

富士銀行

インターネットビジネス利用の現場から



給与振り込みや公共料金の引き落とし、あるいは企業間の資金移動など、すでに現実のおカネの流れの大部分はデジタルに置き換わっている。セキュリティレベルの高い専用線網を通して行われるおカネのやりとりを、インターネット上でも行おうという実験があちこちで始められ、実証を経て実用化段階が近づいている。

都市銀のなかで最も早くからインターネットを利用した情報提供サービスを始めた富士銀行では、97年度から資金決済のサービスを試行し、1年以内に1万人規模に拡大し、その後10万人規模に拡大して実証実験を行うというスケジュールを発表した。その狙いとするとところを聞きながら、インターネットと銀行業務の接点を探る。

非対面サービスが増えたからこそ、インターネットは顧客との接点に

現代の銀行にとって「顧客との接点」はこれまで以上に重要度が高まっている。行員が顧客と対面で応対する機会は少なくな

ここ最近、新聞などをにぎわしているのが各銀行によるインターネットを利用した

電子決済実験だ。各社しのぎを削るなか、都市銀行ではいち早くホームページを

開設していた富士銀行が、この春から本格的なサイバーバンク実験を登場させる。

これは大きな社会の変容の始まりを感じさせる最初の出来事になるのだろうか。

レポート 喜多充成

る傾向にあり、同行の調査ではすでにATMの利用のみを目的として銀行の店舗を訪れる人は、全来店者数のすでに8割程度に達している店舗もあったという。

「預け払いや振り込みだけでなく、定期預金の預け入れや解約などATMが高機能化していることもあり、窓口でも単純事務は『ATMをご利用下さい』と案内しています」(広報部・柴田総一郎さん)

しかし銀行の側からすると、非対面のサービスを充実させればさせるほど、「結果的にセールスの機会を逸しているのでは」という疑念(柴田さん)も生じてくる。

ATMのみの無人店舗を増やし、郵便だけで口座開設や口座移店の手続きができる

メールサービスを拡充しているのは、店頭では接点のない顧客と接触できるというメリットに期待する部分も大きいわけである。

新しいサービスが新しい顧客との接点になる

そういった顧客とのチャンネル作りの一環として95年2月からスタートした富士銀行のインターネットホームページでは、同年秋から始まったローンシミュレーションが現在もホームページの目玉として人気を集めている。当初は会社概要やディスクロージャー(経営情報開示)など、紙の情報を転

用する形でスタートしたが、インターネットの双方向性を生かしたサービスとして、富士銀行が他の都銀に先がけて導入したものである。

サービスの内容は文字どおりで、住宅購入に際してローンを組む場合、金額、期間、利率などのパラメーターを変化させることで毎月とボーナス月の返済額がいくらになるかを計算するという単純なしくみだ。

が、これを銀行の窓口で心ゆくまで試してみるというのは、なかなかできない相談だ。なにしろ銀行員はみな忙しそうだし、借りる立場としては「あれも、これも」とたくさんは頼みにくい。計算結果を画面上で見せてくれるならまだしも、毎回奥に行くと、ドットインパクトプリンターでプリントアウトしたものを、場合によっては画面上の数値を鉛筆で紙にメモして持ってくるという具合なのだ(以上、とある銀行での実体験に基づく)。どうせ表計算のワークシートが何かになっているのだろうからそれごともらえないものかと思ったが、そういうサービスもないらしい。ローンというコトの性質上、自宅でじっくり、納得のゆくまでシミュレーションできるこのサービスは、近い将来にローンを組むことを検討している人にとっては実に有用なものといえるだろう。

「利率や期間に基づいて計算結果を示すだけでなく、諸費用も含めてシミュレーションを行いますし、金利の高い時期に組んだローンを金利が下がったので借り替えたほうが得になるのかどうか、といった判断にも役立てていただくことができます。このシミュレーションはごく近い将来にローンを組む予定のある方に向けたサービスですが、いっぽう、今年からは現在店頭や郵便で受け付けている『わが家の家計診断サービス』もホームページ上に取り込んでいきます。これは、収入やお子さんの数、ローン残高などによって、今後40年間の家計をシミュレーションするものです。それほど近い将来でなくとも、5年後、10年後に口

ーンを必要とされる方々との接点を持てるのではないかと考えています」(柴田さん)

インターネットが新しいチャンネルになることに期待する

これまでの銀行業務と証券業務、あるいは生命保険と損害保険などといった金融業務の間は大きな垣根で仕切られ、それは「金融業界の秩序」と呼ばれていた。しかし、規制緩和が進むに従ってその秩序もダイナミックに変わりつつある。

たとえば証券会社の総合口座が、株取引も国債の管理もできて、しかも、給与振り込みや公共料金の引き落としもできるとなれば、銀行の口座と差は小さくなる。一方で全国をカバーする郵便貯金のATM網と証券会社がつながるとなれば、銀行口座の優位性はますます薄らいでしまう。資金のシフトが起こるのも目に見えている。

「現在郵便で行っているサービスを、電話やファックスで申し込めるようにしたり、資金移動の受け付けを24時間テレホンサービスで行ったりと、いろんな形でサービス提供のチャンネルを増やしていきます。インターネットの利用はそのマルチチャンネル化の1つとして位置づけており、ホームページにどんな情報を載せ、どういう情報サービスを提供するかということ以上に、新たなチャンネルとして期待しているわけです」(柴田さん)

現在のホームページ参照数は先行者利益で都銀中トップレベル。月間6万数千ページの参照があり、ローンのシミュレーションサービスや、意外なことに店舗の所在地図などの利用者が多いという。

ホームページでの情報提供サービスがどんどん充実していくことで、利用者はいったいどんな金融サービスがあり、どれが最もトクなのか、あるいは他の金融機関や金融商品と比較して、リスクや利便はどうなるのかという「金融サービスのウィンドウ



マルチメディア業務部・坂内悟さん



富士銀行のホームページ。



決算情報など、銀行の経営情報開示から始まった。

サーバーアドレス

URL <http://www.fujibank.co.jp/>

ショッピング」ができるようになる。これは銀行におけるインターネット利用の大きな柱となることだろう。が、これだけで富士銀行のインターネットの利用度が他の金融機関を引き離して……、という言い過ぎになるだろう。

本命！「富士銀行サイバーク」を登場させる

「インターネット上での『店舗』に大きく近づく試みが、今年から始まります。振り込みや振り替えはもちろん、決済機能まで含めたフルバンキングサービスへの大きな一歩です」(柴田さん)

と鳴り物入りで登場する“本命”が、インターネット上での購買連動決済を盛り込んだ「富士銀行サイバーク」である。「自宅からパソコンで振り込みができる」とうたうパソコン通信や専用端末を介してのリモートバンキングは、これまで企業向けに貸与された専用端末などを使って行わ

れてきたから、これが個人向けにまで対象が広がれるとしてもニュース性には欠ける。しかし、実際の購買連動決済となるとちょっと意味が違ってくる。

マルチメディア業務部の坂内悟さんに詳しい説明をお願いする。

「このサイバークが実現すると、現金の受け渡しを除くすべてのサービスがインターネット上で実現することになります。クレジットカード決済でほぼデファクトスタンダードとなったSET方式に準拠した決済プロトコルをとります。暗号化はRSA 1024bitとトリプルDES、天文学的なセキュリティレベルになります。キーとなる認証機関は世界で唯一6か月以上の稼働実績があるユーシーカード(UC)のCA局に乗る形をとります。富士通、日立、IBMの3大ベンダーとともにこれをすすめ、この方式を軸に銀行決済のデファクトスタンダードを目指していけば、と考えています」(マルチメディア業務部・坂内悟さん)

一気に説明してもらったが、簡単に言え

ばインターネット上のモールで商品を購入すると、ほぼその場で自分の口座からショップの口座へ代金が入金されるというもの。ならば、これは現在もセキュアサーバーなどを使って行われているクレジットカード決済といたってどこが違うのかというと、まずユーザーにとって違いの第一は決済時期である。

銀行決済の場合はある買い物をして、口座に残高があった場合にだけ、代金が引き落とされる。リボ払いやボーナス一括払いなど多様な支払い方法は選べないかわりに、手元にある残高の範囲内でだけという、しごく健全なお買い物のできるのである。決してクレジットカードでの買い物不健全というわけではないが、このことから、たとえば保険商品が通信販売されるようになったときには、銀行決済がメインの決済手段となるのではないか。なぜなら、後払いのクレジットカードでは、決済すなわち契約成立のタイミングがいつになるのかわからないまま保険料のみが決まってしまうからだ。今後、ショッピングモールではこういっ

インターネットを通じて顧客の声を集めるのも重要な機能だ。



顧客に合わせたさまざまなタイプのローンシミュレーションサービスがある。

何度でも、好きなだけ計算ができる。これは窓口にはない特徴だ。

た個々の商品、サービスの特性も踏まえながらユーザーはどちらかが選べるようになるのだという。

まずは先行し、デファクトスタンダードを目指す

「UCのCA局は、金融機関が主導権を持って仕様を固めたCA局ですので、他の金融機関も参加しやすいのではないのでしょうか。日本の場合、そうでないと金融機関は乗れないのではないのでしょうか。」

現在の通信販売でも、銀行振り込みや郵便為替、代金引き替え、クレジットカードなどさまざまな決済手段がしのぎを削っています。インターネット上でも同じような決済の奪い合いが起こるでしょう。インターネット上の市場が2000年には20兆円とか80兆円という調査機関の予測がでています。この決済市場に参入するわけですから、ユーザーにも、ショップの側にもメリットを打ち出していかなければ普及しません。認

証方式を独占しようだの何だのというわけではなく、思惑がある各社が集まる時に最初から話し合いで決めよう、調整しようでは世の中のスピードに追いついていけない。有力なところが先んじてデファクト化をすすめ、最後に最も信頼性実用性の高いモノが生き残る。それをみんなで利用すればいいじゃないか、ということなんです」(坂内さん)

ユーザーの囲い込みといった「狭い見」でなく、先行しデファクトを目指すという意気込みが伝わってくる。

今年初めの報道発表では、大日本印刷のサイバーモール「メディアギャラクシー」上でUCカードと富士銀が共同で実証実験を行い、1年かけて安全性や収益性を検証する、となっている。カードで10万人規模は6月、それに遅れること数か月で銀行決済も10万人規模となり、これは世界初の規模であるという。また1月中にもさらに大きなプロジェクトが発表される様子だ。今年は電子決済が本格的に姿を現す年となりそうである。

それにしても、この決済手段やプロトコルの話というのは、アイデア発でインターネットを利用した新しいビジネスを世界に発信、という種類の話題とは反対の極にある。たとえばどこに線路を引いてどんな街をつくり、どんなショッピングセンターを誘致して……という都市計画の話でもされているような印象を持った。

交通の便(決済手段)を選ぶことができ、電車賃(決済の手数料)が安ければ、住み良い街だと人が集まる。人が集まれば、電車賃で儲けなくとも、鉄道会社は駅前にビルを建て、団地を開発する。その街に住む人が鉄道会社にとっての「含み資産」となる。

富士銀行に口座を持って、ローンも利用し、このタイプの決済を利用するということは、いってみればサイバースペース上の「富士ニュータウン」に居を構えるということになるのだろう。「含み資産」にまで数えられるとしたら、ちょっと面はゆい気もするが、そんな個人の思惑はおかまいなしの、ネットワーク社会の社会の大きな変容を告げる最初の出来事、という気がするのだ。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp