

新局面の「コンビニ金融」

コンビニ銀行と コンビニATMが目指す世界

キャッシュレス社会のあるべき姿を 体現するコンビニの金融サービス

モバイル決済ジャーナリスト

鈴木 淳也



1990年代後半に設置が始まったコンビニATMは、20年の時を経て曲がり角に到達しつつある。コンビニATMの機能を強化し、新サービス提供の足掛かりにしようとする動きもある。いまこの分野で何が起きているのか。今後コンビニ界で起きる金融サービスの変化を展望する。

現金の入出金にとどまらない 新たなサービスが続々と登場

現在、注目されるのは、コンビニATMそのものの多機能化に加え、コンビニ自身が新しい金融サービス分野へと参入する動きだ。

セブン銀行は中核のATM事業を柱に、この10年ほど事業の多角化を進めており、事務業務のアウトソーシング受託（子会社のBBFバンク・ビジネスファクトリーで展開）や海外送金業務なども展開している。最近、マネー・ローンダリング対策の不正口座検知サービスも地銀向けに提供している。ほかにもセブン銀行はここ数年、ATMでの海外発行カードの取扱いを強化してインバウンドのキャッシング需要の取込みに力を入れたり、あるいはATMでの電子マネーのチャージを可能にしたりと、新規需要の取込み・多機能化を急いでいる。

なかでも注目されるのが、ネット銀行だけではなく、ウォレットアプリのキャッシュやLINEペイ経由で送金や決済が簡単にできる新興系ネットサービスとの連携を積極的に進めている点だ。セブン銀行によれば、「新興系ネット事業者にATMというリアルな場所があると、利用者の安心感につながる効果がある」（企画部・吉川岳伸氏）という。

こうした新興系のネット事業者は今後、さらなる増加が見込まれるため、セブン銀行ATMは多様な顧客との「接点」としての役割を担うことになりそうだ。セブン銀行は現在の中期経営計画（17～19年度）で「本業を伸ばしつつ事業の多角化を実現」と打ち出しており、現金の入出金に直接関係がないサービスも積極的に展開していく方針を示している。

その展開として今後注目されるのが、19年にも投入される

特

銀行として「金融フロンティア」を
開拓する先駆けになる

ローソン銀行 社長 山下 雅史

ローソン銀行のATMは現在、台数・利用件数ともにセブン銀行の約半分の水準だ。大きく水をあけられているが、今後、店舗外ATMの拡大や広告・宣伝を強化することで利用を促し、少しでも差を縮めたい。地域金融機関との連携、キャッシュレス化への対応にも全力で取り組んでいく。

店舗外を中心に
積極的にATMを出店

——10月15日にローソン銀行がサービスを開始した。ATM運営会社だったローソン・エイトイーム・ネットワークス（LANS）から銀行に業転換したのはなぜか

既存の金融領域は過当競争にある一方、フィンテックなどの

新しい金融領域は市場が拡大している。だが、この新領域を銀行として担うプレーヤーはまだ不足している。アマゾンやLINEがこうした新領域で金融ビジネスを開始しているが、銀行免許は持っていない。当社がこのフロンティアを開拓したいと考えた。

また、従来のATM運営会社の形態では銀行との協業が難し

地銀ATMの代替や
共同ATM出店も積極的に提案

2018事務年度の金融行政の

実践と方針の要点解説

金融育成庁として、金融サービスの向上を図る

金融庁 総合政策局
総合政策課長 田原 泰雅

デジタルイゼーションの加速など金融をとりまく環境が大きく変化している。こうしたなか、金融行政は、①デジタルイゼーションの加速的な進展への対応、②家計の安定的な資産形成の推進、③活力ある資本市場の実現と市場の公正性・透明性の確保、④金融仲介機能の十分な発揮と金融システムの安定の確保、⑤顧客の信頼感・安心感の確保、⑥世界共通の課題の解決への貢献および当局間のネットワーク・協力の強化、⑦金融当局・金融行政運営の改革を通じて「金融育成庁」として金融サービスの向上を促していく。

金融レポートと金融行政方針の一体化

金融庁は、本事務年度、PDC Aサイクルに基づく業務運営をさらに強化する観点から、金融レポートと金融行政方針を一体化した、「変革期における金融サービスの向上にむけて」金

融行政のこれまでの実践と今後の方針（平成30事務年度）」（実践と方針）を公表した。

デジタルイゼーションの加速、人口減少・高齢化の進展、低金利環境の長期化等により、金融を巡る環境は大きく変化してきている。こうした変革期において、金融行政の目的である「企

業・経済の持続的成長と安定的な資産形成等による国民の厚生増大」を達成していくには、金融庁が、次の取組みなどを通じて「金融育成庁」として金融サービスの向上を促していくかなければならない。なお、紙幅の関係上、本稿で紹介する取組みは、実践と方針の内容の一部で

ある点をご容赦いただきたい。

金融デジタルイゼーション戦略

デジタルイゼーションの進展により、新しいプレーヤーが金融分野に進出するとともに、革新的なサービスが生まれ、利用者利便を飛躍的に向上させていくことが期待されている。デジタル化された情報が金融・非金融サービスを問わず活用され、利用者目線での金融サービスの高度化が可能となるなか、既存の金融機関には、より利用者ニーズに即した金融サービスを提