

# 日本産業標準調査会の役割

## 経営戦略と標準化

### 日本産業標準調査会(JISCC)の役割(国内・国外)

JISCCは経済産業省に設置されている審議会であり、産業標準化法に基づき、日本産業規格(JIS)の制定、改正等に関する審議や、産業標準化の促進に関して関係各大臣への答申を行う組織である。

また、国際標準化機構(ISO)および国際電気標準会議(IEC)には1カ国1機関のみ加入することができるが、1950年代からJISCCがわが国の代表としてISO・IECに参加している。わが国は、常任理事国6カ国の一角を占めており、国際会議の場における意見表明、ISO・IEC幹部ポストの

日本産業標準調査会(JISCC)会長  
経団連副会長・知的財産委員長  
日本電気特別顧問



遠藤信博  
えんどう のぶひろ

変質する標準化と、それを受けた「日本型標準加速化モデル」を取りまとも

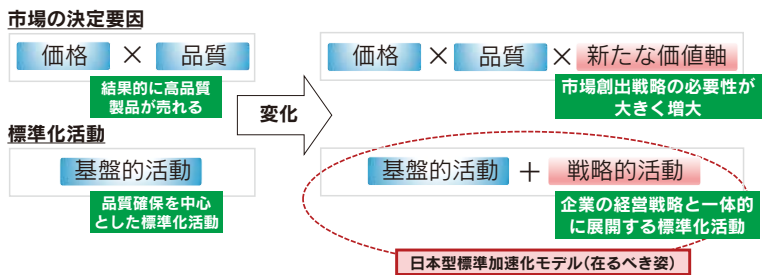
JISCC会長としても、また企業人としても、近年強く感じることは、「標準化」をはじめとするルールメイキングに勝ち抜くことがビジネスの前提条件となってきたという点だ。わが国では、製品等の仕様の共通化や、互換性の向上、消費者の安全や利便性の確保等が「標準化の効能」と捉えられがちである。

しかし、国際的にはそうではない。例えば、欧州、米国、中国は2021年から2022年にかけて、次々と標準化と競争力との関係

に触れた文書を発出している。また、2023年のISO総会や2022年のIEC総会等への参加を通じて、延べ10カ国以上の標準化機関と会談してきたが、彼らはさらなる高度情報化社会を見据えて、標準化の重要性が確実に高まり、それが競争力に直結するという感覚を強く保持していた。

つまり、グローバルな市場構造の転換を背

図表 日本型標準加速化モデル



出所：2023年6月 日本産業標準調査会基本政策部会取りまとめ

景に、「標準化」の効能も急激に変質しつつあり、海外諸国もそこに敏感になっている。供給側における生産工程の合理化・技術水準の均一化や、需要側における価値観の多様化等により、製品やサービスの「価格」や「品質」のみでなく、これら以外の「新たな付加価値」が購買行動を決定する要素となる。近年の標準化活動は、この「新たな価値軸」を創出する手段として用いられている。換言すれば、「安価で高品質のものであれば売れる」という時代から、戦略的な標準化活動によるマーケット創出が求められる時代へと変化しているのである。

このような問題意識のもと、JISCCは、2023年6月の基本政策部会取りまとめにおいて「日本型標準加速化モデル」を提示した(図表)。この中では、安全・安心を中心とした高品質な製品・サービスを支えるための「基盤的標準化活動」を維持しつつ、市場創出手段としての「戦略的標準化活動」に積極的に取り組むことがわが国の「在るべき姿」であるとしている。

### その背景にあるマーケット構造の変化

これらの標準化の変質の背景をもう少し掘

り下げて、人間社会の変化、特にDXやICTの急速な進展に注目したい。われわれの時代が、情報化時代から「データ時代」に入ったことで、物理的な距離を超えて様々な人やデバイスがつながり、大量のデータを即時に処理し、瞬時に価値を創造することが可能となった。マーケットにおける消費者の購買行動も、価格・品質といった「ハードウェア」の価値から、物、人の動作や環境のデータ化を活用した「ソフトウェア」による新たな価値創造に期待するようになってきている。

そして、多種多様な人々がつながる「インターネットフェース」をベースに飛躍的に付加価値が創造される時代にあつては、それを組み合わせた、統一する「標準化」の重要性が急速に増している。特許は知的財産を囲い込み、価値を刈り取る方法だが、「標準化」は市場に関わる人々が価値を共有するインターフェースそのものであり、知財のオープン化によってインターネットフェースが明示され、それに多種の価値が加わり、自動的に市場拡大が図れる重要な手法である。

DXは、人間社会が直面する多くの課題を、従来人間社会が持ち得なかった全体最適型のソリューションとして解決することで、高い付加価値を創造する最も重要なツールの一つ

である。DXは全ての事業において新たな価値創造を起こすことを経営層は意識すべきであり、標準化の後追いをしないためにも、標準化に関するリーダーシップを期待したい。

今後、DXの価値最大化のために、様々なセンサーが開発され、大規模なデータ収集がこれまでになく速度で行われるだろう。この過程で自らリーダーシップを取って標準化に加わることも、グローバルに価値貢献できる機会を拡大する鍵となる。この時、将来の目指すべき価値のある姿、KGI(Key Goal Indicator：重要目標達成指標)を自ら創り、ビジョンを持って標準化のルール形成を主導することが、標準化に対する共感を引き出すうえで重要だ。

また、マーケット構造を捉える際に、拡大するマーケットにも留意しなければならない。例えば、グローバル・サウスのプレゼンスの拡大は、今後の市場展開において無視できない要素である。これらの新市場の国々へ、われわれの製品・サービスを優位に展開させるうえでは、パートナーシップを組むと同時にわれわれの持つ技術が国際標準化されていることで市場に受け入れられやすい環境を整えることが不可欠になる。

## J-ISC会長として抱く危機感と今後への期待

わが国企業が「技術で勝って、市場で負ける」と言われて久しい。世界を見ると、主要国はマーケットで自国企業が有利となるよう、標準化を戦略的に活用する形での市場獲得を構想している。水素、半導体、AIなどの様々な技術革新が進む中において、わが国企業が重要技術領域で「フォロワー」とならないためには、人間社会でのこれら技術によるソリューションのあるべき姿をKGIとして自ら描き、リーダーシップをもって標準化を強く意識したオープン&クローズ戦略を展開し、マーケットを獲得することが必要だ。

産業界としては、従来以上に経営戦略の観点から標準化を考えることが必須であるが、現状では、標準化を単なる規格開発と捉えるケースが多く、経営戦略の中にビルトインされているとは言い難い。日本企業でこうした現状が意識されずに、フォロワーを安易に許してしまうことを強く危惧している。

わが国の経営者には、社会課題を解決しながら国際マーケットを勝ち抜くためにも、標準化の戦略的展開に関するビジョンを持ち、それを産業界で共有することが必要不可欠と

の感覚をぜひとも持っていたきたい。

無論、明るい兆しも見られる。わが国産業界でも、Chief Standardization Officer、いわゆる「CSO」(最高標準化責任者)の設置など、経営戦略に標準化活動を取り入れる動きがあり、日本発の戦略的標準(それを通じた市場創造)の成功例もある。経済産業省も「日本型標準加速化モデル」を実現することで、標準化の手法によりルール形成力を培い、ルールにただ従うのではなく、「ルールメーカー」へと変貌していく国にするという決意を説いている。

経団連にも国際標準戦略タスクフォースが設置され、従来になく切迫感で、産業界における標準化戦略の拡充方が検討されている。J-ISC会長でもあり、経団連の副会長・知的財産委員会委員長でもある私としては、産業界と、標準化の世界や政策当局との間を橋渡しすることが責務だと認識している。各企業のさらなる努力と産学の緊密な連携により、日本のルール形成力が強化され、市場への価値貢献が広がり、多くの日本の産業がグローバル市場で躍動することを切望する。

(注)日本産業標準調査会基本政策部会取りまとめ「日本型標準加速化モデル」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/hyoin-kijun/jisho/pdf/20230620ori.pdf> 参照