

## インターネットと電子商取引が創り出す情報文化

桜美林大学 成沢広行

E-mail:narusawa@obirin.ac.jp

インターネットの普及が、新規ビジネスを生みだしている。米国では新車販売の16%が、電子商取引（Electronic Commerce）で行われるようになった。プロバイダー（インターネット接続サービス提供事業者）の増加、ブラウザ（ホームページ閲覧ソフト）の機能向上が、インターネット利用者数の増大となって現れ、電子商取引を行う仮想商店街をつくりだし、ネットプレックス（ネットワーク+コンプレックス）とよばれる通信回線を活用した新規事業を成立させている。

しかし、インターネットへの参入者数増大とともに、トレードオフな現象が生じている。インターネット上での情報の漏洩、窃盗、知的所有権侵害、不正取引、人権侵害、中傷誹謗、猥褻凶画陳列などの事件が起きている。このため、リスクを軽減し、安全性を高める方策が国際機関や各国政府において論議されるようになった。

本発表では、まずインターネットと電子商取引の発展経緯と特質について分析する。そして、インターネットと電子商取引によって情報公開と情報保護、二つの情報文化が形成されていることを示す。さらに次世代インターネットのプラットフォームを構築するための情報政策と情報文化のコンセプトについて述べる。

### 1. インターネットと電子商取引がもたらす情報文化

インターネットは、これまで国境の壁や組織の壁に遮られ入手困難であった様々な情報に誰もが容易にアクセスできる。電子メールは、垂直的な階層を水平的なものとし、世界中の人々とリアルタイムでの双方向型コミュニケーションを可能にした。地球規模での情報ネットワーク網の拡充によって、今こうしている間にも、世界では数千万人の人々がインターネット利用による情報検索や情報交換を国境を越えて行い、ネットサーフィンとよばれる情報文化をつくりだしている。

情報ネットワークは、これに参加するメンバーの数に比例して、その効用も増大する。時空を克服したインターネットによる国際的なコンピュータ・プラットフォームの拡充は、情報へのアクセス手段を多角的にし、コミュニケーション空間を拡張している。それは、マイクの使用により肉声の到達距離を拡張しうるように、インターネットによる空間の拡大は、人々の社会的・心理的距離を近づけているのである。

またインターネットを活用した電子商取引は、インターネットの商用サービスが解禁された90年頃から始まり、95年の米国ユタ州等での「デジタル署名法」の制定、97年にはクリントン大統領が発表した「グローバルな電子商取引のための5原則と9課題」によって急速に進展し、仮想商店数は拡大し、TVショッピングや通信販売と共にマーケティングのツールとして活用されるようになった。

インターネット利用のビジネスは、WWW上のホームページを利用することにより、企業の広報（会社案内・製品公告、求人広告）、マーケティング事業、インターネット・ショッピング、座席予約や宿泊予約、電子新聞や電子雑誌等によるマスメディア事業、教育・医療分野などでの情報サービスとして活用されている。

ホームページを利用したビジネスの特徴は、国や地域に制約されることなくどこに所在していても開店・営業でき、売場面積・商品数・商品情報は制限なく拡張可能で、メーカー、問屋、小売店、消費者を結んだ流通ルートで生じる資源消費もない。仲介・流通在庫・小売り等の取引コストを軽減でき、店舗、店員、ショーウィンドーはホームページが代行するので、施設設備費、人件費、販売経費を節減できる。またホームページの検索や商取引は、時間差型のリアルタイムコミュニケーションによって行われ、自分の都合を相手に強要することなく、いつでも、どこに所在しても可能で、取引を迅速に行うことができる。

電子商取引に安全性と利便性が確保できれば、市場は空間的・場所的に拡大し、取引コストが引き下げられ、市場経済は在庫のない経済、生産者と消費者が直結したリアルタイム・マーケティングが実現できる。さらに、各企業・各産業分野が相互に連結されたネットワーク型の産業構造が形成される。そして、これまで効果的な経済活動を行うためにネックとなっていた時間的条件、地理的条件が解放され、経済格差と情報格差を均質化しうる可能性がある。今、新たに形成されつつある電子商取引市場は、ネットワーク相互を接続するインターネットとしての機能だけでなく、異業種間クロスオーバーネットワーク、産業間リンケージとしての機能も持っている。インターネットの拡充は、これまでイントラネット（企業内情報ネットワーク）であったものが、エクストラネット（企業間情報ネットワーク）として結合され、つづいて産業間、国家間の共通情報基盤（共通プラットフォーム）の構築へと進展している。国家間の共通情報基盤は、民間組織として世界情報通信基盤委員会（G I I C）が設立されることで国際的連携が図られている。

## 2. 情報文化の二つの潮流

インターネットの普及によって、人々の情報発信機能が高まり、1億人を超える人々が自由に国境を越えて情報検索、情報交換等を行うようになった。これは、情報文化の変革とみなすことができる。情報文化とは情報環境によってもたらされる生活様式であり、情報環境とは情報処理活動を行う行為主体と情報ネットワーク等の情報媒体を包み込む情報化された空間をいう。また、情報化とは資源である情報の質と量が他の資源に対し増大することによって生活の変化が表出することである。すなわち、情報文化の変革とは「情報化の進展によって情報技術の利活用が促進され、生活様式が変化すること」と定義する。

この情報文化の変革の一つに情報公開の潮流がある。インターネットは、これまで国境の壁や組織の壁に遮られ入手困難であった様々な情報にアクセスすることができ、個人であれ企業であれ情報発信者となって、情報を世界に公開することができる。電子商取引市場は、物理的な店舗を必要とせず誰もがどこに所在していても開業することができ、電子メール感覚で消費者と直接取引ができる。インターネットと電子商取引は、このようにして情報公開の潮流をつくりだした。

しかし、そこには両刃の剣としてのリスクがある。このリスクによってもたらされている文化が、情報保護の潮流である。インターネットは、巨大なコピー機であり、情報入手とコピーが容易なため知的所有権侵害、外交・防衛などの機密情報漏洩、不正取引などのリスクを抱えており、その防衛手段として国家や組織による情報管理、標準化などの情報保護が行われている。

これまで、国境・組織・階層の壁によって閉ざされてきた情報が、個人・企業・国家の利害と複雑に絡み、情報を公開するか保護するかを選択を迫るようになった。このような情報文化の形成は、図1「情報文化の二つの潮流」として示すことができる。すなわち、インターネットによるグローバルな情報公開の潮流は、情報を世界に向けて発信しようようにしたが、同時に情報保護の必要性を高めている。そして、この二つの潮流が弁証法的発展を遂げることによって新たな情報文化が形成されるのである。社会集団が共有する価値観の枠組みや判断の基準をパラダイムとよぶなら、情報公開と情報保護が相克する状況は、まさにパラダイムシフトである。

### 3. 次世代インターネットを構築する情報政策と情報文化

95年5月、独テレコム、仏テレコム、スプリント（米国第3位の通信業者）の3社が連合し「グローバルワン」が設立された。96年11月には英国のブリティッシュ・テレコム（BT）が、米国第2位の通信業者MCIを買収し新会社「コンサート」を設立する。さらに米国第1位の通信業者AT&Tは、スペイン、スウェーデン、オランダ、スイス、イタリアの通信業者と「ワールドパートナーズ」を設立し提携関係を築いている。こうした国際的企業連合が進展している背景には、インターネット・ビジネスの競争激化がある。

米国では国家情報基盤としての情報スーパーハイウェイ構想、光ファイバーによる高速通信網敷設計画、高度研究教育ネットワーク、そして国際情報ハイウェイとしての全地球的情報基盤の構築が着々と進展しつつあり、こうした中で95年8月に通信・放送事業の自由競争を実現するための通信事業法が上下両院で可決され、97年2月にはクリントン大統領が一般教書演説の中で、ポストインターネットとしての第2世代インターネットを構築することにより、全ての12歳児がインターネットを利用することができる教育環境の実現をめざすと発表した。また7月にはグローバルな電子商取引のための5原則と9課題を発表し、政府が民間の電子商取引活動を奨励・支援し、税や手続きなど電子商取引の発展を阻害する規制の回避、法的環境整備を行うことを宣言している。

欧州においては、最大手のインターネット接続業者、EUネット（本部アムステルダム）主導で電子マネーが欧州全域に導入され、電子商取引が急速に普及している。97年7月にドイツのボンで行われた「グローバルな情報ネットワークに関する欧州閣僚会議」では、競争の促進、電子署名、認証システムの確立、情報ネットワークの利用者保護など7項目の宣言が採択され国際的連携が図られている。

### 4. 結論

日本においては、97年の行政機関全体でパソコンが職員1.5人に1台の割合で普及しているとされているが、地方自治体のLAN接続比率は31%にとどまっている。また学校でのインターネット接続は、95年から全国111の小中高校で開始されてきたが、97年の接続比率は10%に達していない。2000年までに全国3万8千の公立の小中高校をインターネットに接続する計画や光ファイバー通信網を全国の学校と病院に張りめぐらす計画があるが、国家情報基盤の構築までには至っていない。

日本の情報政策は、国内省庁や各機関の利害調整が障壁となって未整備である。高度情報化に対応していくためには、図2「共通情報基盤による電子商取引」で示

すような文書の電子化や国際的認証機関の設立により国家間の情報基盤を構築する情報政策が立案されなければならない。各省庁毎の情報政策は、産業・地域・文化の情報化として総合し、システム化していく必要がある。省庁の行政サービスというレベルの枠を超えた、総合的な政策立案、そして規制や制度の緩和を行う、情報政策のグランドデザインを構築することが求められている。

情報政策はアメニティ（生活の快適性）あふれる情報文化を形成するため、計画し実施していかなければならない。この情報文化は、既に過去のものとなった処方箋によるのではなく、新たなコンセプトを樹立する必要がある。この新たなコンセプトを抽象的な概念で表現するとしたら、発展性、可能性、刺激性、便利性、自由性、安心性、豊富性となる。これまで人々は、土地、物質、所得をより多く保有することを豊かであるための指標にしてきたと思われる。高度技術は豊かなふれあいのために活かされ、強い絆で結ばれた経済・社会を形成していかなければと願うものである。それは、Technology without Messageではなく、Technology with Message（高度技術による豊かなふれ合い）のあふれた情報文化に求めることができる。

Technology with Message のあふれた情報文化とは何か。社会は土地の、情報は種子としての特質をもっている。種子が土地にどのような根を張り枝葉を茂らせ花を咲かせるかは、どのような種子をいつ、どこに、だれが蒔くのか、生育の方法はどうかにかかっている。70年代からの情報化の進展過程は、経済先導・社会追従型のパラダイムが支配的であった。インターネットと電子商取引を生産性・効率性だけのツールとしてとらえる視点から脱却し、社会集団の調和ある発展のためのツールとしてとらえる視点が求められている。

アメニティを求める人類の心と情報技術の結合という情報文化のパラダイムを前提に、経済・社会のすべての情報の生産点において、ワン・ベスト・ウェイの模索をつづけることによって、人と人とが強い絆で結ばれた社会、豊かなふれ合いのために高度技術が活かされる社会を形成していかなければならない。

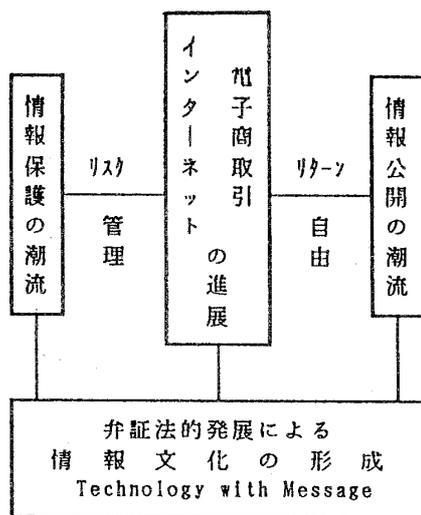


図 1 情報文化の二つの潮流

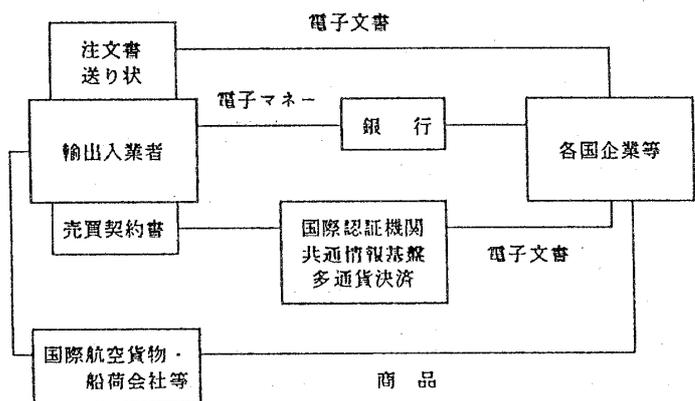


図 2 共通情報基盤による電子商取引