

Culture,
Energy
& Life

vol. **129**
November 2021

CELL

特集

デジタル社会の歩き方



日本社会のデジタル化が加速するなか、奇しくも、コロナ禍により、デジタル化の遅れという現実も認識させられました。私たちはデジタル化の推進を望みながらも、その一方で、急激な変化を前に不安を感じることもあります。今号のテーマは、「デジタル社会の歩き方」。デジタル化がもたらす希望と危うさ、そのどちらにも目を配りながら、あらゆる世代や立場の人と共により良い未来を歩めるようその指針を学びたいと思います。



写真(表紙、裏表紙、大扉) = iStock, imagenavi, shutterstock

特集

デジタル社会の歩き方

- [インタビュー]
- 02 **デジタル化への不安の根源を知る**
——「多孔化」する社会での「協働」とは
鈴木謙介 [関西学院大学社会学部准教授]
- [インタビュー]
- 08 **“ご近所SNS”がハイブリッドで描く未来**
——「マチマチ」の躍進が意味するもの
六人部生馬 [株式会社マチマチ共同創業者・代表取締役CEO]
- [インタビュー]
- 14 **デジタル・イノベーションへ、技術以上に必要なもの**
——“幸福度”先進地域の北欧に学ぶ
塩野誠 [株式会社経営共創基盤(IGPI)共同経営者・株式会社JBC IG Partners 代表取締役CIO]
- 20 **「ソーシャルメディア」の光と影**
——増え続ける情報との付き合い方を考える
藤代裕之 [法政大学社会学部教授] = 文
- 26 **「インターネット依存」とは何か**
——スマホ社会のメンタルヘルス
岡安孝弘 [明治大学文学部心理社会学科教授] = 文
- 30 **中国における“デジタル格差”改善への試み**
——スマホが生存に必須のサイバー国家にあって
山谷剛史 [ジャーナリスト] = 文
- [対談]
- 36 **次の世代に課題を持ち越さないために**
——「幸せな分断」を乗り越える
佐久間洋司 [大阪大学グローバルイニシアティブ機構招へい研究員]
岡田直樹 [大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所研究員]
- [書籍案内]
- 42 **デジタル社会の本質を捉え、より良い未来を歩んでいくための10冊**
-
- [連載]
- 44 **未来ブラリ**
第4回 スマホとの蜜月関係を探る
山本貴代 [女の欲望ラボ代表] = 文
- [連載]
- 46 **大阪の胃袋**
第4回 故郷の面影を食べる
——尾鷲から来る魚と人の物語
湯澤規子 [法政大学人間環境学部教授] = 文
- [レポート]
- 48 **どうすれば組織とともに成長できるか**
——第1回「CELサロン」を開催
鈴木隆 [大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所研究員] = 文
- [連載]
- 52 **私たちが考える万博**
第8回 今あらためて「万博のあり方」を考える
池永寛明 [大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所顧問]
- [エッセイ]
- 54 **本で繋ぐ、明日へ繋ぐ**
高田郁 [作家] = 文
- [CELからのメッセージ]
- 56 **デジタル社会の二刀流の「幸せ」**
金澤成子 [大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所所長] = 文
- 万博遺産 第5回**
橋爪節也 [大阪大学総合学術博物館教授] = 文

デジタル化への不安の根源を知る

「多孔化」する社会での「協働」とは



インタビュー

鈴木謙介

Suzuki Kensuke

関西学院大学社会学部准教授

脇坂敦史構成
宮村政徳撮影

当初は4台のコンピュータを電話回線ですらないで始まったとされるインターネット。それから約50年、今やデバイスは手のひらにおさまるスマホへと変化し、誰もがいつでもネットにつながれる社会が到来した。

技術の進展とともに、日常のコミュニケーションから社会の仕組みまであらゆるものが様変わりしたが、我々はその変化を本当に理解しているだろうか。変化の本質を捉えきれないことで、不安をかき立てられているのではないだろうか。そこで、2000年当初から、インターネット文化についての考察を重ねてきた社会学者の鈴木謙介准教授に、デジタル社会への不安の根源についての解説と解決の糸口について示唆をいただいた。

コミュニケーション性をもちはじめた コミュニケーション

僕が『暴走するインターネット——ネット社会に何が起こっているか』（イーストプレス）や『カーニヴァル化する社会』（講談社現代新書）を執筆した2000年代初めは、ある種の端境期^{ワグマキ}でした。国の政策も全国にインターネット通信網を張り巡らせるためのインフラ整備から、利活用を促すという課題へシフトしました。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が登場し、情報の主役も自治体や大学・研究機関といった公的なものから、普通の人々がコミュニケーションを行うためのものへ変わっていきました。

それが社会と個人、個人と個人

の関係はどう変えることになるのか？ 専門家や技術者だけではなく、僕のような社会学を専門とする人間にとっても、インターネットをはじめとする新しいデジタル技術について、考察したり研究したりする余地が生まれたのです。

その後、2010年代に大きな変化が起きました。コミュニケーションのなかに「コンテンツ性」が加わるようになったのです。言い換えると「伝える」ことより「見られる」ことを目的としたコミュニケーションが、普通の人々の友人との関係にも入ってきた。Instagramのストーリーには、友人とカフェでお茶をしている様子が投稿されます。それは、友人と語らう時間を人に見せるためのコンテンツにしているということでも

もあります。このような変化は、オンラインの関係についてこれまで社会学が考えてきたことを変える必要性を示唆しています。

最近では、アンデシュ・ハンセンの『スマホ脳』（新潮新書）といった本も話題になっていきます。以前の社会学なら、この議論は否定的に扱われていたはずですが。なぜなら、依存状態になるのはスマホのせいではなく、友人との人間関係が原因だとみなしていたからです。ところが、自分のコミュニケーションを「見られる」ための資源として利用し、「いいね」などの反応が即時に返ってくるようになると、理性で考えるよりも先に快楽が得られてしまう。気づけばYouTubeやTikTokを見続けて一日が終わってしまった、自分は一体何をしていたのだろう。コロナ禍での若者の過ごし方についてヒヤリングすると、そんなエピソードが多々聞かれます。

ただし、若い世代がみな自分の日常を「見られる」ために発信しているわけではありません。SNSで積極的な情報発信を行っているのはごく一部で、多くの若者は

SNSのコミュニケーションを「コンテンツ」として消費するに留まります。

昨年、ある学生からコロナ禍での「SNS断ち」に関する意欲的な発表がありました。彼が一番困ったのは、Twitterでないこと。ニュースを見られず、世の中で何が起こっているのか分からないということでした。若い世代の情報行動は、受動的なフィルターとしてSNSを使う傾向が強い。コンテンツ性の高い情報発信をしているのは、全世代を通じて一部の層だけ。スマホを触っている時間は長くても、若い世代の多くは受け身に留まり、ウェブ・サービスの機能を十分には使いこなせていないと感じています。

コロナ禍で加速した 現実の「多孔化」

一方でコロナ禍は、デジタル化による社会の変化を加速させました。スマートフォンによってコミュニケーションが持ち運べるものとなり、「物理的な環境」から切り離される。今一緒にいる人と、インターネットを介してつながる



琴平バス（香川県）によるZoomを利用した「オンラインバスツアー」では、バスを実際に運行しながら画面上に名所を映し出すだけでなく、土産物店などの中継も実施し購入することもできる。事前に送られてくる手づくりのしおりやシートベルト、ご当地の特産品などで、参加者がその空間をより共有しやすくなる工夫もされている。

の研修などでも同じようなことが言えるでしょう。たとえばオンライン入社式で社長が長い話を始めたとき、画面の前でどういう姿勢をとるべきか？ 僕だったら、横になってしまいかもしれませんが（笑）。かつての入社式では、半分眠くなってきたけど隣のやつもちゃんと聞いているし……と思う

緊張感を保っていたわけです。それならビデオをオンにして空間をいけば強制的につなぎ、聞いている姿を見せろという話になったりするわけですが、それも違うなあと感じる。何がなんでも「対面」に戻すのではなく、「対面」で得られていたものをどう取り戻すのか？ あちこちで試行錯誤が始まっています。

対面とオンラインのハイブリッド的な手法として最近注目されたもののひとつが、「モノの共有」です。香川県の琴平バスが企画したオンラインバスツアーが昨年、すごく話題になったのですが、ツアーの一体感や「参加意識」を高めたもののひとつが、食事の時間を共に持つことでした。食べるという行為を共有することで、単に観光地をビデオ映像でめぐるだけのコンテンツが、本当の意味で楽しいバスツアーになりうる。これをヒントに、オンライン研修でも多くの企業が「一緒にお弁当を食べる時間」を取り入れました。このバスツアーでもうひとつ秀逸だったのは、段ボールでできた手づくりのシートベルトです。こ

ニューヨーク5番街の街並みを撮影した写真。1900年（右）は、馬車が道を埋め尽くしているが、1913年（左）には、T型フォードと呼ばれる自動車ばかりが走り、わずか3年で風景が一変した。出典／(右) U.S.National Archives and Records Administration, Records of the Bureau of Public Roads (左) Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C.



れもコロナ前から顕著な傾向ですが、若い人を中心に他人との距離を必要に応じて選びたいという人が多くなっている。たとえばシチズン時計の調査（2019年）では、「ビジネスの忘年会で適当な時間」として「30分以下」を選んだ人が14・8%にものぼりました（図）。僕などは、忘年会が30分で成立するとは思えないのですが、業務以外の付き合いを強いられるのはおかしいと言われれば、そうかもしれないと思う。これまで当たり前とされてきたさまざまなことを窮屈と感じる人が増えているし、「選べた方がいいよね」という流れは理解できる。

ただ、それで効率的になるなら、その方がいいと思いますが、人々が「協働」することによるメリットや意義を考えると、そうとばかりも言えない。「協働」というのは、組織中心でも個人中心でもない、多様な人々が異なる能力や価値観を生かしながら協力しあうあり方であり、これからの社会が目指すべき道だと僕は思っています。だとすると、大学であれば会社であれ、そこに集まる理由、「対面」

これもコロナ前から顕著な傾向ですが、若い人を中心に他人との距離を必要に応じて選びたいという人が多くなっている。たとえばシチズン時計の調査（2019年）では、「ビジネスの忘年会で適当な時間」として「30分以下」を選んだ人が14・8%にものぼりました（図）。僕などは、忘年会が30分で成立するとは思えないのですが、業務以外の付き合いを強いられるのはおかしいと言われれば、そうかもしれないと思う。これまで当たり前とされてきたさまざまなことを窮屈と感じる人が増えているし、「選べた方がいいよね」という流れは理解できる。

ただ、それで効率的になるなら、その方がいいと思いますが、人々が「協働」することによるメリットや意義を考えると、そうとばかりも言えない。「協働」というのは、組織中心でも個人中心でもない、多様な人々が異なる能力や価値観を生かしながら協力しあうあり方であり、これからの社会が目指すべき道だと僕は思っています。だとすると、大学であれば会社であれ、そこに集まる理由、「対面」

れも事前に送っておいて、「出発しますので、シートベルトをつけてください」と呼びかける。ただの遊びみたいですが、これって儀礼の本質だなあ、と感心させられました。バスという空間を共有していなくても、同じことをしてまですよというサインを送り合うということが出来る。人々が共有する「設定をつくること」を、社会学では「状況の定義」と呼ぶことがあります。「共有していると感じられること」が、対面かオンラインかを超えて重要でした。

「デジタル化への不安」その奥底にあるものとは何か？

デジタル化にともなう不安の背景には、自分の行動がデータとして扱われ、悪用される可能性はないのか？といったデータの過剰な利用への心配があるでしょう。ただ、そのことを話す前提として、日本はデータの取得や活用といった面で遅れに遅れていることが、この1年半で明らかになってしまいました。マスクやワクチンの在庫がどこにどれだけあるのか？ そんな情報すら満足に使えない状態に

でやる理由みたいなものを問い直し、新たにつくっていく必要がある。協働するためのスキルや「構え」といったものが、ますます重要になってくると考えています。

「対面授業」に何を望むのか？

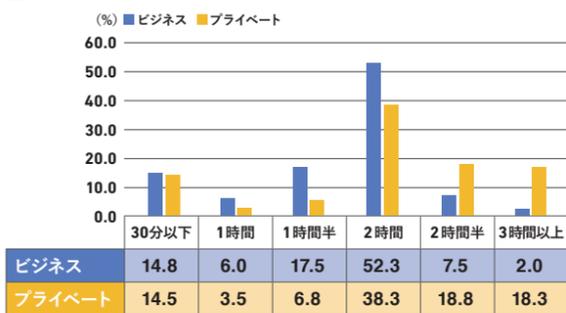
もちろん、「対面授業」へのニーズがなくなったわけではありませんが。隣に座っている人と会話するわけじゃないけれど、人が隣にいて同じ授業に参加していると安心できるとか、集中力を保てるとかいう話はよく聞きます。企業

あるのに、使うべきか？ それは危険なのか？といった議論をしてもかみ合わない。

若い世代の間では、データを提供することへの忌避感、この数年で大きく減りました。たとえば、あるウェブサイトで見た商品が別のSNSの広告に出てくるのを気持ち悪いと感じる学生が、今はほとんどいない。データの活用を日常的に経験していて、レコメンドエンジンによって表示される推奨データを自分で調整し育てていくという感覚が強いのでしょうか。だから社会を改善するために個人のデータが活用されることにも、あまり抵抗がない。

それでもなお多くの人が感じるであろう「デジタル化への不安」の根源的な理由は、フリー（自由であり無料でもある）かつオープンであるという、インターネットの設計思想であると僕は思います。かつて王や貴族、教会が独占していた情報や権利を市民革命や宗教革命によってみんなのものとした。そうした西欧の歴史の延長線上で、自由でオープンな、誰もが参加できるものがないよね、という思想

■ 図：「忘年会の適当な時間」に関する意識調査



出典/シチズン時計「令和初の『忘年会&年末行事』調査」(2019年11月20日)
※調査対象は全国のビジネスパーソン400人(20代・30代・40代・50代以上の男女各50人)

がある。これを「不安だ、怖い」という人もいれば、「便利になるし、いいじゃん」という人もいる。

最近注目しているのは、アメリカ合衆国の企業などで広まっているアンチ・フラタニゼーション・ポリシー（anti-fraternization policy）です。職場の内外で、従業員同士や上司と部下が親密な関係となることに制限を設ける企業が多くなっている。たしかに、会社のなかの評価や協働といったものが、特定の個人間にある恋愛感情や親愛の情に影響されてしまうのは、好ましいことではない。しかし、それを規則で禁止してしまうというのは、どうなんだろう？と思ってしまうところがある。そんなプライベートの部分まで規則が介入してしまうというのは、やりすぎなのではないかな？と。

日本社会の「統治の倫理」がデジタル化を阻む可能性

フリーでオープンな社会では、たとえば日本では当たり前の「根回し」ができなくなる。ほかにも、自分を慕ってくれ、従ってくれる身内や部下を依怙^{えい}冑^{けい}したり、お

礼を渡したりという「身びいき」もできない。そうしたことが、こういうコミュニケーションに慣れ親しんだ人たちにとっては大きな不安の種となりえます。

ここで思い出すのは、ジェイン・ジェイコブスの『市場の倫理統治の倫理』（ちくま学芸文庫）という本。「統治の倫理」というのは、身内びいき、私のためでありがとう、お陰さま、お互いさま、みたいな言葉で象徴されるコミュニケーションです。一方、オープンでフリー、すべての人に対し公平であることが正しいという「市場の倫理」は、インターネットの登場とともに徹底されつつある。

日本だけではなく、アメリカのトランプ現象やイギリスの「ブレグジット」にも同じ問題が背景にあるように思います[＊]。いろいろな人がオープンに入ってきて、公平にコミュニケーションしたとき、自分が冑^{けい}冑^{けい}されないことに対する怒りや不安、悲しみがある。日本社会はこれまで多様な人々の存在に目を向けてこなかったし、終身雇用もそうですが、流動的なものよりも固定的なものを重んじてき

ました。

しかし、実はこの社会にも多様な人々がたくさんおり、大きな趨勢^{すうせう}としてこれからもたくさん多様な人々が入ってきて、そうした人たちと協働しなければならぬ。その人たちとは、今までのような「身内びいき」「お互いさま」が通じない可能性が高い。少しずつではあるけれども、オープンでフリーな方向に寄せていかなければならない。

たとえば、30代、40代くらいの親世代であれば、小学校や中学校のPTAの会合で顔つきき合わせで会長を選び、ベルマークを集め……といったことに嫌々付き合っているながらも、もう「Z世代のグループでいいじゃん」という方向へ変わりつつある。そうすると根回しや密室政治もなくなっていく。それは、その方が楽だから、そちらへシフトせざるを得ないので。

ただ、必ずどこかで疑問は残るでしょう。たとえば、家族のコミュニケーションをオープンでフリーにするとは一体どういうことなのか？ 『未来を生きるスキル』（角川新書）という本にも書きまし

たが、今は家族が「フラット化」

し、夫婦同士がSNSで「今日、遅くなるので迎えよろしくお願います」といった仕事相手とのやり取りのような感覚でコミュニケーションするのが当たり前になってきています。僕自身、オープンでフリーな家族には賛成ですが、その未来がどんなものか、まだはっきりイメージはできません。地域社会のなかでも、古くから続くお祭りの運営など、クローズな場所に残るでしょう。グローバル化のなかでも、昔からの取引先や顔なじみの客とのビジネスを大切にしている町のパン屋さんのようなあり方は残る。その集団に相応しい解放性や流動性を見つけ、次第に最適解みたいなものが生まれてくるのだと思います。

とはいえ、コミュニケーションをオープンにする作業はひじょうに手間がかかるし、しんどいことも多い。政治家が記者の質問を制限したりSNSをブロックしたりすることが問題になっていいます。けれど、すべての人に開かれた場所[＊]で建設的な議論ができるのは限らないことは、ネットを見ていれ

ばすぐ分かることです。一方で、限られた、話の分かる人にだけ話を通してあげばよいのであって、大多数の人は唯々^い諾々^{だく}と従うべきだという考え方が支持されることもないでしょう。オープンな仕組みを取り入れるなら、それにとりまなう負担も引き受けなければなりません。そこでデジタル技術と人に何ができるのが、今、問われているのだと思います。

モノの象徴性を大切に 文化と「協働」の必要性

こうした課題は政治的でもあるとともに、文化的なものとも結び

ついています。

たとえばフィンテックが普及しても、どこか違和感の残る使い方があります。お香典をスマホの電子決済で支払っているところを、想像してみてください。近い将来、当たり前になるかもしれないケースではありますが、僕自身まだ抵抗があります。それは日本のなかに、お金をモノとして贈与するという世界的にも珍しい文化があるからでしょう。水引で飾ったり包んだりすることで、これは支払いではなく、気持ちですよという意味を表現する。

個人と個人、あるいは個人と社会をつなげるのは、こうした儀礼的な身振りであったり、ある種のモノの象徴性であったりする。先にふれたオンラインバスターの例は、それをよく表していると思います。オープンでフリーな社会といっても、不必要なものを壊してしまうだけでは成り立たない。

結婚式の披露宴で新郎新婦の子ども時代や出会いを編集したビデオを紹介することは当たり前になりましたが、デジタル化によって葬式も大きく変わっていく可能性

があります。私たちの世代にはネットだけでしか交流のない知り合いも多いし、デジタル空間で故人を偲ぶための方法も必要です。ただ追悼ということの本質を考えたとき、デジタル技術が苦手としていることもあることに気づきます。それは亡くなった方たちを少しずつ忘れ、痛みも消えていくという、自然なプロセスを許さないこと。こうした視点で葬式や法事といった儀礼を考察すると、その仕組みは人間のニーズや欲求とよく結びついた、優れたインターフェイスをもっていると感じます。

インターネットの黎明期には、若い人向けのスタイリッシュなインターフェイスがもてはやされました。でも今は、視覚や聴覚に障害のある方でもインターネットに触れるようになってきていますし、オシャレさよりもユニバーサルデザインを優先させるのが、デザインの主流です。さまざまな世代のさまざまな人々が、より深いレベルで人生に必要なコミュニケーションを行えるような場所になってきています。

「自分たちに使いやすいもの」を

つくっていただくだけでは、ユニバーサルなものにはなりません。単にウェブサイトの文字を大きくすればよいというような単純な話ではなく、より深く文化や人間性にも根ざしたデザインが必要になるでしょう。こうしたものをつくっていくためには、やはり世代を超えた「協働」が大切なのだと思います。

[＊] 「ブレグジット（Brexit）」とは、「イギリス（Britain）」と、「離脱（exit）」を組み合わせた造語で、イギリスのEU離脱を指す言葉として用いられる。

イギリスのEU離脱の背景のひとつには、国内への移民の増加に対する国民の不満がある。それは、前述の「トランプ現象」と呼ばれるトランプ前大統領が、移民流入阻止を掲げたことで支持を集めて躍進したという点と共通する。

オープンで公平なコミュニケーションにより、冑^{けい}冑^{けい}されなくなるのではないかと、恐れや不安は、移民によって既存の立場が脅かされるのではないかとという考え方が、似たような背景があるとも考えられる。

鈴木謙介（すずき けんすけ）
関西学院大学社会学部准教授、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター客員研究員。1976年、福岡県生まれ。専門は理論社会学。情報社会学の最新事例研究と政治哲学を中心とした理論的研究を重ね、独自の社会学理論を展開する。サブカルチャーへの関心も高く、2006年よりTBSラジオ『文化系トークラジオ』のメインパーソナリティーを務める。記事内で紹介した著書のほかに『反転』『サブカル・ニッポンの新しい自由主義』(NTT出版)、『サブカル・ニッポンの新しい自由主義―既得権批判が若者を追い込む』（ちくま新書）などがある。



「近所SNS」がハイブリッドで描く未来

「マチマチ」の躍進が意味するもの

インタビュー

六人部生馬

株式会社マチマチ共同創業者・代表取締役CEO



奥山晶子 | 取材・執筆
増田智泰 | 撮影

デジタル社会に今や欠かせないコミュニケーションツールとして、爆発的な拡大を見せたSNS。

情報発信のハードルを劇的に下げ、誰もが自らの意見や知識、表現を発信・共有できるようになった半面、特定の意見や立場による分断と対立の温床になったり、膨大すぎる情報にSNS疲れを起こしたり——そうした負の側面に疑義を突きつけるかのような「もうひとつの道」が今、注目されている。

巨大であること、広く、遠い世界をつなぐこと、そんな設計思想の逆をいく「ローカルなSNS」は、インターネットがかつて夢見た幸福のかたちをどのように描き、実現しようとしているのだろうか。

日本における同サービスの草分け「近所SNSマチマチ」代表・六人部生馬氏にお話を伺った。

地域の関連性を掘り起こす新しいSNS

2010年にサンフランシスコで設立され、アメリカ人の2人に1人が使っているという「Nextdoor」や同傘下に入ったイギリスの「Streelife」、オーストリアの「Frag Nebenan」など、世界各地でローカルなSNSの躍進が続いている。日本も例外ではない。2015年に誕生した「近所SNSマチマチ」は、利用者が実名登録することで、住む町の子育て情報や

SNS市場では、大手であるTwitterが話題の関連性、Facebookは友達の関係性の掘り起こしに成功しており、それなら彼らが未着手である「地域の関連性」を掘り起こしていけば、という目論見もありました。

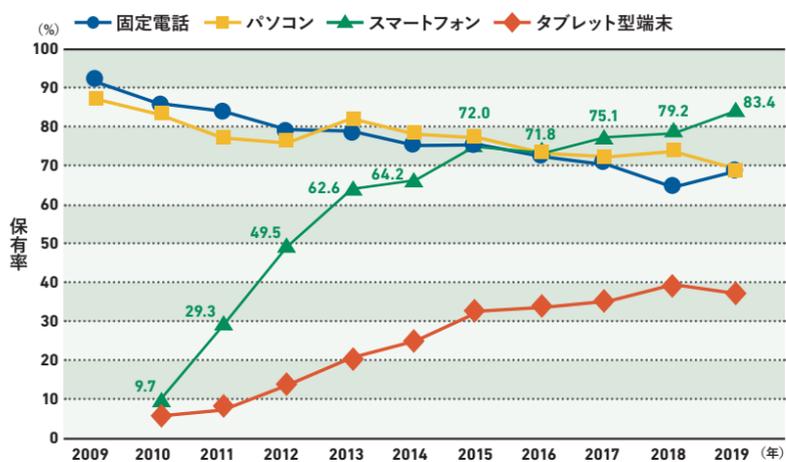
マチマチのミッションは「ひらかれた、つながりのある地域社会をつくる」。最新のテクノロジーを地域へという想いと、ネットのプロならではの勤からサービスは起ち上げられた。

スマホの普及で拡大した子育てママの発信力

いわゆる「地域のネット掲示板」が成功しているということに、驚きを感じる人もいるだろう。事実、同じようなサービスはこれまでも数多くあったが、誕生してしばらくの間は盛り上がるものの、ほどなく誰も書き込まなくなり、ついには閉鎖するといった寂しい結末を迎えてきたためだ。これに対し、近年「近所SNS」がブームとなっている要因には、スマートフォン急速な普及により多様な層がネットデビューを果たしたことが大きい。

事実、日本においては2010年代からスマートフォンの使用が一気に加速(図1)。地域に暮らす子育て中の主婦や高齢者など、それまでサイレントマジョリティーだった層が、これを恰好の「武器」として手軽にネットへアクセスできるようになった。わけても消費、特に地域や生活関連支出における女性のプレゼンスの

図1: 日本における情報通信機器の世帯保有率



スマホの世帯保有率は2010年の1割から9年で8割へ急増、短期間で社会インフラ化した。
出典:「情報通信機器の世帯保有率の推移」(総務省)より抜粋

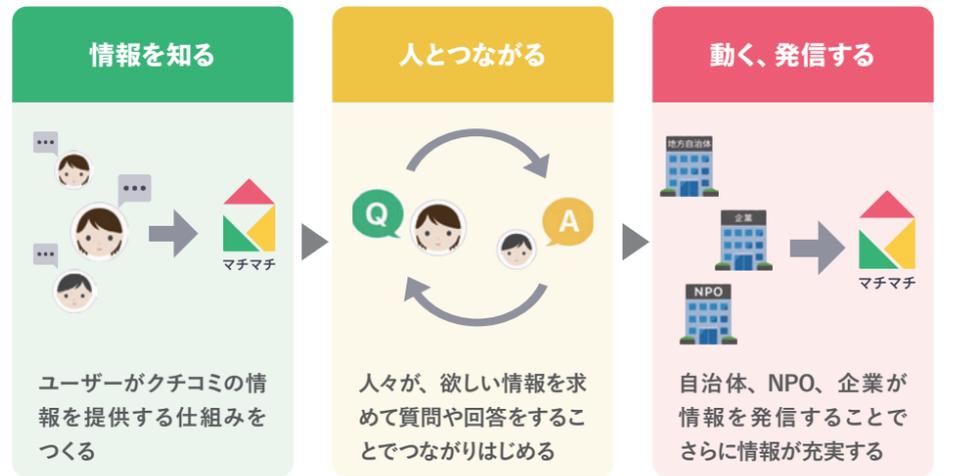
おすすめの店、病院、イベント、防犯、防災といったローカル情報の交換ができる日本発のネットサービスだ。スタートから6年の間に月間200万人が利用する日本最大の地域掲示板に育ち、今や国内80%の地域で活用。さらに、政令指定都市の行政区を含めた122もの自治体や東京消防庁、大田区医師会などと提携するなど、公共機関の活用も進んできた。

インターネットやSNSはその性質上、「広く、遠く、頭でつかむ情報と話題」に偏りがちだが、マチマチはあえて「狭く、近く、五感でつかむ情報と話題」への扉を開く。その躍進の舞台裏に足を踏み入れる前に、まずは創業の動機を伺っておこう。株式会社マチマチの代表取締役CEO六人部生馬氏は、00年代の情報通信革命のさなかにソフトバンクで経験を積んだネットテクノロジーのプロフェッショナル。マチマチ創業にあたっては、どんな経緯があったのだろうか。

「自分に子どもが生まれ、評判の良い保育園や小児科など子育てや暮らしに関する地域の情報をインターネットで探してみても、得られる情報が少ないと感じたことが第一のきっかけです。紙媒体を集めたり、たまたま知り合った人たちから聞き出したりするしかない。父が横浜で三代続く不動産会社を営んでおり、地域の情報は何でも手に入る環境で育ちましたので、このギャップは衝撃的なものでした。私自身は常にネット技術の進化を肌で感じる仕事をしてきましたが、いざ自分の住む地域に戻ってみると、そのメリットを享受できない状況にあると気づいたのです。

今の日本を広く見ても、地縁、血縁、社縁が薄まるなか、個人で生きることの限界がいよいよはつきりしてきています。では、次はどう生きるか。こうした課題もネットやテクノロジーで解決すべきであると考えたときに、誰もが持っているスマートフォンで情報交換できる「近所SNS」の構想が浮かんできました。当時の

■図2: ご近所SNS マチマチの仕組み



「マチマチ」の投稿画面。投稿欄のほか、コミュニティ欄を使って特定の人たちと交流したり、イベントやニュースのページに情報をアップしたりすることもできる。写真提供/マチマチ

規模は全国でおおよそ3兆円を見込めるという。「地域コミュニティのネットサービスはエリアごとにサービスを展開するため、ビジネスモデル構築までの時間が長くなりがちですが、一度強いネットワーク効果を確立できれば他社への高い参入障壁になる。これを投資家の皆さんにはしっかり説明し、納得してもらっています。これまで、いくつもの類似サービスが失敗した原因には、収益化を急いだという点もあるはずで、特に大企業ほどサービスが始まるとすぐに収益を出そうとする。そもそも地域コミュニティが盛り上がっていないところで収益を上げようとしても無理な話で、そこにはプロダクト・マーケット・フィット——自分たちのサービスを好きになってくれるユーザーとしてのコミュニティを育てる時間が必要だと思います」

一方で、成功には社内の人材の充実という面も大きい。特にマチマチがスタートした2015年頃からは、ESGやSDGsといった課題解決型のサービスに投資する流れが生まれ、優秀な人材も流れてきたという。

「これまで地域専用の掲示板といえば、ボランティアやNPOが担い手になっていましたが、エンジニアが土日にボランティアでつくるような掲示板では、使い勝手の良いサービスを実現するのは困難です。マチマチにはプログラマー『Ruby』[*1]の仕様を決める、世界に20人しかいないコミッターの1人や、上場企業で活躍してきたエンジニアなど、これまで地域課題

高まり、仕事と家庭の両立のなかでのスマホを利用した手軽な情報収集において、地域型のSNSであるマチマチの存在感が大きくなった点は想像に難くない。

マチマチへの登録は、実名(画面表示はニックネーム可)と住所の町名、電話番号を登録したうえで、電話番号へのショートメールによって認証が完了する。情報を取得できるデフォルト値は都心で半径1.5km、地方では10km程度だが、登録後に専用画面で情報取得範囲のカスタムも可能だ。

「サービス開始当初は本人確認のために免許証などの公的証明書を提示してもらっていましたが、最近では行っていないですね。そもそも自分が実際に住んでいる土地名で登録しなければ、サービスを受けるメリットもないためです」

利用者にはログインにより個人専用画面が表示され、近所の話題としてローカルなお店や公園、病院といった場所のクチコミなどを取得。自分でも投稿ができ、ユーザー同士でメッセージのやり取りもできるようになる(図2)。

「ユーザーの8割は20代から40代前半の子育て世代ですが、シニア層も意外に多く10%を占め、その地域に長く住んでいるからこそ情報をアップしてくれます。男女比は女性が8割です。サービス開始当初は『ご近所付き合いにオンラインサービスが入ってくると、リアル付き合いが希薄になってしまう』という不安も聞きましたが、今ではむしろマチマチで知り合った人

の領域には集まらなかったようなメンバーがそろっており、少数精鋭で課題へ迅速に対応できる体制が整っています。人と人をどうつなぐかについても、膨大なデータに基づくアルゴリズム分析を行うなど、高い技術力をベースに地域コミュニティづくりを科学していることが、レベルの高いサービスを担保し、また投資家への説得ポイントにもなり得ています」

地域コミュニティ関連サービスに従事する人々にありがちな「社会的意義があるから、収益性がなくてもこの事業には価値がある」といった思い込みもまた危険であり、意識を正す必要があると六人部氏は指摘する。

「マチマチの新社員が2、3カ月めで口にしがちな発言に『いいことをするって、気持ちがいいですよね』というのがあります。社会還元の気持ちは大事ですが、マチマチはあくまで株式会社であり、SNSはサービスのひとつです。利用者は利便性のために利用や購入をするわけであって、社会的に意義のあるものだからではありません。お金が流れないところに質の良いサービスはなく、そこにボランティアの限界があります。本当に利用者の課題を解決できるサービスづくりに価値を置かなければ、経済基盤は確立しません」

健全な監視とフラットな関係性こそ生命線

マチマチとこれまでの類似サービスとの違い

たちがリアルでも交流を始めるケースがたくさん見られます。リアルですぐそばにあるローカルサービスならではの現象であり、近くに住む人やお店だからこそ『会おう』『行こう』につながりやすいのではないのでしょうか」

米Zetokooでは、こうしたご近所付き合いの増加がお互いの防犯意識を高め合い、治安の回復につながったという報告がある。日本においても、マチマチの利用は近隣とつながっている安心感をもたらし、地域のセーフティーネットとして機能していく可能性は十分にあるだろう。

ビジネスとして見たご近所SNSの強み

一方、気になるのが収入のスキームだ。マチマチはネット広告を主な収益にしているとのことだが、地域別の展開では大きな広告主が手を出しにくいのではないだろうか。

「広告主は地域を商圏としてチラシやポスティングを行ってきたような企業で、地域を絞って広告を出せるマチマチの強みを活かしてくださっています。将来的には、マチマチが地域社会のコミュニケーションインフラをデジタル化することで、地域企業の販促活動もデジタル化していく流れになるでしょう」

従来、コツコツとポスティングしてきた企業も、手頃な料金で紙広告を脱することができるようなら、より効果の高いネット広告デビューを前に検討する動きになる。それら対象市場の

は、サービス面にも顕著だ。SNSの問題点として、匿名性の高いものほど攻撃的な発言が出やすい、不適切、不意な発言で炎上しやすいなどが挙げられる。マチマチではあえて実名や電話番号を登録させるため利用者の気持ちは引き締まるが、さらに他ユーザーへの個人攻撃や宗教・政治の話題など、禁止投稿についてはサービス側で常に監視し、必要ときには投稿者に通知することなく投稿やアカウントを削除できる規約となっている。

「どんなSNSにもトラブルのリスクはありますが、特にマチマチは利用者同士の居住地が近く、ご近所トラブルにもつながりがちです。これまでのように利用者にマナーを求めるだけではなく、サービス側でも規制を設け、善意の利用者を守らなくては、安心して使ってもらえません。目視と監視システムを組み合わせた安全性を高める仕組みは、ほかのプラットフォームには見られない独自のものです。

ただ現実には、身バレ(個人の特定)や反応を気にして慎重に投稿する人もいれば、本音で向き合いたい、発言を批判されてもそう気にしないという人もいます。交流もできれば、投稿をながめるだけという使い方もでき、それでも自分に必要な情報を受け取ることは可能です。利用者にとってちょうどいい距離感で地域とつながれるサービスと捉えてもらいたいですね」

分断や対立が起こりやすいSNSの弱点を、実名主義と優れた監視システム、多様な使い方

ができる設計でカバーしているのだ。さらに、好きなときに好きなだけつながれるマチマチにはリアルな地域の集まりとも違う利点がある。

「町内会のような地域コミュニティは、一度入ったら退会が難しく、息苦しきを感じる人もいます。必要なときに集まり、困ったら助け合い、必要がなくなったらひとまず散会する。そんな使い方ができるのがマチマチです。」

最近では、たとえば学校のPTAも全国的に継続が難しくなっています。共働きの増え、平日の会議に出られる人が少ないためです。子育てや介護で忙しい、今は手が空かないといった個々の事情が受け入れられないことが、組織の弱体化につながっているのかもしれない。こういったコミュニティも、SNSを媒介に必要な場面が必要な人が中心で行うかたちに進化していくのではと考えています」

どのようなつながり方も可能となる絶妙なシステム設計が功を奏しているとのことだが、これは警戒心が強く空気を読んで行動する日本人の傾向に合った仕組みづくりともいえるだろう。システムの柔軟さという点ではまた、「mixi」のコミュニティ、Facebookのグループなどのように管理者やキーマンとなる存在を想定していないのも特徴的だ。

「サービス開始当初は、マネジメントのため地域ごとにリーダーを置いていた時期もありましたが、今ではやっていますし、どの方がたくさん役に立つ情報をくれるかといったランキング

という想いは、皆のなかに少しずつあるのだということ。ただ現状では、仕事や子育てで忙しく、町内会のようなコミュニティに飛び込むのはハードルが高い。そんな人たちでも、可能なきに可能なかたちで自治に参加できる仕組みを設計していくのが、テクノロジーの仕事ではないかと考えています」

住民のクチコミが集まるプラットフォームと捉えれば、将来的に地方行政を住民の力で動かしていく原動力になるのではという気になるが……「政治的な発言は禁止しているため、意見集約機能をつくることは考えていない」と、六人部氏は慎重だ。

「ただ、住民の困りごとが集まるサイトなので、行政が地域課題をキャッチしやすくなるという効用はあると思います」

マチマチに寄せられた住民の想いを、どう行政に役立てるか、行政側や地域の議員の注目度も高まるに違いない。

ネットとリアル ハイブリッドで描く未来

コミュニティとテクノロジーという視点で広く未来を見据えたとき、SNSは今後どのような役割を担っていくのだろうか。

「リアルで人と人がつながる場合、自分と合う人、合う場所を見つけるにはコストと時間がかかりますが、ネットテクノロジーによって、コミュニケーションを進展させやすい相手を比較

グもつくっていません。インフルエンサーとなるひとりにスポットを当てるのではなく、誰でも発信できるという点を重要と考えるからです。P2P（*2）やブロックチェーンといった概念に代表されるように、今やネットの世界は中央集権型から分散型になり、個人がそれぞれの考え方で動いていく世界ができあがりつつあります。マチマチもまた、次世代のネットサービスのあり方として、より個人にフォーカスすることを意識しています」

中央集権型では核となる機械や人が機能を停止したとき、システム全体が歩みを止めてしまう。仕切り役をつくらず、個々の嗜好や意見をできる限り活かすことで、ネットワークの可能性は無限大となる。同時に、システムによる適切な運用管理を入れることが、本来の意味で自由に使えるサービスを生む、ということだろう。

公民連携で生活に欠かせぬ 社会インフラへ

現在、マチマチでは「マチマチfor自治体」という名称で、自治体との連携を進めているという。連携した自治体はマチマチ内に公式アカウントをつくり、公的なお知らせや防災・防犯情報、イベント告知などを住民限定で配信できる仕組みだ。個人間の交流のみならず、公的な情報公開や発信の場など、マチマチに期待される役割はますます大きくなりつつある。実際、台風等の自然災害が多かった2018年頃

的容易に見つけられるようになりました。今後はより短時間で、お金をかけずに、自分の居場所や気の合う人を見つけられる環境が整ってくるでしょう。

また、メタバース（仮想空間）*3という言葉に代表される、デジタル世界にもうひとりの自分がいるという概念も一般的になりつつあります。Facebookではすでにバーチャル会議空間をつくるサービスが開始されており、今後はデジタルワールドで自分がどうふるまうかをデザインすることが可能になっていくでしょう。そこには当然、メリットもデメリットもあります。リアルに頼るだけよりも、自分と合う人やコミュニティを見つけやすくなります。このメタバースを地域コミュニティにも導入すれば、バーチャルで違う地域のコミュニティとつながり、それをきっかけに『気の合う人が多い地域に住もう』と実際の住まいを変えたり、『この地域に引越そうと考えていたけれど、やめておこう』と決断するということも起こり得るのではないのでしょうか」

いわば、ネットとリアルハイブリッドというべきか。そうなると、やはり利用者側として心配になるのはアカウント乗っ取りによるなりすましなどのセキュリティ問題だ。これについても、ある程度監視システムがしっかりサポートしていくことが不可欠となり、個人任せの自己責任、あとは野放しといったサービスでは選んでもらえなくなる。その点で、マチマチが実



大阪府が配布している「近所SNS マチマチ」との連携告知チラシ。

には会員数も増加した。現下のコロナ禍においてはどのような事象があり、今後はどんなサービスへと進化していくのだろうか。

「コロナ禍初期の段階では、感染状況やテイクアウトできるお店などの情報共有が活発に行われました。今はワクチン予約についての情報交換が盛んです。公的機関との連携では、台風など災害時にも信頼度の高い情報共有がなされていくだろうという手ごたえを感じます。」

コミュニティづくりに関わる人や予算がいよいよ縮小していく自治体において、マチマチの仕組みやテクノロジーを役立てていける場面はたくさんあるはず。たとえば広報紙の電子化、地域電子通貨の開発、地場産業の応援、衰えた自治会機能を存続させる仕組みづくりにも興味があります。

6年間マチマチをやってきて思うのが、『人のために何かしたい』『地域の役に立ちたい』

践している、顔の見えるSNSゆえの透明性確保、厳格なユーザーサポートが、今後のインターネットの使い手、技術発展の方向性に関するヒントにもなるはずだ。

六人部氏がマチマチの利用者数として掲げる目標は3000万人。これは日本におけるFacebookの利用者数に匹敵する。また現在、利用者層は20代から40代がメインだが、近い将来にはデジタルに慣れた世代が高齢者になることから、独居問題や住宅探しなど地域の高齢化問題の解決につながることも予想される。

マチマチの躍進には、これからのネット技術との向き合い方におけるヒントがいくつもある。社会がどう変化していくと、リアルタイムに個人と社会をつなぐ貴重なプラットフォームとしての使命はますます大きくなるだろう。

注

- *1 まつもとゆきひろ (Meta) によって開発された、オブジェクト指向スク립ト言語。日本発のプログラミング言語として初めて国際規格に認証された。
- *2 Peer to Peer… 対多を基本とするクライアント・サーバ方式に対し、複数のコンピュータ同士が対等に通信を行うアーキテクチャの1つ。
- *3 Metaverse… メタ (meta) とユニバース (universe) の合成語。インターネット上に構築された、仮想の三次元空間のこと。



六人部生馬（むとべ・いくま）
株式会社マチマチ共同創業者・代表取締役CEO。神奈川県出身。横浜育ち。慶應義塾大学法学部政治学科卒。ソフトバンク財務部投資企画室、UBS証券投資銀行本部にて数多くのM&A、投融資、資金調達に従事。サイジニア（2014年マザーズ上場）にて事業開発、資金調達を担当し、上場への道筋をつける。その後、メガネECのオメガグラスを創業し、共同創業者/取締役CEOとして経営全般に従事。15年にマチマチの前身であるTopoを創業する。

デジタル・イノベーションへ、 技術以上に必要なもの ―「幸福度」先進地域の北欧に学ぶ

インタビュー

塩野誠

株式会社経営共創基盤（IGP）共同経営者・株式会社「BIC IG Partners」代表取締役CEO

脇坂敦史 | 取材・執筆
増田智泰 | 撮影



政治・経済・社会すべての面で、デジタル改革の必要性がさげばれつつ、遅々として進まない日本の現状に欠けているものは何か。それを探る上で注目すべきなのが、デジタル化の先進地域である北欧バルト8カ国だ。少ない人口と高い税率、資本や資源も限られた同地域が危機意識をもってICT産業の一大中心となった過程には、わが国の20年、30年先のあり方を予見し、進むべきロードマップを描くための指針が隠されている。単なる技術力だけではないデジタル・イノベーションの条件と、その先にある持続可能な社会、幸福の形について、同地に本拠を置くベンチャーキャピタルNordicNinja VC取締役の塩野誠氏にお話を伺った。

「国がなくなるかも」という危機感が出発点

「北欧バルト」が今、イノベーションにおける先進地域として注目されている。シリコンバレー、イスラエル、あるいは中国の深圳市やロンドンのテックシティなどと並び、最先端のデジタル「ユニコーン」が次々に生まれつつある、いわばホットスポット。一例をあげれば、スウェーデンの音楽配信大手Spotifyが2018年にニューヨークで上場したのは記憶に新しく、ほかにもエストニアで創業された国際送金のフィンテック企業「Wise (旧Transfer Wise)」は

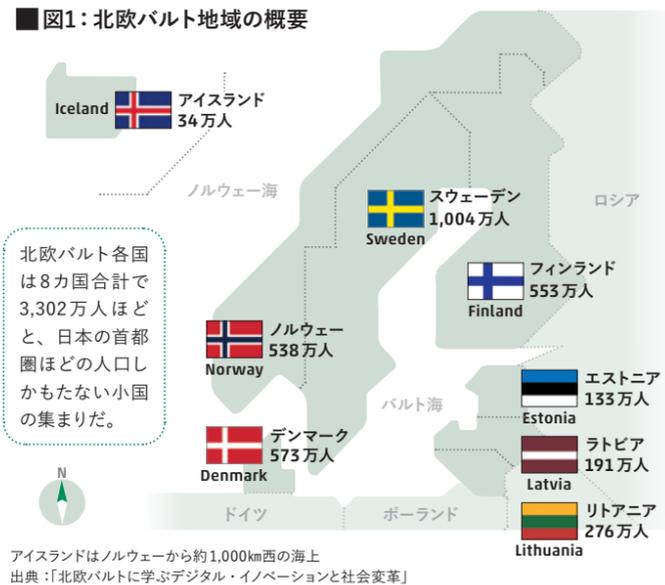
「これらの国々のほとんどは資源も少なく、世界的に有名な大学があるわけでもない。彼らはおいたら国がなくなってしまうかもしれない」という『危機感』をもっていると感じます。民主主義や福祉といった制度も、自然環境も、当たり前と与えられたものではなく、守っていかなければ消えてしまうものという感覚が強い。もちろん外国人は自国語を使ってくれないから、英語を含めいくつもの言語を話しますし、国のなかには何も無いという意味で、初めからグローバルな方向に目を向けているのです」

人口133万人の国から生まれたSkype

大きなマーケットや分厚い文化的な蓄積をもつ島国・日本との違いを強調する塩野氏がまず紹介してくれたのは、バルト三国で最も小さなエストニアが、旧ソビエト連邦崩壊後に歩んだ独自の道のりだ。現在の「北欧バルト」がもつユニークな位置づけ、そこに「バルト」が不可欠であることを理解するうえで、非常に参考になるだろう。

1991年にソビエト連邦から独立したエストニアが、「国がなくなるかも」という強い危機感、さらにはソ連統治下の政府の汚職や不正に対する反省とともに可能性を見いだしたのがデジタル技術だった。首都タリンの工科大学にはソ連時代にInstitute of Cyberneticsが設置さ

■図1: 北欧バルト地域の概要



21年7月にロンドンで上場して大きな話題となった。今や、コミュニケーションツールの世界標準となったSkypeもエストニア発と聞けば、驚く人も多いかもしれない。「イノベーション先進地域」と聞いて、どんなイメージを抱くだろうか。世界中から優れた頭脳を集め、先見の明とともに大規模な投資を行う？ 厳しい競争を勝ち抜いたスターが続々と生まれ、あるいは消えていく？ どちらかといえば、血も涙もない、容赦のない「弱肉強食」といった言葉を思い浮かべる人も多いのではなからうか。一方で、もともと私たちがこの地域に対してもっていたステレオタイプな理解は、

高福祉に支えられた幸福度の高いリベラルな社会といったものだろう。どちらかというと、厳しい競争とは遠いものだった。そんな北欧バルト地域で今、何が起きているのか。イノベーションを生み出す種はいつ、どこで、どのように撒かれたのか。そしてまた、シリコンバレーとは違う論理によって新しいイノベーションを生み出しつつあるこの地域から、日本は何を学べるのだろうか――。「ひと口に北欧バルトといっても民族や言語、歴史も違いますし、社会のあり方もそれぞれ一様ではありません。ただ、イギリスやフランス、ドイツといった大国を除く他のヨーロッパ諸国と同様に、規模が小さいながらも独自の言語や文化をもち、しかも（島国であるアイスランド以外）地続きで隣国とつながっているなど、大きな特徴は共通しています」そう語る塩野誠氏が中心となって2019年に立ち上げ、120億円もの域内運用実績をもつNordicNinja VCは、同地において最大級のベンチャーキャピタルであり、フィンランドのヘルシンキ、エストニアのタリン、スウェーデンのストックホルムに拠点を置く。カバーする地域8カ国の総人口は約3302万人で、日本の首都圏と同程度。最大の人口を抱えるスウェーデンでも約1004万人、それにデンマークの573万人が続く。小さい方は7番目のエストニアが133万人、最も少ないアイスランドの人口は34万人だ(図1)。

れていたという伏線もあり、90年代から国家予算で国民すべてにパソコンを配り、国家をあげて電子政府をつくる方向性を打ち出したのだ。

「必ずしも、今の状況を予見していたわけではないと思います。ただ、早くからデジタル技術に親しんだ若い世代の目は、自然と外に向けられていました。アメリカやEUではこんなものが流行っているとか。そうした環境のなか、Skypeのような新技術が開発されたわけです」

Skypeがエストニアで生まれたことに間違いはないが、創業者としてはスウェーデン人のニコラス・ゼンストローム、デンマーク人のヤヌス・フリリスの名が知られる。先進的なデジタル環境に「地続き」の国から多くの才能が集まり、協力し合った。「とにかくすべてを自国で」という頑なな発想にならなかったのは、やはり小さな国だからこそだろう。

Skypeの世界的成功は、エストニアの若者たちに大きな刺激を与えたようだ。先に紹介したWiseのほかにも、塩野氏が率いるNordicNinja VCが投資する有望なスタートアップ企業として、エストニア版Uberとも呼ばれる配車サービスのBole、オンラインID認証のVerifisなどがある。それぞれ19歳と20歳の若者が起業したというこれらの事例は、エストニアが同地域のスタートアップのハブとして機能しはじめたことをはっきりと示す。

エストニアの成功は国境のなかに閉じられたものではなく、地続きの周辺諸国にも静かな影

響を与えていく。資源の少ない北欧バルト諸国の成功を知るヒントのひとつが、ここにある。

「神々のゲーム」vs「ムーミンのゲーム」

Skypeの成功例で典型的に見られたように、北欧バルトにおけるユニコーン企業を生み出す土壌が、「競争」よりも「共創」を基本としていることは強調しておくべきだろう。WiseやBoleをはじめとする同地域のスタートアップが、相当に高い企業への課税にもかかわらずこの地を選んでるのは、単なる「地元」意識だけではない。優れた人材が集めやすく（たとえばコンピュータサイエンス学部卒業生の給料も北米に比べ、かなり安くすむ）、後述するような「ゲームのルール」が彼らにとって働きやすく、しかも企業同士の連携やテストマーケティングなどに適した環境がある。それが、大きな意味をもっているのだ。

この地域で生まれるベンチャー企業への投資を行う塩野氏は、シリコンバレーで典型的に見られるような究極の競争原理を「神々のゲーム」と呼んで、苦笑する。それはひと握りの天才を世界中から集め、莫大な資金で新しいイノベーションを生み出そうとするやり方である。仮に今から日本がそれを真似しようと思っても、とても勝つことは不可能だろう。日本ではそのようなゲームに合った教育を行っていないし、ベンチャーのための世界戦略や、そのための大

という点も大きいのでしょうか。みんなで協力して、ここからヒーロー、ヒロインを生み出そうとしている。ライバルはあくまでもアメリカのトップ企業、というような考えなのです」

エストニアのデジタル政府を可能にしたもの

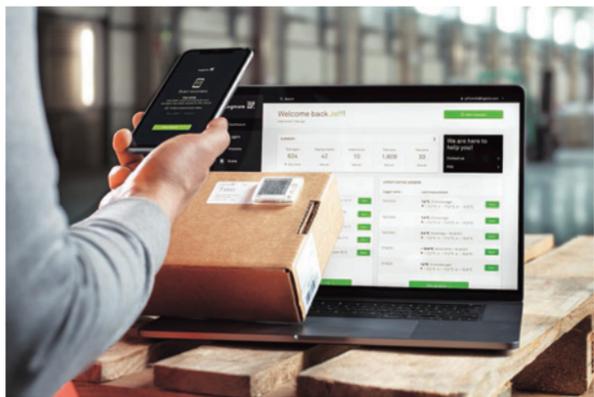
電子政府でも先行したエストニアは今、婚姻と不動産取引以外の手続きはすべて紙なしの電子上で行われている。世界初の電子国民プログラムe-Residencyによって行政手続きの99%は自動化され、15歳以上の国民に発行されるIDは運転免許証、保険証、診察券などとして利用。納税やヘルスケアはもちろん、選挙の際の

投票さえ電子化の例外ではない(図2)。小さな国とはいえ、なぜそれが可能なのだろうか。

「今のエストニアの子どもたちを日本の市役所に連れていったら、『え、役所って実在するんだ!』とびっくりするでしょうね(笑)。私がエストニアで一番驚いたのは、電子政府のバックアップがルクセンブルクにある「*1」と聞いたとき。つまり、万が一にも国が減んで領土がなくなったら、そこからインターネット空間に亡命政府を立ち上げることができる。これも旧ソビエトの支配下にいたという、歴史的な危機感がリアルにあるからでしょう。

ただ、そこへ至る道のりは簡単なものではなく、今の日本が直面しているのと同様、『パソコンに触れたこともない高齢者は、どうするんだ?』といった基本的な問題を、90年代からひとつひとつクリアしていったと思います。エストニアの人々に聞いてみると、当時は誰ひとり積み残すことのないよう、役所で講習会を何度も開くとか、とにかく互いに教え合ってきたんだ、というような答えが返ってきます。そのベースには、誰もが1回受けられるかたちで政府から提供されたIT学習プログラムの存在があるなど、電子政府やデジタル教育の本質は、やはりハコモノではありません」

そこには、もちろん技術や知識、リテラシーといった幅広いものが含まれる。なかでも塩野氏が強調するのは、「政府やコミュニティへの信頼」だ。デジタル技術は、使えれば便利とい



北欧バルト地域のデジタル化の一例。フィンランドで普及している物流システムのLogmoreは、荷物に付した二次元コードで位置情報のほか輸送時の状態(温度・湿度・衝撃・傾き)を一元管理し、利用者は出荷時にコードをスマホで読みとるだけでいつでもその情報にアクセスが可能。Covid-19のワクチン輸送等で用いられ、日本を含む世界各地で導入が進みつつある。写真提供/NordicNinja VC

うだけのものではなく、セキュリティやインテグリティ「*2」の面での信頼があつてこそ、初めて成り立つ。そのためには、リーダーが自分の言葉で語ることで、そのようなリーダーを生み出すコミュニティ全体が学び合い、育つことが欠かせない。

日本からも多くの人々がエストニアを訪れ、電子政府を成功させた技術や仕組みを探るべく視察している。もちろんエストニア側には、その秘訣を隠すつもりはない。ここでは、同国前大統領トーマス・イルヴェス氏「*3」が語った言葉を引用しよう。

「日本のマイナンバーカードの問題点の」ひとつはIDをもつことが強制ではなく、また実際に絶対的な必要性も感じない点です。またもうひとつは、マイナンバーを隠しておかないといけない点です」*4

この考え方に、塩野氏も同意する。重要なのは隠すことではなく、透明化することなのだ。「これまで日本のITサービスはいつも、ユーザーの『気持ち悪い』という感覚と戦ってきた。監視カメラで撮られているのは気持ち悪いとか、誰かにデータを渡すのは気持ち悪いとか……それを乗り越えることができるのは、高い透明性だけだと思います。たとえば、税務当局があなたの財産を調査したとしましょう。それが気持ち悪いという声に対しては、いつ、どこで、誰が、何のために見たか、税務当局の側がすべてを透明にすることが、一番の解決策に

図2: エストニアの電子政府e-Estoniaの6つの柱

- 1 公的サービスの99%はオンライン
結婚・離婚・不動産取引以外のすべての手続きができる
- 2 電子国民IDカード
98%以上の国民が所持
- 3 ブロックチェーン技術を使ったX-Roadで
データセキュリティを確保
- 4 2万人を超える非居住者が会社設立等の権利を享受する
e-Residency (電子居住者)
- 5 作業効率化により
GDP2%分のコストカットに成功
- 6 今後はIDのクロスボーダー化を目指し、
2018年にはクロスボーダー電子処方箋を導入

出典:「北欧バルトに学ぶデジタル・イノベーションと社会変革」

■図3: スウェーデンのデジタル通貨e-Krona



出典:「北欧バルトに学ぶデジタル・イノベーションと社会変革」などをもとに作成

なるはずです」

実際、エストニアでは税務調査をはじめとするすべての行政記録が、IDによって閲覧可能になっている。個人と企業、あるいは政府の間にある信頼の問題——「敵」として想定しているものを「こちら側」に引き込むという発想だろう。技術や仕組みの違いではなく、コミュニティにおける信頼をどう醸成するか。エストニアを視察した日本の議員や官僚が「うーん」と唸ってしまう理由も、そこにあるのだろう。

持続的発展の手段としてのデジタルと投資

エストニアの電子政府と並び、世界的に注目されているデジタル変革の例を、さらに2つ紹

示するための投資の仕組みの面でも、金銭的なリターンを最大化する投資だけではなく、より社会的価値を重視する「インパクト投資」のような手法が、同地域では広まりつつあるという。こうした傾向は環境 (Environment)、社会 (Social)、ガバナンス (Governance) を重視する「ESG投資」と同様、社会の変化をさらに加速させていく可能性を秘めている。

デジタル化がもたらす真の幸福度とは

この地域に関するデータや指標、ランキングを眺めていて印象的なのは、やはり「幸福度」の高さだろう。むしろ、幸福は数値化することの難しい概念ではあるが、1位のフィンランドを筆頭に、北欧諸国がずらり上位に並ぶ事実は無視できない。すべての人に当てはまるような絶対的な尺度ではないにせよ、ある価値観に基づく豊かさや満足度を示していることは確かだ。その好例が「時間価値の最大化」という言葉に集約される、テレワークなど合理的な働き方の追求と、柔軟かつ豊富な休暇制度といったワーキングスタイルの徹底だろう。

「私のいたフィンランドもそうですが、競争の厳しそうなユニコーン企業のオフィスさえも、夕方には誰もいなくなるのに驚かされます。誰もが7月には丸々1カ月の休暇をとりますし、成功のためには歯を食いしばってという日本のベンチャー企業では、そうした点は想像できな

介しよう。ひとつはスウェーデンが国をあげて進めるキャッシュレス社会。2012年に中央銀行と大手銀行6行が協働でスマートフォン決済アプリSwishを開発し、大きな話題となった。このサービスを実現する鍵となっているBankIDは、銀行などの機関が発行する電子IDであり、日本の感覚でいえば印鑑に近いだろう。市中にも「現金お断り」の店が増加するなど、クレジットカードを含むキャッシュレス化が進むスウェーデンでは、世界に先駆けて「中央銀行が発行するデジタル通貨」であるe-Kronaの検討も、17年から開始(図3)。マネーのデジタル化という課題は当然「信用」に直結するわけで、国民の側が経済活動の匿名性を好むなら、通貨のデジタル化による透明性など望まれないだろう。便利さを超え、コミュニティが信任する「価値」を、技術の力でどうつくるのか期待される。

もうひとつは、移動の効率化を目指して進むMaas (Mobility as a Service)、複数の交通サービスの垣根を越え、利用者ごとの需要(通勤・通学や周遊など)に応じて利用できるひとまとまりの移動サービスへシームレスに統合する試みだ。この分野で先頭に立つフィンランドの首都ヘルシンキでは、電車やバス、マイカーの相乗り、レンタカー、自転車シェアなどすべてが、スタートアップ企業Maas Globalの提供するアプリWhinだけで利用可能。その結果、公共交通機関の利用率を上げてマイカー利用率を

いでしよう」

実際、デジタル技術による仕事の効率化は、個人レベルでも、企業レベルでも、不要な通勤時間を削ること、あるいは女性を含めた多様な人材の積極的な活躍や登用などに表れている。それを受けて、国としても手厚い社会保障を背景にしつつ、積極的な雇用政策を実現するために柔軟な労働市場をバックアップする。すべての人がフレキシブルなキャリアを選べるよう、豊富な職業教育をあらゆる年齢で、しかも無料で提供している点が、北欧バルトの人々にとっての「選択」の豊かさにつながっているのは間違いないだろう。「この地域で起業が盛んだというのは、必ずしも一部の若い世代だけの話ではないのです。昨日まで、どこかの工事現場で重機を操作していた中年の女性が、今日は職業訓練でプログラミングを学んでいるということも決して珍しくありません。起業は、そうした人生における選択肢のひとつとして定着しているんです」

デジタル化によって幸福度は上がるのか。北欧バルト諸国の社会について問うならば、さまざまな行政、医療、民間企業の提供するサービスが滞りなくスムーズに利用できる、といったメリットをいくつもあげることになるだろう。しかし、ここに暮らす人々の幸福感が、そうした利便性だけによって上がったという単純な話でもないらしい。

塩野氏の話を知っていると、むしろ重要な

下げるといった大きな効果をあげている。「北欧バルトの国々は、自国のマーケティングやブランディングに長けています。スウェーデンのキャッシュレス社会もそうですし、たとえばフィンランドのMaasにしても、日本の交通系カードに使われている技術力には及ばない。それでも、コンセプトや大義を掲げて社会全体がルールメイキングに参加するという面では、日本よりもずっと上手です。Maasというコンセプトも、フィンランドのアールト大学の学生が書いた修士論文に、政府と企業が賛同してつくりあげたものです」

そう語る塩野氏は、デジタル社会を先取りする北欧バルト社会の取り組みの背景には、「持続的発展」への高い意識があり、それを無視して、デジタル化の部分だけを表面的に取り入れることではうまくいかない」と断言する。「日本でも最近はSDGsという言葉がよく使われるようになりましたが、スウェーデンやフィンランドでは、小学校にもポスターが掲げられ、子どもたちはその17個の目標を理解し、どれが自分の将来と結びついているかまで、自身の言葉で話すことができる。国や都市の社会実験であり、スタートアップによる社会的問題解決でもあるMaasの背景にも、『サーキュラーエコノミー』[*5]のような新しい思想があるのです」

こうした理想や目標を実現する強力な手段のひとつとして、デジタル化はある。それを後押しは、自分たちの手で、コミュニティが協力しながら、少しずつ社会を変えつつあるという実感、あるいはコミュニティから取り残されずにいるという手応えのようなものではないかと感じられた。当たり前のようにデジタル機器を使いこなし、小さな村で協力し合いながら、新しい時代の価値観を生み出そうとしている。そんな「ムーミン」たちから日本が学ぶべきことは、まだまだ多くありそうだ。

注

- *1 サーバのみを設置、24時間休みなく重要な国家データが暗号化され専用回線で送られる、いわば「データ大使館」。ルクセンブルク側も大使館同様の治外法権を与えるなど、国として誘致の姿勢を見せ、最近ではモナコも同様にデータ大使館を設置している。Integrity「誠実」「真摯」「高潔」などの概念を意味する言葉。主に欧米において、組織のリーダーやマネジメントに求められる最も重要な資質、価値観とされる。
- *2 Toomas Hendrik Ilves 1953年生まれ。外相、欧州議会議員などを歴任後、2006～16年に第4代エストニア大統領を務める。在任中、エストニア電子政府やEstoniaを推進。
- *3 IBC IG PartnersとNordicMia VCの共同編集によるレポート「北欧バルトに学ぶデジタル・イノベーションと社会変革」より。https://www.ibcig.com/uploads/2021/04/202104-NewNordicReport.pdf
- *4 破業することを前提としている従来の直線経済・再利用経済に対して、あらかじめ破業を前提とせず、「廃業ゼロ」を目指す新しい経済設計のこと。循環経済。



塩野誠(しのお・まこと)
株式会社経営共創基盤(IGP) 共同経営者
/ マネージングディレクター、IBC IG Partners
(国際協力銀行とIGPの合弁会社) 代表取締役CIO、投資責任者、B Nordic Ventures 取締役、ピピット社外取締役、内閣府デジタル市場競争会議WG委員、産業構造審議会グリーンイノベーションシニアプロジェクト部会エネルギー構造転換分野WG委員。国内外において企業や政府機関に戦略立案・実行のコンサルティング、M&Aアドバイザー業務を行い、企業投資に関しても15年以上の経験をもつ。(主な著書に『世界で活躍する人は、どんな戦略思考をしているのか?』(中経出版)、『デジタルテクノロジーと国際政治の力学』(Chandosパブリッシング)。慶應義塾大学法学部卒、ワシントン大学ロースクール法学修士。

「ソーシャルメディア」の光と影 — 増え続ける情報との付き合い方を考える

藤代裕之
Fujishiro Hiroyuki
[法政大学社会学部教授]

登場から約20年で、多くの人の情報インフラとなった「ソーシャルメディア」。誰もが情報を発信できるメディアとして、新たなビジネスを生むことも期待されたが、近年は、「フェイクニュース」をつくり出すといった負の側面も多く見られる。なぜ、汚染された情報やニュースが氾濫してしまうのか。新しい情報インフラとの関わり方を考えるために、その仕組みを明らかにする。

人からモノへ、この先も続く情報爆発

「ソーシャルメディア」の定義は多様だが、本稿ではユーザーがインターネット上にコンテンツを投稿できるサービスとする。ソーシャルメディアの登場により最も大きく変化したのは、マスメディアを通さずに、誰もが気軽に世界に向けて情報を発信できるようになったことだ。ソーシャルメディアの最初のサービスは、1999年からアメリカでサービスを開始したブログだとされる。その後、FacebookやTwitterといったSNS、YouTubeなどの動画サイトなど、多様なサービスが生み出された。これらのサービスをさらに拡大させることになったのは、2007年のアップルによるス

マートフォンである 아이폰 の発売だ。スマートフォンにより、いつでも、どこでもインターネットに接続できる状況となり、サービスはスムーズに利用できるようになり、人々が発信する情報は爆発的に増加した(ソーシャルメディアについての主な流れは21頁の歴史年表を参照)。

博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所が毎年発表しているメディア総接触時間は、2006年の335・2分から2021年は450・9分に増加している(図1)。テレビや新聞などへの接触時間は減っているが、スマートフォンやタブレットからの接触が年々増加している。今後は、しゃべる家電やつながる自動車などのIoT機器が普及することが予想され、メディアは人からモノへ広がっていく。

IOT機器がメディアだとの認識は現状では乏しいが、かつてコンピューターもメディアと考える人はいなかったのである。IoT機器はメディアになり、発信される情報も接触時間もさらに増加するだろう。

民主主義や新たなビジネスへの期待

ブログやSNSの黎明期には、一部の選ばれたメディア関係者だけでなく誰もが記者となる市民ジャーナリズムや、インターネットを通して政治的な話題を議論していく熟議といった、民主主義の取り組みについて多くの議論が行われた。誰もが情報を発信できることはメディアの民主化と捉えられた。世界的にも、2002年の韓国大統領選挙で

市民参加型のニュースサイト(市民メディア)が影響を与えたとされて話題となった「ま。2010〜11年にかけてアラブ世界における民主化運動「アラブの春」が起き、人々はソーシャルメディアを利用して政府の監視をかくぐりデモを行った。国内では2011年の東日本大震災で大きな注目を集めることになった。

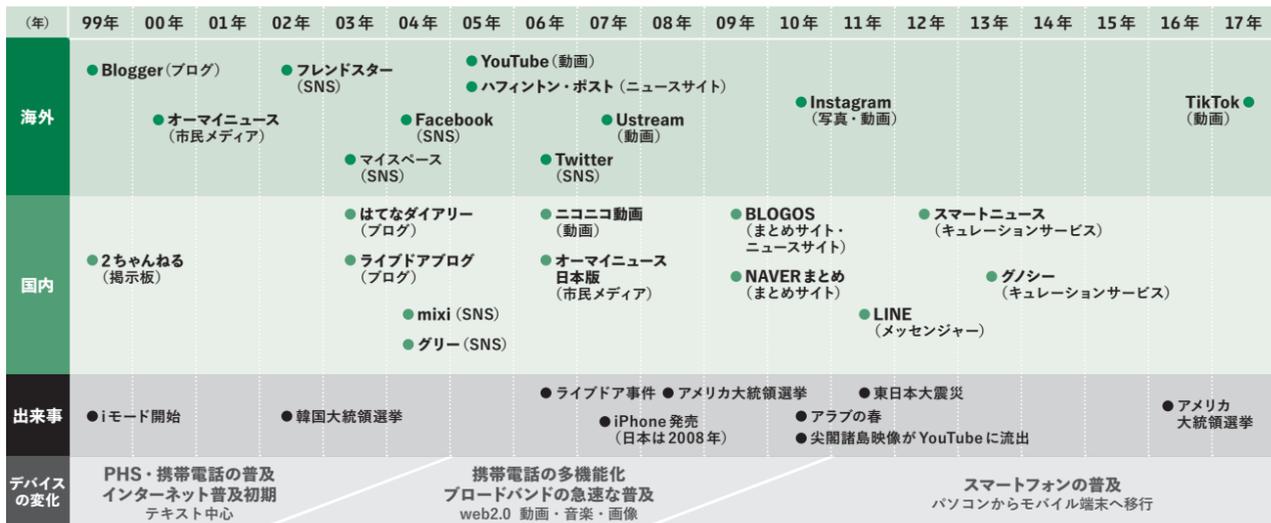
被害状況のスムーズな情報伝達やボランティア活動のためのデータベース化などが進んだだけでなく、原発事故をきっかけにした官邸前での反原発デモでの動員などが民主化の動きとリンクして語られた。

ソーシャルメディアは、メディアや政治だけでなくビジネスにも大きな影響を与えるようになっていく。人々の口コミが消費に影響を与えるようになり、インフルエンサーと呼ばれる人たちが登場、YouTuberは子どもたちの「なりたい職業ランキング」に入るほどの人気となった。

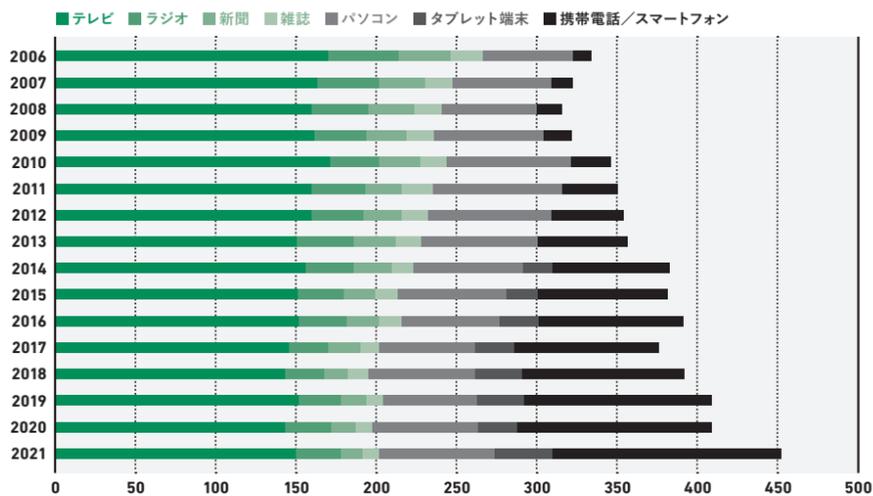
このような新たに生まれた発信者は、漫画、小説、音楽といった表現活動にも見られる。ソーシャルメディアにより多くの才能が発掘された。多様な表現や価値観が社会に知られるようになった。それは、マスメディア時代のような画一的な表現や価値観を変化させ、大量生産・大量消費といったマスマーケティングとは異なる、スモールビジネスを支えることにつながっていった。

マスメディアでは扱われにくかった、アクセスの悪い場所にあるレストランやホテル、地域の工芸品を扱うセレクトショップ、過疎地域への移住などもまたソーシャルメディアなくしては起き得なかった。このように、ソーシャルメディアは当初、民主主義を後押しし、新たなビジネスを生む、社会変革を牽引するメディアであることが期待されていた。

■ ソーシャルメディアの歴史(年表)



■ 図1:メディア総接触時間の時系列推移



出所/博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所

ニュースになるから社会に影響する

ソーシャルメディアが影響力を高めたのは、利用者が増えたからだけではない。発信された情報がニュースになることが大きい。先ごろ開催された東京オリンピックは、情報がニュースになることの影響力を知らしめた事例といえる。

選手村からの眺めや食事の様子、会場を間違えた選手がスタッフにお金を借りて会場へ行き、金メダルを獲得したエピソードなど、これらを選手のソーシャルメディアから直接知った人は少ないのではないだろうか。考えられるパターンはふたつ。ソーシャルメディアで拡散したこと、選手とは別のアカウントから知る場合、もうひとつは新聞やテレビ、インターネットのニュースから知る場合だ。このようなソーシャルメディアの情報がニュース化する構造の中核に位置するのが「ミドルメディア」だ。

ミドルメディアは、ソーシャルメディアの話題を取り上げるニュースサイトやまとめサイトのことだ。人々から発信される情報が増えたことでニュースとして扱えるようになり、ミドルメディアを通じてポータルサイトに記事が配信されたり、まとめサイトをチェックしているテレビのワイドショーが取り上げたりするようになった。

ちなみに、東京オリンピック開会式に関わるクリエイターが解任・辞任に追い込まれた騒動も、2006年にブログに転載されていた

マスメディアと位置づけられる)に配信された。拡散状況を見ると、ニュースサイトよりもポータルサイトからが多い。この図では示していないが、まとめサイトからさらにソーシャルメディアへの拡散も存在する。①の役割で影響力の大きいポータルサイトに到達すると、②によりネット全体に拡散していくことになる。

フェイクニュースに対抗する検証活動などは行われているが、ミドルメディアは匿名の運営者が多く、ページビューを稼がない検証を取り上げるメリットが乏しい。そのためフェイクニュースなどの汚染は生態系に広がり続けることになる。国内にも多くのまとめサイト運営者がおり、汚染で金を稼いでいる。

民主主義を後押しすると考えられていた新たなメディアは、民主主義に悪影響を与えるものであるという認識が世界で広がった。問題は、このような生態系の汚染はあまり知られておらず、一部の人の話として受け取られていることだ。そのため、汚染された情報やニュースに接触していることにすら気づかない人々もいる。

汚染を見えにくくするアルゴリズム

なぜ生態系の汚染は見えにくいのか。それは、情報やニュースに接触する際に影響を及ぼすアルゴリズムに原因がある。

先ほどこインフルエンサーやYouTuberに触れたが、そのうち何人の名前を挙げるができるだろうか？ まったく分からないという人も

ミュージシャンを取り上げた雑誌記事が、まとめサイトなどに掘り起こされたことによる。ミュージシャンが「炎上」して注目が集まると、次はクリエイターのコンサート公演が掘り起こされた。

アルバイトなど自身が働くコンビニや飲食店で、不適切な行為をソーシャルメディアに投稿する「バイトテロ」なども、同じ構造で掘り起こされることが多い。個人的な情報がミドルメディアによりニュースとなり世界を駆け巡ることが、ソーシャルメディアの最大の面白さでもあり、最大の危険性でもある。ソーシャルメディアの情報がニュースになることは、新たな話題に触れる機会も増やしたが、「炎上」なども引き起こすようになった。そしてその鍵をミドルメディアが握っているとするれば、ミドルメディアが何を上げるのか、が重要になる。

生態系を駆動するビジネス

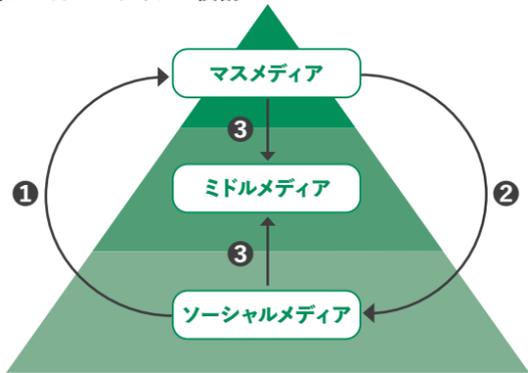
ミドルメディアが取り上げるのは、面白おかしい話題、フェイクニュースやヘイトスピーチなど極端な言説である。その理由は、生態系を駆動しているのが、ページビューを稼いで広告収入を得るといビジネスモデルだからだ。社会問題などの堅い話題を扱う市民メディアは、ページビューが獲得できずに閉鎖されていった。

まとめサイトなどのミドルメディアには、運営会社が不明なものも多い。海外で運営されることもある。2016年のアメリカ大統領選挙

いるだろう。逆に、何人も知っている場合もあるだろう。これが、アルゴリズムが引き起こす自分が見たい情報しか見えなくなるフィルターバブルや、自らの考えを増幅するエコーチェンバーと呼ばれる現象だ。インフルエンサーを知っている人がバブルの中にいるだけではない、知らない人もまた別のバブルの中にいる。

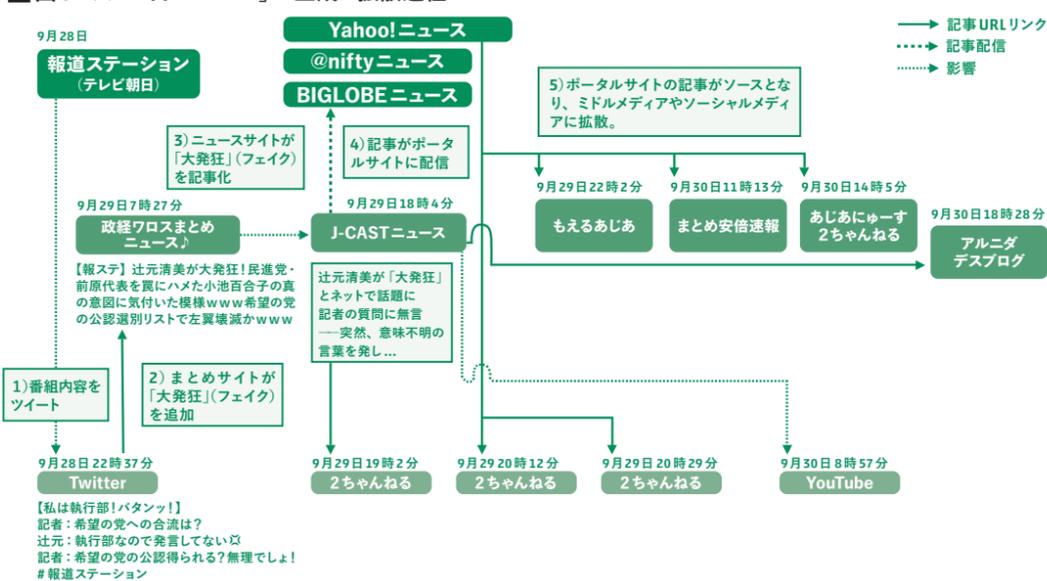
アルゴリズムは、利用者を解析して最適なコンテンツを表示させている。どのようなサイトを閲覧しているのか、シェアしているのか、ECサイトから何を購入しているのか、など収集できるデータは多岐にわたる。ソーシャルメディアの場合は、プロフィール、居住地、どの

■ 図2: ミドルメディアの役割



ミドルメディアは、①ソーシャルメディアで扱われた話題をマスメディアに届け、②マスメディアで扱われた話題をソーシャルメディアに届けるという役割だけでなく、③マスメディアの話題とソーシャルメディアの話題を組み合わせるという役割も担う。

■ 図3: 「フェイクニュース」の生成・拡散過程



左図は、辻元清美衆議院議員に対するフェイクニュースの生成・拡散過程。2017年の衆議院選挙時の辻元氏と記者のやりとりをテレビが報道。その報道に対するツイートを、まとめサイトが紹介する際に「大発狂」を加えて発信した。それをニュースサイトやポータルサイト(マスメディア)が記事化し配信したことで、ネット全体に「大発狂」が拡散された。

※フェイクニュースの生成・拡散を提示する目的のため、インターネットの表現をそのまま表記しています。

に関するフェイクニュースの一部は東欧の北マケドニアの若者が、アメリカのニュースサイトなどを参考に製造していたことが報道で明らかになっている。若者たちはドナルド・トランプ氏、ヒラリー・クリントン氏、どちらのフェイクニュースも製造していたが、ページビューを稼ぐのが、トランプ氏を支持しクリントン氏を批判するものだったから製造したのであり、トランプ氏を支持していたわけではない。

国内においてはミドルメディアがフェイクニュースを生成・拡散する中核となっていることを、自著『フェイクニュースの生態系』(青弓社)では複数の事例を分析することで明らかにしている。

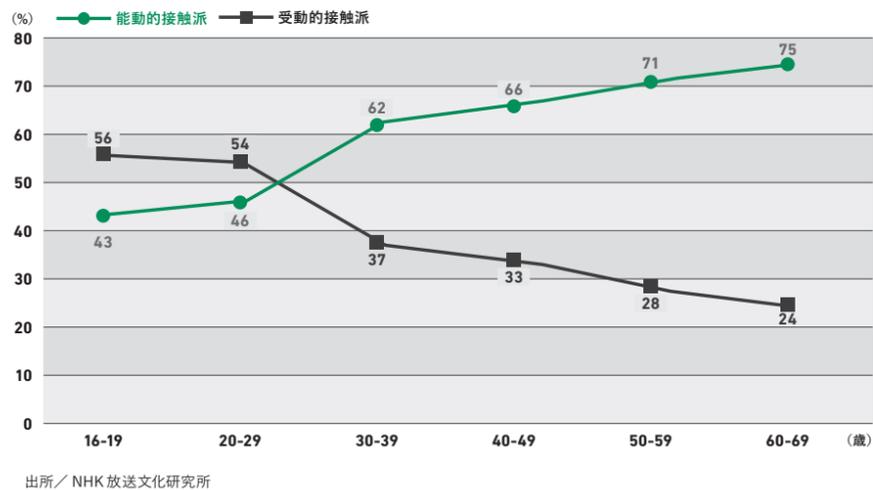
ミドルメディアは、前述したように①ソーシャルメディアの話題をマスメディアに届けるだけでなく②マスメディアの話題をソーシャルメディアに届ける、という役割を持つ。ミドルメディアが中核となり、マスメディアとソーシャルメディアをつないでいるといえる(図2)。フェイクニュースは、③マスメディアの話題とソーシャルメディアの話題を組み合わせるとい役割で生成される。

辻元清美衆議院議員に対するフェイクニュースの事例(図3)では、辻元議員に関するテレビ報道に対するツイートを紹介する際に、まとめサイトが「大発狂」を追加。それをニュースサイトが記事化し、ポータルサイト(ネットでは

ような人とつながっているのか、といったデータも収集できる。そのため、より利用者が望むコンテンツを提供することが可能になる。

前述したようにフィルターバブルやエコーチェンバーはアルゴリズムが引き起こしているため、一部の陰謀論者や情報弱者たちの課題ではなく、ニュース生態系に接する際の普遍的な

■ 図4：政治・経済・社会の動きを伝えるニュースに対する意識



出所 / NHK放送文化研究所

課題である。先述したスモールビジネスが成立するのも、バブルの中にいる消費者が熱心に購入するからである。

なお、このアルゴリズムの理解は世代により大きな差があることが分かっている。NHK放送文化研究所の調査によると、利用者に最適化された情報をアルゴリズムにより推奨する機能を知っているか聞いたところ、50代以下は「知っていた」が多く、60代以上は「知らなかった」が多かった。18〜49歳までは「知っていた」が約8割あるのに対し、50〜59歳では「知っていた」が68%、「知らなかった」が31%に、60〜69歳では「知っていた」が40%、「知らなかった」が57%に逆転する。

情報やニュースの接触に対する意識にも大きな差がある。これもNHK放送文化研究所の調査だが、政治・経済・社会の動きを伝えるニュースに対する意識は若者と中高年で異なっている。ニュースには意識して自分から接している（能動的接触派）とニュースはたまたま気づいたものだけで十分だ（受動的接触派）は、全体では65%と34%で能動的接触派の方が多いが、年代別に見ると16〜29歳では受動的接触派の方が多くなる（図4）。

情報やニュースにどう向き合うか

この調査について同研究所の연구원と意見交換した当初、若者はリテラシーが低いから受動的になっていると考えた。しかしながら、ちょ

を置く必要を経験的に理解しているからではないか。

一方で、中高年は能動的に接触している。フェイクニュースやヘイトスピーチに対抗するためにメディア・リテラシーが重要だという意見は根強いが、そこには能動的に事実を確認し読み解けば騙されることはない、という考えがないだろうか。だが、アルゴリズムは能動的であればあるほど生態系に散らばる汚染された情報やニュースを集めることにつながる。調べようと検索した結果として目の前に現れたフェイクニュースは「発見」をもたらし、同じようなコンテンツが次々と出現することで「納得」を促す。目に見えないアルゴリズムにより、汚染に気づかないまま生態系に組み込まれている中高年もいるだろう。

ここでは、若者と中高年の特徴を述べてきたが、大切なことはニュースの生態系をきちんと理解したうえで、汚染にどう対処するかである。

新たなニュース生態系の確立に向けて

ここまで、ソーシャルメディアの歴史を手短かに振り返りながら、ニュース生態系を駆動するビジネスモデルが民主主義に悪影響を与え、アルゴリズムが汚染を見えづらくしていることを確認した。間違った情報やニュースが生態系を循環することは、他者とのコミュニケーションが成立するための共通理解を失い社会の分断につながる。アルゴリズムがメディア・リテラ

シーも無効化しており、新たなニュース生態系の確立が必要になっている。

まずビジネスモデルを変える必要がある。調査報道などの手間暇をかけたニュースに取り組むことはいまや何の得もない。事実確認を行うことすらフェイクニュースのコストには勝てないため、新聞やテレビでもミスリーディングなニュースが増えている。ページビューが稼げる極端で過激なコンテンツに埋め尽くされる状況は、新型コロナウイルスやワクチンで既に起きていることだ。

ビジネスモデルは、ポータルサイトや検索サイトを運営する大手インターネット企業の責任だ。表現の自由がからむ難しい問題ではありながら、欧米では多様な議論が行われている。国内でも、汚染で儲けるビジネスを変えていく議論が必要である。

生き物の多様性を重視する環境問題と同様に、ニュース生態系にも多様性が求められる。IoT機器の普及は生態系の多様性を高める好機でもある。ソーシャルメディアがスマートフォンが登場で情報を爆発させたように、家電や自動車が生きた情報を生み出していく。その際に大切なのは、家電や自動車のメーカーがサービスを開発するときに、ニュース生態系を担うことになるという自覚だ。IoT機器から発信される情報もまた生態系に流れ込むことになる。

近年、持続可能な開発目標（SDGs）や循環型社会への取り組みが注目されており、企業も

うど同じ頃に筆者らが大学生を対象に行っていた調査からは異なる傾向が見えていた。

大学生は、情報過多におけるニュースはハズレが多いという前提で受け流すように接触していたのだ。研究員にも声をかけて研究会を重ねて、複数の調査を組み合わせてまとめたのが『アフターソーシャルメディア——多すぎる情報といかに付き合うか』（日経BP）である。若い世代の情報接触の特徴についての詳細は本書を読んで頂きたいが、『フェイクニュースの生態系』に掲載しているフェイクニュースを見たという沖繩の若者に対する調査でも同様の傾向があった。

沖繩に関してはフェイクニュースやヘイトスピーチが広く発信されている。若者に、フェイクニュースを見抜く方法を聞いたところ、極端な言説であるかどうかを参考にしていた。また、トレンドと呼ばれる拡散している話題をチェックしたり、検索機能を利用して別の意見を調べたり、テレビ局や新聞社の反応を比較している若者もいた。

ソーシャルメディアを利用するとアルゴリズムの影響で偏った情報やニュースが表示されるため、機能を利用したり、他の意見を確認したりして、相対化していたのだ。非常に興味深かったのは、このようにメディアを扱うスキルを持っている若者が、自らの行動を「受動的である」と表現していたことだ。若者が受動的であろうとするのは、汚染された生態系から距離

積極的な姿勢を見せている。しかしながら、本稿で述べたように情報やニュースの生態系に対する課題への認識は乏しいのではないだろうか。情報やニュースもまた生態系により生み出されており、質の高い情報やニュースが生態系を循環するように持続可能な仕組みを考えていく必要がある。それは、これからメディア化する企業の社会的な責任であり、私たちの問題でもある。この約20年で分かったことは、媒体が増え、情報が爆発しても、良質な情報やニュースは、手間暇をかけなければ増えることはないということだ。汚染された生態系では個人のメディア・リテラシーは機能しないため、まず企業が生態系への関わりを自覚し、責任を持つべきだ。私たちにできることは、環境によい商品やサービスを選ぶことで支援するように、情報やニュースの発信者もいかに育てていくかである。

注 * プロの新聞記者ではなく一般の人々が投稿する市民記者制度を取り入れた韓国のインターネットメディア「OhmyNews（オーマイニュース）」が、2002年の大統領選で民主党の予備選挙を生中継したなどがきっかけで、それまで形勢不利と言われていた進歩的な考えを持つ盧武鉉氏に対する若者からの支持が急速に高まり、逆転勝利につながったとされる。

藤代裕之（ふじしろ・ひろゆき）

法政大学社会学部教授。1973年、徳島県生まれ。広島大学文学部哲学科卒業、立教大学21世紀社会デザイン研究科前期修了。96年、徳島新聞社に入社。社会部で司法・警察、地方部で地方自治などを取材。2005年、ego（NTTレゾナント）、egoラボ、新サービス開発などを担当。13年、法政大学准教授、関西大学総合情報学部特任教授（16年）を経て、20年より現職。専門は、ジャーナリズム論、ソーシャルメディア論。記事内で紹介した編著書のほか「ネットメディア覇権戦争——偽ニュースはなぜ生まれたか」（光文社）、「ソーシャルメディア論・改訂版——つながりを再設計する」（青弓社）などがある。

「インターネット依存」とは何か

—スマホ社会のメンタルヘルス

「明治大学文学部心理社会学科教授」
 岡安孝弘 Okayasu Takahiro

多くの人が肌身離さず持つスマートフォン。その便利さを享受する一方、つながり続けることが依存を引き起こし、心の健康に悪影響を及ぼしているのもまた事実である。デジタル社会をポジティブに歩んでいくためにも、インターネット依存を正しく理解し、対処していくべきではないだろうか。そこで、デジタル社会のメンタルヘルス問題を専門とする岡安孝弘教授に、依存に関する心理的メカニズムと、我々が知っておくべき治療法や予防法について解説していただいた。

インターネットの普及と依存

1990年代初頭にインターネットの商用利用が開始され、パーソナルコンピュータの普及と共に、90年代後半には一般の人々にも急速に浸透していった。アメリカの精神科医であるキンバリー・ヤング博士は、その頃からすでにインターネットの過剰利用により家族や友人との人間関係に亀裂が生じたり、仕事や学業に支障が生じたりしている事例を多数報告し、インターネット依存の危険性を警告している。

当初からの依存の対象はオンラインゲームが主流であり、最近では特に、大勢の参加者が相互に交流を図りながら競い合う多人数同時参加型のオンラインゲームへの依存に陥る若者の数

が世界中で急増している。そのような状況を重く見て、WHOによる最新の疾病分類であるICD-11では、「精神・行動・神経発達疾患」の中に、新たに「ゲーム障害」を診断カテゴリーとして加えることが発表されている。さらに、わが国で2008年にiPhoneが発売されてから、若者を中心にスマートフォンが急速に普及してきた。スマートフォンは時間や場所を問わず容易にインターネットにアクセスすることが可能なことから、オンラインゲームだけでなく、LINEやTwitter、InstagramなどのSNSへの依存も大きな問題になりつつある。

本来、人々の生活を豊かにするための便利な道具として開発されたはずのインターネットが、一部の人を虜とし、仕事や学業に支障を生じさせている。このようにインターネット依存はどのような心理学的メカニズムによって生じるのだろうか。カナダの心理学者であるリチャード・デビス博士は、心理学の認

せ、人間関係を崩壊させ、メンタルヘルスに影響を及ぼす原因となっている。ここでは人々がインターネット依存に陥るメカニズム、およびその治療法や予防法について紹介する。

インターネット依存とは何か

インターネット依存とは、「インターネットの使用に対する強い欲求のために、その長時間の使用を制御できず、心理社会的機能の低下をもたらす行動パターン」である。主要な症状としては、「とらわれ（インターネットのことが常に頭から離れない）、コントロール欠如（やめようと思ってもやめられない）、離脱症状（インターネットにアクセスできないと怒りやイライラ、抑うつなどのネガティブ感情が生じる）、耐性（より優れた

ハードウェアやソフトウェア、より長時間の使用でないと満足できない）、虚言（インターネットの過剰使用を隠すために嘘をつく）の5つがあげられる。

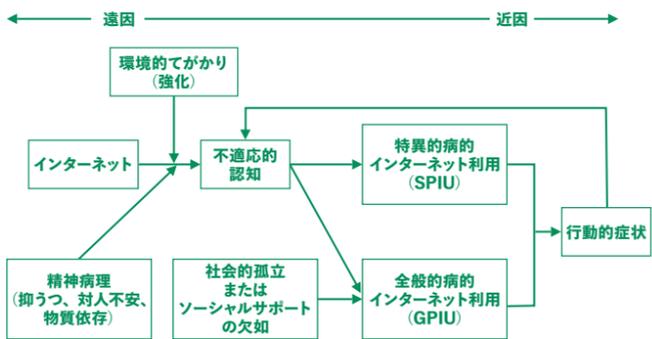
表1は、先述のヤング博士によって作成され、文部科学省の委託事業である青少年を対象としたネット依存対策推進事業でも使用された、インターネット依存度スクリーニングテストである。各質問項目は前述の主要症状を網羅しており、8問中5問以上に該当するとインターネット依存状態にあると判断される。

なお、青少年を対象としたいくつかの国内外の大規模調査の結果からは、インターネット依

表1：インターネット依存度スクリーニングテスト

1	あなたはインターネットに夢中になっていると感じていますか？(たとえば、前回インターネットでしたことを考えたり、次回インターネットをすることを待ち望んでいたりなど)(とらわれ)
2	あなたは、満足をえるために、インターネットを使う時間をだんだん長くしていかなければならないと感じていますか？(耐性)
3	あなたは、インターネット使用を制限したり、時間を減らしたり、完全にやめようとしたが、うまくいかなかったことがたびたびありましたか？(コントロール欠如)
4	インターネットの使用時間を短くしたり、完全にやめようとした時、落ち着かなかったり、不機嫌や落ち込み、またはイライラなどを感じましたか？(離脱症状)
5	あなたは、使いはじめに意図したよりも長い時間インターネットを接続した状態にありますか？(コントロール欠如)
6	あなたは、インターネットのために大切な人間関係、学校のことや、部活動のことを台無しにしたり、あやうくするようなことがありましたか？(社会生活機能の低下)
7	あなたは、インターネットへの熱中のしすぎを隠すために、家族、学校の先生やその他の人たちに嘘をついたことがありましたか？(虚言)
8	あなたは、問題から逃げるために、または、絶望的な気持ち、罪悪感、不安、落ち込みなどといったいやな気持ちから逃げるために、インターネットを使いますか？(メンタルヘルスの悪化)

図1：インターネット依存の認知行動論的モデル



出所 / Davis, R.A. : A cognitive-behavioral model of pathological internet use. Computers in Human Behavior 17: 187-195, 2001. より

図内の「精神病理」「環境的てがかり」「不適応的認知」「社会的孤立またはソーシャルサポートの欠如」は、精神疾患および薬物やギャンブルへの依存にも影響する要因であり、必ずしもインターネット依存に直接影響する要因ではない(遠因)。しかし、それが問題のあるインターネット使用に結びつき、「行動的症状」が生じるようになり(近因)、インターネット依存に陥る可能性が高められることにもつながる。

存の有病率は1.4〜8.1%であり、欧米の若者よりもアジアの若者の方が若干高い傾向にある。ちなみに、2017年の厚生労働省の調査によるわが国におけるギャンブル依存の生涯有病率は3.6%であり、インターネット依存はそれと同様か、あるいはそれ以上に深刻な状況にあると考えられる。

ネット依存の心理学的メカニズム

このようなインターネット依存はどのようにして生じるのだろうか。カナダの心理学者であるリチャード・デビス博士は、心理学の認

知行動論的観点から、インターネット依存が生じるメカニズムを説明している(図1)。心理学の代表的な理論である行動理論のオペラント条件づけの原理では、人が何らかの行動をした後にその人にとって望ましい結果が生じることを「強化」と言い、強化された行動はその後の出現確率が高められると考えている。これは、人が行う特定の行動が強化されればされるほど強く習慣化されていくことを説明する行動形成の基本原理である。

インターネットの使用を通して我々はさまざまな体験をする。オンラインゲームで勝利したり、求めている情報を手でできたり、SNSに投稿して「いいね」を得たりすることによって喜びや楽しさを感じることもあれば、ストレスを解消したり、SNSでのコミュニケーションを通して孤独感を紛らわしたり、仲間はずれにされるのではないかと不安を払拭したりするなど、不快な感情が軽減されることもある。喜びや楽しさを感じることも、不快な感情が軽減されることも、どちらも人にとっては望ましい結果であり、前者は「正の強化」、後者は「負の強化」と呼ばれている。インターネット使用行動は、正の強化も負の強化も同時に得られる可能性のある行動であり、その場合、その行動はより強く習慣化されるようになる。

デビス博士の認知行動論的モデルの特徴は、特に抑うつ状態や対人不安などの精神病理を抱え、現実社会の生活に不満を感じている人に

とっては、インターネットの世界でのポジティブな経験を通して、「私はオンラインにいる時だけうまくいく」のような不適応的な認知(問題行動に結びつく偏った考え)が徐々に形成されることを重視している点である。そのような不適応的認知によって引き起こされる特異的病的インターネット利用 (specific pathological internet use: SPIU) ※ゲームやギャンブルなどの特定の目的のためのインターネット使用) は、もともとその個人が持っている精神病理が、インターネット上の活動に移行したものと考えられる(ギャンブルに関心のある人は、そのサイト上で強い刺激を得られなければ満足できなくなり、SPIUに陥る)。

一方、家族や友人からのソーシャルサポートが得られず、社会的に孤立している人は、オンライン上でしか社会的強化を得ることができず、現実社会との接点がますます希薄になってしまう。そしてインターネットが世界とつながる唯一の手段となり、全般的病的インターネット利用 (general pathological internet use: GPIU) ※ネットサーフィンのように特に明確な目的のない、エンドレスなインターネット使用) に至る。その結果、無断欠勤や不登校を繰り返す、求められている仕事や課題を遂行しない、周囲の人々とのコミュニケーションよりもインターネットを優先する、などの行動的症状によって、仕事や学業に支障を生じたり、人間関係が悪化したりすることになる。それによってますます社会的に孤立することになり、「自分が認められるの

ストを定期的を実施して、自分がどの程度の依存状態にあるのかを確認してみることが役に立つ。

また、1日ほどのかなりの時間インターネットやスマートフォンを使用しているか、毎日メモをつけておくこともよい方法である(最近は、スマートフォンの使用時間を記録したり、一定の使用時間を超えるとスマートフォンの使用に制限を加えたりするアプリケーションが多数開発されている)。これらの方法はセルフモニタリング(自己監視)法と呼ばれ、先述の認知行動療法において非常によく用いられる方法である。重症のアルコール依存やギャンブル依存状態にある人でも、自分が深刻な依存状態にあるという認識を持つことができない人は非常に多い。そのため治療動機が高められない。自分が依存状態にあり、それが自分の人生に重大な影響をもたらしていることに気づかなければ、行動変容のための努力に結びつかないのである。逆に言えば、インターネットの過剰使用に自ら気づき、それが自分の人生に悪影響を及ぼすことを理解している人は、インターネット依存に陥る可能性が極めて低いと言える。

セルフモニタリング法は、子どもにも大人にも共通する予防法であるが、特に子どものインターネット依存の予防のために、大人が考えておかなければならないことがある。

そのひとつは、親が子どもの悪しきモデルにならないことである。最近の親子の様子を観察

はオンラインにいる時だけだ」といった不適応的な認知がさらに強固になり、インターネット依存状態から抜け出せなくなるという悪循環に陥ってしまうのである。

インターネット依存の治療と予防

インターネット依存から抜け出すにはどうしたらよいのだろうか。薬物やアルコール、ギャンブルへの依存症の治療の場合には、依存対象からの完全な離脱を目指すことが基本となる。しかしながら、インターネットはすでにわれわれの仕事や学業、人間関係の中に深く組み込まれており、インターネットを使うことなしに仕事や学業を遂行することは極めて困難であるため、インターネットからの完全な離脱を目指すことは現実的ではない。したがって、インターネット依存の治療においては、その過剰使用を抑制し、適切な使用を目指すことが大きな目標となる。そのためには、不適応的な認知を修正し、問題行動を変容することを目的とする心理療法である認知行動療法が有効である。

インターネット依存の問題は、インターネットに没頭してしまうことによって、仕事や学業、人間関係など、生活において重要な事柄をマネジメントできなくなってしまうことである。したがって、第1段階では主に行動変容技法(これまで習慣的に行ってきた問題行動を、望ましい行動に少しずつ変容させていく方法)を用いて、インターネットを使用している時間と使用している

していると、親がスマートフォンに夢中になるあまり、子どもからの働きかけに対し適切に応答しないといった放任型、あるいは拒否型の行動をよく見かける。そのような経験の多い子どもは自尊心が低下し、過度に承認欲求が高められることになる。それにとどまらず、親のスマートフォン使用行動を四六時中目撃した子どもは、子ども自身も過剰なスマートフォン使用行動を習得してしまうことになる。この現象は、行動理論ではモデリング学習と呼ばれている。このような状態に陥っていないか、親自身が自らの行動を客観的にモニタリングする必要がある。

もうひとつは、対面でのコミュニケーションの楽しさを子どもに教えることである。対面コミュニケーションはネット上のコミュニケーションに比べて、表情や視線、動作などの非言語的な情報が豊富であり、それが肯定的なやり取りであれば、相手に対する安心感を得やすく、信頼関係を構築しやすくなる。したがって、そのようなコミュニケーションは子どもにとってより強い快経験(正の強化)となる。先述のように、正の強化を受けた経験の多い行動はより強く習慣化されるため、そのような経験の多い子どもは、ネット上のコミュニケーションに触れたとしても、より強く習慣化された対面コミュニケーションに必ず戻ってくる。しかしながら、対面コミュニケーションの楽しさを知らずに、ネット上でのコミュニケーションが当たり前のコミュニケーションスタイルとなってい

ない時間を適切に管理することを目標とする。

次の段階では、認知的技法である認知再構成法によって、「私がみんなから認められるのはオンラインの世界だけだ」というような不適応的な思い込みに気づかせ、現実の社会で感じることでできない満足感を得るためにインターネットを使用しているにすぎないということへの理解を促す。

第3段階では、現実社会での人間関係上の問題を適切な方法で解決できるようなコミュニケーションスキルを身につけることによって、安定的な回復と再発予防を目指す。実際に、インターネット依存の子どもへの治療を目的としたキャンプでは、同じような状態にある仲間とのフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションを通して、先述したような認知行動療法に基づくトレーニングが実践されている。

とはいえ、ほかの依存症の治療と同様に、インターネット依存の治療にも極めて多くの労力や時間、周囲の人々の不断のサポートが必要であり、決して容易なことではない。重要なのは、重篤な依存状態に陥らないように、予防のための努力を日々し続けることである。

人は、他者の問題行動には容易に気づくことができるが、自分自身の問題行動にはなかなか気づくことができない傾向がある。まずは、自分自身の問題を客観的に捉えることが、予防のための第一歩である。そのための方法として、表127頁のような依存度を調べるチェックリ

子どもは、対面コミュニケーションの方法を学ぶ機会を逸してしまう。それによって現実社会でのコミュニケーションが苦手になってしまったら、現実の人間関係がうまくいかず、正の強化どころか罰を受ける機会が多くなり、インターネットの世界から戻ることができなくなる。実際に、チャットやオンラインゲームなどのリアルタイム型やSNSなどのメッセージ型のインターネット依存状態にあった若者が、リアルな生活における人間関係の楽しさを経験することによって依存状態から脱却できたという例が多数報告されている。

子どもにとってインターネットやスマートフォンは魔法のおもちゃ箱である。ネットの世界に展開されているものは、子どもの好奇心を刺激するものばかりである。大人が現実社会で生きていくことの喜びや楽しさを体現するモデルとならなければ、子どもたちはハーメルンの笛吹き男の話のように仮想の世界に連れ去られてしまう。誰もがインターネットを単なる便利な道具として使いこなせるような成熟したネット社会を構築していくために、大人の見識が問われている。

岡安孝弘(おかやす・たかひろ)

明治大学文学部心理学教授。1958年、埼玉県生まれ。81年上智大学心理学卒業、同大学院文学研究科博士後期課程修了。宮崎大学教育文化学部教授などを経て、現職。2019年より日本健康心理学会副理事長も務める。専門分野は健康心理学・教育臨床心理学。近年は、デジタル社会に向けたストレスマネジメントの方法の研究を進め、「長時間のインターネット使用と不安」(高校生のインターネット利用行動とインターネット依存、精神的健康の関係)など多くの論文を発表している。

中国における「デジタル格差」改善への試み

— スマホが生存に必須のサイバー国家にあって

山谷剛史

「ジャーナリスト」
Yamaya Takeshi

習近平指導部による指導のもと、ここ5年ほどの間にデジタル国家として飛躍的成長を遂げた中国。膨大な数のインターネット利用を背景に、社会のあらゆる層で進む次世代情報革命は、そのあまりのスピードゆえに、情報利用の面で様々な「格差」を生み出しかねない。ガバナンス強化のねらいも含め、現地ではどのように格差の改善をはかろうとしているのか。デジタルデバイスとしての高齢者問題に直面する日本にも範とし得る、その実情をレポートする。

利用者10億、急拡大したデジタルサービス

中国は日本よりも先をいくデジタル社会を構築している。2021年6月末の時点で中国のインターネット利用者は10億人を少し超えた程度で、インターネット普及率は71・6%となっている（CNNIC「*1」調べ）。日本のインターネット利用率は89・8%（令和2年版情報通信白書）なので、普及率では上回っているものの、実際に中国でインターネットがより活用されているのは否めない。

街中をぎっしりと見るだけでも大きな違いがある。中国への渡航経験者であれば、例えばキャッシュレスや、シェア（電動）サイクルや、シェアモバイルバッテリースタンド、フードデリバ

リーのデリバリースタッフと至るところで出会い、驚いたことだろう。配車アプリを活用したサービスも普及し活用されている。昨今日本でもそれぞれのサービスを見るようになったが、日本よりも遥かに早くこうしたサービスが一気に広がり密になった。どこにでもあることでサービスが認知され、口コミで急速に広まった。スマートフォン普及当初はサムスンやソニーなどのスマートフォンも出ていたが、シャオミやOPPOやファーウェイといったスマートフォンメーカーが台頭し、iPhoneを除けば誰もが中国製のスマートフォンを所有するまでになった。しかもシャオミやファーウェイはさらに、大手からベンチャーまで大小様々な家電企業と連携して、アプリから対応家電を操作する

スマート家電のラインアップを拡充している。ネットサービスにおいては、中国が「海賊版天国」と揶揄されたのは今や昔。正規版動画やコンテンツの有料配信は当たり前となり、それにお金を払うようになった。中国バイトダンス社製「TikTok」（中国では「抖音」で展開）は世界を席巻し、中国人はオリジナル動画をスマートフォンで気軽に配信したり視聴して暇つぶしをするようになった。また近年、特に新型コロナウイルス感染拡大以降は、実況動画ライブストリーミングによる商品販売のライブコマースが人気になっている。新型コロナウイルス感染拡大により、リモートワークやオンライン学習やオンライン医療の利用にも拍車がかかった。

社会のあらゆる面がスマートフォンに直結

街中に設置された監視カメラ（防犯カメラ）をアイコンとして、中国は「デジタル監視社会」と称される。その防犯カメラのデータはスマートシティに活用され、例えばリアルタイムで駅や道路の混雑ぶりを把握し、違反運転をした車両を検出し、道路状況や緊急車両の走行に対応して交通信号を変えることができる。また最新の道路情報が地図アプリに反映され、新型コロナウイルス感染リスクエリア滞在履歴やワクチン接種履歴は、チャットアプリの「ウィーチャット（微信）」や「アリペイ（支付宝）」などの「健康コード」*2というスマートフォン上の二次元コードに反映される。

街を管理するスマートシティだけでなく、工業や農業や交通などあらゆる産業において、クラウドやビッグデータやAIを活用し、生産力や安全性を向上させている。個人向けではなく表に見えない企業向けだが、こちらも多くの企業が台頭し、技術を磨き、導入事例を増やしている。AIといえば自動運転の開発も目立っていて、一部都市では公道での無人運転車のタクシー運用（ロボタクシー）も行われている。数年内にさらに身近な存在になり、人々はスマートフォンアプリから予約して乗りこなすことになろう。

すなわち中国人にとってスマートフォンはますます生活上必須なものになっている。日本においてスマートフォンのサービスは「選択肢と

して使えれば便利」程度であり、必要性の面でも異なる。またスマートフォンからの利用の場合、電話番号と紐付けて身分認証がしやすいことから、個人向けの各種サービスはスマートフォンでの利用が前提となっている。このため中国におけるインターネット利用は、日本同様にパソコンでの利用からはじまってはいるが、スマートフォン普及以降はパソコンのサービスを利用するにしても、ほとんどがスマートフォンでの認証なしには利用できなくなっている。

「修正追加」によって飛躍したもののづくり

筆者は2002年より中国のITをウォッチしているが、特に15年からの変化が著しい。その理由は、①スマートフォンの登場とクラウド化、②政府方針、③資金調達の3点から、IT関連の環境変化が加速度的に進んだためと分析する。まず①のスマートフォンの登場とクラウド化について。簡単に言えばスマートフォンの登場で「修正追加」が容易になり、中国のモノづくりが容易になった。

以前の中国製品は品質が悪い印象があった。この品質の悪さの理由のひとつに、ハードウェアに搭載されたソフトウェアがいい加減なものが多かったという理由がある。スマートフォン登場以前の中国で中国国民に広く評価され成功したサービスは、アリババのECサイト「淘宝」やテンセントのチャット「QQ」や検索の「百度」やオンラインゲームだったが、これは



左／中国での生活では、あらゆるシーンでスマートフォンのチェックが欠かせない。待機中も、寸暇を惜しんでスマホをのぞき込む荷物運びの人々。
右／写真印刷機やシェアバッテリーの機械など、街中にはいたるところにスマホを利用する機器やサービスが並ぶ。ともに撮影地は広州。写真提供／筆者

リリースしたのち頻繁な更新を行ったからこそ。こうした頻繁に更新できる仕組みは、前述のサービスやパソコン用オンラインゲームなどに限られていたが、AndroidやiPhoneに搭載されたiOSは、それ自体をいつでもアップデートできるため、製品リリース後でもスマートフォンセキュリティ強化など時代の要請に対応した数々の機能を修正したり、追加したりすることが容易に可能になった。これは、プリセットされたソフトウェアをそのまま使うか、新たに投入しても一回限りだった、かつてのデジタル製品や携帯電話やパソコン用ソフトと比べて異次元の進化といえる。

Androidを搭載するのはスマートフォン向けのアプリだけではない。スマートテレビ、カーナビ、ゲーム機、子供用の学習用機器など、様々な機器がアップデートできるようになった。またAndroidを搭載していないIoT機器も更新できるようになり、最初からそれなりに完成されているものをリリース後に修正する手法があらゆる製品で展開できるようになった。

中国製品は、ハードウェアにしろソフトウェアにしろ、どこどこ問題を抱えた状態でリリースしがちだった。しかしベースとなるソフトウェアがカスタマイズできるようになると、後から修正をすることで、問題をなくすことができ、一方で機能の追加もできる。中国の製品は日本の製品と比べ更新が頻繁で、しばしば思い切った新機能の追加を行う。ビジネス向けの

支払い支援することが記されている。

一方、新規成長産業については、まずサービスをローンチ時には政府は合法か違法か目くじらをたてることなく見て見ぬふりをして自由に育て、そのサービスが普及するか、或いはそのサービスに関連する社会問題がSNSで話題になってくると引き締める。例えばシェアサイクルなどのシェアサービスは最初はとくに届け出をせず、大量に自転車などモノを配置した。ドローンについても最初は何もルールがなかった。新しいサービス登場時にお伺いをたてることなくサービスが展開され、様々な企業が類似サービスで後追いし、業界が盛り上がり、それなりに話題になるころ、政府は業界に対するルールを発表し規制をかける。何かしらの事故は発生するが、そのリスクがあっても政府は新サービスの成長を優先する。

後から政府のルールで市場が縮小することもある。未成年のオンラインゲームの長時間プレイをよしとしない中国政府は、オンラインゲーム市場が成長したのち、1週間に3時間だけ遊べるルール作りをして、その結果、テンセントなどのゲーム会社は海外市場強化へ方針転換を余儀なくされた。

ファンドによる強力な資本投下で成長のカギ

続いて、③の資金調達について説明する。ハイテク企業への資本調達は14年から増え始め、ピークとなる17年の総資本調達額は

クラウドサービスについても同様だ。中国は後から修正していく作り方が強く、通信速度の向上とソフトウェアを更新しやすいOSの登場が、中国のITの発展を加速した。

政府による主導、傍観と引き締めで新産業育成

次に②の政府方針だ。政府は既存産業の成長戦略として五カ年計画をはじめとした政策を出しつつ、新規成長産業については傍観と引き締めの使い分けによって成長してきた。

既存産業の成長戦略でいえば、16年から20年までの中国の成長計画「第13次五カ年計画」を基に、20年までの中国の情報化の目標を書いた「第13次五カ年計画に関する通知」が国務院から発表された。これを基に中国の各部署や省政府や市政府が、五カ年計画実現のための具体的な目標を設定し発表した。

同通知では全体的な目標として、次のように書いている。

- ・ 発展目標の実現のために情報技術領域における独自技術を強化し、クラウドコンピューティングやクライアントサーバーシステムにおけるセキュア(安全・堅固)なシステムを目指す。
- ・ IC(集積回路)やOSなどのコア部品や基本ソフトの開発、5G(第5世代移动通信システム)技術の研究開発と標準化を進める一方、商用化を目指す。

1兆2000億元(20兆4000億円)超となり、11年の2500億元超の約5倍を記録した。中国でシェアサイクルの普及やコンビニやスーパーのハイテク化や無人化など、一気に変化が起きたタイミングと合致する。これらのサービスは赤字のまま拡大を続けていたが、続く資本調達がなくなった企業は巨大な赤字を抱えたままサービスを終了している。

一方、資本調達額が毎年増えていった背景としては、決済サービスのアリペイをリリースする金融企業アントによる、アリペイの余剰電子マネーを投資に充てられるサービス「余额宝」などの登場が大きい。また株価・時価総額が上がり続けるアリババやテンセントなどのネット大手が自社向けのサービスに組み込めるように、こぞってスタートアップ企業に投資したことも背景にある。

スタートアップ投資の地域先では、北京、広東(特に深圳)、上海の三地域の企業が目立っている。これには経済的に発展していて、また産業が集中し、優秀な人材が集まりやすいという理由がある。加えて、北京にはバイトダンス、美团、DIDI、深圳にはテンセント、杭州にはアリババが本社を構え、各地で企業城下町が発展し、関連企業が集中することにも起因する。これら大企業は武漢や成都など、内陸の都市でもコストの安さや人材の豊富さで研究所を設けているが、支店だけなのでハブとなる企業が企業城下町を発展させるには至っていない。

クラウドやビッグデータ、IoT、モバイルインターネットを名指しし、これらの技術を国際先端レベルまで高める。

- ・ 重点産業についてデジタル化、ネットワーク化、スマート化を進め、業界の垣根を越えて各部門の情報システムを共有し、公共のデータを企業や公民に提供する。

電子政府を推進し公共サービスを改善し、ネットサービスで貧困撲滅を進める。そのうえで「主に注力する方向について」の項目では、ネットワーク強国戦略、ビッグデータ強化、あらゆる産業でのネットワークを進める「インターネット+」(後述)、大衆創業、「中国製造2025」[*3]を見据えて「業界や地域を超えた協調ある発展」「ネット活用による環境改善」「国際的な提携」「ネット治安の強化」を目指すとしている。

また柱となる五カ年計画とは別に、国務院や、情報産業省にあたる工業和信息化部などからも、業界や産業支援を目的とした政策が発表されている。例えば前述の五カ年計画発表より早い15年7月に国務院が、あらゆる産業をITでDX化させる「インターネット+」を推進する方針「関于積極推進“互聯網+”行動的指導意見」を発表。そのほか、ビッグデータやAIや各種産業についての強化目標も発表された。これらの発表では、業界団体をまとめて業界の横のつながりを強化し、人材育成体制を整え、産業イベントを開催し、対象の企業に対して助成金を

また、ユニークな事例として、ファンドではなく民間が機器を購入し、導入していくケースもある。キャッシュレスが普及して以降、キャッシュレスで使えるマッサージュマシンや自動販売機やひとりカラオケが普及し、モールの風景が一変した。これは企業自体ではなく、企業の代理店が「設置すれば儲かる」と積極的に営業をかけ、多くの業者が「とりあえず小銭が入ればいいか」と設置したためだ。流行の変化によって当初の予定より利用されず、多くの導入店舗が「買ったのに儲からなかった」と、投資者が不満を口にするニュースもしばしば見かける。

社会をあげて高齢者層のネット活用を後押し

今や中国の生活環境は、各種ネットサービスによって急激に変化している。例えば水道・通信・光熱費がアプリから支払えるようになり、鉄道の切符もオンラインで買え、店舗の会員カードもカードレスだ。新型コロナ感染拡大対策として、移動時にはスマホアプリから健康コードを表示できることが求められているため、それができなければ移動すらもひっかかる。

一方で、中国の高齢者のインターネット利用率はそれ以外の世代と比べて特別低い。これは環境が短期間に劇的に変化して追いつけないという理由に加え、特に50代以上では文化大革命[*4]の影響で、ITも含めた新しいモノやコトに触れたがらないという理由もあるよ

うだ。そうしたなかでコロナ以降は、できる限り健康コード表示を求められるような場所には行かないか、移動や旅行をするにしても家族がサポートするかたちで行っている。

デジタル社会を進めていくため、高齢者のネットリテラシーを高めることが必要とされるなか、去年から政府は高齢者のネット対策に乗り出した。大きく言ってポイントは3つ。①高齢者のネットリテラシーを高めること、②高齢者向けのネットサービスを提供すること、③インターネットができない人向けのサービスを用意することだ。20年11月に国務院がまず、「国務院弁公庁印発関于切实解决老年人运用智能技术困难实施方案的通知」を発表。スマートフォンアプリから様々なサービスを利用できるようにしたが、一方で、利用できない高齢者や障がい者対応をするようにという、全般的な通知である。これを受けて、各省庁が管轄する業務の高齢者対応を発表していった。

具体的に、①の高齢者のネットリテラシーを高めることについては、中国各都市にあるカルチャースクール「老年大学」の無料で受講できるスマートフォン教室をより多く開き、これとは別に高齢者のスマートフォン学習のためのボランティアを用意し、また高齢者家族へスマートフォン学習を利用するよう促す。そのうえでニュースや掲示板などで高齢者スマートフォン教室がすぐ流行っているといった内容を伝え、学習意欲を促進する。

②の高齢者向けのネットサービスを提供することについては、生活に根ざした主要43アプリと115のウェブサイトに於いて高齢者モードを用意する。言い換えればネットサービス提供企業に機能を絞り、メニューを簡略化し、文字を大きくした高齢者モードを作らせる。また高齢者が好むようなダンスや歌や書道などのアプリ開発を行い、高齢者がネットサービスを安価に利用するための仕組みづくりを行う。さらに観光地で専用情報端末を提供し、文化施設や観光地を説明するケースにおいては、大きな文字で大事な情報を表示するといったことが挙げられる。

③のインターネットができない人向けのサービスを用意するとは、医療施設には高齢者向けに入場に健康コードが不要なレーンや、観光地では入り口に高齢者や障がい者向けの福祉施設を設置し、スタッフやボランティアなどが支援する。インターネット予約が可能な施設については、有人窓口や電話での予約など、これまでの予約方法も維持する。また高齢者の家族や友人による代行も許可する。

以上をまとめると、行政や公営のメディアだけでなく、地域や家族での一体的な学習サポートやIT利用支援を行い、さらにネットサービス開発業者に高齢者モードを追加させることで、高齢者がインターネットを使えない問題を解決していくというわけだ。

実際、新型コロナ対策としてインターネット利用の必要性が高まり、また高齢者向けの提供するライブコマースサービスが中国全土で人気になるなか、都市部の消費者の食の安全を求める産地直送のニーズと相まって、産地直送の野菜や工芸品のライブコマースでの販売が普及した。農民がスマートフォンを使い、農場を背景に動画で農作物を販売して富を得ることが珍しくなくなったわけで、事実、21年上半年期におけるネットによる農作物の販売額は2000億元を超えている。

さらに農村部でも直面した新型コロナ問題に、感染が危惧される地域では住民は巣ごもりを強制された。その間、人々はスマートフォンの動画を見て時間をつぶし、学生はオンライン授業を受けるなど、スマートフォンと十分に使える通信インフラはなくてはならないものとなった。通信費は年々下がり、また所得は上昇することから、農村部の人でも相対的に生活に大きな影響がない程度まで下がっている。

自己責任に任せない、 硬軟自在の中国戦略

最後に本稿の内容をまとめると——中国のネットリテラシーは「使うと便利」だけでは向上しない。「ネットのサービスを利用すると得をする、稼げる」というアメのサービスをターゲット層に提供したうえで、かつ「ネットのサービスを使わないと生活に支障が出る」というムチの両方を提供する。

企業がサービスを提供するだけでなく、地方

スマートフォン教室の推進などを進めたことで、21年6月末のインターネット利用統計においては、高齢者の利用が一気に増加。10億人超のユーザーのうち、50〜59歳と60歳以上の利用者の割合はそれぞれ15・9%と12・2%と、1年で合計5・3ポイントもアップしている(図1)。

もうひとつの格差、農村部もキャッチアップ

中国国内の格差で言えば、世代格差のほかに、都市部と農村部の格差が挙げられる。CNNICの調査報告によれば、21年6月末の段階での農村のインターネットユーザー数は3億人弱で、インターネット普及率は都市部で8割弱、農村部で6割弱となっている(図2)。この場合、若者は都市部・農村部問わずほぼ利用していることから、それ以上の世代で利用率が異なるわけだ。毎年春節連休前と春節連休後にはインターネットの各種サービス利用率が上がるが、これも都会で働く若い人々がこの期間に帰郷し、家族の間でサービスの使い方を教え合うというのが背景のひとつにある。

また農村部の働き盛りの世代の間でもインターネットの必要性が高まり、各種サービスの利用者を増やしている。この背景には各種インフラやサービスの強化の複合的要因が挙げられる。具体的には、16〜20年の間に13万箇所の集落に光回線を、5万箇所に4Gの基地局を建設

政府がネットリテラシー向上のための教室を開き、家族・親族など身近な人間が使い方を教える。こうした環境があつて、中国のネットリテラシーは場所や世代を問わず向上してきた。日本の各地域の便利なネットサービスやCOCA Aのように「作りました。利用したい人はどうぞ」では普及には限界があるだろう。

中国の国家戦略というと、とかく強権的という印象が付きまとうが、こうした硬軟自在な施策には注目すべきものがある。「できないものは仕方がない」と本人の自由に任せる態で、情報弱者を「自己責任」と切り捨てがちな日本社会は、その点を含めおおいに参照すべきではないだろうか。

注

*1 China Internet Network Information Center 中国互連網絡信息中心。インターネットのドメインレジストリ業務や管理を行う政府機関。中国国内のネットサービスを監督・把握している。

*2 ウィルスに対する「安全度」を判定・表示するアプリ。移動先のバーコードを利用者自身がスキャンするほか、衛星による位置情報、身分証システムとの連携により、高・中・低の3段階で判定を行う。これなしには、公共交通機関の利用、オフィスビルやショッピングモール、マンションの敷地への出入りもできないため、使わないという選択肢は事実上存在しない。

*3 2015年5月に発表された習近平指導部の産業政策。次世代情報技術など10の重点分野と23の品目を設定し、製造業の高度化を目指す。

*4 中国において1966年から77年まで続いた文化大革命運動。毛沢東による学生運動と大衆煽動により、伝統文化を中心とする文化・学術の否定と破壊が行われた。

山谷剛史(やまや・たけし)
ジャーナリスト。1976年生まれ、東京都出身。2002年より中国やアジア地域のITやトレンドなどについて日本のIT系メディアを中心に執筆するほか、企業向け中国調査レポートも多数行う。主な著書に「中国のITは新型コロナウィルスにどのよう反撃したのか?」「中国のインターネット史」(星海社)、「中国S級B級論—発展途上と最先端が混在する国」(さくら舎、共著)などがある。

図1：中国におけるネットユーザーの年齢別構成比

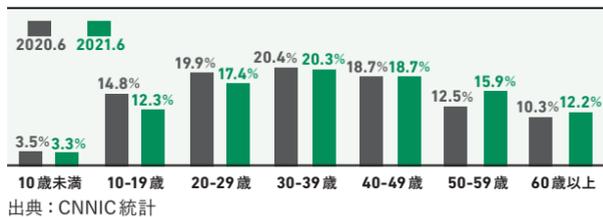
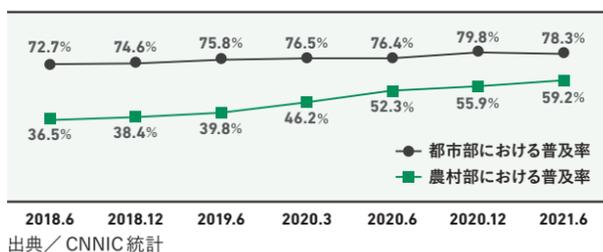


図2：中国における都市部と農村部のネット普及率の推移



次の世代に課題を持ち越さないために 「幸せな分断」を乗り越える

対談

佐久間洋司

「大阪大学グローバルイニシアティブ機構招へい研究員」

岡田直樹

「大阪ガス株式会社エネルギー文化研究所研究員」



1990年代後半から2010年代前半に生まれたZ世代。生まれた時からインターネットが存在するデジタルネイティブとされる若い世代にとって、今まさに進展するデジタル社会はどのように映っているのか？異なる世代で同じ問題を共有しているのだろうか？Z世代を代表する新進気鋭の研究者である佐久間洋司氏に、昭和世代の岡田直樹研究員が追った本対談。デジタル社会における問題点や課題解決の道筋まで、世代を超えて幅広い議論が展開された。



加藤しのぶ構成 宮村政徳撮影

科学技術による「人類の調和」 —ムーンショット型研究開発事業について

岡田 まずは佐久間さんがチームリーダーとなって取り組まれている研究内容についてお聞かせください。

佐久間 まずムーンショット型研究開発事業から説明しますと、超高齢化社会や地球温暖化問題など、今後我々が直面する重要な社会課題を解消するために、単なる従来技術の延長にはな

い、大胆で挑戦的な研究開発を推進しようとする、内閣府が主導する事業です。これまでに7つの開発目標が設定されていたのですが、アフターコロナの社会情勢を見据える中で新しい目標を検討しなければいけないということでも、2020年に「ミレニア・プログラム」が新たに設置されてきて、その中で我々のチームが採択されました。

佐久間 そうです。みな私と近い年齢で、もしかすると2100年まで生きるような世代。顔ぶれも研究者に経営者、司法修習生、現代美術家、SF小説の編集者と多彩です。こうしたメンバーで取り組んでいるのが「人類の調和」を目指すための研究なのです。

集団としても調和に満ちた社会を実現する」というのが私たちの掲げる目標です。簡単に言いますと、個人と集団の双方の幸福が両立している状態を目指そうというもので、それを「人類の調和」と捉えています。

このテーマを設定した背景には、「分断」の問題があります。政治的分極化、経済的な不平等、そしてSNSにおける誹謗中傷といったレ

ベルまで、現代社会はさまざまな分断を問題として抱えています。そしてコロナ禍は、それらの問題を顕在化させました。そうした分断を根本的に解消するための道筋を考えようというのが私たちの研究なのです。

岡田 「個人」と「集団」、二つのレベルで幸福を目指そうというのですね。私たちは「対人関係の

■ 図1：ムーンショット (MS) 目標案と達成シーン

Proposed MS Goal title (MS目標案の名称) :

「2050年までに、誰もが自律的な個人としての幸福を感じながらも、人類という集団としても調和に満ちた社会を実現」

誰もが個人としての幸福を追求できる機会や権利が担保されながらも、人類という大きな集団としても調和的な振る舞いが可能になるという社会の実現のため、対人関係のレベルと集団のレベルについて、二つの達成シーンを設定する。

対人関係のレベル 「自己と他者の相互作用を支援するインターフェース」

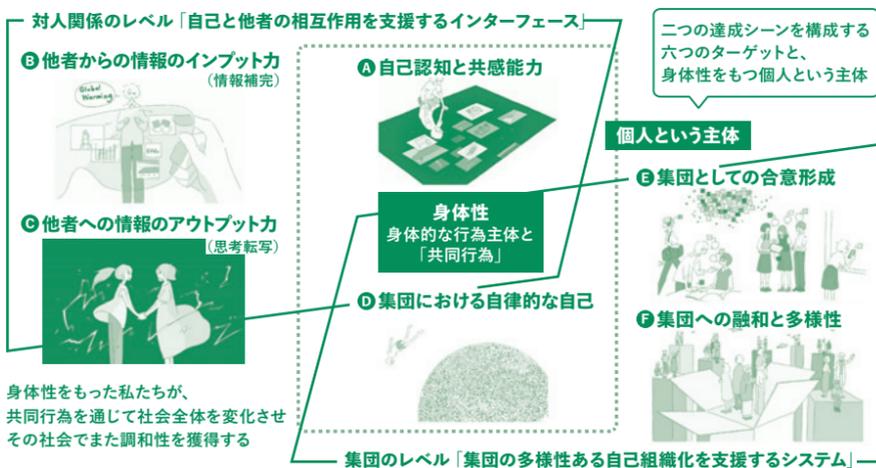
2050年までに、私たちは自己を認知・更新しながら、自己と他者との間で思考や感情を深く相互理解することができるようになる。

集団のレベル 「集団の多様性ある自己組織化を支援するシステム」

2050年までに、私たちは集団のなかで自律的な自己を保ちながらも、多様性ある融和と価値観の共創をすることができるようになる。

出典/科学技術による「人類の調和」検討チーム

■ 図2：達成シーンとターゲット



出典/科学技術による「人類の調和」検討チーム

2050年に社会像を 目指す科学技術の方向性

岡田 では、この二つのレベルの達成シーンを実現するための科学技術とはどのようなものなのでしょうか。

佐久間 具体的には六つの技術の方向性があります(図2)。このうち、A〜Cは対人関係のレベルにおける「自己と他者の相互作用を支援するインターフェース」です。それぞれ使う技術や方向性は変わりますが、他者の視点や考え方を理解したり、相手に複雑な思考や感情を伝えるために、それを支援するようなインターフェースです。たとえば私がお話していることには、本来情報の背景や文脈がありますよね。そういったものを含めた概念を瞬時に翻訳して、スマートグラスなどに映し出してくれるような技術です。

続いてD〜Fは、集団のレベルにおける「集

団の多様性ある自己組織化を支援するシステム」です。集団の中で話し合いをする際に、一人ひとりが納得して受け入れられる、声の大きい人の意見だけでなく小さい人の意見も汲み取り最適化する合意形成システムや、色々な人の意見や考え方を、効率よくかつ偏見のないように理解することができると情報伝播システムなどを想定しています。

この二つのレベルの技術に対して、これらを活用するのは身体性をもった私たち自身です。私たちが社会全体を変化させ、技術を繰り返し使うことで調和性を獲得できるということが言えると思います。もちろん、こうした技術も単なる絵空事ではなくて、今ある技術の延長上で実現可能なものなんです。

岡田 面白そうではありますけど、なかなかイメージをするのが難しいですね(笑)。

佐久間 なかなか簡単に説明できないのは、私としてもどこかしらとこです。でも、そうしたイメージを伝えるために、SFの得意なカシワイさんにイラストにしていたいたり、社会像をSF小説として表現いただいたりといった試みもしています。書き手も柴田勝家さん、津久井五月さんという新進気鋭の若手SF作家で、目指すべき2050年の社会がどのようなものになるか、ストーリーとして捉える試みです。そうしたストーリーを構想する中で、新たな課題や必要な技術が明らかになるということもあるのです。

ば、それを「幸せ」と呼んでもいいのかもしれない。確かにそれも幸せのあり方の一つなのかもしれない。でも私は、異なる価値観をもった人とも共に存在し、多様性を担保しながら交流できる社会であるべきと考えています。みんなが可能な限り「私たち」という一つの人類の多様性をもって、それでいて「私自身」も自律的にある、そこを往復できることを目指そうというのが、私の考えなんです。

岡田 なるほど。「幸せな分断」に安住するのではなく、多様な価値観が刺激し合う社会の中で、自らの存在を噛みしめることができるように、さまざまなアシスト機能を社会で整備できるといいですね。

今の説明も含め、佐久間さんはまず問題意識から始まって、そこからそれを解決するための方策を話しておられます。そこにいたるまでに浮かび上がってくる問題点とも一つひとつ丁寧に向き合っておられるのだなと感じました。

目の前にある課題は 今の世代が解決したい

岡田 以前、私が参加した有識者会議で、佐久間さんは、自分たちの世代の多くはTwitterなどのSNSで複数のアカウントをもっていて、それぞれのアカウントを使い分けている、と話されていました。それがとても印象に残っています。我々昭和世代の人間は、自分はこうであるという一つの人格以外をもつことはないよう

ほかに、この研究は科学技術分野の開発だけでなく、それと対になる人間の心理や社会性に関する人文社会学分野の研究も必要になってくるため、さまざまな研究分野の学識者、有識者100人に対してヒアリングも行ってきます。専門家との議論を通して常に情報をアップデート、整理しながら、現在の構想をつくりあげてきたのです。

岡田 これまで佐久間さんがヒアリングされてきた100人の方々のお名前や経歴を拝見すると、錚々たるメンバーですね。分野を横断して叡智が交流する、まるで佐久間さん主催の学術会議が行われているような贅沢さと感じました。また、構想する社会像をSF小説化するというのは面白い試みですね。こういうことへの関心が薄い人も身構えずに考えられるので、社会を動かす一つの仕掛けともなる予感さえします。また、幅広い分野の識者の知見も加わっているとなると、厚みのあるものになっているのではないのでしょうか。

フィルターバブルによる 分断を乗り越えるには

岡田 集団のレベルにおける支援システムの説明で、人々の多様な意見を偏見なく取り入れることを目的にしているとお話されました。これはフィルターバブルの問題を念頭に置かれているのかと思います。今の社会は、推薦システムによって、似た情報や視点に囲まれてしま

に思いますが、佐久間さん世代の人は、複数のアカウントに、複数の自分があるように思います。それは、もしかすると複数の価値観をもっていることで、常に自分を客観視することができるのではないか。一つの世界に依存してしまっているのではなく、ふと我に返ることができると思えます。それならばフィルターバブルの影響を受けにくいのではと思うのですが、それについてはどうお考えですか。

佐久間 確かに我々世代の人間は複数のペルソナをもっている人が多いです。アカウントを分けることでそれぞれに違う情報が届くような現象は私も実際に体験していますし、2個3個とアカウントがある方がいいのは間違いないと思います。

ただ、複数のアカウントをもったところで、現状は推薦システムから逃れられず、結局は自分の価値観を反映したものを増強するに過ぎない部分もありますから、フィルターバブルの影響がないかという点、そうではないのが難しいところですね。たとえば、自分がもたないであろう情報源に接するようなアカウントをサブアカウントとして提案してもたせてくれたりするといいのかもしれない。

岡田 実は、今号の巻頭インタビューで鈴木謙介先生に取材した際、若い人たちは推薦システムによりつくられる環境に違和感はないということを仰っていて、もう若い人たちは乗り越えてしまっているのではないかという気がしてい

フィルターバブルという状態が起きやすい。さらにこれが先鋭化して、自分と近い考えの意見ばかりが届いてしまうことで、より一層偏った価値観が強化されてしまうエコーチェンバー現象にも陥ってしまう。これらが、デジタル社会の問題だと私は思っています。佐久間さんもそのように考えているのでしょうか。

佐久間 そうですね。フィルターバブルによって分断がもたらされているということが大きな問題だと思っています。同一の意見しか受け入れられなければ、多様性が担保されず、集団における合意形成が困難になるからです。それを克服するため、情報流通の制御の技術やマッチングの技術、合意形成に至らなかつた場合の歩み寄りを支援する技術、また悪意のある情報を遮断する技術など、フィルターバブルに陥らない技術を深化させる必要があると思っています。しかし、一方でこのフィルターバブルによる分断は、ある意味で「幸せな分断」といえるのかもしれない。そもそも問題解決すべきなかがどうかという検討から始めなければならぬかもしれない。

岡田 「幸せな分断」とは何でしょうか？

佐久間 たとえば、村のような社会に戻って、自分が好きな人とだけ暮らせるという世界があれば、それもいい気がするじゃないですか。同じ価値観の人に囲まれて生きるという考え方を支持する人も多いかもしれませんが、分断がその人にとってより良い状態を実現するのであれ

たんです。佐久間さんの仰るように、影響がないというわけではないのならば、若い人たちにその危険性を訴えていく必要はありますね。

訴えるといえば、もう一つ、言いたいことがあります。私の子どもは社会人になったばかりの年齢ですが、何を決めるにもまずインターネットで検索するんですね。親や周囲の人間に相談することなく、自分で調べた範囲だけで満足してしまっている。親としては自分の失敗を含めたこれまでの経験で得たものを子どもに伝えたいのに、その機会すらくれない。もっと子どもに関わりたいのに関わらせてくれない。その寂しさもあって、何でもかんでもインターネットに依存しているんじゃない、と言ってやりたくありません(笑)。スマホを手放しなさいと親が言うべきだとも思うのですよ。

佐久間 親子間のコミュニケーションのあり方も関係するのではないかと思うので…私からはあまり多くのことは言えませんが(笑)。それに、インターネットの遮断を強制するという方法も、実際にやるとなると難しいかもしれません。ただ、インターネットでの検索方法については気になることはありますね。私より若い世代は最初にYouTubeで調べる人が増えていると聞いています。Googleなどと比べて、情報源となる素材がまだまだ圧倒的に少ない検索先では、一面的な情報しか入らないという問題はあります。

岡田 私から見ると少ししか年齢差がないのに、

それぞれの時代の価値観の違いを見極めたい

で問題と思われる部分への危機意識を感じておられるわけですね。そもそも、私は推薦システム自体にも疑問を感じています。Amazonがおすすめしてくる本ばかりを買っていてそれでいいのかわからない。本を選ぶ時に私は本屋へ足を運び、欲しい本の書棚以外も見ながら、じっくり選ぼうとする。そうすることでいつも思わぬ発見があります。また、花屋で贈り物の花を選ぶのもどれでもいいというわけではありませぬ。相手のこと、どういう思いで贈るのかを考へながら吟味するわけです。そういう、一つのものを選び取るために苦労というプロセスを経ることに大きな意味があると私は思うのです。そういったプロセスを経た作業と、ただおすすめしてくる本を深く考えずに選んでしまうのでは、重みが違うように思ってしまうんです。佐久間さんはどのように思われますか。

佐久間 私も朝から晩まで本屋にいて、関係ないフロアまでくまなく見ながら買うのが好きですよ。ただ、岡田さんは推薦システムそのものに違和感があるようですが、私は、それを使うことを承知した上で、私自身が考えて決めるであらうものと同じ推薦を受けるならば、それは便利だと思います。個人に対して最適化された情報が迎えにくてくれることは悪いわけではないです。でもそれが先鋭化し続け、フィルターバブルを起こしかねないことに問題があると考えていて、それを防ぐシステムを作るべきだと

思うんです。

岡田 そうですね、そもそも私はアドテックのような販売促進を目的とした推薦システムに違和感があるから、良いところに目が行っていないのかもしれない。でも、私は若者たちにリアルな世界の素晴らしさを知ってもらいたいし、もっと体験して欲しいと切望しているんです。本音を言えば、リアルの世界を軽視する若者には説教をしてやりたいくらいです(笑)。佐久間さんはご自身より下の世代に伝えるためにはどういう方法を取るべきだと思いますか。

佐久間 価値観を伝えるのは大事ですし、時にはアドバイスも必要です。でも、単なるお説教を若い世代にすることは、違うかなと思います。フィルターバブルの問題は、今まさに私たちの世代で認識されはじめた問題です。その問題は自分たちの時代に解決すべきものだと思うのです。というのも、その時代に起こった問題の後に生まれた世代がそれに対しての問題提起をするのは格段に難しいことだからです。たとえば、私は生まれた時からインターネットが身近にあり、インターネットはインフラの一つとなっている世代ですから、インターネットがない時代を経験している岡田さんが感じる問題点や価値観に気づくことは相当難しい場合があるんですね。それと同じで、今私たちがフィルターバブルについての問題を先送りしておくこと、次の世代はフィルターバブルが当たり前になってしまふ。その環境で育った世代に問題点を訴えても、理

解されない恐れがある。だから、私は下の世代に説教をするのではなく、今日の前の課題を解決することに力を注ぐべきだと思うんです。

岡田 言われてみれば、自分の時代の価値観でしか考えていないということですね。昭和に生まれて、その時代に育まれた価値観の物差しだけでしか見えていなくて、新しい世代の価値観に思いを巡らすことを怠っていたのかもしれないと思います。私は自分が疑問に感じていることをそのまま先送りしておきながら、スマホを止めないだなんて、あたかも「石器時代の暮らしに戻れ」に近い無責任なことを言っていたようなものだと、今更気づきました。

佐久間 問題意識が説教となってしまふ前に、自分の世代で解決しておくことが大事ではないでしょうか。ムーブメント事業の構想も、今自分たちでどうしようかという意識の積み重ねの先にあるものだと思います。

岡田 2030年には65歳以上が日本の人口の30%超を占める見込みです。社会コストを少しでも下げなければならぬ時に、我々世代が若い人と手を取り合って、デジタル技術の導入に率先して取り組むべきだと思います。我々世代に即したインターフェースを積極的に提案していくことも意味があるかもしれません。

自分ごととして課題を共有するために

岡田 今回「デジタル社会の歩き方」をテーマ

にしたさまざまな考察、そして佐久間さんとのお話を通して、いかに私が自分の責任を棚上げして、自分ごととして考えてこなかったかという点を反省しました。そして、「自分の時代の問題は自分の時代に解決すべき」という言葉や、佐久間さんのミレニア・プログラムの構想を語る姿に、当事者としての真摯な姿勢を感じました。

科学技術がどこまで進化しても、必ずマイナズ面は出てくるでしょう。しかし、世代を超えてオープンに語り合い、それぞれの世代や状況に応じてデジタル技術を使い込んでいく中で、きつと解決できるのではと思えます。なぜなら、一人ひとりへのカスタマイズが格段に進んでいくデジタル社会ならではの良さがあるからです。また、これは私の勝手な感想ですが、佐久間

さんの提示した科学技術を用いたコミュニケーションは、単に便利になることでもなく、ましてや楽になることを目指しているわけでもなく、より良いものを創造するための進化なのだと思います。それは、ある意味、面倒な手段でもあって、リアルで、時間をかけたコミュニケーションや体験を重視する私の考えと重なる部分があるのかなと思いました。

佐久間 仰る通り、面倒なことを選択してほしい技術という側面はあります。自ら探して選択することの重要性に対する岡田さんの考えに通じるかもしれません。

岡田 人間の寿命が長くなってきていることから、4世代が同じ時代を生きていることが珍しくなくなるかもしれません。デジタル社会に4世代が科学技術を真ん中に置いた幸せな未来となるよう、私も考えていきたいと思っています。今日は本当にありがとうございました。

佐久間洋司 (さくま・ひろし)

1996年、東京都生まれ。大阪大学グローバルイニシアティブ機構 招へい研究員。AIなど最新技術を用いたコミュニケーションを研究。ムーブメント型研究開発事業「ミレニア・プログラム」科学技術による「人間の調和」検討チームのチームリーダーのほか、大阪・関西万博におけるパビリオン等地元出展に関する有識者懇話会委員・パビリオン大阪館(仮称)等部会長、人工知能学会 編集委員会 学生編集委員長などを務める。

岡田直樹 (おかだ・なおき)

1958年、大阪府生まれ。大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所研究員。ベンチャー支援、大手企業のオープンイノベーション支援が専門。大阪ガス入社後2年目に、チャレンジ制度に応募し採用され、翌年1期生として購得した新分野開発部へ異動。遊休不動産賃貸開発に関わった後、京都リサーチパーク、アジア太平洋研究所、大阪商工会議所などを経て、2020年より現職。事業創造と地域への定着について考察を続ける。



デジタル社会の本質を捉え、より良い未来を歩んでいくための10冊

デジタル社会を正しく理解し、
 明るい未来を築くためにはどうすればいいのでしょうか。
 今号で紹介した事例の理解を深める10冊を選びました。



6 『社会的処方』 —孤立という病を地域のつながりで治す方法—

近年、社会的孤立による高齢者の健康障害が課題となりつつある。それに対し、本書が説くのは地域コミュニティへの参加、すなわち「社会的処方」のメリットだ。日・英の事例分析を基に、個々の活動が誰かの「お薬」になるという発想を提示。その考えは「マチマチ」にも通じ、シニアにとってのSNSの価値を気付かせてくれる。

西智弘=編著
 学芸出版社／2020年



7 『清華大生が見た最先端社会、中国のリアル』

山谷氏の論考のテーマであるシニア層とは対極の、チャイナニュースの現状について、清華大学に在学した日本人学生が分析する一冊。「80後」「90後」世代が考えるデジタル社会の形、世界一のアプリ大国での日常、統一試験「高考（ガオカオ）」や留学組「海亀（ハイグイ）」に代表される教育事情、彼らの若者の価値観の違いまで論じた内容は、リアルな中国社会が垣間見える。

夏目英男=著
 クロスメディア・パブリッシング／2020年



8 『スマホを捨てたい子どもたち』 —野生に学ぶ「未知の時代」の生き方—

霊長類研究で名高い著者は、スマホ依存やSNS疲れの原因は、人間本来のつながりが失われたことにあると言う。過度の情報化により「好き」という自然な感情も分析せずには理解できなくなった私たちは、生物としての自覚を取り戻せるのか。ゴリラ社会を見つめることで、言葉と身体、個と集団、ヒトの未来と幸福を考える警告の書。

山極寿一=著
 ポプラ新書／2020年



9 『スマホ脳』

「人間の脳はデジタル社会に適応していない」という衝撃的な警告を発した、スウェーデンの精神科医による世界的ベストセラー。スマホやSNSには、報酬系という脳の神経を刺激して依存させる仕組みがあることを、最新の研究から明らかにしている。集中力の低下や心の不調、孤独感の強まりなど、依存による弊害を認識することは、スマホとの向き合い方を再考するきっかけになるかもしれない。

アンデシュ・ハンセン=著 久山葉子=訳
 新潮新書／2020年



10 『フィルターバブル』 —インターネットが隠していること—

今号の対談で、佐久間氏がデジタル社会の問題として指摘したフィルターバブル。ユーザーの嗜好に合わせた情報を提供する技術により、知らないうちに偏った情報に囲まれやすい現代社会の危険性を、いち早く指摘したのが本書だ（原書は2011年）。インターネットの歩みや危険性、未来の展望を考える上で、本書を読み直す意義は大きい。

イーライ・パリサー=著、井口耕二=訳
 早川書房／2016年



1 『ソーシャルメディア四半世紀』 —情報資本主義に飲み込まれる時間とコンテンツ—

綴られるのは、2001年以降の日本のソーシャルメディアの歴史。SNSだけでなく、電子掲示板やレビューサイトなど、一般の人が自由に発信できる代表的なサイトを取り上げ、利用者のデータと運営側の構想、収益率などを組み合わせ、独自の分析を重ねる。ネット史の観点から、21世紀の日本の変遷を振り返るという意味でも、興味深い良書。

佐々木裕一=著
 日本経済新聞出版／2018年



2 『アフターデジタルセッションズ』 —最先端の33人が語る、世界標準のコンセンサス—

本誌126号に登場した藤井保文氏の『アフターデジタル』シリーズの続編。デジタル先進国で活躍する33人のリーダーによる14本のトークセッションがまとめられる。リアルとデジタルが融合する時代で重要なのは、テクノロジー自体ではなく、掲げるビジョンの共有にあるという視点は興味深い。今号で取材した塩野氏のセッションも収録。

藤井保文=監修
 日経BP／2021年



3 『チャイナ・イノベーション2』 —中国のデジタル強国戦略—

政府と民間プラットフォーム一体の「デジタル・社会ガバナンス」を強力に牽引する中国。コロナ禍で効果が実証された「健康コード」、多様なフィンテック戦略、アリババやアントグループ、データ戦略の中核を担う新星バイトダンスの動向まで、世界に類のない「イノベーション駆動型国家」のホットな今を読み解く。

李智慧=著
 日経BP／2021年



4 『思考からの逃走』

文字認識、自動翻訳、さらに適職判定まで、近年は精度を上げたAIの利用が進む。しかし、思考や意思決定といった人間本来の能力まで外部化することに、一抹の不安を感じざるをえない。情報学研究者の著者が問うのは、AIなどのデジタル技術に多くを委ねた社会の行く末。不安な未来を描きつつ、思考にこそ人間の価値があると提示する本書は、ある意味希望の書と言えるかもしれない。

岡嶋裕史=著
 日本経済新聞出版／2021年



5 『デンマークのスマートシティ』 —データを活用した人間中心の都市づくり—

ビッグデータをガバナンスに積極活用し、暮らしをアップデートする仕組みが確立しているデンマーク。都市生活のあらゆる面に実装されたイノベーションを紹介しつつ、背景にある文化や国民性、フラットな社会構造、独自の教育制度にも言及する本書は、北欧型システムのローカライズとしての日本型デジタル改革の可能性を提示してくれる。

中島健祐=著
 学芸出版社／2019年





■ここ1~2年で増えたスマホでする行為(複数回答)

1位 調べもの	65.5%	6位 スマホ決済	43.1%
2位 動画視聴	64.7%	6位 オンライン会議	43.1%
3位 ショッピング	58.6%	8位 写真、動画撮影	41.3%
4位 メール、SNSでの連絡	48.3%	9位 天気予報の確認	40.5%
5位 ニュースチェック	46.5%	10位 オンラインでおしゃべり、習い事	36.2%

「スマートフォンとあなたの関係」アンケート
 ・実施 : 2021年7月 ・調査対象 : 女の欲望ラボ会員200人中116人
 ・調査法 : オンラインアンケート (20代~70代女性)

SF映画の世界のようです。さらにスマホに求める機能とは

こんなに便利なスマホですが、「充電がなくなるとすべての機能が停止してしまう」「重い」「視力が落ちるので」「頼りすぎて脳が衰えるのでは」「個人情報漏洩が心配」と身体的なこと、セキュリティの面などを中心に

不便と不安は絶えません。では、この先もつと進化するとしたら、さらなる機能として人は何を求めるのでしょうか。先述した不安と不便を解消するのは当然のこと、「ソーラー充電」「FB見すぎています、などの警告機能があればいい」「ペットみたいに懐いてほしい」「高度健康管理機能付き」「スクリーンが伸縮可能」「香りが出る」「相手の

気持ちかわかるといい」「完全な自動音声入力と通訳、翻訳機能」「すべてのポイントカードをスマホにまとめた」「エアコン機能」「遺言システム」などなど。少し先の未来でスマホは、さらに「有能な秘書であり、ボディガードであり、時には恋人」のようになるかもしれません。

対して「減ったワクワク」を見ると、リアルや偶然性の喜びを減らしてしまった部分のワクワクがなくなりました。「事前にあたりをつけてしまいうので衝動買いが減った」「発見や感動が減った」「いつでも連絡がつくので縛られている」「久しぶりに会うワクワク」「行き当たりばったりの楽しさが減った」「本をゆっくり読む時間」「CDや本など所有するワクワク」「移動中に風景を見なくなった」などなど。未来のスマホには、これら減ったワクワク感を蘇らせるような新機能も期待したいところです。

亜女子ブラリ

「スマホ、みんな持っています。フィリピン人はSNSが大好きです。そう語るのは、現在、日本で働くネリさん。フィリピン人のやりとりはバイバーかメッセンジャー(MG)で、ラインを使っている人は聞いたことがない。マニラの家族とのやりとりはほぼMG。話題は、今はリクちゃんや家族の体調など。マニラに住むお姉さんに聞けば「フィリピンはもともとスマホ依存者が多いけど、コロナでスマホ時間はさらに増えたと思う。考えたら、オンラインショッピングや映画音楽も全部スマホね」とのこと。家族みんなネットフリックスに入っているそう。パソコンを持ってない学生たちはスマホで授業を受けるので、さらに依存度は増しているようだ。



朝から晩までスマホと一緒に? スマートフォン(以下、スマホ)が生活に入り込み早10年以上。今や、電車に乗れば、人々の視線はほぼ全員手のひらに注がれています。今回は、いつの間にか必要不可欠な存在になった「スマホと生活者」の蜜月関係に迫ります。本音を聞いたのは、20~70代のスマホ利用者女子116人です。現在、日本の世帯におけるスマホ保有率は8割を超え、個人においても7割に迫る勢い(総務省・令和2年通信利用動向調査)です。スマホは、あつ

という間に人々の暮らしを変えてしまいました。それをコロナが加速させます。「コロナ前と比べ、スマホを見ている時間は増えた」という人は全体の約66%。「コロナ前と比べて減った」という人は1%もいませんでした。いつか正解でしょうか。「移動中、電車や車の中でスマホを見ることが多い」(85.3%)、「朝起きるとすぐスマホをチェックすることが多い」(84.5%)、「夜寝る間際までスマホを見てることが多い」(75.9%)。また「スマホを忘れるとなんだか落ち着かない」(80.2%)という現状には思わず頷いてしまいます。20代は他世代に比べスマホ接触時間が長く、移動中は9割以上が見ていました。頻繁に使っているSNSを聞いてみると、ライン(LINE)は全世代、フェイスブック(FB)は50~60代、ツイッターやインスタグラムは

この状態は、「依存」なのでしょうか。116人中、はつきりと「スマホ依存」を認めたのは71人。世代別に見ると、40~50代が高く、低いのは20~30代そして70代でした。子どもの頃からあたりまにスマホがあった20~30代にとっては、自然な存在で、もはや「依存」という感覚ではないのかもしれませんが、依存申告者からは、「手にスマホが貼り付いている感じ」「家族と接している時間より

長いかも」「スマホとお友達」から抜け出したい!!」「デジタルデトックスしたい!!」など、近づきすぎて少し距離を置きたいという気持ちも芽生えているようです。「自分にとってスマホはどんな存在か」の問いには、「必要不可欠」「便利なツール」そして「有能な秘書、コンシェルジュ、相棒、私の次に私」など擬人化した意見が多く見られました。「命と同じくらい大事」「身体の一部」という表現が多かったのも驚きです。「支配されているつもりが支配されてしまった」「私以上に私を知っている」という意見は、どこかで見た



未来へ向けて

スマホが生活の一部になり早10年。依存の認識も高いが、若い世代にとっては物心ついた頃からある自然な存在でもある。支配されないように、上手に共存し使いこなせば、世代にかかわらず、手のひらに世界を広げていくことができるだろう。

大阪の胃袋

湯澤規子 Yuzawa Noriko
画 三宅増人

第4回

故郷の面影を食べる——尾鷲から来る魚と人の物語



夕食には決まって「今日は美味しい魚やで」というひと言と共に、魚料理がちゃぶ台にのぼった。その魚屋は三重県の尾鷲から来るというので、当時、中学生くらいだった母は「どうやってここまで来てるんやろ……」と不思議でしよがなかつたという。

尾鷲から大阪に来るといことは、紀伊半島の付け根を東から西へ、伊賀の山中を越えなければならぬ。そんな魚の流通ルートが本当にあったのだろうか。

調べてみると、まさにそのルートで近鉄が松阪駅から大阪上本町駅の間「鮮魚列車」という車両を走らせていたことがわかった*。その列車は昭和38年から走り始めたらしい。じつはそれ以前から、ブリキ缶に氷と鮮魚を入れて伊勢から大阪へ運ぶ人びとが存在していたが、右肩上がりに乗客数が伸びる経済成長の時代、魚の臭いや汚れに対する苦情が出るようになり、貸し切りの専用車両が運行されるようになったのである。その車両の借り主は「伊勢志摩魚行商組合連合会」という団体であった。ブリキ缶を担いで集団で列車に乗るこの行商人たちは「カンカン部隊」とも呼ばれ、朝獲れた魚をその日のうちに大阪に届ける確固とした流通を担っていた。つまり、祖母が心待ちにしていた、露店で魚を商う女性もその一人だった、ということになる。

伊勢志摩地方の各駅を出発して大阪へ向かう行商人が最も多いが、大和八木で乗り換えて奈良へ行く人、京都線乗り継いで京都まで行く人もいた。大阪へ向かう一団は4分の1ほどがターミナル駅の鶴橋で乗り換える。長居の市場へは大阪環状線で天王寺まで行き、阪和線に乗り換えて来た

のだろう。駅を降りると市場は目前である。尾鷲のおばちゃんのように露店で商う人もいれば、行商人とは言っても商店街に店を構えている人も少なくなかったようだ。

鮮魚列車が走る背景にはもちろん大阪という大消費地が魚を欲したということもあるが、伊勢志摩地方の事情も見逃せない。大きな入り海である伊勢湾はイワシ、アジ、ボラ、ヒラメ、コチ、エビ、ハゼ、カマス、シラス、チリメンジャコ、ウナギ等々、多種多様な魚介類を育む好漁場であった。ところが昭和28年、34年に台風の被害があり、高度経済成長期には沿岸が埋め立てられ、巨大工業地帯の一部に組み込まれていった。そうした伊勢湾の変化の中で、小規模経営の漁家たちが現金収入を模索した結果、アサリを獲って自転車で売り歩く人が増え、さらには大阪に向けて魚を行商する人びとが急増していったのである。

大阪のハモと魚食いの歴史

——故郷の面影を食べる

祖母も祖父も兵庫県淡路島に生まれ育った。大阪に暮らすようになってからも二人が魚に格別の愛着を持っていたのは、その味に故郷の面影を見ていたからかもしれない。魚屋の店先に「淡路産」という札が付いているだけで迷わず買い、嬉々として帰って来たという。

例えばハモはそのひとつである。夏の京都で高級食材として扱われるハモという魚は生命力が強く、若狭の海から京都へ運ばれてきても生きたまま届くといつて重宝された。ところが、祖父母にとってハモは、日常的に食べる魚のひとつだった。

ほな、行こか——市場という場所

「今思えば、あれは、きつと息抜き、まあレクリエーションみたいなもんやったんやなア」と母はしみじみ思い出すようにつぶやいた。「あれは」とは、祖母がいそいそと近所に住む大伯母と連れ立って市場へ買い物に行くことである。祖母は祖父と小間物問屋を営んでいたから、仕事が一と段落する頃合いを見計らって市場に向かうことが常だった。

自宅を兼ねた店を出ると、商業高校の周りに植えられたネズミモチの木の生け垣が見える。その生け垣に沿って南に少し歩くと関東煮やパンを売る大伯母の店があつて、祖母と大伯母は「ほな、行こか」と声を掛け合い、エプロンにちびた下駄、買い物籠を腕に掛けた恰好で、昼下りの阪南道路を歩いて行くのである。

店の仕事からしばし解放されて、二人の足取りは軽やかだったに違いない。ほどなく、露店が立ち並ぶ賑わいが聞こえてくる。さらに歩くと常設店舗がひしめく市場があつて、当時は女だらけ、大阪のおばちゃんだらけの世界が繰り広げられていた。ここが彼女たちの日々の息抜きの場だった、というわけである。

尾鷲の魚屋

——三重と大阪をつなぐ「鮮魚列車」

市場の手前で開かれている露店の中には様々な商売が並んでいたが、週に二日だけ、大きなブリキ缶に活きの良い魚を入れて運んでくるおばちゃんが来るのを祖母は楽しみにしていた。その日の

淡路近海ではハモがよく獲れるからである。大抵はハモ鍋にして食べた。このハモという魚、下ごしらえの骨切りをしないことには食べられたものではなく、その骨切りの際には魚屋の腕がものをいった。祖父母が、大好きなハモを大阪でも食べることができたのは、長居の市場に骨切りが上手い魚屋がいたおかげである。大阪には淡路、瀬戸内、和歌山、九州などから鮮魚が集荷されてきた長い歴史があり、若狭から届くハモを高級魚と扱う京都とちがって、大阪ではいわば旬の大衆魚という位置づけだったわけである。

市場で買い物をする。それは物が人によって運ばれてくる物語と、故郷にまつわる物語が交錯する万華鏡のような世界を味わうことでもあった。他所から移り住んだ人が多く暮らす大阪という都市の市場では、私の祖父母に限らず、故郷の面影を買い求めて食べる少なからぬ人びとがいたに違いない。

さて、現代、クリック一つで買ったモノの物語を、私たちはどれほど語れるのだろうか。暮れなずむ道を市場に向かって歩く祖母の後ろ姿を思い浮かべながら、この60年余りの「食材」や「市場」の変化の大きさに、そして、コロナ禍がもたらしたさらなる流通の変化に思いを馳せずにはいられない。

* 山本志乃『行商列車——カンカン部隊』を追いかけて。創元社 2015年。鮮魚列車についての詳細は同書に依拠した。

ゆざわ・のりこ 法政大学人間環境学部教授。1974年、大阪府八尾市生まれ。3歳で東京、千葉へ転居したが、祖父母や両親の影響を受けた食環境により「大阪の胃袋」育ちを自負。「7袋のポテトチップス——食べるを語る、胃袋の戦後史」（晶文社）や、「ウンコはどこから来て、どこへ行くのか——人糞地理学ことはじめ」（ちくま新書）など、食や排泄といった人間の根源的な生命行動から都市文化を論じた話題作を続々発表。

どうすれば組織とともに成長できるか

第1回「CELサロン」を開催

鈴木隆

SUZUKI Takashi

大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所(CEL)では、2021年度からテーマごとに、研究員の研究報告を動画で配信するとともに、外部講師による講演と参加者も交えたトークセッションを行う「CELサロン」を開催している。その第1回「どうすれば組織とともに成長できるか」について報告する。

「すぎ・たかし」
大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所研究員。1984年大阪ガス入社。支社・企画、人事、業務用営業、情報化等の業務を経て、2001年社内起業し、(株)ホームプロ代表取締役を務め、帰社後、家庭用営業を経て、2012年から現職。大阪大学招へい教授、神戸親和女子大学非常勤講師。著書として、『マーケティング戦略は、なぜ実行でつまづくのか』(碩学社)、『御社の商品が売れない本当の理由』(光文社新書)、『仕事に効くオープンダイアログ』(KADOKAWA)、『リフォーラムを真剣に考える』(光文社新書)などがある。

なぜ組織とともに成長なのか

いまや広く知られるようになったSDGs(持続可能な開発目標)。その8番目の目標が「働きがいも経済成長も」である。Daigasグループ企業行動憲章も、「人間成長を目指した企業経営」を掲げる。組織とともに成長することは、国際的にもDaigasグループでも重要な課題となっている。

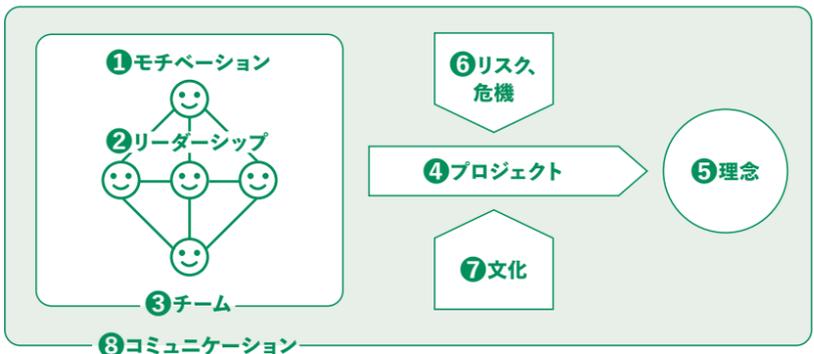
本誌120号の特集「外に学び、つくり直す「アジア編」」で、中国・深圳のスタートアップ企業ドゥボット社を2018年に取材したときの衝撃が、今回の問いの背景にある。海外セールスを統括するグレース・ガオさんに「仕事は楽しいですか」と訊いたところ、「もちろんです。なぜ、そんな質問をするのですか」と訊き返されてしまったのである。

本誌120号の特集「外に学び、つくり直す「アジア編」」で、中国・深圳のスタートアップ企業ドゥボット社を2018年に取材したときの衝撃が、今回の問いの背景にある。海外セールスを統括するグレース・ガオさんに「仕事は楽しいですか」と訊いたところ、「もちろんです。なぜ、そんな質問をするのですか」と訊き返されてしまったのである。

成長のための8つのポイント

組織とともに成長するには、8つのポイントがある(図参照)。これ

図：組織とともに成長するための8つのポイント



に他者に与える影響力)である。これまでさまざまな説が主張されてきたが、いずれもリーダーシップは「A.リーダーが独占」するところが前提になっていた。最近になって「B.メンバーが分担」するという主張が現れ、支持を広げている(シェアード・リーダーシップ[*2])。ホームプロでは、集客、

加盟、CS(顧客満足)、情報システムの分野ごとに、リーダーシップを分担していた。リクルートでも、「おまえはどうしたい」ということでリーダーシップを分担して発揮させているといえる。

3つめのポイントは、「チーム」

(目的のために協働し、相乗効果を発揮する集団)である。チームでは、「A.メンバー」の能力、最近ではさらに多様性が重視される。チームとして創造性を発揮し成果をあげるには、「B.協働」のあり方、なかでも「心理的安全性」(異論を述べ衝突しても大丈夫だと共有されている信念)が不可欠であることが明らかになっている[*3]。Googleが、チームの成果に寄与している要因について2012年に社内調査・分析したところ、最大の要因はやはり心理的安全性であった。ホームプロでは、全員参加でフラットなミーティングを毎週開催して成果をあげていた。リクルートでは、社長から新入社員までニックネームで呼びあうフレキシブルな関係が定着している。

4つめのポイントは、仕事の進め方の「プロジェクト」(やったこ

最も成長を実感したのも、「ホームプロ」を2001年に起業してから10年間であった。国内初・利用実績No.1の住宅リフォーム仲介サイトとなり、20年間累計80万人が利用し、2200億円を仲介するまでになった。決して順風満帆だったわけではない。いきなり集客で苦戦し、2006年にリクルートグループ入りするなど、紆余曲折を含め成長を実感したのである。

こうした起業経験を踏まえ、CELではマーケティング、イノベーションについて実践と理論をつなぐ研究をし、3冊の本[*1]にまとめ世に問うた。実際には、実践する人と組織によっても、成果は大きく違ってくる。そこで、組織行動(組織の中の人間行動)の研究にも着手し、「どうすれば組織とともに成長できるか」について検討してきた。今回は、その概要について報告する。

1・7倍あった[*5]。理念とい

とのないことについて、目的を期限までに達成する活動)である。これまでプロジェクトといえば、「A.計画」実行型、システム開発の世界では「ウォーターフォール」(滝)と呼ばれる進め方がもっぱらであった。事前に細部まで計画を固め、あとは粛々と実行あるのみ。最近では、「構想探索型」「アジャイル」(俊敏)と呼ばれる進め方が有力になってきている[*4]。不確定で激変する環境では、完璧に予測し計画を立てることは難しく、試行錯誤を繰り返しながら軌道修正していく必要があるからである。ホームプロは、国内初のリフォームのネット仲介ビジネスの起業であり、試行錯誤の連続であった。リクルートでも、新しいサービスでは「フィジビリティ」(フィジビリティスタディ(実行可能性調査)の社内での略称)を当たり前のように行っている。

5つめのポイントは、目指すべき方向を示す「理念」である。TKC加盟5156社の調査では、理念のある会社の経常利益(2002年度)は、ない会社の1・7倍あった[*5]。理念とい

までよく行われてきたとirikumi(A)でうまくいかない場合には、これまでとは違ったりirikumi(B)をとりいれることをおすすめしたい。以下では、各ポイントについて説明するとともに、みずからとりくんだホームプロ、グループ入りしたリクルートの実例(B)を紹介する。

1つめのポイントは、「モチベーション」(動機づけ、やる気)である。日本の「熱意あふれる社員」の割合は6%、世界139カ国中132位と世界最低レベルである(ギャラップ社2017年調査)。給与や昇進といった「A.外発的動機づけ」もよいのだが、仕事そのものによる「B.内発的動機づけ」について真剣にとりくむことが必要ではないか。ホームプロでは、国内初のネット仲介ビジネスであることや、利用者や加盟会社から感謝されることが、やる気につながっていた。リクルートでは、つねに「おまえはどうしたい」と訊かれ、こうしたいというやる気をひきだしている。

2つめのポイントは、「リーダーシップ」(目標を達成するためえば、これまでは、「A.自社」に焦点をあてたミッション、ビジョン、バリューの3点セットが定番であった。最近では、「B.社会」に焦点をあてた「パーパス」(存在意義)をその上位に位置づけ重視するようになってきている[*6]。ホームプロでは、「失敗しないリフォームの実現」をミッションとしていたが、それはパーパスでもあるといえ、共感した記者がカラー3頁の記事を書いてくれたことがある[*7]。

6つめのポイントは、活動を阻む「リスク、危機」(事故発生の可能性、危険な状態)である。「A.脅威」(ピンチ)として備えるのは当然であるが、「B.好機」(チャンス)として逆手にとるにこしたことはない[*8]。ホームプロでは、加盟会社の倒産に備えて、安田火災海上(現・損保ジャパン)と独自の瑕疵保証保険を開発し、利用者に無料で保証をつけることで他社と差別化した。また、個人情報の紛失事故を公表し、乗り越え強くなった。

7つめのポイントは、活動を支える「文化」(組織に特有な思考や

行動のパターン)である。「A.内向き・安定志向」の組織が大半で、失敗には否定的で失敗は隠される。不確実で激変する環境では、「B.外向き・挑戦志向」の組織で、失敗には肯定的で失敗から学ぶようにしないと生き残れなくなる「*9」。ホームプロでは、つねにネットベンチャーであることを意識して行動し、リクルートからの出向者も「違和感がない」と言っていた。リクルートの企業文化は、「起業家精神」「圧倒的な当事者意識」「個の可能性に期待し合う場」の3つとされており、容易に模倣できない強みの源泉となっている。

最後の8つめのポイントは、すべてに通底する「コミュニケーション」である。日本では、「A.交流する会話、決定する議論」が行われるが、「B.探究する対話」が欠落してしまう。序列を重視するタテ社会、異論を排除するイエ社会だからである「*10」。ホームプロでは、全員参加のミーティングで衆知を集め成果をあげていた。リクルートでは、役職で呼ぶことは一切なく、みな対等に對話している。

以上みてきた8つのポイントについて、これまでよく行われてきたとirikumi(A)とは違ったりくみ(B)もとりいれてみてはいかがであろうか。(A)ではうまくいかない場合には、(B)でやってみる。状況に応じて二刀流で使い分けるのである。

「両利きの経営」の実現

最近、「両利きの経営」^[*11]が注目されている。不確実なもとで革新する「知の探索」と確実なもとで収益をあげる「知の深化」を高いレベルでバランスさせる経営である。多くの日本企業は、成功の罫にはまり、もっぱら知の深化に注力し、知の探索を怠ってきた。8つのポイントのこれまでよく行われているとirikumi(A)は知の深化に向いており、知の探索に向くのがこれまでとは違ったりくみ(B)である。

知の探索、すなわち新たなことに挑戦し、試行錯誤(失敗)を繰り返すなかでこそ、多くを学び成長できる。リクルート創業者の江

副浩正氏が定めた社是に「自ら機会を創り出し、機会によって自らを変えよ」がある。これまでもは違ったりくみ(B)をすることでぜひこれを実践し、組織とともに成長していただきたい。

- 注
- *1 「マーケティング戦略は、なぜ実行でつまずくのか」2016年、碩学社(発売・中央経済社)、「御社の商品が売れない本当の理由」2017年、光文社新書、「仕事に効くオーブンダイアログ」2019年、KADOKAWA
 - *2 石川淳「エアド・リーダーシップ」2016年、中央経済社
 - *3 エイミー・C・エドモンドソン「恐れのない組織」2021年、英治出版
 - *4 平鍋健児、野中郁次郎、及部敬雄「アジャイル開発とスクラム 第2版」2021年、翔泳社
 - *5 羽田矢八郎「理念が独自性を生む」2004年、ダイヤモンド社
 - *6 名和高司「パーパス経営」2021年、東洋経済新報社
 - *7 週刊東洋経済2006年9月16日号「ネット仲介でリフォーム市場に新風 顧客満足の仕組み築き成長続けるホームプラス」
 - *8 リアン・ホリデイ「苦境を好機にかえる法則」2016年、パンローリング
 - *9 ポール・ルイ・イスケ「失敗の殿堂」2021年、東洋経済新報社
 - *10 鈴木隆「仕事に効くオーブンダイアログ」2016年、KADOKAWA、本誌122号「開かれた対話」が日本を救う」2019年、チャールズ・A・オライリー、マイケル・L・ラッツシュマン「両利きの経営」2019年、東洋経済新報社

案してもらったという。

このように、組織変革を行う際は、トップが方向性を発信して終わるのではなく、①トップ層で変革の方向性を発信、②ミドル層もしくは、メンバー(社員)で考えた施策をトップ層に提案・展開、③トップ層が定着のための仕掛けを再発信。組織の階層間のキャッチボールを経て変革を進めるべきというのが、長本氏の考え方。メンバーにとって、納得感とその後の実行確度を高める課題形成、変革浸透の継続化につながるそうだ。さらに長本氏は、「環境に適切して変革を進めることが重要。ただ、やり方を変えるだけでは定着しない。受け入れる土壌(人材と組織)をつくるのが大切だ」と組織変革の留意点を述べた。

また、IKEAなどグローバルに活躍するスウェーデン企業を例に、健全かつ、組織・メンバーともに成長できる組織づくりには、メンバー一人ひとりが自分で意見を言い、自分で責任を持つ「自律性(autonomy)」を尊重することも大事だと指摘した。

講演後、鈴木木研究員から、長本

氏の講演に対する考察がなされた後、参加者も交えたトークセッションが始まった。「積極性に欠け、保守的なメンバーに変化を促す方法は？」という質問に、長本氏は「2・6・2の組織の法則に照らし合わせれば、上位の2割ではなく、6割の中間層を変えることで、下位の2割も変化しやすい。方法としては、通常とは異なるポジションの配置や他社との交流といった経験も有効」とアドバイスした。また、「個人の成長を促すために管理職が気を付けることは？」という問いには、「自分で意思決定をさせ、実行に移すための支援をすることに尽きるが、部門としての方向性やビジョンを伝えるのを怠らないことも大事。部門と個人のビジョンが合致すれば、本当に良い組織と人の関係になる」と回答した。

「組織と人の成長」という身近なテーマに、多角的にアプローチをした今回のサロンは、自分のキャリア形成や組織づくりについて顧みる機会となった。今後も「CELサロン」は、各研究員がテーマを変えて開催する。(文)米田葉衣子

レポート

第1回「CELサロン」

2021年8月3日、第1回「CELサロン」がオンラインで開催された。参加者は50名。事前共有された、鈴木隆研究員の研究報告(48頁参照)の動画を聴講のうえ、サロンに臨んだ。冒頭、金澤成子エネルギー・文化研究所所長の挨拶があり、「研究成果の報告と活発な意見交換の場をオンライン上に設けることで、研究員と参加者双方が新たな気づきを得る機会としたい」とサロン開催の趣旨を述べた。

第1回のテーマは、「どうすれば組織とともに成長できるか」。企業のマーケティングやイノベーションの実践的な研究を通じて、組織文化や人材育成の重要性を痛感しているという鈴木木研究員ならではのテーマ設定だ。

この議題を受け、サロンでは、(株)NGK代表取締役・長本英杜氏が講演を行った。長本氏は大阪ガス(株)で法人営業などを経験後、同グループの京都市サーチパーク(株)に出向。新規事業開発コンサル



第1回「CELサロン」の長本氏の講演や質疑の内容を記録したグラフィックレコーディング(イラストや図などを交えて、リアルタイムに表現する議事録)。グラフィックレコーダー=吉田友子

私たちが考える万博

第8回 「万博のあり方」を考える
今あらためて

「コロナ禍リセット後の万博」であることを忘れてはいけない

先日、大阪・関西万博の出展参加説明会がありました。オンラインで開催され、2100を超える企業・団体から約4200人が参加したようです。と言うと2025年の開催に向けた歩みは着実に進んでいます。その一方で「万博どころではないのでは」という空気が、特に経済的な見通しの立たなからくる懸念が社会に流れてもいます。コロナ禍後の万博について、私は以前より開催すべきだとお伝えしています。2020年以来長く続くコロナ禍のもと、先の見えない不安は未だに続いています。そういう状況下であるからこそ、前号でとりあげた大阪記念博覧会のように、先行き不透明な社会の導きとなるような万博とすべきです。

コロナ禍を戦後システムの「グレートリセット」と位置付け、世界は新たな道を歩み始めている。コロナ禍を「過性のもの」と考えるのではなく、日本も新しい社会のあり方を模索するべきではないだろうか。「過去に学び、未来へつなぐ」。日本らしくて新しい生活のスタイルを大阪・関西万博で発信するために、その根本となる考え方を振り直りました。

構成 加藤しのぶ

ります。コロナ禍で大きな影響を受けているにもかかわらず、万博の検討だけではなく企業で議論されるコロナ禍後の戦略が、ともすればコロナ禍前に戻り、「これからの社会はDXだCXだ」といったような技術偏重となっております。これも繰り返しお話ししていることですが、コロナ禍は明治維新、第二次世界大戦後に続く近代以降3度目の大断層(リセット)です。社会システムが大きく転換する時期です。それなのに、未だにリセット前と同じ視点、発想で考えているのです。世界がコロナ禍を戦後システムの「グレートリセット」と位置付けて大きく動き出しているのに対して、まだまだ日本では「一過性のもの」であり、収束すれば元に戻る」と考えている人が多いためでしょう。コロナ禍後であっても「新たな技術が社会・生活をどう変えるのか」という立脚点から離れることはありません。本来は「こういう社会・生活を実現

現するために、どのような技術をどう使うのか」と考えるべきなのに、むしろ技術と社会のつながりがどんどん離れていることに疑問を感じています。

コロナが収束してもコロナ禍前の社会に戻ることはありません。「以前通り」ではなく、コロナ禍後という社会システムの転換期に開催するという、「以前通りではない」万博であることを忘れてはいけません。

主体は「人」 ——急務なのは意識改革

コロナ禍によるリセットの本質は、テレワークによる「場と時間」の構造の劇的な変化にあります。ここでテレワークを単なる働き方の変化と捉えれば元に戻ってきません。テレワークはワークとライフを融合し、人々との関係性を変えました。コロナ禍後の社会は図1のように大きく変わります。

その中で、社会的価値観も当然変わってきます。「ワークがどう、ライフがどう」ではなくそれぞれの人が「どう生きるか」が重要になってくる。そうなるに当然、街の姿も、街が人を「集める」形から、「人が街を「つくる」形へと変わります。「技術」から「人」へとまちづくりの主体が変わるわけです。

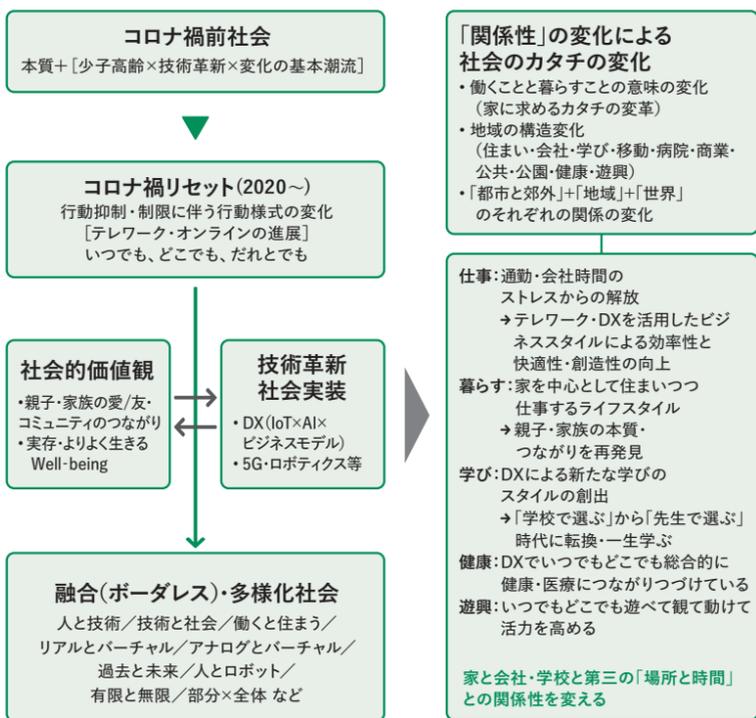
コロナ禍後の万博は、そういった社会的価値観の変化を置き去りにしてはいけません。新技術を総動員したハードを進化させた社

会・世界の提案ではなく、「人」を主人公とした「よりよき生き方」「街のあり方」をどのように伝えられるか。大切なのは意識の改革。人が中心となったコロナ禍後社会を多様なメンバーで多面的に考える必要があります。

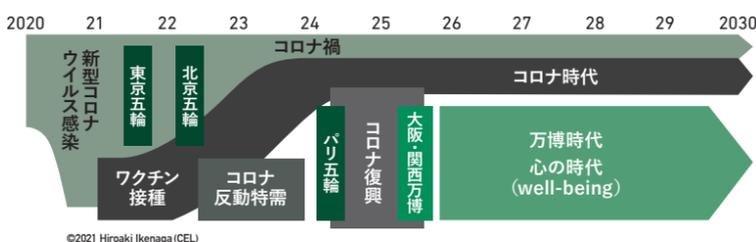
過去に学び、 未来へつなぐ万博に

図2はあくまで私案ですが、2020年代はコロナ禍が収束した後もその社会的影響が続

■ 図1: コロナ禍後、どんな社会になっていくのか



■ 図2: 2020年代はコロナ禍の社会的影響が続くコロナ時代



く「コロナ時代」となると考えています。その真ん中の時期に開催する大阪・関西万博は、先ほどお話ししたような「人」が主体となつて躍動するような社会をもたらすものであるべきです。そのためにはどうするか。それこそ、私がこれまでお話ししてきた「過去から承継される本質に学び、未来へつなぐ」という作業が必要になります。

たとえば今夏行われた東京2020オリンピック開会式でのパフォーマンス。パフォーマンスの方々の熱演は素晴らしいものですが、構成そのものはどうだったのでしょうか。ゲームやマンガ、歌舞伎、江戸の火消しに木遣り歌……日本を象徴する事象をただ並べただけでバラバラな印象を受けました。過去と現在がきちんと接続されていないためにそれらもつ意味がわからないものとなっており、世界に知らせるべき日本の素晴らしさが伝わっていないと私には感じられました。これは今、知的基盤が薄れ、歴史、文化を学んで総括しなうえで、次代につなぐというプロセスが機能していないために起こっています。

大阪・関西万博で同じ轍を踏まないためにも、世界に伝えるべき社会を捉える発想の転換と、本質の再起動の重要性を訴えたいと思います。



池永寛明
いけなが ひろまさ
大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所顧問。1955年、大阪市生まれ。82年大阪ガス入社後、天然ガス転換部にて人事勤務、営業部門にてマーケティングに関わる。日本ガス協会にて企画部長として、エネルギー・環境制度設計対応を担務。大阪ガス入社後、北東部エネルギー営業部長、近畿圏部長を経て2016年に同研究所所長に。2019年より現職。近著に『日本再起動——パラダイムシフトの群像 Case012』。

本で繋ぐ、明日へ繋ぐ

文 高田 郁
Takada Kaoru

画 浅妻健司

昭和四十年代、兵庫県宝塚市。

まだ舗装されていない道に水たまりができる、アメンボが泳ぐ。日照りの時はハンミョウが現れて道案内をしてくれる。そんな長閑な光景の一方で、宅地開発が進み、暮らしを支える個人商店が充実していた時代。自宅周辺には、五軒ほどの本屋があった。いずれも間口の狭い、こぢんまりとした店だった。

小学校から帰宅すると、ランドセルを放りだして、それらの本屋を一軒ずつ回った。児童書に力を入れている店もあれば、参考書や問題集の充実している店もある。どういう絡繰りか、他より一日早く雑誌が並ぶ店もあった。本屋ごとで棚の顔が異なるから、見ていて飽きることがない。

毎日訪れる「けったいな(奇妙な)子」を店番のひとつも面白がり、随分と可愛がってもらった。『パール街の少年たち』(モルナール・フェレンツ著)や『ぼくらははだしで』(後藤竜二著)等々、自力では辿り着けなかったであろう様々な本に出会わせてもらった。そうやって巡りあえた本は、子どもの私を明日へ繋いでくれる存在だった。当時は、本のある暮らしも、本屋の在る街並みも、永遠に続くものだと思っていた。

だが、バブル期の地上げ、さらに阪神・淡路大震災によって、街の様相は一変。ほかに色々な事情があったのだろう、馴染んだ本屋の全てが消失してしまった。本のある暮らしそのものは変わらないのだが、恩人を失ったような喪失感は長く続いた。解放されたのは、五十代に差し掛かってからだだった。

不思議な廻り合わせで、四十半ばを過ぎて時代小説を書こうと決め、二〇〇八年にデビュー。翌年、『みをつくし料理帖』シリーズをスタートさせた。版元の営業マンと一緒に、生まれて初めて「書店回り」なるものをさせてもらうようになった。バックヤードにお邪魔し、書店員さんたちの働きぶりを目の当たりにすれば「ああ、あの頃の本屋のおじちゃんやおばちゃんも、こんな風だったのか」と感慨深い。書店回りを重ねるにつれて、新たに大事な友が増えていく思いがした。

二〇一三年、ひとつの知らせが飛び込んでくる。拙著『銀二貫』が、大阪ブックワンプロジェクト(通称OBOP)の第一回選定本に決まった、というのだ。「はて、OBOPとは何ぞや?」と、疑問符で頭が一杯の私に、OBOPの実行委員は次のように話した。

「大阪の書店と取次とが、大阪ゆかりの作品を一冊選び、店や会社の垣根を越えて協力し合って売り伸ばし、その収益の一部で、社会福祉協議会を通じて大阪の子どもたちに本を贈る。OBOPとは、そうした取り組みです」

児童養護施設で暮らす子どもたちが読みたい本と、実際に施設に寄贈される本との間には、かなりの隔りがある。課題図書や心がぼかぼかする本を贈りたがる大人に対して、実際に子どもたちが欲するのは、お菓子作りやスポーツのルールブック、漫画、あるいは参考書だったり、最新版の図鑑だったりする。同じ本が何冊も並ぶのに、必要な本がないケースもある。受験を控えた子どもは、先輩から譲り受けたぼろぼろの問題集を使っているとのこと。

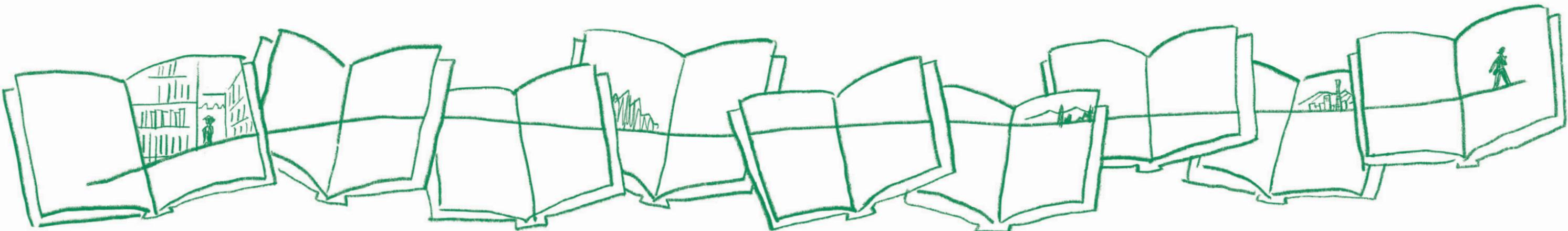
「必要な本を、必要としている子どもたちに届けたい。子どもたちの望む本をリクエストしてもらい、それを贈りたいのです。今回が第一回ですので、不手際もあるかと思いますが、宜しくお願いします」
そう言って、深く頭を下げる実行委員の姿に、何とも胸が一杯になった。

『銀二貫』は、親を喪い天涯孤独となった少年が、周囲の支えと自らの精進とで人生を切り拓いていく物語だ。低迷する出版業界の中で、本に携わるひとたちが、本で子どもたちの人生の役に立ちたい、と願う。取り組みの初回に拙著を選んでもらったことが、ただただ嬉しく、ありがたかった。

書店と取次の有志からなる実行委員会の会合は、終業後に集まって、二時間から三時間をかける。平素はライバル関係にあるはずが、「一冊でも多く売り伸ばすには、どうすべきか」と知恵を寄せ合う。店頭陳列や本に巻く帯のアイデアの捻出、ホームページの立ち上げ等々。それにサイン会や講演会のサポートなど、全て無給の手弁当だった。

一冊でも多くの本を、子どもたちに——そんな思いを胸に、一丸となって駆け抜けた日々だった。お陰様でおよそ半年間、『銀二貫』は大阪府下全書店と近隣エリアの書店で拡販され、結果、百四十八万円分の「子どもたちの望む本」の寄贈が叶った。ありがたいことに、OBOPの活動は以後も続き、今年で第九回となった。
本を巡る状況は年々厳しくなる一方だが、心をひとつにして、明日へと繋ぐこととするひとたちが居る。その事実が、私を奮い立たせる。

たかだ・かおる 兵庫県宝塚市生まれ。中央大学法学部卒。1993年集英社レディスコミック誌「YOU」にて漫画原作者(筆名・川富士立夏)としてデビュー。2008年、小説家としてデビューする。著書に『みをつくし料理帖』『あきない世傳 金と銀』シリーズ、『あゝ永遠に在り』『銀二貫』などがある。「本を読む楽しさを伝え、読書を暮らしの中に取り入れて身近なものにしたい」との思いから、2021年に「一般財団法人・高田郁文化財団」を設立。



デジタル社会の二刀流の「幸せ」

大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所
 所長 金澤成子 Kanazawa Shigeko

コロナ禍では世界の先進国と比べ、日本における官民のデジタル化の遅れが顕在化しました。政府はデジタル庁を設置し、「誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化を。」をミッションとし、ポストコロナに「一人ひとりの多様な幸せを実現するデジタル社会を目指し、世界に誇れる日本の未来を創造します」としています。今号では、デジタル社会に向けてスタートラインに立った日本が、今後どのように歩いていくべきなのか、先駆的な事例を通じて考察しました。

国家存続の危機から隣国も巻き込み、デジタル先進地域として持続的成長と幸福を勝ち取った北欧バルト8カ国。インターネットの発想の真逆をいく、あえてローカルなSNSで地域の関係性を掘り起こした「ご近所SNS マチマチ」の躍進。スマホの普及などで外からさまざまな情報が入ってくるため、ひとつの物理的空間にたくさんの「孔」が開いてしまう「多孔化」社会での世代を超えた「協働」のあり方。同じ価値観の人に囲まれて生きる「幸せな分断」という安住の壁を乗り越え、自律した個人と集団の双方の幸福が両立する「人間の調和」社会への挑戦。これらは共通して、デジタル化への信頼がベースとなっています。

デジタル化は生活の不便を便利に変えた一方で、失ったものもあると感じています。『サザエさん』に代表されるアナログ世代の社会では、ご近所の情報をいち早くつかんでいる不動産屋さんや御用聞きのお酒屋さん、時には「バカもん」と怒鳴りつけてくれる波平さんのような存在がありました。失敗してもそばで支えてくれる人たちがいるので、安心して成長できたのです。当時のアナログ社会には、世代を超えて顔の見えるつながりがあり、自己を承認してくれる多くの「幸せ」の場があったように思います。「いいね」に代表される承認欲求は、今も昔も変わらぬ普遍的なものかもしれません。しかし、それを満たすアナログ社会では当たり前であったつながりが、デジタル社会では薄れてしまい、その解消のためにインターネットへの依存度も高まっているのではないのでしょうか。「誰一人取り残さない」デジタル社会の「幸せ」を実現するためには、リアルとバーチャルの二刀流で、世代を超えて安心してつながることができる「幸せ」の場をデザインすることが重要ではないかと考えます。

CEL ホームページ
<https://www.og-cel.jp/>

エネルギー・文化研究所 (CEL) の活動内容や情報誌「CEL」バックナンバーをご覧ください。

※CEL ホームページに掲載する「読者アンケート」にご協力願います。下記の二次元コードで読みとることもできます。



Facebook ページ
<https://www.facebook.com/osakagas.cel>

volume129
 November 2021

特集 デジタル社会の歩き方

2021(令和3)年11月1日発行

発行 大阪ガス(株)
 エネルギー・文化研究所(CEL)
 〒541-0046
 大阪府大阪市中央区平野町4-1-2

発行人 金澤成子

企画・制作 熊走珠美

特集担当 岡田直樹

編集人 日下部行洋(平凡社)

編集 榎平凡社

アートディレクション & デザイン okamoto tsuyoshi +

校正 榎アンデパンダン

印刷・製本 榎東京印書館

お問い合わせ窓口 大阪ガスビジネスクリエイト(株)
 TEL 06-6205-4650
 FAX 06-6205-4759
 CEL@ogbc.co.jp

Research Institute for Culture, Energy and Life
 ©2021 OSAKA GAS CO., LTD

※禁無断転載複写
 ※本誌掲載の寄稿文、インタビュー、レポートなどの内容は必ずしも大阪ガスの見解を示すものではありません。

万博遺産

橋爪節也
 Hashizume Setsuya

第5回

ニュージーランド館を吹田に発見 — EXPO'70のモニュメント

EXPO'70のパビリオンやモニュメントが移築され、思わぬところで出くわすことがある。

大阪中之島の国立国際美術館にあるジョアン・ミロ(二八九三―一九八三)の陶板壁画『無垢の笑い』が、ガス・パビリオンのために制作・展示されたことは有名だが、ほかにもシドニーと姉妹港である四日市には、北斎の『富嶽三十六景』にインスピレーションを得たオーストラリア館が移設され、二〇一三年まで活用された。愛知青少年公園(現在の愛・地球博記念公園)に移されたフジパン・ロボット館は老朽化で撤去されたが、手塚治虫プロデュースのロボットは「愛・地球博」(二〇〇五年)にも出展され、いまま愛知県児童総合センターで動いている。

最近出くわした万博の記念物が、万博の開かれた吹田市の市立中央図書館に残るニュージーランド館のモニュメントである。図書館一階に、ニュージーランドの陶芸家ロイ・コワン(一九一八―二〇〇六)制作の八千枚のタイルによる太平洋と鋼鉄で作られたニュージーランドのモニュメントがはめこまれ、屋外には、W・R・アレンのステンレス

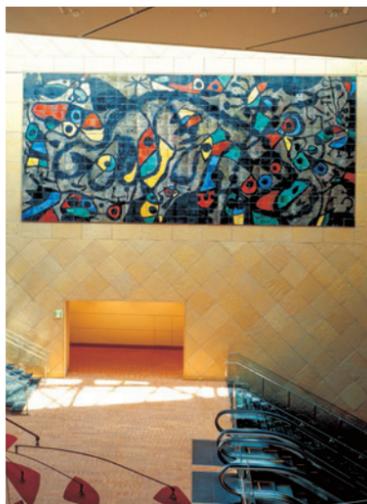
の球体と天を突く棒で構成された彫刻が設置されていた。一九七一年竣工の図書館の建築も時代の感覚を現代に伝えてゾクゾクする。

図書館の話になったので、EXPO'70にちなんだ小説もあげておこう。SFの巨匠筒井康隆の『人類の大不調和』は、夜になると万博会場にベトナム戦争で虐殺が行われたソンミ村や、大飢饉に襲われたピアフラのパビリオンが出現するというブラックユーモアに富んだ作品である。大阪万博に先立つ一九六八年に書かれた眉村卓『EXPO'87』は、一九八七年に再び日本で万博が開催されるという近未来小説であり、これらの作品にも時代の雰囲気濃厚だ。

そして文学と万博の思い出で強烈な印象を残すのが、万博閉幕の二ヶ月後の十一月、作家の三島由紀夫(一九二五―七〇)が「楯の会」会員らと自衛隊市ヶ谷駐屯地を訪れ、檄文を撒き、割腹自決した事件である。

事件の再検証が進められているが、EXPO'70にまつわる記憶は次から次へと結びつき、突然、心の中に時代のモニュメントのように立ち上がってくる。

◆橋爪節也(はしづめ・せつや)
 大阪大学総合学術博物館教授、同大学院文学研究科兼任。1958年、大阪府大阪市生まれ。東京藝術大学大学院修了。大阪市教育委員会事務局文化財保護課、大阪市立近代美術館(仮称)建設準備室学芸員等を経て現職。専門は日本近世・近代美術史で、『橋爪節也の大阪百景』、『大大阪イメージ 増殖するマンモス/モダン都市の幻像』(創元社)など著書多数。ドラマの時代考証も手がける。



ジョアン・ミロ作『無垢の笑い』(縦5m、横12m)。日本ガス協会がガス・パビリオンのために依頼したもので、ミロ自身がEXPO'70のために来日し作品の取り付け指導を行った。現在は大阪市北区中之島にある国立国際美術館のロビーに展示されている。
 所蔵/国立国際美術館
 ©Successió Miró / ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2021 E4339



【写真上】ロイ・コワン作 タイル壁画。日本とニュージーランドとの地理的な関係を示した作品。太平洋は8000枚のタイルで、ニュージーランドの地形は鋼鉄を溶接し作っている。
 【写真左】彫刻家のW・R・アレン作のステンレスレリーフは、ニュージーランド館の中庭に設置されていたもの。長さ14フィートのステンレス棒9本から構成され、約2/3の高さの位置に、かつては16枚の色彩板が取り付けられていた。先端に別のステンレス棒が空に向けて取り付けられ、その根元に球体が付属。
 写真提供/吹田市立中央図書館

