

慶應義塾大学 21COE-CCC・メディアコミュニケーション研究所
総務省情報通信政策研究所共催シンポジウム

「現実社会とネットワークの融合空間：デジタル・
コンテンツ時代の市民組織・市民意識」

《報告書》

2006年3月

慶應義塾大学 21COE-CCC・メディアコミュニケーション研究所
総務省情報通信政策研究所

◇◇ 目次 ◇◇

I	開催概要	1
II	開会挨拶	2
III	基調講演「ユビキタスネット社会の実現に向けた地域情報化戦略」	3
	□報告1「メディア・ソフト流通の新たな展開」	27
	□報告2「NTTドコモの取り組み」	44
	□報告3「インターネットを通じた社会関係資本の形成とその帰結」	51
	□報告4「子育て情報サイトづくりー自分情報、みんな情報、そして地域情報へー」	73
V	閉会挨拶	86

I 開催概要

1. 開催趣旨

ネットワーク空間によるコミュニケーションが日常化し、現実社会とネットワーク社会の融合空間は、拡大の一途にあります。融合空間は、公共空間でもあり、同時に私的空間的側面ももっています。

本シンポジウムでは、現実社会における市民活動がネット空間による情報伝達を媒介にどのように広がり、さらに市民意識のどのような変化をもたらしてきたか、逆に、ネットワーク上の情報活動が現実社会の市民組織にどのような影響をもたらしてきたかという現実社会とネットの融合空間をテーマとした諸課題について議論をおこないました。

2. プログラム

日時・場所

2月24日（金） 14:00-17:00 慶應義塾大学 三田キャンパス 東館 6F

プログラム

1. 開会挨拶

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所所長 関根政美

2. 基調講演

「ユビキタスネット社会の実現に向けた地域情報化戦略」

総務省大臣官房審議官 松井英生

3. パネル・ディスカッション

（司会）土屋大洋（慶應義塾大学助教授、大学院政策・メディア研究科）

（報告）南圭次（総務省情報通信政策研究所調査研究部主任研究官）

辻村清行（NTTドコモ常務取締役）

宮田加久子（明治学院大学教授、社会学部）

金山智子（慶應義塾大学助教授、メディア・コミュニケーション研究所）

（討論）坪田知己（日経メディアラボ 所長）

菅谷実（慶應義塾大学教授、メディア・コミュニケーション研究所）

4. 閉会挨拶

総務省情報通信政策研究所所長 新堀修己

Ⅱ 開会挨拶

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所所長 関根政美

今日の現代社会とネットワークの融合空間、デジタル・コンテンツ時代の市民組織と市民意識というシンポジウムに、総務省大臣官房審議官の松井様以下、パネルディスカッサントとしてそうそうたるメンバーがご参加いただいた上に、たくさんの方にご参加いただきましてまことにありがとうございます。

私自身研究所の所長として電子ネットワーク社会の展開と市民文化の形成に関する実証的研究を 99 年ころから始めております。NGO のインターネット利用調査と地方自治体の電子政府とその市民社会、市民文化といったものをやっていますので、今日のシンポジウムの中身は非常に興味深いし、またその意義の大きさも十分理解していると思います。そういう意味でこういうシンポジウムが私どもの研究所の、あるいは 21 世紀 COE プロジェクトの一つとして行われることは、私にとっては大変うれしいことです。ぜひ今日は有意義なシンポジウムができることをお祈りしてご挨拶に代えさせていただきたいと思います。



Ⅲ 基調講演「ユビキタスネット社会の実現に向けた地域情報化戦略」

総務省大臣官房審議官 松井英生

前半部分は総務省としての地域情報化戦略の位置づけを、後半、最後のほうは少し大胆に、今後の方向性についてまったく私的な見方を説明させていただきたいと思います。基調講演で、あまり貴重な話はできないかもしれませんが、よろしくお願いいたします。

まず地方情報化というものを考えるときに、u-Japan 政策、IT 新改革戦略という大きな枠組みの中で位置づけています。スライドの真ん中にあります「条件不利地域の動向」は、インターネットが使えないような離島とか山間僻地の状況とか、それからご案内のとおりいま政府が進めております三位一体の改革、中央から地方へというキャッチフレーズの下に補助金を削減したり、交付税を増やしたり、税源委譲をしています。こういう改革の動き、それから地域再生、中心市街地は最近まちづくり 3 法を改正する方向になっていますが、シャッター通りがさまざまな商店街に起きているわけです。それへの対策です。それから市町村合併、こういう動きを踏まえて地方情報化は考えていく必要があると思います。

まず u-Japan 政策ですが、これは e-Japan が 2000 年から 2005 年までの政府全体の戦略で、これはご案内のとおり世界最先端の ICT 国家になろうと国を挙げてやってきたわけですが、2005 年以降をどうするかということで、総務省内部において u-Japan 政策をつくりました。これはいままでの e-Japan によりましてブロードバンド関係のインフラはだいたい整った。もちろんまだ不十分なところがありますが、携帯電話がどうだとか、インターネットがどうだとか、インフラはずいぶん整ったので、その利活用で、特に意味ある利活用を広げていく必要があるのではないか。こういうことでつくりました。

右のほうにありますように、u-Japan とは新しい価値をつくっていくのだ。われわれがいま直面している少子高齢化の問題、環境問題、エネルギー問題、さまざまな課題について ICT を活用して解決をしていきたい。この全体像のところにありますように、課題は上に挙げられているようなものが課題です。それに対して下の、ユビキタスネットワークをまず整備しよう。これは技術的に IC タグ、カード、有線・無線をシームレスにあらゆるものをネットワークでつなげていこう。こういう利用環境、ネットワークの整備をきちっとやっていこう。

二つ目は先ほど申し上げましたさまざまな課題の解決に資するようにしていき

い。3 番目をご案内のとおり、いまいろいろなセキュリティ上の問題がありまして、個人情報上の問題もあります。そういうところで国民の 8 割の方が安心してネットを使える。こういうことを実現していきたいというのが、u-Japan 政策です。これは内閣全体としても u-Japan 政策を取り上げています。それを踏まえて今度新しく、今年の 1 月に政府全体として小泉総理が主催する IT 戦略本部において新改革戦略をつくりました。

これは 2010 年に向けて現在の世界最先端といわれる ICT 環境を今後とも維持していきたいということで、戦略の三つの理念が構造改革による飛躍、それから利用者重視、それから国際的にも発信をしていきたい。中身は先ほど説明した総務省の u-Japan という概念を基本的に受けており、ブロードバンド、ユビキタスネットを前提にさまざまな課題解決に資するようしていきたい。さらには安心・安全に使えるようしていきたい。

その中でさまざまな具体的な施策があるわけで、たとえばレセプトの 100%オンライン化を目指したい。それから電子政府を行っていますが、まだまだ使われていません。まだ数パーセントぐらいの利用率ですので、オンライン使用率をせめて半分ぐらいまで持っていきたい。E-tax とか、そういうのを半分ぐらいまで持っていきたい。それから ITS をもっと進めていきたい。それからテレワークです。約 2 割ぐらいの方がテレワークになるように持っていきたい。このようなことをまず考えています。

それから二つ目の基盤整備については、デジタルデバイドのないインフラ整備を進めていきたい。それから教員 1 人 1 台の PC、それから若い小学生、中学生にモラル教育をしていく必要がある。それから高度な人材育成機関の設置などもやっていく必要がある。さらには世界に向けて発信をしていきたい。特にアジア諸国への IT 分野での貢献に力を入れていきたい。

その中で地方情報化関連はいろいろなところで大きな位置づけを持っています。まず最初の重点に位置づけていますように、デジタルデバイドのない IT 社会の実現をしていきたい。特に医療による構造改革は、山間僻地、離島等々においては医療体制が不十分ですので、遠隔医療サービスを進めていけないか。それから安心・安全な社会ということでは特に防災とか治安です。地震のときとか津波とか、そういう情報を瞬時にして住民に伝える。あるいは極端な話でいうと、それを消防庁まで持ってこられるようにしよう。携帯電話で撮った災害の情報を、東京の消防庁まで全部持ってくる。それによって新しい対策を効率的に行っていく。こういうようなシステムをつくっていきたい。

それから電子政府ですが、先ほど説明したように地方自治体も含めて標準化を進め、情報システムの相互、インターオペラビリティを確保し、住民の利便に資したい。それからさらには豊かな生活を地元で、地域で行っていただけるようにということで、ブロードバンド環境や、あるいは地デジを活用した双方向の画像通信などの環境をつくっていききたい。それからまさにユビキタスネットワークということですが、地方公共ネットワークの整備をもっと進めたい。最後は次世代を見据えた人的基盤づくりということで校内 LAN や普通教室のコンピュータ化をどんどん進めていききたい。

地方情報化の施策だけを少しとりまとめてみますと、先ほど **u-Japan** で申し上げたユビキタスネットワークの整備、高度化、利用環境整備、この三つを基本軸として、まず第1点目は、地方におけるユビキタスネットワーク整備を進めていききたい。二つ目は、それをうまく使い、地域でコミュニティをつくっていきけることに貢献できないか。さらには地方情報化を全国で均衡あるかたちで進めるために推進体制を整備したい。この三つが大きな柱です。

まず第1点目の基盤整備ですが、これは最初に申し上げたデジタルデバイドの解消ということで、いまはまだ全国で 207 の市町村がまったくブロードバンドが使えない状況になっています。これを 2008 年までには解消していききたい。それから世帯数でいきますと 345 万世帯がまったくブロードバンドを使えない状況になっています。これも 2010 年までには解消をしていききたい。現在ブロードバンドにアクセスしている人数で言いますと、2000 万世帯ぐらいありますが、残りの方は使用しようと思ったら使用できる環境になっている。ただ、345 万世帯は使用したくてもまったく使えない状況になっている。それを少なくとも 2010 年までには解消をしていききたい。特にそういう問題が出ているのは離島とか山間僻地、条件不利地域です。

それを進めると同時に、地域内だけでつながっているだけではなく、それをそれぞれの都道府県に広げていききたい。さらにはそれを全国でつなげるようにしていききたいということで、都道府県の情報ハイウェイとか全国の公共ネットワークを全部つなげていききたいと考えています。

それから利活用の推進という点については、まず情報のプラットフォームを構築していく必要があるのではないか。つまり先ほど申し上げた、地域で情報化を進めるためにはいろいろな主体があると思います。NPO もあれば、行政もあれば、住民もあれば、企業もある。いろいろなシステムがあって、それがつながらないことには意味がないということで、地域の情報プラットフォームをつくり、それが相互に接続できるようにする。さらにはそれが横転換してほかの地域にもつながるようなことをして

いく必要があるのではないかと考えています。いまのところ地域においてはいろいろなプロジェクトを考えてもなかなか進まないのが現状ですので、まずは行政が先兵を担うということで、防災、医療、教育での公共アプリケーションを国として検討していきたいと思っています。さらには先進モデルを構築し、それを普及し、いろいろな地域で参考にできるような対策も取っていききたいと思っています。

それから最後の推進体制です。これについてはまず人材を育成しなくてはならない。あとで詳しく説明しますが、地方の情報化を行うためにキーになるパーソンが必要です。これをわれわれは地域情報化プロデューサーと呼んでいます。こういう人材を育成していく必要があるのではないかと。それから二つ目は、官民連携で地方情報化を進めようということで、全国地域情報化推進協議会を昨年10月4日に立ち上げました。全都道府県と政令指定都市、それから主要な都市自治体も入っており、400以上の参加を得て、いまこれがスタートをしたところです。第1回目のセミナーは昨年、川口で行いましたし、今年は姫路、あるいは八戸、青森のほうでまたセミナーを開いていきたいと思っています。

あとは知識基盤の確立ということで、データとかナレッジベースについてもつくっていききたい。さらにはPDCAサイクル評価手法も検討して、それぞれの自治体の地方情報化の進展度合いを評価して公表をしていきたい。こんなことも考えています。

参考ですが、公共ネットワークは地方それぞれの自治体で市役所ですとか、体育館とか図書館とか、そういうところを結んでいる地方公共団体のネットワークの上にあります情報ハイウェイです。この情報ハイウェイは47都道府県のうち、38しかまだできていない。それから市町村の公共ネットワークにつきましてはやや数字が古いですが、全国で2422のうち、全部整備ができているところは1735で、7割強です。今後も近々整備する予定の団体を踏まえると、95%ぐらいが整備できる状況にいまはなっています。それぞれの都道府県ごとに見てみると、まだ計画ができていないところはやはり山間僻地と言いましょ。地方、遠くになりますと整備されていないところが多いようです。

ここから先は少し大胆な今後の方向について説明したいと思います。まず地域活性化は、わが国経済社会が抱える最大の課題です。これは経済の安定成長のためにも必要ですし、それから特に最近地域の格差がずいぶん進んでいます。都市と地方とではずいぶん経済的な格差があります。そういう格差の是正、それから先ほど申し上げた、地方の中心市街地がシャッター通りになってしまっている。こういうような格差是正のためには、いま地域活性化がきわめて重要で、これこそが日本経済が構造改革をし

て再生していくためのカギであろうと思っています。それから ICT 政策の点から考えても、意味のある利活用を考えると、地域における情報化がきわめて意味ある利活用策であると思っています。

その地域活性化をするために、これはもう釈迦に説法ですが、まず集客しなくてはいけない。人が来ないことには活性化できない。そのためには魅力ある商品とかサービスとか観光資源をつくっていく必要がありますが、従来のものではだめになってきているということで、それぞれ地域の伝統とか文化とか、特色を踏まえて新しいものをつくっていく必要がある。かつそれができても、おらがまちにありますよと言うだけではまったくだめで、それを広く普及していく。

もしもネット上でこの普及を考えれば、いかにして多くの検索ヒットを受けるようにしていくか。この知恵だと思います。いかにヒットさせるようにするかが大きな課題だと思います。

それからもう一つは地域住民の生きがいの創出です。それからもう一つは生活利便性の向上ということで、こういうものを進めて地域活性化をするための一番よいアイデアとしては ICT をうまく活用し、業種を超えて幅広い連携を行い、そして新しく価値を創造するようなプロジェクトをつくっていく必要があるのではないかと。そのためには住民は当然参加します。この住民の中には NPO みたいなものも入ってくると思いますし、行政も、企業も、皆入ってきます。

それから特にいま注目したいのは、団塊の世代がだんだんリタイアしていき、こういう OB の方の人脈とか経験とかノウハウをうまく活用する。こういうことではないか。私たちの先輩も仕事を辞めると、よかったよ、もうこれで悠々自適だ。毎日ゴルフをやって、毎日何とかして楽しく過ごすんだとおっしゃるのですが、2 年ぐらいすると何か社会に貢献したい。こういうふうにおっしゃってきます。そういう方々の気持ちは結局は社会に役に立ちたいということで、かつそれが本人にとっては生きがいにもなってくる。

私がこの間いくつか聞いたケースの中では、地方の中小企業があるプリンターをつくり、大手の企業にそれを納入しようと思って電話しようが、カタログを送ろうが、まったく門前払いで、3 年間ぐらいまったくだめだったのが、ある企業の OB を通じて 1 本電話を入れていただいたら、極端な話、1 日にしてビジネスができてしまった例もあります。そういう意味で企業の OB をいかにうまく使っていくかということも大事ではないかと思います。

そういう中でいくつかプロジェクトがあります。これはもう皆様ご案内のとおりで

すが、たとえば伝統的工芸品産業の輪島塗とか、何とか組み紐とか、いろいろのがあります。そういう技術を先端 IC 機器へうまく活用していく。たとえば薄型テレビの周りを、そういう伝統的な技術でつくってみるとか、最近「新日本様式」という名前が出ているようですが、そういうようなことが一つあるのではないかな。

それから二つ目は三鷹で行われている例ですが、ICT 企業の OB の方が自分の能力を使ってパソコン教室の先生になっていくとか、あるいは市民塾みたいなものを開いて、先生になりたい人は先生になるし、e ラーニングを受けたい人は e ラーニングを受ける。そういうようなプロジェクトもあります。

観光ナビは、東大の都市研究室などがつくっているサイトですと、世田谷とか板橋などで既存のいろいろな観光名所みたいなものを全部ネット上で見られるようにしていこう。さらには松山市では、道を歩いていくと IC チップと端末で、あるところを歩くと、ここは何がありますとか、回遊ナビをしてくれるようなプロジェクトもいまできてきています。

それから新連携観光資源の創造は、私が 3 年ほど前に某都市に行ったときに、餃子の都市だ、餃子で売りたいとおっしゃっているの、餃子だけだと餃子を食べて帰ってしまって終わりじゃないですか。ほかに何かあるかという、そこはバーテンダーの日本選手権で優勝した人が 20 人ぐらいいると言います。それではカクテルもいいですね。それからナベサダがいたので、ジャズのライブハウスが盛んだ。それでは三つをセットにしたらどうかしら。餃子を食べ、ジャズを聴いて、カクテルを飲むと 1 日泊まるじゃないですか。そういうようなプロジェクトをやり始めたかどうか知りませんが、そのような新しいプロジェクトをやるというものもあるでしょう。

それから彩事業は、徳島の上勝町ですが、ツマものといって日本料理に添える葉っぱがあります。この葉っぱの需要と供給がまったくわからないで、需要がないのにつくって捨ててしまっているような状況があったので、簡単な需給マッチをするようなサイトをつくり、そこで市場の状況を見ながら葉っぱを出すようにした。だいたいこれをやっている方は高齢者の方と女性の方だけですが、あつと言う間に年商 2 億円ぐらいになって、ある人は 100 万円ぐらいの年収になっているというケースも出てきています。

それから特産品販売システム化も進んでいます。

それから遠隔医療もご案内のとおり千葉県東金とか岩手県、あるいは旭川等々で遠隔医療がどんどん進んできています。

乗り合いタクシーというのは福島県であるのですが、ネットでチェックして同じ方

向に帰るような方は同乗するようなタクシーがある。

それから防災情報を提供するシステムとか、こういうのがどんどんできてきています。もう皆様ご案内のとおりだと思います。ただ、これは数えて挙げるとたくさんありますが、日本全体で見ればまだまだ非常に微々たるものです。こういうものを進めるためにどうやっていったらいいかという、インセンティブ、トラスト、コネクターの三つが基本要素ではないか。インセンティブとは、こういうプロジェクトをやるためには情熱が必要です。自分の町を変えるんだ、自分の町をよくするんだ。それから経済的利益もあるかもしれませんが、もっと重要なのは評価です。こういうことをやった人間が地域で評価される。そういうインセンティブはものすごく重要です。

二つ目はトラストです。これは先ほど申しましたように行政が入ったり、NPOが入ったり、企業が入ったり、さまざまな主体が連携してやることになると、利害は必ずしも一致しません。そうすると皆の間でトラスト、信頼関係ができていないとこういうプロジェクトは進まない。特にネットで最初スタートすることになると、このトラストがものすごく重要になってくると思います。

三つ目はコネクターで、人と人を連携させるために、あるいは企業と企業、あるいは組織をつなげていくコネクターというか、われわれは地域情報化プロデューサーと位置づけようとしていますが、こういう方が必要ではないか。大分であるお菓子屋さんが倒れたときに、このお菓子屋さんを再生するときに新しいお菓子をつくるためには、防腐剤をどうしなくてはいけない、衛生状況をどうしなくてはいけない。それから包みをどうしなくてはいけない。あるいはできたものをJRでうまく売らなくてはいけない。さらにはPRするためにウェブサイトをつくらなければいけない等々、皆役割が違う。こういういろいろな人をだれかが集めて連携させてきたわけです。中小企業診断士の方がそれをやったのですが、そういう人脈を持った方が多くの連携の中核になる。こういうことがものすごく重要で、コネクター、地域情報化プロデューサーの役割を持った方が今後重要になってくるのではないかと思います。

次にネットコミュニティと書いています。こういうプロジェクトを進めていきますと、ネットでコミュニティができてきますが、それがリアルの人間関係にどう進んでいくか。いまSNSがずいぶんはやってきていますが、そこからオフ会というかたちでリアルな人間関係に進むかどうか。進むというのが、私は重要だと思っています。ただ、現状をいろいろと聞いてみますと、意外と進まないのが現状のようです。もちろん専門家の方のほう分析しておられると思いますが、ネットの中で意見交換をしている人は、特に若い人はネットコミュニケーションは非常にうまいのですが、リア

ルコミュニケーションはものすごく下手です。したがって実際に人と会うのがうまくいかない。たとえばネットの中で会いましょうと約束しておいても、オフ会に行っても何十人もいると、自分で相手をうまく見つけられない。

われわれもいろいろなパーティによく出ますが、何百人いても知っている人だけを探して、その人とだけ話して帰ってくる。新しく広げることをやらない。私は昔イギリスに住んでいたのですが、イギリスでいろいろなパーティに出ると、呼んでくれた主催者がどんどん紹介してくれる。あるいは彼らも同じような仲間が来ているというので、自分で積極的に交友を広げていきますが、日本人はやはりシャイで、紹介されないと、あるいは自分と同じ仲間だと思わないと、ものすごく冷たく対応するところが基本的にありますので、ネットコミュニティがリアルコミュニティに広がっていくかどうかは大きな課題だと思っています。

それが4のバーチャルからリアルへということですが、結局ネットだけでつながっているだけでは、価値というのは新しくなかなか創造できない。どんなプロジェクトも最後はリアルの活動になって初めて価値を生み出す。こういうことではないでしょうか。デジタル・コンテンツも同じだと思います。いま放送と通信の融合という話もあります。これはテレビで見ているものがパソコンで見ることができる。これだけではそれほどパイは膨らまない。人間はテレビを見られる時間は限られていますし、特に最近20代の方は2割の方がテレビをまったく見ない。テレビ離れだと言われていますが、テレビを見て、恋愛映画ばかり見ているよりも、やはり本当の恋愛をしたほうがいい。こういうことなのではないでしょうか。正しいかどうかはわかりませんが、リアルにどうやってつないでいくか。

この間あるお話を聞いたのですが、浜崎あゆみのコンサートを終わって出てくる。そうすると携帯電話でチケットを購入した人は、その携帯電話に終わった瞬間にセールスプロモーションがバーンと来る。それで浜崎あゆみが着ていたあの洋服、5万円でどうですかとくる。そうすると皆コンサートが終わったばかりで興奮していますし、友達と一緒にいるから、買っちゃおうといって皆買ってしまう。そのときの購入比率はすごく高いそうです。それを1週間後にパソコンでやったら、きっとほとんど買わない。そういうところで、ただものを見るだけではなくて、いかにリアルのビジネスにつなげていくか。それがすごく重要で、ICTの役割はリアルにつなぐところがものすごく重要ではないかと思っています。

その意味でテレビとPCと携帯は、いろいろなプロジェクトをするときにどれを使うかというのはものすごく難しい選択です。同じではない。PCのウェブサイトこそ

のまま携帯に移して見るかといったら見ない。就活になると PC で皆やる。ウェブサイトで行うのが当たり前です。しかしあれを携帯でやったらクリックの数が多くてとてもできない。あれは皆さんが PC で、自分の家でゆっくりやる。ですからいろいろなネットコミュニティなりプロジェクトをやるときにどれを使うかが、ものすごく大事な選択だと思います。

最後に、消費のリーダーは女性である。この間、ある研究所の調査によりますと、自動車以外のものの購入はすべて女性が決めている割合が多いようです。特に最近のムーブメントは F1 層、20～34 歳の女性か、もう少し下の女性がムーブメントをつくっています。したがってそういう若い女性の感性とか、知見、ノウハウをいかに取り込んでくるかがカギなのではないか。今後はそういう若い女性の方をいかにうまく企業の中に、あるいは組織の中に、グループの中に取り入れ、その方たちの感性なり知見を使うことが今後のキーではないかと思っています。

ここで私の講演を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。





総務省

ユビキタスネット社会の実現に向けた 地域情報化戦略 ～デジタルコンテンツ時代の地域情報化～

平成18年2月24日(金)
総務省官房審議官(情報通信担当)

松井 英生

- I. u-Japan政策の推進
- II. IT新改革戦略について
- III. 地域情報化の施策展開について

○地域情報化をめぐる諸状況の全体像

「IT新改革戦略」の推進

「u-Japan政策」の推進

条件不利地域の
動向

三位一体
改革

地域再生

中心市街地
活性化

市町村合併

地域情報化施策の展開

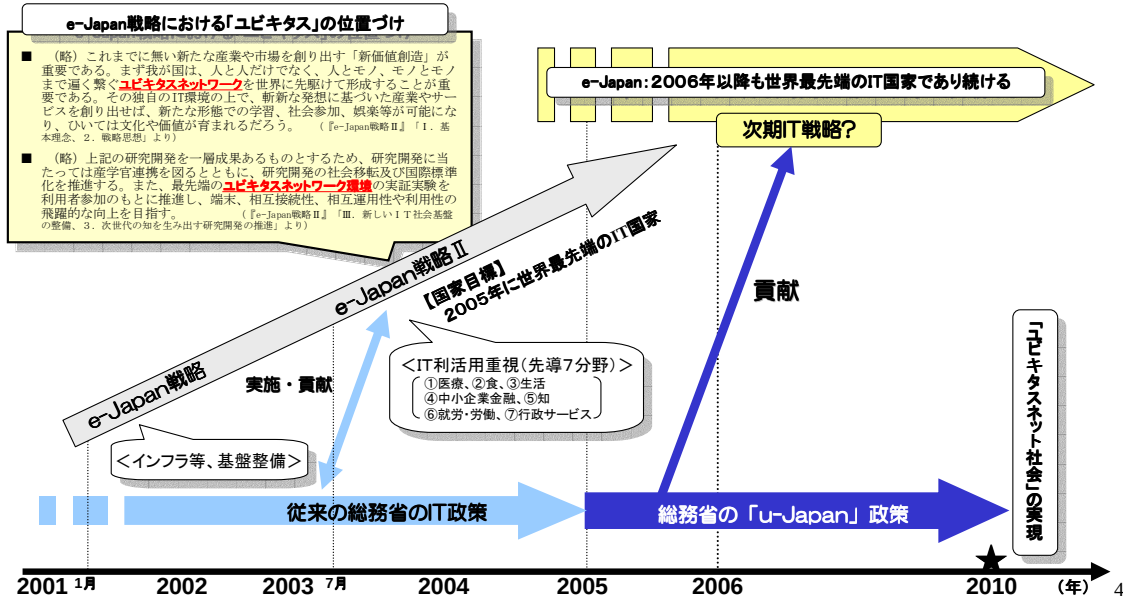
2

I. u-Japan政策の推進

3

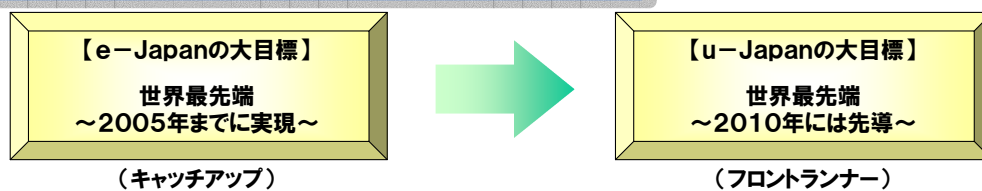
【「u-Japan政策」の推進】 ○ u-Japan政策の背景

2010年に「ユビキタスネット社会」の実現を目指す総務省の「u-Japan政策」は、内閣一体となった取組を進めている「e-Japan戦略」の今後の展開に貢献。

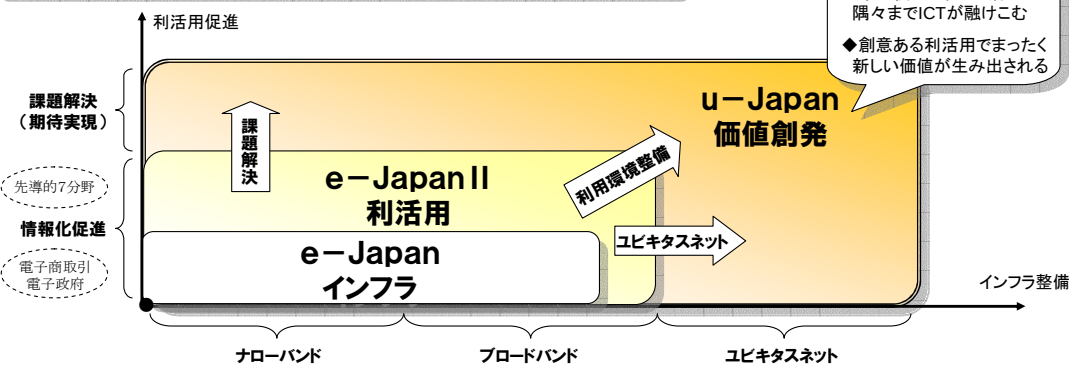


【「u-Japan政策」の推進】 ○ 2010年に向けた政策としての骨格

大目標: フロントランナーとしての2010年の目標設定

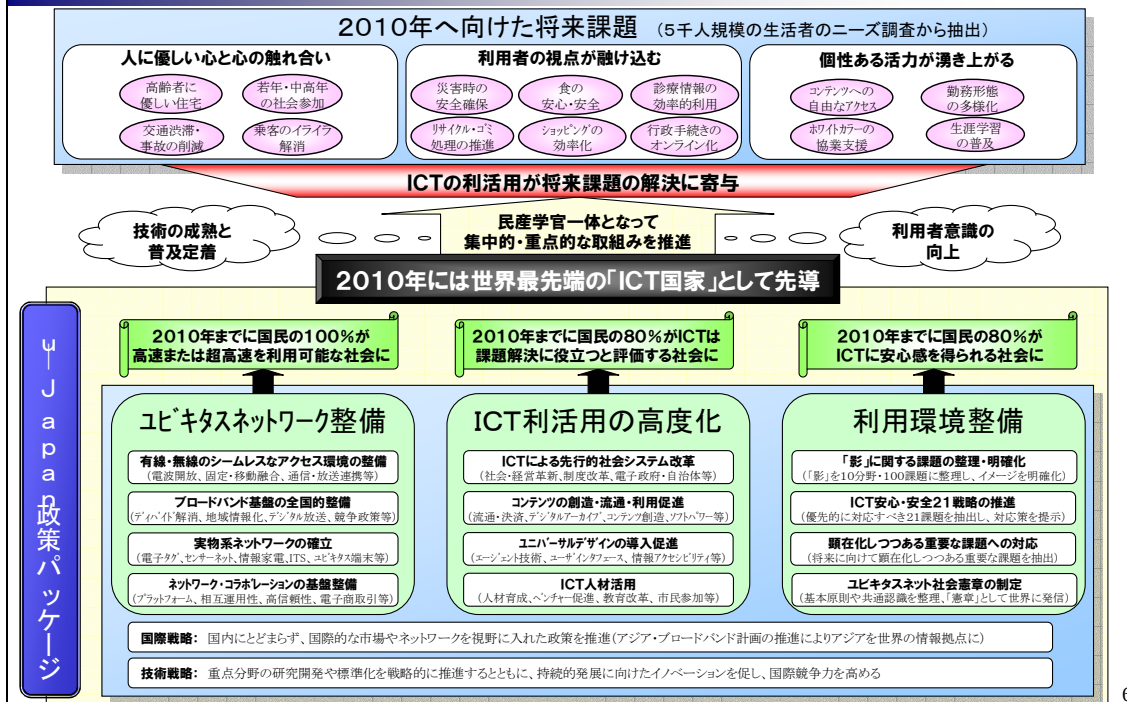


基本思想: 「e」から「u」への進化



【「u-Japan政策」の推進】

○「u-Japan政策パッケージ」の全体像



6

【「u-Japan政策」の推進】

○経済財政運営と構造改革に関する基本方針2005(平成17年6月21日閣議決定)(抜粋)

(IT戦略の推進)

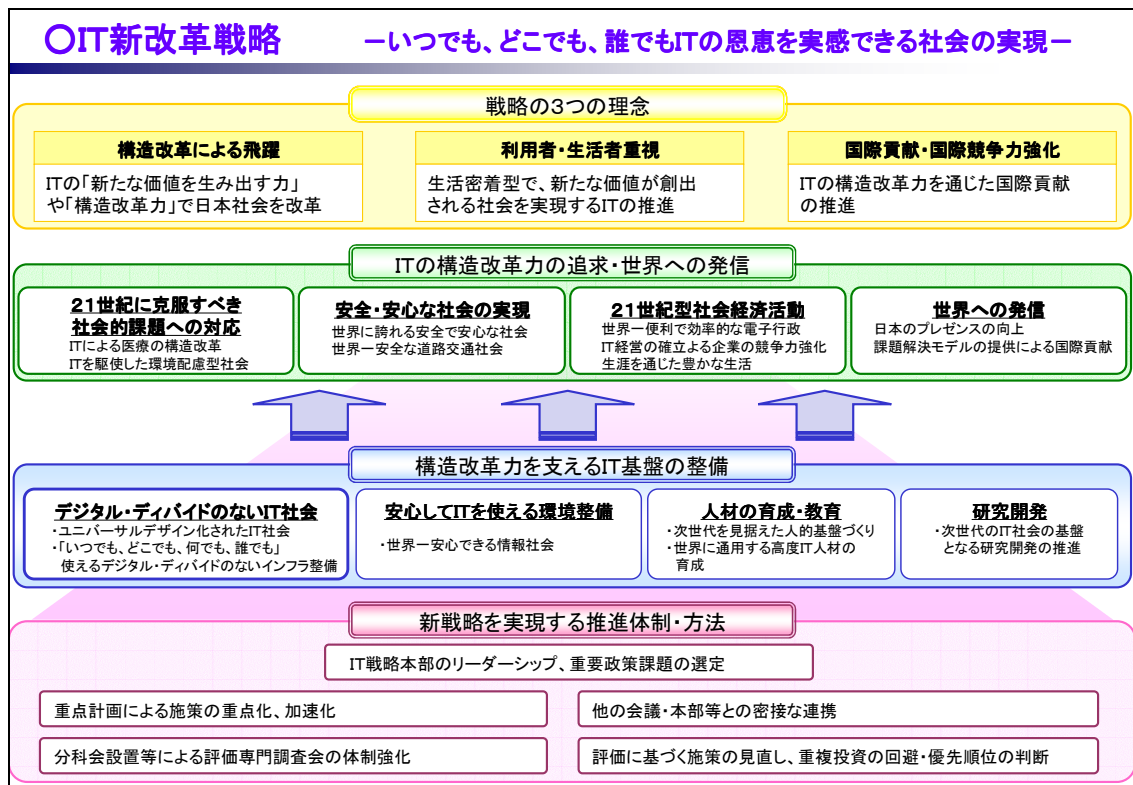
・世界最先端のIT国家であり続けるため、内閣一体となってe-Japan戦略等を進める。

- 「e-Japan 重点計画2004」(平成16年6月15日)及び「IT政策パッケージ2005」(平成17年2月24日)を、医療・教育分野等のITの利用・活用に重点を置き、着実に推進する。
- 利用者・国民の視点に立って、これまでの e-Japan 戦略等の評価を行うとともに、新たなIT戦略を平成17年度中に策定する。
- 電子政府・電子自治体の推進により、行政の効率化と住民サービスの向上を図る。
- 官民における統一的・横断的な情報セキュリティ対策を推進する。
- ネットワーク分野について、2010年までにユビキタスネット社会を実現するために、「u-Japan 政策」を推進する。
- ITを活用した安心・安全への取組を推進する。
- 情報格差(デジタルディバイド)の是正への取組を引き続き推進する。

7

Ⅱ. IT新改革戦略について

8



○今後のIT施策の重点

ITの構造改革力の追求

—ITによって日本社会が抱える課題を解決—

ITによる医療の構造改革	◆レセプトの100%オンライン化
ITを駆使した環境配慮型社会	◆ITでエネルギーや資源の効率的な利用
世界に誇れる安全で安心な社会	◆地上デジタルによる災害情報提供で被害軽減
世界一安全な道路交通社会	◆ITSを活用し交通事故を未然防止
世界一便利で効率的な電子行政	◆オンライン申請率50%達成
IT経営の確立による企業の競争力強化	◆ITによる部門間・企業間連携の強化
生涯を通じた豊かな生活	◆テレワーク、eラーニングの活用

IT基盤の整備

—ITの構造改革力を支え、ユビキタスネットワーク社会への基盤を整備—

ユニバーサルデザイン化されたIT社会	◆誰もが安心利用し、恩恵を享受できるIT開発推進
デジタル・ディバイドのないインフラ整備	◆いつでも、どこでも使えるユビキタス化
世界一安心できるIT社会	◆不正アクセス等サイバー犯罪の撲滅
次世代を見据えた人的基盤づくり	◆教員一人1台のPC、モラル教育の推進
世界に通用する高度IT人材の育成	◆高度IT人材育成機関の設置等
次世代のIT社会の基盤となる研究開発の推進	◆中長期的な技術戦略の策定

世界への発信

—構造改革力追求の世界への発信と国際貢献—

国際競争社会における日本のプレゼンス向上	◆世界の一翼を担う情報ハブ
課題解決モデルの提供による国際貢献	◆ITによるアジア諸国等への貢献

10

○地域情報化関連抜粋①

II 今後のIT政策の重点

具体的には、喫緊の課題である少子高齢化を支える医療…等の21世紀に克服すべき社会的課題に対応するとともに、安全・安心な社会の実現…世界一の電子行政の実現に取り組む。また、これを支える基盤となる、デジタル・ディバイドのないIT社会の実現…を推進するとともに、先進的なモデル地域における利用・活用の具体化などを通じ、ITの恩恵・利便を実感できるようにしていくことも重要である。

ITによる医療の構造改革

(医療におけるより効果的なコミュニケーションの実現)

1. 山間僻地・離島等の地域における遠隔医療サービスを更に推進するため、2010年度までに、遠隔医療技術の適用対象疾患の応用範囲を拡大するとともに、利用環境の整備を促進する。

世界に誇れる安全で安心な社会

(防災・治安)

2. 防災行政無線等や緊急通報網等の防災・治安情報の基盤を高度化・堅牢化することで、情報を迅速かつ的確に収集・整理し、伝達する。特に、…多様な手段による基盤を構築する。
3. 「防災情報共有プラットフォーム」を、地方公共団体・住民・ライフライン企業を含めた企業等が連携できる総合的なシステムとなるように、拡充する。

世界一便利で効率的な電子行政

6. 国・地方公共団体は、情報システムのデータの標準化を推進する。また、転居や転出の際の窓口における各種行政手続きの一括申請や、地方公共団体間の防災等の公共サービスの共同展開を実現するため、情報システムの連携基盤を開発し、2007年度までに標準化を図るとともに、この標準に基づく地方公共団体のシステム改革を推進する。
8. …さらに、人材育成や共同化の推進等により、地方公共団体の体制整備も促進する。

11

○地域情報化関連抜粋②

生涯を通じた豊かな生活

3. 自宅や医療機関・福祉施設にいながらにして地域コミュニティにおける生涯学習などに参加し、誰もが孤立せずに活躍できるよう、今後も進展が見込まれる**ブロードバンド環境**や地上デジタルテレビ放送を活用した**双方向の画像通信などの利用を促進**する。

「いつでも、どこでも、何でも、誰でも」使えるデジタル・ディバイドのないインフラの整備

1. 全国でブロードバンド・サービスを利用可能とするために、民主導を原則に置き、公正な競争を確保しつつ、事業者に対する投資インセンティブの付与、**地域公共ネットワークの全国整備・共同利用**や**地域の創意工夫を引き出す等の国による必要に応じた支援**、及びブロードバンド無線アクセス、UWB、PLCのような新たな電波利用システム等の実現を図る。

次世代を見据えた人的基盤づくり

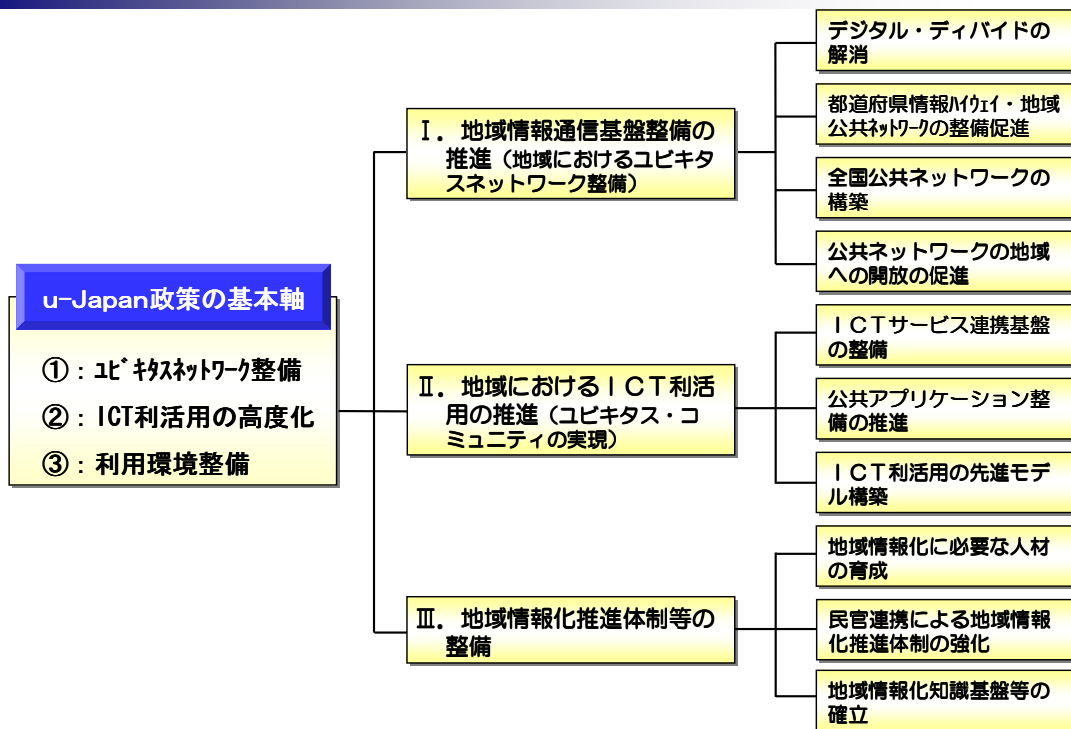
1. 2010年度までに全ての公立小中高等学校等の教員に一人一台のコンピュータを配備し、学校と家庭や教育委員会との情報交換の手段としてのITの効果的な活用、その他様々な校務のIT化を積極的に推進する。また、**校内LANや普通教室のコンピュータ等のIT環境整備**について早急に計画を作成し、実施するとともに、学校における光ファイバによる超高速インターネット接続等を実現する。
4. 2006年度までにITを活用した分かりやすい授業方法や、児童生徒の習熟度に応じた効果的な**自習用コンテンツの開発・活用の推進**等により、教科指導における学力の向上等のためのITを活用した教育を充実させる。

12

Ⅲ. 地域情報化の施策展開について

13

○地域情報化の施策体系(平成18年1月現在)



14

I. 地域情報通信基盤整備の推進（地域におけるユビキタスネットワーク整備）

◇ デジタル・ディバイドの解消

- 地域の特性に応じた情報通信基盤の整備を支援（地域情報通信基盤整備推進交付金の創設）
- 離島等、条件不利地域におけるブロードバンド化モデルの構築（新規調査研究の活用）
- 地域情報通信基盤の効率的・効果的な整備・運用手法の提示（標準仕様の新規作成）

◇ 都道府県情報ハイウェイ・地域公共ネットワーク整備促進

- 2010年までに全国整備を実現（地域イントラネット基盤施設整備事業の継続）
- 市町村による単独事業の支援強化（過疎債特別枠の活用）
- 地域公共ネットワークの耐災害性強化等の検討（標準仕様の抜本的改訂）

◇ 全国公共ネットワークの構築

- 地域公共ネットワークと情報ハイウェイの接続の推進（標準仕様の抜本的改訂）
- JGN II と公共ネットワークの接続による暫定的構築（NICT委託研究の活用）

◇ 公共ネットワークの地域への開放の促進

- 地域公共ネットワーク整備済み団体への働きかけと今後の促進方策の検討（アンケートの実施）
- 各総合通信局等への開放事務の移管（民間開放マニュアルの作成）

15

II. 地域におけるICT利活用の推進（ユビキタス・コミュニティの実現）

◇ ICTサービス連携基盤の整備

- ・ 地域情報プラットフォームの構築
 - システム・インタフェース・連携技術などの全国標準化及び相互接続性の向上（NICT委託研究の活用）
 - 連携技術を活用した地域サービスの構築・運用に関するノウハウの整理（新規調査研究の活用）

◇ 公共アプリケーション整備の推進

- ・ 防災・医療・教育分野等における公共アプリケーションのあり方の検討・整備の推進（NICT委託研究の活用・全国地域情報化推進協議会との連携）
 - 災害情報共有の実現に向けた防災アプリケーションの検討及び整備の推進
 - 遠隔医療等、医療分野における公共ネットワークを活用したアプリケーションの検討
 - 公共ネットワークを活用した教育アプリケーションのあり方検討

◇ ICT利活用の先進モデル構築

- ユビキタス・コミュニティのあり方検討（調査研究の活用）
- 高付加価値ICTサービス実現の諸課題の検討（調査研究の活用）
- 自治体住民サービスに対するニーズ把握（調査研究の活用）

16

III. 地域情報化推進体制等の整備

◇ 地域情報化に必要な人材の育成

- 自治体CIO育成研修の実施・研修教材の開発（高度情報通信人材育成プログラム開発事業の活用）
- 地域情報化プロデューサの認定と活動支援（地域情報化プロデューサ支援制度の検討）

◇ 民官連携による地域情報化推進体制の強化

- ・ 全国地域情報化推進協議会活動の強化
 - インフラ整備促進委員会の新設検討（標準仕様作成等）
 - 技術専門委員会（地域情報プラットフォームの標準仕様作成、モデル的電子自治体の提案等）
 - アプリケーション委員会（公共アプリケーションのあり方の検討等）
 - 普及促進委員会（セミナー開催、人材育成、地域情報化ナレッジの収集等）
- ・ 総合通信局等の地域情報化コーディネート機能強化

◇ 地域情報化知識基盤等の確立

- 地域情報化データ／ナレッジベース構築・運用の検討（調査研究の活用）
- 地域情報化のPDCAサイクル評価手法の検討（地域情報化総合評価指標提示と活用手法の検討）

17

○公共ネットワークの整備状況

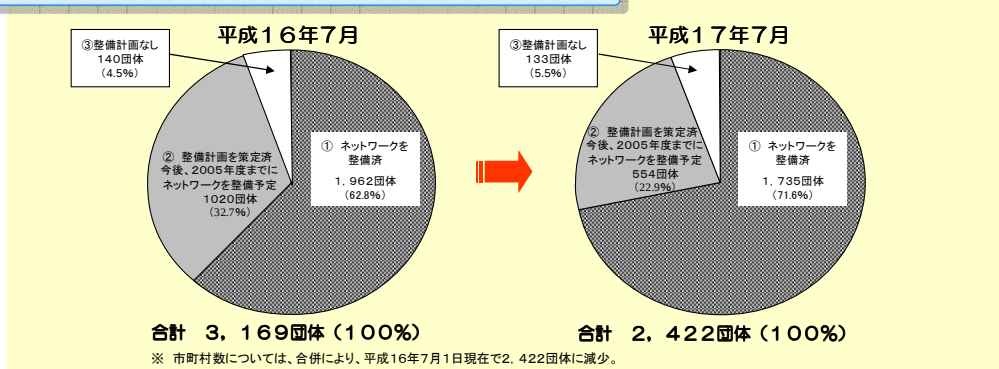
都道府県情報ハイウェイの整備状況(平成17年3月現在)

整備済	検討中・未定	合計
38団体	9団体	47団体
80.9%	19.1%	100%

※整備年度別
内訳は...

	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度
整備団体数	2	0	3	14	13	6	0

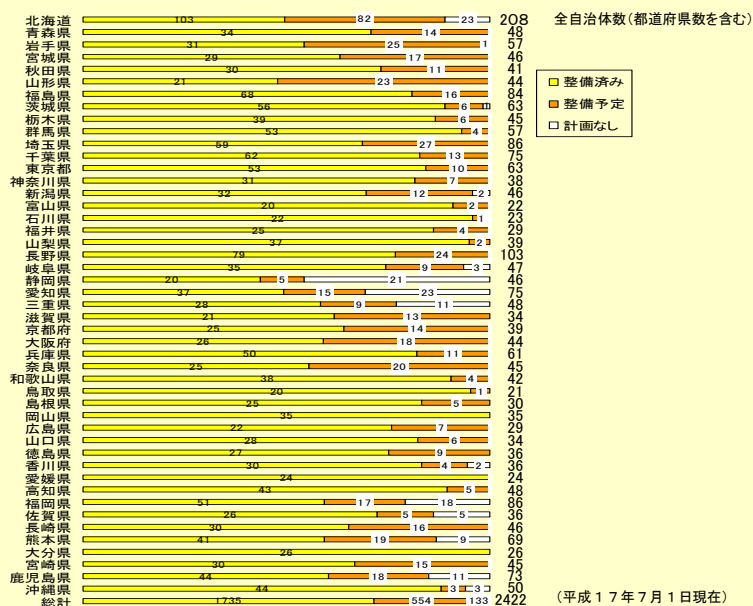
市町村公共ネットワークの整備状況



18

○地域公共ネットワークの全国整備

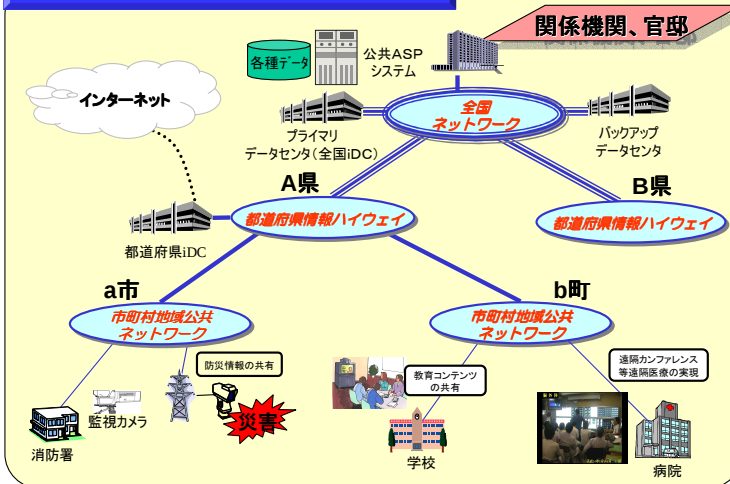
地域公共ネットワーク整備計画の取りまとめ結果(都道府県別)



19

○全国公共ブロードバンドネットワーク

公共ネットワークのめざすべき姿



公共77'リケーションの具体像

防災分野

- ・災害現場の画像情報
- ・被害速報
- ・被害者の安否情報
- ・警報等の一斉同報 等

医療分野

- ・遠隔病理診断
- ・遠隔画像診断
- ・遠隔カンファレンス等の検討

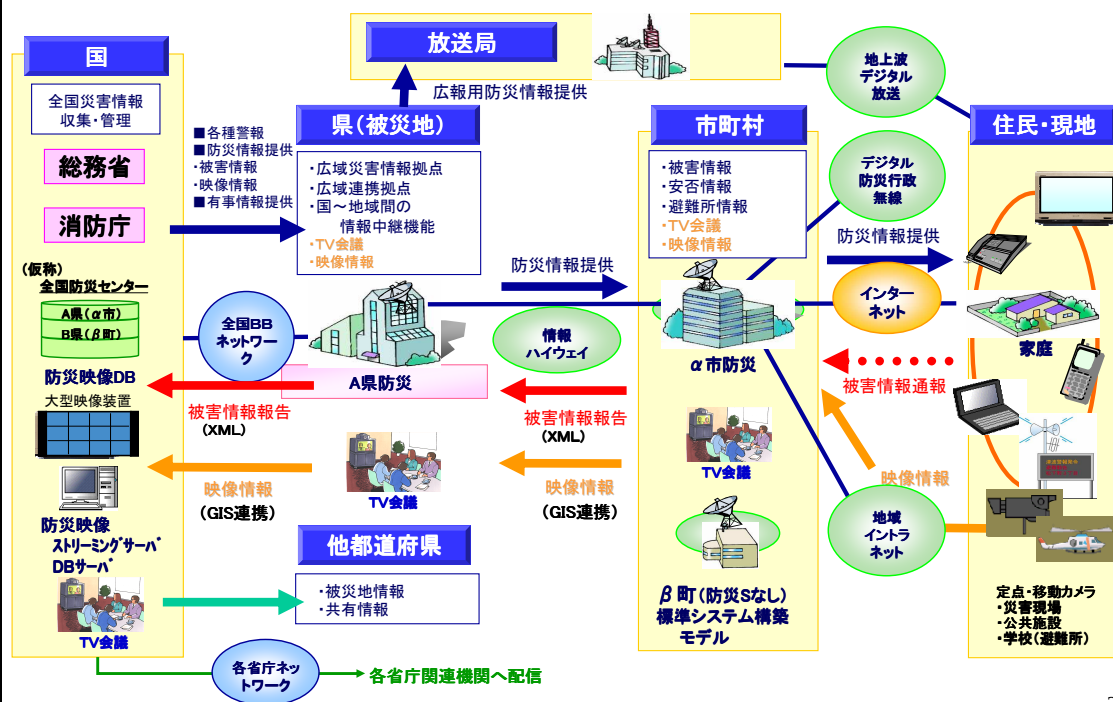
教育分野

- ・教育コンテンツ流通の検討

- 新たな全国公共ネットワークの必要性を検討するため、JGN II を利用した実証事業を行う。
 - ・映像など大容量で秘匿性の高いデータを高い信頼度で流通させるネットワーク ⇒ 行政用途専用のブロードバンドネットワーク
 - ・組織別や用途別ではなく、全府省庁・全分野共通の公共機能を備えた全国規模の広帯域専用ネットワーク
- 情報ハイウェイ：府県の関係施設等を高速・超高速で接続したネットワーク。地域公共ネットワークとの相互接続が進みつつある。
- 地域公共ネットワーク：市町村で役所や学校、図書館など公共施設を高速・超高速で接続しているネットワーク

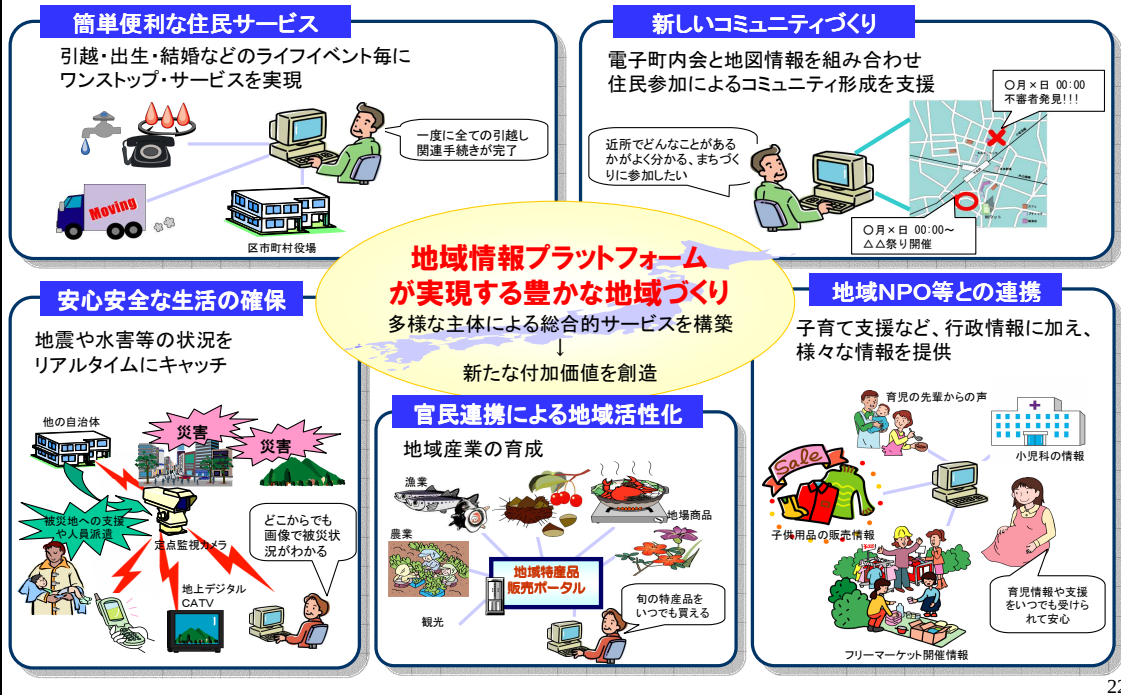
20

○防災アプリケーションの将来イメージ



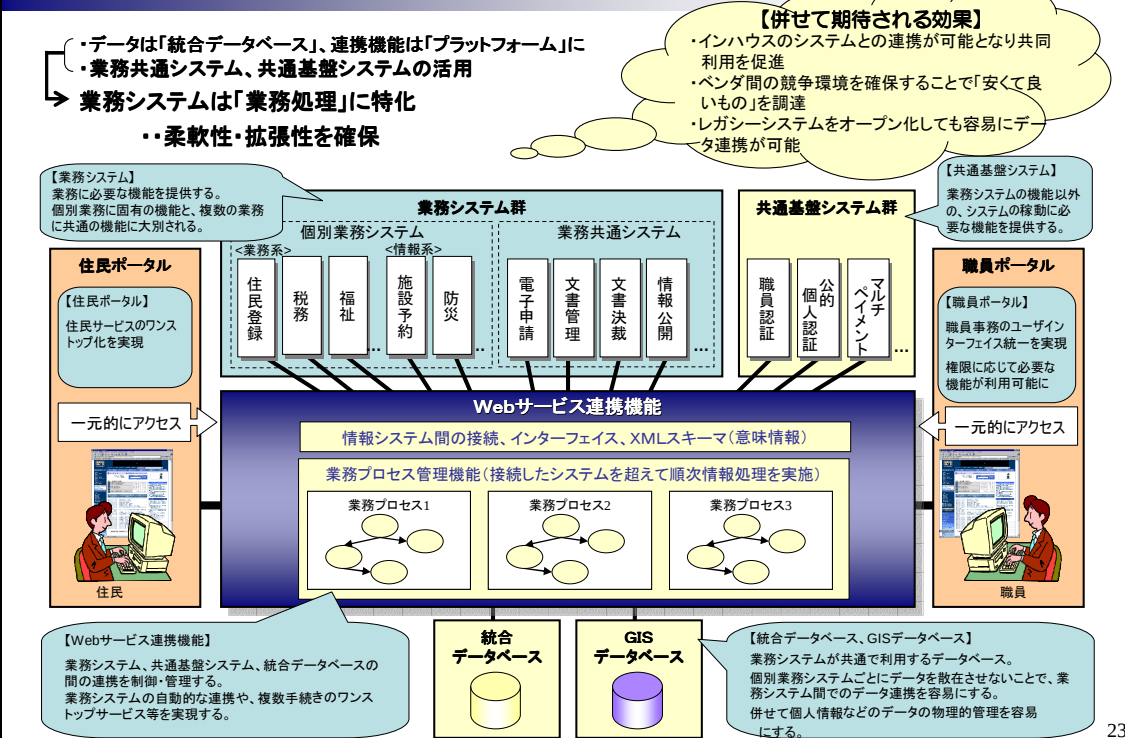
21

○地域情報プラットフォームで実現できること



22

○全体最適化された自治体業務システムのイメージ



23

○地域情報プラットフォーム・フレームワーク

業務のモデル化

1. システムの構成単位（粒度）の標準化

<サービス参照モデル>

- ①県・市毎のシステム体系、②各システムの全体の機能、③各システムの個別機能の構成単位（粒度）を標準化
- ④官民連携について連携の大枠を設定（予め設定できるもの、自主的に定めるもの）

2. 業務の手順（業務プロセス）の標準化

<業務参照モデル>

- システム内・システム間の処理の手順を標準化
- <システム内プロセス、システム間プロセス>

3. データの標準化

<データ参照モデル>

- システム内・システム間のデータを標準化（データ項目辞書）

（成果物）

○システム間のインターフェースの標準化

システムの外部との接続に必要となる、①情報処理の起動方法、②やりとりするデータの形式の仕様を標準化

○データのXMLスキーマ（意味情報）の標準化

○統合データベースの標準化（データの範囲など）

技術開発

4. システム連携技術の開発・標準化

<技術参照モデル>

- プラットフォーム上で利用するシステム連携技術を標準化
- ・WebサービスやXMLなど、特定のベンダーやOSに依存しない技術規格を採用・開発
- ・システム連携が必要となる、シングルサインオン、セキュリティ、トランザクション管理、などの機能を標準化

（成果物）

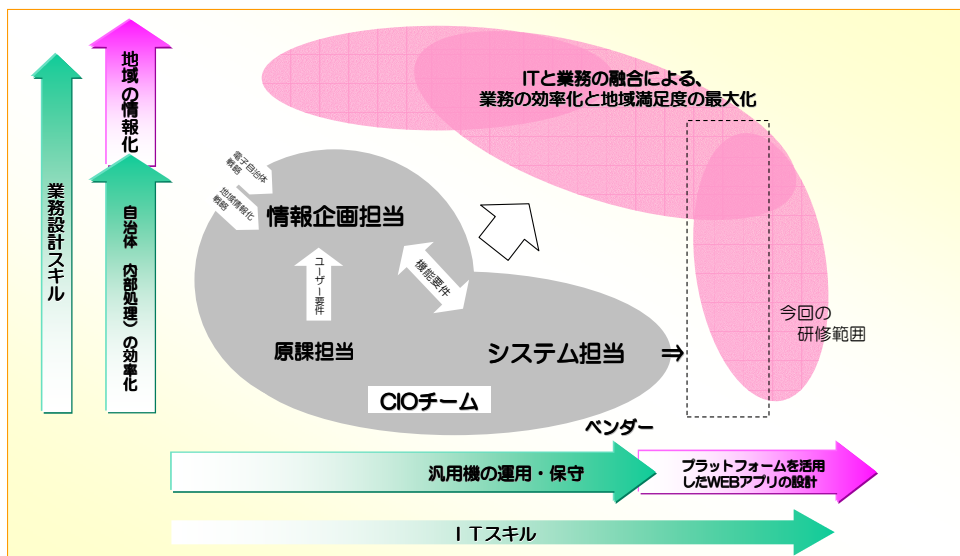
○システム連携技術の標準化

24

○自治体CIOの目指すべき方向性

<目標>

電子自治体、レガシー改革、BPR、地域情報化などに総合的に対応できる自治体CIOを育成

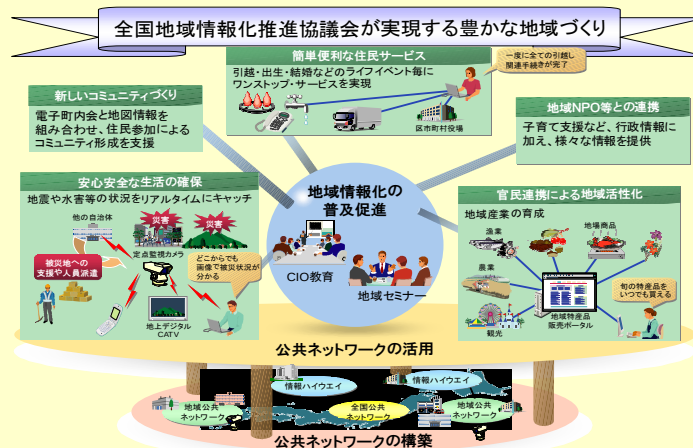


25

○全国地域情報化推進協議会設立の趣旨

地方公共団体の情報システムの抜本的改革や、地方公共団体内外の地域における多数の情報システムをオープンに連携させるための基盤の構築を推進するとともに、地方公共団体で共通利用が可能な公共アプリケーション（防災、医療、教育等）の整備等を行う。また、普及促進策として、人材育成、地域の先進的な情報化の取組みに関するナレッジの集約、普及促進のためのセミナー等の開催および各種地域情報化推進に関する活動の支援を行う。さらに地域情報化の基盤となる公共ネットワークの更なる整備や相互接続の促進、各都道府県を結ぶ全国公共ネットワークの構築を推進する。

これらの活動を通じ、官民一体となって地域情報化施策の総合的な推進を図り、多彩なICT活用による高付加価値ICTサービス享受できる地域社会の構築を目指す。



26

1. 地域活性化が現下の重要課題

- (1) 集客（若者、高齢者、外国人等ターゲット）
魅力ある商品、サービス、観光資源の創造
（地域の伝統、文化をベースに）と普及（検索ヒット）

- (2) 地域住民の生き甲斐の創出と生活利便性の向上

→ICTを活用した業種を越えた幅広い連携による
新価値創造プロジェクト
（住民参加、企業OBの人脈、経験、ノウハウ活用）

- ①伝統的工芸品技術の先端ICT機器への活用
- ②シニアソーホー、市民塾
- ③観光ナビ、新連携観光資源の創造
- ④彩事業など特産品販売のシステム化
- ⑤遠隔医療
- ⑥乗り合いタクシー
- ⑦防災情報

2. 地方情報化プロジェクト推進の基本要素

- (1) インセンティブ
- (2) トラスト
- (3) コネクター

3. ネットコミュニティ

4. バーチャルからリアルへ

- (1) プロジェクト
- (2) デジタルコンテンツ

5. TV、PC、ケータイ

6. 消費は女性が主導

27

IV パネル・ディスカッション 「融合空間・市民組織・市民意識」

(司会)

土屋大洋（慶應義塾大学助教授、大学院政策・メディア研究科）

これからパネルセッションに入っていきたいのですが、テーマは「融合空間・市民組織・市民意識」ということで幅広いお話がありますので、私のほうから勝手に、こういうところを聞いてくださいというところだけ、2分ほどお話ししたいと思います。

いま基調講演でお話しいただきましたが、過疎地の問題が残るにしても、もうインフラができた。そのインフラの上で地域をどうやってつないでいくか。人間をどうやってつないでいくかということが、たぶん今日の議論の中心になると思います。それをメディアでつなぐ、コンテンツでつなぐ、いろいろなかたちでつなぐことが考えられると思います。今日のお話の中で出てくるのは、大きく分けると二つのつなぎ方です。一つは市場でつなぐ、お金でつなぐという話です。ファイナンシャルなキャピタルでつなぐことが一つ、もう一つはソーシャルなキャピタルです。社会関係資本と訳されますが、それでつないでいくということがあります。あるいは第3の道の、第3のキャピタルがあるか。第3のかたちのつながり方をわれわれは持っているのかということです。

たとえば今日皆さんはテレビを見ながら、あ、金メダルを取った。日の丸が流れるのを見ながら、何かしら一体感みたいなものを感じているわけです。そういうものって何なんだろう。あるいは何か新しいかたちの創造のキャピタルがあるのかなと、私自身は思っています。今日、スピーカーの方々、あるいはフロアの皆さんと議論をしながら新しい人と人とのつながり方、つなげ方を考えていきたいと思っています。

□報告1「メディア・ソフト流通の新たな展開」

総務省情報通信政策研究所主任研究官 南圭次

先ほどは総務省から地域情報化戦略、政策に関する講演でしたが、総務省から続けて恐縮ですが、私のほうからは具体的なコンテンツ市場、メディア・ソフト市場について説明させていただきたいと思います。この報告についてですが、菅谷先生が座長となって開催させていただいたメディア・ソフト研究会の成果を報告させていただきます。昨年ですが、「変貌するコンテンツビジネス」というかたちで出版させていただいておりますので、もしよろしければこちらのほうも参考にさせていただきたいと思います。

デジタル技術の進展等でいろいろなメディアでコンテンツが流動され、また利用者のニーズも非常に多様化されているということで、映画とかテレビとか音楽、さらにコミック、そうしたいろいろなメディア・ソフトが複雑なかたちで多様化して流通している。そうしたものを可能な限り定量的に分析、整理してきたものです。

まずメディア・ソフトについて定義をしていますが、ここでは各種メディアを通じて広く人々に利用されることを目的として流通する情報ソフトとしています。具体的には下にありますようにテレビとかラジオとか DVD をここでの対象としています。コンテンツと広く言われているものの中の一部ととらえています。さらにここでの対象としては、そのメディアの流通が経済活動として行われているもの、要するに市場を形成しているものを対象として整理しています。したがって一部特定のもの、個人の間の流通等については対象としていません。

ここでの考え方についてですが、流通経路が非常に多様化している。一つのメディアだけではなくて、複数のメディアにおいてソフトが流通していくことを前提としておりまして、まず最初に流通したメディアを1次流通ととらえ、そこから別のメディアで流通したものを2次利用、マルチユースとここでは呼んでいますが、そういったものを分けてここでは検討しています。具体的には映画ソフトですと映画館で上映された。それを1次流通としてとらえています。その後 DVD で発売等がされ、さらには衛星放送、CATV 等での有料放送、さらには地上での無料放送につながっていくものととらえています。

そういったものは業界別にデータはありますが、たとえば映画産業だったら映画産業のデータがある。その中でもたとえば映画がテレビで利用された場合も業界ごとのデータしかありませんので、そこを産業ごとの内訳を計算し、ソフトごとのデータを整理したものです。

具体的に検討結果を説明させていただきますが、まず流通市場規模についてですが、メディア・ソフトの全体市場が拡大しているかという、決してそうでもない。2003年までの3年間では約11兆円で推移しています。その中の分析をしてみると、ここでテキスト系と音声系と映像系の三つに分けて分析していますが、テキスト系と音声系は縮小している。それに比べて映像系については非常に伸びています。

なお、今年もこのメディア・ソフトの市場調査を実施しておりまして、現在年度末のとりまとめ中で暫定ということですが、2004年度の数字としては11兆を若干超える程度となっているということで、全体市場としては若干伸びているというデータが出ています。また、先ほど説明した1次流通とマルチユースの関係についてですが、1次流通市場は減少している。その減少分をマルチユースがカバーするかたちで伸びていると言えます。また2004年度については、マルチユース市場は2003年の2.1兆円から2.2兆円で、若干微増となっています。

次に通信系ソフトについてもここで調べています。左下にありますがインターネット、携帯電話等々、通信を利用して流通するソフトを抜き出して見えています。まだ市場全体の5%程度と、立ち上がりの段階ではありますが、急速に伸びているところではあります。また、デジタル系ソフトも定義して同様に調査していますが、このようにデジタル化、通信化はどんどん進んでいると考えています。

あとソフトの輸出入の収支についてですが、日本はメディア・ソフトという分野では輸出大国です。ほとんどの部分はゲームソフトがその部分を担っているのですが、このように輸出超過のかたちになっています。

ここで具体的にソフトと、そこで流通しているメディアというところを、なるべく市民に近いところでどういうものがあるかを抜き出して、簡単に説明させていただきたいと思います。

まずインターネットですが、非常に厳しい市場の競争にさらされて、非常に安い料金で接続できるようになってきたことがあります。そういったことからインターネット業者としてはホームページの作成支援とか、セキュリティとかコンテンツの有料配信、そういった関連業種で付加サービスをつけてサービスする分野が増えてきているという分析になっています。

また、携帯電話についてですが、音声は頭打ち、あるいは減少している。それに代わって非音声はデータ通信関係がどんどん増えてきています。私も携帯電話を使っていろいろとデータ通信を使いますが、感想的になりますが、携帯電話は画面がどうしても小さいので、これが新しい技術でモニターが大きくなるような、どこかに投影

するようなものができれば、さらにどんどん進んでいけるのではないかと感じています。

次にテレビについてですが、ここでもインターネットによる配信サービスが試行的に実施されています。まだ過去に配信されたドラマとかドキュメンタリーをインターネットで流すという段階になっています。韓国の方も調査してみたのですが、韓国のほうはかなり進んでいるところもありまして、インターネット配信子会社を通じて、インターネット用にドラマを追加したものを流すとか、テレビで放送されてから間を置かずに放送する等のサービスをしているところがあります。

地上デジタル放送についても開始されまして、インターネットとの連携が非常に期待されている分野です。右にあるのは岐阜県での例ですが、自治体が住民向けに提供、サービスの実証実験が実施されました。これは2004年のものですが、こういったところでもたとえば行政情報としてインフルエンザ情報とか花粉情報とか、健康に関する情報等、自治体としても提供できるもので、かつ住民にとっても利用ニーズが高いような行政情報を放送コンテンツとしてデータ放送する。そういった実証実験が行われていたり、または教育、福祉、医療その他の公共サービスの連携にも期待されているのではないかと思います。

また、携帯電話向けの放送もいま試験的に実施しているところですが、地上デジタル放送ではアナログと違いまして、移動しながらでも非常に鮮明な画像を受けることができる。そういうことで災害時での携帯電話向けの一斉放送も可能になりますし、または被災地の住民、被災者からライフライン情報等を個別に入手する。そういったことが可能になってくるのではないかと思います。

次にゲームソフトの分野についてですが、基本的には減少傾向にあります。そういった中でインターネットとか携帯電話を利用した市場が急速に立ち上がっているという傾向にあります。日本の場合ですと主力は家庭用ゲームが中心です。右側に日韓の比較がありますが、韓国は家庭用ゲームが非常に少ないという特徴があります。これは韓国では家庭用ソフトの輸入について制限があったと聞いていますが、そういった環境でこのような違いができています。

あとネットワークゲームについて説明したいと思いますが、たとえば簡単なもの、囲碁などの対戦型で駒を動かすごとに通信するタイプのものから、ロールプレイングゲームで多数のプレイヤーが参加するもの、あとはアクションゲームのようにリアルタイムでやるもの、いろいろなものがあります。携帯電話ではメモリーソフトをダウンロードしたり、そういったかたち実施しています。ネットワークゲームではコミュ

コミュニティをつくって楽しむものがいま出ており、ゲーム提供者、事業者がそういったコミュニティの質を高めながら展開を図ることができる。要するにゲームの中の世界のアイテムを増やしたり、そういったことを工夫しながら事業展開することが可能になってきておりまして、そういったところが伸びているところです。

具体例として、これはファイナルファンタジーの画像です。ユーザーがキャラクターとなってバーチャルの世界でいろいろなネームとか衣装を設定し、他のプレイヤーと会話しながら楽しむ。基本的に実社会と同じような世界がこの中につくられていて、まちとか自然とか、いろいろとある。そういったところを動いて、モンスターが出てきたら倒す。これも事前に仲間で打ち合わせしてやれば、非常に効率的にできるし、何も知らないでやると全滅してしまう。そういったところを楽しみます。

これも私は非常におもしろかったところですが、こういうふうに溪流の場面があります。ひたすら溪流にいそしんでいるグループもある。要するに魚とか食料がこの世界の通貨として換金でき、それでまたいろいろなアイテムが買えるシステムになっています。当初、ゲームソフト事業者は想定していなかったと思いますが、ひたすら魚釣りを楽しみ、こういったグループでたぶんチャットをしていると思いますが、そういったところもあります。

あと、その他音楽ソフトでは皆さんご存じだと思いますが、iTunes Music と iPod の成功とか、日本でも同様の動きがある等、あとは着うた、着うたフルといったサービス、新聞、雑誌の分野でもポータルサイト、ニュースアグリゲーターや、ブログの進展と、たしかブログは昨年 7 月で 400 万規模の加入者になっていたと発表がありました、それぐらいの規模になっているものです。

あと今後の展開についてですが、アメリカですといろいろなメディア産業、映画、テレビ、雑誌等が一つの企業で、コングロマリットのような企業で展開しているのに対して、日本はどちらかというと制作委員会というかたちで各企業が委員会方式で集結し、メディア横断的な展開になっているのが現実です。今後ともこういった多メディア化は重要だと考えておりまして、ここでスーパー・プロデュースという概念を提案しています。メディア横断的に業界を束ねる。さらに政策だけではなくてファイナンスから著作権管理まで行うところを提案しています。

報告は以上で終わりますが、最後に少し時間がありますので、行政としての自分の思いも述べたほうがいいのかということもありましたので、関連しているところで述べさせていただきます。

モラル等の話もありましたが、私もどちらかというと専門は情報セキュリティのほ

うでして、話があっちこっちになるかもしれませんが、先ほどのゲームの中でもありましたように、バーチャルの世界だけで本当にいいのか。一つのコミュニケーションが本当にそれで取れるのかという疑問点が一つあります。

あと、ローテクの情報が意外に残ってしまうのではないかな。どんどん機器がハイテク化され、どこかにその情報があるのに、それが見えなくなってしまうのではないかな。そういう危機感があります。説明しにくいのですが、たとえば防災関係などで危険を発している信号がそのシステムだけ遅れていて、そういった危険の信号を受信できなくなってしまうのではないかな。そういった危険性もあるのではないかなと思っています。

また、基本的にこういう ICT 社会において基盤となるのが情報セキュリティだと思いますが、当然暗号等の技術とか、その管理、法令等は連携して進めるものと考えていますが、それにもう一つ、モラルというものがあるのではないかな。要するに文化といったほうがいいかもしれませんが、今後こういう情報がどんどん進展していくと匿名化社会になるのか、監視社会になるのかわかりませんが、それに合わせたモラル、情報文化といったほうがいいかもしれませんが、そういったものも新たにつくっていくか、またはきちんとしたモラルがないとこういった情報社会に住むことができない。皆ごまかしてもいいんだということになると、リアルの世界だと全身五感を使って相手の異常とか、何かおかしいというのがわかりますが、デジタルになると相手が見えないところが非常にネックになる。そういうところがあります。こういったモラルをどうやって醸成していくかという点が、今後あるかと思っています。

あと市民社会という点でいうと少し話が飛びますが、安全・安心の研究会をいま総務省で実施していますが、そこでも ICT による安心・安全の確保には限界がある。やはり地域社会と連携して、行政と保護者、市民団体が連携してやっていかなければいけないので、そういったところの連携をいかに進めていくかが重要ではないかと思っています。

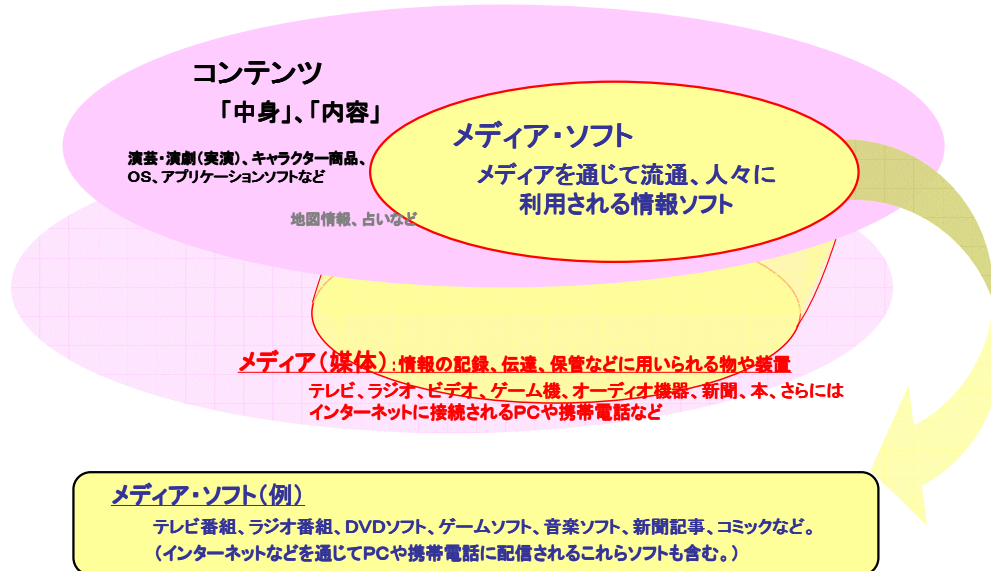
メディア・ソフト流通の新たな展開

～ ネットワーク時代の多メディア展開 ～

2006年2月
総務省情報通信政策研究所(IICP)
南 圭次

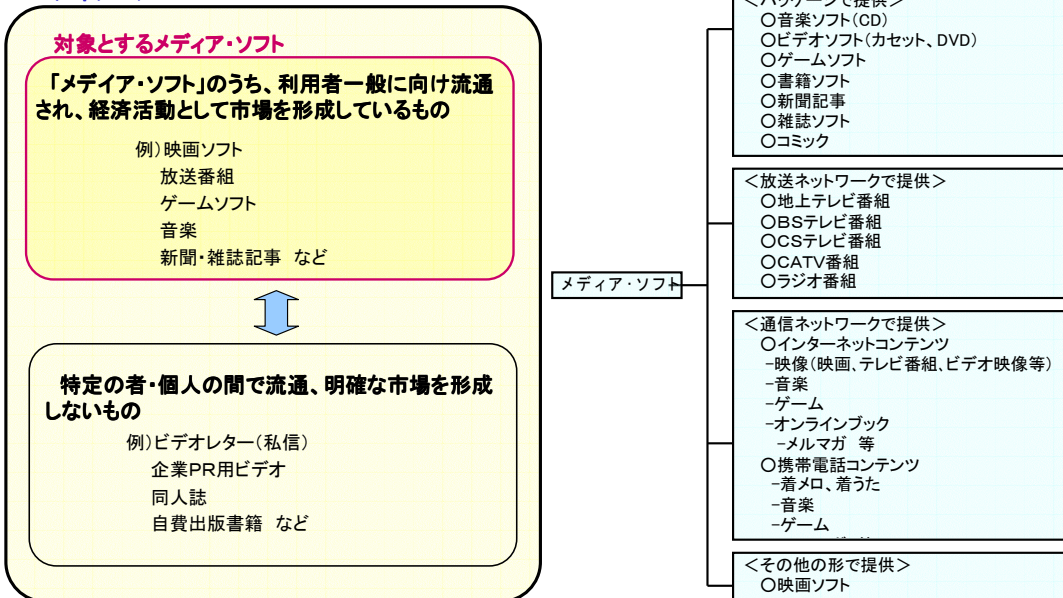
1. コンテンツとメディア・ソフト

メディア・ソフトとは？



メディア・ソフトの考え方 ～対象とするメディア・ソフト～

メディア・ソフト



メディア・ソフトの考え方 ～マルチユース～

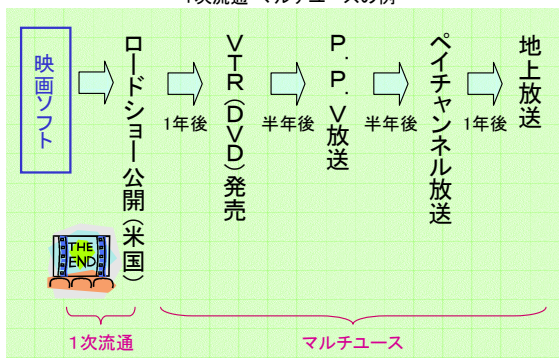
流通経路の多様化 ～マルチユース～

メディア・ソフトは、ソフトによっては多数の経路（メディア）を使って流通

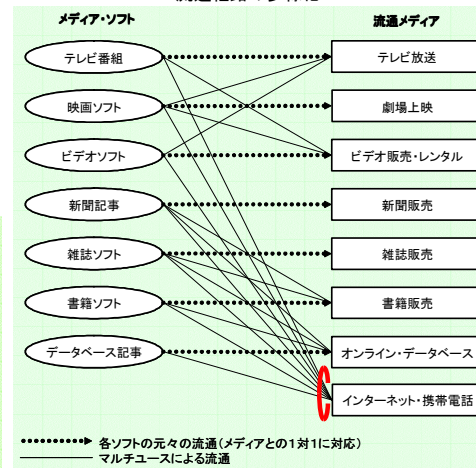
1次流通：最初に流通させることを想定した経路での1次利用

マルチユース：最初に流通させた経路とは別の経路での2次利用

1次流通・マルチユースの例



流通経路の多様化



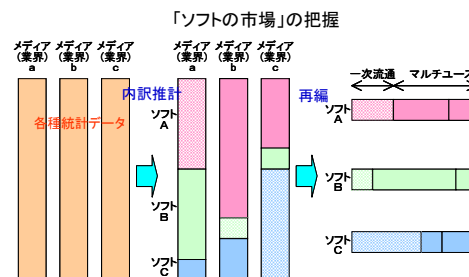
総務省情報通信政策研究所 5

メディア・ソフトの市場とは？

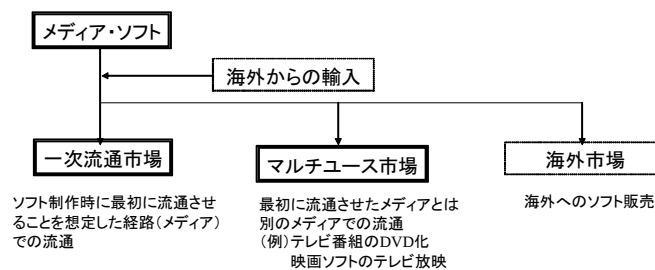
「ソフトの市場」の把握

各メディア（業界）の統計データ（販売収入や広告収入など）のソフト別内訳を推計、これらをソフト別に再編成（ソフトの市場）

同時に、それら内訳が1次流通分か他メディアからのマルチユース分かを区別しておくことで、再編された各ソフトの市場において、1次流通市場とマルチユース市場を算出



メディア・ソフト市場の流通構造モデル



総務省情報通信政策研究所 6

2. メディア・ソフト市場の実態

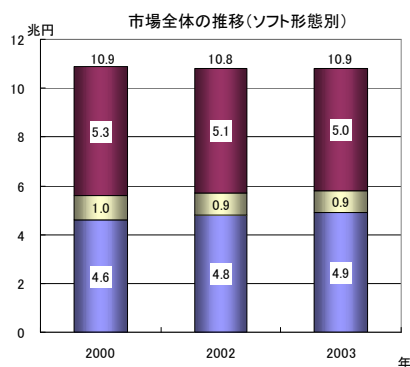
総務省情報通信政策研究所

7

メディア・ソフト市場の推移 ～映像系ソフトとマルチユースの推移～

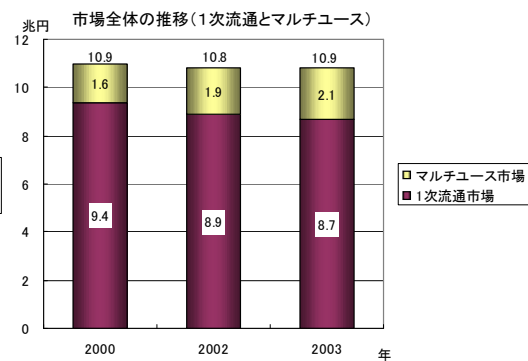
メディア・ソフト市場全体は、2003年までの3年間、約11兆円で縮小ないし停滞

← 新聞・雑誌、音楽CD、ゲームのパッケージ販売の不振



- テキスト系・音声系ソフトが縮小傾向
- 映像系ソフトの市場は、2003年(4.9兆円)までの3年間、年平均約1千億円ずつ拡大

← デジタル衛星テレビ番組、映画の拡大



- 1次流通市場が縮小
- マルチユース市場は、2003年(2.1兆円)までの3年間、年平均約2千億円ずつ拡大

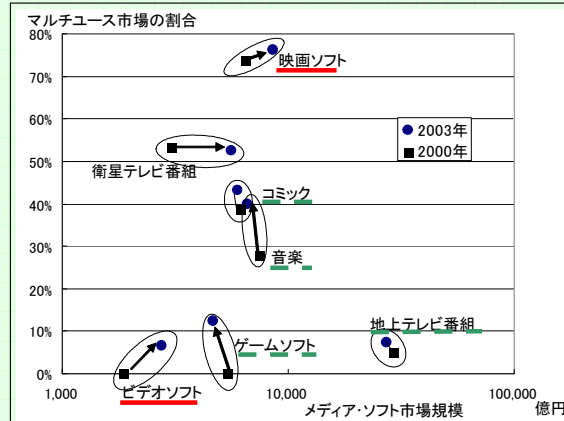
← 衛星テレビ番組、映画、ゲーム、音楽の拡大

総務省情報通信政策研究所 8

《参考》ソフト別マルチユース市場の割合

- 映画ソフトなどは、市場規模もマルチユース市場の割合も拡大
- ゲーム、音楽ソフトなどは市場規模が縮小するも、マルチユース市場の割合は増加

主なメディア・ソフトの市場規模とマルチユース

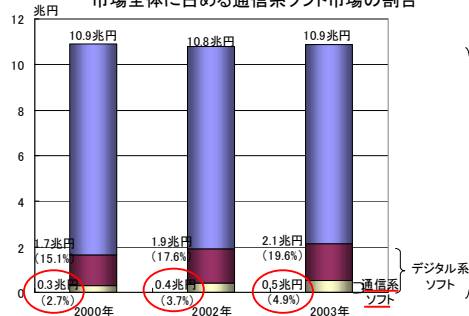


総務省情報通信政策研究所 9

メディア・ソフト市場の推移 ~ネットワーク流通市場の推移~

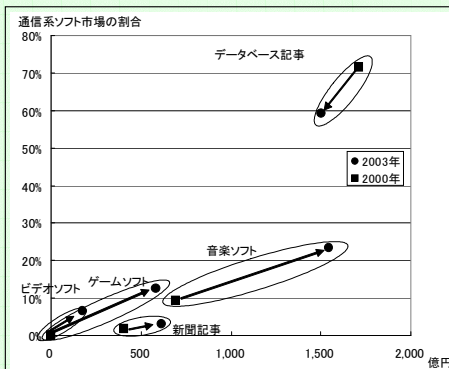
- ネットワーク流通市場(通信系ソフト市場)の2003年(約5,400億円)は2000年と比較して、約2,400億円増加
- 市場全体の約5%と、まだ立ち上がり段階

市場全体に占める通信系ソフト市場の割合



デジタル系ソフト: CD、DVD、ゲームソフト、デジタル衛星放送番組、オフラインDB及び次の通信系ソフト
通信系ソフト: インターネット、携帯電話、通信カラオケ、オンラインDBを通じて流通するソフト

主なメディア・ソフトの市場とネットワーク流通



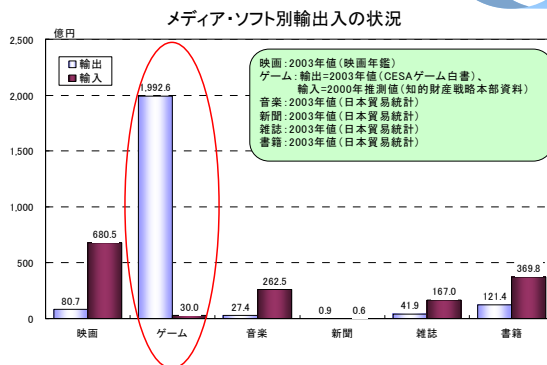
着メロ・着うたなど(850億円増)、ネットワークゲームなど(580億円増)の拡大
この他、ネットオリジナルの番組、メルマガなど(510億円増)の立ち上がり

総務省情報通信政策研究所 10

メディア・ソフトの輸出入

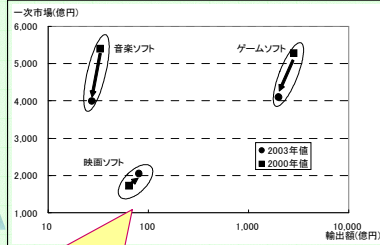
海外収支

- ゲームソフトは66倍の輸出超過
 - 映画(8倍)、音楽(10倍)は輸入超過
 - これら全体では、750億円の輸出超過
- ⇒日本はゲームソフト主導のソフト輸出国

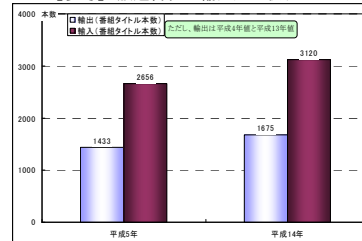


輸出の動向

主なソフトの1次流通市場と輸出額の推移



【参考】放送番組の輸出入の状況



NHK放送文化研究所年報より作成

総務省情報通信政策研究所 11

2. ネットワーク時代のソフト流通とメディア

総務省情報通信政策研究所

12

新たな流通の場としてのインターネット ～配信ソフトの高度化～

《インターネット》

世界一安い料金、PCの普及

- アニメなど動画像、ゲーム、記事など

事業者の工夫

↓
広告を織り込んだウェブドラマなど

オリジナル作品も

<http://www.aii.co.jp/go/webdrama.html>

《携帯電話》

定額料金、端末の高機能化

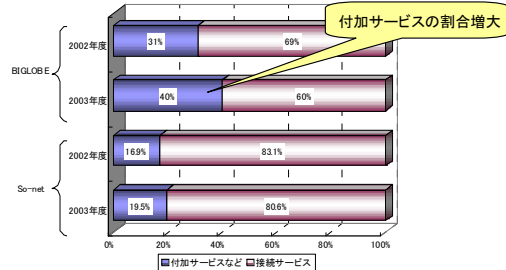
- 着メロ・着うた、ゲーム、記事など

さらに

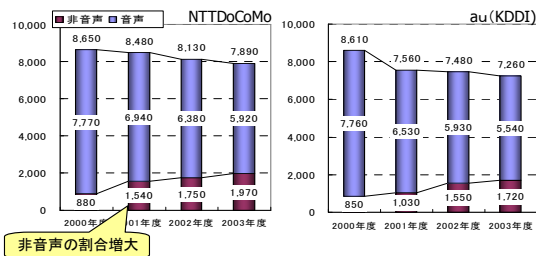
↓
簡単な番組(最大約3MB)
音楽配信(最大約2MB)など

ソフトの大容量化・多様化

インターネット事業者の売上構成比の例



携帯電話利用者1人当たりの月平均利用額の例



総務省情報通信政策研究所

13

インターネットによるメディア・ソフトの展開

～テレビ番組～

放送されたドラマやアニメなどをインターネットで配信する試行的な段階

※韓国では、放送局がインターネット配子会社を通じてインターネット用に数話を追加したドラマを配信するなど工夫

http://tv.sbs.co.kr/program/regular/regular_main.html?searchKey=DRAMA
http://tv.sbs.co.kr/parisiapan/parisiapan_film.html

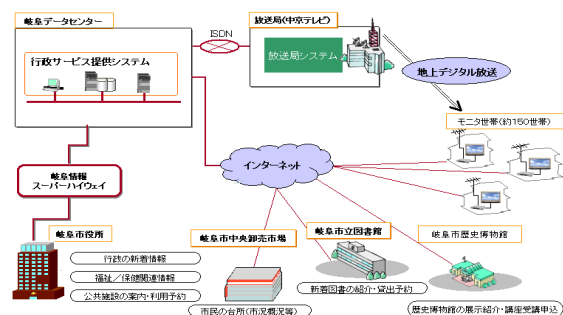
日本でのサービス

- トレソラー(TBS、フジテレビ、テレビ朝日、NTTなど出資の企画会社)
2002年9月-11月 有料配信実験
2004年2-4月・8-10月 有料配信実験
- NTT、KDDI、ピー・ピー・ケーブル(ソフトバンク)等7社
2004年7月-05年3月 NHK番組の有料配信など

地上デジタル放送では？

- サーバー型放送(2006年度までに実用化予定)で家庭用サーバーに蓄積した番組のダイジェスト視聴など
- デジタル放送とインターネットとの連携
自治体の住民サービスとの連携
教育・福祉・医療などの公共サービスとの連携
- 携帯電話向けの放送(2005年度までに実用化予定)とインターネットとの連携

実証実験システムの構成

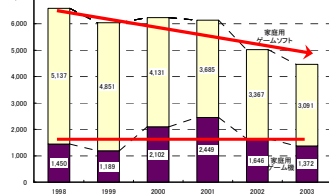


総務省情報通信政策研究所

14

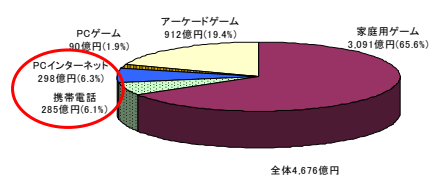
～ゲームソフト～

家庭用ゲーム市場(ソフト・ハード)の推移



主力の家庭用ゲームソフト市場は縮小傾向(5年間で約2,000億円)

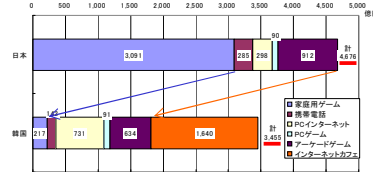
ゲームソフトの市場全体の構成(2003年)



インターネット、携帯電話を利用した市場の立ち上がり(全体の12.4%)

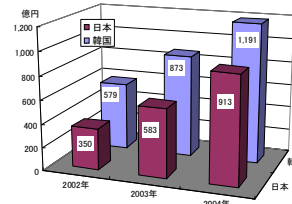
＜参考＞ 日韓ゲームソフト市場の比較

ゲームソフト市場の比較(2003年)



- ・韓国(3,455億円)は日本(4,676億円)の約74%の市場規模
- ・日本では家庭用ゲームが約2/3だが、韓国では約6%
- ・韓国は市場全体の5割弱がインターネットカフェ

インターネット・携帯電話を利用したゲームソフトの市場規模



韓国は日本の約1.3倍の大きさ(2004年)

《参考》ゲームの今後 ～ネットワーク化の進化～

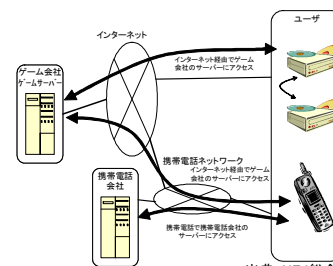
ネットワーク化するゲームには、

- 囲碁など対戦型で簡易なものから、ロールプレイングゲームのように多数のプレイヤーが参加する高機能なものまで存在
- 携帯電話では、メモリーにソフトをダウンロードした後、プレイヤーが個々に楽しむものが主流。通信料の低下やメモリーの大容量化で、ネットワーク化が進むと予測

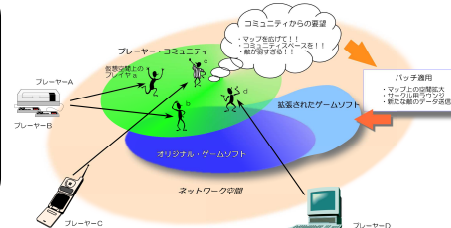
ネットワークゲームでは、

- ソフトとコミュニティで1つの大きなコンテンツを形成、コンテンツ自体がダイナミックに変容
- 事業者はコミュニティの質を高めながら事業展開を図ることが重要
- ゲーム機、PC、携帯電話から同一のネットワークゲームに参加できる「ゲームのユビキタス化」も想定

ネットワークゲームでのサーバーへの接続



ネットワークゲームのイメージ





(C)2002-2005 SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved.

総務省情報通信政策研究所 17



(C)2002-2005 SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved.

総務省情報通信政策研究所



(C)2002-2005 SQUARE ENIX CO., LTD. All Rights Reserved.

総務省情報通信政策研究所

インターネットによるメディア・ソフトの展開

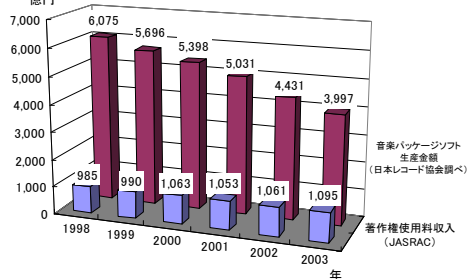
～音楽ソフト～

- 米国では、PC経由で携帯用音楽プレーヤーにダウンロード可能で、低価格(1曲99セント)な音楽配信サービスが成功⇒iTunes Music Store
- 日本でも同様の動き(mora, OCN MUSIC STOREなど)があり、今後の展開が注目
- 携帯電話向けの「着うた」や「着うたフル」と併せ、音楽配信市場の活性化が期待

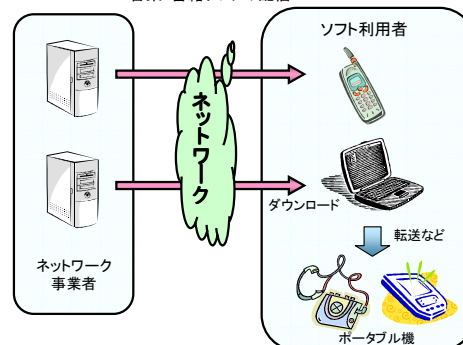
～新聞・雑誌記事、書籍～

- ポータルサイトやニュース・アグリゲーターによる記事配信の拡大
- 広告モデルの流れにあるオンライン出版の展開
- 書籍のオンライン配信(電子書籍)専用の機器
- 個人の情報発信ツールとしてのブログの利用拡大

音楽パッケージソフトの生産金額と著作権使用料収入
億円



音楽・書籍ソフトの配信



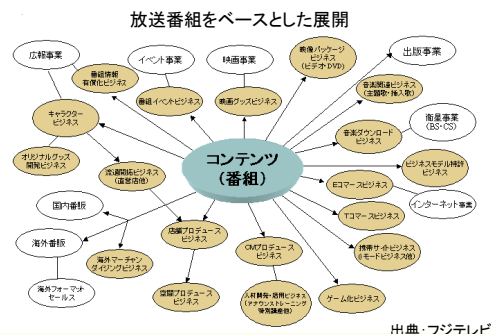
4. メディア・ソフトの多メディア展開

総務省情報通信政策研究所

多メディア展開、派生ビジネスへの展開

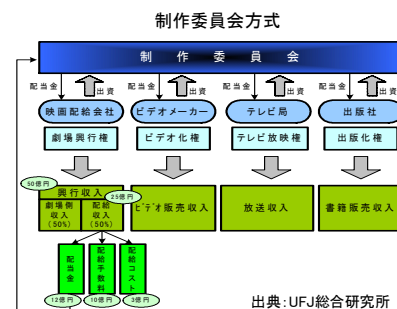
- 放送番組を元に、映画上映やDVD販売、出版、主題歌CD、サントラの販売、インターネットでの情報発信など他のメディアへ展開(多メディア展開)
- ヒット番組などは海外展開も
- グッズ販売、イベント開催、演劇など派生ビジネスへの展開

例)「踊る大捜査線」



制作委員会とは？

映画などの制作、多メディア展開に向け、出版、音楽、ビデオ、映画、放送等の企業が出資、**メディア間の分担・連携、効果的な広告宣伝**を展開しながら、リスク分散、収益向上を目指す**緩やかな企業連合**



ー「世界の中心で、愛をさけぶ」ではー

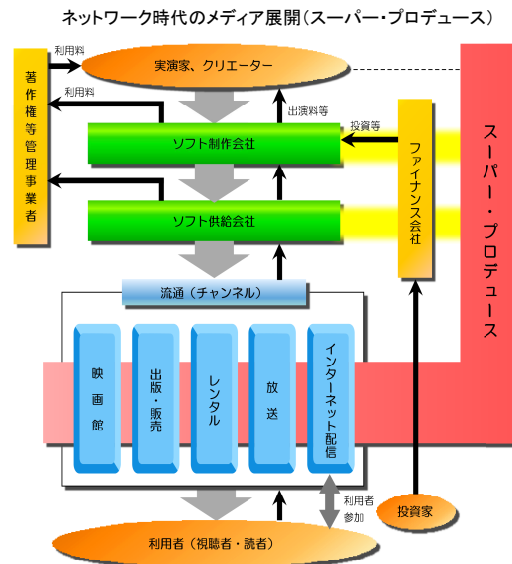
書籍の人気の高まりと期を一に映画公開(2004年5月)直前に主題歌CD・サントラ(4月)、コミック・写真集(4月)を発売。封切後テレビドラマ版の放送(7月)、DVD販売(12月)と戦略的に展開

総務省情報通信政策研究所

22

多メディア展開からメディア横断へ ～日本のスーパー・プロデュース～

- メディア・ソフトの戦略的な**多メディア展開**が市場拡大の鍵
- 従来のメディアに加えて、**インターネット・携帯電話による配信**も重要なファクターに
- これからのメディア横断展開
～ **スーパー・プロデュース** ～
 - インターネット配信も含めた戦略的なメディア横断的展開
 - ファイナンス・権利処理も統括
 - プロモーション・派生ビジネス(キャラクターなども視野)
 - 全体を1つのプロジェクトとして収益を最大に



□報告 2 「NTTドコモの取り組み」

NTTドコモ取締役常務執行役員 辻村清行

私どもはサービスを実際に提供している立場ですので、具体例に沿って私どもがどんなことを考え、あるいは私どものお客様がどんな使い方をされているのかについて、事例紹介ということでお話をさせていただきたいと思います。

これは携帯の進化を一つにまとめてみたものですが、皆様ご承知のように 94 年に携帯電話の端末開放、「お買い上げ制」が始まりました。そのころから急激に伸びたわけですが、最初の 5 年間は主に音声の通信が中心でした。次に 99 年 2 月に私どもは i モードを始めました。私どもの同業種の事業者さんも同じようなサービスをやられています、携帯電話がインターネットにつながりました。画面がどんどん大きくなり、最初は白黒でしたがカラーにもなりました。このような音声、インターネットに加えて、さらに第 3 期として、私どもは FeliCa というものを積んでいますが、非接触 IC で金銭的なトランザクションが携帯でもできる時代がこれからは本格化すると思っています。

少し数値的なおさらいをさせていただきたいのですが、上のほうは皆さんご承知のとおりですが、下のほうの数値で、私どもの i モードにつながっているサイト (i メニューサイト) は、ある一定の基準を設けて接続させていただいているところですが、約 6000 サイトあります。それ以外にインターネットの世界ですから一般サイトというものがあり、これはサーチエンジンで調べないとわかりません。おそらく私どもだけでも 9 万とか 10 万ぐらいのサイトがあります。

それからその下に、そういったサイトをどのぐらいお客様はご覧になっているかと、1 日 1 人あたり約 20 ページビューです。1 サイトでいくつかの画面をご覧になる方がいますが、その画面を一つひとつカウントすると 20 ページビューぐらいはご覧になっています。私どもの i モードには 4600 万のユーザーがいらっしゃいますが、その方々が平均的に 1 日でこれだけご覧になっています。また、メールは 1 日あたり送信数では約 4 通、受信で 5 通です。これぐらいのメールのやり取りをすでに 4600 万の方がされている状況にあります。

次に、この 6000 サイトの中からいくつかのサイトをご紹介します。私が愛用しているものに「超らーめんナビ」があります。私はラーメンが大好きですが、全国のラーメン屋さんの情報がサイトに掲載されていて、札幌に行こうが、大阪に行こうが、i エリア機能を使って近くのラーメン屋さんが自動的に検索されます。また、お客様が投票した最新の人気店舗の情報が常に見られるので、大変便利です。

次の事例は「釣ろうぜ！」です。釣りをやる時には潮の満ちひきの情報とか天気だとか、いろいろなことが重要になってきますので、そういったリアルタイム性の必要なものをこれで検索し、さらに自分が何かいい成果を得たら、それを携帯電話で写真に撮ることもできます。先ほどの松井審議官のお話にもありましたが、私も団塊の世代の一人ですが、これから団塊の世代の方が出てきたときに、こういった趣味を通じてのネット上でのコミュニティもだんだんできてくる可能性がありますし、現実にもこういうことが始まってきています。

それからもう一つは「ママニティ」です。出産や育児のサポートサイトはPC上でも結構あるのですが、今は、昔のように近くにお婆ちゃんがいて何でも聞ける、あるいは近所のおばちゃんに聞けるような状況では必ずしもありません。たとえば3カ月前に生まれた子どもがあまりお乳をよく飲まないとか、牛乳を吐いたとか、そういった一つひとつのことについてもものすごく丁寧に答えてくれるようになっています。

このサイトには掲示板機能もあるのですが、私どものサイトでは掲示板はあまりやっていません。掲示板は使い方によっては、いろいろなリスク、危険もありますが、このサイトの場合にはこのプロバイダーさんが質問や回答をチェックされています。

このサイトもiメニューサイトで簡単に登録していただけますので一度ご覧になられたらと思います。もちろんPCで見たほうがいろいろな情報がふんだんに取れますし、いいわけですが、PCの場合は、家にいる、あるいはどこかにいてPCに向かっているというシチュエーションが必要です。携帯の場合にはどこにいてもちょっと思いついたり、子どもの状態でいま確認したいことがあれば、時間、場所を選ばずにできるということで、これもなかなか人気のあるサイトです。

いままでiモードのサイトというとゲームだとか着うたとか、若者嗜好のことだけを言われますが、だんだんと日常生活に根づいたサービス、サイトが増えてきているのかなと思います。これを少し構造的に考えるとこういうことかなと思います。私どもが提供しているのは、あくまでも下から2番目の端末であったりネットワークであったり、その上に少し拡大した広義のネットワークというか、プラットフォームの役割としてのお客様のデータベースであったり認証だったり、いまご紹介があったようなセキュリティだったりということがあります。その上に実際にお客様がいろいろな商品なりサービスを売り買いしているリアル空間とサイバー空間というものがあるのだらうと思います。サイバーというのは独立してはいないだらうと、私は思います。おそらくリアルがあって、サイバーがある。その二つが連携していないとだめなのだらうと思います。

「百聞は一見にしかず」という言葉がありますが、この前ちょっと聞いたのは、「百

見は一触にしかず」と。やはりリアルの世界で実物に触って感じて、大丈夫だという世界と、それを信じて、今度またサイバーでいろいろな利便性を得る。その二つが同時並行的に行われてくるだろうと思います。そういう意味で先ほど基調講演の中でリアルにつながってこないとだめだとおっしゃっていましたが、まさに私ども実際に事業を提供する者としても、リアルとサイバーとの連携は非常に大切だと思います。

団塊の世代の議論で、一つは介護、高齢者社会があります。個人的なことで恐縮ですが、92 歳になる母親がいて、私の場合には幸いに近くに住んでいますが、やはり母親が、ちょっとしたことでいろいろと手助けしてほしいということがあります。ところがそれは必ずしも家族の者が、あるいは親戚の者が助けられない場合があります。そういったものはおそらくいまのシステムですとヘルパーさんとか、あるいはご近所の方に声を掛けてお願いするということで、物理的にリアルとして近くにいる人が支えることがあるだろうと思います。

その一方でその人たちに 24 時間お願いするわけにはいきませんし、24 時間ずっと見守っている必要もない方の場合には、たとえば携帯上なりで遠距離介護的なことができるのではないかと。それは電話をかけるのも一つですし、それ以外にたとえば象印さんが「みまもりほっとライン i-pot」を出されています。いま私どもも考えているのは、たとえば給湯器と連動して、朝きちっとガスメーターが回ったら、その息子さんなり、娘さんなりに連絡が入る。そのことだけでも、ものすごく安心です。そういったサイバー空間を通してできることと、リアル空間でサポートしなくてはいけないことの連携を一緒に常に考えていく必要があります。

これから少しおサイフケータイの話をしたいのですが、先ほど土屋さんの最初の紹介でソーシャルキャピタルという言葉と、もう一つはファイナンシャルキャピタルという言葉がありました。これからだんだん広まっていくのではないかと私どもも予感しているおサイフケータイは、少しファイナンシャルキャピタル的なところにつながってくるだろうと思いますが、いままでキャッシュカードであれ、クレジットカードであれ、磁気ストライプだったり、最近は IC となり、いろいろなかたちが出てきていますが、必ずしも十分にネットワークにはつながっていなかった。ところが携帯ですと常にネットワークにつながっていますし、ビューアがありますし、画面がありますし、それからキーボードがついているということで、いろいろなトランザクションができるだろうと思います。

先月の 28 日から JRさんと組んで、これを定期券に使えるようになりました。私も使い始めていますが、吉祥寺から四谷まで通っていますが、ものすごく便利です。単に

営業で言っているだけではなくて、何が便利かというと、こちらのポケットに定期を入れ、他のポケットには別の物を入れということで、それも全部忘れないように朝出るということは、私のような者にとっては至難の業ですが、これさえ持っていればいい。その安心感というのは、自分で使ってみると結構あります。そういったことは皆さんの実感としてもこれから出てくるだろうと思います。

ここ三田から大阪に行くときに、もしこういうものがあればお金は一切要りません。紙のチケットも要りません。スイカで JR に乗って、モノレールもいまは JR さんが持たれていますからスイカで行きます。JAL さんの場合にはこれでウェブチェックインができ、そのまま荷物検査場に行き、またそこにリーダー・ライターがありますから、かざすとそのまま入れて、搭乗口もこれで入れます。飛行機に乗って大阪まで着いたら、これで出られます。途中で何か買いたいと思ったら、羽田ではこれで買えます。現在、そういうことが既にできるのです。だからこれで全部やってくれと言っているのではなく、そういうことが現実となってきたということを申し上げています。

私どもは、これですべてできるなんて傲慢なことは考えていません。やはりリアルとどうやって連携をつけて、お客様が新しい技術を使いこなしていただけるかということ、私どもとしては市場とうまくコミュニケーションをしながらやっていかななくてはならないと思っています。たとえて言うと、ちょっと言葉は適切でないかもしれないのですが、化学反応みたいなものです。新しい技術が社会にポツと落ちたときに、それがどういう反応をし、社会の方が反応し、使いこなされていき、また私どもとしてどういうふうに変えていかななくてはいいのかというのはある意味で試行錯誤の連続です。もちろん最初にいろいろなことを頭の中では考えますが、現実にかかることは想定しないことがたくさん起こってきます。

そういったことでこのおサイフケータイもいろいろな場面で社会に入ってくると思いますが、まさにそういうリアルとの連携をうまく取りながら進めていきたいと思えます。スイカの例を申し上げましたが、今後はクレジットカードとしても使えるようになります。この春からサービスを開始します。もしご興味のある方があれば使ってみてください。

いまご紹介していることは、未来志向のものすごく楽しい話ですが、新しい技術はいつもその影を伴っています。新しい技術をどうやって使いこなすのかということは、社会全体としてよく考えていかななくてはなりませんし、ある意味では法整備的なこともお願いしなくてはなりません。

一つの事例として持ってきたのは迷惑メールの事例です。左側が私どもの i モードの

契約数です。折れ線のオレンジの色がiモードの契約数です。縦軸の棒グラフが、私どもにいただいた迷惑メールに関するお客様からの問い合わせ、苦情等の件数です。

これで見えていただくと、2001年の最初のころ、iモード契約が2000万を超えたぐらいのときからグッと迷惑メールが増えています。迷惑メールを送信する人達にとってみると、100万、200万のサイズでは無作為に打って効率が悪いということかと想像しますが、ある一定の数までは待っていたのかどうか分かりませんが、そこでドッと出てきました。

それまでは携帯番号がアドレスでしたから、非常にわかりやすい。0から9までしかありませんので、それを組み合わせれば、容易にパソコン上でいろいろなものができてしまいます。それで対策としてアドレスを英数字化しました。そうするとグッと落ちたのですが、それに対抗するようなものがまた出てきました。今度はドメイン指定を入れ、次には法制度で承諾広告という規制も入れていただき、さらには2003年の後半にはiモードから1日あたりで送れるメール通数も制限し、さらにはショートメッセージサービスというインターネットとはやや違うものについても制限して、やっとここまで問い合わせや苦情件数が落ちてきました。

ただ、これで私どものサーバーに来る迷惑メールの数が減っているわけではありません。まったく無作為な数字と英字の羅列が来ます。そういうものは私どもで整理して、なるべくお客様のところに行かないようにしています。皆さんの使われているインターネットのパソコンもいろいろな迷惑メールが来ていると思いますが、こういったことをきちっと対応していかないと、便利ないいものだけれど害も多いということになると思います。

それからあと、これは先ほどの事例にもありましたが自治体との関係で、いま子どもさんに関係する非常に不幸な事件が続いています。池田市の事件もありましたが、そのときに池田市がやられたことで、近くに不審者がいたら親御さん等に知らせるというシステムで、うまくいっています。しかしこれも使い方によってはいろいろな課題があって、不審者だとだれが判定するのかという問題があります。誰かが歩いていたら、勝手に不審者だと言われても困る状況もあるわけで、そういった誹謗中傷的なことも出てくる可能性もある。そうすると警察が判定するのか、市が判定するのか、だれが判定するのかというところまで考えておく必要があります。

この3月4日に、私どもはキッズケータイを出します。各PTAでは自分の子どもに、特に小学校の低学年の場合には、自分の子どもさんに携帯を持たすかどうかはものすごい大議論があって、ほとんどの学校ではいままで「持たせない」という結論でした。そ

れはやはり有害サイトを見てしまう。あるいは友達に「お前の携帯貸せ」と。その友達がだれか遠方の人に勝手に電話をかけて、通話料はそのいじめられた子どもにつけるみたいな、むしろ負のほうが多かった。ところがこれだけいろいろな事件が起きると、やはり子どもに持たせたい。

私どもがいま提供するキッズケータイでは、ちょうどこのへんのところにフックがかかっていて、首にかけていて強引に悪い人が取ろうとすると、そのフックが外れて大きなブザーが自動的に鳴ります。ブザーが自動的に鳴ると E メールがまず親御さんか、ご指定されたところに行きます。電話も通じます。それから悪い人が電源をオフにしたら、またその位置情報も送信します。バッテリーは勝手に開けられないように、特殊な道具でしか開けられません。あるいはサイトもお子様が学習に役立つようなサイトしか入れませんということをいろいろと組み合わせて提供していく予定です。

ただ、これだけでも私どもは十分ではないと思います。いろいろな主婦の方にお伺いして、われわれなりにつくったものですが、これも進化していかなくتهはいけないと思います。

それからもう一つ携帯とセキュリティに関連しては、先ほども出ていましたが防災があります。いまいろいろなところで気候の温暖化に起因するものを含め、不幸な災害が起こっていますが、2年ぐらい前に私どもはiモード災害用伝言板をつくりました。災害のときに皆が電話をかけますから、いわゆる輻輳がおこり音声はなかなか通じなくなります。ところがパケット通信はそういう輻輳状態が集中したときに非常に強い。したがって、何かある一定の基準以上の災害が起こったら、私どもは自動的にこの伝言板を立ち上げ、被災者の方は非常に簡単なメッセージ、「無事だ」とか「学校にいる」とか、すでに準備されているメッセージのところをクリックすれば掲示板に上がって、全国各地のその方の知人なり、家族の方と連絡ができます。こういうサービスを立ち上げました。これは私どもが最初にやったのですが、auさんもボーダフォンさんも参加され、いまはどこの携帯であれ、どのボードにも行けるようになっていきます。こういったことも携帯の一つの役割だろうと思っています。

いま申し上げたように前半でいろいろと申し上げた光の部分もありますが、その光の部分には当然影の部分もあるので、光と影を基本的によく検討していただくということで、2004年4月にモバイル社会研究所を立ち上げました。これは10人足らずの研究所です。ここには研究者の方もたくさんいらっしゃるだろうと思いますので、ぜひ参加していただきたいと思います。私どものこの考えは、世界中の社会学者、心理学者、いろいろな方々が、私どもの研究所の研究者だと思っていまして、ネット上でいろいろな

議論をし、そこに成果を上げていただき、またそれを公開してネット上での議論を深めていただきたいということで立ち上げています。ご興味のある方はこのサイトにぜひアクセスしていただくと同時に、いろいろな貢献もしていただければ幸いです。

□報告3「インターネットを通じた社会関係資本の形成とその帰結」

明治学院大学教授、社会学部 宮田加久子

今日私はインターネットを通じて社会関係資本が形成できるのか、それができたとしたら、その帰結は何なのかをお話しさせていただければと思っています。

社会関係資本とは何か。あまり聞いたことがない言葉だと思いますので、まず簡単にその説明をさせていただきます。次に、インターネットに代表される ICT が社会関係資本をつくっていくのに本当に役に立つのだろうか。そしてその社会関係資本を活用するのに役立つのだろうかということを考えます。そして3番目に、ICTを通じた社会観資本の形成過程と効果過程を考える上での具体的な方法を考えます。この3点に分けて今日はお話をさせていただきます。

1 社会関係資本とは

最初に、社会関係資本という概念ですが、英語ではソーシャルキャピタルといいます。この言葉を日本語に直訳すると社会資本となるのですが、そういうと、「橋ですか」、「道路のことですか」と言われますが、そうではありません。これは、「人々の協力関係を促進し、社会を円滑かつ効率的に機能させる社会ネットワーク、信頼、互酬性の規範という集団や組織、社会の特性」と定義されます。そして、社会の特性として、社会ネットワーク、信頼、互酬性の三つの要素が重要だという立場の考え方です。社会ネットワークとは、人々のつながりです。どんな社会ネットワークがドミナントなのかによって、社会の構造が変わってきます。それから信頼です。どんな信頼か。信頼は一つではない。それではどういう信頼があることが社会にとっていいことなのか。そして規範です。いろいろ社会には規範がありますが、やはり自分の大事なもの、情報なり、資源なりを提供して皆で協力していくためには、お金だけではない。それ以外のものもあるのではないか。皆が協力しやすくするための規範をつくっていくことができるのではないか。

このように、社会関係資本は社会ネットワーク、互酬性の規範、信頼の3つが非常に重要な要素なのですが、それぞれの極端な典型例である、結束型社会関係資本と橋渡し型社会関係資本の2つあげて説明しましょう。

まず結束型社会関係資本は、たとえば江戸時代の日本の村を思い浮かべて頂くとわかりやすいと思います。同じような考え方、同じような社会階層の人、知り合い、親戚、といった同質の人たちが、閉鎖的な仲間内のネットワークを構成している。そこ

では人数も限られており、お互いにつながりが強いので相互作用することがある。従って、お互いの性格や考え方もよく知っているので、個別に「人間的にあの人は信頼できる」と考え信頼します。これを、「特殊的信頼（人間関係的信頼）」と言っています。また、極端な場合は、「村中が知り合いだから、もしあの人が私のことを裏切れば彼が村八分になる。だから彼は私を裏切らないだろう」と、安心しています。そして、自分に恩恵を与えてくれた人にお返しをする規範が育つ。もしお返しをしないと、「なぜお返しをしないのか？」と周りの人々から文句を言われるため、きちんと返報していく。これを「特定の互酬性」と言っています。

もう一方が橋渡し型社会関係資本といいます。いわゆる開放的で、さまざまな自分とは異質の人々がどんどんつながっていく。外に伸びていくかたちの社会ネットワークです。そしてここではどうするか。問題は信頼です。知らない人とどうやって社会ネットワークを形成するのか。相手が信頼できるかどうかかわからないのでは、怖くて絆をつなげようとは思わないでしょう。ただ、このような状況で役に立つのが、人間一般を信頼するという一般的信頼です。ただ、闇雲に誰でも信じるわけではなりません。信頼できるかできないかを判断する能力を私たちが持つこと、そして信頼を判断するための材料、仕組みがあること。それだったら相手の信頼を判断しやすいので、一般的信頼が機能しやすいでしょう。そして互酬性も、一般化された互酬性といいます。つまり「情けは人のためならず」ということわざがあるように、自分が受けた恩恵を、その与えてくれた人にお返しをするのではなく、社会に返報をしていく。たとえば、自分が以前に電車の中で席を譲ってもらって「すごくよかったな」と思ったら、次に電車の中で困っている人を見かけたら席を譲る。そういう規範ができ上がっていけば橋渡し型社会関係資本になる。

そして、これらの社会関係資本は、それぞれ良い効果を個人や社会にもたらします。

まず結束型社会関係資本のいいところは、精神健康がよくなります。たとえば、自非常に強い絆を持つ友達同士や近隣の人々は、例えば困ったときにすぐ助けてくれます。それも助けを求めている人のことをよく分かりますから、適切なサポートを適切なときに提供してくれます。極端な話、毎日散歩していた人が散歩していないのに気づき、「どうしたの？」と家を覗いて声を掛けてくれることもある。したがって、お互いに顔見知りで強い紐帯のネットワークがある地域や社会は、そこに住む個人の精神的健康（well-being）がよくなるだろうとされています。それからマクロレベルの社会的なレベルで言えば、犯罪も減ります。皆が知り合いですから、知らない人が

来たら、すぐそれと気づくので、不審者がわかりやすい。そういう意味で、犯罪の発生率が確実に下がるというデータが出ています。これは極端な例ですが、これが結束型社会関係資本のいいところになります。

それでは橋渡し社会関係資本はどうでしょうか。最近よく言われているのは、この橋渡し型社会関係資本をつくっていかうという話です。これは何かというと、様々な職業や知識やバックグラウンドを持った人々がつながるわけですから、個人にとっては、いままで知らなかった情報を得ることができる。そうすると、出世もしやすいし、転職もしやすい。さらには、異なるアイデアを出し合うことでイノベーションも生まれることもあるかもしれません。そしてもう一つ、社会的寛容も生まれてきます。結束型のほうにいますと、人間は自分と同じ考えの人しかだんだん認めなくなります。それに対して橋渡し型の社会関係資本の社会に生きていくと、ほかの自分とは違う人に対しても寛容になれるというところがあります。マクロのレベルでいいことは何かというと、社会的ジレンマの解決です。環境問題にしても何にしても、みんなが同じ解で納得するようなものはなかなかない。ある人にとってはこちらのソリューションがいいけれども、それをやると不利益になる人もいる。そのときに、簡単ではないけれどもやはり多様なネットワークがあって、そこに信頼があって互酬性があれば、その人たちが協力していく1つの土台になるのではないかな。あればすぐできるという簡単な話ではありませんが、相手の立場もわかりますし、お互いに一歩ずつ譲れば全体が幸せになることがわかってきますので、そういう意味でのジレンマの解決が、結束型のときよりも少しはよくなる。それからエンパワーメントです。皆さんが自分たちの力を信じて、自分たちがマイノリティであっても力を持っていこうということができるようになるでしょう。さらに、ネットワークがいろいろな所でつながってくれば、自分の意見を主張できる場に誘われることもあるし、そこに行けば「参加しよう」という意識が強くなってくるだろうという意味で、民主主義のパフォーマンスがよくなるでしょう。そして市民参加によって、コミュニティというのはきっと発展するだろうと考えられます。そして経済成長です。経済成長は、私は専門が社会心理なので特にここで言うわけではありませんが、そういったところまでつながってくるのが社会関係資本の肯定的な帰結です。今回はわざと肯定的な効果、光の側面ばかりをお話しました。

2 ICTは社会関係資本を形成できるのか

それでは ICT によってこういった社会関係資本を形成できるのだろうか。まず基

本的には、社会関係資本とは私たちが日常の生活で活動する中で人々と接触してつくられていきます。その時に、ICTは日常生活の活動をサポートする。それを促進するのに使われます。それと同時にもう一つは、たとえばオンラインコミュニティのような、オンラインの活動がオンライン上での社会関係資本全体を高め、それが日常生活空間にも広がっていくとこともあるのではないのでしょうか。

いままでは、前者のように、ICTを使って日常生活でのいろいろな活動を活発にすることで、地域社会に社会関係資本をつくるという話は結構いろいろなところであったと思います。そこで今回はあえてオンライン上だけでつくっていった社会関係資本がどういう効果を持つかということでお話をさせていただきます。

(1) 結束型社会関係資本の事例

典型例としてセルフヘルプグループ、自助集団があります。自分と同じ悩みを抱えている人たちがオンライン上で知り合い、その悩みを共有していく。そういった自発的な自助集団です。ネットだからこそできることはいくつかありまして、一つは同じ悩みの人を探すのが現実世界では難しいことがあります。しかし広い世界からだったら探せるし、自分の悩みを対面では公表できないけれども、広い世界や匿名の世界だったらそれを言うこともできます。これの典型が先ほど出てきましたが、育児などをやっているようなお母様方が参加するオンラインセルフヘルプグループがありますが、どういう人がいくかということ、生活空間の中でサポートが得られなかった人が参加することが、いまは多いです。育児だって、「夫もサポートしてくれるでしょう。それからお母さん、もしかしたらお友達だっているでしょう」と思われがちですが、実際にオンラインのセルフヘルプグループに参加するたちを調査してみるとわかります。何か。自分の悩みをもっているお母さんが参加しているということです。「子どもが熱を出した」とか、そういう問題はだれでもわかってくれサポートしてくれるけれど、「私はこの子がいるために仕事がうまくできない」とか、「この子がいるために私の自由が奪われている」という悩みは、この世の中は認めてくれない。「お母さんだからしょうがないでしょう」と言われてします。そういう悩みを持っている人たちはわりと現実空間の中ではサポートが得られない。このようにオンラインの育児支援セルフヘルプグループには、このようなサポートを得られにくい人々が来るところです。

この場でどのように社会関係資本をつくっていくかということ、基本的には結束型が多いです。同じ悩みをもち、バックグラウンドが結構類似している人々が参加してい

ます。そういう人たちが集まってきてコミュニケーションを密にすることで信頼を形成していきます。参加者は、結構ハンドル名を使っていますが、「〇〇ちゃんママの言うことなら確かだ」「あの人は私と同じ感性だ」「あの人と同じことをしてみたい」、そういうかたちの人間関係で信頼をつくっていく。そして、そのオンラインコミュニティに対するアイデンティティが高まってくると、「私も貢献したい」「そのオンラインコミュニティで私も発言したい」「私が知っていることで役に立つことがあれば、私も何かしてあげたい」という気持ちになりやすいです。そういう中で、ますます人間関係が強まっていく傾向があります。そして、サポートとか情報が交換され、その場に蓄積されていきます。

参加者が非常に強い結束力をますます持っていつてしまうために、新規にほかから人が参加しにくくなることがあります。しかしながら、この場合は、サポートの交換を通じて参加者の鬱状態が改善できるみたいな、精神的健康にも非常にいいことがわかっています。ただし、オンラインのセルフヘルプグループだけの効果は非常に限定的です。実際の生活空間からのサポートがあって、なおかつオンライン空もサポートが得られることによって精神的健康は高まります。そういう意味ではオンラインとオフラインをいかにつなげていくかが重要です。つまり、効果の面を見ても相互効果があるので、オンラインとオフラインの両方のサポートがあることの必要性がわかると思います。

それからもう一つおもしろいことですが、なかなかオンラインの友達とか、オンラインの社会関係資本は現実空間には効果を持ちにくいと考えられがちです。しかし実際にデータを取ってみると、そうでもありません。オンラインで自分がサポートを受けてよかったという人が、今度は自分の日常生活の友達にサポートを提供していく。サポートをオンラインの参加者中だけでお互いに交換するだけではなく、その外の人にも自分が提供していくようになることが、時系列にわかってきました。オンラインのセルフヘルプグループに参加している人が、家族や友人などの自分の周りの人たちに、「オンラインのセルフヘルプグループでこんなことをしている」「そこでこんな情報をもらってよかった」という話をすることで波及していきます。

そして、このオンラインのセルフヘルプグループの持つもう一つの効果はエンパワーメントです。こういったところだと、悩みを持つ参加者の愚痴の言い合いで終わってしまうような気がします。多くのセルフヘルプグループはそうになってしまっていますが、中にはエンパワーメントができることがあります。ただし、すべてのオンラインのセ

ルフヘルプグループがそうなるわけではなく、やはり段階があります。それからそこで社会ネットワークを形成していく参加者のパーソナリティみたいなものも、いまのところは影響しています。ただ、この場合はエンパワーメントを促進する可能性があることは間違いありません。

(2) 橋渡し型社会関係資本の事例

それからもう一つの橋渡し型の典型例として、消費者間オンラインコミュニティがあります。だれでも参加ができて、水平なネットワークができ、階層性がないコミュニティです。ただし問題は皆さんが言うように、参加者やそこでの情報の信頼性をどうやって判断するのかということと、フリーライダーが生じやすいことです。自分が大事な情報を提供しても、かの人が提供しなかったら、自分の情報を取られるばかりで損だと感じるようになります。そうするとだれも方法を提供しなくなってしまいます。それではどうするのが、問題です。

まず、はっきり言って、オンラインのコミュニティの中だけでは先ほど出ていたような一般的信頼は、いまの段階では育ちません。私たちは、それを日常生活の中でつくっていくしかありません。ただし一般的信頼が低いからといってあきらめることはありません。情報の信頼性を判断する仕組みがあれば、信頼は形成できます。その仕組みの一つが評判です。たとえば、会社の実績なり、レストランの情報ではなくて、そのレストランの情報を書いているレビューワーの評判です。他者がレビューワーを信頼できるかどうかを判断するためには、レビューワーが現実の自分の名前を明かすことや自分の現実に行っている仕事の内容を明らかにすることも一つの方法です。それ以外に、レビューワーについての評判から他者がレビューワーを信頼できるかどうかを判断することができます。この人が過去にどんなレビューを書いた人だったか。つまりその人の過去の行動についての様々な情報を「評判」として蓄積して、それを使って信頼できるかどうかを判断できます。信頼は、ただ「信じなさい」と言っても形成できません。評判みたいなものをつくることで、それを使って、「この人は評判が悪い」「皆もこう言っている」。だったら私は「この人の言っていることを信じようかな」とか、「信じられない」と判断できるでしょう。

信頼ができれば、自分も情報をオンラインコミュニティに提供したほうがいい。なぜならば、提供すれば、他の人から得られるチャンスも増加するからです。基本的にインターネットは、見ているだけでは情報は得られないし、得るものは少ないです。自分が情報を出してこそカスタマイズされた、自分にとって重要なものが入ってきます

す。それが「信頼できないから」「フリーライドされるから」のが怖くてできないのですが、評判のようなかたちで何かの仕組みを一つでもつくってあげることによって、信頼を形成しやすくなるのではないかと考えています。

ソーシャルネットワークサービスも、「友達の友達の友達」というように、参加する人を制限する中で、その相手が実際にどこに住んでいるだれかはわからなくとも、信頼を形成しやすいことが、参加者が増大している理由ではないかと思っています。

ここでは効果としては二つあります。一つは、先ほどから出ている多様な情報とカスタマイズです。一見矛盾するように見えますが、オンラインの特徴はいろいろな情報が得られるだけではありません。自分にとってカスタマイズされた情報をいかに取ることができるかが魅力の一つですが、橋渡し型の社会関係資本が蓄積されているオンラインコミュニティであれば、多様性とカスタマイズ性が両立するのではないかと。それからもう一つは消費者行動でいうと、消費者ははっきり言ってマイノリティです。そのマイノリティが消費者の意見を自分たちで公的に言えることが、非常に効果があります。

3 ICTを活用した社会関係資本の豊かな社会を目指して

それでは、今後、社会関係資本を豊かにするにはどうしたらいいのでしょうか。一つは社会関係資本形成のためにもオンラインとオフラインを相互作用させていくことが必要です。いままではオンラインはオンラインで社会ネットワークをつくり、オンラインの中だけの相互作用で終わりです。なかなか広がらない。それから信頼にしても、日常生活空間での信頼形成の仕方はオンラインでは通用しなかった。信頼の判断の仕方が、オンラインは別の世界だったから。しかし、それではありません。オンライン上でも、日常生活で得た私たちの社会的なスキルを使って信頼を形成するための仕組み、たとえば評判や参加者のプロフィールを知ることのできるシステムを作ることができるでしょう。それによって、オンライン上での他者とも信頼を形成できるのではないかと考えています。

それからもう一つは、施策の流れです。先ほど最初に言いましたが、いまは地域社会に ICT を入れて地域の社会関係資本をどう高めるかという発想が多いです。それはそれでとても大事だと思いますが、もう一つ、オンラインで形成された社会ネットワークは現実のほうにどうやったら浸透させることができるのか。それを考えるような方法もあるのではないかと考えています。たとえばオンラインのセルフヘルプグ

ループが現実の中で活動を展開するのは、実際には難しいです。やっているところもあります、たとえば NPO 法人も取れないとか、いろいろなことがあります。そういう意味で少し発想を変えて、こういった「オンラインでできたものを現実に」という発想をもう少し伸ばすようにしてあげる。サポートすることもできるのではないかな。

それから先ほどから出ているように、社会関係資本の効果はオンラインとオフラインの両方があってこそその効果ですので適材適所です。結束型社会関係資本も、橋渡し型も、先ほどは両極端を言いました。日本のいまの社会にとってどこが最適値か。結束型ばかりでもおかしいでしょう。このグローバル化というのに、結束型ばかりでは生きていけない。たくさんいろいろな情報も入れなければいけない。それでは開けばいいか。さっき言ったように信頼はできないし、もしかしたら精神的なストレスも皆が感じてしまうかもしれない。どこが最適化なのか。

インターネットというのがどこでも、だれでもできるから世界グローバル共通のメディアだと思われがちですが、その利用は文化に既定されています。日本人の私たちの社会にとっていい使い方を考えていく必要があるのではないかな。そういう意味で先ほどの二つの結束型と橋渡し型の最適化を考えた上で、オンラインコミュニティも、それから現実の地域コミュニティのほうも ICT をどう活用してつくっていくことができるか。その両方も相互作用しながらつくっていくことができるのではないかと考えています。今回、時間がなくて端折ってしまいましたが、ICT を使ってオンラインでつくった社会関係資本と、現実生活空間での社会関係資本、この両方があってこそその効果なので、その両方を促進する ICT のあり方を考えていきたいと思っています。

インターネットを通じた 社会関係資本の形成とその帰結

オンラインとオフラインの融合を目指して

2006年2月24日

シンポジウム「現実社会とネットワークの融合空間：
デジタル・コンテンツ時代の市民組織・市民意識」

明治学院大学 社会学部
宮田加久子

本日のコンテンツ

- 1 社会関係資本とは何か
- 2 ICTによる社会関係資本の形成と
その活用の効果
- 3 ICTを活用して社会関係資本を豊
かにするために

1 社会関係資本 (Social Capital) とは何か

社会関係資本の定義

- 人々の協力関係を促進し社会
を円滑かつ効率的に機能させる、**社会ネットワーク・信頼・互
酬性の規範**という集団や組
織・社会の特性

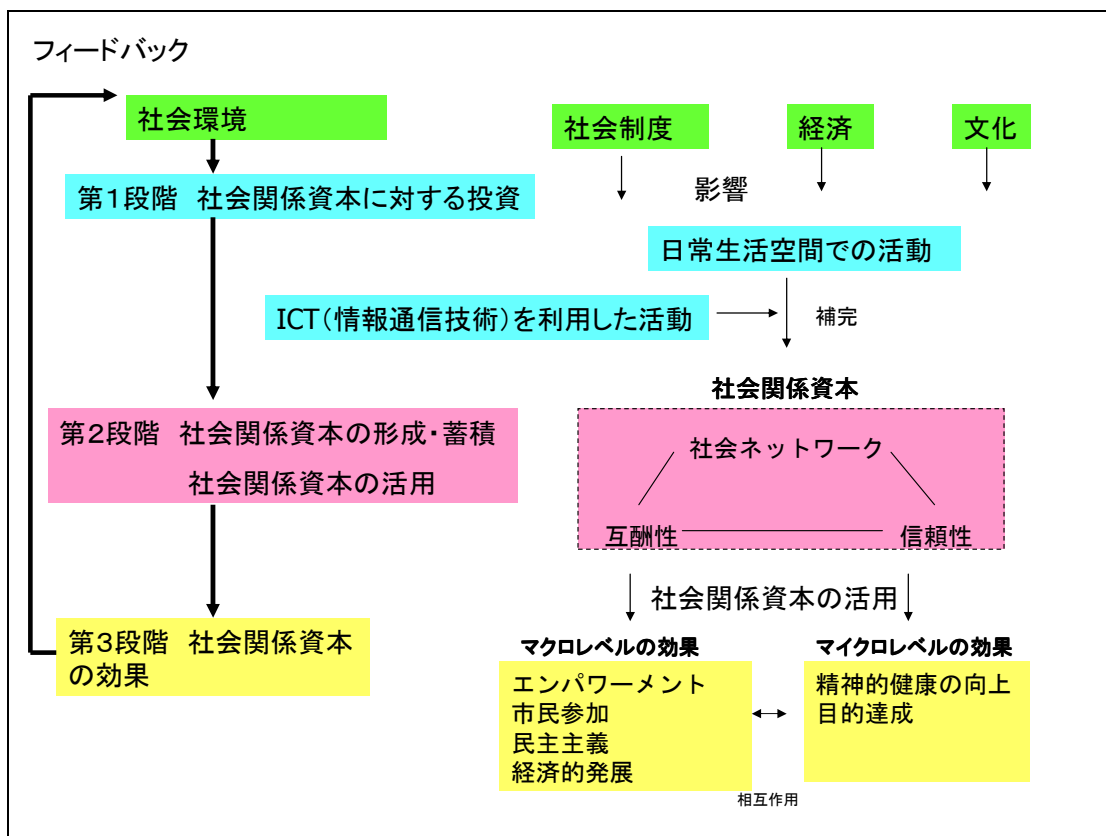
社会関係資本の2類型

	社会ネットワーク	信頼	互酬性
結束型社会関係資本	閉鎖的 同質的	特定の信頼 (個別に人間関係の信頼を築く)	特定の互酬性 特定集団内だけの一般化された互酬性
橋渡し型社会関係資本	開放的 多様な	一般的信頼	一般化された互酬性

社会関係資本の肯定的効果

効果	マイクロレベルの効果	マクロレベルの効果
結束型社会関係資本	個人の精神的健康の向上 学習成績の向上	犯罪発生率の低下
橋渡し型社会関係資本	富・権力・社会的評判の獲得 良い職や地位の獲得 目標達成	集団の問題解決促進 エンパワーメント 市民参加 コミュニティの発展 経済成長

2 ICTによる社会関係資本の形成、およびその活用の効果



オンライン上での結束型の 社会関係資本

典型例)

オンライン・セルフヘルプグループ

- 問題や悩みを抱える当事者がICTを利用してオンライン上で自発的に形成している自助集団



同じ問題を抱える人を広い範囲から探すことができる

誰がオンラインでソーシャル・サポートを
受領しているのか ？

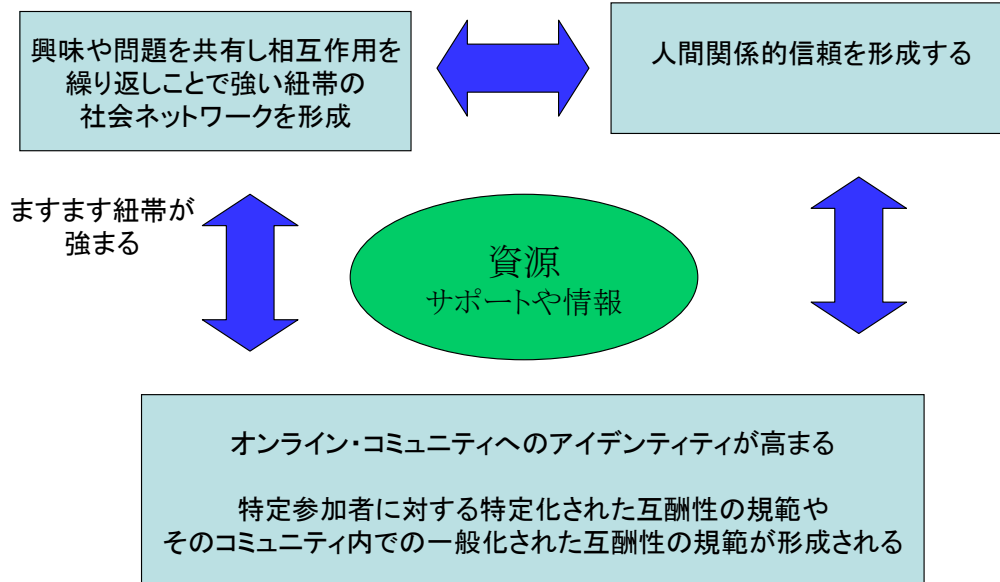
- 現実の社会生活空間でソーシャル・サポートを十分に得られなかった人がオンラインへ

例) 育児自体より、育児によって自分の自由や社会的接触が奪われることによって生じるストレスの高い母親

例) 自分の悩みを打ち明けてわかってもらえる人（多くは類似の悩みを持つ人）が、現実の社会生活空間で周囲にいない母親

オンライン上に結束型社会関係資本が形成される

(例 オンラインSHG)



オンラインSHGでのサポート交換(社会関係資本の活用)の効果1(マイクロレベル)

オンラインSHGで同じ問題を抱えている人々と出会い、ソーシャル・サポートを交換できる

自己開示・自己客観視
自己受容・孤独感の低減

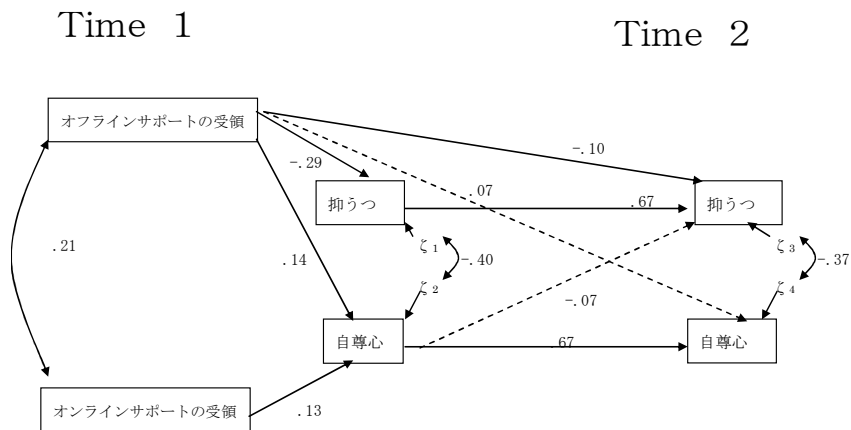


自尊心の向上・ストレスへの対処



抑鬱の改善

育児支援オンラインSHGの効果



ただし

オンラインSHGで得られるサポートだけでは、効果は限定的であり、現実の社会生活空間における親しい他者からのサポートも一緒に得られることで精神的健康向上の効果が高まる

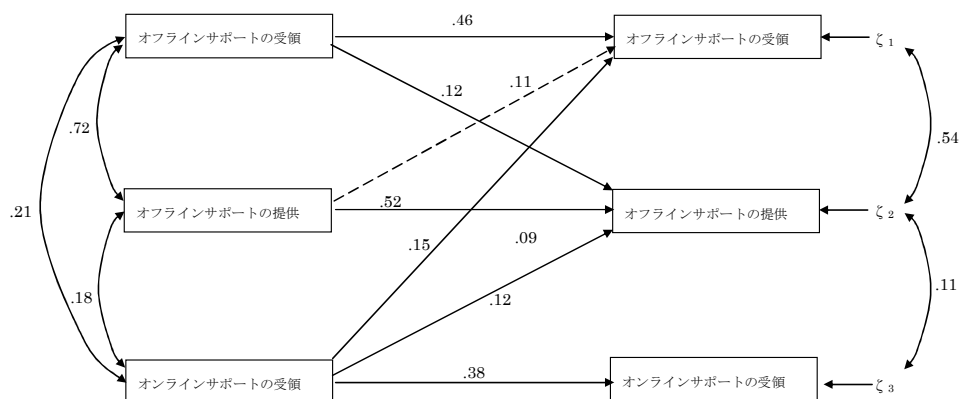
→オンラインとオフライン(現実の社会生活空間)の相互作用

オンラインSHGでのサポート交換の 効果2（マイクロレベル）

オンラインSHGで他の参加者からサポートを得ることが、当該オンラインSHG内の他の参加者へのサポートの提供だけではなく、現実の社会生活空間での他者にサポートを提供することまでも促進する

→オンラインからオフラインへ効果の波及

オンラインでのサポート受領から 現実の社会生活空間での提供へ



オンラインSHGでの サポート交換の効果 3(マクロレベル)

現実の社会生活空間におけるエンパワ メントを促進する

ただし、段階がある

- 1段階: 閲覧による孤独感からの解放
- 2段階: 発言を通じての自己開示とサポート受領
- 3段階: 発言を通じてのサポートの提供、および提供と受領の相互作用
- 4段階: 外部への発信を通じてのエンパワメント

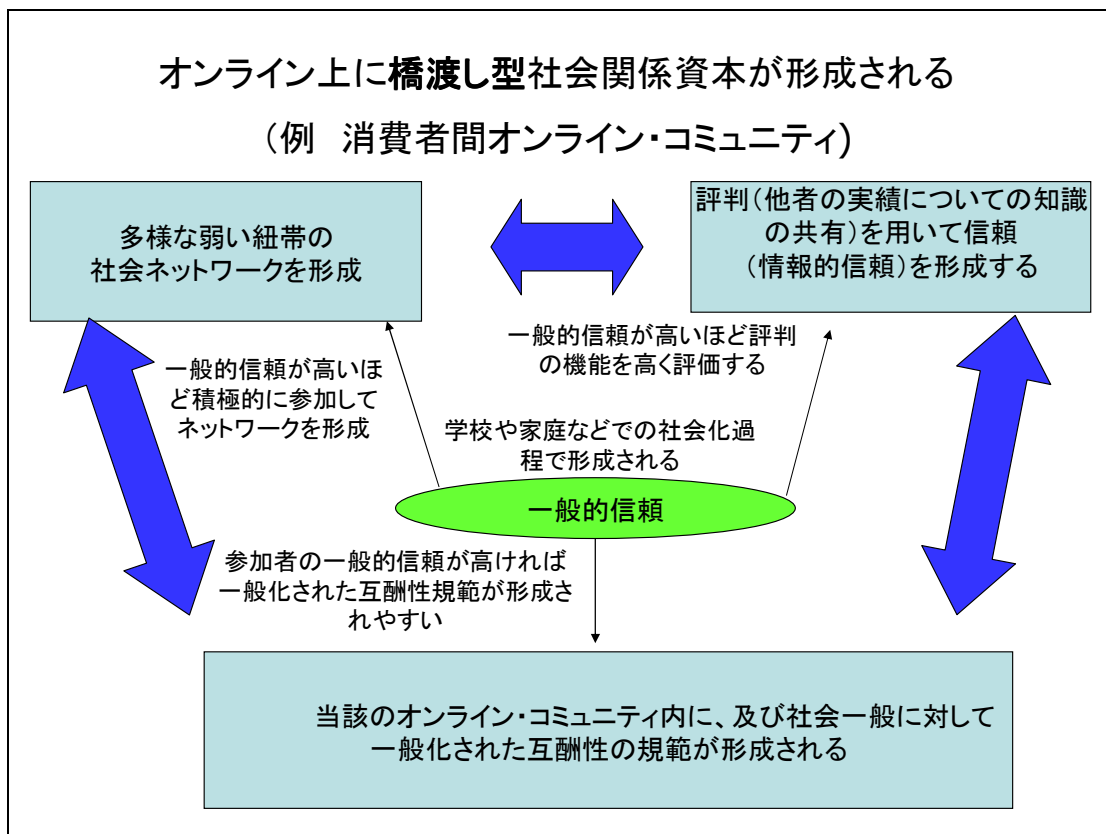
オンライン上での橋渡し型の 社会関係資本

典型例) 消費者間オンライン・コミュニティ

- 消費者同士が商品やサービスに関連する情報やサポートの交換を自発的に行っている場
- 誰でも参加ができ、階層性がない



- 多様なネットワーク・弱い紐帯からなる広いネットワークの形成
- フリーライダーの発生
- 信頼の形成の困難さ



消費者間オンライン・コミュニティでの情報(資源)交換の効果 1 (マイクロレベル)

消費者の目的達成がしやすくなる

- ・既存のネットワークからでは得られなかったような多様な情報が得られる
- ・各消費者のニーズにあったカスタマイズされた情報が獲得できる

消費者間オンライン・コミュニティでの 情報交換の効果2（マクロレベル）

消費者という社会的マイノリティが
エンパワーメントできる

3 ICTを活用して
社会関係資本を豊かにするために

1 社会関係資本形成のための オンラインとオフラインの相互作用

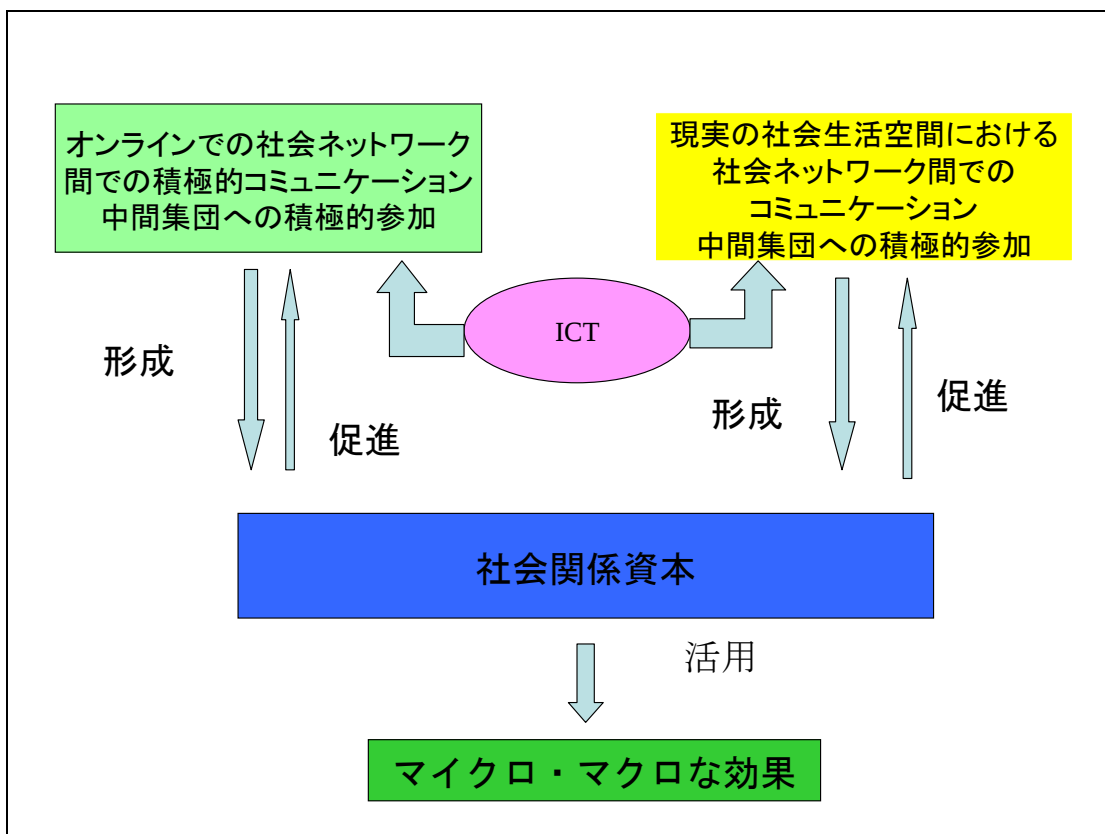
- オンラインで形成されたネットワークが現実の社会生活空間のネットワークに統合されていくことの必要性。
→ たこつぼ型オンライン・コミュニティからの脱却
- 一般的信頼は個人の社会化の過程で形成されるが、それを生かしてオンラインでも信頼を判断して社会ネットワークが形成できる。資源が活用できる
→ 個人の社会的スキル(メディア・リテラシーを含む)の育成の必要性。

2 オンラインからオフラインへの流れ

- 対面集団がICTを使って社会関係資本を高めるという視点
- (たとえば、地域コミュニティでICTを活用して社会関係資本を高めるための施策)
↓
- オンラインで形成された社会ネットワークが現実の社会生活空間までも浸透して来るという視点の必要性
(たとえば、オンラインSHGが現実の社会生活空間での活動を展開していくことを助ける施策)

3 補完しあうオンラインとオフラインでの社会関係資本の活用

- 現実の社会生活空間では不十分なことをオンラインで補う。逆にオンラインではできないことを現実の社会生活空間で補う。
- たとえば、サポートの受領にしても、オンラインだけでもオフラインだけでも不十分
- 両方が適材適所で活用されることで、マイクロレベルでもマクロレベルでも効果が高まる



参考文献

- 宮田加久子 2005『きずなをつなぐメディア: ネット時代の社会関係資本』NTT出版
- 宮田加久子 2005『インターネットの社会心理学: 社会関係資本の視点から見たインターネットの機能』風間書房
- <http://www.meijigakuin.ac.jp/~miyata>

□報告4「子育て情報サイトづくりー自分情報、みんな情報、そして地域情報へー」

慶應義塾大学助教授、メディア・コミュニケーション研究所 金山智子

タイトルを見ていただくとわかると思いますが、私の今日の話は非常に特定した事例です。皆さんはどちらかというとマクロ的な視点から今日はお話しされています。それとすでにでき上がったインフラ、もしくはでき上がったネットの上でどうかというお話が多かったのですが、私が今日お話ししたいことは、そういった情報いろいろな市民の方がどんどん発信する時代になっています。ブログ、ウェブ、SNS といったかたちです。そういった発信をしていく行為の中で市民の意識がどう変わっていくのかというところを今日は話したいと思っています。特に今回選んでいるのが子育てママ、いわゆる育児をしている母親たちと地方自治体の共同による子育て情報サイトづくりです。こういうものを通してお母さんたちの意識がどう変わってきたのかということについてお話ししたいと思っています。

もともとこれを選んだ理由は二つあります。一つは、子育てママというのは、先ほど松井審議官のお話がありましたが、デジタルデバイド、情報弱者の一つのグループでした。この人たちが自ら発信していこうと言っている。ビジネスの人たちとは非常に違った位置にいる、社会にいる人たちです。その人たちがどう変わっていくか。それで先ほど辻村さんのほうからも出ましたが、いろいろなマタニティとか育児のサイトはすでにあります。ウェブにいけばそういった子育てサイトはごまんとありますが、自治体と共同でつくっていくサイトはそれほど多くはありません。自治体の子育てサイトはあることはありますが、その中に当事者、子育てをしている母親たちを巻き込んでつくっているサイトはいまでもそれほど多くありません。

そういった意味でまったく違う、いままであまり接点のなかった主体がこのことで結びついて共同していく。私は宮田先生と同じですが、その作業によって新しいソーシャルキャピタルができるのではないかとこのところから、このような研究をやっています。今日は特に市民の意識がどう変わったかを見ていきたいと思っています。

写真は私が調査した一つのグループ、ピーカブーというところのお母さんたちが赤ちゃんを横に置きながら話し合っているシーンですが、内容としてはこういった協働的なサイトが生まれた社会的背景を簡単に説明し、事例を今回は二つご紹介したいと思います。ピーカブーとカ・エールで、両方とも札幌市にあるグループですが、その話をして、そういったことからこういったお母さんたちにどういった変化がきたのか。個人と社会とのかかわりの中でこの人たちにどういった変化が起きたのかという話をし、あと簡単にまとめていきたいと思っています。

まずお母さんたちと行政との協働による子育て情報サイトを生んだ社会的背景ですが、ご存じのように少子化対策ということで、当事者が求める本当にほしい情報を提供していこうという子育て支援情報の提供が一つあります。

もう一つは自治体の立場から見た場合、ボランティアとか市民社会といった大きな流れの中で市民参画型の地域自治推進を目指そうとしている行政が、市民との協働を促進していきたいというかたちになります。私は千葉県に住んでいるのですが、千葉でもこれがすごく盛んで、施策として入れられています。私もその協働推進をする委員としていろいろな協働に携わっていますが、なかなか難しいのが現状です。やはり全然違う主体なので、言葉がうまく通じない部分もあったりして難しいのですが、社会としては非常に重要になってくるだろうと思います。

もう一つは先ほど松井さんのお話がありましたが、電子政府構想推進の一環として求められる情報発信基盤の整備ということで、これは一つの例ですが、地域住民が欲している情報を政府と一緒に発していく。そういう基盤をつくっていこうという動きがあります。こういう背景を基に自治体のほうで一緒にお母さんたちを巻き込みながらサイトをつくっていこうという動きが徐々に出てきています。

実際に私はもう少し数多くの事例を見ていますが、今回比較的わかりやすく、同じ地域の中にある二つの事例を持ってきました。一つがピーカブー、これは英語で「いいいいないばあ」という意味ですが、札幌市南区で活動しているグループです。もともとは子育てガイドという冊子を南区が数年前に発行しようとしたときに、実際にお母さんたちを巻き込んでつくりました。行政なので、これをつくってある部数発行して渡してしまったら、そこで終わりなのです。お母さんたちとしてはそれだけ時間をかけてつくったいいものはウェブで出していきたいということで、お母さんたち主体でウェブ版をつくることになりました。区役所はその代わり協力はするけれど、お金は出さないよという立場を取っています。その代わり毎回必ず会議にも来ますし、いろいろなかたちで後援、共催といったことはやっています。

この人たちは毎月運営委員会を持って、フェース・トゥ・フェースでいろいろ話し合って情報を集めたり、どんな情報を出そう、私たちがほしい情報はこれだよねということで、冊子以外の、自分と同じような立場の人が本当にほしいだろうなという情報をいろいろ話し合って決めていくことをしていますが、実際に子育ては本当に忙しくて、小さな赤ちゃんがいるので、そんな簡単に出られない。それでコミュニケーションの手段としてメーリングリスト、それから携帯の二つが非常に大きなコミュニケーションツールとなっています。

活動ですが、これが子育てガイドのトップページになります。この中でこういうものをつくり、特にトップページのさらにトップの部分は彼女たちが毎回会うたびにいろいろ相談して決めている内容、コンテンツになります。彼女たちからするとこういう情報は行政のサイトにはあまり載らないものです。育児をしている当事者だからこそほしい。そしてその地域にかかわる情報だからほしいものがここに載ってきます。

こういったサイトづくりだけではなく、ここを拠点として彼女たちがだんだん活動を外へと広げるようになってきています。当然いろいろなところに行って取材をしたり、話を聞いて、それをコンテンツとして出していくわけですが、そこでつながった人たちとイベントをやろうとか、こういうことをしようとかたちでいろいろな企画が出てきます。そのうちの 하나가コンサートですが、要するに0歳児から音楽会にやはり行きたい、赤ちゃんの情操教育にもいいから、そういった企画をやりたいよね、でもないよね、じゃあ自分たちでやろうということで、地元の大学生、地元の音楽のグループと一緒にあってこういったコンサートを企画していきます。

私はこのコンサートの企画の会議にも何回か立ち会っていますが、本当に細かく、たぶん皆さんでは考えられないようなレベルの話をします。いくらにするか、100円なら来るかな、200円なら来るかな。私語の感覚です。それから始まって、子どもが来るのだったらおやつはどうするのか。コンサートがあるからこういうおやつだと音がするよね、それでは音がしないおやつは何か。本当に細かい。この人たちでなければ絶対出てこないような話をずっとしていきます。そうやって決めていった企画がここに出てきます。ここで地域の人を巻き込んでコンサートを実施し、それを取材して記事として、またコンテンツとして出していきます。そういったかたちで情報サイトが単なる情報サイトで終わらずに、一つの活動拠点となっていくます。

次はもう一つのグループ、カ・エールです。これは同じく札幌市にある厚別区で始めた子育て情報で、これは厚別区がまったく何もなかったところにこういった子育て情報サイトをつくりたい、ぜひお母さんたちに加わってほしいということで募集をかけています。ですからピーカブーとは運営体制が違います。まったくイーブンで、お金はもちろん出しますし、業務もやっています。ただ、もともとは区役所の主導でしたが、区役所の人にもあまりにも情報が多くて、作業が大変で潰れそうになってしまった。それでお母さんたちが、区役所の人がかわいそうと言って、もう少し分業しようということになったわけです。

このサイトの半分からこちら側が、お母さんたちが自分たちで集め、相談してつくったサイトです。こちらが行政情報と分けています。それでピーカブーと同じよう

に毎月運営委員会をやっていますが、さすがにそれだけでは足りなくてメーリングリスト、それから携帯を使っているのと、このチームがおもしろいのはソーシャルネットワークサービスの mixi を使っています。私もなぜか見られるようになっていますが、mixi などを使って、お母さん同士のコミュニケーションを図っています。

一つおもしろいのは、ソーシャルキャピタルなどで「テクノロジーを使ったコミュニケーションは、あくまでも補完だ」という言います。やはりフェース・トゥ・フェースだろうと。ただ、この人たちを見ていると、そうでもないなと思います。そういった技術を使っていくコミュニケーションは、フェース・トゥ・フェースと同じぐらい重要になっています。特にこの人たちは行政とのかかわりが強いので、同じ委員会の中に行政の人がいると、仲良くなっても遠慮して言わないことがやはりあります。これはちょっと言っちゃいけないかなと。それをメーリングリストとか、見えないものになったときに、行政の人がいるのはわかっているけれど結構本音を出していくようになります。そうすると行政の人も、お母さんたちは、本当はこんなことを思っているんだという本音の部分がいろいろコミュニケーションで出てきます。

ですからこのメーリングリストは、この人たちにとっては非常に重要な役割をして、フェース・トゥ・フェースの特に主体がまったく違う人たちの集まり、つながりをつなぐときには非常に役に立っているのだらうと感じます。

この人たちの活動ですが、もちろんサイトをつくることが第一の使命でしたが、先ほどのピーカブーと同じです。調べていく、コンテンツを出していく上で自分たちで調査をしたり、自分たちで外に出て、行ったことのない公園に行ってみたり、行ったことのないお店に行ってみたりということで、地域の中にどんどん出ていくようになります。場合によっては区役所の補助金を取って調査事業まで受けたりもしています。そのぐらい外へと活動を広げていき、そこで取った情報をここのサイトへとフィードバックしていく。やはりここも同じですが、ここを拠点として活動を進めています。

カ・エールでは掲示板を持っています。掲示板の中でずっと見ているとおもしろいのですが、単なる子育ての情報の交換ではなく、ものすごく細かい何丁目の何々の何のお店というような、地域に密着した子育ての情報の交換をやりとりしています。

こういったプロセス、情報づくりを通して彼女たちはどう変化していったのかというのをずっとインタビューをしたり、見ていってまとめてみたのですが、いくつかあると思います。自分自身の変化、それから社会とのかかわりです。自分自身の変化の中で最もおもしろいのは、奥様がいて、お子さんを育てていた方もこの中にはたくさんいらっしゃるからわかるかと思いますが、家の中で子どもとだけ向きあっている

る生活の中で孤独感を感じたり、疎外感を感じたり、なかなか刺激がなかったりという中でストレスもたまっていきます。

そういう生活をしていますが、自分の持っているとても当たり前だと思う情報、知識、感情をこういったサイトに出すことで、それをほしがっている人がいる。それを共感してくれる人がいることを知ります。つまり自分の情報が、皆の情報に変わっていく。この転換に気づいたときに、彼女たちはものすごく張りが出てきます。それと同時にいままで子どもとだけ向き合っていた自分の生活にすら、すごく興味がわいてきます。そこで出てきた情報はこういうふうに使える。当然狭いですが、生活圏に出ていったときに、ここでのこういう情報はもしかしたらここで使えるなということで、生活に対して、自分の行動に対してものすごく情報アンテナを張るようになってきます。彼女たちが口を揃えていうのが、「私はこの活動をしていなかったら、今頃何になっていただろう。どうしているだろう」ということです。ですから戻ることがなかなかできなくなりますが、そういう意味では非常に張りのある生活に変わってきます。

同時に今回の事例で特徴とも言える行政とかかわっていく、行政との協働ですが、この中にもし行政の方がいたら大変申し訳ありませんが、非常に行政不信というのがあります。「役人はどうせね、役所はね」というものがやはりあります。それを持ちながら、しかし頼まれたし、やろうかな、みたいなのところからかかわっていきます。ですから不信とまでは言わなくとも、強い信頼感などはない。行政としての信頼はありますが、1対1で向き合ったときの信頼感は、実はない。そのような状況で協働を進めていきます。

ところがそうやっていろいろな紆余曲折があり、全然やってくれないじゃないという不満とか、いろいろなプロセスを経ながら徐々に、「あの人は、人としてはいい人だね。個人としては本当にわかってくれるよね。ただ、役所という立場上できないだけだね」とその行政マンに対する理解が生まれてくる。それからしょっちゅう子どもを連れて区役所の中をうろうろしているわけですから、区役所の中で認めてもらって親近感が生まれる。そういうことで行政とお母さんたちの間に、同じことのために向き合う者同士だという感じが出てきて、完全につながるかどうかは別で、かなり時間がかかりますが、ある種の親近感のようなものが増してきます。それともう一つは、行政から認められているということが自信になったり、誇りになって、自分もできるんだ。社会で何かやれる力があることを認識していきます。

それと四つ目に書いているのは結構重要だなと思ったのですが、先ほど辻村さんがおっしゃっていた、掲示板などで不信な書き込みがあったり、いやがらせがあったり、

たとえばプライバシーの侵害があったらどうしようという話はやはり出たわけです。こういう掲示板をやるときに、何かいやなことを書かれたらいやだという話が出るけれど、「でも、ここは行政のサイトに入るよね。もし何かあったら、きっと助けてくれるよね。やはり行政が守ってくれるから安心だ」、みたいな思いもあります。これが単発でお母さんたち同士が立ち上げたサイトだったら、そのへんの心配はなかなかクリアできないものがあったと思いますが、それが行政とつながることで、ある種心理的にはクリアしているということがあります。

最後にこれも重要ですが、地域とかかわりが強くなっていく。要するに自分の生活圏、自分の普通の日常の行動以外の場所へ出ていく。いままで知らなかった、知り得なかった、たぶんこういうことがなかったら、つながらなかった人たちとつながっていくということが出てきます。そうするとやはりおもしろくなってしまいます。自分のコミュニティに対して、コミュニティの一員なんだという意識が醸成されてきます。このお母さん同士、二つのグループと話していると、お互いに知っているのです。同じ札幌市にありますし、同じポータルをやっていることをよく知っています。しかしお互いにけなしはしませんが、自分たちをすごく称えてきます。私たちのほうがすごいよね。あっちより、こうだよね。地域意識がすごく芽生えてきます。それもこういうことがなかったら、自分は厚別で頑張っているよ。自分は南区で頑張っているお母さんなんだよという意識はたぶんなかっただろうと感じます。

これは同じような繰り返しになりますが、まとめとして、たった一人の子育てをしている母親とは言いながら、自分が発信する情報がひいては地域コミュニティに貢献できるということを発見していく。そういうことで地域への関心は徐々に高まってくる。それからこういう活動を通して何度も言いますが、そうじゃなかったらつながらなかったグループの人、NPOの人、行政の人とつながることで、地域コミュニティへの帰属意識が高まっていくと思います。

それから個人的に大事だと思っているのは、単なる育児のポータルサイト、情報サイトと違う。地域色の強い地方自治体と、そこにいる地域住民で共通のテーマの下に協働しているということで、単なる育児のサイトではなく、地域コミュニティの情報化の促進になっているだろうと思います。それは先ほどの掲示板にもありますが、単なる育児の一般的な問題のやり取りではなく、その土地にあるから出てくる問題があります。特に札幌、北海道は寒い。厚別などは通勤者がとても多いです。それで来たときに、何を着せたらいいのだろう。わからないわけです。この時期に何を着せればいいのか。本当にそこでなければ出てこないようなことをどんどんやり取りしてい

きます。そういう意味では地域のある自治体と組むことでより地域の情報化にもつながってくると思います。

いま話したことはいいことばかりですが、実際には問題もあって、その中で特に問題だと思っているのは、お母さんたちは情報発信してある程度エンパワーしてきます。ところがやっていって反応が多くなればなるほど、こういうこともやりたい、ああいうこともやりたいと、いろいろなことが出てきます。しかし仕事量が増えます。このお母さんたちはお金をもらってやっているわけではなく、基本的にはボランティアです。そうすると育児と家事とバランスが取れなくなってくるわけで、中には旦那さんに、「おまえ、これはボランティアではないだろう」とか、「もっと家事をやれよ」とか、いろいろ文句を言われるお母さんたちも出てきます。そのときにやめてしまうのも、いやなわけです。その中でいままでやってきたものをどうやって継続していくか。サイトをつくったのはいい。発信もできるようになったのもいい。しかし継続をどうやっていくかということが一番難しいのかなと思っています。特に市民の場合です。

そのへんの継続を支えるインフラとはいいいませんが、何らかの社会的な仕組みがこれからもっと望まれるのかなと思っています。実際にこの人たちはお母さんと行政とのつながりだけではここまでいっていません。やはり文化が違うので、言葉が通じない。そこをつないでくれる中間の NPO が入りました。しょっちゅう入っているわけではないけれど、何かあったときに行政にお母さんたちの話をしてくれる。逆もありきです。そういった中間の組織が入ることで、スムーズにサイトづくりが行われていった。

もう一つはこういった事業そのものをお母さんたち自身が法人化できないかという話も出てきてはいます。要するに NPO 化です。しかし NPO 化するのはそれほど簡単ではなく、これも同じで、つくってしまったらそのあとの運営は本当に大変です。そうなったときに自分たちはちょっと無理かなと、いうところでにっちもさっちもいかないようなところもありますが、そうは言っても少しずつでも前に進みたいというのが一つあるようです。こんなかたちで私の研究としては、最終的に行政という主体と、子育てをしている住民と、違う主体によってどういったソーシャルキャピタルが出てきているのかという答えを出したい。それはまた別途お話をしたいと思いますが、実際にはそんなに簡単にできるものでもなく、非常に時間もかかります。しかし少しずつ歩み寄って、こういうプロセスを経てできてくるものではないかということは、何となく見ていて感じてはいます。

それともう一つ、私はメディアの研究者なのでごく重要だと思っているのは、よく言われる市民の情報リテラシー、メディアリテラシーがこういったものを通して自然に育成されていくことを感じます。お母さんたちはだれ一人としてこういうことをやったことがなかったので、そういった意味では本当に自然なかたちで底辺からそういった力が醸成されていくのではないかと感じています。

子育てママたちと自治体の協働による

子育て情報サイトづくり -自分情報、みんな情報、そして地域情報へ-

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
金山 智子

本日の内容

1. 子育て情報サイトを生んだ社会背景
2. 事例～ピーカブーとカ・エール～
3. 子育て情報サイト作りがもたらす変容
4. まとめ



子育て情報サイトを生んだ社会背景

- 求められる少子化対策、および子育て支援情報の提供
- 市民参画型の地域自治推進を目指す行政と市民(当事者)との協働促進
- 電子政府構想推進の一環として求められる情報発信基盤の整備

ピーカブー(札幌市南区の子育てガイド) <http://www.cvm.or.jp/pkb/>

- 札幌市南区の『子育てガイド(冊子)』制作メンバーが中心となって、ウェブ版を制作。
- 主体は母親達で、区役所は協力する立場をとる。
- 毎月開催される運営委員会のほかに、MLやケータイでもコミュニケーションをとる。
- 活動は『子育てガイド』作成から、親子のための地域イベント企画・取材へと広がる。



ピーカブー



ピーカブーが開催した「0歳から聞けるピーカブークラシックコンサート」の様子を伝える記事。イベントや施設など、出来るだけメンバーが参加、取材し、サイト情報として伝える。また、参加者らからの投稿も掲載する。

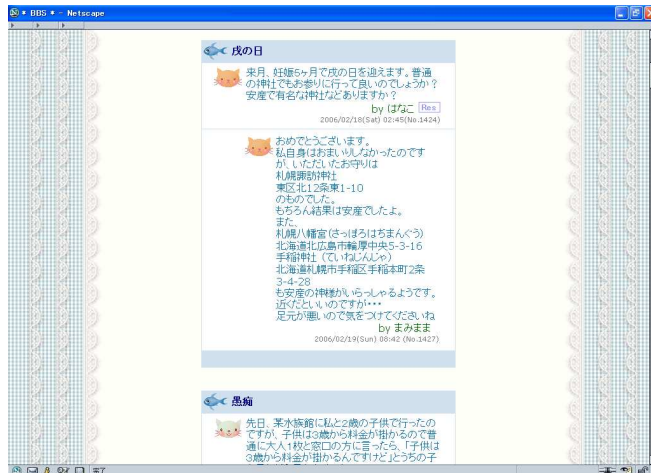
カ・エール(札幌市厚別区子育て情報)

<http://www.galaxy.city.sapporo.jp/atsubetsu/kosodate/>

- 札幌市厚別区の募集に応じて集まったメンバーによる情報サイト制作。
- 母親達の運営委員会と区役所の協働による。
- 毎月開催される運営委員会の他、ML、SNS、ケータイなどでコミュニケーションをとる。
- 活動は子育て情報サイトの制作・維持から、地域調査や取材などへと拡大。



カ・エール



サイトに併設された掲示板。地域に密着した子育て情報の交換が多い。

子育て情報サイトづくりがもたらす変容

1. 自分の意識

- 生活にハリ（生きがい）と達成感。
- 外界との接触により友達や知人が増加。
- 自分情報から、皆情報へ。
- 自分の生活と地元コミュニティに対する情報アンテナ。
- 発信することの楽しさや伝えることの面白さ。

2. 行政とのかかわり

- 行政不信から行政理解へ。
- 行政に対する敷居意識が薄れ、親近感が増した。
- 行政から認められることで誇りを感じ、社会的存在意義を確認。
- 行政から守られているという安心感（ML,BBSなど）。

3. 地域へのかかわり

- 自分の知らなかった街や人を知る。そして、それを伝える。
- 関わりがなかった人、グループ、組織とつながる。
- 自分の活動が目に見える（他メディアでも取り上げられる）。地域を担う一員という意識が醸成される。

まとめ

- 自分の発信する情報が、地域コミュニティに貢献できることを発見し、地域への関心が高まる。
- 情報発信という活動を通じて、自分と関係のなかった人たちと「つながる」ことで、地域コミュニティへの帰属意識が高まる。
- 地域色の強い地方自治体とそこに帰属する地域住民が共通テーマのもとで協働することは、地域コミュニティの情報化を促進することにつながる。
- 情報発信を含め、今後、どのように活動を継続するか。責任と仕事量は増えるが、育児と家事は減らせない状態。家族の理解や協力も得られにくい。
- NPO化も考えられるが、現実問題としては困難である。

V 閉会挨拶

総務省情報通信政策研究所所長 新堀 修己

本日は大勢の皆様がお集まりいただきましてまことにありがとうございます。また、ご発表いただきました辻村常務、宮田先生、金山先生、司会の土屋先生、それから討論に参加していただきました坪田室長、菅谷先生、活発な議論を展開していただきまして厚くお礼を申し上げます。

基調講演の中でもありましたが、総務省は ICT を使いましていつでも、どこでも、だれでも、何にでもつながる社会、ユビキタスネット社会の実現を目指し、先ほどの説明にありましてとおり **u-Japan** 政策を策定し、いろいろな施策に取り組んでいるところです。ユビキタスネット社会の実現が起きますと、今日の議論の中でもあったかと思いますが、人々がますます新たな力をエンパワーメントされる。そしてそれは質的な転換ももたらしてくるだろうと思います。われわれの情報通信政策研究所ではユビキタスネット社会の実現を図るために理論的な支援をするということで、中長期的な観点から基礎的な研究を進めています。今日のディスカッションはわれわれの研究を進めていく上で本当に役に立つ、示唆に富んだものだと思っています。まさにわれわれの使命に適うと認識しています。今後ともわれわれとしては大学あるいは研究機関といろいろな交流を進めながら、また研究の成果につきましても広く一般に還元し、取り組んでまいりたいと思っています。お願いばかりしてございますが、引き続きどうぞよろしくご支援、ご協力をお願いしたいと思います。

それでは最後になりますが、今回のシンポジウムを共催というかたちでわれわれに機会を与えてくださいました慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所および 21COE-CCC の皆様に、あらためまして、この場をお借りして感謝申し上げます。これで私の閉会の挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

