

ガラパゴスからの脱出～ICTビッグバン～

2008年11月20日

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
情報・通信コンサルティング部

北 俊一 (Shun-ichi Kita)

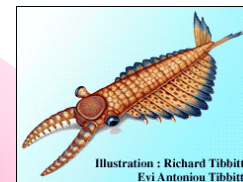
〒100-0005
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル



世界羨望のICT社会を実現するため、共通の目指したい姿・夢のあるゴールとしての“ビジョン”を謳いあげよう。

- 2015年は、今から7年後。
- 今から7年前の2001年に、今の状況を想像できたでしょうか？
- 故に、相当大胆な姿であっても、おかしくない。

2012～15年



カンブリア大爆発

2011年
完全デジタル元年

脱・ガラパゴス
ICT国際競争力向上
地に足の着いたICT社会
“手段”としてのICT

“ガラパゴス”
ICT国際競争力低下
エンタメ・娯楽先行
目的としてのICT
“影”の部分の噴出



現在

あらゆる情報がデジタル化され、
ネットワーク、端末を問わず
利用できる状態に。
法制度を含む“仕組み”が整う。

とはいえ、「ICT国際競争力」の定義は多様。よって、そのプロセスも多様。

- 今は、ICT業界の各プレイヤーが、それぞれ、異なったゴールを目指している状況。
- ゴールがちがうと、政策の方向性も180度変わる。

コンテンツ / ソリューション

- 日本のクールなコンテンツ(アニメ / マンガ / ゲーム)の輸出
- 日本の先進的なソリューション(アプリ)の輸出

プラットフォーム

- 日本企業がグローバルなプラットフォーマーになる
ex. 認証・課金、ポータル(アグリゲーション)、**DRM**、検索、**SNS**

ネットワーク

- 日本の通信事業者によるグローバル展開
- ITバブル崩壊前のように、再び日本のキャリアが世界へ打って出るか？

端末 / NW機器

- 端末 / NW機器ベンダーのグローバルシェア拡大
- これを「ICT国際競争力」と考える人が最も多い

部材 / モジュール

- 部材 / モジュールメーカーのグローバルシェア拡大
- これが現在、最もゴールに近い。

縮減

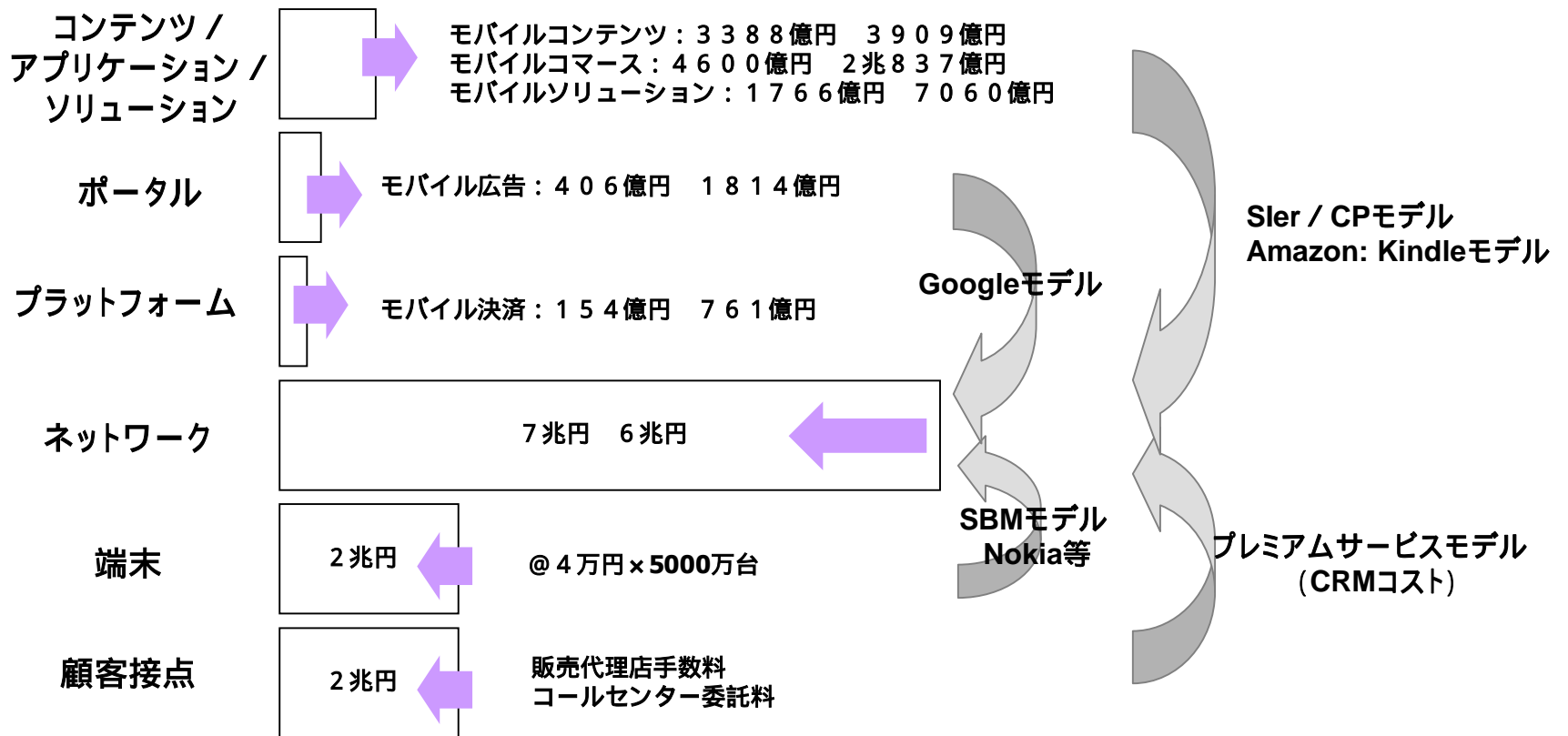
携帯電話の
販売奨励金

維持

いま、どのような競争がグローバルで始まろうとしているのか？ 固定 / 移動、レイヤー、国境を越えた多様なプレイヤー間の競争。

- 他レイヤーにおける収益で、ネットワーク・レイヤーの収益を補完する (通信料金を安く見せかける) ビジネスモデルを持って、グローバル・メガ・プレイヤーが参入しやすい環境が整う。

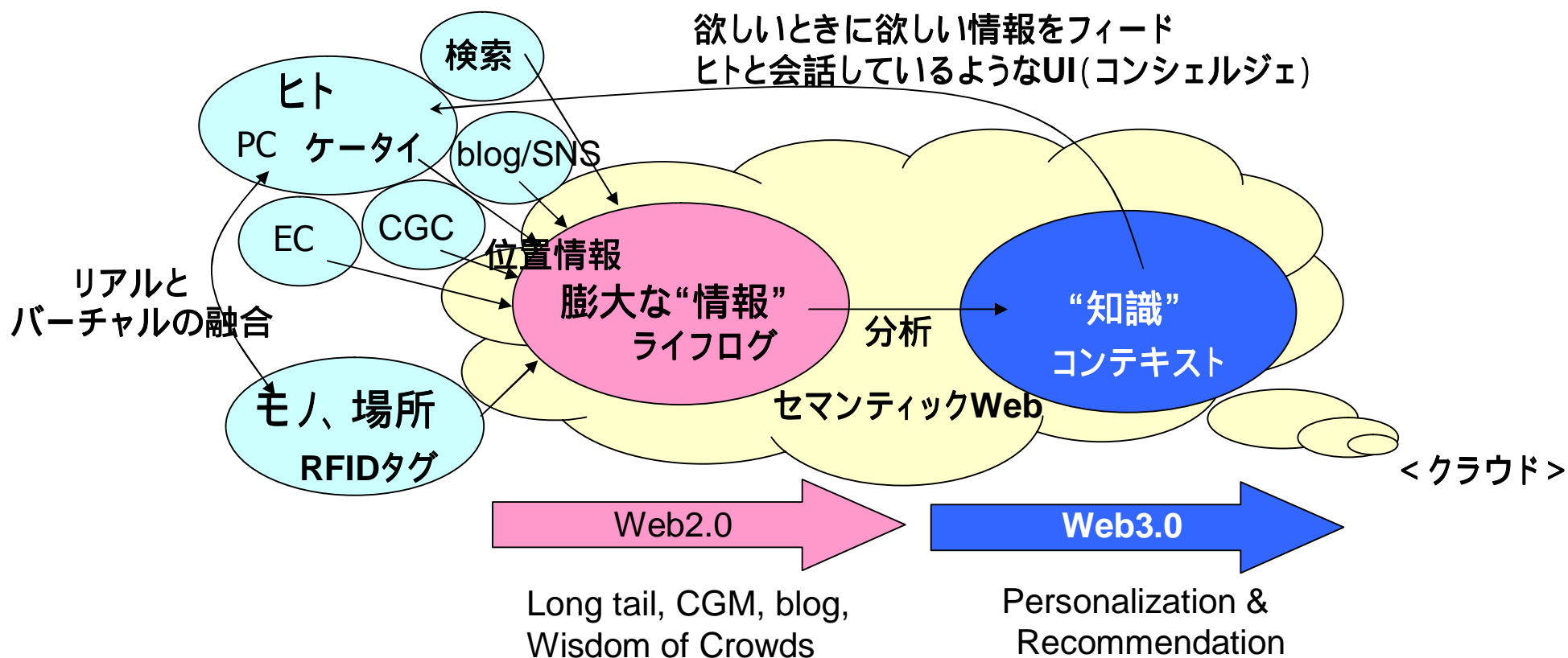
国内携帯電話関連市場規模 (2006年 2012年)



データ出所) 「IT市場ナビゲーター2008」NRI

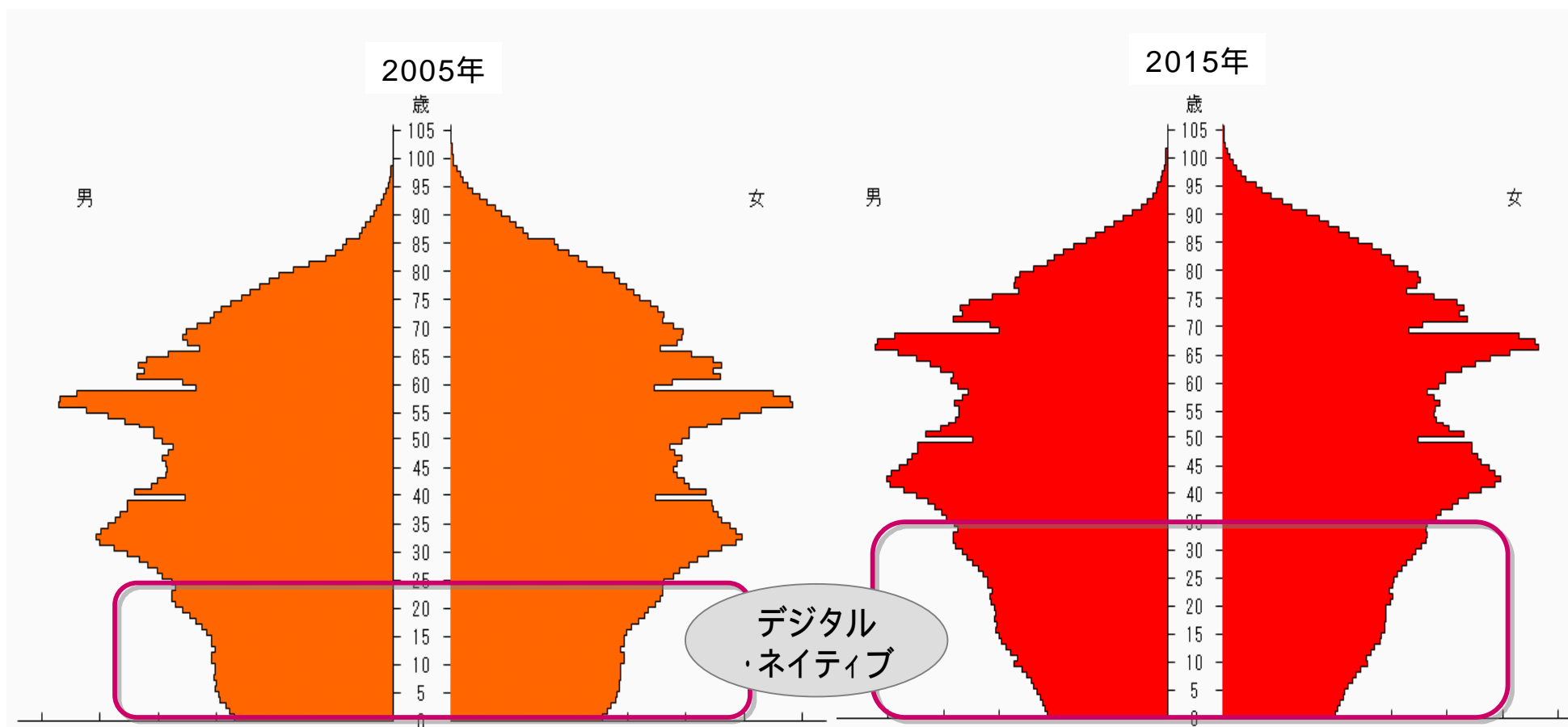
この競争において、24×365、いつも生活者の一番近くにある“ケータイ”がキーデバイスに。ケータイ先進国の日本に大きなアドバンテージ。

- ユーザIDに紐付いたあらゆる情報(ライフログ)が、“あちら側”のサーバに蓄積され、分析され、知識となり、それが新たな価値を産む。
- 日本人(日本企業)の情報が、海外のサーバ上に蓄積されていくことは、安全保障上、問題はないか？



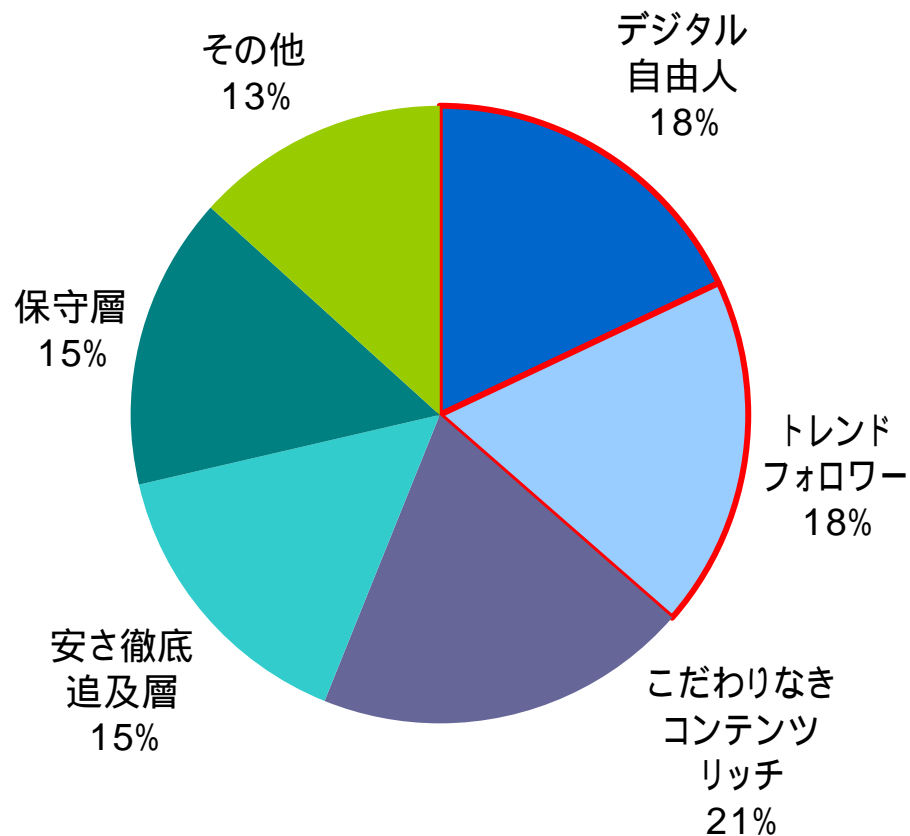
“デジタル・ネイティブ”層の厚みが、日本の大きな武器に。

- 1995年以降に多感な時期を過ごした、「デジタルが当たり前」な層が、2010年代のコンテンツ消費の新たな担い手となる



メディア・コンテンツの利用に積極的な層を抽出

メディア・コンテンツの実態に基づく
ユーザ分類 (N=975)

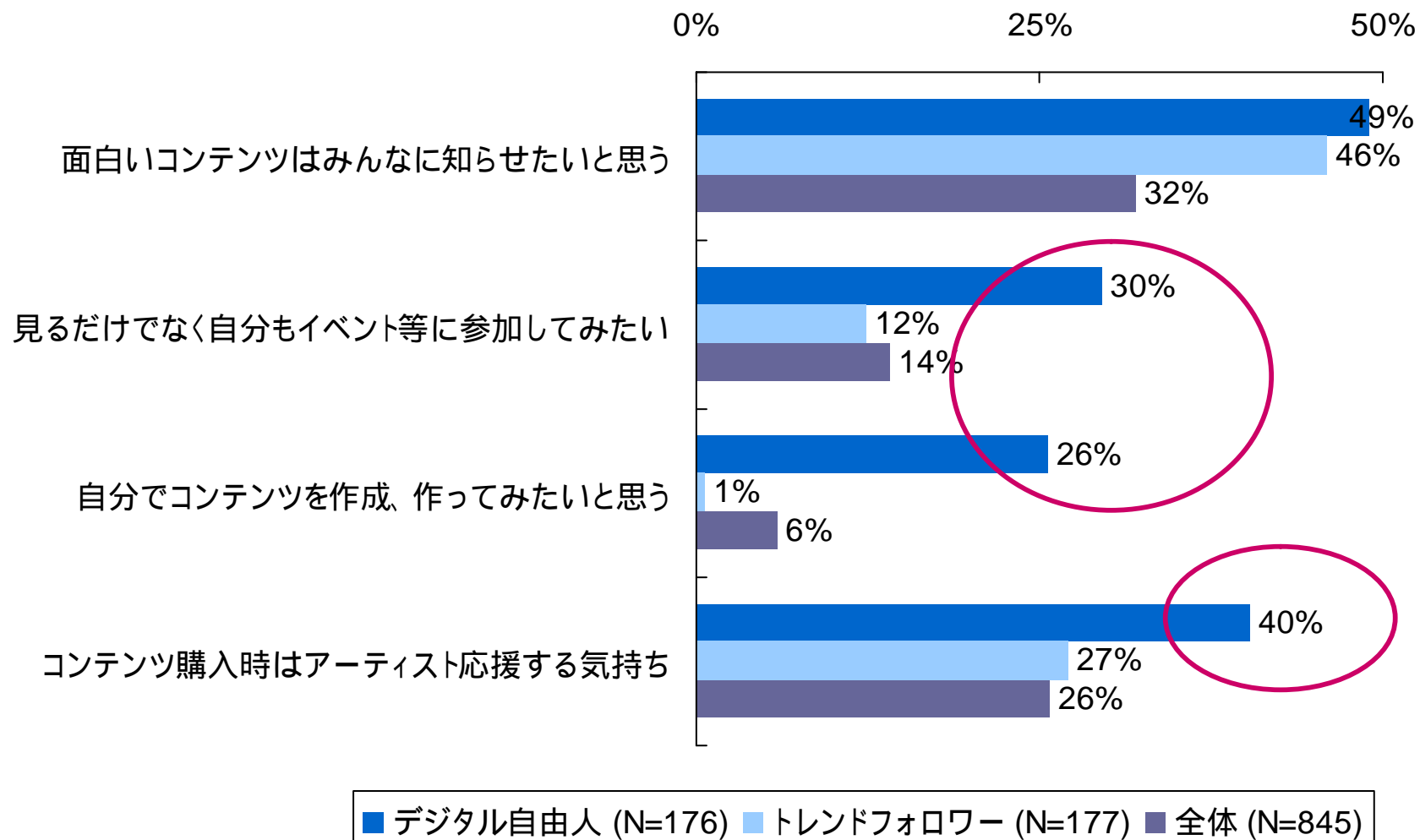


抽出方法:

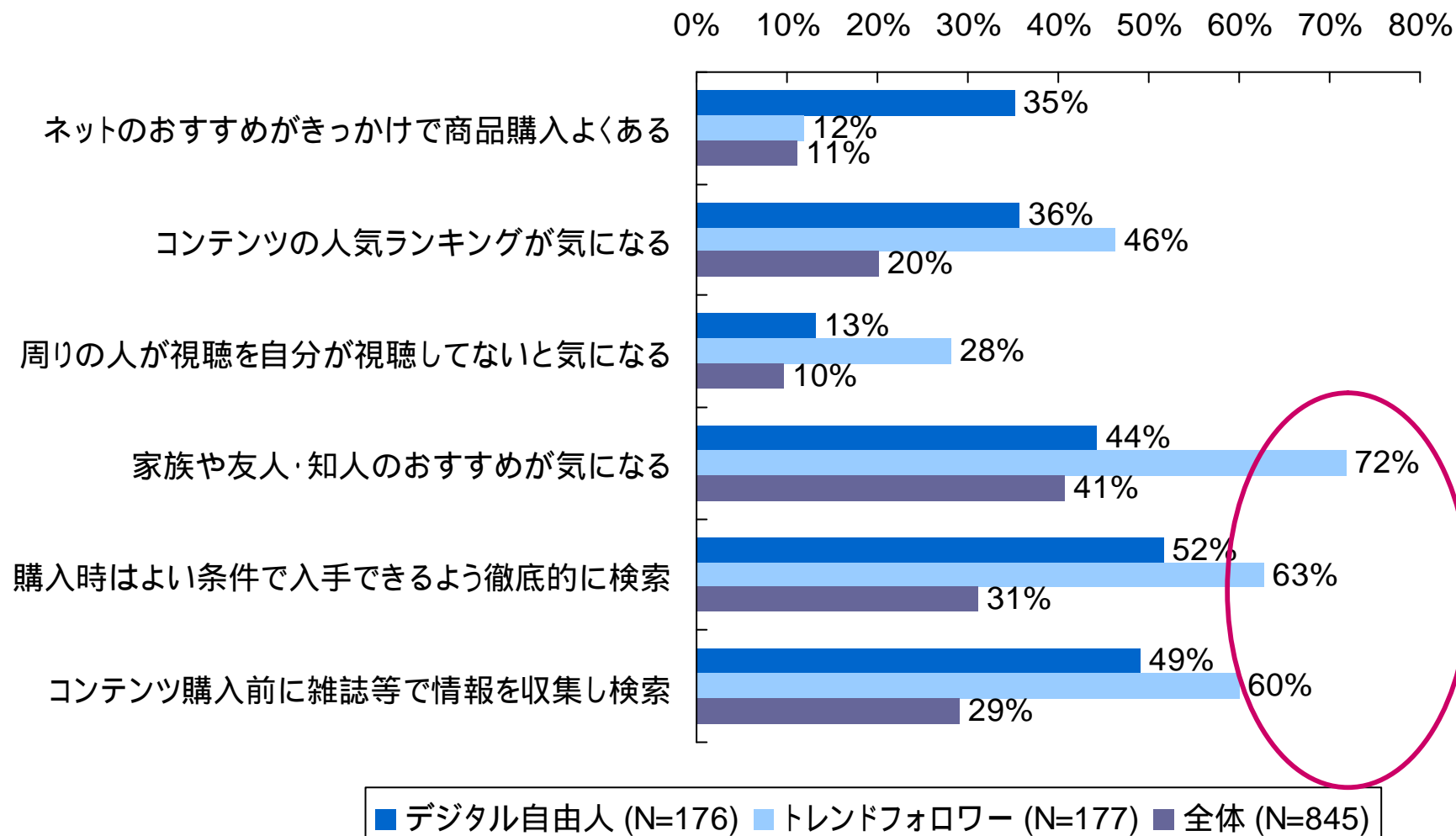
「日常のコンテンツの消費の実態や考え方」に対する31の質問の回答により、傾向の異なる5つのグループを抽出(クラスター分析)

その中の特に敏感な2つのグループを「デジタルネイティブ」に相当する先進層とした。

参加、創造の意欲の高い「デジタル自由人」。 新しいメディアの最初の担い手となる。



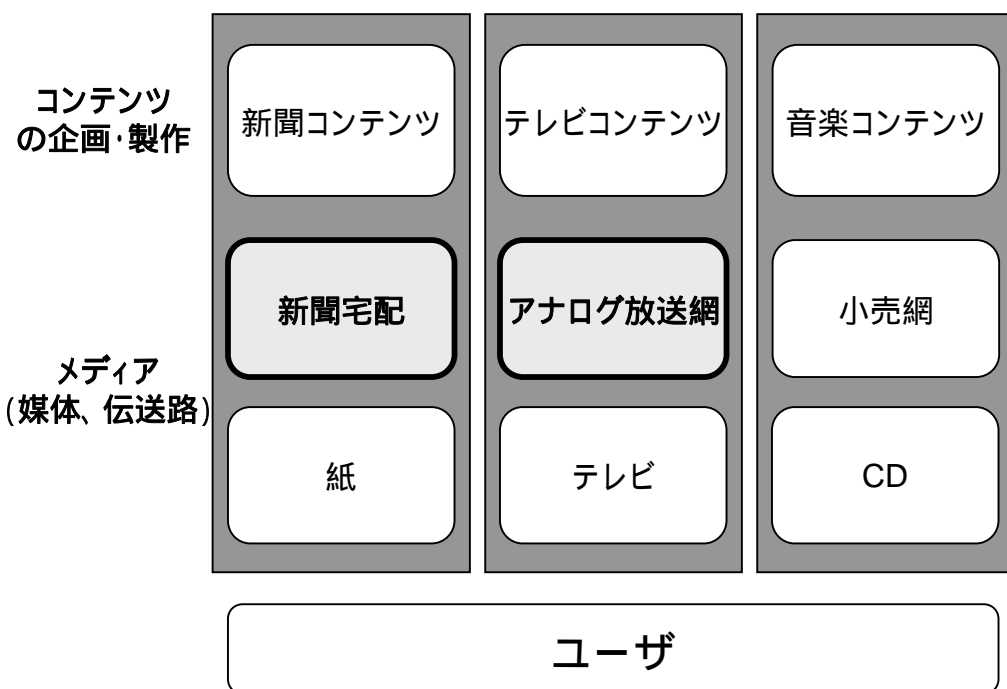
ランキングやお勧めを気にする傾向が強い「トレンドフォロワー」。
メディアとしての定着のためには、「トレンドフォロワー」の存在が不可欠。



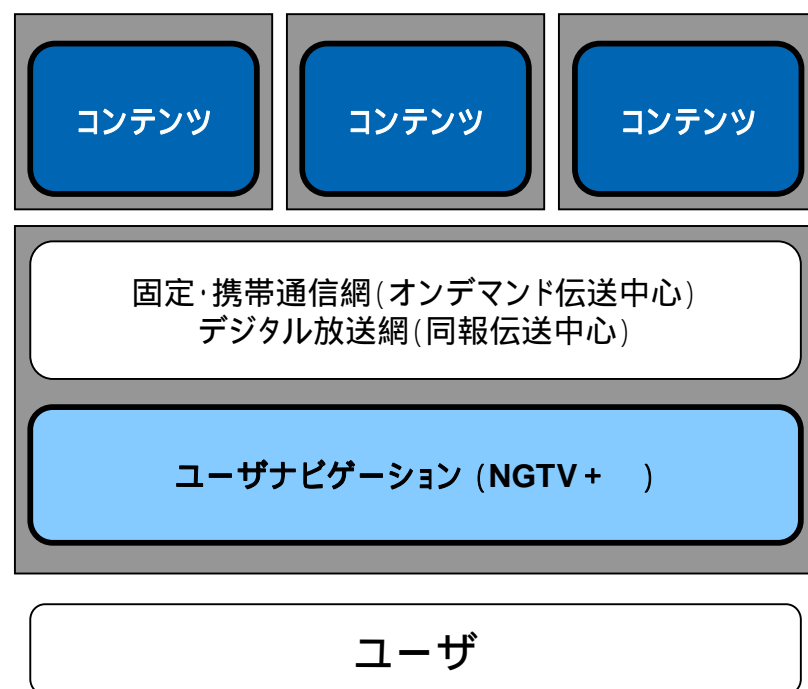
「デジタル自由人」や「トレンドフォロワー」のコンテンツ消費を促進し、産業としての新たな成長を期待することができるメディア融合モデルの創造

- ボトルネック資源のメディアを掌握することの勝負から、コンテンツの質で勝負する「クリエイティブ産業」への変革が望ましい。この変革を具体的にどうやって実現していけばよいのか。
- コンテンツの内容も、エンタメ系・娯楽系だけではダメ。

垂直統合モデル



長期視点でのメディア融合モデル



ICTを、もっと、もっと、我々の生活 / 産業 / 社会に溶け込ませることで、世界に通用するソリューション、世界羨望のICT社会を実現しよう。

■生活インフラ系：

- 仕事で帰りが遅くなったが、いつも見ている番組をDVRが勝手に録画しておいてくれたので、帰りの電車の中で、ケータイでストリーミングで見ることができた。
- 子どもの運動会の映像を、故郷の祖父母にライブ中継することができた。

■産業インフラ系：

- 出張先でのミーティングが予定より早く終わり、空港バスに早めに乗ったら、勝手に前の便を予約してくれていた。おかげで、夕飯を家族と一緒に食べることができた。
- 会社のPCのスケジュールに入張の予定を入れたら、自動的に飛行機とホテルが推奨され、簡単に予約できた。

■社会インフラ系：

- 携帯電話(+生体認証)さえあれば、住民票や保険証、運転免許証などの本人認証のための証明書が一切いらなくなった。
- (携帯電話を持った)高齢者が横断歩道を渡っていると、信号が赤に変わるまでの時間が自動的に延長された。

ガラパゴスからの脱出 ～ICTビッグバン～

- 日本人は、ユビキタス・ネットワーク社会におけるキーデバイスであるケータイを、世界で最も使いこなしている国民であり、固定ブロードバンドについても、広く深く浸透している。
- 物心付いたときからデジタルが当たり前で、参加・創造意欲の高い世代である“デジタル・ネイティブ”層の厚みが増している。
- 世界中から、ICTの新しいサービスやビジネスモデルを試そうとするプレイヤーが日本に集まる、日本で磨かれたサービスやビジネスモデルが世界を制する、という状態を作ろう。
- これを、英国における“金融ビッグバン”になぞらえ、“ICTビッグバン”と呼ぼう。
- そのためには、以下の7点の取り組みと、ありたい姿としての「ICTビジョン」の描画・共有が必要。
 - 1) 「完全デジタル元年」までに必要な法制度を整え、世界先端のユビキタスNW環境を実現
 - 2) 「特区」だけでなく、全国どこでも使えるようにすること
 - 3) 国内において、日本独自規格やデジュール標準とともに、デファクト標準を採用すること
 - 4) 海外のプレイヤーへの門戸を開くこと(ホームで勝てずにアウェイで勝てるはずがない)
 - 5) 日本のプレイヤーは、国内に留まらず、世界を前提とした事業ドメインを定義すること
 - 6) 社会、産業、生活の各局面に、ICTを深く浸透させること
 - 7) 「影」の部分を見直し、真っ正面から取り組むこと



“You” Dream up the future.

野村総合研究所
Nomura Research Institute