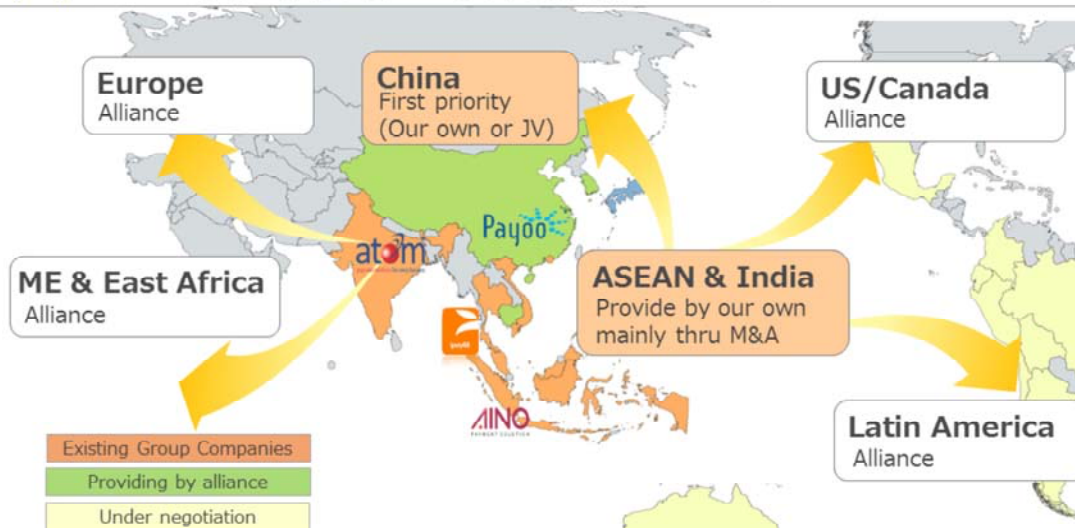
PSPというのは、先ほどご説明したように、ECで特に多いのですが、いろいろなグローバルのEC事業者に決済手段を提供しています。今はECの話をしましたけど、実際はリアル店舗なども含まれてきます。そういうことで、いろいろな決済手段に対応する、決済手段を束ねていくPSPが求められていますので、これをアジアでは重点的に展開しています。ベトナムではVietUnionという会社と提携していますし、マレーシアに関しましては、iPay88などと提携しています。

成長戦略と取り組み事例 (グローバルペイメント事業)

(説明省略)

エリア展開戦略

- China & APAC : 主にM&Aを通じてペイメント事業を提供しています。
- US/EU/LATAM : 当面アライアンスを通じてペイメント事業を提供していきます。



© 2018 NTT DATA Corporation

56
NTT DATA

先ほどご説明したように、今はアジアを中心に取り組んでいるところです。

O2O × Value added (payment + α)

- E-Commerceから実店舗エリアへの拡張（O2O）を行い、シームレスなカスタマージャーニーのための付加価値ソリューションを展開していきます。



© 2018 NTT DATA Corporation

57
NTT DATA

アジアでは、ECのPSPからスタートしてリアルの方に広げていくということを、当社は展開しているところです。



© 2018 NTT DATA Corporation

以上、頂いたお時間の中で、ペイメントというのとはどのようなトレンドかということや、いろいろな動きがある中でのスキームや当社が提供しているサービスとの関係などを含めてご説明させていただきました。

以上で私の説明は終わらせていただきたいと思います。