

第5章 情報コストの革命的変化は何をもたらすか

肥田野 登

1. マルチメディア社会の現実 - Eメールのもたらしたもの

Eメールの実態

この数年の間に、情報に関する私たちの生活は確かに大きく変わったと言ってよいだろう。たとえば郵政省の通信利用動向調査によると、従業者300人以上の企業で電子メール（Eメール）を使っている割合は、1998年には76%に達した（図5-1）。1995年には26%にすぎなかった。いかに急速にEメールが普及したかがわかる。そこで5年前つまり1994年と比較してみよう。このころ、多くの情報は紙の上にワープロで書かれ、それが物理的に運ばれてきた。1つの情報があるグループに伝わる時間は非常に長く、時には数週間を要することさえあった。したがって急ぎの時は会議を招集する事が必要で日程や時間調整に多大な時間が使われた。

ここにおもしろいデータがある。1994年2月に行われた東京とニューヨークのビジネスマンを対象としたコミュニケーション調査である¹⁾。その結果を見ると1日のコミュニケーション発信回数は東京もニューヨークも約18回である。東京では平均して、電話12回、ファクス2、面接2、郵便1、社内便1、宅急便、電子メールは0.3回、ニューヨークでも電話12回、面接2、郵便2、ファクス2、電子メール0.7回となった。両都市で差はあまりない。注目すべき点は電子メールの回数が日米ともに極めて低いことである。当時は我が国もリエンジニアリングとかリストラとかいう言葉が巾をきかせていたが、いまほど危機感はなかったかもしれない。

現在はどうかであろうか。少なくとも私の職場では電子メールのイントラネットワーク（大学全体の組織内の専用回線ネットワーク）は完成した（学術用イントラネットとインターネットは10年以上前にすでに完成していた）。多くのペーパーはまだ存在するものの社会工学の部門内での40名のスタッフへの情報はほとんどすべてこれを通じて行われている。したがって会議の回数も月1回と少なくなっている。もう少し具体的にいうと1998年度、たまたま私は社会工学専攻長をつとめたがメールでの受発信の回数で見れば（言うまでもなく同時送信しているので1回で複数の人がこの情報に触れられる。したがって総受発信量はこの数十倍になっている）スタッフへの連絡が300、会議関係が120、本来の教育業務では外部を含めて420、トップマネジメントに属することは20回にすぎない。

これを見ると明らかのように1994年の状況とは大幅に変わっている。この受発信のうちトップマネジメント20回を除けばほとんどが多くの人々との情報の共有のためのものと言ってよい。一方、私の個別的研究に係わるメールは550回あった。これらは内外の人々とのコミュニケーションであり、その数の評価は容易ではないが、他の方法よりは効率的

¹⁾ 肥田野登編『ホワイトカラーの行動と選択』日本評論社、1998年

であるということは確かである。

以上述べてきたことは大学という特殊な場所だけで起こっていることではない。通信利用動向調査(1996年)によれば、Eメール利用による具体的な成果として、情報の共有化が50%を越え、業務の効率化が40%とこれに続いている(図5-2)。

これまで我が国では組織内の会議は意思決定というより情報共有のために行われた、そして会議の多さがホワイトカラーの効率性の低さを表してきたことを考えると、Eメールが無駄な時間を大変に減らしたことがわかる。さらに時間を中断されないことによる仕事の効率性のアップは計り知れないものとなっている。

もう一つ大切なことはメール情報はすべてドキュメント(書類)としてのこされるため、意思決定の曖昧さを減らすことができる点が挙げられる。またこれまで会議の運営や決定が声の大きな人によって左右されがちであったものがより合理的な決定になる可能性が出てきた。Eメールは日本の組織の意思決定を大きく変化させるところまで来ている。さらに付け加えなくてはならないことに、メールの双方向性がある。上で述べた私の1400近いメールはすべて返信が可能であり、一枚の書類で上意下達的に一方的に伝わるものではない。このことがディスカッションを生み、新しい創造の出発点になる。

さらにEメールについて特筆しなければならないことは、これを利用してメーリングリストというグループが作られ、情報共有を基盤とする緩やかなコミュニティが成立していることである。このコミュニティは地域コミュニティとは異なり離脱が自由であるところが特色となっている。しかし加入についてはメーリングリストの管理者あるいは編集者の意図が働くことがある。

なおパソコン通信の時代からプロバイダの所に掲示板といって書き込み自由の場所があったりチャットと称して同時に会話を楽しむ場所、フォーラムといってある議題で議論する場などが設けられているが、これは商業的に行われている場であり、メンバーは不特定多数ということになり、コミュニティの性格はあまり強くない。この点について私個人は研究の必要上6程度のメーリングリストに入っており、自分自身1つを発信している。この数は平均より少ないと思われるがいずれにしてもクラブに7つ入るということは現実の社会では容易なことではなく、その意味で情報入手発信コストはこの数年間大幅に低減しており、豊かなものになっている。

それでは個人の生活はどうであろうか。前述の調査によればEメールが中心のパソコン通信をみると1995年に利用していた人は2.6%にすぎなかった。1998年には10.2%まで増加している(図5-3)。私自身、考えてみると5年前、つまり1994年には自宅にパソコンはなかった。したがってパソコンと電話回線はつながっておらず、家ではもっぱら電話を使って話をしてきた。1999年の現在はどうか。子供たちは携帯電話を利用している。ちなみに携帯電話(移動電話とPHS)は先の調査によれば1994年に全世帯の5.8%だったものが1998年には62.3%にまで普及している。さらにこれら端末の機能はこの数年で急速に高まり、メッセージの授受が可能となっている。そして無線を利用した情報の

端末もインターネットにつながっていてEメールでやりとりができる。これまでノート型パソコンをつなげる必要があったが、小型のものが最近できて価格も数万円となった。携帯電話である移動電話もPHSもつながる地域は全国に広がっている。都市部であればどこでもつながる。というより全世界といった方がよい。ほぼ完全に国境は消滅した。インターネットにつながればEメール通信コストは短文であれば問題とならない。家のパソコンも有線の電話回線を通して民間のプロバイダを経由、インターネットとつながっている。多くのやりとりがメールを通して行われることとなった。メリットはなにか。郵便より明らかに手がかからない。いつでも投函できる。キーボードは面倒だということもあるかもしれないがタッチパネルであれば多くの人々が利用できるだろう。電話と比較しても、相手が不在や多忙な時でも何らかの意味で連絡が取れることは大きなメリットである。一瞬を争う場合を除いて実用上十分である。もちろん声を聴きたいと言うことはある。その場合は情報の価値というより情緒的な関係の要素が大きくなるのでこれは別の問題としなくてはならない。

情報革命の経緯

さてここでこれまでの情報革命の動きを簡単に見てみよう²⁾。日本にはこれまで三つのブームがあった。

- (1) 1960年代の林雄二郎氏を代表とする情報化社会のコンセプトは大型計算機をベースとしていた。ネットワークの発想はあまりない。
- (2) 1970～80年代のニューメディア時代は東京三鷹市のキャプテンシステムなどの実験に集約されている。これは電話を使ったネットワーク化というものであったが通信コストが高くまた技術的にも大量の情報を送れなかった。
- (3) そして1990年代に入ってから今回の動きである。

その背景を考えてみよう。1980年代にすでに日本の構想はあったが、世界的にインパクトがあったのは

- (1) 1991年の米国のゴア・Jr.上院議員のハイパフォーマンスコンピューティングアクトである。これはスーパーコンピュータをベースとしている。
- (2) 1992年にクリントン・ゴアが情報ハイウェー構想を打ち出す。そして大統領選挙でインターネットを利用し勝利した。
- (3) 1993年1月20日全国情報インフラの展望が出る。

一方インターネットという個別自律的なコンピュータをネットワークとしてつなげると

²⁾ 肥田野登 + 新社会資本研究会 『21世紀のマルチメディア社会をデザインする』(財)都市経済研究所, 1996年

<http://www.soc.titech.ac.jp/hidano-lab/nsc/index.html> から全文ダウンロード可能

いう構想は

- (1) 1980年代に全米科学財団（NSF）が自然科学者のためのネットワークを始めたことによって大きく進展した。インターネットとは個別のパソコンに通信機能を持たせる考え方である。
- (2) 日本でも村井純氏らが1984年から東工大、東大、慶大の間でJUNETを始めた。
- (3) 1992年からアメリカでも日本でも学術側のインターネットと商用のパソコン通信が繋がり急速に発展する。

さらにメディアという考え方から見ると、

- (1) マルチメディアということが日本で最初にいわれたのが1989年である。
- (2) アメリカでは1989-91年にマルチメディアのブームが起こり、新聞や雑誌、TV、CATV、出版などのメディアと流通情報産業、コンピュータをベースとしてネットワークにのって情報をやりとりする世界が描かれた。より具体的にいえばTVでショッピング、映画を見、健康相談をするというバラ色の将来が語られた。
- (3) その1つにビデオオンディマンドといったVTRをすぐにネットワークから入手するというサービスについての実験が1994年～1997年の間に行われたが必ずしもうまくいかなかった。
- (4) そして上述のとおり、パソコン通信とインターネットが繋がったためインターネットワークが1994年から爆発的に伸び、1995年にWindowsというインターネットを扱うソフトが出ることにより日本でも急速にのびることとなった。
- (5) 1996年にはアメリカで電気通信法が改定され規制緩和がはかられた。

というのがこれまでの動きであった。したがって冒頭で述べたように1999年時点では組織間のイントラネットとそれをつなぐインターネット、パソコンをつなぐインターネットにより、新しい商取引、業務の効率化が急速に進展しているといっていよう。これに関しては多くの著作が出版されている³⁾。

2. 誰にとっての利益か - 発信者側の論理 - ワールドワイドウェブ（www）による発信

1999年現在のネットワーク社会で注目すべきことはEメールだけなのか、いうまでもなくインターネットにはもう1つ重要な面がある。それはホームページである。しかしこれらはいったい誰によって支えられているのであろうか。それは一言でいえば、人々のニーズである。その内容についてより深く考えてみたい。

³⁾ 赤木昭夫『インターネット・ビジネス社会』岩波書店，1999、都村哲雄『こうなる！ 21世紀の情報ネット社会』日経BP社，1998年、米国商務省『デジタル・エコノミー』東洋経済新報社，1998年

インターネットの出現により、誰もが極めて安価に情報を発信することが可能となった。すなわち個別のネットワーク管理者から割り振られるURL（住所）にホームページを作ることができる。個人であれば民間のプロバイダから、あるいはある組織がイントラネットワークを有しているとすればそこからこのURLが与えられる。これは世界で統一のものとなっている。この代表にwwwがある。これから発信するサイトの数はすでに膨大なものとなり、またその奥行きは深い。NetNamesによれば1999年5月11日現在、日本には6.5万のドメインがあり、アメリカには467万、全世界で751万となっているということである⁴⁾。たとえば東工大の場合 titech.ac.jp であるがこのtitechをドメインと言って我が国にはこの名前を持つ組織は1つだけになっている。したがってドメインは直接インターネットに繋がっている企業や組織の数に対応する。したがって実際のホームページはこの数百倍から数千倍はあるかもしれない。

それでは発信する人や主体は誰なのであろうか。

これまでのマスメディアや書籍などは発信や出版にまとまった費用が必要であったため、資本力あるいは一定量の需要があるものしか発行されなかった。これに対してwwwによる発信コストはほとんどゼロといって良い。その結果、NPO、NGOなどの組織や個人的グループが発信することになった。その内容は、環境、医療、まちづくりなど身近で社会的に重要なテーマが多い。さらに個人レベルになると趣味、出会い、学術、自己の主張や成果物の宣伝のために市井の人、研究者、企業家のたまご、宗教家が参加してきている。つまり見たい人の欲求ではなく発信したい人の欲求と言ってよい。しかしその中には極めて貴重なもの、また意味のあるものもある。したがってホームページの情報が真に求めている人に到達すれば受信者の効用が増大することは間違いない。たとえば1996年の世帯にとってのインターネット利用方法を見るとビジネス情報、コミュニケーション、趣味、旅行の情報などがいずれも50%を超えている（図5-4）。

一方これ以外の既存の組織は何を目的としているのか。たとえば自治体や政府も多くの情報をホームページ上に公開している。これも社会的な要請とはいえ発信者が自己を正しく認識してほしいという基本的欲求をもっているためと言えよう。さらに企業はこれらの広告以外にマーケティングの道具として考えているところがある。つまりホームページは消費者が情報コストを支払った上でそこを訪れることになるため、仮にその消費者の属性と選好情報が得られれば極めて価値あるものとなる。さらに環境をはじめとする分野への消費者のこだわりは強くいわゆるエコマーケットとなっているが、これらのマーケットの消費者のニーズを知る上でもホームページとそれに対する応答の分析は有用な知見を企業にもたらす。図5-5を見ると1996年の調査であるが、宣伝が40%、市場調査の利用が20%と高くなっている。したがって多くのホームページは訪れた人が双方向的な情報を記入できるようになっている。ただし、ホームページなど映像データを扱うとなると現在の

⁴⁾ <http://www.domainstats.com>

通信料金は高すぎることは間違いない。東京のインターネット料金はアメリカに比べて1.3倍ほど高く(図5-6)、例えばニューヨーク市であれば定額料金のためこの数倍の開きがあると言ってよい。現に多くの人が利用料金が高いと考えている(図5-7)。これを見ても、現状では情報コストは革命的に下がってはいない。

3. 場としての情報空間

多様な場の創出

このようにインターネットの空間は、20世紀末になって物理空間とはまったく別の原理のはたらくサイバー(仮想)空間として出現したことになる。この空間の特色はいうまでもなく、自由が最大限保障されているところで法的な規制もない、いわば無法地帯とも言えるところである。したがってそこには多様な場が創成されることになる。その場で見られる現象を私の専門とする社会工学を例として考えてみる。

社会工学の英語訳は social engineering である。これをウェブサイトの検索の方法であるヤフー(yahoo)で調べているとそこに並ぶ多くが、コンピュータのテクニックを活用して良くないことをするハッカーとかクラッカーと呼ばれる人たちのための工学であるという認識をしているサイトである。このサイトにアクセスすると不正アクセスをするための技術を手に入れることができるようになっている。これに対して私たちの社会工学のように社会をよりよくするための工学として位置付けているものはほとんどない。そこで数年前に社会工学の定義を私の研究室のウェブサイト <http://www.soc.titech.ac.jp/hidano-lab/socialengineering.html> に載せた。このように実はインターネットの空間はいわば正義と悪が同じだけ存在する空間であるといった方がよい。さらにこの場の論理はいわゆる市場の原理だけではないことである。市場の原理は経済力が支配している。しかしここでは、時間に十分な余裕のある人たちがアクセスすればそのサイトの優位性が変わるシステムになっている。さらにゲームの理論の世界 - これは限られた数の主体が、互いに相手の戦略を考え行動する - も含まれている。情報空間では、場に参加する人数を限定することができるため特定の主体との利害関係も生ずるのである。このような多様性こそが情報空間の特徴である。

情報による欲望 - 需要がどうなるか

それではこのような場は現実の経済にどのような影響を与えるのだろうか。まず需要側から我が国の状況を見ると消費が低迷しており、これはという買いたい物がない状況にはあるが、あきらめていた物やサービスが自分の想像より安価に買えることがわかれば需要に大きな影響を与える。あるいはそこで買いたい物が見つければ消費を拡大する事が可能となる。このことは実は大きな意味を持っている。たとえばセーターの売買を考えてみよう。ネットワーク上であればセーターを売る企業はサイズや色やデザインや材料などとい

ったものの組み合わせを個々の消費者のニーズに最大限適合させることができる。現にこのようなサービスはインターネット上でなされている。通信料金が安くなり、ひとたびこの方法が信頼されるようになれば大幅に利用は増えると思われる。

供給 - 生産性の向上

それでは供給側はどうだろうか。まず指摘しなければならないのは資本を有効活用することができるということである。いうまでもなく資本には必ず利子が付く。したがって製造業であれサービス業であれ生産過程での時間が短縮できれば生産性は向上することになる。すでに発注、受注、生産、販売までコンピュータネットワークを活用して相当程度合理化されている。在庫を減らすことがその有力な方法であるが、受注の時刻にその生産に必要な材料等を発注すれば原理的に在庫はゼロとなる。

このような金融効果の他にも、生産に必要な労働の投入に関して同じことが言える。これまでは個々の従業者が別々に働いていたものが、共に働くことによって生産を高めることが考えられる。つまりワークスタイルが変われば、これまでである個人や限られた人だけが生産していたものがネットワークを介して相互に関与してその内容を向上させることは十分に可能である。たとえば社内での企画レポートにしてもそれに関与する人々がその知識を用いて改良すれば大きな間違いや内部での意見の不統一などを早い段階で調整することが可能となり質的にも向上し、時間的にも早く作成することができる。これが企業などの組織を超えて行われることもあり得るわけで、国際大学グローバルコミュニケーションセンター所長の公文俊平教授のいうネチズン（ネットワーク市民）という人たちにより作られる創造性ポテンシャルは大きなものがある。さらにネットワークにより人的資本の流動化と人を適材適所に活用することが可能となる。たとえばプログラムの作成において数理的能力の高いインドの科学者、技術者を活用などがこれにあたる。つまり国境を越える人的資源の活用により生産性は飛躍的に高まる可能性がある。

市場の効率化

このようにインターネットやイントラネットは需要供給両面に大きな影響を与えている。しかも忘れてはならないのは、これが経済市場そのものの効率化を図っていることである。1例を挙げよう。通常市場は需要と供給で量と価格が決まり、これが社会的に見ても最も適切であると言われている。しかし現実には理想的に機能している市場は多くない。それは情報が需要側にも供給側にも十分伝わらないためである。ところが北欧の電力の需要供給システムはネットワーク（専用回線）上でこれを実現しているということである。ここでは、ほぼ完全な市場が出現している。またアメリカでも、日本でも大手プロバイダが会員制のオークションの場を提供している。これがうまく機能すれば市場の効率性は高まる。

政治システムの改革

情報空間は経済活動に限定したものではない。むしろ大きな政治的インパクトを持っていると考えた方がよい。そもそもクリントン＝ゴアの構想はアメリカ型民主主義の世界的展開という明確な目標を持って行われているものである⁵⁾。この構想は数に頼る危うさはあるものの、巨大マスメディアに左右されない別の情報ソースから政治的発信がなされること自体、極めて大きな意味をもつことは間違いない。現在でもインターネットの政治の欄には多くの政治家がそれぞれの主張をしている。特に高齢社会において地域の問題が顕在化する場合、インターネットにより各政治家と住民との関係をオープンにすることにより利益誘導でない新しい政治スタイルが生み出される可能性が十分ある。

4 . 社会的不安定性の増大

以上述べてきたように、情報コストは急速に変化しており、一部では明らかに大幅に低下している。したがって通信料金が定額で月 5000 円以下となれば、情報コストは革命的に変化したとあって良い状況になる。しかしこのことは当然のことながら、情報空間外にも様々な影響を与え、それに対応する社会的なコストをも変化させる。

バブル世界の不安定化

私たちはもともと物質的な世界に身をおいているだけではない。食事をとる、運動をする、工作物を作る等々は物質的な世界のことである。しかしこれらの行為も懐石料理を食べる、ポロをする、クラシックカーを作るとなると物質的世界を遙かに超えた意味の世界、すなわち精神世界に入り込む。懐石料理は京文化の粋であり、そこにある各種の伝統はその価値をその栄養価をよりはるかに高いものにしている。ポロは馬に乗らなければできない。それは貴族のスポーツであり、それに係わるマナーすなわち文化を手に入れるには長い時間と金が必要である。クラシックカーのオークションの結果決定される車の価格は何を基準にしているのか。これらはすべて精神世界のものであり、これはバブルとあってよい。もともと貨幣そのものがバブルであり、人々が価値あるものと互いに認識しているからこそ原価 10 円の 1 万円札が 1 万円の価値を持つものとなる。つまり精神世界はバブルの世界である。アメリカはいまバブル経済といわれている。人々は株価が上昇すると信じて投資に走っているという。しかしこれが崩れることはたやすいことである。なぜなら懐石料理、ポロ、クラシックカーの方はそのバブルに対する信念は強く容易には崩れないのに対して、貨幣そのものはそのような強い文化的基礎を持たないものであるからだ。したがって情報空間の世界的拡大は人間精神の産物を一層バブルなものとするだろう。情報コ

⁵⁾ 公文俊平「文明論からみた新社会資本」、肥田野登編『21世紀のマルチメディア社会をデザインする』(財)都市経済研究所, 1996年, pp.50-51

ストがゼロに近いということはどこかで回路がショートすれば大量の電流が流れ破壊するように情報空間の外側の空間を痛めることになる危険性を持っている。

ネットワーク情報管理者の不足

現在のインターネットは自律的個別的ネットワークを繋いだものでありその全体的管理者は存在しない。このような自律的構造によってこのシステムは爆発的に成長した。

はたしてそこには全く管理者がいないのか。そういうことはない。そこには物理的な光ファイバーのネットワークがあり、また無線によるチャンネルも用意されている。したがってこれらのネットワークが少なくとも機能するように、あるいは、何らかの理由で一部のネットワークを切り取ることが必要であるときに、その判断をする人が必要である。つまりそこにはネットワーク管理者が存在する。ネットワークの技術は急速に進歩し続けており、それを十分に理解した上で、現実のネットワーク管理ができる人の数は我が国でもひとにぎりといわれている。このことは厳密に5名ということではないにせよ極めて少ないことは間違いない。ということはこれらの人々の肩に巨大な情報ネットワークが乗っているといつてよい。したがってその安定性は必ずしも高いとはいえず、もし悪意ある集団が何らかの意図でここに参入した場合に問題が起きることもあり得る。そして、この状況は近未来には解決しない。それは技術の進歩があまりに急速であるからだ。しかし、考えてみればネットワークに限らず他の技術的世界でも状況は同じである。ことさらこれを問題視するのも良くないが情報ネットワークは現代高度技術社会の縮図であり、その対応に十二分の注意が必要である。

セキュリティの低下 - 相互依存性の拡大

高度管理者の問題だけでなく、私たちのパソコンレベルでも問題ある。それはこれまでたびたび指摘されてきたセキュリティの問題である。

現在でもネットワークに繋いだパソコンはセキュリティがあまく、24時間ネットワークと繋がる状況になれば簡単に侵入されるおそれがある。そして個人データが流出することも十分起こり得る。その結果場合によっては、大きな社会問題となるであろう。もちろんこれに対する技術も進んでいるので対応不可能ということではない。しかし技術が進歩しても、戸締まりをしないで家を出たら泥棒に入られる危険性は高いという事実は変わらない。特に物的な地域コミュニティと違って情報空間は世界が1つに繋がっており距離は限りなくゼロに近いのである。個人のデータが流出することはもちろん良くないことであるし、個人的にも大きな損害を被ることもあるが、ネットワークはそれ以上の問題を持っている。私の属する大学でもネットワークセキュリティの管理が非常に大きな問題となっており、ネットワーク管理者は、日々世界中のハッカーからの不正アクセスと闘っているというのが現状である。そしてこれは管理者だけでは防ぎきれず一般の利用者が注意を怠ると不手際をしていない他者の貴重な情報を消してしまうなど相互依存性は非常に高い。い

わば運命共同体にいるようなものである⁶⁾。

権威の流動化 市場は万能か、ヤフーの限界

1990年代になって我が国では種々の伝統的権威が批判にさらされている。行政に対する不信、マスメディアに対する疑問、教育への批判と不信、あるいは大学の行う学問の軽視などである。これらの権威が大きく揺らいでいることは事実である。その理由は単純で、つまるところ伝統的な権威の側に十分な情報がなく、適切な理論や深い洞察が不足し、その結果としての確な判断が存在しなかったということに尽きる。つまり行政官もマスコミも研究者も、多くの人々は非競争的な状況におかれ、勉強していないということである。若い時学んだ常識論に身を置き新しい状況を見ようとしていないということであろう⁷⁾。このような状態になれば、誰もが権威を疑うことになる。

それに対して情報ネットワークは自律的な発信によって不断のチャレンジがなされる場であり、衆人の前に晒されることによって自律的に、より適切な方向に動くという仮説に支えられている。私はこの仮説自体大きくは間違っていないと思う。しかしながらこれを支えるネットワーク上の市場とも言えるアクセス数はある意味では量を対象としているため少数のものを無視せざるを得ない構成になっている。たとえばネットワークでホームページを検索をするための道具であるヤフーでもアクセス数によって表示順位は大きく限定されているとあってよい。したがって現段階ではインターネット上で張られている情報空間は常識的なものとなりがちである。

権威の流動化そのものは創造的社会にとって大切なことであり、決して否定されるべきものではないとしても、それに代わる権威が現在情報空間上にあるわけではない。このことは情報空間の信頼性を決めることであり、今後大きな問題となるであろう。

情報の非対称性 地方自治体の遅れ

情報の非対称性は高齢者や目の見えない人などに表れると言われてきたが、現時点で急速に解消されつつあるのではないか。1998年には60才以上でも9%強の人がコンピュータネットワークを利用していることになる(図5-8)。したがって情報プア=情報弱者の人々の中にインターネットに興味を持つ人々が増えてきたことにより、いわば市場が形成されその結果、早晚問題は深刻ではなくなると思われる。

現在、イントラネットの構築やインターネットの利用で最も遅れているのは地方自治体

⁶⁾ 櫻井成一郎,「ネットワークセキュリティとプライベートネットワークの特集にあたって」,『Titanet Newsletter』東京工業大学総合情報処理センター, No.10, 1999年,
(<http://www.noc.titech.ac.jp/>)

⁷⁾ 肥田野登,「適切な情報は存在しないのか」,『郵政研究所月報』, 1999.4
(<http://www.soc.titech.ac.jp/hidano-lab/yusei.html>)

ではなからうか。中央官庁は少なくとも 1997 年ぐらいまでに全職員がメールアドレスを持つようになっていた。これに対してばらつきはあるものの地方自治体は完全に情報化の波に乗り遅れているとあってよいのではないか。たとえば現時点で東京都庁の職員にはメールアドレスはない。情報を発信することあるいは受信することが最も求められている自治体のメンバーと E メールを交換できないというのは極めて大きな問題である。

3. で述べたように、場としての情報空間は極めて多様でありかつダイナミックに動いている。これに対して自治体職員が目をつぶるようなことがあったら、その外部不経済性は莫大なものとなる。

5. ディスカッションとアイデンティティ

1990 年代、我が国は未曾有の不況に遭遇した。しかし考えてみるとその原因はそれほど複雑ではなかったのではないか。つまり、バブル期の地価の高騰とその急速な下落、それに伴う不良債権問題、情報開示の遅れによる不信感の増大、既得権に振り回される行政、マスコミ、大学を中心とする権威がそれだけの実力を持っていないことが白日の下に晒されたことによって、国としての展望が見えないこととなったためであろう。すでに民間企業は新たな躍動を開始し、新しいシステムのもとで行動を開始している。また良識ある市民が確固たるアイデンティティを持ち、自信を持って行動しているという現実がある。先に述べた環境、まちづくりなどに関するメールの内容を見ると、このことがわかる。むしろ多くの意思決定者はこの事実を知らないか、あるいは知りたくないかという状況に置かれているのではなからうか。

4. で述べてきた問題はあるものの、情報コストは革命的に変わりつつあると言ってよい。むしろ、3. で指摘した場としての情報空間のメリットをいかに前向きに捉えるかにかかっている。すなわちペーパーワークの効率化はホワイトカラーの生産効率を向上させ、ひいては必要とするホワイトカラーの数を減少させることが可能となり、これらの人々を手先を使う職人的仕事のような真に身体的技術が必要とされる生産活動や福祉などへ振り向けることができる。若年層が減少する少子化高齢社会において日本の将来を明るくしているという良いだろう。加えて我が国でもっとも遅れている政治システムの改革が進められることにより、21 世紀の日本社会に光を与えるのではなからうか。例えば高齢者をはじめ市民が直接 E メールで政治家と接触を持つことが可能となり、また政治家もホームページから常に情報を発信することにより、両者の距離は大幅に縮まる。

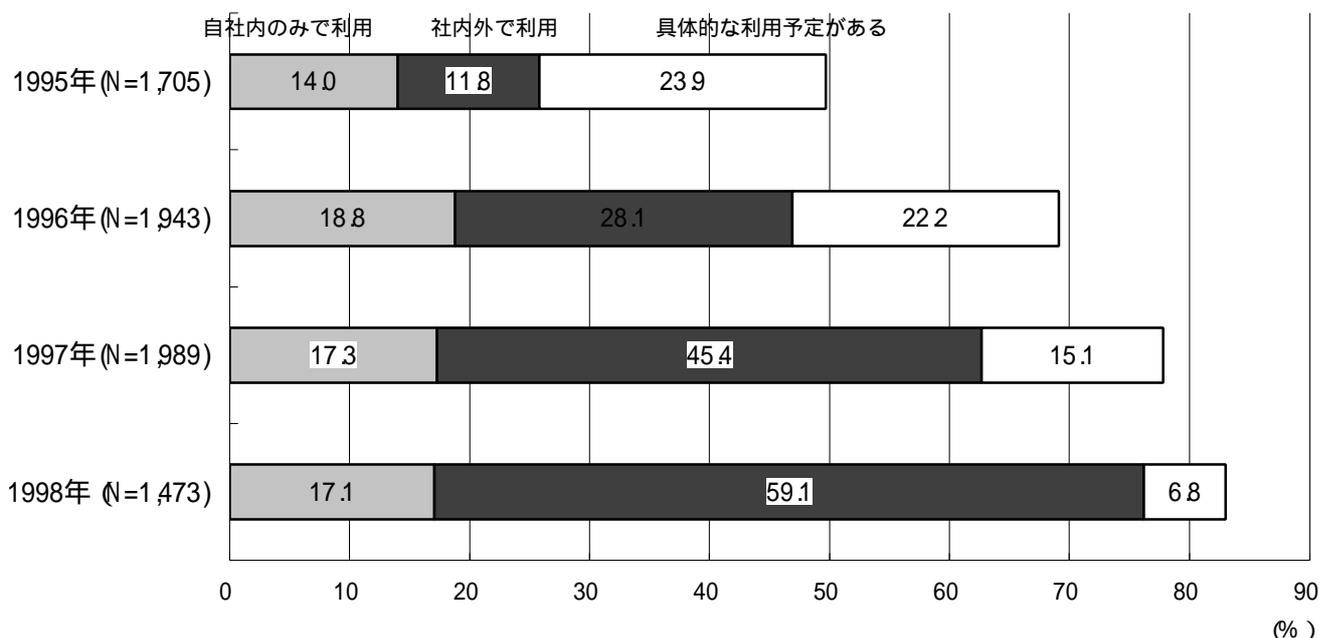
ここでのキーワードは従来の権威にとらわれない自由なディスカッション - すなわち議論は相手の人格の攻撃ではなくより良い内容を求めるためのものである - による新たな権威の確立と自己の身体に根ざしたアイデンティティであろう⁸⁾。インターネットによる情

⁸⁾ アイデンティティの中でも特に身体に依存するものは変化しにくいと考えられる。例

報氾濫と言われるが自分の知りたいものを知っていれば情報は極めて容易に入手できるようになった。つまり知りたいものが、自分のアイデンティティに根ざしたものであるならば情報コストの低下は間違いなく私たちの世界を広げていくと思われる。

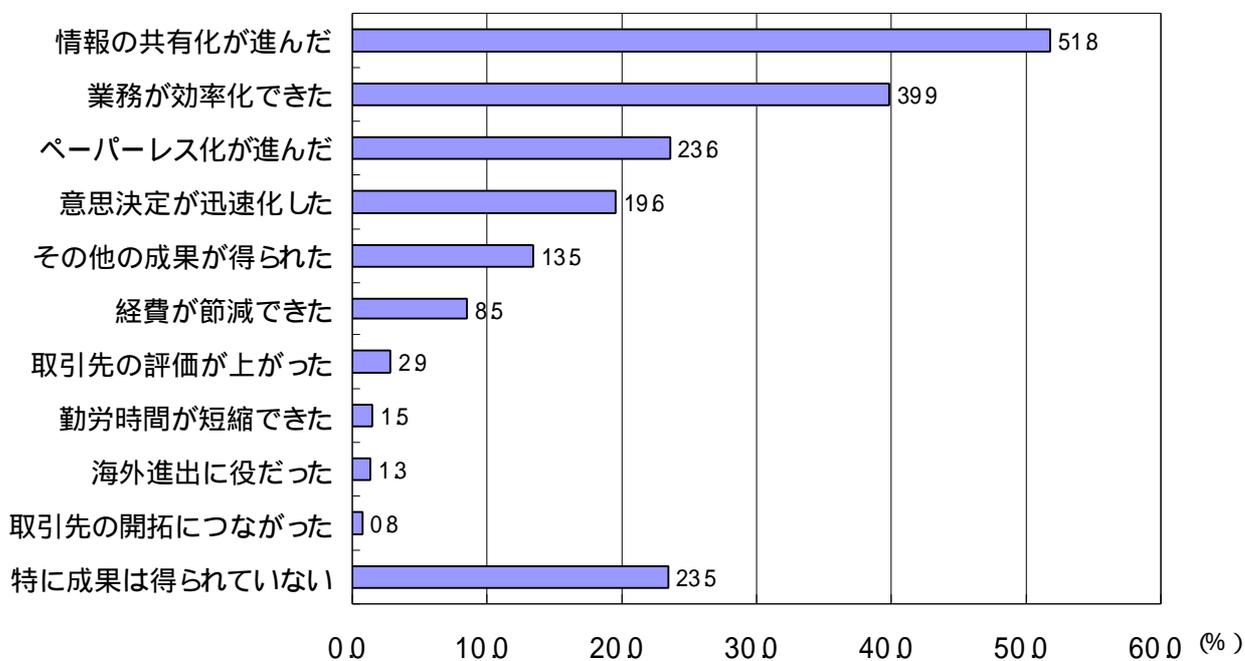
えば、各自の成長期に身体的体験として常に思い出される活動やそれを支える空間は原風景と呼ばれ多くの場合懐かしさを伴い良いものとして認識される。このような原風景は個人のアイデンティティの一部となっている。また味覚などによる食欲、触覚や聴覚などによる生理的な欲求などに係わる個性もアイデンティティの大きな要素となる。これらも変化しにくいと考えられる。このように身体によって規定される個性(アイデンティティ)からの情報探索は誰もが行えることであるし、情報入手による効用も高いと考えられる。

図 5 - 1 電子メールの利用状況の推移 (従業員300人以上)



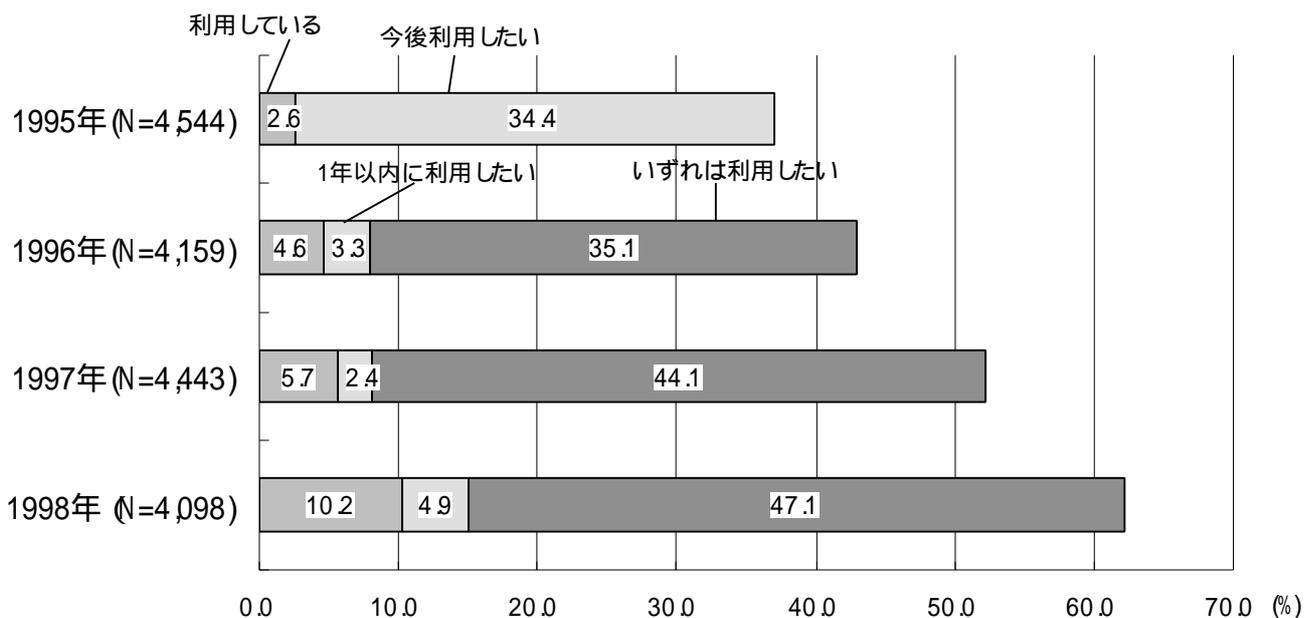
(備考) 郵政省「通信利用動向調査」(<http://www.zainump.go.jp/tokei/tdm/okujih.htm>)により作成。

図 5 - 2 企業における電子メールの利用による具体的成果 (複数回答) (1996年)



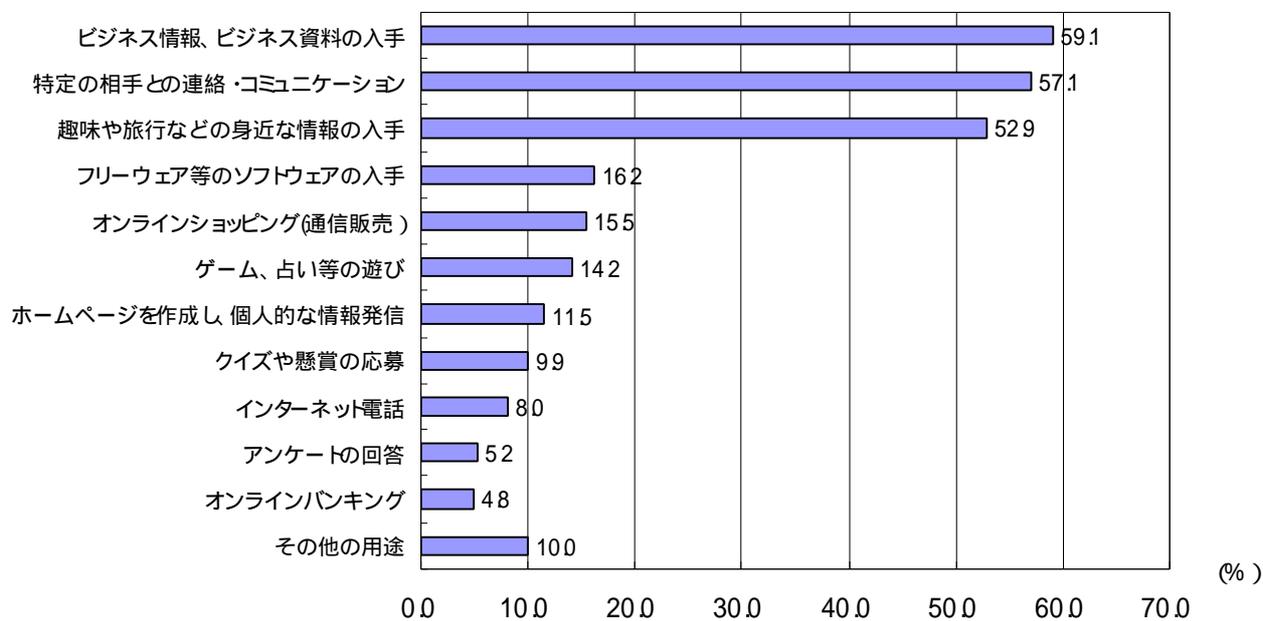
(備考) 郵政省「通信利用動向調査」により作成

図 5 - 3 パソコン通信の利用状況の推移 (世帯)



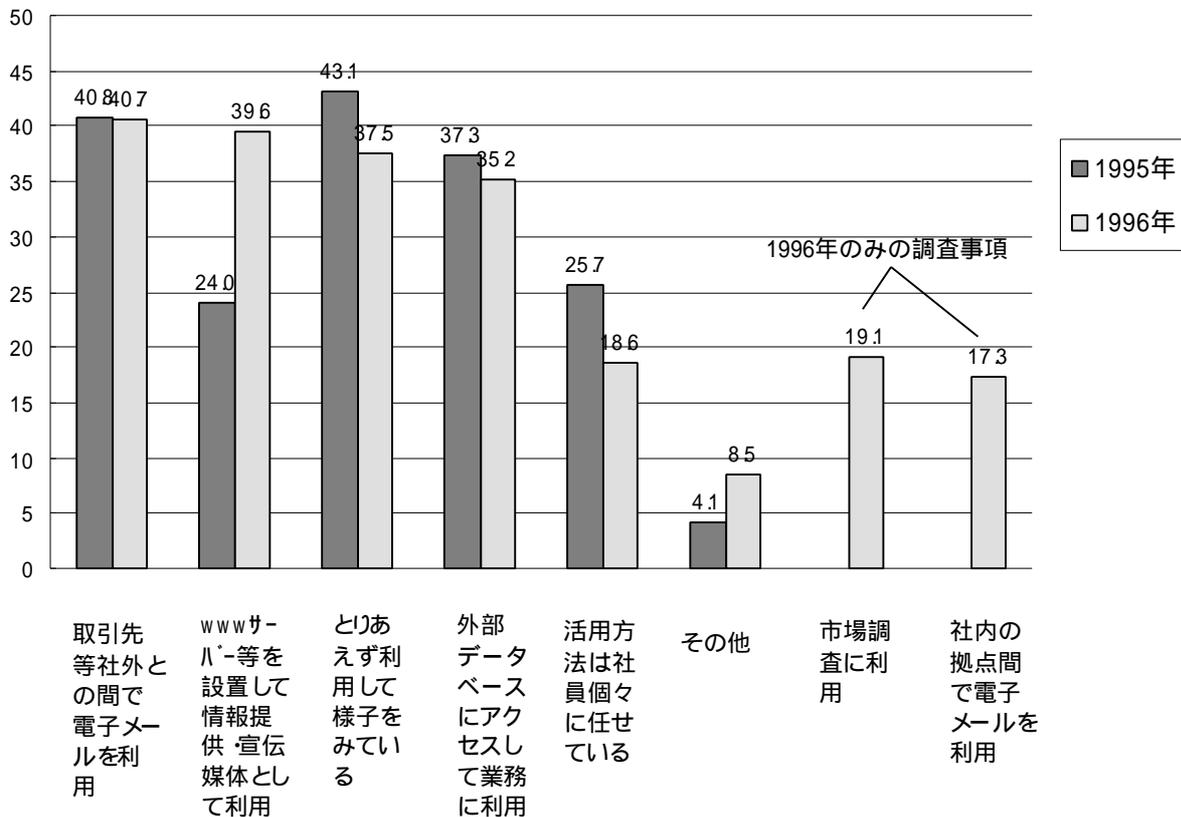
(備考) 1. 郵政省「通信利用動向調査」により作成
 2. 1995年とそれ以降とで質問事項が異なっている。
 3. Nは調査世帯数

図 5 - 4 インターネット等の利用用途 (利用世帯主)
(1998年)



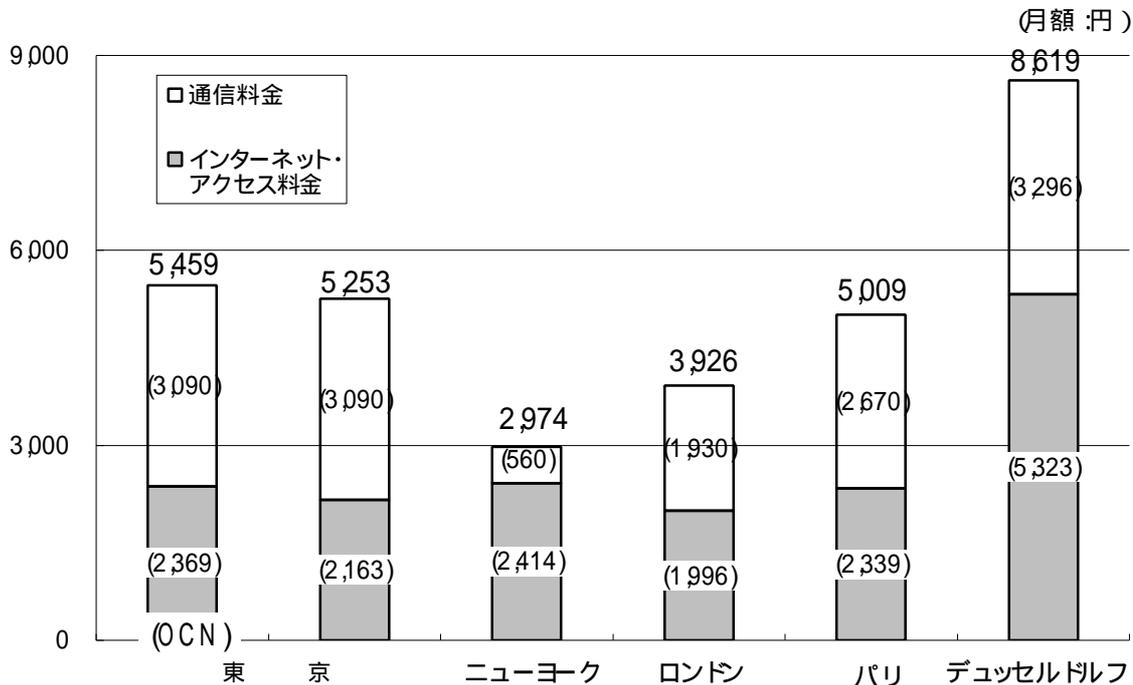
(備考) 郵政省「通信利用動向調査」により作成

図5-5 インターネットの利用方法(複数回答)



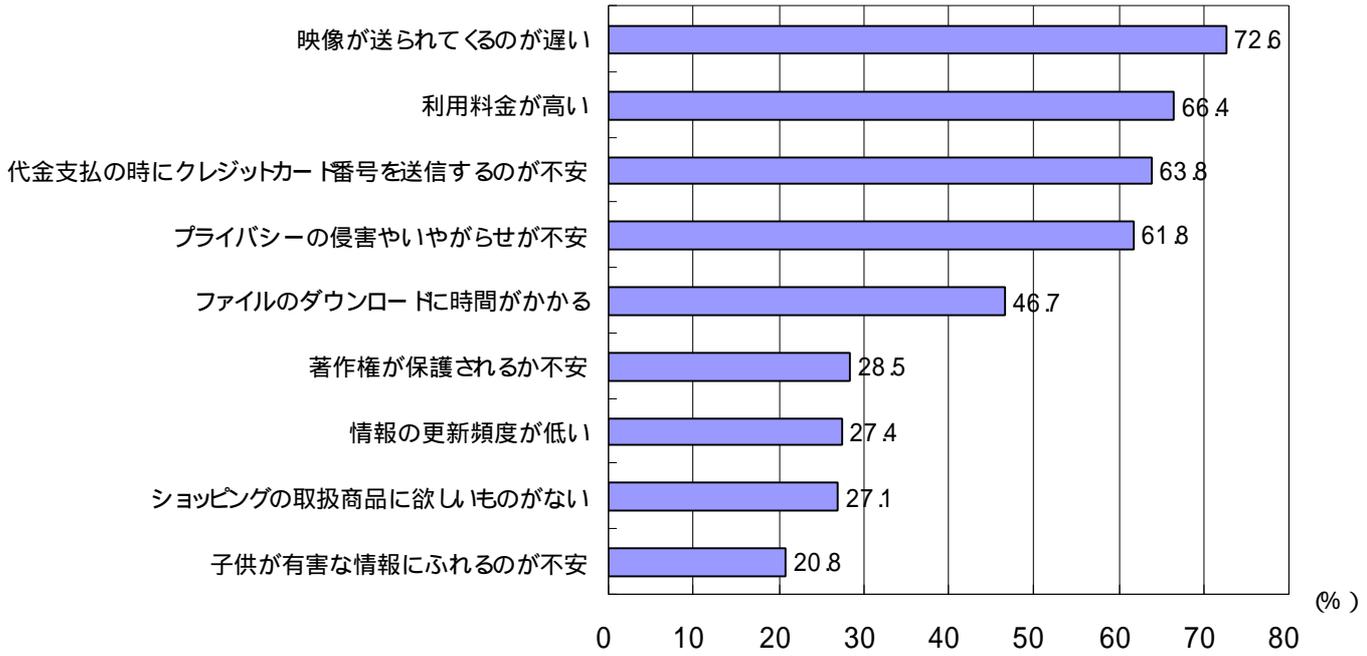
(備考) 郵政省「通信利用動向調査」により作成

図5-6 インターネット料金の内外価格差



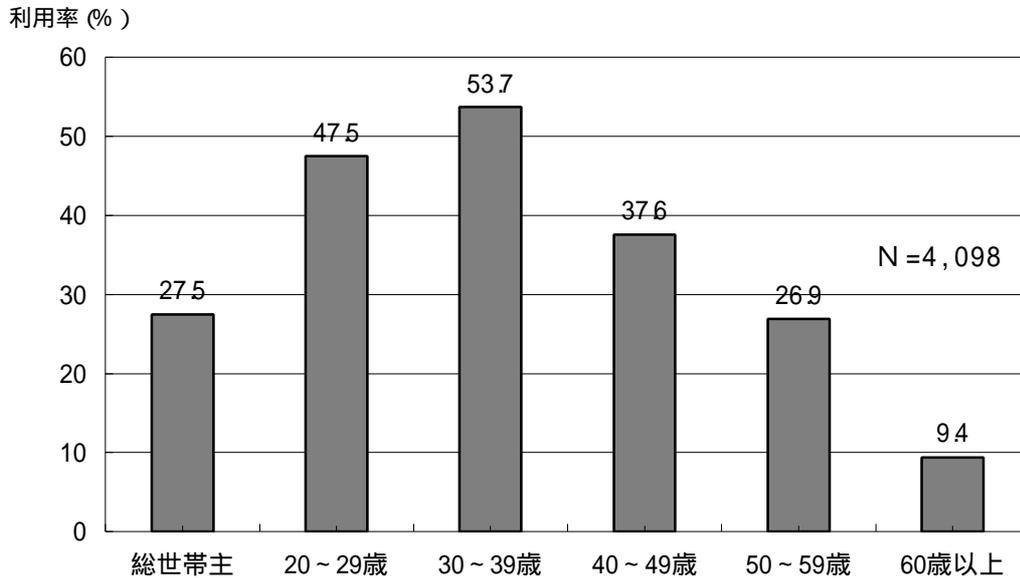
(備考) 1. 郵政省「平成10年通信に関する現状報告」
 2. 郵政省資料により作成
 3. 東京以外のインターネットサービスは次のとおり
 ニューヨーク AT&T World Net(AT&T)
 ロンドン BT Internet Plan Unlimited(BT)
 パリ Wanadoo(FT)
 デュッセルドルフ T-Online(OT)

図 5 - 7 インターネットの問題点



(備考) 1. 郵政省「平成10年通信に関する現状報告」
 2. 「情報通信と生活に関するアンケート」(9年12月郵政省実施)により作成。

図 5 - 8 世帯主のパソコン通信サービス又はインターネットの利用率
 (自宅以外の利用を含む)(世帯主年齢別)(1998年)



(備考) 1. 郵政省「通信利用動向調査」により作成
 2. Nは調査世帯数

第6章 生活スタイルの変化で生まれる新しい楽しさ

日本に内外価格差があって、生活費が高いのは周知のことだが、それだけでないコストがある。それは、日本人の生活スタイル全般にかかわるコストである。

そのようなコストを、人の一生、または、日常生活という観点から考えてみよう。まず、生まれ、教育を受け、仕事に就き、家を用意し、結婚する。再び、子供が生まれというサイクルがくりかえされるが、自分自身では、さらに仕事に励み、退職し、老後を過ごす。日常生活で考えれば、通勤して、会社で仕事をし、夜の付き合いをこなし、またマイホームに帰ってくる。これらのことから考えてみると、以下のような部分で、日本は金銭と時間の両面でコストが高くなるのではないか。

まず、教育費の高さがある。生まれ、本来の教育を受けること自体にはそれほど大きなコストはかからないが、お稽古ごとや塾などの教育補助費用が高いという問題がある。特に塾など、教育補助費用が高くなるのは、ブランド大学を求めるという生活スタイルがあるからである。なぜ、ブランド大学を求めるといって、就職に有利だからである。就職して有利な大きな会社は東京を中心とした大都会にあるので、東京への集中が進み、それが住宅コスト、通勤コストを高めることになる。なぜ、大きな会社が東京にあるかといえ、顔を合わせて交渉や情報交換をしなければならないからである。これらは金銭面のみならず、時間面でのコストでもある。教育に時間をかけ、通勤に時間をかけ、時間コストをかけている。

一生の時間のかなりの部分は会社で使っている。会社が変わらなければ、生活スタイルを大きく変えることは難しい。会社の経営スタイルは個人の生活スタイルにも影響を与えるからである。もちろん、退職後のコストを高くする要因、医療、介護、葬式のコストまで、日本の生活スタイルがコストを高めている要因は大きい。本章では、教育と仕事を軸に、生活スタイルの変化が安価で楽しい生活を生むことを考えてみたい。

1. 教育コストを高める社会の仕組み

学校外への支出と親の負担が高める日本の教育支出

生まれ、教育を受けること自体にはそれほど大きなコストはかからないが、稽古ごと、塾代など教育補助費用が高いのが日本の特色である。また、特に大学の費用を親が負担することも日本の特色である。やや古い調査であるが、費用の大部分を親が負担している大学生は、アメリカでは3割しかいないのに、日本では8割もいる¹⁾。その結果、国際的に見て、日本の家計支出に占める教育費の比率は特に中高年層でかなり高いものとなっている。世帯主が30代後半から50代前半にかけての家計の教育費割合は、アメリカが1～2%

¹⁾ 総務庁「国際比較・青少年と家庭」1982年

であるのに対して、日本は6～8%となっている(図6-1)。

日本は中学までは義務教育で月謝は無料であり、大学の納付金を見ても、日本の大学は私立大学を見ても、アメリカの私立大学に比べては安価である。ただし、質の面ではコストをかけているわりには低いということが言えるかもしれない。例えば、家計の負担する授業料と財政支出の両方を合わせた大学生一人当たりの教育費は、アメリカの州立大学が224万円であるのに対して、日本の国公立大学は404万円である(図6-2)。教育費の中には教育費とみなすことが難しい研究費が含まれている可能性があるが、その額は全教育費の1割余にすぎない²⁾。日本の教育は、かけた費用の割には質が低いと言えそうだ。なお、私立の場合は、アメリカの353万円に対して日本は163万円である。

このように、コストに比べて質に問題があるというのは初等・中等教育についても指摘できる。初等・中等教育における生徒一人当たりの教育費(財政支出を含む)は、日本は82万円と欧米先進国に比べて極めて高い水準にある(前掲図6-2)。アメリカの公教育が崩壊しているにしても、他の先進国に比べて、日本の教育レベルが高いかどうかには疑問がある。また、公立小学校の教員1人当たりの児童数を国際比較すると、日本20.6人にたいし、アメリカ18.9人、イギリス22.7人と日本の教員の数は必ずしも少なくない。ところが、日本のクラスの人数が諸外国に比べて多いという理解できない状況がある(図6-3)。

コストに比べて質が高くないという問題はあるにせよ、日本の家計の教育費負担が高いのは、家計の負担する教育コストが他の国に比べて特に高いからではなく、教育補助費用が高いことと、教育費用を本人ではなく、親が負担するという行動の結果であると思われる。

学校外の教育費が高くなるのは、公教育のレベルが低下していることも関係している可能性がある。生徒のお喋りや立ち歩きによって授業が成立しないという、学級崩壊はすでに広く報道されている³⁾。国際学力テストなどでの成績の相対的低下も指摘され、校内暴力などの件数も増加している。これらのことを認識して、大都市部では、私立中学、高校へのブームも生じている⁴⁾。しかし、日本の初等中等教育のレベル低下は、公教育が崩壊の危機に瀕していると指摘されているアメリカほどではないようである。ニューヨーク州労働部ニューヨーク市地域課長のエドワード・ガーベイ氏は、「アメリカと日本の違いは、アメリカが公教育を頽廃させてしまったことである。30年前には、公立高校を卒業していれば読むことができたし、代数や幾何の基礎を身につけていることを期待できたが、現在ではそうではない」と指摘している⁵⁾。

²⁾ 文部省「学校基本調査報告書」

³⁾ 例えば、河上亮一『学校崩壊』草思社、1999年

⁴⁾ 経済企画庁「平成8年度国民生活白書」第1部第1章

⁵⁾ 1999年3月の経済企画庁物価局物価政策課の海外調査による。

過大な教育投資を生む若年教育

教育費を高くする理由の大きな部分は、既に指摘したように、親が子供を銘柄大学に入学させようとし、かつ、その費用を親が負担するという行動の結果である。なぜそうするかと言えば、これまでの経験では、大学に進学すること、特に銘柄大学に進学することには、所得や社会的威信の両面で、コストを上回る高いリターンがあったからである。

これに関して、特に、本人ではなく、親が費用を負担する行動が教育費への出費を高めるといふ説がある。本人であれば、冷静に利益と損失（教育費のみならず、遊びたいときに勉強をするコストも含めて）の秤量をすることになるが、親が教育費を負担するがゆえに冷静な計算を忘れて高いコストを負担しようということになるという説がある⁶⁾。しかし、これに対しては、子供本人は将来の利益を正しく評価できないのだから、親の方がより正しい判断ができるはずだという反論もありうる。

いずれの意見が正しいか決着をつけることは不可能だろうが、銘柄大学に入学することと類似の行動を、より大人になってからできるようになれば、冷静な利益と損失の秤量ができるはずである。

教育によってより高い所得を得られるという現象を説明する理論として、人的資本理論とスクリーニング理論がある。人的資本理論とは、教育によってより生産性の高い技能を身につけた労働者を育てることができるので、その労働者の所得は身につけた技能を反映してより高くなるという理論である。スクリーニング理論とは、教育によってより能力の高い労働者を選びだすことができるので、選ばれた労働者はより高い所得をえることができるという理論である。違いは、教育の中身が生産性を高めるものであるのか、それとも、生産性を高めることと無関係であるのかということである。もっとも、より有効に生産性を高める中身を教育によって身につけることができる学生は能力も高いであろうから、実際にどちらの理論が正しいかを判定することは困難だろう。

どちらの理論が正しいにしろ、より成長してからのほうが、より目的にかなったスクリーニング、人的投資ができるはずである。

遅い選択で楽しい教育になる

修士や博士が評価されるアメリカの「縦の学歴」は、本人がより大人になってから、能力や人的資本を判断するということになる。もちろん、終局的には、能力は職場で示せばよいのであって、学校で示せる能力は、現実に必要な能力と一致していない。いずれにしろ、能力の評価がより大人になってからなされるシステムの方が合理的と思われる。

これと生活を楽しくすることとは関係している。本人が自ら選んで勉学をするのであるなら楽しいか、楽しくなくてもコストを考えて行動する。コストが高くつまらないことは

⁶⁾小塩隆士「消費としての教育」八代尚宏編『市場重視の教育改革』日本経済新聞社、1999年

ありえない。若年のうちに過剰な教育を受けさせるのは、合理的でない行動を惹起する可能性が高い。親が判断して勉強をさせれば、コスト無視、楽しさ無視の行動になりがちである。

もちろん、語学や音楽などのように、ある年齢をすぎると修得が困難なものもあるが、現在なされている教育が、すべて、年齢に相応しいものとは考えられない。また、もちろん、勉学の年齢を引き上げるということはそれだけ労働年限が短くなるということであって、それだけ社会的にコストをかけるということである。アメリカでも、教育が人的投資ではなくスクリーニングにすぎないという見方がある。ビジネス・スクールの平均入試成績（卒業時の能力というよりも）と初任給に高い相関関係があることが分かっており、ビジネス・スクールの価値は教えている内容にではなく、選別にあるという見方ができないわけではない（図6-4）。また、ヨーロッパでは、大学の教育年限は上昇し、働く経験のない若者が増大している。

日本の大学と会社の関係

日本の会社が大学に求めているものを考えると、大学教育の意味は、少なくとも文科系においてはスクリーニングの意味が大きいようだ。日本の会社は、大学で学ぶ内容に関心がない。理工系を除けば、企業が学生に望むのは熱意・意欲、一般常識で、専門の学問ではない（理工系の学生は、全大学生の2割余り⁷⁾）。事務職の新規大卒者に望むこととして、58.7%の企業が「熱意・意欲」と答え、「専門的知識・技能」と応えた企業は5.2%しかない⁸⁾。

大学は入学することに意味があり、教える中身に意味がない。ただし、会社の仕事に必要な熱意や意欲は、必ずしも体育会系のものばかりでなく、単語を一つ一つ覚えるようなものであるかもしれない。銘柄大学へ入学したことへの企業の評価は、才能ではなく努力への評価であるのかもしれない。

日本の企業が大学で教える中身に関心がないのは、潜在能力のある若者を集めて、職場訓練に必要な技能を身につけさせようとしているからである。会社にとっては、大学（正確に言えば入試）の与える潜在的能力の指標が重要なのである。大学は、あたかもブランドのようなものとなっている。学生およびその親にとっても、潜在能力の指標を与える大学のブランド価値が重要となっている。

格好の良さ、実用性より、辛抱強さを重視

ここでさらに疑問が生じる。会社が潜在能力の指標を求めているのなら、どんな内容の学問でもかまわないのではないかという疑問である。生活を楽しくするためには、より楽

⁷⁾ 文部省「文部統計要覧」

⁸⁾ 労働省「平成10年雇用管理調査報告」

しいこと、より格好の良いことを勉強させてはどうだろうか。ヨーロッパの経営者は、歴史上の英雄の決断や芸術について語れるが、日本の経営者は語れない。どうせ仕事の上で意味のない暗記をさせるのなら、歴史、芸術などについて語れる能力をつけてもよいのに、そうしないのはなぜだろうか。おそらく、ホワイトカラーの日常において、英雄的決断や美学的判断の必要なことが少ないからだろう。恰好のいいことを言える能力の指標よりも、煩瑣な日常業務に耐えうる能力の指標であることが必要なだろう。

また、実用性については、例えば英語のように、より明確な指標を提示できる学科もある。社会が実用的な知識を求めているのなら、英語は、山崎貞の『新々英文解釈研究』⁹⁾を学ぶより、英文雑誌を読めるための語彙を覚えさせるべきだが、そうしないのはなぜだろうか。アジアの中で日本の学生のTOEFL(アメリカの大学院に入学するための英語能力試験)得点は相対的に低下し、ほとんど最下位にいる。また、得点を分野別に見ると、日本の学生は聞き取りができないばかりでなく、英作文も読解もできないという状況にある¹⁰⁾。

大学入試のための英文解釈では、いまだに no more than と not more than をどう訳し分けるかを教えているが、それを覚えている大学生は一人もいない。日本の大学生が Time 誌や Newsweek 誌を読めないのは、文法能力が欠けているのではなくて、語彙とイディオムが決定的に足りないからである。覚えておくことのできない訳し分けを勉強させるより、現実に使われている語彙とイディオムを少しでも多く覚えさせるべきではないか。

山貞の『研究』は辛抱強さの指標になるが、社会で必要な英語力の指標にはならない。しかし、会社が本当に求めているのは、英語能力ではなくて、辛抱強さの指標であるかもしれない。英語が読めれば異端の考えを身につけるかもしれないが、辛抱強さは、集団の中でもっとも必要な資質であるからだ。日露戦争でも、戦争で役に立つのは、英雄豪傑ではなく、塹壕を死守できる辛抱強い兵隊だというのが将校たちの結論であったという。

決断ではなく、重要なのは集合的意思決定

特に、明治以来の追い付き型発展においては、決断や知性の閃きではなく、集合的意思決定が重要であった。先進国から情報を入手すること、辛抱強く真似ること、根気強く改良すること、そのために仲間と協調することがもっとも重要だった。少しばかりの実用性や知性の閃きより、辛抱と協調性がもっとも必要とされる資質であり、その資質を判断する上で、入試学問はきわめて合理的な指標であったのかもしれない。

集合的意思決定の組織にとっては、他の企業がどのような戦略を取るかの情報を得ることが極めて重要になる。また、先進国からの情報を入手する上でも、大都市に所在するこ

⁹⁾ 1912年に『英文解釈研究』として出版され、1925年に『新々英文解釈研究』となる。以後、第9訂版まで出版され、1980年代まで広く使用された。伝説の山崎氏については、出来成訓「英語学習参考書の神様」『啓林』啓林館、1998年11月、参照。

¹⁰⁾ 前掲注4)参照

とが重要であり、本社機能は大都市に集中することになる。

2 . 経営スタイルと大都市集中

日本的経営スタイルが大都市集中を生む

日本とアメリカ企業の本社所在地を比較してみると、日本の企業が圧倒的に大都市、特に東京に集中している。日米の代表的な大企業として、毎日新聞社の「J30 株価指数」と、ダウ・ジョーンズ社株価指数の採用 30 社の本社所在地を比べてみると、日本の場合、24 社が東京にある。一方、アメリカでは、8 社がニューヨーク州にあるが、うちニューヨーク市にあるのは 4 社だけである。残りの 23 社も 13 の州に分散しているが、日本は、大阪、京都、愛知県の 3 県に分布しているだけである（表 6 - 5）。

その理由を、国土庁の行ったアンケート調査で見ると、調査時点がやや古いが、「他社や業界の情報収集に便利である」、「国など行政機関との接触に便利である」などの項目が多くなっている¹¹⁾。前者は、集合的意思決定が重要であるという項目であるが、後者は、規制が影響を与えていることを示している。政府の規制が多様で、かつ、透明性に乏しければ、東京に本社が集中する要因となる。アメリカの大企業が全国に分散しているのは、アメリカにおいて、規制緩和が進んでおり、かつ、規制があるにしても透明性が保たれているからだろう。

ただし、外国の企業も日本に来ると日本的横並び意識が強くなるようだ。公正取引委員会の調査によると、外資系企業が日本の事業者団体に加入する理由として、「同業他社や取引先等の関係業界の情報が入手できるから」「同業他社との親睦が図れるから」と答える企業が多い¹²⁾。また、同調査によると、事業者団体に加入しない場合にデメリットがあると答える企業は、金融・保険のような規制産業で多くなっている。

複雑な販売網を作る必要のあることも、接触に便利な大都市集中を生む要因となっている。販売網の多段階性の指標である卸・小売比率を見ると、例えば、売上高における卸・小売比率は、欧米諸国が 2 以下であるのに日本は 3.25 となっている（図 6 - 6）。なぜ、日本の卸・小売比率が高いかというと、中小の小売店が多く、そのチャンネルに商品を流通させるためには、多くの卸売り事業拠点が必要だからである。

これらの結果、消費者を見るより同業他社、販売チャンネルを見る経営スタイルを生み、それがまた、協調性を重視する経営スタイルをもたらす。コカコーラは、アトランタからコマーシャルを発信してコーラを売るが、日本の会社は、販売店を通してものを売り、同業他社の戦略、戦術を気にしている。アメリカの GDP に占める広告比の比率は 1997 年

¹¹⁾ 国土庁「本社機能の集中に関する調査」1984 年

¹²⁾ 公正取引委員会「平成 8 年 外資系企業からみた我が国事業者団体の活動に関する調査報告書」

で 2.3%であるが、日本では 1.2%である¹³⁾。

これらのことから、企業の本社が東京を中心とする大都市に集中し、顔を合わせる経営スタイルが生まれる。企業が大都市に集中すれば、大都市の住宅コストが高くなり、通勤時間が長くなることになる。夫にしろ妻にしろ書斎を持つことが難しくなり、自分自身の趣味を深めることができにくくなる。週平均の移動時間を国際的に比べると、日本は通勤・通学時間が長く、欧米諸国はその他の移動時間が長いことが分かる。通勤時間の短い生活が、旅行やセカンドハウスなどレジャーのための移動時間を長くすることが示唆される(図 6 - 7)。

地方のコストを下げることも対応策

日本的経営スタイルから生まれる大都市の集中の利益が存在することは事実だが、これには住宅コスト、通勤コスト、生活コストもかかる。このコストは直接には労働者の負担になるが、結局は企業の負担にもなる。住宅コストや生活コストの高さに見合った賃金を払わなければ労働者を雇うことができないからだ。日本の企業は、社宅や住宅手当、地方よりも高い賃金水準などの形で、大都市の住宅コストを直接、間接に負担している。

対応策として、まず考えられるのは、規制緩和や経営スタイルを変えるという方法だが、地方が、住宅コストを引き下げて日本の経営スタイルの変化を促すという方策もあるはずだ。ところが、東京とニューヨークの住宅価格差より、例えば金沢とカンサス(ミズーリ州)との格差の方が大きいという事実がある。東京とニューヨークの住宅の建物面積と敷地面積当たりの価格を比べると、建物面積で東京はニューヨークの 2 倍半、敷地面積で 4 倍～ 8 倍であるが、金沢はカンサスの、建物面積当たりで 3 倍以上、敷地面積当たりで 10 倍以上高くなっている。金沢もカンサスもそれぞれ人口順位で 31 番目の都市であり、人口も金沢 43 万 6000 人、カンサス 44 万 4000 人とほぼ同じである(図 6 - 8)。地方の地価の利用コストを下げるためには、定期借地権が有効である。これまで、インフラの整備や土地利用の転換などによって思わぬ地価上昇が経験されたので、地価には、思わぬ地価上昇のオプション価格が付いていた。10 年、20 年と期間を限定した借地権には、そのような価格が入りにくいので、土地の利用を低コストで進めるために有効である。

さらに住宅価格だけでなく、生活コスト全般も高い。金沢とセントルイス(人口 36 万 80 00 人)と金沢を比べてみると、東京・ニューヨークの内外価格差が 1.33 倍であるのにたいして、金沢・セントルイスの内外価格差は 1.57 倍と、金沢の方が、東京よりも相対的に内外価格差が大きい¹⁴⁾。地方の住宅コスト、生活コストが、アメリカの地方と比べて必ずしも安くないことが、さらに東京集中をもたらすことになる。

¹³⁾ 電通「広告年鑑」1999 年

¹⁴⁾ 経済企画庁「生活費に係る内外価格差調査」1996 年 11 月調査

これに対し、地方自治体が他地域に先駆けて立地規制を緩和すれば、投資を招き雇用が拡大されるなどのメリットが生まれる。

日本において地方のコストが高いことは、コストを引き下げて魅力を増さなくても、中央政府の補助によって地方の衰退がくいどめられるという制度があるからだろう。第2次世界大戦後の植民地からの独立の後に、シンガポール、香港、台湾、韓国などに比べてインドの経済発展が遅れた一因として、大英帝国の残した立派すぎるインフラが重荷になったという説がある。世界に輸出するための鉄道網、港湾、大都市が、大英帝国とのリンクが切れた後ではコストのかかりすぎるインフラだったというのである¹⁵⁾。中央政府の補助によって建設された日本の地方の過度に立派で全く非効率なインフラは、補助を断ち切られた場合には、地方自立の足枷になるだろう。

3 . 仕事に励むコスト

日本の会社の集合的意思決定と評価の曖昧さ

日本の経営スタイルにおける集合的な意思決定は、責任と評価の曖昧に結びつく。評価が困難であるがゆえに、勤続年数、年齢を基本給の決定要素としている企業が多くなる。実際に企業に調査をしてみても、基本給の決定要素として年齢、勤続年数を職務遂行能力とともに上げた企業が多くなっている¹⁶⁾。また、集合的意思決定のための根回しは多段階の組織階層を生むことになり、さらに多段階の組織階層が逆に、社内の根回しなど、内部組織のための仕事を増やすことになる。原因と結果がらせん状に絡み合って組織を複雑にすることになる。さすがに多段階の企業組織への反省も生まれ、多くの企業が「今後はトップダウンによる意思決定」「組織階層が簡素な組織」が重要になると答えている¹⁷⁾。

複雑な組織では、社内の貸し借りが、内部組織を円滑に動かすための重要な要素となる。また、多段階の販売組織、部品・原材料購入のための系列のネットワークは、社内外の顔を会わすネットワークを作らせることになる。その結果、日本の労働時間が国際的に見て長くなる。これは、曖昧な評価システムの下で、評価を求める行動とも関連している。

もちろん、すべては程度問題で、顔の分かるネットワークが効率的でないとは先験的に判断する根拠はない。東京大学の伊藤元重教授は、新聞用紙の販売競争において、「顔の見える競争」の有効性を次のように説明する。時間に追われて印刷する新聞社にとって、印刷中に破れない用紙を獲得することは重大な問題である。新聞社は、いくつかの製紙会社が

¹⁵⁾ 「戦後インドの工業化と世界システム－歴史的展望－」文部省科学研究費・特定領域研究(A)「南アジア世界の構造変動とネットワーク」総括班『1990年代における南アジアの構造変動』(研究成果報告書2)、1999年2月

¹⁶⁾ 労働省「賃金労働時間制度等総合調査」1994年

¹⁷⁾ 経済企画庁「日本的経営システムの再考 - 平成10年企業行動に関するアンケート調査報告書」

ら用紙を納入するが、定期的に、破れた頻度を集計し、すべての会社に知らせている。その結果、破れないという意味での品質を向上させるインセンティブが生まれ、新聞社にとって望ましい品質をめぐる競争が行われると指摘している¹⁸⁾。

しかし、なにごとにも行き過ぎれば奇妙なものとなる。1997年の日本企業の配当支払額は4兆1460億円だが、交際費支出額はこれを上回る5兆3099億円である。この差は、バブル崩壊後も93年まで増えて、やっと減少しはじめた(図6-9)。バブル崩壊後にまず企業がしたことは、交際費など冗費のカットではなくて配当のカットだったということになる。配当より交際費の大事な資本主義は正常とは思われない。

認識を変える現実の変化

会社も労働者も、集合的意思決定と評価の曖昧さは機能しないという認識になっている。曖昧な会社の中の滅私奉公への懐疑が広がっている。第2章でも見たように、会社は、長期雇用を守ることができず、雇用期間の短縮とともに、組織内の貸し借りの意味は減退していく。上司がするから自分もという「義理道楽」も減少している。新入社員に、「休日にどういう人と過ごそうと思いますか」と聞くと、「会社以外の友人」と答える人が一貫して増加し、「会社の仲間や先輩たち」と答える人が一貫して減少している(図6-10)。

曖昧であることは楽しいか

曖昧であることは楽しいという考え方もありうる。曖昧さは期待を生み、期待を持てることは楽しいかもしれない。しかし、バブル崩壊後、日本的雇用慣行を維持することが困難になる中で、多くの人が期待を裏切られたという感覚を持っている。このような状況では、曖昧さが不満と不信を生む。年功賃金、退職金、企業年金などの明示的また暗黙の約束を会社がどれだけ果たせるか、多くの人々が不安と不信を持っている。

日本的経営の代表と思われる松下電器が退職金前払いを選択可能なシステムを採用しているが、98年の新入社員814人のうち39%が、前払いを選択している¹⁹⁾。期待以上に成功すればシステムは強化されるが、高まった期待感に応えることができなければシステムは掘り崩される。

成長すれば偉くなれる、年功賃金を得られるという約束よりも、成長すればストックオプションの価値が巨額のものになるという約束がより魅力あるものになるかもしれない。前者の約束は企業の曖昧で不透明な約束だが、後者の約束は市場が評価するという意味では透明で非人格的な約束だからである。

4. そして未来へ - 新しい楽しさ

¹⁸⁾ 伊藤元重・松井彰彦「企業：日本的取引形態」、伊藤元重・西村和雄編『応用ミクロ経済学』東京大学出版会、1993年、所収

以上述べてきたことのほとんどは過去の事実である。しかし、現実はずでに変わり、未来は今ここに来ているのかもしれない。

変わる教育

雇用期間が短縮すれば、大学のブランド価値は減少する。新規一括での大量採用をする企業が減少し、中途採用をする企業が増えている。大企業の全入職者に占める学卒入職者の比率は、変動しながらも低下傾向にある（図6 - 11）。

豊かな社会では、いつでも自分の好きな教育を受けられる。教育費を本人が負担すれば楽しくなく、コストが高いことはあり得ない。辛抱よりも楽しいこと、役に立つことを学べるようになるはずだ。

しかし、望ましい未来とともに混乱と無駄も生じている。司法試験、公認会計士試験、外国語、情報処理能力への対応のために、大学へ進学するかたわら専修学校などに通う、いわゆる「ダブルスクール」が増加している。1998年に全学生の11.8%が学外の講座や各種学校に通っており、12.5%の学生が学内の正課外課目を受講している²⁰⁾。これは、大学が実用性を求められているのか、専門分野をめぐる教養を求められているのかの認識についての混乱があるからだ。

変わる会社と変わる生活

年功賃金も終身雇用も、その約束が実行可能なものであれば、システムは運営可能である。実行可能なシステムはなんとか機能するものであって、それが他のシステムよりも決定的に劣っているということとはあり得ない。しかし、システムが約束しているとされているものに人々が不安と疑念を抱けばシステムは機能しない。機能しないシステムは崩壊するしかないだろう。

会社の組織構造は簡素化され、責任と評価は明確化される。根回しも減少し、販売組織も簡略化され、系列のネットワークは縮小する。曖昧な評価を求めての競争がなくなり、会社の中での不確実な約束の履行を求めるトラブルもなくなる。期待を与えてシリを叩くのではなくて、透明な約束の下で各自が能力を発揮するようになる。将来の出世と年功賃金をインセンティブとして働かせるのではなくて、今、何ができて何をしているかによって賃金が決まるようになる。それは覚めていて、かつ冷めた世界であるかもしれないが、誤った期待の下で働く社会より楽しい世界であるに違いない。隣が何をしているか見るために集まることはなくなる。法人需要は消滅し、楽しい人とだけ集まることになる。無駄な本社コストがなくなり、不必要に大都市に住むコストがなくなる。住宅コスト、通勤コ

¹⁹⁾ 日本経済新聞 1998年5月27日朝刊

²⁰⁾ 日本私立大学連盟「第10回学生生活実態調査」1999年

ストが減少し、人々は自分の時間とスペースをよりもてるようになる。

もちろん、「すべての人がアングロサクソンになるわけではない」²¹⁾。製品やサービスの質を改善していく日本的経営システムは賞賛され続けるだろう。職種や産業によって、アングロサクソンの働き方が相応しい分野とそうではない分野があるのは当然だ。しかし、日本の商業銀行によって試みられたインベストメント・バンク業務のように、集団ではなく個人の能力が重要な分野に集団での経営方式を適用し、無責任体制を作るようなことが機能しなかったのは明らかだ。

5 . 変化に対応するための戦略

変化はすでに起こっている。必要に応じて、企業も人々も変化している。その変化を人為的に押し止めようとするなら、それは人々が幸福になることを邪魔していることになる。

実用的教育、楽しい教育を人々が求めているなら、そのような教育を自由に行うことができるようにするべきである。特定の教育を保護することも、自由な教育を阻害することになる。古典芸能の保護のように、文化や学術の保護は必要であっても、既存の大学のすべてが保護を必要とするとは思われない。教育機関を援助するのではなくて、人々の学ぶ意欲をこそ援助すべきである。個人が教育機関に直接要求し、教育機関が個人に応えるシステムこそが効率的であるからだ。教育費の一部をバウチャー（切符）として本人に支給することによって、人々はより自由に、実用的なことも楽しいことも学べるだろう。また、バウチャーはいつでも使えるものであるから、より高い年齢で学ぶことも容易になる。

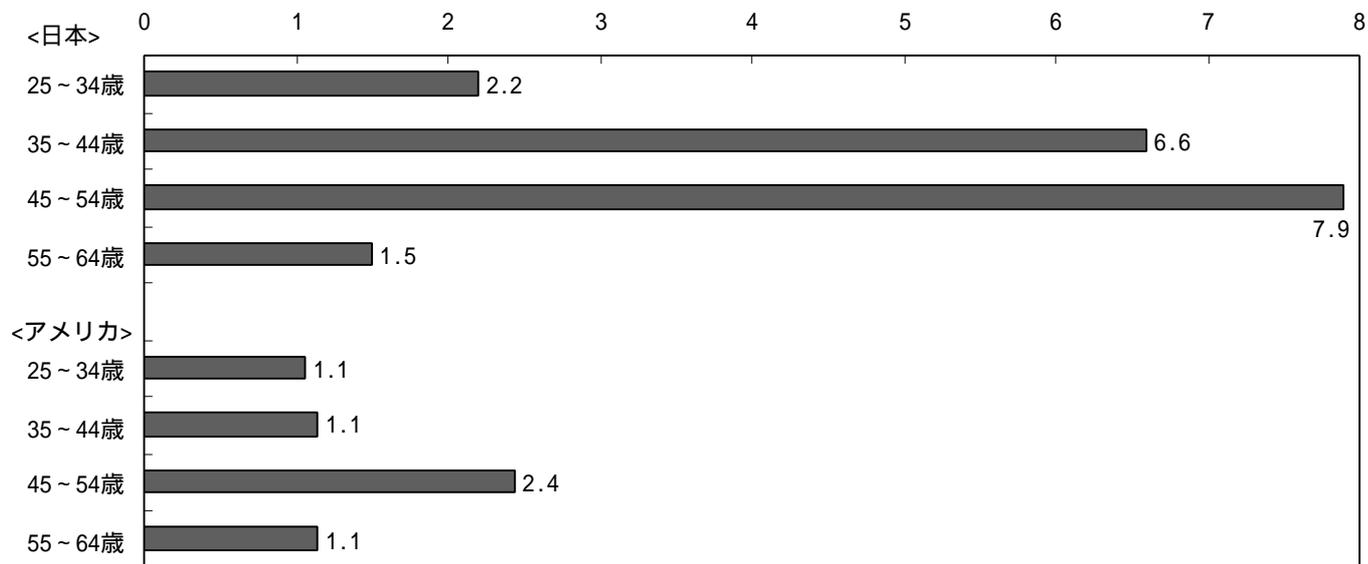
実用的な教育に関しては、企業は学生に求めることを率直に表明するべきだ。個性と独創性を求めるなら、それがどんな個性と独創性を示すべきだ。格好のいい人間より辛抱強い人間が欲しいのなら、そう表明すべきである。企業が本当に英語能力を必要としているのなら、より現実に近い英語能力を計る指標を採用すべきである。大学の入学試験の偏差値に頼らず、卒業時での資格試験を開発すべきである。仕事に必要な能力を明確にし、労働者のキャリアアップに要望に応えることのできる企業が成功する。

プロ野球のフロントなら辛抱のできる選手より観客を呼べるスターが欲しいかもしれないが、スターに必要な普通の組織はそう多くはない。企業の必要な個性は売り物になる個性であって、独りよがりの個性ではないことを表明すべきである。働いた経験のある大学生の登場は、売り物になる個性が何かを考えるきっかけになるだろう。自由な社会の中では、企業は東京、丸の内にこだわらなくなる。地価、住宅価格が下落し、自分自身のための時間とスペースが生まれる。この動きを加速するためには、地方が地価を下げることも必要だ。日本において地方のコストが高いことは、地方の発展を妨げている。

²¹⁾ 宮城大学事業構想学部の糸瀬茂助教授の言葉

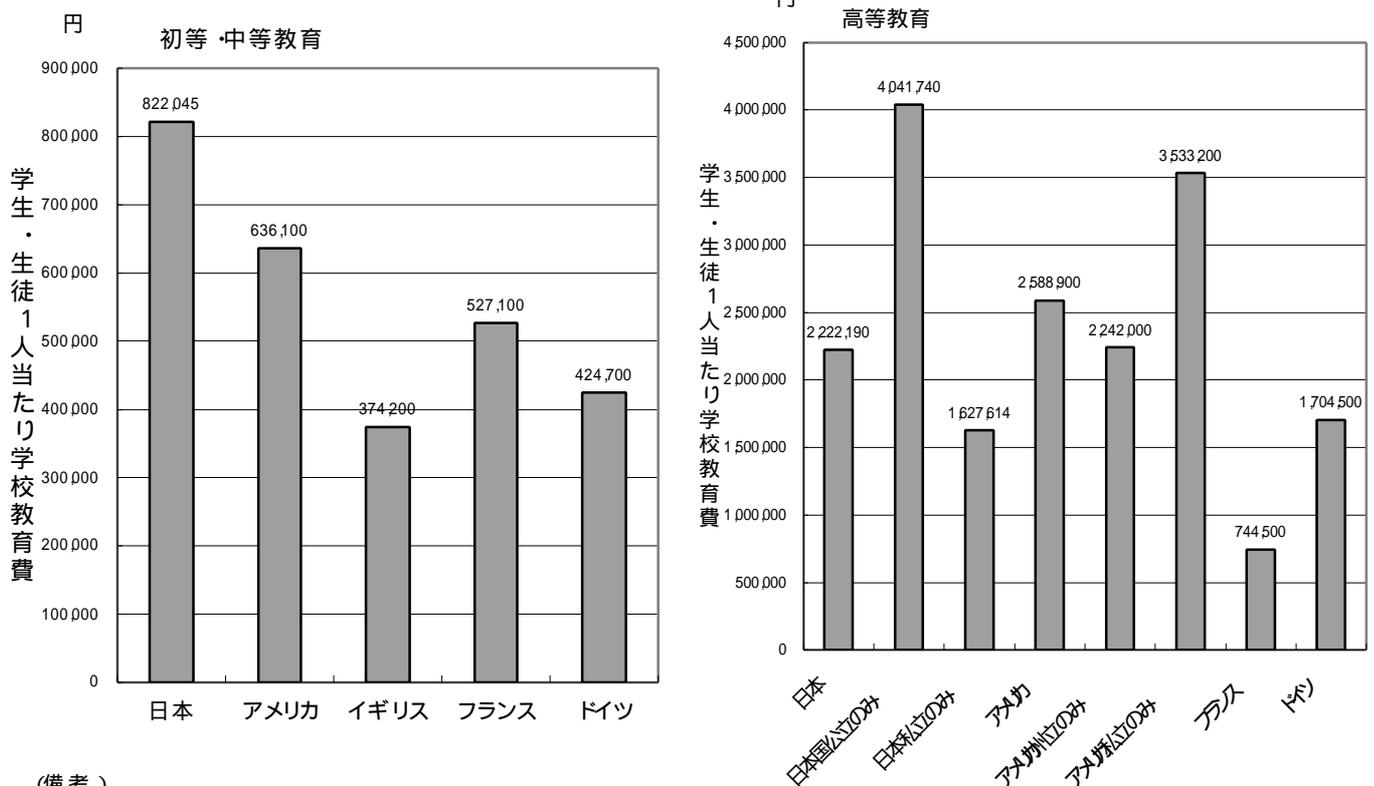
図 6-1 アメリカと比べても特に高い日本の中年世代家計の教育費割合

(%)



- (備考) 1. 日本は総務庁「家計調査」(1997年)、アメリカは“Statistical Abstract of the United States” (1997年。データは1995年)により作成。
 2. 消費支出に占める教育費の割合。
 3. 対象は全世帯。

図 6 - 2 学生・生徒 1 人当たり学校教育費の国際比較 (1994)



(備考)

文部省「教育指標の国際比較」(平成10年版)により作成。

円換算はいずれも、該会計年度期間の対 IMF 報告による月平均レート(ただし、アメリカについては前年 10 月から当該年 9 月までの平均値)により、それぞれ 1 ドル = 104.56 円 (アメリカ)、1 ポンド = 154.49 円 (イギリス)、1 フラン = 18.42 円 (フランス)、1 マルク = 63.03 円 (ドイツ)である。

(初等・中等教育)

1. 日本について

小学校、中学校、高等学校、盲・聾・養護学校の合計(専攻科、別科含む。)

学校教育費は、公・私立の初等・中等学校(小学校、中学校、盲・聾・養護学校)の教育費で、公財政支出学校教育費と独自の財源による教育費の合計。債務償還費は含まない。

2. アメリカについて

特殊学校、連邦立インディアン学校及び大学の付属学校等を除く初等中等学校の数値(公立小学校付設等の幼稚園(通常1年制)を含む。)、公立・私立の合計。

学校教育費は、公立小学校付設等の幼稚園を含む初等中等学校教育費で、公財政支出学校教育費と学校独自の財源による教育費の合計。債務償還費は利払費の一部を含む。

3. イギリスについて

公立の初等・中等・特殊教育学校のほか、保育学校(就学前教育機関)を含む。

学校教育費は、地方教育当局及び国が支出した教育費すなわち公財政支出学校教育費であり、学校独自の財源による教育費を含まない。公立学校では学校独自の財源による教育費はほとんどない。債務償還費を含まない。

4. フランスについて

公私立の小学校、コレージュ、リセ、職業リセ、リセ付設のグランコル準備級と中級技術者養成課程、見習い技能者養成センター、及び特殊教育学校。

学校教育費は、国及び地方が公私立の上記学校のために支出した教育費すなわち公財政支出学校教育費であり、学校独自の財源による教育費を含まない。公立学校では学校独自の財源による教育費はほとんどなく、私立学校の数も少ない。債務償還費は利払費のみが含まれる。

5. ドイツについて

(高等教育)

1. 日本について

大学、短期大学、高等専門学校の学部・本科のほか大学院、専攻科、別科、そのほか。

学校教育費は、国・公・私立の高等教育機関(大学、短期大学、高等専門学校)の教育費(附属病院、付置研究所の経費を含む)で、公財政支出学校教育費と独自の財源による教育費の合計。債務償還費は含まない。

2. アメリカについて

非学位取得課程及び大学院を含むすべての高等教育機関のフルタイム学生。

学校教育費は、すべての高等教育機関の経費で、公財政支出学校教育費と学校独自の財源による教育費の合計。債務償還費は利払費の一部を含む。

3. フランスについて

国立大学(技術短期大学部、大学院を含む)、私立大学、国立私立グランセコル等の高等教育機関。リセ付設のグランセコル準備級と中級技術者養成課程を含まない。大学付属病院はなく、その代行的役割をもつ「大学病院センター」、フランス最大の研究機関 CNRS の経費も含まれない。

学校教育費は、国及び地方が各種の高等教育機関に支出した教育費すなわち公財政支出学校教育費であり、学校独自の財源による教育費を含まない。国立では学校独自の財源による教育費はほとんどなく、私立学校の数も少ない。債務償還費は利払費のみが含まれる。

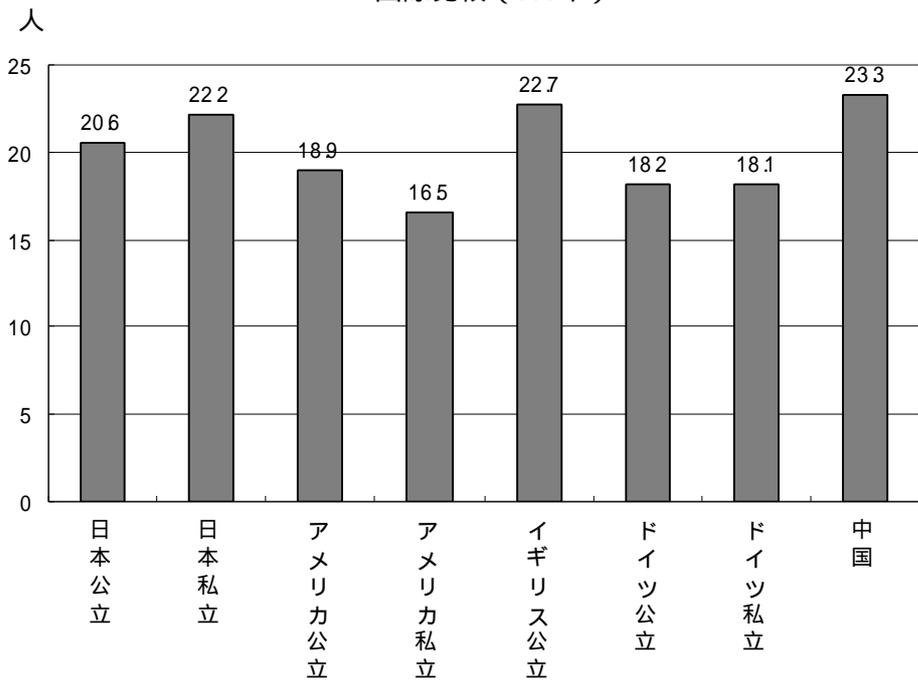
4. ドイツについて

州立の大学及び高等専門学校。

学校教育費は、連邦、州が州立の大学及び高等専門学校に支出した経費すなわち公財政支出学校教育費であり、学校独自の財源による教育費を含まない。州立においては学校独自の財源による教育費はほとんどなく、私立の規模も小さい。債務償

<p>公私立の普通教育学校(基礎学校、ハウフトシューレ、実科学校、キムナツリム、総合制学校、特殊教育学校。 学校教育費は、連邦、州及び市町村が公私立の上記学校に支出した経費すなわち公財政支出学校教育費であり、学校独自の財源による教育費を含まない。公立学校では独自の財源による教育費はほとんどなく、私立学校においても比較的小額(私立学校の数が少ない。全体の5、6%)。債務償還費は含まない。</p>	<p>還費は含まない。</p>
---	-----------------

図6-3 初等教育における教員1人当たり児童・生徒数の国際比較(1995年)



(備考) 1. 文部省「教育指標の国際比較」(平成10年版)により作成。
 2. 日本について
 小学校についての数値。教員は本務教員のみで、校長を含み、養護教員・兼務教員を含まない。
 3. アメリカについて
 合衆国教育省の公表数値。校長含まない。フルタイムに換算したパートタイム教員を含む。換算率不明。
 4. イギリスについて
 初等学校、及びファーストスクール・ミドルスクールの一部についての数値。校長を含み、フルタイムに換算した。

表6 5 主要企業30社の本社所在地の日米比較

日本 (J 3 0)			アメリカ (Dow Jones)		
本社所在 都道府県 (会社 数)	会社名	業種・主な取扱商品 等	本社所在州 (会社数)	会社名	業種・主な取扱 商品等
東京都 (24社)	アサヒビール	ビール	NY (8社)	American Express Co.	クレジットカード
	イトーヨーカ堂	小売		AT & T Corp.	電気通信
	N T T	電気通信		Citigroup Inc.	金融
	キャノン	カメラ		Eastman Kodak Co.	フィルム
	コマツ	建設機械		International Business Machines Corp.	コンピュータ
	セコム	警備		International Paper Co.	製紙
	ソニー	電気機器		J.P. Morgan & Co.	金融
	T D K	カセットテープ		Philip Morris Cos.	煙草
	ブリヂストン	タイヤ	CT (3社)	General Electric Co.	航空機エンジン等
	ヤマト運輸	運輸		Union Carbide Corp.	化学
	リコー	O A 機器		United Technologies Corp.	エレベーター
	花王	家庭用品	IL (3社)	Caterpillar Inc.	建設機械
	三井不動産	不動産		McDonalds Corp.	外食
	三共	医薬品		Sears , Roebuck & Co.	小売
	三菱重工業	重機	CA (3社)	Chevron Corp.	ガソリン
	三菱商事	総合商社		Hewlett-Packard Co.	コンピュータ
	信越化学工業	化学		Walt Disney Co.	娯楽・映画
	大日本印刷	印刷	NJ (3社)	AlliedSignal Inc.	航空機部品等
	東京三菱銀行	銀行		Johnson & Johnson.	医薬品
	東京電力	電力		Merck & Co.	医薬品
	富士写真フィルム	フィルム	OH (2社)	Goodyear Tire & Rubber Co.	タイヤ

日本 (J 3 0)			アメリカ (Dow Jones)		
本社所在 都道府県 (会社 数)	会社名	業種・主な取扱商品 等	本社所在州 (会社数)	会社名	業種・主な取扱 商品等
	富士通	電気機器		Procter & Gamble Co.	家庭用品
	本田技研工業	自動車	PA (1社)	Aluminum Co. of America	アルミニウム
	野村證券	証券	WA (1社)	Boeing Co.	航空機製造
大阪府 (4社)	大林組	総合建設	GA (1社)	Coca-Cola Co.	清涼飲料水
	武田薬品工業	医薬品	DE (1社)	Du Pont Co.	化学
	松下電気産業	電気機器	TX (1社)	Exxon Corp.	石油
	住友銀行	銀行	MI (1社)	General Motors Corp.	自動車
愛知県 (1社)	トヨタ自動車	自動車	MN (1社)	Minnesota Mining & Manufacturing Co.	鉱業
京都府 (1社)	京セラ	カメラ	AR (1社)	Wal-Mart Stores Inc.	小売

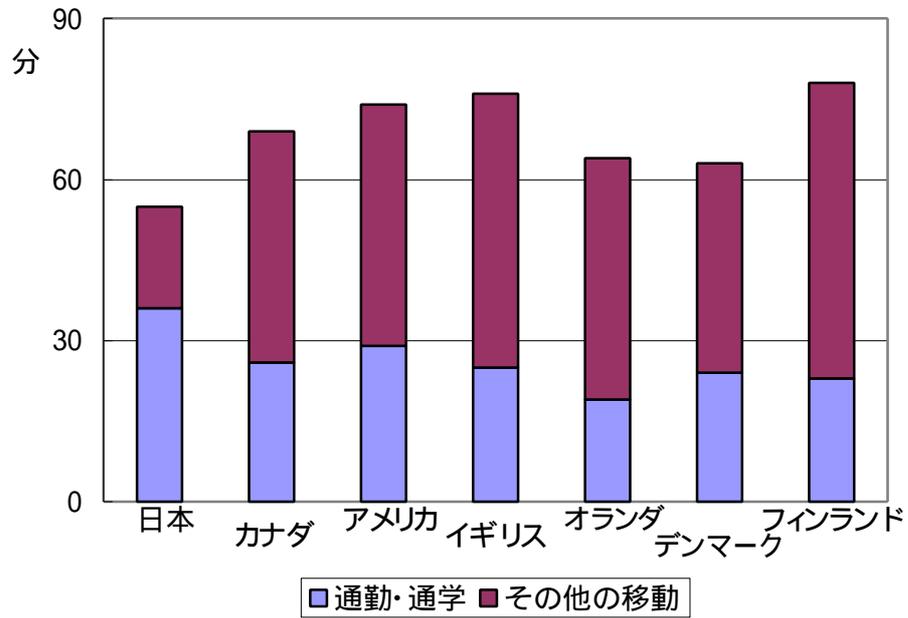
表 6 - 6 流通業の国際比較

	人口1000人当たり 事業所数		小売店舗 当たり 売り場面積 (m ²)	1事業所当たり 従業員数 (人)		W / R 比率 (卸 / 小 売年間 売上高比率)
	卸	小売		卸	小売	
日本 97年	3.12	11.31	90.39	10.64	5.18	3.25
アメリカ 92年	1.94	5.97	NA	11.69	12.06	1.71
西ドイツ 84/5年	1.90	6.60	168.00	9.60	5.80	1.80
フランス 85年	1.40	8.60	103.00	11.50	4.30	1.18
イギリス 84年	1.90	6.10	NA	10.70	6.80	1.46
イタリア 81年	2.30	17.50	79.60	5.10	2.00	NA

(備考) 「日本の流通システム」経済企画庁経済研究所「経済分析 123号」(1991年5月)

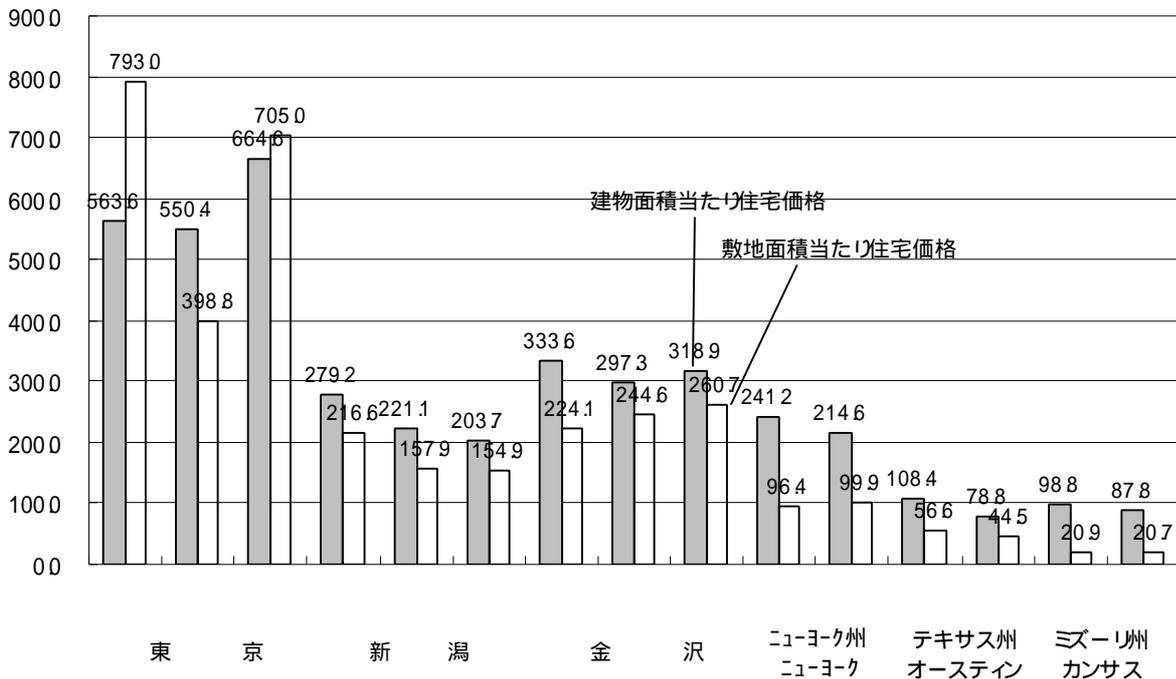
表 1 - 1 及び表 1 - 1 4 をそれぞれ改訂し、加工したもの。

図6-7 移動時間内訳の国際比較(週平均)



- (備考) 1. NHK 放送文化研究所「生活時間の国際比較」(1994年調査)
2. 「その他の移動」とは、家事の移動、レジャーの移動などの「通勤・通学」以外の移動時間。

千円/㎡ 図6-8 東京とニューヨーク及び人口数が同程度の日米地方都市の一戸建住宅価格比較



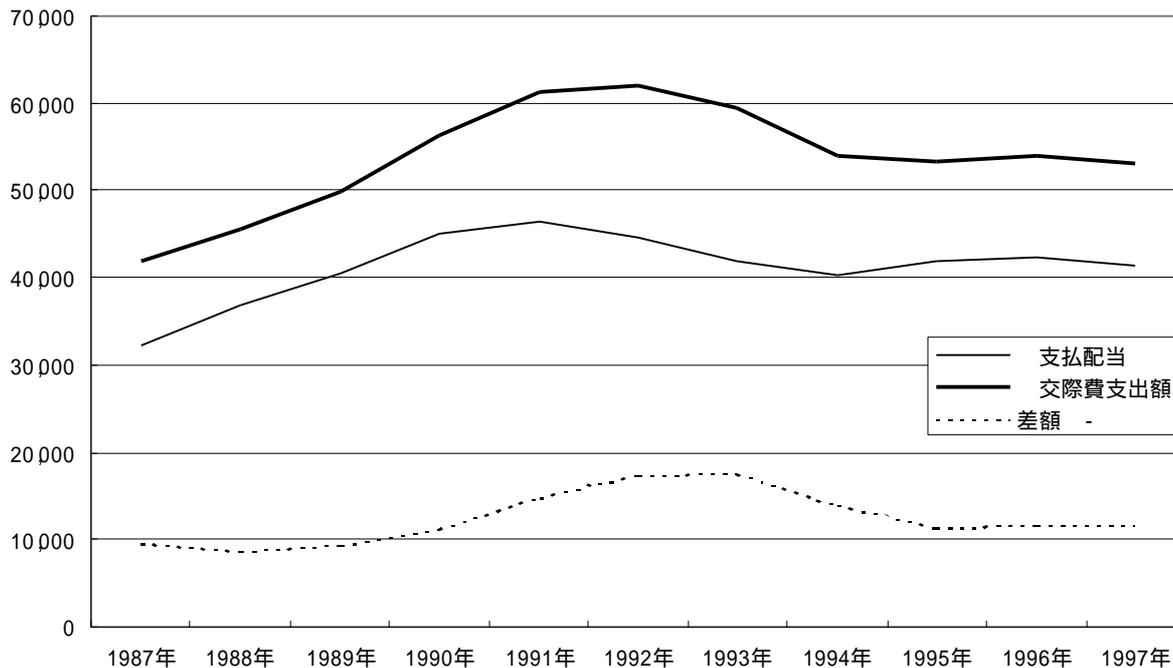
都市名	物件所在地	市中心との距離・関係	価格・(千円)	建物面積 (㎡)	敷地面積 (㎡)	建物面積当たり住宅価格 (千円/㎡)	敷地面積当たり住宅価格 (千円/㎡)	人口全順位	人口数(千人)	建物面積あたり住宅価格比較(倍)	建物面積あたり住宅価格比較(倍)
東京	杉並区上荻4	約10km	56,710	100.62	71.51	563.6	793.0	1位	7830	2.3	8.2
	清瀬市竹丘1	約25km	42,800	77.76	107.3	550.4	398.8			2.6	4.0
	東京23区平均		61,480	92.5	87.2	664.6	705.0				
新潟	新潟市内野町	約10km	26,800	95.99	123.7	279.2	216.6	23位	483	2.6	3.8
	新潟市江南1	約1.5km	21,000	95	133	221.1	157.9			2.8	3.5
	新潟市平均		20,390	100.1	131.6	203.7	154.9				
金沢	粟崎町	約7km	29,800	89.34	133	333.6	224.1	31位	436	3.4	10.7
	四十万町	約8km	24,600	82.75	100.6	297.3	244.6			3.4	11.8
	金沢市平均		33,450	104.9	128.3	318.9	260.7				
New York, NY	Other Bronx City, County: Bronx	Urban	15,049	62.4	156.1	241.2	96.4	1位	7333		
	Castle Hill, New York City, County: Bronx	Middle Suburban	22,967	107	230	214.6	99.9				
Austin, TX	TRAVIS HEIGHT, AUSTIN, County: TRAVIS	Middle Suburban	39,664	365.9	701.3	108.4	56.6	23位	514		
	VILLAGE AT WALNUT CREEK PHS, AUSTIN, County: TRAVIS	Suburban	19,783	251.2	444.5	78.8	44.5				
Kansas, MO	DEERFIELD, Area: 104 KANS	Suburban	14,571	147.5	696.8	98.8	20.9	31位	444		

都市名	物件所在地	市中心との距離・関係	価格(千円)	建物面積(m ²)	敷地面積(m ²)	建物面積当たり住宅価格(千円/m ²)	敷地面積当たり住宅価格(千円/m ²)	人口全国順位	人口(千人)	建物面積あたり住宅価格比較(倍)	建物面積あたり住宅価格比較(倍)
	AS CITY, County MCL										
	THREE TRIALS, 1ST PLAT Area 206, INDEPENDENCE County MJA	Suburban	13,988	159.4	675.5	87.8	20.7				

- (備考) 1. インターネットによりランダム収集した物件情報を元に作成。ただし、日本の印は、住宅金融公庫「住宅市場価格調査結果について(一戸建新築分譲住宅価格の動向(平成10年10月調査)」による。
2. 人口数全国順位は、日本については「都市データブック1998年版」(東洋経済新報社)、アメリカについては、Statistical Abstract of the United States 1997」(U.S. Department of Commerce)による。
3. 日本については新築、ただし新潟については昭和63年築。アメリカについては新築～築5年(ただしニューヨークは不明)。
4. アメリカの物件の「市中心からの距離・関係」は、物件が掲載されていたHP上の分類による。
5. 建物面積あたり住宅価格比較及び敷地面積あたり比較は、東京とNY、新潟とAustin、金沢とKansasそれぞれの比較であり、日本とアメリカの各都市の物件それぞれの と との比である。
6. 換算レートは116.66円/ドル(1999年2月の月中平均レート)。

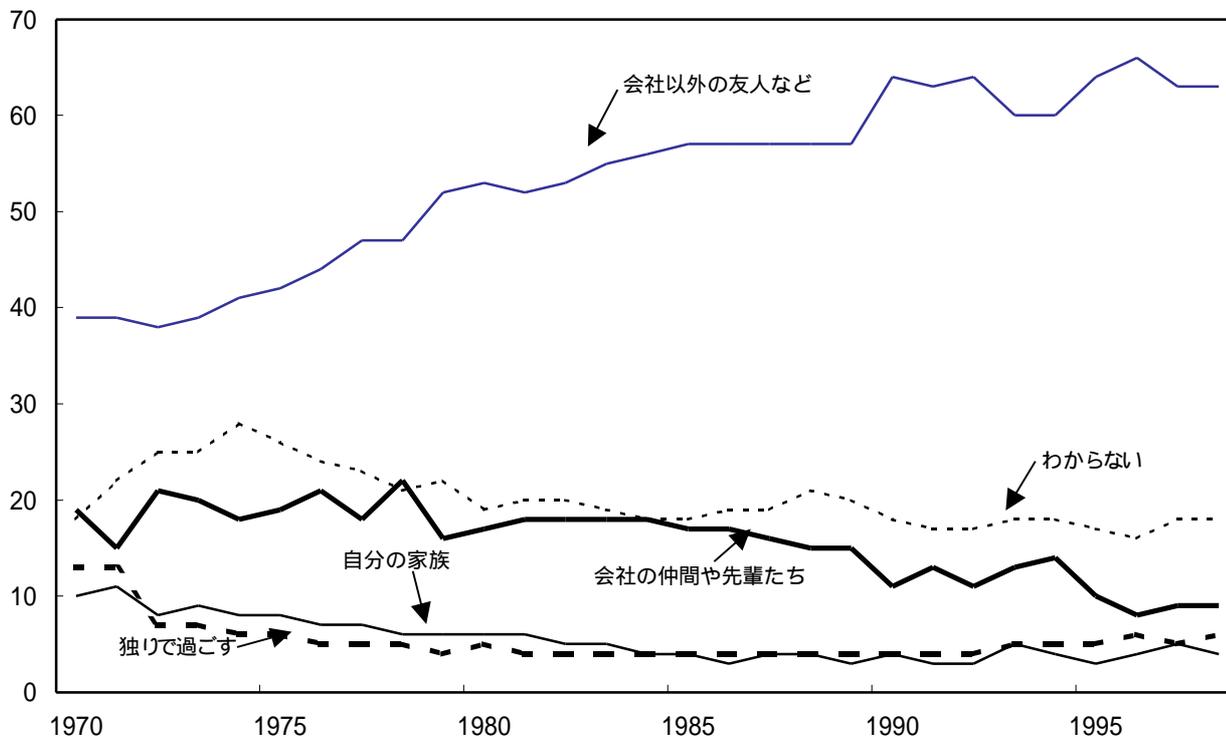
(億円)

図6-9 配当金よりも大きい交際費



(備考) 国税庁「税務統計から見た法人企業の実態」により作成。

図6-10 「余暇の会社離れ」が進んでいる
「休日は主にどういう人と過ごそうと思いますか」



(備考) (財) 社会経済生産性本部「新入社員「働くこと意識」調査」により作成。

コラム アメリカではなぜ所得格差が拡大しているのか

大きくなる教育へのリターン

能力主義が中心の賃金体系の下、アメリカではスキルを必要とする仕事とそうでない仕事の間で賃金格差が広がっている。すなわち、教育に対するリターンが高くなってきているのである。70年代以降、大卒以上の労働者の給与はわずかに上昇しているが、初等教育のみの労働者の給与は下落している。(図参照)

このように賃金格差が拡大している背景には、技術革新と企業の組織的な変化という2つの大きな変化がある。前者は、近年のコンピューターの普及により、一定のコンピューターの知識を持った労働者に対する需要が高まっているのに対し、それを持たない労働者に対する需要が減ってきたことである。一方、後者については、企業が自ら従業員を雇用するのではなく、外部からの契約社員という形で労働力を確保するようになってきた。企業自身が雇っていれば賃金その他の処遇において大きく格差をつけることは難しいが、外部との契約であれば、格差をつけやすくなるため、賃金格差の拡大を助長するのである。

女性の労働参加も一因

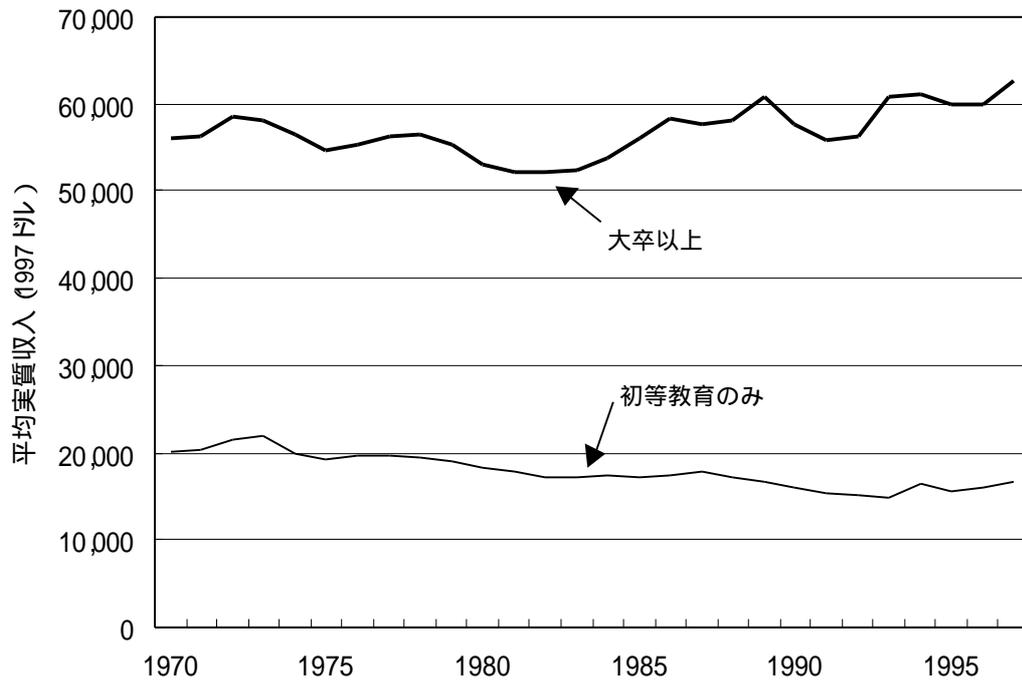
また、女性の高学歴化と女性の社会進出は世帯間の所得格差の拡大を広げていくものと考えられている。アメリカでは、80年代以降、学士・修士取得者ともに男性よりも女性の方が多くなっているが、一般的に学歴の高い女性は学歴の高い男性と結婚する可能性が高く、その逆も真である。学歴の高い女性は学歴の低い女性よりも労働参加率が高く、給与水準も高いため、世帯間の所得格差はますます広がっていくことになるのである。

広がる所得格差

このように、スキルの有無による労働者間の賃金格差の拡大と女性の高学歴化に伴う世帯の収入構造の変化により、70年代以降、アメリカにおける所得格差は拡大を続けている。下位20%と上位20%の世帯における所得格差を比べた場合、1970年には3.05倍であったものが、1997年には3.89倍にまで拡大している。¹⁾

¹⁾ U.S. Bureau of the Census, Historical Income Tables (Table F-1), Internet site <<http://www.census.gov/hhes/income/histinc/incfamdet.html>>により経済企画庁にて計算したもの。

図 拡大する賃金格差



(備考) 1. U.S. Census Bureau, Historical Income Tables (Table P-15, Table P-16), Internet site <<http://www.census.gov/hhes/income/histinc/incperdet.html>> により作成。

2. 1990年以前は「大卒以上」は”College, 4 Years or More”、「初等教育のみ」は”Elementary, Less than 9 Years”を用い、1991年以降は、「大卒以上」は”Bachelor’s Degree or More”、「初等教育のみ」は”Less than 9th grade”を用いている。

コスト体系の変化と経営・生活スタイル研究会委員名簿

座長	川口 順子	サントリー(株)常務取締役
座長代理	肥田野 登	東京工業大学大学院社会理工学研究科教授
	池本 美香	(株)さくら総合研究所 環境・高齢社会研究センター主任研究員
	伊藤 邦雄	一橋大学商学部教授
	糸瀬 茂	宮城大学事業構想学部助教授
	片倉 もとこ	中央大学総合政策学部教授
	黒川 和美	法政大学経済学部教授
	斎藤 聖美	(株)エースジャパン代表取締役社長
	神保 康二	日本貿易振興会輸入促進部次長
	高橋 伸夫	東京大学大学院経済学研究科教授
	谷口 優	四日市大学経済学部教授
	藤原 まい子	(株)博報堂生活総合研究所客員研究員
	御船 美智子	お茶の水女子大学大学院人間文化研究科助教授
	山田 昌弘	東京学芸大学教育学部助教授

コスト体系の変化と経営・生活スタイル研究会の活動実績

	時 期	内 容
第 1 回	平成 11 年 1月 29 日 (金)16 : 00 ~ 18 :00	・委員紹介、事務局からの趣旨説明、今後のスケジュール等
第 2 回	2月 8 日 (月)10 : 00 ~ 12 :00	・有識者からのヒアリング(1)(マーケティングコンサルタント:西川 りゅうじん氏及び慶應義塾大学商学部教授 :井原 哲夫氏)
第 3 回	2月 25 日 (木)10 : 00 ~ 12 :00	・有識者からのヒアリング(2)(株式会社婦人画報社第一編集局長 兼婦人画報編集長 :佐竹 和夫氏及び経済小説家 :安土 敏氏)
第 4 回	3月 25 日 (木)14 : 00 ~ 16 :00	・委員からの報告(1)(糸瀬委員)、事務局からの報告
第 5 回	4月 16 日 (金)14 : 00 ~ 16 :00	・委員からの報告(2)(藤原委員、黒川委員)
第 6 回	4月 23 日 (金)14 : 00 ~ 16 :00	・委員からの報告(3)(池本委員、肥田野委員)
第 7 回	5月 18 日 (火)15 : 00 ~ 18 :00	・報告書(案)について