

## 世界で進む オープンバンキング

国内外の金融サービスにおける展望が変わりつつあり、従来のビジネスモデルやITアーキテクチャーにとられない革新的な銀行モデルが出現している。こうした変化には、インドの大手通信事業者エアテルや中国のテンセントといった技術系最大手企業による金融サービス分野への参入、バーチャルバンキングライセンスの発行、そしてオープンバンキング規制等が起因している。アジア太平洋地域を見ると、シンガポール、香港、マレーシアがバーチャルバンキングライセンスの分野でリードし、こうした国々によって競争とイノベーションが後押しされている。

諸外国におけるオープンバンキングは、「市場主導型」と「規制主導型」の2通りのアプローチに分けられる。市場主導型は、正式なオープンバンキング制度、すなわち強制的な制度を有することなくオープンバンキングを進展させるアプローチを採用しており、米国、インド、シンガポール、韓国が含まれる。シンガポールでは、規制当局がオープンバンキングを支援する「API Playbook」を発行し、5社にバーチャルバンキングライセンスの発行を計画している。

一方、規制主導型のアプローチを採用する国では、銀行が準拠するオープンバンキングの体制や基準は規制当局が主導する。欧州連合（EU）、英国、豪州、香港などがこのアプローチを採用しており、英国では、大手銀行9社と住宅金融組合に対し、第三者プロバイダーによる個人と小企業の預金口座へのAPIアクセスを可能とすることを義務付けられている。

諸外国の中でオープンバンキングが進んでいるのが英国と豪州だ。英国の香港上海銀行（HSBC）は、API連携により、個人金融管理アプリケーション「コネクティッドマネー」を開発した。利用者はこのサービスを使うことで、英国の21の銀行の預金口座、クレジット、住宅ローンの状況をアプリ上で同時に確認できる。HSBCはこの

# オープンAPIは 銀行の脅威ではなくチャンス

## 銀行は第三者プロバイダーと連携して 新たなエコシステムを形成せよ



オラクル・ファイナンシャルサービス・ソフトウェア  
リージョナルセールスディレクター 宮國 均

サービスにより、1年で30万ユーザーの獲得に成功している。

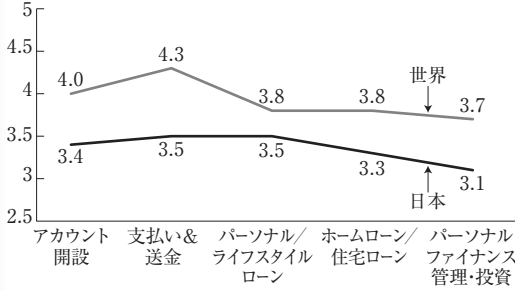
世界初のデジタルバンクとされる豪州のユーバンクは、同業他者の支出や予算を比較できる「ピープル・ライク・ユー」や、豪州初のロボアドバイザーである「ロボチャット」が住宅ローンや借換え等の申込みの承認を数分で判断する革新的な審査製品を導入した。この結果、最大1万人/月の顧客を獲得し、2年間の顧客獲得目標を6カ月で達成している。また、顧客の預金口座開設プロセスを、従来の2日からわずか5分に短縮することに成功した。

豪州ではほかにも、合計13のチャレンジャーバンクが登場し、革新的な製品・サービスを提供している。例えば、Tyro（タイロ）は、中小企業顧客がデビットカードでタッチ決済を行うことを可能とするデジタル支払いサービス「タップ&セイブ」を提供している。

# 銀行に求められるオープンAPI戦略

〔図表〕 世界と日本の顧客満足度の比較

5段階評価：1が最低、5が最高



## 顧客満足度が低い日本のデジタルバンキング

日本も規制主導型アプローチを採用しており、2018年6月施行の改正銀行法では、フィンテック企業等の第三者プロバイダーが接続できるAPIの開

このサービスを通して、Tyr oは2万社を超える中小企業向けに預金や無担保ローンなども提供。17年には100億米ドル以上の支払い取引を処理し、1億2100万米ドルの収益を上げた。

発を金融機関の努力義務としていた。日本の銀行の80%が20年までにAPIを導入することを目標にしているが、デジタル時代の競争力を保持するためにはもう一段の変化が必要だ。実際、オラクルの調査では、日本の銀行の顧客は世界の銀行の顧客と比べて、デジタルバンキングに対する満足度が低い(図表)。調査対象となった5業務の顧客満足度を見ると、「住宅ローン」や「個人金融マネジメント」といった複雑な取引で満足度の低さが目立つ。

デジタルバンキングは使い勝手が悪ければすぐに離脱されてしまうため、顧客のライフサイクルをしっかりと把握したサービスが求められる。つまり、顧客満足度の向上には顧客の利便性やメリットをさらに追求し、インターフェースの改善と顧客のライフサイクルに合うカスタマイズされたサービスを提供することが肝要だ。

ただし、これは金融機関が単独で実現することは困難だ。第三者プロバイダーと連携することで、例えば従来のサービスで

## 乗り遅れたら市場から退出も

は提供できていない結婚、住宅取得、子どもの入学といった顧客のライフサイクルのタイミングに関するデータを取得することが可能になり、先回りして必要なローン商品などを提案できるようになる。つまり、銀行にとってフィンテック企業の成長性やAPI連携は、脅威ではなくチャンスに変わるはずである。

近い将来、消費者が中心となるエコシステムが形成されたら、車の購入者がカーディーラーを訪問すると、各顧客にパーソナライズされたクレジットオファーやデイスカウント情報が提供され、顧客は即座に自動車ローンの分割払いプランを受け取ることができるようになるだろう。こうした世界は、位置追跡と過去の購買行動のデータに関するAPIによって実現される。

これからの銀行は、さまざまなデータを統合して多様なシナリオに適応したサービスを提供できるAPI戦略を持たなければ、収益を失う可能性が出てく

る。顧客とのエンゲージメントに必要なオープンAPIの取組みが遅れる結果、銀行は消費者のエコシステムから外れてしまい、市場からの退出を余儀なくされる恐れもある。

諸外国におけるAPI連携の事例が示すとおり、日本の銀行もAPIによるデジタルサービスを積極的に採用し、顧客のお金に関するライフスタイル全体を支えるデジタル戦略に動き出すことが求められている。今後銀行には、マーケットシェアを獲得し続けるために、より付加価値があるサービスを第三者プロバイダーと創造し、顧客が中心となる新たなエコシステムの形成を実現していただきたい。

### みやくにひとし

情報機器専門商社を経て、DEC、EDS、マイクロソフトにおいて金融サービス業界への営業・マーケティング業務に従事。12年オラクル・フィナンシャルサービス・ソフトウェア入社。現在はリージョナルセルスデイレクター兼日本オラクルFSGBUセールスデイレクター。