

総合性のくびきから逃れよ

最近、家電量販店に出かけたが、買い換えたいものはあっても、新しく欲しいものは少なかつた。また、息子が一人住まいを始めるために家電製品を買いそろえたが、中国製など、安いものがいくらでも手に入る時代となった。このように、家電製品に関する需給のバランスは大きく崩れ、日本メーカーの電機大手九社の平成十四年三同期連結決算では赤字の合計が一兆九〇〇億円となり、電機業界は構造不況に陥りつつあるといわれている。

このことは日本にとって大きな問題である。電機大手九社のグループ従業員数は合計で約一五〇万人であり、その売上高合計は四五兆円を超える。この業界の構造改革と飛躍的な発展が不可欠となっている。

しかしながら、電機メーカーはあらゆる電気製品を供給する。総合性のくびきから逃れることが難しく、しかも限られたパイの奪い合いを小さな改良だけで続けているよ

家電システムを全面的に見直すとき

なものを創造しなければならぬ。

環境に埋め込まれた知識

我々の暮らしは、最初に電気製品があるのではない。これらの家電製品が我々の暮らしを革命的に変えてきたのははるか昔であり、現在では洗濯機や冷蔵庫がなくなっても

コインランドリーやコンビニで凌げるが、たとえば携帯電話がなくなると生活できない状況になりつつある。すなわち、生活に不可欠である衣食住に

関係するものは、すでに個人所有を離れ、社会の環境に埋め込まれてしまったと言えないだろうか。

環境に埋め込まれた知識という概念は人工知能の研究分野

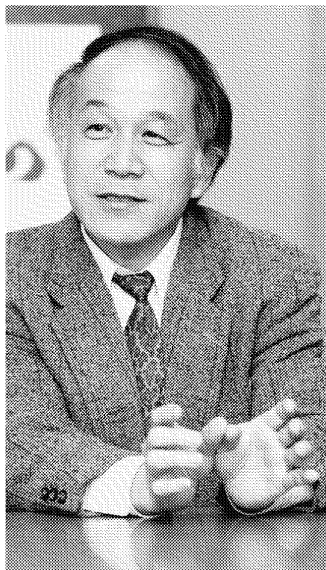
ではすでに始まっている。ロボットなどが動作に必要な知識をすべて持つことは困難であり、環境そのものが知識の源としてうまく働いてくれるというわけだ。たとえば、道具で考えると、道具そのも

とえば、携帯電話はどうしても必要だし、家で高画質の映画を見たいならDVDプレーヤーが、ドライヴが好きならカーナビが、情報収集したいならパソコンとインターネットが必要不可欠となってお

なく、年齢・性別・国籍・職業・趣味などが大きく異なつた多くの人たちと議論し、そこから得られる材料を基に革新的なシステムのコンセプトを提案する必要がある。

たとえば超小型の無数の口

正論



同志社大学工学部 教授 三木 光範

のにかんりの知識が詰まっているので、特別の知識がなくてもその道具を使えば容易に仕事が進むことになる。

これと同様に、現代社会は我々の環境の中に暮らしに必要なもの

が埋め込まれており、多少のお金があれば必需品であったものがなくても生きて行ける。

そこでではあるけれども、た

り、明らかに、どうしても手元に置いておきたいものの優先順位が変化している。

利用者との「共進化」図れ

したがって、電機メーカーは、これまで当然と考えられてきた生活と家電製品との関わりを見直し、消費者は本当は何を望んでいるのかという

観点から、エンジニアだけで

ボットが数時間で部屋の隅々まできれいに掃除システムを開発し、消費者は週に一回それをレンタルするという

社会や、洗濯は近所の快適な情報カフェに併設された高性能のランドリーマシンで行う社会を提案することである。大事なことは、家電という枠を捨て、社会システムとして消費者のニーズに

発想を転換し消費者ニーズに応えよ

うものを提案する姿勢である。

一方、家庭に入る製品の新しいコンセプトは利用者との共進化である。製品が、その仕組みや動作を利用者にできるだけ理解してもらえよう。なメカニズムを持ち、利用者のニーズや意図を学習し、利用者の取り扱いや工夫によって製品自身に変化し、その利用者にとっての最高の価値を発揮するよう成長する。

また、利用者側も、製品が提示する設計者のデザイン・コンセプトを理解し、その製品とともに成長するとして、素晴らしいことだ。コンピュータを組み込んだ、いたずらに賢い製品はそもそも人間を疎外している。それより、利用者からの愛情溢れる取り扱いによってどんどん賢くなり、進化する製品ができれば、利用者は本当の満足を得るだろう。そして、多少機能や性能が古くなっても、愛着のある製品は簡単には捨てられないだろう。もちろん、これは省資源という観点からも役立つ。

(みき みつひ)