

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4回）議事録

1 日 時 平成23年3月11日（金） 10:00～12:00

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）

村井 純（主査代理）、岩浪 剛太、太田 清久、岡村 久道、佐々木 俊尚、
野原 佐和子、野村 敦子、堀 義貴、三膳 孝通、村上 輝康、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、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、前川総合通信基盤局総務課長、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、
川野情報通信政策課統括補佐、長谷川情報通信政策課課長補佐

4 議題

(1) 構成員プレゼンテーション

①岡村構成員プレゼンテーション

②佐々木構成員プレゼンテーション

③野原構成員プレゼンテーション

(2) 自由討議

(3) その他

5 議事録

【村井主査代理】 おはようございます。定刻になりましたので、ただいまから新事業

創出戦略委員会の第4回の会合を開催させていただきます。

本日は、お忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。私は主査代理を仰せつかっております村井でございます。本日、新美主査が所用でご欠席ということでございますので、本日は代理で進行を務めさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、早速ですが、事務局より本日の資料の確認をお願いいたします。

【長谷川情報通信政策課課長補佐】 事務局でございます。本日の資料でございますが、クリップを外していただきまして、資料4-1、本日、最初にプレゼンテーションいただきます岡村構成員の資料でございます。続きまして資料4-2、佐々木構成員の資料でございます。その次が資料4-3でございます。野原構成員の資料でございます。その後、今までの第1回から第3回会合の主な議論を資料4-4としてまとめております。その次に資料4-5といたしまして、今後のスケジュール（案）ということで、今後のスケジュールをつけさせていただきます。よろしくお願いいたします。

その次に参考資料1といたしまして、第3回、前回会合における主な議論と参考資料2ということで第1回議事録をつけさせていただきます。よろしくお願いいたします。

過不足等ございましたら、事務局までお申し出いただければと思います。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

それでは、資料の確認、よろしくお願いいたします。本日は前回同様、論点を出していただくための発表をしていただき議論をするという構成になっておりますが、本日、岡村さん、佐々木さん、野原さんの3名の構成員の皆さんにプレゼンテーションさせていただきます。それぞれのプレゼンテーションの後にクイックな確認の質問等もお受けしようと思いますが、基本的には最後にまとめて議論ができるような構成で今までも進んでいたと伺っていますので、その通りに進めたいと思います。ただし、今までは4名の方が発表されていたようですが、今日は3名の方ですので、順調にいけば後ろのディスカッションは十分に時間がとれるということになっていきますので、よろしくお願いいたします。

それでは、初めに岡村さんからお願いいたします。

【岡村構成員】 おはようございます。この構成員の中で純然に法律畑というのは私と、きょうご出席になっておられない新美主査の2人だけでございますので、私どもの役回り、そういう法制度面の話をすることではなかろうか、ということで資料をつ

くりかけました。そうしましたら、過去、どこから来たのか、今どこにいるのか、将来どこへ行くべきなのかというようなことを法制度面からまとめるというのが、これはなかなかへビーで私の能力に余る作業だということがわかりました。何とかまとめてみましたので、若干粗削りではございますが、ご了解いただければと存じます。

1枚おめくりいただいて2ページ目をごらんいただければと存じます。まず、どこから来たのかという形のフレームワークを簡単に明らかにしておきたいと思いません。2010年の改正で若干変更がございましたので、このスライドは、あくまでもそれまでの従前のものだということでご理解いただければと思います。

日本の電気通信法制は、まず横軸で無線と有線に区分することができます。その一方で、縦軸では広い意味での放送と通信に分けられています。この縦横4通りのマトリックスで基本的には組み立てられています。伝統的な広義の放送と通信との特徴の差は、point-to-multi-point、つまり「1対多」なのか、point-to-point、つまり「1対1」なのかという区分です。広義の放送は「1対多」の関係であるということで、憲法との関係では第21条第1項の表現の自由が指導原理となります。これに対して、通信はpoint-to-pointですので、憲法との関係では、第21条第2項の通信の秘密が指導原理となるという形になってきたわけであります。

そして、改めて横軸を見ますと、無線に関しては電波法、有線に関しては有線電気通信法が基本法となって、その上にさまざまな法律が上に乗っているという形でございますが、主として事業法です。それが近時、後から詳しいことは申し述べますけれども、公然性を有する通信であるとか、あるいは限定性を持った放送という概念が出てきて、いわゆる放送・通信の融合ということが進んでいるという形になるわけでございます。

1枚おめくりください。スライド3は通信の秘密の保護法制であります。これを見ていただきましたらおわかりいただけますように、通信の秘密1つとっても法律が錯綜しているような状態になっているのが現状でございます。

さらに1枚おめくりいただきますと、4ページ目に通信領域—通信自由化以降の事業法の変遷ということの概要を、これもあえてざっくりした形だけで書いております。過去、どこから来たかという話になりますと、1985年の通信自由化というのが1つの大きなターニングポイントであったことは皆さんおわかりのとおりでございます。いわゆる電電公社の民営化、NTT、そして国際電信電話市場もKDD1社体制からの開放という形で競争原理が導入された。97年の改正では、さらにNTTの分割再編などが

起こりましたし、それから、98年の改正では一種の電気通信事業者のサービス料金を原則認可性から原則届出制への変更があったり、あるいはミレニアムになった後に関しても、さまざまな改正が行われております。

事業法そのものではございませんが、2001年には電気通信役務利用放送法ということで、いわゆるIP網、つまりデジタル通信網を使って、それを放送に役立てようと、こういうような形になっているわけがございますし、また、2003年改正では電気通信事業者の1種、2種の事業区分廃止というような形等々で自由化が進められてきたわけがございます。そして、昨年、通信・放送融合法制がとりあえずスタートしたという形になっております。

では、通信領域の枠組みというのはどうなのかというと、5ページ目をごらん下さい。これも皆さんおわかりのとおり、通信自由化までは音声通話が中心で、かつ情報通信という面では業務用ネットワークが中心であったものが、通信自由化後にパソコン通信事業などが登場しました。さらに、90年代半ばからインターネットが完全商用化されてグローバルに普及した。それに伴ってパソコン通信、VANと言われるものは、それに統合されていってフェードアウトしていった。6ページ目は、そうした90年代の中盤ころに、当時の状況を描いた論考です。

今、振り返りますと、クリントン政権の第1次情報スーパーハイウェイ構想の場合は全部、例えばケーブルテレビ網が横一線、インターネットと並列していた状態でしたけれども、第2次構想になりますと、インターネットというインフラ上にすべてが乗っかっているという姿が未来予想図だったわけがございますが、IP電話に代表されますように、まさにそのとおりの形に今なりつつある状態です。

ただ、こうやって通信領域のフレームワークということを振り返ってまいりますと、通信自由化以降、従来、国内における通信サービスに対しては競争原理の導入促進、そしてブロードバンド・インフラの整備にフォーカスされてきたことがわかります。これはこれで大変重要なことではございますけれども、近時、それがどう変わっていくのかということは、後で説明させていただきたいと思っております。

次に、放送領域について説明します。キーワードは長いスパンでは「多様化」、近時は「デジタル化」でございます。

7ページ目をごらん下さい。もう少し新しい資料が恐らくあるとは思いますが、少し懐かしい2004年度版の情報通信白書からとってまいりました。これをごら

んいただきますと、まさに長いスパンでは放送のメディアについて多様化が図られてきたことが分かります。そして、近時はデジタル化ということで、本年の地上デジタル放送への移行ということも皆様ご存じのとおりでございます。

これをまとめますと、次の8ページのような形になります。伝送路、そしてサービスの多様化が次第に拡大して、90年代から加速してきたのではないかと。ただ、現在のフレームワークを見ますと、やはり民放に関しては3つのフレームワークということで地上波は都道府県単位、それから、有線テレビジョン放送の場合には市区町村単位、これももともとは山間部における難視聴対策から転用され、都市型へどんどん変わってきた。そして、全国単位の衛星放送というのが3つ目のものに位置づけられる形になります。そして、これはなぜこういう3つの区分になっているかということ、今の有線テレビジョン放送等々の難視聴対策というところからおわかりいただけますように、伝送路に関連した歴史的経緯によって分かれているだけという形になろうかと思えます。

前にごらんいただいた2ページ目に、電波の有限性ということに記載しております。これは今も変わりませんけれども、電波の有限性とはいえ、チャンネルの有限性という意味では、多様なメディアが出てきたということで、放送領域では有限性が希釈化されつつあるような状態です。さらに、今後は放送がインターネット網の上に本格的に乗るということになれば、さらに希釈化される方向になろうかと思えます。

ただ、やっぱり現時点ではテレビ用の地上波というのは、放送事業者を中心に特段に魅力的であるということは、否定できない事実でありますから、その意味では有限性が実在しているわけでございますし、これを言いかえると地上波の影響力の大きさということを考えることもできるでしょうということになります。ただ、このようにして広義の放送は伝統的に無線を中心として現在に至ってきたのですが、携帯電話網など無線通信の需要が格段に増加しておりますことを考慮して、今後における電波の有効利用、特に高度利用が要請されています。そのために、電波行政全体の課題として、フレームワークの変化を踏まえて、周波数帯の移行・再編が進められています。

9ページ目をごらんください。通信・放送の融合でございます。最初の段階はサービス領域の融合です。伝統的な放送から限定性を有する放送、伝統的な通信から公然性を有する通信ということが中間領域のサービスとして登場しました。前者の具体例はスクランブルを掛けた衛星放送、後者のそれはインターネットのウェブです。この委員会で話題になっているソーシャルメディアも、ある程度の限定性を有する公然通信として位

置くことができるのかもしれませんが。

10ページ目をごらんください。そこに書いてありますとおり、このようなサービス領域というのを第1の矢としますと、それ以外にも事業者の融合であるとか、伝送路の融合であるとか、あるいは端末の融合というような形で、サービスだけにとどまらずにさまざまな領域でその融合というのが進んできているという状態であります。この②、③との関係では、ケーブルインターネットが開始されて増加していたり、あるいは③関係では先ほど申し述べました電気通信役務利用放送法というものが出てきたような状態になっている。

そうした中、今年の放送法等の一部改正で、11ページにございますとおり、かなり整理が進みました。特に広義の放送領域において短冊切りにされていた無線、有線という枠組みがきれいに整理をされてきました。その上で基幹放送と一般放送に区分をするという形が採用されました。同時に、ハード、ソフトの一体化・分離についても自由度が増したというような形になります。

詳しいことは次の12ページに書いてございます。時間の関係もございますので、また別途ご興味がおありの方はお読みいただければと思いますけれども、その中でもう一つ重要なのは、1つだけ、一番下の黒ポチを申し上げておきますと、マスメディアの集中排除原則の部分はどう変化をさせていくかということがございます。あと13ページのところに電波法関係の見直しということを書いております。また、電気通信事業法関係についても見直しがあるという形であります。

では、もともと通信・放送の融合法制は、どのような設計図に基づいたものだったのかということが14ページに書いてあります。平成19年に公表された「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会報告書」です。

14ページの図の左側にある現行法制というのは、先ほどごらんいただいた2ページ目の図と実質的に同一でございます。これと比べますと、14ページの右側の図のうち、今回の改正では、ここまで説明してきた伝送インフラの部分については、手がつけられたような状態です。それに対し、その上の一番上のコンテンツ層につきましては、今後まだ残されている形になりますが、この点については後述します。さらに、これらの両者の中間にあって、両者をつなぐプラットフォームの位置づけをどうするのかという課題も重要です。

この報告書が公表された平成19年当時は、プラットフォームというのは、ここに書

いてありますとおり、オープン性を確保するための規律をその必要性も含めて検討をするというものの、特段、独立させた層ということは、最終的にはしないでもいいのではなかろうかという議論も当時見られたところでございますが、これをもう一度再検討する必要があるのか、ないのか、今後における再検討を要するというのもここまでの他の構成員のプレゼンを拝見しておりますと感じるところであります。

ここまですを小括しますと15ページのような形で、結局のところ、通信自由化以降、伝送インフラという点では、競争原理が導入されて、それが促進されてきた。そして、ブロードバンド・インフラ整備にフォーカスされてきたということで、その重要さは今も変わりが無いということは明らかであります。また、今回の改正で放送サービスについて統合化されるとともに自由度が増した。そこでサービスの自由度も増すのではなかろうかということで、さらに融合が期待される状態です。

では、これまでコンテンツやプラットフォームに対する法整備というのはどのような状態だったか、もう1回、過去にさかのぼって説明したいと思います。先に結論を述べさせていただきますと、その下に書いてございますとおり、迷惑通信とか違法有害情報対策が中心であったというのが事実でございます。

スライド16をごらんください。先ほど申し上げたインターネットの完全民営化というのは95年です。それ以降について書いておりますけれども、97年に著作権法が改正されて、これはW I P Oの著作権条約の批准準備のために行われたわけですが、公衆送信権が創設されたということ。それから、翌98年には風適法の改正でアダルトサイトの開設者に届出義務。そして、99年あたりになると児ポ法の制定、99年には不正競争防止法の改正でアクセスコントロール技術などをどう保護するか。同年には著作権法も改正されて、これもW I P Oの著作権条約に基づいておりますが、コピーコントロール技術をどう保護するかというような形。要するにコピーコントロール破りを違法化するというような形になろうかと思えます。また、不正アクセス禁止法も制定されたわけでございます。

どちらかというとり締まり関連の法律が相次いだわけですが、この99年には住基ネットの導入ということも法制化されました。そして、2000年にはIT基本法が制定されています。この法律について、私は参議院で参考人として出ましたけれども、前日夜、たしか政変がありまして、明け方まで国会が大変な状況だったというのをよく覚えております。同じく2000年には電子署名法制定。これも電子署名法とい

うのが果たして今どれだけ有効に機能しているのかという点が検討を迫られているところでございます。

また、同じく2000年にはIT署名一括法の制定。あるいは電子契約法、これは例えば確認画面があれば錯誤無効、例えば消費者が商品の購入を1とするところを間違えて100と書いたときに、その錯誤無効を主張できるかどうかとか、そういうものに関する簡単な法律でございます。

そして、何より大きいのが2001年のプロ責法の制定、そして翌年の2002年には特電法の制定でございます。また、行政手続オンライン化関係3法の制定もございしますが、ワン切り処罰のために有線電気通信法の改正などもこの年はありました。その当時の状況はどうだったのかというのを17ページに当時書いた本の端書きを並べております。興味をお持ちの方はまたお読みいただければと思いますが、大混乱状態だったと。

次にスライド18でございますが、その続きでございます。2003年になると出会い系サイト規制法の制定、それから、これも非常に大きな意味を持っておりますが、個人情報保護関係5法の制定という形になります。個人情報保護法というのが、例えば、後で述べますストリートビューの問題や、ライフログの問題だとか、いろいろなところで直接、間接に影響を及ぼしているということも皆様ご存じのとおりであります。

2004年にはe-文書法の制定、2005年には携帯電話不正利用防止法の制定、同年に特電法の改正。それから、2007年になりますと振り込め詐欺被害者の救済法の制定、これは銀行預金口座を簡易な方法で押さえて被害救済へ充てられるというものであります。電子記録債権法の制定、これはこれまでの手形小切手を電子化したような制度を設けようという法律でございます。2008年になりますと出会い系サイト規制法で届出制を導入するような改正がなされたり、あるいは2008年にはそれまでアウト制一本だったものにオプトイン制を導入することによって迷惑メール対策をしようということで特電法などが改正される。そして2008年、同じ年には青少年インターネット利用環境整備法制定で青少年有害情報フィルタリングの法的な意味での導入があったわけです。

これも同年のことですが、携帯電話不正利用防止法を改正して貸与業者の確認義務の厳格化をしたり、あるいは2009年には著作権法改正でダウンロードの違法化などが新設されました。

このように、現在の段階でも前向きな法律というのもそれなりには制定されているの

ですが、何が主流かということを考えますと、やっぱりコンテンツ層などの部分については取り締まりということに主眼が置かれてここまで来ているということはおわかりいただけると思います。

そういう視点から、今後どうなのかということも19ページに簡単に書いております。現在も利用者保護の視点ということは大変重要でありますけれども、本委員会の趣旨ということだけでなく、一般的な意味からしても同時にやはり新規サービス参入促進との調和を図るための仕組みづくりということが課題になるように思われます。

そのためには、第1に、今何が起こっていて、何が問題なのかということの観察を制度化することで新規課題を迅速、適正に把握する仕組みを確立する必要があるのではないかと思います。ここでは具体例としてストリートビュー問題であるとかライフログ問題、あるいは共同購入サイトにおけるフラッシュマーケティングの表示問題などがこの一、二年問題になってきたところだという形になります。そうした中、例えばスマートフォンというのがこの1年あたりに急激に普及しています。今後はどちらかというとWi-Fi接続と併用するという形になりましようから、そうなる今度、例えば青少年違法有害情報フィルタリングというのが、これまでどちらかというと携帯電話会社のゲートウェイで実施して、サービス提供していたものがバイパスをされてしまう形にもなりますので、こういうものに対して、その変化に迅速に対応することも必要になるだろうと予測されます。

しかしながら、こうした形での利用者保護だけではなくて、事業者が迷わないように、あるいは何らかの形で敷居が高くなるように、第2に、自由に参入できるようにルールの明確化とわかりやすい啓発活動ということをしなければならないはずで、例えば電子商取引で物販サイトに何を表示するか1つをとっても、ここに書いてありますとおり、少なくとも4つの法律が乱立しているような状態でありまして、どれを見てどう進めていけばいいかわからない。そうした中で例の共同購入サイトの「すかさずおせち」問題などが起こってきたのではなかろうかと思えます。

私も、この事件についてマスメディアから取材を受けまして、問題の表示を見て驚きましたのは、定価の何%引きと書いてある。定価というのは独禁法を知っている弁護士からすれば、まだ21世紀になってそんな表示が残っていたのかと、愕然とした思いを感じた次第です。これもサイト上で何を表示しなければならず、何を表示してはいけないのかということを一覧化して啓発をする。あるいは消費者等も含めた啓発ができれば、

事件の発生防止が容易になり、消費者にとってはもちろん、法令遵守を目指す事業者にとっても、そして規制当局にもプラスになるはずです。

最後に、プラットフォーム・レイヤーへの対応について申し上げます。このレイヤーでは競争政策が重要になるほか、20ページをごらんください。今、有望なもの、課題になっているものを取りあえず思いつくままアランダムに並べてみました。例えば我が国が競争力を有するものとしては、本格的なネット家電というものが今後出てきますでしょうし、それから、デジタル教科書という課題もございますし、また、高度道路交通システムもございますし、また、SuicaなどのICカード網ということも考えられるわけです。しかしながら、それに対して何が課題なのか。その課題を踏まえて対応していくのか、そしてそれをどう支援していくのか。あるいは日本全体としての国際規格その他の国際標準化への取り組みということが必要になるのではないかとということで、若干いろいろな例を書かせていただいております。

もう時間がありませんのでほんとうに簡単な説明になりまして申しわけございませんが、21ページ以下の電子教科書の問題、これは私が平成21年2月にIT戦略本部で行った専門調査会で行ったプレゼン資料の該当部分をあえてそのまま持ってまいりました。これで当時申し上げていたことは、とにかく教科書をデジタル化して、登場する言葉にリンクをつけた副教材を配布して、それを生徒がブラウザ上でクリックして各科目間を飛び回ることを可能にしてはどうかという提案です。このような形でもしないと、どうも今の教育状態自体が閉塞状態になっているのではないかと。例えば日本史の領域では西暦1600年に日本では関が原の合戦をしているわけですけれども、世界で何が起こっていたかと世界史レベルでとらえますと、イタリアのガリレオが当時、天文学を開拓して、天体望遠鏡でやっぱり地動説が正しいのだということを確認しているということで愕然たる差があるというのが事実だったということが、今、教科書を読んでもなかなかわかりません。

その時代に合戦している状態にすぎなかった我が国が、そこから現在のような世界有数の先進国へと至っているのだということも、もう少し生徒は理解するべきでしょうし、また、それによって天文学ということに興味を持った生徒がいれば、それからどのような技術革新を経て現代のハッブル宇宙望遠鏡というような最新のものまでたどり着くような知的好奇心を醸成することができるのではないかと。

それからまた、マルコーニによる無線通信の発明が、最初は海上の船舶無線に用いら

れ、当時は特許が取得されていたために他の用途には使えなかった。ところが、いわゆる今で言うハッカーみたいな人たちが事実上のラジオ放送、自主放送を始めた。そこから特許切れを待ってラジオ放送が本格化し、それが今度、映像を伴ってテレビ放送網になり現在に至っているというようなところが、果たして今の教科書等でわかるのだろうかというようなところを当時問題提起したわけでございます。これを電子教科書の電子化によって、教科の横連携と知識の深堀を可能にすることを可能にすべきであるという内容です。

他方で、電子政府関係で数多くのコンテンツができてはいるわけですが、それらばらばらでどこまで利活用されているかよくわからないような形になっていますので、もう少し自主的な知的好奇心をかき立てるような仕組みをつくり、そういう日本発の仕組みづくりを世界に発信するような形になったほうがいいのではないかとということで、具体例としてスライド22ページ目のような形で、例えば国立公文書館の所蔵資料、これは今かなり急速に電子化が推進されています。それから、もっと電子化して蓄積されているのが国立国会図書館であります。また、電子政府の総合窓口もありますし、国土地理院の地図閲覧サービスサイトというのもございます。

例えばこれを利活用する1つの方策例として申し上げているのが23ページのところです。24ページの図で説明しますと、これまで多くの自治体が書籍版の地方史を数多く出版してきたわけですが、デッドストックの状態、地元の公立図書館にでも行かないと閲覧や入手が困難な形になっている。

これを全部デジタル化して国土地理院の地図上にマッピングした上、ネットで閲覧できるようにすればいいではないか。それから、都道府県層と市町村層とに分ければ、さらに深堀とか、興味がある人がアクセスできるようになればいいのではないかと。ところが、なかなか進まない。その一方では、コンテンツ不足、コンテンツ不足だとおっしゃっている嫌いがある。現実にはコンテンツはいっぱいあるんだけど、それが有効活用されていないということをもう少し考えるべきではないかというような形を考えて問題提起を当時したわけでございます。

ほかにも例えば京都国立博物館に俵屋宗達の筆による国宝「風神雷神図」を例にとって申し上げます。実物を見たければ実際に京都に行く必要がありますし、行ったところで例えば30センチの距離でそのものを見ることはできません。それほど近接した距離で細部まで見ようと思えば、高いドット数でデジタル化してネット閲覧可能にするしか

ないわけなのです。その一方、同じ琳派の双璧をなす尾形光琳も俵屋宗達の作品を模した「風神雷神図」を創作しており、これは上野の東京国立博物館にあります。宗達の作品と光琳の作品、どこが一緒でどこが違うのかについて、実物の所在地は京都と東京に分かれています。ネット上で細部まで比べてみるのが可能になれば、知的好奇心を刺激されて、琳派など日本画を製作してみようとか、研究者になってみようとか、考える生徒が登場する可能性が生じるのではないのでしょうか。我が国の次世代を担う人材づくりという点からしても、もう少し積極的に取り組む必要があるはずではなからうかというのを言いたかったわけでございます。

次にネット家電の問題です。我が国が誇る最先端の技術で家電がネット接続されると、そこに新しいプラットフォームが生まれるはずで、例えば、いずれは電子レンジの調理レシピをネット経由でダウンロードして、プロ並みの料理を半自動で作るようなことも可能になりそうです。

ところで、OSなどのソフトウェアそれ自体に関してはPL法、つまり製造物責任法の適用がなく、インストールする際に利用許諾契約条項をユーザーがクリックオンでオーケーする必要がある、ユーザーがオーケーをしないと先へ進めないでインストールできません。こうした利用許諾契約条項には免責条項、つまり、ソフトウェアベンダはユーザーに対する責任を原則として負いませんという条項が含まれています。このような仕組みによって、ソフトウェアベンダは重い責任を負わされることを回避することができます。さらにOSなどの場合には、新しいバージョンの製品が発売されて一定限度経過すればセキュリティアップデートを停止するという約定が、一般に置かれています。旧バージョンのセキュリティは保証できないから、買い換えるようにという趣旨です。

これに対し、ネット家電を含めて家電にはPL法が適用されます。免責条項のような特約をユーザーとの間で結ぼうとしても、PL法との関係では無効になってしまいます。10年間という長期の責任です。その一方では、従来型家電と違って、ネット家電についてはネットにつながれているということで外部的脅威が問題となります。ネット家電がセキュリティホールを突かれたりマルウェアに感染して、勝手に電子レンジが動き出すというような事態は、何としても回避しなければなりません。もちろんネット家電には、ネットを介したファームウェアのセキュリティアップデートが可能であるという利点もあります。スマートフォンなど携帯電話も一種のネット家電と言えなくもないのですが、これまで実際にネットを介したセキュリティアップデートが行われてきまし

た。しかし、携帯電話の場合には、一般に買い換えサイクルが短いという傾向があります。ところが、先の電子レンジのような一般的な家電の場合には、もともと製品スパンが5年とか7年といった長期になる傾向があります。今のところ我が国の家電業界はものすごい勢いで外国勢と価格競争を繰り広げております関係で、搭載できるフラッシュメモリは最低限の容量しかありません。そうすると、何度もセキュリティアップデートを続けていくことも限界があり、PL法による責任期間である10年の間、次々に出現するネット上の外部的脅威との関係でお守りしなければならないのか、どうすれば合理的な制度となるのか、十分な分析が行われていない状況です。そういうことも考えていく必要があるでしょうし、26ページに書いてございますとおり、例えば今、AHSという自動道路システム、要はこれをつけておれば一定の限度で自動車事故が避けられたりするというようなことのようにございますけれども、これについても、すべてAHSの責任の問題なのか。それをきちんと保守していない場合はどうなるのか。あるいは通信途絶でとか、送信時の文字化けで事故が起こったらどうなるのかとか、さらにはデータ不良があった場合はどうなるのか。要するにいろいろなパーティーが連携をした中で、こういうサービスが提供されていくという形になると、そのあたりがどうも今後の事業展開等の妨げになっているのではないかと。こういうような形であります。

要するに、我が国には有望な分野が十分に残されておりますので、こういうものも含めてオールジャパン連合軍で今後新たなプラットフォームを我が国が強い立場でいられるような分析が必要なのではなからうかということで、最後にこのスライドを入れたわけでございます。

以上でございます。ご清聴、どうもありがとうございました。

【村井主査代理】 ありがとうございました。

何かクイックにご質問、ご意見等ございましたら受けませんが、そうでなければ冒頭申し上げましたように最後に議論をさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、佐々木さん、お願いいたします。

【佐々木構成員】 ビジネスの構造が今どう変化をしつつあって、そうすると、そのビジネス構造の変化に伴って政府のとるべき役割が多分変わっていく可能性があるのではないかと。今日はしたいと思います。

タイトルに「プラットフォーム時代の政府の役割とは」と書いているのですが、1枚

めくってください。Connected TVという考え方が最近すごく出てきていて、これはテレビの見られ方が変わってきているという話です。今年の1月にラスベガスのConsumer Electronics Show、CESと言われているイベントがありまして、そこで一番注目されているのはこのConnected TVだと。別の言い方ではSmart TVとも言うのですけれども、要するにインターネットとテレビをつなげることによってテレビの視聴のあり方を変えましょうという考え方です。

テレビ受像機というのはもともとのすごい土管的な、ダム端末的なハードウェアだったと思うんです。単に電波を受信してそれを画面に映し出すだけ、ユーザー側ができるのは、単にチャンネルを変更するだけというような非常に単機能の端末だったのですが、それがゆえに垂直統合しやすかったわけですね。テレビ局とテレビ受像機と、それから、それを見ている視聴者。ところが、ここに最近、Connected TVという考え方が入ってくると、言ってみれば、そのテレビを見ている人たちを相互につなげるというソーシャル化、例えばFacebookでみんながどんなテレビを見ているかで盛り上がる、あるいはTwitterで盛り上がるというような、そういうテレビの見方をすることによって新しいテレビの視聴スタイルが生まれてきている。

1枚めくっていただくと、これははっきり実証されている数字ではないのですけれども、2009年から10年かけてテレビの視聴率は上がっているという話がアメリカであって、原因ははっきりしないのですけれども、一部の分析ではTwitter、Facebookなどで日ごろテレビを見ない人がソーシャルメディア上でテレビの内容が盛り上がっているのを知って、自分もテレビのスイッチを久しぶりに入れてみたみたいなのがどうも増えているらしい。これがゆえにテレビの視聴率を底上げしているという話があるのですね。

この話で一体何を説明しようとしているかというのと、従来の土管的なダム端末のようなテレビ受像機に全く別の要素、要因が差し挟まれて、そのソーシャルという要因は、テレビ局がつくっているわけでも、テレビ受像機メーカー、家電メーカーがつくっているわけでもなくて、全く違うプレイヤー、FacebookとかTwitterのようなソーシャルメディア企業が参加しているわけです。そうすると、そのテレビを見るという視聴スタイルの中に別のプレイヤーがつくった第3のレイヤーみたいなものが差し挟まってくるのではないかということなのですね。こういうふうにビジネスがレイヤー化していく。従来、垂直統合されていたものが分解され、水平分業的にいろいろなレイヤーが重層的

に重なっていくというのが今のビジネス構造の変化なんです。

もう1枚めくっていただけますか。Googleが2000年代、広告をまずプラットフォーム化したと書きました。従来の広告というのは、広告代理店とメディア産業、さらにクライアントという3者のある種、人的な人間ネットワークによって成り立っていたのですけれども、ここにGoogleはAdWordsという検索連動型広告、それから、AdSenseというターゲティング広告、ブログとかに関連広告を張りつけるような仕組み。こういうモデルをつくることによって広告をレイヤー化してしまったわけです。つまり、どんなブログでも表示した瞬間にそこにGoogleの広告というレイヤーが差し挟まって広告が見られてしまう。さらに2番目、Amazon、Facebookが決済ビジネスに進出。これはどういうことなのかというと、Amazonで皆さんがモノを買う。そうすると、当然、Amazonに登録してあるクレジットカードからお金が引き落とされる。これは当たり前なのですが、Amazonはこの決済部分だけを外部に今提供しているのですね。

Amazonペイメントという形で、例えば全然Amazonとは関係ないサイトで消費者が何かモノを購入する。そのときにAmazonのIDとパスワードを入力すれば、Amazonの決済でモノが購入できてしまう。これはFacebookも同様で、Facebookクレジットというのをやっているのですけれども、例えば最近、つい先日ぐらい、映画会社のワーナーが映画の配信実験をFacebook上で始めるというアナウンスがありました。「ダークナイト」という「バッドマン」の英語を実際のFacebook上で売るとやっているのですけれども、その際に決済をどうするかというと、このFacebookが提供するFacebookクレジットという決済システムを利用する。

つまり、Facebookが何かモノを売る、あるいはAmazonが何かモノを売る場合だけではなくて、全く関係ない第三者がモノを購入するときに、こういうAmazonやFacebookの決済を利用するというふうに変ってきているわけなのですね。さらに言うと、世界的にはPayPalという決済専門の会社が生まれてきていて、これがさまざまなWebサイトやブログなどにもどんどん進入を図ってきている。つまり、従来のブログを読むという行為、読者がいて、その先にブロガーがいる。その行為の中に全然関係ないPayPalという決済レイヤーが、ある種1枚の皮のように、薄い膜のように入ってきているという状況だと思います。

1枚めくっていただくと、これはレイヤーモデルを書いているのですけれども、今後のプラットフォームというのは、コンテンツ商品みたいなものをどう売るかというとき

に、こういうふうに流通プラットフォームが一番下に基盤があるわけです。これはデータベースという言い方をしてもいいかもしれません。その上に簡便な決済システムというレイヤーが重なり、さらにその上にターゲティング広告、従来のマス広告ではなく、より個人に特化した広告がきちんと配信される仕組み、そういうのがレイヤーと重なり、その上にコンテンツ商品が流れる。こういう仕組みにどんどん今変わりつつあるわけです。

もう1枚めくっていただくと、さらに言うと、これは最近非常に話題になっているトピックですけれども、情報の流通基盤がマスからソーシャルメディアへ移行している状況というのがあるわけです。人々が情報をとるのに90年代まではテレビ、雑誌、新聞が圧倒的でした。これが2000年代に入るところから徐々にインターネットに移行し、当初、2000年代半ばぐらいまでは検索エンジンが圧倒的な情報流通基盤になっていたわけです。だからこそGoogleはそこに検索連動型でモデルを打ち込むことによって、今、2兆円を超える巨額の売り上げを上げるようになったわけなのですけれども、最近、それが検索エンジンからどちらかと言えばFacebookやTwitterのような人と人のつながりをベースにした情報流通基盤に変わりつつあるという状況がある。

実際、日本国内でブログやWebサイトをやっている事業者、あるいは個人に聞いてみると、アクセス解析をすると、かつては、ほぼ90%は検索エンジン経由だったのが、今は大体50、50ぐらいで、検索エンジン経由と日本の場合、Twitterとかmixiみたいなものの経路が並ぶようになってきている。明らかにそのソーシャル的なところに情報流通基盤が移りつつあるというのは間違いない。恐らく10年後、20年後という大台になってくると、検索以上にソーシャルメディアが大きな流通基盤になってくるでしょう。そうすると、どこで情報を提供するのか。流通そのもののレイヤーがまた別に変わってくる。

1枚めくっていただきますと、ソーシャルレイヤーと書いています。流通プラットフォームの上に決済があり、広告があり、さらにソーシャルという情報を流通させるレイヤーがあり、さらにその上にコンテンツや商品が乗っかっているという、こういう5層構造ぐらいに情報の流れ方、あるいは物の売り方が変わっていく方向になっているのではないかと。しかも、重要なのは、このレイヤーモデル、一番下にプラットフォームがあって、その上にどうやって色塗りを重ねるか。このレイヤーモデル自体が実はグローバル化しているということなのですね。1枚めくっていただくと、そう書いてあります。

つまり、国内で閉じたそれぞれのプラットフォームがあるのではなくて、全世界一律のプラットフォームに移行していく可能性が極めて高いのではないかと。

これはなぜかという、1枚めくっていただくと、その理由が書いてあります。1つ目、これは非常に大きい。UNICODE化ですね。90年代までは国ごとに別々の言語コードを使っていたので、例えばアメリカのサービスに日本語を通そうと思うとダブルバイトは通らないことがよくあったのですけれども、2000年代半ばぐらいから急速に世界一元的な言語体系であるユニコードが普及したことによって、きのうアメリカで発表されたサービスであっても日本語が使えることが当たり前になってきたわけです。このように国境の壁が簡単に突破されてしまった。メニューは英語だけれども、日本語を通すには問題ないという、そういう世界なわけです。

2番目が、製造がグローバルネットワーク化しつつあることです。よく例に挙げられるのは、Appleの製品などはそうです。各国、マレーシアとか、日本とか、インドネシアとか、さまざまところでパーツが製造され、それがマニファクチャリング、組み立ては中国で行われている。Appleがアメリカでやっているのは、ただ設計デザインをしているだけで、ネットワークがグローバル化していくことによって、さまざまな製品が世界中でつくられている。そういう状況の中で、国ごとでそもそも垂直統合しているという意味があまりなくなってきたのではないかと。

3つ目が、見える技術、見えない技術と書いてあるのですけれども、これは結構重要な話で、日本の製品がなぜ負けつつあるのか。家電でよく言われている話で、見える技術、見えない技術って何なのかというと、例えば日本の製品って見えないところのものすごくお金をかけるのですよ。何か例えばこういう携帯音楽プレイヤーみたいなもの、あるいは携帯電話みたいなものがあると、分解して剥がすと中のバリがきれいに取られていて、余計なチップがついていなくて非常に美しい基板になっているとか。でも、これはふたをかぶせてしまうと実はほとんど気づかれない。よくAppleの製品、世界中で売られているiPodとかiPhoneを日本の家電メーカーの人が分解してみると、みんな感想として述べるのは、こんな雑な製品だったらうちでもつくれますと皆さんおっしゃる。

確かにそうなのですね。Appleというのは、私も長年使っているのだからわかるのですが、かみ合わせがちょっと悪かったりとか、ちょっとずれていたりとか、日本の製品の出来から言うと非常に悪いレベルである。でも、一方で圧倒的に売れているのはなぜかという、そのデザインだけではなくてインターフェースに極めてすぐれているのですね。

つまり、人と人が操作するときの直感的なよさというのは日本製品には全然勝てない。日本製品は全然勝てない状況にある。つまり、そこが見える技術である。裏側の見えないうところで技術を使うよりも、人と人が、人と機械が触れ合う場所をちゃんと向上させましょうというのが、今のグローバル製造業の中心であって、そこに日本はうまく乗っかっていけない。

さらに言うと、いろいろな要因がありの、全部話していると切りがないので少しだけにしておきますが、グローバル市場って貧困層から富裕層まで非常に幅広い。そうすると、ベーシックなものから、そこにオプションを加え、カスタマイズしていくというふうに多様性を持たせることが非常に重要なのですが、日本の製品というのはものすごく日本人の複雑で高価で多機能なものを好むというところに特化してしまっているがゆえにベーシックな製品が極めて少ない。すべてがオプションやカスタマイズをたくさん盛り込んだような製品になってしまっている。これがグローバル市場の中で受け入れられない要因もあるのではないかという状況の中では、世界中のグローバル・プラットフォームで勝つ製品をつくるためには、その各国の非常に多様化された貧困層から富裕層までいるような市場に対応できるような製品を提供できる企業でしかない。

実際、それに対応しているのが韓国のサムスンであり、あるいはAppleであり、あるいはフィリップスであるという状況になってしまってきているわけなのですね。日本の1億2,000万人という中程度に規模の大きい市場に特化したのがゆえに日本は強かったのですけれども、逆に今のグローバル化の状況の中では、この1億2,000万という中途半端に小さい市場が、逆に日本の産業界の足を引っ張ってしまっているという状況は起きているのではないか。

1枚めくっていただくと、テレビの世界で言うと、今、こういうような方向に進んできているわけです。これはGoogleTVについて少し書いています。GoogleTVというのは昨年末にGoogleが初めてテレビ受像機事業に乗り出しましたと。テレビの画面からテレビ番組とYouTubeなどのネットの動画をまとめて検索できる。あるいはテレビの画面でWebサイトを閲覧できます。さらに重要なのはアプリケーションワーク。例えば最近のスマートフォンというのは従来の日本型のフィーチャーフォンと何が違うかと言えば、自分で自由にアプリケーションを組み込んで好き勝手にカスタマイズできるところに魅力があると言われている。だから、これが、スマートフォンがいずれ従来のフィーチャーフォンを凌駕するのは間違いないだろうと。これはかつて80年代から90年

代初頭にかけて固定された単機能のワープロ製品をオープンで、アプリケーションが自由に入れかえられるパソコンが完全に駆逐してしまったというのと全く同じ状況になるのではないか。

ということを考えて、テレビも同様に、現在のテレビというのは完全に機能が固定化されていて入れかえられないわけなのですけれども、ここにアプリケーションが自由に入れかえられる、そういうようなアプリ化という方向性が出てくるとテレビの受像機はさらに進化するのではないか。その場合には、これ、まさしく垂直統合はなくなっていくのです。つまり、テレビ受像機というプラットフォームをだれかがつくり、その上でさまざまなアプリケーションが動きます。そのアプリケーションは外部のプレイヤーが勝手につくってください。つまり、そこにはテレビという新しいプラットフォーム上で、さまざまなモジュール化した小さな事業者たちがさまざまアプリケーションを開発し、別のテレビをつくっていくという状況が起きるだろうと。つまり、テレビはここでも垂直統合が解かれて、完全に水平分業的なプラットフォーム化していく状況が起きるのではないですかと。

1枚めくっていただくと、国ごとの垂直統合の終焉というお話を書いています。従来、日本の垂直統合、アメリカの垂直統合、フランスの垂直統合、国民、国家ごとにさまざまな垂直統合ビジネスがあったわけなのですけれども、これがもう1枚めくっていただくと、国ごとの垂直統合が解かれて、巨大なグローバル・プラットフォームが生まれ、その上でモジュール化したビジネスが成り立っている。例えば携帯電話の世界で言うと、日本の携帯電話メーカーはものすごく海外に進出できなくて、どんどん市場規模を小さくしている。携帯電話から退出するメーカーも出てくるのではないかと盛んに言われているわけなのですが、では日本の事業者がすべて携帯電話でもうかっていないかというところ、実はそうではない。

AppleはiPhoneとかのアプリを販売できるApp Storeという事業をやっていますよね。このApp Store上でさまざまな日本の個人のプログラマーが、それぞれ独自にアプリケーションを開発している。そうすると、日本の巨大電気メーカーが携帯電話を開発してもうけられないと言っている状況をよそに、ほんとうに個人の事業主、あるいは1人、2人ぐらいの小さな会社がiPhone向けのアプリケーションを開発し、それで年収1億円を超える人というのは結構たくさん出てきているのですよ。

つまり、ここではプラットフォーム化することによって、垂直統合ビジネスは崩壊す

るけれども、その上で小規模なモジュールビジネスを展開する小さな事業者にとっては、よいチャンス、よい収益が得られるという可能性がそこで開けてきているということなのですね。では、これは日本として悪いのか、いいのかというと、必ずしも悪いともいいとも言えない。つまり、垂直統合した大企業は食えなくなるかもしれないけれども、一方でグローバル・プラットフォームに乗っていく小さな中小企業、個人事業主が今よりも大きなチャンスを得られるという意味では、日本にとってもいいのではないかと。可能性もあるわけですね。だったら、そのような構造変換に政府の側も対応すべきなのではないかということです。

1枚めくっていただくと、グローバリゼーションによるビジネスのレイヤー化、今お話しした内容ですね。それと垂直統合を前提にした政府の産業振興政策というのが実は背反してきている部分があるのではないかとということです。

もう1枚めくってください。結局、従来の、これは最初の会合でも私は実証実験的なやり方というのはあまりうまくいかないのではないかとのお話をしたのですけれども、実証実験は、結局、垂直統合的なビジネスを前提にしているわけなのですね。つまり、そこでは、そのデータの基盤から、そこで動くアプリケーション、さらにユーザーまでもすべて1つの囲い込みの中で、その囲い込みを前提にして実証実験が行われている。そうすると、これが当然、プラットフォーム化して、レイヤー化している状況とその実証実験のモデルがうまく組み合わないのは当然なのではないかという感じもするのですね。これは実証したわけではないので明確に判断できるわけではないのですが、直感的には、私はそう感じています。

1枚めくってください。レイヤーモデル自体の産業振興政策を考える時期にそろそろ来ているのではないかと。2000年代に入るところから劇的に世界中のビジネスモデルが垂直統合からレイヤー化、プラットフォーム化に変わってきている状況の中で、いまだに80年代ごろまでの実証実験的な垂直統合政策というのを推進し続けることにはかなり限界が来ている状況が、ようやくこの2011年の時期に見えてきたような気もするのですね。

1枚めくってください。個人的に1つの提案としては、最近、アメリカで言われているGov 2.0という考え方をもう少し取り込んだほうがいいのではないかとということです。これはオライリーメディアというIT系の出版社、そのCEOのティム・オライリーという人が、2006年ごろにWeb 2.0という言葉がはやりまして、その言

業を最初に言い出した人なのですが、この人が最近、Web 2.0ではなくてGov 2.0ということを行っている。

1枚めくっていただきましょう。Gov 2.0って何かというと、1.0のガバメントは政府が垂直統合した行政サービスを提供しますよ。つまり、基盤からサービスまですべて政府側、自治体側が提供するのがこれまでのガバメントであった。であれば、Gov 2.0というのは、政府は情報基盤だけを提供して、その上で動くサービスについては民間に開発してもらいましょうという考え方がGov 2.0なのですね。

1枚めくってください。これはワシントンDCがやっているApps For Democracyという、もう1枚めくっていただくと、その説明を書いています。ワシントンDCが各種政府の持っている、自治体の持っているデータを公開し、このデータを活用したアプリケーションを開発してくださいというコンテストをやったのですね。やってみると、わずか1カ月で47件ものアプリの応募があって、予算はコンテストなので5万ドルの懸賞を加えたのですけれども、この5万ドルの予算で2,300万ドルぐらいの価値が生まれた。しかも、このApps For Democracyで開発されたアプリというのは、もう1枚めくっていただくと、このDC.govというところで既に公開されて実用的に使われているわけです。

Hot Spot Mapとか、Wi-Fiが使えるところのマップをつくったり、あるいは駐車場の場所をどこが空いているかを探してくれるアプリケーション、そういうさまざまな、あるいはワシントンDC内の歴史的な名所旧跡を歩くとき、散歩するときには有効なアプリケーションとか、さまざまなアプリケーションがここで提供されている、実用化されている。だから、これは実証実験ではなくて、とにかくこのアプリを今後ずっと公開し、実用化していくという前提で行われているというところで、実証実験モデルとは全く異なるわけです。

1枚めくってください。ほかにもいろいろな試みがアメリカで行われて、例えばロサンゼルスではバスとか列車、自治体が運行しているバスや列車のリアルタイム運行状況のデータを市が公開しています。これを使って企業や個人が自由にアプリ開発できますよ。だから、どこかのバス停に行ってそのアプリを起動すると、あなたの待っているバスは何分後に来ますよみたいなことが表示されるなど、そういうことが自由にできるようになっている。

もう1枚めくってください。これはSee Click Fixという、これも民間の事業者が開

発したアプリケーションなのですが、スマートフォンのアプリになっているんですね。もう1枚めくっていただくと説明が書いてあります。例えばどこかの町を歩いて、道路に穴があいている。これは修理しないと車や人が落ちて危ないと思ったら、その写真を撮影してアプリケーション、モバイルで、コメントを少し加えて、ジオデータ、その位置情報、GPSの位置情報とともにそのアプリから送信する。そうすると、市の間で、ああ、こういう場所にこういう穴があいていて、こういうふうになっていますよということがちゃんと情報として共有される。そういうアプリケーションも出てきている。こういうやり方でどんどん政府の基盤化を進めましょうというのが考え方なのですね。

1枚めくっていただくと、ティム・オライリー、「政府はプラットフォームになるべきだ」ということをお話しされている。この政府はプラットフォームになるべきだというキーワードを検索していただくと、ここには載せなかったですが、TechCrunchというアメリカのニュースサイトがあるのですけれども、そのTechCrunch Japaneseという日本語版の記事で、このティム・オライリーが延々と書いているものが検索するとヒットしますので、ぜひご興味のある方は読んでいただければと思います。

1枚めくってください。とにかくその垂直統合サービスを政府が提供するのではなくて、政府がデータ基盤を提供し、そのデータを使った新事業を創出するというやり方のほうが恐らくはうまく駆動するのではないかと私は考えているのですね。

もう1枚めくってください。結局、現状の実証実験モデル、ここまで言うところちょっと言い過ぎだなど思いながらも書いてしまったのですが、実証実験に携わった企業や研究者には予算と経験をもたらして大変すばらしいと思うのですが、一方で、前回お話ししたように、それが実証実験の外側に全く広がっていかない。つまり、実証実験に携わっている人たちと、その外側の他の省庁、あるいは他の業界との間に深い川みたいなものがある、その川を越えられない状況というのはずっと起きているわけですね。だから、この10年、e-Japan戦略のころからずっと実証実験をやってきたのだけれども、何一つ、成果は上がっているにもかかわらず、普及していかないというのは多分その問題が大きく影響しているのではないかと。

であれば、ここに書いてあるようにオープン化されたように、Gov 2.0のような基盤提供によって、ある種、実証実験に参加するIT企業ではない、さらにもっと小規模なスモールビジネス、Webのベンチャー企業であるとか、個人のプログラマーであるとか、そういう人たちに参加してもらって集合知モデルを取り込むことによって、より

よい新事業の創出が可能なのではないか。そういうことをもう少し考えたほうがいいのではないかということなのですね。

どうも日本の産業界、政府を含めて小規模な中小企業、中小ベンチャーや個人事業主、あるいはプログラマー個人とお付き合いするのは、それはどうなのかを思う人はたくさんいらっしゃるって、前も別の省庁で何かの実証実験をやったときに、小さなWebベンチャーの会社に入ってもらったら、ある大手経済新聞社の記者から、その担当の省庁の課長さんが、おたくはあんな聞いたことのないような会社を実証実験に参加させて、何か裏金でももらっているのではないかとすごく追及されたという話を聞いたことがあります。つまり、そういうところに入るのは大手企業が当然であるという前提でものが進んでしまっているわけで、これこそが私は新事業が生まれにくい1つの原因になっているのではないかという気も少しはするのですね。

もう1枚めくってください。政府のデータのオープン化ってものすごいさまざまな影響を引き起こすと言われていて、実際、アメリカでは最近、イギリスとアメリカ、データジャーナリズムという言葉さえ生まれている。つまり、従来のジャーナリストというのは、私の仕事はそうですけれども、人に会って話を聞いて、それで何かを書く。でも、そこには膨大な量のデータが常に存在している。そうすると、政府が公開するデータというのは、それこそXMLになっているとか、あるいはエクセルのデータか何かになっていて、見ただけだと数字の羅列で何かわかりませんよねと。そういうのを的確に収集してきて解析し、例えばビジュアルのグラフで見せたりとかして、実は政府が使っているお金はこうこうこういうふうになっていてということを見せる。そういうようなジャーナリズムも十分あり得るよねということが議論されている。それをデータジャーナリズムと言うのですけれども、こういうようなことさえも可能になってくるわけです。

1枚めくってください。垂直統合政策、実証実験をそれぞれの分野の中で垂直統合してやっていくというのが今までのやり方でした。もう1枚めくってください。Gov 2.0というのは、多分、こういうふうな形になるでしょう。さっき、世界中のビジネスが垂直統合型からプラットフォーム型、レイヤーモデル型に変わっていくというお話をしたと思うのですけれども、これと同じように政府のデータベースという基盤の上にAPIを政府側が公開する。Application Program Interfaceですけれども、オープンで標準化されたAPIを提供して、その上でさまざまな事業者がモジュールを開発していくというモデルを提示する。これによってそのICTの産業を活性化させるという

ことは、私は十分に可能なのではないかと考えております。

以上です。ありがとうございました。

【村井主査代理】 ありがとうございました。

それでは、何かご質問、ご意見等ございますでしょうか。それでは、また後でご意見をいただくことにして、野原さん、お願いいたします。

【野原構成員】 これまでもたくさんの方がいろいろご発表されていまして、私はこの場で何を言おうかといういろいろ考えたのですけれども、私自身のプロフィールを先にご紹介して、その立ち位置をご説明したいと思います。

皆さんのお手元では最後に3ページ、プロフィールが入っています。私の主な役割としてはイプシ・マーケティング研究所という会社をやっています、そこではIT、ICTビジネスに関する市場調査及び事業戦略、マーケティング戦略の立案、提案をしています。そしてもう一つ、インターネットユーザーの実態意識調査、ユーザーニーズ調査も行っています。また、IT/ICT領域における研究開発技術を事業化促進していくときにいろいろな課題があるわけですが、それに対して提案、コンサルすることもやっています。

調査の領域としては、IT/ICT領域で、プラットフォーム、あるいはサービスレイヤーのサービスについて調査しています。

また、各府省庁の委員会に出させていただいております。総務省でこの委員会、あるいは研究開発戦略委員会ですとか、IT戦略本部、経産省でもIT戦略関連のいろいろな委員会に出させていただいています。いくつかの省庁をまたいでいろいろな委員会に出席させていただいていると、それぞれの省庁がどういう立ち位置でやっているのか、相互の壁がどの程度か、日ごろ感じるところもありまして、そういったことも踏まえて、今日この委員会に対してご提案できることを少しお話ししたいと思っています。

皆さんのお手元の資料の最初のページがこちらの1ページになります。総務省がこれまでに白書等でも発表していますが、日本の基盤整備は進んでいるけれども、ICTの利活用がおくれているというふうによく現状認識されています。ただ、これをよく見ていくと、そうではなくて、おくれているのは政府の利活用だけで、個人や企業の利活用は別に、海外と比べておくれているということはないと思います。この図の調査のもとになっているのをもう少し細かく見てみますと、この調査結果ですと、個人の利活用というのはオレンジの帯の真ん中あたりに書いてあって、日本は第9位と書いてある

のですが、そのデータは何を見ているかというと、個人のインターネット利用率だけを比較しています。

日本はこのとき75.4%なのですけれども、8割を超えている国が幾つかあって、それはスウェーデン、オランダ、デンマーク、フィンランドといったような北欧の小国ばかりです。あとスイスとかですね。スイスは8割を切っていますが、そういった小国で普及率が高いということと、やはり1億人を超える国で75.4%、あるいは8割近いということの意味を比較しておくと総括しているというのはどういう意味があるのだろうと疑問に思います。そして企業の利活用を見ても、これは独自のアンケートによるもので細かい内容はフォローできなかったのですが、スウェーデン、米国、韓国、カナダ、デンマーク、イギリス、スイスに次ぐということで8位なのですけれども、それをもってどこまで低いと考えるのかというのは、いろいろな評価があるかと思えます。

何でこんなことを冒頭で言うかといいますと、日本は個人、企業においても、もちろん政府の利活用、私はおくれていると思いますので、先ほどの佐々木さんのご意見のようなGov 2.0的なこともやっていけばいいと思いますが、そういうものの利活用がおくれているから、そのおくれた領域を底上げしていこうということを中心に総務省がいろいろな政策を行ってきているというふうになるわけですが、この委員会で検討している新事業創出戦略ということを考えるときには、おくれた領域の底上げをしても、それを中心にしているというのは違うのではないかなということも感じて冒頭でこの図を示しています。そして、日本の国内市場という畑は、既に十分に耕されていて、耕されていないのは行政サービスや政府自体だけではないかと私は思います。

次のページをごらんください。軽く個人を中心とした利活用の状況をおさらいしたいと思ってこれを持ってきました。ごらんいただくとおり、インターネット利用者は2009年末、9,400万人で普及率が78%、そしてほとんどの年齢層で、今もずっと増加を続けてきて、60代後半、70代といったところの増加率というのは、こここのところ大きくなっています。そして、インターネットを接続できる機器の普及も進んでいまして、携帯電話は96.3%、PC、カーナビ等、結構な普及率になっています。そして、この携帯電話というのは海外と比べると全部3Gなわけですし、全部インターネット接続されているわけですし、ほとんどが高性能なフィーチャーフォン、あるいはスマートフォンということで、海外で単純に普及しているという数字とは意味が

違うのではないかとも思います。

そして、もちろん改めて言うまでもなく、ネットショッピングの市場規模というのも年々拡大していきまして、2009年の段階で6.7兆円で、これは百貨店の市場規模を若干超えていますし、コンビニの売り上げにも景気によってはほぼ匹敵するというような状況にまで上がってきています。今もまだ拡大を続けていますし、市場規模だけではなく、その利用の仕方も非常に深まっていますし、オークション、共同購入といったような個人が売り手になるということも、言うまでもなくよくやられるようになっていっています。

中国の市場を見ると、2009年で3兆2,000億円ぐらいとも言われていまして、もちろん中国の伸び率というのは今非常に大きいので、近いうちに規模は逆転するとは思いますが、対人口で考えた場合の市場規模ということでは、もちろん日本のほうがずっと進んでいるのは言うまでもないです。そして、アメリカの場合ですと市場規模はいろいろなデータがありますが、2008年の全米の小売業協会の発表ですと20兆円ぐらいあるというようなことを言われています。ということで、これをもって進んでいないと言うのかというと違うのではないかと思います。

これも総務省の今回の資料の中でももう既に出ていますので割愛しますが、多様なモバイルネット接続端末が急激に普及していきまして、高性能画面で、魅力的なユーザビリティで、多機能なモバイル端末が登場し、普及しています。その結果、クラウド的な利用といいますか、いろいろな端末から同じアプリ、サービスが使えるという環境が一気に広がっているというような利用シーンの変化が起こっています。もう一つの大きな変化として、言うまでもなくソーシャルメディアの浸透があります。そこにありますようなさまざまなサイトがたくさんユーザーを抱えている状況です。

そしてもう一つの切り口として、先ほどConnected TVという話も出ましたが、スマートテレビと言っている人たちもいるわけで、その重要性を考える上で試算になるような調査結果かなと思うものをこちらに示しました。これは各国のテレビ視聴スタイルを調べた調査結果なのですが、日本のテレビ視聴スタイルの特徴を言うと、いわゆる従来の放映番組をリアルタイムに視聴するというのはもちろん一番多いのだけれども、それを他の国と比べるとそれよりは少ない。他の国というのはアメリカ、イギリス、ドイツと比べているのですが、それに比べると若干少ない傾向がある。一方で、録画利用ですとか、動画共有サイト、YouTubeなどの利用、それから、携帯電話の

視聴といったような新たな視聴スタイルはモバイルインターネットの普及が進んでいるために、他国に比べて随分と多くなっているという結果が出ています。

そして、今後についてのポツの最後ですけれども、今後、最も好まれる映画の視聴方法についてもテレビでDVD等視聴が他国よりも低い一方で、無料サイトから視聴するとか、パソコンDVDで視聴するといったものが高くて、日本における視聴方法が他国に比べて多様化しているということが伺えます。これをどう読むかというのは、いろいろな立場であると思うのですが、日本のユーザーのテレビ視聴スタイルというのは、他の欧米諸国よりも多様化が進んでいて、スマートテレビ、Connected TVに対して既に準備できているということが言えるのかと思います。

こういった個人の利用状況を踏まえて私が感じますのは、日本の国内マーケットは十分成熟して整備されています。そして、そこにいる日本ユーザーは先進的なサービスに対する受容性は非常に高い。その結果、日本は先進的なマーケットになっています。そして、日本のユーザーは日本の企業がつくった新製品、サービスをもちろん利用しますが、その日本の企業は海外展開をあまりしていないために新製品サービスは日本には普及しても海外に拡大しないという状況が起こっています。

一方で、日本のユーザーはいろいろな新サービスへの受容性が高いので、日本発のサービスだけではなく、海外発の新製品サービスもどんどんと利用するということがある。その結果、海外企業に日本のシェアを奪われるということが起こっていて、日本から出ていかない日本の企業から見ると厳しい状況になっているのだけれども、ユーザーは全部どんどんと新サービスを利用しているという状況にあるのだと考えられるかと思えます。

なぜこういうことを延々言っているかということ、国内のマーケットを整備して新産業を創出するというよりも、それよりもやっぱりグローバル市場に出て行って新産業を創出することに力点を置いて政策を考えているべきではないかということが言いたいからです。新産業創出の重点としては、グローバル市場において日本企業がつくれる新産業領域というのを探り、創出していくということが非常に重要ではないかということ。そして、グローバル市場で新産業創出できるプレイヤーをつかって育てていくということに力点を置くべきではないかと思えます。

そのような観点に立って新産業創出策について何をやっていったらいいのだろうというのをつらつら考えながら列記をしたのがこれ以降になります。まず、1点目としてグ

ローバル市場で日本企業にとって今後有望な市場というのを常に探して行って、どんどん攻めていくという体制をつくることが重要ではないかというのが1点目です。研究開発の段階、標準化をする段階、あるいはその標準仕様を海外に広めていく段階というのは、研究技術者や政府が中心になってやることが多いわけですが、その段階からプレイヤーとして事業化戦略というか、事業の戦略というのをしっかり持って、並行して進めていくということが重要だと思います。そして、どこが有望な市場になるのかということは、標準化だけではないですから海外市場の動向の把握や情報共有の仕組みをつくって、常にアンテナを張ってガンガン攻めていこうとするような体制をつくるということも重要なのではないかと思います。

それから、次のポツですが、海外市場に進出していく日本企業に対する支援ですが、これがとても重要ではないかと感じております。たまたまきのうも総務省の調査の関連で、ISDB-Tの地デジ放送方式が中南米などで採用されていますが、それに伴って日本企業がなかなか出ていけないということもあって、それをどうやって事業化を支援していけばいいかということを探るようなことをやっています、中堅の企業でISDB-Tに関連するような機器、サービスを提供しているような企業と意見交換を行ったのですけれども、それを聞いていて私は、その大変さに愕然としました。

現地のマーケット情報、例えばブラジルでテレビ視聴スタイルがどうなっているのかとか、物価がどんな感じなのかとか、どれぐらいのターゲット層にどんなものを売ればいいのかということが全然わからない。データが、日本のように情報が整備されていないので、データを探しようにもどこに行ってもどうやって探せばいいかよくわからない。

例えば地デジの導入と同時にEPGをくっつけて売ろうかと思うわけですが、EPGをつけましょう、どうしましょうかと言うと、ブラジルの放送局が何と言ったかと言うと、EPGと言ったって当日時間をずらすし、番組を変えたりするし、そんな前もって決めてもということになって、何でそれが必要なかわからないみたいな話が出てきたりして、日本人の日本マーケットに向けての感覚をそのまま向こうに持っていてもうまく進められないということが出てきたりします。また、アンテナも日本の感覚で同じタイプのものをダーツと鉄塔につけていくみたいなことを考えていても、いろいろなパターンが入り交じっていて、どのアンテナがどうやって効いているかということもよくわからなくて、どういうエリアにどんなアンテナを入れていっていいのかということも行ってみないと全然わからないといったことがある。頑張ったのだから、外

へ頑張って売りに行こうというだけではうまくいかないということが具体的にわかりました。海外市場の入り口で行き詰まってしまっているのですね。自分たちのつくったものをどうやって販路拡大して売ろうかというところへ行く手前で、もう全然どうしていいかわからないということがあります。

これを国がどうやって支援するのかということもあると思うのですが、大企業ばかりではなく、中堅もガンガン出ていくということを考えると、参入支援のための広い意味でのプラットフォームですけれども、マーケットの情報をある程度共通な部分は提供するとか、人脈づくりを支援していくとか、あるいはそういうことの情報交流が起りやすいような場をつくるとか、環境をつくるといったようなことをもっと早い時期からやっていくべきではないかと強く思いました。これはブラジルの場合、この時点でそんなことを言っていていいのだろうかという気もしまして、今後いろいろな地域、フィリピンとかいろいろなところへ出ていったりするときに、もっと早い時点からそういうことを見通してどンドンとマーケットの情報が、必要な、出て行きたい人に早く入るようにしていくということは非常に重要な支援策ではないかと改めて痛感しました。

3つ目ですけれども、これは少し観点が違っていて、日本の企業がグローバル展開していきやすいように国内の規制環境とかをつくっていくということも、見直していくということも必要ではないかということをおっしゃっています。先ほども縦割りの仕組みをプラットフォーム式にという話がありましたけれども、今の政府の制度、規制のあり方、あるいは競争政策のあり方というのは、国内のマーケットだけを孤立したものということをおっしゃっています。

そうではなくて、やはりグローバルマーケットを前提としてICT関連の法制度、規制を見直していくということが必要だと思いますし、競争政策も国内市場の中でのシェアが大きい、小さいということで議論をするというのではなくて、国内にとどまらずグローバルで事業が起こるということをおっしゃっています。そして、そうなる海外規制のレベルと日本の規制のレベルをどうやってうまくバランスをとりながら、日本の企業が外へ出ていくときにうまく動いていけるかというふうにおっしゃっています。

4つ目は、グローバル市場で新産業を創出できるプレイヤーを創出、育成することによって、これはほかの方も結構たくさん言われている方が既におられますので、項目を出すのにとどめますけれども、当然、ベンチャーの育成環境をつくっていくとか、イノ

ベーションを促進する環境づくり、これは後ほどもう少しご説明したいと思います。そして、そういう人材を育成していくということが重要だと思います。

これまでの総務省のICT戦略というのは、行政、医療、教育、農業といったICTの利活用が比較的進んでいない領域に注力して国の予算を投下するというところに主力があると思うのですが、新産業創出という観点で見たときに、この方針では不得手な領域の底上げはできるかもしれないけれども、それで世界最先端の重要領域を創出するというにはなかなかつながらないのではないかと思います。ですので、この委員会で検討している新産業を創出するという観点でいくと、1つは国が今からはこの領域だと決めて支援するというところにもある程度限界があるのかもしれないですし、領域を定めて予算投下をするということであれば、日本にとって得意な領域とか、今後進展が想定される領域という観点でピックアップをして、そこに国の予算を投下していくというような考え方を再度きちんとやっていくことが必要なのではないかと思います。

先ほど佐々木さんのお話にも少し出ましたけれども、大企業中心のイノベーション創出というのは、限界があるなという感じがしています。これは国の政策がというだけではなくて、大企業と一緒にイノベーション創出について取り組んでいく中でも壁にぶつかることが多いのですけれども、売上高が1兆円を超えるような、例えばそういう企業が新たな新産業を考えようと言ってプロジェクトチームをつくらうと思うと、やはり100億、1,000億レベルの事業案でないとスタートすらできないというふうになりがちです。それに対してGoogle、Amazon、Facebookといったような今では大規模な事業もスタート当初は非常に小さかったわけで、最初から100億を想定してスタートしたのではないと思うのですね。ですので、やはり失うものがないベンチャーがスモールスタートで、スピードを持ってビジネス展開するということは必須だと思いますので、そういった状況をより活性化するというところにも力を入れていくことが必要だと思います。

最後の1枚になるのですが、今出ている情報通信白書の中にもありますので、ご興味ある方はぜひごらんいただきたいのですが、これは日本のイノベーション環境を海外と比較した調査結果です。それぞれ各国が5本の帯で示されているのですが、それぞれの帯が左側から因子1、2、3、4、5となっています。その因子の1本の帯の幅が広いと、それは各因子がイノベーション力に及ぼす影響度が高いということになりま

すし、縦軸で高いというのは、それぞれ因子について29カ国の因子得点の偏差値となりますので、高いと相対的にその因子の評価が高いという状況になります。

日本の場合を見ていただきますと、因子の5つのうちで影響力が一番大きいのが因子1、持続的変化対応力、そしてもう一つ大きいのが因子3、ビジネス基盤成熟志向。そして3番目に大きいのが製品・サービスの洗練度なわけで、4が一番小さくて市場開放志向。5が、これもそれほど大きくはないのですが、科学技術のビジネス化対応力というのが因子5というふうに5つあります。日本は因子2の製品・サービスの洗練度は極めて高く、世界で第2位です。それから、因子1と因子3というのは8位、7位といったあたりとなっています。因子4、5というのは極めて低くて、29カ国中27位、28位といった結果になっています。それ以外の5カ国というのは比較的イノベーション環境が整っていると思われる5カ国のパターンを示してしまして、それぞれでこぼこありますけれども、相対的に見て、全体に見てすべてのところで平均を超えているとか、あるいは平均に近いといったようなところが上位を占めていることがわかっていただけるかと思います。

じゃあ、日本はどうして、どこに注意をしてこれを見ていけばいいかという、一番右側の因子5というのは、ほとんど最下位みたいな感じですから、科学技術のビジネス化対応力を向上させるというのは非常に重要だろうと思います。そして、幅が広くて比較的まだ少し伸びしろがあると思われる因子1、3を強化していくということも重要だと思われま。因子1は持続的変化対応力、因子3はビジネス基盤成熟志向となります。そして、右側の表組みを見ていただくと、その強化すべきと思われる因子1、3、5の中身の指標なのですが、そこにあるような項目になっています。因子5の科学技術のビジネス化対応力と関係が高いのがMBAの質となっていますので、これをそのまま直訳で読めばMBAの質を向上させることをすれば、ここは多少改善されるとなるわけですが、そんな単純ではないと思いますけれども、そういうふうに見ていただければいいかと思いますが、因子1については、そこにあるような5項目、因子3については電子政府の成熟度やインターネット利用率といったものが関係するという結果が出ています。

というように、これはこの結果をもとに白書では、だから、総務省としては、こことここだけ頑張りますというふうに一部分だけ頑張るといいという書き方をされているのですが、この場ではぜひ総務省がやれることだけをピックアップするのではなくて、各

省庁が連携をして、こういう環境整備をしっかりとやっていけるように5項目を整理し、それを各省庁に働きかけていくということをぜひお願いしたいと思っています。

以上です。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

お三方のご説明をいただきました。資料4-4に今までの主な議論がまとめてありまして、少し短めにこれをご説明いただけるということですので、事務局の方、お願いいたします。

【谷脇情報通信政策課長】 5分ぐらいでご説明をしたいと思います。きょうが第4回目ということでございますが、この委員会で今まで、第1回から第3回までどういう議論が行われてきたのかということをもとめたものでございます。大きく2部構成になっておりまして、市場構造変化と将来像というところと、それから、2ページ目以降が、いわゆるこの委員会が議論していただいております新事業創出戦略にかかわる部分、こういう分け方をしております。

市場構造の変化というところで言いますと2つに分けておりまして、1つがネットワーク変化ということでございまして、例えばユビキタスネットワーク化とWeb x.0化が進んでいくというお話、それから、モノのネットワーキング、Internet of Thingsの話、そういったものがつながっていく中でインターネットの多様性を許容する仕組みが必要ではないかといったような話でございます。

それから、ネットワークの変化に合わせてICT利活用の変化ということで、参加するユーザーですとか、それから、プロシューマの登場ですとか人のつながり、共感といったようなことがキーワードではないか。それから、ソーシャル化の中での情報イコール集合知、それから、いわゆるS o L o M o、Social・Local・Mobileがメインという考え方。それから、高齢化、経済面での不安、生活面での不安、こういった不安を不満に変えて、この不満イコール潜在ニーズの顕在化、別の言葉で言うと、この辺に新事業のシーズがあるのではないかというお話がございました。

2ページ目でございますけれども、キーワードとしての「スマート」、それから、少子高齢化の中での心身機能やライフステージに合った仕事の開発が重要ではないか。それから、コミュニケーションのあり方として文字だけに頼らないコミュニケーション。これはユーザーインターフェースということにもつながってくるかと思えます。それから、高齢者の積極的な社会参加を支援するツールというのが必要ではないか。それから、

きょうもG o v 2.0でありましたけれども、官民サービスの一体化ですとか、それから、ソーシャルメディアの世界のエコシステムの構造はあまり変化はないのではないかと。それから、最後にインターフェースの問題などが重要になってくるのではないかとといったようなお話がこれまでございました。

新事業創出にかかわる部分も幾つかの視点にまとめております。まず1点目としてICT利活用の方向性ということですが、ICTは社会インフラだというようなお話がございます。きょうもありましたけれども、実証実験についてはスクラップ・アンド・ビルドが必要だろう。実証実験の成果が普及しないのには、その中にリテラシー面における分断といったものもあるのではないかと。ただ、制度改革ですとか、必要なデータを得るための実証というものは必要なのではないかと。電波利用料に関する議論もございました。

次のページでございますけれども、ストリームデータをどう使っていくのか。それから、国の研究開発費の配分のあり方、それから、それぞれの企業内に閉じている日本の中の壁といったようなことがあります。それから、ICTの利活用ではなく情報の利活用というふうに変換をしていく必要があるのではないかと。特にこの委員会の下に設けられております利活用ワーキングにおきましても、ICT政策の体系化として分野横断的、基盤的な横軸、きょうもプラットフォームというお話がございますが、こういった視点が必要ではないかと。課題ドリブン、ユースードリブンへの展開が必要ではないかと。全体のロードマップ化が必要ではないかとといったようなお話がございました。

それから、きょうも出ておりますプラットフォーム展開というところでございますけれども、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大変重要ではないかと。それから、きょう佐々木さんのほうからお話ございましたが、プラットフォームの上でのモジュール的なビジネス展開といったような話。それから、前回、事務局からご紹介しましたけれども、スマート・クラウド戦略をどんどん新事業創出につなげていくかという話。それから、新事業創出戦略の検討に当たっては競争力の源泉となるものを改めてとらえ直す必要があるのではないかとという話がございました。

それから、次のページ、ICT産業のグローバル展開ということでございますが、特に4つ目のところで総合力の発揮ということが、企業ごとということではなく、総合力の発揮が必要ではないかと。それから、ハードとソフトのパッケージ型での展開が必要ではないかとという話がございました。それから、4つ目としてベンチャー支援の議論も

前々回かなりございましたけれども、国が持っているデータを徹底的に公開するというお話がございました。きょう、G o v 2.0のご紹介がございましたけれども、実はICT地域活性化懇談会のほうでもアメリカのCode for Americaというプロジェクトについてご紹介がありまして、そちらのほうで少し議論が進められておりますので、またこちらのほうにも、この委員会にもフィードバックをさせていただければと思っております。

それから、3つ目にございますような企業家とサポーターなどの出会いの場をうまく設けることが必要ではないか。それから、技術や事業を新たにつくり出す人とそれを大きく育てる人、特に後者が弱いのではないかとといったようなお話がございました。最後に利用環境の整備ということで、この中にはソーシャルメディアが普及をしてくる中でさまざまなユーザー保護であったり、ルール化であったり、こういったことをしていく必要があるのではないかとといったようなお話がございました。

以上がこれまでの議論の概要ということでございまして、きょう以降の議論も随時追加をしながら、より整理をしていくという作業を事務局のほうでさせていただきたいと思っております。以上でございます。

【村井主査代理】 どうもありがとうございました。

それでは、自由討議に入りたいと思います。どなたからでもどうぞ。

【吉川構成員】 きょうの岡村さんと佐々木さんの話、結構、刺激的だったかなと思うのですが、この後、政府の役割って一体何だろうということを考える必要があると思うのですが、政府が提供できるのは人であり、モノであり、カネであり、情報であり、今までお金のところ、実証実験を含めてお金のところに焦点が当たってきたかなと思うのですが、実は政府というのは非常にたくさん情報を持っている。あるいは地方史の話もありましたけれども、情報を持っているのだなというのがちょっと新鮮だったなと思います。

例えば私自身も仕事で国勢調査のデータってよく見ますし、家計調査とか通信利用動向調査とか見て、もう少しセグメント別のデータも欲しいなということで、最近、統計法も変わって、少しセグメント別のデータも有償で得られるようになったと思うのですが、かなり情報の宝庫だなと思います。もっと言うと、例えば内閣府が発表するGDPの速報データなどというのは、経済情報のサービスの会社、例えばクイックとか、ブルームバーグや、ロイターにとっては、まさに喉から手が出るほど欲しい情報で、政府が

持っている情報というのはかなり実は、さらに加工すると価値が出てくると思いますし、あるいは地方でも、その地方史だけではなくて、公設市場での取引の情報とか、こういったものがオープンになってアプリなど出てくると結構おもしろいかなと。あと気象情報とか、ストリームデータという話もありましたけれども、その意味で情報を持っている政府という観点で見ると、もう少しいろいろな施策をこれから考えることができるのではないかなと思いました。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

野村さん、どうぞ。

【野村構成員】 今まで何回かの議論の中で非常に参考になる意見をたくさんいただいたのですが、その中でやはり共通項として出てくるのがプラットフォームの重要性ということがあろうかと思えます。プラットフォーム、あるいは基盤ということになるのですが、グローバルにビジネスを展開する上でもプラットフォームの存在が非常に重要になってくると思われますし、きょうの岡村先生のお話の中でも、これからの新事業を創出していくための環境整備という上では、プラットフォームに関する法整備、そういったところも視野に入れなければいけないというお話であったかと思えます。

ここからは質問になってしまうのですが、プラットフォームがこれからの競争優位の源泉の重要な焦点の1つになると考えたときに、プラットフォームがすべてを包含していく形になっていくのか。すべてを飲み込んでいく形になってしまうのか。あるいはプラットフォーム上で優位性を持つコンテンツだとかサービス、そういったものを提供できる者が力を持つことになるのか。あるいはこれから新事業創出戦略を考える上で、これらプラットフォームでの展開を前提にしてビジネスは考えなくてはいけないのか、いろいろな切り口があろうかと思えます。ただ、どうも今までのお話を聞いていると、GoogleにしてもFacebookにしても、あるいはAmazonも決済サービスに手を出し始めているというお話があったように、やはり、こうしたグローバル・プラットフォームが垂直統合により、さらにビジネスを拡大して、市場占有率を高めていくことになるのではないかという印象があります。今日のお話の中では国別レベルでの垂直統合はこれから先なかなか考えられないというお話もありましたが、グローバル・プラットフォームレベルでは、垂直統合が進められる可能性が十分考えられるのではないかということもご指摘いただいております。

そういった中で、先ほど野原さんのお話があったように日本のユーザーは別にだれが

ビジネス、サービスを提供していても使い勝手さえよければ全く構わないわけです。それが日本の事業者でも、海外の事業者でも、自分たちにとっておもしろい、便利、役に立つなど、そう思うものが提供されていれば、どんどんそちらのほうに移行していってしまう。そういう可能性は十分にあるのだらうと思います。もっとも、この先も恐らく物理的なインフラは、それぞれの国の通信事業者が提供していくことになるのだらうと思うのですが、ビジネスの一番重要なところ、ビジネス的に一番おいしいところを獲得するのがそのプラットフォームを握る事業者だとしたら、これからの議論というのが、先ほど申し上げましたグローバル・プラットフォームをどうやって日本の事業者が獲得していくのかということになるのか、それともコンテンツ、サービスの提供で強みを持つものに焦点を当てるのか、あるいはプラットフォームでの展開を推進していくための支援をどう考えていくのかという、どこに焦点を当てたらいいのか私自身も今いろいろな方々の議論を聞きながら、うまく考えがまとめられないという状況にあるので、ぜひ皆様方のご意見をお聞かせいただけたらと思っております。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

いかがでしょうか。では、村上さん。

【村上構成員】 これまでの3回の議論に加えて、きょう三人の構成員から非常に刺激的なプレゼンテーションをいただいたのですが、何か議論が大きく1つの方向に進みつつあると感じます。この場の集合知が収れんしつつあると思います。今の野村さんのプラットフォームについての議論も、恐らくこの場の中心的な議論がプラットフォームの扱い方になるということの意味しているのではないかと思います。

お三方のお話をお伺いしてコメントと質問なのですが、まず第一に、岡村さんのお話、これまでこの分野でやられてきたことを非常にすっきり整理していただきまして、今われわれがどこにいるかということと、どこへ向かわなければいけないということが非常に明快になったと思います。岡村さんの資料の14ページに情報通信法（仮称）の要約図があります。この図の左から右へという方向で議論をしてきたということですが、私も、3ジェネレーションにわたって融合法制関連の議論に、岡村さんとも一緒に参加してきたわけですが、この過程で、2つ自分が考えていることで実現しなかったことがありました。

1つは、プラットフォームというものを真正面から議論すべきということを考え方としていたのですが、これは楕円で囲ってありますけれども、事実上ほとんど議論

が行われなかった。ですから、岡村さんが今のテーマがプラットフォームをこういう枠組みの中にきちっと位置づけることだといわれるのは非常によくわかります。

もう一つ、この14ページの図の右側の情報通信法（仮称）のところ、いわば誇大表現があるのは、コンテンツの部分がずっと通信と放送全体に横たわって広がっていますけれども、実はこれは左の放送の部分のコンテンツ規律には議論が結実したのですが、通信的な放送ですとか、通信そのもののコンテンツは、この検討の中では結局は触らなかったのですね。今やこの触らなかったプラットフォームの問題と通信のコンテンツ、あるいは通信的な放送の二つの部分の規律というのを真正面からやらなければいけないところに来ているのではないかという感を強くいたしました。

そういう前提に立って佐々木さんの非常に刺激的な話をいただきました。要はプラットフォームとその上にモジュール化されたサービスとか、コンテンツが乗っかって、群発していくという構造に向かおうということなのですが、そのとき、1つはグローバル・プラットフォームが世界市場を席卷していくということなのですが、こういう中で日本はどういうスタンスをとるべきなのか。

佐々木さんがおっしゃるのは、グローバル・プラットフォームをつくりましょうということなのか、そこはもうあきらめて上のほうに特化しましょうということなのかというのが1つで、あきらめましょうというときには、恐らく日本国内で動くグローバル・プラットフォームの規律をどういうふうにするか。これは野原さんの提起された問題でもあるのですが、自由にモジュールがつながるように、優越的な地位を濫用してもらっては困るとか、公平な競争条件でないと困るとかいう要望が、日本のプレイヤーから出てくると思うんですが、そういう規律サイドに力を入れていくのか、やっぱり作るほうに力を入れていくのか、どう考えればいいのかというのが1つの質問。

もう一つは、ガバメント・プラットフォーム、Gov 2.0ということをご提案いただいたのですが、ガバメントについてはナショナルな日本のプラットフォームをつくるべきだというご提案なのか、それともこのガバメント・プラットフォームについてもグローバル・プラットフォームが出てくるので、それを使っていけばいいというお考えなのかというのを、お伺いできればと思います。

実証実験に対する考え方を変えなければいけないというのは、これはもう間違いないことだと思うのですが、実証実験には、いろいろな問題があって、やり方がよくないというのはもちろんあるのですが、私は、究極の問題は、ビジネスモデルが生まれたり、

サービスモデルは生まれてくるのですけれども、それが本来の事業主体に使われない、及ばないことだと思います。本来の事業主体が動かないというところには、いろいろな理由があるのだと思いますが、そこが一番エッセンシャルな問題だと思います。Gov 2.0でやるとしたときに、最終的な公的サービスを行う事業者というのは、佐々木さんのお考えですと入れかえろということになるのでしょうか。それとも今のプレイヤーを変えていこうということなのでしょうか。この3つの質問です。

【村井主査代理】 では、佐々木さん、どうぞ。

【佐々木構成員】 はい。その前に野村さんのお話で1つつけ加えておこうかなと。プラットフォームと垂直統合はどう違うのかというのがあって、これは実はすごい微妙なのですよ。基本的に私は、プラットフォームの条件というのは圧倒的な市場支配力と、さらにその上でコンテンツや商品、あるいは別のサービス、モジュール化サービスが自由に入れかえ可能であるというオープン性ということを行っているのですね。

【村上構成員】 オープン・プラットフォームですね。

【佐々木構成員】 そうですね。ただし、例えばAppleがやっているApp Storeモデルはプラットフォームなのか。基本的にはプラットフォームなのだけれども、でも、Appleというのはすごいコントロール力が強い会社なので、極めて垂直統合に近い状況になってきているのですね。でも、一方でGoogleは同じモバイルのアプリケーション分野で言うとアンドロイドマーケットというのをやって、これは完全にオープンであって何らの規制も一切していない。だから、これは完全なプラットフォームである。だから、プラットフォームであると言いながらも、ひょっとしたら市場支配のうちに垂直統合的に、それこそ管理的なサービスに移っていく可能性もあるし、逆に言うとそれが嫌われて、今起きているようにGoogleのアンドロイドのモデルのほうが好まれて、そちらのほうのマーケットのほうが強くなっていくという、そこはある種、政治力というか、駆け引きの結果生まれる構造であるということだと思うのですね。

当然、プラットフォームというのは政府がつくる、あるいは業界みんなで作るものではなくて、多分、自然発生的に生まれてくるしかないのではないかとこのところで、村上さんのお話に行くのですけれども、結局、そのプラットフォームを目指すのか、それともその上でモジュールになってしまっているのか。これは判断しようがないというのが現状だと思うのです。ただ、今の状況、今の日本の産業界の状況を見ていると、このまま放置しておいてグローバル・プラットフォームが生まれていくことは多分あり得

ないであろうと。であると、どういう形をすればグローバル・プラットフォームを日本が生み出せるのかという条件整備が多分必要である。そのためにはより自由主義的な、自由にさまざまなモジュールがビジネスを開発するような仕組みを整備する必要がある。だからこそ、G o v 2. 0のような基盤を提供すべきであるという流れなのですね。

モジュールはすべてプラットフォームではなくて、地主、小作人の小作人になってしまいか、決してそうではなくて、例えば先ほど岡村先生の話にもあったクーポンサービスとかありますよね。Grouponとか、P i k uとか、日本にも幾つか事業者がやっていますけれども、クーポンをそのサイトで発行して、100人以上集まったら値段が安くなります。もともとは共同購入サービスなのですけども、ただ、その共同購入のときに一緒にその物を買ってもらう人を見つけるという、その見つけるところがTwitterとかFacebookのようなソーシャルメディアに依拠しているのですね。そういう意味で言うと、そのTwitterやFacebookの巨大ソーシャルメディアの中にある膨大な数の人口に頼ったモジュールビジネスという言い方が言える。

ところが、それでモジュールに特化して終わってしまっているかという、決してそうではなくて、例えばGrouponという世界最大手のクーポンサービスの場合だと、FacebookやTwitterに依拠しながらも、今度は自分のモジュールの中でさらにお店、企業と消費者をダイレクトに結びつけるようなマッチングモデルを構築しようとしていて、そうすると、これはだんだん巨大化していけば、モジュールがさらにプラットフォームに転換していく時期というのは恐らく出てくるのではないかと。つまり、モジュールとプラットフォームの関係というのは、必ずしも固定化されたものではなくて、常に組みかえ可能だというのが恐らく今のビジネス構造だと思うのですね。そういう意味で言うと、少なくとも垂直統合の中でやっているうちは決してモジュールも生まれなければプラットフォームも生まれませんよと。

だったら、まず海外の外資のプラットフォームに依拠するのであっても、より自由にモジュールなどを開発できるような基盤をきちんと提供し、その中で個人事業主から大企業まで含めて自由に競争し、開発を行うという状況の中から新しいプラットフォームが生まれてくると期待するというぐらいしか実は日本の政策としてとれるところはないのではないかと。これからみんなで頑張って護送船団でプラットフォームをつくりましようといったって、多分、つくれないと思うのですね。というふうに発想を転換したほうがいいのではないかと。

ただ、これは村上先生がおっしゃったようにかなり危険性もある話で、例えばさっきのG o v 2.0、政府が基盤を提供し、そこでさまざまなサービスアプリケーションを開発してもらいましょうといったときに、Googleが開発したアプリケーションがそこにハマってきて、日本の生活サービスの基盤がGoogleになってしまったらどうするのだという問題もそこで起きるわけなのですね。そこは外資の参入をどこまで許すのかみたいな、また別の議論はしなければいけないと思うのですけれども、少なくともそこら辺がある程度の自由さを担保するというのには必要なのではないかなと思います。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

そのほか何かございますか。

【岡村構成員】 村上さんがおっしゃったことですが、今からでも先ほど申し上げたようにプラットフォームを再議論するということは、改めてまな板の上に乗せるということは遅くはなく、必要なことであろうと思います。それから、私よくわからないのは、何でみんなそんなに弱気になるのかなというのが、例えば、ネット家電、デジタル教科書、I T Sを挙げたわけです。あと、例えばI Cカード、S u i c a網というよりは正確に言えばソニーさんのフェリカチップの問題、電子マネーチップの問題ですね。だから、結局、それをガンガン海外展開しようという空気になっていない。インナーへ、インナーへ行こうとする。

いい技術とか、そういうものは持っていて打ち出せるにもかかわらず、今何か自縄自縛の状態になっているようで、プラットフォームなどというのはどんどん時代によって新しいものが生み出されていくし、どんどん変わっていくわけですから、実際、例えば今のiPhoneにしたって、5年前あったかという、そういうもの自体がどこにもなかったわけですから、だから、むしろ、自縄自縛にならずに海外にどのように押し出していくのか、先ほど佐々木さんの話もありましたけれども、私、最初、皆さんもそうでしょうけれども、A T互換機に触ったとき、びっくりしたのです。開けるとI S Aのボードなんてバスが歪んでいるから刺さらないし、二、三人がかりで「えいや」と、そのタワーケースを曲げてやらなければならないし、軍手がないと、全部こぼ立っていますからすぐ手が切れて、とんでもないような状態になる。

それまで国産標準機と言われていた某P Cを触った人間としては、例えばボードを差し込むのにも一遍ケースを全部外して、それからまたケースをはめ直す。こんな面倒なことはないはずなのですから、でも、圧倒的に性能と比べて安い。他方で国民標準

機、当時のものなどというのはどんどんクロック周波数を当時の16メガから20メガに上げて、16メガってアメリカで売っているのか、そんなものインテル、売っていなかったという時代があったりしましたから、あの386、486の時代ですけれども。だから、ほんとうに何が訴求点で、つまり、一番魅力的な部分で、そうでなくても余計なものなのかというようなことをざっくり分けて、どんどん海外へ打ち出していくというのは必要だと思いますし、ただ、その場合にあまりにもリスク大ということ、大企業が進まないのであれば、中小企業などがベンチャーをできるような仕組みというのをもう1回やって、玉はいっぱいあるはずですので、今やらないと遅くなってしまうけれども、決して今は手おくれではないと信じておりますので、よろしく願いいたします。

【村井主査代理】 そのほか何かございませんか。岩浪さん。

【岩浪構成員】 本日のプレゼンテーション、ほんとうに勉強になることばかりだったのですけれども、特に佐々木さんがプラットフォームの時代とドンと言っていたこともありがたいお話でした。今、村上さんもおっしゃったように、この後、この会合の議論の中心がこのあたりになってくるということなので、以前もプラットフォームの議論があったと思うのですけれども、プラットフォームって何を指しているのかという認識なども下手すると合わなかったりして、なかなか行けなかったところをこの会合で詰めていただくというのは非常にありがたいと思っています。

その話は、いずれお話に出るでしょうから、それはまたの機会ということにさせていただいて、最後の野原さんの資料の7ページ目でグローバルマーケットを前提としたICT関連の法制度・規制の見直し、これも大賛成ですね。

先ほど野村さんが冒頭で言いましたけれども、例えば昨今、スマートフォンの例などで我々が直面しているところを見ると、例えば移動体通信のインフラで日本とアメリカで比べると日本の方がリッチで、アメリカの方がプアだったりしているのだと思うのですね。

日本では従来のフィーチャーフォンのコンテンツサービスもどんどん発展していったのですが、そこにはいろいろと、例えば通信量など含めてアプリ開発の面で制限があったので、日本勢のアプリやコンテンツはそんなにリッチなものになりませんでした。ところが、向こうはインフラはプアなくせに、iPhoneとか出てみるとGoogleマップとか、Google Earthだとか、YouTubeアプリだとか乗っかっていて、とんでもなくリッチなの

ですね。

そうすると、野原さんの6ページ目が重要なのですけれども、ユーザーは自然にいいサービスの方を使ってしまうから、日本はインフラがリッチで、海外のプレイヤーのつくったコンテンツサービスがリッチ。そうすると、コンテンツサービスレイヤー、アプリケーションレイヤーはあつという間に海外勢に征服されてしまうわけです。

実際、そういう現象が今iPhoneが出てみると起こっていて、もちろん日本のアプリケーションの開発者なども、一部は先ほど佐々木さんが言ったように非常に成功していたり、有名なTwitterアプリを日本人がつくっていたのがこの間、買収されたりしましたけれども、買収されるということは1つのアウトプットですから、こんなような現象も起きているのですけれども、いずれにせよ、日本のプレイヤーだけがアプリ開発などで制約されて縛られているという状態では、インフラ環境の整備だけが進むと海外勢に征服されるのを待っているみたいな感じになってしまうのです。

ぜひともここはグローバルな視点で見直していただきたいなと思っているというのが1点なのです。

そして、これもこの後、議論に出そうもないのでこのところだけ申し上げさせていただくと、私はコンピュータとかネットワークの関係で長く仕事をしていますけれども、この世界のイノベーションの発展というのは市場に任せて自由にやっていたら進展するというわけではないという点です。

もちろん私はなるべく規制とか少ないほうがいいと思っていますし、自由を第一に考えているのですけれども、実際にイノベーション発展は、IBMに対してアメリカの司法省がくさびを打ち込んだこともそうですし、ネットスケープとマイクロソフトの裁判というのも、実際にはマイクロソフトvs司法省の戦いだったように、イノベーションの進展を担保するために規制が必要だったんだと思います。

何しろこの分野というのは放っておくと寡占、独占が生じてイノベーションがとまってしまう。その場合、市場の力で是正できないので、必ず規制当局が、言うなればイノベーション環境を守るみたいな行動に出るのですが、その点、岡村さんの最初の資料などを見せていただくと、いわゆる取り締まりという観点では十分に整備されているのですが、日本の規制の当局が、自分たちがイノベーション環境を守っているのだというお考えがあるのかどうかという点は疑問なわけです。明らかにアメリカなどにはありますよね。そのあたりも少し議論していただけるといいかなと思います。

以上です。

【村井主査代理】 では、野原さん、お願いします。

【野原構成員】 皆さんの議論、大変興味深いのですけれども、プラットフォームとモジュール論というのも非常に興味深いのですけれども、それを国が全体の戦略として考えるのはいいのですが、国のお金でつくったプラットフォームで実現しようというような方向は違うというところは、ぜひしっかり共通認識したいなと思っていて、そんなに絵をかいたとおりに物事が進められるわけではないので、たくさん玉を打ちながらどんどん海外へ出ていくという体制をどうつくるかということだと思っておりますね。もちろんF e l i C a ネットが出ていってもいいし、地デジが成功していってもいいし、そのコンテンツの群が出ていってもいいし、もっと違う部分が出ていっても構わないし、みんな出ていって成功していくようになってほしいわけですけれども。

だから、それをあまりにガチッと上から、天から見下ろしたかのような全体の絵を書いて、これを国で旗を振りましょうというようなことはやめるべきだと思っていて、もちろんここでは一般的にどうなっていくのかなという議論をしていることは重々承知ですけれども、むしろ、国が頑張るべきことは、そういうふうになりそうなものをどんどん外へ出ていくというような環境をどうつくるかということだということをぜひもう一度言わせていただきたいと思います。その上で、先ほどからの議論は皆さんに賛成で、自信を失うことなく、もっと日本のよさというのを改めてもう一度見直して、自信を持ってどんどん出ていきたいと思っておりますし、ICTに限らず、日本のいろいろなサービスとか、ブランドというのは新興国やアジアから見たら、もっと憧れてもらったらいいのではないかと思うこともたくさんあると思っておりますね。

つくっている日本の人が自信を失っていると、何となくちょっとそう思ってもなかなかそうは行かないというふうになってしまうかもしれませんので、自信を持っていろいろな玉をどんどん打ち出しながら、それがアジア、あるいは新興国でどんどん使われていくようになるように、どうしたらなるのだろうかというようなスタンスでいろいろな政策を考えていくということをお願いしたいと思います。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

何か最後にあれば、どうぞ。

【太田構成員】 きょうの皆さんの議論を伺っていて、視点が微妙にずれる印象がございまして、どういうことかという、最初に佐々木さんがおっしゃったように、今回の

これは国民、利用者の目線での戦略なのか、それとも企業、産業の戦略なのか。あるいは国家としての雇用を拡大するための成長戦略なのか、この3つの視点が比較的いろいろな議論の中で立ち位置がずれるような感覚があるので、その視点を整理しないといけないかなど。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

それでは、今ご指摘がありましたような議論の整理というのは、これからぜひ事務局、あるいは主査にもお考えいただいて進めていく必要があるかと思います。新事業創出ということで、やはりイノベーションや創造性など、そういう力を私たちは持っているのだということを前提に、どういう整備をすればいいのかを議論するという話だとご指摘がありました。先ほどの野原さんのお話のように、徐々にやる気がなくなっているのではないか、或いは日本でできるわけがないので他の国に行ってやろう、などとつくる人が思うような社会になってはいけない。こういうことに対してお話しいただいたと思います。

本日いただいたお話には大変重要な点がいくつもあった訳です。中でも1点、さきほどのオープンガバメントというお話は本当に重要な点だと思います。これはさきほどのGov 2.0もそうですし、そもそもオープンガバメントで、政府や行政の情報をきちんとアクセサブルにする。そしてそれをみんなのために使えるということが創造性であって、イノベーションに対する力があれば、そこに新しい産業は創出できる。したがって、これを進めなければいけません。アメリカでも他の国の政府でも、これは政府がトップダウンで、つまり、政府全体で力を合わせてやるということでは絶対に実現できません。

したがって、これは行政の責任としてやらなければいけないことだろうと思います。また、私は大学の立場なのでアカデミズムの視点から言えば、日本を対象とする研究というのは日本の外からはできない。ところが、ほかの国の研究はどこにいてもできる。ほかの国の研究はネットワークから情報を得て、様々な分析をするということが国の外からできるというわけです。そういう意味で先ほど政府の情報公開というのはグローバルなのか、ドメスティックなのかという話がありましたが、やはりグローバルなスペースの中で一部の例外を除いて政府の情報をほぼ全て公開させることを考えていくというのが政府のプラットフォームでしょう。この件、本委員会が設置されている総務省は大変やりやすい位置にあるのではないかと思いますので、その重要についてお話しになっ

たのかなと、そういう気もいたしました。

さらに、実証実験のお話が出ました。実証実験というのは確かにいろいろと垂直ではだめだという話があり、今までのやり方ではだめだという指摘がありました。ビジネスのモデルになるかというのを、税を使う実証実験でやってみるといのは、やはりだめではないかと思います。基本的に税を使う実証実験というのは、現行の規制がある状況ではイノベティブなプラットフォームを作ることはできないので、この規制が解けても大丈夫かどうかを検証するために実証実験でやってみようという、規制との関係が非常に重要です。

規制に関しましては、情報のプラットフォームを検討する上で最も大きな課題は、皆さんがお話になったようなことを考えると、もはや総務省だけの首尾範囲ではないのではないかと考えます。例えば天気の情報を出すとすると、これは気象庁の規制の問題にかかわりますし、交通情報ともかかわってしまう。位置情報とともにとすると、国土交通省や警察の規制の問題にかかわるので、省庁間の連携なくしては、この問題、つまり、情報社会のプラットフォームができるために規制を解くという鍵は、各省庁が力を合わせて取り組まなければ絶対に解けないことだと思います。ですから、ぜひそのようにやっていただきたいなと思います。

また、政府が持っている情報を公開するというお話がありましたが、重要な点はもう1つありまして、民間が持っている情報を公共に公開するという流れも非常に重要になると思います。今までは昼間人口の調査などに多大なお金をかけてなければいけなかったかもしれませんが、今、昼間人口の移動などは携帯電話の動きを見ればすぐにわかることです。そうすると、この分はコストを削減して、よりクオリティーの高い情報をリアルタイムで民間から得られるのです。このようなプラットフォームができつつあるわけで、さきほど谷脇さんのおっしゃったような官民一体というのはそういう視点ではないかなと思いました。

最後にもう1点、グローバルという言葉が何度も出てきましたが、確かにインターネットはグローバルな空間ですけれども、これも行政に限って言うと、グローバル空間に対してのプラットフォームづくりに関して、我が国の政府が何かするという事は、私はあまり聞いたことがありません。インターナショナルとか、アメリカ政府と日本政府など二国間はもちろんあります。ところが、グローバル空間に対する貢献として、グローバルなプラットフォームをつくるために日本が何をするか。この点に関して日本政府

が大活躍したという話を私はあまり知らないため、もしそういう例がありましたら次回以降ぜひ聞かせていただきたいと思います。やはりそこに大変大きな日本の使命があると思います。グローバル・プラットフォームという言葉がこれだけ議論として出てきたのであれば、そこに日本は産業だけではなく、行政からも、どのような貢献がどういった場でできるのかということ具体的なアジェンダとしてつくれるのではないかと思います。

そういったことに関しても今日はお話をいただいたということではないかと思います。それでは、今後の予定についての説明をよろしく願いいたします。

【谷協情報通信政策課長】 事務局も言いたいことがございますので若干しゃべらせていただきますと、きょうご議論いただきましたプラットフォームでございますけれども、今後ともこの委員会でプラットフォームの具体的な中身、あるいはドメインというものをぜひご議論いただきたいと思いますし、当然、プラットフォームということを考える上ではオープン・プラットフォームということになってこようかと思います。そうしますと、標準化ですとか、あるいはデファクトだとか、こういった問題も絡んでまいりますし、あるいは官のプラットフォームと民のプラットフォームの連携といったような話も恐らく出てくるのだらうと思っております。

きょうも政府情報の公開という話がございましたけれども、例えば統計法の規制の問題などがございます。これはIT戦略本部で野原さんが会長をお務めになっておられます「情報通信技術利活用のための規制・制度改革に関する専門調査会」でも議論がされておりますので、またそちらの状況などもこの委員会にフィードバックをさせていただきたいというのが1つ。それから、別途IT戦略本部のほうで今、電子行政の基本方針づくりが進んでおります。こういったものも恐らくGov 2.0と関係してまいりますので、これも適宜ご紹介をしていきたいと思っております。

今後のスケジュールでございますけれども、資料4-5にございますように第5回が今月の29日でございます、この回、それから、第6回、4月5日でございますけれども、通信・放送分野の主たるプレイヤーの方、こういった皆さんからのヒアリングを予定しております。したがって、別途またメールで構成員の皆様方にはご連絡をしたいと思いますけれども、きょうのプラットフォームという議論の流れの中で、こういった皆様方、特に第5回のヒアリング予定者の皆様方にお聞きしたいことなどがございましたら、またメールでお寄せいただいて、それを事前にプレゼンターの方にお渡しす

るということも考えたいと思っております。

それから、別途3月24日まで検討アジェンダについてのパブリックコメントをやっておりますので、その結果などもまとめ次第、この委員会にご報告をさせていただきたいと思っております。そして第7回のところに論点整理（中間とりまとめ）と書いております。どこまで方向性が出せるかということにはございますけれども、この時点で一旦、中間的な整理、論点の整理をしていきたいと考えておりますので、引き続きよろしくお願ひ申し上げます。

事務局からは以上でございます。

【村井主査代理】 ありがとうございます。

それでは、委員の皆様からいろいろなご意見を事務局にお寄せいただければ、事務局でおまとめいただくこともお願いして、本日の会合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。

以上