

アイ・ティ・リアライズ
尾上 正憲
代表取締役社長



口座情報の包括管理で利便性を提供

地元本位の キャッシュレス化を支援

「CRECOの導入が地域金融機関で広がっている背景には、何があるのか。」

2014年くらいに日本でアグリゲーションサービスが普及する中、家計簿アプリではなく、家計口座の支出に注目し、その見える化に取り組んだ。特にクレジットカードは使用時と実際の支払いの期間が離れているため、お金の収支の全体像を把握することが難しく、便利だけを使うことを躊躇する人が少なくない。そうした不安の解消を目的に、複数のクレジットカードの利用明細と請求書を一元管理できる「CRECO」を、2015年にスタートした。

その後、みずほ銀行から打診があり、2016年に、みずほダイレクトアプリとの連携を実現、口座情報とクレジットカード情報を統括して管理する機能として進化した。

カレンダーで視覚的に、キャッシュフロー情報を確認でき、メモ書きや画像の添付もできるので、単なる可視化を超えて、収支のイベントを思い出として体感できる。また、クレジットカードの引き落とし金額と、その明細データをひも付けたり、残高不足のアラートを出すなどといった機能も付帯している。

このみずほダイレクトアプリとの連携の反響は大きく、特に地域銀行からの問い合わせが多かった。2017年から2019年にかけて、「バンクアプリ with CRECO」として、山梨中央銀行、足利銀行、琉球銀行、福邦銀行、富山第一銀行に導入頂いている。

地域銀行によっては、自社のクレジットカードを優先したいとの意向が当然あり、そこを強調するカスタマイズも可能だ。また、当時の地域銀行は専用アプリの普及が途上で、連携にあたり、各銀行の専用アプリ開発もセットで行ったことが大きかったように思う。

2019年3月からは、信用組合向け共同アプリとして「しんくみアプリwith CRECO」も開始している。預貸金のスケールが比較的小さい信用組合においても、デジタルサービスの普及は課題である一方、コストを抑え、かつ150近くある信組の多くに導入していくことは難しい。その解決策として、共同アプリとし、単一アプリ内に個別信組が参加できる形を採用した。上部組織である、全国信用協同組合連合会に参加希望の信用組合を取りまとめて頂いており、2020年度末現在で15信組が

ライフプランに沿った資産設計を考える上で、キャッシュフローの正確な把握は必須だ。ただ支払い手段が多様化し、その包括的な管理はなかなか難しい。アイ・ティ・リアライズは、多彩な支払い手段を一括で管理し、かつカレンダーで視覚的に確認できるアプリ「CRECO」を開発。金融機関向けにも自社ブランドで活用できるパッケージソリューションを幅広く提供している。尾上正憲代表に、めざすサービスの形とその狙いを聞いた。

導入、2021年度に入っても、引き続き採用に向けた準備が進んでいる状況だ。

「CRECOの導入が地域金融機関で広がっている背景には、何があるのか。」

大きく分けて、3つのメリットがあると考えている。

1つ目は、「無通帳化の促進」だ。CRECOは、口座情報を蓄積できるので、通帳の代替として機能できる。一般にインターネットバンキングでは、一定期間しか情報を遡れないケースが多く、この利点は大きいはずだ。

2つ目は、新たな顧客接点を構築できる点だ。ユーザーのクレジットカード利用履歴をCRM管理画面（CRECO PANEL）で閲覧できるので、金融機関は、利用者のキャッシュフロー情報の分析が可能になる。教育資金の準備、自動車保有の有無、カードローンの利用といった情報を分析し、適切なタイミングで必要とする人向けにマーケティングを行える。

3つ目は、取引先の集客支援を展開できる点だ。クーポンの配信機能を備えているので、

例えば自動車関連の取引先支援であれば、CRECOの利用者で自動車保有者向けに、アプリ上でクーポンを発行し集客に貢献するなどの対応が可能になる。

ただ、上記の3つの機能をフルで発揮するためには、当該金融機関におけるCRECO利用者の母数がある程度の規模に育つことが前提となる。その意味、導入当初から全部をセットで展開することは難しく、まずは口座とクレジットカードの情報をリンクし、カレンダー上で包括的に管理し、その便利さを利用者に体感してもらう段階、次に顧客の利便性に沿ったデジタルマーケティングを行う段階、そして、地域金融の最大のミッションである地元企業の活性化を支援していく段階と、徐々に展開していくことが重要だ。サービスを育てていく視点が必要であり、現在、提携頂いている金融機関もまさにその途上にある。3年先、5年先を見据えて取り組んでいきたい。

「神奈川県厚木市で取り組むスタンプの導入は、どのような狙いがあるのか。」

スタンプ（地域振興PAY）は、当社が構

IT Realize

会社概要

アイ・ティ・リアライズ
クレジットカードをまとめて管理できる「CRECO」をベースに、スマホ版バンキング通帳アプリ、そしてアプリユーザーと地元店舗を結びつける地方創生支援サービスを統合したパッケージソリューション「バンクアプリ with CRECO」を展開。メガバンクから信用組合まで、幅広い業態で採用が進んでいる。また独自のキャッシュレス決済を可能にする「スタンプ」も提供。自治体と連携し電子商品券導入支援等も行っている。

所在地: 150-0002

東京都渋谷区渋谷2-11-5

クロスオフィス渋谷メディア

設立: 2007年11月

築した、自治体、観光協会、商店街などの地域グループ単位で、独自の電子商品券を簡単に流通させることができる仕組みだ。プレミアム付き電子商品券を発行することで、お金を地域内で、短期に循環させることができる。神奈川県厚木市が2020年度下期に行った、コロナの影響により被害を受ける地元飲食店をプレミアム電子商品券で支援する取り組みにおいて、このスタンバイが採用された。

主な特徴として、①デジタルディバイド(情報格差)へ配慮し、利用者のスマホ決済、店舗スマホでの決済の両方に対応している ②店舗QRの読み取りだけでも決済可能だが、セキュリティ強化のため電子スタンプによる認証を追加できる ③3営業日後の換金が可能、といった点を挙げることができる。

地元企業の支援を目的とした自治体による商品券の発行は、従来から行われていたが、コロナ禍という特殊環境の中、商品券の流通過程で人の接触を増やしていいのかといった課題が指摘されていた。電子商品券であれば低コストで発行でき、紙媒体のやり取りよりも感染リスクを低減させることができる。

一方、地域住民の中にはデジタル弱者もあり、全部を電子対応することは、特に自治体の立場としては難しい。結果、2020年度においても全国自治体の約95%が紙によって商品券を発行しているが、当社もその点は強く意識しており、階層的なデジタル化のスキームを工夫した。例えば、紙媒体の併用を当初から

前提とするが、QRを印字し店舗側のスマホで読み取れるようにしたことで、利用者の特定から換金までスムーズな処理を可能にした。

》》》》電子商品券の活用には、どのような可能性が期待できるのか。

電子商品券であれば、支援を必要とする人に、ピンポイントかつベストタイミングで発行することが可能だ。例えば、このコロナ禍で“生理的貧困”が社会問題となっているが、一人暮らしの学生をピックアップし、かつ地元のドラッグストアだけで使える商品券を迅速に配布するといったことも想定でき、同時に、その利用状況の正確な捕捉も可能だ。これ以外でも、自然災害の被災世帯向けや、高齢者、シングルマザー、低所得者など、自治体が直面する様々な課題に広範に応用できるだろう。

紙の商品券では、どうしても「配って終わり」となりがちだが、利用状況、商品券配布の効果を正確にトレースできる点は、税金の有効活用の実態を測定し、次回以降の支援体制を整える上でも重要だと思う。

》》》》地域金融機関は、自治体の電子商品券の取り組みに、どうコミットしていくべきか。

せっかく電子商品券が普及し、利用者、地元企業がそのメリットを感じることができて、自治体は年度単位の予算編成で動く組織なので、施策が継続されない可能性もある。せっかく、臨時交付金を活用して地元でキャッシュ

レス決済が根付くチャンスとなるわけなので、この契機を活用し、消費の地域循環に結びつくようなキャッシュレス決済のスキームを導入してもらうよう、地元企業に働きかけるといったことは考えられるのではないかと。

一般に、地元企業にキャッシュレス決済の導入を促す場合、どうしても決済手数料の負担がネックとなり、結局、「やっぱり現金がいい」となってしまうがちだ。

その対応策として、プリペイド形式で、特定の企業や店舗内で使えるハウス電子マネーの形であれば、安心して導入いただけるのではないかと。自治体の電子商品券のように、例えば1万円で1万1,000円分の買い物ができるような仕組みにすれば、キャッシュレス機能と来店のインセンティブを顧客に提供できる。プリペイドなので事前に現金も確保され、過度な決済手数料の負担からも開放される。かつ、利用者の大半は地元住民が想定されるので、地域内での資金循環も成立する。

地元企業の多くは、金融機関にとって融資先でもあるわけだから、地域の商業を盛り上げるというスタンスに立って、ビジネスマッチングの観点で、地元企業と当社のようなフィンテック事業者を引き合わせて頂ければ、閉塞感のある地方の商業の活性化に結びつく可能性がでてくると思う。地元との強いネットワークを持つ地域金融機関が、地元企業のキャッシュレス導入を担い、そこで生まれた収益の一部をビジネスマッチングフィーとして、当社が金融機関に還元するビジネスモデルは、十分、考えられるだろう。金融機関が地元企業のデジタル化を推し進め、それが当社への顧客紹介となり、地域の商業の盛り上げを促し、地域金融機関の新たな収益源にも



profile

尾上 正憲(おのえ まさのり)

1974年生、神奈川県出身。1998年東工大大学院経営工学専攻修士修了後、金融系システムインテグレーターへ入社。数多くの金融機関向け取引システム開発案件に従事。ネット証券会社を経て、2007年金融機関向けシステム開発に特化したアイ・ティ・リアライズを設立し、同社代表取締役役に就任。

なっていくイメージだ。

資金繰りや地元での消費循環までを考慮して、地元企業の身の丈にあった適切なキャッシュレス環境の構築を促すことは、地域金融機関のミッションと言えるのではないかと。

自治体におけるスタンバイの活用は、その意味、地域でキャッシュレスの流れを生み出す着火剤の役割を担うと考えている。臨時交付金を活用する形だからこそ、地元企業に負担がかからない形で、地域循環型のキャッシュレス決済を導入するきっかけが実現する。それを育てていくのが、地域金融機関であり、デジタルソリューションを提供する当社だ。

最終目標は地域経済の活性化であり、金融機関とは、それを実現するためのパートナーとして、これからも協力していきたい。 ㊦

地元企業にキャッシュレスを促すことは 地域金融機関のミッションではないか