

[迫り来る法改正／時代変化の荒波－32：I o T…インダストリー4.0…？]

<序文>

仮名文字という独自の文字文化を有し、更にそれを平仮名とカタカナに切り分け、表意文字の漢字と自在に組み合わせることで、森羅万象を巧みに表現してきた日本語。中でも、外来語に対しカタカナ表記を以てこれに充てるという対応の仕方は、今にして思えば、大変秀逸な方法だった様に思われます。

取分けこの処の、氾濫と云って良いほどの外来語ラッシュ状態を目の当たりにすると、尚一層その感を強くします。

エレクトロニクス、ライセンス、フードコート、レンタルオフィス、カーシェアリング、キーポイント、セキュリティシステム、リアルタイム…等、日常生活の中にそのまま取り入れられ日本語として定着しているケースや、マナー違反、大リーグ、団体ツアー、眼鏡ケース、スクランブル交差点、高層マンション、缶ビール等、合成語として市民権を得ているもの、コンビニ、シネコン、エンタメ、スマホ、インフラ、ハイテク、パワポにプレゼン…等々、勝手に簡略化され使われているものを併せると、実に多種多様で枚挙に暇がありません。

その上近頃は、インターネットの急速な普及も影響しているのでしょうか、適切な訳語や表記を用意する暇もないのかとすら思える程、原語がダイレクトに或いは表音のまま浸透し始めている印象を受けます。

EU、UV、VTR等とはもはや古典の部類、IT、VR、デバイスも解説抜きで日常語化し、今やAI、I o T、ウェアラブル端末、スマートシティ等の原語表記が頻繁にメディアで取り上げられる時代。より端的に言えば、スチュワーデスがキャビンアテンダントにシフトチェンジした様に、CS=コンシューマーズ・サティスファクション(顧客満足)=のステージから、CD=コンシューマーズ・デライト(顧客感動)のステージに、一歩でも二歩でも早く移行できた者が生き残れる時代を迎えつつあるのではないか、と思われる程なのです。

国内PCメーカーの対前年比売り上げが4割も落ち込み、部門売却や市場からの撤退の動きが加速している、という報道を待つまでもなく、大量生産・大量販売・大量消費を支えた成長途上国型ビジネスモデルは最早、先進国の経済成長を促すエンジンになり得ないのは明らかです。例えば、マーケットの変化を如実に示す代表的な単語とされる「カスタマイズ」という直輸入の外来語。これを素直に「個客化」と訳すと、量産・量販の概念では見えなかった市場=モノを通して各ユーザーが発信する様々な情報を収集・分析・昇華した上、より付加価値の高い商品やサービスとして、ユーザーに提案・提供する場=の概念が、臙げながら浮んで参ります。つまり、これがIOTなのか…更に追求してみたいと思います。