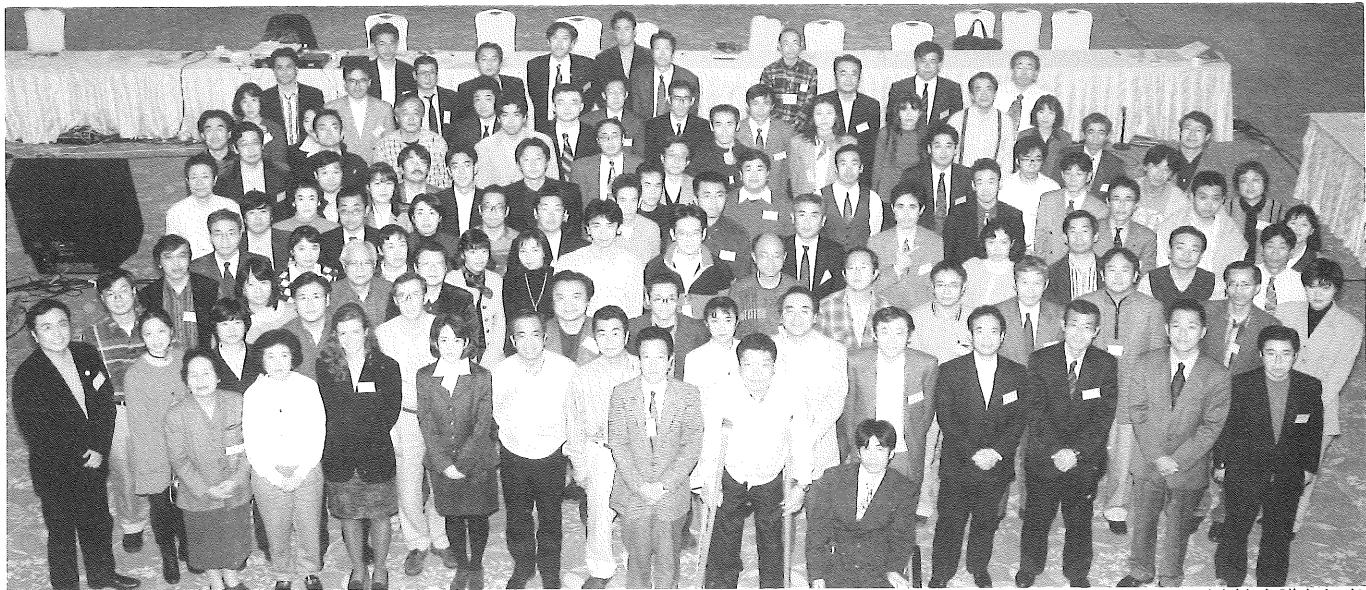


# HYPERFLASH

## ハイパーネットワーク'97別府湾会議に参加して

公文俊平 ハイパーネットワーク社会研究所所長



ハイパーネットワーク'97別府湾会議参加者

### ●社会的な主役の交代

まず、今回の会議で強く印象に残ったのは、ネットワークでの女性の活動を話題にしたセッションがもっとも盛り上がったということでした。中でも、生保会社の社員と結婚したために、転勤につぐ転勤の生活を余儀なくされたなかで、インターネットを駆使して、子育てをしながらフリーライターとしてテレワーキングを実践している田澤由利さんの発表は印象的でした。

田澤さんは、各地の主婦を動員して作る調査レポートの方が、一般の調査会社よりもいいものができるといいます。それはそうかもしれません。多くの主婦は、学歴も職歴も男性並みにあります。しかも相対的に時間があり、インターネットなどの利用経験も十分なのです。実際、今回の議論を聞いていて、地域によっていろいろな多様性はあるものの、ひとつの新しい大きな流れがいたるところに生まれているこ

とは間違いないとあらためて思いました。それが情報化、ネットワーク化の流れにはかなりません。

この流れがあたりまえのことになるまでには、まだかなりの時間がかかるでしょう。しかし、変化は着実に、ある部分では恐るべき速さで、進行しています。それが意味するところは、社会的な主役の交代、あるいはこれまでの社会的な弱者と強者との間の、立場の交代の可能性です。

つまり、これまで社会的弱者として、福祉の対象、あるいは社会のお荷物と考えられていた、定年退職した中高年や女性たちが、また身障者や子供たちが、知識の面でも、自由に使える時間や場合によってはお金の面でも、情報化社会の主役、とりわけCANを使いこなす主役になれるのです。今や、壮年男性サラリーマンがとくに強い社会的立場に立っているとは必ずしもいえないのではないでしょうか。

戦後の日本社会では、国家はアメリ

カに従属した「半国家」になり、家族制度は解体され、伝統的な村落共同体は崩壊して、人々のアイデンティティーの対象は「会社」しかなくなってしまいました。つまり、「会社」が、「社会」の中心になったのです。しかし、自営業はともかく都市の大企業には、女性や高年者、あるいは子供たちの居場所は作られませんでした。

とりわけ、家族制度のくびきから「解放」されて広く社会に自己実現と活躍の場を求めてよいことになったはずの女性は、実は以前の家族制度の中でそれなりに確立し安定していた母や妻の座から「追放」されて社会に投げ出されたのです。それなのに、社会の側には受け皿はまともには作られませんでした。せいぜいで若い女性が結婚するまでの腰掛け的な職場しか、あるいは低賃金で労働条件の悪い「パート」の場しか、準備されなかったのです。

しかし、人々の高学歴化に続いて起った情報化、ネットワーク化は、このような状況を根底から変えつつあります。すでに、壮年サラリーマンの多くは、自動車の運転はともかく家庭での電気製品の利用においては、女性にはかなわなくなっています。ゲーム機からパソコンまで含めると、子供たちにもかないません。主役と脇役が、強者と弱者が交代してしまうというの言い過ぎかもしれないにしても、これまでの区分の境界が急激に消滅しつつあるということは出来そうです。コンピューターやネットワークの利用で、子供たちが先頭に立って活躍することは、全戸にパソコンを配布した最近の富山県山田村の例を見るまでもなく、世界的な共通現象です。

しかし、定年退職した中高年も捨てたものではありません。これから的情報技術は、ますます易しく使え、使い勝手もよくなる筈です。老眼になっても、手や指の反応速度が遅くなってしまっても、記憶力が低下しても、それほど問題ではありません。むしろ、ありあまる時間と過去に蓄積した多くの智恵や経験をもっている中高年たちは、その気になりさえすれば、ますます長くなる平均余命時間を活用して、有意義で面白い、多種多様な社会活動に取り組める筈です。これからの高齢化社会は、歳を取っても健康な男女の多い、長寿社会になると思われます。もっぱら他人の税金と介護に頼って、寝たきりの生活を何十年も送る老人の大軍が出現して、若者たちはその扶養に苦しむだけ考えて悲観することはないのではないかでしょう。

同じように、機能や組織の面から見ると、社会の主役は、これまでの行政や企業から、私のいう智業（N G O - N P O）にうつりつつあります。とりわけ、知識や情報の生産と流通の主役は、これまでの大学・研究所、政府・マスコミから、智業・智民にうつりつつあります。

あるいはまた、米国のマイクロソフト社や、最近のワールドコム社の台頭が象徴しているように、既存の大情報通信企業から別の新興企業に移りつつあります。（そして会議では、印刷会社の方から、既存の印刷会社もまた無用になるのではないかという懸念と、それへの対処の必要すら指摘されまし

た。）私たちは、余計な情緒を抜きにして、このような変化の意味するところをしっかりと見据え、適切な対応を考えていかなくてはならないのです。

今回の会議では、この点に関する明確な行動指針はえられなかったものの、大きな方向性は誰の目にもみえてきたのではないかと思います。

### ●インターネット広告の可能性と問題点

その一例として、広告の役割があります。今回の会議では、コアラの尾野さんをはじめとして、地域ネットに広告を載せて収入の増大をはかりたいという希望の表明や、現にインターネット広告を事業として展開している企業からの報告などがありました。また、それに対する疑問や異論も出されました。

確かに、コアラのようなネットワークが広告媒体としての価値を持つのであれば、それはネットワークが生み出した経済価値であり、広告を出したい人に対しては掲載料を請求してしかるべきことはいうまでもないでしょう。

しかし、同時に、コアラに広告を掲載することがコアラの会員に対する情報提供サービスとして意味を持つといふのであれば、コアラとしては、自分が費用を負担してもいいから、あるいは謝礼を払ってもいいから、広告を出してくれないかと企業や広告代理店に呼びかけてしかるべきだということになります。現実は、どちらの力の方が勝るでしょうか。

私は興味深かったのは、情報社会では、広告そのものの性質が違ってくるのではないかという点でした。産業社会の広告は、生産者である企業のために、マスマディアを使って、消費者に製品情報を伝え、購買行動に出るのを促進する機能を果たします。そこに広告エージェントが入って来て、企業をクライエントとして広告の媒体であるメディアとの間を仲介しています。

ところが最近では、ダイレクト・マーケティングやダイレクト広告が増えてきました。文字を中心とした大量の情報を消費者に提供しようとする試みも活発になっています。また、各種の情報のクリッピング・サービス等の普及によって、そもそもメディアには広告が載らなくなる可能性も出てきま

した。さらに、消費者自身が情報を積極的に探索し、生産者企業に対して直接注文したり、さまざまなコミュニケーションを直接試みたりするようにもなってきています。

その場合には、消費者からすれば、インターネット上の無料の広告など必ずしも必要がないということになりそうです。むしろ、個々の消費者のための情報探索や選別の支援サービスが含まれている場合には、ニュースのクリッピング・サービスなどと同様、広告は有料でいいと考えるのが自然でしょう。そうだとすると、広告に体現されていた情報も、生産者が出すものから、消費者が集めるものに変わることになります。

更にその場合には、（今日のトラブル・エージェントのように）生産者ではなく消費者の情報探索・入手活動を支援するエージェントの出現の可能性が考えられます。他方、企業とならんで智業が活発に活動する時代になれば、智業のための広告の出現も考えられます。

とはいっても、智業の活動の中心は、智場での情報・知識の一方的な普及（対価を要求する販売ではない）にあるとすれば、その場合の広告は原則として無償ということになるでしょう。あるいは、智業の広告と智業本来の普及活動とはほとんど区別はつかないということになるでしょう。また、そこまで行く前の段階で、企業が自分のサポートや会員を組織して、相互の緊密な交流や協働を進める中で、ビジネスも行うという形が普及する可能性も少なくないと思われます。

その場合には、企業がそのサポートや会員に対しては、無料のインターネット接続サービスも提供する（他のさまざまな情報サービスに加えて）ことがあります。

企業がコミュニティなどと契約して、電子メールシステムを無料で住民に提供し、そのかわりに広告を出すという仕組みも考えられるという発言もありました。あるいは逆に、会員は（自分の発言や行動の自由を確保するためにも）しかるべき会費や情報料を払って参加するという形が一般化するかもしれません。

ハードやソフトのユーザーが、相当額の年会費を払って、保守やアップグ

レードのサービス、あるいはその他の助言を受けるという形は、すでにかなり普及しつつあります。

これに対して、そもそも消費者は、今やインターネット上であれば、広告を自分で消せるようにならなくとも、インターネットはますますユーザー主導型のシステムになりつつあるという指摘もありました。つまり、企業がお金を払って広告を出そうとする誘因は、その分小さくなるわけです。

他方、企業としては、地域との長期的な協働関係に立った共生を指向するということなら、ネットワークに提供する情報は何も自社の製品の「広告」ではなく、自分が提供したい別の情報、たとえば、自分が呼びかけたい協働活動に関する情報もいい筈です。インターネットでは、広告の受け手が望めばそれを消せる力を持つようになるのと同時に、広告の出し手も、これまでとは比較にならない力を広告の受け手に対して行使しうるようになります。広告を見たり、それに基づいて商品を注文したりする毎に、大量の個人情報が広告の出し手に渡ります。消費者としては、それが悪用されることがないように注意をはらわざるをえません。

しかし、しょせん個人情報を入手されることが避け難いとすれば、一番いいのは広告（やホームページ）を見ないようにすることです。あるいは、はっきりと信頼できる相手の広告（やホームページ）しか見ないようにすることです。その意味では、インターネットのようなシステムは、一般に想像されているのとは逆に、不特定の多

数者同士よりはむしろ互いに知り合い信頼しあっている特定の人々とのコミュニケーションやコラボレーションの支援手段として、もっぱら用いられるようになるかもしれません。（私が、インターネットを「市場」よりは「智場」として特徴づけたいと思う理由の一つは、この点にあります。）

### ●地域の情報化に際して留意すべき三つのポイント：ツール、ロール、ルール

というわけで、情報化という社会変化の中心にあるのは、社会を構成するさまざまな主体の役割や機能（ロール）の変化——役割や機能の内容自体の変化と、それを分担する主体の種類や組織形態の変化——だなと思わせられたのですが、もちろん話はそれに尽きるものではありません。

議論の中で少なからぬ人たちが指摘したのは、情報化、とりわけ地域の情報化やネットワーク化は、目的でなく手段（ツール）だという点でした。つまり行政や有識者、あるいは意識の高い住民たちが、情報化をただ良いことだ、必要なことだといって推進しよう、させようとしても、それだけでは人は動かないということです。何のための情報化なのか、それをすれば何ができるのか、どんな良いことがあるのか、どんな問題が解決できるのか、といった点が説得力をもって具体的に議論されなければなりません。そのためにも、各地域の成功や失敗の事例を詳しく知ることがとりわけ有益だと思われます。

また、せっかく新しい役割の必要を自覚してそれを引き受けようと思っても、既存の制度（ルール）や政策がそれに適合していない場合には、動きが取れなくなります。

たとえば、どんどん事業を起こし所得や利益を上げようと思っても、現在のような累進所得税制のもとでは、なかなか思うようにいきま

せん。今日、個人や企業のどれだけ多くの時間や智恵が、所得隠しや節税に向かっていることでしょうか。人を雇った賃金や、物を買った代金は、事後的な所得や利益の有無には関係なく、通常は事前に払うのが当然とされているのに、公共的な財やサービスの利用の対価というべき税金だけが、なぜ事後的な所得や利益の額に依存して決まる仕組みになっているのでしょうか。はなはだおかしなことです。

同様に、利益をあげることを目的にしていない智業型の組織は、まだその存在自体が社会的に十分認知されていません。ましてや、企業の活動を律するルールとしての財産権や商法（や民法）の体系にあたる、情報権や智業法とでも呼ぶべきルールの体系や制度は、ほとんど満足に作られていません。あるいは、産業化時代の表現の自由や規制に関するルール、物的な財産権に関わるルールが、基本的にそのまま適用されているにすぎません。

情報通信「産業」の所管をめぐって通産省と郵政省が争う暇があったら、なぜ産業省と智業省をそれぞれ設置することを考えないのでしょうか。

### ●知の分散システム

今回の会議で、これもあらためて確信に近い思いを抱いたことですが、情報社会では、情報・知識の生産や流通（創造や普及）の圧倒的に多くの部分が、これまでの特權的な大学やマスメディアから、「知の分散システム」とでも呼ぶべき新しいシステムに移行するでしょう。それはちょうど、前近代の社会で、軍事や商工業活動のほとんどの部分が特權的な階級や集団の手に委ねられていたのが、近代化と共に国民一般の手に委ねられるようになったのと軌を一にしています。

つまり、軍事の場合は、軍人貴族と傭兵の仕事だったのが、国民国家の成立と共に、「国民皆兵」と言われるようにもともとはその多くが農民だった一般的の国民が兵役に携わるようになりました。また商工業の場合も、産業化の進展に伴って、生産や販売活動の多くは、前近代の特權的な商人や職人の手を離れて、これまたその多くはもともと農民だった一般市民が、企業の従業員としてそれを担当するようになりました。



ハイパーネットワーク'97別府湾会議風景

その結果、たとえば騎士の華やかな一騎打ちは、野蛮な集団戦に替りました。端正決めた職人の手仕事は、機械が大量生産する俗悪な工業製品に替りました。軍事や経済のシステム自体も、分散的なシステムになりました。戦争は、互いに対等な「主権国家」の間の、分散的・分権的な競争ゲームになりました。商工業も、私有財産の持ち主である互いに対等な「企業家」の間の、分散的・分権的な競争ゲームになりました。

そこにはゲームの全体を律するルールなどは出現しうべくもないと思われていたのが、戦争についてはそれなりに精緻な戦時国際法の体系ができ上がりました。それと共に、戦争の血なまぐささも（二十世紀にいたって戦争 자체の性格が変質するまでは）、大きく減少したのです。

同様に、商工業のルールも新たに整備されていったばかりか、さまざまな格付けや標準化の工夫がなされることによって、消費者は相対的に品質の良い財やサービスを安価かつ大量に購入できるようになっていったのです。今、まさにそれと同じことが、知識や情報の生産と流通の分野で起ころうとしています。その傍証として、今回の会議では話題になりませんでした私が気づいた本での議論を紹介しておきましょう。

それは、英国の科学技術政策の専門家マイケル・ギボンズ（現在、英連邦大学協会事務局長）をリーダーとするチームが執筆した『現代社会と知の創造——モード論とは何か——』（小林信一監訳、丸善ライブラリー、1997年）という本で、最近、知識の生産様式（モード）に大きな変化が起こりつつあると主張しています。とりわけ、著者たちが“知の分散システム”的出現在予想しているのが、興味深いところです。ここでは、日本語版の訳者解説の中から、知識の生産の二つのモードについて述べている部分だけを引用しておきます。

著者たちは、単に科学技術活動にとどまらず、社会的、文化的な局面を含めて、知識生産の方法の根本的な変化にわれわれは直面しているのだと考える。この変化は、知識生産の新しいモードへの移行で、新しいモードは、すでに確立されている組織、ディシプ

リン（個別学問領域）、研究活動、政策に置きかわり、あるいは改革を迫っていると考える。

従来から存在する知識生産の方式をモード1、新しい様式をモード2といふ。．．．モード1では、研究活動は、各ディシプリンの内的論理によって進められる。たとえば、問題解決は、ディシプリンの内部の規約にしたがって進められ、研究成果の価値は、ディシプリンの知識体系の発展にいかに貢献しているかによって決まる。研究成果は、学術雑誌、学会などの制度化されたメディアを通じて普及する。研究活動の実用的な目的は、直接的には存在しない。人材養成は、各ディシプリンの中で、具体的には大学の学科などで行われる。したがって、教育訓練を受けていない外部の人間が入りこむことが困難、あるいは、外部の人間が関与することを正当化することが困難である。一方、モード2では、問題設定がアプリケーション（単に産業的な応用だけでなく、社会的な応用を含む）のコンテクストで決まる。

問題解決には、単一のディシプリンだけでなく、多様なディシプリンからの参加が求められる。そこでは、ディシプリンを超越したトランスディシプリナリな問題解決の枠組が用意され、個別のディシプリンにはない独自の理論構造、研究方法、研究様式を構築する。これらは必ずしも個別のディシプリンの知識体系の発展には寄与しない。研究成果は制度化されたメディアを通じて普及するのではなく、参加者たちのあいだで学習的に知識が普及する。参加者の範囲は広い。大学研究者のみならず、産業界、政府の専門家、さらには市民も、必要に応じて参加するし、参加する必然性がある。その結果、知識生産の拠点は分散する。

いかがでしょうか。

今日のインターネットの第一の社会的役割は、それがこの意味での「知の分散システム」にとってのインフラ、つまり、私のいう「智場」となるところにあると思われます。

さらに言えば、産業社会では市場で購入された商品の「消費」は、市場の外にある消費者の「家計」において行われたのに対し、情報社会では、智場で入手した情報や知識の利用、すなわち協働（コラボレーション）を通じたさまざまな目標の実現活動もまた、その多くが智場で行われるといってよさそうです。（とは

いえ、これまでの産業社会では、市場が本来は非営利活動であった他の多くの社会活動——教育や医療や政治等——のプラットフォームになったように、未来の情報社会では、智場がその他の社会活動、とりわけ企業や政府の活動のプラットフォームとなるに違いありません。つまり、商取引や政治・行政活動が、これまでのように市場を基盤として行われるよりは、新しい智場を基盤として展開されるようになるのです。この点はとくに注意が肝要で、一部の企業が急に期待するように、もともとは市場の外で発展してきたインターネットが、これから有望な巨大市場になるということではないのです。むしろ現実にはその逆のことが起こり、市場のかなりの部分は智場に吸収されていくと思われます。）

そうだとすれば、情報社会への移行を円滑に達成するためには、その大前提として、大都市だけではなく全国のあらゆる地域で、インターネットがいつでも、どこでも、誰にとっても、アクセス可能になることがぜひとも必要になります。そしてそれを基盤とする「知の分散システム」が、広く構築されていくことが必要です。そして、そこでの主役が、これから情報社会の主役になります。

先に述べたように、女性や定年退職した中高年が、あるいは身障者や子供たちが活躍に活躍できると期待されるのは、何よりも、彼らがこの知の分散システムの不可欠な構成メンバーになりうると思われるからなのです。

インターネットの情報のほとんどはごみだとか、レフエリーなしにネット上で勝手に発表される論文など質の保証がないなどといった批判は、現在は妥当でも長期的には的外れなものになると思われるの、産業社会における市場の発達の歴史が示しているとおりです。

市場は、産業化に伴って「経済の分散システム」として再発展しました。そして、企業や企業が提供する商品の、標準を決定したり品質を管理したりするシステムを、その中に次第に組み込んでいったのです。同じことは、知の分散システムについても、いずれはきっと起こると思います。

そのように考えると、これからの大學生は、地域との関係でのサービス提供

を考えたり、マスメディアとの連携をはかるべきだという意見は、どちらかといえば旧い考え方だといわざるをえません。大学は、そもそも情報や知識の主要な提供者ではなくなるのです。

これからの大学は、それが存続するためには、地域との双方向的なコミュニケーションとコラボレーションのネットワークを開拓することによって、知の分散システムの台頭に対応しなければなりません。

情報社会では、大学もまた、知の分散システムのノードの一つにすぎなくなるのです。その意味では会議の中で出た、「フォーラム型ネットワーク」のアイデアは面白いと思いました。つまり、オープンで、複数のコアがあって、プロジェクト・オリエンティッドな知のネットワークを作ろうというのです。あらためて整理すれば、これからの知の分散システムで主役を演ずるのは、大学・研究所の専門家やメディア、あるいは行政官ではなく、

1. 主として在宅でそれに参加し、
2. 自分の表現を発表する場としてそれを利用し、
3. さらに、参加者全員が協働して作り上げる知のシステムへのコンテンツの提供者となり、
4. さらにお互いが協働して共通の目標を実現するためのシステムの基盤としてそれを利用しようとする、人々になると思われます。

各地域のCANには、このような知の分散システムに積極的に参加して、コンテンツを提供したり、利用したりしようとする人々が、あるいはそういう人々のグループが、いたるところに生まれるようになるでしょう。

同時に、コンテンツの提供や利用を支援する強力なアプリケーションも作り出され普及することでしょう。(その一例として、春日部秀和病院とグローコムが協働して開発している「寿命アトラス」のためのアプリケーションをあげておきたいと思います。)

## ●地域には資源、とりわけお金がある

今回の会議を通じて、CANの重要性は分るが、それを構築・運用していくための「ビジネス・モデル」がなかなか見つからない、誰がそれを作ってくれるのか、という悲鳴のような声がしばしば聞

かれました。あるいは、せっかく高度なCANを作っても、誰がそれを利用してくれるのか、きちんと費用を負担してくれるのか、といった疑問も出されました。

それは一面ではもっともですが、他面では、すでに神話化しているといいつたいような誤った思い込みがあるのでないかとも思われました。ここでは、すくなくとも次の二つは、単なる「神話」にすぎないと主張しておきましょう。

その第一は、地域、特に地方の中小都市や農村にはお金がないという思い込みです。お金がないのは、国や地方自治体、つまり行政であっても、地域住民ではありません。日本の各地域の住民は、少なくとも平均的に見て資産や所得の面では世界一豊かですし、その分配も世界一平等だといつていよいです。日本のはほとんどどの地域を訪ねても、まず目につくのは、立派な住宅であり、町中を走っている新しい車の大群です。

その第二は、個人が情報通信サービスに払ってもいいと考えるお金は、たかだか月一万円以内だという「調査結果」です。そのような「調査結果」は、過去三年間の携帯電話の爆発的な伸びすら説明できません。どれだけ自分のポケットから出すかは、どれだけ必要を感じているかによります。車のために月々何万円も支出している人は、必要があれば情報通信の機器やサービスに月々何万円も支出することができる筈です。たとえばパソコンの値段が電気洗濯機並みになり、その使い方も今よりは張るかに容易になれば、多くの女性は、ごく当然のこととしてパソコン(ないしそれがさらに進化した情報機器)を購入し、CANにつなげようと思うようになるのではないかでしょうか。

それに、CANのような情報通信システムとその周辺機器やソフトを構築し利用する費用は、たとえば道路のシステムを構築・運営したり、車を購入・維持したりする費用に比べると、一桁も二桁も少なくてすむ筈です。インターネット型のCANであれば、十分高度なシステムを作つて利用するとしても、それほど大きな負担にはならないと考えてよいのではないでしょうか。また、それほど大きな負担にはしない

ための努力をすべきではないでしょうか。

## ●政治家の役割

今回の会議に参加していてふと気づいたのは、自治体の職員の参加者が非常に多かった割に、政治家の姿がどこにも見当たらないなということでした。また、住民の側も行政の側も共々に、行政は金を出すところだという共通の理解があるなということでした。金は出すが口は出さないという姿勢が、両者の合意した行政の理想像として語られているということでした。意見の違いがあるとすれば、行政が口をだす程度や範囲についてだけだろうなという感じを受けました。

更に言えば、行政と住民は政治家をバイパスして直結するのがいいという漠然たる合意もあるみたいでした。

(やや皮肉に言えば、行政の側は政治家の存在や役割は先刻承知の上だが、あえてそれにはふれようとしません。他方、こういう会議にやっくるタイプの住民ないし国民は、政治家の存在や役割の大きさをもともとあまり意識していないか、あるいは政治家を通じて住民ないし国民が行政からお金を引き出す仕組みからは疎外されている人々ではないかと思われました。これは、サイバースペースの自由を守ろうと熱心に政治的発言をしている米国のネティ즌たちが、自分たちに共感してくれる議員たちへの政治献金を考えたことがなく、そのために議員たちも動くに動けないでいるという話と、似たところがあります)

つまり、行政の支援要求は、直接行政に対して出すもので、政治家あるいは議会を通して出すものだとは考えられないわけです。そう思ってみると、どうも私たちの意識の底には、一方にわがままな子供の意識があるようです。

つまり、自分たちは無力で貧しいのだから、税金は金持ちと企業に払わせればいい。自分たちは、やさしい母親のような行政にどんどん要求してお金をもらったりサービスをしてもらう権利がある。最良の行政は、あれこれと口を出さないで、自分たちの要求は何でも聞き入れてくれる行政だ、これこそ理想的民主主義だ、という意識がそれです。

また他方には、したたかな農協(失礼!)に代表される、圧力団体的な意識があります。つまり、まとまった票を持って特定の政党ないし政治家を支持して、選挙の時には熱心に投票するが、ふだんはそのお返しに、さまざまなサービスを政治家に期待する。とりわけ、議会・行政を通じて各種の補助金を取ったり、税金をまけてもらったりする仕組みを作り、これを何がなんでも維持しつづけるのだという意識がそれです。

しかし、たとえばコアラは最初、二人の政治家(平松大分県知事と、当時県議員だった後藤国利氏)と一人の智民(尾野徹氏)の強力なリーダーシップによって生まれました。コアラのこの伝統は、これからも大切にしていかなければならぬと思います。これからの新しい地域では、とりわけ政治家の役割が重要になると思われるからです。

双方向のコミュニケーションは、各地域住民と行政の間よりも前に、議会・議員と住民の間にこそ、大いに必要となるのではないでしょうか。それとも、日本の新しい地域には、有名無実の議会や議員など、そもそも存在の必要がなくなるというのでしょうか。

### ●日本の地域主義の伝統

さて、今回の会議の冒頭で私は「新地域主義」の理念を強調したのですが、それに対しては、地域の範囲を超えた多様なコミュニティ、あるいは「パブリックの世界」が生まれているという指摘がありました。それは当然そのとおりです。

サイバースペースの中には言うまでもなく、物理的な時空間の領域の中にも、特定の地域の境界にはしばられない各種のグループ、それもコミュニティ的な一体性さえもつグループは、たくさん発生しうるし、現に発生しています。それどころか、日本社会の伝統の中には、公的な縦割りの社会組織やムラ共同体区分の他に、地域コミュニティの内部に、あるいはコミュニティ横断的に、スペシャル・インタレスト・コミュニティが多種多様に存在していたのです。(それはたとえば、バリ島などの社会組織の特徴と同様で

す。)

つまり、日本社会には本来、一種のCANが広く存在していたともいえるでしょう。芭蕉が日本中を旅していくのも、俳諧の道をたしなむ人々の全国的ネットワークが存在していたおかげでした。その他、江戸時代には、さまざまな学者や芸術家が全国を漫遊して、いろんな地域のパトロンを頼って長期滞在することが可能でした。彼らは地元のパトロンの求めに応じて、講義をしたり作品を提供したりしました。そういうわけで、当時の地域には、このような専門家を受け入れるための社会的なネットワークが広汎に形成されていたといえるでしょう。

ことによると似たような交流や交易の社会システムは、すでに縄文時代からこの日本列島にはあったのかもしれません。江戸時代にはそれがきわめて高度に発展したのでしょう。

先に言及した富山県の山田村には、短期間のうちに多様な趣味のネットワークがいっどんに族生してきたそうですが、実はそれも古い伝統に即した日本人の行動様式の再発現かもしれません。

昔のかぎられた情報通信環境のなかでもそれが可能だったとすれば、高度に発達した情報通信環境の中に、サイバースペースの中に、それこそ無数の地域横断的なグループやコミュニティが出現してくるのは、当然至極ともいえるでしょう。

しかしその場合でも、具体的な地域とそこに形作られるコミュニティは、そうした多様なネットワークが生まれて発展するための、最も根元的な物理的・制度的・文化的な基盤となるということができるのではないかでしょう。

### ●終わりに

三日にわたる討論の後で、コアラの尾野さんが吐露したCANの当面の「閉塞状況」についての感慨は、胸をうつものがありました。インターネットの高速化(128キロー-1.5メガ)をぜひとも達成したいのだが、それを実現するうまい手段がどうにもみつからない。技術も組織も資金もないというの

です。だからマスメディアや行政や企業の理解と支援がどうしても欲しいというのが、尾野さんの痛切な叫びでした。

そのとおりかもしれません。

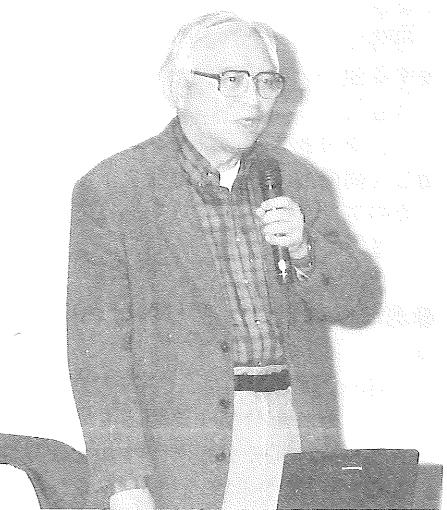
しかし、尾野さんのシンパとして、東京にすむ学者の空論にすぎないと反論されるかもしれないことを承知の上で敢えて言うならば、なぜ地元の政治家と市民の力に、もっと徹底的に頼ろうとしないのでしょうか。内から築いていく本来のCANの理念をそのまま実践してみることは、本当に不可能なのでしょうか。尾野さんは、やはりこれまでの行政や企業やメディアのあり方にとらわれすぎているところはないのでしょうか。

地域でネットワークをやるとすれば、マルチメディア放送番組の制作や、プッシュ型技術を利用した情報の配信や、広告の導入が必要で、それなしには経営的にやっていけなくなると考えるのは、第二次産業革命の成熟期の社会の姿を直線的に未来に延長しているための、思い込みではないのでしょうか。

私としては、それぞれの地域に、外からの助言や示唆は歓迎するにしても、基本的には自力で、CANの構築と運用を試みてもらいたいと思います。

日本の中に、一つでも二つでも、この課題に挑戦する地域が(自治体主導であれ、市民・智民主導であれ)出現してくれるなどを、心から期待しています。

あるいは、どこかの地域、ないしできればいくつかの地域を対象として、私たちのいうCAN作りに本格的に取り組もうとする情報通信企業が出現してくれるこことを、刮目して待ちたいと思います。



著者、「97別府湾会議にて」

# 97年度から98年度に向けて！

尾野 徹 tooru@fat.coara.or.jp

ハイパーネットワーク社会研究所 理事  
ニユーコアラ 事務局長

## 97年度を振り返って

インターネットは間違いなくビックバンになってきた。

昨年末の日本国内インターネット人口が880万人と推定されてかつ、98年末には1470万人程度に膨らむのではないか？、とまで言われている。こうなると10人に1人以上がユーザーであるが、そのような地域情報化はどのような仕組みで成り立ち、どのような応用が広がるのであろうか？

97年度は、なりふりかまわずそれを追い求めた時期といえるようだ。

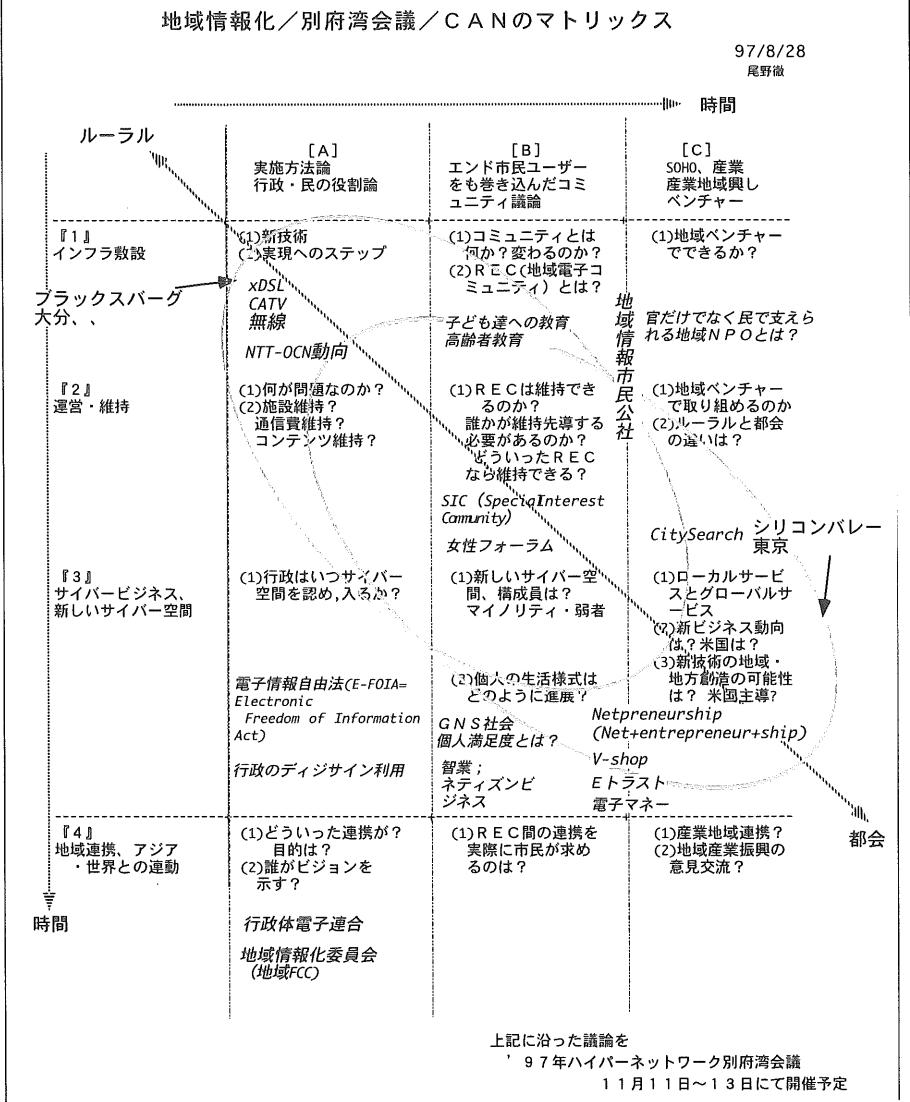
特に、地域モデルを探す私の立場として、USIA（アメリカ文化交流庁）の招きでほぼ1ヶ月間（97年4月～5月）アメリカを縦断視察したが、様々な先進事例（ハード、アプリケーション、制度など多彩）を感じ取りつつ、どのように日本流に地域情報化を考えるか、距離を置いて考えるよいチャンスにもなった。新しい技術、規制緩和で予測される新しい仕組みの取り込み、など、金融ビックバンとまったく同じ様だ。（右図参照）

そしてその新しい地域情報化をCANと呼称し、それぞれの地域にCAN構築を呼びかけた期間でもあった。

以下、97年度の大きなポイントを3つほど時系列で示すならば、

### 1. アメリカ、BEV（ブラックスバーグ・エレクトリック村）の先進事例等を見て（97年4月）

住民3万5千人中65%の2万人がインターネットユーザーである普及先進地域は、CANのモデルそのものであった。



詳細は別報告書によるが、それらを実現させた大学（バージニア州立工科大学）のあり方を見て、大学がその地域に果たす役割の新しいあり方は様々に参考になることであり、大分を事例にするならば、別府に2000年開校のアジア太平洋大学に提案を試みたい。

かつ、ルーラルな地域にハードインフラとして情報コンセントを構築する

モデル例でもあって、xDSL技術取り込み（積極的に新技術を日本国内に取り込むこと）の必要性、さらにはNTT1社だけに頼らないエンドユーザーへの配線組織の必要性を感じ取ることとなった。

また、それらを実現させるアメリカ連邦政府のビジョンのあり方と、それらを個別の地域事情にあわせて個性的に実現していく州政府のあり方は、日本国内で

ジェトロＬＬ事業で計画する、

アジア情報軸の一端へ

## 「マレーシアMSC～大分」交流、と、

九州情報軸の一端へ

Hakata Beppu inter-bay multimedia Habitation Belt - project

## それを支える「博多湾～別府湾マルチメディア居住回廊」構想

- 博多湾と別府湾を結び、内陸部へのマルチメディア産業、マルチメディア居住環境の取り込み。

SOHO産業、マルチメディア兼業農家、生き生きネティ즌、リゾートオフィス、  
～ 高速交通とテレワーキングで森林生活でマルチメディア関連職業従事

- 両端のマルチメディア産業形成域（ソフトパーク）を結ぶベルト地帯

- 福岡の賑わいと湯布院・別府の自然のうるおいの融合



も今後一層進むであろう様々な規制緩和のなかでのCAN構築に参考になることが多いように感じた。

## 2. それらを集大成して考えたハイパー・ネットワーク別府湾会議（97年11月開催）

インターネットが普及し始めたことに喜びを感じつつも、それらに取り組む様々な立場の方々からの欲求不満と言っても過言ではない問題点が噴出した会議であったように思う。

- ・個人でも使えるより安い情報コンセントの実現は？
- ・128kbps～1.5Mbpsの中間域の安い情報コンセントの仕組みはどのように？
- ・地域ISP（プロバイダー）の経済的成り立とCANのあり方、地域活性化のあり方
- ・行政と民間の役割分担、
- ・都会型、あるいは超・大企業ネットとルーラル地域の関係
- ・新しいビジネスと見られたインターネット広告と地域広告への欲求のミスマッチ
- ・アメリカを先進事例として実践するアジアの日本以外の地域と、遅れを感じる日本等と、今後の課題が多く見つかったようだ。

## 3. 「ハイパフォーラム in 日田」はそれでもCANの歓びと必要性を感じさせた（98年2月開催）

大分県と福岡県の県境で、ルーラル地域である日田市で行ったシンポジウムは別府湾会議で浮かび出た様々な克服点を、“度外視してもしたたかにインターネットを求める地域住民”を浮かび上がらせた格好であった。

ユーザーとして70歳を越えた女性の活き活きとした姿、日田でありながら日本中を商売対象にするレコード店の存在、自らがNPO的にISPを立ち上げる私企業、など、たくましさを十分感じるものであった。

いわばインターネットは弱者にもチャンスを与える、という言葉通り、弱小ルーラル地域に力を与えるツールであり、それらはコミュニティを強く意識させ、コミュニティに尽くそうとするNPOや市民起業家を産み育てる重要な場であることを実証させた。

また、であるが故に、ルーラル地域に都会に負けない情報環境を如何に実現させるか、という問題点を痛感させたことである。

### 今後の新しい取り組み

さて、以上のような流れのなかで、今後に向かっていくつかの新しい取り組みを行おうとしている。

以下の今後の取り組みは、特に大分を事例として考えたものであり、まだ正式に事業採択されているものではなく、いわば、いま周囲の同意を得て事業化しようと取り組んでいる事項の中間報告である、と、条件付きで見ていただきたい。

（ほとんどがこの数ヶ月で事業として行うかどうかが検討されるもので場合のよっては形を変えたり無くなったりすることがあるものです。場合によっては尾野個人の私案である、と、捉えていただきたい部分も含まれています）

### 1. 地域連携として、マレーシアMSC地域と大分地域のサイバー交流の実現（ジェトロLTL事業に応募中）

さらにはその通り道である福岡～大分をマルチメディア回廊とするビジョン実現《左頁の図を参照》

アジアの中でもマレーシアとシンガ

ポールは最もサイバー産業に積極的な地域である。特にマレーシアのMSC地域は世界から注目される情報化地域開発計画を推進中であると同時に、様々に大分と交流を行ってきた。

それは、マハティール首相と平松大分県知事の交流、ハイパー・ネットワーク社会研究所公文俊平理事長のMSCのIAP（International Advisory Panel, 国際顧問委員会）委員就任。さらに、97年4月より、同研究所の会津泉研究企画部長がクアランプールにアジアネットワーク研究所（ANR）を設立常駐、などからも推察されるだろう。

一方、大分は九州や国内で積極的にサイバー文化をユーザー側から育ててきた地域であって、国内唯一の地域社会参加型・NTT共同マルチメディア実験の実施（95～96年）、かつ通産省の先進的アプリケーション整備事業の実施（95年）等を通じ地元企業や市民ユーザーが多く育ってきた。

今後は、それらのユーザーが互いの地域特性を生かしつつ交流実現を図り、ビジネス指向を強め、留学生を主体とした立命館アジア太平洋大学開校（2000年）、ワールドカップサッカー開催（2002年）とあいまって、アジア地域との交流を基礎においたベンチャー気運の高揚、サイバー産業振興へと発展するよう期している。

さらに大分は、九州のアジアへの出入口とされる福岡も含んだ広域圏（「博多湾～別府湾マルチメディア居住回廊（H-B-マルチメディアbelt）」とも呼ぶべき広域連携地域）を九州情報軸の一部として捉えることを模索し、

#### （大分）

ハイパー・ネットワーク社会研究所  
立命館アジア太平洋大学  
B I S S (\*2) 大分の設立  
ニューコアラ他のISP  
大分県

#### （マレーシア）

--- アジアネットワーク研究所  
--- マルチメディア大学(\*1)  
--- B I S S マレーシア  
--- M I M O S 他  
--- M D C (マルチメディア開発公社)

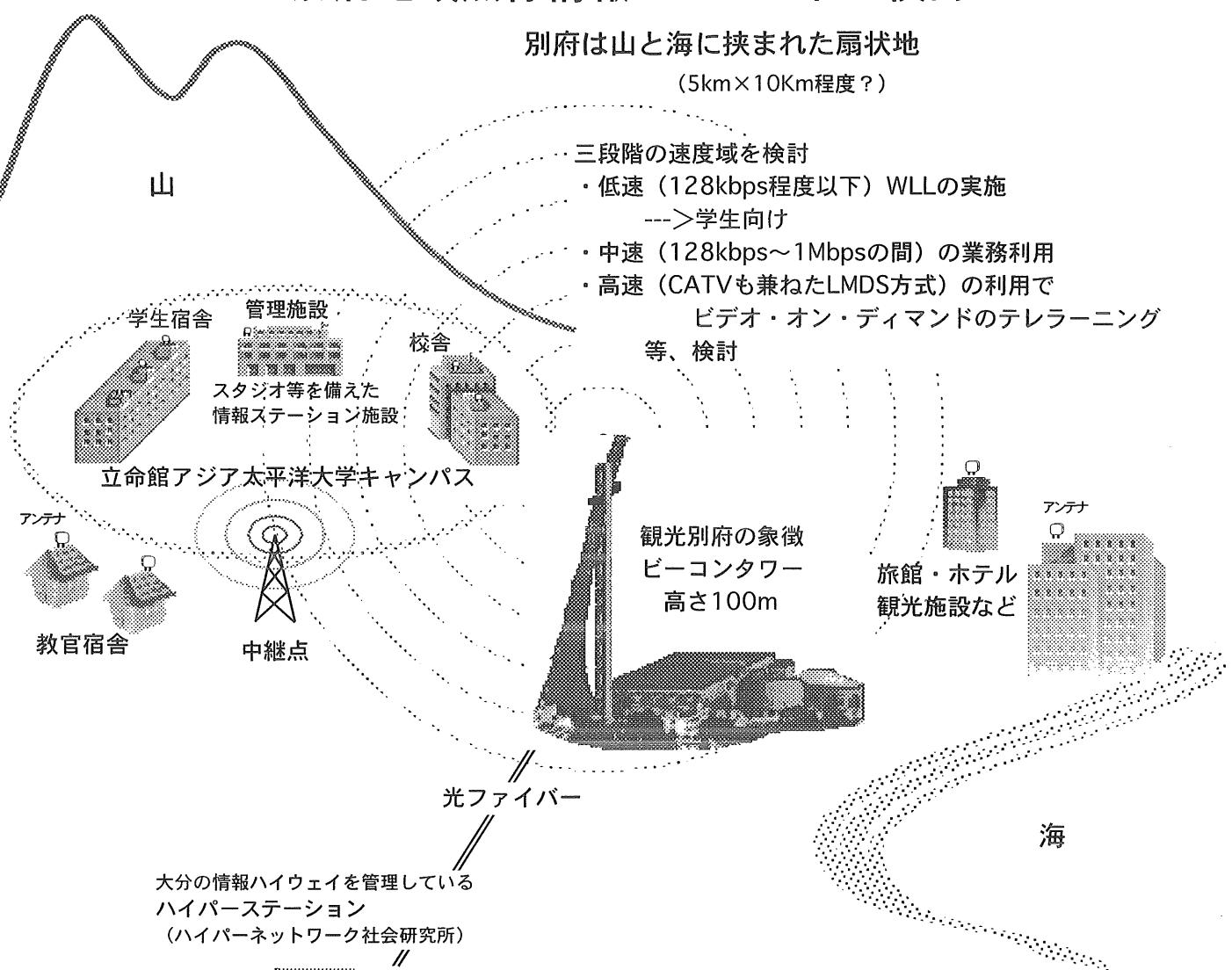
(\*1) マレーシア初の私立大学、MSCに立地

(\*2) 「BISS：産業情報支援システム」は、中小企業の産業化支援組織で、特に今回は学生のサイバービジネス支援、起業化等を支援することが予想される

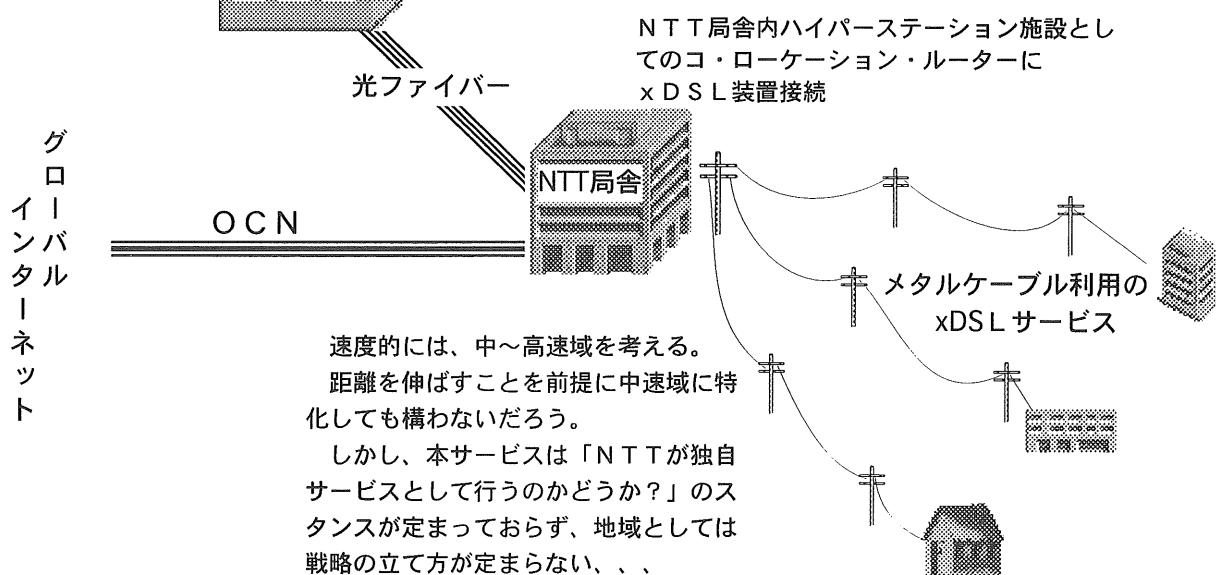
## 別府地域無線情報コンセントの検討

別府は山と海に挟まれた扇状地

(5km×10Km程度?)



## 大分地域 x DSL型情報コンセントの検討



さらにその先のアジア情報軸への発展とその上にのっかる産業交流、市民交流を長期視野の中に期待する。

H B - マルチメディア b e l t をビジョンとして描くならば、M S C 地域は、「世界的にエスタブリッシュされた企業が集まる 5 0 K m のエリア」であるが、本地域は「マレーシアをはじめとするアジアに向けてマルチメディアで活発に交流している地域であって、ベンチャー気運を持つ個人や S O H O 事業者が集まることが歓迎される 1 5 0 K m のエリア」を目指すものである。大分は、域外から“何かを目指す”人々が集まりやすい地域となり、投資や交流が促進されることを期待する。

手始めに、9 頁下表のような交流先を想定しつつ呼びかけを行い、広がりを計画したい。

## 2. W L L 事業、あるいはxDSL事業による新しい情報コンセントの実現

平成 1 1 年度に郵政省のマルチメディア・パイロットタウン構想や、先進的情報通信システムモデル都市構築事業等に応募しつつ実現できないか、検討を開始したい事業である。

### (1) 立命館アジア太平洋大学キャンパスとその周辺部にW L L 実施

別府地区は比較的早く 9 4 年末からインターネットを観光に取り込んできた地域であり、旅館・ホテル、料飲店協同組合、など、地域が一体となって取り組みを強めている。

そこに 2 0 0 0 年に開校するアジア太平洋大学が、アジア留学生にマルチメディアやインターネット等の情報化をベースにした教育を主体にしていくとの状況もあって、学生と大学関係者、それを支える地域が一体となつた、無線情報コンセントに満ちたインターネット・キャンパスを構築することを目指す。

それらは授業での利用にとどまらず、留学生が日本（別府）で生活する知恵・情報を共有する仕組みであった

り、地域からの学生支援の情報データベース作成、等といったソフトウェアの仕組みづくりの開発も含まれるだろう。

ハード的には今後検討を要するが、高速と低速の無線通信インフラとそれらを動かすセンター設備によって構成されるだろう。

また、別途関係機関にご許可、参加呼びかけなどが必要であるが、別府のシンボルタワーである高さ 1 0 0 メートルのビーコンタワーからの発信を計画したい。

### (2) 大分市内 N T T 局内コ・ルーター設備による x D S L 実験実施

かねてより N T T 殿にお願いしているが、未だ大分地域では N T T として取り組みがなされていない x D S L サービスを実現したい。

大分は、ハイパーステーションから N T T 局舎へ光ファイバー（O C N ）が引かれており、その局舎内には大分側準備のルーターがコ・ロケーション設置されている。従って、このコ・ロケーション・ルーターから x D S L 装置へ（場合によっては音声電話機能を省いて）接続し、中～高速域のインターネットサービスの安価な提供を実験として試みたい。

ただし、x D S L に関しては、その実行の鍵を握る N T T の（技術的、あるいは政策的）スタンスがなかなかはつきりしていない。既にアメリカやシンガポールに 1 年以上のアドバンテージをあけられつつある中で、日本はどのように対応するのか？

ハイパネットワーク社会研究所の大

分としてはその点にも注視しつつ実験構築を試みたい。《左頁の図を参照》

## 3. 電子マネーの地域導入

E C という言葉は企業にとって注視しなければならないことであり、インターネットの普及拡大に伴って地域中小企業の関心が否が応でも高まってきている。

9 7 年 8 月、当研究所が裏方となつて大分商工会議所の安藤会頭をリーダーにシンポジウムを行ったところ、2 5 0 人以上の方々が県内外から集まって大盛況であった。

要は、

- ・インターネットを使ってない企業であっても E C に大注視している。
- ・中規模都市での電子マネーの導入方法を国内各地が模索している。
- ・V I S A 、 J C B 、 N T T の比較的身近な電子マネー実践導入議論に期待。

ということであつただろう。

そこで、それ以降 9 8 年 3 月中旬時点まで、大分での導入方法を以下のように模索してきた。これらは、9 8 年 3 月末時点で、4 月以降も継続して続けられることとなるのかどうか、関係者が多く不確定要素がいろいろとあつて予断を許さない。

しかし、電子マネー実現を目指す 1 つの地域行動例として参考になることと思い、以下に紹介する。

### (1) 電子マネー導入の目的として以下を考えた。

- ・ワールドカップを目指して大分に電

#### ●神戸での電子マネー実験

カード発行数は 20,990 枚。加盟店端末数 650 台。リロード端末 25 台

10~11 月の 2 ヶ月間の結果

リロードの回数は、3,641 件 - 42,034,416 円（平均 11,544 円/回の充填）

実際の買物金額、10,162 件 - 18,071,958 円（平均 1,778 円/回の買い物）

クレジット利用は、2,185 件の 16,746,482 円（平均 7,664 円/回の買い物）

#### ●渋谷スマートカードソサエティ

開始時期：1998 年 6 月

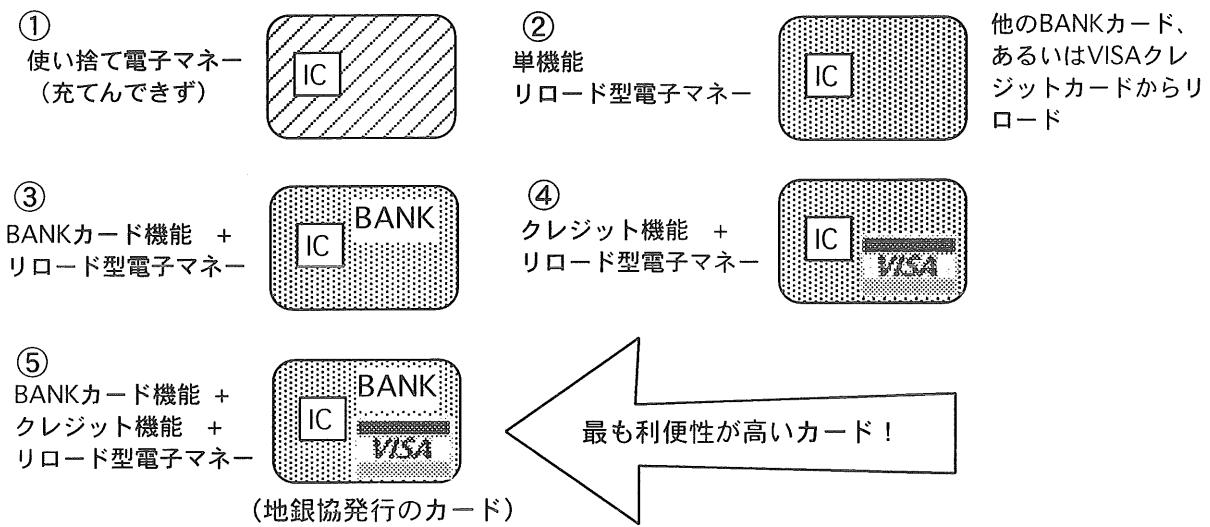
場所：東京都渋谷

運営主体：都市銀行 8 行、横浜銀行、平成信金、銀行系クレジットカード各社、

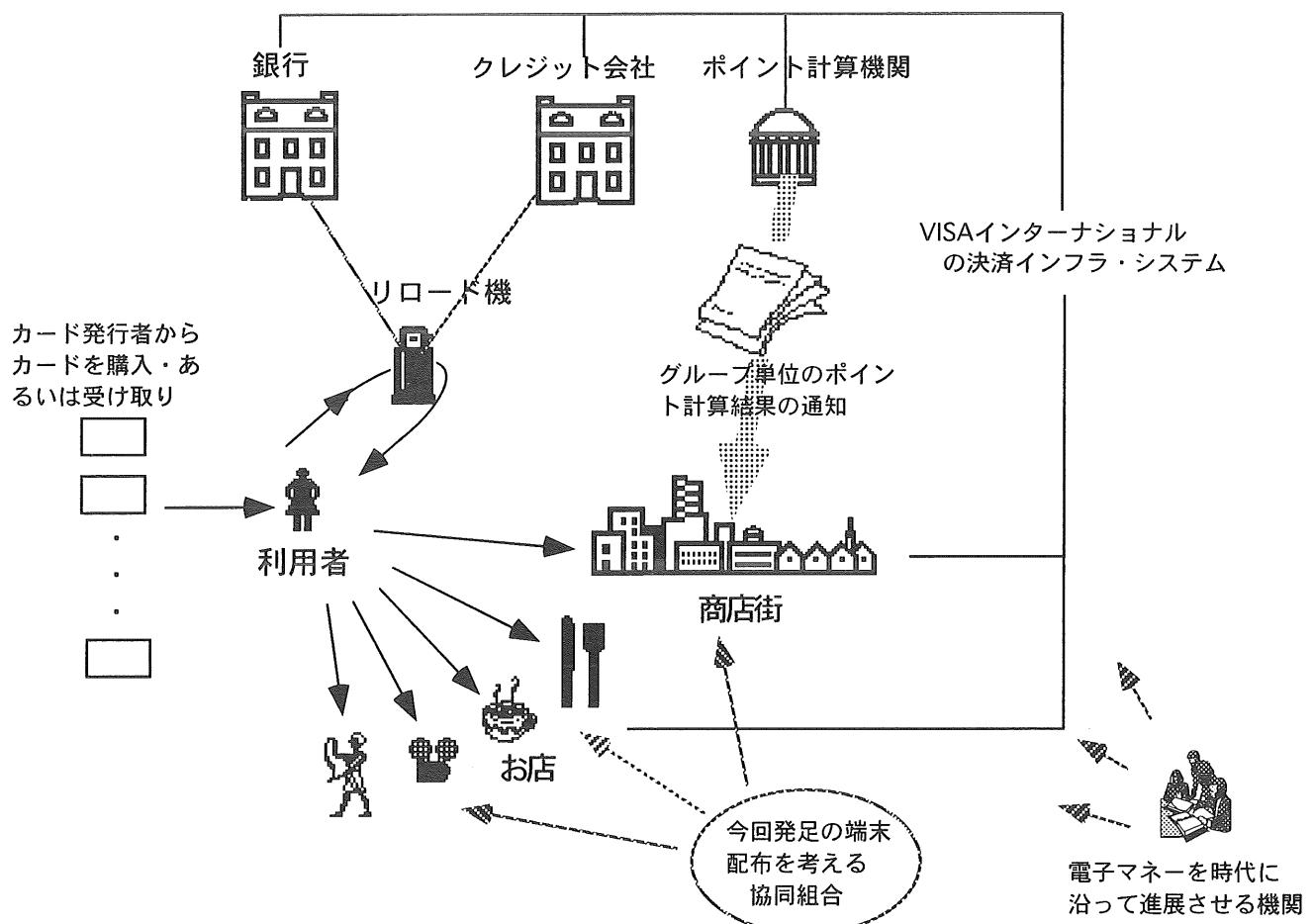
日本信販、クレディセゾン、ビザインタークレジット

利用技術：VisaCash、SET、EMV（店舗数 2000 店、カード数 10 万枚）

## ■ VISAキャッシュの考え方られるカード種類



## ■ VISAキャッシュを大分で行うならば – 仕組み（案）



- 子取引を導入  
→E Cの普及で地域の活性化へ  
・魅力ある地域イメージづくり  
→いち早い取り組みが先駆けメリッ  
トを産む。  
・大分中心街の魅力づくり、商店街の活  
性化へ  
→O A S I S ひろば2 1 完成、若竹公  
園整備完成、中央町リニューアル第  
二弾完成は一つのチャンス
- (2) 結果的にV I S A キャッシュでの  
ステップアップ方式を提案した  
その理由は、  
・神戸、渋谷の先例を見習えること、か  
つ、彼らを大分の顧客とできること。  
→大分はポイント制を新規に加えて  
より魅力的・実践的に！  
・東芝大分工場がつくるI Cであること  
→ハイテクの一村一品である。  
→社員、関連企業で5千～6千人の  
利用者の塊が初めから見込める。  
→商店の方々にも訴え易いことにな  
るのではないか。  
・ステップアップの時期を読みやすい  
～今が一番のチャンス  
→数少ないチャンス。  
→V I S A グループは数限りなく全国  
から求愛があつてゐる。そのなかで  
特に大分に目を向けてくれている  
→第一段階 国民文化祭  
第二段階 立命館アジア太平洋  
大学の開学  
第三段階 ワールドカップ  
・未来の大分には複数種の電子マネーが  
存在するだろう、、、  
V I S A キャッシュもその一つであつ  
てもおかしくない、、、  
・世界的決済ネットワーク・インフラが  
そのまま使える。  
→投資が少なくて済む。  
・商店は既存のC A T端末をV I S A  
キャッシュも読み取れる新式のものに  
リプレースする方式。

- 他のクレジットカードが今まで通り  
使えるのでリプレースしやすい。  
→賛同する商店が個々に参加可能
- (3) V I S A キャッシュを大分で行う  
ならば  
[1]特色として、ポイント制を新規開発し  
導入を目指す。  
○神戸は、「クレジット機能+電子マ  
ネー」合体型の最初のもの(97年10  
月～)  
○渋谷は、「クレジット機能」+「バン  
クカード」+「電子マネー」の組み合わ  
せ(98年6月～)  
○大分は、「クレジット機能」+「バン  
クカード」+「電子マネー」+  
「ポイント機能」を！  
[2]ビザ・キャッシュの考えられるカード  
種類は5つである。  
《左頁の上図を参照》  
[3]電子マネーの発行は、各々の機関が独  
自発行する。  
ただし、金融機関以外は、金融機関と  
提携カードを発行する（ポイント機能が  
動くまではこの提携カードのバックマー  
ジンが各組織の振興資金となるだろう）  
[4]仕組み（案）《左頁の下図を参照》
- (4) スケジュールを考えるならば  
1998年（平成10年）4月早々に  
協議会設置が望ましい。10月18日国  
民文化祭開催であり、国民文化祭カード  
発行がこの時点で行えるかが鍵。時間と  
の競争で多少の無理が感じられるがとに  
かく各機関ごとに検討をお願い中（98  
年3月17日時点）  
従って、第一次は国民文化祭カード發  
行まで行い、1999年度に第二期とし  
てポイント制をスタートさせるように段  
階を追いたい。  
その後、2000年のアジア太平洋大

学開校、2002年ワールドカップ開  
催等を通して、非接触型カードへの対  
応、E M V規格などの検討でネット  
ワーク対応マネーの検討、その他のク  
レジット系電子マネーや他組織の電子  
マネーとの整合性の検討を行っていく  
こととなる。

(5) 検討を要す事項、問題点は、  
ポイント制を導入するとしても商店  
等での購入時点のポイント制のみなら  
ず、“リロード”自体にポイントを与  
えられないか？（VISAインターナショ  
ナルに考察をお願いしたい）

そして、一番の主役である利用者と  
商店街の方々の意向調査、さらに過去  
のノウハウに沿った仕組みづくりへと  
協議発展させることが重要であり、マ  
ンパワーの要する作業が必要となるだ  
ろう。

以上を踏まえて2002年までの忍  
耐強い検討を続けたい。

#### 4. その他

(1) インターネットの普及に伴い、  
かつ、新技術の登場を念頭に「地域で  
活用されるコンテンツとは何か？」を  
強く追い求めることとなるだろう。

(2) また、N P O 法案の成立を待つ  
て、大分の任意団体としての地域ネッ  
トワークであるニューコアラをどのよ  
うに発展的に地域に落とし込むか？、  
じっくりと議論を重ねたい。

(3) そして、もう一つ、2002年  
に向けてインターネット上のバーチャ  
ルリアリティ応用の新しい立体映像即  
時再生技術の商用化に向けた日米共同  
研究を行いたい。具体的には、アメリ  
カのピツバーグ・カーネギーメロン  
大学のロボティクス研究所と共に、  
通信放送機構の「国際共同研究助成  
(先進技術型研究開発助成金)」に平  
成10年度事業として応募を考えた  
い。

# アジア・レポート マレーシアMSCを中心に

会津 泉 izumi@anr.org

ハイパーネットワーク社会研究所 研究企画部長  
アジアネットワーク研究所 代表

## マレーシアの挑戦

昨年4月、ここマレーシアのクアラルンプールに拠点をつくり、アジアのネットワークの発展に貢献するための研究実践を始めてから、はや一年が過ぎた。この間、東南アジア全域で通貨・経済危機に見舞われ、「奇跡の急成長」は一気に減速した。マハティール首相は国際通貨取引で有名なジョージ・ソロス氏を非難して世界の注目を集めましたが、残念ながら景気の後退は否定できない。有力銀行の経営不安が表面化し、政府系企業の業績悪化が報道されるなど、10年間続いた高度成長のひずみは、日本のバブル崩壊ほどひどくはないが、大きな打撃となっている。

マレーシアは、2020年に先進国の仲間入りを実現することを国家目標に掲げ、その実現手段として21世紀型情報社会の先導実験であるMSC（マルチメディア・スーパー・コリドール）計画を推進している。首都の南に広がる油ヤシのプランテーション中心の、東西15km、南北50kmという広大な土地に、首相官邸を先頭に政府省庁を移転する行政都市（プラトジャヤ）と先端産業を集積する情報化モデル都市（サイバージャヤ）のツインシティを構築し、マルチメディアを応用する大規模社会実験を展開しようという思い切った構想だ。

## 不況にもめげず

政府は経済不況の逆風にもめげず、MSCプロジェクトの推進にはあくまで強気の姿勢を崩していない。いや、むしろ、不況打開の中心施策として、情報化に賭ける期待はきわめて高い。

2月中旬、MSCを支持する各国のハイテク企業のトップ経営者や学者などが招かれ、国際顧問委員会が開かれた。ハイパー研の公文所長もそのメンバーの一人として招待されたが、あいにく邪魔をひいてせっかくの機会に欠席を

余儀なくされたのは残念だった。この委員会では、マハティール首相自ら終日積極的に議論に加わり、インターネットの規制には慎重な姿勢を見せつつ、文化的多様性の維持や、教育にネット利用を導入することの重要性などが論じられた。

これと前後して、インテル、アルカテル、エイサーなど、欧米、アジアのハイテク企業が積極的な投資計画を発表し、国内の不況の影響を受けて慎重な姿勢を保っている多くの日本の企業とは対照的な状況が描かれた。通貨価値の下落により、欧米企業から見れば土地も人件費も大きく値下がりし、むしろ投資のチャンスと捉えられるのだろう。

## 問題点も少なくない

しかし、率直に言って、マレーシア側の企業誘致の体制にいくつか問題があることは否定できない。とくに、根回し・コンセンサスに基づいた経営判断、意思決定を行なう日本企業の体制と、トップダウン型の意思決定で迅速な決定（とその変更）を特徴とする欧米企業との違いが、マレーシア側はよく理解できていない。それが日本側の消極姿勢を引き出している。

売り物である通信インフラも、全体の成否の鍵を握る人材育成計画も、大きなビジョンは描かれているが、具体的な実施計画がなかなか明示されないため、日本企業側の不安はなかなか晴らされない。日本企業も、「文化」の違いをよく咀嚼した上で進出計画の判断・推進をする必要があるだろう。

同時に、マレーシア側にはまだまことに「トップダウン」の要素が強く、コア



筆者、サイバージャヤ建設予定地にて (© 内村竹志 97/11撮影)

ラなど、日本の地域ネットワークづくりに見られる、市民主導型の取組みは残念ながら影が薄い。独自の技術力で新製品・新規市場を開拓する中小ベンチャー企業も少ない。インターネットの分野でも、技術者の育成は十分ではなく、いわゆるインターネット・コミュニティの形成が、シンガポールはもちろん、タイやインドネシアなどの隣国と比べても弱いのは事実である。誤解をおそれず言えば、日本の多くの地方都市と似たような状況があるといえるだろう。

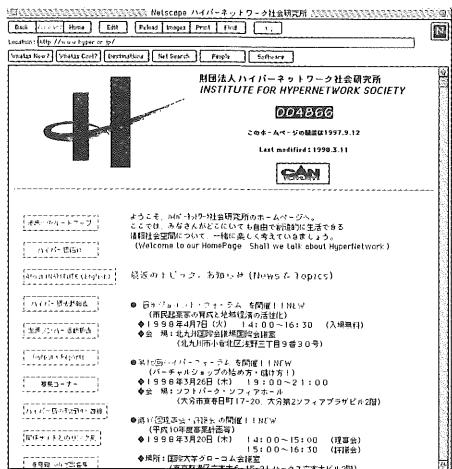
## 夢を現実に

とはいえ、つい20年ほど前までは、完全な農業国であったマレーシアは、工業化を積極的に進めることで所得水準も大幅に押し上げた実績がある。だれもが「不可能だ」と言った夢を実現した自信は、情報化の推進にあたっても大きな支えとなっている。

わが大分には、2000年に立命館アジア太平洋大学が開校する。ここMSCには、今秋にマルチメディア大学が新設される。インターネットを活用して、研究・教育分野の交流、市民同士の対話、そして地域に根づいた産業同士の交流を推進する可能性は十分ある。夢を現実のものにするうえではマレーシアも日本もなく、結局は未来に賭ける情熱の深さがものを言うのだろう。

# 平成9年度活動（当所主催のイベント）

|          |  |
|----------|--|
| 97.4.7   | 第12回ハイパーフォーラム<br>「米国の最新情報通信の現状について」<br>マイケル・J・マーカス FCC技術工学局次長  |
| 6.4      | 第13回ハイパーフォーラム<br>「ハイパーステーションの活動報告」<br>ニューコアラ尾野事務局長 アメリカ視察レポート  |
| 8.4      | 電子マネーを考えるシンポジウム（第14回ハイパーフォーラム）<br>近藤均(ビザインター・ナショナル)、富岡政弘(ジェーシービー)<br>佐藤哲司(日本電信電話)<br>コーディネーター：尾野徹、桑野和泉(由布院「玉の湯」)   |
| 11.11-13 | ハイパーネットワーク97別府湾会議<br>「コミュニティ・エリア・ネットワークの構築へ向けて」<br>§1 CAN構築に向けて<br>「CAN構築に向けて」 公文俊平<br>「ブラックスバーグに見るCAN」 Dr. Andrew Michael Cohill<br>「ルーラル・テレコン97でのCAN」 Madeline Gonzalez<br>「ハイパーステーションの現状」 尾野徹・ニューコアラ<br>§2 CANをとりまく技術<br>「NTTが示す未来」 坂本昌往(日本電信電話)<br>「WLL無線アクセス通信への期待」 日本テレコム<br>「伊那xDSL実験の報告」 平宮康広(伊那xDSL利用実験連絡会)<br>「サイバーコミュニティーサポートシステム」 日本電気<br>§3 CANの運営を考える<br>橋本敏(総務庁)、木村義秀(神戸市)、谷本善睦(香川県)<br>倉田勇雄(山田村)、半田賢治(茨城県)<br>各南治之(岡山県)、菊地春海(高知県)、<br>慈道裕治(立命館大学)、宮尾尊弘(CANフォーラム)<br>§4 新しい電子コミュニティSICの動き<br>田澤由利(フリーライター) CatWalk(コアラ女性MLグループ)<br>杉井鏡生 インフォメーション・コーディネータ<br>§5 地域ネットは収益をあげられるか?<br>大森研司(インターネットアドバタイジングネットワーク)<br>加藤市郎(エイム)、田中慎二(日本電信電話)<br>Pindar Wong(SUPER.NET)<br>§6 各地の報告討議：今までの討議を踏まえて<br>§7 デジタル・アニメーション<br>コーディネーター：浜野保樹(メディア教育開発センター)<br>栗田政憲(シナジー幾何学)、石川光久(株)イング<br>徳永元嘉(ウォルト・ディズニー・アニメーション・ジャパン)<br>掛須秀一(有)ジェイ・フィルム<br>§8まとめ：我々は何をすべきか、地域情報化の推進体とは? |
| 98.2.25  | 第15回ハイパーフォーラム<br>「インターネットは日田を活性化させるか?」<br>「日田インターネットの会」「日田林工高校」「アサヒレコード」「赤司羊羹店」浦塚政子(ニューコアラ)<br>「中野モーター」「上津江村、山暮らし」「三隈川のつり」「大山町役場」「日田市役所」「西日本新聞メディア部」「別府・ホテルニューツルタ」「湯布院・玉の湯」「延岡市役所」「中津インターネット研究会」ほか   |
| 3.26     | 第16回ハイパーフォーラム<br>「ネット・ビジネスの始め方」 蒲池 紀之 アサヒレコード<br>「インターネット通販でもっと売るために」岸本栄司(有)イージー   |



## ◎ホームページ開設

<http://www.hyper.or.jp/>

「ハイパー研ってどうしてできたの?」「誰がいてどんな活動をしているの?」「別府湾会議って何?」等のご質問に対し、当研究所をもっと広く多くの方に知っていただくため、ホームページを開設しています。

市民主導型のネットワーク社会をめざして地域実験に参加したり、高度情報化時代の地域像等を探るために、別府湾会議などさまざまな取り組みを行っています。

今後の活動予定(イベント等)もタイムリーに掲載しております。また、所長はじめ所員の活動報告等も充実させてゆく予定です。是非、ご覧いただき、BookmarksのURLに加えていただければ幸いです。

## ◎今年度のハイパーフォーラム

今年度も引き続き2ヶ月に1回のペースで、利用者のための懇談会「ハイパーフォーラム」を開催する予定です。

## ◎CANフォーラム

- 4/14 CANコロキウム Vol.4/  
CANビジネスセミナー Vol.1
  - CANコロキウム Vol.4  
「地域おこしとビジネス創出」
  - CANビジネスセミナー Vol.1  
「電子出版とCAN」
- 5/7 CANコロキウム Vol.5/  
CANビジネスセミナー Vol.2
  - CANコロキウム Vol.5  
「CANとプロバイダーの役割」
  - CANビジネスセミナー Vol.2  
「教育ソフトウェアとCAN」
- 6月に総会開催予定  
詳しくは、<http://www.can.or.jp/>

## 原稿募集

(財)ハイパーネットワーク社会研究所

### ●大分本部

〒870-0037 大分県大分市東春日町51番6  
大分第2ソフィアプラザビル1階  
TEL:0975-37-8180 FAX:0975-37-8820

### ●東京事務所

〒106-0032 東京都港区六本木6-15-21  
ハーカス六本木ビル2階  
TEL:03-3402-8180 FAX:03-3402-8183  
e-mail:hyper@fat.coara.or.jp  
<http://www.hyper.or.jp/>

## ◆財団法人ハイパーネットワーク社会研究所

### ■役員

顧問 渡辺文夫(東京海上火災保険(株)相談役)  
理事長 公文俊平(国際大学教授、ハイパーネットワーク社会研究所所長)  
専務理事 帯刀将人(大分県副知事)  
理事 鈴木祥弘(日本電気(株)副社長)  
持田信宏((株)富士通研究所取締役  
ネットワークシステム研究所長)  
武内道雄(日本電信電話(株)取締役  
O C N事業部長)  
中村直司(NTTデータ通信(株)取締役  
経営企画部長)  
鈴木 健((財)ニューメディア開発協会理事長)  
月尾嘉男(東京大学教授、ハイパーネットワーク社会研究所副所長)  
浜野保樹(メディア教育開発センター助教授)  
尾野 徹(鬼塚電気工事(株)代表取締役社長)  
監事 遠藤洋太郎((株)大分銀行取締役)  
植木哲哉((株)豊和銀行専務取締役)

### ■賛助会員

(株)アスキー  
アップルコンピュータ(株)  
梅林建設(株)  
(株)エスシーシー  
(株)N H K エンターフライズ'21  
(株)大分銀行  
大分ケーブルテレビ放送(株)  
(株)大林組  
鬼塚電気工事(株)

鹿島建設(株)  
キヤノン(株)  
九州電力(株)  
コクヨ(株)  
(株)さとうベネック  
(株)CRC総合研究所  
清水建設(株)  
住友電気工業(株)  
(株)ダイコー・グループ本部

東京海上火災保険(株)  
(株)東芝  
(株)トキハ  
日本アイ・ビー・エム(株)  
日本放送協会  
富士ゼロックス(株)  
別府市役所  
(株)豊和銀行  
(株)三菱総合研究所

(株)安川電機  
(株)リコー  
(五十音順)

## お問い合わせは

「HyperFlash」では、皆さんの原稿を募集しています。皆さんの身近なネットワークや地域コミュニティに関する話題、大分の地域実験についての期待やご意見、日ごろハイパーネットワークについて考えていること、ハイパー研について言いたいことなど、どしどしハイパー研宛てにお寄せください。

電子メールでお願いできれば幸いです。

e-mail:hyper@fat.coara.or.jp

### ■評議員

青柳武彦(国際大学GLOCOM副所長)  
今井賢一(スタンフォード日本センター理事長)  
宇津宮孝一(大分大学工学部教授)  
釜江尚彦(ヒューレット・パッカード日本研究所取締役所長)  
北矢行男(多摩大学経営情報学部教授)  
櫻井 隆(九州電力(株)情報システム部長)  
園田善一(日本アイ・ビー・エム(株)取締役)  
園村卓弥(日本放送協会総合企画室[関連事業]専任部長)  
高原友生((株)シー・アール・シー総合研究所相談役)  
田中 譲(北海道大学工学部教授)  
永次 廣((株)安川電機取締役副社長)  
牧野和夫(アップルコンピュータ(株)法務部長)  
松尾三郎((株)エスシーシー代表取締役会長)  
町井徹郎((株)東芝専務取締役)  
村井 純(慶應義塾大学環境情報学部教授)  
渡部国男(キヤノン(株)企画本部長)

HYPERRFLASH 第11号 1998年3月26日発行

発行人:財団法人ハイパーネットワーク社会研究所

大分本部 〒870-0037 大分市東春日町51-6 大分第2ソフィアプラザビル1階 TEL:0975-37-8180 FAX:0975-37-8820  
東京事務所 〒106-0032 東京都港区六本木6-15-21ハーカス六本木ビル2F TEL:03-3402-8180 FAX:03-3402-8183  
e-mail:hyper@fat.coara.or.jp