

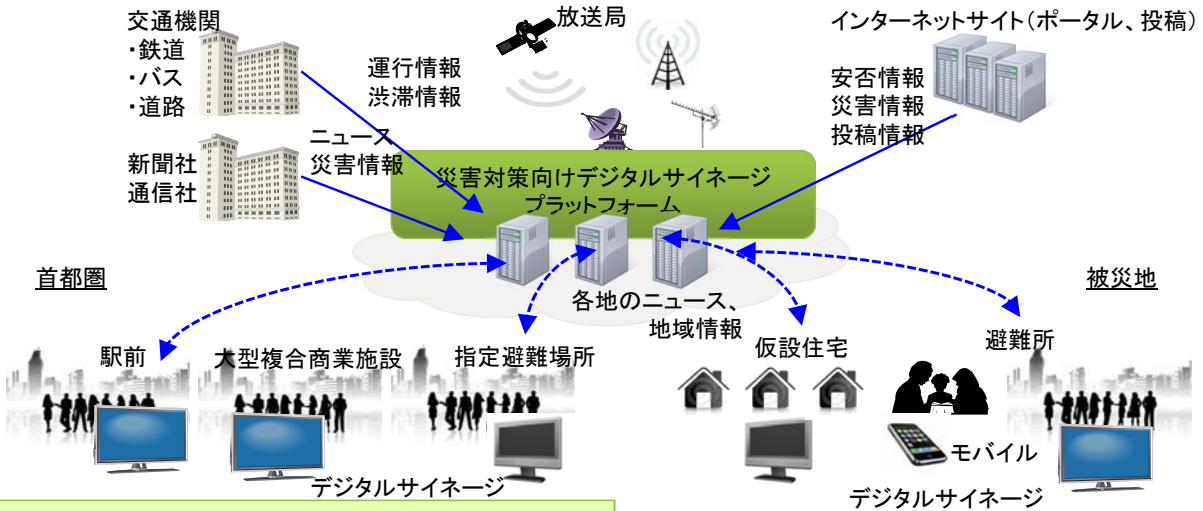
1. 標準化の必要性と達成目標

デジタルサイネージの海外市場を拡大するため、ITUにて、まず、2012年春頃を目途にデジタルサイネージのフレームワークに関する勧告化を目指し、日本企業による新興国や途上国でのビジネス展開を支援する。引き続き、2013年を目途に、災害時に対応可能なデジタルサイネージの関連技術など、日本が有利と成り得る技術仕様の勧告化を目指し推進する。

また、今後普及していくことが想定される次世代ウェブ技術を適用したデジタルサイネージについて、W3Cにて日本企業が主導し標準化を進め、他国に先駆け標準化予定の技術を実装し実績をつくることで、市場形成段階での優位性を確保する。

上記の活動を通じ、デジタルサイネージが広く普及することで、平常時及び非常時において、子供からお年寄りまで、どこでも最適な情報を取得できる情報化社会の実現に近づくことができる。

～災害時での利用を想定したデジタルサイネージのサービスイメージ～



2. 標準化分野に関する基本情報 (1)

(1) 標準化分野を構成するサブテーマ	(2) 標準化に関係する国内団体等	(3) 国際標準化活動の現状及び諸外国の動向	(4) 標準化活動における具体的目標及びその理由
① デジタルサイネージ	<ul style="list-style-type: none"> デジタルサイネージコンソーシアム(DSC) デジタルサイネージ・ユーザーズ・フォーラム(DSUF) 	<p>【デジタルサイネージの現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本国内では、既に標準システムガイドラインを作成済みであり、他国より先行して検討している。 日本は諸外国と比較し、デジタルサイネージが普及しており、導入事例も多い。また災害時におけるデジタルサイネージの有用性の事例が報告されている。 日本のデジタルサイネージの提供事業者は、積極的に海外展開を行っている。 <p>【ITUに対する標準化活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> DSCやDSUFにおける検討結果を受け、2011年3月に開催されたITU-T SG16会合において、デジタルサイネージの勧告化作業の開始についてNTT、NEC、OKIから共同提案を実施し合意。 2011年7月、9月、11月の会合において、日本からの寄書(用語定義・アーキテクチャ・コンテンツ・セキュリティ・ネットワーク・デバイス・メタデータ・ユースケース等の在り方)を提出。それをベースに勧告草案の検討を各国と実施。両会合において日本から提出した寄書が受け入れられ、勧告案に盛り込まれることとなった。 ITUデジタルサイネージワークショップを2011年12月13日、14日に東京にて官民共同で開催。デジタルサイネージに関する海外団体や海外政府機関を日本に招聘し、サイネージの標準化や、ビジネス展開に向けた意見交換を実施。 <p>【W3Cに対する標準化活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2011年10月31日から開催されたTPAC2011において、「Web-based Digital Signage」の観点から、ウェブブラウザ(HTML5)ベースのサイネージの標準化について、日本企業から検討開始の提案を実施。 企業よりW3Cにフェローを派遣し、標準化の業務対応を実施。 <p>【諸外国企業の動向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 欧米、中国、韓国企業もデジタルサイネージの市場を広げるべく、それぞれの地域においてデジタルサイネージに関するフォーラムを形成している。また、国際標準化の場(ITU,W3C)にも参加を行ってきているところ。 	<ul style="list-style-type: none"> ITUにおける標準化については来年5月の勧告草案の完成を目指す。そのため、2012年2月・5月に行われるITU-T SG16会合について、日本からの寄書を提出する。その際には、デジタルサイネージワークショップによって得られた成果を用いた提案を行う。 W3Cについては、2015年の勧告化を目指す。まず、ウェブベースのデジタルサイネージの市場形成段階での優位性を確保すべく、2012年6月を目途に、日本でワークショップを開催し、検討グループの立ち上げのためのコンセンサスを得る。 このような標準化により、日本企業のデジタルサイネージの海外展開を推進するとともに、平常時・非常時ともに素早くかつ正確な情報提供手段としてのサイネージの普及が可能となる。

2. 標準化分野に関する基本情報（2）

備考

■標準化活動におけるリスクマネジメントの考え方

・海外のデジタルサイネージ関連団体では、メディア形式等、広告等の媒体に関する規格化は行われているが、システムのアーキテクチャを対象とした標準化の検討は行われていない。また、諸外国の政策をみると、米国・中国ではデジタルサイネージを多少意識したブロードバンド普及に関する国家戦略があるものの、明確にデジタルサイネージ分野を対象とした政策は見られない。一方、日本においては、既にデジタル・サイネージ・コンソーシアムより、主要ベンダ等関連事業者のコンセンサスを得た「デジタルサイネージ標準システムガイドライン1.0」等が発表されていることから、世界の中でも日本における標準化活動は先行していると考えられる。このような状況を考慮し、他国に先駆け、いち早く日本標準仕様を国際標準機関に持ち込むことで、標準化活動を優位に進めることができ、海外企業が標準化をリードするリスクの低減が図れると考える。

■標準化に関する人材育成の考え方

・標準化の推進には特殊なスキル・ノウハウを持った人材が必要であるため、例えば技術育成機関を設立するなどして、当該技術のスキル・ノウハウを身に付ける育成プログラムを準備し、学生・企業問わず学ぶ場を提供する必要がある。
・標準化の推進に必要なスキル・ノウハウを持つ人材を効果的に育成するには、実際に標準化の議論が行われている場に参加することであると考えられるため、そのための渡航費等諸費用の支援が必要である。

■本分野における活動支援の現状や今後の在り方(官民の役割分担)

・各民間企業より派遣された当該技術の有識者のもと、国が主導となって、標準化活動を継続的に進める体制の維持が必要であると思われる。
・海外で多く開催される標準化会合に日本人がより多く参加するため、標準化活動に必要な諸費用の支援が必要と思われる。
・ウェブ業界では、相対的に海外のブラウザメカが優位にあるため、次世代ウェブベースのデジタルサイネージのプロトタイプ開発など、民間企業が捻出しづらい費用について、官が戦略的に支援することにより、早期に標準化に携わる有識者の知見を深めることで、標準化作業を優位に進めることが重要である。
・官主導で自治体などの施設に積極的にデジタルサイネージを導入し、国内のユースケースの増加による人材育成(関連スキル・ノウハウの取得)と産業活性化を狙った活動が重要である。
・海外政府や企業に日本の提案やサービスの状況を知ってもらうことにより、国際標準化や海外展開を有利に進めるため、国際標準化会合を日本に積極的に誘致することが必要である。

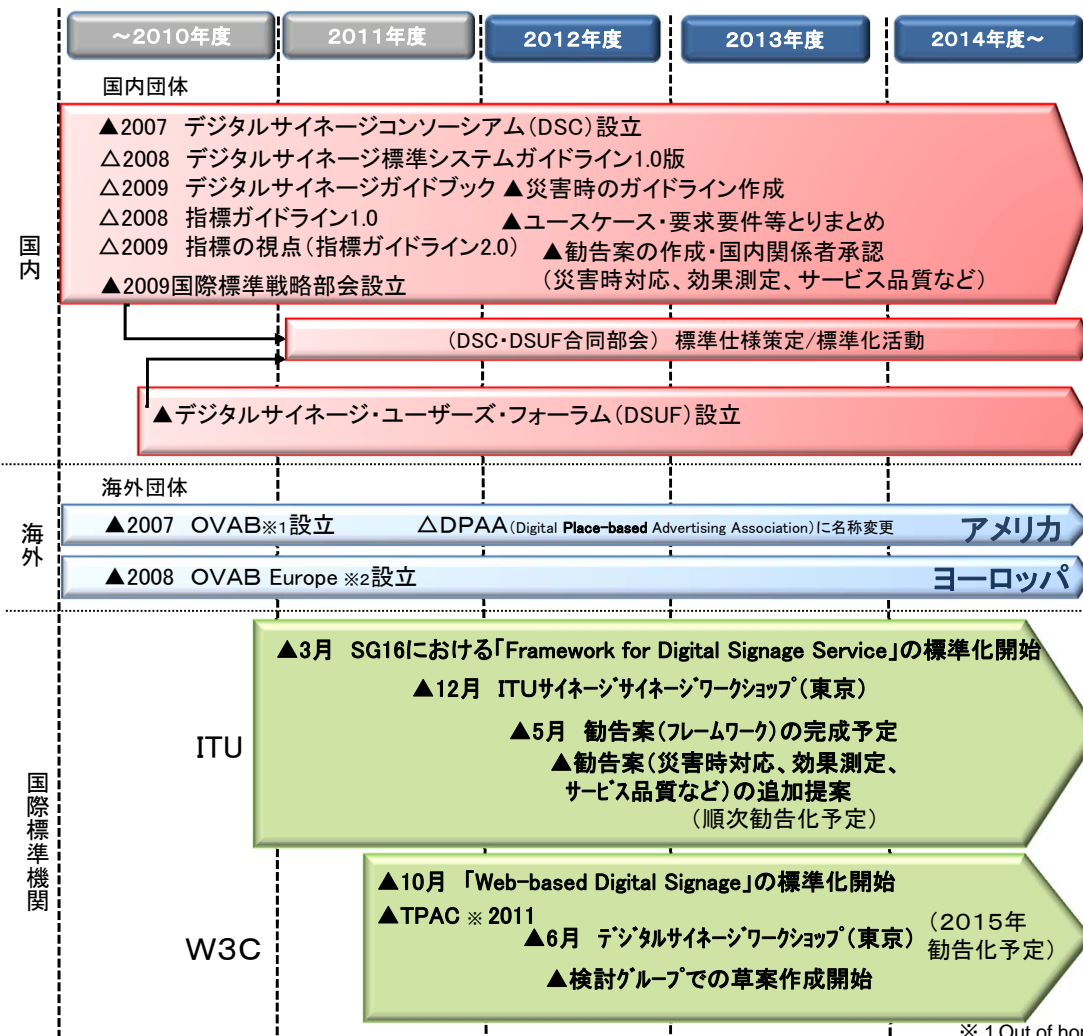
■標準採用に向けた工夫

・現在、標準化作業が行われているIPTVやWeb and TVの中の1つのサービスとしてデジタルサイネージを位置付け、既存の標準化の場を活用し、新規にそれらの場をつくる時間、労力を省くことで、早期の勧告化を目指している。また他国に先行して標準化の検討開始を提案し、活動することにより、当初から他国より優位な立場を確立している。

■知的財産との関係

・各企業のデジタルサイネージシステムを、他社との差別化、競争の源泉である知的財産からなるブラックボックス部分と、ユーザビリティや他社製品との相互接続性を確保するためにオープンとする部分を戦略的に分け、そのオープンな部分を対象に標準化を進めることが重要である。こうすることで、各企業が保有する知的財産を活かしつつ、ビジネス拡大を図ることができる。

3. 標準化ロードマップ



※ 1 Out of home Video Advertising Bureau
 ※ 2 Out of home Video Advertising Bureau Europe