



「SOCIO FACES」

VOICES : 2002 JANUARY

- 262 「農家の10パーセントが日本を変える」
甘えを許さない産直のプロ集団による「世直し」
- 264 「4,000億円のアート作品なんだ」
価値情報をバーチャル×リアルに体感するアート
- 266 「コミュニティーの世界観が資本主義の歪みを正す」
マネー至上主義に変わる新しい社会システムの誕生
- 268 「革新的な発明の多くは学術機関から」
産・官・学の視点を活かしてブレイクする遠隔教育
- 270 e-Japan Update ①



甘えを許さない産直のプロ集団による「世直し」

text : Sunada Ichiro photo : Tanabe Satoshi



[左上]バラの乾燥室の裏手には有珠山が望める。[右上]壁には作品が掛けられている。[左下]自宅前にて。[右下]乾燥室で保存されているドライフラワー。

2000年春に噴火した有珠山の麓、北海道伊達市に暮らす富田きよむ(ファーマーズバスケット代表取締役)は、かつては通信社のカメラマンとして海外で活躍していた。その後、北海道の炭鉱の取材で鉱員を1年半経験し、89年からは夫人とともにバラの栽培とドライフラワーの製作を手掛けている。販売はインターネットを含めた通信販売が主だ。ネット上で産直を手掛ける農家は多いが、富田は「残念ながら農家のホームページは見るところが少ない」と言う。これではアクセス数も増えないし、農産物が売れるはずがない。富田は危機感を覚え、考えた。「ならば最先端を行ってしまおう」と。1999年のことだ。そこで当時、農業雑誌で担当していた連載記事の欄外に、一番小さな活字を使って次のようなメッセージを打ってみた。

「ネットでもって儲けようぜ」

この富田の呼びかけに全国から声が寄せられ、99年末に有志で「元気ネット」を結成した。“ホームページを活用した産直のプロ集団”を標榜するこの元気ネットの参加条件は厳しい。最低条件は“レスを早くしろ”ということ。富田も「朝昼晩と1日3回必ずメシを食う人なら、1日6回くらいはメールチェックができるはず」と言い切る。できなければグループから除名することもあるという。また、単なる“お友達グループ”ではないことも会則に明示する。

一方で、農作物の品質などは参加条件にしていない。「作物へのこだわりとかは参

加の条件にしていない。なぜなら農家にとって、農作物を自分で販売することってそんなに甘くはないから。やる気があって一生懸命にホームページを作りたいってやつらは、本業においてもいい農作物を作っている」

現在は、たとえばジャガイモを作って農協に出荷すると、他の生産者のジャガイモと一緒に同じ箱に詰めて販売される。しかし、精魂込めて作った自分のジャガイモが、他のジャガイモよりも価値があると思うのは生産者なら当然だ。元気ネットのメンバーが売るのは“商品”ではない。富田も「富田が作った(商品)」というブランドを売っていると考えている。あくまでも**コンテンツは自分自身、それを間違えてはいけない**と言う。消費者が求めるのは生産者のこだわりだ。

そうは言っても、市場では一定量のいい商品が集まらないと売れない。インターネット通販においても、ショッピングモールを営む“中間”業者だけが大きな利益を上げている現状がある。こうした状況に富田は異を唱える。「本来なら、利益は生産者と消費者が半々で共有すべきだ。そのためにはインターネットの世界で新しい流通を学ぶ必要がある。ならば、まず自分たちが先行しなければいけない」と考え、「消費者と生産者が利益を半分ずつ分かち合うための道具として、インターネットは利用価値が高い」と語る。

一般に、農業にはマーケティングという概念が乏しい。国にも行政にも農協にも農家にもプロのマーケターはほとんどいない。しかし、インターネットの活用によって新たな効用が見えてきたという。「市場調査やマーケティングがしやすくなったのは確かだ」と言う富田は、「農業のようにインターネットから離れた業態だからこそ、新しい技術を活かしたマーケティングの可能性はあるはずだ」と考えている。

結成から2年が経ち、精力的な活動を続ける元気ネットだが、富田の中には迷いもある。「このままの状態じゃダメだないう気持ちもある。やはりNPO法人や非営利団体を作ってしっかりと組織化の必要があるのではないか」。職員やコアなメンバーに金銭的な報酬も払ったうえで、農業をビジネスとして運営する仕組みに移行する必要があると考えている。

インターネットを、かつてのように手軽な情報発信手段として使う時代は終わったのかもしれない。富田も言う、「元気ネットのメンバーは、本気で日本を変えるつもりでやっている。農家の10パーセントが真剣に情報発信を始めれば日本は変わるよ。農業は人々の生命を確保するだけでなく、命を癒す職業でもあるのだから」と。(文中敬称略) **LM**

ファーマーズバスケット
Jump www.farmersb.com

元気ネット
Jump www.farmersb.com/genkinet/

「農家の10パーセントがつながれば
日本は変わるよ。絶対に変えてみせる」

富田きよむ



価値情報をバーチャル×リアルに体感するアート

text : Hatanaka Tomoko photo : Tamura Masahiro

「信用ゲーム」展(NTTインターコミュニケーションセンター・11月2日～12月24日)



上段：展示作品前のetoy経営陣。
 中段左：伊藤穰一氏に株券を贈呈するetoy取締役社長。中段中：西村佳哲氏の「パワー・オブ・エン」。
 中段右：オフショア・ダイヤモンドの「トレーディング・サーフィン」。
 下段左：あいだだいや氏の「100万円」を素材にした作品。下段右：本誌プロズブロダクトでおなじみのクワクポリョウタ氏の作品も展示。

ネットバンクやオンライントレードで金銭を移動しても、物理的にキャッシュが移動するわけではないことは誰もが知っている。世界中の金融機関が数値情報を交換することによって本物のトレードが成立し、グローバル経済が成り立っている現代。だが、冷静に考えると、私たちはその数値情報にとんでもない“信用”を置いていることになる。そんな「お金」と「価値」をテーマに、バーチャルとリアルの世界を交差させた新しいアート作品の企画展「信用ゲーム」がNTTのインターコミュニケーションセンターで行われている。

スイスの企業法人である「etoy (イートイ)」は現代のドットコム経済をパロディー的に象徴する活動を展開している。初来日した取締役らは黒服にオレンジのネクタイ姿で「**自分たちが提供しているのは文化的価値です**」とプレゼンテーションを行った。本展覧会を企画した榎山寛氏は彼らを「真剣に会社ごっこをやっているアーティスト」と分析する。

etoy 株の発行は、1996年にオーストリアのメディア芸術祭での受賞後、彼らの作品購入を希望した当時のオーストリア首相に第1号の株券を発行したのが始まり。さらに彼らの名を世界的に有名にしたのが1999年、米国のオンライン玩具販売会社の etoys (イートイズ) 社とのドメイン名をめぐる争いであった。先に活動していた彼らの「etoy.com」ドメインを50万ドル(約6,000

万円!)で買収しようという etoys 社の提案を拒否した結果、訴訟に持ち込まれ、彼らのドメインが一時的に停止されるという危機的状況になった。これを重く見たネットコミュニティが抗議運動を展開し、結果的に etoy 側が勝訴。同時に etoys 社の株価は67ドルから15ドルに急落した(この一連は toywar と呼ばれる)。こうしたプロセスすべてがネットワーク社会の権力構造を浮き彫りにするものになっている。

今回の展示では、彼らの株券、株価チャート、Tシャツなどの配当グッズを出すマシン、そして株購入のチャンスをもたらすパチンコが並べられた。etoy 株はミュージアムショップでも購入でき、株主になるとオンライン株主総会での議決権が与えられる。大株主の伊藤穰一氏からも「伸びていくのが楽しみだし、コンセプトがしっかりしていて投資に値する」というお墨付き。ただし、配当はアートとしてのグッズや“アート活動に参加する楽しみ”なので、その「文化的価値」が真に理解できる人に限られるだろう。

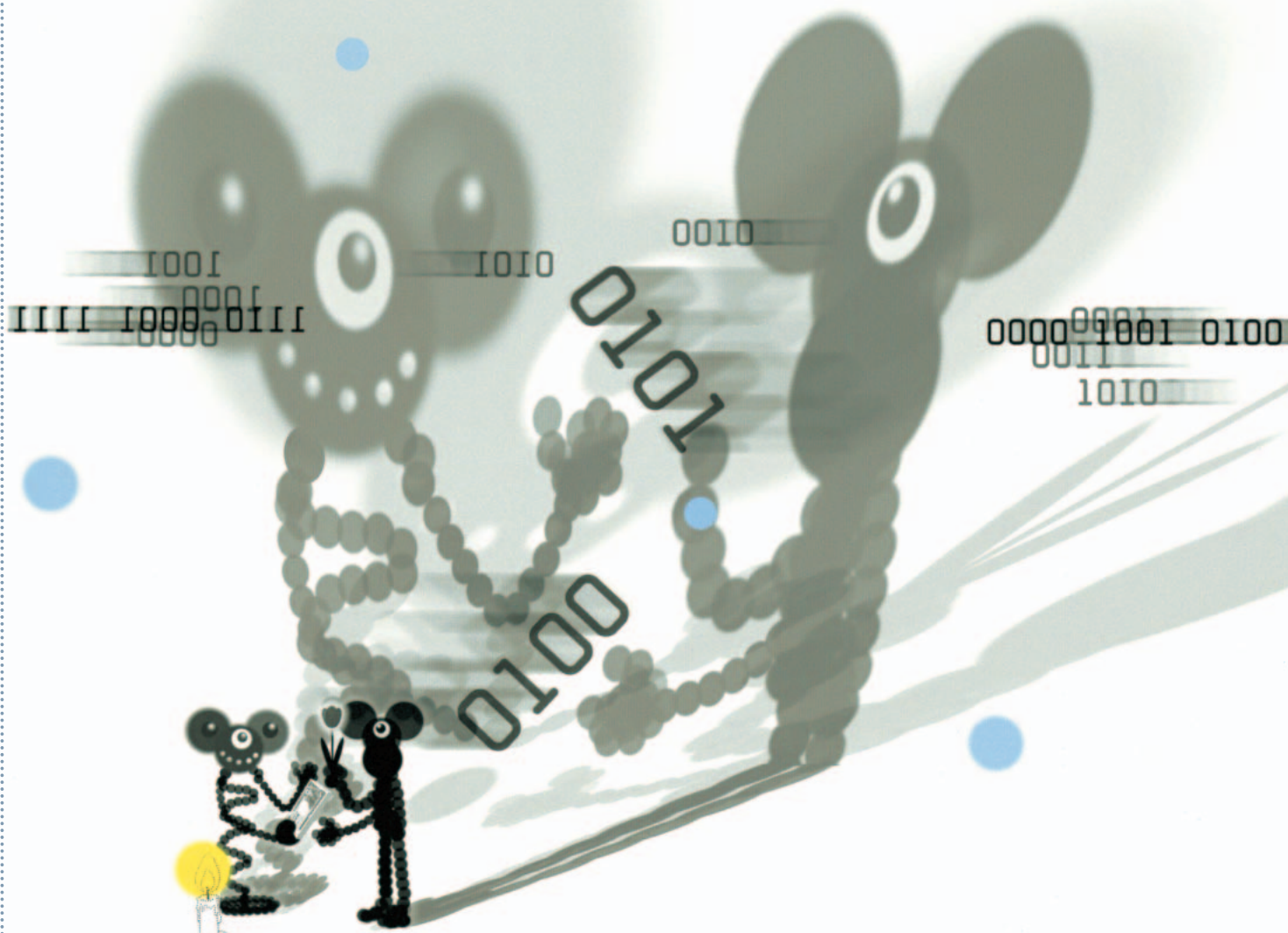
展示会場には本物のお金を使った展示作品もある。そのうちの1つが西村佳哲の「パワー・オブ・エン」という作品だ。1円玉を入れるとその電気料金の時間だけ目の前の電球が光る仕掛けになっていて、強烈な光と熱でギラギラと照らされながら、「1円ってこんなに価値があるの?」とその“ありがたみ”を体感できる。

100万円のお金を「アート作品」にしたらくらで売れるのかをネットオークションで試したあいだいやの展示は、かなり度肝を抜く存在だ。会場には100枚のお札が透明パネルに入った作品と、それが実際に33万4,000円で落札されたプロセスを証明するヤフーオークションの「Q&A」画面を表示するパソコンが置かれている。オークションといえば、バブル期に投資対象となった絵画に数十億円もの値がついた現象が思い出されるが、逆に価格が材料費よりも凹んでいるところに何ともいえない“トホホ感”が漂う。

ほかにも、株式トレードをサーフィンにたとえたVRシステム「トレーディング・サーフィン」や、プレイしながら株取引など金融の勉強にもなる「信用ゲーム」「信用ゲーム」などが会場で体験できる。思えば、トランプの「大貧民(大富豪)やロングセラの「人生ゲーム」など、**マネーゲームは人生の浮き沈みのドラマをもっとリアルに感じさせる**永遠のテーマではなかったか? 美術市場でも古物商でもサインやブランド名、時代性、メディアの評判など形を持たない価値が値段を左右する。社会に共通の文化的基準が存在してはじめて「トレード」は成立するわけだが、こうして普段は無意識のうちに私たちが交換しているものの価値の意味をあらためて問い直させるといふ点で、この展覧会は挑戦的なメッセージに溢れている。iA

toywar で etoys の時価総額は4,000億円も下がった。
つまり4,000億円のアート作品なんだ。

etoy



マネー至上主義に変わる新しい社会システムの誕生 コミュニティが切り開くポスト資本主義への道①

illust. : Hagihara Toshisato



御手洗大祐

製品利用者による製品の評価場を作るためのサービスをインターネット上で提供するバックテクノロジー株式会社の代表。インターネットを基盤とした新しいメディア、経済の模索を実践している。

 www.waag.net
mitarai@waag.co.jp

現在の資本主義が破綻しつつあることには、誰もが気付いているのではないだろうか。たとえば、あるハンバーガーチェーンが、より安い牛肉を確保するために森林を伐採して牧場を作る。確かに、これでさらなる利益は上がるが、その行き着く果ては地球環境の崩壊、つまり人類の滅亡だ。

その一方でオープンソースやNPOという、資本主義と異なる社会システムを模索しようとする動きが各国で現れているのも事実。はたして、人類は資本主義の破綻に巻き込まれて滅んでいくのか、もしくはそれに変わる新しい社会システムを獲得できるのか、もう少し詳しく、資本主義の破綻と、新しい社会システムと思われるものについて考えてみたい。

まず、資本主義の破綻についてはそれを支える金融システムに注目してみると問題がよりはっきり見えてくる。

現在、世界中の年間通貨取引高(つまりお金とお金が取引されている量)が300兆ドルなのに対し、全世界のGNPの総計は30兆ドルぼっち。簡単に言えば、左のイラストのように**全世界のモノの価値は30兆ドルしかないのに、通貨が商品として取引されている量はその10倍もあるということだ。**この割合は現在の金融システムが“お金がお金を生むギャンブル的構造”になっていることを端的に表している。

実際、肥大化した“お金”は1997年に起こったタイの通貨危機をはじめとした国際的な経済問題を引き起こし、何度も資本主義自体を破綻寸前まで追い込んでみている。

次に新しい社会システムの例を挙げてみよう。

たとえばオープンソース。これは世界各地のプログラマーが自発的に参加し、ソースコードを公開して共有することだ。こうして1つのプログラムを大勢で作り上げていくシステムだが、プログラマーたちは開発の対価として“お金”を求めめるのではなく、よりおもしろいプログラムを作るという“娯楽”を求めめる側面もある。

NPOのような事業体もその1つ。NPOには「ガンガン成長して利益を出そう」という考えはなく、むしろ事業体が生み出した何らかの“価値”をコピーするなどして、「みんなで共有しましょう」ということが重要になってくる。

これらの動きに共通するのは“コミュニティ”を基盤とした世界観だ。**NPOもオープンソースも、そのコミュニティは対話を基礎とした相互理解から成り立っている。**となると、これらの動きは資本主義経済システムと比較して“共生のシステム”とも言えるのではないかな。

もちろんこの“共生のシステム”にも問題点はある。『Linuxはいかにしてビジネス

になったか』(NTT出版)の著者、佐々木裕一氏は「現在、日本で自発的にNPOに参加するような人はごくわずか。新しい価値をもった社会システムが長期にわたって存続するにはこれが一定のレベルを超えないといけない」と話すが、それではオープンソースもNPOもみんなつぶれていくということなのだろうか。この疑問に佐々木氏は「あるレベルを超えるには、大勢の人が所属している企業組織のマネジメント意識が徐々に変わっていかばいい」と答えてくれた。

おもしろいのは、実際に営利活動をしている企業が、企業内組織を競争意識を背景にしていたものと並んで、コミュニティ的な組織にも活路を見出しつつある点だ。具体的に言うと、異なるスキルを持っているスタッフ(営業畑とか技術畑など)が、ビジョン(価値観)を共有して集まり、そのボトムの部分からプロジェクトが始まる例などで、“コミュニティ的意識”の楽しさとその有効性を感じる社員が出てきていることだ。

このように、資本主義の先にある新しい社会システムは、気付いているかいないかは別として、確実に現れつつある。次回以降、具体的な例を挙げながら、それらの社会システムがどの程度成長しつつあるのか、そして成長するにはどのような問題点があるのかを模索していきたい。iAm

1100 0010 1000 1001 0011 0000 0001 0100 0001 1111 (

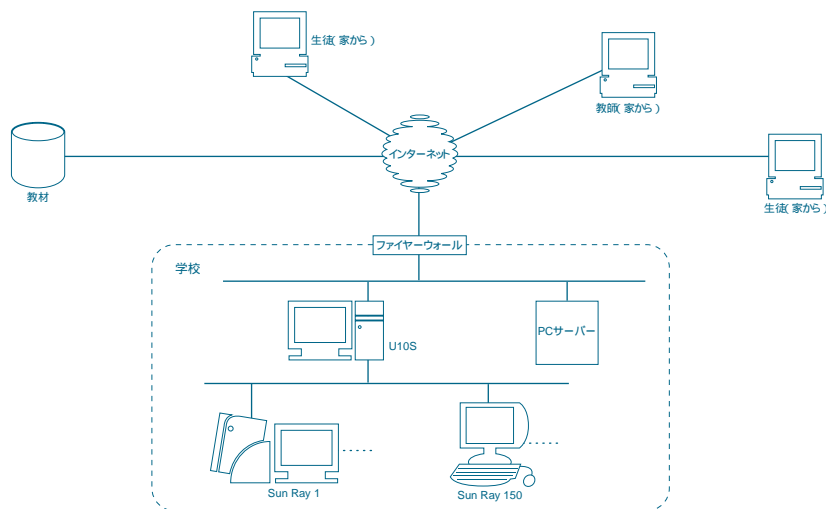
“コミュニティ”を基盤とした世界観が
資本主義の歪みを正してくれる



Kim Jones キム・ジョーンズ
 サン・マイクロシステムズ
 グローバル・エデュケーション&リサーチ
 副社長

産・官・学の視点を活かしてブレイクする遠隔教育

text : Nagano Hiroko photo : Kaizuka Jun-ichi



サンのシンクライアント「Sun Ray」で構成されたアットマーク・インターハイスクールのシステム

いじめや不登校、中退などの問題が深刻化し、教育制度の行き詰まりが取り沙汰されて久しいが、生徒の個性を引き出す授業形態としてインターネットを使った遠隔教育が期待されている。企業の社員教育や社会人の生涯教育も含めて同市場は急速に拡大しており、調査会社のガートナーによると世界市場では2001年の21億ドルから2005年には336億ドルに達すると予測されている。

教育機関との連携を重視するサン・マイクロシステムズ社では、学校の情報システムの構築や研究生とのコラボレーションといった分野で遠隔教育を推進している。同社のグローバル・エデュケーション&リサーチ副社長を務めるキム・ジョーンズ氏は「もともとサンワークステーションはスタンフォード大学院で開発されており、教育機関と深いかわりがあります。こうした背景から、サンでは単なる製品供給にとどまらず、産と学の枠組みを超えた共同研究に力を入れています」と語る。

たとえば、サンとUCバークレー校による研究プロジェクトから、検索エンジンの草分けの企業であるインクミ社が生まれたのは有名な話である。同氏は「当時、サンとUCバークレー校は『ネットワークス・オブ・ワークステーション』(NOWs)と呼ばれる並列コンピューティングの**共同プロジェクトを立ち上げ、それがインクミに発展した**」のです。このように社会を変える

革新的な発明の多くが、大学から始まっています」と語る。同社はそのほかにも、東京大学とともにSPARCチップの研究開発を行ったり、CADシステム関連研究所の設置を支援したりしている。

今後はさらに、ブロードバンド化とハイエンドマシンの低コスト化により、学校と企業、家庭をつなぐ環境が整い、その波は大学から初等・中等教育市場へと広がるだろう。たとえば、東京本社のホームスクール「アットマーク・インターハイスクール」では、サンの子クライアント「Sun Ray」で構成されたシステムを使って授業を行っている。教材はすべてデータセンターからASPで提供され、生徒はブラウザが使える場所であれば、どこにいても勉強できるという。この学校がおもしろいのは、生徒だけではなく教師もまた自宅から生徒とやり取りすることで、SOHO同士をつなぐネットワーク環境を実現している点だ。

こうした学校は、不登校や病気などで自宅にいる子供たちにとってはきわめて有効である一方、学習の手助けになる講師や友人がいない、時間が拘束されていないため集中できないなどの問題もある。いち早くインターネットによる遠隔教育システムを導入した米国ケンタッキー州の「バーチャル・ハイスクール」では、当初200人が体験学習を申し込んだものの、途中で学習意欲をなくしてあきらめる生徒が続出し、ほとんどの生徒が通常のコースに編入し

なおしたという。米国では1999年の段階で、小中高を含む教育機関の95パーセントにインターネットが普及するなどインフラ面では充実しているが、**授業の進め方などの中身に関してはまだ試行錯誤の段階**であることがうかがえる。

さらに、すべての人が遠隔教育システムを利用できるようにするためには、各家庭にインターネットが行き届く必要があり、家庭と学校、行政ともに地域レベルで協力することが必要になる。ジョーンズ氏は「教育制度は行政の政策に大きく左右されるので、政府が担っている役割は非常に重要です」と語る。たとえば北海道では、産・官・学が一体となって最先端の情報技術開発拠点とするための「北見Javaビレッジ構想」を提唱しており、北見市とサンを含む企業数社と北見工業大学が連携して地域の情報化を推し進めている。遠隔教育の普及には多くの課題はあるものの、地域に根ざした教育制度を生み出すために、**地域社会と企業、行政が多様な視点を活かした取り組みを本格的に開始した**といえる。IM

 www.sun.com/edu/

社会を変える革新的な発明の多くは 学術機関から始まった

キム・ジョーンズ

重点計画103の施策はすべて順調に進行

text: 別井貴志(編集部)

e-Japan Update ①

情報技術政策などについてアジア各国、地域の関係者が意見交換を行う「アジアIT閣僚会合」が10月28日に、「同ビジネス会合」が29日に香港で開催された。

閣僚会合では竹中平蔵IT担当大臣が、ビジネス会合ではソニーの出井伸之会長兼CEOがそれぞれ議長を務めて、中国、香港、インド、韓国、マレーシア、シンガポールの担当相や企業の代表らが初めて一堂に会した。「国際会議」というと最低でも半年から1年の準備を経て実現するが、今回の会合は7月に竹中大臣がアジアへ出張に行ったときに提案したことから始まり、実質的には**たったの3か月で実現にこぎつけた。**

こうして日本がリードして開催された今回の会合では、閣僚会合でIPv6を迅速に普及させることなど、情報技術の振興で政策協調していくことが合意された。また、ビジネス会合では、アジア主要都市をブロードバンドエクステンジ(ABX)を通じてアジア発のコンテンツを積極的に配信する「ABX構想」の実現に向けた提案も出された。第2回の会合は韓国で開催されることが決定している。

一方、国内では「第7回IT戦略本部」の会合が11月7日に開かれた。今回は「e-Japan重点計画」で掲げられた施策の推進状況について「2001年度に実施する103の施策については、すべて計画どおり順調に推進されている」と報告された。計画の進捗状況は春と秋に調査、見直しを行うこと

になっている。

しかし、次の2つの施策については実施時期が再考された。まず、電子商取引の分野で「プログラム取引における利用者保護措置に関するルール整備」の実施時期が、2001年年内から年度内に3か月間先送りされた。これは民放などの現行法規を、プログラム取引を含めた電子商取引全般に対して適用させる法解釈の指針「電子商取引準則(仮称)を年度内に策定しようと検討中だからだ。

もう1つは「医療分野のIT化に関するブランドデザイン(電子カルテなどの具体的な普及目標や期限、方策を明示した計画)の作成」の策定期間を、2001年早期から年内に改めた。これは、9月末に公表された「医療制度改革試案」を踏まえて作成するためだ。

また「さらに加速、前倒して実施する施策」として、「**ダークファイバーの利用促進**」が新たに加えられた。さらに、「集合住宅における高速、超高速インターネットアクセスの円滑化」を2001年度内に実施することや、「公共事業の電子入札、開札」の完全導入を2003年度に前倒して実現することも盛り込まれている。

このほかに、「通信の競争促進」「電波の効率的利用促進」「通信と放送の融合」「先端技術戦略」などをテーマとした規制改革の「専門調査会」の設置が決定した。なお、次回の戦略本部の会合は12月中に開かれると見込まれる。iAM

臨時国会(～12月7日)で審議予定の法案

内閣官房
個人情報保護に関する法律(継続審議) 行政機関の個人情報利用目的の特定と制限 個人情報の安全管理義務 個人情報取り扱い事業者の監督 保護の適用範囲
総務省
プロバイダー責任法(通称) 誹謗中傷などの情報を、発信者に断らずにサーバーの管理者や運営者などが情報を削除しても損害賠償責任を負わない場合の規定を設ける 発信者情報の開示請求 編集部注：インターネットに国がどこまでルールを整備できるのか、関与できるのかという点で注目される法案
総務省
地方選挙における電子投票方法などの特例法律 地方議員、議長選挙で電子投票を導入
法務省
商法などの一部を改正する法律 定款や貸借対照表の電子化 株主総会の招集通知のインターネット利用 株主総会での議決権行使の電子化 貸借対照表のインターネット開示
法務省など
商法一部改正に伴う関連法律 商法と有限会社法の会社以外の会社(相互会社や特定目的会社)の関係書類を電子化

Jump www.kantei.go.jp/jp/it/



日本がリードして初めて開催された「アジアIT閣僚会合」の様



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp