

Digital Economic
& Financial Institute

2024年7月 | 5号

DEFI

デジタル経済金融のための新しい視点



第16回ラウンドテーブル **かんたん決済手数料**

**かんたん決済手数料率の強制は「危険な発想」...
クレジットカードと「単純比較」してはいけない**

- 専門家寄稿
- 日本のAI技術維新
 - データ経済：フィンテック・ビジネスモデル

目次

● 研究院長コーナー デジタル加速とAI革命で高成長が期待される電子署名市場	3
● 第16回ラウンドテーブル かんたん決済手数料 かんたん決済手数料率の強制は「危険な発想」... クレジットカードと「単純比較」してはいけない	4
# かんたん決済手数料論争 "カード会社並み？ 比較対象ではない"	5
# 法・制度と規制 政府の市場介入は慎重に... 市場原理を無視して得られる実益はあまりない	10
# 近未来の市場 急速に変化する流れと共に呼吸し、市場を成長させ、 消費者の利便性を高めていく	14
● 専門家寄稿	
日本のAI技術維新 Dongho Kim Economic Editor of Joongang Daily & Adjunct Professor of Dongguk Univ.	17
データ経済：フィンテック・ビジネスモデル Juhee Lee Leader of Mydata team in Jeonbuk Bank	19
Introduce Contributors	23
Guide Korfin & Defi join	24

DEFI

Published by	Defi(Digital Economic & Financial Institute) Korfin
Publication Date	July18, 2024
Issuer	Geunju Lee
Editor	Yooshin Jung
Editing and Design	Jinseon Jung Jieun Ha
Website	www.korfin.kr
Email	defi@korfin.kr
Contact	+82 2-6949-2636

デジタル加速とAI革命で高成長が期待される電子署名市場

Yooshin Jung

The head of Digital Economic & Financial Institute (DEFI) and Professor of Business Administration in Sogang Univ



デジタルの加速でオンラインでの取引が増え、決済が急増する中、電子署名に対する市場の関心も高まっている。

電子署名は、電子的な形で本人と本人の取引であることを証明する署名行為である。韓国では、国税庁や政府24などの公共機関のサイトはもちろん、金融機関や企業などで本人を確認したり、ログインや携帯電話認証をする際に使用される。

現在、公共の性格が強い共同証明書と金融証明書を除いた民間電子署名指定業者は合計15社である。その中でカカオ(Kakao)、ネイバー(Naver)、通信3社とアトン(Aton)が共同で運営するパス証明書などが3強である。これらはビッグテックまたは通信プラットフォームで、消費者に対するアクセス性と利便性に優れている。銀行などの金融機関証明書に比べて利用件数が10倍以上(2022年基準)である。カカオ、ネイバー、パス証明書は、それぞれ累積加入者数が4月時点で4,000万人を突破した。

では、電子署名市場の機能や効果は何だろうか。まず、物理的に移動せずにオンライン上ですべての認証手続きを迅速かつ便利に終わらせることができるため、電子商取引とデジタル金融拡大の核心といえる。さらに、オンライン取引とサービスの時間を節約し、認証過程を自動化して業務効率も向上させることができる。

第二に、民間企業の競争でパスワードだけでなく、生体情報やモバイルワンタイムパスワード(OTP)など様々な方法でセキュリティが強化されている。加えて、紙を使用しないため、文書処理と保管費用が削減され、環境に優しく、すべての認証過程が記録され、いつでも追跡・確認することができる。

もちろん問題もある。まず、電子署名は非対面であり、情報提供が前提であるため、個人情報漏洩問題が常に懸念される。特に、証明書発行時の身元確認段階で他人の盗用による不正な証明書発行が発生する可能性がある。第二に、サーバーダウンやネットワーク異常が発生すると、認証自体が不可能になる可能性がある。第三に、過当競争で証明書間の互換性が弱い点も見逃せない。特に、民間証明書は発行と管理手続きは簡単である。しかし、消費者が必要とする証明書がそれぞれ異なるため、複数の証明書を発行しなければならないという欠点も指摘される。その他、認証発行機関と利用機関が同じ場合、自社のビジネスモデルに有利な企業を優先的に配慮する傾向がある点、現在のビッグテックの割合が高すぎる点なども今後改善すべきポイントだ。

専門家は、徹底的な身元確認手続きで不正な証明書の発行を事前に遮断することが最も急務だと言う。つまり、非対面多重身元確認を通じて信頼性とセキュリティを強化する必要があるという意見だ。

第二に、デジタル化に加え、生成型AI革命まで加わり、個人情報流出以外にも幻覚(hallucination)など様々なリスクが発生する可能性があるため、電子署名を含むセキュリティ・リスク領域を積極的に産業化する必要がある。個人的にも今後、セキュリティ・リスク産業が未来の核心産業の一つとしてブルーオーシャンになると思う。第三に、異なる認証方式による互換性が弱まり、最近、デジタル取引の国際標準化と関連当局がさらに関心を示す必要がある。例えば、シンガポールなどでは簡易決済や中央銀行発行のデジタル通貨(CBDC)など、デジタル取引の国際標準としてブロックチェーン技術を採用する可能性が高まっている。

韓国も認証方式の互換性を高める手段の一つとして、分散身元認証(DID)などのブロックチェーン技術を検討する価値がある。この場合、認証発行機関と利用機関を区別することができ、不必要な不公正な問題も避けることができる。業界の努力と、より積極的な当局の産業化政策を期待したい。

かんたん決済手数料率の強制は「危険な発想」... クレジットカードと「単純比較」してはいけない

「かんたん決済手数料」がホットな話題として浮上した。その出発点は、困難な自営業者の「負担」を軽減しなければならないという政治圏の立法の動きだ。かんたん決済事業者をカード会社に比べて高い手数料率を取る「悪徳」に追い込み、カード会社ほど下げれば、自営業者の「息の穴」が開くという「論理」が動員されている。

カード会社とかんたん決済事業者を単純に比較すること自体が間違っているという指摘がまず出てくる。しかし、異なるビジネスモデルをとる簡易決済事業者ごとに、具体的な解決策はそれぞれ異なる。極端な話、カード会社を含むすべての事業者の原価を詳細に公開しようという「極薬処方」が提示されることもある。

絡まった糸をほどく作業は短期間で行われることは難しいようだ。今回のラウンドテーブルでは、決済手数料を取り巻く主要な問題を取り上げました。

〈編集者注〉

司会

The head of Digital Economic & Financial Institute (DEFI) | Yoo-Shin Jung

参加者

Jaesik Jeon | CPO of Finng
Jungrok Choi | Director of Hecto Financial
Youngeun Lee | Vice President of Kakaopay
Sangjin Cha | Lawyer of Law firm Become
Sihong Kim | Lawyer of Law firm Lee&Ko
Yongtae Kim | Lawyer of Law firm Yoon&Yang
Younghwan Kim | CEO of Paymint

(氏名のアルファベット順)

行事

第16回ラウンドテーブル

日時

2024年6月25日(火)午前10時

場所

ヨイドO2タワー8階会議室





Yoo-Shin Jung | The head of Digital Economic & Financial Institute(DEFI)

かんたん決済の手数料が話題になっている。一言で言えば「手数料が高すぎる」という話だ。部分的に受け入れられる指摘でもあるが、画一的な財団という声の方が大きい。

かんたん決済の定義と範囲さえもバラバラなので、これをどう捉えるかによって解決策が変わるしかない。事業者ごとにビジネスモデルが異なるため、一部の要求通りに手数料を下げる代わりに他の方に転嫁して補填する便法が使われることもあり、手数料に全面的に依存しているところは事業に深刻な打撃が避けられない。このような事情をよく見極めなければならぬ。

かんたん決済手数料に関する誤解と現実を多角的に指摘する場を設ける必要がある。開かれた討論には、金融当局、小商工人を代表する団体とクレジットカード会社、そして簡易決済事業者も流通と電子商取引中心の事業者からビッグテック、専門決済フィンテック企業など様々な主体が一堂に会すと良い。ただ、現実的に公論の場を嫌がることもあると思う。可能な限り多くの主体が参加できる場をすぐに作りたい。

それに先立ち、今回は簡単決済手数料に関連する現段階の課題と規制などを整理する時間である。未来志向的に今後どのような潜在市場があるのかも見てみよう。

かんたん決済手数料論争

カード会社並み？
比較対象ではない

Paymint | Younghwan Kim



「かんたん決済」が正確に何を意味するのか、定義と範囲から統一する必要がある。事業者によって、かんたん決済サービスの範囲と内容が異なる場合がある。サービスを含む会社もあるが、支払決済を代行するだけの会社もある。しかし、すべて「かんたん決済」と呼んでいる。お互いの誤解を減らし、円滑にコミュニケーションするためには、概念から正確にする必要があるだろう。

現在水面下で議論されている法定手数料制度が追求する方向が単に「手数料ゼロ(0)」を目指すのであれば、これは最終的に様々な問題を引き起こす可能性がある。例えば、クレジットカード会社はアパートのような集合建物の管理費手数料率を通常「0%」に設定する。これは自然独占現象につながり、競争が起こらず、当該分野の革新を妨げる。

政府が推進した「ゼロペイ(Zero Pay)」は、単に手数料を下げるだけでは、市場に参加する事業者の誰にも役に立たないことを証明している。かんたん決済手数料が付加価値もないのに高く設定されたという指摘は部分的に納得できる点がある。現実的な解決策は、競争と革新を望む事業者自身が手数料の会計項目を透明に公開すればよい。

ただ、このような方法で競争することが市場で正しいことなのかという根本的な疑問は残る。原価公開、無料化などは、結局、その市場全体を衰退させる可能性があるからだ。決済履歴を店主に見せるC社のサービスが手数料を「0ウォン」に設定したところ、その市場はもはや成長できない領域となった事例がこれをよく示している。市場には価格競争が必要だ。分野ごとに独占している企業があるからといって、すべての事業者が原価を公開することは、市場の成長と競争に役立たない。

手数料が高いという認識は、基本的に決済手数料とプラットフォーム手数料が合算されたことに起因する。金融圏に従事している人たちでさえ、手数料に関する正確な認識がなく、漠然と簡易決済手数料は高いという先入観が形成されている。決済手数料はプラグインサービスであるため、インフラさえ整えば、関連業者の関与なしに自動的に収益を得ることができる一種の通行料という認識が強い。金融産業に該当する支払決済手数料と通信販売業に該当するプラットフォーム手数料を分けて議論することが望ましい。

Law firm Yoon&Yang | Yongtae Kim



自営業者の決済手数料負担を緩和する案が政治圏を中心に議論されている。決済手数料がプラットフォーム手数料と混在して議論されている状況だ。特に、配達専門業者の包装費と包装費仲介手数料が問題化され、一般国民と自営業者にネガティブなイメージが広がっている。

電電法とその下位規定でクレジットカードの手数料率を定めており、電金法で規制されている簡易決済サービス企業との衡平性問題が提起されている。しかし、クレジットカード決済とオンライン簡易決済は同じサービスではない。

オンラインかんたん決済手数料をクレジットカードの手数料のように価格を統制しても得られる利益はない。クレジットカード会社はもちろん、前金業者間の競争を誘導し、加盟店の選択権を高めながら平均手数料率を下げる政策方向が妥当だ。

Hecto Financial | Jungrok Choi



今市場には、かんたん決済とかんたん決済事業者をめぐる誤解がある。かんたん決済事業者は、カード会社のサービスを受けて契約された下位加盟店に決済を提供するPG会社と同じ立場にある。ただ、PG社に比べ、より会員制の性格を強化した既存のPG決済会社に会員特典型の機能が結合されたサービスだと言える。さらに、独自に個別プラットフォームを保有している簡易決済会社は、内部プラットフォームに決済便益機能を追加してサービスする。

かんたん決済を利用してカードで決済する顧客がいるとすると、カード会社の決済機能を超えてサービスになるのではなく、「カード会社-かんたん決済-顧客」で、事実上、既存市場のPG機能を提供するものである。

カード会社とかんたん決済事業者が同じ手数料で統制を受けなければならないという論理は、かんたん決済事業者とカード会社が同じ市場地位にある競争相手という認識に基づくものだ。しかし、実際はそうではない。もしそうなのであれば、「同一規制同一機能」の原則に基づき、かんたん決済事業者もカード会社が享受する様々な法的機能を保障しなければならない。

カード会社は、顧客のカード実績に基づいた与信専門業法に基づく与信機能とカード付加サービスなどを提供することができる。また、与信法に基づく加盟店確保に対する汎用性がある。カード会社は手数料を支払う加盟店を確保する際、簡易決済事業者よりはるかに容易で有利な立場にある。つまり、顧客を確保する費用だけに集中すればよい。

かんたん決済事業者は加盟店に対しては、カード会社とは異なり、個別の努力、つまり営業が必要であり、カード会社などに支払う費用原価以下で加盟店手数料を提供することができない。その結果、加盟店を確保するのにかかる競争営業と利用顧客の確保に伴う特典費用の両方を確保しなければならないため、高コスト事業と言える。

カード会社の手数料のようにかんたん決済手数料を見なければならぬということは、結果的に、従来の金融機能を情報技術時代に合わせて「顧客視点」で考えながらアプローチする事業者の出現と試みが抑制される可能性がある。

現実的には、現在もかんたん決済を提供する会社が損益分岐点に達する事例は稀であり、その期間もかなり長い。加盟店がかんたん決済手数料が負担になる問題であれば、それに相当する他の措置や貢献を提供するように注文するのが妥当である。単純に手数料の次元でアプローチすれば、ゼロペイを利用する加盟店はすべて成長するか、負担が減るべきだという論理に帰着する。

決済サービスを利用する事業者が最終的に求めるのは、売上の成長である。売上高に対して費用として扱われる決済手数料を少しでも減らして負担を軽減すれば、成長が可能になる構造ではない。

したがって、カード会社やかんたん決済事業者や継続的な加盟店の手数料制御に単純にアプローチする方式ではなく、基本的に決済サービス提供事業者として加盟店の売上増進に役立つか、または零細事業者の売上に役立つことができる共存方案と一緒に注文することがより実効的で現実的な解決策になるだろう。

Finnq | Jaesik Jeon



かんたん決済手数料率の自律公示は毎年2回行われる。公示対象は、NAVER Financial、Coupang Pay、Kakao Pay、G-MARKET、11st、Woowa Brothers Corp、NHN Payco、SSG.COM、Viva Republica (Toss) など9カ所だ。かんたん決済手数料の自律公示に関する論争は、加盟店とかんたん決済事業者の観点から分けて見る必要がある。

加盟店は手数料が高いという主張だ。今年4月、韓国YWCA連合会を含む12の市民団体は、「簡便決済の具体的な手数料率算定に対する基準及び情報提供が必要」という声明を発表した。核心は「簡易決済業者は簡易決済手数料体系の明確な算定基準を提示し、市場で納得できる適正手数料率を設定しなければならない」というものだ。かんたん決済事業者は別の立場だ。「手数料を正確に比較するには、事業構造が類似した業者を分離して公示しなければならない」という声が出ている。

クバンペイ(Coupage Pay:韓国の電子商取引企業)は「クバンにのみPGサービスを提供し、クバンから手数料を受け取り、クバンの加盟店にはカテゴリー別販売手数料以外に決済手数料を受け取らない。「小商工人の負担を減らす」という公示の趣旨とは事実上関係ない会社という声が出る理由だ。

Woowa Brothers Corp(韓国料理宅配サービス)などは「PG会社の決済網を使う2次PG会社に分類されるが、これらの会社のかんたん決済手数料率にはPG会社に支払う手数料率が含まれており、同じ線上で比較するのは不合理だと言う。PG業者に手数料を支払う2次PG業者とPG業者の手数料率を単純比較するのは問題があるという論理だ。結論として、「営む事業や手数料率算定構造自体がバラバラなのに、かんたん決済サービスを提供するという理由で統一された様式で公示しなければならないのは合理的ではない」ということだ。

かんたん決済手数料率公示に関連する加盟店とかんたん決済事業者の立場から改善点を挙げると、「具体的な手数料率算定基準に関する情報提供と、「事業構造や手数料の性質を考慮した公示」といえる。

改善事項を含む解決策としては、第一に、加盟店が負担する決済手数料率を透明に判断できるように、詳細なレベルで統一されたフォームの開示を強化することである。第二に、第三者(例えば、クレジットカード会社や上位PG社)分の決済手数料を除いた簡易決済事業者分の手数を追加で公示することである。

Kakaopay | Yoongeun Lee



カード業とかんたん決済業を単純に数値だけで比較するのは難しい。各主体ごとにサービスを提供する領域と機能に違いがあり、かんたん決済手数料にはかんたん決済事業者が受け取る手数料のほか、カード会社や銀行に提供される原価が含まれているからだ。また、カード業は様々な利子収益事業(カードローン、キャッシング、リボルビング、割賦利子受取など)を営むことができる。しかし、かんたん決済事業は収益モデルが極めて限定的であり、「同一機能」と見なすことは困難である。したがって、業権の健全性と継続的な消費者便益の確保などを考慮し、業権を理解できる期間を置き、十分な議論のもとに問題を解決することが望ましい。

今では携帯電話だけで決済できる「財布のない社会」になったのはごく当たり前のように思えるが、かんたん決済事業者は決済サービスを革新するために貢献してきた。例えば、オンラインで非対面で決済する際、公認認証書認証やActive Xなどの不要な段階をなくし、パスワード認証と生体認証などで簡素化した。また、セキュリティを強化し、利用者が安心して決済できるように努力してきた。しかし、最近、かんたん決済事業者を「手数料」の観点だけで見る視線があり、残念だ。

加盟店の立場でも、カード会社と直接契約するには様々な物理的要件を満たさなければならないなど、参入障壁があったが、簡易決済事業者がこれらの条件を代わりに満たしている。不良リスクを防止するための条件として、手書きの特約と担保金を最大100%まで入金しなければならず、決済セキュリティソリューションを保有しなければならず、決済情報を交換するための開発連動などがこれに含まれる。このような支援は加盟店の売上を増やすのに大きな助けとなり、利用者の立場では様々な恩恵を受けることができるという利点がある。また、簡易決済事業者は利用者に様々な無料サービスを提供している。

Law firm Lee&Ko | Sihong Kim



小商工人のためのオンライン簡易決済サービスは、基本的にオフラインを中心とするクレジットカード会社の取引と営業環境が構造的に異なる。クレジットカード市場は数十年間、国内で圧倒的な取引規模とシェアを誇る超過利益が発生する市場構造である。特に、許可制であるため、参入障壁が高く、業者間の競争水準が低く、義務納付制(必須財)と募集人による一括契約など有利な位置を占めている。さらに、現金サービス、年会費、リボルビング-割賦金融サービスの提供で、オンラインとオフラインの両領域で均等に利益が得られる営業環境を備えている。これにより、オンライン手数料を引き下げる交渉力も十分である。

一方、かんたん決済業界は、クレジットカード市場とはあまりにも異なる市場構造と営業環境を持っている。選択財に過ぎないかんたん決済サービスは、クレジットカードに比べてまだ取引規模が微々たるものであり、クレジットカードとは異なるコスト構造を持つ初期成長市場と言える。参入規制も登録制(電子金融業)であり、様々な事業者が競争しており、まだ市場シェアも低い。

手数料に対する価格交渉力も少ないため、手数料水準を大幅に下げることができない状況である。クレジットカード会社に比べ、特に安定的な収益構造も備えていない点も手数料決定に弱点として作用している。このような営業環境に置かれているかんたん決済市場が内部で激しい競争を繰り広げながら、一方では巨大クレジットカード市場とも競争し、適格費用体系という超強硬な規制政策に対応できるかどうかは未知数である。これは業界の収益構造を急激に悪化させ、成長動力を萎縮させるリスクが少なくないと考える。

簡便決済分野への適格費用体系の導入は非常に難しい課題を抱えている。かんたん決済でその他の手数料の場合、原価算定項目(構成要素)、サービス構造と領域(オンライン、オフライン)、提供内容などが業者類型別(専業ペイ、流通、配送プラットフォームなど)にあまりにも異なり、標準化された基準で適格費用を算定できるのかという疑問が出るほどだ。このような複雑なその他の手数料の原価を公開する場合、その余波がどこまで及ぶのか、関連政府部署もよく分からないと思われる。

このような様々な問題要因と課題を解決せずに、安易に立法で手数料を強制するような規制ではなく、自主規制の努力をさらに強化し、目に見える効果が零細小商工人の肌が届くようにする必要がある。すでに業界は自主規制の一環として手数料公示制を施行することで、公正な競争を促進し、手数料の自主的な引き下げ努力をしている状況だ。クレジットカード業界も適格費用制度の廃止を主張しているため、これを簡便決済にも適用しようとする立法の動きは、導入の名分が薄いと言える。

自主規制というと「何もしないということか」と誤解する声もあるが、手数料だけは市場参加者の自律的な努力で時間がかかっても市場原理で決定されることが重要である。現在施行中の手数料自律公示制度を改善し、手数料率の水準の根拠を透明に公示し、加盟店手数料の内訳も十分な情報を伝達し、サービスを提供する努力が先行されなければならない。現在、やや画一的な様式で情報を提供することになる公示の限界を補完し、業界比較統合公示、第三者による原価算定基準手数料の検証活動、自主的な優遇手数料の適用努力などを通じて、自然な手数料率の引き下げを誘導することが望ましい。

Law firm Become | Sangjin Cha



手数料公示規制の目的は、小商工人の負担を軽減することにある。しかし、小商工人が簡易決済サービスによってどのような効能を得、どの程度負担が増大したかを調査した事例は見当たらない。正確な研究が先に行われる必要がある。

クレジットカードに適用される手数料公示規制をかんたん決済事業者にも適用することは、クレジットカードとかんたん決済の機能を同一視するものだという批判がある。クレジットカードは支払決済のインフラを提供することにとどまるが、かんたん決済は支払決済機能は本格的なサービスの基礎に過ぎないからだ。オフライン・オンライン流通プラットフォームやホームショッピングなどは、かんたん決済と一定部分類似した事業モデルを運用しており、「同一機能同一規制」原則に含まれる可能性がある。しかし、当該業界には手数料率規制が適用されていない。

一般消費者の目には、かんたん決済が単に中間価格の値上げに映る可能性がある。これを改善するために、かんたん決済サービスが導入され、決済環境はどれだけ改善され、利用者と小商工人の距離を縮めることで、新しいサービスがどれだけ披露されたかなどを調査し、正確に知らせる必要がある。

法・制度と規制

政府の市場介入は慎重に...
市場原理を無視して得られる実益はあまりない

Jaesik Jeon

自律公示を実施するかんたん決済事業者は、加盟店手数料率規制が先に導入されたカード会社の事例をよく見る必要がある。カード加盟店手数料率は2007年から14回引き下げられ、現在のカード会社の手数料率は0.5% (零細加盟店) ~ 1.5% (中小加盟店) 水準である。カード会社の年度別加盟店手数料収益は2018年以降6年間、7兆~8兆ウォンで停滞している。

カード会社の加盟店手数料以外の主な手数料と収益を見ると、割賦カード手数料は2018年1.6兆ウォンから2023年3.17兆ウォンまで増加し、カードローンは3.76兆ウォンから4.32兆ウォンまで増加した。また、年会費収益は0.88兆ウォンから1.33兆ウォンまで増加した。その結果、加盟店手数料収益は減少または停滞しているが、年会費などカード会員向けの収益は増加した。

カード会社の事例からかんたん決済業者への示唆を探すと、手数料率の急激な下落を防ぐための努力とともに、かんたん決済と様々な付加サービスを組み合わせる有料サブスクリプションサービス化する傾向が増加するのではないかと予想できる。もちろん、加盟店の負担を会員負担に転嫁することが果たして妥当かどうかという議論は別だ。

現在、かんたん決済業者は、▲カード決済手数料率と▲プリペイド電子支払手段決済手数料率など2つに分けて自主開示をしている。したがって、かんたん決済手数料の論争を扱う際、二つの決済手数料率を区分して見る必要がある。

Younghwan Kim

カード決済手数料率は、カード会社のカード決済手数料率にPG手数料を上乗せして加盟店に手数料を課す構造において、PG手数料が過大であるとか、その他の不合理な点、改善すべき点はないかということである。プリペイド電子支払手段の決済手数料率は、カードとプリペイド電子支払手段の決済手数料を同等の水準で規制すべきか(例えば、適格費用制度の導入)に関するものである。カード決済手数料率は、手数料率公示の際に、他社の手数料率を除いた簡便決済事業者分の手数料率を追加公示することである程度問題を解消することができる。

プリペイド電子支払手段の決済手数料率は、カードを規律する與信専門金融業法とプリペイド電子支払手段を規律する電子金融取引法上の差異を看過してはならない。與信専門金融業法は、加盟店手数料の規制のほか、カードの義務収納制、価格差別の禁止、加盟店手数料の顧客転嫁の禁止を規定している。

プリペイド関連の規制が強化され、プリペイドと連携した後払い決済が導入されることを主な内容とする電子金融取引法改正案(9月15日施行)は、加盟店手数料を法令で規制していない。また、収益モデル面でも 與信専門金融業法上のカード会社が営むことができる業務と電子金融取引法上の電子金融業者が営むことができる業務に大きな違いがある。

「同一機能同一規制」論争はすでに数年前から続いているが、デジタル金融を統一する法律を制定しようとする具体的な努力が見られないのは非常に残念だ。消費者の福利を高め、金融産業の革新を促進できる方向で、デジタル金融統合法の制定に向けた議論を始めなければならない時期である。

金融当局の規制の方向性は明確かつ透明でなければならない。現政府の情報公開規制と手数料法定化の方向性は、すでにクレジットカード市場に導入・運営された事例がある。電子金融事業者は法的基盤が全く異なり、規制される事業者の性格も非常に異なるため、規制の方向性をめぐる規制機関の明確で透明な宣言が必要である。単に「中小商商人の保護」のような抽象的なスローガンで規制の目的を包括的に説明することはできないということだ。かんたん決済の規制がどのような結果を生むのかに関する公共の熟議が必要だ。

決済手数料の開示はすでに適用中であり、今のような仕組みでは適用拡大するしかない。各社の方針に基づき、会計項目を基準に透明に開示し、競争すればよいことだ。ただし、この政策は明らかに独占を引き起こし、新規事業者の参入規制として機能する可能性もある。

最終的には、クレジットカード会社のように法定適正手数料率を適用しようとする試みが続くだろう。手数料率はクレジットカードと同じ水準に合わせる方策を用意しなければならない。かんたん決済業界は、与えるものを与え、受け取るものを明確に受け取る知恵が必要だ。

電子金融取引の規制範囲を拡大しようとする試みは、市場を健全化するという趣旨とは異なり、フィンテック産業全般を衰退させる恐れがある。差別的な規制が必要であり、プリペイドペイメント発行及び管理業に対する弾圧に近い政策を再考する必要がある。かんたん決済手数料の問題も同じ脈絡で理解しなければならない。規制機関の「業」に対する専門性が向上する必要がある。

Sihong Kim

現在、かんたん決済手数料の核心的な問題は、適格費用算定体系を法律で強制しようとする問題だ。韓国の金融法の中で唯一、手数料を直接統制しているのは、與信専門金融業法上の適格費用体系と優遇手数料の決定規制である。このような手数料規制をかんたん決済にも同じように適用しようとする立法の動きがある。

金融当局は従来の中立的な立場から最近、規制の必要性に傾いているようだ。決済手数料は業界自ら適格費用を算定しなければならないということだ。その他の手数料は、金融当局も管轄(電子金融取引法)ではないため、公正取引委員会(電子商取引法など)をはじめとする政府各省庁の対応が必要だという。

金融当局の立場とは異なり、多くの専門家は、立法を通じた手数料決定に政府が直接介入することは最も強力な統制手段であるため、非常に慎重なアプローチが必要だと考えている。規制を適用する際にも、順序に基づいた段階的な適用と最小化の原則(過剰禁止の原則など)が守られなければならない。手数料の決定問題は、市場参加主体が市場原理に基づいて自律的に決定する事項であって、立法で解決する問題ではないからだ。市場の手数を直接規制する立法例はほとんど見当たらない。その分、帳簿の直接的な価格統制は避けていることが分かる。現在、オーストラリアと欧州連合(EU)程度が手数料を規制している。オーストラリアは中央銀行が上限を提示するが、手数料の決定自体は自律的に決定するようにしている。

市場原理に従わず、政府が直接介入すると、競争がなくなるなど、市場機能が失敗する可能性が高い。かえって産業成長の阻害要因になる可能性もある。特に、簡易決済プラットフォームの利益構造を歪め、自律競争で得られる市場の効率性に逆行する可能性もある。成長の初期段階に入ったばかりの簡易決済市場に最も強力な価格統制手段を直ちに適用することは、市場競争原理を損なうことになり、収益構造を歪める。結果として、その費用負担を消費者や他の加盟店に転嫁させる副作用を生む可能性がある。

適格費用体系の立法化で生じる副作用は、クレジットカード市場の適格費用体系と優遇手数料決定規制の導入事例を見ればよりよく分かる。消費者特典が突然縮小されたり、中止されたり、零細加盟店に下げられた手数料赤字が一般加盟店に転嫁される事例が発生している。これに対し、クレジットカード業界も適格費用制度の廃止を絶えず主張してきた。

特に、クレジットカードの適格費用体系と同じ規制をかんたん決済にも適用しようとする動きは、様々な問題を見落としている。金融監督院も認めた事実だが、クレジットカードとかんたん決済は決して同一機能ではないという点だ。クレジットカード会社とかんたん決済事業者はサービス提供範囲と機能に違いがあり、手数料構造が異なるため、カード会社と単純に比較して適格費用体系を導入することは不適切である。露出されるリスクにも違いがあり、リスクベースの規制原則という観点からは適切ではない。

Yongtae Kim

手数料の自律開示の正確性を高めようとする当局の方針は、一見適格費用への中間橋のように見えるが、現時点では正確性の向上に協力することが望ましい。自律公示の正確性を高めながら、その他の手数料との分離問題を浮き彫りにする必要がある。過去のクレジットカードの適格費用算出時にも、金融当局は懸念の声を国会に伝えたことがある。市場経済体制で価格に介入することは基本的に否定的であるため、この部分を積極的に活用する必要がある。

金融当局は最近、電子金融取引法施行令を改正し、簡易決済時に生成される取引情報、信用情報の活用も推進している。このようなデータの生成と活用にも相当の費用が予想される。簡易決済手数料の価格統制は不合理であることを強調する必要がある。

Sangjin Cha

手数料開示規制は、クレジットカードとかんたん決済が同一機能を持つという前提から来ているが、「同一機能同一規制」原則、「同一リスク同一規制」原則に照らしてみても明らかな違いがある。

電子金融取引法では加盟店の手数料情報の公開と揭示義務が存在するだけで、手数料率規制に関する根拠は設けられていない。また、與信専門金融業法は手数料率の規制根拠となる唯一の金融業法であるが、かんたん決済には与信機能が存在しないため、「同一機能同一規制」原則が適用できない。

Youngeun Lee

カカオペイ(Kakaopay)は主な事業が決済であるため、決済手数料問題に敏感である。自律公示の正確性を高める部分はその趣旨に共感し、必要な点があれば誠実に義務を果たすだろう。

決済手数料規制の問題は、カードとは提供サービス領域の違いが明確であり、逆に規制が簡便決済事業者の健全性や消費者の利益などに影響を及ぼす可能性がある点で懸念される。

Jungrok Choi

自主開示は、特定の事業者が過度の市場歪みや優越的地位を利用した不当な行為を減らすポジティブなモニタリング機能がある。ただし、誠実履行事業者に対する恩恵や特定の事業者だけを開示することは公正な競争と見なすことは難しい。これはむしろ、異なるサービスの特徴と基準で誤解を招く可能性がある。

決済部門とその他のサービス特徴を明確に分離して決済部門のみを開示し、自律開示を特定の事業者に限定せず、同一サービス事業者はすべて開示することが合理的である。

最近、かんたん決済サービスは電子金融業(PGとプリペイド)、信用情報法、個人情報保護法などの規制を受けている。これらの法体系は、伝統金融を基盤に体系化された法規であり、情報技術に基づく金融の業務特性に合わなかったり、過度な部分がかかなりあり、各事業者間の意見連帯を強化し、規制の解釈と波及効果に対する理解を高める必要がある。

かんたん決済を利用する加盟店の決済手数料が高いと社会的に知られているのは、全体のサービス利用料の統合的選択または単一型契約が多いからだと思われる。つまり、提供されるサービス別に分けて契約を締結できるようにし、単一手数料体系で契約しようとするところは、それに合わせて契約する商品に分けて利用するようになることが、手数料に対する誤解をなくすのに役立つかもしれない。すでに多くの簡便決済事業者がこれを適用している。

サービス初期に統合された手数料政策と構造により、簡便決済事業者内部で構造に対する理解が不足し、対応に慎重な点があったと思われる。また、金融会社の警戒などで誤解が強化された傾向もある。

市場へのアプローチ方法を、既存の金融会社との競争構図ではなく、加盟店などとの協業と共存・共栄、またはパートナーの構図を築くことが、社会的なノイズを減らすのに役立つだろう。

近未来の市場

急速に変化する流れと共に呼吸し、
市場を成長させ、
消費者の利便性を高めていく

Yoongeun Lee

カカオペイ(Kakaopay)は、新しい技術とサービスを続々と発表している。過去には想像もできなかった「財布のない社会」への転換が、国内ではすでに始まっている。

カカオペイ(Kakaopay)は最近、海外での決済サービスに注力している。海外決済市場はすでに高い成長率を示している。海外に旅行する際、別途両替をしなくても決済が可能で、事前に海外での使用に同意すれば、その国に到着するとすぐに自動的に簡単に海外決済サービスを利用することができる。現在、46カ国で簡単な決済を提供しているが、今後さらに増やしていく予定だ。

国内利用者が海外旅行をする時だけでなく、外国人が韓国を訪問して観光する時も、各国のアプリを通じてカカオペイ(Kakaopay)加盟店で決済することができる。

決済に関する潜在的な市場をより大きく、より早く確保するためには、利用者が多く使用し、選択するサービスにならなければならない。利用者に様々なメリットと迅速で安全なサービスを提供するために最善を尽くさなければならない。

Jungrok Choi

かんたん決済市場が体感できる効果を出せる方法は、海外のように「ウォレット型」サービスを発展させることだ。

国内では様々な規制で試行錯誤している異種通貨を搭載したウォレットは、決済機能が徐々に急速に強化され、成長が期待される。現在、銀行中心にのみ許可されたり、規制のため、海外ですでに発表された多種通貨の形のデジタルウォレットや進化した簡易決済サービスが進展していない。海外決済市場を注意深く見守る一方、国内の規制が解消されることを期待している。

Younghwan Kim

人工知能や非人格体決済などの新技術が普及するにつれて、関連する規制問題を急いで解決しなければならない。自動運転車の規制が産業の成長を遅らせているのと同じ様相を見せる可能性があるからだ。米国や欧州などの事例を研究する必要がある。決済と直接関係のない技術分野の 이슈が、最終的には支払決済領域に影響を与える可能性がある。

Yongtae Kim

今後、かんたん決済市場は決済データと信用データの活用からさらに進んで、インフラとなり、マイデータ市場に収益モデルを提供することになると予想される。また、政府が政策を策定する上で重要なビッグデータの基盤になると予想される。

かんたん決済市場は決済端末に限定されない拡張性を持っており、様々なオンライン・オフライン決済の革新を主導することになるだろう。中央銀行発行のデジタル通貨(CBDC)からオフライン無人店舗、決済媒体としての自動車、各種センサーを搭載した決済モジュールなどが同時多発的に市場を成長させると予想される。

Sangjin Cha

かんたん決済は、決済インフラを売り手から消費者に引き寄せる機能をする。

生成型人工知能などが普及する中、ウェブ3.0技術で個人間で直接コミュニケーションする人が増えている。ブロックチェーン技術に基づいてノード間で共有する情報も増えている。「マシン顧客」のための決済需要も多くなるだろう。

しかし、現在のかんたん決済は売り手側の窓口機能に留まっている。

消費者の意思決定に関与する新技術への信頼が高まっており、今後は反復的な作業を、人に代わって行うことで、消費者はより重要なことに集中できるようになるだろう。

Jaesik Jeon

メタバース、ウェブ3.0、そして人工知能が発展し、普及すればするほど、プリペイド電子支払手段とCBDC、ステーブルコインなどの境界は非常に曖昧になるだろう。プリペイド電子支払手段の未来支払決済手段としての役割、産業発展と規制改善の方向性を早急に考えなければならぬ。

Sihong Kim

簡易決済事業者をはじめとするフィンテック企業が零細小商工人に実質的な恩恵を提供し、自生力を育てることが出来る根本的な支援策などを代替案として提示することが、現在の葛藤構造を克服し、新たな市場を形成する一つの道となる可能性がある。

零細小商工人を実質的に支援し、彼らの自生力を育てている簡易決済業界の代替金融、包容金融の努力を増やす必要がある。

代表的な事例として、迅速な資金回転を必要とする中小商人のために決済から代金決済までの期間を3日以内に短縮する迅速決済サービスなどは、手数料の削減効果よりも影響力のある支援策として市場の好評を得ている。また、非金融情報を活用して信用を評価する代替信用評価システム(ACSS)を構築し、既存の銀行や金融圏で融資が難しいオンライン事業者のために専用融資商品を支援するのも模範的な事例だ。

このように、簡易決済業界は「手数料暴利」という一方的な誤解を積極的に解消するためにも、零細加盟店の効率的な運営とビジネス成長を支援する様々なプログラムとサービスをより多く発掘して提供してほしい。



専門家寄稿

Dongho Kim | Economic Editor of Joongang Daily & Adjunct Professor of Dongguk Univ.

日本のAI技術維新

Juhee Lee | Leader of Mydata team in Jeonbuk Bank

データ経済：フィンテック・ビジネスモデル

日本のAI技術維新



Dongho Kim

Economic Editor of JoongAng Daily & Adjunct Professor of Dongguk Univ.

1853年、日本の江戸湾（東京沖）に黒船が現れた。アメリカのペリー提督が率いる4隻の軍艦のせん断だった。日本は大きな衝撃に襲われた。かつて見たことのない近代化された戦艦に圧倒されたからだ。日本はこの時から富国強兵に乗り出す。260年間日本を統治した将軍の江戸幕府時代が幕を閉じ、1868年に明治維新を起こし、列強への進出の第一歩を踏み出すきっかけとなったのが、この黒船の出現(Perry Expedition)だった。

最近、日本政府が起こした「ライン・ヤフー(LY Corporation)」事件を見ると、ライン(LINE)がほぼ200年前(正確には171年前)の黒船(Perry Expedition)と同じくらい日本を困惑させた。日本政府は総務省の行政指導を通じて、ネイバーにライン・ヤフー(LY Corporation)の株式売却圧力をかけたという疑惑を受けている。韓国政府が異議を申し立てると、「株式を売却するように直接指示したことはない」と釈明した。

改善されていた日韓関係を水を差す可能性があるとの懸念が高まり、日本政府も負担になり、一步引いた様子がうかがえる。日本政府は特に「持分解消は総務省の要求ではない」と明らかにしている。結果として、LINE・ヤフー事態は韓国と日本に大きな示唆を投げかけている。

韓国は情報通信技術(ICT)では先行したが、人工知能(AI)時代に入り、先端技術の主導権を失っている様相を見せる。いわゆるビッグテックは全て米国企業である。メタのフェイスブック、アマゾンとマイクロソフトのクラウドサービス、グーグルの検索サービスはすべて米国企業が主導している。アップルも健在な状況だ。

ここに生成型AI技術が本格化すると、ビッグテックは翼をつけた。韓国の存在感は相対的に弱くなっている。さらに深刻なのは、生成型AI技術が発展し、AI半導体の需要が爆発的に増え、半導体産業の生態系が急変していることだ。韓国はビッグテックはもちろん、半導体市場でも相対的に立場が狭まる状況に突入している。

唯一、ネイバー(Naver)とカカオ(Kakao)がビッグテックの可能性を秘めていたが、グローバルプレーヤーとして成長できない状況になっている。そんな中、Naverが日本に進出し育てたLINEは、日本1位のソーシャルネットワーキングサービス(SNS)になり、韓国ビッグテックのグローバル進出の可能性を示しているという評価を受けるに値する。

情報技術IT革命に続き、ビッグテックと生成型AI技術において共に遅れをとった日本は、遅ればせながらキャッチアップに取り組んでいる。その過程でライン・ヤフー(LY Corporation)事件が発生した。韓国政府とマスコミが敏感に反応すると、日本政府は「持分解消が日本総務省の要求ではない」と事態の拡大に歯止めをかけた。

しかし、この事態は終わっていない。7月初め、総務省はライン・ヤフー(LY Corporation)に対する3次行政指導を控えている。韓国だけでなく、世界が注目しており、強硬な方法で持分を解消させることはできなくても、Naverの影響力を遮断しようとする装置を考案する可能性が大きい。ネイバーが独自の必要性によって株式を売却する可能性も排除できないという観測も出ている。

ライン・ヤフー(LY Corporation)事件は、日本の経済安全保障強化の動きとも連動している。日本は2022年5月に経済安全保障推進法を制定した。電気、ガス、石油、金融、鉄道、通信、運送など14業種の特定社会基盤(インフラ)事業者が投資や事業活動で政府の事前審査を受けるようにした。ライン・ヤフー(LY Corporation)もここに含まれている。まずは行政指導でNaverの影響力を遮断した後、都合が悪い時は経済安保という名目の報道を振りかざす可能性もある。2019年に素材・部品・装備の輸出規制に乗り出した日本は、自国の国益と衝突すれば積極的な措置を取るかもしれない。

日本政府がライン・ヤファー(LY Corporation)に敏感なのは、日本が総体的に高性能半導体製造能力の喪失に続き、デジタル情報社会に遅れているという痛烈な自省から来ている。しかし、日本は第4次産業革命に続き、生成型AI時代が到来し、逆転を図っている。

まず、国家的な体制を整備している。2021年5月にデジタル庁(Digital Agency)関連6つの法案を作り、同年9月にデジタル庁を発足させた。具体的な執行はスピード勝負だ。デジタル庁は、金融・医療情報の活用を本格化するためにマイナンバー事業を主導する。マイナンバーは2016年から総務省主導で導入してきた12桁の個人識別番号制度だ。韓国の住民登録番号のようなもので、デジタル転換の第一歩といえる。

日本の地方都市に行くときまだカードではなく現金を受け取るほど、日本はデジタル時代に大きく遅れていた。しかし、速いスピードで追いついている。デジタル転換を支える半導体生産にも再び力を注いでいる。AI時代には、高性能メモリ半導体を直接生産する能力がなくても、いくらでも半導体産業に参入できる道が開かれている。小型ファブレスに過ぎず、グローバル市場で存在感がなかったNVIDIAは、生成型AI時代が到来し、一気に半導体産業のリーダーになった。演算に優れた高性能AI用グラフィックス処理装置(GPU)を独占的に開発・供給し、昨年6月には時価総額3兆ウォンを突破し、一時は世界時価総額1位の企業にもなった。

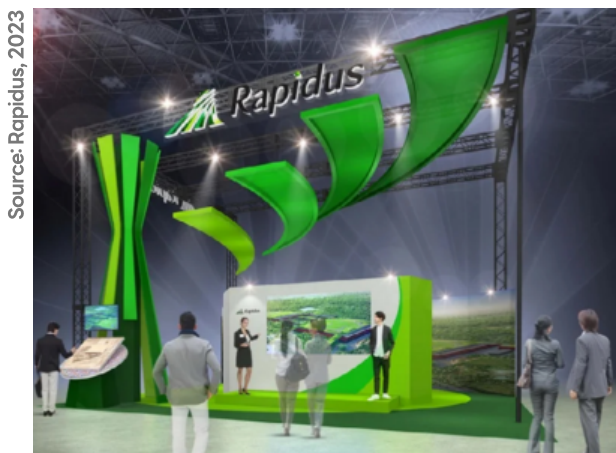
日本のデジタルトランスフォーメーションは、国家の能力を総動員している。岸田文雄首相は2022年10月3日、国会での政策演説を通じて、官民投資を促すデジタル・トランスフォーメーション(DX)を含め、次世代技術開発と量産を促進すると明らかにした。これに企業も靴ひもを締められている。ソニー・ソフトバンク・キオシアなど大手企業が集まり、半導体ファウンドリであるラピダス(Rapidus)を設立した。

日本は体面を捨てて九州の熊本に台湾のTSMC工場を誘致した。キャベツ畑を耕し、24時間体制で工事を行い、2年でファウンドリ工場を完成させた。ラピダスが工場を建設している北海道から九州まで、全土が半導体生産体制を整えたことになる。

これ以上下がるところがなく、
新たな変化が避けられない日本は、
アナログ時代を脱却するという
姿勢で出てきている。
特に日本の変化は、AIテクノロジー
維新を覚悟する姿勢を見せている。
消えた火も再び見るように、
日本の変化がフィンテック
にも多くの変化をもたら
す可能性が大きい。

日本が半導体を直接生産して供給し、デジタル庁まで整備してデジタル転換に乗り出したことで、フィンテック産業も急速なスピードで拡大する環境が整った。この過程でライン・ヤファー(LY Corporation)事件が発生した。日本は昨年、国民総生産(GNI)で韓国に初めて逆転された。これ以上下がるところがなく、新たな変化が避けられない日本は、アナログ時代を脱却するという姿勢で臨んでいる。

特に日本の変化は、AIテクノロジー維新を覚悟する姿勢を見せている。消えた火も再び見るように、日本の変化がフィンテックにも多くの変化をもたらす可能性が大きい。その過程で韓国のフィンテック企業はどのようなチャンスを見つけられるか、注意深く見守る必要がある。



2023年12月、日本の東京で開催された半導体関連イベントに設置されたラピダスのブースイメージ

データ経済： フィンテック・ビジネスモデル



Juhee Lee

Leader of Mydata team in Jeonbuk Bank
leejuhee@jbbank.co.kr

顧客データと、それを通じて革新的なビジネスモデルを創出する機会が、最近、個人的にも、仕事上も最も好きなテーマになっている。

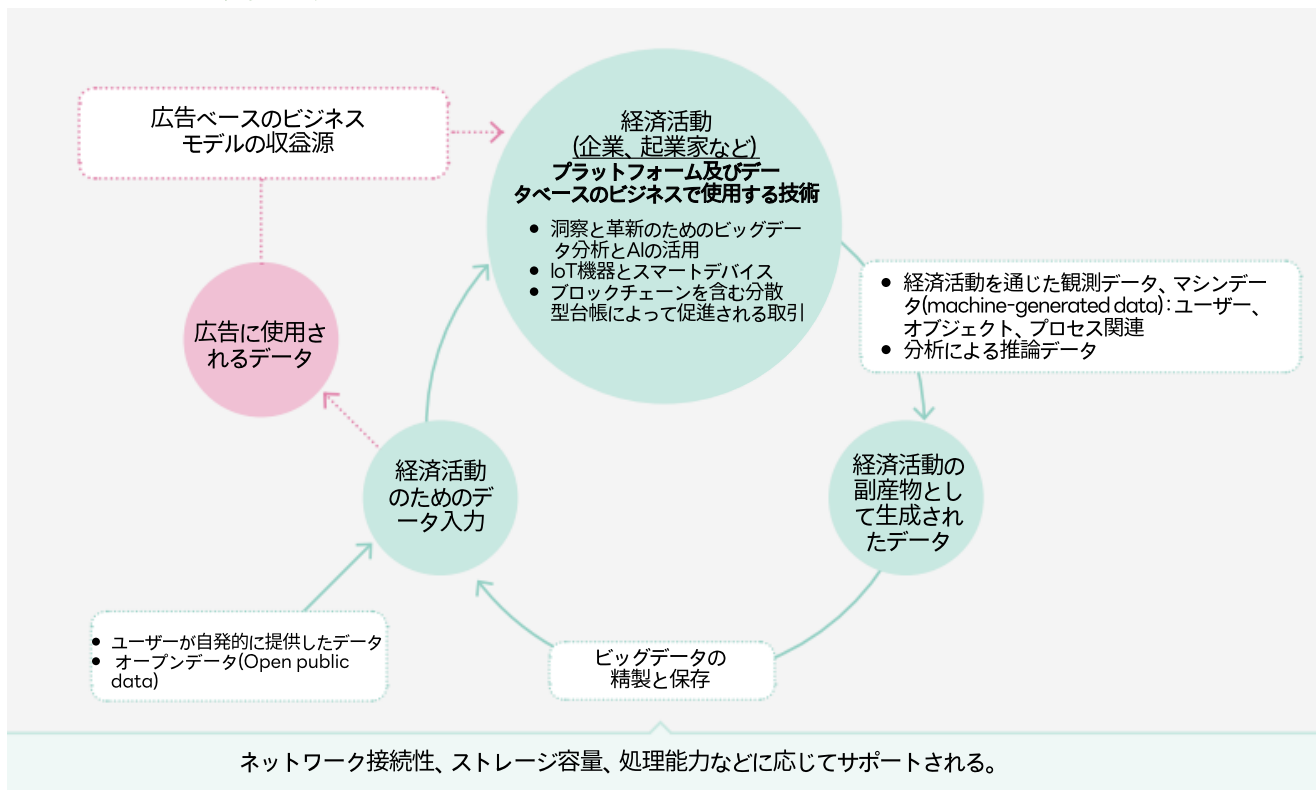
デジタル経済が本格化し、データは「新しい石油」と言われるほど、あらゆる産業で重要な機能を果たしている。特に、コロナ19をきっかけに社会全般に「非対面の日常化」が進行しており、ここで発生するデータ量が爆発的に増加したため、データが核心資産として浮上した。これに伴い、データを基盤とした生態系が登場し、データ産業が浮上している。

つまり、今や経済はデータを主な資源として成長し、何よりもデータ自体が経済的価値を提供する資産とみなされ、先進国を中心にデータを媒介とした新しい生態系が造成されている(図1)。

金融分野でも、データを意味のある情報に変換して活用価値を高める革新的なサービスがフィンテック企業の主導で登場している。

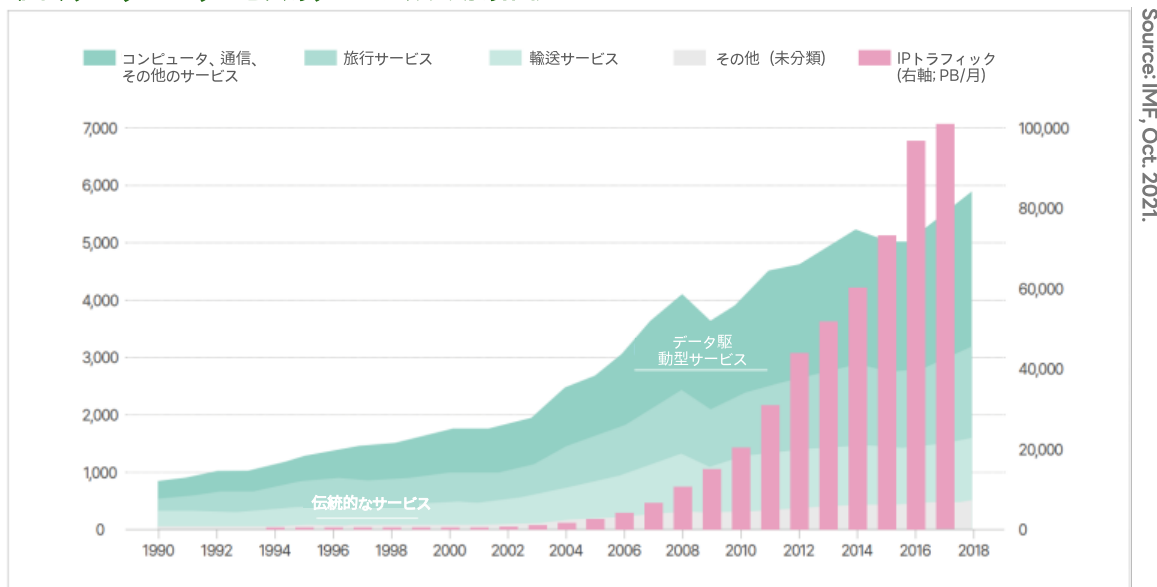
金融のデジタル転換に伴う産業全般の変化で、フィンテック企業と関連した様々な研究とビジネスモデルの開発が続いているが、データ経済に関してはやや低迷しているのが事実である。国内ではマイデータサービスをはじめ、トス(Toss)、バンクサラダ(BankSalad)、キャッシュノート(CashNote)などのフィンテック企業の事例があるが、これらに限られており、多様なデータビジネスモデルに関する関心が必要だ。

〈図1〉経済活動におけるデータの機能



Source: World Bank, 2021. World Development Report 2021: Data for Better Lives. Washington, DC: World Bank

〈図2〉データ基盤サービスのグローバル貿易の推移



データ経済(Data Economy)

データ経済は、2011年に情報技術コンサルティング会社であるGartnerの報告書で初めて登場し、「データが経済活動の重要な生産要素として使用される経済構造」を意味する。技術的な観点からは、「洗練されたソフトウェアやその他のツールを通じて、非常に速い速度で詳細な大量のビジネスと組織のデータを保存、検索、分析することで創出される財政的、経済的価値」と定義される(Digital reality, Data Economy Report, 2018)。

世界でサービス貿易は過去20年間で6倍に増加し、国内総生産(GDP)に占める割合が倍増し、そのうちデータベースのサービスは、サービス輸出全体の約4分の1から半分近くまで増加した〈図2〉。

データ経済は通常、データの生産と流通を包括し、データだけでなく、データに基づくサービスも含むことになる。

「データ生態系」という言葉は一般的な用語ではなく、データ流通市場(Data marketplace)、データ資産(Data estates)、データ空間(Data spaces)など様々な表現が使われることもある。データ流通市場は、データ需要者と供給者が収益のためにデータを売買する場所として、実際のデータ取引が行われる場所を指す。つまり、データの需要と供給をつなぎ、データに価格を形成して取引を起こす「データ流通システム」である〈図3〉。

データ市場は、価格を形成する市場メカニズムや市場に関する規律や規制がないなど、従来の財と比較して経済財としての異なる特性を示し、一般的な電子流通市場とは明確に区別される。

ここでデータ提供者の場合、「データブローカー(Data Broker)」、「データサプライヤー(Data Supplier)」または「データベンダー(Data Vendor)」とも呼ばれる。顧客と企業の間で相互間の情報交換の効率を高めてくれる仲介者の役割を果たし、これを適切に活用することで、需要者の探索コスト削減と効率的な購買を可能にする。

特に、米国を中心とした世界市場では、個人情報への活用が比較的容易な環境で、約2,642億ドル規模(2023年基準)の市場が形成され、民間企業を中心にデータ取引が発達に行われている。世界的に5,000社以上の企業があり、Experian、Acxiom、Corelogic、Epsilon、LiveRampなど情報に特化した企業は、自社が保有する各種ビッグデータを旅行会社やショッピングモールなどの他の事業者に販売し、企業はこれをマーケティングや主要意思決定などに活用する。

世界的に有名なデータブローカー企業の一つであるAcxiomは、消費者データを収集、分析する2万3000台以上のサーバーを持っている。同社は全世界5億人の情報を確保しており、1人当たり最大3,000個のデータポイントを保有していると言われている。Acxiomのインフラストラクチャの規模は、データブローカーがどれだけ多くの消費者情報を収集し、分析しているかを端的に示している。

〈表1〉フィンテックの新しいデータビジネスモデル

ビジネスモデル	代表企業
データマッチング	Duedil, estimize, lmatchative
ローンデータ	Credit Karma, Kreditech, ZestFinance, OSIS
お客様の身元確認	trunomi, Trulioo, Passfort
金融市場分析	Kensho, visible alpha, Seeking Alpha, Stocktagen
ソーシャルメディアデータ	HelloSodaDataminr,
ビッグデータ共有プラットフォーム	1010Data, Xignite
予測データ分析	context relevant, personetics, Coinalytics
データの可視化	liulDLandscape, platfora
オファー作成(offer creation)	Red Zebra

Source: Devie Mohan, February 2, 2016.

世界中で企業がデータインサイトに基づいて多くのビジネスを行っていることを確認することができ、ますます多くの企業がサービスを改善し、より高い収益を生み出すためにデータブローカーを利用している。

データビジネスモデル

データの収益化は企業や産業で主要な部分となっているが、データを取引して価格を形成し、データの買い手と売り手をつなぐ市場メカニズムはまだほとんどない状況である。データ流通市場がこのような問題を解決する方策として提示されているが、その市場が活性化するためにはビジネスモデルが必要である。

フィンテック分野は比較的関連モデルの開発が容易である。フィンテックの核心的な能力の一つがビッグデータを金融で活用することであり、金融市場の競争を促進させる上でビッグデータが市場の情報非対称性を解消することに貢献できるという特徴があるからだ〈表1〉。

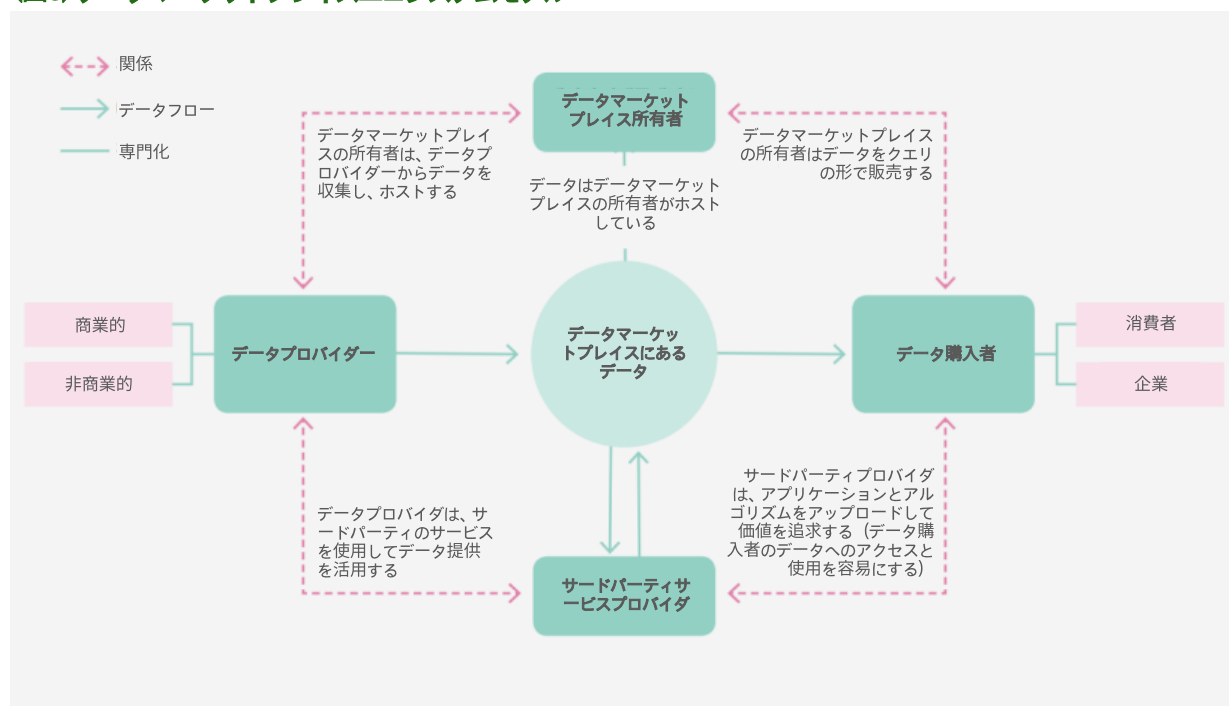
また、過去から銀行はすでに膨大な量の顧客データを保有しており、すべての取引と顧客情報を処理するために、すでにかかなりのレベルのデータインフラストラクチャに投資している。このため、銀行はデータを様々な方法で扱い、新しい革新的なモデルをいくらかでも試すことができ、顧客データを活用した最高のエクスペリエンスのユースケースを見つけることができるという強みがある。

一方、フィンテックは迅速なイノベーションに利点がある。融資とリスク管理にFacebookの「いいね！」やInstagramのフォロワーのような新しいデータポイントを発掘し、意思決定モデル(decision making models)に追加するのだ。ソーシャル活動のレベルがリスク指標(risk factor)や貯蓄額のような重要な指標として活用されるのだ。

Truliooのようなフィンテック企業は、膨大なグローバルデータベース(DB)を構築し、大手銀行がこれまで考えもしなかった地域の個人情報を活用できるようにした。アフリカの農村地域のための最初のDBは、新しいチャレンジャーバンクや決済サービスが発売され、現地の顧客身元確認(KYC)を満たすことができるように支援する。この企業はこのような戦略でニッチDB(niche data bases)を拡大している。

クラウドベースのデータ共有モデルも登場した。地域的にデータの位置や個人情報保護規制などで苦労しているが、クラウドインフラストラクチャの需要が多く、複数の提携先とデータを共有できる金融会社を対象に、ビッグデータ発掘とデータ共有のためのクラウドプラットフォーム(1010DATA)や市場データAPIプラットフォーム(Xignite)などのフィンテック企業が登場した。

〈図3〉データマーケットプレイスエコシステムモデル



しかし、金融における顧客データのユニークな点は、すべてのデータバリューチェーンで規制が適用されることである。これが長所か短所かはケースバイケースであるため、一概には言えません。すべての顧客情報が現地のKYC (Know Your Customer) ルールに基づき強制的に収集されるという事実は、取得された顧客情報は最小限のデータポイント分析が可能であることを意味する。

特に、チャレンジャーバンクがデータベースのビジネスモデルでデータ収益化案を作成し、データが「お金」と同じくらい強力であるというメッセージを非常に明確に伝えた。英国のSecco BankとAlmond Bankは、データベースのAPIモデルを使用して顧客に大きなメリットを提供している。

〈図4〉銀行とフィンテックが一緒のイノベーション



既存の銀行もすでにデータを中心としたイノベーションを模索しており、一部はフィンテック企業と協力してソーシャルメディアや生体認証データなどの非金融データを取得したり、顧客身元確認(KYC)などの既存のプロセスをより簡単にしたりしている。

データベースのビジネスにおいて、銀行とフィンテックは競争するのではなく、互いに協力することで発展することができる。銀行は規模に強みがあり、フィンテック企業は俊敏性に強みがある。「良い顧客体験」において、サービス提供者が誰であるかは重要ではない。

客員研究員紹介

デジタル融合の時代、専門的で客観的な視点を共有する専門家集団がデジタル経済金融研究院と一緒にいます。急変する技術の流れの中で、今必要な洞察を共有し、偏りのないバランスを取ってくれるdefi客員研究委員をご紹介します。



Hyung-Woo Kang
Advisor of Kim&Chang



Jeong-Hyeon Koh
Advisor of WooriFIS



Tae-On Koo
Lawyer of TEK&LAW



Dong-Ho Kim
Editorial Writer of
Korea JoongAng Daily



Su-Jin Kim
Consulting PM of KT
Financial Business Unit



Seung-Joo Kim
Professor of Korea Univ.



Si-Hong Kim
Advisor of Lee&Ko



Young-Tae Kim
Professor of KAIST



Yong-Tae Kim
Senior consultant of
HwaWoo



Eun-Young Nam
Professor of Dongguk Univ.



Gui-Jin Ryu
Dr. of THE SEED Labs



Seong-Jin Yang
Lab Director of ATONcorp



Kwang-Jin Oh
Editor in Chief of
Economy Chosun



Min-Seob Yoon
Dr. of Korea Financial
Consumers Protection
Foundation, KFCPF



Ki-Min Lee
Department Manager
of Fintech Center Korea



Tai-Ki Lee
General Manager of
Korea Institute of Finance



Sungbok Lee
Senior Research Fellow of
Korea Capital Market Institute



Young-Min Lee
Professor of Seoul Univ.



Jung-Un Lee
Chief Legal Officer of
Banksalad



Chang-Min Chun
Professor of SeoulTech Univ.



Hyun-Il Hwang
Lawyer of Shin&Kim LLC



Jeong-Yoon Heo
Professor of Kookmin Univ.



Jun-Beom Heo
Lawyer of Shin&Kim LLC



Suk Hyun
Professor of Yonsei Univ.

韓国最大のフィンテックネットワーク機関

韓国フィンテック産業協会 KORFIN

協会 紹介

KORFIN (KOREA FINTECH INDUSTRY ASSOCIATION)

韓国フィンテック産業協会は金融委員会認可の社団法人で、韓国金融のデジタル革新をリードするために2016年に設立されました。

MISSION

持続可能なフィンテック産業生態系を造成し、国民が体感できる金融改革に貢献し、国家経済成長に寄与する。

VISION

韓国のデジタル金融の革新とフィンテック産業の成長の足がかり

CORE VALUE

- チャレンジ
- イノベーション
- 変化

主な 役割

1. フィンテック政策・規制議論のパートナー

- 対政府及び国会への説得活動(フィンテック業界の意見集約及び政策提案、金融当局とのコミュニケーションなど)
- 政策シンクタンク運営(諮問教授団とフィンテック企業の成長のための政策開発を推進)

2. 韓国を代表する民間フィンテック団体

- 国内外の関係機関との連携
- 会員企業のネットワーキング支援(11の常設分科会の活性化、定期的なネットワーク機会の創出)
- フィンテック産業広報(フィンテック広報のための共同のメッセージ発掘、広報担当者ネットワーク運営)

3. 持続可能なフィンテックの成長を支援

- フィンテック産業に関する各種セミナー、フォーラムなどのイベント開催
- フィンテック投資の活性化(中小・スタートアップ会員社と投資機関のマッチング)
- フィンテック人材養成及び雇用マッチング(フィンテック専門人材養成のための教育支援事業運営など)

4. フィンテック企業の海外進出支援

- グローバルフィンテック関連博覧会への共同参観を通じた産業動向の把握及びベンチマーキング要素の発掘の機会を提供
- 海外業界関係者とのネットワーキング及び外延拡大

事務局

ポリシー室 T. +82 2-6949-2682

- 金融当局の政策対応、マスコミ対応、会員/分科会管理、外国為替電算網運営、海外事業

海外事業企画チーム T. +82 2-6949-2683

- 企画、人事/会計、理事会/総会、行事企画/運営、教育事業、出版物及びホームページ管理

会員社加入案内

KORFIN は、韓国のフィンテック産業をリードする500社以上の会員企業と一緒に活動しています。協会会員社に加入すると、会員社間のネットワーキングイベントへの参加、フィンテック産業の最新動向情報誌の受信など、様々なサービスをご利用いただけます。

役員社



会員社特典

1. 業界の問題点への共同対応

- 業界共同 이슈の発掘と対応を通じた会員企業の問題解決・対政府・国会への建議を通じた法制度・政策改善推進支援
- 対政府及び国会への建議を通じた法制度・政策改善の推進支援

2. 会員社にネットワーキングの機会を提供

- 常設分科会(11個)を運営し、会員社間の絆を強化し、情報交換の機会を提供。
- フォーラム、セミナーなど、協会が開催する各種イベント参加

3. 業界の最新動向情報の提供

- 定期的に発行する国内外のフィンテック産業関連情報誌を受け取る。
 - * ニュースブリーフィング(毎日): フィンテック及び金融関連ニュースのデイリーメール配信サービス
 - * バイウィークリー(隔週): 国内・外フィンテック産業の主な 이슈、調査/統計/分析資料提供
 - * ザ・フィンテック(四半期別): 会員社インタビュー、専門家オピニオンなど業界の様々なニュースを提供

当協会は、韓国フィンテック産業の発展をリードする頼もしいパートナーとして、会員企業の成長のために、より多くのメリットを提供できるよう努力してまいります。

4. 会員企業の成長支援サービスを提供

- フィンテック産業人材育成のための教育機会の提供
- ホームページ、ニュースブリーフィングなど協会オンラインチャンネルを活用した広報機会の提供等

入会手続き

会員社加入申請

申請社→協会

- ホームページ(www.korfin.kr) 会員登録参考
- 申請書及び書類の電子メール提出

加入審査と結果通知

協会→申請社

- 申請書類の審査と入会承認
- 承認可否の通知

会費の支払い

申請社→協会

- 入会金・年会費の支払い

入会完了

* 役員社(副会長、理事)の申請は、正会員社加入後、理事会の議決を経て選任する。

入会お問い合わせ

KORFIN 企画チーム

- Tel. +82 2-6949-2683
- E-mail. plan@korfin.kr