



日本の社会変革は起こせるのか？

——オープンな参加, ICTの可能性*1

渡辺智暁 (わたなべ・ともあき)

国際大学 GLOCOM 主任研究員／講師

日本のICT (情報通信技術) の利用は世界に後れをとりつつあるのではない？ ICTの利用で実現可能なはずの社会変革も、達成できないのではない？ そうした問題意識からGLOCOMでは、2009年10月20日に「ICT, 社会変革, オープンなネット参加～オバマ政権の構想と日本の可能性～」と題してフォーラムを開催した。本稿では、その問題意識と、フォーラムから得られた示唆を筆者なりの観点からまとめ、本特集の各稿をつなぐ視点を提供したい。

◇日本企業の競争力の地盤沈下

日本のブロードバンドインフラは、よく知られているように世界一流だ。日本のFTTH (Fiber to the Home) の敷設・普及状況は欧米からも注目されており、帯域当たりの価格は国際的に見て非常に低い水準にある。GLOCOMは欧米を中心とする研究者とのネットワークを持っているが、その人脈を通じて日本のブロードバンド政策や市場に関する問い合わせやヒアリングの依頼が来ることも多い。ヨーロッパの業界団体の会議では、「日本からやってきたあなたが、そもそもブロードバンドについてヨーロッパから学ぶことなどあるのか」と不思議がられることもあった。

ブロードバンドインフラと並んで注目される傾向にあるICTといえば、日本で販売される先端電子機器やロボットだろう。これらはアメリカのギークコミュニティではしばしば羨望的になり、アニメ、漫画、ゲームなどの魅力と併せて、日本はギークにとっての天国であるというようなイメージもうかがえる。GLOCOMフォーラムでは、夏野剛氏が「ICT活用 日本の挑戦」と題した講演の中で、特に日本の携帯端末の先進性をとりあげ、ゲームやおサイフケータイなど



日本ですでに当たり前になっている機能が、欧米では普及段階にあることを指摘した。世界のケータイは日本化しつつあるので、2009～2010年、日本には市場拡大のチャンスがあるというのが夏野氏の分析である。日本は同様に、拡張現実（AR：Augmented Reality）に関する市場でも、重要なイノベーションの集積地になりうると筆者は見ている。ネット上で展開されているサービスに目を転じて、ニコニコ動画、食べログ・ぐるなびのようなレストラン情報、各種ナビゲーション・乗り換え情報サービスなど、使い出があるものは少なくない。

もっとも、アプリケーションやサービスに関しては、国際的に展開している重要なサービスがGoogle、Amazonなどアメリカ発のものであることがしばしば指摘されている。ニコニコ動画は台湾など一部の国に活発な利用者がいるが、利用規模がYouTubeに比肩するレベルに達しているわけではない。また、携帯端末についても、通信の技術標準の関係もあって、実際には日本の先端的携帯端末は世界の先進ユーザー層に普及していない。オープンソースの携帯端末用OSであるAndroidを搭載した端末がより安い価格で国内に浸透し、日本のメーカーによる携帯端末は国内ですら厳しい競争にさらされるという「黒船来航説」や、インド、中国といった巨大かつ成長中の市場でシェアを獲得するには日本の携帯端末は高性能・高価格すぎるといふ説を考えると、展望が明るいとは言えない。ちなみに、情報通信政策の文脈では、しばしば日本のコンテンツ（とりわけアニメ、漫画、ゲーム）が国際的に持っているアピールがとりざたされ、コンテンツ立国や海外市場の拡大が語られることがある。しかし、こちらも海外の市場が小さすぎてコストに見合わなかったり、海外市場の需要に精通した者の関与が乏しいために頓挫したり、手ごわい競争相手が出現していたりと、必ずしも展望が明るいわけではないという感触を筆者は持っている。

日本では、人口減少や高齢化とともに、日本企業の海外市場での活躍がますます期待されており、輸出競争力がひいては日本経済の成長を支える力になるとの見方が一般的だ。このような見方に立てば、国際競争における日本のICT関連製品・サービスの展望が芳しくないのは気がかりである。伝統的に日本が強いとされてきた自動車、家電産業が今後の日本経済の担い手になれるかどうかについては疑念も多く、その一方でICTが成長産業の一つと期待されているだけに、これは悪い報せと言える。

それ以上に気がかりなのは、日本のICT投資のレベルと内容である。ICT産業は単に一つのセクターであるだけでなく、そのセクターが提供するサービスや製品が他の産業の効率性を大きく左右しうるような性質を持っている。ICT投資と経済成長にかかわる研究の多くは、アメリカがいわゆるITバブルのはじける前のブーム期に、積極的なICT投資を通じて生産性の向上と経済成長を遂げたことを

示している。ICT投資が増加すれば日本経済も同様の成長が可能であることをシミュレーションによって示唆する研究も存在しているが、これまでの日本にはそのような成長が不在である。日本のICT投資は、マクロ統計などから見る限りでは、世界的に見て高い水準にはないと分析もある（篠崎彰彦らの研究を参照）。また、マクロ指数でなく個別企業のICT活用の成果を分析した研究の中には、ICTの導入に伴う組織改革や業務プロセスの見直しが生産性向上への鍵であることを示すものがあり、この認識は研究者の間では広く受け入れられているが、日本企業は他国の企業に比べてそのような組織・業務の改革が伴わないICT投資が多いことを示唆するデータもある。日本企業のICT利用は、新市場開拓など事業の新しい展開と結びついたものよりも、旧来型の業務の効率化にとどまるものが多いという調査もある。

◇二つのオープン性と企業の競争力

企業のICT活用の日米差を考えると気づかされるのは、二つのオープン性だ。一つは雇用のオープン性、つまり企業が解雇や中途採用に積極的なことだ。人材の入れ替わりが頻繁な企業では、独自の慣行を形成することは難しく、同業者間で類似の業務慣行が確立しやすい。「わが社独自のやり方」を維持し、新しく採用した人材に教え込むよりも、標準的な業務慣行に従う方が転職に伴う企業側のコストを低く抑えることができる。これはひいては、パッケージソフトウェアやSaaS (Software as a Service) など、オーダーメイドのシステムよりも安価な技術で経営の効率化が達成できる土壌を作ることにもなる。長期的な雇用が少なければ、じっくり醸成される企業文化や信頼関係に根ざした利害調整を行える余地は減るため、ポストごとの責任と権限を明確にすることが合理的になる。これもまた、導入すべきシステムの仕様を特定する際に好都合な土台を築くことになる。また、日本の法的環境では整理解雇が簡単ではないため、ICT導入によって人件費の削減に成功しても、余剰人員を扱う企業側のコストが必ずしも小さくないことも、組織改革とICT導入の組み合わせを妨げる一因となっている可能性があるだろう。

もう一つのオープン性は、事業にかかわる情報のオープン性だ。日本とアメリカを比べると、ビジネスモデルや産業動向、政策などに関するネット上の情報量の違いを感じさせられることは少なくない。特に筆者が日頃から接しているICT産業にかかわる情報には特にこの傾向が強い。アメリカでは、経営戦略や事業企画など重要な判断をするうえで有益な資源がネット上に多く存在しており、日本でビジネス誌とオンラインのビジネス系メディアが分断されているほどには、分断されていない。これは、アメリカのジャーナリズムの主要な担い手である大手新聞や公共



放送局が、早くから積極的にネット活用に取り組んできたためでもあるし、それを促すような競争圧力が働いていたためでもあるだろう。また、雇用のオープン性が情報のオープン性を促した側面もあるだろう。長期雇用の下では社内での評判や上司との関係が決定的に重要になるため、社内の利害調整が大きなウェイトを持つことになる。転職を重ねながらキャリアを積んでいくような労働市場であれば、ブログや、プロフェッショナル向けの SNS (Social Networking Service) において自分の専門性や経験、知見をアピールするウェイトは高まる。

こうしたオープンな情報、議論が存在していることは、大きな変革を迫られているメディア業界や変化の速いウェブサービス業界のような分野で、イノベーションを生み出す一翼を担っているように思われる。優れた製品・サービスがあれば、それを多くのブログやウェブサイトが紹介し、ライバル同士が互いの事業や戦略を評価しながら競争を展開していく際の材料を提供している。クオリティの高い情報があることがわかっているサイトは注目され、注目が集まる場であることがわかっているから、さまざまな主体が質の高い情報を出すインセンティブを得る、というポジティブ・フィードバックが働いている面もあるだろう。

情報と雇用の二つのオープン性に注目してアメリカの産業・経済の特徴を大づかみにすれば、オープンなイノベーションのための環境を、インターネットや、雇用をめぐる諸制度が作り出していると言える。すなわち、組織が環境の変化に対応するために組織外から摂取できる情報が豊富であることと、必要に応じて雇用・解雇ができることは、単に企業の ICT 利用を促進するだけではなく、ICT 利用によって支えられるイノベーションにも適している。

◇オープンガバメント

オープンなイノベーションは、経済の領域だけに限られているわけではない。昨年「オープンガバメント」や「ガバメント 2.0」の語とともに語られているような政府の改革もまた、ICT 活用と密接に結びついた社会改革の可能性だと言える。GLOCOM フォーラム中に上映したビデオインタビューにある通り、オバマ政権はベス・ノヴェック (Beth Noveck) 氏を特にオープンガバメント担当のアメリカ副 CTO (最高技術責任者) に指名し、ICT を活用した政府の透明性の向上、参加や協働の機会を増やす取り組みを展開している。またオーストラリアなど、アメリカ以外でも類似の取り組みを見ることができる。アメリカ国内でも、連邦政府だけでなく、ニューヨーク市のように地域レベルでの取り組みがある。また、政府の事業だけでなく、教育や医療など多くの国で非営利組織によって担われているような公益性の高い事業についても、同様の可能性を考えることができる。アメリカでは医療

や教育のためのブロードバンドインフラ活用の可能性が模索されているところであり、日本でもIT戦略本部によって医療や教育のICT利用は重視されてきている。政府機関においても、また教育・医療の機関においても、専門家が重要な決定を担っている組織の情報公開を行い、課題の優先順位づけや優れたアイデアの考案のために非専門家も含めた広い範囲からのインプットを受け付けられるようにする、あるいは透明性の向上を通じて利用者・受益者の理解を促進するといった取り組みはおそらく有効で、そのためにインターネットを含めたICTを活用することができるだろう。

オバマ政権のオープンガバメントの取り組みを概観すると、CIO（最高情報責任者）、CTOのポストを設けてICTの活用を連邦政府全体で実現しようと注力していること、政府保有データの提供のためのサイト「Data.gov」を設置し、すでに非常に多くのデータをさまざまな政府機関が提供していることなど、主だった政策と大規模なプロジェクトを容易に見出すことができる。政策形成にあたっては、専用サイト「Broadband.gov」において国家ブロードバンド計画の策定プロセスを開示し、コメント提供を呼びかけている。ネットワーク中立性についても同様に「OpenInternet.gov」を設置している。情報提供と参加の機会を併せて提供することは、ささやかな工夫だが、参加する側の手間を減らし、有効な参加をするためのハードルを下げる効果が高い。また、政策の立案だけでなく実施フェーズにおいても、透明性と参加の追求例がある。「Recovery.gov」というサイトで、経済危機対策のための資金援助がどの地域のどのようなプロジェクトに対して提供されているかを開示し、市民の監視を呼びかけ、Googleのような民間企業がこれを地図アプリケーション上にプロットする際にも協力している。

このようなオープン化は、容易に予想できるように、オープンであるが故のリスクを伴っている。たとえば、2009年3月に、ホワイトハウスのウェブサイト内に設けられたコーナー“Open for Questions”経由で寄せられた質問にオバマ大統領が答え、その動画をネットで配信するという「オンライン・タウンホール・ミーティング」が開かれた。この際に多くの部門で上位にランク入りした質問に、マリファナの合法化に関するものがあった。オバマ大統領は、それが多くの参加者によって重要な質問として評価されたことを認め、正面からとりあげたうえで、景気・雇用対策などのために合法化を打ち出すことは有効とは考えないと表明した。この質問を無視せず、余裕を見せながら回答したことはオバマ大統領の評価を高めたように思われる。だが、そうした難しい局面を避けるために、あらかじめ参加者のエンパワーメントを限られたものにし、運営側の管理を強めていくような選択肢を選ぶことももちろん可能だろう。つまり、オープン性を制限するようなやり方である。また、政府の政策プロセスが開かれていても、参加者の数が十分でなければ有



効な政策立案につながらないこともあろう。元来アメリカは、2008年の大統領選以前には、投票率が高い国ではなかった。そうした背景を考えるなら、オバマ政権がオープンガバメントを追求することは決して簡単なことではない。だが、政権移行期にオバマ移行チームでテクノロジー政策を扱っていたのがTIGR (Technology, Innovation and Government Reform) と呼ばれるチームであり、その名称に政府の改革が織り込まれていたことから、これが政権発足前から用意された重要な政策であることがうかがえる。

もっとも日本では、これ以前に越えなければならないハードルがあるようにも思われる。たとえばオバマ政権は、写真共有サイトのFlickrや動画共有サイトのYouTubeなどを活用して情報公開を行っているが、これらの活用事例に関してアメリカで起きた批判は、日米の違いを考えるうえで興味深い。アメリカでの批判は、政府サイトを訪れるとYouTube側がその視聴のデータを自動的に取得でき、その後の行動を追跡する手がかりを得ること(プライバシー上の懸念)、Flickr上に掲載されている写真がパブリックドメインではないことなどであった。日本政府が同様の試みをするとしたら、それ以前に、政府が特定企業のサービスを使うことについて批判が出るだろう。そのため、インタフェースの洗練度で見劣りしたり、対応するウェブブラウザが限られてしまうような独自のシステムを構築することにもなりかねない。また、ネット上でしか提供されない情報は、ネットへの簡便なアクセスができない者にとって不便・不利を強いることになるので、平等性の確保のための補完的の制度を設けるか、そもそもネットを使わないべきだといった議論が起こるかもしれない。著作権の扱いについて言えば、そもそもアメリカでは、連邦政府の著作物はアメリカ著作権法で保護されない、政府のものではなく国民のものだと考えられているからだ。Flickr上の写真について前述の批判が出た所以である。オバマ政権では、ホワイトハウスのウェブサイト寄せられたコンテンツについては、クリエイティブ・コモンズのライセンス下で提供することを投稿者に求め、他人が広く利用できるような著作権処理をする仕組みも導入している。これに比べて日本では、政府などの広報資料の一部は雑誌などに転載することが著作権法上認められているが、改変や、ネット上の他のサイトへの転載などが広く認められているわけではない。

◇日本の政策形成プロセスと公論

動画や写真の提供といった情報提供面ではなく、政策形成に民意を取り入れるような情報収集面の仕組みを考えると、そこにもまた日本ならではの課題がある。日本ではそもそも官僚主導の政策形成が行われてきており、選挙によって選ばれ

た「国民の代表者」による実質的な政策決定は比較的乏しい。官庁の政策決定プロセスも、不透明性が随所に見られることが指摘されている。官僚主導の政策形成は、選挙資金事情に影響される度合いが低いと、アメリカのような問題（後述）は大きくないと見ることもできるだろう。だが天下り先確保や権限拡張のための施策があるという批判はしばしば聞かれるところだ。またパブリックコメントの制度はあるが、それはアリバイ作りやガス抜きだという話を聞くこともある。FCC（連邦通信委員会）の下す規制制定の文書などを読むと、寄せられた情報を論拠として援用しつつ、あるいは反駁しつつ、特定の結論を打ち出すというスタイルで書かれているのが普通だが、日本の官庁の研究会の報告書はそうした論拠の明示に乏しく、「このメンバーで話し合った結果、この辺りが妥当だということになったのではないか」と、曖昧な形で受け止めるしかないといったものが多くある。議事録や議事要旨が公開される研究会は少なくないが、事務局と個別メンバーとの作業についての情報は公開されていない。アメリカではFCCのような規制機関の下す決定に問題があれば利害関係者が訴訟を起こすことも多く、そのような緊張関係にふさわしい文書が作成されているのに対して、日本では水面下での折衝も含めて利害調整と合意形成を行ったうえで書かれる文書になっており、そのプロセスに参加していない一般市民からは透明性が不十分に見える。

この対照の背景には、訴訟の頻度以外にも、公論の環境というべき要因があるようにも思われる。事業に関する情報のオープン性をアメリカの特徴として先にあげたが、政策についても同様の面があり、たとえば2008年からの金融・経済危機に関する政府対応について、エコノミストや金融・投資分野の専門家がブログ上で議論を交わし、それがマスコミで紹介されるといったことが起きている。アメリカには財団法人の形をとったシンクタンクやアドボカシー（advocacy）団体などが多く存在しており、使命の一環として積極的な情報発信や政策決定にとって重要な判断材料になる研究成果の報告などを行っている。そのような環境では、一部の関係者だけを集めた議論の上に立った決定をするのはいかにも不合理だろう。一方、もともと情報発信活動が乏しい日本のような環境であれば、意見を引き出すために研究会という場を設定することにも意味がないわけではない。政策に関しては、官僚主導の政策形成と人材の流動性が低いことが相まって、政策提言能力のある人材が霞が関の外に乏しく、そのための情報も霞が関の外には乏しいという状況があるとも言われてきた。つまり、前述の情報のオープン性や雇用のオープン性がここでも作用しているように思われる。

◇ネットと選挙

オバマ大統領はまた、大統領選挙でインターネットを積極的に活用したことで知られている。選挙戦が長期化したこともあって、以前にもまして資金力を問われることになった2008年の大統領選挙では、オバマ候補はアメリカ史上前例のない約7.5億ドルの資金を支援者から得ることに成功している。従来であれば大企業を優遇する政策を打ち出す共和党が、選挙資金集めにおいては有利な傾向にあるのだが、民主党候補であるオバマがこれを上回ることができたのは、ネットを活用して幅広い層の支持者から小口の寄付を集めることに成功したからだった。GLOCOMフォーラムの対談でケビン・ワーバック氏が述べていたように、2004年の大統領選挙時に同様のアプローチで注目を集めたハワード・ディーン (Howard Dean) 候補のネット活用はすでにこのような可能性を示唆していたものの、今回の選挙でその効果は非常に明確に認識されるに至ったと言える。同じ民主党でオバマ候補と指名を争ったヒラリー・クリントン (Hillary Clinton) 候補は大口の資金提供者に支えられていたが、それがネックとなって終盤戦では選挙資金集めに苦勞することにもなった。左派の中にはこれまで、アメリカの選挙は資金の多寡に左右されすぎ、そのために財力のある大手企業や業界団体の意向が公益や国民の総意を押しつけることがあることを指摘する意見や、公平な選挙のためには選挙資金制度の改革 (Campaign Finance Reform) が必須だとする意見があったが、今回の選挙はこのような立場に対しても修正を迫ることになるのではないと思われる。この選挙資金をめぐる変動は、政策決定にも影響を与える可能性を持っている。議員は次の選挙時の資金確保のために、ロビイストや利益団体との関係を友好に保とうとする傾向があると言われる。この結果、議員がロビイストから受け取った文案をよく理解しないままに法案化して議会に提出してしまい、法案の意図を知らないままに法律が成立してしまうような事態をも引き起こしているとされる。選挙資金源を大口の提供者に依存しなくなるという傾向が、単に大統領選挙だけでなく、連邦議会や地方議会の選挙にまで広がるとすれば、政治献金と結びついた利益団体の影響力が弱まり、政策過程に民意が反映されやすくなる可能性がある。

ネットと選挙の関係は、もちろん選挙資金にまつわる部分に限らない。オバマの選挙キャンペーンが非常に特徴的だったのは、支持者を拡大するための手段としてネットを活用した部分である。YouTubeのようなサイトを活用して、多数の動画で情報を発信し、Twitter, MySpace, Facebookなどを活用し、多くの支持者とネット上でつながりを確立した。これは政治参加の度合いが低い若年層をひきつけることにもなった。また、彼の支持者のためのSNSであるMyBarackObama.comも立ち上がった。ネットだけでなく、携帯電話も活用された。オバマ陣営は、携帯電話

のテキストメッセージで遊説やイベントに関する情報を流した。副大統領候補の決定について、記者会見やプレスリリースではなく、まず最初にテキストメッセージで発信した点も注目された。ボランティアが他の潜在的支持者層へ説得の電話をかける際に使えるiPhone用支援ツールなども登場した。Web 2.0系のサービスの活用は、往々にしてそれを使いこなすユーザーのエンパワーメントとセットになっている。オバマ陣営は、従来であれば選挙キャンペーンのスタッフがやっていたことをボランティアの支持者に任せることが多々あり、より分散された体制で勧誘・説得の活動を展開したと言われるが、これは偶然ではないだろう。そして、オバマがスピーチの中で「この選挙は、自分やライバルをめぐるものではない。“あなたたち”(you)をめぐるものなのだ」ということを強調したことは、タイム誌が毎年恒例の「今年の人」(Person of the Year)として2006年に選んだのが「You」であったことと呼応している。この時にはネット上での情報発信の担い手を指したわけだが、それが2年間で国政を変えるムーブメントの担い手にまどなったと考えることもできるだろう。変化や政権交代それ自体をどう評価するかについては人によって意見が分かれるところだが、若年層の政治参加を実現した点や、政治資金の問題が政策内容に与える影響を低下させた点などは、比較的多くの立場から支持されるものだろう。

日本は、広く知られている通り、この点でも大きな課題を抱えている。すなわち、選挙期間中の言論が公職選挙法上厳しく制限されていることである。アメリカの選挙においても、選挙運動のためのコミュニケーション(Electioneering Communication)は投票前の一定期間中は禁じられているのだが、これは具体的には、ラジオ、テレビ(ケーブルテレビや衛星放送も含む)によるコミュニケーションであって、雑誌や新聞、インターネット上での活動を禁じるものではないとされている。アメリカは憲法修正第1条で言論の自由を保護しており、政治的な言論はとりわけ強く保護する判例が確立されている(前述の政治資金をめぐる問題も、部分的には政治献金が言論の自由の一環としてとらえられているために制限しづらいという事情によって起きているものである)。これは、そもそも日本の公職選挙法が、選挙期間以前の選挙運動すら禁じている点や、選挙期間中の図画の頒布で例外的に認められているものについては、ビラや葉書の枚数の上限が細かく定められているなど、候補者間の平等に入念に配慮した結果として、候補者間の資金力の差が選挙活動に影響を与えないようにしている点と非常に対照的である。単純化すれば、日本ではアメリカほど有権者を信用していないために、こうした制度になっているとも考えることができる。アメリカでは言論の自由を擁護する根拠として、アイデアの市場(Marketplace of Ideas)という考え方がある。優れた言論は自由な環境の中で台頭し、支持を得るという考え方だ。日本では特定候補についての情報の多寡が有権者の印象の好悪を



左右すると考え、市場の代わりに統制された情報環境を作ろうとしている部分がある。有権者はもっと賢く、知人や第三者の評価を参照しながら候補者の資質を判断する能力があると考えるなら、こうした制度の必要性は乏しくなるだろう。現に公職選挙法を改正してネットで選挙を行えば、なりすましやデマなどが流れるのではないかという懸念は広く聞かれるところだ。日本では2ちゃんねるでの品位を欠いた書き込みやブログの炎上のような言論が多く見られるため、ネット上の言論への評価が低いことも、こうした懸念の背景にはあるように思われる。

だが日本よりアメリカの方がネット上の言論の作法が洗練されていて、自由な言論を認めても問題が生じない、というわけでは全くない。一般に新聞系のニュースサイト上でコメント欄を一般に開放しているものは、おおよそ建設的な議論よりも、なじりあいに発展していてサイトの価値に貢献していない、というような指摘もある。オバマがイスラム教徒であるというデマメールが選挙戦中に出回るといったことも起きている。また、政治的な言論の中には敵対する陣営についての正確さを欠いた批判や、誤解を招くような発言も多い。その一方で、FactCheck.orgのような公益団体が、候補者の発言や注目度の高い言論について事実関係の検証を行い、ウェブ上で広く公開しており、正しい情報を探す者への道は開かれているとも言える。ただ、そうしたサイトを誰もが参照しているわけではないし、アメリカにおいて、有権者の投票が、デマや誤解を招く発言に影響を受けることが全くないとは言えないだろう。しかし、「だから、政府によって言論を制限すべきだ」という意見は聞かれない。そもそも、有権者に届く情報の正確さ、公正さを保証するのが政府の役割だとは考えられていないのだろう。アメリカのアプローチは、いわばそうしたリスク、損害を覚悟したうえでオープンな言論であるように思われる。

◇オープンな社会とそのリスク

本稿ではこれまで、アメリカのビジネス分野におけるICT活用の背後には、ビジネスに関するオープンな情報流通とオープンな雇用形態があり、それらに支えられてオープンなイノベーションの環境が立ち上がりつつあるととらえた。政府のICT活用であるオープンガバメントも、ネットを活用した選挙も、同様にオープンなイノベーションであり、その背景にはオープンな議論や情報流通を重んじる制度や文化があり、オープンな雇用があると考えられる。

もちろん、ビジネスでも、政府でも、選挙でも、オープンであることはリスクを伴っている。それは政府のオペレーションや選挙において特に顕著だが、ビジネスの領域においても、たとえば雇用がオープンであるというのは、労働者にとっては解雇のリスクがつきまとうということであり、組織にとっては有能な人材を確保し

ておける保証がないということだ。気心が知れているわけでも苦楽を共にしているわけでもない新たなメンバーが組織に加わるということでもある。同様に、情報をオープンにすることは、競争相手や批判的な消費者団体による詮索にさらされるといことであり、活発な公論があるというのは、企業にとってコントロールし切れないところで批判が盛り上がり、評判が落ちることもありうることを意味している。インターネットも、オープンであるが故に、敵も味方も、権力者も弱者も、模範的な市民も犯罪者も、文化や立場を異にするさまざまな者がつながっており、リスクを伴う場所だ。そういう視点に立てば、文化的多様性や個人主義、開拓者精神といった要素に特徴づけられるアメリカのような国がインターネットをオープンなイノベーションの手段として活用することは、ある意味わかりやすいことである。

◇日本のビジョンを探る

では、日本にネットを活用するようなオープンな社会が実現できるのだろうか。ICTの活用による国際競争力のある経済、ICT産業の国際競争力、政府や選挙制度の高度化といったことが、オープン化に伴うリスクを避けられない社会を意味するとしたら、日本人はそういった社会に生きたいと思うだろうか。それとも、長期の正規雇用に価値を見出し、和を重んじる組織や意思決定プロセス、秩序ある取り組みによって物事を効率的に進めていくような企業、政府、選挙の方を好むだろうか。そのためには、多少のイノベーションや経済成長が犠牲になってもかまわないとすら考えるのだろうか。石黒不二代氏や木村忠正氏がパネル討論の中で指摘した通り、日本の企業はイノベーションや新しい挑戦に消極的であり、日本のインターネットユーザーはネットを怖いところだと思っており、つまりところ日本社会はオープン性を追求するにはリスクを厭う傾向が強すぎるようにも見える。制度であれば政治によって、組織であればリーダーシップによって変えることができるかもしれないが、根がこうした文化的な要因にあるとすると、問題は途端に困難なものになる。むしろ日本は全く別の形でのICT活用、たとえば不特定多数とのコミュ



ニケーションではなく、緻密なデータ収集や制御のための利用などに注力した方がよいのではないかと、いう可能性も考えられる。日本人は細かい部分に注意を払って製品の完成度を高めていくことや、安全性や安定性を追求して頑強な製品を開発すること、サービスを尽くすことなどが得意だとされる。そう考えると、ハイエンド向けの贅を尽くした製品やサービス、リスクを抑えることが極めて重要な分野・市場に特化することにこそ、日本の道があるのかもしれない。

こうした問題についてパネル討論を通じて打ち出された方向性は、日本にもオープン化はできる、というものだ。特に若い層には、ネットやICTを積極的に使いこなせる者が多く、シニアリーダー層がその活躍を阻まなければ、改革の可能性もある。また、技術を使いこなすことができないが故に、未知のものに恐怖を抱くような形で、ネットを過剰に警戒しているという可能性も示唆されたように思う。たとえば、ネットオークションでの詐欺の被害額は、銀行ATMと電話による振り込み詐欺の被害額よりもかなり少ない。振り込み詐欺があるからと言ってATMや電話を問題視する人はいない。これは、ネットリテラシーが高い人の中には、詐欺や荒らしがあるという理由でネット自体を問題視する人が少ないことと相似である。そうであるなら、リテラシーを高めていくことで克服できる問題も多いだろう。また、パネル討論の中で津田大介氏やケビン・ワーバック氏が指摘したように、ユーザーのリテラシーの低さを補うような技術を積極的に開発・採用することも有効だろう。そうして技術に馴染んでいけば、日本もオープンな社会へ踏み出すことはできるし、そのリスクに耐えられないわけではない。そしてそのような変化は、イノベーションのためにも、政府などの変革のためにも必要だというのが、フォーラムから得られた基本的な示唆である。

註

★1——註と参考文献を含むより詳細なバージョンは、GLOCOMのウェブサイトに掲載予定。