

# デジタル経済における「信頼」をめぐる新展開

## 急浮上した「信頼」の問題

近年のデジタル技術を駆使したサービスにおいて、「信頼（トラスト）」が一大テーマとして浮上している。例えば、インターネット上で見知らぬ人から物を買ったり、知らない人の家に泊まったりする際に、相手を「信頼」できるかどうかは極めて重要なファクターである。あるいは、個人情報事業者によってどのように利用されているかは、事業者を「信頼」するしかない。あるいは、フェイクニュースに見られるように、ネット上を流れる情報に対する「信頼」が揺らぐ事態ともなっている。

こうした中で、信頼の問題をデジタル技術で解決しようとする動きも見られる。その代表格は、中国のアリババの関連会社であるアントフィナンシャルが提供している「芝麻信用」と

いうサービスだろう。職業や学歴、日々の支払い情報などをもとに個人人の信用度を示すスコアを算出し、各個人がそのスコアを使って様々な特典を受けられるサービスである。スコアが高ければ、ホテルのデポジットが無料になったり、無料で傘をレンタルできたりする。同様のサービスには、日本でも LINE、ヤフー、J.Score などが続々と参入している。

なぜ今日において信頼が重要な課題になってきたのだろうか。そして、今後信頼はどのように担保されていくのだろうか。本稿では、デジタル経済において信頼が重要になった背景を考察したうえで、今後の信頼問題を解決するための論点を提示することとしたい。

## 取引コストの削減と「信頼」の復権

「信頼」は経済学、法学、社会学、情報工学など様々な学問分野において扱われる学際的な概念であり、その意味するところも分野によって微妙に異なるが、共通するところは「他人の意図や行動に関するポジティブな期待に基づき、脆弱性（Vulnerability）を受け入れる」という点だとされている<sup>1</sup>。例えばネットショッピングにおいて、相手が自分の期待に沿わない行動をとった場合、商品が送られてこないと

いった損失を被る可能性があるが、そうしたリスクを受け入れる心理状態が「信頼」ということになる。

それにしても、「信頼」という極めて古典的な概念が、なぜ今の時代に急に重要になったのだろうか。そこには、ネットの世界では様々な情報がデジタル化され、高速に流通できる反面、その裏側で何が行われているかを確認することが難しいという事情がある。膨大な量の情

報が流通する時代であるにもかかわらず、情報の非対称性によって、本当に知りたい情報を確認できないというパラドックスがあるのである。

さらに、単に情報量が増えたというだけでなく、「情報の作り手」や「経済におけるプレイヤー」が企業組織だけでなく、個人も含めて多様になったという点も挙げられる。情報技術の発展は、経済主体間の取引コストを大幅に削減してきたが、その流れは個人間取引を推進するところまで至っている。特に2010年代以降、シェアリング・エコノミーやクラウドソーシングといったコンセプトのもとに、個人が持つスキルやリソースを、個人間、個人と組織間で取引できるプラットフォームが登場した。

こうした中で、見知らぬ個人が運転する車に乗せてもらったり、家に泊めてもらったり、夕食を共にするといった、個人が担い手となるサービスが続々と登場している。このように、

フリーランスなどの形でテクノロジーの進歩によって個人が持つ潜在的なスキルや資源を余すことなく活用できるようになってきたことで、階層組織の一員ではなく、個人として働くことを選ぶ人々も増えてきている。すなわち産業構造自体が企業に代表される「密結合されたヒエラルキー」を単位とするものから、個人を単位とする「疎結合のネットワーク」へと変化してきているのである。筆者は、こうした個人化に基づく「疎結合のネットワーク」型の経済を、従来の枠組み（フレーム）が崩壊することを意味する「デフレーミング」概念の一つとして位置付けている<sup>ii</sup>。

企業は一般的に個人よりも長期間存続し、集積された資本によってブランドを築くことが容易である。こうしたブランド力を持たない個人が、どのように信頼を構築し、ネットワークの中で取引を行っていきけるかが重要な課題となってきたのである。

## 新しい時代に適した「信頼」の再構築へ向けて

情報の非対称性の拡大や産業構造の個人化といった時代において、これからの信頼の形はどのようなべきだろうか。以下に、今後検討すべきいくつかの論点を示しておきたい。

### (1) 組織単位だけでなく個人単位も

産業構造が個人化していく中、企業のブランドですべての信頼問題を解決することは難しくなっている。フリーランスやシェアリング・エコノミーの担い手など、個人の信頼をどのように担保していくことができるかが課題である。

クチコミやレビュー、信用スコアはその出発点に過ぎない。個人間の取引における信頼を仲介しつつ、情報のライフサイクルを適切に管理し、プライバシーを保護する方法を開発する必要がある。

### (2) 専門家レビューだけでなくピアレビューも

商品やサービス、情報が膨大になるにつれ、専門家による試験や評価などがカバーできる範囲は限られてくる。専門家に代わって、ユーザーも含めたピアレビューの仕組みをどう高度化で

きるかが課題である。クチコミやレビューには、専門業者による書き込みや極端な意見への偏りが報告されており、ピアレビューそのものの信頼性をどう担保していくかも課題である。

### (3) 道徳だけでなくインセンティブも

ネット上で世界中の人がつながり合う現代において、万国共通の道徳に期待することは難しい。サービスにおける期待値も、国によって異なる。道徳の違いを越えた共通的なインセンティブをどう設計するかが課題である。ブロックチェーン技術におけるマイニングのように、経済的インセンティブと業務を結びつける方法も参考になるだろう。

### (4) 事前処理だけでなく事後処理も

これまで、信頼できる情報のみを事前に選別して載せたり、商品やサービスの信頼性を充

分高めてから市場に投入することが中心だった。しかしプロシューマーのように個人を含めた多様な主体が活動を行うようになり、事前のクオリティコントロールを画一的に行うことは難しくなっている。事後的に信頼性に劣る情報やサービスを選別できる仕組みが必要だろう。

### (5) 効率性だけでなく透明性も

これまでの多くの情報サービスは、ウェブサイトの裏側でどのように情報が作られ、処理されているかを見ることはできなかった。この仕組みは効率的な業務運営においてはメリットがあったかもしれない。しかし、ブロックチェーン技術に代表されるように、不特定多数の人々が運営に参加し、透明性と情報の完全性 (Integrity) を両立させる技術も登場している。透明性と参加によってユーザーの信頼を高める方法を検討していく必要がある。

## 「信頼」問題の解決には学際的な研究が必要

これまで見てきたように、社会における「信頼」の問題はインターネットの進化で大きく様変わりしつつある。そしてそれは経済学、心理学、法学、社会学、情報工学など多分野に横断

する課題でもある。情報学環に関わる研究者の「環」(わ)によって、新しい時代に適した信頼の姿を開拓していきたい。

### 註

<sup>i</sup> Denise M. Rousseau, Sim B. Sitkin, Ronald S. Burt, Colin Camerer (1998) Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, Vol. 23, No.3, pp.393-404.

<sup>ii</sup> 高木聡一郎 (2019) 『デフレミニング戦略 アフター・プラットフォーム時代のデジタル経済の原則』, 翔泳社.



高木 聡一郎 (たかぎ・そういちろう)

[生年月] 1974年10月

[専攻領域] 情報経済学、デジタル経済論

[主たる著書・論文]

高木聡一郎 (2019) 「デフレーション戦略 アフター・プラットフォーム時代のデジタル経済の原則」, 翔泳社.

高木聡一郎 (2017) 「ブロックチェーン・エコノミクス 分散と自動化による新しい経済のかたち」, 翔泳社.

Soichiro Takagi (2017) *Reweaving the Economy: How IT Affects the Borders of Country and Organization*.  
University of Tokyo Press, February 2017.

[所属] 東京大学大学院情報学環 社会情報学コース 准教授

[所属学会] 日本経済政策学会、社会情報学会、社会・経済システム学会、情報通信学会