

情報通信審議会 情報通信政策部会
新事業創出戦略委員会（第3回）議事録

1 日 時 平成23年3月2日（水） 15:00～17:00

2 場 所 総務省8階第1特別会議室

3 出席者

(1) 構成員（敬称略）

新美 育文（主査）、岩浪 剛太、太田 清久、岡村 久道、神門 典子、
佐々木 俊尚、野村 敦子、堀 義貴、三膳 孝通、村上 輝康、山田 栄子、
山田 メユミ、吉川 尚宏

(2) 総務省

利根川情報通信国際戦略局長、久保田官房総括審議官、原政策統括官、
武井審議官、岡崎情報通信政策総合研究官、竹内技術政策課長、淵江国際政策課長、
安藤情報流通振興課長、古市事業政策課長

(3) 事務局

今林参事官、長塩参事官、谷脇情報通信政策課長、三田情報通信政策課調査官

4 議題

(1) ICT利活用戦略WG 活動状況報告

(2) 構成員プレゼンテーション

①村上構成員プレゼンテーション

②山田栄子構成員プレゼンテーション

③山田メユミ構成員プレゼンテーション

④吉川構成員プレゼンテーション

(3) 自由討議

(4) その他

5 議事録

【新美主査】 皆さん、こんにちは。定刻となりましたので、ただいまから新事業創出戦略委員会の第3回会合を開催させていただきます。

本日は、お忙しい中をお集まりいただきましてありがとうございます。

では、早速ですが、事務局から本日の資料確認をお願いしたいと思います。よろしくお願ひします。

【三田情報通信政策課調査官】 お手元の資料でございますが、A4縦の「次第」と書かれているほうのクリップを外していただきますと、「次第」の1枚物。

その後ろに、資料3-1で、「『ICT利活用戦略ワーキンググループ』における検討状況について（ご報告）」の資料でございます。資料3-2が、村上構成員からのプレゼン資料でございます。資料3-3が、山田栄子構成員からのプレゼン資料でございます。資料3-4が、山田メユミ構成員からのプレゼン資料でございます。資料3-5が、吉川構成員からのプレゼン資料でございます。資料3-6が、「“スマート・クラウド戦略”の最新動向」ということで、総務省からの提出資料でございます。参考資料としまして、「第2回会合における主な議論」の資料をおつけしてございます。

それから、別取りでございますが、参考資料集ということで、第1回、第2回会合でお配りさせていただいておりますが、参考となるデータをまとめた参考資料集をお配りさせていただいております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。資料について、過不足はございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、本日の議題に入りたいと思います。

お手元に本日の次第が配付されているかと思いますが、本日は、最初に、先般、設置いたしましたICT利活用戦略ワーキンググループの座長をお願いしております村上さんから、WGの活動状況のご報告をいただきたいと考えています。

その後、先回と同様に、4名の構成員の方からご発表いただき、その後、自由討議に移って、最後にまとめに入りたいと思っております。

それでは、まず村上さんから、WGの活動状況についてご報告をお願いいたします。

【村上構成員】 それでは、資料3-1をごらんいただきたいと思います。

このワーキンググループは、前回設置が決まりまして、大きくは重点的に推進していくべき分野および推進方策と、具体的にそれを実施していくための方法論という大き

な2つのあるいは3つのミッションをもってスタートしております。

次のページにありますように、私が座長、國領さんが座長代理で、ここに示されているような、各界で実際に活動しておられる皆様に参加していただいております。

4ページに、スケジュールを示しておりますが、これから4月に中間とりまとめ、5月に第1次とりまとめ（案）の検討、7月に第1次とりまとめの総括をやりまして、それぞれこの委員会にご報告させていただければと思っております。

実際の活動内容は、5ページ、6ページに示しておりますが、最初はフリーディスカッションをやりまして、一昨日、第2回の会合を行い、5名の構成員のプレゼンテーションをいただきました。非常に議論が活性化しまして、興味深い展開になっております。

次回は3月16日に第3回を予定していて、やはり5名の構成員からプレゼンテーションをいただきまして、同じようにWhatとHowの議論をしていくということで始まっております。

6ページ、7ページに発言の内容を整理しておりますので、ごらんいただければと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。また、村上さんのご報告につきまして、確認としてのご質問をお願いします。ご質問等で内容にわたるものについては自由討議のときをお願いしたいと思います。

では、続きまして、構成員の方々からのプレゼンテーションに移りたいと思います。

本日は、村上さん、山田栄子さん、山田メユミさん、吉川さんの4名の構成員の方にプレゼンテーションをお願いしてございます。ご発表いただく4方につきましては、それぞれ15分程度の発表をいただきたいと思います。自由討議の時間をできるだけ長くとりたいと思いますので、各々のプレゼンテーションにつきましては内容確認、事実確認程度の質問にとどめていただきまして、ご議論は後ほどにさせていただきたいと思います。

それでは、トップバッターといたしまして、村上さんからご発表をお願いしたいと思います。

【村上構成員】 それでは、資料3-2を使ってお話しさせていただきたいと思います。

前回、岩浪さんや太田さんからこの分野の変化の先端についての非常に興味深いお話をいただきました。

私からの今日のお話は、もう少しタイムスパンを長く見ますと、国のIT戦略、総務省のIT戦略は、どんどん変わってきているわけですが、今、この新事業創出戦略委員会がどういうところに立っているか、足元をレビューしてみようというのが1つと、それに立って、これからどういうところに行けばいいのかということにつきまして、解というよりもオプションを明確にしたいと思います。

議論はWhatとHowを議論しているのですが、時間の関係で今日は「何を」というところに焦点を置いたお話をさせていただければと思います。

まず、IT戦略の推移についてですけれども、この第1回の資料にも、こういう形で整理していただきました。

釈迦に説法のところがたくさんあるのですが、日本のIT戦略は2001年にブロードバンド化によって世界最先端のIT環境を実現するという大きな目標を掲げてスタートいたしました。それが2003年に途中段階での見直しをやりまして、ある程度ブロードバンド化のめどがついてきましたので、インフラ整備から利活用へということで、e-Japan戦略Ⅱが策定されました。

このときにユビキタスネットワークパラダイムに初めて言及されたわけですが、それを受けて2004年に、総務省がu-Japan政策を策定されて、研究開発戦略のUN S戦略プログラムを併走する形になりました。2006年以降は、e-Japanはu-Japanにならず、IT新改革戦略という形になりましたが、中身的にはユビキタスな環境をつくっていくというところで粛々と進んでいきました。

u-Japan戦略は、ご案内のとおり、下の図にありますように、インフラ整備という面ではブロードバンドからユビキタスネットワークへ、縦軸の利活用の分野では、ITの先導的な導入からもう少し進んで、課題解決のためにICTを活用していくという、日本の課題解決のためのICTという方向がここで明確に打ち出されました。それと、安全・安心という環境整備、この3本柱でIT戦略、ICT戦略を推進していくという考え方だったわけです。

そういう形で、IT戦略は粛々と2009年まで国レベルでも総務省レベルでも進んでいったわけですが、2009年7月から大きな変化が起こりました。2009年7月に、リーマン・ショックのインパクトをどう吸収するかということで、これまで5年、5年で進んできました国のIT戦略を途中でぶった切る。これは麻生政権のときでしたが、ぶった切って、急遽、新しい戦略を立ち上げるということをやりました。

國領先生と私なんか動員されて、大急ぎでこのi-Japan戦略なるものをつくったわけですが、これは2カ月しかもたなかった。

2カ月後に政権交代がございまして、ここでこのi-Japan戦略は一たん棚上げになって、新しい体制でIT戦略の議論が始まった。2009年10月ぐらいから新しい体制で動き始めたわけですが、ICT政策決定プラットフォームとICT政策タスクフォースというのが4つの部会を伴って、「政治主導」をキーワードにした体制で動き始めました。この間、私は情報通信政策部会長だったわけですが、たしか部会は1回しか開かれなかったと思います。ほとんどのことはプラットフォームで議論されるという体制です。

ここでいろんなことを決めたのですが、この環境もそう長くは続きませんで、内閣改造があって、議論は総務省から、どちらかというとIT戦略本部の4つの委員会をベースにした議論に重心が移るということがありました。さらに内閣再改造とか事業仕分けがあって、この委員会の設置に至っており、「知識情報社会の実現に向けた情報通信政策の在り方」をこれから議論するわけで、その中の中核の委員会としてこの新事業創出戦略委員会があるということだと思います。

この図を見るとわかりますように、2009年までは一応ICTの変化を反映するような形でICT戦略が変わってきました。2009年7月以降は、非常に小刻みにICT以外の変化によってICT戦略が微妙に変わってきているという状況があります。ですから、今回の取り組みはもうちょっと長期にわたるじっくり腰を据えた形で、ICTの中の変化を反映するような形でICT戦略が決まっていく姿が、今、特に産業界からは求められているということではないかと思います。

では、IT、ICTのほうはどのような形で変化しているかということですが、20世紀中は、50年代のメインフレーム、80年代のクライアントサーバシステム、90年代のWebコンピューティングというパラダイム変化がありまして、どんどん通信と情報が融合してきた。20世紀から21世紀への変り目のところで米国のITバブルが起こり、そしてその崩壊が起こりました。

この結果、一時期、ITパラダイムの真空状態が生まれたわけですが、そのころに日本は、日本最初のIT戦略を組み立て始めました。とったのがブロードバンド化戦略ということだったわけです。そして、ブロードバンド化戦略がある程度めどがついてきて、ユビキタスネットワーク化を目標にするようになった。

これがICT政策の1つの大きな方向になったわけですが、2000年代の中ごろのオライリーのWeb 2.0宣言ぐらいからですが、CGMだとかMash UpだとかYouTubeだとかBlog、SNS、Twitter、Facebook、Virtual Goods、iPhone、iPad、あるいはクラウドというような、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限りなく高度に洗練させていくような方向の進化がございました。Web 2.0とか3.0といわれる世界です。

これを大ぐくりに見ますと、クラウドコンピューティングのインフラをベースにして、グローバルなプラットフォームがその上に乗っかっている。その組み合わせの上で、さまざまなソーシャルメディア、あるいはソーシャルサービスが群発しているというのがこの流れの変化の本質ではないかと思えます。

したがって、現在は、このWeb x.0という方向性はネット空間を限りなく高度に洗練させていくわけですが、もう一つの方向として、ネットがリアルに手を伸ばす、つまりネットがリアル空間と融合していく、浸透していくようなユビキタスネットワーク化という方向が存在します。この2つの方向性が併存した形で現在のICTの世界は変化・発展していると思えます。

こういう対比で見ますと、Web x.0の場合はクラウドコンピューティングの基盤なわけですが、それに対して、ユビキタスネットワークのほうは、ネットワーク基盤はユビキタスネットワークで、グローバルプラットフォームに対しては、あえてこの言葉を使いますが、ガラパゴスプラットフォームが乗っかっており、その上で、さまざまなユビキタスソリューションが実証されている。まだなかなか普及には至っていないわけですが、実証だけはもう世界のレベルに達しているというのが現状ではないかと思えます。

もう一つ、ITの世界で大きな変化は、国際経済環境が変化したということです。

この図は、一定の仮定を置いて、30年後の経済の大きさを見たものですが、この仮定を置きますと、日本が10に対してEUが20、アメリカが30、BRICsがそれに対して60、BRICsの近隣も日本以上になる。こんな形になるわけですから、日本が日本市場だけでガラパゴス化するというようなぜいたくは絶対に許されないような環境になっていくということが起こります。

しかしながら、所得水準から見ますと、やっぱり新興国とOECD諸国との間には大きな懸隔があって、新興国の場合には、次の図のブルーのラインが日本の成長のパスで、

その中で中国・インドの現在と30年後がどこに位置するかというのを見たものですが、現在に対してインドの30年後というのは日本の70年代の後半、中国の30年後というのは日本の80年代の中ごろということで、要するに巨大な経済が動いていくわけですが、中所得国という形を長くとりながらこれから30年間動くということになります。

そういう中で、企業活動という面では、2つの新しい方向性が出てまいりました。この図は、縦に製品機能とか性能を追求する方向性、横軸は空間的にグローバルにオペレーションを拡大していく方向性です。日本は、これまでどちらかといいますと縦の方向でひたすら上へ上がってきた、性能を磨く、機能を拡大することでグローバル・マーケットで活動してきました。その中で、20世紀から21世紀に変わる、変わり目ぐらいから新しい方向が2つ出てきました。

1つは、右に行く方向性で、機能・性能はほどほどでいいから、どんどんグローバルなオペレーションの展開能力を高めて、ブランドを確立しながら、非常にアジャイルな展開をしていくというサムスンとかLGのようなアプローチが出てきました。ガラパゴス化に対する対応を考えたわけなのですが、そうこうしているうちにもう一つ変化が出てまいりました。これはインドのTataのナノですとか冷蔵庫のチョットクールみたいなケースですが、機能をどんどん上げていくのではなくて、逆にどんどん削っていく。人にとって最も本質的なものは何なのかということ突き詰めて、そこに向かって非常に思い切ったバリューエンジニアリングをしたり、工法革新をしていくような方向性です。これで20万円の立派な自動車ができてしまう、6,000円の十分機能する冷蔵庫ができてしまうという変化が起こってきました。こういう製品やサービスはインドだけでなく、もっとユニバーサルに広がっていく力強いパワーを持っているものです。

こういう2つの変化が起こってきたわけですが、この委員会では、こういう環境を前提にして、これから日本のICTはどんな方向に向かって行けばいいかということを議論しなければいけないわけですが、第一に考えられる方向性は、日本も新興国と協働して、今申し上げましたユニバーサルなICTの展開ができるようにするというかと思えます。

これは、これまでみたいにどんどんいいものをつくっていこうというのではなくて、新興国でも、先進国でも、どんな国でも、どんな人でも使えるようなものとはどんなものなんでしょうか、という問いに答えるものです。こういうものをつくり出すことができれば、ものすごい展開力を持った取り組みができるということです。

ただ、これをやるためには、当然モジュール化とかプラットフォーム化をして大幅にコストダウンをしなければいけませんし、これから出てくるたくさん新興国の企業、経営資源と共生していくようなアプローチが必要だということになります。また、市場インテリジェンスも違った形のものが必要ですし、新興国とのM&Aもやらなければいけないし、共生経営も進めなければいけないということで、これは国際競争力を上げていくというよりも、国際共生力を上げていく。要するに、他の国や他の企業と仲よくする力を上げていくことがこのパスでは不可欠になります。

2番目の方向は、日本もグローバルなオペレーション能力を上げればいいのか、今持っているものをベースにしてグローバルに展開をもっとしていきましょうという方向性です。

日本にとって、今持てるものというのはユビキタスネットワーク化に絡んでやってきたことかと思います。これをやっていくためには、もっと技術外交能力を上げなければいけませんし、日本に関する情報発信も深める必要があるし、ブランド戦略を第一、グローバルにもっと展開しなきゃいけない。標準化・知財戦略も統一のとれた形でやる必要があります。

こういう国際的な発信という面では、ユビキタスネットワーク化という面で何もやっていなかったわけではありません。主として国連の場を使って色々な活動が行われてきました。WSIS、国連世界情報社会サミットでは2回にわたってユビキタスネットワーク・パラダイムについて情報発信をやっていました。この図の右側にあるのは、TunisでのWSISで2005年に私がやったプレゼンテーションの資料なんですけど、赤で囲っている部分は、ユビキタスネットワークの「どこでもいつでも何でも繋がる」の「何でも」繋がるという部分を示しています。インターネットは世界中のあらゆるPCをつないだわけですが、ユビキタスネットワークは、より高次に、人と人、人と物、それから物と物、Object to Objectのつながりも豊かにしていきますよというのを示しています。

たしかTunisサミットは2005年の夏前にやったと思いますが、その2005年の末には、ITUが「Internet of Things」略称IoTというコンセプトを提案しました。これは先ほどの図のObject to Objectのところを切り出して、そこを1つのITパラダイムにしていったものなのですが、これが欧州を中心に急速に普及し、今、中国にその概念が渡って新しい展開をし始めています。「ウーレンワン」という概念です。「物聯

網」ですね。ユビキタスネットワークについては中国でもいろいろな情報発信をしてきましたが、ユビキタスについては「無所不在（ウーソーフーザイ）」という言葉が中国語にもなっています。ところが、2009年に温家宝首相が、「感知中国（センシング・チャイナ）」という有名な演説を無錫でやりまして、それ以降、この「物聯網」という概念が、熱病のように中国のICTの分野で広がっているということです。

次のページに色々な組織が、色々な取り組みをしているというのをお示ししております。ですから、この第二の方向性のアプローチをするとすれば、このIoT、物聯網とかユビキタスというところでの国際展開が重要かと思えます。

それから、第3番目のアプローチは、真正面からグローバル展開をしようというものです。Web2.0の世界に入り込む形でどこまでグローバル化が展開できるかということです。

今、携帯情報端末が非常に多様なカタチで出てきているわけなのですが、私なんかは携帯情報端末というとすぐシャープのZaurusが頭に思い浮かびます。代がかわるごとに買い換えて私はいまも4台持っておりまして、これはこれですばらしい端末だったんですが、残念ながらガラパゴスだった。グローバルプラットフォームにはなっていなかったという問題と、アーキテクチャーがクローズドだった。その後出てきたiPodは、コンテンツをオープンにしましたし、iPhoneはアプリケーションをオープンにしました。Kindleはネットワークをオープンにした。iPadはトータルにオープンにしているわけですが、こういうことがどんどん進んでいったのに対して、日本のアプローチではそういうことができなかったという問題があります。

日本は、これを根本的にやり方を変えて、クローズドでなくてオープンに、ガラパゴスでなくてグローバルなものに展開していくことができるかどうかということと、これがもしプラットフォームレベルでできないとしても、その上に乗っかるコンテンツですとかアプリケーションは幾らでもこのプラットフォームを使ってできますので、これをどんどんやっつけようというのが第3番目。

次、最後ですが、4番目は、日本社会の直面する課題解決にICTを使うことをもつと真剣に考えようという、縦の議論をやっつけようという方向性です。先ほど申し上げましたが、私が座長を務めておりますワーキンググループではどちらかというとグローバルというのをこういう方向での議論をしています。

すなわち、ICTの利活用から「情報の利活用」へとか、インフラについては、匿名

化の仕組みと本人認証の仕組みが両立するようなものをつくり出す必要があるんじゃないか。その場合に、保護よりも効用を強く打ち出していくべきとか、プラットフォームについては、標準化で多分野をつないでいくような集合知のプラットフォームをつくる必要があるとか、社会性の高い一点集中のソリューション群をつくるべきとか、深刻な課題からスタートして、そのアーキテクチャーを横展開していこうとか、実証実験もICT利活用の実証実験もさりながら、制度改革につながる実証実験というのがもうすこしあっても良いのではないかと、というような議論がワーキンググループでは出始めております。まだ始まったばかりですので、これからもっと膨らんでいくと思いますけれども、こういう日本国内の課題解決に特化してICT利活用についての議論が多く出ております。

こういう4つの大きな方向が考えられるわけですが、どこにどのぐらいのウエートを置いていくのかというのをこれから詰めていく必要があるのではないかとということで、私からは以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、先ほど申し上げましたように、事実確認等に限って、ご質問がありましたらご発言いただきたいと思っております。よろしいでしょうか。

それでは、続きまして、今度は山田栄子さんからご発表をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【山田栄子構成員】 三菱総研の山田栄子と申します。私の資料、資料3-3ということで、ご説明させていただきたいと思っております。

私はちょっと皆様と毛色が違って、高齢者、障害者、福祉医療といったところでのICTの活用、先ほど村上さんが情報の利活用とおっしゃっていただきましたけれども、その情報の利活用を進める上で、ICTを上手に使えない人、でもほんとうは上手に使用しているんだよというような人たちの生活の中でのICTの活用、情報の活用というところを長くテーマとしてやってきておりまして、そういう点からのお話をさせていただきたいと思っております。

そういう意味で、タイトルのところに、「日本人の生活を豊かにするICTの活用を考える」ということで、グローバル・プラットフォームというような壮大な構想ではないんですけれども、まずは日本人がテクノロジーを上手に使いこなして、豊かな生活をしていけないか、そういうところにも新事業のネタがあるんじゃないか、社会性の高い

テーマとして、村上さんの検討の中にも入れていただけたらうれしいなというところでお話を差し上げたいと思います。

まず、2ページ目に書いてあるのは、これは別に今言われることではないんですけれども、皆さんよくご存じの話として、これからの日本社会の構造を考えてみたときに、少子高齢社会になるということが取りざたされているんですが、少子高齢社会になるということは、障害者が増えるということにもつながっております。数的には、障害者手帳等の数だけではなくて、それ以外の発達障害なども含めると、実は人口の1割以上ぐらいがもう障害をお持ちの方である。そういう方が増えてきているという状況があります。認知症の方、発達障害等最近になって顕在化してきた障害を合わせると、そのような状況が広がってきています。

ちょっと前後しますが、3ページ目、4ページ目、5ページ目のグラフを見ていただくと、3ページのところでは、要介護度別の人数の推移です。高齢者の中で、要介護の人たちというのは、それが9割いるわけじゃなくて、逆に半分以下ということは言われておりますけれども、それでも数は増えてきているというのが一つ挙げられます。これは高齢者です。

4ページは、身体障害者と言われる分野でして、高齢者が増えることで身体障害者の数がかかなり増えてきております。内部障害の方々が多いいいいうのもありますけれども、加齢や生活習慣病等による高齢障害者の増加というのは見過ごしてはいけない数字なのかと思っております。

それから、5ページ目です。1980年以降、非常に医療技術が進歩しております。進歩しているおかげで発生が抑えられている障害もあります。ただし、例えば人工呼吸器等の進化に伴って、実は生きながらえていく障害者も多々おありまして、ALSの発生自体は増えているわけではないんですけれども、患者数としては急激な伸びを示しているということがございます。これら、非常に断片的なデータでしかございませんけれども、障害者が増えていくということが社会の一つの断面として挙げられるということでございます。それから、高齢女性が増えるというところについてはここではあまり深く触れないようにしたいと思います。

それと、社会保障の構造改革が必要ではないかという議論も今、政権のほうでも取りざたされておりますけれども、個人的には、日本では年金だけで生活できる時代は終わるんだろうと思っておりますし、お父さんが1人稼いで、家族何人もが食べていけると

いう時代も終わるんじゃないかと思っております。ここにいらっしゃる皆さんは、そういう状況じゃないと実感がないかもしれませんが、世の中全般で言うと、こういうことが非常に大きな社会問題になってきているんじゃないかと思っております。

それから、生産年齢人口が減るので経済活力が停滞している。それも一つあるかと思っておりますけれども、今後は、この社会保障の問題とも相まって、我々世代以降は、死ぬまで働くんだということを意識の中に組み込まないといけないかなど。それらを前提にしたような社会づくりをしていかないといけないんじゃないかと思っております。ですので、私自身は障害者の就労支援をしておりますが、障害者の就労支援を考えることは私としては時代の最先端に行く社会のソリューションを考えていると思っております。そういうようなところでも使えるテクノロジー、あるいは情報の利活用ということをもっと皆さんと一緒に考えてみたいと思っております。

6 ページに行っていただきたいと思っております。

今は日本全体のこれからの姿の1つの断面を切り取ってお話をしましたけれども、テクノロジーの進歩によって、社会がどう変わっていったのか、あくまでもテクノロジーを活用する側の、利用者の視点に立って見た記述でございます。

1つは、ICTが社会の基盤になるということは、ICTを文房具と同様に使って、だれもが情報の利活用、コミュニケーションの促進ができることが前提だということがあると思うんですけれども、実際に今、Facebookを活用して、日本人がどれだけ使っているんだろうかということを考えたときに、私としては、新事業の一つの切り口として、どれだけ有効に使い倒すのか、使い倒せもしないものについて、それから先の大きなパラダイムシフトにかかわるようなアイデアは出てこないんじゃないかということも思っております。テクノロジーを浸透させるということも一つの事業戦略として考えたいと思っております。

それから、コミュニケーションの方法が大きく変化している。これは確かだと思えます。名のない人の小さなつぶやきでも世界を動かすことができるというのもございますが、今となっては、障害があっても、テクノロジーを上手に活用することで、普通のコミュニケーションができる、普通に働けるという時代も来ております。特に、文字だけに頼らない、シンボルコミュニケーションですとかピクトを使ったコミュニケーション、これらについては、逆に障害者がこういうものを使ってコミュニケーションをしておりますが、言葉の壁を越えるという意味では、そういうものを使って、グローバルなコミ

コミュニケーションも促進されるという側面もあるかと思えます。

今後は、技術の進歩を生活にうまく取り入れる知恵が試されるということで、実は個人情報の問題についても、個人の情報を守っていくのか活用するのかの二者択一ということではなくて、上手に守って上手に活用しましょうよということができないと、情報をうまく活用する、テクノロジーを活用するということにつながらないんじゃないかと思っております。何度も申し上げているように、情報の活用を中心に据えた新しいサービスの開発については、グローバルプラットフォームのように、国際戦略に生かせるかどうかというよくわかりませんが、内需を拡大する新事業として考えられないかと思えます。それから、税と社会保障の一本化、公的サービスと民間サービスのシームレスな提供というあたりは、実際に生活に直結するようなサービスを考えるときには、このような流れも今は追い風になっているんじゃないかと思っております。

それから、具体的に、高齢期の生活とテクノロジーということで見たとときに、どのような状況が起こっているのかご報告させていただきたいと思えます。

ここに書いてありますように、高齢者もICTを使いこなせるんだということをまず一つご紹介しておきたいと思えます。時間もありませんので、具体的な事例を申し上げられないのが残念ではありますが、私自身、1990年のころから高齢者のIT活用をいろんなところでやってきております。日本で初めてのパソコン通信のニフティの電子会議室に高齢者の方々が集うメロウ倶楽部というのもつくってみたいしました。その時代から実は高齢者もマニュアルを全部読んで、きちんとテクノロジーを使いこなすということについては、使えないわけではなくて、使う機会がなかったというだけではないかと思えます。それから、ICTを活用したシニアベンチャーというのも全国で幾つか立ち上げてきたりいたしました。ITを活用して何をするのか、自分の何を実現したいのか、どういうことに役立てたいのかというのがわかると、高齢者といえども若者よりもヘビーユーザーになるということは実証されていると思えます。

ただ、一方で、急激なテクノロジーの進歩に対応するのが難しいという実態がございます。突然マウスが出てきて、「マウスを上げてください」というと、ほんとうに上げるというようなことが実態としてございます。そういったような、今までの文化の中になかったものはなかなか取り入れがたい。ですので、これからの技術革新のあり方というものが問われる。ただ、こういう技術革新のあり方を問われることこそ新しいビジネスのチャンスではないかと思っております。そういう意味で、生活の中でテクノロジー

を使い続けるサービスというのも重要だろうと思います。

3点目に書いてあるように、高齢者に受け入れられるものは市場を制する。これだけ高齢者が増えてきますと、高齢者がいいと思ったものは地味に市場を制圧していくと思います。高齢者がデジカメを大量に買っている、こういったことも見逃してはいけない事実なのかなと思います。

それから、ICTについて言えば、加齢による身体機能の低下を補完する、記憶のあいまいさをフォローする、今だと音声でメモをとる、あるいはかぎをかけたかどうかわからないという人たちのために、「かぎをかけましたよ」という履歴が残るかぎまで出てきております。そういったことで、心身機能の低下を補完するようなビジネスもある。文字の大きさを自由に変えられるだけで、私も遠近両用のめがねをかけておりますが、非常にこれは便利だと思います。それで、高齢者の積極的な社会参加を支援するツールということで定着すると、非常に市場への普及も早いのではないかと思います。

これからの日本の社会は、コストを大きくしない、社会保障のコストを大きくしないで、いかにみんな元気で長生きできるか。それで、それを前向きの活力につなげていくというためにも、ICTそのものが直接生み出すメリットだけじゃなくて、そこからつながって出てくるメリットも見えていくと、事業戦略としての一つの見方としては、そういうものもあるかと思います。

それから、1枚めくっていただきまして8ページ、障害者の生活とテクノロジーというのも1枚報告させていただきたいと思います。

私自身は、周りに障害者がたくさんいるので、見逃しているところも多いのですが、障害者にこそICTを使いこなすべきということでございます。視覚障害者は、カメラつき電話は使わないのかと思っていらっしゃる方も多いと思いますけれども、目が見えないからこそ、自分のお化粧した顔を人に見てもらって、「今日のお化粧はきれいね」とか「その洋服、とてもいい組み合わせよ」とか、そういうことを言ってもらったりもする。そういうこと一つにしても、テクノロジーの活用の方向性は1つではないということで、1つの技術も、いろんな方向で活用できるという一つになるかと思えます。

ここに挙げてありますように、車いすの人も、最近ストリートビューで現地の状況を確認して、どこにエレベーターがあって、どこに何があってというのをみんなチェックして出かけます。非常に便利になったと言われております。それから、自閉症の人、

目と目を合わせてお話しはできませんが、隣に座っている者同士、携帯等で文字で会話をすれば十分に普通の会話ができます。先ほど申し上げたように、シンボルコミュニケーションで海外の人とも交流も可能というもとの、たとえベッドで寝たきりだろうとも、社会とかかわりを持って働くこともできるという社会もあるのではないのでしょうか。

それから、顕在化した障害とICTの活用という意味では、学習障害、ADHD、アスペルガー症候群など、発達障害について認知されるとともに、それらの人たちの学習分野、就労分野におけるICTの活用が非常に重要になってきております。こういったこともこれからの少子高齢社会の中では重要になるのじゃないかということでございます。

それから、中途障害の方々が非常に増えております。ICTリテラシーを持った後に障害を持つ。そういった方にとっては、その障害を受け入れるということも含め、それからの生活の利便性を考えると、ICTの活用は心身のリハビリから選択肢の多様さを無限に広げる可能性のキーワードになってくるということもございます。

それから、9ページ、生活を豊かにするテクノロジーということで、今、高齢期の生活、障害者の生活、そういった分野での活用をご紹介いたしましたけれども、高齢者の増加とともに高齢者の積極的な社会参加をICTが支援できる。一方で、孤立している高齢者を救うこともできる。そのためには、今まで縦割りでやってきたサービスも、きちんと横割りでサービスを提供する。それぐらいのことは、もう既得権益を使用するのではなくて、みんなできちんと解決していく時代が来たのではないかと考えております。

それから、障害者・要介護・要支援になっても、コミュニケーション手段と自己決定手段をきちんとご自身で確保できるということが非常に重要になる社会になっていくのじゃないかと考えております。細かいことは時間のこともありますので割愛させていただきたいと思っております。

10ページ、11ページは、今申し上げたようなことを踏まえて、日本の社会の中で、ひとつ情報を有効に使うためのプラットフォームのアイデアとして、当社の中で議論されているアイデアをひとつご紹介したいと思っております。

今申し上げたように、縦割り型から横断型にサービスを組みかえていくということを考えてときに、みんなが情報を持ち寄って、みんなが活用するという枠組みをどうやってつくっていったらいいのかということでございます。

それから、その枠組み自体が新しい事業を自立的に創出するというものであってほし

いということで、ここに「情報取引所事業」と書いてありますけれども、この後、最後の絵を見ながらご説明したいと思うのですが、証券取引所ならぬ情報取引所というのをつくって、そこで情報が公正にやりとりされるということ自体を官がやるのではなくて、民がやるということを前提に、その周辺にいろんな事業が創出されるというプレイヤーズマップを考えてみたらどうかということでございます。結果として、個人個人がベストな選択が実現できるということで、ICTを切り口に、そういったことも考えられるのではないかとということでございます。

11ページ目には、日本版プラットフォームビジネスの形ということで、「情報取引所構想」とありますけれども、中央証券取引所ならぬ中央取引所があると。で、地方の取引所もつくりまして、右側に、情報をどんどん提供するプレイヤーがいる。これは官も民もここにどんどん情報を集めて、情報を有効活用するという取引所の中のログでどんどんお金もうけができるという民間の事業者をつかって、そうすると、ここにたくさん情報を集めておくと利用者が便利になりますよということで、取引所自体が官も民も情報の標準化だとかデータベース化などを進める1つのインセンティブにもなるだろう。左側のほうに、「情報照会側」と書いてございますけれども、そちらのほうに情報運用事業者みたいなものがたくさんできる。そういうところを介して、国民が自分たちのために自分の情報を活用するという枠組みをつくってはどうかと思っております。

例えば、医療保険、介護保険それぞれのサービスを使っても、例えば急性期の病院を追い出されてリハビリ難民になってしまう、あるいは介護を受けたいのだけれども、介護を受けるところが見つからない。そのおかげで介護難民になってしまう。いろんなことが今、発生しております。そうしたときに、自分の情報はきちんと運用してもらえようように開示することで、それぞれの公的機関の中でどういうサービスがだれに対してどれだけ行えるか、どこの自治体に住むのが得か、どういう介護サービス業者に頼むのがいいのかということも情報が流通することで幾つかの選択肢を自分で、自分みずから全部を探さなくてもエージェントが探してくれて、そのサービスを受けることができるというような新しい枠組みもできるのではないかと思っております。

この辺については、これらを実現していくときの一つの例として、皆さんにご紹介いたしますけれども、こういった切り口からの検討もぜひやっていただきたいということで、私の発表を終わりたいと思います。どうもありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

それでは、ただいまの発表につきまして、ご質問がありましたらお願いします。

【村上構成員】 1つだけ。

【新美主査】 では、村上さん、お願いします。

【村上構成員】 この情報取引所では、個々の情報に値段がついているのですか。

【山田栄子構成員】 まだそこまで、値段の金額まではつけていないのですけれども、いわゆる情報が動くことに値段をつけるという形をすれば、いかに情報が活用されているかで民間がやれば民間がもうかるということになってきますので、いわゆる環境整備という意味では、そういった仕組みを入れることで、いろいろなものの環境整備が進むのではないかと考えてございます。

【新美主査】 ほかにご質問はございますでしょうか。

それでは、どうもありがとうございました。

続きまして、山田メユミさんからご発表をお願いしたいと思います。

【山田メユミ構成員】 各委員の皆様からのご発表で、グローバルな視点から見た日本のICT市場の現状や課題についてのお話というのは既にいろいろとなされておりまして、私からは非常に範囲の狭い、かつサービスの利用者視点に偏った話にはなってしまうのですけれども、日常生活の中で当たり前インターネットを使っている層にとっては既に欠かせないものになっているソーシャルメディア、それと連動した消費行動の変化、それに伴って私どもサービス提供者が感じている課題などについてお話をさせていただければと思っております。

また、最初に5分ほどいただきまして、会場にいらっしゃる皆様、男性が多くいらっしゃいますし、私どものやっている@cosme、アイスタイルとは何ぞやと思われる方が多いのではないかと考えておりまして、ICTをベースにベンチャー創業をした一事例としても、自己紹介を兼ねまして簡単に事業紹介をさせていただければと思っておりますので、よろしく願いいたします。

私どもは、前回、小池様の発表でもお触れいただいたのですけれども、1999年、いわゆるネットベンチャーの創業がブームだったような時代に、ビットバレーというような言葉が騒がれた時代にインターネットをベースに創業した会社でございます。

創業のきっかけの一つに、1999年当時に、私自身が個人の趣味の範囲で発信しておりました化粧品のメールマガジンがございまして、当時、私自身は化粧品メーカーで商品開発の仕事をしていたのですけれども、それとは全く別の趣味の範疇でメールマガ

ジンというものを書いてみました。そうしましたら、自分が想定した以上のスピードで読者の方が増えたと同時に、多くの読者の方から、今の@cosmeが基盤にしています口コミ情報のような生の熱い声をメールという形でどんどん返信いただくようになりまして、そういったものを全く期待しないで始めたメールマガジンだったので、かなりの感動と驚きを覚えたというのが実際にございました。

そういった声を見ているうちに、この声を自分の手元にとどめておくのは非常にもったいないなという思いに駆られまして、みんなで作るみんなのためのコスメガイドみたいなものができるのではないかということは何となく考えるようになりまして。インターネットが普及すれば、消費者の情報発信力というのは間違いなく高まって、大きくなっていくだろうということを実感しましたし、これをデータベースのような形にすれば、まず消費者間にとって非常に有益な情報交換サービスになるだろう。ひいては、企業にとっても無視できない非常に有意義な消費者データベースになるにちがいないということを考えるようになりまして、その実現のために仲間たちとともに立ち上げたのが現在のアイスタイルでございます。

当時、自分たちにあったのは、ほんとうにそのアイデアだけで、何も無いところからスタートしているのですけれども、生活者の声が活かされる市場の形成というちょっと青臭いビジョンを企業として掲げておりまして、今も活動させていただいております。

沿革はもう、創業からのどたばたを話し始めるときりがございませんので、ご興味があればという範囲でシートを用意させていただきましたので、ご興味があればごらんいただければと思います。

先ほどから名前を出していますがけれども、私どものサービスの中心にあるのは@cosmeという化粧品のサイトになっております。今現在、会員が160万人おりまして、ほぼ女性が使ってくれているサービスです。ユニークユーザー数が大体月間で600万人、男性からすると何でこんなに多くの女性たちが化粧品に夢中になっているのかとお感じかもしれないのですが、非常に多くの熱い声が日々やりとりされておりまして、それを多くの方がごらんいただく、商品選択の参考にさせていただいているというサービスが@cosmeというコミュニティーサイトです。

また、一つ特筆させていただきたいのが、商品のデータ数なのですけれども、現在20万点を超えておりまして、大体1カ月に1,500から2,000ぐらいのスピードで商品も新しく登録させていただいております。これは日本の化粧品市場にこれだけ

多くのものがどんどん発売されているという現状の裏返しかなと思っておりまして、その数の多さが消費者を逆に混乱させてしまっている、迷いを来してしまっているからこそ、我々@cosmeのようなサービスが求められて、支持されているという現状にあるのかなと感じております。

事業といたしましては、インターネットをベースに女性たちに向けたコミュニティーサービスを展開し、多くの女性同士の商品選択のお手伝いをさせていただくとともに、消費者基点の評価データベースを構築し、そのデータを多くの化粧品メーカー様や販売店の皆様のマーケティングやマーチャンダイジングに生かしていただくという活動をしております。また一方で、ネットとリアルの連携について新しい可能性を模索するというのを私どもとしては力を入れてやっていきたいと思っておりまして、自社でも「@cosme store」という名前で日本全国に幾つかお店を展開したりもさせていただいております。また、中国企業との提携で、中国版美容口コミサイトの運営の支援などもさせていただいております。現在、グループとしての売り上げは約40億に届こうかという規模感で展開させていただいている企業です。

こちらは参考資料としてお店の写真を幾つか載せております。

以上が、簡単なご紹介、ご説明になりますけれども、ここまでの道のりは決して順調ではございませんでした。何度も資金面、人材面で行き詰まり、もう無理かというようなぎりぎりの状況もございましたし、そのたびに奇跡的な出会いがあり、助けていただいたというのが現在の心境でございます。

また、前回もエンジェルの不足みたいな話がありましたけれども、私どもで感じていましては、資金面の提供だけではなくて、オフィスやパソコンとかサーバーに至るまで私たちはほんとうに、「おもしろそうなことをやっているやつらがいる」ということで、ほぼ無償で支援してくださるような方たちとの出会いがあり、今があります。当時、私とともに事業を立ち上げた者、兩名とも26歳という若さでして、知識も経験もほんとうに何もなくて、何がきしみながら創業したわけですが、振り返って考えますと、そういった世間知らずさというのが、大胆な行動につながったのかなとも思いますが、逆に、だからこそ多くの方々が手を差し伸べてくださったのかなと感じる次第です。

また、我々はCGM、ソーシャルメディアという言葉ができる前から、インターネットによる消費者発信力の向上、情報の価値を信じて今に至っているんですけども、こ

れだけ通信プラットフォームが整備されて、ハード面の相当なコスト圧縮も実現されて、かつGoogleとかアップルとか、Facebookといったような巨大なインフラ的サービスも生まれて、利用者側のネット環境やリテラシーがこれだけ向上している中で、モジュール的な領域と言われてしまうかもしれないですが、アイデア次第では新しい生活価値を生むビジネスを立ち上げるチャンスは間違いなく広がっていると思っております。ですので、支援とかサポートというのはもちろん大事だとは思いますが、それ以前に、熱い思いを持った若者がアニマル・スピリッツを持ってどんどん事業を立ち上げていく、その一つの事例として私たちのような何もないところからスタートして、何とか頑張ってやっているような事例を見ていただけることが新しい企業が生まれる勇気とかヒントになればなという思いでやっておりますし、簡単にご紹介させていただきました。

前段が少し長くなってしまったので、次に移らせていただきます。

各構成員の皆様からの発表でも、もう繰り返されておりますので、言うまでもございませんが、国民のインターネットの活用は性別、年齢を問わず非常に当たり前になっている、インターネットが多くの人々にとって欠かせない生活ツールになっているというのは間違いのない現状と思っております。

高齢者の方々、先ほど山田栄子さんのお話にもいろいろな課題の提示がございましたが、全体で見れば、少しずつインターネット利用は広がっているというのが実情だと思っておりますし、さまざまなデバイスも登場して、多くの方が快適にアクセスしやすい環境も少しずつ整っている方向にはあると思っております。

こちら、ソーシャルメディアの利用者が増えている、これもほんとうに当り前のデータでございますが、ソーシャルメディアのような参加型のメディアというものが非常に存在感を増しているのではないかと思っております。

こちら、言い古されたニュースでございますけれども、世界的に見ても、昨年GoogleのアクセスをFacebookが抜いたということが大きな話題になっておりました。一気に目的型利用が減るということは思っておきませんが、インターネット利用におけるソーシャルメディアの存在感は間違いなく今後大きくなっていくのではないかと感じております。

ソーシャルメディア、ユーザー参加型のサービスを90年代からのシーンから考えますと、90年代はテキスト中心で、かつ知識がなければ自分のホームページを立ち上げられないというような状況があったかと思いますが、2000年代に入り、インフラや

ハード面の環境も整い、通信環境は劇的によくなっていると思いますし、それに伴って表現力も向上し、またプログラミングの知識がなくても簡単にBlogのような形で情報発信ができるサービスも生まれて、どんどんユーザーの参加を後押ししてきているのではないかと思います。また、2004年あたりから、ソーシャルネットワーキングサービスといわれるサイトも複数立ち上がっておりますし、日常生活のコミュニケーションをサポートして、ひいては代替するようなサービスというのがどんどんできてきているというのが現状じゃないかと思っております。

そして、今はさらにFacebookのLikeボタンのような情報提供型でしかなかったようなサイトにも簡単にソーシャルメディアとの連携や参加型要素を加えられるような機能というものが普及してきておりますので、世の中、何がソーシャルメディアかということにくること自体がナンセンスで、いわゆる情報にソーシャル要素が導入されていっているというのが現在の状況じゃないかととらえております。それがマルチデバイス、いろいろなデバイスを使うユーザーが増えることで、さらに利活用のシーンが広がっているというのが現状かと感じております。

こちらにも改めて言うまでもないお話かと思いますが、ソーシャルメディア出現前というのは、企業が非常に情報をコントロールしやすい環境があったかと思っております。それが、インターネットが普及し、ソーシャルメディアというものが普及した後は、企業とマスコミと消費者、消費者ということ自体がもう言葉としてナンセンスじゃないかと私自身は考えておりますけれども、生活者の情報発信力が非常に対等な関係性になりつつある。ないしは、競合するものではなく、補完する関係性になっているというのが現在の状況で、情報伝達の変化ではないかと感じております。

それに伴って、消費が非常に大きく変化したこの10年だったのではないかと思います。2004年ぐらいから、電通さんが、「AISAS」という言葉をよく多用されていらっしゃいます。マスメディアで宣伝し、いかに買わせるかというような企業主導だったマーケティングが、買う前に自分で賢く調べて、自分にとって合ったものを賢く買うという生活者が非常に増えていると思いますし、消費者主導型の消費、購買行動がごく一般的になってきたというのがこの10年の変化ではないかと思っております。

また、下に「AISASからSIPSへ」という言葉も書いておりますけれども、さらなる変化が起こっているんじゃないかと思っております。最初の気づきが能動的な検索だけではなくて、ソーシャルメディア上でやりとりされた情報が起点になって関心

や興味が生まれ、また企業と直接的なコミュニケーションを図りながら、より共感とか参加、ファン化みたいなものが自発的に進み、商品を選択するという動きが既に始まっていると思います。一昔前の大々的に宣伝すれば物が動くという時代から、確実に変化が生まれているというのが現状ではないかと感じています。

それがさまざまなジャンルで起きているというのが現在の状況かと思えます。ここに挙げているサービスは皆様、一度は間違いなく目にされたことがあるようなものではないかと思えます。自分の行動を振り返りまして、家電を買うときには必ず価格.comで評価を調べて、かつまた一番安い店を調べて購入するというのが当たり前になっておりますし、レストランを探すときには、例えばGPSで位置情報を取得して、近くにある店から評判の高いものを調べるなんていうことは自分自身の行動をかんがみてもごくごく普通にやっております、皆様も少なからずそういったサービスをお使いでいらっしゃると思います。

また、日本の経済環境の不安定さというのも、こういったサービスが利用される後押しをしているかと思っております。価格.comが先日発表されていた利用者数で、前年対比パソコンからで40%、モバイルからで50%利用者が増えて、現在PCが、3,300万人以上の方が月々お使いになっていらっしゃるというような数字も発表されていらしたんですけれども、こういった市況も手伝って、できるだけ失敗したくない、賢くいいものを安く買いたいという消費者心理が、こういったサービスを利用する拡大につながっているのではないかと感じております。

繰り返しになりますが、今後は生活者の情報発信力は間違いなく活発になり、かつ情報量、表現力も増していくのではないかと思っております。人と人とのつながりによって生まれる情報動線が目的型志向の検索と並ぶネットの潮流になっていくと考えております。また、ソーシャルメディアをインフラとした企業と個人のコミュニケーションというのがより一層求められる時代になっていく。人のつながりや共感が消費行動におけるキーワードになっていくということを感じている次第です。

最後に、簡単に私どもで考える今後の課題についても触れさせていただきたいと思えます。

ソーシャルメディアが発達すればするほど、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実質的な不利益を生んでしまう可能性があるということを感じます。先ほど山田栄子様のお話にもございましたけれども、高齢者の皆様にこう

いったものを無理強いして「使ってくれ」というのは当然無理なことですが、知っているのと得をするのに知らないで損をしてしまうということが、実質的に金銭の不公平、消費行動の不公平につながっているというのは実際にもう既に起きていると想っておりまして、こういった多岐にわたるサービス、またデバイスが増えていくことを、どのように利用するとどのように利便性が上がるのかということをやより横断的に啓蒙や提案ができる窓口ですとか、もしかしたら公的な窓口の設置のようなこともしていけないのかなということを感じております。

また、個人情報の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てしまうケースが実際に起きているかと思ひます。その個人が所属する法人にも社会的な責任が及んでしまった事例が実際に起きているという現状があるかと思ひます。

つい先般、大学入試で携帯電話からYahoo!知恵袋に質問の回答を求めて、それに答えてくれた人がいてという事例がございましたけれども、それももしかしたらやった本人にとってはそんなに大きなことではなかったのかもしれないと思ひております。各個人のモラルに任せるだけでは不十分で、ソーシャルメディア利用について、もしかするともう少し初等教育から啓蒙していくようなことも必要になっていくのかなと危惧しております。

また、企業間も自社の社員がどのようにソーシャルメディアにかかわるかという、ソーシャルメディアポリシーの明確化及び会社としてのソーシャルメディアとの付き合い方みたいなものの明確化が急務になっているのかなと思ひます。今、ソーシャルメディアポリシーは、会社のホームページに表記される企業様も非常に増えてはいますけれども、まだまだ全体を見ると割合は少ないかなと思ひておりますので、こういったところの取り組みも急務だと感じております。

また、ソーシャルメディアは従来のサイトという概念を超えたコラボレーションを非常に容易にすると思ひます。また、企業と個人のつながりを生むという利便性がある一方で、情報の発信元、責任所在が不明瞭になりがちだということも感じております。サイトとサービスの境界線があいまいになる分、ユーザーが今、どの企業のどんなサービスを使っているのか、混乱を来さぬような表示ルールですとか顧客サポート対応の責任の整理などが今後必要になると感じています。また、風評リスクなどもより一層高まっていくことも想定されますので、そういったものをどう対処していくべきなのかということも今後、議論していく必要があるのかなと感じております。

また、ソーシャルメディアの生活者における重要性が高まれば高まるほど、逆にそれを逆手にとって利用しようとする業者、手法などというのが出てくるのが常だと思えます。生活者が安心してサービスを利活用できるようにサービス提供者による自主規制はもちろんですけれども、何らかの法規制や信頼性明示の方法が今後必要になっていくのかなということを感じております。

実際に、私どもの@cosmeというサービスに対しても、多くの女性が化粧品を求めるときに調べに来てくれるということで、使っていただいているということを利用して、@cosmeでいかに評判を上げるか。ソーシャルメディアマーケティング会社と称するところが自社の営業ツールを私どものサービスに、「このように口コミで評判を上げます」みたいなものを積極的に営業されていらっしゃるような事例も見聞きしております。それは私どもだけじゃなくて、先ほど名前を挙げたいいわゆる評価サイトであるとか、購買に直結しやすいサービスに関しては、そういった「ソーシャルメディアマーケティングを有償でやります」、半ばやらせ的な行為をされている業者さんというのも多く出てきている現状がございますので、そういったところに対して、利用者にいかに信頼を損なわない対応ができるのかというのが、私どもにとっても非常に命題になっているというのが現状でございます。

私どもとしてできることというのは、自社でできることはいろいろ対応しております。

サイトの運営方針を明確化して、そこに他の企業にも賛同していただくということはやっておりますし、WOM、口コミマーケティングの協議会に参加して、私どももそれを遵守したり、またこちらのガイドライン委員を私自身もやらせていただいたりもしておりますが、そういった民間の活動だけではなくて、官と連携して、いかに消費者を安心・安全にサービスを利活用していただく環境をつくっていくかということを今後、積極的に取り組みをしていきたいと考えております。長くなりましたが、私からは以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、ただいまのご発表につきまして、ご質問がございましたら、お願いします。

よろしいでしょうか。

それでは、最後になりますが、吉川さんからご発表をお願いしたいと思います。

【吉川構成員】 資料3-5をごらんいただきたいと思います。

本日、私は教育とICTの領域について、ICTの重要な利活用の分野である教育の

分野に焦点を当てて問題提起をさせていただきたいと思います。

2ページは、ちょうど2月14日にオバマ大統領が2012年度の予算教書を発表しましたので、そこから引用してはいますが、アメリカも非常に大きな財政赤字を抱えていまして、これから財政赤字を削減していかないといけない中で、教育とイノベーションには力を入れます、予算も増やしていきますということを言っております。

その中で、この右のグラフを見ていただきたいのですが、国別の大学卒業率、普通ですと日本でしたら進学率を注目するところですが、アメリカはやっぱり大学は卒業しにくいということもあって、卒業率に着目して国別のランキングを出しているんです。日本は3位、韓国1位、アメリカは今9位で、これを10年後には1位にするということを言っているのですけれども、その中で、韓国の教育制度とか、あるいは教師像、例えば教師は非常に尊敬されていますねということについてオバマ大統領は言及しています。

これからどの国でも、特に先進国はますます人的資本投資が重要になるだろうということなんですが、韓国で今何が起こっているかということを示しています。私はたまたま去年9月に韓国の小学校の授業参観をする機会がありました。ソウル郊外の小学校を2校ほど回りまして、結構おもしろかったです。教室のつくりとかいすとか大体日本と似ているのですが、液晶のディスプレイがありまして、ここに授業に関するコンテンツが流れます。実は今、日本の小学校も、行くと、2年ぐらい前の教育、スクール・ニューディールのおかげで液晶のディスプレイがかなり入っていて、それなりのコンテンツも流れているのですが、私の子供の学校の授業参観と比べると、コンテンツのできが1段も2段も上ですね。非常にテンポよく教材が提示されています。ずっとこのディスプレイばかり見ているんじゃなくて、ディスカッションもしたりクイズもしたりします。このコンテンツにはゲーム的な要素もありまして、例えば日本ですと、「この問題、わかる人」と手を挙げさせますけれども、このコンテンツの場合は、あらかじめ生徒の顔写真が全部登録してあって、ルーレットのように、「今日はだれに発言してもらいましょうか」というのが回って、「はい、あなた」というふうに当たるように、ゲーム感覚のあるコンテンツが提供されていて、先生のPCのリテラシーも相当高いという印象を受けました。

韓国では、ちなみに教科書が国定教科書、1種類しかありません。数年後には検定教科書ということで複数入ることなんですが、実際は民間企業、まさにベンチャー

企業が韓国でシェア97～98%を持っているということで、そういったコンテンツのプロバイダーも今育ってきていますということです。

学校の先生に「生徒の学習意欲とか能力は高まりましたか」と尋ねたら、そこまではイエスとおっしゃらないんですが、授業の準備の負担が非常に軽減されたと、先生にとって非常にありがたい仕組みなんだということをおっしゃっていたのが印象的でしたということです。

一方で、翻って日本のほうはどうかというと、4ページを見ていただきたいんですが、日本でも学校のICT化はかなり進んできております。4ページの左側は、コンピューター1台当たりの児童生徒数。右肩下がりになっているということは望ましいということで、1台当たりの人数が減ってきているということは、それだけ普及してきているということです。かなり普及してきておりますし、教員の校務用コンピューターの整備率は、今はほぼ100%に達しているという状況で、ハードがかなり入ってきております。

それから、5ページを見ていただきたいんですが、ネットワークのほうはどうかというと、左側の校内LANの整備率も非常に上がってきておりますし、インターネットの整備率は右側にありますように96.7%ですし、超高速のものも65.5%まで普及してきていますので、ハードとネットワークがかなり整備されてきていますが、問題は幾つかございます。

6ページを見ていただきたいんですが、左側はどういう絵かといいますと、インターネットの接続率を横軸に、縦軸にコンピューター1台当たりの児童生徒数をプロットしているんです。点は47都道府県のデータをプロットしています。普通は、ITというネットワークもハードもソフトも一体で整備するというのは当たり前だと思うんです。そうすると、相関係数は、この場合ですと右肩下がりになってしかるべきなんですが、すなわち相関係数は限りなく1に近づいてもいいんですが、何と0.0414と。同じように、右側は、インターネットの接続率を横軸に、縦軸に教員の校務用コンピューターの整備率をとっても、これも全く相関関係がないということです。

それから、同じように7ページは、横軸はそのまま縦軸に普通教室のLANの整備率と、それから超高速のインターネットの接続率も入れているんですが、全く相関が見られない。これは一体どうなっているのかというと、都道府県ごとに教育委員会があるんですけど、おそらくCIO的な機能はすごく弱いだろう。教育委員会は市町村にも

ありますから、このデータをいろんな人にお見せすると、ひょっとすると市町村単位で見ると相関関係はあるかもしれないとおっしゃるんですが、とにかくネットワークなりハードなりをばらばらに整備していついて、教育のICTを一貫的に進めようというような傾向がないんじゃないか。しかも、都道府県ごとに非常に格差がまだ大きいんです。日本全体ですと普及率は上がってきているものの、都道府県ごとにかなりギャップはあると見ていただくのがいいのかと思います。

8ページは、よく出てきますPISAというOECDが実施している義務教育を卒業する年の人に対して行う学力テスト。これはゆとり教育の弊害が大分言われていましたけれども、2009年調査ではちょっと上がりましたということですが、いつとき1位だった数学的リテラシーなんかはまだ9位ということです。PISAは3年おきにあるんですけれども、次にどうなるかなんですが、9ページを見ていただきたいんですが、やっぱりICTをいかに教育に利用するかということで、新しい基準、標準は要りますよねという議論が今、結構なされています。

このATC21Sというのは、メルボルン大学と、それからCISCO、インテル、マイクロソフトといった会社が新しいICT教育の基準をつくろうという一種のプロジェクトです。これに関係している人にこの間、お話を伺ったところ、残念ながら日本の教育関係者とか日本のIT企業は全然参加していない、参加してくれていないという状況です。この内容は多分、次のPISAなんかに入るようなんです。とすると、まさに教育ICTもガラパゴス化しそうだということで、これはいわゆるデジュールじゃなくて、デファクトスタンダードということになります。こういうことに対する関心が実はないんです。インフラ・レイヤーとか携帯電話に起こっているようなことが教育ICTでもどうも起こりそうですねという問題指摘をさせていただきたいと思います。

10ページなんですけれども、前回、結構エンジェルの話も出ました。新事業創出の論点、1つは、民間でできる分野は、前回ご指摘がいろいろあった資本市場の話もありますし、私自身は雇用市場といいますか、雇用環境は、かなりこれから日本はもっと改めないといけないんだという問題意識を持っていますが、今日ご紹介した教育をはじめとして医療とか電子政府の、いわゆる税金、公共中心の分野については、これから財政改革が求められる中で、いかに資金を捻出するかが非常に重要になってくるだろうと思っています。

11ページを見ていただきたいんですが、さっきの民間中心の分野なんです、じゃ

あ、産業や企業の新陳代謝は起きているか、雇用環境は変化しているかということで、就職人気ランキングの過去40年のデータを集めてみました。これは男女雇用機会均等法とかがある前は、アンケートがそもそも大卒の男子だけに限られていたりするので、統一的な基準とは言えないんですが、ざっと見ていただいて、皆さんはどう思われるかなんですが、1965年はまだ繊維と化学の時代だったなという名残があります。東洋レーヨンとか旭化成がベスト10に入っている。

ただ、1970年以降の顔ぶれを見てみると、今、上位に来てもおかしくないような会社ばかり並んでいるんです。こうやって見ると、ICT産業のピークは85年、90年、95年、2000年もソニー、NTT、NHK、ドコモが上位に入っているということなんですけれども、要は、申し上げたいことは、この30年ぐらい結局、企業の新陳代謝は起っていないのかなということと、あるいは就職するほうの人の意識も寄らば大樹という意識が変わっていない。やっぱり雇用環境というんでしょうか、企業の新陳代謝を促して、そこに新しい人材が流れることをしないといけない。今、上位の会社だってどうなるかはわかりませんし、2005年に上位に入っている会社の中には、その後、破綻した会社もありますから、もっと新陳代謝を起こすようなことを実施していかないといけないんじゃないかというのがこの11ページから私が申し上げたいことです。

12ページ、公共分野におけるお金の工面についてですが、これは去年一度私がご提案したんですけれども、子ども手当、またこれも予算関連法案でどうなるかという状況で、2万6,000円どころか、2万円出るかどうかは今もわからなくなってきましたが、もともと子ども手当はいろいろ問題点があると言われていました。要するに、もらった人は現金でもらいますから、何に使ってもいいということで、お父さんがパチンコとか何かに使ったってわからないわけです。ですけど、本来、このお金の目的は次世代の育成ということですから、そちらにお金が行くようにしないといけない、教育とか子育て関連に流れないといけないですよということ、一種のバウチャーという金券、あるいは電子マネーみたいにして、そこでしか使えないような仕組みを考えてはどうでしょうか。e-learningとデジタル教科書とか、あるいは在宅勤務のシステムでもいいんですけれども、こういったことをご提案申し上げたんですが、いよいよこういうことを考えないと、お金をただ単にばらまいているだけでは経済効果は低いんじゃないかと思うわけでありまして。

それから、13ページなんですけど、電波利用料。私はさっきまで周波数の懇談会にも出席させていただいたんですけども、平成22年度で、電波利用料の予算が、歳入が700億で歳出が620億ぐらいあるんですが、そのうち4割が地デジで使われています。まだ後年度負担がありますので、すぐこれがなくなるというわけではないですが、いずれこれが必要でなくなった場合に、この収入をどう使うか。しかも、オークションという考え方も入れようとしていますから、一遍に入ってくるお金が数千億単位になるかもしれない。それを一般財源にするのか、もうちょっとICTの利活用のほうに使うのかというのはこれから議論があるところですが、ポルトガルの場合の例を右に書いていますが、電波オークションの財源をもとに、教育用のPCをたしか70万台ぐらい配布しているんです。こういった例も出てきていますので、限られた予算をいかに利活用に使っていくかというのは重要で、まずは総務省関連の予算についても歳出構造を見直していく必要があるだろうと考えております。

ということで、14ページ、今後の進め方についての私の提案ということです。過去も産業振興策といいましょうか、この新事業創出に近いことは結構やられていたんじゃないかと思うんです。それを一回見直してみて、スクラップ・アンド・ビルドをしてみる必要があるかな。個人的には、やはり規制緩和、規制改革はすごいインパクトがあったと思ってまして、特に携帯電話端末の売り切りとADSLのアンバンドリングというのは非常にインパクトがあったと思います。

それから、前々回ですか、佐々木さんから実証実験ってどうなんだろうという問題のご指摘もあったと思うんですが、結構行われてきた実証実験プロジェクトはほんとうに経済効果があったんだろうとか、それから特区の制度もあるんです。私は特区の制度はもっと進めるべきだと思うんですが、総務省でやっていらっしゃるものじゃないと思うんですが、いろいろな特区の中で、最近指定された特区で、どぶろく特区というのがあるんです。どぶろくだけはその地域については解禁しようというのがあるんですけど、何か、どれぐらい経済効果があるのかなという問題意識がありまして、この辺を一回、ICT関係でも整理してみる必要があります。もっと推進すべきだった、広範囲にやるべきだったという考え方もあると思うんですが、検証してみる必要があるかなと。

それと、標準化推進政策です。地デジは結果的によかったんじゃないかという声もあって、今これは別途、違うところで検証していらっしゃると思うんですが、その標準化

推進政策、あるいはベンチャーの支援政策、いろいろなものについて、経済効果のおおよその感覚ではじいてみて、よかったのか悪かったのか、あるいはもっと突っ込むべきだったのかどうかという議論は一度してみる必要があるかと思います。

省庁間の役割について言いますと、総務省でできることについてはもちろん検討していく必要があるんですが、他省庁との連携というのはかなりこれから増えると思いますので、これについても今回、含めて検討する必要があると思います。他省庁でしかできないことまではそんなに今回は踏み入れる必要はないと思うんですが、連携している部分については、これから増えると思いますので、ぜひここら辺も切り込んでいく必要あるだろう、こんなふうに思っております。以上で、私のプレゼンを終わらせていただきます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ただいまの吉川さんのご報告、ご説明につきまして、質問がありましたらどうぞお願いします。よろしいでしょうか。

それでは、この後、自由討議を予定しておりますが、その前に事務局から1件、説明いたしたいことがあるということです。事務局から少し時間をいただいて、説明させていただきます。どうぞよろしくをお願いします。

【谷脇情報通信政策課長】 それでは、資料3-6をごらんいただきたいと思います。

「“スマート・クラウド戦略”の最新動向」ということで書かせていただいております。

早速1ページおめくりいただきまして、このスマート・クラウド戦略というのは何かということですが、一昨年の2009年7月から昨年5月まで、総務副大臣が主宰するスマート・クラウド研究会を開催いたしまして、その中で、クラウドコンピューティングを活用したサービス、クラウドサービスについての政策をまとめたというものでございます。

2ページ目に、その基本的な考え方を書いてございます。中ほどの左にございますように、日本は世界有数のブロードバンド環境がある。しかも光ファイバーが中心でございますので、上り下りとも高速大容量のネットワークがある。そういった意味では、クラウドを利用する最適なネット環境があるということでございます。

それに対しまして、右側のほうに、今日もご議論がございましたけれども、行政ですとか医療・介護・教育、あるいは農林水産業といったような分野でICTの利活用が広がっております。クラウドの場合には、従来よりも非常に安く、かつアジャイルな形で

ICTを使うことができるということですので、このネット環境を生かして、クラウドを1つのトリガーにしてICTの利活用が進めていけないかという発想でございます。

特に、スマート・クラウドと「スマート」というふうにつけておりますのは、従来の企業のイントラシステムを単にクラウドに置きかえるというだけではなく、企業ですとか産業の枠を超えて、社会システム全体として知識、あるいは情報の共有化を図っていく、あるいは付加価値を生み出していくことが必要だろうという問題意識でございます。

3ページ目でございますけれども、このクラウドサービスの普及で期待される効果といたしまして4つ書いてございます。まず1つ目が、クラウドの利活用によって、これまでのICT利活用のハードルを引き下げる。あるいは、企業のスタートアップの容易化ですとか、あるいはこれまでICTが導入できなかったような中小企業の効率化といったものが生まれるのではないかというのが1つでございます。

それから、2つ目として、社会インフラの高度化ということでございますけれども、膨大なストリーミングデータを使って、例えばスマートグリッドですとか、ITSですとか、河川・港湾の管理ですとか、エネルギーの制御ですとか、こういった社会インフラの高度化にクラウドが使っていけるのではないかという問題意識でございます。

そのほか、環境負荷の軽減ですとか、それから企業のグローバル展開の促進を、クラウドをトリガーにして進めていけるのではないかといったような効果を整理していただいております。

その上で、次の4ページ目でございますけれども、スマート・クラウド戦略としましては、利活用をどう進めるのか、技術面での課題をどう克服していくのか、それからグローバルな国際戦略をどう考えていくのかという3つの視点で整理いただいております。

その中で、まず利活用戦略につきましては、ICTの徹底的な利活用を推進するという事で、行政のクラウド化、あるいは4つ目でございますけれども、医療、教育、農業などの各分野におけるクラウドサービスの普及支援などがございます。また、クラウドサービスを活用した社会インフラの高度化、それから中小企業プラットフォーム、クラウドを使った中小企業によるコラボレーションの実現といったことを施策として書いてございます。

また、クラウドの利用環境の整備ということで、クラウドサービスについての利用者向けのガイドラインですとか、それから企業がクラウドを利用する場合、データを外部

に預けることになってまいります、企業コンプライアンスの観点についてどのような指針をつくっていく必要があるのかといった点がございませう。

それから、一番下に、「クラウドサービスのグローバル展開」とございませうけれども、さまざまな分野におけるクラウドサービスを標準仕様化し、アジア等への展開をしていくということ。それから、日本が強みを持っております組み込みOSですとか自動車ですとか、こういったものとクラウドを組み合わせた物のサービス化に対応したような製品・サービス開発といったものを施策として掲げてございませう。

5 ページ目でございますけれども、2 つ目の技術戦略でございます。クラウドサービスの場合には、基本的には仮想化技術、あるいは大規模な並列・分散処理技術が核となっておりますけれども、それに加えて、例えば1 つ目の、膨大なリアルタイムのストリーミングデータを収集し、抽出、蓄積し、モデリングをして状況変化に最適対応するといった技術開発ですとか、安全・信頼性の向上のための技術開発、それからグリーン化といったものが3 つ掲げられております。そのほか、クラウドサービスの標準化の推進ということが挙げられております。

3 点目として、国際戦略といたしまして、クラウドサービスの普及によってボーダーレスにデータが流通することになってまいりますので、産学官連携によって国際的なルールづくりに向けたコンセンサスの醸成を加速化していく必要があるだろうといったことを掲げてございませう。

ちなみに、6 ページ目をお開きいただきますと、2015 年までのこのクラウドサービスに関する日本国内における市場規模についての予測を試算しております。これは2009 年11 月に500 社の企業からアンケート調査を行いました結果をベースにして、この市場規模の予測をしております。現在、2009 年時点で約4,000 億円弱のクラウドサービス市場と見ておりますが、2015 年時点でこれが2.4 兆円ぐらいまで市場が広がっていくだろうと見たものでございませう。

最後に7 ページ目でございますけれども、このスマート・クラウド戦略、昨年5 月にまとめる段階で、産学官連携によるスマートクラウドコンソーシアムといったものをつくってはどうかという提言がなされたところでございませう。

このクラウド戦略がつけられた後、どのような動きがあるのかということでございませうが、8 ページ目でございます。

まず、1 つ目として、先ほど利用環境整備のところでも申し上げましたけれども、企業

の皆さんがクラウドサービスを利用する場合のガイドラインをつくるということで、これは民間主導で今動いておりまして、利用者向けガイドラインについて、今月中にこれを策定、公表するというところで動いているところでございます。それから、もう一つの動きが、ジャパン・クラウド・コンソーシアムの設立ということでございます。これは民間団体でございまして、昨年12月に設立されております。

次の9ページ目にその組織図がございすけれども、日本経団連が中心となって事務局が設けられておりますが、昨年12月に設立いたしました。昨年12月の設立当初段階で約200社が参加していただいたわけですが、現時点では300社を超える企業にご参画いただいております。このジャパン・クラウド・コンソーシアムの場で、さまざまな研究機関、あるいは標準化団体、こういったところで個別に行っているさまざまな取り組みを全部このコンソーシアムの中に集約する。クラウドに関する動向をすべてこのコンソーシアムの中に統合化していくという活動をしていただいております。総務省、それから経済産業省がこのコンソーシアムのオブザーバーとして活動を支援するというようになっております。

このコンソーシアムの特徴の一つは、数多くのワーキンググループが設けられているということでございまして、次の10ページ目でございますように、現時点では、ここでございます6つのワーキンググループが既に設置されております。例えば教育のクラウド化ですとか農業のクラウド化、健康・医療分野のクラウド化等々、さまざまな分野について複数の異業種連携も含めた企業が参加して、議論が始められております。

このそれぞれのワーキンググループにおきましては、11ページ目でございますが、基本方針の中でございますように、特に（1）でございますけれども、参加する各企業さんが企業、業種の枠を超えて取り組んでいく。いわゆるオープンイノベーションをつくり出していくといったことを基本としております。また、（6）でございますように、当面は3年程度それぞれのワーキンググループについて活動を続けていくということになっております。

12ページ目でございますけれども、今申し上げました6つのワーキンググループについて、Stepを1から3に分けて、当面、今年秋ぐらいまで、Step2までの取り組みを進めていく。その後、実証実験等々を行っていくといったような流れになっているわけでございます。

13ページ目に当面のスケジュール案が書いてございますが、ご説明は割愛させてい

たきます。スマート・クラウド戦略の最新動向の概要は以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、今まで4方のご報告と、最初のワーキンググループの中間報告、それからただいまのスマート・クラウドについてのご説明、それらをまとめて対象として、自由討議に移りたいと思います。

ご自由に、ご質問もあれば、その場でしていただければと思います。残された時間はあまりありませんが、どうぞご自由にご発言をお願いします。三膳さん、どうぞ。

【三膳構成員】 幾つかの、クラウドの話にしても、新しい技術が出てきたときに、やっぱりどうしても効率化とか改善というか、今のほうがよくなるというイメージが多いと思うんですけど、イノベーションというところが視点としてうまく組み込めないかと思っているところが1点あります。

その辺で、例えば今の新事業というところの展開のところイノベーションという部分がどう入ってくるのかというのがひとつ気になるのと、それから、この辺は岡村先生とかのほうが詳しいかもしれないですが、法律で、例えば著作権だったり何だったり、あんまりいろんなクラウドの動きやなんやらを動きにくくしているところがどうしてもあるような気がして、その辺はもう少し見直さないといけない、ここかどうかは知らないですけど、見直したほうがいいのかと思うところがありました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。佐々木さん、どうぞ。

【佐々木構成員】 さっき村上さんのお話であったWeb 2.0的な、いわゆる最近ソーシャルとかいわれている方向性と、それからInternet of Things、ユビキタス系のサービス、両方向がある。これはおっしゃるとおりで、実は2000年代半ばまでは両方も日本が極めて先端だったんです。PCで使うウェブのサービスに関してはアメリカのほうが進んでいたんですけど、モバイルに関してもユビキタスに関しても圧倒的に日本がすぐれていた。

ところが、これが今やものすごい勢いで巻き返されつつあるんです。モバイル先進国と言っていたのは2006年ごろまでで、今そんなこと言ったら、世界中から大笑いになってしまう。アップルはiPhoneで、その後、Googleがアンドロイドを出した以降、完全にテクノロジー的にも向こうはブレークスルーを迎えてしまって、日本は粛々とモバイルのサービスは進んでいるんですけども、あまりうまくいっていない。

なぜそうなのかということを見ると、基本的に日本のモバイルのサービスというの

は、ものすごくわかりやすい言い方をすると、基本的には暇つぶしのエンターテインメントなんです。ゲームであったりとか、あるいは漫画だったりとか。アメリカから発信してきた新しいモバイルのサービスは、極めてローカル情報を扱ったりとか、あるいは人間関係を扱ったりとか、利便性の高い生活サービスであるケースが非常に多い。そうになると、どちらが人の生活にとって有効かといえは、当然後者であろう。

じゃあ、何で日本はそういう暇つぶし系のサービスが次々出てくるんだけど、生活密着型のきちんとした利便性の高いサービスって出てこないのか。これは実は、ウェブ全体でもそうなんです。2000年ごろ、90年代の終わりからインターネットが普及し始めて、日本で発達したのはなぜか「2ちゃんねる」という、そこに行ってしまうところに日本の特質があるわけなんです。

一方で、山田メユミさんのアイスタイルでやっていらっしゃる@cosmeのようなサービスも次々出てきて、それはそれで非常に繁栄しているんですけども、ただ、先ほどの@cosmeのデータなんかを拝見すると、会員数が160万人でユニークユーザーが600万人。日本全体に普及しているかということ、全く普及していない状況で、多分都市部に住んでいる先端系のPCとかに親和性の高い層しか使っていないんじゃないのか。この分断を僕はすごく問題じゃないかと思っているんです。

先ほども吉川さんに参照していただきましたけど、実証実験モデルはうまくいっていないじゃないかというのは前々回お話ししました。これの原因というのは、僕はいろいろ最近考えるんですけど、結局、実証実験の舞台になっているさまざまなプロジェクト、そこに参加する企業というのは、ITを使いこなし、そのリテラシーの高い層がそこに参加しているわけです。だから、その実証実験の領域の中ではうまくいく。でも、これが実際に一般の分野で、さまざまな産業界であるとか、あるいは経産省、総務省以外の普通の省庁であるとかに拡大していこうとする途端に、その分断が壁となって広がっていかないという問題が起きる。つまり、現状では実証実験の外側に到達できません。幾らITの利便性の高いサービスを実証実験でやってみたとしても。そうになると、この分断をどうやって埋めるかというのは実は最大の問題なんじゃないのか。つまり、生活の利便性の高い、我々の生きる基盤となるようなサービスが日本で生まれてきていないし、それが多くの人に受け入れられない状況があるという。

最近、僕はある学校の先生からおもしろいお話を聞いたんですけど、公立学校の先生です。Twitterをやっているんです。Twitterをやっていると、校長先生から怒られる。

【岡村構成員】 話が前後しますがけれども、三膳さんからお話を振られましたので、著作権関係について簡単にお話をさせていただきたいと思います。

我が国では今年に入って2件、著作権関係とネットをめぐる、主としてロケーションフリーの事業に関する大きな最高裁判決が出ました。その最高裁判決は、要するに、著作権法の網を投網のように大変広くかけた上で、そのあと、どこまで許されるかを裁判所が総合的見地から個別に判断するというものです。これは、プライバシーについても住基ネット上告審判決が用いた手法です。まず、要するにプライバシーの網を投網のように大きくかけたあと、それが侵害に該当するか、それとも許容されるべき行為なのかということ、裁判所が個々のケースごとに判断して結論を出すという構造になります。但し、この判決で最高裁はプライバシーという言葉それ自体は使っていません。

たしかに、こういう手法にも利点がないわけではないのですが、最初に、著作権法やプライバシーの対象になる可能性がある広い範囲で認めた上で、個別に侵害の正否を判断することになると、これは私個人の意見ですがけれども、どの範囲が適法で、どの範囲が違法なのかということが、大変不明確な状態になって、事前に見通しを付けることが困難になってしまいます。日本社会のような、コンプライアンス意識が非常に強いようなところでは、萎縮的効果が生じているということで、どうも著作権だの個人情報、プライバシーだの、非常に息苦しい状態が日本社会の場合は出てくる。

これに対して、アメリカなんかの場合には、著作権やプライバシー系がかかわってくる新事業について、トライ・アンド・エラーで、とりあえずやってみよう、やってみて駄目なときは、そのときに考えて、また新たな試みをしてみよう、問題が生じれば、オプトアウトで何とかできるような方向へ持っていけないか、という形が少なくありません。これは国民性の違いに起因しているのかどうなのかはよくわかりません。

しかしながら、何となく、若い人も含めて日本の社会の場合には、そんなに大きな差し迫った、飯が食えないという危機感がないということが原因なのではないでしょうか。どうも法的リスクを避けるために安全運転のほうへかじを切るということで、新事業創出の機運自体がどうも盛り上がりにくいんじゃないか。そうするうちに、いわば「ゆでガエル」状態のように、すべて萎縮する方向になってしまっていると思うのです。

いずれにせよ、先ほどの著作権などにつきましても、最近、文化庁の報告書では、日本版のフェアユースを、アメリカ並みではないにせよ、部分的にでも入れましょうという方向に、かじは切っています。けれども、フェアユースもやっぱり裁判所の事後的な

判断に用いられるものですので、こうなれば、もう少し風通しがいいような形の、立法をいじることによって、もう少し動きやすいような風通しがいいような法制度、社会にしないと仕方がないんじゃないかと思います。ちょっと大胆なことを申し上げましたけれども、それが私のこれまで見てきたところの気持ちでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。どうぞ。

【堀構成員】 著作権の話が幾つか出てきましたので、私どもは著作権等で仕事をしている身として申し上げますが、必ず経産省とか総務省の会議ではアメリカと著作権を比較される。ある部分、著作権を侵害した場合の罰則規定が膨大な損害賠償を請求できるアメリカがいて、その前に契約ありきという、法律よりも契約が優先する。だから、成功した者が金持ちになっていいという契約がある社会と、一方で、フェアユースのあり方。これは自由に使えるものがあるんだと。これを深く議論しないで、ある表層の部分だけを出してきて、著作権を悪者にするということがどこの省庁でも行われる。それは弁護士の人のこともそうです。有識者といわれる方もそうかもしれない。

著作権法を改正するとベンチャーはもうかります。でも、それで新しい事業を創出したから、だれかが損しては意味がないわけです。そこをいつも両立・併記で議論してほしい。「何かやりたいから著作権が邪魔だ」という言い方をするんであれば、韓国や中国みたいにまずとりあえず違法でも何でもいいからやってしまえと。そのかわり、見つけられても知らん顔する。アメリカのように、見つかったら多額の賠償がかかる。まず世界中のあり方を見てやらないと、日本は特別進化した国なんだと。

その部分でいくと、著作権に詳しい人がもっと議論するんであれば、いつでも僕は話に乗れると思いますし、特にドメスティックな仕事をやろうとしているときに、著作権の話を持ち出すよりも、「海外でもっと稼ぐために著作権をこういうふうにしたらみんながハッピーになります」。今、ドメスティックで著作権を切り下げてもうかる著作権者はいません。

もっと新しいことをやろうとしているときに、法律を切りかえるとか切りかえないとかというのは今までの日本の重厚長大産業がいつも役所をお願いしたりとか個人責任がなくて、いつかはだれかが助けてくれる。アメリカのFacebookでも個人情報流すのは全部自己責任です。だれがどう使おうと、自己責任だということをどこまで認めるか。そういうことまで国民性も含めて話し合わないと、多分、この問題はいつまでも平行。

特に、初期のころの通信と放送の融合に関しては、地上波の番組をネットへ流せばみ

んなハッピーという議論に5年費やされているわけです。でも、だれももうかっていないわけです。逆にマイナスになっている。でも、だれもそれは検証しようとしません。それでもいいんですかということをもっと皆さんで深く考えていただければと思います。

【新美主査】 岡村さん。

【岡村構成員】 それについて。私も500数十ページに及ぶ著作権法の専門的な教科書を書いておる人間でございますので、素人ではございません。

そのような立場から申し上げますと、今の日本版フェアユースだけでは逆に不十分だと思っています。むしろ個別的な規定で、できることできないことを明確にしたほうがみんなハッピーになるんじゃないか。だから、フェアユース規定が要るか要らないかというのはまた別の議論ですけれども、その意味では堀さんがおっしゃるところと逆に近いんじゃないかと思っています。

ただ、もう一つだけ申し上げておきたいのは、おそらく日本に今、弁護士が3万人ぐらいいますけれども、著作権法の法文を読んで、別に文化庁を非難するつもりで申し上げているんじゃないかと思いますが、長年にわたって細かい規定がどんどん入ってきて入り組んでいる結果、必ずしも一般的な弁護士が容易に理解できるようなものではないように感じます。よほど著作権法を御専門にされている先端の先生方でなければ、私のようなごく少数のオタクだけが細部まで理解しているというほど複雑で精緻な構造物に今はなってしまったというような形です。よく言われる言葉ですが、だれもが著作者になり得、だれもがそれを利用する人間になり得るところでは、あれだけ高度なもの是一般の人が理解困難になっているのではないかと。このままの状態だと基準としてほんとうに守る側も、それから守らせる側もアンハッピーな状態になっており、それをわかりやすい形にするべく、議論していく必要があるように思います。

【新美主査】 この問題は、いつも出てきては静まり、また出てくるとは思いますけれども、岡村さんの言ったことでの的を射ている点としては、最高裁が、網をかけると、それにチャレンジする人が全然出てこないというのが日本の特徴だと思います。

アメリカでは、先ほど申し上げたように自己責任だということですがけれども、いろんな法律でも、裁判で争って、違憲判決が出なかったら、あるいは合憲判決が出たら法律は有効だというくらいで、常にチャレンジするわけです。オバマ政権の健康保険に関する法律だって違憲判決が出たりしているのがその例です。

これに比べて、日本の場合には、チャレンジするということがほとんどない。最高裁

に一回行ったら終わり。しかも、最高裁の判決がどういうものかというのをきちんと検証しないことがほとんどです。最高裁判決といえども、一つの具体的な紛争事例についての判断なんです。それが幾つか重なってきて初めて一般的な法規範として働くかどうかということになっていくわけです。そういう意味ではいくつかのチャレンジを経て、法規範として固まっていくわけですが、そうしたチャレンジが日本では非常に弱いといえます。したがって、チャレンジもしないで、一つの判決を例にして、著作権が邪魔になるとか個人情報保護法が邪魔になるという言い方は疑問がある。逆に言いますと、チャレンジをしないまま、引き下がってしまうという特性が我が国にはあるように思われる。

ですから、岡村さんがおっしゃったように、網のかけ過ぎだというのは現象としてありますけれども、それに対してなぜチャレンジしないのかということのを逆に私は感じているところがございます。それがひいては新事業なんかを起こすときに手かせ足かせになっているのではないか、そういう気がいたします。これは後でまた議論に出てくると思います。

ほかにご意見がございましたらお願いします。お願いします。

【岩浪構成員】 村上さんの資料の15ページに、先ほど佐々木さんもお指摘されましたけれども、「二方向」と書いてありますが、村上さん、この後、これは2方向をそのまま両方が進化すると考えられているのか、そうじゃなくてどちらか一方がと考えられているのか、これが一点と、あと、最後の36ページです。

これは非常に重要なご指摘だと思っていて、特に2番目の本人認証のインフラを国家的に捉えるといったお話は非常に大切だと思うんです。その2点について、詳しくお話を聞かせていただければと思います。

【村上構成員】 まず、2方向で進んでいるということなのですが、現在、ユビキタスサイドが、携帯についてはWeb 2.0、Web x.0サイドにのみ込まれつつあります。

おそらくこのままいきますと、ほんとうに純粋にリアルとネットの接点、位置情報サービスなんかはそうだと思いますが、そういうものもだんだん食われていくということになるのではないかと。ですから、ユビキタスネットワークサイドがグローバルなプラットフォームに進めるかどうか。ユビキタスネットワークについては、今まで蓄積している、佐々木さんの表現では、無駄だったかもしれない実証実験の山があるわけですが、それを活用できるようなプラットフォームをつくれるかどうかだと思います。ほう

っておくと、両者はどんどん取れんしていく。今の勢いでは、Webx.0が、ユビキタスを囲んでいくような姿になるのではないかと考えています。

私はユビキタスとWeb2.0という2つの方向があって、両者をつないでいくのは、先ほど言いましたけど、ユニバーサルなICTがつなぐのかなという思いを持ったことがあるんですが、現実のICTの世界は、そういう方向には行っていないのではないかと今見てまして、そういうリアリズムから今回の議論もしなければいけないんじゃないかと思っています。

それと、匿名性と本人認証のインフラのところですか。実証実験アプローチの問題には供給サイドの問題と利用サイドの問題の、両方があるって、普通は供給サイドで色々な議論が行われるのですが、今日、佐々木さんは利用サイドからこの問題指摘をされたので、非常に新鮮な印象を受けました。これも結局、突き詰めていくと、今、岩浪さんが問題提起されたところにつながっていくのではないかと。要するに、匿名性で危ない文化の中でネットの世界が成長してきている日本と、ある程度実名性を認めて、先ほどの契約的な考え方でネットを使うことができるアングロサクソンのネットの使い方の違いがあります。

そこは文化の違いと言ってしまえばそれで終わってしまうのですが、そこを、もう一段おりていくと、岩浪さんの言われたように、日本には匿名のネット空間はものすごい勢いで、エンターテインメントを中心にして広がっているけれど、実名のネット空間が恐ろしく貧しいわけです。アメリカと比べると皆無に近い状態だと思います。ですから、このままほっておくと、それこそさっき言ったようなパスしかないのだと思います。

だから、2つあるものを2つながら生かしていく最短の道は、匿名も大事なのですが、実名のネット空間を日本にどのくらいのスピードでつくっていくかということなんではないかと思っています。今、税・社会保障の一体的なアプローチの検討の枠組みの中で番号制度の問題は一步前に進もうとしており、それはぜひ実現してもらいたいと思うんですが、そこからどう前へ進めていくかというのが、この委員会での議論にとってはすごく大事なことなんではないかと思っています。今のような議論がどのくらいここから発信できるかというのが、今回の検討の中でも非常に難しいテーマですが、やらなければいけないテーマなんではないかと思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに、どうぞ。

【太田構成員】 皆様のお話を伺っていて、やっぱり村上さんの15ページの2つのべ

クトルというのを佐々木さんのキュレーションの議論と含めて議論して考えますと、横の軸でのグローバルの競争の中というのは、そうはいつでも、そのとき先鋭的なユーザーというのはちょうど今、山田メユミ委員の@cosmeの20代、30代の発信がグローバルで積み上がっているという部分があるわけです。一方で、MRIの山田栄子さんがおっしゃったように、高齢者の視点とか、あるいはチャレンジドの人の視点からしたときには、もう一つのクラスターみたいなのがあって、今から2025年にかけて、日本というのは少子高齢化先進国なわけですから、グローバルプラットフォームをどうとるかは1つの議論と、もう一つの軸として、日本がこれから10年間かけて世界に対してモデリングできるようなアプリケーションをどうやって日本で立ち上げていけるのか、どういふサポートが必要なのか、そういう議論の2つのベクトルで考えますと、実はガラパゴスプラットフォームというのは@cosme@60をどうつくるかみたいな、そういうテーマなのかもしれないと思いました。

【新美主査】 ありがとうございます。これも非常に鋭いご指摘だと思います。

ほかにご意見はございますでしょうか。

【岩浪構成員】 せっかく事務局のほうからスマート・クラウド戦略のお話が出たので、それに関連してひとつお願いします。突如として出てきたクラウドというものに対応して、いち早くこういう体制を整えていただいたということは大変素晴らしいと思っているのですが、先ほどの村上さんの議論とか、あと、1回目で僕がプレゼンさせていただいた資料の中にありますように、僕から見ると、例えばアップル、Google、マイクロソフトが出すOSとかSDKというプラットフォームの上に我々は依存しているんですね。しかもアプリストアという出口にもゲートがある。

今後の展開を考えると、クラウドの中にSDKの一部が入り込んで、それを使うユーザーのクライアント側には、この前お話ししたようにインターネットベースドアプリケーションがあるということになるのかなと。もちろんクラウドがあって、Webアプリケーションとなるからシンクライアントでいいですよといったようなお話もどんどん進んでいくんだと思うんですけども、いずれにせよそれは、それぞれのビッグプレーヤーが提供するソフトウェア開発環境に依存していて、あるいはアプリを出そうとするとストアで出口も審査があって、みたいなことになるわけです。

つまり、そこが実際には非常に重要で、まさにプラットフォームであるというお話を第1回にしたんですが、その観点でいくと、その重要なところがど真ん中なんだけど、

このスマート・クラウド構想の中にズボーンと抜けている気がするんです。

端的に言うと、ソフトウェアが非常に重要で、それが価値をつくっているという部分が抜けているのではないかということなんですけど、そのあたりをどこかで、最初の段階はこれですばらしいと思っていますので、次の段階で、重要なプラットフォームの一つとしてここを捉えるという観点を是非ご検討いただければいいなと思っています。僕から見るとそれこそまさにプラットフォームなので。

【新美主査】 ありがとうございます。これは総務省に、あるいはその委員会に投げてくださいということになるかと思いますが、何かありますか。

【谷脇情報通信政策課長】 ご指摘のとおり、プレーヤーで分けて考えますと、端末があつて、ネットワークがあつて、いわゆるプラットフォームがあつて、コンテンツアプリケーションがあると思うんですけども、そのかなりの部分がクラウドになってきて、新しい別の意味での大きなプラットフォームができつつあるのかなと思っておりまして、この辺をどうやってグローバルプラットフォームというか、日本が参画できるようなものにしていくのかというのは大変大きな議論だろうと思っております。

この研究会、今日ご紹介した研究会は、既に昨年5月に終わっています。今日ご紹介したのは、こういったクラウドの議論も含めてこの委員会でぜひご議論いただきたいということでございます。

【岩浪構成員】 そうですか。

【新美主査】 わかりました。ブーメラン効果で、こちらに返ってきたということですね。では、そういう視点も入れて、今後、ご議論いただくことにしたいと思います。

ほかに。どうぞ、村上さん。

【村上構成員】 1つだけよろしいですか。山田メユミさんのお話を伺ってしまして、アメリカのベンチャーであれば、@cosme位の成功があると、3年目か4年目には海外に出ていき、もっとスピードをかけてグローバル化していただろうと思います。無理してでも外へ出ていくのですが、山田メユミさんは、これまでにグローバル化については、どういうふうに考えられたのか。何か難しいところがあったとすれば、それは何なのでしょう、というのをぜひお聞きしたい。

【山田メユミ構成員】 領域によっては、間違いなく評価サイトみたいなものはグローバルに見てもいろいろあると思うんですけども、私どもの今事業の中心にしています化粧品という領域においては、非常に日本人ならではの、日本の国民性みたいな

ものがサービスの発展において非常に大きいと思っております。

よくも悪くもやはり好きというか、ランキングに左右されたりですとか、みんなに何が人気なのかみたいなものを非常に意識するという日本人の国民性と、あとはさっきも申した日本の化粧品市場が超成熟産業で、その中で熾烈なレッドオーシャン的なそれがされていて、マーケティングの構造も非常に複雑化してという、いろいろな業界構造の問題を日本の化粧品市場は抱えていて、それに対しての解として一番やりやすかった。それがアメリカや欧米で同じように展開ができるかというとなかなか難しいということを私どもとしてはとらえております。可能性がないとは思わないんですけども、国民性の問題と市場性の問題で、化粧品という領域においては、というふうにとらえております。

【村上構成員】 そうですか。ありがとうございます。

【新美主査】 ほかにご意見、ご発言がございましたらお願いします。どうぞ。

【吉川構成員】 実証実験にこだわるんですけど、基本的に実証実験は、普通の企業がやろうとしたら投資ですよ。それを政府のお金でやらせてもらうというのはやっぱり甘さが出てくるんじゃないかと思うんです。失敗したって政府のお金だ。ちょっとここは、ただ、いい面もあると思うので、一回レビューはさせていただきたい。

このクラウドのほうは、もういきなり、3年目ぐらいに実証実験というメニューが入っているんですが、ちょっと待ってほしい。ほんとうにこれはお金の使い方として、投資対効果が高いのかどうかというのは、私は検証する必要があるとは思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。今のことは、実証実験に関してのみならず、いろんな政策について必要なことだろうと思います。法律分野でいきますと、RIAというのが言われていまして、Regulatory Impact Assessmentをした上でない限りは法律は通さないというのが最近欧米では一般的になってきている。法律はつくればいんじゃないかと、どういうコストをかけて、どういう効果が出てくるのか。それを法律の提案をするときにあらかじめきちんと示せ、可能な限り数値データを入れてやれというのが一般的になっています。実証実験もおそらくそういうことが求められていくことになるだろうと思います。そうすると、佐々木さんのような問題意識も大分違ってくるのかなと思います。

【山田栄子構成員】 私も本業としては国の実証実験をあまた20年ぐらいやってきているので、それをちょっと批判する立場に置くことは難しいんですけども、個人的に言わせていただくと、やっぱり国のお金を使っての実証実験はもうやめたほうがいいか

など思っていますし、やるとすれば、今、新美さんがおっしゃったように、何を検証するのかというあたりが、国として検証しなきゃいけないことがあればやるべきだと。

私自身、NPOをつくっていて、特別支援学校にソフトバンクさんから協力を依頼されて、iPadを配ったりするような事業をやっています。ある意味、企業が本気で自分たちのためにやりたければやる時代にはなっていると思うんですけども、ある意味、クラウドだと、岩浪さんとか村上さんがご指摘されているような、国の方針としてどうするのかみたいところは、それはそれで検証すべきことを明確にして、それをきちんと出して、勝てる戦略のためのデータとするということが必要かと個人的にも思います。国の委託費による実証実験が補助金化しているところが問題かと思しますので、その辺は我々も心しないかねと思います。

以上です。

【新美主査】 村上さん、どうぞ。

【村上構成員】 これで結論になってしまうといけないので、ひとことだけ発言させてください。この問題については、一度、じっくり議論する場が必要なのではないかと思えます。私は結論的に言うと、実証実験というアプローチは政策の1つの有力なアプローチだと思います。先ほど制度改革のための実証実験ということを行いました。そういう有用なアプローチは他にもたくさんありますので、吉川さんが言われたように何が悪いのかというのは明確にする必要があると思えますが、実証実験アプローチがだめなんだということになると、ものすごく政策の手足が縛られることになります。このところを突き詰めていくのは、おそらく後半の議論になると思えますけれども、必要なのではないかと思えます。

【新美主査】 全くそのとおりだと思いますので、頭から「やっても意味がない」というのではなくて、もう少し目的意識といますか、問題意識を明確にしていってということ。

【佐々木構成員】 クラウドのお話を少ししますと、先日、ある企業の依頼で、日本のそうそうたる大企業十数社のCIOの方と話す機会があったんです。そのときに、クラウドはこれからいずれは進みます、100年後には多分みんな、いわゆるパブリック・クラウドであれ、コンピューティングを外部化する形になっていこうみたいな話をしたんですけど、そのときに結構大きな反論があって、なぜかって、100年後にそれならわかるけど、今現在、我々がクラウドを導入する理由がない。なのに、ベンダーと

かS i e rに行くと、すぐクラウド、クラウドと言われて困るという話をされた。

多くの人の意見をなるほどなと僕は思ったのは、クラウドより先にまず、いわゆるB P IとかB P Rとか言われているようなビジネスプロセスを再構築する。要するに、今の仕組みをそのまま会社なりの企業のあり方の仕組みを持っていて、それをクラウド化してもお金がかかるだけで全然意味がない。そうじゃなくて、今の企業の仕組みを例えばグローバル水準に合わせていって、企業システムを日本でもベトナムでもアメリカでも同じシステムで動くとか、そういう形で再構築しない限りはクラウドを導入しても意味がないから、クラウドとそういうB P Rみたいなものは多分同時並行で進めるべきじゃないかという意見が非常に多かったんです。

これは結局、僕は今の実証実験の話に若干つながるところがあるかなと思っていて、例えばクラウドを使ってみましょう、実証実験をやります。そのときはうまくいくんです。うまくいくんだけど、それがユーザーサイドから見ると、結局普及しない。なぜかという、使うことのメリットがあんまり感じられないから。結局なぜ使うほどのメリットは感じないかという、その前提としての、企業の仕組みが再構築されるような必然性がない限り、そこに新しい技術をぶち込んでも多分使われないよねと。

電子カルテなんかもその最たる例です。別に今の紙で書いていて何の不自由もないのに、何でわざわざそんな金をかけて、電子カルテの仕組みを導入しなきゃいけないんですかというのが病院側の意見としてはすごくあるわけで、そうすると、そこには、それを国全体として、電子カルテを利用することによるどういう利便性があるか。そこに徹底的に医療の仕組みを変えろということ、まずグランドデザインみたいなものをつくった上で初めて電子カルテの導入という話を持ってくるわけ。そこに、電子カルテにしるクラウドの問題にしる、実証実験をする側と、それを利用する業界の側との結構意識の落差というのは大きいんじゃないかと思います。ここを何とかすべきだというのはすごく僕は思います。

【新美主査】 わかりました。ありがとうございます。

まだ議論はあろうかと思いますが、本日の議論はこれまでにさせていただきます。

初回に申し上げましたように、しばらくの間は皆さんのほうからプレゼンテーションをいただいて、徐々に論点を絞るということでございます。

次回の第4回会合も引き続き構成員の皆さんからプレゼンテーションをいただくことを予定しております。

なお、その中で、今回も出てきたし、前回も出ましたが、放送、通信業者も重大なステークホルダーとしてお話を伺う必要があるだろうと思いますので、次回ないしは次々回以降、通信、放送の事業者の方からも話を聞くという方向で調整していただきます。委員の皆さんのほうからも、そういうご意見が出ているということでございますので、事務局のほうから、そういった段取りをとっていただくようお願いしたいと思いますので、よろしくお願ひします。

それでは、最後に事務局のほうからご案内をお願いします。

【三田情報通信政策課調査官】 次回会合のご案内を申し上げます。

次回会合は、来週の日3月11日金曜日10時から12時まで、場所は本日と同じ第1特別会議室で予定しております。

その他、事務的なお知らせにつきましては、メールを通じて連絡させていただきます。よろしくお願ひいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、以上で、本日第3回の会合を終了したいと思います。

大変ご熱心なご議論をありがとうございました。

以上