

Revenue Capture

次世代の eコマース決済と不正抑止




目次

04	不正抑止管理：歴史的視点
07	eコマースの新時代
10	非対面決済の与信ギャップ
13	Revenue Capture の5つのイニシアチブ
21	Revenue Capture により可視性と信頼性を向上

Cybersource は、1994 年に設立された世界初の eコマース決済管理企業の一つです。Cybersource は、中規模～大規模事業向けのオンライン決済処理および不正抑止管理のパイオニアであり、20 年以上に渡って、eコマース決済ソリューションの完全なポートフォリオを提供しています。2010 年、Cybersource は Visa Inc. の 100% 子会社となりました。現在、Cybersource は、世界中で 45 万社を超える企業のご信頼を得て、オンライン決済ソリューションの合理化に取り組んでいます。

1. 2020 年 6 月 2 日現在。Authorize.Net の業務を含む。



不正における今後の 先端分野：イシュー と連携して、与信率 を高める

eコマースによる収益は現在、約4年半で倍増しています。²一方、このような成長を利用するには、イシューが自信をもってより多くの与信リクエストを承認できるように、eコマーストランザクションの管理に対して繊細なアプローチを取る必要があります。

2. 「US ecommerce sales grow 14.9% in 2019 (米国のeコマースが2019年に14.9%成長)」(Digital Commerce 360)による2010~2019年の年間成長率より、eコマースの平均成長率15%が今後も継続すると想定。閲覧可能：<https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>。この想定値には、新型コロナウイルスCOVID-19の世界的流行がeコマースに与えた影響は考慮されていません。

不正抑止管理： 歴史的視点

Cybersource の Revenue Capture イニシアチブを完全に理解するためには、時の経過と共に不正抑止戦略がどのように変化したかを検証することが重要です。

図1に示されているように、不正抑止管理戦略は、過去10年間で大きく進化しました。費用だけでなく、単に不正の防止に注目したルール式 (Fraud 1.0) から、正確性、運用効率性、顧客体験のバランスを中心に考えた、よりきめ細やかなアプローチ (Fraud 2.0) を経て、非対面決済でのイシューの拒否による事業収益損失を回復するための Cybersource による最新の戦略イニシアチブに至りました (Fraud 3.0)。



Fraud 1.0

不正を今すぐ抑止！
10年前



Fraud 2.0

バランスを改善
5年前



Fraud 3.0

Revenue Capture
現在

図1 | 不正抑止管理戦略の進化。Cybersource 2020。

Fraud 1.0

初期の不正防止エンジンは、チャージバックデータを使用していました。通常は最大 30 日後（あるいはそれ以降）に報告されていたため、不正抑止戦略または不正行為モデルの多くは不正確であり、すぐに時代遅れになっていました。その結果、一部の組織では高いチャージバック率に悩んだり、監視プログラムを導入していました。

その後、多くの事業者では、ハイリスクおよび中程度のリスク指標に基づいて、高額の注文を自動的に拒否することを選ぶようになりました。しかし、不正を最小限に抑えることに重点を置いたため、不正を疑うあまり、正当な注文への拒否率が高まり（「誤判定」）、収益損失および顧客体験の劣化につながってしまいました。それに応じて、不正の脅威に直面して顧客体験を改善するために承認率を増やすことを重視した事業者は、多くのトランザクションを手動の再審査にまわすようになり、効率の低下と事業費の増大を招きました。

事業者は困難なジレンマに直面しています。不正抑止にかかる費用、顧客満足度、運用費は密接に関係しているため、不正を有効に抑止するための簡単な解決法はありませんでした。いずれかを重視すれば、残りの 2 つの要素に影響がでました。

初期の不正抑止管理では、事業者は対応に追われるだけでした。不正を阻止することが主な目的でした。



Fraud 2.0

不正抑止管理における次の進化は、事業者が不正は永続的な脅威になっており、個別に問題に対処することができないと気付いた時に起こりました。3つすべての問題に同時に対処しなければなりませんでした。以下の図2が示すように、ここでの課題は、不正による損失の最小化、収益の最大化、事業費の管理の間で適正なバランスを取ることで、業務を最適化する方法を見出すことにありました。

不正抑止管理チームは、増加した手動再審査に対処するために、より多くの従業員を雇用しなければなりませんでした。更に、多くの事業者では、不正に対応するために、社内の不正抑止ソリューション開発に多額の費用をかけていました。これらの増大する運用コストは、多くの事業者に、自社の不正抑止に対する理解を再評価させることになりました。

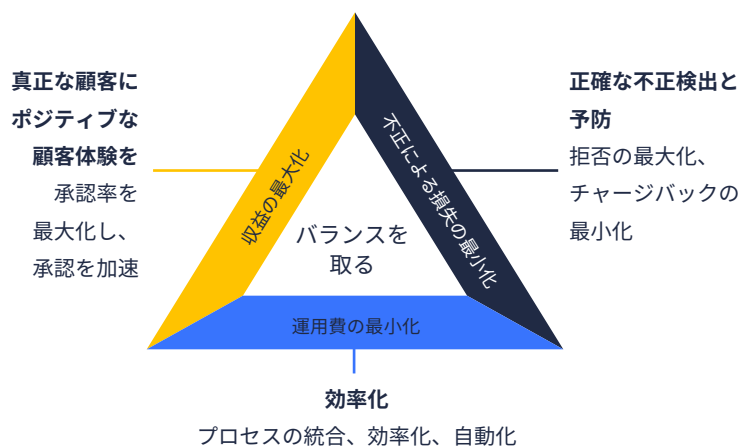


図2 | 不正抑止管理のバランスを取る。Cybersource 2020。

不正抑止にかかる費用は動的なため、多くの事業者では、数年にのぼって蓄積された不正抑止管理の対策を経験することで、3つの費用がどのように相互作用するかを十分に理解するようになりました。

第2段階では、システムおよび戦略が成熟し、事業者はより現実的な費用管理と、顧客体験の改善に注意を向けられるようになります。デバイスフィンガープリンティングや第三者データ検証が定着していくことで、悪意のあるユーザや詐欺組織を直接指摘することが容易になりました。事業者は、手動再審査を実行する前に、本当にリスクが高いトランザクションを特定し、拒否することができるようになりました。これにより、手動再審査による業務負担が軽減できました。

不正抑止管理戦略の第2段階では、チームは3つすべての費用の最小限の組み合わせを見出すことで、業務を最適化する必要がありました。

eコマースの新時代

「Masters of Balance: What it takes to be a fraud management leader(バランスマスター：不正抑止管理のリーダーになるために必要なこと)」、(Cybersource の 2019 Global eCommerce Fraud Management Report (2019 年グローバル eコマース不正抑止レポート)) では、多くの事業者が、不正行為による損失を大幅に抑えることができるようになっており、収益や顧客満足度に与える悪影響を最小限にまで抑えられるレベルになっていると報告しています。³

3. 質問：不正の疑いがあるために拒否された、注文拒否率を示してください。回答例：1. []% 2. 分からない 3. 追跡していない。「Masters of Balance: What it takes to be a fraud management leader (バランスマスター：不正抑止管理のリーダーになるために必要なこと)」(2019 Global eCommerce Fraud Management Report (2019 年グローバル eコマース不正抑止管理レポート)、Cybersource)。

Fraud 3.0

不正抑止管理は、あらゆる組織の eコマース戦略にとって、常に非常に重要な要素となります。一方、多くの事業者（特に成熟産業）においては、既に独自の不正抑止バランスポイントを見出しています。

Cybersource の Revenue Capture イニシアチブは、新しい時代の幕開けを示しています。決済および不正抑止管理の業界リーダーとして、Cybersource は、Visa 事業と連携し、イシューおよびアクワイアラと共同作業を行い、協力関係を築いてきました。不正抑止管理の次のステップは、実は不正抑止管理に全く関係ないところにあります。すなわち、与信転換を最適化することで、損失収益を取り戻すことにあります。



図 3 | Cybersource のリスクソリューション担当副社長 Andrew Naumann が、eコマースと信率を高めるために、Cybersource がイシューおよび事業者とどのように連携しているかについて説明している Revenue Capture のビデオは、[こちら](#)をご覧ください。Cybersource 2020。

次に起こることは何でしょうか？

eコマース収益の潜在的な成長率は莫大です。2023年までに、実店舗の売上高の成長率と比較して、eコマースの売上高は最大5倍成長すると予測されています。⁴現在の成長率が今後も継続すれば、eコマースの売上規模は今後数年間で5.5兆ドルを超える可能性があります。⁵このチャンネルからの収益増を最大化することが非常に重要になりますが、そのための最善の方法は、非対面決済（CNP）と対面決済（CP）の与信率のギャップを縮めて、毎年数十億ドル単位で発生している潜在的な損失収益を取り戻すことにあります。

Cybersource のリスクソリューション担当副社長 Andrew Naumann をはじめとする Cybersource の不正抑止管理の専門家が、イシューと連携して CNP の拒否率（現在は約18%）の改善に取り組んでいます。この拒否率は、CP トランザクションでの拒否率（1%）よりもはるかに高いものです。⁶

この与信における
ギャップが、米国
だけでも毎年数十
億ドルの収益損失
になっています。⁷

拒否率

18% の非対面決済トランザクションが拒否されました



1% の対面決済トランザクションが拒否されました


図 4 | eコマースの与信ギャップ。Cybersource 2020。

4. eMarketer, 「Worldwide Ecommerce Retail Sales (世界のeコマース小売売上高)」, 2019年5月。

5. 「US ecommerce sales grow 14.9% in 2019 (米国のeコマースが2019年に14.9%成長)」 (Digital Commerce 360) による2010~2019年の年間成長率より、eコマースの平均成長率15%が今後も継続すると想定。閲覧可能：<https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>。この推定値には、新型コロナウイルス COVID-19の世界的流行がeコマースに与えた影響は考慮されていません。

6. VisaNet, 「Authorization rates in the United States in Q4 2018 (2018年第四四半期の米国の与信率)」。

7. CybersourceはeMarketerおよびVisaNetのデータに基づいて試算しています



非対面決済の与信の
ギャップを縮めるに
は、Cybersource が
提供する規模と経験
を活かした画期的な
アプローチが必要に
なります。

非対面決済の与信ギャップ

eコマースは信頼性の問題を抱えています。

不正行為の割合は過去数年間でわずかに増えていますが、eコマースの不正行為による損失収益の中期の平均的な割合は相対的に一定しています。この安定性は、事業者がCNP不正抑止にかかる費用を管理するための理想的な均衡点を見つけたことを表しています。

しかし、イシューは依然としてCNPトランザクションを不当に高い率で拒否しています。イシューに関しては、CPトランザクションでは得られるデータの検証が、CNPトランザクションではまだ不足しており、CNPトランザクションは事業者よりもイシューにとって、リスクがはるかに高いと見られることを意味します。その結果、イシューは事業者よりもCNPトランザクションを拒否する可能性が高くなり、上述したように、eコマースのトランザクション全体の18%が拒否されています。2019年のCybersourceのGlobal eCommerce Fraud Management Report（グローバルeコマース不正抑止管理レポート）の結果と比較してみましょう。リスクスコアが高いために拒否されるCNP注文は平均してわずか3%であると報告されています。⁸

そもそもなぜ与信ギャップが存在するのでしょうか。不正なCNPトランザクションによる影響の大半を受けるのはeコマース事業者であり、イシューはほとんど影響されません。トランザクションが不正であることが判明した場合、事業者は売上高の損失だけでなく、イシューにチャージバック料を支払わなければなりません。イシューがトランザクションを強引に拒否した場合、CNP事業者は、収益に多大な影響を受けるだけでなく、かご落ち率が高くなり、顧客ロイヤルティが失われ、競合他社に顧客を奪われてしまいます。



イシューによる拒否は隠れた問題を生み出します

正当な注文がイシューにより拒否された場合、事業者が受ける影響：

- 販売機会の喪失
- 顧客が競合他社に流出
- カスタマーサービスチームの負担増
- ネガティブな口コミにつながる

図5 | イシューによる拒否のネガティブな影響の例。Cybersource 2020。

8. 手動再審査後に拒否されたeコマース注文の割合（グローバル）：3%。P. 32、「Masters of Balance: What it takes to be a fraud management leader（バランスマスター：不正抑止管理のリーダーになるために必要なこと）」（2019 Global eCommerce Fraud Management Report（2019年グローバルeコマース不正抑止管理レポート）、Cybersource）。

このようにダイレクトに影響があるため、多くの eコマース事業者が、不正行為をかなり制御できるようになっているのは当然のことです。事業者は、現在、承認前に不正抑止ソリューションを実行していて、これまで以上に高度な不正抑止ツールや戦略を活用できるようになっており、以前よりもトランザクションの詳細を確認でき、悪質なトランザクションをより正確に拒否することができることで、より多くの注文を安心して承認できるようになりました。その結果、事業者が確認して、イシューに決済与信を依頼するために転送したトランザクションは、イシューが実感しているよりもはるかに、安全に許可できるようになってきています。

それではなぜ、事業者が承認したトランザクションを、イシューはこれほど拒否し続けているのでしょうか？多くのイシューは、未だに不正抑止にのみ注目していて、限られたデータポイントに基づいて注文を拒否しています。イシューは、事業者が使用している新しいトランザクションデータにアクセスできず、事業者の不正抑止管理ツールや意思決定戦略がどれだけ正確で効果的であるかについて十分に理解しているとは限りません。



事業者による拒否は CNP トランザクション のわずか 3%。⁹

拒否されたトランザクションの一部は、実際には誤判定、すなわち、真正の顧客からの正式な注文であったにも関わらず、不正と特定された可能性があります。事業者は不正検出の正確度を高めて、誤判定を更に減らしていくように努力していますが、ネガティブな影響を受ける顧客もいます。完璧な不正抑止ソリューションはないことは明白です。堅固な不正抑止管理戦略を活用しても、事業者の多くが予測しているチャージバック率は平均 0.7% です。¹⁰

9. 手動再審査後に拒否された eコマース注文の割合（グローバル）：3%。P. 32, Cybersource, Ibid.

10. eコマースの年間収益に占める不正なコードを使用したチャージバック率（北米、中東およびアフリカ、ヨーロッパ）：0.7%。P. 32, Cybersource, Ibid.

この観点から、イシューのアプローチは理解できるものです。CP トランザクションは、EMV チップからダイナミックに生成された識別子を提供すると同時に、カード所有者との対面でのやり取り、署名、その他の本人確認データポイントにより、イシューはトランザクションを安心して行えるものです。これと比較して、イシューに関する限り、CNP トランザクションははるかに匿名性が高く、悪意があるユーザは様々な戦略を利用してリスク信号を回避しています。ある程度のリスクはありますが、イシューが思っているほどではありません。

図 4 に示されているように、信用力の問題を差し引いて考えても、年間に拒否される CNP トランザクションの 18% は、米国だけでも数十億ドルの売上げ損失となります。eコマース市場がグローバルに拡大する中で、この数値は増え続けています。¹¹

イシューはトランザクションを独立して評価しており、イシューによって承認の決定に影響するさまざまな基準があることに注意することが大切です。もちろん、拒否率はイシュー、業界、地域により異なります。それでも、これらの拒否により、収益の大幅な損失につながるため、決済エコシステムに関与するすべての業者が連携することで、事業者の拒否率 3% にできるだけ近付けることが非常に重要です。¹²

このような拒否が顧客に与える影響は言うまでもありません。優良顧客の損失は大変高額です。競争が激しい現在では、トランザクションを突然拒否された顧客は、ワンクリックで競合事業者に切り替える可能性が高くなります。そして、今回のトランザクションだけでなく、今後ずっと競合事業者に注文を出し続ける可能性があります。

イシューによる拒否が、主に外部からの誤判定とみなされているため、不正抑止管理マネージャーおよび決済マネージャーの役割が、少しずつ統合し始めています。しなしながら、内部での誤判定とは異なり、この問題に対処する方法は限られています。

ここで Revenue Capture の出番となります。



非対面決済のデータポイント

- 本人確認ができない
- EMV コードがない
- 署名がない



対面決済のデータポイント

- カードが物理的に存在している
- 別の ID 形態で本人確認ができる
- EMV チップにより、一意のトランザクションコードが生成される
- 最後に確認のために署名を得る

図 6 | イシューは、対面決済トランザクションと比べて、非対面決済トランザクションで確認できるデータは限られている。Cybersource 2020。

11. Cybersource はeMarketer および VisaNet のデータに基づいて試算しています。

12. 手動再審査後に拒否された eコマース注文の割合 (グローバル) : 3%。P. 32、「Masters of Balance: What it takes to be a fraud management leader (バランスマスター: 不正抑止管理のリーダーになるために必要なこと)」(2019 Global eCommerce Fraud Management Report (2019 年グローバル eコマース不正抑止管理レポート)、Cybersource)。

Revenue Capture の 5 つのイニシアチブ

未来の不正抑止管理の構築



損失収益を取り戻すための Cybersource の戦略は、多くの eコマース事業者が不正率を制御している点に依存しています。

eコマース決済のパイオニアとして長い歴史を持ち、Visa の 100 %子会社である Cybersource では、CNP 与信率を高めるための独自の立場を活かして、事業者と発行銀行のやり取りを行う方法を根本的に見直し、決済手順を変更しています。

Revenue Capture のビジョンを現実化するために、Cybersource の不正抑止および決済のスペシャリスト達は、事業者が eコマースで高水準の成長を遂げ、次のステップに進めるように、5 つの主要なイニシアチブを開発しました。不正管理ツールおよび分析を強化し、承認率の可視性を高め、処理の摩擦を低減することで、事業者は収益、イシューは手数料、購入者は商品を得られます。

1. チャージバック率の低下

イシューによる与信率は事業者のチャージバック率に連結しています。事業者が高い不正率に悩んでいる場合、イシューはトランザクションの与信に慎重になります。事業者のチャージバック率が下がると、不正抑止管理プロセスが改善されていることをイシューに伝えることになります。イシューはそれに応じて、その事業者のトランザクションを迅速に処理し、事業者の承認率を向上させます。

Decision Manager の高度な機械学習モデルは、事業者が過去のトランザクションデータを評価して、パターンを見つけ、新しい戦略を特定し、決済についてより優れた決定を下すのに役立ちます。Decision Manager は強力で柔軟なルール管理機能を提供します。これによって正確なルールセットを作成するために必要な制御を手に入れた事業者は、組織のより広範な販売および顧客体験の目標に慎重に照準を合わせながら、チャージバック率を下げることができます。

2. 与信率の報告

不正抑止管理チームは、通常データに没頭しています。トランザクション情報により、ルールの強化から手動再審査により、チャージバックの影響を受けるかどうかまで、多くの決定がもたらされます。しかしながら、多くの不正抑止管理マネージャーは、現在の 이슈アの与信ステータスをきちんと理解できていない状況にあります。事業者の多くは、問題があったことに気づかなかつたか、あるいは自分達の組織の外で変化をもたらす力があるとは考えていませんでした。

最初のベースラインがなければ、事業者が桁外れの与信拒否の問題を抱えているのか、あるいは、ギャップを埋めるための進歩を効果的に評価できているのかを測定することは、ほぼ不可能です。Cybersource の最初のステップは、事業者が 이슈アの与信率を確認して、理解できるようにすることです。さらに過去の社内業績を追跡した上で、Cybersource では、類似する業界や分野の他の組織と比較して、事業者のベンチマークを支援します。



이슈ア拒否の次のステップ

事業者は、キーポイントについて、組織の深い知識およびプロトコルを開発する必要があります。

- 拒否率を把握する
- トランザクションが拒否された理由を分析する
- 手動再審査の後で発生した拒否を再審査し、ツールおよびプロセスを必要に応じて再評価する
- 与信理由コードから拒否内容を分析し、スパイクおよびその他の異常を確認する



3. 与信前のトランザクションの事前スクリーニング

事業者は、承認リクエストの前に、不正スクリーニングの全体または大半を上流に移動することの価値をますます強く認識しています。

運用順序を変更して、与信前にトランザクションを Decision Manager に送信することで、トランザクションの費用がわずかに高くなる可能性があります。下流でのメリットが得られます。Decision Manager の事前スクリーニングプロセスでは、機械学習と事業者独自の不正ルールを使用して、イシューに提出する前にトランザクションを整理します。これにより、トランザクションの変換を促すことができます。

このアプローチにより、事業者はフィルターをかけて、非常にリスクの高いトランザクションや、既知の不正データポイントからのトランザクションを、与信送信前に拒否することができるため、より明白なトランザクション一式をイシューに送ることができます。

こうして整理されたトランザクションは、イシューの拒否率と運用負担を軽減するのに役立ち、事業者の過去の不正率を改善するのに役立ちます。やがて、イシューは事業者への信頼を高め、結果として与信の受け入れが増加します。損失した収益を取り戻すために与信率を改善することが最終目標であり、運用費の増加を上回る高水準の成長をもたらすことができます。

これまで



これまで

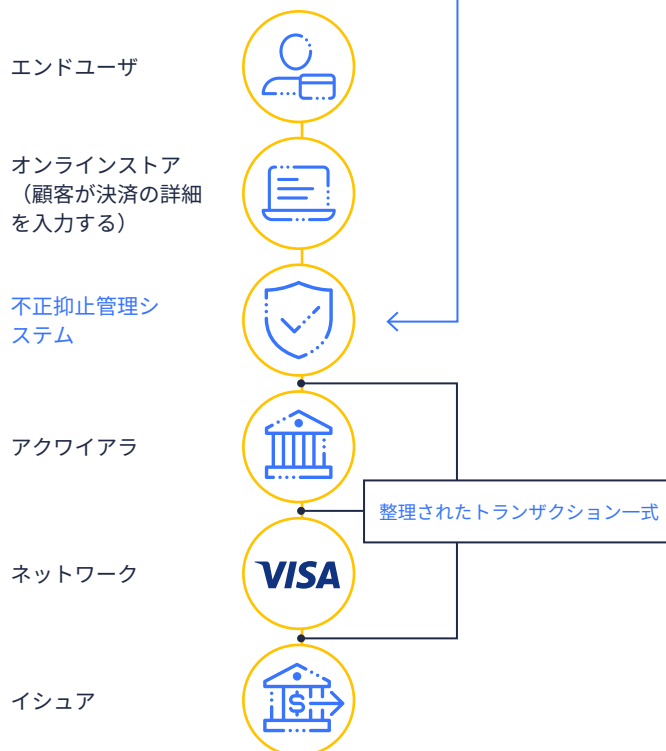


図 7 | 不正スクリーニングを上流に移動することで、与信リクエストと同時に、イシューに追加情報を提供します。Cybersource 2020。

歴史的な不正トランザクション戦略を振り返る

従来は、事業者が不正スクリーニングを行って、口座が有効で、残高があることを確認してから、トランザクションを発行銀行に送信していました。

これは、以下の2つの理由で意味がありました。

1つ目は、事業者は住所検証サービスおよびセキュリティコードなど、イシューからの返答ツールの結果にアクセスでき、意思決定プロセスの強化につながりました。

2つ目は、評価のために第三者不正抑止ソリューションを送信するトランザクションの量を減らすことで、運用費を軽減することができました。



4. ツール設定の最適化

組織によっては手動再審査、二次レベル処理、与信、スマートルーティングなど、利用できる多数のツールを所有している場合があります。どのツールをいつ利用すれば良いのでしょうか。また、ツールはどの順序で使用すれば良いのでしょうか。Decision Manager の高度な分析およびレポート作成機能により、これらのツールを最適化でき、Cybersource によりセルフチューニングのフィードバックループを作成することができます。

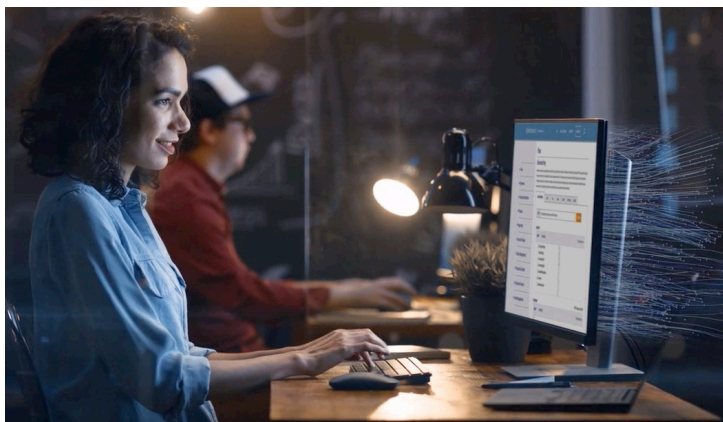


図 8 | Cybersource の Decision Manager では機械学習を使用して、不正対策機能を継続的に改善しています。Cybersource 2020。

機械学習を使用し、決済承認プロセスやトランザクションのルーティングなどの業務用に自動ルールの微調整を行うことで、Cybersource の Decision Manager は、不正抑止管理チームにかかる意思決定の負荷を軽減し、手動再審査にまわされたケースに注力できるようにします。

新しいトランザクション履歴と、様々な意思決定の配列の分析を継続的に組み入れていくことで、ツール設定が最適化され、達成率が高まります。

5. 自動認証による顧客体験の維持

Cybersource は欧州決済サービス指令 (PSD2) マンデートによる確実な本人認証 (SCA) の影響を受けるお客様と連携しています。Cybersource の Payer Authentication ソリューションは、与信を自動化し、PSD2 SCA マンデートの免除を最大化し、決済処理中の顧客の摩擦を減らします。

Decision Manager を通じて利用できる Payer Authentication により、事業者は顧客の決済体験をより詳細に制御できると同時に、不正行為の責任のシフトやインターチェンジ料金の削減を含む、最新世代の Cybersource の EMV® 3-D Secure ソリューション¹³ (SCA の要件をサポート) のすべてのメリットを享受できます。

このツールを実装することで、事業者は支払者認証保護をリクエストするタイミングを決定できます。これにより、優良顧客にシームレスな決済体験を保証し、最近の PSD2 SCA マンデート要件へのコンプライアンスをサポートできます。

与信率が低下しないようにするには、Cybersource の Payer Authentication ソリューション、強力な不正スクリーニング戦略、免除最適化サービスを組み合わせる必要があります。

13. EMV® は、米国およびその他の国における登録商標であり、それ以外の地域では未登録の商標です。EMV の商標は EMVCo, LLC. が所有しています。

強力な顧客認証の概要

EU の PSD2 SCA マンデートでは、アクワイアラとイシュアの両方が欧州経済領域、英国、またはジブラルタルにいる場合、特定の e コマース決済トランザクションにおいて、確実な本人認証が要求されます。指令の SCA マンデートは 2019 年 9 月 14 日に発効し、2021 年の施行開始が予測されています。¹⁴

SCA が要求される場合、ユーザはそれぞれのカテゴリから 1 つずつ、少なくとも以下の 2 つの要素による本人認証が必要です。

- ✓ **ユーザが知っていること** – PIN、パスワードなど
- ✓ **ユーザが所有するもの** – トークンジェネレータ、事前登録済みのモバイルデバイスなど
- ✓ **ユーザの特徴** – 指紋、声認証など

PSD2 についての詳細：

www.Cybersource.com/psd2

SCA についての詳細：

www.Cybersource.com/en-gb/psd2-sca

この領域で販売を行う e コマース事業者は、SCA に対応する必要があります。できない場合には、トランザクション拒否の増加につながる可能性があります。

SCA の利点

1. SCA は、カード保有者により大きな安心を届けます。
 - a. イシュアが 2 要素認証を使用してカード保有者を認証する機能などのセキュリティ対策の強化により、認証成功時のカード保有者の信頼が高まります。
2. SCA はイノベーションの原動力です。
 - a. SCA は、EMV 3DS 2 プロトコルの導入につながりました。3DS 1 と比較して、EMV 3DS 2 プロトコルでは、事業者はイシュアと 10 倍多くのデータを共有することが可能になり、イシュアの認証戦略と意思決定が強化されます。

¹⁴ EBA Opinion、2019 年 10 月 16 日発行。閲覧可能： <https://eba.europa.eu/eba-publishes-opinion-on-the-deadline-and-process-for-completing-the-migration-to-strong-customer-authentication-sca-for-e-commerce-card-based-payment>

未来のイノベーション

Revenue Capture は、CNP 与信のギャップを埋めるのに役立つ新しい手段を見つけるために進化し続けます。このセクションでは、開発の次のフェーズを対象とした、将来の機能についていくつか説明します。

1. インテリジェントなルーティングツール

インテリジェントな決済ルーティングプロセスは、トランザクション基準の履歴を分析することにより、事業者が与信認証を更に増加させるのに役立ちます。様々な種類のトランザクションを適切なアクワイアラに一致させることで、与信率を最大限に高めることができます。

他の基準に加えて、ドル額、クロスボーダートランザクションであるかどうか、実際のカードのイシューであるかなどを考慮に入れてから、バックエンドで適切なプロセッサにルーティングします。

将来、Decision Manager は API ベースのスマートルーティングをサポートできるようになり、トランザクションを適切にルーティングするために、API フィールドにルールを構成する機能を持つようになります。集約されたパラメータ（ドル額、量など）に基づいてトランザクションのルーティングを行う機能も Decision Manager で利用できるようになります。

個別注文で設定可能

スマートルーティングエンジン

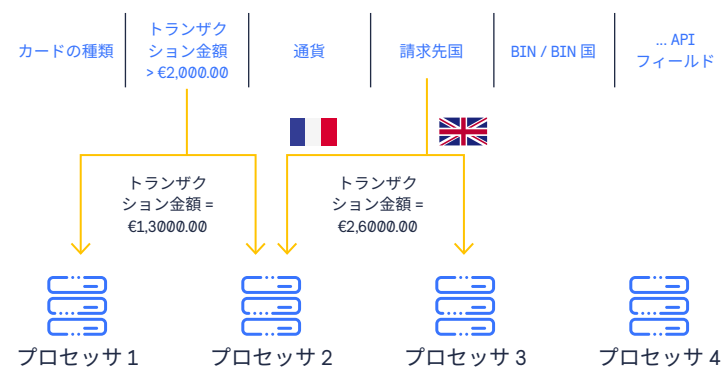


図 9 | 個別注文で設定可能。Cybersource 2020

インテリジェントな決済ルーティングにより、金額、クロスボーダー課金、カードのイシュー、API フィールド（該当する場合）、様々なパラメータの総計を検討して、バックエンドで適切なプロセッサへのトランザクションのルーティングを行います。

量または金額の総計

スマートルーティングエンジン

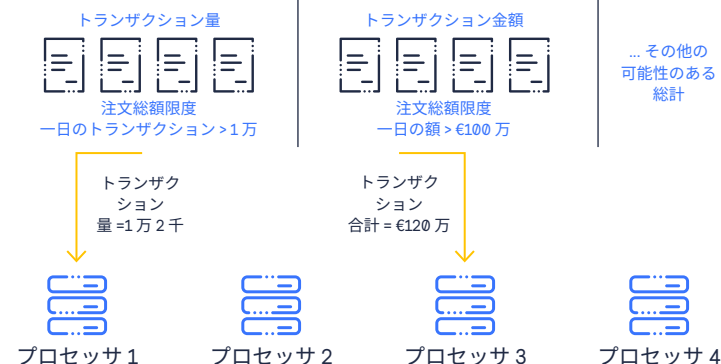


図 10 | 個別注文で設定可能。Cybersource 2020

2. Verifi によるチャージバック管理

Cybersource は Verifi の Order Insight を Decision Manager に統合します。Order Insight は、審査の必要性をなくすことができるように、顧客の問い合わせの最初のポイントで 이슈アと顧客に拡張された注文データを提供します。Order Insight により、 이슈アは時間を節約することが、顧客は混乱を避けることが可能になります。また、事業者は審査の必要性やチャージバックを減らすことで、ブランドが傷ついたり顧客を失ったりすることを防ぐことができます。最も重要なのは、本来ならチャージバックであったものを正当なトランザクションに変換することです。

3. 与信前に 이슈アとリスクスコアを共有する

トランザクションを事前にスクリーニングするために、与信前に不正ルールを実行して従来の台本をひっくり返すことで、 이슈アは与信リクエスト承認時により自信を持つことができます。しかし、私たちは 이슈アのリスク評価を補足するために、事業者が与信リクエストとともにこの事前スクリーニングの結果データの一部（リスクスコアなど）を共有できるようにする新機能にも取り組んでいます。トランザクションリクエストにこれらの追加のデータポイントを含めることが可能になれば、それは「このトランザクションは Decision Manager によって事前にスクリーニングされた」ことのサインとなり、フラグが立てられたトランザクションはリスクが少ないことが 이슈アにわかります。



Revenue Capture により可視性と信頼性を向上

多くの eコマース市場では効果的な不正抑止戦略が実践されており、不正行為による損失を最適化された低いレベルで維持することで、事業者は Revenue Capture を使用して売上げ増加を目指して努力できるようになりました。Fraud 3.0 世代では、与信拒否を減らし、可視性を高め、与信前の非対面決済トランザクションの理解を深めることに重点を置いています。

Cybersource は Visa、事業者、イシュー、およびアクワイアラと連携することで、決済機関の間で円滑かつ包括的なコミュニケーションを構築し、CNP トランザクションの可視性を高め、意思決定の摩擦と当事者の全体的なリスクを減らしています。

Cybersource の Revenue Capture イニシアチブの最も基本的な目標は、イシューの与信率を高め、顧客満足度を改善し、損失収益を取り戻すことにあります。このような大きな変化を起こすことができる経験、規模、ネットワークを持っているのは Cybersource と Visa だけです。Cybersource は決済と不正抑止管理において業界のリーダーであることを誇りに思っています。

このホワイトペーパーには、Cybersource により開発中のプログラム、コンセプト、詳細が含まれています。Cybersource の特性、機能、導入、ブランディング、スケジュールは Cybersource の裁量において修正、更新、または中止される場合があります。また、プログラムおよび機能の公開時期は、Cybersource が制御できない多くの要因の影響を受けます。この要因には、イシュー、アクワイアラ、マーチャントおよびモバイルデバイスのメーカーによる必要なインフラストラクチャーの展開に限定されるものではありません。更に、一部の既存の機能は、一部の国ではご利用いただけない場合があります。プログラムへの参加は、Cybersource のプログラム参加条件契約に従うものとし、マーチャントの参加には関連文書と、アクワイアラの参加、承認、または協賛が必要になります。

このホワイトペーパーには、1995 年の米国私的証券訴訟改革法の定義における「将来の見通しに関する記述」が含まれています。これらの記述には、「計画」、「目標」、「利用可能」、「可能性」、「予測」およびその他の同様の将来について言及する用語により識別されます。このような記述の例として、弊社のロードマップ、企業戦略、および製品目標、計画、目的などが含まれますが、これに限定されるものではありません。性質上、将来の見通しに関する記述は、(i) 作成日現在における予測であり、(ii) 歴史的事実でも、将来の業績を保証するものでもなく、(iii) リスク、不確実性、仮定、および予測または数値化が難しい状況の変化により左右するものです。そのため、以下を含む様々な要因により、実際の結果がかかる将来の見通しに関する記述とは実質的に異なったり、逆の結果になる場合があります。法または規制の変更の影響、開発サイクルの乱れ、および/または問題、開発上の優先順位の変更、および Cybersource の親会社である Visa Inc. が「リスク要因」という表題で記載しているその他の要因、Form 10-K 上の最新の年次決算報告書および Form 10-Q 上の最新の四半期決算報告書。かかる記述に全面的に依拠しないようにしてください。法により要求された場合を除き、弊社では、新情報または将来の開発その他のために、将来の見通しに関する記述を更新または改訂することはありません。

比較、統計、リサーチおよび推奨は「現状のまま」提供されるものであり、情報提供のみを目的とすることが意図されており、運営、マーケティング、法律、技術、税務、財務またはその他に関するアドバイスとして、これに依拠すべきではありません。Cybersource では、本書に含まれる情報の完全性または正確性について、一切の保証や表明をするものではなく、かかる情報に依拠した結果についての責任または義務を負いません。ここに含まれる情報は、法的な助言を意図したのではなく、読者は必要に応じて、適切な法律の専門家の助言を得ることが推奨されます。

Revenue Capture イニシアチブ* はすべて、Cybersource の企業向け不正抑止管理ソリューションである Decision Manager を通じて実装されます。

Decision Manager についての詳細、および、Revenue Capture の業界最高レベルのアプローチを導入して、与信率を最適化する方法については、Cybersource.com から Cybersource に今すぐお問い合わせください。

*すべてのイニシアチブは、Cybersource の裁量により変更または中止される場合があります。

© 2020 Cybersource Corporation. All rights reserved.