

今度、中央大学教授の大橋正和さんを座長として発足する、電子社会基盤高度活用研究会の顧問をお引き受けすることになり、その準備会に出席してきました。この研究会は、総務省など4省庁と、学界、産業界が協力して立ち上げた会で、e-Japan戦略が取りこぼしている問題のカバーを使命としています。準備会の進め方を拝見したところ、この会は、産学官の協力関係に立脚しつつも、とくに“学”のリーダーシップが強く発揮されるなかで、開発主義的な仕事の進め方が志向されているなという印象を受けました。

そこでとくに強調されたのが、日本のネットワークは“中抜け”であって、その早急な是正が必要だという問題意識でした。つまり、日本には幹線用の光ファイバは豊富にある。またラストマイルのB2Cの部分では、ブロードバンド化が順調に展開しつつある。しかし、その中間の地域情報ネットワーク(とりわけB2BやG2Gにあたる部分)が、アメリカに比べると大きく立ち遅れていて、ここに余っているダークファイバをふんだんに活用する必要があるということです。またこの部分の展開を、民間だけに任せておいたのでは足りないということです。

日本のこれまでの“iDC”(インターネット・データセンター)や“MAN”(メトロポリタン・エリア・ネットワーク)のようなコンセプトは、もうすでに時代後れになっていて、いま必要なのは、複数サイト間の負荷分散や、高度なセキュリティ、災害からの回復機能などを受け持つ、アメリカの用語でいえば“アドバンスド・データセンター”とか“インテグレートド・データセンター”が中核となる地域情報ネットワークなのだという指摘もありました。また、アメリカでは6カ月で倍増するほどのスピードでのデータ量の爆発がすでに始まっていて、コンピューティング中心のシステムからストレージ中心のシステムへの移行がみられるが、そこではアプリケーションよりもデータマネジメントの方が重要になってくるとも言われました。

つまり、ここにみられるのは、これまでのインターネットとは異質な、クローズドでマネージされたIPネットワークの急激な立ち上がりです。それが企業の電子商取引や政府の電子行政を支える基盤になるという認識です。

私は、智民化しつつある勤労者の“フリー・エージェンツ”(ダニエル・ピンク)化も広汎に進行している現代社会では、上に指摘されているような“ビジネスIPネットワーク”だけではやはり足りず、それとゆるやかに結びついている市民・智民のためのオープンで自律分散協調的なファーストマイルの“シビルIPネットワーク”としてのインターネットが、それと並存する形で発展していくことが大切だと思います。後者が、現在のADSLやケーブルモデムのような上り・下り非対称のまま“ブロードバンド”化していったのでは、音楽や映画のような有料コンテンツ販売業はともかく、それ以外の産業や政府組織は、高度な“ビジネスIPネットワーク”をせっかく構築してみたところで、羽をもちた鳥になってしまいかねません。

それはともかく、この準備会での発表を聞いていて、私は目の鱗が一つとれた思いがしました。というのは、21世紀前半の“第三次産業革命”突破局面での主導産業は何かという問いに、やっと決定的な答が得られたように思われたからです。20世紀後半の出現局面での主導産業が“情報産業”だったのに対し、突破局面の主導産業は“通信産業”になるという期待は、もろくもはずれました。また、それに代わる産業として、情報家電や情報自動車をあげる日本の見方や、コンテンツ産業をあげるアメリカの見方にも、もう一つうなずけないものがあります。私のこれまでの答は、増田米二氏が提唱していた“(個人のための)機会開発産業”がそれになるというものでした。

しかし、それはいささか性急にすぎたようです。どうやらその前に、企業や政府組織を対象とするビジネスIPネットワーク上での電子商取引や電子行政関連の各種サービスを提供する産業、いってみれば“組織のための機会開発産業”が、当面の主導産業になりそうです。

そう考えると、第三次産業革命は、ちょうど第二次産業革命が全体としては“重化学工業革命”だったという特徴づけができるように、全体としては“情報産業革命”と呼ぶのがふさわしい産業革命になるといえます。そしてその出現局面(20世紀後半)では、情報技術がまずグローバルな金融サービスに応用され、突破局面(21世紀前半)では、それが企業や政府組織一般を支え、最後に成熟局面で個人や小グループにも利用されるようになっていくとみることができそうです。それはちょうど、第二次産業革命の出現局面(19世紀後半)では、重化学工業の技術がまず軍需産業に応用され、突破局面(20世紀前半)では耐久消費財産業に広がり、最後の成熟局面(20世紀後半)では一般大衆を対象とした各種のサービス産業でも利用されるようになっていったのと、軌を一にしているのではないのでしょうか。

自分たちで作るネットワーク

石橋啓一郎

(GLOCOM研究員)

みあこネットの持つ意味

先日、「みあこネット」の見学ツアーに参加してきました。みあこネット(京都街中無線インターネットプロジェクト)は、いわゆる街角インターネットを京都で実現しようという実験で、最近よく話題になる事例の一つです。利用している技術も先端を行くものですが、大きな特徴は「祇園まつりモデル」と呼ばれている費用分担モデルです。みあこネットの利用者には大きく分けて基地局オーナーと無線みあこネットユーザーの2種類があるのですが、無線のユーザーは無料でサービスを利用でき、基地局オーナーがネットワークの費用をまかなっています。基地局オーナーは月1万円の費用を支払い、建物にアンテナを設置します。すると、その基地局オーナーのオフィス内で有線でインターネットが利用できるようになると同時に、その近辺では、無線みあこネットユーザーが無料で、インターネットへ無線で接続できるようになります。

つまり、「祇園まつり」を町の多くの人が費用を出し合って開催し、魅力ある町を作ることによって観光客を呼び込むのと同じように、無線インターネットをその町にいる人が構築して、それを町の魅力とすることで町を活性化しようというのです。別の見方をすれば、一般利用者からの収入では無線インターネットの基盤は維持できないと見切ってしまう、通信基盤で儲けることをやめ、「自分たちの欲しい基盤を自分たちの技術と費用で作ってしまおう」としたということです。基地局オーナーは自分でADSLサービスを買う場合にも3,000円から5,000円程度の費用は必要とするわけですから、月々5,000円強の追加投資で近辺に無線インターネット接続を近隣に提供できることとなります。

今やインターネットは、道路や電話、電気やガスのように基本的な社会基盤の一つだと言われており、ライフラインとさえ言われることがあります。しかし、他のインフラとは大きく違う点があります。それは、行政や大きな企業ではない個人や小さな組織でも、「欲しい通信インフラ」を非常に安く簡単に構築することができることです。また、それを他の通信ネットワークと相互接続することで、全世界の通信ネットワーク全体の恩恵を得られることです。みあこネットは、そのような「欲しい通信インフラ」を自分たちで作ってしまったよい例です。

電話型整備手法の限界

アメリカでは大手の通信事業者が次々に破綻しています。国内でもADSLやCATVインターネットの利用料が限界まで下がり、これは利用者にとってはうれしいことである一方で、多くの通信事業者がこのまま続けていけるのかと不安を抱えています。通信事業は「大儲け」ができる業界ではないことがはっきりしてきてしまいました。

すでに、ADSLやCATVインターネットなどの、通信速度が数Mbps程度の利用環境については地方都市まではカバーされましたが、中山間地域などではまだ利用できないところが多く、整備の見込みが立たない地域も多くあります。しかし、通信事業全体の不振のため、これらの地域では事業者の積極的な展開は期待できなくなっています。この状況に対応するため、事業者がサービスを展開しやすいように、通信基盤を自治体がつけて提供したり、あるいは自治体自体が事業者になって直接住民に通信サービスを提供してしまうような例も出てきています。その一方で、みあこネットのように、サービスエリアとしてはADSLもFTTHも提供

されていながら、さらに新しいインフラを求めて、市民グループがそれを作ってしまうような事例も出てきています。

これらの事例の共通点は、それまで提供されている環境に満足できず、自治体や市民グループなどそれぞれのコミュニティがそれぞれの立場から判断して、自己の責任で通信インフラを計画し、構築していることです。

これまで、地域単位での一般利用者対象という「面的」サービスは、通信事業者の役割だと考えられてきました。これは電話と同じサービスモデルであり、事業者が網を展開し、利用者は小さな個としてその末端に個別につながるというものです。このとき、電話のような形ではないにせよ、各利用者は性能の面でも価格の面でも平等であり、それぞれ個別に通信事業者からサービスを受けてきました。しかし、「サービスエリア内の平等」と「競争の促進」という条件下でインターネットのインフラ整備が進められたため、採算地域でのみ激しい競争、不採算地域は無視という、予想された結果が生じました。しかし、これは電話型の手法を用いたために現れた限界です。インターネット技術の特徴を利用し、電話型のサービスモデルから踏み出していけば、まだ、さまざまな展開方法があり、みあこネットや自治体によるインフラ整備は、その例だと言えます。日本のインターネット整備はようやく旧来の電話型手法で整備可能な段階を終え、これから第二段階に入るのだと考えてよいかもしれません。

「自分」「自分たち」が何をすべきかと考える

これまでの電話型整備手法と、みあこネットや自治体の試みに代表される次の段階の整備手法の違いは、「誰が環境をデザインするか」という視点の転換にあると思います。電話型の整備手法では、事業者が利用者を市場としてとらえ、サービスを開発し、それぞれ個別に提供してきました。利用者は事業者のサービス展開を待ち、それを受けるといった立場でした。しかし、インターネットの技術の性質と近年のコストの低廉化によって、「情報環境のデザイン」はすでに誰にでも実行可能なものになっていま

す。自分でデザインして自分で作るという視点さえ持っていれば、事業者に頼らずとも、欲している通信インフラを作れる場合が多くあります。

実際には、われわれは「自分でデザインして自分で作る」ということを、すでに実行しています。たとえば、私の家にはADSLが来ていて家庭内LAN(と言ってもハブが一つ)があります。これは一般によくある構成だと思います。私が必要としている通信インフラ(具体的には「できるだけ太くてフィルタリングされない対外接続、グローバルアドレスが取れて、何台かPCがつけられる環境。ただし主に使うPCは1台」)を実現するために、私は機器を選定し、プロバイダを選び、LANケーブルを買い、配線しています。つまり私の家の環境は「自分で作ったネットワーク」と「自分で選定した事業者の対外接続」からなるネットワークなわけです。どの個人や組織でも同じことをやっています。ただし、「自分でデザインする」という考え方を持たないと、自分の要求にたまたま合うサービスが提供されていないとき、そこで発想が止まってしまう点が重要な違いです。

ADSLサービスも提供されていない地域で、広帯域なインターネット接続が欲しいと考えている状況を想像してみてください。ただ受動的に待つ立場であれば、事業者がその地域にサービスを始めるまでひたすら待つことになるでしょう。「必要なものを作ってつなげばよい」という発想に立てば、たとえば町内会や商店街の各戸・各店舗を無線で相互接続し、そのネットワークを行政が提供する通信回線を借り受けて事業者につなぎ、インターネット接続を得ることが可能かもしれません。この考え方は、程度の差こそあれADSLの先に家庭内LANをつなぐことと、同じ考え方の延長線上にあります。

地域の役割・地域に対する意味

ただし、個人で必要なインフラをすべて用意しようとするれば、そのコストは非現実的なものになる場合が多いでしょう。たとえば独りで山の中に住んでいる人が、自分のためだけに光ファイバ回線を

引こうとしたら、そのコストは莫大なものになるでしょう。そこで地域の役割が重要となってきます。同じ地域の人が協力し合う、あるいはその地域の行政がかかわることによって、施設を共用してコストを下げたり、通信事業者や行政などの他のプレーヤーとの交渉力を高めたり、技術力や労働力を集結したりすることができるようになります。

現在の日本には、このようなインフラ整備の進め方をするうえで有利な点が二つあります。ひとつは、NTTをはじめとして多くの事業者や企業が、1980年代から90年代にかけて光ファイバネットワークの構築を行っており、幹線系の光ファイバが比較的余っていることです。もうひとつは、政府がe-Japan戦略を推し進め、事業者のネットワーク資源の開放を行った結果、それらのファイバを安く借りられたり、NTTの局舎を利用できたり、局舎から各建物までの電話線を利用できたりすることです。それに加え、自治体が公的ネットワークを構築してそれを安価に利用できるケースも多くあります。地域単位でまとまって活動することで、これらの資源はかなり容易に利用することができるようになります。これらをうまく利用することで、不採算地域でも安くネットワークを構築することができますし、もちろん先進地域でも必要に応じて柔軟なネットワーク構築が可能です。「地域」という物理的距離が近い単位でまとまることで、次のステップのインフラ構築へ進むことは容易になるはずです。

国際情報発信ロサンゼルス・フォーラム

携帯・無線技術の 社会経済的影響：日米比較

宮尾尊弘

(GLOCOM主幹研究員)

基調講演

「携帯と無線：われわれは今どこにいるか」

日本が米国よりも数年進んでいるといわれる携帯の技術に注目が集まるなか、去る9月26日にロサンゼルスの南カリフォルニア大学で、GLOCOMの国際情報発信プラットフォームが主催する国際フォーラム「携帯・無線技術の社会経済的影響：日米比較」が開催された。

日本側からは、NTTドコモ米国社長の小野伸治氏、日本経済新聞社編集委員の勝又美智雄氏、時事通信社編集委員の湯川鶴章氏がパネリストとして参加し、筆者が総合司会を務めた。米国側からは、カリフォルニアで携帯や無線に関して第一線で活躍する学者、ジャーナリスト、ビジネス関係者8名ほどがスピーカーやパネリストとして参加し、南カリフォルニア大学デビッドソン・コンファレンス・センターのメインの会議場に100名以上の聴衆が集まり、活発な議論が展開された。

まず、今回のフォーラムの共催相手である南カリフォルニア大学コミュニケーション・スクールのディーンのエドワード・コーアン氏が、開会の挨拶において主催のGLOCOMや資金的な助成団体である東芝国際交流財団に謝辞を述べた後、同スクールのジョナサン・アロンソン教授が基調講演を行った。その要旨は以下のとおりである。

無線と携帯に関する重要な設問は、無線の分野がどのように展開するか、この分野のビジネスを推進するものは供給側の革新か需要側の飛躍的变化か、政策当局は何をなすべきかといったものである。携帯については、第3世代へ向け

て技術と市場が進化してはいるが、はたしてどれだけ支配的になるかどうかは、コスト、無線との競争、需要のあり方、ネットワーク全体の構造といった要因に依存して決まる。携帯と無線の両方を概観すると、一方で利用者の移動が高まる方向と、他方でデータ通信量が増える方向がトレード・オフの関係にある。それが将来、第4世代の時代に統合されるかどうかは、まだ不明である。無線のネットワークの展望としては、予想もしなかったような需要、特に利用者自身が発信するような需要が今後の成長をもたらすであろう。それを左右するのは、ビジネス需要か個人の需要か、周波数政策がどうなるか、レイヤー構造がどうなるか、成長を生み出すアプリケーションは何かといった諸問題である。ここで注目すべきは、センサーの発達によって、マシンがマシンと交信して、新しいユビキタス・コンピュータの時代を作るかもしれないということである。

第1セッション

「携帯・無線のオンライン・ジャーナリズムへの影響」

この基調講演を受けて、第1セッションでは、「携帯・無線のオンライン・ジャーナリズムへの影響」が議論された。まず、この分野を代表するダン・ギルモア氏(サンノゼ・マーキュリー・ニュース・テクノロジー・コラムニスト)がプレゼンテーションを行い、オンライン・ジャーナリズムを概観して、以下の点を指摘した。

現在、オンライン・ジャーナリズムで起こっているのは、新旧メディアの融合であるが、これは旧メディアが、ピア・ツー・ピア型の中抜きの直接的

ジャーナリズムを認めて、取り込んでいく過程である。誰もが発信できるジャーナリズムではあるが、ただし誰も金儲けができないでいる。いずれにしても以前はエディターに手紙を書く以外になかった一般の人が、今やウェブログなどでコミュニティを作ってジャーナリスト以上のことを知ることになっている。携帯はこの状況をさらに興味深いものにしていく。日本の「2ちゃんねる」などは、携帯を活用して新しいタイプのジャーナリズムを作り出しているといえる。

これに対して、勝又日本経済新聞社編集委員は、いくつかの問題点を指摘した。

- ①オンライン・ジャーナリズムの時代には「信頼性」が問題になるが、メディアはニュースをスクリーンして信頼性を得られるか。
- ②日本では日経ネットだけが利益を上げているが、一般に高いコストを広告収入などでどうカバーして利益を上げることができるか。
- ③ジャーナリストがプロフェッショナルとして、どこまで自主規制して倫理感を維持できるか。など、非常に難しい問題である。

次に、携帯・無線の影響については、サンディエゴ・ユニオン・トリビューンのインターネット担当のクリス・ジュニウィン氏が、2002年2月以来、携帯端末用に短いニュースの配信を始めているなかで、いくつか気づいた点を指摘。たとえば、米国ではまだ携帯電話型の端末の質が低いこと、また、短い(バイト・サイズ)のニュースが少なく、既存の記事を短く書き直す手間がかかることなどが問題だが、その反面、いつでもどこでもニュースが見られること、瞬時にニュースが配信できることなどのメリットは大きいことが強調された。

これに対して、湯川時事通信社編集委員より携帯・無線に関する日本の状況について、PC文化の米国と違って日本は携帯文化といえること、これまではテキストが主であったが、デジカメ搭載の携帯が普及していることなどの説明があった。「ジャーナリズムへの影響も少しずつ出はじめており、たとえば大阪市は、一般市民に犯罪の場面の

写真を撮って送るように呼びかけている。『2ちゃんねる』も携帯を利用して伸びており、さらに朝日新聞社が提供している『知恵蔵』のサービスが携帯で利用されて、すでに1万3,000人が登録しているが、これは主要なニュースの内容をキーワードで検索できるサービスで、若者の間で評判になっている。これは新たなニュース・オンデマンドといえる」とのことであった。

リチャード・オーエン氏(アヴァントゴー社代表)は、携帯のメリットとして、乗り物の中などでの暇つぶしに適していること、他の手段がないときにスポーツの結果などを知るのに便利なこと、さらに旧来型のビジネスと組み合わせて新しい価値を作り出せることを指摘。「しかしながら、iモードを米国で成功させるのは容易ではない。日本は混雑する電車の中で小さい携帯がうまくフィットするが、米国ではPC中心の文化が支配的である。また米国では、日本のNTTのように独占的な利益を享受できない。さらに若者が日本のように外でたむろすることが少なく、自分の部屋でPCに向かっていることが多い」といった違いが強調された。

ランチョン・スピーチと第2セッション 「携帯・無線のデジタル・エンターテインメントへの影響」

ランチタイムには、MTGP社北米ベンチャーマネージャであるロバート・ターセック氏が「携帯デジタル・エンターテインメント」というテーマで講演を行った。この分野ではすでにテレビ型のモデルが成り立たなくなってきたり、双方向のネットワークが創作者と消費者を直接結び付けて、配給会社をバイパスしはじめていくことが指摘された。さらに、「携帯の時代に入り、人々の行動を変えるようなコンテンツが出てきている。たとえば、日本の『ひまひま』のサイトでは地図情報を含んだインスタント・メッセージが盛んに交換されている。このように携帯の利用者が参加して決めるコンテンツが流行するのは、日本に限らず世界中どこでも起こりつつある。課金がやりやすく、ネット上でのクレジットカードの利用より安全である点も携帯を使う利点である。米国では双方向テレビのような従来型メディア

アと組み合わせられて利用され、効果を上げている。携帯を利用した新しいタイプのエンターテインメントについて、世界中で成功例が出はじめているのが現状」との指摘があった。

これを受けて、午後の第2セッションでは、筆者の司会で「携帯・無線のデジタル・エンターテインメント」についての議論が展開された。まず、小野NTTドコモ米国社長がプレゼンテーションを行い、iモードは若い社員がトップの反対を押し切って始めたもので、誰もが予測しなかった使い方がなされることで成功してきたことが指摘された。「そのポイントは、それまで注目されなかった個人消費者市場を開拓したことで、現在までに3,000万の登録者数を獲得しており、iモードのメニューだけで6万ものウェブサイトにはアクセスできるようになっている。利用は8割がゲームや着メロといったエンターテインメント系で、残りが日経新聞などの情報検索や株取引のようなビジネス系などとなっている。最近では無線LANサービスを狙った機種を出して、iモードのサービスの拡大に努めている」とのことであった。

ルーシー・フード氏(ニュースコープ・コンテンツ担当副社長)は、まず、ニュースコープ社のコンテンツ配信と携帯電話によるマーケティングがどのように融合しているかを示す世界中のCMのビデオを映して、携帯でワン・ツー・ワン・マーケティングを達成しつつある状況を説明した。携帯端末を活用して世界中でマーケティングを行う可能性に触れて、どのように個々人の好みに応えていくかについて具体例を挙げた。たとえば、既存のメディアのコンテンツについての質問に携帯で答えてもらったり、人気のある映画やTV番組について観客の間に会話をしてもらったり、スポーツやアニメのキャラクターなどと携帯を通じて交流したり、さまざまな工夫が可能で、それが全世界に広がっていると指摘した。

ブラウニング社の携帯エンターテインメント専門家であるタピオ・アンティラ氏は、以下の四つのポイントを強調した。

①この分野で利益を上げるには、ブランド名が非

常に重要であり、消費者にアピールして、ワン・ツー・ワン・リレーションを作ることが大切であること。

②携帯性(ポータビリティ)によって、すべて必要な情報を持ち運びできることが特徴であること。

③個人間のメッセージ・サービスがますます重要になっており、最近ではテキストだけでなく、カメラ搭載の端末も人気が出てきていること。

④創造性にあふれたコンテンツに人々はお金を払うが、最終消費者自身が作り出す情報がますます面白くなってきていること。

以上のプレゼンテーションに対して、勝又氏は、エンターテインメント中心の若者文化に危惧を表明し、「特に日本の若者がほとんど会話を交わさずに、ゲームやメッセージの交換に集中していることへの社会的なマイナス面に注意を払うべき」と警告した。これに対して、小野氏は、逆にプラス面が大きいとして、たとえば聴覚障害者にはテキストや映像の情報が有用であり、視覚障害者にはカメラ搭載の携帯が盲導犬代わりに使われたりする可能性を指摘した。ルーシー・フード氏は、世界中で若者が新しいコミュニケーションと交流の手段を手に入れたことの重要性を強調し、タピオ・アンティラ氏も比喩として、「両手が酒とタバコでふさがっている場合に、携帯が鳴ればどちらかを手放さざるを得ない。エンターテインメントの形態が変わっているのもあって、特に若者の文化が悪くなっているわけではない」という意見であった。

第3セッション

「携帯・無線の国際比較：日本、米国、欧州」

携帯・無線に関する国際比較については、この分野を代表する学者であるスタンフォード大学コミュニケーション・スクールのフランソア・バー教授が、豊富なデータに基づいて興味深いプレゼンテーションを行った。まず、インターネットと携帯電話が対照的な性格を持っていることを指摘して、インターネットは参入が容易で規制されておらず、スタンダードがオープンで利用者がアプリケーションを自由に選べるのに対して、携帯電話は参入障

壁が高く、周波数規制も強く、スタンダードも確立しておらず、アプリケーションもプロバイダーが提供するケースが多いと指摘。「そのためもあり、携帯の利用者は国や地域によってかなり異なり、日本や欧州では個人の利用が多く、米国ではビジネス利用が主流である。また、米国では音声中心であるが、日本ではデータ通信が中心である。米国での普及率は低く、日本や欧州ではかなり高くなっているが、それは、米国ではさまざまな会社がいろいろな機種や端末を提供してスタンダードがないのに対して、日本ではNTTドコモがベンチマークを提供しているからである。また欧州では、個人向けのワン・ツー・ワンのコミュニケーションやエンターテインメントが盛んで、それが普及率を高める原因となっている。今後は利用者が作るコンテンツが主流となっていくので、日本、米国、欧州の状況がさらに異なってくる可能性もある」とバー教授は結論づけた。

それに続いて、エリザベス・ファイファ氏(南カリフォルニア大学ビジネススクール研究フェロー)が、携帯・無線の利用状況や今後の見通しについての自分のアンケート調査を発表し、また、南カリフォルニア大学コミュニケーション・スクールのオンライン・プログラム・ディレクターであるラリー・プライアー教授の司会のもとで、タピオ・アンティラ氏より、自分の経験からグローバルなビジネス展開で注意すべき点、特にこの分野でグローバルなビジネスモデルが確立していない点などについて説明があった。

その後に湯川氏が、携帯のキラーアプリケーションを考える場合の日米の発想の違いを強調し、米国ではPC中心の文化なので、キラーアプリケーションを考える場合でも従来型の発想に陥ってしまう傾向があるが、そうでない日本の方が自由な発想で新しい展開をみせていると主張。「具体的には、小さくて安価なチップやセンサーの開発によって、さまざまな応用を考えることが可能になっており、たとえば製品のひとつひとつにセンサーを付けて盗難を防いだり、分別を自動的に رفتたりできるようになっている。またセンサーを利用して、電灯や

冷暖房のより効率的な自動制御に役立てたり、高齢者の動きを追って、それを携帯に伝えたりするサービスも実現している。これがショッピングなど、生活を便利に快適にすることに広く使われるようになれば、キラーアプリケーションになるかもしれない」とのことであった。

最後に、小野氏がNTTドコモのビジネスの視点から、日米欧の比較を行った。「現在のタイプの携帯電話が市場で伸びはじめた6年前から現在まで、日本と欧州では14倍になっているのに対して、米国では3.8倍程度しか伸びていない。一方、中国が絶対数では世界一となっており、すでに1億5,000万人が登録して、毎月500万人が新規に登録している。普及率では、昨年末の時点で、欧州の主要国が65%以上、日本が64%に対して、米国は46%にとどまっている。ただし、GDPの比率で見れば米国やカナダの普及率は異常に低いので、その分だけ今後のビジネスチャンスがあるということの意味する。特に米国では、日本や欧州のように個人の消費者市場に十分浸透していないので、そこにビジネスが拡大する可能性がある」という見方を、小野氏は強調した。

閉会の辞は、南カリフォルニア大学副学長のマイケル・ダイヤモンド教授が大学全体を代表して、GLOCOMをはじめ、日本からの参加の意義を高く評価する趣旨の挨拶があり、丸一日に及ぶフォーラムは無事閉会した。世界の情報通信産業が問題を抱えている今日、この携帯・無線の分野は、依然として今後とも発展することが期待されている。日米双方がお互いに学び合い、協力し合って、研究の上でもビジネスの上でもさらなる成果をあげるべく、今後もこのような対話と議論が必要であることがわかっただけでも、このフォーラムの目的は十分に達せられたといえよう。

なお、このロサンゼルス・フォーラム全体のビデオは以下のURLで見ることができる。

<<http://annenberg.usc.edu/japan>>

文学とプライバシー

—— 柳美里 著『石に泳ぐ魚』最高裁判決 ——

青柳武彦

(GLOCOM主幹研究員)

2002年9月24日、最高裁判所は芥川賞作家・柳美里著の『石に泳ぐ魚』(新潮社)についての判決を下した。原告の主張どおり、この小説はモデルの女性のプライバシーを侵害していると認定し、第二審の出版差止めと慰謝料130万円の支払いを命じた判決を支持して、上告を棄却したものである。著者は「今回の判決は作家個人の問題を越え、日本における文芸作品の可能性はもとより、表現の自由を著しく制限するものといわざるをえず、慙愧に耐えません」(9月25日産経新聞)と述べて不満を表した。筆者は、最高裁判決を支持する立場で論評を加える。

『宴のあと』事件

文学とプライバシーの問題については、1964年に三島由紀夫著『宴のあと』をめぐる裁判で東京地裁が侵害を認めて損害賠償を認めた例があるが、出版差止めまでには至らなかった。『宴のあと』は、元外務大臣で東京都知事選に立候補した有田八郎と再婚相手の料亭・般若園の女将・畔上輝井をモデルとした小説である。三島は、芸術的表現の自由が原告のプライバシーに優先すると主張したが、第一審、東京地裁の1964(昭39)年9月28日石田哲一裁判長は判決において次のとおりに述べた。

「小説なり映画なりがいかに芸術的価値においてみるべきものがあるとしても、そのことが当然にプライバシー侵害の違法性を阻却するものとは考えられない。それはプライバシーの価値と芸術的価値の基準とはまったく異質のものであり、法はそのいずれが優位に立つものとも決定できないからである。たとえば、無断で特定の女性の裸身をそれと判るような形式、方法で表現した芸術

作品が、芸術的にいかに秀れていても、通常の女性の感受性として、そのような形の公開を欲しない社会では、やはりプライバシーの侵害であって、違法性を否定することはできない」

石田裁判長は、この判例によって「言論、表現の自由は絶対的なものではなく、他の名誉、信用、プライバシー等の法益を侵害しないかぎりにおいてその自由が保障されているものである」との判断を示した。そして、プライバシー権侵害の要件は次の4点である、と判示した。すなわち、

- ①私生活上の事実、またはそれらしく受け取られるおそれのある事柄であること
- ②一般人の感受性を基準として当事者の立場に立った場合、公開を欲しないであろうと認められるべき事柄であること
- ③一般の人にまだ知られていない事柄であること
- ④このような公開によって当該私人が現実に不快や不安の念を覚えたこと

この4要件は爾来40年近くの間、ほとんど訂正されずに踏襲されてきている。この判決は、文学における表現の自由は絶対ではないことを明らかにした画期的な判決であった。

『石に泳ぐ魚』事件の概要

今回の最高裁判決の対象となった『石に泳ぐ魚』は、雑誌『新潮』の1994(平成6)年9月号に掲載されたもので、著者・柳美里のデビュー作品である。著者の知人の在日韓国人で顔に大きな腫瘍がある女性がモデルとなっている。小説の主人公、朴里花が過去に何度も手術を試みたこと、腫瘍が原因で某チェリストとの関係が破綻したこと、また主人公の父親が講演先の韓国においてスパ

イ容疑で逮捕されたことなどが、虚実おりませで記述されている。

モデルにされた女性と著者の間には、頻繁な手紙やファクスのやり取り、訪問、共通の知人宅への宿泊などがあつたにもかかわらず、著者が彼女をモデルとして小説を書いているとの話は全くなかつた。女性は、友人から知らせを受けて当該書を買求め、大きなショックを受け、プライバシー侵害のかどで著者に抗議をしたが、聞き入れられなかつた。そこで、出版差止めの仮処分申請を行ったものである。

困つた著者は、改訂案を提出して仮処分取下げを求めた。その改訂案も原告には十分な改訂とは思えなかつたので、一応仮処分は取り下げにしても、あらためて単行本の差止めを本訴で争うこととしたものである。

著者は「原告は著名人ではないから、読者が作中人物の朴里花を原告と同定することはないし、純文学であるから虚構性は高い。また容貌については、プライバシーは成立しない」と主張して争つた。なお、皮肉なことに、柳美里はこの裁判中に芥川賞を受賞した。

■判決

一審の東京地裁は4年半にわたる審理を経て1999(平11)年6月22日、概略次のように判決した。

「原告の属性を知る読者が不特定多数存在するから原告と作中人物を同定することは可能である。また描写に相当の変容を施すなどの配慮が行なわれていない。現在の事実と虚構事実が渾然一体となって表現されており、読者はこれらの虚実を容易に判別することが出来ない。したがつて虚構を事実と誤解する危険度が高いので、原告のプライバシー及び名誉感情を侵害する」

以上により、著者の柳美里、新潮社、および阪本忠雄同編集長に対して連帯して100万円の損害賠償を命じ、別個に柳美里には30万円を支払うことを命じた。柳美里のみ30万円多いのは、裁判

中にもかかわらずエッセイ「表現のエチカ」を公表しており、その中でもさらなるプライバシー権侵害を起こしているので、反省が認められないと判断されたためである。また、仮処分申請取り下げ時に両者が取り交わした「修正なしには出版しない」との合意事項に著者側が違反したことを理由に単行本化の差止めも認められた。

著者は控訴したが、東京高裁は2001(平13)年2月15日、控訴を棄却した。著者は控訴にあつて、プライバシーと表現の自由が相互に尊重し合う道筋と基準を示して欲しいと求めたが、判決はこの点については触れなかつた。なお、差止めについては、「不公表の約束をしたとまでは認められない」としたが、「腫瘍がある事実を広く公表するのは人格権の侵害である」との判断を示し、やはり差止めを認めた。

著者はさらに最高裁に上告したが、2002年9月24日、最高裁第三小法廷(上田豊三裁判長)は、口頭弁論を開かないまま、「公共の利益にかかわらない女性のプライバシーを小説で公表することによって、公的立場にない女性の名誉、プライバシー、名誉感情を侵害した」と認定し、「出版されれば、女性に回復困難な損害を与えるおそれがある」と述べて、上告棄却の判決を下した。これにより第二審の東京高裁判決すなわち差止めと損害賠償130万円が確定した。

文学の芸術性とプライバシー

東京高裁の判決は、作品の虚構と事実が渾然一体となって区別できないときは、虚構が事実として理解される危険性が高いと述べた。また、事実も芸術性によって昇華されて虚構となるという著者の主張は誤りであつて、かえつて優れた芸術性により虚構までもが事実らしくなつて被害者のダメージが決定的になる可能性があることを指摘した。そして、「顔の腫瘍についての苛烈なまでの描写」は、作者の主観的な執筆意図にかかわりなしに客観的には「極めて明白な侮辱的表現と評価すべきものに転嫁する」と述べた。

もし作者が、主人公が腫瘍という過酷な運命に

あらがいつつ必死に生きる姿を芸術的作品として克明に描くことを目的としたのであれば、周辺の条件すなわち、通っていた大学、専攻科目、近親者の個別的事情(逮捕歴など)、その他の生活環境や日常的な設定等については、現実のモデルとは全く異なるものを設定することにより、プライバシー権を侵害することなしに目的を実現することが十分可能であったはずである。しかし、それは行われなかった。

棟居快行^{*1}・成城大学教授も「作品による実話のデフォルメは芸術性にたよって実現されるべきでなく、時代・場所・名称など、客観的な記述の変容によって実現されるべきなのである」と述べて、おおむね判決の趣旨を支持した。

容貌はプライバシーか

この裁判のもう一つの論点は、個人の容貌がプライバシーに属するかどうかであった。著者は、「容貌については、プライバシーは成立しない」と主張したが、第一審判決では「原告と面識がなく腫瘍があることも知らないものでも、原告という特定の人物が存在すること自体は知っている者が本小説の読者となる可能性も否定することはできず、腫瘍の事実を開示することは原告のプライバシーを侵害する」と述べた。

控訴審の判決でも「個人の障害や病気の実実は、個人に関する情報のうちでも最も他人に知られたくない類のものである。特に外貌に関わる傷害の実実は、その障害が本件のような類症例が少ないものである場合、その人物の他の属性と合わせて公表されれば、それ自体が周囲の好奇の対象になる」としてプライバシー権の侵害にあたりし、「顔面に腫瘍の障害を負った者に対する配慮に欠ける」と判示した。

しかし異論もある。松井茂記^{*2}・大阪大学教授は「顔面の腫瘍は外貌に関する事実であり、原告に会った人であればだれでもそれに気付くであろう。果たしてそれをプライバシーといえるのであろうか。人の容貌に関する事実で誰でも認識可能な特徴をプライバシーということは困難であろう」と述

べている。

田島泰彦^{*3}・上智大学教授は、「顔面に腫瘍を有する事実は外貌に関する事実であり、秘匿性を欠き、プライバシーの問題は生じないとする考え方も成り立ち得る」とし、かつ「『以前と比べて太ったか否かは外形から分かることであり』、特段の事情がない限り秘匿すべきことではないとしながらも、「顔面の腫瘍の事実は一般的な容姿表現とは異なる特別重大でセンシティブな事柄であり、『特段の事情』に該当するとの判断もありうる」として、両論併記の形で判断を留保している。

一般論としては確かに容姿はプライバシーではないといえるが、顔に大きな腫瘍があるという事実は一般性を欠く極めて特殊な状態であり、丸顔とか細面とか眉が濃いとかの単純な外貌に関する「公知の事実」とはいえない。上村貞美^{*4}・香川大学教授が主張するように「顔面の腫瘍は病気であって、単なる容貌に関する事実ではない」から、プライバシーに属すると考えるべきである。

前置きが長くなったが、筆者の意見は次のとおりである。原告の女性は、自らの顔の腫瘍については直接に面識のある周囲の人々に対しては日常生活を送るにあたって秘匿が困難であるのでやむを得ず開示しているので、その人々に対してはプライバシーを主張することを放棄しているといえる。しかし、それ以外の人々(たとえば本小説の読者)に対してまで無制限に放棄しているわけではないと考えるべきである。プライバシー権とは、不可侵私的領域を一部開放する場合の範囲および対象を自己決定し、かつ制御する権利であるから、本小説はプライバシー権侵害にあたることは明白であると考ええる。

プライバシーへの社会的認容度の変化

第二審で有罪とされた著者は「これでは過去の私小説はすべてプライバシー権侵害になってしまう」と語った。それは、そのとおりだろう。確かに、それまでは私小説でプライバシー権侵害の問題にされたものはほとんどなかったかもしれないが、文学における芸術性の名のもとに名誉やプライバシー

を踏みにじられてきた相当数の個人が存在しなかったわけではない。

作家は特権的人種ではないし、芸術の名のもとに他人のプライバシーを踏みにじてよいという理屈は通らないように、社会的環境が大きく変わってきているのである。芸術の名において他人の人権を無視しても咎められなかった良き時代は過ぎたのである。

表現の自由は絶対ではないのだから、制限を受ける場合も当然ある。第二審で著者が求めているプライバシー権と衝突する場合に許容される範囲は、この判決でも示されなかったが、1964年に『宴のあと』判決で示されたとおり、プライバシー権侵害の基準は「一般人の感受性を基準として当事者の立場に立った場合公開を欲しないであろうと認められるべき事柄が公開されることによって、当該私人が現実には不快や不安の念を覚えたこと」という基準で十分であろう。それに、そもそも表現の自由は、政治権力その他の社会的強者からの圧力を跳ね返すための権利であって、一般人や社会的弱者の人格権を侵害する手段では絶対にならないはずである。

*1 棟居快行[1999]「出版・表現の自由とプライバシー」『ジュリスト』No.1166、11.1号

*2 松井茂記「モデル小説と名誉毀損・プライバシー侵害」『法学時報』69巻6号

*3 田島泰彦「『石に泳ぐ魚』東京地裁判決を考える」『法学セミナー』540号、および田島泰彦[2001]“『石に泳ぐ魚』東京地裁判決を考える”『プライバシーと出版・報道の自由』青弓社、p.164

*4 上村貞美[2001]「モデル小説によるプライバシー侵害と名誉毀損」『ジュリスト』No.1207、9.1号

802.11: Ethernet Marches On

講師:ロバート・バーガー

(Internet Bandwidth Development, LLCコンサルタント)

9月9日、IECPでは、米Internet Bandwidth Development, LLC^{*1}のロバート・バーガー氏を招いてコロキウムを開催した。その中で出席者の歓声が最も高かったのは、針金を巻いたポテトチップの空き缶を、無線LANのアンテナとして用いている写真を表示したときだった。

話が突然飛ぶが、この「缶」の字の音は「フ」^{*2}。西欧から、金属容器を示すcanという言葉が入ってきたとき、水を注ぎ入れる広口のかめ(土器)を本来示していた缶の旧字「罐」(カン)を日本で独自に当てたのである。扁の缶の訓は「ほとぎ」で、酒の入れ物の形状をなぞったもの。隣の「藪」は一説では、風雨を予知して口々に鳴きかわす小鳥で、叫ぶ、大きく口を開ける、水のかたまり、注ぐといった意を示す。灌は、水を注ぐの意であり、歓、懽、灌は、喜ぶ、呼ぶ、叫ぶ、かまびすしいといった意味になる。さらに、声をそろえる歓から、バランスのとれた景色を見る場所の観、力のバランスを考えたはかりごとの権が生じたい。

さて、草の根型の無線LANを視野の中心に据えたバーガー氏の目指すところは、GLOCOMの提唱するCAN(Community Area Network)の目標に、かなり似ている。CANが敷かれたとき、その中を行き交うのは、地域の文化土壌を灌漑する、人々の交歓の声のほずだ。そして、バーガー氏の予測のとおり、この10年のうちに、1TB(テラバイト)のディスクが200ドル未満で、また、100GbE(ギガビット・イーサネット)が100ドル未満でコンシューマ市場に提供されるようになれば、CANそのものが、地域の情報を満々とたたえる本来の意味での罐となる。

写真など「photogy」(英語での俗語)のデータも、不自由なく蓄えられる「ほとぎ」となろう。バーガー氏の言うとおりの10年の間に、Wi-Fi(Wireless Fidelity)で11Mbps、やがて54Mbpsと、第3世代(3G)携帯電話よりはるかに速い通信が可能になるならば、3Gへの投資見直しも視野に入る。見えないコンピュータもこの10年で増加するという。300億個の電子チップ、前出、伝説の鳥「藪」のようなセンサICチップが、ポストインターネットに接続されるのだ^{*3}。

9層モデルが示されたときも、会場から喧噪^{*4}の聲が上がった。第8層が経済性の層で、第9層が政治性の層。通信バブルの崩壊で、競争相手がなくなった既存の電話会社とCATV会社は今後、アクセス網で特に新しい投資はせず、政治力に頼り、ボトルネックを握る状態を続ける。しかし、彼らが解決すべき大きな課題は、哲学、理念を、IP型、データ型にかえることだという。イーサネットの技術を用いた無線LANなら、屋上から屋上へと飛ばすなどして、今までよりずっと安価にアクセス網が構築できる。既存会社がやらなくても、無線ISPのタワーが数千と立ち並び、進化していくことになるだろうと警告する。

ちなみに、罐の音はカンだが、訓はタヌキの一種を意味する「まみ」。バーガー氏の論議は、日本での電波規制の問題を、旧態依然の権の擁護に墮することなく、原点^{*5}に戻ってオープンに話し合う土台として、東京・狸穴(まみあな)近くの国営研究所にも有効なものだろうと推察した。

中野潔(GLOCOM主任研究員)

*1 LLC:Limited Liability Corporation。有限責任の個人会社、小規模会社。

*2 学習研究社『漢字源』、角川書店『新字源』。

*3 中野潔[2002]「地域密着型ITビジネスの種々の様相」『GITI紀要2001-2002』pp.62-71、早稲田大学国際情報通信研究センター、2002年7月。

*4 喧噪、喧騒とはほぼ同義。

*5 東京都港区麻布狸穴町から東に200m、麻布台2-2-1 中央官庁合同会議所の近くに、日本経緯度原点と飯倉熊野権現社がある。熊野権現の目と鼻の先に、権化(権現)としての熊の姿で表現されることのあるロシアの大使館があるのは偶然であろう。

『知的財産権ビジネス戦略』

— 知価変動時代のライセンスビジネス最前線 —

中野 潔 著

講師：中野 潔
(GLOCOM主任研究員)

9月24日のIECP読書会は、『知的財産権ビジネス戦略』の著者である中野潔GLOCOM主任研究員に、さまざまな知的財産の取扱いとビジネスの関連についてお話をうかがった。

中野氏はこれまで、異分野の七つの会社を渡り歩いてきた。その経験を踏まえ、本書は法学・工学・メディアの観点から知的財産権とビジネスに関するトピックを網羅的に解説している。「法務担当以外のビジネスマンに対する啓蒙書」を意図して書かれたものだろう。

ビジネスの世界では、これまでも特許や商標といった工業所有権の取扱いが重要であった。さらに、テキスト、音楽、映像、プログラムといった著作物に関連するビジネスが拡大を続けている。工業所有権と著作権をまとめて「知的財産権」ととらえると、このキーワードに関する身近なビジネスや社会問題の多さにあらためて気づく。そのため、今回の読書会の話題は具体例が豊富で多岐にわたった。

中野氏は情報の「複製」の問題に多く言及した。たとえば、音楽ソフトがデジタル技術で劣化せずにコピーされ、ファイル交換ソフトでインターネット上を広く流通していることなどである。「私的使用」など限られた条件以外の複製は、本来すべて違法である。したがって、特定多数の前で上映や演奏、朗読(口述)することも複製にあたり、無許諾で行えば著作権侵害になるだろう。

これに対し、情報財に対する厳格な課金はネット社会の互恵的な文化にはなじまないという議論もある。著作物は販売促進活動として自由に流通させ、ライブ(実演)の価値を高くすればいい、と考えるのかもしれない。しかし中野氏は、リスクをとってビジネスをしている人の成果に「ただ乗り」するようなことにはどこかで歯止めが必要で、コピー可能な情報財を普遍的に無料化していくことは難しいだろう、と述べた。

また、企業と技術者の間の、特許権の帰属や報酬について参加者と意見が交わされた。これは、青色発光ダイオードや人工甘味料の特許に関する訴訟で話題となっているテーマである。特許権は、情報を公開する代償として発明を独占する権利を与え、社会的利益と創造者の動機づけのバランスをとっている。裁判では、

企業がその権利を企業に所属させるために技術者に支払うべき対価を不当に低くしてきたかどうか争われている。

中野氏によれば、技術者は成功報酬を求めるが、失敗を理由に給料が減額されることはない。企業としては、成功研究は投資の結果であり、得られた収益から失敗の損失補填やリスクヘッジを行うため、技術者に莫大な報酬を与えることはできないのだそうだ。企業が研究者の知的活動に投資をしているという議論で、これは興味深い。これまで、知的財産への投資(創作活動)がペイするかということが重視されていたとは限らなかった。だが、「知的活動に対する投資に報いる(ただ乗りも許さない)」という姿勢でなくては、今後先進国の産業が生きる道はないのではないかと。創造的な行為やそれを支えることを「ばからしい」と感じない制度設計を行っていくべきである、と中野氏は何度も強調した。

知的財産権ビジネスは、投資をして利潤や報酬を得る「富のゲームの論理」と、広めたり共有することで楽しさや評判を増やす「智のゲームの論理」の葛藤の中にあるといえよう。したがってこの議論は、具体的な場面に当てはめて応用問題を考え始めると非常に複雑で難しい。だが私たちは、知的財産権とその保護とビジネスについて理解を深めておく必要があるだろう。著者がこの本で意図したとおり、奥深いこの問題の入り口に誘導された読書会であった。

庄司昌彦 (GLOCOM研究員)



『知的財産権ビジネス戦略
(改訂2版)』
中野 潔著
オーム社
ISBN4-274-94876-5
A5判、256頁
2001年6月20日発行
本体2400円

GLOCOM『智場』No. 81

- 発行 : 学校法人 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
〒106-0032 東京都港区六本木6-15-21 ハークス六本木
Tel. 03-5411-6677 Fax. 03-5412-7111
- 発行人 : 公文俊平
- 発行日 : 2002年11月1日
- 制作 : 『智場』編集チーム
小島安紀子
石橋啓一郎
濱田美智子
田熊 啓
浅野 真