

リテール決済ビジネスの現状と展望



KPMG ジャパン フィンテック推進支援室 副室長

有限責任 あずさ監査法人 金融事業部 金融アドバイザリー部 シニアマネジャー 保木 健次

～要旨～

情報通信技術(IT)の進展に伴ってリテール決済ビジネスを巡る環境が劇的に変化している。一つは、リテール決済サービスの利用者である顧客側における変化であり、もう一つはリテール決済サービスを提供する側に起きている構造的な転換である。それらに加えて、ITの進展の中で生まれた仮想通貨は、リテール決済ビジネスの基盤そのものを全く違う次元に移行させようとしている。

こうした環境の変化に対して、リテール決済ビジネスに関わる金融規制も大きく変貌している。2016年及び2017年の2年連続での銀行法をはじめとする金融関連法制の改正により、仮想通貨交換業者や電子決済等代行業者が新たに金融規制の対象範囲に含まれるとともに、銀行が金融関連IT企業を子会社化できるよう出資規制が緩和されたりオープン・イノベーションを促進するオープンAPIの導入に係る制度整備が図られたりするなど、従来の銀行業の枠を超えたビジネスモデルの構築が可能となった。さらに、2017年11月に立ち上げられた金融審議会金融制度スタディ・グループでは、機能別・横断的な法体系への移行や「金銭」の概念の整理を含む金融規制の抜本的な改革に向けた議論が進められている。

これまでリテール決済ビジネスの中心に位置していた銀行は、こうした環境の変化と自身の競争力を踏まえてビジネスモデルを再定義するとともに、自らのビジネスモデルにおけるリテール決済ビジネスの位置づけについて再考する必要性に迫られている。

本稿では、リテール決済ビジネスを巡る環境変化について解説するとともに、ITの進展を踏まえた2016年成立の銀行法や資金決済法の改正、2017年成立の銀行法の改正及び現在進められている金融制度スタディ・グループにおける議論等を踏まえながら、銀行をはじめとする金融機関がとるべき対応について考察する。

なお、本文中の意見に関する部分については、筆者の私見であることをあらかじめお断りしておく。

1 大きく変貌するリテール決済ビジネス

ITの進展がリテール決済サービスの高度化を促進している。

リテール決済ビジネスを展開する上で留意す

べき点は、IT技術を活用した新たなリテール決済サービスが高度化を促しているのではなく、サービス利用者である顧客側が変化し、変化した顧客ニーズに応える利便性の高いリテール決

決済サービスの登場が高度化をもたらしたということである。リテール決済サービスの主たる提供者である銀行は、こうした取り巻く環境の変化の本質について理解しておくことが求められる。

顧客側の変化とは、企業と顧客の情報の非対称性の低下による顧客への主導権のシフトと、顧客ニーズの多様化である。

あらゆる情報がデジタル化されていく IT の進展を通じてリテール顧客は、大量かつ多様な情報源を得るとともに、自らが関心を持つ情報に絞ってアクセスできるようになり、ニーズは多様化するようになった。その結果、固有のニーズを満たす商品・サービスでなければ購入に至らない消費者へと変貌した。

こうした顧客側の変化があって、多様な顧客ニーズに応えるために IT 技術を活用した新たなリテール決済サービスが開発され、リテール決済サービスの高度化が進んだ。

リテール決済ビジネスを展開する上では、この前提のもとに、顧客ニーズを満たすことを基点とするビジネスモデルへの転換が求められる。

また、このような顧客側の変化は、リテール決済サービスの位置づけも変えている。すでに、一部の金融機関ではない商品・サービスの提供者は、顧客ニーズを満たすことが何よりも求められ、ニーズを把握するための顧客データの多寡が企業の競争力を左右する環境変化の中で、

リテール決済ビジネスが持つ既存の商品・サービスの付加価値を高める特性と有用な顧客データを生み出す潜在性に着目し、同ビジネスへの参入意欲を高めている。

このことは、図表 1 の KPMG が公表している世界で有望なフィンテック企業 100 社のセクター内訳を見ても、「決済」が常に上位に位置していることから分かる。

こうした顧客側の変化とビジネスにおけるリテール決済サービスの位置づけの変化という背景を踏まえながら、このセクションではリテール決済ビジネスの分野で起きている変化について、そして、次のセクションではビジネスへの影響が大きい法規制の動向について考察する。

(1) ノンバンク・プレーヤーのリテール決済ビジネスへの参入とその背景

単体では収益性が高いとは言えないリテール決済ビジネスも、顧客側の変化とそれに伴うリテール決済サービスの位置づけの変化に伴って銀行以外のリテール顧客を相手にする企業にとっては魅力あるビジネスになっている。

そして、銀行ではないノンバンク・プレーヤーが顧客利便性の高いリテール決済サービスの提供者として台頭するに伴い、同サービスが専ら「銀行」によって提供されていた時代は終焉しつつある。

まず、これまで銀行にとってリテール決済サー

図表 1 世界のフィンテック企業 100 社のセクター内訳

セクター別フィンテック100					
2015年		2016年		2017年	
決済	25社	融資	32社	融資	32社
融資	22社	決済	18社	決済	21社
資産運用	14社	保険	12社	市場	15社
保険	7社	レグテック	9社	保険	12社
		データ分析	7社	富裕層資産管理	7社

KPMG「フィンテック100 最も成功しているグローバルなフィンテックイノベーター2015年版レポート及び同2016年版レポート」

ビスは、経済活動全体の効率に影響を与える「資金決済」の主要な手段である「為替取引」を、公共性のある業務として提供してきた経緯がある。

これは、図表2が示しているように、商品やサービスを売買する経済活動において、対価の支払いを担う「資金決済」は、対象となる商品やサービスに関わらずあらゆる経済取引に付随する極めて重要な役割を果たしていることに起因する。

たとえば、商品やサービスの提供者と異なり、ひとたび決済サービスの提供者が破綻した場合、資金決済の不履行の連鎖を通じてあらゆる経済取引が決済できなくなり経済全体がマヒすることになる。

他方で、「為替取引」を担う資金決済システムは、効率性を維持・向上させるためのシステム投資が嵩む一方、当該システムを通じた決済サービスは、標準化され差別化が難しく、決済サービスの提供者にとっては、収益性の低いビジネスとなっていた。

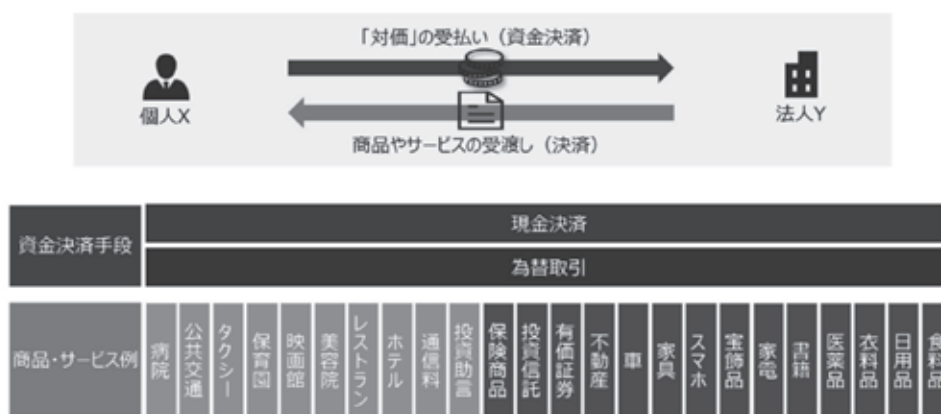
このため、銀行にとってリテール決済サービスは、低収益ビジネスながら、公共的使命の下に提供するという位置づけとなっていた。

これに対して、ノンバンク・プレーヤーが必ずしも収益性が高くないリテール決済サービスの提供に積極的に取り組んでいる背景としては、リテール顧客に商品やサービスを販売する上で必ず付随する資金決済までをもまとめて提供することで顧客利便性を高めつつ顧客の囲い込みを図る目的や、資金決済を含むリテール顧客の経済活動全般の利便性を高める新たな商品・サービスを開発・提供する目的などがある。

前者の顧客の囲い込みを図る例としては、自社店舗で使えるプリペイドカードを発行し、プリペイドカードによる支払いであれば割引が受けられるなど特典を用意することで、リテール決済サービスを活用して顧客の囲い込みを図る手法などが挙げられる。

これを大がかりにしたものが、大量の商品・サービスを提供するeコマースサイトなどの商流プラットフォームが提供する支払手段となる。

図表2 売買取引に必要な二つの決済と資金決済手段の特性



銀行法（抜粋）

第1条 この法律は、銀行の業務の公共性にかんがみ、信用を維持し、預金者等の保護を確保するとともに金融の円滑を図るため、銀行の業務の健全かつ適切な運営を期し、もって国民経済の健全な発展に資することを目的とする。

第2条 この法律において「銀行」とは、第四条第一項の内閣総理大臣の免許を受けて銀行業を営む者をいう。

2 この法律において「銀行業」とは、次に掲げる行為のいずれかを行う営業をいう。

- (1) 預金又は定期積金の受入れと資金の貸付け又は手形の割引とを併せ行うこと。
- (2) 為替取引を行うこと。

この場合、サイトを一つの店舗とみなして、そこで買い物すれば特典があるということでリテール顧客を誘導・囲い込む形となる。

後者の新たな商品・サービスを開発・提供する例としては、銀行だけでなくカード会社や証券会社等を含めた複数の金融機関の口座と支出に係る情報をまとめて管理する家計簿アプリなどが挙げられる。

いずれの例であっても、リテール決済サービスは、顧客を囲い込んだり、新たな商品やサービスを生み出したりするためのサービスとして提供するという位置づけとなっている。

つまり、これまで銀行が見ていたリテール決済ビジネスと、ノンバンク・プレーヤーが見ているリテール決済ビジネスは、同じビジネスでありながら、全く異なる発想に基づいてそれぞれのビジネスモデルに組み込まれている。

銀行は、こうした顧客側の変化とノンバンク・プレーヤーの台頭を踏まえて、リテール決済ビジネスの戦略上の位置づけを再考する必要がある。しかしながら、これは、これまでと同様にリテール決済サービスを提供しながらも、リテール決済ビジネスに見出す意義や発想を根本的に変えるという難しい課題に直面していることを意味する。

また、リテール決済ビジネスという金融ビジネスの展開を考える上では、金融規制の動向にも十分留意する必要がある。

金融規制の動向については次のセクションで詳述するが、リテール決済ビジネスを巡る法規制に関して重要な論点と考えられるのは、銀行に課せられている業務範囲に係る規制と、ノンバンク・プレーヤー間及びノンバンク・プレーヤーと銀行との間の規制水準の差である。

前者は、顧客ニーズを捉えたビジネスモデルが金融ビジネスと非金融ビジネス、あるいは異

なる金融ビジネス同士の融合となっていく流れの中で、ノンバンク・プレーヤーが銀行類似業務を手掛けることが可能であるのに対して、銀行が非銀行業務に進出することに対して銀行法上大きな制約があるという論点である。

後者は、ノンバンク・プレーヤーがリテール決済サービスを提供する手段として資金決済法上の前払式支払手段の発行者となる方法や資金移動業者となる方法など複数の手段があり、顧客保護に係る制度が異なるなど規制水準に差がみられるほか、こうした銀行業務をアンバンドリング（分化）したビジネスを手掛ける業者と銀行との規制水準の差が適切なものであるかという論点である。

また、適切な規制水準という観点では、ノンバンク・プレーヤーが有するリテール決済サービスの利便性を積極的に改善するインセンティブを活用しながら、イノベーションの促進を重視する、つまり規制水準を低めに設定する方向と、社会・経済的に重要な決済サービスの安定的な提供を重視する、つまり規制水準を高め設定する方向のいずれを志向するのかという論点もある。

(2) 顧客のインターフェイスとしてのリテール決済ビジネス

リテール決済ビジネスが有用な顧客データをもたらすという観点でみると、ビジネス規模によるものの、前述のノンバンク・プレーヤーが取り組むリテール決済ビジネスのうち、リテール顧客と金融機関の間に入りあらゆる経済取引のインターフェイスとなる家計簿アプリなどの台頭は、自社商品・サービスと結び付けた顧客囲い込みを行うノンバンク・プレーヤーよりも銀行に与える影響は大きいと考える。

具体的には、銀行から奪う顧客とのインター

フェイスの範囲において大きな違いがあることが挙げられる。

一見すると、自社商品と結び付けるビジネスの方がインターフェイスだけでなく銀行業務も奪われるため銀行にとって影響が大きいように感じられるが、顧客の視点で見ると、実際に銀行が奪われるのは顧客の経済取引のうち、当該ノンバンク・プレーヤーが提供する商品・サービスに係るリテール決済ビジネスの範囲に限られる。

これに対して、図表3が示しているように家計簿アプリの場合は、銀行が顧客のすべての経済取引に係るリテール決済サービスのインターフェイスを奪われる可能性があり、範囲の点で大きく異なる。

このため、顧客はアプリ経由で銀行「機能」にアクセスするだけとなり、「機能」のみで顧客が利用する銀行を選択する結果、銀行は厳しい手数料競争にさらされることになると見込まれるほか、リテール決済サービス以外の金融商品・サービスの提供が難しくなるという状況が生ま

れることになる。

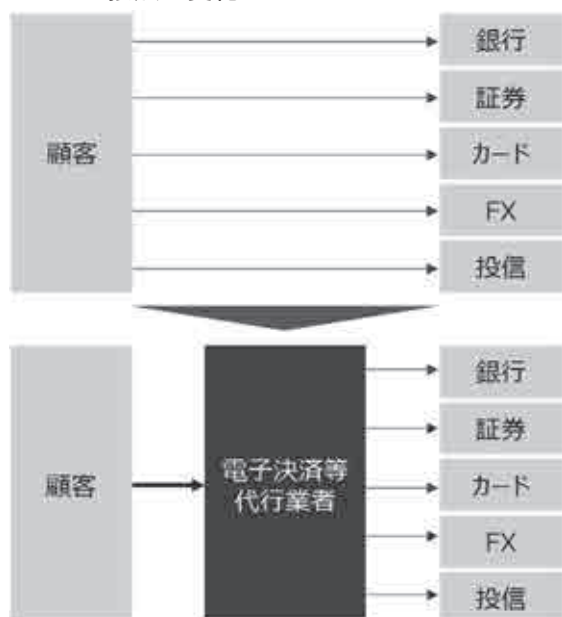
また、顧客ニーズを基点とした商品・サービスの開発アプローチとして、家計簿アプリのようにこれまで複数のプロセスに分かれていた顧客側の作業を一つにまとめて顧客の利便性を高める方法が使われることも多い。この結果、リテール顧客とのインターフェイスは個々の商品・サービス提供者から限定された少数に集約されることになる。したがって、今後、この数少ないインターフェイスを異業種間で奪い合うという競争が激しくなると考える。

なお、顧客データをもとに顧客ニーズを的確に捉えた金融サービスを提供する例としてトランザクション・レンディングが挙げられる。これは、eコマースサイトの出店企業がサイトの運営者から短期の運転資金などの融資を受けるサービスであり、当該出店企業の日々の売上げや顧客評価などの精緻な「データ」を持つ運営者は、データに基づいて当該出店企業の返済能力を判断し、数秒や数分など極めて短い期間に「無担保」融資の可否を判断するほか、データから資金需要を推測し、運営者側から融資のセールスを行うことも可能となっている。

従来の銀行は、データを入手するために様々な書類を徴求し、人手による長い期間の審査を経て、なおかつ担保を求めるといった条件付きで融資を承諾し、企業はようやく資金を調達できた。銀行は資金需要を把握するために足しげく企業に通うことも少なくなかった。

いずれにせよ、このように顧客データを持つ者は、顧客ニーズを的確に把握し、そのニーズに即した商品やサービスを提供することが可能となることから、リテール決済ビジネスに限った話ではないが、いかに幅広い顧客データを入手するかということは今後企業の競争力を高める上で非常に重要な要素となる。この面であら

図表3 電子決済等代行業者の台頭による顧客接点の変化



ゆる商品・サービスの売買に付随する資金決済というのは、有用な顧客データを入手する手段として非常に優れた可能性を有しており、そのことがリテール決済ビジネスの分野に参入を図っている企業が多い背景の一つとなっている。

重要なことは、顧客ニーズを基点とした商品・サービスを開発する上でも、幅広い顧客データを入手する上でも、自社商品・サービスが属する領域の外側との連携、いわゆるオープン・イノベーションが重要になるということである。

たとえば、ある商品やサービスの購入プロセス全体をまとめて利便性を高める場合、資金決済は購入プロセスの一部でしかないが、顧客が行う経済取引を幅広くカバーするためには他の領域の商品・サービスまで提供する必要がある。幅広い商品・サービスのすべてを自社リソースで賄うことは不可能であり、それぞれの領域でビジネスを展開している企業と連携していく必要がある。また、顧客データについても自社商品・サービス以外の購買履歴といったデータを活用することで初めて詳細な顧客ニーズというのが分析可能になる。ここでもまた異業種との連携が重要なビジネス上の選択肢となり得る。

こうした顧客ニーズの変化に応じたビジネス

モデルの転換が重要であることは、リテール決済ビジネスにおいても変わらない。

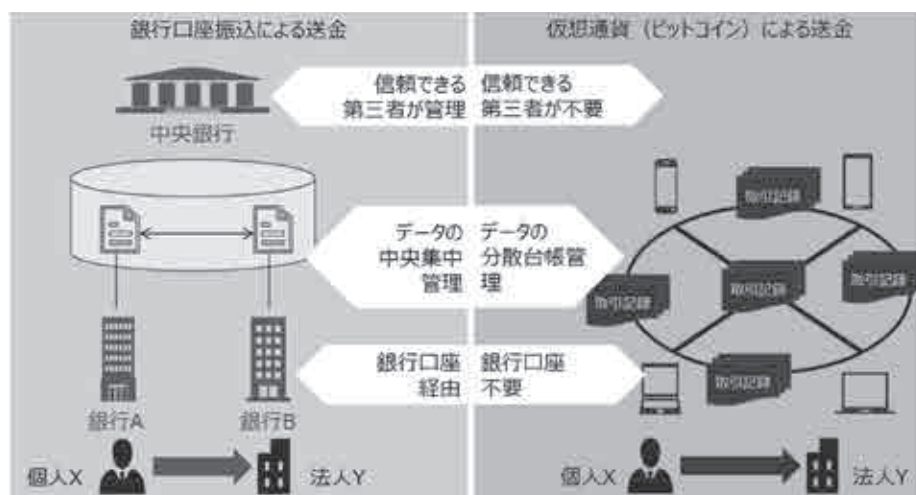
(3) 仮想通貨の台頭がリテール決済ビジネスに与える破壊的な影響

リテール決済のビジネス環境を考察する上で、これまでの秩序を大きく破壊する可能性を持つ仮想通貨の台頭を避けて通ることはできない。仮想通貨が日常的な資金決済に使われるようになると、これまでの資金決済システムを全く経由しない新たな経済圏が誕生することになり、従来のリテール決済ビジネスも大きな転換点を迎えることになる。

リテール決済ビジネスの観点における仮想通貨と現行の資金決済システムを通じた資金決済の大きな違いは、よく言われる信頼できる第三者が不要であることでもなく、データを一か所に集めて管理する必要がない分散型台帳による管理でもなく、図表4が示すように、「為替取引」における「銀行」のような仲介業者を必要としないことにある。言い換えれば、仮想通貨にはリテール決済サービスの提供主体をこれまでと根本的に変えてしまう破壊力があると言える。

たとえば、顧客がある商品・サービスを購入し、

図表4 銀行振込と仮想通貨による送金の違い



対価を仮想通貨で支払う場合、顧客は商品・サービス提供者のウォレットに銀行といった機関を経由することなく送金することが可能となる。

したがって、仮想通貨が日常的な資金決済手段として定着すると、仮想通貨に対応したリテール決済サービスを提供しない限り、銀行は顧客とのインターフェイス及びリテール決済ビジネスを大きく奪われてしまうことになる。

おそらく、すべての資金決済を実際に当事者同士で行うことは不便であるため、たとえば、資金決済に使う仮想通貨を預かるサービスと顧客指示に基づいて資金決済を行うリテール決済サービスをまとめたサービスが銀行に代わる機能として対応するかもしれない。しかしながら、インターネットにつながってさえいれば本来当事者同士でやり取りできる性質のものであるため、現行の「為替取引」のように規制で銀行に集中させることはできなくなっていることに留意が必要である。

なお、資金決済手段としての仮想通貨の普及については、前述のノンバンク・プレーヤーによるリテール決済ビジネスの展開や電子決済代行業の台頭と比べるとまだ初期段階と言える。現状の仮想通貨に係る売買は、仮想通貨を資金

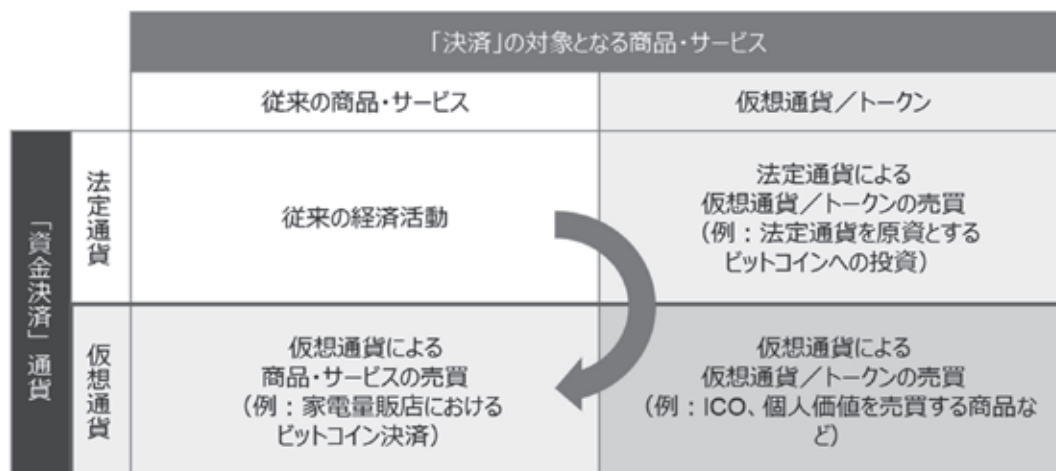
決済手段としてではなく、商品・サービスに相当するものとしての取引が大半であり、後述のICO（イニシャル・コイン・オファリング）が仮想通貨を資金決済手段とする大型商品としてようやく黎明期を迎えた段階と考える。

図表5で示しているように、仮想通貨は商品・サービスとして取引されるケースと資金決済手段として利用されるケースがある。また、電子的に財産的価値を移転させるトークンは従来と異なる新たな商品・サービスを提供する場合もある。

これらを前提に、資金決済に仮想通貨を利用する仮想通貨経済圏の発展は、仮想通貨を商品・サービスの一つとして法定通貨による資金決済を行う仮想通貨への投資の段階から、仮想通貨を資金決済手段として従来と異なる新しい仮想通貨・トークンを売買するICOのような段階、そしてこれまで法定通貨で資金決済していた商品・サービスも仮想通貨で資金決済するようになる段階といくつかの順序を経ていくと考える。

リテール決済ビジネスの観点から、この仮想通貨の普及を踏まえた法規制に関して重要な論点と考えられるのは、仮想通貨を資金決済手段として活用する際の法的位置づけと資金決済手

図表5 仮想通貨を資金決済に用いる仮想通貨経済圏の発展段階



段とした場合の法定通貨との規制の平仄である。

後者については、前述のように特定の主体に決済サービスの提供を制限するという規制アプローチをとることが難しいという法定通貨と仮想通貨の違いについても考慮しておく必要がある。

2 リテール決済を巡る規制動向

(1) 銀行の出資規制緩和と仮想通貨交換業者に対する登録制の導入

2015年12月に金融審議会金融グループを巡る制度のあり方に関するワーキング・グループおよび決済業務等の高度化に関するワーキング・グループから公表された「金融グループを巡る制度のあり方に関するワーキング・グループ報告」および「決済業務等の高度化に関するワーキング・グループ報告」の2つの報告書に基づく銀行法や資金決済法の改正が2016年5月に成立し、2017年4月から施行されている。

この2016年改正におけるリテール決済ビジネスと関連する主な改正項目は、銀行法の改正を通じた銀行による金融関連IT企業への出資規制緩和と資金決済法の改正を通じた仮想通貨交換業者に対する登録制の導入である。

前者の出資規制緩和によって銀行は、個別認可となるものの、リテール決済ビジネスを展開する金融関連IT企業を子会社としてグループ内に取り込むことが可能となった。これにより、ノンバンク・プレーヤーが銀行類似業務はできても銀行は非銀行ビジネスを手掛けることがで

きないという不均衡状態が一定程度解消された。

後者の仮想通貨交換業者に対する登録制の導入により、仮想通貨交換業を手掛ける業者は、それ以前と異なり金融規制に服することとなった。利用者保護体制など一定の登録要件をクリアできない業者が業務廃止に追い込まれるなど既に一定の効果が見られる。

リテール決済ビジネスに対する影響としては、仮想通貨が定義され法的な位置づけが明確になったことで、仮想通貨を資金決済手段とした新たなリテール決済サービスの開発がこれまでよりも容易になったことがある。

しかしながら、資金決済手段としての仮想通貨を考えると、法制度整備は不十分であり、現行の枠組みで銀行が仮想通貨を活用したリテール決済サービスを提供することは難しいと考える。また、資金決済手段として見た場合の別の論点として、現行の「仮想通貨」の定義のうち、いわゆる2号仮想通貨と呼ばれる資金決済法第2条第5項第2号の定義は、デジタル化された商品・サービスとの取引がすべて含まれるように見え、今後様々な商品やサービスがデジタルアセット化（トークン化）され、オークションサイトやフリマアプリを通じた売買が可能になると考えられる中で、一般的な経済取引における商品・サービスまで「仮想通貨」に該当し得る可能性がある。後述する「金融制度スタディ・グループ」およびその後継組織における議論と今後の金融関連法制の改革を見極める必要がある。

銀行は、銀行が仮想通貨を活用したリテール

資金決済法（抜粋）

第2条第5項 この法律において「仮想通貨」とは、次に掲げるものをいう。

- (1) 物品を購入し、若しくは借り受け、又は役務の提供を受ける場合に、これらの代価の弁済のために不特定の者に対して使用することができ、かつ、不特定の者を相手方として購入及び売却を行うことができる財産的価値（電子機器その他の物に電子的方法により記録されているものに限り、本邦通貨及び外国通貨並びに通貨建資産を除く。次号において同じ。）であって、電子情報処理組織を用いて移転することができるもの。
- (2) 不特定の者を相手方として前号に掲げるものと相互に交換を行うことができる財産的価値であって、電子情報処理組織を用いて移転することができるもの。

決済ビジネスを展開することが容易ではない中、仮想通貨交換業者やノンバンク・プレーヤーは新たなビジネスを開発し、仮想通貨経済圏におけるリテール決済サービスの提供者として市場を開拓しつつある現状に、どう対応していくかについて検討していく必要もある。

また、リテール決済ビジネスの観点からは、仮想通貨を資金決済手段とする経済取引がどこまで拡大するかという点と、そうした仮想通貨経済圏が拡大した時にどのようなビジネスモデルが適切かというビジネス的な論点もある。

(2) 電子決済等代行業者に対する登録制の導入とオープン API の導入努力義務

2016 年 12 月に金融審議会金融制度ワーキング・グループから公表された「金融制度ワーキング・グループ報告 - オープン・イノベーションに向けた制度整備について - 」報告書に基づく銀行法の改正が 2017 年 5 月に成立した。

この 2017 年改正の主な改正項目は、金融機関と顧客との間に立って、「顧客」からの委託を受けて、IT を活用した決済指図等の伝達や金融機関における口座情報の取得・顧客への提供を行う業者に対して電子決済等代行業者として登録制の導入と銀行に対するオープン API 導入に向けた努力義務である。

電子決済等代行業者の代表的な例としては、前述の家計簿アプリを提供する業者等が想定されており、電子決済等代行業者は、適正な業務遂行体制の整備や財務要件の充足、適切な情報管理、業務管理態勢の整備等が求められている。また、電子決済等代行業者は、電子決済等代行業務を提供するに当たって、顧客が口座等を開設している銀行と、利用者の損害に係る賠償責任の分担や利用者に関する情報の安全管理に関する事項を含む契約を締結することを求められ

ている。

他方で、銀行も、電子決済等代行業者との連携・協働に係る方針および電子決済等代行業者との接続に係る基準の策定・公表が求められるほか、オープン API 導入に向けた努力義務が求められている。

リテール決済ビジネスの観点からは、顧客とのインターフェイスを有し、決済サービスを顧客に提供する電子決済等代行業者に対して、一定の顧客保護や情報管理を含む体制整備を図り、「機能」を提供する銀行側にもより安全かつ革新的なサービスを生みやすくなるオープン API の導入を促す内容となっており、法制度面での大きな論点はクリアされたと考える。

(3) 機能別・横断的な規制体系への移行と「金銭」等の概念の整理

2017 年 11 月に開催された第 39 回金融審議会総会・第 27 回金融分科会合同会合において、機能別・横断的な金融規制の整備等、情報技術の進展その他のわが国の金融を取り巻く環境変化を踏まえた金融制度のあり方について検討を行うことが決議された。その後、「金融制度スタディ・グループ」が立ち上げられ、当該整備等に向けた議論が進められている。今後複数年をかけて議論し、スタディ・グループの改組や最終報告書のとりまとめ等を経て 2020 年かそれ以降に関連する金融法制の改正に向けた動きが進められていくと見られる。

金融制度スタディ・グループにおいては、現行法制の特徴と課題として、業態別の法体系に伴う業態間の規制差異、「金銭」といった金融に関する統一的な基本的概念の欠如及び環境変化に対応していない規制の存在を挙げ、それぞれの課題に対して、機能別・横断的な法体系、金融規制における基本的概念の横断化及び変化に対

応した規制の見直しといった検討の方向性が示されている。この中で、リテール決済ビジネスについて重要な論点は、機能別・横断的法体系への移行と「金銭」といった金融規制における基本的な概念の横断化の二つである。

まず、機能別・横断的法体系については、同じ「機能」を提供しながらノンバンク・プレーヤー間あるいは銀行とノンバンク・プレーヤー間で異なる規制の平仄を図るものであり、リテール決済ビジネスに係る競争環境の公平性が確保される。ただし、どの水準で平仄を取るのかという論点が残っており今後の議論について留意が必要となる。一般的に規制水準が高くなると体力のあるプレーヤーに有利になる。

また、「金銭」の概念整理は、主として仮想通貨の取り扱いが焦点となると考えられるが、このことはリテール決済ビジネスの展開上も非常に重要な論点となる。「金銭」の概念に法定通貨だけでなく仮想通貨も含まれるようになるとすると、仮想通貨を活用したリテール決済ビジネスの法的位置づけが明確になり、銀行およびノンバンク・プレーヤーが当該サービスを提供することが容易になる。

他方で、「金銭」の概念の整理だけでは、仮想通貨を活用したリテール決済サービスの提供の障害となりうる論点も残っている。具体的には、金融商品取引法上の有価証券など金融規制に服する金融商品やサービスについては、仮想通貨を活用した決済サービスの提供が容易になると考えられるものの、現行の資金決済法の「仮想通貨」に係る定義上、金融商品以外の電子的情報処理組織を用いて移転できる財産的価値全般が「仮想通貨」に該当する可能性があり、法定通貨で資金決済する場合と規制水準に差が生じてしまう恐れがある。

施行時期も含めて改正の詳細が見通せる段階

ではないものの、この金融制度スタディ・グループにおける議論の結末は、リテール決済ビジネスに与える影響は小さくない。銀行およびノンバンク・プレーヤーに対する規制の変更は当該ビジネスの競争力に大きな影響を与えるほか、リテール決済のビジネスモデルについても再考を迫られる可能性がある。

3 今後のリテール決済ビジネス

これまでリテール決済サービスの主たる提供者であった銀行は、現在大きな岐路に立たされている。

銀行は、リテール決済ビジネスをどうするかという観点から検討するのではなく、リテール決済ビジネスを含めたビジネスモデル全体についてまずは再定義することが求められる。具体的には、顧客とどう向き合うのか、言い換えると顧客とのインターフェイスをどう維持・構築していき、そのためにリテール決済ビジネスをどう位置づけるかについて方針を定めることが求められている。

今後、顧客とのインターフェイスを持つ企業は格段に減少し、リテール決済サービス単体で顧客とのインターフェイスを持つことは難しくなっていくと考えられる中で、顧客とのインターフェイスを維持・構築するためには、他の金融・非金融の商品・サービスと組み合わせるなど、業種・業界の垣根を越えた連携が重要な戦略の一つになると考える。

また、顧客とのインターフェイスよりも、インターフェイスを通じて提供されるリテール決済サービスの提供者となることを目指す方向性も考えられる。この場合も常に顧客ニーズを満たすサービスを提供し続けるための研究・開発が必要になり、多くの場合外部のアイデアや技術を積極的に取り込んでいくオープン・イノベー

ションが必要になると考える。

いずれの方向性であっても、銀行は、銀行が手掛けられる業務を自前のリソースでかつフルラインで提供するビジネスモデルから、提供する銀行業務の絞り込みと顧客ニーズを満たすための外部リソースの活用が必要になる。こうした観点から、これまでの銀行法改正で与えられた金融関連 IT 企業への出資規制の緩和や制度整備されたオープン API を積極的に活用していくことが求められる。

リテール決済ビジネス自体は、ノンバンク・プレーヤーが盛んに参入を図っているように顧客ニーズを満たす上でも、顧客データを収集する上でも非常に有用なビジネスに変化している。銀行は、ビジネスモデルに大きな影響を与える可能性がある仮想通貨の普及および横断的法体系への移行や「金銭」概念の整理といった今後の法改正の動向にも十分留意しながら、横並びでなく、先んじて変化に対応していく中で、リテール決済ビジネスを戦略的に展開していくことが求められる。

ほき けんじ

KPMG ジャパン フィンテック推進支援室 副室長、有限責任 あずさ監査法人 金融事業部 金融アドバイザー部 シニアマネジャー。

大手金融機関及び外資系資産運用会社において日本株のファンドマネジメント業務等に従事。

2003 年 金融庁に入庁し、証券取引等監視委員会特別調査課、米国商品先物取引委員会（CFTC）への出向、金融庁総務企画局市場課、経済協力開発機構（OECD）への出向、金融庁総務企画局総務課国際室。

2014 年 あずさ監査法人に入所。金融機関に対する店頭デリバティブ規制対応及び金融市場インフラ原則対応支援等に従事しながら、FinTech 等に係る金融規制に関する各種アドバイザーサービスに従事。

【書籍】

『FinTech 仮想通貨 AI で金融機関はどう変わる!?』ビジネス教育出版社、2017 年 2 月

【寄稿】

「FinTech がもたらす金融ビジネスの構造的転換」

『Financial Regulation Vol.6』セミナーインフォ

「IT の発展が金融機関にもたらす構造的転換」『日経研月報』
