

Salesforce eBook | 2016.4.27.

クラウドと FinTech

～セールスフォース・ドットコムにおける FinTech
への取組み～

株式会社 セールスフォース・ドットコム
セールスフォース・インダストリー本部
金融プロジェクト担当アドバイザー

富永 新

The Salesforce logo, consisting of the word "salesforce" in a white, lowercase, sans-serif font, is centered within a blue, multi-lobed cloud shape.

salesforce

概要

本 eBook は、いま金融業界に新風を巻き起こしている FinTech とクラウドの関係について、考察したものである。新しい金融サービスである FinTech を手掛けるためには、迅速かつ柔軟なシステムの構築が必須要件であり、そのためにはクラウドコンピューティングの力を欠かすことはできない。「クラウドなくして FinTech なし」なのである。本稿では、FinTech に必要な 7 つの要件を整理・提示したうえで、セールスフォース・ドットコムにおける対応を解説する。

エグゼクティブサマリー

- ・ FinTech とは、「先端 IT 技術を活用した新しい金融サービスの創出」である。
- ・ わが国の金融業界にも、FinTech という形で「Disrupter(破壊者)」がやってきた。
- ・ FinTech ブームは金融 IT の発展形であり、もはや不可逆の流れである。
- ・ FinTech とクラウドは密接不可分な関係にあり、クラウドなくして FinTech は成立しない。
- ・ クラウドの持つ俊敏性などの特長は、FinTech 企業が迅速にビジネスを開始し、業容に応じて伸縮するために打って付けである。
- ・ セールスフォース・ドットコムは、FinTech に必要な 7 つの要件(7 つ道具)を具備し、特に信頼性や連携性において、抜きん出ている。
- ・ 国内外の FinTech 企業において、現に Salesforce はフルに活用されている。
- ・ 当社は、既に FinTech に対し「準備完了」の状態にあり、FinTech に関係する金融機関および FinTech 企業を全力で支援していく。

目次

はじめに	P 3
1. FinTech に関する見方	P 4
2. クラウドと FinTech の関係	P 5
3. FinTech に必要な 7 つ道具	P 6
4. セールスフォース・ドットコムに対応	P 8
5. Salesforce に際立つ強み	P11
6. FinTech における Salesforce の利用状況	P12
7. セールスフォース・ドットコムの今後の取組み	P14
おわりに	P15

はじめに

(1) 現状と考察の視点

FinTech ブームが沸騰している。ついにわが国の金融業界にも「Disrupter(破壊者)」がやってきた。金融機関も大手(3メガグループでは、それぞれ FinTech 専担部署を組成)を中心にこぞって対応(主要地銀でも共同検討などの動き)に乗り出しているし、IT 業界やベンチャー企業も熱い。金融監督当局(金融庁・日銀)も、国際競争力確保などの観点から、対応組織の組成など、これを後押しする姿勢を鮮明にしている。

そうした状況については、既に様々な書籍やセミナー、Web サイト上で幅広く紹介されているし、日々(いわば「分進秒歩」で)更新され続ける性格を持つものなので、本稿ではあえて触れない。

本稿では、そうした膨大な情報を踏まえたうえで、「少し冷静な頭、できるだけズームアウトした視点」から、今回の現象を踏まえた金融業界の IT システムの在り方に関して、課題や今後の展開を考え、そして当社の取組みをご紹介したい。

(2) 考察の背景となる経験

筆者は、日本銀行で30余年にわたり、金融 IT に携わってきた。そう「金融 IT」という一部で使われていた用語こそ、「元祖 FinTech」(用語の構成自体はほとんどそのまま)であると言える。

筆者は、特に日銀生活の後半、「システムターゲット考査」という格好で、メガバンクから信金、新規参入行、証券会社に至るまで、全国様々な金融機関を訪ね、経営者・CIO やシステム部門長の方々と対峙してきた。

そうした中で、「プロジェクト管理」や「システムリスク管理」については語れても、「IT 戦略」や、ましてや「金融 IT の未来」について高い見識を持ち、語り合える相手は、必ずしも多くはなかった。一言でいえば、一部を除く金融機関には、IT システムに関する長期ビジョンが不足していた。

そこで筆者は、『わが国金融機関への期待』という本を著し、その中の1章に「課題解決に向けた提言と金融 IT の未来展望」を充てたのである。ここが、今回の FinTech に関する考察に際しての原点となっている。

1. FinTech に関する見方

FinTech とは、「先端 IT 技術を活用した新しい（高度ないし便利な）金融サービスの創出」である。そうした、これまでの金融自由化・金融構造改革などとは次元の違った、今回の FinTech ブームは、一面において「不可逆の流れ」であり、長期トレンド(ムーブメント)であると言える。ついに金融 IT の世界にも、待ちに待った「文明開化(夜明け)の時」が訪れ、新旧勢力が入り混じった戦いの火蓋が切られたのである。

——2000 年前後のネット専業銀行や異業種参入行の開業時に、いわば第 1 次ブームがあった訳だが、金融業界の革新を起こすまでには至らなかった。

反面において、FinTech の一部は、浮つきたいわばバブル状態と見るのが適当である。いまは本質的なサービスの新規性が伴わなくても、FinTech と称しているものが少なからず混在していることは否めない。FinTech の真の定着化が待たれる。そうした状況の中で、例えば地銀担当者が、頭取から「何でも良いから FinTech をやれ」と指令され、途方に暮れている姿は誠にお気の毒である。もう少し冷静さを持ち、本質を見抜く姿勢がほしい。

——ブロックチェーンだけが、真に金融経済システムの大変革をもたらし得る、という見方もあるようだが、本稿では対象としない。

金融機関には、元来の情報産業という特質を踏まえ、FinTech に取り組む前にこなさなければならない積年の課題が、山と溜まっている。今風な言葉でいえば、まずは「全社的なデジタル戦略」を策定し「オープンイノベーション」ないしは「デジタルトランスフォーメーション」を起こす必要がある。少なくとも、時代遅れの自前主義、クローズドなシステム構造を速やかに脱ぎ捨て、スピード優先で使える外部リソース(サービス)を駆使して、未来に向かって走り出さなければならない。

2. クラウドと FinTech の関係

FinTech のほとんどは、クラウドコンピューティング(サービス)の上で動いている。これは事実である。後に述べるような特質をもって「クラウドと FinTech は抜群の相性」にあり、サービスのクラウド化なしに FinTech ブームは成り立たなかったのである。

しかし、最近「クラウド」という言葉が少し鳴りを潜めている感がある。一時期は、「クラウド、ソーシャル、モバイル、ビッグデータ」が4種の神器と呼ばれていた。最近では、これが「FinTech、IoT、AI、ロボティクス」に取って代わられた。そういう意味で、いまや陰に隠れた感のあるクラウドに、再度スポットライトを当てる必要がある。

クラウドという言葉が一頃に比べ多く語られなくなったのは、なぜだろうか。答えは簡単で、みんな「当たり前」に存在する]空気のようなものに成熟したからである。しかしながら、各種の業界で、まだ「クラウドが当たり前」の域にまで達していないところがひとつある。それがほかならぬ金融業界である。

金融機関は、レガシーと呼ばれる基幹勘定系システムに膨大な投資を続け、クローズドシステムとしてその堅牢性を誇っているうちに、いまや時代の流れ、IT システムの進化から大きく取り残された。現在費やしている巨額の保守運営費の一部でも新分野に回せば、おのずと見える世界も違ってくるだろう。金融界は、一足飛びに FinTech に飛びつく前に、これまでに積み上がってしまった宿題を片付けなければならない。しかし、それは口で言うほど簡単ではなく、先行きを照らす灯りがいる。

そうした時に、強力な道具(羅針盤)となり得るのが、クラウドコンピューティングである。なぜなら、クラウド、特に Salesforce には後述するような優れた特性があり、基幹勘定系システムを保持したまま、肝心の「顧客サービス部分を飛躍的に変革し得る存在」であるからだ。これからのシステムは、クラウドを当然の前提とし(いわゆるクラウドファースト)、IT 投資の多くをそうしたシステムオブエンゲージメント (SoE) に充てるのが適当である。しかるにわが国の金融機関では、クラウドすら使っていない先が、地方金融機関を中心に多数残存しているのが実情(FISC の調査によれば、全金融機関の平均クラウド利用率は 34%にとどまる)であり、FinTech への距離感はかなり遠い。

従来の IT 投資は、ともすれば、システム部署が中心となって、社内ニーズの視点から合理化・効率化・経費節減を目的に実施されてきた。これからの IT 投資は、事業企画部門(LOB)が、エンドユーザーである顧客、特に次世代を担う顧客層の視点から、バリューの創生に振り向けていくことが適当である。

3. FinTech に必要な 7 つ道具

さて、FinTech に取り組むにあたっては、7 つの要件(7 つ道具)が必要となる。それは何であろうか。順に見てみよう。

(1) アイデア(独創性)

これがなくては始まらない根源的な要素である。一言でいうなら「かつ跳んだ発想」が求められる。筆者自身を含め、従来からの金融マンにこれを求めるのは酷である。伝統的な金融機関の組織文化や仕事の流儀は、真反対の方向を向いている。若くて、柔軟で、感性に富み、技術に強い優秀な頭脳がいる。

(2) ビジネスモデル

アイデアだけでは飢え死にする。一般的に収益を上げることが難しいとされるインターネット、特にリテールの世界で、いかにして儲けるかというビジネスモデルなくしては、せっかくのアイデア(種)も花開くことはない。

(3) 俊敏性(アジリティ)

アイデアとそのビジネスモデルは、迅速にビジネス(サービス事業)化する必要がある。正にスピードこそが命であり、従来のシステムのように開発に半年以上かけていたら、兵糧が持たないうえに、ライバルに先を越される。必要なシステムは、アジャイル型で迅速に開発することが求められる。

(4) 柔軟性

アイデアを迅速にビジネス化すべきことは上述の通りだが、アイデア倒れでうまくいかないかもしれない。要は「やってみなければ分からない、打率 1 割未満の世界」での勝負であり、従来の「石橋を叩いて割る」と評されるような金融機関の発想とは全く異なる。ビジネスやサービスの転進、ないしは廃業すら視野に入れた戦略を予め練っておくことが賢明である。

(5) 拡張性

上記とは逆に、あっという間に爆発的にヒットし、ユーザーが急増、アクセスが殺到するといった嬉しい展開もあり得る。その際に、新機能の追加制約やシステムのキャパシティ面から商機を逃すことがあってはならない。

(6) 低コスト

何より、FinTech ベンチャーには、普通、先立つモノ(お金)がない。最初は、限りなく少額の資金でビジネスを立ち上げる必要がある。

(7) 信頼性

そして、忘れてはならないのが、信頼性の確保、すなわち「情報セキュリティの確保」である。ひとたび顧客情報の漏洩といった事態をひき起こせば、間違いなく事業が立ちいかなくなり、倒産してしまうだろう。資金が足りないからといった理由で、ここで手を抜くことは許されない。

4. セールスフォース・ドットコムへの対応

上記の7要件に対し、セールスフォース・ドットコムは、最初の2つの項目は完全には提供できず、最大限ご支援させて頂くこととなる。しかし、残りの5つについては、極めて優れたパフォーマンスをお約束することができる。

(1) アイデア (独創性)

根源的な出発点となるアイデア自体は、FinTech 企業ないしは金融機関にお考え頂くことになる。これが当社にあるなら、自分でビジネス化を考える。しかしながら、Salesforce を活用して先行している FinTech の事例や経験をお伝えすることはできる。

(2) ビジネスモデル

これも、基本的には自らお考え頂きたいが、上記同様、事例の提供や、場合によっては当社も一緒になって検討するなど、最大限のサポートを実施していくことができる。

(3) 俊敏性(アジリティ)

これは、最も得意技である。Salesforce の特長は、俊敏性(アジリティ)に尽きるといっても過言ではない。開発のプラットフォーム(いわゆる PaaS)は、他社と比べても提供システムの完成度(用意しているレイヤーのアプリケーション寄り度)が高く、一般的にクリックベースで開発することも容易である。また各種の言語を用いて自由に開発ができるサービスも用意している。

また、必要な機能を必要な分だけアプリケーションソフトウェアとして利用できる SaaS も、スピーディなシステムの構築に極めて有用であり、いずれにしても、数週間、長くても数カ月単位でのシステム稼働を実現できる。

さらには、AppExchange という、当社が提供するマーケットプレイスを利用することで、アプリケーションを作らず既存のものを利用し、すぐに業務を開始することも可能である。FinTech 企業は、短縮できた時間を他社との差別化のための戦略検討などにあてることができる。

(4) 柔軟性

Salesforce なら、IT 資産を持つことなく、1 ユーザーからすぐにサービスを開始することができ、ユーザー数の増加や、アプリケーションの追加にも柔軟に対応できる。そして、仮にビジネスがうまくいかなかった場合に、他の分野に転進したり、事業を畳んだりすることにも容易に対応できる。FinTech のように、ビジネスモデルを試行し、改善しながら進めていくような領域は、システムがいかに柔軟に対応できるかがひととき重要になる。

(5) 拡張性

当社のサービスは、巨大なデータベース上にマルチテナントと呼ばれる仕組みで構築されており、ユーザーの急増やアクセスの殺到にも問題なく対応することができる。オンプレミスの自社システムでは到底なし得ない芸当である。また、サービスを拡張したいとなった際には、新機能が容易に追加できる。

(6) 低コスト

Salesforce ならば、初期投資をほとんどかけずに、月額数千円から利用を開始できる。当社サービスの価格は、単純に比較すれば必ずしも業界最安値でないこともあるだろう。しかしながら、上記の様々な機能や信頼性などを含め、総合的に見たコストパフォーマンスは、最高レベルにあるものと自負している。

また、Salesforce 上で作成したアプリケーションは、上記 AppExchange に出品して、幅広くその効果を世の中のために役立てつつ、素早くマネタイズ(資金化)することができる。Salesforce には、こうした業界エコシステムも存在する。

(7) 信頼性

信頼性・安全性に関しては、当社として「Trust」を最優先事項として各種の高度な取組みを続けている。グローバルで毎年数十億円の情報セキュリティ投資を行い、セキュリティプロフェッショナルを正社員として雇用し、毎日のように顧客からの立入監査による検証を受け続けている。

最近では、Salesforce Shield という新製品で、より本格的かつ広範な暗号化や、各種のシステムログ(操作記録)の取得などを可能にし、コンプライアンス・セキュリティ対応を一段と強化した。

以上より、十分に鍛錬された「世界最高水準のセキュアシステム」を、すべての顧客に等しく提供できる。日銀で長年金融機関の情報セキュリティ対策を見てきた筆者の眼からも、およそ「個別金融機関のセキュリティ対策よりも水準が高い」と言うことができる。FinTech 企業は、情報セキュリティ面の検討や対応に煩わされることなく、ビジネスの早期実現に専念することが可能である。

サイバー攻撃などが高度化する中、情報セキュリティは、金融機関が個別に確保することが極めて難しくなっている。いまや「自分で守るよりもプロフェッショナルに任せた方が安全・安心」であるという事実を、より多くの関係者に認識して頂きたい。

以上を、簡単に整理すると下表となる。

7つ道具 (7つの要件)	内容	セールスフォース・ドットCOMの対応
アイデア	独創的な事業のアイデア	先行事例の紹介などによる支援
ビジネスモデル	収益を生む事業構想	先行事例の紹介や検討の支援
俊敏性 (アジリティ)	アジャイル、スピード	抜群のアジリティによるスピード開発
柔軟性	しなやかさ、弾力性	アプリケーションの追加などが容易

拡張性	スケールアップ、自由度	ユーザー数の急増などに自由に対応
低コスト	初期投資や運営費用の極小化	総合的に良好なコストパフォーマンス
信頼性	安全・安心なシステム構築	世界最高水準のセキュアシステム

これら7つ道具の具現化にあたっては、Salesforce Sales Cloud (主として営業支援、顧客情報管理に利用)のほか、Service Cloud(主としてカスタマーサービスに利用)、Community Cloud(主として顧客とのコミュニケーションに利用)、Marketing Cloud、Analytics Cloud、IoT Cloudなどの主要製品(コアサービス)や、App Cloud(Heroku)、App Cloud (Force.com)などの開発プラットフォームが威力を発揮する。

5. Salesforce に際立つ強み

上記のような Salesforce の特長は、クラウド全般にある程度共通して言えるのではないかと、とのお指摘を頂くかもしれない。そうでない面も多いのだが、ここで当社の総合力、一言でいえば「ビジネスに必要な要素が揃っている」ことについて、もう少し深く説明する。

(1) サービスの相互連携性

新しいビジネスを実現するためには、顧客向けアプリケーションと社内向けアプリケーションの双方が必要となり、さらに両者を相互に連携させることが求められる。Salesforce は、顧客向けシステムの開発には主に App Cloud(Heroku)を、社内向けシステムの開発には主として App Cloud(Force.com)を提供している。

そして、それにとどまらず、App Cloud(Heroku)と App Cloud(Force.com)それぞれのプラットフォーム上で開発したアプリケーションを、容易に相互連携させることができる。もちろん、Sales Cloud、Service Cloud などの各種製品相互間についても、同じことが言える。

(2) 豊富な API の提供

FinTech 分野で新しいサービスを立ち上げるためには、既存 (他) の様々なサービスとの連携が必要になるケースが多い。Salesforce の特筆すべきアドバンテージとして、外部システムとのセキュアな通信を実現するために、豊富な種類の API が提供されている点が挙げられる。Salesforce の場合、日々処理している膨大なトランザクションのうち、実に 50%程度は API 経由となっている。

(3) 導入後の手厚いサポートとシステムのレベルアップ

当社は、導入前のコンサルティング活動から、導入後のユーザー教育などの定着化支援まで、幅広くかつ十全のサポートを実施し、好評を得ている。また、年に 3 回自動(無料)で、世界中のお客様からの要望を組み入れた各種の機能追加やサービス向上(バージョンアップ)が行われる点も、大きな特長である。

(4) 顧客やパートナーとのエコシステム形成

Salesforce を使えば、単に自らのビジネスを展開するにとどまらず、Community Cloud を利用することなどにより、顧客やビジネスパートナー企業とのコミュニティやエコシステムを形成することができる。

6. FinTech における Salesforce の利用状況

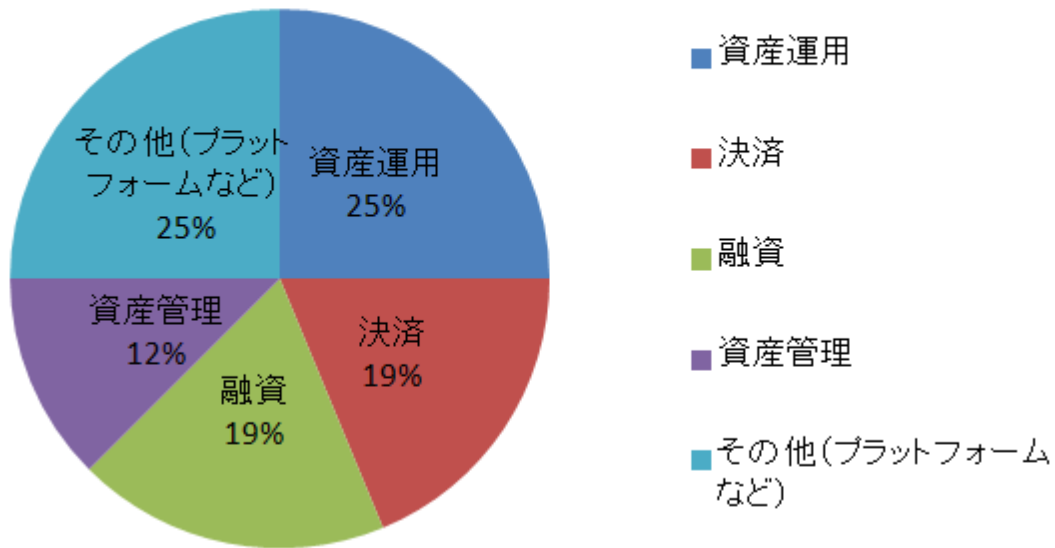
上記のような FinTech との親和性を背景に、世界的には、多数の FinTech 企業が Salesforce を活用している。例えば Forbes 誌が選出した代表的な企業である FinTech 50 社のうち、70%程度の企業が Salesforce を何らかの形で活用している（当社データベース調べ）。

業種（カテゴリー）としては、資産運用、決済、融資、資産管理の順（決済と融資は同率）に多く、この4つで、全体の75%を占める。利用製品は、当社の代表的な製品である Sales Cloud、Service Cloud、Community Cloud などが万遍なく利用（マルチクラウドとして併用）されているほか、開発プラットフォームである App Cloud 上でアプリケーションを構築する事例も多い。

その全体像を、簡潔に整理すると、以下の表とグラフのようになる。

業種(カテゴリー)	ウエイト	利用製品（代表例）	適用分野(代表例)
資産運用	25%	Sales Cloud Service Cloud Community Cloud	運用情報提供 投資（個人/法人向け） ソーシャルレンディング
決済	19%	Sales Cloud App Cloud	資金送金 EC サイト代金決済
融資	19%	Sales Cloud ISVforce App Cloud	融資（個人/法人向け） 中小企業向けローン ソーシャルレンディング
資産管理	12%	Service Cloud Marketing Cloud ISVforce	資産管理（個人/法人向け） 債権回収 アカウントアグリゲーション
その他 （プラットフォームなど）	25%	Service Cloud ISVforce	売買発注 人事管理 ブロックチェーン / 仮想通貨 クラウドファンディング

FinTech業種割合



また、国内においても、株式会社マネーフォワード、マネーツリー株式会社、株式会社 MFS(商品名モゲチェック)など多くの FinTech 企業が、Sales Cloud、Community Cloud、App Cloud などの当社製品を利用してサービスを提供している。

すなわち、セールスフォース・ドットコムは、既に FinTech 企業ないし金融機関向けの各種製品・サービスを用意・提供済みであり、FinTech に「準備完了」の状態であることを、ここに明確にしておきたい。

なお、これら国内外における個別のユーザー事例については、稿を改めてご紹介する。

7. セールスフォース・ドットコム今後の取組み

今般、セールスフォース・ドットコムでは、組織・陣容を整備して、新たに FinTech 専任の担当者を置くなどにより、FinTech 関連の営業力を大幅に強化することとした。そのうえで、金融機関と FinTech 企業に対し、以下のような取組みを拡充していく。

(1) 対金融機関

金融機関に対しては、FinTech のコンテストにプラットフォームを提供するなどの FinTech プロジェクト支援を継続しつつ、まずはクラウド活用による、顧客接点(フロント系)の革新、すなわち「オムニチャネルやエンゲージメントセンターの実現」を働きかけ、ご支援していきたい。

—FinTech コンテストへの支援としては、例えば、2016 年 3 月 4 日から 13 日にかけて実施された三菱東京 UFJ 銀行主催のハッカソンに、インフラパートナーとして、開発プラットフォーム App Cloud(Heroku)を提供した実績がある。

また、金融機関が連携する FinTech 企業への技術的・経営的な課題についても、解決に向けできる限りご支援していく。セールスフォース・ドットコムが標榜するのは、全く新しいカタチで顧客とつながる「カスタマーカンパニーの実現」であり「インターネットオブカスタマー(IoC)」の理念である。当社のカスタマーサクセスプラットフォームは、CRM(顧客情報管理)、コールセンター、マーケティング、アナリシス、コラボレーション、アプリケーションの開発といった各サービスを相互に連携したプラットフォームとして、今までにないカタチで顧客とつながり、ビジネスを成功に導くことを可能とする。

(2) 対 FinTech 企業

上記のような特質を踏まえ、あらゆる規模の FinTech 企業ないしはその卵、すなわち現在ないしは今後 FinTech を起業しようとしているベンチャー(スタートアップ)の方々を、全面的にバックアップしていく。

すでに、マネーツリー株式会社、株式会社ユビレジ、アカウントティング・ソース・ジャパン株式会社(通称 A-SaaS)といった FinTech 企業に Salesforce Ventures から出資し、システムも提供しているが、今後こうした活動の一段の拡充を目指すとともに、FinTech ベンチャーへの営業やコンサルティング機能を強化していく。

おわりに

いずれにせよ、セールスフォース・ドットコムとして、金融業界と IT 業界の融合というイノベーションの展開は「我が意を得たり」である。それが、単に金融機関ないし FinTech 企業でのシステムやサービスの改良にとどまることなく、エンドユーザーにとって、本当の意味で「生活の豊かさや楽しみ」につながるものであることを期待する。さらには、それが国全体の成長・成熟に資するものであれば、申し分ない。

当社は、そうした現状認識と目的意識の下で、金融機関ないしは FinTech 企業など「金融 IT 業界の未来を開拓・創造」しようとするすべての方々に対し、そのためのお役に少しでも立つことができれば本望である。

【筆者略歴】

・1980年日本銀行に入行。30余年の銀行生活の前半は、「日銀ネット」など決済システムの企画・開発に、後半は情報セキュリティやシステム統合・共同化プロジェクトなどのシステムターゲット考査に従事。2013年より現職。政府の情報セキュリティ基本計画検討委員などの公職を歴任。著書『わが国金融機関への期待～ITリスク管理と事業継続の未来を拓く』。

・なお、本稿の中で意見にわたる部分は、当社の公式見解ではなく、私見である。

以 上

株式会社セールスフォース・ドットコム | 0120-733-257 | www.salesforce.com/jp/

Salesforce は salesforce.com,inc. の米国およびその他の国での登録商標です。またその他 サービス salesforce.com,inc. の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の 製品名称、商標または登録商標です。記載の内容は 2016 年 4 月のものです。

© Copyright 2016 salesforce.com, inc. @SalesforceJapan /SalesforceJapan JPsfd

SFleB-01-1604-v1