

第13回・BaaS(Banking-as-a-Service)

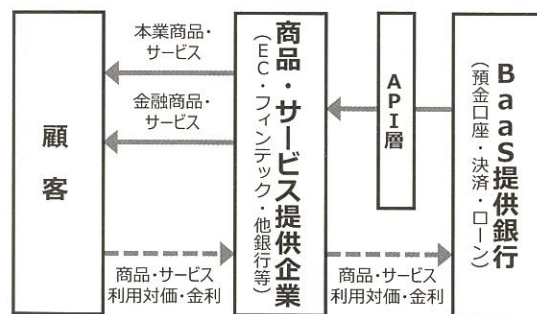
株式会社NTTデータ経営研究所
金融政策コンサルティングユニット エグゼクティブスペシャリスト 上野 博

本シリーズではデジタル化の潮流についてテーマごとに論じていく。第13回は、BaaS(Banking-as-a-Service)について論じる。経済、社会のデジタル化が進む中で、金融機関のチャネルも時代に合ったものに変わっていくものと考えられる。BaaSはそれをチャネルではなくバンキング機能の在り方の側から説明するものだ。金融機関にとっては機会・脅威のどちらともなり得るものだが、デジタル化の進捗の進歩化の中で、その普及は確実なものともみられる。

1 BaaSとは

BaaSとは、「バンキング・アズ・ア・サービス(Banking-as-a-Service)」の英単語の頭文字をとったものだ。アズ・ア・サービスは、「サービスとして(〇〇を提供する)」という意味であり、当初はクラウドコンピューティングの分野で多く使われていたものが、他のいろいろなところで転用されるようになった。クラウドコンピューティングでは、ユーザーはコンピューターのハードウェアまたはソフトウェアを自ら所有せず、処理機能つまりサービスだ

図：BaaSの提供イメージ(概略図)



けを利用してその対価を支払う。BaaSの場合は、図に示すように、一般企業が銀行を持たずにバンキング機能だけを使

うということになる。

BaaSが実現可能と考えられるようになったのは、API(アプリケーション・プログラミグ・インターフェイス)が整備されてきたためだ。APIは、あるアプリケーションがもつ機能やデータを他のアプリケーションから呼び出して利用するための接続仕様・仕組みである。例えばスマートフォンでレストラン検索サイトを利用している、レストランの場所を参照すると、そのアプリ内にGoogle Mapが表示されるというケースだ。ここでは、検索サイトとGoogle MapがAPI接続している。レストラン検索サイトは自ら地図アプリを開発しなくても、すでに存在する他社の機能を利用することができ、これによって、オープン・イノベーションが加速される。

実は、金融分野ではすでにBaaSに近いものが存在している。eコマースのサイトで商品

を購入する場合に、支払い方法にクレジットカード決済を指定してカード番号その他を入力すると、カード会社のサイトに行かなくても支払いができてしまうのだ。ここでのカード支払い機能に当たるものを、預金/融資/決済(為替)分野で提供すれば、それがBaaSである。

金融サービスは、顧客が何かの目的に対して行動する際、おカネの面の「手段」である。手段であるからには、できるだけ手間がかからないことが望ましい。最も望ましいのは、必要な時と場所に手段の方から利用者の手元に現れることだろう。

BaaSはそれを実現するものだ。例えば、住信SBIネット銀行は、JALペイメント・ポータル社(日本航空グループ会社)と提携して、JALマイレージバンク会員専用のネット銀行口座「JALNEOBANK」を提供している。同社は銀行代理業者として、顧客となったJ

2 機会と脅威

ALマイレージバンク会員に対して、住信SBIネット銀行の商品・サービス(ローンを含む)を提供している。顧客は商品・サービスの利用を通じてマイルを獲得できる。

地方銀行では、ふくおかフィナンシャル・グループが新しく立ち上げたチャレンジャーバンクである「みんなの銀行」が、全国の企業と提携してBaaSサービスを提供する方向性を打ち出している。

BaaSの実現には、金融機関にとって機会と脅威の両面があると考えられる。機会とは、顧客の利便性が高まることで、より多く使ってもらえる可能性が生じることだ。消費者が企業のサービスを利用する際に、必要に応じてそのままBaaSでつながっているバンキング機能が使えることは、あらためて金融機関の営業店に行ったり、アプ

リを開いたりする必要がない。いったんその利便性を経験すれば、消費者にとってBaaS機能の利用がバンキング行動の標準となる可能性がある。

一方で脅威は、「土管化」の懸念があることだろう。顧客接点を握っている、商品やサービスを提供するのは、BaaSの出口にいる企業。背後にいる金融機関は、水道や電気、通信等のインフラサービスと同様に、おカネを流す機能だけを

提供することになり、付加価値を提供して追加収益を上げられない懸念がある。インフラに専念して収益を上げることも可能だが、そのためには規模が必要であり、非常に幅広い出口とつながって、利用度を上げることが求められる。その点では大手金融機関は有利だろう。例えばNTTドコモと三菱UFJ銀行が5月に発表した、デジタル金融サービス提供に向けた業務提携を通じてビジネス展開は、そうした候補とみられる。

3 BaaSと地域金融機関

では、土管化の懸念を回避しつつBaaSを実現できるのは大手金融機関だけだろうか。必ずしもそうではないと考えられる。地域における法人・個人の経済活動に密接に関わっている、それにきめ細かく対応可能なのは、地域に根差した金融機関である。従来の「営業店に顧客が来る/担当者が顧客を訪問する」という営業モデルからの転換を図って、地域における顧客の活動の「場」にバンキング機能を提供できるならば、それは地域独自のBaaSとなりうるだろう。それは、地域金融機関の1つの新しいビジネスモデルとなりうると思われる。

*

そうした「場づくり」は、別の言葉に置き換えれば「プラットフォーム化」である。次回は、バンキング機能を含む地域密着型のプラットフォーム構築の可能性について論じる。