

国際大学 GLOCOM 公開コロキウム

平成 26 年版情報通信白書読書会

講師：増山寛（前・総務省情報通信国際戦略局情報通信経済室長）

コメンテーター：砂田薫（国際大学 GLOCOM 主幹研究員 / 情報通信白書編集委員）

モデレーター：庄司昌彦（国際大学 GLOCOM 主任研究員）

日時：2014 年 8 月 7 日（木）15：00～17：00

場所：国際大学 GLOCOM

【概要】

今回の公開コロキウムでは講師に前・総務省情報通信国際戦略局情報通信経済室長の増山寛（敬称略、以下同様）を招き、同省が 7 月 15 日に発行した『平成 26 年版情報通信白書』（以下「白書」）を概観した。今日の社会では ICT が世界規模で浸透しており、インターネットの利用やスマートフォンの普及度は年を追うごとに急激な上昇をみせている。今年の白書は「ICT がもたらす世界規模でのパラダイムシフト」を特集テーマとし、この動向を社会変革の大きなパラダイムシフトと捉えて、ビッグデータの活用による経済成長などを分析した。後半の 60 分では白書の編集委員を務めた砂田薫もコメンテーターとして参加し、参加者の質問や意見を交え議論を深めた。

【ダイジェスト】

● ICT 利活用と GDP 向上

ICT の進歩により社会に存在するデータ量は世界的に増加の一途をたどっている。また点在する情報を企業が独自に解析し、ビッグデータを用いて売上向上を図る傾向も強まっている。しかし、オープンデータの利活用は進み始めたものの、地方公共団体が提供するデータと、企業のニーズが高いデータとにミスマッチが生じている可能性も示唆された。また、パーソナルデータは利用者がプライバシー保護への意識を強く感じる傾向があるが、公共性の高い団体・企業へはデータ提供を承諾できると感じる人が多く、緊急時・災害・防災など自分へのメリット還元を急を要する目的に対しては特に許容度が高い。

データの利活用は、データを集約して業務状況を「見える化」するものが中心である。現在は企業内のデータ活用の機会が多いが、今後は企業同士がデータを組み合わせて利用するスタイルが増えるのではないかと講師の増山は見通しを述べた。

参加者からは、GDP の向上のための取り組みを詳しく知りたいとの声があった。白書の分析においては POS や顧客データ等、昔から活用されているデータについては実質 GDP プラスの効

果がみられた一方、センサーデータなどの新しい分野のデータについては試行錯誤が続いており、顕著な効果が表れているとはいえない結果であった。そこで増山はさらに話を噛み砕き、産業革命等を例えに出し次のように述べた。車の出現がすぐに世の中の生産性の向上へと繋がったのではなく、道路や線路を設ける必要があったように、新しいやり方が経済成長・効果を及ぼすようになるには一定の時間がかかる。ごく最近に出現した GPS、RFID など、GDP に影響を与えるほどの効果が上がるまでにはある程度の時間を要するのではないかと説明した。

これにはコメンテーターの砂田も、「発見の後には効果がないと落胆があり、その後の再発見から安定的な普及がある」というガートナーの見解を引用し、新規ビジネスの参入による GDP 上昇だけでなく既存のビジネスがビッグデータを活用することで変化していく可能性もあるのではと付け加えた。

また増山はテレワーク導入率の低さに対する分析結果を説明した。それによると、大企業と比べ中小企業はテレワークの導入率が低い傾向があり、企業側からは「適した仕事がない」「情報漏えいが心配」などの理由が挙がる。白書作成の際には、成果主義が浸透している欧米企業とは異なり、テレワークは福利厚生の一環としての感覚もみられ、仕事の仕方として定着していないのではという意見も聞こえたという。しかし、テレワークを必要とするのは子育て中の女性だけではない。家族の介護を抱えたマネジメント層や地方活性化のためにも進めていく必要がある。そして ICT 導入に加えて組織改革にも同時に取り組み、組織が理解した上で取り組まなければ効果は出ないだろうと議論された。

● 日本の ICT 国際競争力

ICT は単に導入するだけでなく、効果を得るためには根本的な経営改革が必要と考えられている。現在、日本の企業では ICT に投資する目的は「コスト削減」が主であり、日本の ICT 投資水準は決して高くない。ICT が生産性を高め経済成長へ寄与することを確認されており、今後投資を拡大することで経済成長の助長を見込むことができる。

また ICT 分野の成功要因 (KFS) には「規模の経済の追及」「スピード」「人材・技術」があるが、アンケート調査では、日本の ICT 産業は製品の良さが大きな強みでありながら、製造業を中心に意思決定速度の遅さや企画競争力が弱みに指摘される等、他国に比べると国際競争力に劣っているのが現状である。

また、総務省からは今回の白書に関連した取組みについても説明があった。国際競争力の向上については、総務省の懇談会が今年 6 月に報告書「ICT 国際競争力強化・国際展開イニシアティブ」をまとめ、取り組みを始めている。また同じく 6 月に公表された総務省「スマート・ジャパン ICT 戦略」でも、トップセールスの強化、海外に通じる人材育成、技術開発に取り組んでいる。

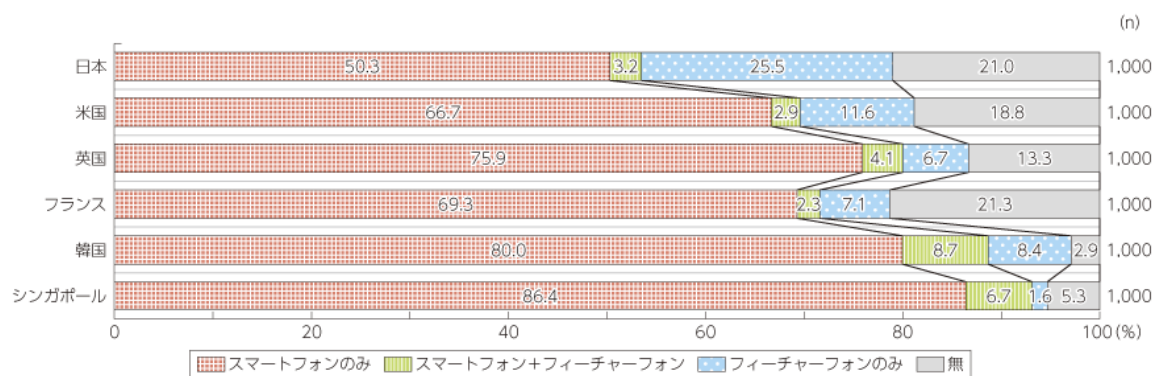
加えて、防災・観光面では、英語コンテンツの充実については特に要望が多く、東京オリンピックが開催される 2020 年に向け外国人が快適に過ごせるためのグローバルコミュニケーション

計画、多言語翻訳システム開発などが進行している。また無料 Wi-Fi 環境の整備についても、SAQ² ジャパンプロジェクトなど、関係省庁と連携した対策が始まっていることが紹介された。

● スマートフォンの普及

世界では携帯電話の普及率がこの 10 年ほどで急増しており、近年では 2000 年に 12.1% だった普及率は 2012 年には 89.5% に上った。発展途上国でも携帯電話を介したモバイル送金のサービス M-PESA などのように、ICT による多様なコンテンツやサービスが携帯電話を通じて活用されている。

携帯電話も急速な革新を遂げ、我々のライフスタイルを大きく変化した。従来のフィーチャーフォンに変わってスマートフォンが台頭してきたが、各世代 200 名ずつ計 1,000 人にアンケートした「スマートフォン・フィーチャーフォン保有率」調査結果（図 1）では、双方の機種を二台持ちを含めたスマートフォン保有率は約 5 割であり、他国と比べると低い数値が出た。SNS の利用率はフィーチャーフォンに比べてスマートフォン保有者のほうが高い。通信販売を利用した購買行動は、CD/DVD や書籍、小型家電などの購入率が高く、実店舗で商品を見たのちにインターネットで購入する“ショールーミング”の経験がある人が多かった。同時に課題も多く、インターネット依存や、匿名利用による特定の危険性、パスワード等のセキュリティ意識の低さが懸念されている。



(図 1) スマートフォン及びフィーチャーフォンの保有率

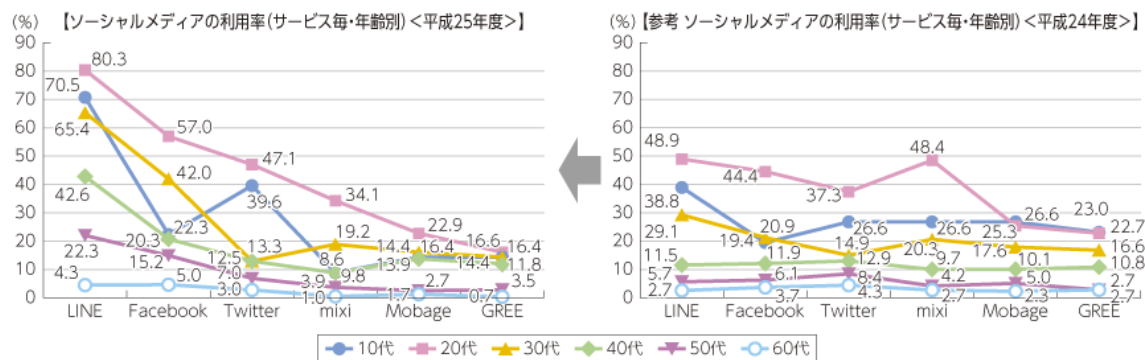
出典：『平成 26 年版情報通信白書』（総務省）、

原出典：「ICT の進化がもたらす社会へのインパクトに関する調査研究」（総務省）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/pdf/n410000.pdf>

日本におけるソーシャルメディア利用率のサービス別、年代別のグラフ（図 2）をみると、平成 24 年度から翌年度の 1 年間で若者の利用率は倍近く増加しているが、高齢層であまり増加していない。また「スマートフォンの年代別初回購入時期と保有率」のグラフ（図 3）からは、スマートフォンにおいても利用者の年代が上がるにつれて普及の勢いが鈍いことがわかる。こうしたことから、「日本ではスマートフォンが今後普及してもソーシャルメディアの利用率が上ら

ないかもしれない。スマートフォンとともに利用が広がるようなサービスは、ソーシャルメディア以外に何かあるだろうか」という疑問が投げかけられたが、これに対し増山は、今後、ソーシャルメディアに慣れた人々が高年齢層へ移ることで利用率が上昇するとみられることや、ウェアラブルなどの新興技術の発展によって、消費者に適した新たなサービスが出現していくのではないかと述べた。

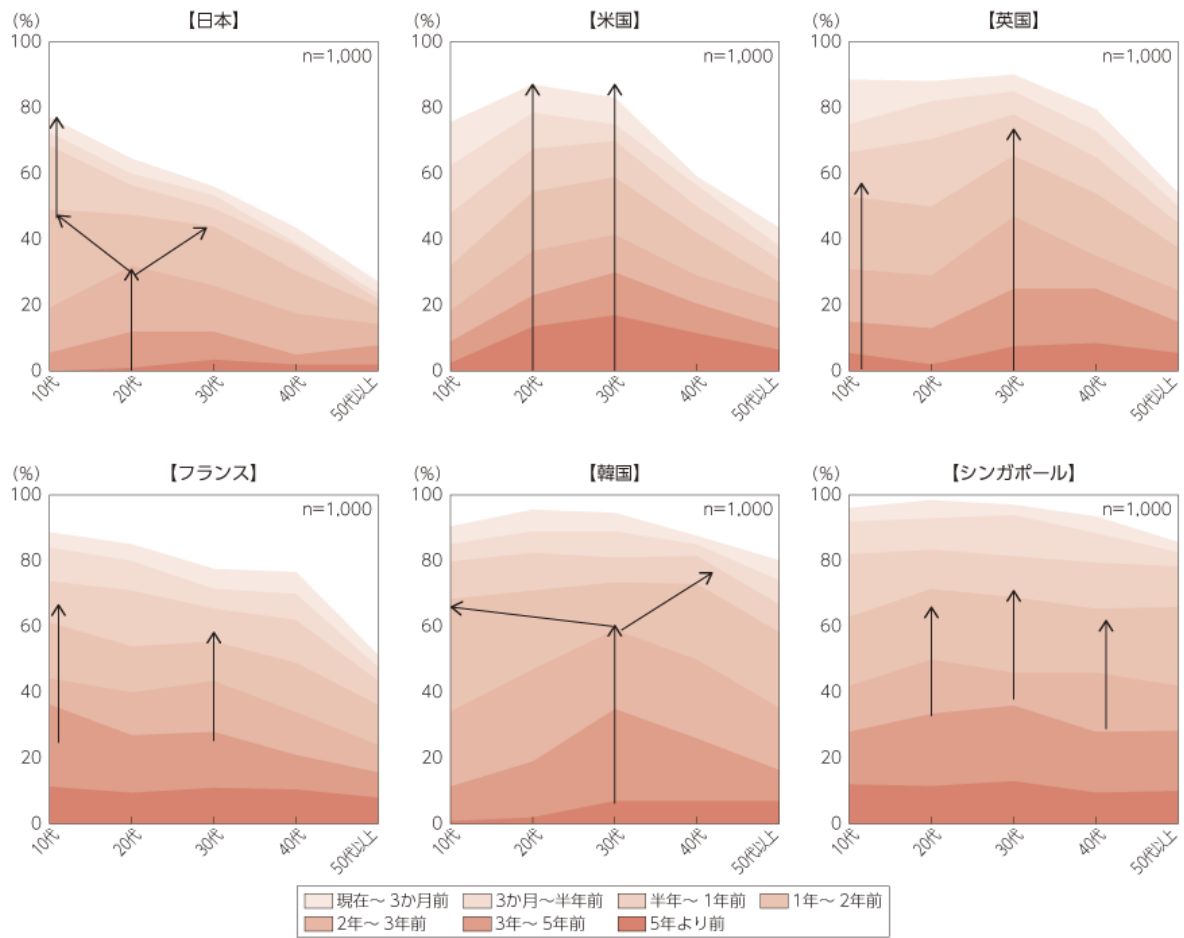


(図 2) ソーシャルメディアの利用率

出典：『平成 26 年版情報通信白書』（総務省）、

原出典：「平成 25 年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査<速報>」（総務省情報通信政策研究所）より作成

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/html/nc141100.html>



(図3) スマートフォンにおける年代別初回購入時期と普及率

出典：『平成26年版情報通信白書』（総務省）、

原出典：「ICTの進化がもたらす社会へのインパクトに関する調査研究」（総務省）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/html/nc141110.html>