

# 情報発信

澁澤健太郎(「マルチメディアと情報化社会」、「デジタルコンテンツと経済」担当)

## 1 インターネットの登場

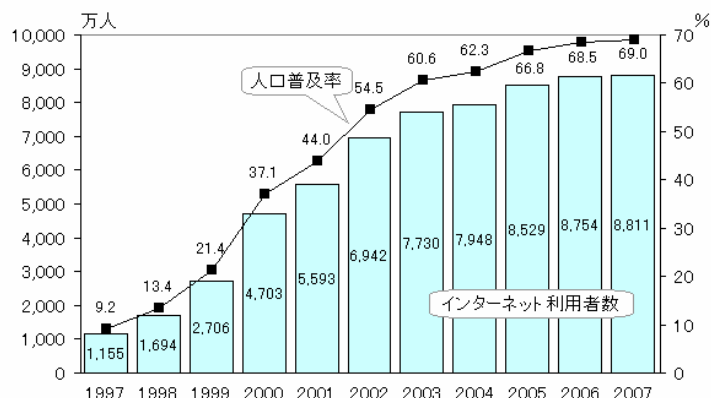
1997 年はインターネットという言葉が毎日のように我が国のメディアに登場した年であった。就職では面接試験の第 1 問が「当社の HP(ホームページ)をご覧になりましたか？」という質問からインターネットと企業の関わりについての小論文を実施したり、就職情報もインターネットで閲覧できるようになった。国内のインターネットユーザーは、700 万人に達し、携帯電話が急速に普及に向かい始めた。加入電話の半数を携帯電話が越えたのもこの年である。

それから 10 年で国内インターネットユーザー数は、8000 万人に達し(資料 1 参照)、携帯電話の普及にともない固定電話利用者数が 5000 万人を切った。大学では、教室がやけに静かになったなあ、なんて思っていると学生の多くが手元で携帯のメールに忙しい。携帯電話はもとより、PDA といわれる端末や携帯型のゲーム機でもインターネット利用ができるようになった。

ブロードバンドという言葉に表されるように高速での利用環境も確立し、光ファイバーの利用率も伸びている。HP(ホームページ)の数は世界で 50 億ともいわれ、誰もが情報を発信することが可能となった。HP(ホームページ)で発信される情報量は大変膨大であるが、検索技術の進歩でキーワードを入力することで必要な情報に短時間でアクセスできる。

図表 1-1

インターネット利用者数・人口普及率



(注) 年末の推計。インターネット利用者数は、パソコン、携帯電話、ゲーム機等のいずれかでの利用者。対象年齢は1999年まで15～69歳、2000年末15～79歳、2001年以降6歳以上。  
(資料) 総務省「通信利用動向調査」

## 2 IT 革命から ICT 革命へ

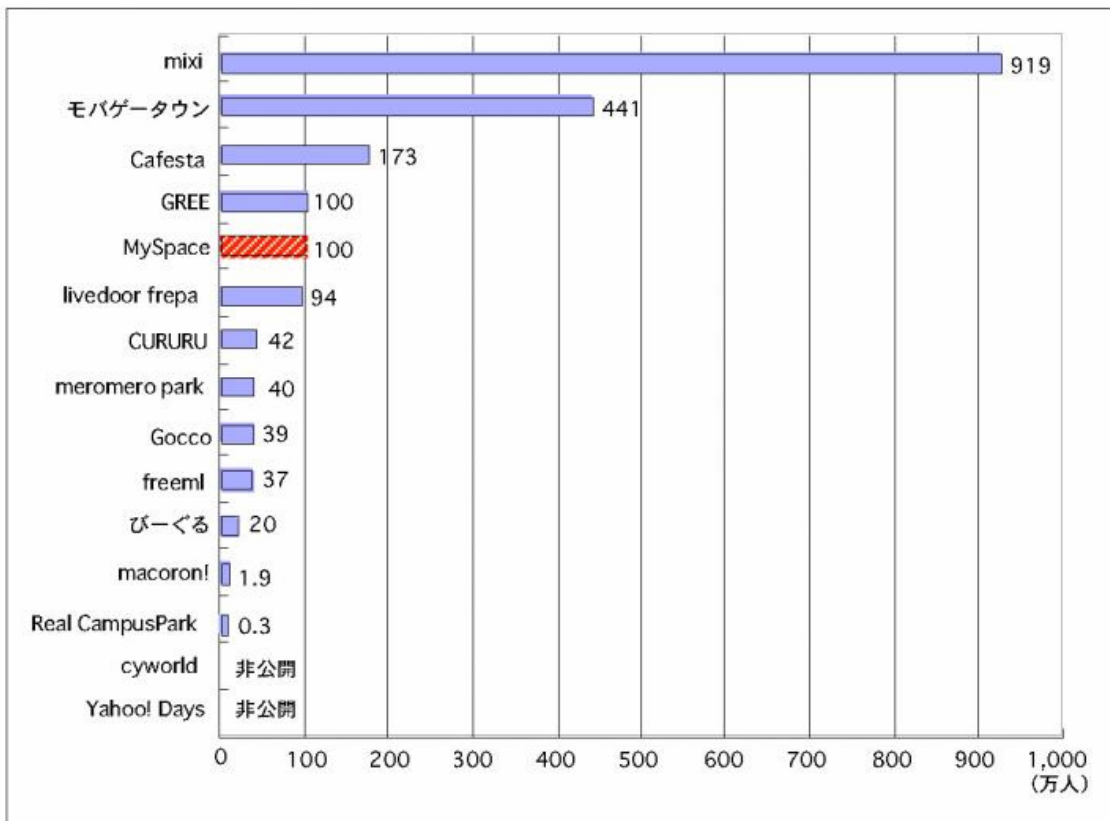
IT は今までの日本型規制社会に大きな変化を与え、意味のない規制を撤廃させる力になった。早くから市場原理を優先し、規制緩和、撤廃を進めてきたアメリカは、自身が起点となったインターネットを舵取りに使いながら、例のない長期景気を持続し、圧倒的なパワーで経済再生を成功させた。インターネット非課税政策は現実空間だけでなく仮想空間でもアメリカが主導権を握る自信のあらわれでもあった。

情報化に成功した企業は、合理的な経営戦略を使って他企業を駆逐する。企業内外における今までの日本型モデルは旧型モデルと揶揄され、人間関係はもとよりフロアの形態も大きく変化した。社員すべてがパソコンを使用する必要がある、メールアドレスは全員に与えられた。ナレッジマネジメントシステムといわれるリアルタイムでの知識共有が、最重要戦略のひとつとなり、書類が社内を周回する稟議システム、飲み会での情報交換などは必要がなくなる。社内、社外でも頻繁にメールのやりとりが行われ、それを監視する社員も存在する。営業社員の居場所が GPS システム(Global Positioning System)によって即座に把握され同地点より動かない社員には携帯へメールが送られる。

同じサービスを受けるのに価格が変化する。空港の JAL のカウンターで航空券を購入するのと携帯電話で注文するのでは価格が違う。銀行の振込み手数料はさらに大きな格差が存在する。中古のソフトはオークションで入手できるし、電子マネーとの連動でポイントもたまる。ホテルの宿泊はインターネット会員なら格安で利用できるし、予約もメールで行うので電話を使う必要もない。こうしたインターネット利用者には多くの特権が存在し、高かった通信料金も競争によって下落したのでますます利用価値が高くなっている。

ADSL より速度が速くなってくると、音声や映像が途切れることなく、利用できるようになる。情報基盤がこのように確立してきている今日、動画サイトの利用者も急増し、昨日の TV の内容は翌日には公開されたりするようになった。教育の分野でも e ラーニングが話題になり、教室で撮影した内容をストリーミングやオンデマンド方式で提供できる。いまやすべての単位を遠隔で取得することができる大学が存在し、いくつかの講義は携帯で配信されている。SNS(Social Networking Service)に代表されるコミュニケーションのツールは、多くの人に参加し、意見交換を頻繁におこなっている。匿名で参加できる掲示板には、正確でここでしか得ることのできない情報もあるが、ほとんどが誹謗中傷の書き込みで埋まっている。

図表 1-2 SNS の利用者推移グラフ



出典：リサーチフォーラム『SNS 市場の最新動向～SNS ビジネス調査報告書 2007～』

### 3 これからの情報化社会

1964年の最初のコンピュータ「ENIAC」は高さが3メートル、長さは50メートルというしろもので、1秒あたり5000回の演算をこなすことができた。1971年、インテルは1秒あたり6000回の演算をこなすチップを開発、その大きさはわずか12平方ミリである。いまでは1秒あたり10億回以上の演算をこなすチップが開発されている。5年前にある学会で報告者が、「インターネットで文字が最初に伝えられ、画像がこれに続いた。このあとに来るのは匂いである」と真面目な顔で言ったところ、会場は爆笑に包まれた。しかしいまではこの話は現実となりつつある。

米国で継続されている火星探査プランの中にマイクを搭載している無人探査機が火星の音をひろいNASA (National Aeronautics and Space Administration)のHP(ホームページ)からインターネットで全世界へ中継するというものがある。いずれ未知の音を私たちは自宅で、あるいは車の中や道路上でパソコンや携帯電話から聞くことができるだろう。

インターネットの登場は社会に大きなインパクトを与えている。こうした社会では人間の感性そのものが新しい対応を求められる。

いままでにない変化をもたらしたインターネットは、しかしながら個性やオリジナリティを発揮するためのツールになっているか？という点必ずしもそうではない。

流通する情報量は飛躍的に増えたが、誰もが検索でひっかかる上位層の HP(ホームページ) にアクセスすることから、利用する情報は限られたものになる。また新しい情報が発信されなければいつまでも古い情報が残されているだけのことになる。大学生に課題を出すと提出されるレポートが類似してきているのはインターネットの利用の仕方を如実に表している。

情報発信の場は何も HP (ホームページ) だけではない。掲示板やブログに見ることのできるコメント、インターネットラジオでは免許がなくてもだれでも開局が可能で、自分たちの意見や知識などの情報を音声で発信できる。ハンディビデオカメラも性能が向上し、撮影した映像を公開すれば世界中で利用する人が増えて国際理解や交流も増える。インターネット TV 局としての情報発信の場を作ることが可能なのである。世界でその普及が著しい電子メールは、メールマガジンで一定のユーザに限定して発行ができる。こうした情報発信によって反社会的な情報は長期的には減少すると考えている。「悪貨は良貨を駆逐する」という俗に言うグレシャムの法則は、情報社会においては、「良情報は悪情報を駆逐する」と理解したい。