

【最優秀賞・特別賞】

金融特化型SNSサイト

～「日銀チャンネル」の構築に向けて～

麗澤大学経済学部 佐々木 拓見

小糸 恵里子

武内 瑛紀

(提言部分の要約)

インターネット上でのコミュニケーション方法が進化し、誰もがウェブ上で情報交換を行える「web2.0」の動きが広がっている。また、mixi や Facebook に代表されるような「SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) サイト」が普及してきており、大きな潮流となっている。

一方、金融界ではサブプライムローン問題に端を発する金融危機が世界中に影響をもたらし、デフレが長期化する中で、わが国の金融政策のあり方について、金融関係者や市場関係者のほか、一般国民の間でも関心が高まってきている。

そこで私たちは、こうした情報技術 (IT) 革新と人々の金融に対する関心の高まりを組み合わせ、「金融特化型 SNS サイト:『日銀チャンネル』」の構築を提案する。

「日銀チャンネル」は、新たなコミュニティ型サイトの仕組みを活用して、日本銀行が情報発信を強化するとともに、同サイトの参加者間で意見交換を活発に行うことができるようにするものである。

SNS サイトでは、ネットワークの参加者間で、双方向に情報の送受信を行うことができるため、「情報の共有」に優れた機能を発揮する。また日本銀行が行っている金融政策には、市場とのコミュニケーションが欠かせないが、日銀チャンネルを導入することにより、これまで以上にコミュニケーションの強化を図ることができる。

日銀チャンネルの機能は、①基本的な SNS としてのコミュニケーション機能の構築、②初心者から上級者まで金融について学べる場の提供、③多彩な金融アプリケーションの提供、の3つとする。

1. 「SNS としてのコミュニケーション機能」では、プロフィール機能、ブログ機能、コミュニティ機能、チャット機能などを通じて、金融に関する Q&A や、日本銀行が新たな政策を発表したときにリアルタイムで意見交換を行うことなどを可能とする。

2. 「金融について学べる場の提供」では、動画学習機能、電子掲示板機能、論文検索機能などを通じて、初心者からプロフェッショナルまで、金融の知識を高めることができる仕組みを提供する。

3. 「金融アプリケーションの提供」では、金融という堅苦しさを払拭して、ゲーム感覚で学べる機能を提供すると同時に、資産シミュレーションなど、現実の問題に適用できるツールを提供することで、日銀チャンネルの利便性を向上させることを目指す。

日進月歩の IT 革新を受けて情報発信の手法が多様化している中、日本銀行でもコミュニケーション・ツールの強化を図っていくべきであり、この金融特化型サイト「日銀チャンネル」はその有力なモデルの1つとなることが期待される。

はじめに

2000 年前半から、IT 分野において、ブログや SNS 等が普及し、今まで情報の受け手であったユーザー側からも情報を発信できるようになった。いわばネットワークの参加者全員が双方向に情報の送受信を行うことが可能となり、新たな「集合知」をインターネット上に構築することができるようになったのである。

一方、金融面では、サブプライムローン問題やギリシャ危機を原因とする金融危機が世界を巻き込み、わが国にも大きな影響を与え、経済や金融、日本銀行の政策のあり方について、金融関係者ばかりではなく、一般国民からもこれまでになく関心が高まってきている。日本銀行は、こうした状況に対して、情報発信を一段と積極化するなど、必要な対応を行っていくべきではないだろうか。

こうした問題意識に立ち、私たちは、情報技術革新と経済の流れ、そして日本銀行の役割に着目した上で金融特化型 SNS サイト「日銀チャンネル」を構築することを提案する。「日銀チャンネル」は、①新しい金融コミュニケーション・ツールの構築、②国民の金融リテラシーの向上、③日本銀行ウェブサイトの補完的役割という、3つを目的にするものである。

本稿ではこれらの目的に基づき 1. で現状分析を行い、2. で「日銀チャンネル」の概要、3. でその効果と考慮すべき点について述べる。

1. 現状分析

1-1. SNS の現状と特化型への流れ

前述の通り、2000 年代前半から掲示板やブログ、SNS といったユーザー同士が情報交換するサイトが次第に台頭し始め、ユーザー側からも情報を発信できる環境が整ってきた。この流れは一般に「web2.0」と呼ばれ、予想を遥かに上回る勢いで世界へ広がってきている。例えば、mixi は、国内に 2,500 万人ものユーザーを持っており、米国でハーバード大学の学生向けに作られた Facebook は、世界で 5 億人以上もの人々に利用されている。

さらに近年では、専門性の高い「特化型 SNS」が増えてきているのが特徴である。例としては、ビジネスでの繋がりに特化した SNS (LinkedIn) や、流通小売業界に特化した SNS (R2Link)、エンジニアに特化した SNS (encafe) などがあり、地域活性化のための地域特化型 SNS (熊本県八代市の「ごろっとやっちょろ」など) も増えてきている。また、当大学では学内特化型 SNS として「Green community ひいらぎ Cafe」を昨年開設したところである。

このように、これまで「遊び」や「ゲーム」のイメージが強かった SNS で

あるが、これを仕事やビジネス、地域おこしなど専門性の高い情報交換に活用していく動きが活発化している。

1-2. 日本の金融リテラシーの現状

日本銀行の「生活意識に関するアンケート調査」をみると、日本銀行の目的や業務内容についての理解は必ずしも十分とは言えない（図表 1 参照）。また、金融広報中央委員会の「金融に関する消費者アンケート調査」、日本銀行調査統計局の「資金循環統計の国際比較」をみると、国民の金融に対する知識が不足しており（図表 2 参照）、このため低金利下でも現預金が 5 割以上を占めるという海外諸国と比べて特異な資産運用状態となっている（図表 3 参照）。こうした点を解決するために、日本銀行は、日本銀行の政策や業務についての情報発信を一段と強化し、また国民の金融リテラシーを向上させるための方策をとっていく必要があるものと考えられる。

1-3. 日本銀行のウェブサイト

日本銀行のウェブサイトは、「教えて！にちぎん」といった Q&A 機能に加え、教育・学習情報のコーナーでは、アニメーションを用いて日本銀行のシステムを紹介するなど、金融リテラシーの向上にも力を入れている。しかし、金融の初学者にとっては、まだ難しい面があるのではないだろうか。

今回、当大学の経済学部 2・3 年生を対象に日本銀行のウェブサイトについてアンケートを実施してみたところ（図表 4 参照）、日本銀行のウェブサイトを見たことがある人のうち、約 5 割の人が「内容が難しい」、または「ウェブサイト内の使い勝手が良くない」と答えている。この結果より（少なくとも大学生にとっては）、日本銀行のウェブサイトは、情報の見やすさ・分かりやすさに関して改善の余地があるのではないかとみられる。

情報技術革新への対応について、日本銀行では「情報技術革新の流れを受けて金融市場や金融機関経営は大きく変わろうとしている。日本銀行もこうした変化に対応し、人々に使い勝手の良い中央銀行サービスを提供できるよう不断に業務の見直しを進めている。」（新しい日本銀行 その機能と業務[2009]）もとしている。もし、これがウェブ技術についても当てはまるならば、日本銀行は、近年の「web2.0」の流れを受けて、新しい SNS サイトを構築し、国民に向けて提供することを検討してもよいのではないかと私たちは考える。

以上の現状分析に基づき、これらの問題を解決するための、私たちの提案について以下に述べる。

2. 私たちの提案—「日銀チャンネル」の構築—

2-1. 日銀チャンネルの概要

SNS とは、「紹介者のいる会員だけに絞り、名前や経歴などの個人情報を読み出し（むしろ匿名の場合もある）、会員同士が知人・友人の連鎖を登録し、そのつながりをうまく活用しながら交流するネット上のコミュニティのことである」（ウェブ進化論 本当の大変化はこれから始まる[2006]）とされる。この定義では「紹介者のいる会員だけに絞り」となっているが、日銀チャンネルにおいては、紹介者を介す必要はなく、誰でも自由に参加できるものとする。

日銀チャンネルの主な機能は、①基本的な SNS としてのコミュニケーション機能の構築、②初心者から上級者まで金融について学べる場の提供、③多彩な金融アプリケーションの提供、という 3 つとする。以下では、それぞれの機能について述べる。

2-2. 基本的な SNS としてのネットワーク機能の提供

① プロフィール機能

参加者が名前、生年月日、居住地域（市、区など）、趣味、職業などを任意で登録するための機能である。プロフィールを作ることによって、ユーザーが互いにどのような人物かを知ることができ、また無責任な発言やいわゆる「荒らし」を防ぐことができる。

② ブログ機能

ブログ機能は自分の考えを発信する機能であり、ユーザーはここで金融政策や日本銀行の活動について自分の考えを述べるができる。各自のブログは他のユーザーも読むことができ、閲覧したユーザーは、任意でそのブログにコメントをすることができる。金融特化型 SNS における情報発信であることから、内容は自ずと金融や金融政策に関連するものになることが期待される。

③ コミュニティ機能

コミュニティ機能は、同じ関心や興味を持った仲間を集め、特定のテーマに基づいた交流を行う機能である。コミュニティに参加することにより、ユーザー同士が情報共有をより効率的に行うことができる。例えば、「成長基盤支援のための新貸出制度について考えるコミュニティ」や、「円高対応について考えるコミュニティ」を作って、特定のテーマについて意見交換を行うといった可能性が考えられる。

④ チャット機能

チャット機能とは、インターネットを通じてリアルタイムで文字ベースの会

話を行うシステムのことである。チャット機能は、メールや電子掲示板とは異なり、短い文章を素早く交換することができるのが特徴であり、会話感覚で情報共有ができる。このため、新たな政策の導入時や政策変更が発表になった時などに、リアルタイムで新政策への評価などを意見交換するのに便利である。

2-3. 金融について学べる場の提供

① 動画学習機能

基本的な項目を説明する際に、アニメーションや講義動画を使い、初学者でもわかりやすく学ぶことを可能にする。金融分野では多くの専門用語があり、内容も複雑であるため、文書だけでは理解しにくい部分がある。そのため動画機能を使うことにより、初めて金融を学ぶ人にもわかりやすく理解を進めることができる。このように動画機能を使うことで、学びの場を幅広く提供し、金融リテラシー向上の足がかりとすることが期待される。

② 電子掲示板機能（知恵袋）

電子掲示板とは、インターネット上に存在する掲示板の中において、利用者同士が知識を「Q&A型」で共有する機能である。

質問者は、自分が知りたいことを気軽に質問でき、回答者は SNS の管理者ではなく他のユーザーとなる。一般的な電子掲示板には完全匿名性とそうでないものがあるが、日銀チャンネルにおいては、SNS の登録者のみがこのコンテンツを使えるものとする。

③ 論文検索機能

論文検索機能は、主に金融の専門家や学者向けのサービスである。ここでは日本のみならず、世界各国の金融政策や中央銀行に関する論文を集め貯蔵しておき、年代別、国別、さらに分野別に分けて検索できる機能を導入する。論文検索機能を充実させることで、金融分野に精通している人々にも便利なサービスを提供することができる。そして日銀チャンネルにおいて基礎を学んだ人にとっても、長く活用できるサイトとすることを目指す。

2-4. 多彩なアプリケーションの提供

① 多彩なアプリケーション・ツール

「アプリケーション・ツール」とは、SNS を通して使用できる付加機能である。例えば、ゲーム感覚で学べる金融の学習ツールや、資産運用シミュレーション、また、バーチャルに日本銀行総裁になって金融政策を決定していくゲームなど、様々なアプリケーションが考えられる。このアプリケーションの目的は、金融という堅苦しさを払拭し、ゲーム感覚で学べる機能を提供すると同時

に、資産運用シミュレーションなどのように現実の問題に適用できる機能も提供することで、日銀チャンネルの利便性を高めることである。

以上 3 つの機能を提供するための「日銀チャンネル」のトップページのイメージは、図表 5 の通りである。

3. 日銀チャンネルの課題と解決策

日銀チャンネルを構築する上で考慮しなければならない点として、以下の 2 つが考えられる。一つ目は、信頼性・安全性の問題である。個人が情報を発信できるウェブサイトは企業の宣伝や個人による誹謗中傷、偽りの情報が生まれやすい性質を持っている。しかし、これはプロフィールの登録義務付けや警告機能の導入、また、トラブルの発生時には、当事者の登録を削除するなどのペナルティを課すことにより予防や解決ができるものと考えられる。

二つ目は、日銀チャンネルの認知度を向上させ、参加者数を増加させることである。SNS サイトにおける情報のやりとりを活性化させるためには、まず参加者数を増やす必要がある。そのために大学や金融機関に参加を働きかける情宣活動を行い、金融分野の専門家から徐々に参加者を広げていき、その流れを一般にまで広めていくことが必要である。また、利用者からの要望に迅速に対応し、誰もが利用しやすい環境を整えることで幅広い人が参加し、信頼性、安全性の高い SNS にしていくことが期待される。

おわりに

今回私たちは、情報革新と日本銀行や金融に対する関心の高まりに着目して、金融特化型 SNS サイト「日銀チャンネル」を提案した。これは SNS 機能を通して、参加者全員が情報を共有できるコミュニケーション・ツールを構築するとともに、初学者からプロフェッショナルまで幅広い人々に金融を学べる場を提供し、また、日本銀行のウェブサイトの補完的役割を果たすという 3 つの目的を目指したものである。

日本銀行が金融特化型 SNS サイトを導入することにより、広がりを見せている「web2.0」の流れに対応することができる。また、SNS サイトは情報の共有性が高いため、日本銀行は今まで以上に国民や市場関係者の声を聞くことができ、情報収集の強化に繋げることができるであろう。情報発信が多様化している中、日本銀行も新たなコミュニケーション・ツールの強化を図っていくべきであり、この金融特化型 SNS サイト「日銀チャンネル」はその有力なモデルの 1 つとなることが期待される。

【参考文献】

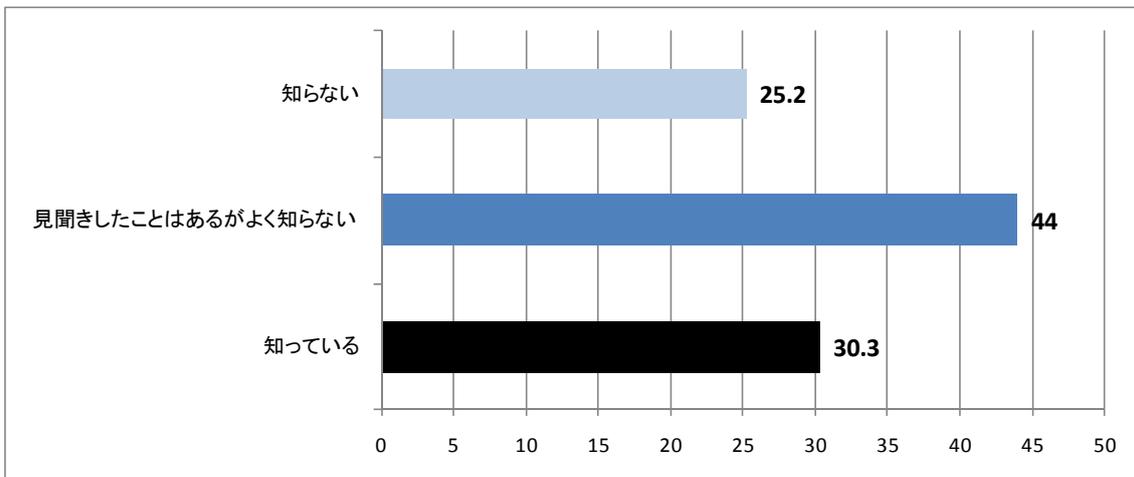
- 梅田望夫（2006）『ウェブ進化論 本当の大変化はこれから始まる』（ちくま書房）
- 渡辺弘美（2007）『ウェブを変える 10 の破壊的トレンド』（ソフトバンククリエイティブ）
- 神田敏晶（2007）『ウェブ 3.0 型社会—リアルとネット、歩み寄る時代』（大和書房）
- ブラインダー ， アラン・S 著／鈴木英明 訳（2008）『中央銀行の「静かなる革命」—金融政策が直面する 3 つの課題—』（日本経済新聞出版社）
- 日本銀行金融研究所編（2009）『新しい日本銀行 その機能と業務』（有斐閣）
- ハント， タラ（2010）『ツイッターノミクス TwitterNomics』（文藝春秋）

【参照サイト】

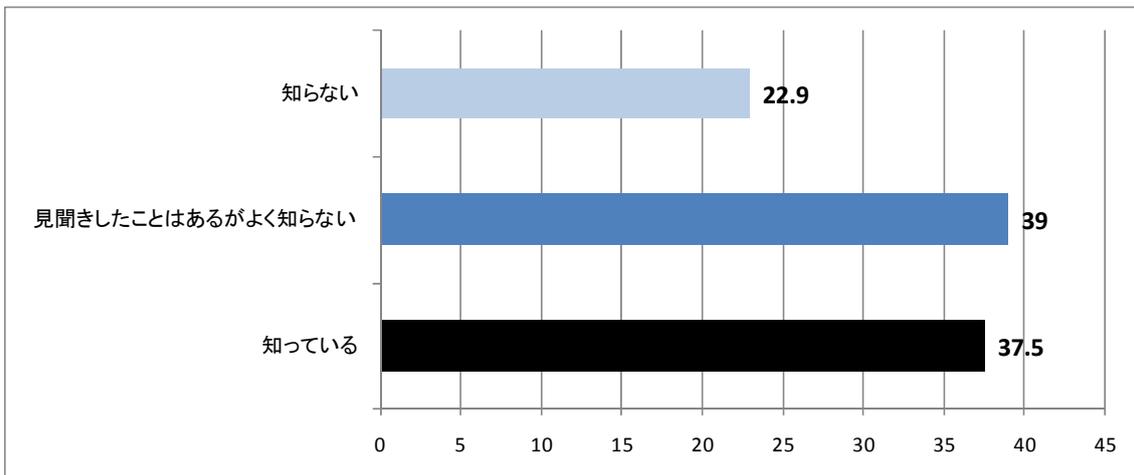
- 日本銀行 <http://www.boj.or.jp/index.html>
- 知るぽると（金融広報中央委員会） <http://www.saveinfo.or.jp/>
- 金融庁 <http://www.fsa.go.jp/>
- CNET Japan <http://japan.cnet.com/>
- Facebook <http://www.facebook.com/>
- LinkedIn <http://www.linkedin.com/>
- R2Link <http://r2link.com/>
- ごろっとやっちろ <http://www.gorotto.com/>

図表 1 生活意識に関するアンケート調査（2010年6月実施）

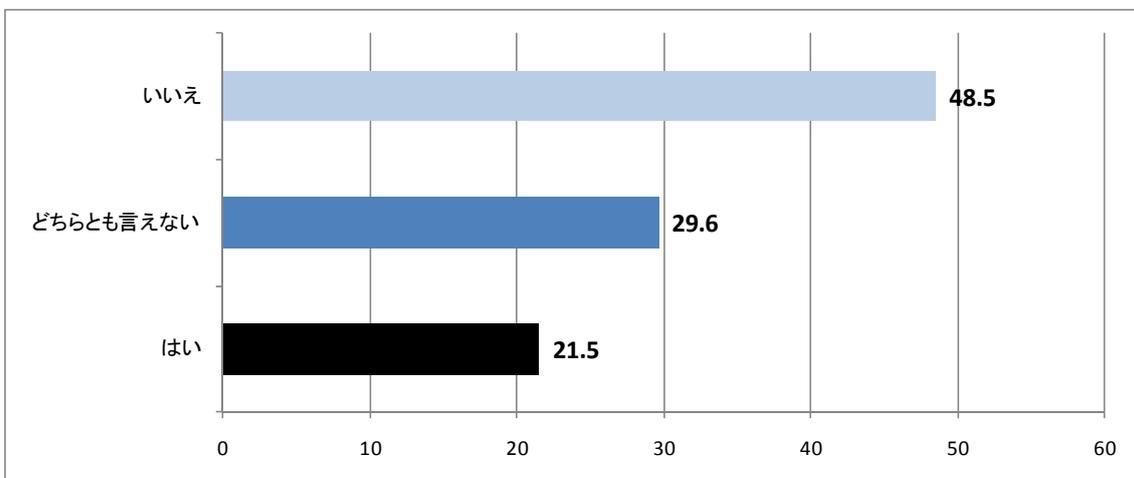
1. 日本銀行は、「物価の安定」をその目的の一つとしている。



2. 日本銀行は、「金融システムの安定」をその目的の一つとしている。

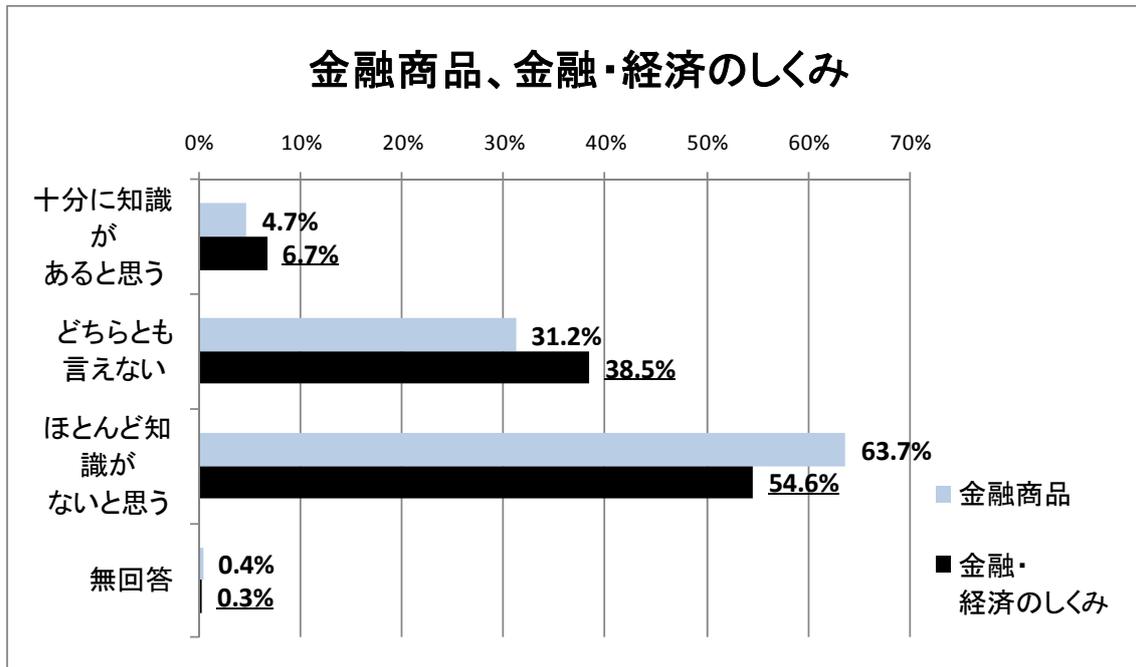


3. 日本銀行の活動に日頃から興味がある。



出所：日本銀行ウェブサイトより筆者作成

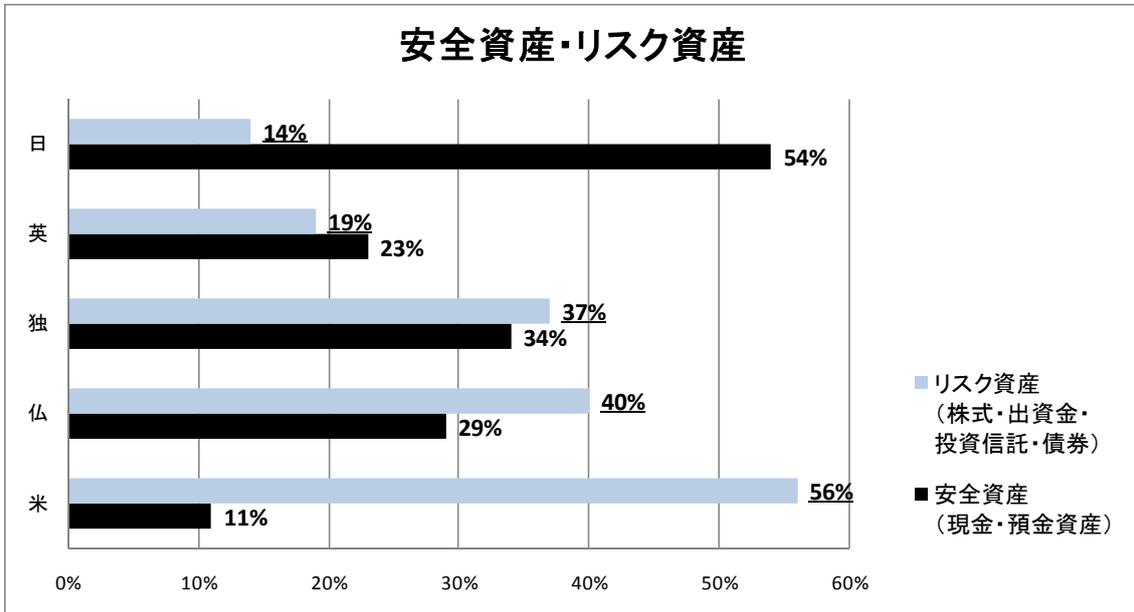
図表 2 金融に関する消費者アンケート調査（2008年11月実施）



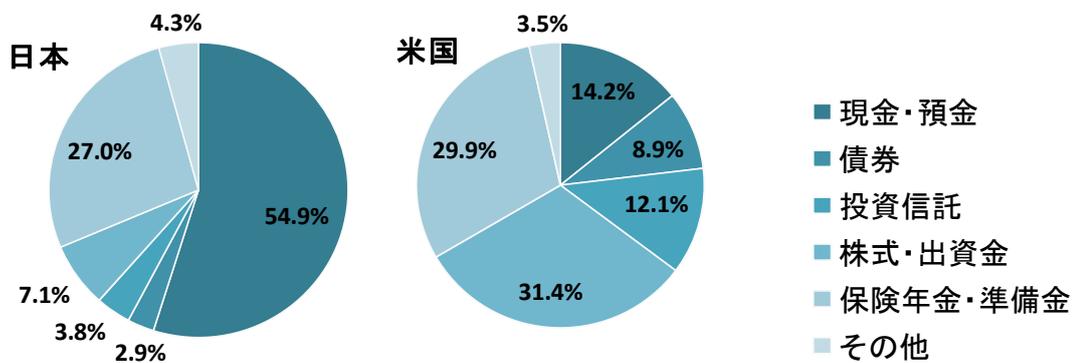
出所：「知るぼると」より筆者作成

図表3 資金循環統計の国際比較

(1) 主要5カ国の比較 (2003年12月実施)



(2) 日米の家計資産構成 (2010年3月実施)



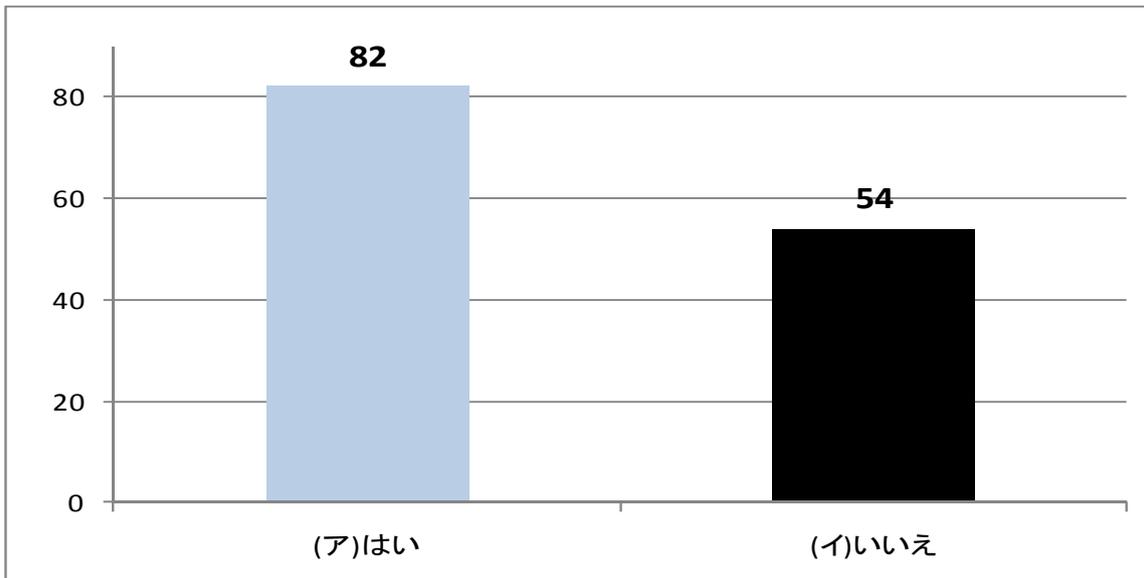
出所：日本銀行ウェブサイトより筆者作成

図表 4 麗澤大学経済学部生へのアンケート集計結果（2010年7月実施）

1. 日本銀行のウェブサイトを見たことがありますか？

はい：82人

いいえ：54人



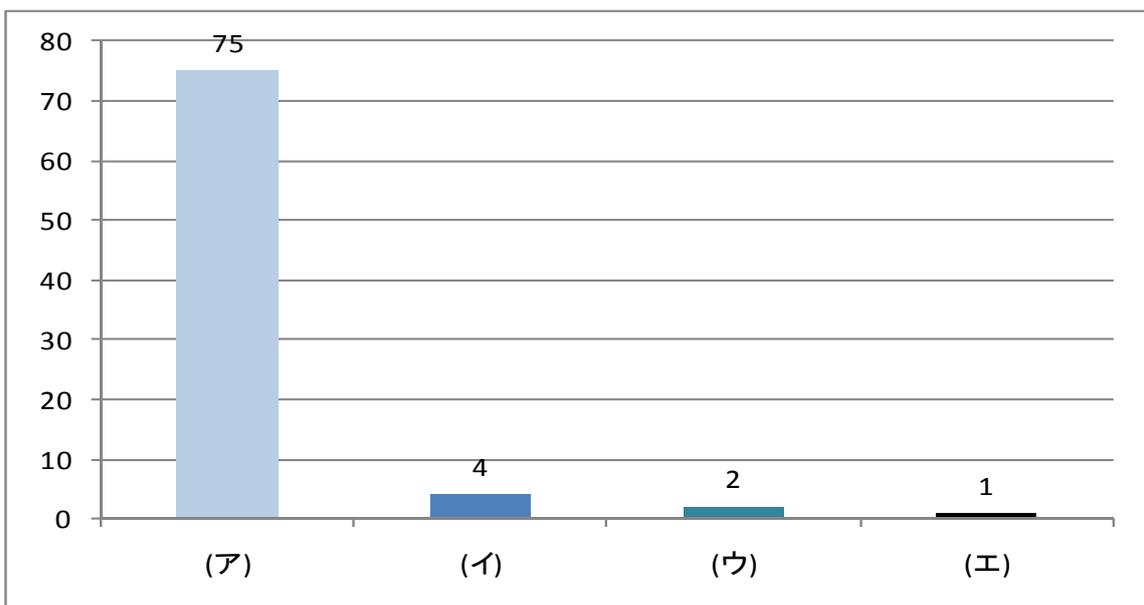
2. 質問1で(ア)と答えた方は、どのような目的で使いましたか？

(ア)75人（レポート作成等のため）

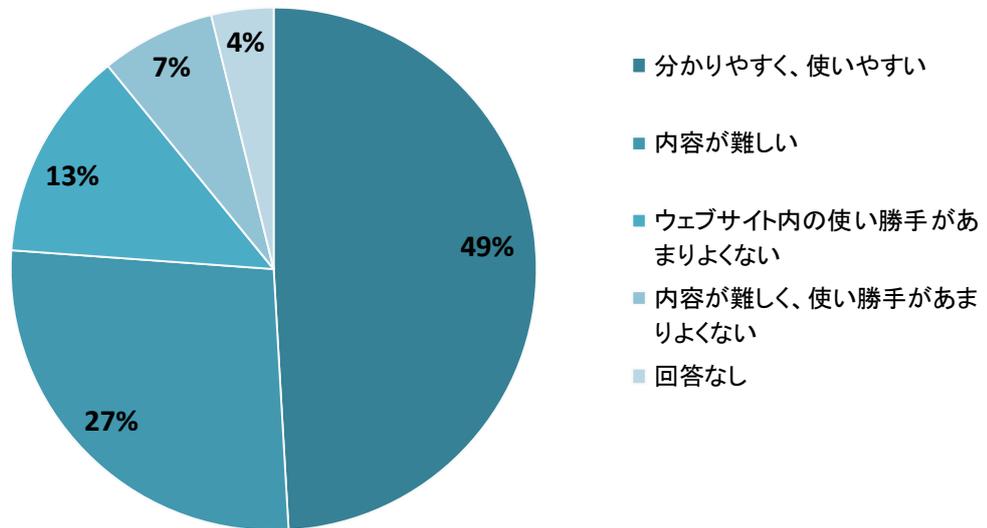
(イ)4人（金融に興味があったから）

(ウ)2人（偶然見た）

(エ)1人（その他：授業で必要だったため）



3. 質問 2 で(ア)または(イ)と答えた方は、どのような印象を持ちましたか？



図表 5 「日銀チャンネル」トップページのイメージ

日銀チャンネル

サイト内検索

プロフィール

学ぶ

ニュース

知恵袋

ブログ

論文

コミュニティ

チャット

アプリ

プロフィール



日銀太郎



日本銀行

BANK OF JAPAN

はじめての方は
こちらから

知る 楽しむ

日本銀行

ニュース

欧米でも円売り介入
市場、介入姿勢見極め円、一時85円台後半に下落
介入後、個人はドル売りひとまず利益確定、当局を注視
米証券取引委員会、ファンド規制開始
下振れリスク顕現化なら迅速果断に政策実行

注目トピック

日銀が介入を開始しましたが、今後の為替の動向はどんな
円高リスクの要因は、ヨーロッパのギリシャ危機や米国のサ
金利政策はどのように経済に影響しますか？
子供に金融を勉強させるべきですか？

現在の株価・為替

日経平均10,503円 為替1ドル=83円

受信箱

新着メッセージ！
「日銀を知ろう！」コ
ミュニティに参加し
ませんか？

コミュニティ

- ・金融政策を語る
コミュニティ
- ・今回の為替介入
について議論しよ
う。
- ・米、金融緩和策
見送りをどう見る。