

「スケキヨマスクのサブちゃん」

坂口 裕靖

信用を得るのは難しいが、それ以前に実在を信じてもらうこと自体が大変難しいプロセスである。実在を信じてもらえなければ、その上にしか構築できない信用にまでたどり着くことはできない。そして、信用がなければビジネスを行うことは難しいだろう。

話し声が聞こえる範囲、手で触れることのできる範囲であれば、実在を信じるかどうかは自分を信じるかどうかの問題に還元できる。自分の実在性を信じられない場合はいずれにしろ何一つ信じられないだろうから、大変ご苦労なことではあると思うが、とりあえず脇に置いておこう。少なくとも、仙人ではない人間が生きていくためにはアトム代謝というプロセスが必須であることはわかってるし、現時点で生きているのであれば、出生からその時点までの期間において、生きるに足る程度の効率でアトム

の代謝が行われてきたわけだから、食べた物に関連するアトムの実在は信じて良いだろう。となると、食べた物に対して、食べた時に発生した五感のシグナルが実在を伝えていたと仮定するのは自然である。それを拡張して、五感が認知できる対象は実在すると考えても良いのではないかと、というのが人間の共通理解（もしくは共同幻想）であろう。だから月は実在するだろうし、星も実在するはずなのだ。一方で錯視や錯誤というものもあり、この仮説が常に成り立つわけではない、ということもご存知のはず。認知のエラーは測定回数を増やすことで相対的に影響を減らすことができるだろうから、たった一瞬、一回起こったこと以外については、大数の法則により安定した結果を出せる。というわけで、五感でリーチできる範囲については、実在性を信じられるわけだ。

さて、あそこに見えるあの物体は実在していると信じるとして、その人間のように見えるモノが果たして本当に人間なのかどうか、という「見るものが考えてるものと等しいか」という点が問題になってくる。幸いなことに人間は種類しかいないから、人間に見えて生き物であるなら、おそらく人間であろう。動かないならパントマイマーかマネキンであって、前者は人間でもある。息をしてないなら、人形か死体であって、後者は人間でもある。X-men 世界のように、生物種としての人類に多様性があると、ここいら辺が問題になってくるわけだから、すんでのところでややこしさを回避できている。

こうして相手を人間と同定できると、あとは「で、誰？」という問題を解決しなければならぬ。残念ながら、人間は五感でぱっと照合できるようなユニーク ID がイン

One Point BUZZ WORD

cookie

EU 一般データ保護規則 (GDPR) が 2018 年 5 月 25 日から適用される関係で、ウェブサイト境界がちょっとざわ ... ざわ ... としてます。今までだとサイトの利用規約の中でひっそりとバーコンがどうの、と記述されているパターンが多く、しかも利用規約はたいい奥の方とか、ページの下の方の端っこに置かれていました。で、サイトを利用する前提として利用規約の同意を前提としてます、同意できないなら使わないように、という構造でした。利用規約に同意したユーザーしかサイトを利用していないはずなので、心置きなく行動追跡用の cookie 食わせて問題ない、という構造です。ところが、GDPR ではユーザーの許可なく行動追跡をすることができません。となると、そもそもウェブサイトを訪れたユーザーが最初に目にするタイミングで、少なくとも行動履歴取得に対する合意を取らない限り行動追跡用の cookie を食わせることができないということになります。サイトとして

は行動を追跡したいので、同意をもらうまでの間、画面のどこかに cookie を有効にする、という表示が延々追いかけてくるようになるわけです。逆に言えば、このボタンを押さない限り、自分の行動が追跡されないということが保証されることになります。もっとも、行動履歴が取れない状態だと、便利な機能の大部分が使えない状態になるでしょうから、行動の自由を取るか、便利さを取るかの判断が必要になります。もっとも、実際に使ってみないと便利かどうかはわからないでしょうから、まずは履歴提供に同意せざるを得ないということになるでしょう。その意味で、同意表示が追いかけてくることになります。

GDPR 自体は EU 領域のユーザーが対象ですが、インターネットには某国以外国境がないため、EU のユーザーが日本のサーバにもアクセスすることができます。というわけで同意を求めるとバナーがざわ ... ざわ ... と増えてくる予感がします。

ストールされていない。それでも以前に会ったことのあるヒトであれば、今まで聞いたことのある声や見たことのある顔、しぐさなどから、同定することができるかもしれない。知らないかわからないなら、おそらく初見なのだろう。

ここまでのプロセス、すなわち五感で感知できて、人間の特徴を備えていて、知っている人間と同定できて、初めて目の前にいる人間がこれから行う行動がどういう範囲に収まるかを想定することができる。これがすなわち信用ということだ。自分が考える、他人に対する行動の許容範囲を外れることが容易に予想できる相手は「信用できない」だろうし、裏切るにしろ忠実に約束を守るにしろ、自分が想像した通りの行動を高確率で行くと予想できる相手は「信用できる」ことになるだろう。そして、素晴らしいことに、人間はここまでの一連のプロセスを1秒未満の僅かな時間で演算可能である。

というわけで、サザエさんは目の前にいる三河屋のサブちゃんを認識できたわけだが、ここでサブちゃんが話す新商品、例えばなんとらビールが実在することをどうやって信じられるだろうか。話で出てきたものだし、まだ売られていない新商品であるから、五感で確認することはできない。一方、サブちゃんは新製品が未来のある時点以降実在することを頑なに信じているような物言いをしている。結局、サザエさんがなんとらビールの実在を信じられるためには、二つの条件、すなわち(1)サブちゃんはウソを言ってないこと、(2)サブちゃんがウソを言わない時、話の内容を信用できること、が満たされなければならない。(2)については、これまでの御用聞き履歴から考えて充分高い確率で成立するだろう。となると、問題は(1)をどうやって検証す

るか、という話になる。通常、ウソをビジネスにしないかぎり、ウソを構築するコストはかけないだろうと思われるため、ゼロ知識の状態であったとしても、論理整合性を確認していくと、どこかで破綻が見つかる可能性が高い。サザエさんは思いつく限りの角度から、なんとらビールが実在するとしたら持っているであろう属性や機能などを確認していくことになる。一方、サブちゃんがこれらすべての質問に破綻なく返答できるのであれば、今現在のサザエさんの力量では、なんとらビールが実在しない、というエビデンスを入手することはできなかったことになる。その場合、初めてなんとらビールの実在すると信じるに足ることになるだろう。

一つ上の段階に行くと、見知らぬ電話番号からかかってきた電話がサブちゃんと名乗っていた場合、そいつの言うかんたらビールが実在するかどうかをどうやって信じられるか、という問題になる。サブちゃんを同定する唯一の手がかりは声だけであり、こちらからの問いかけに対する反応の仕方とか声の質、喋り方の特徴などから、サブちゃんと言ってる相手が、三河屋のサブちゃんかどうかを同定するしかない。たまたまサブちゃんが風邪をひいてたりすると、特徴量が乏しくて同定できないかも知れない。この場合、三河屋のサブちゃんであると名乗っているのであれば、逆にこちらから電話すればよい。いつもの三河屋の電話番号にかけて、同じと思われる声の人間が電話に出るのであれば、おそらくはサブちゃんなんだろう。あるいは外出中で、連絡先として聞いた電話番号が先程のものと同じであるなら、やはりサブちゃんと考えてよかろう。サブちゃんと同定さえできれば、かんたらビールの実在を信じられるかどうかは対面と同じプロセスで進めれば良い。

問題は次の段階である。三河屋のサブちゃんと名乗る、見知らぬアドレスから、ほんにやらビールの発売予約のメールが来た場合、サザエさんはどうすべきであろうか。

メールは差出人の個人的特徴を一切継承しないため、電話のような形、すなわち五感により相手を同定するプロセスは実行不可能である。また、仮にある程度は手がかりとなる情報が付与されていたとしても、それらは容易にコピー可能なものでもあるわけで、特徴が一致するからと言って作成者が差出人とは限らないし、そもそも差出人が書かれたとおりのヒトかどうか分からない。この状況を打破するためには、実在を保証してくれる第三者が必要となる。保証人を信用でき、保証人がこのメールの差出人は差出人とされた実在するヒトから来たものだ、と言い切ってくれば、メール差出人の真贋については悩む必要がなくなる。あとはサブちゃんプロトコルで判断可能だ。

レガシーシステムの場合、この保証人が役所だったり法人番号だったり公証人だったりするわけだが、ネットの場合は証明書の認証局ということになる。digicertとかglobalsignとかの、アレだ。SSL証明書があれば、その認証局を信用できる程度に証明書がついてるものの実在を信用できる。逆に言えば、証明書がない状態で「二セモノにご用心」とか言われても、「待て、そもそもお前誰だ?」でフィッシングサイト扱われて終わり。

だからEVSSLがないサイト、スケキヨマスクのサブちゃん状態だと思っただけねえ。

Hiroyasu Sakaguchi
(株)IMAGICA イメージワークス