

デジタルリテラシー格差

恐竜と同じ運命は避けて通りたい

荒木篤実 パクサヴィア創業パートナー

日本はデジタル後進国である。これはもう公然の事実であるが、それを肌感覚で認識している日本人は実はまだ少ない。携帯電波もWi-Fiも日本中にあることなどを理由に、おそらく先進国と勘違いしている人も多いだろう。あるいは、そもそもDXの意味も必要性（危機感）もよく分からない人が、特に公的機関に多いことも一因かもしれない。自治体とのやりとりの際、いまだにファクス利用を促される。信じがたいことだが現実である。このこと自体が事態の深刻さを物語っている。

1年前、岸田首相は「欧米諸国や台湾、シンガポール、インドなどで円滑に進む行政サービスが、わが国では実現できないという現実と直面し、わが国がデジタル後進国だったことにがく然とした」と発言している。これはコロナ禍での一連の対応の遅さやまずさなどを踏まえ、マイナンバーカード促進への理解を求めた際の発言だ。一応、問題認識はしているようだが、では3年前に創設したデジタル庁ですら、いまだなんら意義ある成果を生み出せていないのはなぜか。

日本没落の歴史は1990年代前半のバブル崩壊期に始まった。そしてなぜ今日、失われた30年などといわれる事態に陥ってしまったのか。その訳は、国も企業も、長期的な確たる目標を失ったことが大きい。つまり、目標となる道案内人を失ったからだ。戦後、諸先輩方の猛烈な働きで工業先進国となった日本は、バブル崩壊後、戦略なく盲進。結果、真の競争戦略の欠如がじわじわと響き、つ

いに表面化しただけのことだ。

その実例が、ガラパゴス王国日本の勘違いが生んだ経済での歴史的敗北だ。日本を代表するIT企業として、iモードで独り勝ちしたドコモの海外での大失敗、楽天の世界展開での敗北を挙げることができるだろう。

なぜ日本で一度成功したのに世界で負けたのか。そして気がつけば、国内までGAFA等の黒船にコテンパンにやられる羽目にもなったのか。それは一言でいえば閉鎖性に起因する。閉じた独自環境でのルールに甘えた寡占思考が災いした。国内規制や自社経済圏、これらは一見、株主には聞こえはいいが、一般の消費者目線ではまったく不利益かつ無意味な手法だ。つまり、日本で成功したから世界でもと、二匹目のドジョウを狙う思考が失敗の元となった。

スーパーアプリが育たない

これらをより理解するには、日本と真逆の成果を挙げているアジア諸国の例を見るのが分かりやすい。ポイントは2つある。

1つ目はアジアの発展の基礎は人口分布から分かるということだ。総務省の統計ダッシュボードで日本とアジア各国の人口ピラミッドをぜひ比較してみたい。90年から10年ずつ年代を進めて変化を見ていくと、あることに気がつく。日本は次第に上部の高齢者層が多数を占める逆三角形へ急

速に変化している。

その一方で、アジア諸国では下部の若者層が多数を占める正三角形をちゃんと維持している。日本の人口が減少の一途をたどってきたことの証明そのものであり、逆にアジアでは国力の源として人口増加がしっかり貢献してきているという動かぬ証拠である。

2つ目はスーパーアプリの存在有無である。アジアにはスーパーアプリ、特にGrabなど、タクシー配車や宅食など複数のサービスをアプリ1つでいとも簡単に使えるサービスが多くある。これは日本ではまだ実現していない。なぜなのか。

それは、アジア諸国は失うものがなかったことが幸いしたからだ。つまり、中国のQR決済、インドネシアのGrabアプリなどはいずれも、国家として既存の規制やインフラがないところに、形や建前など気にせず、使えるものならなんでも使えばいいという目的ありきの結果主義があったことが大きな成功要因である。

これが国家にも国民にも共通の理解として存在した。ゆえにあっという間に利用者が広がり、いまや空気のような存在にまでなった。アジアには、そもそも個人情報保護に緩い国が多かったことも一因だ。ゆえに異なるサービスをワンストップで提供しやすい環境下にあった。

これらの実例から分かることがある。それは「真の戦略なくして繁栄なし」ということだ。捨て身で動けたアジア各国はベンチャー気質そのものだ。つまり国家がベンチャー企業だったのだ。デジタルリテラシー格差はかくして生まれ、いまやわが国の首相が謝罪するレベルにまで至ってしまった。残念ながら、日本はいつの時代もいまだに気合いだけだ。気合いでなんとかあった時代は、はるか昔に終わっているというのに。

いずれ不満が増大

インバウンドはまだまだ伸びる。しかし、日本のデジタル化が現状レベルのままでは、海外からの顧客は、自国では当たり前利用できる配車サービス



Grabのように、複数のサービスをいとも簡単に利用できるスーパーアプリが日本にはまだ存在しない

がないこと、さらに地方ではいまだに買い物等で現金主義が強いことなどへの大きな不満がさらに増大する。若者層を中心に、日本のネガティブイメージが加速するだろう。

これこそ、国策としてすぐに動かねば手遅れになる。最悪の場合、円安基調が円高基調に変わりつつある今、年間3000万人超の巨大市場が、その半分まで冷え込むだろう。

持論ではあるが、フォーム（形や規則）よりファンクション（実利）を重視すべき、ということをあらためて提言したい。「何を」ではなく、「何のため」の方が決定的に重要だからだ。

「2位じゃ駄目なんでしょうか」。2009年の民主党政権下で、事業仕分け時に当時参院議員だった蓮舂氏が放った言葉だ。これには一理あったと思う。目的を単に表面的な性能だけに求めず、どう役に立つのかを議論せよと。

いまこそ、私は「目を覚ませ日本」と言いたい。昔の人は良いことを言っている。「浅き夢見じ酔ひもせず」と。ちょっとうまくいったからとのほせていると、あっという間に世界の変化においてきぼりをくらい、恐竜と同じ運命になる。もう2度と、「甘き夢見じ懲りもせず」とならないようにしたい。



Profile

あらか・あつみ ● 日産自動車勤務を経て、アラン（現ベルトラ）創業。18年1月から現職。マーケティングとITビジネスのスペシャリスト。ITを駆使し、日本含む世界の地場産業活性化を目指す一実業家。