テレビバンキング

要約

2000年12月よりBSデジタル放送が開始され、その双方向性を利用し、テレビをチャネルとして金融商品・サービスを提供するテレビバンキングのサービスも一部で始まった。今後、テレビバンキングが普及するには、①BSデジタル放送そのものの普及、②通信回線の高速化等の技術面の改良、③分かりやすいセキュリティシステムの構築、④テレビならではの‘メリット’をより発揮すること等が課題となろう。

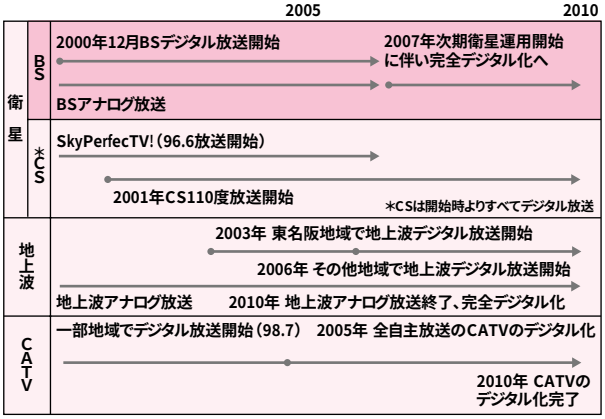
BSデジタル放送の開始

テレビ放送には、地上放送、衛星放送（放送衛星によるBS放送、通信衛星によるCS放送）、ケーブルテレビがあり、各放送においてデジタル化が進められている（第1表）。2000年12月1日には、BSデジタル放送が開始された。

BSデジタル放送を見るためには、既存のテレビに専用受信機を取り付けるか、BSデジタル対応型の製品を購入し、アンテナを設置する必要がある。現在、BSデジタル対応型のテレビは40万円前後、専用受信機は10万円前後の価格で販売されている。

デジタル化のメリットは、アナログよりも情報の圧縮ができるため、高画質・高音質化、多チャンネル化、高機能化が挙げられる。多チャンネル化により、通常の番組放送に加えデータ放送が可能になり、現在データ放送会社７社が制止画像や文字情報等を流すサービスを行っている。また、番組を見たり、情報を受けたりするだけではなく、視聴者側からも情報を発信できるという双方向性があり、電子商取引も容易に行うことができる。視聴者側からの情報は、電話線を利用して送られる。

第１表　放送デジタル化へのスケジュール



資料　「デジタル革命がやってきた」週刊ダイヤモンド
2000年12月2日号

テレビバンキング

このような双方向サービスを利用して、テレビバンキングが開始された。インターネットや携帯電話に次ぐデリバリーチャネルとして、テレビで利用者に金融サービスを提供しようというのである。金融機関がテレビをチャネルとして利用する理由としては、①テレビの普及率はパソコンより高く、高齢者にもなじみがある、②リモコンのみで操作可能で使い方が簡単、eテレビ番組やCM等と連動したプロモーションが可能等の点が挙げられる。

まず、①については、1999年3月現在、100世帯当たりのカラーテレビの台数は253.7台であり、1家に2.5台のテレビがある計算になる。一方、2000年12月に首都圏で実施した日経金融行

動調査によれば、調査世帯のパソコンの保有率は53.8%であった。高齢者の場合、テレビは毎日見ているが、パソコンは分からないという人も多いだろう。

また、②の使い方は、リモコンにチャンネルボタンの他に、上下左右の矢印ボタンと4色のカラーボタンがついており、基本的には、テレビ画面の案内に沿ってこれらのボタンを押せば利用が可能である。

さらに、③のプロモーションについては、テレビ番組やCMで新しい金融商品を紹介し、「関心のある方は、リモコンの赤いボタンを押して下さい」と表示すれば、詳しい商品説明やパンフレットの申込みを行う画面を見ることができる。連絡先をメモする必要はない。各金融機関は、このような双方向性を利用したプロモーションの展開を検討しているとみられる。

テレビバンキングの導入事例

テレビバンキングについては、さくら銀行が2000年12月1日よりサービスを開始したほか、第一勧銀は2001年3月から、三和銀行は春から、富士銀行は秋に本格的なサービス開始を予定、また、郵政省も2年以内に郵便貯金で同様のサービスを始める方針だといわれる（注1)。

このなかで、コンビニバンキングにも先行的に取り組むさくら銀行は、テレビバンキングもいち早く開始した。同行では、パソコン、ｉモード、テレビ経由のサービスを「ブラウザバンキング」と総称し、登録すれば、同一のIDと暗証番号で、パソコン、 ｉモード、テレビからアクセスできる。2000年10月現在16万人の契約者を有する（注2)。

現在、テレビバンキングのサービス内容は、普通預金・当座預金、貯蓄預金の残高照会、直近5件の入出金明細、7営業日先までの予約扱いによる振込である（第2表)。これらのサービスは、365日24時間（但し、日曜日21:00～翌朝7:00は 中断）利用可能である。

テレビも含め、ブラウザバンキングの利用手数料は2月から無料化された（電話回線接続時の電話代は必要)。振込手数料（ブラウザバンキング共通）は上記の通り（第3表)、支店窓口よりも安く設定されている。

実際に利用するには、BSデジタル放送のチャンネルをBS955に合わせると、番組画面の下方にメニュー選択バーが表示される。リモコンボタンで「直営広場」、「さくら銀行」と選択すると、ログオン画面が表示されるので、IDとパスワードを入力し、メニューに進む。デモ画面は、同行のホームページでも見ることができる。

第２表　さくら銀行のブラウザバンキングのサービス

	サービス内容	パソコン	TV	携帯電話
照会	普通預金・当座預金・貯蓄預金の現在残高、入出金明細	○	○	○
振込サービス	同行および同行以外の金融機関への振込。当日および7日先までの予約	○	○	○
資金運用サービス	貯蓄預金・自動積立定期預金、キャンの口座開設、預け入れ。定期預金の解約	○	×	×
その他	各種商品案内、資料請求、住所変更、ローンシミュレーション、ローン申し込み	○	×	×

資料　さくら銀行HPより作成

第３表　振込手数料

（単位 円）

		行内 同一支店	行内 本・支店宛	他行宛 （電信扱い）
テレホンダイレクト （無人）	3万円未満	無料	105	210
	3万円以上	無料	210	420
テレホンダイレクト （有人）	3万円未満	無料	105	420
	3万円以上	無料	315	630
ブラウザバンキング	3万円未満	無料	105	210
	3万円以上	無料	210	420
ATM （キャッシュカード）	3万円未満	無料	105	210
	3万円以上	無料	210	420
ATM （現金）	3万円未満	105	105	420
	3万円以上	315	315	630
窓口	3万円未満	210	315	630
	3万円以上	420	525	840

資料　さくら銀行HPより作成

（注1）BSデジタル放送以外にも、テレビをチャネルとするバンキングサービスが行われている。家庭のテレビに、インターネット接続端末を取り付けてインターネット接続するのだが、これは、テレビをパソコンのモニター画面と同様に扱うのであり、テレビ放送を利用しているわけではない。

（注2）さくら銀行は13年4月1日に住友銀行と合併の予定だが、本レポートは3月時点の情報に基づく。 同行には、テレホンダイレクトという電話経由のサービスもあるが、利用には、ブラウザバンキングとは別途の申し込みが必要。

テレビバンキング先行導入国イギリス

さて、ここで世界で初めてデジタル放送によるテレビバンキングが導入されたイギリスの例をみておこう。同国では、1998年秋にBSデジタル放送が開始され、99年10月にテレビバンキングが始まった。テレビバンキングは、BスカイB社等が立ちあげた「OPEN....」という、テレビで宅配ピザの注文、ショッピング、チケット予約等ができるサービスの一環である。

「OPEN....」を利用するためには、パラボラ・アンテナとテレビをデジタル対応可能にする装置を設置する必要がある。これらの機器は現在無料配布されているので、設置費用（40ポンド）と毎月の視聴料（契約により7～32ポンド）を払えば、「OPEN....」のサービスは無料で利用できる（電話回線接続時の通信料金は必要）。 BスカイBの契約世帯数は380万世帯のうち週１回以上OPEN....のサービスにアクセスしているのは、110万世帯である。BスカイBの視聴者には、サッカー観戦目当ての若い男性も多く、OPEN....のサービスに馴染みやすかったとも言われる。

現時点で「OPEN....」上で、バンキングサービスを提供しているのは、HSBC、アビーナショナル、ウリッジの3行である。 このうち、HSBCは「OPEN ....」の運営会社の設立に際して出資しており、先行的にテレビバンキングに取り組んでいる。同行では、テレビは利用者になじみやすいという点を重視し、リビングのソファに座ったまま銀行取引ができるというコンセプトを前面に打ち出した広告を行っている。

同行のサービス内容は、当座預金、貯蓄預金、クレジットカード、ローン口座の残高や取引の照会、公共料金の支払、振込、同一名義口座間の資金移動、将来予定されている自動送金・口座自動引き落し取引の内容照会である。この他、ローン商品、投資商品等の情報を見たり、パンフレットの申し込みを行うことができる。同行は、600万以上の個人当座預金口座を有しているが、2000年末までに12万6千人がテレビバンキングの利用登録を行った。

同行のテレビバンキングのサービスを体験する機会を得たが、リモコンを押せばすぐにサービスにアクセスできるので、初心者にもなじみやすい。ただ、矢印ボタンやカラーボタンを押す操作は簡単だが、名前等の文字入力は、リモコンが小さいためなかなか難しい。そのため、キーボード入力を好む人には、ワイヤレスのキーボードが別売りされている。

BスカイB社は、2001年6月にアナログ放送を打ち切る意向を持っており、機器を無料化することによって顧客の囲い込みを図っている。このため同社の収益は、2000年6月期決算では赤字、OPEN....の運営会社も年間約3億3千万ポンドの赤字となっている。

しかし、HSBCはデジタルテレビの利用者は現在の500万世帯から2004年には1300万世帯（現在のイギリスの総世帯数は2500万世帯）に普及すると予測しており、テレビは有力なチャネルに成長すると期待されている。こうした予測もあり、HSBCはテレビバンキングを個人に

提供するだけでなく、OPEN....を通じて商品を販売する企業に利用者が代金を支払う場合の決済システムを提供・運営している。テレビバンキングそのものは利用者から手数料を徴収しておらず、利用者が増えても直接収益にはつながらない（代替的に支店の利用が減ればコスト削減にはなるが）。しかし、OPEN....における決済システムの利用が増えれば、同行の手数料収入も増加することが見込まれるのである。

普及への課題

日本において、今後テレビバンキングが普及するための課題としては、①デジタル放送の普及、②双方向サービスの充実、③セキュリティの確保、④使いやすさの追求等が挙げられよう。

まず、デジタル放送の普及については、家電業界のまとめでは、専用受信機とデジタル対応テレビの出荷台数は堅調であり、業界内での需給目標は到達可能と言われている。2001年11月には次期CS、2003年からは一部地域で地上波デジタル放送が開始され、デジタル放送普及にはずみがつくとも考えられる。電子情報技術産業協会は、デジタルテレビ（及び受信機）は地上波アナログ放送が終了予定の2010年には6300万台となり、現在のテレビ普及台数約9000万台の大部分が置き換わると予測している。しかし、肝心の放送内容については、貧弱だという批判の声もあり、順調な普及が進むかどうかにも影響を与える可能性があろう。

第二に、デジタルテレビにおける双方向サービスの利用促進、機能の向上が挙げられる。新聞等によれば、懸賞付きアンケート等への応募数はまだ少なく、電話回線につないでクイズに解答したりする場合に、リモコンのボタンを押した後の反応が遅いという苦情が放送局に寄せられているという。これは、通信回線の容量が限られていることによるものであり、同様の理由でBSデジタル放送経由のテレビバンキングも単純な資金取引が中心である。

次期CS放送では、動画による商品紹介等も可能になる見込みであり、ソニー銀行や松下・東芝連合もCS放送経由で金融サービスを提供する予定である。将来的には、銀行の担当者と画面で話をしながら取引可能になると言われているが、今しばらく時間が必要であるようだ。

第三に、セキュリティの問題が挙げられる。現在、BSデジタル放送には、セキュリティシステムとして「B-CAS」が設立されているが、銀行はB-CASを利用せず、放送局と個別の認証システムを構築している。テレビに限らず、安全性の問題は、利用者にとってオンライン取引のネックの一つである。普及を妨げないよう、利用者を安心させられるセキュリティシステムを構築し、アピールすることが必要であろう。

第四はやや抽象的だが、テレビが注目されるのは、親しみやすさ、分かりやすさ、使いやすさで他より優れていると考えられているためであり、そうした優位性をいかに発揮できるかが、普及への大きな課題となる。

テレビはバンキングのチャネルとしてだけではなく、テレビ経由のショッピング等の利用が増えれば、銀行には決済サービスの提供等も見込まれるため、取引手段として今後どのように普及するかは注目を要しよう。

（重頭ユカリ）