

なんでも アナリストの つぶやき

改めてSNSの底力を感じる

森田アソシエイツ 代表
ワールド ゴールド カウンシル 顧問
MSクレジットリサーチ 取締役・評価委員会議長
森田隆大

昨

今、SNSの魅力や影響力に
ついて語り尽くされた感が
あるが、知恵の絞り方次第でまだ
まだその可能性に広がりがあるこ
とを意識させられた。

今年の旧正月前、資産ベースで世
界最大の銀行である中国工商銀行を
パートナーに、中国の大手IT企業
テンセントは、傘下のWeChatが提
供する無料インスタントメッセージ
アプリ上で少額の金(ゴールド)取引を
行えるサービス「WeChat微黄金」
を導入した。さらに、付加サービ
スとして、購入した金をアプリケー
ション上で簡単に第三者に贈与でき
るしくみを導入した。

WeChatの利用者は、全世界で約
12億人、中国で約8億人といわれ
ている。「WeChat微黄金」の最小取
引単位は0.001g(現在価格で5円
弱)であり、購入時に手数料はかか
らない。売却時の手数料は0.5%
である。「WeChat微黄金」のほか、
「Alibaba Gold Saver(蚂蚁金服存金宝)」、
「Gold Wallet(黄金钱包)」なども同
様のサービスを打ち出している。両
社の最小取引単位はともに1元(約
17円)である。こうしたSNSプラッ
トフォームを介した金取引は、現在

までに100トン相当金額まで積み
上がっていると、中国の業界関係者
は推測する。

SNS取引の導入は、金業界
に二つの大きな構造変化をもたらす
可能性がある。一つ目は、SNSが
生活の一部になっている若い世代と
金の距離を縮めたことである。例え
ば店舗で金を購入する場合、一般
な単位は10g刻みである。金は高価
であるため、10gの購入でも5万円
弱の資金を要し(中国の収入レベルで考
えると、10万円相当を優に超える)、若い
世代にとつて簡単に出せない金額で
ある。しかし、SNS少額金取引の
登場により、金を購入する金額上の
ハードルが取り払われた。また、日
頃使用しているSNSで金を購入で
きるだけでなく、例えば、恋人の
誕生日に自分の予算に合った金を
送ることができるアイデアは、ネッ
ト世代の感性にも合うものである。
SNS取引インフラの導入は、これ
まで金と縁が薄かった若い世代を新
しい消費者グループとして引きつけ
る力を秘めている。

SNS取引の導入は、金取引の
地理的拡大にも貢献すると思われ
る。中国には多くの宝飾品店や中

国工商銀行を含む商業銀行(主に投資
商品などが金関連商品を取り扱っ
ている。しかしながら、大手宝飾
品業者のチェーンストアも銀行の
ネットワークも、農村部でサービ
スできるまで整備されているとは
いえず、金を購入できるインフラ
が身近にない人々がいまだに多数
いる。一方、いかなる農村部であつ
ても、ほとんどの場合、携帯イン
フラは整備され、SNSの利用が普
及している。SNS金取引プラッ
トフォームの導入によって、これ
まで金を購買する意欲があつても、
地理的なハードルに制限され実際
の消費行動に移せなかった人々を
取り込める可能性がある。

SNS金取引プラットフォーム
の可能性に期待して、中国以外の
国でも新しい試みが水面下で進行
している。直近では、日本で人気
のあるSNSアプリケーションで
あるLINEが、タイにおいて、
金の積立投資サービスを開始した
と報道されている。金分野におい
ただけでなく、SNSの活用はま
だまだ広がる可能性を秘めている
のではないだろうか。

もりた・たかひろ
森田アソシエイツ代表。ファースト・シカゴ銀行を経て、1990
年にムーディーズに入社。格付委員会議長、事業会社格付部門
責任者を歴任。2016年よりワールド ゴールド カウンシル顧問。
著書に「格付けの深層」など。埼玉学園大学大学院客員教授を兼任。