

# 地域情報化の抱える課題と今後の展開方向

——岐阜県大垣・西濃地域のケースを中心に——

間仁田 幸 雄

はじめに

1. 情報化の潮流と現実
2. ソフトピア・ジャパンと地域活性化
3. 地域社会と地域情報化
4. 地域情報化のための事業
5. 地域情報化の今後の展開方向

## はじめに

情報化は現在の経済社会の基本的な潮流である。近年の情報メディアの発展は目ざましく、情報化の波は企業から家庭まで広くおよんでいる。

こうしたなかで今後の地域社会の発展はどのようにとらえられるのか。情報化が従来からの地域社会の位置づけを変える大きな要因であることは事実である。そのため各種の地域情報化政策が進められ、地方自治体は意欲的にこれに取り組んでいる。

本稿では、情報産業の新たな集積を創出し、地域産業の活性化と地域情報化を推進することを目的とした画期的なプロジェクトである岐阜県のソフトピア・ジャパンを取り上げ、地域情報化に対する役割と問題点を検証し、大垣・西濃地域の地域情報化の抱える課題と今後の展開方向を探ることとした。<sup>(註1)</sup>

## 1. 情報化の潮流と現実

### (1) 情報化の潮流

まず、地域情報化の背景にある情報化の歴史的な意義とわが国における情報化の現状をみてみよう。

現在の世界は工業社会から情報社会への歴史

的な転換期にあるといわれている。インターネット、電子マネー、ECR、CALIS、バーチャルショップ、光ケーブルなどの情報用語が飛び交う連日の紙面をみていると、目ざましい情報化の進展により、21世紀にはこれまでとは全く異なる新たな社会が出現することは疑いのない既定事実であるかにみえる。

今や情報化の波は、CALIS (commerce at light speed, 光速電子取引) やEDI (electronic data interchange, 電子データ交換) などにより企業間の取引関係を変貌させ、企業組織も変えつつある。これは現在のもう一つの大きな潮流であるグローバリゼーションの進展ともあいまって、新たな経営戦略の思想を生み出しつつある。

こうしたなかで産業や産業組織の概念も変化し、従来の発想では現実をとらえることが難しくなっている。今後は、情報ネットワーク化の展開によって従来型の産業組織は崩壊し、新たな企業間関係にもとづくより自由度の高いルーズなネットワークに置き換えられていくだろう。

この事情は企業にとっても同じである。集権型のリジッドな企業組織は解体し、規模の経済を追う大企業の時代は終わりを告げ、機動力があり相対的に小規模で専門化した企業がルーズなネットワークで結びついた企業グループに変

わっていこう。

情報化の波は、こうしたビジネスの世界だけでなく、個人の生活にも大きな影響をあたえている。パソコンの普及やインターネット利用者の増加によって、生活の場でも情報化は身近なものとなった。こうしたなかで人々の価値観や行動様式は大きく変化し、さらにコミュニティのあり方まで変わりつつある。また、情報化の進展により新たな参加型社会への志向が強まっている。

このように、情報化の波がビジネスであると生活であるとを問わず、広範囲に及んでいるのは、現在の情報化が単なる技術的な問題に止まらず、経済社会システムの基盤となる調整メカニズムや編成原理を変える根源的な力をもっているからである。

こうしてみると、情報化の動きは世界的な潮流であり、止めようもなく進んでいくことは間違いないといえる。

## (2) わが国の情報化の実現

しかし、ひとたび現実に目を移すと、わが国の情報化が極めて錯綜した様相を呈していることに気づかざるをえない。

先進的な取り組みは、企業にせよ家庭にせよ、新聞やテレビを通じて華やかに報道されるため、全体がそうなっているかのように受け取られがちである。しかし、現実には急速に情報化が進んでいる部分がある反面で、華やかに喧伝されながらも遅々として情報化が進んでいない部分もある。

また、パソコンの保有率やCATVの普及率、インターネットの加入率などをみても、わが国の情報化は先進国レベルにあるとは必ずしもいえないのが実情である。

さらに、情報化の歪みもみられる。情報ハイウェイやデジタル化など情報インフラの整備あるいは国際ビジネス・ハブの形成では、明らかに政策的な立ち遅れがみられる。情報通信産業にみられるグローバル化での出遅れも、こうした行政のあり方と無縁ではない。

また、標準化の動き一つをとってみても、日本の場合には個々の企業がそれぞれに押し進め、

ある程度の行き詰まりが予想されてから、調整に入るのが通例である。その場合にも監督官庁が音頭をとり、長時間かけて検討した上で最大公約数的な標準を決めることになる。アメリカ流のデファクト・スタンダードがドミナント企業の技術公開によって急速に確立するのはいかにも対照的である。ここには日本の政治や経済がもつ特異な性格が色濃く反映しているといえる。

なお、現在の情報化は個別企業レベルで大企業を中心に進んでいる。このため、中小零細企業の情報化が大きく立ち遅れていることも憂慮される。

地域情報化についても同様である。わが国の地域情報化は94年の高度情報通信社会推進本部の設置、行政情報化推進事業計画の策定、翌95年の高度情報通信社会推進に向けた基本方針、地方公共団体における行政の情報化の推進に対する指針の策定以来、中央官庁主導型で進められている。

各省の情報化政策は、郵政省のテレピア構想、ハイビジョン・シティ構想、テレコムタウン構想、通産省のニューメディア・コミュニティ構想、ハイビジョン・コミュニティ構想、情報化未来都市構想、建設省のインテリジェント・シティ構想、農水省のグリーンピア構想、自治省のコミュニティ・ネットワーク構想など目白押しである。しかも、これらの政策が縦割り行政の壁を守りながら、排他的に競合しているのが実態である。

多くの地方自治体が地域情報化計画を策定しており、教育支援システム、防災情報システム、中小企業支援システム、医療情報システム、交通情報システム、農水経営支援システム、行政サービスシステム、緊急情報システム、農水生活支援システム、行政情報提供システム、図書館情報システムなど各種の地域情報システムを整備している。

ところが、この内容を見ると、地方自治体が独自に進めている計画もないわけではないが、どの地方自治体も中央依存体質が強く、いずれかの中央省庁の地域情報化政策の指定がえられ

るプロジェクトを推進することに腐心しているといっても過言ではない。

例えば、96年の自治省の調査によれば、地方自治体の地域情報化計画のうち、独自の計画によるものは22.3%に止まり、残り77.7%は総合計画の一部あるいは国の構想にもとづく計画となっている。<sup>(注2)</sup>

しかし、地域社会における情報ニーズは後で述べるように多様な性格をもっている。これに対応していくには、画一的な政策ではなく、個別の地域性を踏まえた施策でなければならない。また、それは地域社会が主体性をもち、自ら進めていかなければならないのである。そうした意味で、現在の地域情報化政策は根本的にとらえなおすことが必要になっているといえる。

以上みたように、わが国における情報化は、国際的にみても必ずしも先進国レベルにあるとはいえず、さまざまな課題を抱えていることは明らかであり、情報化の将来方向も不透明である。

したがって、今後情報化を推進するにあたっては、真摯に実態をとらえなおし、これを正確に把握することが必要となっている。とくに、地域情報化については、現実の地域社会のニーズを踏まえつつ、さらに受益者でもある地域側が主体的に取り組むことが重要なのである。

## 2. ソフトピア・ジャパンと地域活性化

### (1) ソフトピア・ジャパンの目的と機能

それでは、具体的なケースとして、岐阜県大垣・西濃地域を取り上げ、ここに設立されたソ

フトピア・ジャパンの役割と問題点を通して、この地域における地域情報化が抱えている課題と今後の展開方向をみていこう。

このソフトピア・ジャパンは94年に岐阜県が財団法人として設立したものである。また、その中核施設であるソフトピア・ジャパン・センターは大垣市の加賀野地区に建設され、96年6月1日にオープンした。〔第1表〕

岐阜県は、このソフトピア・ジャパンをわが国の最先端をいくマルチメディア・ソフトの研究開発拠点とし、ここを中心にグローバルな情報ネットワークを構築することによって、この地域の生活、行政、産業などの情報化を進めようとしている。<sup>(注3)</sup>

ソフトピア・ジャパンは、情報産業の集積拠点、産業の情報化支援の中核拠点、地域情報化支援の中核拠点、「高度情報基地ぎふ」の戦略拠点という4つの役割を担うことを期待されている。

このうち、情報産業の集積拠点としては、21世紀のリーディング産業である映像産業や情報通信産業を育成し、マルチメディア・ソフトの生産力を向上させることによって、若者の定着、地域経済社会の発展に貢献することを目指している。

また、産業の情報化支援の中核拠点としては地域産業の活性化、地場産業の高付加価値化、ニュービジネスの展開を目指しており、地域情報化支援の中核拠点としては県民生活の質の向上、地域間格差の解消、ハイテクギャップの克服、人材の発掘を進めようとしている。

〔第1表〕ソフトピア・ジャパンの沿革

年度	事項
昭和62年度	岐阜県ソフトピア・ジャパン構想調査報告書策定
平成2年度	ソフトピア・ジャパン・マスタープラン策定
平成5年度	土地造成工事着工、ソフトピア・ジャパン建設工事着工
平成6年度	財団法人ソフトピア・ジャパン設立、民間分譲地第1期分譲開始 土地造成工事（第1期）竣工
平成8年度	ソフトピア・ジャパン・センター・オープン 民間分譲地第2期分譲開始

〔注〕ソフトピア・ジャパン資料による。

さらに、「高度情報基地ぎふ」の一翼を担うものとしての期待もある。この構想は大垣市のソフトピア・ジャパン、各務原市のVRテクノジャパン、東濃研究学園都市の3つをまとめて、東海環状自動車道沿いにアーク状にひろがる「研究ネットワーク都市・アークぎふ」としてとらえたものである。ソフトピア・ジャパンは、その戦略拠点として、全国あるいは世界への情報発信と交流、連帯、創造の場づくりの役割を担うことが期待されている。

ソフトピア・ジャパンのコア機能としては、次の4つの機能があげられる。第1の機能は、産学官共同研究事業、インターネット推進事業、マルチメディア研究事業による「研究開発機能」である。第2の機能は、人材育成・教育研修（マルチメディア応用研修）事業、県立国際情報科学芸術アカデミーとの連携、大学とのネットワークの構築による人材の受入れ推進などの「人材育成機能」である。第3の機能は、インキュベート推進事業、ピアチューレ・プロジェクト、ソフトピア・ジャパン・グローバル構想、ソフトピア・ジャパン・ブランチ機能などによって進める「ニュービジネス創造機能」である。さらに第4の機能としては、国際情報学会や全国地域情報化懇談会の運営、岐阜県地域情報化相談室の設置、マルチメディア&VRメッセぎふの開催事業などによる「情報発信機能」があげられる。

次に、施設面からみると、ここの施設用地は全体で127,000㎡あり、このうちセンタービルと道路などの附属施設は60,000㎡と約半分を占めている。ここのセンタービルには、研究開発のオフィス・スペースである技術研究室（29の企業と組織）、インキュベート・ルーム（17の企業、組織、個人）がある。ここに入る企業は「入居企業」と呼ばれている。

また、残りの67,000㎡は民間分譲地となっており、補助金、税制、融資などの優遇措置が設けられており、第1期ですでに地元企業を含めて17企業が進出しており、現在第2期分譲中である。ここに入る企業は「立地企業」と呼ばれている。

センタービルには、映像系の研究開発施設であるビデオ編集室、CG系の研究開発施設であるマルチメディア研究開発室、静止画作成室、ビデオ変換室、スタジオなどがあり、研修施設としてはマルチメディア実習室、研修室がある。さらに大学との共同研究室があり、会議施設としてはソピアホール、セミナーホール、AV会議室、TV会議室なども完備しており、この他にもニューメディア・コーナー、福祉メディア・ステーションなどを備え、充実した施設内容を誇っている。

また、ここでの研究開発活動を推進するために学識経験者など34名からなる研究開発委員会が設けられている。

こうして、ソフトピア・ジャパンは大垣・西濃地域に情報先進地域としての発展をもたらし、この地域の活性化をもたらすものとして期待を集めているのである。

このような情報産業の集積づくりや地域情報化の推進を目指したプロジェクトを推進しているのは岐阜県だけではない。同じように取り組んでいる地方自治体もいくつかある。

県レベルでみると、高知県では「21世紀の創造的田舎暮らし」を掲げ、地方主導型で土佐からの情報生活革新を目指し、医療、物流、教育などさまざまな分野のマルチメディアの実験を総合的に進めている。これが「KOCHI2001 PLAN」である。

ここの事業主体としては、NTT、富士通、三菱電機、日本IBMなどの有力企業が参加した「KOCHI2001PLAN協議会」が設立されている。これを中心に「幡多四万十デジタルビレッジ」、「KoCoRo97」、「DREAM NET」、「幡多地域保健・医療・福祉モデルシステム」などさまざまなプロジェクトが進められている。

神奈川県も「湘南マルチメディアタウン構想」を藤沢、茅ヶ崎市、寒川町を中心とした湘南東部地域で進めている。このプロジェクトの目的は、地域の情報資源を活用したマルチメディア産業の創出、ベンチャー企業の支援にある。これは、地域情報資源である研究機関の集積（約90）、オープン・コンピュータ・ネットワ

ークや光ファイバーCATV網などの情報インフラを生かそうとしたものでもある。

この事業主体は、神奈川県をはじめ松下電器、東芝、日立製作所など民間20社、慶応大、湘南工科大など4大学で構成される「かながわマルチメディア産業推進協議会」である。まずワークショップ、サロンなどの活動から始めている。<sup>(註4)</sup>

しかし、こうしてみると、ソフトピア・ジャパンはその総合性や規模の大きさの点で、他のプロジェクトに対して群を抜いた存在であることが分かる。

(2) ソフトピア・ジャパンと情報産業の育成

ところが、ソフトピア・ジャパンも、具体的にその内容に立ち入ってみると、運営上の問題も多く、期待される機能が必ずしも十分に発揮されているとはいえず、さまざまな課題を抱えていることが分かる。

ソフトピア・ジャパンが、地域の地域活性化にどのような役割を果たすのか。それに対して地元はどのような形でかわってあげたいのか。そういった疑問が計画段階から出ている。それが依然とてくすぶっているのである。

この疑問を解明するために、ソフトピア・ジャパンの機能の実態をみていこう。まず、情報

産業集積の形成に対する機能である。この機能はソフトピア・ジャパンが情報関連の先端的な研究開発活動を支援し、ここに新たな研究開発集積を形成しようとする試みである。〔第1図〕

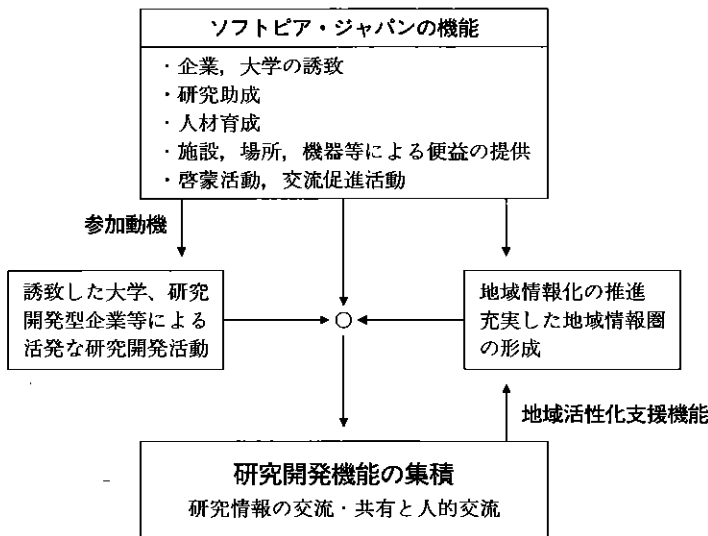
このために、ソフトピア・ジャパンは建設用地、センタービルの諸施設や情報関連機器あるいは交流施設などを用意し、研究開発活動に対する環境整備を行い、県内外の情報関連企業や大学を誘致し、あわせてこれらの企業や大学との共同研究を進めている。他方、岐阜県も自ら国際情報科学芸術アカデミーを創設し、人材の育成を行っている。こうして、県内外の企業や大学に対する参加動機が作られる。

しかし、ソフトピア・ジャパンが真の意味での研究開発集積となるには、さらに2つの条件が必要である。

第1の条件は、誘致した企業や大学が研究活動に関する情報の公開や共有に積極的に取り組み、それがお互いにとって知的刺激となるような雰囲気醸成されることである。研究開発における集積の利益というのは、研究者の相互接触によって生み出される利益なのである。

こうした事情は、他地域の企業や大学にとってばかりではなく、この地域の情報関連企業にとっても同じである。とくに、地域情報産業の

第1図 研究開発集積の形成と地域情報化



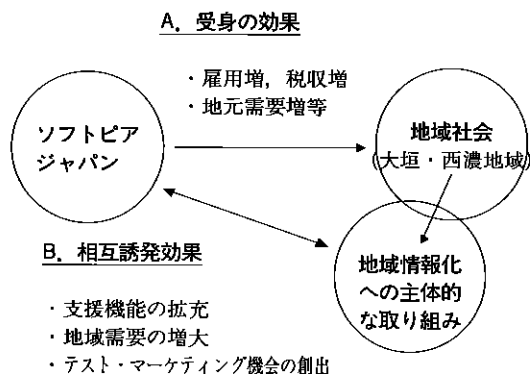
育成という視点からみれば、地域企業が他地域の企業や大学と研究交流を進めることができるか、新たな事業パートナーを見つけ出し、これまでにない事業ネットワークをつくることができるかがポイントとなる。

第2の条件は、参加した企業や大学がソフトピア・ジャパンに腰をすえて、本格的に研究開発に取り組むことである。これらの企業や大学はすでに研究開発拠点をもっている。その上でなお、ここにおいても本格的な研究活動を行うとすれば、何らかのメリットがなければならない。

1つのメリットは、上にみた第1の条件から生まれる。もう1つのメリットは、他地域の企業や大学が期待するメリットである。他地域の企業や大学にとっては、この地域が何らかの意味で魅力のある地域でなければ、ここに参加する動機とはならない。

それは自然環境や居住環境の整備といった誘致条件の問題ではない。この地域に研究活動に対するインセンティブがあるか、新たなビジネス・チャンスがあるかである。そのために必要なこととしては、この地域の情報関連企業が活発な事業活動を行っており、提携して事業を進めるインセンティブが存在すること、地域社会において地域情報化に対する取り組みが活発に行われており、研究開発あるいは市場開拓のチャンスがあるということである。それがソフトピア・ジャパンへ参加するメリットである。

第2図 ソフトピア・ジャパンと新たな地域活動



それができなければ、ソフトピア・ジャパンの地域活性化に対する効果も、雇用効果や税収増あるいは資材などの地元調達といった工場誘致と同様の効果に止まらざるをえない。(第2図)

しかし、現実のソフトピア・ジャパンはこのような雰囲気からは程遠い状況に止まっているように思われる。とくに、ソフトピア・ジャパンに入居したり、CD教材開発事業に参画した地域の情報関連企業に不満がみられることは気がかりである。

この地域の情報産業は、次のような特長を持っている。まず、小規模企業が多いが、これは親会社から分社化した企業が多いからである。業態としてはソフトウェア事業に対して情報処理サービス事業が相対的に高い比重を占めている。この点では東京などの大都会とはかなり傾向が異なっている。

また、異なった業務を得意技とし、棲み分けが行われているのも特徴的である。その意味では、ソフトピア・ジャパンにおける活動において協力体制が組みやすいはずである。

問題は県内とくに地元の大垣地域の売上が少なく、この地域に根ざした経営になっていないという点にある。したがって、ソフトピア・ジャパンの研究開発活動が活発化し、地域情報化が進み、これにより地域需要が高まれば、この地域に営業基盤を作ることができる。これは経営上大きな意味を持つことになるはずである。

(3) ソフトピア・ジャパンと地域情報化

次に、ソフトピア・ジャパンと地域情報化の関係を見よう。ソフトピア・ジャパンは地域情報化に対する支援機能と地域情報ネットワークのセンター機能をもっているといわれる。しかし、ここで注意すべきことは、それはソフトピア・ジャパン自身もっているのではないという点である。

支援機能の実態は、ここに参加した企業や大学の研究開発活動にある。したがって、ソフトピア・ジャパンの研究開発機能が充実しないかぎり、またその活動が地域のニーズや活動と結びつかないかぎり、地域情報化に対する支援機能も不十分に終わらざるをえない。

つまり、ソフトピア・ジャパンの二つの主要な機能である研究開発集積の形成と地域情報化の推進は相互に密接な補完的關係にあるのである。

しかし、地域情報化に対する支援機能はソフトピア・ジャパンにしか期待できないわけではない。ソフトピア・ジャパンそのものでなくとも、ソフトピア・ジャパンと連携したり、活用したりする活動も考えられる。むしろこうした活動をさまざまな形で作り上げていくことが重要なのである。そのためには、上に述べた地域情報産業の活動とどうむすびつけていくかがカギを握っているといえよう。

大垣市が行った調査によれば、住民の情報に対するニーズは保健・医療・福祉関連の情報最も強く、これに行事・催事の情報や公共施設の利用情報がつづく。行政情報やスポーツ・趣味に関する情報は順位が低い。<sup>(註5)</sup> これをみても分かるように、この地域の情報ニーズは生活にとって切実なものが上位を占めている。こうした地域ニーズに的確に対応するためにも、この地域の住民や企業の主体的な活動が必要なのである。

これは地域活性化一般にいえることである。例えば、岐阜県の古川町では、音楽による地域おこしが進められているが、これはもともと20年以上も前に観光協会に集まった若手を中心に小学校の講堂で手作りを実現したコンサートが始まりであった。それが音楽祭に発展し、音楽賞を制定し、作曲家も住みつくようになった。そうしたボランティアな活動の積み上げがあった。

それを踏まえて、コンサートホールをはじめ、音楽家のためのリゾート村や練習会場を含むハードの複合施設計画に着手したのである。

また、長野県の坂城町には地域産業を支えるテクノセンターがあり、パソコン教室、測定機器施設、図書館、ホールなどの設備が整い、地域企業が活発に利用し、大きな成果を上げている。しかし、これは地域企業が自ら運営している。行政という上からのお仕着せではない。長年にわたって自発的に協力を進めてきた地域企業の自主的な風土が、この背景にある。

こうした事例からも分かるように、地域の側の主体性と自主的な活動が地域活性化には必要なのである。

以上を踏まえて、ソフトピア・ジャパンの機能をみよう。現在の機能は、共同研究の性格や内容あるいは施設構成からみて、主として情報産業の育成や研究開発活動に対する支援機能にあると考えられる。

他方、地域情報化に関しては、一部の共同研究や各種の啓蒙活動、施設利用などにみられるような地域情報化に寄与する機能もないわけではないが、直接的に地域情報化を推進する有効な仕組みが整っているとはいいがたい。

そうした意味では、ソフトピア・ジャパンを地域情報化を進める機能の一つとしてとらえ、大垣・西濃地域における地域情報化の進め方を総合的に検証し、そのなかでソフトピア・ジャパンを位置づけていくといった発想の転換が必要だと思われる。

〔第2表〕地域コミュニティの類型

組織類型	具 体 例
包括的組織	自治会、町内会、区、部落会
行政協力組織	市・区行政協力委員会、民生児童委員会、体育指導委員会、青少年健全育成委員会、交通安全委員会、防犯協会、消防団
層別組織	子供会、老人会、婦人会
自主的機能組織	青年・婦人運動団体、PTA、生協、各種住民運動団体、労働組合
小学校区単位の組織	モデル・コミュニティ地区、コミュニティ推進地区、コミュニティ活性化地区
その他の組織	生産・流通・小売り段階の各種同業組合、経営者団体

### 3. 地域社会と地域情報化

#### (1) 地域社会の多様性と地域情報の特性

次に、より一般的な視点から地域情報化の基本的な性格を検証していくことにしたい。まず、地域社会を規定している地域社会の性格からみてみよう。

地域社会の特徴は多様な性格をあわせてもっているところにある。地域社会は行政、経済、文化、歴史、自然などの条件が複合した構造をなしている。その意味で「複合性」をもっている。それも、各条件ごとに様な領域を形成しているわけではなく、それぞれがさらに細分化されたサブカテゴリーをもつ重層的な構造となっており、そうした意味では「重層性」をもっているといえる。

より具体的に地域社会を構成するコミュニティをみると、地域社会は7つのタイプのコミュニティからできていると考えられる。〔第2表〕

さらに、地域社会は閉鎖的な自給自足圏として存在しているわけではなく、他の地域との相互依存関係をもっている。そうした意味で開放的なシステムであり、常に他の地域からの影響を受けたり、逆に影響をあたえたりしている。

以上のように、地域社会は複合性、重層性、開放性をもつ複雑で多様なコミュニティの集合であるといえる。したがって、地域社会を論ずる場合には、こうした地域社会のもつ多様性を認めつつ、地域社会を一つの「人間的地域」として総合的に把握しようとする視点が必要となる。

こうした地域社会の特性を反映して、地域社会における情報ニーズもまた多様性をもっている。これはニーズの発生における多様性と要求される情報そのものの多様性の二つの意味をもっている。

したがって、地域情報化は多様な形態で進められなければならないのである。つまり、広い範囲を対象とした画一的な情報の提供ではなく、たとえ部分的であっても個別ニーズに的確に対応した多様な情報を数多く提供する方が望ましいといえる。この点では、行政的なニーズによ

る画一的な地域情報化とは相入れない性格をもっているといえる。<sup>〔注6〕</sup>

もちろん行政としては公平性が必要となる場合があることも確かである。ここで述べたのは、行政的なニーズによる情報化のあり方と地域社会のニーズに対する情報化のあり方とは自ずから違いがあり、これを明確に把握しておく必要があるということである。

もともと情報は経済財としては公共財の性格をもっている。<sup>〔注7〕</sup>しかし、実態的には公共財というよりも、ある程度限られたメンバーの間で共有されるクラブ財としての性格が強いと考えられる。とくに、ここで対象としている地域情報については、身近で具体的な情報の方が重要であり、地域社会という共同体の構成員の間での相互の情報交換が意味をもっており、まさにクラブ財的な性格が強いのである。<sup>〔注8〕</sup>

そのため、地域社会の情報に対するニーズは、発信元の遠い一般的な情報に対するニーズよりも、自らが属する共同体である地域社会に関する身近な情報に対するニーズの方が強い。

東京大学社会情報研究所のニュースに関する関心度についての調査によると、海外、国、道・県、市の各レベルのニュースに対して、非常に関心があるとした回答の割合はそれぞれ23.6、47.1、47.5、52.6%となっており、身近なニュースほど関心が強いことが分かる。<sup>〔注9〕</sup>

そういう意味では、より重要な地域情報は一定の表現形態で固定された「静的情報」よりも、人と人とのかかわり合いの状況をそのまま伝える「動的情報」、いいかえると「場面情報」であるといえる。<sup>〔注10〕</sup>

また、地域情報の特徴は、一般情報と比べて、情報主体である地域住民が自ら情報の発信元になろうとする動機が働き、情報交換の双方向性が強いところにある。

地域情報は、以上のような性格をもっている。このため、情報伝達の経路、情報の種類や量を規制するのは望ましくなく、むしろ雑多な情報が数多く流れることによって、必要な情報と不必要な情報がふるい分けられ、自然に淘汰されると考えた方がよいといえる。



なお、地域情報にはさまざまな内容や形態があるが、大別すると次の4つの種類に分けられる。<sup>(註11)</sup>

1つは地域問題情報であり、これは賛否、是非をとまなう争点情報である。2つは地域生活情報、つまり便益や実益のある情報である。3つは地域文化情報である。これは地域に関する知識、教養、趣味いかにえると歴史、習俗、美術、科学、行事、宗教、娯楽などに関する情報である。4つは地域イベント情報であり、これは地域に関する事件、出来事、催し、予兆などの情報である。

### (2) 地域情報構造の性格

次に、情報面からみた地域社会の構造、つまり地域情報構造について考えてみよう。地域社会は構成主体とそれらの間の関係から成り立っている。

まず、地域社会を構成する主体であるが、これには2種類ある。1つは「個人」である。ただし、個人といっても組織の一員としての側面と地域社会という共同体の構成員あるいは生活者としての側面とがある。ここでは、後者の側面が問題となる。

もう1つの構成主体は「組織」であるが、これにも行政や企業から自営業、さらに趣味の集まりやボランティア団体にいたるまでさまざまな種類がある。組織構造をみても行政組織や企業組織のように権限構造によってリジッドに組成されているものから、ボランティア団体のように構成員間の関係が対等で、自主的な参加によって成り立っているものまで多様性がある。

地域社会というのは、こうした多様な構成主体が、商取引から個人的な付き合いにいたるまで、さまざまな関係で結ばれることによって成り立っているのである。

次に、これらの構成主体の関係が取り結ばれる領域であるが、これには2つある。1つは個人間の関係を中心とした生活活動領域であり、もう1つは組織間の関係を中心とした社会活動領域である。

こうした構成主体間の関係にもとづいて、それぞれの領域ごとに異なる内容と形式をもった

情報が交換されているのである。また、こうした情報が伝達される経路には、社会活動領域を中心とした「組織を通じた伝達経路」と生活活動領域を中心とした「ネットワークを通じた伝達経路」とがある。

組織というのは、程度の差はあるが、本来強い結合関係、とくに権限にもとづく階層関係によって成り立っており、これによる情報の伝達は定型的情報が中心であり、片方向性が強いのが特徴である。これに対してネットワークは弱い結合関係、つまり対等で自由な関係で成り立っている。そのため、これによる情報の伝達は非定型的情報が多く、しかも双方向性が強いという特徴をもっている。<sup>(註12)</sup>

両者を比べると、ネットワークによる伝達経路の方が、組織による伝達経路よりも情報が流れやすい。これは、生活活動領域における噂の流れの速さと広さをみれば、容易に推察できる。

以上みたように、地域情報構造とは、個人と組織からなる構成主体の間の情報交換関係であり、それぞれの地域社会の多様性によって、そのあり方もさまざまな性格をもつことになる。そうした意味で、地域情報構造を考える場合には情報交換についての実態把握が重要な意味をもっているといえるのである。

### (3) 地域情報化の2つのレベル

以上の議論を踏まえると、地域情報化とは、地域情報構造のコンピューター・ネットワークなどによるシステム化であるといえる。

地域情報化のための情報システムにはさまざまな性格や形態があるが、大きく分けると二つのレベルでとらえられる。

第1のレベルは、地域社会の情報リテラシーにかかわるレベルである。従来からあるトランザクショナル・メディアは操作や利用方法が簡単だった。しかし、最近の情報メディアはマルチメディア化し機能が複合化しており、コンピューターが多用されている。したがって、利用するには技術的訓練や習熟が必要である。

このため、情報関連機器や情報通信ネットワークなどの整備により情報インフラを広く利用可能なものにしたたり、情報に関する啓蒙や教育

活動を進めたりすることによって地域住民の情報リテラシーを高め、マルチメディアの利用可能性を高める必要がある。

これは、地域社会のより多くの人々が情報メディアや情報ネットワークに対して近親感をもって接することができる環境を作るということである。しかし、それは決して難しいことではない。

例えば、北海道のニセコ町では町長が自ら電子メールを活用しているうちに、この雰囲気役場のなかに広がり、役場内にLANが設置された。これが財務会計の処理や水道料金の検針などの住民サービスに利用されるようになり、ホームページも開設された。

また、富山県の山田村では希望する全世帯にパソコンを無償貸与し、村民の情報メディアに対する近親感を作りだしている。<sup>(註13)</sup>

地域住民の情報リテラシーは、こうしたさまざまな形で作りだすことができるのである。

さらに、地域情報化についてはインターネットのようなコンピューター・ネットワークなどの新しい情報メディアに頼るだけではなく、従来からあり人々がすでに親しんでいる情報メディアをあわせて活用することも必要である。そうした意味で新聞、放送、地方出版、有線放送電話、回覧板、チラシ、ローカル広告、口コミなどのトラディショナル・メディアを活用しつつ、インターネット、CATVなどの新しい情報メディアと組み合わせ、最適な情報メディア・ミックスを探していくことが大切なのである。

京都市の西新道錦商店街は、家庭に普及しているFAXを用いたネットワークによって、商店街の新しいあり方を追求している。Faxは700台あり、Faxを持っていない消費者にはレンタルも行っている。これによって、消費者は24時間注文が可能となり、商店側にとってもスーパーのチラシ広告よりも的確に特売情報を流せるようになった。さらに詳細な情報はホストコンピューターの「情報ボックス」に入れてあり、消費者はFaxで自由にこれを取り出すことができる。

この商店街はこの事業のほかにも、ICを組

み込んだ商店街としては初のカード事業を行うなど情報化に意欲的に取り組んでいる。<sup>(註14)</sup>

また、岡山県の情報ハイウェイ構想では、電話回線、光ファイバー、CATV、無線などあらゆるネットワーク資源を動員するために、全域でインターネットが利用できる容量の大きなネットワークをはりめぐらせ、総合的なデジタル情報ネットワークづくりを進めている。<sup>(註15)</sup>

第2のレベルは、地域社会で生まれてくる多様で具体的なニーズに対応した個別情報システムの設計と構築に関するレベルである。

これには、商店街など商業部門を含む産業や企業活動を対象とする「地域産業情報システム」つまり産業ネットワークと、地域住民の生活を対象とする「地域社会情報システム」つまり市民ネットワークの2つがある。

地域産業の発展の基盤は、その地域の生活や文化にあり、地域産業の活性化も、地域社会に支えられてはじめて、地域としての独自性もった展開が可能となる。そうした意味で、ここでいう「地域産業情報システム」と「地域社会情報システム」は相互に関連したものとして総合的に取り組むことが必要なのである。

このようにさまざまな性格の情報システムがあるが、問題はいかに的確に地域ニーズをとらえ、それをどこまで独創的な発想で地域情報システムの設計に取り込めるかである。

高知県の中芸地区の5町村は、共同してホームヘルパーの在宅福祉の広域派遣事業を行う「中芸介護公社」を設立したが、この活動にパソコンを導入している。これは国土庁の地域情報化推進モデル事業の指定を広域事業化することによって実現したものである。

パソコンを導入することによって、ホームヘルパー自身がデータを整理することが可能となり、ケアプランが拡充され、訪問回数は2倍に伸びたという。こうした地域ニーズを踏まえた独自性のある発想が重要なのである。<sup>(註16)</sup>

地域情報システムを設計する際には、さまざまな技術革新を極力取りこんだ先進的な情報システムとすることにも留意すべきであろう。情報技術は急速に発展しているが、今後の技術進

歩の方向を示すキーワードとしては、インターネット、イントラネット、グループウェアの融合、Webb化(VRML, ThinPCなど)、ADSLなど高速伝達技術、ICカード(Smart Card)、高画質パソコン、モバイル・コンピューター、CTI(Computer & Telephone Integration)などがあげられる。

#### (4) 企業における情報化の展開

地域情報化を進める場合、企業の取り組みも参考になる。冒頭にも述べたように、現在の情報化は大企業を中心として進んでいる。こうした企業における情報ネットワーク化は、企業内で行われる「イントラ情報化」にはじまり、これが同じ産業内の企業間で進んでいるCALSなどの「トランス情報化」、異なった産業間で進んでいる電子商取引などの「インター情報化」へと展開している。こうしたなかで情報技術も個別システムに関する技術からネットワークに関する技術へと急速な展開をみせている。<sup>(註17)</sup>

このような企業の情報化の動きのなかで、地域情報システムに応用可能なものも少なくない。とくに、イントラネットの応用についてはそうである。

イントラネットは、通常「インターネット技術を利用して構築した企業内情報ネットワーク」と定義される。地域社会も、メンバーの限定性に着目すれば、企業と同じであるかのようにみえる。そうしたところから「地域イントラネット」を「企業イントラネット」と同じ次元でとらえる論者もいる。<sup>(註18)</sup>

しかし、地域社会と企業とでは構成員の性格、参加の方式、情報の性格や伝達経路が異なっており、地域社会における情報ネットワークはイントラネットとは同一のレベルで論ずることはできない。

ただし、その点さえ押さえておけば、企業におけるイントラネットの事例はさまざまな意味で参考になる。

具体的な事例をみよう。例えば、トヨタ、日産など自動車大手5社、部品メーカー、富士通などコンピューターメーカー60社は、CALS技術研究組合を結成し、バーチャルカーの開発実

験に取り組んでいる。これは最新のデジタル技術とネットワーク環境を駆使し、コンピューター上での共同開発を目指したものである。このなかで実験されている情報システムの設計思想や方式は、産地などにおける地域産業の分業システムの再編成の手法として示唆するものが多いと考えられる。<sup>(註19)</sup>

他にも、大成建設の採用している画像検索システム、富士通が取り入れた商談事例集、トラブル事例による商談支援システム、安田信託の支店別月次営業報告の電子ネットワーク化や日立製作所が行っている製品マニュアルのグループ内の情報共有システムなども地域情報システムのモデルになりうる。<sup>(註20)</sup> こうした企業におけるイントラネットの事例は枚挙にいとまがない。

さらに最近急拡大しているインターネット・ビジネスにおける事例も検討に値するものが多い。1つだけ例をあげれば、ランズ・エンド社の行っているインターネットを利用したワールドワイドな衣料品の通信販売システムが目される。<sup>(註21)</sup>

こうしたイントラネットやインターネット・ビジネスの事例を地域情報化に生かそうとする場合に問題となるのは、地域のニーズといかにかにうまく結び付けられるかにあることはいうまでもない。

#### (5) メディア・コミュニティの形成

いずれにしても、地域情報化を進めるためには、地域の情報ニーズに対応したキメの細かい地域情報システムを数多く構築することが必要である。これによって、地域社会は独自の地域性を保ちつつ、多様なレベルでの活発な情報交換、情報共有が行われる地域に生まれ変わることができる。これがウェッパのいう「メディア・コミュニティ」である。

さらに、これは地域産業の活動を支える役割も果たす。情報化の進展とグローバル化は、シリコンバレーにみるように、専門化と分権化にもとづく新たなネットワーク型の産業集積を生み出している。ここで求められている地域とは、「専門化された熟練労働力、研究・

商品化能力、イノベーションを生み出すネットワークおよび独自のビジネス・インフラを容易に獲得することのできる地域」であり、これはまさにメディア・コミュニティなのである。<sup>〔注22〕</sup>

こうした意味で、地域情報化の進展は、この地域を大学や企業の情報関連の研究開発集積の形成を促進する魅力的な地域にすることになるのである。

他方、地域情報化の進展は、地域社会に籍をおくものの共通の体験や感情の共有に乏しく、共同体の一員としての実感がわかない住民や企業に、共同体を実感させることにもなる。

最後に、情報化の進展は、地域社会に対して2つの危険性をもたらすおそれがあることを指摘しておきたい。

1つは、地域性喪失の危険性である。例えば、インターネットは世界を結ぶことによって情報の偏在性を解消させることのできるツールである。しかし、インターネットによって世界が結ばれ情報の偏在性が解消されるということは、同時に地域性を喪失させる危険性があるということでもある。

もう1つは、情報過疎化の危険性である。それは情報化の進展が情報の創造や情報の発信力における地域間格差を拡大させるため、地域の主体性を喪失させる危険性があるということである。

こうした意味で、地域情報化を進めるにあた

っては、地域社会の主体性を保持し、地域性を確保していくことが大切なのである。

#### 4. 地域情報化のための事業

##### (1) 事業ドメインと事業内容

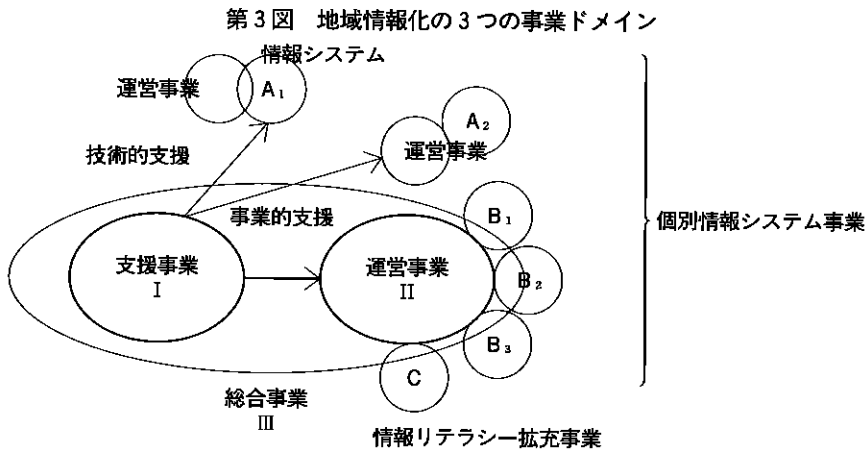
次の問題は、以上にみた地域情報化を事業としてどう進めるかである。まず、地域情報化の事業ドメインであるが、これには次の3つが考えられる。〔第3図〕

第1のドメインは運営事業である。これは地域情報化を進める情報システムの設計、運営を事業として行うということである。この事業には前にみた地域情報化の2つのレベルに対応した地域社会の情報リテラシーの拡充事業と具体的なニーズに応じた個別情報システムの運営事業の2つがある。事業内容については前にふれたため、ここでは省略する。

第2のドメインは支援事業である。大垣・西濃地域の場合、これは本来ソフトピア・ジャパンに期待されていたものである。

ここでの支援は、実際に地域情報システムの運営を行う事業主体に対して、そのニーズに応じて行うものである。つまり、支援はあくまでも運営事業を担っている事業主体の意図にしたがって行われるべきであり、支援事業はこれを無視して自らの目的や意図を前面に出してはならないのである。<sup>〔注23〕</sup>

これは当然のことと思われるかも知れない。しかし、これは中央官庁主導型の情報化政策が



もっている問題なのである。地域情報化政策は地方自治体が推進する情報化に対する支援措置であるが、ともすれば策定当局の政策目的や特定化されたシステムの押しつけになりやすい。これが地域情報化の画一化をもたらしており、結果として支援の効率を下げていることは否めない。支援事業を行う場合には、こうした弊害をいかに避けるかがポイントとなる。

また、支援の内容には2つの側面がある。1つは技術面の支援である。これにはシステム設計や運営に対するエンジニアリングやコンサルティング、情報化を担う人材の育成などがある。

さらに、特定の分野や目的を対象とした具体的な情報システムのコンセプト・メーカーやシステム設計に対する支援活動も考えられる。この対象としては保健、医療、福祉などの分野に関する情報システム、地域中小企業や商店街の再活性化のための情報システムなどがあげられる。こうした分野では、とくに情報ニーズに関する実態分析とそれに適応したシステムの設計、構築が必要だからである。

中小企業の活性化にとって、情報ネットワーク化は新たな地平を切り開くものである。タブスコットが指摘しているように、情報ネットワーク化によって、中小企業も従来大企業の優位性であった規模の経済や資源へのアクセスに打ち勝つことができる。しかも、それによって大企業の短所である不毛な官僚機構や息のつまる階層機構、変革能力の欠如などに悩まされることはないからである。<sup>(注24)</sup>

もう1つは事業面の支援である。これには助成、斡旋、保証などによる資金的支援、経営指導、土地や施設の提供などの方策がある。

また、直接的な事業支援ではないが、地域情報化にとって必要な人材育成による情報化の基盤づくりもこれに含めてよいであろう。具体的な支援事例としては、シリコンバレーで行われたNetday'96のような小中学校をネットワークで結んだ実験、地域情報化を進める人々に対するサポーターの育成などがあげられる。また、PCマニアが集まるPCアウトレットのような広場環境を作り、人的な交流環境を整備するとい

ったことも考えられる。

さらに、実際の事業を行うにあたって、事業の基本構想の策定を支援すること、共同事業主体の組成に対してコーディネーターとして支援することも考えられる。

第3に、以上にみた2つのドメインに加えて、両者を統合した総合的な取り組み方もある。これも1つのドメインと考えることができる。

## (2) 事業主体と中間組織の形成

次に、地域情報化を推進する事業主体についてみよう。これは、誰が情報システムの運営事業を担うのか、さらに誰がそれに対する支援事業を行うのかという問題である。

地域情報化の事業主体としては、行政が自ら行う場合を除くと、まず考えられるのは企業である。つまり、既存企業が本業あるいは事業部方式や子会社方式で取り組むか、ベンチャー・ビジネスが登場するかということである。

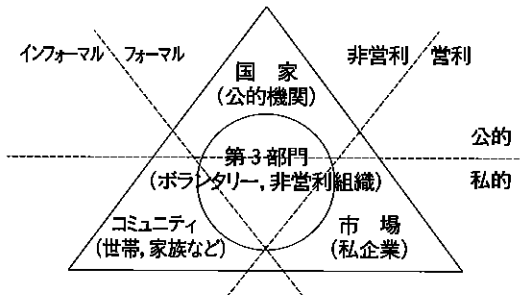
しかし、地域情報化の性格からみて、運営事業であれ支援事業であれ、営利事業として成り立たせる条件が整っていないことが多い。

もし、営利事業としては成り立たない、あるいはその時点では需要が未成熟で市場規模が小さかったり、料金が適正に設定できなかったりすれば、非営利事業として取り組むしかない。その結果、民間の自主的な活動による非営利組織であるNPO (nonprofit organization) やボランティア団体などの中間組織に対する期待が高まっているのである。<sup>(注25)</sup>

ベストフは、私的か公的か、営利か非営利か、フォーマルかインフォーマルかという3つの規準によって、国家、市場、コミュニティそれぞれの制度の領域を区分し、それと重複する部分を含んだ中間領域である第3部門に着目している。そこで形成される自主的な活動組織が中間組織である。〔第4図〕論者によって考え方の違いはあるが、ベストフのいう第3部門はアソシエーション、市民セクターなどとも呼ばれているものである。

最近このような中間組織がさまざまな分野で活躍し注目を浴びている。それは何故だろうか。その事情を少しみておこう。<sup>(注26)</sup>

第4図 ベストフの福祉混合(Welfare Mix)



〔注〕ヴィクトール・A・ベストフ (Victor A. Pestoff)「ソーシャルサービスの第三部門～社会福祉の民営化に対するもう一つの選択肢～」(岩田正美訳、生協総合研究所「協同経済シンポジウム」[1996, 9. 3] 資料所収) より引用。

現在の日本の経済社会はかつてない大きな変化の真只中にある。情報通信やエレクトロニクスなどの先端技術が発展し、グローバリゼーションが進むなかで、環境や資源の制約の強まり、高齢化社会の到来、企業や家庭など社会全般のモラルの崩壊、行政の腐敗、国際平和の維持に対する責任の増大など数々の問題が噴出している。しかも、こうした問題は互いに複雑に絡み合い、ネジレ現象を起こしているのである。

現代の社会は、相互に背反する複数の原理を同時に満たすことが要請されている。つまり、財やサービスの供給における効率性の追求ときめ細かさの追求、環境負荷の低減と豊かさの追求、多様化と画一化、確実性への要請と迅速性への要請といった背反する課題に答えなければならないのである。

この背景には、2つの動きがある。1つの動きは社会的な活動主体に要求される役割が変化していることである。

最近顕著になってきたことは、従来からのポジティブ・フロー、つまり目的とする社会的に有用な財やサービスの生産だけに着目した活動が行き詰まり、ネガティブ・フロー、つまりポジティブ・フローにもなって生ずるマイナスの影響も含めて総合的に対応するような活動が要求されるようになったということである。

これは、「意図した成果」にのみ着目した個別主体ごとの合目的な最適化行動ではなく、「意図しない結果」も含めた各活動主体の協力による複合的な最適化行動が求められていると

いうことでもある。そうしたなかで、企業は自らの行動が社会にあたえる影響すべてに対して責任をもたなければならなくなっている。

これまでの経済社会システムは、ポジティブ・フローに対応した行政、企業、消費者といった従来の活動主体の役割を前提として編成されている。ここに問題の原因がある。

今や従来の活動主体の役割を見直し、新たな活動主体も含めて、経済社会システムを再編成せざるをえなくなっているのである。

もう1つの動きは、近年社会的なニーズが多様化、高度化し、よりきめの細かい財やサービスが要求されるようになってきていることである。このため、市場のセグメント化、商品のライフ・サイクルの短縮化などが急激に進んでいる。こうした傾向は、サービス経済化の動きとともに、すべての財やサービスでみられるものである。

このうち、企業が取り扱う私有財の領域では、大企業が対応できない狭間をベンチャービジネスが埋めている。問題は、公共部門が担当している公共サービスにある。とくに福祉、医療、教育などの分野である。

例えば、老人介護問題を取り上げてみよう。ここでも社会的な価値観の変化とともに、要求内容が個別化し、より高いレベルの介護サービスが要求されるようになってきている。食事をとってみても、栄養があり低コストでできる画一的な食事ではなく、それぞれの嗜好を考慮したバラエティのあるメニューが求められるようになってきている。こうなると、採算性の問題もあって、公立の老人養護施設では対応するのが難しい。

このように、従来からの行政による画一的なサービスでは人々を満足させることが困難な領域が拡大している。しかも、この領域は営利事業として成り立たせるのも難しい。その結果、従来からの活動主体では対応できない「社会的な穴」ともいうべきものが生まれている。これがNPOやボランティア団体などの中間組織の活動領域になっているのである。

とくに地域社会については、こうした問題がより鮮明にあらわれている。しかし、地域社会の問題は本来地域の住民や企業が自ら積極的に

取り組むべきものである。行政に期待するだけの受け身の姿勢からは何も生まれない。とするならば、地域情報化についても、地域の企業や住民が中間組織を構築して、主体的に取り組むことが必要であるといえる。

今後は、地方自治体と地域住民という2元的な対立構造から脱却し、地域産業や地域社会のあり方を変えつつ、地域情報化を進めていく地域主導型の自主的な活動とそれをコーディネートする「市民起業家」の登場が望まれているのである。<sup>(注27)</sup>

### (3) 事業主体のタイプ

次に、事業主体のタイプについて考えてみよう。地域情報化を推進する事業のうちでも、営利事業として成り立つ領域については、当然企業が進出してくると考えられる。ただし、既存企業では対応できない場合には、ベンチャービジネスが登場するが、この場合には何らかの育成・助成政策が必要となる。

問題は、こうした営利企業として取り組むことが難しい領域を誰が担うのかである。先にもみたように、ここで中間組織の役割が期待されているのであるが、それは具体的にどのような形態をとるのであろうか。

現在の地域活性化においては、世界的にみてもNPOなどさまざまな形態の中間組織が活躍している。その代表的な例をいくつかみてみよう。

例えば、シリコンバレーがそうである。ここはスタンフォード大学を中核に形成されたハイテク型ベンチャー・ビジネスの集積である。ここには緊密な産学ネットワークが存在しており、スタンフォード大学が教育、研究および人材と企業の間での交流の触媒機能を担っている。さらに、コンピューター・ネットワークやスタンフォード大学出身者を中心としたヒューマン・ネットワークによって密接な情報交換が行われている。つまり、メディア・コミュニティが形成されているのである。こうしたなかで、オープンな経営風土が生まれ、企業は徹底的なアウトソーシングを進め、分散型生産ネットワークを形成している。

このシリコンバレーをまとめる役割を担って

いるのが、ジョイントベンチャー・シリコンバレー・ネットワーク(SVN)である。これは産・学・官のジョイント・ベンチャーであるが、福祉、教育、環境などの問題を地域レベルで解決し、あわせて新規事業の創造に対する支援や高度情報化への対応を促進することによって、地域産業や地域社会の再活性化を図ることを目的としたものである。このSVNは、民間主導型の非営利組織(NPO)として93年に設立された。さらにその後同じくNPOであるスマートバレー公社も設立されている。<sup>(注28)</sup>

わが国でも、このシリコンバレーを手本にした北海道のネットワーク・コミュニティ・フォーラムのようなNPOが次々と登場している。<sup>(注29)</sup>

最近このシリコンバレーとともに注目されているのが、イタリア中北東部地域のエミリア・ロマーニャ州を中心としたいわゆる「サード・イタリア」である。

この地域は伸縮的専門化を基盤に形成されたネットワーク型生産システムによる中小企業の集積として知られているが、ここには地方行政、小企業協同組合、大学、研究機関、職業訓練学校、技術開発センターなどの緊密なネットワークが形成されている。

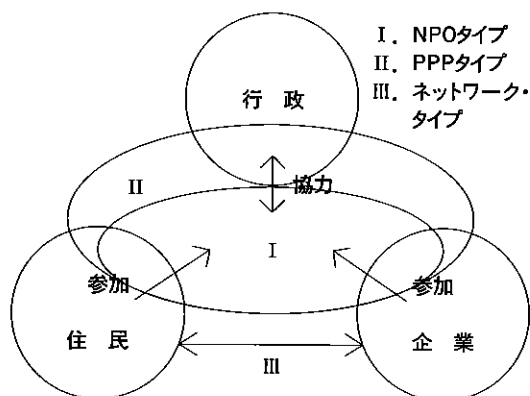
ここで中核となり、コーディネーターの役割を果たしているのが地域経済活性化公社(ERVET)である。これは74年に設立されたものであるが、株式会社形態をとり、資本金の80%は州政府が出資し、残りの20%は地域の企業協会、銀行、商工会議所連合などの民間部門が出資している。

さらに、アメリカのピッツバーグでは、鉄鋼業の空洞化とこれによる都市の衰退から脱却するために、都市の再生運動が進められている。ここでは、すでに43年にACCD(Allegheny Conference on Community Development, アレゲニー地域開発協会)が作られていたが、70年代に入って官民協同組織としてCDC(地区開発公社)が設立され、85年には地元の2つの大学の協力をえて「ストラテジー21」と呼ばれる地域開発戦略が進められることとなった。

こうした状況からみると、地域情報化の事業

主体のタイプとしてまず考えられるのは、民間主導型のNPOタイプである。なお、これについては、当初はNPOで対応し、需要がある程度の水準に達して市場が形成されてから、営利事業に移行していくといったプログラムも考えることができよう。〔第5図〕

第5図 事業主体のタイプ



次に考えられるのは、行政と民間が協力して取り組むPPP (Public Private Partnership, 公民パートナーシップ) タイプである。

これも基本的には非営利組織 (NPO) であるが、70年代後半にアメリカで生まれた概念である。公共部門と民間企業、慈善団体、ボランティア団体、NPO、住民組織、一般市民などの民間部門が協力して、共通の目標と合意を形成し、双方が資金、労務、技術などの資源を提供するものである。<sup>(註30)</sup>

先にみた「KOCHI2001PLAN協議会」や「かながわマルチメディア産業推進協議会」などもこれにあたるが、これらは行政と企業、大学が共同して取り組んでいるものである。

さらに、こうした方式とは性格が異なるが、ネットワーク・タイプも考えられる。これは特定の組織や中核をもたずに、既存の組織や個人がネットワークを組んで活動する方式であるが、具体例としては神戸大震災で活躍したフィランソロピー・リンクアップ・フォーラムがある。

これは、関西にある大手企業の社会貢献部門がネットワークを組み、被災者と結んだネット

ワークによって救援活動を展開したもので、企業のフィランソロピー活動である。ただし、この場合にはとくに中心になる組織はなかった。

いずれかの企業に入った被災者の要請は、ただちに参加各企業に送られ、対応できる企業が薬品や家電製品などの救援物資を被災者に自主的に送り届けるという形で救援活動を行い、被災者のかゆいところに手がとどくというごときで、評判になった。このようなネットワークによる活動も有効な場合がある。

実際に事業主体のタイプを決定するにあたっては、地域情報化をめぐる当該地域のニーズや地域活動の状況を明確に把握した上で、最適なタイプを選択していくことになる。

しかし、どのタイプを選択するにせよ、当該地域における既存の企業や住民のさまざまな活動との連携を進め、これらを含めて事業主体を形成していくことが望ましいと考えられる。

## 5. 地域情報化の今後の展開方向

それでは、大垣・西濃地域における地域情報化は今後どのような方向へ展開していけばよいのだろうか。

この地域においても行政側からの地域情報化は着実に進んでいる。大垣市はテレトピア構想、ハイビジョン・シティ構想の指定を受けている。また、大垣・西濃地域の行政による地域情報システムに関しては、防災情報システム (16)、緊急情報システム (15)、行政情報システム (7)、気象・水防情報システム (6) などが、大垣市を中心に構築されている。これをさらに広域に拡大することも必要である。

行政の情報化についてはさまざまな議論が行われているため、ここでは次の2つの動きを指摘しておくに止める。

1つは、地方行政の広域的な協力関係の実現を目的とした情報ネットワーク化が進んでいるということである。もう1つは地方行政と地域住民や地域企業が共同し、地方行政の活動やサービスの改善を図るための情報化が進んでいるということである。

さて、問題は地域社会の具体的なニーズにも



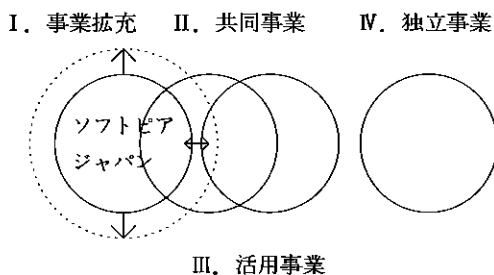
とずいた個別情報システムへの取り組みやこの地域全体の情報リテラシーの拡充をどう進めるかである。

地域情報化を進めるための条件は、地域における情報ニーズの実態を正確に把握し、その上で独自性のあるシステムを設計することである。あわせて、これを現実化するための事業化の手法を明らかにすることも必要となる。

さらに、具体的に大垣・西濃地域を取り上げた場合には、ソフトピア・ジャパンとの関係付けをどうするかが課題となる。

ソフトピアジャパンの事業と地域情報化事業との関係を整理すると、ソフトピア・ジャパンの事業の拡充（事業拡充）、ソフトピア・ジャパンと共同して推進する事業（共同事業）、ソフトピア・ジャパンの機能を活用した事業（活用事業）、ソフトピア・ジャパンとは別個の独自の事業（独自事業）の4つの事業方式が考えられる。  
〔第6図〕

第6図 ソフトピア・ジャパンと地域情報化事業



ここで問題となるのは、この地域の情報関連企業がどのような形で参画するかである。この地域の情報産業には、西濃情報サービスのよう、全国的な流通VANの構築から荷主向けの出荷支援システムや大手流通業者とのEDIを採用した集荷先から検品までのシステム、人工衛星を使った移動体通信による車両の車速管理や保冷車の温度管理システムなど、意欲的に開発を進めている企業がある。

また、デリカサイトは液晶画面付きの電話型端末を利用した原材料の受発注、出退勤管理システムを自社開発し、最近ではインターネットを活用してパソコンで昼食を発注できる「メデ

ィア・ランチ」システムを開発するなど、この業界をリードするような情報化への先進的な取り組みを行っている。

同じように活発な活動を進めている企業は多い。しかも、先に述べたように、この地域の情報関連企業は得意分野に応じたすみ分けを行っており、協力体制をとりやすいという利点もっている。

そうした意味では、地元大垣市がソフトピア・ジャパンに併設して建設中の情報工房で進められることになっている地域産業情報センター構想の行方は、今後のこの地域の地域情報化を占う一つの試金石となろう。

さらに、こうしたなかで一般的に地域企業の果たすべき役割は何かを考えてみよう。これは従来企業のフィランソロピー活動として扱われていた領域にあたる。地域情報化を進めるにあたって、人材、施設、情報ネットワークなどの豊富な経営資源をもち、地域社会に対するフィランソロピー活動を進めている有力地場企業の積極的な協力は大きな力となる。

とくに大垣・西濃地域には、ここに本社をおくイビデン、太平洋工業、西濃運輸、大垣共立銀行などの有力企業が存在する。また、紡績を中心に大企業の工場も多い。こうした企業の役割への期待は大きい。とくに、これらの企業が個別企業の立場を超えて協力する体制が構築できれば、強力なNPOやPPPが形成できると考えられる。

前にあげたフィランソロピー・リンクアップ・フォーラムの例をみても分かるが、こうした場合に情報ネットワーク化は有力な手段となるのである。

他方、地域の住民や企業のボランティアな活動は、行政活動に対するチェック機能、いわばオンブズマンの役割を果たすことにもなる。

こうした形で地域情報化を進められることにより、すべての人々が参加しうる地域情報システムが構築され、メディア・コミュニティが形成される。これが権力の分散による参加型社会の実現に向けた大きな推進力となるのである。

- [注1] 本稿は、岐阜経済大学地域経済研究所におけるソフトピア・ジャパンからの受託研究の現在までの成果を踏まえて、それをさらに展開したものである。なお、この研究は96年度から98年度にわたって進められており、96年度の研究成果は『岐阜県地域産業の経営課題と情報ネットワーク戦略に関する研究』(岐阜経済大学地域経済研究所, 1997. 3)としてまとめられている。
- [注2] 自治省大臣官房情報管理室『平成6年版地方公共団体における地域情報化施策の概要』(第一法規出版, 1996. 3)による。
- [注3] 『SOFTOPIA JAPAN』(ソフトピア・ジャパン他編), 『ソピア』(Vol. 1, 1996. 12, Vol. 2, 1997. 3, ソフトピア・ジャパン編)など関連資料による。
- [注4] 日本経済新聞(97. 6. 21)による。
- [注5] 大垣市が1987年6月に実施したアンケート調査による。
- [注6] 林茂樹は、この点について次のように指摘している。「歴史的に形成された地域社会は、その制度や地域関係、文化状況がそれぞれに異なり、したがって地域情報システムを構築するための政策は、それらを反映するはずだ。だが、現実には政府や中央の政策をそのまま地域に降ろしてきたり、政府や中央の意向におもねるようなシステムを構築してしまうため、当該地域の独自性や特徴がうすらいでしまう。……したがって、立ち上がったシステムは、ハードにしろ、ソフトにしろ、どの地域も似たりよったりといったことになってしまう」(東京大学社会情報研究所編『情報行動と地域情報システム』東京大学出版会, 1996. 8, p. 236)
- [注7] 公共財(public goods)とは所有権なしに、いかにえると私的に所有しなくても消費できる財であり、所有権や権利の取引を行う場としての市場がないところに特長がある。(宮沢健一『制度と情報の経済学』有斐閣, 1988. 10, p. 92)ここで公共財的な性格としているのは、1つは情報という財が非排除性あるいは専有不能性をもっていることにある。つまり、情報は一度入手すると、それを再生産するのにほとんど費用を要しないために、所有権を確立することは困難であるということである。もう1つは、非競争性または分割不能性をもっていることにある。それは情報財はある人に利用可能となっても、それは他の人々の利用を妨げないということの意味している。(Clarke, Roger, "Industrial Economics", Oxford: Basil Blackwell, 1958, 福宮賢一訳『産業組織論』多賀出版, 1989. 3, pp. 190-191参照)
- [注8] クラブ財(club goods)とは、少数に限られたメンバーの人々の共同消費の対象になる財をいう。クラブ財は、クラブ組織内のメンバーにとっては公共的性格の共有性をもつが、クラブ組織メンバー以外の人々にとっては私有財的性格にもとづく機密性をもっている。(宮沢・前掲書, p. 131)今井賢一は、一般的に言えば、「情報の生産と販売には何段階かのクラブ形成があり、最終的にはクラブの極限である万人に消費される公共財になっていく」としている。(今井賢一『情報ネットワーク社会』岩波書店, 1984. 12, p. 54)
- [注9] 東京大学社会情報研究所編・前掲書, pp. 348-355
- [注10] ここでの静的情報、動的情報および場面情報の考え方は、今井賢一、金子都容『ネットワーク組織論』(pp. 173-176, pp. 44-45)によっている。
- [注11] 東京大学社会情報研究所編・前掲書, pp. 231-232
- [注12] 今井賢一は、ここでの組織を「ネットワークA」(中央集権型ネットワーク)とし、ネットワークを「ネットワークB」(分権型ネットワーク)として、同様な見解を示している。また、後者は小さな環境の変化にも対応しうる柔軟性をもっており、適応の仕方に多様性や異質性があり、予期せざる環境の変化に対する脆弱性が小さいという長所をもつと指摘している。(今井・前掲書, p. 70)
- [注13] 日本経済新聞(97. 6. 21)による。
- [注14] 『週刊ダイヤモンド』ダイヤモンド社, 1996. 10. 19
- [注15] 中島洋『イントラネット—企業と地域の情報革命—』筑摩書房, 1992. 2, pp. 133-144
- [注16] 日本経済新聞(1997. 4. 26)による。
- [注17] 本川裕「情報化の新段階と日本の課題: 企業レベルから産業社会レベルへ」(国民経済研究協会情報経済研究委員会編『海国なき情報化, 苦闘する日本産業』(産業年報No. 21), 1997. 6, 国民経済研究協会, pp. 11-30)
- [注18] 中島洋・前掲書はそうした視点に立っている。
- [注19] 日経産業新聞(1997. 5. 30)による。なお、自動車産業におけるCALISの動向については、河原寛「情報ネットワーク化の進展と自動車産業」(国民経済研究協会情報経済研究委員会編・前掲書所収, pp. 102-110)が詳しい。
- [注20] 『日経ビジネス』日経BP社, 1996. 9. 23
- [注21] 相田洋『新・電子立国6. コンピューター地球網』日本放送協会, 1997
- [注22] D.Henton, J.Melvill and K.Walesh, "Grassroots Leaders For A New Economy: How Civic Entrepreneurs Are Building Prosperous Communities" 1997. 3, 加藤敏春訳『市民起業家—新しい経済コミュニティ

の構築』日本経済評論社，1997. 7, p. 34

- [注23] 今田高俊「管理から支援へ——社会システムの構造転換をめざして——」(『組織科学』Vol.30, No 3, 1997白桃書房, 1997. 4. 10, p. 9)
- [注24] Don Tapscott, “DISITAL ECONOMY Promise and Perilin the Age of Network ed Intelligence” MacGraw-Hill,Inc. , 1996, 野村総合研究所訳『デジタル・エコノミーネットワーク化された新しい経済の幕開け』野村総合研究所, 1996. 4, p. 107
- [注25] NPO (nonprofit organization) は、非営利セクター (nonprofit sector) とも呼ばれている。ジョン・ポブキンズ大学非営利セクター国際比較プロジェクトは、各国の共通の定義として、次の7つの要因をあげている。つまり、正式に組織されていること、民間組織であること、利益配分をしないこと、自己管理能力があること、自主的な参加であること、非宗教的であること、非政治的であることである。(Lester M. Salamon, Helmut K. Anheier, “The Emarging Sector—AnOverview”, The John Hopkins University, 今田忠監訳『台頭する非営利セクター—12ヶ国の規模・構成・制度・資金源の現状と展望』1996. 10, pp. 11-28)
- [注26] 間仁田幸雄「自己変革を迫られる企業」(『産業動向』1987. 3, 国民経済研究協会, p. 1)
- [注27] 市民起業家 (Civic Enterpreneurs) は、「経済とコミュニティの間に橋を架ける協働的リーダーシップを提供する人々である」と定義されている。こうした市民起業家はビジネス界から輩出するだけでなく、公的セクター、教育、労働組合、コミュニティからも生まれる。また、市民起業家は「ねばり強く公式的な権威や地位がなくとも、コンセンサスをつくり上げ、多様な人たちから構成されるコミュニティを前進させる」役割を担っているといえる。(D.Henton, J.Melville and K.Walesh・前掲書, p. 12)
- [注28] 清成忠男「シリコンバレー・その開放性が新しい産業を集積させる」(『エコノミスト』毎日新聞社, 1996, 12, 3) pp. 104-107
- [注29] 加藤敏春「次世代情報都市社会と市民起業家」(『季刊アステーション』No. 44, 1997春) pp. 78-93
- [注30] PPP(公民パートナーシップ)については、岐阜県総務部総合政策課・岐阜経済大学地域経済研究所『平成8年度公民パートナーシップによるまちづくり手法の研究事業報告書』(1997. 3) 参照。

