

# 既存構造のリ・インベントこそ 中小企業の目標

## マクルーハンの警句

現在では神話であるが、半世紀以上前の一九六〇年代に彗星のように登場したカナダの英文学者マーシャール・マクルーハンの言説は一般社会だけではなく経済社会や政治社会をも席卷し、「グーテンベルク・ギャラクシー」（一九六二）や「人間拡張の原理」（一九六四）の販売冊数は一〇〇万部超えを記録した。それらには数多くの警句が登場するが、とりわけ流行したのが「メディアはメッセージである」という言葉であった。

翻訳すれば「伝達媒体は伝達内容である」ということになる。一例として電話という伝達媒体は通話という伝達内容とは関係なく、書物という伝達媒体も小説という伝達内容とは関係ないようであるが、電話という媒体での情報交換の内容には電話特有の性質があるという意味である。商談を想定してみると、電話では同一の商品を同量注文する場合も、意味が相違するということがある。この理屈を応用して成功した有名な事例がある。一九六〇年代は大型コンピュータが実用になり始めた時期で、アメリカではIBM、CDC、NCRなどが競争していた。IBMから相談されたマクルーハンは計算機を販売するのではなく計算能力を提供すべきだと提言し、IBMは大型から小型まで互換可能な三六〇シリーズを開発し、顧

客の必要とする計算能力をレンタル方式で提供する戦略で一気に先頭に躍進した。

## 電話を発明し直した ジョブズ

媒体ではなく内容という転換は以後も次々と登場している。鉄道は特定の区間を移動するために営々と努力してきた。明治時代に東京と大阪の区間に鉄道が開通したときは二〇時間が必要であったが、大正時代に一二時間、昭和初期に九時間、東海道新幹線が開通した昭和後期には三時間になった。現在、工事が進行しているリニアエクスプレスが開通すれば一時間になる予定である。かつて鉄道は風景を鑑賞し、車中

が自動車である。これまでの自動車は同乗している人間には余裕があるものの、運転する人間は専念の必要があった。しかし、自動運転技術が実現すれば、車内は完全に異質の空間に変貌する。読書はもちろん、映画の鑑賞、車内での会議どころか遠隔の場所からの参加も可能なテレビジョン会議も問題ない。それを表現する言葉が自動車のリ・インベントであり、用途は一気に拡大する。

## 登場する リ・インベント・ビジネス

このリ・インベントは情報技術の進展により急速に拡大している。料理は食堂でというのが当然であった時代に出勤は特別のサービスであった。しかしウーバーを代表とする配達システムが開発され、食堂の料理を家庭でという比率が急増した。これはマクルーハンの理論を適用すれば、食堂は料理を提供する場所ではなく、食事というサービスを提供する基地に変化したことになり、食堂のリ・インベントになる。

東大名誉教授  
つなきお よしお  
月尾嘉男

昭和七（一九四二）年生まれ、東京大学工学部卒業、工学博士、コンピュータ・グラフィックス、人工知能、仮想現実、メディア政策等を研究するとともに、全国各地で私塾を主宰し、地域の有志と共に環境保護や地域計画に取り組む。

