

# 中小企業融資における

## AI審査モデルの課題と活用の方角性

専修大学 商学部 准教授

尾木 研三

AI審査モデルを使って自動審査し、申込みから融資までをオンラインで完結する融資サービスから撤退する金融機関が出始めた。様々な理由が考えられるが、その一つにAI審査モデルの性能への過大評価がある。たしかに将来性の高い技術ではあるが、今のところ、審査員(人)を代替するようなレベルにはない。重要なのは、AI審査モデルという道具を使いこなすにはどうすればよいのかを考えることである。

近年、情報技術の進歩に伴ってAI審査モデルの技術が向上し、最新のモデルは、決算書の情報を使用した定量評価だけではなく、銀行口座やクラウド会計などの情報を使ったリアルタイムの実態財務の評価、製品や商品の評価サイトやネット通販の購買履歴といった情報から企業の技術力や経営者の資質などを判断する定性評価が可能になってきた。審査員にしかできないと思われてきた実態財務の評価や定性評価もAIで評価できる可能性が広がり、審査員を代替する技術としての期待が高まっているのである。将来を見据えて、AI審査モデルで自動審査し、申込みから借入れまでをオンラインで完結する融資サービスを取り組む金融機関も増え始めた。

しかし、実際に取り組んでみると、様々な課題が浮き彫りになってきた。まず、クラウド会計や評価サイトなど、モデルの開発に必要な情報が質や量ともに不足しており、当面は期待した精度を出すことが難しいことがわかった。しかも、注目されているAI審査モデルのタイプは、ブラックボックス型とよばれ、AIがなぜ融資できない(融資できる)と判定したのかの解釈が難しい。解釈性を高める技術開発を進めているが、実用化には時間を要することも明らかになった。

このように、「判断のプロセスと結果の解釈性」が非常に重要な融資審査の分野においては、AIだけで審査判断をすることは、今のところ難しいと言わざるを得ない。審査員による判断やフォロワーが不可欠な領域は広く、AIが審査員を代替するというのは、少なくとも現時点では見当外れである。現状が明らかになるにつれて、時期尚早と判断してオンライン融資サービスから撤退する金融機関も出始めた。

AI審査モデルは、主に決算書や属性情報などを用いて中小企業の信用リスクを評価する。

### 一 はじめに

近年、情報技術の進歩に伴ってAI審査モデルの技術が向上し、最新のモデルは、決算書の情報を使用した定量評価だけではなく、銀行口座やクラウド会計などの情報を使ったリアルタイムの実態財務の評価、製品や商品の評価サイトやネット通販の購買履歴といった情報から企業の技術力や経営者の資質などを判断する定性評価が可能になってきた。審査員にしかできないと思われてきた実態財務の評価や定性評価もAIで評価できる可能性が広がり、審査員を代替する技術としての期待が高まっているのである。将来を見据えて、AI審査モデルで自動審査し、申込みから借入れまでをオンラインで完結する融資サービスを取り組む金融機関も増え始めた。

このように、「判断のプロセスと結果の解釈性」が非常に重要な融資審査の分野においては、AIだけで審査判断をすることは、今のところ難しいと言わざるを得ない。審査員による判断やフォロワーが不可欠な領域は広く、AIが審査員を代替するというのは、少なくとも現時点では見当外れである。現状が明らかになるにつれて、時期尚早と判断してオンライン融資サービスから撤退する金融機関も出始めた。

# 景品表示法改正と金融業務

三宅法律事務所 弁護士

竹村知己・村田大樹

## 一 はじめに

金融機関においても、消費者に向けた広告宣伝活動は不可欠の業務である。

本来、事業者がどのような方法で商品・役務の販売促進活動を行うかは自由であるが、事業者と消費者との情報保有量の格差ゆえ、事業者が、過大な景品類や不当な表示によって消費者の無知や不合理を利用することを防止しなければならない。不当景品類及び不当表示防止法（以下、「景品表示法」という）は、過大な景品類や不当な表示を制限および禁止することにより、消費者が自主的かつ合理的に商品・役務を選択することを可能

にし、消費者の利益保護を図る法律である。

この景品表示法に関して、近年、企業活動に大きな影響を与える規模の課徴金納付を命じる事件が発生しており、措置命令であっても、報道等により事業者の信用を大きく毀損する事態を招くこともある。直近では、景品表示法違反に対する規制の強化を内容とする法改正もなされてきた。そのため、景品表示法は、金融機関を含め、広告を行う事業者はもれなく押さえておくべき法律といえよう。

本稿では、景品表示法の規制内容に関し、令和5年改正法のポイントを紹介したうえで、金融業務における留意点について

解説する（なお、本稿において引用する景品表示法の条文は、いずれも改正法を前提とする）。

## 二 景品表示法による規制の概要

景品表示法は、大きく分けて、過大な景品類と、不当な表示の2つを規制している。

景品類の規制では、主に懸賞による場合と懸賞によらない場合（総付景品）のそれぞれにつき、提供可能な景品類に関するルールを定めている。この点、景品類とは、「顧客を誘引するための手段として」（顧客誘引性）、「自己の供給する商品又は役務の取引に付随して」（取引付随性）、提供する「経済上の

利益」を指し（2条3項）、「経済上の利益」には、物品や、金銭、商品券その他の有価証券のみならず、供応（旅行その他の催物等への招待や優待）や、便益、労務その他の役務も含まれる。また、「顧客誘引性」の有無は、事業者の主観的意図や企画の名目にかかわらず、客観的に顧客誘引のための手段になっているかどうかによって判断され、取引の継続や取引量の増大を誘引することも含まれる。さらに、「取引付随性」については、商品の購入者を対象とするなど取引を条件とする場合のみならず、入店者に対してその場で提供したり、応募用紙や応募箱を自己の店舗に置いたりす

# ステーブルコインの潮流と地域通貨の新たな可能性 — AML / CFT 対応等の法的側面を踏まえて —

フューチャー株式会社取締役・デジタル通貨フォーラム座長 山岡浩巳

新しい分散型デジタル技術を背景に登場したステーブルコインは、様々な問題を経験しながらも、その安定性を確保する形での法整備が進められている。金融機関にとっても、ステーブルコインは「デジタル地域通貨」などの可能性を広げており、金融ビジネスモデルの革新にも重要な視点を提供している。

## 一 デジタル技術と

### 「ステーブルコイン」の登場

2009年、最初の暗号資産（仮想通貨）である「ビットコイン」とともに登場したブロックチェーンや分散台帳技術（Distributed Ledger

Technology：DLT）は、人工知能（AI）などと並んで、経済や金融を抜本的に変革し得るデジタル技術として注目を集めた。

当初、ブロックチェーンやDLTの応用としては、ビットコインなど、当時は「仮想通貨」とよばれた、発行者のいない暗号資産に焦点が当たりがちであった。しかし、これらはもっぱら投機の対象となり、支払決済にはほとんど使われなかった。このことは、世界の規制当局が「仮想通貨」という呼称をやめ、「暗号資産」とよぶようになった理由でもある。

通貨の基本機能としては通常、「価値尺度」「価値保蔵」「交

換」が挙げられる。これらは一体として捉えるべきものであり、その根幹は「信頼」と「価値の安定」である。誰も、明日価値が上がると思うものを支払いに使用したくないし、明日価値が下がるかもしれないものを対価として受け取りたくはない。

ブロックチェーンやDLTを真に経済の発展に役立てるためには、これらの技術を活用しつつ、価値も安定した支払決済手段を作り出す必要がある。このような発想の下で生まれたのが「ステーブルコイン」である。

## 二 様々なステーブルコインと「リブラ」の衝撃

これまで発行されているス

テーブルコインは、①アルゴリズムで価値安定を試みるものと、②裏付け資産によって価値安定を図るものに大別される。

①は、「価値が下がると発行量を自動的に減らす」といったアルゴリズムを暗号資産に組み込むものである。もともと、このようなステーブルコインの価値は、実際にはかなり変動する事例が目立つ。

これに対し、②は、ステーブルコインの発行に際し、その償還に備え、預金や短期国債など、安全性と流動性の高い裏付け資産を保有しておくものである。ステーブルコインの償還が求められる場合でも、対応する裏付け資産を売却することでいつで

# 生成AIの可能性と法的論点

Part1(可能性編)

Part2(法的論点編)

## 第1回 生成AIの概要と可能性

※本連載は、ChatGPTに代表される生成AI活用の可能性および法的論点の2つの観点から各別に解説を進めるものである。

第一生命経済研究所  
ライフデザイン研究部 首席研究員

柏村 祐



### 一 生成AIの注目度増

近年、AI技術の進化は目覚ましいものがあり、特に生成AIと称される分野に対する注目が高まっている。生成AIは学習したデータから新しいデータを生成するAI全般を指す。これらはいわば人間の創造性を人工的に模倣する試みであり、その可能性は無限である。

生成AIはオフィスワークの様々な分野で利用され、作業の効率化に貢献できる。その中でも特に注目すべき応用例としては、文章作成が挙げられる。生成AIは与えられた情報から文章を自動生成し、業務での作文負担を軽減する。次に、データ分析がある。生成AIは複雑なデータセットを高速に解析し、未来のトレンドを予測する能力も有している。さらに、スケジュール管理にも活用されている。AIはミーティングのスケジュールと優先順位に基づいてタスクを割り当てる。さらに、生成AIは翻訳にも利用され、高精度な自動翻訳を可能にしている。

顧客サービスの分野では、AIが顧客からの問合せ対応やサポートを自動で行い、対応速度と品質を向上させている。採用管理では、履歴書のスクリーニングや適格者の自動判定を行い、採用プロセスの効率化を達成している。営業支援の分野では、市場データの収集、分析、レポート生成を行い、営業活動をデータドリブンに進めることを支援している。

その他の広範な応用例としては、マーケティングにおける消費者行動の分析とターゲットマーケティング戦略の作成、ファイナンシャルプランニングにおける財務データの分析と予算策定、人事管理での従業員パフォーマンス評価と人事戦略の立案、リスク管理での事業リスク評価と緩和策策定、そしてプロジェクト管理でのプロジェクト進行状況のモニタリングとレポート作成などが挙げられる(図表)。

以上のように、生成AIはオフィスワークの多くの面で応用され、作業の効率化と自動化に大いに貢献する能力を有する。

そのため、今後もその応用範囲は拡大し続けると予想される。

### 二 生成AIの仕組み

この生成AIの仕組みは、大量のデータから学習し、その結果をもとに新たな情報を生成することが特徴である。その中心となるのは機械学習アルゴリズムであり、特にディープラーニングという手法が広く用いられている。ディープラーニングは、人間の脳のニューロンを模倣したニューラルネットワークを利用し、入力データから抽象的な特徴を自動的に学習する。

生成AIで特に用いられるアルゴリズムには、GPT(Generative Pretrained Transformer)事前学習モデル)などのトランスフォーマーベースのモデルがある。これらのモデルは、大量のテキストデータから学習し、文の構造や文脈、言葉の意味などを理解する。そして、学習した結果をもとに新たな文章を生成したり、質問に対する答えを生成したりすることが可能である。また、生成AIは、教師あり学習と教

## 第1回 ChatGPT等の生成AI活用に あたっの法的論点の全体像

森・濱田松本法律事務所  
パートナー弁護士・ニューヨーク州弁護士

田中 浩之



森・濱田松本法律事務所  
アソシエイト弁護士

堺 有光子



OpenAI社が2022年11月にリリースしたChatGPTが世界的な生成AIブームを牽引した。

ChatGPTのブームの前にはMidjourney社のStable Diffusion<sup>注1)</sup>画像生成AIが流行していたが、ChatGPTのリリースにより生成AIブームが到来したことでこちらもますます広く普及するようになってきている。また、近時、音楽生成AIやプログラミング生成AIなど、様々な出力物を生成する生成AIが次々とリリースされている。

本稿では、連載を始めるにあたり、企業内でこれらの生成AIを活用する際に留意すべき法的論点について、その全体像を概観する。

なお、本連載では、必要に応じ、生成AIの独自開発に係る法的論点にも言及するが、基本的には、既存の生成AIを企業内で利用する際の留意点の紹介を主眼とする。

### 一 入力段階で留意すべき法的論点

生成AIの利用にあたっては、まず、プロンプト(生成AIへの指示/命令)にデータを入力することやファインチューニング(自社独自のデータを使い生成AIを特定のタスクに適合するように調整すること)のためにデータを入力することについての法的論点がある。まず

は、著作物を入力することに関し、第三者の著作権侵害の可能性があり、著作権法に留意する必要があるが、他方で、入力したプロンプト自体に自社の著作権が発生するか、という点も問題となる。特に、ファインチューニングの場面における著作物の入力に際しては、例えば、画像生成AIの利用の場合には、特定の画風や肖像を出力させることを目的として、特定の画家の絵画や特定人の写真に限定して入力する(学習させる)行為が著作権法上許容されるのかという点やインターネット上で公開

されている著作物であっても、その利用規約等において、AI学習目的での利用が禁止されている場合や利用に際して出所明示義務等が課されている場合には、それらの内容を遵守する必要性についても検討が必要となる。

また、特に、対話型生成AIの利用に際しては、入力データに個人情報が含まれる場合には、個人情報保護法との関係で、自社が示している利用目的との適合性や第三者提供規制・越境移転規制への適合性、入力の前提としてのデータ収集にあたっての要配慮個人情報の取得規制に留意する必要がある。

さらに、利用企業が自社で保有するデータを入力する場合には、不正競争防止法との関係で、自社の営業秘密や限定提供データ該当性の喪失が論点となるほか、第三者との間で機密として保護することを合意した機密情報を入力した場合には、当該第三者との間の機密保持義務違反も問題となる。