

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

A Study of the IT (Information Technology) Educational Theory in the Increasingly Global Business Climate

中山 幹夫

はじめに

情報社会の発展はビジネス環境のグローバル化を加速している。そして、ビジネス環境の急速な変化は現代社会に地殻変動を起し、2つの大きな断層が生じている。

第一の断層は社会のシステムとビジネスとの間にある。ビジネス環境の変化の速さは社会システムの変化のスピードを大きく凌ぎ、ビジネスの進展にとっては、今の遅れた社会のシステムが足かせとなっている。社会システムは、グローバル化するビジネス環境のあまりに速い変化についていけず、きしみを生じている。

第二の断層はビジネスと個人との間にある。ビジネス競争の激化の中で個人は不安におびえ自分を見失い、企業が要求する能力の変化にどうやってついていけたらいいのか、今なにが起きているのかを理解できず、戸惑っている。企業はビジネス競争の激化の中で個人の持つ力を十分活用することができず、大規模なリストラという後ろ向きな改革しかできないでいる。

本論文ではこの現状を打破するため、グローバル化するビジネス環境における情報教育について考察する。本論文の構成としては、1章で『ビジネス社会の現状分析』、2章で『ビジネス社会の未来と経営戦略』について論じる。3章で『情報社会の人材育成』、4章で『グローバル化するビジネス環境における個性』について考察する。そして5章で『国際ビジネスのための情報教育論』、最後にまとめとして今後の課題について述べる。

1. ビジネス社会の現状分析

1.1 ドッグイヤーと大学教育

ビジネス環境の変化の激しさを表す表現としてドッグイヤーという言葉が使われている。犬の寿命は人間の約 7 分の 1 である。すなわち犬の時間は人間のおよそ 7 倍の速さで進むことになる。まさに現代のビジネス社会の状況を表す言葉である。今の情報社会では、かつて 7 年間かかった変化が、たった 1 年間たらずで起きてしまう。ドッグイヤーの現実を理解するための象徴的な事項として、以下に 3 つの例を挙げてみる。

(1) 携帯電話の普及の速さには目をみはるものがある。その台数はわずか 4 年弱で 1000 万台から 5000 万台に達した。2001 年の 7 月末には 6418 万台となり国民の人口の半分を超えた。かつて、固定電話機が 1000 万台から 5000 万台になるのに 20 年ももの歳月がかかったのが、うそのようである。

(2) ブロードバンドの先駆者として 2000 年春に国内で最初に ADSL の商用化を開始⁽¹⁾した東京メタリック通信は、翌年の 2001 年 5 月にはブロードバンド時代の本格到来を目前にして経営危機に陥り、同 6 月にはソフトバンクが買収を決めた⁽²⁾。その間わずか 1 年である。

(3) 2001 年 4 月 26 日に 2000 年度連結決算を発表し、前年比 2.7 倍の 1,897 億円の経常利益を出した富士通⁽³⁾は、7 月に、米国の景気悪化に伴う半導体部門などの採算の大幅悪化により 2002 年度の連結最終損益の見通しを当初予測の 500 億円の黒字から 2200 億円の赤字見通しに修正した。その間わずか 3 ヶ月である。その後つぎつぎと IT 関連各社が大幅なリストラを発表した。

こんなにも目まぐるしく変化する時代がかつてあっただろうか。この変化の速さこそが情報社会の特質であり、グローバル化するビジネス社会の本質である。

学生が大学で費やす 4 年間という歳月の間に、社会はその 7 倍の 30 年近い変

化を遂げてしまうことになる。20歳弱の学生達にとってそれは何を意味するのか。今までの彼らの経験した人生より、大学での4年間での社会の変化の方がはるかに大きいのである。

こういう時代には学生は大学で何を学んだらいいのだろうか。目まぐるしい社会の変化に振り回され自分を見失うことなく、むしろ、その社会の速ささえも遅いと感じるほどに果敢に挑戦していく意欲と、その中で自分の才能と能力を見つけ出すことができなければならない。そして、将来その力を社会で、特にビジネス社会で発揮できる人材の育成こそ大学教育に求められている。

1.2 雇用調整の波

国際競争の激化と長引く不況での企業の経営状態の悪化を、国債残高の増加による国の財政危機が追い討ちをかける。建設業などの構造不況業種のリストラや倒産は増加の一途をたどり、ついに7月の完全失業率は1953年調査開始以来の最悪5.0%に達した。

2001年8月29日には日経平均株価は11000円を割り込み、8月30日には米国ダウ工業株30種平均は1万ドルを割った。景気の牽引役であったIT産業にも陰りが出てきた。IT産業各社はアメリカ経済の失速と長引く不況の中で、8月にはつぎつぎと今年度の業績見込みを大幅に下方修正したのである。そして、IT産業各社は次々と早期退職制度の導入を発表し、今年度内に社員の約10%にも及ぶ大規模なリストラを実施する予定を発表した。東芝17000人(8/27)、富士通16400人(8/27)、京セラ10000人(8/30)、日立14700人(8/31)と、その数はIT関連の大手だけでも合計8万人規模⁽⁴⁾(8月末時点)に達している。

1.3 ITバブルの崩壊と日米構造比較

7月21日放送の NHK21世紀ビジネス塾⁽⁵⁾で富士通の秋草社長はITバブル崩壊についてのNHKの藤村キャスターからの質問に次のように答えている。

『私は裏返せば、アメリカのIT産業が急に減速した。若干オーバーサプライもありますけど、減速した。その影響を受けて日本のIT産業が急に減速を始める。今までは数カ月たってその波が来たのですが、いまやアメリカの製造業と日本の部品、半導体はみんなネットワークでつながっていますから、すぐ来るのです。同時に来るのです。それで日本の私どもの業界も急にブレーキを踏む。生産調整をする。在庫調整をするということをやっているわけです。日本の富士通とか他社さんが減速するとどうということになるかということ、それを支えている部品屋さんとか機械屋さん、その先にいる材料屋さんとか、あらゆる産業が減速になる。ガラスもそうですし、いろいろな産業が絡みます。IT産業がおかしくなると日本がおかしくなるということは、逆に日本の経済の中でIT産業が及ぼす影響はすごいのだということが証明されたのではないか』

グローバル化する国際社会ではお互いの経済が影響する。アメリカの景気後退はIT産業にも大きな影響を与える。日本の経済政策による財政危機と構造不況がそれをさらに悪化させる。IT産業の不況は日本経済に影響する。富士通はこの報道後一ヶ月間で、事業の大幅な見直しと早期退職制度の導入、大規模なリストラを発表した。

IT関連産業は今でもIT革命の牽引役である。ここでいうIT関連産業とはハードウェア、ソフトウェア、及びシステム提供などのIT環境の提供者のことである。米国でIT産業への期待は過大な期待となっていた。そして米国ではバブルははじけ、ダウ工業株30種平均は2001年8月末には1万ドルを割った。しかし、アメリカ経済が減速してきたから日本経済は後退したのだという理由付けは本質的ではない。アメリカの経済が成長してきた10年の間、日本の経済は

後退していたのである。単純に経営悪化の原因をアメリカ経済の失速だけのせいにはできない。

日本の経済の状況は米国と若干違っている。アメリカのITに陰りができると、その影響が日本にすぐ及ぶ。その理由には日本経済の構造的な問題がある。アメリカはIT先進国として多くのサービス産業にITを活かしているが、日本のサービス産業におけるITビジネスはまだ発展途上である。そこで日本のIT産業は、好景気なアメリカをIT関連製品（装置、システム、サービス）の主要な市場として発展してきた。そのため、アメリカのITに陰りが見えてくると簡単に日本のIT産業が傾いてしまう。今、企業はグローバル化するビジネス環境に対応するために、真剣に構造改革を進める時にきている。

2. ビジネス社会の未来と経営戦略

ビジネス社会のグローバル化により激化する競争。その競争に残るために、企業は経営戦略の大幅な転換を進めてきた。第一にサービス産業への移行。第二に投資の『選択と集中』である。

2.1 サービス産業への移行

ITの推進にはコンピュータとネットワーク、そしてそれを使ったシステムを欠かすことはできない。そのためITの発展期にはIT産業が伸びる。まずコンピュータやネットワークの製品が売れる。次にはそれを使ったシステムが売れる。IT関連企業はその過程では、技術力を背景に大きな利益を出せる。そして、IT革命が成長期に入ると産業の利益体質がサービス産業に大きくシフトしていく。

第一の戦略はサービス産業へのシフトである。日本ではまだIT革命は始まったばかりであるのに、なぜなのかという見方もあるかも知れない。しかし、たとえITは日本では発展期であっても、世界的にはITの成長期である。グロー

バル化する国際社会では、最も進んでいる国、すなわち今は米国が国際ビジネスのスタンダードである。世界市場は後から追いかけてくる国を待ってくれない。加速をつけて自力で追いつくしかないのである。

これからのビジネスの主演はサービス業を中心とする全ての IT を利用する業種である。ここでいうサービス業とはコンピュータのメンテナンスや情報システム構築などの IT インフラ関連のことだけではない。例えば、ハンバーガーショップや本屋であり、流通や教育であり、娯楽などのコンテンツサービスである。すなわちITをサービス提供の手段として活用するあらゆる分野のことである。本論文では消費者だけではなくサービス提供者をも含んで、IT利用者と呼ぶこととする。

産業の利益体質がサービス業に移行すると IT の利用者層が増大する。そこでのIT産業は情報社会を支え発展させる大きな役目を担い続けることになる。だが、産業の体質は変化している。企業はサービス業に移行することなく成長を続けることはできない。そのため、国内IT産業もサービス業への変貌を進めてきた。しかし、その変化が市場の求めている速さに対して遅すぎた。いやドッグイヤーの市場の変化が速すぎるのかもしれない。しかし今、すべてのビジネスにおいてサービス部門の強化はもはや単なる目標ではなく、全力で取り組む時にきている。

2.2 投資の選択と集中

第二の戦略が投資の選択と集中である。各企業はそれぞれが異なる分野で、得意とする高い独自技術と得意分野をもっている。しかし、それ以外の分野でも、他社と同じようなことをしても、今までならばそれなりの利益を生んだ。そのため、日本の企業は得意分野以外にも多くの投資を続け、多くの人材を抱

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

えてきた。

グローバル化によりビジネス環境が大きく変わり、その分野が利益を生まなくなってきた時、利益の上がる事業を選択して資源を集中するという意味の『選択と集中』を口に出しながらも、実際はなかなかそれを十分に実行できなかった。その典型がメモリを代表とする半導体である。メモリはすでに韓国のサムスン(三星)の方がはるかに高い技術力を持ち、性能の良いものを安く作っている。国内IT産業は、選択と集中といいながら、今まで、実際は十分に行動に踏み切れていないことをたくさん抱えてきた。そのつけが、臨界点に達したのである。

選択と集中と言いながらもなかなか実際は行動に踏み切れないできたことが、ここでも日本の財政と同じで先送りが傷を大きくしてしまった。今、どの企業も背水の陣の覚悟で、今度こそ最も得意とすることを選択し、そこに開発資源を集中しようとしている。これからは利益の上がないものから次々と撤退していくであろう。

米国では以前より選択と集中はすでに当たり前である。コンピュータの心臓部はCPUである。インテルはCPUに特化して世界を制覇した。インテルはコンピュータを作れるのに作らないし、ソフトウェアも作らないのである。理由はそこでは十分な利益があげられないからである。また、マイクロソフトはOSに特化して制覇した。彼らはワークステーションも作らなければ、ハードディスクも作らない。利益をあげられるのはそれをもっとも得意とする企業である。

2.3 首位のみが勝ち残る経済の現状

IT産業の代表であるパソコン業界を例に現状分析をする。全世界のパソコンの利益以上に利益を出しているパソコン企業が一社ある。部分の出す利益が全体の利益より大きい。すなわち、他の企業はパソコンで利益を出せなくなっているのである。

パソコン市場ではデルコンピュータだけが利益を出しそれ以外は利益を出せない。他のパソコンメーカーも技術力はあるが、国際競争はそれ以上に激しいからである。パソコンのユーザサポートにおいて3年連続No.1（日経パソコン調査）を誇っていた日本ゲートウェイでさえも、2001年8月28日⁽⁶⁾に米国ゲートウェイ本社がアジアから撤退を決定した。ビジネスは政治の世界のようにもたもたしていない。日本ゲートウェイは8月29日に即日閉鎖され6年の幕を閉じた。もう、ゲートウェイグッズキャラクタのかわいい牛ミルクシェイクカウに日本で会うことはできない。それほどまでに、ビジネス競争は激化している。

しかしデルコンピュータも安泰ではいられない。2001年9月3日にはパソコン業界全米3位のHPが2位のコンパックを吸収することを決定した⁽⁷⁾。両社はパソコン業界2位、3位であるにもかかわらずパソコンで利益を出せない。コンパックの買収はパソコン業界で1位になるためである。生き残るためである。

かつて、誰かが車を作れば次々と同業者が市場に参入し同じようなものを作った。どこかがコンピュータを作れば、他社も追従する。そこに独自性は少なくても、かつては、ほどほどの利益をあげることができた。これからは、もしそれが誰でもできることであるなら、利益を出すことは極めて難しくなる。ほどほど成功するという時代は終わりを告げようとしている。

2.4 日米情報格差の分析

国際競争の激化と日本の構造不況が重なり、日本経済は大変な時期にいる。10年前不況にあえいでいた米国が民間活力の強化とIT投資によりニューエコ

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

ノミーを築いてきたのに対し、日本はバブルの絶頂期からの景気後退局面で国債発行を続け、それを公共事業に投資を振り向けてきた。今の日本経済にとって、失われた10年のつけはあまりに大きい。1992年にクリントンと政策チームメンバーは数多くのコンピュータをホワイトハウスに持ち込み、その後の政策決定に活用した。その8年後の日本では2000年森内閣で総理大臣がIT革命を唱える。この光景は失われた10年を象徴している。

米国クリントン政権が推進した情報スーパーハイウェイ構想^⑧はNII(National Information Infrastructure)とも呼ばれ米国クリントン政権がすすめた情報通信政策である。2015年を目標に高度情報通信網を全米に整備し、教育、行政、企業、家庭のネットワーク化をすることを目標にした。それは今のブッシュ政権にも引き継がれている。

特に注目すべきは(1)適切な税制と規制緩和を行い民間競争による民間投資を促進したこと、(2)全国民への情報資源のアクセスの保証を目指してきたこと、(3)教育を特に重視しGoal 2000(Educate America Act)計画に沿って2000年までに全米の学校をインターネットにつないだことである。

2.5 情報設備の環境

情報投資の面では、今、日本の情報環境整備は急速に進められている。日本の各地で光ファイバーの埋設が進められている。日本は2010年予定の加入者系光ファイバー100%達成を2005年に繰り上げて世界に追いつこうとしている。

そして、諸外国での発展も著しく、シンガポールのインターネット普及率は日本を7%も上回る44.6%に達し、韓国のブロードバンドは2000年末ですでに140万回線を超えIT先進国の仲間入りしている。これらの国の情報化は今や設備投資中心ではなくすでにサービス中心に移行している^⑨。また、インド、中

国の情報化のスピードも飛躍的である。すでに世界はサービス中心の脱工業社会に移行しつつある。情報社会は新しい時代の始まりである。

3. 情報社会の人材育成

3.1 グローバルな感覚の育成

ビジネスの世界での国際化は著しいものがあるが、いまだに精神的には閉鎖的でドメスティックな面はどうしても残る。その精神的な感覚は現実の社会にもさまざまな影を落とす。2001年9月29日、国産ロケットのH2Aの打ち上げに成功した。ここには高い科学技術力がある。2台のコンピュータの内、1台は故障していたが、もう1台が正常に動いたおかげである。しかし、この計画はとても苦労している。

なぜ日本のロケット開発は手間取っているのか。なぜアメリカのスペースシャトルは日本のロケットよりはるかに難しいのに上がるのか。これは単に技術力の問題だけではない。アメリカは、スペースシャトルの開発に世界中の最先端の技術を結集している。良いものなら世界のどこからでも調達する。実際にスペースシャトルには数多く日本の科学技術者が関わっている。大田区の工場の職人はスペースシャトルのために職人芸でしか作れない部品を作っている。世界中の最先端の技術を結集するからこそスペースシャトルは無事上がるのである。

もし、アメリカが国産技術にこだわっていたら 今のような成功はないだろう。しかし、日本の国産技術へのこだわりは、いまだに強い。近い将来、鎖国でもするつもりならその趣旨は理解できるが、そんなはずはない。これからの人材育成においては、目的のために世界の英知を結集することに代表されるような、グローバルな感覚の育成が求められている。これからは、個別の技術ではなく、それらを一つの目的のために統合するインテグレーション力が必要なのである。

3.2 目的達成のための手段

ロケットでの例でも示したように、まず目的があって、その実現のために世界からあらゆる手段を結集することが大切である。最初に手段があるのではない。なぜ先に手段を決めなければいけないのか。このようなプロセスを決めているのも人間である。

他の企業もITを導入しているから我が社も使ってみようか、とか、市役所にコンピュータがあるから使ってみようかなどの発想。学校にLANが入ってインターネットが使えるようになったから利用してみようかという出発点は目的がなく手段が先になっている。

ビジネス、教育、行政などのあらゆる面で双方向のコミュニケーションを充実させることを考えてみよう。そこでITの力を借りることがその目的達成のための有効な手段になることが分かる。目的が初めにあって、その目的達成のためにいろいろな手段を比べて最善の手段を使う。ビジネスにおける目的とは顧客が何を必要としているかということである。そして、目的が明確である時、手段としてはいつもITを使うことが最善とは限らない。ITは有力な選択肢の一つであるだけである。

3.3 ビジネス感覚を持つ人材と文系の役割

日本は技術立国であり高い科学技術を持っている。確かに科学技術は今後とも重要であることには変わりはない。しかし、キーワードは時代とともに変わる。いつまでも同じではない。日本の科学技術は米国のIT革命にも大きく寄与している。コンピュータ、インターネットの基盤ネットワーク、高帯域の光ファイバー網の多くを提供している。そして米国は高い成長を遂げたのに、なぜ日本は違うのか。マクドナルドのハンバーガーは世界を制覇しているのに、日本系のハンバーガーショップはなぜ違うのか。

情報社会は、科学技術をささえる理系という片足と、多くのサービス業に関わっている文系という片足があってこそ、その両足で成長を実現できる。そして情報技術の利用者とは消費者だけでなく、顧客へのサービス提供者すべてを含んでいる。

理系と文系という分け方は若干抵抗がある。なぜかという、本来、人はどちらの側面も持ち合わせている必要があるからだ。しかし現実を見ると、今、ITを活用し利用すべき大多数の人間は科学者でも技術者でもない。ビジネスにおいて人とコミュニケーションするという重要な役目を担っている多くの文系の人たちにこそ ITが必要なのである。それなのに、多くの文系の人たちは IT革命に取り残されており、今必死に追いついていこうとしている。

これからは、文系は顧客サービス向上などの目的のために理系の知識と技術力を利用し、理系は文系から顧客サービスの課題を学ぶ。ビジネスの成功のためには相互の協調関係が必要である。顧客サービスを創造するには、サービス業の多くを担っている文系の人々のビジネス感覚を欠かすことができない。顧客に直接接している人こそ、顧客に何が必要なのかを知っている。現代の顧客は歩みの遅いサービス改善を我慢して待っていない。顧客はサービスが悪ければさっさと他に乗り換えてしまい、いとも簡単にビジネスチャンスを失ってしまう。逆に、優れた顧客サービスがあれば一挙にビジネスを成功に導くこともできる。

4. グローバル化するビジネス環境における個性

4.1 個性が必須となる情報社会

IT社会は激動の競争社会である。今まで平和に暮らしてきた地域の商店、地場産業、それらすべてが世界相手の競争に次々と巻き込まれていく。残れる企業はその分野で一社だけかもしれない。残りの全ては淘汰される。自分が淘汰される確率はほぼ100%である。このままではほとんど全部、だれも残れない。

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

バトル・ロワイヤルという北野タケシ主演の怖い映画がある。最後の一人しか生き残れない。IT革命による国際競争の激化でそれを連想する。しかし、世界全体でほんの一部だけが勝ち残り、ほとんどが敗者となってしまう社会が成り立つはずはない。一部の人働き、多くの失業者のいる社会が豊かなはずはない。情報社会はそういう社会ではない。

グローバル化するビジネス環境での冷酷な競争と淘汰という考えの間違いは生物学に学ぶことができる。野生動物の社会は強いものだけが生き残る弱肉強食の世界と思っている人が多い。でもそれだけなら、こんなにも多様な生物が地球上にあふれているわけがない。実際は共存共栄の社会なのである。どうやって生物はそれを成し遂げているのであろうか。それは、個性である。あるものは空を飛び、あるものは木で暮らす。生態系に暮らす生物の多様性が共存共栄を成り立たせている。さらに、同じ種でもすべてに個性がある。同じ人間でも寒さに強い人間もいれば、寒さに弱い人間もいる。力持ちもいれば、手の器用な人もいる。この個性こそ情報社会の鍵である。

4.2 情報社会では個性がビジネスの基本になる

没個性はなんのリスクもなくほどほどの利益を生み出す。しかし、これからは個性のないビジネスはつぶれる。同じ仕事をしている企業はそのうち1つしか生き残れないが、他とは違うこと創造すれば、共存共栄できる。たとえ同じような業種でも自分が得意とすることに着目して工夫する。知恵を出せば個性が出る。同一業種でも個性を出せば対象とする消費者やマーケットが違ってくる。まねではなく、個性のある工夫と知恵を出すことがビジネス上の価値を生む。

多種多様なビジネスの創造により、社会全体が多様で豊富な労働力で溢れる。そして、今まで物の豊富さだけでは実現できなかった本当の生活の豊かさが情報社会で実現する。

4.3 ビジネスにおける個性と協調性

本来、人間はみんな違う個性をもっている。一方で社会では人間はみんなが力をあわせ共同作業をするための協調性が求められている。個性と協調性は相互にバランスをとっている。しかし、産業革命は没個性で同じ作業をする人を必要とした。個性の価値はしだいに否定され、協調性が強く要求された。そして同じ発想が、あるときはホワイトカラーにも要求された。個性的な人はそれを表面に出せば、いつも少数派になった。そして、しだいに個性を出さなくなった。

しかし、これからは個性をもっている人材を抱えている企業ほどは強くなる。情報と知識の共有化が進む中で、みんなと同じ考えです、という没個性の人材は不要になってしまう。多数の個性により多くの提案があり、建設的な議論ができる会社が残る。情報技術は情報の共有化と効率化を徹底的に進めるからである。もちろん、共同作業のためには協調性も大切である。それもみんなが知恵を出した上での共同作業であるべきである。協調性のためにも建設的な議論が欠かせない。そのために必要なのが、現在、企業が社員の必要な資質として第1位にあげているコミュニケーション能力である。

個性がない人同士ではコミュニケーションしても意味がない。みんなと同じ知識や意見しかない人やいつまでも同じ知識しか持っていない人は会社における存在価値を失っていく。豊富な個性を持ちその意見を表現するコミュニケーション力を持っていること。進んで発言でき、人の意見もしっかり聞ける人材。これらは人間性だけの問題ではなく、今後のビジネスにおいて必須とされる人材である。

情報社会が本来求めている人材とは、従来と比べて、はるかに人間本来の姿なのである。情報社会は、その運用次第では、従来社会より暖かい人間的な社会になれる可能性を持っている。しかたなく情報社会についていくのではなく、情報社会の進展に憧れ、そして情報社会の推進者になった学生は、情報社

会と聞いた時にコンピュータを思い浮かべるのではなく、それを使っている人間を思い浮かべられるようになる。

5. 国際ビジネスのための情報教育論

5.1 コンピュータではできないことを、コンピュータを使ってできる人材

コンピュータはいわゆる頭脳機械である。コンピュータは多くの作業をこなす。でも、コンピュータがすることは単純作業である。同じ知識を使って同じことを繰り返すだけである。コンピュータは電気さえ供給すれば文句も言わずいくらでも同じことを繰り返す。しかし、コンピュータには人間ほどの柔軟性もなければ創造力もない。

これからの時代はコンピュータにできる仕事をしてはいけない。人間にしかできないことは山のようにたくさんある。国際社会に目を向けて、コンピュータにはできないことを、コンピュータを使ってできる人材を育成する。これが情報教育の出発点である。

5.2 ビジネスを見据えた情報教育

情報ネットワークのエンドポイントとしての情報端末はコンピュータだけではない。日本では携帯電話の普及は7月末で6418万台となり国民の半分を超えた。すでに多くの国民が情報化社会に参加しているといえる。携帯電話とコンピュータとなりが違うのか。携帯電話は情報の処理や蓄積能力が低い、それでも小型のコンピュータである。しかし、本当の問題は機能にあるわけではない。

携帯電話かパソコンかの違いではない。携帯とコンピュータの差は技術の進歩で近いうちに解決される。問題なのは携帯の機能で十分とってしまうことである。多くの携帯電話の利用者は提供されるサービスを利用するだけである。サービスに遊ばれているだけでは何も生み出せないのである。問題はそこに

ずっと留まっていることだ。例えば、多くの子供たちが同じようなテレビゲームをいつまでもやっている。そして少数の開発者が作ったストーリーで何百万人もの人が遊ぶ。別に悪いことではないが、その何処に創造性があるのだろうか。

ビジネスを見据えると、サービス提供者としての意識が出てくる。そして創造性が目覚めてくる。ビジネスを見据えて情報社会を見直すと、自分に必要な情報能力が見えてくる。インターネットがどれほど便利かを経験して、その恩恵を十二分に味わった学生は、次にはビジネスであれ、ボランティアであれ、サービス提供者として何ができるかを考える時期に来ている。問題は道具ではない、どう使うかなのである。ビジネスを見据えてこの視点に気づけば、自分に必要な情報能力とは何かが、おのずと見えてくる。

5.3 CRM(Customer Relationship Management)にむけた情報教育

7月21日放送の NHK21世紀ビジネス塾 の中での富士通のビデオで、引越しの時の各種手続きや、歯医者予約の例を出して『国民全体がITの恩恵を受けられるようなシステムを築くこと。これが今メーカーに求められる役割であり、そこにビジネスチャンスがあると秋草社長は考えています』と報道している。

メーカーとしては顧客の立場に立ったCRM(Customer Relationship Management)の姿勢である。でも使う側としてはそれだけでいいのだろうか。メーカーがこんなシステムが便利ですと持ってきて説明する。それがどんなに効率的であり、今のビジネスの利益をどれほどあげるかをプレゼンテーションする。それを利用者が便利ですねと、理解して使い始める。メーカーは多くのノウハウを持っている。もし、それが最高のシステムだったら、なにも考えないで受け入れてもいいのだろうか。

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

ビジネスとして考えるとき、使う側はメーカーだけに任せてはいけないのである。一緒に考えなければいけない。欲しい機能を提案しなければいけない。なぜだろう。そのシステムをサービスに使うことで、ビジネスに本当に勝てるのだろうかと考えれば、答えは明白である。いくら最高のシステムでもそのシステムは他の多くの同業他社も買う。ちょっとした付加価値程度ならいいのだが、それを武器にビジネスで勝負をしようとするのなら、同じシステムで同じサービスをする他の競争相手に勝てるのか。知恵を出さないビジネス、個性のないビジネスで勝利する確率は限りなく0%である。

CRMとは顧客の立場に立って顧客との関係を強化し、サービスを向上させることである。そしてビジネスを成功に導く。メーカーも自分の立場としてはITを導入する顧客に対してCRMを推進している。でも本当にCRMを推進しなければならないのは、ITを売る人ではなくてITを活用してサービスを提供する側である。メーカーではなく、引越し業者自身が彼らの顧客の立場に立ってどんなシステムが欲しいのかを考えるべきである。歯医者患者は患者の立場に立ってどんな予約システムが必要かを考えるべきである。メーカーまかせではいいものはできない。引越し業者や歯医者顧客により良いサービスをするには何が必要なかを一番知っている。サービスを提供しているのは彼ら自身だからである。その上でメーカーに必要な機能を要求して作ってもらう。メーカーを動かすのはサービスを提供する側である。

これからは、CRMをベースとしての情報教育が必要である。すなわち自分たちの顧客を主体にして顧客の視点で何をしたらいいか考えること、顧客とともに考えること、そして、そのために情報技術を活用できることである。

6. おわりに

人類史上経験したことのない地球規模の情報ネットワークシステムは人類の知的データベースとしてのサイバースペースを作り上げた。そして、今もサイバースペースには人類の英知が蓄積され続けている。情報社会は、人間の本質的な社会的欲求であるメディアへの情報発信を可能にし、各個人が社会の中で自分を確認し見つけ出すための手段を与えた。情報社会で活躍する人々は必然的に画一的なものではなく個性の集まりである。個性の集まりが国を超え利益を超えて、それぞれの分野での共通の目的のために交流し、コミュニケーションする。

情報社会は、今まで閉じ込めていた個性に気づく時代である。全く同じ個性の人などいるはずがないのである。今まで個性を閉じ込めていただけなのだ。今までの社会がそれを強いていたのかもしれない。しかし、社会のせいだけにしてはいけない。その立場に甘んじてきた自分たちを恥じなければならぬ。そして、自分の個性を再発見する。

しかし、個性を出すのは今でも大変である。いまだに多くの人たちは古い時代の人間たちだからである。でも自分の周りの人たちが変わったら、『私もそう思っていた』と言って個性を出すのでは何も変わらないだろう。

時代が変わるとき、みんなが変わってから変わるのではなく先駆者となる勇気をもつ人材。そういう未来の人材の育成こそ情報教育の目的であり課題でもある。未来の人材は決して遠い未来ではない。30年後の未来はドッグイヤーの時代ではわずか4年後である。

【参考資料及び参考URL】(番号は脚注)

(1)朝日新聞朝刊 2001年5月30日

(2)日本経済新聞社 2001年6月21日

<http://www3.nikkei.co.jp/kensaku/kekka.cfm?id=2001062102885>

グローバル化するビジネス環境におけるIT教育論

(3)富士通 2000 年度決算

<http://pr.fujitsu.com/jp/ir/finance/2000/0426-1.html>

(4)日本経済新聞社 8 月 28 日

<http://www.nikkei.co.jp/sp2/nt20/20010831eimi182z31.html>

(5)21 世紀ビジネス塾 <http://www.nhk.or.jp/business21/>

(6)日本経済新聞社 8 月 29 日

<http://www3.nikkei.co.jp/kensaku/kekka.cfm?id=2001082901791>

(7)朝日新聞夕刊 9 月 4 日

(8)日経デジタル大事典 2000-2001 年版、日経 BP

(9)総務省、平成 13 年度情報通信白書、ぎょうせい出版