

巻頭言

DXと社会調査

株式会社NTTドコモ
モバイル社会研究所所長
東京大学名誉教授 廣瀬通孝



今や、アニメやゲームが日本文化の一翼を担う時代である。デジタルコンテンツという領域がそれであり、伝統的日本文化に負けず劣らずわが国のアイデンティティ向上に貢献している。デジタルコンテンツ産業の海外輸出額は、すでに鉄鋼業や化学産業を抜くほどの状況だそうである。今後もこの成長力は継続するものと予想され、新たな基幹産業としての役割が期待されている。

こうした産業は量的な充実ではなく、質的な充実をめざした産業である。20世紀が物的充足の時代であったとするならば、われわれは物的要求の次の段階に踏み出したと言えるだろう。世界全体から見れば、人類はまだまだ物的充足の時代であるという意見もある。しかし、わが国というコミュニティを考えてみれば、明らかに質的充足に注目が集まっている。質的充足への変化は、モノからココロへの変化、ということが言えるだろう。

しかも、高齢化の進むわが国では、この傾向は加速していくだろう。年をとると自分の周りに存在する物財を持て余し、終活のフェーズに入っていく人が多いと聞く、若いころに目の色を変えて追い求めた物財は何だったのか?という友人も多い。要は心の問題というわけである。

そういう問題に、21世紀の主幹技術たる情報技術は、正しい寄り添い方をしてきただろうか?効率化や集約化などといった20世紀型のパラダイムを押し付けようとしていないだろうか。現在のDX化は急速である。DXのエバンジェリストの口ぶりは、依然としてバスに乗り遅れるな型の言い方が多い。しかし、重要なのはDX化は手段であって目的ではないということである。最終的にDX化していくにしても、人々が納得してその方向に自ら楽しく向かうことが必要であって、苦しみながらDX化を推進すべしという、スポ根まがいの方法論こそ20世紀の遺物ではないかと思う。

その意味において、国民がDX化の何を気にしているのか、何を気にしていないのかを知るための社会調査はもっとずっと注目されてよい方法論である。モバイル社会研究所の調査結果を眺めていると、専門家と一般市民の受け止め方がこんなに違うのか、驚かされることが少なくない。山は登りやすいところから登るのがよい。あえて難関に挑戦するのは格好良いかもしれないが、頂上を極められなければ何の意味もないのではないかと思う。

社会受容の難易度について、洗練されたマップを持つことが、DXを悪者にせず国民全体に普及させ、それが

Society5.0なる新しい社会へとつなげる秘訣だろうと思うのである。

「良薬は口に苦し」とはよく言う言葉であるが、それは必ずしもマストではない、21世紀のわれわれはもっとうまい方法論を考え出せるはずである。