

Fintech 研究会 第 1 回発言メモ

1. 日時:平成 27 年 10 月 6 日(火) 15 時 00 分~17 時 00 分

2. 場所:経済産業省本館 17 階第 1 特別会議室

3. 議題:

- ① 日本の Fintech を取り巻く環境・課題
- ② 今後有望な分野・主要プレーヤ
- ③ 海外 Fintech 動向で抑えるべきポイント
- ④ Fintech 発展のため、官民で議論すべき点

4. 主な発言内容

○今回の研究会の趣旨は、現在活発に議論されている FinTech が産業構造にどのような影響をあたえるか、FinTech が新産業となりうるか、リスクや脅威はなにか、ということについて議論したい。参加者は固定せず、テーマも柔軟に設定したい。

○FinTech をとりまくマクロ環境：米国に限らずグローバルに投資が拡大中。直近だけ流行しているのではなく、2000 年前後から長期にわたり、活性化している領域である。

歴史について述べると、資産管理については、PFM が活発であり、より個人にカスタマイズされたサービスを提供する方向である。

投融資については、規制緩和を背景に、クラウドファンディング、特に株式型が伸びており、日本でも登場している。

決済については、モバイル化が潮流である。

銀行間システムについては、ブロックチェーンを利用したシステムが構想されており、SWIFT 等既存システムに影響を与える可能性がある。

会計分野では、クラウドでの会計ソフトが主流となっている。

いずれも、テクノロジーの発展、リーマンショック、規制緩和等の環境変化が背景にある。

具体的な事例では、資産運用では Wellsfront が挙げられる。従来よりネット証券は存在したが、一部のリテラシーが高い層のみに受け入れられ、裾野が広がっていなかった。今後は、当社のように資産運用アドバイスにより、ハードルが下がり、リテラシーが低い層に広がる可能性がある。

投融資分野では Angellist が挙げられる。米国では JOBS 法の制定により、スタートアップ向け資金調達に活発になっている。日本でも、これに習い金商法が改正されたが、プロも投資額上限が 50 万円と小額であり、改善余地が大きい。

決済分野では、Amazon 等店舗側からの当分野への参入により、イシューやアクワイアラの力が弱まる可能性がある。

今後、日本が FinTech の潮流を無視し続けた場合に起きうる事は、グローバル性が高い分野ほど強い影響を受けるということ。

資産運用では、消費者にとっての入り口である投資助言を外資におさえられる可能性がある。

資金調達では、規制緩和で先行する外資が主流となる可能性がある。

決済では、大量のモバイルユーザを有する Apple が搾取することが考えられる。

○これまでも金融業において IT は重要な要素であったが、近年 FinTech として取り上げられる領域ではいかに一般ユーザに利便性を届けられるか、の競争をしている。この背景は 3 つ。

1 つ目は、データの API 化や各種ライブラリの充実により、サービスを試作するコストが低下したこと。

2 つ目は、スマートフォンの浸透により、サービスを普及させることが容易になったこと。

3 つ目は、消費者がサービスの中立性や効率性を求める志向が強くなるというメンタリティの変化。金融業は、インフラを用いて確実な金融取引を提供することと情報産業として分析等を行うことの 2 つで構成されている。後者では、従来金融インフラに求められた可用性等の条件を緩めることで、新たなサービスが誕生している。例えば決済では、大口決済は引き続き従来インフラに依存するが小口決済はアンバンドル化され、情報処理に長けたプレーヤにより特定層にサービスが届けられて

いる。

日本においては、近年一定の資金調達を遂げたプレーヤーは、情報産業に偏っており、従来の領域では数が少ない。このことから、日本の FinTech は未だ黎明期であることがわかる。

今後重要となるトレンドとしては、キャッシュレス化が挙げられる。これまで消費者は店舗・ATM の近さを銀行の選択基準としていたが、キャッシュレス化するとこの要因は重要性が減る。したがって、銀行にとってはマーケティングや顧客リテンションのあり方を大きく変化させる必要が生じる可能性がある。

○FinTech への投資が拡大している背景には、金融機関の実需が背景にある。具体的には、リーマンショックにより消費者の金融機関への期待が変化したこと、近年投資余力が増加していること、成長へのプレッシャーが強まっていること、の3点である。

FinTech 活性化には、リスクマネーの供給という論点もあるが、重要なのは金融機関がどう活用するか、である。その際の方向性としては3つある。

1 つ目は、アンバンドル化により金融機関のサービスの一部が代替されている方向である。ここでは業法の存在とニーズの大きさが論点となる。

2 つ目は、PFM やブロックチェーンなど親和性の高い新領域でのサービス開発である。

3 つ目は、セキュリティや情報活用などインフラ面を充実させる方向である。

○各社から現在の取り組み、直面している課題（例えば、資金、人材、顧客の動向）について意見をいただきたい。

○当社は個人事業主や中小企業向けにクラウド会計ソフトを提供している。当社製品では、テキスト解析により、会計経理業務を自動化することができる。

直面している課題は、当社サービスを利用する前提ではオンラインバンキングが中小企業では未だ十分に浸透していないこと。法人での利用率は 20%程度である。社会にとっても、大きなコストとなっているのではないかと。

今後、企業間取引についてもデータが電子化され、自動化可能な領域が増えることを展望している。これにより、会計経理業務のみならず、資金調達などにも活用することが可能である。たとえば、財務データが連携可能な形で電子化された場合、銀行に直接データ送信することで銀行の与信判断やモニタリングや効率化されることが考えられる。

○当社では、今年7月にインキュベーションPT を立ち上げた。従来リテール向け決済分野で FinTech に取り組んでいたが、法人向けサービスも視野に入れるべきとの考えにより設立した。

当社から見た FinTech への関わり方は2つ。

第1は FinTech 企業と提携することにより、当社のサービスやインフラを強化する方向。

第2はスタートアップへの資金支援である。

その観点では、freee のような企業と提携する余地はある。

○当社はEC事業者に対して決済代行サービスを提供している。

直近では、日次売上高を基に融資するサービスを開始した。当社が有するデータは銀行が有するデータとは種類が異なっているが、今後データを連携させることにより、リアルタイム化・精緻化の程度を高められるのではないかと考えている。

○当社は家計簿アプリを提供している。これまでは個人の家計簿としての利用が主だったが、最近では夫婦や家族としての利用が拡大している。

課題としては、消費者の不信感をどのように払拭するか、という点。サービスへの理解を得ることに苦勞しており、ユーザコミュニケーションのあり方をもっと工夫する必要があると感じている。

また、給付金に関する情報の扱いなど、法的整備についても進展が望まれる。パーソナルデータの持ち方について、広く合意形成されることを期待している。

○現にパーソナルデータをマーケティングに活用しているクレディセゾンはどのような意見か。

○当社は加盟店への送客を促進するべく、取引データを当社で分析し加盟店向けマーケティングを行う CLO を提供している。

しかし、理想としては個社単位ではなくもっと広くデータが活用できることが望ましい。消費活性化にも貢献する。技術的環境はあるが、どこまでデータを活用できるかに迷いがあり、思い切ったことができていない。CLO はよく取り上げられるが、限定的な取り組みとの認識。

○当社の FinTech への関わり方は、①技術を提供する競合先、②アライアンスパートナー、③当社のビッグデータや認証技術の供給先、④自社でサービスを提供、⑤CVC の 5 つの形がある。

FinTech により提供される安く、早く、信頼できるサービスは、いずれ消費者に広く受け入れられることは必定ではある。しかし現時点では、既存金融機関が FinTech をとりこみ信頼感を醸成することが最初に求められると考えている。長期的には、IT ベンダーの事業構造にインパクトを与えるものとして大いに注視している。

○コンサルティング各社の中立的な立場からはどのように考えるか。

○各社と共通して当社も、どこまでデータを共有するのかが重要な点であると認識している。共有する範囲が広いほうがよいのではないか。例えば、シンガポールではスマートネイション構想を推進しており、国家単位でデータの収集・活用を図っている。

○当社は証券会社向け APS を提供するほか、電子マネーを手がけた実績もあり、FinTech プレーヤとしての側面も有している。

しかし、リーマンショック後は規制緩和に体力を取られてしまっており、攻めに転じたいとの思いを持っている。

また、当社は 401K や NISA のシステムを手がけているが、401K では定期預金で運用する人が多いなど、活用の余地が大きい。制度だけ作っても使われないので、いかに利用してもらうかの働きかけが重要と考えている。

○データを共有している具体的な例はどのようなものか。また、攻めの投資とは具体的にどのような分野か。

○金融機関は従来の枠を越えて、他社や他業態との提携など、外に出ようとする動きが見られる。一方で消費を想起されるデータは、小売業であれば購買データ、運輸業であれば移動のデータ、のように各業態に散在している。これらをつなげることで、新しいサービスが生まれる可能性があるが、各事業者にはハードルが高い。そこで、名寄せをはじめとするデータ統合に強みがある金融機関が介在することでデータ連携がスムーズになることが考えられる。

○ブロックチェーンによりシステムの保守・管理コストを下げられる可能性がある。また、AI はコンプライアンス分野で活用できる可能性がある。このように、新技術を金融機関のバックオフィス効率化に適用していることを展望している。

○データを共有しやすい仕組みを作ることも大事である。海外の FinTech 企業では、データを API で連携されることは当然のこととして受け入れられているが、日本ではそのような意識はまだ浸透していない。銀行も API によるデータ連携により多様なサービス開発が可能ではないか。

○イギリスでは大蔵省や FCA が中心となり、銀行が有するデータの API についてガイドラインが制定されているなど、他社との連携に努めている。

○日本では公共分野においてもデータ連携は十分とはいえない状況だが、銀行にとってどのようにメリットを訴求するか。

○クレディアグリコルは、アプリストアを開設し、自行では対応できない多言語対応等ニッチなニーズにデベロッパーと共同して応えている。

このように、多様な参加者を取り込むことにより、銀行のプラットフォームバリューを高めることは銀行にとって意義深いのではないか。

○データ参照のみならず、例えばアプリが決済をトリガーする機能をもてば、決済量の増加などによるメリットも享受できる。

○API でのデータ連携以前に、金融機関と FinTech 企業ではプライシングが折り合わないのではないか。すなわち、金融機関は各種のサービスを統合することによりビジネスを作るという収益モデルが確立されている状況であり、領域に特化したサービスへの捕らえ方が両者でことなるのではないか。

○海外ではどのような状況か。

○邦銀に特徴的なことは、本格的にインターネットが登場する以前の 1990 年代に IT 投資を積極的に行ったがその後の金融危機等により 2000 年代の投資が他国に比べ抑制されたことである。そのため、システムが現代のベンチャー企業との連携に即した形になっていないため、協業の障害となっているのではないか。

一方、海外では、フロント機能は銀行、バックはベンチャー、という住み分けにより WinWin の関係が構築できているケースが見られる。

○海外と比較した日本の国民性の観点からはどうか。

○日本ではインターネットバンキングの利用意向が低く、深いデジタルデバインドが存在することが特徴的である。資産を多く保有する高齢者には、インターネットバンキングの親和性が低いが、一方でそのような高齢者が顧客の多くを占めている。邦銀は、メジャーの顧客に照準を合わせようとするため積極的な投資ができないのではないか。

○銀行の意見はどうか。

○銀行の選択基準が変わりつつあり、API 化の流れに遅れてはならないとの認識である。プラットフォーム価値の向上は重要であり、様々な言語やシチュエーションに対応できることが望ましい。

○問 2 に移りたい。これから伸びる分野や主要プレーヤーはどのように考えるか。

○アナロジーとしてインターネットが普及した経緯を振り返ると、回線敷設率のような議論とは別に、有力コンテンツが利用者拡大を促進した面がある。FinTech についても、ゲーミフィケーションを活用して利用者を拡大させることで、中心部分以外の要因で浸透していくことが考えられるのではないか。

○データ連携の議論があったが、連携することでどのように事業化できるかを事前に予測することは困難であるため、事業性を吟味して承認されたものを実施する、というやり方はなじまない。まずトライする環境を整備することが重要である。そのような考えにより当社は Crew という会社に投資し、大企業とベンチャーのマッチングを促進している。

今起きている FinTech の流れは、サービスの民主化、金融のコモディティ化であるため、LINE や Amazon など、ユーザを獲得したものが勝つという傾向がある。このような流れは、地方活性化にも活用できるのではないかと考えている。例えば、クラウドファンディングにより従来資金調達が出来なかった事業者が新たな事業を拡大する、等が考えられる。

○米国地銀が UI にこだわるのは、預金超過となっている日本と異なり、預金獲得によるメリットがあるから。

当社は、技術主導というより、スマホの切り口でサービスを向上させたことで成長した。

試行のリスクや失敗のコストを下げるのが社会全体にとって重要ではないか。シードレベルであれば、現在ではファンディングを受けられないということはない。大企業の人々が新しいモデルを作るという例がないことは課題のひとつである。

○Uber や airBnB など、有力ベンチャーが規制を変えているのが海外。そのレベルの資金調達は日本では見られず、ファンディング環境に問題がないわけではない。

○日本ではベンチャーと金融機関がお互いの領域を侵食しないような状態にあり、心地よい状態になっているのではないか。それはそれでよいかもしれないが、海外の Disrupter が日本を変えてしまうという可能性もある。

○当社は累計 50 億円調達したが、最近では日本の投資家には規模が大きすぎるため海外投資家から調達している。しかし、日本は対象外、とする投資家もあり、決してファンディングが容易なわけではない。一方で、上場すると自社の投資の自由度が下がるので有力な選択視ではない。

Uber や airBnB はある種の決済アプリともみなせる。日本では法人用銀行口座はネットで開設できないなど、UI・UX に対する改善余地が大きい。

○Uber などはシードアクセラレータの存在が大きい。米国では Disney や Nike がベンチャー育成を手がけており、大企業も交えたエコシステムが出来上がっている。

日本の大企業も、ファンド投資ではなく、直接投資する強い姿勢が求められる。

○日本でもベンチャー育成が必要というのはそのとおり。
同時に、日本のスタートアップが海外に出ていく仕掛けも必要である。香港でイベントを行えば、世界中からベンチャーが集まるが、日本から来る会社はほとんどない。

○イギリスでは個人情報に関するルール面の整備が進み、消費者が「自らのデータは自らコントロールできている」という実感の下、各種サービスを利用している。日本でも、同じように整備が進めばベンチャーの参入がより活性化するであろう。

以上