



韓国SK Telecomのモバイル金融サービス概況

執筆者

KDDI総研 特別研究員 趙 章恩

🕒 記事のポイント

韓国の最大キャリアであるSK Telecomは、通話料の割引競争や加入者の囲い込みによるマーケティング費用の増加で利益が減少している。2008年3月より端末補助金支給が解禁されたことで、新規加入の端末補助金を狙った解約が急増、解約率は-2%台から-3%台に増加した。2008年末時点で携帯電話の普及率が93.8%を超える中、新規加入の見込みは少なく、加入者の囲い込みが経営維持の重要な要素となっている。加入者を囲い込む手段として、SK TelecomはWCDMAのUSIMカード基盤モバイル金融サービスに力を入れている。

サマリー

韓国のモバイル金融サービスは大きく携帯電話小額決済、モバイルバンキング、電子マネーの3種類に分けられる。2000年から始まった「携帯電話小額決済」(キャリアの料金回収代行)は携帯電話ユーザーの7割が利用するほど定着したが、2001年から始まったチップ方式クレジットカードサービス「MONETA」と2004年から始まったモバイルバンキングサービスの「M-Bank」は使い方が不便だったため普及に失敗した。SK Telecomはこの失敗を踏まえて2009年1月より「T Live USIMバンキング」と「T-cash」という独自の電子マネーサービスを開始した。

韓国ではUSIMを差し替えることで機種変更は簡単にできても、キャリアをまたいで同じUSIMを使うことはできない。このため、モバイルバンキングの加入によりユーザーの囲い込みができるのではないかと見込んでいる。そのため、キャリアはプラットフォームだけを提供するのではなく、ユーザーが解約できないように、それぞれ独自の金融サービスを提供しようとしている。

主な登場者 SK Telecom SK Marketing&Company

キーワード SK Telecom モバイル金融 モバイルショッピング 電子マネー

地域 韓国

1 韓国のモバイル金融サービス概況

2008年3月より端末補助金支給が解禁となった韓国では、2年以上約定加入することを条件に、2GからWCDMAへの機種変更を無料で行っている。2007年3月、USIMを搭載したWCDMAのカバレッジが全国に拡大されてからも、端末の価格が高いことや通話が不通になる事故が度々発生したせいで、WCDMAはなかなか普及できずにいた。それが、端末補助金の影響で契約が急増、スマートフォンブームと重なり無線インターネットや付加サービスの利用も増加している。

しかし一方では、韓国の携帯電話の普及率は93.8%を超え、人口減少傾向から新規加入者獲得の見込みは減っている。携帯電話キャリア3社は端末補助金に加え、家族割・長期加入割など音声通話料金割引、インターネット接続・IPTVなどの自社商品を組み合わせたバンドル割引といった料金競争が激しくなり、マーケティング費用が増加し、利益率は減り続けている。キャリア各社は通話料以外の収益を上げるため、モバイルコマースや健康管理、金融サービスなど異分野との融合で生活が便利になる新しいサービスを次々に提供している。

【図表1】韓国のモバイルペイメントの種類

分類	内容	SKT	KTF	LGT
携帯電話小額決済	有料デジタルコンテンツ・オンラインショッピングモール決済用、携帯電話料金合算請求。 2007年末時点で携帯電話加入者の10人に7人は利用経験あり。	対応	対応	対応
モバイルバンキング クレジットカード	携帯電話キャリアごとに提携している1銀行のバンキングサービスしか利用できない。 USIMに複数銀行のバンキング情報を入れるが、1銀行1口座1クレジットカードだけ登録できる。	MBANK 新韓銀行系列カード（発行枚数未公開） USIMバンキング提供	K-Bank 国民銀行系列カード（発行枚数未公開） USIMバンキング提供	BankOn 国民銀行系列カード（発行枚数未公開） USIMバンキング提供なし
モバイル電子マネー プリペイド	T-Money（地下鉄・バス・タクシーなど首都圏全交通機関で使えるプリペイドカード、発行枚数は2008年4月末時点で7,525万枚、モバイル対応加入者数は把握できていない）	T-Moneyと連動する独自のモバイル電子マネー「T-Cash」を2009年1月スタート	T-Money対応 独自の電子マネーはない	T-Money対応 独自の電子マネーはない

（出典：携帯電話キャリアの発表を参考に筆者作成）

韓国のモバイル金融は大きく3つのカテゴリーに分けられる。オンライン向けの携帯電話小額決済（Phone bill）、ICチップを使った支払い機能を含む銀行取引や株取引といったモバイルバンキング、モバイル電子マネー（プリペイド）がある。

日本の「おサイフケータイ」の場合、キャリアはプラットフォームだけ提供しているが、韓国のモバイル金融サービスはキャリアが主導して加盟店を確保する独自サービスを目指している。SK Telecom（以下「SKT」）は3つのカテゴリーで全て、2009年上半期より自社独自のサービスを展開している。

2. 韓国SK Telecomの概況

（1）契約推移

SKTは2007年3月より全国でWCDMAをサービスしている。KTFより一足遅れてのサービスだったが、2008年上半期より、WCDMAの契約件数はSKTの方が伸びている。端末補助金支給やインターネット接続・IPTVなどと合わせたバンドル割引、長期加入割引でKTFより割引幅が大きかったのが影響している^④（脚注）。

しかし2008年12月現在まで韓国の携帯電話契約数に占めるWCDMAの割合は約38%、4割に満たない状況である。マーケティング費用に比べWCDMA加入伸び率は大きくない。端末補助金を支給しても、ユーザーは2Gから3Gに移行すると電話番号が変わる（011、017、016、018、019から010へ統合）また高速データ通信は必要ないといった理由から、買い替えをためらっている。

韓国インターネット振興院が毎年発表する「インターネット利用実態調査」によると、韓国のインターネット利用者の中で、1年に1度でもモバイルインターネットを使ったことがあると答えた人は2007年末時点で47%に過ぎず、高速無線データ通信を売りにしたWCDMAの需要はまだ少ないことがわかる。



④（脚注）

韓国のWCDMAサービスは、SK TelecomとKTFが主導し2007年3月全国で開始された。LG TeleComはEVDO Rev. Aを採用。

【図表2】SKTの契約推移と市場シェア

	2007年12月	2008年12月
韓国携帯電話契約件数	43,497,541件	45,606,975件
人口普及率	89.8%	93.8% 前年比4%増加
SK Telecom契約件数	21,968,169件 WCDMA 2,495,356	23,032,045件 前年比5%増加 WCDMA 8,239,455
キャリアのシェア	SK Telecom 50.5% KTF 31.5% LG TeleCom 18.0%	変動なし
ARPU	44,156ウォン	43,032ウォン (約2774円) [☞] (換算率) 前年比 2.5%
	内訳 加入費 1,532ウォン 基本料 + 通話料 26,058ウォン 付加サービス 1,134ウォン 無線インターネット (金融手数料込み) 11,205ウォン	内訳 加入費 1,092ウォン (約416円) 基本料 + 通話料 26,908ウォン (約1,735円) 付加サービス 1,307ウォン (約84円) 無線インターネット (金融手数料込み) 9,174ウォン (約593円)
MOU (2008年度は11月現在)	発信 207分 受信 112分	発信 196分 受信 102分

(出典：SK Telecom Monthly Factsheet)

(2) 2008年の実績

SKTの2008年の売上は11兆6,747億ウォン (約7,783億円)、営業利益は2兆599億ウォン (約1,370億円)、利益率は17.6%と前年比-5%となった。

2008年2月、家計の通信費負担20%軽減を公約した李明博政権が誕生してから、SKTはSMS送信料を1件30ウォン (約2円) から20ウォン (約1.3円) に値下げ、月基本料に2500ウォンを追加すると加入者間通話料50%割引、家族の加入期間を合算



☞ (換算率)

100ウォン = 6.45円 (2009年2月2日の東京市場TTMレート)

した長期加入割引といった割引制度を打ち出しているため、売上の減少要因はあったものの、持続的な加入者増加により2008年の売上は前年比3.4%増加している。

韓国は携帯電話の普及率が93.8%に及ぶにも関わらず、月平均解約率は3%に及ぶ。2008年3月より端末補助金支給制度が解禁となり、ナンバーポータビリティを利用すると端末補助金が支給され最新端末を半額近く安く購入できるようになったため、2008年上半期の解約率は6%台であった。1年以上の期間約定契約を実施し、期間を拘束する契約が増えてはいるが、違約金を払っても新規端末を求めてキャリアを乗り換えるユーザーが多い。さらに、キャリアが自らWCDMA加入者を増やすために2Gの加入者を対象に端末補助金を支給して無料で機種変更できるようにしているため、SKTのマーケティング費用は3兆635億ウォン（約1,976億円）と売上の26.2%を占め、端末補助金の支給により前年比7.3%増加した。これが利益減少の原因になっている。

【図表3】SK Telecomの2008年経営実績

単位：ウォン	2008年	2007年	増減
売上	11兆6750億（約7,530億円）	11兆2860億	3%
営業費用	9兆6150億（約6,202億円）	9兆1140億	5%
営業利益	2兆600億（約1,329億円）	2兆1720億	-5%
営業利益率	17.6%	19.2%	-1.6%
営業外収益	1兆150億（約6,547億円）	8510億	19%
営業外費用	1兆569億（約6,817億円）	7150億	119%
経常利益	1兆506億（約6,776億円）	2兆3080億	-35%
当期純利益	1兆2780億（約1,793億円）	1兆6420億	-22%
純利益	10.9%	14.6%	-3.6%
無線インターネット収益	2兆4430億（約1,576億円）	2兆8040億	-13%
通話料収益	3兆6830億（約2,376億円）	3兆7570億	-2%
基本料収益	3兆5910億（約2,316億円）	2兆9690億	21%
マーケティング費用	3兆640億（約1,976億円）	2兆8540億	7%
売上対比	26.2%	25.3%	1.0%
投資	1兆9190億（約1,238億円）	1兆8550億	3%
ネットワーク投資	1兆4580億（約9,404億円）	1兆3960億	4%
売上対比	16.4%	16.4%	0.0%

（出典：SK Telecom Monthly Factsheet）

営業利益はマーケティング費用の増加とWCDMA投資拡大により前年比5.1%減少した2兆599億ウォン（約1,330億円）を記録した。WCDMAのカバレッジ確保、通話品質向上のため1兆9,186億ウォン（約1,281億円）を投資している。SK Telecomは2009年1月23日行われた実績発表の場で、「2009年はWCDMAの高度化によりモバイルインターネットを活性化させ、パケット定額料金加入者を拡大させると共に法人顧客の新規発掘で持続的成長基盤を確保する。モバイルインターネットを活性化させるためにはモバイルコマースや検索、バンキングなどの有無線融合サービスとモバイルだけが持つことのできる差別化を図った利用価値を提供する」としている。

3 SK Telecomモバイル金融サービスの現状

SKTが2009年から新しくモバイル金融サービスに力を入れるようになったきっかけはWCDMAの普及によりUSIM基盤サービスを提供しやすくなったことにあるが、もう一つは2008年4月に別法人として独立させた「SK Marketing&Company」の存在がある。SK Marketing&Companyのメイン事業は、加入者3000万人とオン・オフライン合わせて約5万以上の加盟店で貯めて使える現金同様のマイレージサービス「OK Cashbag」である。「OK Cashbag」は主にSKグループのガソリンスタンドや携帯電話の料金に応じてマイレージが貯まり、全国共通交通マネーである「T-Money」とも交換できる。

SK Marketing&Company とSK Telecomは2009年1月より、「OK Cashbag」加盟店を活かして独自の電子マネー「T-Cash」サービスを開始した。また、中小企業が中心となっている携帯電話小額決済代行にも直接乗り出すことを発表した。

3 - 1 小額決済

韓国ではブロードバンドの成長に伴うデジタルコンテンツの有料化のために、2000年に携帯電話小額決済（Phone bill）が始まった。Payment Gatewayを経由して請求額が携帯電話料金に合算請求されるので、クレジットカードを持たない未成年者でも、端末の仕様やキャリアに関係なく誰でも利用できる点から、ネットユーザーの10人に7人が利用し、その取引規模は8年間に20倍以上も成長した^④（脚注）。

取引額ベースではSKT60%、KTF30%、LG TeleCom10%と、SKT加入者の利用が



④（脚注）

韓国インターネット振興院の発表によると、デジタルコンテンツやオンラインショッピングモールでの決済に使われる携帯電話小額決済の決済金額総額は2001年850億ウォン（約55億円）から2007年1兆3,000億ウォン（約8,385億円）へ、2008年約1兆7,000億ウォン（約1,097億円）と20倍以上成長している。2007年末時点で携帯電話加入者の10人に7人はこのサービスを利用したことがあるという。音楽や動画といった小額デジタルコンテンツの決済は80%以上が携帯電話小額決済で支払われている。

圧倒的に多い。韓国の携帯電話小額決済はデジタルコンテンツやオンラインショッピング向けの決済方式であるため、オフラインの加盟店では使えない限界がある。

携帯電話小額決済の使い方は全WEBサイト、全キャリア同じで、携帯電話番号と住民登録番号をWEBの決済画面に入力すると個人認証を経て携帯電話にSMSで6桁の暗証番号が戻ってくる。この暗証番号を時間内（平均3分以内）にWEB画面へもう一度入力すると決済が完了し、携帯電話料金に合算請求される方式である。

事前の登録や契約は必要なく、携帯電話を持っている人なら誰でも利用できる。決済代行会社であるPayment Gateway^④(脚注1)のサイトから携帯電話番号と住民登録番号を入力すると、ほぼリアルタイムで決済内訳と金額、決済時間などを詳細に確認することができる。(キャリアからの請求書には小額決済00ウォンとしか表記されない)

送られてくる暗証番号は使い捨てのインスタントなもので、カード番号や口座番号が残ることもなく、携帯電話小額決済なら月々使える限度額^④(脚注2)が決まっている。他人の携帯電話番号を盗もうとしても、携帯電話に送られてくる暗証番号が必要なので、名義人の住民登録番号を手に入れ携帯電話そのものも所持していないと悪用できないことから、手軽で安全な決済方法として広く普及した。

SKTは携帯電話小額決済の料金回収代行の手数料をもらうだけで、決済手続きや加盟店を増やすといったことはPayment Gatewayが担当してきた。しかしSK Marketing&CompanyはPayment Gatewayの中でもシェア最下位の「Panega」を買収し、2009年上半期中に自らPayment GatewayとなってSKT加入者の小額決済に関しては全てSKグループが独占することを発表した。

Payment Gateway 最大手のMobiliance、DANAL、Infohubの3社は特許を盾に、携帯電話契約数の50%以上を占める市場寡占事業者であるSK Telecomが自ら小額決済市場に飛び込むのは公正取引違反であると反対している。市場を奪われるのは時間の問題だからだ。しかし放送通信委員会は法的には問題がないとしている。SK Telecomはプレス発表を通じて、「IPTV向けコンテンツ決済のために必要な分野で、グループ内のシナジー効果を高めるために携帯電話小額決済事業に進出する。中小



④(脚注1)

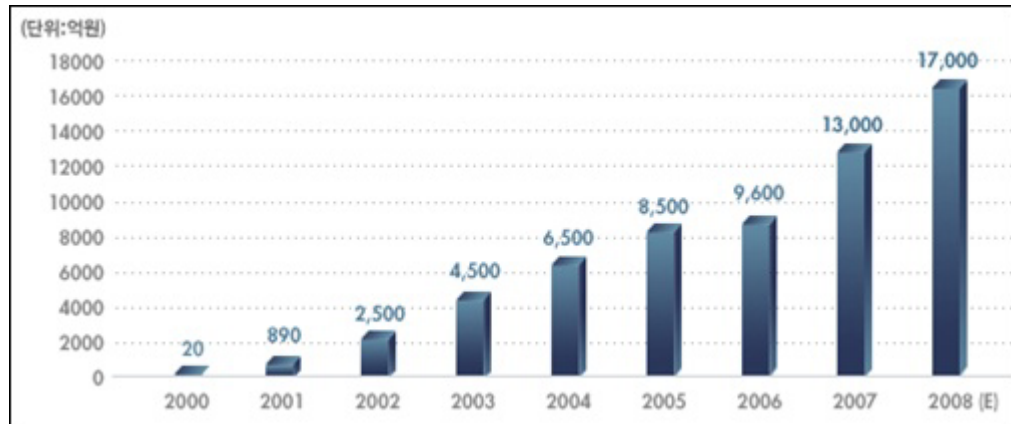
Payment Gatewayとして100社ほどの中小企業が営業しているが、中でもMobiliance、DANAL、Infohubの3社が市場の99%を占めている。この3社は「携帯電話SMSを利用した決済承認に関する特許」と「移動通信キャリアの通信料金に合算課金される方式の特許」を持っている。

④(脚注2)

限度額は加入者の加入期間や本人の要求に応じて月最大15万ウォン(約9,675円)まで設定できる。交通カードのT-Moneyは月20万ウォン(約12,900円)までチャージできる。

企業の利益を侵害するつもりはない」と説明している。

【図表4】韓国の携帯電話小額決済取引額規模推移（単位億ウォン）



（出典：ZDNET KOREA 2008.12.19）

3 - 2 モバイルバンキング・クレジットカード決済

韓国では小売業の脱税防止のためクレジットカードの使用を国民に奨励し、勤労者はクレジットカード使用金額に応じて所得税が減税される。そのためか、韓国銀行の統計によるとクレジットカードの累計発行枚数は2007年末9,288万枚で経済人口の一人当たり3.8枚、決済件数は1日平均1,016万件、金額では1日平均1兆1,000億ウォン（約7,095億円）となっている。2003年にVISAカード社の調査によると、個人消費支出に占めるカード決済の割合は韓国が58%に対して日本は7%と、韓国の方が圧倒的にクレジットカードの使用件数や金額が多いことが分かる。

このような環境から、SKTは2001年、ICチップや赤外線通信を使ってクレジットカード、会員証といった機能を携帯電話の中に保存し、店頭で専用のリーダー（読み取り機）に携帯電話をかざして使うMobile Wallet「MONETA」サービスを開始した。SKTのMONETAは韓国で広く使われているクレジットカードをより便利で安全に決済できるようにするサービスであるため、急速に普及すると見込まれた。SKTはMONETAチップ発行枚数を2002年15万枚、2003年には350万枚と予測したが、5年経過した2007年1月末時点でも全加入者の5%に満たない280万人、加盟店数は8万

店に過ぎなかった^④(脚注1)。

その後2004年からはサービス名を「MBANK」に変更し、MONETAとモバイルバンキング(金融機関との取引やATMカード機能)、VMバンキング^④(脚注2)を含む総合的なモバイル金融サービス(Mobile Finance)として提供している。MBANKはUSIMではなくバンキング専用ICチップを利用したものである。しかも代理店で専用の携帯電話端末を購入して、銀行の窓口で専用のICチップを発行してから使える不便があった。

SKTの利用料金に応じてもらえるレインボーポイントをMBANK経由で交通カード兼用電子マネー「T-Money」のチャージに使えるようにしたことから再び注目されるようになったが、ICチップ1枚には銀行1社1口座とクレジットカード1枚しか登録できない、違うカードや銀行のサービスを利用するためには、その都度チップを差し替えないといけない煩わしさは改善されなかったため、利用者が急増するといったことはなかった。

MBANKの利用料はバンキング専用データ定額月800ウォン^④(脚注3)+情報利用料銀行1当り200ウォンで月1,000ウォン(約65.4円)の有料で、振り込み手数料などは別途かかる。

2008年4月、SKTは新韓銀行と提携して韓国で初めて銀行のICチップではなく、USIMを利用した「T-Live USIMバンキング」を始めた^④(脚注4)。これも利用料は同じく月1000ウォンであるため、SKTは定期的収入が得られ顧客の離脱も防止できる。USIMを差し替えるだけで簡単に機種変更はできても、キャリアやモバイルバンキングを変更するには端末とUSIMも買い替えないといけないためだ。申し込みを最初からやり直すのは面倒だからと、1つのキャリアに長く加入するのではないかと見込ん



^④(脚注1)

INEWS24(2002.12.10)「SKTは500億ウォンを投資してMONETA端末加入者は今年15万人から2003年末には350万人に上る見込みで、加盟店数も2003年までに50万店に伸ばすとしている。提携カード会社も増やし、クレジットカード利用額の90%をMONETAでカバーできるようにする方針だ。」

^④(脚注2)

VMはVirtual Machine。モバイルインターネットにアクセスできる端末から専用プログラムをダウンロードしてモバイルバンキングを利用する方式。ICチップがない端末からも利用できる。

^④(脚注3)

パケット通信定額制に加入しているユーザーでも、モバイルバンキング専用のデータ定額制料金月800ウォン(約52円)を支払わないといけない。

^④(脚注4)

Digital Times (2008.4.24)

でいるのである。「T-Live USIMバンキング」を利用するためには、キャリアの代理店でバンキング用USIMを購入し、銀行の窓口でモバイルバンキングに加入してUSIMにバンキング用VMをダウンロードする^{④(脚注1)}。利用の際にはカードの暗証番号の他にもう1度6桁のPIN番号が必要となるため、携帯電話を紛失しても悪用される心配はない。

2008年12月現在、SK TelecomのWCDMA加入者は約824万人で、「T-Live USIMバンキング」を利用できるバンキング用USIM発行枚数は約200万である。

WCDMAでは1枚のUSIMに複数の銀行のバンキング情報とATMカード・クレジットカード、IDカード、割引クーポンなどを使えるので便利になるはずであった。しかし、2009年1月までも「T-Live USIMバンキング」はUSIM1枚に1つの口座番号と1枚のカード情報しか入力できないため、複数の口座を管理することはできない。さらにWCDMAに加入する際に購入するUSIMではなく、バンキング専用のUSIMを1枚1万1000ウォンで別途購入しなければならない。

SKTは2001年韓国で初めてモバイル金融サービスを始めるに当たり、赤外線通信やICチップ方式に対応した携帯電話端末が少なかったことから、SKTが中心となって金融機関や加盟店を囲い込むビジネスモデルを採択した。その結果KTFやLGTも独自の方式を採用するしかなくなり、韓国のモバイル金融サービスはキャリアごとに使える銀行もクレジットカードも加盟店も決まっっていて、自分が取引している銀行の口座やカードをモバイルで利用できないことなどが普及を妨げる要因になったといえる。

さらに、キャリアと金融業界の決済手数料などをめぐる摩擦により提携が進まなかったという問題もあった。キャリアの期待とは裏腹にユーザーにとってモバイルペイメントは面倒でわずらわしいサービスに過ぎなかった。

SKTのモバイル金融サービスは早期に始まってはいたが普及に失敗し、自然消滅していった。ところが、2004年LG TeleComのモバイルバンキング「Bankon」^{④(脚注2)}が大ヒットし、携帯電話を決済支払いに使うという行為自体は広く認識されるようになった。



④(脚注1)

韓国のモバイル金融サービスはWIPIを搭載した携帯電話端末でしか利用できない。銀行が提供するUSIMバンキング用VMがWIPI向けに作られているため、2009年4月から予定されているWIPI義務搭載がなくなると、海外メーカーの端末ではUSIMであっても金融サービスは利用できない。

④(脚注2)

LG TeleComは全国の銀行と提携し、キャリアの代理店ではなく銀行の窓口で専用のICチップを発行して専用の携帯電話に装着する方式のモバイルバンキングを提供している。USIMではなくバンキング専用のICチップを使う。振り込み手数料など金融手数料は銀行の収入、データ通信はLG TeleComの収入になる。

3 - 3 モバイルペイメント モバイル電子マネー

SKTは2009年1月6日より、USIM基盤プリペイド方式電子マネー「T-Cash」サービスを開始した。これはSK TelecomとSK marketing&Companyが運営する独自の電子マネーで、オフライン決済（交通カード機能、コンビニ・ロッセワールド・大型書店）オンライン決済（デジタルコンテンツやSKグループのショッピングサイト）機能を持つ。携帯電話経由でクレジットカードや小額決済・口座振替を利用したチャージ、または一定金額になったらクレジットカードから自動チャージされるようにも選択できる。ユーザーの間でT-Cashをプレゼントしたり、現金のように貸し借りのようなこともできる。T-Cashは韓国初のモバイル専用電子マネーである。

全国共通交通カード兼用電子マネーであった「T-Money」の場合、地下鉄・バス・タクシー全ての交通手段の決済に使えるため便利であるが、電子マネーとしてはオフラインの加盟店が少なすぎるのが難点であった。また、T-Moneyはモバイルに対応しているが、プリペイドではなくポストペイしかできないため、クレジットカードを持っている人だけが利用できる。プリペイドカード方式のT-Moneyも、チャージするためには指定のコンビニや銀行、地下鉄駅の窓口に行かなくてはならないので、便利なサービスとはいえない。その面、T-Cashは携帯電話からチャージできる。

SKTは、SK marketing&Companyが運営するマイレージサービス「OKCashbag」^①の加盟店を利用してT-Cashが使えるオフライン加盟店を増やし、携帯電話が不便なく財布の代わりになることを目指している。

日本ではモバイルSUICAをはじめプリペイド電子マネーがよく利用されているが、韓国ではプリペイドは未成年者向けとされていること^②、またかざすだけで決済できるため、携帯電話を紛失した際にT-Cashが使われてしまう可能性があることから不安がられている。T-Cashは「T-Live USIMバンキング」に加入しないと利用できないため、使えるようになるまでの手続きは不便である。

2008年12月より、銀行17社とキャリア3社、金融監督院が参加するUSIMバンキン



^①（脚注1）

SK marketing&Companyは、グループ会社であるSK EnergyとSK Telecomが出資した法人で、SKグループのガソリンスタンドや携帯電話の料金に応じてもらえるマイレージサービスをベースに、グループ会社のコマースやコミュニティサイトを含め5万店を超えるオン・オフラインの加盟店でも現金と同じように貯めて使える「OK Cashbag」の運営を手がけている。「OK Cashbag」の加入者は人口の6割近い3000万人を超えている。

^②（脚注2）

韓国では全てのクレジットカードにポストペイ交通カード機能がセットになっているため、SUICAのようなプリペイド方式の交通カード「T-Money」や「T-Cash」を使う必要がない。そのため交通機能付きプリペイド電子マネーは未成年者、またはお年寄りを中心に使われている。

グの標準化を巡るワーキンググループが始まり、「Ubi-Touch」というサービス名で USIM1つに100口座まで登録できるワンチップマルチバンキングを提供するための協議が始まった。KTFは銀行17社を利用できる「Ubi-Touch」サービスを既に開始しているが、SKTは2009年2月現在まだ対応していない。

【図表5】SK Telecomの電子マネー「T-Cash」のロゴ



(出典 : SK Telecom)

4 SK Telecomモバイル金融サービスの課題

SKTは2001年よりモバイル金融サービスをいち早く提供し、生活密着型融合サービスとして活性化のため力を入れてきた。

それにもかかわらず普及できなかったことについて、技術ばかり優先してしまったため顧客にとって使ってみたいサービスと認識されなかったこと、顧客のニーズを十分把握できなかったせいであると分析している。

SKTのコマース事業本部の担当者は^④(脚注)、「今までのモバイル金融サービスは技術的には優秀なものであったが、顧客の立場でサービスを考えていなかったため失敗したと考えている。2009年は何よりも携帯電話で決済できる加盟店を増やすことに力を入れる。決済そのものより、商品情報や価格検索をしやすくして、自然と携帯電話で決済までしたくなるようにする。モバイルバンキングと決済に続いてUSIMとGPSを利用したクーポンや安心サービス、医療サービスも提供する」と話している。



^④(脚注)

INEWS24 (2008.8.4)

多彩な付加サービスを提供するためには、現在144KBしかないUSIMの容量を拡大、キャリアや端末、プラットフォームを変えても1枚のUSIMで続けてバンキングサービスを利用できるようにすることも必要である。

また、モバイル金融サービスに関する顧客情報管理や取引に関するガイドラインも作成されないままサービスが始まっているため、セキュリティ問題が発生する可能性がある。セキュリティ事故が発生した際のキャリアと銀行の責任分担を明確にする必要がある。

📖 執筆者コメント

SKTがどんなにモバイル金融サービスに力を入れても、プラットフォーム事業者ではなく、モバイル金融サービス全般を支配するビジネスモデルのままでは、加盟店や金融機関との提携を増やすことができず、サービスがまたこのまま萎れてしまう可能性がある。提携事業者とはっきり役割分担をして、顧客がキャリアや金融機関に縛られることなく、自由にどこでもモバイル金融サービスを利用できるようにしてこそ普及が促進されるのではないかと考えられる。

SKTのモバイル金融サービスはSK Marketing&Companyが重要な役割をしている。SK Marketing&Companyはモバイル金融サービスをオープンイノベーションではなく、SKグループが支配者となり囲い込むビジネスモデルを固守するために必要な存在である。

韓国携帯電話契約数の50.5%を占めているSKTは、モバイルコンテンツもマスターCP制度といって、カテゴリーごとに大手コンテンツ会社を子会社化し、コンテンツプロバイダーには子会社にコンテンツを納品させ、携帯電話からは公式コンテンツだけアクセスできるようにネットワークを閉鎖している。コンテンツでもモバイル金融でも、SKTはオープンより囲い込みを選んだ。このような独占は金融機関との摩擦を生み出し、決済代行関連中小企業の育成を阻害すると考えられる。

📖 出典・参考文献

SK Telecom企業案内 (<http://www.sktelecom.com/>)

SK Telecomサービス案内 (<http://www.tworld.co.kr/>)

韓国電子新聞web版 (<http://www.etnews.co.kr/>)

Digital Times (<http://www.dt.co.kr/>)

Financial news (<http://www.fnnews.com/>)

INEWS24 (<http://itnews.inews24.com/>)

ZDNET Korea (<http://www.zdnet.co.kr/>)

【執筆者プロフィール】

氏 名：趙 章恩（チョウ チャンウン）
所 属：KDDI総研特別研究員 東京大学大学院学環・学際情報学府修士課程2年
ITジャーナリスト
専 門：韓国の情報通信市場制度、Wibro、放送通信融合、モバイル、デジタルコンテン
ツなど、韓国をテーマとするあらゆるジャンルの調査を担当
外 部 寄 稿：日経オンライン IT先進国・韓国の素顔
(<http://it.nikkei.co.jp/internet/column/korea.aspx>)
日経パソコン Korea on the Web
(<http://pc.nikkeibp.co.jp/article/NPC/20070222/262980/>)
その他、日経エレクトロニクス、BCN（ビジネスコンピュータービュース）、
夕刊フジ、経営者会報、韓国月刊誌「Media+Future」など
著 書：「韓国インターネットの技を盗め」アスキー出版（日本）2001年
「日本インターネットの収益モデルを脱がせ」ドナン出版（韓国）2001年