

太陽グラントソントン

エグゼクティブ・ニュース

テーマ：FinTech（フィンテック）が描く未来

執筆者：日本銀行決済機構局 審議役・FinTech センター長 河合 祐子氏

要旨（以下の要旨は2分20秒でお読みいただけます。）

日本の再生に向けては、FinTech（フィンテック）を通じた金融の変革が重要な戦略として位置づけられており、FinTech の用語を新聞紙上などで見かけない日はありません。今回は日本銀行の河合祐子 FinTech センター長に FinTech の未来像について論じて頂きます。

FinTech は Financial Technology（金融+技術）の略語ですが、金融に情報技術を活かすというだけであれば目新しくありません。最近の注目の背景には、情報技術の劇的な発展と、金融以外の企業の新規参入が既存の銀行業務の「破壊（disruption）」として恐れられるようになったことがあります。情報技術の進化で物の購入やサービスの利便が向上したように、金融でも同様の変化が求められているとも言えます。

FinTech が個人決済の分野で最も発達している中国では、広くスマホが決済に使われ、若い世代の多くは財布を持ち歩きません。日本でまだ馴染みの薄いスマホ決済は、デジタル・ウォレットと呼ばれるスマホのアプリを利用して自分のウォレットの資金を受領者のウォレットに送金するもので、銀行口座を経由しません。この決済手法を QR コード（高速読取二次元コード）利用で実体社会での決済にも広げ、支払者が自分の QR コードをスマホで提示しコンビニなどの受領者が読み取って代金を引き落とすやり方と、受領者が QR コードを掲示し支払者がこれをスマホで読み取って代金を入力するやり方の2通りがあります。デジタル・ウォレットは中国で最も発達していますが、このシステム運用の二大会社は決済に手数料を徴求せず、顧客のデータ収集結果を自社や他社のサービスの提供等に転用して収益を上げています。利用者からは、自己データと引換えに別の利便を手に入れていると言えましょう。これは日本のように個人情報保護意識の高い国にはそのままの形では馴染みにくいでしょうが、金融の効率性向上を考えるうえで中国の現状は参考になります。

一方、日本では個人の銀行口座保有率が高く銀行の ATM の数も多いので、中国のようなキャッシュレス化にはすぐには進捗しない可能性があります。日本の金融機関では、Tech を利用した事務作業の効率化を進めていますが、こうした改革は顧客本位の発想で事業戦略を見直すものでないと広がりや持続性がありません。FinTech 発祥の米国では、「User Experience（ユーザー体験）」の必要性が聞かれます。顧客の目線に立つと、財務専門人材に乏しい小規模事業者で AI（自動仕訳）等の技術を利用したデジタル経理を導入するなど、FinTech 活用の余地は多いと考えられます。

FinTech の活用にあたっては Fin と Tech の哲学の違いを埋めることが課題です。Tech はオープンに物事を考え、小刻みに修正する開発を志向する等の点で、伝統的な金融機関の考え方とは異なります。FinTech の成功のためには、こうした Tech の考え方を理解する必要があり、また、サイバーセキュリティや、金融機関と異業種との連携が不可欠です。更には、蓄積された企業や個人のデータ利用が鍵となりますが、その利益がデータの提供者に還元される必要があります。今後は、日本における FinTech の浸透と社会慣行とのバランスを見守りつつ、海外の発展にも目を配って、金融業、ひいては経済全体の効率化に資するよう働きかけていきたいものです。

「太陽グラントソントン エグゼクティブ・ニュース」バックナンバーはこちら⇒<http://www.grantthornton.jp/library/newsletter/>
本ニュースレターに関するご意見・ご要望をお待ちしております。Tel: 03-6438-9395 e-mail: mc@jp.gt.com
太陽グラントソントン マーケティングコミュニケーションズ 担当 藤澤清江

テーマ：FinTech（フィンテック）が描く未来

日本銀行決済機構局 審議役・FinTech センター長 河合祐子

1. FinTech とは

FinTech という言葉は、近年あちこちで聞かれるようになった。これは Financial Technology（金融＋技術）の略語であるが、単に金融に情報技術を生かすというのであれば、特に目新しい概念ではない。これまでと異なり大きく注目されるようになった理由は、背景となる技術の劇的な発展と、金融以外のプレイヤーの参入ではないだろうか。たとえば、モバイル（スマートフォン）の普及により、電話とカメラの機能がついたコンピューターを、個人が1台ずつ持ち歩くようになった。加えて、CPU（中央演算処理装置）の機能向上やクラウドの発達で、情報の蓄積、分析機能が飛躍的に向上している。こうした環境変化を背景に、参入障壁の高かった金融業務にも新しい展開が生まれ、既存の金融機関が金融分野への新規参入者による「破壊（disruption）」を恐れるようになったのが FinTech であると言えよう。

情報技術の進化により、個々の情報発信・受信能力が高まり、中央集権的な組織を通さずとも個が個に直接つながるようになったことや、コンピューティングや通信の機能を外に持ち出すことが可能になったことによる変化は大きい。個別の人や企業に向けてカスタマイズされたサービスを、場所を選ばずに享受することができるようになったのである。物の購入、通信、交通サービスの利便性は格段に向上した。では、金融では、同じような変化は起きているのだろうか。

2. 中国の FinTech

ここで、FinTech が個人決済の分野でもっとも発達している中国を例にとって、FinTech がどのように人々や企業の生活を変えているかを見ていきたい。中国で、ある程度以上の規模の都市を訪れると、3年前とは様子がまったく異なっている。路上には色鮮やかなレンタル自転車がずらっと並び、人々がスマホをかざして利用している。街角では、小売店舗やレストラン、屋台や自動販売機に至るまでスマホが決済に使われており、現金払いは激減している。若い世代はもはや財布を持ち歩く必要がないと言うぐらい現金を使わなくなっており、少額決済はスマホ、ある程度以上の額はデビットかクレジットカードで決済される。

日本ではなじみの薄いスマホによる決済は、デジタル・ウォレットと呼ばれる仕組みを利用している。銀行口座、またはクレジットカードからスマホのウォレット・アプリに入金し、この資金を受領者のアプリに送金する。送金は、ウォレット・システム内の電子データの付け替えであり、銀行口座を経由しない。受領者は、受け取った資金を別のウォレットへの送金に使うこともできるし、銀行口座入金やファンド投資などの形でウォレット・システムの外に持ち出すこともできる。

この決済手法を、QR コード（高速読取二次元コード）を利用して、オンライン以外の実体世界にも広げたところが中国の特徴である。そのやり方には2種類あり、1つ目は、支払者が自分の口座情報を示す QR コードをスマホ画面で提示し、それを受領者が特別な機械またはスマホのカメラ機能で読み込むやり方である。コンビニなどの大手小売りチェーンでは、POS レジに連動した読み取り機械により、顧客のウォレット口座情報を取得して、該当金額を引き落とす。個人間送金では、スマホのカメラ機能を利用し



て情報を読み取る。支払者のスマホには、引き落としがあった旨のショートメッセージが届き、支払いは完了する。

2つ目は、店などの受領者がQRコードを掲示するやり方である。店頭などに貼り出されているQRコードを、支払者がスマホのカメラで読み、支払金額を入力して、指紋や暗証番号で認証する。このやり方では、受領者（店舗など）の設備投資は、紙でQRコードを掲示すればよく、また、支払いに際しての作業もほとんど支払者に任せられるので、負担が軽い。専用機械や高価な端末が必要なカード決済を導入できない小規模事業者でも、キャッシュレス決済ができるのである。

デジタル・ウォレットは、中国で初めて導入されたものではないが、中国ほどの広がりを見せている国は他にはない。中国においてこのシステムを運用する二大会社はいずれもIT事業者であり、決済そのものにはほとんど手数料を課していない。これらの事業者は、決済をほぼ無料で提供することにより顧客基盤を拡大し、データを収集して分析し、その結果を広告、自社製品や収益性の高い他の金融商品の販売に転用することで収益を上げている。また、データを信用格付に加工して、信用力評価を必要とする金融、非金融取引に転用もしている。顧客が多いほどビッグ・データの規模は大きくなって価値が増す。



こうしたデジタル化は、決済の分野でのみ起きているわけではない。中国でデジタル・ウォレットを提供する二大会社（Alipay、WeChat Pay）のいずれもが、スマホ上で、数十種類にもおよぶ個人サービスにアクセスできる基盤画面を提供している。そのサービス範囲は、タクシーから資産運用、納税まで日常生活のほとんどを網羅しているといっても過言ではない。ウォレット会社は、強大な顧客基盤を構築することによって、数多くのサービス事業者を呼び込んでおり、こうした業者による基盤使用料もウォレット会社の重要な収益源となっているものと考えられる。つまり、中国におけるキャッシュレス化は、それ自身を目的として進化したというよりは、社会において不便を感じるサービス、取引を電子化し、スマホで実行できるようにしたことで、それに付属する決済も電子化したという側面もあると考えられる。

これを利用者の側から考えると、個人や小規模事業者は、自身のデータと引き換えに利便性を手に入れていることになる。日本をはじめとする個人情報保護意識の高い国々では、このまま受け入れることは難しいかもしれず、中国型の発展には、個人データが集約されることに伴う課題もあると考えられるが、一方で、「個人の善い行いが良い結果（高い信用評価）につながる」という意識の好循環や、取引履歴に基づく融資のような金融浸透の効果、キャッシュレス化による現金保有コスト削減などの効果が生じていることを無視してはならない。金融を含むサービス業の効率性向上は、多くの国や地域で課題として認識されているが、中国の現状はその解決のひとつの手法であると考えられることもできる。



3. 日本の FinTech

日本における FinTech は、どんな形で発展していくのであろうか。中国でもそうであるように、社会全体が感じる不便があり、それを解決する手段が提供されれば、その手段が広く発展していくことになる。では、日本の金融で解決すべき不便とはなんであらうか。日本においては個人の銀行口座保有率が高く、銀行の ATM、支店の数も多いため、現金や銀行サービスの利便性が高い。したがって、キャッシュレス化を進めるといっただけでは、利用者の大きな支持を得られない可能性がある。

現在、日本で金融機関が取り組む Tech の利用は、まず既存の事務作業の効率化に焦点を当てているように見える。人口が減少期を迎えた日本にあっては、顧客や従業員の減少を見据えた金融機関自身の課題解決として、これはあるべきひとつの方向性であろう。ここで注目すべき視点として、こうした改革は、単純な Tech の導入ではなく、事務作業工程そのものや、場合によっては事業戦略そのものを見直すものでなければ大きな効果は得られないことが挙げられる。また、こうした「改革」は、往々にして顧客本位の発想でなければ広がりを持続性はない。店舗改革に積極的な銀行の実例を見ると、顧客の待ち時間を減らす、顧客の記入の手間をなくすなど顧客目線の取り組みが徹底されており、その中で大幅なコストカットが実現されているようである。FinTech 発祥の地ともいえる米国で大手金融機関に話を聞くと、Tech 会社が最優先に掲げる「User Experience (UX: ユーザー体験)」をこれまで自分たちは十分に考えてこなかったという反省の弁が多く聞かれることは興味深い。金融業は、さまざまな規制に縛られ、また、過去のシステム投資などが手かせとなって、顧客の不便が生じることもある。これを、どうやって顧客本位に見直していくかということが問われている。

顧客に対する新しいサービスを考えるにあたって、不便を特定し、その解決を提供するという発想は役に立つ。すぐに目につく課題として、個人でも企業でも、財務情報などのデータ化が進んでおらず、特に小規模事業者においては人手が不足する中で財務経理の専門人材を確保することは難しい。これは、最近の情報技術が大きな効果を期待できる分野であり、画像認識（領収書などの読み込み）、AI（自動仕訳）、クラウド（低コストなデータ管理）などの技術を利用したデジタル家計簿、クラウド会計サービスはすでに日本でも広がりを見せ始めている。自動化で人手を節約できるだけでなく、データ化することによって、個人や企業経営者は、自身の財務状況を認識した行動をとり、戦略を構築することができる。また、企業であれば銀行との意思疎通が楽になることは間違いない。さらに、記録の蓄積をもとに、トランザクション・レンディング（取引履歴に基づく融資）のような新しいサービスを受けることができるようになる可能性がある。

このほかにも、海外顧客向けのカード決済導入を廉価にする技術、センサーと組み合わせて保険料を引き下げる技術など、FinTech にはいろいろな種類があり、いずれも顧客目線の課題解決という観点から、見るべきものがある。

4. FinTech が描く未来

今後、FinTech により、人々の生活が便利になり、企業活動が効率化する展開を考えるためには、何が課題となるだろうか。ひとつは、Fin と Tech の哲学の違いをどう埋めるかということである。Tech では、顧客の利便性を第一に考える一方、金融機関のような厳しい規制にさらされてこなかった。また、あらかじめ大きなシステム開発の全体像を考えるウォーターフォール型ではなく、小さく開発して小刻みに修正を繰り返すアジャイル型の開発を志向したり、デー



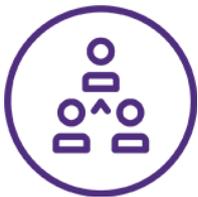
タや基礎技術を開放して他社との連携を図るなど、金融機関の伝統的な考え方とは異なる点が多い。FinTechの効果を最大限に引き出すためには、FinとTechのどちらかの理屈に統一してしまわないほうがよいだろう。特に、資本の大きい金融機関がベンチャー企業を支配するようになれば、革新性が失われるリスクもあると考えられる。

また、Techの利用を拡大するためには、サイバー・セキュリティが重要であることは言を俟（ま）たない。更には、顧客の利便性を高めるという観点で、どのように顧客自身をデジタル誘導していくかも考えていく必要がある。中国の事例でも見たように、金融だけにこだわるのでは広がりは不十分である可能性が高く、金融機関から見れば異業種連携は不可欠であろう。

そのうえで、やはり注目すべきはデータの蓄積、利用である。日本がいくらプライバシー重視の意識が高いとはいっても、デジタル化が進行する社会においては、個人や企業のデータはどんどん蓄積されていく。問題は、FinTechであれ何であれ、そのデータが本来の保有者—データの主体である個人や企業の利益につながっているかということではないだろうか。FinTechへの注目が高まる中で、日本におけるデータの利用をあらためて考える必要があると思う。

いずれにせよ、今後、FinTechは特別扱いされるのではなく、一般的な金融サービスとして人々の生活に浸透していくと考えられる。日本における既存の金融サービスや、社会慣行、商慣習などとのバランスをとりながらも、海外における発展にも目を配りつつ今後の展開をしっかりと見ていきたい。

以 上





執筆者紹介

河合 祐子(かわい ゆうこ)
日本銀行決済機構局 審議役・FinTech センター長

<学歴・職歴>

京都大学法学部、ペンシルバニア大学ウォートン校(MBA)卒。
外資系銀行(ケミカル銀行グループ<現 JP モルガン>)、金融シンクタンク(リサーチアンドプライシングテクノロジー株式会社)を経て、2003年日本銀行入行。金融市場局(金融市場調査・外国為替平衡操作)、金融機構局(金融機関考査)、香港事務所長、高知支店長などを経て、2017年3月より決済機構局 FinTech センター長。

<主要著作>

クレジット・デリバティブのすべて(財経詳報社)、クレジット・デリバティブ入門(日本経済新聞社)など。