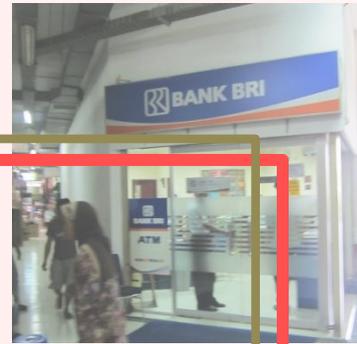




# 金融事情

JETRO



## インドネシア

### BOP層実態調査レポート

- 調査実施日: 2012年7月
- 調査場所: ジャカルタ首都特別州

#### 1. 調査結果

##### 概要

インドネシア銀行の推計では、銀行へのアクセスを持たないが銀行口座を新たに開設する潜在人口は約4,000万人に上る。BOP層への金融ビジネスの要点は、銀行口座を持たない人々にどのようにアクセスするかという点にある。

ある調査によると、金融サービスへアクセスできない人々は、まだ十分な資金を持たないので、預金や借入をできないと考えている。このため、金融サービスが必要だとは考えていない。彼らが使いたくなるようなサービスをどう提供するかBOPビジネスの課題となる。インドネシア国内ではすでに、いくつかのサービスが編み出されており、ここでは銀行よりも郵便局や携帯電話会社が先行している。

銀行口座を持たない人々が送金で気軽に利用してきたのが郵便局である。郵便局には、郵便局どうして簡単に送金のできるシステムがある。送金する者は郵便局へ出向き、申込書に自分の名前・住所、受取人の名前・住所を記入して、送金する現金を郵便局員へ渡す。次に、送金者は、郵便局から教えられた送金番号とパスワードを受取人へ電話などで知らせると、受取人は近くの郵便局で現金を受け取れる。より気軽なのは、2011年の台数が2億4,000万にのぼる携帯電話を使った送金システムである。この送金システムは、携帯電話のプリペイドカードの度数を利用者間でやり取りできるのを応用したものである。すなわち、自分の携帯電話の度数が少なくなった際に、



国立庶民銀行(BRI)のATM

友人から一定額の度数をショートメッセージ(SMS)で送ってもらうのである。この仕組みを応用して、同じ携帯電話会社の携帯電話どうしであれば、一方から一方へ送金が可能となる。これは国内だけでなく外国からでも可能なので、出稼ぎ労働者からの送金にも活用できる。TelkomselやXLがこの仕組みを最近試用し始めた。TelkomselにはもともとT-Cashというサービスが2007年から存在し携帯電話に貯めたT-Cashを送金や公共料金の支払いなどに活用でき、これまでに820万人が利用している。この仕組みもまた、郵便局の送金システムと同様に、銀行口座の開設を必要としない。

他方、銀行業界では、BOP層がどのようにすれば銀行口座を開設するかに焦点を当てたアプローチを試みてきた。金融サービスへのアクセスを持たない膨大なマーケットを「青海市場」(Blue Ocean Market)と呼び、ここへの参入に力を入れている。



銀行の中でこの「青海市場」へいち早く参入したのが国立インドネシア庶民銀行(Bank Rakyat Indonesia: BRI)である。1970年代に進められた緑の革命(米の増産戦略)において、BRIは高収量品種+化学肥料を農民に行き渡らせるための制度融資実施機関として、全国の農村にBRI出張所を開設した。緑の革命をきっかけとして農民の銀行口座開設を促したのである。しかし、現在では、他銀行も地方や農村への支店・出張所開設を進めており、なかには女性にターゲットを絞って口座開設を促す戦略を採る銀行もある。

銀行の「青海市場」への参入を後押ししているのが、政府の肝いりで進められている庶民事業融資(KUR)で、各銀行にはKURの貸出目標ノルマが課せられている。KURは融資を受ける際の担保を必要としない代わりに、年利20%台の高い貸出金利がつく。KURの不良債権比率は2.1%と低く、またAskrido、Jamkrindo、Askridaの3機関が政府信用保証を行っている。こうした状況下で、外国銀行がKURのようなマイクロ・クレジットへの参入意欲を見せている。

そうはいつても、BOP層の人々は、銀行より郵便局やクレジットユニオン、協同組合のようなノンバンク機関とのつながりのほうが依然として強い。水道、電気、電話など公共料金の支払い、借金返済などは、それらに出向いて行うケースが多く、銀行へ出向いたり、携帯電話を使ったりするケースはまだ一般的ではない。インドネシアの銀行のSMSバンキングや多機能ATMの進化は特筆すべきものではあるが、BOP層にはまだまだ浸透していない。



銀行としても、支店・出張所の新設やATMの設置にはコストがかかる。最近では、口座を持たない人へ送金が可能なシステムを打ち出す銀行も出ており、ノンバンク機関の仕組みに近づこうとしている面もある。

なお、インドネシアには、上記のような金融機関や携帯電話会社以外に、非公認の闇金融や高利貸がまだ幅を利かせている。たとえば、この右の写真のように、スマートフォンを買うのに身分証明書と給与証明があれば、前金なし、分割払いですぐに商品を購入可能だとしている。連絡先は携帯電話番号が書かれているのみである。こうした非公認の闇金融や高利貸を頼ってしまうケースもまだまだ多いようである。



非公認闇金融のチラシ

## 2. 所感

携帯電話会社にしても銀行にしてもノンバンク機関にしても、インドネシアのBOP層の現実を踏まえて進化する金融サービスは、おそらく世界的に見ても注目されるものである。そこでは銀行がノンバンクの手法へ近づくといった動きさえ見える。他方、金融サービスへアクセスできない人口は膨大であり、「青海市場」の開拓競争は一層激しさを増すだろう。

こうした状況下で、日本企業が金融部門でBOP市場へ参入するのは正直いって厳しい。現場の利用者に即したサービス開発のノウハウを持たないからである。それでも、もし日本企業がBOP層向け金融部門へ参入するとすれば、たとえば、コンビニエンスストアの機能へどのように金融サービスを付加するのか、といった点が留意点になるのではないか。



【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。