

Title	TALK1 : ELSIのビッグウェーブを哲学する
Author(s)	朱, 喜哲
Citation	ELSI VOICE. 2023, 4, p. 4-9
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/89932
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

TALK1:

ELSIのビッグウェーブを

哲学する



朱 喜哲 (ちゆ ひちよる)

株式会社電通関西支社ソリューション・デザイン局 主任研究員/
大阪大学ELSIセンター 招へい教員

大阪大学大学院文学研究科博士後期課程修了。博士(文学)。電通にてマーケティング・アナリティクスおよびプランニングに従事し、近年はデータビジネスの倫理的課題の研究と社会実装にもとりくむ。共著に『信頼を考える——リヴァイアサンから人工知能まで』(勁草書房)、『在野研究ピギナーズ』(明石書店)、共訳に『プラグマティズムはどこから来て、どこに行くのか』(勁草書房)など。

仕組が見えにくいデータビジネス

私は哲学の研究者であると同時に、電通という会社で主にデータビジネスに従事しています。全く食い合わせが悪い領域じゃないかと思われるかもしれませんが、自分が培ってきた専門性とビジネスの課題との間でどんなことができるかを模索してきた中でELSIという言葉に出会い、ここ2年ほど寄り添ってやってきた部分がありますので、その経緯を少しお話しさせていただきます。

まず、ビジネスの上での取り組みをもう少しお話しますと、パーソナルデータマイニングや人の行動をデジタルデータに変えるといった位置情報に関連する仕事に多く携ってきました。このシリーズの第1回で、日本での位置情報業界団体であるLBMA (Location Based Marketing Association) Japanの方々が登場された^{*1}と思いますが、スマートフォンの浸透とともに位置情報データを活用した広告技術やマーケティング手法の開発が2014年頃から日本でも本格的に始まって、私もその黎明期から関わってきました。もちろん通信情報技術そのものを専門としているわけではないので、どんな

【※1】ELSI VOICE No.2参照。

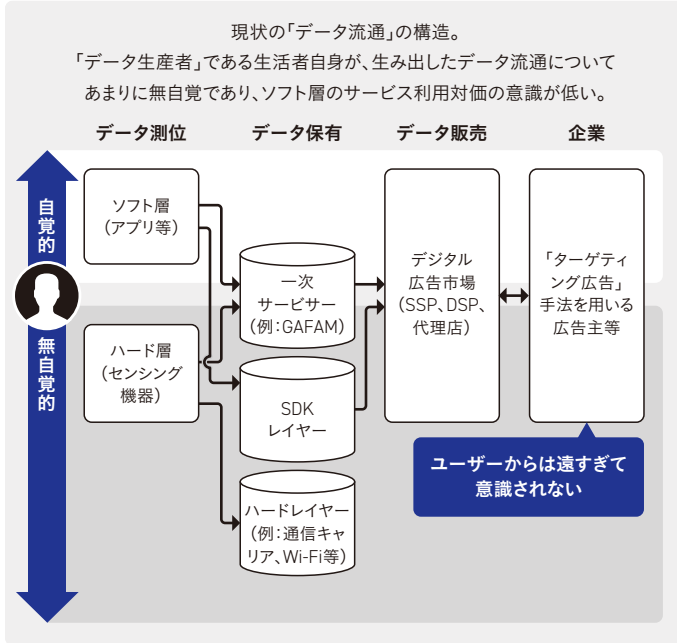
ふうに使われるんだらうかとか、そんな使い方があっていいんだらうか、といった観点からデータを使った新しいビジネスのあり方を考えてきました。

一方、哲学の研究者としては、主にプラグマティズムというアメリカ発祥の哲学を専門としてきました。「コミュニケーションに関わる哲学です」と説明することが多いのですが、例えば、ある物事について相手に納得してもらうために、理由をつけて正当化することがよくありますね。この「正当化」の試みを中心としたコミュニケーションについて研究しています。

両者のつながりはどこにあるかと言いますと、ビジネス用語でいうステークホルダー、つまりビジネスの上で意思決定・判断をする会社の長や各セクターの方、取引先の方、さらにユーザーや消費者である市民一人一人に至るまで、関係する皆さんに納得してもらえるような理由をどうつくるかということに取り組んでいて、これはまさに「正当化」ですね。現代において、正当化の理由としてとりわけ力を持っているのがデータです。「データに裏付けられている」と言われると二の句を継げなくなるわけですけれども、それって一体どういうデータなんだらうと掘り下げて考えると、やはりわかりやすい言葉づかいやデータの表現方法を工夫することが必要で、自分の専門性をそういう形でビジネスにつなげているという自覚を持っています。

その上でデータビジネスは、関われば関わるほど、理解や納得をしてもらうのが非常に難しいものだと思うようになりました。例えば、図式として一番シンプルな商取引は、モノがあって対価があるという形ですね。それに対してデータビジネスの課題は、仕組みや過程が見えにくく、単純な図式にしようとしても非常に複雑になってしまうところです。

●資料1:データビジネスの課題感(複雑性)



最終的にユーザーや市民に届けるデータには各企業が持っているいろいろな情報や技術がはさままれていて、それがあまりに複雑でどんな構造になっているのか、あるいはどんな情報が届いているのかがわかりにくくなっています。例えば、今いろんなアプリがある中で無料アプリはなぜ無料で使えるんだろう、といった疑問を抱く人もいるでしょう。自分が何を対価にサービスを利用してきているのか、その仕組みがわからないというのは、データ業界に対して世界的に共有されている課題で、いろんな解決策が練られています。

一つは、データを個人のものとしてちゃんと管理するための仕組みを考えましょうということ、特にいま国を挙げて推進されているのが情報銀行^{※2}です。きょうのテーマではないので深入りしませんが、情報のトラストバンク、つまり信託されて情報を運用するという適切な方法が今後考えられていくことになるだろうと思います。

【※2】経済産業省が主管となって進める事業で、認定を受けた事業者が個人情報を受託され、データを活用したい他の事業者に適切に提供することを目指すもの。

ただ、仕組みをつくれれば問題が解決するかというと、全くそうではないというのが私自身の感覚です。なぜかというと、かつて「データは21世紀のオイルである」という言い方がありましたね。それは生産された情報がビジネスにつながり、それ自体が価値を持つということの喩えでしたが、その情報を生産するのはほかでもない市民の一人一人であって、データビジネスはその市民の意思に基づいてデータを利活用する構造になっています。ですから私たちも含め市民一人一人が自分自身でデータの所有権やそれを運用する権利を行使しなければ、そもそも動き出さないビジネスです。仕組みをつくれれば大丈夫ということにはならないので、市民が納得できる言葉を編んで、「こうやったら本当に良いことがある」と説明できることが必要不可欠だと思って取り組んできました。

データビジネスに求められるもの

そうした中で2018年頃から、データビジネス全体の風向きが変わってきたことを感じています。象徴的な事例としては「サウス・バイ・サウスウエスト (South by Southwest = SXSW) ^{※3}」。これはアメリカのテクノロジー企業の祭典として世界的に有名なイベントで、そのような場所でもGAFAM、つまりGoogle、Apple、Facebook (Meta)、Amazon、Microsoftのようなメガプラットフォーマーにデータを牛耳らせていていいのかというような議論も出てきました。さまざまな会議やセミナーでもポリシー(政策)、エシックス(倫理)、プライバシー(個人情報)、トラスト(信託)といったテーマが多く、データへの関心の高さを物語っていると思います。

今、日本でもMyData Japan ^{※4}という活動が始動していますが、データの主体は個人であるということをうたっているMyDataのカンファレンスなどでもAIの倫理を問うような形で倫理的課題が取り上げられるようになりました。世界的にもチーフ・エシックス・オフィサー (CEO = 最高倫理責任者) の存在や役割が重要視されはじめるなど、にわかには倫理に対する関心が高まってきていると、肌で感じました。

【※3】毎年3月にアメリカのテキサス州オースティンで開催される大規模イベント。1987年に音楽祭として始まり、映画祭、インタラクティブ・フェスティバルなどを組み合わせた業界人向けの見本市の側面を備えて毎年規模を拡大しながら開催されている。主催はSXSW社。

【※4】2018年に設立されたMyData Globalの日本拠点。「パーソナルデータを自分自身のために使い、自分の意思に基づいて安全に共有できるようにする」というデータ主権者としての個人を重視するMyDataの考え方を発信していく組織(一般社団法人)として、会議などのイベントを開催している。

2019年には、「データ・サイエンティストは単に技術があるだけでは不十分で、高い倫理観が問われる」といったことが言われ始めます。一方で、日本のビジネスシーンで倫理の話をするに「まあ、そうだよな」と皆さんおっしゃいますが、それを突き詰めるとなかなか答えられる人がいないというのが実情です。確かに倫理とは何か、と問われるとなかなか説明しづらい。そんなときに ELSI という概念に出会って、はたと気づいたのが、「リーガル（法的）やソーシャル（社会的）ではないものとしての課題」というと比較的説明がしやすいんじゃないかということ。私が ELSI という言葉にすごく魅力を感じた一つのきっかけでもありました。

●資料2:ELSIの分類



岸本先生ともよくお話しするのは、企業内のビジネスシーンでは法的な課題については法務セクションが担当したり顧問弁護士に依頼したりする形で、すでに対応する人材がいる。社会的な課題も「炎上対応」や「世論形成」といった日本特有の言葉づかいがされるほど頻繁に見られますが、それには広報に携わる部署が対応するだろうと思うのです。

じゃあ、その間にある倫理とは何だろうかと考えたら、一つは普遍的であるべきものとして想定されている理念であるということです。人は普段から正義とか公平、尊厳といったことを明確に意識しているわけではないけれども、漠然と「それってフェアじゃないよね」とか「これはちょっと不平等なんじゃないの」と感覚的に思うことがありますね。それを「こういう正義の感覚ではないでしょうか」とか「人の尊厳に関わるんじゃないでしょうか」というように、漠然としたものの背景に存在する理念として明確にする上で、哲学や倫理学が培ってきた言葉づかいが非常に役に立つんじゃないかと思いました。

ただ、企業においてはそれがどこの部署の案件か意外とわからなかったりしますが、私がこの2年ほど見てきた中では、経営や人事が担当することではないかと思っています。日本企業の場合、社訓や社是というものがありますね。新しいベンチャー企業にはない場合もありますが、どんな理念や価値規範、さらに言うとどんな世界観を持って経営するか、どんな人材を育成するか、といった若干古式ゆかしいと感じられることが意外と大事で、個々の行動にも反映されていくように思います。

そうした流れを念頭に置きますと、今 ELSI の存在感はすごく増しており、また、ELSI に対してのニーズも感じます。ELSI のビッグ・ウェーブを確かに感じるのです。一方で、エシックス・ウォッシングとかエルシフィケーションと言われたりするようなこと、つまり倫理という名の下で本当は問題があるものを、専門家のある種の「お墨付き」によって洗い流してしまうような負の効果もあるのではないかと。ウェーブが問題を隠蔽する役割を果たしていないかという点も気になります。そこで ELSI 分野の研究者の人たちがこの流行に対してどのように取り組んできたのか、あるいは取り組むべきなのか、後ほど皆さんとディスカッションできればと思っています。