

情報銀行×地銀

～地域情報の利活用が紡ぐ地方創生～

東京大学 経済学部 経済学科3年 和泉 貴也
金融学科3年 野村 果央
金融学科3年 吉田 起弥

目次

1. はじめに
2. 現状把握
3. 我々の提言
4. 課題とその対策例

目次

1. はじめに
2. 現状把握
3. 我々の提言
4. 課題とその対策例

1. はじめに

地域に「情報を収集・管理する」仕組みを作る

1. はじめに

地域に「情報を収集・管理する」仕組みを作る



**地銀の収益性改善
地域の活性化**

1. はじめに

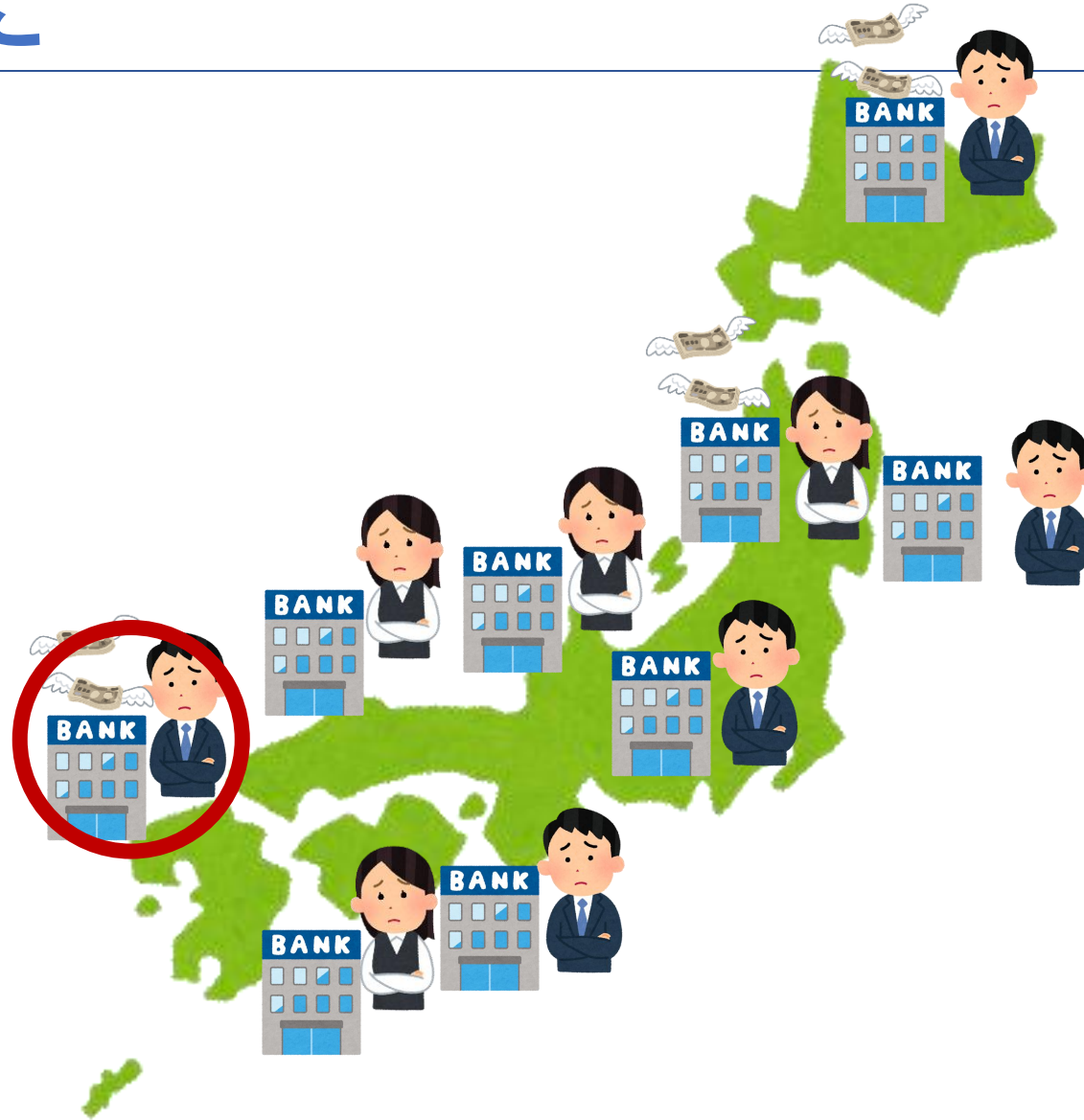
要するに...



1. はじめに



1. はじめに



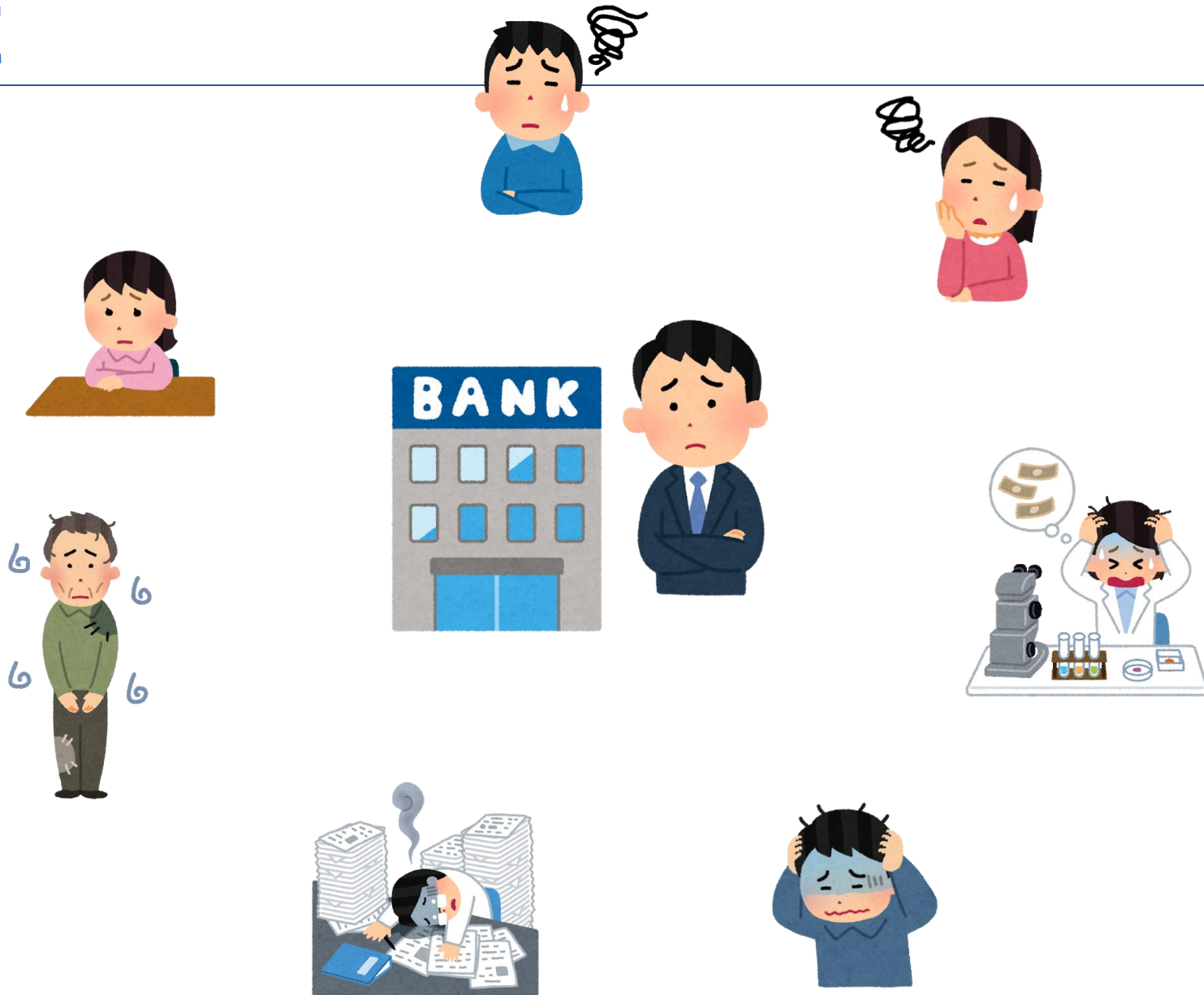
1. はじめに



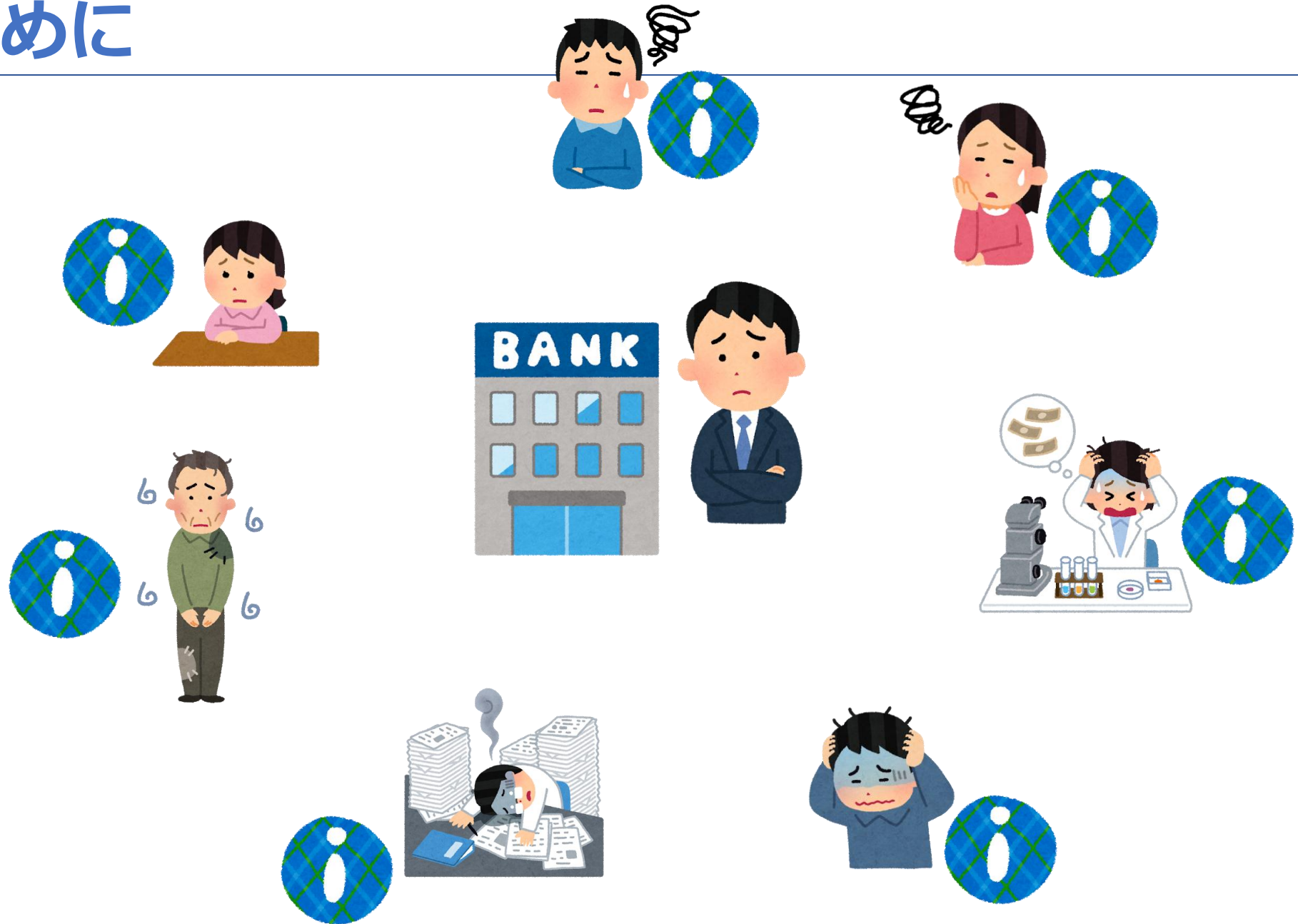
1. はじめに



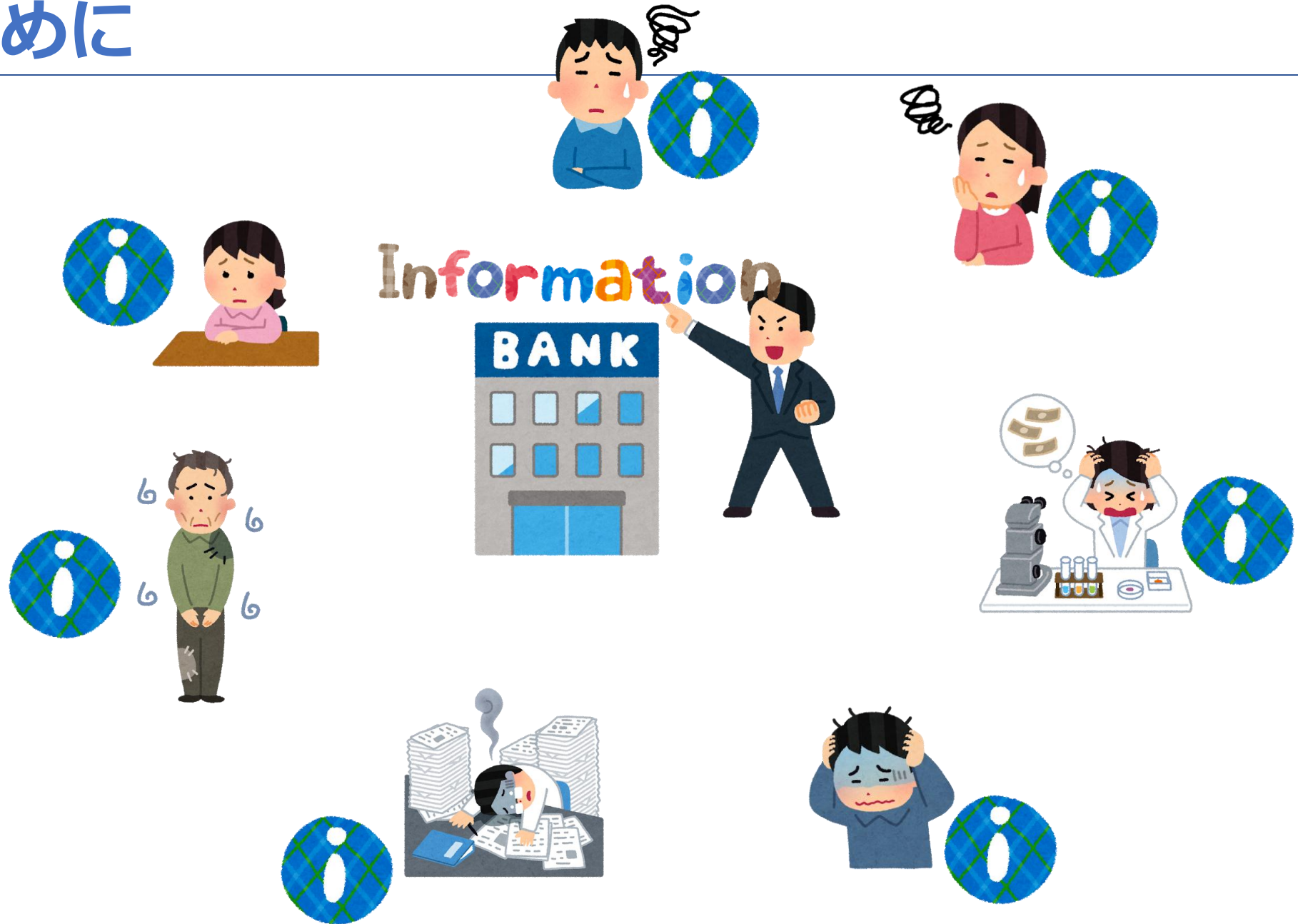
1. はじめに



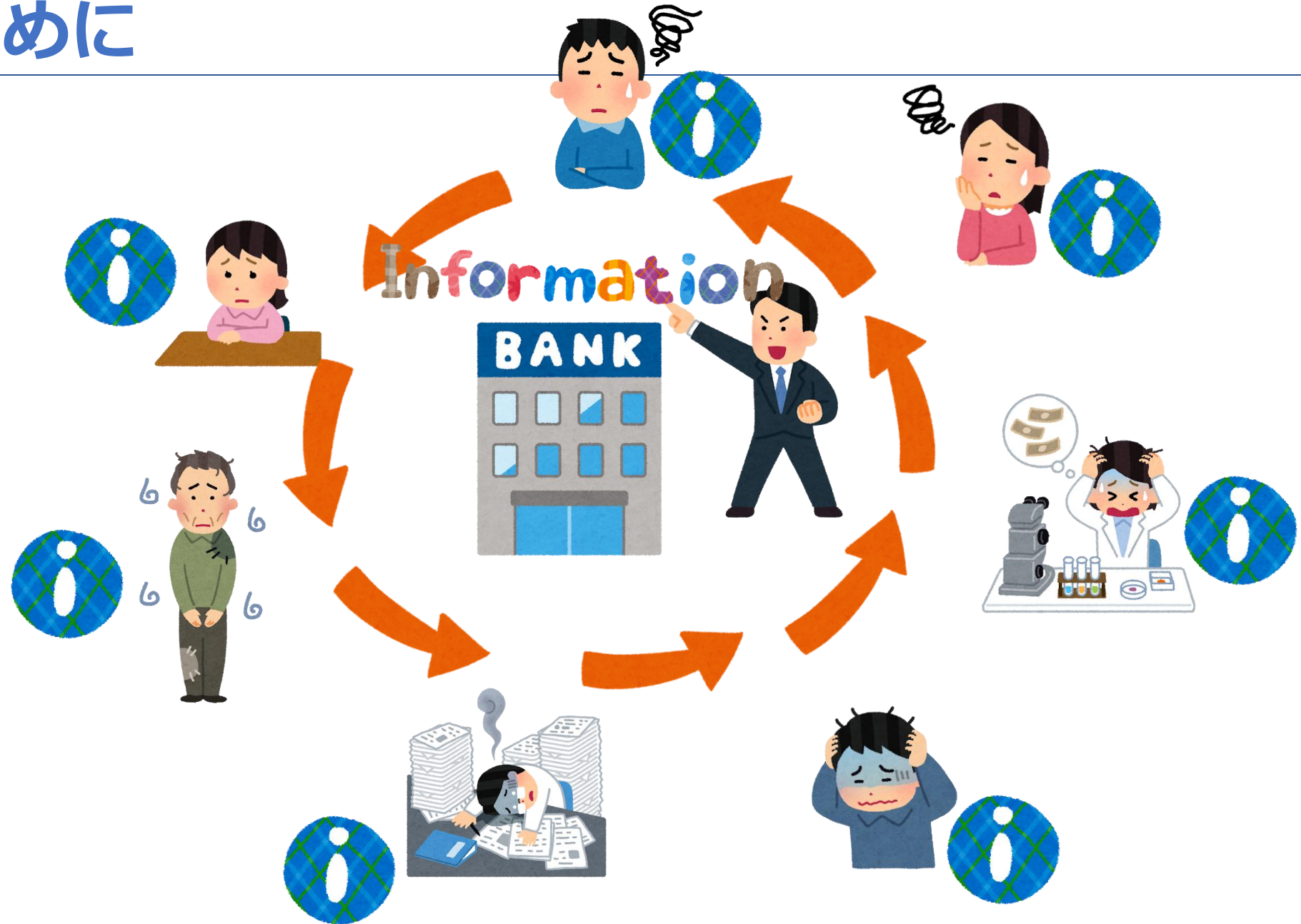
1. はじめに



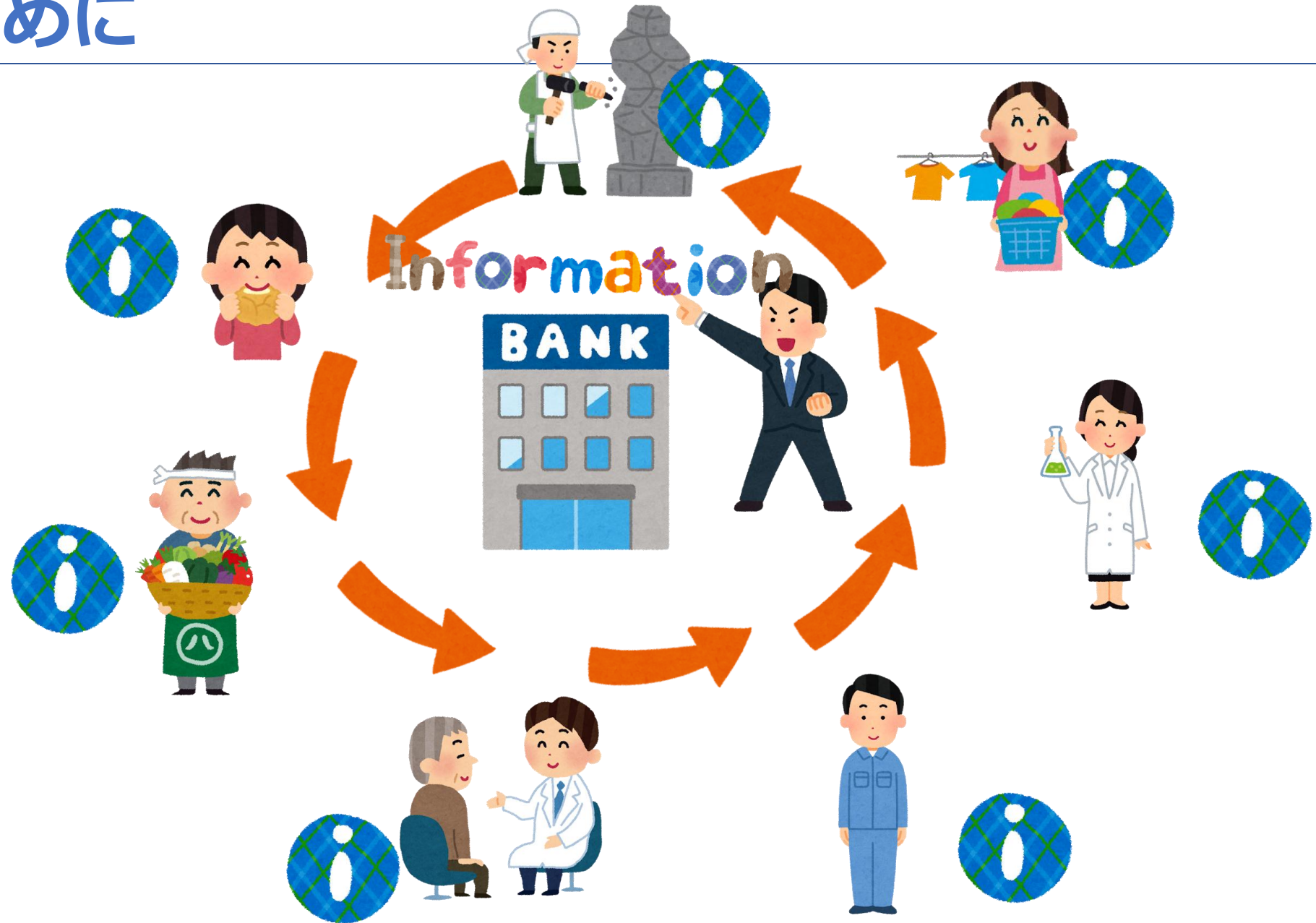
1. はじめに



1. はじめに



1. はじめに



1. はじめに



目次

1. はじめに

2. 現状把握

2.1 現状

2.2 現状の問題点

3. 我々の提言

3.1 提言の概要

3.2 提言の具体例

4. 課題とその対策例

4.1 課題

4.2 対策例

目次

1. はじめに

2. 現状把握

2.1 現状

2.2 現状の問題点

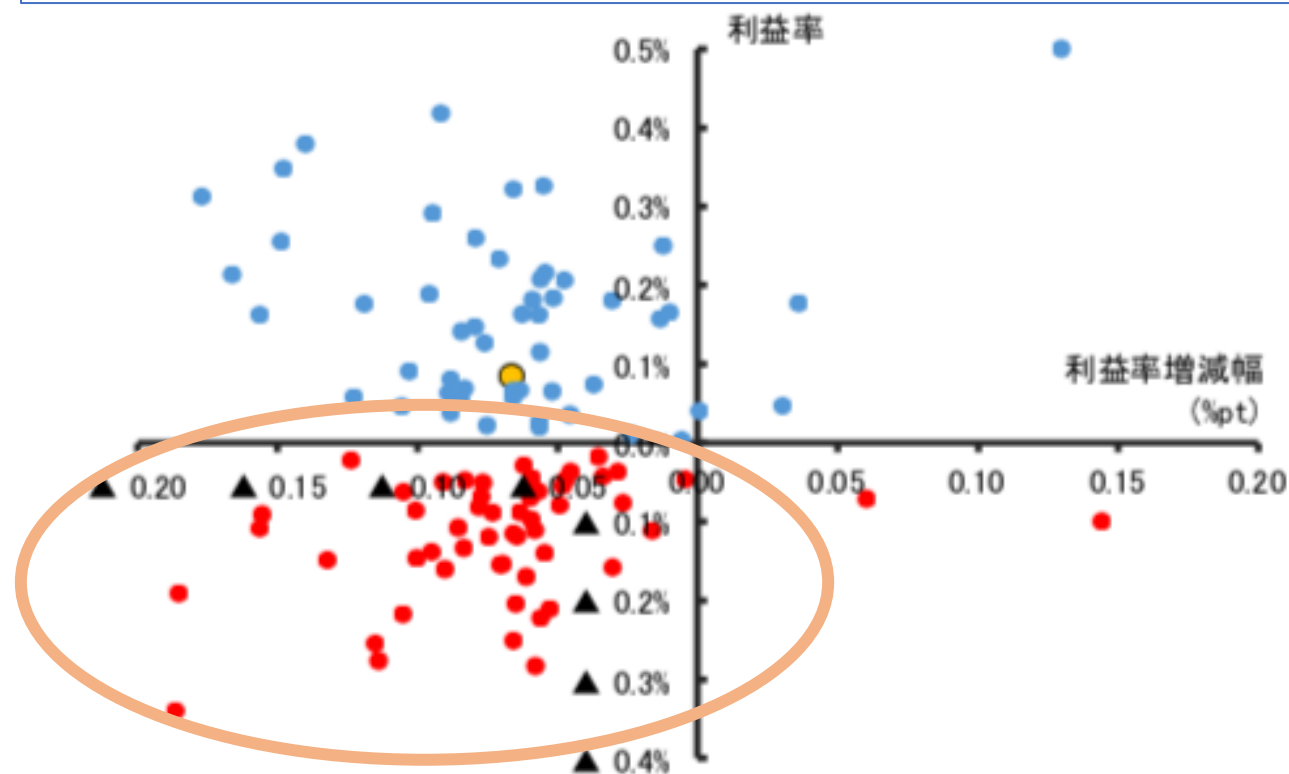
3. 我々の提言

4. 課題とその対策例

2.1 現状

地銀の過半数：本業赤字

本業の利益率とその増減幅(2016年3月~2017年3月)



地銀106行のうち

- 52行: 2期連続
- 23行: 5期連続

で赤字

地銀の経営悪化が深刻化

金融庁『平成28事務年度 金融レポート』より

2.1 現状

地銀の過半数: **本業赤字**

<要因>

1. 長引く低金利

→ 利ざやの縮小



2. 地方の人口減少

→ 市場の縮小



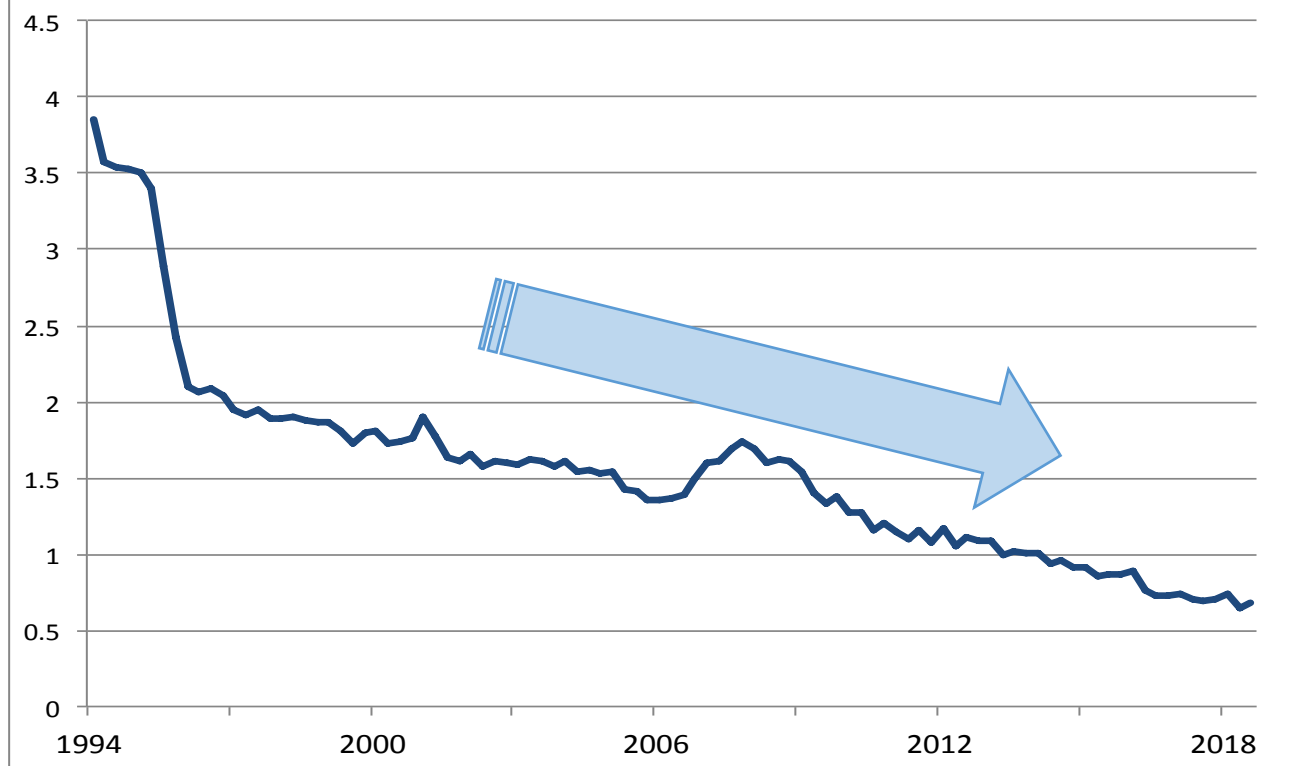
2.1 現状

地銀の過半数：**本業赤字**

<要因>

1. 長引く低金利
→ **利ざやの縮小**
2. 地方の人口減少

貸出金利の推移(1993.Q4~2018.Q2)



日本銀行 時系列統計データ検索サイトより作成
「貸出約定平均金利(月次)/新規/総合/国内銀行」

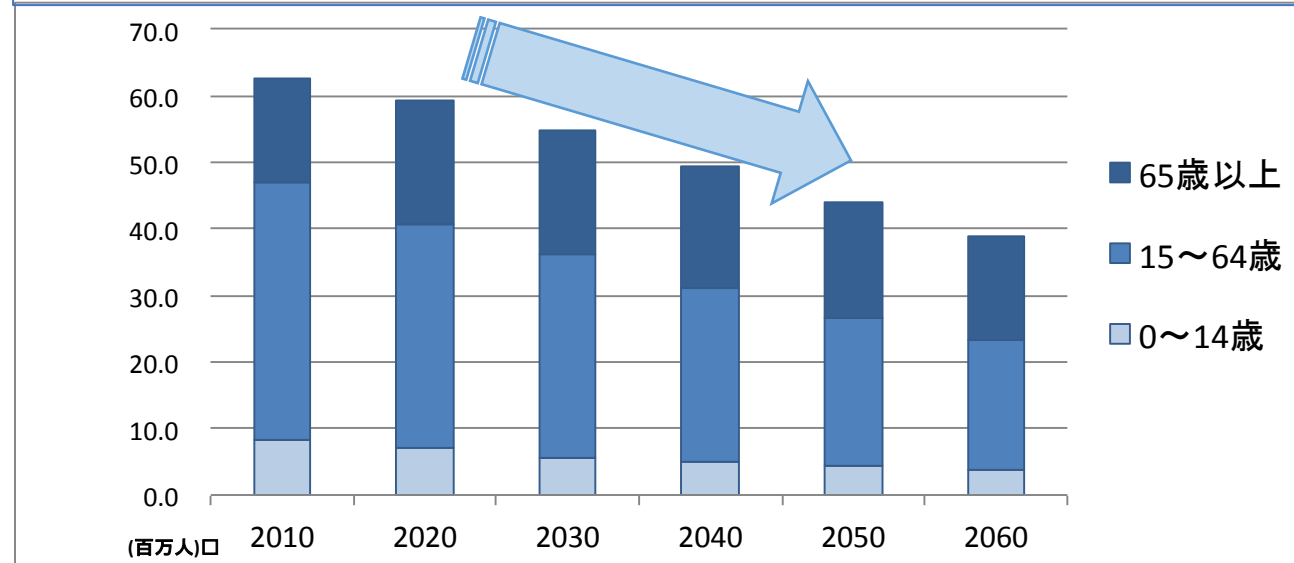
2.1 現状

地銀の過半数：**本業赤字**

<要因>

1. 長引く低金利
2. 地方の人口減少
→**市場の縮小**

地方圏における推計人口の動向



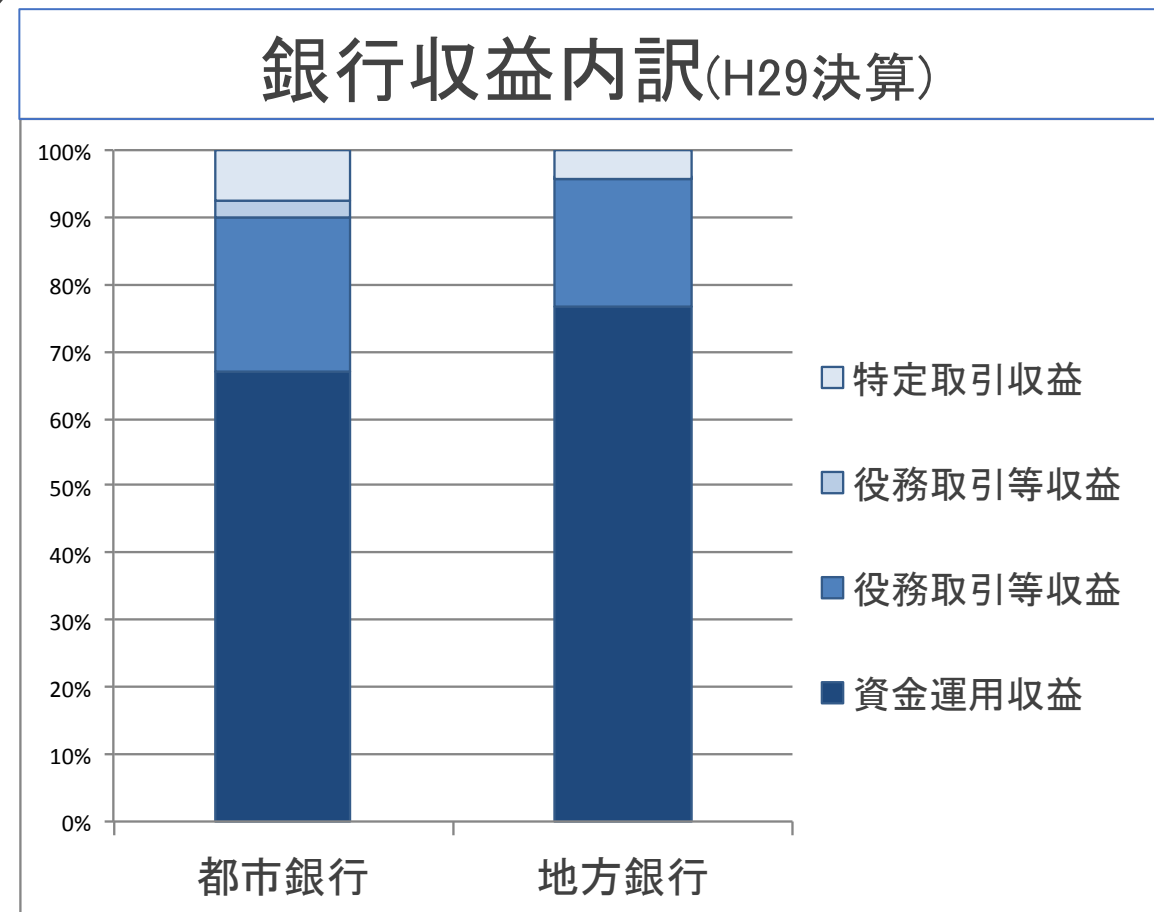
国土交通省『平成26年度 国土交通白書』より作成

2.1 現状

対策: 手数料ビジネスを伸ばす

銀行の収益

- ・資金利益(利ざや)
- ・役務取引等利益(手数料)
- ・特定取引利益
- ・その他業務利益



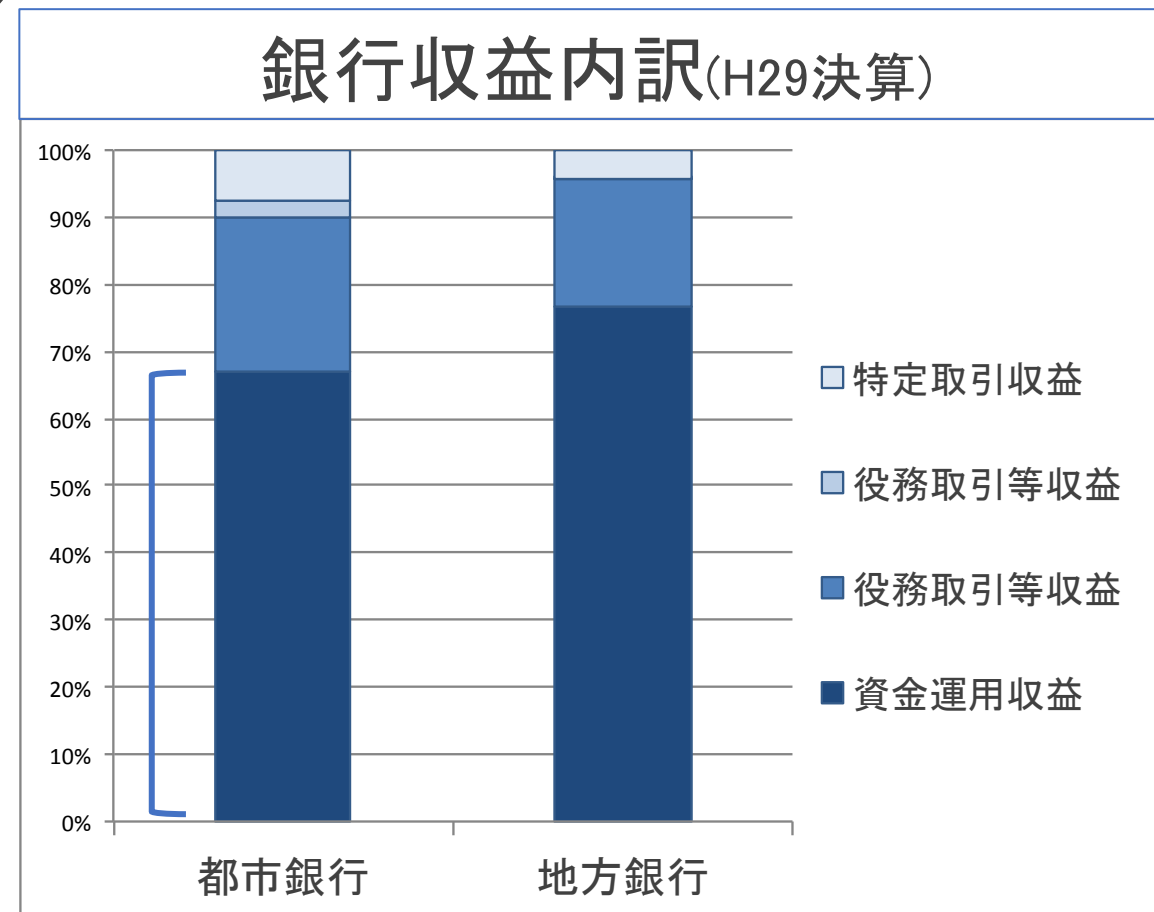
全国銀行協会『平成29年度決算 損益計算書』より作成

2.1 現状

対策: 手数料ビジネスを伸ばす

銀行の収益

- ・資金利益(利ざや)
- ・役務取引等利益(手数料)
- ・特定取引利益
- ・その他業務利益



全国銀行協会『平成29年度決算 損益計算書』より作成

2.1 現状

対策: 手数料ビジネスを伸ばす

銀行の収益

- ・資金利益(利ざや)



利ざや縮小で**減少基調**

- ・役務取引等利益(手数料)

- ・特定取引利益

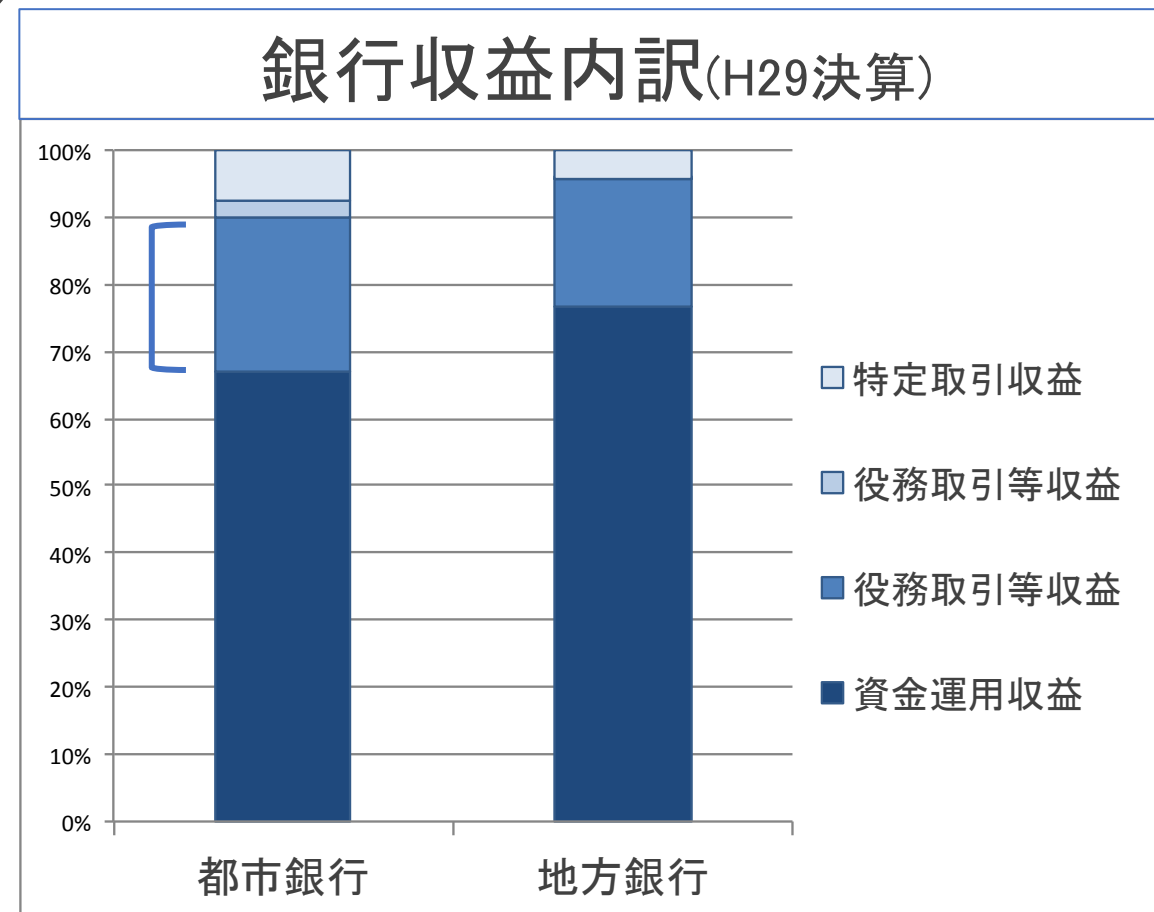
- ・その他業務利益

2.1 現状

対策: 手数料ビジネスを伸ばす

銀行の収益

- ・資金利益(利ざや)
- ・役務取引等利益(手数料)
- ・特定取引利益
- ・その他業務利益



全国銀行協会『平成29年度決算 損益計算書』より作成

2.1 現状

対策: 手数料ビジネスを伸ばす

銀行の収益

- ・資金利益(利ざや)
- ・**役務取引等利益(手数料)** の増加が必要
- ・特定取引利益
- ・その他業務利益

2.1 現状

指針:「**地域密着型金融**」

顧客との親密な関係を継続し、**顧客情報**を蓄積
この情報を基に金融サービスを提供するビジネスモデル



地銀の強み

- 地域企業・住民・自治体へのチャネル
- 特に企業との密な関係

を活かすモデル

(引用元)金融庁シンボルマーク:

<https://www.fsa.go.jp/news/newsj/kinyu/f-20001226-1.html>

2.1 現状

指針:「**地域密着型金融**」

この促進のために地銀が取り組むべきこと



- (イ) 顧客企業に対するコンサルティング機能発揮
- (ロ) 地域の面的再生への積極的参画

2.1 現状

地銀の取り組み

(イ)

- **行員出向**

常陽銀行:「異業種トレーニー」

- **専門部署設置**

広島銀行:M&Aチーム編成

(ロ)

- **ファンド設立**

「四国アライアンスキャピタル」

「東北6次産業化サポートファンド」

- **地方創生セミナー主催**

東邦銀行:「とうほう地方創生セミナー」

山形銀行:「山形成長戦略推進室」

etc...

2.2 現状の問題点

地銀の取り組み…**十分と言えるか？**



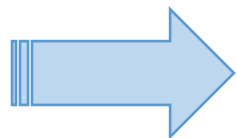
複数の地銀行員にヒアリングを行ったところ
(＊匿名性の担保のため銀行名は伏せる)

大体の地銀はそれほど**積極的な施策を取れていない**現状

- 営業の強化に終始
- 行内でのノウハウ共有 ×
- 顧客企業以外の情報収集源がない ...

2.2 現状の問題点

地銀の取り組み…**不十分**



では、どうあるべきか？

そもそも

指針：「**地域密着型金融**」

この促進のために地銀が取り組むべきこと

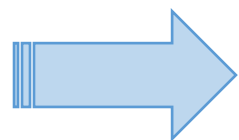


- (イ) 顧客企業に対するコンサルティング機能発揮
- (ロ) 地域の面的再生への積極的参画

(イ)(ロ)どちらも
地域の「情報」が必要！

2.2 現状の問題点

地銀の取り組み…**不十分**



では、どうあるべきか？

(イ)(ロ)どちらも
地域の「情報」が必要！



地域の「情報」を**収集・管理・活用する構造**が必要不可欠
と考えた

目次

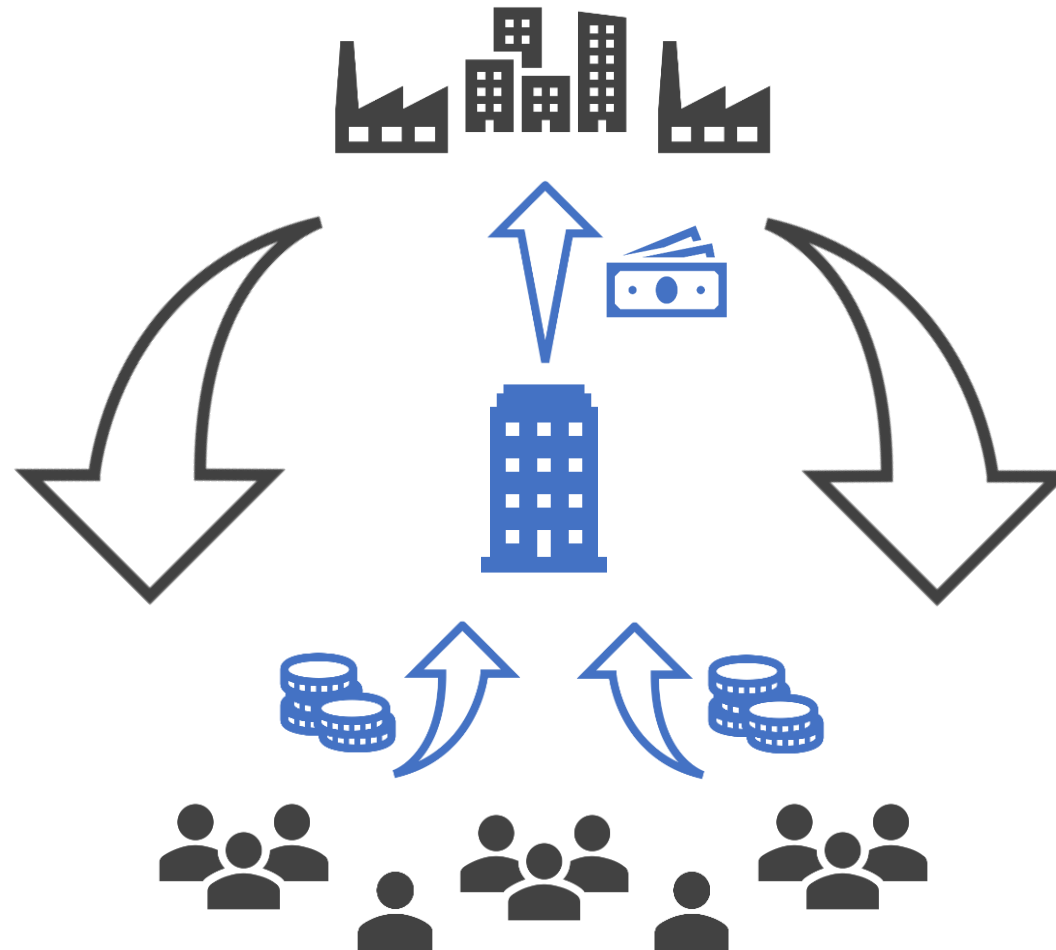
- 1. はじめに
- 2. 現状把握
- 3. 我々の提言
 - 3.1 提言の概要
 - 3.2 提言の具体例
- 4. 課題とその対策例

3.1 提言の概要

地域に「情報を収集・管理する」仕組みを作る

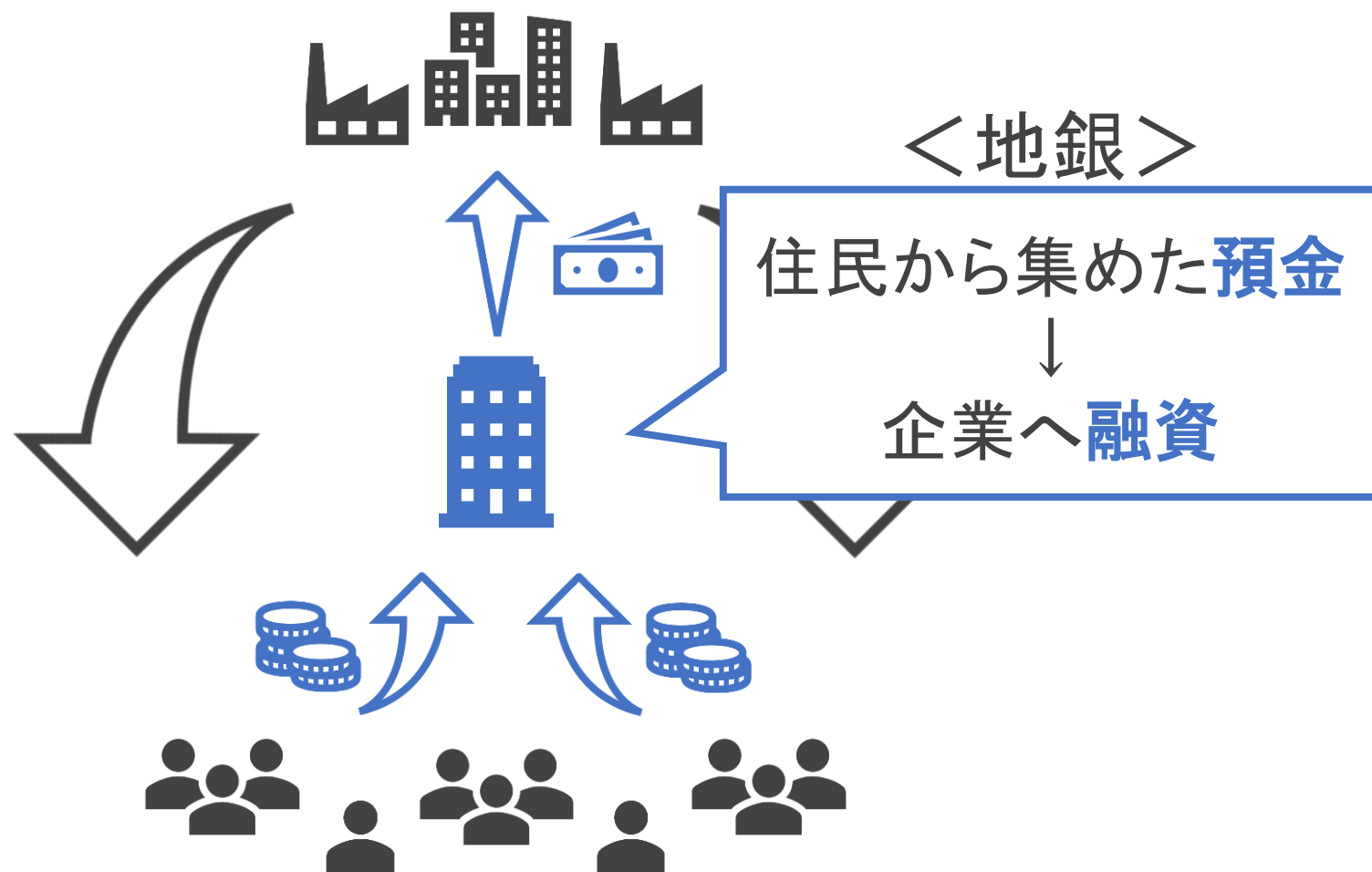
3.1 提言の概要

金融仲介機能：地銀は地域内の貨幣の循環を支えている



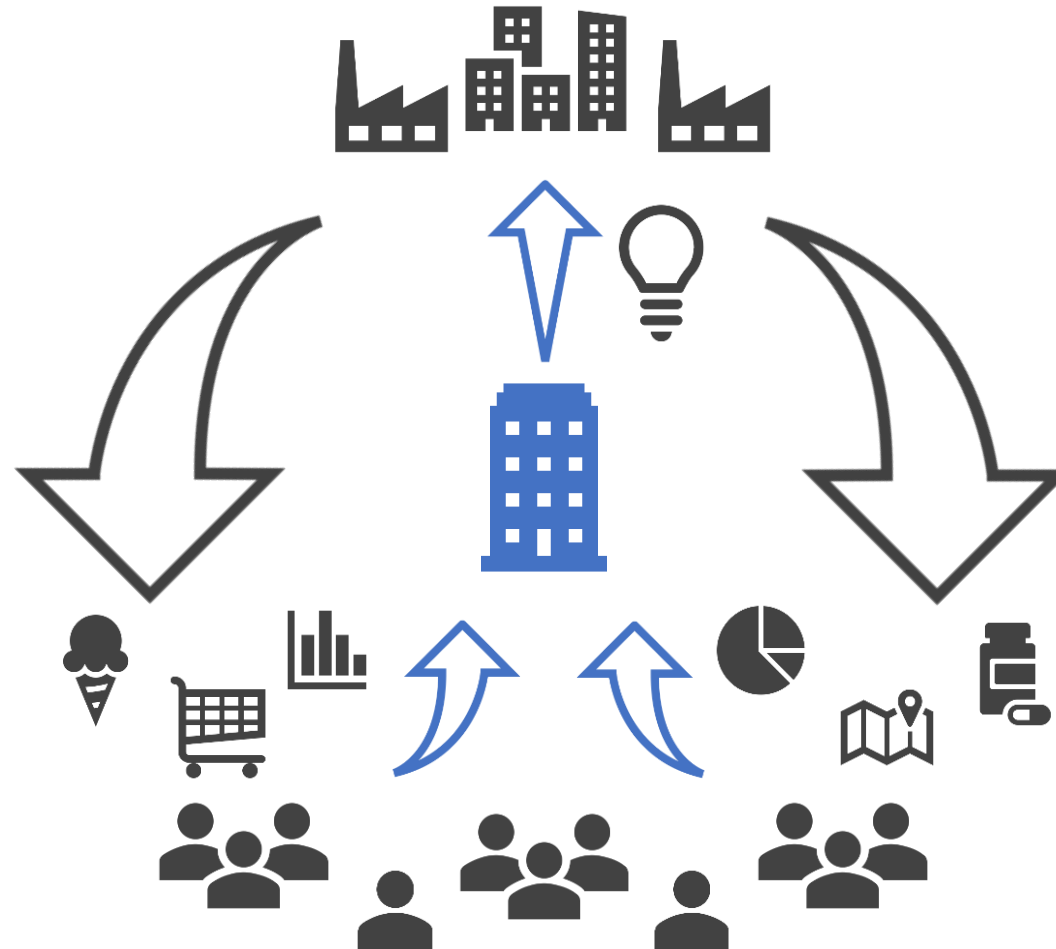
3.1 提言の概要

金融仲介機能：地銀は地域内の貨幣の循環を支えている



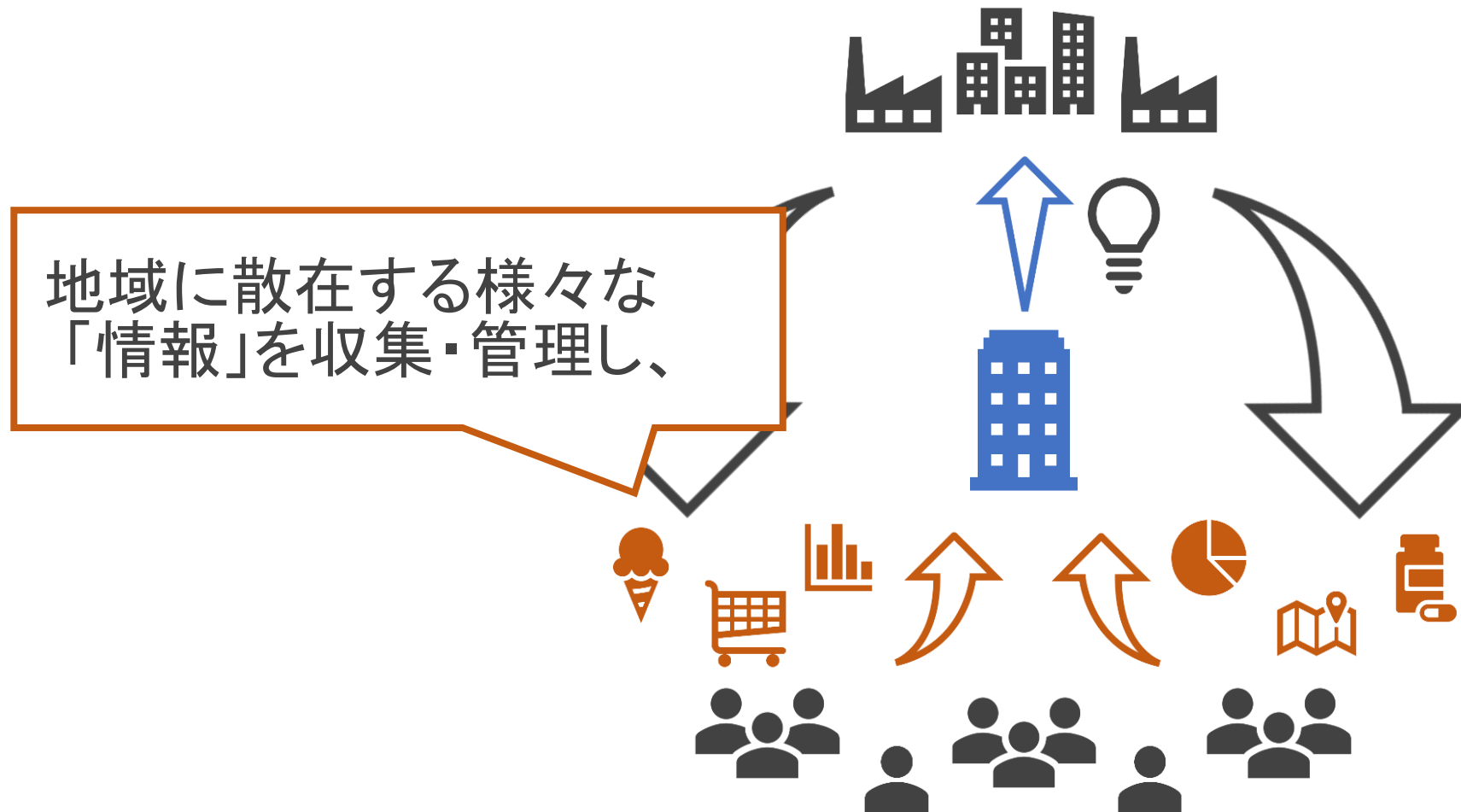
3.1 提言の概要

理想像：地銀が**地域情報の循環**をも支える



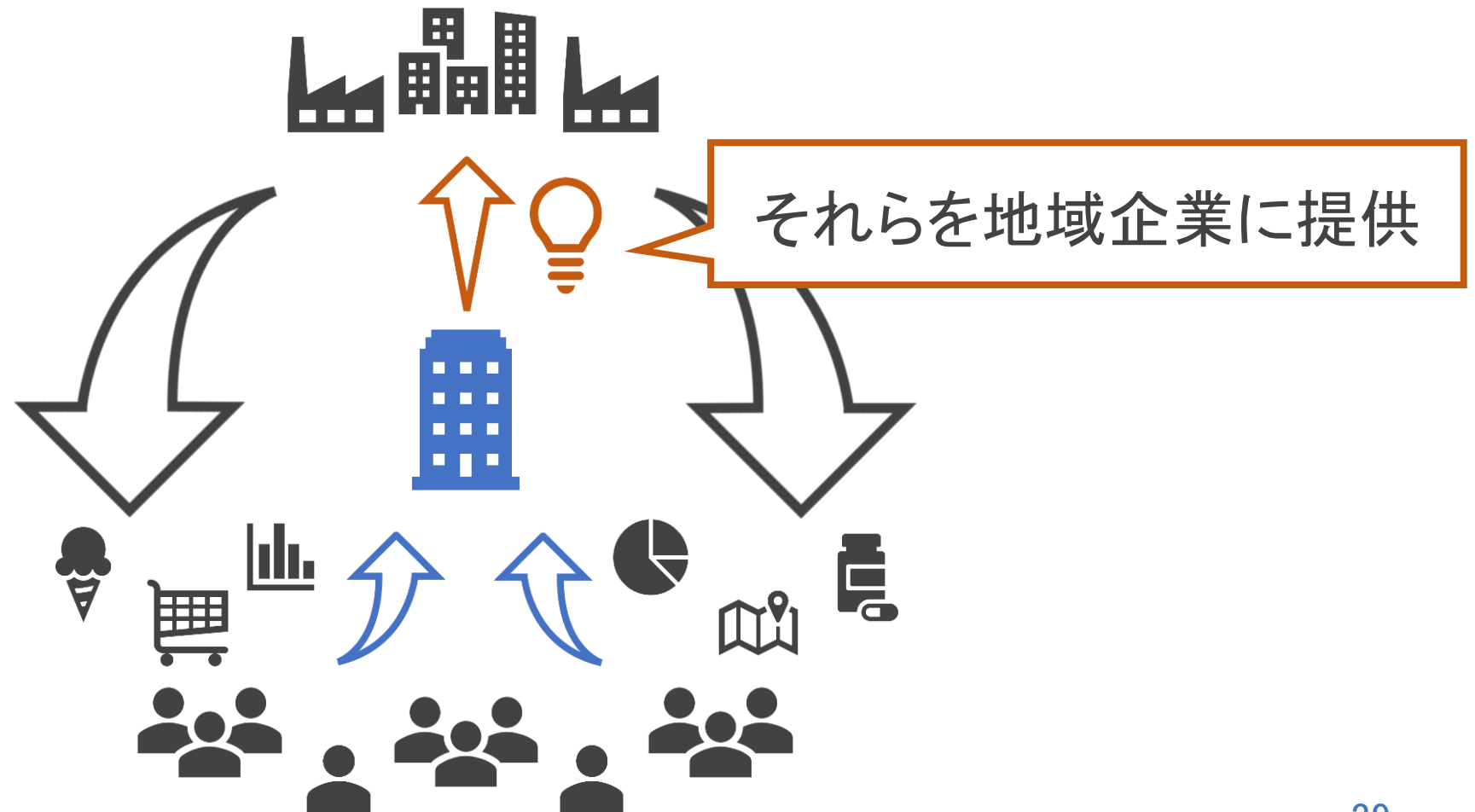
3.1 提言の概要

理想像：地銀が**地域情報の循環**をも支える



3.1 提言の概要

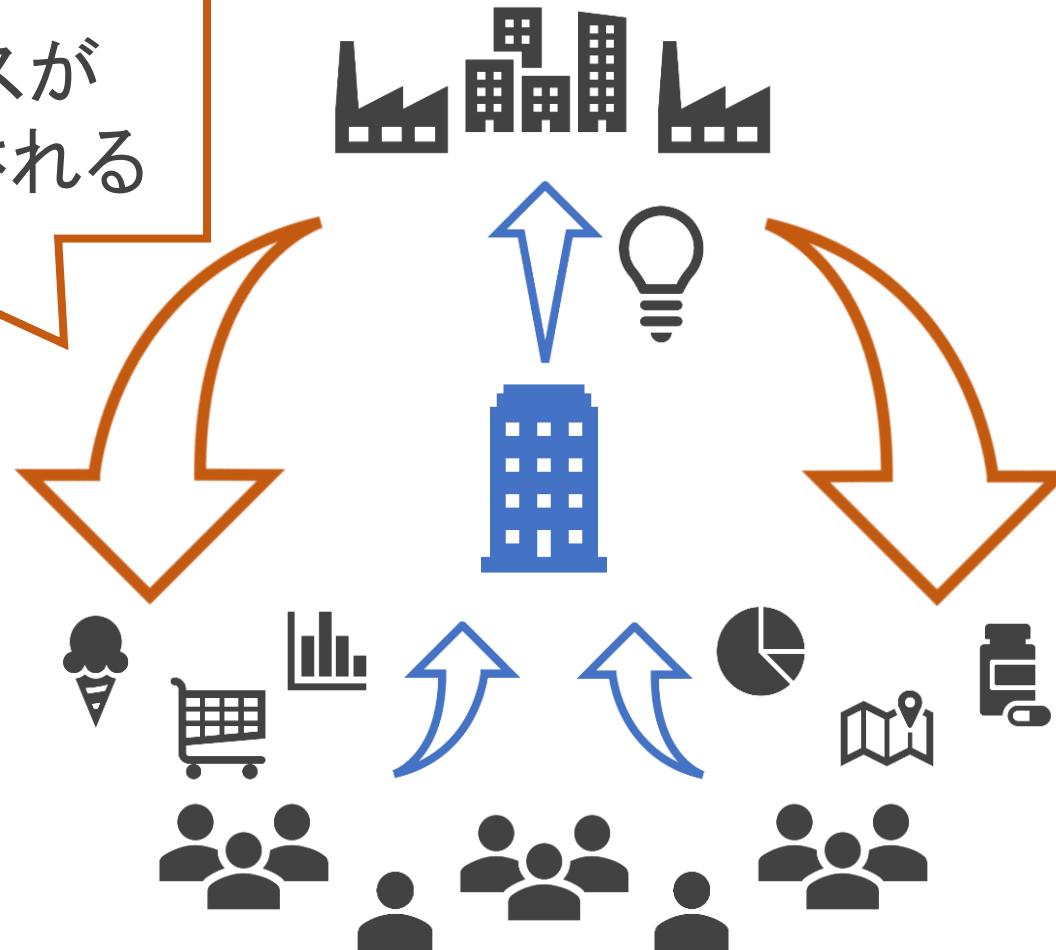
理想像：地銀が**地域情報の循環**をも支える



3.1 提言の概要

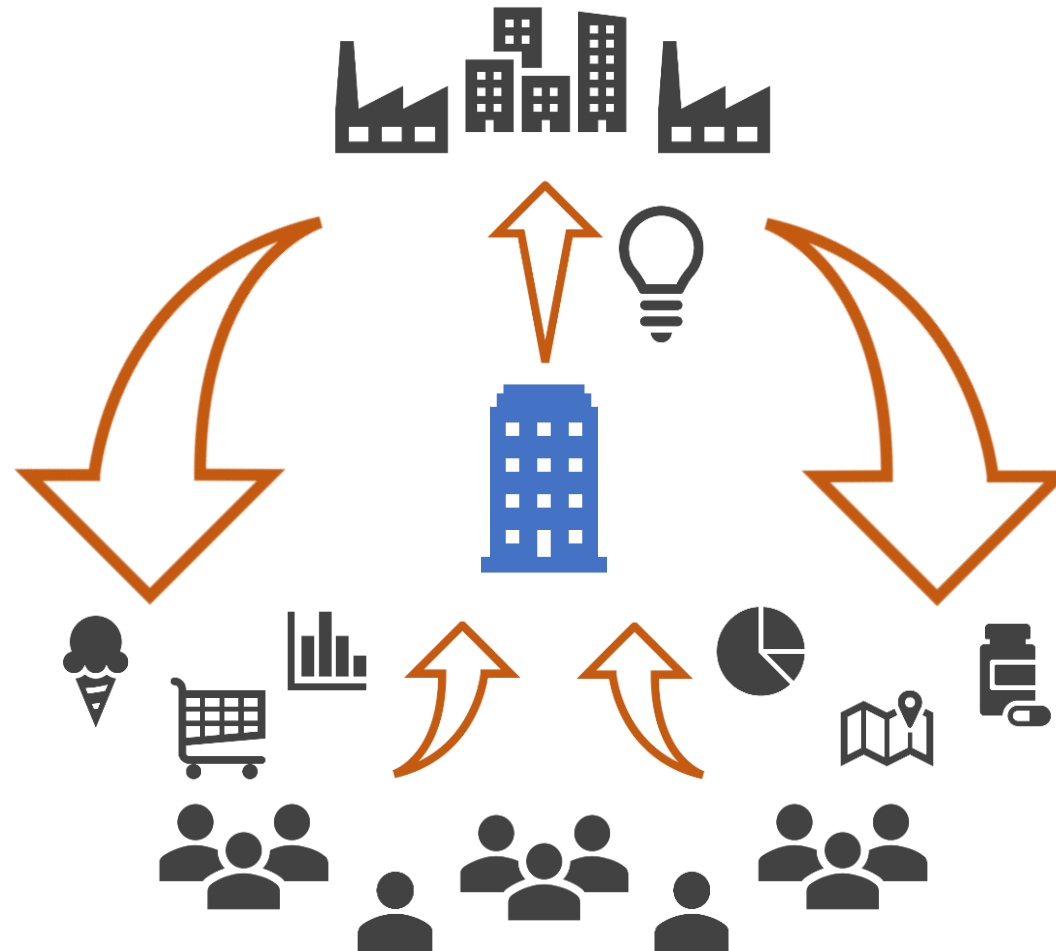
理想像：地銀が**地域情報の循環**をも支える

最適な財・サービスが
地域住民へと還元される



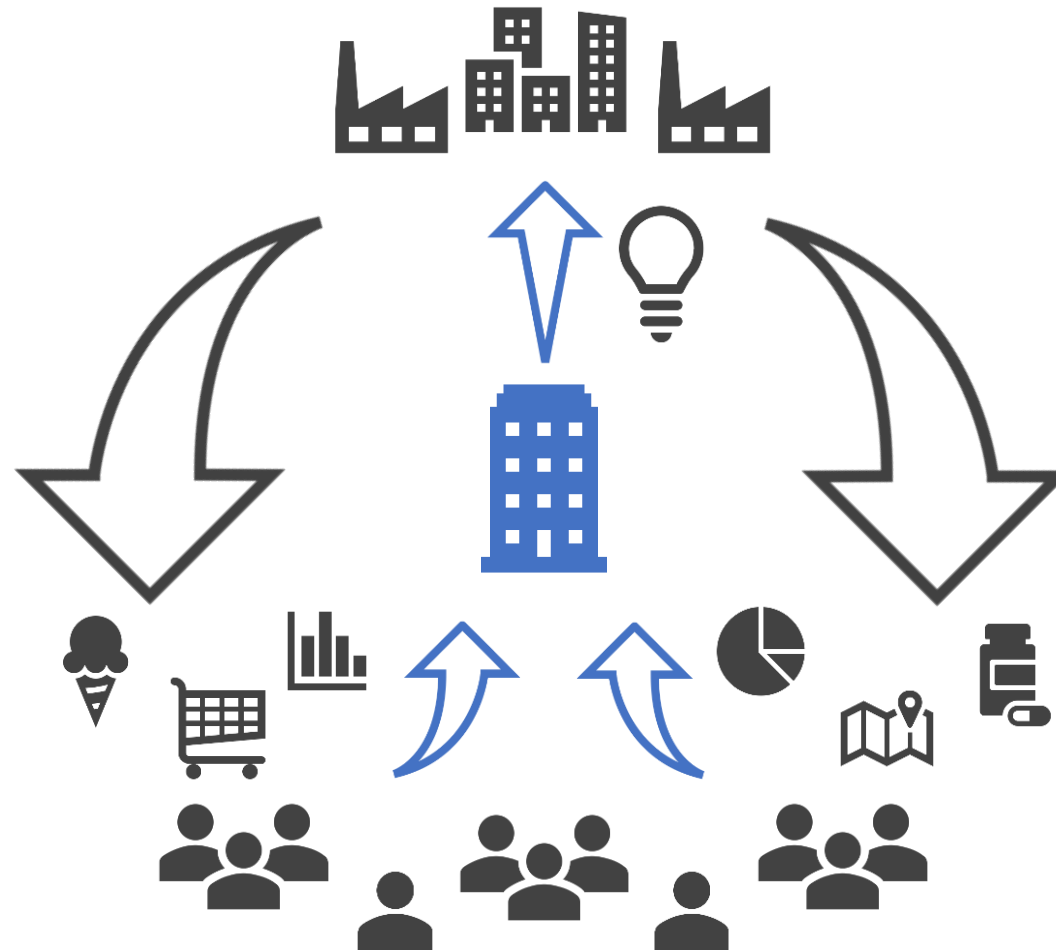
3.1 提言の概要

情報の循環を通じて地域経済の活性化をもたらさうる



3.1 提言の概要

これぞ「情報」を**収集・管理・活用**する構造



3.1 提言の概要

より具体的に...

地域に「情報を収集・管理する」仕組みを作る

= 情報銀行

3.1 提言の概要

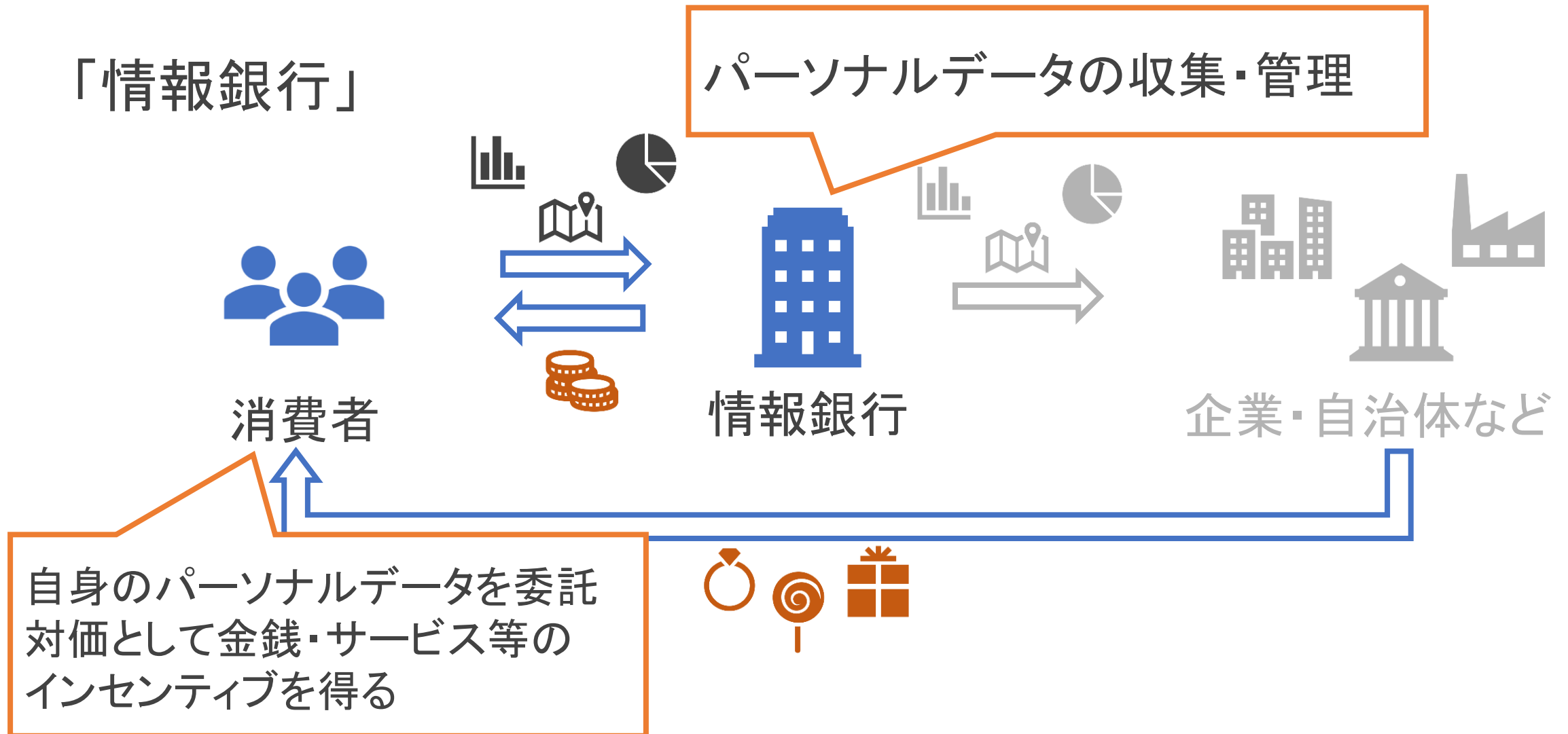
「情報銀行」

情報銀行とは

パーソナルデータを収集・管理し、その情報を企業に開示する機関



3.1 提言の概要



3.1 提言の概要



3.1 提言の概要

地銀 × 情報銀行

地銀が介する「情報銀行ビジネス地方経済version」



3.1 提言の概要

地銀 × 情報銀行

地銀が介する「**パーソナルデータの収集・管理**」



3.1 提言の概要

地銀 × 情報銀行

地銀が介する「情報銀行ビジネスの地方経済version」

情報の収集・管理・分析まで行う
地域情報のハブとして機能



パーソナルデータの収集・管理

パーソナルデータの分析

3.1 提言の概要

地銀 × 情報銀行

地銀が介する「情報銀行ビジネスモデル」



3.2 提言の具体例

ex)ヘルスケア業界のユースケース



3.2 提言の具体例

ex)ヘルスケア業界のユースケース

ヘルスケアデータ・位置情報・購買情報



3.2 提言の具体例

ex)ヘルスケア業界のユースケース



分析例

＜対ディサービス企業＞
新規顧客開拓

- ・生活データ
(購買/位置/趣味嗜好...)
 - ・ヘルスケアデータ
(疾病/検診履歴...)
- ⇒精度の高い販促が可能

3.2 提言の具体例

ex)ヘルスケア業界のユースケース



分析例

＜対自治体＞

子育てポータルサイト

・生活データ

(購買/位置/趣味嗜好...)

・ヘルスケアデータ

(子どもの疾病/検診履歴...)

⇒地域の子育て支援

(*実例: 藤沢市)

3.2 提言の具体例

ex)ヘルスケア業界のユースケース

コンサル・適切な融資/地域福祉の効率化



想定顧客例:

デイサービス・フィットネスクラブ・地方自治体

3.2 提言の具体例

<参考>ヘルスケア業界の動向

8. IoT・ビッグデータ事業者の事業モデル事例 ～オムロン・ヘルスケア株式会社～

IoT・ビッグデータの特徴

- WellnessLINKに対応するデバイスを使用して、体重、活動量、歩数、睡眠量、体温、血圧などを計測することができる。
- 計測されたデータは、パソコンやスマートフォンに取込み、管理・閲覧できる。
- 有料サービスに登録すれば、過去と現在の健康状態の比較、同サービス利用者との健康状態の比較をしたレポートを出力することができる。

外部のヘルスケアサービス事業者との連携状況

- （診療報酬は発生しないが）国内の医療機関と連携し、高血圧患者の血圧管理サービスを提供している。通院間の血圧推移を記録し、かかりつけ医に報告することで最適な治療を選択するための参考とする。
- 横浜市のウォーキングポイント事業など複数の自治体やその他団体と健康増進に係る事業を展開している。
- 問い合わせを受けることが多いので、自社仕掛けではなく顧客発信で事業を作り上げるケースが大半。

今後の展開

- デバイス利用者を増やすためには「おもしろさ」「（コミュニティを用いた）一体感」など情緒的価値を追求。
- データベースの利用促進のためには、健康データに基づくサービスの開発・連携が課題。



8. IoT・ビッグデータ事業者の事業モデル事例 ～株式会社ねむログ～

IoT・ビッグデータの特徴

- 「眠り（休養）」に特化した個人向けサービス提供。
- 「ねむログ」のアプリ画面において、利用者自身が起床時間と就寝時間を入力することで、起床・就寝時間やトータルの睡眠時間を記録・管理することができる（無料サービス）。
- 2015年末時点で会員数は約3万7千人程度。会員外を含めて約4万数千人の眠りのログを有している。

外部のヘルスケアサービス事業者との連携状況

- タニタが開発したスリープスキャンを用いることによって、睡眠時間に加えて睡眠の質も記録・管理することができる。
- 株式会社メディアジーン、株式会社インフォバーンと共に「Fuminners」を共同運営。利用者に対して幅広く（個人不眠症状に関係なく）不眠に関する状況提供を行っている。
- 親会社の帝人株式会社が提供するオハログと連携。快眠スコアの計測・記録ならびに目覚まし機能の提供を行っている。

今後の展開

- 取得した利用者の睡眠関連データに基づき、不眠解消やリラックスにつながる介入サービスの開発・連携を目指す。
- 他社と連携し、睡眠関連データの計測・サービス介入ができるデバイスの開発を目指す。



ビックデータ活用が業界トレンド：企業のデータ活用需要有り

目次

- 1. はじめに
- 2. 現状把握
- 3. 我々の提言
- 4. 課題とその対策例
 - 4.1 課題
 - 4.2 対策例

4.1 課題

課題の概観

情報銀行ビジネスが抱える課題

- (1) 地域住民の情報提供への理解
- (2) 地域企業の情報への需要

地銀が抱える課題

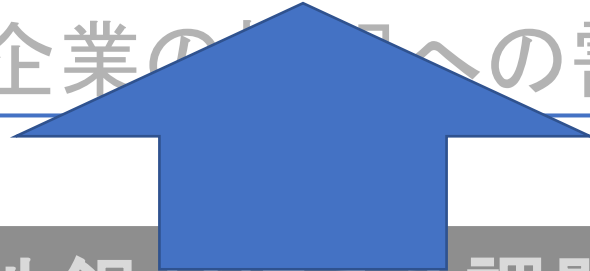
- (3) 技術的可能性
- (4) 行員の能力・知識不足

4.1 課題

課題の概観

情報銀行ビジネスが抱える課題

- (1) 地域住民の情報提供への理解
- (2) 地域企業の情報活用への需要



ヒアリングで得た
最大の懸念課題

4.1 課題

ボトルネック: 地域住民の情報提供への理解

課題1

情報収集側

そもそも

地銀は住民からの情報収集手段を有していない

〔 現状地銀が得られる地域住民情報
…預金情報、資産情報など限定的 〕

4.1 課題

ボトルネック: 地域住民の情報提供への理解

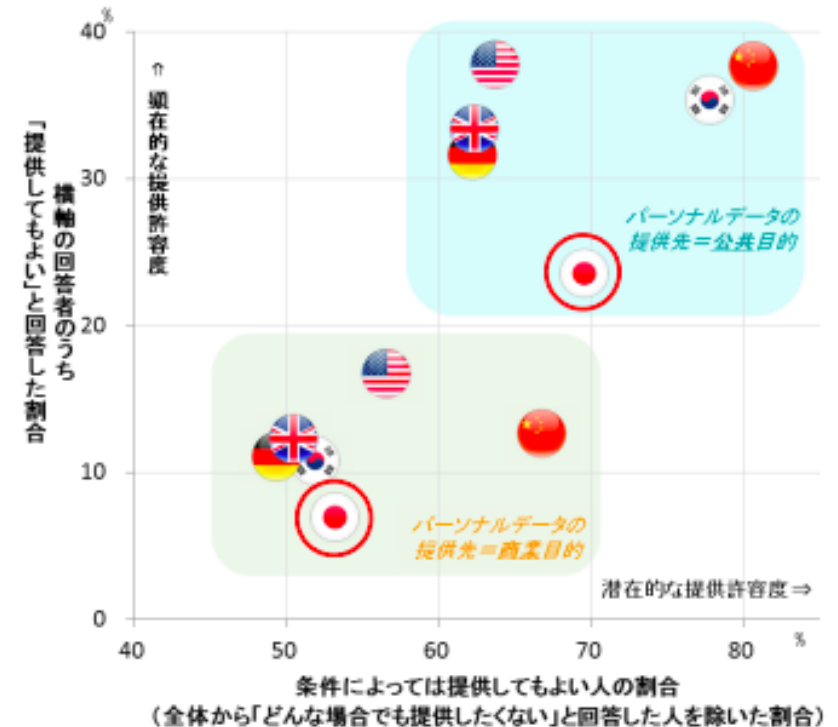
課題2

情報提供側

他国と比較して

- 情報提供の際の条件を重視
- 提供への**不安感**が強い

個人情報提供への許容度 国際比較



総務省『安心・安全なデータ流通・利活用に関する調査研究』(平成29年)より

4.1 課題

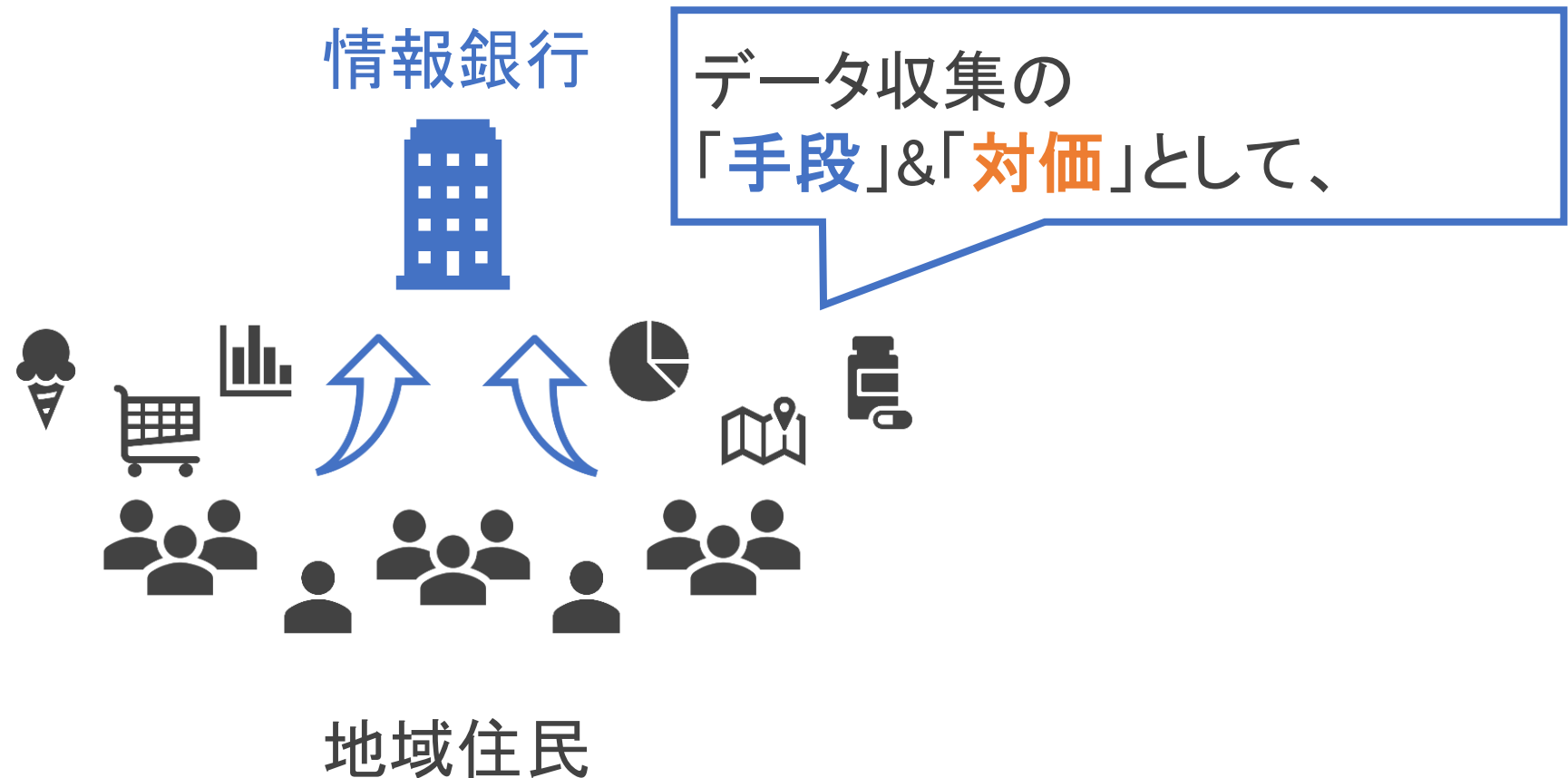
住民からの理解を得るためには

- a)信頼
- b)便利さ
- c)インセンティブ

を満たす収集手段の策定が必要

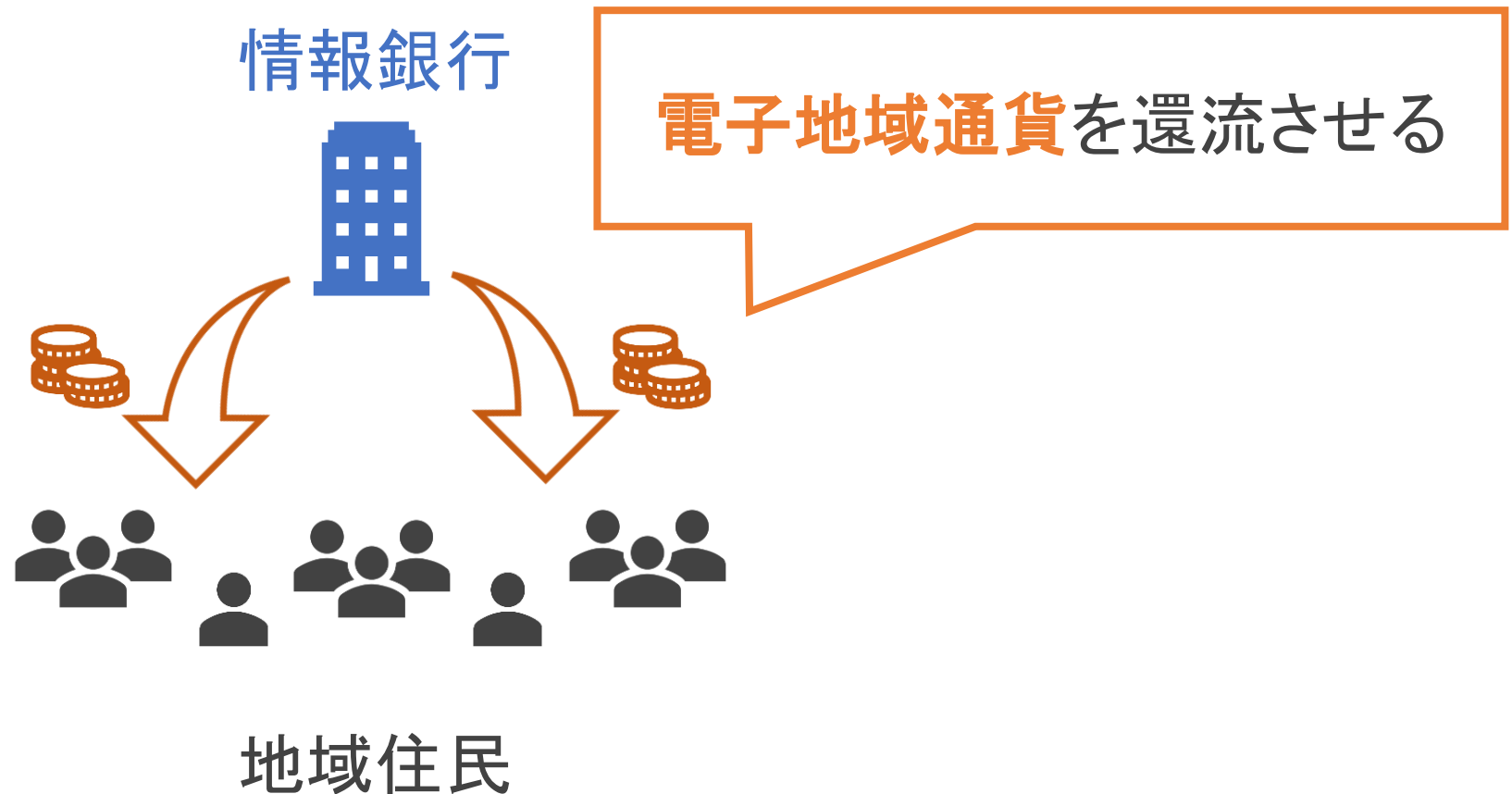
4.2 対策例

データ収集手段として：**電子地域通貨**の導入



4.2 対策例

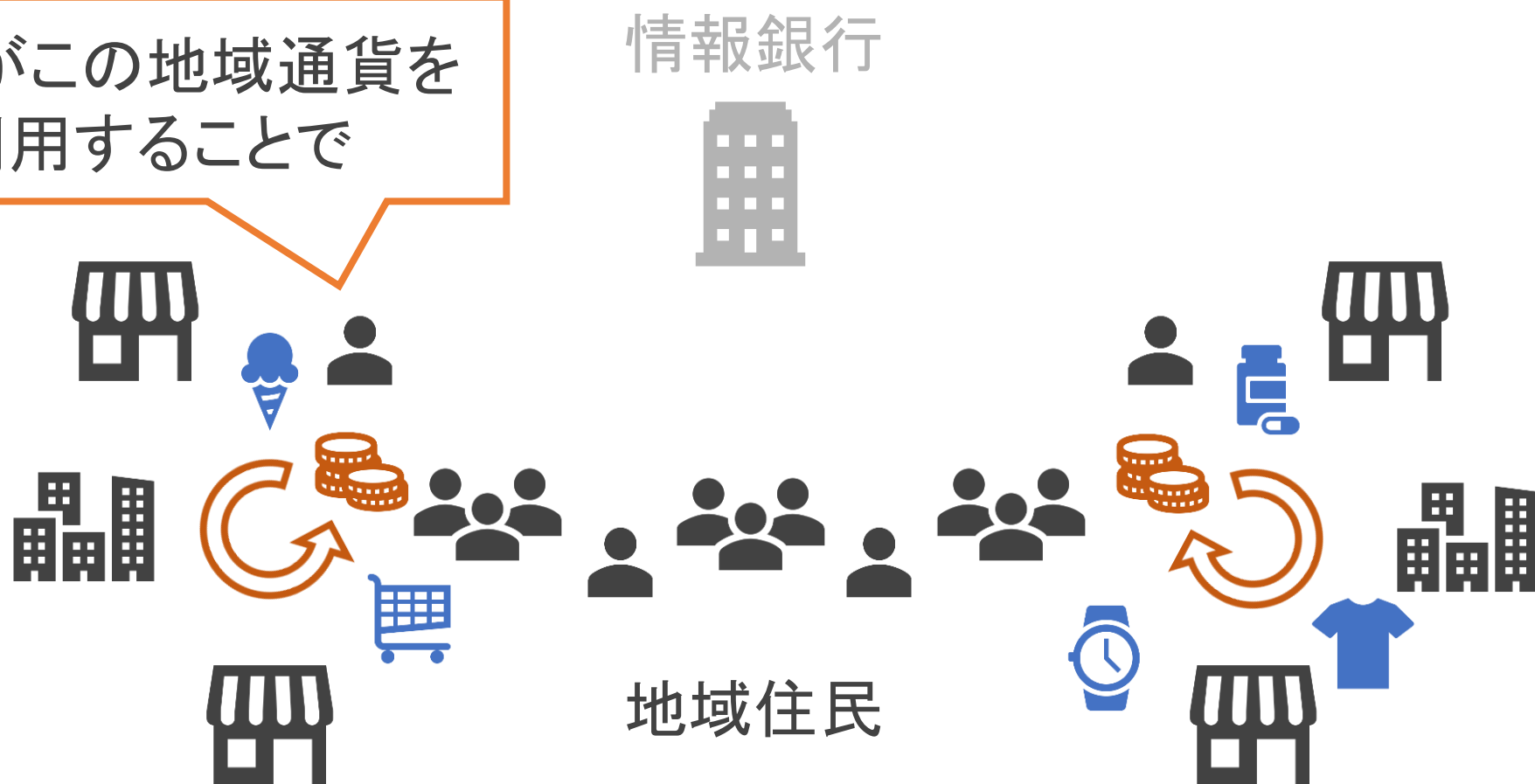
データ収集手段として：**電子地域通貨**の導入



4.2 対策例

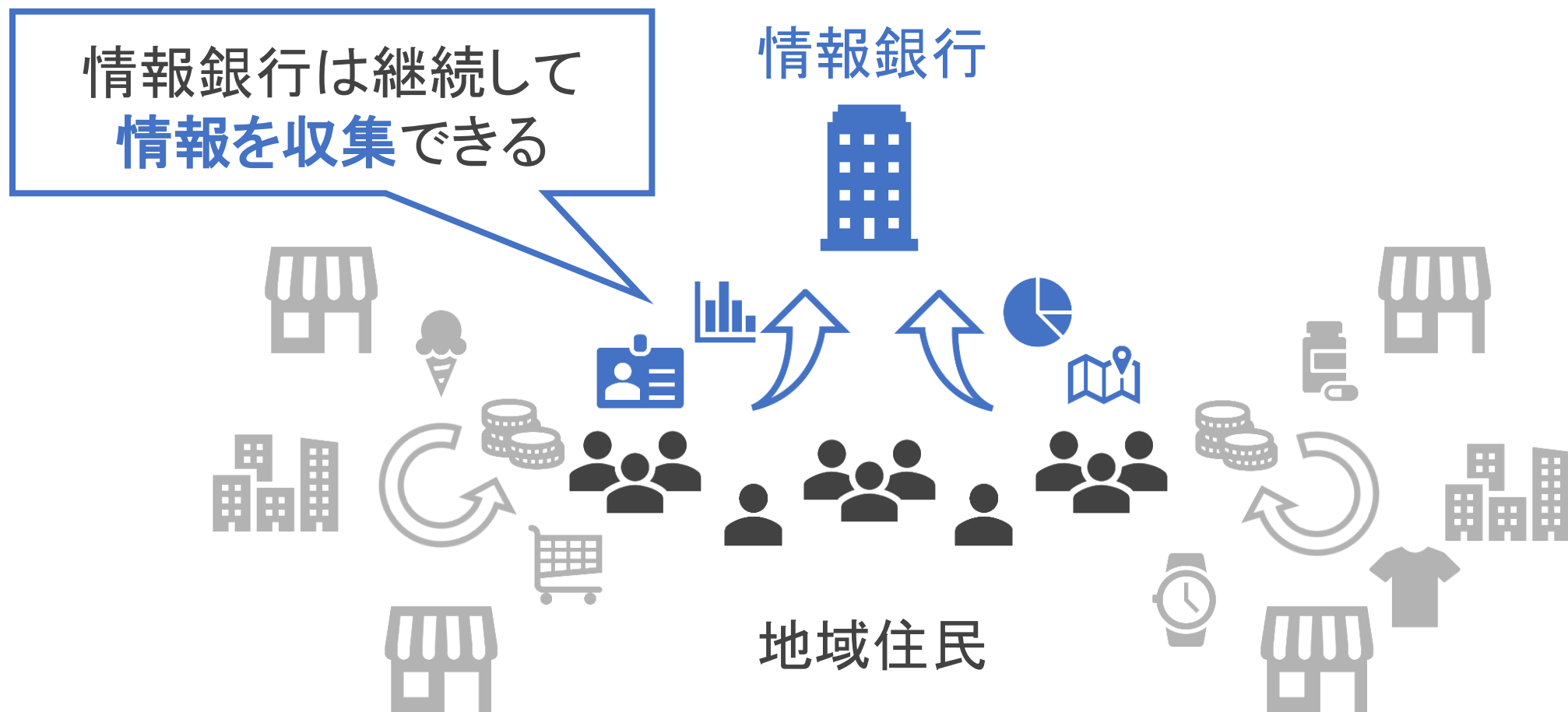
データ収集手段として：**電子地域通貨**の導入

住民がこの地域通貨を
利用することで



4.2 対策例

データ収集手段として：**電子地域通貨**の導入



4.2 対策例

データ収集手段として：電子地域通貨の導入

住民側としては

a)信頼

b)便利さ

c)インセンティブ



a)地銀に対する信頼

b)決済手段として利用可能

情報提供も楽に

c)貨幣＝インセンティブ大

4.2 対策例

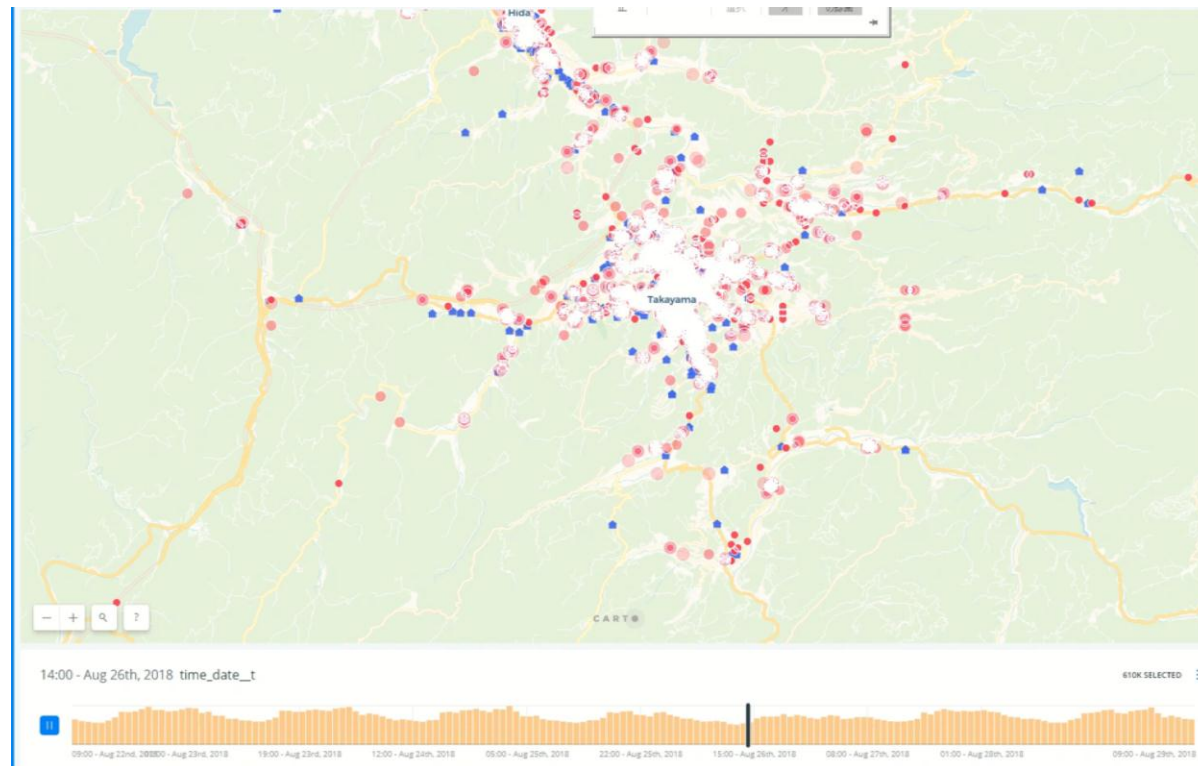
データ収集手段として：電子地域通貨の導入
地銀側としても

住民からの情報収集手段 獲得！

4.2 対策例

電子地域通貨の導入による

住民からの情報収集手段 獲得の具体例



4.2 対策例

データ収集手段として：電子地域通貨の導入
地銀側としても

住民からの情報収集手段 獲得！

というメリットのみならず…

4.2 対策例

データ収集手段として：電子地域通貨の導入
地銀側としても

From 企業・自治体の情報も得られる

地域通貨の流通を介して

- B to B 企業に関する情報の獲得
→コンサルティング機能発揮
- 自治体との協業
→地域の面的再生への積極的参画

4.2 対策例

- B to B 企業に関する情報の獲得
→コンサルティング機能発揮

事例 さるぼぼコイン (岐阜県飛騨高山)

対企業手数料の傾斜付け

⇒企業間のコイン流通を促進して取引見える化

- 自治体との協業
→地域の面的再生への積極的参画

事例 アクアコイン (千葉県木更津市)

自治体活動の参加インセンティブとしてのコイン付与

⇒地域貢献活動の見える化

4.2 対策例

地銀 × 情報銀行 × 電子地域通貨



質疑応答

なぜ情報銀行なのか

図3-6 ◆情報収集の項目

(1)直販営業・法人顧客	(2)直販営業・個人顧客	(3)流通営業
1. 社名、代表者、業種 2. 決裁者、担当者（部署・役職・経歴・能力・性格・趣味） 3. 所在地、電話、FAX 4. 設立、沿革、株主、役員 5. 資本金、社員数、年商 6. 支社、支店、営業所、工場 7. 系列・関連・提携企業 8. 経営上の理念、目標、特色 9. 業務上の方針、計画、特色 10. 業務内容、主力商品 11. 業界・市場での地位、シェア 12. 業績、将来性、競合先 13. 主要取引先、主力銀行 14. 取引実績（既存顧客のみ） 15. 自社の競合先 16. 売込品目、売上予想 17. 決済条件、与信限度	1. 氏名、年齢、性別 2. 住所、電話、FAX 3. 世帯主、家族構成 4. 学歴、職業、地位、年収 5. 居住形態、生活様式 6. 関心領域、趣味・嗜好 7. 耐久消費財の保有状況 8. 在宅時間、休日 9. 購買決定権者 10. 購買実績（既存顧客のみ） 11. 自社の競合先 12. 売込品目、売上予想 13. 決済条件、与信限度	1. 商号、代表者、業態 2. 責任者、担当者（部署・役職・経歴・能力・性格・趣味） 3. 所在地、電話、FAX 4. 設立、沿革、株主、役員 5. 資本金、社員数、年商 6. 店舗展開（店数・面積） 7. 経営上の理念、目標、特色 8. 営業上の方針、計画、特色 9. 立地、交通、商圏特性 10. 商圏での地位、シェア 11. 店舗、売場構成、大型什器 12. 棚割り、品揃え、価格帯 13. 客層、客数、平均客単価 14. 集客・販売促進、売場演出 15. 競合店舗、周辺施設 16. 業績、信用状況、将来性 17. 主要取引先、主力銀行 18. 取引実績（既存顧客のみ） 19. 自社の競合先 20. 売込品目、売上予想 21. 決済条件、与信限度

<http://wadasouken.co.jp/library/jizenkadai03.html> より

収益構造の検討

ヘルスケア業界を参考にした検討

海外における事例を見ると、
国や医療保険者など公的機関が推し進めようとしている側面が強く、
民間が推進している個人向けの PHR システムの中で、
ビジネス的に成功を収めているものは必ずしも多くない

PHR(パーソナルヘルスレコード)の事例を参考に

コスト: データ管理コスト

情報銀行の収入: 情報提供料 → **地銀が確実に担保できる**

地方銀行の収入: コンサル・ビジネスマッチング料と融資の効率化

→ 出口設計することで、データ管理コストを回収する取り組み

電子地域通貨の目的

図表3 これまでに発行された地域通貨の事例

	地域通貨 名称	発行年	発行主体	対象地域	通貨 形態	現在の 提供状況	利用場所	転々 流通性	法定通貨 への交換	運用コスト
資金融通型	トロント ダラー	1998年	企業	カナダ オンタリ オ州トロ ント	紙幣	停止 (2013年)	セントロー レンス市場 の店舗(100 ~200カ所)	限定的	可能(1割 割引)	発案者や個人 の寄付、コミュ ニティファン ドの運用益
	W I R	1934年	金融機関	スイス	小切手/ カード等	継続中	45,000社以 上のスイス の中小企業	有	不可	会員費
コミュニケーション型	クリン	2000年	N P O・ 地方公共 団体	北海道栗 山町	紙幣	停止 (2011年)	北海道栗山 町の利用者 間	有	不可	栗山町からの 補助金
消費促進型	キームガ ウアー	2003年	N P O	ドイツバ イエルン 州	紙幣・ カード	継続中	バイエルン 州の企業	有	可能(5% の手数料)	手数料収入
複合型	LOVES	2002年	N P O・ 地方公共 団体	神奈川県 大和市	カード	停止 (2007年)	大和市の商 店街	有	可能	大和市からの 補助金

(出所) 大和総研作成

イギリスの事例

Colu: 消費促進型(発行主体: 民間、累計の調達額は55百万ドル)

フィンテックを活用して地域通貨の実用性を高め(ブロックチェーン導入で発行者事務負担軽減)、住民の地元での消費を促す民間主導の商用ベースの取り組み⇒法定通貨との交換も可能

東ロンドンの約200の独立系商店(地元資本以外のチェーン店などは対象外)、リバプール(Liverpool LocalPound)、イスラエルではテルアビブなど2都市でもColuアプリが導入されており、4都市の合計では700超の商店と100万人のユーザーが存在し、毎月7万超の取引が処理されている

Hullcoin: コミュニケーション型(発行主体: NPO→民間予定)

住民の社会貢献活動を価値化して域内消費を促進し、コミュニティ活動への参加促進や貧困対策につなげようとしている公共目的の強い取り組み
＜産学連携に特徴＞

- ・市の評議員と常に協議を重ね、環境衛生やごみリサイクルなど市の様々な事業への活用検討
 - ・地元のハル大学と連携協定を締結
- ⇒次世代インターネットやGPSを活用した自動プラットフォーム、AIやアルゴリズムの導入を検討

なぜ地銀×電子地域通貨なのか

金融機関にとって地域通貨を発行するインセンティブとは何か？

- ・NPOなどと比べて資金決済に関する法律等への対応という観点において参入障壁が低い
- ・他方で、地域通貨のビジネスモデルの確立(収益を上げること)が難しかったことなどがネックに
⇒デジタル技術の活用による管理コストの低減

金融機関の新たな収益源にもなる可能性を秘めている

- ①即時決済サービスに対する手数料の賦課によって収益が増加する可能性
- ②モバイル決済の導入を通じて、リアルタイムでの店舗の決済情報を把握できること

金融機関にとって、こうした情報の入手は、
店舗等への与信やその他の金融サービスを提供する際の参考材料の増加とも考えられる

近年の地域通貨のスキームは、参加者のインセンティブによって支えられている

発行者・管理者(金融機関等)－企業－消費者といった関与者全員が何らかの利益を得られるような仕組みと支持者(地域通貨を必要とする主体)が多いことから、
地域通貨が継続的に発行・流通することができるポテンシャルを有するようになったと考えられる

参考:「地域通貨は地域金融システムに何をもたらすか」大和総研調査季報 2018 年 春季号 Vol.30
フィンテックと地方創生 〜鍵は「地域共通ポイント事業」と「電子版地域通貨」によるデータ活用

電子地域通貨とデータ活用

データ活用には至っていない模様

「——サービスによってどのようなデータが得られ、どのような活用の可能性があるのでしょうか

川田氏: アプリの初期登録時にユーザーから取得するアンケートから年齢や性別といったプロフィール情報が得られるほか、いつどこで決済したのかという利用履歴のデータも取得できます。2018年春には飛騨信用組合の口座情報とも紐付けますので、ユーザーの資産状況とも関連付けた利用状況の分析などができるようになる見込みです。個人のプライバシーや機密情報は保護しながら、属性ごとの消費動向の分析などができると考えています。具体的な分析方法はこれから検討していく予定。」

「筆者のヒアリングによると、地域通貨による成果としては、地域内消費データが取得できたこと、消費動向が変化の兆しを見せていること、新規口座の獲得、広告宣伝効果などがあるとのことである。」注1

＜データの帰属をめぐる＞

23 条(個人情報等の取り扱い)より

⇒「当組合の個人情報保護宣言」とあるのでデータの帰属は信用組合にある