

## 日本型「デジタルデバインド」論と ブロードバンド社会としての 日本社会の戦略

早稲田大学・理工学部  
木村忠正

<http://www.ne.jp/asahi/kiitos/tdms/hp.j.html>

## 「デジタルデバインド」問題

- [社会内デバインド]: 「情報ネットワークへのアクセスのある・なし」 (= 「デジタルデバインド」) が社会経済的階層により大きく異なり、その階層間格差が拡大しつつある
- [Global Divide] 南北間(先発国-後発国間)の情報ネットワーク普及・アクセスの格差と社会経済的格差の拡大
- [Universal Design] ユニバーサルデザインとの関連(身障者の方々に情報ネットワークが利用しやすくすること)(e.g., Web Accessibility)
  - 80年代にあった「情報格差」は大都市への情報の一極集中への懸念

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

2

## 社会内デジタルデバインド問題

### デジタルデバインドを社会的問題とする問題意識

- 「情報ネットワークへのアクセスを「もつ」「もたない」が、社会階層により大きく異なり(つまり「デジタルデバインド」が社会階層と密接にリンクしており)、しかも、そうした階層間の経済的格差、社会的格差が拡大する傾向にある」  
(木村「デジタルデバインドとは何か」(岩波書店))

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

3

## 「デジタルデバインド」への疑問

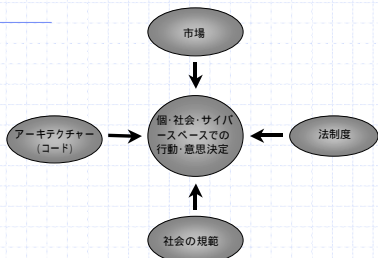
- 情報ネットワークへのアクセスのある・なしが経済的格差、社会的格差を生み出すわけではない
- 普及の初期段階では、社会経済的地位の高い階層、若年層が情報ネットワークにアクセスする
- 政治的パフォーマンスの要素(ユニバーサル・サービス、NIIとの関連)

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

4

## 意思決定・行動の制約・生成因



- 社会的・心理的「個」の意思決定・行動は、市場・法制度・社会規範・アーキテクチャーにより制約されることで、具体的に形作られる

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

5

## 政策的介入の是非

- インターネット、ブロードバンドネットワークへの接続は、市民全員への「ユニバーサルサービス」として捉えられるべきなのだろうか？つまり、税金によって、ネットワーク網構築や接続環境の整備が行われるべきなのか？
- 「ユニバーサルサービス」とし、利用料金を何らかの意味で平準化するとした場合、誰がどのような形でコスト以上のものを負担し、誰がどのような形でコストを下回る費用で利用できることにしたらよいのだろうか？つまり、サービス受益者の範囲、該当サービスの範囲、その運用政策の3つの要素をどう考え、制度設計すべきなのか

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

6

## 政策的介入不要論

- 郵便、電話などが「ユニバーサルサービス」として規定される理由
  - 「多様な情報源へのアクセス」
  - 「双方向コミュニケーション」
  - 「月額利用料の発生」
- いずれもインターネット、BBネットワークへの適応を行おうとすると十分とはいえない
- むしろ、これまでのインターネットの普及は、他のメディアと比べて順調すぎるというよい

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

7

## BB Divideは社会的問題か？

- 「視聴者」を「消費者」とみて、たとえ、「双方向コミュニケーション」としても、「サービス受益者」と位置づけている限りは、BB Divideは、たんに「選択的消費欲求充足手段」の問題であり、社会的問題ではない
- 産業社会の歴史文化的展開のなかで、「第三の産業分水嶺」として「デジタルデバイド(デジタル分水嶺)」をとらえ、「情報ネットワーク社会」としての日本社会の戦略を考えた際には大きな問題

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

8

## Proximity(隣接性)の変容とタスクモビリティ

- 「Proximity(隣接性)」概念が「地理的隣接性」から「ネットワーク隣接性」に
- 「ネットワーク隣接性」による産業経済集積
- 「タスクポータビリティ」「タスクモビリティ」「アウトソーシング」から「オフショアソーシング」「テレトレード・テレポーティング・ネットワーク移民」

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

9

## 付加価値のネットワーク隣接性による集積

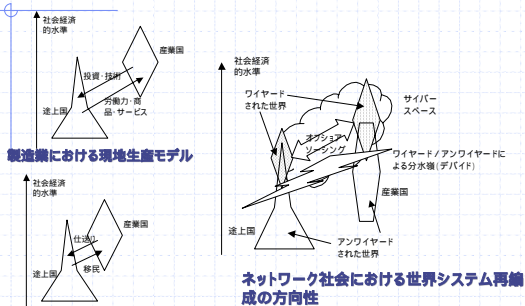
- 原材料調達 生産工程 流通過程・在庫管理 販売
- 研究開発・マーケティング(市場調査) 商品開発 営業・広報・販促活動
- いずれの側面においても、価値連鎖を情報ネットワークによりコントロールするところに富(付加価値)が集中する傾向
- 「ネットワーク隣接性」(Network Proximity)による世界システムの再編？

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

10

## 世界システムの再編成



2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

11

## 第三の産業分水嶺としてのデジタルデバイド

第一の産業分水嶺 = フォーディズム

1950-60s 少品種大量生産にもとづく大衆消費社会

第二の産業分水嶺 = Flexibility (流動性・柔軟性) (Post-Fordism, Neo-Fordism)

1970-80s 多品種少量生産にもとづく高度消費社会

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

12

# 産業社会における歴史的画期としての デジタル分水嶺(デジタルデバイド)

第三の産業分水嶺 = 「サービス経済」「脱工業化」の進展 + デジタル経済の特性

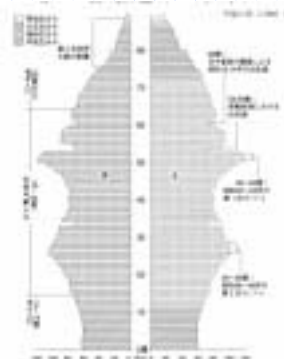
労働・雇用・富とリスクの産出と分配の変化。それに伴う新たな社会階層編成

1990-2000s ? PACS (Post Advanced Consumer Society: ポスト高度消費社会)

# 日本社会の現状

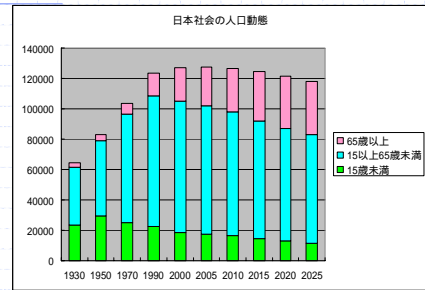
- 「スイス型」引退国家への道 ? (Newsweek Asia-Pacific Edition, May 10, 2002)
- 巨額の長期累積債務、少子高齢化の進展、中国の経済力拡大など、日本社会は、社会システム総体として内憂外患に直面しており、長期的に見て「世界第二の経済大国」から「極東の一島国」へと衰退する可能性も否定できない状況

# 曙化する人口構成



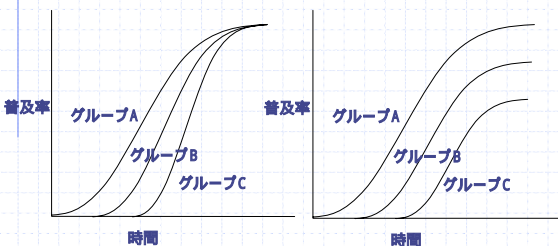
<http://www.wnn.or.jp/wnn-t/database/rikishidata/akebono.html>

# 縮み行く日本社会



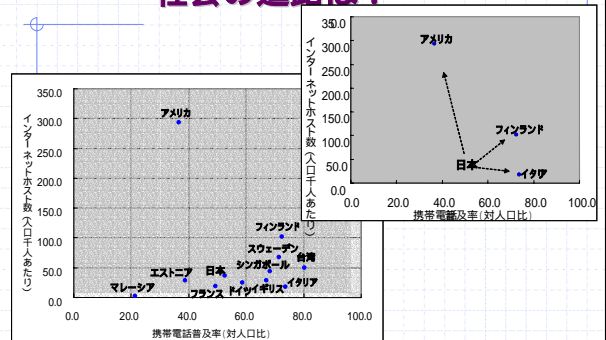
1990年までは実績、2000年以降は2002年公表の低位推計値

# 平準化か階層化か



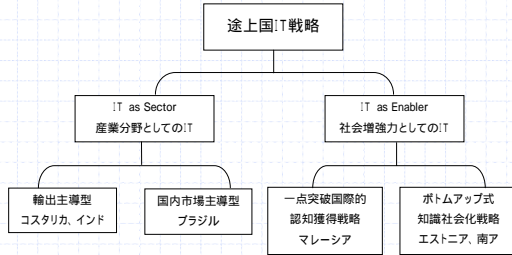
技術の社会的普及に関する Normalization (平準化) モデルと Stratification (階層化) モデル

# 情報ネットワーク社会としての日本 社会の進路は ?





## IT as Sector / IT as Enabler 「社会増強力」としてのIT



2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

19

## 情報ネットワークがもつ「3つの力」

- 業務プロセスを変革する力(「BPRとしての力」)
- 付加価値を生み出す「リテラシー」としての力
- 「サービス自由化」「サービス交易化」の力

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

20

## リテラシーとしての力

- これからの産業経済活動で中核となるバイオ、ロボット、ナノ、宇宙・大深度地下・海洋などの産業分野は、ITが不可欠
- 制御、測定、シミュレーション、分析など、付加価値を生み出す活動には高いメディアリテラシーが求められる
- 世界システムは過剰な生産能力と富を抱えているが、高い付加価値が見出される活動には、巨額の富が流れ込み、付加価値を失ったところからは容赦なく富は離れていく
- 情報ネットワークによるワイヤードされ、高い情報リテラシーを開発育成している社会、地域、個人に富はもたらされ、それ以外のアンワイヤードされた社会、情報リテラシーを開発できない社会は置き去りにされる可能性

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

21

## サービス交易化 = サービスのタスク モビリティ増大

- 業務が情報ネットワークを介して遂行できるものへの再編成される
- 販売、財務、経理、人事・労務、技術、研究、開発、経営企画、企業統治、リスクマネジメント、マーケティング、商品企画、システム開発、システム維持管理、など様々な業務がoffshore-sourcing化される可能性
- 企業固有のノウハウ蓄積・内製化の必要性が高くないものはとくにオフショア化されやすい

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

22

## 専門的サービスの世界標準化

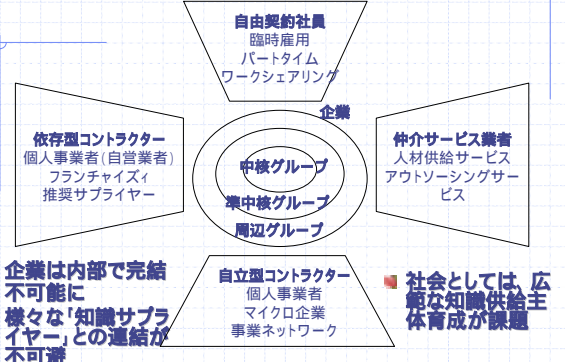
- 法務、会計、情報、医療、教育などの専門的知識を取り扱う業務・職種、工学系技術職ライセンスの世界標準化(アメリカ標準のデファクト化) 国境を越えたプラクティス、サービス提供
- エンターテインメントビジネス(映画、ビデオ、音楽、スポーツ)におけるアメリカのコンテンツ力 世界市場を相手にしたBBビジネスの担い手が広範に必要

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

23

## 知識供給主体が主役



- 企業は内部で完結不可能に
- 様々な「知識サプライヤー」との連結が必要

- 社会としては、広範な知識供給主体育成が課題

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

24

## BBがMIの二の舞にならなければ...

- 日本社会のこれまでの情報社会化に対するアプローチは、「IT as Sector」の考え方にもとづいてきている
- 社会全体に「IT as Enabler」としての認識が広まらない
- 典型的なのは、MI: Mobile Internet=日本型情報化論

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

25

## i-mode系 = 「日本型情報化」?

- i-mode系携帯電話への積極的期待
  - 情報ネットワークへのアクセスを容易にする優れた「情報家電」であり、「モバイルインターネット」こそ「日本型情報化」を切り拓くもの
  - 平成13年度「情報通信白書」  
「携帯電話・PHSインターネットには、パソコンと比較して廉価で、操作の習得が容易といった特徴があり、これらがパソコンインターネットと比較して普及に格差が生じにくい要因の一つになっているものと考えられる。」

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

26

## iモード系への疑問(1)

- 1. iモード系サービスは、そのビジネスモデルにおいて、キャブテンシステムやダイヤルQ2と同様でありそれ自体特別なものではない
- 2. 無線呼出(「ポケベル」) PHS(「ピッチ」) 携帯(「ケイタイ」) iモード、とつながる情報通信機器の系譜は、典型的な「顕示的消費」の一種
  - 最新機種への保有、携帯ストラップ、機器への装飾、着メロ・待受画面など、他者に誇示することで自己を表現する「ファッション」として機能している

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

27

## iモード系への疑問(2)

- iモード系の利用形態はきわめて限定されている
- 主な用途は
  - (1) 着メロ・待受画面ダウンロード
  - (2) SMS(Short Message Service): 仲間内での短い情報交換(日本に限らず北欧、イタリアなど広範に観察される)  
「誰かにかまっていてほしい」、だが「深く介入するのはやめてほしい」という彼らの対人関係に対する欲求にSMSが適合的

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

28

## iモード系への疑問(3)

- インターネットがもつ可能性を積極的に利活用する「情報リテラシー」開発という側面からは負の影響すら
- 「情報ハンドリング力」という指標との相関をみると、iモード系のみによるインターネット利用者は、パソコンのみによるインターネット利用者、iモード系、パソコン両方によるインターネット利用者に比べ「情報ハンドリング能力」が有意に低い

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

29

## 本報告がもつづく調査

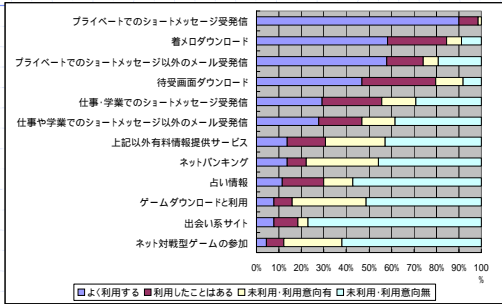
- 【一般調査1】NTTデータ・技術開発本部・システム科学研究所(RISS)との協働調査
  - 18歳以上70歳未満の男女個人、N=2075、2000年6月・7日
- 【一般調査2】東京大学社会情報研究所・橋元良明先生主査・文科省科研費研究調査
  - 12歳以上70歳未満の男女個人、N=1878、2001年11月・12月
- 【大学生調査】木村個人調査
  - 都内私立大学法学部、2001年6月、N=139(男子56%・女子44%)
- 【大学生日記調査】木村個人調査
  - 都内私立大学法学部、2001年6月、N=20(男子6・女子14)、全員、iモード系携帯電話利用

2002/06/22

(c) Tadamas KIMURA

30

## ショートメッセージと着メロが 主要な利用法

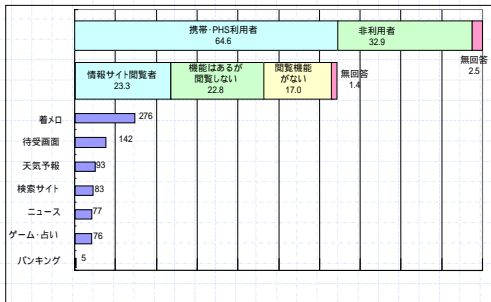


2001年6月木村大学生調査 (N=139, 男子56%)

## メール関連が利用件数の77%

メール受信確認	44.23%
メール作成送信	32.79%
電話がかかってきて話した	6.00%
電話をかけつながら話した	5.24%
電話がかかってきたがでなかった(出ることができなかった)	3.20%
MLからの受信	2.54%
メール作成のみ	1.63%
電話をかけたが留守電で切った	1.02%
着メロサイトへのアクセス	0.56%

## iモード系機器所有者・サービス登録者・サービス利用者との乖離

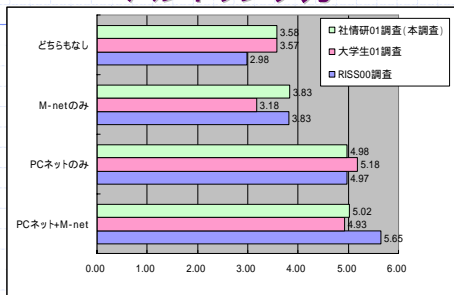


## 典型的な顕示的消費財としての 「ポケベル」・「ケータイ」

	利用経験者割合	平均台数
ポケベル	31.7%	1.36
PHS	56.1%	1.71
携帯	41.0%	1.28
iモード系	94.2%	1.29

2001年6月木村大学生調査 (N=139, 男子56%)

## iモード系利用者で低い情報 ハンドリング力



データ出典: (株)NTTデータ・開発本部・システム科学研究所 (2000年6月, N=2075), 2001年6月木村大学生調査 (N=139), 東大社会情報研究所 (2001年12月, N=1878)

## 「モバイルインターネット」=「日本型情報化」=「日本型デジタルデバインド」論の陥穽

「デジタルデバインド」が問題なのは、情報ネットワークによりもたらされる大きな社会的変革があり、ネットワークにアクセスし、活用できるリテラシーをもつ人ととれない人の間に大きな社会経済的格差が生じ、拡大するのではないかという懸念

デバインド問題は、たんに「インターネットへの接続がある、ない」の問題ではなく、「メディアリテラシー」の問題

ところが、「日本型デジタルデバインド」論は、パソコンによるインターネットとiモード系インターネット接続の質の違いを問題にせず、「モバイルインターネット」で、インターネットへの接続はとりえず可能になるから、それでデバインドは解消する、という論理