

SCB

SHINKIN
CENTRAL
BANK

金融調査情報

28 - 17

(2016.11.14)



信金中央金庫

SCB 地域・中小企業研究所

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7
TEL. 03-5202-7671 FAX.03-3278-7048
URL <http://www.scbri.jp>

急速に脚光浴びる「フィンテック」 - 利用者本位の「フィンテック」に向けて -

視 点

信金中央金庫 地域・中小企業研究所では、信用金庫取引先の中小企業が最近話題の「フィンテック」に対してどのような意識をもっているのかについて、2016年9月に実施した第165回全国中小企業景気動向調査に付随した特別調査「金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」を実施した。

本稿では、この調査結果を概観するとともに、中小企業や個人向けに利便性の高いフィンテックサービスの提供にチャレンジする(株)ミロック情報サービス(東京都新宿区)とスマートアイデア(株)(東京都港区)の事例を紹介しながら、利用者本位の「フィンテック」について考察した。

要 旨

- 信金中央金庫 地域・中小企業研究所が実施した第165回全国中小企業景気動向調査に付随した特別調査の結果をみると、中小企業では、総じて“金融機関取引のIT化”そのものに対しては肯定的に捉えていることが浮き彫りとなった。しかし、“金融機関取引のIT化”を「フィンテック」という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分からないもの」と認識されてしまい、信用金庫の取引先である中小企業においては、まだまだ「フィンテック」は浸透していないようである。
- 利用者に広く受け入れられるフィンテックサービスを提供するためには、スマホという限られた処理能力のなかでソフトウェアを開発しメンテナンスできる高い「技術力」に加えて「デザイン力」が鍵を握るだろう。すなわち、「フィンテックサービス≒技術力×デザイン力」と言い換えることができ、フィンテックサービスの開発では、スマホ専門のアプリケーション技術者とともにデザイナーの果たす役割もますます大きくなるのではなかろうか。

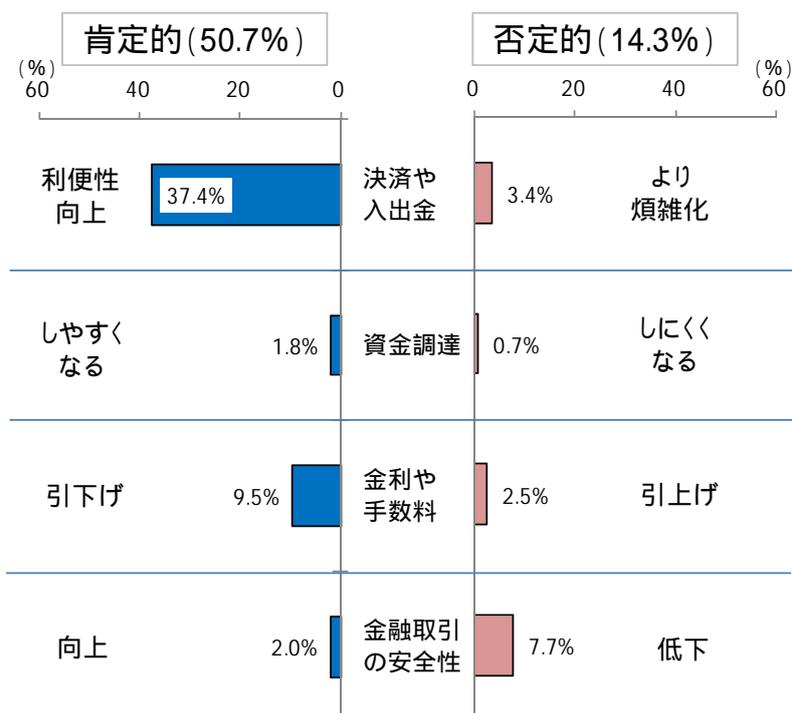
キーワード： フィンテック 全国中小企業景気動向調査 特別調査
クラウド プラットフォーム 家計簿アプリ 利用者本位

目次

1. 全国中小企業景気動向調査からみる中小企業の「フィンテック」への期待
2. フィンテックサービスの利便性向上への挑戦
 - (1) 株式会社ミロク情報サービス（東京都新宿区）
 - (2) スマートアイデア株式会社（東京都港区）
3. 利用者本位の「フィンテック」に向けて

1. 全国中小企業景気動向調査からみる中小企業の「フィンテック」への期待

信金中央金庫 地域・（図表1）中小企業における「金融機関取引のIT化」への期待
 中小企業研究所では、「第165回全国中小企業景気動向調査（2016年7～9月期実績・2016年10～12月期見通し）」¹のなかの特別調査にて、「金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」と題して、全国14,485企業²の中小企業を対象に「フィンテック」に対する意識調査を実施した（調査票については巻末参照）。



中小企業では、「金融機関取引のIT化」に対して、「決済や入出金の利便性が高まる」（回答割合 37.4%）ことへの期待を筆頭に、全体の過半数である 50.7% が肯定的な見方をしている一方、否定的な見方は全体の 14.3%にとどまった（図表1）。中小企業では、総じて「金融機関取引のIT化」に対して肯定的に捉えていることが浮き彫りとなった。

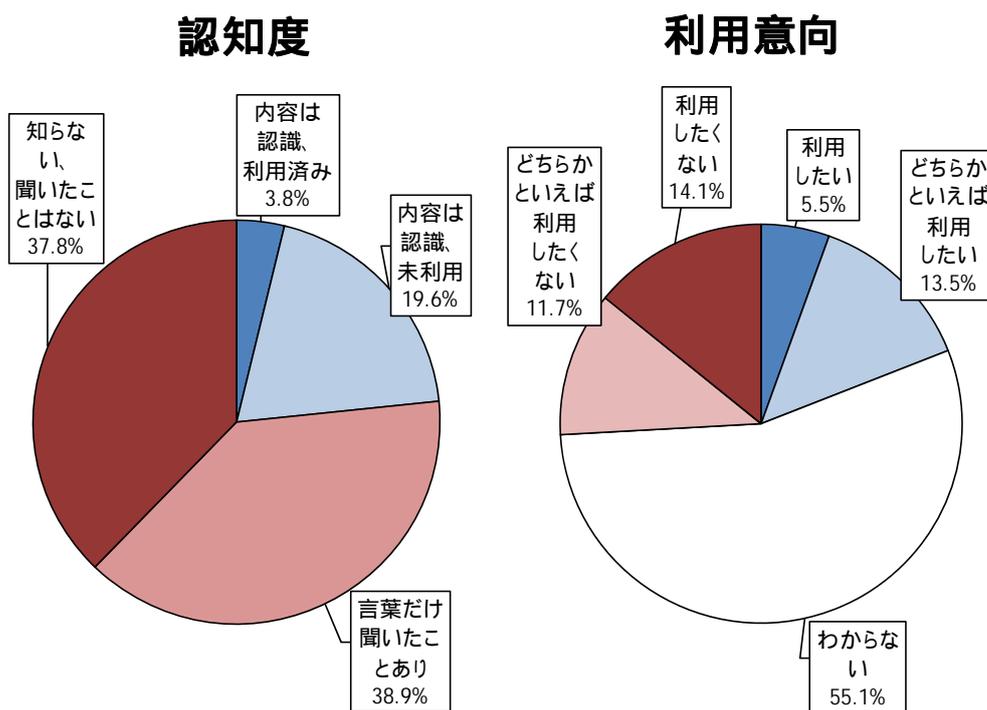
しかし、「フィンテック」という言葉自体への認知度は高くない。中小企業における

¹ 調査結果については、信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページのうち、<http://www.scbri.jp/PDFtyuusyoukigyou/release/release165.pdf> を参照。

² 標本数 15,848 企業のうち有効回答数。回答率は 91.4%である。調査方法は、全国各地の信用金庫営業店の調査員による「聴取り」調査である。

「フィンテック」の認知度は

(図表2-左図)、「内容は認識している(「内容は認識、利用済み」と「内容は認識、未利用」の回答割合の合計)」の回答割合が23.4%である一方、「内容は認識していない(「言葉だけ聞いたことあり」と「知らない、聞いたことはない」の回答割合の合計)」の回答割合は76.7%に上る。

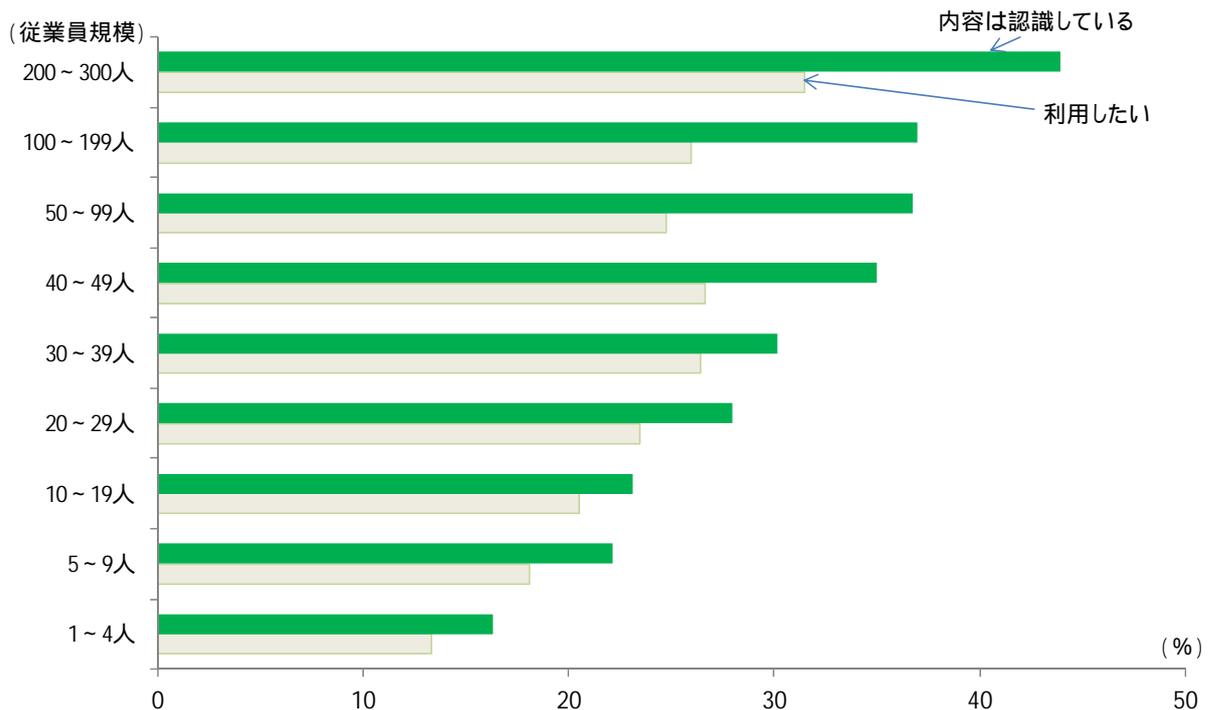


(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 (2016年9月29日) 「第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT活用と中小企業」から引用

また、中小企業における「フィンテック」の利用意向をみると(図表2-右図)、「利用したい(「利用したい」と「どちらかといえば利用したい」の回答割合の合計)」の回答割合が19.0%である一方、「利用したくない(「どちらかといえば利用したくない」と「利用したくない」の回答割合の合計)」の回答割合は25.8%、「わからない」の回答割合は55.1%と過半数に上る。すなわち、中小企業の多くは、金融サービスがIT化していくことに対しては利便性の観点から肯定的に捉えているものの、「金融機関取引のIT化」を「フィンテック」という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分からないもの」と認識してしまうようである。さらに、「フィンテック」について「内容は認識している」、「利用したい」と回答した中小企業を従業員規模別にみると(図表2-)、従業員規模が大きい中小企業ほど「フィンテック」の内容を認識し、利用意向が高まる傾向がみられる。したがって、今後、信用金庫を含む金融機関がフィンテックサービスを提供していくにあたっては、とりわけ規模が小さい取引先に対しては親切で丁寧な説明をしていくことが求められるのだろう。

中小企業が、事業上で利用している(あるいは利用したい)フィンテックサービスをみると(図表3)、「フィンテック」への認知度や利用意向が全般的に高くはないことから、「利用したくない」の回答割合が45.8%と半数近くに上る。一方、「利用している

(図表2 -) 従業員規模別でみた中小企業における「フィンテック」の認知度合いと利用意向



(注1) 「内容は認識している」は、「内容を知っていて、既に利用している」と「内容を知っているが、利用していない」の回答割合の合計である。

(注2) 「利用したい」は、「利用したい」と「どちらかといえば利用したい」の回答割合の合計である。

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所(2016年9月29日)「第165回全国中小企業景気動向調査特別調査 金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」をもとに作成

(あるいは利用したい)」と回答した中小企業では、「経営・業務支援系サービス³」(23.6%)、「スマホ決済・送金」(17.9%)、「クラウド会計サービス⁴」(15.8%)に対するニーズがある。金融業界で大きな話題となっている「オンライン投資/ロボアドバイザー⁵」や「仮想通貨⁶(ビットコイン等)」に対しては、中小企業での関心は決して高いとはいえないようである。金融サービスを提供する金融機関側と、利用する中小企業側との間には、フィンテックサービスへの興味・関心にギャップが存在している可能性がある。フィンテックサービスを企画、検討するにあたって、金融機関本位ではなくお客様本位での視点が求められているのかもしれない。

最後に、中小企業が社長個人(家族を含む)として利用している(あるいは利用したい)フィンテックサービスをみると(図表4)、「利用したくない」の回答割合は、事

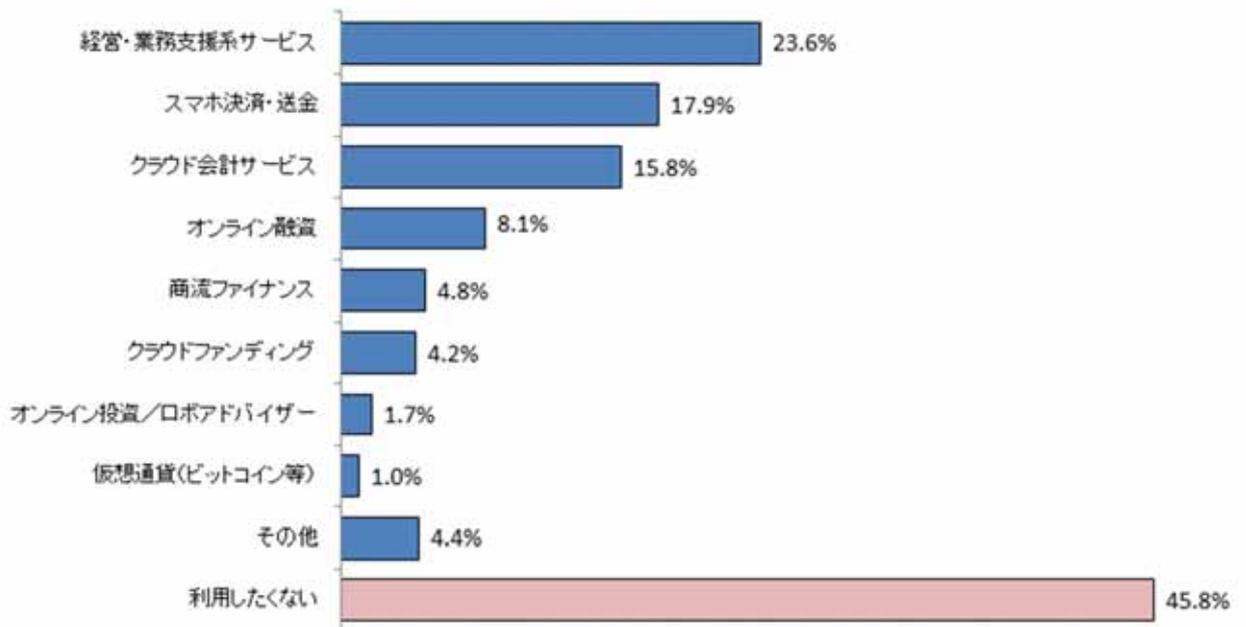
³ 「急速に脚光浴びる「フィンテック」 -FinTech エコシステムの形成に向けて-」(2016年9月1日付け)のなかで事例紹介したメリービズ(株)(東京都港区)が提供する経理入力代行のようなサービスをいう。(http://www.scbri.jp/PDFkinyuchousa/scb79h28s14.pdf)

⁴ 従来の会計ソフトで入力作業していたものを、オンライン上で売上や入金などを自動入力する仕組みであり、会計情報を「見える化」するサービスのこと。

⁵ 利用者から与えられた情報を基に独自のアルゴリズムで計算を行い自動的に最適な投資ポートフォリオを提案・運用する資産運用サービスのこと。

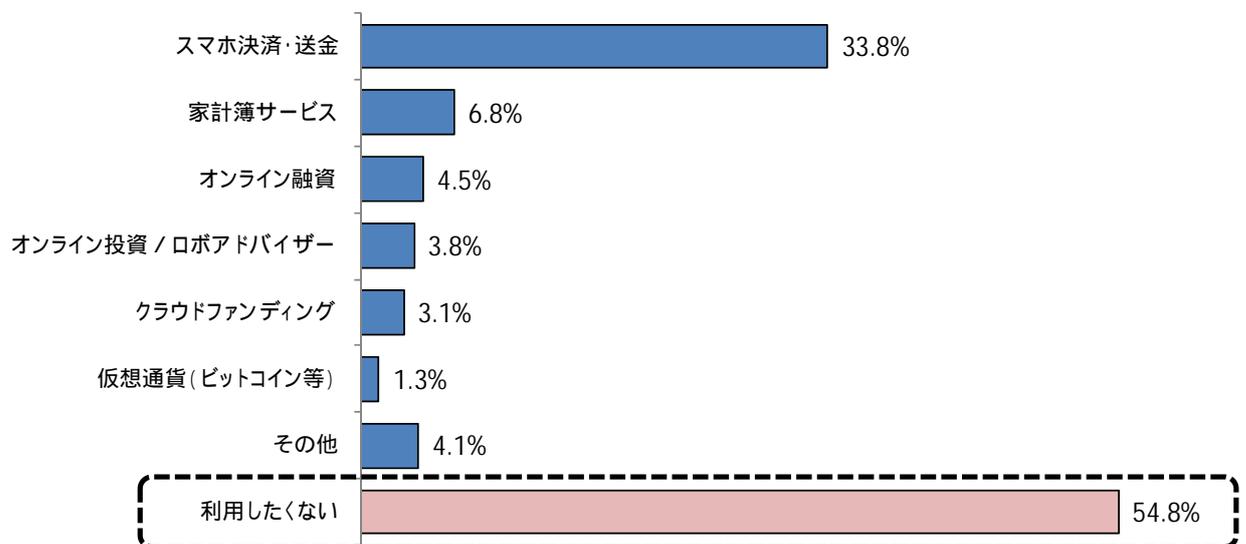
⁶ インターネット上のみで通貨的な機能を有する財産的価値が認識される情報のこと。

(図表3) 中小企業における「フィンテック」に対するニーズ



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所(2016年9月29日)「第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」から引用

(図表4) 中小企業における個人(もしくは家族)としての「フィンテック」に対するニーズ



(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所(2016年9月29日)「第165回全国中小企業景気動向調査 特別調査 金融サービスにおけるIT利活用と中小企業」から引用

業上で「利用したくない」の回答割合(45.8%)を上回る54.8%に上る。この理由は、今回の特別調査を通じて得られたコメントから垣間見ることができる。具体的に寄せられた関連する主なコメントは次のとおりである。

主なコメント

- ・信用金庫職員による定期的な訪問を受けているため、金融サービスのIT化の必要性を感じていない。(自動車用検査機器製造 静岡県、食品加工 和歌山県)
- ・インターネットバンキングすら利用したことはなく、今までどおりの金融サービスの継続を希望している。(木材・木製品製造 北海道)
- ・金融機関店舗が近隣にあるため、金融サービスのIT化には関心がない。(建築資材卸売 埼玉県)
- ・取引金融機関のインターネットバンキングを利用しているが、利便性を感じない。(家電販売 岡山県)
- ・サイバーテロ等を懸念し、「フィンテック」を消極的に捉えている。(塗装工事 北海道)
- ・スマホ決済にはセキュリティ面での不安を感じている。(不動産賃貸・仲介 群馬県)

これらコメントをみる限り、中小企業ひいてはその社長、家族は、金融機関職員による“Face To Face (対面)”での定期的な訪問や既存の金融取引(店舗が近いため来店での取引など)に不満を抱えておらず、かつセキュリティ面で信頼、信用されている姿が浮かび上がる。これら実態は、一見、FinTech企業が成長していくための環境(FinTechエコシステム)の形成等を進める政府の動き⁷に相反するように見える。しかし、そのほかのコメントとして、「メガバンクなどでは「フィンテック」を利用できる環境であるため、信用金庫でも「フィンテック」を利用できないと不便である(家庭用金物卸売 愛媛県)」、「「フィンテック」への対応について、取引金融機関からの説明がほしい(自動車部品製造 長野県)」なども寄せられており、中小企業にとって「フィンテック」に対する正確な情報が不足していることも懸念される。

したがって、大手行や地方銀行等を中心にフィンテックサービスの提供が徐々に進んでいくなかで、今後、信用金庫には、取引先である中小企業とその社長、家族に対して、まずは正確に「フィンテック」に関する情報提供をしていくことが求められてくるだろう。

以上、信用金庫の取引先である中小企業とその社長、家族の間では、まだまだ「フィンテック」は浸透していないようである。とはいえ、図表2- で示したとおり、規模の大きな中小企業ほど、メガバンクや地方銀行などから提案されていることもあって、「フィンテック」への理解度合いは高く、実際に利用も進んでいることも明らかになっている。中小企業とその社長、家族が「フィンテック」を正しく理解して利用するようになれば、政府のいうFinTech企業が成長していくシナリオは現実味を帯びてく

⁷ 信金中央金庫 地域・中小企業研究所ホームページに掲載の「急速に脚光浴びる「フィンテック」 - FinTechエコシステムの形成に向けて - 」(<http://www.scbri.jp/PDFkinyuchousa/scb79h28s14.pdf>)を参照。

るだろう。

そこで本稿では、中小企業向けに振込代行などのクラウドプラットフォームでのサービス提供に挑戦する(株)ミロク情報サービス(東京都新宿区)の事例を紹介する。併せて、中小企業の社長個人あるいは家族などを含む個人が気軽に楽しく利用できる家計簿アプリを提供するスマートアイデア(株)(東京都港区)の事例も紹介する。

2. フィンテックサービスの利便性向上への挑戦

(1) 株式会社ミロク情報サービス(東京都新宿区)

イ. 会社の概要

同社は、1977年に設立され、会計事務所(税理士・公認会計士事務所)ならびに中堅・中小企業を主な対象として財務・会計システムや経営情報サービスを開発、提供する東証一部上場企業である(図表5)。7社のグループ会社⁸を有し、設立以来、会計事務所との強固なパートナーシップを構築・維持することにより、中小企業を支援することを使命としている。

その中長期経営ビジョンでは、「ミロク情報サービスグループは、インターネット等の技術革新や経営環境の変化に適応して、お客様の視点に立ち、お客様に喜んで頂ける新しい価値を提供し、お客様の経営イノベーションを推進します。～中小企業のIT化を支援し、中小企業を元気にします～」

(図表5) 株式会社ミロク情報サービスの概要



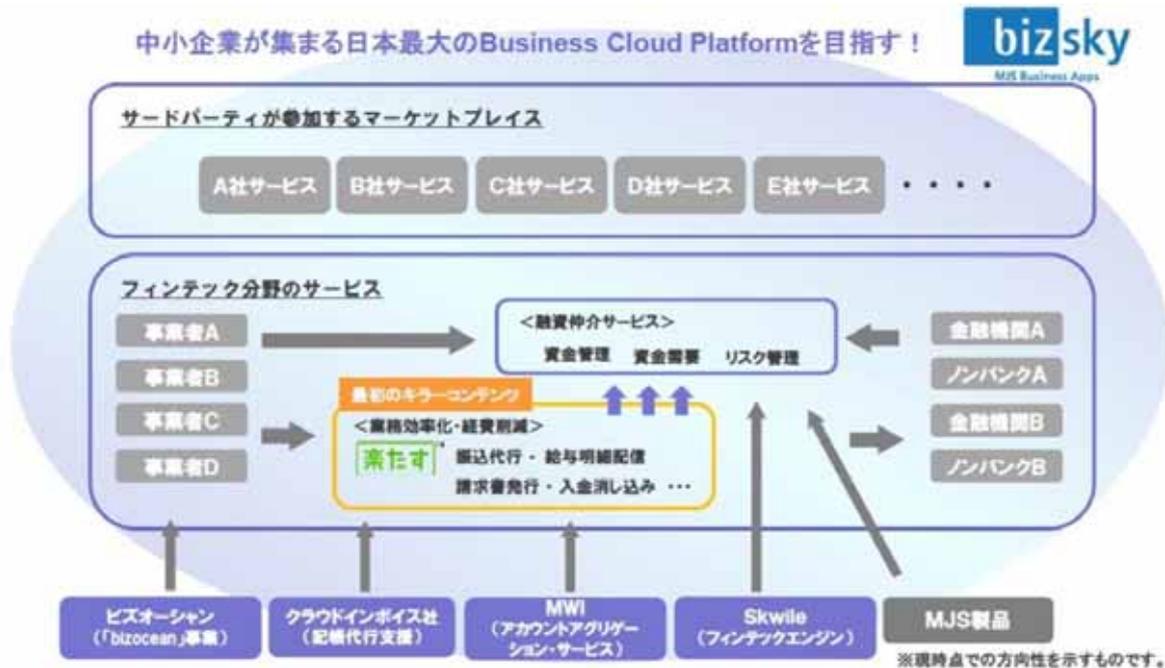
| 同社の概要 | |
|-------|---|
| 法人名 | 株式会社ミロク情報サービス |
| 代表 | 是枝 周樹 |
| 本部所在地 | 東京都新宿区 |
| 設立 | 1977年11月 |
| 事業内容 | 税理士・公認会計士事務所およびその顧問先企業向けの業務用アプリケーションソフトの開発・販売など |

(備考1) 写真は取材に応じていただいた製品開発・サポート本部 bizsky 事業部 岩田悟部長(中央)、和田淳市部長(右)、森岡智直課長(左)

(備考2) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

⁸ (株)エヌ・テー・シー(NTC)、(株)エム・エス・アイ(MSI)、リード(株)、MJS M&A パートナース、クラウドインボイス(株)、Miroku Webcash International(株)、(株)ビズオーシャンの7社である。

(図表6) クラウドプラットフォーム「bizsky (ビズスカイ)」の目指すスキーム



(備考) 同社提供

と掲げている。すなわち、同社は、一貫して中小企業の支援につながる事業展開⁹を図っている。

同社は、今後も会計事務所とのパートナーシップを強化しながら、わが国経済の基盤を担う中小企業が抱えるさまざまな経営課題を解決するための新しい価値（経営システム・経営ノウハウ・経営情報）を提供していく方針である。

ロ．取組みの概要

同社は、前述した中長期ビジョンに基づき、中小企業を支援する新しい価値創出を目的として、約3年前から「bizsky 事業」の構想をスタートした。

同事業では、中小企業が抱える経費削減、業務効率化、資金調達などのさまざまな経営課題に対するソリューションを企画・提供することを目指している。その基盤となるのが、“B to B”クラウドプラットフォーム「bizsky」の構築である(図表6)。「bizsky」は、中小企業の根源的な経営課題を解決するためのコンテンツ・サービスを取り揃えたマーケットプレイス機能を持つクラウドプラットフォームである。本プラットフォームは、2016年9月6日に本格始動し、その上で稼動する最初のクラウドサービスとして、「楽たす振込」の提供を開始した(図表7)。

⁹ 中堅・中小企業向け製品ラインアップとして、「Galileopt NX - 」(中堅企業向けERPシステム<効率的な経営スタイルを実現するソフトウェア>)、「MJS LINK NX - 」(中小企業向けERPパッケージシステム)、「ACELINK NX-CE」(中小企業・小規模事業者向け業務パッケージ)、「iCompass NX」(小規模企業・個人事業者向けパッケージソフト)などをサービス提供している。

今後、同社が開発・提供する『楽たす』シリーズとして、給与振込、請求書発行、資金繰り管理、アカウントアグリゲーション機能¹⁰などのクラウドサービス

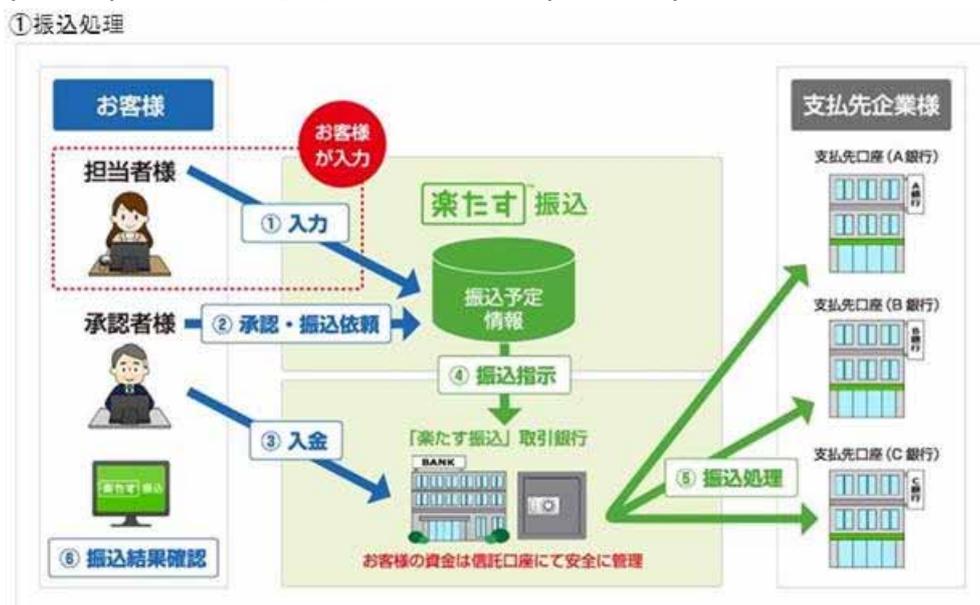
を順次提供すると同時に、中小企業向けのクラウドサービスや各種コンテンツを提供するITベンチャー等のビジネスの場として、マーケットプレイス機能を拡充することにより、中小企業が集まるわが国最大の「ビジネス・クラウド・プラットフォーム」を目指したいという。また、こういったクラウドサービスを開発・提供し、新たにフィンテック分野へも参入する。

『楽たす』シリーズ

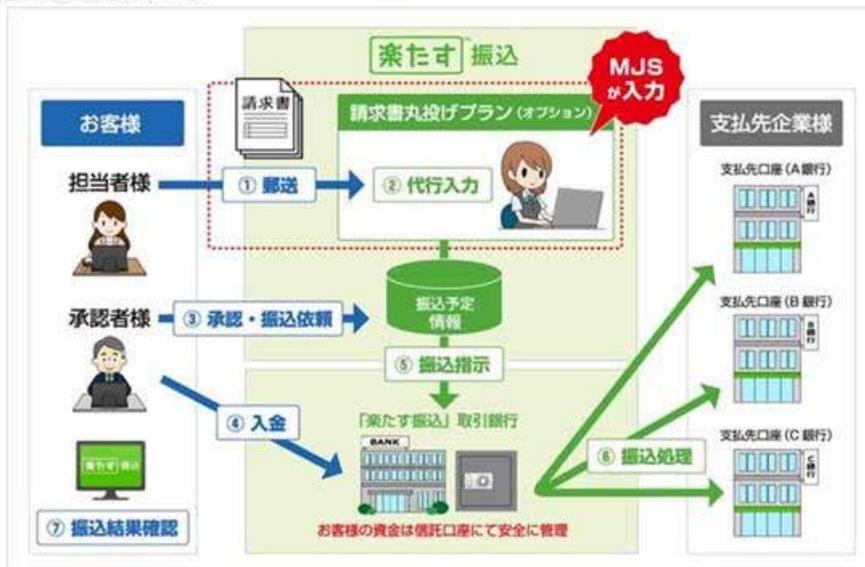
のコンセプトは、「中小企業や個人事業主が気軽に利用でき、かつ業務効率化や収益拡大などにつながること」である。「楽たす」という名称には、“楽（容易）”と“楽しさ”を仕事に“たす（足す）”という意味を込めており、同社の同事業に対する熱い想いが反映されている。

クラウドサービス「楽たす振込」は、「コスト削減」、「業務効率化」、「安心・安全」の3つを特長としている。「コスト削減」では、初期費用・月額基本料を0円、振込手数料は1件あたり一律310円（税込）と格安に設定している。「業務効率化」では、

(図表7) 「楽たす振込み」サービスの概要(イメージ)



②請求書丸投げプラン



(備考) 同社提供

¹⁰ ウェブスクレイピング(対象となるウェブサイトの画面情報を取得して、そこから情報を抽出する方法のこと)

利用者は同社に請求書をそのまま送付するだけで、同社が振込予定情報を代行入力するオプションサービス「請求書丸投げプラン」（別料金）も提供し、利用者の手間を大きく省くことに貢献している。「安心・安全」では、振込資金を同社財産とは分別管理された信託口座で守るとともに、通信でも同社の高度な暗号化技術により第三者からの不正アクセスやデータ改ざんを防いでいる。本サービスには、同社が創業以来 40 年にわたり蓄積してきた財務・会計システムのノウハウが凝縮されているといえよう。

八．今後の展望

今後、同社オリジナルのクラウドサービス『楽たす』シリーズを拡充させると同時に、提携先の会計事務所およびその顧問先企業、各種業界団体などに対して本サービスを紹介することにより、多くの中小企業に利用いただけるよう努めていきたいとしている。

長期的なスパンでは、「bizsky」にさまざまな金融取引のビッグデータを蓄積し、本プラットフォーム上で融資仲介サービス（トランザクションレンディング）を提供したいという意向がある。この融資仲介サービスを進めていく上では、さまざまな金融機関からの意見を取り入れながら、お互いにWin-Winの関係になれるよう協業体制を構築していくとともに、本プラットフォーム全体が、利用する中小企業、連携する金融機関、ITベンダーすべての関係者にとってオープンで使い勝手のよいものになるよう設計していきたい方針である。

（２）スマートアイデア株式会社（東京都港区）

イ．会社の概要

同社は、家計簿アプリの開発、運営を事業とし、MUF G F i n t e c h アクセラレータ¹¹に採択されたフィンテックベンチャー企業である（図表 8）。社員は 10 名で、ベトナム・ハノイには現地社員 7 名の開発拠点も有する¹²。

江尻社長は、国内大学の理系学部を卒業後に、大手の外資系携帯電話会社に就職した。この時期はガラケー¹³が流行しており、江尻社長自身、モバイルの可能性に大きな期待を抱くとともに、当時携わっていたプロダクトマーケティング¹⁴の経験からマーケティングに強い関心を抱くことになった。こうしたなか、江尻社長は、一念発起し、勤務先を退職して国内 MBA コースでマーケティングを専攻しながら、同社の前身にあたる（株）モバイルマーケティング・ジャパンを起業した。この会社では、モバイル（主に

¹¹ 三菱東京UFJ銀行が、金融サービスに変革をもたらす熱意を持った企業家やベンチャー企業とともに、革新的なビジネスの立ち上げを目指すプログラムのこと（<http://www.bk.mufg.jp/innovation/accelerator/>）。

¹² スマホ向けアプリ開発専門のエンジニアは国内では不足しているため、優秀なエンジニアの採用が容易なベトナムに開発拠点を設置した。

¹³ 日本独自に技術進歩したガラバゴス携帯（2つ折り携帯電話）の略。

¹⁴ 製品開発、ブランディング、販売促進ツールの作成など、製品やサービス別に幅広く行うマーケティングのこと。

ガラケー) を活用して消費者行動などの市場調査をできるサービスを提供、展開し、事業を軌道に乗せた。しかし、起業後4、5年ほどで、モバイル市場の主役がガラケーからスマートフォンに切り替わっていくなか、事業の先行きが見通せなくなった。そこで、「スマホを活かして社会を便利にするサービスを創りたい」という江尻社長の熱い想いの下、“新たな気持ちで切り換えて事業をスタートする”との意味を込めて、新たに同社を立ち上げるに至った。

ロ．取組みの概要

同社で事業を立ち上げるにあたり、江尻社長は、まず、自らも家計簿アプリを利用することで、使い勝手のよい家計簿アプリのサービスが提供されていない実態に注目をした。そこで、「時間がかかる」、「わかりにくい」、「面倒くさい」の3つを解決して、利用者が飽きずに家計簿への入力続ける(習慣化する)ことができるサービス設計を検討した。その結果、2012年8月にリリースしたサービスが、家計簿アプリ「おカネレコ」(図表9)である。このアプリのインターフェイス(初期画面)は、誰でも使ったことがあり親しみのある電卓をモチーフにした。リリース後、めざましテレビ(フジテレビ)などのテレビ番組や各種新聞・雑誌で取り上げられたことで、2016年8月末現在、ダウンロード数で380万を突破するに至った。

同社のアンケート調査によると、家計簿アプリ「おカネレコ」の利用者属性は、性別で見ると7割が女性である。年齢別では、20歳代が42%、30歳代が25%、40歳代が17%と続く。職業別では、会社員が51%、主婦・パートが23%、学生が16%と続いている。最近は、口コミを通じて、学生や40歳代以上の利用者也増加傾向にあるという。利用期間では、利用者の65%が6か月以上、そのうち36.5%は1年以上利用しており、利用者が家計簿アプリ「おカネレコ」に入力することが生活上の習慣になるよう、今後もサービス内容を改善していきたいと意気込む。

(図表8) スマートアイデア株式会社の概要



| 同社の概要 | |
|-------|-----------------------|
| 法人名 | スマートアイデア株式会社 |
| 代表 | 江尻 尚平 |
| 本部所在地 | 東京都港区 |
| 設立 | 2012年5月 |
| 事業内容 | 家計簿アプリ「おカネレコ」の開発・運営など |

(備考1) 写真は取材に応じていただいた代表取締役社長 江尻尚平氏

(備考2) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

消費者目線のサービス提供を徹底する（図表9）家計簿アプリ「おカネレコ」

にあたり、マーケティング活動にも工夫を加えている。具体的には、質的調査として、「ユーザーインタビュー」を3、4か月に1回の頻度で、各回5名前後を対象に、気楽に話しのできる喫茶店の談話室などを活用して、直接、利用者の声を真摯に聴いている。併せて、量的調査として、前身である(株)モバイルマーケティング・ジャパンでのノウハウを活かして、

①画面イメージ



②金融機関との連携イメージ



（備考）同社提供

随時「Webアンケート」も実施している。質・量の両面からマーケティングをすることで、多くの利用者の声をサービスに取り入れようと日々努力している。

こうしたマーケティング活動を通じて、「おカネの悩み」を抱えている利用者が多いことが明らかになった。これを受けて、江尻社長は、「おカネの悩みを解決できないか」、「おカネをより身近に感じてもらうことはできないか」など課題意識を抱けなかつた、タイミングよく、MUFG Fintechアクセラレータに参加することができた。アクセラレータでは、4か月間、三菱東京UFJ銀行の内部メンター（アドバイザー）やVC（ベンチャーキャピタル）などからさまざまなアドバイスを受けることができた。

このアクセラレータを通じて、2016年8月、金融教育アプリ「おカネNavi」が生まれた（図表10）。この「おカネNavi」では、20～30歳代の女性を主なターゲットとし、若い女性に好まれる「イケメンと対話できる」をコンセプトに、恋愛シミュレーションゲームを取り入れた。「イケメンとの対話を通じたストーリーとクイズで楽しくおカネの知識をつけられる」ことをコンセプトに、利用者の金融リテラシーを高めることを目指している。この恋愛シミュレーションゲームを取り入れた結果、20歳代女性では7割強、30歳代女性では5割程度が金融アプリ「おカネNavi」を継続利用して

(図表 10) 金融教育アプリ「おカネNavi」



(備考) 同社提供

おり、今後も、アプリ利用の習慣化に取り組んでいきたいとしている。なお、この「おカネNavi」では、独自のキャラクターに変更することができるうえ、オリジナルクイズを設定でき、金融商品の説明にも活用できるカスタマイズ版も提供できるという。

八．今後の展望

現在、2016 年中を目処に、“おカネに関わる相談を気軽にできる”をコンセプトに、AI（人工知能）を活用したアプリ「オンライン接客アシスタント」の開発に取り組んでいる（図表 11）。LINE形式のインターフェースで自然対話できるよう技術開発に努めている。

このアプリが提供できるようになれば、今後、金融機関と連携してポータルアプリを設計し、そのポータル上に「家計簿」、「金融教育」、「接客アシスタント」のそれぞれのアプリを乗せるサービスを提供していきたい意向である（図表 12）。

同社では、培ってきた“マーケティング力”という強みを活かして、金融教育を通じて、金融機関と利用者との「橋渡し役」（利用者を金融機関に近づける役割）を果たしながら、今後も利用者層を広げていきたいとしている。

(図表 11) 「オンライン接客アシスタント」の画面



(備考) 同社提供

(図表 12) 次世代接客プラットフォーム構築への挑戦



(備考) 同社提供

3 . 利用者本位の「フィンテック」に向けて

本稿で紹介した(株)ミロク情報サービスならびにスマートアイデア(株)ともに共通していることとして、利用者が気軽に使える、楽しく使える、簡単に使える、使いたいサービスを選べるなど、画面のデザインなどを含むインターフェイスを工夫しながら、利用者の“痒いところに手が届く”サービスを提供していることが挙げられよう。また、さまざまなフィンテック企業への取材等を通じてわかったこととして、例えば「家計簿アプリ」という同じサービスであっても、画面のデザインや色合い、かわいらしさなどの違いによって利用者属性や利用継続率などが大きく異なっている。これらを踏まえると、利用者に広く受け入れられるフィンテックサービスを提供するためには、スマホという限られた処理能力のなかでソフトウェアを開発しメンテナンスできる高い「技術力」に加えて「デザイン力」が鍵を握るだろう。すなわち、「フィンテックサービス≒技術力×デザイン力」と言い換えることができ、フィンテックサービスの開発では、スマホ専門のアプリケーション技術者とともにデザイナーの果たす役割もますます大きくなるのではなかろうか。

信金中央金庫 地域・中小企業研究所が実施した第 165 回全国中小企業景気動向調査の特別調査結果のなかで指摘したとおり、中小企業の多くは、金融サービスがIT化していくことに対しては利便性の観点から肯定的に捉えているものの、“金融機関取引のIT化”を“フィンテック”という言葉に置き換えた瞬間、「フィンテック≒よく分か

らないもの」と認識してしまう。すなわち、中小企業を含む利用者は、「フィンテック」であるから利用しているのではなく、提供されているフィンテックサービスに従来の金融サービスとは異なる便利さや面白さなどを体験できるから利用しているといえよう。

したがって、信用金庫を含む金融機関が「フィンテック」に向き合うにあたっては、「フィンテック」に取り組むこと自体を“目的”にするのではなく、視点を利用者に置き換えたうえで、あくまで“手段”の一つに過ぎないことを改めて意識し直すことが求められるのではなかろうか。

以 上

(藁品 和寿)

<参考文献>

- ・信金中央金庫 地域・中小企業研究所（2016年9月29日）「第165回全国中小企業景気動向調査【特別調査 金融サービスにおけるIT利活用と中小企業】」

本レポートのうち、意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。また当研究所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこのレポートは作成されておりますが、その情報の正確性および完全性について当研究所が保証するものではありません。

(巻末資料)

特別調査

「金融サービスにおけるIT活用と中小企業」

問1. 貴社では、現状の金融機関取引がIT化していくことで、どのような変化が起こると考えていますか。下記のなかから**もっともあてはまるものを1つ**選んでお答えください。

回答欄

- | | | |
|---------------------|---------------------|----------|
| 1. 決済や入出金の利便性が高まる | 5. 決済や入出金の煩雑性が増える | 9. 変わらない |
| 2. 資金調達（借入等）がしやすくなる | 6. 資金調達（借入等）が難しくなる | 0. わからない |
| 3. 金利や手数料の引下げが期待される | 7. 金利や手数料の引上げが懸念される | |
| 4. 金融取引にかかる安全性が向上する | 8. 金融取引にかかる安全性が低下する | |

1.～0. ⑥6
 ∫
 ⑦0

問2. 最近、IT化の進展にともない、ITを活用した金融サービスを提供する金融機関が始めているが、貴社では、問3・問4の回答項目に挙げるような金融サービスを提供する「金融とITの融合（フィンテック）」をご存知でしたか。また、こうしたITを活用した金融サービスを貴社の事業上で利用したいとお考えですか。下記のなかから**それぞれ1つずつ**選んでお答えください。

回答欄

金融とITの融合（フィンテック）の認知度

金融ITサービスの利用意向

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. 内容を知っていて、既に利用している | 5. 利用したい |
| 2. 内容を知っているが、利用していない | 6. どちらかといえば利用したい |
| 3. 言葉だけ聞いたことがある | 7. わからない |
| 4. 知らない、聞いたことはない | 8. どちらかといえば利用したくない |
| | 9. 利用したくない |

認知度 1.～4. ⑦1
 ∫
 利用意向 5.～9. ⑧

問3. 貴社が**組織（事業）として**ITを活用した金融サービスを利用している（あるいは利用したいと考えている）サービスはございますか。下記のなかから**3つ以内**で選んでお答えください。

回答欄

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1. スマホ決済・送金 | 6. 仮想通貨（ビットコインなど） |
| 2. 不特定多数からのインターネットを通じた資金調達（クラウドファンディング） | 7. リアルタイムで取引状況等をみた借入れ（商流ファイナンス） |
| 3. インターネット技術を活用した会計ソフト（クラウド会計サービス） | 8. インターネット技術を活用した経営・業務支援系サービス（事務処理など） |
| 4. インターネット上での自動投資サービス（オンライン投資/ロボアドバイザー） | 9. 利用したくない |
| 5. インターネット上での借入れ（オンライン融資） | 0. その他（ ） |

⑦6
 ∫
 ⑧0

問4. 社長ならびに家族が**個人として**ITを活用した金融サービスを利用している（あるいは利用したいと考えている）サービスはございますか。下記のなかから**3つ以内**で選んでお答えください。

回答欄

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 1. スマホ決済・送金 | 5. オンライン融資 |
| 2. クラウドファンディング | 6. 仮想通貨（ビットコインなど） |
| 3. 家計簿サービス | 7. 利用したくない |
| 4. オンライン投資/ロボアドバイザー | 8. その他（ ） |

⑧1
 ∫
 ⑧5

問5. **取引金融機関から**貴社に対して、事業上でITを活用した金融サービスの利用を勧奨されたことがありますか。下記のなかから、特に強く提案してきた取引金融機関および特に強く勧奨されたサービスを**それぞれ1つ**選んでお答えください。

回答欄

提案してきた取引金融機関

取引金融機関から提案されたサービス

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. メガバンク | 6. スマホ決済・送金 |
| 2. 地方銀行・第二地方銀行 | 7. クラウドファンディング |
| 3. 信用金庫 | 8. クラウド会計サービス |
| 4. 信用組合・JA等 | 9. その他（ ） |
| 5. なし | 0. なし |

⑧6
 ∫
 提案サービス 6.～0. ⑧0

調査員のコメント

お忙しいところご協力いただきましてありがとうございました。

信金中央金庫地域・中小企業研究所 活動状況
(2016年10月末現在)

レポート等の発行状況(2016年10月実績)

| 発行日 | 分類 | 通巻 | タイトル |
|----------|------------|-------|---|
| 16.10.4 | 内外金利・為替見通し | 28-7 | 物価安定の目標達成まで異次元緩和の継続を約束 |
| 16.10.11 | 金融調査情報 | 28-16 | 「事業性評価」のための方法論 |
| 16.10.14 | 中小企業景況レポート | 165 | 全国中小企業景気動向調査結果(2016年7~9月期) 特別調査:金融サービスにおけるIT利活用と中小企業 |
| 16.10.24 | ニュース&トピックス | 28-48 | 2016年9月末の全国信用金庫の預金・貸出金動向 |
| 16.10.24 | ニュース&トピックス | 28-49 | 最近の中国経済情勢 -L字型の成長が続く- |
| 16.10.24 | 産業企業情報 | 28-9 | 知的資産の効果的活用を目指す中小企業事例からの示唆 - 知的資産の点検・再評価で経営の持続発展力が向上 - |

講演等の実施状況(2016年10月実績)

| 実施日 | 講演タイトル | 主催 | 講演者等 |
|----------|---------------------|--------------------|------|
| 16.10.4 | 創業の基礎概要 | 日本工業大学 (川口信用金庫) | 鉢嶺実 |
| 16.10.5 | 信用金庫と女性活躍 | 信金中央金庫 名古屋支店 | 大塚琴美 |
| 16.10.6 | 「フィンテック」の動向について | 群馬県信用金庫協会 | 松崎英一 |
| 16.10.7 | 我が国の金融システムと信用金庫の概要 | 兵庫県立大学 | 松崎英一 |
| 16.10.11 | 信用金庫の歴史について | 昭和女子大学 | 中西雅明 |
| 16.10.12 | 環境変化に挑む中小企業の経営事例 | 城南信用金庫 中野支店 | 鉢嶺実 |
| 16.10.18 | 信用金庫による中小企業金融の現状 | 昭和女子大学 | 住元文和 |
| 16.10.19 | 中小企業の事業承継を考える | 江差信用金庫 | 鉢嶺実 |
| 16.10.21 | 日本経済におけるマイナス金利の影響 | 東京シティ信用金庫 | 角田匠 |
| 16.10.25 | 信用金庫による中小企業の海外進出支援 | 昭和女子大学 | 松崎英一 |
| 16.10.28 | 地方創生に関する最近の動向について | 結城信用金庫 | 池上忠良 |
| 16.10.31 | フィンテックにおける最近の動向について | 静岡県信用金庫協会 | 松崎英一 |

< 信金中央金庫 地域・中小企業研究所 お問い合わせ先 >

〒103-0028 東京都中央区八重洲1丁目3番7号
 TEL 03-5202-7671(ダイヤルイン) FAX 03-3278-7048
 e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp
 URL <http://www.shinkin-central-bank.jp/> (信金中央金庫)
<http://www.scbri.jp/> (地域・中小企業研究所)