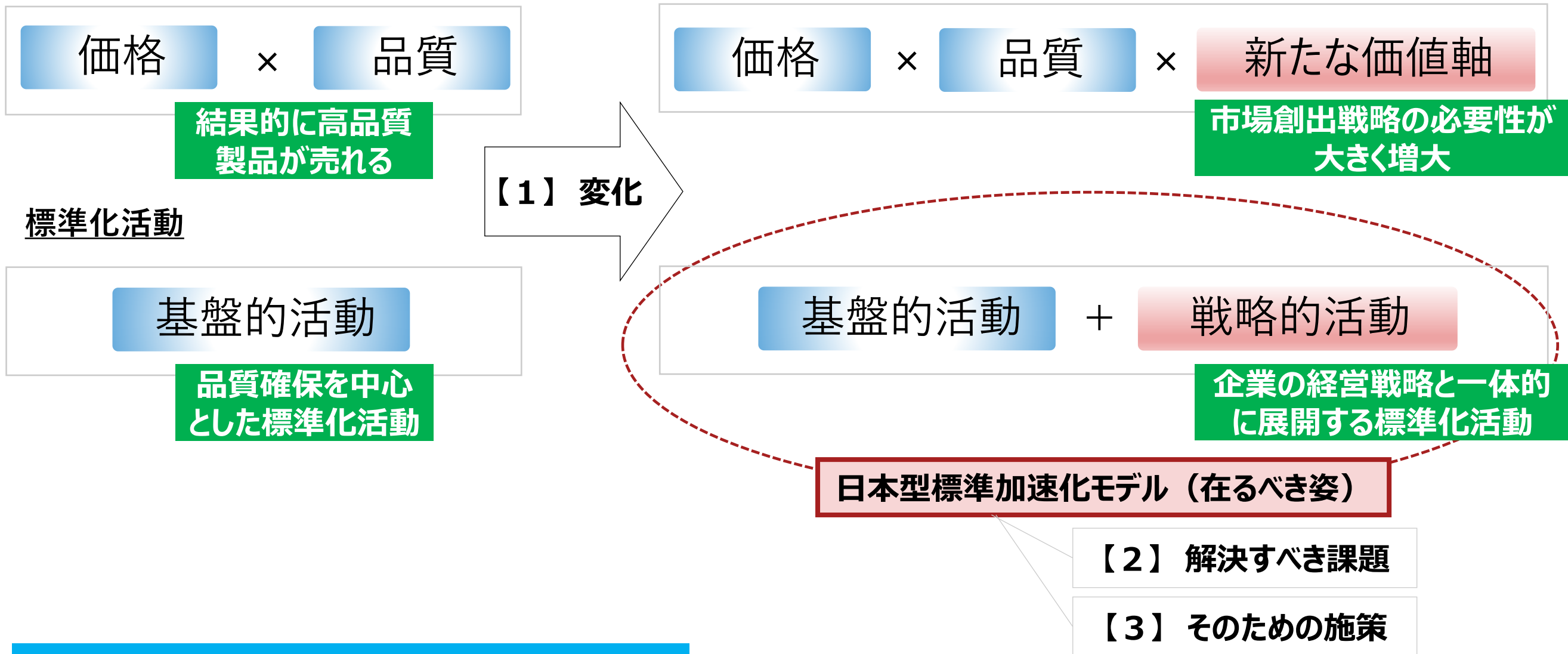


市場の決定要因



【1】 市場の変化に応じて高まる標準化の必要性

- (1) 日本企業は、従来、高水準の標準化活動を展開。特に、安全・安心・高機能な品質について、標準化を続けてきた。「価格×品質」の時代に、大きな効力を発揮。
- (2) 他方で、グローバル市場では、「価格×品質」だけでは製品等が市場につながらない状況に直面している。価格と品質以外の、新たな価値軸を生み出すことが必要。

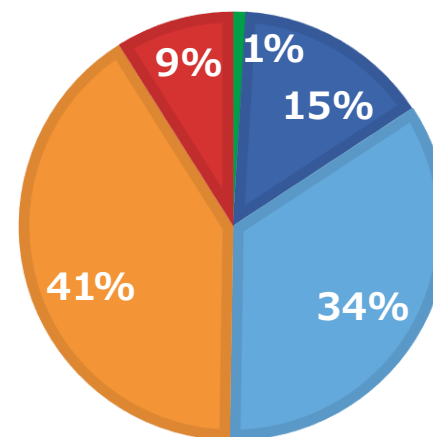
- (3) したがって、市場創出戦略を展開し、需要側のニーズを引き寄せなければ、製品等はグローバル市場に通用しない。あらゆるツールをこれまで以上に活用することが必要。
- (4) 市場創出戦略の中でも、標準化は、需要側が製品等を選択する際の新たな価値軸として機能し、需要側のニーズを引き寄せる点において、重要なツール。(しかし、市場創出を標準化戦略によって実現するという認識は、いまだ十分ではない。)

(1) 人材を将来に向けて確保することが困難

- 国内市場を支える、約600件/年ものJIS（日本産業規格）の制定・改廃を行うには、人材の量的確保が必須。
- 企業内の標準化人材は高齢化傾向。国際的に活躍できる人材が、将来にわたって確保できる保証はない。
- 企業内の若年層を含む人材育成が必要だが、リソース配分の優先度は低い（⇒(2)）。
- 当面は、企業外の人材を活用できる環境整備も必要だが、外部人材市場は存在していない。
- 標準化による市場創出戦略を担う人材の育成も課題。

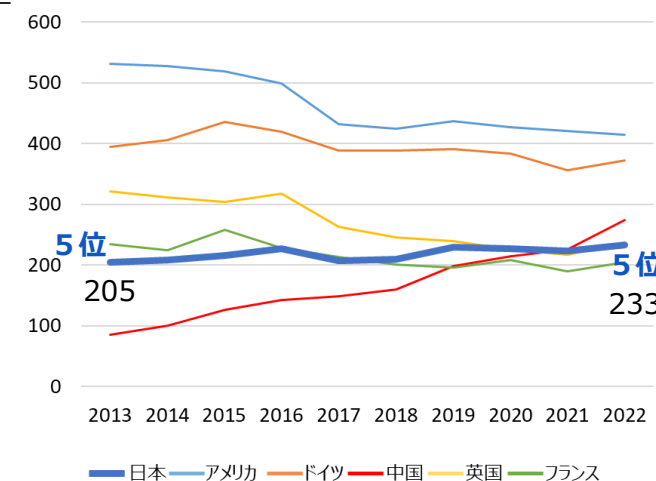
標準化活動の従事者の年齢別内訳

■ 20歳～ ■ 30歳～ ■ 40歳～ ■ 50歳～ ■ 60歳以上



（出所）経済産業省作成（CSO設置企業58社へのアンケート結果）

ISO・作業部会の議長ポスト数



（出所）国際標準化協会「ISO事業概要」、ワーキンググループのコンビーナを指す

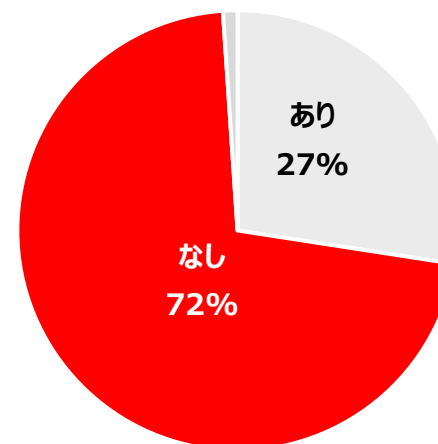
(2) 企業の経営戦略における位置付けの低さ

(3) 研究開発段階の標準化戦略が不十分

- 「価格」×「品質」に加えて、「新たな価値軸」を生むため、標準化を含む市場創出戦略が必要。
- 国際的には、規格開発競争が活発化。市場創出のための重要なツール・戦略であるという認識が一般的。
- 他方で、企業の経営戦略に、標準化戦略は十分に位置付けられておらず、優先順位は劣後。（単に品質管理のための規格づくりとの誤認も。）
- 特に、競争力の源泉である、研究開発領域で、標準化の優先順位は低く、市場創出につながりにくい。

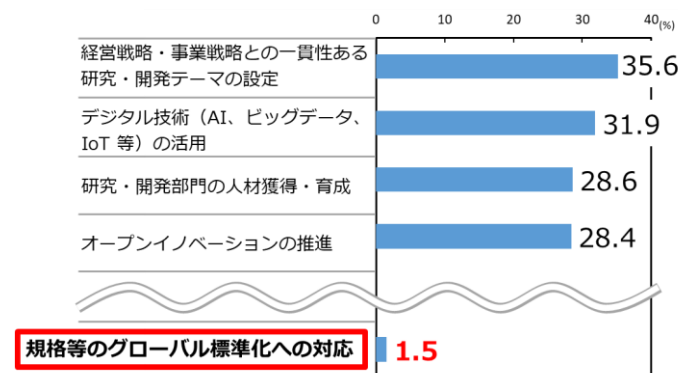
経営計画等における
ルール形成による市場獲得構想の有無

N = 上場企業565社



（出所）経済産業省作成

研究開発領域で重視されている課題



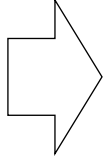
（出所）一般社団法人日本能率協会（JMA）「日本企業の経営課題2021」

（経済産業省一部加工）

【3】日本型標準加速化モデルの実現に向けた施策（課題の解決策）

(1) 標準化人材を将来に向けて確保するためには……

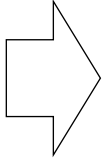
標準化人材の育成と、外部人材活用の基盤づくり、等が必要。

- 
- 我が国の**標準化人材をワンストップで検索可能なデータベース**（標準化人材Directory・仮称）を立ち上げ、企業外部人材の活用を促進。
 - 規格開発人材だけでなく、標準化戦略人材を増やすべく、研修事業等の取組により支援。また、標準化人材における資格制度を充実。
 - 中小企業の標準化活動を支援するべく、INPITと連携して、オープン＆クローズ戦略に精通した弁理士等派遣スキームを創設。

INPIT：独立行政法人 工業所有権情報・研修館

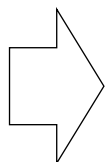
(2) 企業の経営戦略において、標準化活動の位置付けを高めるためには……

企業行動の変容を促すための取組や、市場からの「見える化」、等が必要。

- 
- 「**価値協創ガイダンス**」や「**知財・無形資産ガバナンスガイドライン**」における、必要とされる経営戦略としての標準化活動等の記載を通じて、企業が投資家に経営戦略としての標準化活動の位置付けを説明し、投資家は企業へのエンゲージメントを高めることを促す。
 - 各企業の統合報告書における、標準化戦略関連の記載を奨励。（記載社数の増加が見込まれている。）
 - 「市場形成力指標」の開発・改善を行い、標準化を含むルール形成について、企業の取組の見える化を図る。
 - これらを通じて、市場形成力や標準化戦略の重要性について、企業自身と投資家への理解浸透を図り、行動変容を促す。

(3) 研究開発段階など、標準化戦略が早期に展開されるためには……

国の研究開発事業において、標準化戦略をフォローアップする仕組み、等が必要。

- 
- 経済産業省の研究開発事業について、**プロジェクト参加企業の標準化戦略をモニタリングし、フォローアップする仕組み**を導入。また、研究開発プロジェクト等への規格開発専門家の支援スキームを充実。これらにより、研究開発成果の社会実装の確度を高める。
 - 特に大型のプロジェクトが集まる3つの基金事業（グリーンイノベーション基金、ポスト5G基金、バイオものづくり革命推進基金）については、プロジェクト参加企業の経営層のコミットメントを確認するなどの基金事業の仕組みを活かし、フォローアップを行う。



(4) これらを支える基礎となる施策

- **規格開発の基盤を広く支える支援**（令和5年度：約47億円）を継続。その際、異業種連携やアカデミア連携、中小スタートアップ連携などに、加点的支援を行うことを検討。
- 多種の業態が存在するサービス産業について、規格開発のマニュアルを整備。
- 学会における標準化関連の活動を増加させ、アカデミア連携を促進。
- 認証機関と産業界の対話テーブルを設置し、認証サービスに関する両者のミスマッチを解消。
- JIS開発について、制定期間の短縮や、対応する国際規格の日本語化を促進。
- 標準化人材育成や規格開発における国際連携を強化。

日本のチャレンジ課題の例

(経済・社会の課題例)

- GXやDXの新市場を獲得することで、負担ではなく「成長の機会」とすることができるか。
- 次世代鋼材や機能性化学品などの、高機能素材について、国際市場シェアを確保できるか。
- 高齢化社会における製品事故ゼロの実現など、社会課題を解決できるか。

(ルールメイキング手法そのものの課題例)

- 我が国の標準化人材について、次世代層を確保し、国際規格・国内規格への対応力を保持できるか。
- 標準に限らず、国際的なルール形成競争が活発化している中で、不利な立場に追い込まれない位置取りが可能か。

標準化の活用による将来像

- サーキュラーエコノミーやネガティブエミッション、デジタルアーキテクチャ等に関する新市場を、日本発の標準でデザイン。グローバルな技術革新に貢献しつつ、企業の成長を実現。
- 高機能素材について、標準化戦略により、グリーン化対応を必要としている完成品市場からのニーズを高め、日本製品が共通仕様になる。
- 規制水準よりも高水準で安全な製品を、企業が投入し続けるような、標準・認証を活用した「製品安全市場」を実現し、製品事故が大きく減少。
- 世界における標準化人材の量的水準を維持。重要テーマの規格開発について、ISOやIEC等の最前線で、日本の人材が活躍。
- 標準化の手法で培ったルール形成力は、規制対応・取引交渉・ロビイング・マーケティングなどでも開花。産学官ともに、ルールテイカーからルールメイカーへ。

縦横無尽に標準化手法が活用される環境を整備。

⇒ 消費者が暮らしやすく、企業が成長できる日本の実現へ。