

国際化における経営戦略と情報リテラシーの考察

メタデータ	言語: jpn 出版者: 明治大学情報科学センター 公開日: 2012-05-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 富樫, 慎一 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10291/11998

〔論 文〕

国際化における経営戦略と情報リテラシーの考察

富樫 慎一

A study to Management strategy and Information literacy in Globalization

Shinichi Togashi

Department of Commerce
School of Meiji University

Synopsis: It has what kind of background and strategy, and you have only to grapple, or a present manager has big unreasonable demand as for the internationalization of the enterprise in Japan. As for the long-term depression in Japan, it is the present condition that it is pressed for not only the employment but also the whole reduction of the organization. A result isn't good though overseas advancement as one breakthrough plan has an effort to the area close adhesion as a big trial too.

The overseas advancement that it aimed for low cost production in the reason only just fails (the rise in the personnel expenses)

The strategy that it aims for effective area use by the base should be necessary (the technical background of the information from now)

Information technology is adopted how, and it is a new direction to use the activities of the production position of the foreign countries.

Keywords: Global management, strategy, Information literacy,

1 グローバリゼーションについての考察

まず伝統的な「多国籍企業論」における著名な研究として、バーノン (R Vernon) を中心としたハーバード大学のグループをあげることができる。彼らは多国籍企業を以下のように定義している。① 大企業である (「フォーチュン誌」ランキング500社以内の大企業)、② 多くの国々で海外生産を行っていて、海外製造子会社・海外販売子会社などの海外拠点は地理的にかなり分散している (親会社の出資比率が25%以上の海外製造子会社が6カ国以上に有る)。バーノンは多国籍企業の海外展開パターンを「プロダクト・ライフサイクル論」として説明している、これは要約的に言えば各国市場の成熟度合いに応じて多国籍化が進むというものだと解釈して良いだろう。すなわち、先進国の企業は自国の市場が成熟するに連れ発展途上国

の市場に進出し、その市場が成熟すると更に発展の遅れた国の市場に拠点を設けるというものである。したがって最終的に、多国籍企業は多様な国々における海外子会社を設立しそれを本社の世界統一的な戦略の下で有機的に統合する仕組みを作り上げる。最適な場所で生産し、最適な市場で販売することによって最適な効率を達成する。これがグローバル企業の姿である。

このように考えていくと、グローバル化とは、世界市場を一つとみなして統一的な管理を行うことのように理解されるといえる。しかしながら、現実にはグローバルかと共に現地化 (ローカライゼーション) の動きが活発化してくるものである。現地化とは各海外子会社が、その立地した市場のニーズに対応することによる製品やサービスを創造し、現地に密着することによって現地の企業になりきることを意味している。

例えば、製品の企画・開発の拠点や基礎研究を海外に立地する動きが活発になっていることはその事情を物語っている。又、加工食品の国際的な多角化を目指す企業の「味の素」は、東南アジアの人々の嗜好に適合した商品を開発するために現地に製品開発を移転している。

最近では、ホンダがアジア向けに開発した“アジアカー”が話題になっている。これは現地の気候や道路事情を考慮し、低コスト化を図った自動車である。そしてその開発には現地スタッフの発想が至る所に生かされている。又、YKKの「善の循環」という経営理念に見られるように、海外であげた利益はすべて海外に還元するというように、地域活性化に貢献している企業も出現している。更に一部の先進的な日本企業では、海外に地域本社を設立し、世界2極体制を取ろうとする傾向が顕著になっている。このように、グローバリゼーションとは、世界的な統一を図るということではなくて、企業が立地した現地の多様性を認め現地の創意工夫や自立的な情報創造を促進するという試みに他ならない（こうした現象を「グローカリゼーション」と呼ぶことも有る。）多極分散化、ネットワーク化がグローバリゼーションの本質であるということができる。

ここでひとつ指摘されなければならないのは、グローバル化と同時に現地化が同時進行するほど、「地域」という捉え方が重要になってくることである。ただし、“地域＝海外拠点が立地している国”ということではなく、一定の同質な広がりを持った地域を認識することを意味している。企業が立地した国の中にも多様な文化が存在することも有るだろうし、ASEAN 経済圏や香港と中国東南沿岸部というように、国境を越えて一部の地域が同一の経済圏、文化圏を形成していることも有る。換言すれば、グローバル化する経済では既存の政治的な境界とは別に、文化や民族性、あるいは経済圏という形で地域内・地域間の関係が組み替えられ新たな境界線が自立的に引き直されている。そして企業はそうした面として捉えた地域の市場ニーズに対処すると共にその地域の活性化にも貢献しなければならないものである。

しかしながら、「グローバル」が進めば、ボーダ

レス化する」という議論には必ずしもならないことに注意すべきである。確かに、グローバル化した経済では、様々な物資や情報が国境を越えて移転している。地域間の相互依存性も高まっている。そうした状況の下で、グローバル化するほど、国境は無くなるのではなく、むしろ高くなるという「ボーダフル」な状況が生まれている。すなわち、企業活動がグローバルに展開されてるほど、国境というものがますます意識され各国との政治的な関係を重視しなければならないのである。これは、欧州共同体（EC）の経済活動が米国の「相互主義」に典型的に現れている、ボーダレス時代といいながら国際紛争が絶えないことを見逃してはならないのである。

要約すると、グローバル化とは文化的・経済的に地域間の相互依存性が深まり、自律的に境界線が再設定されながらも、既存の政治境界をマネジメントするという複雑な試みを含んでいるといえるだろう。そこには人種や宗教間の変化とも言い難いただ経済的な概念のみで理解できるものではない無視できないものが含まれ、また近代からの枠組みとして捉えうる問題と異質な課題（価値観の多様性を構成する小集団や利害及び権力等）が多く存在している。

2 情報の定義に関する考察

定義それ自体が既に一つの情報だといえるだろう。従っていくらか厳密に定義しようとしても所詮同義反語の範囲から離れることはできない、つまりそれほど面倒な作業だといえるだろう。ここで現在「情報化社会」といわれている時代において若干の歴史的・経済的な問題に触れてみる。

農業化社会から工業化社会へ移行し、やがては情報化社会に至るというのが現在の社会観の共通認識になってしまったようであるが、人間集団の中で何がしかの組織が生まれそれを構成するひとりひとりの人間にそれぞれの役割分担が定着して行く。そうしてそのチームを構成する人間集団がまるで一つの生き物のように動き始めるということ、経済学の範疇でいわゆる分業といわれるものである。このような現象はその個々の人間にとって、チーム全体が一つの生

き物のように動く幻想が共通の資産として共有されなければ成り立たない所業である。ここで最も重要な役割を果たしているものは、個々人の間に共有される幻想でなければならない。

近代社会においては、このような幻想が個々人の中にどんどん重層化されていく。そのことの中から近代社会特有の人間疎外の問題も派生してくるといえるだろう。人間の幻想、これは決して物ではなくそれ自体がエネルギーでもないのである。とすれば、情報というより他に言いようの無い現象であると定義せざる終えないものである。仮に、チームも無く、共同作業も無く、あらゆる社会的連携が無い状態で個々の人間がひとりひとりでその暮らしを維持しようとすればどのような暮らしが想定できるだろうか。現代社会の中に置かれている我々にとっては全く人為的操作の延長でしかないがそれは自然の中に有るものを採取することによって維持する以外には無い、しかし地球上の自然に結実する資源を前提としたとき対応する人工は現在の半分であり今より多少の窮屈さは有るとしても生き続けることも確かである。地球上の限られた資源を共通の幻想を糧として多様かつ多量の資源に増幅させているのは組織というイメージでなり得ることは充分な説得力を持っているだろう。組織というシステムを内包する人間集団が、まるで一つの生き物のように活動することからここにも一つの生き物の権利と義務を明確に仮定し重層化された多種類の幻想が整序されることが無ければ確実に大きな混乱が起こってくる。

自然人格に対応する法人格の設定というのはこのような状況の中から生まれた人間の知恵である。つまりそのこと自体が幻想という名の情報が存在することによって本来死ぬべき半数の人間が立派に生きていられるわけである。もっと極端に推論すれば、現在の全人類の平和な暮らしはこの種の情報資産の蓄積によって支えられているのが現在の暮らしである。もしそうであるならこれは人類の生活史そのものを原初の態様から彩るものである。従って情報を離れて人間の暮らしは存立しないはずであるし、こと改めて情報の重要さを現在の時点で問題にすることはある意味で奇妙でもある。

ところが、現代の社会を情報化社会といっているが、情報という言葉がこれほど広く用いられるようになった背景には、産業革命に始まるエネルギー中心の工業化社会と物質文明の高度な発展がある。石炭、石油さらには原子力といった各種のエネルギーの発見及びその利用法の発達には生産方式に多大な変化を与えると共に我々の生活に対しても、大きな影響を及ぼしている。近代社会は、このようなエネルギーと物質のほかには何かが必要である。この何かが情報であり、物質エネルギーと並んで情報が工業化社会に続く現代を支える構成要素であるといわれるゆえんである。注1

注1) 情報化社会という言葉は、もともと工業化後の社会 (Past Industrial Society) の日本語訳でも有ったが、現在では、Information Age や Information Society として世界的にこの言葉が定着している

3 グローバル経営戦略とグローバル情報技術

グローバル情報技術戦略を検討していく場合、重要なことはその前提として、グローバル経営戦略を考慮に入れなければならないということである。なぜなら「グローバル情報技術戦略はグローバル経営戦略に従う」からである。このことに着目してグローバル情報技術戦略を分類整理したのは Ives と Jarvenpaa であった。彼らはマルチナショナル、グローバル、トランスナショナル、インターナショナルというグローバル経営戦略モデルに基づき、かつ、実証研究の結果を踏まえてグローバル情報技術を次の四つに分類している。

第一期 (独立的なグローバル情報技術)

彼らはこれに「ダチョク」のニックネームを与えている。この時期海外子会社は比較的親会社から独立した経営戦略を立てていて、情報システムの構築もそれを反映して独立的に行われている。そこで選択・使用されている技術は、その国のハードウェア・ベンダーの影響力を反映しており、通信基準もその国で支配的なものに依存している。本社の情報システム担当者が海外子会社に出かけることはまれであり、子会社シ

システムの構築に何の知識ももたず、関心も示さない。

第二期（本社主導のグローバル情報技術）

ニックネームは“醜いアメリカ人”、本社のスタッフが世界的な効率化のために海外子会社に全社的な情報技術の解決を押し付ける。Lvesらによれば、このパターンは望ましいというよりも、世界的な「規模の経済」を実現して行くために必要である。しかし、このように本社スタッフによって押し付けられた情報技術は、海外子会社の担当者の反発を招き、現地派遣者が帰国した後、破棄されたり、保守不能になったりして、ある企業の場合は、“ダチョウの状態”に戻っているという。

第三期（グローバル情報技術の知的調整）

ニックネームは“良き隣人”。本社スタッフと海外子会社の担当者とが“良き隣人”として結合している。システム要員を定期的に交流させ、プロジェクトの共同開発を行う。子会社が必要としているシステムを本社が開発しているのであれば、コピーを送り、子会社はそれに若干の修正を加えた上で利用することになるのが普通である。又、子会社は独自のアプリケーションを開発する前に、調査グループを本社に派遣したりするものである。このパターンは本社と子会社との間で「知的相乗効果」を生み出すのに役立ち、海外子会社に求められている適応性・柔軟性と全社的な素早い革新を達成できる。

第四期（統合されたグローバル情報技術）

ニックネームは“オーケストラ”、それぞれのパートが独自の楽器を奏でるのがオーケストラだが、それと同じように親会社とそれぞれの子会社が単一の目的（少なくともアプリケーション・ポートフォリオについては）を共有する。そのために、海外子会社のシステム要員やユーザー代表などによって世界的な設計チームが組織され、グローバルデータ・ディクショナリーが開発され、データセンターは統合化される。

ハードウェアとソフトウェアの選択に際しては、全世界の子会社をサポートできるベンダーのみに限定される。共有されるアプリケーションについては、ユーザーメッセージ、レポート、ドキュメンテーションの部分的変更・修正も行われる。情報技術の管理者は頻繁に海外に出張

し、世界市場での情報技術と情報価値の重要性を周知徹底させ、グローバル化の醸成に努めることになる。

4 ネットワーク概念とシステム論

（1） ネットワークの意義

従来、システムという概念が注目され、利用されてきた。この概念はほぼ社会に定着したと見てよいと考えられる。このシステムの概念は今でも現代社会において重要な意義を持ちつづけていることは異論を待たない。にもかかわらず、新たにネットワークという概念が社会でデジタルデータコミュニケーションシステムとして多用されているようになったのは最近急迫した現実である。企業のグローバル化についても極めて強い影響を与えているが一体これはどのような理由によるものか以下において重要と思われる点つき列挙し検討を試みることにする。

① 顧客要求へのすばやい反応

顧客の価値観と要求の多様化から、従来の限定された品種による大量生産方式は限界を迎えている。これからは顧客の要求をいかに早く感知しそれに基づいた製品を迅速に提供するにかかっているといえよう。ここでは、多品種のものを高品質で、しかも短納期、低価格で顧客に提供するための競争が激化することは目に見えている。又、そのような業種が次第に広がっていることも現実である。企業にとってこのポイントはどのような時（Anytime）でも、どこでも（Anyplace）、付加価値の高い製品（No-Matter）を顧客にできることといえるだろう。そのためには、新たな経営戦略のもと、顧客要求に対するアンテナ拠点、顧客要求に基づいた設計拠点、生産拠点、と流通拠点を設置しておく必要が生じる。当然、生産製品によって異なるが一般に地域、気候、年齢、性格の各特性などを認知するための広範囲のアンテナ拠点が必要になってくる。

以上から、一つ企業内あるいは複数の企業で多くの拠点群を包含することが前提になってくると、これらをノードとしてまと

められるネットワークの概念が浮上してくる。よって各ノードが得た情報は自ら処理すると同時にリンクを通じて必要のノードへ伝達できるのである。

② 拠点独自の判断

顧客の要求が多様化すればするほど、生産品種は多様化していく。加えて納期はゼロに向かって短縮されている。このような状況の基で、各拠点がいちいち中央本社の決済を待つことは時間の浪費になり充分な顧客の満足は得られない。従って、ここでは拠点独自の判断や処理がポイントとなってくる。そこで現在ネットワークの特徴について「参加するメンバーがその中心になる」といわれているようにノードを重視するネットワークの概念が重要になってくるのは明らかである。現に瀬藤嶺二教授が指摘されるように、日本の製造業はグローバル化においてその拠点である生産システムを単に生産のための拠点にとどめるのではなく、それぞれの地域の利益センターを設け、さらに R&D 機能も追加されるかたちで進めているのである。

企業組織である以上、ある種の統制が働くのは当然である。しかしながら、オフィスオートメーションを例にとれば「センター指向からターミナル指向へ向かいつつ、センターもエンドユーザーもともに大きな役割を担うものである。それぞれがある意味では依存しあう、支援しあうという相互扶助的な形の分散的集中システムが成果を得やすいと考える」と論じられることは企業のグローバル化においても当てはまるといえる。

③ 拠点の相互依存

このように独立性の高い拠点は、その地域の顧客に合わせた製品を提供しなければならず、設計ノウハウ、生産技術、材料提供など総て独自で賄うことは困難になる。又たとえ可能であっても総て独自で賄うよりも他のノードにあるものを利用したほうが迅速かつ安価になる。このためには、ど

の拠点(ノード)にどのような情報、技術、経営資源等が存在しているのかが互いに検索でき、かつ利用できることが必要になってくる。

ここでは、知識・情報の交流とモノの交流のための経路や交流技術が不可欠になってくることからネットワークのリンクが重要な役割を演じることになる。そればかりではなく、リンクの多様化による安全性の確保も見逃せないだろう。すなわち、予備のリンクを設置するのみならず、ノードやリンクに障害が発生した場合、他のノードを利用した他のリンクを経由することも可能になり機能の停止を防ぐことができる。

④ 環境化への対応

企業がグローバル化する場合、環境変化の可能性は常に考慮しておく必要がある。各拠点をコンポーネント化することによりノードを割合簡単に接続しないし分離できる。金子郁容教授が指摘しているように、現在の社会変化は一定のパターンで単に複雑で早い分散・統合を行うのではなく、状況やニーズからダイナミックに変容する。従って、将来の経営の鍵は分散と再統合のネットワークのダイナミズムへの対応ということになる。顧客全体の、しかも世界的な結びつきの中で生産・販売時代に移行している今日、以上のようなネットワーク概念が経営上求められていると考えてよい。

(2) システム論との比較において

では、従来のシステム概念とこのネットワーク概念とはどのような相違と関連があるだろうか。システム構造についての定義は、ここで取り上げるまでもなくウェブスターの「目的を持ち、それを達成するために複数の機能が互いに有機的に結合されている複合体」というものが一般認識されている。

一方、ネットワークの構造についての定義を同じウェブスターに求めると、各機能が結合されたシステムの概念が単に機能単位のグループ、相互連鎖によって複合的な

連結をしているものがネットワークとしか説明されていない。そこでもっと本質的な相違と関連について若干の検討を加えてみた。

以下 構築する場合のアプローチについて述べると。

複雑なシステムを構築するために、システム工学が発達したわけであるが、この工学は総括的な工学であり渡辺茂教授はかつてアポロ計画を例にして「ロケット工学や通信工学は、壮大なアポロ計画における技術的体系の一つの部品であり、これをどのように組み合わせて利用するのか考えるのがシステム工学である」と論じている。システムの物的に物事を考える場合、目的を達成するためにまず全体を重視し各機能（サブシステム）のバランスに配慮しながら最適化することが主眼となる。

それに対して、ネットワーク的なものの見方は前述したように各構成要素であるノードの存在が強調され、その上個と個の関連、すなわちコミュニケーションが考えられる。このように、両者間ではアプローチの仕方は極めて対称的になる。しかし現在の企業においてはこの両概念を対立させるのではなくむしろ補完的に両立させていると考えられるものである。

5 経営戦略と情報リテラシーについての考察

(1) 経営戦略の実際の側面

経営戦略は多くの要因によって構成されているため、その理解も大変複合的なアプローチが要求され経営戦略が企業と急速に変化する経営環境の間の適応パターンを指すために環境が複雑になればなるほどその分析は困難になってくる。又、経営戦略は抽象的であり生産や財務といった分野とは違いあくまでも抽象的な概念構築の作業の結果だということができる。従って経営戦略の優劣を判断することは大変困難であり、その性質のため「創造的活動」と大いにかかわってきた。創造的行為とは極論すれば、今現存しないものを作り出す知的活動の一つであるということがで

きる。

日本の伝統的な経営は「精神効用主義的経営」がその本質を形成してきた。戦後に入り、学び取ってきた経営はアメリカのコピーでしかなく国際化が現実となった今日、再び日本の経営について再検討していかなければならない。今最も必要なものは戦略的思考であり、その表れとして戦略策定の必要性を具体化しなければならないのが現状である。以下現在の日本に於ける経営活動を考えるとき考慮しなければならない点について整理してみた。

① 企業を取り巻く外的な環境が不安定になっている。

従って企業の負うリスクが具体的であり且つ大きくなっている。

② 企業の内部環境自体が外的な環境と連動して複雑化している。

現在そのような問題が顕在化しているため企業の目標立案が大変重要な命運を分けかねない。

③ 経営情報システムが有効性を失いつつある。

経済白書を閲覧しても、経営環境を構成するファクターが未完成のまま見当はずれであり、コンピュータ利用についても実質的な省力化効果は評価されないまま新しい情報技術（IT）の環境適応に翻弄されてしまっている。

④ 経営者意識に変化が見られにくい。

経営体質に対して計画化しようとせず、実績に基づいた計画だけでしか安心することができず変化への意識に乏しい。保守的な発想をしてばかりであり、従来の開発投資の余力ばかり不安になり革新的な、戦略的な事項や考え方について何も取り入れようとはしていない。

以上4点に要約することができるであろう。

さらに、今後の経営戦略は成長指向の過去の教訓を取り外し安定指向、つまり量的拡大から質的拡大、総花的な経営指向から選択経営への転換を実現し、安定指向型の重点的経営であり、身軽な減速経営を守りながら積極的な攻めの戦略を実施していかなければならなくなる。それは内需拡大による競争市場が具体化され、実際

の市場や金融能力だけでは多大な損失を招きかねない現実を理解し戦略を持たない企業にとって非常に不利な要素が氾濫する経営環境が目前に迫っているためである。

(2) 戦略策定

経営戦略策定にあたっては、企業個々の経営環境が異なっている。従ってそれぞれ違う戦略があり内容も異なっている。

そのプロセスについて一般的な概念を要約する。

- ① 予備的目標の設定
- ② 経営バランスの検討
- ③ 計画の進行
- ④ 目標利益算定

であり、ポイントでもある。

そのような中で全般的に重要な課題として、労働集約的経営から資本集約経営への転換をどう実現していくかであり、経営目標の具体的提示とリストラクチャリングの実行が大きな問題である。さらに、経営戦略には、経営のスタイル（競争意識ではなく）に適合した計画を立てる必要があるだろう。

(3) 情報リテラシーの問題についての考察

リテラシー（Literacy）とは、本来人間が集団社会に順応した生活を送るための基本的能力を意味しており、最初は字義どおり「文字」を使って自由に読み書きができることを現していたと考えられる。最近では計算能力も加わり、いわゆる読み書きそろばんによって代表される能力のことと理解され一般教育の場によって習得するように配慮されてきた。1980年以降、日本においても教育や情報処理の専門家を中心にリテラシーの問題として取り上げられるようになった。ここでは特にパーソナルコンピュータの普及に伴った視点としての捉え方をしてみたい。

① コンピュータリテラシーの教育

第一の方法として、コンピュータの仕組みやプログラムの方法を理解させようというものであるが、当然コンピュータを使って仕事

を行う職業につくための教育とは違い仕組みやプログラム言語の内容に情報リテラシーのためのコンピュータ教育としての工夫が充分されていることが重要である。しかしながらそのことの意味についてはまだおおくの議論がなされているに留まり基本的な合意としてのまとまりが付いているだけである。

第二の提案はコンピュータの仕組みやプログラムを教えるのではなく、学習者の年齢にふさわしい教育用のプログラムを用意し、自分で自由に使えるようにすることである。具体的には、ワードプロセッサ、作画システム、辞書、作表・集計、LANによる通信や、インターネットの採用による必要な教材を少しずつ取り入れ最終的には学習者が主体的に必要な応じたアプリケーションプログラムを自分で選択して使うことができるようになっていることである。

第三の提案は、データベースを学習者自身に作らせる方法である。第二の提案ではデータベースの中に教材としてすでに出来上がっているプログラムやデータを使うことが目的であったが、この提案はデータベースの一部を自分で作成することによって与えられた課題に対する理解を深め同時にコンピュータリテラシーもいつのまにか習得しようとする二重の効果を狙ったものである。

以上、3つの方法について学習者の年齢や教育及び仕事の環境についてそれぞれの整備状況に従って適当に組み合わせ情報リテラシーあるいはコンピュータリテラシーとして定着させていく場合が想定される。現在一般市場の中ではマルチメディアツールとして情報化社会の具体的な生活用品として競争市場を形成し、教育の現場では2003年から高校教育として学習指導要領が交付されることになっている。

現実の実社会では、コンピュータリテラシーは多様で複雑な社会組織を前提に実践されてゆくわけで、ここでは前述の第2の提案が実情に沿ったものと考えることができる。

又、情報処理能力は、ハードウェア上の制約、コンピュータシステム上の制約が多く影響しているがこれは逆に企業サイドからすれば情報技術力の問題として捉えられその人的要素、社内

規範などのソフト面での注目は未だ充分に検討されていない。しかしここで云う情報リテラシーとはあくまでエンドユーザー側の課題として認識すべき点であり共通したツールとしての商取引ルールのような一種の規範やツールに留まった考えは誤った認識といわざるを得ない。

② 情報リテラシーの普及についての概念的考察

情報活用と法と倫理的問題に触れておくと、情報化社会の進展に伴う社会生活でのプラス面は、社会情報基盤が向上し交通情報、教育情報、医療情報、文化情報についての情報欲求がどこに居ても満たすことができる状況になっていて、家庭内でも社会の恩恵によくなることができ、時代が目前に迫っているのである。又、課税の公正化、政治・経済情報の入手も同様である。しかし反面高度な管理社会への不安が生じプライバシーの侵害におびえたり、情報の側面の犯罪増加も急な拡大を見せこれらは社会的なマイナス面と捉えることができる。

企業においても情報化が進むと経営面で効率化が図られ生産性が向上したり、ロボット活用で危険な仕事から解放されたりなどといったプラス面が見られるが、失業問題、雇用条件問題、健康問題、業態変化や高水準技術に対する精神的な不安が発生するなどのマイナス面もある。

そこで情報化社会におけるプラス面を伸ばし、マイナス面をなくす努力が必要になるが情報化社会では多様な情報が利用でき個々人が適切な情報の選択を行い主体的に意思決定を実践していかなければならない。従ってコンピュータが正確にその利用者に対して出力結果を出すために利用者の操作能力が問われ、又、情報に対する正しい認識をもつことと同時に正しくモラルを守っていかなければならない現状が迫っている。

以上のことを延長すると、異文化、異国において多国籍企業の持つ大きな問題としての適応性や、企業間競争にも情報リテラシーは重要な課題といっても過言ではないだろう。加えて、意思決定問題に及ぶと競争優位の社会観からすれば情報技術の高度化とともに情報リテラシーはコンピュータリテラシーも伴って迅速な意思

決定のための正確な情報の把握や情報力の確保、情報の選択能力が不可欠となっている。これは今まで述べてきたとうり経営の効率化も含めて情報リテラシーの向上そのものと言わざるを得ないだろう。

そこで基本要素としての情報リテラシーについて考えるとこれはいわゆる業務遂行を目的とした仕事あるいは業務的側面から見れば今までの業務経験や、長い年月を掛けて学習してきた専門知識と対比される位置に存在することがわかってくるものである。ちなみに情報リテラシーを構成する領域とは一般にどのような知識領域を云うのか整理してみたものが以下である。

情報リテラシー

- ① コンピュータリテラシー
 - パソコン OS に対する知識
 - プログラミング知識及び能力
 - アプリケーションソフト活用能力
 - 文書作成能力
 - 表計算能力
 - 作図能力
 - 発表能力（プレゼンテーション）
 - データベース作成能力
- ② ネットワークリテラシー
 - コミュニケーション技術に対する知識
 - インターネット活用技術能力
 - ウェブ閲覧
 - ホームページ作成能力
 - 電子メール活用能力
 - LAN 活用能力
- ③ 情報源活用のリテラシー
 - マルチメディア情報活用能力
 - オンラインサーチ
 - インターネット検索能力
 - 一般的情報源活用能力

6 情報の国際化についての考察

情報の国際化とはあまり聞きなれていない言葉ではあるが、ここでは経済の情報化・国際化によって情報が国境を越えて流通している現状と越境データフローが国民生活や政治・経済に与えている問題点について列挙してみる必要がある。以下

- ① 国際情報通信の問題
 - 取り扱い地域の拡充
 - サービスの多様化
 - 国際通信設備
 - 料金の低廉化
 - 国際情報受発信量
- ② 越境データフロー
 - 個人プライバシー侵害
 - 情報通信分野の受益
 - 政治的な国家の威信や主権及び安全保障

以上のとおり考えることができる。

今後着目すべき問題としては、情報の産業化と密接に結びついている情報が、商品としての性格を大変強めてきたことである。特に電子化されて情報はデータベースと言う形で一極に集中する可能性が高いわけで今後規模の経済性が成立することが予想されている。情報の本質的把握が十分に理解されないまま情報が国際的にも一人歩きしたときその末について何の具体的将来は想定されないままになってしまうわけである。世界的、全社会的な影響について慎重な検討が必要である。

7 おわりに

グローバル化についてその情報リテラシーのかかわりを総合的な観点から言葉として考え、さらに現実に対応すべく企業組織形態についての変化、加えてそれを前提としたネットワークメディアの利用と戦略の形態について考えてみた。又、現在の情報技術がマルチメディア技術の急速な進展によって利用技術としての質的、可視的な技術の向上を伴って今後の経営活動及び市場構造に対して大きな変化をもたらすことは明白である。

そこで今後の課題として、情報活用技術に対し、国際的な視座にもとづく多国籍展開を考え、それに対しての情報リテラシーが求められなければならない。全体からすれば、ビジネスコミュニケーションの範疇にある極一部分の問題でもあるが、現在の世界的動向を思うに際して情報基盤の整備あるいは情報技術活用の高度化に対してネットワーク化の戦略や適切な経済的

業政策への努力は将来への存続にかかわるものとして認識されることになるだろう。今後の戦略的な課題として、情報源の正確な活用のための情報システムの設計及び組織形態の模索など山積されていることになる。

参考文献

- 1 「日本企業の国際生産における地域選考と製品戦略」瀬藤嶺二、拓殖大学研究年報、第21号、p78,1991
- 2 「OA におけるコミュニケーションの役割と意義」片岡善治、オフィスオートメーション、Vol.14,p12,1983
- 3 「ネットワーク時代の企業」金子郁容、日本経済新聞社、p21-p22,1985
- 4 「日本企業のグローバル情報通信ネットワークの考察」工藤秀幸 立川丈夫、オフィスオートメーション、Vol13,No.2、p31-36,1992
- 5 「事業の国際的展開」原礼之助、情報管理、Vol34,No.10、p854-867,1992
- 6 「国際マトリックス組織と国際情報ネットワーク」荻野典広、戦略コンピュータ、Vol.31,No4,p56-61,1992
- 7 「OA とインターネット ―インターネットへアウトソーシング―」定道広、オフィスオートメーション、Vol.16,No.2-1,p16-19,1995
- 8 「OA と国際化」杉浦一平、オフィスオートメーション、Vol.16,No.2,p10-15,1995
- 9 「情報リテラシー」大野豊、共立出版、第2版、p78-p85
- 10 「科学情報ハンドブック」日本科学技術情報センター、日本科学技術情報センター発行、1995
- 11 "Multinational corporations・the emerging research agenda" ROCH.E.M,J.strategy Inf Syst,Vol.5,No.2,p129-p147,1996
- 12 "Strategic Information Diagnosis in the Global Organization" Manag Int Rev,Vol.34,No.1,p7-24,1994