

警備大手が支援、割安に

マイナンバー対応

社会保障と税の共通番号（マイナンバー）制度

に対応した新サービスを警備保障大手が5月から相次いで始める。従業員の情報管理を求められるため、セコムは管理や書類申請などを一括で代行し、総合警備保障（ALSOK）は顔認証による不正アクセス防止技術などを提供する。制度への対応が遅れる中小企業などに割安な料金で提供し、新たなビジネスチャンスを取り込む。

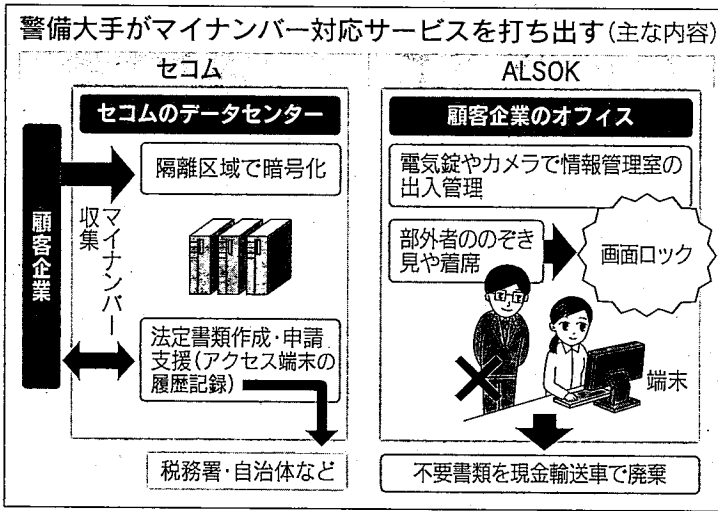
セコムは顧客企業やその従業員から預かったマイナンバー情報を暗号化し、データセンターに設けた24時間監視の専用保管区域で管理するサービスを始める。パスワードがないと番号を引き出せ

セコム 管理を一括で代行 ALSOK 顔認証で不正防止

ず、万一の際に備えて接続した端末や時刻などの履歴を保存する。

2016年1月に始まるマイナンバー制度では企業が従業員や家族の個人番号を集めて番号を源泉徴収票などに記載、税務署などに提出する必要

がある。こうした書類の作成や提出も代行する。従業員100人以下の企業の場合、料金は初期費用として5万円、毎月の利用料金として1万円徴収する。IT（情報技術）各社もシステム変更などのサービスを打ち出



しているが、数千円単位の料金がかかることもある。

セコムは東京電力から運営会社を買収するなど、データセンター事業を強化している。自社の保有センターを活用しながら使いやすさと割安さを訴え、来年1月の制度開始時点で1000社程度の利用を見込む。

ALSOKはマイナンバーを自前で管理する企業向けに、情報端末がある部屋の出入管理や侵

▼マイナンバー制度
日本国内で暮らすすべての人に12桁の番号を割り振り、税金や社会保険料などの情報を管理して徴収業務の効率化などにつながる。10月から通知が始まり、原則的に生

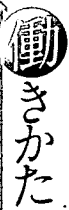
涯同じ番号を使う。企業は従業員と家族の個人番号を集めて源泉徴収票など必要書類に記載し、安全に管理することを求められる。個人は専用サイトで納税額などを確認できる。

入者の監視をする。端末を操作するのが登録済みの者かどうかを顔認証システムで確認し、部外者がのぞくと画面をロックする。書類の廃棄時には安全性の高い現金輸送車で溶解処理施設まで運ぶ。料金は月3万円からで、初年度に5千件程度を済ませた企業や団体は17%にとどまっていた。

マイナンバーの管理にはデータベース構築や関連システムの変更などが必要で、手間やコスト負担から中小企業を中心に対応が遅れている。日経BP社などの調査では、今年3月時点で対応作業を済ませた企業や団体は17%にとどまっていた。

国内のNPO法人数は2
3月末に5万件を突破し
た。最近では職員数や資
金調達の手段も広がって
いる。(一面参照)

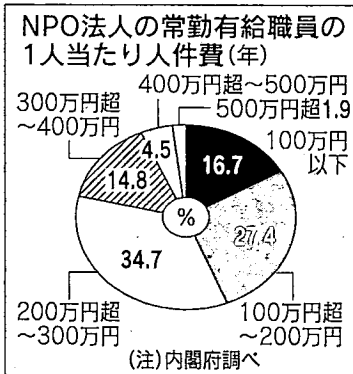
「『NPO薄給』と
いつイメージが変わって



Next

きた」。インターシッ
プや起業支援を手掛ける
NPO法人エティック
(東京・渋谷)の宮城治
男代表理事(42)は話す。
エティック運営の求人サ
イトで募集するNPO職

NPO法人、5万件突破



員の年収は300万、4
00万円台も多い。「社
会起業家たちがNPOに
関わり、収益への意識が
根付き始めた」
特定非営利活動促進法
(NPO法)の成立は1
995年の阪神・淡路大
震災がきっかけだ。救助
めも活動を後押しする。

アジアの
子供の人身
売買を無く
す活動を行
うNPOか
ものはし
プロジェクト
は、個人会
費や法人の
寄付で20

職員の「薄給」見直す動き

14年度に約1億4千万
円の収入を得た。経営企
画と管理部門で募集する
職員の年収は300万円
台後半。共同代表の本木
恵介さん(38)は「長く
続けられる雇用条件も大
事な要素」と話す。善意
の活動と生活の両立を探
る道が続く。

――この項おわり

宮東治彦、柳瀬和央、銀
木晃、田村明彦、河尻定、
岩村高信、北西厚一、中山
修志、藤野逸郎、阿曾村雄
太、松本史、小川望、江里
直哉、奥田宏二、松本千恵、
木寺もも子、木村慧、学頭
貴子、諸富聡、植出勇輝が
担当しました。

JTBや近ツー、米エクスペディア

各社が体験型旅行のネット販売を強化する

企業名	主な取り組み
JTB	体験型観光を扱うベンチャーに出資し、取扱件数を拡充
近畿日本ツーリスト	予約確認メールで宿泊先や時期に合わせた体験型観光を紹介
リクルートライフスタイル	今夏から「じゃらんnet」で販売を開始
楽天	「楽天トラベル」で販売する体験型観光を2割増やす
エクスペディア	6月にも国内外の体験型旅行の取り扱いを開始

体験型観光もネット一括予約

ラフティングやそば打ち

大手旅行各社が旅先でスポーツや文化体験を楽しむ「体験型観光」のインターネット販売を強化する。近畿日本ツーリストは自社サイトで宿泊予約した顧客に日程や場所に合った観光を紹介する。米ネット予約大手のエクスペディアも日本語版サイトで国内外のプランを売り出す。自分に合った旅行プランを手軽に作れるようにして、客単価の向上や利用者の囲い込みにつなげる。

旅行のアレンジ、手軽に

近ツーは自社サイト「e宿」でホテルなどを予約した顧客に対し、宿泊する場所や日程に合った体験プランをメールで案内する。利用者は交通手段や宿泊施設に、様々な体験型観光を組み合わせた旅行プランを手軽に作ることができる。ホテルなどの予約段階で体験型観光を薦める機能も追加する計画だ。

体験プランはラフティングやそば打ち体験など日本全国で約1万件をそろえる。旅行先で空き時間があった時などに、スマートフォンで手軽に予約できるアプリの提供も始めた。

JTBは体験型観光のネット販売でベンチャー企業と組む



米エクスペディアは6月にも海外を含めた体験型観光の予約販売を始める。サイト利用者がホテルや航空券、体験型観光などを検索した履歴を分析し、関心を持ちそうなプランを表示する。同社はこれまで宿泊と航空券の販売が中心だった

だが、「旅行のすべてをワンストップで予約できるようにする」。サービス拡充で2015年の国内サイトの月間利用者数を1.5倍の300万人に引き上げる。

旅行に対する関心が多様化するなか、「旅先ならではの体験をしたい」という人が増えている(JTB総合研究所の早野陽子主任研究員)。海や山でのスポーツや工芸品作りなどの人気が高まっているが、提供するのは現地の小規模事業者が中心だ。大手旅行会社は窓口

め、若者を中心に好調が続いているという。このため、体験型観光の予約サイトを手掛けるベンチャー企業に出資し、提供する商品数を最大7500と5倍に増やす。

JTBはネット販売強化により、グループ全体の15年度の体験型観光の取扱高を前年度比4.3倍の26億円に増やす計画。古野浩樹執行役員は「地元ならではの素材を活用して新たな観光地を開拓したい」と話す。

国内のネット大手でもリクルート子会社の「じゃらんnet」が今夏から予約の受け付けを始める。楽天は「楽天トラベル」で販売する体験型プランの数を昨年から2割増やしている。

医療、アプリでズバリでも

ベンチャーや大学が開発

国内のベンチャー企業、大学、病院が病気の治療や予防に使うスマートフォン(スマホ)用アプリ(応用ソフト)の開発に乗り出す。「絶妙なタイミングで禁煙メッセージ」「入力データから高リスク者を検出」といったように、スマホのネットワーク性を活用する。手軽に持ち運べる情報端末として浸透したスマホを土台に医療が大きく変わる可能性がある。

2014年11月に医薬品医療機器法(旧薬事法)が施行され、特定の病気の診断・治療・予防を目

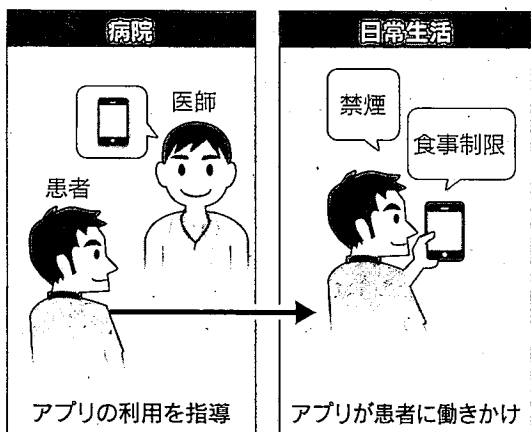
禁煙 場所に合わせ指導

糖尿病 日々のデータ把握

的とするソフトは医学的データを示して厚生労働省所管の医薬品医療機器総合機構(東京・千代田)から医療機器としての承認を得ることが必要になった。承認のないソフトは公に販売できなくなる一方で、「お墨付き」を得たソフトは医療機関が新たなツールとして採用しやすくなると期待されている。特に医師のチェックが届きにくい日常生活

活での行動に働きかけやすいといったメリットがある。医師らが14年に設立したベンチャー企業、キュア・アップ(東京・新宿)は、アプリを使いニコチン依存症を治す臨床研究を始めた。慶応大学病院の呼吸器内科と連携する。約20人を対象にスタートし、今夏をメドに100人規模に増やす。起床時や食後など、人それぞれ異なる喫煙しなくなるタイミングに、禁煙を働きかけるメッセージを出す。3年後をめぐりにアプリの販売を目指す。全地球測位システム(GPS)による位置情報を活用し、喫煙再開のきっかけになりやすい飲酒の機会をとりえて喫煙を防ぐコツを伝えるといった仕組みの開発も視野に入れている。健康管理支援のウェルビー(東京・千代田)と徳島大学の糖尿病臨床・研究開発センターは、糖尿病など生活習慣病の治療に使うアプリの開発に着手した。患者自身が血糖値や日々の行動をアプリで管理し、そのデータを電子カルテとともに一元管理することを基盤とする方針だ。病院や地域の診療所は患者の日々の入力値を参照しながら個別にメッセージを送ることで、生活改善に向けた意識づけと集まったデータから、自動的に病気になるリスクが高い人を抽出できるような仕組みも検討していく。アルム(東京・渋谷)は医療用画像を医師間で共有できるアプリを東京慈恵会医科大学の脳神経外科と開発した。磁気共鳴画像装置(MRI)などで撮影した患部の画像をスマホに円滑に送れる。脳梗塞などの急患が来たときに即座に専門医からアドバイスを得る使い方を想定している。血糖自己測定器大手のアイクレイ(京都市)は糖尿病患者が食べた炭水化物の量からインスリン製剤の必要量を計算するアプリを開発、申請済みだ。

アプリを使った治療のイメージ



アプリの利用を指導

アプリが患者に働きかけ

税務書類、電子保存容易に

インターネット
ウィルパワー

IT(情報技術)ベンチ
ヤーのインターネット
ウィルパワー(東京・港)

横山公一社長は会計・
税務書類のオンライン保
管に適したシステムを開

発、今夏にも販売する。企
業が長期保管を義務づけ
られている契約書や領収

書などを電子保存し、契
約や事業ごとに関連書類
を引き出せる機能を備え
る。月額10万円程度から
利用できるようにする。
企業は領収書などの原

本か、スキヤナーで読み
取ったデータを原則7年
間保管する義務がある。
現在スキヤナーが利用で
きるのは3万円未満に限
られているが、電子帳簿

保存法の緩和で今年9月
に上限額が撤廃される。
規制緩和に伴い電子保
存のニーズが伸びると見
てシステム関連会社のは
か複合機メーカーなどと
製品化に取り組む。経団
連によると電子保存を実
施している法人は1%以
下で、会計・税務書類の
保管コストは経済界全体
で年間3千億円に上る。

地方の起業支援者育成

2015.5.4

トーマツ系、スクール開設

行政・銀行向け

トーマツベンチャーサ
ポートの社員や外部講師
が、成功した起業家のケ
ーススタディーなどを講

義する。ベンチャーキャ
ピタル（VC）との連携
や、インターネット経由
で小口資金を広く集める
クラウドファンディング
といった資金調達の手法
も教える。東北芸工大は
受講システムなど運営面
を担う。
これまでは東京にVC
が集中するなど、地方で
起業支援の仕組みを広げ
るには課題があった。ベ
ンチャー育成が地方経済
の活性化や雇用創出の対
策として注目されるな
か、起業支援に通じた人
材を増やしたい自治体や
地銀のニーズが高まって
いると判断した。

監査法人トーマツ子会
社のトーマツベンチャー
サポート（東京・千代田、
吉村孝郎社長）は、地方
自治体や地方銀行向けに
起業支援の人材育成サー
ビスを11月に始める。地
方で特色のあるベンチャ
ー企業を育て、雇用や融
資先を増やしたいという
行政や金融機関に起業家

育成のノウハウを提供す
る。
東北芸術工科大学（山
形市）と共同でスクール
を開設する。ベンチャ
ー育成に取り組む自治体や
地銀の職員を対象に、5
カ月間でeラーニング15
回と集合研修2回を提供
する。料金は税別30万円
を予定している。

2015.5.9

自撮り動画 漫画風に

ゲーム開発会社のナツメア
タリ(大阪市、松本隆司社長)
は自分を撮影した動画を漫画
のように加工できるアプリを
開発した。喜怒哀楽や感謝、
謝罪など伝えたい気持ちを選
んで動画を撮ると、表情や背

ナツメアタリ
表情など70通り
自動加工アプリ

景を自動で加工する。5月中
旬から無料配信し、100万
ダウンロードを目指す。
開発した「ムビックスタン
プ」は約70通りに動画を加工
できる。例えば謝罪を選択す
ると、アプリが目や鼻の位置
を認識し涙目のアニメ画像と
合成、「ごめんなさい」と文
字を入れる。

ソニー、ネットで算数教育

2015.5.4

米中企業と世界で展開

ソニーは米国や中国のベンチャー企業などと連携し、インターネットを通じて算数を学べるサービスを世界で展開する。底堅い需要が見込める教育分野で、利用者から継続的に収益を稼げる事業モデルを築く。2017年に世界で100万人の利用者を目指す。

ソニーは教育サービス会社を今春新設した。このソニー・グローバル

エデュケーション(SGED、東京・品川)が開発した学習ソフトを米中などの企業と連携し、利用者を獲得する。SGEDが開発した算数学習アプリ「マスネイティブ」はクイズ形式などで分かりやすく知識、考える力が身に付くようにした。

まず教育関連ベンチャーの米Edmodoと中国の一起作業と進む。E

Edmodoは米で約500万人の利用者をもつ教職者向けソーシャル・ネットワークキングダム・サービス(SNS)を展開する。一起作業も中国で1400万人の会員を抱える。今秋にも両社を通じ、SGEDの学習ソフトを提供する。

ネットを通じて簡単に算数の教材を作成し、公開できるサービスも15年中に立ち上げる。問題作

成は基本無料とし、コンテンツの追加などで課金することを検討する。

ソニーは「リカールング型」と呼び、継続して顧客に課金できる事業モデルの育成を中期経営計画に盛り込む。

画の柱に据える。教育サービスもその一環として育てる。様々な端末でサービスを利用できる環境を整え、教育サービスのプラットフォームとして成長させる。

政府、200社派遣へ バイオ・医療など

安倍晋三首相が打ち出した「シリコンバレーと日本の架け橋プロジェクト」の柱は3つある。

1つは日本の中小・ベンチャー企業のグローバル展開の支援。デザイン、ロボット、バイオ・医療分野を主な対象に5年間で200社を選び、シリコ

ンバレーに送り込む。現地では日系人団体の「米日カウンシル」主導で立ち上げる「賢人会議」が販路の開拓やデザインの上などを助言する。同会議のメンバーには米ヤフー共同創業者のジェリー・ヤン氏や米ツイッター共同創業者のジャック・

ドーシー氏などそうそうたる顔ぶれをそろえた。2つ目は若手人材の育成だ。起業家やベンチャーキャピタリスト、大企業の新規事業担当者を対象にまず100人を公募。国内研修で30人に絞り込んだ上で派遣する。シリコンバレーに本拠

を置くベンチャー投資・育成会社WIL(ウィル)が受け皿となり、現地の日本人起業家などが指導する。バイオ・医療分野ではスタンフォード大学と東京大学、東北大学、大阪大学が連携する。日米の大企業や投資家と、ベンチャー企業を引き合わせるイベントも東京とシリコンバレーの双方で定期的開催する。

日本人、狭き門に挑む

【シリコンバレー】小川義也、兼松雄一郎、安倍晋三首相が先週、現職の首相としては初めてシリコンバレーを訪れ、日本の中小・ベンチャー企業の進出や起業家の育成を支援する方針を打ち出した。イノベーションで世界をリードするシリコンバレーに有望な人材や企業を送り込み、日本経済の新たな担い手を育てるのが狙いだ。世界中から優秀な人材が集まる「起業の聖地」の競争は厳しいが、高いハードルにあえて挑戦する日本人は徐々に増えている。



「起業家の学校」を卒業した3人(写真左からフライデータの藤川さん、サーチマンの柴田さん、シフト・ファイナンシャルの中村さん)

下り
える人が多いが、それでは遅い」と指摘。「英語の壁は低くはないが、世界を目指すなら最初からシリコンバレーにやってくるべきだ」と語った。

「なぜこちらでほとんどベンチャーが生まれるのか。みなさんの率直な意見を伺いたい」。安業家にこう語りかけた。

「競争、日本の100倍」世界相手に勝負

シリコンバレーの主な日本人ベンチャー(カッコ内は出身アクセラレーター、敬称略)

会社名	代表者	業容
エニーパーク	福山太郎 (Yコンビネーター)	新興企業向け福利厚生
トレジャーデータ	芳川裕誠	ビッグデータ分析支援
サーチマン	柴田尚樹 (500スタートアップス)	アプリ開発者向けデータ分析
フライデータ	藤川幸一 (500スタートアップス)	企業向けクラウド活用支援
シフト・ファイナンシャル	中村恵 (Yコンビネーター)	仮想通貨や各種ポイントを一元的に管理できる次世代決済
WHILL(ウィル)	杉江理 (500スタートアップス)	電動車椅子
アップソーシャリー	高橋雄介 (500スタートアップス)	スマホアプリのユーザー獲得支援
ドライブモード	古賀洋吉	スマホによる運転支援アプリ

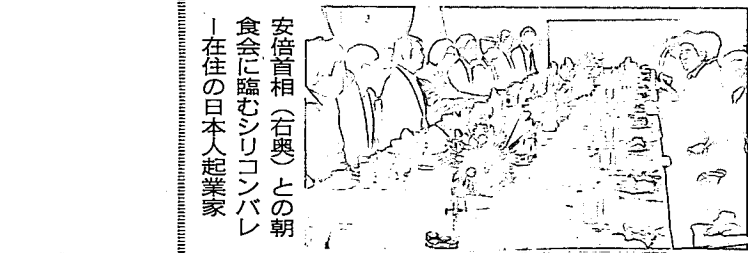
会合ではシリコンバレーと日本における起業家の位置づけや失敗の受け止め方の違いなど幅広いテーマに議論が及び、ベンチャー育成にかける首相の熱意が本物であることが参加者に印象づけた。

参加者の一人、柴田尚樹さん(34)は楽天の最年少執行役員、東京大学助教を経て2009年に渡米。スタンフォード大学で客員研究員を2年間務めた後、アプリ開発者向けに販売動向などのデータ分析サービスを提供するサーチマンを11年に創業した。

先輩が指南役
シリコンバレーには「アクセラレーター」と呼ばれる起業家の「学校」が複数ある。少額の資金と起業経験者や投資家からのアドバイスを受けられる。一流のアクセラレーターは狭き門だが、柴田さんはそのうちのひとつ「500スタートアップス」を卒業した。

シリコンバレーで起業した理由の一つは、「最初から世界を相手にビジネスができること」だという。同社は世界で数万家の顧客を抱えるが日本は全体の4分の1。日本だけなら市場が小さいビジネスでも世界に広げれば成り立つケースもある。

「フィンテック」は日本でも関心が高まっているが、中村さんは「シリコンバレーは日本より変化のスピードが格段に速く、目標になる成功事例が身近にある。この違いは大きい」と話す。



安倍首相(右奥)との朝食会に臨むシリコンバレー在住の日本人起業家

最初に手掛けたサービスが伸び悩み、共同創業者が去るなど苦しい時期もあったが、「4年たつてようやく互角に戦えるようになった」。これまでに日米の投資家から総額300万円を調達したが、「シリコンバレーの競争の厳しさは日本の10倍から100倍。一気に突き放さないと、あっさり」と抜かれる」と気を引き締める。

最近では学校の研修も増えている。文部科学省のプログラムを使い、昨年末にまず立命館大学が学生を派遣。東京大学なども続く予定だ。また今年に入り東京工業大学や聖光学院(横浜市)なども研修で訪れている。

Yコンビネーターのパートナー、ケビン・ヘイル氏は「日本人はまず国内で成功してから世界を目指す」というステップで考

ソフトバンクとベネッセホールディングスは2015年度から私立高校など約120校を対象に授業や宿題で使うデジタル教材の配信を始めた。ベネッセが持つ教材をデジタル化し、タブレットで使えるようにする。今夏には複数の出版社が開発する問題集などのアプリ(応用ソフト)提供も始める。

両社が折半出資して設

ソフトバンクとベネッセ

電子教材 120校に配信

立したクラッシー(東京・新宿)がサービスを開く。具体的には端末を通じて授業に使う動画などの教材を教師と生徒が利用できる。生徒がスマートフォンで自習時間を記録したり、教師が成績や学習状況を記録したりする機能も導入する。

高校など、タブレットで利用

に力を入れる私立校を中心に今年度は約120校に提供する計画だ。うち7割が高校で、3割が中学校向けという。契約は学校単位で、料金は生徒1人当たり年3600円。すでに授業でタブレットを使っている学校には教材の配信のみとし、タブレットがない学校にはソフトバンクがタブレットを販売する。

IT(情報技術)の進化にホ「iPhone」(アイフォ
 ン)のアプリを車内でも
 使用できるのが特徴。アイフ
 ン。スマートフォン(スマホ)
 オーン内に保存している音楽
 や携帯型音楽プレーヤーなど
 を楽しめるうえ、メール作成
 を持ち込んで聴く人が増える
 や電話発信も可能だ。

車内市場 争奪の時代

だけでなく、カーナビを含め
 音声認識機能を使うため、
 目線を動かさずに操作でき
 目線を動かさずに操作でき
 る。スウェーデンのボルボ・
 ツールや米グーグルなどIT
 大手の参入が相次ぐ。カー
 ナビなどから、40以上の対応
 車種が登場する予定だ。
 アップルの車載システム
 「カープレイ」は同社のスマ
 ーズも同様の車載シ

スマホで音楽／IT大手参入

システム「アンドロイド・オ
 ン」を開発し、2015年中
 にホンダなどが対応車種を投
 入する予定。普段使い慣れた
 スマホの機能をそのまま使え
 るため、利用者の支持は高い
 と見る関係者は多い。

クルマからのインターネッ
 ト常時接続が可能になり、従
 来の経路検索だけでは消費
 者に魅力を感じてもらえな
 くなる。カーナビ各社は
 これまで以上に難しい商品・
 サービス戦略を迫られてい
 る。

カーナビで

100万曲聴き放題

パイオニア、年3000円



音楽配信サービスを利用できるカーナビ「カロットエリア『サイバーナビ』」(8日、東京都渋谷区)

■大型画面で操作性高く、5月下旬に発売する上位機種「サイバーナビ」(15万~25万円程度)向けにサービスを始める。専用アプリ(応用ソフト)を入れたスマホとサイバーナビを近距離無線規格「ブルートゥース」でつなぎ、ストリーミング再生する。スマホに楽曲分を記憶させ、トンネル内などでも再生が切れないようにした。

楽曲はレコチョクが提供する100万曲以上か

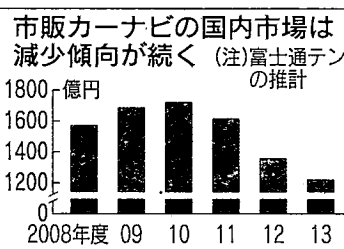
パイオニアはカーナビゲーションシステムを使った音楽配信サービスを5月下旬に始める。音楽配信大手のレコチョク(東京・渋谷)と連携し、100万曲以上を年3000円で聴き放題にする。パイオニアはカーナビを中心とした自動車分野に特化する戦略だが、スマートフォンの「スマホ」を使ったナビの普及など環境は厳しい。サービス面の充実で新しい価値をアピールし、顧客を確保する。

カーナビ各社は新たな技術やサービスをアピールする

企業名	主な取り組み
パイオニア	レコチョクと連携し、カーナビ向け音楽配信サービスを開始
パナソニック	独自開発の画像処理プロセッサを使い画面の見やすさを訴求
JVCケンウッド	業界初のハイレゾ対応で、音質の良さをアピール
富士通テン	クルマの周囲の安全確認をしやすい車載カメラを、カーナビと組み合わせて提案
クラリオン	グーグルの無料メールサービス「Gメール」で、運転中に声でメールの作成・送信ができる
アルパイン	大画面タイプを用意。従来品より2.4倍高精細に表示できる液晶ディスプレイを採用

レコチョクと組みスマホ活用

主力事業テコ入れ



ら自由に選べる。カーナビの大型画面で選曲できるため、スマホなどに比べて操作性が高くなるといふ。新機種購入者は1年間無料で聴けるようにし、初年度で10万台の販売を目指す。

■気分入力すると楽曲推薦 パイオニアが独自開発した楽曲推薦技術も搭載する。「明るい気分」「ナイトクルーズ」など気分や好みを入力すると、曲調の合った楽曲が出てくる。最新のヒット曲をランダムに再生したり、カラオケモードにしたりすることも可能だ。

自動車に後付けする市販カーナビの国内市場は2013年度に約1221億円と3年連続で縮小した。スマホを使ったナビアプリの普及などが議論執行役員は「スマホと競争のでなく、車内にス

は独自性のある技術などでスマホに対抗する。アルパインは大画面で高精細表示が可能な新機種を発売する。JVCケンウッドはCDより高音質なハイレゾリューション音源の再生に対応したカーナビを投入し、カー用品店などで好調な出足を見せている。

パイオニアはこれまで技術面を前面に出してきたが、スマホアプリとの明確な違いを出すのは難しくなりつつある。大館

マホがあることを前提に音楽という新しい付加価値を訴求したいと話す。今後は走行状況に応じた音楽を流すなどさらに独自性のある製品を開発したい考えだ。

パイオニアは据え置き型カーナビの国内最大手。すでにAV(音響・映像)機器事業を分離しており、今後はカーナビを中心とした自動車分野に集中する。17年3月期には車載機事業の売上高を14年3月期比13%増の約4000億円に引き上げる計画だ。

2015.5.11

攻撃メールに対策

企業の公開アドレス向け

ソフトバンク・テクノ
ロジック

ソフトバンク・テクノロジック（SBT）は、企業が公開しているメールアドレスを狙って企業の情報を盗み出す「標的型サイバー攻撃」の対策サービスを今月中旬から始める。採用窓口など企業が外部からの問い合わせを受けるメールアドレスに絞って、効率的に対策が取れるのが特徴。3年で500社の採用をめぐす。

採用や投資家向け広報

（IR）、製品・サービスの問い合わせ先など、企業が社外に公開しているメールアドレスを保護対象とする。ウイルス付きメールを受信する前にクラウドの仮想環境でメールを開き、実際にウイルスが見つかれば隔離する。

顧客からの問い合わせや苦情などは不特定の外部からのメールでも開かざるをえず、結果としてウイルスの侵入を許してしまう場合がある。求人への応募を装ったサイバー攻撃も増えており、標的になりやすいアドレスを優先的に守る。

基本料金は公開アドレス一つにつき年6万円、初期費用が9万円（6月末までの申し込みは無料）かかる。同社は全従業員のアドレスを対象とした保護サービスも提供しているが、よりリスクの高い公開アドレスに絞る料金を抑える。

派遣社員、在宅勤務OK

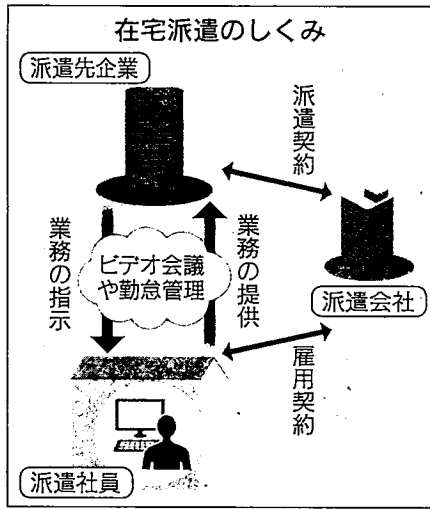
パナソニックと日本マイクロソフト 導入を支援

パナソニックグループと日本マイクロソフトは、派遣社員が自宅で働ける「在宅派遣」の導入支援サービスを共同で始める。両社が開発した労務管理ソフトと、日本マイクロソフトのクラウド型業務ソフトを連携させ、自宅での就業環境を整える。限られた時間や日数だけ働きたい人に新しい働き方を提供し、企業の人材確保の選択肢を増やす。



日本マイクロソフトの情報技術とパナソニックの人材派遣のノウハウを持ち寄り、新しい働き方を提案する

ネット経由で労務管理



月内にもサービスを開始する。これまでの在宅勤務では、労務管理などのシステム構築と、就業規則作りの支援といった仕組み作りは別々だった。新サービスでは、まとめて提供できる。両社では、書類の作成が多い企画部門の事務職やメール遣社員に加え、契約社員、

で消費者対応する派遣社員などでの活用が進むと想定している。

パート、アルバイトなど時給で働く全従業員が在宅勤務に活用できる。会社にいる管理者と自宅にいる派遣社員のやりとりは、日本マイクロソフトのクラウド型業務ソフト「オフィス365」と対話ソフト「スカイプ・フォー・ビジネス」を使う。メール、音声・ビデオ対話、ビデオ会議、文書共有の機能を組み合わせる。

労務管理はこうしたソフトと連動させ、仕事中心

が休憩中かなど派遣社員の状態を記録する。労働時間の認定は労働者の申請ベースだが、パソコン画面を不定期に記録して勤務状態をチェックすることも可能だ。

派遣社員は派遣先の企業から指揮命令を受けて働き、給料は派遣元の会社から支払ってもらう。時給制が多く、在宅派遣の実現には時間管理と指揮命令系統の明確化が必須となるため、ICT(情報通信技術)を活用して

体制を担保する。

正社員などの在宅勤務の導入支援サービスを展開してきたパナソニックでは、在宅派遣の導入支援でも就労規則の見直しや人事評価制度の構築といった業務を受注できるとみている。一方、日本マイクロソフトはオフィス365などの利用拡大につなげたい考え。

厚生省の労働力調査によると、3月時点の派遣労働者は約117万人。在宅派遣が広がれば「い

ままで働いていない人が、1万人単位で増える可能性がある」と(パナソニック)。

派遣社員は働く時間や場所、時給、仕事内容などの希望に近い働き口を派遣会社が探してくれるほか、派遣会社の教育訓練サービスでスキルアップができる特徴がある。日本人材派遣協会の派遣社員アンケートでは今後の働き方について、既婚女性の約47%が「当面は派遣」と答えている。

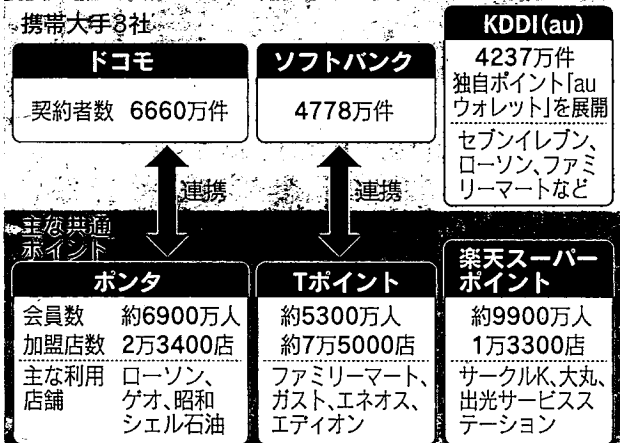
2015.5.12

ドコモ「ポインタ」と連携

ポイント事業 5400万人にカード

NTTドコモは携帯電話契約者向けのポイントサービス(3面きょうのことば)の利用を外部に開放する。共通ポイント「Ponta(ポインタ)」の運営会社と連携し、12月から小売りやサービスなど2万余りの加盟店でポイントを使えるようにする。約5400万人の個人契約者が対象となる。利用者の裾野の広い携帯電話の最大手、ドコモの戦略転換でポイントの使いやすさが大きく高まる。

ポイントの連携が進む



(注) 契約者数は直近の開示件数、法人含む。Tポイントは1年以内にカードを使った会員数

まずローソン利用可能に

ドコモは並行して個人契約者向けに独自のポイントカードも無償で発行する。ポインタとの連携は事前にインターネット上で手続きが必要になる。一方、独自カードでは小売りやサービス店でのまま買物したり、ポイントをためたりできる。まず、ポインタの有力メンバーのローソンから始め、他の小売企業などに広げる。

ドコモは現在、月々の

わり、利用は端末やケース購入などドコモ向けの支払い、商品券への交換などのほか、日本航空のマイレージプログラムに限られていた。

携帯大手ではソフトバンクが共通ポイント「Tポイント」とサービスを統合し運営するTポイント・ジャパン(東京・渋谷)に出資した。KDDI (au) はポイントと電子マネーを組み合わせた独自の「auウォレット」を展開し小売店などでの利用を進めている。

携帯電話の国内市場が伸び悩む中、ドコモは小売りや飲食、ガソリスタンドなどにポイントの用途を広げて利用者の利便性を高め契約者をつなぎ留める。これで携帯大手3社がポイントの外部開放で争う。

ドコモはポイントの名称を「dポイント」に変更し、「ポインタ」を運営する三菱商事系のロイヤリティーマーケティング(東京・渋谷)と提携する。ネットで手続きしド

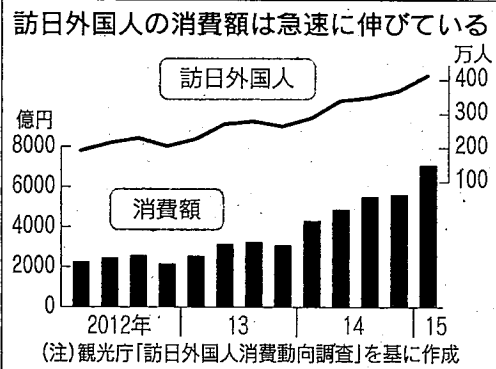
とポインタのポイント

を交換できるサービスを始める計画だ。ポイントの交換比率は今後詰めるが、ポインタ加盟の昭和シエル石油やDVDレンタルのゲオなど約2万3000店で広くポイントを使えるようにする。

共通ポイントは会員数が約5300万人のTポイントと約6900万人のポインタ、楽天が展開する約9900万人の「楽天スーパーポイント」の3陣営に分かれる。Tポイントはヤフーともサービスを統合。ポインタはリクルートホールディングスと相乗りを進める。国内最大規模の5000万人強の会員を抱えるドコモがポインタと連携することで勢力図が変わり合従連衡が続きそうだ。



専用カウンターで免税の手続きをする旅行者
(11日、東京都新宿区のルミネエスト新宿)



商業施設や商店街に「免税一括カウンター」設置の動きが広がる

企業・商店街名	概要
ルミネ	11日からルミネ横浜(横浜市)など首都圏の5館に設置
イオンモール	成田市や沖縄県北中城村など3カ所のSCで順次導入
三菱地所・サイモン(東京・千代田)	今秋をめどに成田空港近隣のアウトレットモールに設置
福岡地所(福岡市)	「キャナルシティ博多」で今夏めどに設ける
しまなみ(愛媛県今治市)	「多々羅しまなみ公園」など3カ所の道の駅に導入予定
表町商店街(岡山市)	地元百貨店の天満屋にある免税カウンターで、商店街の免税の手続きを受け付ける予定

SC運営大手のイオンモールは、成田空港から近いイオンモール成田(千葉県成田市)など3つのSCで順次設置する予定。また、買い物など消費を喚起しやすい「吉田昭夫社長」とみて、さらに導入店を増やす姿勢だ。ユニークな事例では、

ファッションビル アウトレット 道の駅

免税手続き、1カ所で

ショッピングセンター(SC)などの商業施設で、複数店の免税手続きをまとめて済ませる「免税一括カウンター」の設置が広がっている。11日にルミネが首都圏のファッションビル5施設で始めたほか、商店街や「道の駅」でも開設備が進む。4月の規制緩和を受けて、訪日外国人客の旺盛な買い物需要を取り込む動きが地方でも活発になっている。

訪日客取り込み

免税一括カウンターは、商業施設内のいろいろな店で買った商品をまとめて免税の手続きができる。訪日客にとって面倒な手続きを減らせる。免税一括カウンターは、1店舗では免税対象の下限額(衣料品など一般物品で1万円)に達しなかった場合も、複数店の購入額を合算して免税できる利点がある。

店舗側にとっても、免税や外国語に通じた免税担当者や商業施設に委ねられる。さらに施設内で、少額でも幅広く買い物を重ねる訪日客を呼び込み、

え、1店舗では免税対象の下限額(衣料品など一般物品で1万円)に達しなかった場合も、複数店の購入額を合算して免税できる利点がある。ルミネは11日、首都圏の主要5施設に消費税を払い戻す免税一括カウンターを設けた。ルミネエスト新宿(東京・新宿)では地下1階と6階の2カ所に設置。英語と中国語を話せるスタッフを常駐させ、買い物を急ぐ訪日客に迅速に対応する。アウトレットモール運

増えた。商業施設を展開する三井不動産や森ビルも一部で導入を検討している。SC運営大手のイオンモールは、成田空港から近いイオンモール成田(千葉県成田市)など3つのSCで順次設置する予定。また、買い物など消費を喚起しやすい「吉田昭夫社長」とみて、さらに導入店を増やす姿勢だ。ユニークな事例では、

訪日客に人気の観光地を持つ京都府は、商店街における免税一括カウンターへの設置費用を補助する。自治体の後押しで地方でも普及が加速する可能性がある。

管大手の三菱地所・サイモン(東京・千代田)は、今秋をめどに酒々井プレミアム・アウトレット(千葉県酒々井町)に導入する。成田空港に近く、訪日客の利用増を見込む。福岡市の複合商業施設「キャナルシティ博多」を運営する福岡地所は、今夏をめどにサービスを始める。博多港に近い同施設にはアジア観光客が多く、2014年度のクルーズ船からの来店客は前年度の8倍の18万人に増えた。商業施設を展開する三井不動産や森ビルも一部で導入を検討している。

訪日客に人気の観光地を持つ京都府は、商店街における免税一括カウンターへの設置費用を補助する。自治体の後押しで地方でも普及が加速する可能性がある。

アジアでビッグデータ分析

NTTデータ 自前で自販機や通販

2015.5.13

NTTデータは2015年中にもアジアでビッグデータ分析サービスを始める。自ら自動販売機の運用や生鮮品のネット通販を手がけ、現地で効果を提示しながら顧客を開拓する。20年までにシステム関連事業の売上高を現在の4倍の1000億円に引き上げる。企業向けシステム構築や機器販売が中心だったが、アジアでは市場を育てるため消費者向け事業に踏み込む。

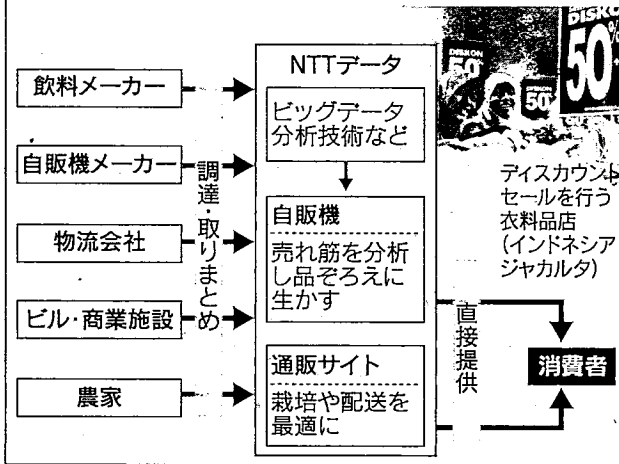
効果示し顧客開拓

飲料自販機の運用は年内にもインドネシアとマレーシアで始める。鉄道会社や商業施設の運営会社などとの組み、駅やショッピングモールといった人が集まる場所に設置する。飲料会社や物流会社とも協業するが、自販機の保有や飲料の在庫管理などの事業全体はNTTデータが手がける。

自販機には通信機能を搭載し、設置場所や時間帯による売れ行きをビッグデータ分析して品ぞろえに生かす。設置場所と販売動向の関係なども分析し、購入頻度が高そうな施設に設置を提案する。電子マネーで決済できる仕組みを取り入れ現金の回収を不要にするなどして運営効率を高める。

インドでは年内にも野菜などの生鮮食品をネット販売する。有機野菜の農家や配送を担う物流会社をとりまわし、鮮度や品質の良い食材を求める富裕層や高級ホテルの

アジアで物販など消費者向け事業に乗り出す



需要にこたえる。

通販サイトや決済などのシステムを構築して事業全体を管理する。消費者向けの新事業で20年までに売上高250億円をめざす。

新興国の企業は高額なIT(情報技術)機器を導入する資金に乏しい場合がある。「ビッグデータ分析技術を生かせば売

り上げを伸ばせる」と提案しても現地では実績がないため説得力に欠けたという。自ら消費者向けの事業に乗り出して導入の効果を示し、商機を広げていく考えだ。

東南アジアのIT市場は5兆4000億円程度とされる。年8%前後の勢いで伸びているが、NTTデータは消費者向けの新事業をテコに年30%増のペースで関連事業を伸ばす計画だ。20年まで

にシステム構築など既存の事業を含め、アジア太平洋地域で売上高1000億円をめざす。

2015.5.13

タブレット使い音声・動画

デジタル教科書導入検討

文部科学省は12日、タブレット（携帯情報端末）などを使った「デジタル教科書」の導入について、専門家による検討会議の初会合を開いた。英語や音楽で音声を使った体験型学習などをしやすくなるメリットがある一方で、教科書の検定制度や端末の費用負担など実現には課題も多い。検討会議は2016年末までに具体的な方向性をまとめる方針だ。

検定・端末費用に課題 文科省会議

検討会議は教育の専門家ら17人で構成。座長に就任した東北大学の堀田龍也教授（教育工学）は「情報化に対応した学

習環境が議論されるなか、検討すべき要素は多
い。前向きに進めたい」と話した。

デジタル教科書は紙の

教科書のデータをタブ
レットなどに収め、音声や

動画も含んだものを想定している。英語や音楽で
音声や動画を聴いたり、算数・
数学の図形を立体的に学
んだり、体験型の学習を
しやすくなるメリットが
ある。

政府の教育再生実行会
議が今月14日に安倍晋三
首相に提出する提言案で
も「教科書のデジタル化
の推進」が盛り込まれる
見込みだ。

必要になる。
音声や動画などの検
定方法や、著作物の権利者
への支払い方法なども検
討課題となっている。

また、義務教育段階の
教科書は現在、毎年約4
00億円を投じて無償配
布している。タブレット
など「1人1台」を児童
生徒に配備したり、全体
の通信環境を整備したり
する費用負担はどのよう
なるのか、自治体の負担分
はどのようになるのか、財政
的な課題は大きい。視力や
ネット依存など児童生徒の
健康面への配慮も求めら
れそうだ。



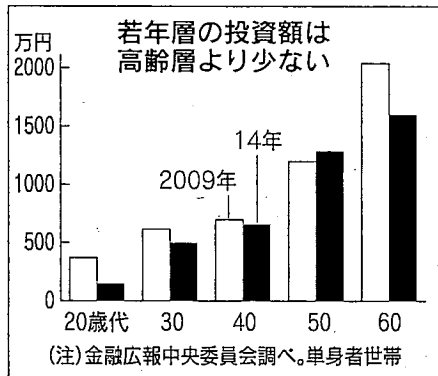
横浜市立大の授業でiPadを使い調べる生徒の姿（横園学）

挑む平成世代

2015.5.13

学生や社会人になった平成生まれの若者たちが活躍し始めている。「内向き」「縮み志向」など平成生まれの若者たちが活躍し始めている。「内向き」「縮み志向」など平成生まれの若者たちが活躍し始めている。「内向き」「縮み志向」など平成生まれの若者たちが活躍し始めている。

入部希望者が殺到した東京大学の投資サークルAgents



日経平均株価が一時2万円を超え、投資への関心は高まっている。企業の潜在力を引き出すためにも、投資家層の裾野は広げたい。若年層にも投資の意味や妙味をきっちり伝え、貯蓄だけに偏らない資産形成に目を向けてもらう必要がある。

20代単身の金融資産 147万円

5年前の4割

昨年初まった少額投資非課税制度(NISA)も口座開設者は40代以上に集中。20代は3%にすぎない。今の景気は平成世代が初めて直面する明るい局面といえそう。今後の投資行動に注目だ。

投資意欲、前例ない高さ

東京大学の投資サークル「Agents」に今年春、20人超の新生が入門をたいた。前の年の2倍以上、在籍学生とほぼ同数とあって、新入りは10人に抑えざるを得なかった。株式投資への関心

で始めた。今はジャスターなどの企業銘柄に注目をしている。資金を投じる。「大手は成長が限られ、値動きも重く、新興企業の成長力

「若い人の方が挑戦しやすはずだ」と期待を込め、大阪府内に住む会社員がたまったお金の使い道に悩んでいた。大阪府内に住む会社員がたまったお金の使い道に悩んでいた。大阪府内に住む会社員がたまったお金の使い道に悩んでいた。

12月に実施した顧客調査では、投資額を「増やしたい」と答えた20代の比率は65.7%と、他の世代よりも高かった。アベノミクス効果も手伝

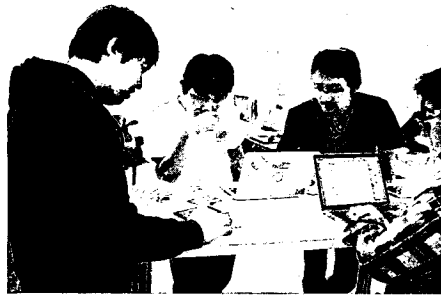
挑む平成世代

2015.5.14

大阪府吹田市に住む男 汁や家電製品の広告で月性(22)はほぼ毎日、午 2万~3万円を得た。「い前6時半から翌日午前0 潰れてもおかしくな時まで、自宅のパソコン い」大企業には就職しなに向き合う。手掛けるの い。「20代で2億円を稼は、アフィリエイトと呼 べ」のが目標だ。

いまでも20代はパソコン があるのが当たり前の環 インターネットサイトを 境で育ってき 駆使し、紹介した商品が た。IT(情 売ればその企業から報 報技術)を食 酬をもらう。月々の稼ぎ 欲に取り込 み、「起業だ」「独立だ」

商売道具のパソコンを と身構えずとも、わずか 手に入れたのは小学校5 年生で、中学生でア 軽やかに踏み出す若者を フリエイトを始め、青 ITが支える。

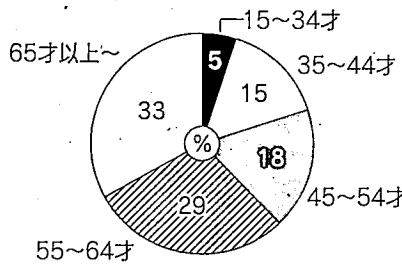


BASEは鶴岡さんを中心に経営のアイデアを練る

身近なIT、独立の武器

愛知県でサービス系企 始めた。ネット上で仕事 業に勤める武田俊一さん を請け負う「クラウドソ 業に勤める武田俊一さん を請け負う「クラウドソ 業に勤める武田俊一さん を請け負う「クラウドソ

若い起業家はまだ少ない



(注) 就業構造基本調査(2012年)より作成。 自営業主と会社などの役員を合算

電子商取引の市場規模は拡大し ており、経済産業省によると、2 013年に企業が消費者との間で 売り買いたした規模は1兆円になっ た。前年比17%増と高い伸びだ。

企業同士の取引も4%増の186 兆円に上る。ネット空間に入り込 めば、ある程度、生計を立てるの は可能だ。

ただITの普及が開業率を上げ るまでには至っていない。総務省

24万人

25~34歳の起業者 5年で9万人減

の就業構造基本調査(2012年) をみると、25~34歳の起業者は24 万人。07年の33万人から減り、全 体に占める比率も5%を割り込ん でいる。

身近なITで簡単に収入を得て いる人は増えている。ただ、出色 のアイデアや人並み外れた行動力 は乏しいようにみえる。安定志向 からもう一歩抜け出せるかどうか が問われている。

エプサイト開 集め、登録店舗は15万件 うち、既存のサービスの 設支援のBA と楽天をもしの。 SE(東京・ 最高経営責任者の鶴岡 かのる難点に気づき、自 営(個人 裕太さん(25)の実家は からの資金融通などネット 店を作れる仕組みを提 母の一言。「ネットシ 供する。会社設立から2 ョップをやりたい」。母 クする気持ちが大きい」

挑む平成世代

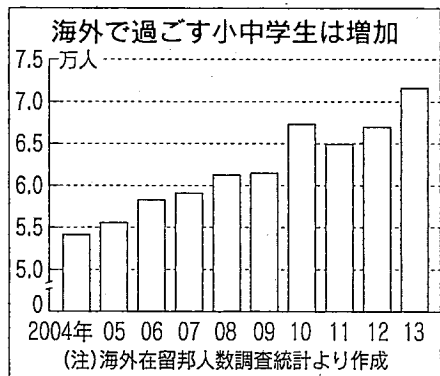
2015.5.16 ⑦

カンボジアの世界遺産を紹介するサービスを練習するカンボジアに1年ほど前からひとりの日本人が働き始めた。東京工業大学の大学院を中退して現地に切り込んだ瓜生原琢美さん(25)。日本での研究生活に見切りをつけ、いまはWebや映像のデザイン制作で生計を立てている。

「停電になればパソコンを囲んで会話を楽しむ。モノはなくても創意工夫がこの国にはある」。海外で働きたい日本人学生に非政府組織(NGO)海外トップ校の学生と



海外に居場所を求める若者が増えている(カンボジアで農作業を手伝う瓜生原さん⑥)



海外で暮らす日本人は増えている。外務省の調べでは1989年の約59万人から2013年は約126万人へと倍増。小中学生として外国生活を送る人も直近10年間で1.3倍の7万2千人になった。

海外在留邦人 126万人 89年から倍増

を回復し、8年ぶりのプラスとなった。電通若者研究部の奈木れい研究員は「内向き派と積極派の二極化が目立つ」とし、海外志向での温度差を指摘する。違いが生じるのは両親の収入や考え方による。日本にいれば先行きへの不安ばかりが募る。若いうちに海外の空気を吸うことで独立心を養いたい。

国際経験が広げる選択肢

交流し、漫然と受験勉強に打ち込む日本の教育システムを変えたい。そんな発想で日本の高校生向けにサマースクールを開

けにサマースクールを開

論させると、の公立中学校で社会を教ね、サイトで知り合ったみんな目を輝かせる。早30は外国の友人とまめをやりとりする。日本でもできる異国体験をもつに連絡を取り合う。フラに授業に彩りを添えるよ……国際交流サイトを通じてメッセージを交換。ドイツ人に「学校で哲学はどうか教わるの?」と尋真が担当しました。

横田祐介、中戸川誠、小川和広、杉本耕太郎、宮崎

2015.5.14

写真集、手軽に自費出版

キヤノンMJ共有サイトで販売

キヤノンマーケティングジャパン(MJ)は、自社の写真共有サイトの会員が作成した写真アルバムを手軽に販売できるウェブサービスを始め、作ったアルバムの印刷代に上乗せした販売価

格を作者が設定し、好評なら一定の収益も得られる。気軽にアルバムを「自費出版」できる仕組みだ。	他のユーザーが気に入ると、同サイトを通じて作成者が設定した価格で購入できる。キヤノンMJは印刷代金として規定料を受け取り上乗せ分の金額を作者に振り込む。
同社の無料写真共有サイト「フォトプレッソ」内で、5月中旬に新サービス「オンザマーケット」を始め、作ったアルバムを出品したいユーザーが販売価格を決め、サイト内で公開する。	アルバムは写真だけでなく文字を入れることもできる。小説や絵本風のアルバムを公開したい人の利用も見込む。アルバムはB6判のみで、印刷

代金は40円で1750円から。
 現在はアルバム印刷代金を払えば、公開されたアルバムを買ったことがで
 Jは作成者に販売金額から取り分を渡す仕組みを整えることで、出品量を増やしてサイトを活発にする。会員数を年内に5割増やしたい考えだ。

「携帯×スマホ」ドコモも

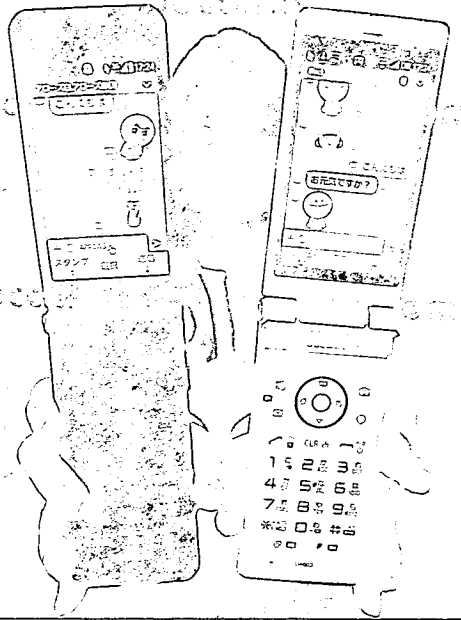
見た目は従来型

新機種、来月に発売 価格も割安に

NTTドコモは13日、米グーグルの基本ソフト(OS)「アンドロイド」を搭載する折り畳み式の携帯電話端末を6月に発売すると発表した。スマートフォン(スマホ)の技術を導入しているが、根強い人気がある従来型の携帯と同様の操作で使える。同様の端末をソフトバンクも年内にも投入する見通しで、販売中のKDDI I(a.u.)を含めた3社が競う。飽和するスマホ市場でシニアなどを開拓する。

6月中旬に富士通製「ARROWSケータイF-05G」、同月下旬にシャープ製「AQUOSケータイSH-06G」を発売する。スマホのようなタッチパネルではなく、数字ボタンで操作するなど、「ガラケー」と呼ばれる従来型携帯と同様に使える。同日の新製品発表会でもドコモの加藤薫社長は「OSはアンドロイドだが、使い勝手は従来型と全く変わらない」と強調した。

ソフトバンクも年内



NTTドコモの新製品は「LINE」を内蔵(13日、東京都中央区)

通常のスマホのようにアプリ(応用ソフト)を追加で取り込むことはできないが、利用者が多い人気の無料対話アプリ「LINE」は内蔵した。一方、電子マネーの「おサイフケータイ」を省くなど機能は絞り込んだ。両端末の価格はオープンだが、ユーザーの実質負担金は1万円程度で従来型の携帯と同水準に抑え、同3万~5万円の通常のスマホよりも大幅に

表会でドコモの加藤薫社長は「OSはアンドロイドだが、使い勝手は従来型と全く変わらない」と強調した。

「ガラホ」が生まれる背景には、従来型の携帯の携帯は「ガラホ」などとも呼ばれる。大手3社で初めてKDDIが2月にシャープ製の「AQUOS K SHF31」を発売しており「販売は堅調」(KDDI)という。

ドコモなど通信各社と端末メーカーはこれまで専用OSや半導体など基幹部品を自社開発し

慣れた「従来型」に需要

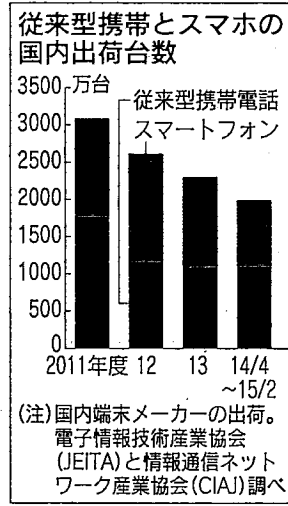
シニア、スマホに抵抗感

「本当はスマートフォン(スマホ)に移ってもらうのがあるが、ガラケーをずっと作ってほしい」という要望が多い。NTTドコモの加藤薫社長は13日の製

品発表会でこう話した。従来型携帯電話が急速に普及し「ガラケー」として独自の進化を遂げてきた国内市場では、世界で主流になってきたスマホへの「完全移行」を早期に進めるのは難しいのが現状だ。

1999年にドコモが携帯を使った世界初のインターネット接続サービス「iモード」を始めるなど日本の通信・端末各社はかつて世界の携帯の

技術革新を先導した。日本の利用者は世界に比べて多機能・高性能だったガラケー端末に早くから慣れ、生活の一部として便利に使ってきた。中高年を中心に、スマホの操作を覚えるのを高いハードルと感じる消費者は少なくない。一方で若い層などには、コストの低い従来型携帯を使い続けたという顧客もいる。



ガラケーは企業システムにも早くから組み込まれており、法人向け需要は今でも多い。国内端末メーカーが昨年4月~今年2月に国内で出荷した端末台数ではガラケーがスマホを上回っている。

に切り替えて「ガラケー」を続けるのは、各社の苦肉の策ともいえる。

異業種連携で魅力作り

端末販売頭打ち 顧客囲い込み

2015.5.19 2頁

携帯電話業界は、端末（京・港）によると、2014年度の国内スマホ出荷台数は7.2%減の2748万台と2年連続で前年度実績を割り込んでいる。

トバンクが顧客を囲い込むために狙うのはスマートフォン（スマホ）を核に、外部との連携による「経済圏」づくりだ。

調査会社M総研（東）でも各社が通話定額プラン

つのが、スマホを中心に共通ポイントサービスを組み合わせて異業種と連携する試みだ。

ドコモはローソンと組んだり、ソフトバンクが東京電力と携帯電話サービスと電気をセットにして販売する提携交渉を進めたりしている。

広く普及して生活に欠かせない存在になったスマホは、多彩な商品・サービスを扱う異業種にとっても手を組む魅力は高い。携帯各社はこうしたスマホの「磁力」を生かして陣営づくりを進め、顧客向けサービスの領域をさらに広げていく考えだ。

政府は世の中に飛び交う携帯電話からの位置情報やツイッターに流れる情報などを集めてデータ化し、2016年度から民間企業に提供する新事業を始める。企業は必要なデータを加工し、新たなサービスの開発につなげる。例えば、障害者が通りにくい坂道を示した立体地図の作製や、地震などの災害時に被害状況を瞬時に把握して避難経路を表示するシステムの開発な

位置情報やツイッターのつぶやき

データ収集、民間に提供

ど、様々な分野で活用を見込む。

政府は15年度中に情報を集め、民間が使いやすい形式にデータを加工するシステムを開発し、16年度から

政府、来年度から企業に提供することを目指す。

14年度に車いすの利用者が立体地図を使って気軽に観光地を移動できる案内システムや、畑を効率的に耕

せるトラクターの自動走行

システムなどの実証試験を

実施しており、民間のアイデアで活用範囲が広がることを期待している。

集める情報は、携帯電話やカーナビの位置情報や人工衛星の画像などのほか、

「〇〇地区で火事が発生している」といったツイッター

上の「つぶやき」なども

想定。企業に協力を呼びかけ、より多くの情報を集めたい意向だ。

携帯漫画や雑誌 2方向閲覧OK

メディアドゥがアプリ
電子書籍取次のメディ
アドゥは新たに電子書籍
閲覧アプリを開発し、5
月から提供を始めた。縦
と横の2方向に漫画や雑
誌などを読み進められる
ようにし、スマートフォン
(スマホ)やタブレット
(多機能携帯端末)で
の読みやすさを高めた。
閲覧アプリ「MDビュー
ーア」は9日から、アプ
リ配信サイト「アップス
トア」と「グループプレ
イ」で公開している。ま
ずメディアドゥが運営す
る電子書店で扱う漫画や
コミックがMDビューア
で読める。

MDビューアは特別な
切り替え操作をしなくて
も、漫画や雑誌などを縦
と横方向に読み進めるこ
とが可能だ。従来の閲覧
アプリは横方向にペーシ
をめくるケースが一般的
だった。

KDDI 食も売る

KDDI(au)が暮らし回りの総合サービス企業に変身しようとしている。14日、今夏から携帯電話販売店「auショップ」で食材などの物販を始めると発表した。通信事業は料

金や端末でライバルと差が付きにくくなっており、成長の鈍化は避けられない。通信に限らず、金融なども含めた多様なサービスの提供で顧客をひきつけ、収入機会も増やす狙いだ。

暮らしに浸透、通信補う



同日都内で開いた新製品・サービスの説明会。田中孝司社長は、例年は目玉となる最新スマートフォン(スマホ)の説明を20分で切り上げると、

その語気を強めた。取り扱うのは安心・安全などにこだわった食材や嗜好品。各地の農園など提携し、コメや水、肉、無農薬野菜、コーヒー豆といった購入頻度が高い日用品をそろえる。店頭には品物があるわけ

ではない。電子商取引(EC)サイト「auウォレットマーケット」を開設し、auショップの店員が来店客の好みを聞きながらタブレット(多機能携帯端末)を使って商品を紹介する。今夏に東京、大阪などの直営4店で始

め、今年度中に全国2500店に広げる。商品は提携先の生産者やKDDIが来店客の自宅に送る。購入には電子マネー「auウォレット」やKDDIの携帯電話料

金と一緒に払える「auかんたん決済」などを使

ってもらう。4月に子会社化を決めたECサイト運営のルクサ(東京・渋谷)とも連携。ウォレットマーケットでは観劇チケット、地方の珍しい特産品、家電製品なども購入できる。

携帯販売店で食材などを販売するのは奇異に映るが、田中社長は意に介さない。「端末やスマホケースなどは頻りに買い替えない。日用品も販売すれば店に継続的に足を運んでもらえ、新機種も紹介しやすくなる」

ネットの商品、店頭で注文



グループで多様な生活関連サービスを手掛ける

金融	じぶん銀行、au損害保険、ライフネット生命保険
決済	auウォレット(電子マネー兼ポイント)、auかんたん決済(料金収納代行)
通信	携帯電話、光ブロードバンド、CATV
デジタルコンテンツ	auスマートパス(アプリ)、ビデオパス(動画)、うたパス(音楽)など
電子商取引	auオンラインショップ(スマホや充電器など)、ルクサ(高額商品や限定商品)、auウォレット(食材など)

新サービスを発表する田中社長(14日、東京都港区)

1年前に始めた電子マネーとポイントを組み合わせたauウォレットの利用者は1200万人を突破。独自の決済基盤を築いたうえで、提供する

サービスは12日の決算記者会見で「今後は顧客1人から得られる収入を増やしていきたい」と表明した。多様なサービスをそろえるだけでなく、そこから得られるデータを活用して顧客一人ひとりに合った提案をしていけるかどうかが実現の力になる。(高槻芳)

サービスは12日の決算記者会見で「今後は顧客1人から得られる収入を増やしていきたい」と表明した。多様なサービスをそろえるだけでなく、そこから得られるデータを活用して顧客一人ひとりに合った提案をしていけるかどうか

百貨店各社の中元商戦が本格的に始まった。スマートフォン（スマホ）で手軽に商品情報を閲覧できるようにしたり、インターネット通販に割引サービスを導入したりと、ネット関連を強化する動きが目立つ。中元・歳暮市場が伸び悩むなか、各社とも顧客層を広げたい考えだ。

三越伊勢丹ホールディングスは中元カタログにスマホを

中元商戦スタート

15.5.16

スマホかざせば 通販サイト

かざせば商品情報をより詳しく得られるサービスを始めた。まず、15日にネット通販の受注を始めた三越の中元商品に取り入れた。

そごう・西武はネット通販サイト「e.デパート」で6月30日までに中元商品を注文

新規顧客を開拓

すると、定価から5〜15%割引引くサービスを始める。ネット販売だけで前年より1割多い売り上げを目指す。

高島屋はカタログをスマホで読み取ると、ネット通販サイトに移行するアプリを導入する。ネット上で探し直す手間を省く。自宅でゆっくり選び、そのまま配送手配ができるサービスも拡充し、前年比26%増の売り上げを見込む。

日本のアパレル雑貨

2017.5.17

海外小売りに販路拡大

事業者向け電子商取引サイト運営のラクーンは日本のアパレル・雑貨メーカーの商品を海外小売店向けに売り込む。8月をメドに英語版サイトを立ち上げ、約45万点の日本商品を紹介、海外事業者からの注文を受け付ける。中国や東南アジア

事業者向け電子商取引サイト運営のラクーンは日本

ラクーンが紹介サイト

代金回収なども代行

機能を導入する。メーカー側は特別な対応なしで海外販売に乗り出せる。メーカーの海外市場開拓の需要を取り込み、数年内に商品点数を200万〜300万点に増やす。

物流代行のディーエムエスと組んで埼玉県に専用倉庫を設け、商品の検品・梱包から輸出手続き、代金回収までを代行する。

東電、「Tポイント」導入

コンビニで契約手続きも

2011.5.17

東京電力はカルチュア

・コンビニエンス・クラブ(CCC)と提携し、共通ポイント「Tポイント」を導入する。電気料金の支払いに対してポイントを付与するほか、コンビニエンスストアなどで契約申し込みを受け付けることも検討する。2016年4月からの一般家庭向けの電力小売り自由化を控え、顧客に対する訴求力を高める。

16年1月から順次、顧

客に対してTポイントを

付与する。電気料金の支払いに加え、省エネなどを促すサービスの会員になったり、アンケートに回答したりしてもポイントが付く。

顧客獲得に向け、Tポイントの加盟店網も活用する。例えば、ファミリーマートの店頭で電気の新規契約を受け付けることも検討している。Tポイントの加盟店舗数は3月末時点で約9万4000店

に達する。

東電は電力小売りでネットバンクと提携に向けた協議を進めており、通信と電気をセットで契約するとTポイントをより多く付与することも検討している。

東電は三菱商事系のロイヤリティマーケティング(東京・渋谷)が運営する共通ポイント「Ponata(ポインタ)」も導入する。顧客はTポイントかポインタを選択できる

形になる。

電力小売りの全面自由化で、家庭向けの販売は新規事業者との競争が激しさを増す。東電はポイ

ント制の導入で既存顧客をつなぎ留めるとともに、全国に広がる加盟店網を生かして新規顧客を開拓する。

Tポイントの会員数は4月末時点で全国で約5300万人おり、うち、東京都や神奈川県など東電管内の会員数は約2600万人に達するとい

アプリ使用履歴 時系列で記録

フラッグソフト
ソフトウェア開発のF
ULLER（フラ、千
葉真柏市、渋谷修太社長）
はアプリ（応用ソフト）
の使用履歴を時系列で記
録するアプリを提供す
る。一日にSNS（交流
サイト）やゲームを何回
起動したかなどが一目で
わかる。10〜20代の若者
を中心に年内100万人
の利用を見込む。
アプリ「スマホスピタ

ル」は利用者が起動した
アプリの履歴を5分ごと
の時系列で記録する。ア
プリを「仕事効率化」「ゲ
ーム」などで分類し、ど
の分野のアプリを多く持
っているかも分析でき
る。米グーグルの基本ソ
フト（OS）「アンドロ
イド」対応のスマートフ
ォン向けで料金は無料。
フラッグはアプリの使用
状況などの分析データを
販売しており、スマホス
ピタルのデータも利用者
の同意を得た上で活用す
るといふ。

2018.5.18

動画広告でヤフーと提携

ビーバー、視聴データ解析

映像分野のクリエイターを束ね動画制作をするビーバー（東京・品川、上坂優太社長）は、ヤフーとインターネットの動画広告分野で資本・業務提携する。マーケティングに動画を活用する企業が増える中、広告商品の共同開発などで連携する。新たに人材も採用し、訴求力の高い映像づくりの体制を強化する。

ヤフーのほか、ベンチャーキャピタルのグロービス・キャピタル・パートナーズ（東京・千代田）、グリーンベンチャーズ（東

京・港）に対して第三者割当増資を実施し、合計7億円を調達する。調達資金を用いて、映像の効果分析などデータ解析に強い人材やシステム開発のエンジニアを採用。年内をめどに社員を現在の2倍の60人程度に増やす計画だ。

ビーバーでは編集者らが映像素材の受け渡しや制作の指示をオンライン上でできる独自の編集システムにより、制作コストを抑えている。

ヤフーとの提携を生かして、例えばヤフーのサ

イトで配信した動画広告の視聴データを解析し、よく見られる映像の傾向を調査する。顧客の求める効果を得やすい映像の制作につなげる考えだ。

2015.5.18

情報漏洩対策、低価格で

アイル、機能絞りサービス

シャスダックに上場するシステム開発のアイルは低コストで情報漏洩を防げる中小企業向けサービスを月内に始める。価格を約3分の1に抑え

新サービス「アラジンライブモニタ」はパソコンにソフトをインストールすると、操作した履歴をクラウドサーバーに定期的に送信する。システム

管理者はパソコンなどで端末ごとの履歴を閲覧できる。USBメモリにデータを移したり、プリンターで印刷したりした履歴も把握できる。他社のソフトでは特定の操作ができなくなる機能によって情報漏洩を防ぐことが多いが、アイルのサービスでは警告を発

するだけにしてコストを月額2500円から利用抑えた。パソコン5台までできる。

ネット通販、携帯代と合算

ソフトバンク

カード番号入力不要

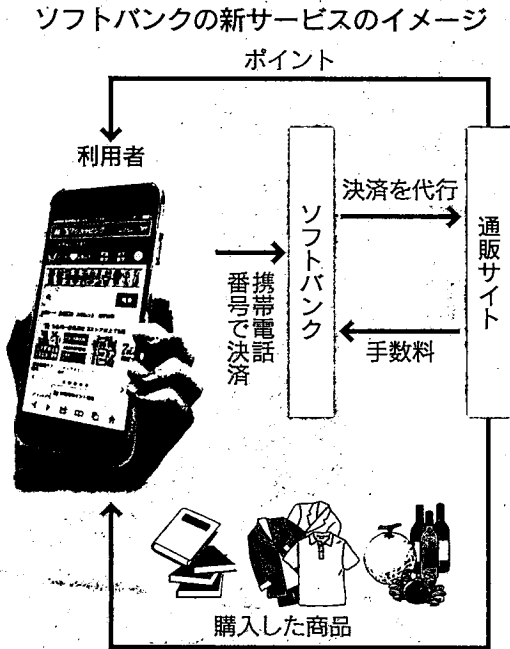
10月にも、まずヤフーで

ソフトバンクは10月にも、ネット通販の買い物代金を携帯電話料金とまとめて支払えるサービスを始める。スマートフォン(スマホ)の電話番号で認証してクレジットカードやサイトの事前登録を不要にする。まず子会社ヤフーの通販サイトで始め、グループ外に広げる。携帯電話市場は頭打ちになっており、自社のスマホの利便性を高めて契約者を囲い込む。

利用者はスマホの画面で自分の電話の暗証番号を入力すると、提携先の通販サイトで商品やサービスを買えるようになる。ソフトバンクは電話

番号で利用者の端末を認識して決済を代行する。まず「ソフトバンク」ブランドのスマホを使っている2000万人超をターゲットにする。利用動向をみて別ブランドの「ワイモバイル」契約者への拡大も検討する。利用者は会員登録をしない通販サイトでもソフトバンクと提携した

サイトなら携帯電話で代金を支払える。ネット通販では名前やクレジットカード番号など個人情報の登録をためらったり、決済時の入力の手間で購入をやめたりする利用者は多かった。パソコン経由が主流だったネット通販は、スマホの普及により、携帯端末から手軽に利用する消費者が増えている。ソフトバンクは使い勝手を高めた独自の決済サービスを提供してスマホの契約継続を促す考えだ。



毎月の決済額は年齢や契約期間に応じて上限を設ける。未成年で契約期間が短い場合は5000円(通信料含む)、成人は最大10万円(同)までとする。注文は利用者のスマホからしかできない。電話をなくした時は電話とともに決済サービスの利用も停止できる。

新サービスはヤフーのネット通販「ヤフーショッピング」ヤフーの「ショッピング」から始める。衣料品や食料品など幅広い商品を扱っており、開設備中も含めた店舗数は約28万(3月末時点)で商品数は約1億6000万になる。

ヤフーは買い物の利用額に応じ共通ポイント「Tポイント」を付けているが、新サービスでは割増付与も検討する。同社のオークション「ヤフオク」など幅広い分野を対象を広げる方針だ。ソフトバンクは利用者の買い物に際し提携した企業から手数料を得る。提携企業は新たな顧客を開拓しやすくなる。ヤフーは同社の会員登録をしていないソフトバンクの契約者を取り込み、ネット通販大手のアマゾンやヤフー(東京・目黒)や楽天を追い上げる。

日本マイクロソフトは19日、タブレット(多機能携帯端末)の新製品「サーフェス3」を6月19日から国内で販売すると発表した。高速通信サービス「LTE」に対応する機種を、マイクロソフトとしては世界で初めて投入する。「我々は挑戦者」と語る樋口泰行社長が明かした巻き返し戦略はソフトバンクモバイルとの提携。通信キャリアの力を借りたパソコン時代の巨人の勝算は。

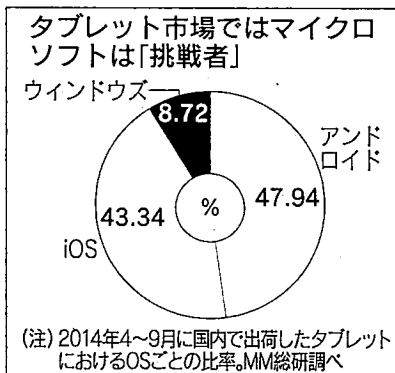
2015.5.29

タブレット販売 他力の勝算は?

日本マイクロソフト、ソフトバンクと提携



樋口社長(左)とソフトバンクモバイルの宮内社長には微妙な温度差も(19日)



新端末、携帯回線とセット

向けにLTE対応機種のそれぞれセット販売する。14年度通期は10%に達したもようだが、ゲーム、法人向けにLTE機種と無線LANモデルを(基本ソフト)にマイクログルの「アンドロイド」を用意した。ソフトバンクの「ウィンドウズ」を使うタブレットの「iOS」とモバイルは法人向けを「ズ」を使うタブレットの「iOS」とモバイルは法人向けを国内シェア(14年度上半期)は8・7%にとどま

ビジネス TODAY

樋口社長は「最も思いが強い通信会社と組もうと考えた。シェアを少なくとも2倍以上にした」と意気込む。ワイモバイルもサーフェス3専用としてスマートフォン向けの一般的な料金より2000円以上割安となる月額3696円のプランを提供する。ただ、個人ユーザーの「田舎在住の私には必ずしも芳しくない」という。発表直後からインターネット上には失望のつぶやきが広がった。不評の多くは価格設定にある。個人向けモデルの価格は8万1800円(税別)から。同じ記憶容量を持つアップルの「iPad」より3000円高い。ワイモバイルの料金プランは割安というが、24回払いの割賦で購入した場合には毎月7000円強の出費となる。安価な無線LANモデルを個人向けに用意しなかったのも批判された。回線や販売店が携帯3強のソフトバンクではなく、シェア6%程度のワイモバイルであるのも個人ユーザーの不評に輪をかけた。「田舎在住の私には必ずしも芳しくない」という。発表直後からインターネット上には失望のつぶやきが広がった。不評の多くは価格設定にある。「当

初は個人向けが中心になるが、中・長期的には法人向けが追いつくだろう(樋口社長)。19日の発表会では三井住友銀行がサーフェス3を1000台採用することをアピールした。だが、先月末にアップルと提携した日本郵政が購入するiPadは将来的に数百万台といわれるのと比べると、見劣り感はいなめない。ソフトバンクはこれまで、米アップルやグーグルのOSを搭載したタブレットを販売してきた。今回の提携について、ソフトバンクモバイルの宮内社長は「ユーザーに喜ばれるよう、幅広い商品度を漂わせた。」と微妙な温度差を漂わせた。

(竹居智久、小泉裕之)

2015.6.20

スマホで通行量調査

電通、KDDI (au)、切り出すことが可能となる。スマートフォン (スマホ) が、全地球測位システム (GPS) や携帯基地局との通信記の位置情報を使った販売促進支援で提携する。スマホの位置情報を収集して通行量を調査する。KDDI、小売店や観光施設の広告戦略などを立案する。目視やアンケートによる従来の手法では、調査を実施した場所や時間での結果しか得られないが、スマホの位置情報をター

KDDI → コロプラ → 電通

位置情報で販促支援

分析する報告書を作成。コロプラは「位置ゲー」と呼ばれる位置情報を使ったゲームの大手。利用者が実際に行った場所によってアイテムを獲得できるゲームも開発しており位置情報の解析に強みを持つ。電通は報告書に基づき小売店や観光施設に対して販促策を提案する。人の流れがあるのに顧客を獲得できていない地域に広告を打ったり集客のイベントを企画したりする。利用料は1回数百万円から。初年度は10件以上の受注を目指す。

ITで金融分野開拓

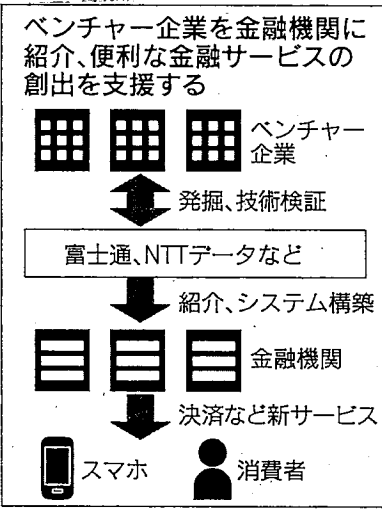
富士通新サービス創出支援

2015.5.21

富士通やNTTデータがIT（情報技術）を駆使した新たな金融サービスを提供する「フィンテック」事業に参入する。スマートフォン（スマホ）を活用した決済など最新の技術を求める金融機関に、独自技術を持ったベンチャー企業を結び付ける。富士通やNTTデータは新システムの開発や運用時に自社の受注を目指す。

NTTデータも事業

富士通はベンチャー企業立ち上げる。参加企業が30社と金融機関10社が互いの技術と経営課題、参加するコンソーシアム（連合体）を9月までに実現したいサービスなどを意見交換し、スマホで



- 便利なスマホアプリや企業の資金需要に応えるサービスが登場しそうだ
- ゲームなど遊び心を取り入れたスマホの預金アプリ
- 仮想通貨「ビットコイン」で決済ができるスマホアプリ
- 財務諸表の作成を支援する中小企業向けのクラウドサービス
- 資金を借りたい中小企業と投資家などを結びつける小口融資サービス
- 消費行動をビッグデータ分析し、リスクに応じて金利をきめ細かく設定できるカードローン

利用できる預金用のアプリなど具体的なシステム案件の検討につなげる。スマホを使ったネット決済技術などを得意とす

る国内、海外のベンチャー企業のほか、銀行や保険会社、証券会社などに参加を呼びかける。2017年までに金融機関100社、ベンチャー16

金融+技術「フィンテック」

金融（ファイナンス）と技術（テクノロジー）

という2つの言葉を組み合わせた造語。金融とIT（情報技術）を融合した技術革新を指す。スマートフォン（スマホ）関連やビッグデータ分析などに秀でたベンチャー企業の技術を生かし便利な金融サービスを創出する。単なる預金機能だけでなく、ゲームで独自の優待ポイントを獲得できるなど遊び心を取り入れたスマホ用アプリを配布し、銀行が来店者増を狙

機関のニーズに応えるベンチャーを探し出す。データベースはウェブサイトなどの情報をもとに更新しており「ビッグデータ分析」「スマホ活用」といった技術別に検索できる。海外の公的組織や大学など200以上の機関との独自のネットワークも活用する。NTTデータは探し出したベンチャー企業の技術を評価し、新サービス

の事業計画を策定して金融機関に提供する。料金は3000万円程度から。メガバンクなど大手金融機関の需要を狙う。19年までに関連事業を含め累計100億円超の売り上げを目指す。フィンテック関連の国内市場は17年に1000億円程度と、14年比3倍

うなどの使い方が想定できる。資金を借りたい中小企業と資金を運用したい投資家を結びつける小口融資サービスなど、中小企業の資金需要に柔軟に対応されるようになる可能性もある。

金融サービスはお金を扱ったために高い信頼性が求められる。IT大手が金融システムの構築経験を生かしてベンチャー企業の技術力の目利きや技術検証を担うことで、金融機関は新技術やアイデアを導入しやすくなる。

の事業計画を策定して金融機関に提供する。料金は3000万円程度から。メガバンクなど大手金融機関の需要を狙う。19年までに関連事業を含め累計100億円超の売り上げを目指す。フィンテック関連の国内市場は17年に1000億円程度と、14年比3倍

強に伸びるとみられている。三菱東京UFJ銀行が有望なアイデアを募集するコンテストを開くなど、金融機関はベンチャーの技術取り込みに意欲的だ。ただ、特定の分野で先端技術を持つ有望ベンチャーを見つけてるのは難しいことから仲介して市場拡大を後押しする。

撮影画像自動で分類

2015.5

富士フィルムが保存機器

富士フィルムは21日、を内蔵した。カテゴリー別写真を取り込み自動で分類する画像保存機器「ワングラフフォトボックス」を6月5日に発売すると発表した。今年度中に全世界で5万台の販売を目指す。スマートフォン（スマホ）の普及で写真を撮る機会が増えており需要は大きいとみている。

独自の画像解析ソフト

を内蔵した。カテゴリー別に写真を分類するほか、写真に写った人物の表情やピントなどを分析して星印で評価を付けることもできる。

店頭販売価格は税抜きで3万2500円前後を想定している。

飲食店割引とWi-Fi

2015.5.22

訪日客にセット提供

福利厚生代行のベネフィット・ワンは通信サービスで販売する。のワイヤレスゲートと組んで、訪日外国人向けに飲食店の割引と、公衆無線LAN「Wi-Fi」の利用をセットで提供するサービスを開始する。まず22日から訪日客を予定する人に台湾で販売する。1年後には東南アジアや米国などベネフィット

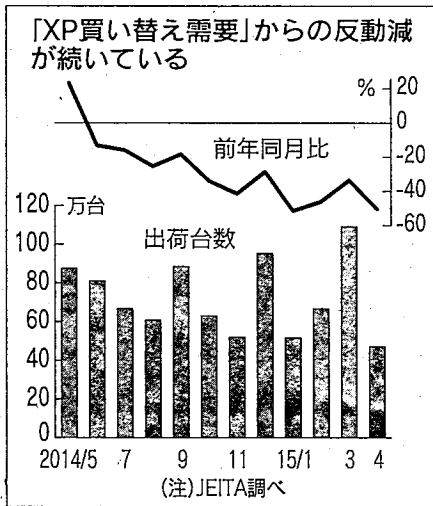
ベネフィット・ワンなど

飲食店の割引率は最大30%でベネフィット・ワンが提携する約3000店が対象。専用のアプリのクーポンを提示する。アプリで通信設定すれば、ワイヤレスゲートが提供する「Wi-Fi」のほか、高速通信の「LTE」も利用できる。台湾の訪日客が多いことからサービス開始に適していると判断した。2016年3月までに2万人の利用を見込む。

電子情報技術産業協会（JEITA）は21日、4月のパソコン国内出荷台数が前年同月比50・4%減の47万台だったと発表した。4月の出荷金額は44・8億円で、43・2%減だった。2014年6月から11カ月連続で台数、金額ともに前年実績を下回った。

14年4月に米マイクロソフトが基本ソフト（OS）「ウィンドウズXP」のサポートを終えた影響が色濃く表れた。14年5月まではXP搭載パソコンからの買い替え需要が旺盛で、出荷台数は8カ

パソコン出荷台数半減



4月、11カ月連続マイナス

月連続2桁増だったが、(65万台)も下回った。同年6月以降は一転してタイプ別では、デスクトップ型が63・9%減の10万台で、金額は57・6

「XP買い替え」反動大きく

%減の97億円。ノート型は44・9%減の37万台で、金額は37・3%減の350億円だった。出荷台数に占めるノート型の比率は78・8%で、前年同月から8%上昇した。

MM総研(東京・港)は15年4～9月期の出荷台数がXP買い替え需要の反動減継続で前年同期比18・1%減と予測する。ただ、15年10月～16年3月期には8・1%増と回復基調になる見通し。15年夏にマイクロソフトが投入予定の新OS「ウィンドウズ10」が必要を喚起するとみている。

店内タブレットで「通販」

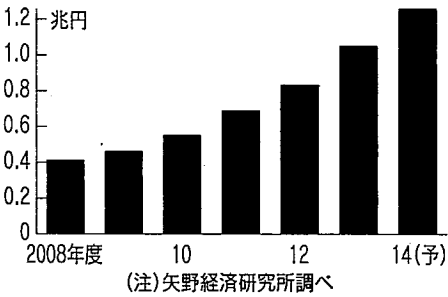
イオン、250店で1万品

小売り大手がタブレット(多機能携帯端末)を店舗で活用する新サービスを広げる。イオンは来春までに250店で売り場がない多様な家具やワインなど約1万品目を購入できるようにする。良品計画は家具を自宅に置いた様子を再現する仕組みを本格的に導入する。成長が続くインターネット通販に対抗するため、接客など店舗の強みを生かしながら、弱みである売り場の品ぞろえの限界を広げる戦略だ。

良品計画は部屋3D再現

総合スーパーを約350店舗運営するイオンリテールは家具、ペーパー用品、ワインの3つの売り場に専用のタブレットを導入する。売り場の制約で置けない商品をネットで検索でき、店員が説明しながら購入を促す。色やサイズが違つて商品や色やサイズが違つて商品や商品のネット通販で扱つて商品を含め、端末を通じて新たに1万品を購入できるように顧客のつなぎ留めなどに効果があることを、早期に全店に広げる。イオンリテールの2014年度の営業利益は前の

衣料や家具、雑貨のネット通販市場は急拡大している



専用タブレットで多様な商品を提案しネット通販に対抗。(千葉市のイオン鎌取店)

年度比9割減と苦戦した。店舗とネットの融合を集客力の回復につなげる。

ネット通販市場は10兆円を超えた。従来は店舗で確かめてから買う人が多かつた分野にもネットが浸透している。矢野経済研究所(東京・中野)

は14年度の「ファッション・インテリア・雑貨」のネット通販の売上高は1兆2614億円と前年度を2割上回ったと推定する。店舗をもつ小売業は対抗策を急ぐ。

二丁りはこのほど大型店約320店で、商品情報を検索できるタブレットを活用した接客を始めた。販売員が売り場に陳列できない商品も提案する。ほかにアウトレット品を検索できる据え置き型の設置も現在の100店から、夏ごろまでに全大型店に広げる。

端末を新しい商品提案につなげる動きもある。「無印良品」を展開する良品計画は、東京都内の2店で実験的にタブレットを導入してきたが、家具やインテリア製品を豊富にそろえる大型店を中心に数十店に広げる。来店客が持参した部屋の間取り図を3Dシミュレーターに入力し、無印の家具やカーテンなどを置いた場合の様子を画面に表示する。消費者は買う前に部屋の雰囲気想像して判断できる。

三越伊勢丹ホールディングスは伊勢丹新宿本店(東京・新宿)の婦人靴売り場で、タブレットを活用した接客を本格的に始める方針だ。端末には同店で扱つ婦人服の

写真をおらかじめ登録しておく。靴を試着した来店客をカメラで撮影し、服との組み合わせを映し出す。売り場の垣根を越えて全身の着こなしを提案し、販売力を高める。

ネットにつないだ車や家電

サイバー攻撃対策指針

政府

2015.5.24

政府は新たなサイバーセキュリティ戦略案をまとめた。自動車や家電、医療機器などの「モノ」をインターネットにつなぐIoT（インターネッ

ト・オブ・シングス）の安全対策を重視し、サイバー攻撃に備えた安全指針を各業界と協力してつく

る。必要な技術開発や実証実験に助成する方針も打ち出す。

25日に開く政府のサイバーセキュリティ戦略本部の会で示す。13年につくった現行のサイバーセキュリティ戦略を改定するもので、「モノのインターネット」と呼ばれるIoTに対応した初め

ての戦略になる。

IOTはネットの情報を使い、自動車や家電などを制御したりする。安全対策は各企業が製品に合わせて対応しており、政府は業界と連携して企業ごとの取り組みにとどまっているIoTの安全対策を指針として整備し、安全対策の底上げを

はかる。

エネルギー、自動車、医療を重点分野とし、必要な実証実験や技術開発の費用助成も検討、製品の設計・開発段階から安全対策を組み込むよう促す。指針作成により今後本格化する国際標準規格や各国での相互承認の枠組みづくりで「国際議論を主導する」とした。

情報処理推進機構などによると、医療器具の通信データが読みとられて患者や診療の情報が流出した事例や、不正操作で

自動車100台以上で盗難を防止する警報が一斉に鳴った事例があるという。IoTが急速に普及する自動車や家電、医療機器がサイバー攻撃された場合、人命にかかわる危険性もある。

戦略案には政府系ファンドの活用によってサイバーセキュリティ関連産業を支援し、専門家を育成する方針も盛り。マインバーの10月導入に合わせた地方自治体への支援や、公衆無線LANなどの安全確保策を検討

するとしている。日米サイバー対話の継続や、東南アジア諸国連合（ASEAN）各国での人材育成の支援なども盛り込む。

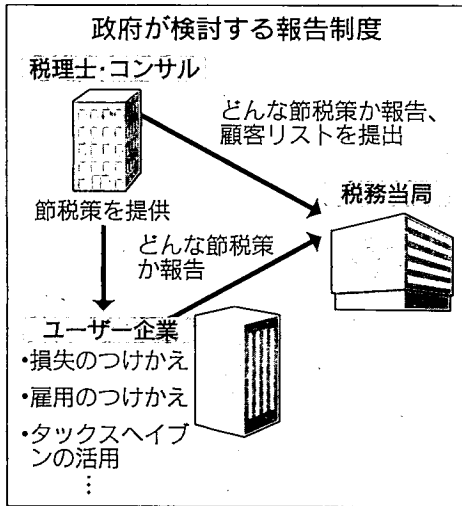
企業の節税策 報告義務

税理士・コンサルに

政府検討 税逃れ防止へ罰金も

政府は税理士に対し、企業に提供している節税策の報告を2017年度にも義務づける検討に入った。大きな税収減につながる節税を対象にし、報告を拒む場合は罰金も検討する。過度な節税へのけん制効果を見込み、税収減や企業間の不公平を和らげる。企業の租税回避の防止へ国際的な枠組みが整備されつつあることを踏まえ、米欧などと足並みをそろえる。

与党の税制改正の議論に加え、節税策の提供を経て、早ければ17年の普通国会で関連法を改正する。節税策を作る税理士やコンサルティング会社やコンサルティング会社



米英や韓国などはすでに当局への報告を義務づけている。日米欧などが加盟する経済協力開発機構(OECD)は今年9月にまとめる企業の節税への対抗策のなかで、日本などにも義務づけを呼びかける見通しだ。主要7カ国(G7)が27日から独ドレスデンで開く財務相・中央銀行総裁会議でも、企業の租税回避をどう防ぐかが主要な論点になる。

政府は今後、どんな節税策を報告の対象にするかを詰める。節税策で代表的なのがグループ会社から損失を移したり、航空機のリース費用を複数

の会社で分けたりして利益を意図的に減らす損失取引という手法だ。1年間で億円単位の損失を意図的に作り出すような節税策が報告の対象になりそうだ。節税策を提供する税理士に企業が割高な報酬を支払っている

たり、企業が提供を受けた節税策を他社に伝えないうつ守秘義務を負っていたりする場合にも報告を求める見通しだ。

1984年に各国に先駆けて報告義務を入れた米国では、年間1千万ドル(約12億円)以上の損失を出す取引などを対象にしている。カナダでは資産を取得してから4年間で美費以上の損失を出した取引などが対象だ。英国では1千万ポンド(約19億円)以上の価値の工場や機械を使ったリース取引などを対象にしている。

税理士が企業から25万円(約3千万円)を超え

る報酬を得た場合を報告対象にする米国のように、税理士の契約内容に着目する方法もある。日

本政府は先行する国々を参考に義務づけの金額基準などを設ける見通しだ。

罰金も海外を参考にすると。報告しなかった場合、米国は5万ドル、英国は最大100万ポンドを科している。

米スターバックスの英国法人によるスイスやオランダの関連会社を使った節税のように、手の込んだ節税策が世界的に増えて

いる。日本でも国税庁が関知しない節税策を使う企業が増えつつあるとみられ、報告を求めて把握できるようにする。

節税策は違法ではないが法制度をかいくぐる脱法的な手法が多く、政府は報告を受けた節税策の情報をもとに法制度を直し直す。法制度の不備が解消されれば、手の込んだ節税策を防止する効果も見込める。

就業支援、国も動く

企業への助成金、増額検討

2015.5.27 読者

厚生労働省も働く高齢者を後押しするため、65歳以上の人を雇う企業向けの助成金を増やす検討に入った。初年度で最大90万円としている助成金の額を引き上げたい考えだ。雇用の安定や技能の向上のために積み上げた雇用保険の積立金を活用

する。シルバー人材センターの規制を緩めることも検討する。シルバー人材センターは登録した人に駐車場の管理や介護の補助といった仕事を紹介している。しかし、働ける時間は週20時間ほどに限られている。

この時間の制限を緩めれば1つの職場で長く働けるようになる。受注できる仕事の種類も広がる期待がある。こうした取り組みが広がれば働く高齢者も一段と増える。長く働く人が増えて生活に一定のゆとりが生まれれば、税制の改正につ

ながるとの見方もある。年金を受け取っている人向けの税優遇は現役世代の会社員よりも手厚いとされ、見直しを求める声が多いためだ。年金の受け取り開始年齢を原則65歳から一律で引き上げる議論も課題になりそうだ。既に米国や英国など他の先進国では67〜68歳への引き上げを決定済みだ。日本は平均寿命が長いにもかかわらず、受け取り開始は65歳と先進国のなかで早い。

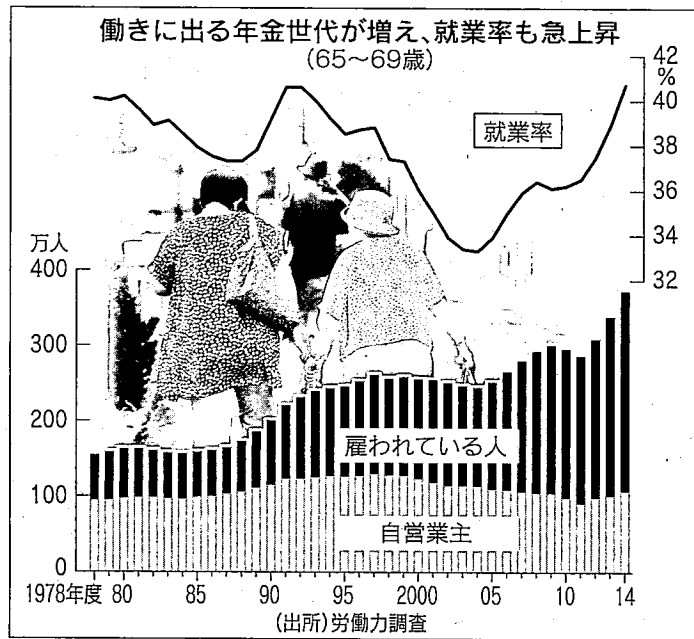
同省は日本医師会などを刺激する抜本改革の検討を本音では避けたい。参院選への影響を「盾」に不人気政策から逃げる構図は各省に共通する。

一方、自民党の財政再建に関する特命委員会（委員長・稲田朋美政調会長）は首相官邸の改革路線に近く、むしろ積極的な姿勢を打ち出す。

党行政改革推進本部（河野太郎本部長）は26日、所得や資産に応じて負担する「応能負担」の拡大を求める改革案を特命委に提示した。高齢者の医療費をめぐり75歳以上の窓口負担や、高額療養費制度で定める負担上限の引き上げなどの大胆な改革も求めた。

出席者からは「（財政健全化計画で）9・4兆円分の歳出抑制をするなら、これくらいのことはいないとけない」（中堅）と理解を示す声も相次いだ。

働く年金世代急増



60代後半5人に2人

年金をもらいながら働く人が増えている。60代後半のうち、働く人の割合を示す就業率は2014年度に40・7%と前年度を1・8ポイント上げた。5人に2人が働いている計算で39年ぶりの高さとなる。かつては働く高齢者といえば自営業主が大半だったが、今は流通・介護・製造など人手不足の業界で雇われる人が多い。働き手が増えれば、消費の押し上げや年金制度の安定にもつながりそうだ。

流通・介護…人手不足補う

総務省の労働力調査で集計した。65～69歳の就業率は1975年度以来の高さで、40%台も21年ぶりだ。男性に絞れば51%と16年ぶりに50%を超えた。女性も31%と初めて3割を超えた。働く60代後半は男女合わせて374万人と前年度より10%増えており、10年間で5割伸びた計算だ。すべての人が加入する国民年金(基礎年金)は原則65歳から受け取れる。個人の希望で受け取り開始を早めたり遅らせたりできるが、新たに年金をもらう人の99%は65歳までに受け取っている。年金と給与の両方を受け取りながら暮らす人が増えているわけだ。

消費を押し上げ
働く高齢者が増えれば、消費の押し上げ効果も大きい。現役世代よりも多く消費するためだ。経済産業省の分析では、60歳以上の人は所得の9割を消費に回している。

老後に向けて貯蓄している59歳以下では7割にとどまる。

働き方も大きく変わった。30年前は60代後半で働く人のうち6割以上が自営業主だった。中小商店や農業で収入を得て働いていた。最近は大規模小売店の拡大や農業の衰退で自営業主は3割以下まで減った。会社や団体、官公庁などに雇われてお

年金制度の支え

人手不足の企業にとつて、経験のある高齢者は大きな戦力だ。日用品卸大手のPaltacは昨年10月から、パートを含めた7400人の全社員を対象に再雇用の期間を65歳から70歳まで引き上げた。「若い人材の採用が難しくなっていることも一因(同社)という。了Fレスチルも生産現場の若手を育てるために65歳を超えた退職者を起用する制度を始めた。

介護中堅のケア21は昨年4月に定年を廃止した。意欲と体力があればずっと働ける。不動産仲介大手の東急リアルも昨年4月から再雇用の上限を65歳から70歳に引き上げた。

豊かな老後を過ごすためには生活資金の足しを得たいのが高齢者の本音だ。今年4月から公的年金は支給額を毎年1%ずつ

つ実質的に減らす仕組みが始まった。今後30年で2割目減りする見通しで、年金だけに頼って生活するには不安がある。

公的年金は「世代間の支え合い」といわれる。会社員として働き続けられれば、70歳までは厚生年金の保険料を払うため、年金制度の支え手に回る。働くことを通じて高齢者が社会保険料や税金を納めれば、年金制度や財政もより安定していく。

2015.5.27

小売店や外食店が顧客と売り場を結ぶ最新技術(テクノロジー)の導入を競っている。ネット通販の普及で、実際の店は商品を確かめるだけというシヨールミングと呼ばれる購買行動に対する危機感もあり、リアル店舗が持つ強みを探っている。

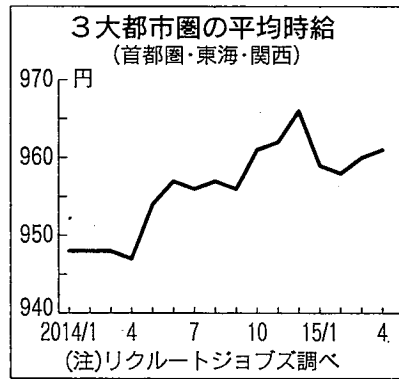
客×店

結ぶテクノロジー

▽上



商品をカゴに入れたまま一括精算できる(横浜市の「シーユー」横浜ヒブレ店)



1分のゆとり探し出せ

靴下……。レジ下のボックスに買い物がごを置くだけで精算できる。商品に付けた2秒×7・5秒のICタグのデータをまとめて読み取るからだ。

省人化で接客に人手割く

を削減するためだけでは、リアルな店の強みである丁寧な接客やサービスの充実を削ぐためだけに、単純に割り算すると、ユニクロで働く店員が1分間に生む売上高は約300円。接客の充実で販売効率はさらに高まる。

今は2000人のIT技術者を来春までに350人に増やし、データ分析を専門にする「データサイエンティスト」を育成。購買履歴と連動したサービスを充実していく。

平均時給は上昇している。リクルートジョブズによると4月の三大都市圏は961円。2006年1月の調査開始から4月としては最も高い。なかでも飲食業(フード系)の伸びが目立つ。

「これならシニアや女性でも20kgの米袋を簡単に運べる」。吉野家ホールディングスは、店で装着型ロボットを導入できると、リーマン・ショック後の日本の上昇率は平均1.6%とドイツや米国の主要先進7カ国で最も高い伸びだ。

成長市場のアジアでも人件費が上がるなか、高コスト環境に対応するための省人化技術にも目を向ける。すかいらーくは「ガスめ、磨いている省人技術」約1300店を向こう1カ月の来店客数を予測するかもしれない。

「顧客がほしいタイミングで割引クーポンを配り購入の背中を押したい。店の近くを通る潜在客まで呼び込む」

日本ケンタッキー・フライド・チキン（東京・渋谷）は7月にもスマートフォン（スマホ）の全地球測位システム（GPS）を使った販促を始める。都心なら店から数百メートル圏内に入るとアプリに割引券を自動配信する。

実店舗だけでなく、商圈を丸ごと店内として捉え顧客に接する試みだ。千場香名女DIGITAL・CRM推進室長は来年には購買履歴と来店頻度を連動し、顧客がその

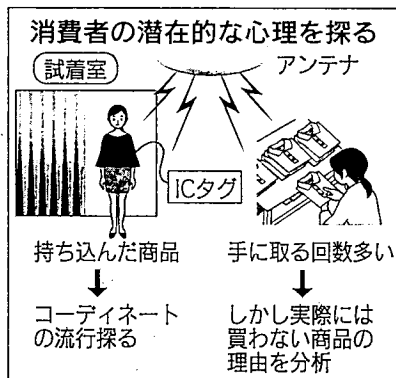
2015.5.29

▽下

客×店 結ぶテクノロジー



日本ケンタッキーはスマホアプリで店の近くにいる潜在客を呼び込む（都内店舗）



うつろうつろ心 逃さぬ目

ときに食べたくなって、ネット通販の得意技だった商品も提案。アプリで、リアルのお店でも似る。会員登録した顧客が注文から決済まで済むようになった機能をとり込むと検討にしたい」と話す。討を進める。

「ほしい」と思ったら、伊勢丹新宿本店（東京）は見えるスピード感（新宿）では、560個は見えない売り場にある

需要予測で購買意欲刺激

お薦め品を案内するなど、けた商品の移動履歴を1京・墨田）の商業施設「東京ソラマチ」。4月に洋装の心変わりが見え、消費者の心変わりが見え、「仕組み」という。データを分析すれば、向き合うのは大型液晶。手に取る回数が多いが、セレクトショップのアイで捕まえる。外食や結局買わない服」や「同小売りの店頭で需要を引商品でも並べ方で変わき出す試みが広がっている売れ方」などが分かる。試着システムだ。

事前の需要予測に加「試着に持っていた組え、来店したその場の「キみ合わせ」はコーディネート取り、3次元（3D）モチ」も推測しながら購買意欲を刺激する。買ったモノだけ把握する。POS（販売時点情報管理）データでは見えにくかった消費者心理が浮かび上がる。似たシステムは富士通フロンテックも実用化。アパレル各社を飛ばし、ICタグを付

「買わなかった商品」の裾もふわりと揺れる。これまでも出店できなかった狭い場所でもOKで「在庫は無量大」。予測を超える需要にも心え

東京スカイツリー（東 早川麗が担当しました。

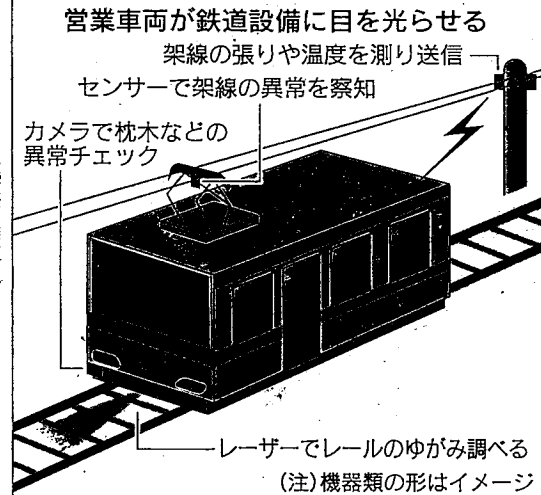
電車の運休 事前に防止

JR東、走行中に線路点検

東日本旅客鉄道(JR東日本)はビッグデータ分析を利用し、レールや架線の不具合を早期に見出す。営業運行している車両に高精度のセンサーやカメラを載せ、運転しながら膨大な情報を集めて既存データや担当者による目視と擦り合わせる。線路の異常などを日々変化するデータで把握できるようになり、将来起こりうるトラブルの芽を摘み取って、運休・遅延を減らす狙いだ。

車両に搭載したレーザーを照射してレールのゆがみや削れ具合をチェックし、データを集める。高精度カメラではレールや枕木を固定するボルトの落下や緩みを検出する。集めたデータと現場担当者の目視による検査の結果との誤差などを分析し、どんな数値が出たら修繕や補修が必要かを精査する。

ビッグデータを分析



システムも搭載する。電線と接触する車両のパンタグラフに加速度計を設置し、異常があれば警報を鳴らす。電線と支柱のつなぎ目には通信機能付きセンサーを取り付け、電線の張り具合や温度まで本格的に運用で

度のデータを、近くを走る電車を經由して修繕などを管轄するセンターに集約する。これまでレールや架線などの状況は現場担当者が目視で調べ、3カ月に1回のペースで検査用の専用車両を走らせていた。営業車両を活用できれば、運行していない夜間を修繕工事などに振り向けやすくなる。鉄橋の上やトンネル内など担当者が入りにくいエリアも把握しやすくなる。18年度までに本格的に運用で

きる体制をつくる。JR東日本では13年度、車両や設備の故障などによる列車の運休・遅延が13885件発生した。路線の相互乗り入れが増え、一つの事故が他路線への連鎖的な遅れにつながるケースも目立っている。4月には山手線の架線の支柱が倒れる事故が起きた。郡山駅(福島県郡山市)近くで架線が切れ、東北新幹線などの一時運休見合わせもあった。日々のデータを収集できれば、事故未然に防げる可能性があるという。予防体制が充実すれば、トラブルの減少につながりそうだ。

経済産業省は人工知能（AI）の普及に備え、経済や法制度への影響と課題を洗い出すための研究拠点を経済産業研究所（RIETI）内に設置

経産省

する。今夏以降、国内だけでなく海外からも研究者を募集し、アジアにおけるAI研究の拠点に育てることを目指す。29日に開く産業競争力会議で計画を発表する。

2015.5.29

人工知能普及へ研究拠点

経済・法制度への影響調査

AIの普及をめぐって、こうした課題を
は、人手不足の緩和や生産性の向上が期待される一方で、人間の仕事が奪われるのではないかと懸念が出ている。米
では裁判で大量の証拠選別する作業にAIが導入され、弁護士の仕事を一部代替している。
法制度面でも、AIで動く自動運転車が事故を起こした場合、誰が賠償責任を負うかが明確でないなどの課題が指摘され「AIと倫理」も候補だ。

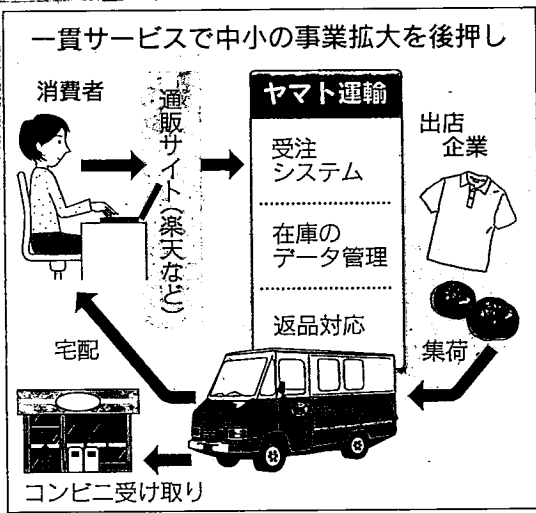
AIの普及をめぐって、こうした課題を
は、人手不足の緩和や生産性の向上が期待される一方で、人間の仕事が奪われるのではないかと懸念が出ている。米
では裁判で大量の証拠選別する作業にAIが導入され、弁護士の仕事を一部代替している。
法制度面でも、AIで動く自動運転車が事故を起こした場合、誰が賠償責任を負うかが明確でないなどの課題が指摘され「AIと倫理」も候補だ。

即日配送 ヤマトが提供

中小ネット通販向け

ヤマト運輸は6月から個人商店や中小企業向けにインターネット通販の支援サービスを始め、通販サイトに出店する事業者の受注管理から商品の集荷・配送まで一貫して提供する。ヤマトの全国配送網を利用することで、以前では難しかった即日配達やコンビニエンスストアでの受け取りもできるようになる。中小のサービス向上で消費者の利便性が高まると同時に、13兆円を超えるネット通販市場の裾野が広がりを待た。

コンビニ受け取り可能



雑貨や食品などを扱うことのできる多くの中小の事業者は楽天やアマゾンジャパン(東京・目黒)といった大手の通販サイトに出店するほか、自社の通販サイトでも商品を販売している。ただ、いずれの場合も限られた人員で受注管理や発送作業をこなす必要もあり手間がかかる。消費者が注文してから商品が手元に届くまで2〜3日かかる例も多い。ヤマトの新サービスで

はこうした手間を軽減して即日届けることもでき、首都圏内などの配達もできる。ヤマトのグループ

企業に在庫管理を委託するサービスもあり、即日配達の対象エリアを広げられる。

ヤマトは中小の事業者がネット通販をする際に必要な受注データや配送履歴などを管理するIT(情報技術)システムを提供。事業者はアマゾンなど複数の大手サイトや自社のサイトで別々に処理していた受注や配送の管理業務を一本化できる。ヤマトの配送網に即座に乗せることで配達に要する時間を短縮する。コスト削減にもつながり、ヤマトの試算では事業者の作業に必要な人件費を3割削減できるといふ。

ヤマトは国内でネット通販を手がける事業者が約20万あると見ている。2016年までに1万5000事業者の利用をめざす。宅配便の集配担当者のほか、グループのIT企業の営業担当者ら約6万人が顧客となる事業者を開拓する。中小では体力に乏しい事業者もあるため、初期費用なしでシステムを利用できるようにして導入を促す。配送量に応じて料金を設定することで事

業の拡大にあわせて使いやすくする。野村総合研究所によると14年度で約13兆円だった国内の電子商取引市場が18年度には20兆円超に膨らむ見通し。ヤマトは、事業者数では大半を占め、伸びが見込まれる中小の成長を後押しして宅配需要の拡大を狙う。

ヤマトは宅配便市場でシェア4割強の最大手だが、日本郵便などライバルの攻勢は激しい。大手通販サイトの商品配達値引き圧力が強いこともあり、中小事業者を囲い込み採算を確保する。

2015.5.30

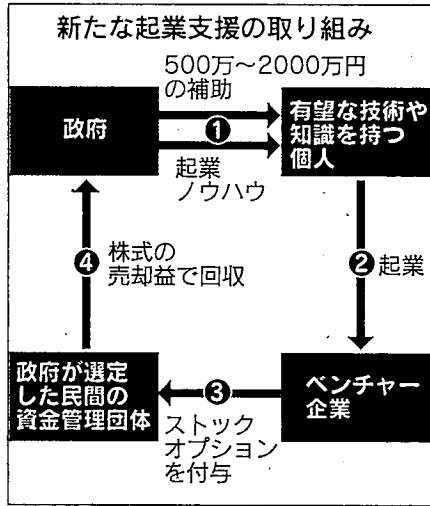
起業支援最大2000万円に

政府自社株で返済可能

政府は6月末にまとめる成長戦略の柱としてベンチャー企業への支援策の拡充を打ち出す。有望なIT（情報技術）技能を持つ個人への起業支援金を現在の300万円程度から最大2000万円に引き上げ、ストックオプション（株式購入権）も3面きょうのことはIIでの資金返済も認める。企業がインターネット経由で小口資金を集める「クラウドファンディング」を普及させるための環境も整える。会社員などの起業を促し経済の活性化につなげる。

成長戦略 IT分野の目玉に

安倍政権は6月末の成長戦略にベンチャー企業の活性化、短期間で成長できる土壌を長戦略で、観光や働き方改革、女性の活躍ととも重要な柱と位置づけが、成長押し上げには不可欠との判断からだ。



IT分野の目玉として独立行政法人の情報処理推進機構（IPA）を通じた支援金を2016年春から500万~2000万円に大幅に増やす。ロボットや自動運転などの分野で起業をめざす有望な学生や会社員の起業を後押しする狙いだ。起業時には国が株式購入権を取得し将来、企業

価値が高まれば利益を得る仕組みも設ける。これまで利益が出たら現金で返済を求めていたが創業間もない企業は資金が不足しがちなことに配慮。実質的に株式購入権での返還を認め個人が新事業に挑戦しやすくなる。

事業が成功して企業が株式公開すれば国は株式購入権行使して株式を取得し、市場で売って差益を得られる。株式公開前でも買い手が現れば株式を売って利益を得ることが可能だ。起業にはリスクが伴い支援金が失

われる可能性は高いが、この仕組みで国の損失はある程度、減らせる。

政府は00年にIT分野で有望な若者を支援する仕組みを開始。これまで

約16000人を支援し、ニュースアプリ運営のGunosy（グノシー）の福島良典最高経営責任者（CEO）、ロボット開発者の吉崎航氏などの成功を後押ししてきた。

ただ日本のベンチャー企業への投資件数は米国の10分の1以下。技術があっても資金不足などで成長が足踏みする企業も多いため支援策を手厚くする。

併せて政府は海外のベンチャーキャピタル（VC）と共同で新興企業に

事業資金の85%を拠出する仕組みも設ける。国外資金の誘い水とするとともにベンチャー企業の海外展開にもつなげる。

一方、ネット上で不特定多数から小口の資金を集めるクラウドファンディングでは、運営業者への監視を強める。従来は融資が主体だったが、金融庁は5月に投資の対価として株式を受け取る制度を新設しており、個人投資家が安心してお金を出せるようになる。

制度普及のため金融庁は6月下旬から全国約10地域でベンチャー企業、地元経済界、地域金融機関を集めた協議会も設ける。企業の資金ニーズを聞き取るほか、成功例も紹介し、クラウドファンディングの活用を促す。

29社、動画配信サイト

米大手の日本進出に備え

邦画・洋画・放送が連携

東宝や東映など国内映画大手とウォルト・ディズニー・ジャパンをはじめとする洋画大手、在京民放など29社は今秋に共同で、動画配信サービスを始める。日本映画製作者連盟（映連）などが29日発表した。新設するインターネットサイトを通じ、新作映画などを有料で配信する。同時に米動画配信大手ネットフリックスが日本に進出する予定。サイト運営で連携することで、主導権の確保を目指す。

29社は同日、任意団体の「ジャパン・コンテンツ・グループ(JCG)」を設立した。今秋に開く動画配信サイト「ポノボ」に各社がコンテンツを提供し、今後は、音楽やアニメの制作会社にも参加を呼びかける。当初は映画から配信を始め、ドラマやバラエティーなどテレビ番組にも広げていきたい考えだ。

NTTドコモ子会社のシステムを利用し、スマホ

主な動画配信サービス		
名称	会員数	月額料金(税別)
	概要	
ネットフリックス	6200万人	1000円前後
	世界最大のサイト。視聴者の興味に合わせ作品を推薦する機能もある	
dTV	447万人	500円
	NTTドコモとエイベックス通信放送が共同運営。オリジナルドラマも用意	
Hulu(フールー)	100万人	933円
	日本テレビ放送網が米社の日本事業を買収。映画やドラマなど2万本を提供	
FOD(フジテレビオンデマンド)	非公表	都度課金
	フジテレビのドラマや、漫画などが楽しめる。フールーと作品を相互供給	

るし、10円だっという」と話した。作品数は「すべての映画があるのが理想」として、新作を含め豊富なラインアップをそろえる考えを示した。

映画の新作は一般に劇場公開が終わってからネット配信される。新設サイトでは、各社の判断によるものの自宅でも新作

が楽しめるようになるという。既存の動画配信サイトが取り扱っていない過去の名作も対象に含まれる可能性がある。

動画配信サービスを巡っては、今秋にネットフリックスが日本に上陸する。同社は世界50カ国で展開し、6200万人の視聴者を抱える。月額1000円程度で作品が見放題になる低価格の料金体系が特徴だ。ネットフリックスでしか見られないオリジナル作品も自社で制作している。

コンテンツ制作者は作品ごとに配信事業者と契約するのが一般的。ネット展開はこれまで「配信事業者任せ、努力してこなかった」(岡田会長)が、ネットフリックス進出で定額制サービスが普及すれば、配信事業者の影響力が強まり、コンテンツ販売の価格交渉などで主導権を握られる恐れがある。自ら自由に配信できる手段を持ち、配信事業者に対する交渉力を保つ狙いもあるとみられる。

タブレットで

「電子」小テスト

大日本印刷など

大日本印刷は日本マイ

クソフトと組み、学校

での紙を使った小テスト

やドリルを電子化する。

課題を文書作成ソフトの

「ワード」に変換するシ

ステムを開発し、児童や

生徒がタブレット（多機

能携帯端末）で学習でき

る環境を整える。201

8年までに、1万校での

電子化実施を目指す。

6月から、東京都や京

都府などの自治体や学校

で実証研究する。例えば、

都内の小学校では、5年

生向けの算数教材を中心

に1千ページ分を独自開

発のシステムでワードに

変換する。電子化の際、

回答形式や配点なども同

時に登録し、採点の手間

を軽減できる。回答が選

択式の場合、教師が児童

・生徒のタブレットから

回答を集めると、即座に

採点できるという。

米グーグルが28日、スマートフォン(スマホ)など携帯端末向けに検索機能などを高めた次期基本ソフト(OS)「アンドロイドM」を公開した。ベンチャー企業だったアンドロイド社の買収から10年。スマホOSで圧倒的シェアを握り、独走状態の中で投入する新OSには、先行きに見え隠れする不安を払拭したいとの思いも託されている。

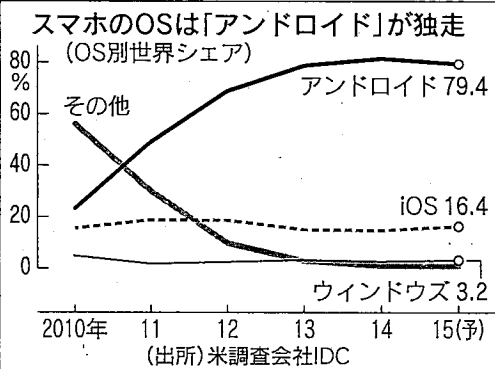
次期OSについて説明するグーグルのピチャイ上級副社長(28日、サンフランシスコ)

android



スマホ独走 迫る影

グーグル次期OS発表



アンドロイドの存在感は断トツだ。「昨年、世界で出荷されたスマホの10台に8台はアンドロイドが搭載されていた」。サンフランシスコで開いた開発者向け会議でグーグルのスタンガール・ピチャイ上級副社長は約6千人を前に胸を張った。

新OSの売り物の一つが「ナウ・オン・タップ」。人工知能を使って利用者がそのとき必要としている情報を提供する検索・情報サービス「グーグルナウ」の新機能だ。

「このアーティストの本名は?」。デモでは担当者が使い方を披露。スマホで音楽を聴いている最中に音声で尋ねると、再生中の曲を分析して答えてみせた。スマホ画面

中国伸び鈍化・アップル攻勢



- 「アンドロイドM」の主な特徴
- 人工知能を活用した検索・情報サービス「グーグルナウ」に新機能「ナウ・オン・タップ」を追加
 - 新決済サービス「アンドロイドペイ」に対応
 - 指紋認証機能を搭載。端末のロック解除やアンドロイドペイによる支払いが可能に
 - アプリごとに提供する個人情報情報を管理できる機能を拡充

で読んでいるメールの文面を分析して関連情報を提示することもできる。端末メーカーに無償提供しているアンドロイドは、新興国向けの100以下入門機種から韓国サムスン電子の「ギャラクシーS6」のような高級機種まで幅広く採用されているのが強みだ。高価格帯に特化した米アップルの「iOS」や、パソコンからスマホへの移行が遅れた米マイクロソフトの「Windows」を大きく引き離す。

ただ勢いにやや陰りもみえる。1〜3月の中国増と世界全体(11・3%増)を下回る予想する。アップルの攻勢も目立つ。大画面の「iPhone6」が人気で、中国で1〜3月にサムスンを超え端末シェア首位に立った。アップルのiOSは米国でも同時期にシェアを伸ばし、首位アンドロイドに肉薄している。

マイクロソフトも今夏に提供を始める次期OS「Windows10」を反攻の起点にする。基本機能を無料にした業務ソフト「オフィス」や無料通話ソフト「スカイプ」などをアンドロイド端末に標準搭載してもらい、モ

バイル広告などで稼ぐし、たまたかな一面もみせる。中長期的な影響が懸念されるのは欧州の独占禁止法違反問題だ。欧州委員会は4月、アンドロイドを巡るグーグルのビジネス慣行がEU競争法(独禁法)に違反する可能性があると正式な調査開始を発表した。規制当局の目を常に意識せざるを得ない状況が長く続けば、社員が萎縮し、イノベーションの停滞を

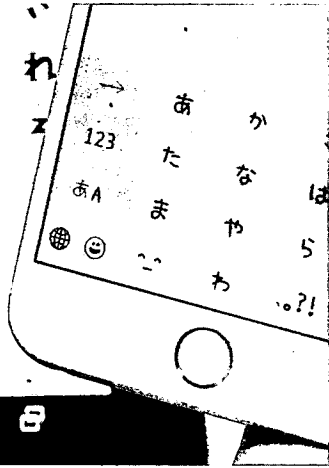
招きかねない。グーグルは昨年の開発者会議で、テレビや自動車、腕時計型ウェアラブル端末など幅広い機器のプラットフォームとしてアンドロイドを広げる戦略を打ち出した。だが、アップルに先んじた腕時計型端末の販売は総じて低調で、アンドロイド端末と車載情報システムを連携した「アンドロイド・オート」対応の自動車の発売も遅れ気味だ。

開発者会議に姿を見せたラリー・ペイジ最高経営責任者(CEO)は「アンドロイドが電話で普及するのに9年かかった。時間がかかるのは織り込み済みだ」と語ったが、ライバルが待ってくれるわけではない。外部の開発者や利用者の期待にどう応え続けていくか。アンドロイドの成長戦略も更新が求められている。(シリコンバレー 小山義也)

交流サイト(SNS)の普及に伴って、若者や女性の間で好みのフォント(書体の形)を作り、共有する動きが広がっている。「友達にメッセージを送る時は丸みのある文字で柔らかさを出す」など、状況や相手によってフォントを使い分けている。気持ちを直接書くより、フォントで伝えたいネットユーザーの微妙な心理をくみ取ったアプリが人気を集めている。

「同じ内容」でも、より自分の気持ちが伝わる気がする」と話す都内在住の20代女性が使っているのは、iPhone(Aيفون)向けアプリ「DECKOKEY」だ。アプリ開発のクオン(東

フォントの心伝えたい



「DECKOKEY」でフォントを変更したキーボード画面と「絶対フォント感」のゲーム画面

フォントを使えたり、背景の画像を変えたりできる。好みのキーボード画面を作ったら、「ギャラリー」と呼ぶコミュニケーションサイトで公開できる。

「絶対フォント感」をこのほど発売した。画面に並んだフォントの中から、1つだけ他と異なるデザインのフォントを探し当てる。ユーザーの利便性を高めるため、他の利便性を探し当てる。ゲームアプリの利用者は、自分の作品があれば、自分のキーボードに反映することも可能だ。アプリは無料で、主に10〜20代が利用している。

「絶対フォント感」をこのほど発売した。画面に並んだフォントの中から、1つだけ他と異なるデザインのフォントを探し当てる。ユーザーの利便性を高めるため、他の利便性を探し当てる。ゲームアプリの利用者は、自分の作品があれば、自分のキーボードに反映することも可能だ。アプリは無料で、主に10〜20代が利用している。

2015.5.30



お気に入り、アプリで共有

フォントをデザインする仕事への関心も高まっている。フォント開発大手のイワタ(東京・千代田)が最近、書体デザイナーを募集したところ、複数人の学生が集まった。これまでは数年に1人程度だったという。懐かしいフォントを探す動きでは昨年末、デザイナーに長年読み継がれてきた1934年発行の文字集が「新装復刻版 現代図案文字大集成」(青幻舎)として出版された。

インターネットがコミュニケーションの主な手段に定着するなか、フォントや絵文字に気持ちを込めるユーザーは今後も広がりそう(随時掲載)