

生活文化産業学

(第 1・3 木曜日 午後 14 時～／成徳学舎)

第 8 回 生活文化産業における情報収集の効率化

担当:大倉 朗寛

～講義の流れ～

1. はじめに／情報収集フローの体系化について (14:00～／30分)
2. 情報収集の効率化と生活文化産業政策の方向性について (14:30～／30分)
3. 前期の講義を振り返って (15:00～／30分)
4. 【情報共有】地域資源、図書館、プラットフォーム、国内生産 (15:30～／10分)
5. ディスカッション、まとめ (15:40～／20分)

～内容～

1. はじめに／情報収集フローの体系化について (14:00～／30分)
 - ・生活文化を再興する 3 種の情報
 1. グローバル情報 (オープン)
インターネットを介して入手できる情報、国や地方自治体が公表する情報など
 2. ローカル情報 (クローズ)
各地域に在住、あるいは各専門分野に従事していないと入手できない情報など
 3. 学術情報 (アカデミック)
高度で学術的な内容を含む情報や文献、世界の学術機関が公表するデータなど
 - ・ 3 つの情報源
 1. 第 1 の情報源 (=各種メディア → インターネット)
情報は得やすいが、情報量が多く、必要な情報を抽出するという作業が必要となる。探している情報に辿りつくために多くの時間を費やす場合があり、場合によっては、探している情報に辿りつけない場合も多々ある。
 2. 第 2 の情報源 (=人脈 → ソーシャル・ネットワーク)
人を介して情報が伝達されるため、より価値のある情報のみ抽出された状態で伝達されるが、伝達する人の価値観によって解釈が変わる可能性もある。
 3. 第 3 の情報源 (=場 → プラットフォーム)
ある特定の空間に情報が集約されるため、効率よく情報収集することができる。これら 3 つの情報源を上手に併用することで、より価値のある情報を効率よく、収集してゆくことが可能になる。

2. 情報収集の効率化と生活文化産業政策の方向性について（14：30～／30分）

情報収集を効率化し、より短い時間で価値のある情報をより多く収集することで、自分（自社）の強みとなるコア業務に注力（より多くの時間を投下）することができる。

我が国は主要先進7カ国で最も労働生産性が低い（労働生産性の国際比較2010年版、日本生産性本部）。それは労働時間が長い割に生産量が少ないとのことらしく、逆にいえば、より長い時間労働することができる世界的に見て優秀な市民であることに間違いはない。したがって情報収集を効率化し、その分時間を捻出し、過当かつ無益な競争によるムダな労働を極力減らすことで、労働生産性を向上してゆくと考えられる。

既存の産業振興政策において、補助金や助成金を出して事業を経済的に支援しても市民一人ひとりの生産性は思うように向上しなかった。それに対して、市民一人ひとりの労働生産性が向上するように資金を投じてゆく（あるいは敢えて資金を投じない）ことにより、市民一人ひとりが経済的かつ精神的に自立し、自力で仕事を興せるように支援することが重視される。それが、生活文化産業を形成する政策の方向性ということになる。

生活文化産業については、経済産業省がイギリスのクリエイティブ産業の13産業分野を参考にして分類している。しかしながら、実際のところ、その分類が我が国の生活文化産業に対してうまく適応できるかどうか、非常に難しいところがあるように感じられる。

まず観光業を取り上げてみると、その全てが生活文化産業に該当するとは考えられない。たとえば、バスで各観光スポットを慌ただしく訪ねて回るだけのパッケージツアーは、各地域の生活文化との関連性が希薄で、その地域に在住または活動する方と交流することもなく、ただ単に食事をして宿泊するだけで、その地域の生活文化に関連するとはいえず、従来の工業化あるいは経済効率を優先した既存産業から脱するものとは捉えられない。

それに比べて、たとえば、農家民泊などは農家の生活文化を実際に体験し、農家の方と交流し、それぞれ生産者と消費者の立場から相互に学習しながら食事し、宿泊することになるので、その地域の生活文化に関連するという点から生活文化産業として捉えられる。

次に、製造業を取り上げてみると、日産自動車は7日、国内で年間100万台の生産を維持していくために国内販売をてこ入れする考えを示し、その中で「全国を260の商圏に細分化し、商圏ごとの特性を考慮した販売戦略をとるほか、セールスマンの増員も検討する。」と発表した。この商圏ごとの特性を考慮した販売戦略については非常に興味深い。各地域の「地域資源」や、在住されている方々の「文化資本」に深く関連するような販売戦略であれば、まさしく生活文化産業に含まれる。

また、シャープ社は、2009年4月の経営方針発表会で経営戦略の大転換を宣言し、いち早く世界の各消費地で基幹部品から完成品組み立てまで行う「地産地消」型へ変えると発表した。その際、世界の各消費地に根付いてゆくためには、各地域の文化や歴史などを正しく理解し、それらの交流に努めながら「地域資源」を尊重し、各消費地の市民一人ひとりに蓄積された「文化資本」を重視することが避けられない。したがって、生活文化産業の好事例と考えられ、その成果が注目される。

3. 前期の講義を振り返って（15：00～／30分）

全8回で最終回のテーマを「情報収集の効率化」とさせて頂いたのは、これまで我が国が推進してきた大量生産・大量消費・大量廃棄という大工業優先社会において、現時点で表面化してきた様々な問題に対して正面から対抗し、新しい時代を切り拓いてゆくために必要不可欠な力量と考えたからであり、今も最新の考えとして変わっていない。

そこに至るステップとして、生活文化産業が日常生活に直結するという視点から、最も重要視されると考えられる「リスクマネジメント」というテーマを起点に、「ハードウェア」と「ソフトウェア」の関係を体系化させて頂いた上で、「情報発信の強化」と「情報管理の整備」について取り上げさせて頂き、情報力向上の重要性について解説させて頂いた。

情報収集力を向上させることができれば、より短い時間でより多くの情報を収集し、自分独自の情報として編集して永続的に保存（情報管理を強化）し、必要なときに必要な分だけ情報発信（を強化）でき、日常生活や仕事に費やす時間を自由に調整してゆくことが可能になる。その自由度を高めることによって創造的に自立し、自らの信念に基づいて生きる道を切り拓くことが可能になる。このことが生活文化産業の形成において市民一人ひとりが身に付けるべき最も重要な力量と考えた。

これは一朝一夕で思い付いた直感によるものではなく、私自身が大企業を退社した後、中小企業の現場や派遣社員としての労働環境、大学職員などを実際に経験し、その上で、信用もブランド力もない市民として地に足を付けて活動してゆく決心をしてから、今日に至るまでに蓄積してきた血と汗の結晶であり、机上の空論ではない現実そのものである。

この結晶ともいえる文化資本を、この度、池上惇先生が中心となって我が国の教育現場と将来を憂慮されて立ち上げられた「市民大学院（文化政策・まちづくり大学校）」にて、全て惜しみなく「市民大学院」を通じて提供させて頂くことを決心した。

残念ながら、現在の我が国は未だ大工業優先社会に支配され続けている。昨日、再稼働が発表された北海道の泊原発に従事する職員の中にも、少なからず東日本大震災の再発を危惧する方々もおられるであろう。にもかかわらず泊原発の再稼働に従事しなければ生活してゆけないジレンマが泊原発に従事する職員一人ひとりの良心や倫理観を押さえ込む。

しかしながら、泊原発に限った話ではない。我が国の企業には、雇用されていても仕事がないという社内失業の状況におかれている方々が、数百万人規模でおられるというのが無視できない現実であり、失業している方々を含めて約600万人の仕事を創出することが、生活文化産業に求められる大きな方向性という仮説を前回講義で提起させて頂いた。

現在の大量生産・大量消費・大量廃棄の大工業優先社会の中にあっても一人の市民として自立し、信念を貫きながら活動して頂くために、情報収集力という力量を身に付けて頂き、文化・化優先という視点から、「地域資源」や市民一人ひとりに蓄積されてきた知識や経験といった「文化資本」に着目した新しい商品やサービスを創出し、情報発信を強化して、情報管理を永続可能な形式で整備して頂きたいというのが、私の痛切な願いである。

経済産業省が昨年発表した文化立国政策も、大筋では間違っていないと考えているが、従来の大工業優先社会の発想から考え出されたカテゴリーで分類できる程、生活文化産業は目に見えて分かりやすく形成されてゆく産業ではないように感じている。

生活文化産業を形成してゆくのは、従来の大工業優先社会を尊重しつつも、その限界を見極めた市民が結集して、「地域資源」や「文化資本」に注目しながら、地域住民の協力や支援を頂く形で購入および消費をして頂けるような新たな商品やサービスを創出し、企業間連携も含めた新たな事業群や市場を切り拓いてゆこうとする情熱的な市民がそれぞれの立場や考えを超えて相互に学習しながら結集するネットワーク以外には考えられない。

大工業優先の既存産業において重宝されてきた金太郎飴のように画一的なサラリーマン型人材では、生活文化産業において常に創造性が求められる仕事を、うまく処理してゆくことは不可能であろう。生活文化産業においては外国人への応対など国際的にも通用する、より創造的な力量を備えた人材育成が求められる。生活文化産業政策がその方向へ転じることができたとき、ようやく我が国において生活文化産業が形成される足音が聞こえ始め、先進国の中においてフロントランナーとして走り出すことができる。

この度、池上惇先生に、生活文化産業について研究する機会と、その成果を発表する場を創って頂いた格別のご配慮により、市民大学院においてはもちろんのこと、企業を引退されて市民として活動されている方、あるいは現役の企業経営者や、現場の開発責任者の方々など、生活文化産業について相互に学習させて頂ける人脈を、従来に比して、格段に幅広く、生活文化産業に対する大きな期待とともに拡大させて頂くことができた。

それぞれ相互学習の成果を、事例研究（ケーススタディ）として、後期の講義において報告させて頂き、国や地方自治体、世界の各機関が公表するデータを情報収集して、参照させて頂きながら、生活文化産業について引き続き探究してゆきたい。

4. 【情報共有】地域資源、図書館、プラットフォーム、国内生産（15：30～/10分）

- ・ [生活文化産業学 | 市民大学院（文化政策・まちづくり大学校）](http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html)
<http://bunka-seisaku.org/sbsg2011.html>

5. ディスカッション、まとめ（15：40～/20分）

以上で、生活文化産業学の2011年度前期の講義は終了となります。短い間でしたが、最終回までお付き合い頂きまして、心より御礼申し上げます。生活文化産業は、まだまだこれから新しく形成されてゆく事業群と考えています。であるからこそ、市民の皆様一人ひとりの情熱や創造力に委ねられている部分が極めて多い産業であると考えています。

誠に微力ながら、そのお手伝いをさせて頂くことが本講義の主旨と考え、様々な情報を伝達させて頂きました。その点につきましては、どうか誤解のないようお願い致します。