

# 次世代金融リテール分野における DX・顧客目線かつデータドリブンなサービス構築

金融国際情報技術展(FIT) 2021

株式会社MILIZE  
代表取締役社長CEO 田中 徹



No	項目	頁
1	会社紹介	4
2	概観	10
3	金融機関の顧客を知る	17
4	消費DNAとは	21
5	金融DNAとは	27
6	データ分析・データ収集	32
7	AI分析（機械学習）	40
8	YOSHINANI	52
9	情報銀行	61

新金融サービス仲介業の開始や、埋め込み型金融（Embedded Finance）の発達により、マーケティング能力に長けた様々な業種やフィンテック企業が金融に参入を準備しています。金融業界がどのようにそれに対応するかを考えます。プラットフォームに勝つための戦術や金融独自のパーソナライゼーションを検討します。金融機関にある顧客データ（CRM）だけでなく、どのようなデータを活用するか、どのようにデータを取得するか、どのようなオルタナティブデータがあるかなどを考えます。

データから価値を生み出すために、ルールベース・AIなどの活用でどのようなことができるかを考えます。最終的に金融機関独自の金融DNAを導き出し、顧客ごとに意味のあるアドバイス（広告も含め）を考えます。最終的にその金融DNAに基づき、どのように金融商品を提供するか、顧客目線で考えます。デジタル戦略・DX担当・フィンテック担当・営業担当の方に送るセミナーです。

# 1.会社紹介

## 会社概要

会社名	株式会社MILIZE／ミライズInc.
設立	2009年4月
代表取締役	田中 徹
資本金	651,146,500円（資本準備金含む）
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI・ビッグデータサービス事業</li> <li>金融・市場サービス事業</li> <li>個人資産形成支援事業</li> </ul>
本社所在地	〒108-0023 東京都港区芝浦四丁目12番38号 CANAL GATE SHIBAURAビル
本社認証取得	<ul style="list-style-type: none"> <li>プライバシーマーク 17003298 (01)</li> <li>情報銀行 2001AG01110 (P)</li> <li>ISMS IA190508</li> </ul>
本社加盟協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般社団法人Fintech協会</li> <li>一般社団法人データ社会推進協議会</li> <li>一般社団法人日本コンピュータセキュリティインシデント対応チーム協議会（日本シーサート協議会）</li> </ul>
子会社	株式会社MILIZE INVESTMENT
従業員数	正社員51名 有期雇用従業員 8名 計59名（2021年5月1日現在）

## 沿革

2009年4月	東京都港区にて株式会社AFGを開業
2012年9月	個人向け金融サービス、ITサービスを開始
2014年10月	Simulize（Milizeの旧名）の個人向けサービスの開始
2017年11月	商号を株式会社Milizeに変更
2018年6月	100%出資の投資助言会社 株式会社MILIZE INVESTMENTを設立
2019年3月	個人向け保険管理アプリ miruhoをサービス開始
2019年5月	次世代のクラウド型 リスク管理プラットフォーム Acruxを提供開始
2019年5月	ファイナンシャル・プランナーの実践的養成学校を東京リーガルマインド（LEC）と開講
2019年9月	本社を田町に移転
2020年4月	個人投資家MILIZE提供サービス milizeTradeを提供開始
2020年4月	FPやIFAに向けた金融コンサルティングプラットフォーム milize Proを提供開始
2020年4月	チャート画像認識でAIを活用したトレーディングリスク管理ツール milize SimilarChartを提供開始
2020年7月	金融商品を販売しない中立公平なFP相談をオンラインで提供開始
2020年12月	中立的なFP向け実践的講座「お金の学校」を(株)近代セールス社と開校
2020年12月	新規出店の候補地の売上を、AIで予測するシステム milize 店舗戦略を提供開始

代表取締役社長CEO

**田中 徹**



東京大学経済学部卒、米国ロチェスター大学経営学修士MBA

旧富士銀行でデリバティブトレーディング、リスク管理ヘッジファンド運用等を担当。その後独立し金融ソフトウェア会社などを起業したシリアル起業家

取締役副社長

**塩入 篤**



京都大学経済学部卒、東京大学大学院経済学研究科修士  
ソロモンブラザーズアジア証券入社後、ソロモンブラザーズインクニューヨーク本社投資銀行、旧富士銀行を経て、米系証券会社にてクレジット商品の開発・ストラクチャリング・マーケティングに従事UBS証券債券本部において金融機関に対し規制や資本政策等を提案するソリューションビジネスを推進する金融商品営業部長を歴任

取締役

**白塚 重典**



慶應義塾大学経済学部卒業、金融研究所経済ファイナンス研究課長、企画局審議役、金融研究所長などを歴任。  
慶應義塾大学経済学部教授2000年  
慶應義塾大学博士（経済学）専攻分野 金融論、マクロ経済学、金融政策分析、物価指数論

監査役

**藤井 健司**



1981年3月東京大学経済学部卒業 ペンシルバニア大学ウォートン経営大学院修了（MBA）現三菱UFJ銀行総合リスク管理部長兼UFJホールディングスリスク統括部長、あおぞら銀行専務執行役員兼総合リスク管理部長、みずほ証券入社リスク統括部長、同常務取締役兼みずほフィナンシャルグループ常務執行役員などを歴任。東京リスクマネージャー懇談会共同代表

執行役員 開発第2部部长

**黄 文峰**



清華大学水利水電工程系卒、清華大学地盤工学専攻博士課程修了（工学博士）データベーススペシャリスト。国立大学・研究機構の研究員、地滑り解析およびパッケージ製品開発・水理モデル解析・応用均衡分析の研究、その後金融に転じ、デリバティブ商品のプライシングエンジン開発、機械学習による金融時系列データ分析に携わる。

執行役員 経営戦略部部长

**的場 丈幸**



早稲田大学政治経済部卒。三菱UFJトラスト投資工学研究所にて、各種クオンツ運用モデルの開発に従事。旧ドイチェ・アセット・マネジメントにて親会社の自己勘定取引・運用分析に従事。金融工学系ソフトウェア会社で各種金融派生商品の評価ロジック設計、検証に従事。エヌエヌ生命保険（ING生命保険）にて変額年金保険商品の市場リスク・ヘッジング業務、保険ビジネス・データ予測に従事。

MILIZEINVESTMET代表取締役

**近藤 健**



東京大学経済学部卒、東京大学大学院経済学研究科修士。メリルリンチ日本証券等にて、デリバティブ・トレーダーとしてリスク管理、プライシングモデルの開発、金融商品のストラクチャリングに従事。金融工学や金融市場についての豊富な知識、経験を各種分析・コンサルティングに活用する。

金融をAIとビッグデータで  
デジタル・テクノロジー産業にすること



もっと豊かな個人



データ



AI



金融

- Webデータ収集
- オルタナティブデータ
- 市場データ
- 機械学習・深層学習
- 自然言語分析
- OCR・事務効率化
- 金融工学
- リスク管理プラットフォーム
- フィンテック



- 1 金融市場予測・リスク管理
- 2 個人資産・保険管理・人生管理
- 3 市場分析・情報提供
- 4 DX推進 (AI・データ利活用)
- 5 オルタナティブデータ

データドリブンな行動をサポート

SaaSツール

教育・啓蒙

創造提案型

## Webデータ収集、 オルタナティブデータ

- 膨大な市場データとオルタナティブデータ
- POS・GPS・クレジットカード・スマホアプリ使用状況・テキストデータなど
- 収集・解析・クレンジング

## 機械学習

- 市場の常識を踏まえたモデル作り
- 定常性のない時系列データや金融工学の常識も考慮した設計
- 先進のモデル考慮

## 金融工学、確率過程

- 金融でのプライシング・デリバティブモデリング
- リスクモデリングなどを考慮した確率過程を価格推定モデル。
- 説明性・透明性

## 市場・需要予測 ..... milize Forecast

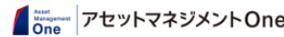
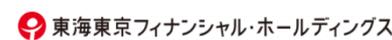
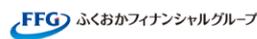
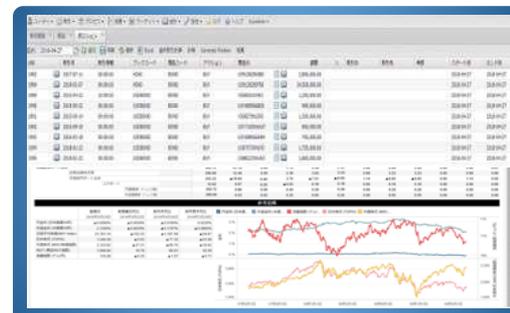
- ビッグデータ+価格予測+トレードストラテジーによる為替予測・株価予測・原油予測
- 有価証券レポートのテキストマイニング・スコア化と業績予測
- ビッグデータ連携 (POS・GPS・Webデータ)
- AutoML



## ポートフォリオ・リスク管理 ..... Acruz TradingPlatform



- クラウド金融機関運用管理+可視化ツール+AIツール
- AWS (クラウド) + Tableau (可視化ツール) + オープンソースエンジン
- 銀行ポートフォリオ管理統合+証券ルックスルー



# 個人資産管理～人生管理をクラウド・AI化

Webデータ収集、  
オルタナティブデータ

- ・ 経済データ・学費データ・社会制度データ
- ・ 企業データ・給与データ
- ・ 市場・金融商品データ・
- ・ 中古車データ・食物価格

機械学習

- ・ 価格・金利予測
- ・ OCRによる保険・ねんきん・保険料控除などのデータ取り込み
- ・ レコメンデーションなど

金融工学、確率過程

- ・ 運用モデル
- ・ リスク計算
- ・ ポートフォリオ分析
- ・ 年金計算
- ・ 保険計算
- ・ 相続計算
- ・ ロボアド

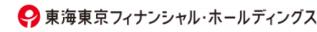
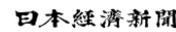
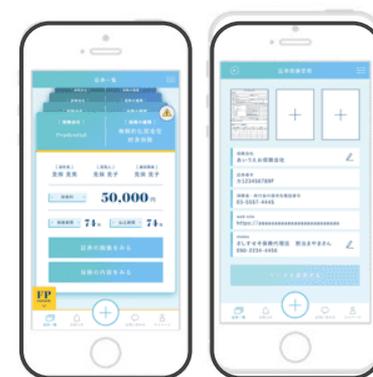
## 資産管理 ..... milize Pro

- ・ クラウド型の人生設計・資産設計（保険・運用・投資・ローン）
- ・ データ分析・金融コンサルティングプラットフォーム
- ・ オンラインで運用・保険・住宅・老後・相続までに応える人生100年時代の資産管理サービス
- ・ お客様と金融機関のデータシェアリング機能
- ・ 多彩なカスタマイズ事例（簡易版から特定ターゲット層向けまで）



## 保険証券管理 ..... miruho

- ・ 保険証券管理
- ・ OCR・入力受託（オプション）
- ・ 保険セカンドオピニオン・アドバイス
- ・ 家族共有
- ・ 社会保障制度
- ・ 情報銀行サービス



## 2. 概観

顧客目線のサービスとは何か？ ワンストップはどれだけ効果があるか？

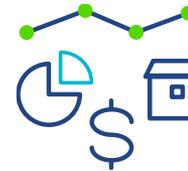
## 金融機関のコンビニエンスストア



保険



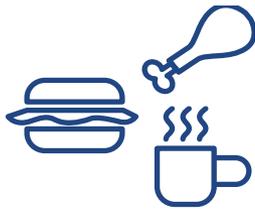
銀行



証券

そもそも個人は分けて考えたい訳ではない。お金を考えるのにそれぞれの金融機関へ別々に行く。手続きも面倒くさい。コンサルはその分野のみ。

## コンビニエンスストア



ファストフード



日配食品

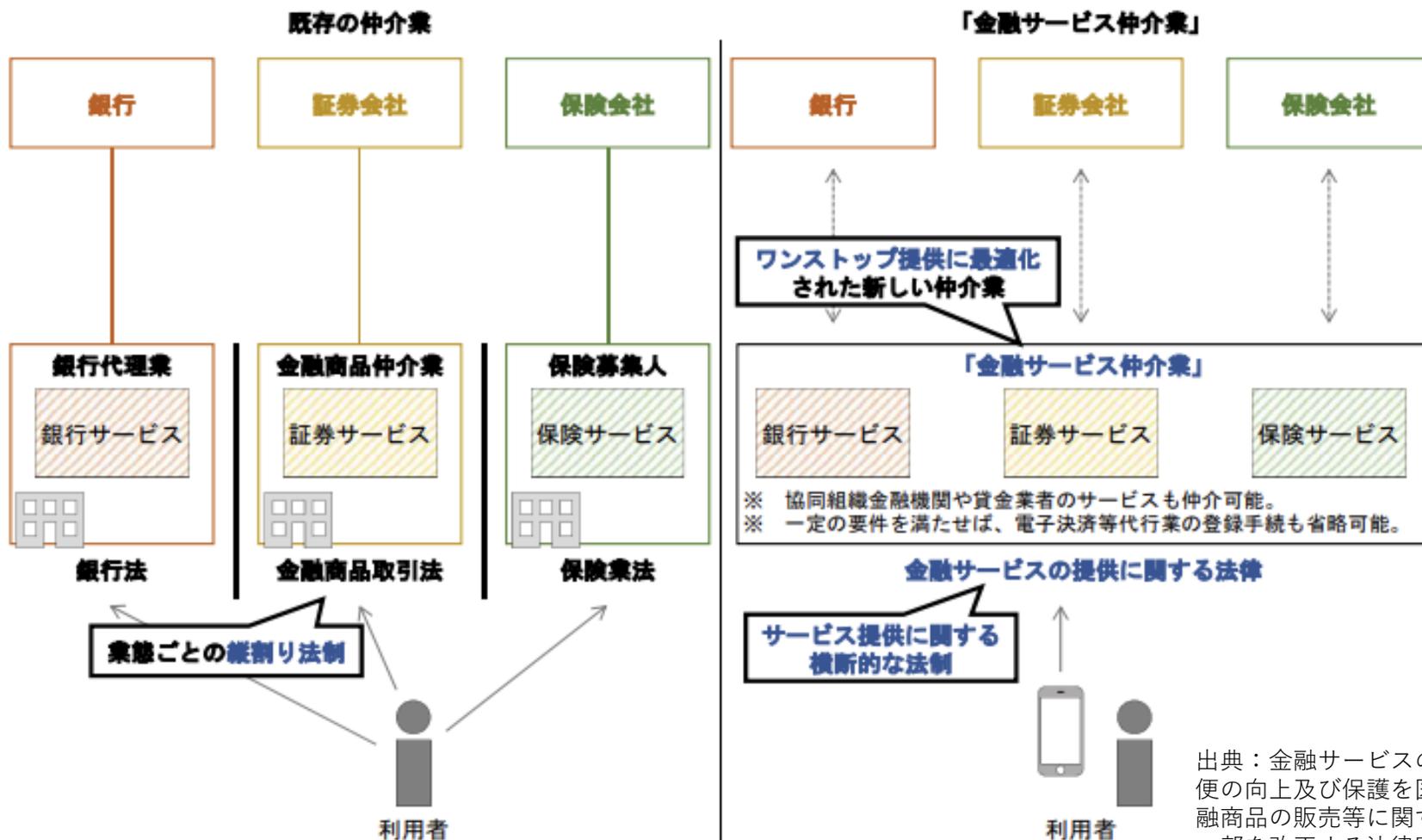


弁当・ランチ  
イートイン

ワンストップでなんでも買える。ATM・宅配も便利・社会インフラになっている。  
販売価格はやや高い。やや頭打ちになってきている。自社ブランドに注力

## 「金融サービス仲介業」の創設

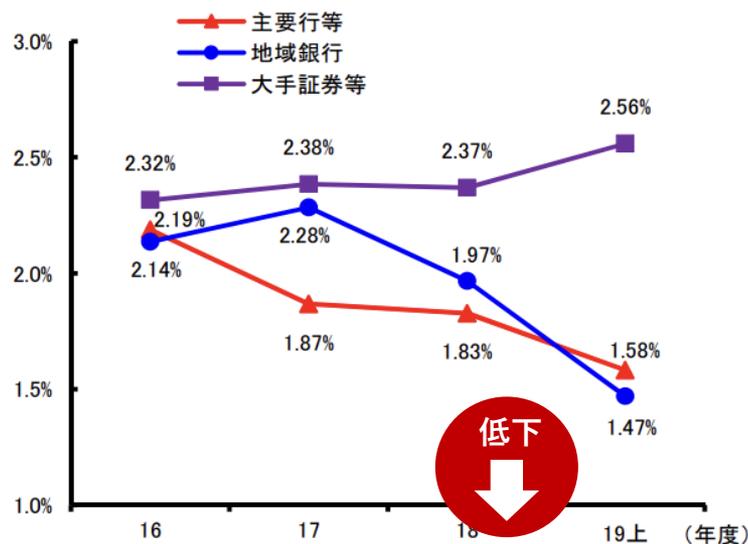
- 金融商品販売法を金融サービスの提供に関する法律に改称し、「金融サービス仲介業」を創設。
- 業態ごとの縦割りだった既存の仲介業と異なり、1つの登録で銀行・証券・保険すべての分野のサービスを仲介可能とするなど、ワンストップ提供に最適化。



出典：金融サービスの利用者の利便の向上及び保護を図るための金融商品の販売等に関する法律等の一部を改正する法律案説明資料

低手数料化時代にどのようにして収益を上げるのか、サービス仲介業でできることは何か？

投資信託の平均販売手数料率の推移



顧客への丁寧な説明が必要な、複雑な商品を多く販売している等の要因

- (注1) 主要行等9行、地域銀行 20 行(19 年度上期は 26 行)、大手証券等 5 社を集計
- (注2) 銀行にて販売した商品は、自行販売、仲介販売の合算ベース
- (注3) 販売手数料率は、税込み
- (注4) 数値は加重平均値
- (資料) 金融庁

投資信託等の販売会社による顧客本位の業務運営のモニタリング結果について (令和 2 年 7 月 3 日 金融庁)

世帯平均払込保険料の金額の推移

●【世帯平均】払込保険料の金額の推移



※個人年金保険を含む  
 出典：公益財団法人 生命保険文化センター「平成27年度 生命保険に関する全国実態調査」「平成30年度 生命保険に関する全国実態調査」

図表 2：「顧客本位の業務運営に関する原則」導入前後の新規設定投信手数料の比較  
 信託報酬率の比較

	全新規設定ファンド			アクティブ・ファンド			インデックス・ファンド		
	N	平均	標準誤差	N	平均	標準誤差	N	平均	標準誤差
2016年以前	319	1.11%	(0.02%)	244	1.31%	(0.02%)	75	0.45%	(0.03%)
2017年以降	92	1.01%	(0.05%)	69	1.26%	(0.03%)	23	0.25%	(0.03%)
差		-0.10% *	(0.06%)		-0.04%	(0.04%)		-0.21% ***	(0.04%)

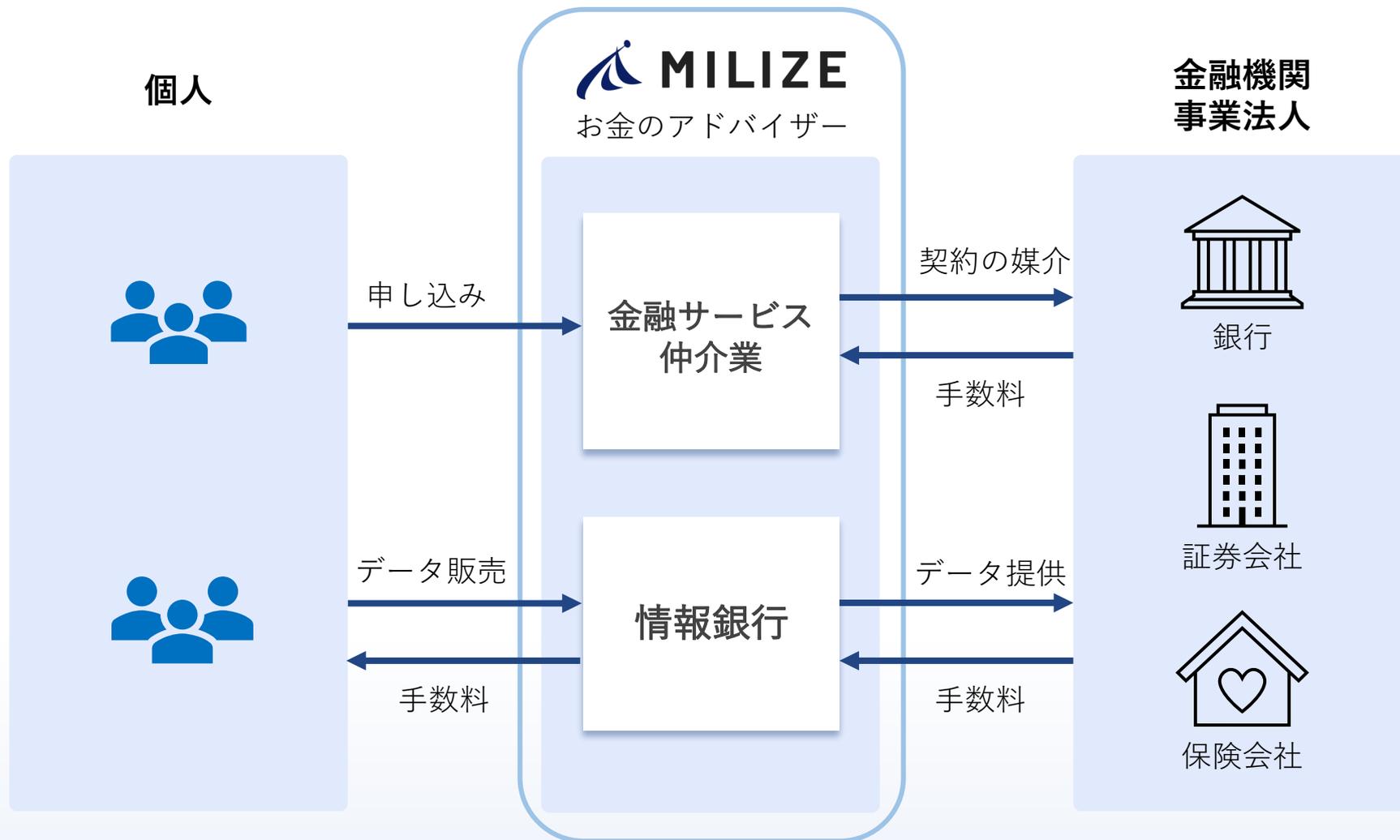
最高販売手数料率の比較

	全新規設定ファンド			アクティブ・ファンド			インデックス・ファンド		
	N	平均	標準誤差	N	平均	標準誤差	N	平均	標準誤差
2016年以前	319	2.52%	(0.06%)	244	2.82%	(0.05%)	75	1.55%	(0.15%)
2017年以降	92	2.01%	(0.14%)	69	2.50%	(0.13%)	23	0.52%	(0.24%)
差		-0.52% ***	(0.06%)		-0.32% **	(0.04%)		-1.02% ***	(0.04%)

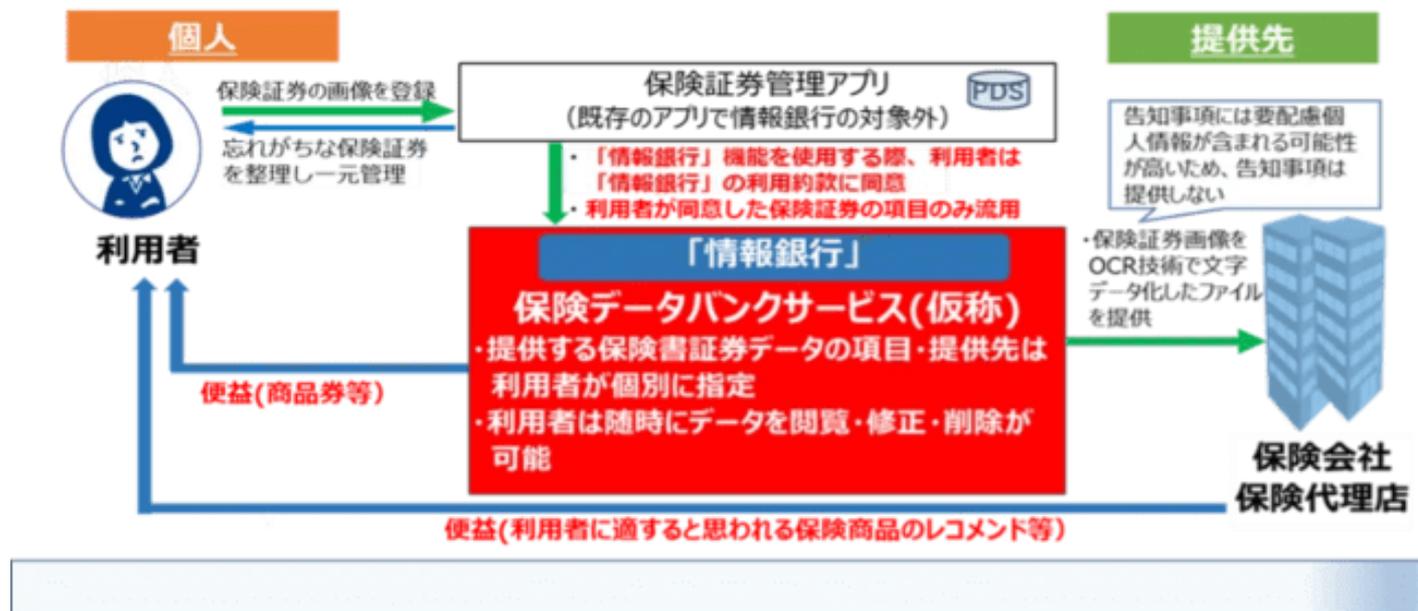
(\*\*\*：1%有意水準、\*\*：5%有意水準、\*：10%有意水準をそれぞれ指す)

「顧客本位の業務運営に関する原則」で投信の手数料は低下したか？  
 客員研究員 東北学院大学 経営学部 北村 智紀

金融サービス仲介業と、情報銀行の2軸で構成する。



私たちは情報銀行をツールとして上手に使うことで、金融サービス仲介業に入っていきたいと考えています。  
 保険→住宅ローン→運用と拡大を図っていきます。



## 2021年3月29日 一般社団法人日本IT団体連盟より「情報銀行」認定を取得

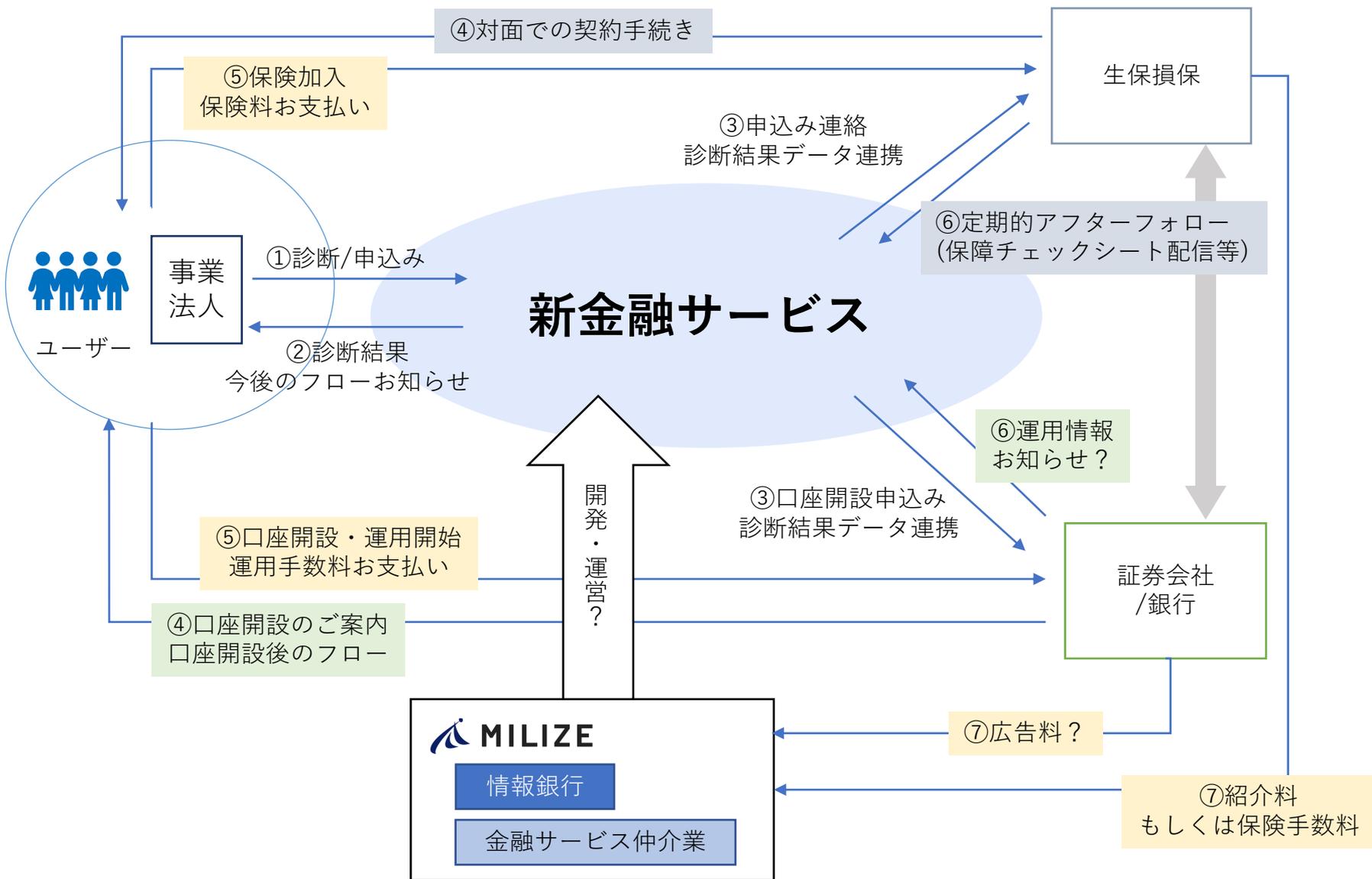
「情報銀行」認定事業者は**当社で7社目**となります。

「情報銀行」認定マークは、2018年6月総務省・経済産業省「情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会」の「情報信託機能の認定に係る指針ver1.0」を踏まえて日本IT団体連盟が策定した国際水準（ISO/IEC29100 (JIS X 9250) 等）のプライバシー保護対策や情報セキュリティ対策等に関する認定基準に適合しているサービスを示すものです。

認定を受けたサービスの名称：保険データバンクサービス（仮称）

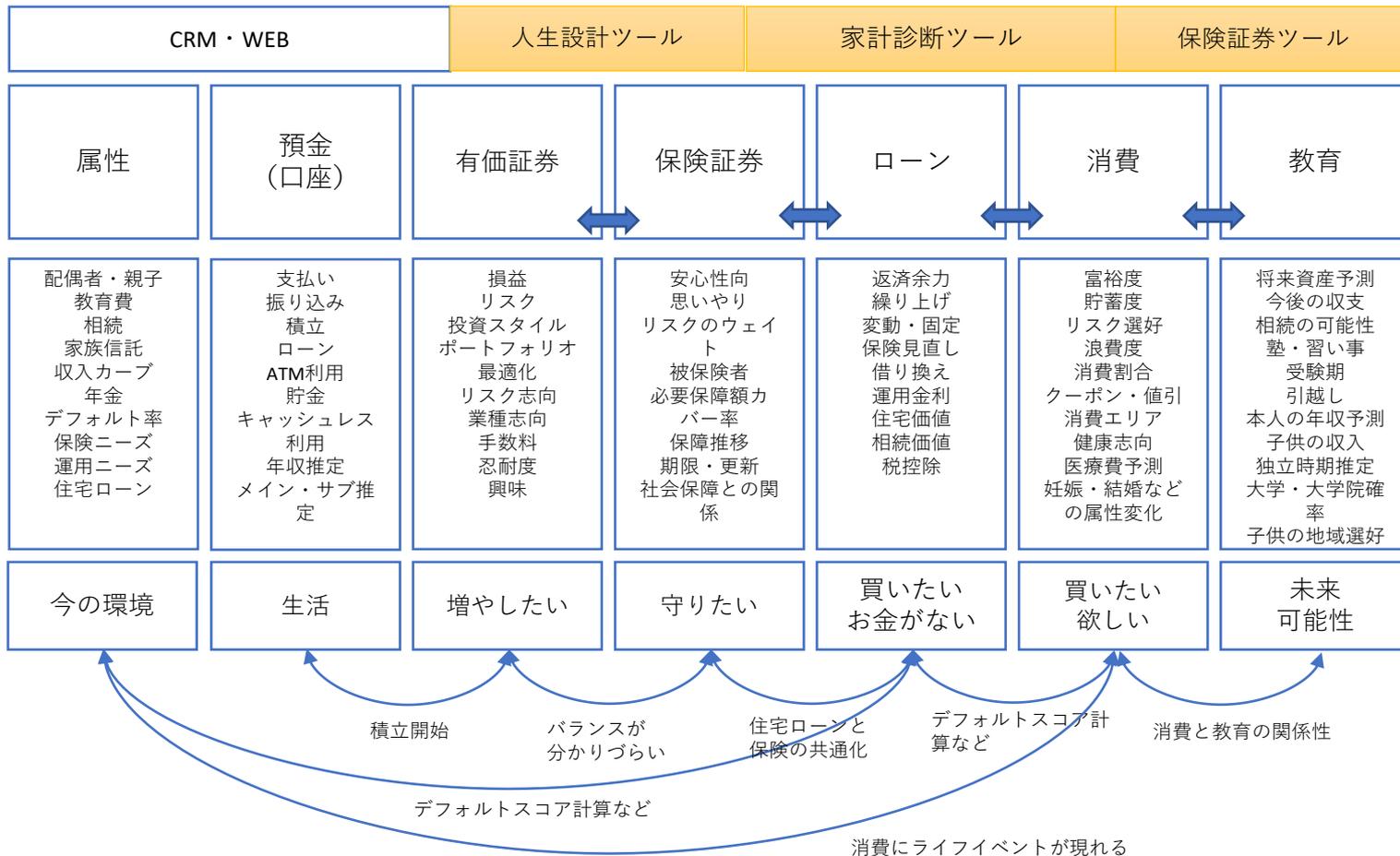
認定の種類：P認定（「情報銀行」サービスが開始可能な状態である運営計画に対する認定）

「情報銀行」の認定を受け、今後「保険データバンクサービス（仮称）」を開始する予定です。「保険データバンクサービス（仮称）」の利用者は、利用者が同意した保険証券の項目を、利用者が指定した保険代理店・保険会社等へ提供することにより、その対価として利用者に適すると思われる保険商品のレコメンド等の便益を受けることが可能となります。

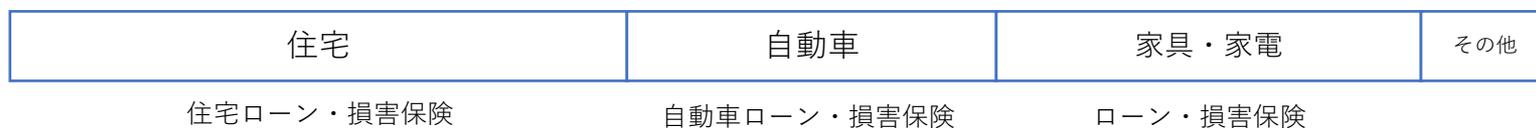


### 3. 金融機関の顧客を知る

## データ取得先

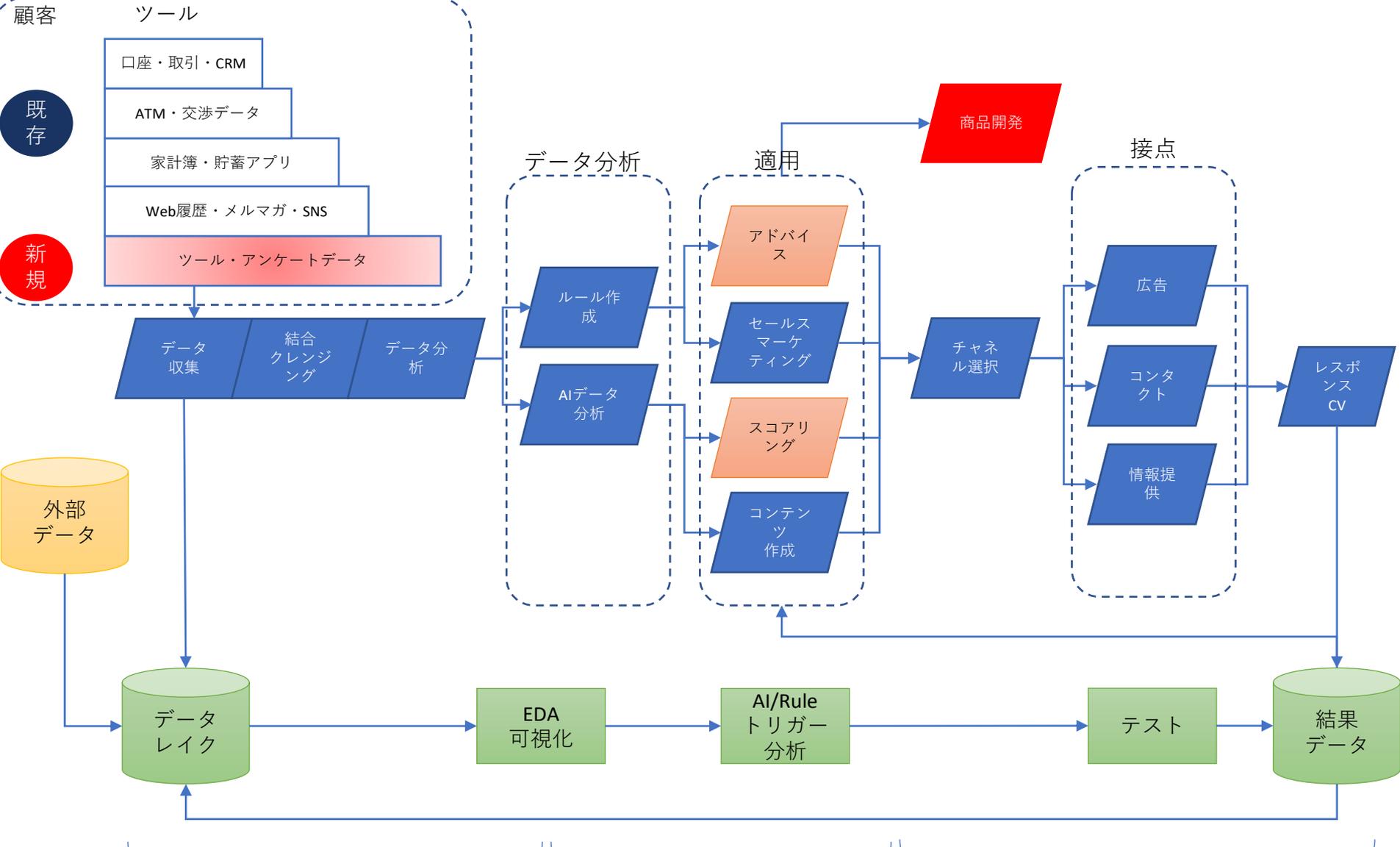


## 非金融資産



耐久消費財が  
大きなものは  
金融に関わる

## データ収集 (次頁)



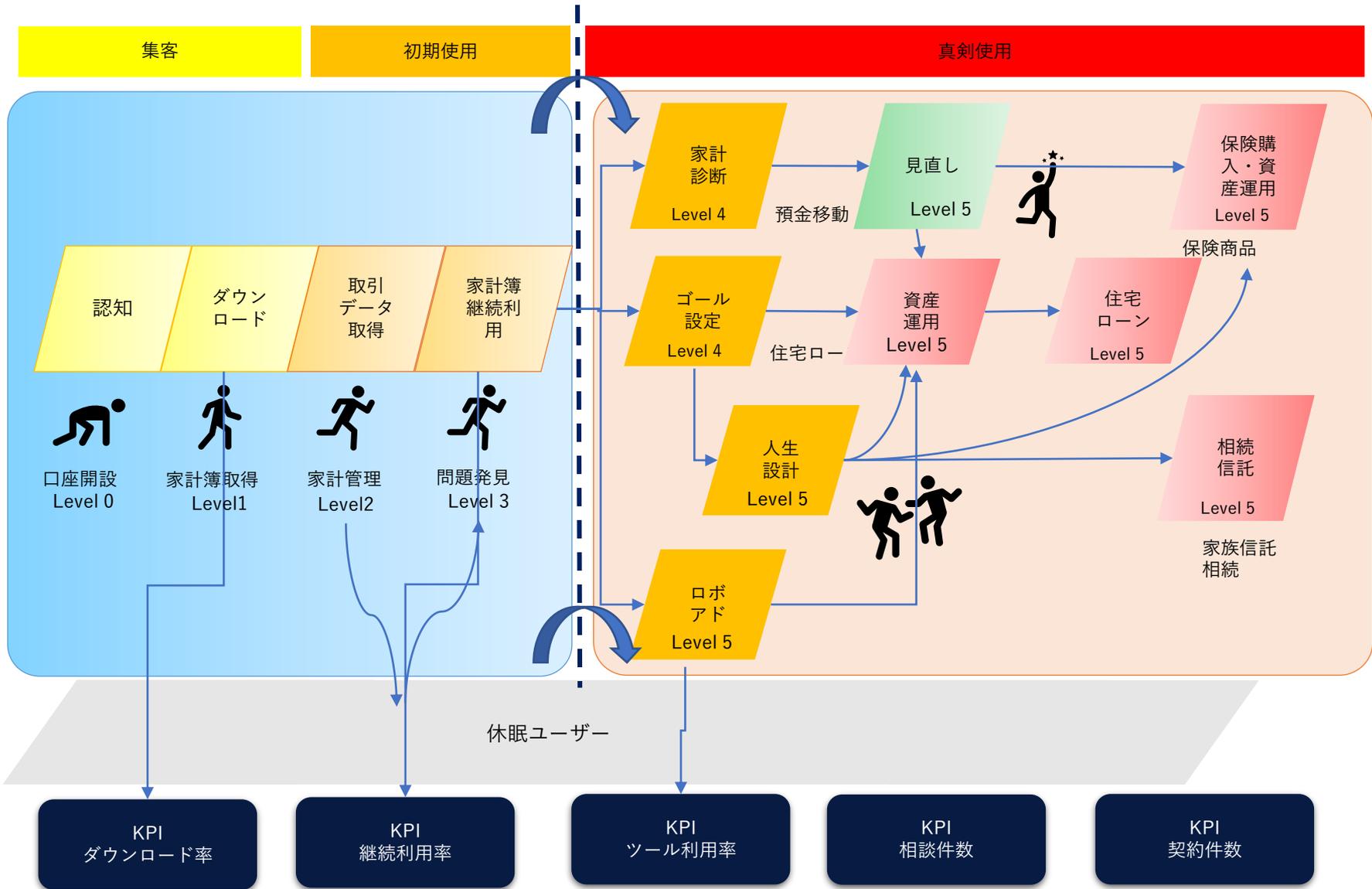
担当者

データ専門家

AI・DX・マーケティング担当

広告・営業・企画

既存のツールが契約に繋がらないことが多い



## 4. 消費DNAとは ～消費財の行動分析

消費者行動の事例を分析し、消費者心理を深い洞察に基づいて理解する

## AIDA（アイダ）：消費での行動段階

- Attention（注意）
  - Interest（興味、関心）
  - Desire（欲求）
  - Action（行動）
- 
- Memory（記憶）
  - Search（検索）
  - Share（共有）

## VISAS（ヴィサス）：Webによる追加

- Viral（口コミ）
- Influence（影響）
- Sympathy（共感）
- Action（行動）
- Share（共有）

## 行動ステップ

- 認知段階
- 感情段階
- 行動段階

の3つの段階に分かれており、認知段階にはAttention、感情段階にInterest、Desire、Memory、行動段階にはActionがあります。

## ULSSAS：SNSの広がり

- UGC（ユーザー生成コンテンツ）
- Like（いいね！）
- Search1（SNS検索）
- Search2（Google/Yahoo!検索）
- Action（購買）
- Spread（拡散）

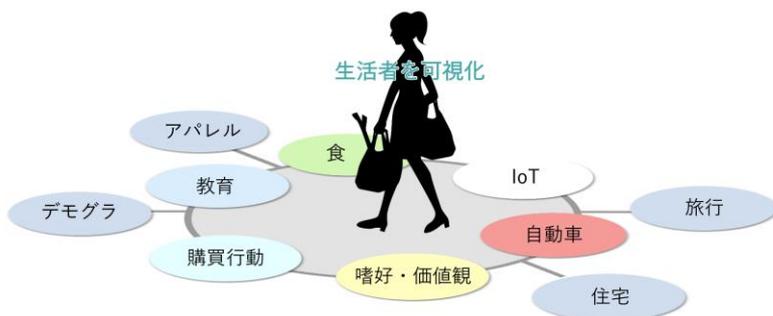
# 日本最大級のID-POS（商品購買）データを扱う ビッグデータカンパニー

全国のドラッグストア、スーパーマーケット  
などの消費者購買情報をマーケティング活用  
する日本最大級の標準データベースを構築

全国延べ6,000万人規模の購買情報から  
構成され、性別・年代情報をカバー

True Dataが保有する購買ビックデータと  
様々なビックデータを組み合わせ、生活者の特徴を把握

<p>くらしの ビックデータ</p>	<p>消費者の嗜好・ 価値観データ</p>	<p>ファン化促進AI 顧客セグメンテーションAI カテゴリ売上向上AI</p>
------------------------	---------------------------	--



- 年間レシート金額4.5兆円規模
- 年間6,000万人規模
- 過去データ15年以上
- 標準商品マスタ
- 全国パネル

True Dataの消費者ビックデータを中心とした外部データの活用により、  
 商圈生活者の理解を深め、「売上拡大（集客・リピーター獲得）」「初期投資のいち早い回収」  
 を目標とした「効果的なメニュー作り・販促・出店計画」を支援

嗜好性の活用方法

- ・「アーリーアダプター」が高いエリアには新しいメニューを積極的に販促するエリアです。新業態の出店計画時にも活用できます。
- ・「割引好き」や「ポイント好き」が高いエリアではインセンティブのだし分けが有効です。
- ・「プレミアム」「インナービューティ」は広告キーワードやメニュー選定に利用できます。
- ・今後、「安心安全指数（国産を好む）」や「調理指数（自宅で調理する度合い）」などの食に関する指数も展開予定です。

商圈設定

- ・出店計画を立てる業態に応じて、商圈範囲を設定できます。

基本統計の活用方法

- ・人口/世帯総数、平均年齢/年収などを通して出店計画の目安となる情報を表示。

店舗周辺の競合店舗

- ・商圈内の競合店舗を把握できません（現在はカフェ・レストラン・ファーストフードなど）。



生活者ペルソナの活用方法

- ・どの年代が多いという情報だけではなく、例えばファミリー層で且つ共働き、週末は買い物が多そうなどが把握でき、「疲れて週末に食事に行く」「テイクアウトメニューを週末に出す」「店のコンセプトとしてはカジュアルがよい」などライフスタイルを踏まえた店舗コンセプト立案にもお使い頂けます。
- ・日常の買い物（SM・DRGなど）の利用時間も分かり「平日夜間にかえて来る有職層が多い」「平日日中に買い物ができる主婦がいる」などが把握できます。

世帯人員別世帯数・年齢別人口情報の活用方法

- ・ターゲットとしている世帯や年齢が多いエリアへの出店や既に展開している店舗では、単身20代が多いなどの情報からメニューや販促施策を立案を支援いたします。
- ・食にかかる1世帯当たり金額やアルコール飲料の月1世帯当たり金額なども算出可能です。

データについては以下のような状態で存在する。(POS・人口統計など)

属性				店舗1							店舗2						
カテゴリ	地域	年齢	性別	カテゴリ1				カテゴリ2			カテゴリ1				カテゴリ2		
商品	1060032	32	男	商品1	商品2	商品3	商品4	商品5	商品6	商品7	商品8	商品9	商品10	商品11	商品12	商品13	商品14
顧客1	1060012	34	女	5	2	4	2	3	2	1							
顧客2	2480023	45	男	3	2	4	3	2									
顧客3	1250023	23	女	3			4		3	1	3	3	2	23	1	2	3
顧客4	2330191	23	女	3			2	1					2				
顧客5	1050023	56	男								3		3				
顧客6	1060019	62	女								2			4	3		
顧客7	1060023	23	女			4	3		2	1		3				2	
顧客8	1050029	43	男	2			1	2				3		3		2	
顧客9	1080023	54	女	4					3	1		2					
顧客10	1060032	43	女		5		3	3			2		1		1		1

- ①上記のようなデータからクラスタリングを行い、以下のように例えば食品について消費の傾向を分析します。
- ②各クラスに以下のような食品についてのDNAを設定します。
- ③商品の需要予測やカテゴリでの需要予測・店舗での売上予測・仕入れ予測などを行います。(DNAの計算については次頁に掲載)
- ④顧客ごとに消費のパターン・タイミングなどで最適なクーポンや広告を提供します。
- ⑤消費パターンの変化などを見極め、家族構成の把握・ライフイベント把握などを行います。
- ⑥人口動態・GPSデータ・顧客分布などで、店舗の出店・ダイナミッククーポンなどの戦略を行います。

項目例)	食	信頼性
		高級
		低価格
		値引き
		専門性
		コンビニ
		通販
		健康
		素材

衣	品質
	ブランド
	チャレンジ
	独創性
	こだわり
	セール
	ネット購入志向
	リサイクル志向

今回は1、2を並行して行うことで特定の店舗の「食」についての分析を行います。商品数により時間のかかることがあると思われます。またアンケートの実施などが可能かどうかをご確認ください。

## 1. 商品にカテゴリー（DNA）を振っていく方法

商品にカテゴリーを振っていく方法です。商品別に例えば信頼志向・高級志向・健康志向などのスコア・ポイント付します。そのスコア（価格で加重などを行う）を集計し、その顧客の志向性を計算で求めます。健康・高級志向などいくつかのスコアでレーダーチャートを構築し、そのレーダーチャートが似た人が同様の商品を好む傾向があります。

スコアをつけていくのがかなりの商品数になる、また新商品が出るごとにスコアをつけていくことが必要になるため手間がかかります。また値段帯の変化、クーポンの有無、ストアのタイムディスカウントなど購入時の条件などについても注意が必要です。

## 2. アンケートなどによりそのユーザーの消費性向を推定する方法

アンケートなどによりそのユーザーの消費性向を推定する方法です。アンケートの結果とその方の消費・購入したものを結合して分析します。

ユーザー、人にカテゴリー（DNA）を割り振ることで、その後に商品結びつけるため、商品ごとのスコアが必要なくなるため、自動的にスコアを付すことができ、手間が省けます。

同じようなレーダーチャートを構築できますが、アンケートの結果がズレている場合に商品と間違った紐付けになることがあるため、1、2の両サイドからの精度アップが必要と思われます。

## 5. 金融DNAとは ～金融商品に対する行動分析

段階	ライフイベント発生	現状把握	課題抽出	解決策を知る	実行に移す	定期的な見直し
顧客の行動・思考・感情	結婚	家計管理って大変…!	このままだと70歳で貯金が底をついちゃう	この保険が私に最適なんだ!	スマホで見直し実行まで完結で楽ちん	安心しあわせ
	出産	教育費や老後大丈夫かな	メタボ家計みたい…確かに貯金苦手	貯める仕組みを作ればいいのね	オンラインで相談できる	好きな事に集中
	住宅購入	簡単に将来を予測できる!	でも保険と運用を改善すれば大丈夫みたい	ちょっと不安質問したい	対面でじっくりも可能	定期的にリコメンドアドバイス
状況	お金のことを真剣に考え始める		お金の課題と改善策の示唆を受ける	最適なプランや見直し方法がリコメンドされる	・アプリ上で見直す ・中立的FPに相談する	ライフプランの変化に応じて自動リコメンド
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>色々な情報はあがるが「自分の場合」が分からない</li> <li>将来必要なお金が分からないので、今いくら貯めれば良いのか、使ってもよいのか分からず、ずっと不安</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>アクションプランが分からず、行動に移せない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本当に大丈夫か少し不安</li> <li>背中を押してほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一度見直したら満足し放置してしまう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経済的不安が解消!</li> <li>自分の好きなことや大事なことに集中できる!</li> </ul>
ツール						
<b>全サービスを「共通のID・パス」で利用可能</b>						
取得情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>メールアドレス</li> <li>家族構成や年齢</li> <li>属性</li> <li>子供の進路</li> <li>住まい情報</li> <li>ライフイベント計画</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>支出の状況、年間CF</li> <li>生命保険</li> <li>スマホ通信費</li> <li>電気ガス</li> <li>住宅ローン等の利用状況</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>保険の詳しい契約内容</li> <li>ご加入の健康保険組合</li> <li>公的保障の情報</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>各支出の詳しい内訳</li> <li>その他パーソナライズ情報</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>MAツールとの強固な連携</li> <li>コンテンツ作りの開始</li> <li>動画・セミナー連動</li> </ul>	

Webでも対面でも顧客に便利なツールを提供し、データを取得しながら顧客の理解度をしっかりとアップ

1  DX時代のオンライン面談対応ライフプランシミュレーションツール

<https://milize.net/milizepro>

2  3分で将来の資産額をチェック！あなたのおカネをしっかりと計画

[https://milize.net/simple\\_simulation](https://milize.net/simple_simulation)

3  保険証券管理アプリ！保険証券を自動でデータ化、一元管理

<https://lp.miruho.com/>

4  公的保障シミュレーション！自分や家族の公的保障が分かる

<https://shirason.miruho.com/>

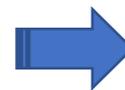
5  家計診断 60秒で家計診断！支出情報を入力すると、家計の改善余地が分かる

<https://tamaru-kakei.com/>

6  日本初！FP向け携帯料金診断

<https://mobapla.com/pro/>

種類	項目	消費DNA
暮らし	ライフスタイル	既婚・一人暮らし・子供・DINKS
	生活圏	大都市圏
	暮らし向き	収入多く余裕あり
	住居形態	賃貸（レベル）
	自家用車	外車・通勤無し
嗜好性	食	素材の良さ・高級志向・天然
	衣	カジュアル・高級志向
	住	高級・マンション
食品	食品	外食多い・スーパーが主・コンビニは職場のみ
	日用品	購入はネットが主・スーパーは限定
	娯楽	パチンコ・ゴルフに興味
購買行動	時間	夜間が多い
	場所	XX県XX市
	クーポン	利用・頻度高い
	セール	利用しない
	ネット	利用多い（AMZ利用）
支払い	現金	ほぼ無し
	クレジット	MASTER
	キャッシュレス	PayPay



## 金融DNA推計

## 金融商品

- ・ 住宅購入可能性高い（可能な推定貸出額xxxx万円）
- ・ 支出レベルによりカードローン可能性あり
- ・ 自動車ローンニーズ高い（現在支払い有り）
- ・ 住宅ローンは変動金利を好む
- ・ ビットコインについて調べている。

## 家計・生活習慣

- ・ 教育費XX年後増加（xx万円）
- ・ 夜間のメールでの接触が好ましい
- ・ 週末はメッセージによる接触
- ・ 土曜の夜にお金については考える傾向あり
- ・ ATMの利用は職場のみ・給料日25日に利用
- ・ 給料引き出し割合70%
- ・ カード支払額15%
- ・ スマホ料金はかなり高め
- ・ 生保については多め
- ・ お酒は家でも外でもかなり多い

## ゆとり・富裕度

- ・ 奥様の収入次第で運用の可能性あり
- ・ リスク回避度低い
- ・ 給与上昇2%
- ・ 子供が1人公立高校

## 家族属性

- ・ 親の推定年齢XX才
- ・ 子供の年齢が高3・大学4年生・大学院
- ・ 勤め先はおそらくxxx株式会社（IT企業）
- ・ 母親のみ健在
- ・ 奥様はパートタイムで病院勤務

## 支払い・決済

- ・ 保険のクレジット払い無し
- ・ PayPay使用
- ・ キャッシュレスATM入金

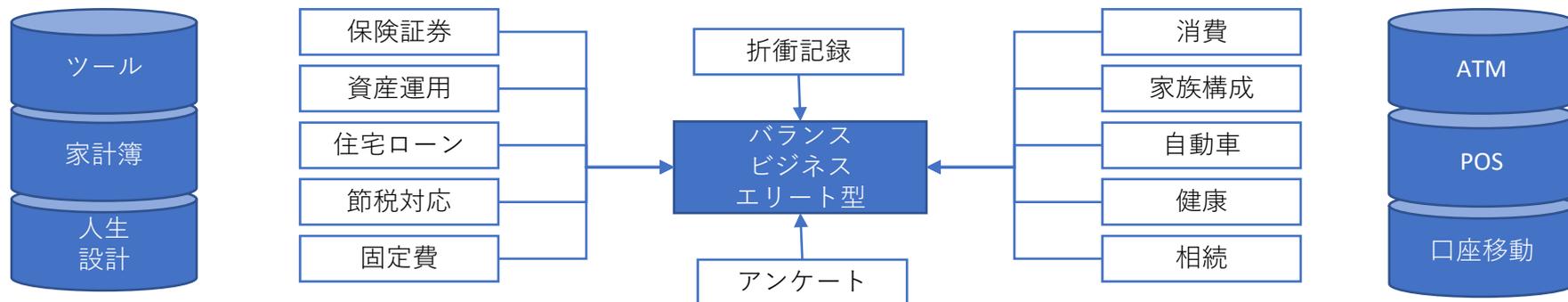
## 興味

- ・ 1月以内に、海外旅行・米国株投資・iDeCoについてのメルマガ反応
- ・ いくら借りれる住宅ローン・シミュレーション実施
- ・ 家計診断利用（結果xx）

## 趣味

- ・ 動画配信利用
- ・ ゴルフ
- ・ 近頃釣りに興味あり

いろいろ推測はできるが、曖昧なところも多い



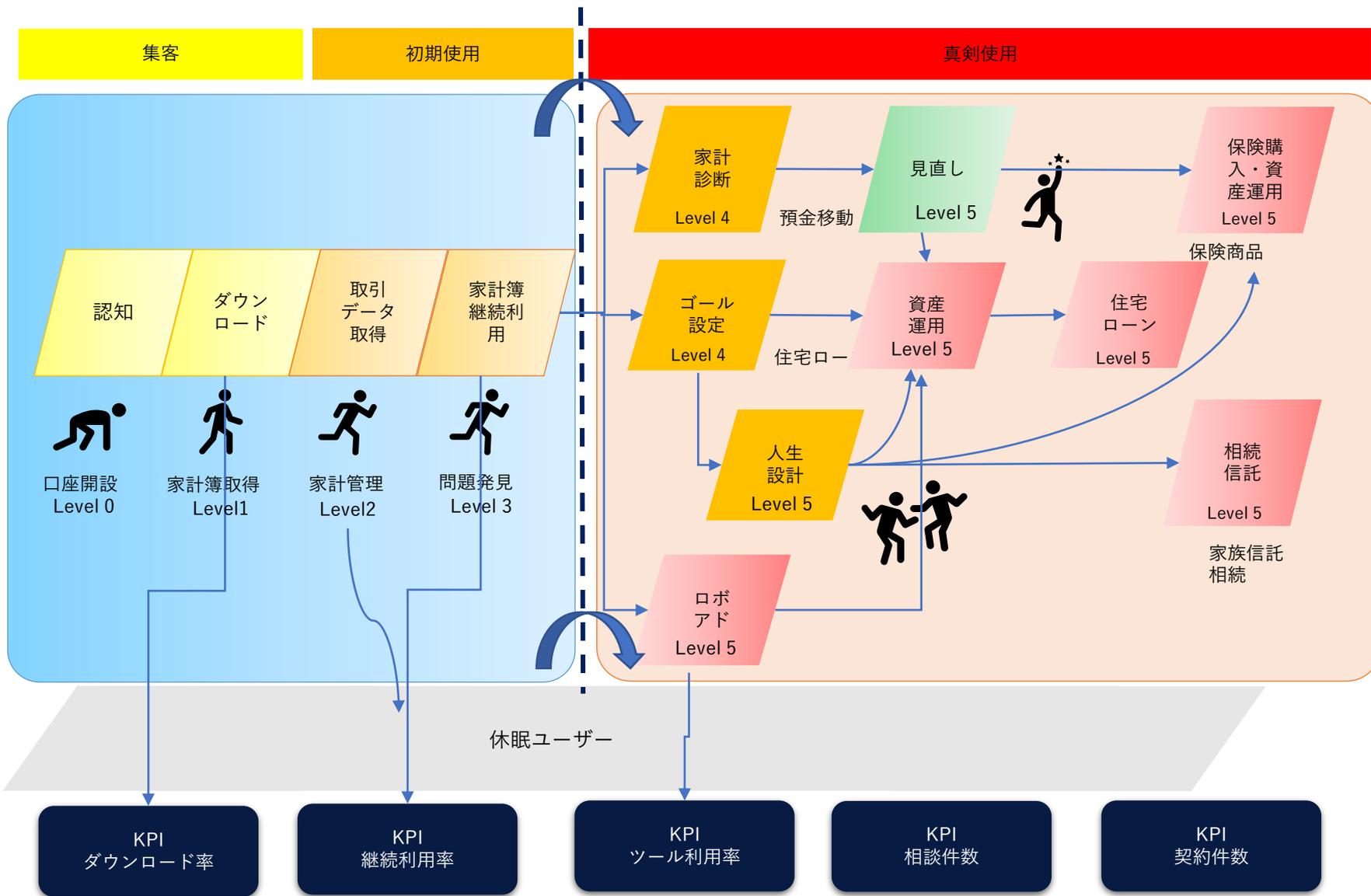
30代  
商品

積極的 金融 オタク型	忙しい 仕事重視の お任せ型	バランス ビジネス エリート型	貯めると守り が重要な 慎重型	自由にお金は 気にしない 自由型	世の中に 役に立ちたい 超越型
-------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	-----------------------

預金	×	○	△	○	○	△
投信運用	△	○	○	△	×	○
株投資	◎	△	△	×	×	○
不動産投資	△	×	△	×	×	○
節税	△	○	○	○	×	◎
保険（保障）	×	○	○	○	△	×
貯蓄性保険	△	△	△	○	△	×
住宅ローン	△	○	○	△	△	×
カードローン	○	△	△	×	○	×
損保	○	○	○	○	△	○
ビットコイン	◎	×	△	×	×	○
為替（外貨預金）	◎	×	△	×	×	○
寄付	×	×	△	×	×	○

## 6. データ分析・データ収集

既存のツールが契約に繋がらないことが多い



取引開始・接点を作ってから人生設計までの各フェーズにおいて、ユーザーのニーズに合わせてレコメンドします。

## ユーザーの導線について

下記の図は、接点をもった顧客が最終的に人生設計を利用するまでの導線となります。顧客のロイヤリティもレベルがアップしていきます。

## レコメンド内容について

AI分析によりユーザーのニーズを把握し、それに合わせて最適なレコメンドを実施します。マーケティングオートメーション（MA）で抜け漏れなくレコメンドすることが可能です。

Level 0 顧客	Level1 顧客	Level2 顧客	Level 3 顧客	Level 4 顧客	Level 5 顧客
顧客 取引開始	通帳 アプリ	家計簿利用	家計見直し	簡易 人生設計	人生設計

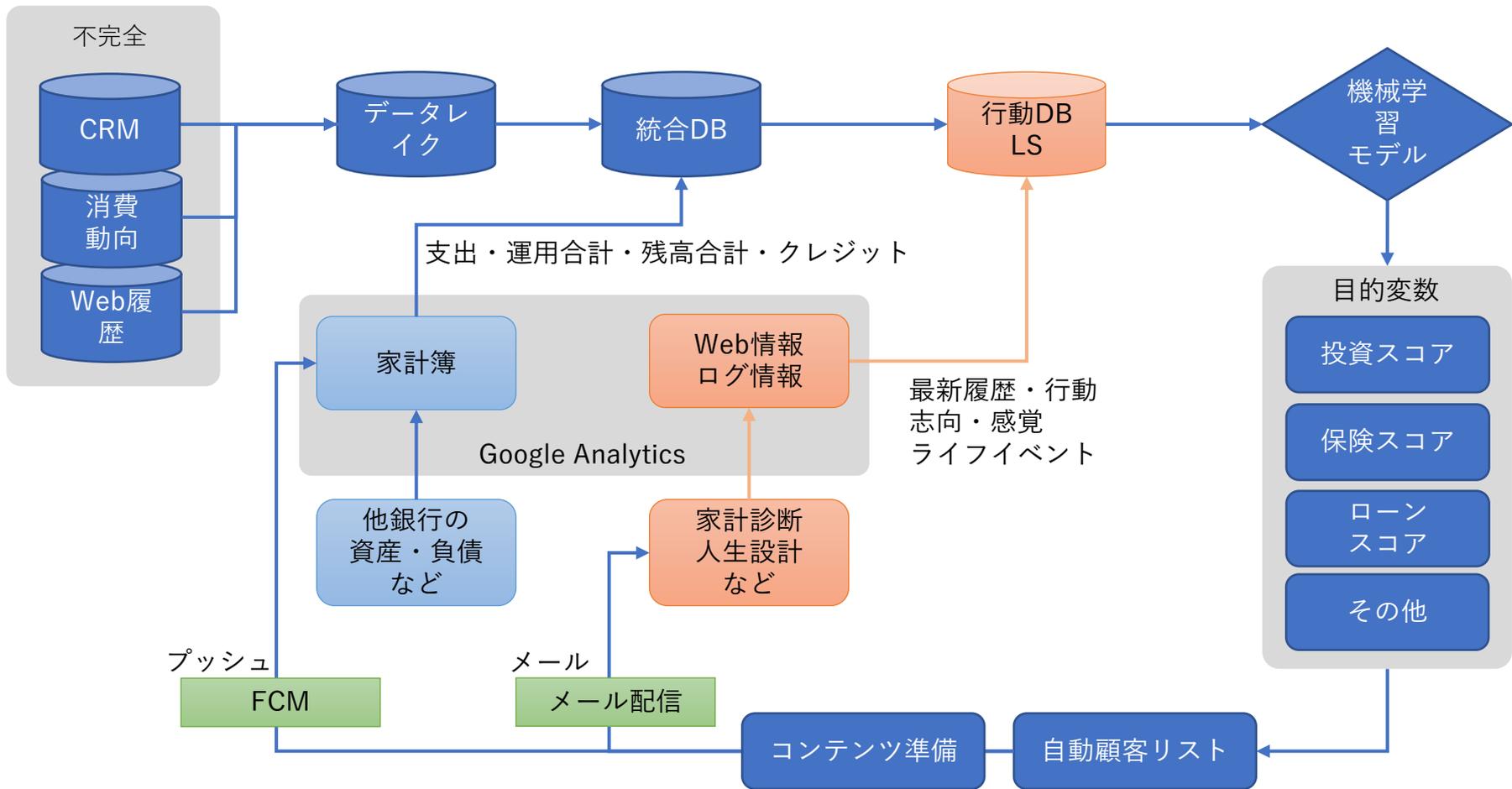
レコメンド例	自行の残高の 大きい顧客に 運用案内	他行の残高の 大きい顧客に 運用案内	家計のスリム化 から投資への アプローチ	興味のある分野 (住宅、教育、老後) を把握し、案内	運用・保険・ ローンなどの ニーズを喚起
--------	--------------------------	--------------------------	----------------------------	----------------------------------	----------------------------

データが増強されることでお客様のプロフィールが徐々に明確になってきます。

ツール	家計簿	アカウントアグリゲーション	家計診断	ロボアド	簡易人生設計	人生設計
得られるデータ	収入・年金 食費 住宅ローン返済・家賃 公共料金 交通費 通信費 保険 教育費 自動車費用 税金	口座残高・移動月収 運用残高 ローン残高 クレジットカード残高 ポイント残高	年収（家計収入） 家族構成 サービス利用 契約内容（概要） 契約先（概要）	リスク性向  年齢 投資経験 資金目的	ライフイベント 家族構成 将来のライフイベント 興味の有無（老後・結婚・不動産・教育など）	全て ライフイベント 投資信託・株式 銘柄 保険契約 住宅ローン契約 月次収支 収入カーブ 税金 年金 自動車など
わかる顧客像	平均的な数値との比較 自分の数値との比較 契約内容がわかれば無駄の推測など 赤字の改善	含み損益 資産のアロケーション状況 有利なポイント・クレジットカード	家計の問題点 保険の見直しから運用へ 住宅ローンの固定化・借替 携帯などの見直しによる運用資金	リスク性向  年齢 投資経験 資金目的	将来資金の必要性 運用の必要性	将来の精緻な資金収支 老後を意識した設計 いつまで働くかの判断 次世代への考慮（相続・家族信託）
AI	クラスタリング 貯蓄スコア	富裕層スコア デフォルトスコア	投資スコア 保険スコア 住宅ローンスコア	運用についてのタイプ判断	資金ニーズスコア 老後の余裕度スコア	将来のリスク 万が一のリスク 相続・家族信託 必要度



有料・無料に関わらず、これらのうち多くを蓄積し、フルに活用することが比較優位を生む時代が到来する。



お客様への接点は下記の通りです。  
シナリオに応じて使い分けます。

- ・メール
- ・メッセージのプッシュ
- ・セールスの訪問、コンサルの面談
- ・機能内部でのメッセージ

Firebase Cloud Messaging (FCM) :  
メッセージを無料で確実に送信するためのクロスプラットフォーム  
メッセージングソリューションです。

Google アナリティクス :  
アプリの使用状況とユーザー エンゲージメントについて分析できる  
無料のアプリ測定ソリューションです。

以下のようなスコアを計算します。計算については機械学習で計算を行います。

### 1001：投資スコア（0～100）

- 投資の意欲がどの程度あるのかをスコア化
- モデルについては初期モデルは事前に行ったPOC結果なども使用可能
- スコアの高い中でもどのようなきっかけが必要かを家計簿などから分析

### 1002：家計改善スコア（0～100）

- 家計がある一定期間に改善する見込みがあるか無いかを判定
- 家計によるクラスタリングを行いどのような傾向があるかの見極め
- 家計が改善する人には積立案内、しない人には家計診断などを提供

### 1003：保守的スコア（0～100）

- 運用について全く興味を持たない、あるいは嫌気している人を抽出
- モデルについては初期モデルも参考にして、投資に全く興味が無い人を抽出
- 保守の強い方に向けては保険の案内等を実施・必要補償額を推計

### 1004：リスクスコア（0～100）

- 年収・財産対比投資額があまりにも多い場合にワーニング
- 借入額が年収対比あまりにも多い場合にワーニング
- 実際にかかなりのマイナスになってしまった人が学習データで溜まれば家計破綻のモデリング

以下のようなスコアを計算します。計算については機械学習で計算を行います。

### 1005：投信アロケーション（0～100）

- ロボアドを行った際の結果に基づき候補となる投信を紹介
- 資産種類ベースでのアロケーションを実施
- リスク回避度計算ー保険商品との組み合わせ

### 1006：次にどの商品を買うかのスコア（0～100）

- 商品の組み合わせでクラスタリングされ同類の人が何を次に買うかを計算（強調フィルタリング）
- 高い順番で1～3程度の商品についてリスト化
- タイミングを合わせて提案
- ライフステージに合わせた計算

### 1007：富裕層スコア

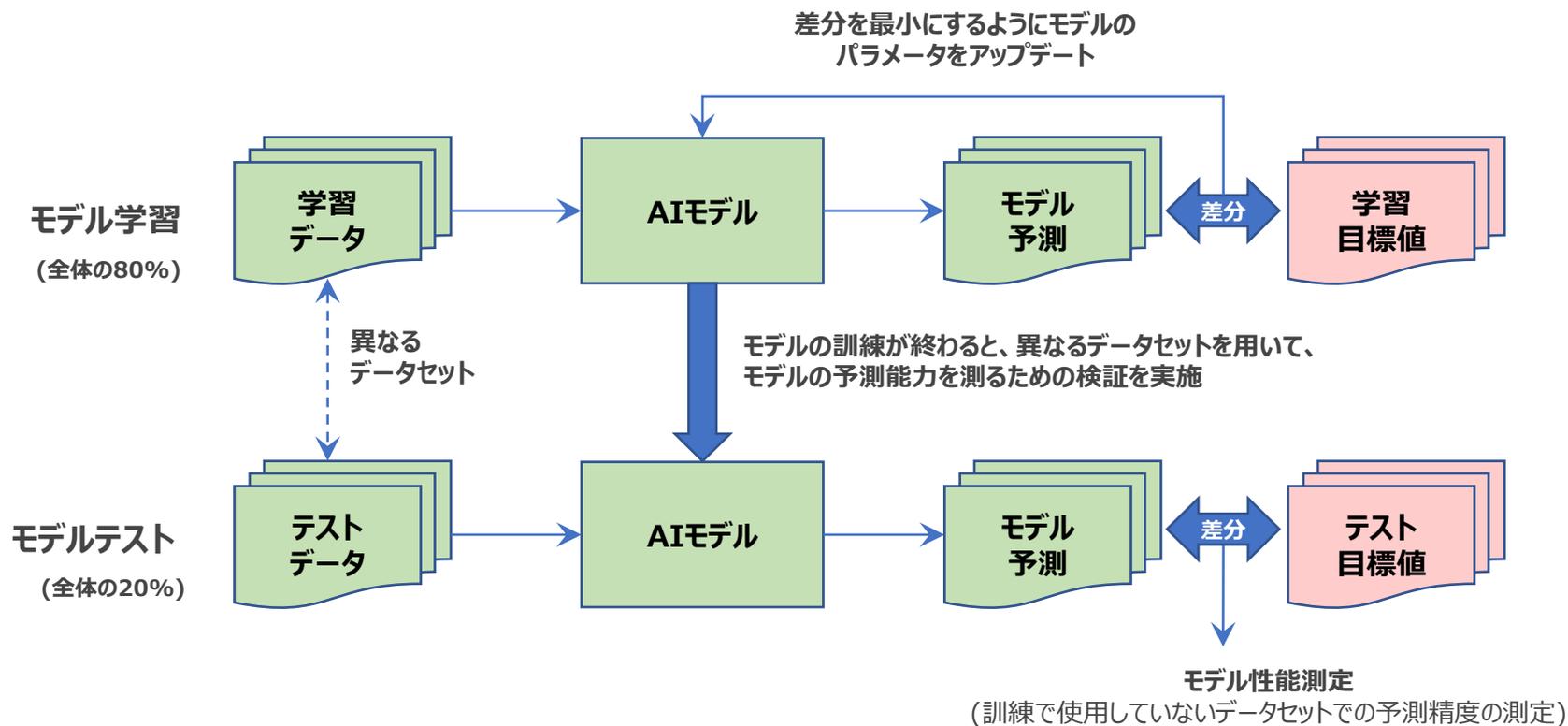
- 口座の残高のみではなく、色々なこと、特徴から富裕層のスコアを計算
- 住んでいる地域などがわかるものがあればエリアから年収帯などの予測が可能
- 不動産、親の存在などから家計には現れるものを把握（お年玉・お小遣い・誕生日など）
- アカウントアグリゲーションを行わない場合にも確認できるか検討

## 7. AI分析（機械学習）

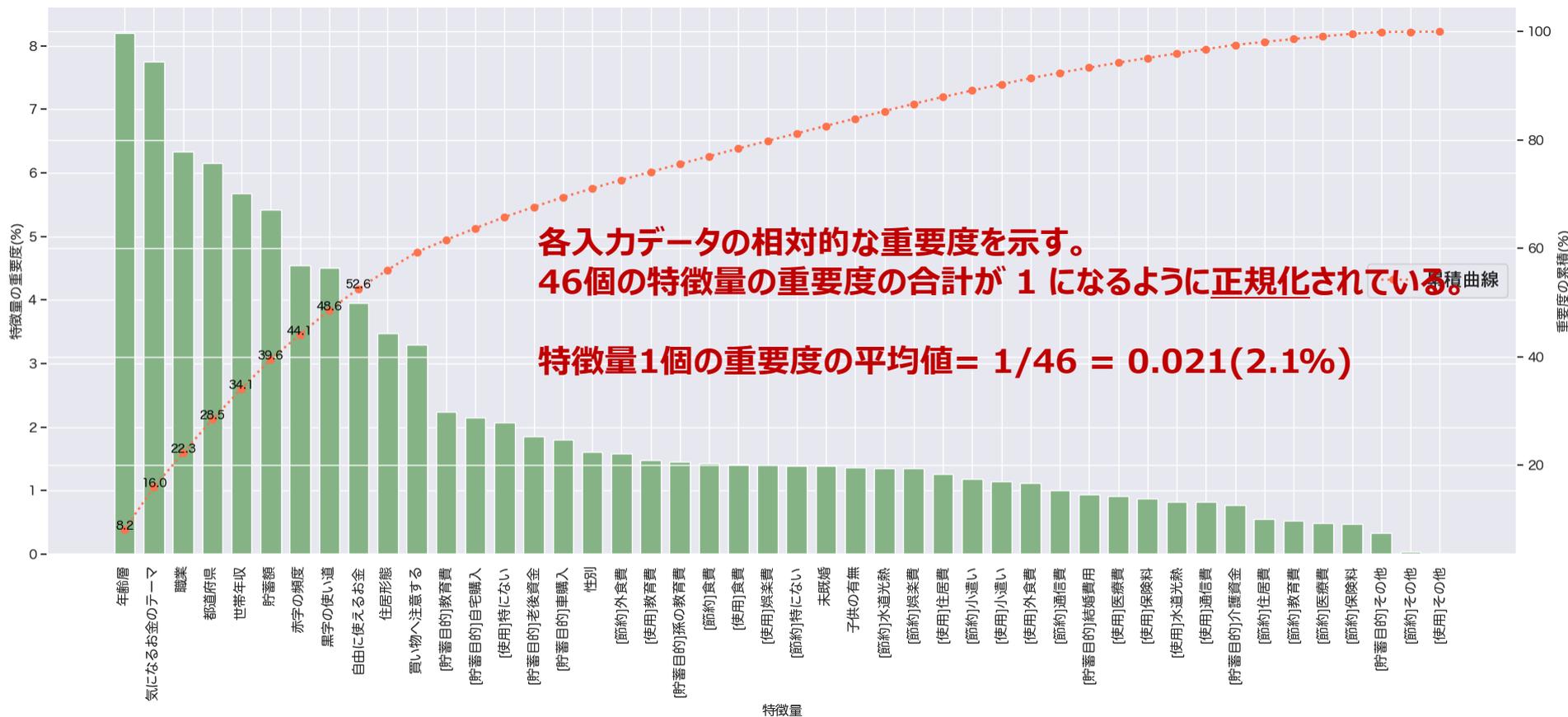
サンプルを2つのグループ(学習データ・テストデータ)に分けて使用する。  
 学習データで判定のための学習をし、モデルを構築した後にテストデータでその判定の正解率をチェックする。

機械学習の種類：分類判別（投資意向が高いか、低いか）

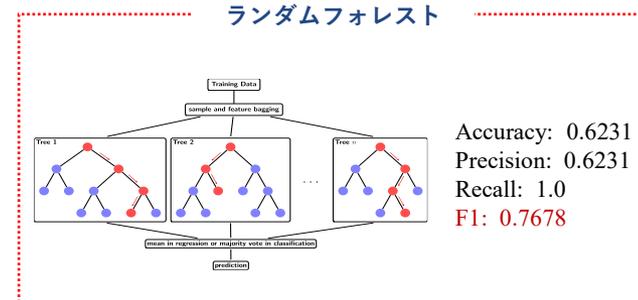
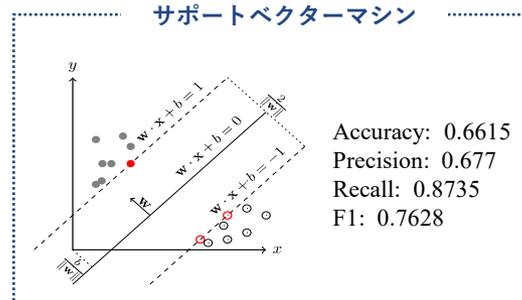
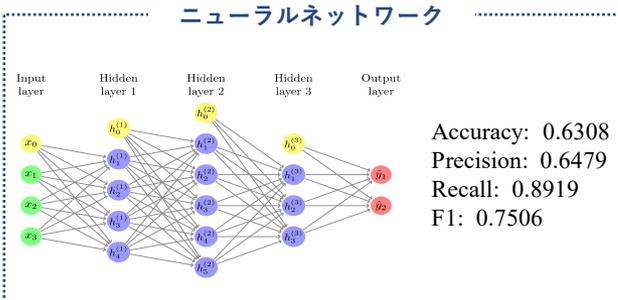
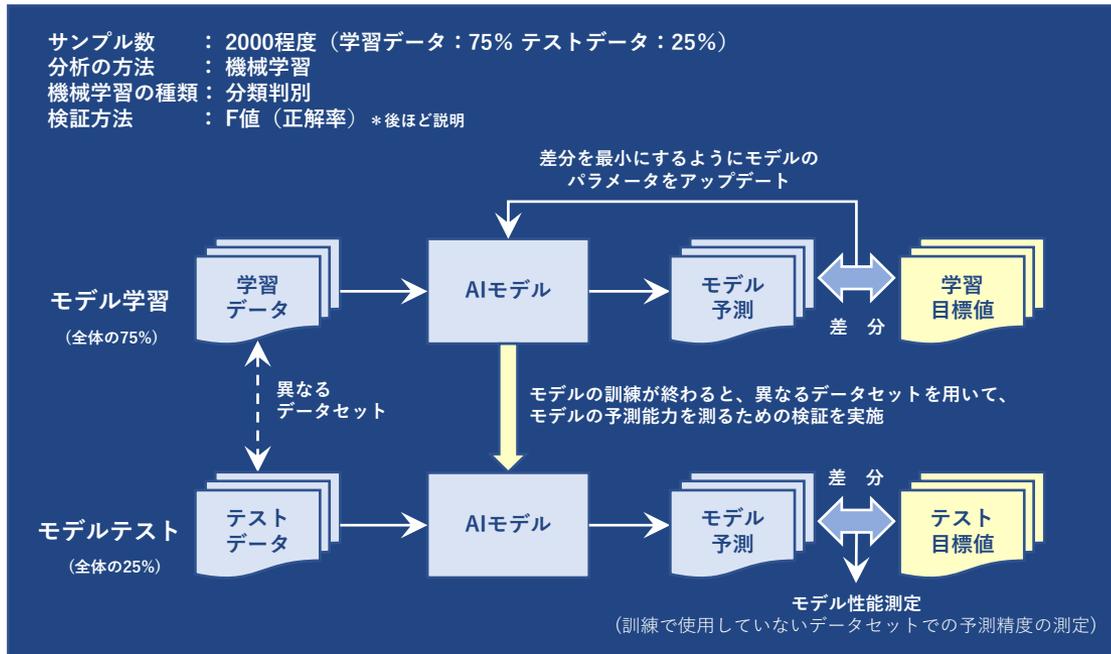
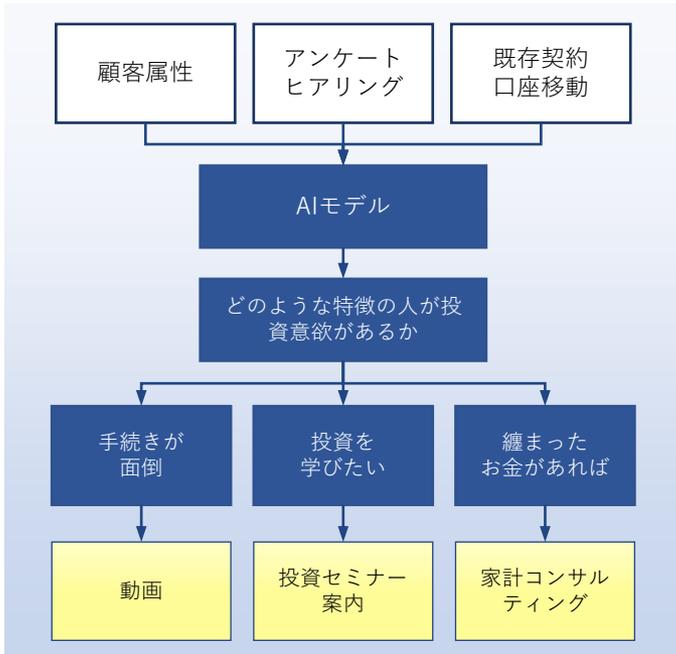
検証方法：正解率



## ◆ 特徴量重要度一覧(投資意向の高低の分類に影響する要素の優先順位)



少ない情報・無関係に見える情報から投資・保険のニーズを見極めることがAIで可能  
人生設計・miruho・シラソンなどには貴重な情報が詰まっています



## 予測モデル構築システム milize forecast

- ✓ 機械学習・深層学習をクリックだけで実装
- ✓ AWSクラウドを活用した直ぐにでも使える手軽さ
- ✓ 豊富なMILIZE DATAとプロフェッショナルデータサポート
- ✓ ベースモデルをいろいろな分野で構築・利用可能
- ✓ 他のモジュールと連携してより産業ごとのツールに成長



### 製品 milize Forecast

全業種対応のAIツール  
 ビッグデータ+機械学習による予測を実施  
 ノーコードで誰でも使えるツール  
 特徴量分析・寄与度  
 有価証券レポートのテキストマイニング・スコア化と業績予測  
 ビッグデータ連携 (POS・GPS・Webデータ)

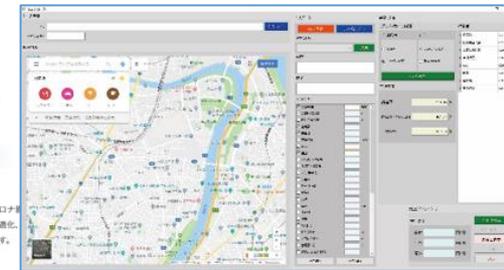


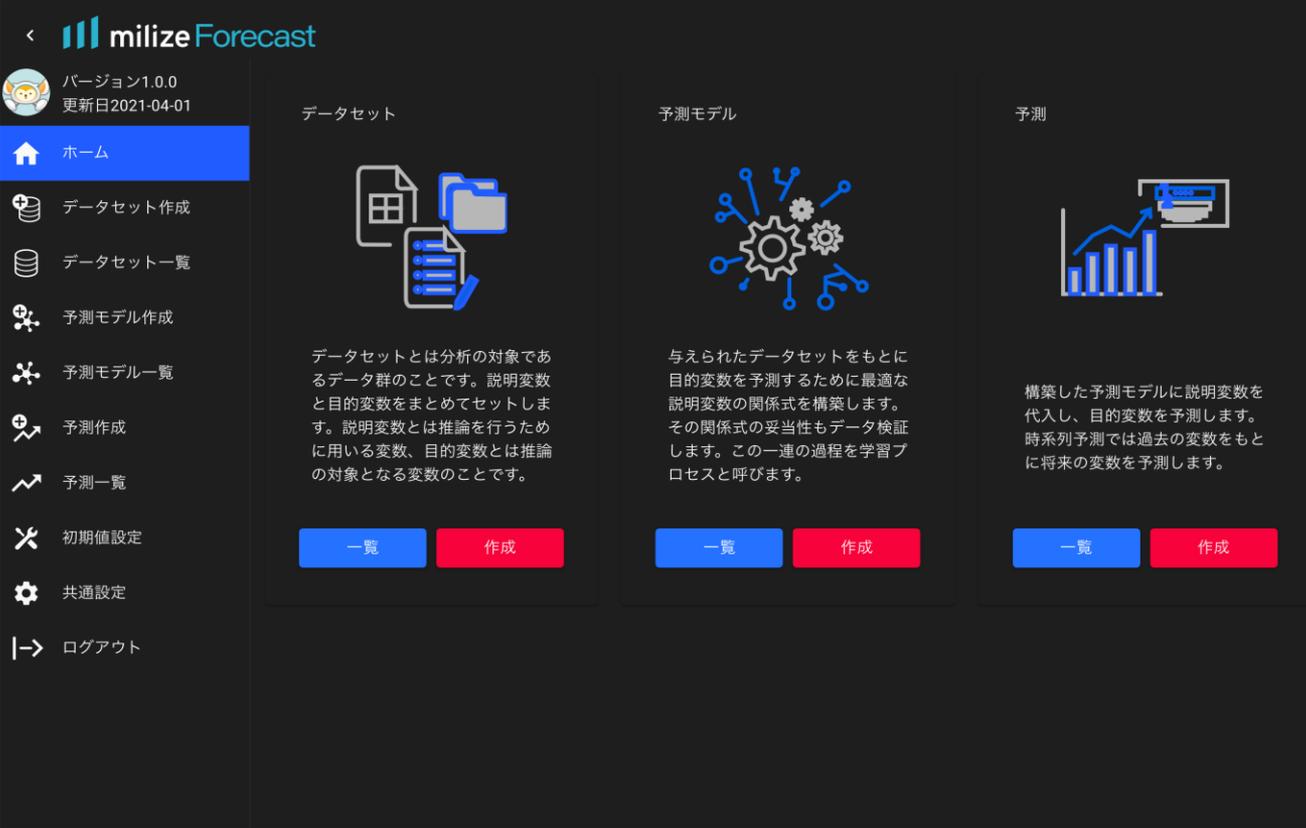
### 製品 milize 店舗戦略

金融の支店のみならず飲食店や拠点の出店・廃店を計画するためのAI  
 地図情報・店舗情報・統計情報・業種特有情報・人口情報・GPS情報  
 などをインプットとする。  
 地図上の位置を示すと売上高の予測を実施。飲食店などで10%以内の  
 精度を実現

#### ウィズ・コロナ時代の出退店をAIで測定

ハフモデル・重回帰分析では予測できないコロナ禍に勝ち抜く店舗戦略





milize Forecast

バージョン1.0.0  
更新日2021-04-01

ホーム

データセット作成

データセット一覧

予測モデル作成

予測モデル一覧

予測作成

予測一覧

初期値設定

共通設定

ログアウト

データセット

予測モデル

予測

データセットとは分析の対象であるデータ群のことです。説明変数と目的変数をまとめてセットします。説明変数とは推論を行うために用いる変数、目的変数とは推論の対象となる変数のことです。

与えられたデータセットをもとに目的変数を予測するために最適な説明変数の関係式を構築します。その関係式の妥当性もデータ検証します。この一連の過程を学習プロセスと呼びます。

構築した予測モデルに説明変数を代入し、目的変数を予測します。時系列予測では過去の変数をもとに将来の変数を予測します。

一覧 作成

一覧 作成

一覧 作成

## ログイン後スタート画面

- データセット作成
- 予測モデル構築
- 予測の実行

の手順で分析を行います。

データ分析に慣れていない方も順番に手順を踏めば分析が可能です。

データセットを毎日アップデートしておくことで、最新データでの機械学習が可能です。

- ブラウザーベースのアプリです。本システムはクラウドでの利用を前提としています。
- 提供データ・モデル構築サポートで貴社のAI分析をしっかりサポートします。
- 貴社の独立したサーバーを構築し、貴社の顧客にもサービスを提供することができるAI DataBankコンセプト（別紙）に沿った商品です。
- 市場の予測などについては実際にMILIZE AIアナリストの構築モデルなどを確認していただけます。

milize Forecast

バージョン1.0.0  
更新日2021-04-01

ホーム

データセット作成

データセット一覧

予測モデル作成

予測モデル一覧

予測作成

予測一覧

初期値設定

共通設定

ログアウト

データセットタイプを選択  時系列データ  テーブルデータ

クラウドから取得

データを選択

マーケット 企業情報 経済統計 その他

国内株式 国外株式 外国為替 商品 仮想通貨

期間を指定 開始日 2020-08-13 終了日 2021-04-20

CSVファイルから取得

ファイルをドラッグ&ドロップするか、クリックしてファイルを選択してください

欠損値処理方法 削除

取得

## データセット作成

- 弊社提供データについては青いボタンを押していただくと弊社提供データを呼び出せます。
- CSVファイルでのインポートをすることで外部のファイルを活用することも可能です。
- 提携先データなども連携されていきます。
- データセットについては貴社向けに設定をいたします。

- 時系列データ・テーブルデータでも分析が可能です。
- 様々なデータをDBに連携することで呼び出しが可能になります。
- ベースデータセットについては弊社から提供します。（直ぐに分析が開始できます。）
- データについてはRefinitive・HIS Markitなどとの提携をしております。
- オルタナティブデータなども加工済み・分析済みのデータも提供が可能です。

milize Forecast

バージョン1.0.0  
更新日2021-04-01

ホーム

データセット作成

データセット一覧

予測モデル作成

予測モデル一覧

予測作成

予測一覧

初期値設定

共通設定

ログアウト

名称 **必須**

データセット **必須** 選択

期間を指定 データセットを選択してください

モデルを選択 ランダムフォレスト

予測ラグを指定 - 0 +

ハイパーパラメーターを選択 マニュアル

ハイパーパラメーターを設定 設定

交差検証方法を選択 なし

検証期間を選択  ランダム  直近

比率/個数を選択  比率  個数

比率/個数を指定 - 20 + %

特徴量生成方法を設定 設定

実行

## モデルの構築

- データセットを呼び出し使用するモデル・モデルパラメータを選択します。
- ハイパーパラメータなどの変数を設定します。(最適化も可能)
- 特徴量生成なども行うことができます。
- 時系列データのラグなどについても考慮が可能です。

- モデルの種類：ランダムフォレスト・線形回帰・SVM・XGboost・LightGBM・MLP・LSTM（全モデル比較）
- 今後モデルは定期的に高度なモデルを追加していきます。
- 機械学習・深層学習のモデルがコアになりますが、今後より高度なモデルを提供していきます。
- いくつかのベースモデルは弊社から提供します。

株式会社MILIZEはお取引先企業様にAI（人工知能）サービスをお届けします。お取引先企業様（または新規先）から売上データなどをお預かりし、弊社保有のビッグデータと掛け合わせ業務分析・売上・顧客数予測をサービスとして行います。売上・仕入・利益などの予測を行い経営のサポートを行います

## milize AI DataBank

お客様のビジネスに必要な数値  
(顧客数・売上・仕入れ個数など)を予測します

お客様のご商売の特性に応じて、  
特徴量データを準備します

### 銀行顧客のメリット



- ・需給のミスマッチを最小化
- ・売上予測、影響を与える要因、影響度の把握
- ・人件費を最適化し稼働率を最大化
- ・機会損失を無くし、コストを最小化

### 与信改善

与信改善 → コーポレートファイナンスの改善

- ・過去の売上データ
- ・POSデータ
- ・仕入れデータ



### 銀行顧客(取引企業)



- ・マイクロ経済データ
- ・マクロ経済データ
- ・POSデータ
- ・空間データ
- ・地域経済データ  
etc.

顧客データ

AIエンジン

ビッグデータ

AI分析依頼 ご利用料金

分析結果・レポート

分析依頼  
料金+手数料

分析結果および  
資金相談

紹介

- ・企業の属性
- ・地域経済
- ・金融取引
- ・CRMなど

### 銀行・地方公共団体

### 貴行ブランドとしてのサービス展開

顧客状況の精確な把握 → 与信・経営サポート

### 銀行のメリット



- ・手数料ビジネスの一環としての展開
- ・顧客にAI分析をリーズナブルに提供可能
- ・取引先の高精度な売上予測、特徴量を把握

紹介料

自然と  
お金の貯まる  
家計へ

がまんを重ねる  
節約から卒業しよう



貯蓄に回せるお金が増えた!

95.8%

※TAMARU体験者の実績を元に算出

あなたの家計はどの  
くらい削減できるかな?

無料  
60秒  
家計診断

お客様の

2021/10/13

# 家計診断 tamaru

## メタボ家計ぎみ

伸びシロは  
すくあるよ！削減余地はたっぷり🌟  
楽にムダを減らしてスマートに

もしかすると、家計に大きなムダが潜んでいるかも…。でも大丈夫！その分、見直しのポテンシャルを大いに秘めています！毎月自動で引かれる固定費は、支払っている感覚をつい忘れがちですが、一度見直してみると、年間で数万円～数十万円の支出が浮く可能性があります。食費や娯楽費を節約する前に、ここからチェックしましょう！

詳しくは、項目別の削減可能性をチェックしてみてくださいね。

あなたが削減できる  
可能性は〇%？

生命保険

10%

Check!  
>

住宅ローン

90%

Check!  
>

携帯料金

10%

Check!  
>

電気・ガス

70%

Check!  
>

生命保険		まずは、生命保険について質問させてね。			
	生命保険に加入している方のみお答え下さい。	生命保険に加入しているかな？	加入している	加入していないのでスキップする	
	加入している保険会社名を教えてください。	加入している保険会社名を教えてください。	日本生命・第一生命・明治安田生命・住友生命	それ以外	
	あなたの生命保険の選び方として近いものをお選び下さい。	生命保険を選ぶ時、どうやって選んだかな？どちらか近いものを選んでね。	担当者のお勧めプランに加入した	インターネットや保険ショップで比較検討して加入した	友人の入っているものを参考に加入した
	生命保険に加入する際、高額療養費・傷病手当金・遺族年金などの社会保障を考慮しましたか。	生命保険に加入する時、高額療養費・傷病手当金・遺族年金などの社会保障を考慮したかな？	特に考慮していない	考慮した	
	緊急予備資金※はいくらありますか。 ※緊急予備資金とは、入院手術などの緊急時に使い切っても困らないお金のことです。	緊急予備資金※はいくらある？ ※緊急予備資金とは、入院手術などの緊急時に使い切っても困らないお金のことだよ。	50万円より多い	50万円より少ない	
	ご自身は生命保険にいくつ加入していますか。	あなた一人で、生命保険にいくつ加入してるかな？	4つ以上	4つ未満	
	毎月の生命保険料はいくらですか。 ※貯蓄性の保険料は除いてお答え下さい。	毎月の生命保険料はいくらかな？ ※貯蓄性の保険料は除いて答えてね。	数値入力		
		次は、スマホ通信費について質問させてね。			
スマホ通信費	スマホをお使いの方のみお答え下さい。	スマホを使っているかな？	スマホを使っている	スマホじゃないのでスキップする	
	お使いのキャリアを教えてください。	使っているキャリアを教えてください。	docomo・au・ソフトバンク	それ以外	
	ご自宅にWiFiはありますか。	あなたのおうちにWiFiはあるかな？	ある	ない	
	通話の頻度	通話は何のくらいするかな？	多い	少ない	
	通信量	通信料はどれくらいかな？	多い	少ない	
	外出先で動画視聴やゲームをしますか。	外出先で動画を見たり、ゲームをする？	ほとんどしない	する	
	キッズケータイもしくはタブレットを契約していますか。	キッズケータイもしくはタブレットを契約しているかな？	契約している	契約していない	
	毎月のスマホ通信費はいくらですか	毎月のスマホ通信費はいくらかな？	数値入力		
		次は、資産運用について質問させてね。			
資産運用	資産運用をやっている方のみお答え下さい。	資産運用しているかな？	資産運用をしている	していないのでスキップする	
	運用額はいくら？	いくらくらい運用しているかな？	数値入力		
	証券会社や銀行の窓口でお勧めされた運用商品を持っていますか。	証券会社や銀行の窓口でお勧めされた運用商品を持っていますか？	持っている	持っていない	
	持っている運用商品の1年間あたりの手数料を知っていますか。	持っている運用商品の1年間あたりの手数料を知っていますか？	知らない	知っている	
	次の中から、あなたが利用している制度があれば教えてください。	iDeCo、NISA、つみたてNISAのどれかを利用しているかな？	はい	いいえ	
		次は、住宅ローンについて質問させてね。			
住宅ローン	住宅ローンを借りている方のみお答え下さい。	住宅ローンは借りているかな？	借りている	借りていないのでスキップする	
	住宅ローンの残年数は何年ですか。	住宅ローンの残年数は何年かな？	10年以上前	10年未満	
	住宅ローンの残債はいくらくらいありますか。	住宅ローンの残債はいくらくらいあるかな？	1,000万円以上	1,000万円未満	
	住宅ローンの金利は何%ですか。	住宅ローンの金利は何%かな？	2%以上	2%未満	
	住宅ローン金利の固定・変動にこだわりはありますか。	住宅ローン金利の固定・変動にこだわりはある？	こだわりは無い	固定が良い	変動が良い
		次は、電気・ガスについて質問させてね。			
電気・ガス	今のご契約の電気会社・ガス会社は、初期設定のままですか。自分で選びましたか。	今のご契約の電気会社・ガス会社は、初期設定のままかな？それとも、自分で選んだかな？	初期設定のまま	自分で選んだ	
	今のお住まいで、電気アンペアの変更をしましたか。	今のおうちで、電気アンペアの変更をしたことはある？	変更していない	変更した	
損害保険		次は、損害保険について質問させてね。			
	あなたの自動車保険の選び方として近いものをお選び下さい。	あなたの自動車保険の選び方として近いものを選んでね。	付き合いのあるディーラー経由で加入した	ネットで比較検討した	自動車保険は加入していない
	あなたの火災保険の選び方として近いものをお選び下さい。	あなたの火災保険の選び方として近いものを選んでね。	不動産会社にお勧めされたものに加入した	インターネットで比較検討して加入した	火災保険は加入していない
最後に		ここまでお疲れさま！			

## 8. YOSHINANI

めんどくさいことは考えず

よしなに任せる顧客目線の金融サービス

# YOSHINANI

これから資産を形成する**新規**



持っている金融商品を見直し



自分の次の世代へ託す**未来**



## YOSHINANI 「新規」 （はじめての方へ）

- はじめて金融に興味を持った方へ
- 保険・運用などを考えたこともないが、何かしないと行けない方へ
- 毎月一定額が貯金できるようになったしっかりもののあなたへ

## YOSHINANI 「見直し」 （いろいろ持っている方へ）

- いろいろ人から勧められて購入したけど、何が良いのかわからないあなたへ
- 何を持っていて、他よりも良いのか考えたこともない方へ
- 家計が少し厳しくなってきた方へ

## YOSHINANI 「みらい」 （もう自分は大丈夫という方へ）

- 今は幸せだけど、だけどもっと上を見据えるあなたに
- 子供に託したい、自分も楽しんで次世代にしっかり託したいあなたへ
- 増やしたお金をもっと世の中のために、世界の人のために

# 保険と運用

を最適なバランスでよしなに参加

## 保険と運用を一つの商品で備える

質問に答えるだけでライフプランシミュレーションの結果に基づく自分にぴったりの積立金額とその配分が分かります

## 保険と投資の配分を自動で見直し

運用成績、年収、貯金などにより保障内容が自動で見直されます



# 設問に答えるだけ で自分に最適な金額と配分が分かる

## 回答画面

### YOSHINANI

あなたについて

1 2 3 4 5  
あなたについて 資産状況 リスク許容度 潜在的リスク 完了

#### あなたについて教えて

性別

男性

リスク許容度について (2/3)

あなたについて 資産状況 **3** リスク許容度 潜在的リスク 完了

リスク許容度について教えてくだ

年齢

35歳

職業区分

会社員

勤め先の業種

サービス業

#### 持っている株が下落したあなたはどちら派？

不安で売ってしまう

不安で売ってしまう

次へ

#### 潜在的リスクについて (1/4)

あなたについて 資産状況 **4** リスク許容度 潜在的リスク 完了

潜在的リスクについて診断します

現在、たばこを吸っていますか。

吸っている

吸っていない

次へ

## 結果画面

### YOSHINANI

#### 診断結果

バランス型

もしもの時の保障は手厚く！  
保障も運用もほどよく

保障 月約 29,400円

運用 月約 12,600円

あなたの月の余剰資金  
**42,000円**

小さいお子さまがお二人いるあなたは、もしもの時の保障もまだ必要です。

#### あなたの最適な資産配分

iDeco  
インデックスファンド

つみたてNISA  
インデックスファンド

もっと詳しくみる

最低限の保障を持ちつつ、余剰資金を貯蓄と運用に充てることで、バランスよくリスクに備えながら資産を最大化していきます。

- 「よしなに」で保険と運用を続けた場合の推移
- 32歳の平均保険料を払い続けた場合の推移

差額 **980万円**  
運用利益 **300万円** 節約 **680万円**

年齢	「よしなに」で保険と運用を続けた場合の推移 (差額)	32歳の平均保険料を払い続けた場合の推移 (差額)
32歳	0	0
42歳	~100万	~-100万
52歳	~200万	~-200万
62歳	~300万	~-300万
72歳	~1000万	~-680万

# 中立・客観的な評価 により安心して見直しができる

## 保有商品の中立的・客観的な評価

MILIZEが構築した独自の評価テーブルに基づき、ユーザーが保有している商品を客観的に評価します

	契約している商品	あなたへのオファー
TOP		
預金		
投資	 投資信託A 〇〇証券/NISA	 投資信託B 〇〇証券/NISA
社会保障	 自動車 損害保険	 A銀行 からのオファー
生命保険	 個別株A ××証券/特定	 個別株B ××証券/特定
損害保険	 生命保険 ××保険/終身	 FPからのオファー
ローン	 個別株C ××証券/特定	 MILIZE
公共料金	 携帯 XX社/XXプラン	 住宅ローン 固定2.5%
		 情報銀行へ 契約情報を 販売する

## 見直しまでワンストップで対応

金融サービス仲介業の取得により  
保有商品の見直しの実行まで対応できます

### 対象商品は拡大予定

金融商品だけでなく  
スマホや住宅ローンなど  
様々な商品に対応予定



※サービス画面開発中

# アッパーマス層以上

の資産を増やし、幸せになる使い方をサポート

## 増やす・使う

### ESG投資



MILIZEが保有する  
オルタナティブデータより  
投資対象の選定をサポート

### シニアライフプラン シミュレーション



資産寿命の計算や  
健康リスクに対して詳細な計算が可能

## 残す・託す

### 相続・信託



専用のシミュレーションと  
専門家を繋ぐプラットフォーム  
により相続と信託がより身近に

### 一族の資産形成



贈与や相続などを用いた  
世代を超えた資産形成のサポート

あなたのための  
ライフプラン  
YOSHINANI

お付き合いを始めた直後から  
ライフプランが提供されます。  
保険・運用・ローンなど必要  
な管理・シミュレーションが  
提供されます。



あなただけの  
AIアドバイザー  
YOSHINANI

お付き合いを始めた直後から  
アドバイスが始まります。や  
らなきゃいけないこと・やっ  
ておいた方がよいこと・やっ  
てはいけないことをアドバイ  
スします。

TAMARU 家計診断



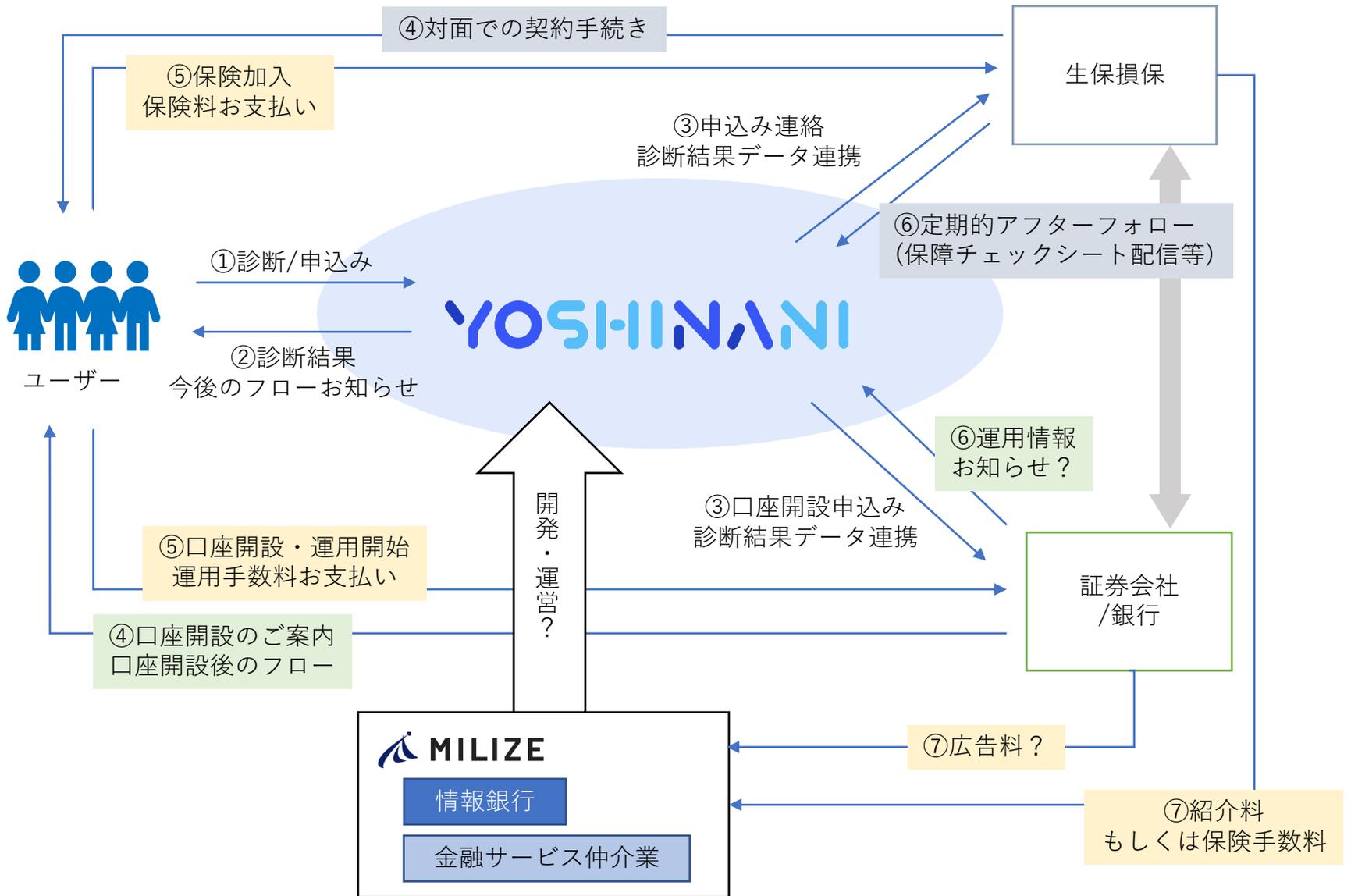
あなただけの  
お金ビッグデータ  
YOSHINANI Data

投資などに深く興味を持った  
方に株式・為替・ビットコイ  
ンなどの最新の分析手法、投  
資手法などを提供します。こ  
ちらはMILIZE INVESTMENT社  
(助言業) から提供されます。



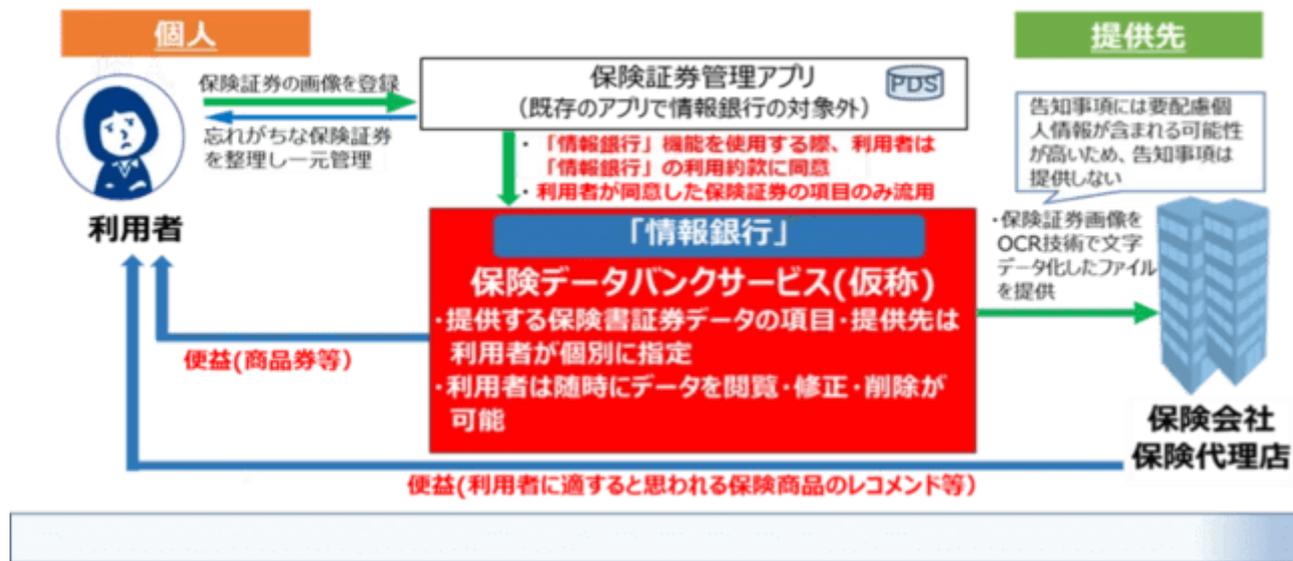
投資助言・代理業 関東財務局長(金商)第3151号  
加入協会：日本投資顧問業協会

# YOSHINANIのビジネスモデル



## 9. 情報銀行

私たちは情報銀行をツールとして上手に使うことで、金融サービス仲介業に入っていきたいと思っています。  
 保険→住宅ローン→運用と拡大を図っていきたいと思っています。



## 2021年3月29日 一般社団法人日本IT団体連盟より「情報銀行」認定を取得

「情報銀行」認定事業者は**当社で7社目**となります。

「情報銀行」認定マークは、2018年6月総務省・経済産業省「情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会」の「情報信託機能の認定に係る指針ver1.0」を踏まえて日本IT団体連盟が策定した国際水準（ISO/IEC29100 (JIS X 9250) 等）のプライバシー保護対策や情報セキュリティ対策等に関する認定基準に適合しているサービスを示すものです。;

認定を受けたサービスの名称：保険データバンクサービス（仮称）

認定の種類：P認定（「情報銀行」サービスが開始可能な状態である運営計画に対する認定）

「情報銀行」の認定を受け、今後「保険データバンクサービス（仮称）」を開始する予定です。「保険データバンクサービス（仮称）」の利用者は、利用者が同意した保険証券の項目を、利用者が指定した保険代理店・保険会社等へ提供することにより、その対価として利用者に適するとと思われる保険商品のレコメンド等の便益を受けることが可能となります。

## 保険証券管理アプリ！ 保険証券を撮影すると、自動でデータ化、一元管理

- ✓ **生命保険も損害保険も一元管理**
- ✓ 家族共有機能や総支払保険料画面で「**家族みんなの保障**」を見える化
- ✓ **公的保障も算出可能**
- ✓ **iOS・Android対応**



### 機能

- 証券管理
- 家族共有機能
- 専門家レビュー（休止中）

### ご利用シーン

- 2C向け
- 保険加入後、もしくはライフイベントを迎え保険に意識が向いたタイミングで現状整理のために利用する

### こんな悩みを解決

- 自分や家族がどんな保険に入っているのか分からない
- 保険料、結局いくら払っているんだっけ？
- 加入中の保険が自分に合っているのか分からない

### 価格

- イニシャル **5,000,000円～**（税別）
- ランニング（クラウド費用別） **月額62,500円～**（税別）

カスタマイズは  
営業担当へ  
お問い合わせ  
ください。

### 導入実績

- toCへ提供中
- 保険代理店で導入中

加入している保険の内容がよくわからない…  
いざという時、どこに連絡すればいいの？  
保険料ってもっと安くないの？

そんなモヤモヤは簡単3ステップで解決！





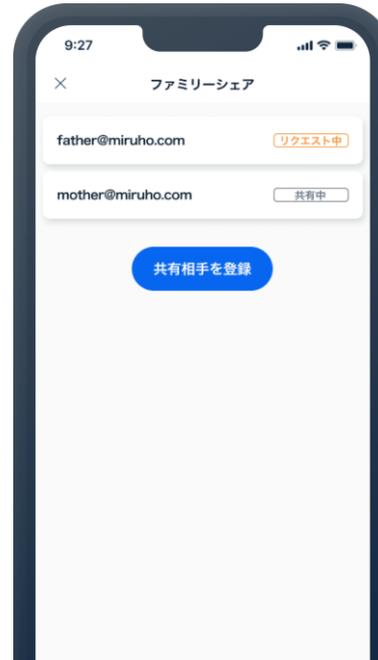
## 一覧画面

- ・カード型UIで視認性を重視
- ・世帯の年間合計保険料を可視化
- ・契約日や保険料順で並び替え可



## 詳細画面

- ・保障内容も詳しく表示
- ・請求連絡先も自動登録
- ・ラベルで保障対象外も分かる



## ファミリーシェア

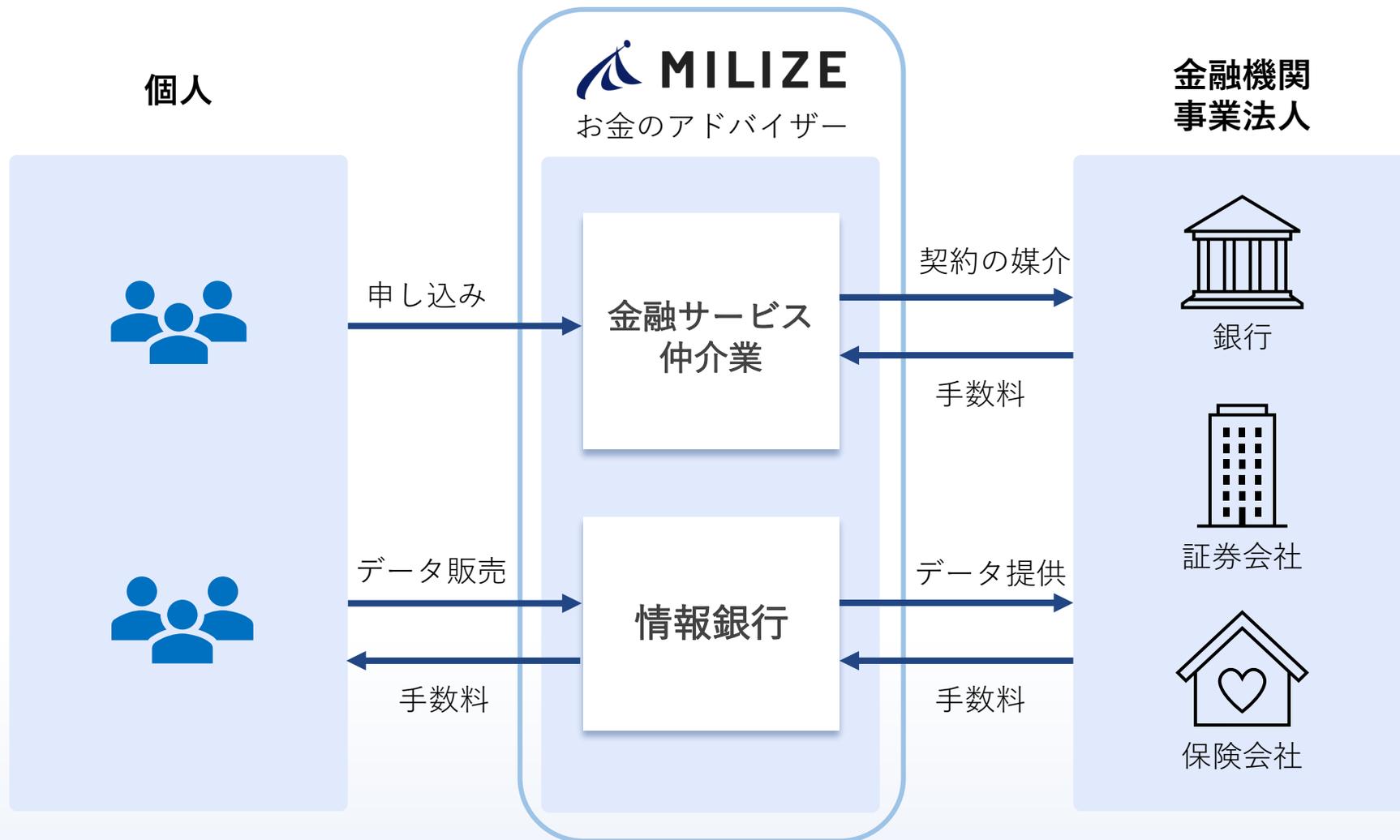
- ・メールアドレス入力だけで、保険データを共有できる
- ・有事の際の請求漏れや手続きの遅れを防止



## 年間合計保険料

- ・チリツモになりがちな保険料が見える化
- ・今後再開する診断機能の動線の遅れを防止

金融サービス仲介業と、情報銀行の2軸で構成する。



ご静聴ありがとうございました。

<ブース出展場所>

ホールE (B2F)

FinTechゾーン EA01

<お問い合わせ先>

株式会社MILIZE

<https://milize.co.jp/>

メール：info@milize.co.jp