

特集 チャレンジ大阪 5

# 「大阪市立工業研究所との産官技術交流会」

～ 高機能・高付加価値製品を生み出す新素材・新技術 ～

主催／大阪商工会議所、地方独立行政法人 大阪市立工業研究所、一般社団法人 生産技術振興協会  
後援／近畿経済産業局、大阪市、商工中金、京都銀行、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、  
一般社団法人 大阪大学工業会、NPO法人 エコデザインネットワーク  
協力／一般社団法人 大阪工研協会、りそな銀行

〈開会挨拶〉

一般社団法人 生産技術振興協会  
理事長 伊東 一良 氏



生産技術振興協会の理事長を務めております大阪大学の伊東一良（かずよし）と申します。

どうぞよろしく申し上げます。「チャレンジ大阪5」は5（ファイブ）と名付けられるように、すでに今回で5回目を迎えました。主に市工研さんの研究成果の発表の場としてきましたが、今後さらに5年、10年と続いていくことを願っております。

話は変わり、最近、新聞社の記事のことが話題になっています。少し前のサンゴ礁の問題がぶり返し、また従軍慰安婦問題、吉田証言の問題など、旧聞に属する新聞記事の話題としてはめずらしいことでもあります。難しい問題であり、私からはここで深く議論するつもりはございません。しかしながら、マスメディアは我々の社会にとって非常に重要な情報源ですが、それが事実に基づかない報道であったことは大変残念なことであります。元々マスメディアのスタートは、グーテンベルグの印刷術がきっかけとなりました。印刷技術によりマスメディアが発展し、近代において印刷は出版などを通じ広く市民に情報を提供する方法となりました。その後新聞が加わり、さらにエレクトロニクスの進歩でラジオ、テレ

ビというマスメディアが加わりました。ここ数年ではネットワーク系のいわゆるインターネットが世界中に張り巡らされ、家でパソコンを操作すると世界中の情報が手に入る時代になりました。

このように時代が変わってくると、新聞やテレビの情報源としての価値が下がることが考えられます。実際に関西での家電の販売商品ではテレビが主力でした。ちなみに私は昔、パナソニックに3年間勤めさせていただきましたが、当時はテレビの出荷台数は月間10万台というような状況でした。そのテレビも出荷台数が減り、新聞、出版も減ってきています。新聞会社はむしろ不動産で儲けていると巷で言われているようです。このように以前のようなメディアの勢いがなくなってきました。今回の事件で対応が遅れたのも、新聞の果たす役割が小さくなったからではないかという印象を私は受けています。

マスメディアとは別の小さいメディアというか、ローカルなメディア、コミュニケーションの場は、非常に健全な状況にあります。例えば井戸端会議、奥さん方の井戸端会議はフェイス・トゥ・フェイスでお互いの情報を交換しています。最近ではベビーの

お披露目には公園デビューという形に変わってきているようですが、そういうコミュニケーションの手段が存在しています。歌舞伎、芝居の観劇なども情報伝達の手段として大きな存在で、昔と比べて衰えることはありません。そのほかでもコンサートはその傾向が顕著です。若い人たちが集まって歌を聴き、いろんなものを見る。これは1つの情報伝達の方法であります。古い時代からのローカルなコミュニケーションの特徴は、視聴者、オーディエンスが参加できることではないでしょうか。井戸端会議はもちろん話す方と聞く方が入れ替わります。コンサートも視聴者の皆さんは光を送ったり、立ったり座ったりする。演劇で観客側が「いよっ」と声をかける。やり取りがあるコミュニケーションです。

やはり、こうしたローカルなコミュニケーションはこれからもずっと続くのではないかと思います。本日の「チャレンジ大阪5」は、じつはそのタイプ

に入っていると思います。皆さん方がどのように参加されるかは、その質疑応答でこの会の討論に加われます。一方的な情報提供でなく、ぜひ質問をしていただき、この会を盛り上げていただきたいと思いません。質問というのは非常に意義のあることだと思います。それで皆さんの理解が更に深まることにもなりますので、ぜひ質疑応答にも活発にご参加いただきたいと思いません。講演会の後には交流会がございます。交流会では1対1の本当のコミュニケーションが始まります。講演者の方々から聴けなかったことは、交流会に参加し講演者と1対1でお話しただけですので、ぜひご利用ください。本日は3つの講演がありますが、ぜひご堪能いただき、意義の深いセミナーにしていただきますようお願いいたします。主催者の一人の生産技術振興協会からのごあいさつとさせていただきます。ありがとうございました。

