

スマートフォン普及期における日韓の情報化政策比較

A Comparative Study of Information Policy in Korea and Japan after Diffusion of Smartphone

趙 章恩*

Changeun CHO

1. はじめに

2009年11月、韓国でスマートフォン（iPhone）が発売された。それから2年後の2011年10月、韓国のスマートフォン利用者は人口約5000万人の40%にあたる2000万人を超えた。移動通信事業者が発表する各社加入者数を合計すると、2012年7月末のスマートフォン加入者数は2930万人、人口の約59%に達している。

モバイルブロードバンドといったネットワークの高度化、スマートフォン・タブレットPCなどモバイル端末の技術発展により、韓国ではスマートフォンとモバイルインターネットが生活や産業の中心になる「モバイル化」、「スマート化」が急速に進んだ。情報化政策はインフラの整備からICT利活用の段階に入り、国の政策も「スマートコリア推進戦略」、「スマートワーク」、「スマートラーニング」、「スマートヘルスケア」、「スマートホーム」、「スマートグリッド」、「スマートガバナメント」など「スマート」を強調するようになった。

ところが、韓国より1年早い2008年7月にスマートフォンが発売された日本では、普及率が韓国よりだいぶ遅れている。スマートフォンの人口に占める普及率が40%に到達するのは2014年と予測されている。

MM総研の調査によると、日本のスマートフォン契約数は2011年3月末955万件、携帯電話総契約数1億912万件に対するスマートフォン契約比率は8.8%である。2012年3月末のスマートフォンの契約数は2,598万件で、携帯電話契約数に占める割合は23.1%だった。2013年3月末は3,913万件で33.9%、2014年3月末は5,124万件で43.4%、2015年3月末は6,137万件で50.9%になると予測されている¹。

このような日韓におけるスマートフォン普及と速度差異の背景として、モバイルインターネット産業構造と情報化政策の差異に着目し、スマートフォン普及期において、モバイルインターネット産業の持続的成長とイノベーションを促進できる情報化政策のあり方について考察する。

*東京大学大学院学際情報学府博士課程

キーワード：日韓比較、情報化政策、スマート社会、モバイルインターネット、エコシステム、オープンイノベーション。

2. 日韓モバイルインターネット産業構造比較

2.1 日韓モバイルインターネットサービス利用率の差と原因

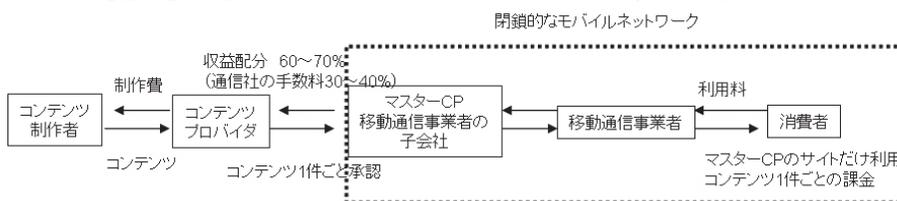
日本も韓国も、携帯電話からインターネットにアクセスできるようになったのは1999年である。日本はNTTDocomoがiモード、韓国はSK TelecomがNateというサービスを始めた。しかし韓国ではスマートフォンが登場するまでモバイルインターネットがあまり利用されなかった。

趙（2010）は、韓国でモバイルインターネットが使われなかったのは、高い料金のほかに移動通信事業者のネットワーク運営方式が原因であると分析した。韓国では移動通信事業者の強力な垂直統合により、移動通信事業者が自らネットワーク事業者であり、プラットフォーム事業者であり、補完財（サービス・コンテンツ）にもなることで、他社を寄せ付けないクローズドイノベーションを続けてきた。データ通信の定額制も、日本では2003年から始まったが、韓国では2005年に期間限定

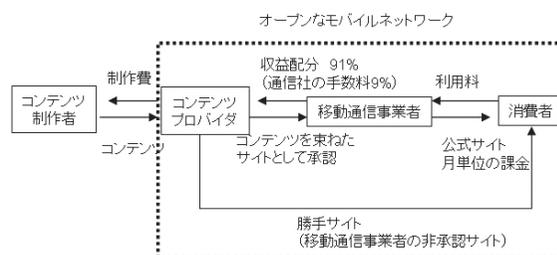
のプロモーション料金として始まり、2008年になってから正式料金制度として利用できるようになった。さらに、コンテンツプロバイダーから徴収する料金回収手数料を、日本は9%であるのに対し、韓国は30~50%と、とても高く設定したことで、モバイルコンテンツ会社が育たず、市場の底辺が広がらなかった。

日本では移動通信事業者がプラットフォームとネットワーク事業者の役割に徹底した。コンテンツプロバイダーは移動通信事業者を仲介して携帯電話利用者にコンテンツを販売できた。日本の携帯電話利用者は通信事業者が提供する公式サイトだけでなく、携帯電話にURLを入力するだけで自由にモバイルインターネットにアクセスできた。韓国では携帯電話から移動通信事業者が提供する公式サイトしかアクセスできなかった。

【図1】韓国のモバイルインターネットサービス構造, 趙（2008）



【図2】日本のモバイルインターネットサービス構造, 趙（2008）



韓国放送通信委員会（2011）によると、韓国では2011年になって初めてモバイルインターネット利用率が60%を上回った。携帯電話からインターネットにアクセスできるようになってから13年かけてやっとモバイルインターネットの利用が定着した。一方、総務省（2011）によると、日本の場合、モバイルインターネット利用率が2003年には58%を上回り、2005年からは

固定通信よりもモバイルインターネットの利用率の方が高いなっている。日本は2010年末時点で携帯電話加入者の83.3%がインターネットに接続している。モバイルインターネット利用率の差は、モバイルコンテンツやサービス利用率の差につながり、モバイルインターネット産業の成長を妨げる要因となる。

2.2 スマートフォン登場後、モバイルインターネット産業構造の変化

移動通信事業は、電波（周波数）を利用する。そのため、政府機関が周波数使用と基地局建設の免許を交付した事業者だけが行える事業である。日韓の移動通信事業者は、端末メーカー・コンテンツプロバイダー・利用者の間に入り、端末販売、ネットワーク提供、コンテンツ販売仲介、料金回収に至るまですべてを囲い込む垂直統合（walled garden）の産業構造が特徴である。

しかしスマートフォンの場合、携帯電話ではあるが、移動通信事業者のネットワークやコンテンツを利用しなくても、利用者は公衆無線LAN（Wi-Fi）を使って自由にインターネットにアクセスできる。利用者は移動通信事業者の公式サイトではなく、アップルやグーグルといった端末メーカーやプラットフォーム事業者が提供するアプリケーションストアを経由して、いろいろなモバイルサービスを利用できるようになった。それまで移動通信事業者にしかできなかったプラットフォームの役割を、端末メーカーやソフトウェア会社もできるようになった。

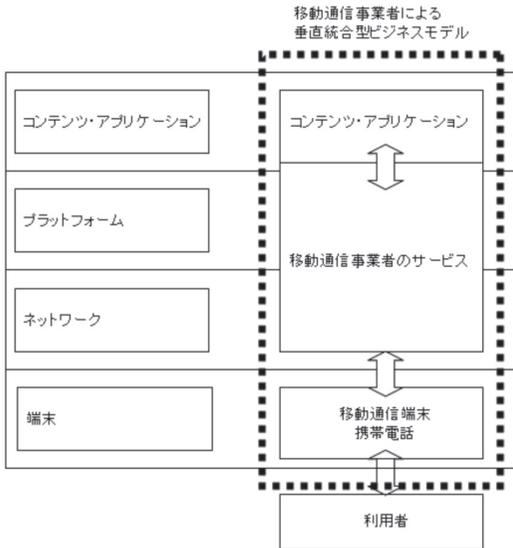
スマートフォンが普及してから、移動通信事

業者は囲い込みを維持できなくなり、影響力も弱まった。スマートフォン向けコンテンツ取引所（プラットフォーム）である「アプリケーションストア」が力を持ち、移動通信事業者は役割が縮小され、ネットワークを提供するだけになりつつある。

趙（2010）は、複合的ネットワーク論とPlatform Envelopment戦略を発展させ、これからのモバイルインターネット産業は、「アプリケーション・サービスへの入口」としてのプラットフォーム（例えばNTTドコモのiモード、アップルのアプリケーションストア）ではなく、エコシステムともいえる「複数のコンテンツ・サービスを組み合わせられる場」（例えばFacebook、Twitter）になれるかの競争になると分析した。

例えば、ソーシャルネットワークサイトのFacebookやTwitterは、スマートフォンからもっとも利用されているアプリケーションであるが、本来のコミュニケーション機能だけでなく、その中でショッピングやコンテンツ販売といった他のサービスも提供できるようにしてさらに利用者を集めた。

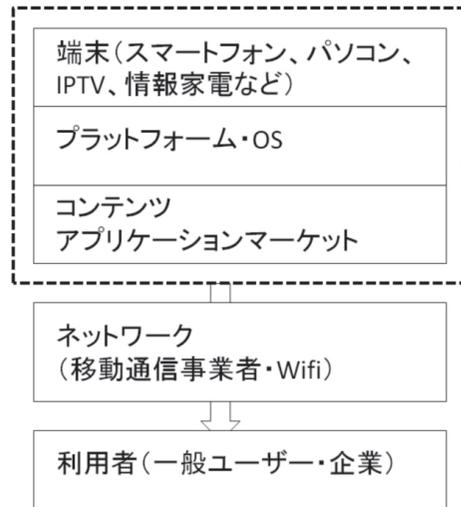
【図3】スマートフォンが登場する前のモバイルインターネット産業垂直統合モデル，総務省（2007）P29



移動通信事業者の本来の収益であるネットワーク利用料（音声通話・データ通信利用料）は定額制度実施と料金競争により全世界的に減少傾向にあるため、持続的に収益を確保するためには、ネットワーク以外の競争に参加せざるを得ない。

さらに、移動通信事業者が提供するプラットフォームは主に国内のコンテンツプロバイダー

【図4】スマートフォン登場後のモバイルインターネット産業構造，趙（2010）プラットフォーム事業者のサービス



と加入者を対象とするが、端末メーカー（例えばサムスンやアップル）やソフトウェア会社（例えばグーグル）のプラットフォームは全世界のコンテンツプロバイダーと利用者を対象にしている。スマートフォンが普及すればするほど、コンテンツプロバイダーをはじめスマートフォンを取り巻く市場は国内にいながらもグローバル競争をしなくてはならなくなった。

3. スマートフォン登場後、日韓の情報化政策比較

スマートフォンの登場により、人々はいつでもどこでも個人の端末からあらゆる情報を手に入れられるようになった。スマートフォンが登場してから、ICT利活用はパソコンと固定通信から、スマートフォンとモバイルインターネット中心に変わった。モバイルインターネットの産業構造も大きく変化があった。政策

や規制もこのような変化を反映し、新しく更新する必要がある。

スマートフォン普及期の新しい情報化政策として、日本の総務省は2009年「スマート・ユビキタスネット社会実現戦略」を、韓国の放送通信委員会は2010年「スマートコリア推進戦略」を発表した。国民の生活をより便利にす

る、オープンイノベーションでより公正な競争環境を作る、ICTの利活用で社会の課題を解決する、といった計画を元に、日本と韓国は「ス

マートシティ構築」という共通したテーマを掲げている。

3.1 日本のスマート・ユビキタスネット社会実現戦略

日本と韓国では、ICTはあらゆる社会経済活動の基盤となる戦略的分野であると認識している。国家レベルの情報化政策はICT産業の持続的成長とイノベーションを促進するのに、大きな役割を果たしてきた。

日本の本格的な情報化政策は、2001年ブロードバンドインフラ構築の基礎を築いた総務省の「e-Japan 戦略」から始まる。2005年には「u-Japan戦略」が発表された。ユビキタスネットワークの利用環境整備とICT利活用高度化を目的にした政策で、インフラ構築からユビキタス社会実現へ、政策のテーマを移行している。2009年6月、より進化したスマートライフを描いた「スマート・ユビキタスネット社会実現戦略」が発表された。

スマート・ユビキタスネット社会実現戦略の目標は、2015年までに「国民が安心して使えて真価を実感できるICT利活用の促進」、「ICT産業の成長促進」、「利用者中心のICT基盤整備」及び「経済活動のグローバル化による国策競争力強化」の4の項目である。

これを実現するための技術、コンテンツ、制度改善として、以下のことが行われている。

- 利用者本位の電子政府の実現
- 医療・教育・農林水産業部門などの情報化

3.2 韓国のスマートコリア推進戦略

韓国は1960年代から行政情報化に着手し

- ICT利活用を促進するための制度見直し
- 国際展開を意識した研究開発
- 「オープンイノベーション」の促進
- 世界最先端のデジタルネットワークの構築
- コンテンツ産業の拡大
- 通信・放送の総合的な法体系の構築
- 情報通信市場全体の競争ルール見直し
- グローバル市場における「競争力」と「共生力」を兼ね備えた国家への転換

2010年5月には総務省から、スマート・ユビキタスネット社会実現戦略を支える「スマートクラウド戦略」が発表された。クラウドサービスを活用することで、ICT資源を最大限活用し、クラウド内に蓄積された膨大な知識を連携させることにより、国民の生活をより豊かにする、国際競争力を強化する、環境負荷の軽減を実現するのが狙いだ。

クラウドサービスを最大限活用することで、企業や産業の枠を越えて、社会システム全体として膨大な情報や知識を集積し、共有できる。総務省は、世界の流れであるクラウドサービスの普及が遅れると、日本のICT産業だけでなく、国際競争力そのものが低下することが懸念されると見ている。

ているが、本格的な情報化政策は1999年の

「Cyber Korea21」から始まる。その後2002年には「e-Korea Vision 2006」、2003年には「Broadband IT Korea 2007」、2004年には「Broadband Convergence Network構築基本計画」、2004年には「u-sensor Network構築基本計画」、2006年には「U-Korea基本計画」と毎年のように新しい情報化政策が発表された。

2006年を境に固定通信からモバイルインターネットへ、インフラ構築から活用する情報化へ政策が変化しているのは日本と同じである。2008年には「国家情報化基本計画」、2009年には「国家情報化促進基本法」制定、「国家情報化戦略委員会」が発足された。

通信政策を担当する省庁である放送通信委員会は、ICT利活用を促進させる中で、スマートフォンを「総合文化サービスプラットフォーム」として活用し、スマートフォンから情報取得、業務遂行、社会的関係の形成、余暇を楽しむなど、スマートフォンがメディアの中心となるスマートコリアを目指している。

スマートフォンの普及により、アプリケーションがモバイルインターネット産業の重要な部分を占めるようになってから、放送通信委員会はアプリケーションビジネスのグローバル市場における競争力を持たせるために、韓国独自の規制を撤廃した。独自の規制とは、インターネットサービスを利用する際に、国民IDである住民登録番号と氏名を照会して本人確認を行う実名確認制度と、オンラインゲームの事前審査による年齢等級制度である。アプリケーションストアは世界の利用者を対象にアプリケーションを販売できるようになっている。韓国だけに存在する規制によって、海外のアプリケー

ションが韓国市場に入ってこれられない、また海外の利用者が韓国のアプリケーションストアを利用できないといったことを防ぐためである。

放送通信委員会は、世界各国でスマートフォンが普及されてから、モバイルインターネット産業の競争環境が内需からグローバル競争へと変化していることを踏まえ、2009年3月、2009年10月、2010年4月、3回にわたり「モバイルインターネット活性化総合計画」を発表した。

放送通信委員会は、韓国でモバイルインターネットが普及しなかったのは、高い料金制度に原因があると見ている。そのため、「モバイルインターネット活性化総合計画」には、通信事業者に対して、モバイルインターネット普及を活性化させるという名目でモバイルインターネットの料金値下げを指示する内容が含まれている。

2010年末、韓国の人口（統計庁調べ）4821万9000人に対して携帯電話加入件数は5076万7000件と、人口対比携帯電話加入者が100%を上回る。家計の年間消費に占める通信費の割合は6%と、負担は年々増加しているため、低所得層はモバイルインターネット費用が払えずスマートフォンが使えない、その結果としてICTを利活用した便利な生活から遠ざかるといったデバイド問題も心配されていた。

その他には、「モバイルインターネット活性化総合計画」を通じて、スマートフォンとモバイルインターネットの大衆化と利活用、世界最高レベルのモバイルブロードバンドを構築、グローバル競争力を確保することを目指している。利用者がどんなサービスにもアクセスで

きるようネットワーク中立性を保ち、移動通信事業者によるコンテンツプロバイダー差別行為（子会社を優先する取引）を禁止した。移動通信事業者がコンテンツプロバイダーから徴収する料金回収手数料を一律30%以下にするというガイドラインも含まれた。

「モバイルインターネット活性化総合計画」に続いて、2010年10月には、新しく組織された韓国国家情報化委員会が「スマートコリア推進戦略」を発表した。スマートな産業、スマートな生活、スマートな国を目指すものである。社会全般のイノベーションを促進するために、スマートフォン・タブレットPC・スマートテレビなど新しいデバイスを活用して、スマートオフィス・スマート電子政府・スマートヘルスケア・スマートラーニングなど新しいサービスを利用させる。それによって人々の生活や社会の仕組み、業務方式、産業構造を大きく変えられるとしている。

スマートコリア推進戦略を支える柱は3つある。

① スマートワーク：

働く方式の先進化戦略。公務員が庁舎まで出勤しなくても遠隔地で勤務できるようモバイルオフィスを構築する。2015年には公務員318万人が500の拠点からスマートフォンやタブレットPCを使って仕事で

きるようにする。

② スマート電子政府へ転換：

2011年「モバイル電子政府ポータル」をオープンし、個人のオーダーメイド型行政情報をスマートフォンから利用できるようにした。44の電子政府サービスをスマートフォンから申請・閲覧できるようにした。行政機関が提供する情報を一つにまとめて国民に公開し、政府機関同士で情報を共有してコラボレーションすることで、無駄をなくしたスマートな電子政府を目指す。スマートラーニングやスマートヘルスケアなど、国民が必要とするサービスをその人に合わせて的確に提供する。クラウドコンピューティングサービスを利用して複数の省庁が協力する「オープンイノベーション」、「情報資源統合活用」、「公共情報の開放」を目指す。法制度を見直し、政府統合電算センターもクラウドコンピューティング基盤に切り替える。

③ 公共情報を利用したアプリケーション制作の活性化：

2010年6月より350種類の公共情報を公開し、誰でもスマートフォン向けアプリケーション開発に公共情報を利用できるようにしている。2013年までOpenAPI方式で100種の国家情報サービスを公開する。

4. 結論

スマートフォン普及期における、日本と韓国の情報化政策のそれぞれの特徴を比較すると、情報化政策が目指す目標は両国が非常に似てい

た。韓国も日本もスマートフォンが発売された2008年～2009年を境に、インフラ構築の情報化政策から、ICTを活用して社会的課題を解決

する情報化政策へ移行している。日本の総務省は2009年「スマート・ユビキタスネット社会実現戦略」の中で、ICTの機能をフルに活用することで、少子高齢化の進展、国際競争力の低下、効率化、付加価値の創出、環境負荷軽減などの課題へ対応できると公表した。韓国の「スマート코리아推進戦略」も、スマートフォンとモバイルインターネット、スマートグリッドなどの最新技術を使って少子高齢化、環境負荷軽

減といった問題を解決し、人々の生活をより便利にする「スマートシティ」を目指している。スマートシティを構築するための課題として、スマートガバメントやスマートラーニング、スマートヘルスケアといった行政サービスのスマート化に力を入れているのも日韓両国で共通している。

このような共通点と差異を詳しく分析する。

4.1 スマートフォン普及期における日韓情報化政策の共通点

日本のスマート・ユビキタスネット社会実現戦略と、韓国のスマート코리아推進戦略の共通点は以下の点である。

- ① ICTの利活用で社会の課題を解決し、国民の生活をより便利にする。
- ② 国民中心の、国民が参画、情報を共有するインタラクティブな行政を実現する。
- ③ より安全で速度の速いモバイルインターネット環境を構築し、クラウドサービスを

活用する。

- ④ ICTと他産業の融合によって新しいサービスを創出できるよう、エコシステム（下記【図5】参照、複数の企業が柔軟につながり協調して業界全体で収益をあげる構造を作るという考え方）と公正競争環境を整える。
- ⑤ グローバル競争力を強化する。
- ⑥ オープンイノベーションを促進する。

4.2 スマートフォン普及期における日韓情報化政策の差異

日本と韓国の政策で違う点もある。日本はスマートフォンが発売される前からモバイルインターネットが広く使われていた。韓国のように、スマートフォンによってインターネット利用環境が劇的に変わったわけではないので、スマートフォンの影響力は韓国ほどではない。そのためスマートフォン普及以降の社会の変化よりは、全般的なICT技術の発展による生活の利便性に着目している。

韓国はスマート코리아推進戦略のための先決課題として、スマートフォンとモバイルインター

ネットを広く普及することに焦点を当てている。低所得層、農漁村や過疎地域に住む人、障害のある人、在住外国人、国際結婚家庭などがスマートフォンを持っていないことによって起こりうる不平等を解消することも重要な課題の一つにあげている。日本の情報化政策はグローバル競争力を高めるとしながらも、日本に住む外国人のデバイド対策については触れていない。また、韓国の放送通信委員会はスマートフォンを普及させるために、政府が移動通信事業者へ直接的に通信費の値下げを要求し、モバイルインターネットの利用が

増えるようサービスの方式を変えるよう具体的な指示を出している。

それに対し、日本の総務省は、スマート・ユビキタス社会を実現させるための前提としてスマートフォン普及に関しては言及していない。端末よりも、モバイルインターネット産業の競争方式を変えるためのオープンレイヤー競争³を提案している。また、韓国のように国民ID制度を導入し、国民が必要な情報を検索しなくても、政府が国民一人ひとりの個人データを分析してその人に今必要と思われる情報を提供する「プッシュ型の行政サービス」を提供することを情報化政策の課題としている。

米の場合、政府の介入がなくても、2007年スマートフォン販売開始→モバイルネットワークの拡充→料金定額制の拡大→利用者の増加→アプリケーションストアの活性化というサークルでモバイルインターネット産業のエコシステムが形成された。

事業者に直接指示を出してコントロールしようとする韓国政府の政策は市場の自律性を弱める可能性がある⁴。既にスマートフォンが広く普及した現時点では、料金を値下げすると、利用者の獲得より先に、移动通信事業者の急激な利益減少による投資回避、利益を囲い込もうとクローズドイノベーションに逆戻りする恐れがある。韓国では既にスマートフォン利用者が

急増し、モバイルインターネットのデータトラフィックも急増しているため、料金値下げによる直接的ネットワーク効果がモバイルインターネット利用活性化に影響を与えるとは考え難い。それよりも、スマートフォンを中心に新しい付加価値が生まれやすいよう、公正な競争により産業構造に参加している全ての企業が利益を上げられ、持続的な成長とイノベーションを促進できるエコシステムを作ることに重点を置くべきである。

日韓の情報化政策を比較すると、韓国は政府がアプリケーション制作費を支援し、移动通信事業者に料金値下げを要求する「指示型」政策であり、日本は具体的なサービス方法は市場に任せ、政府は根本的に枠を変える「土台型」政策と考えられる。韓国の国家政策は大統領を中心とした指示型・トップダウン方式で、政権が変わると政策も全て変わるため、大統領の任期5年より長い長期的な戦略を樹立するのが難しいとされている。一方で、トップダウンによる決断の速さが長所でもあり、環境の変化を敏感に感じ取って、政策の面でも素早く対応できるという面もある。すぐ市場に介入する「指示型」政策と、細かいことは市場に任せて長期的に枠組みを変えていく「土台型」政策、どちらがイノベーションを促進する効果があるのかについては、これからさらなる事例分析が必要である。

4.3 スマートフォン普及期における日韓情報化政策の課題

スマートフォンを媒介にしたコンテンツやサービスは、既存のモバイルインターネットサービスとは違い、グローバル競争が前提となる。アプリケーションストアを経由して全世界

の利用者にサービスできるからだ。

「スマート・ユビキタスネット社会実現戦略」や「スマートコリア推進戦略」が目指すべきところは、「イノベーションの連鎖反応」

を起こせるようスマートフォンを中心としたエコシステムを構築することである。組織の競争力は、共有資産・結合資産⁵という、組織の外にある領域を自分に有利になるよう活用することによって生まれる。この資産をうまく組み合わせることで、組織の利点は連結され、リスクとコストは分散される。それによってイノベーションの連鎖反応が起こりやすくなる⁶。グローバル競争力を高めるためにも、世界の潮流といえるオープンイノベーションとエコシステムを意識する必要がある。

Fransman, M (2009) はICT産業における

エコシステムを再定義し、各層の関係を【図5】のようにまとめた。Layer1はサーバーのようなネットワーク要素、Layer2は移動通信キャリアなどネットワーク事業者、Layer3にはコンテンツやアプリケーションとそれらを提供できるようにするプラットフォーム、Layer4には利用者がいる。この4つのLayerには販売の流れ、アウトプットの流れ、情報の流れ、イノベーションの流れの4つの側面によって6つのオープンイノベーション関係が生まれる。このようにイノベーションを促進する関係を続けるのがエコシステムの核心である。

【図5】エコシステムとopen innovation relationships, Fransman, M (2009)

A Simplified Model of the New ICT Ecosystem

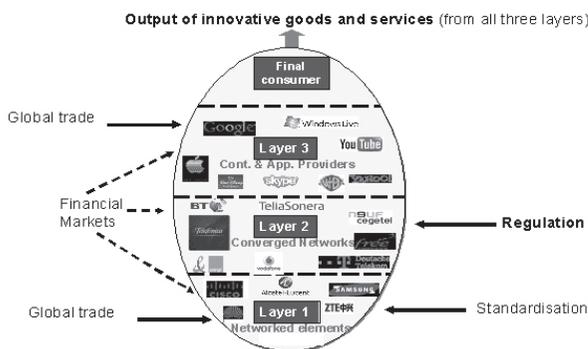
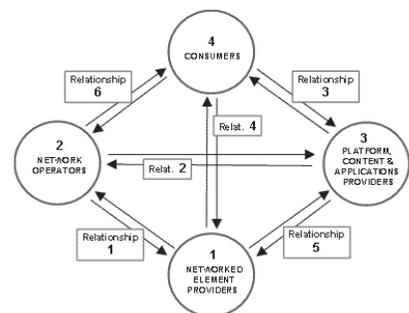


EXHIBIT 2⁴



これからの情報化政策は、通信事業者ではなくプラットフォーム事業者に焦点を当てるようになる。Youtube、Facebook、Twitterなどは他のサービスとコラボレーションして新しい付加価値を作り出すプラットフォームになっている。ネットワーク・端末・プラットフォーム・アプリケーションなど市場を区別せず、スマートフォンの「エコシステム」が成長できる政策を樹立すべきである。スマートヘルスケア、スマートラーニ

ングのように、モバイルインターネット産業と他産業が融合して新しいサービスプラットフォームを生み出している市場状況を踏まえ、「エコシステム」単位でイノベーションを促進できる総合的な政策が必要である。

つまり、これからは医療、教育といった産業ごとの個別支援よりも、それぞれがエコシステムを形成できるようにし、エコシステムの中でイノベーションが続くようにしないとイケな

い。日韓の社会・経済的状况に適したエコシステム、オープンイノベーションの仕組みを探すが、産業の持続的成長とイノベーションの活性化にもつながる。

Chesbrough (2003) のオープンイノベーションのような知識の取引は、源泉技術を

持っていて、知識が保護される社会で有効である。オープンイノベーションとエコシステムが重要視される世界の流れの中で、知識を横取りされず取引できるよう知的財産を保護し、エコシステムの中で公正な競争ができるよう大手企業から中小企業を守る政策も必要である。

5. 今後の課題

今後の情報化政策は、スマートフォンが普及したことで人々のライフスタイルが大きく変化していること、スマートフォンを中心に多様なイノベーションのきっかけが生まれていることを前提にしなければならない。いつでもどこでもインターネットにつながってられるスマートフォンは、国民生活や企業活動を支える社会的基盤となりつつある。

日韓のスマートフォン普及期におけるモバイルインターネット産業構造の変化と情報化政策の比較から、日韓はICTを利活用して社会の課題を解決するという共通の政策目標を持っているながらも、政策過程や推進方法には違いがある

ことがわかった。米を中心に世界標準のように広がっているオープンイノベーションとエコシステムの考え方に日韓の情報化政策をあてはめることで、日韓情報化政策の偏った面を分析し、政策課題を論じた。

これからの情報化政策は通信事業者のための政策ではなく、利用者中心の政策にならないといけない。端末普及やネットワーク整備に重点を置きすぎず、全事業者が公平に利益を上げられるエコシステムを維持させる政策が必要であることがわかった。今後は日韓の情報化政策が国際社会に与える影響と課題について研究を進展させ、政策樹立に役立てたい。

註

¹ MM総研2011.7.7「スマートフォン市場規模の推移・予測」(最終閲覧日2012年8月14日)

<http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120110707500>

² 韓国放送通信委員会報道資料 2010.4.21 (最終閲覧日2012年8月14日)

<http://www.kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=P02020600&dc=K02020600&boardId=1008&boardSeq=29085>

韓国政府の「モバイルインターネット活性化総合計画」2013年までに料金20%値下げ、ARPUに占めるデータ通信の割合を平均17%から40%へ、データ定額料金利用者を10%から40%へ、モバイルブロードバンド普及促進によるモバイルコンテンツ流通チャンネル多様化、モバイルインターネットを利用した利用者間直取引活性化、モバイル広告モデル活性化などが課題としてあげられている。

³ 総務省(2007) P29 上位レイヤーから下位レイヤーまでの市場創出の好循環のためのオープンレイヤー競争導入、移動通信事業者だけが行えたサービスを他事業者にも開放する。

P56 オープン型ビジネスモデルへの移行、ユビキタス化の進展により通信サービス(通信事業者)と端末(ベンダー・利用者)との関係に変革がもたらされる。

4 毎日経済新聞2010.5.11（最終閲覧日2012年8月14日）

http://news.mk.co.kr/news_forward.php?no=242088&year=2010

韓国はゲーム類の事前審議制度を実施している。2009年iPhoneが発売されたばかりの頃は、アップルのアプリケーションストアから「ゲーム」カテゴリが削除されていた。アップルはアプリケーションストアに登録された全てのゲームを事前審議するより、サービスしない方がいいと判断した。グーグルのアプリケーションストアであるグーグルプレイも同じく、ゲーム類の事前審議の関係で韓国からはアクセスできないゲームアプリケーションが多かった。グーグルは韓国独自の実名確認制度に反対しているため、グーグルプレイからは有料コンテンツの決済ができない。そのため利用地域を海外に設定して利用者登録し、プリペイドカードを購入してアプリケーションを利用するしかない。

5 プレッサン（1991）P94 企業の組織境界の外にあるが、ある程度戦略的なコントロールができる「共有資産」と、企業の組織的なコントロールのしたにあるが、他の経済主体の戦略的コントロールの下におくこともできる「結合資産」を使い分けることが重要であるとした。

6 須藤（1995）P77～78

参考文献

Chesbrough, Henry W (2003) The Era of open innovation, *MIT Sloan management review* 2011 Winter pp35-41

Everett M. Rogers (2003) *Diffusion of Innovations* (Fifth Edition) New York, NY: Free Press. 三藤 利雄訳、【イノベーションの普及】、翔泳社、2007

Fransman, M (2009) The New ICT Ecosystem And The Implications for Japan, *Glocom*, July 29, 2009. （最終閲覧日2012年8月14日）http://www.glocom.ac.jp/column/2009/07/the_new_ict_ecosystem_and_the_2.html

アルベール・プレッサン編著、会津泉訳（1991）『ネットワーク』、東洋経済新聞社

韓国情報社会振興院（2011）『2011年度国家情報化白書』

韓国放送通信委員会（2011）『2011年無線インターネット利用実態調査』

須藤修（1995）『複合的ネットワーク社会』、有斐閣

総務省（2007）『モバイルビジネスの現状と課題』

総務省（2010）『2010年情報通信白書』

総務省（2011）『2011年情報通信白書』

総務省情報通信審議会（2011）『我が国のICTに関する現状と動向』

趙章恩（2009）『韓国SK Telecomのモバイル金融サービス概況』、KDDI総研けいれい#2009年2月27日

趙章恩（2010）『ネットワーク高度化によるモバイル産業構造変化分析—韓国スマートフォン・プラットフォーム戦略を中心に—』、2010年日本社会情報学会（JASI&JSIS）合同研究大会文集 pp120～123

趙章恩（2011）『イノベーションとネットワークの外部性—韓国モバイルインターネット活性化政策を事例に—』、2011年日本社会情報学会（JASI&JSIS）合同研究大会文集 pp373～376

趙章恩（2008）『日韓モバイルペイメント普及過程分析』、2008年日本社会情報学会（JASI&JSIS）合同研究大会文集、pp192～197



趙 章恩（ちょうちゃんうん）

1974年6月生まれ

【出身大学又は最終学歴】東京大学大学院 学際情報学府 修士課程終了

【専攻領域】情報経済

【主たる著書・論文】

2006～2012年 デジタルコンテンツ白書 海外動向 韓国編（社団法人日本デジタルコンテンツ協会）

【所属】東京大学大学院学際情報学府博士課程

【所属学会】日本社会情報学会

A Comparative Study of Information Policy in Korea and Japan after Diffusion of Smartphone

Changeun Cho*

Abstract

Smartphone and mobile networks have been at the center of the industry and life in Korea since Smartphone appeared in November 2009. The mobile internet has been leading to anytime, day or night, and anywhere. The communications environments and the industry structures have been changing dramatically. Mobile communications industry was vertically integrated structure model by carriers, but now is mainly horizontally integrated structure by the App stores from appearance of Smart phones. Carriers, handset manufacturers and software companies operate their own App store.

In Korea, 20 million people use Smartphone in the population of 50 million in October 2011. The words in national policies have come to be associated with “smart” such as “Smart life”, “Smart Work”, “Smart education”, “Smart Health Care”, “Smart grid”, and “Smart government”. Ministries, local governments, and public institutions as well as enterprises also put up information on Twitter to reflect the public opinions on the policies. Smartphone was released in Japan a year earlier than Korea. As part of a social innovation such as “Smart society”, “Open Government” has been focused, but active movement has not like Korea.

Why is it? What is the difference? The answer is to compare the latest Korean and Japanese national information policies, which are “Strategy to promote smart life” and “Smart ubiquitous network society strategy” after Smartphone diffusion.

*The University of Tokyo Graduate School of Interdisciplinary Information Studies

Key Words : Korea, Information Policy, Smart Society, Mobile internet, Ecosystem, Open innovation.