

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1回） 議事概要

日時：平成30年9月20日（木） 17時00分～18時50分

場所：総務省8階第一特別会議室

委員）森主査、落合委員（瀧委員代理）、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、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、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）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

- 資料1-1「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 開催要綱」について事務局より説明。
- 資料1-2「金融データWGの設置について」について事務局より説明。
- 資料1-3「キャッシュレス推進協議会におけるQRコード決済の標準化検討について」について福田委員より説明。
- 資料1-4「モバイル決済モデル推進事業について」について事務局より説明。
- 資料1-5「情報銀行の検討状況」について事務局より説明。
- 資料1-6「金融関連のデータの活用状況について」、参考資料1-1「マネーフォワード社におけるデータ利活用」について瀧委員代理より説明。

意見交換

<モバイル決済モデル推進事業について>

（実証での検証内容について）

- 本事業で何を実証しようとしているのか見えづらい。手数料を低くすることはわかるが、実証の意図を聞きたい。
- 実証には、標準化等、決済手数料の低廉化、入金サイクルの短縮化という3つの条件がある。効果があった場合に、この3つのうちどれが効果的だったのかがわかりづらい。
- 決済手数料の低廉化、入金サイクルの短縮化について、実証後まで含めた道筋がわからない。

## (実証の実施条件について)

- 地域と中小企業からすると、キャッシュレス決済の推進は、経営の見える化、高度化や、生産性の向上、資金調達が多様化を実現できる可能性を秘めており、積極的に対応することが望ましい。
- 中小の店舗では、キャッシュレス決済には、端末の設備投資、決済手数料の負担、売掛金の入金までのタイムラグという3つの壁がある。端末代、決済手数料、入金条件という3要素を総合的に勘案し、実証の参加条件を柔軟にして、トータルとして店舗側に魅力的な内容にしてもらいたい。
- 現行の決済手数料、入金サイクルのまま普及されると、商店街では逆に困る。
- キャッシュレス決済推進の議論は、結論ありきでなく、デメリットも検証し、網羅的に議論を進めてほしい。
- 決済事業者には加盟店開拓のコストが大きい。決済手数料や入金サイクルについて、加盟店開拓コストをどこで回収するかが課題であり、もう少し議論が必要。
- 先行して事業を行っている会社は仕様変更が間に合うかわからないので、標準仕様に参加の前提条件というところについて、トーンダウンしてもらえると、参加できる決済会社が増えるのでは。

## (自治体との連携について)

- 政府予算の制約もあると思うが、この実証実験はなるべく多くの自治体で実施してほしい。
- 参加店舗を「県庁・商工会議所を通じて募る」とあるが、都道府県庁から県下の商工会議所等への協力要請を発出するなど、県から要請してもらったほうが、現地の商工会議所も動きやすい。

## (通信環境について)

- 通信インフラが整備されていない店舗も多く、Wi-Fiがなければデータ蓄積もできないため、Wi-Fi環境の整備についても手当てしてほしい。Wi-Fi環境整備の初期費用が高い。
- インバウンドや決済データ通信量のこと考えると、Wi-Fiは必要だと思うが、どのぐらいの通信量になるのか。

## (契約のとりまとめについて)

- 各店舗の契約を商工会議所が取りまとめるとあるが、商工会議所法には契約の取りまとめの明文規定はない。また、店舗の信用情報までは得ていないので、本当に契約していいかもわからない。参加店舗の希望を取りまとめ、他の契約主体につなぐとか、参加店舗の連絡先などのリストを渡すことはよくやっているが、この点についてはトーン

ダウンしてほしい。

(統一アプリについて)

- 統一アプリの名称については、その後の全国展開も考慮して、オールジャパンのネーミングにしたほうがいい。
- 統一アプリをつくって仕様統一しても、システム接続の仕様が各業者で異なっているので、アプリを誰がつくるのか等含めて、かなりハードルが高い。検討が必要。
- もう少しブランディングの定義をはっきりさせたほうがいい。加盟店の店舗側のアプリの名称をどうするかという議論と、あと、ユーザーさんへのアクセプタンスのロゴは分けて考えていく必要がある。現状の各決済事業者様が展開、推進されているロゴ等もあるため。

<決済データの利活用等について>

(同意の取り方について)

- 各社が各加盟店で決済データを使うときの同意のとり方と、地域全体での決済データ利用の際の同意のとり方で差分があるのであれば、実務のわかる方からご教示願いたい。

(情報銀行との関係について)

- 情報銀行とモバイル決済モデル推進事業との関係性を知りたい。
- 情報銀行ないし情報信託機能は、本人の利益を基本に想定したものだと思う。決済データの利活用で、本人にどういうリターンがあるかというのが書かれていなかったのも、情報銀行とモバイル決済モデル推進事業が理論上つながっていないように思える。

(決済データの利活用について)

- いつ、どこで、幾ら買ったかという情報だけでなく、さらに何の商品を買ったかというデータまで拾えると、データの利活用によってできることの幅がかなり変わってくると思う。実証でのデータ利活用では、どこまでデータをとるような決済手段のイメージがあるのか、それとも事業者の提案なのかというところを聞きたい。また、購入商品の情報までわかると、データ利活用の幅がどう変わるのかについても聞きたい。
- ターボンは商品に根差しているのも、購入商品の情報までわかると個別の商品にひもづいたキャンペーンは商品訴求が非常に丁寧にされると効果的。
- 家計簿上で購入商品を記載できたほうがユーザーにとってありがたい。
- 協調フィルタリングという、あるものを買った人は別のものも買うというフィルタリングや、繰り返し購入には、購入商品のデータが手に入ることが非常に重要と感じる。

以上

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が課題。
- 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」と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と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

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3回） 議事概要

日時：平成30年12月5日（水）10時00分～12時00分

場所：総務省8階第一特別会議室

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Origami、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

発表者）和歌山県

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3-1「総務省実証の論点整理」について事務局より説明。

資料3-2「和歌山県モデル地域キャッシュレス決済実態調査」について和歌山県より説明。

意見交換

<モバイル決済モデル推進事業について>

- 店舗からの申込は大半が紙で、Webはほとんど無いだろう。
- 契約内容の一本化には賛成。簡素さ、分かり易さが大事。
- 精算・管理画面についても一本化をお願いしたい。
- 手数料や入金サイクルについて、実証期間中と期間後で条件が変わる場合は、見込みでかまわないので実証後の条件も提示した方が、終了後にトラブルを避けられる。
- 配布するタブレットのOSは、店舗側の希望に応じて選べるようにすべき。
- 店舗からの問い合わせに対しては、商工会議書で交通整理をして、各決済事業者や契約管理主体など適切な相手につなぐスキームがよい
- 説明会や、各商工会議所に、QR決済のデモ機を置いて、各個店の経営者等がキャッシュレスのフローを手軽に体験できる場を設けるとよいのではないか
- 説明会に参加できない店舗向けに動画やパンフレットなどを用意するとよいのではない

か。

- 経営指導員が各個店へのフォローアップ指導に用いるタブレットなどもあるとよいのではないか
- タブレット・ステッカー等を商工会議所が配布すると、機器のセッティングまで商工会議所が行うことになるが、これでは混乱が必至。タブレットに必要なアプリをプリインストールした状態で配布するなどの対策が必要。
- 予算の制約もあるが、実証についてはできるだけ多くの自治体で行い、横展開をお願いしたい。
- QR コード決済等の普及のため、病院や自販機でも利用できるよう取組を推進してほしい。
- QR コード決済をするだけでは、POS データ等が不足しているため、データの利活用に不足があるのではないか。
- 誰が買ったか、いつ買ったか、いくら使ったかなどの情報でもデータの利活用はある程度可能。
- 消費者へのインセンティブが弱いので、ポイントなど何らかの後押しがあってもよいのでは。
- CPM については、各決済事業者の地域での出し分けが難しいので、全国一斉切り替えも検討することになるだろう。

#### < 第二部 >

- 資料 3-3 「情報の利活用に関する論点とスコアリングについて」について、落合委員より説明。
- 資料 3-4 「J.Score ご紹介資料」について、株式会社 J.Score より説明。
- 資料 3-5 「ヤフーにおけるスコアリング事業の概要」について、ヤフー株式会社より説明。
- 意見交換
  - スコアリング事業社の提携先企業以外の企業が勝手にスコアを使用した場合の対策について、いままでに事例はないが、起こった場合は厳しく対応したい。
  - 顧客にははっきりと使用する情報の種類、内容、範囲について明記し同意を得ている。
  - スコアリングサービスの利用に当たって、顧客の意思が大事。同意の取り方については、その前提を基本としていくべきと考えている。
  - スコアへの異議申し立てについては、実際には今のところあまり事例がない。

以上