

# AIが導く新たな金融

金融の領域でAI（人工知能）の活用が急速に広がっている。金融の世界にはもともとAIに必要な大量のデータが蓄積されており、学習を積んだAIの導入によってさまざまな金融領域にイノベーションがもたらされる可能性を秘めている。新時代の到来を告げる銀行

員ロボットに始まり、融資、マーケティング、運用、マッチング、保険金支払いの査定、組織活性化など、すでに多岐にわたる領域でAIの活用や試験的な取り組みがスタートしている。これからの金融は間違いなく、AIとともに歩むことになりそうだ。

## 多様な金融領域で芽吹くAI活用

### 金融の未来は「人工知能」で進化する

#### Case 1 店頭ロボット

##### みずほ銀行

対面・非対面のハイブリッドチャネル [Pepper]

「いらつしやいませ、みずほのペッパーです」。

銀行でロボットに迎えられるも、もはや驚く時代ではない。

みずほ銀行は2015年7月、一部店舗にソフトバンクグループ

プの人型ロボット「Pepper（ペッパー）」を導入した。今年5

月からはAI技術を活用したIBMのシステム「ワトソン」と連携しており、みずほ銀行では

ペッパーを窓口などの対面チャ

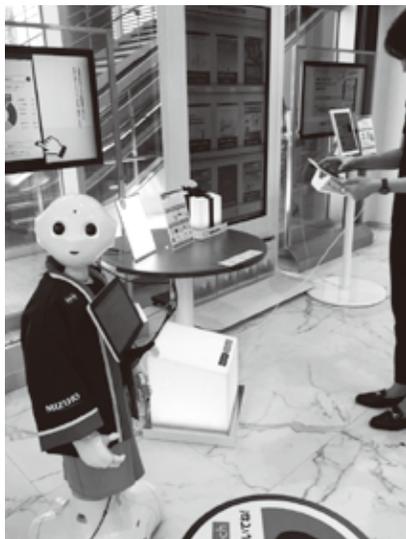
ネルとインターネットなどの非対面チャネルの両方を兼ね備えた「ハイブリッドチャネル」と

位置付ける。ワトソンと連携することで、音声認識、画像認識、

自然言語解析、感情洞察などが

可能になる。ワトソンがペッパーの「脳」になるわけだ。

#### 集客と窓口誘導の効果



みずほ銀行のPepper

# 遂にアップルペイが日本上陸へ、国内事業者のとるべき戦略

9月7日にアップルが新しいiPhone7を発表し、海外ですでに始まっているスマホ決済「アップルペイ」を日本でも開始すると公表した。そのためにアップルは日本向けに特別仕様のiPhone7を投入する。時をほぼ同じくして三菱東京UFJ銀行がグーグルの「アンドロイドペイ」に対応するという情報も飛び交った。いずれもここ数年で大きく普及が進んだスマホ決済サービスだ。米スマホ決済の2大勢力の上陸を受けて、国内事業者の戦略はどう変わるのか。

## 日本向けに特別仕様のiPhone7を用意

アップルペイ、アンドロイドペイはiPhone、アンドロイド方式のスマホを店舗やネットでの支払いに使用するサービス（スマホ決済）だ。両者の仕組みの基本はほぼ共通する。まずスマホのカメラでカードの券面を撮影してカード情報を読み取る。この情報はアップルやグーグルのアカウント情報に紐づけられ、店舗やネットなどさまざまなシーンでの支払いに用いられる。

アメリカ、イギリス、オース

トラリアなどですでに開始されているアップルペイ、アンドロイドペイは、店舗決済の際にVISA、マスターカードが提供する非接触ICカード決済サービスの「PayWave」（VISA）、「PayPass」（マスターカード）を利用する。このサービスは決済に関する国際標準規格（EMV）に準拠しており、今後海外での非接触ICカード決済はすべてこの方式に統一される方向だ。

そのためアップルペイ、アンドロイドペイの店舗決済にあたっては、店舗に特別な設備は不要で、PayWave、PayP

assに対応する決済端末とIC読み取り機があればよい。ただし、これまで日本での両スマホ決済の普及を展望すると、必ずPayWave、PayPassに対応する加盟店が少ないことが問題視されてきた。同じ非接触ICカードでも、国内で普及する方式はソニーが開発した「独自仕様」の「フェリカ」である。海外で普及するPayWave、PayPassは「Type A・B」方式を用いるため、両スマホ決済が日本に上陸することはきわめて困難とみられていた。

ところが、アップルはフェリカを搭載する特別仕様のiPhone7を日本市場向けに用意した。9月7日のiPhone7の発表会で、日本でもアップルペイのサービスを10月から開始すると宣言。フェリカを搭載することで、Suica（JR東日本）、iD（NTTドコモ）、クイックペイ（JCB）に対応

するという。

## 日本では「猫に小判」の可能性も

アップルの発表直後、JR東日本、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルに加え、国内の主要クレジットカード会社、コンビニエンスストアなどがアップルペイに対応すると発表。アンドロイドペイの公式な発表はまだだが、今後各社が対応する可能性もある。

各社の発表内容は横並びで一面的だ。個社の特徴がまったく現われていない理由として、アップルによる報道統制に加え、各社が独自の戦略を立てるよりも、同業他社に対し劣位に立たないとする営業ニーズが強く働いたことも指摘される。

日本でのアップルペイ導入にあたり、アップルが最も重視したと想像されるのがSuicaへの対応だ。Suicaは消費者が最も頻繁に利用する決済サービスといえ、JR東日本のブランド力もアップルにとって不足はないからだ。しかし、利用可能な店舗は約36万店と、iD

# 「金融仲介機能のベンチマーク」は どこまで機能するか 考え方や狙いが地域金融機関に 浸透するには、なお時間

金融庁は9月15日、地域金融機関の金融仲介機能発揮の状況や地元経済への貢献度合いなどを定量的に計測するための新たな指標となる「金融仲介機能のベンチマーク」を発表した。対象となるのは、地銀や信金、信組などの地域金融機関。今年度は各地域金融機関が任意で開示し、来年度以降は毎3月期の数値をもとに開示することが求められる。金融庁は開示された定量的なデータをもとに対話を深め、地域金融機関の収益モデルの転換を後押ししていくことを狙いとしている。

## 地域金融機関との 対話に活用

「金融仲介機能のベンチマーク」は55項目からなり、「創業支援」や「経営改善支援」の件数、「地元中小企業への融資先数」など多岐にわたる。各金融機関が目指すビジネスモデルに応じた指標を自らが選択・分析し、その計数をHPなどで開示する。金融庁は開示された数値

金融仲介機能のベンチマーク

平成28年9月  
金融庁

をベースに地域金融機関との対話の道具として活用していく。ベンチマークは、すべての地域金融機関が金融仲介機能発揮の取組みの進捗状況や抱えている課題を客観的に評価するために活用する「共通ベンチマーク（5項目）」と、各地域金融機関が目指すビジネスモデルをふまえて任意に選択する「選択ベンチマーク（50項目）」の2種類から構成される。ただし、このベンチマークはまだ試行的な

段階にすぎず、金融庁は金融機関との対話を通じて、項目を増やしていくことも検討している。適宜、文言の修正も行っていくという。

ベンチマークを軌道に乗せるためには、3段階のステップを踏むことになる。第一段階が、それぞれの金融機関がどのような指標の分析が必要かを自分たちで吟味する「金融機関の自己分析」。第二段階が、定量的データをHPやディスクロージャ

ー誌で開示する「分析の自主的開示」。第三段階が、各金融機関の開示内容をもとに金融庁が地域金融機関にヒアリングし、その結果を他の金融機関とも比較・検討して、各金融機関との対話に生かす「金融庁と金融機関との対話の実施」——という3ステップだ。

もっとも、ベンチマークは監督指針のような法令上の規制ではないため、「極端にいえば、まったく対応してもらわなくても構わない」（金融庁幹部）。「各金融機関がそれぞれの創意工夫で取り組むべきことで、ある種の競争をしてもらうことを意図している」（同）という。

とはいっても、金融庁はまず、2016年3月期の計数に基づいて5項目の「共通ベンチマーク」を分析・開示するよう、全地域金融機関に求めている。50項目の選択ベンチマークは分析・開示が任意になっているが、受け身体質の地域金融機関にあつては、すべての項目を吟味・検証せざるをえないのが現実のようだ。「50項目にもわたる指標の選択の判断や、そのデータ