

風刺画のコミュニケーション力 — 『エコノミスト』 (*The Economist*) の表紙 II —

袖川裕美

はじめに

イギリスの政治経済誌『エコノミスト』 (*The Economist*) は英米の知識層に人気の高いグローバルな“週間新聞”¹⁾であり、特にその表紙の風刺的センスやコミュニケーション力に定評がある。筆者はこれについて、「風刺画のコミュニケーション力—『エコノミスト』(*The Economist*) の表紙—」と題して、*Mulberry 66* (2016.8) (愛知県立大学外国語大学英米学科)で論じた。この論考で、『エコノミスト』は「世界に読者を持つにもかかわらず、無難路線を取ることはなく、終始一貫してウィットと毒の効いた諷刺性を前面に出している点に特徴がある。『エコノミスト』自身、この点を自負するところがあり、“編集者が選ぶ 2016 年を決める 10 枚の表紙”といった試みを発表」しているだけでなく、「来年の予想を表紙で表現する企画が毎年行なわれていて、これには世界中の論者が読み解きを試みている」と述べた。筆者は、前回の論文では、世界を俯瞰するため、地域別 (アメリカ、ヨーロッパ、ロシア、中国、日本) に特徴的な絵や図を取り上げ、主に政治テーマを中心に、その意味するところを読み解き、表紙画のもつ読者へのコミュニケーション力を確認した。

筆者は、さらに他の地域や IT (情報技術) 産業などの個別分野でも同様の分析を行ない、それらを合わせて、シリーズとして『エコノミスト』の表紙についての論考を完結させたいと考えている。そこで、今回はシリーズの 2 回目として、IT 分野を取り上げた。

1. IT ネット企業

1.1. 世界で最も価値のある資源

まず、IT 産業のなかでも、特にデータネットワークを活用するネット企業
の力を端的に示す表紙から紹介しよう。



図 1 2017 年 5 月 6 日

「世界で最も価値ある資源」

データと競争の新しいルール

ネット企業のリグの先から出てくるものは、煙ではなく、「0110011・・・」の数字である。コンピュータの情報処理で使われる 2 進法の 0・1 である。

ここに登場する企業は、アマゾン、
ウーバー、マイクロソフト、グー
グル、フェイスブック、テスラといっ

た、いずれ名高い世界的ネット企業である。海に浮かぶこれらの企業は高層ビルではあるものの、石油の掘削リグの形で描かれている。すなわち、ネット企業のデータは、中核的エネルギー資源の石油に取って替わる価値を持ち始めているというのだ。

巨額の収益を生み出す商品は、デジタル時代の“石油”に相当するデータである。これらの企業は、大量のデータが流入することで、巨大な力と富を手にした。記事は、各国の独占禁止当局はデータの囲い込みを制御し、競争を促すために新しい対策を取るべきだと主張する。1 世紀前なら独禁法の対象になったのは石油だったが、今はデータなのだ。

だが、ネット企業の成功と巨大化は、消費者にマイナスにならないところが悩ましい。日本では最近、宅配サービスの企業負担が話題になったが、消費者にとってヤマトやアマゾンの翌日配達サービスは捨てがたい。グーグルの検索エンジンがない生活も考えられない。ニュースの入手源は、フェイスブックのニュースフィードのみという層もある。しかも、これらは無料だ。ネット企業の代価は金銭ではなく、個人情報である。データ量が多ければ多いほどサービスの質を高められ、無償でも採算は合う。競争の質が変容し、“データ経済”²という言葉が生まれた。

表紙に関する記事では、当局は「企業の力を規模の大きさではなく、データ資産で測れ。制御の対象をオンラインサービスの提供者に対してではなく、データ提供者に向けろ。データは公的インフラだ」と書かれている。経済の重心がモノからデータに急ピッチで移っている。

1.2. アマゾン (Amazon)

では、図 1 に登場した企業について、『エコノミスト』の表紙を基に論じ



てみよう。

図 2 2017年3月25日

「アマゾン帝国」

これを脅かすものは何か。

アマゾンの巨大なドローン（無人機）が、高層ビルの立ち並ぶ大都市の上空を飛び交う。まるで宇宙から飛翔してきたUFO(未確認飛行物体)のようだ。が、実態はアマゾンの宅配ドローン群である。何やら不気味である。

アマゾンにはオンラインの書籍販売から始まり、現在では米国内のオンライン出費の半分以上を占め、世界有数のクラウド・コンピューティング提供企業となった。バーチャルな声によるアクティベーターで、さまざまな製品を起動できる。しかし、株主にとってはすべてがこれからだ。2015年から今日までに株価は173%上昇し、時価総額は4千億ドル。今後10年で5000億ドルの収益が見込まれ、全米で最も収益性の高い企業になると予想されているという。

マイクロソフトのクラウド・コンピューティング、小売り大手のウォルマートによるオンライン強化など、ライバルの攻勢はあるものの、アマゾン創設者のジェフ・ベゾス CEO の自信は揺るがない。理由は時間的と空間的な視野が広いことである。短期的成果を考えず、核となるビジネス（E コマース、アマゾン・ウェブ・サービス（AWS）、クラウド・コンピューティング）に投資を続けること。E コマースで顧客を引き付け、そこで得た収益を他の新サービス開発に投入するという手法である。また、空間的視点の広さとは、活動の幅が広いこと。ロジスティクス、検索エンジン、ソーシャルネットワーク、食品製造など。倉庫の賃貸しもすれば、レジなしの支払い実験、ドローンによる配送実験も進める。もはや小売業ではなく、コングロマリット（複合企業）と言えよう。

ここまで来ると、普通なら規制当局が乗り出すところだが、アマゾンはまだ米国一の小売業者ではないため、規制の対象とはなっていない。だが、今後、投資家の期待通りに収益をあげていくと、規制当局が黙ってはいないだろう。アマゾンのビジネスモデルは、規制当局者の考え方をさえさせる可能性がある。アマゾンが商業の「公益会社（utility）」になれば、規制を求める声が高まる。成功は、政府との対立をもたらすかもしれない。

付記： アマゾンが6月16日、米高級食品スーパーのホールフーズ・マーケットの買収を決めた。手薄だった生鮮品分野に足場を作り、世界最大のスーパーチェーンであるウォルマートに挑む。

1.3. ウーバー (Uber)



図3 2017年9月3日
「ウーバー・ワールド」
輸送のあり方を巡る、発想の転換
レース

あまり人の匂いのしない近未来的なクリーンな都市空間に、軽装備の車両(電気・自動走行車)が走る。ウーバーが、輸送を巡る発想の転換を競うレースで、トップを走っているようだ。

ウーバーとは、アメリカのウーバー・テクノロジーズが運営する、配車サービスのアプリである。利用者が気軽に使えるだけでなく、運転手も一般の人が自分の車両を使って空き時間にサービスを提供し、収入を得られる点が人気だ。現在は世界70カ国・地域の450都市以上で展開。日本にもお目見えしている。

“ウーバー”はドイツ語の *über* から来た言葉で、英語では“over”、“beyond”となり、“～を超えた”を意味する。そのため、「優れた、突出した」を表す形容詞や副詞、ハイフン (*uber-*) をつけた合成語として使われている。そのため、表紙のタイトルである「ウーバー・ワールド」には、「ウーバーの世界」というだけでなく、「優れた世界」、「世界中に」といった含意がある。さらに、特筆すべきは、すでに“Let’s Uber.” (ウーバーしよう) という用法があることだ。「ウーバーのアプリを使って配車サービスを利用する」という動詞になっているのだ。これは *google* を動詞として使う (検索する、グーグル) に匹敵

する。2009年に設立された新規ビジネスであることを考えれば、いかに短期間に社会に浸透したかを示す端的な事例であろう。

ウーバーの野望は、世界のタクシー業界を震撼とさせる新しいビジネスモデルの提供にとどまらず、個人の輸送手段という大規模マーケットも視野に入れている。電気・自動走行車については、アップル、グーグル、テスラなどのIT企業だけでなく、フォードやボルボなど既存の自動車大手も投資を続けていて、これらは、20世紀に自動車をもたらした生活の変革と同様、21世紀の人々の生活を激変させる可能性がある。具体的には、輸送手段の再発見、都市の変革、自動車事故や大気汚染の激減などで、ライドシェアによって、輸送手段の公私の区別があいまいになる可能性もある。障害者や高齢者の異動の自由が拡大される、必要な車両が減る、駐車場の敷地も減る、住宅や公園が増える等々。

この革新的レースでは、短期的にはウーバーが有利と言えるが、長期的には誰が勝つか不明である。これまでも新技術の旗手が、トップにとどまれない例は数多くあった。関連記事は、勝ち残りへの鍵は、規制や高い税金、企業分割といった問題にどう対応するかだと言う。さらに、ウーバーは、車両を所有しない身軽さが通用しなくなって、自社の車両を持たざるを得なくなるかもしれない。そうすれば、高い利益率が維持できず、低い利益率に甘んじる航空会社のようなになる恐れもある。

フーバーは先駆的な掃除機メーカーだったが、現在は「掃除機をかける」という動詞に名を残しながらも、トップメーカーの地位は他に譲った。ウーバーもそうなる可能性は否定できないが、我々は確実に「ウーバー・ワールド」に向かって進んでいる。

付記： ウーバーの共同創業者で CEO のトラビス・カラニック(Travis Kalanick)氏が2017年6月20日付で辞任した。家族の事故により、休職した直後のことだったが、ウーバー社内のセクハラや差別問題などの不祥事、グーグル・自動運転車の技術盗用疑惑による提訴などで、株主から圧力を受け

た。ウーバーの市場価値は損なわれたが、IPO（新規株式公開）への市場の関心は引き続き高い。

1.4. グーグル (Google)



図4 2014年11月27日

「グーグル」

政府はデジタルの独占を分割すべきか。

押しも押されぬ世界的企業となったグーグル（親会社はアルファベット Alphabet）は、巨大化が進むことで、社会との軋轢も強まっている。この図柄ではスーツを着た男女4人が、ドリル、つるはし、チェーンソー、ハンマーを握って、GOOGLE のロゴを壊しにかかっている。

だが、情報最先端の巨大企業の解体に、手動のドリルやハンマーとは何とも原始的である。力仕事を担うのが、屈強の若者には見えない背広姿の男3人と女1人というのも心もとない。真剣に解体しようとしているのかも疑わしい。

ヨーロッパには、企業と消費者に平準化された場を与えるため、「検索エンジン最大手のグーグル」を解体すべきだとの考えが久しくある。Googlephobia（グーグル恐怖症）が浸透していて、ヨーロッパ議会はグーグルにさまざまな対策を提示し、実行を求めてきた。議会に執行権はないが、グーグルと一握りの企業にネットを独占させておくことへの懸念がある。こうした中、とうとう、ヨーロッパ委員会が、独占禁止法に違反したとして、グ

ーグルに 24 億 2000 万ユーロと過去最高額の制裁金を科した(2017 年 6 月 27 日)。

だが、グーグルのネット検索率は、アメリカでは 68%、ヨーロッパの主要国では 90%以上と他の追随を許さない。圧倒的なネットワーク力はユーザーを引き付け、広告主を引き付ける。自社サービスに導くような検索結果を提示する、広告主が複数のオンライン・プラットフォームでは広告を出しにくくしているといった批判があるが、検索の利用者は無料で簡単に有効な情報を入手できる。

規制当局が規制になかなか踏み出せないのは他にも理由があった。第一に、デジタルの世界は参入障壁が低い。インスタグラムやワッツアップの急成長の例をあげるまでもない。通信会社やエネルギー会社を立ち上げようとするれば、莫大な資本が必要なため必然的に競争がなくなるのとは違う。現実には、フェイスブックがインスタグラムやワッツアップを買収し、グーグルがウェアイブズ・アプチャーを買収したように、大手がライバルの芽を潰しているが、これがむしろ、さらなる新規事業の立ち上げを促す。

第二に、グーグルなどの製品は、例えばマイクロソフトの OS ウィンドウズと違って、消費者を自社製品に封じ込めることはない。

第三に、メインフレームの IBM やマイクロソフトの OS のように、一時期、他を圧倒しても、予想外の技術と手法で市場を拡大しなければ、たちまちライバルに追い落とされる。フェイスブックはグーグルの広告収入を喰っているし、グーグルはモバイル・プラットフォームのアンドロイドで成功しても、スマホを使う利用者はウェブよりアプリで多くの時間を過ごす。先端情報技術の分野で鋭角的に急浮上した企業が、常にトップに君臨できるとは限らない。

一方、ヨーロッパ議会の Googlephobia には、域内企業の保護の側面がある。だが保護よりも、グーグルやフェイスブックに匹敵するような企業を創造するほうが重要である。

ただ、プライバシーの侵害という点では、**Googlephobia** は正当性がある。個人情報の扱いについては、グーグルやフェイスブックを制限するのは正しい。

だが、グーグルは、グーグル・グラス（ヘッドマウントディスプレイ(HMD)方式の拡張現実ウェアラブル・コンピュータ）も発表した。何かのデバイスを手に持つこと無く、いつでもどこでもインターネットとコンピュータにアクセスできるようになることを目指している。



図5 2013年11月16日

「あなたの行動のすべて」

グーグル・グラス、ユビキタス・カメラ、プライバシーへの脅威

図の目が、カメラのレンズになっているところが、秀逸なデザインである。いつでもどこでもつながり、すべてが記録される、ユビキタス・コンピューティングの冷徹さを示す。

また、ユビキタス・カメラも現実になった。ユビキタスとは、語源はラテン語の **ubique** で「あらゆるところに」という意味である。神の遍在というときに **ubiquitous**（同時にいたるところにある）という言葉を使うが、これがコンピュータの世界で使われるようになった。ユビキタス・カメラとは、いわばカメラが至る所に設置されていて、膨大な情報収集が可能になったことを意味する。自動車のダッシュボードに設置されたカメラは事故のようすを捉える。ペットの首にもカメラが搭載され、飼い主は常時ペットのようすをチェックできる。米警察官の制服にはビ

デオカメラが取り付けられていて、人々とのやり取りを記録する。さらにパラッチはドローンでヨットに乗ったセレブを撮影する。

特に顔の認識技術は洗練され、政府や企業がオンライン上の画像から、容易に個人情報を引き出せる。体や心や顔の主権者は誰なのか。法規制が求められる。

1.5. フェイスブック (Facebook)



図6 2016年4月9日

「帝国の野望」

この表紙に描かれた人物は、フェイスブックの創設者のマーク・ザッカーバーCEO (Mark Zuckerberg) (31歳) である。

頭には黄金のオリーブの冠、左手にはフェイスブックのロゴを持ち、右手は親指を立てて賛同のサインを示している。言うまでもなくフェイスブックの「いいね！」である。台座には、ラテン語で、MARCVS ZVCKERBERGVVS (マーク・ザッカー

バーグ)、CONIVNGE ET IMPERA (connect and rule) (つなげる、支配する) と刻まれていて、横には世界制覇を狙ってか地球儀が置かれている。

ザッカーバー像は、イングランドのヨーク大聖堂の前にある、ローマ帝国のコンスタンティヌス1世(272-337年)の銅像(次頁図)を模しているとみられる。こちらの銅像は、左手に剣を持ち、右手は下向きに指を広げ、ややしどけなく下げているところが異なる。コンスタンティヌス1世はヨーク滞在中に父帝が死去したため、この地で皇帝となった。ローマ帝国でキリス

ト教を公認し、帝国の再統一をはかるが、皇帝の死後、再統一した帝国は瓦解した。



大帝になぞらえたザッカーバーグ氏は、創業からわずか 12 年で「巨大な人口、巨大な富、カリスマ的指導者」をもつ帝国「フェイスブック」を築いた。世界に 20 億人あまりの利用者がいて、毎日、一回平均 20 分以上利用する人が 10 億人いるという。

ザッカーバーグ氏は、貧困国のネットにつながっていない人々を、太陽光ドローンを活用したインターネット信号で、つなげる計画を持っている。多くの人をひきつける新サービスと広告収入を支えるのが、圧

倒的なデータ量で、ライバルには買収で臨んできた。

現在、人工知能 (AI) を活用した「機械による学習」や拡張現実 (AR)、これらを通じた新しいコミュニケーションが求められるなか、フェイスブックも他のライバル企業とともにこれらに取り組んでいる。

また、ザッカーバーグ氏は、トランプ大統領の移民制限策を懸念し、反グローバル化の潮流そのものに反対していることから、政治的野心があると見る専門家も多い。

『エコノミスト』の表紙は、ザッカーバーグ氏の力を称えた。しかし、『ガーディアン』(The Guardian Web. 2016 年 4 月 17 日) が指摘するように、コンスタンティヌス大帝の死後、ローマ帝国が瓦解したことを考えると、この合成画像が単純な賞賛だけでもいえず、意味深い。

付記：2017 年 6 月 22 日に、ザッカーバーグ氏は社名をこれまでの「つなげる」から「絆を深める」に変更した。世界の分断は「つながる」だけでは解決しないと考えたためという。

1.6. テスラ (Tesla)

イーロン・マスク(Elon Musk)氏については、企業家としての評価がすでに定着している。『タイム』(TIME) (2013年版)の「世界でもっとも影響力のある100人」では表紙を飾り、『フォーチュン』(Fortune)誌でも「今年之最優秀ビジネス・パーソン」に選ばれた。



図7 2012年11月15日
『エコノミスト』2012年 イノベーション賞

「境界なし」部門の受賞者
スペースXのイーロン・マスク
民間宇宙輸送におけるパイオニア的業績に対して

私(イーロン・マスク)は19歳の時に、地球以外での生活について考え始めた。何が人間の未来をつき動かしていくのか考えたのだ。

インターネット、持続可能なエネルギー経済、宇宙探査が、もっとも重要な3つの機動力だと思う。

私は宇宙旅行の文明こそワクワク・ドキドキの未来であると信じている³。

マスク氏は、オンライン決済システムのペイパル(PayPal)の前身となる企業を創業・売却したあと、2002年に宇宙輸送を可能にするロケットの製造開発を行うスペースエックス(SpaceX)を立ち上げた。CEOならびにCTOに就任。また、電気自動車会社であるテスラモーターズ(Tesla Motors)⁴に投資し、最初のモデル「0001」を自ら所有。2008年には会長兼CEOに就任。2006

年には太陽光発電会社ソーラーシティを従兄と共同で立ち上げ、会長に就任。テスラとソーラーシティは米ナスダックに上場させている。

テスラはまた、2016年に配車サービス「テスラ・ネットワーク」構想も発表。さらに驚いたことに、ロサンゼルス国際空港からスペース X 本社までの交通渋滞に業を煮やしたマスク氏が、トンネル掘削のボーリング社(The Boring Company)を立ち上げ、実際に、試験的に掘削した地下トンネルを時速 200 キロで走りぬけ、動画をインスタグラムで発表した(2017年5月)。当初はジョークと思われたトンネル構想も、マスク氏の実行力で一気に有力事業に見えてくる。

最後にもうひとつ、マスク氏の気骨を伝えるエピソードを紹介したい。マスク氏は、ドナルド・トランプ大統領への助言機関である諮問委員会のメンバーだったが、トランプ大統領が地球温暖化対策の国際的枠組みである「パリ協定」離脱を表明したため、2017年6月に辞任を表明した(参考:ディズニのロバート・アイガーCEOも辞任を表明)。



1.7. マイクロソフト (Microsoft)

図 8 2008年6月28日
「ビル・ゲイツの意味」

この号の『エコノミスト』が発行される数日前に、ビル・ゲイツ(Bill Gates)氏は、会長職にはとどまるものの、2年の移行期間を経て、1975年に設立したマイクロソフトの日常業務から離れると表明した。以後はマラリアと貧困対策を中心とす

る慈善活動に専念すると宣言したのだ。

功なり名を遂げ、IT 帝国に不朽のレガシーを残した世界一の富豪ゲイツ氏が、人生の後半を慈善活動に捧げるとは、まことに「アメリカン・ドリーム」を絵に描いたような人生である。しかし、ここには、自身のマイクロソフトにおける絶頂期は去ったという、やや辛い認識があると思われる。そのせいか、額に皺を寄せ、視線を遠くに走らせる姿には陰がある。

マイクロソフトは、1980 年代の MS-DOS に始まり、90 年代にはウィンドウズに進化させて、その後 20 年ほど PC・OS のデファクト・スタンダード（事実上の標準）として不動の地位を築いた。その間、OS のアップグレードもインターネット経由で行うようになり、オフィス（ワード、エクセル、パワーポイント、アウトルック）を中心としたパッケージも、デファクト・スタンダードとなった。

インターネットの進歩、スマホやタブレットの登場・深化、セキュリティの脅威、ライバルの台頭などによって、マイクロソフトも絶えず進化を求められてきた。ゲイツ氏の判断は正しく、早々に次世代に経営をバトンタッチしたことで、IT 企業の先輩格であるマイクロソフトも、図 1 のデータ企業の上位にとどまっている。

一方、デファクト・スタンダードがマイクロソフト一社に集中することについて、アメリカでもヨーロッパでも提訴されてきた。アメリカでは、OS 会社とアプリケーション会社の 2 分割・是正命令が一番で出されたが、ワシントン連邦高等裁判所が差し戻した。現在では実質マイクロソフトの勝利の形となっている

また、2004 年、ヨーロッパ委員会はマイクロソフトがウィンドウズの支配的地位を乱用し、競争法に違反しているとして約 4 億 9720 万ユーロの制裁金を科し、最終的にはマイクロソフトもこれを受け入れた。しかし、その後も、マイクロソフトが世界の OS 市場を独占し、世界中のパソコンの新規購入費用にウィンドウズのライセンス費用が含まれているとして、8 億 9900 万

ユーロの新たな制裁金を科した。さらに、他社製の閲覧ソフトを自由に選べないようにしたとの理由で追加制裁を科した。

だが、マイクロソフトがウィンドウズだけに収益を頼っている時代は終わった。2017年の1-3月期決算では、クラウド事業が好調だったのに対し、スマホ・タブレット事業は不振という結果が出ている。

付記： ゲイツ氏夫妻と投資家ウォーレン・バフェット氏の音頭で始まった「ギビング・プレッジ」運動は、世界の富豪に、死後または生前に、資産の大半を寄付する呼びかけである。150人(2015年9月時点)が「寄付の誓い」をしており、テスラモーターズのマスク CEO やフェイスブックのザッカーバーグ CEO、「シェール革命の父」として知られる石油王ハロルド・ハム氏らも名を連ねている。

1.8. 番外編： アップル (Apple)

図1に登場する企業について、『エコノミスト』の表紙に登場した図柄と記事から論考した。だが、『エコノミスト』の読者のなかには、アップルが入っていないことを訝る向きもあるのではないか。筆者もそのひとりである。

アップルは、世界経済の回復と好調な企業収益で世界同時株高が進むなか(2017年6月時点)、市場をけん引するIT関連企業のなかでもトップを走る。現在、アメリカのアップル、アルファベット(グーグル)、マイクロソフト、アマゾン、フェイスブックは、第4次産業革命の波に乗って急成長を遂げていて、これら5社はそのまま世界の時価総額上位5社となっている。世界の主要企業の移り変わりを如実に示す。

そこで、本稿をまとめるにあたって、アップルは外せないと考えた。だが、『エコノミスト』の表紙に現れるアップルは、スティーブ・ジョブズ(Steve Jobs)氏に尽きると言ってもよい。

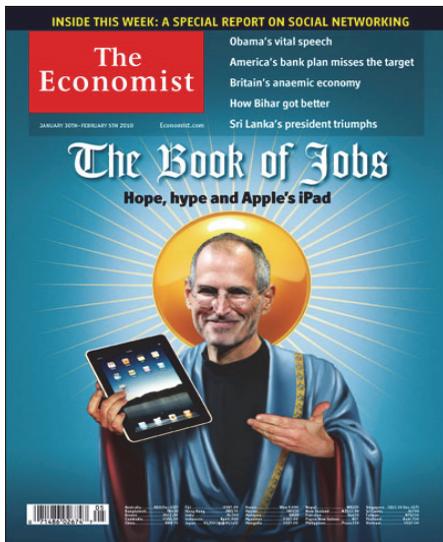


図9 2010年1月28日

「ジョブズ記」

希望、宣伝加熱、アップルの iPad

ここでは、アップルの創設者であるスティーブ・ジョブズ CEO が、光輪を背に宗教者のローブを身にまとい、新たに発表する iPad を示して、布教しているようだ。タイトルの「ジョブズ記」は、旧約聖書の「ヨブ記 (The Book of Job)」をもじったものである。

旧約聖書に登場するヨブは、非の打ち所がない人物だったが、神から次々と苦難を与えられ、それを乗り越えて真の信仰に至る。ジョブズ氏も、多くの試練を乗り越えてきたことはよく知られている。

アップルは、1981年、マウスで動かす初のグラフィック型コンピュータを開発。2001年は iPod、2007年には iPhone を発表。初のスマホではなかったが、携帯でインターネット・アクセスやソフトのダウンロードが可能となった。そして今度は iPad である。コンピューティング、通信、メディアのあり方を変える薄型タブレットの登場である。iPad をめぐっては発売前からさまざまな憶測が飛び交い、一部では「ジーザス・タブレット」とも呼ばれた。図9のジョブズ氏がイエス・キリストにもなぞらえていることから納得できる。だが、異能の天才ジョブズ氏も、2011年10月に亡くなった。追悼の意味を込め



た『エコノミスト』(2011年10月8日)の表紙(右図)が、最後の登板となる。ここには、「魔法使い」—スティーブ・ジョブズと彼の創造した世界—とのタイトルがついている。

これほどのカリスマ指導者亡き後のアップルについては大変心配されたが、後任のティム・クック(Tim Cook)CEOが、ジョブズ氏のレガシーを生かしつつ、韓国サムスン電子との熾烈なスマホ競争を戦い抜いている。一方、2017年6月にはAI自動運転システムに注力していることも認めた。

1.9. まとめ



図 10 2017年6月10日
「テロとインターネット」

この図柄が何を意味しているのか、すぐには見分けられないかもしれない。黒い部分が銃の引き金を、青の部分が会話の吹き出しを表わしている。言論の自由とテロとのせめぎあいを示す、シンプルで見事なイラストである。

2017年に入って、イギリスで立て続けにテロ(ウエストミンスター一議事堂近くのウエストミンスター橋、マンチェスターのコンサート会場、ロンドンの観光名所ロンドン橋、ロンドンのモスク付近)が発生した。対策強化が急がれるが、警察官の増員、実行犯の厳罰化、法改正だけでは不十分との見方が強い。欧米ではグーグルやフェイスブックなどのネット企業が、過激派によるオンライン・プロパガンダに目をつむり、テロリスト同士のコミュニケーションを許してきたとの批判がある。これまでも、著

作権のすり抜けや児童ポルノ、偽ニュースの拡散、いじめや人種差別、挑発メールの温床と言われてきた。

数十億人の利用者がいて、無限のプロセス力があるインターネットは、最強のネットワークである。ネットがオープンであることで、「認可のいらない」イノベーションが可能になる。世界を相手に、記事を発表し、ビデオをアップし、ソフトウェアを配給できる。ネット企業のサービスは我々の生活のあらゆる局面に浸透していて、消費者はこれを享受している。そのため、ネット企業がネット上の情報に責任を取るべきとの主張は正しいが、あくまでも限定的であることが望ましい。

グーグルやフェイスブックは、これまで自分たちは出版社ではなく、「プラットフォーム」にすぎないのだから、オンライン上の内容をすべて監視できないと主張してきたが、事態の深刻さに対策を採らざるを得なくなってきた。広告ネットワークから偽ニュース・サイトを排除する、怪しいニュースにフラグを立てる、事実チェック・サイトとリンクさせるなど。ヘイトスピーチや外国人嫌悪などに関するヨーロッパ規制当局との自主的合意や、自動ポルノに関する法規制も導入された。アメリカも著作権侵害の取り締まりを強化している。

しかし、セキュリティと自由のバランスを取らなくてはならない。何が違法かについても明確に限定する必要がある。そうした中で、かつては「まず作って、後から規制について考える」と言われたネット企業も、そうした自由奔放な時代が終わったことを認識し、責任の一旦を担わなければならない。

結論

以上 11 枚の表紙から、過去数年の IT ネット企業を概観してみた。表紙と関連記事を見ると、『エコノミスト』がネット企業をどう見ているかが浮かび上がってくる。筆者は、2016 年にも「風刺画のコミュニケーション力」という同じテーマで、同様の手法を使って、政治面を中心に世界情勢を概観した

ことはすでに述べた。そこでは、読者は、表紙画から高級パズルのような、知的遊戯のような読み解きを求められが、同時に辛らつなユーモアを味わうなかで、息を抜き、自由な発想を得られると感じた。日本人は本来、気の利いた江戸川柳を楽しむような文化を持っているが、現代は、「風刺」の機能が急速に弱まり、言論が重苦しく、慮り、忖度、自粛の空気が日本を覆っているとも書いた。

今回はネット産業に焦点を当てたが、扱う対象がモノやアイデアのせい、表紙画はデザイン性が高く、それと引き換えに人間臭さが薄れているように思えた。結果的に、政治家などを扱う前回の表紙画に比べて、直接的な風刺度や辛らつさがやや弱まるように思われる。別の言い方をすれば、風刺画のコミュニケーション力が、高度化・中性化したとも言えようか。それでも、わずか10枚程度の表紙画を追うだけで、ネット産業の現状を追うことができた。そこにはメッセージ性があり、強いコミュニケーション力がある。読者は、ちょっと首を傾げたり、意味を探ったりしながら、大いに共感したり、ふと笑ったりしながら、世界の潮流を批判的・共感的に感じ取れる。

さらにまた、米ITネット企業の一人勝ちを支える人々を見て、改めてアメリカの底力を感じた。トランプ政権の出現に内向き志向や右傾化が健在化しているが、ネット企業のトップは独自性を保ち、そうした潮流に抵抗し、モノを言い、行動している。これらの企業を率いる天才たちを突き動かす力は「自由」にある。

翻って、日本のIT企業の出遅れ感はいなめない。経営難に至ったシャープや東芝の例を見るまでもなく、過去の成功にしがみつき、内向き志向を続けるうちに、挑戦的なことができなくなっているのではないか。日本は横並び意識が強いので、ひとたびこうした雰囲気ができあがると、これを打破するのが難しくがちである。だが、自由な発想を妨げる「忖度」などして時を浪費している暇はないはずだ。ネット企業の安全と自由のせめぎあいをどうするかと言う難しい問題はあがあるが、消費者のひとりとして関心を持ちつつ、日本のIT企業の動向も追っていきたい。

注

1. 『エコノミスト』は、自身を指して“magazine”（雑誌）ということではなく、事実を報じる“newspaper”（新聞）と称している。日本ではこの点に注視することなく、雑誌として扱っているが、自身は紙面について明確な立場を表明している。
2. 新しい用語である。データを将来の燃料ととらえ、情報が新しい経済を生み出すと考える。『エコノミスト』（2017年5月6日）の「ブリーフィング データ経済」に解説がある。
3. イーロン・マスク氏は南アフリカのプレトリア出身。夢を叶えるため、カナダを経て、アメリカにやってきた。その半生についての書が「イーロン・マスク 未来を創る男」である。

Ashlee Vance (2016). *Elon Musk: How the Billionaire CEO of SpaceX and Tesla is Shaping our Future*. Virgin Books.

4. 社名は、発明家エジソンに並び立つ、電気技師で物理学者のニコラ・テスラにちなむ。

参考文献

飯倉章、『第一次世界大戦史 諷刺画とともに見る指導者たち』、中公新書、2016年。

茨木正治、『メディアのなかのマンガ 新聞一コママンガの世界』、臨川書店、2001年。

清水勲、『漫画の歴史』、岩波新書、1991年

袖川裕美（2016）「風刺画のコミュニケーションカー『エコノミスト』（*The Economist*）の表紙」、*Mulberry*（愛知県立大学外国語学部英米学科論集）第66号、15-35

“The world’s most valuable resource,” *The Economist* (May 6th 2017). The Economist Newspaper Limited.

http://www.economist.com/printedition/covers?print_region=76980

“Terror and the internet,” *The Economist* (June 10th 2017). The Economist Newspaper Limited.

<http://www.economist.com/printedition/2017-03-25>

<http://www.economist.com/printedition/2016-04-09>

http://www.economist.com/printedition/covers?print_region=76980&date_filter=%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2016

<http://www.economist.com/printedition/2014-11-29>

<http://www.economist.com/printedition/2013-11-16>

<http://www.economist.com/printedition/2011-10-08>

<http://www.economist.com/printedition/2010-01-30>

<http://www.economist.com/printedition/2008-06-28>

https://www.google.co.jp/search?q=elon+musk+economist+cover&tbm=isch&imgil=bG8I8ZOObNR_DGM%253A%253BQ8fQ9VJQZgSmZM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.claire-boston.com%25252Feconomist-events%25252F&source=iu&pf=m&fir=bG8I8ZOObNR_DGM%253A%252CQ8fQ9VJQZgSmZM%252C_&usg=__41yZ3OkhI27HcGBLRJ77a8uLCKw%3D&biw=1244&bih=776&ved=0ahUKEwiAoa69gODUAhXIVrwKHXzXD-AQyjcIQw&ei=7VhTWcD2FMj98gX8rr-ADg#imgrc=bG8I8ZOObNR_DGM:&spf=1498634242711

日本経済新聞 2017年6月8日 第4次産業革命と株価の合奏

日本経済新聞 2017年6月24日 データ独占防止

日本経済新聞 2017年6月24日 フェイスブックの社是変更

<https://ja.wikipedia.org/wiki/Uber>

http://www.nikkei.com/article/DGXLASDZ21HG4_R20C17A600000/

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/apr/17/mark-zuckerberg-emperors-new-clothes>

https://en.wikipedia.org/wiki/Constantine_the_Great

[https://www.google.co.jp/search?q=コンスタンティヌス大帝+ヨーク
&rlz=1C2SNJF_jaJP](https://www.google.co.jp/search?q=コンスタンティヌス大帝+ヨーク&rlz=1C2SNJF_jaJP)

[https://ja.wikipedia.org/wiki/Google Glass](https://ja.wikipedia.org/wiki/Google_Glass)

<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1701/29/news016.html>

<http://www.gizmodo.jp/2017/05/boring-company-tunnel.html>

<http://japanese.engadget.com/2017/06/02/musk-leaves-trump-council/>

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%9E%E3%82%A4%E3%82%AF%E3%83%AD%E3%82%BD%E3%83%95%E3%83%88>

<https://forbesjapan.com/articles/detail/11754/2/1/1>

<http://adland.tv/adnews/economist-cover-terror-and-internet/1408615573>