

100年 先を読む

②

情報社会に 埋没しない物語が 企業を発展させる

▶物語に価値のある通貨

南海の孤島ヤップに石貨といわれる石製の通貨が存在する。小石程度から人間の背丈以上まで大小様々であるが、1万個弱が現存する。道端に放置されているので遺物のようであるが、現在も通用する貨幣である。日常の買物に使用されるわけではなく、婚礼の祝儀や土地の売買などに利用されるが、大半は現在の場所に放置したままで移動させない。筆者が取材したときは正装した何人かが売買の成立した土地まで運搬していたが例外である。

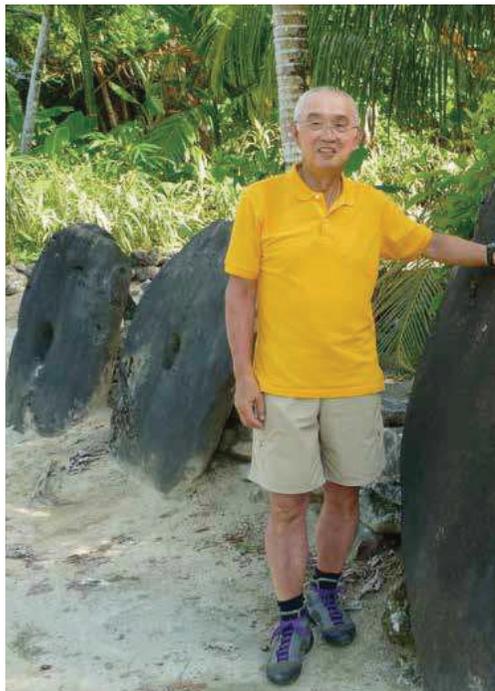
国家発行の通貨が支配する現在の社会からは奇異であるが、さらに奇異なことは石貨の価値の決定方法である。石貨の素材はヤップ島内に存在せず、およそ500キロメートル南西の孤島パラオへ何人かが出向いて製造し、小舟で運搬してくる。その価値は重量や規模ではなく、製造や運搬の苦勞などの物語で決定され、さらに骨董と同様、どのような場合にどのような人々が使用したかの由緒も価値を左右する。そのため運搬の途中で海中に水没したままの石貨さえ通用している。

▶物語で成功した商売

物々交換の不便を解消するために通貨が発明され、その便利を追求した究極の形態が仮想通貨である。金銀や国家の保証もなく、多数のコンピュータに分散された情報のみが保証するという無味乾燥な存在である。この現実からすれば、物語に

価値がある石貨などは見向きもされない存在である。商品についても同様の傾向がある。同一規格の大量生産された安価な商品が市場を席巻している。これは日常生活の維持には必要であるが、効率が支配する世界である。

ところが石貨と同様に、物語が目される商品が登場してきた。帆船時代に難破して沈没した商船の船倉から発見されたワインが高値で流通することがある。絶品というわけではないが、発見の経緯から想像される物語が人々を魅了するのであ



る。そこで世界の数多くのワインから特別に高級ではないが、海底で熟成するのに最適な商品を選択し、伊豆半島の海底で熟成させて「サブリーナ」と名付けたワインを発売したところ人気商品になっている。

アメリカのある地方都市のごく普通のコーヒーショップで一人の女性がサービスに感心し、勘定のときに余分に100ドルを支払い、この資金がなくなるまでは来客に無料でコーヒーを提供してほしいと伝言していった。それ以後、無料になった来客に店員が事情を説明すると、それが話題になって来客が増加するとともに、資金を追加して提供する人々も出現してきた。雑誌やテレビジョン放送で紹介され、わざわざ遠方から人々が到来するようになった。

▶巨大企業に対抗する物語の情緒

情報技術が社会を席巻している現代は、端末装置から注文すれば翌日には商品が配達される便利な世界になっている。それは必要な商品を手入手するという目的だけで評価すれば価値がある一方、

南海の孤島ヤップで



その背後には見失った価値が存在する。情報と一言で表現するが、そこには極端に性質の相違する二種の情報が存在する。企業の投資計画のように少数の人間が独占するほど価値が増大する情報と、音楽の流行作品のように多数の人々が共有するほど価値が増大する情報である。

前者を情報、後者を情緒と名付けると、通信を駆使するビジネスは情報を操作しているが、インスタグラムに投稿される写真は関心をもつ人数が増加するほど価値が増大する情緒の世界である。政府が毎年実施している「物」の豊かさや「心」の豊かさのどちらを重視するかという調査によると、1970年代までは半々であったが、最近では「物」派が3割に低下する一方、「心」派は6割を突破している。生活に必要な商品が十分に供給された社会の現象である。

現代社会は仮想通貨が象徴する情報を基盤として発展している一方、人々は石貨が象徴する情緒の世界も希求していることを反映している。そこに登場したのが物語である。安価で大量に生産された物語のない商品を情報技術で流通させる分野は巨大企業の独断であるが、製造する人々の気持ちを濃厚に反映した、物語のある商品の生産や流通は巨大企業の浸食できない世界である。日本に存在する多数の長寿企業を維持してきたのは、情緒を基礎とする物語なのである。

つき およし お
月尾嘉男
Tsukio Yoshio



昭和17(1942)年生まれ。東京大学工学部卒業。工学博士。名古屋大学工学部教授、東京大学工学部教授、総務省総務審議官等を経て、平成15年、東京大学名誉教授。これまでコンピュータ・グラフィックス、人工知能、仮想現実、メディア政策等を研究。全国各地でカヌーとクロスカントリースキーをしながら私塾を主宰し、地域の有志とともに環境保護や地域計画に取り組む。著書に『縮小文明の展望』（東京大学出版会）、『先住民族の叢書』（遊行社）、『幸福実感社会への転進』（モラロジー研究所）、『転換日本』（東京大学出版会）ほか。