ID技術は何をもたらすか

2004年5月8日

慶應義塾大学環境情報学部
IDビジネス・社会ラボ代表
Auto-ID ラボ副所長
國領二郎

1

無線ICタグに期待をかける二つのグループ

- ネットワーク派： リアルとバーチャルの結合を見る
  - → リアルとバーチャルが切れている現状
    - モノは運べない。どこにあるか分からない
    - ネットワークはいつもつながっているわけではない
  - → 個体識別技術＋いつでもどこでもネットワークでつながる
  - → ネットワーク派 ID重視、コード（意味）は二次的
- プロセス管理派
  - → バーコードの機能高度化
  - → コードに意味を持たせる

2

個体識別と無線ICタグの関係

	インパクト	検討すべき課題
個体識別	1つのものが特定できる RF－IDだけでなく二次元バーコードなどにも注目！	・データ収納量とそれに応じたビジネスモデル ・プライバシー対応（データベースアクセス） ・SCMの従来の境界を越えたコード体系の運用
＋		
無線読取	従来のバーコードと異なりタグの遠隔からデータを読むことを可能にさせる	・周波数問題 ・プライバシー対応（無断読取り）
EPC （Auto-ID）	生産、物流、販売、リサイクルなど異なるプロセスに存在するモノの所在と同一性の把握を可能にさせる	・国、産業界別に異なる環境へ対応できる柔軟性と全体効率化を実現する施策の立案と運用

3

なぜ社会的に大きなインパクトがあるのか？

情報の非対称構造変化

- 情報報の正統性（integrity）がブランドの源泉に
- 正統性を保証できるプレーヤーがパワーを持つ
  →プライバシーも消費者と事業者のパワーバランス問題と考えられる

「所有」強化

- チャネルは商流（所有権移転）、物流（物理的所在の移転）、決済（キャッシュフロー）の三つの流れで分析できる
- IDによる個別識別は所有を物理的な所在から解放する。究極の商物分離。それが何を意味するか？

機能

モノ世界をネットワーク上に正確にマッピング
識別の細分化

4

無線ICタグ：バーコード以来の大物？

ロジスティクス

可視化: インターネットと組み合わせれば全ての商品の位置情報が分かる。資産管理、食品・医薬品安全管理、リサイクルなど応用は無限

マーケティング

究極の差異化: 個々の商品だけでなく、場所、時間など全て個別化

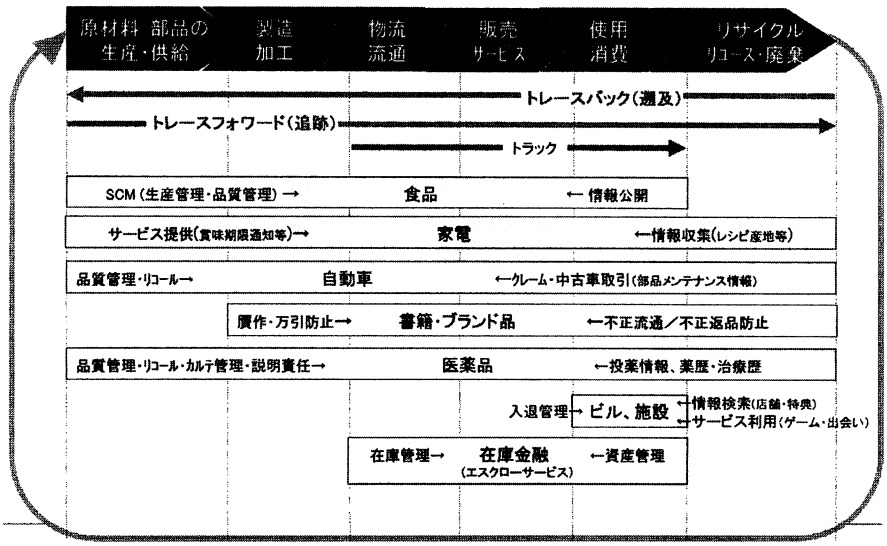
5

正しく位置づけられれば、日本ならではの利用方法が生まれ、発達する可能性が高い

- コンビニエンスストアに代表される高度なきめ細かなロジスティクス
- モバイルに代表される「手のひら」コマースの発達
- 便利・安全・安心に対する強いニーズ

6

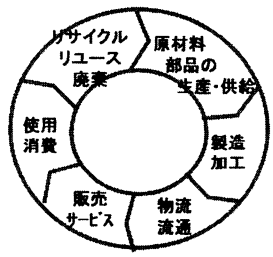
「トレーサビリティ」trace + ability = traceability。



※トレーサビリティは本来循環形で描きたいところだが、ここでは便宜上線形としてある

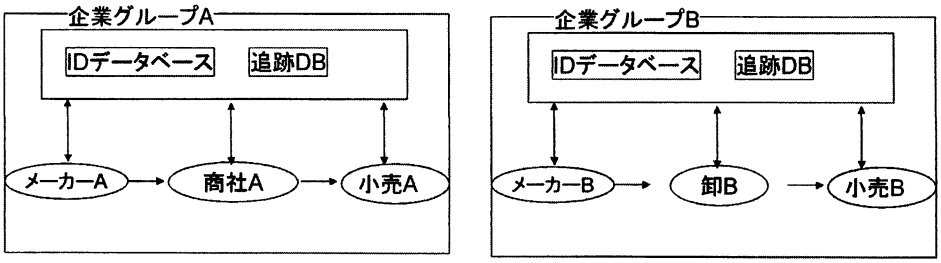
7

EPCに導入により変化するサプライチェーンの姿

	活用前	活用後
流通	原材料/部品の生産・供給 → 製造加工 → 物流流通 → 販売サービス	
特徴	生産から販売まで 消費社会	生産から消費、リサイクル、また生産へ 循環型社会
目標	効率性	消費者に対する新しい価値の創造と提供
視点	供給者視点 "サプライチェイン管理"	消費者視点 "責任ある供給" と "消費者エンパワメント"

8

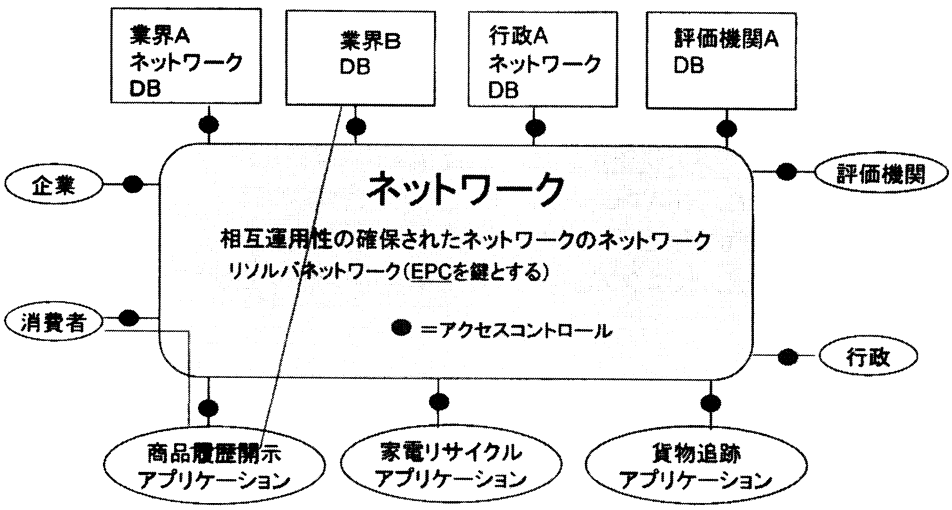
避けたい囲い込み化・分断化



これでは、できるサービスの幅が大幅に狭くなってしまう！！

9

オープンなプラットフォームを



JANコードの後継としてのEPCコード体系が主役となる

10

プライバシー

- プライバシーをめぐる二面性
  住基ネットに象徴される「集中管理（情報非対称性）」へのアレルギー
  vs
  携帯電話に見られる信頼できる相手には開放的態度

- より本質に近いところで考える
  知らない間に、知らない人に監視され、利用されていることへの不安。

- （1）技術（設計）による解決、（2）法的、制度的解決、に加えて、（3）<u>ビジネスモデルによる解決を重視すべき</u>

11

ストアイマジネーション2009ポリシー

- プライバシーの取扱いについて、EPCグローバルおよび提案されている経済産業省のガイドラインに（つまり平成17年4月1日から施行される個人情報保護法にも）完全対応すること。
- ストア内においてヒトとモノの紐付けは行わないこと
- 個人情報データベースをもたないこと
- ストア退出時にタグを利用不能にするサービスを用意すること

プライバシーを守りつつ、消費者にお役立ち情報を与え、楽しみと驚きのあるショッピング体験を演出し、それらが売上増に結びつく明るいシステム」という正しいイメージを持っていただく。（イメージだけでなく本当にその方向に持っていく）。

12

個体識別技術は「つながり」を回復させる技術

- 生産者と消費者をつなぐ
  - 近代社会で失われた大量生産、大量販売のシステムの中で、作る人は誰が生産物を使うのか知らず、使う人もだれが作ったか知らない関係ができてきた
  - 供給者にとって、作ったものがどこに行ってしまったのか分からない、責任の取りようのない状態
  - 使用者にとって、使っているものが、どこから、誰から来たのか見えない不安な状態

13