

# 基準認証政策における認証産業の役割と期待

2024年10月

イノベーション・環境局 基準認証政策課

# 目次

**1.グローバル市場における市場創出戦略の変化**

**2.認定機関・認証機関を取り巻く状況**

# 1. グローバル市場における市場創出戦略の変化

# グローバル市場における市場創出戦略の変化

## ～日本型標準加速化モデル～

1. グローバル市場において、国際的な標準化競争が活発化。欧米中は独自の「国家標準戦略」を策定。
2. 市場の決定要因が「価格×品質」（≒安価で良いモノであれば売れるはず）だけではなくになったという認識の下、グリーン・デジタル・人権等の環境変化を新たな付加価値として包摂しつつ、戦略的な市場創出を実現するべく、標準化戦略を取り込んだ経営が不可欠に。
3. このため経済産業省は、昨年6月に「日本型標準加速化モデル」を策定し、従来の品質確保を中心とした「基盤的活動」のみでなく、市場創出のために経営戦略と一体的に展開する「戦略的活動」の重要性を提示。

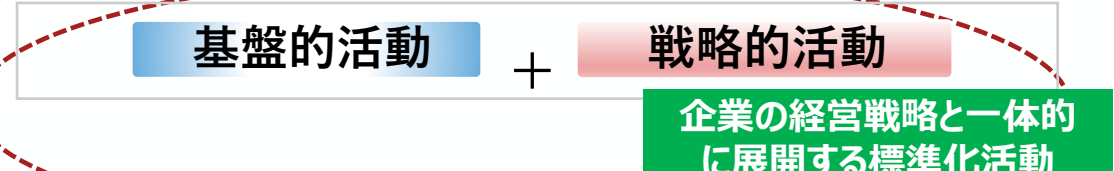
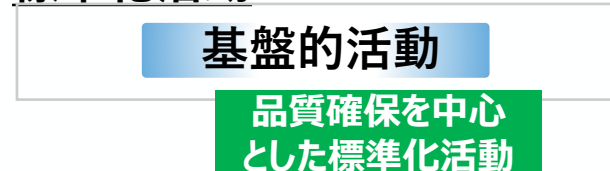
### 日本型標準加速化モデル

#### 市場の決定要因



変化

#### 標準化活動



日本型標準加速化モデル（在るべき姿）

# (参考) 標準化の新しい動き —グローバルな標準化獲得競争の激化—

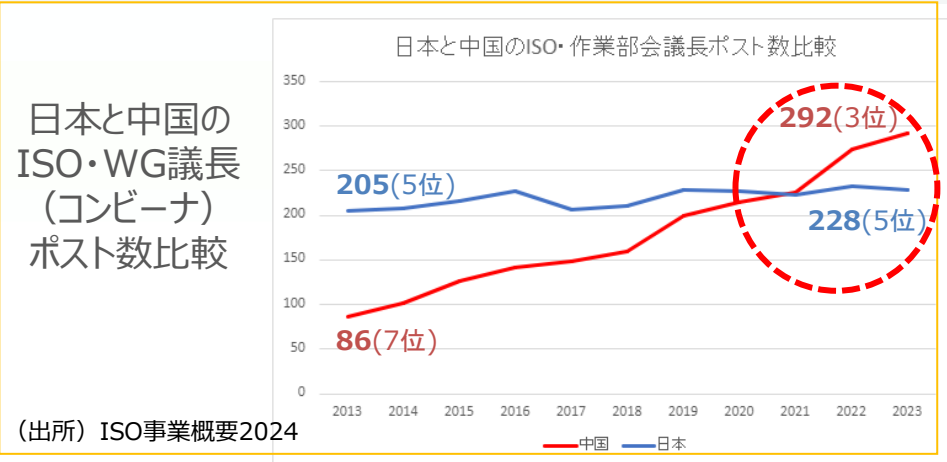
国際標準の世界において、欧州、米国、中国は各々の強みを生かし、戦略的に行動。

- ・ 欧州：「欧州」単位で行動することで、ISO/IEC等で優位。国際的な認証機関も殆どが欧州に立地。
- ・ 米国：企業間の合意に基づくルール形成（「フォーラム標準」）で圧倒的な強み。
- ・ 中国：一帯一路の国々に中国標準を展開。

近年、中国は、国際規格の提案能力が拡大。ISO等におけるプレゼンス・人材層の厚みがともに高まっている。個別規格の開発が行われる作業部会の議長の引受数では日本を上回り、幹事引受数では日本に並ぶ。

→日本企業が取るべき「国際標準戦略」が、強く問われる時代。

## 欧米中の標準化活動の現状



	2022	2023
1位	ドイツ(131)	ドイツ(133)
2位	アメリカ(92)	アメリカ(93)
3位	フランス(81)	フランス(82)
4位	<b>日本(80)</b>	<b>日本(81)</b>
5位	<b>中国(79)</b>	<b>中国(81)</b>
6位	イギリス(76)	イギリス(75)

(出所) ISO事業概要2024

# (参考) 世界の有力な国・地域で活発化する標準化活動

- 近年、EU、米国、中国が標準化戦略を公表。標準化を通じた競争力強化の姿勢を鮮明に。



- 欧州委員会は「EUの標準化戦略」を公表（2022年2月2日）。
- 標準化を通じて、EUのグローバルな競争力を強化。強靱、グリーンかつデジタルな経済を可能にし、技術の適用に民主的な価値観を組み込む。
- 近年、欧州以外のプレイヤーが国際標準化に向け、積極的なアプローチを展開し、国際標準化委員会で影響力を確保中と、地政学的な変化に危機感。
- なお、欧州標準化委員会（CEN）、欧州電気標準化委員会（CENELEC）は、上記戦略に加え、「2030年の戦略」（2021年）「欧州標準化の年次事業計画」に沿って標準化を展開。



- 米国は、人工知能（AI）や量子技術などの重要・新興技術分野に関する国家標準戦略を発表（2023年5月4日）。民間分野とともに標準化機関に関与していくことを前提としつつ、以下の4点に注力。
  - ✓ 投資：技術革新を促進する標準化前の研究開発への投資を強化。
  - ✓ 参画：民間や学界その他の幅広い利害関係者に関与し、標準化のための活動における米国の参画を推進。
  - ✓ 労働力：標準化に関わる米国人材を増やすために、産業界、市民社会の関係者に教育・訓練の機会を提供。
  - ✓ 統合性と包摂性：国際標準が公平な過程で技術的なメリットに基づいて確立されるべく、国際標準システムの統合性を促進。



- 中国共産党中央委員会と中国国務院は、「国家標準化発展綱要」を公表（2021年10月10日）。2025年及び2035年までの中長期の標準化政策を策定。
- 標準化は経済活動や社会発展の技術的支柱、国家の重要な基礎。標準化は、国家の総合競争力向上をより一層効果的に推し進め、経済社会の質の高い発展を促し、新たな発展枠組み構築においてより大きな役割。
- 研究開発、標準制定、産業普及を同時展開し、新技術の産業化を加速。
- なお、本綱要に先立ち、「知的財産権強国建設綱要（2021～2035年）」も公表。

# (参考) 欧州の試験認証機関がなぜ成長したのか

- 欧州では下記の市場環境を背景に、試験認証機関が高い技術力（技術の深さ・分野の広さ）を蓄積しており、先端技術分野に対する試験認証サービスの提供だけでなく規格開発にも積極的に参加し、欧州企業の競争力強化を下支えしている。

## 隣接する国境

文化の異なる多くの国家が国境を隣接して存在する中、信用取引に寄らない形でのモノやサービスの品質確保の観点から、第三者による試験や認証が活発に活用されてきた。

## 分業による効率化

企業での製品開発において、川上（研究開発）から川下（完成品）までの工程を水平分業で行う文化があり、製品開発の各段階における試験においても第三者機関の活用が進んでいる。

## 市場統合による淘汰

欧州の市場統合により、M&Aを通じた認証機関の海外展開や多角化（技術の深さ、分野の広さ）や試験認証機関の淘汰が加速

## グローバル 試験認証機関の誕生

SGS

Intertek



欧州に事務所のある認証機関しかCEマークの認証ができないため、海外において欧州向けの認証市場を独占し、規模を拡大。  
※一方で、日本の電気用品安全法（PSEマーク）は、国外の法人でも認証可能。

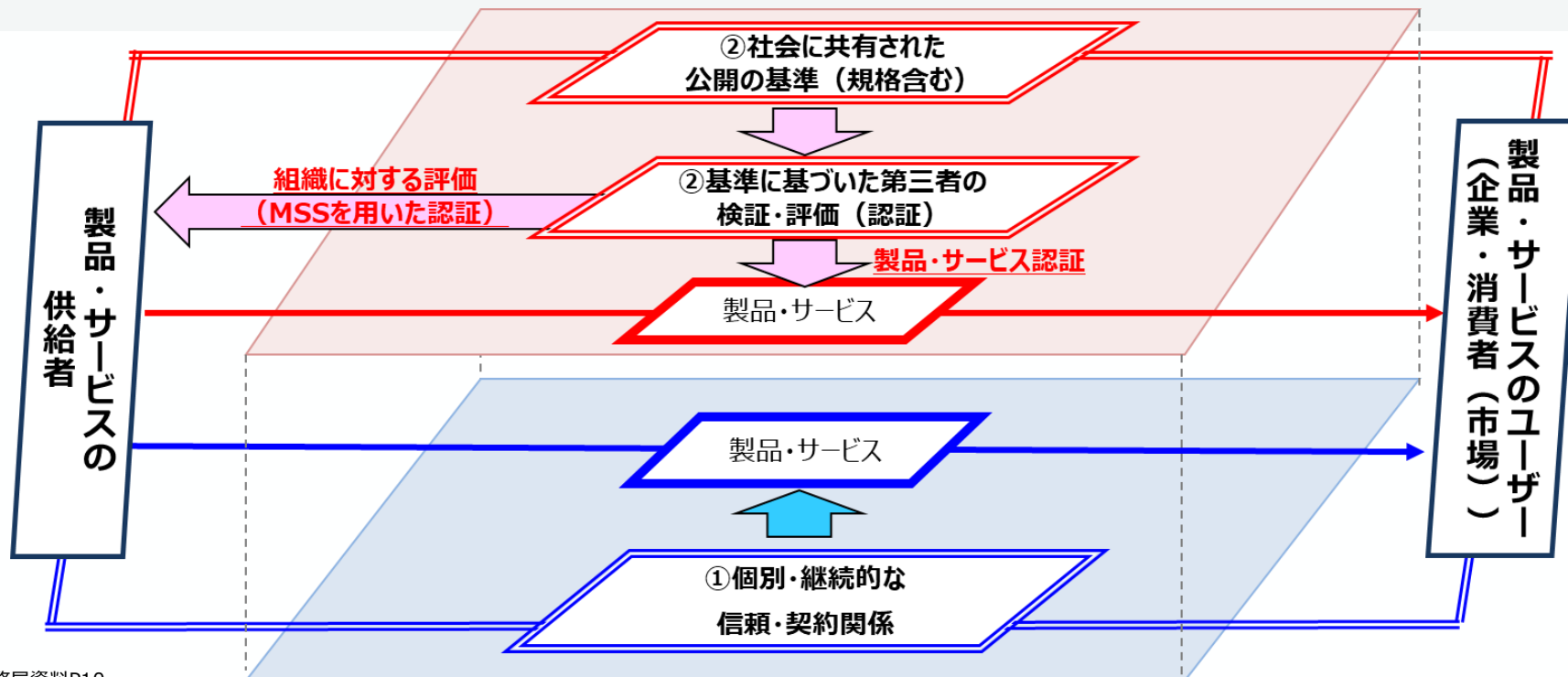
## 2. 認定機関・認証機関を取り巻く状況



# 品質の確保／市場獲得の手段としての「認証」

- 「製品・サービスの提供者」と「ユーザー」の間における「品質」の確保は、①個別・継続的な契約・信頼関係による裏付けによることが基本。加えて、②社会に共有された基準（規格含む）に基づき、第三者の評価（認証）を受ける方法もある。
- 認証は、これまで我が国では、安全・安心分野を中心に活用されてきた。しかしながら近年では、海外市場への参入（適合）や、グローバル市場の獲得（日本企業が開発した製品・サービス、技術の実装）の文脈でも、その重要性が高まっている。加えて、「製品・サービス」ととどまらず、その提供者である「組織そのものに対する評価」（MSS※）も、ウエイトを増している。

※ MSS ; Management System Standard  
(マネジメントシステム規格)



# 認証機関の機能・役割 全体像

- 「認証」は市場獲得のための有効なツールであることを踏まえると、認証機関は「認証」を行うだけの機関ではなく、「製品・サービスとの供給者」と「製品・サービスのユーザー（市場）」との間に立ち、企業の市場獲得戦略において重要な、様々な機能・役割を果たし得る組織。



- ✓ 規格・認証スキームの開発の中での市場展開の構想とその具体化、試験・認証サービスの提供を通じたアドバイス、トレーニング、といった、試験・検査・認証そのものにとどまらない役割を果たすポテンシャルを有している

# 企業が認証機関に期待する役割（アンケート調査結果）

- グローバル市場獲得のための手段として「認証」を活用していくためには、ユーザー・市場に「使われる」規格、認証スキームの開発と国際展開、参入を想定している市場の情報の入手、それを踏まえた対応（必要な認証の取得等）が必須となる。→認証を取得するための「認証機関」に、企業は何を期待しているのか？



- 日本企業が認証機関に対して、どのような点に満足しているのか、不満足であるのか、認証機関の選定に際して何を重視しているのか、についてアンケート調査を実施。

## 《製品・マネジメントシステム認証共通》

- ◆ 「日本語で対応可能であること」という項目については、日本の認証機関に対する満足度が高い。
- ◆ 「海外市場向けの認証が取得可能」「グローバル拠点のネットワーク」については、外国の認証機関に対する満足度が高い。
- ◆ 「情報提供力」「提案・サポート力」の項目において企業の重視度と満足度のギャップが大きい。

## 《製品認証》

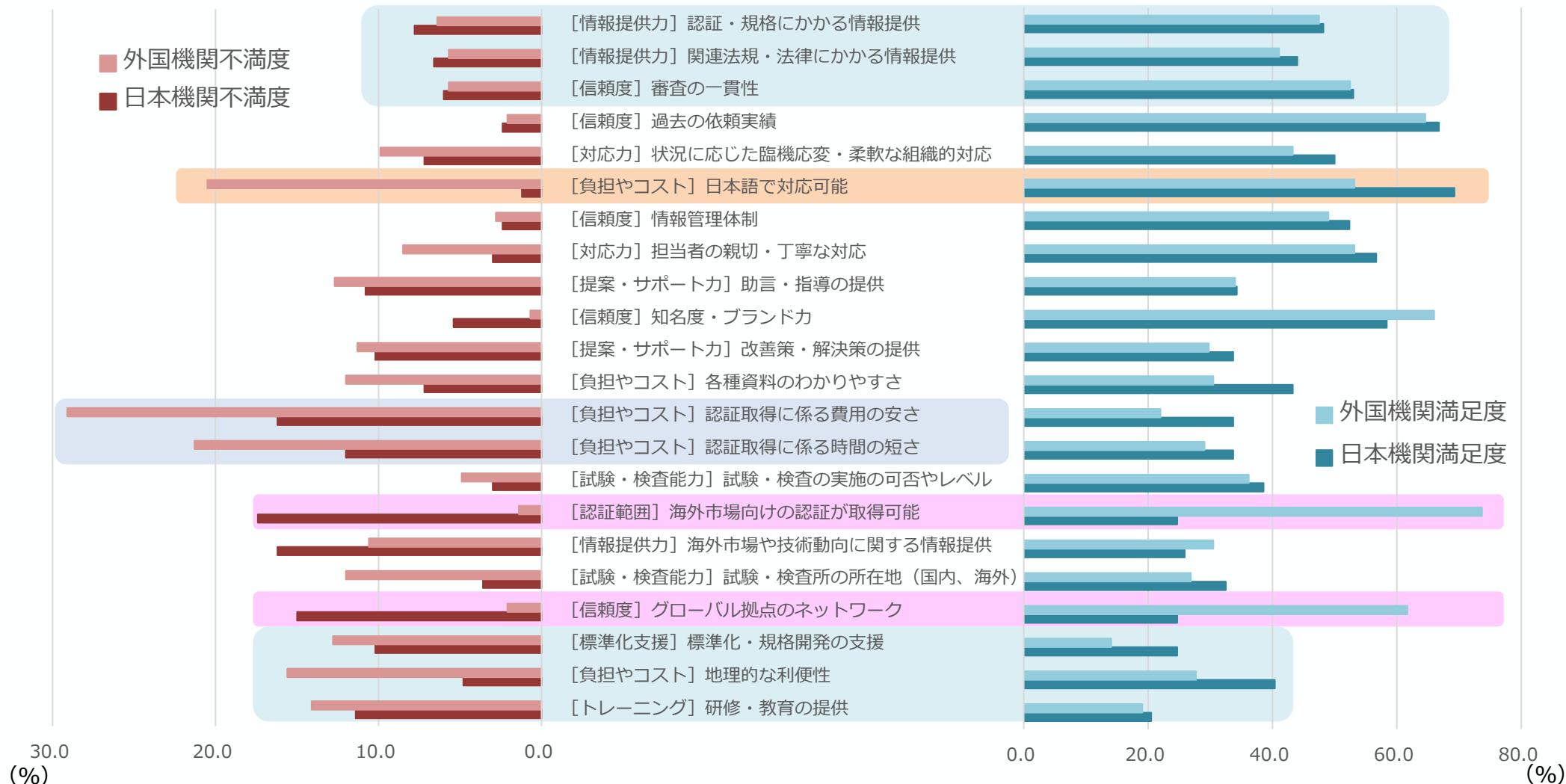
- ◆ 認証機関の選定で重視する項目上位には、「情報提供・信頼度」に関わる項目が並ぶ。これらの項目に満足しているか否かについては、日本の認証機関、外国の認証機関ともに、同程度の水準となっている。反対に、重視度が低い項目には「標準化・規格開発の支援」「地理的な利便性」「研修・教育の提供」といった項目が並ぶ。
- ◆ 「取得に要する費用・時間のコスト」については、日本の認証機関、外国の認証機関いずれに対しても一定程度の不満足を感じているものの、外国の認証機関に対する不満足の数合いがより顕著。



✓ 現状、企業からのニーズと認証機関からの供給にギャップが存在。

# 【参考】【企業アンケート結果】

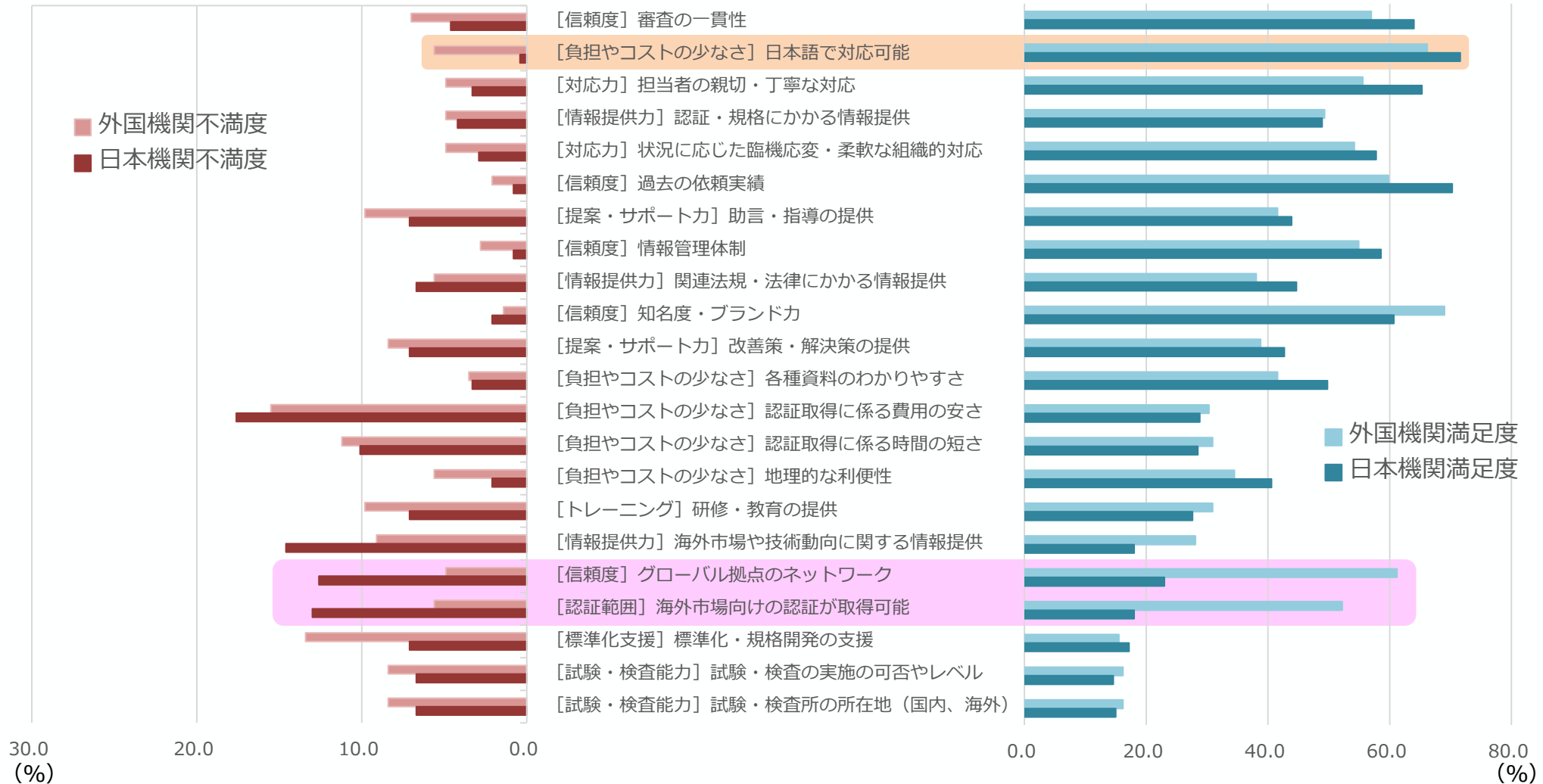
## 日本企業の認証機関（外国,日本別）に対する項目別の満足度・不満度（製品認証）



(注) 1. 企業に対するアンケート調査による（調査概要は9ページ参照）。  
 2. 調査では、企業が「製品認証を受ける認証機関を選ぶ際に重視する項目」、「（項目ごとに）認証機関に感じている満足度・不満度（日本・外国の認証機関別）」を調査。重要度は「5」を重視する、「1」を重視しない、満足度は「5」を満足している、「1」を不満であるとした5段階評価で、項目ごとの重要度・満足度を確認。  
 3. 満足度は「4、5」を選択した者の割合、不満度は「1、2」を選択した者の割合として、上記図表を作成。  
 4. 項目は、重要度で「4、5」を選択した者の割合が高い順としている（「認証・規格に係る情報提供」を選んだ者の割合が最も高く、「研修・教育の提供」が最も低い）。  
 5. 日本に拠点を有する外資系の認証機関は外国の認証機関としている。

## 【参考】【企業アンケート結果】

# 日本企業の認証機関（外国、日本別）に対する項目別の満足度・不満度（マネジメントシステム認証）

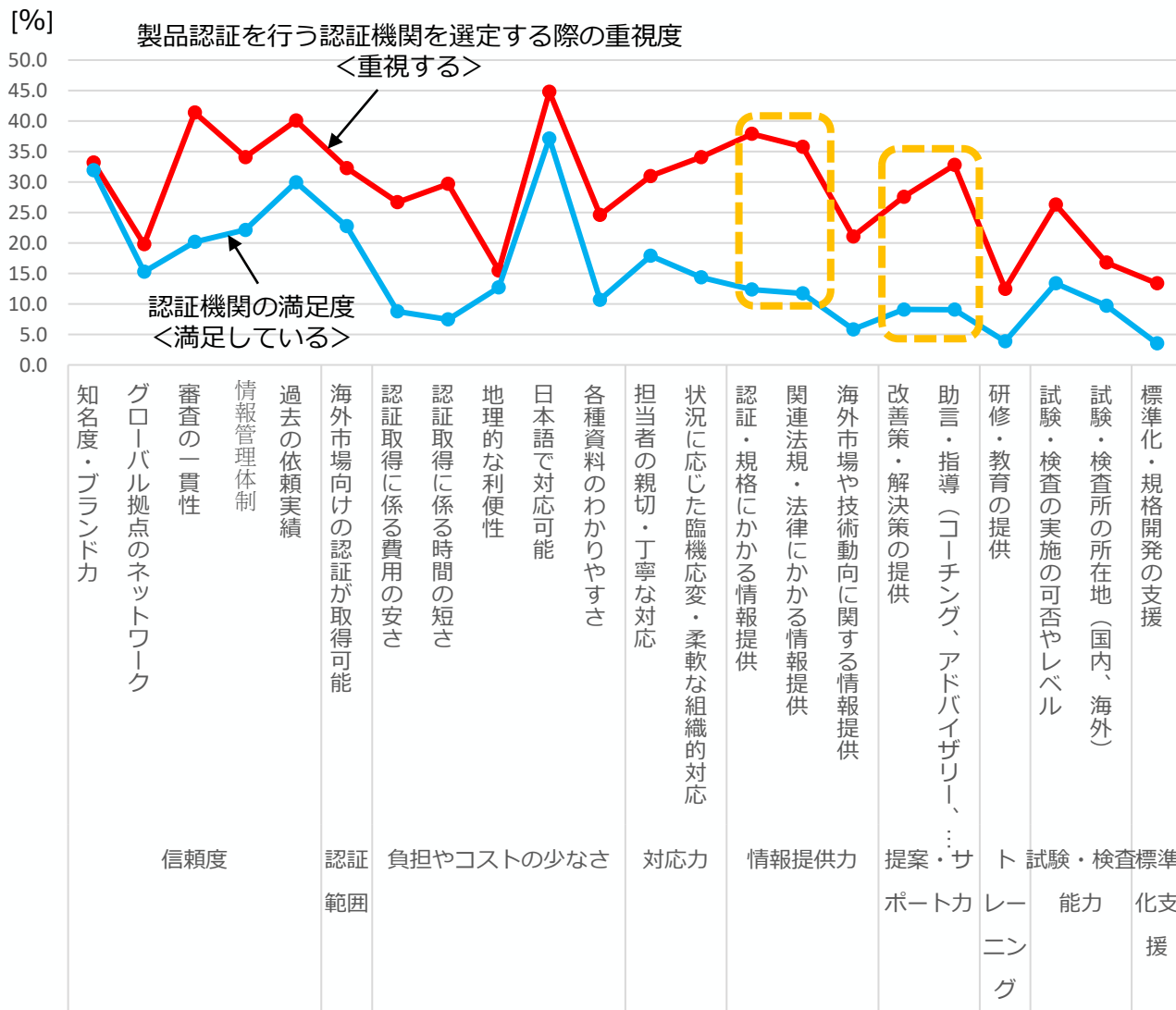


- (注) 1. 企業に対するアンケート調査による（調査概要は9ページ参照）。
2. 調査では、企業が「マネジメントシステム認証を受ける認証機関を選ぶ際に重視する項目」、「（項目ごとに）認証機関に感じている満足度・不満度（日本・外国の認証機関別）」を調査。重要度は「5」を重視する、「1」を重視しない、満足度は「5」を満足している、「1」を不満であるとした5段階評価で、項目ごとの重要度・満足度を確認。
3. 満足度は「4、5」を選択した者の割合、不満度は「1、2」を選択した者の割合として、上記図表を作成。
4. 項目は、重要度で「4、5」を選択した者の割合が高い順としている（「審査の一貫性」を選んだ者の割合が最も高く、「試験・検査所の所在地」が最も低い）。
5. 日本に拠点を有する外資系の認証機関は外国の認証機関としている。

(出所) 第1回認証産業活用の在り方検討会事務局資料P20

# (参考) 製品認証における認証機関選定における重視度と満足度のギャップ

● 情報提供力、提案・サポート力において企業のニーズに対して十分な満足を得られていない。

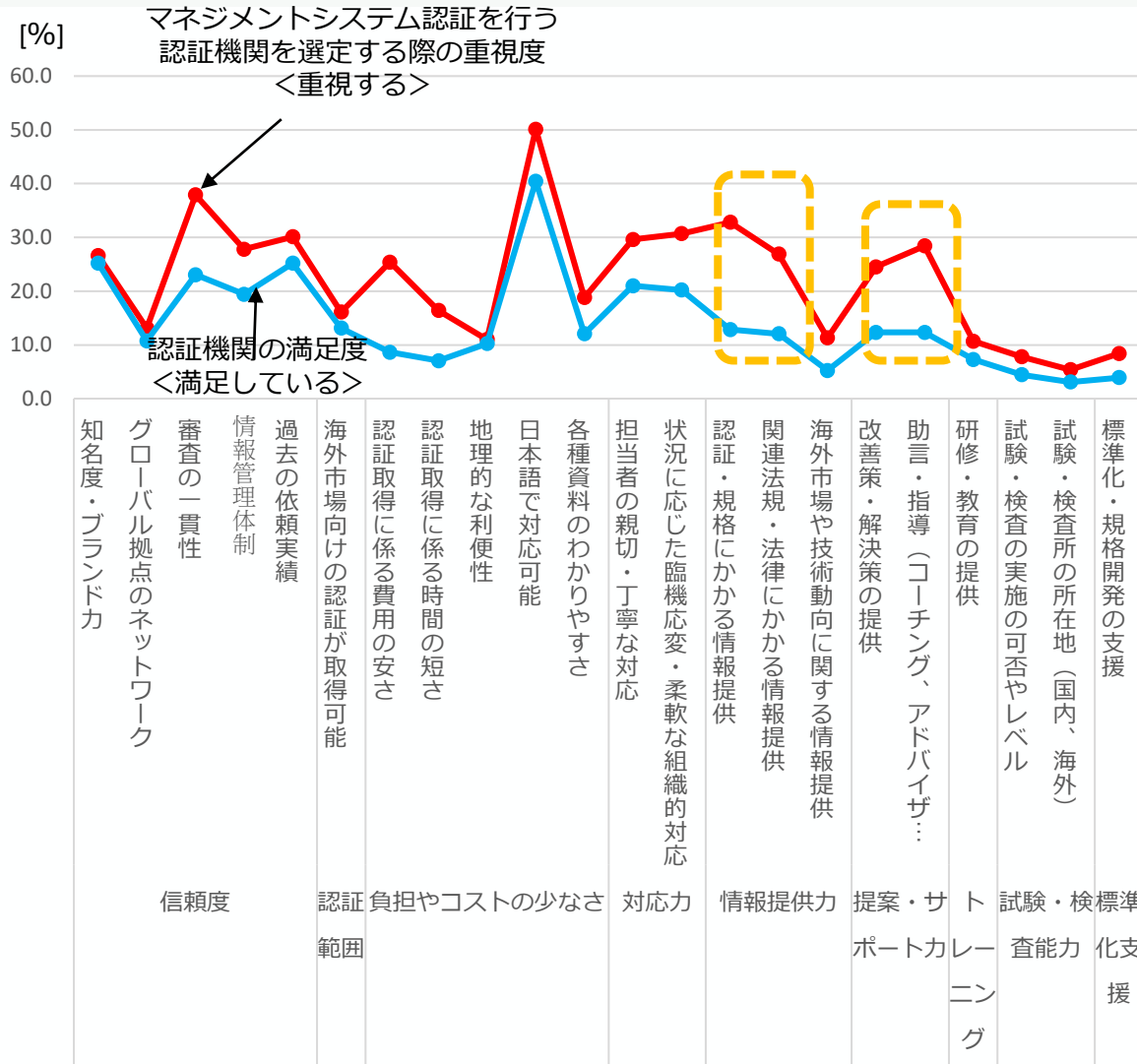


	満足度-重視度
[情報提供力] 認証・規格にかかる情報提供	-25.5
[情報提供力] 関連法規・法律にかかる情報提供	-24.1
[提案・サポート力] 助言・指導（コーチング、アドバイザー、ティーチング）の提供	-23.7
[負担やコストの少なさ] 認証取得に係る時間の短さ	-22.2
[信頼度] 審査の一貫性	-21.2
[対応力] 状況に応じた臨機応変・柔軟な組織的対応	-19.7
[提案・サポート力] 改善策・解決策の提供	-18.5
[負担やコストの少なさ] 認証取得に係る費用の安さ	-17.9
[情報提供力] 海外市場や技術動向に関する情報提供	-15.2
[負担やコストの少なさ] 各種資料のわかりやすさ	-13.9
[対応力] 担当者の親切・丁寧な対応	-13.1
[試験・検査能力] 試験・検査の実施の可否やレベル	-12.9
[信頼度] 情報管理体制	-11.9
[信頼度] 過去の依頼実績	-10.1
[標準化支援] 標準化・規格開発の支援	-9.8
[認証範囲] 海外市場向けの認証が取得可能	-9.5
[トレーニング] 研修・教育の提供	-8.6
[負担やコストの少なさ] 日本語で対応可能	-7.6
[試験・検査能力] 試験・検査所の所在地（国内、海外）	-7.1
[信頼度] グローバル拠点のネットワーク	-4.5
[負担やコストの少なさ] 地理的な利便性	-2.8
[信頼度] 知名度・ブランド力	-1.3

(注) 1. 企業に対するアンケート調査による（調査概要は9ページ参照）。  
 2. 調査では、企業が「製品認証を受ける認証機関を選ぶ際に重視する項目」、「（項目ごとに）認証機関に感じている満足度・不満度（日本・外国の認証機関別）」を調査。重要度は「5」を重視する、「1」を重視しない、満足度は「5」を満足している、「1」を不満であるとした5段階評価で、項目ごとの重要度・満足度を確認。  
 3. 認証機関を選定する際の重視度、認証機関の満足度ともに「5」を選択した回答数の割合として、上記図表を作成。

# (参考) マネジメントシステム認証における認証機関選定における重視度と満足度のギャップ

● 情報提供力、提案・サポート力において企業のニーズに対して十分な満足を得られていない。



	満足度 -重視度
[情報提供力] 認証・規格にかかる情報提供	-20.0
[負担やコストの少なさ] 認証取得に係る費用の安さ	-16.8
[提案・サポート力] 助言・指導（コーチング、アドバイザー、ティーチング）の提供	-16.1
[情報提供力] 関連法規・法律にかかる情報提供	-14.8
[信頼度] 審査の一貫性	-14.8
[提案・サポート力] 改善策・解決策の提供	-12.2
[対応力] 状況に応じた臨機応変・柔軟な組織的対応	-10.5
[負担やコストの少なさ] 日本語で対応可能	-9.7
[負担やコストの少なさ] 認証取得に係る時間の短さ	-9.3
[対応力] 担当者の親切・丁寧な対応	-8.6
[信頼度] 情報管理体制	-8.4
[負担やコストの少なさ] 各種資料のわかりやすさ	-6.7
[情報提供力] 海外市場や技術動向に関する情報提供	-6.0
[信頼度] 過去の依頼実績	-4.9
[標準化支援] 標準化・規格開発の支援	-4.5
[トレーニング] 研修・教育の提供	-3.4
[試験・検査能力] 試験・検査の実施の可否やレベル	-3.3
[認証範囲] 海外市場向けの認証が取得可能	-3.0
[信頼度] グローバル拠点のネットワーク	-2.4
[試験・検査能力] 試験・検査所の所在地（国内、海外）	-2.3
[信頼度] 知名度・ブランド力	-1.4
[負担やコストの少なさ] 地理的な利便性	-0.7

- (注) 1. 企業に対するアンケート調査による（調査概要は9ページ参照）。  
 2. 調査では、企業が「マネジメントシステム認証を受ける認証機関を選ぶ際に重視する項目」、「（項目ごとに）認証機関に感じている満足度・不満度（日本・外国の認証機関別）」を調査。重要度は「5」を重視する、「1」を重視しない、満足度は「5」を満足している、「1」を不満であるとした5段階評価で、項目ごとの重要度・満足度を確認。  
 3. 認証機関を選定する際の重視度、認証機関の満足度ともに「5」を選択した回答数の割合として、上記図表を作成。

# 基本政策部会における議論を踏まえた検討の方向性

- 現在、下記のような要因によって、認証産業や認証機関・認定機関・支援機関が果たすべき役割がより拡大。
  - i. 環境等の分野において、（外国の規制、取引先や消費者との関係等において）新たな認証の取得が必要になる場面がますます増えている
  - ii. 企業の市場獲得にあたって、品質・価格以外の新たな価値軸が一層重要になってきており、その新たな価値軸に適合していることを証明する手段として認証が必要になってくる

- このように、認証産業全体が拡大していく傾向にあることは、認証機関・認定機関にとっては、ビジネスチャンスととらえられる。
- また、日本の認証機関・認定機関が成長することは、認証へのニーズが高まる中で、利便性向上やコスト削減等の観点から、産業界にとっても好材料であると考えられる。

- 認証産業の拡大局面において、既存規格への適合性の評価を主目的とする従来からの認証・認定業務は認証機関・認定機関にとって引き続き中心的な位置を占めること、認証産業は寡占性を帯びることを踏まえると、前提として、各認証機関・認定機関は、それぞれの認証・認定業務の信用力の向上を継続的に目指していくことが必要ではないか。
- 規格策定段階からの参画等の新たな取組は、これらの認証機関・認定機関の従来からの業務にも好影響を及ぼすことが期待できる。

(※) 例えば、認証機関にとっては、規格策定の段階からかわることで、その規格についてより深く理解することができ、認証業務においても役立てることができる。



# 認証産業活用の在り方検討会の設置趣旨

- 現在、認証産業の重要性が高まっているが、認証機関と企業の間供需のミスマッチが存在する等、認証産業の更なる活用を進める上では課題が多く存在。
- さらに、品質・価格以外の「新たな価値軸」における市場の獲得競争にどのように対応していくかは、企業、認証機関にとって共通の課題であり、こうした共通課題の解決に向けた方向性も議論する必要性。
- 認証機関・認定機関・支援機関と産業界が対話することを通じ、認証活用に当たっての課題の洗い出しを行い、解決策を議論することを目的に本検討会を設置。

- 2023年12月～2024年4月にかけて4回開催し第4回では「中間整理（案）」を審議。
- 産業界、認証機関、認定機関、支援機関、有識者が委員として参加し、現状の認証産業の課題や、各主体が行うべき取組について議論。
- 各主体からそれぞれの課題認識や今後の取組についてプレゼンテーションを行い、第4回においては今後の取組方針についてそれぞれが表明した。



# 認証産業活用の在り方に関する検討会で提示された論点①

## 【認証機関】

### ① 規格開発段階からの認証機関の関与

- ◆ 規格開発段階から関与する具体的な案件の実行に加え、シンクタンク機能の具備に向けた課題整理や対応の検討を行うべきではないか。

### ② 欧州、アジアを中心とした国際展開／対応

- ◆ 海外拠点の充実・整備や海外機関との連携強化等、国際展開に向けて可能な取組の検討・実行を進めるべきではないか。また、ISO／IEC等の国際的な議論への参画の必要性や、実現のために必要な取組の検討・実行を進めるべきではないか。

### ③ 認証対象分野の拡大

- ◆ ニーズ分析の強化と新たな注力分野、対応範囲の拡大可能性について検討すべきではないか。また、規格策定業務等を通じ得られた、認証に係るニーズ情報の活用を進めるべきではないか。

### ④ コンサル機能やソリューションの提供

- ◆ 公平性を損なわない行為の範囲について認識を共有するとともに、コンサル機能やソリューションの提供に必要な自組織内の人材育成や組織の在り方についての検討・実行を進めるべきではないか。
- ◆ コンサル行為として対応可能範囲の明確化を前提として、必要な体制（例：認証部門とコンサル部門の分離等）の検討・整備を行うべきではないか。

### ⑤ 情報提供（海外法規、規格に関する状況、等）、研修への期待

- ◆ 自機関に蓄積された情報・知見を活かした、企業に向けた情報提供・研修等の事業を検討・実施すべきではないか。

### ⑥ 新たな連携の可能性への期待

- ◆ 規格策定時や認証スキーム検討時において、コンサル、保険会社等の他の主体との新たな連携・ビジネスモデルの可能性を模索し、有効なものについては、実行していくべきではないか。
- ◆ 必要に応じ、認証機関間の連携強化も検討するべきではないか。

# 認証産業活用の在り方に関する検討会で提示された論点②

## 【認定機関】

### ① 規格開発段階からの認定機関の関与

- ◆ 規格開発段階から関与する具体的な案件の実行に加え、シンクタンク機能の具備に向けた課題整理や、対応の検討を行うべきではないか。

### ② 認証対象分野の拡大

- ◆ ニーズ分析の強化と新たな注力分野、対応範囲の拡大可能性について検討すべきではないか。

### ③ コンサル機能やソリューションの提供

- ◆ 認定機関が公平性を保ちつつ行えるアドバイス行為の範囲・様態の明確化を行うべきではないか。
- ◆ コンサル機能やソリューションの提供に必要な自組織内の人材育成や組織の在り方についての検討・実行を進めるべきではないか。

### ④ 情報提供（海外法規、規格に関する状況、等）、研修への期待

- ◆ 自機関に蓄積された情報・知見を活かした、企業に向けた情報提供・研修等の事業を検討・実施すべきではないか。

### ⑤ 可能なコンサルティング行為の反映の明確化

- ◆ 認定機関は、コンサルティング行為禁止規定を踏まえた対応可能範囲の明確化を行うとともに、ステークホルダー（認証機関等）との話し合いの場を設定すべきではないか。

# 認証産業活用の在り方に関する検討会で提示された論点③

## 【支援機関】

### ① 規格開発段階からの支援機関の関与

- ◆ 認証部門と規格開発部門の連携の強化や、一体的支援に向けた検討を行うべきではないか。

### ② 情報提供（海外法規、規格に関する状況、等）、研修への期待

- ◆ 支援機関は、自機関の活動内で得られた情報を、認証機関・認定機関に共有することや、自らの組織においても情報提供・研修等を行うことを検討・実施すべきではないか。

### ③ 認証ビジネスのエコシステム構築

- ◆ 一社内における取組にとどまらず、他社とのコンソーシアム形成等、認証ビジネスのエコシステム構築の検討を進めるべきではないか。

## 【産業界】

### ① 認証の活用強化

- ◆ 自社の標準化戦略に、認証活用の検討・強化を含めていくべきではないか。

### ② 認証ビジネスのエコシステム構築

- ◆ 一社内における取組にとどまらず、業界団体や、他社とのコンソーシアム形成等、認証ビジネスのエコシステム構築の検討を進めるべきではないか。