NGNとユビキタス社会の将来像

～花開く本格的な融合サービス～

電経新聞社創立50周年記念対談

宇治則孝NTT副社長と中村伊知哉慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授の対談録を記載する。NGNの商用化、モバイルの進展、センサ技術の興隆など現在の日本はユビキタス社会に最も近い国といっても過言ではない。だれも体験したことのない未知の領域であるユビキタス社会。われわれの生活はどう変わるのか、通信はどのような役割を担うのか、そして現状の課題は…。ICTに精通した両者が大いに語り合った。

慶應義塾大学教授
中村 伊知哉 氏

NTT副社長
宇治 則孝 氏

中村　「ユビキタス」が時代のキーワードになっているが、以前に比べ、どこか夢がなくなっているような気がする。IT革命が叫ばれていた数年前はもっとスケールの大きな話題で溢れていた。現在はブロードバンド・ユビキタス社会の情報通信基盤となるNGNを3月にスタートさせた。光サービスの加入者も1000万レベルになっている。そうなるとどんなサービスが出てくるのか」「どんなビジネスが創出されるのか」という感じでテーマがシフトするが、その部分が必ずしも進展していない。

NTTとしてもネットワーク構築の領域を超えて、いろいろなサービスを創造しようとしている。いわば「ソーシャル・イノベーション・バイ・ICT」「ビジネス・イノベーション・バイ・ICT」という段階に入ったわけだ。

ただ世の中がどのくらいのビジネスになるのかという構想力がまだ足りない。モチベーションを上げていく雰囲気が必要であると感じている。

中村　おっしゃる通り、インフラ周りはNTTグループにがんばってもらい整備していくが、そのインフラを活用してなにが生まれるのか、その辺の空想や展望をみんなでやっていったほうがよいと思う。

先日、フランスとドイツの国境にあるストラスブールに行ったが、そこの広場にクーデンベルク像があった。ところが周囲に屋台が林立しており、グーテンベルク像は邪魔者扱いされていた。15世紀に活版印刷を発明し、そのおかげで人類は豊かになったのだが、現在はひどい扱いを受けている。「デジタル時代に差しかかっている現代、グーテンベルクはお呼びでないと いうことか」との思いを巡らせた。

活版印刷により人々が本を読むようになり、思索を深め、宗教革命や資本主義が生まれた。おそらく大きな社会的効果が現れてきたのは、活版印刷の登場からいうと50年後、100年後を読むのは極めて難しいともいえる。ただ、せめて10年後くらいは読めたほうがいい。

本質的な意味でのユビキタス社会は現在が入り口で、実社会の「ユビキタス度」はこれからどんどん深まっていく。

ユビキタスとは「いつでも」「どこでも」「なんでも」「だれでも」を指すが、すでに携帯電話でどこにいても コンタクトが取れる。母親が子どもの居場所をフォローできる。Suicaが電車だけでなくバスでも使えて、オートチャージもできるようになっている。

このようにユビキタス度が高まると「こういうこともできる」「ああいうこともできる」と内容が深化していき、相関的に利便性も向上していく。

中村　「ユビキタス度」という言葉をぜひ普及させましょう。確かにネットや携帯電話が普及し、われわれの暮らしぶりは10年前と比べて劇的に変化した。この10年間、われわれはモバイル社会を経験してきたが、私はモバイルとユビキタスは本質的に違うものだと認識している。

「いつでも」「どこでも」というのがモバイルのキーワードだが、ユビキタスのキーワードは「いつも」、要するに24時間ずっと。

モバイルはかけたいときにスイッチを入れるが、ユビキタスでは24時間ずっとバーチャルとつながっている。パソコンなどの端末も不要で、例えばメガネや靴、コップなどがデジタルでつながっている。だれも経験したことのない未知の環境がユビキタス社会なんだと捉えている。

宇治　私はモバイルもある種のユビキタス性があると認識しているが、おっしゃる通り24時間ありとあらゆる情報がコンピュータやセンサを介して人々の周囲で行き交う世界は最高レベルのユビキタスだと思う。ディジタル化、ユビキタス度が進むと、むしろ人間のアナログ性を生かしてくれる世界が出現するのではないかと思う。

中村　これまでは技術の時代だったが、技術が一様に行き渡り、ユーザの時代に入った。ユーザが技術をいかに使いこなすかという世代が新しいムーブメントを創出している。その特質をクローバルに展開していければよいと思う。

中村　私は、子ども向けがいろいろな使い方を考案するだろう。とくにコンテンツ関係、ゲーム関係は、NGNによりさらに多彩な世界を形成していくものと期待している。また企業や行政、あるいは医療、教育といった分野でも新しい動きが見られるのではないか。われわれもそういう意味では お客様目線が必要だし、いろいろなコラボレーションに期待している。

中村　それはまったく同感で、この5年くらいのネット・モバイル分野を振り返ると、新しい動きのほとんどがユーザから発信されている。これは世界的潮流で、日本に限ってもSNSにしろ、ケータイ小説にしろ、新しい文化は既存メディアからではなく、ネットとモバイルからしか出ていない。とくに若いユーザ、端的にいえば女子高生がのけん引役になっている。

このあたりを日本の特長として生かしていくべきで、若い世代の新奇な活動には冒険をひそめることも多いが、一方で、なんだかすごいことをこの国の若いユーザは生み出している。

新たなムーブメント

技術の時代からユーザの時代へ

宇治　本当にその通りで、ゲームや漫画など若い世代が新しいムーブメントを創出している。その特質をクローバルに展開していければよいと思う。

中村　私は、子ども向け参加型創造・表現活動の全国普及・国際交流を推進するNPO法人「CANVAS」の理事を務めている。この活動をフランスのユネスコに紹介すると、たいへん興味を示し、日仏共同でイベントを開催することになった。東京の子とパリの子が参加したが、そこには明確な違いが出た。

パリの子は、お菓子の大好きなかわいい子が登場するという一連のファンタジーを創作するが、東京の子は、目つきの悪い女性が街に爆弾をしかけるという具合にギャグにしてしまう。要するにパリの子は芸術を志向し、東京の子は漫画を志向しているのだ。

日本型創造社会というのは、だれかが意図的に仕掛けてできるものではなく、NGNやモバイルというインフラを通じてサービスとして購入する形態だが、このようなサービスが従来、IT投資を十分にできなかった企業を中心に普及していくと予想している。

SaaSはNGNでなくてもできるが、安心・安全、便利なサービスという意味ではNGNが最適で、当面のキラーサービスになると見ており、NTTグループでもタスクフォースを組んで利用促進を図っている。

また、NGNのセキュリティ機能を生かせば医療、教育をはじめとした行政サービスでも新展開が大いに期待できる。

中村　私も同意見で、まずIP放送などエンタメ系がデジタルネットワークと非常に近い関係にある。エンタメ系の市場規模は約14兆円だが、現状はデジタルもあれば、アナログもあり、パッケージもある。アナログやパッケージをいかにネットワークに落とし込んでいくか、そこが直近のターゲットとなる。

そしてeコマースや金融取引など企業のトランザクションを支援するサービスとしてSaaSがある。これまでは結構見えているが、私は医療・教育・行政分野がフランスではフランステレコムが提携してIP放送の提供をスタートさせた。これはNTTとNHKが提携するようなものだが、日本ではまだ考えられない状況だ。その辺をどうにかして動かしていかなければならない。

宇治　NTTとNHKが提携できない理由はないですよ。やっていきたいと思う。NHKに頼らず、民放局が前面に出ており、BBCはユーチューブ上に「BBCチャンネル」を開設し、フランスではフランステレビジョンとフランステレコムが提携してIP放送の提供をスタートさせた。これはNTTとNHKが提携するようなものだが、日本ではまだ考えられない状況だ。その辺をどうにかして動かしていかなければならない。

宇治　NTTとNHKが提携できない理由はないですよ。やっていきたいと思う。NHKに頼らず、民放局が前面に出ており、BBCはユーチューブ上に「BBCチャンネル」を開設し、フランスではフランステレビジョンとフランステレコムが提携してIP放送の提供をスタートさせた。これはNTTとNHKが提携するようなものだが、日本ではまだ考えられない状況だ。その辺をどうにかして動かしていかなければならない。

宇治　IP放送を立ち上げるためには、結局、テレビにIP放送の機能を追加しないといけない。そのためには、標準化が必要で、放送事業者はじめ、NTTやKDDIなどのキャリア、パナソニックやソニーといった家電メーカが集まって「IPTVフォーラム」を設立し、さまざまな議論を行ってきている。コンテンツについては視聴者の嗜好もあり、例えば広告でも「このユーザはゴルフが好きだからゴルフの広告」「あのユーザは旅行が好きだから旅行の広告」という形で展開していくことも1つの手法だろう。

市場の動き、個人ニーズの動き、技術の動きを把握した上で検討していかなければならない。サービス創造に向けていこうと取り組む必要がある。

中村　政府もなんとかしようと動き出しているので政策に関するご見解もお

NGNのキラーはIP放送とSaaS

ユビキタスへ向かう覚悟が必要

ITで多彩な世界を

宇治　政府にはICTを活用した新しいイノベーションに対して役所の縦割りを越えた省庁の展開を お願いしたい。国民生活の向上につながることなので、政府レベルでドライブしていってほしい。

NGNも日本全体でドンとやるから便利になるわけで、方針を決めるための濃密な議論は重要だが、実行に移すときは一気にドライブしていく必要がある。

中村　いまは7兆円の広告市場を通信と放送でどう獲得していくのかという点に耳目が集まっているが、そもそも7兆円という市場規模自体、安泰でなくなっている。というのも日本のスポンサーがユーチューブなど海外サイトに広告を打ち始めているからだ。ことに来て国内の広告資金の海外流出を心配しなければならなくなっている。そういう観点でいっても、国内の強力な事業者がきちんと連携して、新しい市場をけん引していくことがポイントとなる。

吉本興業がCS番組を止めてブロードバンドにチャネルを切り替えたり、音楽業界がプロモーションビデオをネットに流すようになったり、コンテンツ市場に対する機運にも変化が見られる。多くの事業者がネットへ舵を切ろうとしているので、通信キャリアもコンテンツやリスクを負っていいのではないか。

宇治　IP放送を立ち上げるためには、結局、テレビにIP放送の機能を追加しないといけない。そのためには、標準化が必要で、放送事業者はじめ、NTTやKDDIなどのキャリア、パナソニックやソニーといった家電メーカが集まって「IPTVフォーラム」を設立し、さまざまな議論を行ってきている。コンテンツについては視聴者の嗜好もあり、例えば広告でも「このユーザはゴルフが好きだからゴルフの広告」「あのユーザは旅行が好きだから旅行の広告」という形で展開していくことも1つの手法だろう。

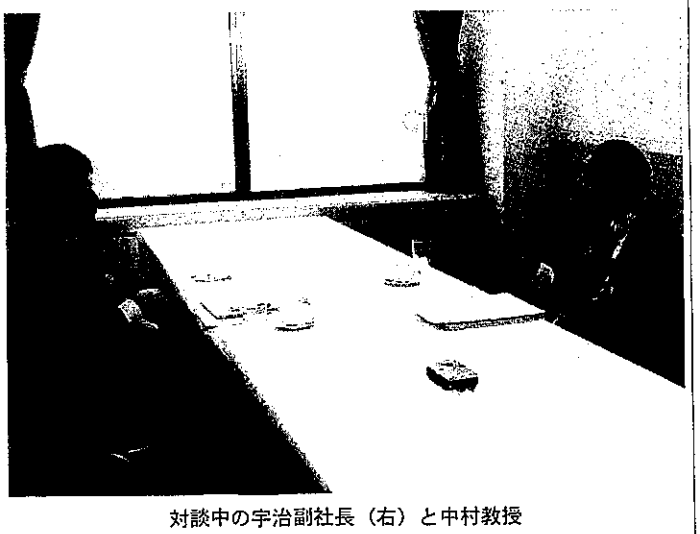
市場の動き、個人ニーズの動き、技術の動きを把握した上で検討していかなければならない。サービス創造に向けていこうと取り組む必要がある。

中村　政府もなんとかしようと動き出しているので政策に関するご見解もお

医療・教育・行政が最大の市場に

NGNを活用すれば、サービスはさらに多様化するだろう。新たな広告ビジネスも生まれるのではないか。通信と放送の連携が世界的なムーブメントであるなら、日本もそのムーブメントに遅れるべきではないと思う。

中村　いまは7兆円の広告市場を通信と放送でどう獲得していくのかという点に耳目が集まっているが、そもそも7兆円という市場規模自体、安泰でなくなっている。というのも日本のスポンサーがユーチューブなど海外サイトに広告を打ち始めているからだ。ことに来て国内の広告資金の海外流出を心配しなければならなくなっている。そういう観点でいっても、国内の強力な事業者がきちんと連携して、新しい市場をけん引していくことがポイントとなる。



対談中の宇治副社長（右）と中村教授

宇治　政府にはICTを活用した新しいイノベーションに対して役所の縦割りを越えた省庁の展開をお願いしたい。国民生活の向上につながることなので、政府レベルでドライブしていってほしい。

NGNも日本全体でドンとやるから便利になるわけで、方針を決めるための濃密な議論は重要だが、実行に移すときは一気にドライブしていく必要がある。

中村　政府もなんとかしようと動き出しているので政策に関するご見解もお

宇治　IP放送を立ち上げるためには、結局、テレビにIP放送の機能を追加しないといけない。そのためには、標準化が必要で、放送事業者はじめ、NTTやKDDIなどのキャリア、パナソニックやソニーといった家電メーカが集まって「IPTVフォーラム」を設立し、さまざまな議論を行ってきている。コンテンツについては視聴者の嗜好もあり、例えば広告でも「このユーザはゴルフが好きだからゴルフの広告」「あのユーザは旅行が好きだから旅行の広告」という形で展開していくことも1つの手法だろう。

市場の動き、個人ニーズの動き、技術の動きを把握した上で検討していかなければならない。サービス創造に向けていこうと取り組む必要がある。

中村　政府もなんとかしようと動き出しているので政策に関するご見解もお