



「メルペイ」スマホ決済に本格参入 メルカリ残高が利用可能



「メルペイ」がいよいよスマートフォン決済サービスに本格参戦する。主戦場であるバーコード決済を2019年3月25日から全国45万店でできるようにする。

メルペイは2019年2月から読み取り装置にスマートフォンをかざすことで決済を行うNTTドコモ<9437>の非接触決済サービス「iD」の加盟店90万店での利用が可能になっており、今回のバーコード決済と合わせ利用できる店舗は135万店に拡大する。

スマートフォン決済サービスはLINE<3938>系の「LINE Pay」、ソフトバンク<9434>系の「PayPay」、NTTドコモの「d払い」などが顧客獲得を競い合い、さまざまなキャンペーンを展開中。

「メルペイ」はフリマアプリ「メルカリ」が抱える年間約5000億円の売上金を保有する1200万人の顧客基盤があるため、PayPayなどの先行組みのような大規模なキャンペーンの必要はなさそうだが、メルカリ利用者のさらなる開拓は不可欠。「メルペイ」がどこまでシェアを伸ばすことができるのか。関心が集まる。

覇権を握るのはどの陣営か

メルペイは2017年11月にメルカリ<4385>の100%子会社として設立された企業で、スマートフォン決済サービス「メルペイ」を運用しつつ、将来はさまざまな金融サービスを提供していくという。

メルペイが利用できるのはコンビニエンスストアやレストラン、ドラッグストア、ファーストフードなどで、バーコード決済の開始により「iD」に対応していない店舗や、決済端末機を保有せずにキャッシュレスを導入していない店舗でも「メルペイ」決済が可能になる。

メルペイは、スマホ決済サービス「au PAY」を2019年4月から始めるKDDI<9433>と提携、「メルペイ」と「au PAY」の両サービスを提案することで、取り扱い店舗の拡大で協力し合う。

2019年10月にNTTドコモ、au、ソフトバンクと並ぶ4番目の携帯電話業者として新規参入する楽天<4755>も、スマートフォン決済サービス「楽天ペイ」を保有しており、120万店での使用が可能だ。

どの陣営が覇権を握るのか。一挙手一投足から目が離せない。

