



7 石原 進
静岡大学創造科学技術大学院

ICTですべての世代を 元気にしよう

■ 老人力とDICOMO

近頃巷は「〇〇力」だらけである。集中力とか握力、英語力などという昔からある〇〇力ではなく、就職力とか社会人基礎力なんていう言葉も出てきている。世に言う就活本あたりは、それこそ〇〇力のオンパレードで、若者たちは就職を前にして、大変な世の中になっていることを実感しているだろう。

世にはびこる「〇〇力」の勢いを決定づけたのは「老人力」という言葉の登場ではなかろうか。老人力とは、なかなか人の名前を思い出せないとか、立ち上がる時についつい「あ、どっこいしょ」と言ってしまう「力」のことである。その言葉の発祥は、研究者たるものまずは原典にあたるべきであるという我が師の教えに従って赤瀬川源平著の「老人力」¹⁾を紐解くと、1997年、氏らのつくる路上観察学会において藤森照信氏と南伸坊氏によって赤瀬川氏に見いだされたものであるという。同氏のエッセイによって老人力という言葉は瞬く間に市民権を獲得した。さらに同著によれば、温泉が好きだとか、骨董品が好きだとかいうのも老人力の発現であるらしい。「DICOMOの会場には毎年素晴らしい温泉があるんだよ」とそそのかされてDICOMOに参加している学生諸君は、若くして老人力を培っているミドコロのある若者なのである。

さて、なぜ私が老人力という言葉論じているのかと言えば、DICOMO2011のナイトセッションでさまざまなお題をネタに「日本を元気にするICT」というテーマで若手が話をするということになったとき、私が選んでしまったお題が「老人力」だったからである。老人力という言葉で話ができるのは、老人その人が（失礼！）、日頃老人（これまた失礼！）に

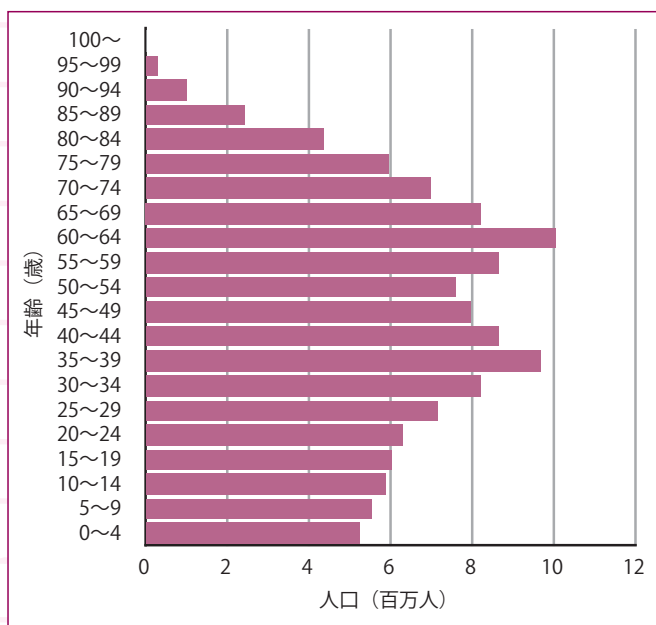
近い人でしかなかろう。DICOMOで老人と言えば、その運営委員長たる水野忠則先生をはじめとする御歴々であるが、助手に成り立てのときに水野先生の研究室でお世話になった私ならば、少々無茶しても怒られないだろうとの算段があつてのチョイスである。

DICOMOは御歴々のみならず、若くして老人力を身につけて毎年温泉目指してやってくる学生、若手研究者によって支えられ、毎年大変な盛り上がりを見せている。DICOMOの底力は老人力なのである。ということもDICOMOでも話したと思うが、実は私の話の主題はそこではない。DICOMOだけでなく日本中の老人力そして若者の力をうまくICTによって活かすことが、日本を元気にするということである。

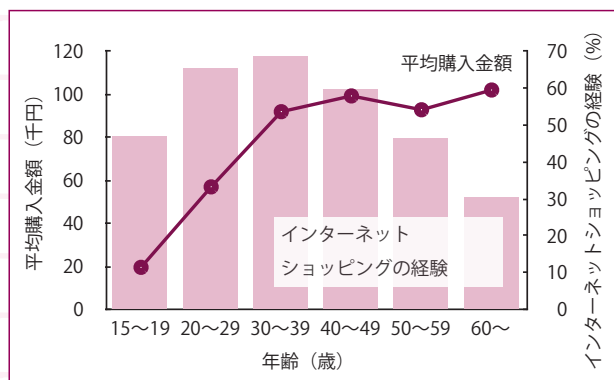
■ 老人力の総量を活かそう

日本の老人力の「総量」は凄まじい。人数が相対的に非常に多いので、個々の老人力はわずかでも、全体のインパクトが大きいのだ。日本の人口ピラミッドはもはやピラミッドにあらず、第1次・第2次ベビーブーマーをピークとして後の世代は減少が続くのみである（図-1）。2010年の統計では、60代の人口は10代の約1.5倍にもなる²⁾。

今の日本において老人力は、忘れっぽいとか温泉好きだけでなく、経済力を意味する。年々減少傾向にあるものの、高齢者の貯蓄額は若年層のそれを大きく上回る³⁾。また、若年層の貯蓄額減少は高齢者のそれよりも顕著である。高齢者の貯蓄額が多いのは将来の不安を見据えた上での備えでもあるが、過剰な備えもあろう。将来への不安感、今日の若



出典) 人口動態調査結果 (2010)
図-1 日本の年齢別人口



出典) 総務省通信利用動向調査 (2010)
図-2 ネットショッピングの利用傾向

年層の方が遙かに深刻である。富める高齢者層の資産を不安のない形で社会に還元することが、日本の経済を潤し、間接的に若者たちの活力をみなぎらせる大きな力となると思う。

今日、百貨店の売り上げが右肩下がりの一方で、ネットショッピングは好調に伸びている。しかしながら、2010年の総務省通信利用動向調査⁴⁾によれば、20～50歳のネットショッピングの利用経験者の割合が60%程度であるのに対し、60歳以上では30%程度にとどまっている。ところが面白いことに、高齢者の方が平均購入金額は高いのである(図-2)。遠くまでで出かけることなく買い物のできるネットショッピングの利便性を考えると、ネットショッピングは高齢者にこそ向いたサービスである。ネットショッピングを利用する層を増やせば、高齢者の経済活動を大きく伸ばすことができる。

高齢者のネットショッピング利用率が低い理由の1つは、もちろん高齢者がコンピュータに不慣れなことがあるが、それにも起因するインターネットに対する不安感も重要な要素だろう。先の通信利用動向調査によれば、インターネットに対する不安感が高齢者になるほど高く、必要なセキュリティ対策をしていないか、している自覚がないユーザが多い。

こうした不安感を取り除くようにより分かりやすく、使いやすく、安心して使える仕組みをデザインすることがICTには求められている。特に官公庁関連の仕事では、付け焼き刃的なICT仕事が見られることも少なからずあるが、皆が使うシステムを、広い視点で根本的なデザインから検討していく姿勢が大事だと思う。また、ショッピングだけでなく、同様にデザインしていくことによって、株式投資、被災地や学びが必要な若者たちへの寄付など、さまざまな社会還元への窓口が開かれるだろう。

■ 若者の声を大きくしよう

「近頃の若者は元気がなくなった」とよく言われる。しかし、以前に比べて圧倒的に人数が少ないのだから、元気な人が少ないのは当たり前である。また、一人ひとりの元気の度合いが同じであっても、総数が少なければ昔より全体的に元気がなさそうに見えてしまうのは仕方がない。堂々としていれば良いのである。しかし、大勢の年上世代によってたかって元気がないと言われれば若者諸君はしよげてしまうので、我々の世代(私はアラフォーど真ん中で第2次ベビーブーマーである)は、若者たちの声の拡声器を作ってあげたり、彼らがそれを自分たちで

作ることを見守ってあげるべきだ。

ブログや、twitter, facebookなどのSNSは若者の拡声器として有用なものだと思う。ところが、ブログ炎上やらtwitter炎上などもあって、尻込みして使えなかったり、極度に匿名性を高めて狭い範囲のコミュニケーションツールでしか使っていない人がいる。これはとても残念なことだ。可能な限り、匿名ではなく本名を使い、堂々と自分のアイデンティティを主張すべきだと思う。人の目に触れる以上、自分自身をデザインしていくことが必要であり、それは数少ない若者が存在感を示すために欠かせない。「名もなき人たち」「若者たち」でくくられてはいけけないのだ。こうした取り組みは、結果的に巷に言われる就職力にもつながるはずだ。

自分自身をデザインするための道具としてのICTの活用法はいくらでもある。その方法を我々技術者たちは正しく伝えるように働きかけるべきだ。と、この原稿を書きながら感じている。常日頃、私はスライドとかポスターのデザインに関して0.1ミリ単位で学生らにうるさく指導しているのだが、そこで

使う思考方法はもっといろんな場面で使えるのだと伝えていきたい。

■ デザインツールとしてのICTを伝えよう

社会システムのデザイン、個人の生き方のデザインにおいて、その実現ツールとしてICTは重要な役割を果たしているし、これからも果たしていかなければならない。それにかかわる我々研究者は、そのことを強く認識すべきだ。強く念じれば、たとえ老人力が旺盛になろうとも、それが忘却の彼方に失われていくことはないと思っている。

参考文献

- 1) 赤瀬川源平: 老人力, 筑摩書房 (1998).
- 2) 政府統計: 人口動態調査 (2010).
- 3) 政府統計: 家計調査(貯蓄負債編) (2002 ~ 2010).
- 4) 総務省: 平成22年通信利用動向調査 (2010).
(2011年12月31日受付)

■ 石原進 (正会員) ishihara@ishilab.net

1999年名古屋大学大学院工学研究科博士後期課程修了。同年静岡大学助手。2001年助教授を経て、現在、同大創造科学技術大学院准教授。博士(工学)。アドホック・センサネットワークに関する研究に従事。

