

第1部

経済産業省における情報家電の推進について

経済産業省商務情報政策局情報通信機器課
情報家電企画調整官 田村敏彦氏

1. はじめに

経済産業省では情報家電を推進するために、いくつかの政策提言等を行ってきました。また、関連技術の研究開発や実証実験を通じて、技術的な課題解決にも積極的に取り組んでいます。以下、主な政策提言として、「e-Lifeイニシアティブ」及び「新産業創造戦略」について紹介します。

2. e-Lifeイニシアティブ

(1) 情報家電への期待

情報家電は、国民生活に最も身近な家電製品と、コンピュータ技術及び情報通信ネットワーク技術を融合させて実現するものです。e-Lifeイニシアティブでは、「5年後の2007年までに、わが国の全ての世帯において複数の情報家電が普及し、ネットワーク又は相互に接続されて活用されることにより、我々の生活様式に変革を起こすことを目標」としています。

その実現のためには、世界に先駆けて、日本という世界最高水準の市場（高品質の製品・サービスを求める質の高い消費者の存在、e-Japan戦略等の推進によって光ファイバーを含めた優良な情報通信ネットワーク環境が整備されてきたこと）において、ユーザーニーズを踏まえた新しい概念の製品・サービスを創出し、世界市場に展開していくことが重要です。これによって、わが国IT産業の国際競争力を強化することに繋がっていくことが期待されます。

(2) 情報家電が備えるべき要件

「情報家電」を構成する機器には、携帯電話、携帯情報端末（PDA）、テレビ、自動車等生活の

様々なシーンにおいて活用される情報通信機器及び家庭電化製品等があります。わが国におけるこれらの普及率はかなり高く、既に我々の生活で身近なものになっています。しかし、我々の「生活様式に変革」を起こすことを実現するためには、これらの機器がネットワーク又は直接相互に接続されて、機器を通じた新しい機能やサービスが提供される必要があります。

情報家電が普及するための共通要件として、①安心して使えること、②誰にでも使いやすいこと、③ユーザから見て価格が適正であること、④時間・場所・空間の制約を受けずに使えることがあげられます。

(3) 情報家電を生活に組み入れた具体的活用イメージと課題 - “3つのC”

情報家電は、様々な場所での多様な使用形態が想定されますが、情報家電を本格的に普及させていくためには、活用イメージを具体化しつつ、普及のための課題を抽出することが必要です。この報告書では、ネットワーク化された情報家電が提供する本質的な機能を、①コミュニケーション（Communication：人と人との間での情報のやりとり）、②コントロール（Control：人と情報家電との情報のやりとり）、③コンテンツ（Content：映像コンテンツ視聴、その他のサービス）の3点に集約（3C：頭文字の“C”）し、今後3～5年間程度を想定して、情報家電が国民生活に浸透し活用される具体的イメージと、それに向けた課題が整理されています。e-Lifeの実現にあたっては、情報家電を単機能の個別機器として捉えることなく、ネットワークに繋がった一つのシステムとして認識し、3Cの機能を融合させていくことが極めて重要です。

(4) 情報家電の普及に向けた7つの行動計画

～「e-Lifeイニシアティブ」～ (図1)

世界に先駆けて、わが国において情報家電を普及させていくためには、産業界だけでなく、ユーザ、政府等が密接な協力の下、それぞれの役割分担に基づき、諸々の課題を含め積極的に取り組んでいくことが重要です。このため、情報家電の普及に向けた行動計画を「e-Lifeイニシアティブ」として、戦略的な目標を設定した上で、標準化、実証試験、技術開発、情報提供等に関する7つの具体的行動計画を策定しています。図1は、その概要をまとめたものです。

(5) 情報家電への取組によるわが国IT企業の国際競争力強化

わが国IT産業は、経済を支える重要な産業の一つですが、産業の付加価値がハードウェアからソフトウェアにシフトする中で、システムの高度化・複雑化も急速に進み、開発自体が極めて複雑かつ膨大なものとなり、企業の収益構造や投資意欲を圧迫しています。情報家電は、今後、世界的に大きな市場の広がりが見込まれる重要な製品分野です。わが国企業は、情報家電の開発・製造・販売方法等ビジネスモデルそのものの変革に努めるとともに、企業組織の枠を超えた「選択と集中」

を断行することが求められています。特に、行動計画では、①サービスとの連携、②海外市場開拓、③人材の育成という3つの視点を重視していますが、各企業の経営判断に基づいて企業改革が徹底的に進み、国際競争力の強化に繋がることが期待されています。

3. 新産業創造戦略

平成16年5月、わが国の強みを行かし、イノベーションと需要の好循環の形成を通じた中長期的な経済成長シナリオとして「新産業創造戦略」を策定しました。その中で、「情報家電」を戦略7分野の1つとして掲げ、2010年までの市場規模、その成長に向けたアクションプログラムが盛り込まれています。新産業創造戦略の策定以後、分野毎にプロジェクトチームを設置する等、フォローアップ体制を確立し、新産業創造戦略の実現に向けて着実に取り組んできました。

平成17年6月、①新産業創造戦略の戦略分野の強化、②戦略分野を支える共通産業への政策展開、③新産業創造戦略の重点政策の進化という三本柱を視野に入れた「新産業創造戦略2005」を策定しました。その中でとりまとめられた「情報家電」は、以下のとおりです。(原文のまま掲載。)

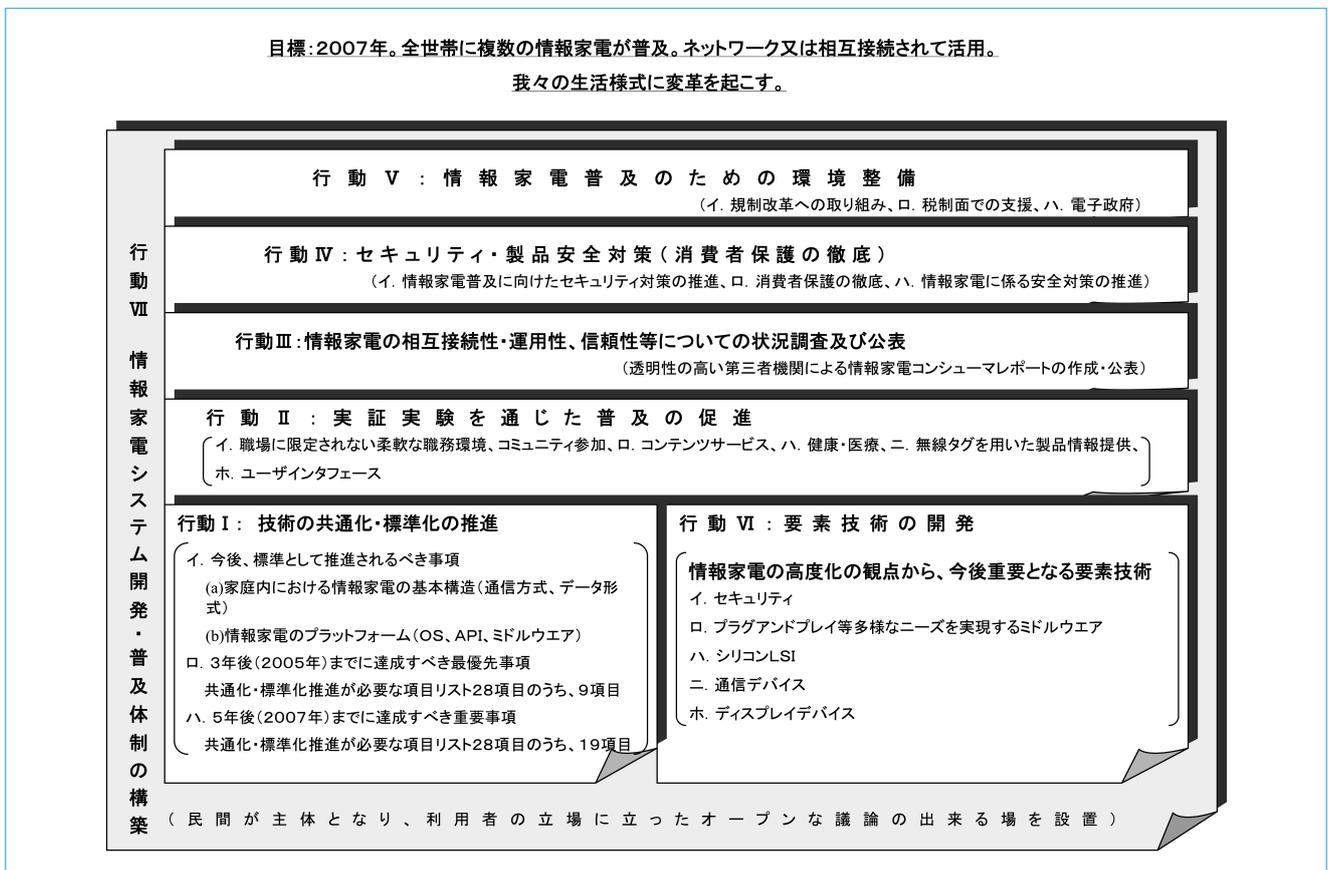


図1 e-Lifeイニシアティブ

「新産業創造戦略2005－情報家電」

<情報家電のこれまでの取組と課題>

情報家電については、わが国の情報家電企業の競争力強化に向けて、産業活力再生特別措置法等を活用して「選択と集中」による再編への取組がなされている。また、情報家電産業が優れた部材等関連産業群とともに、世界に先駆けたイノベーションを創出し続けることができるよう、IT（情報技術）の進展が急速な中で技術開発に取り組んでいる。

しかしながら、昨今、東アジアのセット機器企業や欧米のIT企業の参入等により、国際競争が激化し、急速な単価下落が生じる等厳しい市場環境によって、わが国の情報家電企業の収益力は落ち込んでいる。また、消費者にとっては、情報家電が単体での利用に止まり、享受できるサービスの種類が増えないのが現状である。

このような中で、産業構造審議会情報経済分科会において、本年4月に「情報経済・産業ビジョン」を策定し、「情報家電」が川上・川中の素材・部材分野を牽引するとともに、新たな財・サービスを創出することの重要性を提言した。

今後、本ビジョンに基づき、情報家電企業の「選択と集中」による収益力の向上、「量」と「質」の戦略による国際的な市場展開及び次世代市場の開拓、「戦略的な技術開発」による国際競争力の強化、「情報家電のネットワーク化」による新たなサービスの創出と消費者の利便性の向上を目指した取組を進めていく必要がある。

<情報家電の今後の取組>

- 「選択と集中」を進めるとともに、「量」と「質」により市場を押さえる戦略を追求する。
 - ・半導体（メモリ分野）、薄型パネル事業等での企業の枠組みを超えた戦略的な合従連衡を、更に携帯電話、白物家電等の他分野へも拡大しつつ、産業活力再生特別措置法の活用等を通じ、引き続き強力で支援する。
 - ・市場における製品のシェアとレントの双方を拡大するためには、情報家電の基本的な機能のみならず、感性への訴求、操作性の向上等デザイン・ブランドの構築が不可欠であることから、一般ユーザーからのネットを通じた投票等も踏まえた「e-BRAND大賞」の創設等を行う。
 - ・ハイ・エンドの顧客に対するきめ細かな商品展開や、次世代の市場を着実に切り開くような新たな技術シーズの開発等、質の面からの差別化を支援する。
- 戦略的な技術開発を推進するとともに、部材等関連産業群の競争力を強化する。
 - ・「技術戦略マップ」に基づき、事業化を見据えた戦略的な技術開発を推進するとともに、関連部材産業群による技術開発等を支援する。具体的には、情報家電の基盤となる次世代半導体技術、液晶パネルや音声認識・センサーデバイス等の入出力デバイスの低消費電力・高機能化技術、大容量コンテンツを扱うことを可能とする光ストレージ・光ネットワーク技術、組込みソフトウェア等の技術開発を引き続き推進するとともに、支援措置を検討する。
- 消費者の利便性向上を目的とする「情報家電のネットワーク化」を促進する。
 - ・メーカーや種類の異なる情報家電機器相互の接続や情報流通を確保し、情報家電のネットワーク化による消費者の利便性の向上を図るため、総務省と共同で「情報家電ネットワーク化に関する検討会」を開催し、そのとりまとめを経て、両省で、実証実験、標準化のあり方等を整理し、民間事業者の新たな市場形成につながる連携プロジェクトを具体化する。
- 競争力の強化、課題の解決をもたらすサービスを提供するための事業者間の共通基盤を構築する。
 - ・情報家電を基軸に、生活・産業・行政・社会的課題の各分野で競争力の強化、利害関係者の関係整理等の課題の解決をもたらすサービスを提供するための「共通統合事業基盤（プラットフォーム・ビジネス）」が構築され、民間事業者の創意・工夫を活かした新しい市場が円滑に形成されるよう、政府と民間事業者が連携して事業環境整備を図る。（図2）

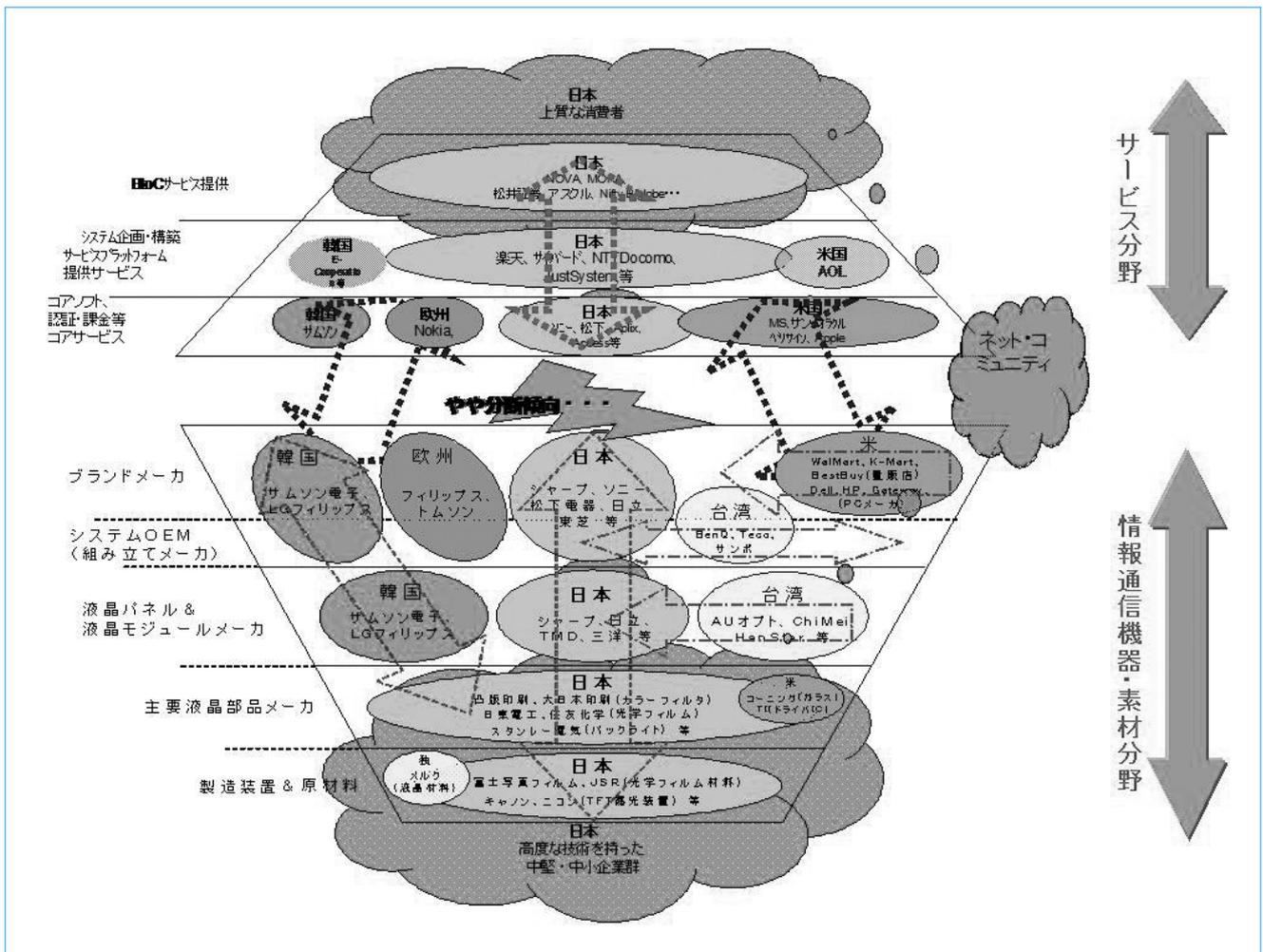


図2 「プラットフォーム・ビジネス」形成に必要な「タテ」の連携・協調

4. おわりに

情報家電は、一部については既に商品として市場に導入されているものの、具体的な利用形態の多くを市場化するまでに至っておりません。e-Life

という新しい豊かな国民生活の実現のためには、官民が一体となって積極的に取り組んでいくことが重要です。経済産業省は、関係省庁等と協力して情報家電の普及促進に向けた各種施策を引き続き推進してまいります。