

携帯電話の普及過程についての研究（アブストラクト）

本研究の目的は、日本における携帯端末の爆発的な普及についての原因を明らかにすることにある。携帯電話の爆発的な普及要因とはいったい何なのであろうか。ここには携帯電話の本質的な機能・特性というものが密接にからんでいると考えられる。私は、この携帯電話の本質を既縁の調整としての役割にあるのだと考えている。携帯電話の中にはその人の所属する人間関係の全てが登録されている。今の人々にとって携帯電話は人とのコミュニケーションの入り口であり、その人を代表するアイテムになっている。

しかしながら、この携帯電話の本質というべき部分とその普及に関して関連付けられて理論的に説明されているものとなると簡単には存在していない。あたかも携帯電話の普及と、その本質とも言うべきものがまったく別物として存在しているように扱われているのである。

一方、本研究において夏野剛氏の著書を取り上げた。その中では、「ITビジネスは予想をはるかに超えて伸びるか、あるいは一向に伸びないかのいずれかである」という前提のもと、複雑系理論を駆使してiモードを普及させていこうとする奮闘が見て取れる。しかし、携帯電話の本質とも言うべき部分についての言及されていないように思われる。使用者であるユーザーに対しての認識は突飛なものには飛びつかない、あるいは口コミによる効果などしか言及しておらず、いくら創発や自己組織化の説明をしてもそれでは説得力に乏しく思われる。

つまり、両者の視点はミクロ的な視点とマクロ的な視点で物事を分けて考えており、両者を融合する視点がないのではないだろうか。私はこの二点をマルチエージェントシミュレーションを用いることで融合し、携帯電話の普及過程の原因を紐解きたいのである。

なぜなら、マルチエージェントシミュレーションが対象とするのは、ミクロのアクター間に相互作用が存在し、その局所的作用がマクロの現象に影響を及ぼし、マクロの大域的な秩序がまたミクロのアクターに影響を及ぼしているような社会であり、まさにこの社会は携帯電話社会と合致するからである。

本研究のモデルにおいて、インプットとして使用される項目は、例として、料金・性能・周囲の状況・個人の状況・新機能（写真、テレビ電話 e t c）などである。それに対して、アウトプットとして、携帯の世代・会社が考えられる。

このような条件をもとにシミュレーションすることで、仮想の人々がどのような会社のどのような世代の携帯電話を保持するのか、またパラメータを変化させることで、どのような変化が起こるのかを観察する。そのデータを現実の動きと付き合わせることで何が変化の源泉なのか。どのような種々の要因が絡まりあって携帯電話の普及過程が形成されるのかを分析する。