



## 電子的な消費生活

金子 正徳

(かねこ まさのり)

本館機関研究員

### 電子決済のビジネス

わたしは二〇〇〇年ごろにインドネシア共和国ランブロン州で長期調査をしていた。胡椒やコーヒーの一大産地である同州ではそのころ、ケータイ(携帯電話)の通話可能地域が州都近辺に限られていたこともあって、高価なケータイを使っている人はまだめずらしかった。しかし、二〇〇五年に再訪したときには大きな変化が見られた。スマトラ島の南端に位置するこの州でもすでに購入しやすい価格帯の中古が数多く売られ、大学生はもちろん、高校生のあいだでもケータイを使っている様子を日常的に見かけるようになっていた。初対面の相手とまずケータイの番号を交換することも当たり前である。さらにいえば、内陸に位置している遠隔地域では、インフラ整備が困難な有線電話よりもケータイのほうが普及しつつある。電波が届きづらい地域では個人でアンテナを立てていることもある。

手軽なプリペイド式が主流であることも、インドネシアでの急速な拡大に繋がっている。その通話度数は、プリペイドカード購入や銀行ATM経由の支払いなどさまざまな方法で追加できる。しかしある店舗で、プリペイドカードがあるいは電子決済かと聞かれたときには驚いた。それまでの経験からこのランブロンで、ショッピングモールでのクレジットカード払い以外に何かを電子決済すると思っ

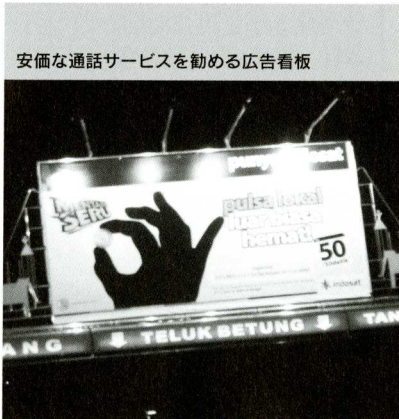
いなかったのだ。

その売買の仕組みを聞くと、電子決済とは売り手にとつての決済だった。売り手がケータイのショートメッセージサービス(SMS)という文字制限付き電子メールで、買い手のケータイへ通話度数を追加するよう注文をいれ、代金は売り手のネット口座から引き落とされる。最終的に買い手は、売り手が提示した額を現金で支払う。それは同じ度数のプリペイドカードを買うより安価だが、口座から引き落とされた額よりは高い。つまり、代行手数料を稼ぐビジネスである。

### ケータイでSMS

こうしてケータイを用いた小商いを生み出してしまふ人は一部の商人だけなのだろうが、インドネシアそしてランブロンの人びとの生活のさまざまな場面に、ケータイのSMSを媒介とした電子的な消費生活は徐々に浸透している。テレビ番組連動イベント、映画上映情報、音楽CDの曲情報、販売促進のためにおこなっている懸賞への応募など、さまざまなSMS番号が商品包装・新聞雑誌広告・テレビ画面のなかにうるさいほど記され、電子的なサービスを消費するように促している。ケータイは通話やメールのためだけでなく、SMSを介して情報端末としても使われている。通話度数は減りゆくばかりである。

こんな状況を見ると、田舎の彼女に通話度数をプレゼントしろとたびたび言われてしよけていた首都の安宿の従業員が、ケータイにはまる村落の若者たちの将来の姿と重なるように思われる。



安価な通話サービスを勧める広告看板



州都にあるショッピングモールのケータイ売り場

(写真はいずれもイドリス氏提供)