

情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会
金融データワーキンググループ（第2回） 議事概要

日時：平成30年10月22日（月）13時00分～15時00分

場所：総務省10階第一会議室

委員）森主査、落合委員、田中委員、福田委員、山本委員、若目田委員

関係事業者）株式会社 NTT ドコモ、株式会社 NTT データ、チャネルペイメントサービス株式会社、KDDI 株式会社、GMO ペイメントゲートウェイ株式会社、株式会社ファミリーマート、株式会社みずほ銀行、株式会社三井住友銀行、株式会社三菱 UFJ 銀行、株式会社メルペイ、ヤフー株式会社、LINE Pay 株式会社、株式会社ローソン

関係省庁）内閣官房情報通信技術（IT）総合戦略室、個人情報保護委員会事務局、金融庁企画市場局総務課信用制度参事官室、経済産業省商務情報政策局情報経済課、経済産業省商務情報政策局消費・流通政策課、経済産業省経済産業政策局産業資金課オブザーバー）全国商工会連合会、一般社団法人日本 IT 団体連盟、日本商工会議所事務局）総務省情報通信政策課

<第一部>

- 資料2-1 「実証体制・内容の論点整理」について事務局より説明。
- 資料2-2 「Origami のデータ利活用における実証実験案」について株式会社 Origami より説明。
- 資料2-3 「LINE Pay における情報利活用について」について LINE Pay 株式会社より説明。
- 意見交換

<モバイル決済モデル推進事業について>

- 実証を行う地区を区切って、各地区で手数料・入金サイクル・データ利活用につき、差異を付ければ、実証の効果がよりクリアになるのではないか。
- 利用者側への告知方法はどのようにするのかは課題。
- IT リテラシーの低い店舗だと、自分で決済事業者の用意するシステムを使いこなして販促を行うのは難しいのではないか。決済事業者の側で、なにかリテラシーを高めるアイデアはないか。
- 各地区に差異を設けるというアイデアについては、調査分析という所ではもっともだが、地域に理由を説明できないと思われる。
- 各個店がキャッシュレス決済手段を導入するには、地銀、税理士、会計士、商工会議所、商工会など、普段からつきあいのある集団に、経営のソリューションとして勧められることが鍵。

- キャッシュレス決済手段だけでなく、それに付随する生産性向上もパッケージで推進していくべき。クラウド会計など、経営の効率化に効果のある汎用ツールは広まってきている。一方、決済情報を活用したマーケティングなど、売上そのものを伸ばすツールは広がっていない。キャッシュレス決済手段は、後者に属する。
- 実証を通じて、経営者にキャッシュレスを入れた方が「得」であると実感してもらうことが大事。
- キャッシュレス決済を活用するためには、まず手段を導入してもらうことが大事。その後データ利活用システムの利用等までいくかは、個々の経営者次第。今回の実証では、地域の商工会議所などとも組んでキャッシュレス決済手段を普及させられれば良い、と思う。
- 決済事業者の負担として、実証地域店舗にクーポン等発行して、普及をうながすという選択肢も考えられる。
- 実証で使う店舗側の統一アプリについて、地域性を考慮すると、統一アプリの裏にいる決済手段をQR決済に限る必要はない。地域マネーを裏に紐付けるなどのアイデアもある。
- 参加店舗の取りまとめ方法について、現金しか扱わない店にキャッシュレス決済手段を入れるのは難しい。導入しない理由として一番多いのは、リテラシーの欠如。
- 消費者から言われれば経営者は動く。消費者にとって魅力ある決済手段を提供するのが大事。今日、キャッシュレスだから便利ということにはならず、さらに魅力的なアイデアが必要。
- キャッシュレス決済手段の必要性を感じていないせいで、機会損失をしている店は確実にある。実際に店員にその店でキャッシュレス決済手段が使えるかどうかを聞く消費者はほとんどいないが、店舗の側では顧客に言われないのでキャッシュレス決済手段を入れる必要は無い、と考えている。ここに認識のずれがある。
- 消費者側にも、キャッシュレス決済手段を使うための準備がたりていない。この層への取組も大事。
- 実証で使う店舗側の統一アプリについて、統一アプリを特定の決済事業者が取り仕切って構築・運用し、囲い込み・特定事業者の優遇がおきるのは避けるべき。
- 参加店舗の取りまとめ方法について、契約は、個店のことを考えるなら一本化すべき。
- 参加店舗の取りまとめ方法について、商工会議所は利用者からの質問を各事業者等になが役割を担うことは可能。
- 既に何らかの決済手段を導入している店舗についても、実証に参加する場合は実証に参加する全ての決済事業者のサービスを利用できるよう配慮すべき。

<第二部>

- 資料2-4「ファミリーマートにおけるデータ利活用の取組」について、株式会社ファミリーマートより説明。
- 資料2-5「Origamiにおけるデータ活用の取組」について、株式会社Origamiより説

明。

□資料 2-6 「NTT データにおけるデータ利活用の取組」について、株式会社 NTT データより説明。

□意見交換

●データ利活用について、自社で収集したデータの利活用を超えて、他社のデータの提供を受けたり、データを他社に提供したりすることは、現時点では行っていないが、今後については検討するかもしれない。

●現在はインターネットを利用した決済は決済全体の 1 割にも満たないので、データ利活用よりもまずインターネットを利用した決済を広げる段階にある。

●データの利活用という意味では、他社・他業界とのデータ共有プラットフォームを作ることには必要なことだと思う。そこで、キャッシュレス推進協議会の API 連携や、情報銀行の取組には期待を持っている。これから関係者で話し合っていかなければいけないと思う。

●データプラットフォームについては、既に金融データの収集を行うビジネスもあり、一つのプラットフォームに統一するのは難しいが、複数のプラットフォームの存在を認めると良いのではないか。

●決済事業者は商品情報をもっていない。しかし、当然のことだが、商品情報もセットであった方が、広告の効力は当然強くなる。POS のデータと連携できれば良いと思う。東芝テックなどでは、システム改修なしで電子レシートと商品情報を結びつけることも行っている。

●BtoB の場面では、キャッシュレス決済情報が納税の際のエビデンスとして使える。今回の実証とは直接関係ないが、今後のキャッシュレスの展開という意味では、議論があると良いと思う。

●欧州では、個人の自己情報に関わるコントロールビリティについて、GDPR に加え、決済データに関しては PSD2 といったルールもある。日本でも、データの削除請求とまでは行かなくても、コントロールビリティをより高めるための議論があってもよいのではないか。

以上