平成29年11月1日発行（毎1日発行）第35巻第11号＜通巻416号＞昭和58年6月10日第三種郵便物認可　ISSN　0288-8122

月刊消費者信用

The Consumer Credit Monthly

2017
11

特集

B2B市場を攻める

決済データと会計システムのAPI連携等で可能性広がる

新たなソリューションで市場を開拓するカード会社

- ◆三井住友カード
- ◆三菱UFJニコス
- ◆ライフカード

インタビュー

地域経済応援ポイントで地域消費拡大を促進

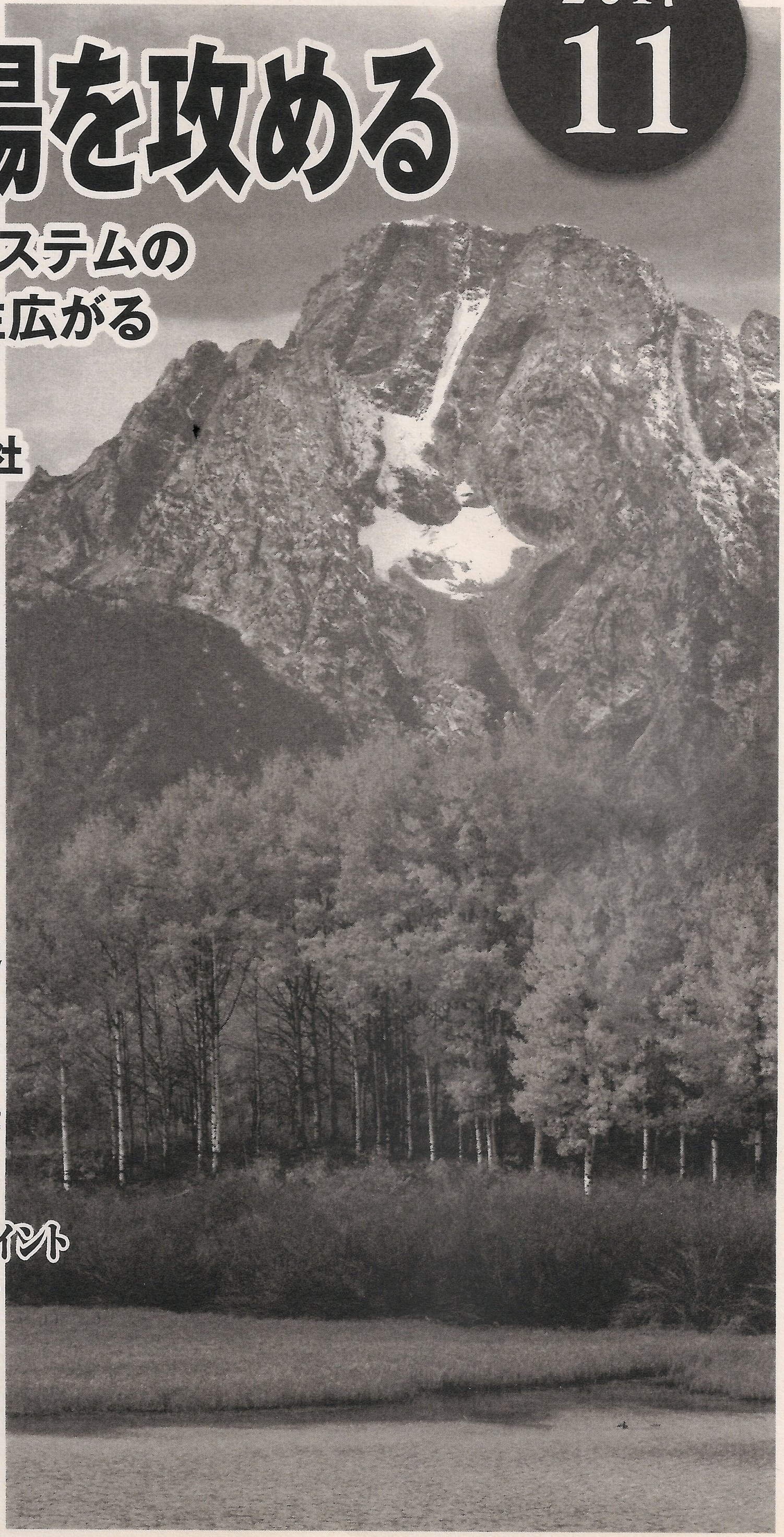
総務省　審議官　**猿渡知之**

「Money20/20 Europe」のエッセンスと日本へのインプリケーション

富士通　**安留義孝**

改正特定商取引法の骨子とクレジット会社が対応すべきポイント

弁護士　**中崎　隆／上野陽子**





アジア金融・決済見聞録

第7回

バングラデシュで日本の技術を垣間見る

富士通　流通ビジネス本部
流通フィナンシャルサービス統括営業部
シニアマネージャー　**安留　義孝**

フェリカを活用したバスのIC乗車券も

今回は1億6300万人（2016年）の人口を有するバングラデシュの金融・決済を紹介したい。ちなみに、この人口は世界人口の2・19％に相当する。今後の経済成長によっては、無視できない市場となろう。さらには、人口の約30％は15～29歳の若年層に属し、65歳以上の高齢者は5％にすぎない。これも将来期待できる市場と思うゆえんである。

ただし、発展途上国にありがちだが、GDPの約10％はカタール、クウェート、マレーシア、シンガポールなど海外出稼ぎ者からの送金が占める。国内は約70％が農業従事者であり、いまどきの若者を満足させるだけの産業がないのも事実である。

私が最初にバングラデシュという国に興味をもったのは、もう10年以上前になるだろうか。ジュードと呼ばれる麻でメードインバングラデシュのバッグを生産・輸出をしているマザーハウスという会社の存在を知ったからである。日本からは距離的にも、意識的にも遠いバングラデシュの支援に、日本の女性企業家が取り組んでいる姿に非常に興味を引かれた。テレビでも特集され、単行本も発行された。私は店舗を訪ね、講演会にも足を運んだものである。

さらに、12年には、日本のICカード技術であるFeliCa（フェリカ）を用いたバスIC乗車券システムが国営バス会社に採用されている。バングラデシュは人口大国であり、首都ダッカには人が集まる。アジアの多くの都市が悩まされている交通渋滞はここにも存在している。さらに、自転車タクシー（力車）が脇道、裏道も占有する。カオスという言葉はダッカのためにあるのかもしれないと感じた。公共交通機関はバスのみであり、バスの乗車口に、バスの屋根に人がぶらさがっているさまをテレビ等でみた方も多いのではないだろうか。

このバスIC乗車券システムの効果は日本と同様に、バス乗降時の清算の効率化、利用者の利便性の向上などがあげられるが、バングラデシュ特有の効果もあった。一つは、不正乗車が減ったことだが、この効果に気づく経緯がおもしろい。実際、このシステムの導入前後では利用者の数に大きな変化はなかった。しかし、売上は急激に増加した。なぜならば、利用者のうち、不正（無賃）乗車が多かったこととバス会社社員の汚職である。バス会社社員は通常運賃よりも安い価格でチケットを販売し、自分の懐に入れてしまうケースが多かったという。

また、女性の利用が増加した。バングラデシュ人の90％はイスラム教徒だが、宗教的にイスラム教徒の女性は見知らぬ男性との接触を嫌う。バスIC乗車券を利用すれば、チケット購入の際に、見知らぬ男性に囲まれてチケット売場に並ぶ必要もなくなり、現金のやり取りの際に、男性販売員との接触もなくなり、女性の精神的な負担を軽減させた。女性のバス利用が一般的になると、さまざまな職を得る可能性を増やし、女性の社会進出を後押した。この効果により、後日、女性専用バスも登場している。なお、バングラデシュでは日本のSuica（スイカ）登場時と同様に、いやそれ以上にICカード、ICTには疎いため、スタート時は混乱を避ける意味でも、

IC乗車券読取り専用の要員を配置したという。それでも、不正の撲滅、女性の利用増加により、収益は向上している。

もう一つ、バングラデシュと日本の関わりを紹介したい。バングラデシュで流通している2タカ硬貨は実は日本製である。ネパールもだが、発展途上国では紙幣・貨幣を製造する技術がなく、外国に発注している。そのため、発展途上国の紙幣はくたびれて、汚いことが多い。紙幣、貨幣を製造するためにも、外貨が必要なのである。なお、日本の造幣局にとっては、この2タカ硬貨の製造が戦後初の受注であった。このように、日本の技術がバングラデシュの日常生活に密着し、根付いていることは正直驚きであった。日本食に、日本語に触れることがない遠い異国で、日本を垣間見た気がした。

モバイルウォレット送金がマイクロファイナンスを改善

次に、金融サービスに目を向けてみたい。バングラデシュも、ほかの南アジア諸国と同様に、銀行サービスは普及していない。人口100万人当たりのATM6・78台、支店は8・37カ店、口座保有率も30%程度（出典：世界銀行、15年）である。とくに、農村部には銀行サービス、つまり、支店もATMもないといっても過言ではない。

この金融サービスインフラの不足を補うのが、モバイルウォレットである。すでに11年には、バングラデシュ銀行（中央銀行）は、モバイルウォレットに関するガイドラインを発行している。同年、BRAC Bankの子会社であるbKash（ビーキャッシュ）が誕生し、いまでは80%のシェアを占め、第2位で追うDuct-Bangla Bankの子会社であるDBBLに大きな差をつけている。ビーキャッシュの17年3月時点の登録口座数は4990万口座、実稼動口座は2390万口座に達し、国民の3人に1人はビーキャッシュの口座を保有している。取引高は60億タカ／日、携帯電話通話料金や公共料金の支払いの30%以上の利用があるように、重要な金融サービスインフラの一つとしての立場を確立している。

また、バングラデシュ特有の効果として、マイクロファイナンスの世界に変化を及ぼした。マイクロファイナンスは、貧困層を対象にした無担保融資で、おもに農村部で行われている金融サービスだが、バングラデシュのグラミン銀行が起源である。マイクロファイナンスは与信審査や資金回収の手間がかかるため、人件費などの運営管理コストの負担が大きく、金利は高く設定されている。とくに、回収は週に1回程度、遠隔地の農村を訪問する必要があった。しかし、このビーキャッシュの普及により、農村の借財者はビーキャッシュを用いて、返金が可能となった。これにより、マイクロファイナンス機関のコストが削減され、金利も適正化に向かっている。マイクロファイナンス機関にとっても、農村の借財人にとっても大きなメリットを及ぼしている。今後はマイクロファイナンスの基本理念である、貧困層からの脱却は加速されるかもしれない。また、他の途上国でもマイクロファイナンスは同様に盛んである。昨今のフィンテックブームは途上国にも及んでおり、たとえば、カンボジア、ミャンマーなどでは銀行サービスインフラ不足を補う意味で、モバイルウォレットサービスが乱立した状態にある。取得免許次第とはなるが、マイクロファイナンスとモバイルウォレットを組み合せたサービスを提供することで、競合サービスに勝てる可能性もあると思う。ぜひとも試してもらいたい。

バングラデシュはインドに隣接した人口大国であり、IT立国インドから最先端の技術を活用したサービスが導入され、受け入れられれば大きな収益も見込める市場規模である。ビーキャッシュのように単なる決済の利便性の向上にとどまらない、生活に密着した新たなサービスを受け入れる土壌はある。

ぜひとも、マイクロファイナンス誕生の地で、ICTを活用した貧困層の生活レベル向上に向けた地に足が着いたサービスが誕生することを期待したい。最後に、今回の当記事の執筆に際し、アジアビジネスに精通したリオ（東京都千代田区、社長：山下隆浩）に協力をいただいたことをつけ加えさせていただく。

◆