

みずほフィナンシャルグループで、代金回収業務を手掛けてきたみずほファクターが、EC（電子商取引）向けの多様なオンライン決済手段を一括導入できるEC総合決済サービスの提供を開始する。三大メガバンクの一角、みずほ銀行を中核とする巨大金融グループが、その総合力を駆使して、安心、充実のEC決済事業の運営を目指す。

みずほファクター

EC総合決済サービスを 今年7月からスタート

7・8兆円（2010年度）規模に達したネット通販などEC市場の拡大は、消費スタイル、販売事業者のあり方を変える一方、決済手段についてもクレジットカードを使ったインターネット上でのオンライン決済、コンビニエンスストアでの決済など、

消費者のニーズに応じた多様化が進んでいる。みずほ銀行常務の古谷昌彦氏は「お取引先へのソリューション提案を含めた営業活動を行っているみずほ銀行のRM（リレーショナル・マネージャー）を介して、多様なEC決済サービスをまとめて提供してほしいというお客さまの声が多く寄せられていました。〈みずほ〉として、お客さまサービス向上のためにも、みずほファクターを通じて多様な決済手段をカバーするEC総合決済サービスを提供することになりました」と語る。

このサービスは今年7月から提供を開始。それに先立つ4月から、小売店などのインターネット販売事業者に対するプレスリリースを始める予定だ。新サービスは、クレジットカード決済、コンビニ決済、銀行ネット振込決済、ペイジー決済、電子マネー決済の五つの決済手段に対応。このサービスを導入すれば、みずほファクターがワンストップで決済業務を代行し、ECに使われている多様な決済手段に対応できるようになる。

システムについても、加盟店側の利便性を追求したものを用意している。みずほ銀行の取引先を中心とす

る加盟店が満足できる便利な仕組みを構築することで、グループ全体のサービス向上を実感してもらおう考えだ。「単純にそれぞれの決済手段を用意するということではありません。共通化されたインターフェースや、各決済手段を統合した管理用の画面を用意することで、加盟店様が収納状況も二元的に管理することができるようになります」と、みずほファクター関不二夫決済サービス部長は説明する。

銀行系サービスの 高い信頼性が魅力

EC総合決済サービスを提供するみずほファクターは、みずほ銀行の中核子会社。1977年の設立から、国内の企業間取引で発生する売掛債権の回収リスク軽減のための支払保証や債権買取、従来の支払手形を廃止し、事務効率化や経費削減



古谷 昌彦

みずほ銀行
常務取締役

〈みずほ〉が EC決済事業に進出 メガバンク系の信用と 総合力で安心・充実の サービスを提供

みずほファクター株式会社
Mizuho Factors, Limited

みずほファクターの決済サービスのラインアップ

新規発売の決済サービス

EC総合決済サービス

クレジットカード決済

- | | |
|-----------------------|-------|
| ■包括加盟店方式
(お取り扱い内容) | ■取次方式 |
| ・画面連携方式／データ連携方式 | |
| ・個別処理方式／一括処理方式 | |
| ・継続課金／洗い替え | |
| ・カード番号預かり | |

コンビニ決済 (受付番号方式)

銀行ネット振込決済

ペイジー決済

- | | |
|-------------------|----------------------------|
| ■ATM
(オンライン方式) | ■インターネットバンキング
(情報リンク方式) |
|-------------------|----------------------------|

電子マネー決済

現在提供中の決済サービス

トータルネット
(口座振替による代金回収)

口座振替契約受付サービス
・ペイジー口座振替受付サービス
・ネット口座振替受付サービス

コンビニ収納サービス
(払込票方式)

ゆうちょ振替決済サービス
・コンビニ併用一括取りまとめ

ペイジー収納サービス

請求業務一括アウトソーシングサービス 請求・消込Station

請求書の作成／発送から代金回収・入金消込まで、煩雑な請求業務を一括して代行

WebによるASPサービス

各種決済に対応
・トータルネット (口座振替)
・コンビニ決済
・ゆうちょ振替決済
・ペイジー決済
・銀行振込

※上記の決済に加え、「銀聯カード決済」「永久不滅ポイント決済」の取り扱いを検討中。

が可能となる一括決済サービス、国際取引における輸出代金の回収サービスなどのファクタリング業務を手掛ける。一方、81年から代金回収サービスを開始。みずほファクターが口座振替で代金を回収し、依頼した企業等の口座に一括入金する「トータルネット」、払込票などを使ってコンビニエンスストアで代金を払い込む「コンビニ収納サービス」(郵便局でのゆうちょ振替併用も可能)、インターネットバンキング・ATMによる各種料金の払い込みに使われる「ペイジー収納サービス」と、3種類に大別できる決済手段を提供してきた。

さらに、請求書やコンビニ・ペイジー収納用の払込票の作成・発送から、代金回収と入金確認、入金情報と請求データを突き合わせる消込まで、煩雑な請求業務を代行する「請求・消込ステーション」のサービスも提供。請求業務を一括アウトソーシングして、事務負担を軽減したい多くの企業に利用されている。

収納や決済の代行は、金銭を扱う業務という性格上、お客さまの信頼感が何よりも重要になる。みずほファクターが持つ銀行系事業者としての信用力は大きなポイントだ。特に、

OKI子会社の一部事業譲渡により高い技術力を獲得

みずほファクターは、30年に及ぶ歴史の中で、メーカーから問屋への売掛金といった大口の代金回収も含めて、堅実に業務を遂行してきた実績もある。そうした安心感が、安全性、確実性を重視する企業から幅広い支持を集めてきた。



関 不二夫

みずほファクター
上席執行役員
決済サービス部長

EC総合決済サービス提供にあたって、みずほファクターでは、自社システムを構築するか、買収によって事業譲渡を受けるか、二つの解決策を検討した。その結果、「事業開始までの期間が短縮できるうえ、すでにクレジットカード決済、銀行ネット振込決済、電子マネー決済で稼働している信頼性のあるシステム、人材、ノウハウを獲得できる事業買収のメリットが大きい」と判断。

OKI（沖電気工業）の子会社で決済サービスを担っていたペイメントファーストの事業のうち、オンライン決済に関する事業の買収に踏み切った。

関氏は「ペイメントファーストは、設立時から〈みずほ〉との関わりも深く、みずほ銀行と決済インフラにおける業務委託などの取引実績もありました。また、OKIは、金融機関のシステムやATM、旅行代理店の予約システムなどに豊富な実績があり、その技術力の高さにも定評があります。EC決済における当社の課題を補完できる最良のパートナーと考えました」と振り返る。

親会社のOKIは、早くからEC取引ソリューションにも着手してきた。中でも、OKIが日本に導入し、ペイメントファーストが提供する国際標準の本人認証サービス、3D（スリー・ディー）セキュアは、現在ではクレジットカードを利用したオンライン決済には欠かせないセキュリティ技術となっており、国内の大半の決済事業者採用されている。ペイメントファースト常務の長谷部忍氏は「オンライン決済に最高レベルの安全性を提供してきた当社の技術力・ノウハウ・実績と、取引基



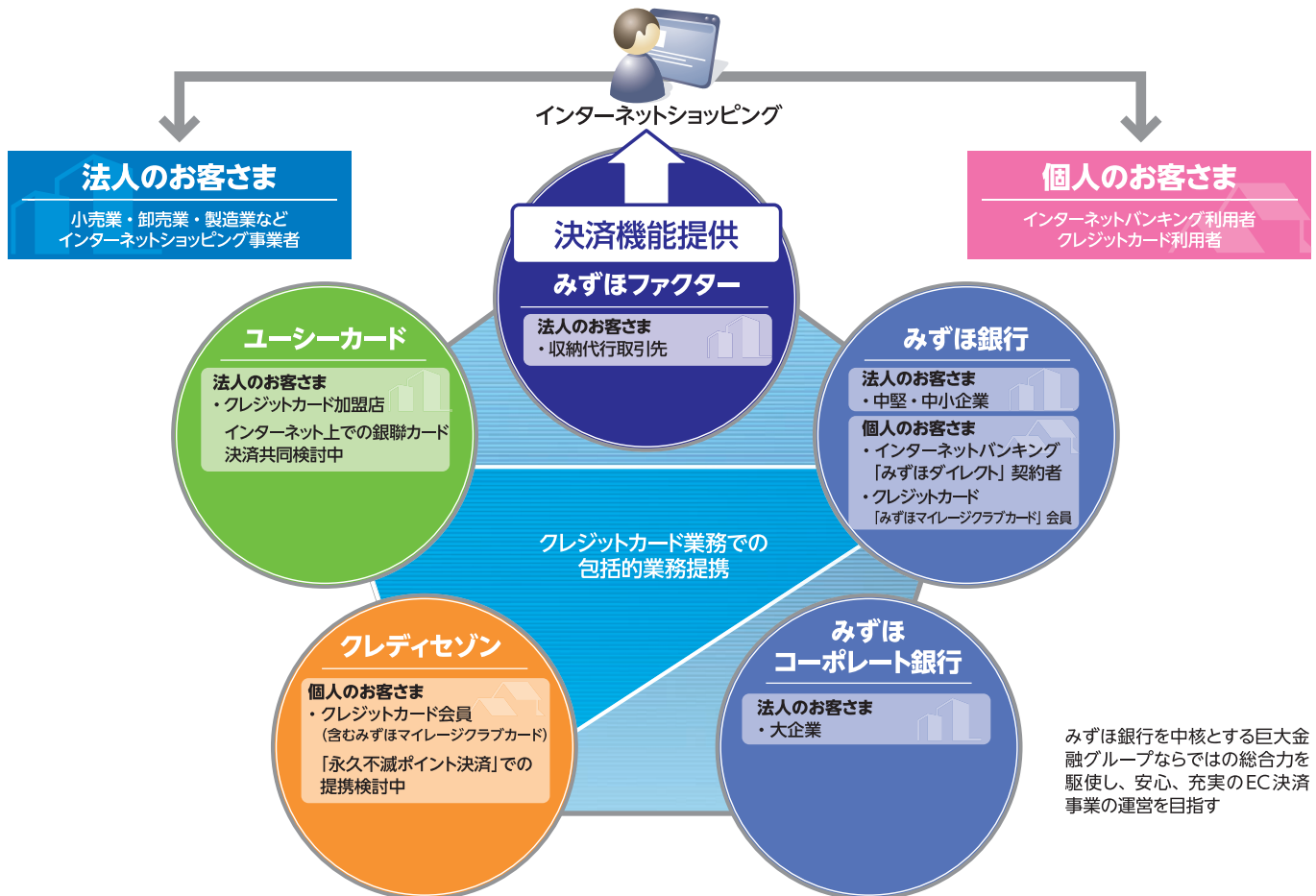
長谷部 忍
ペイメントファースト
常務取締役

盤やブランド力などの営業面に強みを持つ〈みずほ〉の組み合わせは理想的と考え、一部事業の譲渡に合意することになりました。シェアを増すことで、充実した開発投資も可能になり、さらに安全で利便性の高い決済システムへ、と発展を促すことになるでしょう」と語る。〈みずほ〉の取引基盤・営業力とペイメントファーストの技術力によるシナジー効果は、1+1が3にも4にもなると期待される。

裾野の広い 取引基盤を持つ メガバンク系の底力

みずほフィナンシャルグループは、みずほ銀行・みずほコーポレート銀行を中核に、多彩な金融サービスを展開し、取引先の裾野は非常に幅広い。たとえば、みずほ銀行の取引先のうち、EC事業を行うのは1万数

〈みずほ〉によるEC総合決済サービス提供のイメージ



千社にのぼり、毎年約2000社ペースで新規参入が続いていると見られている。この広大な「みずほ」の法人取引基盤が持つ潜在性は、ECサイト構築やECのショッピングモールを運営する事業者にとって魅力的だろう。

一方で、消費者側の個人顧客の数も膨大で、EC決済に関わる部分を見ても、みずほ銀行のインターネットバンキング「みずほダイレクト」はすでに約1000万人もの契約者を擁する。また、希望者にはクレジットカードや電子マネー機能が付いたキャッシュカードを発行する「みずほマイレージクラブ」の会員数も04年の取り扱い開始から7年で800万超にまで急増してきた実績もあり、ブランドの力も大きい。法人・個人双方に多くの取引先を有する「みずほ」の取引基盤を活用すれば、加盟店の法人と消費者の個人の双方をつなぐ決済ビジネスを優位に進められる可能性が大いに広がる。

います。グループとしての総合力を結集したサービスを展開しながら、広い取引基盤をフルに活かして、浸透させていくことを考えたい」と、将来的な戦略に目を向ける。

永久不滅ポイントや中国銀聯との連携も検討進む

注目すべきは、みずほ銀行と包括的業務提携を結んでいる「ユーシーカード」、「クレディセゾン」の両クレジットカード会社との連携だ。両社の加盟店数は合計約470万店、カード会員数は約2500万人（11年12月現在）と、業界トップクラスの規模を誇る。中でも、有効期限無期限のポイントプログラムとして人気の高い「永久不滅ポイント」は、みずほ銀行が発行する「みずほマイレージクラブカード」でも貯めることができ、そのポイント残高は総額700億円相当（11年12月現在）にのぼっている。

みずほファクターでは、この「永久不滅ポイント決済」を、新たに提供するEC総合決済サービスでも使えるように検討を進めている。これを実現すれば、巨額のポイントが決済代金に利用できるようになり、大

きな消費刺激効果が期待できる。加盟店にとっては、魅力的なプログラムとなるだろう。

もう一つ期待されているのが、世界でカードを広く普及させている中国銀聯との提携だ。みずほ銀行、ユーシーカード、クレディセゾンの各社は昨年10月、中国銀聯と包括的な業務提携を行うことについて基本合意。みずほファクターはユーシーカードと連携してEC総合決済サービスにおける銀聯カードの取り扱いについても検討を進めている。

現在、「みずほ」では、銀聯カード保有者の携帯電話番号を利用した銀聯の新しい決済方式の導入を検討しているが、この方式はセキュリティや利便性がより高まり、これからの銀聯の標準仕様になっていくと見られている。「みずほ」はこの新しい決済方式の普及に向けてもグループ一体となり取り組んで行く方針だ。

銀聯カードの発行枚数は世界最大の28.5億枚とされ、多くの中国人が保有。中国人をターゲットに含めたEC通販ビジネスでは、銀聯カード決済は欠かせない。今後は、中国人が日本のECサイトから商品を購入したり、中国からの旅行者が



池田 浩一

みずほファクター
代表取締役社長

ホテルの宿泊料や航空機などのチケットをECサイトで購入してから、日本を訪れるといったケースも増加することが予想される。関氏は「みずほ銀行と取引のあるお客さまの中には、中国進出を検討している企業も数多くあります。中国との取引には、物流や言語対応などさまざまな課題を乗り越える必要がありますが、当社としては、決済の周辺について、しっかりとサービスを提供して、課題をクリアしていくお手伝いをしていきたいと考えています」と話す。

メガバンク系ならではの安心・安全のブランド力。多彩な金融サービスを展開するグループ・提携企業と、それら企業と取引関係を持つ取引基盤の幅広さ。みずほフィナンシャルグループの総合力は、ECビジネスに大きな可能性をもたらそうとしている。