

地域社会と情報化 (3)

—— 地域社会における資源動員のアプローチの可能性 ——

米 田 公 則

Community and Information (3)

Kiminori KOMEDA

- 1 はじめに
- 2 地域社会の空間論的把握による地域間格差問題解明の可能性
- 3 経済立地論と資源
- 4 資本の循環と地域資源

(以上 前号まで)

5 情報化と情報格差

5. 1 情報化とは

これまで地域間格差の発生の問題を資本の循環の視点から考察してきた。これはいわば地域間格差発生全体の論ともいうべきものである。この理論を前提として今日の「情報化」が地域社会にどのような影響を与え、地域間格差にどのようなインパクトを与えるのかを検討していく。そのために、まず「情報化」の意味、その理解からはじめる。

一般に、情報化とは「特定の社会システムおよび社会過程において、情報の資源的価値が相対的に高まり、情報処理のメカニズムおよび情報処理の能力が向上する一般的傾向」と捉えることができる¹⁾。

しかし、これは一般的定義にすぎず、今日における情報化の意味を充分におさえていない。今日における情報化の最大の特徴は、情報処理の能力が電子技術の発達の基礎の上に成立している点である。そして、電子技術は当然デジタル通信が可能なので必然的に通信技術と融合することとなる。

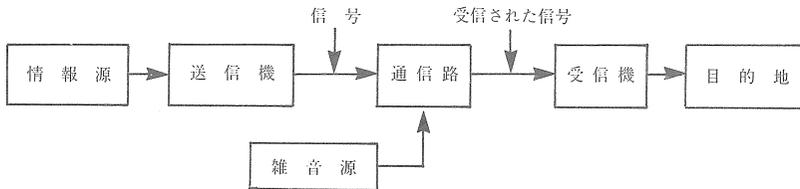
以上のことから、これまでの情報化とは次の点で違った局面を迎える。それは第一には情報の処理能力の飛躍の向上、第二に情報ネットワークの高度化（構築と質的向上）である。これにより局所的に蓄積されていた情報のネットワーク化が促進され、既存情報の付加価値の増大が生じる。これはさらに、これまで情報化されていなかったものを情報化することを可能にする。さまざまな活動の情報化である²⁾。

5. 2 情報化とメディア

しかし、これだけでは現代の情報化の本質を正確に理解することはできない。それを可

能にするため、ここでは有名なシャノンとウィーバーのコミュニケーション・モデルから出発しよう。彼らはコミュニケーションの数学的理論を研究し、その後の電気通信のモデルの原型をつくった。³⁾ そのモデルは次のようなものである。(図1)

図1 シャノン・ウィーバーのコミュニケーション・モデル



このモデルはもともと情報技術理論のモデルとして提示されたもので、コミュニケーション・モデルといっても実際にはコミュニケーションにとって最も重要なメッセージの問題、その意味などが問われていない。実際には、通信モデルという表現がより正確であろう。よってこのモデルは情報化の全てを包含するものではない。しかし、情報ネットワークの高度化がもたらす現象を理解しようとするとき多くの示唆を与える。

このモデルと情報化の関連を考えると重要な要素のひとつがメディアである。メディアの発達情報が促進してきたのである。「通信白書」ではメディアを次のように分類している⁴⁾。(表1参照)

この表は現在のメディアをほぼ網羅しているといつてよからう。しかし、この分類には三つの点で問題が指摘される。

第一の問題は、マス・メディアとパーソナル・メディアの中間に位置する地域メディアあるいは中間メディアを分類していないことである。たしかに地域メディアとマス・メディアの領域分けは簡単ではない。現実にはこの両者にまたがるメディアもある。実際、マス・メディアであってもよりパーソナルな方向へ向かうことが技術的に可能になりつつある。

しかしながらこれまでのマスを対象としたメディアから、ある特定の限定された人達を対象としたリージョナルなメディアが発達しつつあることは看過してはならない。そこには新しい公共的メディア空間が生まれる可能性を伏在させている。たとえば双方向CATVなど、これまでのマス・メディアにない質的新しさに注目しなければならない。

第二の問題はこの分類がメディアの〈方向性〉を問題にしていない点である。メディアは単にマス(=大量性)であるかパーソナルであるかの違いだけではなく、情報の流れる〈方向性〉がメディアの質にも影響を与える。シャノンとウィーバーのモデルは一方からの情報の伝達を捉えているが、現実にはコミュニケーションは一方的伝達では成立しえない。一般的にはマスメディアがより一方向的であり、パーソナルメディアの方がより双方向的である。さらに現在ではニューメディアの発達により多方向的であったりネットワーク的であったりといったような可能性が切り開かれつつある。

第三は、メディアによってもたらされる情報の中身、その質が問われていないことであ

地域社会と情報化（3）

表 1

メディアグループ			メディア名称	メディア内訳	従来メディアとの対応	
電 気 通 信 系	パーソナル・メディア	事業者による 公衆交換	01加入電話	(電話) 011移動電話	① 電話 ② 移動電話	
			02ファクシミリ 03ビデオテックス 04データ伝送 05無線呼出し 06電報 07テレックス 08TV会議	041 DDX	⑥ ファクシミリ ⑦ ビデオテックス ⑤ データ通信 ⑨ 符号伝送 ③ 電報 ④ テレックス ⑧ テレビ会議	
			09専用サービス	(電話) 091 TV 伝送 092 ラジオ伝送 093 新聞紙面伝送 094 ビデオテックス 095 VAN/データ通信	⑩ 電話 ⑬ テレビ伝送 ⑫ ラジオ伝送 ⑪ データ通信	
		私設電気通信	10構内通信	101構内電話 102 LAN 103構内無線	⑭ 電話 ⑯ 符号伝送	
			11広域通信	111私設電話 112私設無線電話	⑭ 電話 ⑮ 移動電話	
			その他通信	12 MCA 無線 13有線放送電話	⑰ 有線放送電話	
		マス・メディア	放送事業者による	14 TV 放送	(地上波 TV 放送) 141 CATV (再送信) 142衛星放送	⑳ テレビジョン放送 ⑲ 有線テレビジョン放送 ㉓ 衛星テレビジョン放送
				15文字放送		㉒ テレテキスト
				16 CATV 自主放送		⑲ 有線テレビジョン放送
	17ラジオ放送				㉑ ラジオ放送	
	18有線ラジオ放送		171 FM ラジオ放送	⑲ 有線ラジオ放送		
	私設放送		19構内放送	192構内ラジオ放送		
	輸送系メディア	パーソナル・メディア	20郵便	201封書 202はがき 203電子郵便	㉕ 手紙 ㉔ はがき ㉖ 電子郵便	
			21手交文書	211手書き文書 212ワープロ文書 213コンピュータ文書 214文書コピー	㉑ 手交文書 ㉑ 手交文書 ㉒ コンピュータ文書 ㉑ 手交文書	
		マス・メディア	印刷流通	出版物	22新聞 23雑誌 24書籍	㉗ 新聞 ㉘ 雑誌 ㉘ 書籍
			その他	25その他印刷物		㉙ その他印刷物
				26ビデオソフト 27オーディオソフト 28コンピュータソフト	(出版・販売) (貸出)	㉚ ビデオソフト ㉚ オーディオソフト ㉚ コンピュータソフト
		空間系メディア	マス	29掲示伝送		㉜ 屋外掲示物
会場伝送				30講演・演劇・コンサート 31映画上映	㉜ 観劇 ㉜ 映画	
パーソナル	32教育		321学校教育 322社会教育	㉜ 学校教育 ㉜ 社会教育		
	33会議 34対話			㉜ 対話		

(出所)『通信白書 平成2年度版』(郵政省)

る。メディアである以上、そこで伝達される情報が公共的な性質のものなのか、それとも私的な性質のものであるのかは重要な問題である。もちろん、情報の中身を問うことは容易ではないが。

それでは今日の情報化をこのモデルの枠組みの中で捉えるとどのように理解できるのか。情報化の第一の特色である電子技術の発達を背景とした情報処理能力の向上は、それ自身ではこのモデルの中に登場しない。これはいわば単体でコンピュータを使っている状態であると考えればよいであろう。

次の段階、電子技術と通信技術の融合の段階でようやくこのコミュニケーション・モデルが意味をなす。例えば、送り手の側から受け手の側に伝達するメディアである送信機あるいは受信機がコンピュータといった電子技術と結合することにより、それらが単に送信、受信機能に留まらず、情報を蓄積することを可能にする。これは一つのデータベースとなりうる。一度蓄積された情報は必要なときには何時でもアクセス可能となる。そしてさらには、その蓄積された情報は処理・加工され、付加価値を高めることもありうる。すなわちメディアが単なる情報の伝達機能を持つのではなく、情報の蓄積・処理・加工の機能を有することも可能になっていく。ここに俗にいわれる「メディアの権力性」、その優位性の基盤があるのである。

しかしメディアの権力は全てのメディアに均質に発生するものではない。それは先ほど指摘したコミュニケーションの方向性と深く関わる問題である。シャノンらのモデルは一方的でしかも、一回のみの伝達しか考慮に入れていない。実際にはしかし同一のメディアを介して双方向的なコミュニケーションが可能なものもある。例えば、パーソナルメディアの代表である電話を想起すると、そのメディアの権力性が存在すると考えるものはほとんどいないであろう。

他方、マス・メディアを考えるとどうであろうか。マス・メディアは基本的には一方的なメディアであり、しかもメディアは不特定多数に対して発信されているので、受け手側からのフィードバックは甚だ弱い。さらにはこのメディアは情報源そのものの取捨選択権を持っているからその権力性は極めて強くなっていくのである。

しかし問題はメディアの権力性あるいは権力化だけではない。先ほども指摘したようにメディア自身が情報の蓄積・処理・加工機能を獲得することはメディアの質的变化をもたらす。メディアへのアクセスヴィリティ、そしてメディアを介しての情報源へのアクセスヴィリティは情報を求めるものにとっては決定的課題である。例えば、経済活動を行おうとするとき、メディアへのアクセスヴィリティは情報量の差を決定づけ、それが企業の盛衰に重要な影響を与えることも考えられる。

これはまたメディアの利用権の問題とも絡み合うし、同時に公共性の問題への結び付くのである。ここに情報格差の問題が発生してくるのである。

5.3 情報格差をめぐる主張とその問題点

前節において情報格差の発生をメディアの質的变化から理論的に考察した。我々はこれを下敷にして今日いわれる情報格差、「情報の東京一極集中」の問題を検討しなければならない。

ここではまずはじめに、行政の情報格差に対する理解からはじめよう。行政が情報格差

を考えると、その指標とされているものが情報機能あるいは情報アクティビティといわれるものである。情報機能とは「意思決定・計画調整、情報の創造、情報の収集・蓄積・提供、情報の処理・加工、情報の伝達、教育・訓練に携わる機能」のことに定義している⁵⁾。また他のところでは「情報アクティビティ」と名付けている⁶⁾。

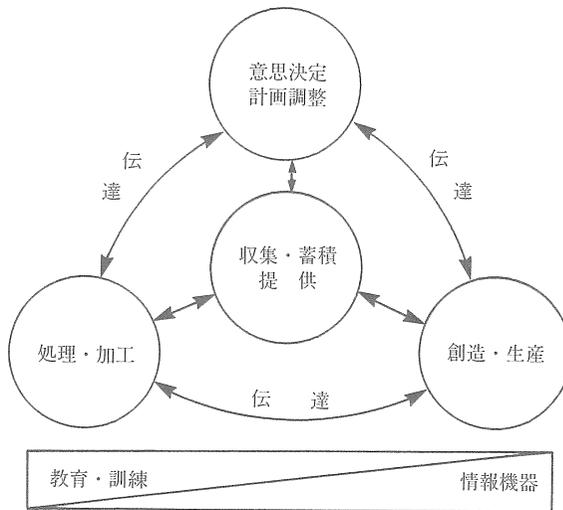
それではこの情報アクティビティをシャノンらのコミュニケーション・モデルにあてはめて考えるとどのようなことが析出できるであろうか。前節での検討を考慮に入れると、情報の収集・蓄積・提供と情報の処理・加工それに情報の伝達はメディアの部分に関わる機能である。これらの機能はコンピュータの発達により飛躍的に高度化した。

しかしこれらの機能全てが情報通信メディアによって担われているわけではないことはいうまでもない。現実には多くの情報の収集・蓄積・提供そしてその処理・加工は意思決定・計画調整のため行なわれ、伝達・通信の中から生まれてくるものではない。

これに対して意思決定計画調整機能や情報の創造の機能はメディア以前の機能である。この機能をあえてこのモデルの中に入れるとすれば、情報源の部分に入ろう。そしてこれらの機能は情報の収集・蓄積そしてそれらの処理・加工によって提供される情報にもとづいてその機能を高めるのである。そして、教育・訓練は情報化のいわば基盤部分であるということができよう。

そして情報アクティビティは次のような循環過程で情報活動が進められていると捉えられる。(図2)

図2 情報アクティビティの循環



国土庁計画・調整局編『地域情報力』158頁より

それでは政府は情報が東京に集中するメカニズムをどのように理解しているのか⁷⁾。その第一の要因は行政の意思決定機能の集中である。これは中枢的行政機関や国際金融都市としての東京の役割による。

第二は、市場情報、企業の経営情報の集中である。これは東京圏が国内最大の市場であり、その情報が重要であることと、同時に東京圏の市場動向が指導的な役割を果たすという点に起因する。

第三は情報が集中管理されることにより東京への機能集中が促進されたということである。これは将来的にネットワーク型社会へ移行することにより解消されうる要因と考えられている。

四番目に上げられているのはニュービジネスに関する情報の集中である。産業構造の変化により知識集約的経済活動の領域にニュービジネスの機会が広がった。そのため最も知識集約的な場である東京に活動が集中することが考えられる。

それではこれらの諸要因をシャノンらのコミュニケーション・モデルと情報アクティビティの視点から見るとどのようなことがいえるのであろうか。第一の要素、東京の国内的国際的な行政・経済機能の集積とは意思決定・計画調整機能の集積を軸に展開する。第二の市場性も意思決定に必要な部分であり、第三の管理機能の集中は意思決定・計画調整機能そのものである。このようにみていくと東京への情報の一極集中は、通信技術の発達やネットワーク形成といったメディアの質的変化以前の情報源の次元での圧倒的優位に起因していることが理解できる。すでに情報化が問題となる以前に東京へ情報が集積する仕組が構築されているのである。このことは意思決定、情報の創造を示す企業の本社機能や研究所立地件数など、東京あるいは東京圏への一極集中やマスメディアの東京集中を見れば明らかであろう。

それでは情報化の進展はこの状況にどのような影響を与えるのか。情報化の進展はこの状況に両義的に作用すると考えられる。これはメディアの質的変化の両義性に由来している。

先にメディアが情報の蓄積・処理・加工の機能を獲得したことを指摘した。このことは意思決定・計画調整機能の集積している空間＝東京（圏）の側から見れば、東京とその他地方圏・地域・地方都市などとの情動的伝達の回路が質的・量的に拡大したことを意味する。別の言い方をすれば、東京にいながらにして地方の情報が集積でき、それが意思決定の判断を可能にするのである。

これは地方都市の機能の一部、特にこれまである程度の意思決定・判断の機能を任されていた地方都市の支店などからその機能を奪うこととなる。すなわち、この面でのメディアの質的変化は東京への一極集中をより一層加速させる方向に働いたことが予想される。

しかし、メディアは他方でこれまで一方的であった情報の流れを変えうる能力を持っている。これはまだ実現されていないが、我々が日常的に接している東京発信の情報が代わって自らのその情報源やその内容を選択することが可能となりつつある。例えば、CATVなどの多チャンネル化を考えると、将来的にはかなりローカルであったり、マニアックな情報がメディアにのる可能性を持っている。（現実にニューヨークのCATVでは視聴者が番組をつくるなどしているところもある。）

あるいは政府が予想するように、将来的にはネットワーク的な情報網が形成され、伝達の方法も多様化することが予想されている。

では現実的な動きはどちらの傾向が強いのか。これはあきらかに前者である。しかしすでに指摘したようにメディアの発達は別の可能性も切り開いている。自然発生的な情報化

の進展では前者の傾向が一層強まることが当然予想される。それに対抗するには政治的・行政的な施策が大きな意味を持つ。だからこそ政府は地方の情報化を重要な課題として位置付け、さまざまな政策・構想を練ってきたのである。

6 情報化と地域資源・その関係性

6.1 地域資源としての情報の位置とその意味

これまで情報化の進展をその理論的側面から解明し、そこで生じる情報格差の問題に限定して考察してきた。しかし、情報化の問題はメディアの発達とそれに付随するさまざまな変容のみが問題なのではない。「産業の情報化」あるいは「情報の産業化」などといわれるように情報化は産業すなわち資本と深く結びついてきている。ここでは情報化を資本の循環と地域資源との関係の中で捉えようと思う。

それでは、上記のような情報化の進展は資本の循環にどのような影響を与えるのであろうか。まず〈資本の第一次循環〉からみていくと、情報化の影響を受けるのは「生産の技術」である。これは一般に「産業の情報化」といわれる事態を想起すればよい。無人工場、ファクトリー・オートメーションに代表されるような既存産業の高度化、産業の情報化は、情報化の進展の生産技術への応用にほかならない。これは個別企業のレベルですでに進められているものであるが、政策としては産業振興整備の中でもイノベーション型がこの典型であらう。

そして生産の技術の改良をもたらすのは〈第三次循環〉の文化資源である。ここで問題とされるのは特に科学・技術である。特に今日産業の高度化・ハイテク化が産業、個別企業の死活問題であるとき、科学・技術の資源性はより一層高まっているといえよう。

このための基盤整備をすすめようとするものが人材供給基盤整備を整えようとするインフォメーション・ヘブン型や地域内の情報の活用を高度化することにより（つまり、文化資源の充実をはかることにより）産業育成をすすめようとするベンチャー型などであらう。

最後に、情報化の進展が直接的に影響を与えるのは〈資本の第二次循環〉の人工設備、通信の発達である。情報化の進展は通信の発達と不可分である。これはインフォメーション・ヘブン型の中でも情報通信基盤整備であらう。

話は多少横道にそれるが、〈第二次循環〉の人工設備といっても、交通網と通信網・情報基盤整備とはまったく同質の性格をもっているというわけではない。交通網は工業立地論において立地因子の中心である運送費に関わるものであり、その資源性は明白である。戦後日本の工業立地の動向を見ても明らかなように、その資源性は第一に消費地への輸送コスト、第二に時間的ロスの二つの面で規定されている。まさにそれは地域資源の相対性によって資源たりうるのである。

それに対して通信網、情報基盤整備はその性格を多少異とする。通信網の整備は運送費などの立地因子に直接関わる資源ではない。それは、情報の伝達に関わり、いわば〈資本の第三次循環〉をより円滑に進めるためのものである。

また情報の伝達コストの面からも極端な通信料金の価格差は徐々に解消されつつある。さらに決定的な違いは時間的差異が地域間格差としてほとんど問題にならないという点である。通信は本来的に「ユニバーサル・サービス」として扱われるものという認識があっ

た⁸⁾

ところが今日の情報化の進展はこの通信の公共性（公共的性格）というものを変質させている。その質的变化は情報の付加価値性を生み出している。つまり「情報の産業化」は、情報化の進展により情報の持つ価値性が高まったことによりそれが産業として成立しうる状況を生み出したことを意味するのである。⁹⁾

また、現代の情報化の進展は直接的に価値増殖を行わない資本の第二次・第三次循環が利潤追求にとって重要な部分を構成するに至ったという点を見逃してはならない。じつはここに情報化社会での経済的变化の核心があるのである。

6. 2 情報化戦略と地方間競争

以上のことから政府が80年代以降積極的に促進しようとしている地方の情報化の試みとは、基本的に情報の一極集中化への対策という性格を持たざるをえないことが理解できよう。

それでは各省庁はどのような構想をもって地方情報化を進めようとしているのであろうか。下はその一覧である。

テクノポリス構想	通産省	1983年
ニューメディア・コミュニティ構想	通産省	1983年
テレトピア構想	郵政省	1983年
インテリジェント・シティ構想	建設省	1986年
グリーントピア構想	農水省	1986年
情報化未来都市構想	通産省	1987年
テレコムタウン構想	郵政省	1989年

ここではこれらの個別の構想を検討することはしない。むしろこれらの諸構想は内容的に重なりあっている部分も多い。ここではまず政府の情報化の分類から見ていくことにしよう。(表2参照)

一応以下のように分類されているが、実際にはニューメディア・コミュニティ構想やテレトピア構想の中にも都市基盤整備的内容のものも含まれている。

第一のシステム型はおもに次の二つに分類できよう。それは産業振興整備に重点をおいたタイプと生活環境整備重視のタイプに分類できる。

この産業振興整備のタイプはさらに①地域内の情報インフラの整備や人材育成などで産業振興をめざすインフォメーション・ヘブン型、②ベンチャー産業の育成の条件を整備しようとするベンチャー型、③情報化によって既存産業の活性化をめざすイノベーション型に分類される。

生活環境整備のタイプには、①高度情報通信を活用しながら地域独自の情報を生産・蓄積・処理し、地域の付加価値を高めようとするインフォメーション・アイデンティティ型、地域住民の生活環境（医療・教育・文化、防災、行政等）を整備するため情報通信システムの確立をめざすインフォメーション・ミニマム型などに分類される。

さらにあえていえば、上記の特定施設型や都市基盤整備型も基本的にはこの産業振興整備と生活環境整備の諸タイプのなかに当てはめることができる。

地域社会と情報化（3）

表2 情報化施策の分類

タイプ	整備対象	該当する施策
システム型	地域のニーズに即応した各種の情報システムの開発・普及を図り、ニューメディアの導入を主に考えた施策	テレトピア ニューメディア・コミュニティ、グリーントピア（テクノポリス）
特定施設型	通信メディアの利用を高め、面的裾野を拡大するための核となるセンター機能と共同利用施設の整備に主眼を置いた施設	民活法1～4，7号施設
都市基盤型	高度情報化社会に向けて情報の進展に対応した都市整備の推進を図ることを目的とした施設	情報化未来都市 インテリジェント・シティ、テレポート事業

『90年代の情報化戦略』30頁より

それではこのようなタイプの分類でどのような特徴的なことが指摘できるのであろうか。それは第一に特定施設型や都市基盤整備型の多くが既存の大都市部（東京周辺や大阪、名古屋）等におかれているということである。つまり政府の基盤整備の方向は、やはりより条件の有利で効果の大きい大都市部から進められようとしている。大都市の有利さはより一層増すものと思われる。

さらに指摘せねばならないことはこれらの諸指定が地域内に限定されており、他地域とのネットワークなどを視野に入れたものとなっていないということである。特定地域内の情報化の促進では情報化のメリットを十分に活かしきったものとならない。これが余計地域情報化の足取りを重くしている。情報化はその性格から地域内に活動が閉塞しないのである。

では実際、東京圏以外の地方圏の諸都市はこのような情報化の諸政策にどのような対応をとっているのか。地方の側では先を争って情報化の諸指定を求め、そのための地域・都市間競争が繰り広げられているのが現状である。

なぜ地域指定を欲しがするのか。それは地方の側から見れば、産業構造の変化の中で地方経済の地盤沈下が指摘され、地域情報化が将来にわたっての地方の資源をより充実させるための地域資源形成に重要な役割を演じると想定しているからである。

そしてこれはまた〈地域資源の相対性〉とも関わってくる。すなわち他地域との相対的な資源の相違がその地域を有利にすることを誰もが知っているのである。

それではこのような政府の諸構想に運よく指定されることによって、地方は活性化されるであろうか。それは実際上困難に直面しているといわねばならない。理由の第一は財政上の問題である。これらの諸指定はそのほとんどが財政的裏付けを地方に委ねている。

理由の第二は既存基盤の脆弱性の問題である。特に情報産業振興整備をすすめようとする試みは容易ではない。なぜなら、情報産業の育成は高度の人材育成が必要であり、情報産業にはある程度の基盤整備が必要である。地方であればあるほど情報産業のより高度な部分を育成することは困難なのである。

6.3 地域情報化と地域資源の動員力

これまで地域格差の根本を理解するため地域社会を資本の循環のみから捉えてきた。しかし地域社会と情報化の現実的關係を把握しようとするとき、単に資本の位相のみでは理解できない。¹⁰⁾ここでは政治の位相が重要な役割を演じてくる。

前節において地域情報化が地域資源の充実に他ならないこと、そしてそのためには諸構想にそった地域指定が必要なことを指摘した。しかし現実には多くのところで財政問題がネックとなっている。

それではこれを打開する方法としてどのような道筋が構想できるのであろうか。それは〈地域資源の動員性〉と深く関わっている。それは第一に、〈地域資源への外的動員力〉と名付けたものである。地域資源を充実させる最も安易な方法は外部資本を動員・投下させることである。そして最も実現可能な方法は、公的資金を政治的に投下させ、基盤整備を行うことである。もちろんこれを可能にするのは政治の位相である。(新潟県や島根県がある時期に急速に道路整備がされたことを想起せよ。)

しかし、この〈地域資源への外的動員力〉にはおのずと限界がある。それは政治的位相での競争にも当然優劣があるために、地域指定を受けるところとそうでないところというような格差が生じることは必然だからである。それと同時に、全てを外部からの動員に頼ることなど現実には不可能である。

それでは地域指定からはずれた地域などではどのような方策がとられようとしているのであろうか。それが〈地域資源の内的動員力〉である。すなわち、既にある地域資源を動員して資本のための基盤整備を行うためのさまざまな条件を整えることである。

しかしそのために、地域資源を動員可能にする地域統合・合意形成が不可欠である。これなくして資源を動員すること(すなわち特定産業基盤のために財源を投下することなど)は地域内にいろいろなコンフリクトを発生させることとなる。これもまた政治の位相における重要な課題となる。

7 地域社会における情報化の公共性と共同性 (以下次号)

註

- 1) 新睦人『高度情報社会の理念と現実』「社会学評論 139 特集・高度情報社会」
- 2) 例えば、コンビニエンスストアではPOSシステムを利用して商品管理を行うことに留まらず、顧客の特性を把握するため、商品計算のときに顧客の性別、推定年齢等を入力しているところもある。もちろん、この情報の正確度・信頼度は疑問視される。それを避けるため、コンビニエンスストア側では顧客にカードを発行したりしてより正確な個人情報を集積しているのである。
- 3) Shannon, C., and Weaver, W., 1949, The Mathematical Theory of Communication, University of Illinois Press.
- 4) 国土庁計画・調整局編『地域情報力』1987年2頁
- 5) 国土庁計画・調整局編『90年代の情報拠点戦略』1988年12頁

地域社会と情報化（3）

- 6) 国土庁計画・調整局編『地域情報力』1987年151頁
- 7) 国土庁計画・調整局編『90年代の情報拠点戦略』1988年参照のこと。
- 8) 「ユニバーサル・サービス」の概念とその歴史については、林紘一郎、田川義博著『ユニバーサル・サービス』中公新書1994年、を参照のこと。
- 9) 本来ならば、これらの問題は日本における産業構造の転換の問題と深い結び付きを持っており、その考察なしに十分理解することはできない。しかし、本論文はあえて地域間格差の問題に限定しているので、これ以上の検討は行なわない。
- 10) 地域社会の全体的な理解をするために拙稿「地域社会の再生産と共同性」名古屋大学社会学論集第15号を参照のこと。