

これまでの意見交換の概要

(目 次)

I. <標準化に関する考え方>

- (1) 消費者との関係について
- (2) 「デジュール標準」と「デファクト標準」との関係について
- (3) オープン性との関係について

II. <標準化に関する重点項目>

別紙

III. <標準化政策としてのアクション>

- (1) 日本が政府として果たすべき役割という観点について

I. <標準化に関する考え方>

(1) 消費者との関係という観点から、以下の指摘がなされた。

- グローバルスタンダードは、使ってみたいという消費者の意欲を生み出す。また、製品がつながって動き出すという消費者の当たり前の期待に応えるものである。消費者はお店に行って、標準技術を、技術自身を買うわけではなく、製品を買うのであり、消費者は標準技術や相互接続によって生み出される便利さ自体を求めている。
- 標準化のプロセスにおいては、最初にケーススタディとサービスからのリクワイヤメントを求め、そのサービスを実現するために必要なものを議論するので、最初のリクワイヤメントが曖昧だと、標準のための標準を行ってしまう危険性がある。ある程度サービスの具体化がない標準化は進めづらい。
- ユーザードリブンというところが非常に重要だと考えている。消費者は常に選択肢を求めているということ意識してやっていくことが重要。
- 消費者にとっては、「自由に商品を選択し、購入すること」、「購入した製品がどの国でも使えること」、「あらゆる製品同士が簡単につながること」、「それらの製品であらゆるコンテンツが楽しめること」という4点が非常に重要であると考えている。
- ユーザーや権利者にとっては舶来であろうと国産であろうと、優れて安価な選択肢で、ユーザーにとって便利で権利者の権利を守る技術があれば、それを使いたいと考えるのではないか。そういうことを前向きに議論すれば良いのではないか。
- 一つのキーワードとして、ユーザードリブンという言葉を使っているが、ユーザーの影響力が格段に向上している。ユーザーの方のシングルベンダーにロックインされたくないという気持ちを感じる。
- 米国やカナダでは、標準化活動における消費者の意見の取り込みは常識になっていて、定款で消費者の参加を定め、また、有効な意見を引き出せるようにサポート体制を整えて様々な便宜を図っているが、日本では消費者参加の考えがまだ根付いていない。

- ニーズの取込みが重要であり、日本ではどういう技術があつて、その標準化によりどういうニーズが満たされるかという視点が欠けている。クローズな環境だけで議論するのではなく、ニーズがどこにあるのかということも含めて、もっと他人の意見を聞いた方が良い。
- 標準策定において一番重要なのは、誰でもその活動に参加できるというオープン性の確保である。消費者に対しては、標準化への参加について、選択の余地が与えられれば良いと考える。
- 消費者の参加で難しいことに、消費者代表とは誰かということがある。スピード感を維持して具体的な方策を考えると、なかなか難しい面もある。
- 消費者代表の決め方について、米国やカナダでは定義や資格も決め、効率的に意見を引き出せて、中立的な人を非常にシステマティックに選ぶ仕組みが出来上がっている。
- いかに良い技術を使っても、時代の必要性を読み違えると残念な結果になる。標準化の場でも、消費者のニーズに対してオープンになることが重要である。
- 消費者の標準化活動への参加に当たって、消費者が何を言うのか、消費者から何を聞くのかが問題である。標準化による消費者の利益は安心・安全の観点だけではなく、料金の低下や新しいサービスの普及という観点もある。このようなメリットを発信することが消費者の大事な役割であり、事業者もここからビジネスチャンスを見いだすことができる。

(2) 「デジュール標準」と「デファクト」標準との関係について、以下の指摘がなされた。

- 「オープン標準」とは、「開かれた参画プロセスの下で合意され、具体的仕様が実装可能なレベルで公開されていること」、「誰もが採用可能であること」、「技術標準が実現された製品が市場に複数あること」の全てを満たすものをいうべきではないか。
- 「オープン標準」に大切なのは、スピード感と多くのグローバルな賛同者を得ること。これにより対象とする市場が一気に広がり、普及のスピードが全然違う。
- 通信の世界では必ず相互運用性を確保しなければならないため、標準化が必要になる。サービスの要求とそれを実現する技術があるという状況で、フォーラムによるデファクトスタンダードという解があったと考えている。
- 「オープン標準」では、デファクト標準であってもできる限り内外にオープンに開かれた環境で議論され、ユーザーにとって多様性と経済性、さらに継続性のあるソリューションを提供することが基本的な考え方となる。
- 標準化をする上で一番重要だと思っているのは、具体的なサービスをする人がいて、その具体的なサービスからのリクワイヤメントに基づいた形での標準を速やかにかつ最低限行うということである。
- 標準に対して我々が重要だと思うのは、ユーザーオリエンテッドであること、ユーザーの視点を一番大事にすること。それから、オープンの中でも、とりわけフェアで、トランスペアレントであることである。
- グローバルスタンダードは、世界中の誰もがスタンダードの作成に参加することができ、かつその活動で生み出されたスタンダードが世界中で使えるということと定義される。
- 米国で民間標準を政府がドライブしているのは、標準は使われなければ意味がないという思想があるからである。日本では手段と目的が混同されがちだが、米国では、国民に使ってもらうために標準を取りに行くといった思想の違いもある。

(3) 「オープン性」との関係について、以下の指摘がなされた。

- ICT 分野において、日本は、独自の進化を遂げた生物が多く存在するガラパゴス諸島になぞらえて「ガラパゴス化」と表現されることがあるが、これは、多くの企業が費用対効果の観点から日本市場を重要視し、国内市場への集中投資を行った結果であり、標準化の問題ではなく経営判断の問題である。
- 日本以外のマーケットがその良さを評価できていない、または規制の問題、他国の通信行政の問題によって良いものの普及が妨げられているという見方もできるのではないか。
- 日本の ICT 産業も、今までは米国の自動車ベンダーのようなローカル企業としての生き方で良かったが、今や日本の市場は大きくない状況にあるということを確認すべきである。
- 日本の標準化の問題点として、日本市場に特化した仕様が多い点、標準化の初期の議論が必ずしもオープンでない点などが挙げられるのではないか。
- 標準利用者独自の要求条件や国としての制度的な要求条件は、できる限りオープン標準に反映させ、独自の実装要求に関してはできる限り減らすことによって、日本で使うために作られた機器が世界共通で使え、世界共通の機器が日本でも使えるようになり、エンドユーザーのコストメリットが大きくなるような仕組みを作っていくべきである。
- 情報通信の技術は進歩しているが、サービス性の確保、インターオペラビリティの重要性は変わらないので、常にオープンで良い標準があれば、それを使って、良いサービスをしていくというのが基本的なスタンスである。
- 日本には光ファイバーの普及や高度な携帯電話端末等の技術先進性があるため、ユーザー利点の最大化を考えた場合には、グローバル標準を使うことが最適だということにはならない場合もある。
- 日本における仕様策定のプロセスでは、ユーザーにとって不便にならないように日本の特殊性を加味する必要がある。

- 日本における仕様策定のプロセスでは、外国企業に呼び掛けを行なっても IPR ポリシーの違い等によりご参加いただけない場合がある。
- グローバルな環境においては 1 社単独でイノベーションを起こすことは不可能であり、標準化活動を通じて複数社で協調しながらイノベーションを生み出す必要がある。
- これからインターネットエコノミーが発展していく中で、例えばコンテンツ、プライバシー、セキュリティにしても、日本だけで決めたことに閉じこもることはできない。そういう意味で、これからの発展にとってグローバルな枠組み作りが重要だと考えている。

Ⅲ. <標準化政策としてのアクション>

(1) 日本が政府として果たすべき役割という観点から、以下の指摘がなされた。

- デジュール標準だけではなく、オープン標準も視野に入れていくことが国の標準化政策の中でも、戦略的な観点から見ても必要である。決してデジュール標準を無視しろということではなくて、デジュール標準とオープン標準の両方とも大事だという観点を持つべき。
- 政府の役割の一つは、ポリシーメーカーとして政策を策定し、政策を介して新市場の創出なり、市場参加者の最大化による競争を促進し、国内における産業界の競争を促進すること。政府の役割のもう一つは、当事者として、民間ではできないR&Dの推進等を行うこと。また、国というのは、その国における最大の購入者でもあり、その購入力を一つの影響力として使うこともできる。
- 当事者としては、グローバルなオープン標準化団体への提案を一つの条件としてR&D助成をするという基準を作って、インセンティブとしない。もう一つ、ユーザーとしては、オープン標準というものを採用の基準として影響力を行使していくことができる。
- 「オープン標準」では、かなりのスピードである標準ができ、商用化ができ、デファクト標準化が進む。その先に、国際標準化機関に持ち込んで国際標準化するという過程が、最近非常に多く見られるようになった。そのような各々の過程の中において、国はどのようにそこに戦略的に関与するのかということが一つのテーマとしてある。
- 日本の特殊性や先端性をグローバルでオープンな標準にうまく反映させるようにすることが重要である。
- 標準化については、消費者の利便性や安全性の部分には行政も大きく関わるべきだと思うが、それ以外の部分にはできるだけ最小限の関わりにした方が良く考えている。
- 日本が進んでいる分野では、日本からどんどん仕様として提案していくことが国際貢献にもなるし、ガラパゴス化を防ぐことにもなる。

- 欧米では、ロビーイング活動の上手な標準化のプロに予算と権限を与えて、高いポジションにつけている。日本の企業ではあまりそういう方はいないが、標準化専門のコンサルタント等はあるので、プロもうまく使うことが重要である。
- 標準化政策に対しては、一つは海外における啓発やプレゼンスの向上を行なう場のサポート、もう一つはデファクト標準をデジュール化する際の支援という、2点をお願いしたい。
- 標準化に関するワンストップの窓口があれば便利だと考える。
- 国は、各標準化機関での標準化の状況を把握して、技術を持っている企業に提案を促すような司令塔としての役割が期待されている。
- 専門機関による政府調達時の仕様策定は、標準化の推進に大きく貢献している。日本でも同じような仕組みができるのか、あるいはそれ以上の仕組みができるのかを政府の役割の大きな課題として議論していきたい。
- 国の調達力、購買力を標準化に活用するというのは有意義な方法であると考えます。環境物品に関するグリーン調達法で、我が国でもその考え方は具現化されており、ICTの標準化にもこの枠組みを導入することは一考に値する。

	ホームICT	デジタルサイネージ
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● 様々な家電をネットワークにつなぎ外出先からの家の状態のチェック、省エネに関する可視化、機器の遠隔メンテナンス等を実現する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商業施設や交通機関等におかれ、時間と場所を捉えた効果的な情報提供を実現する。 ● デジタルフォトフレーム等の端末を活用した簡便な情報提供を実現。
効果	<ul style="list-style-type: none"> ● 外出先から家の中の状態をチェックしたり、家庭内での省エネ状況を可視化したり、機器の故障を遠隔で監視したりすることが可能になる。 ● サービスの低廉化、必要なサービスの選択の容易さ、機器の簡略化や省電力化、高い保守性、製品の選択肢の拡大等といったメリットを享受できることになる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 時間と場所を捉えた効果的な情報提供を受けることができる。 ● プル型のメディアで問題となるデジタルデバイドやユーザ側のストレスがなくなる。
現在の検討状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方自治体や機器ベンダ、住宅会社、セキュリティ会社、ガス・電力会社、水道事業者等の多くの主体が、それぞれ異なった方式でサービスを検討。 ● 2007年頃から、OSGiと呼ばれる、それぞれのサービスを同じ手順で行なうことを可能にする国際的な標準化が進んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● システム仕様に関する標準化が課題。 ● システムの値段が高くて普及を妨げている。 ● 日本ではデジタルサイネージコンソーシアムが実証実験や標準化に取り組んでいる。 ● 米国にデジタルサイネージ協会、OVAB等の団体があり、米欧で動きが出てきているが、技術の検証の段階までには至っていない。
課題等	<ul style="list-style-type: none"> ● 家の中には様々な家電があり、多様化に柔軟に対応する必要がある。 ● 誰でも使える設定の自動化・簡易化、安全なりモートアクセスの仕組み等が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタルサイネージは将来的には情報提供の社会基盤になることが期待されているが、コンテンツ、プラットフォーム、伝送インフラ等にそれぞれ課題が残っている。 ● 端末は様々な種類のものがあるので、サイネージに出すコンテンツ形式の最適化を定める必要がある。

	IPTV	HTML5
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● テレビの画像を双方向に送り、オンデマンドの情報提供サービスやコンテンツダウンロードサービスの他に、WEBアクセス等のインターネット連携サービス等のサービスを実現する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェブ上で他のソフトウェアをインストールすることなく、アプリケーションを動作可能とする。 ● テレビ、携帯電話、カーナビ等の様々な端末でウェブを利用できる環境を構築する。
効果	<ul style="list-style-type: none"> ● 受信装置に依存せず、IPネットワークを通してどのプロバイダのサービスでも受けられるようになる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェブ上で他のソフトウェアをインストールすることなく、アプリケーションを動作可能とする。 ● パソコンだけではなくテレビ、携帯電話、カーナビ等様々な端末でウェブを利用できるようになる。
現在の検討状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 62社からなるオープンIPTVフォーラムで相互接続試験やサービスの規定が行われている。2010年に商用試行サービスの実現を目指している。 ● リリース2は、2010年7月の承認を目指している。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェブの仕様はWorld Wide Web Consortium (W3C)という組織で作られている。
課題等	<ul style="list-style-type: none"> ● IPTVに関する様々な規格の相互の整合性の確保。 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタルテレビ、携帯電話、組込みウェブについては日本が一番進んでいるが、日本からの発信が少ない。

	DECE	IPダウンロード
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● 相互接続性が保証された製品およびオンライン事業者を選択できることにより、コンテンツへのリモートアクセスや家族での共有、メディアへのコピー等が可能となる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンテンツの特性に応じて、高度衛星デジタル放送や通信路を用い、利用者にとって伝送路を意識することなく、最適な経路でコンテンツをダウンロードすることができる。
効果	<ul style="list-style-type: none"> ● ユーザが無意識のうちに安心してコンテンツが買える環境を構築することができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ユーザが伝送路を意識することなく、より便利なサービスを提供できる。
現在の検討状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 2008年6月に米国でDECEが発足し、デジタルエンターテインメントコンテンツビジネスに関わる40社以上が会員になっている。関係者との共通理解の下で一つのプラットフォームを構築するための仕様書の策定を行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 現在ARIBでは高画質・高音質の番組を全国に安定して伝送できる衛星放送について、高速衛星ダウンロード放送の実現を目指した規格化を進めている。 ● IETFにおいて、今後インターネット側での規格化も期待されている。
課題等	<ul style="list-style-type: none"> ● 仕様の具体化、具体的なプレーヤーによる実装。 	

	センサーネットワーク	3D
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ● センサーネットワークを介して様々な情報をセンサー側で把握し、分析し、付加価値をつけてサービス提供することが可能となる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 放送波等で3Dコンテンツを伝送することができ、家庭で楽しめる環境が実現する。
効果	<ul style="list-style-type: none"> ● センサーネットワークを介して把握された様々な情報を活用してサービスの享受が可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ● パッケージメディアだけではなく、様々なメディアを通じて3D映像を見られるようになる。
現在の検討状況	<ul style="list-style-type: none"> ● センサネットワークを構築する微弱無線、Zigbee等の各要素技術については、既に標準が存在するが、サーバシステムとネットワークシステム間のインターフェース条件等については標準が存在しないため、標準化を進める必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 国の内外で、放送メディア等による3Dコンテンツの配信が開始されている。
課題等		<ul style="list-style-type: none"> ● 伝送方式に関する規格化等。