

## 情報および情報化について ——高度情報化社会の“見えざる手”——

中 川 忠 夫

はじめに

「情報の定義は、情報研究者の数と同じぐらいある」といわれている。情報科学 (information science) はなお歴史が浅く、その体系も領域も十分に固まっているとはいえない。いまの段階で「情報」にきびしい1つの定義を与えることは、発育ざかりの情報科学を纏足する結果にもなりかねない。情報の定義は、その研究目的と研究領域に応じて幾つあってもいいのではないかと私は思っている。

しかし、そうであるからと言って、「情報」という語を無制約的に用いていいということにはならない。いや、そうであるからこそ、少なくとも「ここで情報とは……」と、一応の概念規定が必要であると思う。そうでないと一見立派な論説も、読み込めば読み込むほどわからなくなる。その好例の1つに『ソフトノミックスの提唱』がある。同提唱は、大蔵省の委託を受けて「経済構造の変化と政策の研究会」(座長・館龍一郎氏)の研究結果を杉崎重光氏(大蔵省大臣官房調査企画課参事官)をキャップとする「プロジェクト・チーム」がまとめたものである。同提唱で解説されているところによれば、「ソフトノミックス」とは「経済の原語である“オイコス・ノモス”(家庭のあり方)にならって」名づけたもので、「ソフト社会のあり方」という意味の新造語ということである。ネーミングはまことに巧妙であるが、「ソフト化」とは何かあまり明確でない。「産業のソフト化」を測る指標として「(非物的投入額+人件費)/生産額」を「ソフト化率」としているところから、この算式の分子を意味するらしいことはわかるが「非物的投入額」はいいとして、人件費がなぜ「ソフト化」の要素であるのだろうか。私の関係する某機械メーカーの場合、57年9月期決算における人件費は、

生産額の約40%であったが、58年9月期決算では、生産額が激減したため、人件費が生産額の約60%に増大した。賃金は58年4月に約4%上げたに過ぎず、「非物的投入額」はほとんど同額であるから、上記の算式によれば、「ソフト化率」は大幅に上昇したことになる。生産額の低落がなぜ「ソフト化率」の上昇といえるのであろう。

同提唱は別の箇所では「情報化」は「ソフト化」にはかならない」としている。「ソフト化」は「情報化」にはかならない」のかどうか、この点は明らかにされていないが、全体を通じて「ソフト化」と「情報化」をイコールでつないでいるように読み取れる。そうであるとする、生産額が落ちると「情報化」が高度化するということになる。

「ソフトノミックス」批判は、このエッセイのテーマではないからこれ以上触れないが、同提唱が何を言おうとしているのかはわからないではないが、何を言っているのかはよくわからない。「ソフトノミックス」にとって、論理的に最も重要であるべきはずの「情報」の概念が混乱しているためと思われる。

「経済のソフト化」、「経済のサービス化」(または「サービスの経済化」)、「情報の経済化」(または「経済の情報化」)、「感性の経済化」あるいは「モノばなれ」等の語が、高度情報化社会 (hight informationized society) における社会・経済現象の分析・説明に用いられているが、「情報」の概念はいまのままに論を展開しているもののみといていい。私は、かねがね「情報」や「情報化」という語の流行語化に不快感をいだいていたので、本『紀要』が貴重な紙幅を私に割いて下さったのを機として、これらの問題についてペンを執ることにした。

アプローチの方法はいろいろあるが、ここでは情報の原点に立ち返って、まず情報の形成過程を明らかにして情報に定義を与え、その定義を踏ま

えながら「経済のソフト化・サービス化」「モノばなれ」等と、「情報」および「情報化」の関係について交通整理を試みたい。

## I モノと情報

脳神経医学では電氣的な impulse を情報としており、情報処理 (information processing) の領域では、「一定の約束に基づいて人間が Data に与えた意味」(JIS C 6230-1970) と定義されている。では、Data とは何かというと「事象、概念、命令などを表現するもので、人間もしくは機械による処理に適するように形式化されたもの」(同上) と規定されている。情報そのものを取り扱う情報処理の領域でも、「情報」は依然としてあいまい模糊としているが、この場合は、情報そのものを定義したのではなくして、情報処理における実用上の定義であるから、一応これでいいといえる。

では、経済学や社会学の領域では、「情報」にどのような概念が与えられているのかというと、各人まちまち、というよりも、概念を明かにしないまま便利な feeling を有する語として用いられている。また news や communication と同義に用いている論者も少なくない。

前項で紹介した「ソフト化率」の算式に「非物的」という語が導入されているが、「ソフト化」が「情報化」と同義に用いられているものとすれば、そしてこの算式から「非物」という語だけを切り離せば、情報は非物であるという意味では正しい。次にモノと情報の根本的なちがいを明らかにしておこう。

モノ (matter) は、ヒトが関与するとしないとにかかわらず、それ自体として存在する。モノは人類がこの地球上に現れる前から存在し、人類が亡び去った後も存在する、と考えられる。しかし、人類の出現する前から情報が存在し、人類が亡び去った後に情報が残るとは考えられない。

もちろん、情報を有するのはヒトに限らない。ハチやアリが情報をやりとりすることはよく知られており、情報をやりとりする以上は、impulse から情報を形成する能力は彼らにもあると考えざるを得ないが、ここではヒト以外の生物の情報には触れないことにしたい。

人類が亡び去った後に情報が残るとは考えられない、という、あるいは異論が出るかも知れない。たとえば、タイムカプセルの中に密封した物品や文字その他の形象は、人類が亡び去った後も残るであろう。そしてヒト以外の生物がそれらを解読して、人類に関する情報を得ることも十分に考えられる。しかし、これを以って情報が人類亡び後に残るとすることはできない。タイムカプセルに封じ込めた物品等は、たんなるモノであり、あるいは形象であって、それ自体が情報なのではない。物品や形象は何者かに解読されることによって、はじめて情報にまで形成されるのである。したがって、だれがそれらを解読してもつねに同一の情報が形成されるとは限らない。物品や形象が情報なのではなくして、情報に形成されることによって物品や形象から情報が抽出されるのである。それは、石炭が電力なのではなくして、電力化することによって石炭から電力が得られる関係に似ている。

私たちは毎日、新聞から多大の情報を得ている。新聞は、新聞用紙と新聞インキというモノから成り立っているが、新聞用紙は、文字や写真等の乗りものに過ぎない。新聞用紙上の文字や写真は、新聞インキを一定の pattern に布置 (ordered set) したものであるが、これらの文字や写真それ自体が情報なのではない。文字や写真の中の意味が情報なのである。したがって、それらの文字や写真の中にいかに重大な情報が含まれていようと、私たちがそれを解読しなければなんの情報も得られない。私にとって「ブラウダ」や「イスクラ」は、インキでよごれた紙に過ぎない。新聞用紙上の形象は、解読されることによって情報に形成されるのであって、そこに固有の意味を有する情報が読者から独立して存在するのではないからである。そうであるから、全く同じ新聞記事から各人各様の情報を読み取るのである。地中から掘り出されたダイヤモンドは、だれが掘り出しても同じダイヤモンドであるのとは全くちがう。ここにモノと情報の本質的なちがいがある。

## II 情報の定義

以上によって明らかなおとおり、「情報」なるもの

がわれわれから独立して存在するのではない。いかなる情報も情報形成者の情報なのである。さらに、情報に形成し得るものは、形象に限らない。足もとの石ころでも雑草でも、頭上の木の葉でも、空に浮かぶ雲でも情報に形成することができる。現に気象官は、雲の形や動きから気象情報を形成する。この場合も、雲の形や動きが気象情報なのではなくして、それらを気象情報に形成することによって気象情報になるのである。歌人の佐々木信綱氏は、土地の古老なら気象情報にも形成したであろうひとひらの雲から「ゆく春のやまとの国の薬師寺の塔の上なるひとひらの雲」という短歌（情報）を形成した。

最も純粋な形での情報形成過程は、気象情報の形成過程——とくに観天望気による気象情報の形成過程——に見ることができるので、古老の観天望気を例に取って、情報形成の過程を分析しよう。説明を簡単にするため、観天望気に必要な自然現象を太陽光線で代表させることにする。

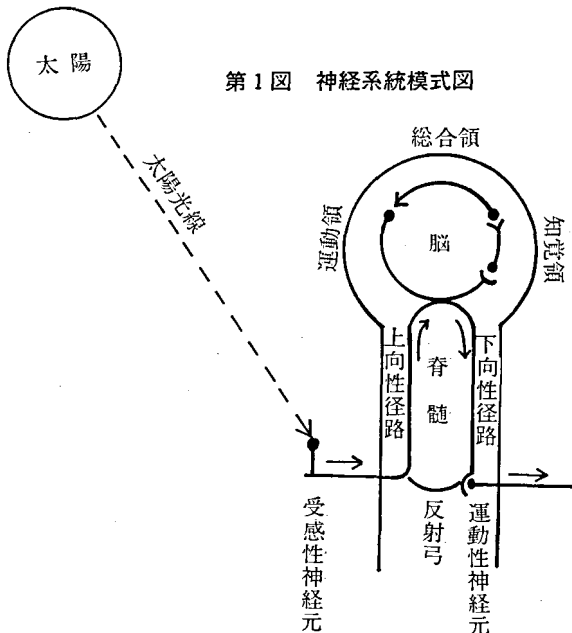
第1図は、ヒトの神経系(information system)を極度に簡略化したモデルである。私の素人考えで作ったものであるが、『診断工学』の著者藤沢正輝医学博士氏に乞われて、同書の「電子計算機診断」の解説に利用していただいたものであるから、モデルとして正しいのであろうと思っている。

太陽光線は受感性神経元によって感受され、電気的 impulse に変換されて知覚領に送られる。ここで感受された光と熱が太陽光線であることが認知される。これが情報形成の第1段階である。知覚は総合領に送られ、古老の有する過去の経験その他の備蓄情報群と総合して情報処理を行って気象情報に形成される。これで情報形成が完成する。形成された気象情報は、脳の指令にもとづいて運動領を通じて output される。この間に feedback があるが、ここでは省略した。

太陽光線は自然現象であってそれ自体が情報なのではないし、太陽がヒトに気象情報を送るとは考えられないから、情報即 communication 説はここで退けられる。

太陽光線そのものは気象情報ではないから、観天望気能力を持たない私だったら、日光浴を楽しむに終わると思う。だれでもが太陽光線から気象情報を形成し得るわけではなく、また、気象情報しか形成し得ないものでもない。一定の場所と時における太陽光線は一定であるが、その太陽光線から形成し得る情報は、量的にも質的にも無限である。太陽光線からどのような情報を形成するか、形成し得るかは、形成する人それぞれの目的と能力によって決定される。

話を元に戻そう。太陽光線を気象情報に形成した古老は、畑仕事をしている人びとに向かって「明日もいい天気だぞ」と言ってそれを伝えたとしよう。古老は彼の形成した気象情報を音波に変換して人びとに送ったことになる。この音波はたんなる音波ではなくして、一定の Pattern を有する言語情報 (language information) である。しかし、古老の声を聞いた人のすべてが、それを気象情報として受け取るとは限らない。ある人は「じいさん相変わらず元気だな」と受け取るかも知れないし、天候に関心がなく、古老の声や言葉から何かを知ろうとする気持ちを持たない人にとっては、たんなる noise でしかないかも知れない。しかし古老は、彼の気象情報を人びとに伝えることを目的として「明日もいい天気だぞ」と言ったのであるから、相手が気象情報として受け取ろうと受け取るまいと、古老の健康状態のバロメーターとして受け取ろうと、古老は気象情報を送ったといえる。古老の声(音波の impulse)を聞いた人が、そ



れを彼自身の情報にまで形成する過程は、古老の観天望気の場合と同様である。

以上の過程を整理して私は、情報を次のように定義する。

〈情報とは、知ることまたは知らせることを目的として送られ、もしくは受け取られた impulse である〉(第1定義)

情報が情報であり得るためには、まずわれわれに感覚できる impulse であることが必要である。しかしわれわれは impulse のすべてを情報にまで形成するわけではない。そんなことをしていたら24時間以内に発狂してしまうであろう。われわれは自分にとって何らかの必要ないし興味・関心のある知覚だけを選択して、総合領で情報処理するのである。総合領は知覚領から送られて来た知覚を情報処理(総合判断)する必要のあるものかないものに分ける篩でもある。篩はここにいたる前にもある。ヒトの感覚器官がそれである。ヒトには、もちろん個人差があるが、振動数20~2万ヘルツの音振動しか聞くことができないし、波長約400~720 $\mu$ mの電磁波しか見ることができない。有意の人為的選択の前に、自然がヒトに与えた機能的選択を免れることはできない。私たちは生れてから、いや、母の胎内にいるときから死にいたるまで、選択に選択を重ねつつ生きていくのである。後に述べる商品の選択のごときは、これらに比べれば、極めて小さな選択の一部でしかないが、それが社会を変え、政治・経済を変え、自分自身を変える。その意味では最も大きな選択であるかも知れない。

情報の第1定義によれば、情報が情報であり得るためには、impulseのほか「知る」または「知らせる」という目的意識および「受け取る」または「送る」という行為がなければならない。「経済のソフト化・サービス化」等の現象が「情報化」の証(あかし)とされているが、その「情報化」は、商品選択の結果であって、何かを「知る」または「知らせる」という目的意識を持たないことが多く、第1定義では説明できない。

では、これらの現象を「情報化」とすることがまがいのなものでしょうか、それとも第1定義が正しくないのでしょうか。そのいずれでもない。第1定義は、情報をその成立過程と機能の側面から

定義したのであって、存在としての情報の定義ではない。いわゆる「情報化」は、存在として情報による「情報化」をも含むと考えられる。

情報が「非物」であることはすでに見たとおりであるが、Cyberneticsで知られているウィナー(Nobert Wiener)は、「情報は情報であって物質でもエネルギーでもない」(池原止戈夫他4氏共訳『サイバネテックス』)といった。私はウィナーの概念にもとづいて、存在としての情報を次のように定義する。

〈情報は、物質でもエネルギーでもない第3の存在である〉(第2定義)

「情報化」とは、この第3の存在としての情報が主導ないし優位化する現象にはかならない。高度情報化社会の特徴とされている経済・社会の「情報化」現象は、情報の第1定義および第2定義によって完全かつ統一的に把握し、分析することができる。

「科学が成立するためには、たがいに孤立しない現象が存在することが必要である」(前掲書)。「モノばなれ」、「サービスの経済化」(または「経済のサービス化」)、「ソフトの経済化」(または「経済のソフト化」)等は、用語の混乱もはなはだしいが、相互の関連が明かでなく、統一的把握に欠けていることは「ソフトノミックス」のみではない。

「モノばなれ」等の「情報化」現象は、情報を幹とする枝であり葉である。その幹が明確にとらえられていないために、枝と枝が繋がらないのみか枝が宙に浮いているのが現在多くの「経済のソフト化・サービス化」論である。

### III 情報と認識

ドラッカー(Peter F. Drucker)は「経営とは変化に対応することである」(The Practice of Management, 1954)といった。結果論的にはたしかにそのとおりであるが、「変化に対応」することは不可能といわざるを得ない。なぜなら、変化そのものを認知する能力をヒトは持っていないからである。われわれにできることは、変化によって発生した情報——厳密には「変化によって発生した impulse を以って形成した情報」というべきであるが、煩を避けてたんに「情報」ということに

する——に対応することだけである。どこでどれほど重大な変化が生じようと、その情報がなかったら対応するすべがない。対応どころか変化が発生してもなんの情報もないときには、私たちはなんの変化も生じていないものとして行動 (behavior) するほかないし、現にそうしているはずである。

いま私は、原稿用紙の上に拙いペンを走らせているが、次の瞬間にはこの茅屋が東京湾の底に陥没するかも知れない。陥没するとすれば、おそらく何10年も前から、陥没にいたる変化が地中深く徐々に進行していたはずである。それにもかかわらず、こうしてペンを走らせていることができるのは、そのような事態が発生するであろうという情報を、私は得ていないからである。言いかえれば、〈情報のないものは、存在しないもの〉と見なして私たちは意思決定 (decision making) をし、行動しているのである。もしなんの情報もないのに発生し得る変化を想像して右往左往する人がいたら、その人は正常とはいえない。〈そこにそれが在るということは、そこにその情報があるということである〉。その意味で情報科学は「世界はわれわれの感覚である」といったマッハ (Ernst Mach) の系譜に属する。

近代的な化学工場を見たことのある人ならご存じと思うが、広大な工場構内で見えるものは大小のタンクとパイプだけで、人影もまばらである。タンクやパイプの中の状態は直接には見るができない。もし何らかの原因で、タンク内の圧力が異常に上昇しても、爆発するまでは、その異常変化を知ることはできないであろう。そこで、タンクやパイプの要所要所に温度計や圧力計を装置して、中央制御室で間接的にタンクやパイプの中の状態を常時監視しているのである。しかし、監視員が監視しているのは、計測器上の針であって、タンクやパイプの中の状態そのものではない。もし計測器が何らかの原因で正しく作動しなかったら、必要な対応をすることはできないであろう。計測器は、直接には知ることの不可能なタンクやパイプの中の状態 (変化) を情報に変換する道具にはかならない。物理的・化学的变化のみならず、社会・経済等の変化についても同様のことがいえる。そこで私は、前記ドラッカーの言葉をく経営

とは情報に対応することである〉と読み変えることにしている。

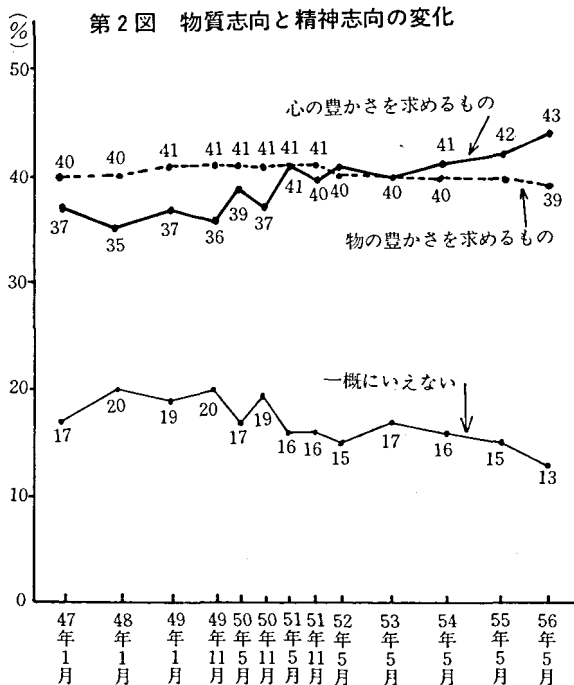
#### IV 快適性への欲求

「モノばなれ」等の「情報化」現象は、情報を幹とする枝であり葉である、と私は言った。「モノばなれ」という語に問題があることは後に述べるが、「モノばなれ」は突如として現出したものではない。戦後39年の間に、地底の変化のように徐々に進行して、ようやく数年前からだれの目にも明らかになったのである。この現象が論議的になりはじめたのは、情報すなわちモノでないものがモノをリードするようになった昭和51～2年頃からである。

総理府統計局の「国民生活に関する世論調査」によれば、50年には「心の豊かさを求めるもの」(37%)よりも「物の豊かさを求めるもの」(41%)のほうが多かったが、53年には「心の豊かさ…」と「物の豊かさ…」がともに40%となり、以後「心の豊かさ…」が年々増加して、55年には44%に達したのとは反対に「物の豊かさ…」は39%に低下している (第2図)。

何を以って「心の豊かさ」とするか、人それぞれで違いは大きいと思われるが、はっきりしていることは、国民が精神的飢餓状態にあるから「心の豊かさ」が求められているということと、物的充足が一応達成されたから「心の豊かさ」を求める余裕ができたということ、である。すでにサラリーマン家庭の中は、着ない洋服や穿かない靴等の「モノで埋まっている」(首都圏および京阪神付近に住むサラリーマン家庭の主婦1,834名を対象とする58年8月2日～16日の太陽神戸銀行調査)。

また、主婦たちが「少しぐらいお金をかけてもよいと思っているもの」と、反対に「お金をかけたくないと思っているもの」をアイデア・バンク (代表・佐橋慶氏) が調査したところによって、54項・品目の中から15位までを拾い出してみると「お金をかけてもよい…」は、①家族旅行 (国内外共) ②ご主人の外出着③家族の行事やお祝い④無添加などの自然食品⑤自分の外出着⑥週末の夕食⑦書籍・雑誌⑧家の増改築・修繕⑨初がつお、土用のうなぎ⑩冠婚葬祭⑪各種保険料⑫有名店の



(注) 総理府「国民生活に関する世論調査(56年)」より

パン⑬人間ドック⑭中元・歳暮の贈答⑮教養・おけいごと、となっている。

「お金をかけたくない…」は、①有名ブランドの子供外出着②各種の乾燥機③個室用テレビ④輸入ワイン⑤電話料⑥宝石・貴金属⑦高級レストランでの食事⑧冷凍調理品⑨中元・歳暮の贈答⑩多目的用ミシン⑪ちょっとしゃれた室内着⑫化粧品・美容代⑬造園・庭用の植木・庭石⑭和服⑮子供の学習塾・家庭教師費、となっている(「消費と流通」81年秋号より)。

両者を通じていえることは、消費生活の主導者といわれる主婦たちは、すでに必需性よりも快適性を欲求している、ということである。

また主婦たちが「家の中で、日頃じゃまではないか」と思っているものは、①衣類(不用・着られなくなったもの)②書籍類③ベッド(大人用)④ミシン⑤ピアノ・オルガン⑥ドレッサー・鏡台⑦たんす⑧嫁入りのとき持ってきた道具類⑨ベビーベッド⑩机、などで60年代から70年代にかけてもてはやされたものが多い(同上)。

この調査結果を「モノばなれ」とみるのは単純すぎる。たしかに家族旅行、家族の行事、冠婚葬

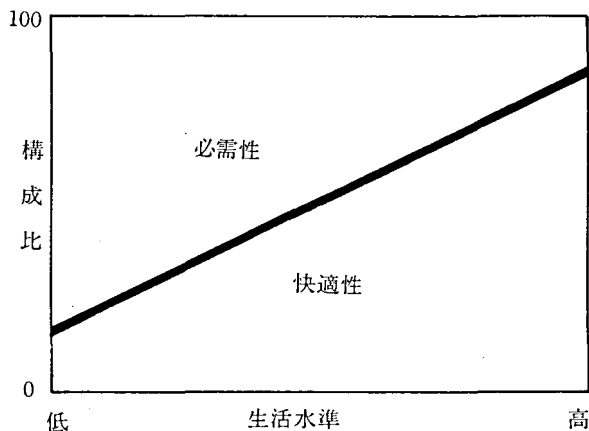
祭、人間ドックなどは「モノばなれ」といえるが、外出着、自然食品、家の増改築、初がつお、土用のうなぎなどは、「モノばなれ」ではなくして、より高級なモノへの欲求と見るべきであろう。必需性から快適性へ欲求(needs)の重点移行であり、生活の情報化と見るべきであることに次章に述べるとおりである。

## V 必需性と快適性

すべての商品(サービスを含む)は、必需性と快適性から成り立っている。必需性さえ充足されない貧しい社会——たとえば、戦中から戦後25~6年頃までのわが国のような社会——では、必需性が商品選択の基準とされ、必需性が充足された豊かな社会——現在のわが国のような社会——では、快適性が商品選択の基準とされる。このことは、社会全体についても、消費者個人についても言える。したがって、国民生活水準の上昇に伴って、商品を構成する2つの要素のうち、快適性の比重が高まり、必需性の比重が低くなる。この関係を概念図にしたのが第3図である。図の説明をする前に、必需性と快適性について簡単に述べておこう。

サービスを除く商品は、モノと情報から成り立っている。モノは主として物的効用を創り出し、情報は情報的効用を創り出す。物的効用は主として必需性の側面を成し、情報的効用は主として快適性の側面を成す。これは衣・食・住の全面にお

第3図 生活水準と商品の構造



たって言えるが、ここでは食を例にとって説明しよう。

食の目的は、健康の維持・増進にあり、食品本来の物的効用は、栄養価と満腹感にあることはいうまでもない。私たちが貧困の極にあった戦中・戦後の時代には、食品は、食品本来の効用が少しでも高いことを求めて選択された。味や香りを問題にする余裕はほとんどなかった。第3図でいうならば、図の左端にあったのである。その後、生活水準の上昇に伴って、次第に味や香りが重視されるようになって、「豊食の時代」といわれる現在では、盛り付けや食器など、見た目の美しさまでが食を支配するようになった。貧しい時代には最重点が置かれたカロリーのごときは、逆に低いものが好まれ、満腹感も嫌われて、軽いもの、腹に溜らないものが喜ばれるようになった。「ダイエットフーズ」がスーパーマーケットにまで大量に出回っているのはそのためである。第3図でいうならば、現在は図の右端に近いところにあるといえると思う。

高カロリー食品が求められるのも、低カロリー食品が求められるのも、目的は健康の維持・増進にあることに変わりはないが、価値観——あるいは価値感——は明らかに逆転した。さらに、いわゆる「グルメ族」に見られるように、食事のレジャー化もすすんでいる。衣・食・住のレジャー化——それはまた情報の効用の比重の増大にも通じる——は、「経済のソフト化・サービス化」の大きな推進力でもある。

なお、味・香り・美しさなどは、感覚に属するものであって、物質でもエネルギーでもない。したがってそれらは情報に属する。ついでに言えば、サービスもまた物質でもエネルギーでもない。サービス労働にはエネルギーが必要であるが、エネルギーそのものはサービスではない。したがってサービスも情報に属する。「情報化」とは、物質でもエネルギーでもないものがリードし、優位にたつことにほかならない。

## VI エンゲル係数と情報係数

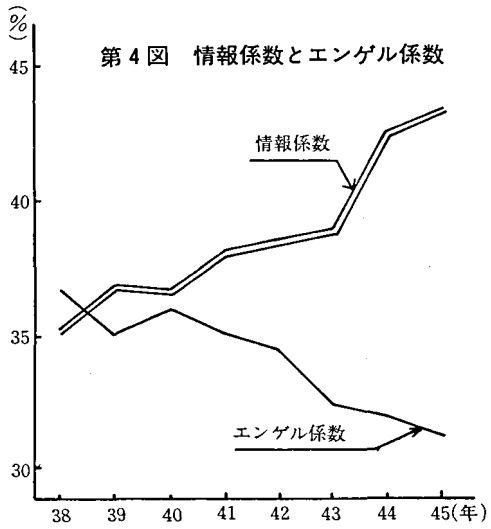
生活水準の向上が「情報化」をもたらしたのであるならば、生活水準の動きは「情報化」の動き

でもなければならない。生活水準の指標としてはエンゲル係数がある。昭和40年～58年のエンゲル係数をみると、40年の36.2%から45年32.2%、50年30.0%、55年27.8%、58年（6月）27.1%と、年々着実に低下を続けている（総理府「家計調査」全国勤労者世帯）。因に、26年、今から33年前のエンゲル係数は51.7%、辛うじて生存し得る状態にあったことがわかる。

エンゲル係数は周知の通り、消費支出に占める飲食費の割合であるから、いわば胃袋に入れた飲食費で生活水準を測るものといえる。Ernst Engelが「エンゲルの法則」を発見した1860年から1880年当時のドイツでは、飲食物の物的効用が大きな割合を占めていたであろうから、エンゲルの法則は真理であり得たのであろう。しかし飲食物の物的効用よりも情報的効用のほうがはるかに大きな割合を占めるにいたった現在の日本に、エンゲル係数をそのまま用いたのでは誤差が大きすぎると思う。

胃袋への投資ともいふべき飲食費よりは、教育、教養、娯楽その他「心」への投資ともいえる「情報費」で生活水準を測るほうが情報化社会の国民生活の質をよりよく把握できるはずである。しかし、残念ながら総理府の「家計調査」にもその他の統計にも「情報費」という費目はない。人事院の「標準生計費」の中の「雑費Ⅰ」（保健医療、交通通信、教育、教養娯楽）が比較的「情報費」に近いがなお不十分である。それだけでなく、衣・食・住のすべてが「高級化」して、快適性創出のための費用（情報費）が大きな割合を占めていることを考えると、「情報費」の抽出は不可能に近い。

そこで私は、試みに「雑費Ⅰ」に「理容美容」を加えたものを「情報費」とみなして、消費支出に占める「情報費」の割合を算出したところ、予想どおりの結果が現れた。すなわち生活水準の上昇と共に消費支出に占める「情報費」の割合は大きくなって、エンゲル係数とほとんど正確に負の相関関係を示した。私はこれを「情報係数」と名づけて発表した(第4図)。46年以降の情報係数は、私の怠慢で算出できなかったが、その後も生活水準の上昇に伴って、情報係数は上昇を続けているであろうことは疑いない。“Nakagawa's Law”は成立し得るものと確信している。



(注) 拙著「情報社会の経営と労働」(1970年, 日本労働協会)より。

工業化社会 (industrial society) の “invisible hand” (Adam Smith) が各人の自由なる経済行動にありとするならば, post-industrial society (Daniel Bell), いわゆる情報化社会の invisible hand は情報であり, 情報はまた invisible goods でもある。