

巻頭言

「日本型IT社会」と郵便局ネットワーク

一橋大学大学院商学研究科教授 下和田 功

北米や北欧と比べ相当遅れていた日本のインターネット普及率がこの1、2年急上昇している。政府も「IT基本法」案をこの秋の臨時国会に提出し、5年以内に米国を超える超高速インターネット大国「日本型情報技術（IT）社会」の早期実現を目指すという。日本も数年内に本格的なIT社会となるのは確実のようである。

ITというとその技術的進歩やインフラ整備に関心が集りがちであるが、問題はむしろIT社会化がどのような社会変動をもたらすかにある。

ITの普及発達は既存の経済社会体制を抜本的に変革させる。この「IT革命」は産業・就業構造を転換させ、近年固定化してきた社会階層構造の流動化をも促している。それは社会を活性化するという意味で歓迎すべきことであるが、他方で少数のIT勝者と多数のIT敗者（経済的社会的弱者）を生み、所得格差を拡大させ、社会不安を増大させる可能性がある。IT関連の消費は年齢や所得・教育水準、地域等により大きな格差があり、インターネット等の情報通信手段に対するアクセス機会や情報通信技術の習得機会について世代や所得水準、地域等による「情報格差」は拡大している。IT社会化が進んでも、高齢者、低所得者、地方在住者等で情報弱者となる者はけっして減少しないのではないかと予想される。IT社会化に伴うこうした社会的摩擦の増大にどう対処するかは今後の重要な政策課題である。

インターネットを用いた電子商取引では企業と顧客が直接取引できることから、卸売商等の仲介業者を減少させ、流通機構を激変させる可能性がある。またIT革命によりどの市場でも参入障壁が低くなり、異業種からの進出も容易になるため、国内的にも国際的にも競争は激化する。銀行・保険等の金融機関も業界再編の嵐の中で効率化を追求するために顧客の選別強化や店舗の統廃合を進めている。その結果、市場原理重視の英米では既に低所得者層や地方在住者が民間企業の金融・保険サービス等を享受できなくなるという金融排除や社会排除の問題が真剣に議論されている。

IT革命が進んでも、多くの市場で、電子商取引を好まず、店舗販売を選好する者



はそれほど減少しないのではないと思われる。また①大幅に標準化された商品、②詳細な説明を必要としない商品、③比較的低価格の商品、④取引者間の情報交換が頻繁に必要な商品等がネット販売に適した商品といわれるが、そうでない商品では今後も対面販売が主流となる。専門的助言等を多く必要とする保険商品はその一例である。インターネット大国の米国における最近の予測調査により2005年についてみると、家計保険分野では「インターネットと接続していない顧客」が支払う保険料のシェアが44%を占め、「接続しているが保険購入にはインターネットを利用しない顧客」28%、「インターネットで商品・価格情報を入手するが、契約は伝統的方法で行う顧客」20%、これらを合計すると92%となり、他方、「保険商品の購入、即ち契約締結までオンラインで行う顧客」のシェアは1999年の0.2%から2005年には8%に増加するに止まるという興味ある結果がでている。つまり、ネット販売が普及すると予想される証券分野等とは異なり、保険分野ではIT社会となる将来も、外務職員や代理店、窓口等による対面販売を選択する個人顧客が圧倒的に多いと予測されている。

IT社会化は郵便局のあり方にも重大な影響を与えるが、職員と一連のITシステムをセットにして全国に配置された郵便局ネットワークはむしろ今後その役割を増すと考えられる。情報弱者や社会的弱者を支援する施策、収益性強化と効率性重視で合理化を進める民間企業の金融・保険商品等に国民がアクセスする機会を提供するために郵便局ネットワークを一層オープン化し、対面販売の場を地方でも確保する施策等が重要となるからである。米英で社会問題化している社会排除や金融排除の問題を解決する方法は郵便局の活用にある。地域社会における「情報、安心および交流の拠点」としての郵便局数の確保を目的とする「郵便局設置義務法」の制定も一考に値する提案である。国民に身近な郵便局ネットワークを維持し、それを国民共有の生活インフラとしていかに活用するかは21世紀の「日本型」IT社会の課題である。