

手作り服製販お手伝い

素人のアイデア、ベンチャーが形に

自分のアイデアを製品化して直接売る消費者が増えている。いわば個人版SPA(製造小売り)だ。素人がデザインした服を商品に仕立てたり、手づくり雑貨店のネット開業を支援したり。新しい消費の舞台の黒子役はベンチャー企業が担う。手づくり品売りの仲介サイト世界最大手のEtsy(エツィー)も1月下旬に日本に本格上陸。個人を起業家に変えるサービスは今後も広がりそうだ。

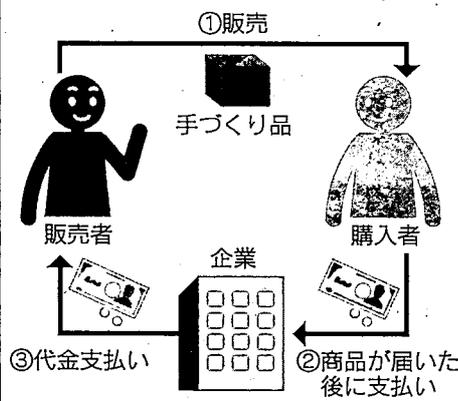
個人の販売を支えるサービスは広がる

サービス内容(企業名)	特長
スマホケース900円など個人の企画商品を受託(ベニシック)	消費者の注文うけてから生産。個人で在庫抱えず
3次元(3D)データを3Dプリンターで商品化(カブク)	個人でも設備を持たない「ファブレス」企業に
アクセサリなど手づくり品の売買取引(クリーム)	ニッチな商品でも購買意欲のある消費者を探せる
中古衣料や家電のフリーマーケットアプリ(メルカリ)	商品の写真撮影から売買取引までスマホだけで完結
占いやメイク指導など個人のスキルの売買取引(ココナラ)	500円で依頼。累計の個人間取引は約33万件に

バンダースナッチやBASE 30日で製作／後払いOK



個人間で不安な決済を後払いで
(BASEのサービスのイメージ)



「洋服づくりの知識は全然なかった。自分で描いたイラストがちやんと服になるなんて驚き」
京都府でIT(情報技術)関連企業に勤める女性(30)は昨年「普段づかいの宇宙服」といった少し変わったテーマの婦人向けシャツを企画した。趣味の星座を機元にあしらったお気に入りのデザイン。税別1万4000円で売り出した。素人をデザイナーに変身させたのは、バンダースナッチ(横浜市、藤井裕二社長)のサービス「スタートアップ」だ。利用者がイメージを描いたデッサンを3次元データ化して洋服に仕立ててくれる。通常のオーダーメイドも半年近くかかることあるが、製作期間は30日ほど。枚数も数着単位から頼めるため多様なデザインの商品も販売できる。料金は10万円ドを立ち上げられる(京都府の女性会社員)。

「洋装づくりの知識は全然なかった。自分で描いたイラストがちやんと服になるなんて驚き」
京都府でIT(情報技術)関連企業に勤める女性(30)は昨年「普段づかいの宇宙服」といった少し変わったテーマの婦人向けシャツを企画した。趣味の星座を機元にあしらったお気に入りのデザイン。税別1万40000円で売り出した。素人をデザイナーに変身させたのは、バンダースナッチ(横浜市、藤井裕二社長)のサービス「スタートアップ」だ。利用者がイメージを描いたデッサンを3次元データ化して洋服に仕立ててくれる。通常のオーダーメイドも半年近くかかることあるが、製作期間は30日ほど。枚数も数着単位から頼めるため多様なデザインの商品も販売できる。料金は10万円ドを立ち上げられる(京都府の女性会社員)。

従来に比べて少額・小ロットでも受託できるのはIT技術を使い工場をネットワーク化したからだ。生地の特許加工、裁断、縫製など国内の200工場をバンダースナッチのシステムが結び、月や日単位に加え、時には各工場の空き時間まで細分化して繁閑を把握。各工程の余剰の生産能力をつないで最適な生産ルートをはじき出す。ベンチャー企業が、個人では手が届かない外部の技術や販売力をパッチワークのように紡いで「個人起業家」を生み出している。

80歳代のおばあちゃん編み物を扱う店や7歳男児のゲームアイデアを売る店。個人のネットショップ開業を支援するBASE(ベイス、東京・渋谷)。創業から3年の同社のサービスを利便性向上して20万を超える店が生まれた。ベイスの強みは「50歳を超えた自分の母親でも気軽にネット販売店のオーナーになれるところ」と鶴岡裕太代表は話す。数多く用意したサイトのひな型の中から好みのデザインを選び、売りたい品を掲載すると簡単に販売が始められる。ベイス

は商品が売れた時に手数料をもらう仕組みだ。ネット通販ではお金のやりとりに関する不安や不満は多い。特に売る方も買う方も個人の場合にはなおさらだ。ベイスは2015年末に「後払い決済」を導入した。購入者は商品が届いてから別送される請求書で代金を払う。請求作業や未払いリスクはベイスが受ける。双方の負担を和らげ出店を促す仕組みだ。新店の開設は月に1万店と前年2倍のペースが続く。消費者が自分で自分の商品を売る市場は広がっている。ネット上で売買するフリーマーケットアプリを手がけるメルカリ(東京・港)のダウンロード数は2700万人。個人の技能の売買取引するココナラ(東京・渋谷)の累計取引は33万件を超えた。需要は膨らんでいるが、大手企業の参入も増えている。衣料品通販サイト「ゾゾタウン」のスタートトゥデイは15年末にフリマアプリを開始。ヤフーもブックオフに出資して古本の個人間売買に力を入れる。ベンチャー企業も独自性と利便性を高め続けたいと育てた市場を奪われる。

需要は膨らんでいるが、大手企業の参入も増えている。衣料品通販サイト「ゾゾタウン」のスタートトゥデイは15年末にフリマアプリを開始。ヤフーもブックオフに出資して古本の個人間売買に力を入れる。ベンチャー企業も独自性と利便性を高め続けたいと育てた市場を奪われる。

2016.2.1

ドローン測量、全自動で

NSi真岡が建設向け

NSi真岡(栃木県茂木町、水沼和幸社長)は3月、測量用の画像を撮影するドローン(無人飛行機)を売り出す。小型で離着陸から空撮まで自動でできるのが特長だ。市販品並みに操作が簡単のため「誰でも短時間で撮影できる」(同社)という。画像を3次元(3D)データに加工するサービスも提供する。

NSi真岡のドローンは大きさが直径約50センチの小型機でカメラ付き。独自開発したソフトを搭載しており、スマートフォンで撮影範囲を設定すると自動で離陸して指定場所をくまなく撮影して戻ってくる。

地上での測量なら数日かかる6万平方メートルを超える広さでも10分で撮影できる。データ加工を含めても半日で済む。小型機は宅配便で遠隔地に配送できるため利用場所も広がるという。

価格は税別200万円から。データ加工や測量する担当者の操縦研修、ドローンの損害保険など付帯サービスを含めると同400万円。初年度は建設や測量会社など30〜50社の利用をめざす。

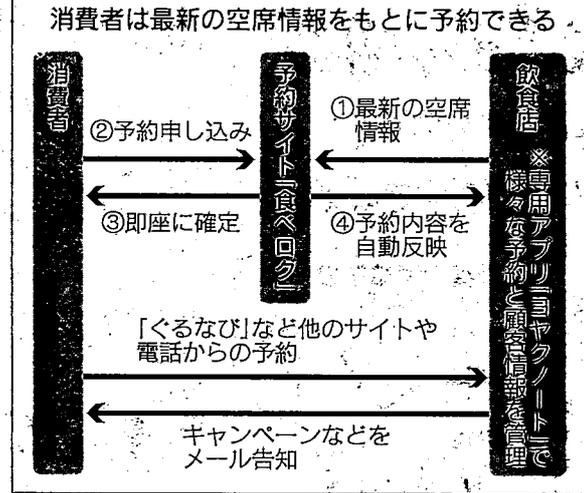
従来のドローン測量は高解像度のカメラを積める直径1メートルほどの大型機を使う例が多かった。

飲食店予約まとめて管理

電話・ネット、専用アプリで

カカクコムは3日、飲食店向けにインターネットと電話の予約をまとめて管理できるサービスを開始。飲食店はタブレット「iPad」を使い、カカクコムの飲食店情報サイト「食べログ」などで受注した予約情報を手軽に更新できる。消費者は営業時間外でもネットで確実に予約でき飲食店予約件数の2%前後といわれるネット予約の普及に弾みがつく可能性がある。

「食べログ」経由、即座に確定



カカクコムが運営する「食べログ」は約82万軒の飲食店を掲載し、月間約683.0万人の利用者がいる。2015年3月期の同事業売上高は約12.4億円。店舗情報を優先的に表示する広告事業や割安にランチが食べられる個人向け有料会員サービスに加え、飲食店向け予約サービスを新たな収益源として伸ばす。

まず予約合帳アプリ「ヨヤクノート」を無償提供し、初年度1万店舗の加入を目指す。店は予約状況を営業日、時間などで区切ったスケジュール表で一覧できる。電話で予約を受けた場合も、予約メニューや希望日などの選択肢を選んで簡単に保存できる。

顧客の名前や電話番号、注文したコース料理なども管理できる。ヨヤクノートと店の電話を連携させれば、電話が着信すると端末に顧客情報を表示。窓側のボックス席を提案するなど、顧客の好みに沿った予約受付ができる。

店舗会員に登録した店はアプリ利用を当面無料とした後、有料サービスに切り替える方針だ。

食べログ経由で予約された情報は自動的にスケジュール表に反映される。店が食べログ経由の

予約を受けるには月2万5000円程度の有料契約が必要で、カカクコムはアプリ導入店舗を広くたどる予約システムの契約店舗を開拓する。

一般的に飲食店はネットや電話で受けた予約をタブレットなどに書き写して、席数の確認や営業時間外に届いたネット予約の反映などに時間がかかる。業務期は従業員の伝達ミスで予約ができていない、といったトラブルも回避しやすくなる。

カカクコムは将来的に他の飲食店サイトにもヨ

予約を受けるには月2万5000円程度の有料契約が必要で、カカクコムはアプリ導入店舗を広くたどる予約システムの契約店舗を開拓する。

一般的に飲食店はネットや電話で受けた予約をタブレットなどに書き写して、席数の確認や営業時間外に届いたネット予約の反映などに時間がかかる。業務期は従業員の伝達ミスで予約ができていない、といったトラブルも回避しやすくなる。

カカクコムは将来的に他の飲食店サイトにもヨ

市場は1764億円。予約も15年は倍に増え、世代を中心に急拡大した。

カカクコムのネット予約は、ヤク



2016.2.3

笑いを「見える化」

NTT西、吉本と連携

客の心拍など分析

NTT西日本は2日、吉本興業と組んで、笑いの「見える化」に向けた取り組みを始める。3月28日までの無料サービスとして提供

の「見える化」に向けた取り組みを始める。3月28日までの無料サービスとして提供した。吉本が運営する「なればグランド花月」(大阪)の度合いを測るほか、市(写真)を活用。実際の来場客の心拍数や表情、呼吸の間隔といったデータを分析して、どれだけ笑ったかを得点とし

用してデータを得点にする。今後は収集したデータをクラウド上に保存して新たな活用策も探る。

記者会見したNTT西の村尾和俊社長は「エンターテインメントは開拓したい市場」と強調。吉本とは業務提携も含めて連携を深める方針だ。訪日外国人への同時通訳や遠隔地に住む高齢者へのお笑い公演の配信サービスの開発などを狙う。

寒風

先駆者ガンホー、前期3割減益

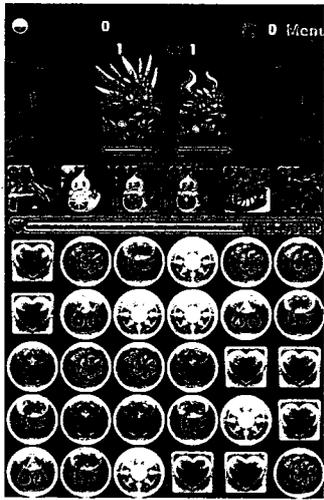
国内のスマートフォン(スマホ)向けゲーム市場の成長が鈍ってきた。ガンホー・オンライン・エンターテイメントが2日発表した2015年12月期の連結業績は純利益が前の期比30%減の43.4億円だった。主力のゲーム「パズル&ドラゴンズ(パズドラ)」の課金収入が大幅に減ったためだ。成長の異変を分け合う時間は過ぎ、パイの争奪戦が始まった。

ビジネス
TODAY

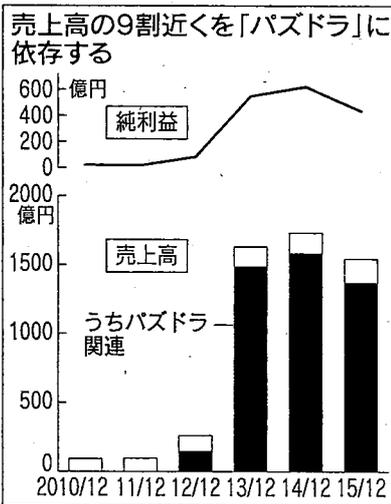
スマホゲーム

乏しい成長余地
半期ごとにみると、15年内で4千万件を超えた。パズドラはスマホのほぼ2台に1台まで普及した計算となり、成長余地は乏しくなっている。

「パズドラ」減収痛手



「パズドラ」の国内累計ダウンロード数は4000万件を超える



切り開いた先駆者だ。ミクシィの「モンスターストライク」やコロプラの「魔法使いと黒猫のウィズ」が続き、現在の市場規模は7千億円を超える。1兆円を超えるゲーム市場で家庭用の低迷を補う。

ロプラのほか、スクエニやバンダイナムコエンターテインメントなど体力自慢の大手企業が主要プレイヤーだ。

「はずれ多い」
スマホ普及に成長の軌跡が合致する。パズドラ。そのピークアウトはスマホゲーム市場の成長が天井に近づくシグナルともいえる。市場の成長が止まれば、生存競争のルールは変わる。

ゲーム1本あたりの開発費は3億〜4億円と少し前の家庭用並みに跳ね上がり、ベンチャー企業が戦える環境ではなくなりました。「はずれが多い」スマホ向けは本数を絞り、販売計画を立てやすい家庭用の開発を増やす「業界関係者」という企業も出てきた。

スマホゲームの特徴は爆発力だ。開発費が1億〜2億円とみられるパズドラの場合、配信から4年間の関連売上高は累計で約4500億円。大ヒットにつながれば、投資効率は抜群に高い。スクウェア・エニックスなど家庭用の実力派に加え、検索大手のヤフー

「大ヒットを生むのは難しい市場になった」とガンホーの森下一喜社長は話す。勝敗を分けるのは一本のホームランではなく、ヒットの積み重ねになる。スマホゲームの覇者を決める本当の戦いはこれからだ。

パナソニックが次世代型コンテンツ

2016.2.15
スポーツ映像に
解析データ融合

電通と、五輪にらむ

パナソニックは4日、
電通と組み、スポーツの
映像とデータを組み合わ
せた次世代型のコンテン
ツを開発すると発表し
た。高精細カメラで撮影

した映像と、選手の動き
やボールの距離、生体情
報といった解析データを
合わせて提供し、多角的
に楽しめるようにする。
2020年の東京五輪ま
でに実用化する。
放送や通信など一般向
けサービスのほか、選手
のトレーニングでの活用
も想定する。パナソニッ
クが持つ映像や画像解析
のノウハウを活用し、電
通がサービス全体をとり
まとめる。

たとえば卓球などの映
像では、ラケットの角度
やボールの位置を正確に
解析して表示する。競技
中の選手の速度や心拍数
も表示できるため、トレ
ーニングの効率化にも役
立つ。
パナソニックは五輪の
公式スポンサーとして東
京五輪向けの商材やサー
ビスの開発を進めてい
る。国内外三十数社と協
業中で、16年度から順次、
事業化する。井戸正弘役
員は「東京五輪関連で1
500億円を上回る事業
の創出を目指したい」と
話している。

2016.2.6

検索広告で認知度向上

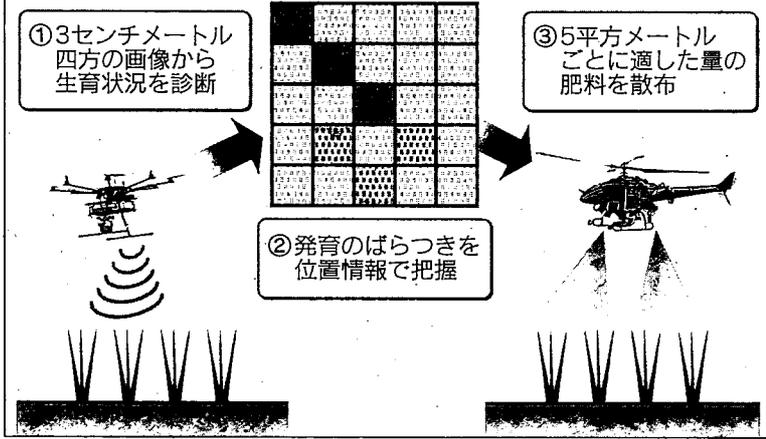
グーグル日本法人 企業に助言

米グーグルの日本法人は、今春、消費者の検索に
 応じて表示するスマートフォン（スマホ）向けの広
 告で、企業やブランドの認知度を高める効果の
 高いことを助言する。企業はどのような言

葉が検索された時に広告を表示するか指定できるが、効果を予測しづらかった。グーグルは広告を本格的に配信する前に複数の条件で広告を表示。消費者の反応を調べられるようにして、効果を測定できるようにする。たとえば食品メーカー「健康」と「栄養」のどちらの言葉が検索されたときに広告を表示すれば商品の認知度を高められるか調べる。広告の文言を変えた場合の効果も検証し、検索語句と広告表示する内容の組み合わせを助言する。料金は今後詰める。検索に連動して表示する広告の効果は、クリック数の多さで評価するのが一般的だ。グーグルが昨年11月に今回の新サービスの手法を用いて実験したところ、クリックされなくても表示するだけで認知度を高める効果が出た。クリックされなくても効果があることを企業に説明し、広告の利用を呼び掛ける。

ヤンマーとコニカミノルタ

ドローンと無人ヘリを使って効率的なコメ作りを支援する



生育診断や肥料調節 ドローンやヘリ活用

コニカミノルタが開発した画像解析システムを活用する。ドローンに搭載したカメラで地上30センチから撮影し、3センチ四方単位で稲の画像を収集。同社の光学分析技術を使って稲の茎の数や葉の色を高い解像度で測定する。生育状況や食味、収穫時期の目安が数値化できるという。

一方、ヤンマーは無人ヘリを使って5平方メートル単位で肥料の量を調整できる装置を開発した。飛行する高度や速度、風の強さに応じて、肥料の散布を自動調整できる。全球測位システム(GPS)の位置データなどを使っ

米作り、空から支援

ヤンマーはコニカミノルタと組んで、ドローン(小型無人機)や無人ヘリを使った稲作支援を始める。空から撮影した画像を使って把握した稲の成長状態などに応じて肥料を散布する。地上で散布するのに比べて効率性や品質が高まるという。環太平洋経済連携協定(TPP)の発効を見据え、競争力向上につながる取り組みとして2017年にも事業化する。

ドローンの撮影データとヘリの動きを連動させ、生育状況に応じたきめ細かい肥料散布が可能になる。

例えば稲穂が出始める6月にドローンで田んぼを観測して肥料を追加したり、8月の穂が出そろった時期に診断して適切な収穫日時をアドバイスしたりする。収集したデータは土壌改良にも応用。稲が摂取する養分をコントロールすること、生育状態や収量のばらつきを小さくできる。

一般的に農家は稲穂が出た後に測定器を使って手作業で養分を測り、田んぼごとの成長度合いに合わせて肥料をまくことが多い。専用の農機やトラクターなどを使って散布するが、細かな散布場所や量の調整は難しい。散布に際して稲を傷めることもある。

ヤンマーは現在、13万畝の田んぼで200機強の無人ヘリを使って農薬の散布を請け負っている。全国に350人を超す操縦者がおり、農協や市町村から受託している。料金は100平方メートルあたり1500円程度だ。

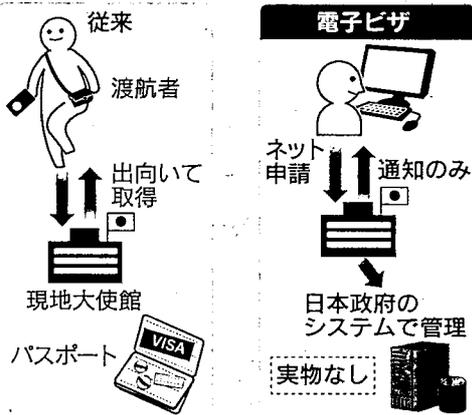
一方、両社が山形県で実施した新たな肥料散布サービスの試験では代表品種「はえぬぎ」で平均収穫量が14%増えた。新サービスの料金は未定だが、増収分よりは抑えた料金になるとみられ、費用対効果は高いという。

16年中にはドローンをより高い高度に飛ばし、素早く広範囲を診断できる技術の確立を目指す。TPPが発効すれば、輸入農産物などの競合が激しくなる可能性が高い。担い手の高齢化などもあって農地の集約が進めば、より効率的な農業につながる製品やサービスの需要も高まる。矢野経済研究所の予測では情報通信技術を活用して農業の高付加価値化を目指すサービスなど「スマート農業」の国内市場規模は20年度に308億円と13年度の4・7倍に拡大する見込みだ。

電子ビザ 五輪にらみ

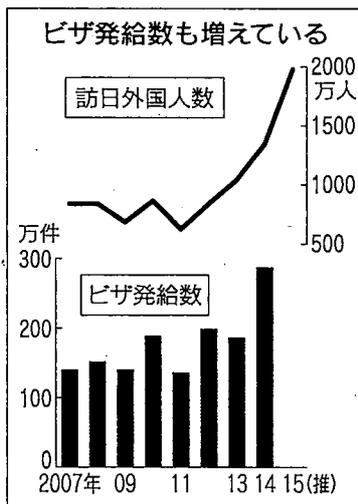
政府は訪日外国人を3000万人超とする目標を見据え、インターネット上で申請を受け付け発行する「電子ビザ」を導入する方針だ。現在、観光目的でも訪日ビザが必要なのは中国、ベトナム、ロシア、ブラジルなど約130カ国。これらの国を対象に発行までの手続きを簡単にし、訪日外国人客の利便性向上を狙う。東京五輪・パラリンピック開催前の2019年度からの運用開始を目指す。

電子ビザなら訪日外国人の利便性は向上する



訪日3000万人目標へ19年度から

ネットで申請・発行



15年の訪日外国人は1973万人と4年連続で増え、14年のビザ発給数も過去最高の287万件に達している。訪日外国人を3000万人超とする政府目標に加え、東京五輪前後には多くの観光客の来日が予想されるため、スムーズな受け入れ体制の整備を急ぐ。

電子ビザは、渡航者や旅行代理店が専用サイトでパスポート番号などを入力。身分証明書のコピーなどを添付して申請する。現在、電子ビザはオーストラリアが短期の観光ビザなどで一部導入している。身元証明書のコピーを添付して申請する。現在、電子ビザはオーストラリアが短期の観光ビザなどで一部導入している。

15年などを添付して申請する。問題がなければ、政府のシステム上に渡航者のビザ情報が登録され、本人には発給の可否が通知される。これまでは現地の日本大使館に出向いて必要書類を提出。発給時には再び大使館に行つてビザを貼ったパスポートを直接受け取るなどの手続きが必要だった。

現在、電子ビザはオーストラリアが短期の観光ビザなどで一部導入している。身元証明書のコピーを添付して申請する。現在、電子ビザはオーストラリアが短期の観光ビザなどで一部導入している。

政府にとっては事務負担が大きく減るメリットもある。専用紙でビザをつくる必要がなくなり、パスポート貼り付けもいらない。昨年春には、中国の観光客が花見目的で急増してビザが不足。簡易ビザを急ぎよ作り発給したケースがあった。

日本が適用する範囲はこれから詰めるが、テロリスト入国の危険性があつたり、2国間関係が悪かったりする国は、従来どおり現地の日本大使館で直接本人確認することを検討する。ネット環境の悪い地域では現行制度と併用する。

政府は16年度に電子ビザと事前認証制度について各国の制度や、日本に導入する際の課題を調査する。17年度以降にシステム開発に着手する。

電子ビザの導入で、入国管理局などの関係部局や航空会社が渡航者情報を速やかに共有し、テロ対策に生かせる利点もある。これら機関は、搭乗時のチェックインや入国時にシステム上でビザ取得の有無を確認する。

一方、米国や欧州各国など現在67カ国あるビザ免除国には、テロ対策のため事前認証制度の導入を検討する。訪日前に氏名、生年月日、連絡先などの情報をネットで通知することを義務付ける。

レシート画像で

経費精算を支援

ベアテイル

BearTail(ベ

アテイル、東京・千代田、

黒崎賢一社長)は中小企

業向けの経費精算サービ

スを始めた。スマートフ

ォン(スマホ)で撮影し

たレシートや領収書の画

像をオベレーターが入力

してデータ化して申請に

かかる手間と時間を省

く。同様のサービスはあ

るが「99%以上という高

い精度が特長」(同社)。

1人あたりの利用料金は

月額980円。10人以上

の契約が必要になる。レ

シートのデータ化は1日

でできるという。

2016.2.8

写真シール作成代行

アプリ手がける企業向け

モ
ス
デ
イ
ア
メ

名刺印刷のコスモメディア（マホ）の写真アプリを手
機能を追加すれば、印刷
業者への配送などの
業務を引き受ける。
コスモメディアは消費
者向けのシール作成サ
ービス「みんなのシール」
を手がけている。写真ア
プリ向けのサービスは初
期費用が5万円、料金は
シール1枚あたり数百
円。初年度は20社から受
託し、3千万円の売り上
げをめざす。

谷市、沢田真一社長は、
「写真アプリの種類は増
えているが、収益化に悩
む企業は多い。同社はシ
ール作成を低コストで代
行するサービスの需要が
見込めると判断した。」

谷市、沢田真一社長は、
「写真アプリの種類は増
えているが、収益化に悩
む企業は多い。同社はシ
ール作成を低コストで代
行するサービスの需要が
見込めると判断した。」

ヤフーと東京大学は歩
行のパターンから組織内
の人間関係を推定するソ
フトウェアを開発した。
歩数計機能のついたスマ
ートフォン（スマホ）で
同じ組織の全員の歩行デ
ータを集め、人工知能（A
I）で解析し、行動を共
にしているグループを浮
かび上がらせる。今後、
効率よく仕事をこなせる

歩行データ使い 人間関係見抜く？

ヤフー・東大がソフト

組織づくりなどに生かし
たい考えだ。

ソフトはYahoo!
JAPAN研究所が東京
大学の坂正倫講師（現
・東京工業大学准教授）
と開発した。

同じタイミングで歩行
と停止を繰り返したり、
歩調が似たりする人たち

組織づくりAI活用

は一緒に行動している可
能性が高い。ソフトは歩
いた時刻や歩行のテンポ
などの情報から、誰と誰
がグループで行動してい
るかを明らかにする。
研究チームはある日の
歩行パターンと、1日の
間に誰と会ったかを聞き
取った結果との関係を、
人工知能に学習させた。
チームとその関係者ら約

30人で試した。2週間分
のデータで、どんなグル
ープができているかを突
き止めた。
昼と夜のどちらが、よ
りコミュニケーションが
活発かといった、グルー
プごとの特徴も推定でき
た。今後はソフトで解析
した組織のグループ構造
と、実際の仕事の効率に
関連があるかも調べる。

農家の競争力向上支援

TPPで新段階、VBが先端技術

農業と先端技術を結びつける農業ベンチャーが活躍の場を広げている。環太平洋経済連携協定（TPP）の署名により、国内の農業の担い手は新たな競争の世界に挑む。IT（情報技術）や人工知能（AI）を取り入れ生産性を向上。品種改良や栽培ノウハウの工夫で商品価値を高める試みもある。各社は農家と連携して競争力の「芽」を掘り出そうとしている。

ジャガイモ農家や酪農家らが集まる日本有効の農業地帯の北海道十勝。どこまでも続くかのようには広がる農地を、長さ20分の棒状の噴霧装置を付けたトラクターがゆっくりと走り抜ける。運転手が見つめるのは畑だけではない。手元のスマート

農薬散布、スマホ活用 牛の健康管理にAI

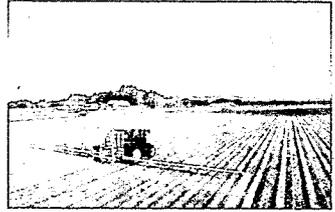
フォン（スマホ）で農薬や肥料を散布した跡をデータで確認している。大規模農場では霧状に

の通信技術を通用化する「基礎技術の開発」をめざす。規格や仕様の共通化が進めば農業コストはもっと抑えられるという。

なる農薬や肥料はまいた跡が分かりにくい。スマホの全地球測位システム（GPS）と連動してトラクターの動きや散布跡をイラストで示して無駄をなくす。システムを開発したのは農業情報設計社（北海道帯広市）。燃費や散布物のコストを1割ほど抑えられる。

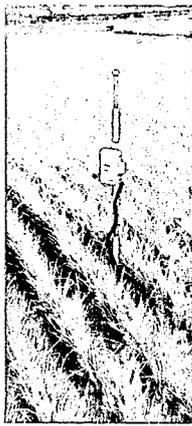
浜田安之社長は「農機

ベンチャーが農業の競争力を高める



▲スマホで散布確認
農機の通信制御の共通化めざす
(農業情報設計社)

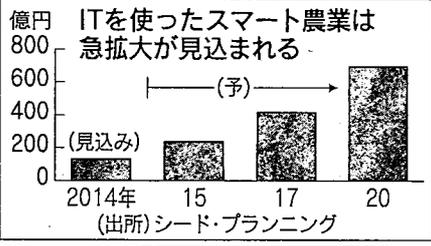
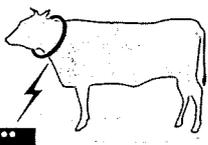
▶水田にセンサー
24時間データ管理
(ベジタリア)



▼高機能タマネギ
海外にも輸出
(植物育種研究所)



▶AIで牛の体調管理
(ファームノート)



収入で賄う。ダウンロー

国内自給率が78%と高い。浜田社長は「農家の危機感強い」と話す。大規模農家が多い北海道は農業ベンチャーの活動が盛ん。新たな試みのモデル地区ともいえる。ファームノート（北海道帯広市）はAIを応用した牛の管理システムを6月にも売り出す。センサー付きのウェアラブル端末で反すう時間や体調のデータを収集。AIで分析して発情期や病気の状態などを見極める。価格は端末が税別2万6800円でクラウド利用料が1頭あたり月200円。同社の既存のシス

テムは約9万頭以上が利用する。北海道の実績をもとに「鹿児島県や三重県の牧場でも採用された」（小林晋也社長）。農業ベンチャーの舞台は北海道以外にも広がる。ベジタリア（東京・渋谷）は新潟市内の水田でNTTドコモとコマの生産性向上に取り組み。水田に水位や水温、気温、湿度を計測するセンサーを設置。異常値を示すとスマホで警告する。ベテランの経験や勘に頼っていた栽培手法をデータで分析する。農作業で手間のかかる水の管理の負担を減らしつつ「科学的根拠で稲を育てる」（小池聡社長）を試みた。小池社長は米シリコンバレーでベンチャーキャピタリストとして活動。日本では東京・渋谷にネット企業を集める「ビットバレー構想」を提唱した。ことでも知られる。TPPで関税の壁がなくなる海外に打って出る農業ベンチャーもある。植物育種研究所（北海道栗山町）は高機能タマネギで市場開拓を狙う。

「高機能野菜」も同社が開発したのは血糖値の上昇抑制や動脈硬化の予防に効果があるとされる「ケルセチン」を通常の2.5倍含むタマネギ。世界中から集めた300超の品種の交配を繰り返して育った。三井物産と商品化して1個130円と通常の2倍を超える価格でスーパーなどで売れる。岡本大作社長は「機能性を高めたタマネギは世界的にも珍しい」と東南アジアへの輸出を始める考えだ。ITを活用した「スマート農業」の機器やサービス（ファームノート）の市場は14年で131億円（シード・プランニング）。今後急速な普及が見込まれる。20年には5倍の約700億円になる見通しだ。九州大学の南石晃明教授（農業情報学）は「農業はまだIT活用で未開拓の部分が多い。TPPを機に関心が高まる」と指摘する。

2016. 2. 8 札幌

広い農地・人口減、技術導入の契機

農業ベンチャーの活躍が北海道で目立つ背景には、声あだりの経営耕地面積が他の都府県の平均の14・6倍という農地の広さがある。ベンチャーが集まる帯広市など十勝地方では20倍だ。本州などに比べ専業が多いこともあり、農家も積極的

に新たな技術を取り入れようとする土壌がある。全国で課題になる農業人口の減少も目立つ。この10年で北海道の農業就業人口は4分の1ほど減った。広い耕地を少ない人数で経営するには、効率の追求が欠かせない。環太平洋経済連携協定

(TPP)による海外からの割安な農産物の流入に備えて投資を進めている農家もある。

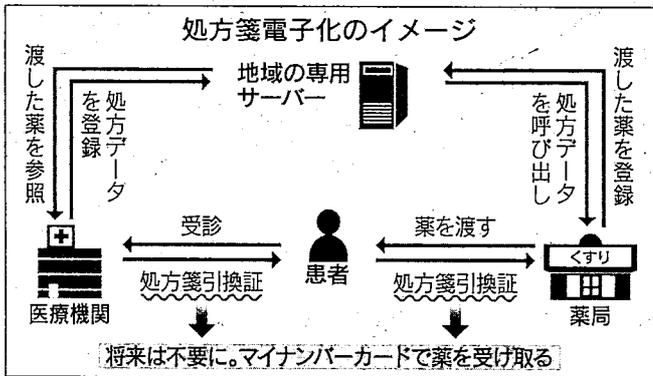
札幌市近郊の江別市で酪農を営む川口谷仁さんは14年、近くの畜産農家5軒で株式会社を設立した。15年は500頭近い乳牛を全自動のロボット搾乳機で飼育する施設を15億円で竣工。大量生産でコストを抑えて、本州への出荷をめざす。

北海道以外の農地でも避けては通れない農業の大規模化や効率化。ひと足早く課題に直面した北海道で生まれる挑戦は、国内農業のモデルケースになる可能性を秘める。

電子処方箋 4月解禁

薬局の事務負担軽く 厚労省

厚生労働省は4月から医師が患者の薬を指示する処方箋の電子化を認める。医師が処方する薬のデータを地域の専用サーバーに送り、薬局がデータを呼び出して患者に薬を出す。薬局が年間7億枚を超える処方箋をパソコンで打ち込んだり、保管したりする手間がなくなる。2020年度以降は全国に広げ、患者がマイナンバーカードだけで薬を受け取る仕組みを検討する。



マイナンバー連携視野

厚労省は医療のIT(情報技術)化を議論する10日の医療情報ネットワーク基盤検討会で電子化解禁の案を示す。近く省令を改正して4月に施行する。今のルールでは処方箋を紙で患者に渡す必要がある。4月からは電子データでの処方箋のやりとりを認める。地域ごとに電子化に参加する医療機関と薬局が専用サーバーを通じて処方データをやりとりする。患者が訪れた薬局が処方データや、医師の診察結果やアレルギーの情報を見て最も適した薬を出す。電子化は希望する市町村や都道府県の単位で始める。地域の医療機関同士が患者の情報を共有している地域医療連携ネットワーク(全国約200カ所)の枠組みを使う。専用サーバーの導入費用は厚労省の基金で出す。運営の費用は電子化に参加する医療機関や薬局が負担する見通しだ。

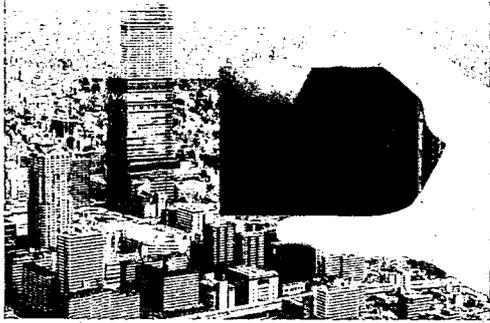
電子化する地域に住む患者は4月から処方箋の代わりに電子処方箋の識別番号を書いた「電子処方箋引換証」を医師から受け取り、薬局に提出する。個人別の医療番号制度が本格的に導入され、全ての地方自治体で医療情報の共有が進む20年度以降には全国統一のシステムとして処方箋を電子化することを検討する。患者は紙の処方箋がなくても、マイナンバーカードが1枚あれば全国ど

この薬局でも処方薬を受け取れるようになる。スマートフォン(スマホ)で使う電子お薬手帳などで処方内容をチェックすることもできそうだ。薬局にとってはコスト負担が減る。薬局は使った処方箋を紙のままか、画像データとして取り込んで3年間保管しなくてはならない。処方箋は全国で年間7億枚超。今後はサーバーから呼び出したデータをそのまま保管すれば済むようになる。紙の処方箋を見てパソコンに入力する手間や、

ち間違えるリスクも減る。「保管やデータ入力にかかるコストがなくなれば経営にとってはプラス(大手薬局)という。全国で処方箋の電子化が実現すれば、現在は禁じられている処方薬のネット販売も技術的にはできるようになる。診察を受けたあとに薬局で薬を待つ時間がなくなるため、慢性的な病気で同じ薬をもらう患者などにはメリットがありそうだ。すでに電子処方箋の実証実験をしている大分県別府市など、医療のIT化に積極的な自治体から

電子化が進む公算が大きい。ただ、患者が少ない個人経営の薬局などはシステム投資や作業習得の負担感が大きいとみられ、普及には一定の時間がかかりそうだ。厚労省は市販薬のネット販売を解禁する際に、十分な議論のないまま処方薬を法律で禁止した。十分な議論のないまま処方薬は重い副作用があるという理由だが「医師が診察したうえで処方している薬だからこそ、処方箋があればネットでの販売を認めるべきだ」との声が民間企業からは上がっている。

対象物に端末をかざすとディスプレイに情報を表示



端末かざすと観光案内

2016.7.10
パナソニックは9日、美術館や観光地で訪日客に対し、展示物などを解説する次世代ディスプレイ端末をNTTと共同で開発したと発表した。カメラでとらえた画像から対象の美術品などが何かを認識し、クラウド上に登録していた情報を透明ディスプレイに表示する。2020年開催の東

パナソニックとNTT

京五輪を見据え、観光施設などでの実証試験を経て18年度にも製品化する。パナソニックが開発した透明度の高い独自のディスプレイ技術と、NTTが持つクラウド技術を組み合わせた。両社は昨年、東京五輪のある20年を見据えた映像や通信システムの製品開発で業務

美術館など、訪日客向け

提携しており、今回の端末が共同開発で最初の製品となる。クラウド上に施設や観光地に関する情報をあらかじめ登録。端末で読み取った画像を認識し、データを取り出す。これまではスマートフォン（スマホ）のアプリなどを通じて情報を表示する技術が一般的だった。今回はスマホを使わなくても情報を取得できるのが特徴だ。

博報堂DYホールディングスは10日、米国の有名デザイン会社、IDEO（アイデオ）に30%出資したと発表した。出資額は非公表。将来に過半数以上の株式を取得する権利を持つことも、IDEOの既存株主と合意した。同社は米アップルのパソコン「マッキントッシュ」で、初代マウスをデザインしたことで知

米デザイン会社に出資

「マッキントッシュ」初代マウス手掛ける
られる。

IDEOは米シリコンバレーで創立され、現在欧米やアジアに10カ所の拠点を持つ。マウスや歯磨き粉など製品デザインに加え、ソフトやサービスの開発も手掛けている。米ビジネスウィーク誌で「世界で最も革新的な企業」に選ばれたこ

博報堂DYが30%

博報堂DYはグループに加えることで、遅れていた海外事業の拡大につなげる。IDEOの拠点を生かした営業展開のほか、同社のデザインを評価するグローバル企業からの広告受注などを増やしていきたい考えだ。さらに自社の広告デ

ザインでもIDEOのセンスを生かす。新規事業の立ち上げも検討する。IDEOへの出資は欧米企業のM&A（合併・買収）を専門に手掛ける博報堂の戦略組織「kyu」が担当した。広告やマーケティングの分野で専門性を持って企業を投資対象としており、IDEOは5社

電通はインターネットの動画広告を効果の高い優良サイトに限って配信できる新サービスを近く始める。マスメディアや大手ネット企業が手掛けるサイトに限定して広告を表示し、閲覧データを分析。消費者の反応が良いサイトに重点的に配信する。スマートフォン

2016.2.11

電 通

動画広告を厳選配信

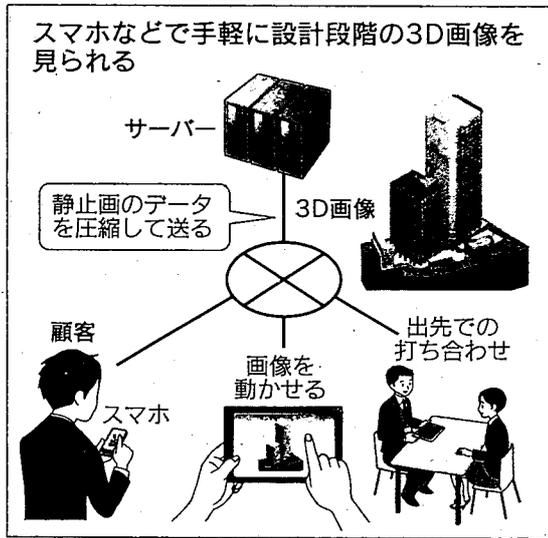
の普及で動画広告は市場の拡大が見込まれており、1年間500件以上の受注を目標とする。従来の動画広告は価値の高い媒体を広告主が指定する「純広告」のほか、性別や年代といった消費者の属性を絞り込める一方、個人サイトを限定して動画広告運営など不特定多数に配信

閲覧数など分析

してしまう「運用型」があった。この双方のメリットを生かし、限定した230メディアのサイト上で属性を絞り込んだ消費者に広告を届ける。一定期間続ける広告キャンペーンの1回あたりの料金で300万〜500万円程度を見込む。

3D設計図 スマホで閲覧

大成建設と日本IBMは、建築物の設計図などの3次元(3D)画像をスマートフォン(スマホ)で手軽に閲覧できるシステムを開発した。専用端末が不要で、営業先の顧客などイメージを共有しやすくなる。1カ月以上かかることが多い打ち合わせ期間を最大で半分に見ると見る。2020年の東京五輪まで首都圏を中心に建設ラッシュが続くなか、円滑なプロジェクト推進につなげる。



大成建設・日本IBM、クラウド活用 顧客とイメージ共有しやすく

建設業界ではコンピュータ上に作成した3D画像を使って建築工事を管理する「ビルディング・インフォメーション・モデリング(BIM)」と呼ばれる技術の採用が広がっている。一般的な3次元CAD(コンピュータによる設計)と異なり、画像とともに建物の柱や配管などの寸法や部材、耐用年数といったあらゆる情報を盛り込む。利用者は画像を見ながら必要なデータを手軽に引き出すことができる。

しかし、データ量が膨大になるため、従来は一般的な通信網でのやりとりが難しく、利用には専用端末が必要だった。新システムはこのデータをクラウドを介して利用できるようにする。

具体的には建築物ごとのBIMのデータやソフトをサーバーに集約。スマホなどの画面を上下左右に動かした場合の瞬間ごとの画像データを、サーバーから連続して送る形をとる。利用者から見れば、あたかも端末上で3D画像を動かしているように見える。

3D画像全体の膨大なデータをやりとりしないため、携帯電話の3G回線でも利用できるという。画像はIDとパスワードで管理し、離れたところにいる顧客が自分の端末で都合のいいタイミングで画像を見ることが可能。

大成建設は4月以降に顧客との打ち合わせで活用を始める。顧客から設計の変更を頼まれて修整した画像を確認してもらったり、出先で顧客から想定外の質問を受けた場合などに即座に対応できたりする。顧客も完成した建築物をイメージしやすくなり、打ち合わせなどが円滑に進むと見る。

3月までをメドに全ての建築工事で使うようにする。大林組は設計と施工をセットで請け負う建築工事すべてで利用している。

BIMは下請けの協力会社を含めて関係者が情報共有しやすいというメリットもある。清水建設は鉄骨の設計についてBIMで加工業者との情報共有を始めた。鹿島も

SNS、ギフト贈り物

住所がわからなくてもプレゼントを贈ることが出来る



交流サイト(SNS)やメールでプレゼントを贈る「ソーシャルギフト」が広がってきた。ちょっとした感謝の気持ちを表現できる点が若い女性を中心に支持を集めている。バレンタインのチョココレートはSNSでプレゼント。そんな光景が今年はおちこちで見られそうだ。

大学4年生でモデルの菊田真衣子さん(22)は2月初旬、撮影の帰りに立ち寄ったカフェでスマートフォン(スマホ)を手にした。目的はバレンタインのチョコ選び。仕事でお世話になっている美容師やスタイリストに贈る商品を探した。利用したギフトサービス「Anny(アニー)」は

やメールで贈り先に通知

受け取った人が届け先を入力する仕組みで、相手の住所がわからなくてもプレゼントを贈れる。菊田さんは

「今年のバレンタインは日曜日でチョコを手渡せない人もいる。仕事で知り合った人は住所を知らないことが多い」と話す。

ネットを通じて贈り物をするサービスは「ソーシャルギフト」や「eギフト」と呼ばれる。スマホアプリなら思い立ったときにプレゼントを贈れる。

「これでボルシチをもらえますか」。スープ専門店

だ。受け取った人は自分の

のスープストックキー

有楽町店。会員の鮎沢

緑さん(24)はスマホ画面をレシで示して、スープを受け取った。eギフト大手のギフトイ(東京・品川)が発行した電子チケットを利用した。「寒いから風邪を引かないように気をつけて」。チケットはこんなメッセージとともに、家族から対話アプリのLINEで贈られてきた。



感謝の思い、手軽に伝える

都合が良い時に店頭で交換すればいいため、温かい飲み物もプレゼントしやすい。ギフトの太田睦代表は「ちょっとした感謝を伝えるときに使われることが多い」と話す。

自然派化粧品のコクシタ

ンジャボン(東京・千代田)は昨年11月、LINEが運営するギフトサービスで2万人に保温クリームが当たるキャンペーンを実施した。当たった人がLINEでつながっている友人に商品を受け取る権利を贈る仕組みを採用した。

中元や歳暮を贈る人が少なくなり、法人需要も減少。頭打ちが続くギフト市場でソーシャルギフトの流れを

変えるかもしれない。

日銀のマイナス金利政策の導入に伴い、情報技術（IT）各社が金融機関や機関投資家向けシステムの改修作業や顧客への説明に追われている。既に債券市場で国債利回りが一時マイナスとなったが、取引を管理するシステムで一部マイナスを想定していない場合があるからだ。

これまでもコンピュータの誤作動が懸念された「2000年問題」など、大規模なシステム改修が必要になったケースはある。ただ今回は日銀の決定が突然だった

マイナス金利でIT各社 システム対応急ぐ

NTTデータ系
日立製作所

資産運用管理更新 顧客向けに説明会

システム改修などで
対応を迫られたケース

▼2000年問題

コンピューターが西暦2000年を1900年と認識し混乱するとされた

▼うるう秒挿入

世界標準時のわずかなずれを修正するうるう秒が最近では15年7月に挿入

▼消費税率引き上げ

14年4月の8%への引き上げ時などに改修が相次いだ

め、前もって影響を調査する余裕がなかった。今ところ大きな混乱は起きていないが、各社は緊急対応を迫られている。

NTTデータグループで機関投資家向け資産運用管理システムを手がけるエックスネットは、金利を指定し債券の収益見

総出の状態だ。日本ユニシスは銀行向けシステムのうち、マイナス金利の影響が大きい債券や為替を扱うシステム

16日からは金融機関が日銀に預ける際の金利がマイナス0.1%に下がる。システムに想定外の影響が出る可能性も否定できず、各社は影響の広がり具合を慎重に見極める構えだ。

通しを算出するシステムの変更作業に取り掛かった。一部で金利をマイナス入力できないため、ソフトの書き直しや業務への影響の調査を進めている。生損保や信託銀行など顧客数は約1600。現場担当の約1000人がいる。システムに想定外の影響が出る可能性も否定できず、各社は影響の広がり具合を慎重に見極める構えだ。

ムについて障害が発生する可能性を調べ、対応が必要な作業を顧客に通知した。

日立製作所は既に顧客向け説明会を実施。日本IBMでも顧客からの問い合わせが増えている。各社とも手作業も組み合わせるなどして人海戦術で対応している。

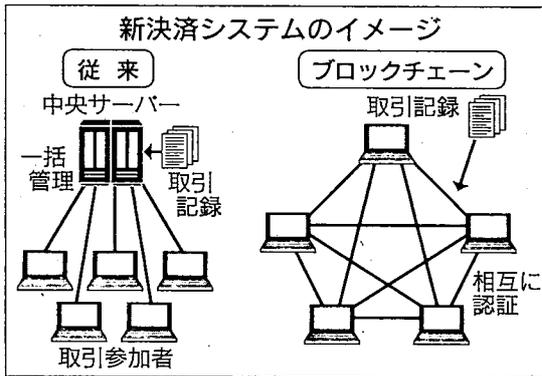
日本取引所グループは金融とIT（情報技術）を融合した「フィンテック」を活用し、証券決済などを低コストで行うインフラづくりに取り組む。日本IBMと連携した実証実験を3月にも始め、三菱UFJフィナンシャル・グループも参画を検討している。まずは未公開株など流通量の少ない金融商品での活用方法を探る。

日本取引所は2017年3月期からの中期経営計画に、新インフラの創設を視野に入れたフィンテック研究を重点施策の一つに盛り込む方向。先

低コストで証券決済

2016.7.16

中央サーバー不要に



端技術のノウハウを蓄積して、将来の事業拡大に向けた布石を打つ。今回実験するのは取引記録を管理する「ブロックチェーン」と呼ぶ技術だ。従来、取引所は「台帳」に相当する取引記録を中央サーバーで一括管理しており、多額のシ

日本取引所、フィンテック活用

システム投資が必要だった。少ない金融商品への活用を検討する。今のブロックチェーンは利用者全体で取引記録などを複数のコンピューターで共有する。互いに認証し合うことで、記録の「正しさ」を担保する仕組みだ。

第1段階として日本取引所と日本IBMが実験環境をつくり、仮想的な有価証券を売買する。清算や決済といった手続きがブロックチェーン上で正しく認証されるかを検証する。

今夏をメドに実験結果をまとめ、問題がなければ未公開株など取引量の少ない金融商品への活用を検討する。今のブロックチェーンの処理能力では、売買が活発な上場株の決済などへの利用は難しいぞうだ。

現状、未公開株の売買は証券会社などによる相対取引が中心で、値付などが円滑に進まない面があった。

新決済インフラを使う未公開株市場ができれば、流通量の増加を通じて、最終的に投資家の取引コスト低減につながる可能性がある。成長途上の企業にリスクマネーが行き渡りやすくなる効果も期待される。

情報セキュリティ世界大手、米シマンテックの日本法人（東京・港）は月内に、サイバー攻撃の脅威を先回りして警告するサービスを始める。専門の調査チームがサイバー攻撃者の仲間になりすまし、インターネット上でやり取りされている攻撃計画の情報を収集する。喫緊の対応が必要な攻撃を予測し、契約する企業に報告する。

日本を含む世界各国の

2016.2.16

サイバー攻撃 先回り

チームが脅威情報の調査・分析にあたる。悪意を持つハッカーが集うネット上のコミュニティに潜入し、そこで売買されている攻撃用ソフト、攻撃者の募集、攻撃の相談などの動向を調べる。シマンテックが監視する世界中の顧客企業のセキュリティ機器から寄せられる攻撃情報も参考に、誰がどのような手口

で、どこを標的にしているかを分析する。脅威情報はレポートにまとめ、ポータルサイトを通じて定期的に配信する。将来の攻撃に対し、あらかじめ防御態勢を取れるようにする。脅威分析から判明した、攻撃者が使用するネット上の住所「IPアドレス」や、ウイルスを仕込んだファイナルなどのデータを企業の

シマンテック、企業に警告

専門チーム 仲間になりすまし

セキュリティ機器に送信し、攻撃をブロックできるようにする。利用料は年間200万円（税別）から。別料金を支払えば、企業が懸念する特定の脅威について個別に調査する。ネット上ではサイバー攻撃情報が氾濫しており、その全てに対応するのは事実上不可能だ。的確な調査・分析を通じて、効果的な防御が可能になるといふ。

ブランドコンサルティ
ング大手の米インターブ
ランドは17日、日本企業
のグローバルブランド価
値ランキング2016年
版を発表した。首位は8
年連続でトヨタ自動車
の「トヨタ」。海外売上高
比率が30%以上になった
三菱UFJフィナンシャ
ル・グループの「MUFG」
が6位と初めてラン
ク入りした。

日本企業ブランド価値 16年版

三菱UFJランク入り

日本企業のブランド価値ランキング2016年版

(単位は100万円。カッコ内は前年比増減率%、▲はマイナス)

順位(前年)	ブランド名	企業名	ブランド価値
1(1)	トヨタ	トヨタ自動車	49,048(16)
2(2)	ホンダ	ホンダ	22,975(6)
3(3)	キャノン	キャノン	11,278(▲4)
4(5)	ニッサン	日産自動車	9,082(19)
5(4)	ソニー	ソニー	7,702(▲5)
6(—)	MUFG	三菱UFJフィナンシャル・グループ	6,980(—)
7(6)	パナソニック	パナソニック	6,436(2)
8(7)	ユニクロ	ファーストリテイリング	5,493(13)
9(9)	レクサス	トヨタ自動車	3,340(1)
10(8)	ニンテンドー	任天堂	2,977(▲27)

米インターブランド調べ

MUFG「6位 海外比率が拡大

ることなどが条件だ。15年10月に同社がまとめた

世界ブランド価値ラン
グとの比較もできる。

首位のトヨタは490億4800万円(約5兆6000億円)と前年より16%増えた。好調な業績などが背景にある。2位は「ホンダ」で6%増の229億7500万円だった。

前年に比べブランド価値を最も大きく高めたのは12位の「スバル」で、39%増の27億7600万円だった。13位の「マツダ」が36%増の18億9900万円と続いた。両ブランドとも訴求点を徹底的に絞り込んだ戦略がうまくいっていると分析している。

8位の「ユニクロ」や19位の「ユニチャーム」、26位の「ヤクルト」もブランド価値を2桁以上高めた。10位の「ニンテンドー」は27%減と大きく減らした。日本発ブランドの海外展開が加速するなか、「日本の経営の強みを磨き続けた価値を海外で展開するブランドが伸びている」と、同日会見した日本法人の和田千弘社長は話した。

世界ランキングで首位は「アップル」でブランド価値は1702億7600万円とトヨタの3.5倍に達している。2位は「グーグル」、3位は「コカ・コーラ」、4位は「マイクロソフト」と続いている。

ンドが入った自動車関連と対照的にエレクトロニクス関連は苦戦し、「ニコン」は30%減の21位、「ヒタチ」が14%減の22位だった。

世界ランキングをみると、日本勢トップのトヨタが6位で、ホンダは19位だった。上位100社の中には6ブランドがランクインしていた。

電子マネー導入で提携

今夏メド共同開発

ゲームセンター用 顧客分析や集客策

セガホールディングスとコナミホールディングスは、ゲームセンターで使う電子マネーで提携する。2016年夏をめどにシステムを開発し、両社のゲーム機を設置しているゲームセンターが導入できるようにする。プレー料金を1円単位で設定したり、顧客情報を把握して集客に生かしたりできる。業務用ゲーム市場は縮小が続く。両社はシステムを一本化して、ゲーム機の開発に経営資源を集中させる。

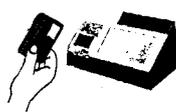
業務用ゲーム機部門を持つ子会社のセガ・インを開始した。交通系ICカードタイプと、「コナミ」や「楽大Edy(エディ)」デジタルエンタテインメントなどの一般的な電子マネー

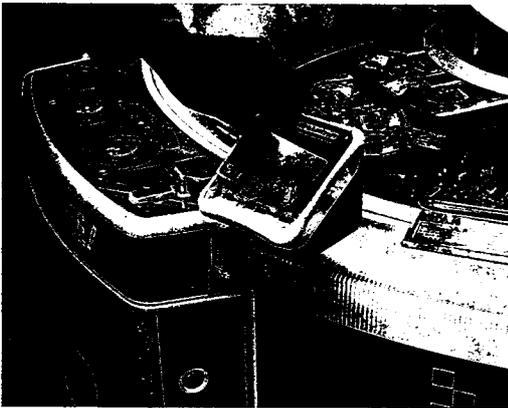
セガとコナミ

に加え、コナミが独自に導入する見通しに発行する電子マネー「パセリ」を使えるようにする。

まず、セガが運営する約200カ所のゲームセンターにも後付けできるため、セガ系列以外のゲーム

電子マネー導入の利点

 <p>1円単位で柔軟な価格設定が可能</p>	 <p>ゲーム機の利用状況や来店客の顧客情報を把握</p>
 <p>営業時間外の集金作業を軽減</p>	 <p>両替の手間を省き、繰り返し遊びやすくなる</p>



タイトーは昨年から自社のゲームセンターで電子マネーを導入(東京都千代田区)

ムセンターにも利用を促す。読み取り機の設置やメンテナンスも共同で取り組む可能性がある。

電子マネーは支払いが簡単なだけに、子供などがお金を使いすぎる懸念もある。利用額を限定した子供用カードなどの導入も求められそうだ。

業務用ゲーム市場は縮小傾向にある。日本アミューズメント産業協会によると、13年度の市場規模(施設売り上げとゲーム機の合計)は6314億円だった。直近ピークの06年度から約3千億円縮小した。

業務用ゲーム機はコナミとセガ、バンダイナムコエンターテインメントの3社が上位を占める。各社はこれまで独自に電子マネーに取り組んできたが、上位3社のうち2社が手を組むことになった。経営環境が厳しくなる中、システムを統一して投資負担を抑えた方が得策と判断した。

ゲーム専門誌「ファミ通」の元編集長の浜村弘一氏は「業務用ゲームはビジネスモデルの変革期を迎えている」と話す。100円単位でしか料金を設定できず、時間帯や

曜日でも柔軟に価格を変えられない。消費税分の転嫁もできない。特定の日に女性や高齢者を割引にするといった、映画館などが採用している施策も打ち出せなかった。

電子マネーならこうした課題の解決が見込める。どのゲーム機が何回遊ばれているかを即時に把握できる利点もある。

不人気機種の値段を下げたり、同じ利用者が好む複数のゲーム機を近くに並べたりして来店客や投入金額を増やせる。来店客にとっては両替の手間を省ける手軽さもある。

格安スマホサービス充実

イオン、プラン変更など店舗で

イオン傘下のイオンリテールは18日、格安スマートフォン(スマホ)サービスを提供するを発表した。同社が通信事業者となることで、大手携帯電話会社並みに修理などのサービスを充実させながら、低料金と豊富なプランを提供する。他の格安スマホ会社がネットなど販路を絞るなか、実店舗がある安心感を前面に出し、シニア層など幅広い顧客を取り込む。

料金、月480円から

格安スマホは既存の携帯電話会社から回線を借りて提供するのが一般的。2014年に大手小売業者(MVNO)の通信サービスとしていち早く参入



イオンは自ら通信サービスを手掛け、多様な料金プランやサービスの提供に踏み切る

したイオンも、これまではMVNOの通信サービスを代理店として提供することにこだわっていた。このため、イオンの窓口では故障などを受け付けることができず、利用者は端末メーカーや通信サービス事業者へそれぞれ問い合わせる必要があった。刷新にあたり、イオン自身がNTTドコモの回線を借りるMVNOとなるため、修理や料金プランの変更などを全国213店の総合スーパーの窓口で受け付けることができる。

料金プランも自ら決めることができるようになる。26日からは29種類を用意する。最も安いデータ通信のみの「データ1GBプラン」は高速通信の容量が1GBで、月額料金は税別480円。同じデータ通信のみで容量が50GBの場合は1万3800円となる。一方、音声通信もできるプランは0.5GB〜50GBで月額1180〜1万4800円とする。

イオンの新サービスと競合の比較
(通信容量が1GBの場合)

提供企業	イオンリテール	ビッグロブ	ソフトバンク
プラン名	音声1GBプラン	音声通話スタートプラン	データ定額パック・小容量(1)
月額利用料(税別)	1280円	1400円	4900円
音声通話料	30秒20円	30秒20円	1回5分以内の通話が無料
最低契約期間(違約金)	なし	1年(8000円)	2年(9500円)

(注)ソフトバンクは音声通話プランが「スマホ放題ライト」の場合

これまでイオンが提供してきたサービスや、他の格安スマホ会社の料金と大きく変わるわけではないが、大手携帯電話会社と比べると、競争による需要の掘り起こしが期待されている。最近ではテレビ広告などで認知度も上がってきている。

しかし、料金を抑えようと販路をネットや電話に絞る企業が多い。携帯以上に増えているが、携帯大手に比べて対面での説明やアフターサービスが不十分なことが、本格的な普及への課題という指摘も多い。

調査会社のMM総研(東京・港)によると、格安スマホサービスの契約回線数は2015年9月末時点で405万8000。前年同期より7割以上に増えているが、携帯電話全体の3%未満にとどまる。イオンはこれまでの販売台数を明らかにしていないが、好調が続いているといい、新サービスをテコに「3年以内」に格安スマホでシェアアップを目指す」としている。

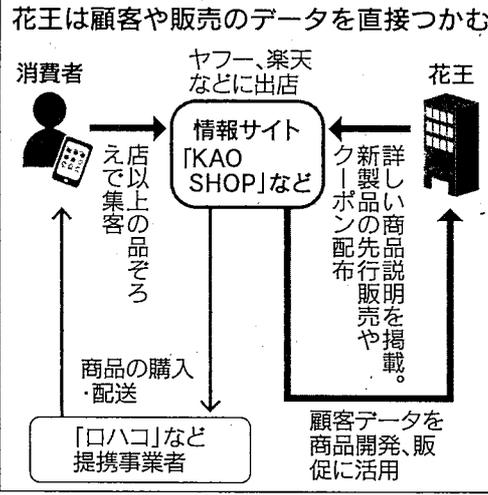
花王、化粧品もネット通販

日用品と合わせ20年100億円へ

花王がインターネット通販で日用品に加え、新たに化粧品の取り扱いを始める。主力ブランド「ソフィーナ」の化粧水や口紅などを売り出し、国内最大手で強みを持つ日用品とともに消費者のついで買いを促す。2020年のネット通販売上高を1000億円と現在の5倍に伸ばす。自社で大規模な顧客データをとらえ、商品開発や効率的な販売につなげる。

消費者の「ついで買い」促す

2月にネット通販の専門部署「Eコマース部」を立ち上げた。ネット通販では洗剤やシャンプー、おむつなど日用品も増やして品目数を1500～1600と2割増やす。ドラッグストアやスーパーで花王製品は多くても500品程度にとどまる。ネットでは約3倍の品ぞろえで顧客の細かい好みに対応する。花王は自社の情報サイト「KAO SHOP」



化粧品・日用品各社は自前のネット通販で顧客開拓している

資生堂	美容部員によるネット相談などで、若年層や地方の女性客を開拓。実店舗と共通のポイントを付与
コーセー	20～30代に人気で、地方への出店が少ないブランド品販売を伸ばす
ポーラ・オルビスHD	「オルビス」のサイトで購入額に応じてポイントの還元率を変えるなど優良顧客を囲い込む
ライオン	健康食品を中心に詳細な商品説明を載せ、中高年層を集客

多くの消費者が訪れる通販モールで同社が直接、商品ブランドの考えや製品の機能などを発信して消費者との距離を縮める役割を担う。例えば、香り付きの柔軟剤を好む消費者が、情報サイトで

などを大手通販モールのアマゾンや「楽天市場」に設け、日用品を紹介している。2月に「ヤフーショッピング」でも始めた。花王は「どんな商品と一緒に購入するか」「どのサイトを閲覧して買ったか」など提携する通販サイトの販売データも把握する。画期的な商品の開発にはこうしたデータが不可欠と判断した。ネット上で発行し、実店舗で使えるクーポンの

も香りにこだわった化粧品を探すとといった相乗効果が期待できる。顧客が実際に商品を買うときは、KAO SHOPと提携するアスクルの「ロハコ」など他の通販サイトに移って注文する。今後は通販サイトと独自商品の共同開発にも取り組む。

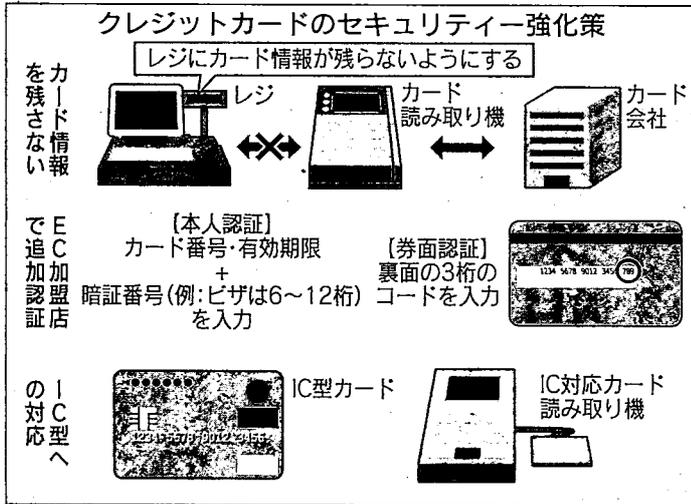
花王は「どんな商品と一緒に購入するか」「どのサイトを閲覧して買ったか」など提携する通販サイトの販売データも把握する。画期的な商品の開発にはこうしたデータが不可欠と判断した。ネット上で発行し、実店舗で使えるクーポンの発行などネットと実店舗を連動させる「オムニチャネル」戦略も加速する。

国内化粧品業界では最大手の資生堂が12年に自社通販サイト「ワタシプラス」を開設。美容部員がネットを介して顧客相談に応じるサービスを提供し、専門店や百貨店に通いづらい若い女性や地方の顧客を開拓した。花王は長年の皮膚研究で培った美容液など基礎化粧品に強みを持つ。化粧品事業の売上高は2550億円で、うち1800億円をカネボウ化粧品が占める。カネボウ化粧品の白班問題もあり、近年は伸び悩んでいた。

今回はまず花王の化粧品ブランドだけをネット通販で扱い、運営ノウハウを蓄積する考えだ。

訪日外国人の需要を追い風に花王の15年12月期売上高は1兆4718億円と前の期比約5%伸びるが、主な日用品のネット通販比率は10%未満と小さい。花王は今後、中国アリババ集団など海外の通販モールでも販売を強化する。

カード情報 店に残さず



経産省、安全対策を強化

経済産業省はカード会社や大手流通企業と協力してクレジットカードの安全対策を強化する。加盟店がカード情報を保存しない仕組みを作るほか、電子商取引(E.C)サイトで買い物をする際に本人を認証する専用番号の入力を求める。ネット通販の拡大に伴ってカードの不正利用が増えている。国内のカード取引の安全対策は欧米に後れを取っており、経産省は2020年までの計画完了を目指す。

「クレジットカード取引セキュリティ対策協議会」が23日に安全対策の実行計画を決める。協議会には加盟店のほかJCBや三井住友カードなどのカード大手と、楽天やヤフーショッピング、J・フロンティアなど大手EC業者が実店舗側を問わず店舗側でカード情報を保存しないことを原則にすることを決めた。この数年、計画の柱の一つが、EC業者が実店舗側を問わず店舗側でカード情報を保存しないことを原則にすることだ。この数年、

ネット通販に専用暗証番号

18年までに全加盟店でPOSレジとカードの読み取り端末を分離する



1万件を超える大規模なカード情報の流出は全て加盟店側で発生し、POSレジ端末のウイルス感染が原因であることが多く。今年1月、ホテルチェーンの米ハイアットからカード情報が大量流出した問題でも、ウイルスに感染したレジから情報が流出した。

18年までに全加盟店でPOSレジとクレジットカードの読み取り端末を分離する。買い物をする人は読み取り端末にカードを差し込んで4桁の暗証番号を入力する。カード

ドの情報はレジには残らず、カード会社側の情報処理センターに届いて処理される。情報がレジ端末を経由せず、漏洩のリスクが小さくなる。

ただ通信機能を持つ読み取り端末は1台6万7千円するため、今後は導入費用の負担軽減策などが課題になる。

ネット通販などEC加盟店の対策も強化する。ECサイトでクレジットカード決済をする際に、

カード番号や有効期限だけでなく、専用の暗証番号などの入力を求める。日本クレジットカード協会によると、クレジットカードの不正利用は12年から14年にかけて、約68億円から約114億円に増加。このうちECサイトでの不正利用は6割を占め、EC加盟店側の対策強化が不可欠となっている。

欧米と比べて普及が遅れているIC対応のカードや端末の普及も促す。

20年までに全てのクレジットカードをICチップ搭載型に替え、加盟店側でもIC対応の端末を配備する。偽造カードによる不正利用を根絶する狙いだ。日本ではIC型カードの普及率は6割で、対応端末の普及率は2割弱にとどまっている。

EC加盟店も含め、クレジットカードの加盟店は日本全国に「数百万店舗ある」(経産省)。経産省は協議会の実行計画づくりを後押しすると同時に、17年にも割賦販売法を改正して加盟店側が安全対策に努力する規定を新設する方針だ。

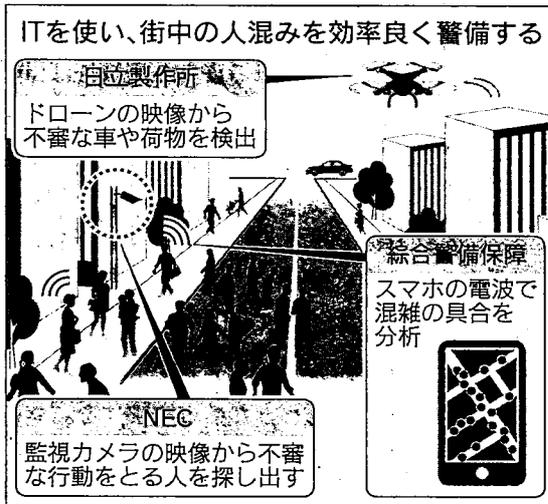
人混み警備にITの目

警備が手薄になりがち
な街中の人混みをIT
(情報技術)で見守る研
究開発が相次ぐ。総合警
備保障は警戒が必要な雑
踏の位置をスマートフォン
(スマホ)の電波で突
き止める。日立製作所は
混雑した地域の上空に小
型無人機(ドローン)を
飛ばし、カメラ映像から
不審物を探す。多くの
人が集まる場所は事故や事
件の危険が増す。20年の
東京五輪を控え、未然に
防ぐ技術開発に力が入
る。

スマホ電波使い分析 不審物、ドローン探索

総合警備保障

日立



東京五輪控えテロ対策

浮き彫りになった。ただ、
広範囲を行き交う人の流
れは予測しにくく、警備
に人手が必要になる。物
々しい警備がなじまない
施設もある。
総合警備保障は、街中
を飛び交う電波から混雑
している場所を絞り込む
技術を開発した。注目し
たのが、国民2人に1台
は普及したとされるスマ
ホだ。
短距離無線通信「ブル
ートゥース」などの機能
がある一部のスマホは端
末ごとに名前のついた電
波を発信している。交差

点などでどんな名前が電
波が飛んでいるかを、警
備員のスマホに入れた専
用のソフトで解析した。
各地の情報をサーバ
ー上に集めれば、電波の
名前を手掛かりにスマホ
の持ち主の経路と移動時
間が分かる。地図上に情
報を集約し、混雑の度合
いを表示する。

システム(GPS)の位
置情報から、リアルタイ
ムで広域のパノラマ写真
を作るソフトウェアを開
発した。
写真の変化を自動で分
析し、異変を洗い出す。
道ばたに放置した不審な
荷物や駐車したままの車
を特定するのが狙いだ。
NECは街頭の監視カ

メラ映像から、同じ場所
を頻繁に訪れるなどの行
動をする不審者を自動検
出する技術を開発した。
広範囲を歩き交う人々を
人の目で全て監視するの
は難しい。実験では約1
00万件の顔データから
約10秒で同じ場所に頻繁
に現れる人を見極めた。
事故や事件への警戒

は、重要な施設や要人が
主な対象だった。ソフト
ターゲットとなった市民
を見守るには、より広い
範囲で起きている事態に気
配りつつ、雑踏の一人ひ
とりの振る舞いにも注意
しなければならぬ。人
海戦術だけに頼るわけに
いかず、ITの応用研究
が盛んになっている。

月4000円以下でiPhoneが持てる

	ソフトバンク		KDDI
	ワイモバイル店	ソフトバンク店	au店
	iPhone5s	6	6s
通信料	月2980円	6500円	6200円
端末代	月1000円	615円	670円
合計	月3980円	7115円	6870円

(注)新規契約時の最低額(一部税込み)。通信料は通話料など含む。端末代は16万円以下の値引き後



旧機種「iPhone 5s」を全国約1000カ所のワイモバイル店

で販売する。データ容量16GB(約10GB)の端末で、年間の新規契約をする場合、通信料と端末代の合計が月3980円(税別)となり、ソフトバンク店で最新のiPhone 6sを契約した場合の半額程度となる。iPhoneは国内通信会社ではソフトバンク本体とNTTドコモ、KDDI(a.u.)の大手3社だけが扱い、これまで格安スマホの会社やプラ

iPhone 半額で

ソフトバンク 通信と端末で月3980円

旧機種

ソフトバンクは3月4日から格安スマートフォン(スマホ)ブランドの「ワイモバイル」店を米アップルの「iPhone」を発売する。通信料と端末代の合計が月3980円(税別)と、従来の半額程度でiPhoneが持てる。現在iPhoneは主力の「ソフトバンク」店だけで扱っており、格安ブランドで扱つのは国内で初めて。学生やスマホを初めて使う高齢者などが利用しやすくなる。

ソフトバンクは3月4日から格安スマートフォン(スマホ)ブランドの「ワイモバイル」店を米アップルの「iPhone」を発売する。通信料と端末代の合計が月3980円(税別)と、従来の半額程度でiPhoneが持てる。現在iPhoneは主力の「ソフトバンク」店だけで扱っており、格安ブランドで扱つのは国内で初めて。学生やスマホを初めて使う高齢者などが利用しやすくなる。

ソフトバンクは、総務省が昨年末に大手3社にスマホを安く使えるようにするよう求め、2月からは3社が実質0円を目標とするなどして端末価格が上昇。その影響で格安ブランドのワイモバイル店は従来より低負担で持てるようになっている。格安スマホの普及をめざす政府の要請にも応じている。

ソフトバンクは、総務省が昨年末に大手3社にスマホを安く使えるようにするよう求め、2月からは3社が実質0円を目標とするなどして端末価格が上昇。その影響で格安ブランドのワイモバイル店は従来より低負担で持てるようになっている。格安スマホの普及をめざす政府の要請にも応じている。

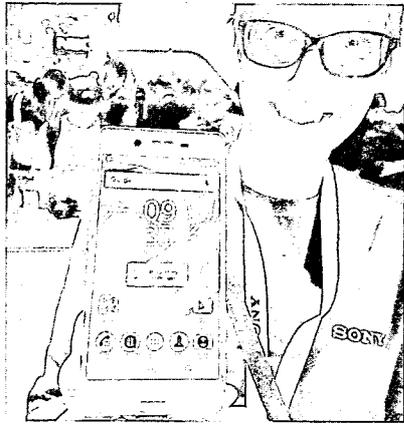
スマホ 新機能競う

スペインでモバイル機器見本市

【バルセロナ＝杉本貴司】世界最大のモバイル機器見本市「モバイル・ワールド・コングレス」が22日、スペインのバルセロナで開幕した。

ソニー 声だけで操作

ソニーの新たなスマホは画面を見ずに操作できる(イメージ)



ソニーが発表したスマホの最上位機種「エクスペリアX」(22日、バルセロナ)



ソニーのスマホ子会社「エクスペリア」社、ソニーモバイルコミの最上位モデルである「ユニケーションズ」が発表シリーズを刷新したXシリーズ

リリース。画面を見ないで操作できる。アプリの起動も、人の声だけで大半の操作が可能だ。例えば歩

きながらスマホを使用したとき、しゃべると独自の開発した耳栓型のマイク付きイヤホンがその声をキャッチし、無線を通じてポケット内のスマホを動か

スマホ各社の主な新製品

社名	国	新たな機能や使い方
ソニー	日本	画面を見なくても歩きながら操作できる
LG電子	韓国	ドローンで撮影した映像を取り込み
サムスン電子	韓国	カメラのオートフォーカスの速度を4倍に
アップル	米国	画面サイズが小型の機種を投入へ
H P	米国	ウィンドウズ10搭載しパソコン的に利用
華為技術	中国	タブレットとの連携機能

スマートフォン(スマホ)市場は成熟へ向かっているが、ソニーや米中韓の電機大手は新たな機能を盛り込み、これまでにない使い方ができる製品を出展。次なる成長へ向けた模索を始めている。

は、たいていの作業はスマホとの「会話」で済む。一方、参考出品したプロジェクトと組み合わせたら、スマホの画面を大画面に映し出し、家族や友人同士で共有できる。いつ、どこにいてもスマホの画面を見てしまう「ながらスマホ」が広がるなか、消費者をスマホの小さな画面から解放し、スマホを介してコミュニケーションを活性化させる構想だ。

ここで採用したAIは大型ロボット「AIBO(アイボ)」で培った、脳神経系の働きをヒントに大量のデータから規則性を見つけ出す「機械学習」を取り入れた。カメラではデジタル一眼レフの開発陣が加わり、被写体の動きを予測して、ブレの少ない撮影を可能にした。

日本のスマホはあまり存在感を示せてこなかったが、現地でこのスマホを見たNTTドコモの丸山誠治執行役員は「すぐく面白い試みだ。ユーザーの生活に役立つもので伸びる可能性は十分にあると思う」とコメントしている。

ソニーはあらゆるモノがインターネットにつながる「IoT」を次の収益源にしたい考えで、その核になるのがスマホとみている。世界のスマホ市場は米中韓勢が上位を独占し、ソニーは日本勢トップとはいえない11位でシェアは2%。「スマホはすでに(消費者に)行き渡っており、需要が弱くなっても仕方がない。それを凌駕するのが我々の提案だ」。ソニーモバイルコミュニケーションズの十時裕樹社長はこう述べて、これからのシェアの拡大に意欲を示した。

22

2016.2.23 環き

韓国LG ドローンと連携 米HPP パソコンに変身

【バルセロナ】杉本貴と連携させたスマホを展示したのが韓国LG電次ぎ発表した新製品のキーワードの一つが、他の機器との「連携」だ。「ドローン（小型無人機）映像をスマホで見たり、

取り込んだりできる。監視や捜索など、用途は広がりそうだ。ドローンメーカーと組んだ商品化する予定もあるという。

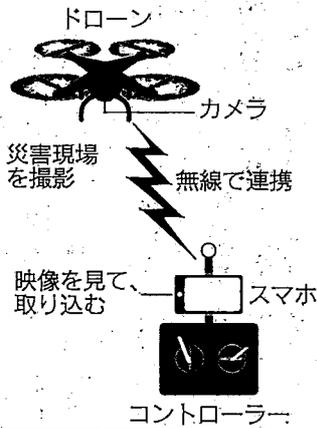
「スマホの全盛期はまだ先にある」。趙俊鎬・携帯電話部門最高経営責任者（CEO）はこう述べ、工次第でスマホ市場の成長力はまた大きいとの見方を強調した。今

は米マイクロソフトの基本ソフト（OS）「ウィンドウズ10」を搭載したスマホ「エリートx3」を発表した。別売りの周辺機器に接続すると、ノートPCやデスクトップPCに変身する。今夏に発売する。

世界3位の中国・華為技術（ファーウェイ）は、主力のスマホではなく、PC型タブレットを出展した。出遅れていたタブレットとスマホを連携させる機能も盛り込み、セットで売り込む考えだ。

機能の強化で競争力を高めようというのが最大手の韓国サムスン電子。オートフォーカスのスビ

スマホとドローンの連携の仕組み(イメージ図)



後、ドローンだけでなく、様々な機器との連携を模索していく。

米パソコン大手のHPP

ードが従来の4倍という高機能カメラを搭載した新型スマホ「ギャラクシース7」を発表した。日本企業が強い一眼レフカメラ市場に、スマホで挑戦をたたきつけた。

昨年発売したiPhone（アイフォン）の新機種が伸び悩む米アップルは、サイズや価格の見直しで新たな顧客を開拓する。新興国向けに画面サイズが4割前後と小型の機種を発売する予定で、価格は大画面の最新モデルより安くなる見通し。今年はアイフォンの全面改良も予想されており、自ら生み出したスマホ市場の牙城死守を目指す。

米調査会社IDCによると、2015年のスマホの世界出荷台数は14億3200万台で前年比10%増。14年の28%増から急速に伸びが鈍化しており、成熟段階に入ってきたとの見方が強い。

かつてのような爆発的な伸びが期待できないなか、スマホの潜在力をどこまで引き出して新たな用途を提案できるかが、各社の成否を分けそう

デンソーとNTTドコモが携帯電話の通信網を利用した車両制御システムの研究開発で協力することに合意した。高度運転支援(ADAS)や自動運転に応用できる技術を共同開発する。デンソーは成長分野を強化する。ドコモは第5世代(5G)の通信サービスの実用化を加速し、トヨタ自動車グループとの関係強化につなげる。

22日にスペイン・バルセロナで携帯電話見本市「モバイル・ワールド・コングレス(MWC)」が開幕するのに合わせ、両社が発表した。今回の

2016.2.23

デンソーとドコモ協力

車同士の情報交換、携帯通信網で

主要自動車メーカーなどの自動運転車への取り組み

トヨタ自動車	20年をめどに高速道路での車線変更などが可能な製品を発売
日産自動車	16年に高速道路の単一車線で走れる製品を出す。20年には市街地でも走行可能に
ホンダ	20年めどに高速道路での車線変更などが可能な製品を発売
米ゼネラル・モーターズ(GM)	17年に高速道路での自動運転機能を搭載した「キャデラック」を米国と中国で発売
米グーグル	ハンドルやブレーキのない試作車の公道試験を実施。17年にも出荷を開始

「5G」視野に自動運転に應用

MWCのテーマのひとつは自動車と通信の融合。ドコモの担当者は「何とかが間に合わせることができ、

きた」と安堵した。両社はまず高速道路の合流や見通しの悪い交差点などで安全性を高める技術を開発する方針だ。通信で自動車同士が情報を交換し、衝突を防ぐといった使い方を想定する。コンピュータでのシミュレーションや車両走行実験を検討する。デンソーは1980年代に自動車電話を開発し、2001年まで携帯電話も生産していた。現在はカーナビゲーションシステムなどに使う通信端末を供給している。昨秋にトヨタが実用化した運転支援システムの車載機器も担当した。今後は、ADASや自動運転が普及するとみて1月に関連部門を統合した。現在は130人規模の社員を数年以内に200人まで増やす方針だ。ADASでは外部企業との協力が不可欠とみて、連携を加速する。今回の協力はドコモやNTTグループにとってDDI(a.u.)が提供する事業拡大の切り札にもなっている。今回の協力がうるかもしれない。5Gは通信速度が毎秒10ギガ(ギガは10億)と現行のLTEより約100倍速い。性もある。通信の遅れが少なく、一度に大量の通信をさばくことも可能だ。ドコモはこの開発で先頭集団を走っている。遅れが少ない5Gは高速で動く車両を制御する自動運転などに適しているとみられ、関連企業は自動車メーカーとの連携に熱心だ。現在、トヨタ車向けの通信サービスは基本的に同社と資本関係のあるK

「バルセロナ」杉本貴司【スペインのバルセロナで開催中の世界最大のモバイル見本市「モバイル・ワールド・コングレス」で、スマートフォン（スマホ）と連動して使う周辺機器が注目を集めている。360度カメラ、見守りロボットなど個性派ぞろいだ。スマホはこれまでアプリ（ソフトウェア）を中心に新たなサービスや事業を広げてきたが、周辺機器でも新市場を生み出す可能性が高まってきた。

「仲間同士で楽しむだけでなく、プロ向けにも用途が見込める」。韓

モバイル見本市



LG電子が公開した見守りロボ

ホの画面を指でなぞると、上下左右の映像が見られる。個人でもパーティアルリアリティー（VR、仮想現実）映像を手軽に撮影できる。

サムスの「期待感」に呼応したのが米フェイスブックのマーク・ザッカーバーグ最高経営責任者（CEO）だ。21日に

LG電子 転がる見守りロボ

サムスン 360度パノラマ撮影

「サムスンの金重殿」と紹介した。国サムスン電子の金重殿は、ピンポン球大のボールカメラ「ギア3」の前後に魚眼レンズのカメラ2台が付き、360度のパノラマ撮影ができる。通信でつないだスマートフォン（基盤になる）と強調。VR開発チームを立ち上げ、ストーリーミング（逐次再生）方式の映像配信を強化すると述べた。韓国LG電子は、転がる見守りロボ「ローリング・ボット」を披露した。ハンドボールほどの本体にカメラを内蔵し、スマホの画面に映像を映し出す。転がりながら移動し、スマホで遠隔操作でき、家の中をスムーズに動けるため、「ペットの監視や防犯に有効」と説明する。

ソニー子会社が参考出した家庭用機器「エーラ」も来場者の関心を集めた。人工知能（AI）を搭載し、プロジェ

クターやカメラを内蔵する。具体的な機能はまだ明らかにならなかったが、スマホとつながり、様々な情報を自動収集してユーザーに提供するコングレスのような存在を目指すという。

あらゆるモノがネットワークでつながるIoTの時代が到来すれば、スマホは様々な機器の中心に位置づけられる。2007年に米アップルが初代iPhoneを発売して以降、様々なアプリやサービスを生み出す舞台となってきた。2014年、韓国サムスンは「ギア3」を発表し、360度パノラマ撮影ができるスマートフォンを開発した。通信でつないだスマートフォン（基盤になる）と強調。VR開発チームを立ち上げ、ストーリーミング（逐次再生）方式の映像配信を強化すると述べた。韓国LG電子は、転がる見守りロボ「ローリング・ボット」を披露した。ハンドボールほどの本体にカメラを内蔵し、スマホの画面に映像を映し出す。転がりながら移動し、スマホで遠隔操作でき、家の中をスムーズに動けるため、「ペットの監視や防犯に有効」と説明する。

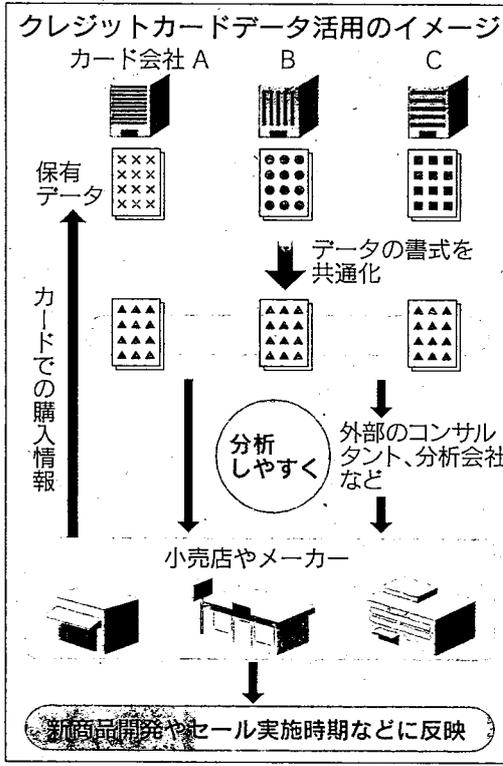
カード利用分析しやすく

経産省 購買データに規格

経済産業省は消費者がクレジットカードで買い物した際のデータ規格を共通化し、小売店などが情報を活用しやすくする。カード業界と協力し、年内にカードデータの書式で標準規格をつくる。政府は本人の同意なしで外部に情報を出せる匿名の条件も詰めており、今後は小売店がデータを基に新規出店や商品企画などの戦略を立てられるようになる。

小売店への提供後押し

経産省は4月をめどに端末メーカーなどで構成標準規格づくりに着手すに、カード会社や読み取り成する検討会を設置し、現在、クレジットカード



ードの購買情報はカード会社がそれぞれの方法で管理している。原則、外部にも情報を出していない。今回の規格づくりは、小売店やメーカーにも情報を提供しやすくする狙いがある。

大手小売店などの場合、POS(販売時点情報管理)データを使えば消費者が何をどれだけ買ったのか把握できる。一方で消費者の年齢や性別、他の店での購買状況などは分からない。より詳しいクレジットカードのデータを書式を共通化することで「ビッグデータ」

として消費動向を正確に分析できるようにする。実際にデータを活用する仕組みができれば、量

販店などは自社の店舗でのカード利用実績などをカード会社から取り寄せ、独自に分析できるようにする。IT(情報技術)部門などを持たない中小の小売店などは外部のコンサルタント会社などが分析した内容を活用することになりそうだ。

政府は個人情報保護の強化を進める一方、匿名データをビジネスで活用する方策も検討してきた。1月に一部施行になった改正個人情報保護法

では、企業が個人情報を匿名に加工すれば、本人の同意なしで利用できるようになった。

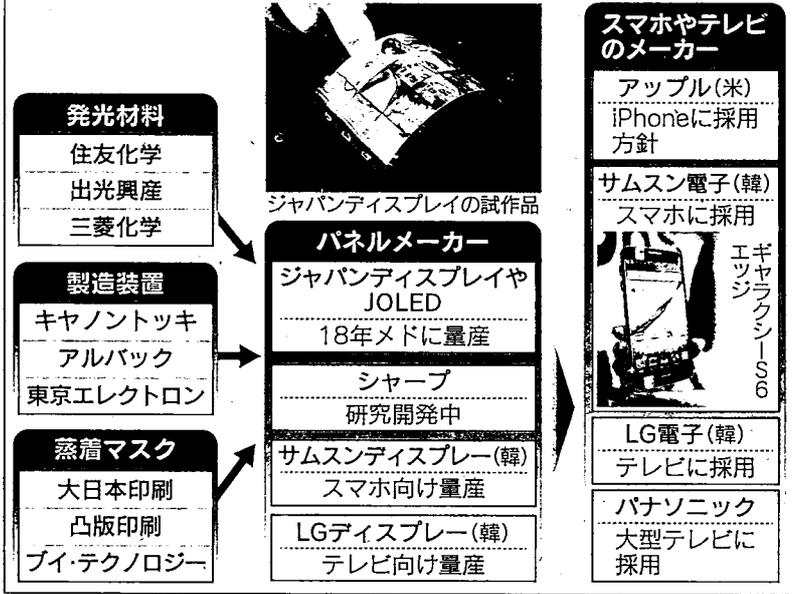
これを受け、政府の個人情報保護委員会は現在、氏名や年齢、住所などの個人情報をどこまで伏せれば情報を第三者に提供できるかを示す指針を検討中だ。この指針が固まり、クレジットカードのデータ書式を共通化できれば、大量の情報を分析する環境が整う。

よると、国内だけでもクレジットカードの発行枚数は2014年度で2億5890万枚。カードショッピングの総額は14年に46兆円で過去最高だった。カード利用は着実に広がってきているが、米欧に比べると依然として低い。

外国人観光客はクレジットカードを利用するものが多く、経産省は小売店でのカード読み取り端末の普及を進めたい考えだ。

三菱化学は発光材 ▶ プイ・テクノロジーは加工用マスク

有機ELパネルに関連する主なメーカー



有機EL部材市場 脚光

日本の素材メーカーなどが相次いで有機EL部材市場に参入する。三菱化学は新方式の発光材料を2017年にも量産。液晶製造装置のプイ・テクノロジーも加工用部材の開発に着手した。米アップルがスマートフォン「iPhone」に有機ELパネルを採用する方針で、商機とみた各社が一斉に動き出した。高度な素材や製造技術が必要な新市場で日本勢が存在感を高める好機といえそうだ。

日本勢、参入相次ぐ iPhone採用で商機

有機ELパネルは電圧をかけることにより発光する材料を回路基板に付着させ、画像を映し出す。三菱化学はこの発光材料事業に進出。プリンタのインクのように液体にした発光材料を基板に塗る「印刷方式」の新素材を開発した。早ければ17年に黒崎商事(北九州市)で量産に入る。すでに国内外のパネル各社に試作品を提供しており、今後、量産技術の確立を急ぐ。

印刷方式は従来の「蒸着方式」と比べて材料費を10分の1に抑えられ、生産コストも大幅に下がる。これまでミクロン単位での微細な塗り分け技術がなく、各社が開発を競ってきた。三菱化学は照明向けの有機ELで培った技術をものに狭い面積に薄く正確に材料を塗れる新素材を開発した。これにより印刷方式による量産に道が開け、液晶から有機ELへの置き換えが加速する可能性もある。

研究開発30億円上乗せ

Jディスプレイ 試作ライン拡充

韓国勢に先行された有機ELパネル量産でも日本のパネルメーカーが巻き返しに動く。ジャパンディスプレイ(JDI)は研究開発費を約30億円積み増し、石川工場(石川県川北町)の有機ELパネル試作ラインを拡充する。来期以降も開発投資を増やして18年の量産に向け態勢を整える。JDIは米アップル向けが売上高の約4割を占める。現状は液晶パネルのみで、iPhoneで有機ELパネルの採用が広がれば経営に与える影響は大きい。有機ELパネルの量産技術の確立は不可欠となっている。国内勢ではパナソニックとソニーの有機ELパネル事業を統合したJOLED(ジェイオーレックド、東京・千代田)も今春、約200億円を投じて試験ライン稼働させる。JDI同様、18年の量産をめざす。シャープも量産に向けた研究開発を続けている。有機ELパネルでは現在、サムスンディスプレイとLGディスプレイの韓国2社がほぼ独占している。

デジタル製品の材料のうち汎用品は中国勢などの参入で競争が激しい。日本の素材各社は高い材料技術が必要な分野を強化して収益を稼ぐ。有機ELパネル生産に欠かせない部材の供給に乗り出す例もある。プイ・テクノロジーは発光材料を基板に付着させるのに使う「蒸着マスク」の開発を始めた。同マスクは微細な穴の開いた部材で、パネルメーカーと協業して性能検証に入った。他社製品より高3.7倍の324億(約3兆6000億円)に拡大すると試算する。

印刷と凸版印刷がほぼ独占するマスク市場に割って入る形だ。スマホの先進技術けん引してきたアップルが18年発売のiPhoneの一部に有機ELパネルを採用すると打ち出し、一部に限られていた有機ELパネルの搭載製品が拡大する可能性が高い。米調査会社のIHSTテクノロジは有機ELパネル市場はスマホ向けがけん引し、20年に14年比3.7倍の324億(約3兆6000億円)に拡大すると試算する。

日立ハイテクがウェアラブル機器

日立ハイテクノロジイが
ズと日立国際八木ソリュ
ーションズ（東京都小平
市）は24日、脳の活動状
態を広範囲に測れるウエ
アラブル機器を開発した
と発表した。これまでの
前額部に加え、毛髪があ
る側頭部も測定できるの
が特長だ。思考や記憶に

脳の活動状態 広範囲に測定

加え、言語や聴覚に関す
る脳機能を把握できる
という。マーケティングや
商品開発などの用途に向
けて4月から発売する。
製品化する機器は「W
O-T-H-S」。頭部に装
着するヘッドセットの重
さは約500g。電池と
無線回路を搭載した約6

言語や聴覚機能も把握

50gの付属ユニットと
組み合わせる。測定
可能な脳の部位は34カ所
と従来の22カ所から約1
・5倍に増やした。
機器の価格は約600
万〜1000万円。日立
ハイテクは2020年度
にW-O-T-H-Sなどの製
品事業で約10億円、コン
サルティングなどを含む
脳科学事業全体で約4億
円の売上高を目指す。
近赤外光を使って脳の
血流量を測定する「光ト
ポグラフィ」と呼ぶ手法
を使う。従来は毛髪があ
る部位では光が吸収され
てうまく測定ができてい
ないが、今回光を照射・検出する
回は光を照射・検出する
センサモジュール（複
合部品）を高感度化し測
定を可能にした。

富士フィルムとキリンバ
レッジは23日、美容成分を配
合した清涼飲料水を開発した
と発表した。キリンバレッ
ジが4月12日に発売し、20

化粧品ブランドで飲料

40代の女性向けに売り込む。
富士フィルムは自社の化粧品
ブランドの名前を冠した飲料
で新たな客層の獲得につなげ
る。

富士フィルムは自社の化粧品
ブランドの名前を冠した飲料
で新たな客層の獲得につなげ
る。

富士フィルムとキリン 美容成分を配合

軽に手に取りやすい飲料を通
じて従来より若い世代へのブ
ランド認知を進める。
キリンバレッジは美容飲
料の分野で、機能性を重視し
た化粧品ブランドと組むこと
で他社製品との違いを打ち出
す。
清涼飲料の国内市場は横ば
いだが、脂肪の吸収を抑える
効果などを掲げた特定保健用
食品（トクホ）飲料の市場は
伸びている。

2016.2.25

「ファイヤーフォックス」のモジラ撤退

15年のシェアは0.2%にとどまっている。

【バルセロナ】小川義也「スマートフォン（スマホ）向けの基本ソフト（OS）市場で、米グーグルと米アップルの対抗軸を目指す「第三勢力」の苦戦が鮮明になってきた。「ファイヤーフォックスOS」を開発するモジラは撤退。米マイクロソフト（MS）の「ウインドウズ」や韓国サムスン電子の独自OS「タizen」も低迷が続く。端末メーカーやアプリ開発者の支持がなかなか広がらず、「2強」の寡占が一段と強まっている。

モジラは5月に公開する「バージョン2.6」をもってスマホOSの開発を打ち切る。同社はグ

スマホOS、第三勢力苦戦

スマホOSの世界シェア(%)

	アンドロイド	iOS	その他
2013年	78.9	15.5	5.6
14年	81.3	15	3.7
15年	81.4	16.1	2.5

(注)出所は米ストラテジー・アナリティクス

が、世界シェアは1%に届かず、「このまま続いても勝ち目はない」と判断した。

米調査会社ストラテジー・アナリティクスによると、15年のスマホOSの世界シェアはアンドロイドが81.4%、iOSが16.1%で合わせて98%近くを占める。

MSはパソコンとの連携を強化した最新OS「ウインドウズ10」の投入を機に巻き返しを図るが、スマホの競争力を左右するアプリの数が上位2社に比べて少ないことなどが響き、13年に3.1%

グーグルとアップル圧倒

6%あったシェアは15年には2%まで落ち込んだ。バルセロナで開催中の携帯見本市「モバイル・ワールド・ kongress」では米HPがウインドウズ10を搭載したスマホを発表。端末の選択肢は少しずつ増えているが、法人向けが中心でシェア拡大への貢献は限定的とみられる。

アンドロイドのみに依存するのを避けたいサムスンも、同OSを搭載したスマホはインドで販売する「Z1」など機種のみ。摘する。

「Z1」など機種のみ。摘する。



日本郵便は、自宅以外で通信販売などの荷物を受け取れる宅配ロッカーの設置場所を2020年までに全国1000カ所に増やす。駅前の郵便局やイオングループのスーパーなどにも置く。

く。同社の宅配便の受け取りなどの機能も充実させる。

宅配ロッカーは昨年4月に試験的に導入し、現在は日本橋や浅草など都内の大規模郵便局22カ所に置いている。今後は、駅前の小規

2016.2.26

宅配ロッカー1000カ所

模な旧特定郵便局にも置く。3月以降に都内の板橋西台、一橋学園、南大沢の各駅前郵便局から置き始める。

商業施設や鉄道駅などグループ外にも置き場所を広げる。イオングループのほかローソン、北海道・東北でスーパーなどを展開するアークスグループなど小売店の店舗などに置く方向で調整している。渋谷と吉祥寺を結ぶ京王井の頭線の6駅にも置く。

駅前やスーパーに

機能も充実させる。不在で郵便局に持ち帰った宅配便をロッカーで受け取れるサービスを3月から開始。ブックオフ系の総合買い取りサービスを利用する際に、荷物を発送できるサービスも9月から始める。

ネット通販の普及で宅配便の荷物が急増する中、再配達も増えて配達事業の効率が低下している。宅配便の荷物を受け取る手段を広げるため、日本郵便は他の宅配事業者の荷物が受け取れるようにすることも検討している。

人工知能で戦略組織

3省連携 企業と研究加速

文部科学省と経済産業省、総務省は、2016年度から共同で、人工知能(AI)の研究開発に乗り出す。10年間で約1000億円を投じ、理学研究所など5機関で研究する。参加機関の研究計画を束ねる研究者主導の戦略センターを設置して予算配分を委ね、企業との共同研究を推進。基礎から応用まで一貫した研究を進め、世界に立ち遅れている人工知能開発で巻き返し、新産業の創出につなげる狙いだ。

10年で予算100億円

研究を実施するのは文科省所管の理研と科学技術振興機構(JST)、経産省の産業技術総合研究所と新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)、総務省の情報通信研究機構の5機関。理研は研究者100人を擁する中核拠点、AITとNEDOは大学や企

Pセンターを今夏までに設置する。産総研は昨年5月に発足した人工知能研究センターを拡充して産業界との共同研究を進め、情通機構は脳情報通信融合研究センターで脳科学と人工知能をつなげる研究に取り組む。JSTとNEDOは大学や企

業などの研究者が広く参加する人工知能プロジェクトを立ち上げる。戦略センターは16年度の早い時期に設置する。5機関のAI研究のトップで構成し、どの機関にも属さない研究者をセンター長に招く。複数の機関が似たような研究をす

日本政府 年間100億円。高度な人工知能をロボットや材料開発と融合	主な国・企業の人工知能研究
米国政府 年間300億円以上。深層学習や脳型コンピュータを開発	米グーグル 囲碁ソフトや自動運転の実用化研究
欧州機構 年間200億円程度。人の脳を研究、人工知能にも応用	トヨタ自動車 米マサチューセッツ工科大と共同研究。米にAIの新会社設立
ドイツ政府 年間50億円。官民出資のドイツ人工知能研究所で国際的な産学連携	米IBM 人工知能『ワトソン』を使いがんや糖尿病の治療法を研究

ることがないよう、全体を見通して研究テーマを選定し、予算配分を決める。企業からの共同研究の相談窓口にもなる。AIは研究の進展が速

く、世界の動向に機動的に対応する必要がある。研究の実際を把握している研究者にマネジメントを委ねて意思決定を速め、研究を加速する。

理研と産総研は政府が今国会に提出する法案で特定国立研究開発法人に指定される見通し。優れた研究者を高額で雇用できるようにするほか、所属する研究者が企業や大学の役職を兼任しやすくする制度を設け、産学との連携を推進する。

AIは米国が年間300億円以上、欧州が200億円程度の予算を投じており、米グーグルなど民間企業も積極的に投資している。日本は人材と資金の不足から、立ち遅れが否めない。

政府は16年度から始まる第5期科学技術基本計画で、AI研究を強化し、ロボット技術や材料開発と組み合わせて新製品やサービスを生み出す技術基盤を構築することを目標に掲げた。人間のよう

にデータから仮説を立てて検証できるシステムや、脳や認知機能を参考にした高度な人工知能の開発などが研究テーマの候補。ロボットや、もの

とインターネットをつなぐIoTと融合し、状況に合わせて対応を変える柔軟な介護ロボットや生産システムにつなげる。

2016-2-27

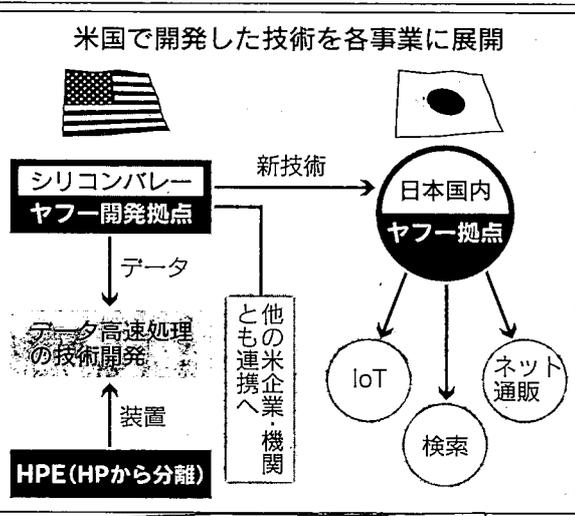
日本のヤフー、米で開発

大容量データの高速処理

日本のヤフーは米国でデータの大容量化に対応する高速分析技術の開発に乗り出す。3月に米シリコンバレーに開発拠点を設置し、現地大手と提携してデータを高速処理するサーバーを共同開発する。モノのインターネット化（IoT）や人工知能（AI）が浸透して世界でデータが大規模化しており、高速分析技術が企業の競争軸になる。外部と協力しながらデータ処理の技術を高める動きが広がりそうだ。

- 国内サービスに活用
- 現地IT企業と提携

昨年11月に旧ヒューレット・パッカド（HP）を分社した企業向けのIT（情報技術）サービス大手、ヒューレット・パッカド・エンタープライズ（HPE）と提携する。ヤフーが海外で先端



技術の開発拠点を設置するのは初めて。3月に米カリフォルニア州のシリコンバレーに技術拠点を開設する。当初は研究員を3人程度派遣し、現地採用も含め将来30人程度に増員する。

スで得た顧客データの処理で数時間かかっていた分析を数分で大量に処理できるようになる。利用者がネット通販で検索する際、より好みに近い商品を素早く表示するといったサービスの向上につながるといわれる。

ビッグデータ分析が企業のサービスに浸透し始めたほか、AIやIoTの新技术を使う新たなサービスが次々に登場し、

世界のデータ量は20年に13年比10倍の44ゼタ（ゼタは1兆の10億倍）に拡大するとの見通しもある。米フェイスブックや米アマゾン・ドット・コムなどIT大手は自社で高速サーバーを開発する動きが強まっている。ヤフーもHPEと連携してサーバーの開発段階からかわり、データ処理技術を蓄積する。

HPEの研究所と高速サーバーの開発を年内にも開始。半導体やソフトウェア、新たなアルゴリズム処理を研究し、ネット上の膨大なデータを管理して高速で処理する新技術の開発を進める。

ヤフーは自社のネット検索やネット通販で得られる匿名の利用履歴をHPEに提供。HPEのデータ処理設備を使って実証しながら新技術の開発につなげる。これにより例えば、ネットサービ

2016.2.29

SNSで弁護士紹介

C&R子会社 顧客企業開拓の場

弁護士紹介事業を手掛けるC&Rリーガル・エージェンシー社(東京・千代田、近藤和志社長)は、弁護士と企業を結ぶ交流サイト(SNS)サービスを提供、顧客開拓につなげてもらう。

SNSに登録した弁護士は得意分野や実績などを掲載。実務上の質問や回答などで同業者とやり取りできる。優れた投稿をすれば同業者による評価を表す「いいね」が画面上に増えていく。

SNSに登録した企業関係者は、同業者の評価が高い弁護士を分野別に調べられる。未知の弁護士に自社の法務問題を質問できるため、新たな関係を築く機会となる。

基本的なサービスは無料だが、8月以降に有料機能を追加し、広告収入と合わせて運営する。日本語版と同時期に英語版のSNSも立ち上げ、外国の弁護士との交流にも利用できるようにする。

同社はクリーク・アンド・リバー社の子会社。一般に弁護士は司法修習の同期や、同じ弁護士会の同業者と意見交換することが多い。大手事務所であれば不得意分野について質問できる同僚がいるが、中堅以下ではネットワークを広げることが難しいとされる。

SNSに登録した企業関係者は、同業者の評価が高い弁護士を分野別に

2016.2.29

訪日客好みの飲食店

旅行会社用手配サイト

フリープラス

訪日旅行会社のフリープラス（大阪市、須田健太郎社長）は3月、外国人の団体旅行を扱う旅行会社向けにインターネットで飲食店を手配できるサービスを開始。専用サイトにカニ食べ放題や神戸牛など訪日客に人気の高いメニューがある店の情報を掲載。日時や予

算、人数などの条件から受け入れ可能な店を選べるようにする。

外国人の団体旅行者は平均で20人ほどのツアーが多く、現地や国内の旅行会社は主に電話で飲食店を探していた。ネットだけで予約が済むようにして利便性を高めるほか、大型バスの駐車スペースや公衆無線LANの有無などの情報も提供する。

予約システムは旅行会社に無料で提供する。登録する飲食店から月額1万円前後の料金と予約成立時の手数料を受け取る。登録する飲食店は東京や大阪を中心に1年で500店に増やし、年間10万人の利用を見込む。

TV番組配信の壁に挑む

放送局がインターネットでの動画配信事業を強化するため、著作権などの権利処理に知恵を絞っている。テレビ番組を二次利用して動画を流すには、ドラマの原作者や出演者らの許諾が必要だからだ。専門部署を設けて情報を共有したり、ネット配信を前提に番組制作をしたりするなど対応を急ぐ。権利処理の巧拙が競争力を左右している。

(細川倫太郎)

出演者や楽曲…ネットで二次利用OK?



フジはネットフリックス向けに新作恋愛ドラマの配信を始めた◎高須賀由枝/集英社・フジテレビ

放送局 企画段階で許諾交渉

「今回の洋楽はネット配信できますか?」「別の楽曲に差し替える必要がありません」。フジテレビジョンではプロデューサーとネット配信やDVD化など二次利用の担当者が集まる機会を定期的に設けている。出演者や作詞・作曲家などの権利情報を共有し、二次利用を効率的に進める狙いだ。

旗を振るのは2014年7月につくった「コンテンツ活用推進部」。以

前は様々な二次利用の担当者が、個別にプロデューサーと話し合っていたらと交渉していたため、二度手間になるなど効率が悪かった。そこで二次利用を網羅する部署を設け、組織的に対応する体制に切り替えた。

ネット配信では「放送向け番組の企画段階から権利処理を進めるのがポイント」(志牟田徹部長)。

一般に放送終了後に交渉を始めるネット配信まで早くして約1週間かかる

という。早い段階から調整し、放送直後にネットで流す「見逃し配信」などに対応している。

フジは民放キー局ではいち早く、動画配信最大手の米ネットフリックスに独自番組を先行配信。12日には新作恋愛ドラマ「グッドモーニング・コールド」の提供も始めた。テレビ離れが進む若者に番組を視聴してもらう機会を増やすため、ネット配信を経営の大きな柱として位置づけている。

「放送と同じくらいネット配信は重要だ」という意識

が社員に芽生えてきた」と語るのは、日本テレビ放送網の山川洋平インタネット事業部長。同社は15年12月、編成局内に「権利情報統括部」と呼ぶ部署を新設した。

「出演者Aさんはネット配信と海外への番組販売はOK」。新部署では二次利用に関する権利者の情報を収集してデータベース化し、迅速な交渉に役立てている。フジと同様、ドラマはほぼ全て最初からネット配信

を前提に権利者と交渉し、制作する体制だ。テレビ局は以前、権利処理の手間やコストの負担が大きいため二次利用に消極的だった。だが近年はスマートフォン(スマホ)やタブレット(多機能携帯端末)を使い、動画配信サービスでドラマなどを視聴する人が急増。ネット配信を重視できなくなっている。

二次利用を円滑に進めるため、09年に「映像コンテンツ権利処理機構」(アルマ)が設立された。テレビ局が二次利用を申請すると同機構が権利者を探して許諾を得る。約9割の出演者の権利処理に対応できる。年間6600件の申請の半分はネット配信の二次利用で、ここ数年で急増した。

課題は残る。NHKは昨年10月、テレビ放送の内容をネットでも同時配信する実験をしたが、全体の放送時間の約2割は配信できなかった。契約上、配信権がなかったり、権利者に確認が取れなかったりしたためだ。

二次利用が進まない原因は主に2つある。1つは権利者に連絡がつかないこと。アルマはホームページで所在が分からない人の氏名を挙げ、連絡

を呼びかけている。椎名和夫理事は「テレビ番組の収録と同時に申請をもらえば、素早くネット配信できる可能性が大きくなる」と指摘する。文化庁の「裁定制度」を利用する手もある。

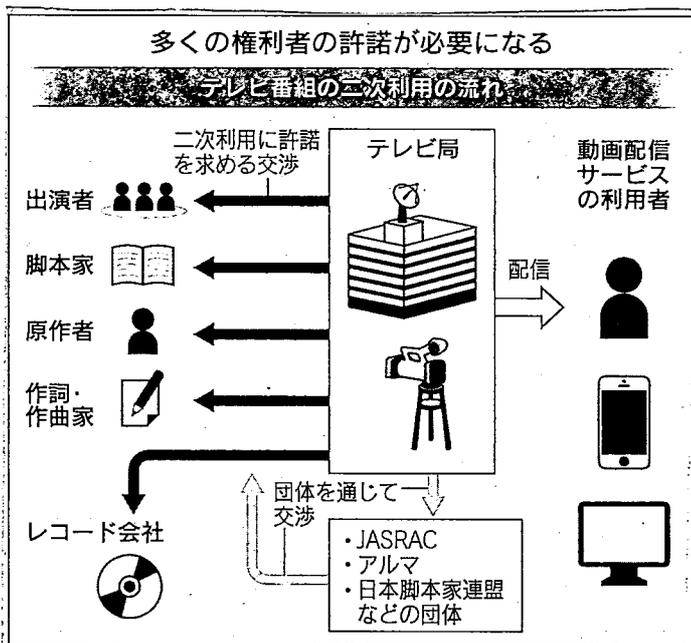
もう一つは権利者に二次利用を断られること。音楽など差し替えが可能などもあるが、主演俳優などは対応が難しい。

ただ出演者や芸能事務所側の意識も変わってきた。テレビ局が二次利用のために支払う料金が今後上がる可能性が大きい。例えば、知名度の低いタレントには若い視聴者にPRする好機となるからだ。版権仲介を手がけるクリーク・アンド・リバー社の手塚達也執行役員は「最近ではテレビ放送と比べ、表現できる幅が広いネット配信に前向きな事務所が増えてきた」と話している。

▼二次利用 テレビ放送(AC)やアルマなどの業界団体を通じて、利用の許可申請や使用料の支払販売などに使うこと。原作者や作詞・作曲家などには著作権、俳優や歌手などには著作隣接権があり、著作権法で50年保護されている。原則として権利者に無断で二次利用できない。テレビ局は主に日本音補償金を供託すれば二次利用できる。

を前提に権利者と交渉し、制作する体制だ。テレビ局は以前、権利処理の手間やコストの負担が大きいため二次利用に消極的だった。だが近年はスマートフォン(スマホ)やタブレット(多機能携帯端末)を使い、動画配信サービスでドラマなどを視聴する人が急増。ネット配信を重視できなくなっている。

二次利用を進まない原因は主に2つある。1つは権利者に連絡がつかないこと。アルマはホームページで所在が分からない人の氏名を挙げ、連絡を呼びかけている。椎名和夫理事は「テレビ番組の収録と同時に申請をもらえば、素早くネット配信できる可能性が大きくなる」と指摘する。文化庁の「裁定制度」を利用する手もある。もう一つは権利者に二次利用を断られること。音楽など差し替えが可能などもあるが、主演俳優などは対応が難しい。ただ出演者や芸能事務所側の意識も変わってきた。テレビ局が二次利用のために支払う料金が今後上がる可能性が大きい。例えば、知名度の低いタレントには若い視聴者にPRする好機となるからだ。版権仲介を手がけるクリーク・アンド・リバー社の手塚達也執行役員は「最近ではテレビ放送と比べ、表現できる幅が広いネット配信に前向きな事務所が増えてきた」と話している。



個人がテレビ番組を録画し、許可なく「ユーチューブ」などの動画サイトで公開する事例が目立っている。これは著作権法違反だ。テレビ局がネット配信に力を入れるのは、こうした違法動画を減らす狙いもある。

TBSテレビなど在京民放5局は昨秋、動画配信サービス「TVer」（ティーバー）を始めた。深田恭子さん主演のドラマなど放送直後の番組を約1週間、無料で視聴できる。「正規ルートでの視聴を促すことは、違法動画対策としても有効だ」と日本民間放送連盟の井上弘会長は強調する。

ある民放の調査では、放送からネット配信までに時間がかかるほ

2016.2.29 (228)
民放5局、素早い配信で連携

違法動画減らす効果

ど、違法動画の再生数が増える傾向がある。違法動画を見る人が増えれば作品の経済的価値は低下する。それを避けるには正規の番組を素早く配信することが重要で、権利処理の迅速化が欠かせない。

現在、二次利用には原則として権利者の許諾が必要。著作権法に詳しい福井健策弁護士は「明確に二次利用を拒否する意思表示があった場合のみ使わないようにし、基本的には『二次利用はOK』となるように制度の整備を進めた方がいい」とルールの見直しを提言する。権利処理を進めやすくすれば、日本のコンテンツや動画配信サービスの国際競争力が向上するとみている。