

# 仮想社会サービスが走る 未来へのマラソン（下）

## 多様化する仮想社会サービスの形態と内容

山崎秀夫



### CONTENTS

- I 多様化する仮想社会サービスの現状
- II イントラバース、エクストラバースと人材能力開発
- III 仮想社会サービスの新たな社会環境における能力開発とモラル、制度の問題

#### 要約

- 1 仕組みの面から仮想社会サービスを見れば、3次元（3D）の領域で標準化の動きが活発になりながらも、ブラウザベース型やWebサイト埋め込み型の登場など多様な変化が起こっており、方向が定まらない状況にある。また、Webサイト上をアバター（人の姿をした分身）が歩くタイプも登場して人気を博している。
- 2 仮想社会サービスにおけるリアルタイム型社交では、自然にアバターを求める。アバターは投影・転移現象を増幅する。
- 3 アバターの活用をはじめとする仮想社会サービスのトレンドには、「イマージョニスト」と呼ばれる没入型と、「オーグメンテーション」と呼ばれる現実拡張型の2種類がある。代理店やビジネス顧客などを対象とした、主にB2B（企業間取引）と呼ばれる領域では、現実拡張型のアプローチが盛んとなっている。たとえばビジネスアバターは実際の社員の特徴がわかるようにするのが基本である。また、仮想社会サービスは企業内や代理店などとの間で教育・研修に活用される事例が多数出てきており、新しい「経験型アクションラーニング」や「ビジネスゲーム」の様相を呈し始めている。
- 4 さらに、仮想社会サービスを活用した参加者の能力開発などには新たな思考特性や行動特性などを育む可能性が見えてきた一方で、モラルや制度問題もからみ、ネットコミュニティの社会環境の深さ、困難さが課題となり始めている。

## I 多様化する仮想社会サービスの現状

仮想社会サービスが普及し始めている。なかでも「セカンドライフ」が有名であるが、それ以外にもさまざまなサービスが出現している。前号（『知的資産創造』2008年12月号）を受けて、本稿では多様化する仮想社会サービスの現状の動向を紹介するとともに、今後期待される仮想社会サービスの適用領域や課題について論じる。

### 1 標準化・オープン化の進展とカンブリア爆発型の多様化の並存

2008年ごろから、仮想社会サービスには2つの興味深い傾向が出現し始めている。

1つは3次元仮想社会サービスの標準化・オープン化の方向であり、もう1つはカンブリア爆発型の多様化の方向である。

3次元仮想社会サービスの標準化やオープン化の方向には、リンデンリサーチとIBMによる「セカンドライフ・グリッド」と、最近注目されているオープンシム間のポータブルアバターの事例が有名である。そのほか、サン・マイクロシステムズの推進するイントラパスやエクストラパス（ともに後述）などをターゲットとしたビジネス用「ワンダーランド」などもオープンソース・サービスとして登場している。

その一方で、仮想社会サービスは急速に多様化が進み始めている。前号で述べたように、すでに欧米では2次元の子ども用仮想社会サービス市場は確立しており、また、10代から20代初めの若者向けの仮想社会サービスが立

ち上がるとともに、既存のWebブラウザに組み込まれた多様な仮想社会サービス（一般に2.5次元と呼ばれている）も登場し始めている。こうしたサービスには、既存のWebサイトに、無数の仮想社会を直接埋め込めるGoogle（グーグル）の「Lively（ライブリエイ）」（図1）や、参加者数2500万人の「IMVU（アイエムブイユー）」、Altadyn（アルタディン）の「Meet in 3D」などの若者向けサービスがある（なお、ライブリエイは2008年12月にサービスを中止）。

さらにドイツで開発され、2008年夏にユーザー数が100万人を突破した「weblin（ウェブリン）」（図2）や、米国の「Rocketon（ロケットオン）」のように、「仮想社会サービス

図1 グーグルの「Lively（ライブリエイ）」



出所) <http://www.lively.com/rl/>

図2 ドイツの「weblin（ウェブリン）」



ドイツのウェブリンはWebサイトの前にアバターが現れチャットを行う。「ニコニコ動画」を凌駕するもの

出所) <http://mashable.com/2007/04/04/weblin-beta-launch/>

を必要としない」既存のWebサービスに統合されたサービスも登場している。

さらに見逃せないのは、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）との統合の動きである。「Facebook（フェイスブック）」などの有名SNSと、セカンドライフや「Gaia Online（ガイアオンライン）」をはじめとする多くの仮想社会サービスでは、すでにスムーズなサービス統合が行われている（グーグルのライブリイなどの方式では、ブログやSNSに仮想社会サービスをそのまま埋め込むことができる）。

このように仮想社会サービスは、一方でリンデンリサーチやIBMなどによる標準化・オープン化の動きがあるとともに、また一方で、多様化も同時に進んでおり、サービスのカンブリア爆発が起こり始めている。

## 2 急速に進展するクロスプラットフォーム化の動き

### (1) Web2.0の仕組みによるリアルタイム活用ニーズが活発化する

仮想社会サービスの内部の発展が進むとともに、外部の仕組みとのクロスプラットフォーム化への動きも明確になってきている。

欧米では、SNSやブログなどの「『時差』を活用した従来型のWeb2.0の仕組み」の普及は一段落し始めており、今回のサブプライムローン（米国の低所得者向け住宅融資）に端を発した経済危機の後に確実に普及すると見られているのは、Web2.0関連のシステムをリアルタイム型に活用する仕組みである。

たとえば、地球温暖化対策の一つとして叫ばれ始めたテレコミュニケーション等の在宅勤務や直行直帰などの動きにつれ、ネット上の

リアルタイムミーティングへの強いニーズが出始めている。その結果、テレビ会議や、仮想社会サービスなどで「テレプレゼンス」と呼ばれるネット上のリアルタイム型社交ならびにコラボレーションが急速に普及する可能性が出てきた。ちょうど、1987年10月19日の米国のブラックマンデーの後に大型の汎用コンピュータのニーズが落ち込み、技術のオープン化が進んで安価なサーバーが普及したのと同じ理屈である。

SNSやブログ、投稿動画サービス、投稿写真サービスなどの従来型のWeb2.0サービスは、前述のように時差を活用した非同期型の社交、コラボレーションのサービスであり、ネット上におけるリアルタイム型社交、コラボレーションの要素が欠如していた。したがって、Web2.0サービスの急速な充実およびグリーンIT（環境保護や資源の有効利用につながるIT〈情報技術〉利用）運動等、地球温暖化問題などへの認識の高まりのなかで、欠けていたリアルタイム型社交の仕組みを補う動きが自然に芽生えたのである。ミニブログと呼ばれる「Twitter（トゥイッター）」も、リアルタイム社交を求める環境のなかから登場している。

電子掲示板や電子メールの普及があつてブログやSNSなどの仕組みが発達したように、従来からのIM（インスタントメッセージ）やチャットから、音声IMやビデオIMである「Skype（スカイプ）」などが生まれ、さらにゲーム系のサービスのなかからアバターを利用したリアルタイム型社交の形式が生まれている。

その典型が仮想社会サービスである。これらのリアルタイム型社交のツールと、先行し

ていた非同期型のWeb2.0サービスとが一体化、統合され始め、クロスプラットフォームを形成する方向に急速に進み始めている。すでに、SNSのリアルタイム機能の強化と仮想社会サービスでのSNSとの一体化は同時に進行している。これは、欧米では共通認識となっており（図3）、非同期型のSNSサービスのリアルタイム化と連動した仮想社会サービス全般に見られる連携・統合の動きは、今やSNS業界および仮想社会サービス業界の共通認識となり始めている。

この波を受けて、企業内のSNSやグループウェアにもリアルタイムの仕組み（「ユニファイド・コミュニケーション〈後述〉」）が次第に普及してきており、仮想社会サービスもそのなかに組み込まれ始めている（IBM's Sametime Goes 3-D〈<http://jp.youtube.com/watch?v=QzuiEzTah5w>〉）。

## (2) Web2.0の仕組みや既存メディアと仮想社会サービスとの統合が進む

仮想社会サービスの現在の方向は、SNS、ブログ、wiki（ウィキ）、動画や写真投稿などWeb2.0の仕組みとの統合だけではない。それらに、デジタルテレビや映画、ブルーレイ・ディスクなどのDVD（デジタル・ビデオ・ディスク）、既存のWebサイトの仕組み、「パワーポイント」や「ホワイトボード」「ワード」などのビジネス用アプリケーションソフトなどを幅広く、うまく組み合わせたクロスプラットフォーム型のアプローチも目立ち始めている。

IT業界ではこのような動きをユニファイド・コミュニケーションと呼び、実際には既存のITサービスを越えた、もっと広範な

領域を巻き込んで起こっている。

欧米企業ではこれらを組み合わせて、自社のブランドコミュニティ（ネット上のファンクラブ）を既存のテレビや映画、DVD、ネットと、対面の世界を貫いてつくり上げる方向が出始めている。さらに映画制作においても、俳優を起用するのかアニメーションの物語にするのか、それともアバターを起用するのかなど、映画「猿の惑星」の再製作の仮想プロジェクトなどを題材にハリウッドで実際に議論されている。

## 3 アバターを意識させない仮想社会サービスが流行の兆し

本節ではアバターをほとんど意識させない新しいマーケティングアプローチを紹介する。

### (1) グーグルアース上に登場した仮想ディズニーワールド

ディズニーワールドの新しいマーケティングとして注目されるのは、「Google Earth

図3 セカンドライフとSNSの「Facebook（フェイスブック）」の統合用ソフト



注) SNS：ソーシャル・ネットワーキング・サービス  
出所) <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=10242435556&b&ref=pd>

図4 グーグルアース上に出現した仮想ディズニーワールド



(「グーグルアース」) 上に本物そっくりの「仮想ディズニーワールド」(ミラーワールド、図4)をつくり上げ、ファンに提供している点である。10日間で約10万枚の写真を撮り、それをもとに約1500の3次元空間を創造している。将来はシンデレラの魔法の城やディズニーリゾート内を歩く仕組みが準備される(ただし、今後アバターサービスが導入されるかどうかは不明である)。

テレビ放送がデジタル化されると同時に、その受け皿であるブロードバンドの普及も進行する。ディズニーワールドの訪問者は、現在では9割近くがネット検索を利用して

る。今後はグーグルアース上の仮想ディズニーワールドを見て感激し、実際の訪問に至るというシナリオになりうる。

セカンドライフでは、メキシコ政府の観光局によるチチェンイツァ遺跡やアイルランド旅行公社によるダブリン市のシミュレーションによる観光マーケティングが成功した。ディズニーのアプローチは、セカンドライフの課題であった種々の技術問題をクリアしており、使いやすさの点で注目に値する。

## (2) ネット上の仮想リアルタイムイベント

また、最近、注目されているのはネット上で実施される仮想リアルタイムイベントである。そのなかにはイベントホールやカンファレンスホール、展示用ブースや社交のためのラウンジが設けられており、リアルタイムで講演会が開催されたり、チャットでアテンダント(案内人)に質問などができたりする。通常は1日半程度のライブイベントが実施され、5つ程度のカンファレンスに世界中から約3000人が参加し、平均2時間半滞在している。

ライブイベントの後は、約3カ月程度展示が続き、その間に、時差を活用した訪問者が次々に訪れるという運営形式になっている。アバターはほとんど目立たない。

仮想リアルタイムイベント業界のリーダー企業であるユニスフェア(<http://www.unisfair.com/>)は、セカンドライフのブームの影響からか、2007年は200回ものバーチャルイベントを行っている。

こうした仮想リアルタイムイベントは、代理店やビジネス顧客向けのB2B(企業間取引)マーケティングの領域で活用が始まって

図5 ユニスフェアの仮想リアルタイムイベント



出所) <http://www.unisfair.com/products/>

おり、一部には人材採用目的の就職フェアもある（図5）。

仮想リアルタイムイベントは、セカンドライフの熱心な参加者であったシスコシステムズが、販売パートナー企業のためのコンベンションに活用して一躍注目された（シスコシステムズのプラットフォーム名は「Cisco Partner Space〈シスコ・パートナー・スペース、<http://www.ciscopartnerspace.com/index.jsp?id=2242>〉」）。2008年のハワイでの販売パートナー企業とのコンベンションには約2000人が参加した。一方、同時に開催された仮想パートナーイベントには、出張などの時間の取れない約1000人が参加している。彼らはこのイベントを通して、ハワイでの講演内容などがヒアリングできたわけである。

そのときに活用したサービスが、ユニスフェアが提供するプラットフォームである。シスコシステムズの判断では、セカンドライフ型のアプローチは一般の販売パートナー企業との交流用には使い勝手がまだ悪すぎる。そのため忙しい販売パートナー企業の経営者も参加できるよう、講演用動画投稿やパワーポイントなどのビジネス用アプリケーションソフトを中心とし、アバターなどの使用はできるだけ目立たないようにしている。

次に、多様化する仮想社会サービスの現状を見るに当たり、別の視点としてアバターの扱いについて考えたい。

## 4 アバターがなぜ必要か ——捉え方の違い

### (1) なぜアバターが求められるのか

ネット上のリアルタイム・コミュニケーションで、「テレビ会議に参加する現実の人

の顔の動画表示」とともに自然に選択されてきたのが、コンピュータグラフィックスがつくり出すアバターと呼ばれる「人の姿」であった。ではなぜ「人の姿」が必要なのか考えてみよう。

聖書は「神は自らの姿に似せて人をつくりたもうた」と述べており、発達心理学においては「赤ん坊は母親の顔に反応するよう遺伝的にプログラムされている」という説が有力である。そうしたことから、人類社会のスムーズなコミュニケーションでは、お互いに「人の姿」を求めるのがもっとも自然であると筆者は考える。

ネット上のリアルタイム型社交やコラボレーションの理解において、アバターが人の姿をしていることは非常に重要な点である。リアルタイム交流の手段であるチャットの参加者がアバターを歓迎するのは、電話がテレビ電話に進歩したのと同じ仮説で説明がつく。

一方これまでのSNSやブログなど、時差を活用したコミュニケーションでは「人の姿」の議論が弱かった。

進化心理学によれば、「人の心の仕組み」は進化の賜物である。現実社会の基本的なコミュニケーションは、身ぶり、手ぶり、表情も含めたお互いの姿を確認する対面の形で行われる。そして見知らぬ相手に出会ったときには過去の対人関係の蓄積記憶を活用し、自然な「投影・転移現象」として相手を推し量る傾向があることが各種の研究により指摘されている（転移現象の理解には、トワ・エ・モアの歌う「初恋の人に似ている」などが参考になる）。

一方、仮想社会サービスにおけるリアルタイム型社交では、「テレビ会議」であれ「ア

「アバターによる社交」であれ、お互いは相手の実際の姿ではなく、メディアを介した「表象」を見ることでコミュニケーションがなされていく。表情がリアルなテレビ会議と比較して、シミュレーションによる人工的なアバターを活用する場合には、「投影・転移現象」が増幅される可能性が高くなる。そのうえで3次元コンピュータグラフィックスによるシミュレーションは、「アバターによる社交」に、英国ロマン派のいう「楽しみと引き換えに虚構を疑うことを辞めること (Suspension of Disbelief)」、すなわち、小説などへの没入感という要素がさらに付加される。

この没入感は、アバターがビジネス環境で活用される本人との「そっくりさんアバター」であっても同じことである。

## (2) 「イマージョニスト」と「オーグメンテーションニスト」の異なる視点

仮想社会サービスも含め、インターネットの活用の視点として昔から異なる2つの見方があった。

1つは「イマージョニスト」、すなわちフ

ァンタシーへの没入型参加者としての視点である。他の1つは「オーグメンテーションニスト」、すなわち現実拡張型の視点である(図6)。

### ① 「イマージョニスト」=ファンタシーへの没入型の視点とは

インターネットが民間に開放されたころ、ネット通販の店舗は「仮想店舗」と呼ばれ、ハンドルネームなどによるフォーラムでの議論やコミュニティなどは、「仮想コミュニティ」と呼ばれていた (<http://www.rheingold.com/vc/book/index.html>)。

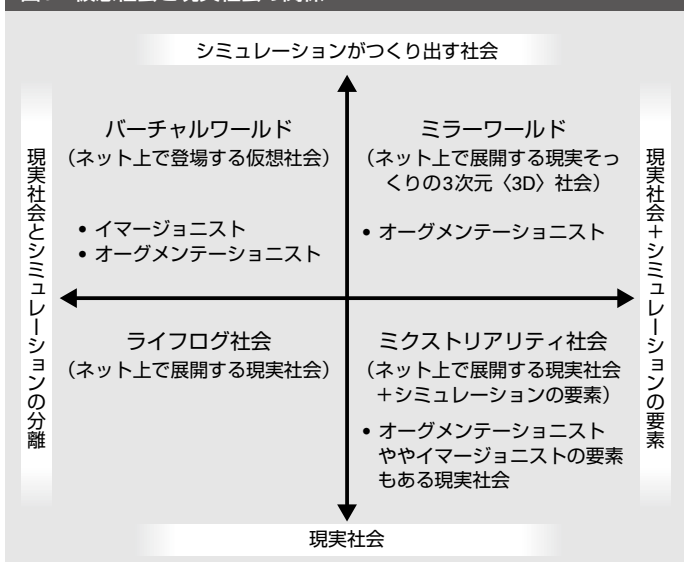
この見方は現在の仮想社会サービスのなかではまだまだ顕著であり、セカンドライフの参加者が主催する大会である「SLCC (<http://www.slconvention.org/>)」の議論のなかでも整理された。それがイマージョニスト(没入型参加者)である。ただし、この考え方は、コンピュータグラフィックス研究のなかで比較的古くからあるもので、筆者らはイマージョニストを「極楽浄土派」と呼んでいる。現実社会の自分と異なる、羽の生えたアバターや動物のアバターに変身してファンタシーの世界を楽しむ傾向を意味する。上述した投影・転移現象や「没入感」の増幅を楽しむ立場である。ネット上のアイデンティティ(ペルソナ)を重視する立場である。

### ② 「オーグメンテーションニスト」=現実拡張型の視点とは

現実社会にインターネットが普及するにつれて仮想的な見方は次第に後退し、現在では、インターネットは現実社会の延長であるという見方が支配的になり始めている。

仮想社会でも同じ議論がある。上述のSLCCでは、これをオーグメンテーションニスト

図6 仮想社会と現実社会の関係



トとする。現実社会の延長に仮想社会を据える参加者をオーグメンテーションと呼んだのである。仮想社会を含むネット社会といえども、「あくまでも現実社会の延長」ではないという発想である。

筆者らはオーグメンテーションを、たとえて「娑婆世界派」と呼んでいる。特に企業内に、社員間や代理店との間での仮想社会サービスを立ち上げる場合には、羽の生えた天使のようなアバターではなく、現実の社員そっくりのアバターをつくるのが基本である。上述した投影・転移現象や「没入感」の過度の増幅を抑える立場である。また、顧客が身元不確かな仮想の存在であってはビジネスなどできないからである。現実社会のアイデンティティ（ペルソナ）を重視する立場である。

セカンドライフなどのブームのなか、企業のマーケティング視点からも、上述したアバターを意識させない仮想社会サービス、つまりオーグメンテーションの視点を重視した仮想社会サービスが注目され始めている。これらのサービスの多くはアバターが存在しない、存在してもほとんど意識させないもの

もある。

セカンドライフにおけるマーケティングは、どうしてもファンタジー色の強いイメージのものであったが、アバターの活用法にも違いがある。

## II イントラバース、エクストラバースと人材能力開発

### 1 イントラバース、エクストラバースの成長

仮想社会サービスのイントラ（企業内）ネット版であるイントラバースや、同エクストラ（企業間）ネット版のエクストラバースは、当初、組織や物理的距離（場合によっては国境）を超えた仮想チームのミーティングの手段として注目された。組織内の遠隔地会議は機密性を要するからである。テレビ会議との比較からいえば、コスト面の安さと手軽さが挙げられ、ここでの基本はアバターのオーグメンテーション型活用である。

しかし、最近では仮想社会のアバター遠隔地会議と、物理的な実際の会議をテレビ会議上で融合する方式が注目されている。実際の

表1 イントラバース、エクストラバースの活用事例

企業名	活用内容	活用サービス名
ウェルズ・ファーゴ（米国） ABNアムロ（オランダ）	行員の遠隔地会議 顧客への商品説明など	アクティブワールズ
プログレッシブ保険（米国）	セールスやサービスセンターなどの教育・研修など	プロトスフィア
ジョンソン・エンド・ジョンソン（米国） ノバルティス（米国）	セールスの教育・研修など	
インテル（米国）	遠隔地会議、顧客による製品評価	セカンドライフ Qwaq
ヒューレット・パッカード（米国）	遠隔地会議など	Qwaq
ナショナルガード（米国州兵局）	遠隔地会議、災害復旧、セキュリティトレーニングなど	EMネクサス
IBM（米国）、ノースロップ・グラマン（米国）など	遠隔地会議、教育・研修 商品開発など	セカンドライフ・グリッド
ヒルトンガーデンホテル（米国）	顧客へのホスピタリティサービス全般	Virtual Heroes
アルコア（米国）	社員トレーニング（フォークリフト操作などドックの安全教育）	SafeDock
ロッキードマーチン（米国）	航空機の保守トレーニング	不明



会議をテレビ会議としてアバター遠隔地会議に中継するのである。そのほか、「顧客との打ち合わせ」や「人材採用」などでもこの方式の活用が始まっている（前ページの表1）。

仮想社会の会議が最も効果を上げるのは企業内の教育・研修など人材のトレーニングの場面であるといわれている。すでに米国の大手企業の7割が何らかの活用を始めており、その多くが成果に満足しているという米国のゲームソフト業界団体ESA（Entertainment Software Association）の報告もある（[http://www.theesa.com/newsroom/release\\_detail.asp?releaseID=24](http://www.theesa.com/newsroom/release_detail.asp?releaseID=24)）。

仮想社会の人材トレーニングでは、トレーニング場面で安価に仕上げる事が可能な「舞台セットのシミュレーション」と「コミュニケーション」の組み合わせによって体感型臨場感の提供が可能となる。これにより参加者の研修効果を上げていく試みがある。これはテレビ会議では及ばない領域である。

たとえば、後述する米国陸軍による「ナショナルガード」の事例では、従来の対面研修に比べ、約6割のコスト削減が可能と試算されている。

すでに欧米企業でも本格活用が始まっており、社員教育や代理店教育などのトレーニング目的で仮想社会サービスを活用する動きが活発となっている。ただしこの場合、企業機密の課題もあるためセカンドライフ（セカンドライフの場合にはセカンドライフ・グリッドと呼ばれるセキュリティを強化したサービスを提供）だけではなく、いろいろな仮想社会サービスの専用企業が、イントラパスや、代理店、サプライヤー（供給者）などとのエクストラパスのサービスを開発し、提

供している。なかでも、プロトンメディア（<http://www.protonmedia.com/>）やクアック（<http://qwaq.com/>）などが知られている。

企業研修で仮想社会サービスに適しているのは、ロールプレイングのような臨場感を伴う体験型の研修である。ヒルトンホテルの受け付けの訓練やジョンソン・エンド・ジョンソン、プログレッシブ保険などの体験型研修がある。

これは新たな装いを施した「ビジネスゲーム」であると考えられることができる。アクションラーニングの一種であるビジネスゲームが、仮想社会サービスとして提供される時代がやってこようとしている。

企業の教育・研修ニーズにおける仮想社会サービスと、テレビ会議システムや対面トレーニングとの違いは、前述の「舞台セットのシミュレーション」にある。

仮想社会サービスの優位点は、舞台セットのシミュレーションが安価に早く作成できる点にあり、このシミュレーションが参加者に心理的な臨場感を提供し、その結果、研修効果が上がると考えられるのはすでに述べたとおりである。

#### ● ヒルトンによるアクションラーニング・プログラムの事例

ヒルトンホテルの場合、2008年1月末より中級ブランドのヒルトンガーデンインでのチームプレーのための社員研修用として、欧米のエリアでテスト的に活用を始めている（5カ所から始めて10カ所まで拡大）。顧客満足度の向上のため、チェックインやチェックアウト、飲み物の注文などの顧客の心情にすぐ

に影響するサービスにチームで対処するアクションラーニング・プログラムである。結果が良ければ2009年より本格的な展開が始まる予定である（Virtual HeroesのWebサイト、[http://www.virtualheroes.com/news\\_Details.asp?nid=31](http://www.virtualheroes.com/news_Details.asp?nid=31)より、図7）。

- 米国陸軍による「ナショナルガード（州兵隊）」の事例（2008年9月19日サービス開始、[http://www.ecsorl.com/news/news\\_NGBvirtualWorlds.html](http://www.ecsorl.com/news/news_NGBvirtualWorlds.html)）

2005年8月末、米国をカテゴリー5の大型ハリケーン「カトリーナ」が直撃し、ニューオーリンズの8割が水没した災害は記憶にまだ新しい。このとき、救援目的で州兵1200人が派遣されている。この災害を参考に米国のナショナル・ガード・ビューロー（州兵局）は、災害救援を目的とする、臨場感を伴ったロールプレイング形式で米国の陸軍兵士らを訓練する必要性を痛感し、「EM-NEXUS（EMネクサス）」と呼ばれる仮想社会サービスを活用した教育・訓練システムの開発を思い立った。

もともと米国陸軍は、ネットコミュニティと、対面の訓練やミーティングを組み合わせたナレッジマネジメント・プログラムを保持している。災害訓練などにかかわるテーマ別の知識コミュニティである「プラクティス・コミュニティ」やアクションラーニングで有名な「アフター・アクション・レビュー」なども、一部の活動がEMネクサスに移管されている。

アバターによる「非言語コミュニケーション」や「水飲み場における偶然の出会い」が促進するアイデア交換、お互いが教え合う

「ピア学習」など、ナレッジマネジメント上の「暗黙知共有や創造」効果がいよいよネット上で可能となり始めているのである。

したがってEMネクサスは、ナレッジマネジメントの仮想社会への発展形ともいえるべきものである。予算は国家防衛局だけでなく国土安全保障省部門などからも出ており（合計500万ドル）、セキュリティ訓練や災害負傷者の救出など、6つの異なるロールプレイング・シナリオが用意されている。VOIP（音声コミュニケーション）やテレプレゼンス（テレビ会議システム）も、早晩、内部に準備される予定である。

これらには、ネットコミュニティなどと組み合わせてクロスプラットフォームとすることで成果を上げる方向性が示されている。同時に5000人から1万人が同じ場所で本システムを活用できるようにも設計されている。またその内部には、市レベル、郡レベル、州レベル、全国的な政府レベルの4段階の災害規模が想定され、中央の司令室やホワイトハウス、国防省などがつくられている。

図7 ヒルトンホテルのアクションラーニング・プログラム



出所) Virtual HeroesのWebサイト、<http://www.virtualheroes.com/newsDetails.asp?nid=31>より

なお、米国陸軍や海軍、NASA（航空宇宙局）、国土安全保障省、NIH（国立衛生研究所）など、米国政府は総じてイントラパス、エクストラパスの導入に熱心である。

むろん、このほかにも人材採用などがセカンドライフ・グリッドなどで活発に行われている。

### Ⅲ 仮想社会サービスの新たな社会環境における能力開発とモラル、制度の問題

セカンドライフ等の仮想社会サービスでは、ギャンブルや幼児ポルノ問題など、いろいろな問題が指摘されているが、ここでは取り上げない。本章では、仮想社会サービスにおいて、将来、企業組織に影響を与えと思われる能力開発とモラルおよび制度問題について考察する。

MIT（マサチューセッツ工科大学）のトーマス・W・マローン氏らは、「オンラインRPGを『協働する組織』の実験場」（『ダイヤモンド・ハーバードビジネス・レビュー』2008年8月号）と捉え、リーダーシップの育成におけるネットでのRPG（ロールプレイングゲーム）の社会環境の重要性を指摘している。

筆者は彼らとは別の角度から、セカンドライフの日本人町でセキュリティを担当する自警団問題を考察し、参加者の能力開発の問題を分析する機会を得た。

セカンドライフを含む仮想社会サービスのWeb2.0型の環境下では、前号で述べたように「コモンズ」と呼ばれる穏やかな入会地ができ上がっており、それが穏やかな社交やコ

ラボレーションを保証していると考えられる。そしてそのなかで筆者が重要だと考えるのは、マイスペース等では「オンライン・ブレイク（性的変質者）問題」として議論され、日本でも携帯電話サービスなどにおけるフィルタリングの議論に見られるセキュリティの問題である。

セカンドライフのような仮想社会サービスにも、セキュリティの問題は存在する。特にセカンドライフの場合には、土地取引を基礎とした私有財産制度（土地に基づく権限制度）のもとに参加者の大幅な自由が保証されているため、一部の参加者による悪質ないたずらが絶えず、それがシム（セカンドライフ内の土地、島）所有者の頭痛の種になっていた。

そこで日本人町の一部のシムが開始したが、参加住民が他の住民を監視する自警団である（欧米の場合には、シム所有者が外部から仮想のガードマンサービスを雇う場合が多い）。この自警団の形成は、日本人町で広範に見られる現象で、多くのシムでも一般参加者による多数の自警団が結成された。

しかし、シムの所有者でもない一般参加者が警備に当たり、シム所有者の権限を傘に着ていたずらをする一部参加者を追放し始めたため、「過剰警備」という批判が起こるなど、さまざまな問題が発生した。警備に当たり、一部の自警団員は「暴言を吐く、脅かす」など態度が悪くなるばかりか、上述のようにシム所有者の権限を傘に着ていざりだす者が出てきている。その結果、初心者などのなかには心理的に大きなショックを受ける者も出てきた。

お互いの物理的な身体が見えない仮想社会

サービスは、心理的要素が非常に強い社会環境であり、今後このような日本人町が、1000万人を超える住民のいる3次元インターネットへと成長し、健全な形で再び企業を迎え入れる方向に向かう可能性を考えるならば、過剰警備は見過ごせない現象である（参加者合意のもと、仮想社会サービスの1エリアで戦闘ゲームなどを行うということであれば、むしろこのかぎりではない）。

私有財産制度という特殊な社会環境のもとに自警団を結成するというシムのポリシーが、結果として、権威主義的な人格を育てたと考えられるのである。これは社会心理学という「パワー欲求」の否定的な側面（攻撃性、怒りの行動、他者に対するコントロール欲求など）が仮想社会で一種の「行動特性」として醸成されたことを意味する。また自警団という組織制度的な問題も同時に提起されている。

この事例は、上記と同様の権威主義的な人格が育った1971年の「スタンフォード監獄実験」で行われたロールプレー実験にきわめてよく似ている。これはロールプレーのなかで参加者の「否定的な行動特性」が現れた事例で、欧米の仮想社会サービスの議論でもときどき参照されている。

スタンフォード監獄実験は否定的な事例ではあるが、仮想社会サービスの社会環境下では一定の能力開発の可能性を示している。

肯定的な事例としては、現実社会で美容室に勤務する女性のヘアデザイナーが、セカンドライフでもアバター用のヘアをデザインしたいへんな人気を博したり、イタリアの衣装デザイナーがセカンドライフでもすばらしい衣装をデザインして腕を磨くなどの能力

発揮の事例が出てきている。

またアイデンティティが確立している30代、40代の参加者には、ファッションモデルへの挑戦などのセカンドキャリア、すなわち新たな能力開発のための舞台として、セカンドライフなどの仮想社会サービスが活用されている事例も目立っている。

ITシステムが大型汎用機から新時代の小型のサーバーになり、さらにオープン技術の採用へと向かい始めたきっかけは、前述のようにブラックマンデーと呼ばれるニューヨーク株式市場の暴落であった。

今回の世界的なサブプライムローンに端を発する経済危機に加えて、地球温暖化に関するCO<sub>2</sub>（二酸化炭素）問題への社会認識の高まりは、新たなネット上のリアルタイム・コミュニケーション技術を採用する促進要因となる可能性が高い。早晚、仮想社会サービスはテレプレゼンスの中核となるだろう。

ただし、セカンドライフの参加プロセスで明らかになったような技術的な問題の対処、アバター型ライフスタイルの普及、仮想社会のマーケティングの問題、教育・研修における能力開発や組織のつくり方等の社会環境の問題——など、未解決の問題が山積みとなっている。これは相当気が長く、足の長い、マラソンのように時間のかかる進化の過程であろう。

#### 著者

山崎秀夫（やまざきひでお）  
社会ITマネジメントコンサルティング部 首席研究員、日本ナレッジマネジメント学会専務理事  
専門は情報戦略論、情報組織論、ナレッジマネジメント、ネットコミュニティ論