

アフリカ

フィンテックが未来を変える

ジェトロ海外調査部中東アフリカ課 高崎 早和香

金融（ファイナンス）と技術（テクノロジー）を組み合わせた新たなサービスに注目が集まる。フィンテックと称されるこの業態は、アフリカの経済成長に向けた次なる一手として期待される。銀行口座を持たない層をターゲットとするモバイル送金サービスなど、現地ニーズを取り込んだ新ビジネスが次々と成功を収めている。

世界初のモバイル送金

フィンテックとは、モバイル決済のようにIT技術を活用した新たな金融サービスのことを指す。その代表的なサービスである「携帯電話での送受金システム」を世界で初めて導入した国はケニアだった。携帯電話会社サファリコムが提供する「M-PESA（エムペサ）」というサービスがこれで、携帯端末を使って送金のほか光熱費や授業料といった日常の支払いができる。

仕組みは簡単。まず、利用者はサファリコムの窓口に行き、送金額と手数料を支払う。その後、送金相手に携帯電話で送金額を伝えるSMS（ショート・メッセージ・サービス）と暗証番号を送る。メッセージを受信した相手は、サファリコムの窓口でその画面と暗証番号を提示すれば、現金を受け取れる。銀行を介さないこの送金法は、銀行口座を持たない貧困層の間で瞬く間に広まった。

サファリコムの幹部によると、M-PESAはもともと、同社の携帯電話利用者の定着率を上げるための付属サービスとして始めたものだったという。2007年に始まった同サービスへの登録者数は年々増え続け15年には2,400万人となり、同社収益の2割強を担うまでになった。日用雑貨店を中心とする同サービスの代理店は10万を超え、M-PESAを通じて1カ月当た

り約19億ドル（1,900億ケニア・シリング）の携帯マネーが動いている（16年5月同社発表）。

新技術への高い受容性

M-PESAだけではない。アフリカ市場には今、フィンテック企業が次々と参入している（表）。例えば南アフリカ共和国で経営学を専攻した若者2人が立ち上げたイマージ・モバイル。同社は、携帯電話に小型のカード読み取り機を取り付けることで、携帯電話をクレジットカード端末機に変身させる技術を開発した。これまでクレジットカード決済ができなかった小規模商店を中心に利用者が拡大している。ナイジェリアでは、02年に設立されたベンチャー企業インタースイッチが、政府・企業向けのオンライン決済システムを開発し、eコマースの急速な普及と相まって3,200万人ものユーザーを獲得している。

フィンテック市場が有望視される背景には、アフリカ特有の事情もある。まず、人口の大部分を占める貧困層は収入が少なく、銀行に口座を開設できない。一方、農村に家族を残して都市部に出稼ぎに行く労働者が多く、送金の需要は高い。既存の金融サービスはこうした送金需要に応えられず、現金を郵送するか直接

表 アフリカ主要国におけるフィンテック事例

ガーナ	Zeepay（モバイル金融）、OzinoPay（モバイル決済）
ナイジェリア	Interswitch（電子決済）、Paga（モバイル金融）、Lidya（モバイル金融）、Aella Credit（モバイル小口融資）
南アフリカ共和国	Emerge Mobile（携帯端末を利用したカード決済）、RainFin（資金調達マッチング）、Walletec（モバイル金融）、WizzPass（携帯を使った駐車料金決済システム）
ケニア	M-PESA（モバイル資金決済）、iNuka Pap（モバイル小口融資・保険）、4G Capital（モバイル金融）、Schield Finance（給料を担保としたモバイル融資）
ウガンダ	Yo! Payments（モバイル資金決済）
タンザニア	Jamii（モバイル小口保険）

出所：各種公表資料を基に作成

相手に手渡ししかなかった。ところが、郵送だと途中で紛失するリスクがあり、手渡しの場合には運ぶ途中で盗難に遭う恐れがある。この問題解決に一役買ったのが M-PESA というわけだ。前出のサファリCOMの幹部は、「われわれの社会構造にうまく組み込まれる形で発展した」と語る。携帯電話を使った資金決済サービスは、現在では公共料金の支払い、小口融資、小口保険などにも広がりを見せる。

人口増加率が高く、人口全体に占める若年層の割合が高いことも市場にとっては追い風だ。国連は、アフリカ大陸の人口は現在の約 12 億人が 30 年には約 17 億人に増え、その 7 割以上を 30 歳未満が占めると予測する。市場をけん引する若年層は新技術への受容性が高く、あつという間に新しいトレンドにも対応すると考えられる。00 年に入ってからの爆発的な携帯電話の普及がその好例だ。携帯電話加入数は、05 年の 8,700 万から 15 年には 7 億 1,000 万に急増、「貧しいアフリカでモノは売れない」との固定観念は覆された。固定電話回線が普及しておらず、通信手段が限られているところに、逆に携帯電話普及の余地があったのだ。

日本の若手起業家も活躍

アフリカで新規ビジネスに挑む日本の若手起業家もいる。13 年設立の東京大学発ベンチャー企業のデジタルグリッドは、タンザニアの未電化地域で電力小売り事業を手掛ける。現地のキオスク（日用雑貨店）に太陽光パネルや蓄電池を無償で貸与し、住民への携帯電話充電サービスや LED ランタンのレンタルを任せる。同社には、充電料金の一部が入る仕組みだ。顧客に販売する電力を仕入れる際、キオスクは携帯マネーを使って同社からプリペイドで電力を購入する。同社

代表取締役の秋田智司氏は、「農村部の電化率は約 4% と非常に低い。にもかかわらず、携帯電話の普及率は 6 割を超える。農村の人々が、携帯電話を充電するために隣の充電ステーションまで徒歩で片道 1~2 時間かけて通っているのを見て、ここにビジネスのヒントを見いだした」と述懐する。

現在、デジタルグリッドのサービスを提供するキオスクは 800 店まで拡大し、利用者は 100 万人に上る。今後の展開について秋田氏は、「17 年中にはキオスクを 2,000 店に拡大させ、電気の先にある、村の人々の

暮らしを良くするためのプラットフォームを作りたい」と意欲を見せる。例えば、タブレット端末を貸し出して遠隔医療の普及を図ったり、提携しているキオスク全店を網羅するようなネットワークをつくり、新たな商品・サービスのプラットフォームとして活用するなどのアイデアを描く。

新技術がアフリカ進出を可能にした例もある。中古車輸出業者アガスタは、遠隔制御技術を使ってケニアやタンザニアでの中古車販売の拡大を試みている。同

社によると、自動車ローンの与信審査が厳しいアフリカでは、中古車購入を希望していても審査をパスできず断念するケースが多い。そこで同社は与信審査を緩和してローンを組みやすくした。その代わりに、返済が滞ったユーザーの自動車の走行を遠隔制御によって停止させ、さらに滞納が続いた場合には位置情報を元に車両を回収する仕組みを導入した。返済が再開されれば制御を遠隔で解除し、再びエンジンがかかるようにする。同社は新たなスキームを構築したことで、「膨大な規模の潜在市場獲得に期待する」と意気込む。

こうした新ビジネスでは、生活の質向上などの副次的効果が期待できる点も特徴的だ。新技術と若者の創造力が融合し、アフリカ大陸の未来を変えようとしている。



街の代理店にある M-PESA の看板（円内）

←携帯電話を片手に街を行く女性たち→