

コロナ後の世界

米国でキャッシュレスは進行するの？

米国で多大な死者と感染者を発生させた新型コロナウイルスは、今後の米国社会を大きく変えることになりそうだ。米国ではソーシャルディスタンスング、つまり他人との距離を6ft(1・8ft)保つことが必要とされている。これが少なくともワクチンが普通に出来るようになるまでは続くであろう。9・11同時多発テロ事件後に、空港での厳しいチェックがニューノーマルになったように、他人と距離を取ることがコロナ後のニューノーマルになるのかもしれない。まだまだ不透明であるが、現時点での情報を踏まえ、米国の金融部門を中心にコロナ後の世界を予想してみたい。

1、キャッシュレスは加速するか？

(1) 米国

コロナ騒動により、「汚い」というイメージのついた現金が嫌気され、アップルペイ等のようなスマートフォンを利用したモバイルペイメントが増えるだろう、という推測は可能だが、実際にそうなっているのかどうかについて検証した調査はまだそれほど多くない。

米国の電子商取引協会等が3月27日〜30日にかけて行った、361の中小企業・商店等を対象にした調査によると、コロナ騒動の前後で「現金の利用が増えた(14%)」という回答は「現金の利用が減った(10%)」よりもむしろ多くなっている。さらに、Epic社によると、ATM(現金自動預払機)の利用件数を2019年と20年で比較すると、コロナ騒動で外出できなかつた4〜

5月は前年より減っているが、ロッキングダウンが緩和された6月になると、すでに同じレベルとなっている。ATMで引き出す現金の額については、コロナ騒動で外出できないのもかかわらず、20年の方が平均引き出し額が大きくなっている。つまり、米国の人々は、より多くの現金を保持するようになってきている。こうしたことから、少なくとも現時点の米国において、コロナで現金利用が減っ

ている、とは即座には言えない状況だ。米国では、取引自体は合法的なものであっても、匿名性の高い現金による支払いが好まれる傾向がある。例えば、工事業者等が住宅の改装工事を好む。また、若者はクレジットカードを簡単には作れないため、やはり現金を好む傾向がある。さらに、ATM業界のようにコロナ騒動で現金の利用が低下すると困る人々も存在する。米国のATM産業協会(ATMIA)では、今後のATM業界を守る計画指針を発表している。例えば、小売店が現金の受け入れを拒否することを禁止する運動を行っ

グローバルリサーチ研究所代表
青木 武

あおき・たけし 慶大卒。99年米
ニューヨーク大学経営学修士
(MBA)取得。信金中金総合研
究所ニューヨーク駐在主任研究
員等を経て、09年7月米国内に
グローバルリサーチ研究所
(IGR)を設立。<http://www.igrlc.com/>

ている。実際、ニューヨーク市、ニューヨーク州、フィラデルフィア市等では、地元の条例により小売店が現金を拒否することを禁止している。顧客の中には、低所得者などがカードを持っていない人も少なくなく、「現金を禁止する」ということは、そうした人々を経済から締め出すことになるからである。特に、人種差別に対して敏感となっている現時点においては、こうした主張は通りやすいものと思われる。

米国では、キャッシュレスへの抵抗も政治的な動きになっている。民主党の上院議員と共和党の上院議員が連名で、店舗が現金を受け入れないことを禁止する法案を上程していると報じられた。もし法案が通れば、完全キャッシュレスへの道は閉ざされることになる。もちろん、法律を成立させることは容易なことではなく、今回は共和、民主両党の議員の連名とはいえ、他の議員が賛同するとは限らない。民主党側のキャッシュレス反対の理由は銀行口座を持たない低所得者等に配慮したためである。一方、保守の共和党側には「米国内の商店なのに米国の通貨を受け入れないとは無礼だ」といった感情

的な理由も含まれているように思われる。

ただし、米国でも時間をかけてキャッシュレスに移行していく可能性が高いように思われる。米国では、9・11テロ事件の混乱により紙の小切手の決済機能が滞った反省から小切手の電子化が行われ、その後、スマホで小切手を写真撮影し入金できるようにになった。今回のコロナ騒動でも、結果としてデジタル系のペイメントへの移行が加速していくことは十分に予想される。

これまで、米国でタッチレスペイメントがさほど普及していなかった理由としては、商店側がNFC（近距離無線通信、日本のSuicaのイメージ）対応のタッチレス端末を導入しても、実際に機能を利用できる状態になっていないか確認したり、レジ担当者を教育したりする現場レベルの対応が不十分であったことが挙げられる。今回のコロナ騒動で、小売店側も顧客や従業員の安全を守る意識が高まり、そうした対応も行われるようになりつつあるとみられている。

こうした状況を踏まえ、「タッチレスペイメントは10〜15%増えるの

ではないか」という識者の見解をアメリカン・バンカー紙が紹介している。同紙が伝える調査結果によると、NFCカードやアップルペイ等を利用したタッチレスペイメントについて、「よく使う」と回答した人はコロナ前の約17%からコロナ後は約27%に増加し、「全く使ったことがない」と回答した人は、コロナ前の13%からコロナ後には5%に減っている。

(2) 欧州等

一方、英国では、ATM利用がコロナ前と比較して60%減少した、とペイメントソースが伝えている（4月27日までの1カ月とその前月の比較）。多くの人が自宅にこもり、旅行や出張にも行かないので現金を使わなくなることは不思議なことではないが、この減少には支払い方法が現金からデジタル的なペイメントに移行した部分も少なからず含まれているだろう。英国のATMネットワーク業者であるLINK ATMの4月調査によると、コロナ騒動により、今後6カ月の現金利用に影響があると回答した人は76%に上り、現金を避けるようになるだろうとの回答は54%、非接触型のタッチレスやモバ

イルペイメントを利用するだろうとの回答は44%になった。

こうしたこともあり、欧州の金融機関ではタッチレスペイメントの支払い可能上限を引き上げる動きが出ている。例えば、フィンランドでは、米ドル換算で54€までのタッチレスペイメントは暗証番号を不要としている。ペイメントソースによると、デンマークでの1〜4月期では取引の80%がタッチレスペイメントであった。フィンランドでは同64%、ノルウェーでは同60%、スウェーデンでは同50%と、北欧ではおしなべてタッチレスペイメント率が高い。

欧州では、ATM自体にも新しい動きが見られる。スペイン・バルセロナの有力銀行の一つ、カイシャ銀行は、顔認証ATMを導入すると発表した。顔認証は利用者の顔の1万6000ポイントから情報を得て認識するという。顔認証を利用することにより、利用者がATMに触るのには引き出す金額を選ぶときだけとなり、暗証番号の入力も不要であることから、コロナ感染リスクに敏感になっっている利用者に受け入れられると考えているようだ。最終的には、バルセロナ地区の30店に100台が

導入される予定となっている。利用する前に店舗で顔画像を登録する必要があるが、これは顔認証ATMが導入されていない店舗でもできるとのことである。

つまり、コロナにより、米国以外では現金が敬遠される傾向が強まった可能性がある。カードネットワークのVISAの今年1～3月期決算発表によると、米国以外での店頭でのタッチレスペイメントは店頭支払いの60%を占め、前年同期比で40%増加しているという。

2、店舗からデジタルへのシフト

コロナにより、買い物はリアル店舗からネットショッピングにシフトし、銀行の利用も店舗ではなくインターネットバンキング、スマホを利用したデジタルバンキングへのシフトが加速すると思われる。米国のシティバンクは、コロナ騒動で顧客のデジタルシフトを推進しているが、5月だけで既存顧客の新規オンライン口座の開設が27万口座あったとバンクイノベーションが報じている。シティは既存顧客のうち、オンラインバンキングを利用したことのない顧客がIDやパスワードを設定して

オンラインバンキング等を利用するよう促す活動を行ってきた。既存顧客が新規にオンラインバンキング等に登録するたびに、シティが非営利団体「ワールド・セントラル・キッチン」に5ドルを寄付するキャンペーンを行った。ワールド・セントラル・キッチンは、医療の最前線で働く職員等に毎日20万食の食事を提供している。食事の配送のために、失業したレストランの従業員も雇用しており、シティでオンラインバンキングを利用すれば人助けをすることになる。

さらに、シティは、新しくオンラインバンキング等を利用する顧客のために利用方法を説明するビデオを充実させている。小切手の写真撮影入金の方法を説明したビデオは、リリース初日に2万7000回も見られたということである。こうしたこともあり、小切手の入金にスマホを使う回数が37%増加し、店舗やATMでの入金件数を上回った。また、デジタルバンキングに慣れていない人が増えるため、パスワード等の入力の間違ってロックされる利用者も増えることが予想される。このため、パスワードの間違いでロック

される回数の上限を6回から10回に引き上げた。その結果、ロックアウトは55%減少したということである。

このほか、コロナ騒動により店舗でなくコールセンターを利用する人が増えることになったが、その分、利用者にとっては待ち時間が長くなる。待ち時間の間にデジタルバンキングの説明を音声で流すようにしており、それも功を奏したと思われる。人々が長年続けた習慣を変えるためには、自分自身を納得させるだけの大義名分が必要だが、コロナはそれを与えたようだ。

コロナでデジタルシフトしたのは、今までデジタルバンキングの利用をちゅうちょしていた高齢の個人だけではない。中小企業においても、いままではフェイス・トゥ・フェイスのバンキングを利用していたが、コロナ対策として連邦政府中小企業庁が金融機関経由で提供した「PPP（給与保護プログラム）ローン」は多くの場合、申し込みや必要書類の送付などの手続きがデジタルで完結している。よって、保守的な中小企業もローンの申し込み等がデジタルだけでできることを知るようになり、またそうしたプロセスに慣れてきて

いる。中小企業においても、コロナがきっかけでデジタルシフトが進行していくように思われる。

3、コロナで変わる貯蓄性向

米国人といえば、クレジットカードで借金をして好きなようにモノやサービスを消費し、貯蓄のことなど考えない、というイメージが強い。実際にベビーブーマー層にはそうした傾向があると言え、リーマン・ショックを目の当たりにしたミレニアル層（おおむね1981～96年生まれ）、そしてコロナ騒動を目の当たりにしたZ世代（97～2016年生まれ）は意外と堅実で、貯蓄を好む傾向が見られる。また、銀行等が提供する貯蓄プログラムも積極的に利用する傾向があるようだ。アメリカン・バンクカードによると、ファイフサード銀行の貯蓄アプリである「ドボット」や、ネオバンク（デジタル専門銀行サービス）のシンブル社において、特に若年層がいざというときに備えて資金を貯めるようになる傾向が強くなる一方、旅行目的の貯蓄が低下する傾向が見られるという。

同紙が紹介しているJDパワー社

の調査では資金管理アプリ(PFM)や予算管理アプリの利用者の53%は、ミレニアルとZ世代という若者である。コロナ騒動で貯蓄率が上がるというのも矛盾しているように思えるが、政府等の補助金、失業保険、そして支出の抑制により貯蓄傾向は高まっている。貯蓄アプリのドボットでも、引き出すよりも貯める方が大きくなっているという。貯蓄の目的では、旅行が30%減少し、ペット関連が600%増加しているという。シンプル社の「いざ」といときの貯蓄」機能の利用は3月15日〜5月31日の間で25%増加し、貯蓄アプリの「Capital」では、「いざ」といときの貯蓄」の目標設定が3月から5月にかけて4倍になっている。予算管理アプリ「You Need a Budget」(YNAB)では、政府からのコロナ支援金の最大の使い道は「いざ」といときの貯蓄」という答えが多く、まさに日本人のような傾向を示している。

4、次はZ世代

コロナ騒動後の顧客層として注目されてきているのがZ世代である。Z世代はミレニアルの次の世代で、

定義は一定ではないが、おおむね97〜2016年までに生まれた世代を指す。現時点での年齢としては4〜23歳と、まだまだ社会に出ている人は少ないが、6年後の予想人口としては、米国では8200万人前後と、ミレニアル世代(8000万人前後)と同程度かやや多いくらいである。いずれにしてもベビーブーマー(46〜64年生まれ、6600万人)やX世代(65〜80年生まれ、6500万人)よりは人口が多く、次のターゲット顧客として金融機関を含めて企業から注目されている。

Z世代はスマホのない世界を知らない世代であり、生活もデジタルが中心である。テレビを見るよりもYoutubeを見る世代と言える。コロナ騒動により、Z世代にとってはアナログ生活の中心であった学校ですらリモート、デジタルとなり、家族以外のほぼ全ての人間関係が「デジタル」となってしまうている。

Z世代でもすでに社会人になっている人たちもいるが、今回のコロナ騒動で仕事を失った人の多くは若年層であるとみられている。これから社会人になろうとするZ世代の人々の多くも厳しい状態での船出が予想

される。また、社会人になっていないZ世代でも親がコロナの影響で仕事を失ったり、厳しい状況にあったりする人は少なくない。こうした状況の下、Z世代の人々は、財務に対する行動がかなり堅実にならざるを得ないと思われる。

このように、デジタル世代でなおかつ堅実ということであれば、自動的に少額を貯蓄、または投資していくモバイルアプリが受け入れやすいように思える。例えば、フィフスサード銀行のドボットのような自動貯蓄アプリや「Acorns」のようなお釣りに投資アプリである。

Z世代向けの決済性口座を提供するフィンテック企業としては、Greenlight(子供用)やCurrent(Teen(子供用)、Gohenny(子供用)などがある。Gohennyはすでに100万口座を達成している。いずれも子供が利用できるデビットカードが付与されており、親が小遣い等を電子的に入金し、管理できるようにになっている。一方、一般の銀行では、子供やティーンエイジャー向けに口座を提供している銀行は少なく、ウェルズ・ファアゴが子供用の貯蓄口座を設定している程度であ

る。

また、独立志向が強いのもZ世代の特徴である。高校生の72%、大学生の61%は、いずれは自分で事業を立ち上げたいと考えている。つまり、「寄らば大樹の陰」や「長いものは巻かれよ」といった性向は現時点で上の世代に比べると低い。

企業のサラリーマンではなく、自営業者が増える経済のギグ・エコノミー化も、Z世代の独立志向を後押ししているように思われる。もともと、今回のコロナ騒動で「ドボット」イバーをはじめギグの人々の多くは、大企業の従業員よりも大きな経済的打撃を受けていると思われる。これによりZ世代が「寄らば大樹」的志向になっていくのかどうか注目される。

一方、「寄らば大樹」で大企業に就職したとしても、皮肉なことに、デジタル好きのZ世代が実際に社会に出たとき、競争相手となるのは人間ではなくAI(人工知能)などのロボットかもしれない。つまり、AIやロボットとの差別化を図るためには、むしろ「人間臭さ」を磨かなければならない世代でもある。