

2003年12月1日

(報道資料)

K D D I 株 式 会 社
株 式 会 社 ジ ェ ー シ ー ビ ー
トヨタファイナンス株式会社
三井住友カード株式会社
ユーシーカード株式会社

第3世代携帯電話を利用したクレジット決済 「Kei-Credit(ケイクレジット)」トライアルの結果について ～“購入商品は小額な日用品がトップ”、“気軽にご利用いただけることへの評価大” また“操作性向上”への期待の声が寄せられる～

KDDI株式会社(社長:小野寺 正、本社:東京都新宿区)、株式会社ジェーシービー(社長:信原 啓也、本社:東京都港区)、トヨタファイナンス株式会社(社長:稲垣 嘉男、本社:東京都江東区)、三井住友カード株式会社(社長:栗山 道義、本社:東京都港区)、ユーシーカード株式会社(社長:上杉 純雄、本社:東京都港区)の5社にて2003年3月から8月まで実施したKDDI(a u)の第3世代携帯電話CDMA 1xを利用したクレジット決済「Kei-Credit(ケイクレジット)」トライアルの結果についてお知らせいたします。

「Kei-Credit」トライアルは、PKI技術*¹と各クレジットカード会社のクレジットアプリケーションを搭載した新開発の多目的ICカード“次世代UIMカード”²を第3世代携帯電話に採用した日本初の携帯電話クレジット決済トライアルです。また、今回のトライアルでは、オンラインショップ(バーチャル店舗)でのクレジット決済と実店舗(リアル店舗)での赤外線通信を利用したクレジット決済の2つを一つの携帯電話で実現いたしました。オンラインショップ(バーチャル店舗)でのクレジット決済は、ジェーシービー、トヨタファイナンス、三井住友カード、UCカードの4社、実店舗(リアル店舗)でのクレジット決済は、トヨタファイナンス、UCカードの2社が実施いたしました。

本トライアルでは、各カード会社合計で約2300名のモニターが参加し、携帯電話を用いて実際に商品購入等を行いました。主な購入商品としてはオンラインショッピングではCDや書籍、食料品といった商品が主体となり、リアルショッピングではレストラン・飲食、衣料品をはじめとした幅広いジャンルでご利用いただきました。

モニターからの声としては、オンラインショッピングでは携帯電話でのショッピングに適する商品の提案や、セキュリティの高さへの評価、リアルショッピングでは気軽に使えることへの評価、操作性向上の要望等が聞かれました。

KDDI株式会社およびクレジットカード会社4社は、今回のトライアル結果を踏まえ、モバイルコマースの市場創出ならびに「Kei-Credit」の商用化に向けて積極的に取り組んでまいります。

詳細は別紙をご参照ください。

(*1)PKI(Public Key Infrastructure:公開鍵基盤)

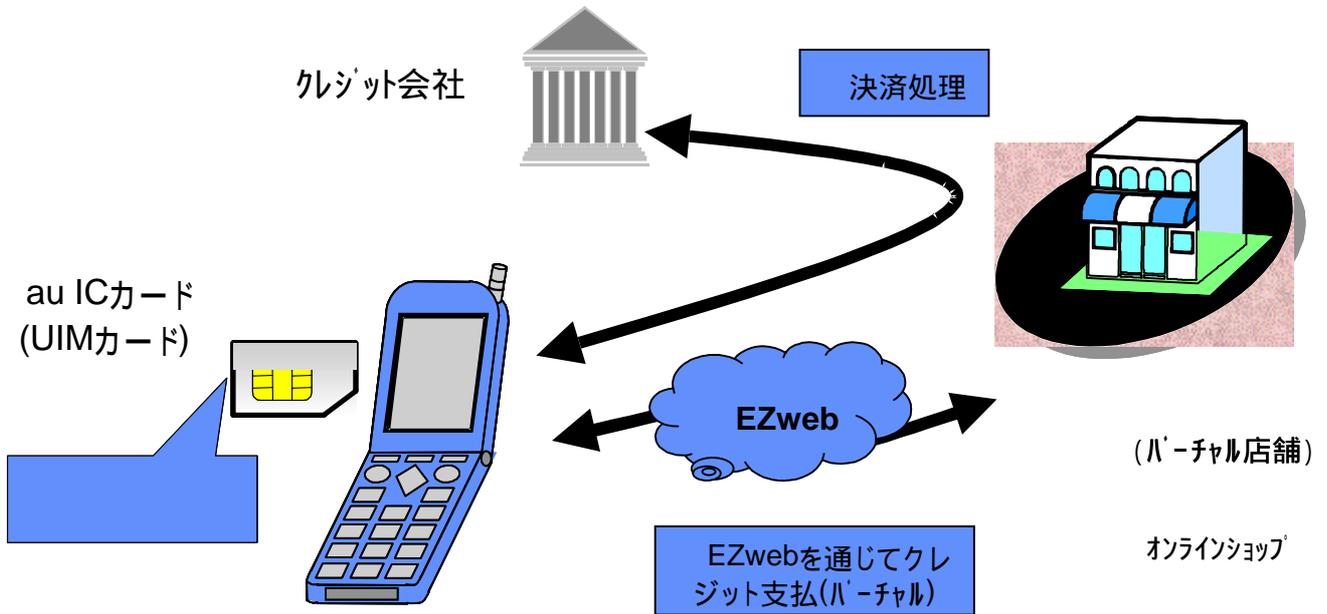
公開鍵暗号技術を利用して、インターネットで安全な通信を実現するための環境。電子商取引における、なりすましやデータの盗聴、改竄といった危険性を回避するIT技術として注目されています。

(*2)UIMカード

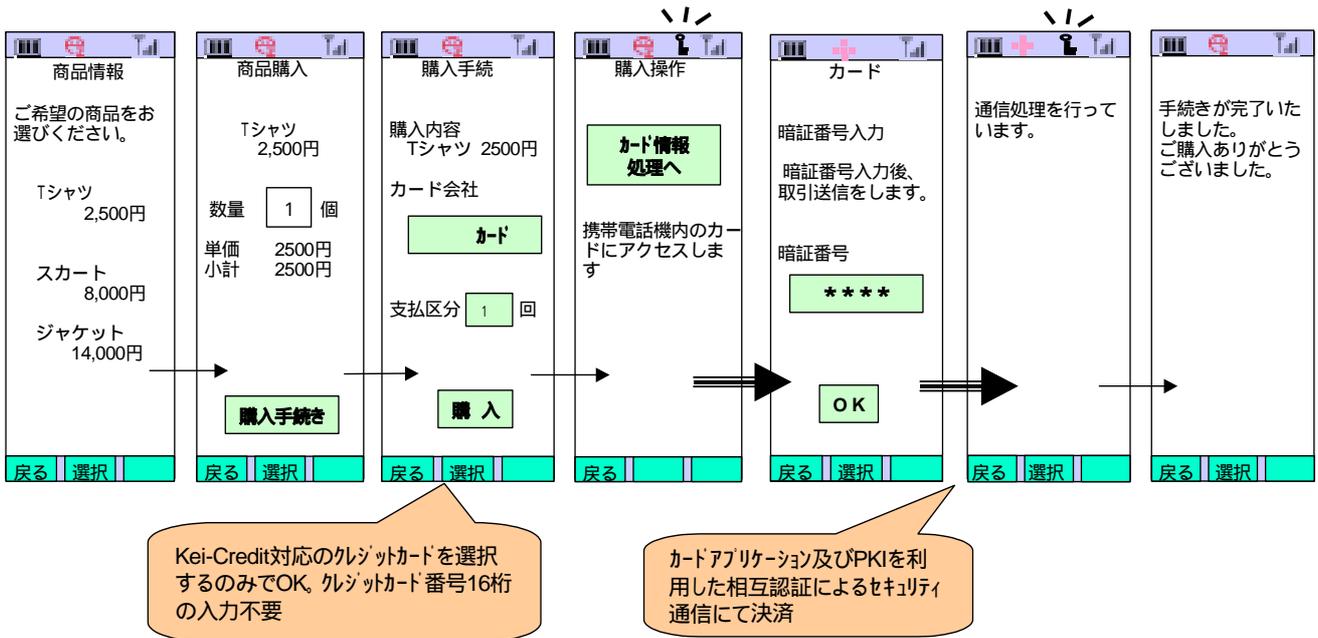
UIM(User Identity Module)カードは第3世代携帯電話に利用されるICカードのことで、欧州GSM方式携帯電話に使われているSIM(Subscriber Identity Module:加入者識別情報)カードをベースに発展させたものです。SIMカードと比較して、搭載可能なアプリに制約がなくなり、より広い範囲のアプリケーションの搭載が可能となります。

○EZwebでのオンラインショッピングのイメージ

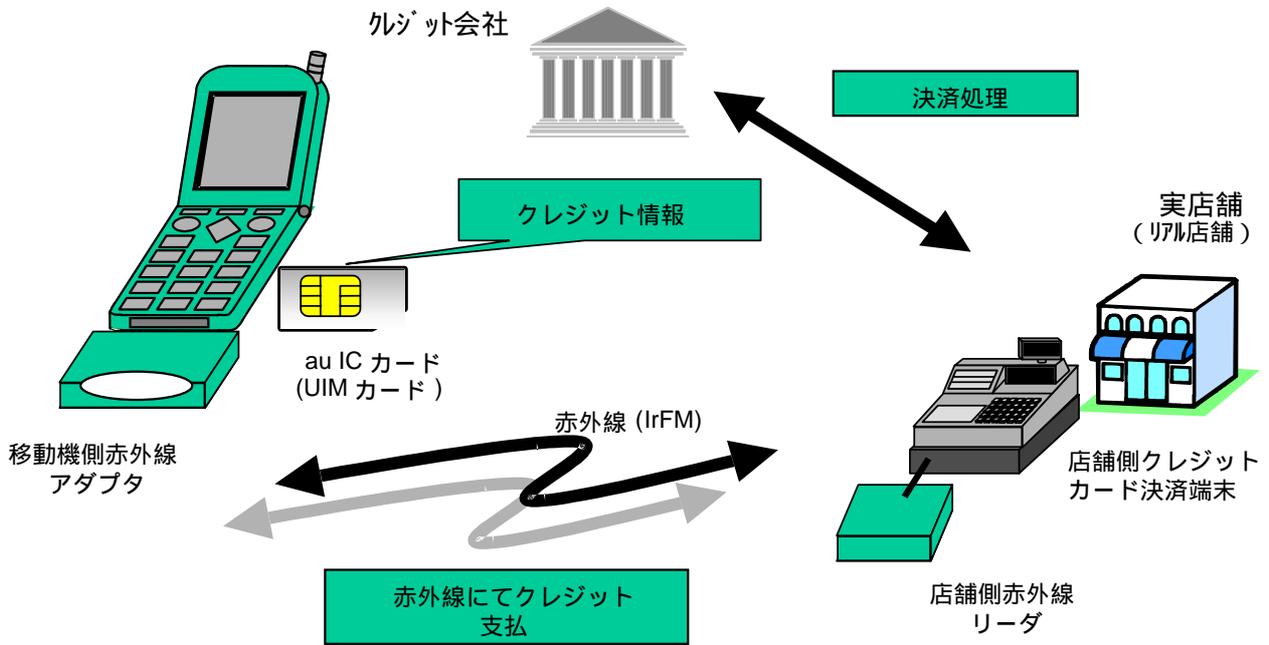
<参加カード会社: ジェーシービー、トヨタファイナンス、三井住友カード、UCカード>



<利用画面イメージ>



○実店舗での赤外線を利用したクレジット決済イメージ
 <参加カード会社:トヨタファイナンス、UCカード>



<利用画面イメージ>



< 参考 >

「Kei - Credit (ケイクレジット)」トライアルの結果

1. トライアル実施概要

トライアル実施期間

2003年3月17日(月)～2003年8月15日(金) 約5ヶ月間

参加モニター数

約2,300名

対象地域

関東地区、中部地区、関西地区

利用可能加盟店

オンラインショップ(バーチャル店舗) 23サイト 約190万アイテム

GAZOO.com、キャラクター・アート・カフェ"うみにん"、Mic&Moc、シューエクスプレス、SUEHIRO、アジアンドラッグ、バイコム、ジュエリーバンク、イーアロマ、クローバー・インポート、B tone fragrance C、ギフトショップ14days、第一酒造、韓国市場、JCBチケットセンター、Kei-Creditセレクトショップ、インターネット花キューピット、TV MEDIA eショッピング、VISAギフトカード、SC Ticket、V-Collection、アミューズオンラインショップ、よーじや通販 等

実店舗(リアル店舗) 約400店

首都圏

プランタン銀座、ヴィーナスフォート、東京イースト21、JTBトラベランドKDDI大手町ビル店、JTBトラベランド東京国際フォーラム店、日本海庄や 新橋店、やるき茶屋 新橋3丁目店、プリペイドカード自動販売機(UCサービスセンター内)、タイムズ(Times)三崎町、ダイヤモンドホテル、Mota、屯、稲田屋飯田橋店

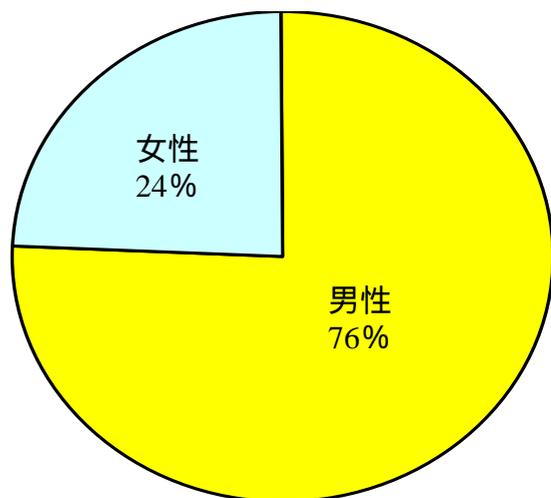
中部圏

トヨタ生協 メグリア本店、名鉄協商かこまちパーキング、キュービック・プラザ、松阪屋 豊田店、カラフルタウン岐阜

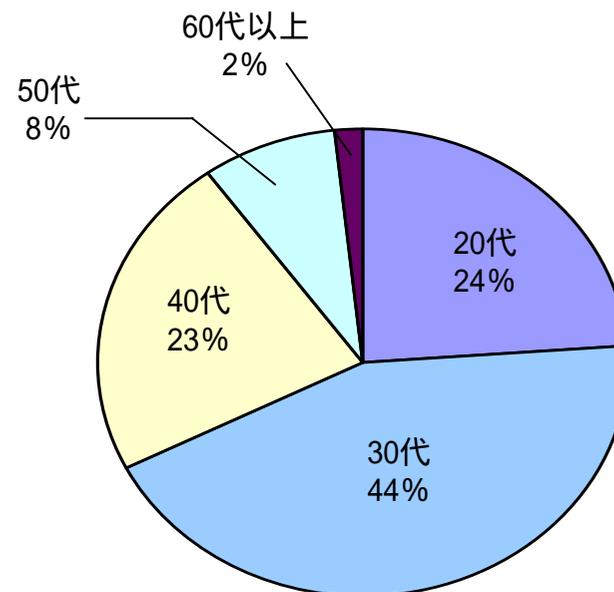
2. モニター属性

・男性の占める割合が76%と高く、年齢は30歳代が約半数を占めるビジネス層のモニター。

性別



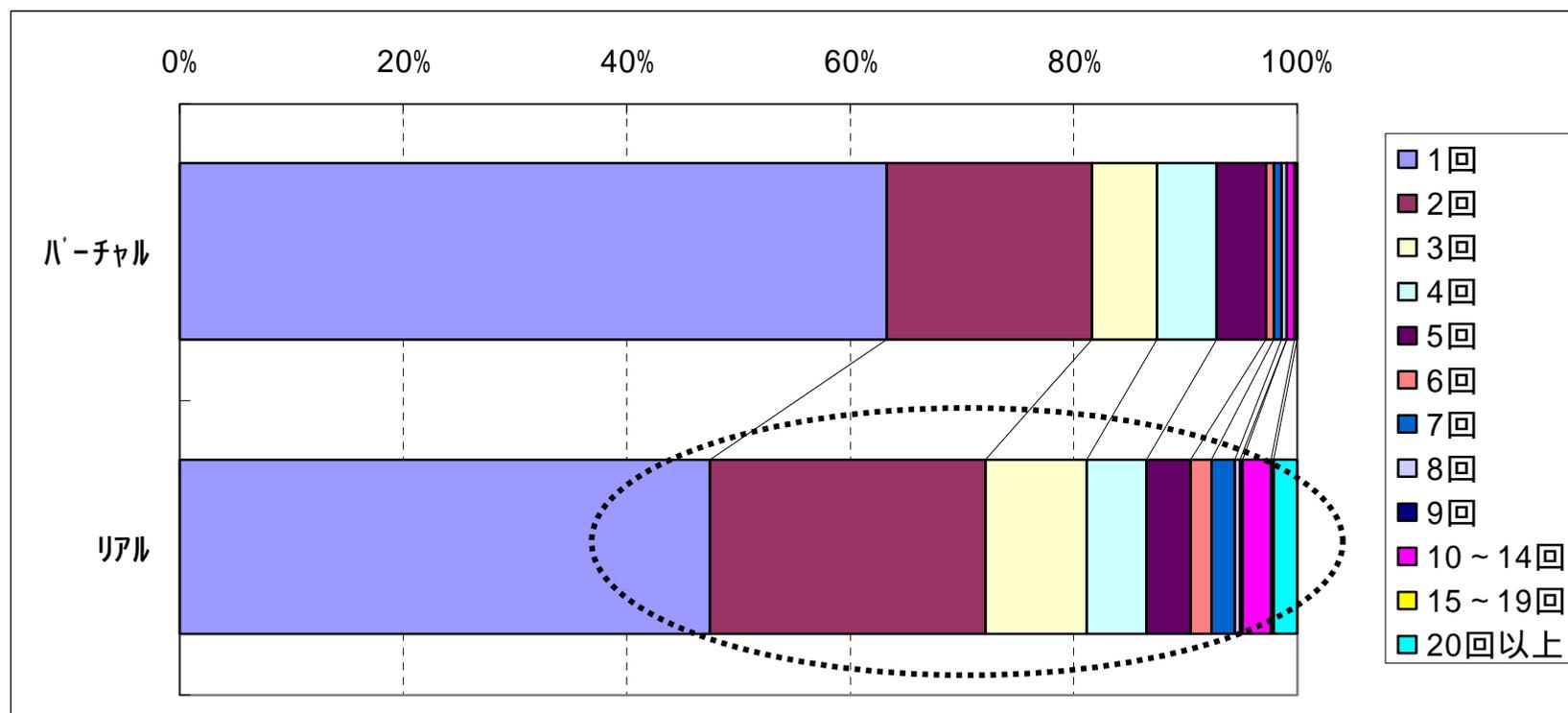
年齢別



3. クレジット決済全体数値、決済回数毎の利用率

- ・トライアル期間中のバーチャル+リアルのトータルの利用実績は、約1,900回、900万円。
- ・リアルに関しては利用可能対象者がバーチャルに比べ少なかったが、決済回数、金額ではバーチャルを上回る形となった。

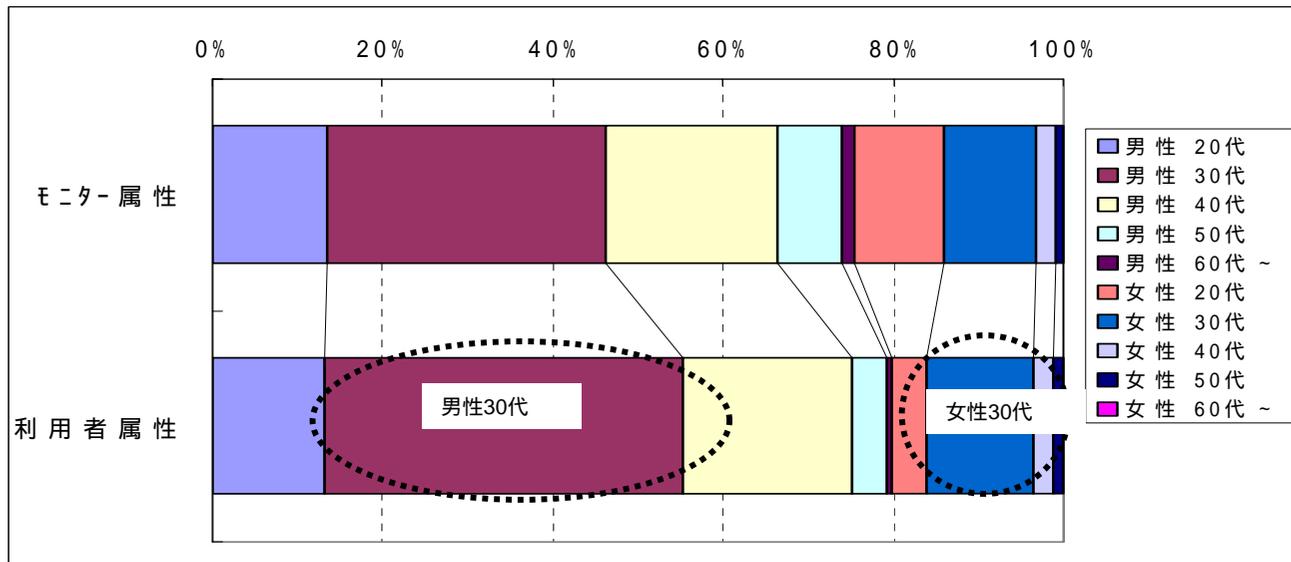
- ・決済回数毎の利用率としてはトライアル期間中の合計利用が1~2回の方の比率が、バーチャルでは約8割、リアルでは約7割。
- ・リアルでの利用の方が繰り返し利用する率が高く、継続利用に繋がっている。



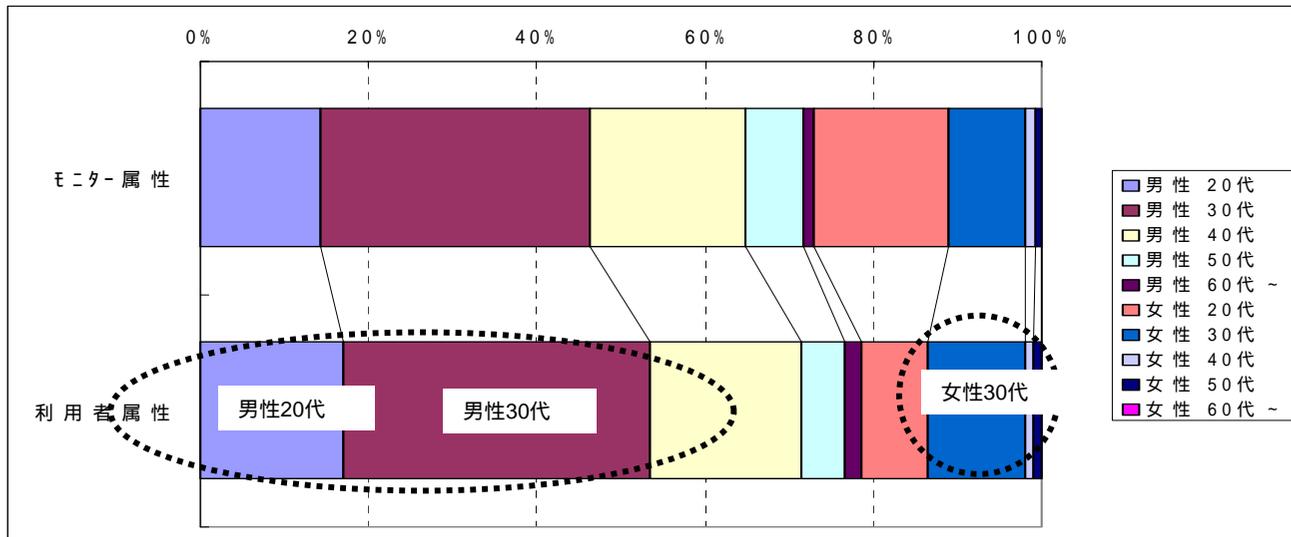
4 . 男女属性別利用比較

- ・男女とも30代のモニターが全体のモニター属性比率に対し利用率が高くモニター利用の中心となっている。
- ・リアルについては男性20代の比率も高い。

バーチャル



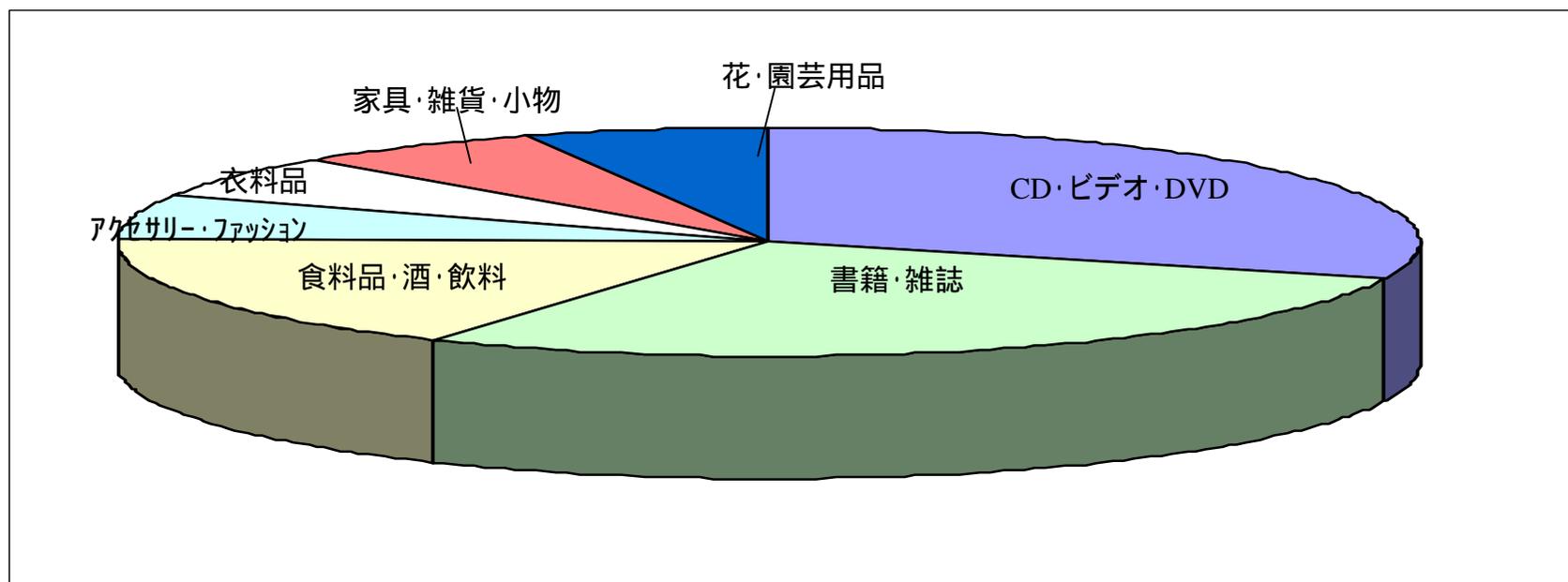
リアル



5 . モニターへのユーザーアンケート ~バーチャル~ 利用した商品

・「CD・ビデオ・DVD」、「書籍・雑誌」、「食料品、酒、飲料」で全体の約8割を占める

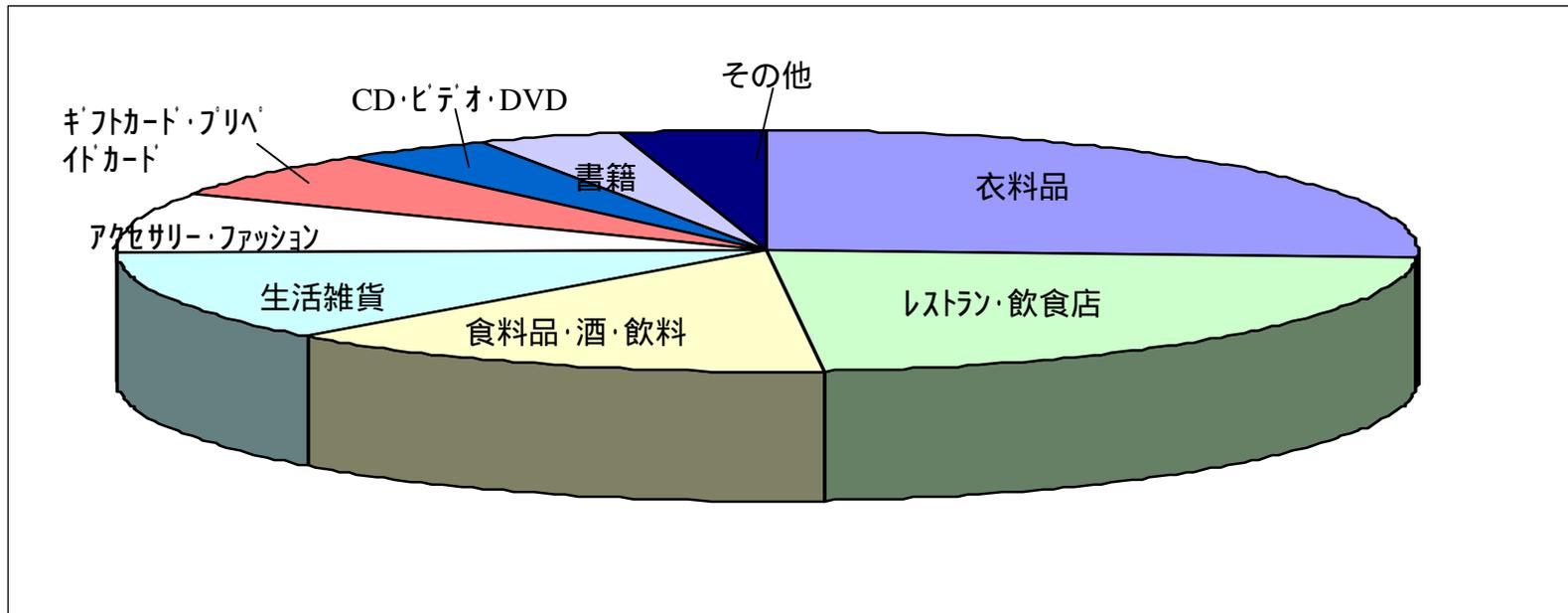
【バーチャル】 利用した商品・サービスジャンル



6 . モニターへのユーザーアンケート ~リアル~ 利用した商品

・バーチャルと比較し特にある一定商品に偏ることはなく、衣料品、レストラン・飲食を中心に幅広いジャンルでの利用があった。

【リアル】 利用した商品・サービスジャンル



7. モニターへのユーザーアンケート フリーコメント

バーチャル

本やCD、チケットといった実物を詳細に確認しなくてよいもの、価格が決まっているものが
買いやすい。

PCの場合立ち上げなくてはならないため、携帯であれば思い付いた時にすぐに利用できてよい。
トライアルという制約であったと思うが、商品及びサイトの種類が少なかった。

有名大手サイトがあるとよい。

ICチップは簡単にコピーできないのでセキュリティへの不安はない。

リアル

財布を持たずに日常の買物が出来ると便利。

小額決済はサインレスで使いたい

店舗側もモニター側も操作の慣れが必要であった

通常のプラスチックカードよりもカジュアルな形で使える