

消費税、相続税、所得税がアップ。社会保険料も上がる

Weekly  
Toyo Keizai

# 週刊東洋経済

<http://toyokeizai.net>

明治28年11月14日第3種郵便物認可  
第6507号 2014年2月1日発行  
毎週土曜日発行(1月27日発行)  
ISSN0918-5755

2014  
2/1  
定価690円



「第3のOS」で明暗

本誌…田邊佳介



菓子  
初のキットカット専門店  
狙うは百貨店販路開拓

1月16日、NTTドコモはサムスン電子などと開発を進めてきたタイゼン搭載端末の無期限延期を発表した。アイフォーンが好調に推移する中、販売増が見込めないとの

か。田中社長は「ドコモとはスタンスが違う。差別化できる要素を生かして、ギーク(リテラシーの高い)層を狙つて

会社主導による端末の差別化が難しくなっている中、KDDIは「同質性の中違いを追求する」(田中氏)とし、端末の差別化にこだわる方針。はたして、新的武器にできるだろうか。



ネスレ日本は1月17日、西武池袋本店の食品売り場に「ヨコレー<sup>ト</sup>菓子「キットカット」の世界初となる専門店を開店した。手作業で仕上げた一本315円の高級品が、この店の主力商品となる。目下、スーパーやコンビニで販売されているキットカットの売れ行きは順調だ。「2012年に国内シェア1位を取り、勢いは13年も続いた」と

流出の被害者だと指摘する。韓国では「一人平均4枚のカードを持つ」(韓国の金融関係者)。ただ、急速に普及したのは2000年前後のアジア経済危機以降。当時の故・金大中大統領が内需増による経済危機からの回復と納税のための収入追跡用にクレジットカードの所有を奨励したためだ。00年代前半ころま

発行する場所が設けられ、しかも審査基準が非常に甘く、そこで加入できた。家電製品などの特典もついたため、あつという間に普及。その分、個人情報も漏れやすいシステムになってしまった。

それにしても、今回の流出規模は大きい。カード会社側が責任を取り辭職したが、一方で「暗証番号やセキュリティ

被害はない」と説明しているが、毎年のように個人情報漏洩事件が起きており、多くの国民が出が会社側の説明を信用していない。再発行や解約を求める顧客が店舗などに押し寄せ、金融監督院によると1月20日から21日の2日間で約175万人が解約・再発行を申請したという。

今年も堅調続くか  
—首都圏のマンション発売戸数—

年	戸数
06	5.64
07	4.5
08	3.64
09	3.0
10	3.2
11	3.4
12	3.6
13	3.8
14(予)	4.0

A photograph showing three men in dark suits and ties bowing deeply, likely as a sign of apology or respect. They are standing on a green carpeted floor. To the left, there is a white electronic device with many buttons and a small screen. The background consists of large, dark red and yellow panels.

ロイター/

事故

## 韓国で個人情報流出 大統領の情報までも

本誌：福田惠

1 ンターネット大国を目指す  
称する韓国で、人口の  
2倍に当たる約1億人分の個  
人情報が流出する事件が1月  
20日に発生し大騒動となつて  
いる。

流出源は韓国のクレジット  
カード発行企業であるKB国  
民カード、ロッテカード、N  
H農協カードの3社。これら  
企業に派遣されていた民間情  
報企業の社員が個人情報  
を取り出し、売り歩いていた  
という。この社員はすでに司  
法当局に拘束されている。  
被害者の中には現在の朴槿

「確認はしていないが、あまりにも膨大な情報量なので、あまりにも情報が流れているものかしらない」と発言するほどだ。

漏洩された情報も多岐にわたる。韓国で人気のニュースキヤスター・孫石<sup>ソンシ</sup>氏は自分の番組で、「私が持っている国民党カードから、自宅・携帯電話番号、カード利用実績、決済口座、住宅状況など15項目の情報が流された」と紹介、

**金融**  
**オリックス**  
**大京の出資**

比率引き上げ  
狙うもの

不動産  
「ハハハ」、妙訛の裏で  
忍び寄る一極化の脅威

不動産経済研究所がまとめた2013年の首都圏マンション発売戸数は、前年比23.8%増の5万6476戸。14年も横ばいの5万6000戸程度を見込む。

増だけではなく、資材費高や労務費上昇、海外マネーの流入によって都心の高額物件の売行きが好調だったことなど、が平均価格を押し上げた。

以下の価格上昇は「値段が上がつても売れる地域」として、「値段が上がりが売れないくなる地域」の二極化を浮き彫りにした。不動産コンサル会社トータルブレインによると、13年に発売されたマンショングル群では、「販売のうち、東京23区では

**金融**  
**大京の出資比率引き上げ  
オリックスが狙うもの**

