

22. 株式会社フィノバレー（1/2）



■基本情報

企業名	株式会社フィノバレー
本社所在地	東京都港区
設立年	2018年

■取り組みの背景・課題

地域のお金が地域のために使われず、
地域から流出する

資金が都市部に流出する

- 消費が地域外で行われ、資金が流出する。
- 地域内で消費されても、電子マネーの決済手数料分が都市部大手企業に流出する。

地域住民の金融資産が都市のために使われる

- 地域住民が郵便局や大手都市銀行などに貯金していると、それは国債発行や都市部大手企業向けの融資に使われる。地域内企業への融資や投資に使われない。

地域住民の手中に眠る金融資産

- 地域の高齢者は多くの金融資産を持つ。

地域課題
・
企業課題

地域資源

■事業概要

「デジタル地域通貨」を発行するためのシステムを地域の金融機関に提供、
地域における資金循環を支援する

- 株式会社フィノバレー（以下、フィノバレー）は、デジタル地域通貨発行システムを提供している。岐阜県高山市・飛騨市・白川村で使える「さるぼぼコイン」などにシステムを提供している。
- ユーザーは地域内加盟店での支払いやユーザー間送金を行うことができる。ユーザーがコイン決済する際の手数料は無料で、現金化する際と加盟店間の送金に手数料が生じる。前者は1.5%、後者は0.5%であり、平均的な電子マネーと比べ安価な水準にある。
- フィノバレーはシステムを提供、デジタル通貨は地域の金融機関が発行する。金融機関のメリットとしては、地元の経済発展に加え、①新規口座開設、②消費データを活用した加盟店への助言、③優良・先進企業としての認知による優秀な人材の採用、などがある。
- 「共通機能」「オプション機能」「カスタマイズ機能」の3段階のメニューがあり、価格水準は人口によるが、共通機能の場合、10万人都市の場合で初期費用が約3,000万円、年間利用料が約600万円である。一般に月1億円の決済があれば、決済事業だけで利用料を回収できる。

■事業モデル



■目指す姿

金融資金を地域のために使う好循環を生み出す

- デジタル地域通貨によって、地域住民に地域内での消費を促す。また、決済のための手数料も、地域の金融機関に残るようにする。この結果、地域の産業が振興、地域金融機関が地域内で投資・融資する好循環を生み出す。

決済だけでなく様々なアプリケーションを提供する地域の「プラットフォーム」となる

- 例えば、「地域のみんで〇億歩歩く」という企画を実施した。活動ごとにアプリをインストールしてもらうのは困難だが、地域通貨であれば、多くの人がインストールしており、ポイント付与などにより活動参加を促すことができる。様々なアプリ・サービスで地域住民、更には地域外の住民と結びつけ、地域を活性化することを目指す。

22. 株式会社フィノバレー (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- フィノバレーは2018年に株式会社アイリッジ（以下、アイリッジ）によって設立された。アイリッジは2016年、飛騨信用組合金庫から「地域通貨」システム開発コンペ参加の打診を受けた。飛騨信用組合は地域通貨の導入を目指し、実証実験開発パートナーを探していた。フィノバレーは、飛騨信組に地域通貨導入を打診したコンサルタントと接点があり、その縁でパートナーコンペに参加した。アイリッジはその技術力等が評価されてパートナーに選ばれた。
- アイリッジは当初、数あるシステム開発案件のひとつと位置付けていたが、取り組むうちにその将来の可能性を認識した。デジタル決済手段や電子マネーに対する世の中の認知度も高まっていたが、一方で、利益だけを追求する仮想通貨へのアンチテーゼを提示する必要性があるとも考えた。そこで、アイリッジは、本格的に地域通貨に取り組むことにした。

ポイント 外から持ち込まれたテーマに可能性を認識

⇒ 最初は外部から持ち込まれたテーマであったが、世の中の潮流を把握して大きな事業機会として捉えた。

② 事業化

- 飛騨地域では、地域の大手スーパーを加盟店として取り込むことに成功、それをきっかけに多くのユーザーを獲得することに成功した。
- このように実証実験が軌道に乗ると、複数のメディアがこれを取り上げた。それを見た多くの企業・自治体からアイリッジに問い合わせがあった。その中のひとつに木更津市があった。同市は「オーガニックシティ」構想を打ち出しており、地域内循環を実現するための手段を模索していた。そうしてアイリッジと木更津市の議論が開始された。
- 木更津市との議論を通してアイリッジは、地域には様々な課題があり、通貨だけでなく健康・交通・教育など様々なアプリケーション・サービス提供の可能性があること認識した。そこでアイリッジは、スピーディに意思決定や協業を行えるよう、デジタル地域通貨事業を独立させることを決断、そうして2018年にフィノバレーが誕生した。

ポイント ユーザーの核になるパートナーの見極め

⇒ デジタル地域通貨の強みである「ポイント発行の柔軟性」を有効活用できるのは、価格弾力性が高い業態であると考えた。日常的に使う店舗で価格弾力性が高いのはスーパーであると判断した。

③ 地域循環共生圏の醸成

- フィノバレーは、デジタル地域通貨はあくまで手段・きっかけであり、地域通貨が地域を活性化しようという空気感を醸成して、様々な取り組みが生まれることが重要であると考えている。そうすれば、成功地域として全国で認識され、結果としてフィノバレーとしてもシステム提供の機会が広がると考えている。
- そこで、既にシステムが導入された地域に担当者を付け、加盟店開拓やイベントの開催など導入地域内での様々な取り組みを企画・実施している。例えば年配ユーザー拡大のためのスマホ教室の開催なども手掛ける。ポスターで「簡単」「あなたにもできる」とPRしても行動は変わらない。教室を開催すれば「息子・娘に教えてもらうのも気が引ける」というユーザーを惹きつけることができる。

ポイント ユーザーをサポートする組織に重点人材配置

⇒ フィノバレー自身は対価を固定費で得ているので導入済み地域のユーザー数が収益に直結しないに関わらず、上記の思想のもと、導入地域における利用者・加盟店増加を支援する「推進チーム」を組成、社員11名のうち3名を割いている。

B. 資金調達

初期ユーザーから出資を受けて共存共栄関係を構築

- フィノバレーはアイリッジの子会社であるが、企業発足時に、ユーザーである飛騨信組等からの資本を受け入れた。持ち分の88.5%を親会社であるアイリッジが、残りの11.5%をデジタルガレージ・日本ATM・飛騨信金・ひだしんイノベーションパートナーズといった提携先が保有する形態でフィノバレーは発足した。飛騨信組にはアイリッジから株式保有をオファーした。飛騨信組にとっては「地域通貨の運営基盤であるフィノバレーが逃げない」「飛騨高山の実証をおとして構築したシステムを他の地域に展開した時にはその収益を享受できる」といったメリットがある。
- その後、木更津市で事業が軌道に乗った後には、君津信組に対する第三者割当増資を実施、君津信組もフィノバレーの株主となった。

C. 人材獲得・パートナー連携

親会社の機能を有効活用し代表は顧客フロントに集中

- 経営を担うのは川田氏1名である。このほかの社員はシステム担当7名、「推進チーム」3名である。経理財務などの実務作業は親会社の支援を得られる。そうして代表の川田氏は、顧客開拓業務にリソース投入することができている。

ネットワークづくりのために想いやビジョンを開示

- キープレイヤーである地域の金融機関や地元スーパーの開拓にあたっては、お互いの信頼関係を構築するために、自ら積極的に本音や想いの自己開示を行う。また、地域通貨をきっかけに地域が活性化するビジョンを対外的に打ち出す。そうすることで様々な人を紹介してもらえるようになり、人脈を構築してきた。

D. その他工夫

ユーザーと加盟店のバランス良い拡大

- ユーザーだけが増えても、加盟店が増えないとユーザーの不満が生じて、ユーザーが離れてしまう。加盟店だけ増えても、ユーザーが来店せずに加盟店が離れてしまう。双方をバランスよく拡大することを心掛けている。

シンプルさにこだわったシステム・メニュー

- 既存案件で開発済みの機能を使うメニューを「基本メニュー」として提供している。導入を検討する地域の担当者が一目で理解しやすく、かつ、低コストで導入できる。また、Felica併用システム等を導入しようとするコストに跳ね返ってしまうため、スマートフォンを利用したQRコード決済に特化している。