

新事業創出戦略委員会における主な議論（第1回～第3回会合）

（注）これまでの主な議論について「検討アジェンダ」を基に事務局において整理。

I ICT市場の構造変化と将来像① 通信・放送ネットワークの変化とその影響

- ▶ ICTパラダイムの進化は、ユビキタスネットワーク化（ネットがリアルに浸透し、ネットワーク、端末機器、プラットフォーム、ソリューション全体を革新する市場構造）と、Web x.0（グローバルなプラットフォームがネットの中で完結する情報空間を高度に洗練させていく）という2つの方向で進んでいくのではないかと。
- ▶ モノのネットワークの世界において、モノの中でも対象によって異なる振る舞いをするのではないかと。今後、道路、橋梁等のインフラにおける無数のノードがネットワークにつながる場合、現在のネットワーク技術で対応可能かどうか検討が必要。
- ▶ ネットワークにつながる単位（組織、人、モノ）がより多様、多数、多目的になっていく中、飛躍的な単位のスケールアップが生まれる。こうした中、インターネットには多様性を許容する仕組みが重要。

② ICT利活用の変化とその影響

- ▶ 2000年代に登場した参加するユーザーは、自分自身の利用を自覚し、目的的にサービスを選択したり、ライフスタイルに合わせて道具を使い分けるようになってきているのではないかと。
- ▶ 企業→マスコミ→消費者への一方通行の情報伝達から、企業、マスコミ、生活者（プロシューマ）が対等・補完の関係を有する情報伝達に変化してきている。
- ▶ 「人のつながり」や「共感」が消費のキーワードになっていくのではないかと。
- ▶ ユーザーの参加によって情報＝集合知が生まれ、みんなで共有し、有意義に活用するのが当たり前の世の中になってきており、マルチデバイス化により利活用のシーンがさらに広がっている。
- ▶ ネットビジネスのトレンドは Social” ” Local” ” Mobile” がメインになるという考え方があがる。
- ▶ 高齢化、経済面での不安（年金問題）、生活面での不安の3つの不安は相互に関連しており、これに対して十分な情報へのアクセスを実現し、不安を不満に変えることで不満＝潜在ニーズの顕在化が可能となる。

- ▶地域ごとのニーズに適合したICTの利活用を図ることが必要。その際、「スマート」革命を積極的に推進すべき。
- ▶少子高齢社会になることにより、障がい者、高齢女性が増加し、社会の組織構造が変わる。こうした中、生産年齢人口や仕事の概念を変え、心身機能やライフステージにあった仕事を開発することが重要。障がい者の就労を考えることは時代の最先端。
- ▶障がい者がコミュニケーションを阻害する要因とはならず、文字だけに頼らないコミュニケーション（絵文字、ピクト、シンボル等）も重要になる。
- ▶高齢者に受け入れられるものは市場を制する。例えば、加齢による身体機能の低下を補完する技術、記憶のあいまいさをフォローし、文字の大きさを自由に変えられる技術等が重要。また、高齢者の積極的な社会参加を支援するツールは普及が早い。
- ▶個人の情報を守るのか活用するのかのバランスが重要。税と社会保障の一本化だけではなく、官民サービスの一体化を通じ、みんなが情報を持ち寄り、活用する「情報の活用」を中心に据えた新しいサービスの開発を通じた内需を拡大する新事業の創出が重要。
- ▶ソーシャルメディアの世界は数年後には中心となるプレーヤーが変わっている可能性があるものの、グローバルなソーシャルのプラットフォームが中核にあって、その周りに小さな企業が多数存在するというエコシステムの構造自体は大きな変化はないのではないか。
- ▶従来のハード中心の構造が終わりを告げつつあり、ネットワーク化されたソリューションビジネスに劇的に移行している中、人間が操作するインタフェース、デザイン、ネットワーク性などが重要になってくるのではないか。

II 新事業創出戦略

① ICT利活用の方向性

- ▶ICTは様々な分野において必要とされる社会インフラであり、重点戦略・育成分野の明確化、官民の役割分担と連携、長期的な視点での支援が必要。
- ▶利活用等に関する国の実証実験は、本当に投資対効果が高いのか検証をした上で政策のスクラップ&ビルドを進めることが必要。その際、総務省でできること、他省庁と連携してできること、他省庁しかできないことを明確化することが必要。
- ▶実証実験の成果が普及しないのは、実験に参加する者はITリテラシーが高いが、普及段階ではリテラシーの低い者も参加するという「分断」があることが原因。ユーザー目線で見ても使うメリットがないこともある。
- ▶制度改革や必要なデータを得るための実証実験は今後も必要。
- ▶地デジ対策等は不要になるため、電波利用料をICT利活用に振り向けるか、一般財源にすることも検討してはどうか。

- ▶ ストリームデータ（消費電力、CO₂排出量、気温、湿度等の時刻順で送られてくるデータ系列）を集め、これをうまく公開していくことが重要。
- ▶ 国の研究開発費の多くが科研費として大学に流れているが、大学において事業化を通じたエグジット等のモチベーションが高くないため、研究開発の成果が事業化につながらない原因となっているのではないかと。また、民間企業の研究所もインハウスの研究所が多く、自社で導入されることを前提として研究開発をすることが多いため、新しいイノベーションを起こすという面で立ち後れがあるのではないかと。
- ▶ 通信キャリア、家電メーカーなどの各プレーヤーが、自らのこれまでのテリトリーを前提に（限定的に）考えていることに、日本の「壁」があるのではないかと。
- ▶ 「ICT利活用」から「情報利活用」への転換が必要。その際、匿名化と本人認証のインフラ（効用と保護のバランス）、標準化で多分野をつなぐ集合知のプラットフォーム、社会性の高い一点集中のソリューション群、深刻な課題の解決策を他分野に展開、制度改革につながる実証実験等が求められるのではないかと。

【利活用WGにおける議論】

- ▶ これまでは医療、教育、行政など、分野別の「縦軸」でICT政策を体系化してきたが、今後は情報セキュリティ、人材、情報の利活用等、分野横断的・基盤的な「横軸」の視点が一層重要となる。
- ▶ これまで「技術ドリブン」で考えがちであったICT施策を、「課題ドリブン」、「ユーザードリブン」へと転換することが必要。
- ▶ 利活用施策の各アウトプットについて、相互の関係性や最終的なアウトカム達成までの道のりなどを示した全体の「ロードマップ」を作り、国民にわかりやすい形で示すことが重要。
- ▶ 「価値ある情報の利活用」を促進するための仕組みの構築やルール作りが重要。

② プラットフォーム展開

- ▶ 各国ごとの垂直統合モデルが崩れ、グローバルなプラットフォームに収斂していくと見込まれる中、クラウドのネットワークとプラットフォームは国としても重要。これを日本の事業者が構築したいというときに、どのように後押しできるのかが課題。
- ▶ 仮にグローバルプラットフォームを日本がとれない場合、プラットフォームの上でモジュール的なビジネス展開が迫られる可能性がある。他方、アプリケーション・コンテンツ分野でのビジネスは可能であり、これをどのように展開していくのか検討が必要。
- ▶ 「スマート・クラウド戦略」は新事業創出の点でも重要であり、この中でプラットフォーム展開の在り方についても検討することが必要。
- ▶ ICTにおけるイノベーションの進展に伴い、「競争力の源泉」のパラダイムシフトが生じている。新事業創出戦略の検討にあたっては、競争力の源泉となるものを改めて捉えなおす必要があるのではないかと。

③ ICT産業のグローバル展開

- ▶ グローバル市場を取れない事業者は生き残れないのではないかと。特に、早く利用者を獲得し、プラットフォームを獲得していく流れがあり、利用者の獲得がスタンダードを決めるという面があるのではないかと。
- ▶ 我が国で生まれた新事業がどんどん外に出て行くというサイクルを作ることが重要ではないかと。
- ▶ 消費者は良いサービスであれば外資系でも構わない。でも、そうすると日本の事業者が成り立たなくなってくる。どちらの視点に立つべきか検討が必要と。
- ▶ 飛躍的な成長が期待される新興国中間層向けに新たな商品開発が必要だが、国内市場が未だ無視できない大きさであるため、各企業の経営資源配分が難しい。また、日本企業が得意なのは顧客のニーズにあわせた作り込みだが、その結果として価格が高騰する。さらに、企業の中で部門に分かれていて「総合力」発揮が難しいと。
- ▶ ICTを利活用した社会的課題の解決策（ビジネスモデル）についてアジアへの展開も展望できるのではないかと。その際には、インフラ輸出同様、ハードとソフトのパッケージでの提供が考えられるのではないかと。

④ ベンチャー支援

- ▶ 国が持っているデータを徹底的に公開し、それをベンチャーも含めた様々な事業者に使わせることが重要と。
- ▶ アメリカのベンチャーであれば、ある程度成功すると、3年目か4年目には海外に出て行くが、日本ではなぜあまり外に出て行かないのかと。
- ▶ 官民の支援により、起業家とサポーター等の出会いの場をうまく設けることができれば、もっと世界に通用するビジネスが出てくるのではないかと。
- ▶ 新事業創出には、「技術や事業を新たに作り出す人」と「それを大きく育てる人」が必要と。日本では後者が弱いのではないかと。

⑤ 利用環境の整備

- ▶ ソーシャルメディアが発達するほどリテラシーや利用度合いの差が情報格差となり、逆に非利用者に対しては実質的な不利益を生んでしまう可能性がある。このため、多種多様なサービスやデバイスについて、「どのように利用すると、どんな利便性があるのか」という点について、利用者に啓蒙、提案、サポートをすることが重要と。公的相談窓口の設置等も検討してはどうかと。
- ▶ 個人の情報発信が容易になったことと裏腹に、安易な発言が大きなトラブルに発展し、その個人が所属する法人にも社会的責任が及んでしまう事例が実際に起きている。各個

人のモラルに任せるだけでは不十分であり、ソーシャルメディア利用についての学校教育、企業での利用方針を定める「ソーシャルメディアポリシー」の策定及び社内教育が急務。

- ▶ ソーシャルメディアは従来のサイトという概念を越えたコラボレーションを容易にし、企業と個人のつながりを生む一方で、情報の発信元、責任の所在が不明瞭になりがち。このため、利用者が今どの企業のどのようなサービスを利用しているのか混乱をきたさないような表示ルール、顧客サポート対応責任の整理等が必要になるのではないかと、風評被害リスクへの対応も重要。
- ▶ ソーシャルメディアの重要性が高まるほど悪質な手法・業者が出てくるため、生活者が安心してサービスを利活用できるよう、サービス提供者による自主規制はもちろんのこと、何らかの法規制や信頼性明示の方法が必要となっていく可能性があるのではないかと。

⑥ その他

- ▶ 通信・放送の融合・連携に関する新たな機器やサービスの動向について、米・英・韓等の動向を参考にすることが必要。
- ▶ 著作権法の網を広くかけ、裁判でどこまで許されるのかを決める日本のやり方は、新技術・新事業の創出の上で萎縮効果が生じている。
- ▶ (上記意見に関連して) 他方、著作権法の改正はベンチャーには良いかもしれないが、著作権者が損をしたら意味がない。