

合同研究会開催報告

ネオ・サイバネティクス研究会
情報システム学会基礎情報学研究会

ネオ・サイバネティクス研究会と情報システム学会基礎情報学研究会は、合同で連続研究会「情報と創造性」を開催している。11月14日、第5回研究会をオンラインで開催した。

第5回テーマ：「経済社会の情報ネットワーク化による「価値創造する市場」の成立—基礎情報学との接合についての試論」

日時：2021年11月14日（日）13時00分～14時45分

場所：オンライン（Zoomを使用）

発表者：安藤 元博氏（博報堂／東京大学大学院学際情報学府博士課程）

参加者：28名

開催報告：

あらゆる社会や組織は、集権化計画経済と分権化市場経済の複合体として成り立っている。その複合体が、多段階・入れ子構造を成して作動している。すなわち、この世の中は、集権化計画経済と分権化市場経済の複合体がフラクタル構造をつくって作動していると見てよい。今回の発表テーマは、分権化市場経済の中で価値創造がどのように成されていくのか、基礎情報学の観点からそのメカニズムを解明した画期的なものである。

従来の経済学では、市場における価値は、そのものの効用と量的制約条件から規定されると考えられていた。しかし、基礎情報学の観点では、価値は主観とコンテキストに依存する。そして、市場における交換過程が、価値を発見する機会として機能する。価値は、交換の過程で発見され、増幅する。すなわち、交換は価値の創造機能をもち、交換の当事者相互の価値を増幅していく。市場はオートポイエティック・システムとして作動しており、継続的な交換により、市場は自己組織化していく。

一般的に経済システムの成果メディアは、貨幣であるとされてきた。しかし上記の観点に立てば、成果メディアは、むしろ「価値」そのものと見た方がよい。

市場の現場における価値創造のプロセスを端的に示しているのが、製造業の中で突出した営業利益率を上げている制御機器大手キーエンスのマーケティングである。

「滝崎武光名誉会長は、76歳の今も新製品の企画書に目を通す。一貫して言い続けているのが「付加価値（つまり粗利）が8割を下回る製品は売らない」ことだ。「原価10万円の製品を50万円で売る」という前述の例で言えば、50万円には「顧客の工場内で100万円相当のコスト削減効果を約束する」との前提条件が存在している。その成果を「顧客とキーエンスで折半する」という発想なのだそうだ。

重要な役割を果たすのが営業マンだ。顧客企業の工場にべったりと張り付き、現場の困りごとや設備の稼働状況、従業員の様子をくまなく見聞きして本社の商品企画部隊に上げる。」（中山淳史 2021年11月

経済システムの成果メディアを「価値」そのものとするのは、現在日本社会の最大の問題である、情報社会における国際競争力の極端な低下の原因究明に、重要な示唆を与えてくれる。工業社会で米国を凌駕し、国際競争力世界一を誇っていた日本は、情報社会になって凋落の一途をたどり、2021年に発表されたランキングで31位である。工業社会の先進国で、情報社会になってこれほど凋落した国は、他に例を見ない。

工業社会と情報社会で何が違っているのだろうか。工業社会は「もの」づくりの時代であり、情報社会は「世の中の仕組みとしての情報システム」づくりの時代である。日本社会において、「もの」は認識しやすく、価値も十分に評価できた。しかし「世の中の仕組みとしての情報システム」は、概念としても認識がむずかしい上、価値判断がほとんど不可能だった。日本社会は情報社会になって、成果メディアを見失ったのである。成果メディアを見失って競争力が保てるわけがない。

リベラルアーツなど基本的なところから広義の情報教育を進めていくことが、成果メディアを再構築し国際競争力を回復するための有効な施策となる。

(芳賀 正憲 記)