

## 急速に脚光浴びる「フィンテック」⑦

### －SNS情報等の新たな情報を活用したフィンテックサービスへの挑戦－

信金中央金庫 地域・中小企業研究所主任研究員

藁品 和寿

(キーワード) フィンテック、SNS、スマートフォン、与信判断

(視 点)

わが国では、ここ数年、LINEやFacebook（フェイスブック）、Twitter（ツイッター）に代表されるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が、流行を発信するツールの一つとして、その重要性を高めている。

そこで本稿では、重要性の高まるSNS情報等を、金融機関の個人向け与信判断に活用しようと試みるフィンテックサービスの事例を紹介する。

(要 旨)

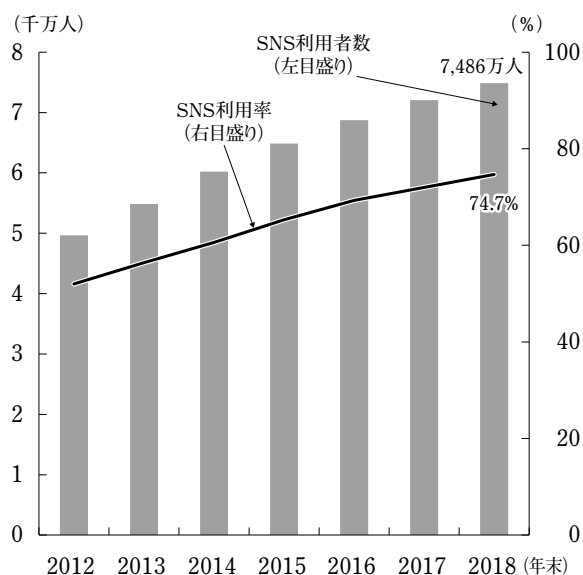
- 国内のSNSの利用者は年々増え続け、2016年末のおよそ6,800万人から2018年末までには7,500万人近くにまで増加すると推計されている。SNSのうち、コミュニケーションツールとして利用されているLINEやFacebook、Twitterが多く利用されている。
- 欧米の金融業界では、2010年頃から、ソーシャルメディアから得られる情報を与信リスク管理に活用しようとする動きが出始めていたという。国内でSNSの普及が進むなか、欧米と同様、わが国でもSNSへの書込み情報等を金融機関の個人向けの与信判断に新たに活用しようという動きが出始めている。
- 銀行や信用金庫等には、独自の専門的なスキルやノウハウを持つフィンテック企業と協業しながら、SNSへの書込み情報やその他情報を含む多面的な基準で与信判断をすることにより利用者の幅広い借入ニーズに応えていくことが、今まで以上に求められてくるのではなかろうか。

## 1. 普及が進むSNS

2016年8月、ICT（情報通信技術）に関する市場調査で高い実績を誇る（株）ICT総研（東京都千代田区）は、『2016年度 SNS利用動向に関する調査』の結果を公表した。このなかで、国内のSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の利用者は年々増え続け、2016年末には6,872万人（見込み）、2018年末までには7,486万人にまで増加すると推計している（図表1）。SNSの利用者については、10歳～20歳代の若年層に加えて40歳～50歳代以上の年齢層での利用も拡大しているという。

また、（株）JTB総合研究所が2016年11月

図表1 わが国におけるSNS利用者数の推移



（備考）ICT総研『2016年度SNS利用動向に関する調査』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

に公表した「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査（2016）」によると、「フィンテック」でキーワードとなっているスマートフォンでよく使う機能として「SNS」が上位に挙げられている<sup>(注1)</sup>（図表2）。さらに、総務省が公表する『平成27年版 情報通信白書』では、SNSのうち、コミュニケーションツールとして、LINEやFacebook（フェイスブック）、Twitter（ツイッター）が多く利用されていることが示されている<sup>(注2)</sup>（図表3）。

（株）三菱総合研究所が2014年9月に公表したレポート『ソーシャルメディアを活用した新たなリテール金融与信管理の可能性』によれば、2010年頃から、欧米の金融業界ではソーシャルメディアから得られる情報を与信リスク管理に活用しようとする動きが出始めていたという<sup>(注3)</sup>。わが国でも、上述したとおり、SNSの普及が進むなか、欧米と同様、SNSへの書込み情報等を金融機関の個人向けの与信判断に新たに活用しようという動きが出始めている。

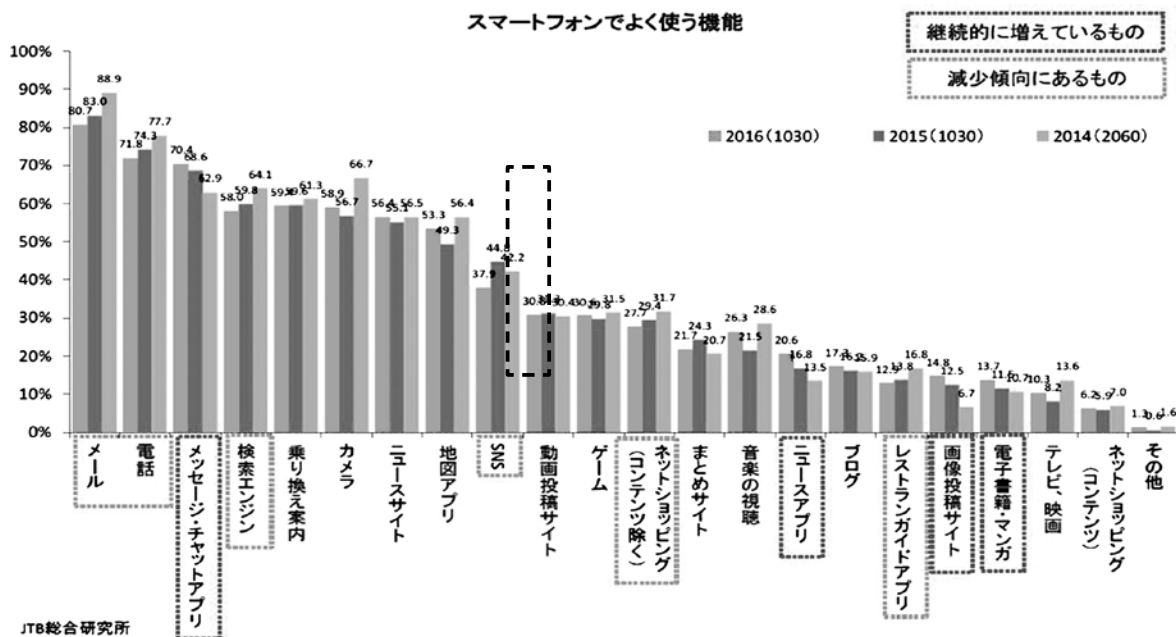
そこで本稿では、この動きのなかで、SNS情報を含む新たな情報を活用した金融関連システムの開発に取り組むd.a.t.株式会社（東京都千代田区）の事例を紹介する。

(注)1. 野村総合研究所が2017年1月17日に公表した『NRI「生活者年末ネット調査」からみる4年間の変化～高度デジタル社会における期待と不安～』によると、SNSで情報検索する理由として、「即時性・リアルタイム」、「生の声」、「面白い情報」が上位に上がっている。

2. ICT総研『2016年度 SNS利用動向に関する調査』では、ネットユーザーに占める利用率は、LINE72%、ツイッター41%、フェイスブック36%の順となっている。

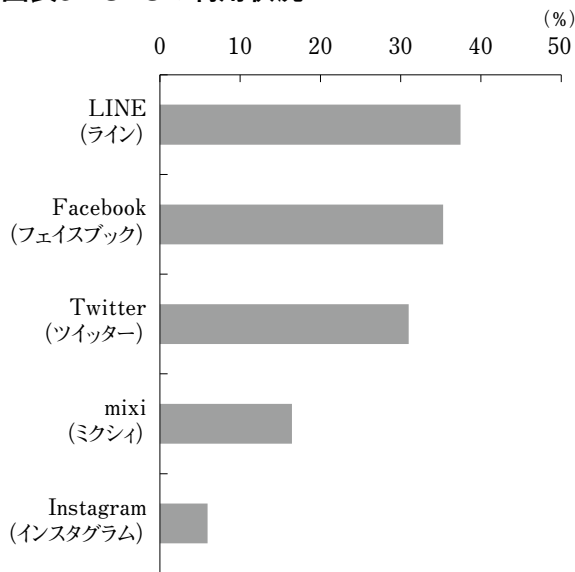
3. 本レポートでは、事例として、ゼスト・ファイナンス（Zest Finance、米国）、クレディテック（Kreditech、ドイツ）、ネオ（Neo、米国）、レンドアップ（Lendup、米国）、ムーブン（Moven、米国）、レンドー（Lenddo、香港）が紹介されている。

図表2 スマートフォンでよく使う機能



(備考) JTB総合研究所『スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査 (2016)』(2016年11月10日) より引用 (一部加筆)

図表3 SNSの利用状況



(備考) 総務省『平成27年版 情報通信白書』をもとに信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

## 2. d.a.t.株式会社による新たな情報 を活用したフィンテックサービスへの 挑戦

### (1) 会社の概要

同社は、「フィンテック」という言葉が大

きく取り上げられつつあった時期にあたる2015年5月に、AI (人工知能) などの最新のテクノロジーを活用して決済・金融領域を中心に情報活用ノウハウを提案する“お客様の情報パートナー企業”として、それぞれ独立する経営者3名の共同創業という形で設立された (図表4)。

同社の共同創業者は、今回取材に応じていただいた藤本浩司CAO (Chief Analytics Officer) と新原崇之CBO (Chief Business Officer) のほか西海孝COO (Chief Operating Officer) の3名である。藤本CAOは、大手の外資系製薬会社、外資系カード会社および金融関連コンサルティング会社での職務経験を通じて金融数理アナリストとしての高いスキル、ノウハウを持つとともに、20年以上にわたりAIの研究に携わってきた。新原CBOは、大手カード会社において信用管理業務の第一線で活躍後に独

図表4 同社の概要



同社の概要	
法人名	d.a.t.株式会社
代表	藤本 浩司、新原 崇之、西海 孝
本部所在地	東京都千代田区一番町
設立	2015年5月
事業内容	金融領域でのシステム開発

(備考) 1. 写真は取材に応じていただいたd.a.t (株) の新原崇之CBO (左)、藤本浩司CAO (右)  
2. 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

立し、決済・金融分野における事業戦略立案などのプロジェクトで高い実績を積み重ねてきた。西海COOは、ネット風評監視サービス会社で数々の不正対策プロジェクトなどで実績を上げた後に独立し、大手ECサービス会社をはじめ数々の関連プロジェクトに参加してきた。同社の事業は、このように職歴、スキル、ノウハウが異なる3名の“シナジー効果”で成り立っているといえる。

また、同社は、ヒエラルキー型の組織ではなく、それぞれの得意分野を活かしたチームワーク重視の組織づくりを志向しており、CEO職を設置していない点も特徴的である。

同社は、今後、ビジネスの中核活動となるのは情報資産の蓄積と活用、その最適化にあるとみて、「データの一步先へ」を事業コンセプトとして標榜している。すなわち、取引先の持つ無数の情報資産の最適化支援が同社の使命であり、同社は“お客様の情報パートナー企業”になることを目指している。

同社の主な事業領域は「(広義の) フィンテック」である(図表5)。直近では、2016年12月に可決、成立した改正割賦販売法<sup>(注4)</sup>を受けて、カード会社や金融機関において加盟店審査強化ニーズが高まっていることから、同社独自の加盟店情報データベースやAI技術を活用した加盟店審査スキームのサービス提供に向けてシステム構築を進めている。このほか、以下(2)で紹介するSNS等の情報を活用した新たな与信判断モデルの構築や、個人の行動パターンのビッグデータを活用したインステック(保険ビジネス×テックノロジー)分野への応用を検討している。

## (2) 取組みの概要

欧米では、取引履歴データ、会計データ、SNS情報などを活用した与信手法<sup>(注5)</sup>は、一定の成果を収めつつある。また最近、(株) マネーフォワードの「MFクラウドファイナンス<sup>(注6)</sup>」に代表されるとおり、会計ソフト関連のフィンテック企業を中心に

(注)4. 経済産業省ホームページ参照 (<http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/112kappuhanbaihoukankeishiryou.html>)

5. OnDeck (米国、口コミサイト上の評判などSNS情報も与信に活用)、Kabbage (米国、取引履歴や顧客レビューなども与信に活用)、Kreditech (ドイツ、SNS情報を基にスコアリングを実施) など。

6. 2016年11月から、(株) マネーフォワードは、GMOペイメントゲートウェイ(株)(東京都渋谷区)のグループ会社GMOイブシロン(株)と提携してサービス提供をしている (<https://biz.moneyforward.com/finance>)。

図表5 同社の事業領域・サービス

【事業領域】		【提供サービス例】
Fintech 領域	ファイナンス (融資・リース等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・機械学習技術による予測モデル</li> <li>・トランザクションデータによる不正検知モデル</li> <li>・個人信用情報モデル</li> <li>・会計データモデル</li> <li>・SNS与信</li> <li>・Webクロール・名寄せツール</li> <li>・dat独自データベース</li> </ul>
	ペイメント (クレジットカード・後払い・加盟店審査等)	
	個人信用評価 (保険・CtoC等)	
Web・IT 領域	EC・メディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テキストマイニングによる出稿審査、 画像解析による広告クリエイティブ審査</li> <li>・自動応答ツール(チャットボット)</li> </ul>
	カスタマーサポート	
IoT 領域	センシング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Deep learningによる画像診断</li> </ul>

(備考) 同社資料より抜粋

トランザクションレンディング（取引履歴に応じた融資スキーム）への取組みが活発になりつつある。

こうしたなか、同社では、わが国でトランザクションレンディングを普及させていくうえで、自社の事業ミッションに照らし合わせると、特に与信ノウハウや不正検知に関わる分野で貢献ができると考えている（図表6）。具体的には、金融機関から受領する顧客情報や取引履歴に加え、収集したSNS情報等を新たに付加し、同社が提供する与信システムでスコアリングしてデフォルト確率などの評価結果を還元する仕組みを構想している（図表7）。ここで活用するSNS情報というのは、居住地、学歴、職歴、友人のネットワーク、口コミ情報などを想定しており、サービス提供にあたっては、利用者の上承を得ることを前提

にしている。当該与信モデルは、あくまで金融機関の与信判断を支援するものであり、決して代替するものではない（SNSを活用した与信システムは2017年1月に特許を取得している<sup>(注7)</sup>）。

### (3) 今後の展望

同社は、金融業は従来より銀行、証券、保険といった垂直型の構造であるのに対し、「フィンテック」は“水平的に捉えるもの”と考えている。すなわち、同社の役割は、「信用評価」のように業態横断的に利用できる“機能（システム）”を提供することであると認識し、その責任を果たせるよう邁進している。同社は、土地や年収といったこれまでの目に見える信用評価の尺度が変質化する一方、従来取得できなかった情報がデータ化さ

(注)7. 特許は、藤本浩司CAOが別途代表を務めるテンソル・コンサルティング（株）で取得した。

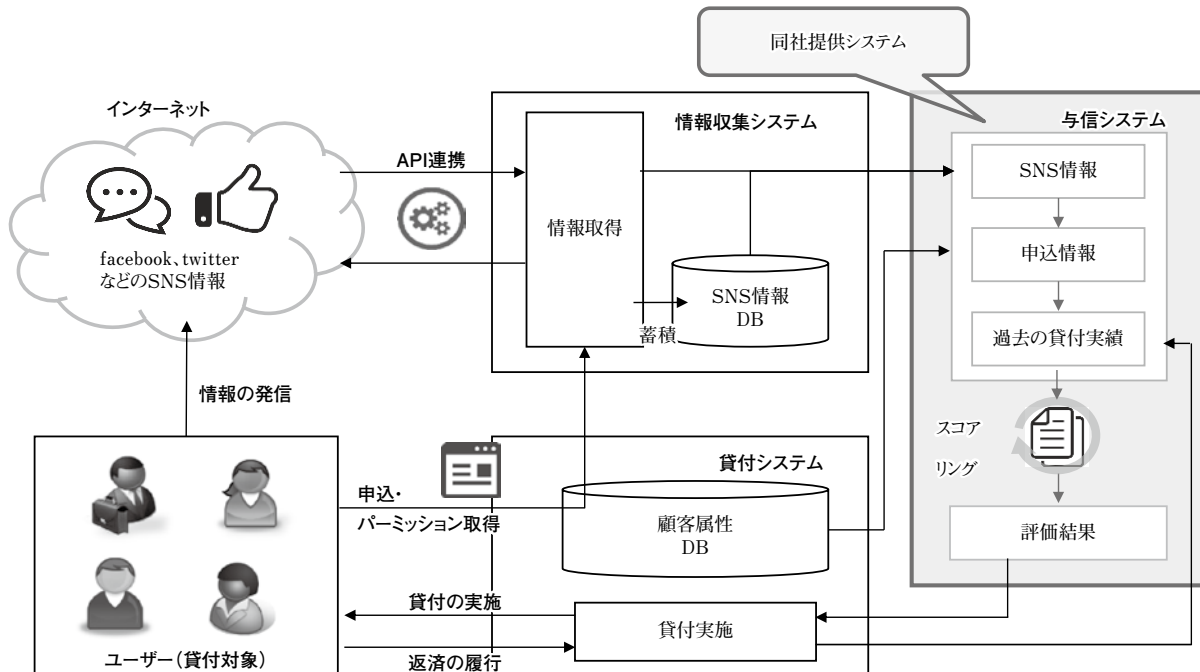
図表6 トランザクションレンディングで検討を要する要素

要素	内容	備考	
環境要因 (外部要因)	上限金利等の法規制	日本においては上限金利は20% (米国では3~40%程度の貸付もあり得る)	諸外国と日本での環境面 での差異は考慮すべき
	資金需要者ニーズ	諸外国においてはアンダーバンクド層の存在など、 そもそも借入困難な事業者が存在	
	市場金利動向	調達コストや預貸スプレッドによりレンディング事業 の利回りは変動	
事業者要因 (内部要因)	保有データの質・量	事業者の経済活動全体を把握できるかどうか、十分な サンプルが集まるかどうか	事業者のビジネスモデル によって大きく異なる
	顧客接点の多さ	(上記データ量とも関連)資金需要層を一定規模以上で集め られるか	
	債権保全手段の保有	独自の債権保全手段を持っているか (ECの売上など金流に絡んでいるか)	
	与信ノウハウ	独自データを使ったトランザクションベースの与信モ デル構築ノウハウが必要(従来モデルとは異なる)	上記内外環境を踏まえ、 ベストミックスを検討 する必要あり (当社の事業範囲)
	不正・虚偽検知・ モラルハザード対策	異常取引の検知や不正取引を排除する仕組みを保有し ているか	
	AIの活用・ 審査自動化ノウハウ	審査のリアルタイム性が重要(大量変数を自動処理す る機械学習的なアプローチ)	

同社提供範囲

(備考) 同社資料より抜粋 (一部加筆)

図表7 同社の構築するSNS情報を活用した与信判断モデル (イメージ)



(備考) 同社資料より抜粋 (一部修正)

れ与信判断に活用できるようになっていくと  
考えており、SNSへの書込み情報以外でも  
与信精度の向上が期待できる情報があれば、  
積極的に活用していきたいと意気込む。

今後も、同社は、独自のAI技術や金融・

決済事業ノウハウにより“情報パートナー企  
業”として、取引先の情報資産の最適化、生  
産性向上を支援できるよう努めていきたいと  
している。

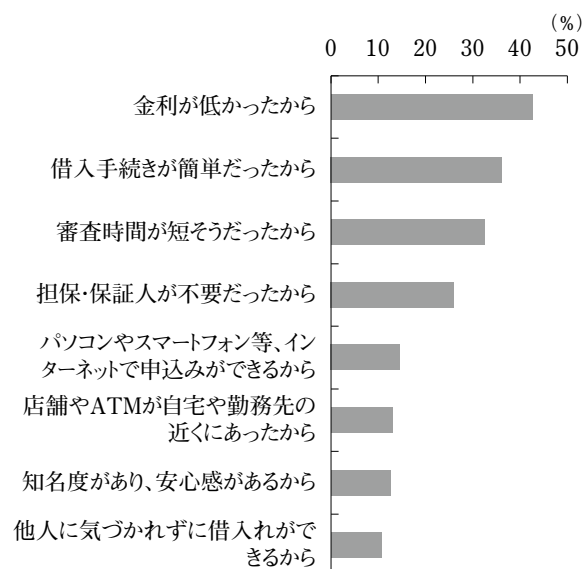
### 3. おわりに ー多面的な基準での与信判断で利用者の幅広い借入ニーズ対応へ

金融当局は、平成25事務年度以降、金融機関の健全性評価について、今までの個別の資産査定を中心とした方法から、資産査定における金融機関の判断を極力尊重するとともに、金融機関が取引先企業の事業を適切に評価できているかについて双方で議論、検証をする形に見直している。この見直しにより、金融当局は、金融機関に対して事業性評価に基づく担保・保証に必要以上に依存しない融資を促している。本稿で事例紹介したd.a.t.株式会社が挑戦するSNSへの書込み情報等を与信判断に活用するといった新たな取組みは、与信判断に使える情報の幅を広げるという意味で、金融機関が“担保・保証に必

要以上に依存しない融資”を推進していくうえで有効といえよう。

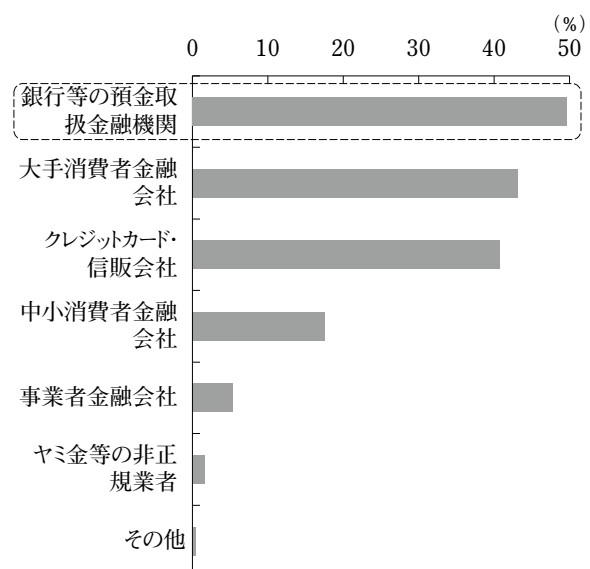
貸金業界の自主規制機関である日本貸金業協会が2016年10月に公表した『資金需要者等の借入れに対する意識や行動に関する調査結果報告』<sup>(注8)</sup>によると、借入経験のある個人は、借入先を選んだ理由として、「借入手続きが簡単だったから」、「審査時間が短そうだったから」、「パソコンやスマートフォン等、インターネットで申込みができるから」などを挙げている（図表8）。これらは、フィンテック企業が提供するサービスの得意とするところでもある。また、借入先として検討した先では、「銀行等の預金取扱金融機関」の回答割合が最も高くなっており（図表9）、借入先として、銀行や信用金庫などに対する利用者の信頼は、依然として厚いといえる。

図表8 借入先として選んだ理由



(備考) 日本貸金業協会『資金需要者等の借入れに対する意識や行動に関する調査結果報告』(2016年10月28日)をもとに、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

図表9 借入先として検討した先



(注)8. 調査機関はアビームコンサルティング(株)(東京都千代田区)で、調査期間は2016年8月12日～17日である。本調査では、借入れ経験のある個人・専業主婦2,500名および借入れ経験のある事業者1,000名を対象にしている。

こうした状況を踏まえると、銀行や信用金庫等には、独自の専門的なスキルやノウハウを持つフィンテック企業と協業しながら、SNSへの書込み情報やその他情報を含む多

面的な基準で与信判断をすることにより利用者の幅広い借入ニーズに応じていくことが、今まで以上に求められてくるといえるのではなかろうか。

#### 〈参考文献〉

- ・(株) ICT総研 (2016年8月16日)『2016年度 SNS利用動向に関する調査』
- ・(株) JTB総合研究所 (2016年11月10日)『スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査 (2016)』
- ・日本貸金業協会 (2016年10月28日)『資金需要者等の借入れに対する意識や行動に関する調査結果報告』
- ・(株) 野村総合研究所 (2017年1月17日)『NRI「生活者年末ネット調査」からみる4年間の変化 ～高度デジタル社会における期待と不安～』
- ・増井智則 (2014年9月29日)『ソーシャルメディアを活用した新たなリテール金融与信管理の可能性』(株) 三菱総合研究所