

61-R 005

市民生活におけるデータコミュニティ 構築の方策に関する研究報告書



昭和 62 年 3 月

JIPDEC

(財) 日本情報処理開発協会

150

5

この報告書は、日本自転車振興会から競輪収入の一部である機械工業振興資金の補助を受けて昭和61年度に実施した「市民生活におけるデータコミュニティ構築の方策に関する研究」の成果をとりまとめたものであります。

はじめに

この調査研究報告書は、当協会がシステムズ・アナリスト・ソサエティに調査委託した「市民生活におけるデータコミュニティ構築の方策に関する研究」の成果をとりまとめたものである。

これまで都市および農村において成立していた地縁・血縁による従来のコミュニティは変質し、新たなコミュニティの動きがみえてきた。例えば、地域の祭りの復活、ボランティア活動への参加、サラリーマンの勉強会への参加等の動きである。

昨年度の報告書においては、こうした動きをふまえたうえで、情報化社会における市民はどのようなコミュニティを求め、そのための手段としてどのようなコミュニケーションメディアが必要とされるかを検討し、データコミュニティを提案した。

今年度は昨年度の蓄積のうえに立って、同ソサエティ内に中井浩氏を委員長とする「データコミュニティ研究委員会」を引き続き設置し、データコミュニティを支える条件を課題にとり組むことにした。特に本年度は、特に国際的視点からデータコミュニティを支える条件を整理した。

本報告書の構成は5つに分かれる。

まず、序章では都市の機能とコミュニティについて、文明史論的立場に立脚しつつ情報化社会における都市を中心としたコミュニティについて概観した。

第1章は「コミュニティの成立要因」であり、ここでは米国と日本のコミュニティをとりあげて成立要因の整理比較を行った。

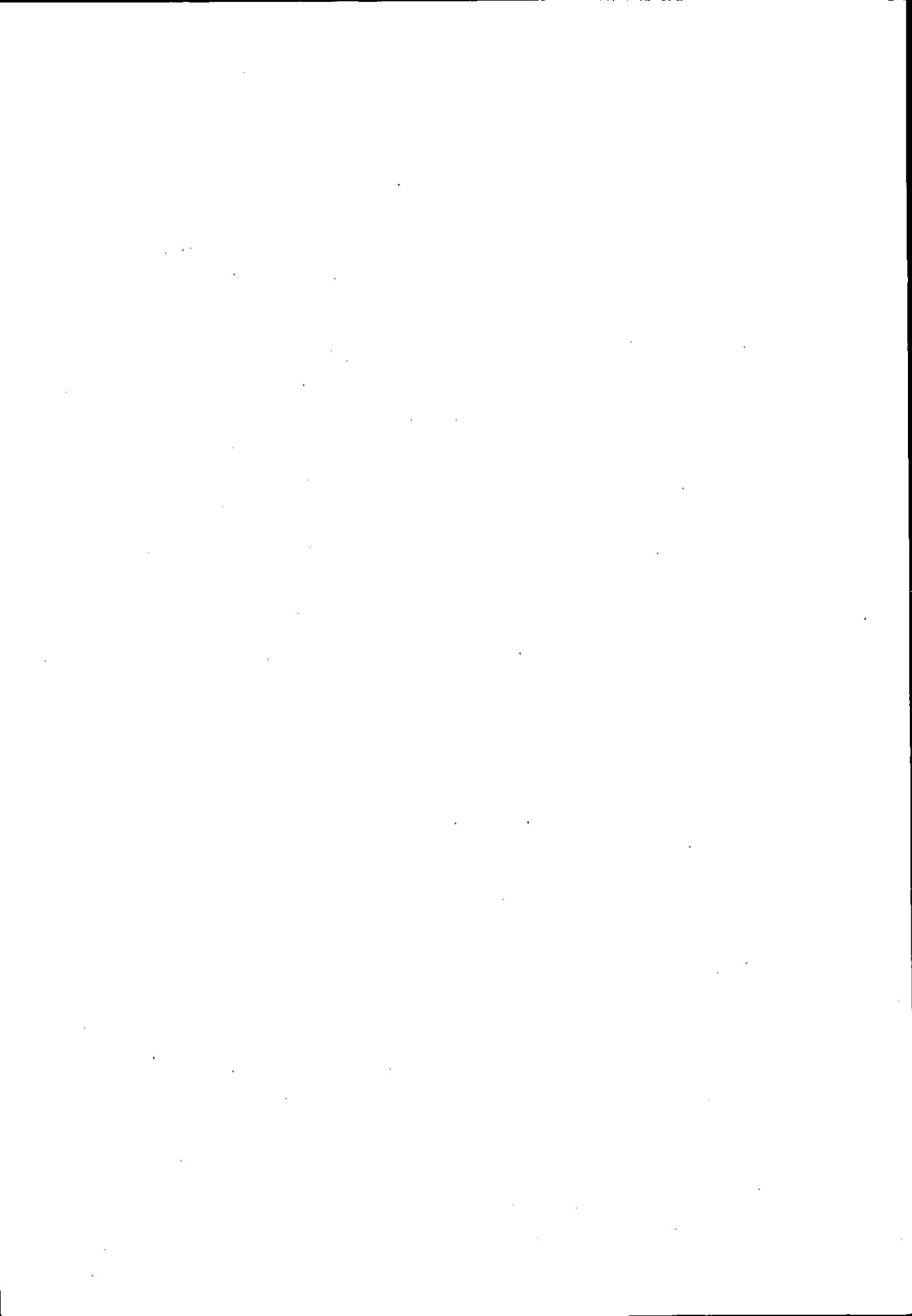
第2章は「現代のコミュニティ現象」である。ここでは日本を中心としたさまざまなコミュニティ現象を事例としてとりあげて整理した。

第3章は「データコミュニティを支える条件」である。ここでは「データコミュニティ」の成立に必要な条件を整理した。

最後に、終章「豊かなコミュニケーション生活・コミュニティ生活の創造」では、データコミュニティによる豊かな生活の創造について若干の検討を行った。

ここに報告書を取りまとめるに際して、ご協力を頂いた委員及び関係各位に厚く感謝するとともに、あわせて本研究成果が、何らかの意味において新たな局面での情報処理技術の発展に役立ち得れば幸に存ずる次第である。

昭和62年3月



データコミュニティ研究委員会名簿

委員長	中井 浩	常磐大学教授
委員	足立 哲朗	日本興業銀行産業調査部参事役
"	上野 滋	㈱総合ソフトウェア研究所所長
"	大胡 博行	日本エス・ディ・シー㈱宇宙システム部
"	金成 洋治	㈱日本総合技術研究所代表取締役
"	久保 勲	N T Tインターナショナル㈱情報通信統括部長
"	小泉 幸一	㈱データベース振興センター
"	関 学	興亜石油㈱取締役企画部長
"	長谷川寿彦	日本電信電話㈱取締役
"	平木 俊一	日本興業銀行業務開発部参事役
"	馬越 善通	㈱日本サイクリング協会副会長
"	松岡 温彦	住友信託銀行業務部分室分室長
"	向井 保	科学技術庁研究調整局宇宙開発課長
"	渡辺 龍雄	㈱データベース振興センター専務理事

(五十音順)

専門委員	相澤 幸寛	㈱大林組建築本部開発企画部開発課
"	浅野 貞泰	清水建設㈱技術開発本部企画部
"	安藤 晴夫	㈱アイ・エヌ情報センター事業企画部
"	市川 公男	㈱データベース振興センター
"	市村 修一	エイボンプロダクツ㈱営業管理部
"	内田 和義	㈱日本エネルギー経済研究所 エネルギー計量分析センター
"	海野 忍	日本電信電話㈱データ通信事業本部企画部
"	大胡 博行	日本エス・ディ・シー㈱宇宙システム部
"	岡田 守央	日本鋼管㈱営業企画部
"	黒田 英一	㈱日本リサーチ総合研究所開発研究部
"	小泉 幸一	㈱データベース振興センター
"	紺田 和弘	㈱大和証券経済研究所テクノマート室
"	斉藤 貞雄	㈱アルトマンシステムインターナショナル総合企画室
"	柴田 郁夫	㈱GK研究所
"	城 信雄	㈱日本総合技術研究所
"	鈴木 秀穂	㈱竹中工務店東京本店テイケン東京ビル作業所
"	田中 雅文	㈱レクシス
"	高須 泰治	三菱スペース・ソフトウェア㈱宇宙開発部
"	徳留 佳之	㈱JICC出版局営業部
"	中野 孝幸	日本情報サービス㈱社会システム部
"	中村 雅一	総合警備保障㈱技術業務本部技術部技術企画課
"	西岡 幸一	㈱日本マイコン教育センター
"	廣田すみれ	㈱日本総合技術研究所社会システム部
"	藤谷 正明	鹿島建設㈱新事業開発本部本部長室
"	藤本 宗一	日本電信電話㈱データ通信事業本部 産業システム事業部データベース部
"	ブルース・ ホルコム	㈱レクシス
"	三塚 芳明	住友信託銀行開発事業部

専門委員	村瀬 知良	鹿島建設㈱情報システム部企画課
"	山口 法丸	第一生命保険相互会社法人第二部
"	渡辺 孝	日本開発銀行営業第四部

(五十音順)

共同研究者	大場 泰博	㈱茨城総合研究所調査研究本部
"	鈴木 仁	㈱フジサンケイリビングサービスマーケティング部
"	中村 秀生	㈱ディアイディ研究所デザイン室
"	藤野 幸嗣	梅林建設㈱東京支店営業部

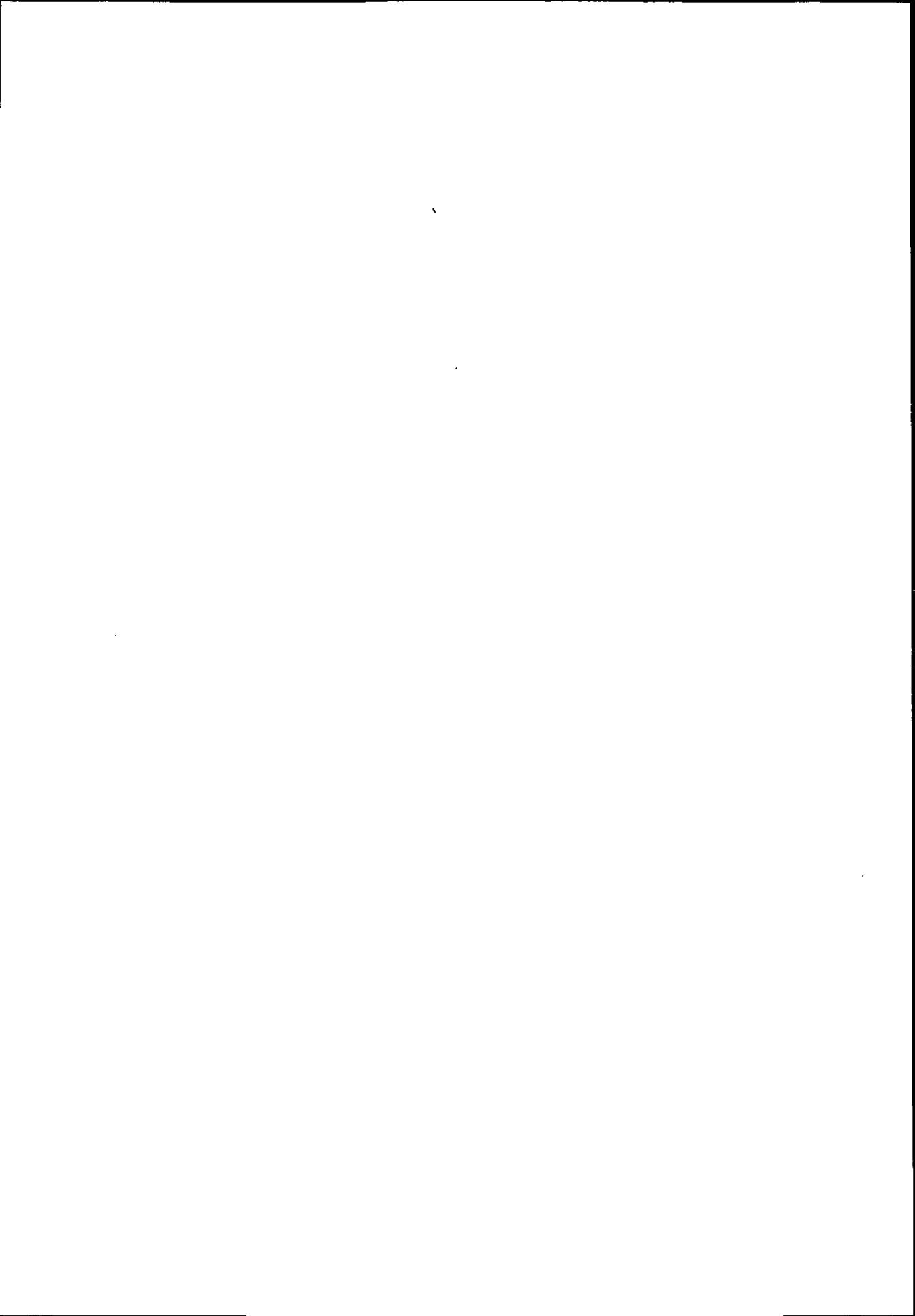
(五十音順)

目 次

序 章 都市の機能とコミュニティ	1
1. データコミュニティ	3
2. 都市の成り立ち	3
3. 都市の恩恵	5
4. 都市の要素とテクノロジー	6
5. 都市の新たな形態	7
6. インフラストラクチャの変容	8
第1章 コミュニティの成立要因	11
1.1 アメリカ	13
1. 幌馬車のコミュニティ	13
2. アメリカの家庭と伝統	16
3. 現在のアメリカのコミュニティ	20
4. まとめ	26
(参考) オーストラリアのコミュニティ	27
1. オーストラリアの歴史	28
2. オーストラリアン・ルーラル・コミュニティの概況	29
3. ルーラル・コミュニティにおけるコミュニケーション手段	29
4. まとめ	31
1.2 日本	31
1. 日本のコミュニティの原型	31
2. 都市の成立	33
3. 祭の発生	35
4. 現在の祭	38
5. まとめ	40

第2章 現在のコミュニティ現象	43
2.1 イベントブーム	45
1. イベントブームの背景	45
2. 地域で行なわれているイベント	50
3. 企業にみるイベント戦略	58
2.2 ハイスクール情報発信クラブ	63
2.3 パソコン通信コミュニティ	72
1. 日本のパソコンネットワークの現状	72
2. アメリカのパソコンネットワークの現状	78
第3章 データコミュニティを支える条件	89
1. 構成メンバー	91
2. コミュニケーションルール	92
3. 残された課題	94
終章 豊かなコミュニケーション生活・コミュニティ生活の創造	95
1. 生活の豊かさを求めて	97
2. コミュニケーション生活・コミュニティ生活の豊かさ	98

序 章 都市の機能とコミュニティ



序 章 都市の機能とコミュニティ

1. データコミュニティ

昨年度の調査研究では、データコミュニティを次のように定義している。則ち、従来一般的にいわれる、コミュニティとは地域的な繋がり、いわゆる地縁で結ばれた人間関係によって成立していた。ある程度密度の高い人間関係は、それら人間同士の意思の疎通が密であることが条件になる。したがって、地域的に近い場所に居住していれば、自ずとその意思の疎通は密になる。その観点から見れば、意思疎通の手段、コミュニケーションの手段が発達し、地域的に離れていてもコミュニケーション手段により、十分に密な意思の疎通が図られれば、そこに、ある種のコミュニティが形成されても不思議ではない。

昨今の情報化はマイクロエレクトロニクスや情報通信技術によって、まさにこのコミュニケーション手段が充実し、コミュニケーション手段の両端にいることによって、たとえ遠隔地にいる人間でも、地域的に近い人間に劣らない程度の意思の疎通が図られるようになってきたのである。こうなると、単に地域的なコミュニティに類似したコミュニティが誕生するのではなく、従来存在しなかった種類のコミュニティが誕生することが想像される。

この新しいコミュニティを、ここではデータコミュニティと呼ぶのである。この新しいとは、どのように新しいのか。それを探究することがここでの調査研究の目的の一つである。

この新しいコミュニティの形成を促進する要因は、情報化に限られているわけではない。当然、地域的なコミュニティの構造的な変質も大きな要因と考えられる。ここでは、コミュニティが問題として取上げられる背景となる都市に関し、いくつかの点を検討してみることにしたい。

2. 都市の成り立ち

近年のいわゆるコミュニティ論隆盛の理由のひとつとして、戦後の急速な都市化現象があげられる。ところで、都市化社会とはいかなる過程を経て形成されてきたのであろうか？ データコミュニティという新たな概念の構築を目指す本調査研究

プロジェクトでも、この都市の形成過程と機能について概観することは無駄ではない。何故ならその形成の要因と、都市に求められてきた機能の変質する傾向を捕捉できるならば、将来の都市のありかた、コミュニティへの期待がある程度推察できると考えるからである。

人間の動物としての原始的な生活は、当然のことながら食糧の確保に始まる。まず、人間は他の動物を追い求める狩猟によって生活を営んできた。この生活形態では、獲物となる動物がいるところが、そのまま人間の生活の場になった。一旦、獲物を得ればそれが消費されるまでは、労働の必要はない。食糧たる獲物がなくなると、再び獲物を探しに野に出る。この繰り返しによって、生活が営まれる。したがって、生活の場は、当然一定していなかった。

ところが、ある時期に人間は農耕と牧畜の技術を身につけ、食糧を確保することができるようになった。この技術の獲得が人間の生活形態に大きなインパクトを与えた。すなわち、人間が定住するようになったこと、集団で生活するようになったことである。農耕は種蒔き、収穫など繁忙期が植物の成長によって規定されるので、その時期に集中して労働力を投入しなければならないという性質を備えている。したがって、なるべく多くの人間が同じ場所に集まって生活し、繁忙期に協力する必要がある。ここに食糧の生産のためにコミュニティが誕生したのである。

人間が同じ場所に集まって生活を始めると、生活に必要な仕事（直接食糧の生活に無関係な仕事を含む）を分けあってこなす、すなわち、分業が進んでくる。これが、都市の萌芽であるという見方がある。名古屋大学の月尾嘉男教授は、都市を次のように規定している。『食糧生活に従事しない人間を含む人間の集団が一定の場所に生活している現象』である。ヒューマン・エコロジーという観点からはその祖である、R. E. パークが都市の議論を次のように展開している。つまり、人間はその生物学的な本能によって、食糧を得て安全な居住地を求めるために、協力し合い、一方では、競争し合う。その過程で人間は、共同体たるコミュニティを形成する。都市はそのコミュニティの一種であるが、それは人間の持つ根源的な性質から導かれる結果であると。

パークはさらに、その根源的な性質は「移動性」によって一層発展すると主張する。この「移動性」は、単に物理的な移動のみならず、経済や社会という環境の変

化に対しても適用される性質のものである。したがって、都市は人間の持つ移動性がなす社会的な過程であるとみるのである。

3. 都市の恩恵

このように、食糧の確保という生存の基本的条件を満たす必要から、都市が誕生した。それでは、都市という生活形態は、人間にとってどのような恩恵を与えてくれるのであろうか？ 以下ではそれを次の2つに整理してみたい。

まず第一に考えられるのは、多くの人間が集まるという、「集積のメリット」である。すでに述べたように、都市は食糧生産に従事しない人間が生れてくる。これは、たとえば、食糧を食べる器を生産する人々である。このように、器を専門に生産する人が出てくると、食糧生産の片手間に作る器に比べれば、より質の高い器が生産される。食糧が都市に集積されると、直接食糧生産に従事しない人が増えて、生活をより豊かにする条件が整うようになる。この集積によってもたらされる恩恵を受けるために、人々は都市に集まり都市の集積はますますその恩恵を質、量ともに充実させてくる。

現代の都市にある様々の文化施設、たとえば、映画館、劇場、博物館、美術館、コンサートホール等である。これらも多くの人が都市に集まった結果生れたものである。集まる人が多いほどその趣向も多様化し、多様な文化施設が成立するのである。同じように、飲食、レストランも提供するメニューが多様化しても需要が多様化するので、十分成立つのである。

第二には都市の生み出す「無名性（アノニミティ）」である。これは人々が都市に期待する機能の一つであろう。当然ながら人間集団の規模が小さければ、それを構成する個々人の行動あるいは性格等は、構成する人々に知られてしまい、その集団の外に出なければ行動についての監視状態からは解放されないことになる。一方、集団がある程度の大きさになれば、それを構成する人々が集団の隅々まで知ることは不可能になる。また、都市の集積に期待して新たに都市の構成員になった人々にとっては、周囲の構成員の行動は、期待している集積とは何ら関係がない。したがって、周囲の人々がどのような行動をとろうと、関心の対象にはならないのである。

都市には、このような行動の自由、周囲の人々からの監視からの解放という、新たな恩恵が生じてくるのである。これは、特に現代人の精神的な安定、あるいは生活の自主的な選択権の保有という点では、欠くことのできない自由であるといえよう。これは、都市の与える無名性（アノニミティ）の恩恵と呼んでもよいであろう。

4. 都市の要素とテクノロジー

以上概観した都市の恩恵は、除々に変質しつつある。現象面で捉えれば、いわゆる都市問題がある。すなわち、集積がある程度の規模でとどまっていれば、集積のプラスがそのマイナスを補って余りがあるが、大きくなりすぎるとマイナスがプラスを上回ることになる。これまで、大規模な集積を支えてこれたのは、テクノロジーの力に与かるところが大きかったと言えよう。月尾教授は、都市を装置に見立て、都市は「都市活動」、「都市施設」、「都市空間」の3つの要素から構成されるという観点に立っている。

これら3要素相互の関係は、常識的には都市活動が最初に存在し、その都市活動が要求する都市空間を設定する。次に都市空間に適合する都市施設を計画するという関係である。しかし、これは一般的な順序であり、実際は互いに影響しあいながら都市を形成していく。

都市がこれらの3つの要素だけで発展し、集積の効果を享受できるわけではない。月尾教授は、都市集積の利益は交通施設、通信施設、エネルギー施設の支援があってはじめて享受できるとしている。都市の集積によって人々が集り、人口が2倍になったと仮定しよう。これには2つの選択肢があり、一つは従来と同じものを隣に作ること。もう一つは従来の場所に、従来の施設の持つ能力を倍に増強することである。

しかし、前者ではそれぞれを往来するのに倍の距離を移動しなければならない。したがって、情報の交換にも倍の労力を必要とし、必然的に集積の恩恵に与かる機会が減少してしまう。それを解決したのがテクノロジーである。車輪の発明、通信の発明によるそれらの問題点は解決されてきた。

これは何もプリミティブな都市集積に限定されるものではない。現代社会でもあてはまる。たとえば、電力施設では10万kWの発電施設と、100万kWの施設では後者の

方が高い効率を得られる。鉄道も1時間当り10万人程度の交通量を捌くことができる。これまでは、この例に見るように、集積の恩恵のマイナス面を抑制するテクノロジーの出現によって、諸問題は解決されてきた。規模の利益を極大化するテクノロジーによって、我々は都市集積のマイナスを克服してきた。

5. 都市の新たな形態

ところが、世界各国の大都市と呼ばれる都市は、いずれも無制限にその人口が増加してきたかといえば、そうではない。第三世界の首都に見られる都市爆発とは反対に、先進国の首都では都市の衰退現象が見られるようになった。英国では、第二次大戦後の1960年代、大都市中心部の人口が減少し、郊外化が始まるという過程で成長してきた大都市に転機が訪れたのである。この原因と考えられるのは、製造業がその活動に必要な土地や建物の入手が困難になってきたこと、交通手段が悪化しはじめたこと等である。さらに、これを促進したのは都市の立地を規制し、工業の分散化政策をとった行政であった。

同じ現象は米国でも顕著になり、これらはインナーシティ問題として取り上げられている。インナーシティとは、都心部の外側にある工場地帯、さらに労働者住宅地帯を指す。このインナーシティでは、中流層の流出、貧困・失業層の滞留、建築物の老朽化等による居住環境の悪化、移民労働者の民族による分離居住などの現象が生じている。

世界の人口は西暦元年には、2億5千万人だったと言われている。これが、1500年後の15世紀には倍増の5億人になっている。1830年には10億人と再び倍増しているが、その期間は僅か300年しかかからなかった。20億人になるのは1930年であり、40億人になるのが1945年であった。近年の人口増加がいかに急速であったかが理解できよう。しかし、西欧ではすでに人口増加カーブが単調増加傾向から変曲点を過ぎており、安定期に向かっている。わが国もいずれ同じ傾向を取ることになり、都市あるいはコミュニティのあり方に何らかの影響を与えようと考えられている。

既に述べたように、都市の集積による弊害を克服してきたテクノロジーは、今度は逆に都市の分散化を助長する方向に機能しつつある。たとえば、太陽電池である。太陽電池で大電力を得ようとする、広大な物理的な面積を必要とする。一方、家

庭で必要な小規模な発電量であれば、家庭の屋根の上に設置することにより、需要を賄える程度の技術開発の展望がある。ガスによってタービンを回し、発電するというコージェネレーションの発想も、同じように分散化を促す。交通機関もCVSという新都市交通システムが、自動車、鉄道、バスなどの公共輸送機関の利点を集めて誕生している。通信においても、電波資源の未開拓分野という観点から、小電力の基地局を分散させる傾向にある。本来、大電力の基地局を設けて、サービスエリアを拡大する方向は、集積の恩恵を増大させることになる。しかし、集積が進めば進むほど、高層建築物など電波状態を悪化させる物理的な障害が増えてくる。これを解決するテクノロジーの開発が進んでいる。

6. インフラストラクチャの変容

都市を構成する3要素を支援する3種類の施設は、都市の基盤、インフラストラクチャと呼ばれている。月尾教授によれば、インフラストラクチャには、次に述べるような特徴があるという。第一は、その恩恵を享受するのは、一部の住民ではなく、住民の大半である点である。特定の企業や個人が対象にはなっていない。第二には、その施設の規模がきわめて大きいという点である。第三には、その建設には巨額の資金が必要になる点である。第四には、その建設コストの回収を、民間ベースで進めることが困難な点である。第五には、その建設は、国家あるいは地方自治体などが、直接あるいは間接に実施する点にある。

しかし、分散化の傾向では、インフラストラクチャの持つ以上のような特徴に、幾分かの変化が見られるのである。公共に利益に供することが目的である点に変わりがないが、それを徹底的に追求するには、現代の大都市は余りにも巨大になり過ぎたのである。つまり、インフラストラクチャの規模も巨大になり、国家や地方自治体といえどもその建設のコストを負担する体力がなくなっている。今後は、受益者負担を集則とした新たなインフラストラクチャの概念が浸透していこう。また、建設にも公共の利益を優先するが故に、先端を行くアイデアの投入が阻害され、最大公約数的な施設の建設を防ぐために、民間の斬新な運営、企画が反映するような施行形態が考えられていこう。

しかし、都市の集積が享受できる低限界があるのもまた事実である。たとえば、

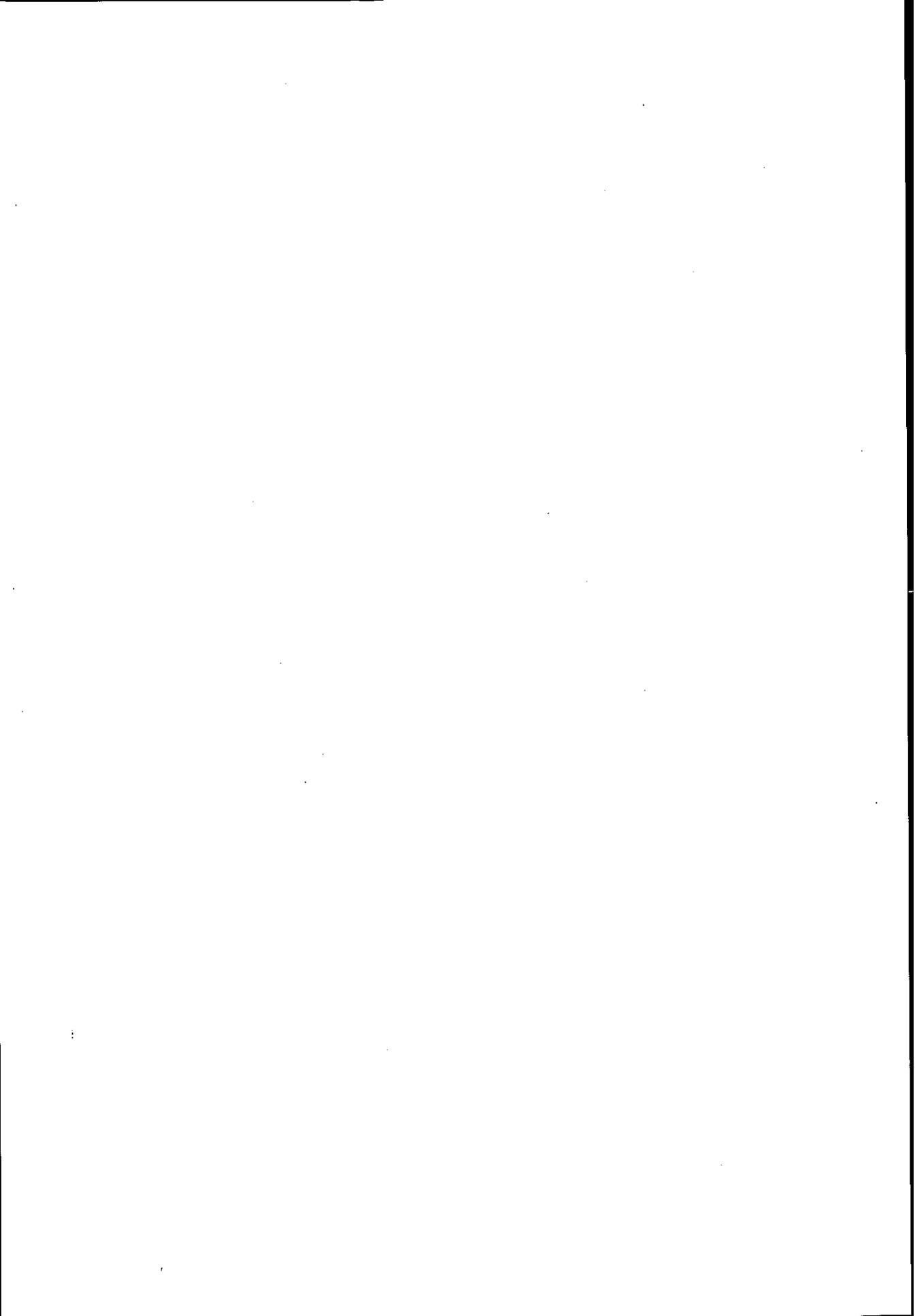
余りに少ない人口では、大学などの文教施設は成り立たないであろうし、すでに述べた無名性（アノニミティ）の確保が難しいであろう。

このように、人口増加の変曲点を迎えるに当たって、地域的な人間の集合体である都市のあり方が変化し始めている。また、情報化社会といわれる情報通信技術の発展による、地域を越えたコミュニティの萌芽がある。本調査研究では、特に後者のインフラストラクチャのあり方への関心に、その源を発している。

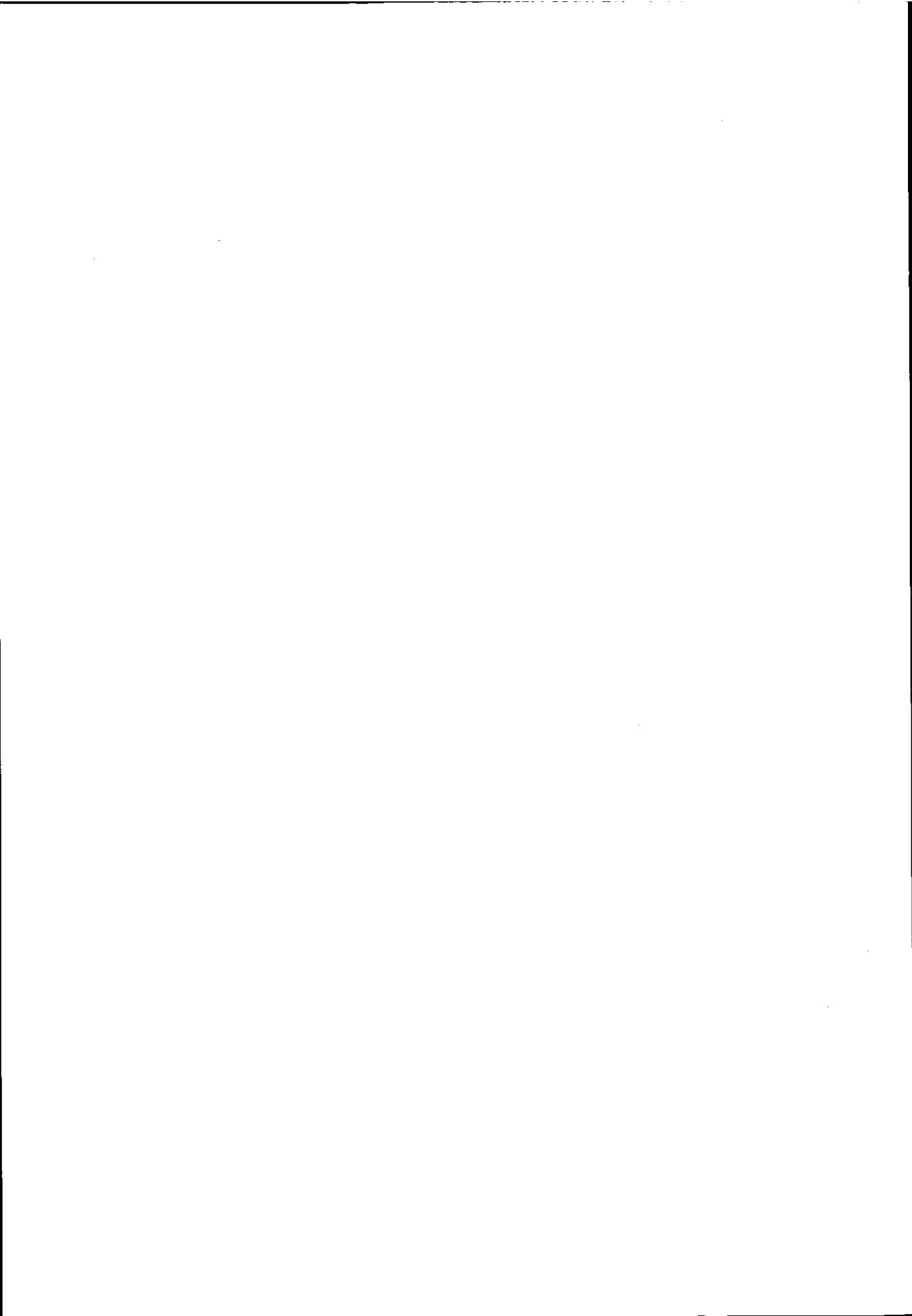
（参考文献）

月尾嘉男著「装置としての都市」（鹿島出版会 SD選書 1981年）

吉原直樹、岩崎信彦編著「都市論のフロンティア」（有斐閣選書 1986年）



第1章 コミュニティの成立要因



第1章 コミュニティの成立要因

1.1 アメリカ

1. 幌馬車のコミュニティ

アメリカのコミュニティの成立要因を西部開拓時代の幌馬車のコミュニティから考えてみることにする。

1620年12月16日に小さなメイフラワー号にすし詰めになされた102人の乗員がボストン近くのプリマスという小さな町に到着した。

1776年独立宣言文が集まった人々の前で朗読された。長文の独立宣言のなかでもエッセンスの部分は、

「すべての人は平等につくられ、創造主によって一定の奪うことのできない権利を与えられ、そのなかには、生命、自由および幸福の追求が含まれていることを、われわれは自明の真理であると信ずる」

現在でも思わず目をみはるような内容にうながされたわけではないだろうが、1840年代に入って、アメリカ中の人たちは、まるで熱に浮かされたように、西方への追出を夢みていた。

彼らをかきたてるものは、いったい何んだったのか。1845年にニューヨークのあるジャーナリストは「物凄い勢いで増加しているわが国民の自由な発展のために、神によって割り当てられたこの大陸全体に拡がるのはわれわれの明白な天命なのである」と書いている。多くの人々が、あらゆる困難を乗り越えてこの「明白な天命」に従って西へ西へ向かって行った、その道のりは、決して平坦なものではなく、むしろ異常といえるような事件がつぎつぎ発生することが運命づけられたものであった。

西部へ向うかコースには、オレゴン・トレイル、ソルトレークから西南に進むオールド・スパニッシュ・トレイル、南まわりのサンタフェ・トレイル、最後にオレゴン・トレイルから途中から西にわかれるカリフォルニア・トレイルがありオレゴン・トレイルが西へ向う移住者のおもなルートであった。

西部開拓で使用された幌馬車は、東部に走っている大型の幌馬車より運転しやすいように小さく、軽くできている。タテとヨコが10フィートと4フィートでそ

のなかにさまざまな家財道具や、時には家畜までのせた。途中の旅はひどいもので、コレラ、赤痢、熱病などのため移住者のとくに多かった1850年などロッキー山脈にたどりつくまでに何千人もの人びとが、むなしく大平原にその屍を埋めたという。飢餓、たつまき、大洪水、吹雪、それに追いつめられたインディアン——この幌馬車を持ち受けているものは山ほどあったのである。

彼らの乗った代表的な幌馬車は、「平原を渡る船」という異名をとった。大平原を幌をかぶせた馬車が越えていく姿を帆船にたとえた。マルセイユを中心としたフランスの水夫たちの歌「わが屍を海原に沈めないで」をアメリカでは「わが屍を草原に埋めないで」というふうに歌い換えているのもわかるような気がする。

彼らを待ち受けている危機に対して、自分達の身は、自分たちで守るため100人程度の集団で移動した。常に移動することが運命づけられているので、昨日までの情報が、今日また同じ条件で成り立つとは限らない。天候、地形も毎日毎日変わっている。

ひとりひとりが自分自身のために自分の役割を確実に演ずるとともに、また全体としての集団（コミュニティ）に対しても義務をまっとうすることが要求された。まさに運命協同体を形成することになった。常にコミュニティの外からの攻撃に対して一致協力して外乱に対処してきた仲間であっても、ある日突然仲間同士で争うことも発生する。彼らが、残した日記に記載された事実をみとめることにしよう。

〈日記その1〉

プラット川のほとりで、1849年にチャールズ・ゴールドという人が書いた日記。

「ヤングが撃ってスコットを死なせた。一行は、そこで裁判を開き、ヤングの有罪を決定した。絞首刑か銃殺刑を選ばせると彼は後者を選んだ。死刑はすぐに実行された。」一度それを犯罪だと認めたなら、たとえ今まで苦勞をともしてきた仲間同士であっても一行が集まって相談し、容赦なく処罰する。例外を認めていたら全体を取り締まる大義名分がなくなってしまうからである。

〈日記その2〉

1852年、オレゴン・シティへの長い旅の途中で、ジョン・クラークという人は、次のような日記を残している。

「われわれもテントを張って宿営したが、すぐまわりの異変に気がついた。オレゴンへ向かって旅をしている家族が、すでに大勢テントを張っていて、1人の女と2人の男が死んで草むらに横たわっていた。その他にも死にかかっている人たちが何人かいて、みなコレラか、ハシカか、それとも天然痘だった。埋葬する墓を掘っているものもいれば、病人の看護をしている人もいた。女子供は悲しげに泣き叫び、薬を探しにとびまわっている者もほとんど手に入れることができない様子だった。われわれは、テントをたたんで1マイルほど先に進み、悲しみの声の聞こえないところでやっとテントを張って眠りにつくことができた。」

西部に向かう人たちにとって、これは珍しい光景ではなかった。妻に急死されたある夫は、まわりが墓標にするような木もはえていないことに気づいた。3日間かけて木片を手に入れ、6日後にやっと戻ってきた。そして妻の遺体の上に十字の粗末な墓標を作ってやることができたという。

このような数々の苦難や危機を越えて、彼らは新天地での夢を実現しようとしていた。これらの苦難や危機を乗り越えるために、また人間らしさを失わないために、一体、彼らは何をしていたのだろうか。彼らを支えた知恵は、何だったのか。今日のアメリカ人の生活に伝承されたものは何か。そのことを考えてみたい。

そのひとつの答えとして家族の誕生日、結婚記念日、キリスト教の祭日などに近所の人々や親しい友人を招いて家族ぐるみでパーティを開くことによって一時のやすらぎを求めたと考えるのも不自然ではあるまい。招かれた客は、自分たちもごちそうや準備を手伝い、もちよりでささやかであるが楽しく過す。また招かれた御礼として、自分たちが今度、ホストやホステスになって招待したである。

現在のアメリカ人が、ことあるごとにパーティを開くこと背景には、切っても切れない過去の歴史との関係をみいださずにはいられない。

ところで幌馬車には、人間だけでなく、かなり沢山の動物もいっしょに人間とともに移動した。人々の食糧の補給のため、人々の手足となるため、人々の心を

和ますために、これらの動物達がどのくらい貢献したであろうか。アメリカ人のペット好きは、世界でも有名である。その理由の一端はここにあるといっても過言でないであろう。現在でも、ペットは、社会の立派な一員で最高の待遇を与えられるべきであると考えているアメリカ人は大勢いるのである。

以上のアメリカの歴史を概観したうえで、現在のアメリカ人やコミュニティの持っている特徴をまとめてみると次のようになる。

- 移動することに日本人と比較して抵抗感が少ない
- 各種パーティをよく開く
- ペット好きである
- 国家に対する忠認心が強い
- ファースト・ネームで呼びあう
- ホーム・スティに対する理解が深い
- キリスト教的なもてなし方をする
- 独立心が旺盛である

いずれも彼らがアメリカを建国し、自ら切りひらいていった歴史のなかからはぐくまれてきたのであった。

2. アメリカ家庭と伝統

アメリカの各家庭を通じてその家族と家族をとりまく社会との関係を考えることによって、アメリカのコミュニティの成立要因をみてることにする。

アメリカの家庭は、特定の文化に強く影響されたのではない。あらゆる国の想像力や情緒を少しずつ盛り込んでつくられてきた。

アメリカの歴史には、メイフラワー号でイギリス国教会に反対した聖教徒をはじめ、フランス人、スペイン人、オランダ人などが初期の段階からかわりあっていた。

現在のアメリカの家庭は、その独特の遺産を受け継いでいるのである。

(1) 個性的な家づくり

アメリカ人の目は、過去よりも現在と未来へ向けられている。アメリカ人に

とつての伝統とは、自分の生涯を通して自分自身で切り開き、きずきあげるものと考えている。

歴史が浅く動きの激しいアメリカでは、慣習も、家も嫁入り道具ですらも一代限りとみている。親から家や家具をゆずり受けることは少なく、子供たちは、自分たちの家をつくりあげる機会を親から受けることを望んでいる。子供たちが親から独立して第一歩を踏み出すとき、大喜びで手を貸したがる親がいるが、概して子供たちは、大きな家具や室内インテリアなどは、自分たちで決めたいと思っている。まさに独立精神の表われである。

家とは、持ち主の創意と工夫が具現化される場である。家具やインテリアは、その家の住人の考え方や人生観を反映したものなのである。また世間に対しては、家は自分が人生に対する勝利者であることを知らせる手段でもある。

これに対して日本人は、一般に建物の大きさで、その家の持ち主が成功者かどうかを判断する。アメリカ人は、建物の大きさよりも家の中の雰囲気をはるかに重要視するのである。その目的のために良い製品であり、自分たちのステータスや人生観に合ったものであれば自国製品であろうと、外国製品であろうと抵抗感なくとり入れる。

家の改造や新築するために、しばしば主婦が夜学に通って家づくりの技術を学ぶ。また自分たちで、家の内外のペンキを塗り、れんが工事、カーペットの敷込み、タイル張り、壁紙張りなどの簡単な工事までやってしまう。

(2) 外に開かれた家庭

アメリカ人の場合、家はプライベートな休息の場というよりは社会生活の中心であるといえる。あるときは、事務所、会議室、聖書研究会々場、パーティ会場である。いろいろな目的のために使用する。慈善団体の寄付をあつめるために家を解放して見学チケットを売る場合もあり、その場合税金も控除されるしくみになっている。

ごく普通の家庭でも、客に家中を案内することは、よくやる。アメリカ人は、決して家や家具を自慢するために見せてまわるのではない。客にくつろいでもらうために、家のなかの案内は必要だと思っている。そして客が使ってよいも

のは何かを教える。言いかえれば、客に家族の一員のような気持ちになってもらってくつろいでもらうためにするといえる。スペインには、「私の家はあなたの家です」という表現があるが、アメリカ人も同様である。長期間帯在する客にとって家人が家にいなくても、家の中の様子やルールを知っていればくつろいでいられる。自分でできることが多いほど客の自由も増えるし、家人の負担も軽くなる。ひとりでは、なにもできない客を常に面倒を見ることは、ホスト、ホステスにとって大変な苦勞となるからである。

このように客と家人との関係が互いに理解されているので、友人を家に招待することに気軽でいられる。日本人は、客をもてなすとは、家人がなにからなにまで全てすることが礼儀だと考えているので、家人の負担が大きい。また客もあくまで客であり家人の一員とはいえなくなっている。

(3) 転勤・移動

アメリカ人は、靴下を取り換えるように気軽に家を換える。引越しは、彼らの生活様式のなかで当然のこととして受け止められている。一年単位の契約、出世競争、より高い学位の獲得、転職の国アメリカでは、引越しの多い生活こそが当然の生活様式である。また転勤をいやがらないことが採用の条件になることもしばしばある。そして成功者とは、移動人間だという考え方からも抜け出せない。

1960年代の地理的人口移動の統計数字によると、

- 平均的なアメリカ人は、生涯約14回引越しする
- 平均的なイギリス人は、同じく8回引越しする
- 平均的な日本人は、同じく5回引越しする

といわれる。

日本人の約3倍くらい引越しすることになる。

我々は、よくアメリカ人が人なつっこく、実に簡単に見知らぬ人とつきあうのに驚かされる。だが、彼ら自身が毎年まったく新しい仕事仲間や隣人、友人と付き合いなくてはならない。これでは、彼らは社会的になるしかない。

一般的にアメリカ人は、家そのものには、永続的な愛着は持たない。使いな

れた身の回りの品を身近に置くことで安心感を得ている。だからどんな場所でも自分の家具が周りにあればそこが家庭になる。

西部開拓時に、幌馬車に家財道具一式をつんで移動することがあった。現在、自分の車で引越し荷物をつんで走っている光景をアメリカでドライブ中に見かけることがある。最近では、あらゆる家具のデザインに可動性が配慮してありまた、移動に耐えられるようになっている。

(4) ホーム・ステイを支える精神

外国人を受け入れるホーム・ステイに参加したいと考えているアメリカ人は、年々増加している。ホーム・ステイという慣習のない日本人には「なぜ彼らが赤の他人を家でもてなすのか」と不思議でたまらないであろう。アメリカ人にとってホーム・ステイにより外国人への理解と親睦を深めたいと願っている。こうした客を通して、ささやかながら世界平和のために貢献していると心から信じている。しかしながら必要最少限のコミュニケーション手段しか持たない外国人をもてなすことは大変な仕事である。肌の色も、体の大きさも、興味の対象も態度も全部違う。だが誰もが痛いときは、泣き、うれしい時は、笑う。子供たちの幸せを願うこと、未来へ希望をもっていること、人間性そのものに属しているものは、外国人であろうと変わらないことを発見することがホーム・ステイ参加者の共感をよぶことになる。ホーム・ステイの参加者は、国家とは、結局人の集まりだということを理解するようになる。こうしたホーム・ステイを支える精神は、キリスト教の基本精神と強く結びついているのではなからうか。

(5) もてなしの心

もてなしの心とは、入口の扉を大きく開けて家庭で人をもてなすこと。そこには何の下心もない。全般的に言ってアメリカ人はパーティ好きである。ホスピタリティが空気と同じくらい生活の一部となっている人も多い。今日のアメリカ人家庭のもてなしの心は、おおむねその根本にキリスト教的人生観がある。聖書の言葉に「旅人をもてなすことを忘れてはならない。このようにして、あ

る人びとは、気づかないで御使たちをもてなした。」(ヘブル人の手紙第13章2節)「不平を言わずに互いにもてなし合いなさい。」(ペテロの手紙、第4章9節)

キリスト教徒にとって、もてなしをすることは、神によって定められた戒律であり、生活の原理である。自分たちが持っているものは、神からの賜物と信じているので、自分の持っているものを他人に分け合わなければならないと考えている。また彼らは、人生における唯一の価値ある財産は、人間関係で決して失われることのないただひとつのものと信じている。家庭の中に他の人のために「いつでももう1人分の場所があります」というのがアメリカ人の共通的な考え方なのである。

(参考文献)

ジャン・ウィルト著「ようこそアメリカへ」(サイマル出版会)

猿谷 要 著「アメリカ人とアメリカニズム」(三省堂)

猿谷 要 著「アメリカ歴史の旅」(朝日選書)

猿谷 要 編「アメリカ東西南北」(有斐閣選書)

3. 現在のアメリカのコミュニティ

これまでに述べられてきたことは、アメリカの歴史的特性に基づいたコミュニティの成立要因についてであった。それは、「ほろ馬車のコミュニティ」に歴史的背景をみることができるというものであった。家族単位の移動を頻繁に繰り返しつつ、自然と戦い、見知らぬ土地を開拓していった人達のあいだでは、おのずと運命共同体的な意識を持ち合わせていく必要があった。見知らぬひととの強い信頼関係を築きあげることが身を守る最大の武器となっていたのである。

さて、70年以降のアメリカのコミュニティの変遷に話を進めようとするとき、それは「個々人の強い信頼関係」の崩壊と深く関連していることのように思えてならない。言うなれば、運命共同体的な意識がコミュニティの形態・様態をいつの時代にでも反映しているという問題意識から生じていることに他ならない。そこで、70年以降のコミュニティを考えていくために、アメリカの60年後半から現

在に至る社会環境、とりわけコミュニティの変遷に何らかの影響を及ぼしている社会環境についてふれていきたい。ただ、ここで断り書きをしておかなければならないことを簡単に記すと、ここで取り扱うコミュニティについてアメリカのコミュニティの全貌を示すというものではない。それは至難なわざである。アメリカは、国土が広大で自然、風土、文化が地域ごとに大きく異なる。また、さまざまな人種、国籍のびとが共存する国でもある。目にみえない階層社会が存在するのもアメリカの大きな特徴である。アメリカのコミュニティを一様に捉えることが実態を反映していないことを十分理解されたい。ここでは、筆者が興味、問題意識を持つ範囲のことに限定して話しを進めていくことにしたい。

(1) 60年代のアメリカ

60年代のアメリカの時代的背景ともいえる現象は、ケネディ大統領の暗殺とベトナム戦争の終結であった。ケネディ大統領の暗殺は、アメリカ国民のみならず全世界にとって極めて深刻な衝撃であった。新しいスタイルによってアメリカ政治に清新の気を吹き込み、在任中に大統領として成長して行く可能性を示していただけに、彼の死がアメリカ国民に及ぼした痛みははかり知れないものがあった。彼の死は、アメリカ国民の一人ひとりに落胆と不安の陰を投じることになったのである。

ベトナム戦争の終結が意味するものは、国民一人ひとりに与えた国家に対する新たな認識であったろう。アメリカが「正義の味方」ではなかったという事実の認識、言葉をかえれば、その道徳力の限界の認識をせまられたことであろう。アメリカ史の長い体験の中で、外からどうみられようと、アメリカはその対外介入において、弱きを助ける正義の味方としての自己像を持っていた。ベトナム戦争によってアメリカは、その自己像を捨てることをせまられた。おそらく、この自己の道徳力の限界の認識こそ、アメリカ史の長い文派の中で、もっとも根底的な衝撃とも言えるのではないだろうか。これは、少なからずも、国民一人ひとりの国家に対する一様の期待あるいは信頼を大きく裏切ることにつながった。国家に身を委ねることから個人の主義・主張を基本としたさまざまな社会的変化が生じてきたのもこの頃である。アメリカの「ゆたかな社会」

を否定し、自己の生きがいと、新しいイデオロギーがさかんに求められ始めたのもこの頃からである。60年代のアメリカ、それは学生運動、人種差別廃止運動という市民の運動を呼びおこさせ、70年代の女性の社会進出に対するさまざまな運動に供した市民運動の幕明けの時代と言ってもいい。

(2) 70年代のアメリカ

70年代のアメリカを象徴する時代的背景は女性の社会進出に伴う男女差別撤廃があげられる。ここでは、当時の社会環境について詳しくふれないが、現代のアメリカの新しいコミュニティ形成に大きく貢献しているネットワークについて述べたい。男女差別撤廃運動を推進するに際して最も効果的手段がコミュニティ活動であったという事実である。女性自身が社会の諸制度から受ける差別的行為を草の根的にフォローし、大きなひとつの声・運動に築き上げたことである。一人のちからでは到底できないことをコミュニティそしてネットワークへと拡大させることで可能になる。このことの意義は大きい。コミュニティ、ネットワークが社会に対して働きかけた最良のものと考えられる。また個の集団化の持つ社会的意義をアメリカだけでなく世界に対して提示した好例とみることができる。ただここで重要なことは、当時のアメリカ社会において多くの女性が男女差別撤廃を求める社会的要因が内在されており、機が熟していたという事実である。冒頭でも述べているように、時代的コミュニティの変遷を考えると、その時代の社会的背景を無視して語ることは無意味である。現実問題として、60年代・70年代のアメリカの一般家庭は、決して豊かな経済状況にはあらず、女性が社会に進出せざるを得なかった社会的環境が報じられている。70年代のコミュニティ、それは、女性の社会進出に伴う一連の市民運動に代表される。そして、その動きが天下国家を論じることではなく、家庭・職場というもっとも身近な環境の中の問題に対する働きかけからスタートしていることに注目する必要がある。自らの環境を改善するものは他ならぬ自分であり、国や諸制度ではないという市民の新たな自覚の現れとでもいえようか。自分と同じ悩み・問題を持つもの同士のコミュニティが、もっとも自分にとって価値あるものとして認識され始めた。これについては、アメリカの社会的運動の大き

な柱となっているボランティア運動のところで述べたい。

(3) 80年代のアメリカ

アメリカにおいても、60年代以降都市への人口が急速に増加している。さらに、国外からの移住人口も増加の一途をたどっている。都市のスラム化、麻薬・売春といったさまざまな都市犯罪が多発している。一方、アメリカの家庭に目を向けてみると、離婚問題を始めとして、独身を固持するシングル族あるいは未婚のまま子を産むことを望む人の増加など家庭生活のパターンに多種多様な形態が生じている。これらの変化は、もちろん80年代に始まったわけではない。ただ80年代に入ってある種のトレンドあるいは徴候と呼ぶに相応しい状況にまで達していたということである。アメリカでは離婚だけではなく再婚も激増している。離婚した人の八割は三年以内に再婚する。年間の結婚件数の三分の一は再婚によって占められている。このような状況は、結果として子供の半数近くが十八歳になるまでに親の離婚を一度は経験せざるをえない事態を招いている。一对の夫婦が子を産み、ひとつの家族をつくる。これを理想の家族像だとすれば、先の事例が認めがたい状態なのか、あるいは新しい家庭像の予見として捉えるべきなのか難しい問題である。60年代、70年代そして80年代を通じ、アメリカの都市に対する人口の流入、国家のおごりに対する反感、女性の社会進出など幾多の現象を繰り返しつつ、今まさに先に例をみないほどアメリカは複雑多岐にわたる問題を社会に内抱している。その端的な例が、家族・家庭の崩壊である。家族の分解とコミュニティについて考えていきたい。

(4) 家族の分解とコミュニティ

アメリカ人は、よい条件を求めて転職する。優秀な人ほど会社を变り、そのたびに昇進し給料も増える。家族も新しい土地に引越すことをあたりまえと考えている。もちろん、転職のためだけでなく良い生活環境を求めて住み替えを繰り返すことも多い。そんな社会だから、近くに相談相手になるような親兄弟が住んでいない。頼れるのは家族だけ。だから家族はとて大切にす。しかし、一度夫婦のあいだにヒビが入ると壊れるのもはやい。日本に比べると

親類縁者のしがらみもないかわり、すべて自分たちの責任と決断で問題を解決しなければならない。この流れはアメリカの家庭における分解過程をごく単純に表現している。恐らく家庭、家族のコミュニケーションが、家の中だけの閉鎖的コミュニティであるときトラブルの発生する確率が高くなるものと思われる。同じような悩みを持つ家族あるいは過去に同じような状況を経験している人びとを何らかのコミュニケーションが図られていれば、家庭の分解には至らなかったケースもあるであろう。アメリカは日本と比較して、あらゆる人種の共存、階層化された社会、人口流動の高頻度などのためある程度の幅と限界を持ったコミュニティが形成されやすい。その幅・限界とは、家族、人種、所得、学歴の違いが結果としてコミュニティ形成におのずと限界を持たらしていることに他ならない。この幅・限界を伴うコミュニティを仮りに「閉鎖系コミュニティ」と呼べば、この種のコミュニティに参加すればするほどコミュニティの幅・限界が閉鎖化され、系外のコミュニティとの接点ますます希薄化する恐れも高い。現代アメリカでは、国家・政府、その他社会的関心事に対する個人々々の意識が一律に定まらず、ある種のミーイズムが時代的背景となっている。これは、人びとがコミュニティを通じ、やりたいことを見つけたり、その仲間を求めたりする機会が求められていると解釈することができる。すなわち、多種多様なコミュニティが発生する土壌がある一方、一つ一つのコミュニティは閉鎖化されると同時に自らの限界を形成してしまう。仮りに、閉鎖系コミュニティが家庭の崩壊ひいては社会秩序の崩壊を促す一要因とするならば、閉鎖系コミュニティを開放系にシフトさせることが重要になる。ある家庭が家庭内部に何らかの問題を内抱させている場合、その家族の属性的条件にかかわらず、アドバイスを投げかけることのできるコミュニティが用意されていけば大事に至らず解決される場合も多い。また、問題が発生した後の対処・処理方法に関しても何かしらのアドバイスが得られれば、新たな家庭の展開をスムーズに進めることができる機会もあるであろう。

(5) コミュニティとボランティア

コミュニティを開放的にする方向としては、各種のコミュニティをネット

ワーク化させることが重要となる。さらにネットワークをシステム化させる方策を講じる必要がある。それは、テンポラリーではなく半永久的なネットワークを保つためである。すべてのコミュニティ活動をネットワーク化させることは困難であるから、家庭生活に密着した領域のコミュニティで、かつ社会福祉的要素な強いものをシステム化することが、最も効果的でかつ必要性が高いと思われる。家庭の崩壊を抑制するあるいはその被害を最小に食い止める手段として、コミュニティのネットワーク化ほど現在のアメリカに求められているものはない。それは、現実にも数多くの例にも見られるように市民ボランティアを中核としたコミュニティ・ネットワークが社会福祉的機能の柱として十分に機能し、この種のボランティアを中心とする各種のネットワークは今後もますます活発化していくものと思われるからである。これらのさまざまなコミュニティ・ネットワークが「もうひとつのアメリカ」を形成しつつあるとさえ言われている。ここで、一つの例を紹介することとしたい。サンフランシスコのある町では、女性の社会進出を支える拠点として「女性のための就職情報センター」がある。このセンターは、女性がその人生の方向を決めるに際して必要としている情報を提供し、就職相談や教育の相談にも応じる非営利サービス機関として設立された。センターで働く女性はすべてボランティアであり、運営の財源は利用者が支払う低額の料金と企業および個人からの寄付である。連邦や州から補助は受けていない。ボランティアの人びとが多数存在する理由として特徴的なのは、アメリカではボランティアの経験が履歴のなかで重視されることがあげられる。ボランティアが極めて有効な経験と経歴になるのである。アメリカでは、ボランティアを養成するための方策がすでに社会システムの中に取り込まれている。そして今後もボランティア活動が導入される機会・場面は増加の一途をたどるであろう。各個人・各家庭内部の問題が社会の諸制度、しくみによって解決される保障はない。しかしながら個々の問題が多様化、個性化しているなかで解決のためにはその手段として仲間（同じ環境に置かれている人びと）を得ることが解決の糸口となることは多いであろう。これらの動機が、さまざまなコミュニティ・ネットワークを生みだる源動力となるであろう。次に、ボランティア活動そのものの意味が注目されだしている。アメリカ

において、現在上・中級家庭の主婦の多くは、昼間なんらかのボランティア活動に従事していると言われている。これこそ、人に対してあるいは社会に対して働きかけることの意義が現在のアメリカ人の心の中に呼び戻されていることを証左している。身分・階級を超えた、人間としてもっとも自然な行動原理「運命共同体としての自覚が生まれる行動」を遂行することが、現代社会においてももっとも必要不可欠な行動なのではないだろうかということである。皮肉なことに、現在のアメリカの時代的背景ともいえる深刻かつ複雑化した社会環境が、コミュニティ・ネットワークを生みだす源となっているのである。

4. まとめ

これまで述べてきたアメリカのコミュニティの成立要因と今後の展望をここでまとめると、次の2つになる。

(1) 個人に対する強い信頼感とコミュニティ

アメリカでは長い歴史の中で一貫して「個人」としての立場が認められてきた。換言すれば、誰でも公平に自己の立場を主張でき、誰もが話し手の主張を個人の権利として認める。「個人に対する強い信頼感」がコミュニティの前提条件となっている。従って、個人の発言・主張を怠るものがあれば相手に不信感・不安感を与えることになる。もし、仮りに自己の主張、願い、欲求を提示しなければ、何も相手から得られるものはないことになる。日本流の「相手の立場を考えて」方式の思想はコミュニケーションの中で通じ得ない。これらのことは、自己の確立という基本的要件がアメリカにおいて伝統的に個人の権利、義務として位置付けられてきたことを示している。これらの個の確立に注目して、コミュニティ形成要因に焦点を当ててみよう。コミュニティの形成には、まず旗をあげる人いわゆるコミュニティのネットワークにあたる人が必要である。次に同じ意見を持つ人が発起人の主義・思想に賛成し、コミュニティに参加してくる。仮りに反対する人びとが多ければ、自らの主義・思想を唱え、自然にコミュニティが消滅することもあるであろう。自己の主張を明確に表明する風土が新たにコミュニティを生みだし、他方では自然淘汰を集める。これは、アメリカで生まれるコミュニティがいかに合理性の高いものであるかを裏

付けているとも言える。「ほろ馬車コミュニティ」は分解したり、変形したりすることをくり返していった。アメリカの現在のコミュニティはほろ馬車のコミュニティに相通じるものがある。アメリカのコミュニティを考えると、実にタイムリーに合理的にコミュニティの形成される風土の強いことが最大の特徴として捉えることができよう。それは、現代においても、さまざまな社会問題を解決する術として新しいコミュニティ・ネットワークが多々に誕生している勢に求めることができる。

(2) 新たなアメリカの歩みとコミュニティ

アメリカを代表として先進諸国においては、工業化社会から新たな時代へとパラダイム・シフトのときを迎えている。物的欲求への願望の時代を終え、新たな時代の模索の段階にあると言える。健康への意識の高まり、生活を楽しむことの追求などあらゆる分野において自己の実現に対する強い希求の現われが始まっている。個人にとっての満足感、充実感こそがすべての行動欲求の根底にあるといっても過言ではないと思う。恐らく自己の実現に対する欲求は、ボランティアに代表される奉仕活動にエネルギーを費すことによって得られることを近い将来多くの人びとが見い出すことになると思われる。すでにアメリカでは、前述しているごとく、ボランティアによる福祉活動が社会システムの一機能として組み込まれている。これらのアメリカにおける傾向は、今後ますます強力なものとなり、隠れたアメリカの顔を形成していくことになるであろう。そして、「強いアメリカ」が、この種の強い個人に対する信頼感を原動力として、再度形成される日もそう遠くはないと思われるのである。

(参考文献)

NHK取材班著「アメリカの家族」(日本放送出版協会)

J・リップナック、J・スタンプス著「ネットワーキング」(プレジデント社)

(参考) オーストラリアのコミュニティ

ここで、オーストラリアのコミュニティの成立についてみておこう。

私達はアメリカとは違ったコミュニティの成立をそこにみる事ができる。

1. オーストラリアの歴史

オーストラリアは、地球上で一番古い、日本の21倍の広さの、しかも、一国が占有する大陸である。キャプテン・クックが、シドニー南のボタニー湾に上陸したのは、1770年であった。そして、今日のニュー・サウス・ウェールズ州とクィーンズランド州一帯を英国王の領土と宣言し、オーストラリアが誕生した。1788年には、アーサー・フィリップ率いる移民団がシドニーに上陸、東部全体に英国の主権を宣言した。

当時、この大陸には、およそ4万年前にアジアから渡来したといわれている、オーストラリア原住民たるアボリジニ30万人と、コアラやカンガルーなど、この国特有のほ乳類250～260種のほか、とかげや鳥類が暮しているにすぎなかった。

この大陸に初期に入植した開拓者たちは、パイオニア・スピリットとメイトシップ（友としてのきずな）（注）を合言葉に、果敢にも、この大陸の大自然に挑んでいった。

1874年、アメリカのカリフォルニアで金が発見され、世界中に、ゴールド・ラッシュを引き起こすきっかけとなった。オーストラリアでもバサーストで金が発見されたのは、アメリカより古く、1852年のことであった。

やがてゴールドラッシュの波は、オーストラリアにも繁栄をうながし、イギリス、ドイツ、アメリカなど、世界中の国々から金を求めて人々が殺到した。1850年には40万人だった人口が、1870年には160万人を越え、この新しい大陸は、人々の大部分が州都に住むという都市国家へと変わっていった。

こうして新大陸に新しい道路、鉄道、町が建設され、やがて教育制度ができると、移民者自身の中に国を治めようという意志が芽生えてきたのである。

1901年には連邦制度が成立し、1926年事実上の独立を果たして、キャンベラに首都がおかれた。以後、オーストラリアは、着実な発展を続けて、第2次世界大戦の頃には、人口700万人の、戦後は新たな移民400万人を加えつつ、1985年6月現在で1,550万人の国家に成長している。

2. オーストラリアン・ルーラル・コミュニティの概況

オーストラリアの農村地域は、どこへ行っても、限りなく広大で人影もまばらな草原と、時おりみせる赤茶けた地肌というコントラストの世界が延々と続いている。動いているのは、牛と羊だけである。

ところで、本稿で敢えて「農村地域」という文字に「ルーラル・エリア」というルビをうっているのは、日本でいうような村落ではないからである。その村落は、農家が数戸ほど散在しているにすぎない。ほとんどの場合、「人里離れた（ルーラル）」という表現がふさわしいくらい、集落から集落への感覚が数十キロメートルと離れているのである。

西オーストラリア州ウエルステッド（Wellstead）という農村では、農家が3戸、人口16人である。したがって、村全体が、彼ら3戸がそれぞれ所有する農場というわけである。

各村落では、たいていガソリンスタンド、教会、郵便局だけは設けられている。しかし、学校、消防署、病院といった公共機関は、数十キロ離れた拠点の街まで行かなければならない。

3. ルーラル・コミュニティにおけるコミュニケーション手段

他の多くの国々でそうであるように、オーストラリアでも、州都や地方都市に人口が集中している。そのため、都市の郊外に一旦出ると、そこは人影もまばらな草原がつづく。

そういった「ルーラル（Rural）な」あるいは「リモートッド（Remoted）な」コミュニティにあって、農村の人々は、如何なる方法でコミュニケーションを行なっているのか。その主要な手段は、次の二つが考えられる。まずその一つは、無線（by the air）による方法であり、もう一つは、対面的（face to face）手段である。

(1) 無線をつかったコミュニケーション

無線によるコミュニケーション手段としては、無線（the wireless）とか無線電話がある。なかでも、無線は農村部の人々にとっては、欠かせない伝達手段

である。

例えば、農作業中、農場への移動中に、自宅との間で行なう連絡（交信）手段として不可欠である。また前述したように、主要な公共機関は街にしかないのもので、とくに警察署、消防署、病院との間の連絡手段として、無線は極めて重要な連絡手段である。

子どもたちにとっても、無線は欠かせない学習手段である。「school of the air」といって、拠点の街にある学校と各家庭の子弟との間で個別に無線で行なう、文字通りの通信教育制度が普及している。

オーストラリアの医療活動として有名なものに「flying doctor」という小型飛行機による、医師の往診システムがある。これにしても、往診所に行かう無線での問診活動がある。

(2) 対面的（Face to Face）コミュニケーション

自宅と隣家との間が数十キロメートル離れているのが一般的であるために、無線を用いて、コミュニケーションをはかっていることはさきに述べてきた通りである。

しかし、元来、人間というものは、対面的なコミュニケーションをはかりたいという、基本的な欲求をもっているものである。たとえ、人々が互いに数十キロ離れていようとも、いやむしろ、離れていれば離れている程、その欲求は強まるであろう。

そういう環境なればこそ、コミュニケーション手段としては極めて原始的なもの——ビークル（乗り物）としての、「コミュニティ・プラザ」に人々は集い、共通の話題、共通の活動、例えばスポーツ等を通じてコミュニケーションをはかりたいものなのである。

オーストラリアの農村地域では、毎週土・日曜日ともなれば、各農場から人々が広場や集会場に集い、種々のスポーツ活動、例えばクリケット、テニス、ローンボウルなどを通じて、交歓——コミュニケーションをはかっている。

オーストラリアでは日曜日にクリケット・ゲームを楽しむことが多い。人々はゲームに興じていても、午後3時になると、ゲームを中断して集会場に集ま

り、ティー・タイムを始める。奥さん方の焼いたクッキーをつまみながら、紅茶をのみ、歓談のひとときを1時間ほどおくる。

「昔からやっているごくあたり前の習慣で、これなしには、ルーラル・コミュニケーションを語れない」といわれる。ゲームが终れば、終わったで、夕方には、ゲームの反省会と称して、缶ビールやワインでのパーティが始まる。

4. まとめ

オーストラリアン・ルーラル・コミュニティにおいては、人々の自給自足、没交渉型の生活は可能であろう。

しかし、人間は一人では生きていけないものなのであろう。オーストラリアのルーラル・コミュニティに住む人々は、努めて、「face to face」の機会をつくり、そこに集い、歓談を行なって、日頃の英気をやしなっている。ここに、オーストラリアン・ルーラル・コミュニティの原点があるといっている。

(注) 多くのオーストラリア人は、「マイト・シップ」と発音するようである。このように、オーストラリアには、この国独特の英語のなまり、いいまわしがあるが、挨拶する時の言葉として「G'day mate (Goodday mate)」(こんにちわ)がある。

1.2 日 本

1. 日本のコミュニティの原型

日本におけるコミュニティの原型をここでは柳田国男の民俗学にしたがって述べていくことにする。

柳田にとってのコミュニティの原型は、現在の町村の大字に相当する、20~30戸のあるまとまった農村の集落をさす。柳田は、人間が一日24時間もの間、春夏秋冬を通じて相互扶助による共同耕作を行うには、最低限ぎりぎりの単位集団を考えたのである。これがコミュニティであった。

柳田はコミュニティについて次のように述べている。

「…… 各村々の住民は最初から単一の祖先を持たぬ、方々で成長した家々の合同体であったのである。…… それにも拘らず昔から、村には経済の統一があった。村が一体となって働くべき場合が多かった。此事情は考へるほど癒々説明が

六つかしくなるが、手短かに言ふならば、人は一つ屋では有効な生産が出来なかったからである」(注1)

柳田によれば、村開発の初期には新田開発のために、村落の農民が共同であったといわれる。これもコミュニティにおけるひとつの共同作業であろう。

ところで、柳田のこうしたコミュニティのとらえかたの基礎に見落としとならないのは、コミュニティを形成する主体が常民である、ということである。常民は、「書きことばよりも話しことばによって生活し、一定の土地に定着し、古くからの伝統を継承し、さらにそれをみずからの知恵をもって時間をかけて作りかけてゆく国民の大多数をしめる被治者」(注2)をさしている。常民は、欧米流の近代化理論のパラダイム(注3)と違い、国家への抵抗を隠遁というかたちで示したり、またコミュニティのなかでも個人の自立を行う、「近代人」である。例えば、かつて日本では至るところでみられた若者組、娘組では恋愛の自由が保障され、婚姻の自主性が認められていたといわれる。

柳田の基本概念とした常民は、土着文化の担い手であり、継承者である。彼らが、エリートと違って歴史を動かしていったことはいうまでもない。本稿においても、コミュニティはこうした常民によって形成されてきたという認識に立っている。

(注1) 柳田国男「日本農民史」(定本柳田国男集 第16巻)

(注2) 鶴見和子「社会変動のパラダイム」(鶴見・市井編「思想の冒険」筑摩書房 1974年)

(注3) 欧米流の近代化のパラダイムから日本の個人をみると、家本位の家族主義のもとで、家長権の強い家族関係により身分階層的秩序が重視され、また家と家との結びつきも本家を中心とする同族团的関係が重視され、あるいは村落共同体的なムラ連帯が重要な意味をもつものとされた。そこでは個人は家や共同体に埋没し、自立することはなかった。つまり個の確立が未熟であったといえる。

しかしながら、この欧米流のパラダイムによる説明からは日本人の実相に到達する鋭い分析はできない。なんとすれば欧米の歴史観は断続の契機を重くみるのに対し、柳田は持続の契機を日本史にみる。このため日本では、社会構造においても精神構造においても、歴史区分ははっきりせず、現代に古代や中世が生きているのである。

ここで必要なのは日本の社会を分析するに際して、欧米のパラダイムではなく、日本を分析するに有効なパラダイムをつくりだすことなのである。その意味で、柳田の常民は有効なパラダイムのひとつになりうると思われるのである。

2. 都市の成立

ところで都市が成立し、各地に町がつくられたのは江戸時代であった。江戸時代は農業の時代であるとともに、また都市の時代でもあった。江戸時代のはじめに各地で城下町がつくられた。大名が、それまで知行所にいた武士をはじめとして、農村部にいて仕事をしていた職人などを集めて城下町に住ませたのである。

江戸時代における都市は、表通りが問屋、小売の本店とするならば、裏通りは職人集団のマチであった。通りでは職住が一体となった、完結した生活空間を形成していた。職人や商人を中心とした集団は、町内集団として自治組織を形成する。例えば、律令都市として出発し、古代、中世と長い歴史を有する京都では、早くも十四世紀、十五世紀にかけて道路を中心にしてコミュニティが成立している。これらの町が数カ町ないし十数カ町集まって組（町組）を構成する。この組によって上京衆、下京衆という地域の大きなコミュニティができ上がってきたといわれる。（注）

町内集団の階層構造ははっきりしており、本町人（税金をおさめる戸主とその後継者）とその他（税金を払わない人）に分かれる。こうした階層構造が祭りの際にも参加の仕方の差につながっていく。

（注） 大石、中根編「江戸時代と近代化」（筑摩書房 1986年）によれば、京都は江戸時代に入っても共同体組織は成長していき、選挙で選出された町役人が、町請制度による戸籍業務をにない、公証人の役割をはたしたといわれる。また、道路や橋も町の共同体が自らつくった。こうした共同体組織は、幕末を経て明治に入っても「元学区」というかたちで機能したといわれる。このように、京都は中世以降の自治共同体の歴史が蓄積されたために、東京、大阪と違ったコミュニティの形成がみられるようになったのが特徴的である。

（参考）

ここで江戸時代において人口100万人を誇り、世界史的にみても異常な巨大都市であった江戸についてコメントしておこう。

江戸はたしかに幕府の所在地ではあったが、全国の城下町の典型とはいえなかった。江戸は、明暦の大火以降軍事都市というよりは、商業都市の性格を強め、都市計画が行われなくなったといわれる。江戸は大名妻子在府制が布かれ、参勤交替制によって、

江戸屋敷に住む地方の大名、家来が集まってきた。こうした武士を養うために、物資が全国から集められ、そこにまたビジネスが発生し、職人や商人が集まる。つまり、異常に成長する大都市の様相を呈するのである。

こうした江戸の成長を危機感をもって認識したのが荻生徂徠であった。荻生徂徠は、丸山真男「日本政治思想史」(岩波)に述べられているように、近代的思惟を成立せしめた儒学者であるが、彼は「政談」のなかで江戸論を開陳している。徂徠は「政談」のなかで都市化した江戸をみて武士の困窮の原因を次のように分析した。

- ① 江戸では土地から切り離された旅宿の境遇の者(武士が中心)が集まっている(無業者の増加)。
- ② 彼らが高度に分業、専門化した職人・商人により提供される財・サービスを享受している(金銭消費の享受)。
- ③ このため贅沢の大衆化が進んで上下の差なく享樂的になり礼法がたたなくなっている(社会規範の弛緩)。

なお、それぞれの項目の()は筆者が整理したものである。

つまり、江戸という都市における消費生活が高度化しつつあるのを徂徠はみてとったのである。

そこで徂徠は、人返しの法によって武士ならびに江戸にでてきた農民、職人、商人を出身地に返して土着させ、そのうえで古代の聖人が建てた礼法を立てることで武士の困窮と社会秩序の乱れがあらたまると考えた。しかしながらここで指摘しておくべきことは、徂徠の思想が安易なユートピア論におちいつているということである。徂徠の生きた時代は関ヶ原、島原の乱以降の戦乱がなくなり平和に慣れきったなかであって、封建体制のなかで分業と協業が進み、テンニースのいうゲゼルシャフト化(Gesellschaft)が進展しつつあった。たしかに社会の機能が高度化しつつあることを徂徠は認識していた。それにもかかわらず、時代錯誤的な古典復帰、反動的な制度への回帰を徂徠は唱えた。丸山真男が「徂徠学の体系は畢竟作為の論理によって自然を斉らさうという試図に盡きよう」(丸山 前述書)と述べているように、徂徠はあくまでも作為(=人返しの方法など)によって自然(=礼法の立った古代の社会)に帰ろうとするのであった。

時代が下って、江戸が徂徠の意図した方向とは逆に進んでいったことはいうまでも

ない。これからみても江戸は特に消費文化の中心として他の都市にはない特徴をもつのである。

ちなみに、現在の東京をみても徂徠の分析した江戸論が今も有効であると思われる。東京は、旅宿の境遇の者、例えば学生が最も多い都市であり、無業者の若者があふれる都市でもある。消費生活の高度化は多くのサービス業、ニュービジネスを生みだしている。また、社会規範も弛緩し、アノミー化現象がまっさきに表われると言っている。また、近年では、東京に情報だけでなく、カネも、ヒトも集中しつつあり、かつて地方の時代といわれた頃と比べると様変わりしつつある。

時代が江戸時代という近世から、昭和の現代に大きく変わっても、また地名の江戸が東京に名前が変わっても、江戸あるいは東京の日本における異常な成長ぶりはかわっていない。また、都市生活のもつ特徴も依然として持続しているといっていだらう。

3. 祭の発生

(1) 地域を守るケジメとしての祭

祭とは、本来「神を祭ること」、つまり、神としてあがめ一定の場所に鎮め奉ったり、供物・奏楽などをして神霊を慰めるものであった。

集団の生産と生活を全きものにするためには、自分達以外の力がこれに加わって、それと合一した所に村落の共同体が成り立つ必要がある。ここに身近な信仰として「神」および祭が成立した。

村から出た人による形成される町（大きく発達したり、いくつか合わさって都市を形成）の出現により、祭は変化した。ここで形成された町社会（町内社会）の特徴についてまとめておこう。

町内社会の特徴の第一は、この社会は、つとめて無性格な特徴をもっている。その社会の内部は、共同の自治によって、はじめて保持される自律的な成り立ちをもっている。町の人々が町内と認知する家々に対しては、全員が納得して加入する。つまり無性格性を強調しようとするのである。

第二に、この社会は、つとめて内向きに構成されている。公権力によって支配されてはいても、生活集団の内部にまでは立ち入れなかったのである。土

木・衛生・教育・防犯をはじめとする町共同の事業は、すべて自己財源による自己計画・自己管理であった。したがって、町内の共同生活において、内側に向かう活動は極めて活発で自律性が非常に高かった。

第三に、町内は集団内部での共同の貫徹しにくい社会である。それは、何よりもまず、これが生産の共同に基づく社会ではないからである。町内にはそれが一体となり、共同して生み出すべき生産物は何もない。ここにあるのは、多くの異なる職業をもつ家の集団だけである。

第四に、町内は、商工業者の家集団からなる戸主中心の社会である。生活共同の基礎は家におかれているが、共同的側面における戸主とその後継者の役割が極めて大きい。

以上のような特徴をもった町には、はしめ神はなかった。少なくともなかったはずである。なぜかといえば、町に住む人々は、江戸や大阪のような大都市であっても、二代三代前の移住者の子であったり、村民が町に居るに過ぎなかったりだったからである。つまり、町に住むようになって、多くの人々はそれが自らの本拠であるとは考えず、自分が帰っていく先は村と考えていた。

町のなかで、自分達の生活をつくりあげていかなければならないと思った時に、お互いの生活意識を結びつける上での何か大切な拠り所のないこと、つまり、生活に神のないことに気がつくのである。

そこでの神は村で親しんできた神でもなく、ものを生み出す神でもない。町内の神として、町内社会の生活を守る神、町内社会を纏めていく神が必要であった。そこには流行病や災害から町内を守るような強力で靈驗あらたかな神が要請された。

町内では、その神を身近なものとして定着させるために祭を意図的につくりあげていく必要があった。

祭とは、専門家のみならず、一般の人々をも最大限に動員し、具体的な、人間と人間とのふれあいの中に、喜びと祝いの精神が満ち満ちている現象をいうこともあり、町内の祭は非日常性の中で次のように特徴づけられていった。

第一は、村落と比べて著しく華美に彩られたことである。町内にあっては、祭の準備は大掛りになり、祝い物は大量になった。なぜかといえば、さまざま

まな仕掛けをもつきらびやかな祭でなければ、凝集力の微弱な社会にあって、神を媒介とする心的昂進を実現することは難しいからである。

第二は、「見る者」の存在を前提とし成りたっていたことである。町内の神は町内の外に対して解放されていなければならない。町内の祭では見知らぬ人々を町内社会へ招き入れ出会いの経験を通じて日常の生活秩序からの解放を求める。見る者が見せる者を捲きこんで熱狂的な興奮をひきおこす。それこそが新しい祭だということを知っていたのである。

第三は、その形を整えていく過程で、次第に神を離れ、世俗的なイベントとしての性格を強めていったことである。

次から次から新しい部分を生みだし、限りなく発展していく時、本来中核にあったはずの神祭は祭の一因子に止まり、酒宴的要素が拡大してドラマを構成し、神の存在は一層卑少化せざるをえないからである。都市の祭は、まさにそのような分化の過程をたどって世俗性を強め、祝祭的性格を獲得していったのである。

(2) われらが町という意識の涵養

町内では、その存在理由を外来の神にかけ、神のない土地に祭をつくりあげる。共属の原理を探し求めて、祝祭をきわだてて華やかにしようとする。町内の祭は、その意味で、「共属」の自己確認である。

しかし、ひとたび祝祭の中に願おうとした町内社会の自己確認は、同時にその階層社会の自己確認でもあった。町内が共属原理を具体的に認知しうるのは、その地縁的拡がりの中での共同行動にしかない。しかし、経済的強制力の働きにくい町内で、ごく限られた共同行動をひときわ拡大し確認しようとして、祝祭がはなやかになればなるほど、祭礼集団のもつ経済と威信の構造は、日常的に存在する町内の社会的な成り立ちを極めて短時間のうちに、しかも極めて鮮明な姿で、町内にさし示すものとなるのである。

このように経済と威信の構造の具体的な表現である等級制等は、日本の伝統的都市のいずれにも見られたものである。それは祭礼役職の中に入りこんで、集団の構成と序列とを決定する。祭礼寄付の中へ入りこんで、祭礼集団を金銭

の上で階層的に描き出すこともある。

そのような、疑似ヒエラルキーがづくりだされようとも、町内意識は涵養され、我らが町という認識は強かったと考えられる。

町内は単に空間的に区切られた行政地域ではなく、家と人との結びつきによる社会構成単位である。祭の中でお互いの役割をきちんと果たすという共同行動を繰り返すことにより、イメージ化されて共通の認識にまで昂められた家または世帯のネットワークだともいえる。

また、祭は、生活集団の一員として生活することを相互に認知し合う誓いの場でもある。祭にエネルギーを凝集することにより、逆に日常の平安、纏まりを維持したともいえよう。

祭は運営を通して、男達の連帯だけでなく賄方などの裏方として、雑用を一手に引き受け、男を外祭に送り出す女性達も、間接的に町内意識を涵養してきたのではと思われる。

われらが町の強い意識が成立したのは、その前提に、町内で、その家の生活すべてが（働く場も、住む場も同じ）完結していたこと、戸籍・徴税・教育・土木・消防・衛生・防犯が自主的自律的に町内の共同の手によってきたことも大きく影響している。

勿論、他の町内との祭の競いあいということも、ひいてはわれらが町の意識の涵養につながってきただろうとも考えられる。

4. 現在の祭

(1) 出入り自由

現在の祭は、役員構成や寄付の面などで、昔の面影が一部あらわれることはあっても大きく変化したスタイルをかえている。

従来の構造が垂直方向に拡がり展開してきている。

祭への参加も極めて自由に人間と人間のふれあり、つながりが中心となってきた。

そこには、三つの顔があるように思える。

一つは、「全日制住民」ともよべる人達である。つまり、自営業等職住一致し

た職業を町内で営む人達、近接した地域に店をもつ一部の自営業者、家事従事者（主婦等）、社会的な活動を引退した高齢者、生徒・小学校児童、幼児、町内に居住し、町内の事業所に勤務するサラリーマン・OL、その他（病弱者・職業をもたない成年男女等）である。

昼の祭をにんでいる人達である。昔と違い主婦を家庭の中へ閉じこめておく「家」の規制も少なくなり、多くの主婦が積極的に出てきて、自分達も一緒に楽しんでいる。

二つめは、「定時制住民」とよべる人達である。つまり、地域外に職場をもつすべてのサラリーマン・OL及び一部の自営業者、大学・高校生、下宿・寄宿舎・特定集団の合宿所等の住人、その他（住み込み店員・職人など）である。

彼らが夜の祭のにない手となっている。

三つめには、「全日制住民」「定時制住民」によって連れられてくる人々、つまり見物人である。観光化し知られていることにより、連れられてこられなくとも、単独で見物にくる人達もいる。

これら、三つの顔により、現在の祭は結果的に演出され盛りあがりを見せている。

「定時制住民」は、会社の仲間・学生仲間等を連れて、祭見物の賑いをつくり、町内に居場所をつくる。自分の縁のネットワークを、町内にひき入れることによって、町内を解放し、それによって、町内の自分との接点をつくっているとみえる。

祭の中では、日頃、町の中では顔を合わせることの少ない「定時制住民」が一緒になって揉みあい、存在を認識することもできる。

つまり「定時制住民」は祭の場でしか町内での本当の接点を持てなくなっているのである。

(2) 地域のつながりのない人々

祭は、町内の共同の在り方を反映する生活文化の形として、たえず工夫され、変わってきた。行事は多様に、大規模になり、その内容も、時代を映して、様々に変化していった。日時、場所、行事の計画・手順・内容、祝い物の種類

や数（山車・囃子屋台・山鉾・曳太鼓・町御輿等）が、それを運用する主体とともに年々変化していった。

祭は、このように、その時代の町内に適合する形をとることによって、時代性をもちえたイベントだったのである。別の言い方をすれば、祭は絶えず町内の縁結びのシンボルとして、活力あイベントを追い求めてきたからこそ、存続してきたともいえるのである。

祭は、前述したように、見物人を中心として、地域とは関係ない人をまきこんで、出入り自由の形をとり、一段と発展した。観光化され、祭そのものが一人歩きを始めたとも言えるかもしれない。

その例として、地域に何もつながりもなく、神や神社とも直接関係のないイベント中心の「祭」も各地でできてきている。

その代表例として、高円寺の阿波おどりがあげられよう。昭和32年に始まり、昭和40には東京名物となったものである。地縁・血縁をはじめ、つなぎうる縁ならば、飲み屋で結ばれた縁まで動員して、イベントに参加する形も生まれている。東京中に数十の連があるといわれる。

そのイベントで踊る人々の平常のつながりはない。エネルギーの源泉は技術性の競り合いであり、当日は熱中するが終わるとバラバラになってしまう。全く出入り自由の新しい形といえよう。

神輿をかつぐだけのために、全国各地に出かけ、場合によっては、海外に出かける人々も、同じ形と言えるのではないだろうか。

5. まとめ

ここで日本のコミュニティについて展望しておこう。

(1) 新地縁コミュニティの発生

今日では、古い町内の伝統と全く無縁で、生まれた時から、様々の社会集団の外延を漂泊してきた人々が都市住民の大きな部分を構成している。しかも、郊外住宅・マンション・アパート住民が大半である。

この都市住民は、抛るべき集団の伝統も歴史もない新住民群のひとりとして、細々と相互に結びついている都市の漂泊民ともいえる。

その人々も、都市生活者になっての居住期間も長くなってきている。墓を都市に移したり、本籍を都市に移す人々も多くなってきている。

そこで生活をつくりあげようとする時、細々としか相互に結びついていない事実を明確に認識せざるをえない。

それは高度成長時代、物に心を奪われ、物質面の豊かさを享受すべく、人々が全力疾走していた時代は、あまり意識することもなかったのが、物質面でのひと通りの満足を得た時、つまり、高度成長が終った時から、徐々に強く意識されてきたことである。

心のふれあい、充足されたコミュニケーションを相互に太くしっかりと持ちたいとの意識が芽ばえてきていると思われる。

それは、前述したような、神や神社と直接関係のないイベントとしての「祭」の出現であろう。

人々は無意識に昔ながらの地縁・血縁の生活意識に帰ろうとしているようにもみえる。

昨今のレトロ意識の流行現象も、その一端をあらわしている。

このうねりの中で、遅々とした歩みではあろうが、一定の組織や役割が形づくられ、微弱ながら、伝統の形成がはじまり、新地縁コミュニティといった観念のものが生み出されていくであろう。

(2) 流動化するコミュニティ

マンションからマンションへ自らのライフスタイルに合わせて住みかえる人々、住居は寝に帰る場所としかとらえられない「定時制住民」など、住んでいる土地への愛着感の希薄な人は多い。

それらの人々の意識の底にも、昔ながらの地縁・血縁の生活意識に帰ろう、つまり、充足されたコミュニケーションを求めていると思われる。

その例として、かつての新宿西口広場のフォークソング集会の場があげられる。町内の祭の中でと同じような、存在の認識を各々がしていたはずである。

原宿の歩行者天国におけるパフォーマンスもしかりである。

高円寺の阿波踊りもそうである。これらはつまり、場所・継続性といったも

にはこだわらない「この指とまれ」のコミュニティである。そこでは、つかの間の「充足されたコミュニケーション」(参加している本人が、その場で感じているだけのこともかもしれないが)が存在する。

また、少年・少女達のアイドルの親衛隊も、この種のコミュニティといえよう。

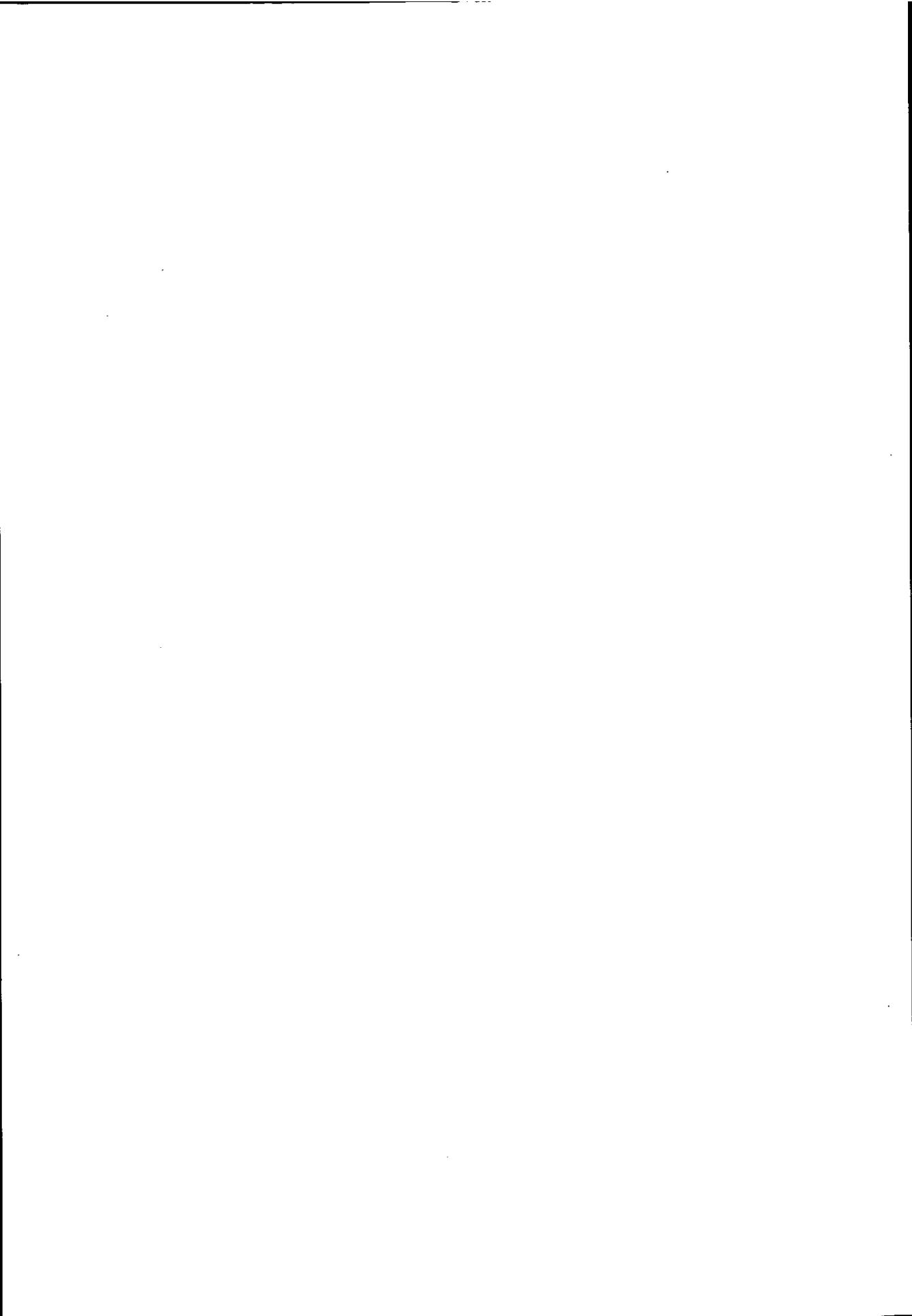
このように、つくっては、こわし、またつくる一過性の「この指とまれ」の流動化したコミュニティが、日本においては今後もあらわれ続けていくものと思われる。

(参考文献)

松平 誠著「祭りの文化」(有斐閣選書)

松平 誠著「祭りの社会学」(講談社現代新書)

第2章 現代のコミュニティ現象



第2章 現代のコミュニティ現象

2.1 イベントブーム

1. イベントブームの背景

(1) 顔見知り社会の崩壊

① 地方から都市への人口移動

ムラ社会では、一定地域内の住民が土地という生産手段を所有していた。そこでは生産を継続するために、また大自然と戦うために、そこに定住し、相互に助け合い、かつ規制する共同体な規範と秩序を形成してきた。恐らく、農耕型社会が形成され始めた弥生時代から長い歴史を経て、日本人の社会の中にどっぷりと根をおろした村コミュニティがそうであろう。戦後の闇市時代が終わり、混沌の時代から秩序復活の時代に移ってゆく中で、工業社会からの雇用の要請とも相まって、ムラ社会から農家の次男、三男が都市に集まった。経済の急激な高度成長に伴い、ムラ社会から都市への人の大移動が発生した。東京など大都市に、土地という生産手段を持たない大量の人間があふれることになった。村コミュニティを「顔見知り社会」と呼ぶならば、都市に出てきた人たちの形成する社会は「知人社会」と言えるであろう。ムラ社会では、衣食住という再生産のための活動が、およそ顔見知り社会の中で完結していた。しかし、都市では生産手段として労働力しか所有していない多くの人々のために、住宅——多くは団地が提供され、実利主義とならざるをえない彼らのために、薄利多売型のスーパーマーケットが急速に普及していった。家電製品をはじめとする耐久消費財の普及なども含めて、小ぎれいな団地に住み、スーパーマーケットでまとめ買いするサラリーマン世帯のライフスタイルが、テレビというマスメディアによって地方のムラ社会にも浸透していった。

② 農村の都市化

農村から都市への急速な人口の流出の結果、過疎化する農村が多かった。と同時に、都市周辺や工場進出を受けた地方では、生産手段の土地が住宅団地や工場用地に転用された。それに伴い、兼業農家が増加し、農作業の機械

化が進行した。マスメディアから流される都市的ライフスタイルの宣伝に乗り、耐久消費財の普及度合はむしろ都市よりも早かったと言われている。これは村コミュニティの特徴でもある「隣が買ったらうちも買う」式の生活信条によるものである。これらの結果、農業生産を基礎とする村コミュニティの中の間人間関係も、かなり都市的要素をおびる方向に再編成されるようになった。

③ 都市の中のムラ社会

都市とは本来、自由の規範と混沌が支配する社会である。ムラ社会との対比でいえば、生産と秩序に対し、消費と反秩序のイメージが濃い。ムラ社会の定住性に対して、移動、放浪が日常的であり、非日常的空間をどこかに包容している。しかし、都市の中には数多くの大きなムラ社会が存在する。

一つのわかりやすい例が企業などの会社社会である。農業社会から工業社会に変わって、生産方式の違いはあるが、ムラ社会の規範と秩序が支配的である。即ち、土地という生業基盤の共通性に対して、企業があり、地縁性の基盤に対して、会社社会に依存する社縁性の基盤がある。共同性の目的についても、農村社会では生存のための必須条件であるように、多くのサラリーマンにとって、企業の発展＝自分の生存のための必要条件である。さらに、会社社会は利潤の追求と競走によってのみ存続するがゆえに、農村社会よりはるかに管理された社会となっており、そこに働くサラリーマンの間疎外の問題が発生してきた。ただ、ムラ社会の伝統を発揮して、多くの企業は、社員を運命共同体の一員としてとらえ、その支払う給料によって衣食住を保障するだけでなく、さまざまな福利厚生等の制度を持っている。ムラ社会に古くから存在する祭りに相当するものも当然ある。忘年会や運動会などの行事、入社式、会社創立記念日などの儀式がそれである。

都市の中のムラ社会のもうひとつの例は、ニュータウンなどの新興住宅地でしばしば見られる。他人社会といえども、団地でのゴミの出し方など最低限のルールづくりは当然であるが、ややもすると団地を一つのムラだと考える人々が現われる。高度成長時代以前は、収入を得るために働くことが生活の大半を占めていた人々に、多少のゆとりや働きすぎの反省が出てきた。そ

うでなくても、ニュータウンの周辺の豊かな緑は、ふるさとのことを偲ばせるのに十分な環境である。団地の共同体ルールを決めるための自治会が、当初の目的からはみ出しているいろいろな行事を始めたりする。そういうことに参加しないと村八分にされるコミュニティはムラ社会であろう。

④ 都市社会の成熟

高度経済成長以降、大都市には富が集中してきた。東京は、日本で最も自由な規範をもった都市である。確かに、政治とビジネスの場は立派なムラ社会が形成されているが、江戸時代以来の商人文化、職人文化を受け継ぐ下町は、近年成熟した都市として人気が高い。また新宿、渋谷など主要ターミナルを中心に発展した商業地区は、自由とカオスの世界を人々に提供している。ムラ社会の疲れをいやすために毎日多くのサラリーマンがこの都市に流れこんでゆく。

「産業社会の農地」ともいえる工場は、東京からどんどん流出し、東京には企画、開発、管理などの情報の収集加工、生産、消費部門が集まった。これらの多くの部門は、外部社会との交流が多く、会社内の村コミュニティも変質せざるを得なくなっている。

また、住宅地においても、比較的早くから都市化が進み、ターミナルに便利な地域、人の移動が激しい地域等ではグループ、カルチャーセンターでのグループなど、強制されないコミュニケーションが盛んである。

このように、東京のような大都市では、生活のさまざまな局面において「顔見知り社会」が崩壊し、人々のコミュニケーション形態は大きく変容してきている。

一方、地方においても、成熟する東京の情報を常にキャッチし、東京を疑似体験する若者や、東京でも何年間かの生活を終えてUターンする人々によって、地域社会にさまざまな価値観や、ライフスタイルが混在することになった。

⑤ 他人社会のコミュニケーションギャップ

都市においてはもちろん、地方においても多様な価値観を持ち、異なる生産形態、消費形態を持つ人々が混在する地域においては、長老たちと若者と

いった世代間ギャップ、Uターン組とそうでない者、農業従事者とサラリーマン、昔からの住民とあとから引越してきた住民など、それぞれの間のコミュニケーションギャップがクローズアップされてきている。

(2) イベントは新・旧人類の共有可能空間

① 祭りからイベントへ

ムラ社会では、実りへの感謝、労働からの解放の喜びの儀式としての祭りが、次第に地域社会のきずなのための儀式へと変質していった。この祭りは、工業社会になっても、会社の慰安旅行や忘年会などの行事としてコピーされた。工業社会から消費社会、情報社会の要素が強くなってきた現在、祭りはイベントにとって代われようとしている。

イベントは多くの祭りと同じように、地域性、参加性、継続性、非日常性などの性格を有する。しかし、祭りがすこぶる規範と秩序を大切にしてい取り行われるのに対して、イベントはその企画性自体をイベントに内包しており、それゆえ創造的でありうる。祭りのある種のものにおいては、参加する人のエネルギーを激しく発散させ、一見無秩序に見えることがあるが、常にしっかりした規範の中で取り行われる儀式である。

わが国における最初の大規模イベントとしては、昭和45年に開催された大阪の万国博が有名であるが、その他、ゴルフやテニスなど商業資本によるスポーツイベントも花盛りである。イベントは方法論が一定していない。古くは、新宿西口広場の集会や公害反対運動のための市民グループによるイベントが目されたが、昭和50年代の東京におけるイベントは、都市の成熟に比例して増加し、シリアスな問題意識よりも軽薄短小に代表される新しい感覚のイベントが次から次に発せられるようになった。東京が消費社会を遊ぶようになった。東京のいたる所がイベント空間をすべて実感できなくなった人々のために、イベント情報誌が何冊も発行されている。東京では今や誰でもが、イベントの企画者になりうるし、イベントの参加者になりうる。昨今パフォーマンスという言葉が流行しているが、これは身体をメディアとして自己表現するあそびのことである。今まで見る側にいた人が自ら演じる側に

なるのである。スタジオに素人が入り、その言動が映像作品として全国に放映される。夜のイベント空間でもある酒場は、そこは都市コミュニティの典型的な場所であるが、カラオケで人に迷惑をかけない程度に陶醉して歌うのもパフォーマンスである。

② 新人類の登場

新人類というのはマスコミ用語であるが、そもそも従来の概念で取り扱いにくい世代が現われた時に使われる普通名詞のようなものである。それほど、現代の大人たちは若者をとらえるのに苦勞している。実は彼らを生み出した歴史的、社会的条件を選択したのは自分達である。法政大学の中野収によると、新人類のことばの裏側にはりついている心情は、次の特徴がある。第一に、自己対象化・演技化の用法が多い。第二に、規範的な意味をずらしたり新しく追加したりする。第三に、意味の多義化が状況に応じて与えられる。同じく中野収によれば、新人類の特徴は次のとおり。いつまでも若くありたいというモラトリアム。私的な空間を偏愛する孤立主義。自閉的自愛と自虐。自己相対化、演劇論的人間観。日常瑣末主義。他者の眼を注視することによる自己確認。既成の倫理と美意識を相対化して楽しむスキャンダルリズム。自己には甘く他者には厳しいエゴイズム。欲望に忠実な欲望自然主義。ものより記号、人間よりメディア、機能よりファッション、深層のクラサより表層のアカルサ、理性より感性を好む。

こうなると、もはや共同体を論理で作り出すことなどできないのではないかと思えてくる。旧人類などに比べ格段に豊かな時代に育ってきた彼らは、マスメディアを通じた情報のはんらんの中で、自我の処理しうる以上の情報量を早くから与えられ続けて、正直な所、「ちょっと待ってくれ」という感じだろう。情報の消化不良が転じて情報のウィンドサーフィンのプロになったという風にも見える。

③ 体感的コミュニケーション

今、時代は「あんたが主役」の時代である。参加型イベントなどと固苦しいことを言わなくても、面白ければ演^んじるだけのことで、ことさらフィーリングが大事だ。特に身体でコミュニケーションするパフォーマンスは理屈では

ない。企画者が加工しすぎるよりも、ナマの方が良い。オリジナリティが重要な要素である。参加者が身体で情報発信でき、エネルギー発散できるイベントが楽しい。

ムラ社会にも新しいコンセプトを受け容れるだけの自由さが欲しい。Uターン組の若者が勝手に始めたイベントに、ムラの長老たちは意外と寛容である。東京でイベント空間を体感した若者たちが、自分の地域にオリジナルなイベントを企画しても、誰も文句を言わない時代になったといえる。

以下では、日本におけるイベントブームの事例をとりあげることとする。

2. 地域で行なわれているイベント

(1) 日光

栃木県日光市は国際的な観光名勝地であるが、冬期は極端に観光客が減る。日光観光協会はその打開策として1985年2月、『氷の祭典』と称するイベントを企画し、予想以上の成果を収めた。その成果を踏まえて次年度以降、行政が予算を拡大してイベントを定着させた。はじめは地元住民の誰もが厳冬期中禅寺湖に観光客を集めることは不可能だと思っていたが、いざ実行してみると、作業を通じて“造る楽しさ”“のめり込み”“一体感”等を経験することとなり新しい自信を抱くようになった。地域社会が全く試みによって新しい価値観を手にする事となったのである。

これは、冬の日光という厳寒のマイナス要素を逆に生かす形で成功を収めた例である。

地域社会には古来からの風習、しきたりがあって、それらが地域活性化のさまたげとなっていないだろうか。活性化を計り、人々が本当に住みよい所と思うような仕かけが必要とする時代になった。

地域に合ったイベントの効果が期待される所以である。

(2) 神戸

神戸市は、ポートピア、ユニバーシアドなど数々のイベントを成功させたイ

イベント先進都市である。市行政が主体となってイベントを成功させ、市民も積極的に取り組もうとする土壌がある。神戸市には、イベント業務を経験することによって、一人前の職員になるという体質がある。イベントは一般日常業務と異なる様々な体験を積むことになるので広い能力が要求される。又神戸市民に対しても直接ふれる機会が多くなり職員の意識の向上にもつながる効果もある。地域活性化と同時に人材の育成と活性化という目的も達せられる。従ってイベント終了後は記録を作成し、定着化、継続化を助成している。

ここで神戸で行われているイベントの実例を紹介しておこう。

神戸は日本のディクシーランドジャズ発祥の地といわれている。その神戸の繁華街北野町で、ユニークなジャズフェスティバルが80年から毎年開催されている。ジャズのライブハウスや高級クラブ、外国人クラブなど8店で2日間にわたり繰り広げられる。

共通のワッペン（2日間で5,000円）を付けていれば、どの店にも自由に出入り出来る。

世界中から一流のプレーヤーを招いて、日本人のジャズメンたちと競演する。プロに混ざってアマチュアも活躍できる。毎年2日間で2,500人くらいのジャズファンが集う。演奏者とファンが一体となって、街全体でジャズを楽しむ。他のフェスティバルでは見られない光景となっている。（主催は財団法人神戸市民文化振興財団）。

(3) 帯広 …… 草の根イベント

一方、帯広では豊かな自然環境を生かしたユニークなイベントが企画された。神戸市の例とは逆に、個人レベルの発想から生まれた夢や構想を仲間の輪を広げながら実現していこうとしている。

帯広では川下りを自分で行動することによって自然の中での自分の力を試すことができ、日常生活では味わえない感激を共有するのである。困難を克服し、仲間と仲間との連帯感を深めていく。地域の自然を生かし、しかも個人レベルからの発想がユニークである。ただここで問題となるのは活動資金をどうするか、共鳴する仲間をどの程度集められるかである。地域の特色を生かしたテ-

マを選び、特にマイナーなものに光を当て、情熱を持って計画を押し進めていく継続性も要求される。

(4) 東京の下町のイベント

人口1,100万人の東京。今もっともエキサイティングな都市であろう。日本各地から様々な人達が流入してもいる。国際都市東京が注目され外国人の数もこのところ急速に増大しつづけている。

法務省がまとめた「在留外国人統計」によると、日本に在留する外国人の総計は、1984年の調査では約84万人である。(但し短期旅行者や米軍人及びその家族は除く)

国別にみると、韓国籍が68万7千人(約82%)を占め、次に中国籍が6万8千人、ついでアメリカの2万8千人となっている。

東京には約14万5千人もの外国人が住んでいる。国籍も131ヶ国にのぼる。

地方の時代といわれているが、地方から東京に流入してくる人達もあい変わらずである。

彼らたちと、古くからの東京在住者、つまり、江戸からの伝統を受けついでいる地域の人々との間には多少の意識のズレがあるのは認めざるを得ない。むしろそうした様々な人々が住みたい街としての東京の包容力の大きさが魅力となって、更に東京は拡大しつづけ、人口流入の度も加速度を増すことになる。

古くからの山の手、下町という区分に対して最近では水際が見直され、山の手、川の手、海の手という区分けも一部ではなされている。東京の新しいイメージを定着させるためにそれぞれの地域で様々なイベントが仕組まれている。

たとえば、ここに紹介する「下町タイムス」(編集長、今泉清氏)は隅田川流域の下町活性化のためにいろいろな仕掛けをしつづけている。それら一連の活動に対して昭和61年度のN T T全国タウン誌フェスティバルに於いてグランプリ「タウン誌大賞」が授与された。この「下町タイムス」は編集長自ら企画した行動計画を中心に、その行動を軸に紙面が作られる記事に動きがあり、面白いという評価を得ている。東京そのものが時代の大きなうねりの中に刻々と変貌を迫られているが、下町も、移りゆく時代の波に少なからず影響を受けてい

る。そこで「下町タイムス」では下町の持つ良さを一つ一つと発掘し、演出者となって次々とイベントをしかけていく。

下町の資産として、手仕事、芸能、食、伝統と歴史、町並み（どんどん失なわれつつある）そして、人情といったものを保存し発展させるとともに湾岸部に見られる急激な変化にも注目し、市民的立場から積極的に働きかけている。ここではそのなかから一部を紹介しておこう。

① イベント「隅田川水上体験大学」

隅田川をテーマに屋形船を浮かべて水上から下町のことを勉強しようという企画である。春の夜桜を観る会には80名も乗れる屋形船が出た。2時間ほどの予定で隅田川を上下し、浜離宮近くでは船を止め、灯も消して新内（しんない）をじっくり聴くという趣向も盛り込まれている。新内というのは物語りであるから本当は非常に長いのだが、さわりの部分をしんみりと聴かせてくれる。江戸情緒を実際に体験するという事はなかなか難しいが、こういう形で誰でも気軽に参加できるという企画は面白い。

② イベント「江戸の女職人展」(西武錦糸町店)

伝統の江戸の職人の芸を紹介しようという試みであるが、特に現役の女職人にマトを絞った企画が多くの反響を呼んだ。

日頃働いている仕事をそっくり会場に移して実際に働く姿を見てもらおうという試みである。イベント終了後は懇談会のようなかたちで、ゆるやかな交流の場を作り、新しい時代、女の時代のアーティストとして女職人の今後の活躍を探ったのである。参加した女職人たちの亭主たちが「髪結いの亭主がしみじみ語る会」(略称・ひもの会)という会を結成しようという動きも生れた。ここで女職人の内容をみると次のものがあげられる。

宝船熊手	足袋仕立
陶 芸	べっ甲
押絵羽子板	市松人形着付け
組みひも	和裁仕立
ラシャ切り鉄	藤工芸
和紙人形	象牙細工

木彫	摘みかんざし
江戸指物	刺しゅう
桐木目込み	手打ち銅器
江戸風鈴	手植えブラン
人形生地	和竿
印章彫刻	江戸切子
珊瑚細工	

③ イベント「芸能フェスティバル」

昭和61年11月に開館した「深川江戸資料館」のオープン記念として下町タイムス主催の次のような芸能フェスティバルが行なわれた。

江戸の水芸	江戸祭ばやし
江戸前の唄（はなし）	里神楽
住吉踊り	たいこもち芸
新内	投げ銭
落語	外人による邦楽演奏会
演歌	海外から来日したグループによる音と踊り
舞い	

④ イベント「義士祭りと吉良祭」

墨田区本所松坂町公園は吉良上野介の屋敷があった所で、今は記念の小公園になっている。毎年12月13・14日の両日に赤穂義士47士の討ち入り日にちなんで、義士祭と吉良祭、元禄市がそれぞれ行なわれる。元禄市では食品、衣料、くつ、ハンドバッグなど下町の産業を支える物品の市がたつ。また元禄そば、お汁粉、などの店、元禄太鼓奉納、謡曲「松坂」の奉納、仮装行列が行なわれる。この仮装行列は本所松坂町から泉岳寺まで歩く。

義士祭と吉良祭は元来別々に行なわれていたのであるが、下町タイムスが間に立って調整して合同で祭りを行なうようになったということである。別名「仲良し祭」ともいわれる。以上紹介してきたように、下町の活性化を計るために下町タイムスでは様々なイベントを仕かけている。下町を訪れる人たちに対して、下町の職人、住人が親切に対応するようにという配慮もなき

れている。これから、大川端再開発計画、東京湾岸開発、海外との交流などいろいろな課題を抱えている。下町タイムスの視点はあくまで市民レベルからの発想であるといえる。

(5) 自己革新のためのイベント

人びとは新しい生活様式を求めはじめている。つまり、自分が主体性を持って情報生活をしたいと思いはじめたのである。それは、単なる物の充足だけではあきたらず、自分を囲むすべての生活領域を充実、拡大し、かつ質的にも高めたいと考え、自分たちの生活様式を再編成しようとしているのである。

自分の持つあらゆる資源（つまり、時間、空間、収入等）を最も有効に活用する方法を求めはじめているともいえる。こうしたなかで人びとは自らのアイデンティティを求めてイベントを企画する。イベントの方法論は確立されている訳ではない。従って自由な発想で自由な形式でやればよいのである。いわば手づくりのイベントである。

イベントは人々が寄り集い、様々な情報が飛び交う場である。異業種、異業態間をつなぐ場でもある。イベントの企画次第では従来と全く違った角度からのネットワークを組織することもまた可能となる。

今後、社会機構はますます個性化、多様化が進むものと考えられる。思いもかけない新しい仕かけが、いつどこから飛びだしてくるか分からない時代になってきた。

世代間を超越したイベントもあろうし、同世代間の連帯の場としてのイベントもあろう。

生れた時から多くの情報に接している新しい世代にとって、イベントも一種のパフォーマンスとしてとらえ、自分の感性に合うか合わないかが重要な判断基準となる。従って自分が心から共鳴できると分かった時は自ら参加することに何ら抵抗を感じない。

心理学者、A・H・マズローは人間の欲求を「生存→安全→帰属→権勢→自己実現」の5段階に分け、経済社会が発展することにつれ、欲求は矢印の方向に高度化することを指摘した。日本も、今後の高齢化社会、女性の社会進出、

健康、文化、教養など自己実現型の余暇活動が一段と強まっていくものと予想できる。

自己実現の一つの表現としてのイベント企画も当然考えられる。これからのポストレス社会が余暇活動に大きな影響を与えることであろう。企業内で社会的な地位を獲得することが難しい時代に生きる大半のサラリーマンにとって、自分の存在をコミュニティ活動や文化活動、ネットワークによる同好の士の通信等によって発揮しようとする傾向が強まるであろう。

(6) イベントの分類

イベントの分類をここで試みると次のようになる。

- ① エンターテイメント性 …… 祭り、観光
- ② 文化・創造性 …… 博覧会
- ③ 健康・快適性 …… マラソン大会
- ④ 交流・ふれあい性 …… 年中行事、伝統

いずれにしてもイベントの目的は非日常性に主眼がおかれ、常ならぬ興奮状況を作り出すことにある。日常生活の制約された「ワク」や「カラ」を破り、精神の自由を取り戻すことによって面白さを体感する。地域を越えた人的交流や情報の流通が又新しい交流を生みだしていく。そこから新しい物の見方、考え方が導き出され、新しい価値観形成につながっていく。

(注) ここで事業性—蓄積性、公明性—私的性の2つの軸によってイベントを整理すると次のようになる。(図参照)

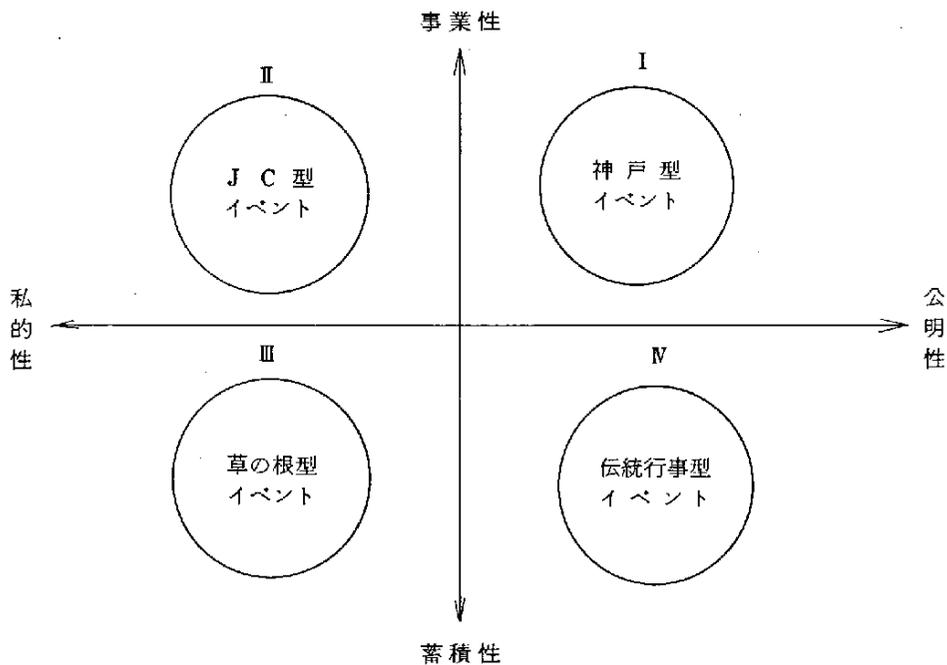


図 イベントの分類

公的性 \leftrightarrow 私的性とは次のことをさす。イベントにおける活動主体の分類である。公的主体とは国や行政レベルの主催を意味する。私的主体とは個人の発想から出発しているものである。

また事業性 \leftrightarrow 蓄積性とは次のことをさす。事業性とは、そのイベントの進め方と目的に、事業的な色彩が濃いものをいう。蓄積性とは、継続的に行われるイベントを意味し、地域社会に根を張った活動としてそのノウハウが蓄積されていく。図によって整理されたイベントは次のようなものである。

① 第1象限 —— 神戸型イベント

公的な主体者が地域の振興やアイデンティティづくりのために主催するもので、企業的な事業発想を取り入れている。

② 第2象限 —— J C型イベント

一過性が強い。つまり、ある目的とチャンスがたまたま与えられてごく一般市民の立場からイベントに関わるというケースである。

③ 第3象限 —— 草の根イベント

個人の発想から出発したイベントで仲間作りをしながら広がっていくというケース。次第に提唱者のボランティア精神に負うところ大となる。初期の段階では手さぐりの状態が続くであろうが、仲間を募ることによつて実現性を増していく。結果として思ってもみなかった効果と影響が認められるという場合もでてくる。それらの運動がやがて定着し、継続させていく過程で地域住民の意識が連帯性を帯びてくるのである。

④ 第4象限 —— 伝統行事イベント

古くから地域に伝わる伝統行事や祭りである。伝統行事は古くからあるのだが若い人達も参加できるコミュニケーションの場として見直されてきている。つまりイベントを通して、現代の人間関係をあたためようとする目的もある。当然のことながら地域住民の意識の変化によりイベントの内容も少しずつ変化していくだろう。

(注) —— 日光、神戸、帯広の頃については榎ドウタンクダイナックス代表竹川征次氏インタビューをもとに作成した。

又、プロジェクト「全労済イベント・プロモーション研究」—— より積極的な全労済づくりのための県労済活性化にむけて —— の資料も参考にさせて頂いた。ここであわせて、謝意を表する次第です。

3. 企業にみるイベント戦略

(1) はじめに

現代のイベントブームの仕掛人は、その大多数が企業によるものと言える。

無論、日本古来の“祭”や、数年前から現われた“草の根”的イベントなどは企業が行なうものと比較にならない。

特に、“草の根”的イベントは、個人的、あるいは同じ趣味など持つ人達が地域を超えて行なうなど、そのスタイルは多様化してどんどん行なわれるものと思われる。

しかしながら、イベントの規模・集容力・話題性などからみてやはり企業のイベントがマスメディアとの連動により日本だけでなく世界中をも巻き込んで大きなものに成っているといっているだろう。企業に於けるイベントが一部“冠大会”などと批判されたり、その是非は色々と論議されている。ここでは

企業としてのイベントがどのようなものか、また今後どのようにそのスタイルが変化していくかをいくつかの事例を見ながら探してみたい。

(2) イベント戦略の目的

それではまず始めに、企業から見たイベント戦略の目的をまとめると次の3つになる。(但し、ここでいう企業とは一企業だけでなく企業集団：例えば○温泉共同組合なども含まれる)

- ① 企業のCI活動の一環として、企業の知名度の高揚を目的とするもの
- ② 集容を行なう事により直接的・間接的に売上利益を目的とするもの
- ③ 社会的利益環元を目的とするもの

前記①～③はその主な目的を挙げたが、無論どれか1つでなく複数による相乗効果を目的としている。企業に於けるイベントは巾が広く、また歴史の古いものも数多くある。例えば、都市対抗野球もまたそれに参加するチームも企業チームなどである。

同様にバレーボール、バスケットボール、マラソンを始め、アマチュアスポーツのほとんどが企業によるイベントの一種といえる。毎年、春と夏に熱き闘いと様々なドラマを作る甲子園球場の高校野球も全国高校野球連盟と其新聞社の主催するイベントである。高校野球は、言うまでもなく日本国中の人気をさらう。甲子園を目差す若者はひたすら練習にはげむ。甲子園に一旦出場したならばチームは野球部員のみならず、学校の全生徒、親、兄弟、そして高校の所在する市・町・村を挙げての応援となる。その集約が甲子園というイベント会場で、日常はあまり付き合いのない人や、見知らぬ人同志が一つの目的のために一つの輪になるといってよい。

まさに新たなコミュニティである。しかしながら、ここで重要な事が2つある。一つは、始めに高校野球をイベントとして考えた人が、現在の様なビックイベントになる事をどれだけ想定していたかである。多分、純粹に「高校生の野球大会」として企画しただけで、ここから新たなコミュニティが生じる事など思いもよらなかっただろう。まさにイベントの素晴らしさはここにある。ある部分的な仕掛けにより、自然発生的に様々なドラマ、様々なコミュニティが生

じるのである。

二つ目は、イベントによる派生効果である。高校野球が其新聞社の企画、主催である事からわかる様に、まさに新聞記事の創出であり、逆に記事を作るために、高校野球を企画したと言える。

ところが企画した新聞社以上に利益を出している企業がある。それは、甲子園駅を持つ鉄道会社であり、甲子園周辺の様々な“お店”である。高校野球の開催期間中だけでも甲子園及びその周辺には数億・数十億というお金が振り込むのである。甲子園と高校野球という組み合わせと仕掛により、ドラマ、コミュニティ、ニュース、利益、そして人々の“ふれあい”と、様々な効果を生み出すのである。

高校野球だけでなく、アマチュアスポーツのイベントは各種スポーツ選手の育成のみならず、オリンピックと言う国際舞台へと継がれ、我々と国民の期待をになうのである。この様に企業による社会的利益環元は行なわれている。また、鉄鋼不況のさ中、新日鉄釜石バレーボールチームの存続は、新日鉄社員のみならず釜石市民の希望の星であり、まさに“灯”である。

フジサンケイグループが主催する「国際スポーツフェア」は、更に他のスポーツイベントと一味違った、単に観る、応援するだけのイベントから一步前進し、自分も自ら参加し、共にスポーツを楽しみまた、有名選手と一緒にゲームをしたり、コーチを受けたりと言う具合にイベントとしてのスタイルが変化している。現代の流行語に“パフォーマンス”と言う言葉が有るが、“国際スポーツフェア”はまさに、参加する人々がパフォーマンスする舞台であり、主役が選手でなく“自分”にあると言える。そして、この事を通じて自らのアイデンティティー（パーソナルアイデンティティーPI）を高めているのであろう。以下では最近の注目されるイベントについてみておこう。

(3) 地方のイベント

集客と利益を目的としたイベントの代表として“札幌の雪祭り”が挙げられる。

市民のアイディアで生まれた雪祭りは、今ではすっかり国民的イベントに成っている。札幌市から自衛隊に至るまで北海道中が協力を行ない、北海道の

振興に大きく寄与している。この種のイベントは、さながら地方版“博覧会”と言えるものであるが、その理由の一つは国鉄の“ディスカバー・ジャパン”と言うキャンペーン以来、地方でのそれぞれの伝統・文化・風習など改めて見直す機運が人々の間に強くなってきた事があげられる。現代の情報社会の進展により、様々な高度技術が日常化され、人々のまわりは“ハイテク”だらけであるといえる。一方、人間そのものは、ハイテクノロジーが進歩すればする程、その反作用として、より“ハイタッチ”なものを求める。“ハイテク”と“ハイタッチ”によるアンバランスなバランス状態である。この様な視点からも、人々が古き良き時代を求める作用が働くのであろう。

更に、ここ数年各地方都市が“市制百周年”を迎えるなどにあたり、その記念行事として開催するケースがふえる事などあいまって、各地でのイベントは次の通り数多く、開催が予定されているが、そのほとんどが観光に結び付くものである。(表参照)

表 主な博覧会

名 称	開催地	期 間
天王寺博覧会	大阪市	87年 3月以降
岡崎市制70周年記念博覧会 … 葵博'87	愛知県岡崎市	3/21~5/17
未来の東北博覧会	宮城県内	7月~89年7月
ぐんま風の子フェスティバル	前橋市	10月
全国都市緑化フェア	埼玉県大宮市	10月~11月
あきたスノーピア	秋田県田沢湖	88年 2月
食と緑の博覧会 … フードピア'88	石川県金沢市	2月
瀬戸大橋架橋記念博覧会	倉敷・坂出市	3月~8月
なら・シルクロード博	奈良県内	春~秋
88長崎国際博覧会	長崎市	7/17~10/16
ヘルスポ'88	島取県米子市	7/20~11/3
函館トンネル開通記念青森博覧会	青森市	7月~10月
ぎふ中部未来博覧会	岐阜県内	7月~9月
88食と緑の博覧会	宇都宮市	秋
青函博覧会	北海道函館市	未定
さいたま博覧会	埼玉県内	未定
アジア太平洋博覧会	福岡市	89年 3/17~9/13
全国菓子大博覧会	松江市	春
横浜・丘と海のまつり	横浜市	春~秋
オランダ交流博覧会	長崎・平戸市	未定
国際花と緑の博覧会	大阪市	90年 4月

【今年以降の主な博覧会】

資料：夕刊フジ

(4) スポーツイベント

企業のCIと知名度の高揚を目的た代表的なイベントが冠大会である。

ゴルフ、テニス、アメリカンフットボールなど、プロ的スポーツはほとんどがスポンサーイベントである。昨今、国内の大会のみならず、アメリカやヨーロッパ各地で行なわれる大会にもスポンサーとして参画している事から、一部では、日本の経済力にモノを言わせているとして、国内のみならず海外からも批判を受けているが、スポーツファンにとっては、まことに有難いイベントであるかも知れない。普通なら見れない一流選手、一流チームの試合を目の前で見ることが出来るからである。しかしながら、会場でも、テレビでも、同じマーク、同じ商品が何回も出て来るこの種のイベント（イヤ大会）も、そろそろ飽きられて来ているのではないかと思われる。来日する選手も、日本での観光が半分目的な様子である。もっと選手と観客が一体になる様な部分を取り入れたりして、色々と改善する時期に来ていると思われる。

(5) 夢工場

今年、東京と大阪で開催される新しいスタイルのイベントとして、フジサンケイグループと関西テレビが主催するコミュニケーションカーニバル“夢工場'87”がある。イマジニア集団（イメージをエンジニアリングする）という言葉のごとくハイテクを夢でなく現実の事として体験させてくれる。筑波で開かれた科学万博が観る万博・企業の宣伝的な万博とするならば、“夢工場'87”は、自ら体験する万博と言える。情報社会とかハイテクとか一般庶民では、想像も付かない様な世界を体験させてくれそうである。無論、この企画には各コンピュータ関連企業がスポンサーとなり、自社の技術を示す場所とも成るが、果してどの位、近未来の夢としてコミュニケーションさせてくれるのか、そして体験させてくれるのか楽しみである。

(6) まとめ

この様に、企業に於けるイベントは今後増々、その目的、スタイルが変化して来ている。そして、仕掛としてのイベントは、決して全てが仕掛で終わら

本当のコミュニティは何も生じない。仕掛の部分は、ほんの一部で、そこから様々なコミュニティが生じ、それら全てが善循環する様なイベントこそ本来のイベントであり、その結果企業に利益をもたらすものと言える。

(注) 善循環とは、情報を上手に利用することによりベターな循環構造をつくりだすことをさしている。

2.2 ハイスクール情報発信クラブ

(1) キャロットトーキングとパンプキンヒヤリング

マーケティング会社として著名な株式会社ドゥタンク・ダイナックスが、昨年の秋からサービスを開始した「ハイスクール情報発信クラブ」が確実に拡がりをみせている。

この新しい試みは、電話を用いた高校生向けのニューサービスであるが、その主体はあくまで高校生たち自身にある。

高校生たちが、ドゥタンクにある「ハイスクール情報発信クラブ」に電話をかける。ラジオのDJのようなかわいい女の子の声が元気よく聞こえてくる。

「はーい、こちらはハイスクール情報発信クラブ・キャロットトーキング。はじめに会員番号と名前を言ってね。」

高校生たちは、留守番電話に話しかけるように、自分の事、学校の事、恋人の事、楽しい事、悲しい事、その他なんでも自由に受話器に向かってしゃべるのである。

制限時間は一回2分間。一種の留守番電話である。

高校生たちは相手のいない電話に向かって自分自身を表現する。

ところでいったいどんな事が語られているのか。日経新聞の記事によれば、それは例えば次のようなものである。(日経62年2月9日)

「夕やけニャンニャンなんか見ないでスポーツしろよ」

「小さいころから自分の職業をきめてがんばっている人もいるのに、自分が不安です」

「高校なんてつまらないトコだ」

「うちの学校は不良になるからバイトは禁止」

そこでしゃべられた事柄は、そのまま何の加工もされることなく、そのままの肉声として、録音され、蓄えられて、次の日、そのままの形で流される。この録音された声を聞くための回線は、別の電話番号になっており、それは「パンプキンヒヤリング」と命名されている。

高校生たちの生の声を聞くだけならば、パンプキンヒヤリングに電話をかければいい。筆者も、過ぎ去りし高校生時代をなつかしみつつ幾度かアクセスを試みた。

2分間の持ち時間をもてあましてしまい朴訥に自己紹介している男の子、恋人との悩みごとを綿々と語る女子校生、おいしいお店やお買い得のバーゲン情報を流す子、DJよろしく2分間をBGMとともにバッチリ決めてくる子、男女デュエットで吹き込んでくる子など、様々であるが、一人ひとりの性格や関心事やその他諸々の高校生の心理が、まさに手に取るように肉声と共に伝わってくるのである。

高校生たちは確実にこのメディアを使いこなしているといっている。

(2) 自分だけのメディア

— “新人類”たちのパーソナルメディア—

このハイスクール情報発信クラブは、日経新聞等でも勿論記事にされているが、NHKの「YOU」で紹介されてからはアクセス回数が非常に増えたという。しかしサービス供給側（ドゥタンク）としては、マスコミなどで騒がれて、大きなメディアとなってしまうことに関してはかなり危機感を抱いていた。

「YOU」からの取材も、このサービスをよく利用している高校生自らが「YOU」に売り込んだ事によって実現したもので、ドゥタンクは必ずしもそれを歓迎はしなかったのである。

クラブの紹介は、基本的には、口コミによって行われる。またドゥタンクでは『RADIO』という名前の小雑誌を毎月発行しており、それはクラブ員に郵送されるとともに表参道や原宿竹下通りなどで配られる。『RADIO』には毎日パンプキンヒヤリング上で流されては消えていってしまう高校生たちの肉声のいくつかが抜粋されて活字化されている。『RADIO』のなかにはハイスクール

情報発信クラブへの入会申し込み書が折り込まれており、それを通してクラブに入れることになっている。

しかし別に会費があるわけではなし、先日も、いま表参道から『RADIO』をみて電話をしている、というメッセージがはいっていた。

このシステムのプランニングに関しては、面白いエピソードがある。ドゥタンクの竹川征次社長はまだお若い、しかし高校生のお子さんがおられてもおかしくない年齢である。このシステムのプランニング担当チームには、20代のまだ入社間もない社員たちが当たったそうだが、設計に当たっては彼ら若手担当者チームと社長との間にはことごとく意見の対立があったという。

例えば、次のようなことである。

まだサービスを開始して間もない頃、クラブへの入会者をそれなりに増やそうと考えて、社長は既会員へ送る『RADIO』のなかにハイスクール情報発信クラブへの入会申し込み書を何枚か同封することを提案した。すでにクラブ員としてこの情報発信クラブの面白さ、楽しさを知っている高校生はすすんで友人達をこのクラブに勧誘してくれるだろうと目論みだのである。

しかし若手スタッフ達はこれにこぞって反対した。

クラブに入っている高校生たちは、まだ誰も知らないメディアに自分が入っている、そしてそれを“自分だけのメディア”として使っている。その“自分だけの”という点が重要なのだ。そこに会員大募集の入会申し込み書を送りつけることは、現会員さえも失ってしまう事にもなりかねない、というわけである。

竹川社長はそれ以来、自分の意見を言うことは言うが、最終決定は若手スタッフに任せることにしたという。『RADIO』の編集に関しても社長は基本的に何も口出しはしない。

高校生には高校生なりの心理がある。新人類などといわれる彼らの感性やビヘイビヤーが、率直なかたちで表現されているのが、この「ハイスクール情報発信クラブ」なのである。

(3) 新しいメディアに託されているもの

—「ハイスクール情報発信クラブ」の特徴—

なぜ高校生たちは、こうしたメディアに惹かれるのか。

まずこの「ハイスクール情報発信クラブ」がもっている特徴を整理しておこう。

- ① 高校生であるというだけで基本的に誰でもが参加できる、オープンなメディアである。
- ② 使い方がいたって簡単。電話さえあればいつでも気軽に利用できる。
- ③ 費用が少なくてすむ。東京23区内であればキャロットトーキングの2分間に吹き込む費用は10円である。パンクキンヒヤリングは自動的に6分で切れるようになっているが、こちらも23区内ならば一回20円のアクセス料である。
- ④ システムの提供側は、『RADIO』を出したりはしているが、電話メディア（キャロットトーキングとパンクキンヒヤリング）に関しては、何の手も加えていない。したがって参加者たちは自分達が自らこのメディアを創り出しているのだ、という感覚（自分メディア感覚）をもつことができる。

音声メディア（肉声）と文字メディア（ディスプレイ上での文字）という違いはあるものの、このハイスクール情報発信クラブもパソコン通信も、ともに一人ひとりが自らの情報を自由に発信できるという点（上記の4にあたる）において共通するものがあるといえる。

勿論、上のように整理してみると、高校生にとっての電話メディアの手軽さがよくわかる。パソコン通信は高校生に経済的負担を強いるという点において、やはり「ハイスクール情報発信クラブ」とは異なるであろう。

しかしながらアスキーネットなどパソコン通信上にみられる高校生たちの情報発信の仕方は、この「ハイスクール情報発信クラブ」での情報発信の仕方とかなり似ている点があるように思われる。

そこでは、なにしろ何を書き込んでも何を言っても基本的にOKなのである。

おそらくそれは、メディアの性質は異なるとはいえ、「ミニコミ」誌の感覚にも近いものなのではなからうか。

高校生たちのお小遣いの額など現実的な問題を考慮すれば、当然電話メディアとパソコンメディアとは同列に論じられないが、しかし、ハイスクール情報発信クラブにしてもまたパソコン通信にしても、ともに近頃登場し、そして若い層に受け入れられてきたメディアである。“新人類”などとも呼ばれる若者達が、こ

うした電話による新しいメディアを使いこなし、またパソコンによる通信にも惹かれて、その背景にあるものは何であろうか。

新しいメディアには、旧来のメディアが有していなかったものがあると思われる。そこで、とくに④の“自分メディア感覚”という点をさらに考察しよう。

(4) 旧来メディアでは味わえない“生の感覚”

—「さめつつのる」若者達の本当のメディアは—

この「ハイスクール情報発信クラブ」という場を通じては、様々な“縁”がつくりだされている。

一人の女子高校生がキャロットトーキングに電話し、自分の進路についての悩みやまた友人との交友関係のもつれなどをそこに打ち明けた。誰でもいいから、とにかく誰かに聞いてもらえればいい。あるいはただしゃべれる場があればいい。そうした気持ちが彼女をキャロットトーキングに向かわせたのであろう。

しかしここに思いもかけないことが起きた。彼女の打ち明けた悩みや不安に対して、見知らぬ仲間からの反応がキャロットトーキング上に声のメッセージとして返ってきたのである。私の悩みを真剣に受け止めてそれに真面目に反応を返ってきてくれた人がいる。そこでは、今までには得られなかった彼女にとっての新しい“縁”＝コミュニケーションが成立したといえる。

こうした、新しい、人と人との関係は、例えばテレビを通してでは絶対に起こり得ないことである。また「ミニコミ」誌といった活字メディアでは、次の日に反応が返ってくるといった即座のコミュニケーションは期待できない。唯一似通ったことが起こりうるのはパソコンによる通信を通してだけであろう。

ところで少しテレビというメディアについて考えておこう。カラーテレビの普及率がほぼ100%になったのが、昭和40年代の半ば、それはちょうど今の高校生たちが生まれた頃である。つまり彼らは生まれた時からカラーテレビに囲まれていたことになる。

父親が高校生の息子に白黒テレビを買ってきたら、息子が目を回して驚き、このテレビは最新型か、と尋ねたという笑い話があるほどである。

彼らはカラーテレビのある生活を当然の事のように受け入れて、それを空気の

ようにさえ思い、育って来た。

それは逆を返せば、彼ら高校生たちの世代はテレビそれ自体には何の魅力も感じていないということでもある。

ビデオの普及が物語っているように、もはやテレビは一方的に情報を受け取るだけの物ではなくなっている。

この2、3年のマスコミ界のひとつの大きな流れとしての、「舞台裏ブーム」とでも呼べる一連の現象がある。今まで裏方的なポジションであったコピーライターなどの広告制作者が異常な位にもはやされ、「オレたちひょうきん族」などではプロデューサーやカメラマンが前面に露出したりした。またコマーシャル製作の裏話等を掲載した雑誌がいくつか創刊され定着した。さらには業界物語がマンガになったりといった具合に、今まではあまり話題にもされなかった、いやば舞台裏の事柄が、どんどん明らかにされて来た。いわば「舞台裏・種明かしブーム」とでもいった現象が起きてきた。この現象などは、テレビメディアの変質を明快に語っているといえよう。

昭和40年代生まれの若者達にとって、テレビはもはや、ちょっと気のきいた“おもちゃ”くらいのものでしかない。彼らはただ情報が垂れ流的に送られてくるだけのテレビにはもう飽き飽きしてしまい、その裏側もちょっと見てみたいと思ったのであろう。今では彼らは、視聴率の数字がどのように番組の内容に影響を与え、またどのCFはどこの広告代理店の誰がコピーを担当したかまで解っているのである。

萩本欽一こと“欽ちゃん”は、その番組のなかで視聴者からの手紙をよく読んでいたが、あれは欽ちゃんが視聴者に「おちょくられて」いたのだ、という話もある。どんな内容の手紙が好んで読まれるかを裏読みした子供達が、軽く書き殴ったものが果して番組で取り上げられるわけで、書いた本人は自分の手紙がテレビで読まれたからといって特に何の感情を抱くわけでもなし、ましてや喜びもしないというわけである。

テレビはもはや権威のあるものでもなければ、また一部のマスコミ特権階級だけが出演でき、どのように番組がつけられるのか素人には読み取れないブラックボックスでもなくなったのである。裏まで読めるようになってしまった若者達は、

その意味において非常に「さめて」いるのである。しかしそれはまた、無感動ということにもつながる。どのように世の中が動いているのか、よく見えてしまっているがために、そうした社会の動きには積極的に係わりを持ちたくない思い、できればただ座して果報を待ちたい、そうした心性が若者達の間根強く巣食っているようにも思えるのである。

何の手ごたえも感じられない、裏が見えてしまったテレビ番組に少し新味を入れようとしたのが「女子大生ブーム」や「おにゃんこクラブ」などの素人参画番組であろう。“となりのお姉さん”がスターになっていく過程は、自分にもその可能性があるのだと思うとそれなりにエキサイティングではある。しかし、こうしたしくみもしょせんはマスコミによって仕組まれたもの。まあ適当に「のっ」はしゃいでみせるか、といったところが若者達の本音であろうか。

本当の意味でのエキサイト若者達の多くは、おそらく感じてはいないのである。

ある雑誌が作った言葉に「さめつつ、のる」というのがあるが、まさに「さめている」若者達は、世の中の様々な仕組みを理解した上で、だけれどもそれに「のっかって、まあ楽しくやろうよ」といった感覚をもっているのかもしれない。

再び「ハイスクール情報発信クラブ」の話に戻るが、このメディアが高校生という若い世代に受け入れられた背景は、テレビなどでは得られない、ある種の“生の”感覚がこのメディアを通して得られたからではないだろうか。それは、マスコミュニケーションという仕組みからは、永遠に得られない事柄なのである。この「ハイスクール情報発信クラブ」のなかでは、一対一・個対個の、あくまでもパーソナルな、その当事者間だけの“生の”情報がかわされるのである。そこに高校生たちは魅かれているのではないだろうか。

(5) 情報過多による“孤衆”化現象

—既存の“縁”の崩壊—

しかしながら、高校生たちがその生活時間の大半を費やす学校においては、「ハイスクール情報発信クラブ」で醸し出されているような“生の”コミュニケーションは成立していないのだろうか。

ドゥタンクの竹川社長は次のような例を挙げて高校生たちの趣味・嗜好の多様化とそこから生じる表面のみのコミュニケーションの現状を語っている。

高校生のA子とB子は共に、さだまさしが好きでよく二人で一緒にコンサートに行っていたが、その内にA子の方が、さだまさしよりも他の歌手にひかれるようになってしまった。A子にいわせれば、さだまさしは卒業したということになるのであるが、これはB子との関係という意味においては、あまりいいことではない。

情報が無際限にまわりに氾濫していると、人々は移り気にもなりやすいし、またそうした状況のなかで選ばれた選択肢は、まわりにいる友人たちとは合わなくなってしまふことの方が多いのは当然である。

それゆえ高校生たちは、自分の趣味の事でさえまわりの友人との話題にはしなくなっていることの方が多くなっているというのである。

かつて、高校の年頃の者が抱く関心の領域はそれほど広いものではなかったし、またそのアイテム類もそう多いものではなかった。また同じ領域のなかでも、例えばバイクに興味があるといえばツーカーで話が通じ、ずっと昔からの友人のように話が合ったものである。しかし現在では、バイクに関心を持っている者同士であっても、その嗜好は必ずしも一致するとは限らない。ある者はギンギンに飛ばすレーサータイプを好むかもしれないし、またある者は自然のなかに分け入って行くようなオフロードタイプが好きかもしれない。両者はときには互いに嫌悪感に近い感情さえ抱いていることさえあるのである。

以上のような意味では、学校を通しての“縁”は、彼ら高校生たちにとって、必ずしも充たされたコミュニケーションを保証してくれているのではないことが理解できる。

情報が過多になってしまったことによって、高校生たちも「個」化してしまったのである。そして、それは同時に「孤」化（孤立化）でもあった。「個衆」化ならぬ「孤衆」化現象が、若者達の間蔓延しているといえる。

ここにも既存の“縁”ではなく新しい“縁”が求められている土壌を見て取ることが出来る。

日経の「ハイスクール情報発信クラブ」についての記事はこの辺の状況を次の

ように表現している。

「(見も知らない仲間から突然に反応が入ってくると) どの子も驚きと感激でいっぱいになる。ここには、自分や他人を傷つけまいとして彼らにとる表面的なネアカ・コミュニケーションとは別の世界があり、本音のやりとりが出来る場が成立することになった。」(日本経済新聞 62年2月9日)

(6) 「データコミュニティ」の将来

—新しい“縁”を求めて—

「ハイスクール情報発信クラブ」は、以上述べてきたような既存の“縁”の崩壊を背景として登場した、新たなる“縁”である。これはパソコン通信などと共に「データコミュニティ」と呼べるもののひとつであろう。

将来にわたり、こうした「データコミュニティ」はどうなっていくのであろうか。

結論からいえば、今後ともこうした新たなる“縁”は拡大し、様々なヴァリエーションを生んでいくことになるであろう。

「ハイスクール情報発信クラブ」のような個々の事例に関しては榮枯盛衰もあるであろうが、少なくとも今までにはなかった新しい“縁”の創出はこれからも増加していくに違いない。そこでは多くの場合、パソコンや電話といった通信系の道具が活躍の場を今よりも得ることになろう。「データコミュニティ」社会が一步一步近付きつつあるともいえるのである。

だがそこに問題点がないわけではない。

「ハイスクール情報発信クラブ」に見られたような電話一本だけのつながり。いつでもこちら側の都合によって、好きかってに“縁”をつなぐことも断ち切ることもできてしまうようなつながり。そうしたある意味では非常に希薄な危うい関係のなかに、もし、若者達が“学縁”や地縁や血縁では充たされないコミュニケーションの代償を求めているのだとしたら、それはいささか悲しむべきことではないか。

もちろんこの「ハイスクール情報発信クラブ」のなかに優しさや暖かさを見つけ、そこにすばらしい“縁”を創り出している例は多い。

しかし、それはともすれば、表層的な一時的なつながりだけで終わってしまわないとも限らない。

新しい“縁”としての「データコミュニティ」の役割は、現時点においては次のように位置づけられよう。

既存の“縁”（学縁など）だけでは充たされない若者達の心理にある種のバランスを与える安定装置である、と。

既存の“縁”が孕んでいる矛盾は、今後さらに増大していくであろう。「いじめ」現象などはそのほんの一角がマスコミの助長によって表面に現われているものであると思うが、若者達は確実に情報の洪水のなかで「孤衆化＝孤立化」しつつある。それも、個人にとって価値の少ない、身に合わない情報の氾濫の中である。

外部とのコミュニケーションという回路を意識的に遮断せざるをえないことによって、彼らの内への孤立化の傾向は、今後ますます高まりをみせていくことであろう。

しかし、そうした状況のなかで、彼らはまた、そうした大勢の動向とは違った何かを模索し始めているのである。

情報によるシュミレーションではない、“生の感覚”、“生のつながり”、“一対一・個対個のぶつかりあい”・・・そうしたなかから生まれ出るある種の「ぬくもり」を彼らは求めているのである。

そうした、彼らの内なる声に耳を傾け、「ぬくもり」が醸成されるような“機会”＝“場”を創り出すことが、現時点においては重要な課題なのである。

「ハイスクール情報発信クラブ」も、まさにそうした「ぬくもり」を醸成できる場のひとつである、ということができるのである。

「データコミュニティ」とでも呼べる新しい“縁”の増大によって、既存の“縁”が大きく、構造的に、変容して行くという、未来の構図がみてとれる。

2.3 パソコン通信コミュニティ

1. 日本のパソコンネットワークの現状

—COARAを中心に—

すでに昨年の「報告書」において、わが国におけるパソコンネットワークの現状を述べた。本報告書では、草の根レベルにおけるひとつの地域ネットワークをとりあげ、その沿革や参加意識、あるいはコミュニケーションの実践ということについて、検討することにする。

ここでとりあげるのはCOARAである。

COARAとは任意団体「大分パソコン通信アマチュア研究協会」の略称であると同時に、その運営するパソコンネットワークシステムの名称でもある。COARAを理解するには、まず大分の地理的位置を頭にいれておかなければならない。パソコン通信ならば距離など関係ないとよくいわれるけれども、大分は地理的には多くのパソコンネットが集中する東京から離れている。このため、通信費の関係から大規模な商業ネットなどには影響をうけずに、まったく独自の路線を歩んできているということももっともよく指摘される場所である。事実パソコン通信を行うについては地方ゆえの様々な問題をまず克服することが必要であり、そういったニーズに即してグループの活動はその内容を次々に修正することを余儀なくされたのである。

(1) 沿革

この組織は1985年の5月に会員約30名で発足したグループである。そのメンバーも当初は地元企業の若手経営者が中心であった。また、この組織は当時構築が進められつつあった県レベルでの「中小企業情報ネットワークシステム」の活用という、ある意味においては非常に“かたい”目的を持っていた。

当時は国の政策として様々なネットワークのプラン、ニューメディア・コミュニティ構想であるとかメディア・ターミナル構想であるとか、その他いろいろなものがでてきたのである。ところが、そういった情報ネットワークが大分にできてこれいきなり使うことは相当に困難が予想される。実際データ通信となるとむずかしい問題も多いため、互助的に勉強できるグループをつくることをまず意図したのである。

また通信というからには必ず相手が必要だが、そのほとんどは東京に集中していて通信費がかかる。どうしても近くになにか実験用のホストが必要である。

しかし、これが福岡などにあっても面白くない。

それにバックグラウンドとして、大分県というのは「一村一品」とかテクノポリスとか平松知事をはじめとしてアイデアは豊富にあるけれども、どうも中身のほうが充実しない傾向がある。いやそれどころか中身はよその県にすべていってしまっているのではないか、今度こそは実践をともなったものを県内でやってみようではないか。

さらに、データベースにはいわゆる「創業者利潤」があるから、とにかく先に始めておこうということもあった。大分県はもともと小藩分立でまとまりがはなはだよくない土地柄である。しかし情報は先行した者が利益も多いのでこの際一本まとまって行くべきであろう。そして、みんなが参加しやすいように、できるかぎり中立的な場所でやるべきであろう。

また、ネットワークとはどうも儲からないものらしい。しかし、将来は確実に必要なものになるであろう。こういったものはいわゆるインフラなのであるから、これは公益的な性格をもつところでやるべきだ。

以上のような準備段階での模索を背景に当時「大分県中小企業情報ネットワーク」の構築を進めていた「大分県地域経済情報センター」を事務局として、またそのデモンストレーション用に置いてあったパソコンをホストに、パソコンネットワークの実験を開始したのである。なお「大分県地域経済情報センター」とは県や市町村、商工団体、金融機関などを会員として、中小企業に対する経済・経営に関する情報提供と、中小企業や地域経済に関する研究調査を併せ持つ第三セクターの研究機関である。

(2) 模索

とりあえずは雑誌に掲載されていたホスト用のプログラムに独自に手を入れて改造したものを走らせ、端末側にはこれも雑誌に掲載されたプログラムを配布して実験を開始したのであるが、最初はとにかくホストの運営が大変であった。デモ用のパソコンを借用しているので午後5時になると電源を切ってしまう。当然平日のみの稼働である。会員のなかには仕事場にパソコンを持っているものも何人かはいたが、そうそう仕事につなぐ訳にも行かず、結局ほとん

どのものがまずアクセスすることすらできなかったのである。

また基本的な問題として、地方ゆえ通信機器がほとんど手にはいらないのである。当時は音響カプラが主であったが、これをまずパソコンショップの店頭においてもらわなければ会員は絶対に増えないのである。

それでもいくばくかの成果を積み重ねるうちに何とか理解をえることができ、実験開始後3ヶ月目に情報センターがハードディスクを購入して、待望の4時間運転を開始できたのである。

ところがそういった運営上の問題を克服していても中身はいっこうに充実してこないのである。当初はとにかくみんなが読んでくれるであろうと思うものを入れておくわけなのであるが、どうもこれがしっくりこないのである。パソコンを使うといってもせいぜいワードプロセッサとしてであり、互いに公開できるようないろいろな情報を各自が持っている訳ではないのである。せまい町であるので会員同士が会うこともよくあるが、当時は「なにか書くことない？」というのがお互いの挨拶で、双方苦笑いして立ち去るという状態が続いていた。

ほかのことと同様にこの解決も突然に現れた。つまり「双方向」ということがあることをきっかけにはっきりと認識できたのである。当時最年少の会員に現役の高校生がいて「高校生シリーズ」といって日常生活のできごとや感じたことを次々と掲載していたのである。30代の会員が中心であることもあり、当初はただ眺めるだけであったが、普通に仕事をしていては10代の人間の生の声を聞けるということはそうあるものではないということ、さらに反応が気楽に返せるということに気が付いたのである。あるとき彼の間テストの結果が掲載されていたのであるが、それに対してすぐに「COARAなんかアクセスせずにちゃんと勉強しなさい・・・」というレスポンスが返されて、「そうか！こういうふうにも使えるのか」ということがはっきりと理解できたのである。

そこでこういった雑談のコーナーが設けられることになった。それまではコンピュータを使うということやデータベース志向ということもあり、内容のみならず文章も硬いものが中心であったが、口語調でとりとめのないことを話す

場があってもよいのではないかということで、ちょっと街角の喫茶店でおしゃべりするような雰囲気のコナーを試みたのである。

そこでは身近な話を互いにとり交わすことによって、普段なら知り合はずのないものが共通のレベルで話が出る。また個々の話題はほんとうに小さなことでも、それらに触発されて各々の思考が喚起されていく状況が可能になったのである。

(3) 発展

こうして実験を開始して半年の間に次第に会員も増え、COARA全体の雰囲気としての「ネアカ・ハキハキ・マエムキ」をモットーに、オンラインによる地域のコミュニケーションの場として機能していくことになった。

平松大分県知事も活動の熱心さに触発され入会してくれることになり、県の「地域INS推進事業」として予算もつき、発展期を迎えることになる。平松知事の「金を出すは口は出さない」という発言は、この調査研究の委託先であるSASの創設の際にもあったとのことであるが、COARAに対しても同様であり、それに加えて「とにかく女性と子供を増やさない、それから楽しくやりなさい」という要望が示された。この発言によって企業ベースで進められつつあった会員募集も個人を主体にし、内容も生活志向に軌道修正することになった。もちろん「地域をよくしよう」という当初からの目的に変わりはないのであるが、個人レベルでも実現が可能なことをリラックスしてディスカッションできるようになった影響は大きかった。

そして女性会員の増大と、年齢層のひろがりもまた新たな話題の広がりをもたらした。これまではこういった、年齢も、職種も、業種も全く異なる社会集団は存在しなかったのである。たとえば一番近いもので同窓会というものもある。これは個別にコミュニケーションが行われるか、あるいは年1回程度の集会をもつものであり、日常継続的に存在するものではない。これに対してCOARAには全く新しいコミュニティの萌芽がみられるのである。

また他のネットワークではオンラインにおける匿名性のようなことも問題になるのであるが、COARAではとにかくせまい地域であり互いの素性はすぐ

にわかってしまう。「自分はこういうことをしています。」というのではなく、「あの人はああいうこと“も”しているのか」といった出会いというよりむしろ発見の要素がある。そして名前を出して発言するということにはおのずから責任ということも出てくる。お互いに自分自身の個性を賭けてメッセージを書いてくるので、そのフレームよユーモアならユーモアなりにきちんとしてくるのである。

こういったことと関連するのが毎月必ず開かれている例会である。ここでは出席者全員が必ず発言を求められる。オンラインでは沈黙も可能であるけれども、例会では許されない。そうしてじかに知り合うことによりオンラインでもメッセージ交換も活発になっていく。ここにヒューマンなコミュニケーションが成立しうるのである。パソコン通信というとすぐにその道具立ての新奇さに注目されるが、それ以前にそこには必ず人間というものが存在するという事実を決して忘れてはならないのである。

またこういったコミュニケーション活動を支援するため、会報を毎月発行したり、会員名簿やアクセス記録の統計などを公開している。さらにこういった活動による会員の役割をルーズながら規定しておくこともネットを活発にしている大きな理由である。

(4) あらたなる挑戦

いよいよホストもミニコンで稼働することになり、コミュニケーションを支援できるシステム造りが可能になりつつある。これは具体的には日本語による電子会議システムである。まず使いやすいオンライン会議システムを創り、さらにそれを標準化することによって、異なるホストにおいても会議の参加者が戸惑うことなく発言することができることを目指している。

それにCOARAは当初から「地域に根ざすネットワーク」を目標としてきたが、あちこちから注目を受けるようになり全国からの参加者も増えてきつつある。現在では3分の1が県外の会員である。ここでは各地域の人達が共通の基盤で各々の地域について考えていくことができるようになる。あるいはこれは地域に受け入れられるメディアというものを具体化する可能性を示すことで

もある。さらにこの会議システムを海外からもアクセスできるようにして、地域レベルにおける国際化ということも考えていく予定である。

また実用化ということについても、これまではボランティアによる活動であったが、ミニコン稼働による経費の増加を補うためにも、実務におけるパソコン通信の可能性を試すことも考慮している。

そして最終的にはコミュニケーションとデータベースのあり方というものを検討することになるであろう。現在のミニコンのシステムは地域全体のデータベースにおけるコミュニケーション部分のサブシステムとしてプランされている一面がある。はたしてこういったコミュニケーションシステムはデータベースを補完するものなのか、あるいはコミュニケーションすることがデータベースの構築に直接つながっていくのか、それとも結局のところ両者はまったく別のものなのか。

現在の時点でいえることは、データとは本来人間が共有し活用できるものでなくてはならないということである。データを取り込むだけではなく、インフォメーションとして加工し、インテリジェンスとして発信していくものであるということ、そしてそれらが結果として新たなデータベースとなりうるのかもしれないということである。そして、そういった知的活動にパーソナルコンピュータは必ず有効なツールとなりうるはずであるし、パーソナルコンピュータによる通信も、新たなコミュニティの創造へと導いてくれることになろう。

(注) COARAとはComputer - Communication of Oita Amatebu Reseach Association (大分パソコン通信アマチュア研究協会)の頭文字をとったものである。

2. アメリカのパソコンネットワークの現状

(1) 沿革

最近パソコン通信は日本でも急速に注目を浴びている。パソコン通信の先進国アメリカでは、もともと大型コンピュータによるタイムシェアリング・ネットワーク・サービスの歴史が長く、これらに使われていたいわゆる「ダム端末」が、「インテリジェンス」すなわちユーザー側での自由なデータ処理機能を備えたパソコンに置き換えられることで、パソコン通信の普及を促進した。ま

た、初期のパソコンの登場の頃からパソコン同士を結ぶ通信が行われていたほか、データ回線の利用がはやくから自由化されていたなど、パソコンを結んだネットワーク普及の基盤は広くできあがっていたといつてよい。

(2) 主要な分類

アメリカのパソコン・ネットワークは、その目的、性格、利用者層、生まれた背景などから、次の5種類に分類できるだろう。

- ① オンライン情報サービス
- ② アカデミック・ネットワーク
- ③ 電子会議サービス
- ④ BBS
- ⑤ 電子ルームサービス

もちろん、部分的な重複もあるが、中心となるコンセプトの違いは大きく、それぞれまったく別個のものとして理解することが重要であろう。

また、最近ではいわゆるビデオテックス系のサービス陣営も、パソコン通信のことを「アスキービデオテックス」と称して統合しようという動きもあるが、ここではあくまで、文字情報の伝達のみを用いるネットワークサービスを対象にした。また、本来のデータベースも当然別と考えた。

以下これらを概観していきたい。

(3) オンライン情報サービス

主なネットワーク：The Source, Compuserve Delphi, Genie, Well, NWI

アメリカでパソコン通信によるオンライン情報サービスとしてもっとも知られているのは、The SourceとCompuserveである。歴史が長く、利用者数も多く、サービスの内容も広く、かつ充実している。日本からも比較的容易に加入でき、料金も低廉だったことなどから、日本でもよく知られ、KDDのVENUS-P経由で利用している日本人のユーザーも多い。

オンライン情報サービスは、もともと大型コンピュータによるタイムシェアリング・システムが、夜間はほとんど利用されず、設備が無駄になっているこ

とに注目したベンチャービジネスとしてスタートした。Sourceが1979年、CompuServeがその翌年にそれぞれ本格的なサービスを開始している。

基本となる考え方は、専門家向けのデータベースと違って、ビジネスマンから一般の家庭までを対象に、オンラインで提供できる情報なら何でも提供しようという、いわば「情報サービスのスーパーマーケット」を目指すものである。

したがって、次にあげる3つの機能を合わせて提供しているのが普通である。

第一が情報提供のデータベース機能、第二が会員同士のコミュニケーション機能、第三がいわゆるトランザクション機能とよばれるオンラインのデータ処理機能である。

データベース機能としては、UPIやAPなどのニュースサービスをはじめ、株価や債券・商品市況などを中心としたビジネス・金融情報、さらにOAG (Official Airline Guide) のようなトラベル情報や天気予報など、外部の情報提供機関と提携したサービスが行われている。Delphiなどでは、ロッキード1社の、Dialogへのゲートウェイ・サービスも提供している。

コミュニケーション機能としては、一般に電子メール、電子掲示板、電子会議の3機能が代表的なものとされている。ただし、最近では、これらを個別に利用するだけでなく、SIG (Special Interest Group) という、特定のテーマをもったグループ利用が人気を集めている。とくにCompuServeでは、SIGのことをフォーラムとって積極的にプロモートしてきており、それが現在会員が30万人を越えてナンバーワンとなった最大の要因とも考えられている。

SIGは、たとえば、IBMやAPPLE、Tandyなどの特定のパソコンのメーカーや機種ของผู้者によって構成されるものが、もっとも数が多く活動も活発である。しかし、その他にもカーレース、ジャーナリズム、自家用飛行機、ヨット、宇宙、クリスチャン、法律家、医療など、趣味や職業的な関心を共にする人々によるSIGも多数存在している。

電子会議は、あとに述べるようにそれだけを専門にサービスするネットワークが存在するほど価値が認められているものだが、オンライン情報サービスの1機能としても提供され、The Source, NWI, WELLなどではサービス全体の中でも重要な「売り物」となっている。一般ユーザーのみならず、企業が自社

ネットワークとして電子会議を利用する例や、通信教育の手段として利用されるなど、実務的な使われ方も広がりつつある。

トランザクション機能としては、ホームショッピングやホームバンキングなどが代表的だが、オンラインゲームなどのサービスにある。前者ではCompuServeの中のElectronic Mallがもっとも有名だが、期待されているほど高い利用度合には到達していないようだ。

オンライン情報サービスは、当初は一般市民向けのサービスとして構想されたのだが、それだけでは安定した経営基盤を築くことが難しく、ここ数年は特定の企業と契約を結び、専用ネットワークとして固定的な利用を求める方向が伸びている。これによって昼間の固定利用を確保し、夜間の一般ユーザーに対する低料金でのサービスを確保できる、という考えである。

各ネットワークとも、こうした専用ネットワークの顧客名や利用実態については企業秘密としてなかなか公表しようとししないのだが、ボルグワナー、エクソンなどの名前が知られている。とくに、SOURCEやCOMPUSERVEは、自社専用の回線をもって、これを提供してのいわゆるVANサービスも行っている。

最近登場したネットワークサービスとしては、1984年にサンフランシスコ周辺の地域を主なサービス対象エリアとして発足したWELL (Whole Earth Electronic Link)、GEが始めたGENie、金融・保険企業グループがバックのNWI (Network and World Information Service) などがある。

WELLは地域ネットワークでありながら、バケット網と接続しており、全米ひいては海外からの利用も可能で、シリコンバレーを背後にした地理的条件から、ハイテク分野の関係者の利用が多く、また地元新聞との提携など、コミュニティを重視したサービス内容によって利用者を集めている。サービスの主な部分は情報提供よりも電子会議による、利用者同士のコミュニケーション機能である。

NWIはもともとテレックスユーザーに対する情報サービスが母胎になって生まれたネットワークで、やはり電子会議を積極的に導入してユーザー間のコミュニケーションの促進に力を入れている。また、ウォールストリートの内幕

情報など、ビジネス・金融、さらに切手のコレクターによるオンライン・オークションなども行われている。

(4) アカデミック・ネットワーク

ARPANET, CSNET, USENET, BITNET, HUMANET

パソコンが登場する以前から、アメリカでは広い国土を通信回線で結んでのネットワーク、タイムシェアリングサービスが広く普及していたことは承知の通りである。

なかでも、国防総省が設置し、全米の主な大学・研究機関が加入したARPANETは、当初の軍事目的の利用から、広くアカデミックな目的のネットワークとしても利用されるようになり、学術研究用のネットワークとしての基盤を形成した。

ARPANETは、それでも一定の次元で軍事利用との整合性を必要とし、高速専用回線を使用するため料金も高く、一般の研究者にとっては制約も多かった。そこで、より広範に利用できるアカデミック・ネットワークとして構想されたのが、CSNETである。

CSNETは全米科学財団(NSF)の資金で設立され、きたるべきソフトウェアクライシスに対処するために、情報科学分野の研究者の資源の共有をめざすという目的をもつものだった。そのため、利用者はコンピュータ分野の専門家、研究者に限定される傾向があった。

CSNETよりさらに草の根的なネットワークとして発展していったのが、UNIXオペレーティング・システムを使っているコンピュータなどの機種でも接続できる、USENETというネットワークだった。USENETは、当初は文字通り、UNIXのユーザー同士の情報交換を目的とするネットワークで、当然UNIX関連の情報が多かったが、利用が広まるにつれて、趣味や一般のニュースなど、あらゆるテーマにコミュニケーションが広がっている。猫について、とか、相撲のコーナーなどまでであるという状況だ。現在、アメリカを中心にヨーロッパ、日本など、USENETのユーザーは国際的なひろがりをもち、約30万人の利用者がいるものと推定されている。

USENET が UNIX という環境を共有する人々によるネットワークだとすれば、BITNET は IBM のホストコンピュータを環境としてもつユーザーによるネットワークであり、やはり学術研究を目的とするものである。

USENET は A T & T が、BITNET は IBM がそれぞれスポンサーとして運営資金の大半を拠出しているといわれるが、人的な意味ではユーザー自身のボランティア活動がネットワークを支えている。

以上はいずれもコンピュータ関係の研究者が中心のアカデミックネットだが、ごく最近、人文科学系の学者・研究者のためのネットワークサービスとして、HUMANET というネットワークが設立されたというニュースも届いている。まだ詳細は不明だが、今後のネットワーク利用の方向性を示唆するものとして興味深い。

また、スタンフォードやカーネギーメロンなどの主要な大学では、キャンパス内に専用のネットワークを設置しており、ARPANET や CSNET、USENET などにも接続しているほか、独自に、人工知能の研究から一般の文献検索、学内電子メールの交換までの多彩なサービスが受けられ、学生を含めてネットワーク利用の基盤を形成している。

(5) 電子会議ネットワーク

EIES, META NET, UNISON, BIX, DCMETA, New England Commons,

アメリカのパソコンネットワークの中でももっとも注目すべき位置にあるのが、この電子会議専用ネットワークといってもよい。

電子会議は、もともとニクソン政権時代に起きた経済危機（いわゆるニクソンショック）の渦中で、米国連邦政府内の危機管理庁のプロジェクトとして構想されたことに起源をもつ。つまり、全米に配置されている連邦政府の地域経済の担当官同士が、時々刻々変化する状況の中で、現場を離れることなく、複数の人間同士で有効なコミュニケーションを図る手段が欠落していることに気が付き、それに対するツールとして考えられたのが、今日の電子会議の原型である。

このプロジェクトの中心的存在であった、Murray Turoff が、その後ニュー

ジャージー工科大学に移って、さらに研究を重ねて開発したのが、E I E S (Electronic Information Exchange System) という電子会議システムである。E I E Sはいわばアメリカにおける電子会議システムの「元祖」ともいえるシステムで、そこから現在もっとも普及しているシステムをのの一つであるPARTIが派生したほか、電子会議の利用・運営のありかた、システム開発の方向性、ネットワークのもつ社会的な意義の解明など、多くの面にわたって先駆的な業績を果して今日に至っている。

E I E Sなどに触発され、電子会議のもつ可能性に着目した人々が始めたネットワーク・サービスがいくつかある。

その一つ、Meta Netは、Frank Burnsという退役陸軍大佐が創設した「オンライン・シンクタンク」を名乗っている。Meta Netは、企業組織のありかたを課題にする専門家が中心になって、パソコンネットワークを利用して、幅の広いバックグラウンドをもつプロフェッショナル同士がコミュニケーションを継続し、知的な創造活動を行うという、情報社会を先取りするような活動を行っている。

この他、電子会議中心のネットワークとしては、デンバー周辺の医療情報ネットワークから発展したUNISONがある。UNISONはカジュアルな話題から、専門的な内容まで幅の広いコミュニケーションが、使いやすいシステム上で提供され、全米からユーザーが集まっている。とくに、カナダの教会の牧師による集団的な利用があるなど、電子会議のもつコミュニケーション機能を生かした利用が目立つ。UNISONは昨年後半、経営者が交代し、熱心なユーザーが新しいオーナーとなって、サービスの拡大を図っている。

また、コンピュータなどの技術書やビジネス分野の出版最大手として有名なマダロウヒル社では、コンピュータ専門誌Byteの読者を対象として、B I X (Byte Information Exchange) というネットワークサービスを開設しているが、B I Xの基本システムはCosyといってカナダのGuelph大学で開発された電子会議システムを採用している。B I Xはさすがにコンピュータを専門分野の話題が多く、また読者相互のプログラムの交換も盛んだという。

電子会議の先進的なユーザー、ネットワーク事業者などが集まって1985年に

結成された組織に、E N A (Electronic Networking Association) というのがある。企業や大学などの研究者など幅の広い人々が参加し、パソコン通信の双方向性を最大限に生かしたオンラインの電子会議がもつ可能性を実践的に追求している。

(6) BBS

アメリカのパソコン通信について語るときに忘れてならないのは、草の根ネットワークといわれるBBS (Bulleting Board System) である。BBSはシカゴのクリステンセンというパソコンユーザーが開発したソフトが第一号といわれ、無料もしくは非常に低価格のソフトとアップルなどのパソコン1台をホストにするだけで誰でも簡単に始められるために、急速に普及し、いまではその数は数千あるいは1~2万はあるとみられ、利用範囲もパソコンマニア中心から、趣味や公共的な利用、環境問題や平和運動などの市民運動、さらには麻薬・ポルノなどのいわゆるアンダーグラウンド的な用途まで広がっている。

このBBSがパソコン通信のユーザーの底辺の拡大に貢献した役割はきわめて大きいものと見られる。

(7) 電子メールサービス

MCI, Telmail, ITT, Dialcom, Western, Union

日本国内ではまだほとんど存在していないが、アメリカではパソコン通信を利用した電子メールサービスは広く使われている。電子メールサービスは、通常は加入者相互の通信に使われ、相手もネットワークに加入していることが必要とされる。

しかし、たとえ相手と同じネットワークに加入していなくても、最寄りのサービス拠点までネットワークで手紙を送信し、そこで紙に印刷して、あとは通常の宅配便同様に配達するサービスも用意され、全米の主要都市を4時間以内とか、一晩で結ぶサービスがさかんに利用されている。

電子メール業界は激しい競争が続き、昨年はFederal Expressのように、ついに撤退を余儀なくされたところも出た。

もっとも広く利用されているのはMCIで、それを追って、GTEのTelemail、さらにITTのDialcomなどが有力な位置にある。

Dialcomは、企業単位でのみ利用でき、農務省などの連邦政府機関が主要な顧客といわれている。メール以外にもAPなどの通信サービス、データベース、さらにコンピュータ・プログラムのライブラリーまで用意されているという。

Telmailはサービスの種類ではITTほどではないが、やはり基本的には企業単位での利用のみを提供し、NASAなどの大組織での利用が中心となっている。

電子メール業界の業界団体としては、EMA (Electronic Mailing Association) があり、毎年秋に総会を開催し、標準化やセキュリティ、プライバシーなどの問題を討議している。業界としてはまだ発展の余地は広がっていると考え、普及の道を模索しているという状態だ。その中で、電子会議のような、他の形態のコミュニケーション機能にも着目しようという動きが出ている。

(8) 最近の傾向

—— ユーザーの深化・発展 ——

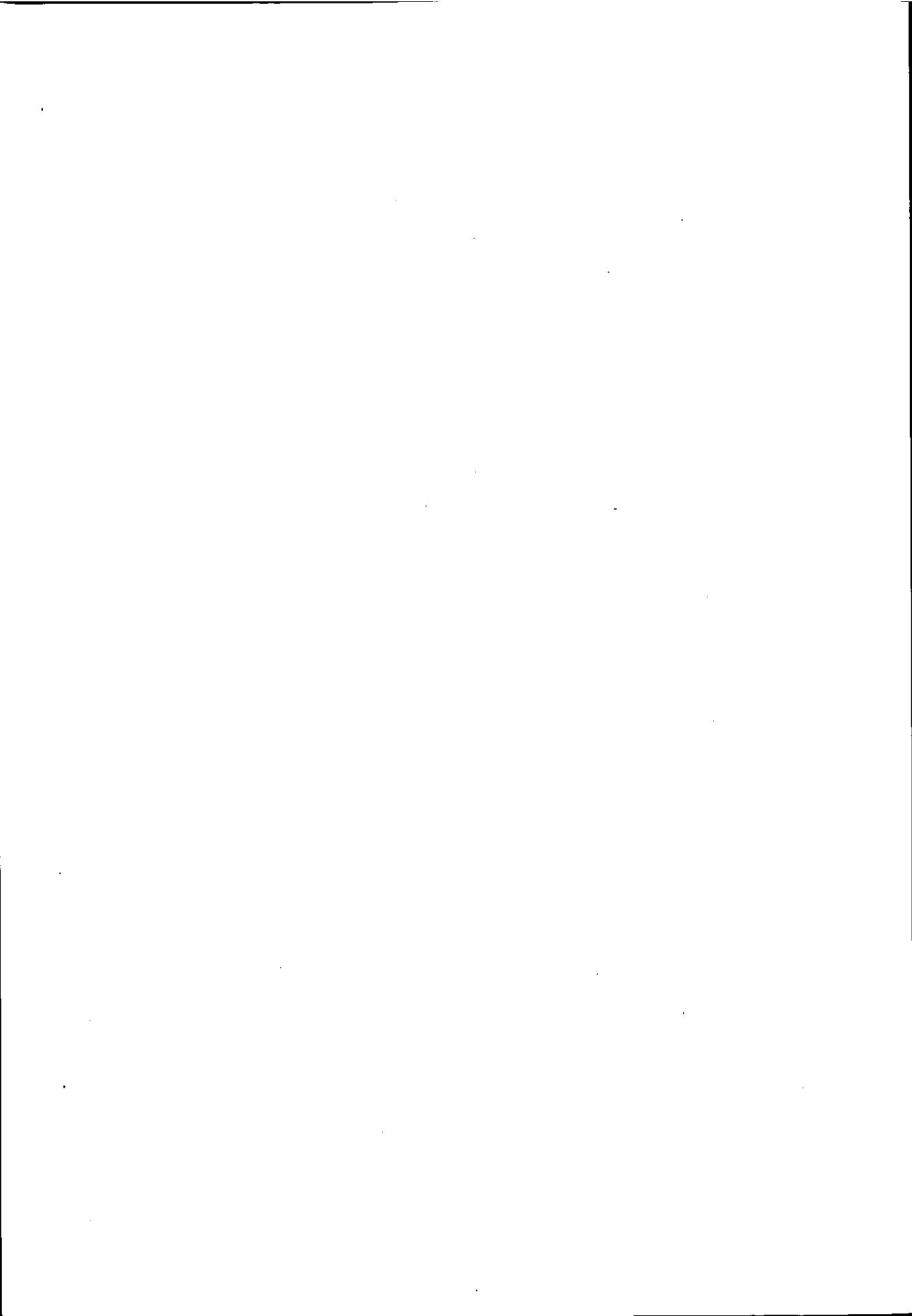
アメリカのパソコンネットワークの最近の傾向として見られるのは、利用の深化、発展といえることができる。とくに、電子会議を利用して、同一組織内や異なる組織間、あるいは国際的なコミュニケーションの手段としてネットワークを利用しようという動きが強まりつつある。

アメリカといえども、一頃までは、パソコンマニアや趣味の世界の利用が量的には大半を占めていたのだが、次第にビジネスの中に入り込みつつあるという印象が強い。

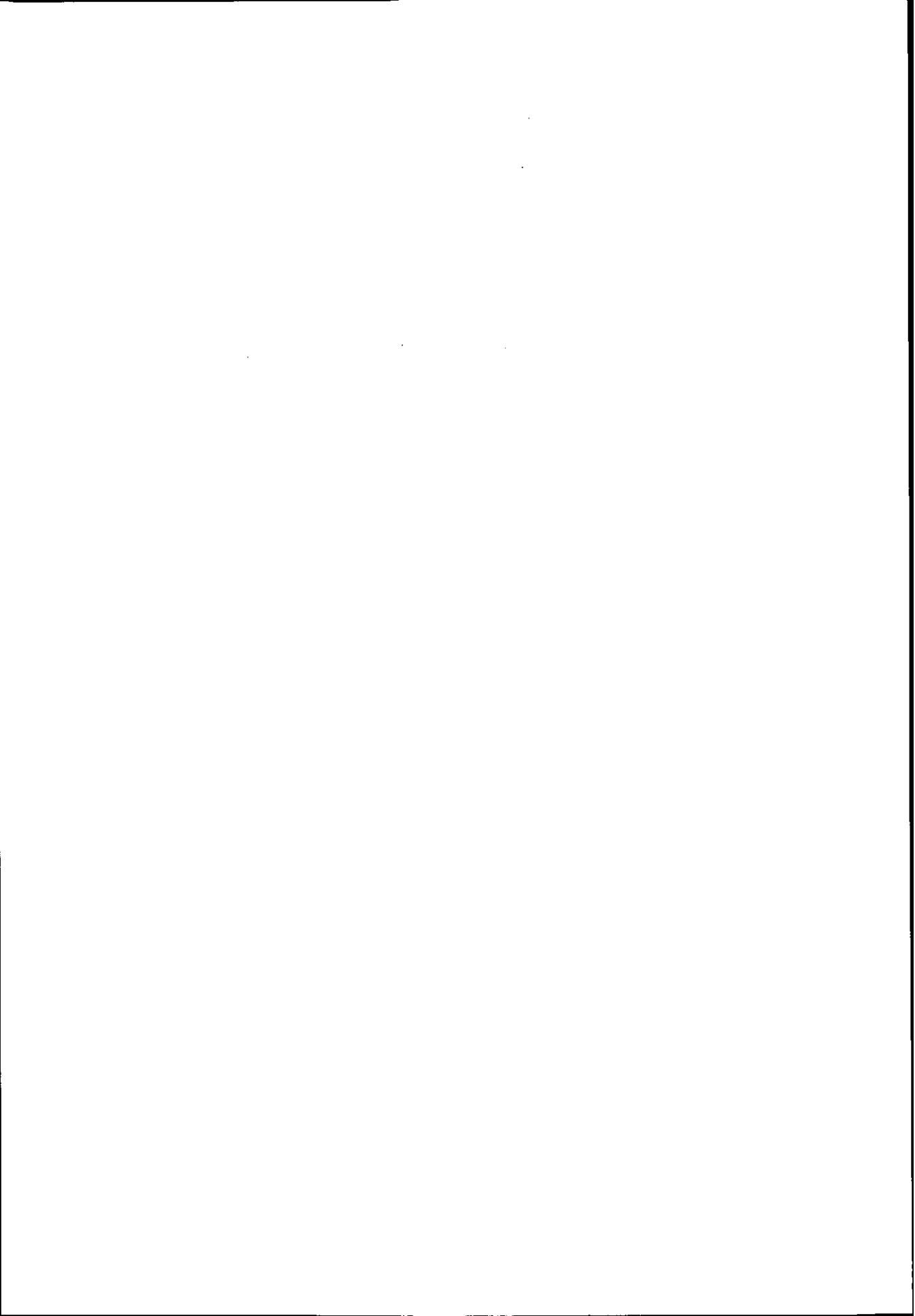
また、ELECTRONIC COMMUNICATIONS PRIVACY ACT OF 1986なる法案が86年10月に上院を通過し、大統領の承認を経て発効することになったのも、アメリカのネットワーク界に与える影響の大きさという点では見逃せないものがある。

この法案は、いわゆる「ハッカー」と呼ばれるオンラインネットワークへの不法なアクセスを禁止し、またネットワークの運営者に対して、個人のプライ

バナーにかかわる電子メールなどのメッセージ内容の守秘義務を定めたもので、罰として、25万ドル以下の罰金および禁固2年以下という内容のものである。実際の効力がどのようになるかはまだ未知数であるが、こうした法案が現実に必要なものも、それだけほどネットワーク利用が一般化しつつあることを物語るものといえよう。



第3章 データコミュニティを支える条件



第3章 データコミュニティを支える条件

序章において、データコミュニティを「地縁、血縁を越えて成立する新しいコミュニティ」と定義した。非常に漠然としているが、我々の社会が何か新しいコミュニティを求めて動き始めていると我々は認識し、この「新しいコミュニティ」に「データコミュニティ」と名前をつけた訳である。より豊かな社会を実現するため、社会の構成メンバーたる個人の多様性を認め、このためのインフラストラクチャを社会は求めていると我々は考えている。個人の豊かさを、社会ではなく個人の中に求め、これを支える社会構造を求めていると考えている。本章では、データコミュニティを支える条件として、コミュニティを構成するメンバー、メンバーがコミュニケーションするルール、データコミュニティが形成された後に残る課題について論ずる。

1. 構成メンバー

近年のマーケティングにおいて「大衆から分衆へ」と言われている。消費者の商品選択が統一的価値感に基づく行動（大衆）から、個々の多様な価値感に基づく行動（分衆）へと変化している事をとらえたものである。一方では、リクルートルックにみられる様に統一価値感を受け入れる面もある。これらの事象は単なる御都合主義とは言えないのではないだろうか。統一的価値感を評価すべき時と個人の多様な価値感を重視すべき時を区別しており、社会も個人のこの様な選択を認めている事になる。

第1章でとりあげた高円寺のアワ踊りについても同様な見方ができる。従来の祭りは、その地域のためのものであり、祭りの主体は地場の人々に限られていた。他者は「祭りを見る」という参加は出来ても「祭りをする」という参加は出来なかった。高円寺の「アワ踊り」では、地元の人はもちろんいるが、この時期にだけ集まってきて参加する他者が多く、祭りのにぎわい、活気を作っている。祭りに参加する価値感が一様ではなく、参加者がそれを相互に認め合っている。

この様なメンバー相互の異質性の認識が、データコミュニティの重要な条件である。従来のコミュニティは単一の価値感で支えられていた。つまり、地縁コミュニティは地域社会の振興が、血縁コミュニティは一族の繁栄がメンバー相互を結びつ

けてきた。つまり、メンバー全員の（場合によるが）一様な利益が行動原理となり、従ってメンバーには同質な価値感が要求された。これに対し、データコミュニティでは、メンバー全員ではなく個々が利益を享受する事がコミュニティへの参加理由となる。コミュニティは様々な目的のために形成され、メンバーは各自の欲求に合致したコミュニティを探し求め参加する。メンバーは他のメンバーとコミュニケーションを行い、これによって自らの評価を高めていく。コミュニケーションの成果は個々のメンバーが享受すべきものであり、コミュニティ全体の、いわば世論が形成されるがこれは副産物としてコミュニティとしては位置付けるべきものである。メンバーは目的を果す、又は目的に合致しないと判断すれば、別のコミュニティを探していく。

データコミュニティのメンバーの共通点は同じ目的を持ち、問題意識が同じという事のみである。従って、この条件が満たされればコミュニケーションは誰にでも開かれている、つまり誰でもがコミュニティに参加できる事が原則である。全人格の没入を求めるコミュニティではなく、目的に必要な一断面のみをメンバーがコミュニティに参加する事を求める。（高円寺の祭りの様に）しかし、そのコミュニケーションはメンバーの本音でなくてはならず、ちゃらんぼらんコミュニケーションはメンバーとしてきられる事になる。

メンバーの一断面のみが、コミュニティに提示されるという事は、別の断面を別の（又は同一の）コミュニティに提示できるという事である。つまり二重人格を実践しコミュニケーションをわたりあるくことができるということである。

2. コミュニケーション・ルール

従来のコミュニティではメンバーの全人格とそのコミュニケーションの内容が一体であった。従って、両者が不揃いの場合には非難される事となる。しかし、データコミュニティでは発信者の人格と、コミュニケーション内容（データ）は区別される。人格はもちろん重要であるが、受信者が評価すべきものはコミュニケーション内容だからである。従って、発信者の人格とコミュニケーション内容が不揃いであっても、それは発信者の問題であり、受信者はコミュニケーション内容（データ）のみを取扱えば良いのである。

この様な、発信者の人格とコミュニケーション内容の分離は不自然な様に見えるが、現実には現代社会のマスコミについて体験していると言える。マスコミは様々な情報を一方向的に我々に送ってくる。その発信者は様々な人であるが、我々には見えないのが通常である。従って発信者の人格を取り上げての議論は実りが無い。我々が出来る事はコミュニケーションされてくる内容をいかに評価し自分に取り込むかである。価値を発信者ではなく情報に重きを置いているのである。もちろん、発信者の人格により情報の信頼度が異なってくるのは当然である。しかし、その信頼度は人格そのものよりは、継続的なコミュニケーション内容への評価に基づくものである。従って、同一企業から主義主張を異にする出版物が出されても部門が異なっていればこれを良としている。発信者ではなく、コミュニケーション内容を評価するというのが、データコミュニティにおけるコミュニケーションルールである。

又、コミュニケーションは双方向で行われる事が原則である。従って、相手がいる事を、相手の評価基準は自分とは異なる事を認識してコミュニケーションする必要がある。

以上の事は、現代のわが国社会において必要とするばかりではなく、国際化社会において、より必然と考える。地球上の相互依存の高まりは、今や国レベルを越え、個人レベルまでに広がっている事は、核問題・環境汚染問題のみならずAIDSの急速な展開にみられる様に明らかとなっている。せまい地球上の問題に対処するために、政府レベルのコミュニケーションでは限界がある事を我々は認識しはじめたのではないだろうか。貿易摩擦問題でも、政治問題ではなく、文化問題であると言われている。文化ギャップが根本であるならば、その解決には行政、企業という機関の間のコミュニケーションでは不十分であり、個人レベルの意志疎通が必要ではないだろうか。

文化ギャップをのり越えるには、相互に訪問し生活を体験するのが良いが、現代の旅行ブームにおいてもその効果は限界がある。言葉や文化のギャップはコミュニケーションチャンスの日常化により対処していくのが良いと考える。地球規模の問題は、地域規模の問題と同様に語られ、解決方法を見い出していくべきなのである。

もちろん、地球規模は日本規模と置きかえても通用する。同じ問題意識を持つ人々はその解決のためにコミュニケーションを行い、自らの意志を形成して行き、

ひいては世論を形成していく事となる。

3. 残された課題

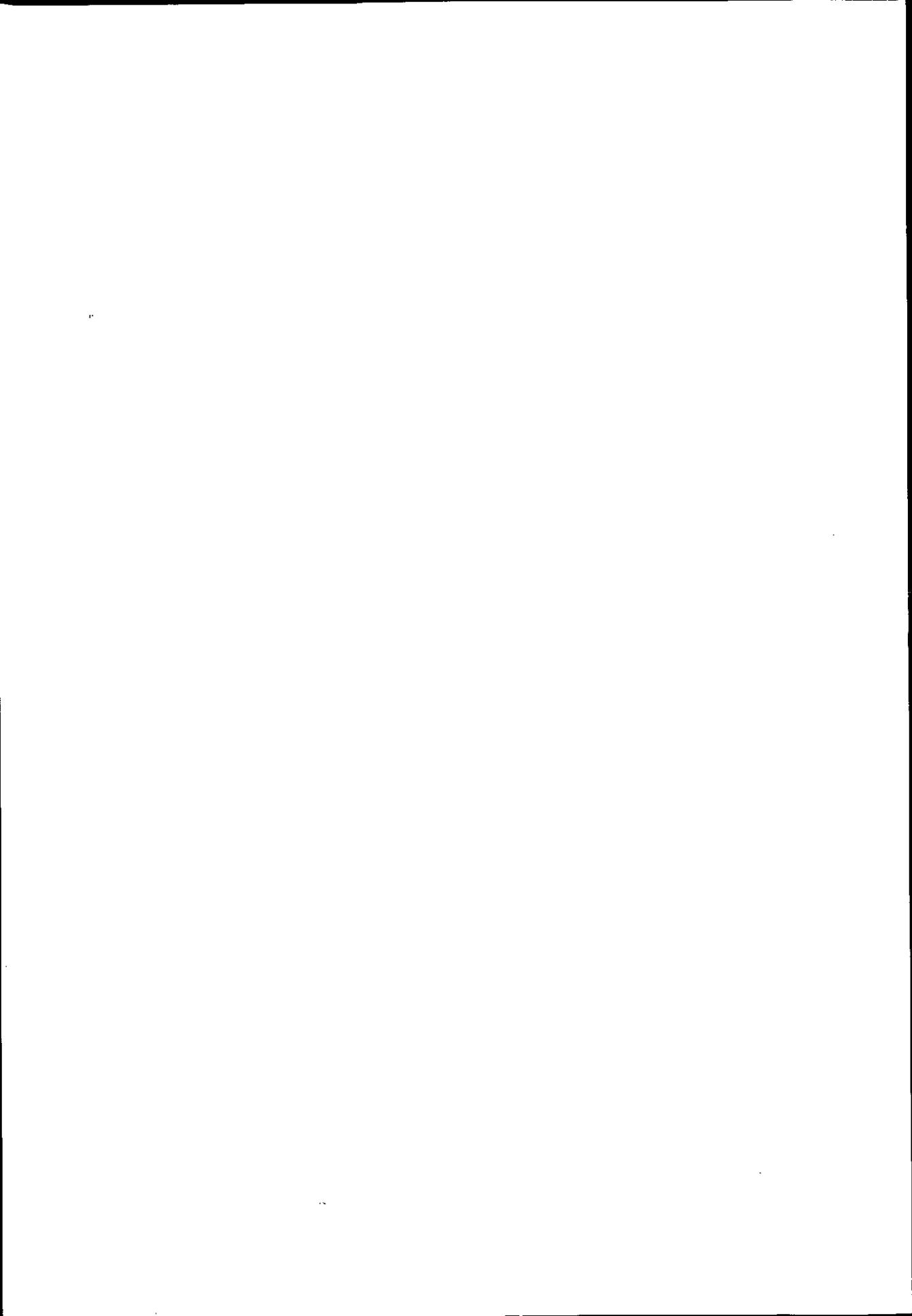
いずれの世の中にも弱者、とり残された人々は存在する。全ての人々が幸福という事は多様な価値感というデータコミュニティの前提を否定しかねない。ある人にとっては不幸に見える事も、当事者にとっては幸せという事もありうる。しかし、データコミュニティにおいてとり残された人々、不幸な人々は何であろうか。

そのひとつは、個人のアイデンティティの喪失である。データコミュニティにおいては、コミュニケーション内容（データ）が評価され、発信者の人格とは区別される。一人の人間が二重、三重の性格を演ずる事が容易となる。もちろん、この事は発信者の世界をより開き可能性を高める事となるが、中心である個・アイデンティティの存在が前提となる。従って多重人格を演じているうちに、アイデンティティを失ってしまう事もあり得る。他のメンバーも多重人格を演じているので信頼感がゆらぎ、混乱させられてしまう場合もあるであろう。現代の情報洪水と類似のメンバーにおけるアイデンティティ洪水が起きるのだろうか。この現象となった人々は、たよりになる何かを求め、カリスマ的発信者にむらがる様になるのではないだろうか。

もうひとつは、コミュニケーションルールを身につけられない人々である。全人格的なコミュニケーションのみを是とし、データコミュニティを介したコミュニケーションを否定する。これらの人々は、自分の意志を伝えるチャネルを自から制限する。いわば世捨人となる。社会と自分を情動的に分離してしまうのである。

データコミュニティは、どんな情報も消化できるスーパーマンの様な人々のみが生きられるコミュニティであってはならない。人々が相互の創意を認めあい共存するためのコミュニティであり、以上の課題について真剣に考えるべきである。

終章 豊かなコミュニケーション生活・
コミュニティ生活の創造



終章 豊かなコミュニケーション生活・ コミュニティ生活の創造

1. 生活の豊かさを求めて

我が国の戦後の何もない、食料難、物資不足のみじめな時代から、高度成長、安定成長を経て戦後40年かけた果実は、豊かな消費財に囲まれた生活であった。めざましい経済復興によって生産力は回復し、所得もアップすることで、購買力をもった家庭は3Cに代表される三種の神器の家庭電化製品を買い揃えていった。高度成長が始まった35年頃は、テレビがあり電気冷蔵庫があり、乗用車を保有する家庭生活は、アメリカ映画、アメリカのテレビ番組にみられる憧れの生活であった。

東京オリンピック（39年）を経て、急速に成長していった日本経済は、我々の夢をかなえさせてくれた。消費財の保有に関していえば、三種の神器のみならず他の財もすべて保有するようになった。ライフスタイルについていってもガスレンジとオーブンを備えたキッチンで料理をつくり、ダイニングテーブルの上でパンにバターの朝食をとり、夫は会社に勤めに出る。週末は、乗用車に乗って夫婦そろってレジャーに出かける。スクリーンやテレビの画面でしかみられなかった生活を我々はようやく自らも演じることができるようになったと嬉しい。

しかしながら高度成長を経て安定成長に入ると人びとの心も変化し始めた。満ちあふれる家庭内の財だけでは幸福にとっては必要であっても十分ではないと。ある論者は、この幸福の十分条件を生活の量ではなく質と呼び、ある論者はモノの豊かさではなくココロの豊かさと呼んでいる。いずれにしても、人びとは高度成長によってもたらされた豊かな生活の上に立った新しい生活様式を求め始めたのである。自分を囲むすべての生活領域を拡大、充実しかつ質的にも向上させたいとしているのだ。

たしかに我が国においては、社会資本（ストック）の面からいえばまだまだ貧しい。住宅や土地も貧弱で、質的向上を図ることが困難になっている。こうしたストックの面を除けば我々の生活はほぼある程度の豊かさを享受しうるようになったと嬉しいであろう。

21世紀に向って日本においては、ほんとうの生活の豊かさをえるためにストック

の充実だけでなく、自分を囲む多くの生活領域を拡大、充実させていく動きが強まっていくものと思われる。コミュニケーション生活、コミュニティ生活もそうした生活領域のひとつであり、今回我々が提案したデータコミュニティもそのための一方策である。

2. コミュニケーション生活・コミュニティ生活の豊かさ

人間のコミュニケーションは、あらゆる生活場面に不可欠な行為である。自らの意思を相手に伝えながら、社会生活を営んでいくことが個人の生活基盤をささえている。

またコミュニティは、人間が集団を形成する動物（社会的な存在）である限り、人間にとって不可欠な存在である。そうして、コミュニティにおいては、継続的なコミュニケーションが行われ、成員相互に何かを共有し、共同感情が生れる。

従来コミュニティが地縁・血縁をもとにしたものであったのに対し、我々が考えるデータコミュニティは情報（データ）によって結びつけられ、情報（データ）がやりとりされるコミュニティである。またデータコミュニティでは、空間的にも時間的にも同一である必要はなく空間・時間の制約にとられない。ここに従来存在しなかった新しいコミュニティつまりデータコミュニティが生れる。

ところでこのデータコミュニティは、市民の生活を大きく変化させる可能性を有している。これをまとめると次の2つになる。

まず第1にデータコミュニティは、コミュニケーションの幅を広げ深さをより深くする。幅はコミュニケーションの相手であり（従来ではface-to-faceに限られていた）、これを広げて多くの人びととのコミュニケーションを可能とする。例えば、第2章の「ハイスクール情報発信クラブ」では、高校生の主要な生活の場面である学校および家庭のワクをこえて、新たなもうひとつのコミュニケーション生活の場面を創造した。同じ若者でありながら、見知らぬ高校生とコミュニケーションできたのである。また、同章の「日本のパソコンネットワークの現状」でも大分のCOARAでは、創立当初のメンバーである異業種の人びと（20、30代の男性）だけでなく、高校生、女性も加わっている。普通のサラリーマン生活なら、高校生の子供をもたない限りは高校生とコミュニケーションすることはない。それがCOARA

では日常行われている。

深さについては、コミュニケーションの内容の程度がよく深くなることが可能となる。情報（データ）がやりとりされるだけであるから、言葉以外の雰囲気、身振り、感情は捨象される。こちらの意思を伝えるためには内容を整理し、相手を説得させるだけのテーマ性と論理力を有していなければならない。それだけに、コミュニケーションがより深くなる。

第二にこれまでのコミュニティを補完するようになる。家庭をはじめとして、企業、地域のコミュニティは絆がゆるぎつつあったことは前回の報告書でもふれたところである。データコミュニティはこれら既存のコミュニティにとってかわる（代替）ものではない。あくまでも補完していくのである。

例えば、「ハイスクール情報発信クラブ」にみるように、情報化社会のなかで個衆化ならぬ孤衆化した高校生が新しい縁をここに作りだしている。

「（見も知らない仲間から突然に反応が入ってくると）どの子も驚きと感激でいっぱいになる。ここには、自分や他人を傷つけまいとして彼らがとる表面的なネアカ、コミュニケーションとは別の世界があり、本音のやりとりが出来る場が成立することになった」（日経62年2月9日）

学校だけでなく家庭からも疎外された高校生達のホンネとハダカのコミュニケーションがそこに成立しているといえる。恐らく高校生にとっては、学校および家庭は彼らの生活において重要な生活場面であり、重要なコミュニケーション生活の場でもあろう。それに付加されたのが、「ハイスクール情報発信クラブ」であった。

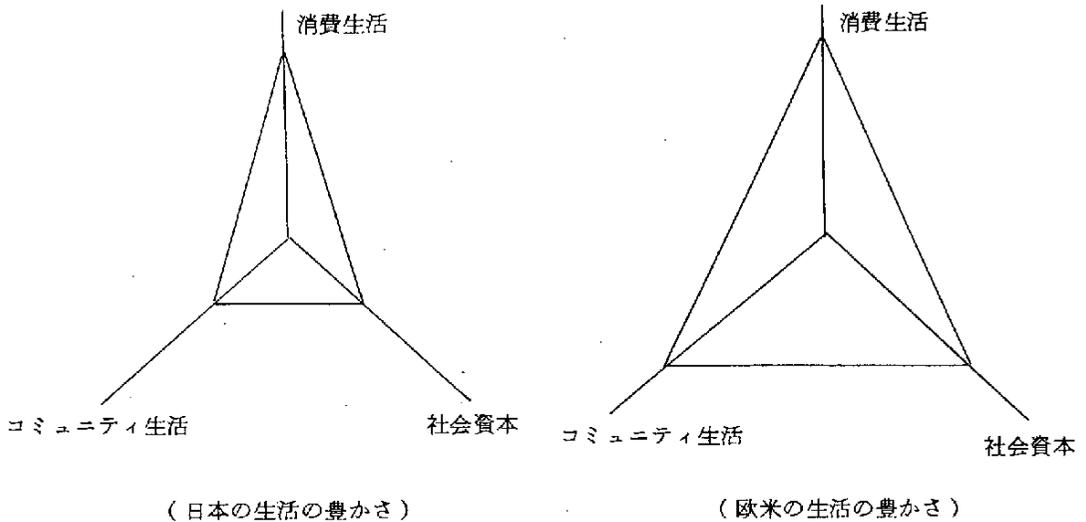
以上のように、データコミュニティは我々の市民生活におけるコミュニケーション生活・コミュニティ生活を大きく変化させるものと思われる。その方向は、従来のものにとってかわるのではなく、その幅を広げ深さをより深くし、また新たな代替案のひとつとして選択の幅を広げていくのである。人間にとって、生活するうえで新たな選択（チョイス）が加わることは生活の豊かさにつながるのである。データコミュニティもそうした一方策としてきわめて重要なひとつなのである。

最後にここでデータコミュニティについて若干のコメントをしておきたい。我々は、1990年代を経て21世紀にいたる日本の望ましい社会を描き、これに至るルートを明らかにしていきたいと考えている。個人が生きていくうえでコミュニティは不

可欠である。

ここで、生活の豊かさを、消費生活、コミュニティ生活および社会資本の3つの要素から成り立つものと考えると、日本の従来の生活の豊かさは、消費生活だけが肥大した生活であった。これに対して欧米のそれは三者のバランスがとれていた生

図 生活の豊かさ



活の豊かさと思われる（図参照）。今後日本にとって市民レベルでの生活の豊かさを考えるためには、社会資本の充実だけではなく、コミュニティ生活の充実も図る必要がある。そのための有効かつ実践的な方策のひとつとしてデータコミュニティを我々は提案したい。データコミュニティによって、21世紀に我々は真の豊かな生活を享受しうるのではなからうか。

我々はデータコミュニティの顕在化を確信し、その成立への課題について今後とも検討を重ねてゆきたい。

— 禁 無 断 転 載 —

昭和62年3月発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会

東京都港区芝公園3-5-8

機械振興会館内

TEL (434) 8211 (代表)

印刷所 株式会社 三州社

東京都港区芝大門1-1-21

TEL (433) 1481 (代表)

