



シソーラスに関する情報検索法は、検索内容をなお一層深掘りしていく場合に便利である。今回は直接提供されていないプラス $\alpha$ 情報を得ることが出来る、反意語・対語に注目してみよう。

### 第十七話 反意語・対語を利用しプラス $\alpha$ の情報を入手する

前回まで、同義語、上位語・下位語について説明してきた。今回は、反意語・対語について紹介しよう。これらの用語は、プラス $\alpha$ の情報を得るため、これまで以上に重要な用語として利用できるのである。

すべての資料は、ある事柄について一部分、もしくは一面の情報を提出しているに過ぎない。我々は、その他の部分の情報が気につかない場合が多い。しかし、提供されていないその他の部分に気がつくことは、プラス $\alpha$ の情報獲得に重要なのである。

これに気づく方法に、対極に位置する情報、反対側に位置する情報や概念のチェックがある。たった一つの情報や概念が、全体の図式を変えてしまう場合は少なくない。例えば、裁判での逆転判決である。有罪と無罪が逆転してしまうケースは、枚挙にいとまがない。

世界はパラダイムシフトの時代を迎え、昔の常識や先入観に惑わされないことが、重要になってきている。これに関する最近のキーワードとして、「富裕層」対「貧困層」、「ブランド」対「ノーブランド」、「有料」対「無料」などがある。

バングラディッシュやアフリカなどで成長をはじめた国々では、BOP (Base of the Pyramid) ビジネスが注目を集めている。「最貧層」の人々を対象とする自立支援ビジネスが、これからの成長ビジネスに不可欠になると指摘している。「富裕層」より「貧困層」を狙えである。

アフリカでは、水道や電気といったインフラが未整備の「貧しい」農村地区でも、超安価な携帯電話の販売が急成長している。貧しい農民が、農作物の市場価格を携帯電話により入手できるようになり、より多くの収入を得られるようになったからである。

東南アジアや中南米の新興国市場では、ホワイト・ボックスと呼ばれる「ノーブランド」のパソコンや携帯電話が急成長している。世界全体で2割もの市場シェアを獲得するに至っている。「ノーブランド」なので、販促費用が一切不要であり、低価格で販売できる。

また、デジタル経済のもとでは、クリス・アンダーソンによる「フリーミアム」(無料だがプレミアムな商品やサービス)が、利益を生むことに世間は注目している。「有料ビジネス」だけでなく、「無料ビジネス」でも収益が得られるというわけである。

基本サービスは誰にも「無料」で提供するが、付加的サービスを求める一部の消費者には、その部分を「有料」にして収益を上げるビジネスである。すなわち、消費者の一部の人達からお金を払ってもらえれば、ビジネスとして成立するというわけである。「無料」サービスは、マーケテ

イング費用という位置付けであり、「ただ」で宣伝効果が得られるというわけである。

また、クリス・アンダーソンは、「ロングテールの法則」を提唱し、注目されている。これまで常識とされた「パレートの法則」とは逆の法則である。「非売れ筋」商品が利益を生むという法則であり、ネット販売で有用性が証明されている。

以上の例は、専門家が提唱した新しい概念やビジネスモデルであり、専門家の注意深い観察と洞察力によって、発見・創造されたものである。素人でも新しい発見は可能である。このためには世間の少数意見に耳を傾け、反意語・対語に留意することである。

最近ネットで話題を集めている著作に、「日本は世界5位の農業大国」（浅川芳裕著、講談社プラスアルファ新書）がある。これは、日本は世界の「工業大国」であるというこれまでのイメージに対して、日本は「農業大国」であると主張して、注目を集めているのである。

この著作の着眼点は、農林省による意図的な食料自給率の計算法に眼をつけたことである。世界は生産額ベースの数値が一般的なのに、日本のみがカロリーベースの数値である。日本の食糧自給率は、前者で69%、後者で39%となるのである。

「天災」か「人災」かについて考えてみよう。世界で異常気象による大災害が頻発している。タイの洪水被害、日本の東日本大震災（2011年）による被害、ハリケーンのカトリーナによる被害（2005年）などは、「天災」だけによる被害なのであろうか。

多くの報道記事は、「天災」という前提で報じているが、一部の記事や記者は「人災」の部分に着目して報じている。例えば、ニューヨークタイムズ紙は、「タイの洪水は人災」という記事（2011年10月14日付け）を報じている。

また、米のハリケーン・カトリーナでも「人災」の部分について報じられている。例えば、アメリカのルイジアナとミシシッピ両州に大きな被害を及ぼしたが、キューバでは被害はほとんどなかった。行政による災害対策の在り方が、明暗を分けたというのである。

社会の「男性」と「女性」に関する世間の見解について考えてみよう。例えば、「男性優位」や「男社会」という視点に対して、「女性優位」や「女社会」といった視点がある。「肉食系」対「草食系」という用語は、このために使用されている。

マスコミでは、「肉食系女子」対「草食系男子」という対比の取り上げ方が、注目されている。しかし、「肉食系男子」、「草食系女子」という取り上げ方も、少なくない。それぞれの視点や事例を分析すると、意外な発見があるかもしれない。

現在は、新しい世界や新しい技術が次々と登場している。この「新」対「旧」を対比すると、新しい発見が容易になる。「マスメディア」対「マルチメディア」、「書籍」対「電子書籍」、「携帯電話」対「スマートフォン」などなど。

例えば、「パソコン」と「タブレット」という新旧機器を対比してみよう。「パソコン」を支えるIT企業の代表は、インテルとマイクロソフトであるが、「タブレット」を支えるIT企業の代表は、アップルとグーグルである。「パソコン」の主要メーカーが、次の主役である「タブレット」で主導権を取れていない現状を分析すると、新しい知見が得られるはずである。

最後に、通常のスソーラスの定義を超えて、「対照語」の考え方を拡張してみることを提案したい。例えば、ドラマやノンフィクションでの「主役」と「敵役」、「主役」と「脇役」の対比である。この「対照語」の長所は、対比する相手が自由に選べることである。

例えば、ドラマで豊臣秀吉を描く場合、主人の織田信長、ライバルの徳川家康、弟の豊臣秀長、養子の豊臣秀次、正妻の寧々、茶人の千利休などなどが、挙げられる。相手の選び方によって、秀吉の異なる側面に光を当てることができる。この「主役」と「脇役」を逆にすれば、さらに別の側面に光を当てることができる。