

審査の結果の要旨

氏名 高尾みどり

我が国における電子マネーは現在、我々の生活に深く浸透するとともに、その普及戦略・波及効果に関して様々な議論がなされている。本論文の目的は、日本の電子マネーの普及過程を各種記事・データから多面的に分析し、海外における事例と比較検討することで、日本における電子マネーの普及要因を明らかにすることである。

第1章では、国内外の電子マネーの現状、および先行研究を整理し、世界の中で日本は最も電子マネーが普及している国の一つであること、また、米欧における関連の先行研究においては、電子マネーの普及について十分なものがないことを明らかにした。このため、日本における電子マネーの普及過程を明らかにすることで、海外に電子マネーを導入するための知見を多く導くことが出来るであろうと議論を展開している。

第2章では、日本における電子マネーの普及過程を詳しく検討している。その結果、日本の電子マネー産業は、第1期の接触型ICカードを利用した実験の時代、第2期前期の非接触型ICカードの利用を開始した時代、第2期後期の携帯電話にも電子マネーを搭載し、発行者が違う電子マネーの相互利用を開始した時代を経て構築されていることが明らかになった。産業が普及していく過程における企業間の関係性について分析することで、電子マネー事業者を中心に、金融機関、ベンダー、小売業、運輸業、携帯電話会社といった様々な業種の企業群が市場を構成していること、普及が拡大した第2期において、電子マネー産業に新たな企業を巻き込むハブリーダー企業が存在すること、ハブリーダー企業は明確な戦略のもとに、多数の既存顧客や店舗を保有する新たな企業を市場に巻き込んでいたこと、さらにハブリーダー企業が第1期の実験の時代で明らかになった課題を積極的に解決していたことを、膨大な量の記事データおよびそれらに対するネットワーク分析を用いて、論証している。

第3章では、英国、米国の電子マネーの現状を明らかするとともに、日

本との違いを論じている。産業を構成する企業群を日本におけるそれと比較することで、英国では、小売、行政、ベンダー、米国では運輸、行政、小売業が電子マネー産業に存在しないことを明らかにしている。また、ハブリーダー企業については、英国では、ハブリーダー企業は存在するものの同業他社を巻き込むだけで、新規参入企業に広がりがないこと、米国では、現在ハブリーダー企業が存在していない状態であること、英国および米国とも日本のようにハブリーダー企業が、他業種から多数の既存顧客や店舗の保有や決済の局面をもつ新規企業を巻き込むことはなく、巻き込んだ企業が次期のハブリーダー企業に育つというような連鎖もなかったこと、普及への課題をハブリーダー企業が解決しているわけではなかったことを論証している。

第4章では、日本におけるポイントサービスに焦点をあて、電子マネーとの関連を論じている。日本のポイントサービスは拡大しており、英国および米国と比較して、ポイントサービスを実施している業種が多いこと、また、電子マネーとポイントサービスの融合が進んでいることを明らかにしている。また、この融合が電子マネー事業者、ポイントサービス事業者および利用者にもメリットをあたえ、電子マネーの普及に貢献していることを論証している。

そして、第5章では、第1章から第4章までの分析結果を整理し、電子マネーの普及におけるハブリーダー企業の位置づけと役割、ポイントサービスとの融合がもたらす影響について論じている。

第6章では、電子マネーの普及過程における電子マネーに関わる企業の関係性に着目することの重要性を提案している。すなわち、電子マネーを普及させるためには、ハブリーダー企業となる企業群が利用促進のための課題を主体的に解決し、さらに、明確な普及戦略を持って、既存顧客や店舗を保有する企業を巻き込み、普及を構成する利用者と店舗の拡大に寄与する必要があると結論付けている。本論文によって得られる知見は海外において電子マネーを普及させる際に有効であると考えられる。

よって本論文は博士（工学）の学位請求論文として合格と認められる。