

## 座会「生活を豊かにする情報デザイン」

長谷川文雄 氏（東北芸術工科大学副学長、(財)ハイレイフ研究所評議員）

吉井 博明 氏（東京経済大学コミュニケーション学部教授）

清原 慶子 氏（東京工科大学メディア学部教授）

松村 茂 氏（東北芸術工科大学情報デザイン学科助教授）

日 時 2001年12月20日 17:00～

場 所 財団法人ハイレイフ研究所

## 目 次

- 1．はじめに
- 2．情報に振り回される生活の到来？
- 3．メールを行政への市民参加に活用する
- 4．時間的空間的にデザインする必要性
- 5．携帯電話が開いた新しい世界
- 6．携帯が人間関係に与える影響
- 7．インターネットのプラスマイナス
- 8．情報の価値が低下する？
- 9．自己発信の可能性と透明性の向上
- 10．インターネット中毒を防ぐバランス感覚
- 11．デジタルディバイドの問題について
- 12．サプライサイドと消費者ニーズのマッチング
- 13．デジタル情報の位置づけ
- 14．まとめにかえて

## 1 . はじめに

(長谷川) では、早速始めたいと思います。「ハイレイフ研究所」というのは、何がハイレイフかを常に考えていて、時代によってハイレイフという概念は変わるのですが、一応ハイレイフを標榜しながら、生活という視点から見ている研究所です。

そういう意味で、今日は「生活を豊かにする情報デザイン」というテーマで、いろいろ議論をしてみたいと思います。日常、僕らの生活の中に、ハードウェアとしては、パソコンをはじめ携帯電話、それにまつわる・・・テレビもBS化されたり、さらにインターネットも速いスピードのプロードバンドになったり、家の中でも職場(オフィス)においても、日常的に情報の環境が大きく様変わりしています。そういう意味で、一つはハードウェアを中心とした機械についてです。といってもハードウェアは置いておくだけでは意味がないので、それをどう利活用するかということで、その人の生活がより充実をする。中にはメールがたくさん来て、生活が悲惨になっている人もいるかもしれませんが(笑)。これからの情報化をにらみながら、生活をより豊かにしていくか、ハイレイフを標榜していくためにどんなことをこれから考えていったらいいのかという我々のレベルの問題と、逆に今度はサプライサイドからこういうことを考えていかないはずという問題があるかどうかと思います。

少し抽象的ではありますが、「生活を豊かにする情報デザイン」というテーマで、一つは機器的なハードウェア。昔の言葉でいうとプラットフォームがないとうまくないわけです。そして一方ではそれに載せるソフト、それに載せる供給体制ということになります。

では、まず皆さんそれぞれに、仕事や生活の中で最近こういう情報環境になってきたということから、お話をお願いしたいと思います。

吉井さんどうですか。生活面で見て、このように情報環境が変わってきたという印象を。

## 2 . 情報に振り回される生活の到来？

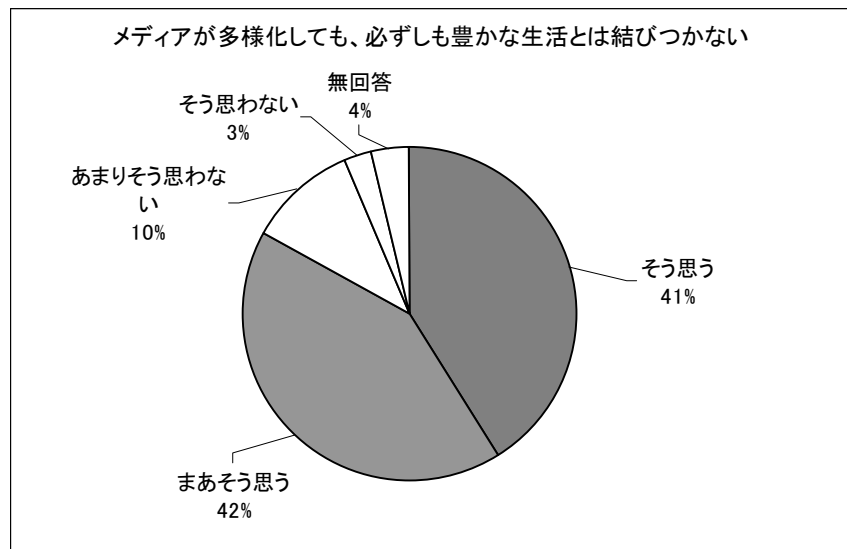
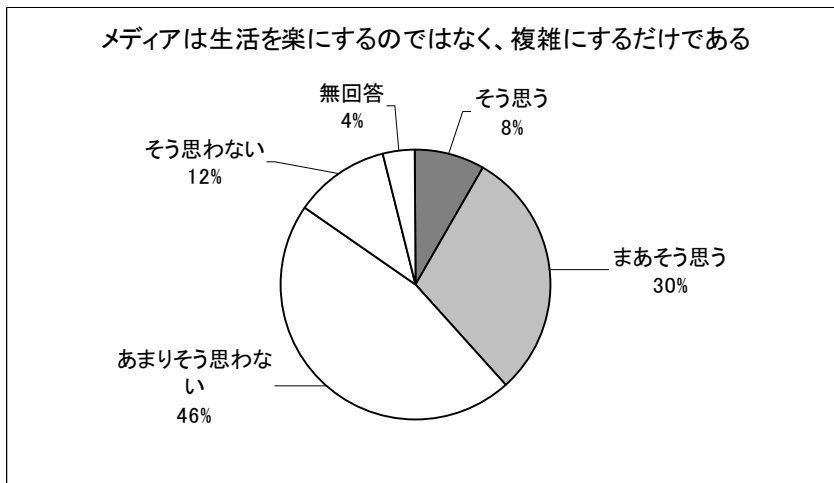
(吉井) 実感からすると、情報生活はだんだん貧しくなってきたという印象です。私の理想とする生活から、どんどん遠ざかって、貧しくなってきたかなと思います。忙しくなるとゆっくり考える時間がなくなってきた。その忙しくなり方が、あまり豊かな生活という実感を伴わないという感じです。

「計画のグreshamの法則」というのを、昔、ノーベル経済学賞をもらったH・サイモンが言ったのです。「悪貨は良貨を駆逐する」というのがグreshamの法則ですが、「計画のグreshamの法則」というのは、日常の些末な用事と長期的な、例えば人生を考えるような話と両方与えると、人間はどうしても、日常の些末なものをまずやってしまう。しかし、やりきれない。やりきれないからそればかりをずっとやって、結局、長期的なものがやれないという話です。

私も友達がそろそろ定年近くになってきて感じるのですが、やはり人生を振り返る、あ

るいはこれからどうやって生活をしていこうかということを考えなければいけない年齢になったのですが、どうも考える時間がない。メディアというものが「計画のグレシャムの法則」をどんどん加速していく生活になっている。なくてもいいような情報、対応しなくてもいい情報に振り回されているという気がします。

僕の理想の生活は、一週間のうち三日を大学に使い、二日は自分の研究や何かに、一日は家族のために、残りの一日は趣味で釣りに行くのに使うという生活です。これが十年前にはできていたのです。



出典：『メディア・エコロジーの現状 武蔵野・三鷹市民の IT メディア利用の実態』2000 . 8  
吉井博明、三上俊治、箕浦康子

(長谷川) 理想的ですね。羨ましい限りです。

(吉井) 以前アメリカ人にこの話をしたら「そんな日本人は初めて聞いた」と言われた。十年前にはできた理想の生活が今だめになってきて、一週間ほとんど働いているのです。どうもそういう感じで、メディアがハイライフというか、豊かな生活をもたらしていない

というのが実感です。

(長谷川) なるほど。ありがとうございました。

松村さんはわりとパソコンを持ち歩いていつもやっているけど、先日も調子が悪くてと行ってましたね。そういう時間をだいぶ使っていますね。本当に生活は豊かになっているのだろうか。あるいは、そういうことを志向しながらやっていると思うのですが、どうですか。

(松村) まず、自分が年齢的に若いわけではないのですが、要するにわからないのです。どんどん仕事が増えるし、毎年毎年うまくやったと思っても、この法則が翌年にはもう全く破たんして、ようやく自分のかたちを作ったと年末に思っても、次の年には破たんして一から試行錯誤をする。それは仕事のやり方とか、研究のやり方とか、みんなそうですが、端的なのはパソコンの使い方です。パソコンの使い方についても、毎年、ファイル名の付け方からフォルダの設計から、電子メールの送り方や一日どうチェックするとか、それらを一一つ、毎年毎年考える。それだけ忙しくなっているというのも事実で、手帳にも字が多くて、スケジュールが詰まっているということもある。また情報化で、一日にメールが八十通くらい来ているのですが、もうそれだけを見るのにうんと時間を使っているし。そういうものをたくさん抱えているのです。そういう意味ではよくわからない。

要するに自分が忙しくなっているのか、社会が忙しくなっているのか、自分のやり方がへたくそなのか全くわからなくて何となくやっているのです。

(長谷川) 情報化というのが忙しくさせているという実感なのですか。

一昔前ですと原稿の催促があっても「いま郵便を送った」とそば屋の出前風ないいわけができました。ファックスが普及すると、「ではすぐ送ってください」となります。更にメールで送るともういいわけはできず、しかも相手の指示どおりにまとめなければならない。メールも日に何回も見ると、いろいろ仕事が降り注いできますね。

(松村) それはあると思います。月に二回、高知の山の中に行く仕事があるのです。そこは携帯電話もつながらない。そこへパソコンを持って行ってメールのチェックはするのですが、結局、旅館に着くまでは使えない。その間、一日ノーチェックです。そういうときに非常に焦るのです。高知ですから、夜が大変なのです。本当に真っ暗です。携帯は使えない。夜はいつまでも飲みにつきあわされて、とにかく中国のように飲み干さないといけないのです。

(長谷川) あがいてもだめだ。

(松村) そうなのです。部屋に戻ったときにはもう何もかもわからない。そういう状態でますます焦ってくるのです。メールが見られないというのは。長谷川先生から怒られる

のではないかとか(笑)。そういうのは、やはりメールの非常に悪いところで、精神的に強迫されるというか。

(長谷川) 依存している。

(松村) 先日も二週間くらいパソコンが壊れて、毎日、とにかく直すのです。夕方、仕事が終わってから、ハードディスクを全部初期化し直して、インストールし直して。

(清原) ウィルスですか。

(松村) いや、マックなので、ウィルスではないと思っています。ハードディスクのディレクトリのファイル構造が壊れて、ファイルがどこにあるかわからなくなりました。それで夜、ハードディスクを初期化して、インストールして、メールをチェックして……。すると壊れるのです(笑)。これを二週間やって、さすがにノイローゼ気味になって、ようやくもう知らないと自腹でパソコンを買い換えました。まだ一年しか使っていないパソコンを買い換えて。そういう本当に追いつめられる状況というのは、電子メールは怖いと。

今日も、実は五時少し前に来てここにいたのですが、五時になってはだれも来ないので、これはまちがえたと。でもあそこにコーヒーがあるし、これはテープレコーダーだし、ここでいいのかなと。でもやはり気になって、パソコンを開けてメールをチェックした。要するにメールを見ないとだめなのです。常にメールを見ないと、パソコンを持っていないと不安でしょうがない。

(長谷川) 今から何年前かに、『Information anxiety』(邦訳：情報選択の時代)という本が出て、情報選択のチェックリストがあるのです。あれはおもしろい。

(清原) そうそう。ネットワーク依存症とか……。

(長谷川) おふたかたの話の聞くと、かなり情報機器を使ってますが、必ずしも豊かな生活というよりも、仕事が増えてきたり、そのために不安になってきたというように感じられるのですが、清原さんもやはり……。

## チェックリスト

現在身の回りに起こっていることについていけず、昔話をする  
未読の週刊誌の山がどんどん高く積まれていくのに、罪悪感を感じる  
誰かが、自分が一度も聞いたことがない本やアーティストやニュースなどを話題にしたとき、さも知っているかのように相槌をうつ  
自分では理解したと思っていたことを、現実には説明できない自分に気づく  
自転車の組立て説明書が理解できない自分を恥じる  
自分には操作できないのではないかという恐れだけから、新式の道具や器具を購入しない  
ビデオカセットレコーダーの全部のボタンの役割が理解できなくて憂鬱になる  
ハイテク電子製品を身の回りに置けば、自然にテクノロジーがわかるような気がして、それだけの理由で製品を購入する  
実は、読んだのは書評だけで、それすらも理解できなかったのに、『心の社会（人工知能研究者ミンスキーの著書の題名）』は「なかなか予言的だ」と評する  
本当は誰も気にしてなどいないのを知りつつ、オフィスビルの管理簿に正確な時間を記入するために、デジタル式腕時計に目をやる  
自分の生活には何らかかわりのない、文化・経済・科学ニュースに注目して、時間を費やす  
用紙の空欄を埋めるとき、空欄を残らず、隅から隅まで埋めないと気がすまない  
あまりよく理解できない情報に対して、感情的に反応する　たとえば、ダウジョーンズ指数の意味が何かが本当はよくわかっていないのに、それが五〇〇ポイント下落したと聞くと狼狽する  
隣の人は、自分の知らないことをすべて知っていると思う  
「知りません」というのに、極度の恐れやためらいを感じる  
あるいはさらにひどく、自分の理解できないものを情報と呼ぶ

出典：『情報選択の時代』リチャード・ワーマン 1990 日本実業出版社

### 3. メールを行政への市民参加に活用する

（清原） 私はそれだけではないと言いたいです。多少その傾向はありますが。私はこのインターネットのメールがあるおかげで、この三年間、市民としてもものすごくいい活動ができました。それをかいつまんでお話しします。

九八年の十二月二十五日のクリスマスだから、ちょうど三年前くらいですが、三鷹市の職員の人と三鷹市民の研究者と一緒に勉強会をして、二〇〇一年に三鷹市の基本構想、基本計画を改訂するにあたっては、ぜひ白紙からの市民参加をする機会を作ってくださいと提言しました。つまり、役所の人が書いたものを市民が書き直すとか意見を言うのではなくて、もう素案から市民が作れるような組織づくりを九八年の十二月二十五日に提案したのです。それで、その後、市長さんが「よし」ということで決心をして、九九年の四月から公募をして、どういう組織だったら市民だけでプランづくりができるかを考えるだけの組織の結成を呼びかけたわけです。

そこで五八人の市民が自分から手を挙げて、もちろん私も言い出しっぺですから入って、それで正式に市民が考えたフラットな組織で、ほかの市民に呼びかけたのが九九年の九月だったのです。九九年の十月九日から、「三鷹市民プラン 21 会議」というのを、全員公募

のボランティアな市民によって組織をしました。それで、最終的には三七五人がメンバーとして参加したのです。三人の代表の一人に私は選ばれたわけですが、市民が時限付きで市民だけでプランを作るために活動しました。地域の計画課題は、環境だろうと、教育だろうと、道路だろうと、人権だろうと、福祉の問題であろうと全部暮らしの課題です。それを十の分科会に分かれていろいろ議論をしようというときに、いくら市民といっても、主婦の仕事、介護を含めて、私も含めてみんな仕事をしています。そうすると、仕事と活動を両立して、九九年の十月にスタートして二〇〇〇年の十月末までに市長さんに市民でプランを出しましょうということに約束の一年間で果たすには大変です。みんなそれにだけ専念しているわけではありませんから。先程のメールでいえば、毎日のメールの中に必ず仕事のメール以外に、「市民プラン21会議」の仲間からのメーリングリストや自分の所属している分科会のメーリングリスト、あるいは代表は三人制でしたから、その間でのやりとりとか、市民事務局とのやりとりとか、いろいろな目的で活用しました。要するに、私の場合は、仕事や研究という、いわゆるオフィシャル、パブリックな領域のメールだけではなくて、プライベートで市民としてやっている部分のメール、それからもちろん本当に純粋にプライベートなものなどに、電子メールを活用しました。

その活動を遂行していくときに、フェイス・トゥ・フェイスで直接会う会議を充実して生かそうと思ったら、フォローの電子ネットワークの活用が大事だということを痛感したわけです。

また、人には松村先生とは別の意味の焦りがあって、フェイス・トゥ・フェイスの機会が保障されていると、それを一回でも休むと何となく気後れ感とか、さぼったらそのあとついていけないのではないかという思いが生じます。ところが、電子ネットワークで、議事録などで、こういう様子だったというのがずっと流れると、あ、休んだ一日はこうだったのだとわかります。市民ですから、時間は貴重なので、二時間以上は会議をしないというルールを作ってやりましたから、二時間休んで気になっても、電子ネットワークでフォローアップができる。そういうことで一年後には励まし合いながらプランを出せて、そのあとは、市が作った基本構想案について二回意見書を提出し、基本計画についても行ったり来たりが二回ずつあって、一年間を送って、基本構想と基本計画が確定し、目的を達成して二〇〇一年の十一月三十日に無事解散をしたのです。

つまり、ボランティアで手を挙げて、全く交通費も出ないし何もなし、お茶も自分で持参といった会議だけれども、どうにかみんなが続けられるところでネットワークが支えられたなというところがあるわけです。

ですから、長谷川先生が、「生活を豊かにする情報デザイン」とおっしゃいましたが、デザインの部分がとても大事だと思ったのです。つまり、自分たちの目的に都合のいいように、役に立つように作っていくという部分です。私たちは最初、それほど多数がインターネットを使っていたわけではないのですが、あったら便利だと思うから、みんなで教え合っただけでインターネットに加入する人も増えたとし、パソコンを最初にインターネットに接続するところもお互いに助け合った。もちろん市民会議として公式なホームページも作ったから、そちらで情報もあるし、メールのコミュニケーションも支えになるしということです。



メールが仕事とか追いかけてくるだけという部分ではなくて、いやされるとかほっとするとか。あの人からメールが来たなとか。それから、メーリングリストですと、十九歳の女子学生も八十代の高齢男性もフラットになれるではないですか。ネットワークの上ではね。その温かみというのもあって、思いがけない会話が、公開のメーリングリストで生まれるということもありました。だから、仕事だけで使っていると何となく強迫観念になったり依存症になったり、少し切ない部分がありますが、それも同僚間でのコラボレーションとか支えもありますが、そこにコミュニティとか市民の暮らしなどが入ると、殺伐としたものばかりではなくて、いやされる面とか支え合う面とか、そういうのも経験したネットワーク経験だったのです。

#### 4．時間的空間的にデザインする必要性

(長谷川) なるほど。今、言ったようにデザインするというのが非常に大事です。つまり、自分である部分を作るとか。自分が主体になって決めていかなければいけません。日本でも特に松村先生がS O H Oの研究会をやっていると思いますが、アメリカでも最初のころ、テレコミュニティとか、自宅でお仕事をするホームオフィスと言われていて、そのころ僕も関心があっていろいろ調べていたのです。そのとき、ある本を読んでいたら、「自宅でホームオフィスを開くときの成功の秘訣」というのがありまして、前半に書いてあるのは、家でお仕事ができるようになると際限なく、例えば朝起きてパジャマのままコンピュータに向かって仕事をしてしまうとか、夜も寝る前に気になってまたやってしまうと、そのように日常の生活と仕事が入り組んでしまって、結果として最後は大変な状態になるということがあって、それを克服するにはどうしたらいいかと書いてあったのです。それでおもしろいと思って見たら、朝起きたらちゃんと顔を洗って、背広を着てネクタイをして、一度家を出るというのです。そして家の前をぐるっと回って、それでもう一回玄関に入ってきて、コンピュータの前で仕事をすると、それは仕事をすることになる。仕事が終わったら、また出てぐるっと回って戻ってきて、ちょっとくつろいで、そしてご飯なり食事を一緒にする。というように自分でリズムを作らないと、際限なくやってしまう。実は僕も松村さんと同じように、しょっちゅう見ないと困るような気持ちになっているのです。そのように、デザインをする、リズムを作るというのは大事なことです。

(清原) 空間のデザインも関係します。たとえばホームオフィスの場合、特に働く空間と住まう空間が同じ家の中にある。それをどう仕分けるか。

(長谷川) 松村さんはS O H Oの研究しているのではないですか。時空間の中でどうやって分けるか。

(松村) 実感からですが、僕もある意味で家で仕事をしているのですが、今、思うのは、

息抜きというか、頭を変えるためというよりも、やはり散歩をするのです。外でないとやはりだめです。それは区切りというよりも、移動するというこの意味がすごく大事だと思っています。たぶん異空間を歩いてくるということがすごく意味がある。SOHOとかテレワークという通勤がいらぬというけれども、そうではなくて移動する時間は必要なのだというのが実感としてあります。

それからもう一つは、今思うのですが、仕事場が欲しいなど。それは家とは別のところで。それはやはり切り替えるということもあるし、移動して生活の空間と分けたいというのはあるのです。ただ一方でまた、仕事と生活は一緒にいいという気もあるのです。

生活とは何かというと、家事といたら生活ですが、それは家でやることかもしれないし、外に放出して、いわゆるアウトソーシングしていく方向でもいいと思うのです。そうではなくてほかの生活という場合には、もっと仕事と混在化していいのではないかと。それが理想ではないかと一方で思うのです。家を切り替えて家と仕事は分けないとだめだと。自分の生活空間に仕事が忍び寄ってくるというのは、そうではない。生活を外に出して自分でやらないという、そうあるべきではないかと思うのです。ですから、そうするともう少し楽しい仕事がみんなできるはずだと。

(長谷川) なぜ、それほど楽しくない。

(清原) これは私たち、大学研究者で同じ職種だからで。やはりいっぱいいらっしゃると思います。

(松村) だからもう一つその部分で。我々は系列的には仕事の内容は全くサラリーマンではない。サラリーマンのように雇われてはいますが。フォローアップしなければいけないでしょう。

(清原) そうですね。

## 5. 携帯電話が開いた新しい世界

(長谷川) そういう意味では、今までも議論してきた中で、決してネガティブなことを言っているのではなくて、急激にある意味では情報化が押し寄せてきて、自分でもどうこれを生活の中にうまく取り込んでいったらいいのかとストラグルしているとか。葛藤していると言いきついても、もちろんいい方向に持っていこうとしながらも、試行錯誤している状況だと思うのです。

そういう意味ではもう少し具体的にお話をすると、吉井さんは携帯について相当に研究をされているわけですが、携帯は大変な勢いで、毎日のように形態は変わっているのですが、相当普及してきている。これももちろんネガティブな面もありますが、また携帯によ

って新しく今までなかったような生活ができるとも、当然評価できると思うのです。その辺についてはどう考えていますか。携帯というものがあると、いつでもコミュニケーション、電話できるという世界が開かれて、どのように日常生活が広がっていったか、豊かになっていったか。その辺をどのように評価していますか。

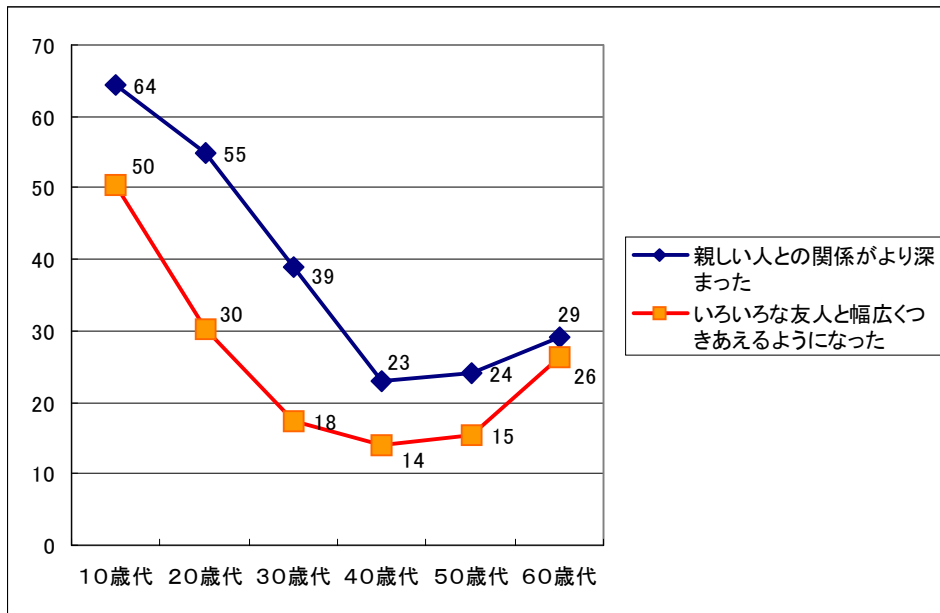
(吉井) 通信メディアはみなそうですが、最初、かなり高価なときは仕事関係の偉い人が使っていて、だんだん営業の人とか一般の人が使うようになって、次に学生など若い人まで使うようになった。そういうかたちで普及してきたわけです。生活ということで考えると、最初に使いこなしたのは若い人です。まず、ポケベルを使っていた層が、例えば、サークルとか彼氏と彼女といった、緊密な関係を持っている人たちがどんどん使い始めた。そして、あるグループでメンバーの半分くらい持つと、もう全員持たなければいけないということで、どんどん普及してくるわけです。

そうしたら、やはり電話だけでは不便だということになった。例えば、普通の固定電話であれば、嫌なときは出ないということもできたのですが、携帯の最初のころは強迫観念があって、若い人もみなかかってきた電話には出たわけです。そうしたら、夜もうこれでゆっくり寝たいとかテレビを観たいと思っているときにも、友達からかかってくるわけです。「おい、飲みに来い」とか、「遊びに来い」とか。嫌だと思ってもしょうがないから行く。そういうマイナスの機能も出てきた。それで、そういうのが何とかならないかと思っているときに今度はメールのサービスが出てきた。だから、急がなくてもいいのはメールにしよう、メールに移っていった。

さらに発信者番号通知ができて、だれからかかってきたかわかるようになった。それで選択できるようになった。そういうかたちで技術をうまく使いこなしながら、彼らにとっては豊かな生活ができるように、うまいことだんだん使いこなして、今は発信者番号通知も使うし、メールもうまく使うし、電話もうまく使う。電話でやらなければいけないときにはもちろんやりますが、メールで済むときにはメールでやる。

メールも使い方はいろいろで、我々だと「今どうしている？」などというのはあまりメールでしないし、用件連絡が多い。それにメールにすぐに返事を出さず、一日、二日おいても別にいい。しかし、若い人の場合はチャットふうを使う。

だから、彼らにとって携帯は人間関係を維持していく、あるいは創り出していく機能をもっているわけです。友達を拡大する機能とか、特定の友達と非常に仲よくする凝縮機能、それに友達(彼氏、彼女になれば特にそうですが)を選択する機能もある。つまり、今日はこのグループ、今日は彼女のAで、明日は彼女のBとか、そういう使い方をする。



出典：携帯電話の深化とその社会的影響に関する国際比較 2002.4 代表・吉井博明

(長谷川) つまり、主体的になってきた。

(吉井) そう。主体的です。それが非常にうまく使いこなせるリテラシーを身につけるようになってきた。だから彼らは手放せない。一度携帯を持ち始めたらやめられないし、忘れたら遅刻覚悟で取りに戻る。我々は忘れたら忘れてで終わりですが、若い人たちはそうはいかない。そのくらい依存度は大きいし、それだけ有効に使っている。

(長谷川) ということは、体の一部ということですね。清原さんはどのように考えていますか。

(清原) 携帯電話や端末というのは、若い人たちだけではなくて、一つだけ付け加えると、聴覚障害者の人たちにとって、ものすごい双方向のコミュニケーションツールになっています。これは電話だけ、つまり音声のサービスだけだったらだめだったでしょうが、文字が送れる。ショートメールの時代から今のEメールが使える段階に至って、聴覚障害者の人たちは非常に上手に使っています。コミュニケーションツールとしても、情報を幅広く利用するトランザクションとしても。ただ加齢によって難聴や失聴になった高齢者は、多少、端末が使いにくいですから、親指で使うといってもなかなか難しいですが。それでも聴覚障害者の方にとっては、音声でなく文字というものが重要だったということをおぼろげに感じさせるメディアだったということがあると思います。

## 6．携帯が人間関係に与える影響

(清原) もう一つ付け加えると、私はそれだけではなくて、携帯電話は、時間感覚とか人間関係とか、そういう生活に与える影響がとても大きいと思います。大体みんな、約束がいわゆる「アバウトに」なっていて、大体何時ごろあそこのあたりでと約束しても、携帯電話を持っていれば、それで連絡をしながら「今どこ？」みたいにやるわけです。だから、時間感覚や空間感覚が曖昧になっていくという効果は、いい意味でも悪い意味でもあると思います。つまり、いろいろなことを決めるときに、几帳面に時間とか場所を決めながら生きるという選択肢しか今まではなかったのに、携帯端末が増えることによって、漠然としていてもいいし。それは一つの幅でもあるし。だから、いい加減と批判をするだけではなくて、そういうこともある。

また人間関係のことで言うならば、ここが大事なポイントだと思うのですが、直接会う関係と、ネットワークなり携帯電話でつながっている関係との重要性やプライオリティの判断をしなければいけないということがまます。やはり、今、会って、ちゃんと話をしているときに、いまだに会議中でも何でもさっと立つ人がいます。あるいは、恋人どうしてデートしているだろうに、二人とも並んで携帯電話でメールを打ち合っているとか。恋人どうしなのか、ボーイフレンド・ガールフレンドなのかと思いつつも、お互いヘッドホンステレオで音楽を聴きながら、それぞれ漫画を見てデートの時間を過ごしているみたい。つまり、それぞれが同じ空間にいながら、関係性を持たないで、ただ時間と場所を共有しているだけであって、メッセージは別の空間とやりとりしているということがみられているわけです。

(長谷川) 同床異夢というか。

(清原) 要するにそういう影響があります。もちろんすべてにポジティブ・ネガティブがあるのですが。しかし、携帯端末は緊急時や障害のある方、高齢者の人でいざというときの連絡に役立つということは可能性としてすごくあるし、実際にそういう普及も見られる。だから、若い人たちがいろいろな使い方を生み出してくれますが、多少、後追いで、時間的なタイムラグはあるかもしれませんが、それを活用できる広がりのようなものが生まれているのかと思います。

(吉井) 若い人たちの使い方をいいなと思って、私もだんだんメールをやるようになったし。すそ野はだんだん広がっています。

(清原) これは共働きの女性の場合、子どもとのネットワークというか、音声が使えない場合などに、文字による通信を上手に使っています。働く女性たちで、子育て中の人などは。

(長谷川) 松村さん、どうですか。携帯というものが生活に対して、もちろんネガティブなことはあるのですが、あえてプラスの目で見るとしたらどんなところがありますか。

(松村) 人間関係で言えば、最近は大事な人しかかかってこないです。本当にメールに移ってしまって、携帯を買ったときには携帯がよく鳴りましたが、ほとんど今は鳴らなくなってきて、大事な人だけです。要するに、電話で話をしなければならないというか、できる人。そういう人だけですから一日に数回しか鳴らない。そういう意味では、すごく携帯を持っている意味が高まって、逆に大事な人しかかかってこないから手放せない。昔はそうでなくてもいろいろな人からかかってきたのですが、今はそういう関係です。

もう一つメールでいえば、僕は携帯のメールはほとんどしません。

(長谷川) そういう人も結構います。

(松村) やはり、それは僕がアナウンスをしていないというか。

(清原) そう。それがあります。それはとても大事なポイントですね。私も携帯電話は教えていません。だから、それが私なりの、情報空間作りのデザインのひとつではないでしょうか。メールアドレスについても教える範囲を考えるとか。

(長谷川) 選択する。非通知もできるし。

(吉井) これは年代差なのです。若い人は逆に名刺代わりです。教えて拡大していこうとする。ただ、かかってきたからといって、必ず出るわけではない。選んで出ている。よく相手を見て。だから非常に賢く使っているわけです。

しかし我々は、私もそうですが、かかってきたとわかれば出なければいけないという強迫観念があるから、どうしても出るわけです。彼らはちゃんと見て、これはいいやと。

(清原) 本当に選んでいますね。非通知は出ないとか。

(吉井) 非常にうまい。だから、たくさん教えてもいいわけです。我々の年代になると教える人を限定して全部出ようという使い方をする。

最初は若い人もそうだったのです。割合限定的に教えて、大事な人しか教えなかった。だから携帯の番号を聞いたら相当親しくなったと思ったわけです。家の電話はその次という感じだった。今は逆に、家の電話はめったに教えない。

(清原) 今、家の電話はそうかもしれない。本当に。やはりプライバシーの感覚がついてきたから。

(吉井) やはり親にとられるとイヤだとか。だから、家の電話を使うのは非常に減ってきた。

(清原) そう。だから携帯電話の普及の中でワン・トゥ・ワンになってきたから、家族とは何かということが問われている。

(長谷川) ネットワーク時代の家族。昔でしたら、茶の間に電話があって、そこで家族が誰かと話をしていると、聞くとはなしに、何が起きているのか伝わってきたものです。それが、コードレス電話でそれぞれ自分の部屋で話をし、更にそれが携帯電話になりました。本来コミュニケーションをよくするはずのものが、却って家族が何を考えているのか、わかりにくくなってきました。

(清原) 本当にあると思います。それは親も含めて。透明度が薄くなってきています。コミュニケーションが各個室という状態ではなくて、一人一人になっていますから。

(長谷川) ホテルのようですね。

(吉井) しかし、家族全員が携帯を持ち始めたという家庭も多いです。

そして全員が外にいて連絡がつかないので、そういう面ではコミュニケーションがうまくいくようになったという例も多い。母親と娘などは多いです。

(清原) 父親と息子も増えている。

(吉井) 私はまだですが。

(清原) また新たな調査結果が出ればはっきりすると思いますが。家族間のコミュニケーション、みんな忙しいからすれ違っていて、直接会う時間がない。だから、電話というのはそういうところの補完的効果もあると思います。だから、必ずしも阻害しているということではなくて、携帯電話やメールアドレスがなければ通わなかった特に思春期の父親と息子のコミュニケーションとか、娘とのコミュニケーションが、それはそれであるとしたら、ネガティブな影響だけではないかもしれませんね。

(長谷川) 今の皆さんのお話と当然ダブると思いますが、僕は最近、携帯というのが一種のライフラインになっていると考えています。何かあったときにもすぐという安心感があるという認識を持つことが一つです。それからもう一つ、表現としては生活を柔らかくしているという言い方をしているのです。例えば先程、清原さんが言われたように、会うにしても、今まではリジットに全部、何時何分どこどこで会おうとか、それに遅れると大変だったのだけれども、おっしゃるようにアバウトに、「今、どこにいる?」「では、どこ

どこで会おう」とか、生活自体が柔らかいというか、柔構造というか、固定的に全部決めるのではなくて。どこか行こうと店を決めていたのですが、ふらふら歩いていたらこちらの店がいいからこちらに行こうとか、生活全体が。それから、夜中に電話をすとかいうことも可能です。普通なら家に電話をかけるのも家族に遠慮しますね。生活全体を、いい意味でも悪い意味でも、柔らかくするツールになっているのではないか。そういう切り口で考えてみると・・・。フレキシブルとか。

(清原) そうそう。

## 7. インターネットのプラスマイナス

(長谷川) ちょっと話題を変えて、今、出ましたがインターネットです。あつという間に普及してしまっ。もちろんインターネットを携帯端末でやる人もいれば、あるいはパソコン、ノート型持ち歩き、または家で、職業でとか、日常生活にどんどん入ってきている。これももちろんネガティブな目で見ればいろいろなことがあります。殺人事件に至るようなものもあれば、一方で、例えば明日、飛行機に乗りたいとフライト状況を調べて予約すれば、通常よりも安くて、夜中でもできる。アマゾン・ドット・コムなら夜中に頼むこともでき、しかも送料がただです。早いと翌日の夕方ぐらいには来る。そういった従来の生活ではできなかったサービスが、インターネットを使うことによって可能になっているわけです。

そういう意味で日常生活の中におけるインターネットにもプラスマイナスあると思うのですが、それをどのようにお考えになっているか。清原さんどうですか。

(清原) インターネットは、当初はホームページを見るというか、情報をとにかく世界の裏側まで、津々浦々までコンピュータをつないで見ることができるところだったと思うし、今でもそういう方が少なくないと思うのです。

同じウェブページでも、今度は自分が発信をしようという可能性を容易に開いた。もちろん、今までのマスメディアの時代だったらとても自分の一言が伝えられなかったような本当に小さな存在でも、普通の市民でも、発信できるようにもなった。今はその次の段階で、先生がおっしゃったようなトランザクションというか、処理ができるようになりました。予約、決済、そして物流との組み合わせによって、本当に大きな店舗や大きな規模の事業所、倉庫等を持たなくても、自分のこだわりの一品を得ることもできるし、自分が売買することもできる。そういう意味で、規模の大小や組織の大小、地理的な大都市だとか中山間地であるとかという差がなく、ネットワークの世界でものやりとり、情報の交換が、コミュニケーションを含めてやれるようになった、そういうところは、やはりポジティブな、評価すべきところだと思います。

反面、インターネットの世界、デジタルの世界というのは、匿名性とコピーの世界です。



だから匿名であることの気楽さや気安さもあるけれども、そうであるがゆえのいい加減さとか、人間の何か弱い面だとか、先生がおっしゃった犯罪の面とか、そういうこともある。裏腹なのだと思うのです。先程言った規模の大小などによらずに、自由な人間の想像力・創造力をかき立てるようなところもあります。あとコピーということが、私たちの世界にこれだけ容易になってくると、それが画像だろうと映像だろうとコピーできていくという中で、エンターテインメントの世界だとか、そういう芸術表現の世界を身近な普通の人々にも広げるというチャンスもあります。他方で、もちろんプロフェッショナルから言えば知的所有権の問題だとか、料金なしにどんどん使われることの恐れがあるでしょうが、突き詰めてしまえばインターネットはデジタルで、音声だろうと何だろうとみんなコピーができる。だからこそおもしろさとか自由度とかそういうものがあって、いろいろまた暮らしの中にも可能性を展開していきだろと思うのです。

そして、その反面教師として、私たちが、今、本当に突きつけられているのは、コピーではない本物とか、真実だとか、唯一性というか。私は私でしかない、だれもコピーできない、コピーできるのはあくまでもデジタルの世界であるというような。そういうアンチテーゼなのか、あるいは本質的な哲学的問いかけというか。それは使えば使うほど私たちに投げかけてくれていると思うのです。

(長谷川)　すでにヴァルター・ベンヤミンでしたか、『複製技術時代の芸術作品』か何かで、当時はデジタルではなくて写真などでしたが、複製することによって大衆化と自由化を起こした。誰でも容易に、複製とはいえ芸術作品が身近になったわけです。しかし、おっしゃったように、本当のオリジナリティとかというものがあると思うのです。その辺がまさにデジタル化によって問われていると思います。

ところで、松村さん自身も自分でサイトを持っていますが、生活とのかかわりで見えた場合、インターネットというものをどのように評価していますか。

(松村)　生活という面では、マンションに住んでいますが、マンションの管理の状態、日々のトラブルなどがHPにアップされると、便利ですね。マンションは数十～数百同じようなつくりになっているので、一軒で起こったトラブルはどこに起こってもおかしくないわけです。そういう自分のところ以外で起こったトラブルと対処の情報がHPでアップされ蓄積されれば便利ですね。

こうしたことは、インターネットでなくてもできます。ノートに書き込んで、マンションの管理室などに備え付けておけばいいわけです。しかし、いつでもどこにいても可能となる、インターネットの閲覧のしやすさ、書き込みのしやすさ、検索のしやすさ、すなわち、リード・ライトのアクセシビリティは抜群で、インターネットがなければこうした発想は出てこないでしょう。

ただ、インターネットが普及して、もっと使いやすくなると、思いついても一部に使えない人がいれば、全面的には実施できません。

もうひとつは、自宅は常時接続で二メガくらいできますが、電話帳とかあのようなもの

を捨てられるというのは幸せなことです。スペースがいらなくなる。百科事典を捨てていい。

(長谷川) ああ、二十六巻が DVD 一枚になる。

(松村) そういう意味では生活が・・・。

(長谷川) 省スペース。

(松村) これは非常に豊かにしていることです。ただ、インターネットというのは本当に発展途上で、今の状況はできそこないのことばかりですから、基本的には通信コストが大変に安い。世界の裏側まで月に二千元払ってつながるわけですから、すごく安いわけです。加工とか蓄積のハードディスク、情報もサーバに置いておけば、勝手に発信するという蓄積・加工のコストも大変に安い。そういう通信コストや蓄積のコストが大変に安くなっているというのがインターネットの意味です。だから、ではどうなるのかというと、あまり社会的に、要するに今、できそこないだからいろいろな問題が起こっているのですが、それがちゃんとできれば大した課題は出てこないのではないかと。

## 8 . 情報の価値が低下する？

(長谷川) 逆に言うと、ある種の目標というかターゲットは、これからはどういうところになるのですか。

(松村) 今のセキュリティの問題とか、そういう話はみんな解決をすると思います。それから、今まで情報コストが高かったために、いろいろな社会的なビジネスチャンスになったり、あるいは社会的に経済的に負の部分があったりしたのですが、そういうのがみんななくなってきて、結果的に本質的な部分だけが残ってくる。

情報というものが、通信コストや蓄積コストが極端に安くなるので、たぶん清原先生がおっしゃったような、情報に対する価値が大変に下がってくると思います。今までは要するに情報価値がないものを情報ビジネスと言っていたから失敗していたわけで、たぶん本当に価値がないのです。我々もインターネットの世界はみんなただですから、ただの世界に対して価値を無理やりつけてビジネスをやろうとするのは、考え方として無理がある。

情報は発信しやすいのですが、受信には大変なエネルギーが必要です。欲しい情報を情報化することは機械にやらせれば簡単です。たとえば、センサーをつけて情報を集める。しかし、人間に情報化をお願いすると、先程の申請の話になって、お願いした通りにできる人とできない人が出てくる。結果的にうまくできない。

一方、欲しくもない情報はどんどん来る。電子メールの数はどんどん増えてくるでしょう。したがって、読まれない情報もどんどん増える。このミスマッチを解消することが問題になると思います。

住民は行政にメールを出し、返事を受け取る権利があるのだとすれば、大変なことになるでしょう。情報を求める側は情報のマーケットプレイスやエージェントのようなものの出現に期待するしかないでしょう。

そういう存在なので、もう少し本質的な部分に価値を見いだすような、そういうことで、インターネットというのは普通の・・・。

(長谷川) 今、ビジネスという言葉がありました。一方では先程の清原さんがお話した三鷹市の例のように、かなりボランティアのかたちでのインターネット利用も重要です。今までなかったのですが、最近はウェブサイトを持つことによって、一市民というか、一生活者だった人が、極端に言えば世界に向かってアピールできるツールになった。もちろん、セキュリティなどいろいろな問題はあるのですが、世界に向かって容易にしかも廉価に自己表現できる手段は今までの長い歴史の中ではなかったことです。その辺は自分の生活をデザインするという視点で考えた場合、吉井さん、そういうことに関してのご意見はありますか。

(吉井) 表現手段というよりも、どうやって活用しているか話をしますと、私は釣りが趣味ですが、インターネットはなかなか役に立つのです。

今まで新聞だったら、当日の情報は船宿に電話をかけないかぎり入手できなかったのです。今はサンスポのウェブサイトには釣りの欄がそのまま出ている。だから前の晩にチェックしてどこが釣れているなということを見て、そこに行こうと決めればいいわけです。新聞はその日の朝で、見たときにはもう遅いわけです。だから、スピードが速いというのがある。もう一つは船宿が全部ホームページを持ち始めた。

(長谷川) 船宿が。

(吉井) だって、船宿のおばちゃんが写真をかちゃっと撮って、こんなのが釣れましたというのがウェブにのっている。それから、こうやっているのと釣れない、こうすれば釣れるなどと懇切丁寧に釣り方や仕掛けが全部載っているのです。

(長谷川) 通信料金を払っても、釣りが来る。

(吉井) 言われちゃったな(笑)。そういう趣味の面でもそうだし。

(長谷川) 一個人として考えた場合にね。

(吉井) そうです。そういう面はたくさんあるのです。病気の件でいえば、医者などすごくいいです。

(清原) そうですよ。

(吉井) うちの義理の父親が倒れたときに、どうも近くの医者は頼りない。インターネットで探したら親切なお医者さんにあたって、いろいろ教えてくれた。セカンドオピニオンと言いますが、それをインターネット上でやっている。しかし、中には返事が来ないところもある。試してみると、質はいろいろです。

(松村) 医学百科とかはいらない。すごく詳しいですよ。

(吉井) ただ、時間がかかるのです。いい情報にあたるまで。

(長谷川) 玉石混淆だから。

(吉井) だから、例えば糖尿病というので、父親もそうだし私も危ないから一生懸命調べているのですが、一時間調べると玉石混淆の情報がわっと出てきて、頭が混乱してしまう。

(長谷川) それが家でもできるというのは。

(吉井) それはとてもいいことです。そういう実例的なことはたくさんあります。

(松村) Googleとか検索のやり方もどんどん進化してきて、ヒットもいいものになってきている。

(清原) そうですね。本当に検索機能の技術革新というか。だから、検索エンジン研究というのは、技術系の研究ではなくて社会文化的な研究ではないかと思います。

## 9. 自己発信の可能性と透明性の向上

(長谷川) 先程、清原さんが言った自己発信というか、自分で表現できるという、それをもう少しお話してください。

(清原) これは例えばいろいろあります。今の釣りのことだって、いわゆるプロフェッショナルが編集をして釣りのサイトを作っているのではなくて、本当に釣りの好きな人た

ちが、自分たちでこれだけ捕れたとか。昔などは魚拓を取って飾るだけだったのが、今は全世界に発信できるわけです。

あるいは、このところ騒がれたのは、今、ホームページを作るソフトも本当に簡単になっているので、「小学生でも作れます」の世界です。わざわざプログラムを組んでうんぬんではなくて。そうすると、今はコンテンツというか、何をホームページに載せるのか、何を発信したいのかが問われる。そうすると、年齢が若いから発信するものがないというわけではないのですが、今まで五十代、六十代、あるいは七十代で、自分は趣味で例えば蒸気機関車（SL）の趣味で八ミリで音声を録音したとか、写真を撮ったとか、文献を調べたという人たちが、一生に一度、自費出版できるかどうかの世界だったわけです。ところが、その人が自らホームページを作ればまたそれも楽しいですが、若い人とコラボレーションして、それは親子でも何でもいいのですが、その人の潤沢なコレクションの作品を、インターネットだったら映像でも配信できるし、音声もできるし、つまりアーカイブですが、文字でもできるし、今まで蓄積したものをスキャンすることも容易です。つまり、編集力と構成力があれば、素材がある人が、自分の姿勢を、貯めていた情報なりコンテンツを整理できて、しかもウェブ上だったら検索して、本当にその情報が欲しい人に読んでもらえる、見てもらえる、聞いてもらえるわけです。だから、押しつけのように見えて、しかしそれを探している人にとってこだわりのページを作ることもできることもあるわけです。

だから、マッチングとか検索性というものと、マルチメディアで映像音声、グラフ、いろいろなものを組み合わせて表現できるものとしての表現の可能性、やがては本当に容易になっていますから、コンピュータアニメーションとか、コンピュータグラフィックスとか、そういうものに対応した疑似放送的なものをインターネット配信でするところも出てくるでしょうから、ジャーナリズム観も変わる傾向があるでしょう。というわけで、一つには、いろいろな意味で表現や発信の可能性が増した。

もう一つ、そういうことを自分がしない、見るだけの立場だという人にもメリットがあるのは、先程、吉井先生が玉石混淆でそれはそれで大変だとおっしゃいましたが、他方でオーソドックスにいろいろ発信したり、ウェブページにしたりすることが基盤になっていますから。そうすると基本的に透明性は上がります。

だから、そういうのが見えてくれば、それは役所であろうと企業であろうとNPO法人だろうと、民間の活動団体であろうと、個人であろうと、見えやすくなる、透明度が上がることよっての利用する側の信頼性とかいう部分がある。また、反復して見られるという機能、検索性、反復性、記録性、あるいは、何と云うのでしょうか。ないとしたら一覧性とか同時にいろいろ見ながら比較するのは難しいですが、それも蓄積しておけば時間はかかるけれどもできる。送る側の主体性だけでなく、見る側の主体性もある程度は保障される。そういうメリットを、両方生かす可能性があると思います。

## 10．インターネット中毒を防ぐバランス感覚

(長谷川) なるほど。松村さんと私が勤務している東北芸術工科大学では、情報デザイン学科を作りました。全国でもかなり先駆けて作ったと思います。まさに広い目を見た情報をデザインするということだろうと思いますが、そこでは生活を豊かにするだけではなくて、産業界に役立つなど、いろいろなことを考えていると思うのですが、そもそも情報をデザインするということをどのように考えて作られたのですか。

(松村) 先生が答えられた方がいいのではないかと思います(笑)。

それはすごく難しいです。しかし、基本的には清原先生が言われたように、デザインというのはそういうことだと思います。僕は情報というのは、要するに今までのリアル(現実空間そのもの、だれもそれと同じものをつくれぬ、そういう空間)ではないものをみんな情報ととらえて、それをデザインして、その結果を現実空間(実社会)に送り返す。

情報化というのは、リアル社会のものをバーチャルの世界(情報の世界)に変換することだと思うのです。そして、バーチャルな世界からリアルな空間に戻す、その戻すプロセスは、人間が考えるプロセスですよね。要するに、機械は勝手にどんどん情報化をしてくれるけれども、その情報を使って何をやるか、何をリアルに戻すか、リアル空間に何を實現するのかというプロセスを人間が考える。これは情報化の逆のプロセスになりますが、それを情報デザインと言っています。要するに、簡単に言えば、情報を使って考えて、リアル空間にどういうものを作っていくか。

(長谷川) 具体的には。

(松村) ITを使って人間社会の新しいものを提案する、つまり、問題解決の仕組みを提案するわけです。ITのソリューションです。それがEビジネスやNPOの話だったり、もう少し具体的にはCGだったりゲームだったりするのです。ウェブデザインもその1つです。

(吉井) 普通の利用者は割合、健全で、そんな手間をかけずに、自分が関心のある情報をもらいたいとか、情報を発信したければ発信するといったことを簡単にやろう、できなかつたらやめてしまうという、それだけの話です。ですから、割合健全ですが、健全ではない人も中には出てきた。例えば、ある関心領域について徹底的にやりだすと、いくらでもそれにはまり込むことができる。「強化の仕組み」のように、はまり込むとそれだけいいことがあるからもっとはまる。ビデオゲームのように技能があがるとおもしろさが増す。おもしろさが増すからもっとやって更に技能がアップする。すると、もっとおもしろくなるという強化の仕組みが中毒をおこす一因になっている。しかし、一般の人は生活があるから、ほどほどにしているわけです。ほどほどというのが非常に重要で、テレビもあればインターネットもあれば、携帯もあれば、実際に会って話もする。それらをどうやってうまくバランスをもって使い分けていくかが大切になってきます。

もしインターネットで自分の興味のあるものだけをやっていたら、世の中、十五年前にドネリーが言っていた「コンフェッティ・ジェネレーション」紙吹雪世代化し、みんなばらばらになってしまう。要するにたこつぼ化して、自分は釣りにしか興味がないから、釣りとあと仕事でお金を稼ぐ以外は知らない。どうでもいい。そのようにどんどんたこつぼ化して、みんなばらばらになる。相互にコミュニケーションができなくなる。世の中全体のことは全然関心がなくなってしまう。

ところが、現実はそのなりに、世の中どうなっているのだろうかということ、テレビや新聞で知ろうとしている。インターネットが出てきたから、テレビのニュース視聴時間が極端に減ったかということとそうでもなくて、バランスをとっているわけです。

インターネットは非常にいいメディアですが、アクティブなメディアです。人間は二四時間そうアクティブではられないわけです。長谷川さんのようにエネルギーがある人もいますが、エネルギーの低い人もいます。だから、そのエネルギーに応じて、それなりに使っているわけです。だから、そういうバランス感覚をもたなければいけないのですが、普及の過程では、必ず中毒症状を起こす人が出て来ますが、ある程度時間がたつと、テレビゲームがそうでしたが、それはまずいということで、フィードバックがかかって、少しずつバランスが回復する。

だからそういう意味では、アクティブな、つまりインタラクティブなメディアというのは、魅力があるだけに少し危ないところがあって、一時的に使いすぎてしまう。はまり込んでしまう。

(長谷川) その境目はどこで判断すればいいのだろうか。しょうがないですか。危なくなるときに、黄色信号が出ませんか。一日何時間とか、そういう問題ではないでしょうか、何かありますか。

(吉井) うーん。でも例えばテレビを専念視聴しているのは平日で一時間とか、一時間半でしょう。あと残りは、ながら視聴です。専念視聴の部分くらいはインターネットに移るかもしれません。

(清原) でも危険があると思うのは、今、バランスとおっしゃったけれども、仕事でもパソコンの画面を見えています。文字を書くのも指で書かないでキーボードでやっている。そして、声を出さなくて電話もしなくてメールをやりとりしている。ですから、実感として五感を使ってやっている仕事、例えば農林水産業とか製造業とか、そういうものが主だった時代には、自分の感覚として生活と仕事と情報行動というバランスをとろうとする基礎的能力が自然にあったと思うのです。ところが、これから学校教育にもインターネットが入って行って、画面を見て小学校からやるとなっていくときに、まさにバランスをだれがとるかというとき、子どもたちだけに任せられるかと。親も実は仕事もパソコンを使ってやっていてという中で、バランス感覚は、社会全体でずれていくだろうという恐れは

あるわけです。

でも、まだ今の四十代以降の世代は多少、気づいているかもしれない。そのアンバランス、リアルとバーチャルの調和が必要だとか。あるいは実体験が大事だといいいながら、実体験を自分はあまりしないまま来ている。しかし、子どもたちは気がついたらゲームをして、気がついたらインターネットで教材をもらって、気がついたら画面を見ているから、生の夕日とか、今ごろは朝まだ暗いということも知らないまま過ごしているかもしれない。逆説的に言えば、だったら壁テレビで、外をそのまま映したらいいかなと。本当の窓を見れば、外は映るのですが、リアルカメラで撮したお父さんのふるさとの、今の時間でもいい。だからバーチャルなら徹底してバーチャルで、部屋の中で。それでちょっと押せば、そこにおばあちゃんが「おはよう」と映るくらい徹底してみることが有用でしょう。

そうしてみても、その方がもしリアル感があるのだったら、リアリティだったら、それでもいいでしょう。松村先生がリアライズするというか、情報をデザインして現実化をするプロセスだと言ったら、何かすごく逆説的なのですが、今はバーチャルだ、リアルだと言わないで、リアリティを混在化するということが必要でしょう。

(長谷川) 存在化というか、融合というかね。

(清原) そういうことを変に恐れずにやった方がいいかなと思うのです。そうしないと危険だと思うのは、今、本当にソフトは易しくなっているのに、アニメーションのストーリーテラー、ゲームのロールプレイングのストーリーが書けなくなっていくのではないかと。簡単になって作り手は増えるかもしれないけれども、想像力と創造力、イマジネーションの力も、クリエイションの力も非常に弱まっているかもしれない。

だったら強制的に山の中で暮らすというのは、はたしていいかどうかわかりませんが。

(松村) それが本当にインターネットの世界だと思いますよ。それはインターネットと言うからおかしいので、放送もそのかたちになっている。それも今のアメリカのニューヨークを映しているし、ロンドンを映している。それを普通に我々は見ているから、インターネットだけの世界を特別視するのは少しおかしいのではないかと。インターネットは、要するに通信コストが安いだけの世界だから。だから、そのようなかたちにどんどん近づくはずだと僕も思います。

(吉井) テレビゲームの調査をしたときに、テレビゲームでクラスをリードしていく子どもたちは、実はスポーツ好きなのです。いろいろな遊びが好きで、テレビゲームはそのうちの一つに過ぎない。子どももちゃんとフィードバックがかかって、ゲームばかりやっていけばおもしろくなくなってきた、やはり、実際に泥にまみれたり、ぶつかったら痛いという本物の世界、実際の空間の世界がいいと感じるようになるわけです。人間にはバランスをとる能力がどこかにあると思うのです。もちろん、一時的に狂ってしまう子どももいるけれども、全体的に見ればバランスをとる子どもがほとんどです。



人間はやはりバーチャルな、頭の中だけの世界はどこがおかしいと思うのです。人間は生物的な存在だから。事実、足腰が弱ってくるし。これはどうもいけないと感じるようになるのです。実際に体が衰えてきたりすることによってフィードバックがかかってくるわけです。

それと、やはり映像の世界は、現実とは迫力が違うのです。僕は災害も研究しているから、阪神大震災で二日目に高速道路が倒れているところを見たのです。その前に、映像でその現場を山ほど見ていた。でも、行ったらやはり全然違う。先日もテレビで「ニューヨークのテロの現場に行ったら映像とは全然違う、映像と本物は違うのだ」と言っていました。

(清原) そう。映像だけの効果を考えてはいけない。臭いがあるでしょう。臭いというのはものすごいメッセージ能力を持っているわけです。阪神淡路大震災のあの臭い。そして、まさにニューヨークもそうです。絵で見るだけではない。あの何とも言えない臭いが、人間の死を表すわけです。だから、やはり映像の限界というものがあるでしょう。

しかし、だんだん情報通信技術の進歩の中で、五感にすべて訴えるようなリアルなものを人工技術が作るかもしれません。それを人間が望むかどうかはまた別の問題です。暮らしの中は、多少インターネットでもテレビでも無機的だからいいというところがあるわけです。冷蔵庫の中には生ものがあるからいいわけで、冷蔵庫は無機的だけれども中に生ものがあるからいい。テレビに生ものがあったら怖い。

(長谷川) 生々しい。

(清原) そのこのところで私たちは、どんな生放送でも、やはりそのままコピーしていいものと、映像とか文字だけでコピーするのでいいものと、今のところは技術的な限界の中で持ってきたけれども、これからは選択していかなければいけないと思います。臭いがあればいいというものではない。ゲームもいろいろなことが本当にあまりにもリアルにできたら、吐き気もするし気持ち悪くなるものばかりではないですか。そうなったら、きれいな内容のものがうけるかもしれないし。

そういう意味では、私たちのバランス感覚の方が、もっと生み出していく、作っていく、使うときの中でも考えていかなければいけない。最近、冷蔵庫の扉にインターネットの画面が出る、あれも結構注目を集めたというから、新しいものが好きな人は好きですね。でも、あれも選ぶ人もいていいけれども、選ばない人もいていいわけです。洗濯機に付いていてもいい。そのあたりは、何でもつながっているのがいいか。

松村先生だって、パソコンだけだから今のところいいけれども、あちこちにパソコンがあつたらやはり窮屈ですよ。やはり選びますね。

(松村) でも僕は、全部つながっていてほしいと思っている。そして、先程言ったアウトソーシングで、家事のことをやってほしいと。一番すぐ実現しそうなのは、電話が鳴っ

たらテレビのボリュームが自動的に下がるとか。そういうのをすぐにやってほしい。

(清原) それは暮らしのデザインです。情報デザイン。今、電話が鳴ったらテレビの音量が自動的に小さくなってほしいという情報環境づくり、その方にニーズが高いですね。

(長谷川) テレビでもCMだと結構ありますよ。家のテレビもCMになると音を下げ機能がついています。

本当にCMになると音量が上がりますから。音量が上がるから、それを拾って下げる。

(吉井) そのようにみんなつながって、やってくれるといいと思います。

## 11. デジタルディバイドの問題について

(長谷川) あといくつか、どうしても議論をしておきたいことがあります。こういう時代になってきて、情報のある意味で使いこなして生活を豊かにしたいのですが、その中で先程からリテラシーというか。当然これは清原さんの専門でしょうが。では、だれでもそれが世の中全体にある種スタンダード、ユニバーサル化してくると、それを使うのがあたりまえになってしまうのですが、そこで落ちこぼれる人、使いこなせない人が出てきます。そういう中で、だれでもそれをうまく享受できれば、自分の生活をある意味で豊かにできる。でもそうではない人との差が出てきます。行政などもこれから、電子自治体とか電子政府とか言って、居ながらにしているいろいろな申請行為までできる時代になろうとしている。そこでそれをうまく使いこなせる人とそうでない人がいて、本当に格差というか、生活面に差が出てきてしまう。

そのためにいろいろなセーフティネットなどの措置をとろうとしているのですが、この問題も今後、非常にシリアスになってくると思うのです。その辺どのように思われますか。はっきり言えば、できる人とできない人との差です。経済的な問題や、いろいろな問題があるかと思いますが、その辺、総じて少し、いわゆるデジタルディバイドをどう考えていったらいいのか。

(吉井) 現状を言うと、今は例えばそういうデジタルディバイドに非常に敏感な人は、インターネットを実際に使っているのです。

(長谷川) 使っている。

(吉井) それで、敏感でない人が使っていない。よく考えたらあたりまえなのです。インターネットを使っている人は、高学歴のホワイトカラーで、まさに仕事で情報を扱う人

です。インターネットを使わなければおちこぼれる人達です。ライフスタイルも情報依存度が高い、インターネット利用者は、インターネットに限らずあらゆるメディアを重要だと思っており、インターネットを利用していない人は、テレビを含めて、あらゆるメディアがそれほど重要ではない。私は情報など大して必要ないという人が多いのです。だから、アンケートなどで聞くと、インターネットを使っていないことによる不利益を受けたことはないと言うわけです。

これは、実は生活とか仕事というものの情報化度というか、情報を必要とする度合いにもともと大きなギャップがあるということです。デジタルディバイドではなくて、インターネットを使える使えないということがディバイドを生むのではなくて、すでに仕事やライフスタイルがディバイドになっている。

(長谷川) 要するに必要性があるかないか。

(吉井) そういうことです。議論がずれるかもしれませんが、情報関係の仕事は、生産性格差がものすごく大きいのです。つまり、工業社会であれば、工場労働者では生産性格差などしれているわけです。ところが、ソフトウェアを作るとなったら、十倍、百倍の差は普通だし、まさに情報デザインをやりだしたら、いくら教育をしても差はものすごく出てくる。このすごい差というのが、一番大きなデジタルディバイドになってくるのです。これはデジタルを使えるかどうか、インターネットを使えるかどうかは、どうでもいい。いいというか、それはツールだから、必要があればそれなりに使いこなす。そのように技術も開発されるということですが、実際それを使ってどうやって情報を編集するかとか、新しい情報を創り出していくか、そこが一番の価値の源泉になるわけです。

その価値の源泉のところ、ものすごい生産性格差が出てきている。それをみんな一人一人の生産性ではかり、報酬に反映させると大変なことになる。そこで、チーム単位にしたりして薄めて、何とか組織としてもたせようとしているわけですが、これがまさに今、個人で仕事ができるようになる。分裂しかけている。

例えば、長谷川さんが大学の教授であり、かつ別の仕事が六つもできてしまう。収入もちろんで得られる。ところが、ある人は一つの仕事もだめで、パートタイムしかできない。それは実は、インターネットを使えるとかパソコンを使えるという、そういうテクニカルなレベルではなくて、もっと人間の感性だったり、頭脳そのものだったり、そういう非常に本質的な、今までは表面化しなかった差がもろに出てくると思います。

だから、なかなかリテラシーとか、その辺も難しい。つまり、技術的なリテラシーが問題になるのはいいのです。楽なのです。でもそれがみんな、なくなってしまった。自動車のようにもうみんなが使えるようになった。そうなったときには、まさに運転能力というか、そちらの方でプロのレーサーと普通の人にこんな差がある。その差がもろに効いてきてしまう、そういう社会です。

だから、今のデジタルディバイドが問題になっているうちは対策がとれないけれども、それがとれたときに、もっと大きな問題が出てくると。

(長谷川) 清原さん、今の問題について、身近なレベルで、一主婦なり、一リタイアした人たちが、例えばインターネットをやりたいなと思ったときに、パソコンを買ってきてやるけれどもなかなかうまくいかない。メーカーに電話をしてもよくわからないことがあります。そういうレベルの問題、何かないかしら。

(清原) それこそ吉井先生が調査された通信総合研究所による調査で、インターネットの利用状況を二〇〇〇年の十二月ごろ調べられたものを読むと、十六～十八歳はインターネット利用率、男性は五一・四%、女性が五二・七%で、ここは女性の方が高いのです。でも六十六歳以上だと男性が五・二%で、女性が〇・九%。つまり、男性は二十人に一人、六十六歳以上でも使っている。しかし女性は百人に一人しか使っていないということがわかりましたから、よくいわれるように年齢差とか性差というのは、特に高齢層では確かに存在するようです。

そうすると先程の問題提起ではないですが、本当に職業経験のない女性とか、会社で使わないまま退職した男性、企業退職者などは、今、インターネットとか何とかといわれているけれども、それがどういうメリットがあるのか、どういう意味があるかに触れないままいるという可能性は高いだろうということが伺えるわけです。

現に今年のIT講習会に、全国的にやはり女性も男性も高齢者が多く応募したという傾向は見られるわけです。ところが、若い人を一二時間教えるのと、やはり五〇歳、六〇歳、七〇歳、八〇歳の人で多少視力も弱り、聴力も弱った人に一二時間で何が教えられるかといったら、教える方にも問題がありますから、そうしていろいろ身につかないところがあって、結局は面倒くさいだけで便利なものではないと思った人もいれば、指導者がいいために「なるほど、なるほど」と使う人もいます。

だから、これは相互作用の問題だと思うのです。どういう相互作用があるかと言えば、インターネットもパソコンにしても、今はちょっと手続きが面倒くさい。使い方も、お金もかかるし、道具もいるし。だから、そういう意味では面倒くさいという段階でのデジタルディバイドを生む可能性はあると思うのです。でも、それを解消するためにはユニバーサルデザインとか、そういうことも含めて、機器が易しくなるとか、サービスが標準化されるとか、そういう意味で、何もリテラシーを高めることだけにきゅうきゅうとするのではなくて、もの自体が易しくなるとか、そういう方向というのが重要です。やはり一気呵成に進めていかなければいけない技術開発とか、メーカーさんの工夫とか、ソフトウェアの何とか、いろいろな力学がありますが、そういうことだろうと思うのです。

あとは、道路だってガスだって電気だって、基盤といわれているものですが、たくさん歩く人もいれば、お水をたくさん使う人もいれば、あまり使わない人もいます。もし情報インフラも基盤の一つと考えれば、たくさん使う人がいて、あまり使わない人がいても、そこであまり差が生まれえないような補完的な装置を、社会が、先程セーフティネットとおっしゃったように、持っていなければいけない。電子政府がみんなインターネットとおっしゃったように、持っていなければいけない。電子政府がみんなインターネット申請になりますとか、投票はみんなネットワークでやってくださいというのにいくには、そ

れなりの助走期間や代替案、補完案が必要です。

暮らしというのは、大体、無駄とか無理とか不合理とか、それらをどのくらい共有できてはじめて豊かということですから、インターネットだ、情報社会になったからといって、デジタルディバイドがないのが本当に望ましいのかどうかという。ある観点から見たら、差はあっても主体的に選んだ差ならそれはそれで共有するというか。答えはないのだと思います。

ただ肝心なのは、教育を受ける権利、学ぶ権利、健康で生きる権利、選挙ができる権利、そういうものについて顕著な差ができないようにだけはしていかなければいけないのです。だから、キーワードとして基本的人権に差ができないようにということだけ配慮すれば、デジタルディバイドもあまり課題には突き当たらないのではないかと。

(長谷川) デジタルディバイドではなくて、デジタルヤバイドになる(笑)。某大学が一夜にして、明日から全部申請はデジタルでやれとなったら、それはファッショだね。

松村さん、この辺はどう考えていますか。

(松村) そうですね。各種申請のデジタル化は、申請する側からすると、デジタル化を強制されているわけです。少し時代を遡ると、日本でも文盲率の高い時代がありました。役所の届け出は申請書の提出が当たり前のようですが、この時代の名残が今も残っていて、口頭で届けることのできるものが今でもあります。デジタルの申請もしばらくは、ペーパーの申請と併存しなければならないと思います。時間で解決するか、インターフェイスの改良で解決するかはわかりません。

申請される側から考えると、どういう情報を集めてどう処理し、現実空間(リアル)によりよい仕組みを返せるか、作り上げられるかにかかっています。その意味で申請される側は、旧来の仕組みをそのままデジタル化するのではなく、申請者にさらに便利で、高い付加価値を提供できるか、そういうことに知恵を出さなければなりません(情報化の逆のプロセス)。その便利さ、高い付加価値を申請者が認めれば、情報化の意義・価値は高まり、申請者の協力も得られると思います。

つまり、先程言ったように、自分で情報化したり、情報化されたものを入手したり、情報化技術を使って、情報は皆さん簡単に手に入るのですが、電子メールだ、メーリングリストだ、メルマガもどんどん来るし、それを使ってどう現実空間の価値(リアルなもの)に戻せるかという、そのことを現場が考えられるようにすることが大切だと思います。

その意味で、先程の吉井先生の話で、情報を取得するスピードや容易性、処理する能力がデジタルデバイトの本質であるとお話でしたが、そういうところで個人差が拡大して、生産性が上がる人もいれば上がらない人もいます。それは素質だし、その人の情報生産能力です。当然処理の能力を含みますが。

私の大学でも、学生のその能力を高める教育をずっとやってきています。しかし、たぶんそれができない人もいます。今までもできる人とできない人がいて、できる人はそれなりに新聞やテレビ、本という情報で自分なりに確保してきた。それがインターネットになっ

て生産性が上がっていて、その差も拡大するのでしょうか・・・。

先日新聞に出ていましたが、三菱化学が能力のある人には年俸五億でしたか、五年間で五億かだすという。そういう話にたぶんなと思うのですが、それはそれで大事だと思います。社会全体を引っ張っていく人はそういう人ですから、そういう人がいなければなりませんし、そういう人を引きだす教育も必要です。私の大学でもそういう意識で進めています。

しかし、僕はポスト工業社会が情報社会になるのだ、知識社会になるのだという一つの学説を展開するのは、まずいという気がします。そうではなくて、今言っているNPOだとか、エコマネーとかボランティアな世界を広げていく。高度に情報生産性が高く、工業から情報産業にシフトした情報化社会でもありますが、むしろ一般庶民の次の社会は、消費者と生産者が融合したり、同居したりする、今までの概念ですとボランティアな互恵的な社会であると考えたほうがよいと僕は思っています。このような社会が次の社会です。

(長谷川) 産業社会の発想を知識に置き換えただけだと。それだけではいけない。

(清原) 難しいからこそ助け合うわけです。機械は難しいでしょう。そこで生まれてくるのは障害者どうしの相互支援です。例えば、視覚障害者と聴覚障害者とがパソコンを学びながら出会ったとします。同じ障害者でも全然違うということを知り合うとか、高齢者と子どもたちが、パソコン操作がちょっと難しいから出会って、日ごろ祖父母とも縁の薄い小学生が祖父母世代に教えられて、高齢者の人は説明がうまいのだとか、先生などよりもはるかに自分たちの立場になってくれるということを発見するとかの事例があります。だから、少し難しい機械だったりするとボランティアに何かやろうとした人たちが浮かび上がるわけです。それがNPOであろうと、本当のボランティア団体であろうと、一個人だろうと、そこで醸し出す出会いが生み出す、いい意味での、本当に発意のある人間の出会いがある。

私は、パソコンが易しかったらだめだったかもしれないと思いますが、多少難しかったために生み出しているものが、あらためて自分たちの地域での相互支援関係の大事さを気づかせてくれるということだったような気がします。そうすると知識だけのやりとりではないなと思います。あるいは情報処理が早くできることだけが、決して情報社会の価値の軸ではないなと思います。コンピュータを使えるだけでは、使っているだけだと。それは、そろばんができるというけれども、何を計算することにそろばんを使うことに意味があるのかとか、何のためにこれができるか、結局は何のためにということがないのだめなのだという事に気づかせる。その何のためにというのは知識だけではないのでしょうかね。

(松村) エコマネーやボランティアの世界というのは、それを顕在化させる社会だろうし、それによって自分なりの使い方が見えてくる。そのときに、ATM程度のことであっていいと思います。我々はそこで情報社会の人間たちの情報処理能力のディバイド力量と、ATMをいじれるか、触れるかという議論はかなり違う話で、それはたぶん仕組みですか

ら。

(清原) 汎用性のためにだれでも使えるという、だれでもいつでもどこでもというのは、そのように作らなければいけないのです。でも私は、私だけとか、ここだけとか、この時間だけとか、その「だけ」、いつでもどこでもだれでもではないこだわりというものを作ることが大事だと思います。

(長谷川) ここだけ、私だけ、何とかだけという「だけ」にこだわる。

(清原) 「だけ」にこだわる、だけマーケティング、ワン・トゥ・ワン・マーケティング、そういうものも両立すると。だから先程、先生が柔らかさを増してくると言われたでしょう。暮らしとか生活は、柔軟度というのが非常に重要だと思うのです。家族だって一致できないのだから。職場ならいいですよ。この目的のために一致しない人は、転げ落ちても。でも家族はそうはいかない。その中でどのくらい柔らかい組織として、情報環境デザインを暮らし環境の中でできるかだし、エコマネーはそれを地域の中でどのくらいともに生きるノーマライゼーションの社会として、柔らかさを維持できるかというところの一つの手法なのです。だから、その柔らかさはいいかもしれない。

(松村) 先程、三鷹の例をおっしゃいましたが、そういう世界になれば、ちゃんと機能するということが三鷹で証明されているわけです。主婦もちゃんと使っているし。

## 12. サプライサイドと消費者ニーズのマッチング

(長谷川) いろいろ議論をしましたが、今度は、この研究所の視点は生活者の視点というところにあるのですが、今、生活が影響を受けていることは何か。今、NPOやエコマネーの話までいってしまいましたが、もう少し戻してもらって、サプライサイドの話があります。コンピュータ、パソコンなどの製品にしても、インターネットの中から提供されるいろいろなコンテンツにしても、それらのサプライヤーがいるわけです。そこには問題はないだろうか。次々に新しい機種やソフトのバージョンアップがあります。パソコンの設定もなかなか難しいところもあります。ヘルプデスクに電話してもなかなかつながらない。ネットワークの速度にしてもいくら「ベストエフォート」とはいえ、看板の値と実行値に大きな隔たりがあり、利用者はどこのプロバイダーを選んだらいいのか分かりにくい。受け手と送る方、ディマンドサイドとサプライサイド、サプライサイドに対して、こんなことをこれから考えてもらわないと困るとか。このあたりはどうでしょうか。

(吉井) 提供側のロジックと生活側のロジックはいつも緊張関係にあるのですが、だんだん分離してくるのです。つまり、生活者の視点で言っていることと、今度は例えば産業、サラリーマンが仕事として言っていることは矛盾してくる。どんどん分かれてくる。それ

で仕事の場面では、もう成果主義だ。つまり、自分のやった分だけはちゃんともらうと言いながら、でも生活の場面では、そんなことを言ってもそういうことでは社会全体としては困るということですが、その辺の分離が激しい。ますます分離してくるなと思います。

(長谷川) しらける話ですね。分離というのはしらけるということ。

(吉井) それで、将来どういう社会を想定するかということがあります。産業がもっとウェイトを占める高度産業社会か、脱産業社会かということです。たぶん日本人の多くは、あまりこれ以上産業、産業、ビジネス、ビジネスと言わなくて、もう少しうまくやれないかと考えていると思います。そこをうまくやるための仕組みが、本来の意味の第三セクターでもあるしボランティアでもある。この辺のウェイトをもっと増やしたいと、みんな思っているわけです。だから情報提供にしてもビジネスが行う情報提供、これはこれできっちりやってもらう必要があるのですが、それだけではだめで、ボランティアの部分、第三セクターでやるようなノンプロフィットの部分をもっと充実しないといけないのだけれどもそこがうまくいかない。だから、社会が何かギスギスしてしまう。リテラシーもやたらと必要で、自分で何もかも調べて、何もかもやらないといけないというかたちの甘えを許さないような社会になっている。ですから、もう少し甘えを許すような社会の仕組みが必要だという感じがします。

(長谷川) 松村さん、サプライサイドに対して、生活者という視点に立った場合、何か注文がありますか。

(松村) たぶん、生活者もいろいろな意味で、アウトソーシングをしていく時代だと思うのです。自分のやることをEビジネスの世界というか、アンバンドリングのようなことを家庭の中でもやり始めるような、そんな社会になると思います。そういう意味では、いろいろなビジネスチャンスがあると思います。

もう一つは、情報に限って言えば、お客さんを囲い込んで、適切な情報を編集して届けてくれる、そういう仕事がたぶん僕は今一番欲しい。たぶん一人一人必要な情報は違うのです。どういう情報を望んでいるかということは。日経BPから出ている本がたくさんありますね。あれも月に一冊ずつ創刊されるのか、それくらいですが。

あれもうまいのです。日経のやり方というのは、どこかにデータベースがあって、それぞれ編集長が切り貼りしているのだろうなというビジネスですが、逆に我々が欲しいのはそのデータベースなのです。それは絶対に日経は売ってくれない。その中から個人にきちっと提供を。あれだけ出すのであったら、もっとワン・トゥ・ワンに近いものを出してほしい。そういうサービスが日経はこの先、毎月創刊でなくて、毎日創刊で出してくると、おもしろいと思います。

(長谷川) サプライサイドについて、清原先生。



(清原) 私も類似していると思うのですが、キーワードの一つは評価、エバリュエーションです。つまり、これだけ企業も多様化しています。同じ企業の中でも非常に企業内分社とか細分化して、非常にターゲットを絞ったマーケティングといったことを始めていますから、本当に細分化され、分散化されている。もちろん消費者ニーズも多様化しているといわれて久しいわけです。両方が多様化しているのだったら、それをきちんと、少なくともサプライサイドのことを第三者的に評価して、消費者ニーズと合わせてマッチングできる。だから評価しマッチングできる、適合できるという仕組みを作ったところ、そしてそういうサービスにニーズがあるだろうと思うのです。だからワン・トゥ・ワンというのを、一つの企業が、自分が顧客に対してワン・トゥ・ワンするというだけでなく、消費者にとっては多様な中から選びたいわけですから、一つのところをワン・トゥ・ワンではなくて、多様な中から適切な商品をマッチングしてくれるというようなことは、ニーズとしては顕著だと思うのです。

だからマーケティングリサーチという発想も、こういう商品があります。これがどのくらい売れるでしょうかという調査ではなくて、今、どういう潜在的なニーズがあって、それが何種類かに累計化され、今どれとどれをどうマッチングしていくか。消費者は媒体を選ぶときに、今までだったら新聞やテレビ、雑誌というところで何か情報を選んでいたかもしれないのに、インターネットを加えているわけです。あるいは携帯電話のエリアサービスのなものも範疇に入ってきている。そうすると、評価するメディアとして、何に適合性があるかは、やはり業種や商品によって違うかもしれない。だから携帯電話で確認したい飲食店というのものもあるかもしれないし、インターネットでゆっくり確認をしたい証券情報、金融情報、住宅情報もあるかもしれない。

そのように業種によっても違うかもしれない。それらを含めて評価とかマッチングの仕組みが必要です。だから、検索とかそういうことももちろんありますが、それは今までだったらデータベースを持っているところが強みとか、顧客リスト持っているところが強みとか、そういうことだったと思いますが、今のインターネットの時代というのは、むしろそれはある意味では無限に広がっていて、秘密情報以外のオープンできる企業情報や行政情報なり、いろいろな統計数字はむしろ設計しているわけですから、それをどのくらい料理できるか、評価できるかというエバリュエーションの能力が帰趨を決めるのかと思っています。その分野の研究は、実は不足しているかもしれない。

### 13. デジタル情報の位置づけ

(長谷川) 今日の議論は、いわゆるデジタルということを中心にした情報について議論してきたのですが、皆様ご案内のとおり、情報はデジタル以外でもいくらでも、媒体で言うなら、新聞や雑誌とかがあるわけです。

最後に、そのデジタル情報の位置づけのようなことをお話ください。

(吉井) これからどんどんデジタル化される領域は増えてくると思います。デジタル化されればされるほど、ユビキタスでどこでもだれでもいつでも情報が入る。そういうことになって、結局、情報は空気のように、価値はあるのですが価値がないものになってしまふ。例えば地域による差、人による差というのがまさに資源であって、それが情報として価値があるのですが、そういう差がなくなるということは、そのような情報の価値がなくなることを意味しています。

そうすると、それ以外の情報がすごく重要になってくる。その重要な情報は例えば生の情報です。特殊な場所に限定的なものであるとか、ある権限に付随する非常に特殊な情報といったデジタル化されない情報の価値が非常に高まってくる。その価値をだれが握るかというヘゲモニー争いというか、そういう時代に突入してくるのではないかと思います。

(長谷川) 松村さんどうでしょう。このままでいくと情報洪水に押し流されそうですが。

(松村) 通信コストが下がるということで、情報コストも下がる。情報化コストも下がる。いろいろなものが情報化されると、勝手に情報にされる。わかりやすく言えば、テレビカメラがついてそれがインターネットで勝手に放送されているということがあって、いろいろなものが情報化されて気づかない。そういうのが一つあります。要するにすごいフロー情報があふれかえる時代だと思います。

キャッシュフローは大事ですが、情報フローは多すぎてたぶん価値が小さくなってくるだろうと。情報フローの価値がなくなってくると、情報フローに対して非常に鈍感になってくるという気がするのです。

もう一つ、日本の人口が減りつつあるので、いろいろな地域的に、都市もそうだし市町村もそうですが、人口減少によって守りに入っている。非常に我々グローバルで、移動が激しくなるのですが、一方で、わかりませんが、市町村の様子を見ていると、守りに入っている。そして、自分たちのアイデンティティを確立しようとしている。それは何か民族が縮小傾向にあるときに見られるようなものを非常に地方の市町村に感じるのです。

そういう理解からくると、そういう中で情報に鈍感なことは、今、吉井先生がおっしゃったように、すごくリアルな地域のネットワーク、そういうものが必要とされて、わざとそれを強めようという動きが高まってくる。たとえば、相模原がものすごい量のフロー情報を発信するようになります。そのフロー情報を待ち求めているのは相模原に住んでいる人ですが、情報の中身も重要で一生懸命に読むのですが、それよりもむしろものすごい量の情報を発信しているという事実を求めるようになると思います。その情報量に満足するのは相模原の人です。

町の評価は、米の収穫高でされていた時代があり、工業製品出荷高で評価され、今は商店街の大きさ良い町悪い町と言われていますが、これからはそれに加えて、グローバルでない地域の情報が求められ、その量が価値あるものになっていくように思います。それにより地域の生活者の満足度は格段にアップすることになるはずで、差し当たって、新築・

中古のマンションの評価はそうしたことになっていくのではないかと思います。

(長谷川) 清原さん、どうですか。デジタル情報が加速度的に増えると、思いもよらないところに流れ出たりする恐れもありますよね。

(清原) 生活の中でデジタル情報、デジタル機器が増えていく、あるいはインターネット、携帯電話が増えていくということは、裏を返すと、暮らしの中で使ったか使わないかということが、だれかに知られる可能性も増してくるということですね。それがインターネットであろうと携帯電話であろうと、それが課金されて、アクセス記録も残そうと思えば残るわけです。見ようと思えば、暮らしの中でのデジタル関連絡みの情報は、自分を中心に考えた場合、人に見られやすくなる。だから、透明度が上がるといえるのは行政とか企業の場合であって、暮らしの中ではプライバシーが漏れていくということでもある。

だからそういう意味で言うと、もちろんそれがあまり漏れすぎないようにしなければいけないのですが、企業としては、それを活用したいと思うでしょう。そこにデジタル時代の暮らしということ言えば、消費者の感覚からいくと嫌だなとか、危ないなとか、ちょっとという気持ちは裏腹に存在します。だから個人情報に対する非常に鋭敏すぎるような感覚と、プライバシー保護を求める声というものが当然出てくるのは、生活が私生活だからだと思うのです。公的生活ではない。そうであれば、そういう部分で活用する、あまり技術革新しないでそういう部分で思い切って活用する部分と、そうではなくて、人と人とのヒソヒソ話とか、あるいはクチコミュニケーションだとかいうところ、あるいは、今、違う手段をまた考えつくかもしれないしというあたり。だからチラシもあるし、新聞広告もあるし、テレビコマーシャルもあるし、インターネットもあるし、メールマガジンもあるし、ダイレクトメールもあるみたいに、古いメディアもかなり長く残り続けるのではないかと思います。

つまり、インターネットは古いメディアすべてを暮らしの中では凌駕しないのではないかと、駆逐しないのではないかと考えます。インターネットの先はわかりませんが、そんな位置づけです。だから強いパワーを持っているかもしれない。しかし、今までの古いメディアを全部駆逐して、インターネットが最後に残ったというふうには、しばらくはならないのではないかとこの感覚があります。

#### 14. まとめにかえて

(長谷川) いろいろありがとうございました。まとめてというほどでもないですが今日の議論を通じて、私なりに感じたことを三つくらい、お話しします。第一は「主体性」をもつことです。今日のタイトルは、「生活を豊かにする情報デザイン」ということだったのですが、これはきわめてあたりまえのことですが、結局はインターネットを使ったり、テレビを観たり、雑誌を見たり、新聞を見たりして、いろいろな情報が入ってきますが、本

人がどう受けとめるかが重要です。例えば高校生にルーズソックスが流行っているなど、それは携帯で話そうが、インターネットで見ようが、テレビで見ても雑誌で見ても、自分もそれに早く追いつきたいという考えを持っていれば当然まねるだろうし、みんながそういう格好をしているのなら、私は違う格好をしたいとか、いわゆる主体性です。自分がどういう生活、もっと言うなら個人のアイデンティティをどう確立するのか、どう生活をデザインしていくか、そこが最初に問われるわけです。

流行に敏感になるのはいいのですが、おびただしい情報がある世界の中で一番これから問われてくるのは、これから自分がどういう主体性を持っていくのか、自分としての生活のあり方とか、信条とか、そういうものをしっかり持つことがますます問われる時代になる。そうでないと、情報によってふらふらして、みんながある靴を持っているから持つとか、みんながこういう服を着ているから着ようとか、そういう時代になってしまうのかと。こういう時代の中でまず豊かにすることを考えるのだったら、主体性を持つというのが一番重要な点なのかなというのがあります。

それから二番目は、さまざまな情報の中でどう自分に必要な情報を選択するか、自分なりのノウハウを持っているかということです。難しく言うと、ノウハウやリテラシーということになりますが、やはりそれは雑誌でもいいし、新聞でもいいし、ラジオ・テレビでもいいし、人から聞くのもいい、インターネットのホームページを見るのもいいのですが、選択の幅が非常に増えてきたのは確かなのです。その中で先程の主体性の中で、自分がこうしたいという情報をより正確に早く取れるかは、一種の生活の知恵のようなものです。これを持っていないといけません。おびただしい情報の中で自分がある考え、主体の中で情報を選択しようとしたときに、その一種のノウハウ的なものというのは、これから身につけておくことが必要なのかなと。たくさん選択がある中で、自分に適したものをどう選ぶか。もちろん、この人に聞けばわかるとか、それも重要なツールで、僕などは人に聞くのが早いと思って情報化時代になればなるほど「ちょっと松村さん、教えてください」と。その方が自分で調べるよりも本当に早いです。それが生活を豊かにするという視点で、逆な意味で重要なことかという感じがします。先程、清原さんが言われたように、選択、それは逆にいうと評価となる。それが二番目くらいになってくるだろうと思います。

それから三番目は、先程サプライサイドとダイヤモンドサイドと言いましたが、むしろ、いくつかのメーカーも始めていますが、共同で作っていく。昔、「プロシューマー」という言葉もあつたけれども、情報化時代というのは双方向の機能があるわけですから、お互いに提供する側、受ける方という対立ではなくて、何かやりとりしながら両方で企画し、制作できるわけです。ですから、ものづくりでもサービスの提供のあり方でも、片方がマーケティングを調査して提供するのではなくて、お互いにやりとりをしながら情報を共有し、物事が決められていくプロセスに生活者も参加できる。あえて言うなら生産やサービスの提供のしかたが、対立図式で、送る方、受ける方という二〇世紀型のもではなくて、これからの時代では、生活を豊かにするためにこういうものが必要だというのをむしろメーカーと一緒にやっていく、そういうことが可能になっていくのかなと思います。

そして、最後に思うのは、結局、情報洪水というくらい押し流されそうな情報があるわ

けですから、どこかであえて情報を絶ってみるということも大事だと。これは違う世界の話かもしれませんが、有名な数学者で高木貞治という人がいて、数学の世界にはノーベル賞はないですが、おそらくノーベル賞があればもらっていたらとされる人です。彼が、第一次世界大戦が勃発したころ、それまではドイツが非常に数学が進んでいたから、毎月のように送られてくるおびただしい文献をドイツ語で一生懸命読んで理解をして、学生に講義をしていた。それだけでほとんど時間がかかっていた。先程の吉井さんの言う計画のグreshamの法則ではないですが、自分でもいろいろな考えを持っていたけれどもまとめる時間がなかった。ところが、第一次世界大戦が勃発してスエズ運河が封鎖されてしまった。そのために思うように文献が届かなくなってしまった。そこで彼は、ではこの機会に自分が頭に描いていたことを整理してみようというので一生懸命まとめてやったのが、「類体論」という画期的な理論です。もしそういうことが起きなかったら、彼は一生ドイツから来る文献を翻訳して、学生に教えていただけで終わっていた。

あえて情報断絶をする。それが逆に新しいものをクリエイトするきっかけになる。また、自己確認というか、自己を客観的に見る時間というのにも必要なという感じがします。

先程、人間には自浄作用というか、何かおかしいと思うと戻そうとする力があるという話がありました。そういう場を積極的に作ってあげる必要があると痛感しました。本日はありがとうございました。

(了)