



IT/ICT領域における 新規参入促進及び産業活性化のための政策について

2009.1.23.

株式会社イプシ・マーケティング研究所
代表取締役社長 野原 佐和子

■ プロフィール

株式会社イプシ・マーケティング研究所代表取締役社長 野原佐和子

➤ IT/ICTビジネス領域で、新事業開発時の市場調査及び戦略立案等を展開

- 1995年～2000年、NTTグループのシンクタンク株式会社情報通信総合研究所にてECビジネス開発室長として、インターネット・ビジネス及びECビジネスに関する調査研究を多数実施。
- 2000年～現在、IT/ICTビジネス専門の調査・コンサルティング会社として株式会社イプシ・マーケティング研究所を設立、代表取締役社長に。IT/ICTビジネスに関する市場調査及び事業戦略立案、マーケティング戦略立案・支援を展開。

➤ IT/ICT 領域を中心とした政策検討・提言活動

- 2004年～現在、IT戦略本部、内閣府、総務省、経済産業省、文化庁など各府省庁の審議会・委員会等の委員を多数歴任。
- 2006年～現在、日本電気株式会社 社外取締役。

各種審議会・委員会委員

- ・IT戦略本部 「情報セキュリティ政策会議」
- ・IT戦略本部 「IT戦略の今後の在り方に関する専門調査会」
- ・内閣府「官民競争入札等監理委員会」
- ・内閣府「公共サービス改革小委員会 内部管理業務分科会」
- ・総務省 「ICTビジョン懇談会」及び「ICTビジョン懇談会基本戦略WG」
- ・総務省 総合通信基盤局「競争評価アドバイザーボード」
- ・総務省 総合通信基盤局「通信プラットフォーム研究会」
- ・総務省 総合通信基盤局「モバイルビジネス活性化プラン評価会議」
- ・経済産業省 「産業構造審議会総会」
- ・経済産業省 産業構造審議会「情報経済分科会」
- ・経済産業省 産業構造審議会 「情報セキュリティ基本問題委員会」
- ・文化庁 「文化審議会著作権分科会」
- ・文化庁 「文化審議会著作権分科会 私的録音録画小委員会」
- ・文化庁 「文化審議会著作権分科会 過去の著作物等の保護と利用に関する小委員会」
- ・モバイルコンテンツ審査・運用監視機構(EMA)「基準策定委員会」 他

イブシ・マーケティング研究所は、

IT/ICTビジネスに関する調査・コンサルティング会社 です。

- ・利用者が「使いやすい」「楽しい」「うれしい」と感じるIT関連ビジネスを増やしたい
- ・利用者ニーズに適ったIT化進展のために、事業開発者やサービス提供者を支援したい

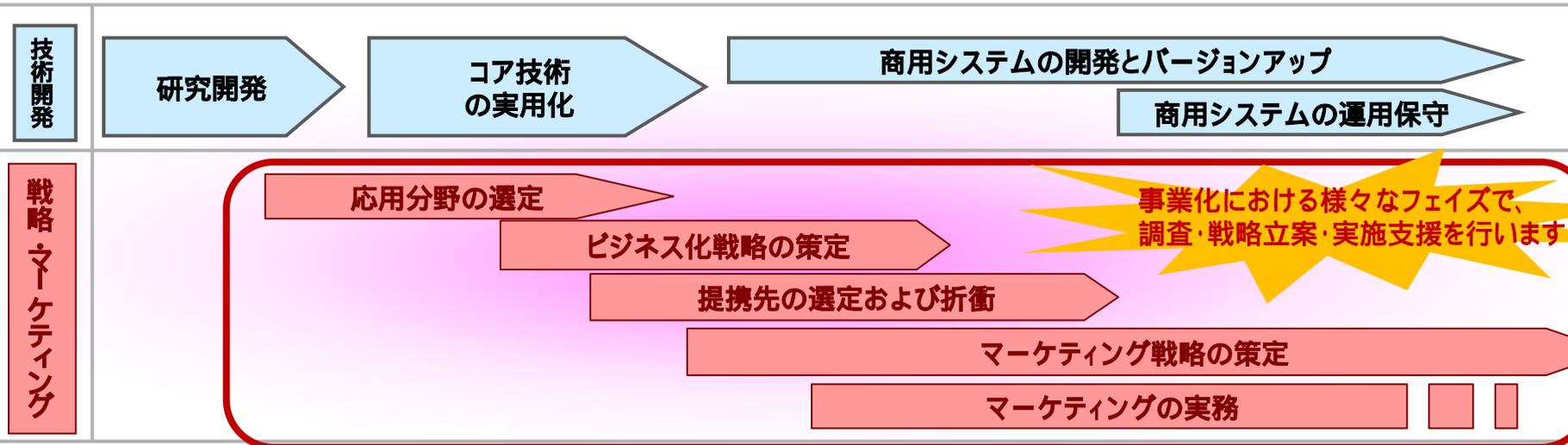
という想いのもとに、

NGN、1ピキタネットワーク社会、ウェブビジネス、ケータイビジネス、情報セキュリティ、著作権など

IT/ICTビジネスに関する 市場調査 及び 戦略立案、マーケティング支援

を展開しています。

IT/ICT領域における技術開発フェイズと弊社事業



1. IT/ICT領域における新市場拡大を阻害する法制度関連の課題

1. 総務省における「通信プラットフォーム研究会」の議論

- 近年のインターネット普及、IT/ICT発達によって、ネットビジネス、ソフト開発・SI、各種サービス提供など、IT/ICT領域に様々な新規市場が出現した
- これらの新規市場は、技術、設備、流通チャネル、ブランド等のサンクコストが比較的小さいため、新規参入が比較的容易で、短期間に急速な市場創出が可能であった

ex. BtoC EC市場規模は、1998年約650億円から2007年5兆3440億円へと10年間で約80倍に拡大

(経済産業省「平成10年度電子商取引に関する市場規模・実態調査」、「平成19年度電子商取引に関する市場調査」)

ex. IT系企業(サービス業 + 情報・通信業)の上場(マザーズおよびヘラクレスに限る)が99年以降に224社に上る。これは全新規上場の約6割を占める

- その一方で、新市場拡大を妨げる法制度関連の課題が存在

■ 一例として、厚生労働省は、一般用医薬品の67%を占める1類医薬品及び2類医薬品の通信販売を2009年6月から禁止する薬事法の省令案を提示

- 既存販売チャネルであるドラッグストア協会や、薬店での販売に関わる薬剤師協会などは積極的に省令案を支持
- ネット通販事業者等が省令案に反対

成長途上の新市場に対して、存続が困難になるような制度変更

- 新規創出市場であるネット通販事業の市場拡大に対して、既存ビジネスであるドラッグストア業界が危機感を抱き、監督官庁に薬事法省令案を働きかける
- 省令案が施行されれば、医薬品をネット販売する事業者には大きな痛手。
- 参入障壁が少なく拡大中の新市場に対して、事業存続が困難になるような制

度変更 省令案公表までの経緯

(1) 2006年通常国会における改正薬事法成立 (2008/4/18)

・一般用医薬品をリスクに応じて3区分(第1類医薬品、第2類医薬品及び第3類医薬品の3分類)に分類。
 ・当該リスクに応じて、専門家が関与した適切な情報提供の仕組みを構築。

(2) 厚生労働省主催検討会の報告書 (2008/7/4)

・「医薬品の販売等に係る体制及び環境整備に関する検討会」を開催。
 ・改正薬事法を受けて、情報提供の内容・方法等に関する制度設計の方向性を議論、報告書を取りまとめ。
 ・医薬品のネット販売については、第1類医薬品は適当ではない、第2類医薬品は対面の原則が担保できない限り適当ではない、第3類医薬品は可能とされている。

(3) 厚生労働省が薬事法施行規則改正案について意見募集 (2008/9/17 ~ 10/16)

・薬局開設者又は店舗販売業者は、その薬局又は店舗以外の場所にいる者に、郵便その他の方法(郵便、カタログ、チラシ、インターネット等)による医薬品の販売又は授与を行う場合、第3類医薬品以外の医薬品を販売し、又は授与しないこととされている。

- こうした法制度関連の課題は、競争政策ではないが、新市場創出、健全成長、産業の活性化のうえで、重要な課題
 - 既存制度が従来型社会を前提としているため、ネット社会を前提とした新しい社会制度・市場環境のために制度変更が必要だが、法制度の見直しがスムーズに進まない
 - 法制度検討の場に、新創出市場メンバーが少なく、既存業界・既得権益者が多いため、既存制度の変更が決まらない
 - 所管官庁が、新創出市場の実態等について知見不足のため、適切な制度設計が行われないこともある
- ネット社会の進展に伴い、IT/ICT領域の新創出市場に関する法制度変更が、これまで以上に様々な分野で行われると予想される
IT/ICT所管でない各府省庁・自治体等におけるIT/ICTへの理解促進が重要
- 各府省庁が既存業界・既得権者を代弁し守る機関になるのではなく、新創出業界や新規参入者、消費者の立場・実態をよく理解し、ネット社会化など社会・経済の変化に対応した新たな制度を構築する機関となるべき

5. 総務省における「通信プラットフォーム研究会」の議論

■ 総務省「通信プラットフォーム研究会」概要



提案募集
(07年10～11月)

オブザーバが参画

構成員

相田 仁	東京大学大学院工学系研究科教授	後藤 幹雄	日本文理大学経営経済学部教授
佐藤 治正	甲南大学経済学部教授	河村 真紀子	主婦連合会常任委員
依田 高典	京都大学大学院経済学研究科教授	東海 幹夫	青山学院大学経営学部教授
江崎 浩	東京大学大学院情報理工学系研究科教授	野原 俊和子	イブシ・マーケティング研究所代表取締役社長
太田 清久	株式会社SOZO工取取締役パートナー	岡村 久道	弁護士 国立情報学研究所客員教授
会津 泉	財団法人ハイパーネットワーク社会研究所副所長	北 俊一	野村総合研究所 上級コンサルタント
柳川 範之	東京大学大学院経済学研究科准教授	津坂 徹郎	リーマン・ブラザーズ証券アナリスト
森川 博之	東京大学先端科学技術研究センター教授	舟田 正之	立教大学法学部教授
藤原 まり子	情報堂生活総合研究所客員研究員		

オブザーバ

荒川 亨	株式会社ACCESS	弓削 哲也	ソフトバンクモバイル株式会社
大橋 功	イー・モバイル株式会社	小林 善和	社団法人テレコムサービス協会
佐藤 浩行	株式会社インデックス	福田 尚久	社団法人テレコムサービス協会MVNO協議会
岩波 剛太	株式会社インフォシティ	渡邊 武経	社団法人日本インターネットプロバイダー協会
平澤 弘樹	株式会社ウィルコム	上田 正尚	社団法人日本経済団体連合会
澤田 純	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	小森 方樹	東日本旅客鉄道株式会社
加藤 薫	株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ	楢 正憲	マイクロソフト株式会社
藤田 一夫	グーグル株式会社	三浦 正基	三井物産株式会社
長尾 毅	KDDI株式会社	岸原 孝昌	モバイル・コンテンツ・フォーラム事務局
森 克実	株式会社ジェーシービー	別所 直哉	ヤフー株式会社
資宗 克行	情報通信ネットワーク産業協会		

■ ブロードバンド市場の市場構造

- 固定ブロードバンド市場では、端末、ネットワーク、ISPの全部または一部をパッケージで購入することも、利用者が自らの選択で自由に組み合わせて利用することも可能。コンテンツやアプリケーションの利用も自由。
- モバイルビジネス市場では、携帯事業者が端末販売、通信サービスの提供、コンテンツ等の提供を一体的に行う、いわゆる「垂直統合型」のビジネスモデル。利用者にとって、必要なサービスをパッケージで利用できるメリットもあるが、自らの選択で多様なサービスを組み合わせて利用することはできない。



■ 市場活性化に向けての課題

- 06年10月番号ポータビリティ(MNP)の導入。同一電話番号で携帯事業者を乗り換えることができる

携帯事業者を乗り換えると、コンテンツ契約も一旦解除され、移行先の携帯事業者の端末で再度コンテンツ契約の締結が必要

- モバイルインターネットサービスでは、公式ポータルコンテンツは通信事業者が選択・掲載する

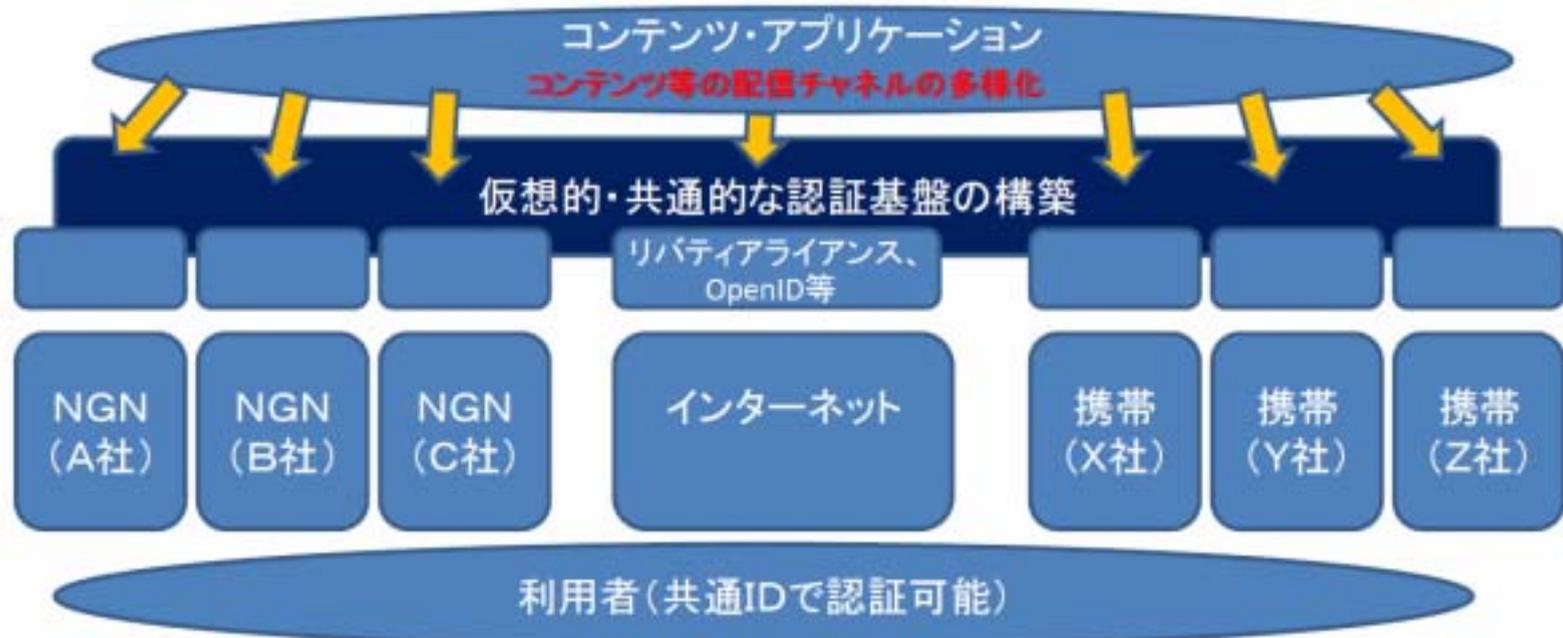
利用者が自ら選択したアプリケーションを自分の携帯端末に自由に搭載して利用することも、一部の端末を除きできない

- モバイルコンテンツの利用料金は携帯事業者が通信料金の請求とともに一括請求

携帯事業者以外のプレーヤーがコンテンツ等の契約者の認証や課金をできない

■ ネットワークを超えたプラットフォーム連携強化に向けた検討

- 今後は固定ブロードバンド市場とモバイルビジネス市場が有機的に連携したり、更には市場の統合化等が進展したりすることが見込まれる。モバイルビジネス市場は垂直統合型のビジネスモデルだけでなく、利用者が自らの選択で自由な組み合わせでサービスを楽しむ環境を整備していく必要
- コンテンツ・サービス等を利用する場合、本人確認等は、モバイルビジネス市場では携帯事業者が事業者ごとに構築・提供する認証基盤を用いて実施。固定ブロードバンド市場では、サイトごとに実施。



■ 通信プラットフォーム研究会報告書のポイント

モバイルにおけるコンテンツ配信の多様化

■通信事業者の提供する公式ポータルに限って認証・課金機能を提供(一般ポータルでは、原則、広告モデルのみ可能)。

■通信事業者以外の事業者がコンテンツを集めて構築するポータルや、コンテンツ代金の多様な決済手段(クレジットや電子マネーなど)の採用を実現するための民間フォーラムの開催(⇒09年夏を目途に一定の結論)。

■番号持ち運び制度の利用者は全体の加入者の約5%(メールアドレスやコンテンツの持ち運びができない)。

■メールアドレスやコンテンツを携帯会社を変更しても引き続き同一のものを使えるような環境整備を検討(⇒研究会等において09年中を目途に結論)。

■各携帯事業者ごとにコンテンツを作りこむ必要があり、アプリケーションの作動環境が異なる(コンテンツ事業者にとって作動検証の時間とコストが負担)。

■3.9Gの商用サービスの開始時期などを念頭に置きつつ、既存のフォーラムの活用などを視野に入れつつ、可能な限り速やかに協議を開始。

IDポータビリティの実現

■各通信事業者ごとに、あるいは、各コンテンツごとに異なる認証基盤を構築(異なるIDでアクセスする手間)。

■各認証基盤を仮想的に連携させ、あたかも一つの認証基盤を使っている(ひとつのIDでどのネットワーク、コンテンツでもアクセス可能)かのような仕組みを構築するため、関係者によるフォーラムの開催(⇒実証実験などを実施、09年度中に一定の結論)。

その他の検討課題

■コンテンツの配信効果を計測する手法が確立していない。

■民間主体のフォーラムを開催し、技術的課題や制度的課題を検討。

■ライフログ(購買履歴やアクセス記録)を基に個人の特性を踏まえたサービスや広告を提供(プライバシーの懸念)。

■個人情報保護などの基本的なルールの検討(⇒研究会等において09年夏を目途に一定の結論)。

- 既存事業の周辺に、新規参入促進及び新市場創出、産業活性化するために、官が行うべきことは何か？
- モバイルビジネス市場における参入促進及び新市場創出のための施策は、いずれも既存の通信事業者に対して仕様開示等を求めるもので、通信事業者に負担がかかるにも関わらずメリットが感じられないもの。環境整備に係るプレーヤーがそれぞれメリットを感じないと、本格的に動かないのではないか？

ご清聴ありがとうございました。

(株)イプシ・マーケティング研究所
代表取締役社長

野原 佐和子

〒107-0062 東京都港区南青山3-11-10 石宏ビル2F

mail to nohara@ipse-m.com

URL <http://www.ipse-m.com/>

tel: 03-5785-3032