

ROA Group, INC.
Report No.06078

韓国 ユビキタス金融環境における モバイルコマース

～事業者・関連技術・今後の展望を中心に～



ROA

Research On Asia Group

ROA Group, INC.

東京都新宿区西新宿6-12-4

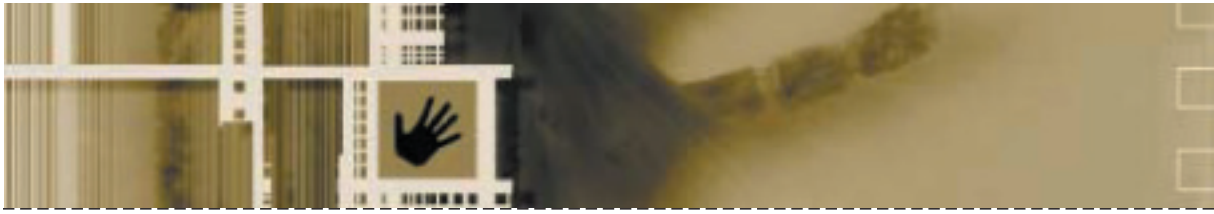
コイトビル8階 〒160-0023

Tel: 03-3349-8071 Fax: 03-3349-8072

<http://www.researchonasia.com>

research@researchonasia.com

Copyright©2006 ROA Group, INC. All rights reserved



目 次

Contents

I エグゼクティブサマリー

II 韓国モバイルコマース市場のオーバービュー

1-1 ユビキタスコマースの定義とモバイルコマースの領域

1-1-1 モバイルコマースの特性分析

1-2 韓国通信放送産業と金融産業のコンバージェンス方向

1-2-1 移動体通信事業者の金融産業への進出

1-2-2 有線インターネットポータル事業者の金融産業への進出

1-2-3 放送事業者の金融産業への進出

III 韓国モバイルコマース市場の現況

2-1 韓国モバイルコマース市場のオーバービュー

2-1-1 モバイルコマース市場の潜在力

2-1-2 電子マネーの発行と利用現況

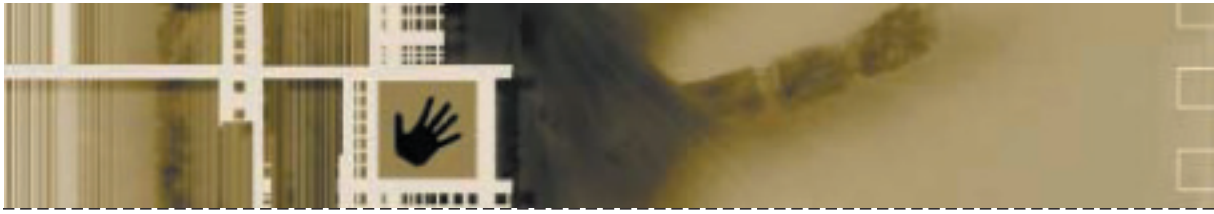
2-2 韓国モバイルコマースのバリューチェーン分析

IV 韓国の移動体通信事業者のモバイルコマースサービス分析

3-1 SKテレコム MONETA

3-2 KTF K-merce

3-3 LGテレコム Bank On



Contents

IV

モバイルコマース関連技術分析

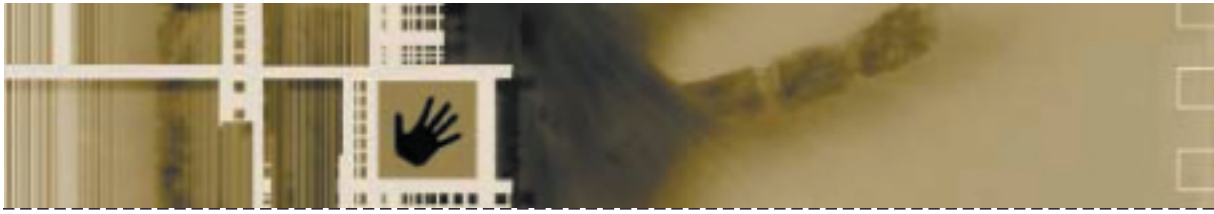
- 4-1 モバイルコマース技術の分類
- 4-2 韓国モバイルコマースのコア技術
 - 4-2-1 支払い決済技術(Payment)
 - 4-2-1-1 ハードウェア基盤の支払い決済技術
 - 4-2-1-2 ソフトウェア基盤の支払い決済技術
 - 4-2-2 インターフェース関連の技術
 - 4-2-3 モバイルコマース関連のセキュリティ技術
 - 4-2-4 モバイルコマース関連の応用技術

V

今後の展望及びインプリケーション

- 5-1 Tコマースを合わせたUコマース時代の到来
- 5-2 移動体通信事業者のためのインプリケーション
- 5-3 金融関連企業のためのインプリケーション

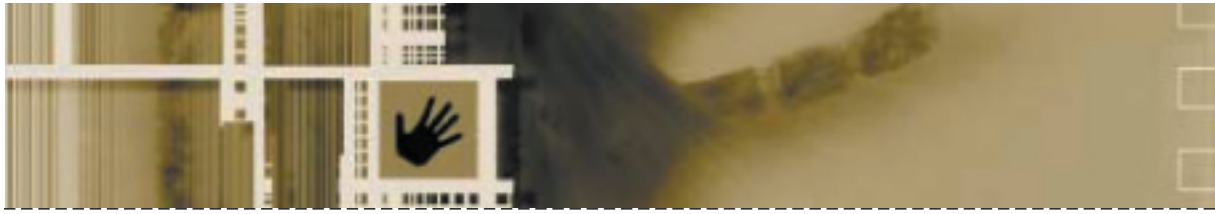
Appendix : Mコマース関連の標準化団体の動向分析



Contents

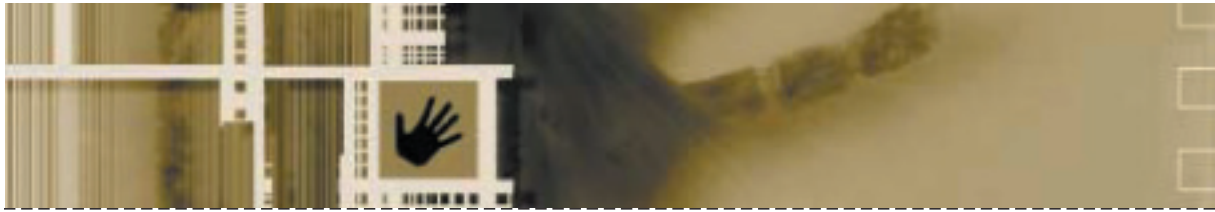
表 目 次

- [表1-1] EコマースとMコマースの特性比較
- [表2-1] ICチップ基盤のモバイルバンキング登録顧客数
(LGT-Bank On、SKT-M Bank、KTF-K Bank)
- [表2-2] 韓国の電子マネー種類別のシステム運営者及び発行機関の現況
- [表2-3] 韓国の電子マネー発行現況



目 次

- [図1-1] ユビキタスコマース(Uコマース)の定義
- [図1-2] Mコマースの領域
- [図1-3] 韓国の金融ポータル事業者の進展(2000年 ~ 2005年)
- [図1-4] 韓国のインターネット保険の増加率推移
- [図2-1] 韓国のインターネットバンキングサービス利用顧客数
- [図2-2] Mコマースのバリューチェーン
- [図2-3] 決済のオフ・オンライン領域
- [図3-1] SKテレコムのコバージェンス戦略
- [図3-2] SKテレコム/Mコマース戦略
- [図3-3] SKテレコム/ユビキタス環境の推進戦略
- [図3-4] KTF/Mコマースサービスの定義
- [図3-5] KTF/K-merceサービスポートフォリオ
- [図3-6] LGテレコム/Mコマースサービスの定義
- [図3-7] LGテレコム/モバイル広告概念図
- [図4-1] モバイルコマースのコア技術の分類
- [図4-2] 韓国のスマートカード(通信及び金融カード)の発展方向
- [図4-3] 韓国のソフトウェア基盤の支払い決済技術の発展方向
- [図4-4] 欧州のソフトウェア基盤技術を利用したモバイル決済サービスの現況
- [図4-5] 韓国のモバイル決済技術の発展方向
- [図4-6] インターフェース関連の主要技術の発展方向
- [図4-7] インターフェース関連の主要技術の応用分野
- [図4-8] インターフェース関連の主要技術の今後の展望
- [図4-9] 韓国のMコマース関連セキュリティ技術の発展方向
- [図4-10] 韓国内外の無線PKIの関連主要業者リスト
- [図4-11] RFIDの種類及び特徴
- [図4-12] 生体認識技術のカードタイプ区分
- [図4-13] NFCの今後の発展方向
- [図5-1] Tコマースの領域



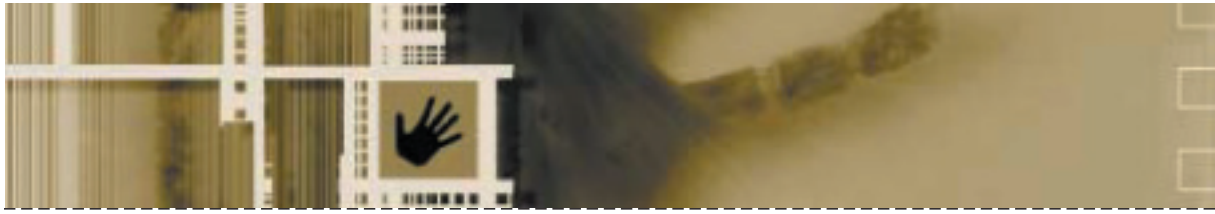
エグゼクティブサマリー

レポート・ガイドライン

金融業者は過去、オフラインの供給チャネルを通じて金融商品をほとんど独占して提供してきた。しかしインターネット、携帯端末等の通信メディアが急速に発展し、オフラインだけでなくオンラインでの金融商品の流通が活発化し、オンラインを通じた顧客との接点を確保してネットワークを所有するバリューチェーン上の後発業者の挑戦に直面することとなった。

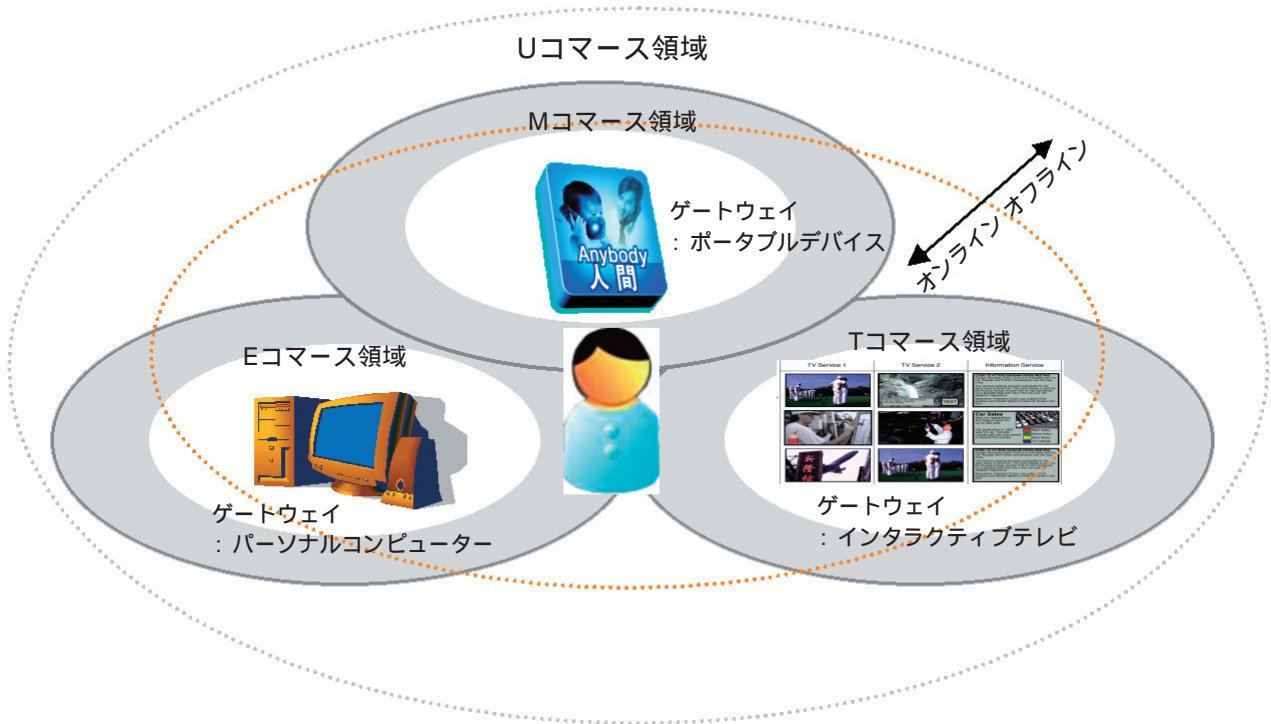
併せて移動体通信産業が加入者の獲得競争から質的サービスの提供による加入者獲得及び流出を防止するための戦略へと切り替えたことで、関連企業は新たなキャッシュカウ(Cash Cow)の確保による成長率を維持しようとする共通の戦略を立てることに苦心している。新たなCash Cowを確保するための動きは大きく2つの方向に現れているが、その1つはグローバル化(Globalization)による新規市場の確保であり、もう1つは他産業と連携して新しいビジネスモデルを創出する産業間のコンバージェンス(融合)モデルといえる。このような現象は成熟した移動体通信市場である日本及び韓国で同時に発生しており、詳細にわたる戦略の違いこそあれ、ほとんど同じような方向性となっている。

特に日本及び韓国の金融と通信産業間のコンバージェンスモデルとして、Felica及びMONETAのような金融サービスのプラットフォームやブランドが、移動体通信事業者を中心に進んでおり、このような動きは商取引全体のバリューチェーンのオンライン化やモバイル化を加速する形へ発展している。このような展開により金融企業と通信企業の主導権争いを促し、今まで敵ではなかった相手と戦う方法を模索する新たな状況が生まれている。

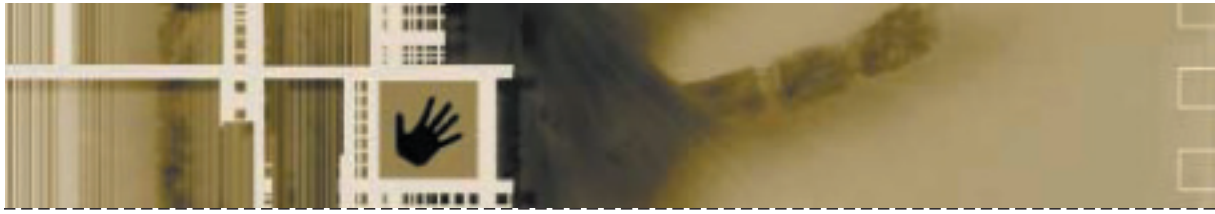


韓国では従来のオフライン商取引領域が発達した有線インターネットによる商取引であるEコマースが一般化し、第3世代以上の高速無線ネットワーク基盤を持つ無線インターネットによる商取引のMコマース、デジタルTV及びIPTVを活用したTコマースへとその領域とチャンネルの拡張が活発に展開されている。このような動きはパソコン、携帯電話、PDA、デジタルTV等、全ての顧客の接点(ゲートウェイ)の役割とインターネットに接続できる機器から生まれる商取引を統合する概念であるユビキタスコマース(Uコマース)ビジネスを実現させている。

[図]ユビキタスコマース(Uコマース)の定義



Source : ROA Group

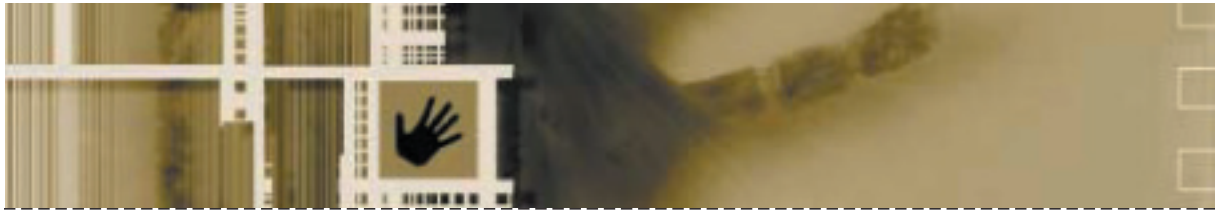


韓国は比較的早く発展したインターネット環境と新しい文化にいち早く適応する消費者の傾向により、Eコマースが成熟期に入った。Mコマースにおいては2002年第1位事業者であるSKテレコムが「MONETA」というブランドでFelicaと同様の金融サービスへの参入を試みたが、関連金融産業との協力不足により短期的な失敗を喫した。その後2003年のナンバーポータビリティ(Mobile Number Portability: MNP)を前に、LGテレコムは銀行との協力を通じて携帯電話を利用したモバイルファイナンスサービスを「Bank On」というブランド名で開始し、いち早く顧客からの反応を得た。同時にキャッシュカード機能等さまざまなサービスを統合し、ほとんどの銀行と提携を結んで新規端末の流通チャネルとして銀行のインフラを活用し始めた。LGテレコムの動きに刺激を受けたSKテレコムとKTFは、銀行との収益配分に対する協議をLGテレコムと同一レベルまで交渉し、似たような金融サービスを市場で開始した。

現在日本市場もまたMNPを前にメイン顧客の囲い込み戦略と同時に、NTTドコモを中心に事業者3社全てが新しい収益源になる可能性が高い金融サービスを準備しており、さまざまな業界との提携を推進して金融決済インフラを確保する動きを見せている。

韓国のモバイルバンキングサービスは日本の現在の無線インターネットを介したバンキングサービスと根本的な差異がある。韓国ではユーザーの利便性を最大化し、ほとんどの銀行と提携して新規端末販売チャネルを構築する形態へと発展しており、内蔵チップ型の専用端末が大量に発売されサービスの利用度はかなり高い水準となっている。即ちMコマースの活性化が決済サービスではないバンキングサービスを中心に形成されている点が、日本市場との最大の差異点といえる。

今後金融及び通信事業者間の協力構図により金融サービスのモバイル化はさらに急速に進展していくと予想され、既存オフラインの収益がオンラインとモバイルビジネスへ移行すると共に、新たに発生する収益モデルの開発が持続的に行なわれていくだろう。



また日本及び韓国の新しいモバイル金融サービスの成功可否により、今後他の地域におけるサービス開始が加速し、グローバル市場での技術特許、ソリューション、コンサルティング等を通じた新たなビジネスチャンスの拡大と収益源創出の可能性も出てくると予測できる。

レポート範囲

本レポートは韓国のモバイルコマース市場に対する現況及び成功ストーリーを分析し、これを通じたインプリケーションを抽出するのに注力した。同時に金融サービスがモバイル化されるための技術事項及び通信関連企業の立場、また金融関連企業へビジネス面におけるアプローチ方法を集中的に分析した。

調査方法

本レポートはSecondary ResearchとPrimary Researchを通じて作成された。レポートを作成するために移動体通信事業者、端末メーカー、政府機関の発表資料、銀行関連資料、その他該当する企業が発表した各種文献資料、インタビュー記事及び韓国国内のさまざまなメディア資料等を収集・分析を行なった。同時に各企業の専門家と金融関連の担当者へのインタビューを通じて情報の精度を高めることに注力した。

購読対象

本レポートは金融及び通信産業に関連する事業者と金融業界への進出を狙うインターネットポータル等を対象に作成された。韓国のモバイルコマース事例は、現在さまざまなMコマースサービスを準備している日本の多くの企業へ参考となると考え、今後の技術協力やベンチマークのための資料となるだろう。同時に多くの関連企画担当者のビジネスアイデアを提供するレポートになることを願う。