

(5) 基 調 講 演 2

----- 大星 公二氏略歴紹介 -----

大星氏は、日本電子電話公社に入社後、データ通信本部営業部長、中国電子通信局長を経て、1985年の日本電子電話株式会社発足後、取締役経営企画本部長、常務取締役企業通信システム本部長を歴任されました。1992年には、新会社NTT移動通信網株式会社、現在のNTTドコモの初代代表取締役社長に、そして1998年にはNTTドコモの代表取締役会長に就任されました。2002年6月からは、相談役として、NTTドコモのみならず、社会全体の発展に貢献されています。

大星氏の活躍は、第26回経済界大賞、平成12年度経営者賞の受賞歴からも伺うことができます。また、中国ではハルピン工業大学の顧問教授として、また長春市では経済顧問として、活躍の舞台は日本だけにはとどまりません。

----- 大星公二氏講演 -----

ただいま御紹介いただきました大星でございます。私は非常に長い間情報通信関係に従事しておりました。御案内のとおり、情報通信関連ではインターネットに代表されるような、グローバルな情報ネットワークが急速に普及してまいっております。この情報ネットワークの普及がこれからの都市問題の解決、あるいは都市問題の構造にいろいろな影響を与えてくるだろうという点から、情報通信のネットワークを中心にお話をしたいと思います。

常識的に都市の出現と変遷を歴史的に振り返ると、我が国は経済の成熟化の段階でございます。それに伴って都市のニーズというものも変わってくるでしょう。それから先ほどお話ししましたように、インフォメーションテクノロジー、ITの発展に伴って、都市そのものの情報化が進んでいくでしょう。一方では高齢化の問題、少子化の問題、いろいろ社会構造が変わってくると同時に、生活が豊かになってきますと、価値観の多様化という問題があります。そういうことに伴っても、都市そのものの情報化が進んでくるでしょう。後でお話しいたしますが、インターネット、ブロードバンドは、ユビキタスという社会的な広がりを持ってまいりまして、それが大きな社会の変革というものを自ずと発生させるでしょう。私は、その社会の変革に対応する都市そのものが情報化し、ユビキタスネットワーク、情報通信のネットワークの成熟に伴って、全く新しい、言うなれば第2のルネッサンスと言われるような、そういったストラクチャーが出てくるだろうと思っているのです。他方、今回の中心的な課題ですが、アジア太平洋都市間の情報通信ネットワーク、これはグローバル化に対応して、当然大きな課題になってくるでしょう。それをこのネットワークの緊密な普及によって、さらに発展させていくということについても、少し触れたいと思います。

アルビン・トフラーの「ザ・サード・ウェイブ＝第三の波」。さらに前にはダニエル・ベルのポスト・インダストリアルソサエティ、工業化社会の次にどのような社会が来るのか。それに対してマツハループが、それはナレッジ・インダストリー、つまり知識社会と知識工業化というものが出てくるだろうと。アルビン・トフラーは農業革命、工業革命、その次にインフォメーションソサエティ、つまり情報革命の時代が来るだろうと。多くの過去のデータを扱い、それぞれの国の発展段階というも

のを見ていると、その国の経済、社会の発展に伴って、1次産業から2次産業、2次産業から3次産業と産業構造が移っていくことを実証しているというコーリン・クラークの実証的データがあります。最近では、その3次産業の中でも、労働集約的なサービス産業に対して、知識集約的な情報通信関係、例えばコンピューター関連、そういうものを4次産業というふうに峻別しているものも出ております。その過程は、産業革命が行われて、それが工業化を成熟し、鉄道から自動車、自動車から航空機、そして今や情報通信のグローバルなネットワーク社会になってきているというわけです。ですから、人間も都市という面で見れば、狩猟時代から、やがて農業革命によって土地に人間が定着し、それが産業革命によってより効率的な生産拠点ができて工業都市化し、そこに人間が移動し集中していった結果、過密の問題が起き、それを解決するために郊外へ分散するベッドタウン、それから郊外化に対して、工場分散ということになりました。都市の構造も、工業から非製造業、サービス業となっていくと同時に、最近はいろいろ知識集約的なクラスター、研究開発部門、ベンチャー、そういうものを中心とした知識、情報型の産業、あるいは情報やエンターテインメント、そういうものがだんだん発達してきています。一方では、グローバル化に伴って、日本の都市とアジア太平洋の都市との連携というような問題が起こってきております。

産業構造が明らかに変わってくると、1次産業はもちろんのことですが、2次産業のGDP、国民総生産の中で占める割合が急速に落ちてきていることが分かります。

マーク・ポラトーというアメリカの経済学者で社会学者がいます。彼は職業別の人口構成をずっと追っていったのですが、もちろん、農業関係は落ちてきています。それから、工業もピークアウトしてきているのです。ところが、サービスだけを見てはいけないと先ほど申しましたように、実はサービスの中でも、労働集約的なサービスだとか、知識産業だとか、そういうものが増えてきているのです。例えば、農協さんというのは1次産業ですけれども、農協さんは大変なコンピューターを使っておりますので、農協さんの中でも、コンピューター関連の人たちは実は情報職なのです。それから、工場でも、例えばトヨタの自動車工場でも、あるいは新日鉄の君津の製鉄工場においても、実は工場の生産システムというのはコンピューターリゼーションが行われておりますし、ロボットを使っております。こういうものに従事しているのは、実は2次産業であるけれども情報職なのです。今やアメリカにおいては、それから日本においても、情報関連で、情報職、知識産業に従事しているという就業者が一番多くなってきているのです。アブラハム・マズルーという人が、個人のレベルで欲求、ニーズがどういうふうに変化しているかということグラフに示したのですが、当然のことながら、所得の低いときは、衣食住、基礎的なニーズ、それで精いっぱいだったのですが、だんだん生活が豊かになってきますと、右肩上がりで、精神のリッチ、最終的にはセルフリアリゼーション、それぞれの持てる能力を最大限に発揮できるような、そういった知的欲求が高まっていくということです。

既に総務省が、1970年から長い間調べてきていることですが、国民に対する調査の中で、「あなたは今、生活の中で、物の豊かさを求めるのか、心の豊かさを求めるのか？」という質問があり、1979年から、「物はもちろん必要だ。しかし、今これから何が自分としてより重要なのかと言ったら心の豊かさだ。」というデータが出ているのです。

したがって、最近5カ年間に増加している職業というのはサービス関係です。そして減っているのは物づくりです。これからは、総体的に人件費の安い中国、アジアの方へ、規格型の大量生産が移っていくのは当然です。したがって、日本の産業構造は、大量生産、物づくりから知識集約的な、

あるいはより先端的な分野へ移っていかねばなりません。

したがって、家計における消費の変化というものも、当然のことですが、生活の中で占めているところのエンゲル係数は低下、それに対して、交通通信関係が出てくる。この中で、交通というのは、例えば海外旅行のようなものも出てくる。海外旅行というのは、自分の行ってないようなところに行き、知識や情報やエンターテイメントという心の豊かさを求めているということでございます。

そういうことで、私は1996年に携帯電話が頭打ちになることが予想され、そこで全く新しいマーケットをつくり出さなければドコモの成長はないということで、そのマーケットは何だろうかと考えましたところ、今までお話したとおり、日本は物が豊かで成熟した社会であり、物は必要ですが、これから新たに、より消費者、ユーザーの人たちが求めているものは何かと言いますと、インフォメーション、コミュニケーション、ナレッジ、それからエンターテインメントなのです。プラットフォームにサーバーを置いて、端末の携帯電話をパソコン代わりにして、それでインターネットにつながると、インターネットにはいろいろなコンテンツがつながっております。例えば航空関係の会社、携帯電話から航空会社に搭乗券、座席の予約をいたしますと、携帯電話からサーバーを通して、いきなり航空会社のコンピューターに接続されます。すると、間には全然介しませんから、航空運賃が2割安くなるのです。こういったマーケットを新たに我々はビジネスモデルとしてつくり出した結果、3年間で3,000万加入という巨大な需要をつくることに成功したわけでありまして。

政府は失われた10年と言われるこの長期構造的な経済の低迷というものをブレイクスルーするため、IT戦略会議というものをつくりまして、それでe-Japanという計画を立てました。これによって停滞している日本の経済をテイクオフさせようではないかということで取り組んでいます。その中でも、4大戦略と言われておりますが、一つは2005年ぐらいまでの間に、伝送速度が大体50メガから100メガぐらいの、要するに情報通信の超高速道路をつくって、それに各家庭、大体3,000万ぐらいの世帯が繋がって放しで、月額2,3千円でやれるような、そういったインフラストラクチャーをつくるのではないかというもので、もう既にこれは動き出しております。福岡県においては、既にこの先端的なギガのネットワークをつくっているというところですが、各自治体も本格的に取り組んでいるということです。したがって、これに伴って、エレクトロニック・コマース（電子商取引）、あるいは電子政府、あるいは自治体の電子化というものがどんどん進んでくるとともに、教育もインターネットによって、全国格差のないようなものになるでしょう。

一例でございますが、政府が電子化する、あるいは、自治体が電子化することによって、都市の構造が変化し、市民のライフスタイルが変わり、市民のビヘイビアが変わってきます。市民がいろいろな証明書類、住民票などをもらいたい場合、一々区役所の窓口に行くのが現状ですが、各家庭のパソコン、それから将来恐らく携帯電話やPDAなどにより、これを取ることができるようになるでしょう。また、自治体や中央官庁は、全部インターネットで結ばれて、全国津々浦々リアルタイムでオンライン処理できるということになるでしょう。

それが一体どのようなニーズになるかという、医療保健関係、住民票の関係、それから企業の場合は、特にはリストラをやっておりますことから、雇用関係に必要なだと言われております。

電子コマースでの可能性が大きいというものはやはり流通関係でしょう。恐らく2001年で、既にエレクトロ・コマース（電子商取引）でのネット上のショッピングは1兆2,000億円のマーケットができていっているとされております。こういうようなインターネットを利用した新しいビジネスがどんどん

できつつあるということです。

地域社会というレベルで考えると、地域の中でのいろいろなサブシステムと申しますか、イントラネットができています。例えば介護・福祉関係や行政情報システム、あるいは学校にもパソコンをどんどん入れて、インターネットを普及させようとしております。あるいは広域行政など、それぞれの地域ごとにイントラネットでサブシステムができてきて、このサブシステムをさらにネットワークでつなぎ、ブロードバンドでつなぐという方向へ行くということによって、市民のビヘイビア、情報化された市民活動というものがどんどん変わってくるというわけです。

今までそのためには、例えば光ファイバーを引いたり、あるいは既存のCATVを利用したり、あるいは既存のメタリック電話線に高周波を流すなど、いろいろなことをやっておりますが、簡単に無線で飛ばしたらいいのではないかということで、電柱から広帯域の無線を飛ばす、最近、これはホットスポット方式と言われておりますが、いわゆる無線LANですね、その無線LANを利用して、さらに簡易にやるようにしようとしております。

また交通、道路の渋滞をいかにスムーズにするかということ、またセキュリティーをどうするかという問題がありまして、これもインターネットを利用してのITS、それを進めていくことで車の中でいろいろな情報を得られることができ、車が単なる箱であったのが、車そのものに情報装備をすることによって、車が非常に高度になってきているということです。

それでは、インターネットの普及によって、ライフスタイルはどのように変わるのかということですが、何かネットワークを利用すると、フェイス・トゥ・フェイスの人間的な接触が減るのではないかと心配されてはいますが、実はネットワークでいろいろなコンタクトをすることによって、むしろフェイス・トゥ・フェイスの交遊関係が広がってくる、また友人とのいろいろな会話、コミュニケーションが非常に広まってくるというような結果が出ています。それから、インターネットを利用して、いろいろな幅広い趣味、生活を豊かにするというようなことが進んでおります。それから、外出など、外に出ていくこと、また、一々店頭へ行ってチケットを買うなどというようなことがなくなったり、手紙を出すことがなくなったり、テレビを余り見なくなったりというようなライフスタイルの変化が見られます。テレビというのは、一方的に流れてくる情報をただ漫然と受けるだけですが、今度はデジタル化することによって、オンデマンドでこちらから積極的にいろいろな情報を求めると、インターネットなどはそうですが、ここにツーウェイで消費者の方が主体性を持つてくるというような、非常に大きなビヘイビアの変化が出てきております。

やがて放送のデジタル化が進んでまいりますと、放送との関係においても、ツーウェイで、オンデマンドで、インタラクティブな情報ビヘイビアが変わってくるだろうと思います。放送がデジタル化いたしますと、通信もデジタル化いたしますから、同じデジタル通信ですから、それが相互に乗り入れることができます。例えば、デジタル放送で空から大量の情報が流れてくると、それを端末の方でいろいろセレクションして必要な情報だけを取る。自分のところにダウンロードする。あるいは、それをもってショッピングをするなど、大量の情報で有利に選択範囲を広げることができます。それからまた、携帯電話のようなモバイルによっても、これからは必要な放送を随時リアルタイムで受けることができるようになります。

話は変わるのですが、一時、都市に大変な人口が集中いたしました。その理由の一つは、工業化社会になり町の工場に労働者が集まってきたこととございます。これが、公害があって法律でもって工

場を郊外へ分散させたということもあるのですが、先ほど来お話ししておりますように、そもそも製造業そのものの就業者の絶対数が下がってきたことで、例えば東京、大阪、名古屋というような大都市の人口の集中も減ってきているような状況でございます。

一方、就労者ですが、労働者の就業時間が減ってきています。これは、長い間、労働条件の向上ということで労働時間短縮に取り組んできているということのほかに、残念ながら景気の低迷によりまして、超過勤務がだんだん減ってきているというようなことが理由です。特に、中高年の就業時間がだんだん減ってきています。

残念なことでございますが、大企業が1万人級の巨大なリストラをやっております。このリストラに対して、私どものような成長産業においては、こういった人たちを吸収するための雇用の拡大を行っています。既に、移動通信関係で、2000年レベルでもって、約90万人ぐらいの雇いを拡大しております。我々のマーケットは非常に大きくなっておりまして、8兆円ぐらいのマーケットを新しく作り出したので、それに伴って、販売店やあるいは製造業など、いろいろなところで経済の波及効果によって雇いを拡大しております。あとは医療関係、あるいは環境の問題やセキュリティーの問題、また生涯教育などの新しいサービス産業や生活産業、こちらの方で、こういう労働者を吸収するという取り組みがなされなければならないですし、我々が利益を上げたら、それで税金を払っておりますから、その税金をそのようなセーフティーネットのために、ぜひ政府は積極的に使ってほしいと思っています。ところが、企業は将来のことを考えたときに、市場の変化、イノベーションが非常に激しいために、構造的にどのように変わるか予測がつかない、それならば、固定費として抱え込む人件費を最低限に押さえようということで、パート、アルバイト、あるいは派遣社員を雇用し、フレキシブルな形に雇用関係を変えていこうという動きがありまして、現在の雇用問題にいたっているのです。

日本の医療関係が世界で一番進んできたということもあるのでしょうか、日本の平均年齢は女性で84歳、男性で77歳ぐらいです。平均年齢で世界一になってきており、高齢化が進んできています。しかも、新しい子供の出生率というのが、大体一人の女性について、2.2か2.3ぐらいでなければ、人口は減ると言われているのですが、既に1.3ぐらいになっているのです。この調子でいきますと、2006年で日本の人口の絶対数は減ってくるでしょう。それから、15歳から65歳までの、いわゆる生産年齢人口、生産に従事する世代、この世代の絶対数が実は既に下がってきています。長期的に見たときの日本の経済成長というのは、一人当たりの生産に掛けることの人間の頭数です。この人間の頭数が下がるのですから、将来、やはり日本だけでは考えないで、アジア全体を考えて、アジアから人を受け入れるというような、根本的な政策を変えていかなければ、持続的な経済成長はできないのではないかと私は考えます。そのような、大きな問題を日本は抱えるようになってきております。したがって日本の都市も、都市そのものが多民族国家になるというようなことも、今から考えるべきではないかと私は考えるのです。

しかも高齢化が進みますと、この人たちには時間、余暇というものが出来まいます。この人たちは、新たな生きがいを求めて、ボランティア活動に参加したいと考えるかもしれません。そのような考えを生かすような、NPO的産業構造になっていかなければならないのです。

それから日本はシングル世帯がどんどん増えてきています。特に、都市においてはそのような傾向が見られます。

先ほど言いましたように、少子化という問題もありますし、リストラでもってどんどん人間がパー

ト化していく。一方では、女性は子供が大きくなると、改めてまたいろいろ社会的な活動をやりたいというような動きもあります。ここで改めてテレワークというような問題が考えられてきているわけです。企業も、何もかも自分のところで抱えるよりも、外へ出せるものは出していかうではないかということで、アウトソーシングの動きがあります。そういうものの受け皿としてテレワーク、ホームオフィスというのですが、自分の家にいながらにしていろいろな仕事をする。例えばソフトウェアをつくり、そういったものを今度はネットワークで送るといふことも家庭にいながらにしてできるので、SOHO、またはホームオフィスと言われています。一方では、営業関係の人はいちいち都心のオフィスまで出てこなくても、自分の家から直接お客さんのところへ行けばいいのですから、一日の仕事が終わったら最寄りの駅などで、そこから情報通信のネットワークにより、センターのオフィスへ情報を送ればいいというような形もあります。これをサテライトオフィスと言っています。または、スモールオフィスとも言っています。SOHO、スモールオフィス、あるいはホームオフィス、こういうようなものが発達してきて、これをテレワークというような言い方をしておりますが、これがこれからどんどん日本で増えてくるでしょう。アメリカでもこういう人たちがどんどん増えてきているということです。

テレワークの形として、会社の中にもいちいち遠い都心のセンターまで出てくる必要はない、スモールオフィスで仕事を処理した結果だけネットワークで報告してもらえばいい、というような意見もあるようです。また、独立して自分の家を仕事場にする、いわゆるホームオフィスにするというような動きが出てきております。

テレワークで一番利用されているのがこういうものでございまして、このSOHOというのは、都市構造にこれから大きな影響を与えてくるだろうと言われております。

東京の周辺には、いろいろなテレワークなどの受け皿としての都市が今開発されつつあります。各都市は、東京依存型から自立型の業務都市に変化し、それでいろいろな業務の分散化を図ろうというような動きが出てきております。

SOHOですが、おもしろいことに、東京の都心5区の人口というのはどんどん減ってきたのですが、最近また少しずつふえつつあります。これは地価の値下がりや、マンション賃貸料の値下がりなどの影響もありますが、ベンチャー企業にとっては、いろいろ知識集約的な新しい仕事を立ち上げ、その仕事を発展させるためには、やはり情報が集積されている都心が情報、知識というものをダイレクトに集中できるため有利なのです。最近、都心に知識・情報集約型のクラスターがあちこちででき始めているという動きがあります。言うなれば、アメリカのシリコンバレーのようなものでございます。物づくりではなく知識集約型のため、設備投資は要らないのでちょっとスペースがあれば、そこで情報を集めてそれで新たなベンチャーを興すという、テンポラリーな形での都心への復帰というようなことができております。そのため、都心に永久に住むというのではなく、そこでベンチャーがテイクオフしたら、改めて郊外の方で、家族とともに自然と共生していくというような動きが出てくるのです。

また、話が変わりますが、この情報化が進んでくることによって、恐らく都市構造も変わってくるだろうということを申しましたが、そのためには、情報がより速く大量にしかも安く提供されなければならないということで、最近ブロードバンドが急速に普及しかけているのです。既に、福岡県では、ブロードバンドのネットワークが張りめぐらされておりますが、国も、先ほど言いましたよう

に、2005年ぐらいまでに大体3,000万世帯ぐらいまでに、大体50メガから100メガぐらいのネットワークをつくらうとしています。自治体は自治体で独自に、このごろはNTTの光ファイバーだけではなく、電力会社の光ファイバーが使えるようになっておりますから、これから急速に2005年には、大体8割ぐらいがブロードバンドを利用することとなるでしょう。ブロードバンドは各家庭においても、つなぎっ放しで月額定額2,3千円で利用できるようになるでしょう。

ブロードバンドはどういうものに使われるかという、音楽関係のエンターテインメントや在宅で勤務するホームオフィス、テレビ電話ショッピングなどに使われるでしょう。それから遠隔教育のようなものですね、地方でなかなかいい先生が行かないようなところも、実際に、このブロードバンドになりますと、バーチャルなネットワークですが、フェイス・トゥ・フェイスで授業が行われるでしょう。例えば英会話の学校に行かなくても、このブロードバンドでやりますと、学校の先生と今日の前に座ってやっているのと同じような状況ができてきます。また遠隔医療にも利用できるでしょう。お医者さんがいないところ、さらには町でも病院へ行きますと大体2時間か3時間待たされるのは常識になっているのですが、ブロードバンドを使えば、家にいながらにして病院を呼び出して、先生とやりとりをし、大半のことがわかってしまう、そのようなテレメディシンが行われる時代も来ると言われております。

次に、ブロードバンドで大量の情報が送れるようなネットワークが充実してまいりますと、もう一つIPのバージョン4、インターネットプロトコルの中で、現在はIPバージョン4と言っておりますが、要するにアドレスですね、インターネットでいろいろやりとりするためには、自分と相手の間にこのアドレスを持たなくてはいけないのです。ところが自分の携帯電話もありますし、自宅のパソコンにも会社のパソコンにもアドレスがありますから、アドレスを一人で二つも三つも持つようになります。すると、世界の人口が47億人ぐらいですから、たちまちにこのアドレスがいっぱいになってまいります。しかし、アドレスは、バージョンアップ（バージョン6）することによって無限につくることができます。家庭の中のデジタルテレビやエアコン、あるいはふろ場にアドレスをつけることができます。例えばアドレスがエアコンにつくと、帰宅する前に、そのアドレスでエアコンを呼び出して動かすことで、暑い部屋をしっかりと冷房が効いた部屋にしておくことができます。ふろ場にアドレスがつけば、寒い冬に、温かいお風呂に入れる、いろいろなことができるわけです。そのうちに、チップがナノテクノロジーで、ほとんど小指ぐらいの大きさになり、背広の裏にもつけることができ、だれがどこに行ったかということまでわかってしまうそうです。ユビキタスというのは、神は常にどこにもでも存在するという宗教用語らしいのですが、要するにこれだけのブロードバンドとアドレスがあれば、どこにいても、好きなときに必要な情報をリアルタイムで得ることができるのです。別に、いろいろなマニュアル、あるいは辞書や電話帳などを持ち歩かなくても、もう端末機そのものがこのユビキタスのネットワークで必要なときに、いつでも文字どおりのウォーキングディクショナリーになるというのです。

そうしますと、ピア・ツー・ピアと言っているのですけれども、ピアは仲間という意味ですが、仲間同士、別にNTTの交換機を通さなくても、ドコモのサーバーを通さなくても、お客さん同士いろいろなやりとりを行うことができます。知識や情報が自由に市民の間を飛び交うような状況が出てくる。そうすると、自ずと市民の主体性と言いますか、知的主体性というものが出てきて、まちづくりなどに積極的に参加すると、公的な機関を通さなくても市民同士が互いに連絡とって、互いにレベル

アップするというような時代が来るわけです。

ユビキタスの時代が来ると、私は第2のルネッサンス時代になるという考え方をしています。それが何かと言いますと、御案内のとおり、中世においては、一部の権力者だけに知識、情報というものが集中し、彼らが市民を支配していました。そのために一般大衆は「知らしむべからず、よらしむべし」と、知識、情報がないため、お上の言うとおりに、手足のごとく動いていました。ところが、これが宗教改革、あるいはグーテンベルクの印刷技術の発達によって、知識、情報がどんどん拡散し、大衆化していき、大衆が知識に目覚め、それがやがてルネッサンス、産業革命につながっていったのです。今の社会は当然そうなっているだろうと思っているでしょうけれども、実はそうではないのです。大企業はピラミッドなのです。社長やボードメンバー、上の人たちだけに知識、情報が集中していて、下の若い人たちには知識、情報が共有されていなかった。だから、若い人たちは本来潜在的にクリエイティビティ（創造性）があるのに、今世の中はどうなっているのか、会社はどうなっているのかといった情報が十分ないために、それを発揮できなかったのです。ところが、ユビキタスになりますと、インターネットやイントラネットにより、社長やボードメンバーが持っている知識、情報を、会社に入ったばかりの社員まで持つようになる。ピラミッドが崩れて、フラットなネットワークになる。これが若い人たちも、会社に入ったばかりの社員も、ボードメンバーと同じぐらいの知識、情報を持つことによって、彼らの若いクリエイティビティがどんどん発揮できるような社会になると、これは新しい意味でのルネッサンスだと思えます。それから大学もそうです。大学の先生は、既存の知識を抱え込んでいて、それを占有していて、それを1年間なら1年間の講義に切り刻んで、知識の切り売りをやっていたのです。ところが、学生はインターネットでもって、もうアメリカの最先端のマーケティングの理論など分かってしまうのです。先生がいろいろ説明していると、目の前の学生が手を挙げて、「先生違いますよ、今アメリカのコットラーというマーケティングの専門家はそんなこと言いませんよ。今やマーケティングはワン・ツー・ワンマーケットの時代が変わっているのですよ。」と言って、その先生は愕然としたというのです。ですから、もう先生方は知識、情報を独占できない、学生の方がその気になれば、いつでもユビキタスで、先生以上の情報を得るようになる。すると、大学の教授も、教授になったからといって安閑としていられない。みずから新しいセオリーを考え出すか、そうでなければ、学生と対等にディベートして、彼らをクリエイティブな人間として育てていく。すると、それが本当の意味での生産的な教育になってきます。そういうことで、私は新たなルネッサンスの時代が出てくるだろうと言っているのです。この中に、プロシューマーというような答えがあります。先ほど言いましたように、テレビのように一方的にワンウェイで大量の情報を流して、それをただ受け手が漫然と聞いているというようなときには、我々は単なる消費者だったのです。ところが、今度はネットワークでオンデマンドでこちらから要求していろいろ聞く。それから、それに対して良いとか悪いとかと、インターネットでいろいろなやりとりをするというインタラクティブになるのです。こちらが主体性を持って、自分の考えをいろいろ出して、さらにはインターネットで自分のホームページでサイトを持って地方へ発信していくと、今まで我々は単なる消費者であったのですが、我々が同時にプロデューサーになる。消費者として新しい情報を受けたら、新たに自分の付加価値をつけてまた発信すると、そこで消費者であると同時に我々は生産者になって、それでプロシューマーになる。我々はそういうライフスタイルが変わってくるだろうということです。ですから、ビジネス・ツー・ビジネス、あるいはビジネス・ツー・消費者というよう

なビジネス中心のネットワークから、コンシューマー同士がいろいろなやりとりをするようになるのです。それから、ピア・ツー・ピアですね、仲間同士でいろいろな情報のやりとりをするということ、今まで公的機関が一番知識、情報を持っていたのが、どんどん市民がそれと同じような知識、情報を持つようになり、あるいは市民同士がいろいろな考え方を持つことによって、本当の意味での市民参加の都市づくりができてくるのではないかと考えるわけです。

都市というのは先ほど言いましたように、どんどん発達して巨大になり、次に、特に工場などが郊外へ分散していったといういろいろな歴史があり、最近では政府も都市が空洞化しつつあるということで、都市の再生化というようなことが叫ばれております。また、各自治体が新たに都市の役割というものを考えるようになっております。例えば東京でございまして、生活をより豊かにするために、緑を多くしようじゃないか、文化的な、あるいは自然と共生できるような、そういう環境づくりをやるんじゃないかといういろいろ取り組んでいます。東京における一人当たりの公園の面積というのは、ニューヨークやロンドンに比べて半分以下だと言います。その取り組みのためには市民参加、しかも市民一人一人が十分な知識、情報を持ち、主体性を持って、自らの知的創造性でどんどん都市づくりに入っていくというような、市民個人のレベルアップというものが必須ではないでしょうか。市民個人の主体性、創造性というものが十分に発揮できるような態勢になれば、相変わらずお上からつくられたものをただ受けているというような状況になるのでしょうか。それを打破するものとして、ユビキタスネットワークを利用した第2のルネッサンスが今できつつあるということ、私は申し上げたいのです。これからの都市づくりは、本当に個人としての市民一人一人の欲求、ニーズを生かさなくてはなりません。しかしながら、それは大変に価値観が多様化しておりますから、画一的なものにならないだろうと思います。高度に複雑化した、構造的な、いろいろ寄り集まった、そのようなものになってくるのではないかと思うのですが、そのようなまちづくりに、ユビキタスという情報ネットワークというものが、大きく寄与するだろうと期待されるわけでありまして。

今や我々は、日本だけでものを考えるわけにはいきません。今や日本の物づくり、生産拠点というのは、アジアへどんどん出ていっています。それと同時に日本でなければできないようなものを一方ではつくって、それでアジアと共生していかなければならないというような状況でございまして。改めてアジア太平洋のエリアを考えると、ASEAN+3、あるいはAPEC、あるいはアジア太平洋経済社会委員会(ESCAP)、こういうようなものがどんどん広がってきている。だから、我々はこれからグローバルな発想なくしては生きていけないのです。今までは、アメリカの圧倒的な経済力で、アメリカに大量の頭脳や人間がどんどん集まっていく、あるいは、アメリカに世界中の金が流れてくるという状態でした。アメリカの突出した経済力に世界中が影響されていまして。しかし、それがいつまでも続くわけがありません。最近、アメリカの経済力のレベルが落ちたと言われていますが、そうではなくて、世界のアメリカ以外のエリアがおくれていただけなのです。それで台頭してきたのがEUです。EUのよさというのは、国境を越えてボーダーレスにしていったことです。経済には比較優位の原則があります。ヨーロッパを一つの国で考えたときに、あの中で農業に特化した方がいいところ、工業に特化した方がいいところ、あるいは研究開発がいいとか、あるいはエンターテインメントがいいとか、それぞれの特色があります。あたかも一つの国であるように、最適なりソースの配分と、最適のトータル化がEUの台頭の要因です。アジアもそうならなくてはいけないのです。アメリカの景気が悪くなったとたんに、アジアの景気もがたがた狂うということではだめなのです。アメリカの景

気が悪くなったら、アジアの中では、お互いに域内の貿易でもってそれをカバーするというような態勢へ持っていくことを当然我々が考えなければいけません。また、アジアはいろいろな文化を持っています。それをお互いに共生し、お互いにその中から、また新しいものをシナジーでつくり出していくことがこれから非常に大事なのです。

その一つの方法として、やはり情報のネットワーク化ということが考えられます。既にアジア・ブロードバンド計画が、総務大臣のもとで今考えられております。何をやろうとしているかという、アジアの諸国と連携しながら、アジアの文化的な多様性を反映したお互いの情報発信をやろうとしています。それでアジア全体としての世界の情報拠点になるのです。単なる受け手ではなく、アジア独自の情報、例えば文化的なものや経済、そういうものを発信していこうではないかということです。そこでその中のアジア情報、技術の状況などを、インターネット、特にブロードバンドでつくり、同時に特に文化的なものについては、アジアでなければならぬような多様で歴史的なコンテンツを世界へ発信していくのです。これは今の政府の考えでございますが、一方では、日本ではIIJ、シンガポールのパシフィックインターネットと香港のスーパーネットなどが中心になりまして、既にアジアインターネットホールディング、A-Boneというネットワークが今つくられつつあります。とにかくアメリカとヨーロッパの間の情報のやりとりはけた外れな量なのです。それに比べて、アジアはその点でとても貧弱なのです。それで、先ほど言いましたように、今政府はアジアブロードバンド計画を考えておりますし、既に民間の会社としても、A-Boneなどをつくりつつあるわけです。

改めてアジア太平洋というのは、どのようなエリアなのかと申しますと、一例を挙げますと、実はアジア太平洋地域では、観光客やビジネス客など相互に行き来している人間の数は急速に増えておりまして、アメリカやヨーロッパが年率4%の伸びに対して、アジアは何と9.7%、10%ぐらいの伸びを示しています。全世界における人間の交流のウエートというものが、この十数年間で7%から14%、つまり2倍になっており、総体的にアメリカや欧州の方が落ちてきているという記録ですから、これからはまさにアジア太平洋の時代だということなのです。これを我々は加速させなくては行けません。

アジアには既に経済の底力があります。アジアにおけるところの外貨準備高の高さ、それから東アジア各国や中国では生産のシェアを高めてきています。そしてアジアは、世界的に見て非常に魅力のある投資先になってきています。今まで投資がアメリカに集中していたために、アメリカにITバブルができて、はじけた。アメリカの株価もかなり上がり、1万ドルを超えた頃から、これはバブルだと言われて、今8,000ドルで、大体常識的にはおさまったような気がするのですが、今度はその金の行き場がなくなった。それをどこが受け皿になるか、それがまさにアジアになってくるのです。そのため、今回のような会議を通じ、アジア太平洋各国の都市がお互いに手を結ぶことによって、アメリカ経済圏、EUヨーロッパ経済圏に対して、アジア太平洋経済圏を急速に立ち上げていくということが非常に重要であります。そういう意味で、このような都市の集まりというものは、大いに建設的な意味があるということで、今後期待するところが非常に大きいわけでございます。

最後に、この会がさらに今後とも発展することを祈念いたしまして、私の話を終わりたいと思いません。御静聴ありがとうございました。