

振り込みと同時に送信

品名や個数など商取引情報

銀行界と流通業界は、銀行振り込みの際に、商品名や個数などの商取引のデータを一緒に送れるようにする共同実験を11月に実施する。振り込みがあるたびに入金と取引の内容を照合する煩雑な事務作業をなくし、企業などの商品の代金を確認しやすくするのが狙いだ。送信できるデータの容量を拡大する実験の結果を踏まえて、本格的な導入を検討する。

11月に実施する実験には、流通関係の業界団体が参加する。銀行界では大手の子会社でIT(情報技術)事業を手掛けるイオンアイビス(千葉市)や

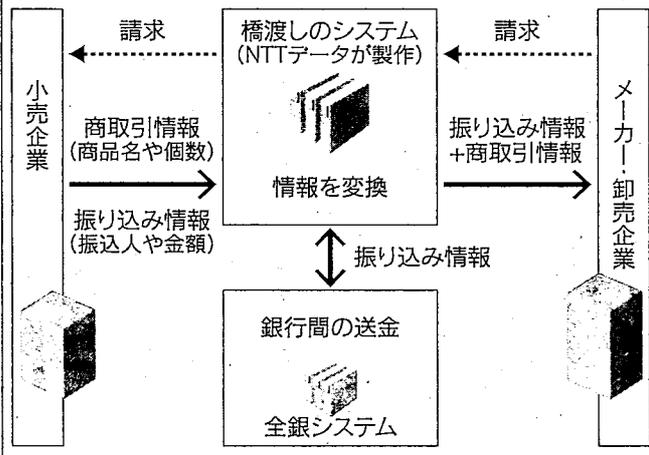
流通関係の業界団体が参加する。銀行界では大手の子会社でIT(情報技術)事業を手掛けるイオンアイビス(千葉市)や

銀行・流通が共同実験 照合作業の負担軽減

れる通信回線を使って商取引の情報をやり取りする。銀行界のEDIは数字やカナで20桁までの情報に制限されている。銀行間の資金移動を中継する全銀システム上

報しかやり取りできないのに対して、流通側は商品名や個数なども含めて140桁まで対応している。銀行間の資金移動を中継する全銀システム上

企業の事務負担は軽減される(実験のイメージ)



は140桁まで対応できるが、個別の銀行は対応していない。

銀行界と流通業界ではEDIの規格が異なるため、直接つないで情報をやり取りすることはできない。そのためNTTデータが双方のEDIを橋渡しするシステムを構築する。その上で振り込み情報に商取引の情報を添付して、メーカーや卸売業など売り手の企業に送る実験をする。



全国銀行協会は年明けからシステム導入検討を本格化する

実験の狙いは流通企業の事務負担を軽減することにある。売り手の企業が小売業など買い手側に多数の請求書を発行した場合、買い手は振込手数料を減らすために複数の請求書分を一括して振り込むことが多い。その場合、売り手側は振り込みなどの請求書に対してのものかを照合しなければならぬ。

こうした作業は「消し込み」と呼ばれているが、金額が異なるなどして確認が難しい場合、買い手側に問い合わせる必要が出てくる。「メーカーなどからの連絡への対応に大きな労力を使っている」(イオン)の現状だ。振り込み情報と一緒に商取引データがやり取りできるようにすれば、自動的な消し込みもできるようにするという。

決済機能拡充 異業種を意識

銀行界が決済サービス

銀行界が決済サービスの拡充に動くのは、この分野でIT(情報技術)を駆使した非金融事業者の存在感が増しているためだ。平日の午後3時までにとなっている当日振り込みの時間も延ばす。システムの安全性や安定性を維持しつつ、企業や個人が使いやすいサービスに進化させる。

全国銀行協会の平野信行会長(三菱東京UFJ銀行頭取)は「インターネットやビッグデータ、人工知能などが将来の銀行業の形を変える」として、たついで「技術を有効に活用する競争事業者との競争を念頭に置く必要がある」と話す。

米ペイパルやアマゾン、中国のアリババ集団など銀行以外の事業者が相次いで決済ビジネスに参入。膨大な取引データをもとに企業の信用力を見極めて運転資金を貸し付けるなど、決済をテクノロジーに金融事業を伸ばしている。銀行が便利なサービスを提供できなければ、こうした新興勢力に顧客を奪われる懸念がある。銀行の決済システムは安定性を売りにしていたが、今後はユーザーの視点も重視する。日系企業のアジア進出を踏まえて2016年から海外と国内の間で決済できる時間帯を広げるほか、国内銀行同士の当日決済を土日・祝日まで広げる案も検討している。

実店舗との融合重要

2014.11.3

経済産業省によると2013年の国内の消費者向け電子商取引(EC)の市場規模は1兆2000億円と前年より17.4%伸びた。すべての商取引に占めるECの割合を

示す「EC化率」も3.7%と0.6ポイント上昇した。同省は「インターネット専業だけでなく、小売業やアパレル企業などのネット展開も進んでおり、EC化率はさらに高

まる「(情報経済課)と見る。足元の成長をけん引する大手サイトに加え、「中小の取り組みの裾野も広がる」ことが予想される。個人商店など小規模事

業者がECを手掛ける際に最も手軽なのが大手のモール型サイトへの出店だ。知名度から高い集客力も期待できるが、出店者が顧客情報を把握しきれず、販促メールの送付などでも制約が出るケースもある。

すでに、大手サイトに

出店している場合でも、様々な面でより自由度が高い自らのサイトも持ちたいという小規模事業者は少なくない。

ネットコンサルティン

グを手掛けるD4DR

(東京・港)の藤元健太郎社長も「自前のサイト

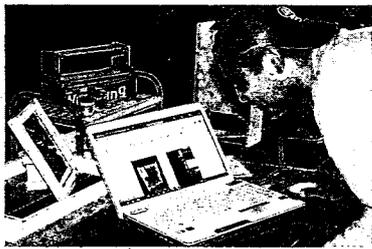
はコストの安さとマーケティングの自由度の高さといった利点がある」と強調する。「中小事業者もネットと実店舗を連動させた『O2O』などのマーケティングがますます重要になる」と話す。

14年版の中小企業白書は「ECは企業規模の大小を問わず事業ができる可能性があるにもかかわらず、小規模事業者はまだまだ機会を十分に生かしていない」と指摘している。

ベンチャー企業がサービスの幅を広げていることはECの裾野の拡大にもつながりそうだ。

自前のネット通販支援

自由な販促望む商店向け



BASEで家具販売サイトを運営する飯田さん

個人商店など小規模事業者によるインターネット通販の支援に商機を見いだすベンチャー企業が増えている。楽天やヤフーといった巨大サイトへの出店だけでなく、販促面などで自由度

の高い独自サイトも運営したいという要望に応える。IT(情報技術)の知識が乏しくても開設から代金回収までが可能な仕組みを提供して顧客をつかむ。

オープンロジ BASE 梱包・発送を代行 サイト制作簡単

「商品の梱包や発送を自分たちでやっていたので、顧客が増えて困っていました」。新潟市でネット通販サイトを運営する内山さおりさんは打ち明ける。取り扱う自然食品や化粧品が人気で1カ

月に1000〜2000個を販売するようになったが、作業負担も重くなっていた。

そこで、利用したのがオープンロジ(東京・渋谷、伊藤秀嗣代表)が10

月に始めた物流サービスだ。これまでは事務所などに商品を置き、自分で梱包・発送していたが、今では商品は工場からオープンロジが委託する倉庫に直送され、梱包

は「自らのサイトで独自性をアピールするために

もこのサービスは便利」と話す。

「ちょっと自分のネットショップを持たない。手作りの家具や看板などを販売する飯田智英さんは笑う。従来はウェブ制作を手掛ける友人が作ったサイトを使っていたが、商品写真の差し替えといった更新作業が難しく、一時間はあっても自分で動かせないジレンマを感じていた」。

現在BASE(東京・渋谷、鶴岡裕太社長)のサービスを活用。デザ

インは1000種類以上のテンプレート(ひな型)から選べるが、画面演出などは省略。大手サイト

に比べて制作に必要な機能

を8〜9割程度絞り込んでいる。「最低限必要な機能だけを提供することで、専門知識がない人

に使いやすかった」(鶴岡社長)

同社は2012年末にサービスを始め、これまでに11万店舗が登録した。今年1月には三井住友カードと提携し、サイト開設後すぐにカード決済が使えるようにもした。開設のシステムは無料提供し、買い物金額の

数%を手数料として得る。将来的には取り扱う商品に合わせたよりデザイン性の高いひな型などの追加機能を有料で提供することも検討する。

個人情報の問題などが、同社の収入となる。

が、同社の収入となる。

小規模事業者のネット通販を支援するサービスが広がる

▼オープンロジ(東京・渋谷)

販売する商品の倉庫での保管、梱包、配送といった工程を一括で請け負う

▼BASE(東京・渋谷)

ひな型を選ぶだけで、専門知識がなくてもサイトが作れる

▼ネットプロテクションズ(東京・中央)

消費者は商品到着後にコンビニなどで料金を払える。代金回収の手間やリスクを省ける

▼アラタナ(宮崎市)

サイトの閲覧履歴からお勧め商品を抽出して表示するシステムを提供する

▼カイゼンプラットフォーム(米カリフォルニア州)

サイト改善のためのアクセス解析やコンサルティングサービスを提供

利用料金は一般的なサービスで1個あたり15円。これに1日0.2円の保管料と、220円からの配送料がかかる。内山さんの場合、梱包の人工費などを含めてコストが6割削減できたという。楽天などでも出店者が配送を委託できる。料金もあまり変わらないというが、「料金体系などを簡素化して不慣れな人でも使いやすかった」(オープンロジ)。内山さんは「自らのサイトで独自性をアピールするために

同社は2012年末にサービスを始め、これまでに11万店舗が登録した。今年1月には三井住友カードと提携し、サイト開設後すぐにカード決済が使えるようにもした。開設のシステムは無料提供し、買い物金額の数%を手数料として得る。将来的には取り扱う商品に合わせたよりデザイン性の高いひな型などの追加機能を有料で提供することも検討する。

個人情報の問題などが、同社の収入となる。

が、同社の収入となる。

アマゾン商品、店頭注文

ローソン1万2000店で

数千万品目、受け取りも

ローソンはインターネット通販大手、アマゾンジャパン(東京・目黒)の商品をコンビニエンスストアで購入できるサービスを始める。2015年春をめどにアマゾンが扱う数千万品目の商品を全国1万2千店の「ローソン」で注文し、受け取れるようにする。ローソンは店頭の品ぞろえを補完できる。アマゾンはネットで取りこぼしてきた消費者の開拓につながる。

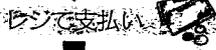
店頭情報端末「ロッピー」も珍しい。「」を使ってアマゾンの商品を注文できるようにする。小売りチェーンの楽天でアマゾンの商品販売を利用しやすくなる。個人情報の漏洩を懸念す

コンビニで注文から受け取りまで可能

情報端末「ロッピー」の電話でアマゾンの商品を注文



オペレーターが対応



最短で2日後に商品を受け取り

る人や留守の多い会社員らが、職場への行き帰りなどに商品を受け取ることも可能になる。コンビニは売れ筋商品を中心に扱い、品ぞろえは3千品目程度にとどまる。ローソンはアマゾンとの提携で競争力を高める。ネットサービスと店舗網を融合する「オムニチャネル」の新しい形となる。

両社は5日から静岡県内の約200店のローソンで始める。画面上で商

品を選んで電話でオペレーターと話して注文し、端末が発行するレシートを使って店内のレジで代金を払う。

注文した商品は最短で2日後に店頭で受け取ることが出来る。利用状況を踏まえて使い勝手を高め、15年春にも全国に

サービスを広げる方針だ。

両社は既に始めているアマゾンの商品のコンビニ受け取りサービスの利便性も高める。これまでは店頭で受け取る際に手続きが煩雑だったが、4日からはアマゾンが購入者のスマートフォンなどにバーコードを発信し、レジで提示するだけで商品がすぐに受け取れる仕組みに変える。

ローソンは今後もパレールやメーカーなどアマゾン以外の企業とも組み、コンビニを拠点に消

費者がほしい商品を買っても購入できる体制を整えていく。

ネット通販市場の急拡大を受け、小売り大手は相次いで自前の店舗網とネットのサービスの連携を目指すオムニチャネル戦略を本格化している。セブン&アイ・ホールディングスは15年中にも

グループの百貨店やスーパー、専門店が扱う約300万品目の商品を対象にコンビニ「セブンイレブン」店頭での即日受け取りサービスを始める。ファーストリテイリングもカシヤアル衣料「ユニクロ」のネット通販で商品を即日配送する体制づくりに乗り出す。

リクルートホールディングス(HD)は5日から、不動産・住宅情報サイト「SUUMO(スーモ)」に口コミを掲載する。物件情報とあわせて、買い物や子育て、治安などの周辺環境について住民が書き込んだ12万の口コミを表示する。住宅を探す際に地域の情報を

住宅情報サイト 口コミを掲載

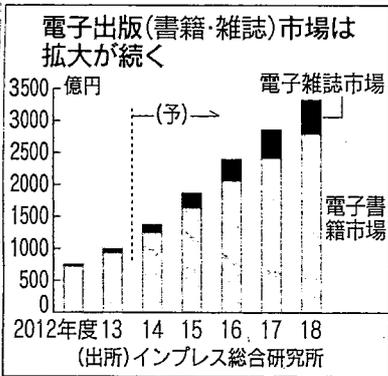
2014.11.5

リクルートのスーモ

子育てや買い物環境など

重視する消費者は多い。日港と提携する。同社は口
常生活に役立つ口コミを載 コミをすべて掲載前に審査
せることで、物件選びの参 しており、信頼性の高さが
考にしている。 強みだ。口コミ総数は現在
全国のマンションや周辺 100万にのぼり、月間45
地域の口コミを掲載するサ 万人が利用している。
イト「マンションノート」 スーモでは、買い物や子
を運営するレンガ(東京・育 育て・医療、治安・安全、
自然環境の4分野に関する
口コミを載せる。1つの地
域で最大20個の口コミを紹
介する。それ以上の口コミ
を見るにはマンションノ
ートのサイトに移動する必要
がある。スーモは国内最大
級の不動産・住宅情報サイ
トで、月間1150万人が
利用している。

広がる読み放題 電子書籍身近に



オプティム 月500円で90誌のバックナンバー



電子書籍の読み放題サービスが広がってきた。ソフト開発のオプティムは月額500円で15社90誌のバックナンバーをタブレット(多機能携帯端末)で読めるサービスを月内に始める。「定額読み放題」にはNTTドコモなども参入。利用者は雑誌や書籍、漫画を幅広く読むことができ、出版社は新たな読者を獲得しやすくなる。電子書籍がより身近になりそうだ。

オプティムの新サービスは「タブレット使い放題」。3年以内に15億円の売り上げをめざす。米アップルの「iPad」や米グーグルの基本ソフト(OS)「アンドロイド」搭載のタブレットなどに専用アプリを導入すると、最新号の1つ前から1年程度前までのバックナンバーを読める。「週刊東洋経済」が「週刊東洋経済」アプリで電子雑誌の定額読み放題サービスでは、6月に

ドコモやKDDIに続く

NTTドコモが「dマガジン」を開始。スマートフォン(スマホ)やタブレットで最新号を中心に80誌以上を月額400円(税別)で読める。NTTソルマルレ(大阪市)も運営する電子書店「コピス」から得られる利益も

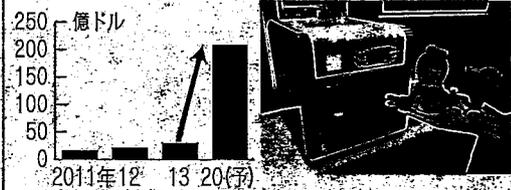
定額読み放題は出版社や書店以外の「異業種」が手掛けているケースが多い。出版社の壁を越えてコンテンツを集めやすく、利用者は安価で複数の雑誌を読める。出版社が読み放題サービスから得られる利益

企業名	サービス名	概要(価格は月額)
オプティム	タブレット使い放題	500円で90誌の雑誌バックナンバー
NTTドコモ	dマガジン	400円(税別)で80誌以上の雑誌
NTTソルマルレ	シーモア読み放題	780円で約3000冊、1480円で約1万冊の漫画
KDDI	auブックパス	562円(税別)で1万2000~1万6000冊の漫画や雑誌、書籍
パピレス	Rental女性向け雑誌セレクション	324円で女性向け雑誌11誌
ビューン	ビューン	400円で60誌以上の雑誌と漫画

は、書籍を個別に売る場合よりも少ない。だが利用者が普段読まない書籍を見る機会になり、従来と違う読者層と接点を持ち販路を拡大できる。インプレスによると2013年度の電子出版(書籍・雑誌)市場は1千億円超。18年度には3千億円程度に伸びるとみられる。専用端末でなく、自前のスマホやタブレットで利用する人が増えている。米国ではアマゾン・ドットコムが月額9・99ドル(約1100円)で60万冊を読み放題にするサービスを始めた。課題もある。人気雑誌や自前の電子書籍サービスを持つ大手出版社は読み放題サービスに参加しない場合も多い。利用者にとって魅力的なコンテンツをどれだけ集められるかが読み放題サービスの普及の鍵になる。

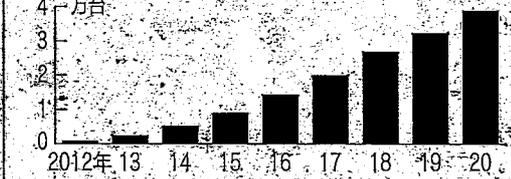
電子書籍の読み放題サービスが広がってきた。ソフト開発のオプティムは月額500円で15社90誌のバックナンバーをタブレット(多機能携帯端末)で読めるサービスを月内に始める。「定額読み放題」にはNTTドコモなども参入。利用者は雑誌や書籍、漫画を幅広く読むことができ、出版社は新たな読者を獲得しやすくなる。電子書籍がより身近になりそうだ。

3Dプリンターの世界市場規模



(注)米ウォール・ストリート・ジャーナルの資料をもとに作成。サービスを含む

個人向け3Dプリンターの日本市場



(注)シード・プランニング調べ。2012年は実績、13年以降は推定・予測

コスト減 受託製造で磨く

低価格・性能向上広がる

3Dプリンターはインクのように材料を吹き出して造形する装置だ。金型や熟練工の削り出し技術に頼らず、低コストで高品質な加工技術として注目されている。1980年代に米国で商業化された。低価格化や性能向上で2011年ごろから普及に弾みが付いた。

米調査会社ウォーラー・ストリート・ジャーナルによる

産業用は米国勢先行

と、13年の世界市場は前年比35%増の30億7千万ドル(約3500億円)で、20年には6.5倍の200億に拡大する。

航空機の部品など高度な工業用品をつくる高性能3Dプリンターはスタートアップや3Dシステムズなどの米国勢が先行しており、価格も数百万円に下がり、人工骨や人工関節など医療分野で

も3Dプリンターの導入が期待されている。

日本企業でも工作機械のロケティックが金属加工ができる製品、ヤマザキマザックは3Dプリンターと切削機能を合わせた金属加工機を開発した。リコトやキヤノンといったプリンターメーカーも開発に着手している。

台湾のXYZプリンティングはE.M.S大手、新金宝グループの傘下企業として18年に設立した。米国勢が先行した産業用では、個人用に狙いを定めたのが特徴だ。

新金宝は米ヒューレット・パッカド(H.P.)などの受託生産で商品設計や低コスト生産のノウハウを蓄積した。XYZプリンティングはタイの工場で3Dプリンターを生産し、地場企業からの部品調達などでコストを抑え、圧倒的な低価格を実現した。今月14日には

台湾で、食品を複製できるといって「世界初」(同社)の3Dプリンターを発表する予定だ。

XYZプリンティングが注力する個人向けでは「生産品の精密度向上と装置の単価下落が普及のカギを握る」(台湾の調査会社、拓墾産業研究所の樞徳威アナリスト)といふ。日本では3Dプリンターを使った拳銃製造事件が起きており、違法な利用をどう防ぐかも課題となる。

街中でおしゃれ服発見

スマホで撮影、即購入

色や柄から短時間検索

NECは消費者が街で見かけたファッションをスマートフォン(スマホ)を使って撮影すると、似たような商品を探し出せるアプリを開発した。色や柄を識別できる技術を使い、その場でインターネット通販サイトに接続して買い物ができる。NECは新しい販売手法としてネット通販企業に採用を働きかけて収益につなげる。現実とネットが結びついた買い物の仕方として広がる可能性があるという。

NEC、アプリ開発

新しいアプリは「GA ZIRUF(ガシルエフ)」。NECが持つ



新アプリを使えば、雑誌で気に入ったファッションに似た商品も探さず

独自の画像認識技術を活用し、色と柄の情報に基づき、短時間で検索できるのが特徴だ。

グレーや緑など32色を区別し、ストライプやポーターなど6種類の柄を判別する。アニマル柄や花柄など、より複雑な柄を認識できるようにする計画もある。

利用する消費者はまず、スマホで通りすがりの人や雑誌に写っているモデル、店舗のマネキンなどが着ているお気に入りの服を撮影。色や柄が特定できる画像をNEC

のクラウドに送る。男女の違いや、トップス(シャツやジャケット)やボトムス(ズボンなど)などを選ぶと、データベースから最も近い商品を表示する仕組みだ。

NECはこのシステムを盛り込んだアプリを、ファッション関連のネット通販会社に新サービスとして売り込む。技術使料として、商品売上高の一部を受け取ることで収益につなげる。2016年までに20社への採用

を目指す。

これと並行して、15年春をめどに、ファッション専門番組「ファッションTV」を国内で運営するJFCC(東京・港)と共同で、写真誌とアプリを連動させたサービスも始める。国内のネット通販運営会社16社の商品を掲載した美容院向け雑誌だ。アプリの知名度アップなどにつなげる狙いもある。

消費者が日常生活のなかで「こんな服を着てみたい」と目にとめた場合、現状では似たような商品を探し出すのに手間や時間がかかる。今回のアプリを使えば、購買意欲の高まりをすぐに買い物行動に移すことが簡単になり、定着すれば新しい消費スタイルにつながる可能性もありそうだ。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

海外には同様のアプリがあり日本でも利用できているが、海外の通販サイトに誘導されて個人輸入の形で購入する必要があった。

富士通は月内に、様々な機器をインターネットで結ぶ「インターネット・オブ・シングス（IoT）」の効果を手軽に確認できるサービスを企業向けに始める。従来の10分の1以下の費用でIoTの実証実験システムが導入できるという。初年度に80社の利用を目指す。システムの本格導入につなげ、2016年度にIoT関連事業の売上高を今年度見通しの14倍

2014.11.13

家電や車、ネットであつなく

効果検証 手軽に安く

IoTは家電や車、機械などがネットにつながり、動作を制御したりデータを分析したりする仕組み。富士通は企業が簡単にIoTシステムを構築できるソフトウェアを最長半年間、無償で提供する。ソフトを使えば、富士通のクラウドコンピュータリングを通じて必要

の7千億円にする。
IoTは家電や車、機械などがネットにつながり、動作を制御したりデータを分析したりする仕組み。富士通は企業が簡単にIoTシステムを構築できるソフトウェアを最長半年間、無償で提供する。ソフトを使えば、富士通のクラウドコンピュータリングを通じて必要

富士通

クラウド通じデータ収集

でに街路灯メーカーのかがつう（横浜市）で、街路灯をネットで結んで災害が起こったら光の色を変えて誘導灯にする実験を始めた。台湾の研究機関とは太陽光パネルを備えたセンサーを斜面などに取り付けて地滑りを監視する実験をしている。

調査会社の米IDCによると、世界のIoTの市場規模は20年に7.1兆円（約816兆円）に達するとみられている。

ソフトバンクとベネッセ

2014.11.12

生徒のタブレットに配信

ソフトバンクとベネッセホールディングス（HD）は11日、学校で使うタブレット端末に宿題や小テストなどを配信する事業を2015年度に始めると発表した。学校と年間契約し、実際の授業に活用してもらう。教師が生徒のテスト結果や出欠記録などのデータを把握しやすくなる利点を

宿題や小テスト

訴え、まず中学校や高校への導入を目指す。

両社が4月に折半出資で

設立したクラッシー（東京

・新宿）を通じて、サービ

スを提供する。タブレット

を持っていない学校には販

売し、すでに授業に使って

いる学校には配信だけを手

掛ける。

料金は宿題や小テストの

配信数にかかわらず定額制とする計画。具体的な料金体系は現在詰めている。今後は授業の理解を深めるのに役立つ動画配信も始める方針だ。

クラッシーは全国の中高

100校にタブレットを無

料で貸し出して、授業の出

欠管理や授業中の発言内容

の記録などに使ってもらっ

ている。これらの学校など

に導入を呼びかけていく方

針だ。

ヤフーとDPE（写真の
現像・焼き付け・引き伸ば
し）大手プラザクリエイト
はビデオテープなどの映像
や音声をスマートフォン
（スマホ）などで視聴でき
るようにする会員制サービ
スを12月から始める。ソフ
トバンク傘下のワイモバイ
ルの店舗で預かったテープ
を電子データに変換してヤ
フーが保存する。利用者は
ヤフー会員になればスマホ
などで好きなときに昔の映

映像のテープ 視聴でスマホ

ヤフーなど、電子化して保存

像や音声を楽しめる。

対象はVHSのビデオテ 4800円。90分動画8本

ープやカセットテープ、M 分まではヤフーの無料会

D（ミニディスク）など。 員になれば保存可能。月4

申し込みから約3カ月後 10円の有料会員になれば

に、データ保管サービスヤ 同80本程度まで保存でき

フーボックス」に保存さ する。

れた映像や音声をスマホで プラザクリエイトは20

楽しめるようになる。DV 13年からビデオテープの

Dでも受け取れる。 映像などをDVDに変換す

データを電子化する料金 る「なんでもタビングサー

は、収録時間や媒体の種類 ビス」を提供している。

2010.11.12

グーグルパソコン 個人用も販売

米グーグル日本法人が発表した。価格は3万円(東京・港)は11日、独自の基本ソフト(OS)「フットのOS」を搭載する製品より「クロームブック」を発売すると教育機関向けに提供して

いたが、消費者の要望を受け販売を決めた。まず米デルと台湾エイサー、台湾エイスペースの3社が順次発売する。デルが11日に発売したのは

11・6型の「クロームブック11」(税別3万1980円)で、通販サイトのアマゾンやビックカメラ、ヤマダ電機、ヨドバシカメラなどで販売する。エイサーの11・6型の「クロームブックC720」(税別2万9800円)は13日から、エイスペースの13・3型「クロームブックC300MA」(価格未定)は12月

中旬に販売を始める。

米情報セキュリティ大手マカフィーの日本人(東京・渋谷)は12日、2014年に起きたサイバーセキュリティ事件の独自認知度ランキングのトップ10を発表した。ベネッセホールディングスの情報流出がトップになったが、実は専門家が重要視したのはこうした上位事例ではなかった。世間の記憶に残った事件の陰で、ネット社会を支えてきた根幹が揺らいでいる。

ランキングのトップ10にはスマートフォン(スマホ)に個人情報保存したベネッセ事件のほか、「顧客」リスト集めに交流サイト(SNS)を使い始めた振り込め詐欺、LINEの乗っ取り被害などが入った。

サイバー、「圏外」に真の敵

2014年の10大セキュリティ事件

順位	セキュリティ事件	認知度 (%)
1	ベネッセホールディングスの顧客情報が大量流出	77.7
2	振り込め詐欺や迷惑電話による被害	59.0
3	LINEの乗っ取り被害	56.2
4	大手銀行のネットバンキングを狙う不正送金ウイルス	39.2
5	大手金融機関やクレジットカード会社をかたるフィッシングサイト	37.5
6	米アップルのデータ保存サービス「iCloud(アイクラウド)」で海外有名人の写真が流出	34.4
7	JALマイレージバンクを狙った不正アクセス	33.4
8	JR東日本「Suicaポイントクラブ」を狙った不正アクセス	27.1
9	米アドビシステムズの再生ソフト「フラッシュプレーヤー」に脆弱性	26.2
10	インターネットの通信暗号化ソフト「OpenSSL」に「ハートブリード」と呼ぶ脆弱性	25.4

(注)マカフィー日本人が国内の男女(22歳以上)1036人に10月、インターネットで調査。複数回答。

10大事件の陰で「根幹」標的に

サイバー攻撃に詳しいマカフィー日本法人のブールス・スネル氏が12日の発表会で強調したのは、下位の案件だった。「今年、最も重大な事件はハートブリード(心臓出血)だ」

サイバー攻撃に詳しいマカフィー日本法人のブールス・スネル氏が12日の発表会で強調したのは、下位の案件だった。「今年、最も重大な事件はハートブリード(心臓出血)だ」

サイバー攻撃に詳しいマカフィー日本法人のブールス・スネル氏が12日の発表会で強調したのは、下位の案件だった。「今年、最も重大な事件はハートブリード(心臓出血)だ」

手口巧妙、生活に侵入

ビジネス TODAY

トップ10圏外、21位にも危険視される事件がある。9月発生の「シエルショック」だ。ネットのインフラとなるサーバーの多くや米アップルのパソンの基本ソフト(OS)が標準搭載するソフトに脆弱性が見つかったのだ。攻撃者が遠隔操作できてしまうなど被害は大きい。また4万5千のウェブサイトに対策を講じられていないという。従来のサイバー攻撃は、特定ソフトの利用者を狙うことが多く、その

ソフトを使わないという回避策があった。しかし、暗号化や標準搭載のソフトは根この仕組みだけに、使わないという選択肢は存在しない。攻撃者は今、これを逆手に巧みに対象を広げている。

スマホなどだけでなく、テレビやエアコン、車などあらゆるモノがネットにつながる時代になった分、機器の誤作動や情報漏洩といった、より生活の深い部分への影響が大きい。ネット社会の信頼性を揺るがしかねない。

脆弱性の修復も「クリック1つで」とはいかない。そもそも一般利用者の機にさらされているとの意識改革といえそうだ。

(井上英明)

ソフトを使わないという回避策があった。しかし、暗号化や標準搭載のソフトは根この仕組みだけに、使わないという選択肢は存在しない。攻撃者は今、これを逆手に巧みに対象を広げている。

スマホなどだけでなく、テレビやエアコン、車などあらゆるモノがネットにつながる時代になった分、機器の誤作動や情報漏洩といった、より生活の深い部分への影響が大きい。ネット社会の信頼性を揺るがしかねない。

脆弱性の修復も「クリック1つで」とはいかない。そもそも一般利用者の機にさらされているとの意識改革といえそうだ。

(井上英明)

2014.11.13

IT金の卵は地方に

ベンチャー採用、大手と競合回避

地方の新卒学生らの採用に力を入れるIT(情報技術)系ベンチャー企業が増えている。景気回復で産業界全体の人手不足感が強いうえ、ITの知識を持っていたり、関心が高かったりする学生を探りたいという企業は業種を問わずに多い。大手との競合も激しくなるなか、IT関連の仕事が首都圏より少ない地方に目を向け、優秀な学生を獲得しようとしている。



スターフェスティバルなど5社は四国の学生を集めたツアーを開催

■ 会社見学共同ツアー ■ 本社や開発拠点移転

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

ニューズアプリ運営のユーザベース(東京・港、梅田優祐代表取締役)や、弁当宅配サイトを運営する

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

た武田氏も「これからは毎年夏に実施したい」と手応えを感じている。「東京では大手に加え、IT系新興企業も採用を強化している。2012年に設立したばかりの当社の新卒採用は激しい」。ソーシャルメディアを使ったマーケティング支援システムを開発するインタレストマーケティング(東京・新宿)の坂井光社長は強調する。

岡の大学出身者を2人採用し、本人の希望を踏まえて、東京か福岡で勤務してもらおう予定だ。将来は東京と福岡を同じ規模の開発拠点にすることも検討しており、福岡での採用を広げる。

セキユリティソフトウェアを開発するサイファ・テック(徳島県美波町、吉田基晴社長)も本社を東京都から徳島県に移した。もともと徳島市内に

も開発拠点を置いておき、20人規模の企業ながら新卒区、徳島市、美波町の3拠点体制をとる。同社はこれまで、慢性的な人材不足に苦しんでいた。美波町に拠点を設けてからは、新卒を含め20〜30代の若いエンジニアの応募が増えたという。15年春には新卒のエンジニアが1人入社する予定。中途を含めて16年春までに10人ほどの採用

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

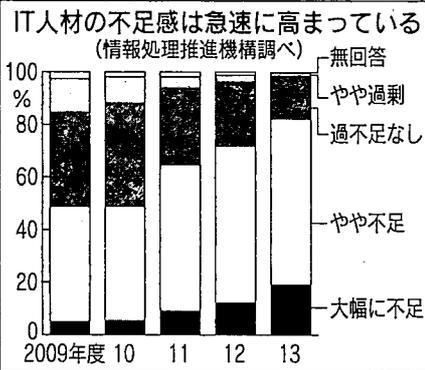
「早くから幅広い仕事を担当できるのはおもしろい。ぜひ働いてみたい」。9月上旬、愛媛大学3年生の男子学生は東京都内のオフィスで開かれたITベンチャーの社員らとの座談会で声を弾ませた。

企業のウェブサイトの操作性を改善する業務をカイゼンから地元各社に依頼。各社はこの業務を学生を含めた若いクリエイターらに担当してもらい、プログラムやデザインの技能を向上させる。これらの活動により地方での人材育成が進めば、地元企業を含めたITベンチャーの人材獲得の機会も増えていきそうだ。

技術者争奪に拍車

2014. 11. 17

は深刻だ。情報処理推進機構（IPA）の「IT人材白書2014」によ



「不足」8割超す 中小厳しく

ると、人材が「大幅に不足」「やや不足」とする企業は18年度には8割超と09年度の5割弱から大幅に増えた。特に従業員30人以下の企業では4社に1社が「大幅に不足」としている。

IPAイノベーション人材センターの片岡晃七センター長は「そもそも若い人材が減っている。足元では金融機関などの大型システム開発も控えて

おり、技術者の需要が高まっている」と話す。

家電や自動車などに通信機能を持たせて機能を高める「インターネット・オブ・シングス（IoT）」が広がり、IT関連以外の企業も技術者の採用意欲を高めている。システム全体の設計を考えられるような優秀な技術者の争奪戦は激しさを増し、知識や意欲がある学生を獲得したいという企業も増える一方だ。産業界全体の採用活動の変化も影響する。経団

連は16年卒採用から加盟企業の採用活動指針を交え、説明会や選考の時期を遅くする。しかし、短い採用期間で人材を確保するために、大手でもインターンシップなどを通じて早い時期から学生に接触しようという動きが広がる可能性がある。

来年の採用活動の行方は不透明感が強い。知名度などに乏しいベンチャーは、これまで以上に採用活動で工夫を凝らす必要が出てきそうだ。

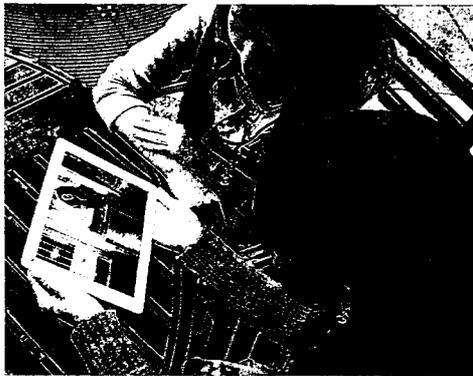
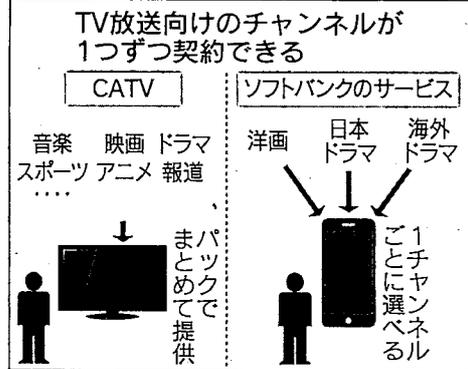
CATV番組などスマホに

見たいチャンネルだけ

ソフトバンク 月400円、来春配信

ソフトバンクは来春にもCATVなどで放送している専門チャンネルを見たいだけだ。スマートフォン(スマホ)などに配信するサービスを始める。月額料金は1チャンネル400円程度。NTTドコモやKDDI(a.u.)のユーザーも利用でき、新たな収益源にする。CATVなどは複数チャンネルの一括契約が基本だが、見ないチャンネルが含まれることへの不満もある。新サービスは既存の有料テレビ放送にも影響を与えそうだ。

携帯に続く収益源に



新サービス「BBTV NEX(T) (ビービーテレビ ネクス(T))」は子会社のTVバンク(東京・中央)が手掛ける。17日から「ディズニ・チャンネル」や「ミュージック ジャパンTV」など12のチャンネルを用意して配信する。専用アプリ(応用ソフト)を通じて提供する。過去1週間に見逃した番組を視聴できたり、番組の配信中に冒頭までさかのぼって見たりするなど

して配信を始める。当初は月1058円で3つのチャンネルを選べる。来春までに海外ドラマやスポーツなど50チャンネル程度に増やして1チャンネル単位で選べるようにする。テレビと同様に番組表どおりにスマホやタブレット(多機能携帯端末)、パソコン向けに配信する。

ネットならではの機能も備える。2時間ある映画の半分を帰宅途中にスマホで視聴し、続きを自宅のパソコンやテレビで見られることもできる。

総務省によるとCATVの視聴可能世帯は6月時点で約2874万世帯、世帯普及率は約51.4%に上る。CATVは数十のチャンネルを一括で契約するのが一般的。ほとんど見ないチャンネルも含むことに不満を抱く利用者も多いという。スマホやタブレットでもテレビと同じ番組を視聴できるサービスはあるが一部にとどまる。ソフトバンクは顧客を取り込むチャンスがあるとみる。ソフトバンクは携帯電

話事業に続く新たな収益の柱が必要。大手キャリア3社の端末と料金はほぼ横並びだ。放送と通信の垣根を越えた新しい番組配信サービスによって収益源を広げていく。放送業界では放送法の改正に伴って、NHKが来春をメドにネット放送を本格的に始める動きをみせるほか民放もネットとの融合を進めている。海外でも、米ネットフリックスのようにネット経由で映像コンテンツを配信する事業者が存在感を増している。

視聴できる主なチャンネル

エンターテインメント
ディズニ・チャンネル
エンタメ~テレ SELECT
映画
シネフィルNEXT
アニメ
キッズステーション・プラス1、2
音楽
Music Japan TV
趣味・実用
FOODIES NEXT
鉄道チャンネル
ニュース
BBCワールドニュース

タブレットに専門チャンネルを配信(シネフィルNEXTの「髪結いの亭主」©1000 LAMBERT Productions-TFI Films Production)

2014.11.18

楽天がフリマアプリ

手数料無料 スマホで出品手軽に

楽天は17日、スマートフォン（スマホ）を使って消費者同士が品物を売買できるフリーマーケット（フリマ）アプリ「ラクマ」を提供すると発表しました。売りたい品物の写真をスマホで撮り、最短1分で出品できる。出品や売買の手数料は無料。アプリは25日以降、順次ダウンロード（取り込み）できる。楽天は先行する

メルカリ（東京・港）な利用者獲得を狙う。追撃し、若い世代の後発組となる楽天の

「ラクマ」は、出品者と購入者がメールアドレスなどを交換しなくても、アプリ内で直接やりとりできる機能を用意する。出品時や売買成立時の手数料も無料にして普及を

狙う。利用者が増えた段階で広告や手数料の導入など収益モデルについて検討するとしている。「ラクマ」の決済は楽天が代行し、売上金は商品の受け取りが確認されたから出品者に支払う。支払いはクレジットカード

ドやコンビニ、楽天ストアポイントなどに対応するほか、過去にためた売上金でも支払える。楽天は消費者間取引（CtoC）分野ではネット競売の「楽天オークション」を手掛ける。オー

クシヨンは利用者の年齢が上がっており、若い世代に人気のフリマアプリ分野に参入することで、楽天のサービスに若い世代を呼び込む考えだ。フリマアプリは実際のフリーマーケットのよう

に、要らない品物を売りたい消費者と買いたい消費者とをつなぐ場をネット上で提供する。

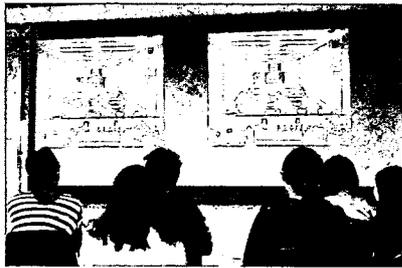
2014.11.18

ソニーは早稲田大学にAV（音響・映像）機器とIT（情報技術）を組み合わせた教育支援システムを導入した。ネットワークカメラで講義を撮影し、複数の映像を1つの大画面に簡単に表示できる。大学の講義の無料配信サービスが広がるなか、講義の魅力を高めるインフラとして他大学にも売り込む。

早大の新3号館（東京・新宿）にシステムを納めた。「ビジョンプレゼンター」

AVとIT 講義支援

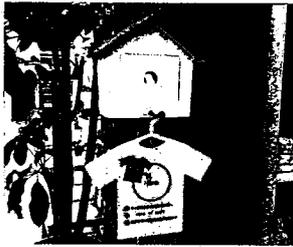
ソニー、早大にシステム



写真には200インチの画面に、動画を含めて最大10種類のコンテンツを映せる。従来は同時に複数の映像

を表示するには映像制作や運用の設備を別に用意するほか、操作担当者も必要だった。制作や運用をソフトウェアに任せ、講師がパソコンで操作できるようにした。収録した講義はネットで配信できる。画面表示システムと合わせて、費用は従来の5分の1程度で済むという。

ソニーは大学向けなどで実績を積みながら、企業などにも販売していきたい考えだ。



富士通が開発したICタグ読み取り装置

2014.11.18

ビームス ICタグで着こなし提案

セレクトショップのビームスは18日、無線自動識別(RFID)機能を持つICタグの新たな活用を始める。顧客が商品を専用装置に近づけると、自分で在庫の有無を確認できる。着こなしの提案や商品の詳細情報も見られるようにする。主に店舗の作業効率軽減のために使われてきたICタグが、消費者へのサービス向上にも利用が広がってきた。

富士通が新たに開発した専用装置を活用する。12月19日までの期間限定で、ららぽーとTOKYO O-BAY店(千葉県船橋市)にある「ビーミン

グライフストア」でまず試験的に導入する。RFID読み取り機能を持った菓箱型の装置にタグがついた商品を近づけると、小島の動画が流れて色やサイズ別の商品の在庫状況などが表示される仕組み。

サイズ展開が多い子ども服約150品が対象。顧客は接客を受けなくても着た時のイメージや在庫が確認できる。顧客がどの商品をどれだけ読み取ったか、購入したかなどを情報として集めることができる。商品開発や販促にも活用していきたい考え。

2019.11.20

電子マネーに進出

CCC「Tカード」利用

カルチュア・コンビニエンス・クラブ(CCC)は19日、電子マネー事業に参入すると発表した。

傘下のTポイント・ジャパン(東京・渋谷)が運

営する共通ポイントの「Tカード」を電子マネーとして使えるようにす

る。新たな機能を付けることで、カードの利便性を高める狙いだ。ドラッ

グストアチェーンを皮切りに、利用できる加盟店を順次広げる。

電子マネーの名称は「Tマネー」で、子会社のTマネー(東京・渋谷)が運営にあたる。

第1弾として、25日から富士薬品グループのユ

タカファーマシー(岐阜県大垣市)が運営する「ド

ラッグユタカ」の160店舗で利用できるように

する。

利用者は持っているT

カードに現金をチャージし、残高の範囲内で買い物をする。利用可能額は

1000円から3万円まで。店頭でTポイントを提示すれば、電子マネーとして商品を購入できる。例えば、Tポイントが付与される。

飲食店情報サイトのぐるなびは来年1月から、英語で日本の飲食店のインターネット予約を受け付ける。来春をメドに旅行情報サイト大手の米トリップアドバイザーと連携し、外国人が多く利用する同サイトからも予約を受け入れる。2020年の東京五輪に向けて増加が見込まれる訪日外国

飲食店ネット予約 ぐるなび、英語対応

人旅行客の取り込みを狙う。ぐるなびは外国語版サイトで英語や中国語など7言語に対応し、日本の飲食店約6万5000店の情報を掲載している。日本語版ではネットで即時予約できる機能があるが、外国語版では利用できなかった。来年1月から英語対応を順次進め、

20年度までに5万店

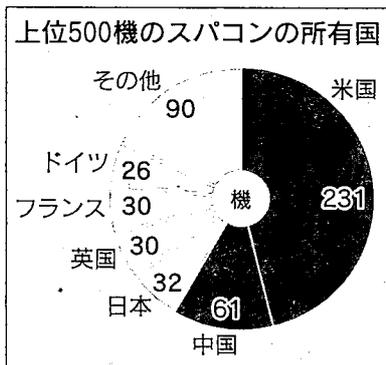
20年度までに5万店を予約可能にする。トリップアドバイザーは旅行に関する口コミ情報を掲載する世界最大級のサイトで、月間約2億8000万人が利用する。ぐるなびは同サイトに予約システムを提供し、外国人が口コミ情報を参考にして飲食店を予約できるようにする。

【ワシントン＝川合智之】世界で最高速の処理ができるスーパーコンピュータ（スパコン）を持つ国の首位の座を中国から奪い返すため、米国の官民が動き出す。エネルギー省や米IBMなどは現行機に比べ最大で7倍の性能を持つスパコンを2017年にも開発する。まず国費を4億2500万ドル（約500億円）投じ、科学技術の計算向けと核実験向けの2機を實用化する計画だ。

17日に出た年2回更新のスパコン世界ランキング「TOP500」で、首位は中国国防科学技術

最速スパコンへ 米返り咲き狙う

エネ省・IBMなど開発



スパコン世界ランキング「TOP500」

順位	名称(機関)	開発企業
1	中国「天河2号」 (国防科学技術大学)	国防科学技術大学
2	米国「タイタン」 (オークリッジ国立研究所)	クレイ
3	米国「セコイア」 (ローレンス・リバモア国立研究所)	IBM
4	日本「京」(理化学研究所)	富士通
5	米国「ミラ」 (アルゴンヌ国立研究所)	IBM

大学の「天河2号」となった。天河2号の設計上り、2、3位の米研究所の計算能力は毎秒5・5の機種を4回連続で上回京(京は1兆の1万倍)

17年にも、性能最大7倍

目指す。2機はエネルギー省傘下のオークリッジ国立研

回だ。米国勢が新たに開発する2機は現行機より5〜7倍速い各15京回を

究所とローレンス・リバモア国立研究所に置く。IBMと米エヌビディアの高性能半導体を搭載して性能を高めつつ消費電力を抑える。

2機の開発費は3億2500万ドル。科学技術関連では再生エネルギーの効率向上や新材料の開発などに応用する。製薬や金融など産業界の利用も促す。米政府は1億ドルの研究費を投じて米インテルやアドバンスト・マイクルやアドバンスト・マイクル・デバイス(AMD)、クロ・デバイス(AMD)、クレイなどと次世代機の共同研究にも乗り出す。コストや電力消費の削減に取り組む。

米国はスパコンの開発で先頭を走ってきた。核兵器のシミュレーション(模擬実験)など安全保障の分野が主な用途で、民間部門は転用で国際競争を優位に戦ってきた。最近では中国が台頭し、米国の圧倒的優位が揺らぎつつある。

スパコンの世界ランキング4位は理化学研究所の「京」。日本は20年の完成を目指し「京」次世代機の開発に取り組む。100倍速い毎秒100京回の計算能力が目標だが、米中なども同水準の次世代機の計画を進めている。



個人の創作 事業化支援

アマゾンなど米IT大手

ネットで買い手とつながる

【シリコンバレー】兼松雄一郎「アマゾン・ドット・コムや画像編集ソフト大手アドビシステムズなど米IT（情報技術）大手が個人の創作活動の事業化を支援するサービスを相次ぎ始めた。既存のコンテンツ業界による「選別」過程を省き、個人の作品や創作活動をネットで買い手へと直接つなぐサービスが増えつつある。埋もれていた才能が発掘され、商業的成功に近づく事例が増えている。

アマゾンはこのほどかねて中抜きする一方、発表の原稿の一部を1カ月間公開し、読者が好きな作品を3つ選ぶ形で投票し、人気のあるものからデジタル出版するサービスを開始した。世界での電子出版の権利はアマゾンが持つ。前金に加え、売り上げの5割を印税として作者に払う。出版社の編集機能を消費者に委

い手がネット上でニーズに合った作家や作品を探す。作家への発注者などからの評価、編集ソフトの利用実績などから個人や作品の特性を分析し、発注者が最適な作家を見つけられるようにした。

米顧客情報管理（CRM）大手セールスフォース・ドットコムは米グラミー賞歌手がプレスリリースの高性能ウェアラブル端末を開発に乗り出したのは米人気ヒップホップグループ、ブラック・

アイド・ピースのリーダー、ウィリアム・アダムス氏（通称ウィル・アイ・アム）。ネット企業の協力で芸術家がIT製品開発に乗り出す障壁も下がっている。

日本でもソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）大手LINEがサービス上で感情表現などに使えるイラストを簡単に自作して売れる仕組みを整えている。

ITサービスの浸透で、個人が収入を得る間口が広がっている。

人気歌手のウィル・アイ・アム氏はプレスレット型ウェアラブル端末を開発した（i.am+提供）

アドビは創作活動を行う人材の評価・紹介サービスを開始した。個人が過去の実績や作品を登録でき、発注者や買

さらには自社の定額読み放題サービス向けに作品を出すランキング上位の作家には毎月最大2万5000ドル（約265万円）を現金で支給する制度も始めた。

2014.11.21

360度撮影の動画配信

NTTとドワンゴは20日、される映像が変わり、その360度全方位を撮影した場にいる感覚で動画を楽しむ動画をインターネットで配る。ドワンゴの動画サービス、受信者が「Google型」ビス「ニコニコ動画」で活用する。

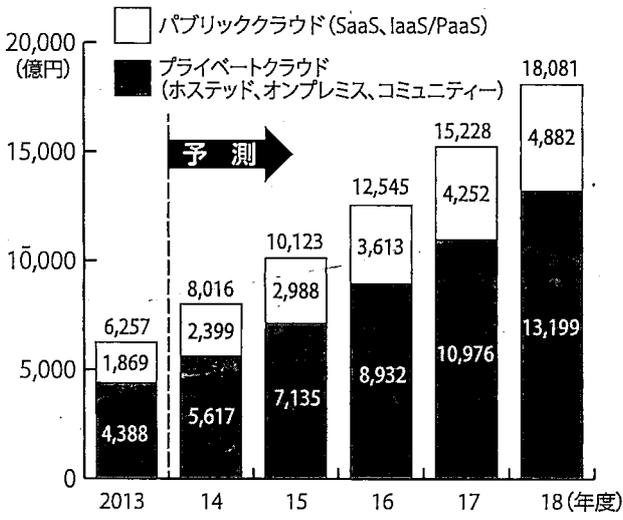
のディスプレイ端末を通じて、好きな方向を視聴できる。360度全方位を撮影で技術を開発したと発表した。きる全天球カメラで、イベントの動きと連動して表示。ネット会場などの様子をネット配信する。

NTTとドワンゴ

Google型端末で視聴

ト配信する。専用アプリを取り込んだパソコンで映像データを受信し、米オキュラスVR社のGoogle型端末で視聴する。360度全方位を高画質で送るとデータ量が膨大になるため、見ている方向だけ高画質にし、周囲は低画質で送る技術を開発した。

国内クラウドサービス市場規模 実績・予測 出所:MM総研



年率20%を超える成長を 見込むクラウド市場

2014.11.21

MM総研の発表した国内クラウドサービスの調査レポートでは、13年度の国内クラウド市場規模は6,257億円として、15

平均成長率は23・6%、15

年度には1兆円を超える見込みである。5年後の18年度には1兆8,000億円まで、さらに市場規模が拡大すると予測している。

世界的規模でクラウドサービスの利用が進む中、国内のクラウド利用は大企業を中心に導入スピードが遅いと見られてきたが、いよいよ導入の動きが本格化してきたといえるだろう。

クラウドサービスには、不特定多数の企業が共同利用する「パブリッククラウド」と、特定の企業専用構築した「プライベートクラウド」がある。同レポートによると、パブリッククラウドの増加が特に著しく、13年度は前年度比34・2%増の1,869億円であった。一方、70・1%を占めるプライベートクラウド市場も前年度比18・3%増の4,388億円と安定した成長を示している。

セコム 企業向け健康管理

看護師常時相談 ■ 人間ドックがん発見

セコムは顧客企業の社員を対象に、健康管理サービスを始めます。24時間体制で看護師が健康相談に応じるほか、がんの早期発見に力点を置いた人間ドックを受けられる。生活習慣病などが重症化することを防ぎ、健康保険組合の支出抑制につなげる。2015年度から、健康診断結果に基づいた保健指導が企業の健康保険組合に義務付けられることにもちなみ、初年度100社の受注を目指す。

ベネフィット・ワン 健診データ分析

新サービスを契約した企業の社員は、腹痛など急な体の異常を感じた場合にセコムが24時間体制で抱える十数人の看護師に電話で相談ができる。すぐに受診すべきだと看護師が判断した場合は、セコムが契約している大学病院の救命救急センターの紹介を受けられる。

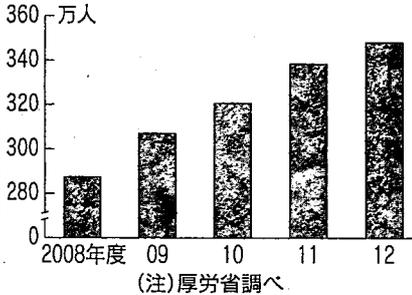
年一回、セコムと連携する病院でがんの早期発見に主眼を置いた人間ドックも受けられる。小さながんも見つけやすい陽電子放射断層撮影装置(PET)という最先端の医療機器を使う。異常が見つければ専門の医師を紹介する。

契約は10年単位で、当初契約金のほか人間ドックは社員1人につき50万円(1泊2日)かかる。企業が必要と判断した社員に限った受診を想定している。電話相談は、契約企業のすべての社員とその家族に無料で応じる。警備サービスを受託している企業を対象に、今月中に採用の働きかけ



セコムの看護師が24時間体制で健康相談に応じる(東京都渋谷区)

生活習慣病の該当者と予備軍は増加(特定健診でメタボと判定された人)



を始め、大企業の健保組合でつくる健康保険組合連合会の13年度決算は全1419組合のうち65%が経常赤字だった。一方厚生労働省は来年度から、すべての企業の健保組合が健診データやレポート(診療報酬明細書)に基づいた保健指導を義務付ける。社員の健康管理に対する企業の関心は今後も高まるとみて、新サービスを始める動きが相次いでいる。企業向け福利厚生を手がけるベネフィット・ワンは、顧客企業の社員の健診結果と病院の受診記録のデータを分析して効果的に指導するサービスを始めた。

10月に資本業務提携したレポート分析の大手、データホライゾンのノウハウを活用。分析結果をもとに病気になるリスクの高い社員を抽出する。保健指導を通じた生活習慣の改善につなげる。

料金は1万人未満の健保組合の場合、データ分析や取り組みの計画作成で1回100万円。保健指導は年300万~1000万円。社員ごとのデータ分析は作業が膨大なため、大企業の健保組合の需要がある。福利厚生のリロ・ホールディングも顧客企業の健保組合から健診事務や保健指導を代行するサービスを始めた。健診結果のデータベース化も進め、保健指導に生かす。社員はデータベースにアクセスすることで健診結果を閲覧できる。料金は1人あたり月500円。

ITベンチャーのフラ
ー(千葉県柏市)はスマ
ートフォン(スマホ)ア
プリの国内順位推計サー
ビスを始める。スマホに
取り込んだ数ではなく、
実際に使っている数を推
計。利用実態に近い情報
を提供する。スマホでの
販促に取り組み消費財な
どの企業に売り込む。
集計対象は米グーグル
の基本ソフト(OS)コ
ア「アンドロイド」を搭載した

2014.11.23

アプリ利用順位 推計

スマホ、フラーが情報提供

10月のアンドロイド用ゲームの順位

順位	ゲーム名(会社名)	利用者数
1	LINE ディズニー ツムツム(LINE)	3262269
2	パズル&ドラゴンズ(ガ ンホー・オンライン・エン ターテイメント)	2369837
3	モンスターストライク (ミクシィ)	1329854
4	キャンディークラッシュ (英キング)	1258780
5	LINE ポコパン (LINE)	1193017

(注)フラー調べ。1日あたり利用者数の
推計値

スマホのアプリやゲー
ム。フラーはスマホの節
電に役立つアプリを無償
公開している。同アプリ

10月、LINEゲーム1位

の利用者に許諾を得て、
スマホ内のアプリ利用状
況データを集計。日本の
スマホ市場データなどを
基に推計する。
第1弾として、10万人
分のデータを基に10月
のゲームの1日あたりの
利用者数順位を推計し
た。1位の「LINE
ディズニーツムツム」は、
ディズニーのキャラクター
を題材にしたゲーム
だ。

ヤマダ、家庭に「ご用聞き」

提携の電器店通じ

家電・食品・日用品 350万点扱う

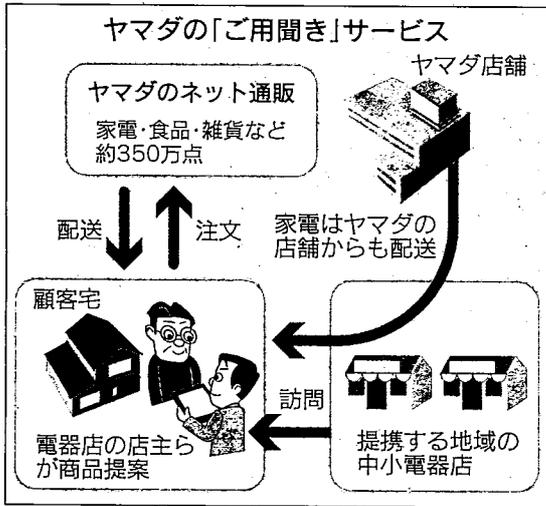
ヤマダ電機は来年4月をめぐり、消費者の自宅を訪問して商品を販売する「ご用聞き」を始める。提携する中小電器店の店主らを通じて、家電や食品、日用雑貨などヤマダがネット通販で取り扱う350万品目をシニア層を中心に販売する。軌道に乗れば、量販店と中小電器店がネット時代に共存を目指す連携モデルになる可能性がある。

ヤマダは子会社のコスモス・ベリーズ(名古屋)を通じて全国約3400の地域電器店と商品を供給する提携関係を結んでいく。加算金10万円と月1万円の会費を払えば、ヤマダから家電などの供給が受けられる。今回のご用聞きはこの仕組みをエアーコンなどの家電のほか、食品や日用雑貨なども取り扱う。グループで手掛ける住宅リフォームなどサービスも併せて提案し、高齢世帯の生活全般のニーズを取り込む。電器店の店主らはなじみの顧客宅を訪問。ヤマ

ダがあらかじめ配布するタブレット(多機能携帯端末)を使って商品説明をして受注したうえでヤマダに発注する。商品はヤマダの配送網と各電器店のトラックなどを使い顧客の自宅まで届ける。ヤマダは自社店舗が1千店を超え飽和状態にある。4月の消費増税以降は10月まで売上高の前年割れが続いており、新しい収益源を模索している。商品の設置などで家庭内にまで入り込める電器店との関係を強化することで、アマゾンや楽天などネット専業大手との違いを打ち出したいと考えて。今後も新規の提携店

を募り、6年後には、自社の販売分も含め、ネット関連の売上高を現状の数億円から2千億円以上に引き上げる。地域の電器店は、量販店の攻勢や後継者不足に苦しみ減少に歯止めがかかっていない。現在、全国に約2万7千店あるとされるが、2020年には約1万3千店まで減るとの見方もある。ヤマダのご用聞きの仕事を使えば、在庫を持たずに食品や雑貨を品そろえできるほか、量販店並みの価格で仕入れができるようになるメリットがあるという。

ただ、コスモス・ベリーズと電器店の関係は緩やかなもので、ご用聞きをどこまで積極的に手掛けるかは各電器店の判断によるところが大きい。軌道に乗せるには、現在検討しているヤマダの商品を販売した場合の報奨制度の内容がカギになりそうだ。



コスモス・ベリーズと提携する電器店(愛知県西尾市)

ネット通販活用

2014.11.28

学研HDが教材アプリ

小中学生向け 新会社を設立

学研ホールディングス（情報通信技術）教育事業を立ち上げると発表した。まず（HD）は27日、ICT事業を手掛ける新会社を設立し、学校や塾などを対象

に、小中学生向けの教材アプリなどの販売を2015年1月から始める。家庭向けの商品も販売していく考えで、17年9月期に約10億円を目指す。

新会社の名前は「学研教育アイジー・ティー」。学研HDが発行する学校向けの教科書や家庭学習用の学習参考書などのコンテンツを生かし、タブレット（多機能携帯端末）向けのアプリを開発する。

けの業務支援アプリ「A
イレシ」にネット予約
機能を追加する。

ネット予約機能
店舗に無料提供
2019.11.28
リクルート系アプリ
リクルートホールディ
ングス子会社のリクルー
トライフスタイル（東京
・千代田）は27日、店舗
向けのインターネット予
約システムを無料で提供
すると発表した。店舗は
専用ページを持ち、24時
間予約を受けられるよう
になる。基本機能は無料
とするが、将来は有料の
追加機能を設けて収益に
つなげる。

同社が提供する店舗向

楽天、訪日客に照準

予約サイト、10言語に対応

JTBは飲食店充実

楽天は2015年から訪日外国人向け旅行予約サイトを各国で展開するネット通販と連携し、旺盛な訪日客の需要を取り込む。現地語で予約できる国・地域も10に広げる。旅行大手ではJTBがサイトで飲食店を予約できる言語を拡大、エイチ・アイ・エス(HIS)はANAグループと訪日旅行商品を増やす。個人で再訪する外国人も増えており、各社は予約サイトを拡充し、現地の旅行会社から需要を奪う。



旅行各社は、再訪する外国人個人客が使いやすいようサイトを工夫する

旅行ネット予約最大手「楽天トラベル」は訪日客の本格開拓に乗り出した。登録する国内の外国人向けサイトを7月に刷新、現地の旅行会社やホテル数はJTB

の約6000など他の大手旅行会社は数千程度に對し、計1万8000施設と多いのが特徴だ。

楽天は台湾やタイなどで展開するネット通販の会員IDを旅行予約サイトでも使えるようにする。楽天の海外のネット通販の会員は6000万人超で、アジアを中心に伸びているとみられる。日ごろ使うサイトとリンクし接点が増えるほか、予約の際の個人情報などの入力も省ける。買い物

のためにポイントも旅行予約にも使えるようにし、利用を促す。

アジアの対応言語も増やす。7月に英語から始め、現在は中国語、タイ語など6言語に対応するが、年明けにもベトナム語やインドネシア語を追加する。来年中にはマレー語やシンガポール居住者向けも設け、10言語に対応できるようにする。

各サイトでは各国地域の観光客の特性にあわせて料理を変えたり、宿泊プランも変える。宿泊施設の登録数も国内向けサイトの2万9000に近づけ、多様な需要に応えられるようにする。

他の旅行大手も訪日客

旅行各社は訪日外国人向けのサイトを拡充する

JTB
外国人対応の飲食店の予約ページを新設
HIS
ANAセールスとの共同出資会社が企画した商品を39カ国のサイトで来年4月から販売
KNT-GTホールディングス
訪日外国人向けサイトを8月に開設。SNSに投稿された写真を分析し、ツアー作りに生かす
日本旅行
国内ツアーを海外1000サイトに提供
阪急交通社
外国人向け旅行予約サイトを11月に開設。販売するツアーに英語を話せる添乗員を配置

取り込みを進める。JTBは12月から訪日外国人向けサイト「ジャパニカ」の飲食店予約機能を高める。中国語に加え、英語と韓国語、タイ語にも対応、和食などジャンル別に外国人客を受け入れる71店舗を紹介する。店舗数は順次増やす。

HISはANAホールディングス傘下のANAセールス(東京・中央)と連携。来年4月から国内線の航空券と宿泊を組み合わせたプランのネット予約を可能にする。14年の訪日外国人は前年比2桁増の1300万人程度と過去最高になるとみられる。

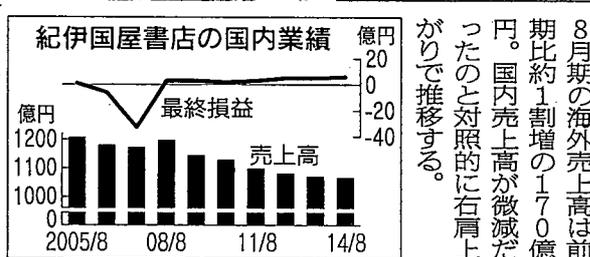
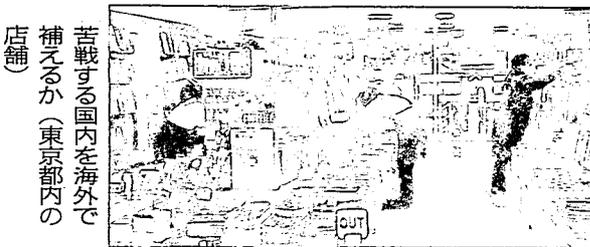
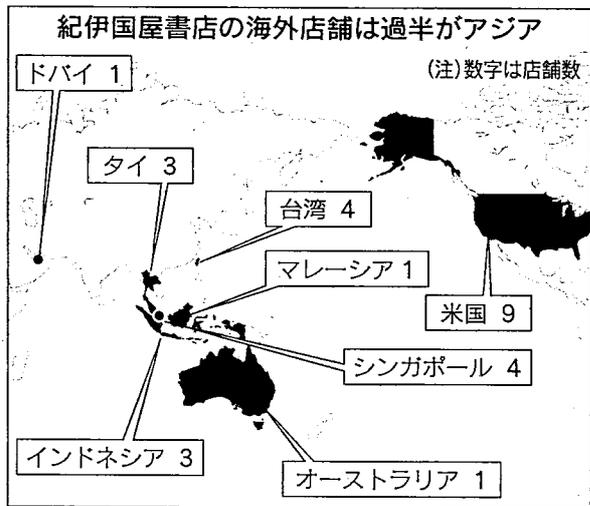
見通し。団体客だけでなく、リピーターとなり、ネット経由で航空券や宿泊施設を予約する個人客も増えつつある。ただ、旅行会社の手配は現地企業の利用が多く、国内最大のJTBでも訪日客の扱いシェアは1割強にとどまる。

紀伊国屋、目線はアジア

苦しむ老舗書店、海外は1割増収

国内書店最大手の紀伊国屋書店がアジア市場の攻略を本格化する。シンガポールやタイに展開する店舗を生かし、書籍だけでなく日本のアニメ関連商品や雑貨などを売り込む。28日に発表した2014年8月期決算も好調だったのはアジアなど海外事業で前期比約1割の増収。国内市場の不振が深刻化するなか、日本が得意とするサブカルチャーを武器に老舗書店は成長の突破口を見いだせるか。

「サブカル」突破口 アニメ関連分厚く



「これまでは(国内の)店舗と外販の2本柱だったが、今後は海外事業を3本目の柱に据える」。28日、紀伊国屋が都内で開いた決算発表会で高井昌史社長は訴えた。14年8月期の海外売上高は前期比約1割増の1770億円。国内売上高が微減だったのと対照的に右肩上がりで推移する。

6階に入る紀伊国屋書店バンク店は、売り場の半分近くを日本語の書籍・雑誌が占める。在留邦人に交じって、とりわけタイ人の若者たちの姿が目立つのが、漫画本コーナーだ。「ワンピース」「遊戯王」など日本でも人気の作品を次々と手に取り、数冊まとめて買い込む姿も珍しくはない。6月には官民ファンドの産業革新機構と組み、子会社のアジアンベイス(東京・目黒)を通じてアジアで電子商取引

「マンガが人気 海外店舗はこれまでで在留邦人のニーズに添えてきたが、ここへきて日本発のコンテンツやサービスを現地の人々に提供するサブカルチャーの発信拠点を脱皮しつつある。高井社長は「将来は海外の売上高を300億円規模にしたい」と意気込む。ベトナムやミャンマーからも誘致の声がある。タイの首都中心部の「伊勢丹バンク店」。

国内市場は低迷が深刻だ。出版科学研究所(東京・新宿)によると、13年の市場は前年比3.3%減の1兆6823億円。年平均約3%のペースで縮小が続く。全国に65店舗を持つ紀伊国屋の14年8月期の国内売上高は1067億円。前期比0.5%減と6期連続での減収。最終損益は7億円弱の黒字を確保したが「健闘しているとは言いがたい」(高井社長)

「ニコニコ会議」をシンガポールで開く。海賊版が出回るほど人気があるが、著作権問題などで出版社や制作会社が海外への本格展開に二の足を踏んできた日本のコンテンツ。早くから展開していた海外店舗が老舗・紀伊国屋の収益を支えられるか注目だ。(長田真美)

ビジネス TODAY

同社は1969年の米サンフランシスコ店を皮切りに海外展開を進め、現在8カ国・地域で26店舗を運営する。14年8月期の店舗別売上高をみると、世界の店舗上位10カ所のうち4つがシンガポール本店など海外だ。

「Kinnokuniya」の名

政府も後押し 市場縮小に加え、米アマゾン・ドット・コムなどがネット通販でシェアを大幅に伸ばすなど逆風は強い。期待の星である電子書籍も苦戦している。国内の電子書店ではアマゾンなど海外勢がシェア約7割を握り、紀伊国屋書店は劣勢だ。

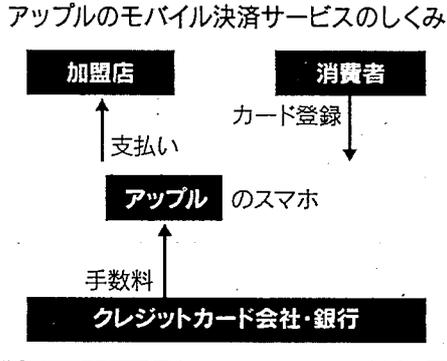
政府の後押しもあり、漫画やアニメなど日本のコンテンツを海外に輸出する動きは広がっている。スカパーJ-SATが1月に海外向けのチャン

モバイル決済米で浸透

小売り「アップルペイ」対応に

【シリコンバレー】兼松雄一郎

米国でモバイル決済サービスが普及し始めた。安全性を高めたカードや読み取り端末への大規模なインフラ投資が進み、採用する金融機関や小売店が増え続けている。サイバー攻撃によりクレジットカード情報が流出する事件が相次ぎ、米政府は安全性を高めた決済の仕組みづくりを業界に求めている。



指紋認証で安全性向上



アップルの決済サービスは拡大しつつある

普及のきっかけとなったのが、米アップルが自社の携帯端末向けに展開する「アップルペイ」だ。消費者はクレジットカード情報を登録した携帯端末を小売店の読み取り機にかざし、カード決済を済ませる。指紋認証機能の併用は最新のスマートフォン（スマホ）「iPhone 6」でのみ利用できる。

米国ではクレジットカードの情報流出が続出

ットカードの不正使用への不安を和らげるため、金融業界は年末までにインフラを整備するよう指導している。

アップルは「不正利用を減らせる」と訴えることで、決済を処理する銀行やクレジットカード会社から手数料を取る新しいビジネスモデルを確立した。受け付けた金融機関は1カ月で500を超えた。

小売店でも全米に8200店舗を持つドラッグストアチェーンのウォルグリーンが採用した。年内には全米に300店舗以上を持つ化粧品チェーン大手セフォラなどで

も採用が決まった。

米高級スーパー大手のホールフーズではアップルペイ経由の支払いが15万件を超え、足元では決済処理の1%以上を占めているもよう。将来的には日本のように交通機関などの支払いにも用途を広げる可能性がある。

ICカード認証端末でシェア6割を握る最大手の米ベリフォーンはアップルの新サービスに対応した端末で大きく販売を伸ばしている。スマホに小型のカード読み取り機をつけ、レジ端末代わりにするサービスを展開する米ベンチャーのスクエ

アもアップルペイに対応した端末を開発する方針だ。アップルペイで使われる指紋認証や近距離通信は個別の技術としては日本では普及している。アップルがそれらを組み合わせ、現状のクレジットカードへの技術的な不安が高まるタイミングで代替案としてサービスを始めたことが、マーケティング、ビジネスモデルの両面で効果があった。

中国の主要カードも受け付けを始めるなど発表後の世界的な広がりも速さも、国内にとどまった日本の技術規格との大きな違いだ。