

平成 21 年 2 月 20 日  
次世代電子商取引推進協議会 (ECOM)  
企画部会

## 「デジタルジャパン」の原案等の策定に関するパブリックコメント

### 1. 目標について

- (目標 1) D パワーであらゆる無駄を撲滅するデジタル・エコ社会
- (目標 2) D パワーですべての市民・企業が元気になり、夢を実現できる  
デジタル成長社会

#### 意見(電子商取引(EC)推進団体として):

世界最高水準のインターネット網が整備され、2007 年の電子商取引額は企業間(BtoB\_EC)で 162 兆円、企業・消費者間(BtoC\_EC)で 5.3 兆円に達した(平成 19 年 経済産業省調べ)。持続可能社会の実現に向け、個人向け電子商取引や法人向け電子商取引による CO2 排出削減の期待も大きい。

企業間の電子商取引額は米国を超え、IT 利活用・産業界も世界 3 位となったが、企業での IT 利用は、部門別、企業別、業界別で自律分散的(情報資産の管理、組織毎の拡張)に進み、企業の壁などがあり、個々に情報はあがるが日本の産業競争力につながっていない、いろいろなところで無駄が発生しているのが実情である。また、情報の収集と利活用に関して、大企業と中小企業での格差も生じ、不公平感も出てきているのが実情である。

一方、企業・消費者間の電子商取引額は米国より低く、IT 競争力ランキングでも個人の利活用は低位にある。電子商取引額の差からも企業間は電子化されたが、企業・消費者間ではまだ十分利活用されていないと言える。企業と消費者、個人と個人との間でも、情報の収集と利活用に関して格差が生じ、また、消費者や個人に情報利活用に関する不信感が依然として存在している。

こうした現状認識から、(目標 1)(目標 2)ともに賛成であり、EC 主体者(消費者も企業も)が IT 技術を用いあらゆる無駄を破棄し、活発に価値を創造し、必要な情報を必要な人と連携して夢を実現できる持続と成長を兼ね備えたデジタル成長社会が必要である。

### 2. EC における具体的問題点

(目標 1)(目標 2)を実現していくために、新しい IT 技術を取り入れて次世代の EC を推進している現場からの具体的な問題点を挙げる。

## (1)情報連携やトレーサビリティの未成熟さ

### 製品の事故:

暖房器具、湯沸かし器、エレベータなど、情報の連携やデータの解釈に関する不備による人命を脅かす事件が起きている。これらの問題を企業の管理不足というだけでは解決しない。販売時点の情報があつたとしても、その情報は時間とともに劣化し、製造元でもどこでどのように利用されているかは分からない。製造元企業が製造責任を果たしたくても果たせない、危険が迫っていても伝えることもできない状況にある。

### 共通理解の不備:

特に、湯沸かし器、エレベータなど事件では製造元とメンテナンス会社での情報連携の不足、情報に対する重要性や内容の理解の不備によって、人命にかかわる事件が起きている。

### 食品の事故:

食品（冷凍餃子など）への異物混入により、消費者への健康被害へとつながっている。これらは、物流や販売時点の情報が製品と数量単位でしか行われていない。共通の不具合はわかっても、個別の不具合に関しては追跡できないトレーサビリティの未成熟さがある。

### 情報偽装:

こうした情報によるトレーサビリティの未成熟さがどうせわからないだろうということにもなり、情報偽装へとつながっている。それらが、情報に対する消費者の不信感を増すことにもなっている。

## (2)情報の品質劣化と新しい価値創造に向けた新しい情報利活用環境の未整備

### 違算:

かなりの取引が電子化されてきたにも関わらず、違算が生じている。データの入力間違いだけでなく、あいまいさを含んだデータが違算を引き起こす。企業によっては違算が数%に達し、決算するために、検収や決算に膨大な人的労力がかかっている例もある。

### 情物の乖離:

受発注時点 (BtB\_EC) や販売時点 (BtoC\_EC) の情報 (Point of Sale) は、検品・検収行為や POS システムによって、その時点では、物とそれに対する情報が一致している。しかしながら、その一時点を過ぎると、時間の経過とともに情報と物の状態が乖離する。たとえば、Point of Sale の情報を持っていても時間がたつと使えない。また、組織を超えると、どこで、何に使われているか利用時点の情報 (Point of Use) はわからないという状況になる。

### 組織毎(企業、業界)の情報利活用:

これまでの情報システムは組織毎に自組織の運営を目的として、組織の情報資産として収集されてきた。このため、組織が異なれば、情報収集の目的（情報利活用）が異なり、項目も表現も異なる。たとえば、小売店では売れた情報は集めているが、売れなかった情報は集めていない。そのため、製造

側では売れなかった情報がなく、製品の改善にはつながらず、売れない製品を製造することになる。

情報収集にはコストがかかるため、異なる組織のために情報を収集するインセンティブは働かず、また、情報収集の目的（情報利活用）が異なる自社の情報を開示したとしても、開示先が理解できなかつたり、個人情報保護で訴えられる可能性も秘めている。

### **(3)情報利活用に対する利用者(情報主体者)の不信感の増大**

#### **情報犯罪の経済犯化:**

情報犯罪は愉快犯から経済犯（金儲け）へと進化している。匿名性のあるインターネット上で、セキュリティホールなどの情報を専門家が連携し、不正に取得した情報によって、消費者も企業も被害を受けるのである。

#### **ID 窃盗:**

日本でも ID 窃盗の被害が出始めている。不正に取得した ID により商取引行為の間に第 3 者になりすまし、正当な当事者が互いの管理責任を争い、お互いに被害者となっている。

## **3. 必要な施策**

近年の測位技術の進化の測位技術(GPS、RFID、等)の進化によって、利用時点(Point of Use)の情報が収集でき、時空間情報処理技術(PIS)によって個別に持っていた情報がつながられるようになる。これによって、新しい情報一致が実現でき、サプライチェーンマネジメントが向上し、CO2 排出削減も実現できるのである。

さらに、自由な場所（フリーロケーション）での検収、詳細な場所の配送（ピンポイントデリバリー）、移動している人のサービスの提供（ムービングターゲット）といった新しいアプリケーションも実現できるようになってきた。

これらの新しいアプリケーションを実現していくには、Point of Use の情報から情報利活用形態そのものを変えていくことと、その利活用を支え価値あるサービスを提供していく情報基盤が必要である。

#### **具体的対応の施策:**

##### **(1) Point of Use(利用時点情報)からの改革(価値の創造):**

###### **(a)情報を連携して利活用するための情報の開示と制度の整備**

具体例：位置情報など今ある情報の開示、開示できない制度の整備  
現物(紙)でしか認められない情報に対する制度の改善

###### **(b)利用時点情報を捉えるための情報デバイスの普及**

具体例：携帯(GPS)、RFID、IC カード、家電、カーナビ、他

###### **(c)消費者と情報収集のコンセンサスを得るためのガイドライン作成**

具体例：消費者の行動情報と購買情報の利活用ガイドライン、他

## (2) 価値の創造を支える持続と成長を兼ね備えた情報基盤の整備

### (a) 近未来バリューチェーン基盤の推進

新しい測位技術などにより利用時点の情報を捉え、価値を創出するバリューチェーンを構築し、電子タグなどの情報デバイスにより、新しい情物一致を実現し、企業を超えた情報連携による調達(EC)・物流(ロジスティックス)の最適化を進め、サプライチェーンマネジメントやリユースの効率化(CO2の削減)を実現すること。

### (b) 情報連携基盤の推進

位置情報の定義 PIs を取り入れ、国際相互運用性を推進し、企業間の情報共有ルール展開し、違算のない取引データ品質管理を実現していくこと。

### (c) 情報保護・利活用基盤の整備

情報保護と利活用という背反する目的に対して、消費者・顧客と企業、企業(大企業)と企業(中小企業)での情報の利活用と保護の仕方に関するコンセンサスを得る方法や5W1H(いつ、どこで、誰が)を利用したような新しい情報保護の仕方を実現すること。

### (d) 電子署名・認証基盤の整備

情報社会で行われてきたことの情報を正しく保管することや、個人と個人での正しい情報の交換(セキュアメール)官民サービスを連携するために複合したIDの持ち方など、皆が情報利活用を行う上で、署名や認証の仕方を再整備すること。

以上

本件連絡先：非公開