

# 日韓のスマートフォン普及差異比較研究 —イノベーション政策を事例に—

## A Comparative study on the difference of Korea-Japan smartphone diffusion and innovation.

趙 章恩  
Changeun CHO

東京大学大学院 学際情報学府 博士課程  
The University of Tokyo Graduate School of Interdisciplinary Information Studies

**Abstract** In Korea, 20 million people using Smartphone in the population of 50 million in October 2011. Also a national policy "Smart life," "Smart Work" "Smart education", "Smart Health Care", "Smart grid", "Smart government" such as "smart" is the word came to be written. Ministries and local governments as well as enterprises, public institutions also disseminate information on Twitter, which tries to reflect the opinions of the public policy. Smartphone was released in Japan a year earlier than Korea, as part of a social innovation "Smart society", "Open Government" has been focused, but active movement is not like Korea. Why it is. And what's the difference.

**キーワード** 日韓比較、スマートフォン、ソーシャルイノベーション、情報化政策、スマート社会

### 1. 研究の目的と背景

韓国放送通信委員会<sup>1</sup>によると、韓国では、2012年4月末時点で携帯電話加入者に占めるスマートフォンの割合が約53%にあたる2660万件を超えた。総務省<sup>2</sup>によると、日本は2011年末時点でスマートフォン普及台数は2330万台、携帯電話加入者に占めるスマートフォンの割合23%である。スマートフォン (iPhone) が発売されたのは、日本2008年7月、韓国2009年11月であるため、韓国が日本よりスマートフォンの普及速度が断然速いことがわかる。

スマートフォンの普及率の高さから、韓国ではスマートフォン・タブレットPCなどの常にモバイルインターネットにつながっている個人端末が生活の中心になる「スマート化」が注目されている。国家情報化政策も「スマートコリア推進戦略」、「クラウドコンピューティング基盤スマートワークセンター構築」、「スマートガバメント構築」など「スマート」という文字を強調するようになった。

さらに、韓国の各省庁と自治体はスマートフォンとソーシャルネットワークサイトを利用して情報を発信し、国民の意見を募集して政策に反映しようとしている。スマートフォンは個人が常にインターネットにつながっているようにした。ソーシャルネットワークサイトは知人とつながるために使われるコミュニケーション

ツールのため、住民登録番号という国民総背番号制による本人確認をしなくても、ある程度個人を特定できる。ソーシャルネットワークサイトに書き込まれる内容を分析することで、行政機関は国民の意見をより把握しやすくなっている。そのため、社会的課題の処理速度がスマートフォン普及前に比べ早くなった事例が増えている。

これと似た行政サービスとして、日本では総務省が2005年より「地域SNS」事業を行っている。特定地域を対象とした、顔の見える地域活性化のツールとして機能することが期待されたが、地域住民が積極的に参加し、地域社会の活性化に何らかの効果をもたらしている地域SNSはそれほど多くはないと言われている<sup>3</sup>。

日本でもスマートフォンの普及に伴い、ソーシャルイノベーションが注目されているものの、詳細な活動を比べると韓国のようにインパクトのある動きは見られない。スマートフォンの普及率の差が大きいことに原因があるのではないかと。

本稿では、ソーシャルイノベーションを「スマートフォンとソーシャルネットワークサイトを経由して社会的課題を解決しようとする」と定義する。大室(2007)は、ソーシャルイノベーションを社会的価値と経済的価値を両立するイノベーションである必要があると強調した。ソーシャルイノベーションは、今問われている社会的課題を解決するため、意識変化や新しい社会的価値を創造することであるが、社会的価値は必ず経済的価値も問われるため、費用対効果が常に重

<sup>1</sup>放送通信委員会、『無線通信サービス加入者現況 2012.4』、pp2、2012年5月18日

<sup>2</sup>総務省、『スマートフォンを経由した利用者情報の取扱いに関するWG中間取りまとめの概要』、pp2、2012年4月11日

<sup>3</sup>総務省『2010年度情報通信白書』第1部第1章 ICTによる地域の活性化と絆の再生

要である。

スマートフォンの普及がもたらしたソーシャルイノベーションは、情報が政府から国民へ流れるのではなく、行政情報を公開して透明な行政仕組みを作るという社会的価値と、通信費以外の費用をかけず多様なステークホルダーが意見を交換できる経済的価値の両方を持っている。このような理由から、ソーシャルイノベーションはスマートフォンが普及すればするほど、国家戦略において重要な位置を占めるものと考えられる。スマートフォンの普及率の差がソーシャルネットワークサイトの利用の差異を生じさせ、日韓のソーシャルイノベーションのインパクトにも影響を与えているのではないだろうか。

本稿では、日韓でスマートフォン普及差異の原因をモバイルインターネット利用、ICTが経済に及ぼす影響の面から分析し、普及差による社会的・経済的影響として、日韓のソーシャルイノベーションの事例を比較分析する。

## 2. 日韓のスマートフォン普及差異原因分析

### (1) モバイルインターネット利用実態普及の違い

前出の通り、携帯電話加入者に占めるスマートフォンの割合は韓国が2012年4月末時点で約53%、日本は2011年末時点で23%と2倍以上差がある。

日本のスマートフォンの出荷台数は、ICD Japanの調査によると、2011年7月から9月までの間前年同期比243%増の530万台に達し、全携帯電話出荷台数に対するスマートフォン出荷台数の比率は、2010年7月から9月までが17.9%、2011年1月から3月までが44.9%、2011年7月から9月まで50%に上昇している。スマートフォンの出荷台数は2012年2,870万台にまで拡大し、2015年には3,403万台に達すると予測されている<sup>4</sup>。

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%となった。2012年3月末にはスマートフォンの契約数は2,598万件、携帯電話に占める割合は23.1%、2013年3月末には同じく3,913万件と33.9%、2014年3月末には5,124万件と43.4%、2015年3月末には6,137万件と50.9%になると予測されている<sup>5</sup>。

韓国の場合、スマートフォンの普及速度が日本より圧倒的に早い。

放送通信委員会によると、2009年11月iPhone発売をきっかけにスマートフォンが普及するようになった韓国では、スマートフォン契約数が2011年11月47万件から2011年3月には1000万件、2011年10月には2000万件を突破した。携帯電話加入者と人口がほ

ぼ同じなので、人口5000万人の中で40%がスマートフォンを使っているということになり、経済人口2500万人のほとんどが利用しているといえる。

日本は2014年に携帯電話加入者に占めるスマートフォンの割合が40%を超えると見込まれている中、韓国はすでに2011年10月時点で40%を超えている。日本は2008年7月にスマートフォンが発売されているので5年所要するが、韓国は2009年11月に発売されているので2年しかかからなかった。

その理由としてモバイルインターネットの利用差がある。日韓の移動通信事業者は端末製造者とコンテンツプロバイダー、ユーザーの間に入り、端末、ネットワーク、コンテンツ、料金回収に至るまですべてを垂直統合(walled garden)で管理している。1999年、日本はNTTDocomoの「i-mode」、韓国はSK Telecomの「Nate」という名前で携帯電話からインターネットにアクセスできるサービスを始めた。日本では移動通信事業者がプラットフォーム事業者となり、他のコンテンツプロバイダーが自由にプラットフォームに参加できるようにしたことで、ユーザーは携帯電話から公式サイトだけでなく非公式サイトにも自由にアクセスできた。しかし韓国では、移動通信事業者が自社の子会社の公式サイトだけ利用できるように、ネットワークを閉鎖的に運営してきた。

放送通信委員会の2011年度『モバイルインターネット利用実態調査』によると、韓国では2011年に初めてモバイルインターネット利用率が60%を超えた。総務省情報通信白書によると、日本の場合、2003年にはモバイルインターネット利用率が58%を超えていて、2005年からは固定通信よりもモバイルからインターネットにアクセスする人の方が多くなっている。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。

韓国のモバイルインターネット利用率が日本より低い理由は携帯電話から自由にインターネットにアクセスできなかったこと、定額料金制ではなかったことをあげられる。移動通信事業者はスマートフォン以外の携帯電話端末(フィーチャーフォン)からは通信事業者の公式サイト以外のWEBサイトにアクセスできないようにし、ネットワークを閉鎖的に運営していたのが原因とみられる。

スマートフォンが登場してから、韓国人は初めて個人が移動しながらもインターネットに自由にアクセスできるようになった。ネットワーク利用料も重量制から定額制になった。Wi-Fiや4世代ネットワークにより通信速度が速くなったため、リアルタイムで位置情報や個人情報と組み合わせた多様なコンテンツを利用できるようになった。コンテンツを提供できる場所が公式サイトからアプリケーションマーケットへ拡大され、料金回収手数料も下がった。アプリケーションマーケットからは全世界のデベロッパーが開発した数万件のアプリケーションを無料または手軽な値段で利用できるように利用できるコンテンツが豊富に手に入るようになった。

固定通信では国民IDである住民登録番号を使った

<sup>4</sup>ICD Japan 2011.12.27「国内モバイルデバイス市場 2011年第3四半期の実績と予測」

<http://www.idcjapan.co.jp/Press/Current/20111227Apr.html>

<sup>5</sup>MM総研 2011.7.7「スマートフォン市場規模の推移・予測」

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

本人確認をしないとネットサービスを利用できなかったが、モバイルインターネットでは本人確認がいらす匿名でも利用できるようになった。

## (2)ICTが経済に及ぼす影響力の違い

総務省の ICT 国際競争力指標<sup>6</sup>によると、インターネットが世界経済成長及びイノベーションの推進力となっていることは世界の共通認識である。しかし、携帯電話、ノート PC、テレビいずれも、日本の輸出額はほとんどない。2009 年のインターネット産業の GDP に占める割合は、世界平均が 0.8%~6.3%で、日本は 4.0%、韓国は 4.6%である。インターネット産業の GDP 成長に対する寄与は、日本は 0%、韓国は 16%と大きな差異がある。

韓国は携帯電話端末、半導体、ディスプレイが 3 台輸出品目であり、日本の経済産業省に該当する知識経済部によると、2011 年 1 月から 11 月までの韓国のスマートフォン輸出額は 114 億 3000 万ドルで、2010 年に比べ 96.2% 増加した。韓国の IT 産業全体の輸出は 1569 億 7000 万ドル、輸入は 815 億 2000 万ドルであった。韓国の IT 貿易収支は全産業の貿易収支黒字 333 億ドルよりも 2.3 倍高い 754 億 5000 万ドルだった。韓国の携帯電話とスマートフォンは世界市場シェア 1 位となっている。2012 年もスマートフォン、スマート TV といったスマートデバイスの輸出増加により、IT 産業の輸出は増加するものと見込まれている<sup>7</sup>。

さらに、総務省の ICT 国際競争力指標によると、ICT のインフラ及び利活用に関する 30 か国国際比較では、ICT の総合進展度において韓国が 60.6 ポイントで 1 位、日本は 57.8 ポイントで 3 位となっている。ICT 利活用総合の面では韓国が 62.7 ポイントで 1 位、日本は 50.8 ポイントで 18 位である。政府の ICT 利活用の面では韓国が 66.0 ポイントで 1 位、日本は 45.6 ポイントで 23 位である。固定ネットの普及は韓国が 63.9 ポイントで 1 位、日本は 55.4 ポイントで 12 位である。

スマートフォンから利用する決済、コマース、ソーシャルメディア、位置情報、拡張現実 (Augmented Reality)、広告、ヘルスケア、教育などのアプリケーション市場が新しい産業として登場した。

ICT 産業が経済に及ぼす影響が大きい韓国では、スマートフォンとスマートフォンを使った新しいビジネスであるソーシャルメディアを育成して、持続的な経済発展を成し遂げようとしている。そのために政府の情報化政策や生活全般においてスマートフォンが注目され、スマートフォンの普及がもたらす生活の変化、ソーシャルイノベーションに敏感になっていると思われる。

<sup>6</sup> 総務省 2011.7.20 平成 23 年版 ICT 国際競争力指標の公表

[http://www.soumu.go.jp/menu\\_news/s-news/01tsushin02\\_01000016.html](http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin02_01000016.html)

<sup>7</sup> 知識経済部報道資料 2012.1.5 「2011 年 IT 輸出、2 年連続市場最大実績記録」

<http://www.mke.go.kr/news/coverage/bodoView.jsp?seq=71571&pageNo=1&srchType=1&srchWord=IT&pCtx=1>

## 3. 日韓のスマートフォン普及差異による影響 - 行政機関のソーシャルイノベーション

スマートフォンの登場後、日韓でスマートフォンを媒介にした政府機関の情報発信が増えている。韓国ではスマートフォンから利用するソーシャルネットワークサイトが選挙運動の方式を変え、公務員の仕事の方式を変えたほど影響力を持ち始めた。政府機関のソーシャルネットワークサイトの活用も中央省庁を中心に組織的で積極的である。

韓国は 2002 年 10 月、世界で初めて 393 種の行政書類をネットから申請・閲覧・発給できる電子政府サイト「[www.egov.go.kr](http://www.egov.go.kr)」をオープンした。行政情報を 1 カ所で管理、414 の行政機関が共同利用する電子政府を通じて行政機関の業務プロセスを改善し、国民の知る権利を保障、行政への参加手段を多様化するという目的から始まった。例えばパスポートを申請する際に、住民票や写真といった添付書類がいらなくなった。身分証を見せるだけで行政機関のネットワークがつながり、必要な書類を電子政府サイトで確認できるからだ。書類の申請や発給に所要される時間も大幅に短縮された。

OECD と ITU、国連が選定する電子政府評価でも 2010 年 2 月、2012 年 2 月に 192 カ国の中から 1 位に選ばれた。電子政府発展インデックス、オンライン参加インデックスの両方で 1 位となった。モバイル電子政府選定でも 2011 年 11 月 43 カ国の中で 1 位に選ばれた。世界の人口 90% がモバイルインターネットにアクセスできるようになり、行政サービスも固定ネットからモバイルへ移行していることから、国連はモバイル電子政府を重要視している。その先進事例として韓国を取り上げている。韓国は国連に選定されたのをきっかけに、電子政府の仕組みを海外の政府機関に輸出している。

行政情報をインターネットから利用する、行政機関とのコミュニケーションをネットでもできる環境が既に整っていることも、日韓のソーシャルイノベーションの差異に影響を与えると考えられる。今までの電子政府は行政の効率化、ペーパーレスで書類発行費用の節約、といった点に焦点を当てていたが、スマートフォンと電子政府の両方を活用することで、国民の感情的な部分までも読み取れるスマートガバメントに進化すると期待されている。

日本は 2010 年 9 月より、首相官邸主催の「電子行政に関するタスクフォース」を開催し、電子行政の活性化と国民 ID を使った社会保障を議論している。

日韓の政府機関は、ソーシャルネットワークサイトを公共機関の窓口の一つとして活用している。このような動きは、米政府が「オープンガバメント<sup>8</sup>」として実践している、①情報の積極的公開(transparent)、②政策決定への国民参加(participatory)、③組織の枠を超えた協業による行政の展開(collaborative)に触発されたものでもあり、世界各国で起きている動きでもある。

<sup>8</sup> <http://www.whitehouse.gov/open>

2011年3月11日に発生した東日本大震災では、音声通話が不通となる中<sup>9</sup>、電子メールの他にスマートフォンから利用できるメッセージを残せるアプリケーションが安否確認に大いに役立った。アプリケーションの中でも、140字以内で意見を書き込みコミュニケーションする「Twitter」が情報源として大活躍した。日本の首相官邸は、震災関連情報を早く広く公開するため、英語のTwitter<sup>10</sup>を始めた。政府機関が、非常事態の危機管理コミュニケーション手段として公式にTwitterを活用するようになった<sup>11</sup>。これをきっかけに、日本では公共機関のソーシャルメディア活用に向けたガイドライン策定の取組みも始まった。

韓国でも政府機関が危機管理のためにTwitterを利用し始めている。2011年8月にソウル市内で発生した集中豪雨の際には、テレビや新聞のニュースよりも市民らがTwitterに書き込む現場中継情報の方が正確で早かった。そのためソウル市とソウル市災害安全対策本部は公式災害情報窓口としてTwitterを利用するようになった<sup>12</sup>。

2011年10月のソウル市長と地域補欠選挙ではTwitterで「投票認証」が流行った。有名人を中心に投票してきたという証拠写真を撮ってTwitterでつぶやき、市長選挙に投票するようつぶやいた。これが投票率を高める効果を生んだ。

中央日報の報道によると、Twitter上の投票認証は10月26日午後8時時点で2万6000件、投票率を言及したつぶやきは7万件、投票に関するつぶやきは40万件に達した。平日に行われた補欠選挙の中では歴代最高投票率の45.9%を記録した<sup>13</sup>。結果として、スマートフォンの主なユーザーである20~40代の投票率が増加し、この世代が支持する野党の候補が当選した。これは「Twitter選挙」とも呼ばれた。Twitter選挙運動を禁止するのは表現の自由を妨げるとして、中央選挙管理委員会はソーシャルネットワークサイトを利用した選挙運動を2012年4月の総選挙から全面開放することにした<sup>14</sup>。

<sup>9</sup>総務省『2011年度情報通信白書』第1部東日本大震災における情報通信の状況

固定通信の場合は、NTT東日本の固定電話で、加入電話とISDN合わせて最大約100万回線が不通、NTT東日本・KDDI・ソフトバンクテレコムの子会社で約190万回線が不通となった。

<sup>10</sup>[http://twitter.com/#!/JPN\\_PMO](http://twitter.com/#!/JPN_PMO)

<sup>11</sup>首相官邸政策情報官邸発 2012年1月16日

<http://www.gov-online.go.jp/pr/media/radio/pjoho/text/text20120116.html>

<sup>12</sup><http://twitter.com/#!/seoulfood>

<sup>13</sup>中央日報 2011.10.27 『SOS Tweet最後の2時間投票率8.7%上昇』

[http://live.joinmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=6518362](http://live.joinmsn.com/news/article/article.asp?total_id=6518362)

<sup>14</sup>2011年12月中央選挙管理委員会の公職選挙法運用基準が改定され、インターネットホームページ、電子メール、ソーシャルネットワークサイトを使った選挙運動は選挙期間に関係なくいつでも行えることになった。選挙当日の選挙

韓国の文化体育観光部は、2011年より公務員のソーシャルメディア利活用を評価して「ソーシャルネットワークサイト活用優秀公務員」の表彰を行っている。全国40の中央行政機関公務員の中から、国民とのコミュニケーションを円滑にして社会的課題を解決するためにソーシャルネットワークサイトをうまく活用しているかどうかを評価する。文化体育観光部は、公務員のソーシャルネットワークサイトの利用を積極的に推奨し、一方的な政策宣伝ではなく、国民の目線に合わせたコミュニケーションを強化するようにしている。

ソウル市の場合、2012年3月より、「ソウルソーシャルメディアセンター」の運営を始めた。市長のTwitter、ソウル市のTwitterとFacebookなど37のソーシャルメディアに分散している市民の声を1カ所に集めて効率的に政策に反映するための処置である。公務員が把握しきれない現場の声を、スマートフォンとソーシャルメディアを使って、リアルタイムで市民に補完してもらうという体制でもある。2012年1月より、ソウル市職員約6万人全員にソーシャルメディアのIDを持たせるための準備をしている。市の職員がTwitterを使って市民と自然にコミュニケーションすることで、市民の意見を政策に反映し、多数のステークホルダーの話を聞きながら社会的な課題を解決するソーシャルイノベーションを起こすのが目的だ<sup>15</sup>。

韓国の通信政策を担当する省庁の放送通信委員会は、2010年8月より「公共情報活用生活密着型スマートフォンアプリケーション支援事業」<sup>16</sup>を始めた。公共情報を利用して国民生活を便利にするモバイルアプリケーションの開発費用を支援する。支援を得て、地下鉄忘れ物探しアプリ、障害者向けのバリアフリーマップ、植物図鑑、国語辞書、休日病院薬局検索アプリなどが支援された。一般企業や個人が支援事業専用サイトにアイデアを登録し、審査を経て選ばれる仕組みになっている。

総務省の『2011年情報通信白書』は、第2部の特集テーマを「共生型ネット社会の実現に向けて」と設定した上で、ICT利活用によるライフスタイルの変化によって、ソーシャルネットワークサイトを通じたコミュニケーションが増加しており、利用者が2000万人を超えたとしている。ICTが単なる情報の伝達・入手のための手段として使われるだけでなく、ICTの力で、情報の発信や共有が容易になって人と人がつながり、絆の再生、知識・情報、思考・感情等の共有、現実社会の不安解消、問題解決につながっていると分

運動は禁止されているが、インターネットホームページとソーシャルネットワークを利用した選挙運動は選挙当日も合法になった。費用がかかるインターネット広告は例外である。

<sup>15</sup>毎日経済新聞 2012.1. 8 「スピード出す市長式ソーシャルイノベーション」

<http://news.mk.co.kr/v3/view.php?year=2012&no=18569&sID=300>

<sup>16</sup>公共情報活用生活密着型スマートフォンアプリケーション支援事業 <http://www.publicinfo.or.kr/>

析した<sup>17</sup>。

しかし日本では東日本大震災以降、ソーシャルネットワークサイトがきっかけとなって社会の制度が変わった、社会問題が解決した、政府機関の業務方式が変わったといった大きな変革はなかった。

韓国では、政府機関がソーシャルネットワークサイトを活用して国民の生活満足度を高めようとする一方で、ソーシャルネットワークサイトの影響力を恐れて規制したがる側面も見せている。2011年12月、放送通信審議委員会は「ニューメディア情報審議チーム」を新設した。審議委員会は、ソーシャルネットワークサイトは私的空間であり公的空間でもあると判断し、書き込まれる内容を審議し、問題と判断された書き込みは本人に通報して自ら削除するようにしている<sup>18</sup>。

行政機関だけでなく、ユーザーも韓国の方がソーシャルネットワークサイトを積極的に利用している。日本の2011年情報通信白書と韓国の2011年モバイルインターネット利用実態調査を比較してみると、モバイル端末からの利用率が、ソーシャルネットワーキングサービスの利用は日本4.8%に対して韓国は45%、マイクロブログの閲覧・投稿は日本3.3%に対して韓国は27%と、韓国の利用率が日本よりも10倍近く多い。

#### 4. スマートフォン普及後のイノベーション政策変化

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へ移行している。世界のICT利活用は固定通信からモバイルへ移行していることをふまえると、社会の課題を解決するのも、スマートフォンが重要な役割を果たす可能性があると考えられる。

2009年新しい情報化政策として、日本は「スマート・ユビキタスネット社会実現戦略」を、韓国は「スマートコリア推進戦略」を発表した。

日韓の情報化政策は、スマートフォンとモバイルインターネットを使って生活をより便利にする「スマート社会」を目指すという共通点を持っている。スマート社会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同じである。

日韓情報化政策の共通点は以下の点である。

- － 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。
- － 国民中心の、国民が参画、情報を共有するイン

ターラクティブな行政を実現する。

- － 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。
- － ICTと他産業の融合によって新しいサービスが始まるよう、エコシステムを考えた公正競争環境を整える。
- － グローバル競争力を強化する。
- － オープン、共有、参加するソーシャルイノベーションを目指す。

日本と韓国の情報化政策には反映されていない、これからスマートフォンとソーシャルイノベーションをより有効なものにしていくため、政策的に補うべき点は以下の通りである。

－ ネットワーク中立性と通信事業者の爆発的なトラフィック負担を折衷する。どんなサービスにもアクセスできるようにするネットワーク中立性を守りながらも、アプリケーション会社が移動通信事業者のネットワークに負荷をかけるFree Ride問題を解決できるよう折衷できる政策が必要とされている。

－ ソーシャルイノベーションをより有効なものにするためには、ソーシャルネットワークサイト、行政サイトに集まる意見を分析するためのBigdata処理とシミュレーションが必要である。ライフログと言われる、ユーザーがネット上で何をしたかという行動を記録して分析し、最適な情報を提供するサービスも企画されている。クラウドサービスを利用することで、情報を効率よく集め管理することはできるが、そこに集まった国民の声を瞬時に分析して政策として活かせる技術が必要である。

－ ソーシャルイノベーションは国民だけでなく、公務員の参加も重要である。韓国は公務員のソーシャルネットワークサイト利用を積極的に推奨しているが、日本は個人情報保護、情報漏えいを問題にして積極的でない。

－ 国民一人ひとりに合わせた的確な行政情報を利用するためには個人情報が必要である。韓国では、国民IDである住民登録番号による本人確認制度が行われているが、人を番号で識別すると顧客管理が楽になるので、行政以外の場面でも広く使われるようになった。そのせいで、情報流出事件が何度もあった。ソーシャルメディアは匿名で利用できるため、匿名による問題もある。個人情報保護と匿名性による問題を折衷できる政策が必要である。

－ 韓国は経済活性化と行政サービスの効率向上の両方を狙って、スマートコリア推進戦略としてスマートフォンの普及に力を入れている。日本はスマートフォン普及そのものには焦点を当てていない。端末が普及しないとイノベーションのきっかけも始まらない。

「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」が目指すべき点は、広く考えて「イノベーションの連鎖反応」を起こせる場を作ることである。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

<sup>17</sup>総務省『2011年情報通信白書』第2部特集 共生型ネット社会の実現に向けて 第3章「共生型ネット社会」の実現がもたらす可能性 2 ソーシャルメディアへの期待

<sup>18</sup>CBS ラジオ 2011.12.2 放送通信審議委員会通信審議室長パク・スンファインタビュー

<http://www.cbs.co.kr/radio/pgm/board.asp?pn=read&skey=&sval=&anum=11507&vnum=2367&bgrp=6&page=&bcd=007C059C&pgm=1378&mcd=BOARD1>

出すプラットフォームになっている。ネットワーク、端末、アプリケーション、セキュリティなど個別に分けない、プラットフォームとスマートフォンを取り囲む「エコシステム」として政策を樹立すべきである。モバイルサービスのエコシステムと他産業のエコシステムが融合して新しいサービスプラットフォームを生み出す市場状況を踏まえ、総合的な政策を樹立しないとけない。

行政のオープンイノベーションのために必要なのは、スマートフォンを取り囲むエコシステムを把握することである。エコシステムを把握することで、国民、行政、企業など、全員が利益を得られ、ソーシャルイノベーションはますます活性化されると考えられる。情報化政策では、ヘルスケア、スマートラーニングといった重点課題への個別支援よりも、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けない。

## 5. 結論と今後の課題

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になりつつある。日韓政府が課題にしている「スマート社会」も現実になりつつある。スマートフォン普及による変化を、日本は国民の生活の変化、社会の変化を身の回りの課題解決を優先する「ライフイノベーション」としてとらえ、韓国は行政と社会の改善と同時に経済成長へつなげる（ソーシャルメディアを媒介したコマース、ゲームなど新しいビジネスの派生による経済的利益）ための「ソーシャルイノベーション」としてとらえていると分析できる。

韓国ではモバイルインターネットを自由に使い、国民 ID を使った本人確認がいらぬということから、スマートフォンからソーシャルメディアで活発に情報と意見を交換している。その結果、スマートフォンとソーシャルメディアは、インパクトのあるソーシャルイノベーションを起こすプラットフォームとして認識されるようになった。

日本は 1999 年以降、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変化に着目している。

本稿の比較分析から、スマートフォン普及差は、情報化の差につながり、イノベーションの差につながるが見えてきた。スマートフォンの普及促進のために必要な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変らなければならない。通信ではなく、スマートフォンとソーシャルメディアを含むエコシステムが重要である。スマートフォンを使ってサービスを提供する補完財を増やことで底辺が広がり、ソーシャルイノベーションを起こして行政を改善しながら、同時にスマートフォン周辺産業が大きくなることで経済的発展も得られる。

今後もこの分野での持続的な事例分析を続け、政策発

展に役立てたい。

## 参考文献

- 1) Everett M.Rogers, “Diffusion of Innovations” (Fifth Edition) New York, NY: Free Press.2003、三藤 利雄訳、『イノベーションの普及』、翔泳社、2007
- 2) Chesbrough, Henry W, “The Era of open innovation”, MIT Sloan management review 2011 Winter, pp35-41、2011、USA
- 3) 大室悦賀、『ソーシャル・イノベーション：機能・構造・マネジメント』、財団法人政策科学研究所『21 世紀フォーラム』105 号、pp20～27、2007
- 4) 韓国行政安全部、『2011 年度国家情報化白書』、2011 年 8 月 30 日、韓国
- 5) 韓国放送通信委員会、『2011 年無線インターネット利用実態調査』、2011 年 12 月 22 日、韓国
- 6) 須藤修、『複合的ネットワーク社会』、有斐閣、1995
- 7) 総務省、『モバイルビジネスの現状と課題』、2007 年 1 月 17 日
- 8) 総務省、『2010 年情報通信白書』、2010 年 7 月 6 日
- 9) 総務省、『2011 年情報通信白書』、2011 年 8 月 9 日
- 10) 総務省情報通信審議会、『我が国の ICT に関する現状と動向』、2011 年 11 月 16 日
- 11) 趙章恩、『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) 合同研究大会論文集、pp192～197、2008
- 12) 趙章恩、『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) 合同研究大会論文集、pp120～123、2010
- 13) 趙章恩、『日韓における通信融合産業の競争促進政策とオープンイノベーション—モバイルペイメントを事例に—』、第 72 回情報処理学会全国大会論文集、pp4-817～4-818、2010
- 14) 趙章恩、『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) 合同研究大会論文集、pp373～376、2011