

GAF Aは銀行業に進出するのか

信金中金月報掲載論文編集委員

勝 悦子

(明治大学 政治経済学部教授)

近年情報技術が一層進展し、機械学習などAI技術もさらに高度化するなかで、金融業は大きく変貌しつつある。フィンテックの進展にも大きな注目が集まっており、2019年10月1日の消費税増税においては、軽減税率を新たに導入したことに加え、キャッシュレス決済でのポイント付与も時限的に導入するなど、世界に遅れをとっていた日本でのキャッシュレス化を、社会として一層押し上げていく動きも見受けられる。こうしたなか銀行を含む金融業においては、負のレガシーと化した莫大な支店網や人員の削減が加速するとともに、フィンテックを一層進めるため、AIやIOT技術に長けたスタートアップ企業等との連携も強めている。

一方で、巨大プラットフォーマーであるGAF A (Google・Apple・Facebook・Amazon) 自体も長い間金融業への進出を狙ってきた。Appleは2019年夏にゴールドマンサックスと組んでクレジットカード業務に進出することを公表し、Facebookは、デジタル通貨リブラを発行して世界の決済通貨として流通させようとした。GoogleとAmazonもそれぞれGoogle PayとAmazon Payという電子財布アプリを提供している。もっともGoogle PayもAmazon Payも、2018年のユーザー数はそれぞれ3,900万と1億4,000万に過ぎず、12億を超えるとされる中国のアリペイのユーザー数に比べ格段に少ない。

かかる状況で昨年11月にGoogle (Alphabet Inc.) は、コードネームを「Cache」とするプロジェクトを公表した。これはCitibank、およびシリコンバレーの信用組合 (Stanford Federal Credit Union) と連携して、Google Pay アプリを通じて決済する個人のチェックアカウントを提供する、というもので、詳細は未だ明らかではないものの、小口決済の効率化と顧客サービスの向上を目指し本年にも実用化することが計画されている。

Googleの今回のプロジェクトは、個々人の生活すべてに関わろうとしているGoogle生態系にファイナンスを付加しようというものである。銀行を設置する、というのではなく、Citibankなどのブランドネームを利用し、信頼と安定という評価を得て、新たなユーザー獲得とGoogle Payの普及を狙っている。Citibank側からしてもJ.P. Morgan Chase銀行やBank of Americaに比べアメリカ国内の支店網では劣っていることから、顧客ベースの獲得などに大きなメリットがある。

情報の非対称性は銀行の生命線である。ノーベル経済学賞を受賞したアカロフが1970年に公表した論文、”The market for ‘Lemon’”でも明らかなように、中古車の価格が市場需給の均衡点で決まるのならば、悪い財により良い財がすべて市場から締め出され、市場は悪い財のみになっ

てしまう。何故ならポンコツ車（レモン）の情報は売り手しか知らず、買い手には何もわからないからである。これは市場の失敗の一例であり、「逆選択」ともいわれる事象である。これを解決するには中古車ディーラーが中古車を査定し、情報の非対称性を是正する必要がある。

金融業もまさに情報の非対称性の世界である。スティグリッツとワイスは、“Credit rationing in imperfect information”と題した1981年の論文で、信用取引における情報の非対称性に伴う逆選択と信用割当ての問題を検討した。巨額のプロジェクトに投資する場合、貸し手は借り手の情報を詳細には知らないの、審査をする銀行の役割は大きく、また融資した事後にそれらをどのように使うかへの規律付けのためモニタリングを行う必要があることが示唆される。

このように銀行は、顧客の日々の資金フローが容易に分かり、審査能力にもたけていることから、情報の非対称性の是正には極めて優位にある。これが銀行の銀行たる所以であり、情報は銀行の生命線でもある。一方で銀行はバランスシートが脆弱で、債務超過（insolvency）でなくとも、銀行取付だけで破綻するなど、流動性リスクに非常に弱い。また一行が破綻すればシステム全体に影響を与えるシステミックリスクが大きく、公共財としての決済システムを守るため、当局は莫大な労力をかけて規制しなければならない。

こうした現状ではGAFAの銀行業そのものへの進出はパズルでもある。というのも、もちろんビッグデータの観点からは銀行業への進出は強力な武器となるうが、とりわけリーマンショック以降、銀行の信用供与への規制は大きく強化され、資本に対する利益が圧迫される傾向にある。また、金融規制当局も、Googleが、検索エンジン、スマートスピーカー、e-mailおよび様々なアプリで得られる情報が競争相手に比べ不当に多すぎることに懸念を示している。こうしたビッグデータを使えば、金融業で優位性を発揮でき、寡占体制が強まる懸念もあるからだ。

一方GAFAへの規制は世界的に強化の方向にある。とりわけEUでは、2018年5月にGDPR（General Data Protection Regulation：一般データ保護規制）が公布され、欧州の個人情報保護が強化された。人権や消費者保護を重視するEUらしい動きであるが、個人情報上の規制だけでなく、EU競争法でも独占禁止の規制がなされ、さらには巨額の税金から免れているGAFAに対して、英仏では「デジタル税」の賦課なども検討・導入されている。

中国でアリペイが爆発的に拡張したのは、金融規制が緩いこと、偽札の横行、高コストの銀行サービスなどに伴うものである。もっとも当局は第三者決済への監督を強めており、アリババ等も銀行を設立したが小規模にとどまっている。一方で、個人の利便性と引き換えに、個人情報はすべて巨大プラットフォームに握られ、国民や企業を政府が監視することも可能となる。このような巨大プラットフォームは近年のポピュリズムを増幅させる懸念もあり、民主主義にとっても脅威となってしまいうだろう。

情報は金融業の要である。しかし、このようにみてくると、民主主義国家においてGAFAが本格的に銀行業に参入していくことは難しいと言わざるを得ない。