

共感を基礎とする情緒が 事業を発展させる

東京大学名誉教授
つきおよしお
月尾嘉男

情報の入手は飛躍の基礎

ロスチャイルド一族の三男ネイサン・ロスチャイルドはロンドンで幅広く金融事業を展開していた。一八一五年夏のナポレオンとイギリス・オランダ連合のワテールローでの戦いでナポレオンが敗戦したことを、戦場に派遣した密使からいち早く入手し、本来は高騰するはずのイギリス国債を当初は大量に売却し、その影響で国民も売却したために急速に価格が暴落したところで一気に購入

して大儲けしたという有名な逸話がある。

情報の量的定義は物事の不確実性を減少させる、すなわち確実にする程度で測定され、この事件が象徴するように、社会の今後を左右する事件の結果を早期に入手することは大変な価値があり、それを上手に利用すれば個人の出世も企業の繁栄も有利になるわけである。その威力は、大半の社会でインサイダー取引を禁止していることでも証明されている。一部の人間しか入手できない情



報で株式売買をすれば、断然有利になるからである。

情報よりも成長している情緒

ところが面倒なことに情報には矛盾する性質がある。上記と反対に、

より多数の人間が共有するほど威力を発揮する側面である。小説は読者が増加するほど価値が向上し、放送番組も視聴者数が成否の判断基準になる。情報という言葉は明治時代の造語であるが、報道や報告などのように事実を迅速に伝達する側面を「報」、情感や叙情などのように感性を刺激する側面を「情」という漢字で表現した見事な翻訳であると想像する。

そこで前者を情報、後者を情緒と命名して議論を展開する。一九七〇年から二〇一〇年までの四〇年間に、物価全体は三・一倍の上昇であるが、新聞購読料金は五・四倍、郵便料金は五・五倍など、情報関連の費用は物価以上の上昇である。ところがプロ野球入場料金は一三・一倍、国立大学入学費用は一四・九倍など、感性を刺激する分野の費用は二桁の増加である。迅速をめざす情報より共感を提供する情緒の価値が増大していることになる。

それぞれの分野に就業する人数を計算してみても、一九九五年から二

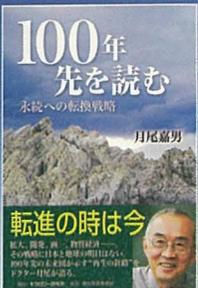
〇一〇年までの一五年間で、情報通信事業や郵便事業など、情報に関連する分野の就業者数は一・〇六倍の増加であるが、広義のサービス産業に分類される研究、教育、娯楽などの就業者数は一・一七倍になっている。人口減少を反映して就業者数の総数は〇・九三と減少しているなかで、情報分野も情緒分野も増加しているが、とりわけ後者の進展が顕著なのである。

共感される情緒の発信が要諦

この情報から情緒への重心の移動を加速しているのが、皮肉なことにインターネットを中心とする情報通信技術である。この技術は流通構造を変えさせるネットショッピング、金融事業を一変させるフィンテック、教育産業を変貌させるオープン・エデュケーションなど、あらゆるサービス産業分野に革命をもたらしているが、それらのサービスの評価を左右しているのがソーシャル・ネットワークワーキング・サービス(SNS)である。

かつて広域に分散する多数の人々が情報を共有する手段はマスメディアのみであり、企業は情報の入手も社会への発信もマスメディアに依存してきたが、SNSは膨大な人数の個人が情報を発信し、それが瞬時に共有される仕組みを社会に投入した。その威力は製品や企業の評価を左右するどころではなく、二〇一〇年代に、チュニジアのジャスミン革命を発端とするアラブ世界での革命の連鎖を発生させるほどの威力であった。

これまで企業は情報には鋭敏であり、高度な価値をもつ情報、すなわち広範に流布していない情報を入手することには熱心であったが、社会に共感をもたらす情緒の発信は十分ではなかった。しかし、あらゆる社会現象への不信でも満足でも、評価は瞬時に社会に拡散する時代であり、国家を転覆させるほどの通信手段が製品や企業の評価を左右することは雑作もないことである。共感される情緒の発信こそ企業がめざすべきことである。



絶賛発売中!!
ご注文は添付のハガキで