



クレジットカード革命進行中 Squareの勢いが止まらない

執筆者

KDDI総研 特別研究員 高橋陽一

🕒 記事のポイント

中小零細企業や個人にもクレジットカード決済の道を拓いたSquareが急成長している。4度にわたる資金調達も順調に進み、取扱金額が年間ベースで100億ドルに達した。Starbucksの全米7,000店のコーヒーショップでもSquareを通じて支払いができるようになったことから、事業規模はさらに拡大することが見込まれる。

サマリー

景気低迷で多くの企業が収益向上に苦慮する中、現状打開の鍵としてモバイル決済に活路を見出そうとする企業も多く、金融・クレジットカード業界の大手企業までもこのニッチ市場に参入し、激しい競争を繰り広げている。Squareよりも手数料を安くしたり、Squareに先んじて海外進出を果たしたりしている競合他社も出ている。そのような状況をものともせず、Squareが急成長を遂げていることは注目に値する。

輝かしい成長の裏には地道なサービス改良の努力があることを見逃すべきではないが、それだけで厳しい競争に勝ち残れるとは限らない。付加価値を付けたり他社と差別化したりして、少し値段が高くても選んでもらえるような商品やサービスを開発し提供することが肝要だ。Squareの場合は単なる支払いの手段を提供するのではなく、加盟店にも消費者にもこれまでにない画期的な売買体験を提供することでそれを実現している。

本稿ではSquareの急成長ぶりとその背景や最新の業界動向などを紹介しながら、その急成長の要因を浮き彫りにすることとしたい。

主な登場者 Square Starbucks

キーワード モバイル決済 クレジットカード iPhone iPad Android

地域 米国

Title	The Credit Card Revolution is Still Underway – the Unstoppable ‘Square’
Author	TAKAHASHI, Yoichi Research Fellow, KDDI Research Institute
Abstract	<p>“ Square,” which paved the way for small and mid-sized businesses, and even individuals to accept credit card payments, is achieving rapid growth. It has completed four successful funding rounds, and is currently processing \$10 billion annually. Considering that Starbucks has now started accepting Square payments at its 7,000 coffee shops throughout the U.S., the business seems set for further growth.</p> <p>Given the sluggish economy, a great many companies are struggling for revenue increases, and many, including financial institutions and credit card giants, are trying to find new revenue streams in the mobile payment business, and their entering this niche market has lead to increased competition. Some rivals are providing lower fees, or expanding faster internationally than Square. However, it is noteworthy that Square is making remarkable growth despite such tough conditions.</p> <p>Underpinning the remarkable growth of Square has been a dedication to improving the quality of its service, although this may not necessarily be enough to ensure that it will eventually succeed in the highly competitive marketplace. Companies that rise to the top in the field of credit card payments may be the ones that do not compete on transaction costs alone, but rather distinguish themselves in the market by value adding to their services, or some other area of differentiation. Square is positioning itself to create this type of advantage by not only providing a means for credit card payments, but by bringing innovative trading experiences to both merchants and consumers.</p> <p>This report illustrates how Square has achieved its rapid growth, and introduces the background and latest trends within the industry, with a view to highlighting some factors contributing to this growth.</p>
Players	Square Starbucks
Region	U.S.

1 はじめに

モバイル決済の革命児、Squareの勢いが止まらない。同社の2012年11月の発表によると、取扱金額が1年間に換算して100億ドルのレベルに達した。4月には50億ドルと発表していたので、それから約半年で2倍に伸びたことになる。

この11月からはStarbucksの全米7,000店舗でSquareを通じての支払いが可能になった。上述の100億ドルというのは、このStarbucksでの取扱いが含まれていない数字だ。ということは、これからまだまだ伸びることが約束されていることになる。

現在の市場環境はそれほどいいとは思えない。景気は相変わらず低迷し、消費者の財布のヒモは固く、多くの企業が収益向上に苦慮している。現状打開の鍵としてモバイル決済が有望なニッチ市場として期待されているが、競合サービスも多数存在し、クレジットカード決済のベテラン企業や資金の豊富な大手銀行までもが参戦している。そんな激しい競争の中でこのスタートアップ企業がどうしてそれほどの急成長を遂げることができるのだろうか。

以下にSquareの急成長ぶりとその背景や最新の業界動向などを紹介し、急成長の要因を考察することとしたい。市場はダイナミックであり、Squareも競合サービスもまだスタートして間もない状況で、成長の要因に関して何かしら結論づけることはやや早計の感があるが、厳しい競争下において他社との差別化を考える上で少しでも参考になれば幸いである。

2 急成長するSquare

まずはSquareがこれまで辿ってきた道程をざっと振り返り、特に資金調達と取扱金額を中心にその急成長ぶりを概観する。

Square Inc. の誕生は2009年2月。Twitterの共同創業者であるJack Dorsey氏が友人のJim McKelvey氏とともに設立した。

2009年11月、サービス開始前に第1回目の資金調達（シリーズA）を行い、1,000万ドルを調達。企業価値は4,500万ドルと評価された。この投資ラウンドに参加したのはベンチャーキャピタルのKhosla Venturesをはじめとする企業や個人など計19社/人。

2009年12月に小型カードリーダーをiPhoneのイヤホンジャックに挿してクレジットカード決済を可能にする「Square」を発表し、5万件のユーザーを対象にベータテストを開始。

2010年4月にiPad用アプリをリリース、5月にはiPhone用とAndroid用アプリを正式にリリースして、サービスを本格開始。

2011年1月に第2回目の資金調達（シリーズB）で2,750万ドルを調達。企業価値は2億4,000万ドルと評価された。出資者はベンチャーキャピタルのSequoia Capitalとクレジットカード最大手のVisa。この時点でのSquareの従業員数は40人。

2011年5月には取扱金額が1日300万ドル、年間ベースでは10億ドルのレベルに到達し、カードリーダーを50万個配布したと発表。

2011年6月と12月に第3回目の資金調達（シリーズC）を行い、1億300万ドルを調達。6月はシリコンバレーの著名なベンチャーキャピタルであるKleiner Perkins Caufield & ByersとヘッジファンドのTiger Technology Global Managementが合わせて1億ドルを出資。12月は英Virgin GroupのRichard Branson会長が300万ドルを出資。

2011年10月、取扱金額が年間ベースで20億ドルに達したと発表。Squareを使っているユーザー（加盟店）数は80万件。この頃、従業員数は約150人に増大。

2012年1月にはSquareの従業員数は200人、年内に従業員を3倍に増やす計画が明らかになる。新規に雇い入れるのはiOS、Android、Rubyなど、さまざまな分野のエンジニアが中心。

2012年4月、取扱金額が年間ベースで50億ドルに到達。加盟店は100万件以上。取扱金額の増加は1か月で25%のペースと発表。この時点の従業員数は250人だが、さらに250人増やして500人になると発表^{（脚注）}T。とにかくソフトウェアエンジニアが足りないという。

2012年6月、取扱金額が年間60億ドル、加盟店は200万件に到達したと発表。

2012年8月、Starbucksとの広範な提携を発表。Starbucksの全米7,000店舗でSquareによる支払いを可能にすることや、StarbucksがSquareの次回資金調達で2,500万ドルを投資することなどを発表。

2012年9月に第4回目の資金調達（シリーズD）を行い、計2億ドルを調達。企業価値は32億5,000万ドルと評価。この投資ラウンドに参加した企業はStarbucks Coffee Company、CrunchFund、Citi Ventures、Rizvi Traverse Managementの4社。この時点での従業員数は400人以上。

2012年10月、ニューヨークのデザイン会社「80/20」を買収。この会社はアプリやWebサイトのUIのデザインを専門とし、これまでにWarner Bros.、Verizon、Motorola、Vodafone、Sonyなどの仕事を手掛けた。今後はSquareのデザインに専念



（脚注）

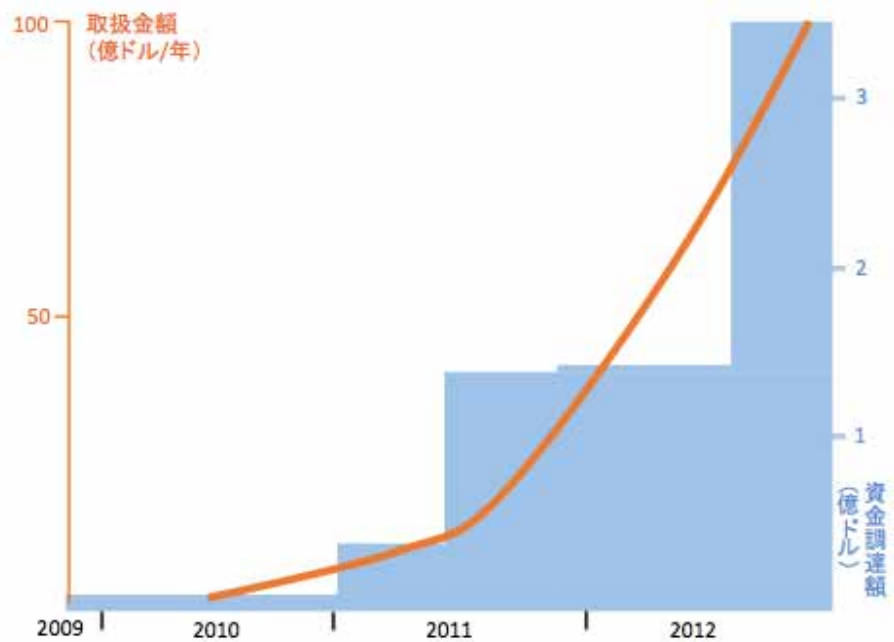
<http://www.bizjournals.com/sanfrancisco/print-edition/2012/04/27/square-set-to-add-250-jobs.html?page=all>

することとなる^(脚注)。

2012年10月にはまた、サンフランシスコのオフィスを数ブロック移転する計画を発表し、社員1,000人規模の新オフィスを契約。2013年央までに移転を完了する予定。

2012年11月に、9-10月の取扱金額が年間ベースに換算して100億ドルに到達したと発表。

【図表1】 Squareの資金調達額と取扱金額の推移



(各種資料によりKDDI総研作成)

3 進歩を続けるSquare

Squareは2010年のサービス開始以来、新機能の導入やサービス改良など、実にさまざまな施策を実施している。絶えず進歩を続け、加盟店側にも消費者側にも便利で使いやすく役に立つサービスを提供し続けている。取扱金額や資金調達面での急成長の裏にはこのような地道な努力もあることを特記しておきたい。

^(脚注) <http://bits.blogs.nytimes.com/2012/10/01/square-acquires-a-new-york-design-firm/>

3 - 1 iPhoneでクレジットカード決済が可能に

Squareは当初、iPhoneでクレジットカード決済の処理を行うことのできる小型の四角いカードリーダーと専用アプリ「Square」でベータテストを開始した。その後、iPad用アプリ、iPhone用アプリ、Android用アプリを正式にリリースして本格サービスに至る。企業だけでなく個人事業主やまったくの個人でも、iPadやスマートフォンで簡単にクレジットカード払いの処理ができるという画期的なソリューションを世にもたらした。当初の手数料は利用金額の2.75%（スワイプの場合。マニュアル入力の場合は3.5%）+トランザクション毎に0.15ドル。とても簡単に使え、猿でもモバイル決済ができるとWiredが評価したほどだ^{（脚注1）}。筆者自身の体験については別稿『クレジットカード革命』（KDDI総研R&A誌2012年2月号）^{（脚注2）}を参照されたい。

【図表2】スマートフォンでクレジットカード決済が可能に



（Squareのホームページより）

3 - 2 トランザクション毎の固定手数料の廃止

2011年2月、カードをスワイプする場合の手数料について、0.15ドルというトランザクション毎の固定部分を廃止し、利用金額の2.75%という従量制に一本化した^{（脚注3）}。0.15ドルというのはわずかな金額に見えるが、少額の商品を多数販売する加



^{（脚注1）} 「Turns any monkey with an iPhone into a 21st-century seller.」

http://www.wired.com/reviews/2010/02/pr_square_iphone/

^{（脚注2）} <http://www.kddi-ri.jp/pdf/KDDI-RA-201202-01-PRT.pdf>

^{（脚注3）} <http://mashable.com/2011/02/22/square-credit-card-fee/>

盟店にとっては大きなコストになりうる。競合サービスの出現に伴い、競争力を強化するとともに、サービスの一層の簡素化、明瞭化を図ったものだ。

3 - 3 iPad用POSアプリ「Square Register」を発表

2011年5月、iPad用アプリ「Square Register」を発表^(脚注1)。これを使うとiPadがキャッシュ・レジスターに早替り。クレジットカードの決済処理をするだけでなく、顧客とのコミュニケーションも容易にする。レシートをメールやSMSで顧客に送ることができるのはもちろん、新製品情報、割引情報やダウンロード用のリンクやメッセージなどを送ることもできる。顧客はリンクをクリックするだけで加盟店のクーポンやポイントカードなどを簡単に入手することもできる。顧客と加盟店の距離はぐっと縮まる。さらに売上データの集計や顧客層の分析なども行えるようになり、経理事務や事業計画の助けにもなる。このようなことが全部iPad1台でできてしまうという画期的な利便性と効率性を加盟店に提供した。

【図表3】iPad用アプリ「Square Register」



(InformationWeekより)



(脚注1)

<http://www.informationweek.com/mobility/business/square-launches-ipad-point-of-sale-server/229625404>

3 - 4 iPhone用Card Caseを発表

2011年5月にはまた、iPhone用アプリ「Square Card Case」も発表した^{④(脚注1)}。これは支払いをする消費者側のアプリで、無料でダウンロードできる。

支払用のクレジットカードを予め登録しておく、カードを持ち歩かなくてもiPhoneでそのカードでの支払いができてしまう。つまりiPhoneをおサイフケータイのように使うことができる。

加盟店が発行するメンバーカードやポイントカードなども収納でき、レシートも電子的に保管できる。購入履歴も記録されるので、いつどこで何を買ったかを後で調べるときにも便利だ。

また支払いのできるメンバーカードを登録しておく、そのお店の近くに来た時に「使う」というボタンを押すことで、お店のレジでは名前を告げれば購入できるという画期的な購入体験も可能にした。

近くでSquareが使えるお店のリストも表示されるので、そこからお店の情報を入手することもできる。このようにiPhoneが多機能財布に早替りするという便利なアプリだ。

【図表4】Card case



(TechCrunchより)

3 - 5 アプリを改良、少額決済はサイン不要に

2011年8月、「Register」アプリをアップデートし、処理を高速化するとともに25ドル未満の支払いの際にはサインを不要にするオプションも追加した^{⑤(脚注2)}。その他、チップを上乗せしたり、「おまけ」をつけるときに便利のように、無料の商品も0ドルで購入できるようにしたりなど、さまざまな改良を行っている。



^{④(脚注1)}

<http://techcrunch.com/2011/05/23/squares-disruptive-new-ipad-payments-service-will-replace-cash-registers/>

^{⑤(脚注2)}

<http://techcrunch.com/2011/08/22/square-makes-ios-apps-speedier-no-longer-requires-signatures-for-transactions-under-25/>

3 - 6 店舗検索機能を追加

小型カードリーダーがApple、Best Buy、RadioShack、Target、Wal-Martなど、全国9,000店以上の小売店で販売されるようになったので、これに伴い、どこでカードリーダーが入手できるのかがわかるよう、2011年10月に、店舗検索機能をWebサイトに追加した^(脚注1)。ZIPコードを入力すると、近所でSquareのカードリーダーを販売しているお店が地図で表示される。

【図表5】 Squareカードリーダーの店舗検索が可能に



(Squareのホームページより)

なお、カードリーダーは小売店では9.99ドルで販売されるが、後日10ドルがSquareから返金されるので、実質無料だ。カードリーダーをすぐにでもほしいという人は、近所のお店で即入手することができる。少し待ってもよいという人は、これまでどおりオンラインで申し込んで無料で送ってもらうことも可能だ。

3 - 7 ハンズフリー支払い機能を追加

2011年11月、iPhone用の「Card Case」アプリにジオフェンシングをサポートする「ハンズフリー機能」を追加した^(脚注2)。加盟店から100メートル以内に入ると自動的に加盟店の「Register」アプリに顧客の名前と写真が表示されるので、消費者は直前にアプリで「使う」というボタンを押す必要もなく、スマートフォンをポケットから出す必要もなくなった。お店に入って名前を名乗るだけで購入ができる。



^(脚注1)

<http://techcrunch.com/2011/10/24/now-selling-at-9000-retail-locations-square-launches-a-store-locator/>

^(脚注2)

<http://techcrunch.com/2011/11/02/squares-card-case-ios-app-adds-support-for-geofencing-twitter-integration-for-merchants-and-more/>

名前で買い物ができるというのは、「付け」で買い物ができる得意客になったようなもの。お店との距離が一気に縮まりそうだ。

3 - 8 アプリを改良、「Register」を多機能に

2012年3月には「Register」アプリを大幅改良。消費者の支払いや取引データをセグメント分けして分析できる機能を充実させるなど、加盟店にとってビジネスの管理がやりやすくなるような機能をふんだんに盛り込んだ。また消費者側の「Card Case」アプリも加盟店の検索が容易になるようUIを改良し、名称も「Pay With Square」に変更し、iPhone版のみならずAndroid版もリリースした。

3 - 9 アクセス権限設定機能の追加

2012年6月、「Register」アプリにアクセス権限を設定する機能を追加した。Squareのアプリでは、開く時にはユーザーネームとパスワードが必要となるが、そのまま口座情報やビジネス上の機密情報まで見られる状態になる。個人事業主であれば問題はないかもしれないが大企業では問題になる可能性がある。そのため、アドミニストレータやそうでないユーザー毎にアクセス権限を設定して、レベルに応じてアクセスできる情報を制限できるようにしたいとの要望が多数寄せられていたことに対応したもの。これはSquareを小規模の加盟店だけでなく大企業でも使いやすくしたものといえる。

3 - 10 ロイヤルティカード機能の追加

2012年6月、「Register」と「Pay with Square」アプリにロイヤルティカード機能を追加した。初めての利用やポイントが溜まったときに加盟店が特典を提供したり、消費者がポイント獲得履歴をチェックしたりすることが可能になった。

3 - 11 月額固定料金制の導入

2012年8月、Squareはこれまでの2.75%という手数料制度に加えて、年間25万ドル以下の売上の加盟店に対し月額275ドルの固定料金制のみのオプションを導入した^(脚注)。定常的に月間1万ドル以上の売上があればメリットがあるオプションだ。



(脚注)

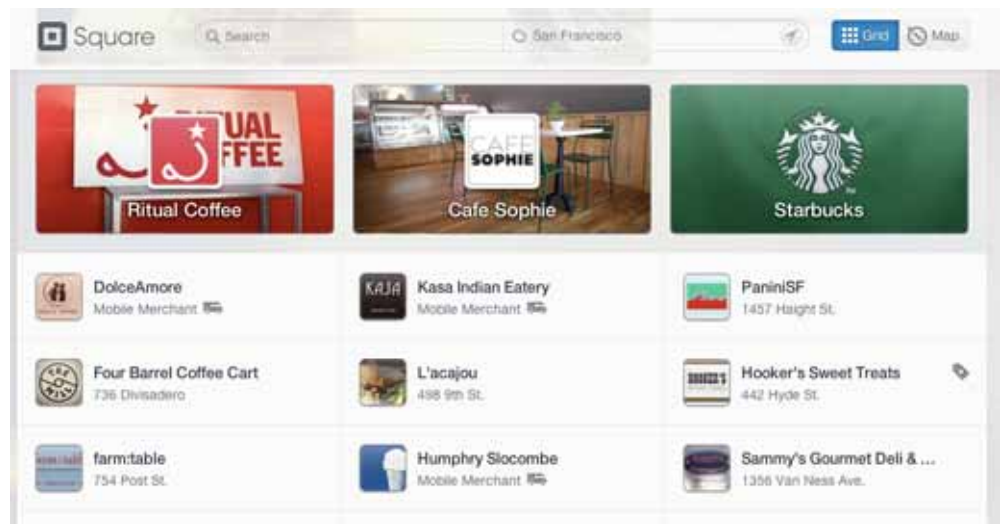
<http://techcrunch.com/2012/08/16/square-debuts-monthly-pricing-option-for-small-businesses-drops-swiping-fees/>

年間25万ドルの売上の場合、手数料は1.3%と格段に安くなる。もし年間の上限25万ドルを超えてしまったら、超えた分に対してのみ2.75%の手数料がかかるだけなので、加盟側にとっては一層利用しやすいものとなった。

3 - 1 2 ディレクトリ機能の導入

2012年10月、Squareで支払いができる店舗を検索できるディレクトリ機能^(脚注1)をWeb上で提供開始したほか、スマートフォン用アプリ「Pay with Square」を「Square Wallet」に名称変更し、これにもディレクトリ機能を統合した。店舗の検索のみならず、商品や割引の情報なども簡単に入手でき、支払いもスムーズに行えるようになった。これもまた消費者と加盟店をつなげる努力の一環といえる。

【図表6】 Squareのディレクトリ機能



(Square DirectoryのWebサイトより)

3 - 1 3 「Square Wallet」普及のキャンペーン

2012年11月19日から2013年1月31日まで、「Square Wallet」普及のキャンペーン「Square Wallet Challenge」を実施している^(脚注2)。「Square Wallet」を使用したトランザクション1件毎に1ポイントを付与し、期間中の合計ポイント数で上位20位以内に入った加盟店は、1万ドルの小切手と250ドルのVisaギフトカードを4枚、合計11,000ドル相当の賞品を獲得できるというもの。



^(脚注1) <https://squareup.com/directory>

^(脚注2) <https://squareup.com/square-wallet-challenge>

3 - 1 4 ギフトカード機能の追加

2012年12月、クリスマス商戦の真ただ中、Squareはギフトカード機能の追加を発表した（図表7）。ギフトカードを購入し、贈り、使うというすべての行動がスマートフォンを使って電子的に行える。

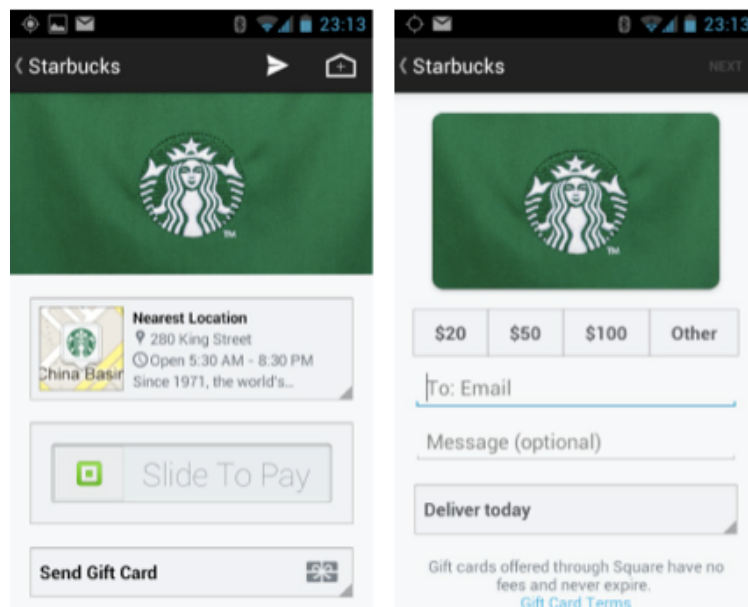
ギフトカードの購入は「Square Wallet」から行う。ギフトカードを発行している加盟店は「Square Wallet」の加盟店のページの中に、「ギフトカードを送る」というオプションが表示される。これをタップし、金額を選び、メールアドレスとメッセージを入力して送信することができる。

【図表7】 Squareギフトカード



（ Jack DorseyのTwitter (@jack)より ）

【図表8】 Starbucksのギフトカードを送る画面



そのメールを受け取った側は、添付されているギフトカードを「Square Wallet」がiOSの「Passbook」に保存しておき、いつでも使いたい時に表示させて支払いが行えるというもの。Squareはギフトカードを贈る側にも受け取る側にも、これまでにない新たな体験を可能にしたといえる。

4 Starbucksとの提携

Squareの足跡の中で、Starbucksとの提携は重要な出来事と考えられるので、少し補足しておきたい。

4 - 1 提携の内容

2012年8月、SquareはStarbucksとの広範な提携を発表した。その内容は、Starbucksの全米7,000店で「Square Wallet」による支払いを可能にする、StarbucksはSquareに2500万ドル出資する、StarbucksのCEOであるHoward Schultz氏がSquareの取締役役に就任するというもの。

この提携は、Starbucksにとっては単に支払いの手段が増えるということ以上の明白なメリットはないように見えるが、Squareにとっては取扱店や取扱金額の大幅増加が見込める上に、資金的にも盤石になり、今後のサービス拡充・拡大のためのさまざまな施策も容易になることが考えられる。特に、Starbucksの全世界の拠点や店舗を利用すれば、国際展開も容易に実現できるのではないかと考えてくる。この点については、Starbucksは「国際展開はSquare次第」と考えているようだ^(脚注1)。

【図表9】提携契約に署名したHoward Schultz氏（左）とJack Dorsey氏（右）



(Jack DorseyのTwitter (@jack) より^(脚注2))



^(脚注1) <http://techcrunch.com/2012/08/08/square-starbucks-qa/>

^(脚注2) <https://twitter.com/jack/status/233212527398490113>

4 - 2 StarbucksでSquareを使う

2012年11月からStarbucksの全米7,000店のコーヒーショップで「Square Wallet」による支払いが可能になった。iPhoneやAndroidスマートフォンにインストールした「Square Wallet」を使ってStarbucksのページで支払用のQRコードを表示させ、コーヒーショップのカウンターに置いてあるスキャナでそれをスキャンするだけで支払いができてしまうというもの。

ものは試しということで、実際に使ってみた。「Square Wallet」のディレクトリを開くと、Squareで支払いのできる近所のお店がリストアップされる。

リストは現在地から近い順に表示されているようだ。Starbucksが一番上にリストアップされているということは、Squareで支払いのできる一番近いお店がたまたまStarbucksだったということか。

またリストの上部に大きなStarbucksのロゴが表示されているが、この部分はバナー広告で、入れ替わり立ち替わりいろいろな加盟店の広告が表示されるが、たまたまStarbucksが表示されていたもの。

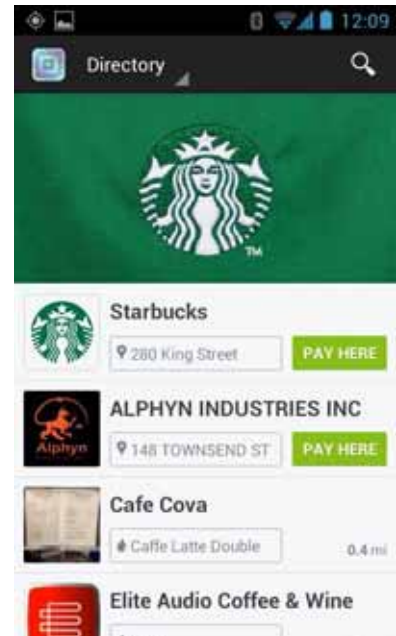
リストの中の「Starbucks」の右端にある「PAY HERE」という緑のボタンをタップすると、QRコードが表示される。ショップで飲み物をオーダーし支払いの際に現金やクレジットカードを出す代わりにQRコードが表示されたスマートフォンを差し出す。

店員がスキャナでそのQRコードをスキャンすると支払いが完了する。QRコードが表示されていたスマートフォンの画面が支払完了の画面になる。

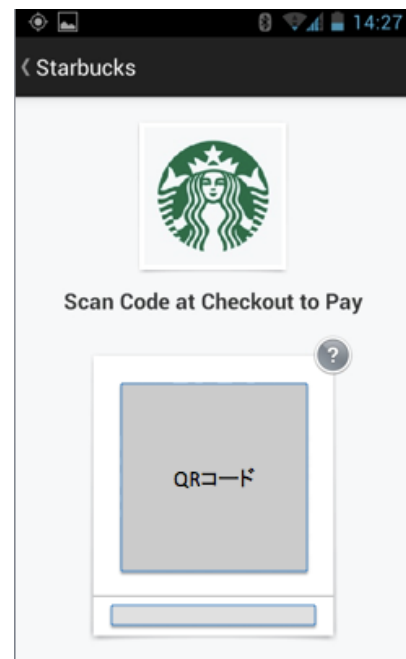
実をいうと、スマートフォンを使って簡単に支払いができるのはいいが、それだけだとクレジットカードを使うのに比べてそれほど使い勝手が向上するわけではない。

支払う際の操作としては、結局はスマートフォンでQRコードを表示させるのと、財布からクレジットカードを取り出すのと、どちらが簡単かという問題だ。どちらもそんなに大きく変わらない。

【図表10】Square Walletのディレクトリ画面



【図表11】QRコード画面

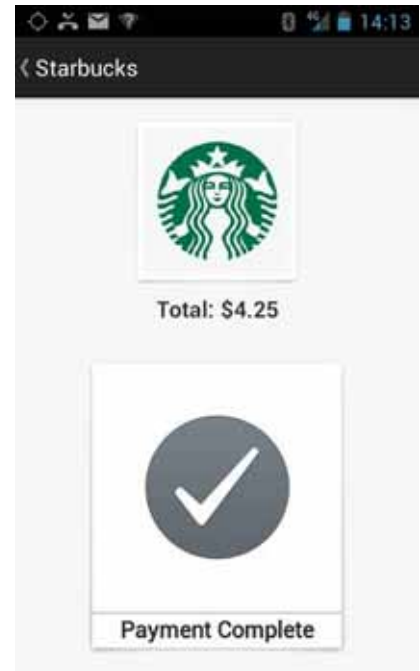


Squareの真価はやはり、名前を告げるだけで支払いができた、スマートフォンを取り出さなくても「ハンズフリー」で支払いができたところだろう。これはStarbucksでは今のところできないが、これも間もなくできるようになるはずだ。

なお、名前やハンズフリーで支払いができる加盟店の場合は、リストの「PAY HERE」ボタンをタップすると、QRコードが表示される代わりに支払いの準備ができたとのメッセージが出るので、商品を選んでレジで名前を告げれば店側が「Register」アプリで処理して支払いが完了する。

また、リストで「PAY HERE」の緑のボタンが表示されるのは、加盟店が十分近くにあるときだけで、距離が遠いときはいくら支払いたくても「遠過ぎます」と断られる。

【図表12】支払い完了画面



4 - 3 StarbucksはなぜSquareを選んだか

上述のようにStarbucksでは今のところ、Squareのフルサービスが使える状態にはなっていない。あの独特の四角い小さなカードリーダーや「Register」アプリをStarbucksのレジで使用しているわけではない。消費者がスマートフォンのアプリでクレジットカードを登録して使うだけなので、同様の機能は、たとえばGoogle Walletなど他の事業者のサービスでも実現可能だ。とすると、StarbucksはなぜSquareを選んだのかという疑問が浮かぶ。

これに関しては、StarbucksのCEOのHoward Schultz氏がFast Company^(脚注)で、「Squareは顧客の体験を重視する。Squareの支払いに対する考え方はStarbucksのコーヒーに対する考え方とよく似ている」と語っている。

Squareは商品を購入して支払いを行うという行為を、技術的、機械的な部分をできるだけ排除して、人間的で、社交的で、人と人との関わりといったところに重きを置いた体験に変えることを企図している。

たとえば名前を告げるだけで買い物ができるという機能。無言で現金やカードを差し出すのに比べて格段に社交的な体験が可能になる。まず客が名前を名乗るとい

^(脚注) <http://www.fastcompany.com/3000291/why-did-starbucks-choose-square>

うことでお店と客の間の垣根が1つ取り払われる。それから現金を数えたりカードの認証処理をしたりといったミスが許されない緊張する操作や手続きが不要になるので、店員も客もリラックスして注意を会話に向けることができる。名前を名乗るだけで買えるというのは、客の方もVIP待遇を受けているようで気分がいいのではないかな。

すなわち物を買った際に必要な「支払い」という行為を、機械的な手続きとして提供するのではなく、何かワクワクするような購入体験にすることを重視しているということだ。これがStarbucksの理念と合致したようだ。

これはディズニーランドを代表格とするテーマパークと普通の遊園地との違いに例えられるかもしれない。遊園地は単に個々の乗り物に乗って楽しめればいいのに対し、テーマパークは統一的なテーマの下に乗り物や施設を提供し、さまざまなイベントなども実施して全体として楽しくてワクワクするような体験を演出する。つまり、SquareとStarbucksはテーマパーク路線で意気投合したといえるのではないかな。

【図表13】ニューヨークのタクシーに試行導入されたSquare特製パネル



(New York Timesより)

5 Squareの活躍ぶり

Squareによるクレジットカード決済は大手のデパートやスーパーなどでは採用されていないが、コーヒーショップ、ランチの移動販売車、フリーマーケットなど、中小零細のビジネスではよく使われており、その真価を発揮している。実際にどのようなところで使われ、活躍しているのかを示す面白そうな事例をいくつか紹介したい。

5 - 1 ニューヨークのタクシーにSquareの特製パネルを搭載

2012年3月、Squareはニューヨークのタクシー30台を対象に特製パネルを試行的に搭載すると発表した^{④(脚注1)}。POSシステムがインストールされたiPadが埋め込まれたカードリーダー付きパネルだ。運転手の座席の背もたれの裏側に、乗客側に向けて設置される。

パネルにはGoogle Mapの地図が表示され、現在地や周辺の状況がわかる。経路や料金も表示される。右端にカードリーダーがあり、支払いの際にはクレジットカードをスワイプし、画面上に指でサインをする。目的地に到着する前にスワイプとサインを済ませておいても構わない。目的地に着いたら降りるだけにしておけば、急いでいるときには都合がいい。

20%から30%の範囲でチップを加算するオプションもある。レシートはメールかSMSで送られる。他にもSquareで可能になるさまざまな機能を導入することにより、乗客にとっても運転手にとっても便利で効率的なサービスが考えられる。これにより、タクシーに乗るという行為がワクワク体験になる可能性がある。

実際にタクシー15台に導入され、乗車回数は2万8,000回、走行距離は10万マイルに達し、これを許可した監督機関であるニューヨークのタクシー・リムジン委員会も大成功と評価していた。

ところが10月12日、Squareは突然本プロジェクトを終了することを同委員会に通知した^{④(脚注2)}。タクシー車内でのクレジットカード決済に関して新たな規則が制定されることを考慮し、特製パネルのハードやソフトを修正することにしたというのがその理由だが、今後の見通しを含め詳細は明らかにされていない。



^④(脚注1)

<http://bits.blogs.nytimes.com/2012/03/06/with-new-hardware-square-begins-taxi-rollout/>

^④(脚注2)

http://www.nypost.com/p/news/business/square_hits_brakes_loom_taxi_payment_WbcCMY5qjNjEQaQdlzRcKI

5 - 2 トウモロコシ農場でもクレジットカードが使えるようになった

ユタ州リーハイのCornberry農場^{☞(脚注1)}では毎年カボチャ祭りが開かれる。パンプキンプリンセスのコンテスト、巨大カボチャの計量大会、小さいカボチャを弾丸にした射撃、豚のレースなど、40以上のアトラクションを用意。巨大カボチャではこれまでに1600ポンド(720kg)の大物が登場したことも。Squareを導入する前は現金しか受け付けていなかった。今や13台のiPadを導入し、これに「Register」をインストールして、チケットや飲食物をクレジットカードで買えるようにした。

【図表14】Cornberry農場でもSquareが活躍



(Squareのホームページより)

5 - 3 医者が会計処理までできてしまう

2012年6月、電子カルテアプリ「Drchrono」^{☞(脚注2)}にSquareのモバイル決済機能が追加された。iPadやiPhoneを使って電子カルテなどの医療記録にアクセスできるだけでなく、Squareを通じて簡単に会計処理まで済ませることができる^{☞(脚注3)}。医者が会計処理までやってしまう病院はあまりないかもしれないが、医師の数が1人から10人までの小規模な病院や診療所などでの利用が想定されている。煩雑で時間のかかる会計処理が迅速・簡単になれば、病院側にとっても患者側にとっても助かるはずだ。



^{☞(脚注1)} <http://www.youtube.com/watch?v=BPN6pJuBv2o&feature=plcp>

^{☞(脚注2)} <https://drchrono.com>

^{☞(脚注3)}

<http://techcrunch.com/2012/06/07/drchrono-now-lets-patients-pay-doctors-via-square-se-e-real-time-insurance-info-on-ipad/>

【図表15】iPad用電子カルテアプリ「Drchrono」



(Drchronoのホームページより)

5 - 4 スケート場でもSquareが活躍

2012年11月、サンフランシスコ・ダウンタウンのど真ん中のユニオンスクエアにスケート場がオープンした^(脚注)。毎年冬の3か月くらいの期間、臨時に設置される。大手スーパーのSafewayがタイトルスポンサーになっているが、その他多数の企業がサポートしており、Squareもスポンサーの1つ。ちなみに日本のユニクロもスポンサーとして名を連ねている。

【図表16】ユニオンスクエアのスケート場



(筆者撮影)



^(脚注) <http://unionsquareicerink.com>

【図表17】スケート場のチケット売り場



(筆者撮影)

入場料は貸靴も含めて15ドル。チケット売り場では、「Register」を搭載し、カードリーダーが装着されたiPadが活躍していた。

6 国際進出の状況

このように米国内ではきめ細かなサービス施策が実施され、さまざまな場面で活躍しているSquareだが、これまでのところ米国外での活動は今ひとつ活発ではない。ただし国際進出への意欲は満々のようだ。

6 - 1 国際進出への意欲

2011年11月、英Virgin GroupのRichard Branson氏がSquareの出資者に加わることを発表した際、Squareは2012年には国際進出をする計画であることを表明した^④(脚注)。



④ (脚注)

<http://techcrunch.com/2011/11/08/virgin-group-founder-sir-richard-branson-invests-in-mobile-payments-startup-square/>

2012年7月10日、Jack Dorsey氏は、アイダホ州サンバレーで開催されたAllen & Co.での記者会見で、「次のステップは国際展開」と表明している^④(脚注1)。

2012年8月、StarbucksがSquareに2500万ドルを出資することを発表した際、Jack Dorsey氏はStarbucksのCEOであるHoward Schultz氏に、今回の資金調達は国際進出のためと述べたという^⑤(脚注2)。

6 - 2 初めての国際進出はカナダ

2012年10月24日には、初めての国際進出となるカナダでのサービス開始を発表した。米国と同様、スマートフォンやタブレットに小型カードリーダーを挿してクレジットカードでの支払いを受け付けることのできるサービスだ。決済手数料は米国と同じ2.75%。

国際とはいっても、カナダはほとんど米国のようなもの。本格的な国際進出とは言いがたいが、とにかく2012年中に国際進出を果たすとの約束は守られた。

サービス開始から4週間経った2012年11月20日、カナダのApple、Best Buy、Futureshopなど250か所以上の小売店でカードリーダーを販売中と発表。9.95ドルで販売されているが、後日米国と同様、Squareから10ドルが返金される。

7 競合サービスの動向

Squareに対抗・追隨して競合サービスが相次いで登場している。主な競合サービスの概要や動向を紹介する。

7 - 1 「欧州のSquare」の座はiZettleが優勢

欧州ではSquare不在の中、モバイル決済の競争が既に始まっている。スウェーデンを本拠とするiZettle^⑥(脚注3)が、Squareと同様の dongle 型のカードリーダーによるクレジットカード決済サービスの試行運用を数か国で行っていたが、2012年11月7日は英国で通信キャリアのEverything Everywhereと提携して商用サービスを開



^④(脚注1)

http://news.cnet.com/8301-1035_3-57470177-94/squares-next-step-international-expansion/

^⑤(脚注2) <http://techcrunch.com/2012/08/08/square-starbucks-qa/>

^⑥(脚注3) <https://www.izettle.com>

始した^④(脚注1)。ドイツでもDZ BANKとDeutsche Telekomと提携したことを既に発表している^④(脚注2)。北欧4か国でも試行運用を終え商用サービスを開始しようとしている。

【図表18】iZettleのモバイル決済用カードリーダー



(iZettleのホームページより)

iZettleはクレジットカードの磁気部分をスワイプするのではなく、カードをカードリーダーに挿入してチップを読み込む方式を採用。この「chip and sign」方式が欧州では一般的であり、Everything EverywhereがiZettleをパートナーに選んだのも、またSquareの欧州展開が遅れているのも、この技術方式が原因と言われている。

【図表19】GoPaymentのカードリーダー

7 - 2 Intuitの「GoPayment」

会計ソフトで有名なIntuitがiPhoneやiPadでクレジットカードの支払い受け付け処理ができるアプリ「GoPayment」を提供開始したのは2009年8月と、Squareよりも早い。ただしこのときはまだスマートフォンに挿す小型カードリーダーは登場していなかった。カード番号をマニュアルで入力するか、Bluetoothで接続する219ドル



(TechCrunchより)



^④(脚注1)

<http://thenextweb.com/uk/2012/11/07/izettle-launches-in-the-uk-with-mastercard-ee-and-amex/>

^④(脚注2)

<http://techcrunch.com/2012/10/30/the-square-like-izettle-launches-in-germany-with-dz-bank-and-deutsche-telekom-puts-heat-on-payleven/>

もする外付けのカードリーダー端末を使用するものだった。決済手数料は月額13ドルの固定額 + 1.7%。

同社がSquareに対抗して、スマートフォンに挿す小型カードリーダーを無料で提供し始めたのは2011年1月のこと。無料提供は2月半ばまでの期間限定だったが、Squareに倣って恒久的に無料にした。決済手数料もSquareに対抗して2.7%（マニュアル入力は3.7%）+ 0.15ドルに設定。

2011年5月2日には、Amex以外のカードについてはトランザクションごとに0.15ドルという手数料固定部分を廃止した。

2012年1月にはSquareより先にカナダへの進出を発表。この機に最初は白い半円形だったカードリーダーを、黒い円柱形に変えた^(脚注1)。

Intuitの優位性としては各種ビジネスソフトを商品ラインに持っていることと、その提供を通じて既に多数の中小企業の顧客層を抱えていたことが挙げられる。これとモバイル決済を組み合わせることで、既存顧客の利便性を向上するとともに多彩なサービス展開が期待できそうだ。

実際、2012年6月にはQuickBooks POSソリューションとGoPaymentを統合^(脚注2)することを発表し、今後も積極的にサービス拡充と国際展開を推進するとしているが、取扱金額や加盟店数などの詳細は発表していない。

7 - 3 クレジットカード決済のベテランが「PayAnywhere」でSquareに追隨

クレジットカード決済処理に関しては20年以上の実績と経験を持つNorth American Bancardが、2011年1月、Squareの追隨となるモバイル決済サービス「PayAnywhere」^(脚注3)の開始を発表した。

iOS、Android、BlackBerry用の専用アプリと黒い半円形のカードリーダーを無償提供。決済手数料はスワイプの場合で2.69%。マニュアル入力の場合は3.49% + トランザクションごとに0.19ドル。カスタマーサポートもSquareではメール対応のみなのに対し、生身の人間による24時間365日のヘルプセンターを売り物にし、Squareに真っ向から挑戦する。



^(脚注1)

<http://techcrunch.com/2012/01/09/intuit-gopayment-goes-international-with-canada-launch-redesigns-mobile-credit-card-reader/>

^(脚注2)

<http://techcrunch.com/2012/06/05/intuit-merges-its-square-competitor-gopayment-with-quickbooks-point-of-sale/>

^(脚注3)

<http://www.payanywhere.com/features>

同社は既に年間150億ドルの取扱金額と15万5,000件の加盟店を誇るが、従来型のカード決済端末の成長は陰りをみせていることもあり、スマートフォンやタブレットが十分に普及した今、モバイル決済が「一生に一度のチャンス」と捉え、モバイル決済市場に参入。クレジットカード決済の分野での長年の経験と顧客層を活用して、最新のモバイル技術を組み合わせれば勝算は大いにありと見込む^(脚注1)。

【図表20】PayAnywhereのカードリーダー



(PayAnywhereのホームページより)

7 - 4 PayPalは「青い三角形」で対抗

2012年3月15日、PayPalがSquare同様のモバイル決済サービス「PayPal Here」^(脚注2)を開始した。Squareの白くて四角いカードリーダーに対し、青い三角のカードリーダーで対抗。それも米国、カナダ、オーストラリア、香港で同時に開始。初めてのグローバルモバイル決済と豪語する。

カード決済手数料はスワイプの場合で2.7%。マニュアル入力の場合は3.5% + 0.15ドルでSquareと同じ。2012年9月6日には日本でもサービスを開始したが、日本での決済手数料は5%（スワイプのみ可能）と高めに設定されている。

2012年10月19日からはAT&Tの全米1,800店の携帯ショップでカードリーダーを販売するようになった。ショップでは15ドルで販売されるが、Squareと同様、後日PayPalから15ドルが返金される。クレジットカードだけでなく、小切手やPayPalによる支払いも可能にして他社との差別化を図る。

PayPalのモバイル決済はまだ緒に就いたばかりだが、同社の強みは決済サービスの分野で経験豊富であり、既に全世界に多数のユーザーを抱えていること。2011年末

【図表21】PayPal Hereのカードリーダー



(PayPal Hereのホームページより)



^(脚注1)

<http://www.usatoday.com/story/tech/2012/11/13/payanywhere-square-paypal-intuit-ncr/1700547/>

^(脚注2) <https://www.thepaypalblog.com/2012/03/paypal-here/>

時点で全世界のユーザー数が1億1000万件、取扱金額は年間1180億ドル^{☞(脚注1)}。モバイル決済だけで2012年中に100億ドルの取扱いが見込まれている。今後Squareの強敵になりうる存在だ。

7 - 5 VeriFoneの「SAIL」は半年で撤退

クレジットカード認証端末の提供では最大手のVeriFoneが、2012年5月、Squareに対抗して中小企業や個人でもクレジットカード払いを受け付けられる「SAIL」を導入した^{☞(脚注2)}。Squareと同様、スマートフォンやタブレットのイヤフォンジャックに差し込む無料の小型カードリーダーと専用アプリを使用する。手数料は2.7%の完全従量制と月額9.95ドル + 1.95%の固定 + 従量制の2通り。

ところが同社は2012年12月13日、このドングル型支払いサービスから撤退することを突然表明した。その理由は、「マージンが薄過ぎてコストに見合わない」というもの。

同社は「SAIL」とは別に中小顧客の中でも比較的規模の大きい小売店向けにPOSソリューション「PAYware」を提供しているが、こちらの方は継続する。すなわち、小規模の顧客層は相手にしないことにしたというわけだ。

【図表22】Verifone「SAIL」のカードリーダー



(GIGAOMより)

7 - 6 「Groupon Payments」は業界最安を保証

共同購入型クーポンサイトを運営するGrouponが2012年9月19日、Squareと同様の「Groupon Payments」^{☞(脚注3)}を本格的に開始した。これまでサンフランシスコで限定的に試行運用していたものを正式サービスとして全国に拡大したもの。



^{☞(脚注1)} <http://mashable.com/2012/06/26/mobile-payments-square-paypal-here/>

^{☞(脚注2)}

http://gigaom.com/2012/05/07/verifone-targets-square-with-new-sail-payment-platform/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+OmMalik+%28GigaOM%3A+Tech%29

^{☞(脚注3)} <https://www.grouponworks.com/merchant-solutions/payments>

決済手数料はAmexを除いて1.8%（スワイプの場合。マニュアル入力の場合は2.3%）+0.15ドルで、業界最安を保証している。もし他社が少しでも安いレートで提供しているとの証拠を出せば、それに合わせて手数料を引き下げるといふ、電器量販店並の制度もある。ただしAmexのみは別で、決済手数料はAmexが業界や規模に応じて定めている。

専用アプリは今のところiPhoneまたはiPod Touch用のみ。Square同様、スマートフォンのヘッドフォンジャックに差し込む黒い小型カードリーダーを無料で提供するほか、カードリーダー付きのiPhoneケースを100ドルで提供している。

【図表23】Groupon Paymentsのカードリーダー



（Groupon Paymentsのホームページより）

同社は収益構造が不安視されており、株価が2012年8月末にはIPO時の20ドルに比べて80%も安い14.15ドルに下落した。同9月にはSquareが2億ドルの資金調達に成功したのを目の当たりにしている。このモバイル決済ビジネスを経営改善の起爆剤にしたい考えだ。

7 - 7 Bank of Americaがドングル型カードリーダーを提供

2012年11月13日、米銀行大手のBank of America（BoA）がSquare同様、スマートフォンやタブレットでクレジットカード決済処理ができる「Mobile Pay on Demand」を開始した。無料のドングル型カードリーダーは白の長方形。専用アプリも無料。カード決済手数料はスワイプする

【図表24】BoAのカードリーダー



（BoAのホームページより）

場合で2.7%。カード情報をマニュアルで入力する場合は3.5%に加えてトランザクションごとに0.15ドルがかかる。明らかにSquareを意識したサービス内容だ^{☞(脚注1)}。

8 Squareはどこへ行く

Squareはこれからどのような展開をしようとしているのか、調達した潤沢な資金をどのように使うつもりなのか、少々気になるころではある。今後の事業展開について、CNBCが2012年11月12日にJack Dorsey氏にインタビュー^{☞(脚注2)}しているので、要旨を紹介しておきたい。

Q: Squareのビジネスモデルは。

A: 2.75%の手数料だけでクレジットカード決済を可能にすること。

Q: PayPalなどの類似のサービスが出ているが、どのように差別化しているのか。

A: 単に機械的な支払いでなく、トータルの売買体験、商取引体験を提供する。

Q: TwitterとSquareに共通しているのは。

A: 「簡単」であること。Twitterは社会との会話を簡単にした。Squareは決済を簡単にした。簡単さが応用の広さにつながっている。

Q: 今後の展開は。

A: 国際展開。カナダに進出したばかりだが、今後全世界に展開したい。全世界の人々に同じアイデア、同じ売買体験を提供したい。

今後の展開についてはどうやら海外進出が一番の優先事項のようだ。Starbucksの全世界の店舗を活用して、一気に国際展開が進むかもしれない。

さらにSquareのCOO、Keith Rabois氏がCNETのインタビュー^{☞(脚注3)}で「Starbucksは始まりに過ぎない」と述べ、2013年はものすごい年になると予測する。それはStarbucksで利用できるSquareのサービスがもっと本格的なものになることと、Starbucks以外の事業者とも提携するということの2つの意味がある。どこに行ってもSquareがあるという世界を思い描いているようだ。



^{☞(脚注1)} <https://mobilepay.bankofamerica.com/bams/mobilepay/home.html?v=update>

^{☞(脚注2)} <http://video.cnbc.com/gallery/?video=3000128884>

^{☞(脚注3)}

http://news.cnet.com/8301-1023_3-57559148-93/square-coo-predicts-monster-2013-says-starbucks-is-just-the-beginning/

9 おわりに

以上見てきたことから言えることは、Squareのこれまでの急成長の鍵は「簡単」であることと「ワクワク感」のある体験を消費者と加盟店の両方に提供しているところだと考えられる。特にこの「ワクワク感」はiPhoneを始めとするApple製品やディズニーランドを代表格とするテーマパークにも通ずる感覚だ。

ここが他の競合サービスと一味違うところだ。競合サービスがSquareよりも決済手数料を安くし、海外での展開を先行して進めているにも関わらず、Squareに比べてイマイチ精彩を欠いているように見えるのは、この「ワクワク感」の違いではないだろうか。

競争が激化し、料金がこれ以上下げられず、他社とどう差別化するかというときの1つの方向性を示しているといえる。どうすればこの「ワクワク感」を演出できるのか、これが実は一番知りたいところではあるが、そこは各社の知恵の絞りどころだ。Squareの場合は、「売買」という日常の行為から、手続的、機械的な要素を可能な限り排除し、人間的、社会的な体験へと変質させ、これまでになかった体験を可能にすることで、「ワクワク感」を演出しようとしている。

売買という行為によってワクワクする体験ができるようになれば、販売・購入量が増え、経済が活発になって景気も回復する、という好循環を思い描くのは過度な期待かもしれないが、少なくとも加盟店と消費者の両方の満足度が向上するということだけでもメリットは大きそうだ。

【執筆者プロフィール】

氏名：高橋 陽一（たかはし よういち）

経歴：KDD（現KDDI）にて海外通信事情の調査、サービス企画、海外の通信事業者との交渉、法人営業等を担当した後、1995年よりカリフォルニア支社（ロサンゼルス、サンフランシスコ）勤務。1999年より外資系通信事業者の日本オフィスに勤務。2006年より日本のIT企業にて米国現地法人の設立、運営等を担当。2010年4月よりKDDI総研にて特別研究員として、海外の通信市場・政策動向の調査分析に従事。2011年9月よりサンフランシスコ在住。