

アフリカの金融セクター（中）

新しいバンキングサービスとノンバンクによる試み

木原裕子



合田索人



森本真輔



徳江朋美



荻本洋子



CONTENTS

- I ブランチレスバンキングに見るリバースイノベーションの可能性
- II アフリカにおける販売金融
- III アフリカにおけるマイクロファイナンスの位置づけ
- IV 新しい金融サービスに対する規制・監督

要約

- 1 前号ではアフリカ諸国の経済、および主要国における銀行業界の現状を概観した。アフリカは銀行サービスの普及が遅れているが、その隙間を縫うように新しいバンキングサービスが普及し始めている。
- 2 銀行サービスが普及しにくいなかで、「ブランチレスバンキング」の普及が急速に進んでいる。ブランチレスバンキングは、特に携帯電話事業者が主導して、送金サービスを中心に基礎的なバンキングサービスを安価に提供している。
- 3 成長する消費を支える金融サービスとしては、ノンバンクを中心とする販売金融がある。販売金融も生活者の消費の側面に焦点を当てた金融サービスであることから、銀行口座を持たない層を含めて通常の銀行よりも幅広い層に提供されうるサービスである。他方、途上国における新しい金融サービスとして、一般的にまず挙げられるのはマイクロファイナンスであるが、アフリカではまだ普及の端緒についたばかりである。
- 4 サブサハラ（サラハ砂漠以南）の主要国では、これら新しいバンキングサービスが伝統的銀行によるサービスの普及しにくい地域、人々に対して貢献しうるとして、積極的に認めようという動きがある。他方、ブランチレスバンキングにも銀行との提携を義務づける国もあり、対応詳細は国ごとに異なる。

I ブランチレスバンキングに見る リバースイノベーションの 可能性

本誌2011年10月号「アフリカの金融セクター（上）——アフリカ経済の現状と銀行業界」（以下、前号）では「SMS（ショートメッセージ・サービス）バンキング」と表記したサービスを、本章では「ブランチレスバンキング」とする。ブランチレスバンキングは近年、CGAP（貧困層支援協議グループ）などの研究機関で用いられている用語であり、SMSにかぎらずさまざまなICT（情報通信技術）インフラを活用することで、銀行の店舗を通さずに金融サービスを提供する業態を指す。ブランチレスバンキングは、店舗のサービスや銀行での口座開設を前提としないため、既存の銀行サービスを受けられない層に対してサービスの窓口を提供した革新的なビジネスとして、特にアフリカで注目されている。

本章では、ブランチレスバンキング隆盛の背景と注目すべきポイントについて触れたいうえで、代表的事例としてケニアの「ムベサ（M-PESA）」を紹介する。さらに、リバースイノベーション（本章3節で詳述）としてのブランチレスバンキングの側面についても触れる。

1 ブランチレスバンキングの概要と普及の背景

CGAPの調査によれば、2010年時点で2億人以上がブランチレスバンキングの利用登録をしている（2009年時点では1億4000万人程度）。表1に代表的なブランチレスバンキングの事業者を掲載した。このほかにも、導入に向け活動中の事業者も含め、世界中で100近い取り組みがなされているといわれる。そのうち約半数がサブサハラ（サハラ砂漠以南）地域での取り組みで、特にアフリカで注目されていることがわかる^{注1}。また、多くの国では銀行がブランチレスバンキングの事業主体

表1 世界の代表的ブランチレスバンキング事業者

地域	国名	主な事業者	業態	地域	国名	主な事業者	業態
南米	ブラジル	Caxia Economica Federal	銀行	アフリカ	コンゴ民主共和国	Celpay	銀行
		Banco Bradesco	銀行		ケニア	サファリコム	通信
	チリ	BancoEstado	銀行			Equity Bank	銀行
	コロンビア	Banco Caja Social	銀行			Zain	通信
	メキシコ	Banamex	銀行		マラウイ	Opportunity International	銀行
ペルー	Banco de Credito	銀行			First Merchant Bank	銀行	
アジア	フィリピン	SMART	通信		セネガル	Ferlo	その他
		GXI	通信		南アフリカ	MTN	通信
	モンゴル	XacBank	銀行			WIZZIT	その他
	アフガニスタン	Roshan	通信		タンザニア	Vodacom	通信
		ボーダフォン	通信	ウガンダ	Uganda Microfinance	MFI ^注	
	インド	SKS Microfinance	MFI ^注		MTN	通信	
State Bank of India		銀行	エジプト	ボーダフォン	通信		
パキスタン	Tameer Bank	銀行	コートジボワール	Orange	通信		
欧州	ロシア	Tavrichesky Bank	銀行	ボツワナ	Orange	通信	
				マダガスカル	Orange	通信	

注) MFI：マイクロファイナンス機関

出所) CGAPのWebサイトより (<http://technology.cgap.org/2011/05/11/the-state-of-the-branchless-banking-sector/>)

となっている（つまり、銀行業の一環として提供している）のに対して、アフリカ諸国では通信事業者の進出が目立つのも特徴的である。

ブランチレスバンキングが注目を浴びている理由は、既存の銀行サービスを受けられない貧困層の課題をICTによって解決し、コミュニティの持続的発展に寄与する点にある。

アフリカでは農村人口の比率が約6割と半数以上を占めており^{注2}、都市人口の多くも出稼ぎ労働者とされる。そのため、都市から農村への安全・手軽な送金サービスのニーズが存在していたと見られる。一方で、10月号でも触れたとおり、新興国では銀行サービスの利用は発展途上にあり、銀行サービスの利用拡大を阻害する要因によりそのニーズは充足されてこなかった。

世界銀行は、新興国における金融サービスの発展を阻害する要因を3つ挙げている^{注3}。

1つ目は都市部以外では銀行の支店やATM（現金自動預け払い機）の数が少ないという物理的制約である。2つ目は口座開設料や最低預金残高の設定が高すぎるという経済的制約である。3つ目は本人確認に必要な戸籍を持たない層が存在しているという制度的制約である。

未整備の金融インフラに代わって、普及が進んでいた携帯電話のインフラ（2007年のエムペサ導入時のケニアの携帯電話の普及率は30%、09年では約50%に上る）を利用した^{注4}ブランチレスバンキングは、モバイルネットワークの利用により物理的制約を取り払い、口座開設料を徴収しないことで経済的制約を解消した。2009年時点で、最貧国エチオピアなどを除いてサブサハラ諸国においても携帯電話の普及率は高い水準に達している（表2）。

送金に必要な手数料も安く設定されており

表2 アフリカ主要国における携帯電話加入者数と普及率の推移

国名	項目	2005年	2006	2007	2008	2009
エジプト	携帯電話加入者数 (人)	13,629,602	18,001,106	30,093,673	41,286,662	55,352,232
	普及率 (%)	18.37	23.82	39.11	52.71	69.44
エチオピア	携帯電話加入者数	410,630	866,700	1,208,498	1,954,527	4,051,703
	普及率	0.55	1.14	1.55	2.46	4.99
ケニア	携帯電話加入者数	4,611,970	7,340,317	11,349,412	16,303,573	19,364,559
	普及率	12.95	20.09	30.28	42.40	49.07
ジンバブエ	携帯電話加入者数	647,110	849,146	1,225,654	1,654,721	2,991,000
	普及率	5.15	6.78	9.82	13.29	23.98
セネガル	携帯電話加入者数	1,730,106	2,982,623	3,630,804	5,389,133	6,901,492
	普及率	15.91	26.70	31.64	45.72	57.00
タンザニア	携帯電話加入者数	2,964,000	5,609,000	8,252,000	13,006,793	17,469,486
	普及率	7.63	14.05	20.09	30.77	40.14
ナイジェリア	携帯電話加入者数	18,587,000	32,322,202	40,395,611	62,988,492	74,518,264
	普及率	13.29	22.55	27.49	41.81	48.24
南アフリカ	携帯電話加入者数	33,959,958	39,662,000	42,300,000	45,000,000	46,436,000
	普及率	71.06	82.06	86.60	91.24	93.34
ボツワナ	携帯電話加入者数	563,782	823,070	1,151,761	1,485,791	1,874,101
	普及率	30.06	43.30	59.75	76.01	94.58
コートジボワール	携帯電話加入者数	2,349,439	4,065,421	7,467,708	10,449,036	13,184,308
	普及率	13.04	22.18	40.05	55.03	68.14

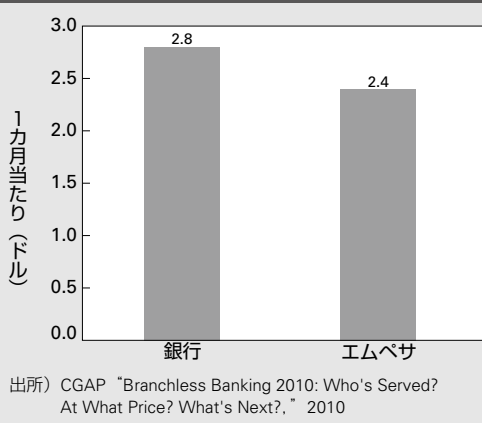
出所) ITU "World Telecommunication/ICT Indicators 2010"

(図1)、ブランチレスバンキングは、新興国の貧困層が銀行サービスに触れるための条件を整えた革新的なサービスだといえる（ただし、本人確認は必要な場合が多く、制度的制約に関しては解消が難しい）。実際、CGAPの調査によれば、ブランチレスバンキングのユーザーのうち、37%が初めて銀行サービスを利用するユーザーとされている^{注5}。

さらに、ブランチレスバンキングは伝統的な銀行サービスを受けにくい人々に基礎的なサービスを提供することで、地域の持続的発展にも寄与している。そうした地域の持続的発展・開発の観点からエムペサを分析したレポート「Community-Level Economic Effects of M-PESA in Kenya: Initial Findings」では、図2に示すようにその社会的効果を指摘している^{注6}。

以上、ブランチレスバンキングがアフリカをはじめとした新興国で注目され、拡大してきた背景について述べた。

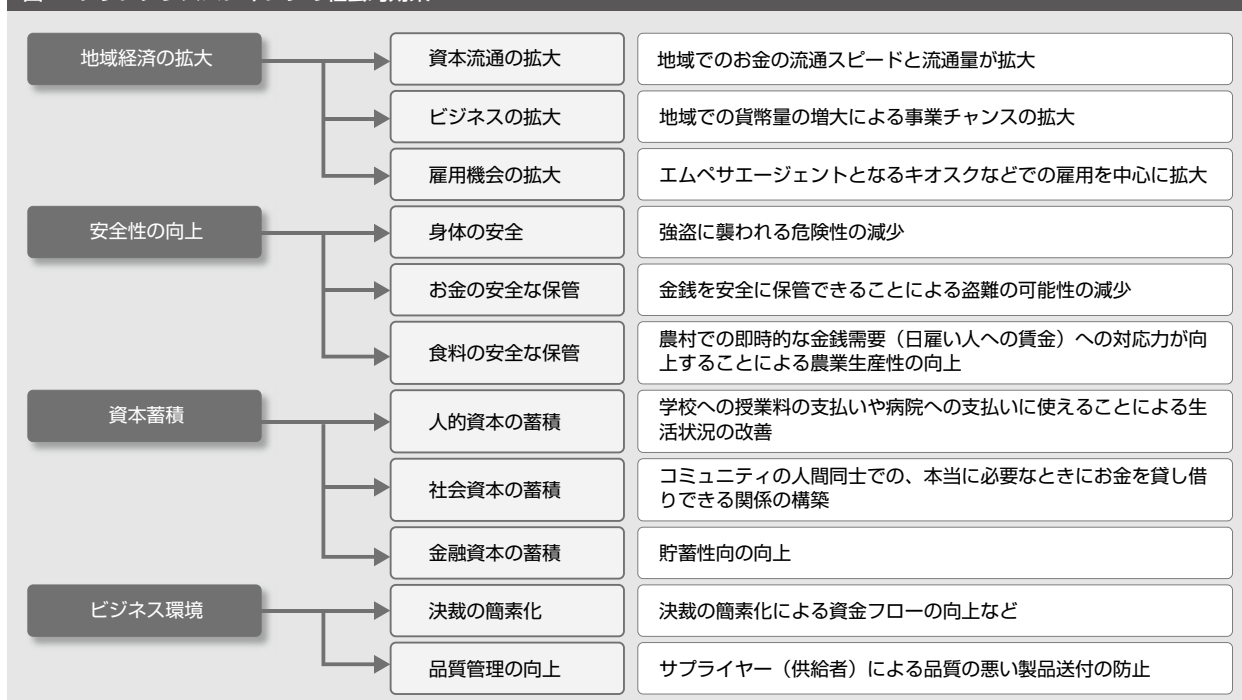
図1 ブランチレスバンキングと通常の銀行の利用料金比較（送金をメインに利用するユーザーの1カ月当たり支払い料金比較）



2 ブランチレスバンキングの先進事例

ここで、ブランチレスバンキングの代表的事例であるエムペサについて詳しく紹介する。エムペサは、英国のボーダフォンの子会社で、ケニア最大の通信事業者サファリコムが2007年に開始したブランチレスバンキングサービスである。エムペサでは「エムペサエ

図2 ブランチレスバンキングの社会的効果



ージェント」を介して、個人がエムペサ口座を開設するところから始まる。エムペサエージェントとなるのは、ユーザーがアクセスしやすい地域のスーパーマーケットや「パパママ・ショップ」、ガソリンスタンドなどで、2011年現在、ケニア全土には約2万7000存在する。

ユーザーは口座に入金をすませると、その入金額の範囲内で、携帯電話のSMSを通じた送金、請求書の支払い、通話料金のプリペイドカードの購入などができるようになる。ユーザーが上述のようなサービスの利用に当たって支払うSMSの通信料やトランザクションフィーが、サファリコム の収入となる。

決済インフラサービスはネットワーク効果が高いビジネスであり、サービス開始の最初期の事業拡大が最も難しい。一方、ユーザーがクリティカルマスを超えると、ユーザーにとってのサービスの利便性は一気に高まり、他社を寄せつけない競争優位性を持つようになる。サファリコムはエムペサを、迅速にかつ十分な規模まで事業拡大するために、①巨額のブランド投資、②既存のエアertime（通話料金のチャージ）取り扱い業者の活用

——という2つの戦略を採用した。

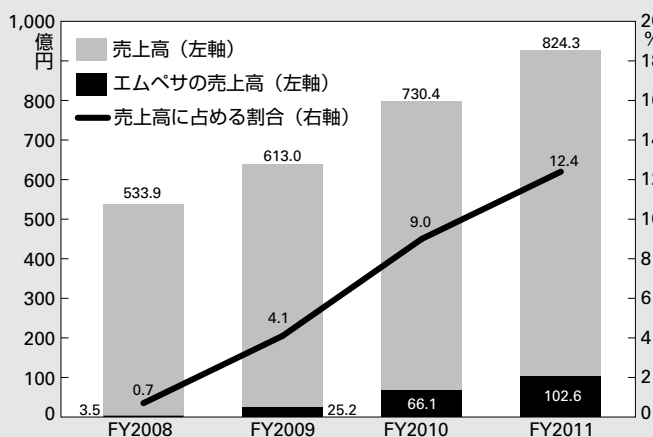
①のブランド投資は、エムペサという全く新しい決済の「仕組み」に対するユーザーからの信頼感を獲得することこそが、エムペサ事業の成否を分ける最優先課題であるという認識から実行された。

一方の②は、チャネルとなるエージェントの数を増やすことによって利便性を高め、より多くのユーザーがエムペサを積極的に利用する環境を整えるための施策であった。こうしてユーザー数とエージェント数の双方をそろえたうえで、非エムペサユーザーの手数料を対エムペサユーザー比で高めたり、新規顧客獲得ボーナスをエムペサエージェントに付与したりと、新規ユーザーを拡大させるための価格やエージェントフィー体系を整備した。結果、サービス開始から5年経った2011年、エムペサは以下に述べるように、「ケニアの重要な決済インフラ」と呼べるほどの規模にまで成長した^{注7)}。2011年時点で、エムペサのユーザーはケニア国内で1380万人に達しており^{注8)}、これはケニアの全人口約4000万人のうちの約35%、携帯電話加入者約2400万人のうちの約58%を占める数である。

また、エムペサのサービス開始前の2006年における個人送金の主な手段は「手渡し（30%）」「郵便、郵便為替（24%）」の順であったが、エムペサは09年にはそれらの代替手段となり、現在では個人送金手段の47%を占めるようになってきている^{注9)}。

ただし、エムペサは、2010年6月時点でのケニアにおける金融取引件数の約7割を占めるようになったものの、金額ベースでは2.3%にとどまっていることが示すように、小口決済市場のインフラとなっている点が特徴であ

図3 サファリコムの売上高に占めるエムペサの割合



注) FY: 会計年度
出所) サファリコム2011年度決算説明会資料

る。

ケニアでは現在、通信事業者間の価格競争が過熱しており、各社が通話料の値下げに走っている。そのような状況にあって、エムベサはサファリコム的重要な収入源となってきた。サービス開始から5年が経ち、売上高は100億円を超え^{注10}、サファリコム全体の売上高の12%を占めるようになった(図3)。2011年度では、データ通信の売上高の約半分をエムベサが占めていることから、サファリコムとしてもエムベサは、通話料の売上高減少分を埋め合わせる事業として期待している。

このように、ユーザーおよびサービスプロバイダーのどちらの観点から見ても、エムベサは今や「欠かせない事業」として成長している。

ケニアで確立したエムベサについてボーダフォンは、今後の事業展開の方向性として、「金融プラットフォームとしてのさらなるサービス拡大」と「他の新興国への横展開」の2つを考えていると考察できる。

「金融プラットフォームとしてのさらなるサービス拡大」については、現在エムベサは、そのプラットフォーム上に複数の新規サービ

スを展開し始めている(表3)。サファリコムはエムベサのプラットフォーム性を活かすべく、ショッピングやプリペイドカードといった分野でのサービスを新たに展開している。

「他の新興国への横展開」についてボーダフォンは、エムベサと類似したブランチレスバンキングサービスをすでに他国でも展開している(次ページの表4)。ボーダフォンは、アフリカの内外にかかわらず、新興国のなかで広くモバイルバンキングの特徴が活かせる事業環境の国々への展開を図っている。

この2つの方向性は切り離せるものではない。それは、グローバルな携帯電話事業者が新興国での事業展開で一般的に直面する、「きわめて低い顧客単価」という課題の解決に貢献するからである。携帯電話の普及率が爆発的なスピードで伸びている新興国では、一般に、売上高成長は望めるものの、顧客単価が低い一方で販売網の整備などでコストがかさみやすく、そのため収益を生むことは非常に難しい。エムベサがケニアでの顧客単価向上の切り札となれば、ボーダフォンはより容易に新興国に進出できるようになる。

「ケニアでのサービスメニューを拡げ、他の地域に展開していく」——グローバル企業主

表3 エムベサの新規サービス

サービスの名称	分野	サービス概要
ペイビル	CtoB(個人・企業間取引)の振り込み	ペイビルパートナーとして登録されている企業・公的機関などへのエムベサを通じた振り込みサービス
リバカロナ エムベサ	学校への授業料の振り込み	ペイビルサービスの一部で、エムベサを通じた学校への振り込みサービス
エムベサ プリペイ サファリカード	プリペイドカード	VISAと提携したエムベサのプリペイドカードで、エムベサを通じて何度でも入金可能
バイグッズ	ショッピング	ケニアで全国展開するショッピングモールの「ウチュミ」などで、エムベサを通じた電子決済が可能
ヌアアナ エムベサ @ディーコン	ショッピング	スポーツブランドの「アディダス」やホームセンターの「ミスタープライス」を展開するディーコングループでの、エムベサを通じた電子決済が可能
M-チケット	チケット予約	エムベサエージェントを通じ、ホテルや交通機関の予約・支払いができる
M-ケシヨ	バンキング	Equity Bankの口座(金利つき)と連動し、エムベサを通じた預け入れやEquity Bankからエムベサへの引き出しが可能

表4 ボーダフォンによるブランチレスバンキングサービスのグローバル展開

国	サービス名称	ローカルオペレーター	開始時期	概要
タンザニア	エムベサ	ボーダコム	2008年	ケニア同様、送金や通話料購入などに利用可能
南アフリカ	エムベサ	ボーダコム	2010年	ケニア同様、送金や通話料購入などに利用可能
エジプト	—	—	計画中	—
インド	—	—	計画中	—
アフガニスタン	エムバイサ	ロシャン	2008年	警察官の給与支払いサービスから導入

導による市場拡大・サービス進化の中心という点で、ケニア市場におけるボーダフォンの動きには今後も注意を払い続ける必要があるだろう。

3 先進国プレーヤーにとっての ブランチレスバンキングの意義

ここまではブランチレスバンキングの概要と最新動向を紹介した。最後に、先進国のプレーヤーにとっての意義について述べたい。

ブランチレスバンキングを主導しているのは銀行だけではなく、ボーダフォンなどの通信業界のグローバル企業もその有力な事業主体である。先進国の企業が途上国向けサービスを手がけるねらいとして想定されるのが、「リバースイノベーション」の実現である。

リバースイノベーションとは、購買力が低く、最低限の（言い換えれば本質的な）機能へのニーズすら満たされない地域に合わせた製品・サービスを提供し、それを世界に向けて展開することによって標準化を図ることである。ブランチレスバンキングは、最低限の機能を、徹底した低コストで提供することで、金融インフラへのアクセスを提供する目的に特化して設計されている。

ブランチレスバンキングをリバースイノベーションの文脈で捉えた場合、事業を主導する先進国の企業のねらいとして重要な点は2

つある。1つ目は、店舗を前提としないことによる低コスト化、2つ目は多業種間の連携を利用した先進国でのサービス展開である。ボーダフォンはすでに国際送金会社のウェスタンユニオンと提携し、2008年からエムベサをベースにしたケニア-英国間の高速・低コストでの送金システムを試験しており、このようなサービスが世界で展開されていく可能性も十分想定されうる。

実際、先進国の銀行においても、ICTを利用して店舗を持たないサービスの展開を図る動きがある。日本ではすでに2000年以降、いくつかのインターネット専門銀行が誕生し、成長を続けている。また、ブランチレスバンキングではないが、流通企業を親会社として誕生したセブン銀行やイオン銀行は、それぞれ独自の小売店ネットワークを活用したサービスを提供している。これに対し主要欧米諸国では、支払い決済目的で個人から資金を預かることを広義の「預金受け入れ行為」とみなし銀行にのみ認めているうえ、都市交通の乗車券は仕組みが古いため電子マネー化しておらず、結果的に日本で見られるような小売事業者ないし鉄道事業者による電子マネーが普及していない。

この点、アフリカのいくつかの国では、携帯電話事業者によるプリペイドカード発行を端緒とした「電子マネーの提供」というサー

ビスが金融当局により認知され、規制環境も整備されつつある点が興味深い。支払い決済サービスおよび電子マネーの提供について、銀行免許を持つか否かといった制約の程度は国によって異なるが、最低限、受け入れ資金の保全には（提携銀行の）預金口座を利用することを義務づけていることが多い。こうした規制環境については第IV章で述べる。

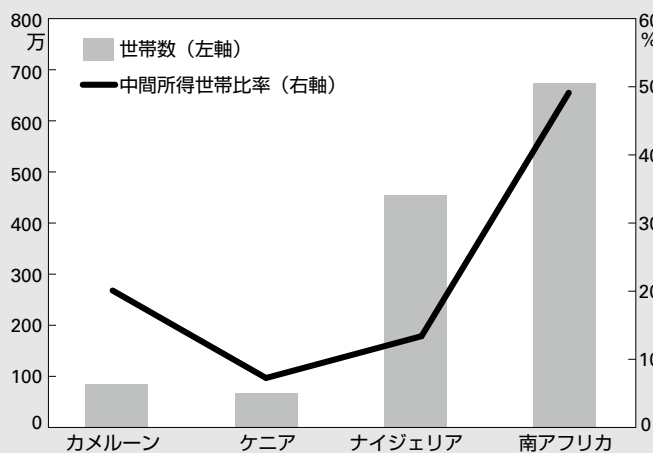
II アフリカにおける販売金融

1 サブサハラ諸国における耐久財の消費動向

アフリカは貧富の差が激しく、一握りの富裕層のみが消費を牽引していると思われる。実際アフリカの多くの地域で所得格差が大きく、中間所得層はまだ立ち上がっていない。たとえば、ケニアの総世帯に占める中間所得世帯比率は10%に満たない（図4）^{注11}。

しかし、購買力のある消費者層は確実に存在している。南アフリカの中間所得世帯比率は約50%で、中国（07年時点20%）、インド（同13%）と比べても高い水準にある^{注12}。ま

図4 主要サブサハラ諸国における中間所得世帯比率と世帯数

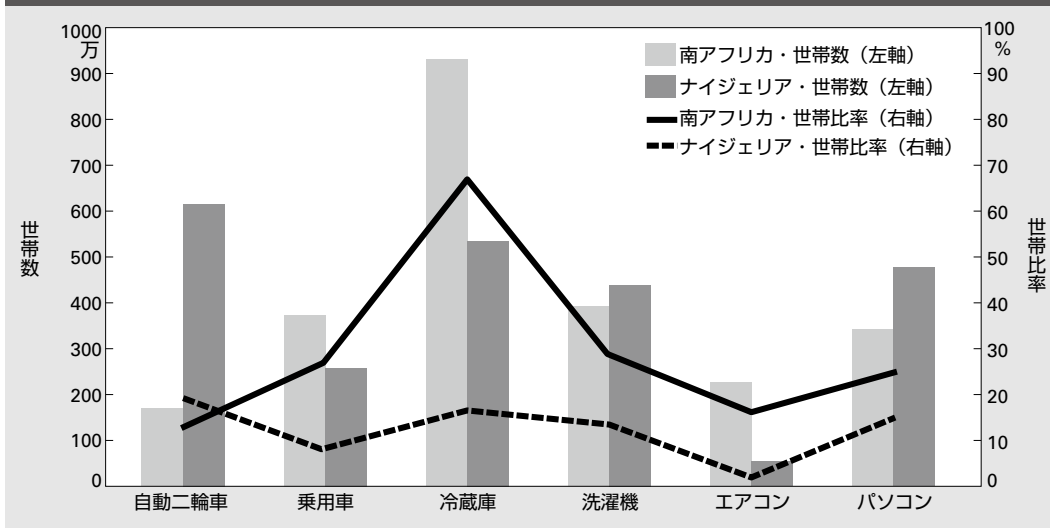


出所) Euromonitor International "African Marketing Data and Statistics"

た、ナイジェリアは中間所得層の比率は14%にとどまるが、その人口の多さから、中間所得層の世帯数は南アフリカの3分の2に上る。

中間所得層が徐々に出現してきている南アフリカとナイジェリアではあるが、耐久財はまだ多くの家庭にとって贅沢品である。乗用車を保有する世帯の総世帯に対する比率は、ナイジェリアでは8%程度、南アフリカでさえ30%を下回る（図5）。家電製品についても、ナイジェリアではおよそ10%前後の普及

図5 耐久財の普及世帯数と世帯比率（2010年）



出所) Euromonitor International "African Marketing Data and Statistics" 2011

率である。

中間所得層の拡大と耐久財の普及水準の低さから、サブサハラ諸国では今後耐久財の需要の伸びが予想される。しかし、実際に耐久財の消費が飛躍するには、消費者による販売金融へのアクセスの充実が一つの条件となる。有望市場とされる南アフリカとナイジェリアに焦点を当て、アフリカにおける販売金融制度の現状について、以下で明らかにする。

2 南アフリカにおける販売金融の現状

南アフリカでは、販売金融は広く利用されているが、制度が本格的に整備され始めたのは2000年代に入ってからであった。2000年代前半に雇用人口が増えるにつれ、販売金融の利用が急拡大した南アフリカでは、消費者の多重債務が社会問題として顕在化するようになった。この問題に対応するため、2005年にNational Credit Act（国家信用法、以下、NCA）が制定され、同法により、信用提供者、信用情報機関、債務カウンセラーを監督する機関としてNational Credit Regulator^{注13}（国家信用監督者、以下、NCR）が設立された。NCRでは、銀行、ノンバンク、その他の機関に対して、貸金事業者としての登録を義務づけ、監督を行っている。

2010年の南アフリカにおける消費者信用市場は2878億ランド（約3兆3000億円^{注14}）で、そのうち耐久財向けローンは927億ランド（うち自動車ローン866億ランド、その他耐久財61億ランド）であり、全体の約3割を占めている^{注15}。

南アフリカでは、商業銀行が個品ローンを

提供するほか、メーカー系ファイナンス会社を含むノンバンクの自動車ディーラーがサービスを提供している。家具・家電対象のローンは、大手の家具店などの小売業者も主要なサービス提供主体となっている。NCRに登録されている商業銀行は23行（うち外資系2行）ある。また、自動車ディーラーの登録数は115、家具・家電ローンを提供する家具店の登録数は174にも上る。銀行だけでなく、ノンバンクの利用も一定程度社会に浸透していることが、登録数の多さからうかがえる。ただし、2010年の自動車ローン残高866億ランド（約1兆円）のうち、自動車ディーラーが供与しているのは14%であり、ノンバンクの利用よりも、銀行の割賦金融部門のサービス利用のほうが一般的である。

南アフリカでは、過剰な貸し出し・借入れを防ぐため販売金融の基盤整備が進められている。NCRには11の民間信用情報機関が登録されており、ここが個人の職業などの基本情報や借入れ情報、弁済記録などの情報の登録・管理を行っている。また、利用者が過剰借入れなどにより債務返済が困難になった際に、債務整理の援助や金融教育を行う債務カウンセラー制度も設けられている。債務カウンセラーの登録数は1900を超え、NCRはカウンセラーのトレーニングプログラムを通じて人材育成にも取り組んでいる。

このように、商業銀行のほかにも、自動車ディーラーや小売店などのノンバンクによるファイナンスへのアクセスが可能であるだけでなく、販売金融制度が機能するための信用情報機関や債務カウンセラー制度などが用意されているという点で、南アフリカは販売金融制度の基盤が整備されてきているといえ

る。

3 ナイジェリアにおける 販売金融の現状

ナイジェリアは低所得世帯が多く、銀行やマイクロファイナンス（第Ⅲ章で詳述）機関で融資を受けている人口は全体の7%^{注16)}にとどまる。また、消費者ローン市場は立ち上がり始めたばかりであり、住宅ローンと自動車ローンを合わせても金融機関の総融資残高の5%以下の規模である。このため、販売金融を中心とする消費者信用に関する法整備は遅れる傾向にあった。販売金融を受けるサービスの種類も少なく、中央銀行の監督下、販売金融サービスを提供する主体は商業銀行に限られている。

しかし経済成長とともに、ナイジェリアでも消費者信用の法整備の動きが出始めている。2007年にCBN Act^{注17)}が制定され、信用情報機関の設立が許可された。それまでは、中央銀行が運営する信用情報機関Credit Risk Management System (CRMS) が用意されていたが、CRMSは100万ナイラ（約50万円）^{注18)}以上供与した場合に限って借り入れ情報の登録を義務づけていたことから、通常の販売金融の信用情報は登録されていなかった。そのほかにも、身分証明制度が整備されていないことから複数名義での登録が相次ぐなど、運営上の問題が指摘されていた。これを受けて、2007年から民間による信用情報機関の運営が許可され、現在では8つの機関が登録されている。

また2007年より南アフリカのNCRに相当する機関の創設に関する法案「Bill for an Act to Establishment of the National

Consumer Credit Regulatory Commission^{注19)}」が審議されている。同法案は、すべての信用提供者、信用情報機関、債権回収機関についてNational Consumer Credit Regulatory Commission (NCCRC：国家消費者信用監督委員会) への登録を義務づけてNCCRCの監督下に置き、消費者保護に資することを目的としている。

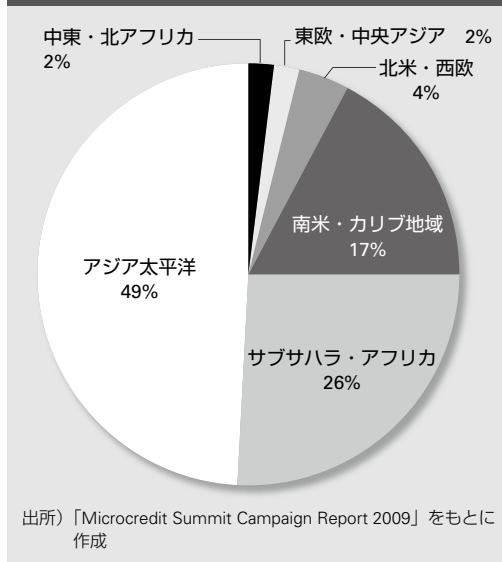
アフリカで人口が最も多く、豊富な資源を梃子に経済成長が見込まれるナイジェリアには、耐久財需要の伸びに大きな期待が寄せられる。しかし現状では、地元警察が武力による不正な債権回収を請け負うことも稀でなく、制度環境として、メーカー系ファイナンス会社をはじめとするノンバンクがビジネスを展開することは容易でないと想定される。今後のナイジェリアの販売金融サービスの発展に際しては、過剰な貸し出しを防ぐような事業者の監督の法整備は当然のことながら、消費者に対する金融教育やクレジットカウンセラー制度など中長期的な対応策も必要とされるだろう。

Ⅲ アフリカにおけるマイクロ ファイナンスの位置づけ

1 マイクロファイナンスの潮流

マイクロファイナンスとは、貧困層に対して事業資金を提供する短期・小口・無担保ローンを指す。マイクロファイナンスの普及により、貧困層から多くの起業家が生まれている。融資の借入額は数千円～数万円で、地域コミュニティの相互監視を基盤とする返済システムが特徴である。近年では顧客ニーズに応じて、小口融資に加えて小口預金、小口保

図6 マイクロファイナンス機関の地域分布



険、小口送金へとサービスの幅を拡大しつつある。

マイクロファイナンス機関の数、および小口融資の借り手数は過去10年で急速に伸び、銀行へのアクセスが困難な貧困層を中心に1億5000万人以上に普及し、潜在需要は5億人ともいわれる。

図6に示した世界のマイクロファイナンス機関の地域分布を見ると、アジア太平洋が半

数を占めるものの、4分の1はサブサハラ諸国が占めていることから、アフリカはマイクロファイナンス機関の主要な展開地域の一つである。

マイクロファイナンス機関の財務データを集約しているミックスマーケット (MIX MARKET) によると、アフリカでマイクロファイナンス機関が提供する小口融資の借り手数は800万人であり、2003～09年にかけて他地域と比較すると、緩やかな増加傾向にある(図7)。また、アフリカのマイクロファイナンス機関の預金者数は2050万人となっている。

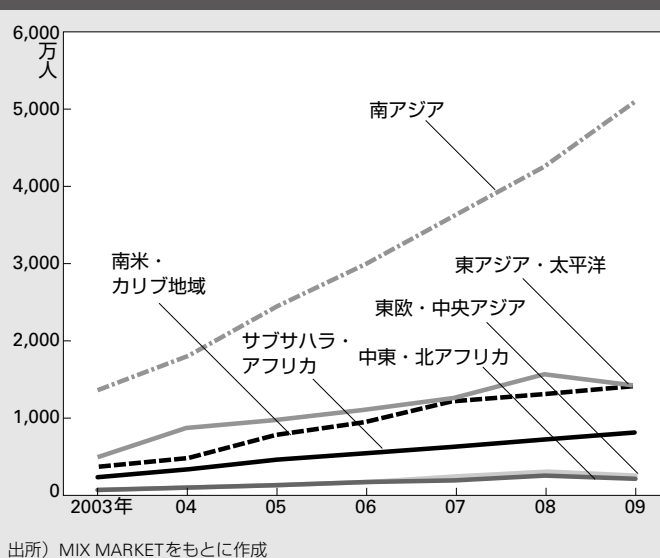
サブサハラ諸国では、小口融資の借り手が650万人に上り、アフリカにおける借り手の大半を占める。サブサハラ諸国の小口融資の借り手数を国別に見ると、エチオピア、ケニア、南アフリカ、ガーナ、ナイジェリアなどが上位を占める(表5)。またサブサハラ諸国の預金者数は1650万人以上と報告されている。

2 マイクロファイナンスの成長と課題

マイクロファイナンス機関は、銀行、信用組合、ノンバンク、NGO(非政府組織)などさまざまな組織形態を取り、大小合わせると世界でおよそ1万存在する。ただし、金融機関として体制整備され、顧客規模も大きい大手機関はわずか2%程度に限られ、大多数のマイクロファイナンス機関は金融機関としての体制整備やさらなる成長が課題である(図8)。

マイクロファイナンスは金融業として成熟しつつあり、グルーブローンや毎週・毎月小

図7 小口融資の借り手数の地域比較(2003～09年)



分けて返済する仕組みや、融資だけでなく金融教育を提供するなどの工夫を積み重ねることで、一部のマイクロファイナンス機関は、商業銀行と比較しても見劣りしない業績を実現している。ミックスマーケットによると、たとえばパフォーマンスの高いマイクロファイナンス上位10機関は、SKSマイクロファイナンス（インド）、SDBL（スリランカ）、Bandhan（インド）などであり、貸倒率は0.0～3.3%と、商業銀行に見劣りしないレベルである（表6）。

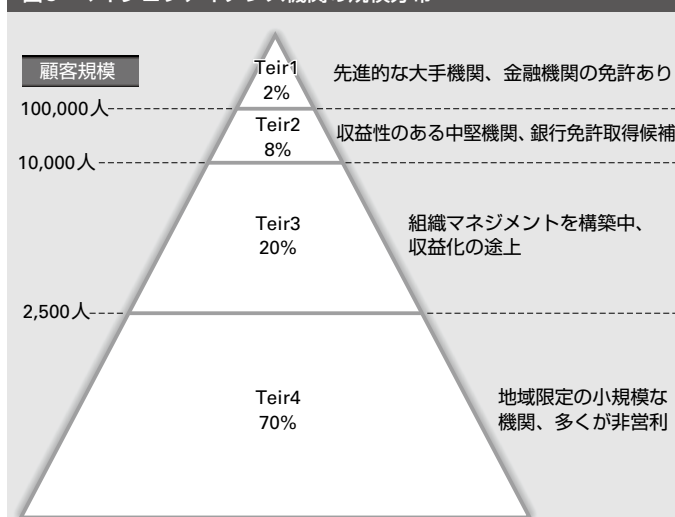
一方で、マイクロファイナンス事業の拡大プロセスでは、事業性資金の融資を基本とするというマイクロファイナンスの本筋から外れて消費性資金の融資に使われ、多重債務問題や、過剰な取り立てによる借手手の自殺など社会問題が浮上している。こうした事態に対応するため、マイクロファイナンスへの適切な規制の検討が各国で進められている。次章で確認するとおり、アフリカにおいてもすでにマイクロファイナンス機関に対する許可、ないし免許の取得義務を含めた規制環境がほぼ整備されてきており、業界の健全な育

表5 小口融資の借手数で見たサブサハラ諸国上位10カ国（2008年）

順位	国名	借手数 (万人)	サブサハラ諸国借手 に占める割合 (%)
1	エチオピア	184.1	28.3
2	ケニア	109.4	16.8
3	南アフリカ	72.3	11.1
4	ガーナ	35.4	5.5
5	ナイジェリア	34.9	5.4
6	タンザニア	27.0	4.2
7	ウガンダ	26.2	4.0
8	マリ	21.8	3.4
9	セネガル	21.8	3.4
10	カメルーン	16.5	2.5

出所) MIX MARKET “Sub-Saharan Africa 2009” をもとに作成

図8 マイクロファイナンス機関の規模分布



出所) 「Microcredit Summit Campaign Report 2009」 をもとに作成

表6 マイクロファイナンスの高パフォーマンス上位10機関（2009年）^{注1}

順位	機関	国名	設立年	債務者数 (千人)	貸出債権額 (百万ドル)	平均借り入れ残高 (ドル)	ROE (%)	貸倒率 (%)
1	SKS	インド	1997	5,795	961	166	21.6	0.9
2	SDBL	スリランカ	1997	190	93	489	15.8	0.1
3	Bandhan	インド	2002	2,301	332	144	38.2	0.0
4	Cashpor MC	インド	1997	417	59	143	147.0	0.2
5	JVS	ネパール	1997	37	4	111	48.4	0.0
6	BRAC	バングラデシュ	1972	6,241	636	102	14.6	2.2
7	Alwatani	ヨルダン	2004	24	14	576	19.2	3.3
8	FMFB-Pakistan	パキスタン	2002	200	33	165	4.4	1.3
9	BASIX	インド	1996	1,114	223	200	23.3	0.4
10	Tamweelcom	ヨルダン	1999	39	13	339	18.8	1.1

注1) パフォーマンス評価の指標は、①アウトリーチ（小口融資の借手数、借手手の伸び、借手手に占める預金者数など）、②オペレーション（運営）効率性（借手1人当たりのオペレーションコスト、利益率、延滞率、貸倒率）、③透明性（アニュアルレポート〈年次報告書〉、監査の状況）とする

2) ROE：株主資本利益率

出所) MIX MARKETをもとに作成、データは2009年2月時点

表7 主要サブサハラ諸国における非銀行金融サービス事業者の規制・監督の概要

国名	ブランチレスバンキングの位置づけ・監督当局者	販売金融の位置づけ・監督当局者	マイクロファイナンスの主たる提供者と監督当局者
ケニア	2011年中にケニア中央銀行が小口送金規制および電子マネー規制を制定予定（草案開示中）。現在は個別対応	銀行法により非銀行金融機関はケニア中央銀行の許可を要する	2006年制定マイクロファイナンス法に基づくMFI（免許要）、監督：ケニア中央銀行
タンザニア	タンザニア銀行によるカード式電子マネーガイドライン（2000年制定）	銀行および金融機関法によりリースも規定：タンザニア銀行の免許を要する	2006年制定銀行および金融機関法に基づく金融機関（免許要）または零細信用規則に基づく「マイクロ信用機関」（NPO〈非営利組織〉のみ：登録）監督：タンザニア銀行・財務省
エチオピア	ブランチレスバンキングの制度は見当たらない	リース法（Capital Goods Leasing Business Proclamation No. 103/1998）が割賦販売を含め規制：提供者は商工省認可要	2009年制定マイクロファイナンス事業法に基づくMFI（免許要）、監督：エチオピア国家銀行
ナイジェリア	ナイジェリア中央銀行による携帯支払いサービス規制あり（2009年制定）	個人信用規制機関制定法案審議中	2005年制定中央銀行規則によるマイクロファイナンス銀行（免許要）、監督：ナイジェリア中央銀行
ガーナ	2004年銀行法での規定およびブランチレスバンキング・ガイドライン（2008年制定）あり（銀行のみ可能）	割賦販売事業者も金融機関として免許を要する（ガーナ銀行法）	2004年銀行法（預金受け入れ可）または2008年NBF法（預金受け入れ不可）に基づく金融機関（要免許）（一部NGO〈非政府組織〉の例外あり）、監督：ガーナ銀行
南アフリカ	南アフリカ準備銀行による意見書により「銀行のみ電子マネー発行認可」と明記	国家信用法に基づく貸金事業者のみ提供可能。銀行を含め全事業者が国家信用監督者（NCR）への登録要	2005年制定国家信用法（National Credit Act）に基づく貸金事業者（要免許）、監督：NCR

出所）各当局開示資料等より作成

成が図られつつあるといえる。

IV 新しい金融サービスに対する規制・監督

前号で見たとおり、アフリカ諸国のなかには銀行サービスの浸透度合いが遅れている国が少なからずある一方で、今月号で見てきたとおり、携帯電話事業者によるブランチレスバンキングのような新しいサービスがバンキングサービスの浸透を助けている国も存在する。しかも、こうした新しいタイプのサービスに対する規制環境の整備は意外にも早い。表7は主要サブサハラ諸国におけるマイクロファイナンスやブランチレスバンキング、販売金融に対する法規制整備の現状などを確認したものである。これを見ると、多くの国で

すでに電子マネーを含むブランチレスバンキング規制環境が整備されていることがわかる。以下、業態別に概観する。

1 ブランチレスバンキング

エムベサを含む携帯電話事業者による小口送金サービスが成功を収めているケニアでは、2011年7月現在、金融機関以外の事業者による送金サービスについては、ケニア中央銀行が個別に事業認可取得の申請を受け付けて審査をしている。一方で、「小口電子送金規制草案（Draft Regulation for the Provision of Electronic Retail Transfers）」および「電子マネー規制草案（Draft E-Money Regulation）」を作成してパブリックコメントを募集しており、ケニア中央銀行が明示的な規制を導入することで、業界の健

全な育成を図っていることもうかがえる。ケニア中央銀行が携帯電話事業者による送金事業に注目し始めた時期は比較的早く、2003年に発表した「ケニアにおける支払い制度 (Payment System in Kenya)」ですでに「支払いカード」の一覧に、「プリペイドカード」として携帯電話事業者によるプリペイドカードも列挙されている。ケニア中央銀行は「支払い、清算および決済制度の円滑な運営を推進する」と法律により規定されていることを強く自任し、早くから携帯電話事業者の送金サービスの実態把握にも努めてきた。ケニア中央銀行によるこうした責任ある姿勢が、業界全体の成功を導いている側面もあろう。

また、タンザニアでは、タンザニア銀行がすでに2000年に「カード式電子マネーガイドライン」を制定している。同ガイドラインを見ると、電子マネーが、銀行口座を持たない人にとって利便性の高い支払い手段を提供するものとして期待されていることもうかがえる。

ナイジェリア中央銀行も、「携帯支払いサービス規制」(2009年制定)の序文で、やはり銀行口座を持たない個人に対するバンキングサービス普及の一環として、携帯支払いサービスの普及を促進する旨を謳っている。ナイジェリア中央銀行の規制では、携帯支払いサービスの提供者として、①銀行、②銀行主導の共同事業体、③非銀行主導の共同事業体——の3形態を認めており、「主導する企業はナイジェリア中央銀行の定める規制を満たすこと」としている。ただしこの規制では、携帯電話事業者は送金目的での資金の受領はできず、送金目的などで顧客が預ける資金は

すべて銀行口座で維持しなければならない。したがって事実上、銀行との提携が不可欠となる。

ガーナにおいても中央銀行であるガーナ銀行による「ブランチレスバンキング・ガイドライン」が2008年に出されており、そのなかでも明確に、銀行または他の預金受け入れ金融機関でないかぎりブランチレスバンキングの提供はできないと規定されている。その一方で、銀行などが単独でブランチレスバンキングを実践することは困難であり、携帯電話事業者やその他の協力が不可欠であることも認めている。ブランチレスバンキング・ガイドラインを制定することは、携帯電話事業者などの関与の範囲や方法の望ましい姿を示すことであり、健全なブランチレスバンキングの育成に寄与すると期待されている。

南アフリカ準備銀行も2009年に出した意見書のなかで、銀行のみが電子マネーを発行しようと明記する一方で、状況を継続的に観察しながら見直していくこと、および地方居住者や預金がないために銀行口座を持たない層へのバンキングサービスの浸透に向けた努力を継続することも明示している。

このように、ブランチレスバンキングについては、多くのアフリカ諸国で銀行口座を持たない層へのバンキングサービス浸透の糸口となりうると期待されつつ、事業主体が受け入れた資金は銀行口座への保管を義務づけるなど規制して、健全な育成が図られていることから、今後とも成長が期待される。

2 販売金融

表7に示したとおり、日本を含む多くのアジア諸国（特に東アジアおよび東南アジア諸

表8 南アフリカにおける販売金融の法規制概要

主な項目（該当条項）	主な規定（抜粋）
販売金融サービス提供の条件 （国家信用法〈NCA〉 ^{注1} 40条・54条）	NCRに登録した機関のみ信用提供者として営業が可能 ※ただし、年100件以下の契約数、または50万ランド以下の信用供与額の場合は登録は義務づけられていない
貸し出し金利 （NCA規則 ^{注2} 42条）	年利は（政策金利 ^{注3} × 2.2） + 10%を超えてはならない
信用情報の利用・管理 （NCA70条、NCA規則17~19条）	申請者の身分証明の方法などをNCA規則の定めるとおりに行い、申請情報の真偽を十分に識別しなければならない 信用情報機関は、借り主の提供する信用情報をNCRが規定する期間管理し、情報漏えいを防止しなければならない
債権の回収 （NCA129条、130条）	販売金融事業者は、書面による督促ができる。通知から10日経過後に、法的な債権回収手段を取ることができる

注1） Act No. 34 of 2005: National Credit Act参照
 2） R. 489 Regulations made in terms of the National Credit Act参照
 3） 2011年7月現在の政策金利は5.50%
 出所） NCAおよびNCA規則より作成

国）と異なり、アフリカでは商品販売に伴う信用供与についても金融当局の認可ないし免許を要する国が多い。アジア諸国と異なり、伝統的な販売信用が根づいていないアフリカのなかで、特に個人の借り手を保護する観点から規制が設けられているといえよう。

南アフリカでは2000年代前半に消費者の多重債務が社会問題として顕在化したため、2005年にNCAが制定され、同法によりNCRが設立されたことはすでに述べた。とはいえ、規制内容は借り手保護のみにとどまらない。表8は南アフリカにおける販売金融の法規制の概要である。これを見るかぎり、上限金利を政策金利をベースとした数式で設定している点、信用情報の利用義務など借り手保護のみならず事業者の資産健全性維持も考慮されている点など、網羅的かつ合理的^{注20}な規制であるといえる。

こうしたなか、エチオピアでは「リース法（Proclamation No.103/1998 Capital Goods Leasing Business Proclamation、1998年施行）」により割賦販売事業者などが規制され

ており、金融当局であるエチオピア国家銀行ではなく商工省の認可を要するとされている点が特徴的である。リース法によれば、「リース取引には割賦販売（hire purchase）契約も含まれる」とあるが、その一方で、リース業の監督者である商工省は「リース取引を登録する」と定めており、大型資本財のリース取引などが想定されているのではないだろうか。割賦取引を含めたすべてのリース取引を商工省に登録しなければならないとしたら、個人を借り手とした小規模な信用供与を行う販売金融が成長するのは困難であろう。

3 マイクロファイナンスの普及と制度整備

79ページの表5に挙げた国では、マイクロファイナンスの制度はすでに導入されている。また、南アフリカを除くアフリカ諸国では銀行と同じ監督当局（すなわち各国の中央銀行）が監督当局と位置づけられており、監督者としての能力に対する不安は抱かせない。加えて、インドのように金融監督当局

(インド準備銀行)が監督者でありながら多くのマイクロファイナンス機関については事業者登録さえ免除されている状況とも異なり、マイクロファイナンス機関であっても、一部NGO向けの例外はあるにせよ、原則として登録ないし免許の取得が必要とされている。

南アフリカの場合は、マイクロファイナンスも貸金事業者の一分野として位置づけられ、NCRが監督者となっている。NCRによる貸金事業者に対する規制内容は、前節の販売金融で見たとおり、事業者の登録義務から貸出金利の上限設定、信用情報の活用とその管理、回収手段にまで及ぶ網羅的な構成となっている。

NCRは、マイクロファイナンスに対する規制環境について述べた資料のなかで、「南アフリカはボリビアやバングラデシュのような途上国とは異なり、中間的ないし成熟しつつある市場である」との認識を示し^{注21}、マイクロファイナンス機関も他の金融機関同様にNCAによって規制されるのが適正であるとの立場を示している。

現に南アフリカでは個人向け信用供与残高の9割を銀行が担っており、自動車ディーラーが3%、小売店が3%、残る3.5%程度がマイクロファイナンスを含むその他の事業者であるという^{注22}。前号で確認した銀行預金残高GDP(国内総生産)比が93%に達していたことから、南アフリカでは地方などへのバンキングサービス浸透を目的としてマイクロファイナンス機関を優遇する必要性が認められないほどに、バンキングサービスが浸透している。

他方、銀行預金残高GDP比が2~3割程

度しかないエチオピア(25%)やガーナ(23%)、ナイジェリア(35%)、タンザニア(31%)といった国々では、南アフリカのよ
うな国に比べてマイクロファイナンスの重要性は一段と高いと考えられる。

一例として、ナイジェリアは、表5で見たとおり、サブサハラ諸国のなかでの「小口融資の借り手数」でも5位にとどまり、2009年末時点でマイクロファイナンス銀行による与信総額は131億ナイラ(約9000万ドル)にすぎない。とはいえ、南アフリカとは異なり、マイクロファイナンス事業を健全に育成し業界を成長させようという方向性が観察される。

2005年にマイクロファイナンスを規定するナイジェリア中央銀行規則が制定されて以来、マイクロファイナンスの事業者はマイクロファイナンス銀行として登録することとなった。マイクロファイナンスの顧客は「貧困層」に厳密に限定され、定職を持たないこと、所得が国の平均賃金もしくは最低賃金の2倍を超えないことなどが規定されている。与信の額も50万ナイラ(約3300ドル)を上限としている。2009年12月末時点で商業銀行の数は24にすぎないが、マイクロファイナンス銀行は910行が登録されている^{注23}。ただし、2009年末時点では規制強化による資本金増強が先行しており、マイクロファイナンス銀行業界全体の資本金額は105億ナイラに達し、「過剰資本」ともいえる状態にあるが、言い換えれば増加した資本金の分、貸し出し余力が高まったことであり、今後の成長が期待されていることの表れでもある。

同様に銀行サービスの浸透度合いが遅れているエチオピアは、ナイジェリアよりもマイ

クロファイナンスの利用が進んでいる(表5)。マイクロファイナンス機関に対する規制が、最低資本金から役員要件、自己資本比率、金利の制限など細かく規定されている点はナイジェリアと変わらない。しかしマイクロファイナンス機関の数は28にすぎず、そのうち2大事業者で総資本の5割、総与信額および総資産額の6割を占めるという²⁴。マイクロファイナンス銀行が乱立しているナイジェリアと比較すると、ある程度管理された競争が機能している側面もあろう。前号で見たとおり、エチオピアでは、銀行を所有できるのは間接保有も含めてエチオピア人に限るとしているが、同様にマイクロファイナンス機関についても所有者がエチオピア人に限定されている。この点が事業者の乱立を防ぐうえでは奏功しており、結果的に営業効率を高めているという見方もできる。

以上述べたとおり、本稿で概観した新しいバンキングサービスならびに販売金融については、各国政府による規制環境はほぼ整備されつつある。加えてその規制内容も(一部例外を除いて)合理的ないし健全な育成を促進する方向に向かっている。規制・監督概要を確認した6カ国中、エチオピアを除く5カ国では、ブランチレスバンキングおよび販売金融が引き続き成長を持続していくことが期待できる。マイクロファイナンスについては、南アフリカではすでに存在意義が薄い、それ以外の国々では依然として地方などへのバンキングサービス浸透という役割を担っており、まだ成長の余地がある。

他方、エチオピアは異色で、ブランチレスバンキングに対する規制環境は整備されておらず、金融機関以外の事業者に割賦・リース

事業を認める一方で、エチオピア人でなければマイクロファイナンスを含めた金融事業体を所有できないとしている。ブランチレスバンキング規制が整備されていない理由は、サブサハラ諸国のなかでも目立って低い携帯電話普及率(70ページの表2)にあると考えれば、妥当ではある。しかし、銀行のみならずマイクロファイナンスについても外国資本を排除する規制は、海外における事業ノウハウや実績を活かした外資金融機関経営の導入を困難にする。経済発展ないしバンキングサービスの浸透に沿って外資排除規制が解除され、より自由な競争を促進することが業界の発展のためには望ましい。

前号で見たとおり、サブサハラ諸国の多くの国ないし地域では、特に個人の間では預金を前提とした銀行サービスの浸透が後れている。そうしたなか、消費を支える販売金融や送金サービスを主としたブランチレスバンキングなどの代替的サービスに対する期待は、事業者のみならず金融監督当局の間でも高い。健全な金融サービスの育成をねらいとした制度の整備が急速に進んでいることから、今後も一層の成長が期待できる。

次回、本連載の最終回では、インフラファイナンスを含むホールセール(法人取引)分野に焦点を当てる。そのうえで日本企業への示唆を述べたい。

注

- 1 CGAPのWebサイトより(<http://technology.cgap.org/2011/05/11/the-state-of-the-branchless-banking-sector/>)
- 2 United Nations "World Urbanization Prospects," の統計資料、「Africa」地域の2010年時点のデータ

- 3 The World Bank "Finance For All?," 2008
- 4 ITU "World Telecommunication/ICT Indicators 2010"
- 5 CGAP "Branchless Banking 2010: Who's Served? At What Price? What's Next?," 2010
- 6 Megan G. Plyler, Sherri Haas and Geetha Nagarajan "Community-Level Economic Effects of M-PESA in Kenya: Initial Findings," Iris Center, University of Maryland, June 2010
- 7 Ignacio Mas and Amolo Ng'weno "Three keys to M-PESA's success: Branding, channel management and pricing," Bill & Melinda Gates Foundation, 2009
- 8 サファリコム2011年度決算説明会資料
- 9 サファリコム資料
- 10 1 ケニアシリング=0.87円で換算 (2011年7月24日)
- 11 中間所得層は世帯年可処分所得5000ドル以上3万5000ドル未満と定義する
- 12 経済産業省「2009年版ものづくり白書」
- 13 National Credit RegulatorのWebサイト (<http://www.ncr.org.za/>)
- 14 1 ランド=11.6円で換算 (2011年7月)
- 15 National Credit Regulator "Credit Monitor Review," December 2010
- 16 CGAP "Access to Finance in Nigeria," February 2009
- 17 Act No.7 of 2007, Central Bank of Nigeria Act, 2007
- 18 1 ナイラ=0.5円で換算 (2011年7月)
- 19 SB.323: a Bill for an Act to the Establishment of the National Consumer Credit Regulatory Commissions (NCCRC) for the General Regulation of Consumer Credit and Information in Nigeria, Registration of Credit Bureau and Credit Providers, Promotion of Fair Access to Consumer Credit and Economic Empowerment of Nigerians, Prohibition of Unfair Credit Marketing Practices and Other Matters Connected Therewith

- 20 日本に見られるような絶対水準で設定された貸出金利規制は、経済環境を反映した市場金利の変動を考慮しておらず、特に新興国のようなインフレ率ならびに金利水準の絶対値が高まる傾向があり、また変動幅も大きいような国では「非合理的」である
- 21 NCR "Micro-finance: What is an "enabling environment" How does the NCA relate to micro-finance?," September 2009
- 22 NCR "Consumer Credit Market Report" December 2010
- 23 ナイジェリア中央銀行「2009年報」
- 24 エチオピア国家銀行「2008/2009年報」

著者

木原裕子 (きはらひろこ)
 経営コンサルティング部主任コンサルタント
 専門は新興国における事業開発および企業のサステナビリティ戦略構築など

合田素人 (ごうださとと)
 自動車・ハイテク産業コンサルティング部コンサルタント
 専門は蓄電池・太陽電池などの新エネルギービジネスの新規参入戦略

森本真輔 (もりもとしんすけ)
 経営コンサルティング部コンサルタント
 専門は新興国におけるマーケティング戦略、参入戦略立案など

徳江朋美 (とくえともみ)
 インフラ産業コンサルティング部コンサルタント
 専門は新興国における製造業の市場参入支援など

荻本洋子 (おぎもとようこ)
 金融コンサルティング部上級コンサルタント
 専門は新興国における金融資本市場の発展支援および市場参入など