

ICTを活用した街づくりとグローバル展開に関する懇談会

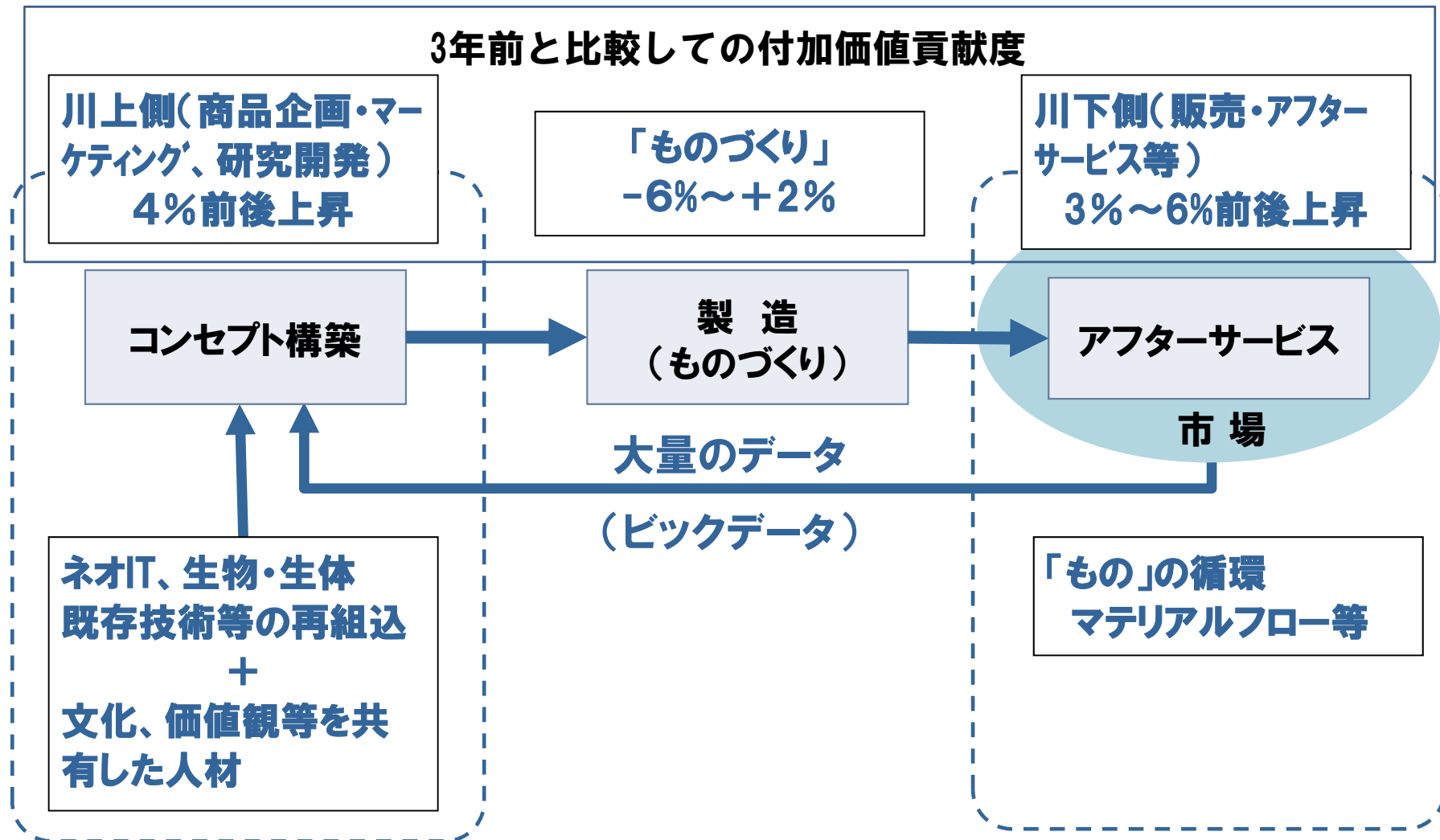
ICT街づくり推進部会 第7回資料

2012年3月27日

株式会社三菱総合研究所

情報通信政策研究本部

ものづくり／ICT大活躍のはずの20世紀事業の川上・川下の重要性



グローバル時代の新たな産業集積

情報は質が高いほど、人やモノと不可分な状態で流通。



情報通信技術の発達によって、モノ同士の場合も含めて各々が有していた情報や知識・知恵が自由に流通

企画段階で可能な限り多くの情報を分析するとともに、企画に係る人間による知識創造を活性化することが付加価値の大きさを左右
知識創造活動に要する移動コストが大きな要因

現在、世界のモノづくり拠点となっているアジア新興国



30億人の多様な風土文化に革新的な情報通信が作用して、これまでとは異なる都市と産業の集積形成

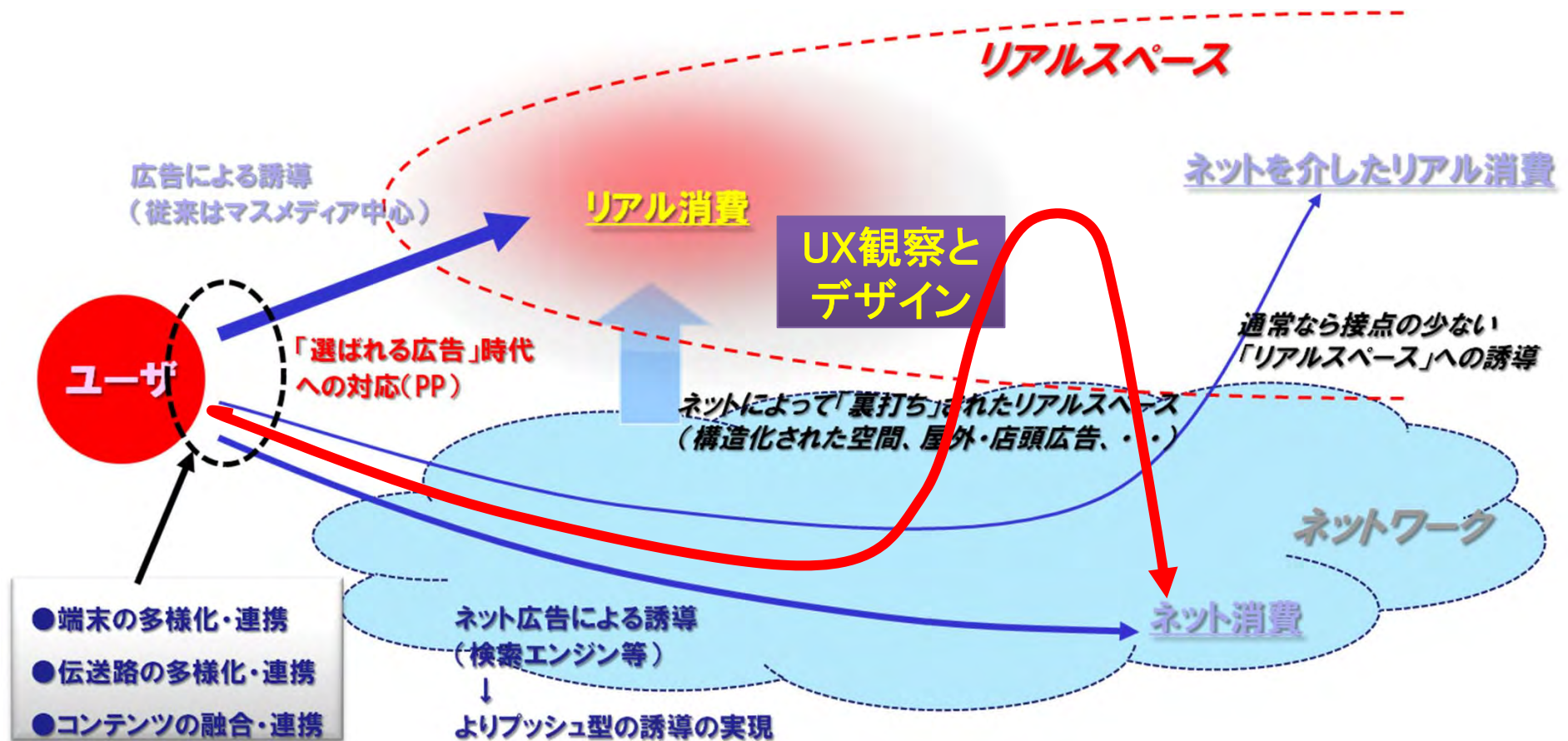


アジア新興国と同時に進められる新たな集積形成の戦略へ



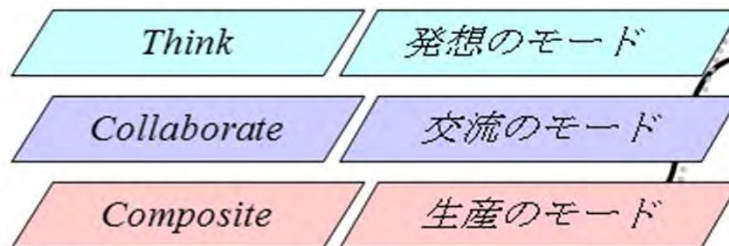
消費生活／リアルスペース・リアルアクションとの一体化

- ユーザのコミュニケーション・スペース(時空間)が圧倒的に拡大
- テレビでシャワーを降らせるだけでも、Webで気まぐれを待つだけでも、駄目・・・
- 「メディア・コンポジション」あるいは「メディア・ルーティング」による分散と連携



街を器とした知識集約産業のワーキングアクティビティ

■知識集約型産業におけるワーキング・アクティビティ



知的生産へ

クリエイティブ環境
は、建物内と街頭と
双方向で形成される

■フィールド(街)にクリエイティビティがある

- 人・もの・知識の交流を促進
- タコツボ化→街を介してオープン化
- オフィス内と街空間との接点の拡大

人・もの・知識

■新しいタウン・インフラの整備と活用

- メディア・インフラがフィールドのアクティビティを向上させ、新しいビジネスや空間開発を触発する。
- 人・もの・知識のるつぼとなる場と仕掛けを整備することが、メディア・インフラの果たすべき役割。

メディア・インフラの整備と活用

Alvin Tofflerの予言

Prosumer

生産消費者、百姓への回帰、高度役割分担の再編
アフィリエイト、オークション、趣味が高じて・・・

Paramoney

お金を超えて、あらたな価値交換手段
マイレージ、エコポイント、電子マネー

Adhocracy

官僚機構、官僚制、ピラミッド型じゃない統治、組織管理
フラット型、分権・分散、ホロン型、八百万の神々・・・

Techno-rebels・・・

技術への反逆、テクノ音楽のインスピレーション
大企業が技術を保有→個人のものへ、技術を使いきる
技術革新、ムーアの法則(弛まぬ革新)

Electronics Cotage

電子武装した家、コテージ、電腦住宅、TRON Project
テレワーク、情報家電、家庭内LAN(Ether、PLC、WiFi)
PV(Photo-Voltaic)住宅、エコキュート、バイオテクノロジー

Subcults・・・

産業社会を基軸とした文化からの脱却、サブカルチャー
ライフスタイルの多様性(a lot of diversity in lifestyles)
ネット上の様々なコミュニティ・趣味の集まり・・・

街づくりに係るその他の構造的転換

	～現状	～2020年
街の機能の変化 (ICTが加速)	高次集積	分散集積/相互連携 (機能分散/価値分散)
街の価値の変化	空間価値の訴求 (どのくらい空間を占有したか)	時空間価値の訴求 (どのくらい豊かな時空間を占有したか)
自治体の役割の変化	街・地域社会を勘案した制度設計 (自治体の大規模化、条例策定)	街のコミュニティ・デザインと基盤提供 (コミュニティの制度設計等)
住民の役割の変化	民間組織としての町内会・自治会 (民間原理の限界)	住民自治・コミュニティの役割の拡大 (自治体内分権、権限・予算の委譲等)
住民の生活の変化	— 所属コミュニティの多様化 所有	生活シーン・ライフスタイルの多様化 所属コミュニティの時空間的な重層化 モ/離れ、仮住まい、空間・交通のシェア
街づくりの変化	生理的欲求・安全性・自己実現	所属感・尊敬享受
街づくりのキーワード	防災、環境、医療、安心・安全、見守り等 人の主観への訴求(体験される街) ・感覚訴求(音、匂い、雰囲気) ・認知訴求(イメージし易い、体で憶える*) ・心理訴求(場所愛着、健康に、輝く)	産業の街 尊敬される、愛着のある、輝く街 住民自治、コミュニティ参加・協働

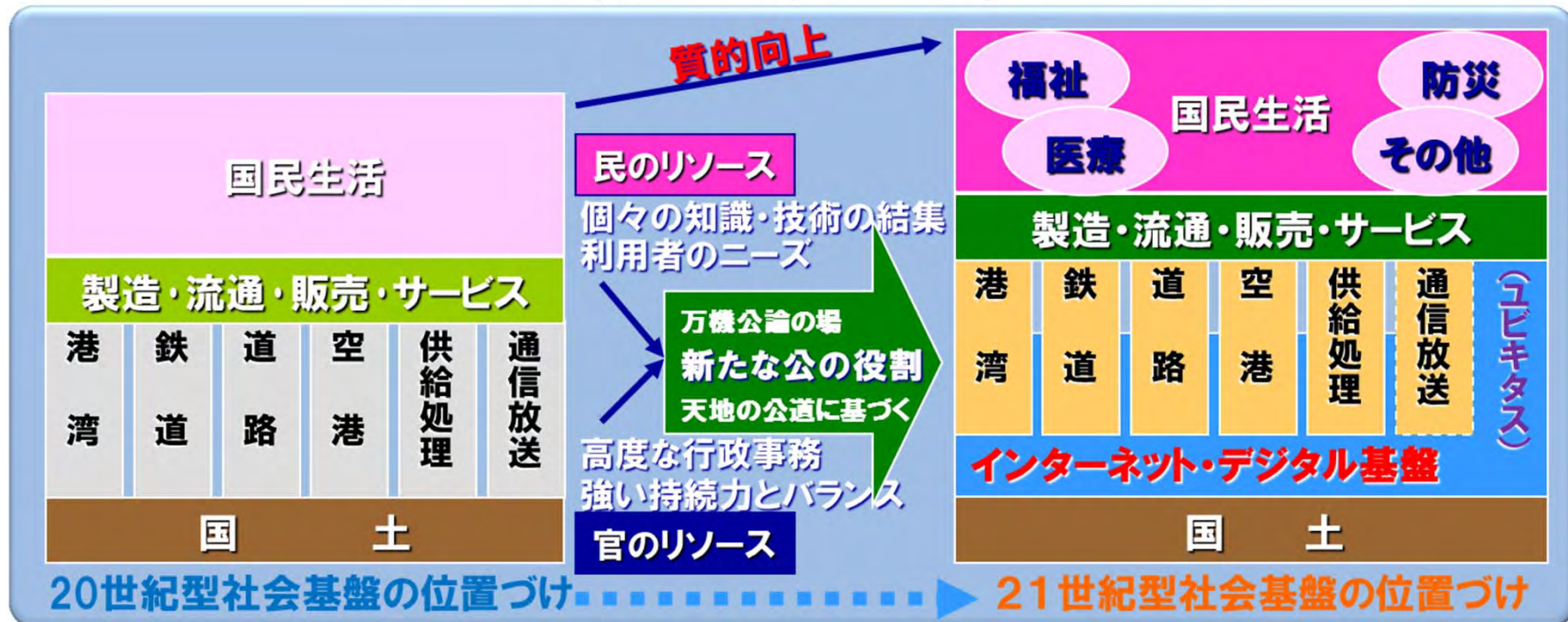
※ 街の空間の認知について、街を語る際の基本的なボキャブラリーとして、path(通路)、node(結節点)、edge(境界線)、district(界限)、landmark(目印)の5つの構成要素が定着しているという。

ICTを活用した新たな街づくりの課題と効果

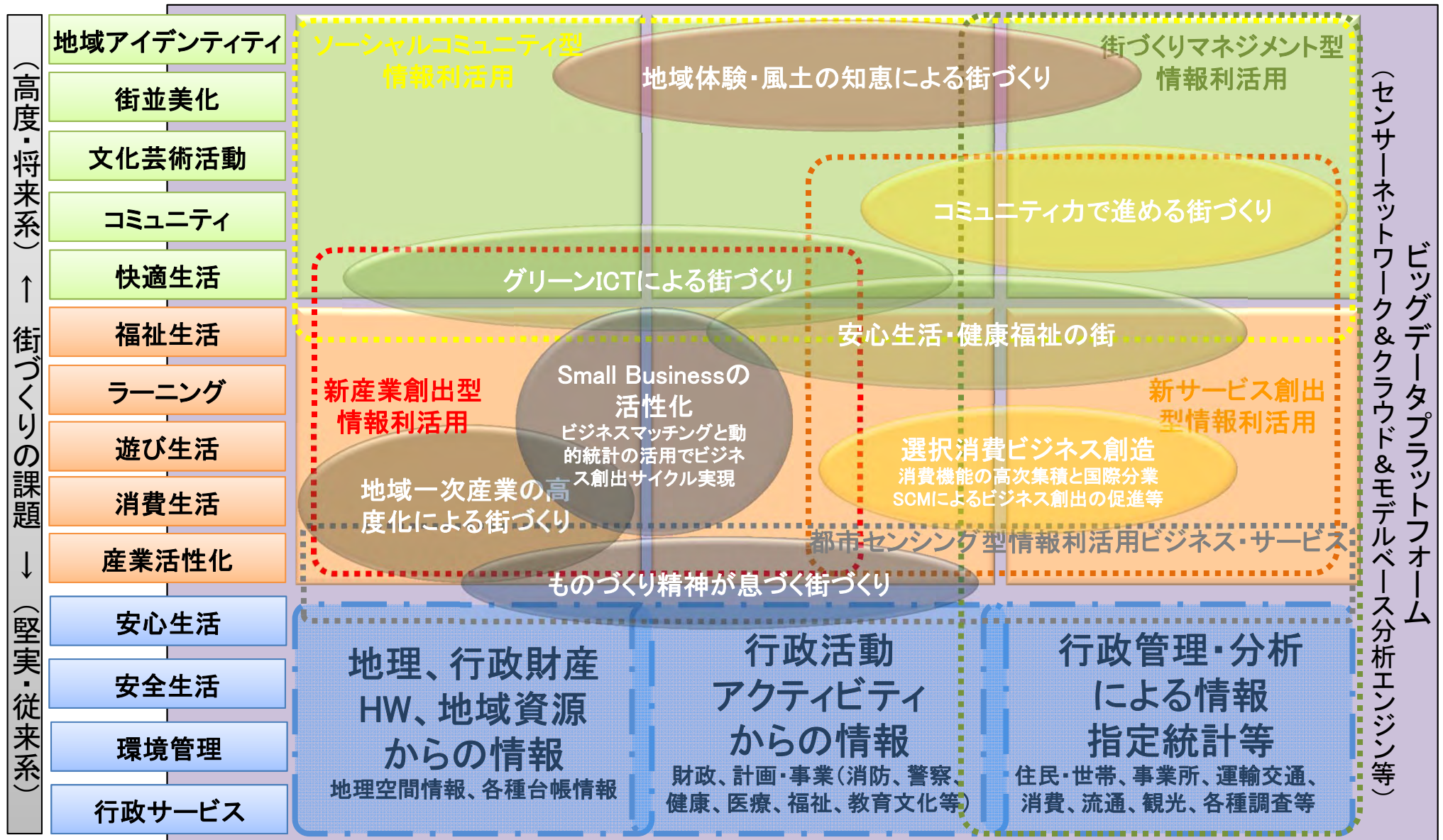
街のコンセプト	ICT活用可能性と類型化	制度的課題	技術的課題	経済的効果	社会的効果
産業の街	<ul style="list-style-type: none"> ● 工業 + 物流・港湾 + 教育 ● 農林漁業(立地・自然環境依存) + 研究 + コンテンツ(プロモーション) ● 商業 + 観光 + 創造(クリエイティブ) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 特になし? 		<ul style="list-style-type: none"> ● 地域連携による生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定職率の増加、人口増
尊敬される街 愛着のある街	<ul style="list-style-type: none"> ● 街づくりプロセス支援(住民自治デザイン、合議、協働等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 街づくりに関わる主体の位置付け(コミュニケーションデザインに関する意思決定の権限の有無) 	<ul style="list-style-type: none"> ● コミュニケーションをデザインする技術と実装するツール ● 誰もが使える日常使いのデザイン(既存PF事業者との連携等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域で消費されるお金の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定着・定住率の増加 ● 訪問者の数や回数の増加
住民自治 コミュニティ参加・協働	<ul style="list-style-type: none"> ● 住民自治支援 ● コミュニティ支援(回覧、課金、合議、お知らせ等) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域内分権の在り方(予算と権限の委譲等) 		<ul style="list-style-type: none"> ● 住民自治の生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定着・定住率の増加 ● ソーシャルキャピタルの増加

上記類型モジュールを、TPO(Time、Place、Occasion)による類型とつなぎ合わせて行くことで、ICT街づくりパターンを検討していく

既に始まっているICT利用普及と社会基盤のミスマッチの是正

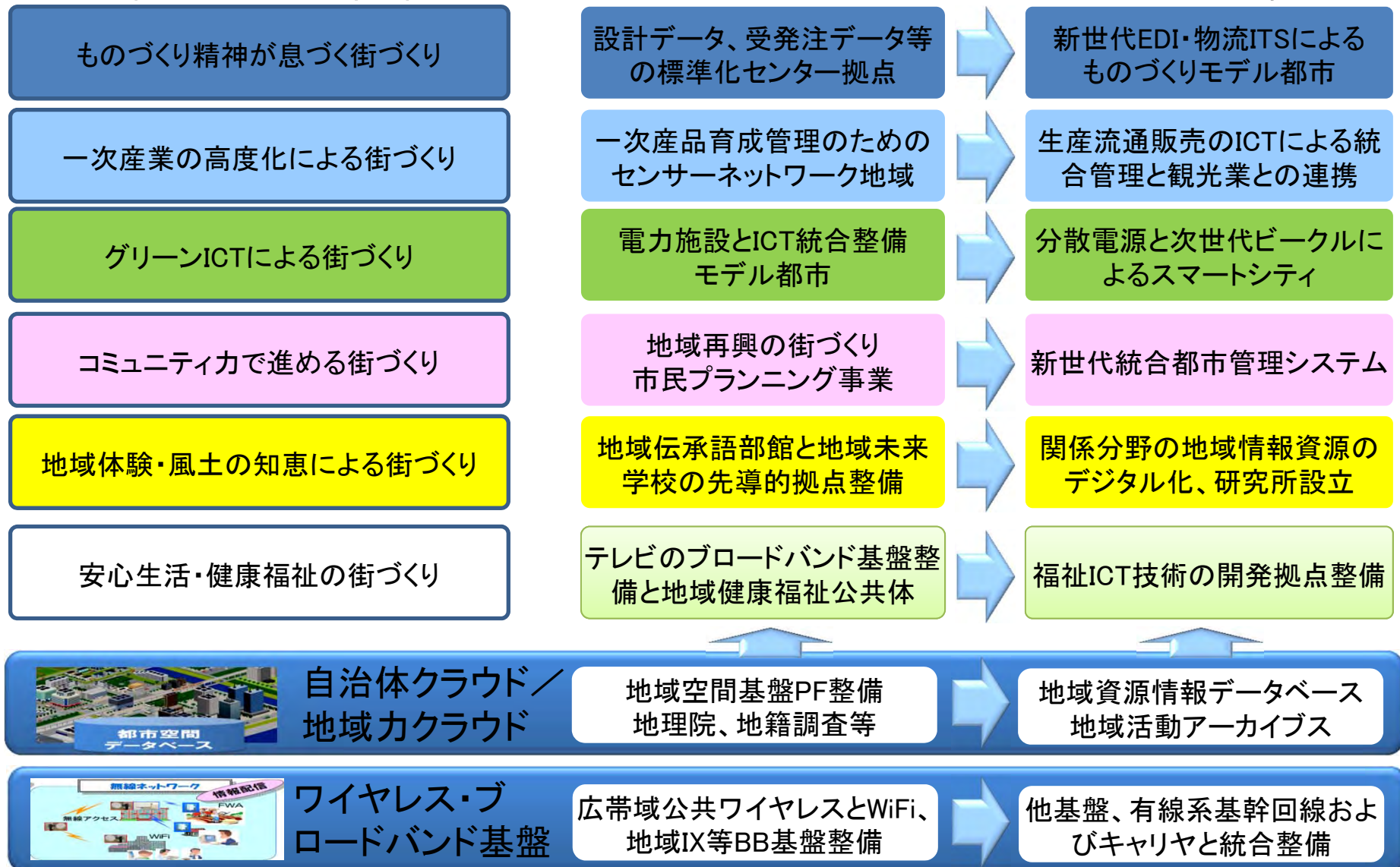


G情報利活用による新B・CのICT街づくりのアーキテクチャ



G情報利活用による新B・CのICT街づくりの検討例

ICT活用街づくり重点分野の検討例



ご静聴ありがとうございました！