

移動体通信と社会のパーソナル化



大阪大学
教授 森永規彦

あたかも移動体通信を意味するかのような言葉として“パーソナル通信”がある。パーソナル、つまりは個性化・個別化ということなのであるが、技術的には、今のようない帯端末の役割を前面に出したターミナルモービリティという言葉や、将来、有線と無線が巧みに融合して、個人番号の利用も可能となるという意味のパーソナルモービリティという言葉で代表される。あるいは、一般の人たちにとっては、“いつ”“どこにいても”“だれとでも”“どんな情報でも”という表現が一番良いのかも知れない。

いずれにしても、このパーソナル化ということは、技術固有の現象ではなく、特に日本の場合、最近の大きな社会の流れの変化をよくとら(捉)えた言葉でもある。というのは、日本列島縦貫の光ファイバ網の骨子が完工したのが1985年2月だったわけであるが、ちょうど光ファイバがその実用期に入ろうとしていた80年代中ごろといえば、社会的には、個人よりも集団や組織や体制の方が大切にされていたかつての社会構造から、個人個人が大切にされ尊重される、いわゆる人に優しい社会形成を目指す方向に変わろうとする芽生えが、生活の豊かさを求めて、ぼちぼち出掛かっていたころなのである。

家庭においても、1台、固定の電話があればよいという時代は終わりを告げようとしていたところで、子供たちは親に干渉されない自前の部屋の中で電話をかけたいという欲求を持っていたし、大人は大人で、寝ながら、あるいはテレビを見ながら電話をかけたり受けたりしたいと夢見ていたのであるが、このような社会全体の強いニーズを背景に爆発的な伸びを示したのがコードレス電話であって、それ

が80年代中ごろだったわけである。いわば、パーソナル時代の“あけぼの”といってよい時期が80年代中ごろだったわけである。

このようなパーソナル化の時代背景を受けて、その後、'89年のマイクロタック、'90年のミニモ、'91年のムーバと、およそ我々、携帯と称するにふさわしい小型・軽量の端末がこの3年間に集中して出現して、技術の方はパーソナル通信という形態で一気に弾みがつくことになる。

そして社会の方も、今や日本でもベンチャービジネスが取りざたされるまでにもなり、ある大学では、ベンチャー育成のための講座やカリキュラムが設けられるまでに、パーソナル化の風潮が進展している。

また大学教育の在り方もしかりであって、専門教育は従来の学部から離れてどんどん大学院の方に重点が移ってきているし、さらに、学生の評価の点にしても、かつての横並びの評価から、よい意味での個性化・個別化を図ろうとしている。例えば、よくできる学生は、4年生を飛び越して大学院へ進学できるチャンスが与えられるし、大学院においても、学業成績と研究業績が共に優れている場合は、今までのように5年間ではなく3年間で博士の学位が取得できるようにもしている。

要は、これからの学生は、ベンチャービジネスではないが、自らの学業成績と研究業績を共に高めることによって、いろいろなチャンスにチャレンジしてくる個別的姿勢が問われることになる。パーソナル化の時代にあっては、やはりそれに合ったセンスを持った若い優秀な人材がぜひ必要であり、大学教育の方も大きく変わろうとしている。