



### メイドインジャパン！ 再生・復活するか？

昨年3月、大震災により延期されていた岩手、宮城、福島の前3県におけるデジタル化が済み、半世紀以上にわたりわが国のテレビ放送を支えて来たアナログ方式は完全にデジタル方式に移行した。そこまでに、日本の放送・テレビ業界はテレビの成長・発展に大きく貢献し、一時期、世界におけるテレビ受像機のシェアを大きくリードしていた。ところがデジタル化が視野に入り、デジタル薄型テレビへの移行が進み始めた頃から、急激に韓国・台湾勢による低価格競争にあおられ、気がついたら今や日本のテレビ産業界は青息吐息の状況に追い込まれている。

経営状況が苦境に陥っているのはテレビ業界だけではなく、ここ10数年間に起きた石油ショック、同時多発テロ、リーマンショックそして最近のEU信用不安による欧州経済の停滞、順調に発展を遂げてきた中国ですら成長が鈍化し不景気風は全世界におよんでいる。その上、日本では大震災、原発事故の悪影響と円高基調により、日本企業は軒並み業績悪化し、直近の発表によるとGDPは3.5%減の見込みとなり、いよいよマイナス成長時代に入ってきた感もある。

かつて日本経済の牽引役だった電子産業とりわけテレビ・家電業界は苦戦というより深刻な状況にある。その要因は世界経済や国内事情によることもあるがそれだけではないようだ。1990年代から指向された放送のデジタル化、ハイビジョン化は巨大な経済効果をもたらすと期待され、事実その効果もあったのだが、アナログ時代のブラウン管テレビから薄型テレビへと変わり、テレビ買い替えが進むその裏で、かつての日本が欧米のテレビ業界を駆逐したのと同じように、韓国、台湾製テレビがいつのまにか急成長し今や日本を追い越してしまっただけである。

先日放送されたNHKスペシャル「メイドインジャパン復活の鍵」で、象徴的企業としてソニーとシャープを、そして韓国企業の代表としてサムスンを取り上げていた。草創期の頃の話も面白かったが、テレビ伸張期からやがてピークを越え下降期にいたる高々20年位の日本と韓国企業の盛衰の推移が興味を引いた。日本製最先端技術を惜しげもなく投入し、拡張に次ぐ拡張で国内外の薄型テレビは当初は圧倒的シェアを誇ったが、それは長くは続かなかった。諸々の社会的・経済的要因により、徐々に経営状況が悪化しやがて経営効

率化をせざるを得ない状況になってしまい、お決まりの研究開発の見直しと人員削減を行った。早期退職制度により、優秀な人材と一緒に技術力も放出され企業の体力は低下し、経営状況をさらに悪化するという負のスパイラルに入ってしまった。しかもやめていった優秀な人材は韓国や台湾企業が受け皿となり、日本にとってのライバル企業の技術力を一層高めることになり、やがて彼我の力関係は逆転してしまっただけである。

日本企業は昔の夢が忘れられずブランド名に胡坐をかいているうちに、韓国、台湾企業は急激に伸び、新興市場で低価格路線により販路を広げ、やがて日本製品は新興国のみならず先進国においても、いや国内市場においても競争力を失ってしまったのである。9月中間決算によると、御三家のソニー、パナソニック、シャープの純損益はいずれも昨年実績を上回り、2期連続で過去最悪を更新する見通しで、3社とも大規模なリストラをするそうだ。そして再び優秀な人材と技術力が放出されていく。こんなことを続けていけば、日本のテレビ産業は、かつて「メイドインジャパン」により廃業の憂き目に追い込まれた欧米のテレビ産業の二の舞になりかねない。

それを避ける方策はあるのだろうか。先の番組の中で、巨大な新興市場インドでソニーが現地の嗜好に合わせたテレビにより韓国の低価格製品に勝った例が紹介されていた。そんなに甘いわけはないと思うが、円高、人件費の違い、国の支援策の差などを考えたら、価格競争では勝ち目はない。デジタル化によりテレビは大きく変わろうとしている今こそ、質の高さ、付加価値面で勝負していくしかない。その種は先のシーテックで見たシャープのIGZOやICC LEDテレビ、東芝のセル搭載レグザ、三菱のLaser VUEテレビ、ソニーのHMD、各社が取り組む超解像技術やHEVCなど数々ある。

総務省の「放送サービスの高度化に関する検討会」によると、国策として4K・8Kを推進して行くことになった。先だっただのInter BEEにおいても、4Kはデジタルシネマの進展だけでなく、視聴者のより高画質への要望にあわせ、BD用コンテンツや現放送の番組やCMを4Kで制作しHDへダウンコンバートしてオンエアする制作プロセスも増えて行きそうだ。4Kは日本が開発したHDTVがあったればこそ実現し、NHKが開発した8Kスーパーハイビジョンは日本オリジナルの最先端メディア、技術である。4K/8Kは8月に国際標準化された。HDTVが開発から標準化までかなり長期間を要したのに比べ極めて短日時のことである。これを機に世界的に放送のより高品質化と共に産業・医療・教育など幅広い分野においても進展していく可能性は大きい。さらに、放送と通信の連携融合はますます進み、デジタルならではの新たなメディア展開が始まっている。このような今こそ、メイドインジャパン再生、復活の好機である。果敢に挑戦していくべきである。

(虚数)