

——地域ブランドも、情報システム。——

いま、情報システムをどのように捉えるか、議論が始まろうとしています。議論を進める人は、実務を担当する開発や運営者、あるいは大学や研究所の研究者であって、皆、情報システムについての知識、見解をもっています。しかし、一般の人たち（社会）や情報システムの利用者は、情報システムの性質やその働き、情報システムのもつ不安な面や危険性について十分に知識をもっているとは思えません。特に、これから情報システムを学び、将来は情報システムの仕事に従事したいと思う学生や若手人材にとっては、現時点で「情報システムが、魅力ある仕事、やりがいのある仕事かどうか」明確にイメージできないのが状況です。そこで、それぞれの人たちの立場から情報システムがどのように観られているのか、情報システムを改めて捉えなおしてみたいと思います。

情報システムを観る立場

情報システムを観る立場は、一般の人達、情報システムの利用者、開発・運用・研究者、経営者の4者に区分できます。それぞれの立場で情報システムをどのように観ているかは、アンケート調査してみることがよいのですが、ここではそれぞれの立場の人たちが考えていると思われる意見を想定してみました。

情報システムをどのように観ているか（筆者の想定）

一般	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報システムの存在を感じる事が少ない。 ・ どのような分野で情報システムが役立っているのか、わからない。 ・ この便利性或快適は、裏側に情報システムが働いているらしい。 ・ 情報システムが高度化して、社会がどんどん難しくなっていくように思う。 ・ 一度、情報システムに故障が起きると、大きな社会問題になるようだ。（恐ろしい社会になるような気がする。）
利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報システムの存在を感じる事は少ない。 ・ どうも利用方法が難しい。身障者も利用できるようになっているか。 ・ 誤動作が生じるので、もっと厳しいチェックはできないのか。 ・ 個人情報の漏れは無いだろうか、不安だ。 ・ 自分の預貯金は守られているだろうか。 ・ 一度情報システムがダウンすると、大きな社会問題になる。 ・ 情報システムはよく故障するなー。 ・ 企業合併などで、利用者が蚊帳の外に置かれるのは迷惑だ。
開発者 運営者 研究者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 技術の進歩は早くて、情報システムの手直しに追われる毎日だ。 ・ 情報システムの開発や運営に多大なコストがかかっている。（もっと、開発業務を効率化し、時間短縮したい。） ・ 情報システムの開発がどんどん複雑になっている。 ・ 情報システムへの信頼性要求が高まっている。 ・ 情報処理に時間がかかっている。キャパシティに問題は無いのか。 ・ 情報システムの仕事を希望する人が少なくなっている。（一方で、仕事はますます増えている。） ・ 経営トップの無関心、無理解が現場に悪い影響を与えている。 ・ 優れた情報システムを開発した担当者に、特別な報奨制度（お金か、資格）

	<p>は与えられているか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 情報システムの知的財産権はまもられているのか。
経営者	<ul style="list-style-type: none"> ・ どうしてこんなに費用がかかるのか、わからない。 ・ 競争優位に貢献できているのだろうか。 ・ 情報システムには、何の関心も無い。 ・ 情報システムが故障すると、どうしてこんなに大きな騒ぎになるのか。 ・ 情報システムでも何でも、経営者の責任になるのだろうか。

情報システムが抱える問題点

ここでは、一般の人たちと利用者の立場から、情報システムが抱える問題点を探ってみたい、と思います。

① 人が集まらない、 人が寄ってこない。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人気がない。 ・ 情報システムの存在を感じる事が無い。 ・ 学生が希望しない。 ・ 仕事がキツイ、3Kっぽい仕事
② 情報システムは よくわからない。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報システムはよくわからない。 ・ 便利、快適になるのは、情報システム というもののおかげなのだろう。 ・ 情報システムはいつも裏側で支える存在だ。
③ なんだか恐ろしい存在。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一度故障すると、影響が大きい。 ・ 企業戦略に情報システムは一体化している。 ・ 社会の制度の組み入れられると、便利、快適 になるが、危険も増える。

情報システムの認知と理解促進。

先ず、一般の人たちや利用者にも 情報システムが身近な存在であることを知ってもらおう。

社会生活や家庭生活の断面ごとに、情報システムが貢献していることをアピールする。

「情報システムは結構身近な存在で、それなりにがんばっているんだ」と認知してもらおう。

次に、

「上手に情報システムを利用してもらうために、情報システムの限界や影響を理解してもらおう。」情報システムによって便利で、快適な社旗ア生活、家庭生活が実現するが、一度間違えると大変なことになる、情報システムの影響と限界を多くの具体的な事例を通して理解してもらおう。

一般の人達や情報システムの利用者の立場に立って、「情報システムがどのように捉えられているか、社会にどのように役立っているのか」を考察します。情報システムが、「身近な存在であって、快適で

健全な社会の維持、発展に貢献していること」、多くの社会生活事例を提示して、「情報システムとは、何か」を検討したいと思います。

情報システムには、様々な社会生活テーマがある。

社会生活領域ごとに、情報システムが関わるテーマを挙げていきますと、実に多くの情報システムが働いていることが分かります。テーマ別に、それぞれの実態を詳細に調べ評価することによって、情報システムの性質と価値を知ることができるでしょう。情報システムが生活の身近にあって、社会生活に貢献していること、が分かります。また、同時に、情報システムがもつ限界や影響にも言及し、一般の人達や利用者がもっと情報システムを上手に活用できるように啓蒙していかねばなりません。

下記に挙げたテーマの例示は、ほんの一例に過ぎません。また、各テーマにおける情報システムの役割、貢献の内容は、それぞれ大きく異なり多岐に渡りますが、それぞれが情報システムの果たしている役割、貢献であり、それを総合したものが情報システムの働きであると考えます。

社会生活領域別における情報システムのテーマ例

社会・生活領域	社会貢献テーマ	リスク回避テーマ
社会	地域行政 教育、 気象予報 交通管制 税務相談	診療、 防犯、防災
企業	経営、生産販売、 ブランド 新商品企画 出展計画 融資決定 予算配分、年間生産計画 設備投資計画 財務 人事	顧客満足 顧客管理
家庭および個人生活	宅配、交通、マスコミ 買い物、家族関係、育児 インターネット、メール、携 帯電話、交際、旅行、 スポーツ、趣味	預貯金、保険、医療 個人情報 パスワード盗難 侵入 ファイル盗難 個人情報

「群盲、象を撫でる」というたとえが、適切であるかどうか、逡巡するところではありますが、何人かの盲人が象を触るとい話があります。耳に触れた人は大きな団扇のようだという、牙に触った人は固くて冷たい曲がった棒のようだというのですが、全員の意見を総合すればそれが象のカタチ、すなわち情報システム像というわけです。

情報システムのよさに注目する。

情報システムが健全でないために、昨今多くの災害、事件が目立ってきました。銀行のオンラインシステムが停止したために、多くの人たちが仕事や生活に不便や支障を蒙りました。利用者の中に事故情報の共有化ができなかったために、エレベータ事故で人名が失われました。ウイニーというソフトが無償で提供されたために、多くの個人情報が流出しました。このような情報システムの欠陥が何故発生したのか、猛省を促すことが必要です。さらに、明日に向けて情報システムを改善、改良すること、一般

の人達や利用者に理解を求め、利用上の注意を促すことが大切です。また、一方で、情報システムの役割は、社会や生活を快適に、楽しくする働きがあることを見逃してはいけません。むしろ、前向きに積極的に情報システムの“よさ、すばらしさ”に注目しようではありませんか。以下に、1つの例、「地域ブランドは情報システムだ」を紹介します。

地域ブランドは情報システム

本年、2006年4月、日本全国の農水産物や伝統工芸品などの地域ブランドの商標登録が大幅に緩和されました。地域名と商品名を組み合わせた「地域団体商標」が導入されるので、500前後の地域ブランドが出願されました。現行では、地域ブランドの商標が名将だけで取得できるのは、全国的な知名度がある場合に限り「夕張メロン、宇都宮餃子、西陣織」など十数件しかありません。これに対して、地域団体商標の要件は「隣接県に及ぶほど認識されていること」と緩やかになります。このため共同組合などが出願でき、特許庁の約半年の審査で「地域との密接な関連性」が認められれば登録されます。

地域団体商標を目指す各地の主なブランド

十勝川西長いも、鵜川ししやも（北海道） 南部鉄器、草加せんべい、茨城あんこう 江戸木目込人形、小田原蒲鉾、桜えび（静岡） 輪島塗、九谷焼、山代温泉、豊岡鞆 博多人形、さぬきうどん、道後の湯、関あじ・関さば
--

読売新聞 3月18日 朝刊1ページより

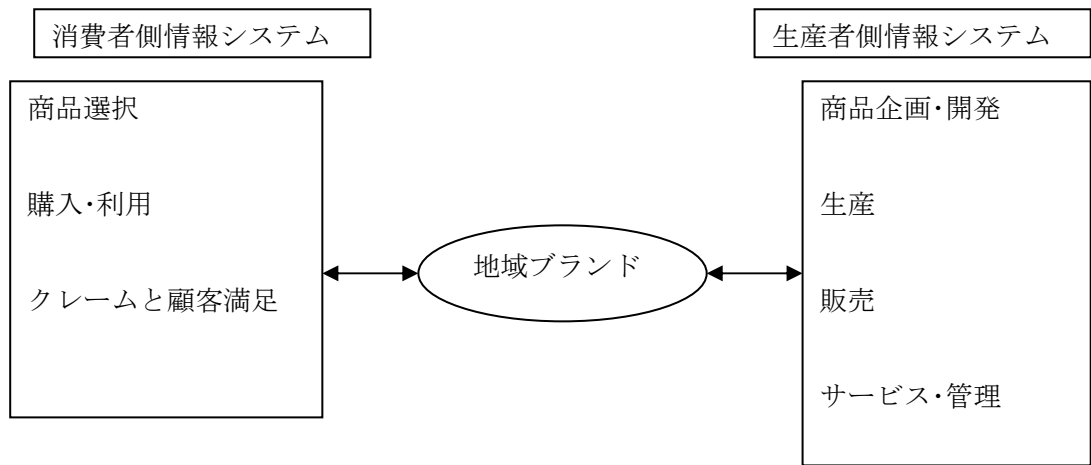
ブランドは情報の集約。地域ブランドは、地域の活性化、地域振興の役割を担っていますので、地方自治体も深い関心を寄せています。また、一方で、全国の消費者に対して、快適で豊かな生活を創り出すことも約束しています。安心して、信頼できる地域ブランド商品を、全国の消費者は期待しています。地域ブランドは、優れた商品性を消費者に約束し、これを継続、発展させることによって、消費者からの信頼を獲得することができます。

生産者側は、顧客に対して商品の品質、安全性、魅力を約束します。顧客は、ネットやカタログ、店頭において、商品のネーミングやパッケージから地域ブランド名を確認します。地域ブランド名には、生産者のすべての活動が集約されています。消費者は、地域ブランド商品の品質、安全性、魅力などすべての特徴を地域ブランドによって判断し、消費購入の選択を行います。地域ブランドに、生産者の願いや期待を含めたすべての情報が集約されているからです。

地域ブランドは、情報システム。地域ブランドは、地域ブランド商品の企画開発、生産、販売、アフターサービスに関わる多くの人たちの活動の結晶ともいべきものです。言い換えれば、様々な情報活動の組み合わせ、統合によって地域ブランドは構成されているのです。一方で、消費者は、地域ブランドに集約されている情報を受け取って、商品を選択し、商品購入や利用という行動を起こします。つまり、送り手と受けてが、地域ブランドを介して結ばれているのです。「生産者——地域ブランド——消費者」を1つの情報システム、コミュニケーションシステムとしてとらえることができます。さらに、生産者側の個別の活動の一つ一つが情報システムであり、それらが連結されて、生産者側の情報システムを構成しています。

消費者の一連の行動、「商品選択——購入利用——サービス——顧客満足」も、また、情報システムです。そして、消費者側の「商品選択」は、生産者側の「商品企画・開発」と組み合わせることで情報システムを形成することも重要です。同じように、「商品購入・利用」は、「販売」と、「クレームと顧客満

足」は「サービス・管理」とも密接な関係をもっています。



地域ブランドは、ルールに従う協働作業。地域ブランドの品質、安全性、魅力を一定水準以上に維持するためには、原材料、加工技術、気候条件、職人の熟練度、商品企画、パッケージデザイン、販売システム、販売促進策、物流、店舗管理など、商品が消費者の手にわたるまでの全工程、様々な局面において厳しいマネジメント、統制が必要です。各地域で地域ブランドを名乗るためには、すべての関係者が一定のルールに従う協働作業が必要です。

一部でもルールが守られなければ、地域ブランドはその内側から崩壊して、地域ブランドは消費者の信用、信頼を失うでしょう。地域ブランドが、全国の消費者に快適で楽しい生活の一助となり、かつ地域の活性化、地域振興を目標とするには、全員の協力一致が欠かせません。こうした活動を円滑に正しく、意欲的に行うためには、情報の共有化とコミュニケーションシステムが必要です。適切な情報システムをつくりあげて、必要な情報が必要な人に利用、提供できるようにしなければなりません。

——以上——