

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.723 2021. 5. 11

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2021年4月30日号

2021年1-3月期の実質GDP

～前期比▲0.9%（年率▲3.6%）を予測

経済・金融フラッシュ 2021年5月6日号

米個人所得・消費支出(21年3月)

～家計への直接給付で個人所得（前月比）が
統計開始以来最大の増加

経営 TOPICS

統計調査資料

労働力調査(基本集計)

2021年(令和3年)3月分

経営情報レポート

中小企業が取り組むメリットを紹介 「SDGs」「ESG投資」の概要と動向

経営データベース

ジャンル:IT・情報技術 > サブジャンル:クラウド・フィンテック

クラウドコンピューティングの導入ステップ フィンテックのサービスの詳細について

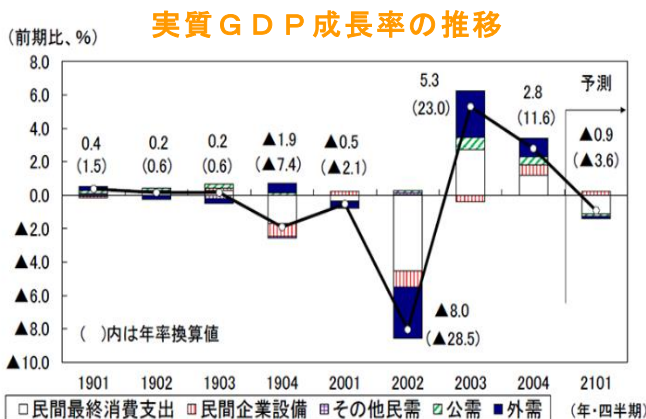
本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行:税理士法人 常陽経営

2021年1-3月期の実質GDP ~前期比▲0.9%(年率▲3.6%)を予測

ニッセイ基礎研究所

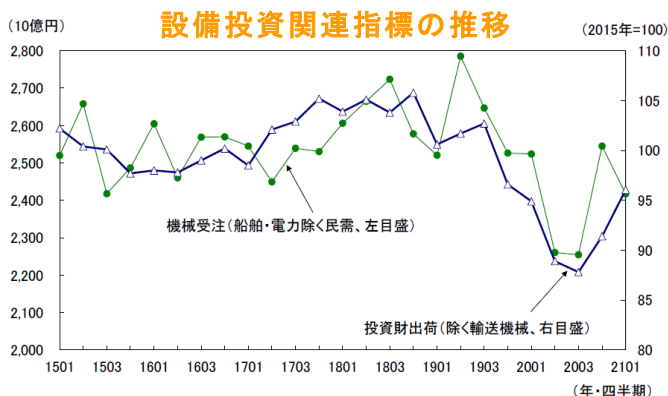
1 5/18に内閣府から公表される2021年1-3月期の実質GDPは、前期比▲0.9%（前期比年率▲3.6%）と3四半期ぶりのマイナス成長になったと推計される。



(注) 2004 までは当研究所による改定見込値、2101 は予測値
(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

2 緊急事態宣言再発令の影響で対面型サービスを中心に民間消費が前期比▲2.1%の大幅減少となったことがマイナス成長の主因である。

設備投資（前期比1.6%）、住宅投資（同1.5%）は緊急事態宣言下でも堅調だったが、消費の落ち込みをカバーするまでには至らなかった。

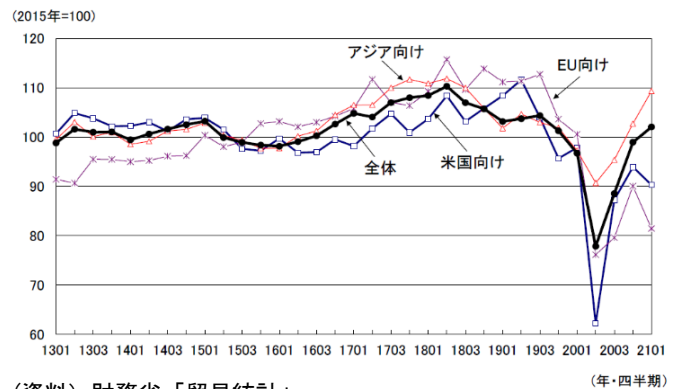


(注) 機械受注の2101は21年1、2月の平均値
(資料) 内閣府「機械受注統計」、「景気動向指数」
経済産業省「鉱工業指数」

3 日本経済は2020年4-6月期に過去最大のマイナス成長となった後、2四半期連続で前期比年率二桁の高成長を記録したが、2021年1-3月期は緊急事態宣言の再発令を受けて再びマイナス成長となり、経済正常化に向けた動きはいったん足踏みとなった。

4 4/25から4都府県を対象に発令された緊急事態宣言は、経済活動の制限が前回よりも厳しく、一日当たりの下押し圧力は前回の宣言時よりも大きくなるだろう。現時点では、緊急事態宣言の期間が5/11までと短いことから、4-6月期はプラス成長になるとみているが、緊急事態宣言の期間が延長された場合、対象地域や規制の範囲が広がった場合には、2四半期連続のマイナス成長となる可能性が高まるだろう。

地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



(資料) 財務省「貿易統計」

米個人所得・消費支出(21年3月) ～家計への直接給付で個人所得(前月比)が 統計開始以来最大の増加

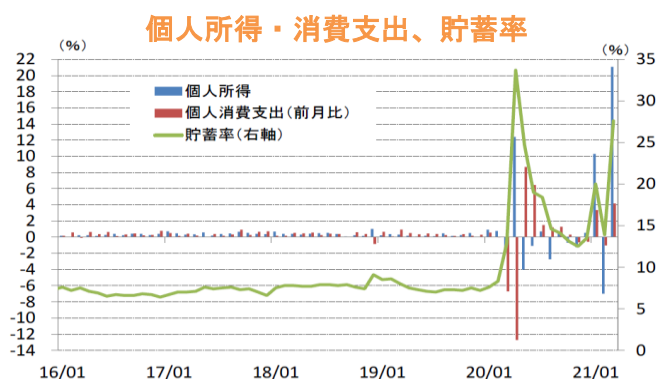
ニッセイ基礎研究所

1 結果の概要:個人所得、個人消費ともに前月からプラスに転換、市場予想を上回った

4月30日、米商務省の経済分析局(BEA)は3月の個人所得・消費支出統計を公表した。個人所得(名目値)は前月比+21.1%(前月改定値:▲7.0%)と▲7.1%から小幅上方修正された前月から大幅なプラスに転じ、市場予想(Bloomberg集計の中央値、以下同様)の+20.3%も上回った。

2 結果の評価:直接給付で所得が大幅に増加

3月の個人所得は3月上旬に決まった追加経済対策(米国救済計画)に伴い、家計向けに1人最大1,400ドル直接給付された結果、前月比で1959年の統計開始以来最大の伸びとなった。



(注)ともに名目値、季節調整済
(資料)ともにBEAよりニッセイ基礎研究所作成

3 所得動向:家計向けの直接給付で 移転所得が大幅に増加

3月の個人所得(前月比)は、利息配当収入が+0.3%(前月:+0.7%)と前月から伸びが鈍化した一方、賃金・給与が

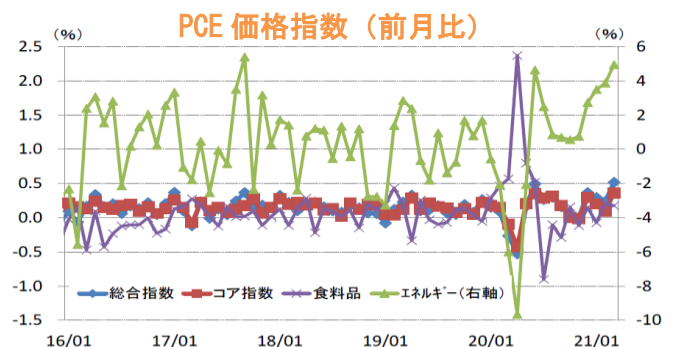
+1.1%(前月:横這い)、自営業者所得が+6.2%(前月:+3.0%)と前月から伸びが加速した。

4 消費動向:財消費が大幅なプラスに転換

3月の名目個人消費(前月比)は、財消費が+8.1%(前月:▲3.0%)と前月から大幅なプラスに転換したほか、サービス消費も+2.2%(前月:+0.1%)と前月から伸びが加速した。財消費では、耐久財が+10.8%(前月:▲4.9%)、非耐久財が+6.5%(前月:▲1.9%)といずれも前月からプラスに転じた。

5 価格指数:前月比、前年同月比ともに エネルギー価格が押上げ

価格指数(前月比)の内訳をみると、エネルギー価格指数が+4.9%(前月:+3.9%)と10カ月連続のプラスとなったほか、前月から伸びが加速した。また、食料品価格指数は+0.2%(前月:+0.2)と小幅ながら2カ月連続でプラスとなった。



労働力調査(基本集計) 2021年(令和3年)3月分

総務省 2021年4月30日公表

結果の概要

【就業者】

- 就業者数は6649万人。前年同月に比べ51万人の減少。12か月連続の減少。
- 雇用人数は5967万人。前年同月に比べ42万人の減少。12か月連続の減少。
- 正規の職員・従業員数は3560万人。前年同月に比べ54万人の増加。10か月連続の増加。非正規の職員・従業員数は2054万人。前年同月に比べ96万人の減少。13か月連続の減少。
- 主な産業別就業者を前年同月と比べると、「宿泊業、飲食サービス業」、「サービス業(他に分類されないもの)」、「製造業」、などが減少。

【就業率】(就業者/15歳以上人口×100)

- 就業率は60.2%。前年同月に比べ0.2ポイントの低下。
- 15~64歳の就業率は77.4%。前年同月に比べ0.1ポイントの低下。

【完全失業者】

- 完全失業者数は188万人。前年同月に比べ12万人の増加。14か月連続の増加。

【完全失業率】(完全失業者/労働力人口×100)

- 完全失業率(季節調整値)は2.6%。前月に比べ0.3ポイントの低下。

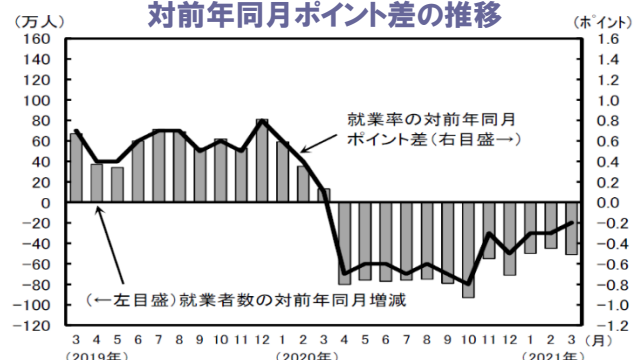
【非労働力人口】

- 非労働力人口は4203万人。前年同月に比べ5万人の増加。5か月ぶりの増加。

原数値	実数 (万人, %)	対前年同月増減 (万人, ポイント)			
		3月	2月	1月	12月
15歳以上人口	11048	-36	-29	-21	-26
労働力人口	6837	-39	-10	-12	-23
就業者	6649	-51	-45	-50	-71
男	3676	-41	-28	-30	-44
女	2973	-10	-16	-20	-27
自営業主・家族従業者	649	-1	7	8	0
雇用人	5967	-42	-43	-44	-59
役員を除く雇用人	5614	-42	-79	-55	-72
正規の職員・従業員	3560	54	26	36	16
非正規の職員・従業員	2054	-96	-107	-91	-86
(主な産業別就業者)					
農業、林業	187	-1	-4	-7	-13
建設業	499	-13	-15	22	9
製造業	1031	-14	-24	-14	-11
情報通信業	252	24	12	9	21
運輸業、郵便業	344	-5	2	13	1
卸売業、小売業	1081	-2	-3	-22	-22
金融業、保険業	158	6	7	0	-11
不動産業、物品賃貸業	140	5	12	7	5
学術研究、専門・技術サービス業	238	2	17	5	2
宿泊業、飲食サービス業	361	-40	-46	-39	-29
生活関連サービス業、娯楽業	231	-3	-4	-7	-3
教育、学習支援業	331	15	25	15	9
医療、福祉	898	20	24	29	32
サービス業(他に分類されないもの)	435	-19	-18	-18	-21
就業率	60.2	-0.2	-0.3	-0.3	-0.5
うち15~64歳	77.4	-0.1	-0.3	-0.2	-0.4
男	83.6	-0.2	-0.5	-0.3	-0.5
女	71.1	0.0	-0.1	-0.1	-0.4
うち20~69歳	78.9	-0.1	-0.2	0.0	-0.1
完全失業者	188	12	35	38	49
(理由別)					
(非自発的な離職)	48	7	21	24	27
うち勤め先や事業の都合	33	10	18	18	20
自発的な離職(自己都合)	70	-1	-1	3	9
新たに求職	58	12	16	14	11
非労働力人口	4203	5	-19	-8	-3

季節調整値	実数 (%)	対前月増減 (ポイント)			
		3月	2月	1月	12月
完全失業率	2.6	-0.3	0.0	-0.1	0.0
男	2.8	-0.3	-0.1	0.0	-0.1
女	2.4	-0.4	0.2	-0.2	0.2

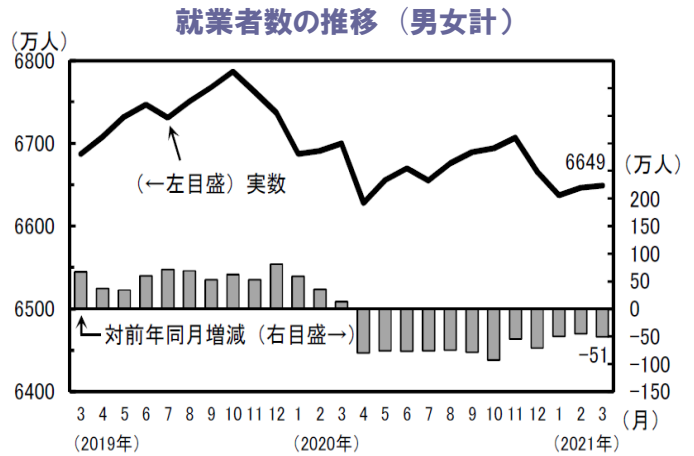
就業者数の対前年同月増減と就業率の
対前年同月ポイント差の推移



I 就業者の動向

1 男女別就業者数

- 就業者数は 6649 万人。
前年同月に比べ 51 万人 (0.8%) の減少。12 か月連続の減少。
男性は 3676 万人、41 万人の減少。
女性は 2973 万人、10 万人の減少。



2 従業上の地位別就業者数

- 自営業主・家族従業者数は 649 万人。
前年同月に比べ 1 万人 (0.2%) の減少。
- 雇用者数は 5967 万人。前年同月に比べ 42 万人 (0.7%) の減少。12 か月連続の減少。
男性は 3251 万人、34 万人の減少。
女性は 2717 万人、7 万人の減少。

従業上の地位別就業者数 (万人)

2021年 3月	実数	対前年同月増減
就業者	6649	-51
自営業主・家族従業者	649	-1
雇用者	5967	-42
男	3251	-34
女	2717	-7

3 雇用形態別雇用者数

- 正規の職員・従業員数は 3560 万人。前年同月に比べ 54 万人 (1.5%) の増加。
10 か月連続の増加。
- 非正規の職員・従業員数は 2054 万人。前年同月に比べ 96 万人 (4.5%) の減少。
13 か月連続の減少。
- 役員を除く雇用者に占める非正規の職員・従業員の割合は 36.6%。
前年同月に比べ 1.4 ポイントの低下。

雇用形態別雇用者数

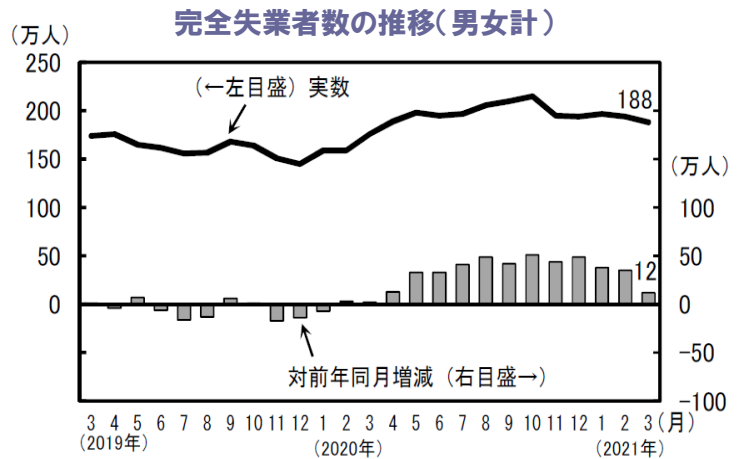
2021年 3月	男女計			男			女		
	実数	対前年同月増減	割合	実数	対前年同月増減	割合	実数	対前年同月増減	割合
役員を除く雇用者	5614	-42	-	2985	-32	-	2629	-11	-
正規の職員・従業員	3560	54	63.4	2336	-4	78.3	1224	58	46.6
非正規の職員・従業員	2054	-96	36.6	649	-27	21.7	1405	-68	53.4
パート	1026	-29	18.3	129	2	4.3	898	-30	34.2
アルバイト	439	-22	7.8	221	-8	7.4	217	-15	8.3
労働者派遣事業所の派遣社員	136	-8	2.4	53	0	1.8	83	-8	3.2
契約社員	262	-17	4.7	139	-1	4.7	123	-16	4.7
嘱託	114	-11	2.0	72	-9	2.4	42	-2	1.6
その他	77	-8	1.4	35	-11	1.2	43	3	1.6

注) 割合は、「正規の職員・従業員」と「非正規の職員・従業員」の合計に占める割合を示す。

II 完全失業者の動向

1 男女別完全失業者数

- 完全失業者数は188万人。前年同月に比べ12万人（6.8%）の増加。
14か月連続の増加。
- 男性は114万人。前年同月に比べ7万人の増加。女性は74万人。
前年同月に比べ5万人の増加。



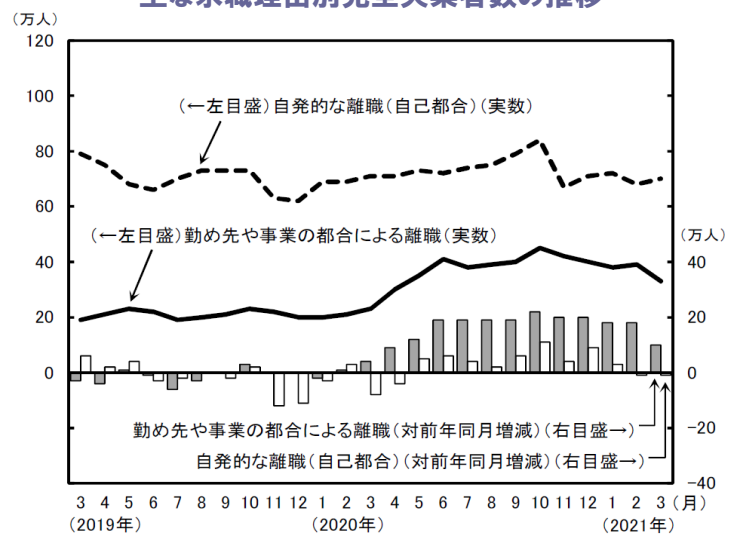
2 求職理由別完全失業者数

- 完全失業者のうち、「勤め先や事業の都合による離職」は33万人と、前年同月に比べ10万人の増加、「自発的な離職（自己都合）」は70万人と、前年同月に比べ1万人の減少、「新たに求職」は58万人と、前年同月に比べ12万人の増加。

求職理由別完全失業者

2021年 3月	男女計 (万人)	
	実数	対前年同月増減
完全失業者	188	12
仕事をやめたため求職	118	6
非自発的な離職	48	7
定年又は雇用契約の満了による離職	15	-2
勤め先や事業の都合による離職	33	10
自発的な離職(自己都合)	70	-1
新たに求職	58	12
学卒未就職	9	2
収入を得る必要が生じたから	27	5
その他	22	4

主な求職理由別完全失業者数の推移



3 年齢階級別完全失業者数

- 男性の完全失業者数は「25～34歳」及び「35～44歳」を除く全ての年齢階級で、前年同月に比べ増加。
- 女性の完全失業者数は「15～24歳」、「55～64歳」及び「65歳以上」の年齢階級で、前年同月に比べ増加。

年齢階級別完全失業者数

2021年 3月	男女計 (万人)		男 (万人)		女 (万人)	
	実数	対前年同月増減	実数	対前年同月増減	実数	対前年同月増減
総数	188	12	114	7	74	5
15～24歳	30	5	16	3	14	2
25～34歳	42	0	26	0	16	0
35～44歳	32	-1	19	0	13	0
45～54歳	36	1	20	1	16	0
55～64歳	30	4	19	1	11	3
65歳以上	19	4	14	2	5	2
(再掲)55～59歳	16	3	11	2	6	2
(再掲)60～64歳	13	0	8	-1	5	1



経営情報
レポート
要約版

経 営



中小企業が取り組むメリットを紹介 「SDGs」「ESG投資」 の概要と動向

1. SDGs(持続可能な開発目標)の概要
2. 中小企業がSDGsに取り組むメリット
3. ESG投資がSDGs達成のキーポイント
4. 企業の取り組み事例



参考文献

『SDGsが生み出す未来のビジネス』(株式会社インプレス) 『ケーススタディーで学ぶ 実践 企業のSDGs』(日経BP社) 『図解ポケット SDGsがよくわかる本』(秀和システム)

1

企業経営情報レポート

SDGs(持続可能な開発目標)の概要

新聞や雑誌など、多くのメディアで「SDGs」という言葉を目にする機会が増えました。SDGs (Sustainable Development Goals) は「持続可能な開発目標」を意味します。2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に盛り込まれた世界規模での目標ですが、日本の中小企業も取り組むべきテーマです。しかし「具体的にどのように動けばいいのかわからない」という中小企業の経営者は少なくありません。本レポートでは、SDGsのアクションプランをベースに、中小企業がSDGsに取り組むことのメリットや事例を紹介します。

■ SDGsの概要

(1)全世界で達成を目指す目標がSDGs

SDGs (持続可能な開発目標) とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標 (MDGs) の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載され、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。

17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル (普遍的) なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

■世界が一丸となって達成を目指す17の目標



2

企業経営情報レポート

中小企業がSDGsに取り組むメリット

■ SDGsを活用するメリット

(1) 環境省が示したSDGs活用の4つのメリット

SDGs に取り組むことで、企業にはどのようなメリットがあるのでしょうか。環境省は、経営者と社員の距離が近い中小企業のほうが、大企業よりもSDGsの達成に向けて取り組みやすいと指摘しています。さらにSDGsを活用することで、企業に4つのメリットがあるとしています。

企業イメージの向上	社会の課題への対応
SDGsへの取組をアピールすることで、多くの人に「この会社は信用できる」、「この会社で働いてみたい」という印象を与え、より多様性に富んだ人材確保にもつながるなど、企業にとってプラスの効果をもたらします。	SDGsには社会が抱えている様々な課題が網羅されていて、今の社会が必要としていることが詰まっています。これらの課題への対応は、経営リスクの回避とともに社会への貢献や地域での信頼獲得にもつながります。
生存戦略になる	新たな事業機会の創出
取引先のニーズの変化や新興国の台頭など、企業の生存競争はますます激しくなっています。今後は、SDGsへの対応がビジネスにおける取引条件になる可能性もあり、持続可能な経営を行う戦略として活用できます。	取組をきっかけに、地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得、新たな事業の創出など、今までになかったイノベーションやパートナーシップを生むことにつながります。

出典：環境省 すべての企業が持続的に発展するためにー持続可能な開発目標(SDGs)活用ガイド

(2) 大手広告代理店が示したSDGs活用の4つのメリット

大手広告代理店の電通も、企業の経営層や広告宣伝部門、広告会社向けに発表した「SDGs communication Guide」の中で、SDGsに取り組むことで企業に4つのメリットがあるとしています。

ステークホルダーとの関係性の改善と発展	社会課題解決は巨大なビジネスチャンス
SDGsへの取組は、企業のステークホルダーとの関係性を改善・発展させます。これは企業価値の向上につながるるとともに、さまざまな潜在的な社会的リスクを低減します。	世界経済フォーラムの2017年のレポートには「SDGsの達成により、2030年までに世界で年間12兆ドル以上の経済価値が生まれる」とあります。社会課題解決をめぐり、国内外でSDGsに関わる巨大なビジネスチャンスが期待されています。
SDGsを共通言語に、さまざまな主体との協同が実現	資金調達に益するESG投融資*
SDGsが国境や官民の壁を超え、共通言語として目標や枠組みを提供することで、企業と国・自治体・中小企業や地域、NPO法人など、社会的課題に取り組むために相互に協力できるパートナーを結びつけ、協働の機会を創造します。	SDGsへの取り組みは、世界の投資家に浸透しているESG投融資を通して、企業の資金調達に有利に働きます。全世界の資産運用残高に占めるESG投資の割合は、2016年では約26%にのぼったと推計されています。

※ESG投融資は、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)を重視した経営を行う企業の株式や債券などを対象とした投資方法
出典：電通 「SDGs communication Guide」

3

企業経営情報レポート

ESG投資がSDGs達成のキーポイント

■ 投資家から注目を集めるESG投資

SDGs とともに、「ESG 投資」というキーワードもビジネス情報として取り上げられるようになりました。

ESG 投資とは、Environment（環境）、Social（社会）、Governance（ガバナンス=企業統治）の3つの観点から企業の将来性や持続性などを分析・評価した上で、投資先（企業等）を選別する方法のことです。

これまでの投資方法では、企業の業績（利益額や利益率等）や財務状況（負債額やキャッシュフロー等）といった財務情報が、投資を判断する上での主要な評価材料とされてきました。

しかし最近では、財務情報だけでは企業の持続性や長期的な収益性を図るのには不十分ではないかと考えられるようになり、ESG という非財務情報の要素を加えて投資判断されるようになりつつあります。

「収益性が高い」「財務状況が良い」といった点を評価するのに加え、「環境問題の改善への取り組み」「地域社会への貢献」「従業員への配慮」「法律順守の企業活動」などの ESG 課題に前向きに取り組んでいる点も含めて評価され、投資先から選定されます。

具体的には、環境面では温暖化防止や省エネ化等の環境負荷の軽減、多様性面では外国人社員の雇用、女性社員の幹部登用、コンプライアンス面では働きやすい職場環境の整備、社外取締役の積極的登用、などに取り組む企業が ESG 投資の対象となります。

■ ESG投資の観点

Environment 環境	<ul style="list-style-type: none"> • CO₂排出量の削減を行っているか？ • 生物多様性の保護を配慮しているか？ • 気候変動対策を行っているか？ • 再生可能エネルギーを活用しているか？ など
Social 社会	<ul style="list-style-type: none"> • 労働環境の改善を行っているか？ • 人権に配慮しているか？ • 女性を役員に登用しているか？ • 児童労働を行っていないか？ など
Governance 企業統治 （ガバナンス）	<ul style="list-style-type: none"> • 法令を遵守しているか？ • 情報開示に積極的か？ • 社外取締役を設置しているか？ • 役員会の独立性は担保されているか？ など

4 企業経営情報レポート

企業の取り組み事例

■ 事例1：株式会社水島紙店

(1) 企業概要

事業を多角化し、海洋プラスチック問題解決と環境・観光県ブランドの支援に貢献

- ①和洋紙の専門商社として昭和21年設立。紙、紙製品の卸売業等を営む。
- ②ウェブサイトにてオーダー手提げ袋制作事業「手提屋（てさげや）」を立ち上げ。
- ③長野県の企業と協力し、自然豊かな環境・観光県としての地域ブランドイメージを支援。

(2) 経緯・背景等

産業構造の変化により新聞用紙などの印刷用紙の生産量が減少し、同時に廃プラスチックの海洋汚染問題に起因する世界規模の脱プラスチックの動きの中でビニール袋から紙袋に変更する取組が広まりつつあります。

この2つの環境変化を捉え、かつ長野県において紙袋を専門に制作する企業がなかったことから、同社は「卸売業」という従来のビジネスモデルに捉われずに強みを生かした新規事業を立ち上げました。

「紙のプロとデザイナーがお客様と対面で制作するオーダー手提げ袋」というブランド・アイデンティティを掲げてオーダー手提げ袋制作事業「手提屋」を開始しました。

(3) SDGs達成に向けた取り組み

株式会社水島紙店は、下記SDGsの達成に取り組まれました。



対応 SDGs	SDGs 達成に向けた取り組み
12・15	自然素材（木材）の有効活用など環境に配慮
14	脱プラスチックによる海洋汚染問題の解決
17	行政との連携強化により、地域内企業をサポート

ジャンル:IT・情報技術 > サブジャンル:クラウド・フィンテック

クラウドコンピューティングの導入

クラウドコンピューティングの導入ステップを 教えてください。

クラウドコンピューティングもITツールのひとつですから、導入するためには、従来のIT導入プロセスを踏襲すれば良いことになります。

その導入ステップを整理すると下記のとおりです。

STEP1 利用者視点の3つのクラウド分類を考える

クラウドアプリケーションの種類は、大きく3つに分けられます。

自社の業務の、どのあたりに適用するのか、大まかなイメージをつかむことからスタートして、自社のニーズに合わせて選択するとよいでしょう。

①企業内情報系クラウド

従来は周辺業務としてIT化には馴染みにくかった分野です。メールやテレビ会議、文書管理、ワークフロー管理などがあります。代表的なサービスはグループウェアです。機能が汎用的であり、使い方によりシンプルで簡単に利用できるようにしたり、かなり多機能で高度な活用ができたりします。

②企業内業務系クラウド

パッケージソフトがカバーしていた形態で、それをクラウド化したものが多く見られます。「財務会計」「販売管理」「在庫管理」「生産管理」など経営機能ごとにサービスを提供しています。業務ノウハウがぎっしりと詰まっているので、サービスをそのまま使うだけで自社の業務改善も期待できます。

③複数企業連動系クラウド

クラウドでは、取引関係にある企業間で、マスターファイルの共有が可能です。それは、複数の企業が統合システムを利用しているのと同じことを意味しています。つまり、企業内業務の合理化・効率化にとどまらず、異なる企業間における業務の最適化が実現できるようになるわけです。業種ごとの業務系専門クラウドになります。

STEP2 利用者視点の3つのクラウド導入パターン

クラウドを適用する業務が大まかに決まったら、次は自社のITシステムの現状を確認します。それによって、導入の難易度が変わるためです。すでにIT化された業務は、業務オペレーションもある程度、標準化されており、社員の使いこなし能力も一定のレベルにあると考えられます。

STEP3 クラウド選択の基準

クラウドを適用する業務、自社のコンピュータリテラシーを確認したら、最後はクラウドサービスの選択です。クラウドの分類とクラウド導入パターンの関係から、概ねクラウド導入に関わる作業量が推測できます。契約開始後すぐに活用できるのがクラウドの特徴ですが、事前にやるべきことをやっておかないと運用時に混乱してしまうことになります。負担が大きく、挫折してしまいそうだと考えられるのであれば、再度、導入STEP1に戻って検討し直すといよいでしょう。

ジャンル:IT・情報技術 > サブジャンル:クラウド・フィンテック

フィンテックのサービス詳細

フィンテックのサービス事例には
どのようなものがあるでしょうか。

分類のキーワードとしては、「モバイル、ビッグデータ、クラウド、ソーシャル」といった、インターネット業界の用語が挙げられています。

(1)モバイル決済サービス

一般の消費者などが便利に使える決済サービスとして、スマートフォンやタブレット端末をクレジットカードの決済端末にするサービスが「モバイル決済」です。新しいサービスが生まれている背景としては、ネットワーク上でハードウェアや大規模データの保管やコンテンツの共有をすることができるクラウド技術の発達により、セキュリティ基準を確保できるようになったことが挙げられます。

(2)クラウドファンディング

投資分野では、会社や個人の事業内容に魅力を感じた人から小口の出資金を集め、その資金をもとに事業をはじめ「クラウドファンディング」というサービスがあります。

起業家が事業を始めた初期の資金調達では、決算書または担保などの保証が無ければ金融機関から見向きもされないことが多々あります。

しかしクラウドファンディングでは、事業内容や商品の魅力を、インターネットを通じてアピールすることにより、サイトを見た個人などから直接、資金を調達することができます。

(3)EC(電子商取引)事業者による融資審査

同じ融資に関するサービスでも、インターネットを介した個人などから融資を募るのではなく、事業者が融資の斡旋や直接融資を行っている場合もあります。特徴はその融資の審査方法にあります。従来、金融機関では決算書による財務分析や商品、経営者との面談内容をもとに、担当者が融資の判断をしていました。しかし、EC事業者は、インターネット上を介して入手できる書き込みやサイト閲覧の履歴、ネットショッピングの購入履歴、銀行口座やクレジットカードの使用履歴など様々なデータを収集し、それを瞬時に統計的に分析し、融資の審査を行っています。

現在では情報処理のスピードが上がり、これまで取得が出来なかったような情報の入手も可能になっています。それらをビッグデータと呼ばれる巨大なデータベースによって瞬時に分析し、信用情報という客観的なデータとして、時間や人の手間をかけず、情報のアウトプットおよび的確な判断を行っているのです。