

セキュリティサービスを含む「サービス」の概念構造、そしてそれが生み出す価値とは？

セコム株式会社 IS 研究所
甘利 康文

1. はじめに

JNSAには、セキュリティに関する何らかの「サービス」を、商材として世の中に提供することを生業としている会員組織が多い。このセキュリティ(セキュアな状態の確保) サービスという商材では、「費用対効果が見えない」、「利益(価値の創出)に寄与していないのにコストだけかかる」というユーザーからの声を聞くことがある。

これの遠因には、「サービス」という対象が「形を持たない」ものであり、その理解が「人それぞれ」になっていることがあるものと考えられる。この問題に対して、過日、『『人が感じる感じ方』を主役とする考察』の手法によって、「サービスとは何か」に関する本質的、総論的な考え方を導出し、その定義を提案した[1]。

本稿¹では、この「サービスとは何か」の考え方の概要を文献[1]を要約する形で紹介すると共に、JNSAの会員組織が提供しているセキュリティに関する「サービス」によって創出される「価値」についても、「何たるか」について概説する。そのうえで、その視座からJNSAのこれからの活動の方向性に関する提言を行う。

なお、本稿の内容は「情報分野に限らない『セキュリティに関する概念』に関する大学院の講義[2]」で紹介しているものでもある。

2. サービスの総論的な体系化が難しい理由

私たち現代人は、「自らの外側にある世界を、視覚、聴覚などの知覚能力によって認識している」と思い込んでいる。それは、あまりにも「当たり前」で、自覚されることもほとんどない。「自分の周りの外の世界にある『認識される対象』を、認識の主体である意識(主観)が、それを知覚して、(客観として)誰もが同じように理解している」というこの考え方、「二元論」は、自然界における実体を伴う対象の理解には有効であり、近現

代の科学技術を進歩させる基盤となった。現代社会は、基本的にこの考え方(自然的態度)のうえに構築されている。JNSA会員組織による、種々の「セキュリティに関するサービス」も、意識されることなく、この考え方を基盤にしている。

一方、この二元論の考え方(すなわち通常の科学)に依拠しては、美や自由などの、その認識が「人それぞれ」となる概念や感覚、価値などを、うまく体系立てた形で理解することは難しい。実体を持たない存在は「科学になりにくい」ということである。

サービスのみならず、セキュリティや安心などのJNSAに関係する概念を「万人が納得できる知見(科学的な知)」「いわゆる「学」として体系づけようとしても、一筋縄では行かないのはこれが理由である。

3. 「サービス」概念を追究するための考察手法

「サービス」は「人がいない世界では存在し得ない」社会的な概念であり、自然界に実体を伴って存在するものではない。そのため、その理解は、人それぞれ、異なったものになる。これが「サービス」に関する、自然科学的な真理や事実の追求を難しくしている根本の理由である。

このような概念的な対象に対して追究できるのは、外の世界にある真理や事実ではなく、「言葉でなされる、誰もが納得できるもっともまい説明」、「普遍性のある共通了解」である。そのため、「サービスとは何か」に関しての本質を考察するにあたっては、サービスの分野や種類を特定せず、「意識において、人がそれをサービスと感じてしまうのは、どういう理由によるものか」のみに着眼、外の世界で行われていることを考えの範疇に入れずに、それを「言い表す」方向性で臨んだ[1]。

この、「外の世界を考えず、人が感じる感じ方のみを考察の対象として、その感じもたらされるのはなぜ

¹ 本稿の内容は、筆者の私見であり、必ずしも筆者の勤務先の見解と一致するものではない。

か」を追求する思考法には「現象学」という名前がつけられている。この思考法、現象学は、サービスのみならず、安心[3]、セキュリティ[4-6]といった、JNSAに関係する概念を考察するうえにおいても有効に機能する。

4. サービスとは何か

「人がそれをサービスと感じてしまうのはどういう理由によるものか」という視座から、世の中で行われている、多種多様な「サービス」を見ると、そのすべてに共通する構造(同一性)が見えてくる。

その構造、同一性とは、「受け手」の存在、及びその受け手が「何らかのかなえたい『欲求』をもっている」ということである。サービスが「サービス」であるためには、受け手の存在が不可欠であり、その受け手が何らかの形で「サービスを受けた」という感じを持つ必要がある。そして、受け手の意識に「サービスを受けた」感が立ち現れるためには、そのサービスの受け手が、「何らかの欲求を持っていること」が欠かせない。その「欲求充足を助けてもらった感覚」がサービスの本質である。欲求がない人間の意識には「サービス」(サービスを受けたという感じ)が立ち現れることはない²。

「サービス」の本質とは、外の世界にある何ものかではなく、受け手が持つ欲求を基盤として、その人間の意識に立ち現れてくる「感じ」である。そして、その「サービスの立ち現れ、すなわち「サービスを受けた感じ」は、必ず、「そのサービスによる、意識への『価値』の立ち現れ」を伴ってやって来る。

この構造に、サービスの様態や、サービスを提供しようとする側の意思や行いは関係してこない。そのため、何気ない行いが良いサービスになったり、逆に良かれと思った行いが「余計なお世話」になったりする。

「サービス」のための行為とは、「他者(受け手)がもつ自らの欲求を満たす行い、満たしたいという思いをアシストしようとする事」である。アシストとは「欲求を満たすための行為を、その欲求をもつ人間のために行って、その充足を助けること」(利他)を指す。

こう考えると、私たち日本人が一般的によく使う「『値引』や『オマケ』、『無料』などをサービスと表現する」(日本語独特の)用法についても理解することができる。サービスの受け側に「『同じ商品なら少しでも安価に』、『同じ価格ならプラスアルファを伴う形で』入手したい」という欲求があり、受け手がもつこの「その欲求を満たしたいという思い」をアシストしようとする行為が、日本語のこの語義におけるサービスである。

現象学の観点からは、受け手の意識に「サービスを受けた」感が立ち現れれば、それはサービスであり、その感じが現れなければ、それはサービスたり得ないということになる。

サービスに関するこの理解(定義)は、「サービス全般」に内在する同一性(構造)を、サービスがもつ多様性、恣意性に左右されない形で「言語で表現したモデル」(コトバ)である。これは「そのサービスが『業』であるか否か」によらない。例えば「家庭における炊事」は「家族(他者)がもつ、食事をしたい(自らの欲求を満たしたい)という思い」を助ける行為としての「サービス」である。これが、対価を伴って行われる場合、それは「家事支援(代行)業」と呼ばれる「業としてのサービス」となる。

また、欲求が存在しないのに、それがあろうという前提の下に、外部からそれをかなえようとする「サービス提供行為」を行う場合、そもそもの欲求が存在しないことから、それは、ここであげた「サービスの本質」に合致しないものとなる。この場合、その行為は、受ける側の意識に「余計なお世話」として立ち現れる。

5. 「サービスを受けた」感と価値の本質

ここまで、世の中のあらゆるサービスに内在する同一性を、「サービスを受ける立場の人間」の「『サービスを受けた』感」として洗い出し、その要件として、その人間の意識に、何らかの「欲求」が必要である旨につい

² 「サービス」行為によって「欲求」が惹起され、欲求、サービス、サービスによる価値が、三位一体となって同時に意識に立ち現れることはある[1]。

て述べた。本章では、これをさらに深掘りし、「サービスの構造」の中核要素である「欲求」の正体、すなわち「人がもつ『欲求』とは何か」について考える。

人の「意識」には、本能とも呼ぶべき「共通の特性」がある。「心地良さ(快)という感覚を求め、逆に心地悪さ(不快)を避ける」特質、「快感原則」である。実はこれこそが、人がもつ「欲求」の本質的な同一性である。

暑い夏に「冷えたビールを飲みたい」という欲求が生じるのは、その行為によって得られる、潤い、冷たさ、のどごし、味などの知覚が、意識に「心地良さ」をもたらすからである。すなわち、これは、私たちの意識が「喉の渇き」という「心地悪さ」を遠ざけ、「心地良さ」を感じたいがゆえの「欲求」と理解することができるということである。「冷えたビールを飲む」行為は、意識が「心地良さ」を得るための手段である。本質的観点からは、私たちは「ビールを飲む」行為自体をしたい訳ではなく、それによって「『心地良さ』を感じたい」のである。

人は、自身の命を維持したり、遺伝子を次世代に伝えたりする行為への生物としての本能的な欲求をもっている。これに加え、自身の同族、仲間始まり、時にヒトという種にまでも広がる「自分が関心をもつ人々」の命やその遺伝子の維持に関する欲求も併せもつ。この「自分が関心をもつ他者に関する欲求」(ヒューマニティに関する利他欲求)が、人を、ヒトという動物の種を超えた「人間(Human Being)」という存在にし、「人類を地上最強の種」としている。この欲求は、時として他の欲求に勝る形で、人の意識に立ち現れてくる。

人はこれらの欲求を満たす行動へのインセンティブとして、欲求が満たされたときに「心地良さ(快)」を、満たされないときに「心地悪さ(不快)」を感じるような本能的特質(報酬系)をもっている。これが、自らの「『個や遺伝子の生(広義の生)に近づくこと』から『心地良さ』を感じ、逆からは『心地悪さ』を感じる」という私たちの意識がもつ特質である。

私たちの意識は、(無自覚のうちに)その人間にとっての「快」を求め、「不快」を避けるように振る舞っている。好奇心や向上心、自由欲、支配欲、連帯欲、コミュニケーション欲、名誉欲などの、一見、本能とは遠いと感じられる欲求も、直接、間接に「快」を求め「不快」を避けるという「意識の特質」が姿を変えたものとし

て理解することが可能である。

ヒトが人間(Human Being)として生きていくために、また自身の遺伝子、さらにはヒトという種の維持のために欠かせないこの「心地良さを求める」本能は、「『〇〇をしたい』という思い」、すなわち「欲求」として、人の意識に立ち現れてくる。この「人の欲求に関する同一性、基本的な構造」は、私たちの行動のすべてを左右する「公理」とも位置付けられる意識の特質であり、これの存在を前提とすることは、サービスを理解するうえで不可欠なものとなる。

人は、(無自覚のうちに)ある行動によって得られると予想される「心地良さ」と、行動しない場合のそれとを比べ、得られる「心地良さ」の総体が大きいだろうと「腹で感じる」ときにその行動を起こす。歴史上、聖人と賞された人物の(無私のように見え、尊敬に値するとされる)利他行動も、その人間にとっては、その行動をすることで意識にもたらされるだろう(比較相対的な)「心地良さ」が、しなかったときと比較して、より大きい(心地良い)と感じられたゆえに起こっている。例外はないということである。

人間の本能に根ざした「価値」とは、ここで言う(人々の意識に立ち現れる)「心地良さ」(「心地度合い」のプラス方向への変化)のことである。この場合、「価値」という「コトバ(言語モデル)」によって表されている「そのもの」は、「人間の意識に立ち現れてくるものであり、外の世界のものではない」ことに注意する必要がある。

「冷えたビールを飲む行為」は、暑い時の方が、私たちの意識に「より大きな『心地良さ』」をもたらす。それゆえ物理的には(すなわち、外の世界では)全く同じ「冷えたビール」であったとしても、その「価値」は、暑い季節に飲む場合の方が、寒い季節に飲む場合よりも大きくなる。(それゆえ、ビールの消費は夏に多い)

私たちが何らかのアクションを起こすのは、それを起こした時と、起こさなかった時を比べて、起こした時の「心地良さ(価値)」の方が大きいだろうと直観した時である。仕事にしる、趣味にしる、何らかの行為を継続的に行い続けているとき、私たちの意識には、それによって何らかの「心地良さ」が立ち現れている。そして、その心地良さの総体が、それを止めた場合と比べて大きいと感じているから、私たちはその行為を継続

的に続けているのである。

この「『心地良さ』が定常的に意識に立ち現れている状態、継続的に立ち現れることが可能な状態」を、私たちは「幸せ」と呼んでいる。これが、「幸せ」、「幸福」というコトバで表されている構造の本質である。

6. サービスと価値との関係、そして「役に立つ」とは

「価値=心地良さ」という視座に立つと、サービスは「心地良さ(価値)をもたらす源泉として、その心地良さと同期して、人(受け手)の意識に立ち現れてくる感覚」という形で、より端的に言い表すことができるようになる。

先に、「『サービス』とは、受け手の『サービスを受けた』感である」と述べたが、「『サービスであること』の本質」と「価値が生じること(意識に「心地良さ」がもたらされること)」は、同じこと(論理同値)である。

ここで言う「価値」は、「サービスを受ける側の意識に立ち現れた欲求」を充足することで、「受ける側の意識」という、仮想的な場所に「心地良さ」として立ち現れてくるのであり、決して、私たちを取り巻いている外の世界のどこかにあるわけではない。価値の創造や共創など、価値にまつわる概念を考える際には、この点に関して特に注意が必要である。

なお、この「『心地良さ』を生むこと」、すなわち「価値を生じること」こそが、「役に立つ」、「有用」、「有益」というコトバが指し示している状況に、現象学的手法を適用して得られた「『役に立つ』の本質」である。

7. 「万が一でも大丈夫」というサービス

情報セキュリティの分野には、システムクラッシュなどの「万が一に備えるためのサービス」がある。この手のサービスは、「万が一」が起らなかったという理由で、実際には稼働しないことも多い。これが理由で、「役に立たなかった」と言われて解約に至ることがあるという話を聞くこともある。しかし、この場合でも、「万が一」に備えるためのサービスは「役に立って」いる。すなわち「価値」を提供しているのである。

「高速バス運輸サービス」の具体例で考えよう。この場合、「トイレ付バスでの運行」は、乗客の万が一に備えるためのサービス」とも位置づけることができる。乗客に「過去にトイレで困った経験」がある場合、それがきっかけとなって乗客の意識に「トイレへの不安」という心配事(欲求)が立ち現れる。「トイレ付バスでの運行」は、この欲求によって始めて「サービス」としての意味を持ち、「万が一、トイレに行きたくなくても大丈夫」という「安心感」の形で「価値(心地良さ)」として、その「乗客の意識」に立ち現れる。この価値は「実際にトイレを使うかどうか」という実世界における諸事とは無関係に、乗客の意識に立ち現れる。また、「おむつが取れていない乳幼児」などの「トイレへの不安」という心配事(欲求)が全くない乗客の場合は、「トイレ付バスでの運行」は「サービス」としては乗客の意識には立ち現れず(「余計なお世話」となって)、それに伴う価値(心地良さ)が、その乗客の意識に立ち現れることもない。

これが「万一でも大丈夫」というサービスが、人々にもたらす価値である。これまでは説明が難しかった「無事故の場合の『保険』というサービスがもたらす価値」についても、この考え方で理解することができる。

8. おわりに セキュリティの宿命と JNSAの新しい活動フィールド

人が「安心」だと思うとき、その人物の意識には「その感じ」(あんしん)が立ち現れている。この「あんしん」という「心地良さ」(安心感)が、セキュリティに関するサービスが、平時において、人々に提供すべき「価値」(心地良さ)である。

この、平時における「あんしん」が意識に立ち現れるためには、人々が「有事の際に力を貸してくれるに違いない(大いなる力)の存在を感じていること」、そして、その「(大いなる力)に『つながっている、守られている』感を持っていること」の2つが必要である[3]。

何も起こっていないとき、すなわち平時において、人々に「あんしん」(価値)を感じてもらうためには、セキュリティサービスは、これらの2つの要件を、何らかの「戦略的広報」手段によって満たす必要がある。警察の「監

視センター見学)、消防の「出初め式」などのイベントは、この「戦略的広報」の一環として位置づけることが可能である。

セキュリティの対策をしていたにもかかわらず、事件や事故が起きてしまうことがある。ワクチンを打っていたのに感染症に罹患した、対策をしていたのに事件や事故が起きてしまった、などの類いである。このような場合、「対策済みにもかかわらずことが起きてしまった」と言われ、その対策の無力さを指摘されることも多い。

世の中一般において、「事態そのものを起きにくくする対策」としてのセキュリティ対策が有効に機能している場合、「そもそも事件や事故は起こらない」ということがいつの間にか忘れられている。セキュリティ対策が功を奏し「何もなかった」ことに関しては、事件・事故そのものが起こっていないためニュースにはならない。

大きな「役だった感(サービスを受けた感)」(価値)を感じることも多くない。

一方、対策をしたにもかかわらず「何かあった」ことに関しては、事件や事故が実際に起こってしまったことからニュースになる。しかも、セキュリティ対策をしていたにもかかわらず事件が起こったということで話題になり、対策の無能を指摘されやすい。これは、世の中の全てのセキュリティ対策が抱える宿命である。

セキュリティに関する「サービス」では、「平時における『あんしん』(という価値)の提供」、そして「セキュリティ対策全般が抱える宿命」の告知と誤解の解消、これら2つを明に意識した「戦略的広報」が必要である。この「戦略的広報」は、一組織の努力では力足らずのことも多い。JNSAの新しい活動のフィールドが、ここに広がっている。

【参考文献】

- [1] 甘利康文：サービスの本質とは何か？ 現象学的科学論の視座からサービスを読み解く, 横幹, Vol.15, No.2, pp.57-73, 2021.
https://doi.org/10.11487/trafst.15.2_57
- [2] 筑波大学大学院 リスク・レジリエンス工学学位プログラム：セキュリティ論考特論, 2023.
<https://kdb.tsukuba.ac.jp/syllabi/2023/0AL5303/jpn/>
- [3] 甘利康文：安心の本質とは何か？ 現象学的科学論の理路による安心の構造モデル, 日本セキュリティ・マネジメント学会誌, Vol.34, No.3, pp.3-21, 2021.
https://doi.org/10.32230/jssmjjournal.34.3_3
- [4] 甘利康文：セキュリティの本質 医療/医学, そして技術は何のためにあるのか, 日本情報経営学会誌, Vol.38, No.3, pp.40-52, 2018.
https://doi.org/10.20627/jsim.38.3_40
- [5] Yasufumi AMARI: Comprehending Security through Shannon's Communication Model, International Journal of Affective Engineering, Vol.19, No.3, pp.177-187, 2020.
<https://doi.org/10.5057/jjae.IJAE-D-19-00021>
- [6] 甘利康文：「通信のための理論」を使って「セキュリティの本質」をあぶり出す, JNSA Press, Vol.50, pp.3-7, (非特)日本ネットワークセキュリティ協会(JNSA), 2021.
https://www.jnsa.org/jnsapress/vol50/2_kikou-1.pdf