

寄稿

情報家電の普及に向けた課題と展望



有馬 太公 (ありま たいこう)
社団法人電子情報技術産業協会 e-Life推進室

1. はじめに

2004年はデジタル家電景気に湧いた1年であった。薄型テレビ、デジタルカメラ、DVD／ハードディスクレコーダは「新・三種の神器」と呼ばれ、それぞれ、ブラウン管テレビ、銀塩カメラ、ビデオテープレコーダの買い替え需要によって売り上げを伸ばした。しかしながら、急速な低価格化によって必ずしも収益に結びついていないというのが各メーカーの課題となっている。本稿では、家電のデジタル化をトリガーとして今後の普及が期待されている情報家電について、デジタル家電を取り巻く状況を考慮しながら、電子情報技術産業界から見た課題と展望について述べる。

2. 情報家電の定義

まず、本稿における「情報家電」を定義すると、ひとことで言うならば「ネットワークにつながる家電」である。ここで、「ネットワーク」にはインターネットや携帯電話網のような外部ネットワークとホームネットワークなどのローカルネットワークの両方が含まれ、「家電」には、「AV系家電」「白物・設備系家電」「モバイル系家電」が含まれるものとする。もちろん将来的には上記のような「製品」の垣根が取り払われて、「機能」がシームレスにつながる世界が構築されることも考えられるので、あくまで過渡的な定義である。

情報家電と従来家電の違いは、従来家電では機器単体の機能が差別化要因となっていたのに対して、情報家電では複数の機器が各種ネットワークを介して接続された「システム」としての機能が重要となる点である。その意味でパソコンは、それ自体は情報家電ではないものの「情報家電システムの重要な構成要素のひとつ」と位置づけられる。

3. 情報家電は普及しているのか？

情報家電の普及状況はどうであろうか。冒頭述べたデジタル家電や携帯電話については「普及している」と言っていいただろう。しかしながら、複数の情報家電が接続した「システム」としての利用が広まっているかと問われれば、答えはノーである。

なぜ利用が進まないのか。キラーアプリケーション不在だから、ホームネットワークが未整備だから、マルチベンダ・マルチプロバイダ環境での相互接続性・運用性が確保されていないから、セキュリティが不完全だから、コンテンツを保護する仕組みが不十分だから、種々の規制があるから、操作が難しいから、古い商習慣に固執していてインターネットにコンテンツを流せないから等々は、過去

さまざまな研究会やフォーラム等でその原因として挙げられた項目である。また、使いやすさや各種設定の簡便さに難点はあるものの、ネットワーク化したシステムとしてパソコンとインターネットという組み合わせで多種多様なサービスが提供されている現状を踏まえると、ユーザやサービス事業者が「情報家電を利用したい」と感じるような、それでいてパソコンとインターネットという組み合わせでは実現できないサービスの出現がない限り、情報家電は爆発的に普及しないと思われる。

4. どこで儲けるのか？

では、仮に魅力的なサービスが登場し、技術的な課題も克服でき、各種情報家電がネットワークにつながった世界が実現したとして、我が国の電子情報技術産業はどこで儲けるのかというのが次の問題である。技術的には家電とコンピュータの融合物と捉えられる情報家電であるが、家電とコンピュータ、とりわけパソコンでは事業スタイルが全く異なる。いわゆる垂直統合型事業モデルと水平分業型事業モデルの違いである。パソコン事業はスマイルカーブという言葉で表現されるように、マイクロプロセッサ(MPU)とOSを含むソフトウェアが高い付加価値を担っている。別の言い方をするとインテル社とマイクロソフト社が儲かり、国内パソコンメーカーはそれほど儲からない構造となっている。

情報家電ではどうであろうか。相互接続性・運用性が完全に確保されているとすれば、「つながる」ところでは差別化できない。従来家電のように機器売り切りのビジネスを選択するのであれば、コア技術のブラックボックス化と非コア技術のオフショア化など技術流出防止とコスト対策を講じながら、世界市場で高いシェアを獲得し利益を確保する必要がある。一方、サービス事業へ進出するのであれば、「情報家電ならではの」というサービスを提供しなければならない。一般ユーザを対象とした各種アンケートによると、防犯、防災、医療、健康管理、エンターテインメントなどの分野が有望とされているが、ビジネスとして成立させるためには、技術課題の解決とともにサービス事業者やコンテンツホルダとの利害調整なども必要になってくるだろう。ちなみに、サービスで世界に出ていくためには、言語、制度、生活習慣など地域に強く依存する課題を解決しなければならず、日本で成功したビジネスモデルがそのまま適用できるわけではないことに留意する必要がある(例えば、銃を使った犯罪が日常的な地域とそ

うでない地域では、防犯用情報家電システムに要求されるスペックはまるで異なるだろう)。

5. 政府の動向

最後に、情報家電に関連する政府の動向についても簡単に述べる。まず経済産業省の施策はここ数年明らかに、コンピュータから情報家電へとシフトしている。2003年4月に公表された「情報家電の市場化戦略に関する研究会」の基本戦略報告書であるe-Lifeイニシアティブを皮切りに、新産業創造戦略(2004年5月)、情報家電産業の収益力強化に向けた道筋(同年10月)などを立て続けに公表して、情報家電に係る施策を打ち出している。一方、u-Japan構想を進めている総務省も、情報家電がユビキタスネットワーク社会において中心的な役割を果たすと捉えている。ユビキタスネットワーク社会関連では様々な研究会が立ち上がっているが、情報家電を議題の中心に据えたものとしては2004年の2月から5月にかけて開催された「デジタル情報家電のネットワーク化に関する調査研究会」の規模が大きい。最近、両省が共同で立ち上げた「情報家電のネットワーク化に関する検討会」では、これまで両省で行われてきた検討の内容を持ち寄るかたちで、ネットワーク化推進策を検討する予定である。

6. むすび

今後の電子情報技術産業をリードしていくと期待され、政府も力を入れている情報家電であるが、普及に向けた課題もさることながら、普及したとしても、そこで高い収益を上げていくためには解決すべき課題が多く存在しているというのが実情である。

インフラの整備と魅力的なサービスの出現は相補的であるから、どちらが先ということはないが、どちらも動かないままデジタル化で進展が止まってしまう可能性も少なくはない。幸いなことに、DLNA(Digital Living Network Alliance)やECHONETコンソーシアムなど推進組織の活動により、情報家電が「つながる」ためのインフラは徐々に整ってきている。ユーザが本当に欲しいと感じるサービスが提供されればネットワーク化は一気に進展するのかもしれない。実は、ユーザにとって重要なのは享受するサービスの内容や品質であって、そこに情報家電が使われているかどうかはさしたる問題ではない。「情報家電だけで」サービスを提供するという発想を捨てて、ゼロベースでサービスを試行錯誤していくことが今一番必要なことかもしれない。