

収益

金融機関の収益への影響

法個人顧客との関係性強化が鍵

Ridgeline Financial Services Manager 松原 義明

日本における
キャッシュレス化の現状

近年の日本におけるキャッシュレス化の推進は、2017年に経済産業省が公表した「FinTech ビジョン」が発端となる。同文書においては、諸外国におけるキャッシュレス決済比率が公表されており、我が国のキャッシュレス決済比率（2015年時点）は18.2%と示されている。

その後、政府によるキャッシュレス決済促進施策、多くのPay事業者の登場と利用促進に向けた大規模キャンペーンなどにより、我が国におけるキャッシュレス決済は急速に普及し、2021年6月に経済産業省が公表したデータでは、キャッシュレス決済比率は2021年時点で32.5%まで拡大した。

同報告では、キャッシュレス決済手段の内訳も明らかとなり、最も利用されている決済手段はクレジットカード（27.7%）であり、電子マネー（2.0%）、コード決済（1.8%）と続き、デビットカードは1%を切る。この統計は決済手段支払額により算出するため、高額決済に利用されるクレジットカードが最も利用される決済手段となるが、PayPay等はその会員数が5,000万を超えており、統計の数字以上に普及していることが伺える。

このように日本におけるキャッシュレス化は、金融機関以外のプレイヤーが中心となり推進されてきた。クレジットカード業界では、近年、楽天カードが大きく伸長し、会員数の成長率では銀行系の三井住友カードや三菱UFJニコスを上回る。電子マネーについては、イオングループによるWAON、鉄道各社の交通系電子マネーなどが広く普及する。

コード決済事業においては、J-Coin Payなど銀行系プレイヤーも存在するが、前述のPayPayに代表される通信系プレイヤーが伸長著しい。

キャッシュレス化が
金融機関収益に与える影響

このような国内におけるキャッシュレス化の現状は、金融機関のビジネスにどのような影響を与えるだろうか。

キャッシュレス決済の普及は、金融機関にとって新たな収益機会、コスト削減要因であると同時に既存収益の減少要因にもつながるなど、多方面に影響を与える。収益機会としては、デビットカードや電子マネーの発行、利用が挙げられ、これらのサービスの利用増によりインターチェンジフィーなどの決済手

我が国におけるキャッシュレス化の進展は、金融機関以外のプレイヤーの役割が高まっていることから、金融機関にとっては為替取引などの既存の手数料ビジネスの減少をもたらすおそれがある。海外金融機関では、無料のキャッシュレスサービスを個人／法人のモバイルサービスに取り入れることで新たな収益機会へとつなげる。本邦金融機関においても同様に、個人・法人顧客との関係性を強化する取り組みが求められる。

料金を獲得できる。加えて、顧客がこれらのサービス利用し、現金の利用頻度が減少すればATM取引そのものも減少することになるため、その運用コストや他行ATM利用時の支払手数料の削減も期待できる。

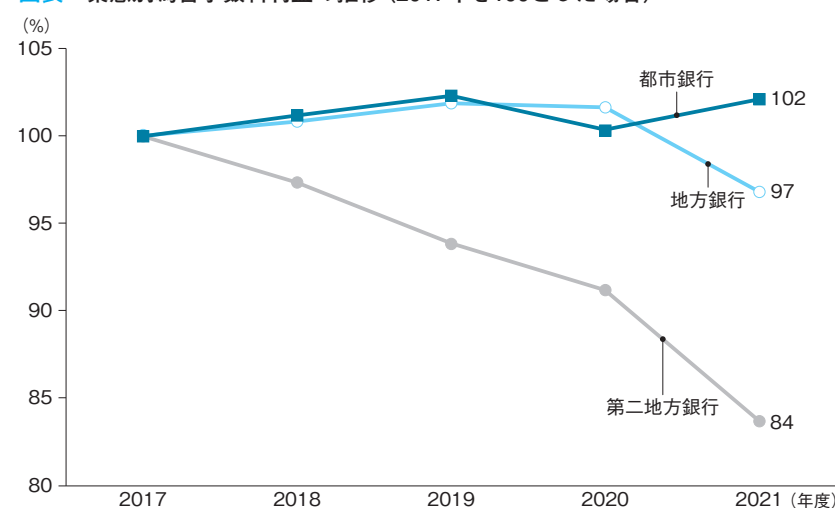
一方、キャッシュレス化に伴い銀行間での振込といった為替取引などの既存の手数料ビジネスは減少することとなる。銀行が行う手数料ビジネスは役務取引等収益として計上され、具体的には銀行間での振込・振替による為替手数料、顧客のATM利用に伴う手数料のほか、デビットカード利用に伴うインターチェンジフィーなどである。

銀行間での振込・振替について、全国銀行における過去5年間の為替手数料利益（粗利益）の推移を見たところ、2021年度では都市銀行が上昇した一方、地銀・第二地銀は急激に減少した（図表）。2021年10月、銀行

間手数料が廃止となり内国為替制度運営費が創設され、為替取引1件あたり62円となった。銀行間手数料は、顧客から送金依頼を受けた金融機関（仕向行）が、受け取り金融機関（被仕向行）に支払う手数料で、3万円以上で162円、3万円未満で117円とされていた。地域金融機関は被仕向側に回ることが多いとされ、為替手数料利益の減少につながった。

ATMの利用についても減少傾向が窺える。ATMの銀行間における提携取引件数・金額の推移では、過去10年間で取引件数が42.9%も減少し、取引件数の減少は銀行の手数料収益

図表 業態別為替手数料利益の推移（2017年を100とした場合）



出所：全国銀行総合財務諸表（全国銀行協会）をもとに筆者作成

の減少につながる。ATMの取引件数は2018年頃より減少速度を速め、国内のキャッシュレス化進展とほぼ軌を一にしている。

一方、2010年4月に資金決済法が施行され多くの資金移動業者が為替業務を営むようになったが、その影響は限定的だと考えられる。全銀システムを利用した他行為替取扱高では、過去20年間、ほぼ一貫して件数・金額ともに増加しているが、直近10年間の増加率の方が大きい。

国内のキャッシュレス化進展に伴う金融機関収益へのインパクトは多岐にわたるが、金融機関の手数料ビジネスそのものは長期的に低落するおそれがある。決済サービス自体も手数料の低下、無料化が進み、金融機関による電子マネー、デビットカード発行における収益機会も限られたものとなるであろう。こうした中、金融機関にとってキャッシュレス化に取り組む意義としては、多くのユーザーを金融機関につなぎとめ、そこから得られるデータの活用、他サービスへの誘導など新たな収益機会へとつなげることにあろう。

海外金融機関における取り組み

日本よりキャッシュレス化が進展する欧米金融機関では、金融機関以外のプレイヤーが提供するキャッシュレスサービスとの競争を意識し、無料かつ利便性の高い決済サービスをここ数年自ら提供している。

このような一見採算の合わない取り組みは、決済サービス提供の先にあるデータの獲得と、それに続く包括的な顧客の取り込みを意識してのことである。

米国では、2017年にZelleと呼ばれる銀行主

体の送金サービスが稼働したことにより、それまでフィンテック企業による送金サービスが主流であった状況にも変化が訪れた。Zelleの取扱高は、2021年で4,900億ドルを超え、これは先行するVenmo (PayPal) の取扱高 (2,300億ドル) を大きく上回る。

Zelle稼働で中心的な役割を担ったBank of Americaでは、Zelleを自行のモバイルバンキングアプリに統合してから、顧客のデジタルサービス利用が拡大する相乗効果が生まれている。稼働の翌年である2018年から2022年にかけて、リテールにおいてデジタルサービスを日常的に利用する顧客は3,490万人から4,400万人にまで拡大、この間、同行単体でのZelleのユーザー数も、430万人から1,890万人にまで拡大した。

Bank of Americaにおいては、2018年よりモバイルアプリにチャットボットサービスを導入、送金にあたっては音声でその操作が完結するなど、絶えずその利便性を向上させており、これがリテール顧客を惹きつける要因となっている。

また、法人向けビジネスにおいても同行では、Business Advantage 360と呼ばれる包括的なサービスを2019年よりリリースし、こちらにおいてもZelleの加盟店となれるサービスに加えて、キャッシュフローを捕捉する機能、デジタルでのデビットカード発行といったサービスを組み合わせることで取引を拡大し、サービス開始から1年余りで100万以上の法人口座を獲得した。

本邦地域金融機関に対する示唆

本邦金融機関においても2022年10月より英

米同様に銀行間の小口決済システムである「ことら」が稼働した。ことらには既に一部の地域金融機関が参加し、今後とも参加行は拡大するものとみられる。ことらもまた、少額 (10万円以下) を無料で送金することを目的としたサービスであり、前述のBank of Americaの事例のように、決済サービスに加えて、地域の個人・法人顧客との関係性を強化する取り組みが求められる。

個人においては、モバイルバンキングアプリに便利で使いやすい送金・決済サービスを統合することが重要となる。欧米金融機関が提供するアプリにおいては、いずれも送金サービスにワンタッチかつ口座番号不要で利用することが可能となっており、こうした利便性の向上により個々の顧客との関係性を強化し、取引拡大へとつなげる。今後は、無料の送金・決済サービスを軸に日常のお金の流れを把握し、個人の資金ニーズに合ったきめ細かな提案をアプリ上で展開していくことも考えられる。

法人取引においては、地域のキャッシュレス化推進に加えてDX推進の両立を図るようなサービスの提供が求められる。

法人企業における日々の定型業務やビジネス拡大に向けてのDXが求められる中、送金や決済のDXを図ることが即ちキャッシュレス化の推進へとつながる。具体的には法人企業の日常的な財務会計や資金ニーズ、給与人事に関して一元的に管理できるダッシュボードに送金・決済の機能を付与するといった取り組みであり、海外においてはMastercardがMastercard Trackと呼ばれるソリューションを展開する。

また、地域全体のデジタル化を図ることを



松原 義明 (まつばら よしあき)

1981年生、兵庫県出身。2007年東京大学大学院卒 (修士)、富士通総研を経て、2020年4月よりRidgelinez。主にフィンテック、デジタル化に関する最新動向調査、戦略策定、実行計画策定支援を担当。金融機関に向けたデジタル戦略、事業企画等の企画立案プロジェクトを多数手がける。

主眼に置いた場合、地域金融機関が中心となって地域の法人企業に対してIDを提供し、これらID間での決済機能も付与することで地域におけるキャッシュレス化のみならず、そのデータ流通をも促進することが可能となる。将来的にはブロックチェーンなどを活用した「地域通貨」の導入など、地域ごとに競争力を向上させる取り組みも期待できる。

国内においては、楽天やPayPayといった異業種出身の企業が利便性の高い決済サービスを提供し、現在ではこれら決済サービスで得られたデータを基にファイナンスへの進出を図っているのが現状である。

地域金融機関においては、こうした動きに対抗するためにキャッシュレス化に伴い地域のデジタル化を促進し、顧客との関係性強化に向けた取り組みへとつなげていくことが求められている。

