

米国のアカウントアグリゲーション

— 老舗 FinTech ビジネスの事業モデル確立までの道のり —



NRIアメリカ 金融研究室長

よしなが たかし
吉永 高士

専門は金融機関の経営戦略・戦術・制度・業務の研究

米国 FinTech の先駆けとして 1990 年代末に登場したアカウントアグリゲーション（以下、アグリゲーション）は、利用シーンや顧客、提供ベンダーの立場などの点で、当初の想定とはかなり異なる展開を経て今日の事業モデルを確立してきた。本稿では、FinTech 企業の生き残りやサービス浸透のありようをめぐる先行事例としての示唆は何かを考察する。

ハイテク株バブル期に誕生

アグリゲーションは、複数の金融機関（銀行、証券会社、クレジットカード会社、ノンバンクなど）の口座情報を集約（アグリゲート）し、個人の資産、負債および入出金の状態を一元的に閲覧できるサービスである。米国ではハイテク株バブルがピークを付けた 2000 年の前後に、Yodlee 社を含む複数のベンダーが相次ぎ起業し参入した。

当初は、創業間もない外部のベンダーに取引金融機関のログイン ID とパスワードを預けることへのセキュリティ上の懸念や、第三者が顧客データを収集すること自体の是非を厳しく問う声もあり、一部大手地銀などでは普及反対やアクセス阻止の動きが見られた。しかし、大手や中堅の銀行・クレジットカード会社に加え、台頭期にあったネット専門の証券会社や銀行らも一斉にベンダーと組み、アグリゲーション機能を自社 Web サイトのサービスとして実装するに及び、金融機関内外の反対の声は急速にかき消されていった。

多くの金融機関がアグリゲーションの導入

を決めたのは、顧客が自社サイトにアグリゲーションデータを参照する目的でアクセスしてくることがロイヤルティ向上や関連商品販売の機会拡大につながるなどの強い期待があったためだ。

2000 年代半ばの相次ぐ提供中止

ところが 2000 年代の半ばころになると、アグリゲーションを提供する銀行や証券会社、クレジットカード会社の数は頭打ちになり、メガバンクやディスカウント証券大手を含む主要金融機関などですらサービス提供を打ち切る動きも相次ぐようになっていった。その最大の理由は、金融機関がベンダーに支払う利用料（月次の利用ユーザー数に応じた従量制課金）に比べ、期待していたマーケティング面での効果が得られなかったことにある。特に、ターゲット顧客を明確にしないまま「あったら便利」という程度の位置付けで広範な個人にサービスを提供することは、いたずらな費用増加しかもたらさなかったという反省があった。

事業モデルと収益モデルの確立

アグリゲーションが再び脚光を浴びるようになったのは2000年代後半のことである。それは、対面証券営業の営業員の業務ツールとして活用されるようになり、並行してPFM（Personal Financial Management：個人財務管理）などのコア要素技術として、より明確な利用シーンの下で、広範なFinTech企業に採用されるようになってからだ。

2000年代半ばころの米国ではアグリゲーションの主要ベンダーが5社存在した。その中で比較的早く収益採算の裏付けを伴う事業モデルを確立できたのは、いずれも対面証券会社向けのB2B事業への取り組みが早かったAlbridge Solutions社、CashEdge社、ByAllAccounts社、eMoney Advisor社の4社である。彼らは、対面証券会社やRIA（全米に2万社弱あるリテール向け中小投資顧問業社）の営業員が、顧客の他社預かり資産も含めた包括的金融資産を分析しプランニングや投資アドバイスを行う際のデータの入力と更新にアグリゲーションを使ってもらい、営業員1人当たり数百～数千ドルを徴収するという収益モデルを確立した。営業員にとって、1秒でも多く相談や提案に時間を充てることで売り上げの最大化を図りたい時に、自分やアシスタントの機会費用に鑑みてアグリゲーションは十分にリーズナブルだった。

これら4社はその後、いずれも対面証券会社のバックオフィス業務などを手広く行う大手ベンダーや大手決済代行証券会社などに買収されている。身売り後に、彼らのアグリゲーション技術は、より大きな顧客基盤を抱

えるプラットフォームの下、自力開発のみによる限界をはるかに超える広範な対面証券販売チャンネルに組み込まれ、今や一層多くの消費者に利用されるようになっていく。

赤字続きだった老舗の出口戦略

前述の4社に比べて事業モデルの確立に時間がかかったのは最大手のYodlee社である。同社は、中核の銀行向けサービスを中心に1999年の創業から一度も黒字になったことはなかったが、転機となったのは、その後発FinTech企業による相次ぐ活用であった。Mint社などの新興PFMベンダーは、いずれも原データの収集と更新にYodlee社の技術を使い、Yodlee社も銀行などを相手に独自のPFMサービスを開始した。これらはメガバンクなどの伝統的金融機関向け事業を再活性化させただけでなく、Movencorp社などのモバイル銀行代理業者（ネオバンク）やロボアドバイザー（個人投資家向けの投資一任運用サービスまたはサービス提供企業）などの付加サービスとしても採用されるようになった。

Yodlee社は2015年8月、対面証券会社およびRIA向けの手続き代行サービスであるEnvestnet社への身売りを発表した（11月に手続き完了）。1990年代末のハイテク株バブル発生と同時に誕生し、バブル崩壊やリーマンショックなど幾多の荒波をくぐり抜けてFinTechを先導してきたYodlee社が苦節16年の後、同業他社に遅れながらもベンチャー企業の段階をようやく脱し、長らく支えてくれた出資者たちにも報いた瞬間であった。■