

家計支出における電子マネー

9月30日、平成26年全国消費実態調査(総務省)の単身世帯の家計収支及び貯蓄・負債に関する結果が公表された。同調査は5年ごとに実施されており、家計の支出状況についての大規模調査となっている。今回公表されたなかでいくつか注目する結果があった。

購入形態別の支出構造では、「現金」が84.9%を占めて最も高いが、「クレジットカード、月賦、掛買い(以下、クレジットカード等)」が13.7%、「電子マネー」が1.4%となっている。5年前と比較すると「現金」が減少する一方、「クレジットカード等」と「電子マネー」はすべての費目で支出額が増加し、支出割合も上昇した。

さらに、「電子マネー」について品目別に支出割合をみると、男女ともにバス代(男性34.2%、女性28.6%)が最も高く、次いで鉄道運賃(男性15.4%、女性18.2%)などとなっている。また、3位以下では、調理パンやおにぎり、魚肉練製品など食料品が並ぶ。

電子マネーは1990年代後半から一般消費者でも利用できるようになったが、現在ではSuicaやPASMO、TOICA、ICOCA(いずれも交通系)、WAONやnanaco(いずれも流通系)、楽天Edy(独立系)などさまざまな種類があり、利用用途も広がりを見せている。

日本銀行が公表している決済動向から電子マネーに関する項目をみると、2014年の決済件数は40億4,000万件(前年比22.6%、7億4,600万件増)、決済金額は4兆140億円(同28.0%、8,785億円増)であった(ただし、交通系については、乗車や乗車券購入に利用されたものは含まれていない)。また、1件当たり決済金額は994円であり、少額の買い物の決済に電子マネーが利用されている状況が浮き彫りとなっている。

単身世帯の購入形態割合でみると8割超が「現金」で決済していることから、日本ではまだまだ現金を好む人が多いといえる。しかし、そのような中でも、電子マネーは「手軽、お釣りがない、いつでも利用できる」などといった便利さから普及してきたが、その勢いは依然として続いているといえる。利用用途を拡大しながら毎年3割近い増加率を示している電子マネーは、さまざまな新しいビジネス機会を生み出していくことになるのであろう。

(撞球者)

マイナンバー制度への警鐘

バイクではなく車に乗る仮面ライダー「仮面ライダードライブ」のテレビ番組が先月エンディングを迎えたが、話も終盤を迎え悪役の天才科学者がたくらむ真の目的が明らかになった場面で、驚いた。彼の目的は、全人類をデータ化しナンバリングしたうえで支配することであったのだ。これは今月より通知が開始されるマイナンバー制度への皮肉、いや警鐘を鳴らすものであったと、私自身は受け取った。仮面ライダーの活躍により全人類ナンバリング計画は阻止されたが、現実のマンナンバー制度は来年1月の利用開始を控え、待ったなしの状態にある。

そんなある日、国が実施したシステム関連のニュースを目にして、一抹の不安がよぎった。メタボ健診に関連するシステムに不備があったというものだ。厚生労働省は6年ほど前にメタボ健診の効果を検証するため28億円を投じて、「健診データ」と「医療機関のレセプトデータ」を蓄積するデータベースを構築したが、被保険者証等記号の入力方法が「全角」「半角」で異なるため、双方のデータの大半がマッチングできず当初の目的の効果検証ができていないというものだ。システムの仕様を決める段階でなぜ気付かなかったのか、納品前のテスト段階でなぜ判明しなかったのか、と疑問が浮かぶ。国家プロジェクトでそのような初歩的なミスが起こり得るものと呆れたが、新国立競技場の建設費用しかり、財源が他人のお金(税金)だと作り手の意識は緩みがちになるものなのだろう。

年金情報の大量流出問題が記憶に新しいところだが、個人情報の流出など、マイナンバー制度運用に伴いセキュリティー面への不安が拭えない。年金情報やメタボ健診システムの二の舞にならぬよう万全の体制を構築し、制度の運用に臨んでほしいと切に願う。5月に弊社で発表した「マイナンバー制度に対する企業の意識調査」では、コスト負担は1社平均109万円を想定しているとの結果がでており、事業者にとってはコスト負担が重くのしかかる。しかし、自社の社員情報がいったん流出してしまえば取り返しのつかないことになりかねない。自分たちで粛々と準備を進め着実に運用することが、自社のリスクを軽減し後々の利益につながっていくことになるはずだ。

(星月)

どう考える？新国立競技場問題

19 世紀、かつて現在のドイツ南部で栄えたバイエルン王国に、ルートヴィヒ 2 世という国王がいた。彼は芸術をこよなく愛しており、かねてよりの悲願だった「理想の城」を推し進めていたが、このために王室が乱発した公債は、ついには王国の財政を逼迫してしまった。そうして建てられた城のひとつが、かの有名な白亜の城、「ノイシュバンシュタイン城」である。

さて、その 19 世紀から 2 世紀の時代と場所を越え、この「ノイシュバンシュタイン城」のような問題を抱える国がある。2020 年のオリンピック開催を間近に控え、新国立競技場建設問題に揺れる我が国がそうだ。当初決定したザハ・ハディド氏の案は、当初想定していた予算を大きく超えて 2500 億円まで膨れ上がり、物議を醸したことは記憶に新しい。

しかしこのザハ氏案は、新国立競技場のデザインを決める国際コンペの選考会委員長を務めた安藤氏の言葉を借りるならば、まさに「ダイナミックで流線型で斬新、そしてシンボリック」の一言に尽きる。これが東京五輪のメインスタジアムとしてふさわしいものであったかどうかは別としても、見る者に強烈なインパクトを与えるには十分すぎるものであっただろう。

恐らく、これがかつての「バブル期」の日本であれば、どれだけ建設費が嵩もうとも、東京五輪の「シンボル」として、この美しいスタジアムの実現に向け、総力を挙げて建設したかもしれない。しかし、建築家が思い描いた、東京五輪の「象徴」として美しいスタジアムを建てるメリットより、この「ハコモノ」にかかる建設費や、莫大な維持管理費などのデメリットが大きいと国民の多くが感じたからこそ、世論はザハ氏案に「NO」を突きつけたのだ。

建築物は、時として人を魅了し、感動させる「偉大な建築物」となる。それはかつて為政者の権力や財力を示すものであり、あるいは国威発揚のためでもなった。そのなかには、大きな犠牲を払いながらも、後々にそれが大きな「観光資源」となって成功した、ノイシュバンシュタイン城の例も含むだろう。新国立競技場が“カネ”だけがかかるハコモノなのか、後世に語り継がれる“美しい建築”なのか、今はまだわからない。もちろん、費用対効果をしっかりと考え、懐事情や工期も加味して判断することは重要だが、実に 56 年ぶりとなる我が国悲願のオリンピック開催である。コスト削減重視が謳われる昨今ではあるが、「おもてなし」の心を第一に、代表選手が世界最高峰の競技ができる環境整備こそ、我が国が持てる技術の粋を結集して進めてもらいたいものだ。

(氷菓)

引き算の戦略

先日自宅パソコンのOSをアップグレードしたところ、とたんにそれまで快適に使用していたインターネットやソフトウェアの動作が重くなり、著しく不都合をきたした。2年落ちのパソコンで動かすのは厳しいようだ。慌てて元のOSにダウングレードしたが、一度パソコンを初期化して再度OSをインストールするなど、非常に手間が掛かった。

年々性能がアップしているにも関わらず、パソコンの動きは常に遅く、Webサイトは常に重い。ソフトウェアやWebの機能拡大といたちごっこになっているためであるが、結果としてユーザーの使い勝手はまったく向上していないように感じる。

改めて見てみると、オフィスソフトには文書作成に関係のないアニメーション機能などが追加されており、Webサイト上には見るつもりのない動画が勝手に表示されている。試しにオフィスソフトのおせっかい機能をOFFにし、Webブラウザのアドオン等をできる限り無効にしたところ、快適度はかなり向上した。

過剰な機能・品質・サービスがかえって利便性を損なっている事例は、様々な分野で見受けられる。もう少しレベルを落としても良いので価格を下げしてほしいと感じる製品・サービスも少なくない。

背景には作り手側の「品質は高いほど、機能は多いほど良い」という足し算の発想や、エンドユーザーよりも自社の営業上の都合や同業他社を気にしてしまう体質があるように思う。その結果、商品・サービスは横並びとなり、ユーザーに刺さるものが少なくなった。

そのような世相を反映してか、近頃「引き算の戦略」、「引き算のマーケティング」といった言葉をよく目にする。ターゲットを絞り、あえて機能を減らす戦略が注目されているのだ。

しかし、同業他社があればこれもと付け足すことで顧客を引き留めようとする中、自社だけ引き算の戦略を取るには勇気がいりそうだ。また大きな組織が会議により意思決定する場合には、大勢の意見が入り込み、どうしても足し算の発想になってしまう。世にあるシンプルで斬新な製品・サービスの開発物語を聞くと、裏にはビジョンあるリーダーの決断があることが多い。

そのように考えると、引き算の戦略は、経営資源は限られるが経営者のリーダーシップが発揮されやすい中小企業と相性が良いのかもしれない。

(K. H)