

## 第4回

# APIを活用した他機関との連携

金融庁の金融行政方針にも示されている、既存の金融機関によるビジネスモデルの変革に繋がる金融デジタライゼーションについて、解説する連載。今回は、オープンAPIを活用した企業との連携、金融機関の対応等について解説する。

山口 省蔵

### 1 FinTech企業との連携

(1) オープン・アーキテクチャによるイノベーションの推進

金融行政方針における「金融デジタライゼーション戦略」では、「オープン・アーキテクチャによるイノベーションの推進」が施策の一つとして取り上げられている。

オープン・アーキテクチャとは、技術に関する設計や仕様などを公開することである。設計や仕様を公開することで、その技術の利用者が広がる。利用の拡大が、その技術を基盤にした新たな工夫や技術を生む。それが、オープン・アーキテクチャがイノベーションを促進するプロセスである。「オープン・アーキテクチャによるイノベーションの推進」に關し具体的イメージされていたのは、オープンA

PIによる金融機関と、FinTech企業との連携である。

API (Application Programming Interface)とは、あるアプリケーションの機能やデータ等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仕様である。それを他の企業等に開示することを「オープンAPI」と呼んでいる。

財務的基盤、社会的信用、取引先とのネットワークといった面において優位性のある金融機関と、社会的課題を捉えるアイデア、チャレンジ精神、スピーディな意思決定等に強みを持つFinTech企業の「新たな組合せ」が、イノベーションを生むものと期待された。

(2) FinTech企業の登場と金融機関の対応  
FinTech企業による

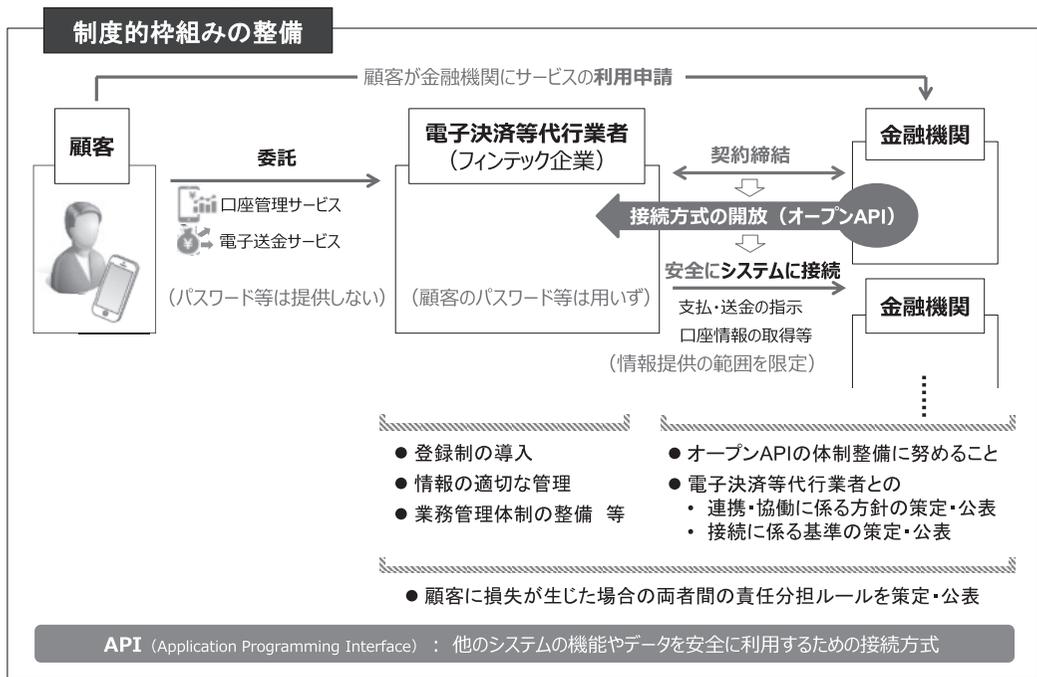
家計簿アプリやクラウド会計アプリは、金融機関の口座情報を自動的に収集することで、ユーザーの家計管理や会計処理を自動化するサービスを提供している。

そうしたアプリは、ユーザーのインターネットバンキングのIDとパスワードを預かり、ユーザーのインターネットバンキングページから情報を取得すること（スクレイピング）で、サービスの提供を始めた。

アプリの活用によって、ユーザーの利便性は向上した。しかし、顧客のIDとパスワードをアプリが預かることにはリスクがあるし、インターネットバンキング側の画面の構造が変わるとデータが取れなくなる、といった問題もあった。

また、アプリによるスクレイピングが、特定時間帯におけるインターネットバンキン

図表1 FinTech企業と金融機関とのオープン・イノベーションの仕組み



(資料) 金融庁

グへの集中アクセスを生じさせ、システム負荷の要因にもなっていた。

これに対し、銀行がAPI経由で、ユーザーの口座情報をFinTech企業側に提供できれば、ユーザーにとってのセキュリティと利便性を高めると同時に、システム効率にもプラスになる。

このため、一部の金融機関では、オープンAPIに対応し、FinTech企業と連携する戦略を早期に打ち出していた。

## 2 法令による推進

2018年6月に「銀行法等の一部を改正する法律」が施行された。この法律においては、イノベーションの促進と利用者保護の両方が意識されている。

具体的には、FinTech企業の体制整備、利用者への損害に対するFinTech

企業と金融機関との責任分担ルールの策定が求められた。それとともに、金融機関には、FinTech企業との接続に係る基準の策定・公表や、APIの公開方針の公表、APIを公開するとした場合の整備努力義務が定められた(図表1参照)。

これを踏まえ、全邦銀137行中、インターネットバンキングを提供していない9行を除く128行がオープンA

図表2 オープンAPIの導入

項目	行数
①全邦銀137行のうち	
導入を表明した先	128行
導入を表明していない先	9行
②導入を表明した邦銀128行のうち	
2020年6月までに導入予定の先	121行
導入時期未定等の先	7行

(資料) 金融庁

PIを導入する旨を表明した。さらに、その128行中121行は、2020年6月までの導入を表明している。その後、金融機関とFinTech企業が連携した金融サービス（キャッシュレス決済、家計簿アプリ、会計アプリ、自動貯金サービス等）は、徐々に拡大している（図表2参照）。

### 3 新たな金融サービスの展開

(1) FinTech企業のデータ活用  
オープンAPIが法令によって進められたこともあり、金融機関の中には、今なおオープンAPIを「自分達のデータをFinTech企業に使用されるだけでメリットに乏しい」と捉える先もある。しかし、FinTech企業のデータを活用した金融商品の事例もある。例えば、ふくおかファイナ

シャルグループ等では、マネーワードと連携することにより、会計アプリが収集してきた他行口座の入出金情報を活用したオンラインレンディング商品を提供している。

近年、入出金データを活用した顧客の信用分析が進展し、従来の財務を中心とした評価では低格付けとなる先の中から、デフォルトしにくい企業（貸せる企業）を見つけ出すことが可能になってきた。

しかし、日本の企業は、通常、複数の金融機関と取引しているため、口座情報が分散され、一つの金融機関だけでは十分なデータが得られないとの課題があった。この課題は、ユーザーの全口座情報を自動的に収集してくる会計アプリとの連携によって克服された。

また、当該商品では、マネーワード社のユーザーの融資申し込みを可能とするこ

とで、ふくおかファイナシャルグループの既存取引先以外の新たな顧客へのアプローチも可能となっている。

### (2) 金融機関による顧客情報提供サービス

三菱UFJ銀行は、利用者の本人確認をする事業者向けに、自行の取引先の本人確認情報をAPIで提供するサービスを始めた。

従来、マネー・ローンダリング対策を定める「犯罪収益移転防止法」の対象業者では、利用者の本人確認書類に関する郵送等のやり取りが発生していた。

昨年の同法改正によって、銀行等へのAPIによる情報照会により取引完結が可能となる手法が追加された。この結果、銀行が保有する本人確認情報をAPIで提供することが新たなビジネスとなった訳である。

取引相手側の信頼性を確認するために、金融機関が保有する情報を活用するニーズは上記のほかにも考えられる。

2019年5月末には、金融機関が保有する顧客情報について、本人の同意を得たうえで第三者への提供を付随業務として追加する銀行法等の改正法案が成立した。今後、情報提供を中心とした新たな金融ビジネスの拡大が見込まれる。

### (3) 銀行とは別組織によるデジタルインベシヨンの推進

わが国の金融機関の勘定システムは、大型化・複雑化していることから、維持管理だけで多大なコストがかかるとの問題があった。また、多段階のヒエラルキーを持つピラミッド統制型の金融機関組織では、新しいチャレンジへのスピーディな意思決定が難しい、との問題もあった。こ

うした中で、デジタルイノベーションを推進するために、一部の金融機関では、銀行本体からは独立した開発組織を設立するなど、従来とはまったく異なる環境を作ることが試みられた。

例えば、みずほフィナンシャルグループでは、勘定系システムの統合を控えて、開発凍結期間等が生じるなどの制約があった中、Blue Lab社を別会社として作り、APIを利用することで、勘定系システムに大きな影響を及ぼさずに新たな金融テクノロジーの開発を進めてきた。また、三菱UFJフィナンシャル・グループにおける「apan Digital Design & T S U B A S A アライアンス（千葉銀行、第四銀行、中国銀行、伊予銀行、東邦銀行、北洋銀行、北越銀行、武蔵野銀行、滋賀銀行が参加）におけるT & I イノベーションセンター

といった会社も同じような意味合いを持つものと思われる。

#### 4 金融におけるAPIエコノミー

配車アプリのUberは、「現在地を表示する地図機能」、「運転者と利用者が連絡を取る機能」、「決済機能」のそれぞれを、別々の企業のアプリケーションからAPIを使って調達している。APIの利用により、顧客の視点に立ったアイデアを一から自分たちで開発せずとも、すばやくビジネスにつなげていくことができる。Uberは、また、配車ニーズに結びつきやすい他のアプリケーション（レストランの予約アプリ、旅行サイト等）にAPIを公開することにより、サービス提供範囲の拡大や新しい顧客の獲得などに繋げている。

APIを活用して、連携先同士がお互いの強みを組合せ

ていくことで、新たな価値や商圏を創出していくことを「APIエコノミー」と呼んでいる。金融機関では、自らが関わるAPIエコノミーをどのように育てていくかのイメージを持つことが、金融デジタルライゼーション戦略の重要な柱となる。前号（第3回）で説明したように、将来、金融関連サービスの多くは、Web上にアプリケーションとして載せられたうえで、必要に応じて対人営業がサポートするスタイルで提供される。その金融アプリケーションが、他社製であれば自社のAPIから金融機能や顧客データが提供され、自行製であればAPI経由で他社が提供する機能やデータを活用するなど、APIがフル活用されたものになるであろう。

（株式会社金融経営研究所  
代表取締役 所長）

## 業績アップのための保険提案実践講座

■銀行研修社 編

受講期間：2カ月 9,800円(税込) / 3カ月 10,880円(税込)

テキスト1 保険提案の効果と個人顧客への提案事例

テキスト2 法人顧客への提案事例と留意点

本講座は、保険販売で求められる、個人・法人のニーズに適った提案方法やノウハウ・必要知識について分かりやすく解説しました。最新法令にも対応した決定版です。

〒170-8460 東京都豊島区北大塚3-10-5 株式会社銀行研修社 電話(03)3949-4101・FAX(03)5567-1733  
URL:<http://www.ginken.jp>