

リサーチ・メモ

中国で急拡大する FinTech ビジネスについて——東京大学、2017年度フィンテック研究フォーラム公開シンポジウムでの実情紹介から不動産業への影響を考える

2018年5月1日

(中国で急拡大した FinTech サービス)

去る3月20日表記フォーラムが開かれ、金融庁、日本銀行、内閣府、京都大学、東京大学所属の気鋭の論者から FinTech ビジネスの現状と課題について多彩な講演が行われた。ここでは、その概要を報告するのではなく、河合祐子日本銀行決裁機構局 FinTech センター長の講演「FinTech が描く未来」の中で触れられた、「中国においては街角から現金が消えている」という中国の FinTech ビジネスに起きている話題を提供することが目的である。ここで FinTech とは、技術の力で、これまでは提供できなかった金融サービスを提供できるようにするという意味である。

中国では、アリババ・グループの関連会社アント・フィナンシャル（アリペイ）と、ソーシャル・メディア事業を手掛けるテンセント（ウィチャット・ペイ）という2社の巨大 IT 企業が、そのプラットフォームの上で、大企業や国際取引を中心に業務を展開する中国の銀行が手掛けていない個人や小規模事業者向けに、FinTech を活用して、物販、交通、公共サービス等のリテールサービスが急拡大させているというのが話題の中心であった。

(河合氏の指摘は顧客目線のスマホサービスの無料・廉価提供が原因)

ではなぜ必ずしも現金決済が不便ではないにも関わらず、中国において新しい FinTech サービスが急速に普及しているか。それは、上記巨大 IT 企業が、スマホを通じて支払者の電子財布から受領者の電子財布に銀行口座を経由せずに資金を移動させるデジタル・ワイレットサービス、支払者や店舗が QR コードを生成して行うスマホによる送金・決済サービス、さらには、「スマイル・ツー・ペイ」という顔認証だけで支払いができるサービス等を開発し、国民が極めて安いコストで簡単に生活全般にわたる購入、予約、レンタル、投資などについて、スモールペイメント（少額決済）を含む各種決済の利便性の享受が可能になっているためである。これらの利用者はしばらく前に確認されただけでも6億人と中国人口の半数に上り、おそらく現在ではさらに多くの中国人がこれを利用しているという。

(ビッグデータによる新事業展開が視野に)

システムの運営者は、決済に伴う手数料を無料・廉価におさえ、サービス利用者を拡大して、顧客との接点を増やし、多種多様な個人情報を集約し、ビッグデータ化された AI 分析を通じて、これを次の新規ビジネスにつなげ、収益の拡大を図る戦略をとっている。顧客拡大のために、利用者の決済状況自体が信用評価の一つと位置づけられ、個人情報のプロファイリングがおこなわれ、これが良好であれば、利用条件がさらに改善されるというようなインセンティブも加わるようである¹。

¹ (株)野村総合研究所(2017.8)のホームページに掲載されている「FinTech が示す発想の転換の必要性」と題する対談の中で、河合氏は以下のように述べている。「例えば、アント・フィナンシャルでは取引履歴等に基づいて個人に信用スコアを付与しています。よい取引を積み重ねればスコアが上がり、優遇措置もあります。自分の「良い」行動履歴が蓄積されることで自分の便益が高まるという好循環が意識されているのは事実だと思います。」

4月5日の日経新聞「データの世紀(3)」は具体例として中国・アリババ集団による信用評価システム「芝

（反面で個人情報巨大企業、国に帰属）

以下は私見である。FinTech の活用において個人情報をどう扱うのかという点については今回のシンポジウムにおいて各論者ともに異論なくその重要性を指摘した。上記のように、中国国民の半数以上の6億人以上がスマホを通じて FinTech サービスを利用するようになると、そこから得られた個人情報は独占的に業務を行う IT 企業のビッグデータを構成し、AI を通じて業務開発に活かされるだけではなく、その一部を社会主義国家構造を持つ中国においては、国がその情報の一部を吸い上げて、中央集権的な統治に使われる可能性も否定できない。しかし、中国では既に国家が個人情報をかなり把握していることは監視カメラが個人の特定に使用されている例に見られるように、事実のようであり²、国民は、FinTech サービスを受けるために、個人情報を晒すほどスコアがあがりメリットが還元されるため、個人情報を提供しても、それにより生活が便利になればそれでよいのではないかという考えから、個人情報の提供に関する抵抗感は少ないという³。この意味で個人情報に対する意識が日本とはずいぶん違うということである。3月28日経新聞朝刊経済教室「EUの厳格な情報保護、米中の憲法文化の違い」において山本龍彦慶応大学教授は、中国の情報政策について「中国では、近年財産的な性格も持ち始めた情報を公（政府）が管理・統制し、財産の社会的共有を目指す共産主義的な情報保護政策を進めようとしているかのように見える。中国の「デジタル・レーニン主義」（国により吸い上げられたデータが新しい国家主義を生む）は、中国の憲法体制と深く結び付いたこうした情報政策を意味する言葉として理解すべきだろう」と述べている。この意味では、プライバシー保護の国際ルールと一線を画し、データを囲い込む中国に対しては批判が根強くあるものの、今後、ビッグデータの収集と利用において市場経済と計画経済の要素を融合させている中国が優位性を持つことは否定できないようにも思われる。

しかし、4月5日の日経特集記事「データの世紀（3）」が示すように「欧米ではデータ解析による個

癖（ゴマ）信用」を紹介し、「決済や公共料金の支払履歴など信用力を数値化し、高スコアであれば、シェア自動車やホテル、民泊などの保証金が免除され、無担保融資の利用も優遇される」としている。同じ、4月5日の日経新聞「データの世紀（3）」は日本においても、「みずほ銀行とソフトバンクが設立したジェイスコアは2017年9月から、支払関係とは関係なさそうな150以上の質問に答えると、人工知能がスコアをはじき、得点に応じて年0.9～12%の金利で無担保融資を受けられる「信用スコア」と呼ばれる事業を始めている」と紹介している。

² NHK BS1、2018年2月26日放送の「ワールドウォッチング」では、中国では、監視カメラで撮影された顔の画像から本人を特定する、いわゆる『顔認証技術』の普及が進んでいることが報じられたが、これは国が個人情報を既にある程度把握していることを強く推測させるものである。

³ （株）野村総合研究所（2017.8）のホームページに掲載されている「FinTechが示す発想の転換の必要性」と題する対談の中で、河合氏は以下のように述べている。「個人の情報を国家がある程度把握していると考えられる環境では、相手が誰であれ、追加的に情報を差し出すことに抵抗が少ないという可能性はありますが、それよりも、情報が自身の利便性につながる利点を強く感じているということではないでしょうか」。

また、3月30日の日経新聞の報道によれば、経済産業省は、コンビニなどに設置されたカメラの画像を人工知能（AI）で分析し、常連客の動きをデータ化してマーケティングに活用する「レポート分析」の指針をまとめた。客のプライバシーを守りながらレポート分析ができるようにするため。近く公表するとされる。

指針では、店内のカメラで映した顧客画像から顔の特徴を抽出したデータと、動線や属性、購買履歴などのデータをひもづける場合は個人情報に当たり、個人情報保護法に沿った取り扱いを求めているが、一方で、顔の特徴を抽出したデータを破棄したうえで、動線や購買履歴などのデータを個人が特定されないように加工して使う場合は個人情報には該当しない。レポート分析をすれば、コンビニなどで天候や季節、時間帯に応じた機動的な品ぞろえができるようになると期待されており、指針を受けてコンビニ大手が導入を検討する。指針では、撮影される側の顧客の気持ちにも配慮することも企業側に要請した。カメラで撮影していることや、データの利用目的を店舗に掲示すべきだとした。

人の信用力が独り歩きし、機会を制限されることを「バーチャルスラム」（異なる企業の AI が同じアルゴリズムを形成して、個人が AI に排除される負のスパイラルのこと）と呼び、これを問題視する⁴（脚注）。5 月下旬施行の欧州連合の「一般データ保護規則（GDPR）」も、「AI に重要判断をされない権利」を定める。・・・それでも利便性を重視しようという人も多い。・・・シンガポールでは・・・国民も自分のデータと引き換えに安全や利便性を得ることを許容する傾向があるという。データの提供と利便性の享受はコインの表裏、自分に関するデータは自分に属するものということをごくまで放棄できるのか。個人に重い問いを投げかける」とし、利便性を追求しつつ、データの独占の弊害をどう抑止するかという深刻な二律背反問題を提起している。

（日本への IT 企業を通じた Fintech ビジネスの波及）

日本には銀行の ATM がコンビニ等を含めて至る所に設置され、現金決済が極めて便利であることや個人情報の開示に対する抵抗感も大きいことから、日本では FinTech は普及しないという意見も根強いが、中国流の顧客目線に立つ利便性の高い FinTech サービスが無料・廉価で提供され、その取引に伴う恩典等が付与されるとなれば、日本人の現金志向の神話にも変化が訪ずれるかもしれない。このため、特に、東京オリンピックを控えている現在、中国人の日本観光の増加により中国の FinTech サービスを扱う国内店舗が増えた場合を想定し、日本人の利用にどのように対応すべきか、個人情報保護の在り方を含めた早急な検討が必要であろう。上記に述べた「アリペイ」という電子決済サービス企業は既に東南アジアに進出しているが、日本に進出する可能性も十分ある（日経新聞 2017 年 8 月 16 日、2018 年 3 月 17 日に関連記事）。

同じく 3 月 31 日の日経新聞はこの問題に関連する杉本和行公正取引委員会委員長へのインタビュー記事を掲載し、杉本委員長の見解として①技術革新で経済成長をけん引するには公正な競争環境が必要であり、デジタル経済における競争確保は優先課題であること、②データ収集のあり方は本当に公正なのか、プライバシーの犠牲の上にオンライン市場での強い立場が築かれていないのかは、個人情報保護と競争政策とが交わる新しい分野であること、③競争に悪影響があるのはデータの不正収集や不当な囲い込みであり、個人の意思でデータを引き出せる『データポータビリティ権』の仕組みなどは、競争環境維持には有効な手段となること、を紹介し、杉本氏が、革新的技術を自社に取り込むための買収は競争にとっても良いとする一方で「将来の対抗勢力の芽を摘み取るような買収は問題だ」と警鐘を鳴らしたと報じた。

（不動産業への影響は）

21 世紀は情報に関する環境の激変が続き、これが産業のメガトレンドになることが確実であろう。上記の IT 企業を中心とした FinTech ビジネスの急拡大という中国での展開は、不動産流通という仲介サービスを扱う業態にとっても無縁であるはずはない。不動産流通の分野でも、AI が仲介の一部の仕事を代替し、アンバンドリングによる水平的分業が進み、他の一部では業務のリバンドリングが進むかもしれない。顧客への仲介手数料を安くして取引量を増やし、そこから得られる取引に伴う各種データを取得して、個人プロファイリングを収集・充実させてビッグデータ化し、関連する他の事業サービスにつな

⁴ 欧州連合（EU）の欧州委員会はグーグルが EU 競争法（独占禁止法）に違反し、「消費者がサービスを選択したり、技術革新の便益を享受したりする余地を否定した」として、2017 年に 24 億 2000 万ユーロ（約 3200 億円）の制裁金を払うよう命じている（2018 年 5 月 1 日、日経新聞報道）。

げるといふビジネスモデルは不動産流通業でも十分成立の可能性があろう。中国における非金融部門での Fintech の急拡大は日本の不動産業にもいずれ大きな脅威になる可能性がある。

（データの世紀）

4月3日の日経朝刊一面トップ記事は「データの世紀、情報資源、世界を一変、始まった攻防、人体から宇宙まで、企業・国、先頭競う」という長い見出しの記事を掲げ、次のような避けることはできないが、難しい問題提起を行った。展開が速い目の離せない問題になりつつある。

「世界各地で毎日、企業の活動や個人の行動などから膨大な量のデータが生み出される。つぶさに分析すれば成長の原動力になる「新たな資源」だが、人の行動を支配しうるリスクも抱える。企業や国を巻き込んだ攻防も始まり、世界はデータの世紀に入った。データの世紀は米国 1 強にもみえる。だが世界のルールと一線を画す独自政策で、官民を挙げて世界中からデータの収集にかかる中国のような国もある。ロシアもデータの世界を揺さぶる」。

（荒井 俊行）