

「モバイル・マルチメディア」の社会的影響に関する研究*

奥野卓司**

1 研究の趣旨と調査方法

●研究の趣旨

近年、日本でも、モバイル・マルチメディア（携帯して移動できる情報機器）の利用が本格化してきた。ポケットベルに始まり、携帯電話やカーナビゲーション・システムの普及、さらにPHSなどの簡易携帯電話、ザウルスなどのPDA（パーソナル・デジタル・アシスタント）やパームトップ・パソコンなどの携帯情報端末も人々の間に広がりは始めている。

本来、メディアは、時間と空間を超越する。ここから、マルチメディアによる在宅勤務やホームショッピングの可能性が議論されてきた。米国の社会学者、アルビン・トフラーをはじめとする、この種の情報社会の予測¹⁾は、電子メディアが進歩すれば、人々は徐々に移動しなくなり、より定住型の社会になるという。そして、その究極がバーチャルリアリティのなかでおくる社会生活であろう。

だが、現実を見てみると、少なくとも日本での事態はどうやら、欧米の社会学者らの推測とは違った方向に変容しているようだ。女子高校生のポケベルに始まった移動型マルチメディアの普及は、一時的な流行にとどまらず、日本社会の各階層における様々な携帯情報機器使用の定着へつながる様相をみせている。これらの携帯情報機器をもって街にでる人々は、情報によって、かつてよりもより頻繁に移動するようになったといえよう。

この研究では、携帯電話やカーナビ、携帯情報

端末などのモバイル・マルチメディア機器によって、人間の生活や社会、仕事や移動の様相がいかに影響されつつあるのか、その今日の実態を調査する。このため、各機器を使用する各階層の先行的なユーザーに、それらの機器をどのように使っているか、それによって自分たちの生活がどのように変わったか、また使用して問題になった点は何かなどについてインタビューした。

この調査結果から、モバイル・マルチメディアが、近未来の「社会」に人口の分散をもたらすのか、都市集中を加速するのか、「生活」に在宅勤務を促進するのか、ネットワーク家族を形成するのか、「個人」に移動をより活発にさせるのか、自宅にいながらにして用事をすますようにさせるのかななどの諸課題を解読していく。また以上の解読にもとづいて、これらのモバイル・マルチメディアが、将来どのような新しい情報産業を成立させる可能性があるかもあわせて検討してみたい。

●調査の方法

モバイル・マルチメディアのうち、すでにある程度定着している携帯電話とPHSについては、1978年10月から1979年3月の間に、現段階の主なユーザー階層と思われる、学生、20代独身社会人、20代～50代主婦の三属性について、それぞれにグループインタビューを実施した。彼らの利用実態や必要条件を語ってもらうことで、携帯電話やPHSが各階層の社会生活に果たす役割や、その社会心理学的意味を探ることをねらった。三グループのインタビューのうち、大学生については、筆者が調査当時所属していた甲南大学の学生の中から有意選択し、20代独身社会人、20代～50

*キーワード：マルチメディア、携帯情報機器、第三の空間

**関西学院大学社会学部教授

代主婦については、首都圏在住のヘビーユーザーを対象とした。

一方、PDA、ノートパソコンなどの携帯情報機器やカーナビでは、各人の使い方や情報環境、使用機能が異なり、またいくつかのメディアが複合的に利用されていたため、1997年1月から3月までの間に、それぞれのヘビーユーザー8名に対して個人的にインタビューを実施し、利用実態の把握とともに、それによる生活の変化などを定性的に調査した。

なお、本稿では、紙数の関係で、とりあえず(1)大学生のグループ・インタビューと(2)主婦のグループ・インタビューの一部のみを掲載したが、分析と総括は、調査全体から行った。(調査の全記録は、(財)ハイライフ研究所から、本研究の調査報告書²⁾として、刊行されている。)

また、グループインタビュー、パーソナルインタビューともに、各人のプライバシーを保護するため、大学生に関してはアルファベットによる匿名、その他に関してはすべて仮名とし、調査意図をそこなわない範囲で、インフォーマントの周辺状況を筆者の責任で改変している。

なお、本調査の実施に当たっては、財団法人ハイライフ研究所の平成8年度個人研究助成を受けたことを記し感謝したい。

2 調査結果 (抜粋)

携帯電話・PHSについてのグループインタビュー発言録 (抜粋)

1/大学生グループ

(1) インフォーマントのプロフィール

A 甲南大学文学部社会学科2年生、男子。放送部所属。出身は名古屋で、現在は下宿で単身暮らし。将来の職業として関心があるのはコミュニティFMやケーブルテレビの制作者。

B 理学部応用化学科3年生、男子。放送部元部長。出身は西宮市で、現在家族と同居。趣味はサイクリングで、Aと一緒に名古屋まで行ったこともある。将来の就職希望は、コンピュータ関連産業。

C 法学部法学科3年生、女子。甲南大学法学会で経理を担当。出身は宝塚だが、現在大阪に移住

して家族と同居。5人家族で3人姉妹の真ん中。妹が留学中で、現在米国からの交換留学生を預かっている。将来の就職希望は、大学職員。

D 法学部経営法学科2年生、女子。両親、妹の4人暮らし。高校までは堺に住んでいたが、現在は、尼崎市在住。趣味は絵画鑑賞で、近くの美術館でアルバイトしている。

E 法学部法学科3年生、男子。法学会で評議委員長をつとめる。両親と3人暮らし。自宅は飲食店を経営。大阪府藤井寺市在住。将来の就職希望は公務員だが、一般企業の就職活動もする予定。

F 法学部経営法学科3年生、男子。実家は京都だが、現在は通学のため、宝塚市に祖父母と同居。国際関係に関心があり、その分野の講義を積極的にとるようにしている。就職先は絞られていない。

G 法学部法学科3年生、男子。母と2人暮らし。吹田市在住。趣味はシンセサイザー演奏や、音楽を聴くこと。就職希望は公務員だが、実情は厳しい。

(2) 携帯電話の使用状況

C 自宅の電話は、姉と取り合いになっている。それに、親が、夜の11時以降に電話をかけたり、かかったりするのをひどく嫌うので、これまでは10時を過ぎるとやめることが多かった。だから、自分だけの通話手段があるのはありがたい。

G 電話がダイヤル式で、自宅から友達にポケットベルを入れられないので、その場合、携帯からかけていた。自宅の電話を母が使っているときは、携帯ではなく、わざわざ公衆電話から電話した。携帯だと料金が高いため、おちおち長電話できないから。

E 話す相手は、地元の友達が多い。長電話する時は、携帯を持っている相手には、携帯でかけてみて、外にいるときはそのまま手短かに話す。自宅にいるときは、PHSでかけなおす場合が多い。

A 携帯にかかってくる電話は、仕事の用件が中心。バイトが多くてほとんど自宅にいないので、携帯電話があつて重宝している。携帯の利点は、実家に帰ったときなど、いちいち相手を詮索されなくてすむ点で、プライバシーが守られることだ。

B 携帯を思いだした理由は、大学祭で商品購入の担当になり、会社との連絡用に使いたかったこと。ほとんど家にいないので、連絡先として携帯が必要だった。

(3) 携帯電話による生活の変化

F 携帯をもつようになったら、あまり用事がなくてもかかってくるようになった。

A 今携帯がなくなったら、かなり困る。というより、今やなくてはならないものになっている。仕事で相手がいつかけてくるか分からないし、相手もどこにいるか分からないので、非常に重宝している。誘われる回数はたしかに増えた。それはベル(ポケベル)のときより多い。

C 私も連絡がとれなくていららすることはなくなった。それは自分にとって良かったし、深夜でもかけたい時間かけられるのは便利。自宅だと相手の家族にも気をつかうが、すぐ本人につながるのは、とても気楽。

D アルバイトの急な変更のときなど、すぐ連絡がつくのは便利。携帯があるから、アルバイトに採用されたと思う。

E すぐつかまってしまうので、ある意味で、自由がなくなったかな、とも思う。それは自分で覚悟したことだから仕方ないが……。友達とのコミュニケーションはとても円滑になった。今は逆に、持っていないとつらい。仲間うちで持ち出すと、どんどん波及していく。

G 近所の友達が夜中にかけてきて、よくファミリーレストランに呼び出されるようになった。それに、昨年、クルマを買ったので、電車のなくなった後のお迎えやドライブなどで、よく呼び出されるようになった。

E 親から拘束されているという不自由感は多少ある。でもあまりごちゃごちゃ言われると、切ってしまう。

(4) 今後の携帯電話の利用

A 僕には、今後も携帯は絶対必要。外に出ているとき、ベルだったら、連絡を返す手段が見つかりにくい場合があるので。

B 必要ではないと思うが、持ってしまったて便利さを実感してしまったので、持たないよりは持っているほうが便利。

D 今は長話しないで、本当に必要な用件のみだ

から、学生の間は、今後も持ち続けたい。でも、父親を見ていると、社会人になると持ちたくない気もする。

E 本当は必要ないのかもしれないが、一度持ってしまうと、周囲の人間もそう判断するので、持っていないと何かと不便。就職した後も、便利さを実感しているので、たぶん使うと思う。

E モバイル通信には関心がある。ノートパソコンを買うお金があったら、ぜひやりたい。今はデスクトップが限界なので。

A 「おやすみ」とかは電話でかかってくるより、ポケベルの方がいい。それにポケベルの場合、限られた字数でどうやって表現して伝えようかと、いろいろ考える。その努力を相手もしてくれていると思うとうれしいし、内容も暗号的でおもしろかったりする。

2/主婦グループインタビュー

(1) インフォーマントのプロフィール

01/高山 陽子(34歳)

東京都町田市のマンションに住む。夫、子供2人(小2、保育園年小)の4人家族。夫の両親が同じマンションの別の階に住む。在宅でパソコン入力の仕事の他、化粧品販売の仕事もしている。

02/河辺 順子(37歳)

新宿区のマンションに住む。夫、子供2人(小2、4歳)の4人家族。ガソリンスタンドで事務のアルバイトの他、夫の店(ゴルフショップ)を手伝う。

03/柴田 信江(38歳)

新宿区のマンションに住む。夫、子供1人(小2)の3人家族。固定的な仕事はしていないが、夫が政治家なので、後援会の裏方などの仕事を手伝っているほか、小学校の役員をしている。

04/東山 隆子(49歳)

太田区の一戸建てに住む。離婚後、社会人の息子と2人暮らし。仕事は事務関係のパート。

05/小川 美也子(51歳)

品川区の一戸建てに住む。4人家族だが、次男は結婚して独立し、孫がいる。現在は、夫、長男の3人暮らし。隣に夫の両親が住む。パートで事務の受付の仕事をしている。

06/大森 由美(28歳)

埼玉県本庄市の賃貸マンションに住む。夫、子供1人(2歳)の3人家族。離婚後すぐに再婚。近くの実家が所有するマンションに住んでいるため、ほとんど毎日実家と行き来している。仕事は、在宅のパソコン入力のほか、週に数日、子供を実家に預けてカラオケボックスの受付をしている。

07/宮本 登喜子(28歳)

江戸川区のマンションに住む。最近結婚したばかりで、夫と2人暮らし。フリーでイベント関係の受付やコンパニオンなどの仕事をしているが、仕事上、既婚であることも年齢も偽っている。夫が長男のため、近い将来、夫の実家の新潟に戻り家業を継ぐ予定。

(2) 携帯電話の使用状況

—携帯、PHSを実際にどのように利用しているか、話して下さい。

宮本 2年程前に買った頃にはよく電波のはいったアナログ式の方で、主に仕事用の受け専門に使っています。近くに公衆電話がそばにあればそちらを利用する。受ける電話の内容は、事務所から派遣の日程の連絡などがほとんど。個人的には出張先やホテルから夫の携帯にかけたりする。夫は昼間営業で外にいることが多く、お互いの携帯電話に連絡をすることが多い。

高山 PHSだが、1年前くらいに加入料のみで本体は無料というふうになったので、それにひかれて。主に化粧品の仕事相手にかけるのに利用している。受けることはあまりない。出先で公衆電話がそばにあればかけるけれど、急いでいる時や公衆電話が空いていないときなどはPHSの方を使う。それでお客をのがさなくなったし、仕事には便利。

大森 1年前に当たった機種が都市型携帯電話だったけれど、少しお金を足してアナログに取り替えて、夫に持たせておいた。しばらくしてから、1.5Gが使えるようになり、アナログよりも安いということで、半年くらい前から自分も持つようになった。私は仕事で使うことはなくプライベートのみ。友達と連絡とりあったり、やはり携帯を持っている夫と連絡を取りあって、帰りの早い方が子どもを実家に迎えに行くようにしている。仕事をしていなくても家をあけることが多く、携帯があると便利。

河辺 PHSを持っている。持ち始めて1年くらい。私はとくには欲しくなかったけれど、夫の勧めで持つようになった。夫によれば、PHSならば基本料金が安いし、今の時代には必要だということで。使い方はプライベートがほとんど。かけるのと受けるのと半々くらい。かかってくる相手は友人、夫、子供など。子供はまだ小さいけれど、番号とかけ方を覚えさせた。かけるのは友達が多く、夜の飲み会の誘いと。職場にかかってくるのも最初の頃はイヤだったけれど、最近では自分のPHSを使って子どもや友人と連絡を取っている。いつでも留守録だけ切らないようにしている。誰からもかかってこない淋しいものがある。

小川 私、機種とかは分からず、ただ持っているだけ。携帯を買おうと思った理由は、夫と自分双方に、80歳過ぎの年寄りを抱えているので、その連絡の必要に迫られて。少し前に母が倒れて危ない状態になった時に、たまたま私が飲んでいて、夜遅く帰って初めて留守電で知り、あわてたことがあった。それで、さっそく買うことにした。それから、仕事で男性と知り合った場合の連絡で、会社を通すと不都合な時もあったので、それも必要を感じていた。だから以前は会社の電話番号を教えていたけれど、最近ではもっぱら携帯だけ。

東山 携帯電話を2年程前に購入。連絡するのに公衆電話がふさがっていたりする場合が多いので、なんとなく持つことになった。息子も携帯電話を利用しているので、お互いの連絡は携帯ですることが多い。ふだん家にいないことが多く、留守番電話になっているので、携帯をもつようになって、最近、家の電話をはずしてしまった。

柴田 私も、携帯を1年ほど使用している。クルマの中で話しをしなくてはならないこともあって、PHSよりも携帯の方がよいと言われて決めた。家にいることが少ないので、主に事務所との連絡に使っているの。

—生活の中で、前と比べて、携帯電話を持って良かったというエピソードがあれば?

大森 前は仕事で、パソコン通信で原稿送信中に電話が入ると、最初から送信しなおさなければならなかったことがあった。最近では夫の友人は夫の携帯に、私の友人からは私の携帯にかかってくるよう

になって、家の電話はほぼ不要の状態。

宮本 最近の仕事では絶対に必要になっている。緊急の時にでも公衆電話を探す必要がないのは助かる。それに仕事関係の人は結婚していることを知らないし、家の方の番号も知らないので、携帯電話にかけてくる。困るのは家から携帯電話で話し中に家の電話が鳴ってしまう時。そういう場合は「友達の家にいる」とかかって何とかごまかしている。

小川 携帯にかかった時にどこに居るか聞かれることが多いけれど、飲んでいる場合など、ちょっとまずい場所は適当にごまかせる。

河辺 子どもを保育園に預けているが、タテマエとしては働く母親のための施設なので、公然と遊んでいるとまずい。たまに仕事を休んで他の場所にいる時に保育園から緊急な用事でかかるので、それを避けるためにPHSの番号にかかるとしている。

——自宅に一本の電話だけしかない、いやでも夫と妻のお互いの交友関係がわかってしまいます。そういう意味では、自分専用の携帯電話を持っていることについて、どう思っていますか。

小川 女友達同士の話は家族に聞かれたくない話が多いので、その点は携帯で話すと便利だと思う。子どもも親に聞かれたくない話があるだろうし、普段は開け放してあるドアも電話中は閉めてしまう。別に悪いことをしているわけではないけれど、個人のプライバシーの尊重ということだと思う。

河辺 ときどき自宅の電話に男友達からかかって来てドキドキするようなこともあるので、夫に聞かれたくない時は返事だけしていたりする。いきなり別の部屋に行ってしまうのもかえって変だから……。

3 分析と総括

この研究では、その調査の一部を前述したように、携帯電話、PHSのユーザー、およびPDAやノートパソコン、カーナビなどの携帯情報機器ユーザーに対して、グループインタビューあるいは個別インタビューを行った。それらの結果を分析すると、現在及び近未来のモバイル・コミュニ

ケーションがもたらす家庭や社会の変容の方向について、以下の4つの点が浮かび上がってきた。

- 1 移動性と個メディア性の相克
- 2 第三の空間としての「新社会」の形成
- 3 新機能主義の誕生
- 4 移動とメディアの融合

以下に、それぞれの項目について詳述する。

1 移動性と個メディア性の相克

主婦、社会人、大学生へのグループインタビューや、ビジネスマン、有職主婦への個別インタビューなどの調査結果から、携帯電話やPHS(以下、便宜上PHSも含めて「携帯電話」と総称する)に関しては、移動型マルチメディアの二つの特徴、すなわち移動性と個メディア性³⁾という特徴の相克という側面が浮き彫りになった。

電器メーカーや電話会社などの開発側では、当然のことながら、携帯電話の一次機能として、家庭や会社など、それぞれが本来所属している場から外に出て、移動中にどこでも受発信ができる点に重点を置いている。だが、使う側は世代ごとに使い方の差はあるにしても、いずれも個人専用のメディア、すなわち自分だけの“個メディア”³⁾であることを重視している。

一人暮らしの学生や独身社会人の場合には、もっぱら携帯電話だけで用をすませ、自室の電話をほとんど利用しないというように、今回の調査に限らず、個メディア的利用はすでに特異な現象ではなくなっている。しかし今回の調査では、その傾向が単身者層だけにとどまらず、家庭人にもしだいに波及している萌芽が観察される。

たとえば、社会人の子どもと二人暮らしで、お互いほとんど家にいないという理由から、自宅の電話を解約し、それぞれが携帯電話を個メディアとして利用している40代後半有職主婦の例はその典型と言える。また、別の20代有職主婦のように、夫婦それぞれが携帯電話を持ち、互いの友人同士の通常の用件はほとんどすべて携帯電話ですませ、自宅の電話回線はパソコン通信とファックス専用に使っている例もあった。

また、現在独身の社会人についても、調査した全員が、結婚した後に夫婦それぞれが自分専用の携帯電話をもつことを前提としており、今後家庭

に電話回線をひかず、個メディアとしての携帯電話をすべての家族メンバーそれぞれが所持する家庭が増えてくることが予測される。

個メディアの意味は、個人にとってその人の専有のメディアであることに他ならない。実際、携帯電話のユーザーのほとんどは、その最大の利点として、家庭や会社という場においても、家族や同僚を経由せず、直接、本人につながる点を評価している。

この点は、家族と同居する学生や社会人の場合にもっとも顕著にあらわれる。彼らにとって、家族が共用する電話にかけて、取次を頼まなければならないほどわずらわしいことはない。異性の友人や恋人が相手であれば、なおさらだ。その点で、時間を選ばずいつでもかけられる携帯電話が好まれていることは容易に想像できる。

だが、状況はさらに深化している。家族それぞれが自分の携帯電話やポケベルなどの通信ツールを持ち、互いに連絡をとりあっているケースもいくつも見られるが、逆に家族から隔絶された個としてふるまいたいという欲求を充足させる手段として使われているケースも少なくなかった。

結婚していることも年齢も偽り、会社には携帯電話の番号だけ教えて独身を装って仕事をしているイベント・コンパニオンの20代の主婦はその典型であろう。また、夫に秘密の連絡はすべて携帯電話でとりあっているという50代有職主婦も、別の典型的な例と言えるだろう。

携帯電話をもつと、その所有者はその数だけ異った人格をもつことができると言えるかも知れない。たとえば携帯電話を3台持てば、一人の人間が、あたかも3人分の人生を生きるようにふるまっている。このように、主婦、社会人、大学生、それぞれが従来は親密な人間関係とされた家族や会社仲間との関係よりも、個としての生き方をより楽しんでおり、そうした人々の行動を支える個メディアとして携帯電話が普及している。

先述したように、個メディアとしての携帯電話の最大の特質は、他の人間関係から独立した個性にあるが、もう一つの特質は、機能的メディアであるとともに、カナダの社会学者、マーシャル・マクルーハンのいう「マッサージとしてのメディア」⁴⁾であることだ。

学生、社会人、主婦、それぞれの社会的な役割から離れて個として自由に生きたいと願いつつ、他方では、誰かとなんらかのコミュニケーション・ツールを通じてつながってみたいと願う。この二つは本来矛盾した欲求であり、これまでは両方を同時に充足させることは不可能に近かった。だが、携帯電話はこの二つの欲求を同時に充足させるメディアであり、人々の気分を癒したり充たしたりするマッサージ的なメディアとして機能している。

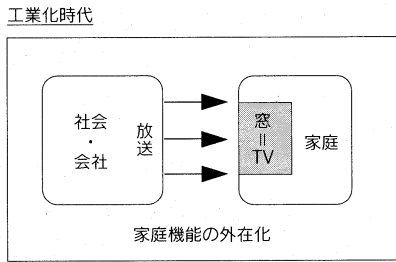
たとえば、多くの学生や社会人は、携帯電話を持つことによって、必要もない電話が増えたとは言うものの、そのことに対する拒絶感はなく、むしろ誰かと常につながっていることの充足感に満足している。しかしながら、コミュニケーションの選択権はあくまで自分が持っていることが重要であり、携帯電話の留守録サービスを使うなどして、電話に出たくない場合は出なくてもすむような防御策を講じている。個としてふるまいたいときに都合の悪い電話はとりたくないが、誰かから自分にかかってきた痕跡は確認したいという、拘束されずに完全に孤立もしたくないワガママな欲求をはらんでいる。

携帯電話は、開発者がそれを意図したかしかかったかにかかわらず、現代社会に生きる人々のあい矛盾する二つの欲求を同時に実現する個メディアだからこそ、ここまで普及したと言える。

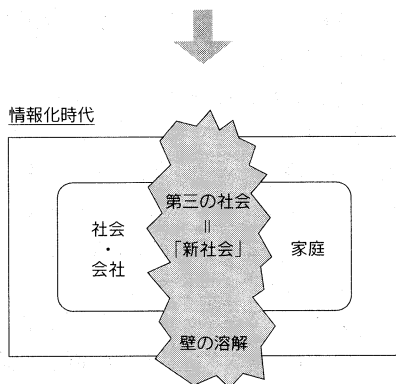
2 第三の空間としての「新社会」の形成

近代から現代にかけて、メディアがどのような社会変容をもたらしたかを図式化すると、次ページの図1のようになると考えられる。

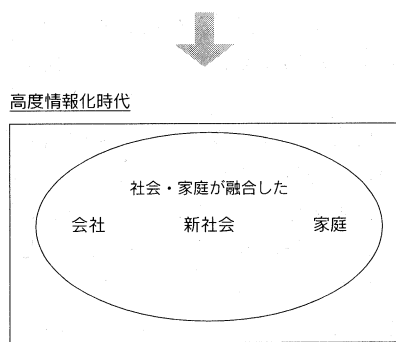
近代社会においては、家庭と社会（産業）が分離し、近代以前には共同体内部や家庭内部で自足していた衣食住の機能を産業社会に依存するようになった。また従来、家庭の中でなわれていたさまざまな機能、すなわち出産、育児、教育、介護、冠婚葬祭にまつわる行事などの大半が外在化された。近代社会の成立とともに起こった家庭機能の外在化である。これにより、誕生から死までほとんどの機能が家庭外で営まれるようになり、社会にはそのためのさまざまな産業装置が発達し



- 産業社会の成立による社会と家庭の分離
- 家庭機能の外在化とそれを支える各種産業の成立
- 「男は外/女は内」の性別役割分業の確立
- ラジオ、テレビなどマスメディア=放送の発達
- 「社会の窓」としてのテレビを通じての情報の家庭への流入



- 社会（会社）と家庭双方からの壁の溶解
- 社会（会社）と家庭との間に、第三の社会としての「新社会」が成立
- 人々は会社や家庭の人間関係に束縛されず、自由で選択的なネットワークを構築
- 移動（遊動）の活発化



- 携帯電話や携帯情報端末などの活用により、従来の組織にとらわれないワーキングスタイルが可能に
- 社会（会社）、家庭を隔てる壁はほとんど溶解し、第三の空間としての「新社会」が肥大する
- 移動（遊動）が常態化するため、モバイル・マルチメディアが重要な役割を果たす

図1 社会とメディアの変容

が誕生した。この時代を代表するメディアとして、ラジオ、テレビなどの放送があげられるが、それらは家庭における社会の窓として機能した。すなわち情報は産業社会から家庭内に向けて、ラジオ、テレビという「窓」を通して一方的に流れこむ形態であったため、社会と家庭を隔てる壁が存在していた。また家族全員が「お茶の間」でそろって1台のテレビを視聴するという“団欒風景”もイメージできたのである。

しかしやがて、社会や家庭の変容を促す新しい状況が生じてきた。社会から流されてくる情報量の飛躍的な拡大によって、共同体としての家庭の安定性が揺らぎ始める。その結果、女性の社会進出が進み、家庭と社会を隔てる壁が崩れはじめた。高齢者や子どもたちも、家庭外で過ごす時間が長くなった。産業社会の方でも、「外ビジネス」の志向が強まり、男性の存在する場が会社という限定された社会だけでなく、会社と外の社会を隔てる壁も崩れはじめた。

この現象をメディアの側面にとらえれば、今日、家庭は、ワープロ、ファックス、パソコン、留守電、携帯電話など情報機器類の完備されたあたかもオフィスのような様相を帯びはじめ（家庭の会社化）、一方、会社においてもLANやイントラネット、携帯電話やモバイル・コンピューティングなどの導入により、フレックスタイムやアウトソーシングをはじめとして、オフィスに長時間拘束されない多様なワーキングスタイルが浸透している。

もはや情報は、社会の側から、テレビという窓を通じて一方的に流されるものではなく、家庭の内部から、あるいは会社の内部から、携帯電話、パソコン通信、インターネットなどを通じ時空間を越えて自在に受発信できるものとなりはじめている。こうして会社、家庭ともに、情報が自由に行き交うことにより、双方の壁が溶け出して、その中間に第三の空間としての「新社会」が形成されている。

その「新社会」は、具体的には、ホテル、カルチャーセンター、博物館、図書館、スポーツ施設、エステティックサロン、ショッピングセンター、コミュニティ大学、複合型アミューズメント施設、公園、ゲームセンター、カラオケボックス、

た。

こうして男が産業社会で働き、女が家庭を守るという性別役割分業が確立し、いわゆる専業主婦

インターネットカフェなど物理的な空間もあれば、駅、路上、河川、海岸、クルマ、旅行など、時間と空間の双方の要素が交錯することによって構成される時空間もある。

そしてこの新しい社会では、人々は従来の産業社会や家庭での役割から離脱して、自由な存在として、自分の関心、興味や感性にしたがって行動し、新たな人間関係のネットワークを構築している。さらにそれぞれの家庭や会社から「新社会」にいたる、あるいはその「新社会」の内部で、より頻繁に移動（遊動）するので、移動できる携帯情報機器として、モバイル・メディアの果たす役割が決定的に重要になっている。

以上のように会社と家庭の壁が溶解して、近代社会と比較すると、あいまいな第三の空間が成立したことにより、社会人は仕事と生活の境界があいまいになり、また仕事をもつ主婦も家庭と仕事の境界があいまいになっている。こうしたメディアがもたらす社会の変容は、当然人間関係の変容をももたらす。近代社会においては、成人男性は会社に、主婦は家庭に強いアイデンティティをもち、会社の同僚や家族などの人間関係も強い絆で結ばれていたが、今では彼らもむしろ「新社会」での人間関係のつきあいの頻度のほうが高くなり、彼らの心理の重心は会社や家庭よりも、「新社会」での人間関係の方に移っている。

しかし、「新社会」での人間関係のきずなは強固である必要はない。いつでも自分の好きなときにつながり、離れることのできる弱い紐帯である。このため、そこでのコミュニケーションは、伝えなければならない用件があるわけではないが、動物同士が毛づくろいしあうようなグルーミング的な意味で行われている。たとえば学生なら、「今、どこにいるの」と確認しながら、次々に移動して、また電話をかけあっていく。そのことによって誰かにつながっている状況を確認すること自体が大事なのだ。

3 新機能主義の誕生

以上のようなことから、人々が携帯電話や携帯情報機器に求めているのは単純な機能性ではないことがわかる。携帯電話や携帯情報端末を現在使っている人でも、まだ持っていないときに、そ

ういうメディアが自分の生活に必要なかどうかたずねられたら、おそらくほとんど必要ないと答えるだろう。ただし、いったん持ってしまったら、まず手放さない。

したがって、狭義の必要性という意味での機能性からすれば、携帯電話や携帯情報機器に必然性があるとは言えない。都市空間には公衆電話も十分設置されているし、そもそもそんなにしゅっしゅ電話をかけなくとも人間は社会生活をいとなんでいける。また携帯情報機器がなくても、メモや手帳などの紙媒体があれば、多少効率は悪くても一人の人間にとって必要な程度の情報量は処理できるはずだ。

だが、それはこれらのモバイル・マルチメディアに「機能」が必要でないということでは決していない。人間関係が無駄話に代表されるグルーミング的なコミュニケーションで成り立っているとすれば、もっとも本来的な人間の欲求を充足させるという意味で機能的であると言える。

だからこのことを反機能主義ととらえてはいけない。情報社会における機能主義の新しい概念が登場していると考えられるべきなのだ。言い換えれば、効率的な工業社会が極限にまで達すると、人類にとって生得的なグルーミングがふたたび求められていると考えられるかもしれない。ただしメーカーは、常に技術的な機能主義を重視するので、ますます高機能であることを売り物にしている。

だが、現実には多くの人は、携帯機器のもつほとんどの機能を使いこなしていない。この調査結果でも、たとえば携帯電話なら、せいぜい番号登録機能か留守録機能しか使っていなかった。携帯情報機器にしても、スケジュール管理や住所録程度であり、もりだくさんに搭載している機能のほとんどは使いこなされていないのが実態である。

そもそも携帯電話の留守録機能は、携帯電話にとって逆説的なものだ。本来携帯電話は、どこにいてもすぐ相手につながることが第一目的のはずだった。したがって携帯電話本来の技術機能主義で考えれば、留守録機能は、ユーザーが電波の届かない地域にいたり電源を切っていたりではない場合の救済処置として開発されたはずだ。しかし、数ある多くの諸機能の中で留守録機

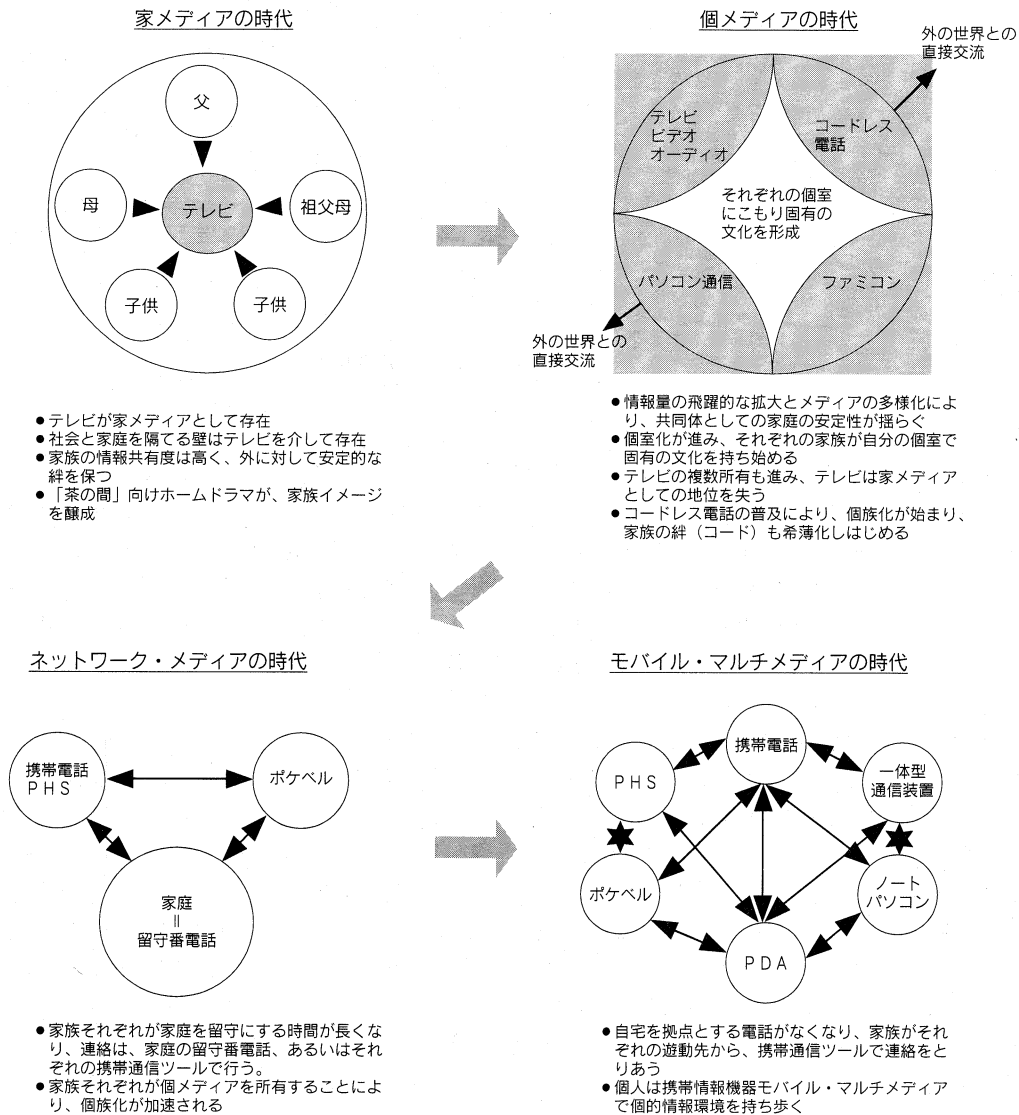


図2 メディアによる家庭の変容

能がもっとも使われているということは、人々は、携帯電話のどこでもつながるという特徴を生かしていないということではないだろうか。

むしろ、先述したように、人びとは自分の都合のよいときにアクセスし、都合の悪いときはコミュニケーションを断ち切ることを選択的にやりたい。しかし同時に、誰かが自分の携帯電話に足跡を残していることは確認したいという欲求に留守録機能が適応している。自分が望まないときは拒否でき、自分が好きなときにアクセスできるという意味で、電子メールやファックスも同様である。現代人のそうしたワガママを保証してくれる

のが、携帯電話の留守録機能であり、モバイル・マルチメディアの隠れた機能である。

そこで効率性の逆転という現象が生じてくる。メーカーにしてみれば、どこでもかかる携帯電話にしたいと考え、ユーザーもそれを望んではあるが、反面では、かからないことを自分の生活の演出として利用している。すなわち、ユーザーは、携帯電話でつながりにくい状況があることは百も承知で、その欠陥を逆に自分が出たくないときの口実やアリバイづくりに利用しているのである。

また若いユーザーのなかには、自分で携帯電話の無機質な黒のボディを自分好みの色に塗り替え

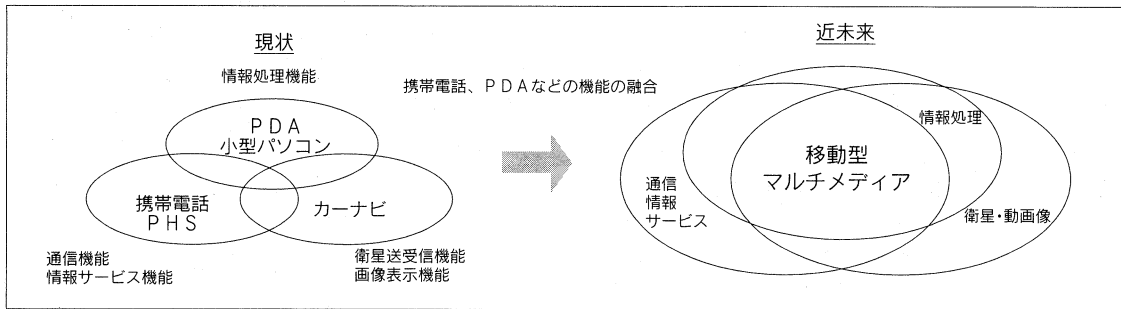


図3 モバイル・マルチメディアの方向

たり、シールをはるなどのカスタマイズを行っていることが多いが、これもメーカーの機能優先主義への反抗と言える。

さて携帯電話に関してこれまでは全階層の共通点について論じてきたが、実際は世代と属性による相違は大きく、それぞれの世代にとっての機能主義の意味はかなり異なっている。それは、それぞれの世代が、どの情報ツールから、あるいはどのような経過をへて、携帯電話に移行したかに関係がある。この調査でわかったことは、学生はポケベルから携帯電話に移行し、社会人は会社や仕事の要請から携帯電話をもつケースが多く、主婦は家庭の中でコードレス電話を使っていた経験から携帯電話に移行しているということであった。

しかしお互いに起源は異なっても、学生も主婦も若い社会人も第三の空間に移動していき、そこでそのそれぞれの場や役割から逸脱して、個としての自由を満喫している。一方、携帯電話を持つことを意識的に拒否する傾向が強く、たとえ持っても業務的な使い方がほとんどである中年以降の男性は、学生、主婦、若い社会人に比べると、第三の空間としての「新社会」への適応も容易ではない。

携帯電話や携帯情報機器を業務でしか使わない人にとっては、移動中に連絡をとる先も、自分の所属する場か仕事の関係者だろう。50代ザウルス・ユーザーの経営者が、先方へ向かうタクシーの中で携帯電話をひんぱんにかけると回答していたのはその典型であり、まさに現実移動しながら、移動にともなう空間をも仕事空間に拡張しているのである。

しかし、第三の空間に浮遊している人たちの多くは、家庭や会社など両端のターミナルにはあまり関心がなく、ランダム・アクセスで自分の好きな相手に連絡をとっている。それでも社会人や主婦は、まだ帰属する場があるが、学生はそれがないに等しいため、第三空間が彼らの主要な生活の場になっているわけである。

4 移動とメディアの融合

今後も携帯電話や携帯情報機器がさらに普及すれば、個メディアとしての要素はさらに強まり、自宅の電話をとりはずした家庭や、オフィスをもたないで携帯電話による外商だけで営業する商店、さらにはネットワークビジネスをする企業のような例が増えてくる可能性は大きい。それは、ネットワーク家庭やバーチャル・カンパニーを構築することに他ならない。つまりメディアは家庭や会社など所属する場にアイデンティファイするものではなく、個人にアイデンティファイするようになってくる。

近未来においては、家庭の壁はさらに第三の空間としての「新社会」に向かって溶け出していくとともに、家族のそれぞれが自身の情報機器やマルチメディア装置を保有して、マユのように自分の情報環境に包まれ、また自在に外部と情報交流していく姿がイメージできる。

「新社会」は、自らが所属する家庭や会社という場に比べると、相対的に流動的な空間である。人々は「新社会」の一定の場に長い時間滞留するよりも、その時々に関心にしたがって、浮遊感をもちながら移動している。その意味で、現代の人々には、移動（遊動）の時間が非常に長くなっ

ていると考えられる。

しかし本来、メディアと移動性の間には矛盾がある。メディアは、時間と空間を越えるものだからである。したがって、技術的には、人間は物理的に移動しなくとも、メディアを通じて様々なことができるはずである。それゆえ、かつてアルビン・トフラーは、高度情報化が進展することにより、在宅勤務、ホームショッピングなどが普及し、その結果、人間は移動しなくなると言¹⁾のだった。しかし少なくとも今回の調査では、人々は携帯情報機器をもって、より移動する機会が多くなっていた。むしろ第三の空間としての「新社会」のなかを、人々はより激しく遊動するようになったと言えよう。

だが、この問題をさらに複雑にしているのは、今回の調査の対象者たちは、現実には激しく移動しているにもかかわらず、あえて移動しているという意識をもっていないとも思えることだ。携帯情報機器を利用することにより、彼らの情報環境はたしかに変化しているが、それはA地点からB地点の移動によってもたらされたものではない。携帯情報機器を利用することにより、仕事やプライベートを含めた情報環境が変容することが重要であり、物理的な移動性そのものはあまり意味をもたなくなっている。

なぜこのような現象が生じるのか。このことを解読するためには、日本における「移動型マルチメディア」の開発状況と社会の受容の経緯を見ておく必要がある。

移動型マルチメディアとしては、まずポケベルが市民権を獲得し、つぎに携帯電話、PHS、カーナビがほぼ普及の第一段階を達成したと言えよう。だが、移動するマルチメディアの中心はPDA、携帯情報端末である。近年この分野においても、各社の開発競争が一段と本格化し、機能、形態ともに多様化・多品種化がますます進んでいる。

そもそも今日では携帯情報機器にマイクロチップの入っていないものはなく、ポケベルでさえ「移動できる情報処理機器」という意味で、超小型コンピュータといってよい。また、最近のPHSではポケベルや電子メールのような文字通信も可能である。だが、これらは通信機能としては十分

でも、情報処理の面ではまだ有効とはいえない。

これに比較して、手のひらに収まり楽々と携帯できるPDAのような携帯情報端末類は、本格的なモバイル・コンピュータだ。それだけに、これらの装置は、何らかのネットワークに接続して使われなければ、本来の機能を果たしていないということになる。

だが、今回の調査では、これらの情報機器のヘビーユーザーでさえ、日常的な習慣として、それにモデムカードを入れて携帯電話につないだり、ISDNの公衆電話から通信しているというケースは皆無に等しかった。また、現実にモバイル・コンピューティングを試みているインフォーマントからは、使い勝手が悪いとか電池の消耗が激しいなどの不満があったり、通信自体が面倒になったり、やめる人も多い。あるいは、せいぜい通信できるという興味のレベルにとどまっておき、数回試してみただけで飽きてしまったというケースも多かった。

むしろ彼らに使われている機能は、メモ、住所録、スケジュール管理などがほとんどである。とくにビジネスマンには、携帯情報端末は、持ち歩ける電子メモ、もしくは高級な電子手帳という感覚が強いようだ。

しかし、そのことはこれらのユーザーが機械リテラシーに劣り、せつかくの通信機能を有効に使っていないということを意味しているわけではない。携帯電話や公衆電話から携帯情報機器を使って通信やインターネットができるモバイル・コンピューティングは雑誌の特集でよくとりあげられ、新聞でも大々的に広告されるなど、イメージ性は非常に高いが、実在しているこれまでの携帯情報端末は、雑誌やテレビで醸成されているモバイル・ライフの洗練されたイメージからはかなり遠いジャンク的な部分商品群でしかないからだ。

実際、従来は、これらの機器に搭載されているモデムカードや携帯電話で接続可能な速度で、インターネットの送受信は事実上無理だった。また、筆者自身の経験からも、電池の電圧が短時間の送信にさえ耐えないことや、操作手順の煩雑な点、携帯電話の電波の弱さや帯域の狭さによって安定した通信が困難な点などを考えると、これら

の機器のメーカーの消費者に対する誠実ささえ疑われるものが少なくなかった。

この点で、最近 PIAFS や α DATA と称する方式による PHS の高速データ通信が可能になり、これに対応した PHS 一体型携帯情報端末も登場しているので、データ通信における事情はやや変化するかも知れない。だが、こうした課題を解決するユーザーの苦心と、それによってえられる実利を比較すると、すぐには街頭で携帯情報端末を使い、通信するということが普及するには至らないだろう。

また今回の調査を通じて明らかになったことのひとつが、携帯電話のユーザーと携帯情報端末のユーザーはおおむね重なっていない、ということだ。しかもどちらかのヘビーユーザーになればなるほど、もう片方を敬遠する志向が強いのは興味深い。

携帯電話のヘビーユーザーでも、パソコンや携帯情報端末に興味をもたない人は多いし、現実に携帯電話と携帯情報端末で、雑誌などで紹介されるように、公園でも喫茶店でも路上でも、あたかもゲームでもするような気軽さで通信を楽しんでいる人は非常に少ないのが現実だろう。

たとえば、携帯情報端末を常時持ち歩き手帳代わりに使っている30代の女性プログラマーも、携帯電話を持たず、自宅と会社から友人にメールを送るだけで事足りるとしている。ときどき外からメールを読むために ISDN の公衆電話から通信することはあるが、携帯電話を持ち歩いてまで通信する必要はないとしている。

また、50代の管理職のような携帯情報端末のヘビーユーザーも、データ通信の技術は十分もっているにもかかわらず、あえて家庭や会社外で携帯機器を使って通信する必然性はないとして、ほとんど利用していないし、携帯電話の利用についても消極的である。

携帯情報端末のヘビーユーザーが“オタク”と呼ばれるとすれば、携帯電話のヘビーユーザーは(外で活動する若者という意味で)“オソト”ともいえよう。⁹⁾ オタクは原則的には、オソトにならない。またオソトが携帯情報端末を持ち歩くためには、機器の重量が100グラムをきるものが鉄則だ。彼らにポケベルや携帯電話が流行しはじめた理由

から考えると、オソトはその機器が100グラム以上の段階ではそれを持ち歩かないようである。

このことから考えると、モバイル・コンピューティングが浸透するには、携帯電話と携帯情報端末二つの重さが合わせて100グラム以下になる必要があると思われる。携帯電話がここまで普及したのは、機能性や利便性と同時に、重さが100グラムの壁を破ったことも大きい。携帯情報端末も徐々に100グラムの壁に近づきあるが、まだ200グラム程度が限界だろう。携帯電話と携帯情報端末が一体化して100グラム以下になるのは、まだ少し時間がかかると思われる。

携帯電話は近い将来、小型通信衛星に直接、電波を送信するようになり、形状も腕時計型に移行するのではないかと思われる。そして、携帯情報端末と一体化して100グラムの壁を破ったとき、モバイル・マルチメディアによって、大きな社会的変容が起こるのであろう。

すでに述べたように、今回のインタビュー調査から、携帯電話のユーザーのほとんどが携帯情報端末に関心のない、どちらかといえばメカ関心の低いドメインであり、メーカーのつくる「きれものビジネスマン」イメージが、かえって彼らからは「オヤジ風俗」にみられているということは注目すべきだ。一方、メカ関心が比較的高い人が多い携帯情報端末のユーザーは、携帯電話や PHS をローテクとして軽視する傾向が強い。そして、この両者の谷間が埋まらないかぎり、メーカーがいかに機器の技術的機能を高めても、モバイル・コンピューティングが広がるということはないだろう。

今のところ、この携帯電話ユーザーと、携帯情報端末ユーザーとの間をつなごうるのは「ザウルス」のような PDA である。だが、若者には、カナ漢字のペン入力に象徴される「ザウルス」は、コンピュータに弱い「ダメオヤジ風俗」の象徴にされてしまっている。この「ザウルス」なども、最近はカラー液晶表示やデジタルカメラとの一体化、高速モデム内蔵という高性能をアピールしている。

「ザウルス」などの PDA は純粋に技術開発の観点だけから見れば、これまではノートパソコンでしかできなかった機能を軽量で実現し、とくに文

字認識率や携帯性、対価性能では、高く評価されるべき機器であろう。だが、キーボード入力の優位性を感じる他の携帯端末のユーザーが「ザウルス」を使いたくはないと語るのは、それがイメージとして「オヤジのポケベル」でしかないからである。したがって「ザウルス」は、使える携帯情報端末として、日本では一定のポジションを占めながらも、その技術的機能が高度化すればするほど、現実に使われる社会風景が、メーカーの思惑とは完全にずれ、その落差はますます広がる一方になる。

だが、こうしたイメージ操作先行の携帯情報端末類も、イメージから現実にスピノフした製品を合体させることによって、やや本来のイメージに近い商品に結実させようという方向はみえてきている。図3に示したように、これらの機器が、直接、小型通信衛星を介して、世界のどこでも通信できるデバイスとなるのは、それほど遠い未来ではないだろう。

その一方で、すでにウィンドウズ・マシンとしての情報処理機能は当然のこととして、通信機能も十分に備えていたノートパソコンにも、さらに通信機能にシフトした進化が見られる。各社の機器ともさらに小型で薄くなり、携帯情報機器として、パームトップ・パソコンとの境界を限りなく消滅させつつある。

こうしてみると、PDA、ノートパソコン、サブノート、携帯電話、PHSという分類自体が無意味になる日も、意外に早いのかも知れない。これらは、まず保険業界や株式業界の業務専用機として広がるだろうが、外出先や移動中でのビジネスマンの利用から、やがて第三空間としての「新社会」に溶けだしていくことは、今日の社内LANが、同僚や恋人との私的通信に流用されている実態から考えても、十分にありうることだ。

また、これらを含めた携帯情報機器類の普及は、会社という定住的組織の条件下では就労に不利だった主婦や高齢者、障害者などにとって、会社・家庭といった従来の空間の区分にとらわれない、より働きやすい作業環境を「新社会」に構築できるかもしれない。

また、この「新社会」における人間関係は、必ずしも対面接触をとまなうリアルな関係である必

要はなく、バーチャルなネットワークもありうるだろう。だとすれば、従来、少数の論者によって主張されてきたバーチャル社会も、それだけでなく、現実の社会と並行した形で存在するようになる可能性がある。

いずれにせよ、携帯情報端末が、女子高校生によってネオテニーしたポケベルのように、思いもかけない進化を遂げるには、機器自体やそれらを使う「新社会」の風景がもっと楽しく、おしゃれになることが必要だろう。機器の物理的重量が100グラムをきるのと同じように、ポケベルなみの「精神的な軽さ」がこれらの機器に実現した時こそ、「モバイル・マルチメディアの時代」が本当に来る。

そして、その本拠地は、今日のインターネットや携帯電話の普及度から考えると、どうやら日本ではなく、他のアジアの諸都市になるように思える。欧米が、アルビン・トフラーが予測する¹⁾ような「牧歌型情報社会」になるのに対して、アジアは多数の電腦屋台がうごめく「遊動型情報社会」と化すだろう。

引用文献

- 1) A. トフラー、『第三の波』、徳岡孝夫訳、1982、中央公論社
- 2) 奥野卓司、財団法人ハイライフ研究所・平成8年度個別研究調査報告書、『移動型マルチメディアに関する研究』、1997、財団法人ハイライフ研究所
- 3) 奥野卓司編著、『20世紀のメディア—速度の発見と20世紀の生活』、1996、ジャストシステム
- 4) M. マクルーハン、『メディア論』、栗原裕・河本仲聖訳、1987、みすず書房
- 5) 富田英典、藤本憲一、岡田朋之、他『ポケベル・ケータイ宣言』、1997、ジャストシステム

A Study of The social Influence of “The Mobile–Multimedia”

ABSTRACT

The social influence of mobile–multimedia the devices, such as the pocketbeeper, the cellular phone, PHS, the car navigation system, the Palm–top type personal computer, and PDA (the personal digital assistant), extends to the whole society. Personal interviews of heavy users of these information devices and also group interviews with students, businesspersons, housewives were conducted to determine how their mobile–multimedia devices used changed their human relations and social activity both in their home and at their business office.

In his book *The Third Wave*, American sociologist Alvin Toffler, stated asserted “In proportion to informationization of the society, people came to be able to do the work of their company, shopping and the banking in their house, and they do not want to move”. In the United States “Telecommuting” is advanced where as in Japanese society, with the progress of informationization, people begin to disengage from both their copmany and their home and to connect with new human relations, thus crcating “The third society” between the home and the companies. This is because the extent of the use of those compact portable devices is for more extensive in Japan than in North America.

Key word : multimedia, portable information device, The third society