

7. パネルディスカッションのまとめ

(1) 登壇者

モデレータ: 青山友紀氏(慶應義塾大学教授、東京大学名誉教授)

パネリスト:

夏野 剛氏(「IT 国際競争力研究会(超ガラパゴス研究会)」委員長、
慶應義塾大学特別招聘教授)

中村伊知哉氏(「映像配信ビジネス研究会」委員長、慶應義塾大学教授)

谷脇康彦氏(総務省 大臣官房審議官(情報流通行政局担当))

三又裕生氏(経済産業省 商務情報政策局 情報政策課長)

小林充佳氏(日本電信電話株式会社 取締役 技術企画部門長
新ビジネス推進室長兼務)

元橋圭哉氏(日本放送協会 経営企画局[デジタル推進]専任部長)

(2) 「パネルディスカッション」のまとめ

国際競争力のある映像プラットフォームのあり方を探るのが今回のテーマです。フォーラムを設立して ALL Japan として取り組むトリガとすることで討論が始まった。

<垂直統合モデルのあり方>

本モデルについての現状認識の確認が行われた。1社でクローズドなモデルは無理で、オープンイノベーション、オープンコラボレーションの方向であることが了解された。また、プラットフォームでは、課金や許諾されるパーソナルデータが重要であることが認識された。また、標準化の進め方としてデファクトスタンダード的にいくか(特定企業を支援することになる)デジュール的(官民挙げていく)にいくかが議論された。プラットフォームはオープンでやるべきである。デジュール方式も一本化はできなくなっている。両方やるのは無理で選択してやることになる。これが課題。

<通信と放送の融合>

実際のところ融合はどこまでできているのか?

8kのトライアルはNHKとNTTが協力した良い例だと思う。別の例として震災の時の安否情報がある。従来、安否情報は放送が提供していた。これでは情報が流された時見た人しか伝わらない。NTTの検索サイトと一緒にやった。これは一つのサービスプラットフォームである。今公共機関や報道機関に呼びかけている。

スマートTVはNWから提供できるものは放送局だけが作るものではなく、第3者の方が作って遊ぶ形態が増えていく。

デジタル化が進んで20年たった。20年たって送り手と受け手が一体化してきた。すべての人が映像で考えて映像で発信できるようになってきた。本当はこれからと思う。

通信と放送の融合。2006年にはBBCとBT、フランステレコムとフランステレビなど経験している。日本は進まなかった。米国は、Huluという民間TV局が集まってプラットフォームを作り海

外展開した。日本は、民放は集まらない。All-Japan ではない、世界のどの企業とでもよいかからオープンに付き合っていないとだめだ。

通信・放送の融合という言葉はやめるべきではないか。放送コンテンツをインターネットで提供するというのは、まさに放送局のビジネスモデルと思う。どういう価値をユーザに出すべきか。TV 番組が PC で見られるのは良いことだ。

<教育コンテンツ、サイネージ>

サイネージや教育コンテンツに注目する理由としては、コンテンツ産業への期待の裏返しでもある。コンテンツビジネスと言われたものはエンターテイメントを中心に考えており、ビジネスが期待ほど拡大していない。これからは皆が使えるコンテンツを考えていかないとだめ。

サイネージは広告を流しているのという理由で震災後は OFF にさせられた。TV は役に立つ情報を流すので ON となった。今後はサイネージにも運行計画情報などを流すようにするなど広告以外にも役に立つ情報も送るようにする。

電子教科書には問題が沢山ある。法律は 3 つクリアしないとイケない。紙でないとダメというのが障害である。スマート TV を買えば教育レベルが上がるくらい言わないと電子教科書には規制があって普及していかない。

<コンテンツの活用>

コンテンツの活用方法について日本は具体的進展がない。My number など国を挙げて韓国が出てきている。オープンイノベーションには ID が必要。クロスキャリアの ID も進んでいない。企業が枠を超えてやるべきで、民間でリスクを取って実践する勢いがないとダメ。さまざまなコラボレーションやジャパンイニシアティブが必要だ。企業が枠を超えての連携には行政は支援していきたい。

日本は、モノづくりは強い。良い物は売れる信仰が強い。売れる物が良い物へと変わるべき。売れる物を作るにはデータが必要。消費財を売っていくために IT と結びついたプラットフォームも必要である。M2M や P2P でのデータを交換するときのルールとしてのプラットフォームも考慮すべき。そのために政府が持っているデータは開示していく。

<国際競争力>

国際競争力がついている状態とはどういうことをいうのか。日本ベースの人たちが世界的にグローバルに活動することだと思う。日本ベースでないと生まれない商品を持ち、世界で戦って行けそうな会社であって、マーケットはまだ明確に存在していないような事業に対して、世界を相手にうってでるなら国がお金を出す、という仕組みを提案する。

海外へ展開する時は金と人がなかなか回ってこない。海外部分を対象とするなら日本のプレゼンスを高めるために国が支援をしてもよいという提案に対し、行政側から海外へ出るなら依怙鼻負してもよいし、外へ出ることを条件で経済産業省では IT に Fund をつけているし、クールジャパンファンドを作ろうとしている。その時資本を絡めることをやってほしい。マネジメントが変わることにつながる。

<産学連携>

お金と人を含めて産学連携しないと意味がない。大規模に大胆に産業界と大学間を行ったり来たりした方がよい。日本は役割や枠にはめたがる。企業の役員が大学教授に、大学の人が企業の部長になるなど人のレベルで移動することが活性化する。日本でも京都市サーチパークのやり方が参考になる。

<パネルディスカッションの総括>

今日のテーマ「国際競争力のあるITプラットフォーム・ビジネスのありかた」について広範囲にわたり議論され提案された。プラットフォームとして垂直統合モデルの変遷の認識から始まり、通信と放送の融合の議論ではそれが死語であると指摘された。スマート TV で代表されるようにコンテンツは放送局だけが作るものではなく NW を経由して送り手と受け手が一体化し、すべての人が映像で考えて映像で発信できるようになって来ている。サイネージ、教育など新しいサービスプラットフォームの構築が必要であり、コンテンツの活用として ID について企業の枠を超えて取り組むことの重要性を提起された。また、プラットフォームには M2M も含めた拡張性を考慮していくことが提案された。国際競争力をつけるには、初めからグローバルに取り組み、そのための人や資金のあり方の変革が必要である。また、一部国も支援しているのを活用すべきである。産学間では大胆な人の交流などが活性化のために必要であると提案された。

最後に政府が持っているデータのオープン化がプラットフォーム化の基礎でもあるとの認識で要望された。

その後、青山先生の FACEBOOK に以下のまとめを掲載していただきました。

「パネル討論の様子はニコニコ動画を見ていただくとして、多くのパネラーが指摘したことは、放送とネットの融合（通信・放送の融合はもう何年も言われてきた）、メディア融合、Inter-service, などの言葉で既存の個別のメディア・コンテンツの壁が解けて融合が進み、それに対するプラットフォームの構築が必要、コンテンツID, メタデータ、パーソナルデータ、などの言葉で、新しい統合メディア・コンテンツの識別子の必要性、オールジャパンという言葉で国内目線だけで議論するのは、やめようなどの主張があった。この特別シンポの目的はBA 主催で進められてきた「超ガラパゴス研究会(委員長:夏野剛教授)」、「映像配信ビジネス研究会(委員長:中村伊知哉教授)」の次のステップとして「映像配信ビジネスフォーラム」を立ち上げる契機とすることにある。

フォーラム立ち上げには、今後のICTビジネスのキーとなる映像配信プラットフォームについて具体的議論を行うことができる論点の整理が必要であろう。」

(以上)