



競争促進策として期待される「オープンバンキング」

英競争・市場庁（CMA）は8月、リテール銀行市場の競争促進に向けて、スマホなどで銀行間の商品比較が簡単にできる「オープンバンキング」の推進を含む広範な施策パッケージを公表した。

英国のリテール銀行市場については、市場の集中度が高く競争が十分に働いていないとたびたび指摘され、英政府は銀行認可手続きの柔軟化などさまざまな改革を実施してきた。CMAでは、こうした状況を踏まえながら、特に個人や中小企業の当座預金（英国では個人も一般に財布代わりに用いている）と中小企業貸付の市場で競争が有効に働いているか、一昨年独自に検証を進めてきた。

今回の施策パッケージの最大の特徴は、個人や中小企業の顧客に現在取引のある当座預金口座やローンが自分にとって適切か関心を持ってもらい、他行と比較したり乗り換えたりする行動を促すことを中核に据えた点である。背景には、こうした行動が少ないことが銀行同士のサービス競争を阻害する根本的な原因となっているという分析結果がある。試算では当座預金を利用する個人顧客の9割は低コストの口座に移

動する金銭的メリットがあり平均年間約92ポンドの節約をできたはずだが、実際に当座預金を別の銀行に移した個人は1年間に3%に過ぎなかったという。

CMAは特に「オープンバンキング」の推進が、個人や中小企業が銀行間のサービスを容易に比較できる環境を整えるカギになると期待する。具体的には、大銀行に対して「オープンAPI基準」を策定して、商品の情報や顧客の取引履歴を他社と共有可能にすることを求めている。業界が進めているオープンAPI基準導入の早期実現をより確実にするものと見込まれる。

今回の報告書を作成するにあたり、少数の銀行に集中する市場構造が、競争を阻害しているのではないかという懸念から大銀行を分割することも検討されたが、そうした提案を盛り込むことは見送られた。それだけに、テクノロジーを活用して顧客の行動に働きかけるCMAの施策がどれだけ英国の銀行市場を変えられるか注目される。