

情報化に思う

石川島播磨重工業株式会社 常務取締役 矢橋 有彦



1. 量としての情報

現代は情報化時代であるという。これから21世紀に向けて、情報の重要性はますます高まり、この動きに乗り遅れる企業や個人は、活動の場を狭められて、悪くすると落後者になるなどと脅かされたりする。情報や情報化の意味するところは、必ずしも明確ではないが、また、現状はムードが先行している気味もあるが、情報量の増加や情報化の進展を裏づけるデータは豊富に存在する。

例えば、郵政省編になる平成7年版通信白書によれば次のようになっている。まず、平成5年度中に発信された情報量は、テレビ、ラジオ、新聞というマスメディアを通じて送られたものから、電話、手紙など個人同士の情報伝達まで、全メディアを合計して、 7.05×10^{15} ワードであったという。 10^{12} が兆であるから、約7000兆ワードということになる。この情報発信量は、10年間で3.02倍、年平均で11.9%の伸びであった。同期間の実質GDPの伸びが年平均3.6%であるから、情報発信量の伸びは、GDPの伸びの3倍にもなっている。やや冗長であるがもう少し続けると、メディア別の情報発信量では、テレビ、ラジオ、電話などの電気通信によるものが67%を占め、10年に、実に31.2倍となっており、正に情報化時代、それも電気通信による情報化時代に向けて突き進んでいると言えるであろう。

7000兆ワードを国民一人当たり直してみると6000万ワードであり、国民一人一人が1秒間に2ワードずつ情報発信したことになる。何とも物凄い量である。こんなに多量に発信される情報を全て有効に消化することなどできるはずがない。情報の供給と消費の関係では、供給量が消費量の1.45倍であると先の白書にはある。現在情報の量に関しては明らかに供給過剰である。しかし、テレビ放送のデジタル化によって、現在

の何倍もの情報を供給しようとする計画が進められているなど、発信される情報量の増加傾向はなお継続する見通しである。

2. 情報と知識

情報については、昔からその重要性が認識されており、情報の量や正確性、入手のタイミングなどがその後の歴史を左右した例も多い。例えば、幕末には、長州藩の活動が他藩を圧倒していたが、長州藩では、諸活動のベースとなるべき情報の収集に活動の重点をおき、吉田松陰の発案とされる「飛耳長目策」と名づけられた情報収集戦略に基づき、伊藤博文などを江戸へ派遣し、怪情報が乱れ飛ぶ中で正確な情報の入手につとめたとされる。

このように、情報には、戦いの行方を左右するほどの重要性がある一方で、多くの情報は利用されことなく消えて行ったり、現代では、目から、あるいは耳から入りはするが、脳の感情を司る部分を一時的に刺激しただけで消え去って行く、ほとんど意味を持たない情報が多いようである。国立民族博物館長の梅棹忠夫氏の命名によれば、これらの頭の中を素通りする情報は、食べても栄養分ゼロといわれるあのコンニャクに例えて「コンニャク情報」というのだそうである。現在既に莫大な量が発信され、さらに急激に増え続けている情報の大部分は、このような「コンニャク情報」ではないかと考えられる。

発信される多くがコンニャクにも例えられる、余り意味のない情報であるにせよ、現代の人々は、過去に比べて何十倍何百倍もの情報を受け取っている。しかし情報を多量に受け取ることによって、現代の人々の知識のレベルは向上したと言えるであろうか。先の長州藩の例では、情報に基づいて行動したとされているが、実際は、おそらく、多くの情報の中から正確なも

のを見きわめて選び出し、それらを総合して出来上がる知識に基づいて行動したものと思われる。一片の正しいか正しくないか判らないような情報によって直ちに行動を起こしたとは考えられない。つまり現代であっても、行動を起こすに必要なものは、情報そのものではなくて、それに基づく知識であるはずである。

フランシス・ベーコンのことばに「知識は力なり」というのがあるが、知識こそが行動のベースであり、結果に大きな影響を与えるのである。情報の過剰の時代にあっては、ともすると、情報を沢山得ることで知識的に向上したという錯覚に陥らないとも限らない。

3. 情報と現実との差

よく我々の目に入り、またよく利用する情報に各種の統計類がある。しかし統計からもたらされる情報が示す状況と、現実を感じる状況との間にかなりの差があることが良くある。例えば、2年ほど前に、経済企画庁が、バブルの後遺症で停滞していた景気が回復過程に入ったと宣言したことが、大方には意外感をもって受け取られたことがあった。経済企画庁の発表は、景気の状態を表すとされる各種の統計情報から判断した結果であると思うが、これに対して、世間一般が意外と受け取ったのは、統計というつくられた情報ではなくて、まだ景気回復といえる状況にはないという実態を肌で感じていた結果であろう。最近では、いわゆる価格破壊が多く品目で進んでおり、製造、販売の現場からは、物価は明らかに下がっているとの認識が示されている。しかし、消費者物価指数という統計からは、そうっていないという結果がでている。さらには、水と空気と安全はタダといわれた日本で、銃犯罪が多発し、またサリン事件があったりして、日本の治安の悪化を感じる人が多いように思うが、統計によれば、重要犯罪、重要窃盗犯の検挙率は前年度に比べて向上しており、統計上では治安の悪化という結果は出てこない。

このような統計という計量化された情報と、実際に毎日の暮らしの中で直接見聞きし、また肌で感ずる情報との間の乖離は何を意味していると考えれば良いのであろうか。一般に、ある事象が具合が良いことなのか、悪いことなのかを判別するには、何らかの基準を当てはめて判断する必要がある。しかし、その基準を当てはめるべき対象を、客観的に、定量的に判定することは困難であることが多い。

そこでどうしても、容易に、かつ定量的に測定可能

なもので代替することとなり、本来の目的とはずれた評価を下すという結果になることが考えられる。情報に基づく判断をしたつもりでも、その情報が実態を示していないということが良く起こることに注意する必要があると思う。

4. 情報と尺度

企業に身を置く者として企業の状態を示す情報（例えば経営指標といわれるもの）について、このことを当てはめて反省してみる必要があると思う。企業の業績の変化や効率などを表す指標として、売上高伸び率、売上高利益率、総資産回転率などが使われている。これらの指標はいずれも金額をベースにした指標であり、企業の状態の一面を示すものであることに異論はない。

しかし、工業化時代から情報化時代に移るといわれる現代において、従来からの情報と尺度に頼っていて良いものかどうか検討して行く必要があるのではないかと考えている。今後の企業、少なくとも日本における製造業一般にあっては設備投資や人員増強など、投入量を増やして産出量を増すという形での発展を目指すことには限度があると考えられる。むしろ技術革新や従来の手法の変更、管理システムの見直しなど、いわゆるイノベーションを通じて体質改善を進めるという方向で発展をはかることになるとと思われる。この動向は従来のような一方向への動きではなく、各企業が自ら知恵を絞って決めて行かねばならない方向である。この過程で情報、そして知識の果す役割はますます重要になってくるであろう。

このように目指すべき発展の内容が変わってくると、情報を得るための対象と尺度が従来とは違ってくることになる。例えば今後の企業発展を測定する尺度は売上高の伸びとか、利益の伸びとかのみではなく、企業はその活動を通じてどれ位の価値を生み出したかというものが必要になるであろう。現在このような内容を表す情報として何があるかよくわかっておらず、当然企業の生み出す価値などというものは計測不可能である。

現代は情報化時代といわれるが、情報の内容は従来と変わりなく、単に量だけが aumentando している状況は情報化時代の一側面を表しているに過ぎないと思われる。これから本当の情報化時代を迎えるに当たっては、社会の変化に伴ってそこで必要とされる情報が発信されるようにならないと、後世から見て、現代は情報バブル時代と命名されかねないと思っている。