I WALK

～歩いて始める資産運用～

麗澤大学　経済学部	沖名　祐一郎
〃	石川　拓実
〃	長土居　春輝
〃	金井　梨瑚

日本人の多くが、金融資産のかなりの部分を預貯金として銀行口座にため込んでいる。諸外国と比べると、その差は明らかである。預貯金の割合が高いと、超低金利のもとで、金融資産が中長期的に有効に増えていかないという問題点がある。現在の日本には、株式等への投資の割合を増やして、保有金融資産の有効活用を図っていくことが求められている。

投資の割合を増やしていくうえで、我々は若者への「投資のきっかけ作り」が大切であるものと考えた。若いうちから投資に触れるきっかけを作ることで、将来の本格的な投資家の増加が期待できる。こうしたことを踏まえて、若者にとって身近で使いやすい、今までにない新しい投資の形を提案する。

新しい投資の形。それは「歩いた分だけポイントが貯まり、そのポイントで投資を行うことができる株式投資の仕組み」である。この仕組みを我々は「I WALK」と名付けた。

I WALK は、歩いた歩数に応じてポイントが得られ、それを使って株式投資を行うことができる仕組みである。1 ポイントを 1 円換算として 1,000 ポイントが貯まると投資が可能となる。これは、少額での株式への定額投資となる。こうした定額投資のサービスを提供する証券会社と連携を行って、ポイントによる株式投資を行うことができるようにする。まず企業と提携を結んで、企業側は、対価を支払って I WALK ユーザーの消費者行動をビックデータとして受け取る。その対価がポイントの源泉になるというビジネスモデルである。

若者にとって身近なスマートフォン。そのアプリケーションを使うことに加えて、投資を始めやすい小額投資という形によって、投資へのハードルを下げる。この強みを生かして、多くの若者に利用してもらうことで、投資を始める「きっかけ」が生まれる。さらに、投資の意欲・魅力を利用者へ届けることで、ユーザーは投資に対する知識やノウハウを得ることができる。結果として、将来の本格的な投資家を育成することが期待できるのである。

I WALK は、ユーザーにとって投資を始める「きっかけ」になるというメリットがあるほかに、提携企業と証券会社にも十分なメリットがある。提携企業については、ビックデータによる消費者行動の分析が可能であるという点が大きなメリットとなる。証券会社については、定額投資を行うユーザーの口座開設の増加が期待できることがメリットとなる。まさに「Win-Win-Win」の関係性であるものといえる。このように多角的にみても、I WALK はそれぞれの当事者にとって利点があるものと言えるだろう。

歩いて始める投資への第一歩。ポイントを使って、手軽に始められる株式投資の仕組みは、日本の若者に対し、株式投資への確かなきっかけを与えることができ、日本をもっともっと元気にすることができるものと考える。

はじめに

多くの若者にとって、株式投資は決して身近な存在ではない。この事実を我々はアンケート調査を通じて、改めて再確認した。また、日本全体の家計の資産運用の方法をみても、株式、投資信託、債券による運用が行われているのは全体の 2 割以下にすぎない。超低金利の下で、預貯金の割合が過半を占める預金大国日本。預貯金という形のままでは、この先、家計が金融資産を有効に増やしていくことはできない。日本における資産運用の形を変えていくことが必要となっている。

こうした問題意識から、我々は若年層にターゲットを絞り、若者にとって魅力的な新しい株式投資の仕組みを、以下で提言していく。

1. 現状分析

（1）日本の資産運用の現状

まず、米国、英国、日本の家計金融資産の残高推移をみると、1995 年から 2015 年にかけて英国は金融資産を 2.83 倍に、また米国では 3.11 倍に増えている。これに対して日本の場合には同じ時期に 1.47 倍にしか増えておらず、他国に比べて金融資産の増え方が少ないことが分かる（図表 1）。そしてその原因として考えられるのが、今回のキーワードである「投資」である。

次に、日本と米国の個人金融資産の構成比をみる（図表 2）。日本は全体の 51.5%が預貯金となっているのに対し、米国は預貯金のウエイトは全体の 13.4%にすぎない。一方、投資の割合については、日本は株式、投資信託、債券などへの投資が 16.8%にすぎないが、米国は全体の 52.4%が投資に回っている。こうしたデータから、資産運用の構成の違いにより、家計の金融資産の増加ペースに大きな違いが出ていることが分かる。

次に、日本における年代別の金融資産保有額をみると（図表 3）、全体として圧倒的に預貯金の割合が高く、世代別にみてもどの世代でも預貯金の割合が高い。しかし、年齢層が上がっていくにつれて投資の割合が高くなるという特徴がある。すなわち、20 歳代では投資の割合は全体の 10%にも満たないが、60 歳代では約 30%が投資に向けられている。

これらのことから、全体の投資不足の中でも「若者の投資不足」が深刻な問題であることが分かる。

（2）投資に関するアンケート調査

私たちは、麗澤大学の学生への直接アンケート調査と、主に若者を対象とした「Google フォーム」を用いたインターネット上での投資に関するアンケートを実施した。アンケートの参加人数は、麗澤大学が 218 人、Google フォームが 56 人の計 274 人である。質問内容は、以下の 3 つである。1 つ目は「株式・

投資信託・債券などに投資をしたことがあるか」（図表 4)、２つ目は「投資をしない理由は何か」（図表 5)、３つ目は「今後、投資を始めてみたいと思うか」（図表 6）である。
まず、「株式・投資信託・債券などに投資をしたことがあるか」という問いに対しては、ほとんどの人（94%）が投資をしたことがないという結果となった。次にこの質問で「いいえ」と答えた人に投資をしない理由をきいてみると、「難しい」（30%)、「損をするリスクがある」（25%)、「きっかけがない」（18%）などが大きなウエイトを占めた。その中でも私たちは「きっかけがない」という項目に注目した。最後に「投資を始めてみたいと思うか」の質問では、「はい」が全体の半分以上（55%）を占め、「投資は行っていないものの、投資に関しての興味・関心は必ずしも低くない」ということが確認できた。
なお、ここで仮想通貨「ビットコイン」の取引をみると（2018 年 4 月中)、日本円での取引が世界の 60%を占めており、米ドルやユーロといった各国通貨での取引を大きく引き離している（図表 7)。しかも、若者がこうした投資を行っている。このことから、投資に対して消極的であるとみられている日本の若者も、何らかの「きっかけ」さえあれば、ビットコインといった価格が乱高下するリスクが高いものに対しても積極的に投資を行うということが分かった。
こうした分析をもとに、投資家拡大へのポイントは「手軽に始められる投資」と「投資へのきっかけ作り」であるものと考える。そしてそれを実現していくための重要なキーワードとして、若者にとって身近である「スマートフォン」と手軽に始めやすい「少額投資」に注目した。

２．韓国で流行中のアプリ「Cash Walk」とは?

私たちが発想のヒントにしたのは、韓国の若者に人気のある「Cash Walk」というアプリケーション（以下「アプリ」と言う）である。このアプリはメンバーの１人が韓国に旅行へ行った際に、現地に留学中の友人から紹介してもらったものである。このアプリは歩くことによってポイントが貯まり、貯まったポイントを提携企業のクーポンと交換できるというサービスである。100 歩で 1 ポイントが貯まり、1 日で貯められるポイントは最大 100 ポイントまでとなっている（歩数換算すると、1 万歩が上限)。ポイントは自動的に貯まる訳ではなく、アプリを開いて操作することによりポイントが蓄積される仕組みとなっている。アプリを開かずに夜中の 12 時を過ぎてしまうと、その日 1 日歩いた分のポイントは無効になる（図表 8)。このサービスを利用する流れとしては、①歩くことによってポイントを貯める、②その貯めたポイントを使って提携先企業のクーポンを入手する、③そのクーポンを様々な商品と交換する、といった順序になる。こうしたメリットに加えて、歩いた歩数や消費カロリーがチェッ

クできるため、健康促進にもつながるという利点もある。実際にこのアプリをダウンロードして、どういうお店のクーポンを発行できるのかを検証したところ、セブンイレブン、ドミノピザ、スターバックス、バーガーキングなど合わせて 30 社以上のクーポンが利用可能であることが分かった。また提携先は、飲食店以外にも化粧品や旅行関係などバラエティに富んでいる。

Cash Walk は、企業側からも大きく 2 つのメリットがある。1 つ目は「ビックデータ」による消費者行動の分析が可能となる点である。若者が毎日持ち歩いているスマートフォンの位置情報データにより、利用者がどこに行って何をしているかをビックデータとして知ることができ、それをマーケティングや商品政策に利用できる。2 つ目は「顧客の増加につながる」ことである。自社で使えるクーポンを発行することにより、どの店にどのような商品があるかを知ってもらえる機会となる。一度利用してもらえば、リピーターとなってもらえる可能性もある。このように Cash Walk は、スマートフォンの位置データを活用した新たなサービスであり、利用者にも企業側にも共にメリットがあるビジネスモデルとなっている。

3.「I WALK」～歩いて始める投資運用～

（1）「I WALK」とは

この仕組みをヒントに、私たちが提案する新しい投資の形が「I WALK」である。I WALK とは、歩いた分だけポイントが貯まり、そのポイントで株式投資を行うことができるというサービスである（図表 9）。このサービスを利用するためには、まずアプリをダウンロードしてアカウントの登録と口座の開設を行う。そうすれば、あとは歩いてポイントを貯めるだけである。たった 3 ステップのシンプルな仕組みにより利用を開始することができる。

次に、歩いて貯めるポイントの仕組みを紹介する（図表 10）。まず、230 歩を歩くと 1 ポイントを貯めることができることとする。1 日の最大ポイント取得数は 35 ポイントに設定する。これによりほぼ毎日歩くことで、1 カ月に最大約 1,000 ポイントを貯めることができる。また、1 日の最大取得ポイント数である 35 ポイントを貯めるには、約 8,000 歩を歩くことが必要となっており、歩く距離については無理のない範囲でポイント取得が可能な仕組みとしている。さらに、アプリをダウンロードしたばかりの時期には「初回ボーナス」や「ログイン・ボーナス」といった形でポイントを得やすくして投資意欲を高め、早く投資を行うことができるようにする取り組みを行うこととする。

（2）ポイントによる投資の方法

I WALK で貯めたポイントにより投資を行う方法としては、小額投資向けのスマホ証券との連携を行うこととする。こうした証券会社としては、例えば One

Tap BUY がある。同社は「1,000 円単位での株式購入」を可能としているスマホ専用の証券会社である（図表 11)。購入できる株式は、あらかじめ決められている。購入可能銘柄としては、「任天堂」「トヨタ自動車」「みずほ銀行」「楽天」「明治」など知名度の高い銘柄が多数ラインナップされており、投資の知識が少ない人でも企業を選びやすいというメリットがある。先述のとおり、I WALK のポイントは「1 ポイント 1 円換算」であるため、1,000 をポイント貯めれば、それにより 1,000 円分の株式を購入できることとする。

（3） I WALK への期待度

このように I WALK は、歩くだけでポイントを貯めることができ、そのポイントを使って簡単に知名度の高い銘柄の株式を購入することができるという仕組みである。ユーザーは、株式を保有することになるため、値上がり益を享受し、配当を受け取ることができる。こうした分かりやすいステップを踏むことにより「投資って面白い」と思うことができれば、投資の初心者であっても、投資の魅力をしっかりと感じることができるであろう（図表 12)。

我々が実施したアンケート調査の中で、I WALK の説明をした上で「I WALK を始めてみたいですか？」という質問に対しては、圧倒的多数（85%）が「はい」と回答している（図表 13)。若者が歩いて貯めたポイントで株式を買うという仕組みに対して、共感・賛同していることが分かる結果となった。また、「I WALK を始めてみたい理由」としては、「ポイントなら始めてみたい」が 40%を占め、「仕組みが楽しそう」が 31%、「きっかけになる」が 15%であった（図表 14)。このことから I WALK は独自のきっかけ作りとなり、また歩いて得たポイントにより、気楽に株式投資を始められるものとみられる。

（4）I WALK のバージョンアップ計画

I WALK については、当初は単純な仕組みで導入し、順次サービスをバージョンアップしていくことを考える。1 つ目が、「I WALK 2.0」として「現金課金」を可能にするという機能アップである（図表 15)。株式を購入するベストなタイミングというものは株価の動向によって常に変化している。そのため、I WALK を利用している際にも、ポイントが十分に貯まっていない時点で株式を購入したいというケースがありうる。そんな時にすぐに購入ができるように、ポイントに加えて一定限度内で現金課金を可能にすることを計画する。具体的には、500 ポイント以上が貯まっていれば、500 円までの現金を課金してすぐに株式の購入ができるようにする。

2 つ目は、「I WALK 3.0」として、クーポンの獲得が可能となる機能を付加する（図表 16)。株式の購入を 3 回行うと、韓国の Cash Walk と同様に、商品に交換できるクーポンが付与される仕組みを導入する。これによりユーザーには、

株式投資に向けたインセンティブ付けを図るとともに、クーポン提供企業は、消費者行動をビックデータとして受取り、事業展開に活かすことができる。

（5）ユーザー・提携企業・証券会社のメリット

I WALK のユーザーのメリットとしては、「簡単」「小額」「歩くだけ」という特徴から、投資を始めるきっかけになることが一番のメリットであるといえる。実際に投資を行い、株式を保有することによって、投資に対する知識を得て仕組みを知ることができ、投資が身近な存在となる。そしてそれは、将来的に本格的な投資家の育成にもつながることが期待される。また、日頃から意識的に歩くことにもつながるため、「健康の促進」というメリットも期待できる。

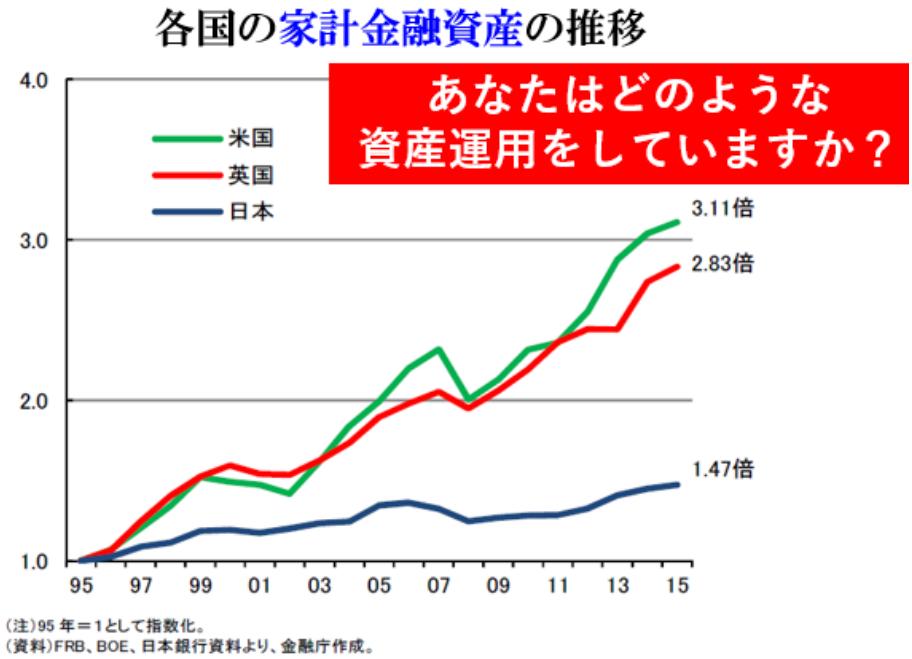
ユーザーだけではなく、提携する企業や証券会社にとっても大きなメリットがある。企業については、ビックデータによる消費者行動の分析が可能であるという点が大きなメリットとなる。また、アプリへの参加表明や自社のサービスが利用できるクーポンの発行により、宣伝効果や知名度の向上が期待できる。こうしたメリットと位置情報ビックデータを活用したビジネスモデルは、韓国の Cash Walk により実証済みである。また証券会社については定額投資を行うユーザーの口座開設の増加が期待できる。そして将来的には本格的な投資を行う投資家層の拡大につながることが期待される。まさに「Win-Win-Win」の関係性であるものといえる（図表 17）。このように、多角的にみても I WALK はそれぞれの当事者にとって利点があるものといえるだろう。

おわりに

日本では投資を行う人の数が少ない。特に若者は投資に対する知識が少ないうえに、そもそも投資を行うきっかけがない。こうした現状の改善に向けて、私達は「I WALK」を提言したい。若者にとって株式投資を始めることは敷居が高いが、歩いて得たポイントを使った投資であれば、より気軽に始められるようになる。そして実際に株式を保有して、投資についての知識やコツを学べば、投資の面白さを発見することができるのではないだろうか。それにより、未来の投資家を増やすことができ、わが国の課題である預貯金の偏重と投資不足の改善につなげることができる。

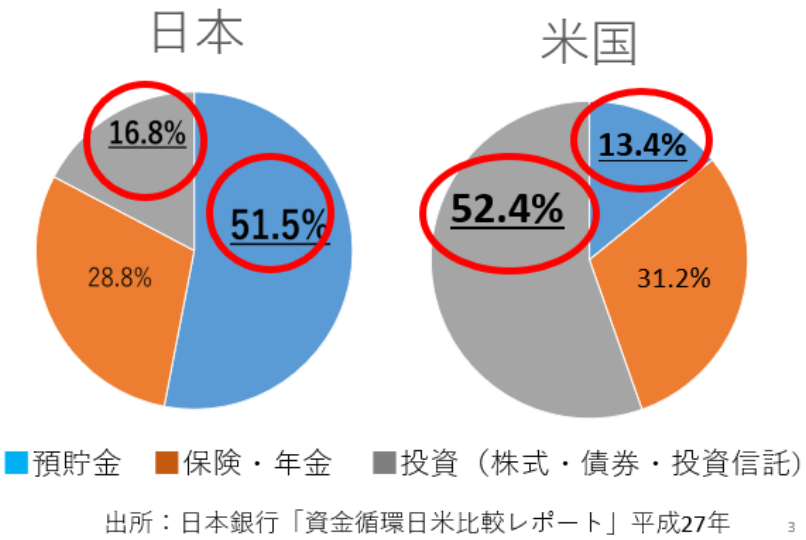
歩いて始める投資への第一歩。ポイントを使って手軽に始められる株式投資の仕組みは、日本の若者の投資への確かなきっかけ作りとなる。「Win-Win-Win」の仕組みを導入することにより、日本をもっともっと元気にすることができるのではないだろうか。このため、私達はこの「I WALK」の導入を提言する。

図表 1 各国の家計金融資産の推移



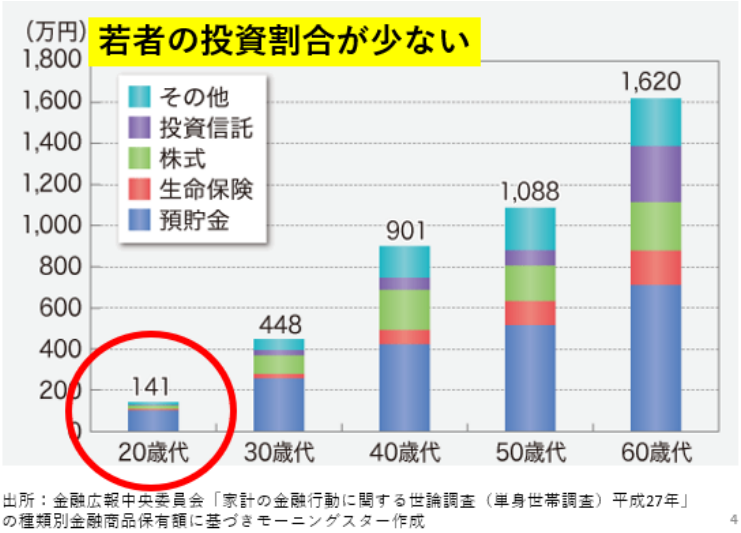
出所：日本銀行資料より、金融庁作成

図表 2 個人金融資産の構成比率



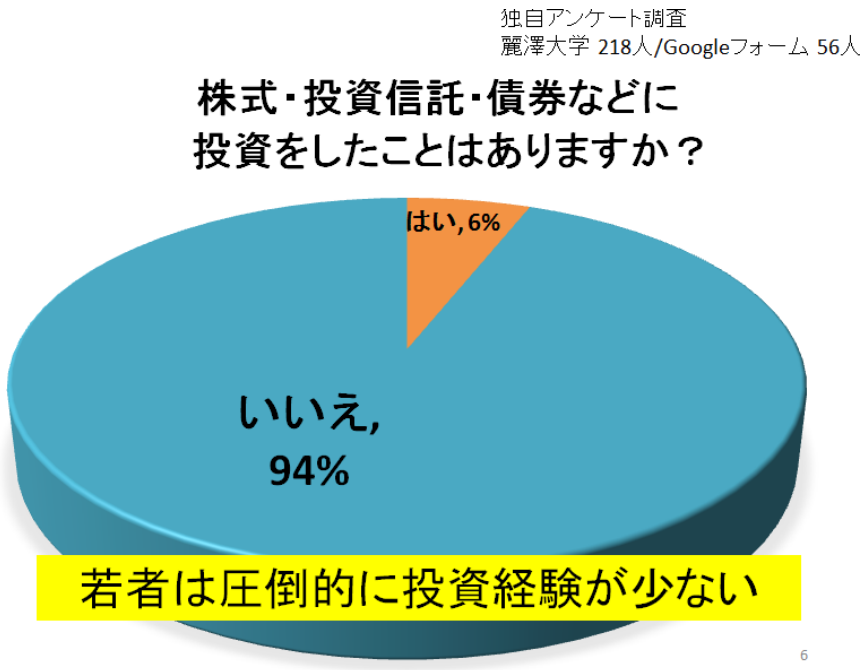
出所：日本銀行

図表 3 年代別の金融商品保有額とその内訳



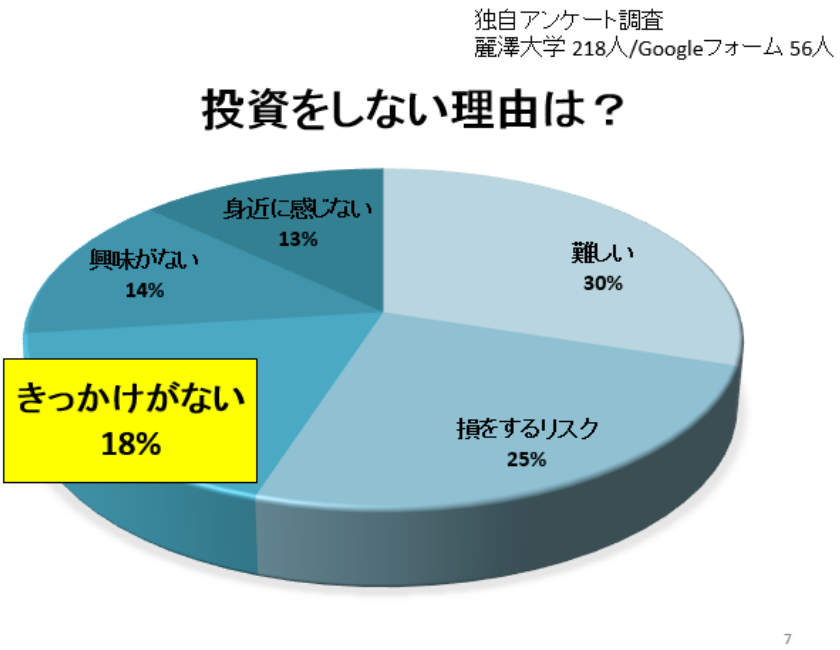
出所：金融広報中央委員会平成 27 年発表資料に基づき、モーニングスター作成

図表 4 投資経験の有無アンケート調査



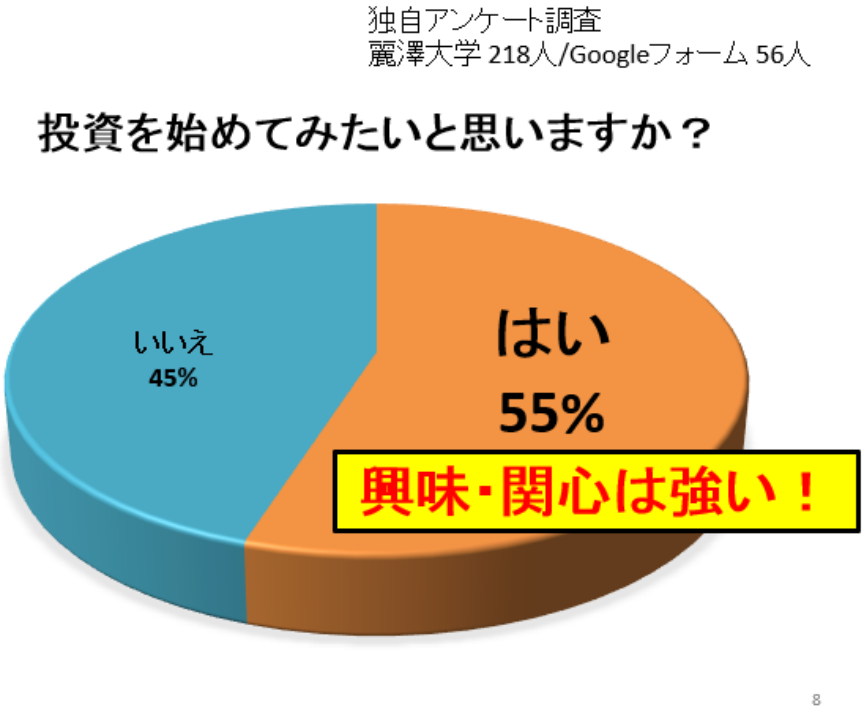
出所：筆者作成

図表 5　投資をしない理由アンケート調査



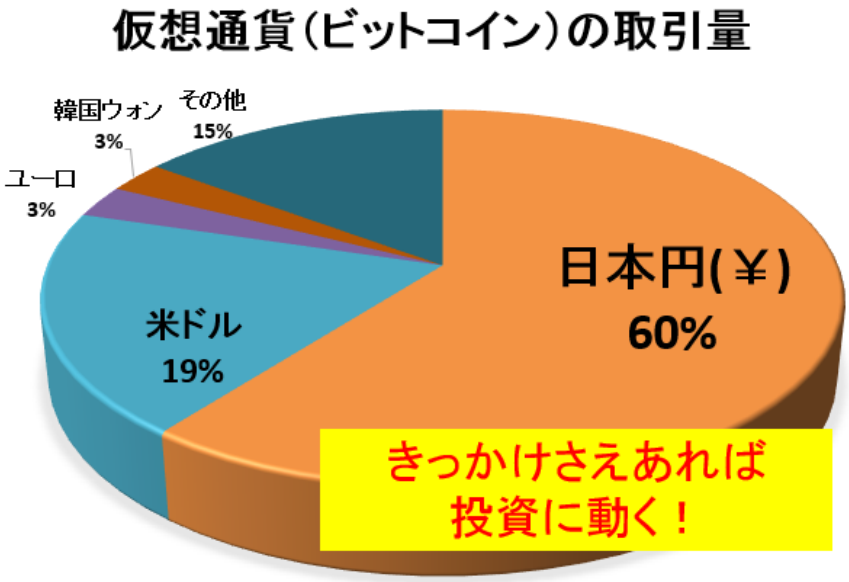
出所：筆者作成

図表 6　投資を始めてみたいか　アンケート調査



出所：筆者作成

図表 7　ビットコインの取引量



出所：Bitcoin Money flow 2018 年 4 月現在

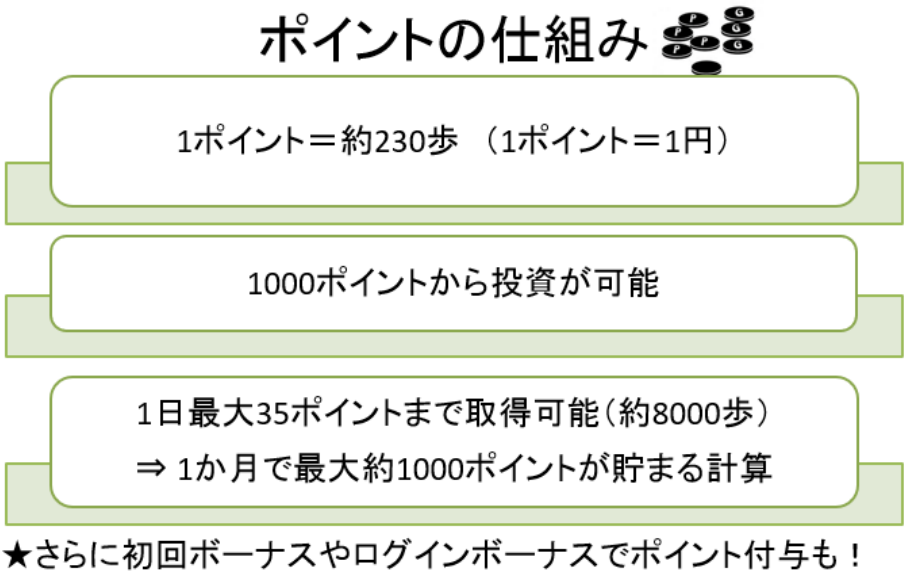
図表 8　Cash Walk のしくみ

出所：筆者作成

図表 9　I WALK とは

出所：筆者作成

図表 10　ポイントのしくみ

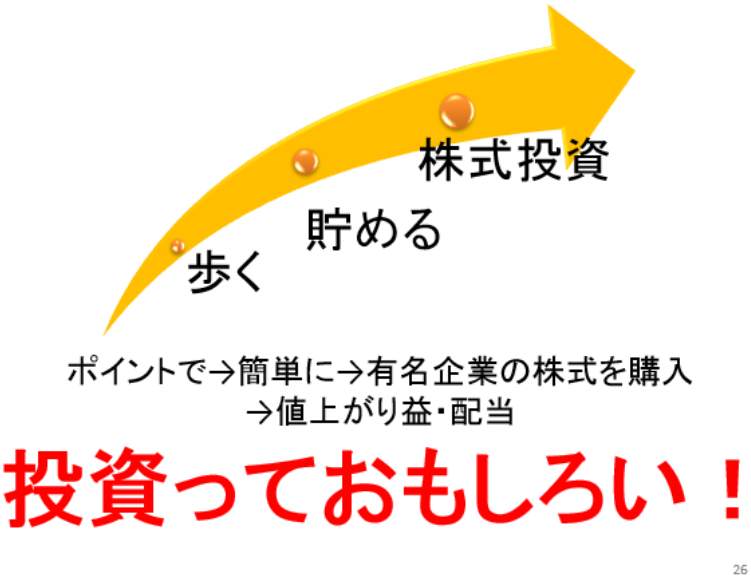


出所：筆者作成

図表 11　One Tap BUY　とは

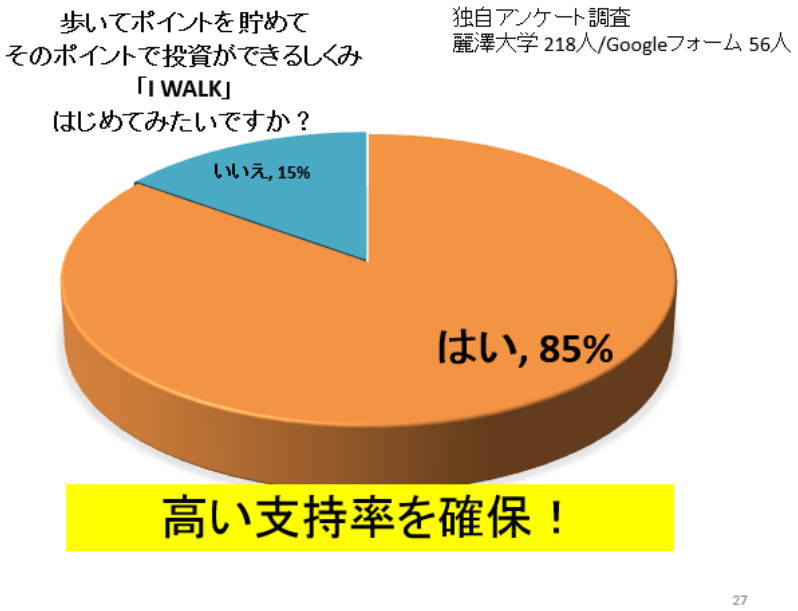
出所：筆者作成

図表 12　I WALK の魅力



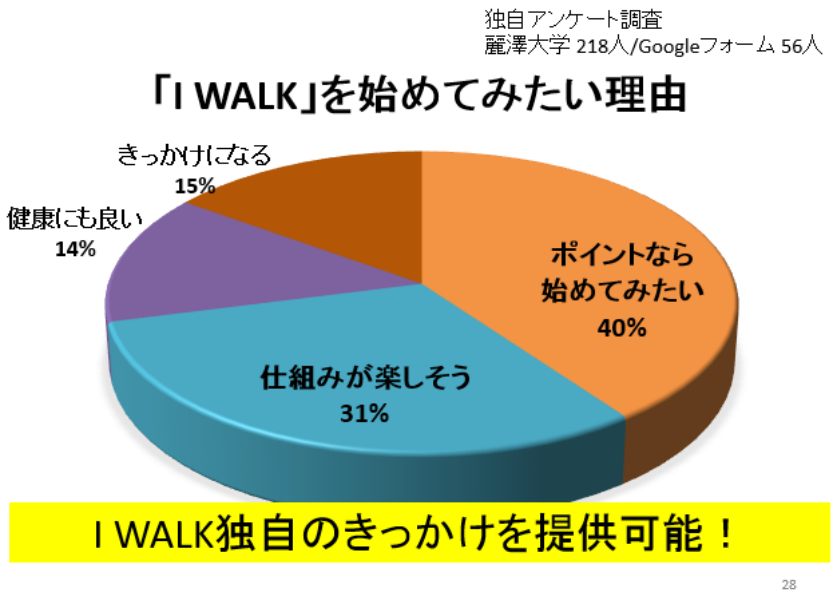
出所：筆者作成

図表 13　I WALK 始めてみたいかのアンケート調査



出所：筆者作成

図表 14　I WALK 始めてみたい理由



出所：筆者作成

図表 15　I WALK の機能性その 1

出所：筆者作成

図表 16　　I WALK　機能性その 2

出所：筆者作成

図表 17　WIN-WIN-WIN の関係性

出所：筆者作成

【参考文献】
・中島真志(2015)『入門企業金融論』東洋経済新報社
・中島真志/島村高嘉(2017)『第 30 版金融読本』東洋経済新報社

【参考ウェブサイト】
・金融庁 HP https://www.fsa.go.jp/

・日本銀行 HP http://www.boj.or.jp/

・One Tap BUY HP https://www.onetapbuy.co.jp/

・Cash Walk https://goo.gl/g6HCQo

・金融広報中央委員会 https://www.shiruporuto.jp/public/

・モーニングスターHP
https://www.morningstar.co.jp/

・Crypto Compare
https://www.cryptocompare.com/

・ガベージニュース
http://www.garbagenews.net/

・ふじこりあ 韓国メモ
https://www.fujikorea.net

・KDDI&コロプラ 位置情報ビックデータ活用「商圏分析レポート」
https://colopl.co.jp/area_marketing/

【Special thanks！】
・アンケートにお答えいただいた 274 名の方々
・株式会社 One Tap BUY 様