情報環境の進展が及ぼす社会構造への影響と 望ましい情報メディアに関する研究報告書

昭和59年3月



(財) 日本情報処理開発協会



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58年度に実施した「情報環境の進展が及ぼす社会構造への影響と望ましい情報メディアに関する研究」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「情報環境の進展が及ぼす社会構造への影響と望ましい情報メディアに 関する研究」の成果を取りまとめたものである。

ニューメディアという言葉が新聞に載らない日がない程、近年のエレクトロニクス技術の進歩がもたらした新しい通信技術は、我々の生活に身近なものとなっている。今後、日常生活への浸透が進展するにつれて、社会構造の変化に波及することは必至といえよう。

それでは、このような変化に対しての対応は十分と言えるであろうか。たしかに企業や行政において、ニューメディアの研究や技術開発は盛んに行われているが、市民ニーズからみた社会構造に与える影響についての研究はまだまだ不十分と言わざるを得ない。

このような観点から、昭和 5 7 年度から同ソサエティ内に上野滋氏を委員長とする「情報メディア研究委員会」を設置し、この課題に取り組むこととした。本年度は特に、市民生活の各断面における情報ニーズの動向と情報メディアの役割について調査・研究を進めてきた。ここに、御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59年3月

情報メディア研究委員会名簿

委員長 上野 滋 ㈱インプット研究所所長

委員 足立哲朗 ㈱日本興業銀行産業調査部

″ 石田直明鹿島建設㈱建築本部

"金成洋治、㈱日本総合技術研究所代表取締役

" 関 学 ㈱ 興亜石油企画部長

〃 高 浜 忠 彦 リソースシェアリング㈱技術部長

ッ 中 井 浩 日本科学技術情報センター参事

″ 長谷川 寿 彦 日本電信電話公社東京電気通信局長

平 木 俊 一 ㈱日本興業銀行プロジェクト委員会副参事役

″ 堀 比呂志 ㈱関西総合環境センター常務取締役

〃 馬 越 善 通 (財)日本サイクリング協会副会長

松 岡 温 彦 住友信託銀行㈱調査部兼国際部次長

// 向 井 保 通産省工業技術院研究開発官

" 渡 辺 龍 雄 通産省大臣官房情報管理課長

(五十音順)

```
専門委員
       赤
          羽
               餇
                 鹿島建設㈱建築本部大和生命共同企業体
                 清水建設㈱技術開発室
       浅
          野
            貞
               泰
                 ㈱日本興業銀行総合企画部
       安
          藤
            晴
              夫
       市
                 ㈱脳力開発センター普及推進室
          村
            修
       伊
          藤
               董
                 ㈱日本興業銀行産業調査部
       内
                 通産省大臣官房情報管理課政策情報システム室
          \mathbf{H}
            和
               義
          隈
               宏 成城大学法学部
       大
       峃
               央
                 日本鋼管㈱営業企画部
          \mathbf{H}
            竿
       小
          野
            春
               明
                 興亜石油㈱業務部輸入課
  "
       片
          楣
            裕
               子
                 常磐学園短期大学非常勤講師
                 ㈱八千代エンジニアリング開発業務部
       金
            利
               昭
                 リソースシェアリング㈱
       窪
          \blacksquare
               昇
       佐
          藤
               敬
                  日本輸出入銀行
               秀 日本労働協会委託研究員
        Ħ
          木 三
       柴
          Ш
             真
               琴
                 (財)海外子女教育振興財団振興部第一課
        城
             信
               雄
                  ㈱日本総合技術研究所
             文
        菅
          田
               明 菅田法律事務所
               行 (財)エンジニアリング振興協会業務部企画調査室
        鉿
          木
             敏
                 住友電気工業㈱電線企画部企画課
        鉛
          木
             晴
               雄
```

秀 穂 ㈱竹中工務店東京本店設計部情報課

鈴

木

専門委員 \mathbb{H} 稔 農林水産省経済局貿易関税課 張 仁 剴. ㈱クラレエバール販売部フィルム販売課 塚 郎 谷 卓 日産自動車㈱海外部 堂 栄 子 藤 中 野 孝 幸 日本情報サービス(株) 中 生 ㈱D.I.D.研究所第一デザイン室 村 秀 永 井 雅 明 フジタ工業㈱企画設計部 原 隆 志 (社)日本能率協会総合研究所 井 浩 東京ガス深川営業所 憲 藤 一 三井不動産㈱宅地事業部 \blacksquare 正 明 鹿島建設㈱建築技術部 谷 占 冮 Œ 日中石油開発㈱ 星 健 孝 ㈱日本開発銀行業務企画部 野 亨 日本鋼管㈱鉄鋼管理部計画室 Ш 本 和 男 住友信託銀行㈱調査部 俊 脇 明 佛山九企画部

孝 佛日本開発銀行営業第一部

渡

辺

(五十音順)

共同研究者 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 G K 研究所道具学研究部

" 日高敏充三井物産㈱機械会計部第一会計室

序	情報	化社会	ķκ	おけ	る。	イン	フ	ラス	٢	ラク	チ	+ -	をえ	求め'	7	• • • •	• • • • •		• • • • • • •	· 1
第 1	章	_ _	- ×	ディ	アル	て対	す;	る基	本	認識	哉 …					• • • •				. 3
1	- 1	= ;	. a.	ニケ	· — ;	ンョ	ンニ	手段	の	発達	建史.	上心	おし	ナる′	位置	ł ··				. 5
1	– 2	イン	/ /°	クト	の;	ディ	メ:	ンジ	3	ン	<i>.</i>				••••	• • • •				. 8
1	- 3	市場	易メ	カニ	ズ。	ムと	社会	会シ	ス	テム										· 12
第 2	章	市民生	上活	の断	面	てお	け	るイ	ン	パク	· }									. 19
2	- 1	住名	巴間		••••						• • • • •	••••		• • • • •	• • • •			· · · · ·		. 22
2	- 2	ショ	ョッ	ピン	Ĭ		· • ·				. 			••••	· • · ·					. 28
2	- 3	ポー	- ト	フォ	y z	∤ ··								••••						36
2	- 4	医损		福祉		••••	• • • • •				• • • •			••••						43
2	- 5	教	育	••••	. .	••••					• • • • •			••••			• • • •		• • • • • •	. 51
2	— 6	文化	է•	教養		••••		· • • •				- · · · ·		·	- • • •					58
2	- 7	レク	? Y	ェー	ショ	ョン	• • •			• • • •		• • • •	• • • •	· • • • • •				• • • •		64
2	- 8	= 3	2	ニテ	ィ-										••••			••••		. 74
2	- 9	交	通	••••		••••						.		••••						80
2	-10	災	害	• • • •		••••						• • • • •		*****	••••			••••	· · · · · ·	88
2	-11	国際	杀化	- · · · •		••••								• • • • •	• • • • •					92
2	-12	宗	教				· • • • •			••••	• • • • •	• • • • •	••••	•••••			• • • •	,.	• • • • •	101
第 3	章	情報化	比社	会の	イ:	ンフ	ラン	スト	ラ	クチ	- +							· • • • •		113
3	- 1	<u>-</u> -		メデ	17	ア展	開口	の社	会	的調	腿									115
3	- 2	新し	ノい	社会	的~	イン	フ:	ラス	۲	ラク	ナ	+ -	の種	莫索				••••		119
おわ	りに					••••			.							· • • •				. 123

付	論		125
	1	ニューメディアと農業	127
	2	日豪間コミュニケーションのアンケート	130
	3	ニューメディアと宗教のシナリオ	133

序 情報化社会におけるインフラストラクチャーを求めて

最近のニューメディア・フィーバーは異常とも言える様相を示している。INS CATV,テレテキスト,ビデオテックス,VAN,ファクシミリ放送,衛星通信等の言葉が新聞紙上に載らない日はない。さらに,これらのニューメディアを活用したニューサービス/ニュービジネスの登場が明日にでも出現するかと錯覚しそうである。

情報化社会の到来が叫ばれから久しいが、ニューメディア時代(夜明前と言うべきであろう)を迎えて、一挙に話が噴き出した感がある。CATVは,我が国においてもアメリカと同様に難視聴対策として導入が始められた。そのビジネスとしての有効性が語られる様になると、私営鉄道、電力会社、国鉄や警備会社までが、既存の土地や電線を活用するチャンスとして名乗りをあげる様になっている。本年1月には、放送衛星BS-2a「ゆり」が打上げられ、衛星放送が開始されようとしている。実験サービスを行っていた我国のビデオテックスであるCAPTAINは本年秋より商用サービスを開始する。NHKではテレテキストである文字多重放送によりテレビ小説「おしん」のセリフのスーパーを行っている。

昨年12月には産業構造審議会情報産業部会に「ニューメディアの発展のあり 方について」と題した中間答申がなされた。この中でとり上げた通信回線自由化 について郵政省との調整が続けられている。

既存のメディアと比較した、ニューメディアの特質は産構案答申によれば次の 通りである。

- ①ネットワーク化とそれに伴う広域化への指向
- ② 双方向性への指向(受け手側の情報の選択範囲の拡大)
- ③情報形態の多様化(音声,データ,画像,映像)、記録性への指向
- ④大容量化、高速性への指向
- ⑤マイクロエレクトロニクスを活用したディジタル技術などの新技術への指向 これらの特質を市民レベルからみれば、量・質・形態共に様々な情報を送受で きる事になる。又は、送受させられる事になる。市民が自分のための情報メディ

アを考える時に、自己は情報の送り手であり、同時に受け手である。市誼にとって、何を送り、何を受けるのかがまず第1の問題であり、どのメディアを使って 送受するかはその次である。

市民が自身の情報空間を豊かにし、活力のあるのびやかな生活を実現するため に必要なインフラストラクチャーとは何であろうか。それは、市民の情報ニーズ さらには社会へのニーズに基づいたものでなくてはならない。

本研究は、以上の視点により市民生活の各断面における今後の情報ニーズについてのビションを描き、ニューメディアとの対応を検討したものである。

第1章 ニューメディアに対する基本認識

			,

第1章 ニューメディアに対する基本認識

1-1 コミュニケーション手段の発達史上における位置

人間にとってのコミュニケーション手段は言語が源である。言語は人間固有のものであり、発話能力と聴力に強く依存する。しかし紀元前 3000 年頃、書き言葉のための記号や文字が発明され、人類にとって言語の使い方が大きく変革した。書き言葉は情報の記録を可能とし、伝達や処理の面での革命を可能としたのである。

紙と印刷の2大発明は書き言葉の伝播を可能とした。木版印刷は絵画や挿画を広範囲の人々に伝播し、活版印刷は読物を安価に人々に提供した。文字の使用と紙と印刷による情報技術は、人類に広範囲な波及をもたらし、世界の識字率を高め、本・雑誌・新聞等の数多くの公的情報と、日記等の数多くの私的情報を登場させた。

郵便は、他の人々に向けて自らの情報を伝達する手段である。郵便制度の始まりはローマのクルスウス・プズリカスであるが、その目的は帝国を一体化し治めていくという国家のためのものであり、伝書使により届けられた。中世の後半になり、商業が発達し私的な郵便制度が登場してきた。現在の郵便制度が登場したのは1940年のイギリスにおいてであり、手紙に切手をはを料金前払い制と、安価かつ国内均一料金制が導入された。

紙に書かれていない情報の伝達は、古代の太鼓やのろしによる通信が源であるが、との様な遠距離を速く伝達する手段として近代的なものが登場したのは1791年のフランスにおける腕木通信であった。これはパリとツーロン間に5kmないし10kmの間隔で120の塔を設け、塔のオペレータが望遠鏡で前の塔の信号を読み取り、同じ信号を作って次の塔へ伝えるものであった。この方法は、騎乗伝書使に較べ90倍もの速さで情報を伝達したが、費用がかかり、かつ中間に多数の人間を介したため情報操作が行なわれる可能性があった。

電信は1835年にモールスによって発明されて、急速に発達した。電話が発明された1876年には、電信は大都市内での高速通信の標準的手段としての地

位を確立し、長距離サービスの面でも海底ケーブルによる太平洋横断や大陸横 断回線が建設された。電信はすぐれた通信手段であったが、アルファベットを 使わない言語による通報には不向きであり、かつその送受には符号を理解でき る専門家があたる必要があった。

これに対し、電話は話すことと聴くことのできる人がだれでも使う事ができた。電話の社会への浸透はめざましいものであった。アメリカでは、電話の発明後4年の1880年には1000人当り1台の電話機が使用された。1889年に自動交換機が発明され、人手にたよらず利用できる様になった。電話は、容易かつ即時的な対話による通信手段を人々にもらした。

マスメディアは、印刷により大量の同一情報が伝播可能となり生まれたが、その性格は情報産業と娯楽産業の性格を持っていた。1837年の写真の発明から映画が生まれた。

1906年の真空管の発明は、高忠実度録音や、ラジオ、テレビを可能とした。 テレビは1929年にイギリスで放送されたが、ポピュラーになったのは第2次 大戦後である。テレビは人々が見たいと思うものを即座に家庭にもち込むこと ができた。

最初のデジタル・コンピュータである ENIACは真空管のもたらしたものであるが、その普及は1848年のトランジスタの発明とその後に続いて出現した集積回路により急速に拡大した。コンピュータは高速な情報処理手段を人類に提供した。

電話によるネットワークは1対1の,放送は1対多の即時的通信を可能とした。電話やラジオは音声を、テレビは画像を伝送する。これらはアナログ信号である。コンピュータは符号としてデータを処理し、データ通信ネットワークはデジタル信号を伝達する。

エレクトロニクス技術の進展は、現代のコミュニケーションの様々な技術的 基盤となっている。情報ネットワークはデジタル信号で伝送する部分が増加し てきた。これは、デジタル・ハードウェアの価格が大幅に低減し、信頼性が向 上し、さらには、種々の形態の情報の伝送、交換、蓄積及び処理を効率よく融 通性をもって行う事ができるからである。音声、画像、文字、データが、1つのネットワークで伝達可能となっている。郵便、新聞、出版、電話、録音、ラジオ、映画、テレビ、コンピュータ、データベース等を統合してコミュニケーションが可能な技術と現代社会は対面しているのである。

1-2 インパクトのディメンジョン

コミュニケーション手段の発達が社会に与えるインパクトは、伝統的メディアについての歴史的経験を考察することによって、具体的にイメージすることができよう。ここでは、そのインパクトを、次に示す3つのディメンジョンに集約して考える。

(1) 文芸、美術、科学の創造

古代以来、コミュニケーション手段の発達は、人類がその文化を育て上げるうえで、きわめて重要な用具を提供してきた。

紙は、2世紀、中国において発明され、8世紀には中近東、12世紀にはヨーロッパに伝わった。この紙の普及に、印刷技術の発明が加わって、ある個人の創造が、社会全体に広がり、新しい文化への原動力となるメカニズムの基礎が完成した。それ以前の社会においても、戦争、征服、布教等を通じての文化の伝達はあったものの、印刷された絵、文章の流通は、文化交流のスピードを格段に早いものにした。セルリオ(1475~1554)の建築ハンドブックは、当時のヨーロッパの建築に大きな影響を与えたと言われる。また、文字印刷は、特定階級だけに限られていた書き言葉の社会を、一般の人々にも広げることとなり、識字率の向上を促し、読み物の需要が増加し、文学の発展をもたらした。知識の記録性は、科学の累積的発達の土台であった。

また、19世紀における写真(1837年:ダゲール)、蓄音機(1877年:エジソン)の発明は、映像、音の記録性を加え、音楽、美術等芸術を一般の人々が享受できるようにした。

こうした文字・音・映像の記録・伝達は、その後の印刷・録画技術の一層 の発展によって、作曲家・演奏家・画家・文学者等の活動領域を広げ、また 科学技術の発展に寄与してきたことは周知のとうりである。

(2) 標準化と普及

コミュニケーション手段の発達とともに、伝達される情報は、増々その伝

遠される範囲を広げてきた。特定階級から一般の人々へ、特定地域から国家 あるいは世界全体へと、伝達範囲が広がってきたことと、標準化は密接に結 びついている。

ラジオ・テレビの普及とともに、話し言葉は急速に標準化され、異なる地域間でのコミュニケーションをスムーズにしてきたが、一方で方言の良さが減少していく側面をもっている。人の移動の増大とともに、日本における都市の雰囲気は、増々画一的になってきており、地域的な文化が失われつつあるが、これは標準化がもたらす宿命的状況であると思われる。

郵便制度、録音テープ・レコード等メディア機器の標準化は、その普及に 大きく貢献し、輸入レコード盤で音楽が聞ける等、生活を豊かなものにして きた。しかし、これら標準化は、アプリオリに決定され、普及したものでは なく、技術開発における競争と協調の努力のなかから生まれてきたものであ る。

現在、世界には3つの異ったテレビ標準があるが、相互変換する必要が生じ不便である。しかし、一方で高品位のテレビが開発されているものの、現在普及している標準のために、その導入は大変にコストの高いものになってしまう。標準化を進めすぎると、新しい技術の芽を摘んでしまう等の技術進歩にとっての弊害となる。伝達範囲の拡大は、メディア機器の標準化と表裏一体であり、常に議論の対象となってきたし、将来においてもそうであろう。以上のように、標準化は、文化的側面におけるものと、メディア自体におけるものとあるが、いずれにしても、伝達範囲の拡大がもたらしているものである。

(3) 効率化の推進

1835年のモールスによる電信技術の発明にはじまり、電話、無線電信、 さらにはコンピュータの発明等エレクトロ通信技術の発達は、瞬時に双方向 コミュニケーションを可能にした。 従来の手紙 等の手段に較べ、圧倒的な効率 化が図られた。一般の人々の間でのコミュニケーションを豊富にし、また軍事 面で多大なインパクトを与えた。なかでも、経済活動におけるインパクトは 大きく、経済成長がもたらす情報ニーズが一層の情報処理効率化を促進し、 効率化が経済成長の原動力となる相互関係をもってきた。

ことに近年、産業分野における情報流通量は、飛躍的に拡大しており(表 I-1)、昭和45年から昭和56年の間で、実質 GNP が 1.7倍の増加であっ たのに対し、7倍の増加となっている。

[表 I - 1] 経済活動の情報流通量

(単位:ワード) ()内は45年度=100

	(年 度)	4 5	割合 %	5 0	割合多	5 6	割合 %
	記通信 (1 対 1) イア 合 計	(100)8.00×10 ¹²	100	(303)242×10 ¹³	100	(696)5.57×10 ¹³	100
	公社電話	(100)7.44×10 ¹²	93.0	(107)7.94×10 ¹²	32.8	(109)8.08×10 ¹²	14.5
目	公社電報	(100)5.03×10 ⁸	0.0	(73)3.68×10 ⁸	0.0	$(70)3.51\times10^8$	0.0
	加入電信	(100)6.83×10°	0.1	(654)447×10 10	0.2	(350)2.39×10 ¹⁰	0.0
₩5	データ通信	(100)5.46×10 ¹¹	6.8	$(2967) 1.62 \times 10^{13}$	66.9	$(8700)4.75\times10^{13}$	85.3
新	ファクシミリ	(100)8.04×10°	0.1	(179)1.44×10 10	0.1	(1162)9.34×10 ¹⁰	0.2

(注) 電報・電信は民生用途も含む

(資料)郵政省「情報流通センサス」 58/3

ニューメディアは、伝統的メディア機能を複合化した、文字・音・映像を統合化したものであることは前述の通りである。つまり、各機能の本質が変ったのではなく、それらが統合化し、伝達可能な量とスピードが変ってきたのである。このことから、ニューメディアの普及がもたらすインパクトのディメンションが、伝統的メディアのものと異なることはなく、変化するのは、

情報の大量・多種類化と高速化がもたらすインパクトの大きさと速度であると言い得る。つまり、創造・標準・効率が従来にない規模・スピードで推進されるに違いない、ということである。コンピュータ・グラフィクスが創造されるや、たちまちにして、世界各国に伝播し、従来なら数年は新鮮なイメージを保つことができたのに較べ、著しく早く陳腐化してしまう。

斬新なデザインは、たちまちにして伝播し、当のデザイナーはきわめて短期間に時代の寵児になり得る、ということである。

このような大規模・高速化は、現在の我々が属する社会システムの基本的 枠組の変更を迫ってくる。

ニューメディアに関する我々の基本認識は、以上のように、①伝統的メディアの複合化であり、②インパクトのディメンジョンとしては伝統的メディアと同様の創造・標準・効率であるが、③その大規模化と高速化が、社会システムの基本的枠組の変更を迫る、というものである。

しかし、ここで強調しなければならないことは、基本的枠組の変更を、受身的、あるいは防衛的にとらえるのではなく、我々としては、次世代の枠組として、いかなるビジョンが望ましいか、そのためにはニューメディアをどのように利用しうるか、ニューメディアを利用するための障害は何か、等を考えることによって、主体的に取り組むべきことである。

1-3 市場メカニズムと社会システム

(1) 市場メカニズムを基盤としたインパクト

現在の先進国経済は、例外は数多くあるものの、自由競争市場を基盤として成り立っている。資本蓄積のあり方、所得分配メカニズム等における問題を内在させつつも、需要にマッチした財・サービスの供給が競争市場を通じて行なわれるメカニズムを基盤として成長・発展してきた。競争原理(利潤動機)なしには、需要の適格な把握のインセンティブは生じない。新しいニーズは、新しい財・サービスが供給されてはじめて明確化してくるものであり、市場への試行錯誤的供給というリスクは、将来の利潤によって補償されなければならない。

経済活動における情報流通量は、年々そのスピードを増加しつづけている。情報の伝達・処理は、大量にかつ高速に行わなければならず、ニューメディアの効率化推進への寄与は、きわめて大きいものがある。 効率化は、情報の伝達・処理コストを低減し、財・サービスの実質的低廉化を通じ、我々の生活を豊かにする。

産業分野における VAN (付加価値通信網)は、効率化の代表例であり、 [表I-2]に示すように、多くの計画が企画され、情報処理産業の中核と して期待されている。これら産業分野の効率化は、豊富・良質・低廉な財・ サービスの供給として、一般の人々、すなわち我々に波及してくる。

一方、情報の伝達・処理コストの低減は、CATV、テレビ電話等の我々消費者に直接結びつく新しいサービスを提供可能とする。〔図Iー2〕に示すように、各メディアによって、それぞれの特徴をもち、我々の選択の範囲は広がろうとしている。

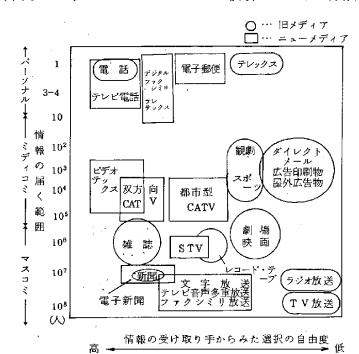
いずれの場合においても、情報の伝達あるいは消費する情報価値に応じて、 対価、つまり料金を支払う。消費者が、コストに見合う料金を支払うならば、 いつでも新しいサービスを提供する基盤が、市場メカニズムである。すなわ ち、自由競争の原理が有効に機能しうる基盤があれば、ニューメディアはニ ーズにマッチした形で供給される。

[表I-2] VAN をめぐる動き一覧

	会 社 名	サービス概要								
	インテック	GTEテレネット社から購入したパケット交換機 で、日本カーバイド工業と三子会社間のメールボ ックスサービス								
	富士通エフ・アイ・ピー	小規模計算センターとその取引先間のプログラム 伝送等								
	ヤマトシステム開発	宅配便情報を地域提携企業・子会社と交換								
届け出た中 小企業VAN	日本情報 サービス	クレジットのビザ・ジャパンと提携13社間のメー ルボックスサービス , 花王石鹼と71の卸売会社間								
	西澳運輸	関係会社・取引先間の計13社でメールボックスサービス								
	日本電子計算	キリン堂,大手薬局メーカー,薬局間での薬局VAN								
	日 本 I B M (予 定)	東急ストアと取引先間屋,製造業など約30社を対象,将来的には三菱簡事,コスモ・エイテイとの合弁会社により,大型VAN(IN)に進出する構想								
	VAN研究会	発足時期 参加企業 幹事会 社								
	三菱CC研究会	5 7. 1 1 4 社 三菱銀行• 三菱電機• 三菱商事								
	三井情報システム協議会	57.1 44 三井銀行・三井物産								
	住友C&C研究会	57.2 20 住友銀行・住友商事・日電								
VAN研究会	通信回線開放問題研究会	57.9 45 第一勧銀•伊藤忠商事								
	ネットワーク研究会	58.6 8 ATT・三井物産・興銀・ 新日鉄・朝日新聞他による AIS-NET 1000の導入検討会								
	その他:FBC研究会(ご 通信研究会(三和	5河グループ),莢蓉情報システム懇談会,データ ログループ)等								
その他	丸紅	米国のタイムシェア社とタイムネット社が開発し たパケット交換付のVANシステムを輸入販売								
	伊 藤 忠	企業間取引データ交換システムを中小企業に拡張 を決定, VAN会社設立を検討								

⁽注) 中小企業VANでは「対象企業の半分以上が中小企業なら若干の大企業を含めても構わない」と,運用の弾力化をみている。 (資料) 日経産業新聞・朝日新聞等

(図【-1) コミュニケーション領域のメディア分類



現在、通信回線に関する自由化の議論が各所で行われているが、我々の視点からみると、やゝ市場という概念をとり違えているように思われる。情報流通の市場における財・サービスは、情報自体であり、市場を構成するプレイヤーは、情報のプロデューサーと、エンドユーザーがまず存在する。次に、それを仲介するディストゥリビューターが存在する。これはいわば卸・小売業の流通業者である。前述のVAN、CATV等は、いわばこの流通業に属するものである。現在の自由化議論の焦点は、このディストゥリビューターになっており、本来のプレイヤーであるプロデューサーおよびエンドユーザーは影にかくれてしまっている。これは、従来の財・サービスと異なり、流通対象となる新しい財→情報についての具体的イメージが貧困であるためである。しかし、一方で、流通する財が不明確では、それを自由競争市場にまかせるのが適切であるかどうかの判断はできない。いかなる情報が生産され消費されるかによって、規制のあり方が変ってくるのは当然である。 覚醒剤が流通するのに、その小売を自由化しようとする議論は無意味である。

有効な市場競争原理の基盤を確立することは、ニューメディアの発展を促進し、我々に豊富・良質・低廉な財・サービスの供給を早めるためにも、急務な課題である。しかし、そのためには、ディストゥリビューターについての議論にとどまらず、流通する情報の内容自体、ひいてはその情報のプロデューサーおよびエンドユーザーに議論を広げ、具体的イメージを描きつつ、自由競争に委ねるべき情報と規制すべき情報を考えねばなるまい。

このような意味において、ニューメディアをどう利用するか、あるいは、 我々はどのような利用方法によって我々の生活を豊かなものにしていくかの 議論が重要となっている。

(2) 社会システムを基盤としたインパクト

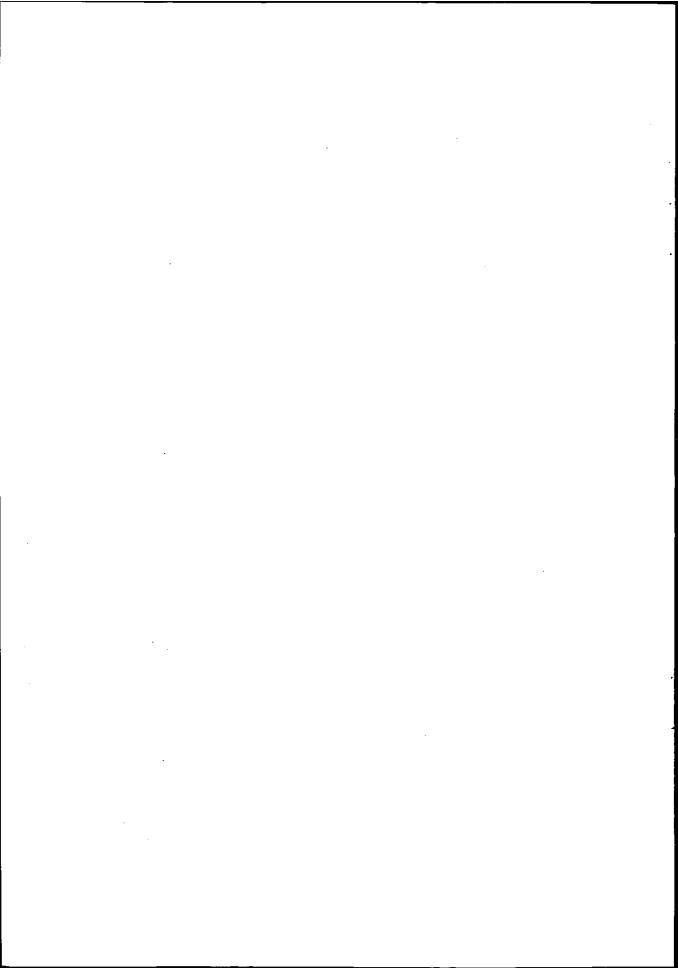
効率化の進展は、大量かつ多様な情報を低コストで伝送・処理することを 可能にする。これは、市場メカニズムを基盤として、新しいニーズにマッチ した新しいサービスが供給されることになる原動力である。しかし、流通する情報のイメージが貧困であるために、どのような創造、標準化のインパクトがあるかが不明確のままとなっている。

流通する情報自体に対価を支払うべきもの → 具体的には調査機関作成データ等、情報の蓄積・処理コストに対して対価を支払うべきもの → 和学文献データバンク等、情報の流通コストに対価を支払うべきもの → 電子郵便等、市場メカニズムとはいってもそのバラエティは多い。しかし、社会的制約から、この市場メカニズムに乗せることのできないものが多くあることも注目しなければならない。それは、社会システムを維持していかねばならないために必要なもの → ブライバシー保護、子供とアダルトムービーとの隔離等 … もあれば、社会の発展段階がそのレベルに達していないためのもの→ 緊急医療情報システム、在宅勤務等、あるいは、本来市場になじまないが情報システムを活用しなければならないもの → 災害情報等、多くの考察しなければならないものが多い。むしろ、これら、市場メカニズムに乗せることのできないもの、乗せることについての障害、あるいは、乗せるべきでないもののイメージを具体化することが、市場メカニズムに委ねる領域を明確化することになるであろう。また、同時に、創造・標準化のインバクトの具体的把握が可能となろう。

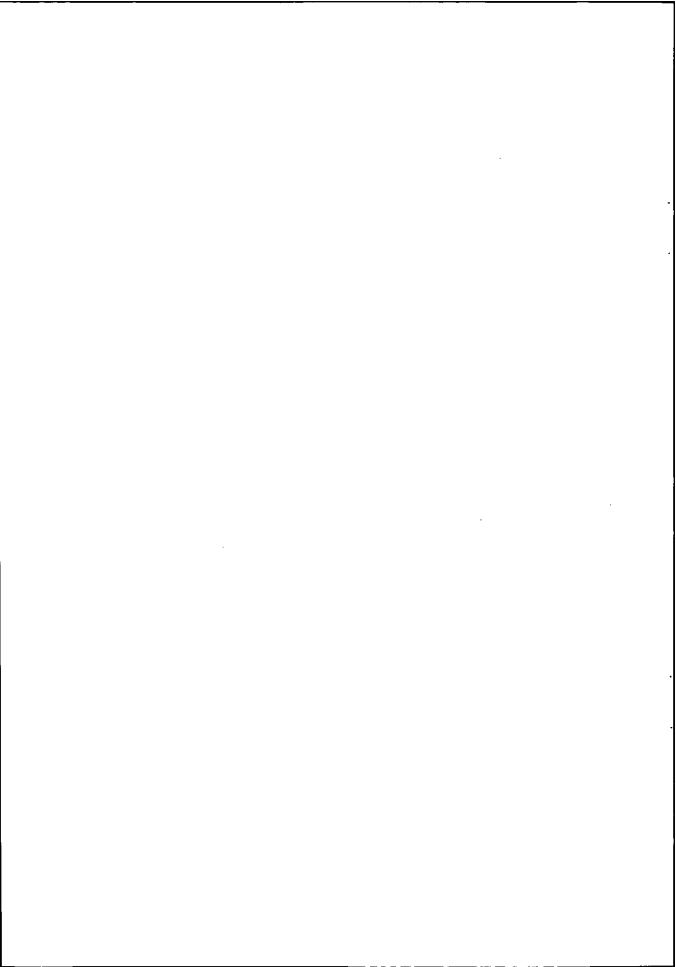
本研究調査は、以上の考え方に基づき、将来流通するであろう情報の具体 的イメージを描き出すために、我々の生活の諸側面毎にスポットをあて、考 察を試みるものである。

生活の側面に焦点をしばったのは、当然にして市場メカニズムに委ねることの可能な産業内情報流通を除外したためである。産業内情報流通は、市場メカニズムを通じ、効率化を追究し、経済発展の原動力になることが期待される。しかし、一方で、適切な雇用シフトができなければ、新たな社会問題を発生させるとか、情報の収集・処理・分析のプロセスを、どこまで単一企組織内に内部化するかによって、意志決定システムが変り、雇用環境が変化する等の問題があるが、ここでは、一次的インパクト、すなわち、我々市民に直

接にインパクトが予想される生活の場面に重点をおくこととした。



第2章 市民生活の断面におけるインパクト



第2章 序

本章は我々の生活のレベルから見て、ニューメディアの登場がもたらす情報化 社会のインパクトがどの様なものであるかを考察した。

今後の情報化社会は、既存の様々のメディアが統合されたコミュニケーションが可能となるため、個々人が現在予想出来ない社会状況が生じるものと思われる。この不透明な情報化社会を解明するため、個人生活レベルから地域社会・国際社会レベル迄の物理的広がりの分野と個人の内面的意識分野を基に、生活の場面を12の領域に分類し、それぞれの生活領域毎に、ニューメディアの与える影響を検討した。

12の分野は、「住空間」,「ショッピング」,「ポートフォリオ」,「医療・福祉」,「教育」,「文化・教養」,「レクリエーション」,「コミュニティ」「交通」,「災害」,「国際化」,「宗教」である。

検討の内容は、まず 2 1 世紀において、それぞれの生活領域でどの様な状況が発生するかを予測し、次にニューメディアが与えると予想されるインパクトを検討し、 その光の側面と影の側面をまとめた。

さらに、ニューメディアの生活レベルに与えるインパクトの光と影を見ることにより、より良い生活社会を創り出すためには、我々はどの様なことをすべきかを言及した。ニューメディアがどの様に社会システムの中に組み込まれる必要があるか、又、ニューメディアによって解決されない問題はどんな点があるか、又どの様に解決していくべきか等をそれぞれの生活領域で分析した。

第2章 市民生活の断面におけるインパクト

2-1 住空間

今後の住生活にとって、ニューメディアはどの様な影響を及ぼすであろうか。 ニューメディアの登場が原因となって変化する部分がそれ程多いとは考えられ ない。しかし、現在既に方向性が明らかとなった、又はその芽が見えてきた住 生活の変化の現象が、より一層加速化される事はまちがいないであろう。つま り、住生活の制約となっている様々な社会的条件の中で、ニューメディアの活 用によりその制約が軽減もしくは解消される可能性があるからである。

そこで、住生活の今後の動向について、住居つまり空間としてとらえ、住居の目的である家族が生活を営んでいくための家族空間としての住居と、人間が生活をする上で様々な機能を提供するための装置としての住居に分けて考えるべきであり、ここでは前者を考えることとする。

(1) 家庭空間としての住居

住居は、家族が生活を営む、つまり家庭を成立させる空間である。住居の内側は家庭であり、その構成員は家族である。住居の外側は社会であり、その構成員は他人である。住居は、社会と家庭を区分する境目であり、その内部では家族の生活空間を区分している。従って、今後の住居を考える場合には、その目的である、構成員としての家族の生活がどの様に変化していくかをとらえる必要がある。

(2) 家庭形態の多様化

かつての家庭は、1つ屋根の下に数世代の家族が生活する大家族であった。 しかし、現在はこの様な大家族はマレであり、全んどが1世代(夫婦)、又は2世代(親子)である。この変化は、家族の生活する社会の単位が変化した事によるものである。かつて、家族の生活する社会の経済活動範囲は近隣地区に限られていた。これが、経済活動範囲の広域化、遠隔地との結合が行 なわれるにつれ、家族も経済的に最適な社会を目指して移動・分離し、この 結果として核家族社会が構成されているのである。つまり、経済的制約条件 の変化により、家庭の形態が変化したと言えるし、社会的にも経済的生活向 上に伴う家庭形態の変化が受け入れられたとも言える。

ニューメディアの登場は、社会のどの様な制約条件を変化させるのであろうか。メディアであるから、コミュニケーションの制約条件が変化する事はまちがいない。かつての経済最適化を目指した社会変化と較べ、文化・環境等をも含めた最適化ニーズはあるのであろうか。ニューメディアによるコミュニケーション制約の変化を念頭において、家庭形態の変化ニーズについて考える事とする。

the second of the second

(3) 勤労家族のニーズ

朝起床して、急いで食事を済ませ、通勤電車に飛び乗り、ギューギュー押されて職場につく。昼間は仕事をして、夕方、再び電車で帰宅する・・・・というのが都会に住む勤労家族の行動形態である。つまり、勤労家族にとっての住生活は、平日の朝と、夕方から夜にかけてと、休日の時間帯のみである。場合によっては、いわゆる"職場のつきあい"等によりさらに侵蝕される事もある。

通勤時間の長大化傾向は大都会において著るしいが、限りある所得から家屋を所有する可能性を深すと、どうしても職場のある都会から遠く離れてしまう。従って通勤時間が、家庭における家族との共有時間を侵蝕してしまう事になる。

近年は極く普通になってきた単身赴任も家庭時間を侵蝕している。家族とすごす住生活時間が多くて週1日であり、数カ月以上まったくない場合もある。外国への赴任の場合は1年以上、手紙や電話以外に家族との接触が行なえない。この家族との共有時間が極端に少ない単身赴任を選ばざるを得なかった理由は、ある調査によれば、①持ち家がある、②子供の教育や進学のため、③同居の親の看病や世話、④妻の職場を変えられないための順であった。つまり、全般的には、単身赴任はわびしく、家族と一諸に住みたいが、勤労

条件の制約からやむを得ないというのが正真なところであろう。

この様に、勤労家族にとっての社会的環境は、家族との住空間共有を阻害 する方向性が強まる一方であるのが現状であり、勤労家族本人にしてみれば、 家族との住空間共有による家庭生活充実の欲求は高まる一方である。

過去において、この欲求への対応現象であるとも言えるものにUターン現象がある。しかし、Uターン現象は、所得や仕事のやりがいと言った勤労条件が変化(通常は低下)しても "やむを得ない"という、勤労家族にとっての妥協であるとも言える。

従って、勤労家族にとってのニーズとしては、勤労空間を維持するためのコミュニケーションと家族空間を維持するためのコミュニケーションを何とか共用し、かつ活性化することができないかというものであると考える。

(4) 就学家族のニーズ

子供の就学は、低年令では親と共に居住し生活するため、その近傍において行なわれるが、年令が高くなるにつれて離れた場所で行なわれ、ついには別個の居住空間において就学を行うことがある。

就学家族にとっての居住空間ニーズは、低年令では共有ニーズが高く親と 一致しているが、高年令になり自意識が高まると共に独立志向が強くなり、 親と一致しなくなる。

教育機会の面においても、居住地域、特に都市と田舎のギャップが大きく、 希望する教育の機会を受けるために、居住空間を家族と別にせざるを得ない 場合が多い。この様な課題は、かつては高等教育に限られていたが、現在は 学習塾等の低年令児童を対象とした教育にまで及んでおり、ファクシミリに よる添削指導が行われている例がある。

さらに、希望する教育機会が複数ある場合には、同一居住地点からの享受 は都会においても困難な場合が多く、分野の専問性が高いほど著るしい。

従って、就学家族にとっては希望する教育機会(分野が複合している場合も)を可能とするコミュニケーションニーズが強く、親にとっては、この教

育機会と家族空間が維持可能なコミュニケーション・ニーズが強いと言える。

(5) 家事家族のニーズ

主婦の家事労働が今後のホーム・オートメーション化等により、一層軽減されるのはまちがいないであろう。さらには、「ホカホカ弁当」にみられる様な外部家事サービスの進展も予想される。

これらの事は家事家族の性格を変化させている。家事は、外に出て活動して房ってくる家族のために生活環境を整える事であり、従来は主婦がこれを行っていたが、機械や外部サービスとの役割分担が可能となったのである。 専業主婦が、家事に専業しなくても対応可能となったと言える。

現在でも、主婦は余力を就学面(例・カルチャーセンター)や勤労面(例 パートタイマ)にまわしているが、この事は家族生活分野の多重化を生じており、今後も、この傾向は進展するものと思われる。しかし、家事は機械や外部サービスに代替可能なものばかりではない。子供にとっては家に入る時の「お帰りなさい」の声が、夫にとっては「お風呂がわいていますよ」の声が重要な家事機能ではないだろうか。

この様に、家事家族にとってのニーズは、本人の対社会性の強化、つまり 動労や就学機会の増大への対応と、家族に対する主婦機能の維持の調和が可能なコミュニケーションであると言える。

(6) 生活スタイルのニーズ

現代の我国の住居は、和風と洋風が混在し、この傾向は全国的である。も ちろん便利であるがゆえに普及したのであるが、一方では家族各人の様々な 個別要求を1つの家屋に組み込むとそうせざるを得ない、つまり妥協の産物 であるとも言える。

家族各人の要求は、独自の空間に関するものと、共通の、つまり家庭空間に関するものがあるはずである。前者は個人の好みを志向し後者は家族の一致した家庭空間に関する好みを反映させる必要がある。

特に個人の好みにおいて、世代間の相異は同一評価基準を見出すのが困難な場合が多いし、団塊の世代が 21 世紀初頭に老人期に突入することを意識する必要がある。

が、一従って、生活スタイルの各人の独自性と、家族としての共通性を調和して ・・・維持できるコミュニケーションが可能である必要がある。

以上述べてきた様に、家庭を構成する家族各人の社会的生活ニーズを満た して各人の活力を高め、一方では、家族としての緊密な共有空間を維持して いく事が重要と考える。このためには、どの様なメディアの使い方が必要と なるであろうか。

家族各人の社会的生活ニーズは他の節で述べている様に多様である。経済 面で高所得を望むか、文化・教養面でレベルの高い生活空間を望むか、自然 と調和した生活空間を望むか・・・・。しかも、これらのニーズは各人にとっ ては時間と共に変化していく。若人は喧噪な都会生活を好み、老人は静謐な な田園を好む。勤労の意欲がわく対象も年令により変化する。

従って、各人の好みを優先していくと家庭空間は構成し得ない。核家族ではなく、バラバラ家族となってしまう。しかし、家族空間とは何であろうか。家族が共通の生活空間を有し、物音が聞え、匂いがし、のぞこうと思えばのぞける環境であろう。それならば、これらの情報を伝達する事による家族空間の維持は可能ではないだろうか。もちろん、1つ屋根の下に住むのと同じ状況を完全に実現するのは不可能である。しかし、家族の各人は各々最適の生活環境を享受し、従って物理的には隔離されているが、高度な情報メディアによって情報空間としては共通なものを維持する事は可能ではないか。伝達の感度をあげれば隣の室にいる様に、しばれば遠くの室にいる様になる。離れた地点にいれば分散家庭になる。同一家屋の中であれば、離れにいながら隣の室にいる様な状況が可能となる。例えば、奥さんがジャズダンスをしながら寝ている様な状況が可能となる。例えば、奥さんがジャズダンスをしながら寝ている赤ちゃんをみている様に。

家族各人は各々の望むのびやかな生活を送ると同時に生活のギャップからくる家族間のトラブルを解消する事ができる。反面、各人が家族としてのコミュニケーションを拒絶して、カプセルに閉じこもってしまう事態も考えうる。しかし、メディアは道具であり、使い様で良くも悪くもなる。個人の活動可能範囲を拡大し、活力を高めるチャンスとして、ニューメディアは可能性を有していると言える。

2-2 ショッピング

本節では、ニューメディアがショッピング(消費生活)に及ぼすインパクト について考察し、今後のショッピングのあるべき姿について論じたい。

(1) ショッピングという行為

〔ショッピング〕

存在論哲学(M.ハイデッガーら)によれば、人間<現存在>が生きる<存在する>とは己れの存在を<投企>しつつ<了解>することであり、その時既に、人間は己れの周りに己れの生きる<時>と<場所>を<開示して>おり、同時に他者<共同存在>を<了解>することであるという。このことは、情報理論に則るならば、主体としての人間が客体に対し<情報>を絶えず<発信>し、同時に<受信>しつつ客体を認知していることであろう。

すると、ショッピングの成立与件である売買という経済行為は、「消費者(コンシューマ)」と「供給者(サプライヤー)」が各自の動機を持って互いに他を認め合い(了解し)、互いに他の欲する情報を伝達し合いつつ、特定の時と場所において商品を売買すること(商品と貨幣の交換)、と考えることができる。ここで商品とは売買される物(生産物)を指すだけでなく、広くサービスや情報を含んだ概念を指すこととし、単なる物ではないという意味で"もの"とも表現することにする。

「ショッピングを構成する要件)

上で述べたことから、ショッピング、取りも直さず売買を構成する要件 として、以下の 6 項目をあげることができる。

- 1) 消費者(買い手)と供給者(売り手) これは商品ないし貨幣の移動から見た分け方であり、立場が変われば 逆になる。
- 2) 買われる、売られる"もの"

- 3) 買われる、売られる場所
- 4) 買われる、売られる時間
- 5) 売買の方法
- 6) 上記の要件に関与する情報の授受

(2) ニューメディアがショッピングに及ぼすインパクト

次に、一般的な小売業を念頭に、ニューメディアを通じた情報システム化が、ショッピングに及ぼすインパクト、及び予測される将来像について、上記の構成要件に着目しつつ考察する。

[消費者と供給者]

モノ余り、モノ離れ、あるいは店余りと言われる小売業界において、これからのマーケティングのあり方は、ある商品、サービス、ないし情報をそこから買いたい、あるいはそこへ売りたい対象者を、互いに選択し、あるいは選別する(逆に言えば選択され、あるいは選別される)時代となろう。言わば、売買のドッキングの相手を一所懸命探し合う時代である。供給者サイドでは、マーケットをどのように想定し、探し、創造するかという問題、消費者サイドでは、何を買い、それを売る商品を買う相手をどのように探し、なければ創造するかという問題である。

消費者サイドから見れば、ニューメディアの双方向性を利用した、商品情報に対する消費者からの選択的アクセスの可能性は、消費者の入手できる商品情報を豊富にすると共に、消費者の商品ニーズを個性化、個別化あるいはグループ化、流動化させる。またニューメディアは、消費者と商品情報の間に現在ある様々な隔り一距離的制約(居住地制約)、知識範囲の制約、情報入手時期の制約等一を減少させるであろう。消費者の商品選択範囲を拡大させるのである。

これを供給者サイドから見れば、マーケットが個性化、個別化あるいは グループ化、流動化することである。供給者は従来のマスマーケット、ミ ディマーケットのみならず、様々なミニマーケット(クラブマーケット) の各層に対応した販売方策を設定しなければならない。特定のマーケット を発見し、引き寄せ、構築する戦略と戦術が問われる。逆に言えば、ニュ ーメディアによって潜在的商圏は拡大し、今まで思っても見ない消費者 (層)から買ってもらえる可能性が生まれる。

その他、新しい売買のあり方として、売買主体に着目すると以下の2点が予測される。

1) 「シロウト」、「アマチュアのマニア」が商品供給者となる。

特定の専門化された商品情報に対する容易なアクセスの可能性は、プロとアマチュアが保有する商品知識の量的・質的差異を減少させる。消費者が商品化ノウハウを獲得して供給者へ転化することは比較的容易になるであろう。様々なクリエイティブ商品、サブカルチャー商品、特定海外商品・情報の輸入など、特定の商品、サービス、情報を「シロウト」がリードを取り供給する可能性が高くなる。そして商品情報に対する双方向アクセス方法は、これらを支持し維持する多数のミニマーケットやクラブマーケットを容易に形成させる手段となるであろう。

2) 「第四者」、「第五者」が売買を形成するシステムに介在するようになる。

売買には様々な第三者(商社、問屋)が介在しているが、情報システムを舞台として、第四者、第五者が売買のシステムに登場するであろう。例えば売る相手や売り方を売る、買う;買う相手、買い方を売る、買う;さらに売り方を売る者を売る、買う;買い手を売る者を売る、買う;などニューメディアを利用した、商品情報、消費者(顧客)情報の生産、加工、供給、仲介、販売行為が職業として売買システムの内に成立する可能性がある。

〔 買われる、売られる"もの" 〕

消費者と供給者の間で買われる"もの"、売られる"もの"がどのよう

なものとなるのであろうか。現在、流通業界で広く指摘されている点を踏まえて整理すると、これからの時代に買われ、売られる商品は5つの方向を志向する。

1) 有意味な物、財

ここで<有意味>とは、買う主体にとってその物、財に認められる< 意味>が豊富なことである。具体的には、i) "存在感"のある物、ii)自 分の気持にフィットし、気持を投影できる物、iii)買い得感の高い物、 話題性(情報)のある物、V)差別性、プレステージを持つ物、Vi)同時代 性のある("ナウ"な)物、等である。

- 2) 様々な商品の<組み合わせ>によって作られる有意味な空間、雰囲気、 や生活感覚
- 3) 生活情報

生活の各場面において、主体が行動を行う上で必要な情報やノウハウ

4) サービス・

主体の行動を代行したり支援する有形・無形のサービス

5) 行為、経験、体験・

日常的あるいは非日常的な様々な経験や体験、主体自身が参加する行動、その結果としての満足感、充実感や感動

すなわち、生活という<劇>の<舞台>(道具類、装置、機構、劇を進行させるノウハウやサービス)が売買される。さらには<劇>の<シナリオ>や<演出>すらも商品となりつつある。.

[買われる、売られる場所] ・

古典的な意味で売買が成立するのは店舗においてであった。店舗は売り手が陳列する商品を顧客が直接見て選択し、値決め交渉が行われ売買が成立する場所、売り手と買い手が直接接触する場である。ニューメディアは売買の成約場所をこの古典的な店舗から引き難し、飛躍的に拡大させる能力を持つ。 売買の意志決定に必要十分な商品情報が適確に伝達され、当

事者の意志を伝達できる場所ならばどこでも売買が可能となる。情報端末装置を通じた売買システムは、高品に対する買い手のアクセス方法を拡大させ、多様化させる。自分の欲する商品との間にある<隔り>、特に物理的距離の制約を減少させる。すなわち、i)商品情報の入手、ii)商品選択、iii)購入決定と意志の伝達、iV)商品の入手、V)代金決済、の一連の場所が同一ではなく、様々な形で多様化することを意味する。古典的意味での店舗の必要性が薄らくのである。

それではこれからの店舗のあり方はどうなるのであろうか、あるいはどうあるべきか。

前述したように、買われる"もの"、売られる"もの"自体が大きく変化しつつある。店舗においても新たな有意味性が求められていると言えよう。店舗は前述の商品、i)有意味性のある物、ii)空間、雰囲気や生活感覚、iii)生活情報、iV)サービス、V)様々な生活行為そのもの一行動や経験、体験、それらに伴う満足感や充実感ーを様々に複合化させて売る場となるのではないか。また店舗の起源が売り手と買い手のface to faceの接触にあるとすれば、その性格を発展させ、vi)様々な種類の人間的接触の場、人間と人間の間の共感を誘発する場、としてあらねばならない。「そこへ行けば何かがある、何かが起こる」という期待感を喚起させ、人々を引き寄せる磁力を持つような場を店舗は志向しなければならなくなるであろう。

これからの売買の場の基本的なあり方を予測したが、さらにその新しい あり方の例として、以下の 4 点を上げることができる。

1) 売り手が買い手に赴くあり方

ニューメディアの双方向アクセス性を利用した予約訪門販売、移動店 舗、特定の商品、有形サービスを買い手のいる場所で実現するシステム。

- 買い手が売り手に赴くあり方
 現在の店舗形式であるが、多機能化、複合化、集合化が進む。
- 3) 買い手と売り手が第三の場所で接触するあり方1)と2)の長所を合わせ持った、特定期間のみ開設される仮設店舗も開

発されるのではないか。例として、新宿副都心で現在 (1984年) 公演中の「CATS」シアターなど。

4) 買い手と売り手が直接接触しないあり方

代表例がホームショッピングであるが、「ホーム」にのみとどまらず、 情報端末装置のある所がショッピングの場となる。「端末ショッピング」 と言うことができる。例えば、現在の電話ボックスが「情報ボックス」 へ進化し、その場でショッピングも可能となるであろう。

〔買われる、売られる時間〕

職業・年齢・階層によって異なる生活時間のあり方と、ニューメディアを通じた売買システムは相互にインパクトを及ぼし合う。売買の情報システム化は、商品情報の入手から代金決済までの一連の時間、時期を様々な形でずらし多様化させる。また商品情報に対する時間的<隔り>を減少させるであろう。それらの<時差>を利用した新しい売買システム、ノウハウが開発されるであろう。それに伴い、24時間サービス、24時間配送システムが拡大するであろう。

〔売買の方法〕

現在の売買システムにおけるマスメディアの利用はコマーシャル手段としてであり、売買システムのフローの中では極めて限定された機能を受け持つにすぎない。ニューメディアの革新性は、i)選択情報量の大幅な増加、ii)情報の双方向伝達、iii)情報表現形態の拡大と複合化一映像(動画、静止画)、音声、文字、図形、信号、iV)情報伝送方式、形態の拡大、複数化、にある。これらの新しい能力を活用したシステムが売買フローの各段階で構築されるであろう。例えば、i)商品情報供給システム、ii)商品予約システム、iii)販売時点管理システム(POS)、iV)商品発送システム、V)代金決済システム、Vi)商品評価・消費者ニーズ把握システムなどがあげられる。具体例として、商品情報供給システムでは、在来のテレビコマーシャ

ルに変わり、インフォマーシャルという言葉で、新しい商品情報の提供方法が模索されだしている。

売買方法は、供給者サイドにおいて最もノウハウ開発が進みつつある面と言えるが、一方で、ニューメディアを利用した、消費者の立場からの全く自由で新しい「売買」のあり方も追求されなければならない。その可能性の一例として、新しい「物々交換」を構築する方法がある。これはニューメディアの双方向性を活用し、地域やグループ(クラブ)組織のメンバー(会員)間で、不用品や創作品等を提供したり交換するシステムである。

(3) ショッピングのあるべき姿

以上で売買の構成要件別にニューメディアのショッピングに及ぼすインパクトについて予測した。インパクトにはプラス(光)、マイナス(影)両面がある。プラス面を主に見たが、マイナス面も予想される。ここではマイナス面を指摘すると共に、あるべきショッピングの姿について考察する。

消費者サイドから見た時に、消費者のショッピングに及ぼすマイナスイン パクトとして以下の3つをあげることができる。

1) 商品情報選択能力の低下

ニューメディアを通じた商品の情報量の増大は一見、選択校の増大と思える。しかし人間の情報受け入れ能力、従って価値判断処理能力には限界があり、その許容範囲を越えると逆に選択能力は低下する。商品情報の増大は消費者の能動的な選択能力を弱めると考えられる。

2) 商品情報の"おしつけ"

ニューメディアの双方向性は確かに消費者に情報選択権を与える。しかし、個々の商品情報の提供面において、供給者サイドの情報提供ノウハウはきわめて高度化しており、個々に提供される情報の説得性が高いため、消費者の選択眼は受け身になりがちである。消費者にとっては商品情報の"おしつけ"ともなりうる。

(3) 商品情報入手手段のシステム依存

ニューメディアを通じた売買システムの確立は、逆に売買のシステム依存を強める。このことはシステムの良否、システム操作の慣れや知識の有無による格差を生む可能性がある。

4) 新たなコスト負担増

システムや機器購入・利用による新たなコスト負担増がある。

以上マイナス面を見たが、消費者にとって真に望ましいショッピングのあり方は、どのようなシステムが構築されるにしろ、消費者の主体性、能動性を十二分に育てるものであることである。ショッピングも人間の生の発露の一形態である。主体的で能動的な行動が、人間の生を最も輝かすからである。

2-3 ボートフォリオ

(1) はじめに

ニューメディアの登場により新しい金融サービスの可能性が言われている。 当面はファームバンキングなどの企業間の金融サービスが先行するが,ニューメディアの普及とともに各家庭にも広がり,従来にはなかった金融サービスつまりポートフォリオが進展して行くと考えられる。

現在は、過渡期であり、一種の混乱状態にある為、ニューメディアによって提供される金融サービスについても、明確には予見できない。

従って、本論では、現状言われている各種の金融サービスについてではなく、一般家庭に於る金融面での変化を考え、そこからニューメディアとの関係を探って行くことにする。

(2) 複合型金融商品の時代

<金融商品の登場>

昭和55年1月より販売された「中期国債ファンド」は、革命的な商品であった。購入後1ヶ月間は解約できないという制約はあるものの、普通預金的な性格を持ちながら、利率は1年定期預金並みの高さである。この商品の開発は、コンピューターと通信技術の発達があって初めて可能であったと言ってよい。

これが今後、銀行と結びつくことにより決済機能を持つようになれば,金 融商品のベストセラーとなってゆくであろう。

この「中期国債ファンド」に追随するように、表Ⅱ-3-1のような多数の金融商品が次々に登場した。

また、償還期限までの残余期間がわずかしかない「期近国債」及び借換債が、大量に出現する昭和60年以降には、そうした国債を中心に、新しい高金利の金融商品が生まれる可能性もある。

表 🛮 - 3 - 1 主な金融商品

取扱機関	名 称	満	期		現行利回 り (%)
	普通預金	な	し		1.5
銀行・信金など	定期預金	{ 3 3	r 月		3.5
		6 2	7月		4.75
		1	年		5.5
		2	年		5.75
	期日指定定期預金	2	年		5.915
		3	年		6.086
郵便局	国債定期口座	10	年	ជ	8.906
	通常預金	な	し	•	2.88
	定額預金			以上	5.05
	#		以上		
		₹	F未満		5.75
ſ	割引金融債	1	年		6.134
長期信用 銀行など	利付金融債	5	年		7.30
	複利型 金融資 ワイド	5	年	☆	8.624
	国債割引債口座	10	年	☆	9.557
証券会社	中期国債ファンド	な	L		5.475
	公社債投信	な	L		7.63
	総合複利口座 ハイパック	10	年	☆	10.80
信託銀行	貸付信託	5	年		7.32
	複利型貸付信託 ビック	5	年	☆	8.65
	国債信託口座 ダブル	10	年	☆	10.42
東京銀行	利付金融債	3	年		7.10
銀行・証 券など	長期国債	10	年		7.563

注 ☆は複利運用での年平均利回り。国債定期口座は資金を国債 6:預金 4 で 運用した利回り。ハイパックは公社債投信とセットした利回り。

(昭和59年2月8日付朝日新聞より)

く金利の自由化>

こうした金融商品の登場につれて、証券会社と銀行との垣根が低くなり つつあり、お互いの業務について相互乗り入れが進んでいる。更に、将来 の年金市場を見越しての信託業務への乗り入れの動きも出始めている。

また、サラ金、クレジットカード会社などのいわゆる「ノンバンク」も 急速に伸びており、各企業グループに於ても、グループ内の企業に対する より効率的な低コスト資金の導入を目指して、自前の金融専門会社を設立 するなど、従来型の金融業以外からの参入も目立ってきている。

対外的には、米国などを中心として、「金融開放」を追る「外圧」も強まってきており、昭和59年4月からは「ユーロ円債」も解禁される等、 金利の自由化に向けて徐々に動き出しつつある。

昭和58年4月に出された、金融制度調査会の「金融自由化の現状と今後のあり方」と題する中間報告に於ても、「金融の国際化、国債の大量発行により、金利の自由化、弾力化は避けて通れない」としている。

<複合型金融商品の登場>

前項で見た様な各種の要因により、今後更に多種多様な金融商品が開発 されてくる。それらは、単に高金利というだけではなく、プラスアルファ ーの魅力を備えたものとなるだろう。

例えば、着実に進行しつつある我国の人口高齢化に備える為、現在公的 年金制度の改革が検討されているが、ニューファミリー層が求めている豊かな生活を、将来もこうした公的年金のみでまかなえないのは明らかである。従って、私的個人的年金に関心を持ち、その準備を始める人々が増えてくることが予想される。こうした個人年金の分野に於ても、従来の生保・信託業界に加え、新たに銀行・証券業界が参入する動きを見せている。 生保・信託業界もこれに対抗して、新しい付加価値を備えた「複合型個人年金」を開発せざるを得なくなるだろう。

とうして, 従来の垣根を超えた複合型金融商品の開発競争が激化して行

(3) 家庭株式会社の出現

く蓄財概念の変容>

こうした多様な複合型金融商品が豊富に出まわることにより、従来の「 蓄財」というものに対する人々の考え方が、大きく変容して行く。

それは「預金する」つまり「単に銀行にお金を預ける」という従来の考え方から、同じ単位のお金を出すのであれば、より高利回りの、より付加価値の高い金融商品を求めるようになってゆくことを意味する。つまり「金で金融商品というより大きく収益を生みだす商品を購入する」という感覚になって行く。

また,商品の購入であれば,同種類の中から従来以上に慎重に吟味し、 より自分の=-ズに合ったものを選択するようになるだろう。

く投資対象の拡大>

より高い利回り、より高い付加価値を求めての「金融商品の購入」であれば、その対象は単に金融商品に止まらず、例えば、金などに代表される相場商品、株式投資、公社債投資、為替投資などにまで拡大して行くのが 当然だろう。

その際、そういう市場に対して直接に投資する場合(例えば、金地金の購入)もあれば、そういう市場を利用した金融商品を購入する形(例えば、金定期)での関接的投資を行うこともあるだろう。

しかし、いずれの形にせよ、従来以上に人々が金融商品等に関心を深め 財産運用の重要な手段と認識し、積極的に取り組んで行くこととなる。

<家庭株式会社>

人々は、将来に渡る自分のライフサイクルを設計し、それを達成できるような財産運用を展開して行く。その財産運用の手段となるのが前述した

複合型金融商品を主力とした各種の投資対象である。

元本とある一定の利息収入が保証されているものが中心となるが、人々は自分のリスクの範囲を設定し、その範囲の中で積極的に、「リスクは高いがより高収益を生む商品」にも目を向けて行く。

そして、そうした財産運用状況やその成果を定期的にチェックし、場合によっては運用対象を見直しする為に、家庭用のB/S(貸借対照表)やP/L(損益計算書)を作成することが必要となってくる。

こうして一個の家庭があたかも株式会社のような側面を持ってくるのである。人々は、こうした家庭株式会社を管理運営し、かつ財産運用に関する各種の情報を得る為にニューメディアを利用するようになるだろう。

この点については、日本経済研究センターがまとめた「2000年の消費 社会」と題する長期予測に於ても、図 $\mathbb{I}-3-1$ にみられる通り金融資産 の運用が高まるとしている。

(4) 家庭株式会社とニューメディア

<ニューメディアによるサービス>

ニューメディアによって提供されるサービスには大きく分けて3種類の サービスが考えられる。

1つは、基礎的情報の提供である。これは家庭株式会社が欲するような金融商品の紹介・内容説明・類似商品の比較対応などである。こうしたサービスは、金利動向等により逐時その内容が更新されていく。また、投資対象に依っては市況情報や会社関係情報の提供も必要とされる。但し、これらは伝統的メディアでも提供されており、ニューメディアとしては、よりタイムリーでかつユーザーがより容易に理解できるように絵、図形、グラフなどを豊富に活用したよりビジュアルな内容でなければならない。

2番目は、家庭株式会社の運営管理に関するサービスである。これは、 家庭株式会社の財務分析から始まり、財産運用に関するアドバイスや財産 運用シュミレーションサービス、そして税金面でのアドバイス等、多彩な サービスが期待される。また、ニューメディアを通して、複合型金融商品 を売買することも可能となるだろう。

3番目は、高度専門的レベルの情報サービスである。前述の2つは、誰れもが享受できる一般的なサービスとなろうが、これは、高度専門的レベルの情報を必要とする人だけが受けることになろう。

例えば、

- ④ 専門技術的な内容を分り易く解説するサービス。
- ② 新技術・新製品の持つ可能性及び既存業界に対するインパクトを解 説するサービス。
- 非公開情報(例えば会社内部経営情報)の伝達。
- ⇒ より高度専門的な知識を提供できる機関や個人に、紹介・仲介するサービス。

などが予想される。

これらのサービスは、内容によっては有料となろうし、金てがニューメ ディアによって提供されるとは限らないだろう。

こうした情報専門家集団のいる場所で、講議を受けたり、個人的に相談 したりする形をとることが考えられ、遠隔地にいる人が、ニューメディア を通してコンタクトすることが予想される。

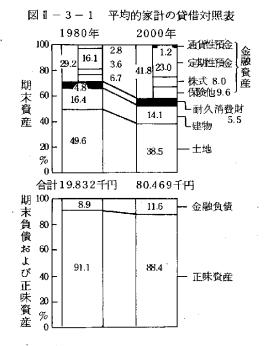
<負のニューメディア論>

こうして家庭株式会社とニューメディアが深く結びついていく一方で, 種々の問題が発生することが予想される。

- ① まず、ニューメディアを通して金融商品を購入・売却したり、情報サービスを受けることで、家庭株式会社の内容が、金融機関にもれる可能性があり、家庭株式会社の実権を奪われることにもなりかねない。
- 回 また逆に、ニューメディアを悪用した「ニューメディア犯罪」が多 発し、高度化、広範囲化していく。
- 金融商品情報などが、ニューメディアにより身近なものとなるに伴

い,関心の薄かった人々までがより興味を持つようになり,「マネーゲーム」の様相を呈してくる。

いずれにせよ、来たるべきニューメディア社会に於ては、氾濫する情報に惑わされることなく、人々が情報の重要性を認識・咀嚼することで、真にその人にとっての有用な情報を選別することが重要になってくる。



(日本経済研究センター「2000年の消費社会」より)

2-4 医療福祉

まえがき

1) 高齢化社会と医療福祉

わが国の平均寿命はついに男73.79歳、女79.13歳に達した。世界のどの国もかつてないほど急速に高齢化社会を迎えつつある。

現在10%に満たない高齢人口が、2010年には18%を超し、2020年には21%を超すだろうと予測されている。大げさにいえば、人類史上初めて急速に迎える高齢化社会に、一体どのような対策をたてたらよいのか、又、ニューメディアはどのような役割を果すのだろうか。いくつかの仮説をもとに考察を試みた。

- 2) 高齢化社会では、まず医療制度の見直しを図らなければならない。かつて死亡率の第一位を占めていた「結核」にかわって「ガン」が一位、以下「脳卒中」「心臓病」「高血圧」「肝硬変」「腎臓」「糖尿病」「肺気管支炎」となっている。これはとりも直さず成人病が重大な医療問題となってきていることを物語っている。従って医療体制も柔軟な対応をせまられているのである。
- 3) それでは、医療制度をどのように考えたちよいのであろうか。昭和57年度の国民総医療費は13兆8800億円に達し、これは国家予算の25%に当る。しかも年々増大する一方である。高齢者の人口に占める率が高くなってくると医療費は若年層の負担増になってくる。試算によると、昭和70年には、25人で1人の面倒を見なければならない。医療費の財源をどうするか、誰もが安心して、いつどこでも良質の医療を受けられるためにはどとうしたちよいのか。問題解決は時間との競争になってきている。
- 4) 一方、高度情報化社会を迎えつつあるわが国において、ニューメディア と医療との接点をどのようにとらえたらよいのか。さまざまな角度から考 察してみたい。
- (1) 医療の現状と将来への見通し

まえがきで述べたように、わが国の医療費は年々増大する一方である。これは現行の医療行政のどこかに欠陥があると断定してもよい。たしかに平均寿命の伸び率から推察して、わが国の治療技術のめざましい発展は認める。しかし、楽づけや過剰検査、不正請求など悪徳医師や金儲けに走る病院経営者ら、医療に関するかんばしからぬ話題は相変らずあとを断たない。世界のトップレベルにある医学、医療技術を誇りながら、それに見合った医療体制が確立されていないのである。これからのわが国の医療のあり方はどうあるべきか。いくつかの論点をもとにニューメディアが及ぼすインパクトについて考えてみたい。

本来、医療とは極めて個人的なことがらであり、かつ、人間生活にとって不可欠な要素でもある。しかし今日、医療をとりまく環境は大きく変ろうとしている。従来の医療という概念では、急速に変化する社会のニーズに応えられなくなってきた。又、患者側の問題として医師にかかる技術も問われる。(図 II-4-1)で示すように、医療をとりまく様々な問題点を座標軸上に洗い出してみた。その結果、これらのすべてについて詳述するには紙面の制限もあるので出来ないが、特に解決を要するいくつかのテーマについて考えを進めたい。

そこで、医療を大きく以下の三つに分けてみた。

- 1) 治療医学
- 2) 予防医学
- 3) 健康管理医学

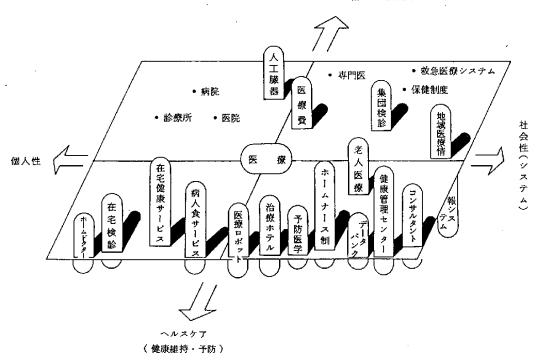
まず1)治療医学について

現在の治療技術の延長線をどうとらえてみても、患者対医師という一対 一のベーシックな治療技術、治療行為は存在する。

しかし、ニューメディアを導入することによって効率アップを計ること は可能である。問題はむしろ治療技術よりも経済そのものといえる。

たとえば医療費の財源をどうするか、保険制度をどう改革するのか、医療システム(個人、治療技術、行政)とソフトをどう改善し、再構築して

治療(技術)



いくのか。これからの日本の医療を考える上での重要なポイントとなるだ ろう。

2) 予防医学

正しい医学知識を普及させて(西洋医学、東洋医学を問わず)病気を未然に防ぎ、健康を保つために努力する。早期発見、早期治療がこれからの 医療のあり方の一つの方向を示す。

老人医療対策の一環としてホームナース制(注一82.2 保険法改正によって、老人家庭に限って在宅患者への看護婦派遣に、保険の補助金が出るようになった。)、治療ホテル(治療と保養を兼ねる)、在宅治療(入院するほどではないが、医師の監視が必要)など、これからの高齢化社会における予防医学の普及は重要な位置を占めるだろう。

3) 健康管理医学(セルフケア self care 又はセルフメディケーション

sele medication)

2) の予防医学の思想をさらに進めて、積極的な健康生活のあり方を考えてみよう。自己管理と地域ぐるみの医療対策が中心となる。

たとえばCATVを利用した地域医療では、集団検診の徹底と事後管理、 在宅検診(TVと電話回線を利用して医療センター、健康管理センターと 連絡できる。)など地域住民の理解と承認が必要となろう。

積極的な健康管理は結局医療費の低減という形で地域住民の財政に好影響を与えるはずである。

在宅検診、在宅治療サービスは新しいビジネスとなろう。

このほかに地域医療を支える要素として、ボランティアの存在を見逃す ことはできない。人手不足、特に若年層のパーセンテージが低い地域では 医療従事者の人手不足は深刻な問題である。

- (2) ニューメディアが医療・福祉に与えるインパクトについて
 - 1) 基本的な考えとして、ニューメディアを有効的に活用することは医療コストをさげることでなければならないということである。現行の医療制度のままでは財政破綻は決定的であるから、医療コストの低減ができなければ将来の医療はあり得ないのである。従って、いかにコストをさげて国民の健康を守り、快適で明るい生活を保障できるか。又、国民の側も、行政に期待するばかりでなく、自らの健康を維持するために、より積極的に生きる努力を惜しんではならない。ニューメディア利用型医療はコストは安くならなければ普及しない。安くすることが条件である。
 - 2) 地域医療

地域住民のための治療サービスとして地域の核となる総合病院を設置する。大学病院を肩がわりさせてもよい。研究施設や高額医療機器を備え、より高度な医療を行う。その周囲に専門医や開業医を配置する。一方、健康管理センターは医療福祉の啓蒙とP・Rを受けもつ。患者はまず最寄りのホームドクターの診察を受ける。医療とは、きわめて個人的な性質のも

のだから、最初の段階で両者(患者と医師)のコミュニケーションは充分 なされていなければならない。診察の結果、どうしても入院を要する場合 はただちに綜合病院へ送りこむ。無駄な受診や入院を少しでも抑えること によって医療費の増大を防ぐ。

3) そのための手段としてデータバンクの活用がある。医療情報データバンクには、個人の病歴はもとより、家族の病歴、家系の病歴、職業、環境、生活状況、食生活などあらゆるデータが含まれる。時々刻々変化する生体に対処する為、常時監視装置(一例をあげるとリストウオッチタイプの心脈計。不整脈を発見し、ただちにアラームで服薬のタイミングを知らせる)の開発などがある。

過去の病歴の解折や予測分析にそれらの機器やシステムから得られた情報は立体的な医療を創造するだろう。

それら、蓄積されたデータにもとづいて、パーソナル健康維持処方箋を、いつどこでも簡単に取り出せ、治療に備えることができる。…

ニューメディア時代を迎えて新しいビジネスとして脚光を浴びる。

4) 医療ロボットの活躍

前に述べたように、将来の高齢化社会においては若年者層の労働力不足は社会のあらゆる層にわたって確実な現象である。今から的確な対策を構じておかなくてはならない。

通産省が「83年に発表した「ロボット白書」によれば、1990年には、55万7000台の産業用ロボットのうち、医療用などに15,000台(現在は2~3,000台)のロボットが登場するだろうと予測している。これらがすべての人手不足を解消できる訳ではないが、少くとも人件費や医療従事者の労力をかなり軽減してくれるだろう。たとえば在宅療養者に対する看護ロボット、監視ロボット、それに附属するデータ収集機器類の充実など、イニシャルコストは多少かかるかもしれないが、システムが普及すればランニングコストは次第に低減することは充分に予想できるのである。

補助的な単純作業はロボットが負担し、より人間的な看護は人間が受け

もつ。

5) 人工職器

1990年代には人工職器も実用化されるだろう。心臓、すい臓、肝臓、 腎臓など、センサー技術やコントロール技術、新素材など先端技術の開発 によって、人工臓器が普及する。

6) 在宅検診

CATV, INSなどを利用して在宅検診、在宅診療を受ける。ただしプライバシーの問題、心のふれあいに欠けるという点をどうするか、又、管理されるのではないかという心配も残る。

情報を扱う人間を限定してしまうという手段で、ある程度機密は守れるのではないか。現に、医療従事者には、守秘義務が課せられている。

情報化とモラルは大きな課題として今後研究していかなければならない。

7) リハビリ(機能回復訓練)

医療機関のコンピューターとネットワークで結ばれた端末機器を使って、各自に合ったプログラムに従って機能回復訓練を行う。自宅で訓練可能な軽度の患者から、専門訓練士の常勤しているリハビリセンターで訓練を受ける者まで、一人一人にメニューが用意される。マイコン内蔵のセンサーがデータを中央のコンピュータに送る。それを解折して次の訓練のためのブログラムを作成する。

8) 医学研修

シュミレーションを活用して医学実習や研修を行う。あらかじめインプットされた各種病気の情報をつかって実習する。生体に酷似したロボットは、実際の薬を投与すると反応を示す。診断が誤っていれば呼吸停止する。医学専門家のためのシュミレーションだけでなく、広く一般の人々に医療の実態を正しく認識してもらうために使用してもよい。そのことによって国民の健康への意識が高まることを期待する。

9) 整形外科,美容整形

先端技術を駆使した整形外科は更に進歩するだろう。不幸にして誕生か

らハンディを背負った人々に光明をもたらす。一方、美容整形も別の意味 で盛んになる。

10) 財源

医療費の増大にともなって財源をどうするかが、大きなテーマである。 保険医療費の不正請求は総費用の10%(約1兆3千億円)にも達している。 レセプトチェックをコンピュータで処理することによって節約できる金額 はかなりのものと推定できる。これを財源の一部に充てる。また、レセプト処理にかかる人件費と時間と労力を少しても軽減し、余力を適切な医療 行為と医療福祉に向けるべきである。

11) 個人保険

財源問題とも関連があるが、経済的に余裕のある人達は個人保険に加入することになるだろう。種々の病気や健康についての保険制度が出現する。よりよい医療を求めて新しい保険が売り出される。

12) ホスピス

いかに医学が発達しても人間の生命には限りがある。その終りの時をど う迎えるか、これも医療を考える上で重要なテーマである。ただし、医学 の力の及ばぬその先は、人生観や宗教の領域であろう。

<まとめ>

究極のところ、人間にとっての一番の関心事は自らの健康であろう。健康 で豊かな人生を送れたらそれが一番幸せなことではないだろうか。病気がち でもいいからお金が欲しいとは思わずに、お金なんかより健康で長生きした いと思うのが普通だろう。

先端技術を駆使して様々なデータをインプットしたら、たちまち『アナターノ、ジュミョウハ、アト○○ネンデス』という占いは、落語(『死神』)の・世界だけにとどめておきたい。

人間は明日をも知れぬから、生きてあくせくしているのであって、寿命が 分ってしまったら人生味気ない。砂をかむ思いの日々であろう。どうせ一度 は死ぬものだと分ってはいても。

ホスピスは一つのケーススタディである。人間の尊厳を保ちつつ、いかに死に臨むか、医療技術では解決し得ない場合の最後の手段かも知れないとしても、自らの選択で人生と対面することが出来るのは人間だけに許された特権なのかも知れない。

医療の問題を追求していくと人間の根源に突きあたる。つまり精神の問題、 心の問題である。『心身ともに』という言葉があるように、心と体がともに 健康でなければ人生の意味も半減する。

この項では『医療福祉』について考えてみたが、いわば体の健康ということである。心の問題については『宗教』の項にゆずる。

2-5 教育

ニューメディアは、企業の生産・労働形態を変貌させ、オフイスのシステム 化・効率化を進め、人間社会のコミュニケーションを変化させていく。又、人 間同士の関係やモラルにインパクトを与えると言われている。

ニューメディア時代になって、教育はどの様に変化しようとしているのか、 真に理想的教育が出現するのだろうか。

(1) 教育の課題

<教育とは何か>

教育の最高目的は、元来「人間形成」にあるが、特に自己のみでなく他人や社会の水準をレベルアップしていく事ができる高度で総合的な人格や能力を備えた人間性を形成していくことにある。

A STATE OF THE STATE OF

この人間性を最高目的とする根本教育では次の三面を同時にバランスよ く育成していくことを必要とする。

a) 精神教育

情熱、意欲、気分、感覚等を高めていく教育

b) 思考教育

思考方法、行動の仕方等を的確なものにしていく教育

c) 知識教育

知識、情報、認識等を高めていく教育

. 従来の教育方法、特に私達国民全体が受ける膨大な学校教育は、知識教育に偏重した教育である。この様な学校教育がもたらした問題点は数多くある。このため新しい教育方法が各方面で模索されている。

<現状の学校教育の問題>

我国の学校教育が知識教育に偏重した歴史的経緯については、多くの方方が分析し述べておられるのでことでは省略するが、現状の学校教育の問題点について、若干述べておく。

学校教育が知識偏重型になっていることはすでに述べたが、この知識教育を行うにも問題が出てきた。

我国で、どく普通に見られる一斉集団授業は、同年齢の生徒に同一教科書・教材で、教師が板書しながら生徒に説明・解説し、生徒はそれを理解・記憶していくという方法である。この授業形態では、生徒一人一人の能力や学力に合わせた教育、すなわち個別対応教育は不可能に近い。

教師は、生徒全員がその教授内容を理解しようがしまいが、予定したカリキュラムをこなしていく。その結果、カリキュラムを未消化のまま上級学校へ進学し、授業についていけない状態となり、無為に時間をつぶす生徒がかなりいる。

現在の学校教育は、教育の平等性や均等性が尊重されるあまり、個人の 能力・学力に対応した教育への関心、努力が失われている。

この様な状態の中で今求められているのは個人の能力・学力・適性に合わせた教育であり、さらに最初に述べた教育の三点をバランスよく育成していくことである。

これらの問題の解決にニューメディアは、役立つのだろうか。

(2) ニューメディアと教育

くニューメディアの分類>

ニューメディアの活用によって理想の教育を実現したい。これは誰しも思うことである。では、教育に利用可能なニューメディアにはどんなものがあるのか。情報伝達の形態別に三つに分けてみる。(A有線型、B無線型、Cパッケージ型)

A有線型

- (a) CATV(双方向を含む)
- (b) ビデオテックス (キャプテン等)
- (c) テレソフトウエア
- (d) データベース

- (e) 電子黒板
- (f) VRS(ビデオレスポンスシステム)
- (g) INS(高度情報通信システム)

B無線型

- (a) 文字多重放送
- (b) 静止画放送
- (c) 直接放送衛星(DBS)
- (d) ファクシミリ放送
- (e) 高品位 T V

Cパッケージ型

- (a) ビデオ
- (b) ビデオディスク (**V D = L D 、 V H D**)
- (c) コンパクトディスク
- (d) コンピュータ(CAI、CMI)

以上が大きく三つに分類したものである。これらのニューメディアが教育に利用可能なのは、教育それ自体がコミュニケーションそのものであり、教師、生徒、父兄、教材等の情報伝達、処理が中心的ウエイトを成しており、ニューメディアの技術的進歩がこれを助けてくれ、さらに、個別対応学習を可能にしより思想的教育を実現できると考えるからである。

個別対応学習については、従来よりその実現へ向けて動こうとしたが、クラスの人数問題、教室構造の問題、教師自身の問題等で実現できなかった。また、今まで開発されてきた教育機器ーテープレコーダ、VTR、OHP等ーは集団教育用で個別対応教育機器ではなかった。それは、機能的に集団教育用であったことでもある。しかし、ニューメディア機器は、個人の能力、学力に応じた対応が機能的にも十分可能になってきている。

<各ニューメディアの将来性>

前節で分類した中から重要性の高いものを選んでその将来性について述べ

てみたい。

(1) CATV

このメディアは、古くて新しいメディアである。教育への実験的利用も数例有るが、画期的な成果は生んでいない。教育への利用は現在テレビで放映されているプログラムと同じ内容は勿論のこと、地方性を重要視した内容が作成され、きめ細かく送られその地方の地理、歴史等に大きな力を発揮するだろう。又、双方向性を持てば、対話型となりより高い教育効果が出ることも考えられる。さらにコンピュータやファクシミリ等と接続して使用すればさらに教育は大きな変化をすることだろう。

② ビデオテックス(キャプテン)

キャプテンは、電話回線を使用して文字や図形を送ったり、他のコンピュータデータベースにアクセスして必要な情報のやりとりをすることができるシステムで現在使用されている電話回線網を使用するのが特長である。

このメディアは、学校と家庭を結ぶことが可能なので、教育改革の一助になるだろう。又、教育情報データベースが構築されれば、教師も生徒も最新の資料を入手し利用することができる。

このメディアでは、現在、カナダのテリドンが各方面から注目され利用され始めたことも見のがしてはならない動向である。

③ 文字多重放送

現在は、主に聴力障害者向けに利用されており、その方面で高い評価 を得ている。文字数が限定されており十分に音声情報を伝達するものに はなっていない。

④ 静止画放送

実験レベルでは完全であり、文字多重放送より情報量は相当多い。実 用化までには、かなり時間がかかると見られる。

⑤ 直接放送衛星

このメディアを利用して、教育番組、ファクシミリ放送、高品位TV

等の放送を考えている企業が現在有り、特に、高品位TVがこの衛星を 利用するならば教育の分野での用途も多大なものがあるだろう。

⑥ コンピュータ(CAI、CMI)

ニューメディアの中で現在、最も注目されているものであるので次節 に詳しく述べる。

<教育へのコンピュータ利用>

教育へのコンピュータ利用は、大別して(1) C A I (Computer Assisted Instruction) (2) C M I (Computer Managed Instruction) とが有る。 (1)は主に教科の内容そのものの指導であり、(2)は自動採点、学習履歴の回収・評価である。又(1)は C A L (Computer Assisted Learning) と呼ばれることもある。これは特に学習という点を強調している。この C A I と C M I が合体してこそコンピュータを教育に利用する価値がでてくる。

コンピュータの教育への利用が各方面から期待されている背景には、(2) で述べたことではあるが昨今の受験競争の問題、落ちこぼれ、浮きこぼれ、 非行等の問題からひとりひとりの生徒の能力・学力に応じた、個別対応教 育技術が問題となっていることによる。

さらに学校教育の場のみでなく、知識・情報化社会の進展により、あらゆる人々にその教育の場が必要になり、生涯教育が重要性を増してきたことから様々な組織で教育の必要性が発生している。この様な一般社会の背景もある。

コンピュータ教育システム(CAI・CMI、以後CAIに代表させる)は、どの様な学習形態があるのか。ここでは、徳島大学の山本米雄氏の分類に従う。

① アドリブ型

コンピュータ又はプログラミング言語を素材にして生徒に与え、自由 に(アドリブ的に)利用して学習させる形態。

② ゲーム・シミュレーション型

いわゆるゲームやビジネスゲームとシミュレーション的技法を取り入れた仮説一検証的学習形態

③ アドホック・フレーム型

教科がもつ概念・目標を階層化し、さらに生徒の学力等を考慮してフレームを系列化し学習させる形態。

(4) 知識ベース型

教師がもっている知識(含むノウハウ)をデータベースとして蓄えて おこうとするものである。その場合、知識の表現方法、特に意味的な知 識間のつながりの記述が重要であり、検策のあり方も異なってくる。

⑤ 質問応答型

知識工学的手法にもとづいた知識ベースをもち、知識ベースを利用して自然言語に近い文で質問応答を行う。コンピュータはあらかじめ決められたシナリオに沿うのではなく、自己の知識ベースを参照し推論を行い、会話を実行する。

以上5つの学習形態がある。

これら5つの学習形態は、それぞれ単独に又は複合的に運用されるが、いずれにしても個人の能力・学力に応じた学習・指導ー個別対応教育ー及び反復学習がまったく可能であることが最大の利点であろう。しかし、教育の全てをCAIで行うのは不可能である。それはあくまで機械であり、前述した教育の三面の一部分を担うにすぎない。

コンピュータ利用の教育は、明治時代以来行なわれてきた一斉集団授業を近代化し、教育の個性化、多様化をもたらす。その一方で利用の仕方を誤ると益々荒廃を招くことになる。

教育の場にコンピュータや他のニューメディア機器を導入する際には、人間との役割をきちんと考え教育を行なっていかなくてはならない。その場合には、教育の三面をバランスよく育成していくことを必ず念頭に置くことは言うまでもないことである。

(3) ニューメディアの活用と課題

ニューメディア(特にコンピュータ)と教育について学校教育を中心に述べてきたが、それは学校教育のあり方が私達個々人にとっても社会にとっても多大な影響があり、今後ともその影響は減少しないと考えられるからである。

現在、様々な方面でニューメディアと教育について議論されているが、そのいずれも「教育とは何か」という本質的問題が明確にされずに進んでいることは、将来に問題を大きく残すことになる。

ニューメディアを従来の教育の延長線で利用するならば、より一層知識教育を助長することになる。なぜならば、それは知識教育に一番利用しやすいからである。また、人工知脳の研究・開発が大脳生理学の発達と伴に進んでいるが、それが完成し実用化になったときには、人間教師の役割が必要でなくなるという意見がある。それは、あまりにもニューメディアの発達に流された考えではないだろうか。

ニューメディアを教育に導入するにあたっては、「教育とは何か」を明確にした上で、特に学校教育の場合には、将来の社会を担う世代の教育であることを考え、社会戦略のレベルで教育のあり方を構想し具現化のためにニューメディアをどの様に活用すべきかを考えなくてはならない。

ニューメディア時代に於ける教育は、ニューメディアと人間教師を共存させることにより従来できなかった教育本来の目的を達成可能とするものであるが、そのためには、「人間形成」を中心にした実践的教育理論をまず構築しその上でニューメディアを活用した新しい教育を行なわなくてはならない。そうすれば輝かしい社会の建設ができると確信する。

2-6 文化教養

(1) 文化・教養において、合理性・効率性を追求することとは

文化の定義としては、広辞苑によれば、「人間が学習によって社会から習得した生活の仕方の総称、衣食住を初め技術・学問・芸術・道徳・宗教など物心両面にわたる生活様式と内容を含む。」とされ、又英々辞典によれば、「1. 芸術・文学・礼儀・学識・職業等において、一般に美点として認められていることに対する関心、その美点を知ることから発生する個人や社会の質。

- 2. 文明の特定の段階
- 3. 人間集団によって形成され、世代から世代へ、引き継がれる生活の仕方の全体。
- 4. 教育やトレーニングによる意識 (Mind)の発達・改善」とされている。 すなわち、文化とは、人々が共通して認める価値 (美点)の優先順 (すな わち合理性を追求する上での前提)とそれに基づいてなされる生活の仕方全 般となる。

ところで、人間は本来非合理なものである。しかし個々人の非合理をその まま容認すれば、社会は成り立たない。したがって、それぞれの社会はそれ ぞれの社会なりに合理性を追求して、社会の統合を維持している。

そして、社会が合理性を追求すればする程、社会を構成している人間の非合理が、表面化し、社会に非合理が生じるのも当然である。それ故に、どの社会でも社会の統合を維持するために、非合理なものを非合理なものとして、制御したり、合理性の基準を変えることによって、非合理であったものを、合理的に処理できるようにし、合理性の場は常に、合理的に動くような仕組みを持っている。(例えば、人間の非合理を処理するための、様々な社会の様々な宗教)

このように考えれば、社会の合理性を成り立たせている非合理の処理の 仕方も含めて文化というものを考えるべきであろう。

そして、現在のニューメディア論・高度情報化社会論に欠けているのは、

この観点ではないかと思われる。例えば、米国のようにプロテスタントの伝統の強い所では、個人の非合理を宗教生活で処理することによって、実社会では、合理的な面のみを前提として活動ができる。このようにして、初めて合理的経済人を前提とする経済学が成り立ち、かつ現実の経済活動を映し出す簿としての有効性を発揮しうるものとなる。

一方、日本の社会では、日本的方法で社会の合理性を追求した結果生じる 日本的な非合理な面を個人の内心の問題として処理していくという伝統に基 づいて、社会を形成している。又、個人は合理性と非合理を常に併存させ ているという前提に立って、人間関係を形成している状態にある。

このような日本の社会で、人と人とをつなぐニューメディアが日本の社会の伝統に基づき人々の生活を律している日本的な合理性を追求する手段であるならば、また、人々が日本的合理性を共通に意識しているのであれば、日本的合理性の追求によって生じる非合理も処理することができる。しかし、我々の日々の生活を律していない合理性(例えば、プロテスタントの伝統に基づく米国の合理性)を無理に導入したり、この合理性によって日本的な非合理を処理しようとすれば、我々の社会に混乱を招いてしまう。このことが、ニューメディアの発達によって、管理が一層ひどくなると、漠然と人々が恐れる背景の一つになっている。また現在すでに、日本的合理性に基づいて、人々が生活しているにもかかわらず、欧米的な合理性そのままで、社合を動かそうという意識が強く働いている一方で、人々が日本的合理性を意識的に把えていない為、欧米的合理性に反論できず、身動きが、とれなくなって管理が厳しいと感じているのではないか。

日本の社会では、非合理な面は、個人の内心の問題として解決するものとされている上、非合理な面も合理的な面も人間関係の中で処理するという伝統があり、またこの方法で社会は合理性を追求してきたし、この方法でしか、我々の社会はうまく機能しない。

また、コミュニケーションの方法としての言葉も、存在するものをあるがままに、表明したり、言葉を厳密に定義して論理を積み重ねる習慣がない。

そして、言葉を定義したり、自己の立場を明確に規定して相手に説明しなく とも、成り立つ社会であった。

したがって、自分達を律している文化・規範というものが、実際には根強く 存在しているにもかかわらず、異なる文化の人々に説明できないし、又個々 人はそれぞれ違った個性を保有しているにもかかわらず、皆同じだという幻 想を抱きやすい。

以上の考え方を前提として、ニューメディアの発達が芸術・エンターテイメント・創作活動・団体活動等の狭い意味での文化・教養に与える影響について考えてみる。

ニューメデアの機能としては、いままでの考え方を踏まえれば、2つの機能が考えられる。1つは、あくまで合理性を追求する際の手段、例えば情報の量・質を高めて、省資源・省エネルギー・技術革新を進め経済合理性を追求する手段としての機能であり、もう一方は、非合理を合理的に処理したり、合理的に処理する為に、事実を把握し、社会の共有とし、そこから解決方法を見つけ出す際の手段とすることである。

そして、狭い意味での文化・教養を現在の日本社会の現状に照して考えれば、マスコミ的な、漠然とした権威を背景としたこれこれをすべきだというメディアは、経済合理性の下に、自然淘太されていくものと思われる。

逆に、価値観、生活様式が多様化していく中で、それぞれのメディアがそれぞれの使われ方をされていくが、人々が無意識に前提としている共通の日本文化の一面が浮かび上がってくるのではないか。現在の日常生活では、合理性と非合理が常に混在ししかも交通整理が出来ない状態になっているが、ニューメディアが、この混在を交通整理する手段として使われるのではないか。

但し、あくまで、何らかの権威でもって、人々にニューメディアの使用及びその内容を強制することを抑えつつ、試行錯誤を重ね徐々に導入していくことが前提である。

(2) 文化・教養において、ニューメディアを面白く使用するために

ここで、もう少し詳細に論理を進めると、今日、広く議論されている前提 としてあくまで、最終単位は個人となっている。ここで個人が最終単位になっているという意味は、本来非合理である個人が集まって構成されている社会において、合理性を追求すれば必ず現われてくる社会の非合理な面を解決 または処理するのは、個人であるということである。

日本の社会では、はたしてそうだろうか、どちらかというと、非合理を処理する場は家族ないし家庭である、ないしはあったと考えるべきである。現在の日本社会のように家族ないし家庭の機能が崩壊すれば、人間の非合理はそれぞれの個人が、それぞれの場で処理しなければならない。!

父親は会社で会社の同僚との間で、母親はカルチャーセンター、エアロビクス 等又は、パートで勤めに出たりしなければならず、このような処理の仕方を 知らない子供は学校や家庭で暴れるしか仕方がなくなる。ことわざに「夫婦 げんかは犬も喰わない」と言うが、家庭が個人の非合理を処理する場であり かつ夫婦げんかが非合理と非合理のぶつかり合いであってみれば当り前であ る。犬は本能という合理性のみで生きているのであるから。

そして、非会社人間、マイホーム大事人間が増加しているのは当然である。 また、日本社会において、非合理を処理する場が、家族・家庭であると いう伝統はいつまでも強固に残っているおり、また、このように考えなけれ ば、家族の一員の不幸に同情して一家心中するということが説明できない。

したがって、ニューメディアの発達に伴なう影響を考える上で、ニューメディアが結ぶ単位として、何を最小単位とするかを考え直さなければならない。

出発点を個人とし、その集合が家庭であり、家庭の集合がコミュニティーであるという単純発想でニューメディアの導入を考えると社会の混乱を助長するだけとなる。

そして、日本の社会においては、家庭ないし家族という最小単位が存在すること、又それが果している役割をもう一度見直して、その機能を強化すべ

きものは強化し、他に機能を移した方がよいものは移し、新たに解決しなければならないものは、解決の方法を模索するということを常に意識しながら これに役立つように、ニューメディアを利用すべきである。

次に、家族・家庭との関連で考えなければならないことは、メディアが個人と個人を結ぶ場合、その個人の年令及び置かれている社会的環境である。例えば、子供用の食品について考えて見る。幼児は食品の中味のことも考えずに、包装用紙の色やデサインを自分の好みに合わせて、食品を選ぶ。その結果、栄養のバランスを崩してしまう。そして、それを防止できるのは、育児に責任のある身近な大人だけである。

ここでは、子供が個人の責任で選んでかつ経済合理性の採算という歯止め があるから、このような状況を放任してよいという考え方は成り立たない。

この場合本来必要なのは、育児に責任のある母親なり身近な大人に対し食品の栄養価、食べ過ぎた場合の短所等を明示し、大人は、明示された内容と、普段子供に食べさせている食事の内容とを考えて、子供に対し、彼らが、選択できる対象を限定し、幼児は限定された範囲で自由に食品を選ぶべきものである。以上のようなことは、対象が子供か大人か、小学生か中学生かといったそれぞれの場合において常に考慮されねばならない。

また、家族が最小単位になっている場合、子供に対しある情報を与えるな ち、その前に家族の中で責任ある大人に対し、その情報の有用性・限界等を つねに明示し、責任ある大人が判断できる形で内容を明らかにしなければなら ないし、責任ある大人が拒否できる体制をとっておかなければいけない。

次に、ニューメディアと創造性との関連にふれておきたいと思う。

人間の知的活動は、あとで述べる点を除けば、基本的にはコンピューターの仕組みと同じである。コンピューターの中には、記憶装置があり、その中に、蓄えられた情報を、やはり、蓄積された、情報と情報の結び付け方(処理の仕方)でもって、新しい情報を作っていくことである。そして人間とコンピューターが根本的に異なる点は、蓄積された、情報の新しい結び付け方を人間は、創造できるのに対し、コンピューターはこれができないというこ

とである。そして人間の創造性はまさに、いままで、結び付かないと思われていた情報と情報を結び付けるということができることである。従って、創造された結果は、各個人が受け入れた情報によっているといえる。また、ニューメディアによって今まで、結びつかなかった情報を試行錯誤で、どんどん結び付けることが可能となる。

しかし、創造されたものは、社会的なものも、反社会的なものもあり、また、ある年令の個人には、有用ないし無害でも、他の年令の人々には、有害だという場合もある。

従って、この面からも、ニューメディアを導入するたび毎に、どのような限定をすべきか、無限定でやる場合は何が歯止めになっているかを常に意識しなければならない。

最後に、日本の社会はいまだに、家族が最小単位になっている面が多く あるが、益々個々人で物事を処理していかなければならない場面が多くなってきている。一方コミュニケーションには、離れている者同士を結び付け ると同時に、結び付いている者を離すという機能も持っている。(例えば、 同じ屋根の下で暮している親子間の電話のやりとり)、そして、家族の中で 個々人がくっついているものを徐々に離していく手段としても、ニューメディアは、使用されるのではないか。

2-7 レクリエーション

(1) はじめに

リクリエーション(re-creation)とは、その語形が示すように、「(疲れをいやし)再び創造行為へ向かう活力を養うこと | と定義できる。

かつて農業社会においては、年に一度、収穫時に行われる"祭"が最も大きくかつ唯一ともいえるリクリエーションの機会であった。そこでは土地(耕地)を基盤にして運命を同じくする共同体の人間たちが集団でリクリエーション行為を行った。く決まった時に、多人数で>という現象がみられたのである。

それに対して工業社会のレクリエーションは、〈不定時に、個人で〉という特質が指摘できる。会社を単位とした(社縁による)種々のリクリエーション活動が行われてはいるが、それはかつてみられたような地縁による結びつき程強固なものではない。現在、私たちは、自らの肉体的・精神的疲労は、自らの才覚において、自らいやさなければならないのである。今後ニューメディアが進展することによって工業社会は大きく変貌し、それは次なる段階へと移行していくであろう。いや現代はすでに工業社会は終焉して情報社会に突入しているとさまいわれてもいる。

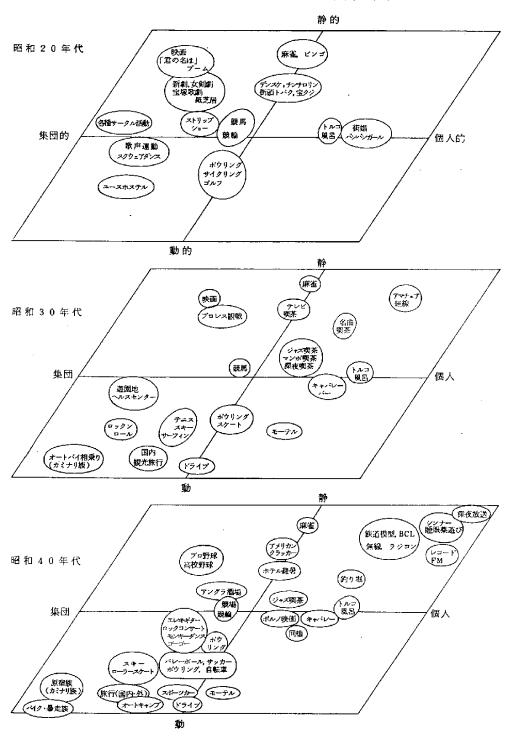
ニューメディアによってどのようにリクリエーションのあり方がかわっていくのかを論じることが本稿の課題である。

現在のリクリエーションの状況を概観したのち、将来の予想を述べていく こととしたい。

(2) 昭和50年代以降におけるリクリエーションの状況

リクリエーションの様々な現象形態を「個人的-集団的」という軸と「静的-動的」という2つの軸で分類してみたのが、次に示す図 I-7-1である。 個人的-集団的とは、リクリエーションを行う主体が現象として群れているか否かに着目したもの。静的-動的とは、肉体をどれだけ動かすかといった点に着目したものである。

(図 I - 7 - 1) リクリエーション(レジャー・娯楽) 昭和 20、30、40 年代の状況



ここで平面上にプロットしたレクリエーションの内容は、一般には「レジャー」や「娯楽」といった言葉で示されるようなもので、その年代にはやったもの、話題となったものを中心に記している。

戦後,昭和20年代から40年代までの状況は,図Ⅱ-7-1を参照していただくこととして,ここでは昭和50年代以降の状況に注目してみよう。

いわゆる高度成長期にあたり大きくリクリエーションが伸長した昭和40 年代と比較するとき、50年代にはいくつかの特徴的な現象が見い出せる。

昭和40年代は、2つの軸がつくりだす平面上の分類でみると、「個人一静」「集団 – 動」の2つの平面にプロットされるものが多い。それに対して50年代は、4つの平面上に均等に項目が分布するようになっている。

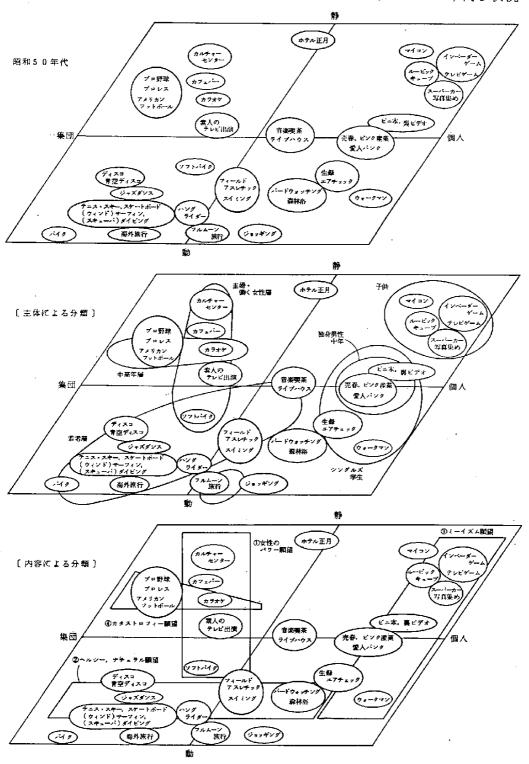
いわゆる価値の多様化現象に伴ってリクリエーションも多様化の様相を呈 してきたということであろうが、より詳しくその内実をみていくこととしよ う。

50年代になって新たにみられるようになった現象あるいは注目される現象として次のような項目をあげることができる。

- カルチャーセンター(主婦層)
- カフェバー, ソフトバイク(働く女性層)
- ジャズダンス(女性[若~中年]層)
- カラオケ(中高年層)
- プロレス(中年〔男性〕層)
- フルムーン旅行(シルバー層)
- ショッギング,バードウォッチング,森林浴
- ウォークマン(学生・若者層)
- 愛人バンク, ピンク産業(独身サラリーマン, 中年男性層)
- テレビゲーム(未成年層)
- テニス, サーフィン等のスポーツブーム(青年層)

ここで、まず指摘できるのは、今までリクリエーション(レジャー、娯楽) の主体としてはあまり登場してこなかった人達に向けての項目が増えてきて

(図Ⅱ-7-2)リクリエーション(レジャー・娯楽)昭和50年代の状況



いる点である。

主婦層や働く女性層を中心とした女性層、中高年層、そしてシルバー層、 これらの人達を主体としたリクリエーションは、40年代にはほとんどみられなかったものである。

次に内容的な分類を試みてみよう。50年代にはいってから現われた様々な現象は、次のような人々の顧望にもとつぐものとして整理できないだろうか。4つの傾向を指摘してみた。

① 女性のパワー願望

今まで実質的には男性にしか許されていなかった様々な事柄を女性も手に入れようとしている。「酒,タバコ,クルマ,知識・教養,そして男……」

カフェ バー,ソフトバイク,カルチャーセンター,女性向けピンク産 業等の事象が説明できる。

その背景には、a) 社会進出によって可能となった女性の経済的自立。

b) 女性の高学歴化と日本の産業のソフト化によって起きた女性の精神的 アタマ 自立。(私たちも男と同じ位の、いやそれ以上の頭脳をもっているのだり) 等の傾向が指摘できる。

② ヘルシー・ナチュラル願望

ジョギング,パードウォッチング,森林浴,フィールドアスレチック等の流行がこの願望によって生起していると考えられる。これはすべての年令層にみられる願望である。とくに若者層においてはこうした願望がスポーツ感覚の伸長といった現象として現われている。

その背景にあるのは、a) 飽食の時代にあって人々が肥満や糖尿など文明病に悩むようになってきたこと、b) 人工の化学物質が氾濫し、人々が安心できる食物や自然のもの(ピュアーなもの)を求めだしたこと、などがあげられる。

③ ミーイズム願望

ウォークマンやテレビゲームの爆発的ブーム。子供たちの間にじわじわ

と浸透するマイコン。それにピーピングルームやピンクカブセルといった ひとりでひそかに楽しむ下半身産業の伸長。これらの現象はミーイズム化 のひとつの現われとみてとれる。

その背景にあるのは、a) 核家族化。兄弟数の減少、b) (受験)戦争社会、などがあげられる。人間との接触よりもストレスのたまらない機械との接触を望み、また煩わしさをいやがり短絡的に欲望のみを処理するといった傾向に走るわけである。

④ カタストロフィー願望

カラオケブームとプロレスプーム。この2つの現象の底に共通するのは、あまりにも人間的(そしてそれゆえ原始的)な絶唱・絶叫である。管理され、すべてが計算されプログラムされたように思える現代では、リクリエーションの原型ともいえる動物的な興奮に身をゆだねるなどといった機会は皆無に近い。現代社会に対する、理性ではわりきれない人間の生ま身の叛乱として、カタストロフィーが求められるのかもしれない。カタストロフィー願望が最も素直な形で表出すると、殺人や放火あるいは自殺といっただならぬ事態が生起することとなる。

(3) ニューメディア社会におけるリクリエーション(将来の予想)

現在の状況をふまえて、ニューメディア社会におけるリクリエーションの あり方を主体別〔女性、中高(シルバー)層、若者(シングルス)、子供〕 に論じていきたい。時代設定は10年~15年後の状況を想定することとす る。

- ① 女性によってのリクリエーション
 - サロン化する都市

ニューメディアの進展に伴い、知識やハウツウものの伝達は自宅において、現在よりも数倍効率的に行われるようになっている。したがって知識伝達型のカルチャーセンターはもはやその存在意義をなくしているが、女性達のなかには、家でも会社でもない第三のコミュニティー空間

を求めてサロン風のセンターに出かけるものも多い。

働く女性のなかには在宅勤務の形態をとっている者が多いので彼女達にとっては、都市とは一種のサロンである。ショッピング、知的刺激、快いスポーツによる発汗、そして時にはアバンチュール。リクリエーションの為だけにしつらえられた都市が彼女たちを待っている。

。 増える全国的同好会

主に家庭の主婦たちの間では、気の合った仲間たちがつくる小集団(同好会)が数多くできあがっている。ニューメディアによって遠距離間のコミュニケーションも即座に行えるようになったので居住地に規制されない全国的な趣味の同好会が活発化したのである。

ニューメディアによる活躍の場の拡大

とくに、今までは家庭内にその才能を埋もらせ、不満を積もらせていた女性達がニューメディアによって活躍の場を得られることとなる。ある主婦は、語学の能力を生かし地球規模で同好会組織をつくり、第三世界の芸術・文化に関するちょっとしたデータベース機構を自らのマイコンのなかにつくりあげてしまった。また様々な分野でコンサルタント業務を行っている女性も多いが、彼女たちの多くは自らの趣味がこうじたものである。彼女たちの大半は、自宅に居ながらにしてかなりの収入を得ている。

○主婦間にも能力主義

だが逆に、新しいトレンドにうまくついていけない主婦も増えるかもしれない。一日中メロドラマや好みの映画などを流しつづけているニューメディア時代のテレビにひねもすかじりついている主婦たち。能力程度によって生じる賃金格差とそれによる生活程度の違いが女性達の間で極端に現われるかもしれない。女性のパワー願望は充分に満たさればするが、しかし彼女たちは結果として、男性社会の論理とシステムを後追いしたことになってしまうのである。

② 中高年・シルバー層にとってのレクリエーション

精神安定装置業(メディテーションカプセルサービス)

女性の社会進出・能力主義・情報化社会におけるデスクワークオンリーの仕事の質、そうしたものがあいまって、中高年のサラリーマンにはかなりのストレスが蓄積する。ニューメディア社会ではこれを解消するサービス業が一種のブームをつくりだすことだろう。精神安定装置には脳波式、睡眼式、羊水式などいくつかの方式が開発され、治療をうけるためには自宅のキャプテン』で予約をとっておかなくてはならない。

都市脱出組の増加

精神安定装置(メディテーションカプセル)などに頼らなくても自然が活力を養ってくれるはずであるという考え(これはヘルシー・ナチュラル願望の流れをくむものである)にもとづいて、かつて過疎の為廃村になったような隔地にまで居を移すものが増えている。それを可能にしたのはニューメディアによる高度情報化社会である。いかにもハイタッチな木とわらの感触をもつ民家のなかにハイテックなニューメディア機器がくみこまれている。10年前に描かれたシーンが現実となり、かつて港区に住むことがナウいことであったのが、今では木更津に住むことがクリエイティブにとってのひとつのステータスになっている。

シルバー層にはメリットが大きい。

ニューメディアの 恩恵を最も素直を形で享受するのは、シルバー層ではないだろうか。 釣りや盆栽や囲碁などの伝統的な娯楽は、根強く存在し続けるが、これはニューメディアの発達によってより奥深く楽しめるものとなっている。自分の趣味領域に関しての様々な娯楽情報が自宅に居ながらにタイムリーに入手できるし、また気の合った同好の士といってもニューメディアを介して対面できる。

高度情報化社会では、長距離の列車を利用する者は、本当に旅を楽しみたいという層が大半になっているので、まだ元気なシルバー層にとってはゆったりした旅行も大きな人生の楽しみのひとつとなっている。

③ 若者(シングルス)にとってのリクリエーション

情景に似合った車がレンタルされる

若者文化のひとつとしてのリクリエーションは,更に一層多様化の 展開をみせる。例えば車を用いたリクリエーションにしても年令・性 別そして何よりもその人の生活心情にそって様々なバリエーションが みてとれるようになり,それが10年前と異なるのは,いろいろな場 面で何台もの車を使いわけるようになってきていることである。まる で茶会を催すように,車でドライブを楽しむ。その場の雰囲気をもっ ともよく演出する車が茶会のお道具が選ばれるように選ばれる。そこ ではレンタカーシステムがニューメディアの進展をうまい形でとり込 み,大きく伸びているかもしれない。

・先端技術を貧欲にとり入れるピンク産業

CATVなどのサービスが家庭に流れ、一日中何十本もの放送が見られるようになった時、そのなかに必ずポルノ映画専用のチャンネルが出現するであろう。シングルズ達のなかにはそれを見るためにシステムに加入するものもでてくるに違いない。刺激が恒常化し、ピンク産業はより表現をどぎつくしていかなければならなくなる。将来は脳神経系に直接刺激を与えるといった形での欲望の処理技術が開発されるかもしれない。そうした時には現在のいわゆるピンク産業はすべて凋落し、夫婦の関係性も再び問い直されるようになるに違いない。ミーィズム欲望のいきつくひとつの終着点である。

④ 子供たちにとってのリクリエーション

。画面と戯れる子供たち

子供たちにとってミーイズムはひとつの極限を示しているかもしれない。彼らにとって遊びとは、家に閉じこもってニューメディアから流れてくるきらめくような音楽と画面に向かい合うことである。子供たち同士で体をぶつけあって遊ぶといった体験はきわめて少ないものになり集団行動は、まるで軍隊のように上から命令された場合でなけ

ればとれなくなっている。

○世界に拡がるコミュニケーションの輪

だがなかにはテレビゲームを親友とする者たちだけでなく、ニューメディアが示してくれる世界中の子供たちとの交信に心をときめかす者たちも出現する。子供たちは子供同士の感性コミュニケーションを通して、南北問題や政治問題に対する直観的な理解を深める。子供たちが中心となって何らかのムーブメントを巻き起こすというところまでは至っていないが、子供の時にできた世界的コミュニケーションの輪は必ず将来有益な結果をもたらしてくれると期待されている。

(4) おわりに

人の欲望は移ろいやすい。まして情報社会においておや。

リクリエーション・レジャー・娯楽といった面におけるニューメディア社会での変遷は、非常に激しいものとなるだろう。

本稿の後半部分ではいささか無責任な予想を行ってしまった感があるが、 何が起きても決しておかしくないのがこの分野であると思われる。

先に人々の欲望というニーズがあり、社会システムやインフラストラクチャーは、常にそれも後追いするという形でしか、リクリエーション・レジャー・娯楽の様相は展開しないと思われるからである。

だが、リクリエーションとは、必ずしも無制限な欲望を解放することだけではないはずである。リクリエーションが、毎日を人間らしく生き生きと暮らすための方途であるとするならば、欲望を追い求めていくことは本来のリクリエーションとは逆のベクトルをもってしまり恐れも考えられる。そこでは善悪の基準に照らした自己規制が必要となってくるかもしれない。

ニューメディア社会に向かうにあたっては「人間らしく生きること」=「本来的リクリエーションの意味」が真剣に問い直されなければならないだろう。

2-8 コミュニティ

コミュニティとは、辞書によれば、「一定の地域で共同の社会生活をいとな むことによって形成された集団。 | とある。この「集団 | をクーリー(Cooley, C.H.) は, "1次的集団"と"2次的集団"とに分けている。"1次的集団" とは、直接的な対面的接触関係を指し、典型的には家族や仲間等の集団のこと である。"2次的集団"とは距離を隔てた間接的な接触関係を指す。さて,こ こでニューメディアの効用を考えると,次の8項目にまとめることができる。 つまり①個別化……マスからパーソナルへ ②即時化……リアルタイム性 ③随意化……気に入った時に,欲しい時に ④簡便化……手軽に ⑤低廉 化……端末,回線,処理を含めて安価に ⑥公平化……遠近格差なく,平 等に ⑦能動性………社会活動への積極的参画 ⑧双方向性………送受相互の 対話の増進,である。との効用から推察すると、ニューメディアは、1次的集 団よりも、2次的集団へ与える影響が大となるであろう。というより、今まで 存在しなかった新しい2次的集団が、多種にわたって発生するものと考えられ る。たとえば、多県にわたる同じ趣味仲間とか、未婚男女の結婚情報交換、又 は同じ問題に関心があるグループが、情報、意見、アイデアを交換しあうとい ったものである。この点は後ほど述べたい。

一方、 $10\sim20$ 年後にコミュニティに影響を与える要因として、以下の点があげられる。

①今後日本人は、自由時間が増加するだろう(表 I - 8 - 1)、②今後、日本人の人生観に変化がおきるだろう。例えば、生きがいをより一層求めるだろうし(図 I - 8 - 1)、趣味に合う生活を望むようになるだろう(図 I - 8 - 2)、③ニューメディアは従来の通信手段よりもコスト安となるだろう(図 II - 8 - 3)。一方人々は④不安の増大により、その解消手段として、コミュニティへの積極的参加が増えてくるだろう(図 II - 8 - 4 、5)。 ⑤人口問題としては、人口の定住化により、1次的集団が安定し、古来人類がもっていたコミュニティが復活するだろう。また老人の増加やシングルズの増加、単独世帯の増加などが今までにない新しい1次的集団、2次的集団 を形成し、ニューメディアを駆使したコミュニティが生まれるだろう。 ここで具体的な予測を述べてみたい。

1次的集団の予測としては,

①新しい家族関係の増加である。たとえば家族全員でのホームイベントが増え、手づくり料理によるもてなしも盛んになるだろう。又、夫婦単位のつきあいもニューメディアを用いて行なわれるだろう。

②は、無駄な出費の節約である。不要品交換が一層さかんになり、その情報交換にニューメディアが用いられるだろう。

③は、心や体の健康を求める人々が増えるだろう。たとえば、宗教への 関心が増大し、同じ宗教をもつ人々は、ニューメディアを用いてより一層 結束するであろう。又、コミュニティ単位のスポーツ大会等が増え、心の かよう会合やパーティが、大事にされるだろう。そういった情報交換が盛 んになるだろう。

④は、相互扶助システムの増加である。つまり、在宅看護婦の派遣などの助け合い制度が生まれてくるだろう。又、老人クラブ活動が活発になり、一部では大家族制度への回帰がおこるだろう。⑤は「今、この時間」を大切にする傾向が見られよう。趣味を楽しむ時間が増え、週末は、夜おそくまでニューメディアを用いたコミュニティ広場が、できるだろう。

⑥は、伝統行事が見直されることである。祭りや行事の見直しが始まり、 人気を上げるだろう。⑦は、本物志向である。Do it Yourself の定着と 共に、趣味への本格的な取り組みが進み、そこにニューメディアを媒介に した新しいコミュニティが形成されるだろう。

2次的集団の予測としては,

①気の合う者同士のつきあいが、増加することである。趣味中心のつきあいがふえ、親せきより仲間同士のつきあいを重視し、読書などの同好会が、多く生まれるだろう。又、奥様大学やセミナーが、一層流行すると思われる。又、老人のレジャーの増加や、シングルズ同士のつきあいが、ニューメディアを用いて活発になると思われる。

結論として, 今後ますますのハイ・テック時代において, 人間疎外の傾向は,

一層強まるだろう。その反動として、本物の、人間としての心のふれあいを求める声が強まるだろう。そこに、ニューメディアを使った多種のグループが形成される。そして今までの「地域の束縛」から、ニューメディアは人々を開放してくれるだろう。最後に、

問題点として、個人のプライバシーをいかに守るか、そして、プライバシー を侵害した時のクレーム処理をどうするかがあげられる。

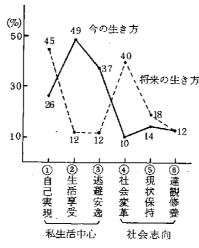
表 $\mathbb{I} - 8 - 1$ 生活時間の変化(全国民平均1人1日当たり)

(単位:時間、分)

	·				1,分)
		曜	日	曜	i
4 0年 4 5年 5	50年 40年	4 5年 5 0年	4 0年	45年	50年
0.00 1 0.28 1	0.3 0 9.5 9	1 0.2 6 1 0.3 3	1 0.2 7	11.13	11.23
8.0 5 7.5 7	7.5 2 8.0 3	7.5 5 7.5 8	8.29	8.40	8.48
1.16 1.32	1.32 1.16	1.3 2 1.3 4	1.19	1.36	1.37
0.39 0.59	1.06 0.40	0.5 9 1.0 1	0.39	0.59	0.58
9.5 6 9.3 5	9.16 9.33	9.01 8.13	7.1 6	6.24	5.38
4.5 6 5.1 0	4.3 2 4.5 6	4.4 7 3.4 0	3.3 5	2.4 6	1.5 2
1.5 6 1.2 5	1.26 1.31	1.05 1.09	0.4 2	0.32	0.3 2
2.29 2.35	2.3 7 2.3 0	2.38 2.50	2.4 3	2.5 6	3.0 6
0.35 0.35	0.41 0.36	0.31 0.34	0.16	0.10	0.08
5.5 6 5.5 2 6	6.24 6.20	6.1 5 7.2 6	8.10	8.0 6	9.0 2
0.3 3 0.3 6 (0.36 0.39	0.42 0.46	0.52	1.01	1.0 6
0.35 0.34	0.40 0.50	0.35 0.44	0.54	0.33	0.41
0.3 2 0.3 1	0.35 0.43	0.48 0.47	1.3 0	1.30	1.36
0.08 0.08	0.07 0.09	0.1 0 0.1 5	0.18	0.1 6	0.23
0.31 0.30	0.32 0.32	0.27 0.35	0.32	0.3 1	0.34
0.27 0.28 0	0.35 0.26	0.2 6 0.3 5	0.23	0.24	0.31
2.5 2 3.0 5 3	3.1 9 3.0 1	3.0 7 3.4 4	3.4 1	3.4 6	4.11
- 16.11 16	6.18 —	1 6.1 4 1 6.5 5	_	1 8.0 8	1 8.28
4.52 25.55 26	6.10 25.53	25.42 26.12	2 5.5 3	2 5.4 3	2 6.0 3
() () () ()	10年	10年	10年	10年	0年 45年 50年 40年 45年 50年 40年 45年 11.13 13.25 13.45 11.19 13.65 13.95 13.25 13.45 13.19 13.65 13.95 13.15 13.

注 昭和40年は「在宅」について調査していない。 (NHK「国民生活時間調査」)

図 [-8-1 生き方の現状と将来(複数回答)



- ① 世間の目を気にせず、自分のや りたいことを楽した
- りたいことを楽しむ ② 現状に甘んじ、与えられた範囲 で、自分の生活を楽しむ
- ③ 世の中のことは、なりゆきにしたがってその日を平穏にすごす
- ④ よりよい社会の実現をめざして、 積極的に努力する
- ⑤ いまの社会を大切にし、それを 守ることに努める
- 社会とのかかわりをなるべく避け、ひたすら修業にはげむ

資料)東京都『大都市青少年の生活・価値観に関する調査』昭和52年9月

図 [- 8 - 2 人生観:戦後の変化 (全年齢)

統計數理研究所

図 11 - 8 - 3 基準供給情報距離 量と単位コスト (マス情報流通)

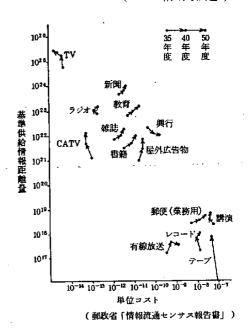
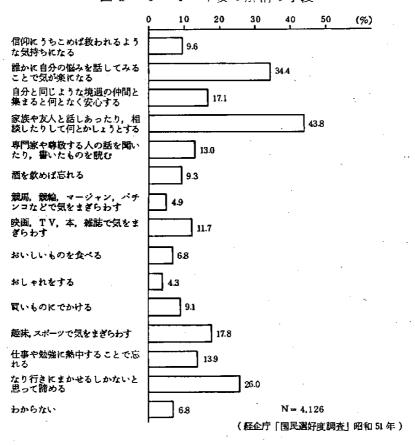
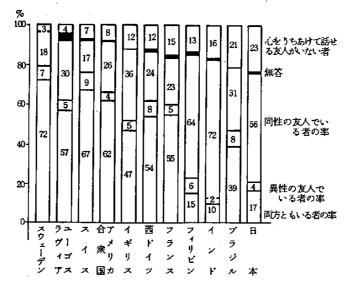


図 [- 8 - 4 不安の解消の手段



図Ⅱ-8-5 心をうちあけて話せる友人



2-9 交通

(1) 交通と情報通信の2つのフェーズ

交通という市民生活の断面を考える場合、交通需要と交通施設/交通機関の2つのテーマに分けることができる。交通需要は都市活動/交流の様々な局面から派生する事象である。そのため交通需要は市民生活のパターンの変化や産業活動の変化によって大きな影響を受けるものである。一方、交通施設/交通機関は移動のためのインフラストラクチャーであり、乗りものというハードウエアである。

このような意味で、交通と情報通信との関わりを考察するには2つのフェーズで把えることが適切であろう。第1のフェーズは、交通需要という視点に立った交通と通信の問題である。これは両者の代替性あるいは支援性の分析であり、いわば交通と通信のすみ分け論である。第2のフェーズは、交通インフラなり、交通機関に対して情報通信が果たす役割を論ずることであ

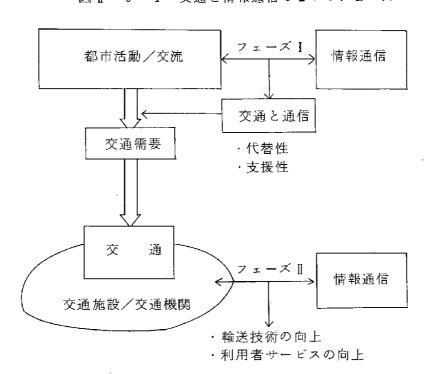


図 Ⅱ - 9 - 1 交通と情報通信の 2 つのフェーズ

り、これには輸送技術の向上という側面と利用者サービスの向上という2つの側面がある。これはいわば交通におけるソフトウエア論といえる。

(2) 交通と通信のすみ分け論

<分散型社会における交通と通信>

交通と通信は言うまでもなく、活動交流の二大基盤である。これからの社会が地方の時代と言われ、分散型社会を志向していく可能性は高い。そのような社会は従来以上に地域間交流の需要を増大させるものである。その理由は次の通りである。

人間を年齢階層、職業、あるいはそれぞれの生い立ちから見て、大きく移動
志向型人間と定住
志向型人間とに分けることができる。

つまり、移動志向型人間は、どこに住んでも構わない、あるいはどこへでも行かざるを得ない(主として仕事上の理由で)タイプであり、その行動原理は被命令従属的であり、また場合によっては選択的である。これらの人達は、それぞれの地域に友人仲間を作り、また彼らを残して他地域へ移動したり、仕事上の取引先を残したりする。このような人間関係、取引関係の分散化に伴う情報交流欲求の積み重ねは、日本中の各地域間にネットワーク状の通信/交通需要を生み出すであろう。

一方、定住志向型人間は、今の場所に住みたい、あるいはふるさとに帰って住みたいタイプであり、その行動原理は土着的であり、ゆとり志向的である。これらの人達は、地域内で一定水準の文化を享受しつつも、より高次の文化交流を求めて大都市等への通信/交通需要を生み出す。

このようなロングスパンで見た人の移動は、親の転勤、大学受験、就職、 転職、転勤、退職といったライフサイクルの変曲点において発生する。それ ちの各時点で我々は、上述したどちらかのタイプの人間として振舞うことに なる。その際、外的条件としての企業立地、大学立地、あるいは地域政策等 の要件の占める割合が大きいことは事実だが、交通条件が飛躍的に向上する ことが予想しにくい今後の社会において、情報通信の果たす役割は相対的に 大きくなるであろう。

即ち、フェイス・ツー・フェイスの価値は十分高くても交通費用の負担、移動時間の負荷を考えれば、INSの整備等による様々なニューメディアの普及は相当魅力的であると想像することができる。例えば移動志向型人間の私は、(もちろん、多分に仕事上の理由であるが。)今東京に住んでいて、名古屋にいる両親、関西に残してきた仲間達とのコミュニケーションは十分ではない。交通として顕在化しないのは主として費用と時間が許さないからである。京都在住時代からの友人である家族とは、ビデオという一種のニューメディアによって交流を図っている。これが双方向テレビ等になれば、交流はますます手軽になるであろう。

従来、交通手段に比べて手紙、電話という交流手段しか持たなかった通信が、新しいメディアのメニューを持つことにより、比較的長距離間の多様な 交流手段の主役として、交通に変わって登場すると考えられる。(短婚葬祭 や新しい人との交流はあくまでも交通による所が大きいが。)

<都市交通と情報通信>

都市交通は既に述べたように、都市活動の派生的事象であり、人の移動 (パーソントリップ)と物の移動(物流)に分けられる。

人の交通は、その目的によって①通勤、②通学、③業務、④日常的自由、(買物、習い事、娯楽等)、⑤非日常的自由(社交、レジャー、通院等)に分けて考えることができる。これらを交通として発生する際の行動心理の面から整理すると表 II — 9 — 1 のようになる。即ち、通勤、通学、業務交通は拘束的交通であるが、自由目的交通は買物や通院のような拘束的なものと、社交、娯楽のような希求性の強いものがあり、両方の性格を持ったものもあある。〇印をつけた部分は、法制度や社会のルールの変化、ニューメディアの普及等によって出現する部分である。近い将来実現するであろうニューメディアが交通需要にもたらすインパクトを見定めるのは容易ではないが、概ねの分類をすれば表 II — 9 — 2 のように考えられる。即ち、レジャー交通の

表 🛚 - 9 - 1 交通目的と行動心理

行動心理	目的	通勤	通学	業務	日常的自由	非日常的自由
	.:				◎娯楽	◎社交
希求的交通	動きたい				習い事	レジャー
					△買い物	
拘束的交通	動かなくても	0		O	,-,	
	済むかもしれない				0	
	動かざるを	0	. (0	◎買物	△社交
	得ない				△娯楽	◎通院

表 || -9-2 交通需要へのニューメディアのインパクト例

$\overline{}$		 		
	インパクト	交通需要を	交通需要を	交通パターンを
目的		減少させる	増大させる	変える
通動		・在宅勤務	·	・フレックス
				タイムシステム
. 通	学	· 電子塾		
業務		·LAN		
		·VAN		
		・宅配システム —	→物流増大	
		・エレクトロニック バンキングシステム		
		・テレビ会議 システム.	, ,	·
日常的自由	買物	・テレビ ショッピング ——	→物流 増大	
	習い事			, ;
	社 交			
非日常的	レジャー		・ニューメディアに	・ニューメディア
自由			よるレジャー情報	によるレジャー 、情報
	通院	・医療情報システム	·	*:

ように潜在需要を換起する場合もあるが、一部で物流交通の増加をもたらしながらも、既存の交通を代替する機能をニューメディアが持っていることがわかる。

このように拘束的交通の一部を解放する一方で、動きたいという希求的交通や、動かざるを得ないという拘束的交通に対して、ニューメディアは交通の利便性、快適性を向上させるためのソフトウエアとしての機能を要請されていると言えよう。

(3) 交通におけるソフトウエア論

く交通機関のソフトウエア>

従来の交通機関における電気通信系メディアと言えば、道路一自動車系では信号システム、高速道路の無線電話等、鉄道系では鉄道電話、信号システム、新幹線の中央制御システム等のコントロールと安全性を中心にした輸送技術の向上を目的としたものであった。しかし、今後は利用者サイドに立った快適性、利便性がますます要請されるであろう。

我々は交通という行動をする際、道路空間や車内空間に閉じこめられざる を得ないわけであり、通勤ラッシュや交通渋滞、あるいはいつ来るともわか らないバスを待つ等の極めて不愉快な状態に置かれることがしばしばである。 国民の所得水準が向上し、豊かな居住環境が整備されたとしても、交通が生 活の一部である以上、このままでは余りにもアンバランスだと言わざるを得な い。

ニューメディアが直接交通問題を解決する部分は少ないが、少なくとも解決を支援する一つのソフトウエアの役割を果たすものと思われる。ここでは、交通分野に関わる社会システムの変化も大胆に織りこんで、ニューメディアが活用されている交通分野を多少夢物語風に描いてみたい。

< 2 1世紀のニューメディア交通物語>

① 「首都高速道路で |

私は東京に住むビジネスマン。ベンチャービジネスのオーナーであるため時間が商売である。昔は「首都拘束道路」の異名があった程渋滞が日常茶飯時であったが、今や高度なオンラインコントロールシステムによってかなりスムーズな走行が保障されている。道路整備が順調に進んだからではない。財政問題と用地買収難等からこの20年間さほど整備は進んでいない。当局は首都高の運営を民営化し、高速走行性を保障するかわりに料金を大幅に上げた。しかもランプ位置や時間帯によって料金が変わる。それというのも高速道路自体が一種の情報ネットワークとして機能しているからである。交通量を常時チェックするセンサーと人工知能コンピューターによるリアルタイムの交通管制をしている。高速道路からは常に情報を流しており、車のFMラジオのスイッチを押すと、混みはじめた3号線のランプより、少し遠いが4号線のランプの方が料金が安いことを告げている。指示どおり乗れば確実に目的ランプまで行けるから、時間価値の高い利用者に好評である。

② 「東名高速道路で |

今日は静岡の客先へ出かける。道路情報は24時間専用放送が流されており、東名情報では途中事故のため迂回ルートを詳細に告げている。道路管理は民営であり、サービス内容や料金体系が地域毎に異なる。サービスエリアは通信センター化されていて、沿線の交通情報がリアルタイムにチェックできるだけでなく、沿道の観光情報等も目白押しである。今日は交通量も少なく、最低料金で静岡まで行くことができた。また、目的のインンターコードをセットしておくと、そのインターに近づくとラジオを消していても自動的に通報してくれるシステムも評判がいい。

③ 「新幹線で」

今日は新幹線で大阪へ出張である。東京から3時間弱とスピードは昔とさほど変わらないが、サービスが大幅に向上して車内で余り退屈しない。 オフィスのキーをたたいて予約をとると禁煙車は一杯なので、イベント車両のメニューを見る。健康セミナーをやっている列車があったのでそれを 予約した。新幹線には時々イベント車両がついていて、展示会や、ショウ、セミナー等をやっている。貸切りパーティも行われる。最近気になる糖尿病対策の話を聞いてから、食堂車へ出かけて衛星放送からのテレビを見ながら食事をする。座席のイスにはFM放送の端子がついていて楽しめるし、サービスルームにはパソコンやワープロが置いてあって、たまに時間がない時使ったりする。

④ 「通勤電車で |

いわゆる在宅勤務やフレックスタイム制が普及したこともあって、ひどい混雑はない。1時間近くの通勤電車内は生活空間の一部と化している。各社ともサービス競争をしており、私の乗る電鉄会社はニューメディアカーを売り物にしている。つり皮の端子に専用ヘッドホンをつなぐと、ニュース、天気予報から音楽まで聴くことができる。この沿線には外国人も多いせいか英語放送のチャンネルもある。ヘッドホンは駅でも貸し出しているが保証金をとられる。なお、情報ソースは沿線地域でサービスしているCATV局が提供しているものである。駅の多くは生活ターミナル化して電子銀行、電子郵便局、電子クリニック、電子ショッピング等の多様な生活サービスがほとんど無人で提供されている。今や鉄道駅は美しい建物の中にエレクトロニクスを駆使した生活サービス機能と、心地よい音楽とスクリーンが流れるうるおいのある情報拠点と化したのである。

⑤ 「新交通システムで」

かってはなかなか普及しなかった新交通システムも、法制度の改善やシステムの規格標準化の努力により、あちこちで手軽に導入されるようになった。郊外の住宅団地等にはカプセル式の新交通システムが登場しているが、人工知能コンピュータで分散型制御をするシステムが、既存情報やその日の特徴(曜日、催し物の有無等)、現在の状況から瞬時に最適な配車輸送パターンを指示するので、待ち時間はかなり短い。このシステムは毎日の利用結果に基づいて、人工知能のデータベースを書き換え、明日の最適化に備えている。こういう高性能の新交通システムを市民の足として生

かして使うために、新交通システムのネットワークのルートに沿って高層 住宅やショッピングセンターを作る等、街づくりまでが変えられてしまっ た。

(6) 「バスで |

地方都市のバスはすっかり変わった。定時性、快適性に欠けていたバス 交通は、様々なエレクトロニクス技術の工夫と諸制度の改善により、市民 の足として甦えった。バスロケーションシステムが高度化されて、コント ロールセンター、乗客、バス停待ちの人それぞれに必要な情報がオンライ ンで流れている。これと、バス走行を円滑にするための信号コントロール システムが一体となっている。

<交通におけるソフトウエア整備の課題>

以上のように将来は交通のあらゆる局面が『交通システム化』し、ニューメディアが果たす役割が極めて大きいことは確実だが、これを単に夢物語に終わらせない為には、交通に関わる諸制度の運用をニューメディアの進展に合わせて弾力的に行うことが重要だと思われる。ある意味では交通技術だけで交通問題の解決、交通サービスの向上を図る余地はほとんど残っていないだけに、情報通信技術がその主役になるであろうが、ソフトウエア整備に際しては次のような課題に留意する必要があろう。

- ① システムダウンによる機能麻痺の回避 交通は公共性の高い分野である為、システムの信頼性が高度に要求される。
- ② 選択型ソフトウエアの整備 安全性、確実性等の基礎的条件以外の交通サービスには利用者の選択 の余地を残す。
- ③ 社会的コンセンサスの形成 システム導入に伴う費用負担についての社会的コンセンサスが形成される必要がある。

2-10 災 害

(1) 我が国の災害対策の現状と今後の課題

我が国の国土は、新しい造山活動地域にあり、地震、火山活動が活発なことに加えて、不安定な急斜面が多く、また、降水量も多いことから、洪水、土砂災害等の自然災害の多い国土となっている。それに加えて、急速に進展した都市化、人口、諸機能の大都市集中は、自然的、人為的災害の発生確率を高めるとともに、災害時の被害を拡大する要因となっている。我が国は、このように自然災害を受けやすい条件のもとで、これまでに河川改修など国土保全事業の進展、災害対策諸法制の段階的整備、気象観測機器の技術向上などにより、自然災害による死者・行方不明者数は、年により増減はあるが戦後全体として減少傾向にあり、近年は年間200人程度になっている。しかしながら、57年の長崎豪雨に代表されるように、一度大規模な災害が発生すれば、打つ術もなく多数の犠牲者を出すことになる。又、高度経済成長期を経て安定成長期を迎え、我が国の社会経済環境は大きく変化し、災害発生の要因や災害の態様も複雑多様化している。まさに、防災対策の効率的あり方が問われていると言ってよいであろう。

これまでの我が国の災害対策のあり方としては、河川改修などの災害保全及び災害復旧が重点的に図られてきた。最近の傾向としては、災害予知技術の研究及び各種重要施設整備などの災害予防が積極的に進められているが、今後ますますこれらの予知・予防に関する対応が重点的に推進されねばならない。2次災害の被害を極力最小に抑える方向で災害対策を打つことが極めて重要である。そのためには、災害の予知・予報・避難、さらに発生後の救助、救援、災害復旧といった一連の対策が、正確にかつ迅速に遂行されるシステムの構築、いわゆる有機的に各防災システムを統合させた情報ネットワークシステムの整備が最重要課題である。

(2) 防災とニューメディア(光の部分)

ニューメディア社会の大きな特徴の一つに全国レベルでの情報ネットワ

一夕の形成が計画されているが、現在行政機関、防災関係機関等がそれぞれ独自に設置している自営通信網は、それぞれ独立して機能しているため、災害時の緊急な通信に対して十分効果を発揮し得ない面がある。とりわけ、災害応急対策を実施する上で不可欠の要素である通信の確保については、災害に強い無線回線を中心とした情報ネットワークの整備が緊急課題であり、現存する個々の通信網を有機的に結合させ、家庭をも含んだ情報ネットワークの構築が必要である。家庭内での情報の受け入れとしては、テレビ・ラシオなどの施設が重要な役割を果たすであろうが、電々系統の災害による被害も予想されるため、電池式テレビなどによる対応も必要となろう。又、防災自動消火等)などの機能を集中的にコントロールする家庭用セキュリティーコントロールシステムも普及していくであろう。

一方、高度情報化社会のもとでは、人々の情報に対するニーズがますます高まっており、災害による情報の欠如が住民の不安をより増大させる恐れもある。従って、衛星通信を利用した災害時に備えた重要回線のバックアップ体制の確保、災害時における被災現場等との連絡回線の設定等災害対策用衛星通信システムの確立が極めて重要な対応となってこよう。加えて、将来小型の衛星通信用パラボナアンテナが各家庭に普及すれば、同報通信、強制放送により、被害地での避難誘導、遠隔地からの被害状況の把握などに効果的手段となり得る。

来たる情報化社会のもとで、災害に対してニューメディアが有効な災害対策の一助となり得ることを述べたが、災害対策の整備にあたっては、必要性を感じていても直接企業、個人への利益に結びつかないことから、民間レベルでの支出は大して期待できないのが現状である。

高度情報化社会へのインフラストラクチャの整備にあたり、効率的な防災対策を推進していくために、各種ニューメディアを利用した防災システムの構築が積極的に遂行されねばならない。

(3) 災害とニューメディア(影の部分)

『都民の東海地震に対する意識と行動調査』(警視庁調べ 82.2)によれ

ば、都民の東海地震に対する意識と行動とのあいだにかなりのギャップがあることが指摘されている。都民の東海地震に対する関心の高まりとは裏腹に、地震発生時にどう行動するかという心構えが不十分であると報告されている。これまで行政諸機関では、各種防災基本計画、避難訓練などの対応策が計られてきたが、災害はいつ起こるかわからないという性格のものであり、すぐに個人に影響を及ぼさないといった認識が先行するため、住民の防災に対する意識と行動とのあいだのギャップは、依然として大きいものとならざるを得ないのが現状であろう。ともすれば、高度情報化社会への流れの中で、情報ネットワークの構築といったハード面の対応が進めば進むほど、ますます住民の緊急時における行動についてはその重要性が語られず、軽視される傾向になることも考えられる。防災対策とは、正確な災害情報を迅速に住民に伝え、それを得た住民がすみやかに対処するといった一連の連系が成立して始めて存在するものであり、住民が災害発生時の行動に対していかに正しく認識しているかということが、高度情報化社会といえども依然として重要な課題となってこよう。

次に、緊急時の住民の行動について考えた場合、災害情報を受けたときの住民の行動はさまざまな要因によって決められなければならない。災害の種類には、地震、台風、豪雨、豪雪、さらに身近なところで発生する火災、ガス爆発などがある。住民の住む地域の特性も、すぐ近くに避難指定区域がある場合、下町のように極めて危険性の高い地域に住む場合などさまざまである。住民一人々々が、地域特性、家庭内の状況、あるいは災害発生時にどこにいるかなど予め状況を想定して、緊急時の対応を考えておかなければならない。又、緊急時に各種防災システムをうまく使いこなせないといった事態も十分想定される。例えば、公共の避難場所を90%の人々が知っているものの実際に歩いていってみたことがあるのはその内50%、といった結果が最近明らかにされている。緊急時の対応に関する認識の低さが浮き彫りにされていると言える。高度情報化社会とあいまって通信回線による全国レベルの情報ネットワークが完成したとしても、住民サイドで災害情報を効率よく生かす衛が

確立されていなければ、防災対策の効率化は一向に図れるものではない。

これらの問題の解決を図るためには、日常的な避難訓練などによる従来の 災害予防対策をさらに強化していくことが必要である。その際重要なことは、 地域間コミュニティーによる防災体制を積極的に推進していくことである。 地域コミュニケーションネットワークシステムを通じ、地域特性を捉えた災 害対策を繰り返えし放送するなど、緊急時の行動計画をいろいろな場面を想 定し訓練することが極めて重要な対応である。

- (4) 災害に対するインフラのあり方

高度情報化社会での情報に対する住民のニーズは極めて高くなってゆくことが予想されるが、とりわけ災害に関する情報は国民生活の安全性の獲保のために必要不可欠のものであり、全国レベルの通信回線による情報ネットワークの構築が積極的に進められなければならない。その際必要なことは、各システム間の一部にシステムダウンが生じても、情報ルートに支障をきたすことのないように、主要機関のバックアップを設けるなど危険分散を図っておくことである。

一方、ハード面の構築もさることながら、情報を受ける住民の行動に関するソフト面の対応も同時に推進していかなければならない。そのためには、地域間ネットワークによる地域間防災コミュニティー形成が、必要不可欠なものとなってこよう。

このような一連の災害対策の整備に関しては、今後も行政サイドからの積極的な働きかけが必要である。

2-11 国際化

(1) 国際化社会における情報の役割

日本経済の国際化及び欧米諸国との摩擦の激化にともない、日本への関心 が高まり、日本の国際化の潮流に大きな影響を与えている。

外国人の手によって日本を紹介する著書の急増ぶりは近年とみに目覚ましく、各種の専門分野で日本の実情について優れた作品が多数出版されているほか、日本の社会機構全体をふまえた日本人の日常生活ぶりを広汎にかつきめ細かに捉えているものが刊行されており、あるものは翻訳され、ベストセラーになっているものもある。さらに、大学や研究機関での日本関係の研究センターの設置も急増している。

特に、日本経済の発展ぶり、成功ぶりから日本式経営システムが大きな関心を集めており、それに関し、日本企業の特徴として終身雇用制度、年功序列賃金制度、企業別労働組合、コンセンサス意思決定制度などのマネジメントシステムや、勤勉で教育水準の高い人的環境、そして優れた製品を作り出す品質管理システムなどをもってその秘密を解明しようとしたり、また、こうしたシステムを支える日本の文化的歴史的な解明にも力が入れられてきた。

さらに、こうした掘り下げでは納得の行く答が得られないとして、いわゆる国際的なルール違反や、日本独自の産業保護政策、市場の閉鎖性への不信などといった、やや感情的な面も含めた批判も交えつつ、日本の研究が進められているようである。

しかし、このような批判や研究には、日本の制度や慣習、文化等に対する 誤った認識に基づいていることが多いため、そこから発生する摩擦は、対外 広報を積極的、効果的に行い、市民の日常生活まで浸透したコミュニケーションを円滑にすることによって、かなり解消するのではないかと思われる。

明治維新以降、国力を増強し、国内建設に尽力したためにややもすると国際活動でスタートに遅れをとった日本が、国際レベルに追いついた今日、次には国際社会の中で日本人が何に貢献し、また、どう生きて行くかを示さな

ければならなくなってきている。

このような状況の下に、現在、日豪、日一EC間でどのようなコミュニケーション活動が行なわれており、ニューメディアの発達がその活動に対して どのような影響を及ぼすかについて、専門家からの意見聴取やアンケート調査等によって実態の把握と、将来の展望を行うこととした。

(2) 日豪間におけるコミュニケーション活動

日豪間の交流は、従来から経済交流に偏っており、真の交流、相互理解を 促進するために、文化的交流や人的交流によってパーセプ ションギャップ を埋めてゆく必要のあることが指摘されている。(1)

そこで、日家間における情報ニーズ及び情報メディアの現状をアンケート 調査(付論参照)によって分析し、今後ニューメディアの果す役割を考える こととした。

<日本に関する情報ニーズとメディア>

豪州人が来日に当たって持ち合わせておくべきであると考える予備知識及び彼らが今後勉強したいと考える分野からみると、今後ニーズの増加が予想される分野は日本の歴史、文化、生活様式、政治事情、経済事情、商習慣であり、とりわけ、経済摩擦の潜在的要因となっている文化、生活様式の比重が高い。(質問1、質問4参照)

また、これらの情報を入手する情報メディアについては、新聞、本のような活字を通じるメディアの方が、TV、VTRのような視覚を通じるメディアの比重よりも高く、この結果は、グリフィス大学豪州アジア関係研究センターが行った調査による、経済人はTV、ラジオを低く評価する、という結(2) 果と一致している。(質問2参照)

<伝統的メディアの問題点とニューメディアのメリット>

伝統的メディアの問題点としては、「情報の入手に時間を要する(書籍等)

「組織や人が大都市にしか存在しない(大使館、ビジネスマン等)」があげられており、これらの問題点を克服するため、ニューメディアの役割として、「情報を迅速にいかなる場所からも入手できること」があげられている。しかし、注目すべき点は、「ニーズに即した情報を入手できること」、「関連性のある情報を容易に入手できること」、がそれ以上の比重であげられていることであり、一般にニューメディアの特質と評価されている。時間と空間を選ばず情報にアクセスできる、というメリットよりも、ニーズ、目的等に適合した情報の入手に役立つという点が大いに期待されているように思われる。(質問3、質問5参照)

<ニューメディアと国際交流活動>

ニューメディアが国際交流に及ぼす影響に関しては、「国際交流が活発になる」という意見が多いが、「影響なし」、「情報過多となる」、という意見、さらに、「国際交流のためには日本を訪問する方がよい」、という意見もあり、また、豪州人の中には日本再訪を計画している人もあり、メディアに依存するだけでなく、自らの努力で日本の情報を入手しようとする姿勢がうかがわれる。(質問4、質問6参照)

<今後の課題と展望>

来日経験のある豪州人は、経済摩擦の潜在的要因となっている日本文化、 生活様式等に関する情報を重視しており、今後、これらの情報へのニーズは 一層高まるものと考えられる。

・これらの情報の入手に際し、伝統的メディアには、情報へのアクセスに当たって時間的、空間的障壁が存在する。しかし、この障壁は観念的に考えられているものであり、最も都市化の進んだ社会である豪州 においては、実感としてそれほど感じられていないと思われる。このことは、ニューメディアのメリットとして、時間的、空間的障壁の克服よりも、ニーズに適合した情報に対するアクセシビリティーの向上の方が強調されていることからもう

かがわれる。

日豪両国のような既に都市化された先進国においては、人々は情報の量を求求めているというよりも、情報過多⁽⁴⁾に悩んでおり、ニューメディアに対しては、情報の質、選択可能性、有用性の向上が一層強く求められていると言えよう。

さらに、日本を一層深く理解するためには日本を訪問し、自分自身の肌で 日本文化、日本人を理解することの必要性が数多く指摘されており、ニュー メディアが発展しても、国際化社会における人的交流の重要性は今後とも増 大するであろう。

(3) 日-EC間におけるコミュニケーション活動

前述のように国際社会の中での日本の位置づけや、活動については多くの問題があげられている。

特に欧米からの批判が誤解によるものばかりでなくなって来ている昨今、 先行する国際経済活動を更に円滑に進めて行くためにも、こうした国際的環 境を意識したコミュニケーション活動が必要とされている。

現代は一人ひとりのコミュニケーション能力が要求される時代といわれているが言語面からみて、日本語は一億人以上が話すほかアジアを主として数百万人の学ぶ人々のいる大きな言語グループを形成している。これを活かして日本語言語圏を広める方法が考えられるが、既に英語が国際語として定着している今日、英語によるコミュニケーションが現実的であろう。またフランス語やドイツ語スペイン語の根強い活動力も忘れることはできない。

さて、本年1月26日からスイスのダボスでヨーロッパ、マネシメントフォーラムの主催する「ダボス、シンポシウム」が開催され本年は世界49ケ国から550人ほどの政府・経済有力者たちが参加され、国際政治経済の人的交流を深めたとのことである。世界の有力者が顔を揃え一週間一つ所で過すというユニークな国際会議であるため、各国の関心は年々高くなり、参加者も増加している。

これだけの多国籍となると言語も多種多様であり、英語のみで足るという ことにはならない。グループ毎にメンバーが共通の言語をまず確認して会話 を始めるほか、状況に応じて、中途で言語を換えることもあるとかで、複数 の言語を自由にこなすことの日常性がうかがえる。

<言語>

ョーロッパにおいて3~5ヶ国語をこなす人は決して珍らしくない。これについては、日常が多言語に接するため、それらをこなす必要性があることから来ると思われる。またその昔異教徒や大国が押し寄せ支配する環境下でその都度、否応なく主国の言語を強制された歴史をもっていればなお更のことであろう。フランスとドイツが接するアルザス地方では戦争によって支配が入れかわる毎に言語も主役の座を交代するため住民もそれにふりまわされるといった歴史を持っている。

こうした環境下では、他国語をマスターすることは、生活そのものの問題 であった。

日本はどうか。古来、中国やヨーロッパの文化を取り入れて来たが、日本的にアレンジする余裕を持って外国の影響を受け入れることが出来た。まして外来の支配者から強制されてやむなく言語をマスターする必要はなかった。 従って他国言語を修得する歴史的訓練・経験に乏しい。

しかし、日本のコミュニケーションの国際化に伴って、居ながらにして他国語に接する機会は増加すると予想される。即ち、欧米のニュースやスポーツ、音楽、TV映画などが自由にキャッチできる時代がやって来れば、抵抗も少なく他国語の世界に入って行くことができよう。外国に暮らす日本人、特に学童などが3ヶ月もすれば現地のTV番組を理解しかじりついている姿を見うけることからも想像できる。

ここで積極的に言語を修得しようとする各層での長年の歴史からみて、教 える側と習う側の両面からの努力は決して不十分とは思われないし、新しい 教育訓練機器を用いたシステム作りは熱心に継続して行われている。 今後、発達するニューメディアによって、在宅マンツーマン会話訓練システムなど教育の授受に新しい方式が生まれるとともに、教育側内部では教育者訓練システムが発達すると思われる。

年間 4 0 0 万人の日本人が国外に出入りするようになり日本の国際化が進んで行く今日、少なくとも英語、更にはもう一ケ国語が日常的になって行く日も近いと思われるが、言語の修得にあたっては、ベースとなる生活、文化歴史との結びつきを抜きにしては語れない。

日本では、魚の「ブリ」に見られるように成長の過程において、異なった呼称を与えている。これと同様に日本では単に羊やラクダと呼んでいる動物でも、その国々によっては数十数百に区分され、単なる羊、ラクダとして日常扱われていないことがある。例えば耳の後に斑点のある2才未満のラクダは何々というように。こうした通常一般の教科書には記載されていない言葉ではあるが日常生活に頻繁に使用される言葉は他にもあろう。こうしたことは、風土・文化の理解と共に深まって行き、言語の真の理解を可能にして行く。そしてその背景にある人間と共存している生き物への深い愛情を感じとることができた時、たとえ姿や形の違いはあっても人々の心情のふれ合いを得、初めて言語を体得した実感を得ることができる。

<ECのニューメディア>

旧来のメディアである郵便、電話、テレビ、印刷物に加えて、ニューメディアとして電子新聞、ファクシミリ、ビデオディスク、VTR、電子メイル、電話会議、CATV、テレテキスト、ビデオテックス、などが登場しており、テレビ普及率が既に90%を超えている現在、各国で政府の規制の下、放送局、電機メーカー、半導体メーカーを中心にニューメディアへ積極的に取り組むようになって来ている。

テレテキスト

英国で世界で最初に実用化され、CEEFAXの名でBBCから1972年に、 またORACLEの名で、IBAから1973年に発表されている。1983年現 在、160万世帯に普及している。英国の特色として小数民族語(ウエールズ語、ヒンズー語など)に対するサービスがある。

英国のほか、オーストリア、ベルギー、デンマーク、フインランド、フランス、オランダ、ノルウエー、スペイン、スウェーデン、スイス、西ドイツで、実験や商業化が進められている。

② ビデオテックス

ビデオテックスの第1号も英国でPRESTELとして1978年に実験が開始され、1979年には商業化されている。しかし普及状況は芳しくなく事業的にペイするといわれている5万世帯の1/2に届いていない。その理由としては、端末機が高価で、また利用料金も一般家庭には高価であることがあげられる。

フランスでは1981年、TELTEL として実験が開始されている。在来の電話帳と二者択一で普及を図っている電子電話帳システムと共に、フランスの大規模情報化を目指すテレマティク計画の柱となっている。

英国、フランスのほか、オーストリア、ベルギー、デンマーク、フィンランド、アイルランド、イタリア、オランダ、ノルウエー、スウェーデンスイス、西ドイツで取り組み始めている。

③ CATV

CATVは、従来各国政府が自国の公共放送を保護する方策をとって来たために、難視聴対策など一部についてのみ認可されて来た。そのため日本と同程度の発展段階にあるが、各国共、最近になって普及策を打ち出している。

フランスではマイクロエレクトロニクス産業のテコ入れとしても力を入れており、150万世帯への普及を目指している。

<今後の方向>

ECでは米国に比ベニューメディアの発達は遅れている。特に家庭向けの需要が当初見込まれていたために、ニュース、株式市況、劇場の案内、料理

メニュー、旅行案内、気象情報、スポーツ情報などを売り物にして来たものの、家庭向けの情報サービスに対する需要は大きく予想を下回っている。その理由として端末機器のコスト高があげられるほか、情報(番組)提供力に問題のあることがあげられる。

これに対して、ビジネス用に力を入れ、新しいサービスを開発し、ゲートウェイ方式の導入、外部データベース、コンピュータのネットワーク組み入れ、多種のアプリケーションサービスの提供による新しいユーザー開拓が行われている。

しかしECでは言語、商習慣の違いがあり、EC市場全体で、ある商品を 流通させることは簡単でなく結果的に市場規模が小さく限られてしまうとい う難しさがあるため、その分余分の努力が要求されている。即ち国際通信の ウェイトが大きくなって来ることであるがこれに対してEC全体の基盤の一 つとして考えられているEURONETは、1979年に開始して以来、既に各 国のネットワークとの統合が進められており、国際ネットワーク計画におけ るECの先進ぶりがうかがえる。

ニューメディアによる新しい情報技術の産業・文化・生活・政治・学術へ与えるインパクトならびにそれによる社会の変動の可能性に対しては、日本 E C 共に慎重に対応して来ている。今後共、整備、充実されて行く情報インフラストラクチャー、ソフトのシステム技術の確立にあたり、共に得るべき点が多々あると思われる。

<参考文献等>

- (1) SAS「日豪関係に関する意識調査」 1982年6月
- (2) (財)日本情報処理開発協会「情報環境の進展が及ぼす社会構造への影響と望ましい情報メディアに関する研究報告書」 1983年3月
- (3) 豪州の都市人口の比率は85.7%、日本の都市人口の比率は72.2%である。 (東京大学出版会「オーストラリアと日本」1982年4月参照)
- (4) 日本における情報消費の供給に対する比率(情報消費率)は1980年に

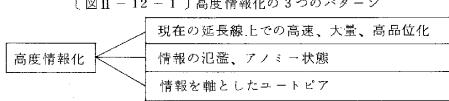
おいて 7.2 %と低く、低下傾向にある。 (郵政省「通信白書」昭和 5 7年版参照)

2-12 宗 教

(1) はじめに

世はニューメディアブームである。作られたブームと分析する人から、未 来社会の招来と感じる人まで様々であるが、そのカテゴリーや実現の可能性 は今ひとつはっきりしない。しかし、長期的にみれば、広義のニューメディ アが社会に浸透して行くことは確実であろう。

ここで、ニューメディアが普及した社会を予測するのは困難であるが、い くつかに場合分けして考えることができるであろう。ニューメディアの登場 によって所謂情報化社会がもたらされると言われているが、まず、情報は既 に飽和点に近づいており、ニューメディアは現在の路線を更に高速、大量、 髙品位へ推し進めるだけという考え方がある。次に、情報が氾濫し、社会的. なコントロールが十分に働かない社会が想定される。そして第3に情報を軸 に構築された、言うところの情報化社会が挙げられる。



〔 図Ⅱ - 12 - 1 〕高度情報化の 3 つのパターン

これらの予想に対し、そこに生活する人々の対応も、適応しきる人から、 不適応を起す人までが考えられる。更に、その適応・不適応の内容も積極的 なものと消極的なものとに分けることができる。

一方、宗教界にとっても、現代は転換期と言えるであろう。経済企画庁編 集の資料(1)によれば、企業(勤務先)と共に宗教団体が、帰属感の弱まると 予測される社会組織の第2位に掲げられている。しかしその一方で、特に新 宗教を中心に幾つかの宗教団体は発展しているし、又、経済も安定成長期に 入った為か、人々の関心は内面に向きつつあるとも言われる。ヨガや禅が静 かなブームを保ち続け、霊魂への関心も、若干興味本位ながら、起りつつあ る。混迷の時代と言われる80年代に人々が宗教を求める可能性は大きいと 言えるが、宗教側にも人々の求めに応じた歩み寄りが必要となろう。

ここで、先程述べたような予想される未来社会と人々の対応バターンに対 し、宗教はどのようなかかわりを持ってゆくのかを考えてみたい。

(2) 日本の宗教

宗教が歴史的にどのような展開をし、どのような役割を果してきたかを概 観し、又、現在どういう要求を受けているかを日本を中心にまとめてみよう。

日本古来の宗教は神道であるが、神道は非常に特異な発展をしてきた。その形態は原始宗教で、典礼等は仏教をはじめとする他宗教の吸収から生み出された。古事記も大和朝廷や豪族の手でまとめられたものであり、政治的意図が反映されている。このように決まった教典もなく、高名な始祖もおらずしばしは政治的に利用されたが、民衆の信仰は、荒ぶる神をなだめ、豊作や息災を願うといった、現世利益的な形で、他の宗教を包み込みながら存続してきた。又、仏教は輸入宗教としてまず支配層に受け入れられ、鎮護国家の宗教となったが、次第に、彼岸此岸の教いをもたらす宗教として民衆に広まった。キリスト教の本格的な布教は明治以降であるが、主に知識層や没落士族等に受け入れられたようである。又、所謂新興宗教(現在は新宗教と自ら称している。ここではそれに従って新宗教と表現している)は、日本書記に登場する流行り神を始め、社会的、経済的に困難な状況で主に現世利益をうたい特に下層の民衆の間で急激に興隆した。

これらをまとめると、神道ははっきりとした宗教的拘束に乏しく、仏教等はそれぞれの戒律を持つという違いはあるが、どちらも、何らかの変動期に民衆の不安状態を解消し、生活の指針を与え、目標や使命へ導く役割を果たすことにより、信仰を集めてきたと言える。又、このほかに、日本ではあまり目立っていないが、学校病院等の福祉的公共施設の運営も現実的恩恵として無視できない。このことは、社会が安定期に入ると信仰への要求が低下しがちなこと、変動期に伸長するのは主に、その時代の要求に沿った新しい宗

教であって固定化した既存宗教でないこと等の事実によっても裏付けられる。 又、この性格は、諸外国の宗教の盛衰にもある程度あてはまる。

		n i. Mil
宗	教	特
神	道	決った始祖、教典がない。日本古来の宗教。 現世利益的面をもつ。
仏	教	鎮護国家の宗教から彼岸此岸の救いをもたらす宗教として民 衆に広まる。
キリニ	スト教	主に知識層、没落士族等に受け入れられ広まる。 日本では少数派。
新 第	※ 教	社会的、経済的に困難な状況で主に現世利益をうたい、下層 民を中心に広まる。

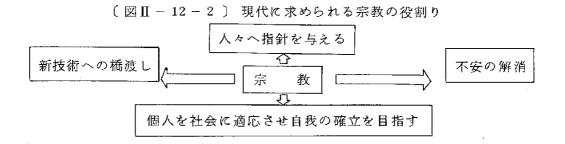
〔表Ⅱ-12-1〕 日本の宗教と特徴

更に現代においては、新しい状況ににわかに適応できない人を適応させる 橋わたし機能、所属感を与える機能等が掲げられる。これらをまとめ、現代 に求められる宗教の役割を考えてみると、次々と登場する新技術への橋渡し 機能、価値感の多様化にとまどう人々に指針を与える機能、社会への所属感 欠如、目標欠如等による不安解消の機能を柱にし、最終的には社会への不適 応を克服し、自我の確立を目指すことと言える。

(3) ニューメディアと宗教

日本においては、ひとくちに宗教といっても、上記のような機能の他に所謂「苦しいときの神頼み」的現世御利益志向に対するものと冠婚葬祭用機能が含まれていることは事実であるが本文では第1の機能に沿って考えていくことにする。

さて、ここで前述のそれぞれの場合について、人々がどのような不安をも ち、宗教のどのようなアプローチによってそれを解消するかを考えてみよう。



第1の現状に沿った展開では、人々のおかれる状況も程度こそ変われ現状と似たものと考えられる。これに対する宗教側のアプローチは、現在既に始められている宗教団体によるニューメディア利用から推測することができよう。

現在のところ、ニューメディアを積極的に導入しようとしているのは主にキリスト教団体である。既に外部団体を通じてキャプテンのIPになっており、又、ミニFM局を地域ネットワークとして活用していく方針である。これらにより信者間のコミュニケーションを密にしてゆこうというわけだが、一方で某新宗教団体のコンピュータ導入のような信者管理に堕する恐れがあり、又、外部団体を通じてとはいえ、半ば公然と宗教団体がIPとなることには論議があろう。

しかし、その一方で経済的理由等から信者が最もはやく又、頻繁に接する のが宗教的な場である可能性は大きい。従って、商業ベースにのらない冷静 なメディアへの態度を身につける場となることが宗教側に求められるであろ う。

又、宗教側のアプローチの姿勢としては、内面へ向きつつある人々の目を より深めていくような、言わば哲学的内容を含んだ教義が求められるであろ う。

〔図Ⅱ-12-3〕 「現在の延長線上での高速、 大量、高品位化」の場合のニューメディアと宗教

現在の延長線上での高速、大量、高品位化

人々のおかれる状 あまりかわらない	兄は		内容はかわらず、 ィア化される
CAPTAIN	CATV	ミニFM局	その他
すでに情報提供を行っている団体もあり今後増加がみこまれる。	米では4千万世帯 が宗教チャンネり、 を視聴しており、 日本での可能性 考えられる。	宗エンニ他いエンアるッメ教リトケのるリトと。トリはアさー活場アさしさもッサのれてら可トがにた有に能もなセコン行多セメ効統とあなセコン行ので、メィあネう。がメュのて、メィあネう。	VDなどのパッ ケージ系ニの他 メディも今後 の利すると思われ る。

次に、情報が氾濫した社会では、人々は多かれ少なかれ精神的無政府状態を 味わうのではないだろうか。情報だけが大量に、時には正反対の内容の情報 さえもが一度におし寄せてくる。それを取捨していく基準を求めれば、さらに大量 の基準がおしよせて来、結局頼れるのは自分だけ、ということになる。この ようなアノミー状態は宗教が受け入れられる基盤となるであろう。

とりわけ日本人は、権威隷属型の行動様式から、本来移行すると言われる 自己主体型を身につけることなく、集団依存型へ直接移行してしまったと言 われる。依存する対象は移行したが、依存する姿勢そのものに変わりがない ということは、多くの文化、人類、社会、心理学者たちによって言われてい る。このような人々が依存するものを失ったとき、宗教に支えを求めるとい う可能性は十分ありそうなことである。

ここで、氾濫する情報に対する人々の対応の仕方を場合分けしてみると、 まず、積極的適応がある。これは多くの情報を自分の力で取捨選択していく タイプである。このようなタイプの人々にとって、宗教は1つの情報となっ てしまう可能性があるが、又情報選択のよりどころとなる可能性もある。

又、この亜型として、開かれた情報という特性をフルに生かし、積極的に 情報を求めに行く人々も考えられるが、上記とほぼ同列に考えて良いであろ う。

次に消極的適応として、情報をシャットアウトしてしまう人々が考えられる。これらの人々に情報への橋渡しをすることは、宗教の重要な機能と言える。ここで彼らの偏狭さを助長するような教義は決して望ましいことではないが、将来的には自閉主義的人間が増えるとの推測もあり、宗教側の対応が注目される。又、完全にこばまなくとも、決った情報しか受け入れないというパターンが考えられ、これは一種の狂信状態に陥る危険性がある。殊に宗教においては、狂信と寛容への道は共にひらけており、両片の剣と言うことができる。

次に不適応の場合だが、これにも積極的不適応と消極的それがある。積極的不適応は、どの情報を信じて良いか選択できないため、情報不信に陥り、

ついには人間不信にまで達するタイプである。この場合、この不信感を解消する手だてが見つからない限り、この人は宙ぶらりんの不安状態におかれている。この不安状態を救う手だてとして、宗教は有効に作用し得るであろう。特に欧米人の自我の独立をおし進めたのはキリスト教だという説もあり、信じられるものとして人と人のコミュニケーションからはじまり、最終的には信じうる自立した自我の獲得へと導くのが宗教の荷なうべき重要な役割りといえる。この最終段階で確立した自我と宗教は何ら問題なく共存できるのである。

一方、消極的不適応では、集団に生活の指針を求め、周囲に同調していく ことになる。このタイプは一見適応しているかのように見えるが、実は不安 が強く、周囲の動向を絶えず気にしている。特に、日本人は、所謂本音と建 前の使い分けでその場をつくろえば良しとする傾向がある。この傾向は、一 方では、現象的には一つのことを行っていても、その目的、理由、位置づけ 等はめいめい違うということにもつながり、様々な局面に対応した時、全体 としては弾力的に対応できるというメリットともなりうる。実際にはそうい う例も多く、日本の経済成長を支える一部分とさえ見えるのであるが、一方 で又、それぞれの事象に対応する小手先のテクニックとなり、その事象への自分なり の位置づけや洞察を阻害することにもなる。後者の場合には、自分は本当に 周囲と同調しているのか、といった不安を内心抱きながら、それを解消する 場を持たない、という状態となる。近年流行のコミュニティ志向は、日本人 の多くがこの状態にあり、お互いの不安を開示し、解消し合える場を求めて いるということを暗示している。ここに宗教が介入することのできる、大き な土壌がある。この場合宗教は、個々人を救済するよりは、同じ不安、悩み を持つ同士がコミュニケーションを持つ場を提供する、という役割が大きい。 いわばアクロポリス的な神の前の広場をつくり、そこに集り人々の話を聞き - 適切なアドバイスを与える。といった一連の機能は、他ならぬ宗教に適して いるといえる。又、この広場は、前述の積極的適応型の人々が情報を求めて くることも考えられ、宗教をこえた範囲にまで拡大していく可能性もある。

近年、都市部においては、精神疾患が急激に発症し回復するタイプが減り

症状の目立たない慢性患者が増えているという。これは価値感の多様化と、 それに伴う一般的理想像の崩壊によって説明されている。一方、中流家庭の 主婦を中心に、子育てが終り目標を失なった虚脱感が顕在化して久しい。 このような意味では、きらびやかな都会は確立した価値観という光の

〔図Ⅱ-12-4〕 「情報の氾濫、アノミー状態」における宗教の役割

情報の氾濫、アミノー状態

	適	応	不,	適	応
積極的	情報を自分で取	?捨選択していく。	情報不信、	人間不	信に 陥る
消極的	情報をシャット	アウトする。	集団に同調 が強い。	してい	るが、不安



	適	応	不	·	応
積極的	必要なし		ンからは	こじまり、	ュニケーショ 自我を確立 るようにする。
消極的	信じられる情報 加工し、提供す 個人と情報の橋?	ることによって	コミュニづくり。		よる人間の場

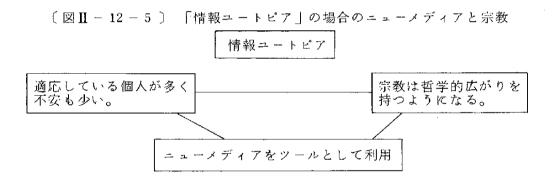
当らないうす暗がりと言える。とすれば上記の様な宗教へのニーズは予想以上に大きい可能性がある。

第3の所謂情報化社会においては、ほとんどの人が適応できていると考えられるので、宗教はどちらかといえば、より良く生きる為の生活の指針となることが求められるであろう。宗教の側から言えば、メディアを上手に使っ

て自己の立場を偏見なく理解してもらうことが容易になり、一種哲学的ひろがりを見せながら発展していくことができるであろう。

又、不適応者は第2で述べたタイプ分けに沿った対応で適応へと導くことができる。

一般に日本人はバランス感覚が良く、中々したたかであるので、ニューメディアを、ブームに乗ったような顔をして取り入れ、意外なほど早く使いこなせるようになるかもしれない。しかし上記の様な情報化社会へ致る途中では先頭を走る人間と最後尾までの間で、大きなばらつきが見られると思われる。従ってそのメディアに対する能力のばらつきが他の人格を影響しない様なカバーの役割が宗教に課せられるかもしれない。



(4) まとめ

さて、これまでニューメディアが及ぼす社会変動とそれに対応する宗教側の姿勢について述べてきたが、一種のテクニックとして宗教にニューメディアが取り込まれる可能性について触れておこう。

始めの方でも触れたように、既にニューメディアを取り入れる試みは始まっている。ビデオテックスやミニFM局の他に、VTRで教祖の姿を流す新宗教もあるという。いずれにせよ、宗教がより身近になるわけで、信者への教えと布教伝導を兼ねることもできる。しかし、特に有線、無線系では公共物のイメージが強いので、多大な活動は望ましくないだろう。又、特に映像の場合、我々はありのままの姿を見ていると錯覚しがちだが、実はレンズを通

すだけで既に情報の変質が起り、又意図をもって加工することはいくらでも可能なのだということを胆に銘じておかねばならない。情報の送り手側の意図とは無関係に受け手側が神格化して受け入れる危険性は、送り手、受け手共に十分意識しておかねばならない。

いわんやその様な意図をもって情報を制作することは許されない。

又、某塾で落ちこぼれ意識の回復にVTRを役立てたという報告があり、情報 化についていけず傷ついた人々を宗教団体がニューメディアを用いて導くこと もあり得る。多くの人にとって自分がメディアにのるということは晴れがま しいことであり、そこから不安解消や、ニューメディアへの橋わたしも可能 であろう。

高品位という観点からは、映像や音によって一種の恍惚感を与えることが できそうだ。麻薬等による恍惚感は昔から宗教と関係が深い。とすればこう したメディアから得られる恍惚感も宗教と結びつくことは想像に難くない。 - ニューメディアによって社会がいかなる展開を見せようとも、宗教には、 人に『意味』を教えゆくことができる。科学技術の発達は数多くの事象を明 らかにしてきた。しかし、決してその『意味『を明らかにはできなかった。 万有引力の法則は『なぜ『物が落ちるかを教えてくれるが、それがどんな 『意味『を持つか教えてくれない。医師は患者の余命を教えることはできる が、患者にどう生きるべきかは教えられない。ニューメディアは多くの情報 を教えてくれるが、それがその人にとってどんな『意味』をもつかは教えて くれない。宗教は人に『意味』を教え、生き方の方向を示すことができ、ま た、そうすることがのぞまれる。勿論、こうしたことが逆に人を"操作"す る危険も孚んでおり、これまでの宗教と政治の関り合いをみてみるとその可 能性は少くない。ニューメディアは宗教と信者をより密接に結びつけ、人に " 意味 " を 教え る時 にも、 人を " 操作 " しようとする時にも有効なツール となる。ニューメディア は社会にとっても宗教にとっても両刃の剣といえよう。 (1) 2000年の日本シリーズ 9

「2000年の日本(各論)

- 20年後の国民生活の予測調査-

·				
	·			
				·
		,		

第3章 情報化社会のインフラストラクチャー

		•
		,
		,

第3章 情報化社会のインフラストラクチャー

3-1 ニューメディア展開の社会的課題

前章ではニューメディアの開発と普及による情報化社会の進展が、日常生活面に与えるインパクトを中心に考察してきた。ここでは、前章の各々の生活領域における検討内容を整理し、21世紀社会の予測、情報化社会におけるニューメディアの影響、その功罪(光と影)及び、良りよき社会構築への課題に分類して再考察した。各々の生活領域によって、多少の方向性の相違があるが基本的には、情報化社会が進展し、多様なニューメディアを媒介とした情報洪水に対し個々人が主体的に判断し、取組む姿勢が要求される時代が到来することである。ここではニューメディアの具体的種類ではなく、ニューメディアを利用する、個人、家族、コミュニティー、集団といった当事者からの問題提起を中心とした。

(1) 21世紀社会の予測内容

情報化社会の進展と相まって、次のような基本的状況が予測される。高齢化・国際化・都市化・労働時間の短縮化・女性の社会進出化・経済のソフト・サービス化が進展しよう。このことは、個人・家族の意識・行動レベル及び地域社会との係わり方について変革をもたらす可能性が強い。前章で考察した各々の生活領域の基調は、以上の大きな社会的潮流に伴なう価値観生活様式の多様化、生きがいのある生活への希求といった個人意識の変化、余暇の増大によるレジャー及び教育志向への個人行動様式の変化である。

こうした状況を踏まえ、各々の生活領域における個々人・家族・集団・社会のニーズを整理してみると次の様になろう。家庭では、個々人の個性志向が強まり、主婦の社会化をはじめ家族形態が多様化する。情報メディアの利用にあたっては家族の共同性と個別性をどう調和させるかが大きな課題となってくる。個々人は労働環境の激変と余暇の増大により、新しい

生活様式を模索しはじめるが、個々人の性格等により、うまく社会の変動に 追いついてこられない人々も増大してくる。又労働環境の激変によるストレス 増大をどの様にして解消するか、情報化社会における孤立感をどう埋めてい くか、個々人は新しい対応を迫られる。高齢化の進展により、健康維持促進・ 生涯教育の普及・資産形成の高度化への要求が増大しよう。

(2) 情報化社会におけるニューメディアの影響

前章で検討した生活領域つまり「住空間」、「ショッピング」、「ポートフォリオ」、「医療、福祉」、「教育」、「「文化教養」、「レクリエーション」、「コミュニティ」、「災害」、「国際化」、「宗教」のそれぞれの生活領域において、ニューメディアは、それぞれのニーズ、課題にどう応えられるかをまとめた。ここでは、ニューメディアのメリットの部分(光の部分)にスポットをあてる。

住空間では労働、就学、家事、生活スタイルの変化により、家族構成員の個性化を、全体の共有性のなかで調和させることが出来よう。ニューメディアの進展により、遠くからでも家族意識の維持が可能となれば、大きなメリットが生じよう。例えば、単身赴任においても日々の交流により家族意識を維持することが出来る。さらに自宅から直接ショッピングや教育を受ける機会が増大すれば主婦にとって多角的な行動が出来る。さらに資産運用について家族構成と将来の生活設計に基づくトータル・マネジメント・サービスをネットワークを通じて金融機関から受けることが出来よう。医療、福祉、災害に対して、緊急の連絡体制が整備されよう。

コミュニティづくりのためには、ボランタリー活動が必要であるが、ニューメディア利用による相互情報ネットワーク体制は、生き生きした、つき合いの世界をつくりあげることが出来よう。

ニューメディアによる高度情報化社会においては、交通と通信の代替性、 居住地と勤務地の制約の意識変化、さまざまな機会の増大及び個人の価値の 多様化への充足等、さまざまな生活領域の課題を解決してくれると言える。

(3) その功罪 - 「光 | と「影 |

しかし、情報化社会のニューメディアは、生活環境に及ぼす影響もあり、 両刃の剣とも言える。前章でも、各々の生活領域においてニューメディアの 普及のデメリットが述べられている。

情報化社会の進展の問題点の第1点は、個人及び家族のプライバシーをど う守るかであると言える。費用を払って参加した情報ネットワークで、自ら の存在、資産及び家族構成等が公表されてしまう可能性が生じる。

第2は、家族における個性化が進み、カブセル化による孤立感、不安感が 増大することである。情報化社会に適応出来ない人々をどう救っていくかも 大きな問題である。

第3は、利便性、快適性により、メディアの効力に安心してしまい緊急の 時に充分稼動出来ないことによるパニック状態への怖れである。

第4は、ニューメディア犯罪である。個人のブライバシー保護からも、チェックシステム、保険制度の充実が必要となろう。

第5は、経済性の問題から、公共的情報がネットワークに参加出来ない人 に伝わらない可能性が起きることである。

(4) 良りよき社会構築への課題

以上、情報化社会におけるニューメディアの功罪を見てきたが、最後に、 それではどの様な観点に注意して、新しい生活環境、社会システムをつくり 出すべきかを再検討してみたい。

ニューメディアは効率性、利便性、快適性により大幅に利用されると思われるが、個人のプライバシーの問題、経済性の問題、孤立感を感じる人の増大といったデメリットをどう克服していくかが大きな課題である。

今後は、ニューメディアはいや応なしに生活領域に食い込んでくる。この情報洪水を引き起す危険性を持つシステムをうまく使いこなすためには、自主的にメディアを使い、自らに適合したネットワークを構築出来る人々の出現が必要となってくる。ニューメディアによる情報化社会を生き抜くには、個

人の自主性が最重要となる。自我の確立した個人が自分の問題として、いろいろな課題を処理していかねばならない。

しかし、個人の自主性にたよるだけでは新しい社会システムの構築にはな らないと思われる。なぜなら、1つは、経済性の問題であり、コストの安い ニューメディアが必要となる。次は、落ちこぼれた人たち、つまり情報化社 会に対し、積極、消極的に不適応を示す人たちの存在である。

重要なのはメディアが結びつける最小単位は何かということである。 個人の問題を解決するには、家庭が1つのコミュニケーションのキィ、スティションであるが、家族の個性化が進むこと及び価値が多様化することにより、自ら独自のネットワーク化が展開され、家庭とは遊離した趣味集団をはじめ、ひいては、小宗教団体への参加という行動様式が出てこよう。

その意味で、日本人の意識、行動パターンを考慮に入れた社会システム及び情報ネットワーク化が必要となろう。日本人特有の集団行動心理を考え、個・家庭・コミュニティー相互間のコミュニケーションのあり方を、公共的ジャンル、私的ジャンル等により、いろいろな形態で考える必要があろう。地震などが発生した時に対処するためには、一方的なシグナルのネットワークではなく、日頃から地域住民間ネットワークで知識の吸収、訓練をしておくことが必要であり、又、パニック状態に落ち入らない様な体制の確立が必要であろう。

3-2 新しい社会的インフラストラクチャーの模索

前節において、将来の高度情報化社会のイメージを描き、創造的部分と問題点を抽出し、将来へ向けての基本的対応策を提示した。我々は、将来社会において、ニューメディアが社会の創造、発展の原動力となり得ることを評価し、本節では、ニューメディア普及の土台となる社会的インフラストラクチャーが何であるかを検討する。

第1章で述べたように、現在のニューメディア議論の多くは、情報のディストゥリビューターに焦点をあてており、流通するであろう情報自体についての検討が不充分なために、偏りのある考察になりやすい。流通する情報を自由競争市場との関連で類型化すると、次のようになろう。

(1) 自由競争市場での流通に委ねる情報

〔自由市場〕

これは、情報のプロデューサー®、エンドユーザー®、ディストゥリビューター®のいずれもが参入、撤退自由であり、基本的には政府等の規制、介入を受けない。

(2) 規制を伴う市場でのみ流通可能な情報

〔規制市場〕

②、①、②の誰かが規制の対象となるもので、必ずしも公共体である必要はない。規制を守る保証措置があればよい。

(3) 社会基盤の制約から、自由競争市場に委ねられない情報

〔制約市場〕

社会の体制、制度に矛盾、問題点があり、情報の自由な流通を促進すると 矛盾拡大につながる恐れがあり、ニューメディア利用の前に、これら問題の 解決をしておく必要がある。基本的には〔自由市場〕の領域のものである。

(4) 社会基盤の制約から、市場流通になじまない情報

〔公 共〕

流通する情報が公共財的性格をもつものであり、公共体である必要はない としてもきわめてそれに近いものが、②、②となる。

さて、この類型に従って、第2章で検討した市民生活の12の断面について、流通する情報を分類したのが〔表**□**-2-1〕である。

ショッピング、ポートフォリオ、レクリェーション等〔自由市場〕の領域が広いことがわかるが、一方で、プライバシーの問題から、情報のディストゥリビューターがその保護についての規制を受ける、という意味で〔規制市場〕の領域も大きい。〔規制市場〕において規制の対象となるのが⑩であることは、情報化社会におけるインフラストラクチャーを考える上で、重要なポイントである。つまり、多くの部分が自由市場に委ねることができるとしても、この公共性を保持した部分が残らざるを得ないことを示しており、政策的対応が必要となる。

また、医療、教育の分野においては、ニューメディアの議論をする以前の 矛盾、問題が山積しており、これら解決、新しい制度の構築が急務となって いる。このため〔制約市場〕においては、ニューメディアの活用は限界的な ものであり、活用方法についてのガイドラインが求められる分野である。

〔公共〕の分野は、基本的には政府の役割に属する。広範な公共情報サービスを我々が豊富に亨受するためには、きわめて重要な分野である。ここで留意しておかなければならないことは、①に焦点があてられると、情報ネットワークが構築されれば、これらサービスを亨受できるような錯覚をするが重要なことは②についてである。限られた財政のなかで、いかなる情報をプロデュースするかは、重要な政策課題である。②における公共負担を軽減し②の充実がインフラストラクチュアーとして求められている。

一般に、情報化社会のインフラストラクチュアーというと、情報ネットワークシステムというハード面を意味しがちである。交通における、道路、港湾等とのアナロジーであるためにわかりやすいと同時に、誤解も生じやすい。

交通システムにしても、単に道路、港湾、信号等のハードのみで構成されているわけではなく、きわめて詳細な交通規制があり、料金システム、税金システム等も含め多くのソフト的基盤によって成り立っている。これらが一体となって交通におけるインフラストラクチュアーとなる。情報化社会におけるものも、同様である。コンピューター、光ファイバーケーブル等ハードのみがインフラストラクチュアーではなく、広範な制度、情報をプロデュースするための財政基盤等ソフトを含むものである。

以上のような意味において、我々にとって急務な課題とは、情報化社会に おける矛盾点を解決し、不安感増大を救済する措置を模索すると同時に、ネ ットワーク化を支える諸制度の整備を図っていくことではなかろうか。

〔表Ⅲ-2-1〕 市民生活における流通情報の類型

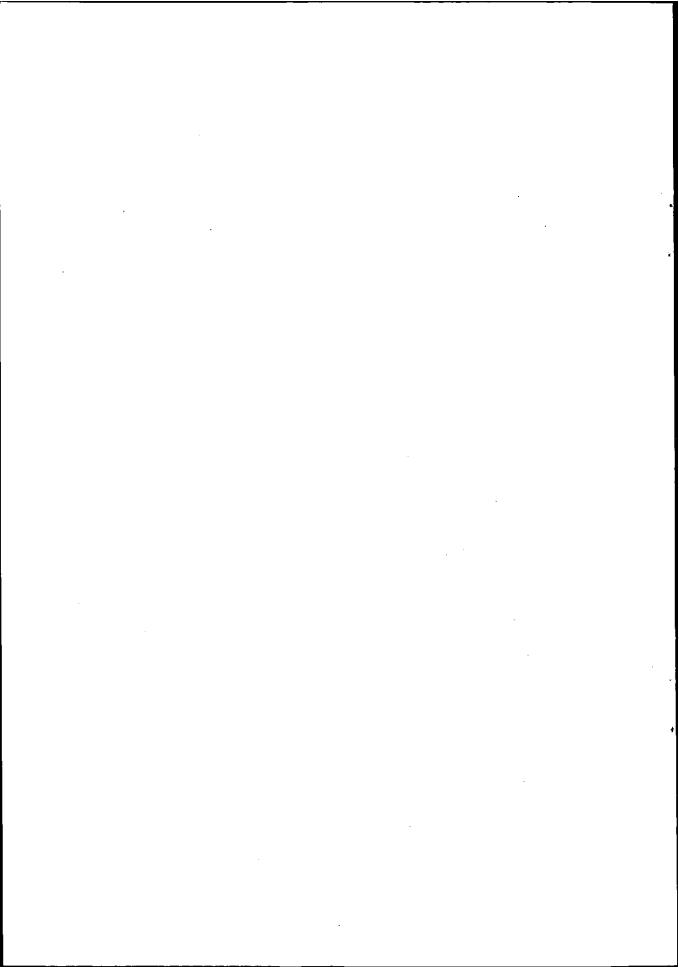
情報類型 市民生活	自由競争市場での流通に委ねる 情報 <自由市場>	規制を伴う市場でのみ流通可能 な情報 <規制市場>	社会基盤の制約から、自由競争 市場に変ねられない情報 <制約市場>・	社会基盤の制約から再場流通に なじまない情報 <公 共>
住 竺 閒		家族間コミュニケーション空間 の形式であり、ブライバシーそ のもの。②②家族 ②は公共性 が必要。		,
ショッピング	商品情報、商品予約、POS等 消費者間の物々交換 ②②のひと もK自由			
ボートフォリオ	資産運用のために個人が必要と する情報(2/10/10)ともに自由	個人養産内容の秘密保護についての法的根拠 PDは法的保護 をベースに自由 Dは公共性が 必要		
医療 福祉		及ぶシステム化・データバンク 化、住宅診療等の情報 PDは	医療財政、集づけ医療、保険制度が改善され、高度・低コスト の医療システム確立が必要。 現 状制度のもとでは、ニューメデ ィアの効果には限界	
教 育	知識教育 生涯教育 ②企業①個人②企業 すべて自由		受験戦争数化の傾向のある現状 では、知識教育編重の問題がさ ちに探まる	
文化・教養				教育、レクリューション、コミュニティ等の集約された姿であり、ニューメディアからの概念 な情報をもとに創造性を発揮させる土台
レクリェーション	同好会、サロン、選択的マスメ ディア ②①① ともに自由	アダルトユービー等の青少年教育上、流通形態を規制 ❷自由 ①年令制設 ②公共的規範の遵	1	
コミュニティ		個人のプライバシー保護の保証がないと、コミュニケーションできない。 ②②は個人の自由 ③は公共性が必要	1	·
交 通	没維解情システム、信号コント コールシステム POD通知な 料金制度のもとでの情報流通は 自由			
災 害				災害予知、緊急災害情報 (DI は公共、情報の信頼性が重要
国際化	文化交流、人的交流 ②OOともに自由			軽済活動面での交通偏重から3 化、人的面の交流を促進するための公的支援
宗 数	マスメディアの領域 (型奈教団 体 (型個人 (型企業ともに自由			信仰の自由を保証一無介入

おわりに

情報化社会は、我々の情報空間を豊かにし、我々の生活を快適なものにすると想定される一方、そのために解決すべき課題も多い。本調査研究においては、我々市民生活の諸断面について検討を行うことによって、これら課題の抽出を試みた。これらのなかには、必ずしも情報メディアに直接的に結びつかない事柄も含まれるが、来たるべき社会のイメージをとらえるためには不可欠のものであり、これら検討をベースになすべき対応を議論するのが本来の姿であると考える。昨今、新聞誌上等にみられるメディア情報は、ビジネスチャンス、規制と自由等の現象に流され、本質的な社会的環境の問題を影に押しやってしまっているように思われる。

我々の抽出した課題は、狭い意味でのハード的インフラストラクチュアーの性 急な構築にのみとらわれず、社会的諸制度の検討が急務である。ということに要 約できる。

社会的諸制度の検討のためには、更に具体的問題の設定等の広範な研究が必要である。コミュニケーション手段の発達は、多くの社会的インパクトをもたらし創造、標準、効率によって、発展の原動力となってきた。ニューメディアは、更に大規模かつ高速度のインパクトを与えようとしており、新しい社会システムが求められてくるのは当然である。我々にとって、新しい社会的インフラストラクチュアー構築のための検討の努力が、引き続き必要である。



付 論

		·	

付 論

付一1 ニューメディアと農業

(1) 研究開発型へ向かう農業

脱工業化社会の到来が唱えられてから久しいが、この間、先進諸国の産業構造は著しく変貌した。いわゆる煙突産業が縮少し、情報・サービス産業が拡大しつつあることはもとより、農業の地位も大きく変化した。

現在、食料の主要生産国は、米国、EC等工業化を既に達成した国及びそれと同等の所得水準を持つカナダ、オーストラリア、ニュージーランド等の先進諸国である。これらの国々では、農業は研究開発型産業としての色彩を帯びており、農家自身が研究開発に積極的に取り組んでいる。日本においても、施設園芸を中心に研究開発型産業としての性格が徐々に現われ始めている。

(2) 情報ネットワーク化のインパクト

このような農業自体の変化とともに、社会環境の変化が農業に重大な影響を及ぼし始めている。

ニューメディア社会の特徴の一つは、家庭単位で情報ネットワークが形成されることであり、農家は直接、小売店、消費者と連結される。従来は、大産地がバーゲニングパワーをフルに活用した統一規格による大量販売が主流を占めていたが、今後、農家が双方向テレビ等を活用し、小売店、消費者と直接情報を取りかわすことが可能となれば、消費者の多様な需要に迅速に対応することが必要となり、とりわけ鮮度の高さが要求される野菜、果樹においては、空港近辺に立地することが有利となるであろう。

さらに、情報ネットワーク化の進展につれて、農家が生の情報に直接アクセスすることが可能となれば、従来のように行政機関の指導に受動的に対応することから脱却し、自分自身による判断に迫られるようになるであろう。

既に米国においては、自由主義的立場をとる最大の農業者組織である American Farm Bureau Federation(AFBF)が、気象、価格、政策の動向、最新技術等に関する情報を収集し、電話回線(ミシガン州、オハイオ州では通信衛星)を用いて240万戸の加入農家のホームコンピューターに送っており、農家の家族は、主として情報を活用するマネシメントの分野に携っている。また、AFBFの情報の他にも、民間コンサルタントからの情報(主として市場情報)も積極的に活用されている。

日本では、従来から農家の意志決定に対する行政の影響力が強く、政府の 方針に沿った方向で多数の農家が行動するため、政策効果が現われる頃には みかん、乳製品の過剰、また、その結果として、農家の負債の増加による経 営の不安定化を招いてきた。しかし、農家が主体的に行動すれば、このよう な特定品目における需給アンバランスは解消されるであろう。

また、露地野菜の価格は、今日でも気象条件によって大きく変動しており 気象予測技術の発達と気象情報のネットワーク化が進めば、不作予測の場合 には作付面積の拡大、豊作予測の場合には作付面積の縮少という対応により 農家と消費生活の安定につながるであろう。

(3) 情報多様化のインパクト

農家が自分で入手した情報をもとに判断を下すという方向とともに、農家 の必要とする情報も非常に多様化するであろう。

現在の農村は混住化現象が進行し、農村における農家の比率は23%にまで低下した。また、農家相互間でも大規模稲作、施設園芸から畜産を主体とした複合経営に至るまで、経営内容の多様化が進展している。このため、各農家間で必要とする情報が異なってくるが、現在のマスメディアの下では、誰に対しても同じような情報しか提供されない。

今後のニューメディア、とりわけCATVの発展は人々の情報の選択の巾を広げてゆくと考えられるが、その選択の自由を十分活用するためには、人々が前もって自分の必要とする情報を把握しておかなければならない。この

面においても、農家が自分の経営方針を確立した上で情報処理をする必要性が高まってくる。

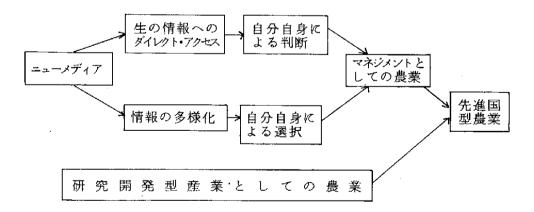
(4) 課題と展望

今まで述べてきた農業の情報化への発展を一層促進するためには、生産に対する補助を中心とする農業政策から、情報インフラストラクチュア整備を中心とする政策への転換を図り、データベースの整備、情報公開とともに、個々の農家の端末機器所有を可能とすることが重要となる。

というのは、日本においては、農家は自分が加入する農協を選択する権利 を持っておらず、また、小規模で端末機器を購入することが困難な農家が多 いため、農家が情報を活用するというよりも、資金力に恵まれた農協に情報 が集中する可能性が高いからである。

この課題が克服され、ニューメディアの発展による情報ネットワーク化、 情報の多様化が一層進展すれば、農業の研究開発化とあいまって、農業は、 従来のような指導される産業の立場から、自分から情報に立ち向かう研究・ マネジメントを中核とする産業へと発展することになるであろう。(図参照)

ニューメディアの農業へのインパクト



付ー2 日豪間コミュニケーションのアンケート

第2章、11.国際化において、日豪間におけるコミュニケーション活動の実態把握のためアンケート調査を実施した。以下は、アンケート調査の目的と方法、及び調査票の様式と結果の紹介である。

<アンケート調査の目的と方法>

(1) 調査の目的

豪州人が日本に関する情報をどのようなメディアによって 収集するのかまた、彼らがニューメディアをどのように利用しようとしているのか、という点を把握することにより、今後、ニューメディアの発展が人々の国際的活動に及ぼす影響を分析する。

(2) 調査対象

来日経験のある豪州人10人(マーケッティング担当者4人、開発マネージャー2人、ビジネススクール教官2人、エンジニア1人、建築家1人) となっており、ビジネス関係者に偏っている。

(3) 調査時期 1983年12月

(4) 調査方法

SASが日本へ招請した3人及びその関係者へアンケート用紙を送付し 回収した。

<アンケート調査の様式及び結果>

(注:複数の選択肢への回答可)

〔質問1〕

日本を訪問したとき、事前に日本に関するどのような予備知識を持っていればよかったと思いましたか。

回答:①歴史4人、②文化7人、③生活様式8人、④政治事情3人、⑤経済事情6人、⑥観光地1人、⑦交通事情1人、⑧通信事情1人、⑨商慣習5人、⑩ストライキに関する情報0人、⑪その他(特定分野の情報源)

〔質問2〕

質問1における情報は、どのようなメディア、組織、人(職業)から入手できますか。

回答: ①メディア: a) 新聞 6人、b) 本 1 0人、c) 手紙 0人、d) T V 3 人、e) V T R 3人

②組織: a) 大使館 4人、b) 図書館 8人、c) 文化センター 4人、

d) 旅行会社 3 人、e) その他 / JETRO. アジア日本研究所,

③人(職業): a) ビジネスマン5人、b) 大学教官4人、c) マスコミ 関係人0人、d) エンジニア1人、e) その他(大使館 職員・訪日経験者・在豪日本人)

〔質問3〕

質問2におけるメディア、組織、人(職業)について、どのような点が不便ですか。

回答:①情報の入手に時間を要する2人、②組織や人が大都市にしか存在しない2人、③情報に偏りがある2人、④その他(正確性を欠く。言語の違いにより理解が困難)

〔質問4〕

今後日本とどのようなコンタクトを持ちたいと考えていますか。

回答:①人的交流 4人、②日本について勉強 a) 歴史 3人、b) 文化 4人、

- c) 生活様式 4 人、 d) 政治 1 人、 e) 経済 4 人、 f) その他 (言語)
- ③その他(日本訪問、講演会への出席、日本の友人との連絡、日本人 との会合、合弁事業)

〔質問5〕

ニューメディアの発展が情報収集活動に、どのような影響を及ぼすと思いま すか。

回答:①情報を即座に入手できる3人、②ニーズに適合した情報を入手できる8人、③いかなる場所からも情報を入手できる4人、④目的と関連する情報を入手できる7人。

〔質問6〕

ニューメディアの発展は、国際交流にどのような影響を及ぼすと思いますか。

回答:①交流が活発になる8人、②情報が過剰になる2人、③交流には影響しない2人、④日本へ行く必要がなくなる0人、⑤その他(情報のアベイラビリティーを高める。日本を訪問することがよりペター)

付一3 「ニューメディアと宗教」のシナリオ

(1) 序

宗教というもの自体が『定義』、『実態』といった側面からのアプローチを行うときわめてとらえどころのないものになり、本質的議論から遠ざかってしまう危険性を持った対象である。そうした危険をさけるため、ここではそうしたアプローチはとらなかった。しかし、その反面、具体的イメージが湧きにくいというマイナス面もあった。そこで、これを補うために、先に上げた情報化社会の3つの場合ごとにいくつかのシナリオを作成してみたので参考にしていただきたい。

用意したシナリオは以下の5本である。

情報化社会のパターン	シナリオ
現在の延長線上	・「変化なき進歩」
情報の氾濫、アノミー状態	・「幻想の巨人」
	・「企業宗教」
	・「地域宗教」
情報ユートピア	・「安定したゆたかな精神」

(2) シナリオ「変化なき進歩」

エレクトロニクス技術、通信ネットワークなどのインフラストラクチャーの整備により高速に大量、高品位の情報を入手することが誰にでも可能となる。

情報環境のこうした変化は、質的なものではなく単なる量的な変化にと どまる。すなわち、モア・チャンネルや雑誌の増加と同じ次元の変化にとど まる。これは、かってオーディオ機器の流れを変えた革命的製品 Walk Man "がマクロな社会的観点からは決して大きな変化を呼び起こさなかっ たのと同じである。

しかし、こうしたモア・メディアは宗教のメディア登場の頻度の増大をも

たらす。これは信者に対しては大きな影響を与えることはないが、そうではない不特定多数の人々にとっては消費する対象物として把えられる。そのため、他の対象物と同じ消費のサイクルにのって(流行など)いく可能性もあるが、公共のメディアへの登場は法的、社会的にも制約され大きなムーブメントを生むには至らない。

全般的に大きな変化はおこらずに、現状の延長線である。

(3) シナリオ「幻想の巨人 |

ニューメディアの普及は家庭の情報環境を大幅に変化させる。

家族間コミュニケーションはニューメディア端末へのアクセスにとってか わられる。幼児期からの各種メディアへの接触は精神面に甚大な影響を与え、 メディアへ依存した精神面の脆弱な個人が増大してくる。ニューメディアは そうした個人の逃げ場所としても機能するようになり、悪循環が生まれる。 在宅勤務、サテライトオフィスの増加も個人をニューメディアの枠の中に閉 じこもって、暮らすことを可能とし、悪循環に拍車をかける。

宗教のニューメディアの進出により、精神面でのサポートもニューメディアを介して行なわれるようになり、個人はニューメディアによって創造される虚構の空間を生活世界とすりかえるようになる。その虚構の生活世界において個人はその精神の脆弱を克服し、自我確立基盤を求めるようになる。

ニューメディアの生み出す虚構の生活世界は個人に直接物理的な危険を与えることはなく、欲する情報は無尽蔵に与え、そして、その制御も個人の思いどおりである。そのため、宗教の与える世界像は個人の意識の中でその虚構の世界を支配するものへと変質し、その信者は宗教を介して世界を支配する強大な力を手に入れることができる。しかし、この力はひとたびニューメディアから離れると失なわれ、世界自体が崩壊してしまうため、信者である個人の最大の課題はこのニューメディア世界との絆を切らないことである。(こうしたメディアへの異常な傾倒はすでに現在でもTVを中心としたグルーピーやアイドル志願者に少なからず見ることができる。グルーピーやアイドル志願者に少なからず見ることができる。グルーピーやアイドル志願者に少なからず見ることができる。グルーピーやアイドル志願者にと

ってTVタレントと関わりを持つこと、TVに出ることは自己の生活の基盤をなす要素のひとつとなっている。)そのため、ニューメディア世界から切り離された場合はパニック状態に落ち入る者も少くない。また、それを怖れて外界との接触をさける個人も増加する。

個人個人が孤立し、ニューメディア世界に閉じこもるため、メディアを介してのコミュニケーションは増加するものの、直接の対人コミュニケーションは失われていく。実際のコミュニティや連帯は減少し、個々人を横に統合する機関もメディア以外には存在せず、メディア上のコミュニティ、連帯とは裏腹に実際の世界ではアノミー状態となる。

(4) シナリオ「企業宗教」

ニューメディアの普及は、当初、ビジネスユースからはじまる。企業内情報システムとしてのLANなどによって通信のマルチ・メディア化が進み、 純粋なビジネスユース以外にも社内放送などが可能となる。

勤務者の意識変化による忠誠心の減少や生活における余暇の比重の増大は 企業の生産性に大きな影響を与えるようになっている。こうした問題を克服 するために、CIや新しい小集団活動がニューメディアを介して行なわれる ようになる。これらの活動による組織活性化の成否はシンボリック・マネー ジャーとスターの存在であるが、ニューメディアによって、より偶像化され たスターを演出しやすくなる。

スターを核として、ニューメディアを用いて企業内に新しい形の忠誠心を植えつけ、モラールを向上させる活動は、ニューメディアの家庭内への進出とも相まって社会的にも広がりを見せ、単にビジネスにとどまらず他の生活分野へも広がってくる。もともと、日本の企業は単なるビジネス以上の連帯が存在する組織風土を持っており、企業内のスターはスムーズに個人生活へも進出し、生活各分野にも影響を与えるようになる。

経営管理の新しい手法として、ビジネスのスターをテコにして自社の企業 活動を宗教として、デザイン、布教することが行なわれる。企業はビジネス 場面ではなく、教会であり、聖地であり、企業活動はひとつの共通理念を具現化するための宗教活動へと変化していく。

企業宗教は一企業の手法としては有効であるものの、企業間のコンフリクトが起こりやすく、しかも、根の深いものとなりやすい。また、解雇はビジネス面での切り捨てではなく、生活様式の否定となり、社会的問題となる。

企業を軸に個人生活の世界が形づくられる点は従来とかわりないが、その 帰属原理が宗教という形でより強いものとなる。そのため企業間のコンフリ クトは増大し、協力、連帯は同一宗教原理を持つ企業に限られるようになる。

(5) 地域宗教

都市機能の地方への分散、企業の分散、人口の分散によって、地方は新しいビジネスチャンスの宝庫となる。ニューメディアにとっても同様である。とくに地方では、有線電話、難視聴CATVといったニューメディアに必要なハードウエア・インフラストラクチャーがすでにあることや新設の容易さ(既存の建造物が少い。高度な建造物が少い。)が都市部に比して有利である。ビジネスやその他の情報の中心である都市と物理的に遠いということも手伝って地方からニューメディアは普及しはじめる。

しかし、急激な情報の増加は地方生活のパターンを破壊し、不安な状況を生み出す。都市からのJターン、Uターン者にとっても地方での生活と都市での生活の差、さらに、もともとの地方の人々の上述の不安状況が地域全体に生じてくる。これらの不安は、いわゆる文化産業(カルチャー、スクールなど)や地域コミュニティ、各種サークルへの参加、集団への帰属によって解消されるようになる。

宗教はニューメディアを早期からとり込み、地域拠点を中心にニューメディアの展開をはじめる。その宗教活動は単に既存の宗教という枠にとどまらず、文化産業にも及ぶ。その資金力、人間の動員力を背景としたニューメディアを軸とした文化事業は地域文化で重要な位置を占めるようになる。そのため、ひとつの地域がその宗教を共有する独立都市(ポリス)の姿をとるよ

うになり、異端や他地域の宗教を厳しく排斥するようになる。.

地方都市が生活、宗教単位として独立性の高いポリスへと変化し、地域ナショナリズムとでもいうものが抬頭し、さまざまな場面で衝突、争いがおこる。

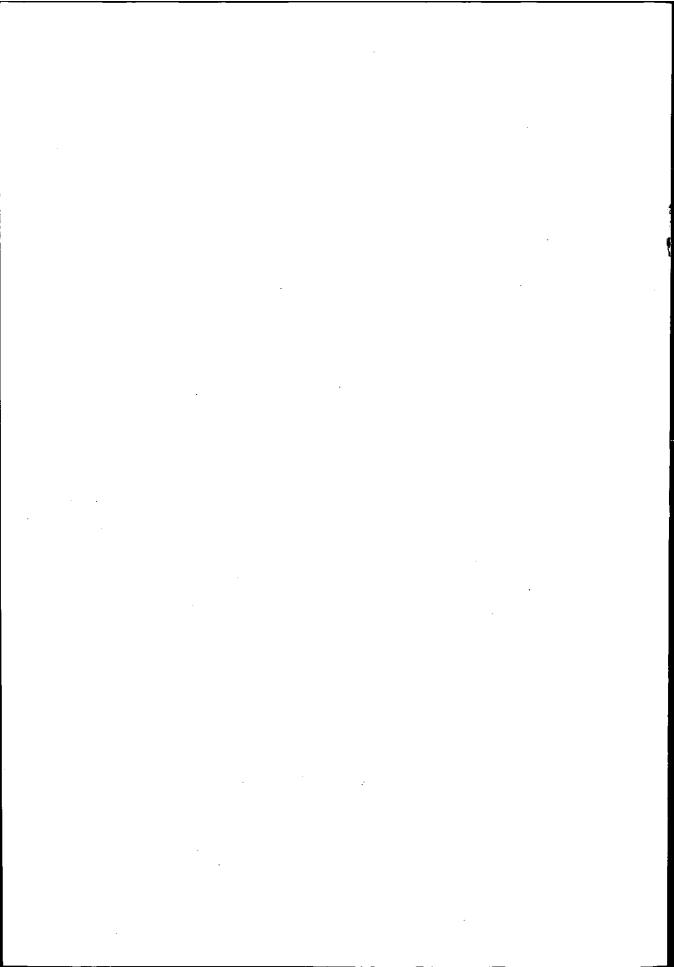
(6) 安定したゆたかな精神

ニューメディアの普及の初期から有識者、とくに教育学者、心理学者、社会学者からその社会的影響に関してその危険性が指摘される。ニューメディアのソフトの内容、情報受容者の資格、時間帯などに関して法的な制限が加えられるとともに、その利用についての体系的な教育、指導がなされる。一連のこうした施策により、有識者に指摘された危険は回避され、人々は豊かな情報を自分に適した形で享受できる。

宗教はニューメディアに進出するが、法的制限を受け、限られた活動しか 展開し得ない。しかし、それでも新しい情報伝達の手段を手にした効果は大きく、 多くの人々にさまざまな宗教の現状、教義などが知られるようになる。

精神面で安定した人々が多いため、狂信的にまでなることは少いが、 宗教知識 の広まりとともに信者の数は増加する。

安定したゆとりある精神生活が実現され、膨大な情報を各自、自分の方法 で消化することが可能となる。宗教人口は増加するが、他宗派を否定的に見 をことは少く、互いに許容し合い共存する。



禁 無 断 転 載 一 昭和59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 與 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)

