

## 個人の情報が掌握されるインターネット時代、信用創造のために心がけることは

FUJITSU JOURNAL / 2018年4月25日



近年、ヒトを介さないモノとモノを結ぶインターネット、IoT（Internet of things）が大きな話題になっています。一方で、ヒトとヒトを結びつけるためのインターネットによる信用創造が、これまでの経済の仕組みを大きく変えていくのではないかと考えられます。

ここでは、富士通の元副会長が、インターネット時代における信用創造のポイントについてご紹介します。

## 執筆者プロフィール

### 伊東 千秋（いとう ちあき）

元富士通株式会社 取締役副会長 元株式会社富士通総研 代表取締役会長

日立造船株式会社 株式会社ゼンショーホールディングス 株式会社オービックビジネスコンサルタント 社外取締役



※この記事は「知創の杜 2017 Vol.3」 P19～22に掲載されたものです。

## シェアビジネスを成立させるためには個人情報との与信が不可欠

シリコンバレーから始まったUber社によるライドシェア（いわゆる白タク）は瞬く間に世界中に広がりました。まだ上場してはいませんが、Uber社の時価総額はJR東海の何倍にもなるといいます。そして、もはやシリコンバレーで道路を走るタクシーの姿を見ることはありません。タクシーに乗りたければホテルまで行って呼んでもらうしか方法がなくなりました。しかし、よく考えてみれば、世界中からあらゆる民族が集まっていて、銃の携帯も許されており、凶悪犯罪の発生率も高いアメリカで、見知らぬ車に乗ることは怖くないのでしょうか？あるいは見知らぬ他人を自分の車に乗せることは怖くないのでしょうか？そういう疑問が湧いてきます。

同様に、同じくシリコンバレーから誕生したAirbnbは世界のホテル業界にとって大きな脅威となっています。Uberを未だ認めていない規制後進国の日本ですら、Airbnbはすでに東京で5万室以上を確保しているといえます。東京全体のホテルの収容能力がおよそ15万室ですから、Airbnbの影響力は甚大です。さて、このルームシェアについてもライドシェア同様に疑問が沸きます。見知らぬ他人の家に泊まることは怖くないのでしょうか？見知らぬ他人を自分の家に泊めるのは怖くないのでしょうか？

こうしたシェアビジネスが普及しているアメリカでは、極めて詳細な個人情報がすでに社会に蓄積されているので、これを参照して個人の与信能力を調べれば、サービスを提供する資格、あるいはサービスを受ける資格が簡単に判明するのだといえます。こうした個人情報は「パーソナルクレジットスコア」と呼ばれていて、全米では全人口のおよそ9割の人々がデータ化されていると

いいです。個人情報に神経質な日本人から見れば、とても許しがたい社会に見えるかもしれません。

もちろん、アメリカでも、自分の個人情報が勝手に利用されていることが許せない人は、裁判所に訴えれば消去してもらうことは可能だといえます。ところが、この情報を消去された途端に、その人は米国の残りの1割に当たる不法移民、ホームレス、犯罪者のグループに分類されることになり、アメリカ社会の毎日の生活で普通にできたことが何もできなくなるのだといえます。

AirbnbやUberを利用するには会員登録が必要で、その際には住所、氏名、電話番号、インターネットアドレス、免許証番号、パスポート番号など、かなり詳細にわたる個人情報を要求されます。Airbnb社によれば「どうしてそんなに細かい情報まで出さなければならないのだ！」というクレームも多数あるといえます。そうした時にAirbnb社は「お客様の安全を守るために必要であり、ご提出いただけないのであれば、残念ですが会員登録はできません」と丁重に断っているそうです。

## 与信情報としてSNSをはじめインターネットの行動履歴が使われる

インターネットの行動履歴が使われ、そして、AirbnbにしてもUberにしても、それぞれサービスを受けた方も提供した方も相互に評価点をつけることになっています。この評価点が、さらに与信情報として蓄積されていきます。評価点が高いサービスの提供者はますますビジネスが拡大し、評価点が高いサービスの利用者は、多くのサービス提供者から優先的にサービスが受けられるようになります。だから、Airbnbで宿泊した人は皆、部屋を出る時に綺麗に掃除していくのだといえます。

また、こうしたAirbnbやUberのようなシェアビジネスを行っている人たちが個人の与信情報として活用しているのがFacebookのようなSNSへの投稿です。Facebookの投稿を見ていると、投稿者が信用できる人かどうかがわかるということでしょう。もちろん、その膨大な情報の判定には人工知能(AI)を使っているでしょう。一方、欧米でテロ犯罪が起きた時、すぐに犯人が割り出せるのも、公安当局があらかじめSNSの投稿から危険人物をマークしているからだと言われています。SNSは個人情報の宝庫です。

「だから、俺はFacebookのようなSNSはやらないのだ」という方も多いかもしれません。しかし、その際には、誰かがなりすましで自分を騙っていないか、よくチェックした方が良いでしょう。そして、SNSをやらないにしても、ネット通販で何を購入したかはしっかりチェックされていますし、GoogleやYahoo!でどこのサイトを検索したかも、携帯電話で位置情報をオンにしておけば、どこに立ち寄ったかも、すべて与信情報に組み入れられています。つまり、インターネット社会では個人の行動はすべて誰かに掌握されています。そうであれば、むしろ積極的に、毎

日、清廉潔白な暮らしをしているのだという証拠となる有益な情報をSNSに発信した方が得です。

## インターネットによる信用創造はサービス業から金融業まで拡大する

UberやAirbnbなどは、こうして蓄積した膨大な与信情報をベースにして、さらなるシェアビジネスを拡大しようとしています。宅配、ベビーシッター、掃除・洗濯、ケータリング、介護などのサービス授受を見知らぬ人同士まで拡大するには、サービスを提供する側と受ける側の双方の信用が重要となります。そうした個人エージェントがサービス産業の主役になった時に、従来のサービス企業という組織はむしろ非効率な存在となります。個人ベースの方がサービスの対価は安くなって品質も確保され、働く人の収入は仕事の出来栄えによって従来より増えるからです。

さらにこうしたインターネットによる信用創造はサービス産業だけにとどまりません。信用をベースとする最大の産業は金融業であり、中でも銀行という存在は信用だけで成り立っています。顧客にとって銀行は安心して預金を預けられる存在、また決済を任せることができる存在であり、また銀行にとって最も重要な仕事は融資先の与信管理です。こうした「信用」を、新たにインターネット上に構築可能としたのがブロックチェーン技術に代表される新たな金融工学 Fintech（フィンテック）です。

インターネットは元々、管理者不在の自律分散構造で運営されています。この自律分散システムが信用創造を受け持つようになると、これまで決済業務を銀行に頼っていた企業や個人は手数料を支払うことなく自身でできるようになります。そうした決済情報は最も信頼できる与信情報であり、この情報を手にした者は融資業務まで事業を拡大することができる。AppleがApple Payに乗り出したのも、そうした狙いがあります。FacebookやGoogleが個人に無償で多くのサービスを提供しているのは、単に広告事業だけを狙っているわけではありません。彼らは個人の行動をそつと見守ることによって個人の与信情報を蓄積し金融ビジネスへ事業拡大することを目指しています。GoogleもAmazonもFacebookも目指している最終ゴールは金融業です。インターネットによる新たな信用創造が、サービスや金融の世界に破壊的イノベーションを起こすのは、どうも間違いなさそうです。

## 組織ではなく提供価値が信用できる個人に直接仕事を依頼する未来

さて、今からおよそ30年後の2045年には人工知能が人間の能力を追い越し、約7割の職種が消滅すると言われています。特に高学歴が必要とされた職種ほど、その存続が危ないと言われています。私は、職種というよりも、むしろ「会社員」という職業の人が激減するのではないかと思います。つまり、30年後には、会社に所属し上司から指示された仕事をするというのではなく、個人として顧客から直接仕事を請け負う形に働き方が変化していくと思われれます。

現在、多くの顧客は信頼がおけるブランドを持った会社に仕事を依頼しています。それは、名が売れた会社に仕事を依頼すれば、責任を持って最後までやり遂げてくれるからです。しかし、今でも、深刻な病に罹った人は高名な病院を探すのではなく、高名な医師を探すといえます。重要なことは、「どの病院に入院するか」ではなく、「どの医師に診てもらうか」だからです。一般の仕事を依頼するのも、それと同じことです。

インターネットによって、個人レベルで仕事のスキルや責任感、人間性などの信用情報に加え、これまでやり遂げてきた仕事の評価などが参照できれば、顧客は名が売れた会社に仕事を依頼するより、卓越した能力を有する個人に仕事を頼んだ方が遥かに良い結果が得られるでしょう。これは決して将来の夢物語ではなく、現在、UberやAirbnbが行っているシェアビジネスの延長線上にあります。つまり、現存する多くのサービス企業が、Uberによって潰されたタクシー会社と同じ運命を辿ることになります。

こうした時代の到来に向けて、私たちの子供や孫たちには、どのような準備をさせれば良いのでしょうか？ 何しろ、良い会社に入社すれば、将来まで安定した生活ができるという保証は全くありません。それよりも、個人として社会に貢献し、対価を得るために何ができるかが問われています。そして、それはきっと有名大学で学べば教えてくれるというものではないだろうと想像できます。インターネットによる信用創造が活発になされる時代には、毎日の生活の中で地道な生活力を養っていくことこそが肝要なのかもしれません。



## 知創の杜

特別寄稿

「インターネットによる信用創造」

当記事の詳細をPDFでご覧いただけます。

[資料ダウンロード](#)

[コンサルタントやエコノミストの知見・ノウハウをご紹介します情報誌「知創の杜」はこちら](#)

