日本経済のIT化と家計・企業・政府の動向

樋　口　隆　正

概　要

本稿では、日本経済におけるIT化の進展について、家計・企業・政府の各主体がどのような動向を示しているのかを検討する。

1．はじめに

IT経済は、家計・企業・政府といった経済主体の従来のあり方を変容させつつ、各経済主体に対して、新たな経済合理性の実現を促している。それは、情報の持つ経済的な意義が飛躍的に高まったことによって説明される。

家計は、消費に際し、極めて手軽に商品情報に接することができるようになった。端的に言えば、自宅に居ながらにして、多種多様な商品情報を集めることが容易となった。その意味で、ITは家計について商品購入を促進する役割を果たしている、と言える。次に起業は、経営・労務の両面において、情報化投資を進めたり、テレワークを導入したりして、その合理化を進めている。最後に政府は、医療・教育等の各分野におけるIT化を促進している。

本稿では、日本経済のIT化の進行に関して、家計・企業・政府の3つの経済主体を取り上げて検討する。

2．ITと各経済主体の動向

第1節　家計

ITは、家計にとって、経済合理性を高める手段となっている。これを商品購入についてみると、商品に関する情報を入手しないことには、消費者は商品購入の意思を固めることができない。IT を用いることによって、消費者は、（1）豊富な商品情報に接することができるとともに、（2）簡潔な方途で商品を購入することができる[1]。

[1] 市場経済は、情報抜きには成り立たない。なぜならば、たとえ商品が存在していたとしても、その商品に関する情報が消費者に伝達されなければ（換言すると、消費者にその商品の存在が認識されなければ）、取引は始まらないからである。商品購入においてインターネットを利用することのメリットとしては、①取引費用の軽減、②消費者に開示される情報量の多さ、情報伝達の速さといった点が挙げられる（拙稿「情

この点、第一にITによる商品情報の収集という点について見ると、テレビコマーシャル・新聞のチラシといった従来の広告は、消費者を受動的な立場に立たせるものであった、と言えよう。すなわち、消費者はいわば受け身の立場で、商品情報をキャッチしていた。この点、テレビや新聞について言うならば、消費者は、テレビ番組のいわば合い間合い間に流されるコマーシャルを見ていたのであるし、また自宅に配達される新聞に挟まれた広告を手にしていた。その意味で言うと、消費者は与えられる商品情報を受け取るサイドに立っていたのであった。それに対して、ITは、消費者の能動的な商品情報の収集を可能とした。すなわち、消費者は、ITを用いることによって、消費者にとって都合の良い時間に、都合の良い場所で（特に、携帯電話を用いた場合にその傾向は顕著である。）、商品情報を検索・入手することができるのである。

それは経験的にも、実際にインターネットを使用してみれば理解することができる。例えば、「楽天市場」は、ここに出店する契約をしている企業が約6万6千社に上り、約2345万の商品を取り扱っている[2]。商品は、「メンズファッション・靴」「レディースファッション・靴」「パソコン・周辺機器」「家電/AV・カメラ」など32に大分類されている。項目は、衣料品・日用雑貨・耐久消費財に関するものが多くなっているが（全19項目）、その一方、「食品/スイーツ」「水・ソフトドリンク」「ワイン/ビール・洋酒」「日本酒・焼酎」といった食料品のほか、保険・不動産の項目もある[3]。以上が、「楽天市場」のトップページの主たる項目である。トップペー

報化とIT産業」　岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第8巻第3・4号　2008年3月　79,83頁　参照）。

[2] 「楽天市場」URL・2008年6月15日現在。

[3] 「楽天市場」URLのトップページに掲げられた、主たる商品分類項目は、以下の通りである（2008年6月15日現在　各項目の前の番号は、樋口が記入した。また、各項目下線については、その意味を付した。）。

（1）メンズファッション・靴
（2）レディースファッション・靴
（3）バッグ・小物・ブランド雑貨
（4）ジュエリー・腕時計　　※ジュエリー　jewelry、宝石・貴金属類。宝石による装飾品。
（5）下着・ナイトウエア
（6）キッズ・ベビー・マタニティ
（7）パソコン・周辺機器
（8）家電/AV・カメラ
（9）楽器・音楽機材
（10）おもちゃ・ホビー・ゲーム
（11）食品/スイーツ　　※スイーツ　sweets、菓子・デザート類。
（12）水・ソフトドリンク
（13）ワイン/ビール・洋酒
（14）日本酒・焼酎
（15）ダイエット・健康
（16）医薬品・コンタクト・介護
（17）美容・コスメ・香水　　※コスメ　cosmetic、化粧品。
（18）花・ガーデン・DIY　　※DIY　do-it-yourself、日曜大工（家具など既製品を買うのでなく、自分の手で作ったり修理したりすること。）
（19）ペットフード・ペット用品
（20）学び・サービス/保険

ジには、これとは別に「証券」というページの見出しも付けられている。家計を取り巻く商品市場・労働市場・証券市場のうち、労働市場以外の市場に関する情報を、この「楽天市場」から入手することができる[4]。

以下では、（1）家計と商品市場、（2）家計と資本市場　の2点について考察することにしよう[5]。

（1）家計と商品市場

インターネットを使っての情報収集・商品購入には、従来の購買行動と比較して、商品購買行動の性格、および移動時間・移動コストという点で、利点ないし利便性が認められる。

例えば、自宅のパソコンでインターネットを用い、ウェブ画面上で商品情報を収集することは、消費者の能動的な購買行動の現われの一つである。それは、テレビのコマーシャルや新聞の折り込み広告とは異なり、自ら特定の商品を念頭に置き、その商品に冠する情報を自己の都合に則して検索するという姿勢であると考えられる。この点、家電を例にとって考察すること

（21）ビジネス見積/不動産
（22）インテリア・寝具・収納
（23）キッチン・日洋品雑貨・文具
（24）スポーツ・アウトドア
（25）ゴルフ用品/ゴルフ場予約
（26）本（楽天ブックス）
（27）CD DVD/レンタル
（28）ダウンロード/音楽配信　※ダウンロード　download、プログラムやデータを、あるコンピュータから、それに接続した下位のコンピュータに転送すること。「楽天市場」の「ダウンロード」では、ソフトウェア・音楽・動画（アニメ）・コミック等が配信されている。
（29）動画コンテンツ　※動画コンテンツ　スポーツ・ミュージック・バラエティ・映画等を鑑賞することができる。なお、コンテンツ（contents）とは、書物などの中身・内容の意。
（30）イベント・チケット予約
（31）車・バイク
（32）車用品・バイク用品

[4] なお、「楽天市場」のトップページには、「ビジネス見積」という項目がある［注釈2の項目(21)参照］。この項目は、主として外注先を検索したり、見積もりをとったりすることを目的とする。この項目の中には、「仕事を受けたい」という小項目もある。ただし資料請求の申込欄について、①事業形態が法人・個人事業主・士業・大手・未分類・その他となっていること、および②企業名を記入すること　といった点から、主として企業ないし資格取得者による民法上の請負と考えられる（なお、資料請求において、上記①②の項目は、入力必須の項目とされている。）。本稿ではその点を鑑みて、「ビジネス見積」を労働市場には分類しなかった（以上、「楽天市場」URL・「ビジネス見積」参照。なお同項目については、2008年6月18日現在の状況である。）。

[5] インターネットの利用が普及するにつれて、労働市場も変容を迫られている。インターネットを利用することによって、時間・交通費・通信費といった取引費用を軽減するという動向は、労働市場においても顕著に進んでいる。家計と労働市場の関係、およびその点についてのIT化に関しては、拙稿「情報化とIT産業」（岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第8巻第3・4号 2008年3月）　87-88頁　参照。

にしよう。

従来であれば、テレビのコマーシャルを見て新しい商品に関する情報をキャッチし、自宅近所の電気店、家電量販店あるいはいわゆる電気店街と言われる地域に足を運んで、商品に関する説明を店員から聞き、商品購入の意思を固めた。このような消費行動を見ると、商品情報収集の端緒という点で、消費者の立場が受け身のものとなりやすく、また商品の購入意思を固めるまでに時間と費用がかかることがわかる。なるほど、例えばその年の夏が例年よりも暑くなれば（あるいは、その年の冬が例年よりも寒くなれば）、エアコンに対する需要は増加するだろう。ただ、消費者がエアコンの購入に踏み切るまでのプロセスにおいて、商品情報を消費者がキャッチするに至る立場が受動的であり、また時間と費用をかけて店舗まで移動するという点で消費行動にロスが生じやすかった。

それに対して、自宅のパソコンでインターネットを用いてエアコンを探すことは、至極容易である。例えば「楽天市場」の場合、トップページの「家電」の項目をクリックすると、家電各分野の特集がまとめられている。例えば、「エアコン特集 2008 夏」「生活家電市場」「キッチン家電市場」といった類である[6]。さらに、「エアコン特集 2008 夏」をクリックすると、①15種類のエアコンがウェブ画面に表示される。そこには、各商品の写真・商品名・価格が表示される。エアコンの取り付け工事、ひいてはエアコンのクリーニングに関する案内等まで示されている。

このように、インターネットは、消費者に能動的な情報収集を促し、商品購入の機会を拡大した。上記下線部①の 15 種類のエアコンの中から、1 つのエアコンを選んでさらに検索を続けると、用途に応じ、6 畳用・10 畳用・16 畳用（これはさらに 4 種類ある）・20 畳用・22 畳用と、8 種類のエアコンが表示され、「店長のオススメ」と称する宣伝や送料に関する案内も出てくる。以上、エアコンを例に取り上げた次第であるが、情報量という点で、インターネットはまさに家電量販店並みと言うべきである。今日では消費者は、家電量販店に行かずとも、自宅に居ながらにして、大量の商品を閲覧することができるのである[7]。

（2）家計と資本市場

情報化は、商品市場だけではなく、金融市場にも及んでいる。金融商品をウェブ上に表示し、その金融商品の購入を投資家に促すというのが、資本市場における情報化の基本的な動向であ

---

[6] 以下特に断らない限り、楽天市場 URL・家電（2008 年 6 月 15 日現在）による。

[7] なお代金決済方法として、「楽天市場」の場合には、①楽天バンク決済・②銀行振込・③郵便振替・④代金決済・⑤ネットバンク振込（ジャパンネット銀行への振込）がある。②③⑤の場合には、代金先払い方式となっている（楽天市場 URL・家電　参照。2008 年 6 月 20 日現在）。

また、インターネットを、広告批判として用いる場合も考えられる。すなわち、既存の広告は、広告主がその費用を負担していることもあり、その内容は広告主の利益に適ったものとなりやすい。それに対し、広告されている商品のユーザが、その商品に関する意見をインターネットに書き込み、購入を検討している消費者がそれを参考にするのである（前掲「ネットに興っている新しい政治動向」　41 頁）。

る。すなわち、投資家が証券会社や信託銀行に足を運ばなくても、インターネットを利用し自宅で情報を収集するとともに、取引を進めることができるのであれば、商品市場と同様、取引費用を軽減することができる。

取引費用の軽減（換言すると、取引自体の経済合理性）という点で留意しなければならないのは、2009年1月に実施が予定されている、株券不発行制度である。これは、上場会社の株券を電子化し、証券保管振替機構を中核としたコンピュータのネットワークで一元管理しようとする制度である。株券を電子化すると、株主の権利を情報としてコンピュータで管理することとなり、紙の株券を管理する必要がなくなる。すなわち、株券が盗難にあったり、株券を紛失したりすることがなくなる。また、上場会社の株式を証券会社等に開設された口座の残高としてコンピュータで管理するので、取引の効率性も向上する[8]。例えば、株式の売買が行われるときには、権利を売主から買主に移転しなければならないが、株券が電子化されていれば、紙に権利を表わした株券を保管したり運搬したりする必要がなくなる。そのため、株券を電子化すると、売買に伴うコストやリスクが低下することが考えられる[9]。

また、株券電子化によって、売買の迅速化を図ることもできる。具体的に言うと、現在、東京証券取引所では多い日には、1 日に十数億株という大量の取引が行われている。売買の履行期は取引の約定のあった日から3営業日後とされており、売買に関わる事務処理としては、この期間内に大量の紙の株を取り扱わなければならない。それに対して、株券を電子化すれば、取引の決済を迅速に（スピーディーに）進めることができる[10]。

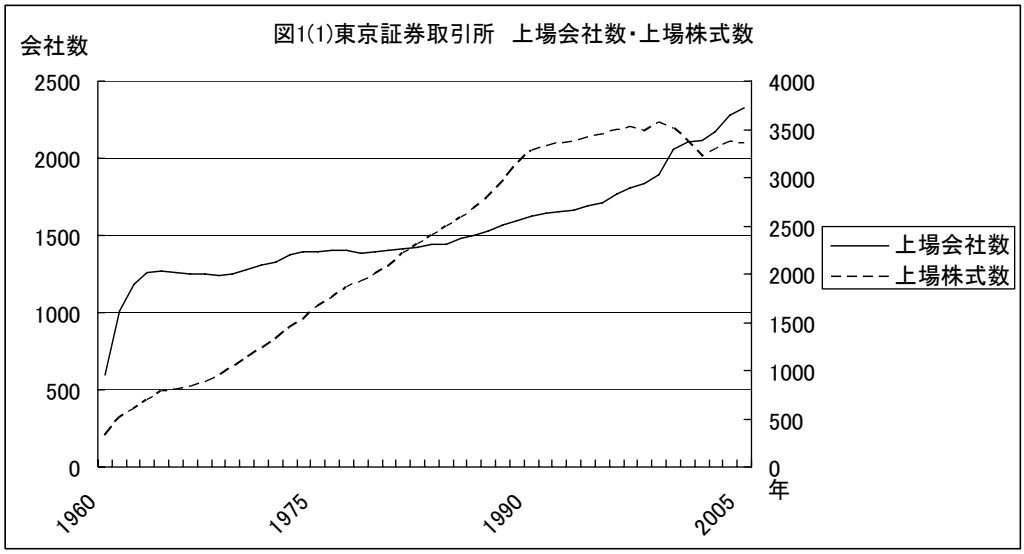
この点について、図1には、東京証券取引所（第一部・第二部・マザーズ）の上場会社数・上場株式数・売買高・売買代金の推移を示す。まず、株式を上場している企業の数を見ると［図1（1）］、1960年以降増加している。上場会社数は、1960年から2005年にかけて、3.9倍増加している。また、上場企業の株式数も、長期的に見て増加している［図1（1）］。上場企業の株式数は、1998年および2000年-2002年に対前年比で減少した。2003年以降は増加し、2005年には1992年の水準を回復した。このように、上場企業の株式数は1998年以降減少・増加を繰り返した。しかし、長期的には増加しており、2005年を1960年と比較すると、上場企業の株式数は10.2倍増加した。

---

[8] 以上、吉川満・横山淳『株券電子化のしくみと対応策』　日本実業出版社　2006年12月　13-17頁　参照。

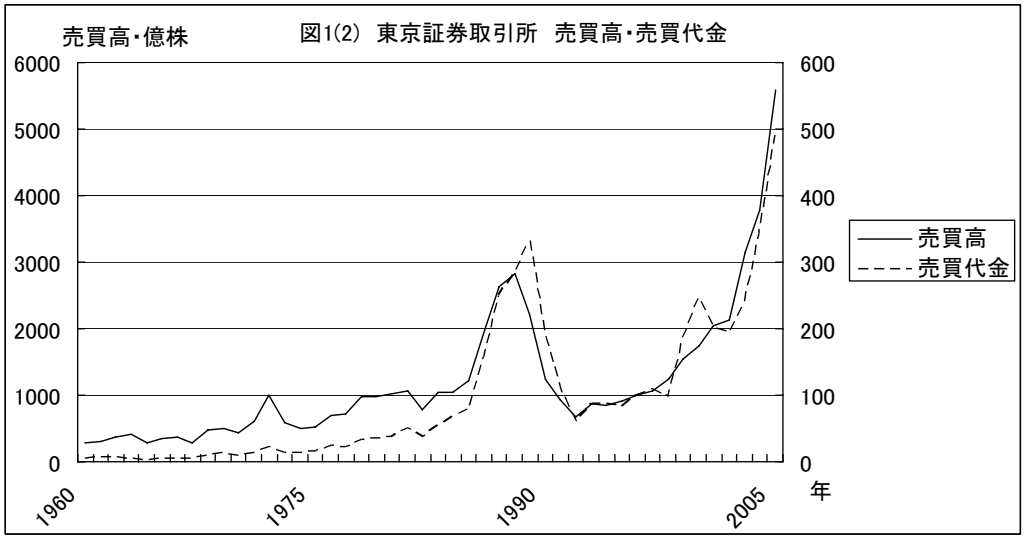
[9] この点は、法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1回会議で、次のように指摘されている。株券不発行制度を採用すべきとする理由の一つである。「株券というものがありますと、そのデリバリーが証券決済において必要になりますので、大量かつ迅速な取引を円滑に行うための障害になっているという指摘が非常に強くなっているわけでございます。具体的に申しますと、現在の証券取引におきましては、取引行為が行われてから最終的な決済が完了するまでに3日の期間が必要なわけでございます。これは株券のデリバリーが必要なためでして、株券をなくすことによってその期間を短くするということができるようになる、それによって証券取引全体が非常に迅速に行える、しかも手間もかからない、費用もかからないということになるわけでございます。」［法務省URL　法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1回会議議事録　平成14年9月11日　2頁　参照］

[10] 前掲『株券電子化のしくみと対応策』　19・21頁　参照。



（1）　上場株式数の単位は億株であり、右の縦軸で示す。

（2）　『数字でみる日本の 100 年』　改訂第 5 版　矢野恒太記念会　2006 年 12 月　459 頁　より作成。



（1）　売買代金の単位は兆円であり、右の縦軸で示す。

（2）　前掲『数字でみる日本の 100 年』　459 頁　より作成。

一方、東京証券取引所の売買高および売買代金の推移を見ると［図 1(2)］、どちらも 1986 年に著しく増加し、売買高は 1988 年、売買代金は 1989 年をピークとして、以後一旦減少した。その後、売買高は 1992 年を底として、2003 年には 1988 年の水準を回復した。また売買代金は、1992 年を底として 2004 年には 1989 年の水準を回復した。売買高および売買代金の推移は、上

場会社数・上場株式数の推移と比較すると、このように変動が大きい点に特徴がある。また、2005年を1960年と比較すると、売買高は実に20.5倍に膨れ上がっている。上場株式の売買高は、この45年間で著しく伸びたわけである。

また、株券を電子化すると、株券の印刷と郵送に要するコストを、発行会社は削減することができる。具体的には、株式分割（例えば、1株を5株に分割する場合には、新たに従来の4倍の株券を印刷して株主に郵送しなければならない。）や会社合併（株券を刷り直さなければならない）の際、従来の紙の株券であると、発行会社に大きなコスト負担がかかってしまう。株券を電子化すると、発行会社はこうしたコストを軽減することができる[11]。株式数の推移について、上場会社について見ると、1960年330億円から2005年には3361億株へと増加した［図1(1)参照］。この45年間における上場株式の増加数は、10.2倍に上る。

株券電子化は、取引高の長期的な増加、および株券発行のコスト削減[12]といった事情から進められることとなった措置である。株券電子化は、有価証券をペーパーレス化しようとする動きの一環であり、2004年6月に成立・交付された株式等決済合理化法によってスタートすることとなった。同法によって、2009年6月までに、上場会社では株券不発行制度が導入され、紙の株券が廃止されることになる。以下では、取引高の長期的な増加や株券発行のコスト削減といった点が、どのように認識され、株券不発行制度が導入されるに至ったのか、そのプロセスを検討する。株券の電子化を進展させる動向について、ここでは具体的に、金融庁金融審議会「我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」での論議を元に検討していくことにする。

同グループにおいて、株券を電子化する必要性としては、次の2項目が認識されていた。

第一は、取引の合理性・安全性を高めることである。紙で株券を発行する費用は、証券市場全体としては大きく、従って株券を電子化することで、株券発行のコストを抑えることができるという考えである。

> 株の券面の存在によるコストというのは一説には年間1,000億円ともいわれておりまして、ペーパーレスによって相当大きなコストダウンを期待できるわけでございます。もちろん盗難とか偽造とか紛失という券面特有のリスクもなくなるわけでございます。[13]

---

[11] 前掲『株券電子化のしくみと対応策』　23頁　参照。なお、この点は、法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1回会議において、株券不所持制度を採用する理由の一つとして取り上げられている。

[12] 具体的に言うと、紙の株券を発行するにはコストがかかるが、電子化するとコストを削減することができるということを指す。「株券を発行するということになりますと、とりわけ大規模公開会社におきましては、発券の費用、その手間が膨大なものになるわけでございます。したがいまして、株券という制度を残しておきますと、企業再編その他をいたします際に非常に多くの経費がかかる、手間もかかるという問題がございます。」［前掲・法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1回会議議事録　2頁　参照。なお、法務省法制審議会関係資料は、法務省URL/審議会等情報/法制審議会「審議が終了した部会情報はこちら」/民事法系/会社法（株券の不発行等関係）部会　による。］

[13] 金融庁金融審議会「第12回我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」・大前茂参考人発言　2007年6月1日。金融庁URL / 審議会・研究会等 / 金融審議会 / 議事録・資料等　参照。

金融庁金融審議会「我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」・第12回会合（2007年6月1日開催）によると、証券保管振替機構（要説明）の役割は、効率的で安全な決済サービスを提供することとされる一方、取引の合理性・安全性を保証するための方策（これが、証券決済制度改革である。）の一つとして、短期社債、社債・地方債、投信、株券の順序で、ペーパーレスを図ることが挙げられている[14]。株券について言うと、電子化してペーパーレスとすると、証券の流通が合理化され、またその安全性が高まるだけではなく、「権利の発生・移動・消滅全体が電子処理となり」[15]、株券の発行とその存在自体も管理することが容易になる。

第二は、証券の管理を合理化することによって、その分証券手数料を軽減させ、証券取引を促進させることである。すなわち、証券取引について、証券・資金を授受するプロセスを合理化することによって、可能になると予測されている。具体的には、前記のプロセスにITを導入するのである。この点さらに、金融審議会・「我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディ・グループ」における大前茂氏（証券保管振替機構常務取締役）の発言をさらに追うことにしよう。

> 決済といいますのは、……投資家や発行体からよく見えるフロントの取引に対しまして、その後の証券と資金の受渡しが完了するまでのバックヤードでの非常に地味で目立たないプロセスでございます。ただ、地味で目立たないプロセスではありますけれども、極めて重要なプロセスだというふうに認識しております。……
> これまで株券の手数料の引き下げは保振として重ねて実施してきたところでございますけれども、それでもアメリカに比べまして手数料が高いというふうにいわれております。ペーパーレス化によって株券を管理するコストを削減することがさらに可能になると思われますので、さらなる手数料引き下げの努力をしていきたいと考えております。……
> 決済というのはインフラの最下流を分担しておりまして、発行体、投資家には見えにくい存在でございますけれども、最もシンプルでITシステムを得意とする分野であります。したがって欧州でも清算機関、取引所に先行して合併が進んでいるところでございます。決済機関に情報が集中しますことから、この情報をベースに広範な資本市場の統一化を進めているというのが欧米の実情でございまして、我が国もこれに後れをとらないように進める必要があるというふうに考えております。[16]

証券保管振替機構がこのように証券取引の効率化を高めることに努力を傾注しているのは、同社が「株券等の保管及び振替に関する法律」に基づき、株券等の有価証券の保管及び受渡し

なお大前茂氏は、1950年5月生まれ、1974年4月に大蔵省（現在の財務省）に入省し、同省東北財務局長、内閣府大臣官房審議官、財務省横浜税関長を経て、2005年6月に証券保管振替機構常務取締役に就任した（株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第7期』　自2007年4月1日至2008年3月31日　25頁　参照）。

[14] 前掲「第12回我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」付属資料・株式会社証券保管振替機構常務取締役大前茂「証券決済制度の現状について」　3頁　参照。

[15] 前掲「第12回我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」参照。

[16] 前掲「第12回我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」・大前参考人発言。

の合理化を図ることを業務として設立されたことによる。すなわち、2002年4月1日に「株券等の保管及び振替に関する法律」が改正され、「保管振替業を営む保管振替機関は、主務大臣の指定を受けた株式会社でなければならないこと」とされた。この法改正によって、財団法人証券保管振替機構が解散し、株式会社証券保管振替機構が設立された[17]。同機構の、株券電子化への対応状況は、以下の通りである。

2005年4月　株券電子化小委員会を設置し、株券電子化後の振替制度の基本スキームである制度要綱及び業務対応等について検討を進めた。

2006年3月　株券等の電子化に係る制度要綱をとりまとめた。[18]

2006年4～5月　株券等の電子化に係る制度要綱の口座管理機関向け説明会

2006年7月　株券等の電子化に係る制度要綱の発行会社向け説明会[19]

2007年1月　投資信託振替制度を開始。

投資信託振替制度とは、投資信託の券面を発行せず、権利の発生、消滅、移転を電子的な記録によって行う決済制度である。既に 2006年8月から、利用者との接続テスト、総合運用テストを実施して、準備が進められていた。この投資信託振替制度により、ほぼ全ての投資信託4,941銘柄がペーパーレス化された[20]。

2007 年2月　取締役会において、株式会社東証システムサービスの発行済株式の20%を取得して関連会社とすることを決議[21]。

2007年11月　株券電子化後の手数料要綱を公表

2008年3月　制度移行に関する発行会社向けの説明会を全国で開催[22]

2008年6月　株券の名義確認や預託を進めるため、株券電子化を説明するテレビ・コマーシャルを流した（同月以降）。

---

[17] 株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第7期』（自2007年4月1日至2008年3月31日）　4頁（証券保管振替機構URL　会社概要 / 財務情報 / 第7期有価証券報告書　参照）。

[18] 株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第5期』（自2005年4月1日至2006年3月31日）　7頁（証券保管振替機構URL　会社概要 / 財務情報 / 第5期有価証券報告書　参照）

[19] 株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第6期』（自2006年4月1日至2007年3月31日）　8頁（証券保管振替機構URL　会社概要 / 財務情報 / 第6期有価証券報告書　参照）。

[20] 前掲『有価証券報告書　第6期』　7頁。

[21] 同機構は、2007年5月、東証システムサービス株主である東京証券取引所との間で、東証システムサービス株式400株の売買契約を締結し、取得した。同株式取得の目的として、同機構は、「当社では、公共インフラである保管振替業及び振替業の遂行のために安全かつ効率的なシステムが不可欠との認識のもとシステム運営に取り組んできておりますが、平成21年には株券電子化が実施されるなど、今後、当社の業務範囲の拡大や業務内容の高度化によりシステムの重要性が更に高まる状況にあることから、同社株式を取得することにより、TSS（株式会社東証システムサービスのこと　樋口記入）との関係を強化し、システム運営の安全性及び効率性の一層の向上を図ることとしたものであります。」と説明している。以上、前掲『有価証券報告書　第7期』　55・71頁　参照。

[22] 前掲『有価証券報告書　第7期』　8頁　参照。

2008年7月　　同上の目的のため、同上趣旨の広告を、新聞計50紙に掲載した。[23]

なお2007年度には、株券電子化に関わるシステム開発費用が増加した。営業に要した費用は、2006年度3億7922万円から、2007年度には217億2985万円へと、57.3倍増加した[24]。

また、2008年7月には、証券取引等監視委員会と日本証券業協会が、株券電子化に向けての証券会社の対応を点検する方針を打ち出した。証券会社は、自社システムを、電子データを管理する証券保管振替機構のシステムに接続する必要がある。このシステム対応に不備があると、証券会社は上場企業の株券を売買することができなかったり、あるいは投資家が思ったタイミングで株を取引できないといったリスクを負ったりすることになる。同委員会と同協会は、こうした事態を回避するために、証券会社の対応を点検し始めたのである[25]。さらに同年同月には、金融庁・法務省が証券保管振替機構に対して、「株券電子化の円滑な実施に向けた取り組みについて」というタイトルの要請文を送った。この要請文は、「利用者の問い合わせに適切に対応することができるように」「緊急時対応計画を策定するなど緊急時における体制を整備すべき」といった、システム障害を想定した内容となっている[26]。

株券電子化に伴い、株券の取り扱いについて注意すべき点は、以下の項目である。

---

[23]『朝日新聞』　2008年7月8日　朝刊　第5面　「たんす株、なお128億株　システム構築に遅れも　株券電子化まで残り半年」　参照。なお、株券電子化を推進する側から見ると、証券取引に際して株券を実際に交付して譲渡する方が少数であると認識されていた。この点、法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1会会議では、次のように指摘されている。「公開会社の株式であっても、これは株式が転々譲渡されるわけですけれども、そうであっても、投資家や株主自身が株券を交付して譲渡するということが実際上は非常に珍しいということ、つまり多くの投資家は証券会社に株券を保護預かりに出したり、あるいは株券の保管振替制度を利用することで、現実に手元には株券を保有しておらず、株券の交付や移転なしに株式の譲渡を行っているという現実がございます。したがって、公開会社におきましても必ずしも株式の譲渡について株券は必要ないのではないかというのが［株券不発行制度を導入すべき　樋口記入］一つ目の理由でございます。」［前掲・法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第1回会議議事録　2頁　参照］

[24] 前掲『有価証券報告書　第7期』　9頁　参照。

[25] 日経速報ニュース　2008年7月26日　「監視委・日証協、株券電子化で重点検査　投資家の混乱回避」。

[26]『日本経済新聞』　2008年7月26日　夕刊　第4面　「市場の話題、投資家の株取引―部制限も、株券電子化、実施まで半年足らず。」　参照。

なお、株券電子化を実施するにあたり問題となるのは、いわゆるタンス株が発生してしまう点である。「タンス株」とは、自宅や貸金庫などで株主自身が管理している株券のことである。株券電子化により、株券が株式の権利を表わすという効力は無効となり、株券電子化の移行日における株主名簿上の株主名簿により、発行会社によって設定される特別口座で株券は管理されることになる。

そのため、タンス株を保有する株主は、株券の名義を本人名義に書き換える必要がある。株券電子化によって特別口座が設けられると、他人名義の株券は、名義のある者によって勝手に売却されてしまうおそれがある。証券保管振替機構と日本証券業協会の調査によると、個人投資家が自宅や貸金庫で保管しているタンス株が、2008年3月末時点で約130億株に上る。そのため証券業界では、投資家に対して、株券電子化を実施する前に、タンス株を証券会社に持参し、預け入れるように呼びかけている。以上、『日本経済新聞』　2008年7月8日　朝刊　第3面　「『タンス株』なお130億株、来年1月株券電子化、投資家に対応呼び掛け。」、『株式新聞』　2008年7月28日　「実戦　市場のことば ＝ 株券電子化　タンス株券以前128億株、他人名義は権利失効も」参照。

①担保設定

株券電子化後には、資金の借り手が自分の証券口座から融資を受ける金融機関の証券口座に株式を振り替えることで、株式に担保を設定することができる。従来、すなわち株券電子化以前においては、株券に担保を設定する場合、名義を書き換えずに株券を渡す方法が一般的であった。しかし、株券電子化後には、紙の株券は担保としても無価値となってしまう。そのため株券電子化後においても、担保取引を継続するには、資金の貸し手と借り手が証券口座を開設し、改めて担保を設定することが必要となる[27]。

②電子公告

公告とは、広く世間に告げ知らせること、特に国家または公共団体が文書によって一般公衆に告知することを指す。この手続を電子化するのが、電子公告である。この電子公告について、まずは法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第１回会議での議論に着目することにしよう。この場合、公告ないし電子公告とは、会社法で規定された事項を指す。

> これまで、株式会社の場合には、公告は定款に定める官報若しくは時事に関する日刊新聞紙に掲載していなければならないことになってきたわけでございますが、インターネットの発達によりまして、官報、日刊新聞紙以外の、いわゆる電子公告というものも認めてよいのではないか、その場合、電子公告を利用することによって、現在、債権者保護手続などの公告では個別催告といったものが別途要求されているものが多いわけでございますけれども、その省略ができないかというようなことが議論になったわけでございます。[28]
>
> 従前の会社法部会での御議論では、今認められている官報とか日刊新聞紙による公告、この発行部数とインターネットに接続している利用者の数は、比較にならないぐらいインターネットの方が多いというのが現実でございます。したがって、これは一種の割り切りの問題でございますけれども、デジタル・デバイド[29]ということを理由に電子公告を認めないという必要はないのではないかという意見が大勢を占めていたというふうに理解しているところでございます。[30]

旧商法および会社法において、公告すべき事項としては、次の点が挙げられる。

---

[27] 『日本経済新聞』　2008年7月9日　朝刊　第17面　「株券電子化ABC（９）担保株の扱いは　-預託しないと融資も無効に。」

[28] 前掲・法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第１回会議議事録　９頁　参照。引用文中の下線は、樋口が記入した。債権者保護手続については、後に取り上げる。

[29] パソコンやインターネットなどの情報技術（IT）を使うことができる者と、使うことができない者（あるいは、使いこなせない者）の間に生ずる、経済的格差、ないし機会の格差を指す。具体的には、若年層・高学歴者・高所得者などが情報技術を活用してさらに高収入を手にする一方、情報技術を使えない、あるいは使いこなすことができない高齢者、ないし資金がなかったり、あるいは設置する環境が調っていなかったりする貧困者がより一層困難な状況に追い込まれる、という現象を指す。すなわち、情報技術の有無とその活用如何が、経済的ないし社会的な格差を拡大することを意味する。

[30] 前掲・法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第１回会議議事録　10頁　参照。

○募集株式の発行等・募集新株予約権の発行の公告

○資本金額または準備金額の減少等・合併・分割・株式交換・株式移転・組織変更の際の株主・債権者・新株予約権者に対する公告

○計算書類等の公告

平成 16 年（2004 年）改正前の商法では、株式会社が行う公告の方法は、官報、または時事に関する事項を掲載する日刊新聞紙の何れかに掲載して行うものに限定されていた。しかし、平成 16 年商法改正により、電子公告によることが認められた[31]。電子公告は、会社法に引き継がれた[32]。

なお、上記・議事録下線部の債権者保護手続について、簡潔に補足説明しておこう。会社分割によって、分割会社の債務が当然に承継会社、または設立会社に引き継がれる場合がある。この場合、債務者が変更する。そのため、債務者の資力に影響があり、会社債権者の保護を図る必要がある。これが、債権者保護手続の趣旨である。

この債権者保護手続が必要とされる趣旨は、こうである。募集株式の発行等の場合には、会社の財産が増加するから、会社債権者にとって不利益はない。しかし、会社を分割する場合には、分割後の分割会社、および分割によって会社の財産および債務を承継する設立会社・承継会社の財務状況や損益の状況は、債権者に対して不利益をもたらす。そこで、会社を分割する際には、債権者保護手続が必要となるのである[33]。

さて、こうした株券電子化は、経済・社会生活において IT 化を進めるという政府の施策の一環を成すものである[34]。株券を電子化することも、直接的には、前述した IT 化による経済合理性を実現することを目的とするものである。そしてそのような IT 化も、IT が広く国民の間に普及し、利用されていることが前提となっている。この点、パソコンを取り上げてみることにしよう。2008 年における総務省の調査によると、パソコンの利用頻度に関して、①「ほとんど毎日利用」する者が 51.8%と過半数に上った。②「週に 3〜4 回くらい利用」する者は 12.1%であり、②の利用頻度までを比較的頻繁にパソコンを利用する者と見ると、①②合計で全体の 63.9%に上る[35]。また、2005〜2008 年の 2〜3 年間におけるパソコンの利用頻度の変化について、

---

[31] 平成 16 年商法改正は、IT 技術の発展を受けたものである。以上、弥永真生『リーガルマインド会社法』第 11 版　有斐閣　2007 年 11 月　2-3 頁　参照。

[32] 電子公告に関する会社法の規定は、以下の通り。

①会社は、電子公告をすることができる。（会社法第 939 条第 1 項第 3 号）

②会社が、電子公告を公告方法とする旨を定める場合には、電子公告を公告方法とする旨を定款に定める。（同法第 939 条第 3 項）

③株式会社が、電子公告を公告方法とする定款を定めた場合には、その定めを登記しなければならない。この場合、株式会社は、電子公告を行うホームページの URL を登記しなければならない。（同法第 911 条第 1 項・同第 3 項第 29 号イ）

[33] 弥永前掲書 398 頁参照。

[34] 前掲・法務省法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第 1 回会議議事録　2 頁　参照。

[35] なお、パソコンを利用していないとする者は、全体の 14.9%である。以上、総務省編『平成 20 年版　情報通信白書』　2008 年 7 月　94 頁　図表 1-3-2-1　による。

「増えた」と回答する者が「減った」と回答する者を、41.5 ポイント上回った。

さらに、4 大マスメディア（テレビ、新聞、雑誌・書籍、ラジオ）の利用頻度について、「増えた」と回答する者が「減った」と回答する者を上回ったのは、テレビのみであった。この点、表 1 には、4 大メディアにつき、①利用頻度上昇分、②利用頻度減少理由、③パソコン代替率を示す（①②③の定義は、表 1 の注釈参照。）。この表によると、利用頻度が上昇したのは（①）、テレビの 5.1 ポイントのみであり、新聞、雑誌・書籍、ラジオは減少している。特に、雑誌・書籍、ラジオの減少分は大きい（それぞれ、11.2 ポイント減・17.4 ポイント減少）。ここで、テレビと雑誌・書籍、ラジオにつき、そのメディアの利用頻度が減少した理由を見ると、「代わりに他のメディアを利用するようになったから」とする者の割合が、テレビでは 25.4%であるのに対して、雑誌・書籍では 40.7%、ラジオでは 39.9%と高めになっている。また、パソコン代替率は、72.1%～92.9%の間で分布しており、パソコンが既存のメディアに取って代わる傾向が極めて強いことが読み取れる[36]。

表 1　4 大メディア利用の変化

	利用頻度上昇分	減少理由				パソコン代替率
		Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	
テレビ	5.1	25.4	38.4	26.8	9.4	92.9
新聞	▲0.3	46.2	24.6	13.1	16.2	89.4
雑誌・書籍	▲11.2	40.7	26.2	18.2	15.0	85.4
ラジオ	▲17.4	39.9	20.5	28.7	10.8	72.1

（1）「利用頻度上昇分」とは、2005～2008 年の 2～3 年間において、各メディアの利用頻度が「増えた」とする者の割合から、「減った」とする者の割合を差し引いたポイント。▲はマイナスを示す。

（2）「減少理由」とは、メディアの利用頻度が「減った」とする者につき、その理由を問うた項目である。Ⅰ～Ⅳは、以下の通り。

Ⅰ　「代わりに他のメディアを利用するようになったから」

Ⅱ　「メディアの利用以外に時間を使うようになったから」

Ⅲ　「そのメディア自身への興味がなくなったから」

---

[36] 本文の数値によく表れているように、パソコンが雑誌・書籍に取って代わる動きが強いことがわかる。パソコン利用の有効性については、後述する。この点、例えば蔵琢也・蔵研也は、「ネットで起こっていることは、基本的にグーテンベルクが印刷を実用化して以降に起こったことが、再び起こったことに過ぎないといえる。印刷機と出版はある程度の資本と組織が必要であり、やはり限られた言論だった。それがインターネットでは大衆レベルにまで拡散したのである。今まで、個々の庶民の『とるに足らない』生の声は、すぐに消えてしまっていたのが、それが技術革新によって全世界に伝わるようになったといえる。」と評している（「ネットに興っている新しい政治動向」 岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』 2007 年 3 月　第 3・4 巻　40 頁）。発明当初には限られた言論手段であった印刷・出版は、現在では相当普及している。しかし、インターネットは個々のユーザの「生の声」を即時に、そして全世界に発信することができる、という点で画期的である。

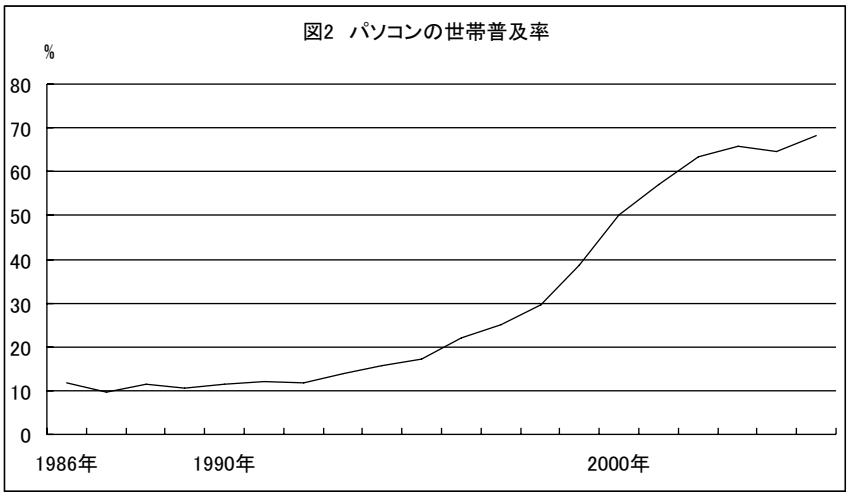
Ⅳ　「その他の理由」

各欄は、全体を100%としたときの、各理由の占める割合（%）を示す。

（3）「パソコン代替率」とは、各メディアにつき減少理由・Ⅰを挙げた者につき、代わりに利用するようになったメディアとしてパソコンを挙げた者の割合（単位・%）。

（4）前掲『平成20年版　情報通信白書』　96頁・図表1-3-2-2、97頁・図表1-3-2-3・図表1-3-2-4　参照。

一方、パソコンの世帯普及率は、1986年にはわずか11.7%に過ぎなかったが、1998年以降急速に高まり、2005年には68.3%に達した（図2参照）。



総務省編『平成18年版　情報通信白書』　24頁　参照。同白書所収CD-ROMに収録されたデータを元に作成した。

ところで、メディアに対する評価の中で、パソコンは極めて高い評価を受けている。各メディアにつき、娯楽性・共有性・多量性・有用性・簡便性・速報性・親近性・正確性[37]の8項目が調査されたところ、表2に示す結果となった。ここでは、①若年層・②勤労者層・③家庭生活者層・④高齢者層の各世代と、①～④の各項目を単純平均した数値を掲げる。

[37] 各調査項目の定義は、以下の通り。
共有性：自分の考えや意見を誰かに伝えたり、共有できる。
多量性：情報量が多い
有用性：役に立つ
簡便性：すぐに手に取りやすい
親近性：身近な情報を扱っている

表2　メディアに対する評価

Ⅰ　若年層

	娯楽性	共有性	多量性	有用性	簡便性	速報性	親近性	正確性
テレビ	61.8	56.0	53.5	53.6	57.7	57.1	49.1	47.1
新聞	37.1	42.6	46.3	51.6	41.6	42.7	65.6	69.5
雑誌・書籍	51.1	46.1	41.4	44.0	41.2	34.8	37.8	45.4
ラジオ	39.5	36.2	38.9	35.5	40.7	49.9	55.1	51.4
パソコン	59.0	62.6	<1>66.3	<5>65.4	<9>63.2	<13>62.5	51.3	43.4
携帯電話	51.4	56.6	53.5	49.9	55.6	53.1	41.2	43.2

Ⅱ　勤労者層

	娯楽性	共有性	多量性	有用性	簡便性	速報性	親近性	正確性
テレビ	67.7	63.9	53.1	53.1	57.2	57.6	57.3	49.1
新聞	39.2	56.0	51.0	56.1	50.8	41.5	64.2	69.9
雑誌・書籍	50.3	39.7	43.3	42.1	36.9	35.7	37.4	45.2
ラジオ	45.0	39.1	39.5	38.4	39.2	49.6	47.6	46.7
パソコン	53.6	55.3	<2>67.7	<6>65.2	<10>61.9	<14>62.4	52.0	46.6
携帯電話	44.2	45.9	45.4	45.0	54.0	53.1	41.4	42.4

Ⅲ　家庭生活者層

	娯楽性	共有性	多量性	有用性	簡便性	速報性	親近性	正確性
テレビ	68.4	66.2	54.9	55.3	58.3	60.0	55.9	50.5
新聞	40.2	57.0	51.9	55.8	53.0	41.3	64.7	69.7
雑誌・書籍	50.3	42.3	42.7	42.3	37.8	36.0	37.5	43.7
ラジオ	44.1	39.3	39.6	38.4	38.3	51.0	51.6	46.4
パソコン	52.0	48.7	<3>66.7	<7>64.4	<11>61.6	<15>61.3	49.7	46.8
携帯電話	45.0	46.5	44.3	43.8	51.0	50.3	40.6	42.8

Ⅳ　高齢者層

	娯楽性	共有性	多量性	有用性	簡便性	速報性	親近性	正確性
テレビ	68.8	65.0	60.0	59.2	58.1	63.8	57.7	49.6
新聞	43.7	59.1	54.9	60.6	59.8	43.1	62.1	66.4
雑誌・書籍	47.5	43.6	42.0	39.0	35.8	36.6	37.0	40.8
ラジオ	49.9	44.6	41.5	45.0	44.7	55.0	54.7	52.3
パソコン	50.1	48.7	<4>61.7	<8>56.8	<12>58.1	<16> 56.0	48.7	52.4
携帯電話	39.9	39.0	39.8	39.5	43.5	45.5	39.8	38.4

Ⅴ　平均

	娯楽性	共有性	多量性	有用性	簡便性	速報性	親近性	正確性
テレビ	<21> 66.7	<23> 62.8	<18> 55.4	<20> 55.3	57.8	59.6	55.0	49.1
新聞	40.1	53.7	51.0	56.0	51.3	42.1	64.2	68.9
雑誌・書籍	49.8	42.9	42.4	41.9	37.9	35.8	37.4	43.8
ラジオ	44.6	39.8	39.9	39.3	40.7	51.4	52.3	49.2
パソコン	<22> 53.7	<24> 53.8	<17> 65.6	<19> 62.9	61.2	60.6	50.4	47.3
携帯電話	45.1	47.0	45.7	44.5	51.0	50.5	40.7	41.7

（1）　Ⅰ～Ⅳは、前掲『平成20年版　情報通信白書』　99頁　参照。数値は、同白書付属CD-ROMに収録されている。

（2）　数値は偏差値である。すなわち、各世代において、各メディアにそれぞれ特性が「ある」と回答した人の割合が、平均を偏差値50として、偏差値に換算された。なお、表の中の< >は、本文で用いる番号である。これは、偏差値ではない。

（3）　Ⅴは、Ⅰ～Ⅳの各項目につき、単純平均した数値である。

パソコンは、全ての世代において、多量性という点で、第1位の評価を受けている（表2　<1>～<4>）。また、若年層・勤労者層・家庭生活者層においては、有用性・簡便性・速報性でも第1位となっている（表2　<5>～<16>）。

これを、全世代平均について単純平均をとると、多量性・有用性・簡便性・速報性といった項目で、パソコンは第1位となっている。また、娯楽性・共有性では、パソコンは第2位となっている。つまり、メディアとして、パソコンは極めて高い評価を受けていると言えよう。

パソコンという情報媒体は、利用者（ユーザ）が主体的に情報を収集・作成・保存・発信す

ることができるという点に、その特徴がある。具体的に言うと、大容量のハードディスクドライヴ（HDD）を備えたパソコンは、膨大な数のファイルを保存することができる。例えば、一般のユーザが、ワープロソフト・表計算ソフト等を用いて、パソコンで様々なファイルを作成した場合でも、その保存場所に困るということは、ほとんどないであろう。ユーザは手元にパソコンを備えていれば、一旦作成し保存したファイルを、いつでも利用することができる。また、そのファイルを作成するにあたり、元となる情報・データを、インターネットを通じて容易に入手することができるし、さらに、作成したファイルをメールに添付して送信することも容易である。これらの点は、現在、職場や家庭において、いわばごく当たり前のこととして、かなり広範に行われている事項であろう。このように、パソコンは情報の収集・作成・保存・発信という点で優れており、今日ではパソコンの基本となっているものと思われる、ワープロソフト・表計算ソフト・インターネット・メールを使うことができれば、一人のユーザは極めて多くの情報を取り扱うことができる。これが、多量性（情報量が多いこと）という点で、パソコンが高い評価を受けている所以なのである。表 2 においてこれを見ると、多量性という項目におけるパソコンの評価は、全世代平均偏差値 65.6 に上っている（表 2 の<17>参照）。これは、同項目第 2 位のテレビ 55.4（表 2 の<18>参照）を大きく引き離しているのである。

ところで、多量性、すなわち情報量の多さという点では、テレビが発信する情報量も、極めて膨大なものである。現在、テレビは 24 時間放送されている。各放送局は、様々なタイプの番組をそろえて、視聴者に情報を提供し続けているのである。表 3 には、1980 年以降の放送局数・民間放送会社数・1 日平均放送時間を示す。放送局数は、1980 年（11,049 局）から基本的には増加する傾向を示し、2000 年に最多の 15,131 局となった（1980 年と比較すると 4,082 局・36.9%増加）。また、民間放送会社数は、1980 年 95 社から 2000 年には 133 社となった（1980 年と比較すると 38 社・40.0%増加。なお、民間放送会社数は 2000 年以降 133 社で推移している。）。こうした放送局数・民間放送会社数の増加は、基本的には、テレビ放送を通じて発信される情報量が増加していることを示すものである。さらに、1 日あたり平均放送時間も、1980 年から 2004 年にかけて、NHK 総合では 6.18 時間、民間では 4.94 時間長くなっている（これを増加率で見ると、NHK 総合では 35.5%増加、民間では 28.8%増加している。）。

表 3　テレビ放送

	放送局数	民間放送会社数	1 日平均放送時間（時.分）	
			NHK 総合	民間
1980 年	11,049	95	17.41	17.17
1985 年	13,172	103	18.24	18.30
1990 年	13,716	109	20.02	19.56
1995 年	14,831	137	20.40	20.28
2000 年	15,131	133	24.00	21.36
2001 年	15,096	133	24.00	21.50
2002 年	15,038	133	24.00	21.55
2003 年	15,015	133	23.58	22.08
2004 年	14,985	133	23.59	22.11

（1）　放送局数は、地上系放送。ただし、民放には BS（放送衛星）局を含む。

（2）　民間放送会社数には、BS 社を含む。

（3）　『数字でみる日本の 100 年』　改訂第 5 版　日本国勢図会・長期統計版　財団法人矢野恒太記念会編集・発行　2006 年 12 月　497 頁　参照。

しかしながら、パソコンがユーザの能動的な情報収集・作成・保存・発信を可能とするものであるのに対して、テレビは視聴者を受身の立場に置いてしまう。この点が、パソコン・テレビともにユーザ・視聴者にとって情報量が膨大でありながら、パソコンの方が多量性という点で高い評価を受けている所以であろう[38]。

これは、有用性という項目において、全世代平均で第 1 位のパソコンが第 2 位のテレビを 7.6 ポイントと大きな差を付けているという点にも表れているものと思われる（表 2・V　<19><20> 参照）。すなわち、単に情報量が多いというのではなく、情報をユーザ・視聴者が自身の都合の良いように（換言すると、自身の利益に適った形で）、タイムリーに活用することができるのかという点で、パソコンはテレビに差を付けているわけである。

むしろテレビは、パソコンと比較して、娯楽性・共有性という点で優れている（表 3　<21>～<24>）。これは、例えば家族の団欒によく表れているように、ある時間・ある空間において、複数人で情報（話題と評した方が相応しいであろうか）を享受し、かつ共有するには、テレビ

[38] なお参考までに、前掲蔵琢也・蔵研也論文によると、かつては「大衆の声」が各種の思想・信条（前掲論文では「宗教」とされている）を持つインテリや権力者の作為によって作られたものである、とする。従って、現在のインターネットにおける大衆の平均的な意見は、従来までのマスコミにおける「世論」とは相当違っている。つまり、現在の大衆はインターネットを利用することによって、「生の声」を上げることができるようになった、と評している（前掲「ネットに興っている新しい政治動向」　岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 7 巻第 3・4 号　2007 年 3 月　47 頁）。

はパソコンよりも優れていることを示している。裏を返すと、一人で能動的に情報に接し（情報を収集・作成・保存・発信し）、そこに利益を見出すという点では、パソコンの方が優れていると言えよう。

これは、端的に言うと、パソコンには、いわば情報の支配性とでも言うべき性格が強い、ということになろう。パソコンは、既に述べたように、情報を収集し、作成し、保存し、そして情報を発信するという点で優れている。すなわち、パソコン・ユーザは、情報を扱うことができる、その自由度が高いのである。この自由度のことを、本稿では情報支配性と言うことにしよう。情報の存在は、一個人にとっては膨大である。パソコン・ユーザは、これに能動的に働きかけ、そして自由にその情報を取り扱うことができるのである。そして、情報支配性によるパソコン・ユーザの利益が、具体的には、家計における経済合理性という形態 ＝ 消費行動をとって表れているのである［本稿第１章第１節（１）参照］。

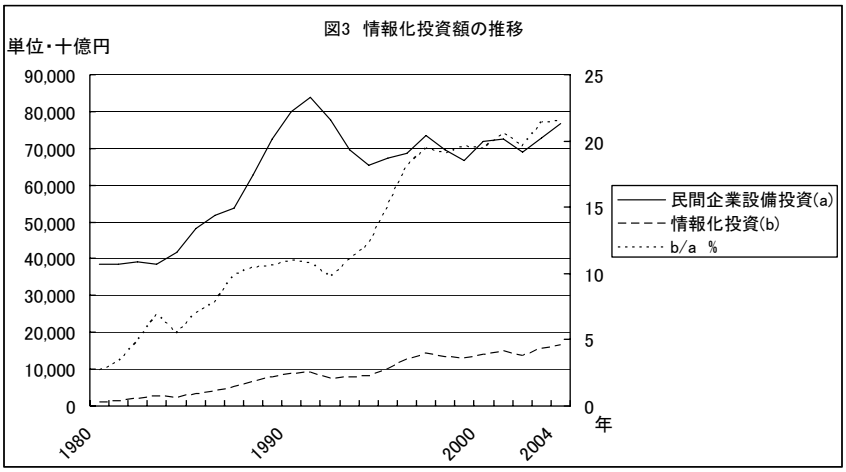
パソコンに対する高評価は、若年層・勤労者層・家庭生活者層・高齢者層においては、有用性・簡便性・速報性といった項目でも表れている（何れも、第１位。）。すなわち、情報を扱うに際して役に立つ、身近で操作が比較的簡潔である、すぐに情報を収集・作成できる（あるいは、すぐに情報を発信できる）といった点でも、パソコンは高い評価を受けている。こうした評価も、パソコンの情報支配性の高さの表れであると考えられる。

第２節　企業

次に、IT と企業の動向について検討する。ここでは、情報化に対する企業の動向として、（１）経営面、（２）労働面　の二つを取り上げて検討する。

（１）経営面

企業による情報関連費用の総額は、年々増加している。図３には、1980 年から 2004 年にかけての情報化投資額の推移を示す。企業の設備投資は、1991 年にピークに達した後低迷し、1994 年以降横這い状態となっている。それに対して、情報化投資の額は、年々増加している。民間企業設備投資に対する情報化投資の割合は、1993 年から 2001 年にかけて飛躍的に伸びた。



（1） 民間企業設備投資・情報化投資は左の縦軸、b/a は右の縦軸。右の縦軸の単位は%

（2） 総務省編『平成 18 年版 情報通信白書』 2006 年 7 月 245 頁 データ 11 より作成。

人口の少子高齢化が進み、今後は労働投入量が増加することを期待できない。そのため、日本が今後も経済を成長させていくためには、労働生産性を向上させることが必要不可避である。情報通信ネットワークは、労働生産性を向上させる要因の一つであり、企業は積極的に情報化投資を進め、情報通信資本を蓄積しつつある[39]。

（2）労務面

近年における労働時間の動向を見ると、裁量労働制を採用する企業の割合が、全体として増加する傾向にある。既に裁量労働制を導入している事業場においても、「労働時間規制を受けない働き方」を導入したり、「裁量労働制」を拡大させたりすることを求めている。一方、裁量労働制を未だに導入していない企業においても、30.0%が「労働時間規制を受けない働き方の導入」を求めている[40]。

一般的に、収入と自由時間（余暇時間）とは、相反する関係にある。換言すると、労働時間が長いと収入は増えるが、自由時間（レジャー）はその分減少する。逆に、労働時間を短くすると収入は減少するが、自由時間はその分増加する[41]。では、労働者は、収入と自由時間のどち

[39] 情報化を促進する動きは、ことに大企業において盛んである。従業員数 2000 人以上の企業では、情報化投資を進めている企業の割合が、2002 年 93.9%、2005 年 91.0%と高い水準で推移している。また、売上高が多い企業ほど、情報化投資を活発に進める傾向が見られている。例えば、2005 年における情報化投資の実施状況を売上高規模別に見ると、売上高 5 億円未満 38.5%、同 5-10 億円 44.6%、同 10-30 億円 58.4%、同 30-100 億円 73.4%、同 100-500 億円 79.3%、同 500-1000 億円 85.1%、同 1000 億円以上 88.9%となっている（拙稿「情報化社会と就労状況の変容」 岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』 第 9 巻第 1・2 号 2008 年 9 月 45 頁）。

[40] 厚生労働省編『平成 19 年版 労働経済白書』 2007 年 8 月 116-117 頁 参照。

[41] 例えば、新開陽一・新飯田宏・根岸隆『近代経済学』 新版 有斐閣大学双書 1987 年 2 月 99-101 頁

らを欲しているのであろうか。表4には、内閣府2006年調査を示す。

表4　収入と自由時間についての考え方（2006年）

年齢階層	①収入をもっと増やしたい	②自由時間をもっと増やしたい	①マイナス②	③どちらともいえない	①②③合計	該当者数
20～24歳	51.6%	45.2%	6.4pt.	2.3%	99.1%	217
25～29歳	54.3%	39.9%	14.4pt.	5.5%	99.7%	293
30～34歳	58.0%	36.0%	22.0pt.	5.6%	99.6%	450
35～39歳	54.1%	38.3%	15.8pt.	7.0%	99.4%	514
40～44歳	57.1%	36.0%	21.1pt.	6.0%	99.1%	483
45～49歳	56.9%	36.4%	20.5pt.	6.1%	99.4%	478
50～54歳	50.5%	39.8%	10.7pt.	8.4%	98.7%	570
55～59歳	46.3%	44.1%	2.2pt.	8.8%	99.2%	696
60～64歳	43.9%	39.4%	4.5pt.	14.5%	97.8%	660
65～69歳	45.1%	36.2%	8.9pt.	17.0%	98.3%	588
70歳以上	33.3%	35.4%	-2.1pt.	25.3%	94.0%	992
年齢計	48.0%	38.4%	9.6pt.	11.7%	98.1%	5,941

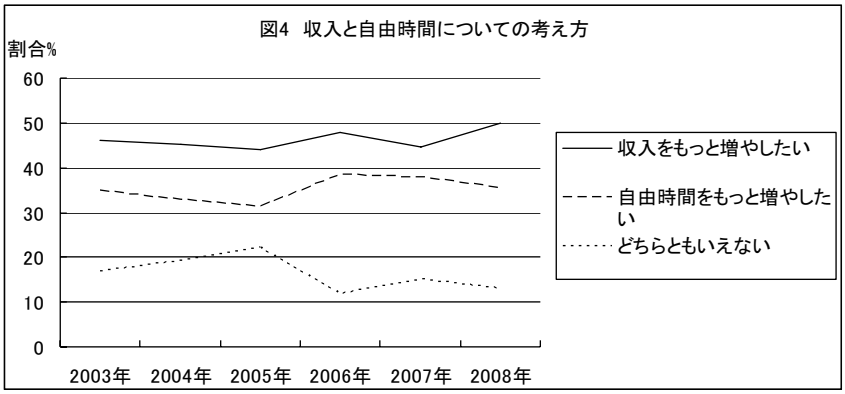
（1）　pt.とはポイントを意味する。

（2）　内閣府「国民生活に関する世論調査」[厚生労働省編『平成19年版　労働経済白書』　2007年8月　298頁　付3-(3)-7表　参照]。

表4によると、70歳以上の年齢階層を除いて、いずれの年齢階層においても、②「自由時間をもっと増やしたい」よりも、①「収入をもっと増やしたい」の割合の方が上回っている。この差は、30～34歳において最大であり、22.0ポイントに及ぶ。もっともこの表は、労働者の間では②を希求する者の割合も多いことを示している。その割合は、最高で20～24歳の45.2%、最低でも70歳以上の35.4%に及ぶ。

収入と自由時間についての考え方に関し、近年自由時間を重視する傾向が高まっている。図4には、収入と自由時間についての考え方として、「収入をもっと増やしたい」「自由時間をもっと増やしたい」「どちらともいえない」の3つの割合を示す。2003年から2008年にかけての、各項目の推移である。

参照。「労働者にとっては、一般にレジャー時間は多ければ多いほど望ましく、賃金所得も多ければ多いほど望ましい。そこで、一般の消費選択と同じように、労働供給の問題はレジャーと賃金所得とを選択対象とする労働供給者が、利用可能な1日24時間をこれらにどのように配分するかという問題として扱うことができる。」（100頁）とされる。



（1） 2003年・2004年・2005年・2008年は6月調査、2006年は10月調査、2007年は7月調査。

（2） 内閣府大臣官房政府広報室『国民生活に関する世論調査』 世論調査報告書 2008年6月調査 参照。

この図で、「どちらともいえない」、すなわち収入・自由時間のどちらか一方には決めかねるとする者の割合は、2005年から2006年にかけて大きく減少し（2005年22.1%→2006年11.7% 10.4ポイント減少)、「収入をもっと増やしたい」か「自由時間をもっと増やしたい」かの何れかとする者の割合がそれぞれ高くなった。その意味では、労働者の志向が、収入志向と自由志向とに二極分化しているわけである。これを自由志向、すなわち「自由時間をもっと増やしたい」とする者の割合について見ると、2005年から2006年にかけて31.2%から38.4%へと、7.2ポイント上昇した。同割合の推移を全般的に見ても、2003年-2005年の期間は30%台前半であるが、2006年-2008年の期間は30%台後半となっている。

事実、総実労働時間は減少する傾向が生じている。表5には、2000年から2007年にかけての、総実労働時間の推移を示す。総実労働時間は、2000年154.4時間から2007年150.7時間へと、この7年間で3.7時間減少している。

表 5　総実労働時間の推移（2000 年～2007 年）

	総実労働時間	前年比
2000 年	154.4	-
2001 年	153.0	-1.4
2002 年	152.1	-0.9
2003 年	152.3	+0.2
2004 年	151.3	-1.0
2005 年	150.2	-1.1
2006 年	150.9	+0.7
2007 年	150.7	-0.2

（1）　単位・時間

（2）　厚生労働省『毎月勤労統計調査』[厚生労働省『平成 20 年版　労働経済白書』　2008 年 7 月　53 頁　第 1-（2）-16 表　参照]。

いわゆる終身雇用・年功序列に特徴付けられた日本の雇用システムは、近年において著しく変容している。そして、従来集団主義的と見られてきた労働関係も、次第に個別化する傾向を示している。そこで、労働者一人一人の状況に応じながら、仕事と生活のバランスを図っていくという考え方、いわゆるワークライフバランスを実現する雇用システムを構築することが課題となっている[42]。

この点、具体的には、労働者の間で、生活志向が高まっていることが挙げられる。換言すると、労働者の間では、仕事よりも生活を優先させようという志向が高まっているのである。この点、表 6 には現在における仕事と生活の優先度を、表 7 にはこれからの仕事と生活の希望優先度を示す。

表 6　仕事と生活の調和の考え方　①現在の仕事と生活の優先度

年齢階級	①仕事	②どちらかといえば仕事	①+②	同じくらい	③どちらかといえば生活	④生活	③+④
18～19 歳	8.7%	30.4%	39.1%	30.4%	13.0%	17.4%	30.4%
20～29 歳	18.4%	37.6%	56.0%	22.1%	14.8%	6.9%	21.7%
30～39 歳	21.7%	40.9%	62.6%	20.2%	12.4%	4.6%	17.0%
40～49 歳	26.2%	40.2%	66.4%	18.2%	11.6%	3.5%	15.1%
50～59 歳	35.2%	36.4%	71.6%	18.4%	7.6%	2.0%	9.6%
60 歳以上	30.4%	37.8%	68.2%	18.5%	9.6%	3.7%	13.3%

[42] 厚生労働省編『平成 19 年版　労働経済白書』　2007 年 8 月　220 頁　参照。

表７　仕事と生活の調和の考え方　②これからの仕事と生活の希望優先度

年齢階級	①仕事	②どちらかといえば仕事	①+②	同じくらい	③どちらかといえば生活	④生活	③+④
18～19 歳	4.3%	4.3%	8.6%	43.5%	17.4%	30.4%	47.8%
20～29 歳	3.6%	13.7%	17.3%	36.6%	29.8%	16.0%	45.8%
30～39 歳	3.2%	15.0%	18.2%	39.6%	28.7%	13.3%	42.0%
40～49 歳	5.8%	18.1%	23.9%	40.3%	26.5%	9.1%	35.6%
50～59 歳	10.8%	20.4%	31.2%	34.4%	26.9%	7.1%	34.0%
60 歳以上	10.4%	17.0%	27.4%	30.4%	34.8%	7.4%	42.2%

以上、表 6・7 につき、独立行政法人労働政策研究・研修機構「経営環境の変化の下での人事戦略と勤労者生活に関する実態調査（従業員調査）」　2007 年（厚生労働省編『平成 19 年版　労働経済白書』2007 年 8 月　284 頁　参照）。

まず表 6 についてみると、若年層（すなわち、18～19 歳・20～29 歳）の間で、生活を優先するとする者（ここでは、①+②）の割合が比較的高くなっている。次に表 7、すなわち今後の希望的観測について見ると、どの年齢層においても、仕事を優先しようとする者（③+④）よりも、生活を優先させようとする者（①+②）の方が上回っている。

このように労働者の就労意識が変容する中で、就労環境も改めて整備される必要が生じている。その試みの一つが、テレワークである。テレワークとは、ICT を利用して場所・時間にとらわれない働き方のことである[43]。

企業におけるテレワーク導入率は、2005 年 7.1%から 2006 年 7.6%・2007 年 10.8%と増加している[44]。一方、テレワーク人口は、2002 年 408 万人から 2005 年には 674 万人へと増加している。また、企業が、従業員の福利厚生のためにテレワークを導入する動きも進んでいる。それは、具体的には、テレワークを導入する目的として、勤務者の移動時間を短縮させるためという理由を挙げた企業が 32.1%（2006 年）→46.5%（2007 年）へ、勤務者にゆとりと健康的な生活を実現させるためという理由を挙げた企業が 6.4%（2006 年）→12.6%（2007 年）へと増加したことに表れている[45]。

さて、総務省がテレワークの導入を推進するのも、労働者が多様な就労形態を選べるようにすることで、労働者各人の人生設計に資することを目的としている。それは端的には、男女共同参画社会を実現すること（換言すると、女性労働を、家事・育児・介護と両立可能な形で推進すること。）にある。この点、総務省は、先導的取り組みによる IT 利活用の

[43] 総務省編『平成 18 年版　情報通信白書』　83 頁　参照。
[44] 総務省編『平成 20 年版　情報通信白書』　223 頁　参照。
[45] 総務省編『平成 19 年版　情報通信白書』　2007 年 7 月　313 頁・同『平成 20 年版　情報通信白書』　2008 年 7 月　223 頁　参照。

推進として、テレワーク導入推進の目的を、以下のように定めている。

> ITを活用し、国民がそれぞれの人生設計に対応した多用な就労形態を選択することにより、就業において、一人ひとりがより創造的な能力を最大の能率で発揮しうる社会を実現する。ひいては、就業と家事・育児・介護の両立が可能となるなど、男女が共同して参画する社会の実現に資する。2010年までに適正な就業環境の下でのテレワーカーが就業人口の2割となることを目指す。[46]

テレワークを導入する必要性としては、次のように考えられる。IT戦略本部は、少子高齢化が進む状況にあって、育児を抱える母親（①）、介護者（②）、障害者（③）、高齢者（④）等について、勤労意欲のある者に関して、その能力を発揮し活躍することができる環境を整えていくことが必要である。これは、産業界にとっては、少なくとも労働力の数を確保することをねらいとしたものになるであろう。テレワークは、家庭と職業の両立を図り（①②）、また社会復帰を促進（③④）するための手段なのである。

第3節　政府

最後に、政府の役割について検討する。ここでは、政府の政策について、ITを国民生活に浸透させることと、学校教育に焦点を絞って取り上げることにする[47]。

政府は、2001年1月に、高度情報通信ネットワーク社会形成基本法（2000年制定・月まで調べること）に基づいて、IT戦略本部を設置し、e-Japan戦略（2001年1月）やe-Japan戦略Ⅱ（2003年7月）を定めた。その後、国民・IT利用者の立場に立って、ITを有効活用することが目標とされている。具体的には、以下の2点が挙げられている。

（1）　「いつでも、どこでも、何でも、誰でも」ITを利用することができるユビキタスネット社会を、セキュリティ確保やプライバシー保護などに十分留意しながら実現すること。

（2）　日本が、世界最高のインフラ・利用能力・技術環境を有する、最先端のIT国家であり続けること。[48]

IT戦略本部は、こうした目的を達成するために、2006年1月にIT新改革戦略を定めた。このIT新改革戦略は、利用者・生活者を重視すること、活力のある少子高齢社会、行政・企業・個人の新しい姿の構築、といった点を掲げている。さらに、2007年4月には、IT新改革戦略政

---

[46] 総務省「総務省職員によるテレワークの導入」　2004年12月（http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/041227_13.html）　参照。なおこの資料自体は、国全体のテレワーク導入を促進するという観点から、官庁におけるテレワーク実施の必要性を考察するものであり、試行的に総務省で実施することとする、という趣旨の資料である。

[47] なお、就労・労働の分野については、拙稿「情報化社会と就労状況の変容」（岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第9巻第1・2号　2008年9月）　69-79頁　参照。

[48] 総務省編『平成20年版　情報通信白書』　2008年7月　178頁

策パッケージが策定され、今後のIT政策に関する基本的な方向性がまとめられた[49]。

> e-Japanを推進してきた5年間、我が国はIT戦略を構造改革と一体として進めてきた。構造改革を進めIT化を妨げる社会的制約を取り除くことにより、IT化は一挙に進展する。他方、ITを活用し仕事の形や生活のありようを変えていくことが構造改革へと拡がっていく。このように構造改革とIT化は社会の改革の両輪をなすものであり、このふたつが一体化することにより社会の変革が進んでいく。[50]

政府がITの推進を図るのも、ITが21世紀の日本経済をリードするものであると考えられるからである。すなわち、20世紀の日本経済を牽引したのが工業生産、いわば商品の生産であったのに対して、続く21世紀には、知的生産が日本経済をリードするものと考えられるからである。IT新改革戦略（IT戦略本部・2006年1月策定）によると、既に本戦略が策定される以前において、ブロードバンドインフラの整備・利用が広がり、機能性の高い携帯電話が普及するとともに、電子商取引の環境が整備された、とされる。IT戦略本部はその水準を、「我が国は世界最先端を実現した。」と評している[51]。もっともその反面、問題点として、以下の点が挙げられている。

> 行政サービスや、医療、教育分野等での利用・活用における国民満足度の向上、地域や世代間等における情報活用における格差の是正、セキュリティ対策や防災・災害対策の促進、企業経営におけるITの活用や産業の国際競争力の強化、国際貢献等について、依然として課題が存在している。[52]

では次に、こうした問題・課題に対して、政府はどのように取り組んでいるのかを検討することにしよう。

○医療

医療現場においては、レセプトのほとんどが紙で処理されている。レセプトを紙で処理しているため、医療保険事務のコストが嵩むとともに、予防医療等へのレセプトデータが十分に活用されない、という問題を生じている。また、電子カルテは、医療の安全を確保したり、医療機関相互間で連携を図ったりする場合に、有用である。しかし、電子カルテは、未だ普及していない状況にある。そのため、「遅くとも2011年度当初までに、レセプトの完全オンライン化により医療保険事務のコストを大幅に削減するとともに、レセプトのデータベース化とその疫学的活用により予防医療等を推進し、国民医療費を適正化する。」「導入目的を明確化した上で、電子カルテ等の医療情報システムの普及を推進し、医療の質の向上、医療安全の確保、医療機関間の連携等を飛躍的に促進する。」といった目標が掲げられた[53]。

---

[49] 同上178頁参照。
[50] IT戦略本部『IT新改革戦略』　2006年1月　1頁。
[51] 前掲『IT新改革戦略』　2頁　参照。
[52] 前掲『IT新改革戦略』　2頁。
[53] 以上、前掲『IT新改革戦略』　12頁　参照。

さて、こうした目標に向けて、レセプトの提出・受領については、2006年度よりオンラインで行うことができるようにすることとする、とされた。そして、2011年度当初からは、原則として全てのレセプトを、オンラインで提出・受領しなければならないこととした[54]。そのためのインフラ整備としては、統合系医療情報システムを、200 床以上の医療機関のほとんどに導入し、業務の効率化、医療安全、および診療情報の提供を実現する。具体的には、400 床以上は2008年度まで、400床未満は2010年度までに導入することとされた。さらに、同システムの導入につき、費用対効果の点でメリットが乏しい小規模な医療機関に対しては、低コストでの診療情報連携に適した電子カルテを、2010年度までに導入することが図られている[55]。

なお、ITを医療分野で活かすというのも、今後の日本においては高齢化が進むことが予測されることによる。具体的に言うと、2007年から、いわゆる団塊の世代が60歳に到達することから、大量の定年退職者が出現することが見込まれている。そのため、IT戦略本部は、ITを活用して、「老後を健康で安心して暮らせるようにする医療、社会保障分野等の改革を推進していく必要がある。」[56]としている。その基本的な方向性について、IT戦略本部は次のように定めている。

> 全ての人にとって健全で安心できる社会の実現には、高齢化社会の進展等により、国民の将来の生活に不安が生じないように、医療、社会保障の分野でITを最大限活用していくことが重要である。国民医療費の急速な伸びが予想される中、ITによる健康情報の活用により、疾病の予防、医療の質の向上と効率化等を図るとともに、健康情報、年金情報等を希望する国民が自ら入手・管理できる仕組みの構築など、より長く元気に生活を楽しむための健康管理、親切で信頼できる社会保障の実現を目指す。[57]

○教育

IT新戦略によると、21世紀においても日本が引き続き国際競争力を持続させるためには、次世代を担う児童・生徒が、初等・中等教育の段階からITに触れ、情報活用能力を向上させる環境の整備を進めていくことが重要である、とされる。そこで、IT戦略本部が着目したのが、学

---

[54] 以上、前掲『IT新改革戦略』　12頁　参照。
[55] 以上、前掲『IT新改革戦略』　13頁　参照。
[56] IT戦略本部決定「IT新改革戦略政策パッケージ」　2007年4月　2頁　参照。
[57] 前掲「IT新改革戦略政策パッケージ」　6頁　参照。なお、引用文下線は原文のまま（原典による）。「社会を実現するためには」とすべき箇所ではなかろうか。

なお、医療分野における政府の取組みとしては、福祉における情報化、すなわち福祉サービスに関する情報を積極的に提供することが挙げられる。具体的には、厚生大臣の諮問機関・福祉関係三審議会合同企画分科会・老人保険審議会・高齢者社会福祉ビジョン懇談会・高齢者介護自律支援システム研究会等の答申・意見具申・報告書において、今後の社会福祉のあり方、および福祉サービスの提供に関して、情報システム・情報ネットワークの活用が必要であることが提案されている。そして、既にいくつかの自治体では、情報システムやCATVの利用が試験的に実施されている（亀田彰喜・勝木太一「地方行政における健康福祉情報ネットワークシステム」　岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第7巻第3・4号　2007年3月　107頁　参照）。なお、同論文では、福祉行政においてニューメディアが活用されている事例として、兵庫県五色町・奈良県野迫川村・滋賀県余呉町・滋賀県湖東町の事例が挙げられている（前掲論文110-113頁　参照）。

校現場のIT化であった。具体的には、教員一人に一台のコンピュータを用意し、またそのネットワーク環境を整備すること、また生徒が自ら学ぶ意欲に応えるような、ITを活用した学習機会を提供することが挙げられる[58]。その実現に向けた方策としては、大要以下の点が挙げられる。

1　2010 年度までに、全ての公立小学校・中学校・高等学校の教員に、一人一台のコンピュータを配備する。そして、学校・家庭・教育委員会の間の情報交換の手段としてITを効果的に活用するほか、様々な校務のIT化を推進する。

2　校内LANや普通教室におけるIT環境を整備することについて、早急に計画を作成し、実施する。

3　小学校・中学校・高等学校において、情報システムを担当する外部専門家（学校CIO）の設置を推進する。そして、2008 年度までに、各学校においてIT環境整備計画を作成する。

4　2006年度までに、教員のIT指導力の評価基準を具体化・明確化する。そして、それに基づいて、IT を活用した教育に関する指導教員を配置したり、教員の IT 活用能力に関する評価を教員の処遇に反映させたりすることを促進する。そのことによって、教員のIT活用能力を向上させる。

5　2006年度までに、ITを活用した分かりやすい授業方法や、児童・生徒の習熟度に応じた効果的な自習用コンテンツを開発・推進して、児童・生徒の学力向上を図る。[59]

○企業経営

IT戦略本部によると、IT技術は、パソコン・携帯機器・自動車・家電・産業機器等から、行政・社会の基幹システムにまで活用されている。そして、IT技術は、日本における中核的な技術として、日本企業の国際競争力を支えるものとなりつつある、とされる。そして、IT技術の開発は、人的資源に依存するので、日本の産業界の国際競争力を向上させるためには、ITを活用して高い付加価値を創造することができる、高度なIT人材を育成することが大切である、と考えられている[60]。

続けてIT戦略本部は、しかしながら、日本では高度なIT技術を持つ人材が産業界で不足している、と観察している。そして、その原因としては、IT人材を育成する大学側と、それらの人材を受け入れる産業界側のニーズの間にミスマッチがある、とされる。そのため、今後はこのミスマッチを解消するために、産業界・学界・官界が一体となって、高度なIT技術を持つ人材を育成していく体制を整備する。そして、そのことによって、日本の産業界の国際競争力を向上させていくのだ、と目標を定めている。さらに、IT戦略本部は、インターネット等を用い

---

[58] 以上、前掲『IT新改革戦略』　34頁　参照。

[59] 以上、前掲『IT新改革戦略』　34-35頁　参照。なお加えて、IT戦略本部2007年4月決定によると、IT人材育成として、時代のニーズに応えることができる高度なITスキルを持つ人材の育成を進めていくためには、産学官が連携して大学院における実践的な教育を充実させていくことが必要、とされている（「IT新改革戦略　政策パッケージ」　11頁　参照）。

[60] 以上、前掲『IT新改革戦略』　36頁　参照。

た遠隔教育を行う学部・研究科の割合を、2倍以上に増加させることを目標としている[61]。

上記2つの課題について、それぞれ対応策としては、以下の点が考えられている。

1　産業界・学界・官界が連携することにより、大学・大学院で次世代の日本の産業界の源となる高度なスキルを持ったIT人材を育成するために、2007年度までに、産学官が連携して人材育成プログラムや教材の開発を進める。

2　そして、その成果を活用した高度なIT人材を育成する機関を設置するなどして、2010年度までに、産業界における高度IT人材の需要と供給のミスマッチを解消することを目指す。

3　2010年度までに、インターネット等を用いた遠隔教育を行う学部・研究科の割合を、2倍以上にする。[62]

IT技術の開発をめぐる国際競争は激化しており、先進諸国のみならず、中国・韓国などアジア諸国も技術競争力の強化を進めている。そして、日本は、先進諸国・アジア諸国から急速な追い上げを受ける状況にある。そのため、戦略的な研究開発に対する一層の取り組みが必要である、とIT戦略本部は受け止めている。具体的には、①IT分野の研究開発水準を向上させること、②新技術・製品・サービスの創出に向けた研究開発成果を活用するように促進する、③IT関連の市場規模を拡大する、といった点を目標として掲げている[63]。

こうした目標を実現するための方策としては、以下の点が挙げられている。

1　総合科学技術会議と連携し、中長期的な視点で、次世代のIT分野の技術戦略を策定し、中核となる技術を設定するとともに、その重点化を図る。

2　国際競争力の維持・強化に向けて、電子タグ・光ネットワーク・ロボット・コアデバイス・情報家電・モバイル等、日本がリードするITや、他分野の基盤となるITの研究開発を重点的に推進する。

3　いつでも、どこでも、誰でも、何でもネットワークにつながり、情報の自在なやりとりを行うことができるユビキタス環境を実現するため、ユビキタス端末等の研究開発を推進する。[64]

なお、日本の産業界の国際競争力については、「ソフトウェア分野で米国が圧倒的シェアを占めるとともに、日本が得意な情報家電、デバイス開発等においても中国・韓国等の猛追を受けており、国際市場への展開、IT産業の競争力強化が必要である。」[65]とされる。IT産業は、21世紀の日本経済をリードする産業であると同時に、厳しい国際競争にさらされているのである[66]。

---

[61] 以上、前掲『IT新改革戦略』　36頁　参照。
[62] 以上、前掲『IT新改革戦略』　36頁　参照。
[63] 以上、前掲『IT新改革戦略』　37頁　参照。
[64] 以上、前掲『IT新改革戦略』　37頁　参照。
[65] 以上、前掲『IT新改革戦略』　38頁　参照。
[66] 総務省は、「情報通信資本の蓄積とそれによるユビキタス化は、ネットワークの経済性の効果によって経済全体の生産性を高めるとともに、新しい付加価値の源泉を提供することで我が国の経済成長に貢献す

3.むすび

本稿では、3 つの経済主体、すなわち家計・企業・政府といった経済主体が、IT を利用・活用している（あるいは、IT の利用・活用を促進している）状況について考察した。具体的には、まず家計では、従来よりも極めて多くの商品情報を収集し、簡潔に商品を購入することができるようになった。一方企業は、経営面で情報化投資を進める一方、労務面ではテレワークの導入を進めている。最後に政府は、IT を 21 世紀の日本の産業界における国際競争力の源泉と位置付けるとともに、学校教育を通じて IT を国民生活に浸透させようとしている。各経済主体における IT 化をめぐる動向について、最後に簡潔にまとめておくことにしよう。

まず家計について、インターネットの普及は、商品市場における情報収集・商品購入に対する能動性を著しく高めた。これを端的に言えば、消費者は自宅においてパソコンでインターネットを用い、商品購入を進めることもできる。これを従来の広告媒体、すなわちテレビのコマーシャルや新聞広告と比較すると、インターネットは消費者の主体的・積極的な行動を促すものであると言えよう。また、情報化は金融市場にも及んでおり、商品市場と同様、自宅で取引をすることができるという点で、取引費用の軽減化が進んでいる。

次に企業について、情報化投資を進めるとともに、労務面ではテレワークの導入が進んで、労働者が多様な就労形態を選ぶことができるようになっている。

最後に政府について、政府は IT が 21 世紀の日本の産業界の国際競争力を牽引するものと位置付け、IT の推進を図っている。すなわち、21 世紀には知的生産が日本経済をリードするものと位置付け、IT 戦略本部が医療、教育、企業経営といった分野で、IT を推進しているのである。

以上要するに、本稿では、家計・企業・政府といった 3 つの経済主体を取り上げ、IT の利用・活用の状況、および IT 化を推進する状況について考察した次第である[67]。

ると考えることができる。」（総務省編『平成 20 年版　情報通信白書』　2008 年 7 月　3 頁）としている。なおこの点につき、勝木太一は、社会における情報化を進展させるのと併せて、「新しい生活規範や社会規範が用意されなければならない」と評している。すなわち、ユビキタス社会の高度化は人間生活全般を大きく変容させる。個人が、空間・時間を超えて別の個人・組織とコミュニケートすることについて、それに必要な技術的な要件をクリアすることができたとしても、それだけではなく、人が新たに形成されるユビキタス社会に適応できるという点が不可欠である。社会における情報化の進展に関し、重要な評価であると思われる（勝木太一「ユビキタス社会に求められる経営情報管理システム」　岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 9 巻第 1・2 号　2008 年 9 月　11 頁）。

[67] なお、こうした本稿での検討を受けて、次に、学校において IT に関する教育（情報教育）がどのように進められていくのかを検討していく予定である。すなわち、本稿は IT 経済に関する考察であり、これを受けて、次に IT が国民の間に普及していくプロセスについて、学校における情報教育を取り上げて検討していくことにする。

参 考 文 献

IT 戦略本部『IT 新改革戦略』　2006 年 1 月　1・2・12・13・34-35・36・37・38 頁
IT 戦略本部決定「IT 新改革戦略政策パッケージ」　2007 年 4 月　2・6 頁
『朝日新聞』　2008 年 7 月 8 日　朝刊　第 5 面　「たんす株、なお 128 億株　システム構築に遅れも　株券電子化まで残り半年」
勝木太一「ユビキタス社会に求められる経営情報管理システム」
岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 9 巻第 1・2 号　2008 年 9 月　11 頁
株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第 5 期』（自 2005 年 4 月 1 日至 2006 年 3 月 31 日）　7 頁（証券保管振替機構 URL　会社概要 / 財務情報 / 第 5 期有価証券報告書）
株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第 6 期』（自 2006 年 4 月 1 日至 2007 年 3 月 31 日）　7・8 頁（証券保管振替機構 URL　会社概要 / 財務情報 / 第 6 期有価証券報告書）
株式会社証券保管振替機構『有価証券報告書　第 7 期』（自 2007 年 4 月 1 日至 2008 年 3 月 31 日）　4・8・9・25・55・71 頁（証券保管振替機構 URL　会社概要 / 財務情報 / 第 7 期有価証券報告書）
『株式新聞』　2008 年 7 月 28 日　「実戦　市場のことば = 株券電子化　タンス株券以前 128 億株、他人名義は権利失効も」
亀田彰喜・勝木太一「地方行政における健康福祉情報ネットワークシステム」
岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 7 巻第 3・4 号　2007 年 3 月　107・109-113 頁
金融庁金融審議会「第 12 回我が国金融・資本市場の国際化に関するスタディグループ」
大前茂参考人発言　2007 年 6 月 1 日
付属資料・株式会社証券保管振替機構常務取締役大前茂「証券決済制度の現状について」　3 頁
金融庁 URL / 審議会・研究会等 / 金融審議会 / 議事録・資料等
蔵琢也・蔵研也「ネットに興っている新しい政治動向」
岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』
2007 年 3 月　第 7 巻第 3・4 号　40・41・47 頁
厚生労働省編『平成 19 年版　労働経済白書』　2007 年 8 月　116-117・220・284 頁
新開陽一・新飯田宏・根岸隆『近代経済学』　新版　有斐閣大学双書　1987 年 2 月　99-101 頁
『数字でみる日本の 100 年』　改訂第 5 版　矢野恒太記念会　2006 年 12 月　459・497 頁
総務省「総務省職員によるテレワークの導入」　2004 年 12 月
（http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/041227_13.html）
総務省編『平成 18 年版　情報通信白書』　24・83・245 頁

総務省編『平成 19 年版　情報通信白書』　2007 年 7 月　313 頁
総務省編『平成 20 年版　情報通信白書』　2008 年 7 月
3 頁
94 頁・図表 1-3-2-1
96 頁・図表 1-3-2-2
97 頁・図表 1-3-2-3・図表 1-3-2-4
99・178・223 頁
内閣府「国民生活に関する世論調査」（厚生労働省編『平成 19 年版　労働経済白書』　2007 年 8 月　298 頁）
内閣府大臣官房政府広報室『国民生活に関する世論調査』　世論調査報告書　2008 年 6 月調査
日経速報ニュース　2008 年 7 月 26 日　「監視委・日証協、株券電子化で重点検査　投資家の混乱回避」
『日本経済新聞』　2008 年 7 月 8 日　朝刊　第 3 面　「『タンス株』なお 130 億株、来年 1 月株券電子化、投資家に対応呼び掛け。」
『日本経済新聞』　2008 年 7 月 9 日　朝刊　第 17 面　「株券電子化 ABC（9）担保株の扱いは　-預託しないと融資も無効に。」
『日本経済新聞』　2008 年 7 月 26 日　夕刊　第 4 面　「市場の話題、投資家の株取引一部制限も、株券電子化、実施まで半年足らず。」
樋口隆正「情報化社会と就労状況の変容」（岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 9 巻第 1・2 号　2008 年 9 月）　45・69-79 頁
樋口隆正「情報化と IT 産業」（岐阜聖徳学園大学経済情報学部『Review of Economics and Information Studies』　第 8 巻第 3・4 号　2008 年 3 月）　87-88 頁
法務省 URL　法制審議会会社法（株券の不発行等関係）部会第 1 回会議議事録
2002 年 9 月 11 日　2・9・10 頁
弥永真生『リーガルマインド会社法』　第 11 版　有斐閣　2007 年 11 月　2-3・398 頁
吉川満・横山淳『株券電子化のしくみと対応策』　日本実業出版社
2006 年 12 月　13-17・19-21・23 頁
「楽天市場」URL　トップページ・ビジネス見積・家電　2008 年 6 月 15 日現在